

# 津野町観光振興計画

平成30年7月

高知県津野町



# 目次

## 第1章 「津野町観光振興計画」策定の趣旨

### 1 「津野町観光振興計画」策定の趣旨

- (1) 計画を策定する背景 . . . . . 1
- (2) 計画の位置づけ . . . . . 2
- (3) 計画の推進期間 . . . . . 2

## 第2章 津野町の観光を取り巻く現状と課題

### 1 津野町の観光を取り巻く環境（外部環境） . . . . . 3

- (1) 日本国内の観光動向 . . . . . 3
- (2) 高知県内の観光動向 . . . . . 8

### 2 津野町における観光の現状と課題（内部環境） . . . . . 9

- (1) 津野町の地域特性に関する現状 . . . . . 9
- (2) 津野町の観光統計データから見る観光の現状と課題 . . . . . 10
- (3) 津野町の観光に対する来訪者の実態調査から見る現状と課題 . . . . . 11
  - ①「奥四万十地域への来訪者実態調査」から把握できる現状と課題 . . . . . 11
  - ②モニターツアー・施設利用者のアンケートから把握できる現状と課題 . . . . . 15
- (4) 観光事業者や有識者へのヒアリング・アンケート調査 . . . . . 18
- (5) 津野町民に向けたアンケート調査 . . . . . 19
- (6) 津野町の観光特性の分析（津野町の弱み・強み） . . . . . 20

## 第3章 津野町のこれからの観光振興計画

### 1 計画の基本理念とターゲット . . . . . 21

- (1) 計画の基本理念 . . . . . 21
- (2) 誘客ターゲットのイメージ . . . . . 22
  - ①地域資源の特性を踏まえたターゲット . . . . . 22
  - ②立地・誘客市場から誘客すべきターゲット . . . . . 23
- (3) 計画の指標と目標数値（KPI） . . . . . 24

### 2 5つの基本方針と施策の展開 . . . . . 25

- ▶基本方針1 地域資源を生かした観光魅力づくりの推進 . . . . . 27
- ▶基本方針2 「世界にひとつノまち」の魅力を伝える人材育成 . . . . . 28
- ▶基本方針3 マーケティングに基づく戦略的な情報発信 . . . . . 29
- ▶基本方針4 「世界にひとつノまち」づくりを支える観光基盤の整備 . . . . . 30
- ▶基本方針5 観光振興を推進する組織体制の構築 . . . . . 31

### 3 重点プロジェクトの展開 . . . . . 32

- (1) 重点プロジェクト . . . . . 32

## 第4章 計画の推進体制（計画の実施と進捗管理）

- (1) 「津野町観光振興計画」の推進体制 . . . . . 35
- (2) 取り組みを進めていく主体に期待される役割 . . . . . 35

# 第1章 「津野町観光振興計画」策定の趣旨

## 1 「津野町観光振興計画」策定の趣旨

### (1) 計画を策定する背景

日本の人口は、2005年(平成17年)に、“死亡”などの人口減少要因が、“出生”などの人口増加要因を上回り、“人口減少元年”を迎えました。その後、人口減少には歯止めがかからず、また、晩婚化、非婚化などの影響により出生率が減少している一方で、医療、食生活、衛生面の向上などで死亡率が低下したことにより、高齢化率は次第に上昇しつつあり、2060年に40%近くまで達すると予測されています。

少子化が進展すると、労働力の減少が起こり、労働力の減少は物資の供給力の低下につながります。ロボットの開発などの技術革新による労働生産性の向上と共に、国外からの労働人口の流入などが図られ、労働生産性が上向きにならない限り、経済成長率は、徐々に低下していくことが考えられます。そして、人口の減少は、消費者の減少や市場の縮小を生じ、国内市場を主とする産業は、労働力の低下のみならず、個人消費の減退など様々な影響を受けます。

津野町の人口も、1950年(昭和25年)の15,371人をピークに一貫して減少が続いており、1960年(昭和35年)の国勢調査においては13,249人であった人口が2015年(平成27年)には5,794人となり、55年間でマイナス56.2%と半数以上減少しています。その後、減少率は低くなっていますが、近年は高齢者数も増加傾向にあります。

このような人口減少の影響によって、地域経済が縮小して若者の町外流出や地域の衰退が進み、いっそう地域経済が縮小するという悪循環の中で、人口減少がさらに加速するという負のスパイラル(悪循環の連鎖)をたどってきました。

そのような中、「住民一人ひとりが誇りをもって暮らせるまち」、持続的な地域経済の発展を目指すためには、強みである第一次産業に加え、サービス業を中心とした観光関連産業にも強みを持つことが求められています。津野町は四国カルスト・天狗高原や四万十川源流点という素晴らしい地域資源に恵まれており、これらの地域資源を活用した観光振興に取り組むことは、町民の津野町に対する誇りや愛着の醸成にも繋がっていきます。

一方、国においても、人口減少問題を克服し、活力ある地域経済を実現するため、様々な地方創生への取り組みを推進しています。とりわけ「観光」は、その高い経済波及効果から、地方創生の切り札として位置づけられ、国においては、「明日の日本を支える観光ビジョン」、「観光立国推進基本計画」など、観光立国の実現に向けた各種施策を強力に推進しています。

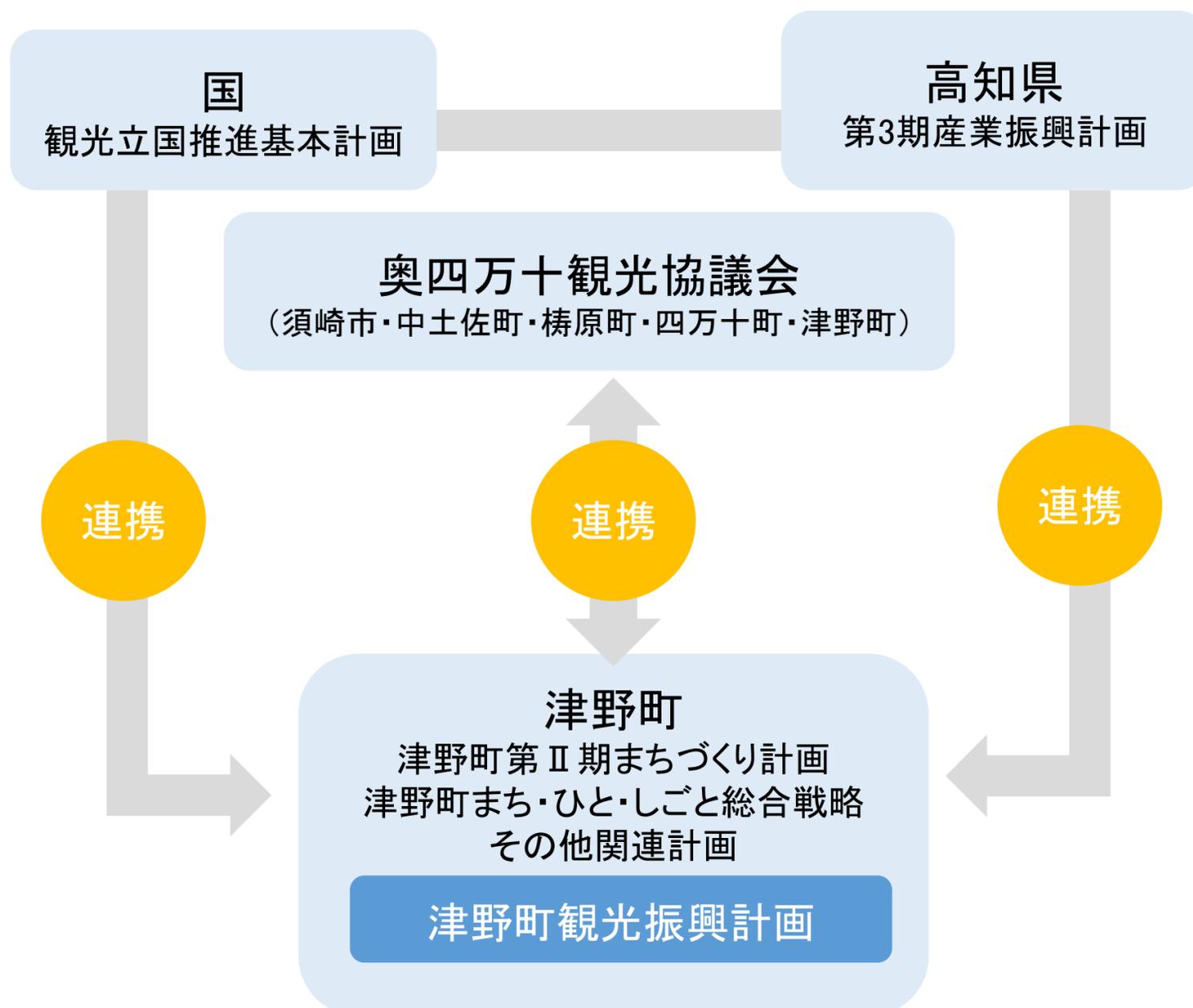
このようなことから、津野町では観光振興を今後の重要な施策と捉え、様々な調査、分析の結果から、津野町の地域資源の魅力や課題を洗い出し、観光振興の目指すべき姿を定めた「津野町観光振興計画」を策定します。

## (2) 計画の位置づけ

本計画は、津野町の進むべき方向やまちづくりの理念・将来像を示し、町政におけるすべての施策の基本となる「第Ⅱ期まちづくり計画」、「津野町まち・ひと・しごと総合戦略」などの上位計画や関連計画のほか、国、高知県の観光に関する計画と整合を図ります。また、本計画で策定した基本方針と施策の展開にあたっては、広域観光組織である奥四万十観光協議会とも連携し、「PDCAサイクル」に基づいた改善を適時図りながら運用します。

## (3) 計画の推進期間

本計画は、2018年度から2022年度までの5年間を計画期間として定めます。本計画では、5年後の目標とその数値目標を定めて、具体的な取り組みを進めていきますが、定期的に成果の検証を行い、また、観光を取り巻く環境、情勢の変化にも的確に対応しながら、必要に応じて方針や施策、目標数値などの見直しを行います。



# 第2章 津野町の観光を取り巻く現状と課題

## 1 津野町の環境を取り巻く環境(外部環境)

### (1) 日本国内の観光動向

#### ■ 地方創生としての観光振興

現在、国は主要な政策として「観光立国の実現」に向けた各種施策に取り組んでおり、観光振興が地方創生の重要な要素として位置づけられています。こうした観光振興への取り組みは、地方自治体においても重要なテーマとなっています。

#### 新たな基本計画における観光立国の推進に関する目標

※出典：観光庁

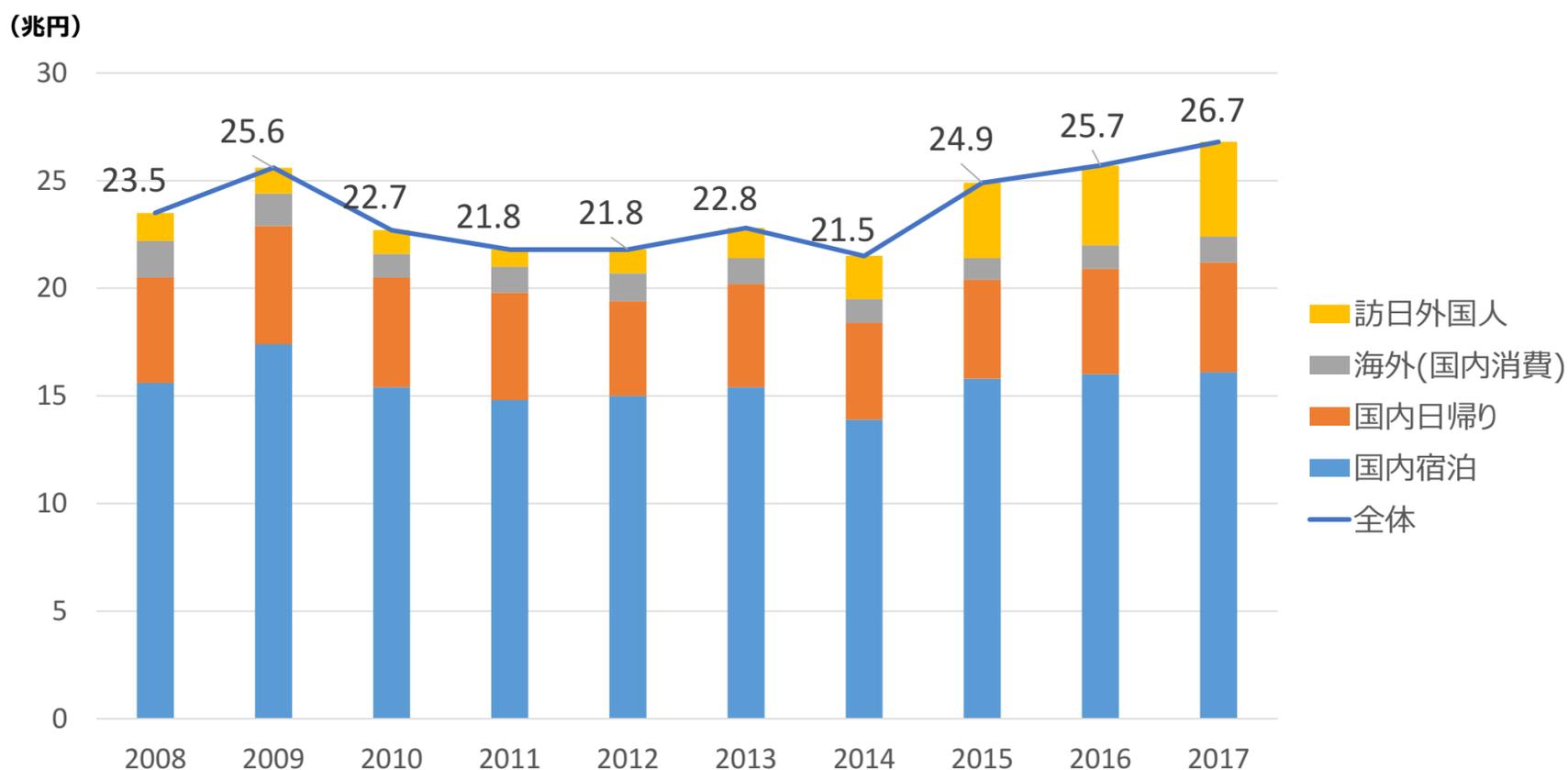
	新たな基本計画の目標 (目標年:2020年) <青字:2015年実績> <赤字:2016年実績>	<参考> 観光ビジョンの目標 (目標年:2020年)	<参考> 旧基本計画の目標 (目標年:2016年)
1. 国内旅行消費額	21兆円 <2015年:20.4兆円> <2016年:20.9兆円>	21兆円	宿泊18兆円 日帰り6.5兆円
2. 訪日外国人旅行者数	4,000万人 <2015年:1,974万人> <2016年:2,404万人>	4,000万人	1,800万人
3. 訪日外国人旅行消費額	8兆円 <2015年:3.5兆円> <2016年:3.7兆円>	8兆円	3兆円
4. 訪日外国人リピーター数	2,400万人 <2015年:1,159万人> <2016年:1,426万人>	2,400万人	1,000万人程度
5. 訪日外国人旅行者の 地方部における延べ宿泊者数	7,000万人泊 <2015年:2,514万人泊> <2016年:2,845万人泊>	7,000万人泊	2,400万人泊
6. アジア主要国における 国際会議の開催件数に占める割合	3割以上・ アジア最大の開催国 <2015年:26.1%・アジア最大> <2016年:28%・アジア最大>	(見直し)	5割以上増 (1,111件以上) アジア最大の開催国
7. 日本人の海外旅行者数	2,000万人 <2015年:1,621万人> <2016年:1,712万人>		2,000万人

■日本国内の旅行消費額(2017年)

※出典:観光庁



■国内の旅行消費額推移



2017年(平成29年)の国内旅行消費額は26.7兆円で、経年の推移を見ると、日本人の国内旅行(宿泊・日帰り)は微増傾向にあるものの、人口減少が進展していくことを考えれば、今後の拡大は見込めません。

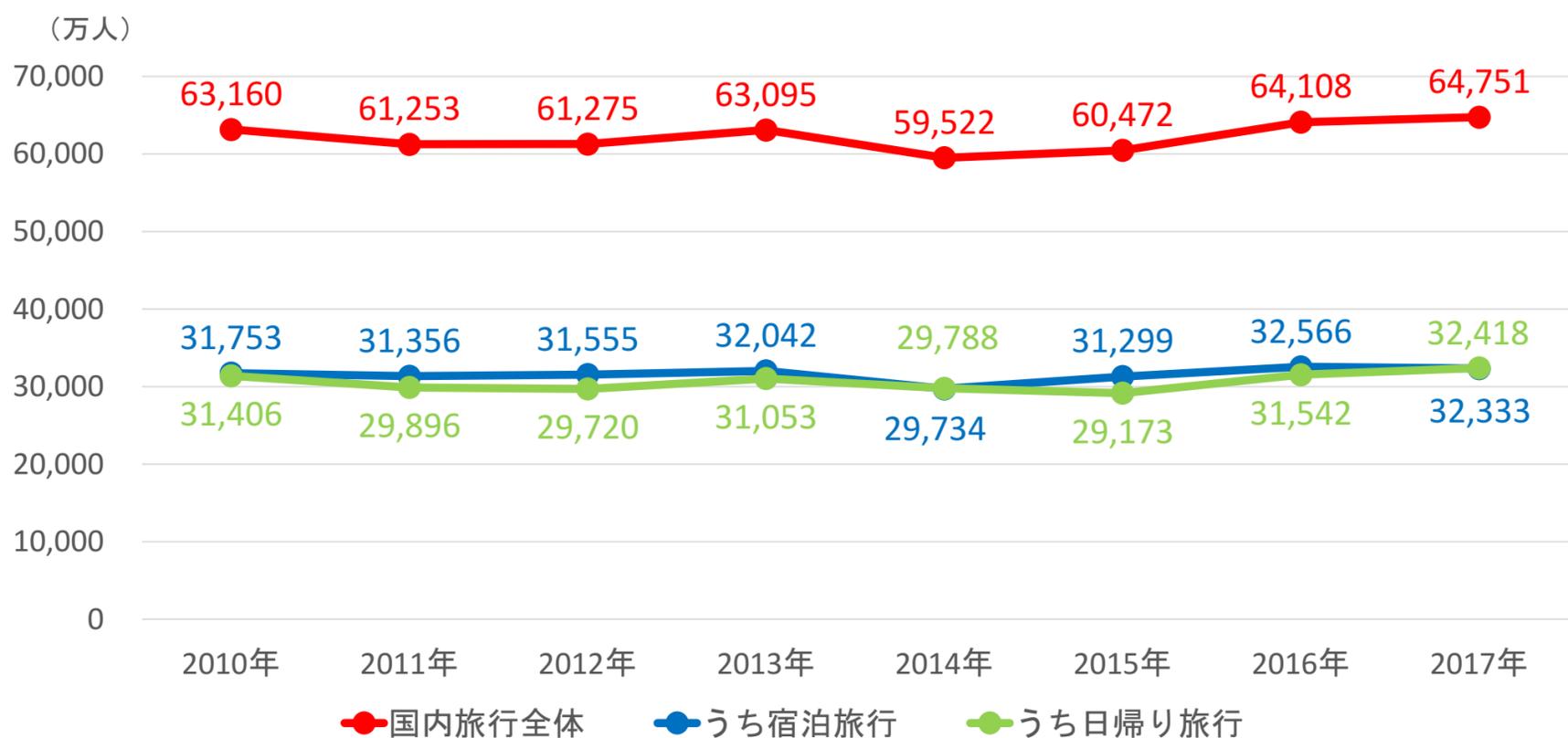
一方で、訪日外国人観光客数は増加しており、日本国内における全体の旅行消費額は増加傾向にあります。

## ■国内旅行の市場動向

2011年(平成23年)に発生した東日本大震災により減少していた国内旅行者数は、徐々に回復の傾向にありましたが、2014年(平成26年)の消費税率の引き上げにより、2011年(平成23年)をさらに下回る水準まで減少しました。現在は、緩やかな回復基調にありますが、我が国において、人口減少が進展していくことを考えれば、日本人による国内旅行市場は「成熟期」を迎えて、市場は縮小していくことが予想されます。

※出典：観光庁

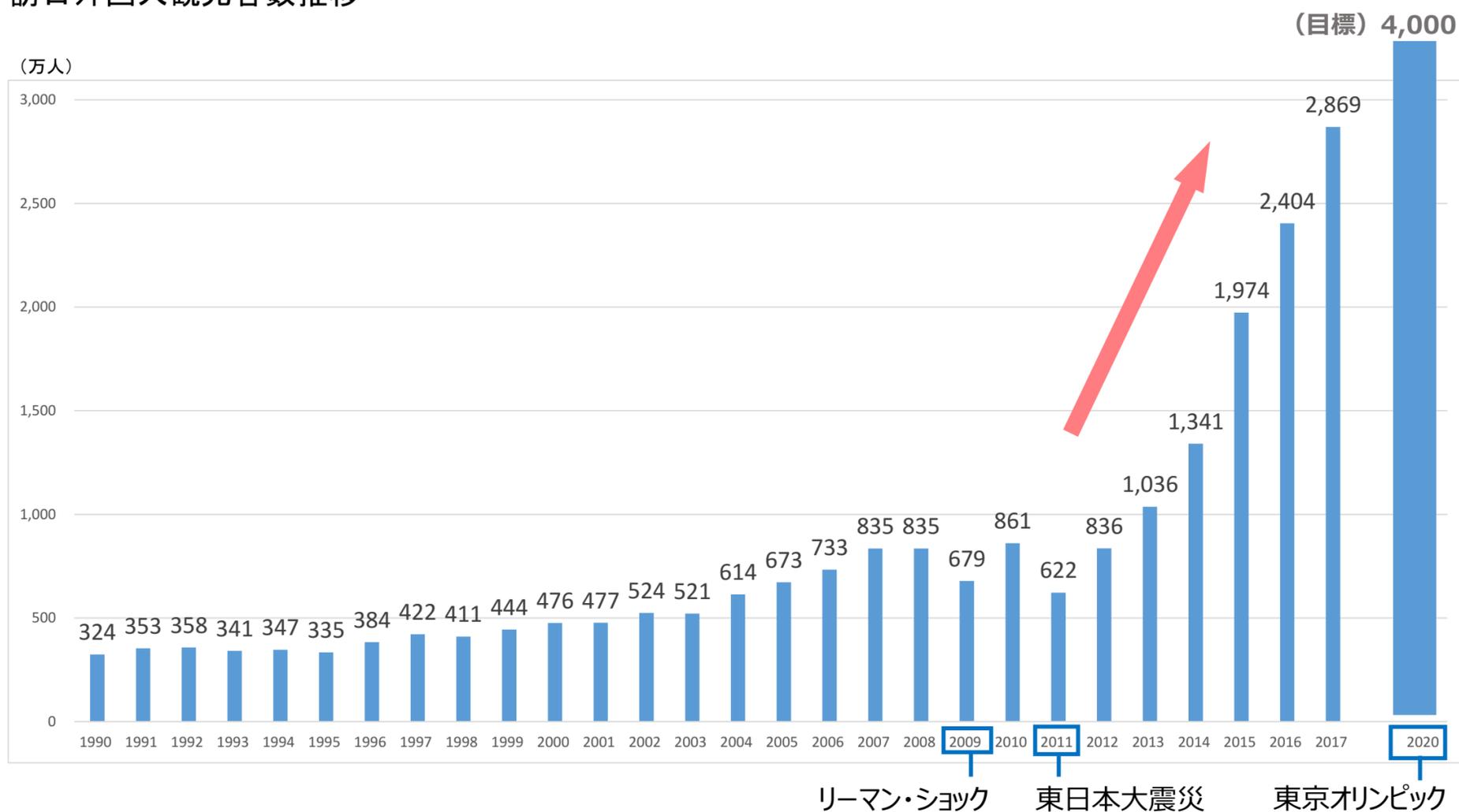
### 日本人国内延べ旅行者数の推移



## ■訪日外国人観光客の動向

※出典：日本政府観光局（JNTO）

### 訪日外国人観光客数推移

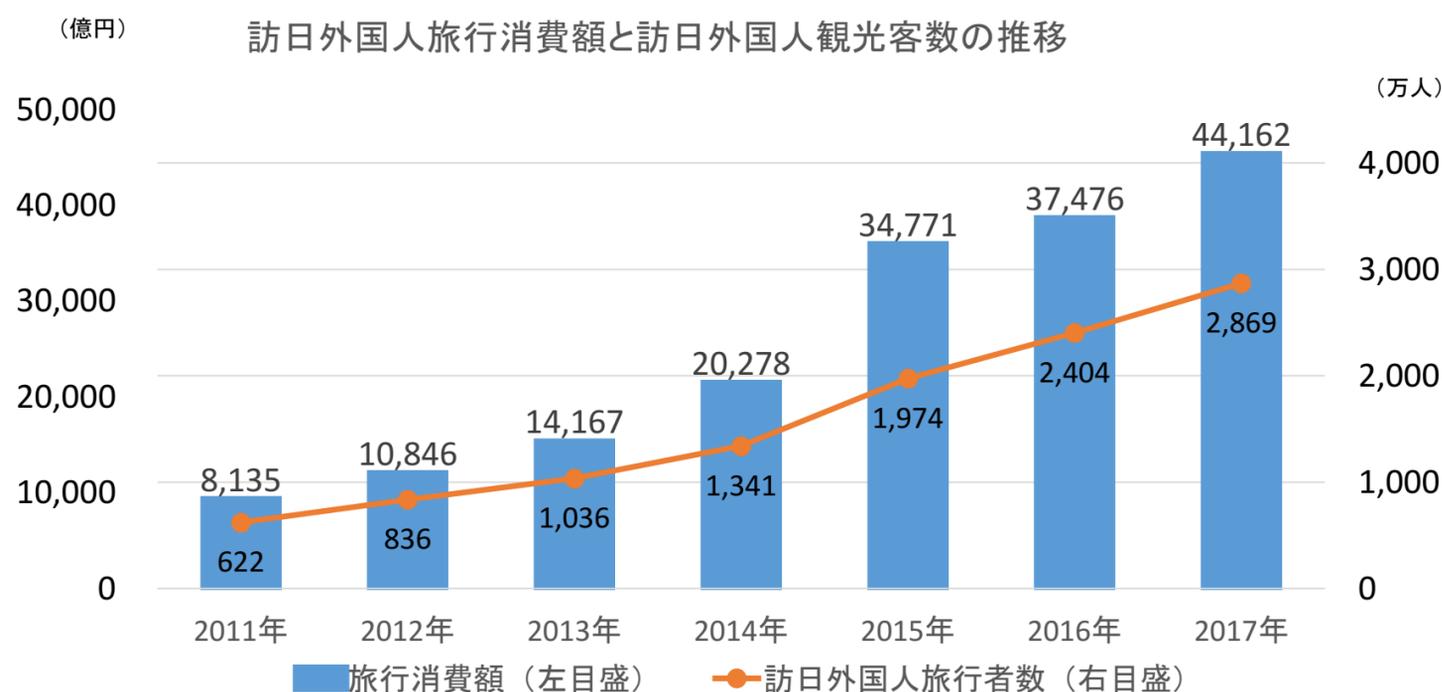


訪日外国人観光客数は、2003年（平成15年）の国が推進する「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を契機に増加しています。2009年（平成21年）のリーマン・ショック、2011年（平成23年）の東日本大震災で一時的な落ち込みはありましたが、2017年（平成29年）は、過去最高であった2016年（平成28年）の2,404万人をさらに上回り、2,869万人（前年比 19.3%増）となり、5年連続で過去最高を更新しました。

※ビジット・ジャパン・キャンペーンとは 官民による外国人旅行者の訪日促進活動。当時の首相であった小泉純一郎が「2010年に訪日外国人観光客数を1000万人にする」と観光立国を宣言し、国土交通大臣を本部長とするキャンペーンが始まりました。

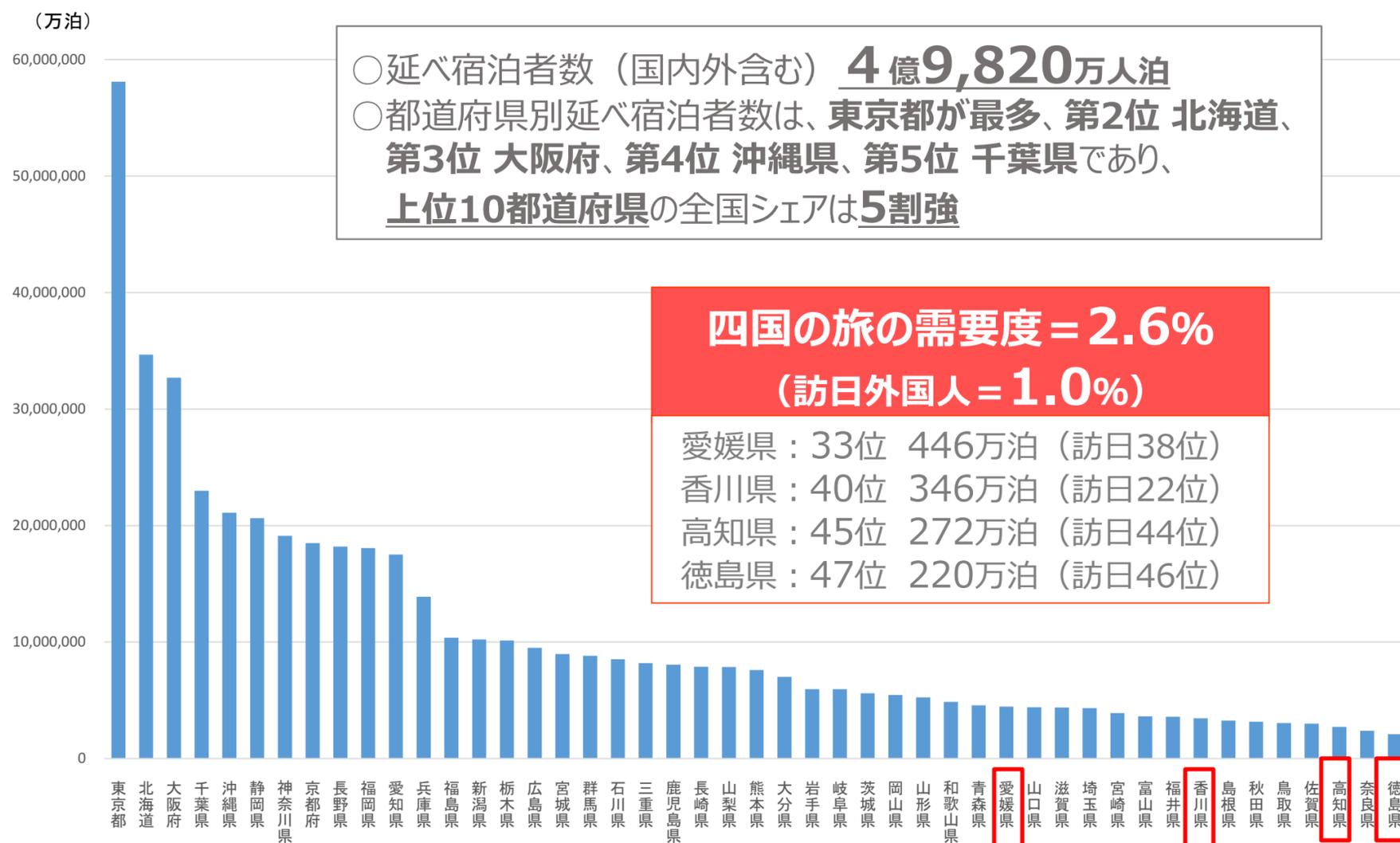
### 訪日外国人全体の旅行消費額推移

※出典：日本政府観光局（JNTO）

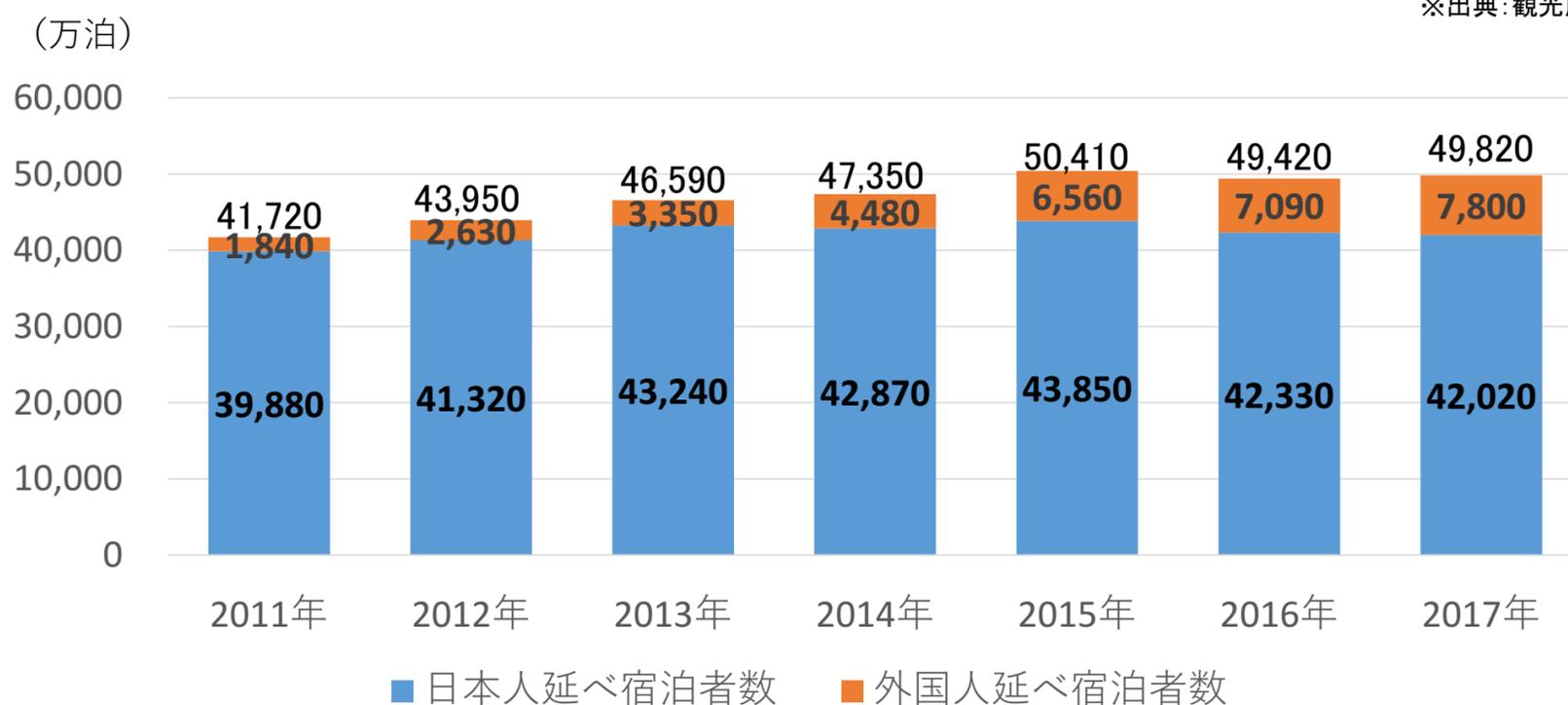


2017年（平成29年）の訪日外国人全体の旅行消費額は44,162億円となり、前年（37,476億円）に比べ17.8%増加しました。

■都道府県別延べ宿泊者数(2017年)



■日本人延べ宿泊者数と訪日外国人観光客宿泊者推移

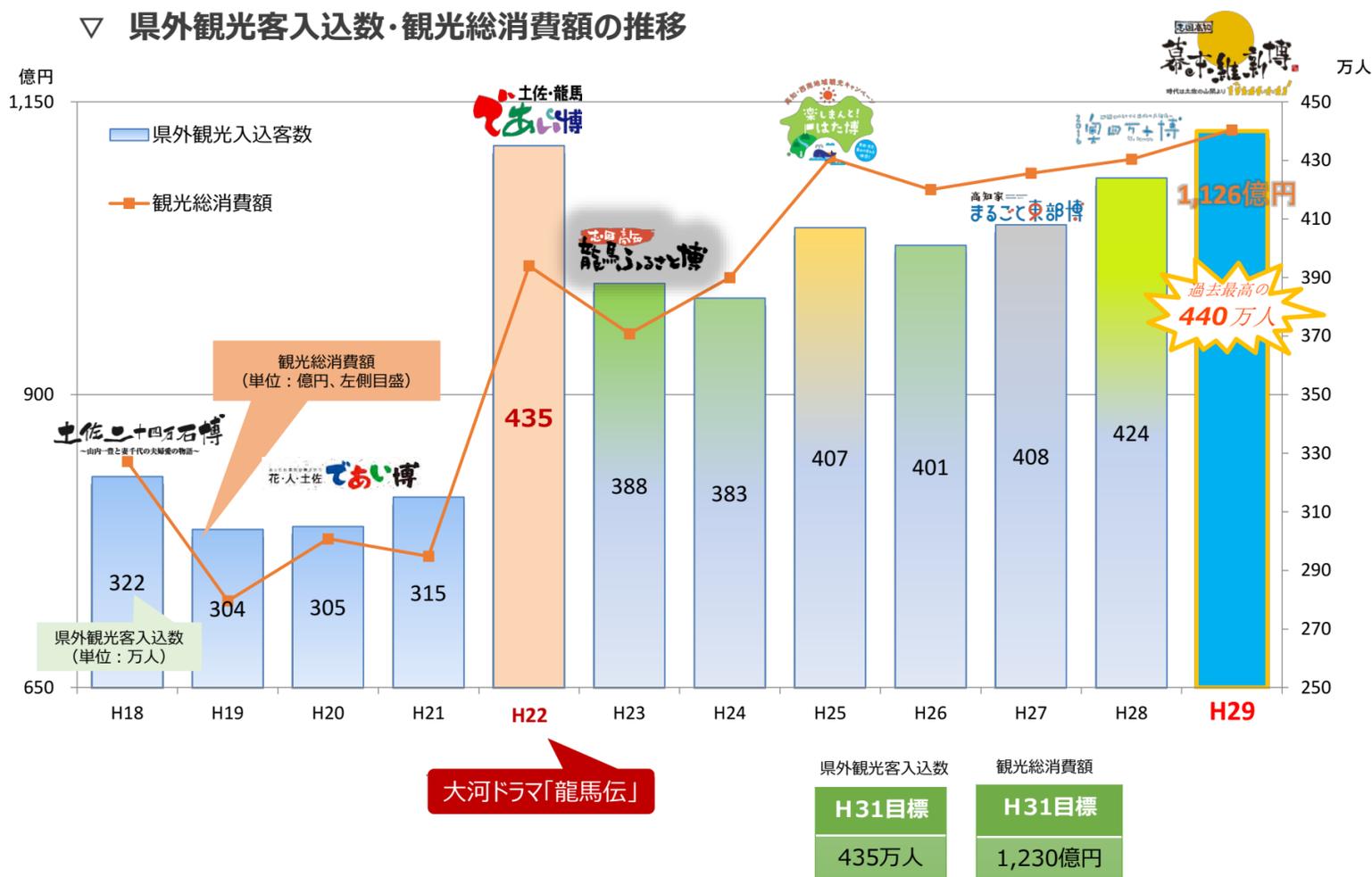


注1:各年のグラフの上に記載されている数字は、日本人と外国人の延べ宿泊者数の合計

日本国内のホテル・旅館等における延べ宿泊者数は、2017年(平成29年)は4億9,820万泊、前年比0.8%の増加でした。そのうち、日本人の延べ宿泊者数は4億2,020万泊、前年比で0.7%の減少となりました。一方、訪日外国人延べ宿泊者数は7,800万泊(前年比10.0%増)となり、年々増加傾向となっています。

## (2) 高知県内の観光動向

### ▽ 県外観光客入込数・観光総消費額の推移



高知県の県外観光客入込数は、2009年(平成21年)までは300万人台で推移していましたが、大河ドラマ「龍馬伝」の放送に合わせて「土佐・龍馬であい博」を開催した平成22年に、過去最高となる435万人を記録しました。2013年(平成25年)から5年連続で400万人以上の入込数を達成し、2017年(平成29年)は過去最高の440万人となっています。観光総消費額も2012年(平成24年)から6年連続で1000億円を突破するなど、好調に推移しています。

高知県では2017年(平成29年)の大政奉還150年、そして2018年(平成30年)の明治維新150年の歴史的な節目の2カ年にわたり、歴史を中心とした博覧会「志国高知 幕末維新博」を2017年(平成29年)3月より開催しており、博覧会を通じた、歴史や食、自然、文化等と合わせた観光クラスターの形成など、高知県観光の地力を高める取り組みが進んでいます。

今後は2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催を見据え、全国的にスポーツ振興や自然体験の機運が高まることが予想され、高知県においても、2019年(平成31年)2月より自然や体験を生かした新たな観光キャンペーンの展開が行われます。このキャンペーンを見据え、県内各地に大手アウトドアメーカー監修のキャンプ場をはじめ、カヌー、スイミング等のスポーツ・アクティビティの拠点施設が順次整備される予定となっております。

また高知県ではこれらの取り組みと合わせ、インバウンド(訪日外国人)観光対策の強化も進めています。外国人向けのウェブサイトの運営や、パンフレットの多言語化、Wi-Fi整備などへの支援、高知新港への大型客船の誘致や東南アジアを中心とする有力地域へのプロモーション強化など、様々なインバウンド対応の取り組みを展開しており、これらを通じた外国人延べ宿泊者数は2013年(平成25年)24,820人泊から2017年(平成29年)は79,630人泊(速報値)と5年間で約3倍に伸びています。

このように、高知県では国の様々な動きや政策と連動させた取り組みを展開し、国内外からの誘客を図っています。

## 2 津野町における観光の現状と課題(内部環境)

### (1) 津野町の地域特性に関する現状

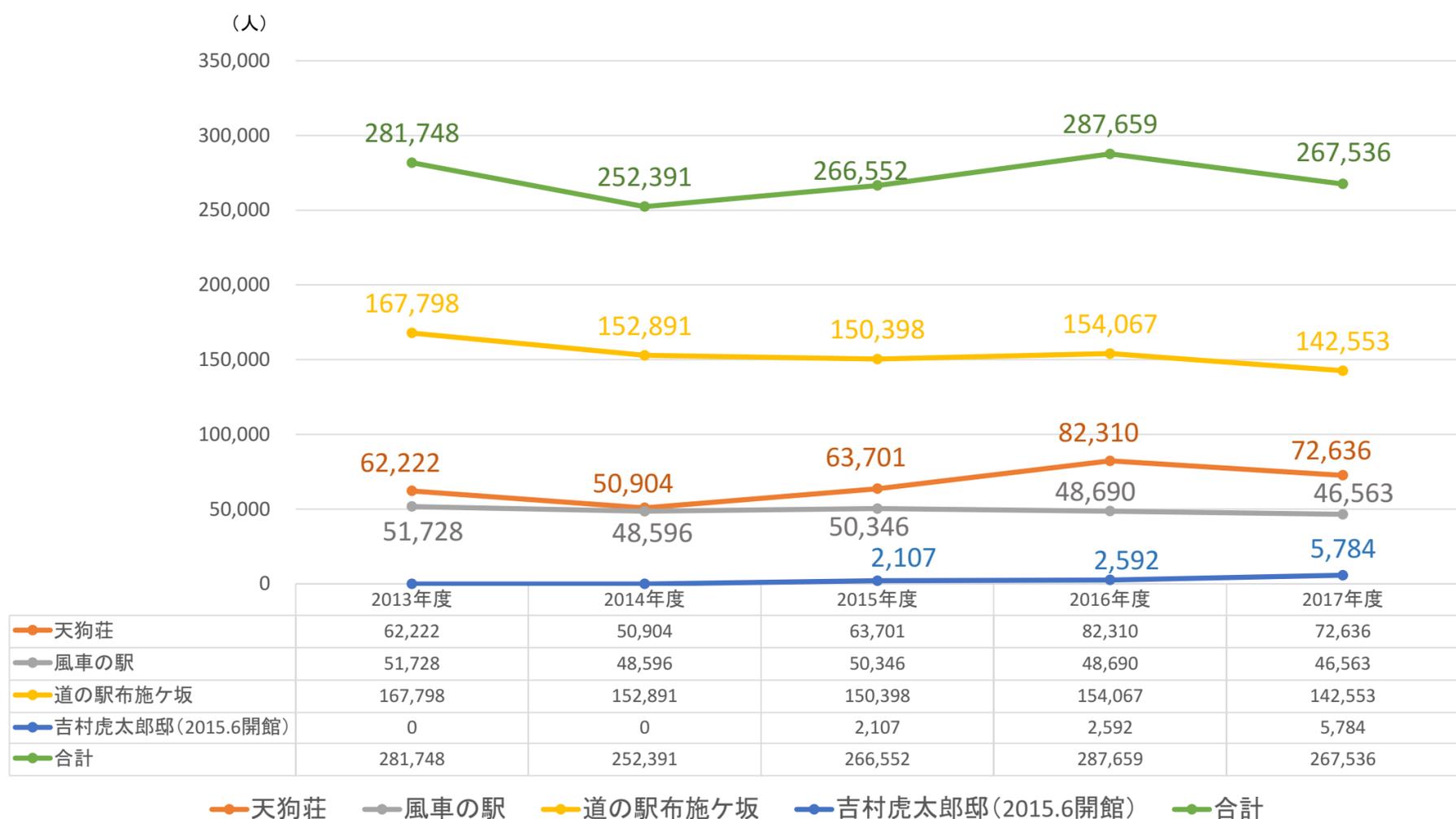
津野町は、高知県の中西部に位置し、東は須崎市、北は佐川町、越知町、仁淀川町及び愛媛県境、西は梶原町、南は四万十町及び中土佐町に接しており、東西28.1km、南北15.4km、面積は197.85km<sup>2</sup>で、四国山地に抱えられた地域は急峻で、約90%を山林が占める山間の町です。東部を清流新莊川が東に、中央部を清流四万十川の本流が南に、西部を北川川が南西方向に流れ、どの地域も川沿いに集落が点在しています。比較的温暖な気候ですが、西部山間部地域では、冬季に60cmほどの積雪があります。北山の尾根には20基の風力発電の風車が連なり、石鎚山や太平洋、室戸岬まで見渡せます。また、愛媛県との県境にある日本三大カルストのひとつ「四国カルスト・天狗高原」は、四季折々に自然の美しさを感じることができます。歴史文化では、1,100年以上継承されてきた津野山古式神楽をはじめ、花取踊りなど伝統文化が息づき、室町時代の高僧で、五山文学の双璧として活躍した、義堂周信、絶海中津や、幕末の志士吉村虎太郎、明治の政財界で手腕を発揮した片岡直輝、直温兄弟など多くの偉人を輩出しています。

産業構成は、第1次産業21%、第2次産業が27%、第3次産業52%となっており、農業では、主にハウス等の施設園芸及び露地により、ミョウガ、ショウガ、シシトウ、ナス等の野菜や花卉、里山の斜面を利用して茶を栽培しています。林業では、約10,000haを占める人工林(スギ、ヒノキ)の間伐・保育等による素材の生産活動を主として行っています。また、6次産業化に取り組み、2012年(平成24年)に特産品である茶に付加価値をつけ、ほうじ茶を使った「満天の星大福」が誕生し、農家の生産野菜を集出荷して高知市内の直販所で販売する既存直販システムに加え、地産外商戦略として、高知市内にアンテナショップをオープンしました。このように、生産農家の所得向上、加工生産・販売における雇用創出に取り組んでいます。

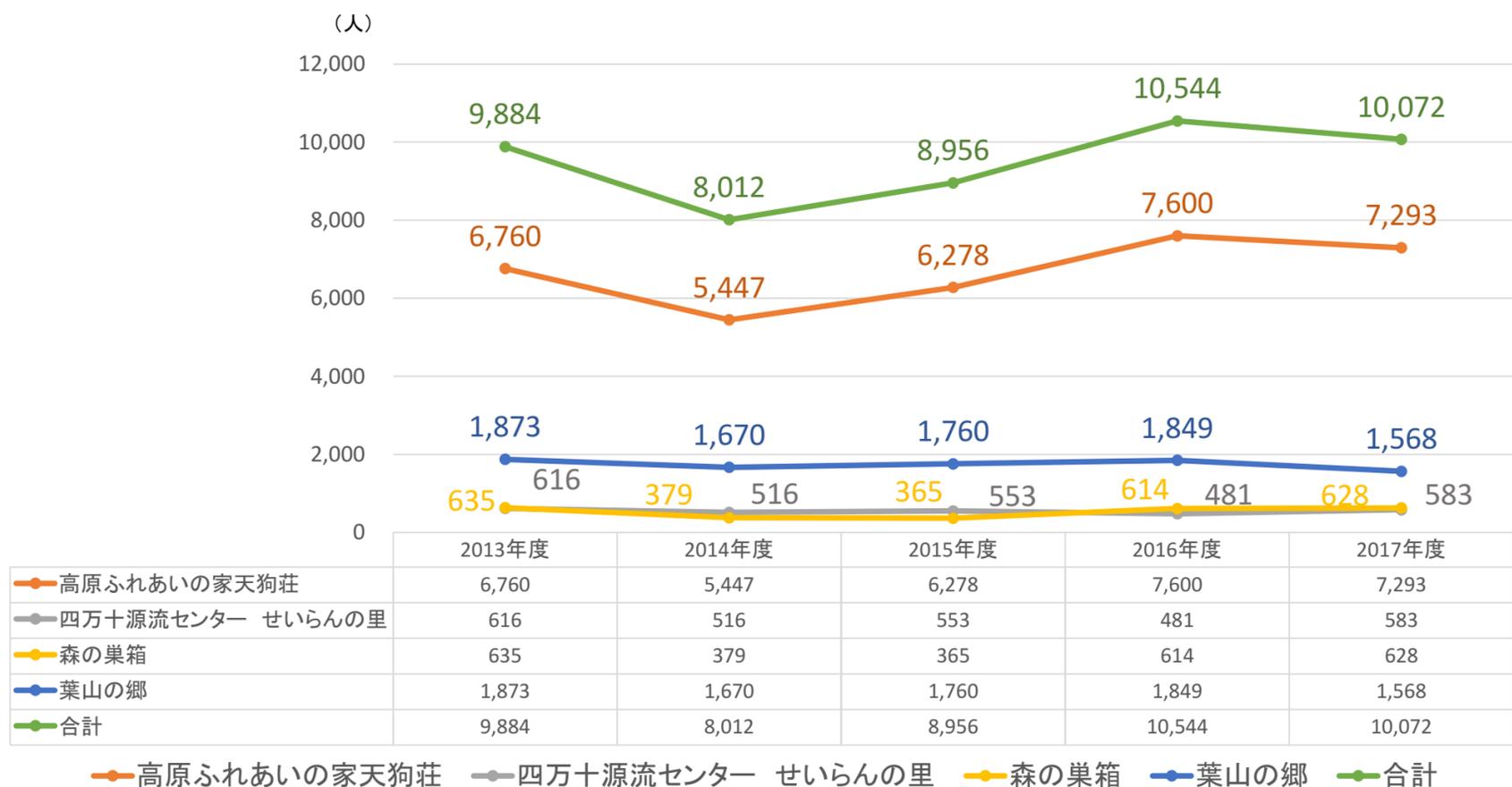
自然資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 四国カルスト・天狗高原</li> <li>● 四万十川源流点</li> <li>● 新莊川流域</li> <li>● 北川川流域</li> <li>● 長沢の滝</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 不入溪谷</li> <li>● 鶴松森</li> <li>● 風の里公園</li> <li>● かわうそ自然公園</li> <li>● 森林セラピーロード</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大引割・小引割</li> <li>● アケボノツツジ</li> <li>● 満天の星空</li> <li>● 稲葉洞</li> </ul>
歴史・文化的資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 片岡直輝・直温</li> <li>● 吉村虎太郎</li> <li>● 義堂周信、絶海中津</li> <li>● 龍馬脱藩の道</li> <li>● 姫野々城跡</li> <li>● 高野の舞台</li> <li>● 三嶋神社 ほか神社・史跡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 津野山古式神楽</li> <li>● 花取踊り</li> <li>● 御伊勢踊り</li> <li>● 江島踊り</li> <li>● 農村歌舞伎</li> <li>● 大わらじ</li> <li>● 茶堂</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 早瀬の一本橋</li> <li>● 片岡直輝・直温生家</li> <li>● 吉村虎太郎邸</li> <li>● 津野町郷土資料館</li> <li>● カルスト学習館</li> <li>● 四万十川流域の重要文化的景観</li> <li>● 貝ノ川の棚田 ほか</li> </ul>
産業に関する資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 道の駅布施ヶ坂</li> <li>● 風車の駅</li> <li>● 満天の星</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 茶畑</li> <li>● 風車(風力発電)</li> </ul>	
特産品・郷土料理	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 満天の星大福</li> <li>● 津野山茶</li> <li>● 津野山ビール</li> <li>● 鮎・アメゴ</li> <li>● ししカツみそラーメン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 皿鉢料理</li> <li>● 土佐ジロー卵</li> <li>● 田舎寿司</li> <li>● 津野山はいからうどん</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ツガニ汁</li> <li>● 津野山チーズ豆腐</li> <li>● スーパー焼鳥</li> <li>● ジャージーソフト</li> </ul>

## (2) 津野町の観光統計データから見る観光の現状と課題

### 津野町の主要観光地入込客数の推移



### 津野町の宿泊客数の推移



2013年度から2015年度(平成25年度から平成27年度)の3年間は頭打ち状態でしたが、2016年度(平成28年度)は、奥四万十博の大型イベントの効果もあり、宿泊者数・主要観光施設の入込客数、いずれも伸びています。2017年度(平成29年度)も全体的に微減傾向ではあるものの、一定数の入込客数、宿泊者数を保っています。

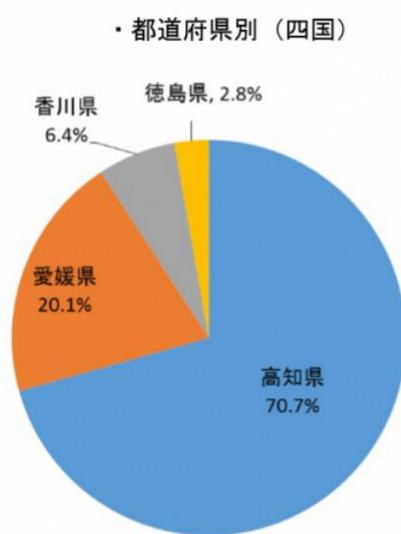
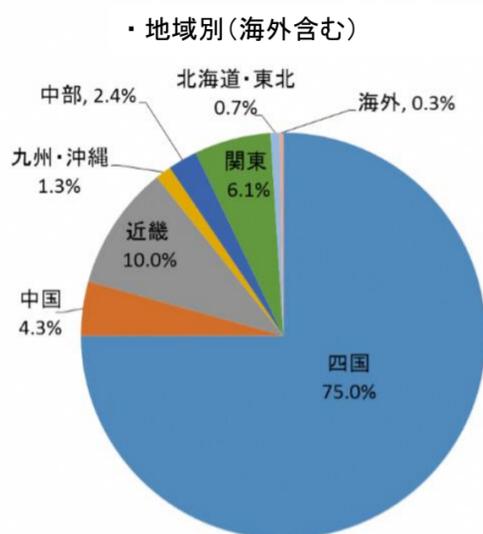
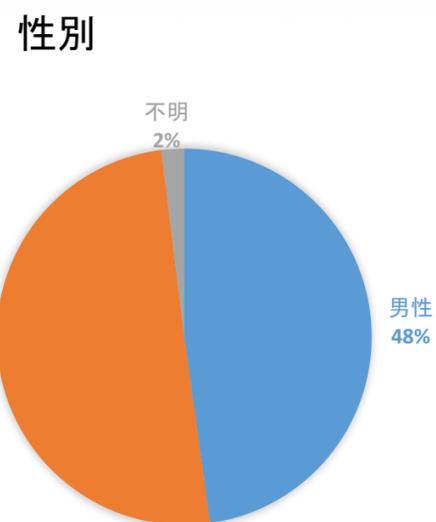
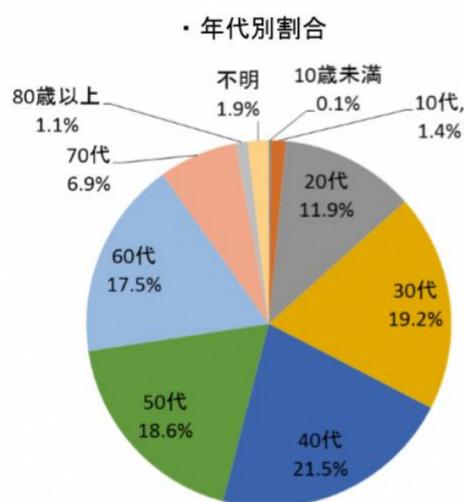
### (3)津野町の観光に対する来訪者の実態調査から見る現状と課題

#### ①「奥四万十地域への来訪者実態調査」から把握できる現状と課題

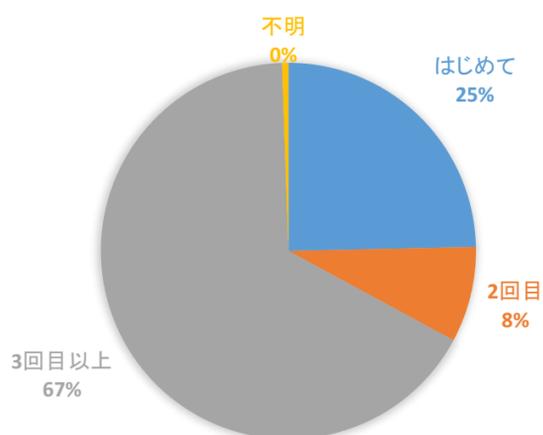
- 調査方法: 調査員による対面聞き取り方式 1グループにつき1名(1回答) 3,440名を対象に実施
- 調査対象: 奥四万十地域内5市町の住民を除くすべての来訪客
- 調査地点: 定点調査: 奥四万十地域内の観光施設・宿泊施設・商業施設計42カ所  
イベント : 奥四万十地域内で開催されたイベント計15イベント
- 調査時期: 定点調査: 平成28年7月～12月(各地点月2回ずつ)  
イベント : イベント実施時

取得数

月別	定点		イベント	総計
	施設	宿泊		
7月	365	71	3	439
8月	428	76	101	605
9月	216	101	309	626
10月	449	135	79	663
11月	470	109	88	667
12月	378	62		440
<b>総数</b>	<b>2,306</b>	<b>554</b>	<b>580</b>	<b>3,440</b>



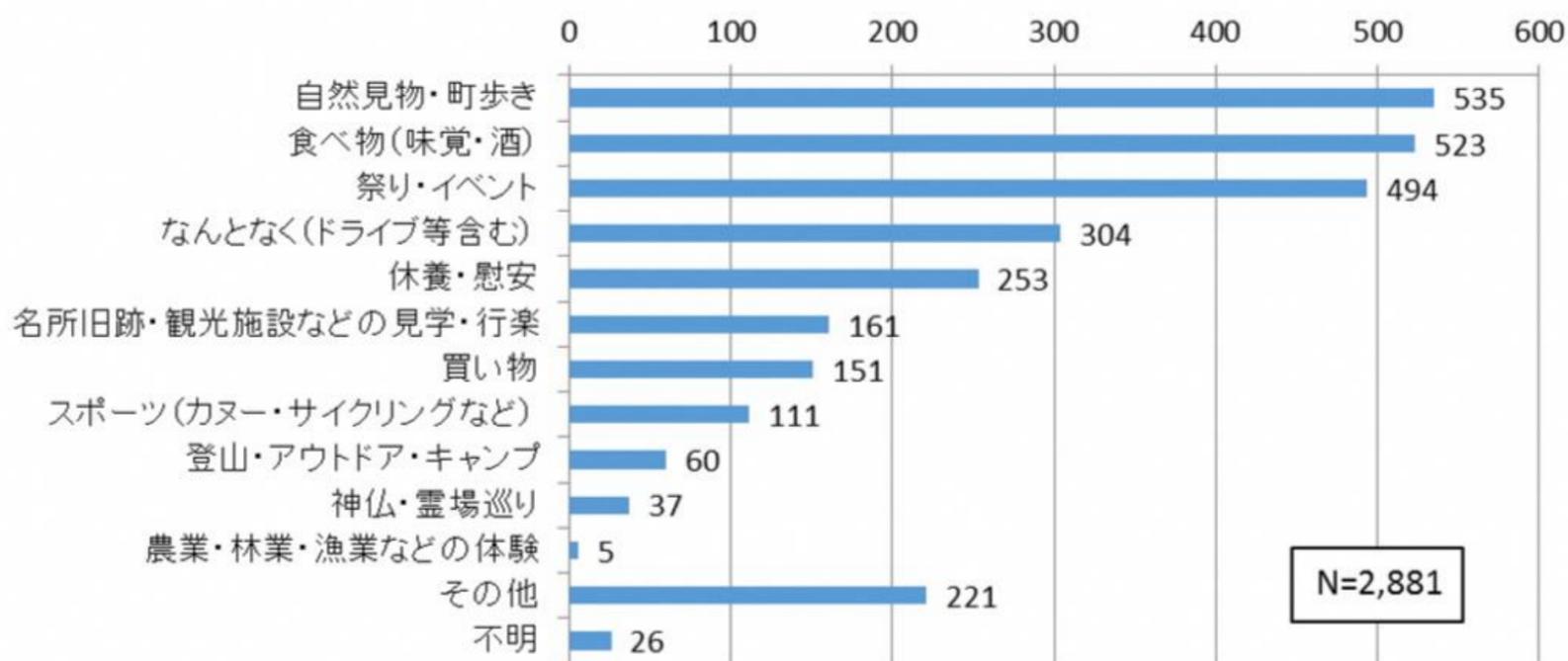
## 奥四万十地域への来訪経験度



来訪経験度については、3回目以上が67%を占めています。これは来訪者の半数以上が高知県からの観光客であることが要因と考えられます。

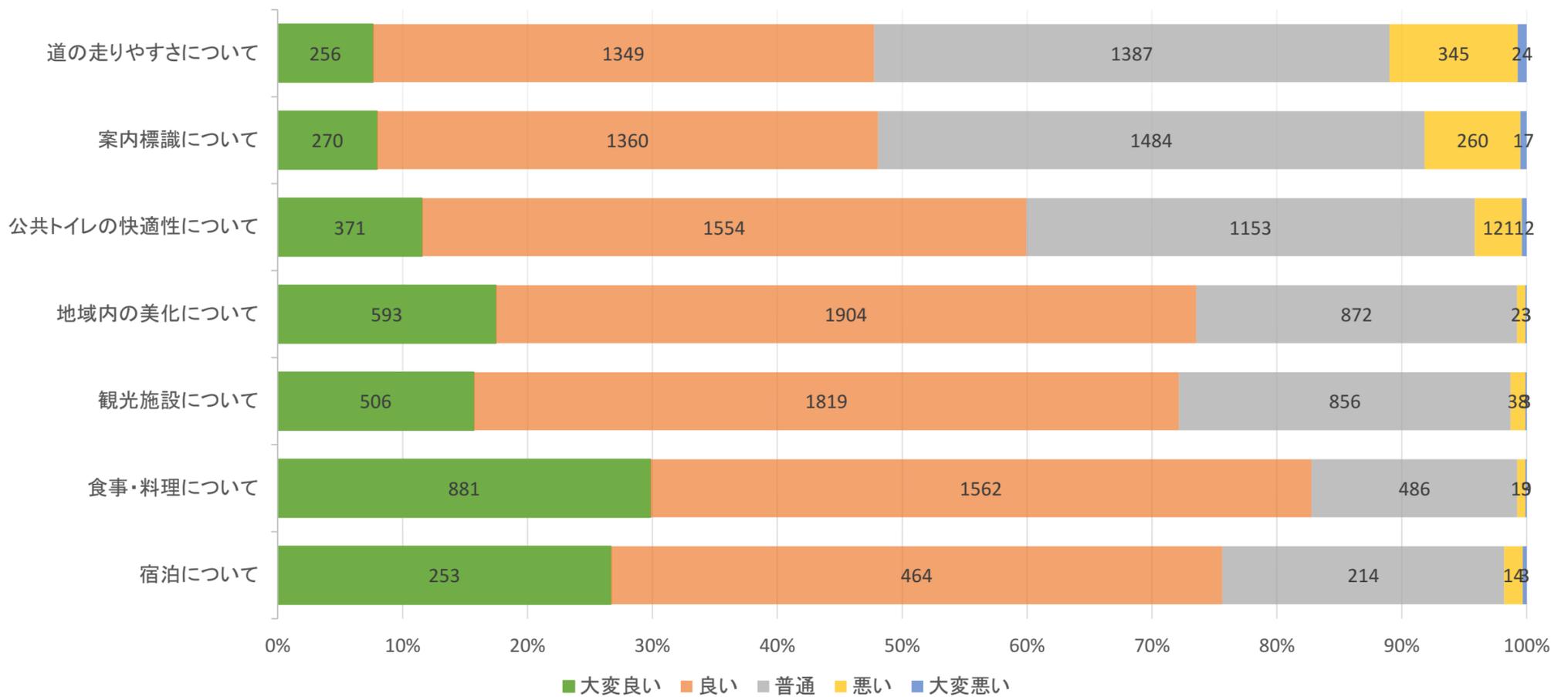
## 奥四万十地域への旅行の主な目的

### ・訪問目的：「観光」 今回の旅行の主な目的

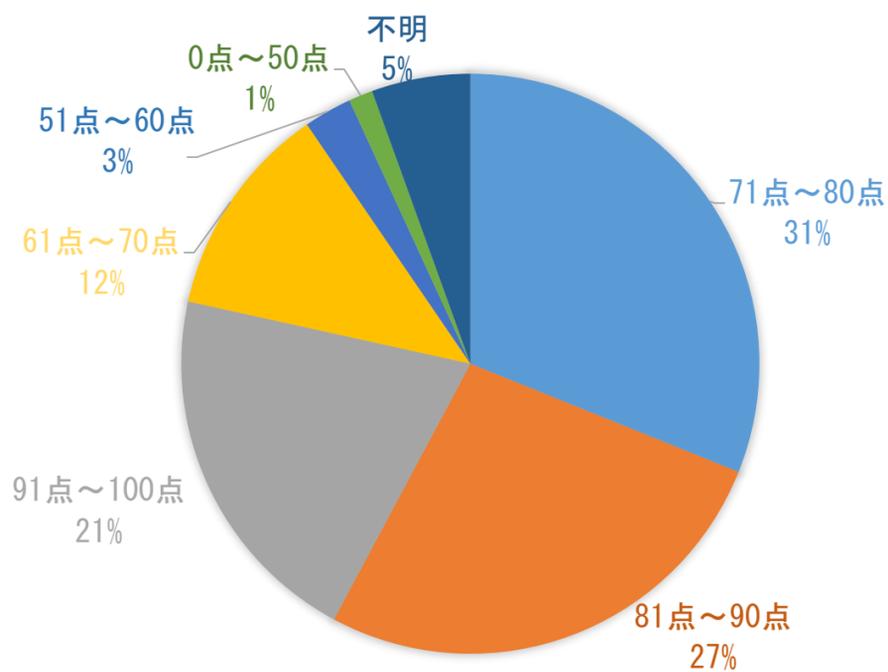


旅行の主な目的としては、自然関連や地元ならではの食べ物、祭り・イベントが上位を占めています。

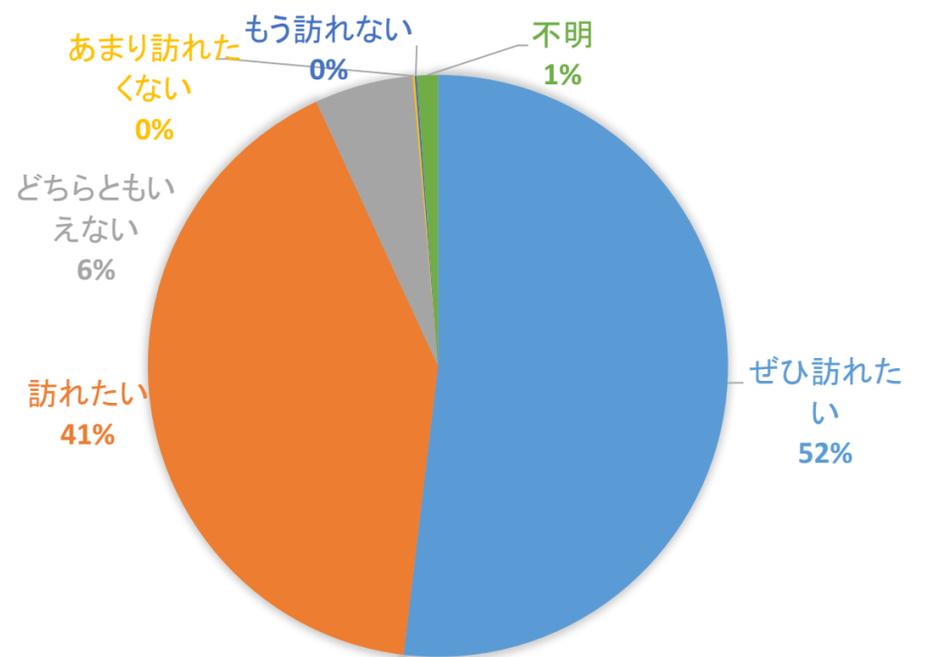
## 奥四万十地域の満足度



### 100点満点で何点か



### 再訪意欲



満足度の、「宿泊」「食事・料理」に対する評価は、「大変良い」「良い」を合わせて、それぞれ76%、82%となっており、比較的満足度は高いと考えられます。それに対して、「案内標識」、「道路の走行しやすさ」は、「大変良い」「良い」を合わせて、それぞれ48%、46%と5割を下回っており、満足度が低いと言えます。総合評価(点数)では71点以上が78%となっています。再訪意欲については「是非訪れたい」「訪れたい」を合わせて93%と高い評価となっています。一度来ていただければリピーター化につながる可能性が高いため、多くの観光客に広く知ってもらう広報活動が重要です。

## 奥四万十地域の観光地の認知度

・奥四万十地域内観光地の認知度：男女別

	男性	女性	不明	総計
四国カルスト	82.0%	82.9%	85.1%	82.5%
大正町市場	62.2%	69.2%	70.1%	65.7%
ホビー館・かっぱ館	60.1%	63.9%	65.7%	62.0%
四万十源流点	51.9%	48.5%	40.3%	50.1%
龍馬脱藩の道	49.6%	48.8%	49.3%	49.2%
中上流域の沈下橋(一斗俵、三島)	44.7%	42.2%	28.4%	43.2%
興津海岸	34.1%	37.5%	35.8%	35.8%
横浪三里	33.5%	33.9%	32.8%	33.7%
千枚田	30.6%	30.5%	17.9%	30.3%
セラピーロード	24.3%	30.8%	28.4%	27.5%
吉村虎太郎邸	24.7%	21.4%	20.9%	23.1%
鳴無神社	18.9%	21.3%	14.9%	20.0%
その他	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%
総計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

・奥四万十地域内観光地の認知度：年代別（男性）

	セラピーロード	ホビー館・かっぱ館	横浪三里	吉村虎太郎邸	興津海岸	四国カルスト	四万十源流点	千枚田	大正町市場	中上流域の沈下橋(一斗俵、三島)	鳴無神社	龍馬脱藩の道
10歳未満	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
10代	12.5%	50.0%	12.5%	0.0%	12.5%	81.3%	25.0%	12.5%	43.8%	18.8%	6.3%	25.0%
20代	17.9%	59.9%	16.0%	14.6%	19.8%	84.0%	37.3%	16.5%	50.5%	39.6%	12.7%	35.4%
30代	26.2%	63.9%	19.8%	22.0%	30.4%	78.3%	47.0%	24.0%	57.2%	36.7%	17.3%	47.0%
40代	19.5%	65.3%	28.8%	18.1%	31.2%	78.1%	47.7%	22.7%	60.3%	38.9%	15.5%	43.7%
50代	28.2%	60.2%	42.2%	28.2%	36.6%	82.6%	55.8%	37.5%	68.9%	50.9%	21.5%	51.7%
60代	25.5%	55.6%	45.1%	33.0%	41.8%	86.9%	62.7%	39.9%	64.7%	51.3%	20.6%	61.4%
70代	30.6%	40.5%	57.0%	39.7%	47.9%	83.5%	61.2%	49.6%	72.7%	56.2%	29.8%	59.5%
80歳以上	25.0%	66.7%	75.0%	41.7%	75.0%	91.7%	83.3%	66.7%	100.0%	75.0%	50.0%	91.7%
男性総数	24.3%	60.1%	33.5%	24.7%	34.1%	82.0%	51.9%	30.6%	62.2%	44.7%	18.9%	49.6%

・奥四万十地域内観光地の認知度：年代別（女性）

	セラピーロード	ホビー館・かっぱ館	横浪三里	吉村虎太郎邸	興津海岸	四国カルスト	四万十源流点	千枚田	大正町市場	中上流域の沈下橋(一斗俵、三島)	鳴無神社	龍馬脱藩の道
10歳未満	50.0%	50.0%	0.0%	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%
10代	20.0%	63.3%	10.0%	13.3%	33.3%	73.3%	33.3%	13.3%	60.0%	20.0%	16.7%	20.0%
20代	27.2%	64.9%	16.8%	11.5%	22.5%	77.5%	34.6%	15.7%	62.8%	34.6%	21.5%	34.6%
30代	30.1%	69.9%	19.3%	17.0%	35.1%	80.1%	42.0%	22.0%	69.3%	37.2%	20.8%	43.8%
40代	28.2%	63.7%	29.1%	17.3%	34.9%	82.1%	44.7%	25.1%	65.1%	37.2%	18.2%	44.7%
50代	28.5%	64.4%	41.3%	20.3%	42.7%	86.5%	53.0%	35.2%	75.1%	45.2%	19.2%	53.0%
60代	39.2%	59.0%	53.8%	34.0%	45.1%	85.8%	59.7%	44.4%	69.4%	52.8%	24.3%	62.2%
70代	32.2%	55.7%	50.4%	33.9%	47.8%	87.8%	60.9%	47.8%	80.9%	53.9%	27.0%	61.7%
80歳以上	20.8%	45.8%	54.2%	20.8%	41.7%	87.5%	62.5%	45.8%	75.0%	58.3%	33.3%	54.2%
女性総数	30.8%	63.9%	33.9%	21.4%	37.5%	82.9%	48.5%	30.5%	69.2%	42.2%	21.3%	48.8%

・奥四万十地域内観光地の認知度：発地別

	セラピーロード	ホビー館・かっぱ館	横浪三里	吉村虎太郎邸	興津海岸	四国カルスト	四万十源流点	千枚田	大正町市場	中上流域の沈下橋(一斗俵、三島)	鳴無神社	龍馬脱藩の道
県内	38.0%	82.5%	50.7%	32.6%	56.4%	89.5%	57.7%	38.9%	84.2%	48.1%	31.4%	57.2%
県外	15.7%	39.0%	14.6%	12.3%	12.3%	74.8%	41.3%	20.6%	44.9%	37.8%	7.2%	40.1%
国外	10.0%	30.0%	0.0%	0.0%	30.0%	30.0%	60.0%	10.0%	30.0%	10.0%	0.0%	50.0%
総計	27.5%	62.0%	33.7%	23.1%	35.8%	82.5%	50.1%	30.3%	65.7%	43.2%	20.0%	49.2%
県内-県外	22.3	43.5	36.1	20.3	44.0	14.7	16.4	18.3	39.4	10.3	24.1	17.1
県内-国外	28.0	52.5	50.7	32.6	26.4	59.5	-2.3	28.9	54.2	38.1	31.4	7.2

- ・四国カルストの認知度は82.5%と奥四万十地域で一番高くなっています。全世代において幅広く高く、また男女ともに高くなっています。県内外いずれも高くなっていますが、海外は30.0%と低くなっています。
- ・四国カルストの認知度は高いものの、体験プログラムであるセラピーロードの認知率は27.5%と全世代平均して低くなっています。
- ・四万十川源流点の認知度は50.1%と高く、年代が上がるごとに認知度は高まっています。
- ・吉村虎太郎邸の認知度は23.1%と低いですが、60代以上では認知度がやや高まります。また県内の認知度は30%以上ですが、県外は12%と低くなっています。

## ②モニタツアー・施設利用者のアンケートから把握できる現状と課題

### モニターツアー実施概要

■ツアー名：高知県津野町の歴史と自然を大満喫 モニターツアー

■開催日：平成29年10月4日(水)～5日(木)

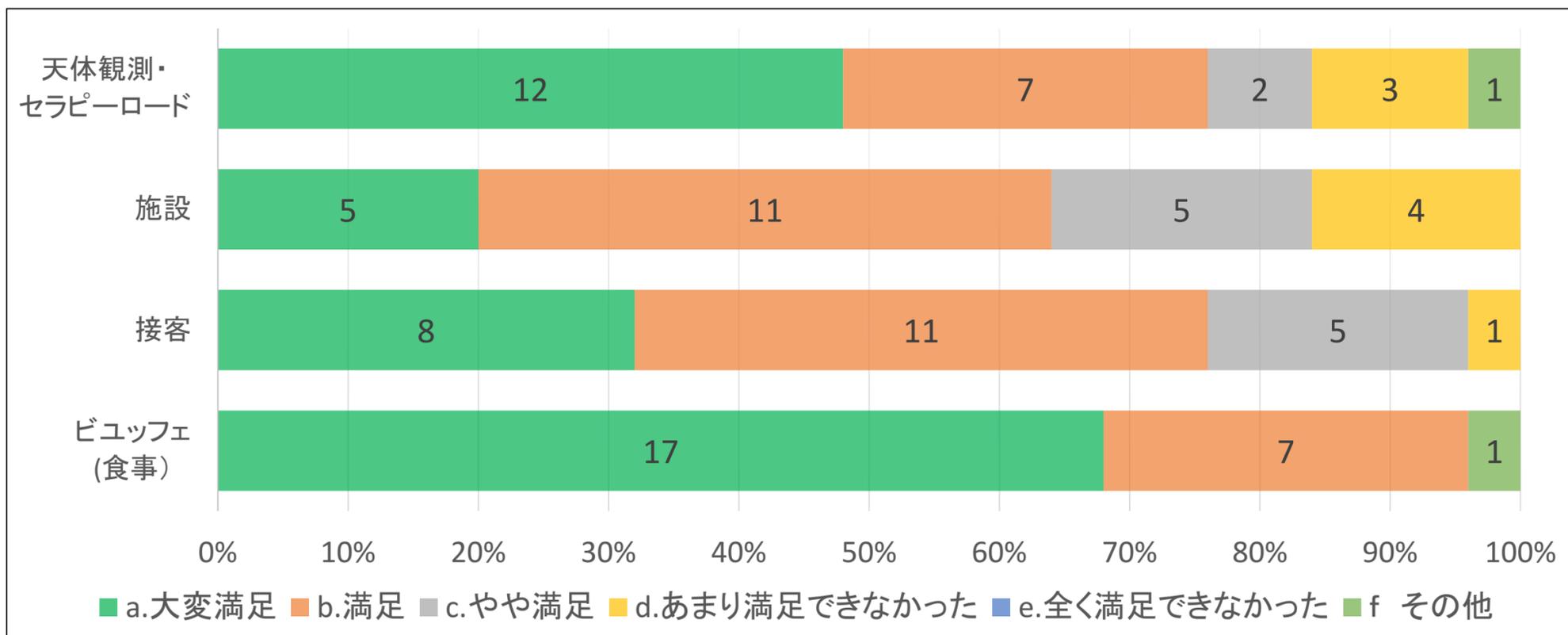
■参加者：参加人数：愛媛県松山市の50～70代の旅好きなシニア25名

■スケジュール

10/4 (水)	「しらいしの里 憩」ピザ焼き体験 ～ 酒蔵ホール・三嶋神社・津野町郷土資料館 散策 ～ 道の駅 布施ヶ坂 ～ 中平善之進・高野の廻り舞台 ～ 高原ふれあいの家 天狗荘 ～ ビュッフェ・ミニコンサート ～ 天体観測
10/5 (木)	セラピーロード散策 ～ 吉村虎太郎邸・早瀬の一本橋 散策/おいしいお茶の淹れ方 ～ 昼食(虎太郎邸 で田舎寿司弁当) ～ 満天の星

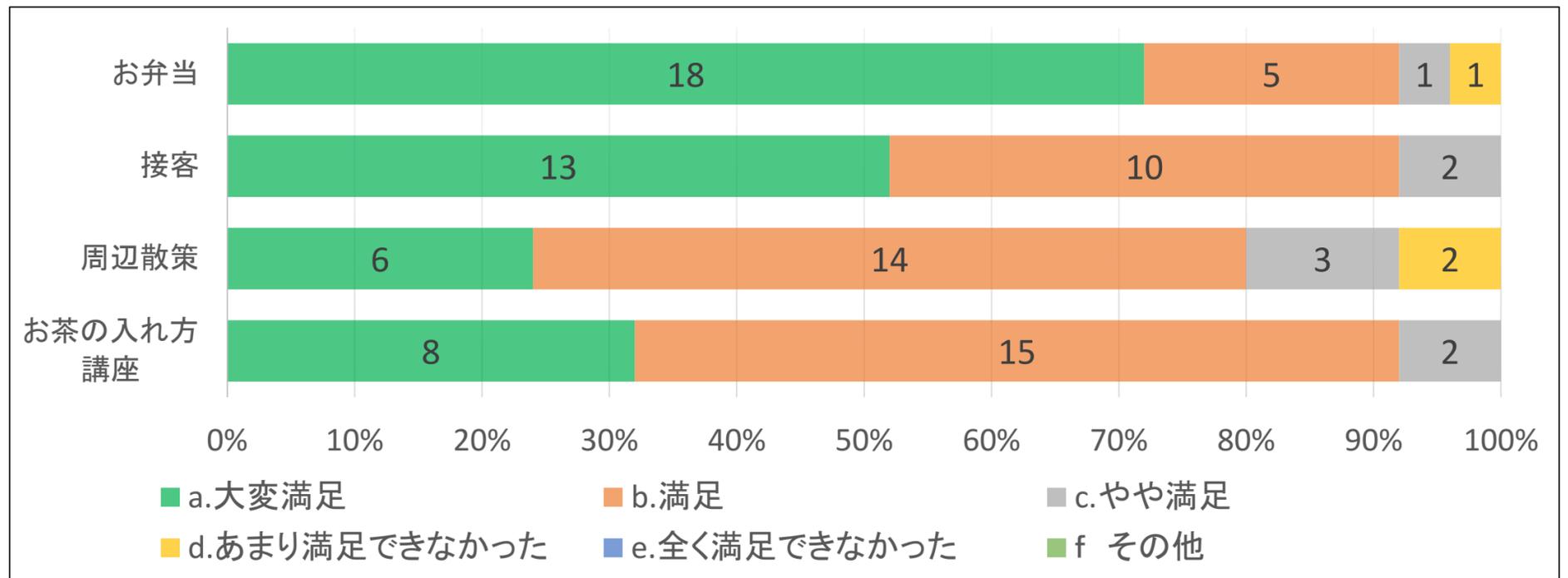
### ■個別満足度評価、感想

#### 1. 天狗高原(天狗荘)



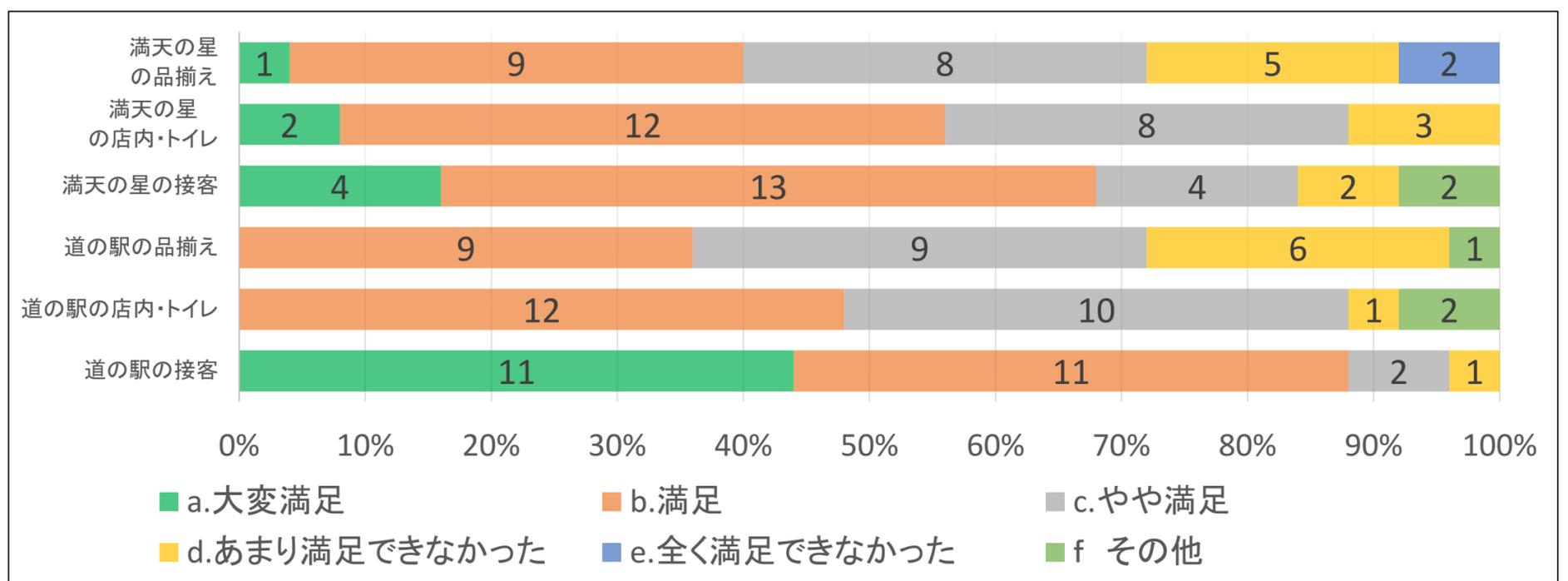
- ・天狗荘の接客については、「やや満足」を含めると満足度の割合は8割を超えています。
- ・天体観測に対する評価は、「説明が良い」など高評価が得られました。
- ・セラピーロード散策については、「大人数では散策時のガイドの声が聞き取りにくい」との意見がありました。
- ・天狗荘の施設については、「部屋が広くてゆったりできた」、「古さが感じられなかった」などの意見の他に、「部屋が寒かった」、「冷蔵庫がほしい」、「換気扇の音がうるさかった」などの意見がありました。
- ・接客については、「食事の時の気配りが良い」、「スタッフ対応が良い」との意見が多数得られました。
- ・食事は、ビュッフェ形式で提供しましたが、9割以上に満足いただけました。
- ・全体的に、星や景観、セラピーロードなど、天狗高原エリアの自然素材については好評であり、スタッフの接客応対も高評価でした。一方、施設・設備に対する改善意見も挙がっています。

## 2. 吉村虎太郎邸



- ・吉村虎太郎邸での接客は、全体に高い評価を得ています。
- ・周辺散策は、早瀬の一本橋は好評を得られましたが、一方で「他に見るものがない」との意見がありました。
- ・お茶の入れ方講座は、「体験として新鮮でありよかった」との意見が多数得られました。

## 3. 道の駅布施ヶ坂、(株)満天の星(船戸加工所)

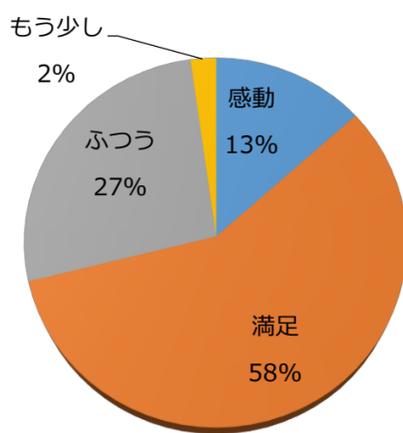


- ・旅行者が立ち寄る両施設とも品揃えでは7割を超える満足度が得られましたが、道の駅布施ヶ坂では、「津野町の特色が感じられない」との意見がありました。
- ・両施設とも、接客は8割を超える満足度が得られました。
- ・満天の星は、店舗が小さく、「ツアー客には不向きだ」との意見がありました。

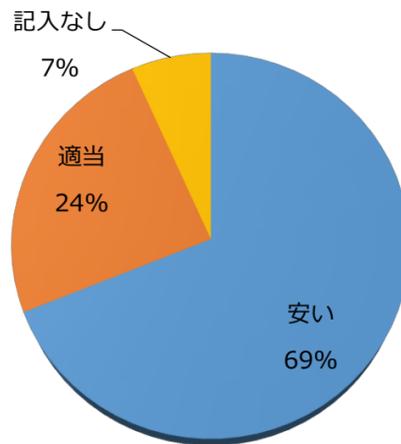
## 施設利用者アンケート実施概要

- 利用施設: せいらんの里
- 期間: 平成29年4月～10月
- 件数: 45件

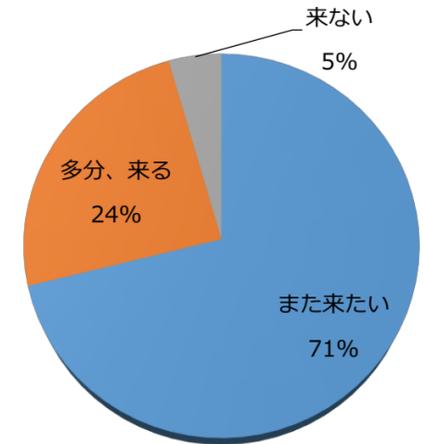
### ①古い施設ですが、清潔感がありましたか



### ②価格はどうか



### ③また、来店いただけますか



施設の清潔感は約7割の人が満足し、価格は7割の人が安いと感じている。

約7割のお客様が、「また来たい」と答えている。

### ④改善したらよいと思ったこと

#### ■トイレ・お風呂■

- ・トイレの壁のサビや古さが気になった。
- ・男子トイレに洋式があるとラク。
- ・1階に小使用の男子トイレが欲しい。
- ・男湯のシャワーが使えなかった。
- ・カラン、シャワーのお湯の出が悪く、使いにくかった。

#### ■館内・個室■

- ・施設がちょっとカビ臭い。
- ・戸の開け閉めや隣室の音が聞こえ、うるさかった。
- ・ベッドが二つ離れていて、使いづらかった。
- ・蚊などの虫が気になった。

### ⑤気づいたこと

- ・星空がキレイでした。
- ・鍾乳洞が楽しかった。
- ・ビュッフェが大満足でした。
- ・野菜が多くてとてもおいしかった。
- ・ご飯が美味しくておかわりした。
- ・かまどの薪入れをさせてもらい、子どもたちも喜んでいました。
- ・お茶がとてもおいしかった。
- ・静かで溪流の音を聞きながら、ゆっくりできた。

## (4) 観光事業者や有識者へのヒアリング・アンケート調査

「津野町観光振興に向けた事業者アンケート」 平成30年5月実施

調査対象者：津野町内旅館・ホテル、飲食店、道の駅、観光案内等 30者 回答数：14者

### 1. 回答者について

年齢： ~20代 1人 ~30代 1人 ~40代 6人 ~50代 2人 ~60代 4人 70代~ 0人

性別： 男性 7人 女性 7人 計14人

職業： 旅館・ホテル関係 4人 飲食店関係 4人 道の駅等、観光案内所関係 5人 その他 1人

### 2. 津野町はこれまで力を入れてきたと思うか。

①少しは力を入れてきた 6人 ②とても力を入れてきた 3人 ③あまり力を入れていない 2人

④どちらでもない 1人 ⑤全く力を入れていない 1人 (6)無回答 1人

※4割が「少しは力を入れてきた」、2割は「とても力を入れてきた」と回答。一方、「あまり力を入れていない」「全く力を入れていない」は合わせて2割の回答。

### 3. 津野町は、今後観光に力を入れていくべきと思うか。

①とても入れていくべき 12人 ②少しは入れていくべき 2人 ③これまでどおりで良い 0人

④あまり力を入れなくて良い 0人 ⑤全く力を入れなくて良い 0人

※9割が「とても力を入れていくべき」と回答、これまでどおり、力を入れなくても良いとの回答は無い。

### 4. 津野町観光に対して感じて（受け取って）いること（複数回答）

①観光の波及効果によって、地域全体の産業活性化につながることを期待している 9人

②若い人が活躍するビジネスチャンスが広がることを期待している 9人

③観光客の消費によって、飲食業や宿泊業が直接潤うことを期待している 6人

④地元の農産物、特産品づくりの拡大につながることを期待している 4人

⑤地域のにぎわい、活気が生まれることを期待している 4人

⑥地域の歴史文化資源の保存・継承につながることを期待している 2人

⑦津野町のイメージアップにつながることを期待している 2人

⑧まちの基盤整備が進み、住民が住みやすいまちにつながることを期待している 1人

⑨その他 1人

⑩ボランティアガイドなど高齢者の活躍の場が広がることを期待している 0人

⑪特に何も感じていない

※9割が、観光の波及効果による産業活性化、若い人のビジネスチャンスの拡大を期待。次いで、観光客の消費によって、飲食・宿泊業が直接潤うこと、農産物、特産品づくりの拡大、地域の賑わい、活気を期待。

### 5. 津野町は観光客にとって魅力や強みのあるまちだと思うか。

①とても魅力・強みがある 9人 ②少しは魅力・強みがある 4人 ③どちらでもない 1人

④あまり魅力・強みはない 0人 ⑤魅力・強みはまったくない 0人

※ほぼ全員が、津野町観光は魅力・強みがあると回答。

### 6. 津野町の観光振興には何が大切だと思うか。（複数回答）

①山、川など、自然を活かした野外レクリエーションの魅力づくり 5人 ②津野町といえば〇〇といった、ブランド力 5人

③周辺の市町や高知県全体との観光連携、交流の推進 5人 ④観光案内所や観光ガイド、観光推進組織の強化 4人

⑤「誰に来てもらいたいか」といったターゲット設定とそこへの情報発信 4人

⑥茶摘みや農林業などと連携した、ここでしかできない体験プログラムづくり 3人

⑦観光客の属性調査（出発地、旅行人数、目的など） 2人 ⑧天狗高原、四万十川源流点以外の新たな魅力づくり 2人

⑨観光案内や地域起こしに取り組む民間団体、地域団体への支援 2人

⑩旅行会社や交通機関と連携した観光ルートづくり 1人 ⑪土産物、飲食の充実 1人

⑫業種・業界を超えた民間主体の観光振興活動の具体的推進 1人

⑬神楽や花取り踊りなど伝統芸能と連携した誘客 0人 ⑭集客力のあるイベントの開催 0人

⑮外国人観光客の誘致 0人 ⑯ホームページ、雑誌、テレビなどでの情報発信 0人

⑰観光施設やイベント時の駐車場対策 0人 ⑱教育旅行（小中学校、高校、大学）の誘致、強化 0人

⑲観光客の少ない梅雨や冬など、オフシーズンの誘客対策 0人

※主な意見として、自然を活かした野外レクリエーションの魅力づくり、津野町独自のブランド力、周辺市町村との連携・交流、観光案内所、観光ガイド、観光推進組織の強化、ターゲット設定と情報発信など。

## (5) 津野町民に向けたアンケート調査

津野町観光振興計画の策定に際して、町民ニーズを把握するため「津野町の観光に関するアンケート」を行いました。その概要を以下に整理します。

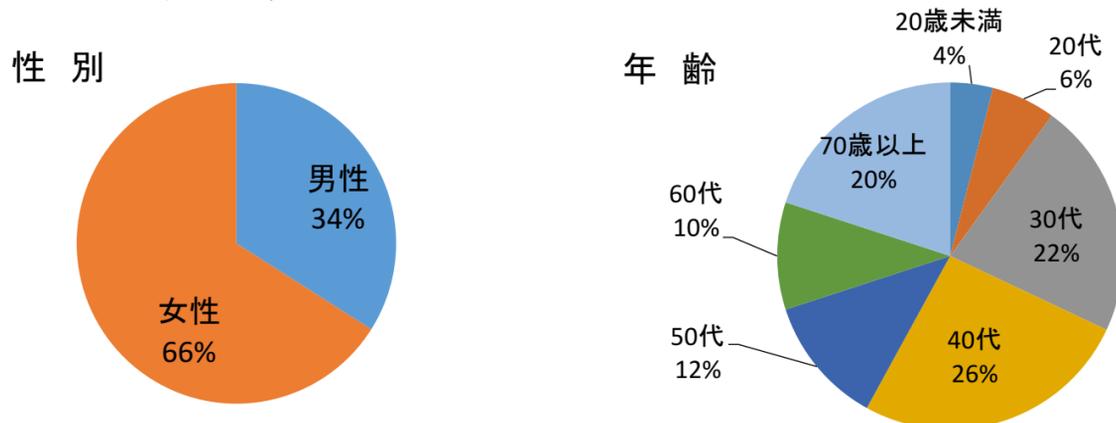
### (1) 調査対象

町内在住の男女 50人

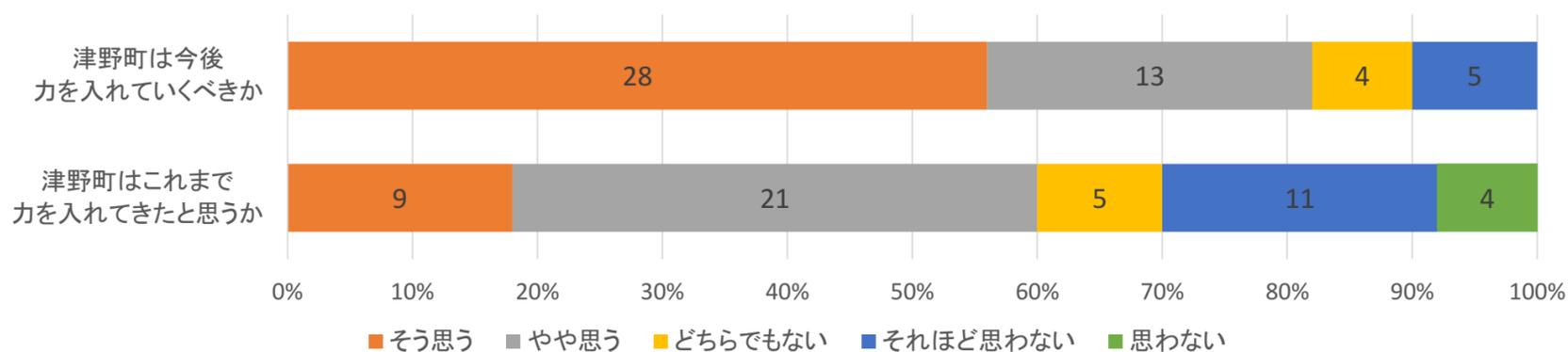
### (2) 調査期間

平成30年5月1日～平成30年5月15日

### (3) 回答者性別・年齢区分

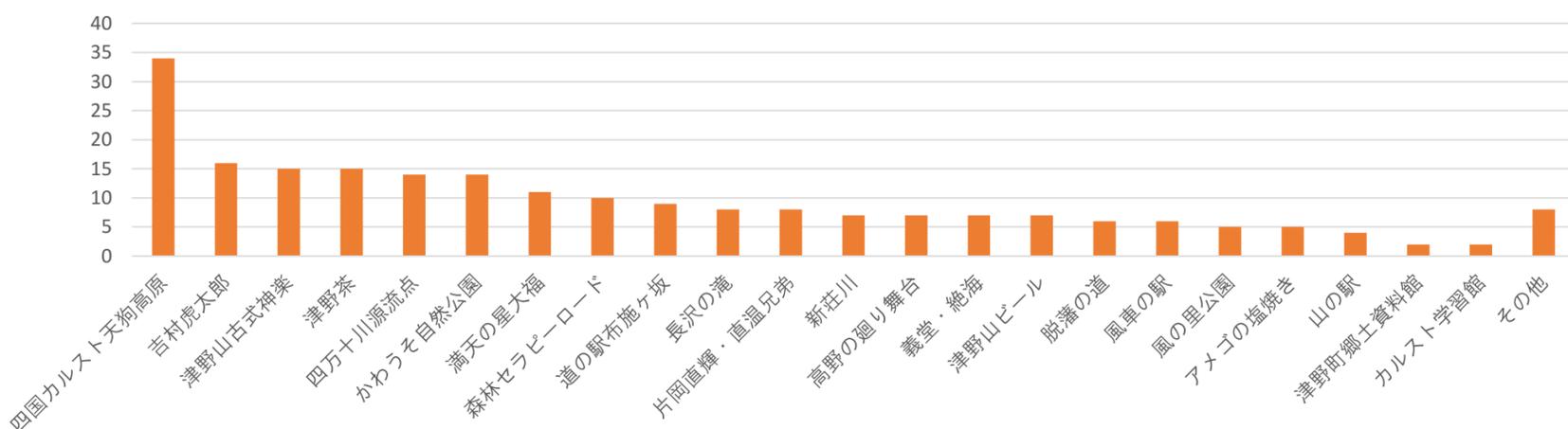


問. 津野町はこれまで観光に力を入れてきたと思いますか。  
また、今後、観光に力を入れていくべきだと思いますか。(1つ選択)



これまでの観光の取り組みに対し、6割が「力を入れてきたと思う」と評価していますが、今後は、更に「力を入れていくべきと思う」との回答が8割を超えています。

問. 津野町の観光資源のうち、何によって観光客の増加を図るべきだと思いますか。(複数選択)



「四国カルスト天狗高原」が最も多く、「四万十川源流点」、「かわうそ自然公園」などの自然資源が上位を占めています。次いで、「吉村虎太郎」や「津野山古式神楽」といった歴史・文化的資源、特産品である「津野茶」も多くなっています。

## (6) 津野町の観光特性の分析（津野町の強み・弱み）

各種調査結果を踏まえ津野町の観光振興に関する問題点・課題を整理しました。

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> <li>○「四国カルスト・天狗高原」、「四万十川源流点」などに代表される「豊かな自然」</li> <li>○棚田や茶畑など里山的な景観の存在</li> <li>○花やホテルなど自然スポットが多い</li> <li>○様々な形で観光を支える人材や団体の存在</li> <li>○高知市内、松山市内と両県からのアクセスの良さ</li> <li>○豊かな自然の営みから生まれた「津野茶」、「アユ」など</li> <li>○片岡兄弟や吉村虎太郎、津野山古式神楽といった歴史・文化</li> <li>○町民のおもてなし意識の高さ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○魅力的な地域資源はたくさんあるが、観光商品化されていない</li> <li>○流行に敏感な女性旅行客を呼び込むコンテンツが少ない（体験プログラム、美食・スイーツ、カフェなど）</li> <li>○梅雨の時期、冬季に観光客が少ない</li> <li>○町内の観光地をつなぐ周遊ルートが少ない</li> <li>○地元ならではの食や土産品が少ない</li> <li>○旅行者に向けての情報発信力不足</li> <li>○二次交通の利便性が悪い</li> <li>○観光や地域づくりに積極的に参画する町民意識が希薄</li> <li>○観光まちづくりの推進において、町内をコーディネートする一元的組織がない</li> <li>○町内観光施設の人材不足</li> <li>○訪日外国人観光客の受入態勢が整備されていない（交通案内板やWEBサイトの多言語化、Wi-Fi環境の整備など）</li> </ul>
機会	脅威
<ul style="list-style-type: none"> <li>○2020年の「東京オリンピック・パラリンピック」で、訪日外国人の増加や経済効果が期待できる</li> <li>○旅行者ニーズの多様化（体験型・交流型）</li> <li>○訪日外国人観光客の増加（大型クルーズ寄港など）</li> <li>○ポスト幕末維新博（自然・体験型観光キャンペーン）の実施</li> <li>○天狗荘・源流点周辺の再開発の機会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○景気の低迷や人口減少等の要因により、国内観光客（観光消費額）は縮小傾向にある。</li> <li>○過疎化による労働力の減少</li> <li>○高知県内、四国圏内において、観光客誘客の競争が活発化している。</li> <li>○2019年に消費税のさらなる引き上げ</li> </ul>

### 【現状分析の総括】

これまでの現状分析で、津野町は、他に誇れる優れた自然資源や歴史資源がありながら、これらの素材を”観光産業”として活かすできていないことが明らかとなりました。

また、交通面や閑散期の対策、町民の観光意識の醸成など、これから対応すべき課題も浮き彫りとなりました。

これらの状況を踏まえ、弱みを克服するとともに、国内や県の観光動向の波にうまくのり、津野町の強みを最大限に活かした観光の産業化を図っていく必要があります。

# 第3章 津野町のこれからの観光振興計画

## 1 計画の基本理念とターゲット

### (1) 計画の基本理念

**世界に誇れる豊かな自然と歴史・文化を  
協働で守り、つくり、伝える  
「世界にひとつノまち」の実現**

津野町の自慢は、日本最後の清流「四万十川源流点」や、日本三大カルストのひとつ「四国カルスト・天狗高原」などの四国のみならず、日本、ひいては世界に誇れる豊かな自然です。また、維新の魁となった吉村虎太郎や、明治の政財界で活躍した片岡直輝・直温兄弟の生家など歴史的価値のある観光資源も有し、さらには、1,100年以上の歴史を持つ津野山古式神楽や花取踊りといった伝統芸能は、今も延々と受け継がれています。最近では、津野町の特産品であるお茶を生かしたイベントや商品の製造・販売、ご当地グルメの開発にも取り組んでいます。

その他、津野町には、来訪者に高い満足感を与える上質の癒しを生み出す地域資源がたくさん存在しており、それらの地域資源は、日本人だけではなく、訪日外国人観光客をも癒す力を有しています。今後の津野町の観光振興においては、先人が培ってきた豊富な資源や魅力を町民一人ひとりが認知し、それらを誇りに思い、さらには町民、事業者・地域づくり団体等と行政との協働による取り組みを通じて、最大限に守り、つくり、伝えていくことで、“再び訪れたいまち”「世界にひとつノまち」の実現を目指します。

## (2) 誘客ターゲットのイメージ

### ① 地域資源の特性を踏まえたターゲット

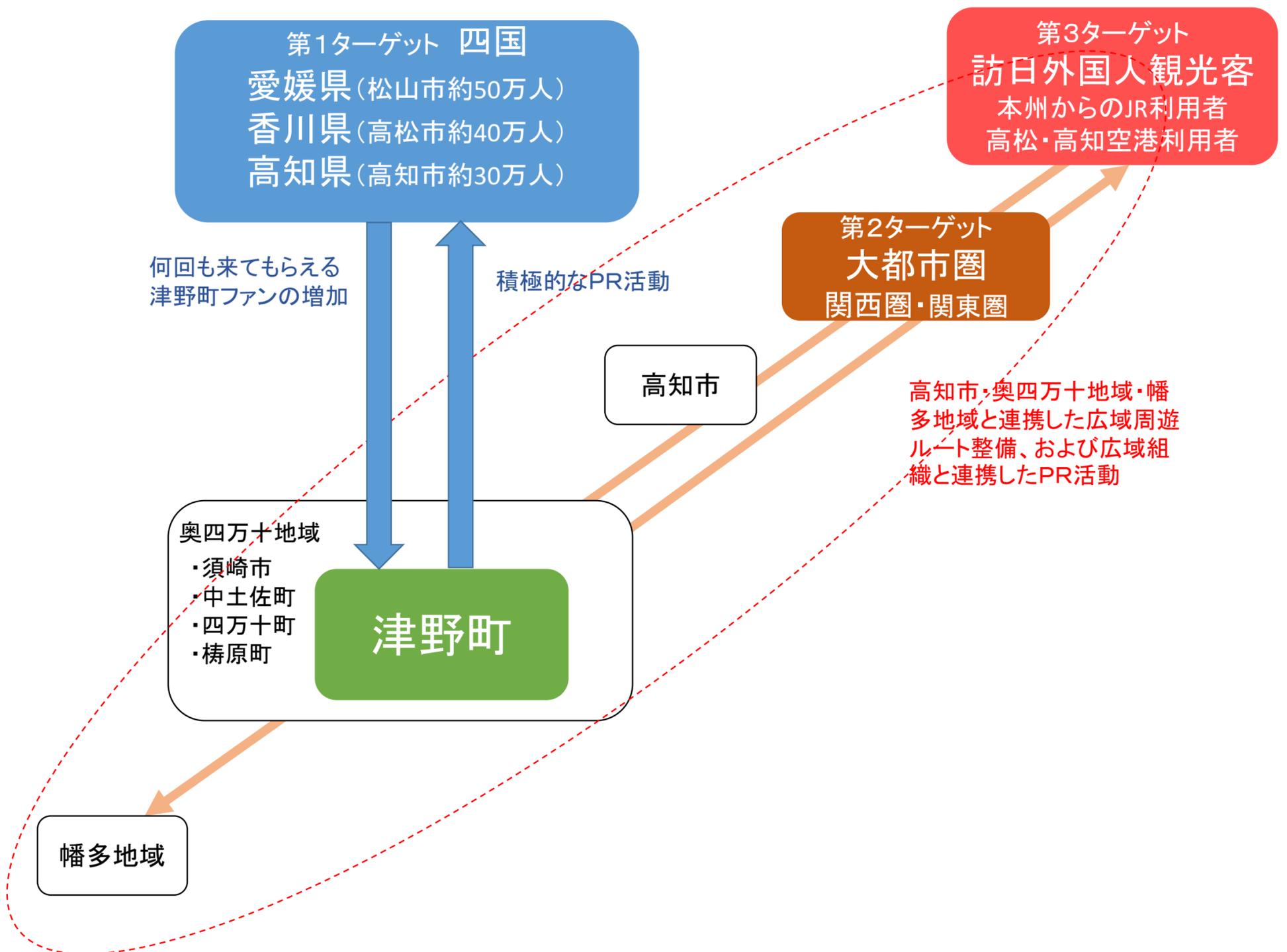
今後、本町の観光入込客数や交流人口を増加させ、観光を地域の活性化につなげていくためには、本町の観光資源の特徴や立地の特性を生かし、戦略的な取り組みを展開していくことが重要です。以下に、本町の地域資源のテーマごとに誘客可能なターゲットを整理します。

テーマ	ターゲット(イメージ)
自然資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「四国カルスト・天狗高原」や「四万十川源流点」をはじめとした豊かな自然を生かし、夏は体験プログラムを提供することでファミリー層や若者を主なターゲットに、秋は紅葉や旬の味覚、ウォーキングやハイキングをキーワードに、シニア層を主なターゲットとします。</li> <li>○6月の梅雨の時期や冬のオフシーズンは、新たなコンセプトを基に、季節に左右されない若者やカップル、女性グループの誘客を図ります。例えば、パワースポットのイメージを打ち出したり、幻想的なライトアップイベント、冬季限定星空イベントなど、本町の自然資源に新たなイメージを付加させていくことで、新たなマーケットを創出することができます。</li> <li>○雄大な自然の中で日本文化も感じられるコンテンツを盛り込むことで訪日外国人観光客もターゲットになります。</li> </ul>
歴史・文化的資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>○吉村虎太郎や龍馬脱藩の道は、全国の歴史愛好家に加え、ウォーキングやハイキングの要素もあるため、健康志向のシニア層もターゲットになります。</li> <li>○片岡直輝・直温生家は、大阪ガスや日本生命などの大企業を築き上げた片岡兄弟のルーツとして、関連企業の研修等の提案が可能となります。</li> <li>○津野山古式神楽は、国の重要無形民俗文化財に認定されており、1,100年以上の歴史を持ちます。神楽は我が国最古の芸能として、日本人のみならず訪日外国人観光客もターゲットになります。</li> </ul>
産業に関する資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>○第1次産業である農業は、食と農をテーマとしたグリーンツーリズム(収穫体験や、田舎料理づくり、農家民泊など)を通じた地域交流を展開することで、教育旅行や移住を考えているシニア層をターゲットにすることができます。</li> <li>○少子高齢化による担い手不足が進む農業や林業を身近に感じ、新しい農業のあり方、より良い農業社会を考えるスタディツアーとして、大学や専門学校もターゲットになります。</li> </ul>
特産品・郷土料理	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「食」は旅行を動機付けする重要な要素です。地元の食材を生かした郷土料理やスイーツなど、商品のバリエーションを増やすことで、幅広い層にアプローチが可能になります。特に口コミやSNSなど発信力のある女性向けの商品開発が重要なポイントになります。</li> <li>○津野町固有の食文化(津野茶・田舎寿司)は、日本人のみならず、訪日外国人観光客もターゲットになります。</li> </ul>

## ②立地・誘客市場から誘客すべきターゲット

本町は、奥四万十地域の動態調査にもあるように、最大のマーケットは四国です。車で気軽に訪問しやすい位置関係にあり、中でもマーケットの大きい松山市や高松市、高知市を第1のターゲットとして、商品づくりや誘客活動を推進していくことが、観光入込客数や宿泊客数の増加を図る効果的な手法と言えます。また、訪問しやすい近隣圏からの集客を取り込み、リピーターの創出を図ることが、“津野町ファン”の拡大につながります。第2のターゲットとして、国内最大のマーケットである首都圏や、関西圏と設定し、他市町との連携強化を進めながら、受入態勢の整備を行い、誘客力を着実に上げていきます。第3のターゲットは訪日外国人観光客と捉え、大都市圏同様、受入態勢を整え、奥四万十観光協議会や高知県観光コンベンション協会、四国ツーリズム創造機構といった広域観光誘客組織と連携したプロモーション活動に注力します。

### ターゲット概念図



### (3) 計画の指標と目標数値(KPI)

本計画を推進するにあたり、3つの目標数値(KPI)を設定します。

観光入込客数		
2017年度実績		2022年度目標
267,536人		300,000人

宿泊者数		
2017年度実績		2022年度目標
10,072人		12,000人

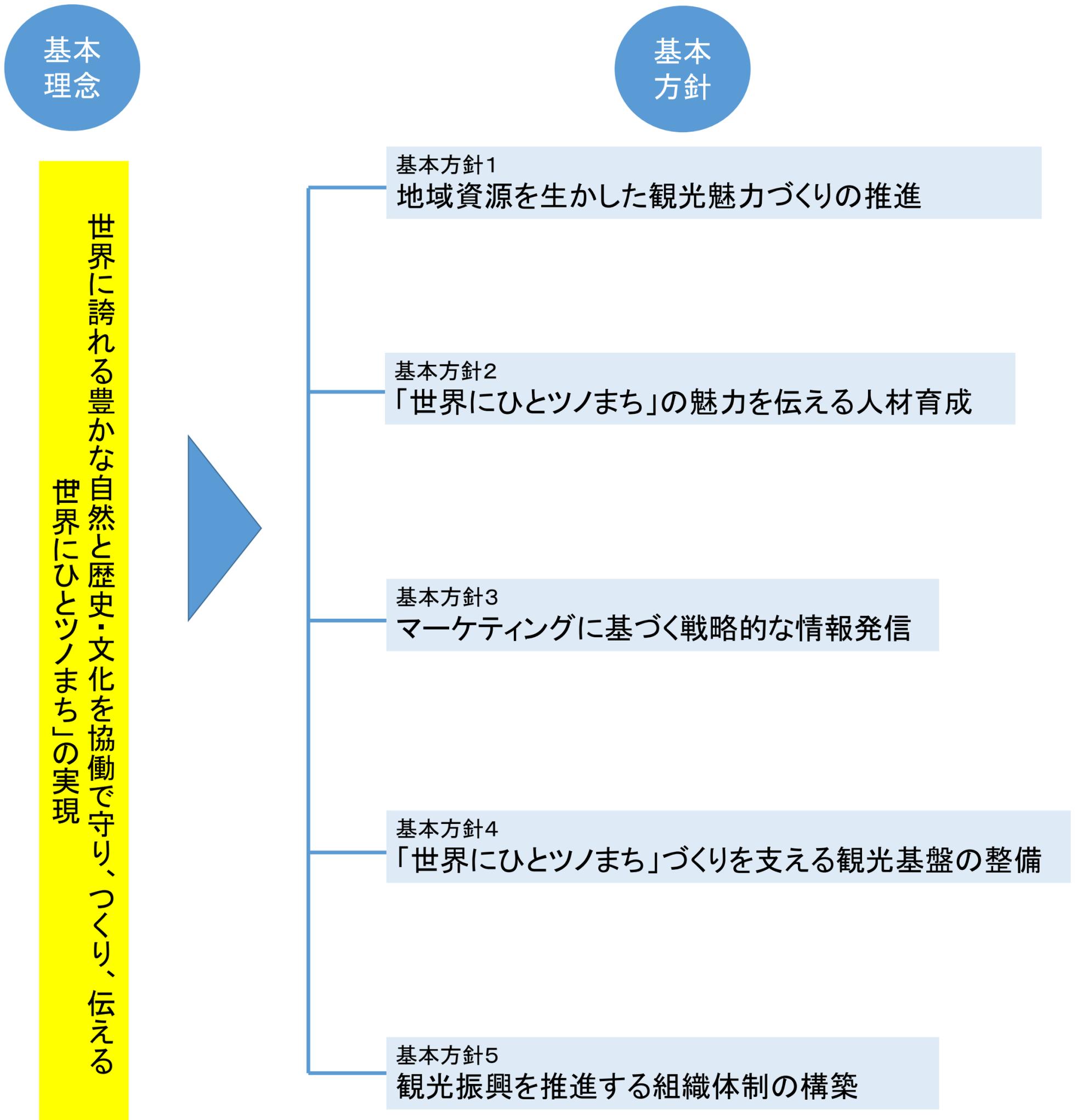
観光消費額		
2017年度実績		2022年度目標
180,618千円		200,000千円

※主要観光施設

- ・観光入込客数＝「天狗荘」「風車の駅」「道の駅布施ヶ坂」「吉村虎太郎邸」
- ・宿泊者数＝「天狗荘」「せいらんの里」「森の巣箱」「葉山の郷」
- ・観光消費額＝「天狗荘」「せいらんの里」「道の駅」「風車の駅」「満天の星 船戸加工所」

## 2 5つの基本方針と施策の展開

本計画の基本理念を実現し、本町の観光振興を図るため、今後5年間の方針として、5つの基本方針と15の基本施策を設定します。



基本  
施策

重点  
プロジェクト

- (1) 自然を活かした魅力づくり
- (2) 歴史や伝統文化を生かした魅力づくり
- (3) 食をテーマとした魅力づくりや特産品の開発

- (1) 郷土を愛する町民力を向上させる
- (2) 観光関連事業者のおもてなし力を強化する
- (3) 観光客に魅力を伝える人材を育成する

- (1) 市場ニーズを把握するためにマーケティングを強化する
- (2) ICTを活用した情報発信の強化
- (3) ターゲット・目的に合わせた戦略的な情報発信を行う

- (1) 自然豊かな美しい景観を創る
- (2) 安心・安全に配慮した観光施設を整備する
- (3) 交通インフラとICT環境を整備する

- (1) 津野町観光推進組織の構築を検討する
- (2) 広域観光組織との連携体制の強化を図る
- (3) インバウンド(訪日外国人)観光を推進する

基本施策を横断、融合した  
津野町の旗艦事業

四国カルスト・天狗高原・四万十川源流点」を中核資源とした魅力整備

# 基本方針1

## 地域資源を生かした観光魅力づくりの推進

### 基本施策(1) 自然を生かした魅力づくり

津野町には、「四国カルスト・天狗高原」や「四万十川源流点」を代表とする豊かな自然にあふれています。近年、自然資源を活用したアウトドア志向のプログラム、植物や風景を楽しむビュースポットめぐりなどの人気が高まっており、町外からの集客に大いに期待できます。

本町の類い稀な自然を観光客に存分に楽しんでもらえる環境づくり、機会の提供を進めていきます。

#### 主な取り組み

- 四国カルスト・天狗高原
  - ・セラピーロードの案内強化
  - ・星空観察会の強化
  - ・アナグマや山野草など動植物の観察プログラムの充実
  - ・季節に応じた自然散策ルートMAPの作成
  - ・ノルディックウォークや写真撮影などの体験教室
- 四万十川源流点
  - ・散策ルートのバリエーションアップと案内強化
  - ・稲葉洞の散策案内の強化
  - ・四万十川の水を使った食づくり体験(豆腐・こんにゃく・アメゴ)
- 自然にまつわる広域周遊ルートの作成
  - ・四国カルストから四万十川源流点
  - ・早瀬の一本橋から四万十川河口へ

### 基本施策(2) 歴史や伝統文化を生かした魅力づくり

津野町には、維新の魁となった吉村虎太郎や、明治の政財界で活躍した片岡直輝、直温兄弟の生家など歴史的価値のある観光資源もあり、1,100年以上の歴史を持つ津野山古式神楽や花取踊りといった伝統芸能は、今も延々と受け継がれています。これらを中心に本町の歴史・文化に関連する資源について、改めて見つめ直し、歴史愛好家などに魅力的な商品としての確立や新たな交流を生み出す取り組みを推進します。

#### 主な取り組み

- 吉村虎太郎や片岡兄弟を核としたイベントやプログラムの開発
- 津野山古式神楽等、伝統芸能を活用したまつりや歴史イベントの開催
- 歴史・文化に関連するセミナーやシンポジウムの開催
- 歴史にまつわる広域周遊ルートの作成

### 基本施策(3) 食をテーマとした魅力づくりや特産品の開発

四万十川源流の恵みを受けて、香り良く旨みの強い「四万十川源流棚田米」や野菜類、また平成25年には日本の利き鮎大会で日本一となった「北川川の鮎」など、新鮮な食材を生かした「食」の魅力は、観光客の心を引きつける重要な要素となります。観光客に津野町ならではの食を提供する取り組み、農と食が連携し、交流を生む取り組みが活発に行われる環境を整備します。また、津野町特産の食材を使用した料理などのブランド化を展開し、メニューを提供する飲食店のマップ等の作成や情報発信を行い、ご当地グルメの定着や、食べ比べを楽しみながら町内周遊ができる仕掛けづくりに積極的に取り組みます。

#### 主な取り組み

- 収穫体験を主としたグリーン・ツーリズムの推進
- 山菜や川魚などの郷土料理の発掘・提供
- 食をテーマとするイベントの開催や、スタンプラリーの実施
- 6次産業化、農商工連携による加工品の開発・販路の開拓
- 町内事業者と連携した特産品、土産品の開発

## 基本方針2

### 「世界にひとつノまち」の魅力を伝える人材育成

#### 基本施策(1) 郷土を愛する町民力を向上させる

幼少期から地元意識を高め、子どもから高齢者までの全ての町民が津野町を誇りに思い、愛着を持ち続けられるよう、本町固有の自然や景観、歴史・文化などについて俯瞰的に学び、魅力を再発見する活動を「津野山学」教育と位置づけ、地域づくりを推進する組織の設立、地域の核となる人材の育成を推進します。また、来訪者に対しての心遣い、気遣いが生まれる観光まちづくりの取り組みを実施し、“津野町ファン”の増加につなげるために、町民力の向上を図ります。

##### 主な取り組み

- 教育現場で郷土学習など地元学習の実施
- 自然・歴史・文化を学び、地域の理解を深める「津野山学」教育の推進
- 町民が参加する津野町プロモーションビデオの制作

#### 基本施策(2) 観光関連事業者のおもてなし力を強化する

宿泊施設や道の駅などの施設は、観光の最前線に立って観光客を迎える重要な役割を担っています。観光客のニーズに即したサービスの向上、商品の企画・販売等、観光客に本町の魅力を伝えることができる人材の育成を支援します。観光関連事業者を中心に、あらゆる業種の交流を促すことによって、商品連携や広域周遊ルートの整備、新たな商品創出を図ります。

##### 主な取り組み

- おもてなし力を上げるための「津野山学」教育の推進
- 他業種間交流による着地型旅行商品造成のためのワークショップ等の実施
- 土佐まるごとビジネスアカデミーなど研修の受講斡旋  
(売れる商品づくり、おもてなしセミナーなど)

※土佐まるごとビジネスアカデミーとは「高知県産業振興計画」における「産業人材を育てる」取り組みとして、ビジネスに必要な幅広い分野の内容について、基礎知識から応用・実践編までを「まるごと」身につけていただくために開講する研修の総称です。

#### 基本施策(3) 観光客に魅力を伝える人材を育成する

まちを案内するガイドや体験プログラムを教えるインストラクターなど観光に携わる人々は、本町の自然、歴史・文化などを案内するだけではなく、観光客と交流することにより、観光客を「津野町ファン」に変えていく役割を担っている重要な存在です。このため、人材の確保、育成(ガイドのスキルの向上、ノウハウの習得等)を支援します。

##### 主な取り組み

- ガイド育成・スキルの向上のための講習会の実施
- 観光ガイド組織の強化

## 基本方針3

### マーケティングに基づく戦略的な情報発信

#### 基本施策(1) 市場ニーズを把握するためにマーケティングを強化する

観光施策を効果的・効率的に実施していくためには、観光マーケティングの導入が必要です。観光市場の動向に関するデータを常に収集分析し、施策立案への活用を目指します。

##### 主な取り組み

- 観光市場に関するオープンデータの活用(観光庁各種統計・JNTO各種統計・RESAS分析等)
- 観光客を対象としたアンケート・ヒアリング調査(属性や来訪目的、満足度、再来訪意向など)
- 携帯電波やGPSを通じた観光客動向の活用
- 各種WEBサイトのアクセス分析
- 観光関連事業者の情報交換の場づくり
- モニターツアーの実施

#### 基本施策(2) ICTを活用した情報発信の強化

本町観光に関するホームページの情報コンテンツや発信手法を常時検証するとともに、マーケットへの情報伝達やSNSを戦略的に活用し、インターネットによる効果的な情報発信に取り組みます。また、町民や津野町にゆかりのある人々が個々に情報発信を行っていただくことで「津野町ファン」を増やします。併せて観光関連事業者のホームページと連携し、本町の認知度向上を図ります。

##### 主な取り組み

- 町ホームページおよびSNSの情報発信力の強化
- 観光事業者や町民向けのSNS講座
- 観光施設(天狗荘など)の情報発信力の強化
- 観光アプリの活用(アプリの登録者へ、旬な情報やお得な情報を配信)
- OTA(インターネットで取引を行う旅行業者)の活用

※ICTとは「Information Communication Technology」の略語。日本語で情報通信技術の意。

#### 基本施策(3) ターゲット・目的に合わせた戦略的な情報発信を行う

ターゲットが求める情報をより早く、具体的かつ魅力的に届けるため、関係機関との連携を強化し、戦略的な情報発信を推進します。

##### 主な取り組み

- TV・新聞・ラジオといったマスメディアによる情報発信
- 旅行商品化による情報発信
- 旅行商談会への参加や、旅行事業者向けのモニターツアーの開催
- 奥四万十観光協議会や高知県観光コンベンション協会と連携した情報発信
- 実際に訪れている観光客向けの情報発信強化(パンフレットやマップの充実)
- 訪日外国人観光客に向けた観光パンフレット、ホームページの多言語化対応
- 津野町出身者に向けた情報発信
- リピーター客の創出に向けた情報発信、プロモーションの展開(SNS等を通じ、常に新しい津野町の観光の魅力を発信することによりリピーター客の創出を図る)
- アンテナショップや流通事業者との連携(高知市内の満天の星・まるごと高知・百貨店等)

## 基本方針4

### 「世界にひとつノまち」づくりを支える観光基盤の整備

#### 基本施策(1) 自然豊かな美しい景観を創る

津野町景観計画に基づき、津野町の緑豊かな山林、四季折々の変化を見せる自然景観や農村風景、四季を通じて執り行われる様々な祭りや神事などかけがえのない財産を次世代に残していくために、質の高い景観形成を進めていきます。

##### 主な取り組み

- 景観づくりの勉強会の実施
- 景観に調和した案内板の整備

#### 基本施策(2) 安心・安全に配慮した観光施設を整備する

安心・安全なまちは、町民だけではなく観光客にもしっかりと感じられるものでなくてはなりません。障がい者や高齢者、乳幼児連れのファミリーに優しい施設の整備などに取り組み、本町を訪れる全ての観光客に対して、安心して快適に過ごせる空間の提供を行います。また、観光拠点として「天狗荘周辺エリア」や「四万十川源流点エリア」を再整備することにより、町内外からの来訪者の増加、及び周辺観光地への回遊性の向上を図るとともに、観光案内機能の強化を図ります。また、災害時には、観光施設と行政がいち早く正確な情報が共有できる関係づくりやスタッフが避難対策を学ぶ機会などを設け、全ての観光客が安心して来訪できる観光地づくりを進めていきます。

##### 主な取り組み

- 高齢者や障がい者、乳幼児連れのファミリーに優しい施設整備(バリアフリー、洋式トイレ、ベビールームの設置など)
- 観光施設・交流拠点施設の整備
- 災害時を想定した避難訓練

#### 基本施策(3) 交通インフラとICT環境を整備する

観光地において、観光客が快適に移動できる環境は重要です。「四国カルスト・天狗高原」までの二次交通の整備など、来訪者の満足度の向上に努めます。また旅先でスマートフォンやタブレットなどの端末で、SNSを利用したリアルタイムな情報を受発信する観光客が増加していることや、訪日外国人観光客への対応も視野に入れ、Wi-Fiが利用できる環境の整備に努めます。

##### 主な取り組み

- 観光地を結ぶ移動手段への対応
- Wi-Fi環境の整備
- 訪日外国人観光客向けのキャッシュレス決済の整備(クレジットカード、電子マネーなど)
- わかりやすい交通案内板の整備
- 観光地へのアクセス路の整備と改良

## 基本方針5

### 観光振興を推進する組織体制の構築

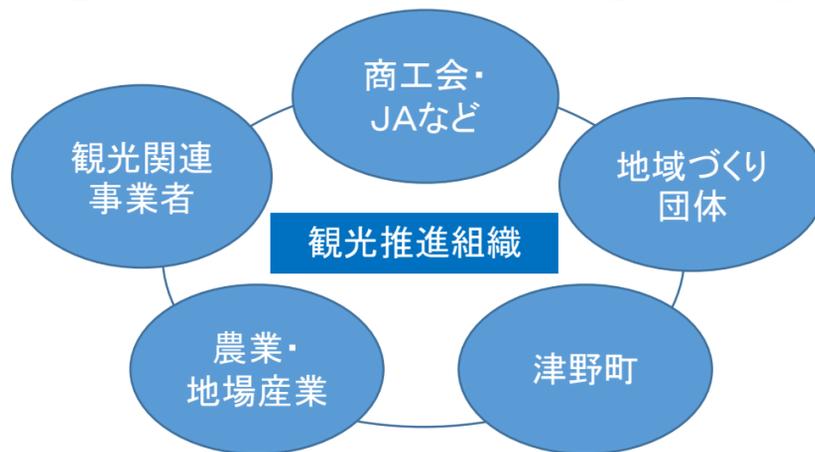
#### 基本施策(1) 津野町観光推進組織の構築を検討する

町内各地に点在する地域づくり団体や観光関連事業者のネットワーク化を行い、リアルタイムな情報(道路状況、天候、開花・紅葉状況)の共有と発信、相互に支援ができる観光推進組織の構築を検討します。また将来的に、観光まちづくりを円滑に進めていくため、地域側と発地側の双方のニーズを踏まえた「マーケティング機能」、町内において、観光品質の向上や利害調整を図る「マネジメント機能」、行政との連携や独自の資金調達、多様な連携を推進する機能を備えた組織の構築を検討します。

主な取り組み

- 観光推進組織の設立(人材の投入)と観光窓口の一元化
- 地域づくり団体や観光事業者のネットワーク化による、観光サービスの創出と磨き上げ
- 観光ニーズに合わせた稼げる仕組みづくり
- 情報発信拠点の整備

業種の垣根を超えた、地域一体となった魅力的な観光地域づくりを目指す観光推進組織



#### 基本施策(2) 広域観光組織との連携体制の強化を図る

本町単独の誘客活動に加えて、周囲の自治体やテーマなどにつながっている地域と連携することで、お互いの観光資源を有効活用することができ、より多くの誘客が可能になります。特に、奥四万十地域の須崎市・中土佐町・梶原町・四万十町(奥四万十観光協議会)との交流による連携を強化し、情報の共有、事業の連携などに努めます。広域観光連携の取り組みにおいては、互いにメリットのある関係を構築し、更なる発展を目指していきます。

主な取り組み

- 観光先進地への視察や勉強会の参加
- 広域周遊ルート作成
- 観光商談会への参加

#### 基本施策(3) インバウンド(訪日外国人)観光を推進する

外国人観光客を誘致するために、情報発信ツール、観光案内板などの多言語化を促進します。また、国や四国ツーリズム創造機構、高知県などとの連携を強化し、海外向けの観光プロモーションや誘客に関する情報発信の充実を図ります。併せて、宿泊施設、観光施設等の受入態勢の支援などを進め、外国人観光客の満足度の向上を目指します。

主な取り組み

- 多言語のパンフレットやマップの作製・配布
- 通訳アプリの活用
- 訪日外国人観光客向けのキャッシュレス決済の整備(クレジットカード、電子マネーなど)
- ICTを活用した多言語情報の拡充
- 観光案内板等の多言語化の拡充
- 外国人観光客のニーズに合った観光商品(体験、食、土産)づくり

### 3 重点プロジェクトの展開

#### (1) 重点プロジェクト

## 四国カルスト・四万十川源流点を中核資源とした魅力整備

### □ 取り組む背景と目的

近い将来、少子高齢化による地域経済の縮小が懸念される中、「住民一人ひとりが誇りをもって暮らせるまち」、持続的な地域経済の発展を目指すためには、観光関連産業にも強みを持つことが求められており、その取り組みにおいては迅速性が求められています。

津野町は日本最後の清流「四万十川源流点」や、日本三大カルストのひとつ「四国カルスト・天狗高原」などの四国のみならず、日本、ひいては世界に誇れる豊かな自然に恵まれています。

これら津野町の核となる地域資源を優先的に磨き上げ、プロモーションすることで、観光振興を効率的、且つ効果的なものとします。

中でも「天狗荘」、「せいらの里」への宿泊を通じた滞在型観光を促進することで、地域の観光消費額をより効果的に増大させるとともに、シャワー効果による津野町の他の観光施策への更なる波及効果を図ります。

### □ コンセプト

## 効率的、効果的な観光振興＝世界にひとつノまちブランド構築

### □ ターゲット

## 「自然大好き！ 自然にいやしを求める全世代、全世界」

### □ 重点施策

- ① 天狗荘のリニューアルと周辺整備
- ② 四万十川源流点の拠点整備

## 重点施策① 天狗荘のリニューアルと周辺整備

「四国カルスト・天狗高原」は多くの卓越した観光素材を有しています。平成28年度の奥四万十博期間中は7,800人を超える宿泊客が天狗荘を訪れました。

また「四国カルスト」は、知名度も高く、高知県有数の観光地となっており、津野町から高幡地域にかけての周遊の拠点として高い誘客のポテンシャルを有しています。

それぞれの観光コンテンツを際立たせ、観光商品として戦略的に磨き上げていくことにより、さらに多くの誘客につながります。

その拠点である宿泊施設天狗荘は、経年劣化もあることから、現代にふさわしいリニューアルを行い集客、周遊の拠点機能を充実させる必要があります。

### □ 観光地としての優位性

- 昭和35年に「四国カルスト」と命名され、観光地として開発が始まっています。奥四万十地域内観光地認知度調査では80%を超え、域内では最高の認知度があります。
- 眺望の開けた雄大な高原のパノラマや、人里から離れて人工的な光源がないためきれいな星空が見える、高原ならではの貴重な山野草が楽しめる、アナグマや多種のコウモリが観察できるなど豊富な観光素材を有しています。

### □ 観光拠点天狗荘の課題

- 「四国カルスト・天狗高原」の観光拠点である天狗荘は、建築後49年を経過し、空調機器の不調や、建具の陳腐化がみられる、使用水の水源が豊富でなく、給水施設の改善が必要であることなどの課題を有しています。
- 冬場と天候不順な時には天狗荘利用客が激減します。経営安定と雇用者の確保のために対策が必要です。
- 従業員の勤務地として通勤に難があり、従業員確保が難しくなっています。

### □ アクションプラン

- 天狗観光の拠点として豊富なコンテンツを生かすことのできる天狗荘の経営モデルを組み立て、それに沿った施設のリニューアルを平成32年度を目途に行います。
- 周辺施設を調査し、より効果的な利用がされるよう整備を促進します。

## 重点施策② 四万十川源流点の拠点整備

国有林不入山の中腹に、清流四万十川の源流点があります。そこは、古木や巨岩に囲まれ、苔むした静謐な自然の雰囲気があり、近年来訪者が増えています。

不入山はシャクナゲやアケボノツツジの群生地があり登山客が楽しんでいます。中腹にはコウヤマキの大木もあり、一帯は学術保護林になっています。

不入山の自然の価値は高く、またそのルートから津野町の風の里公園に近く、北に向かった眺望は鳥形山を望むことができます。

ここは四国カルスト高知県立自然公園の区域内であり、津野町は「四国カルスト・天狗高原」の観光振興と合わせて観光拠点化を図り、面的広がりを持った町内周遊観光を目指していきます。

### □ 観光地としての優位性

- 源流点は誘客の要因となる高い知名度のある「四万十川」を冠した特異な場所です。
- 天狗高原と連携を図れる位置にあり、風の里公園、鳥形山を望む眺望、自生する花木やコウヤマキなど稀有な観光素材を有しています。
- 山の麓には近辺観光の拠点である、源流点や不入山を散策する者が休憩、宿泊する施設「せいらの里」があります。

### □ 観光拠点「せいらの里」の課題

- 「せいらの里」は、元は「高知県立森林センター」の研修施設として整備されたものであり、現在の個人型観光に求められる施設のアメニティー度合い(快適性)が低くなっています。
- 施設は昭和49年に建設されており全体に老朽化が進み、水源の確保に問題があるなど全体的な見直しが必要となっています。
- 不入山と源流点、風の里公園と天狗高原など周遊観光を促進するため「せいらの里」の役割と機能を明確化する必要があります。

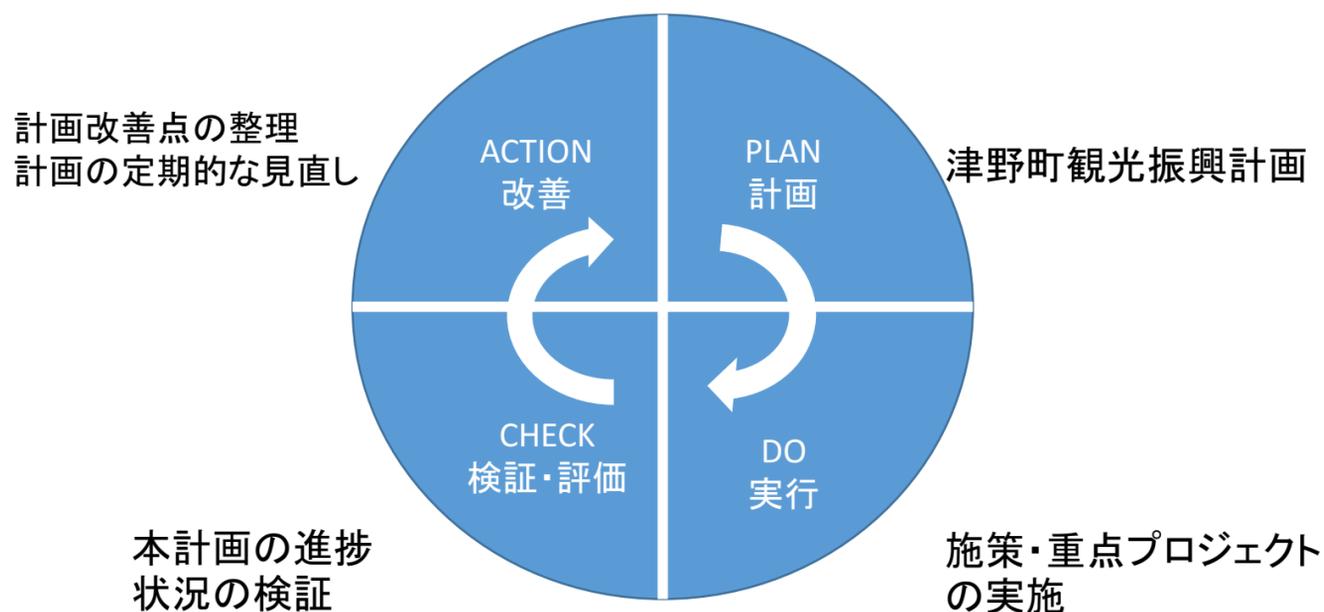
### □ アクションプラン

- 観光拠点として明確な位置づけと、役割機能を定めた「せいらの里」の全面リニューアルを行い、平成33年春のオープンを目指します。

# 第4章 計画の推進体制(計画の実施と進捗管理)

## (1)「津野町観光振興計画」の推進体制

本計画を効果的に推進するために、町民、観光事業者、観光関連団体、行政などが協働で取り組む体制をつくり、PDCAサイクルに沿った進行管理を行うとともに、国・県や関係機関との連携強化を図ります。そして、取り組みを進める各主体が集まった「津野町観光戦略会議」にて進捗状況や効果・成果を検証し、計画の改善点の整理・計画の見直しを行ったうえで、次年度の施策や重点プロジェクトのステップへとつないでいきます。



## (2) 取り組みを進めていく主体に期待される役割

### 津野町民

津野町にある多様な自然、歴史、素晴らしい文化を、まずは町民が知り、誇りや愛着を持つことが重要です。こうした誇りや愛着を持って主体的に津野町の観光振興へ関わっていくことが、本計画を推進していく重要な原動力となります。また、津野町を来訪する観光客の皆様を、感謝とおもてなしの心で迎える気持ちを、町民全体で共有していきます。

### 観光関連事業者

観光施設、宿泊施設、飲食店、物産販売、交通事業者は観光産業の中心的役割を果たすことから、常におもてなしと感謝の心で観光客を迎え入れるとともに、観光客の満足を生む質の高いサービスとは何かを考え、改善していく意識を共有していきます。

### 各種関連団体

本計画に記載されている各事項は、多分野にわたることから、商工会、地元企業、NPO、住民グループ等の各種団体とも積極的な連携が不可欠です。今後はさらなる組織間の交流を図って、新しい価値の創出に取り組めます。

### 津野町

各主体が連携できる仕組みを構築するとともに、観光にかかる様々な分野での積極的な支援を推進します。またハード設備の整備など、行政にしかできない役割を果たしていきます。

上記各主体の連携体制として、官民が一体となった“オール津野町”体制によって、本計画を推進していきます。