

# 第2期 津野町観光振興計画

令和5年度 ▶ 令和9年度  
(2023年度) (2027年度)



# 1 「津野町観光振興計画」策定の趣旨

## 第2期津野町観光振興計画について

津野町では、2018年に策定した「津野町観光振興計画」に基づき、様々な観光施策を展開してきました。

その中で、2021年には、森林を活用したアクティビティ「フォレストアドベンチャー・高知」、四国カルスト天狗高原の観光拠点となる「星ふるヴィレッジTENGU」、四万十川源流点観光の拠点となる「遊山四万十せいらんの里」がそれぞれ、オープンあるいはリニューアルオープンし、津野町の自然、歴史、文化などの魅力を更に発信、体感できる施設として、多くの方に訪れていただいています。

この流れを、町全体へと波及させるため、町民の皆様や観光関連事業者、行政などが協働して取り組みを進め、津野町を訪れる方の満足度の向上とともに、地域経済の活性化や町民の地域への誇りや愛着の醸成、心の豊かさにつながる持続可能な観光を推進していくことが求められます。

2020年からの新型コロナウイルス感染症の影響の中で、観光のスタイルや動向も大きく変化し、多様化してきています。

今後は感染対策を行いながら、日常に戻っていくことが予想されますが、観光を取り巻く環境や情勢は人材確保などの課題や物価高騰、世界情勢の不安など今後もめまぐるしく変化していくと予想され、観光や旅行の動向について予測しづらい状況にあります。

本計画期間は、2027年度までの5ヵ年としておりますが、定期的に効果検証を実施するとともに、観光を取り巻く環境や情勢の変化に柔軟に対応し、必要に応じて計画の見直しを行ってまいります。

2023年3月

## (1) 計画を策定する背景、位置づけ、推進期間

- 宿泊・観光施設が町内に続々（リニューアル）オープン、入込好調  
星ふるヴィレッジTENGU/遊山四万十せいらんの里/フォレストアドベンチャー・高知
- 新型コロナによって社会が一変  
アフターコロナの観光施策が重要視される
- 深刻化する少子高齢化・後継者不足などの課題解決  
観光産業による町内の雇用創出・移住定住促進・関係人口増へ繋げる
- 広域組織、周辺自治体との連携  
（一社）奥四万十高知や四国カルスト広域連携で観光資源の魅力向上化や誘客につなげる
- 「GSTC」「JSTS-D」の取り組み  
サステイナブルツーリズムのブランド化、インバウンドの集客への取り組み強化
- 各種計画、県や国、関係組織との連携
  - ・ 「第Ⅱ期まちづくり計画（後期基本計画）」 「第2期津野町まち・ひと・しごと創生総合戦略」など町の上位計画や関連計画のほか、高知県や国の観光に関する計画との整合を図る
  - ・ （一社）奥四万十高知、四国カルストエリア広域連携市町とも連携し、「PDCAサイクル」に基づいた改善を図る
  - ・ 「GSTC」「JSTS-D」の取り組みなど
- 計画期間
  - ・ 2023年度～2027年度までの5年間
  - ・ 町観光のKGI・KPIやロードマップを定め具体的な取り組みを実施
  - ・ 定期的に成果検証を実施するとともに、観光を取り巻く環境や情勢の変化に柔軟に対応し、必要に応じた計画の見直しも行う

## 2 津野町の観光を取り巻く現状と課題

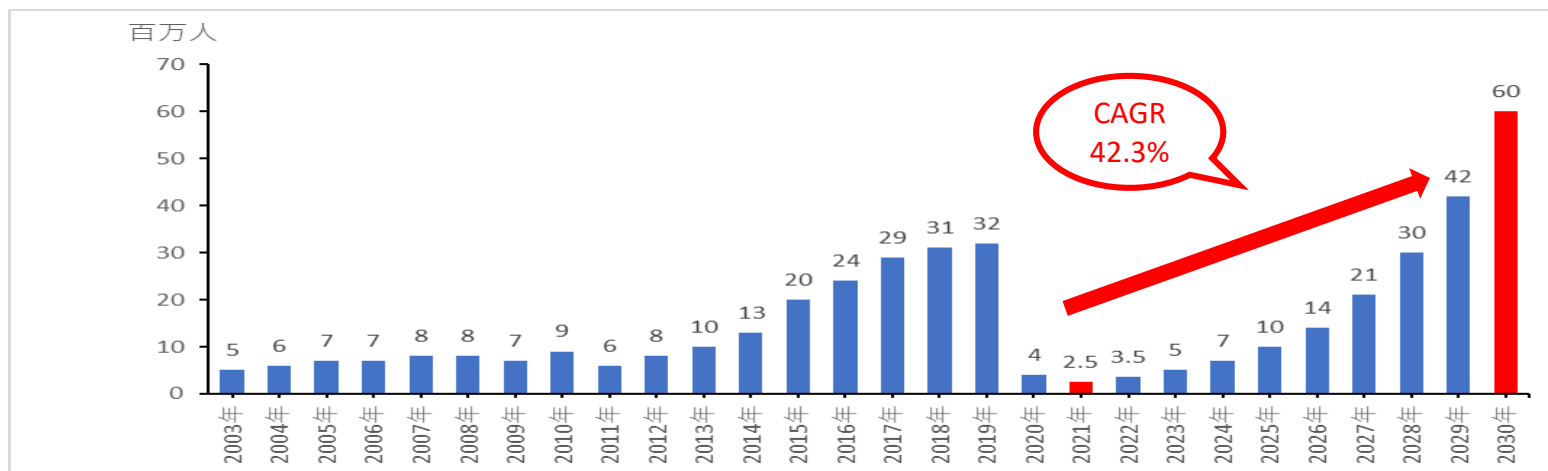
# (1) 津野町の観光を取り巻く環境（外部環境）

## ① 国内の観光動向

### ○国際交流の回復・質的な変革

- ・ 入国時や緊急時の対応に関する分かりやすい情報の発信や、往来を再開した国・地域ごとの効果的なプロモーション行う
- ・ インバウンド促進に資する国立公園等の滞在環境の向上に向け歴史的資源を活用した観光まちづくりの計画策定、観光コンテンツ造成等の支援
- ・ 多様なニーズに対応するため、文化観光拠点施設整備、アート市場活性化、スポーツツーリズム、農泊、ガストロノミーツーリズム等の支援やサステナブルツーリズムやアドベンチャーツーリズムの推進
- ・ 高付加価値な宿泊施設整備、観光資源の発掘、磨き上げ等

訪日外国人旅行者数の推移と政府目標値（2022年）



Source : 国土交通省「令和4年版 観光白書」  
観光庁「令和4年観光施策」による政府目標値をもとにCAGR計算

# (1) 津野町の観光を取り巻く環境（外部環境）

## ② 県内の観光動向

### ■ 誰に

高知県における発地ブロック別入込割合は、**四国**と**近畿**の割合が高く、最大のマーケットであると考えられる。また、年代別旅行者割合は40代～50代が多い（出典：R2県外観光客入込・動態調査報告書）ため、若年層よりも中年層をターゲットとしやすい。また、「関西・高知経済連携強化戦略」に基づき関西圏における観光推進を行っている。

### ■ 何を提供するか

- 飾らない土佐弁で話すガイドやインストラクターなどの人と触れ合う機会
- 食文化**の一つである「ひろめ市場」や居酒屋・屋台の楽しさ
- カヌーやSUP、ラフティング等の**水上アクティビティ**
- 自然・体験型観光基盤を活かしたツーリズム（ワーケーション、Greenツーリズムなど）
- 土佐和紙や陶芸等の**文化体験**、町歩きガイド

### ■ どのように

- 「食」を前面に出した観光キャンペーン「リョーマの休日」を展開、またスポーツツーリズムの推進 **サステナブル**を切り口とした観光プロモーションの実施（**令和4年新規**）
- 戦略的な観光地域づくり  
「自然」「歴史」「食」の観光基盤を活かした観光地域づくり **SDGs**の達成に寄与する観光商品の造成（**令和4年新規**）
- おもてなしの推進  
観光客の満足度をさらに高める受け入れ環境整備の推進など

県外観光入込客数		県外観光客の総消費額	
2018年	2023年	2018年	2023年
4,410千人	4,600千人	1,104億円	1,288億円

宿泊者数	
2017年	2020年
2,714千人	1,963千人

Source：第4期高知県産業振興計画ver3

高知県「観光分野の令和2年度の進捗状況及び令和3年度の強化のポイント（観光政策課）」

# (1) 津野町の観光を取り巻く環境（外部環境）

## ③ 県内外の取り組み一覧

■ 国、県及び高幡地域での観光方針は概ね一致、保有している観光資源の磨き上げと情報発信が課題となっている。また高幡及び隣接する久万高原町の主な観光ターゲットは四国内を中心としている。（須崎市除く）

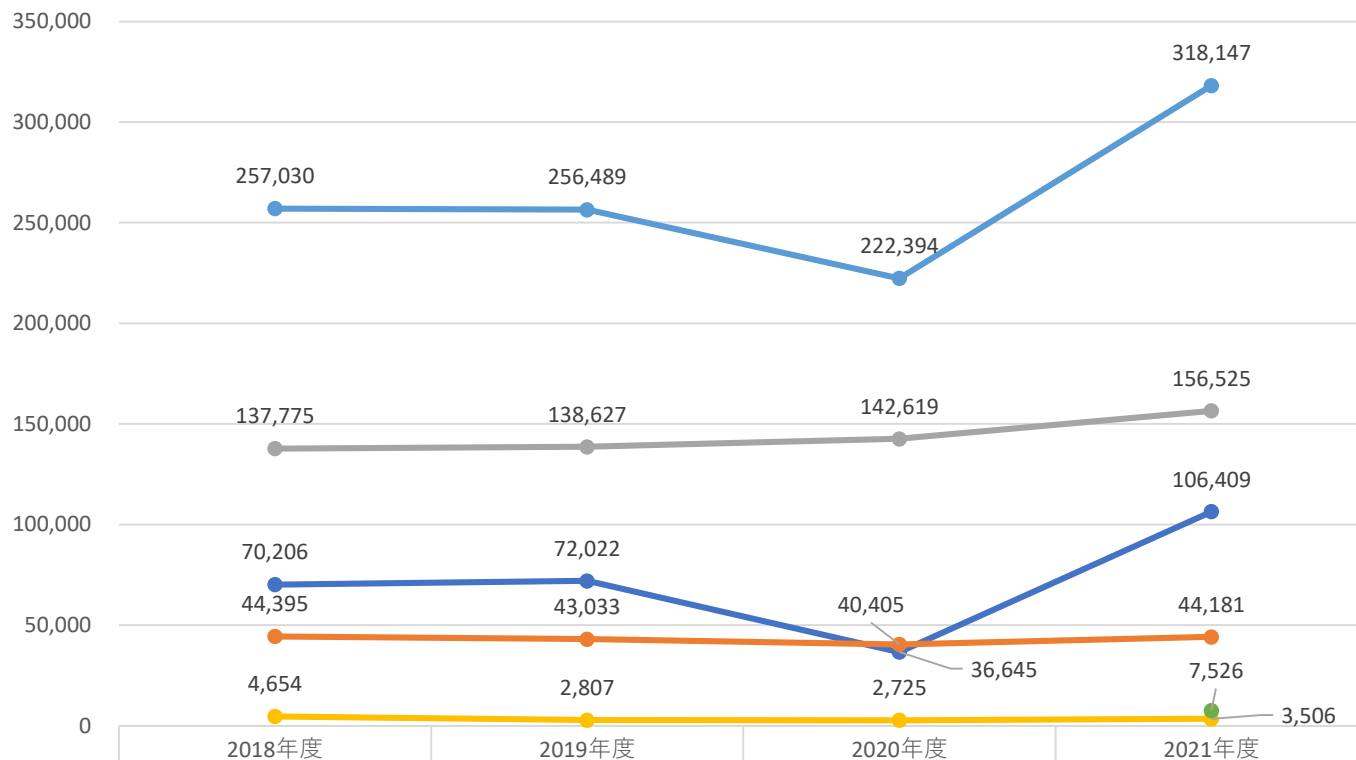
部門	誰に	何を	いつ	どのようにして	どのくらい	体制
津野町	四国内（特に松山、高知市、高松市）を第一とし次に関西圏	「四国カルスト」「天狗高原」などの自然	春から秋は自然 冬は新たなコンテンツ	5つの基本方針と15の基本政策に則った施策 ・四国カルスト、天狗高原などの自然案内強化	年間観光入込客数 2018年 261,094人 2024年 320,000人	津野町
国	国内観光 インバウンドの段階的復活	地域の新しい観光コンテンツ 観光インフラ		国と地方との適切な役割分担及び連携強化	訪日目標値 2018年 31百万人 2030年 60百万人	観光庁
高知県	四国・近畿地方の女性中年層	食文化 自然・体験型ツーリズム		「リョーマの休日」キャンペーン他観光キャンペーン	県外観光客 2018年 441万人 →2023年 460万人	高知県
高幡広域	高知市・幡多地域：愛媛県（松山、西南予地域）の通過観光客	体験型・滞在型の多様なサービス		観光資源の磨き上げ、商品化 県内及び愛媛県地域との観光連携	主要観光施設入込客数 2018年 2,306千人 2023年 2,646千人	幡多広域観光協議会
須崎市	海洋スポーツ関連の団体客 修学、教育旅行対象の団体及びグループ	常設の海洋コース及び管理等の整備、宿泊施設		海洋スポーツの企画・実施 体験・民泊事業の観光産業化	海洋スポーツ体験者数 2018年 20,000人 2024年 27,000人	須崎市及び 須崎市観光協会
四万十町	将来的に定住に繋がる若年層	四万十町にしかない魅力と価値観（ローカル・ガバメント・アイデンティティ）		関係団体との協働による観光資源の磨き上げや情報発信	主要観光施設年間入込客数 2020年 68万人 2026年 80万人	四万十町及び 四万十町観光協会
中土佐町		自然や文化財景観 自然を活かした体験プログラム		「道の駅なかとさ」を中心とした周辺観光の充実 体験型及び滞在型体験の商品化	SEAプロジェクト来客数 2015年 0人 2020年 100,000人	中土佐町及び 中土佐町観光協会
梶原町	将来的に定住に繋がる若年層	歴史体験や隈研吾建築		旅行会社への誘客 受入体制強化 隈研吾建築紹介パンフレット紹介	施設利用者数 2018年 96,236人 2023年 105,000人	梶原町及び ゆすはら雲の上観光協会
久万高原町 （柳谷エリア）	県内（松山周辺） 四国内、中国関西方面の周遊客	四国カルストや石鎚山などの観光資源		四国カルストならではのアウトドアメニューの企画・開発 高知県（津野町・梶原超）との連携 ※4つのエリアにて施策	観光入込客数（日本人） 2020年 1,874,467人 2028年 2,336,199人	久万高原町及び 久万高原町観光協会



## (2) 津野町における観光の現状と課題（内部環境）

### ① 津野町の観光統計データの分析

津野町の主要観光地入込客数の推移

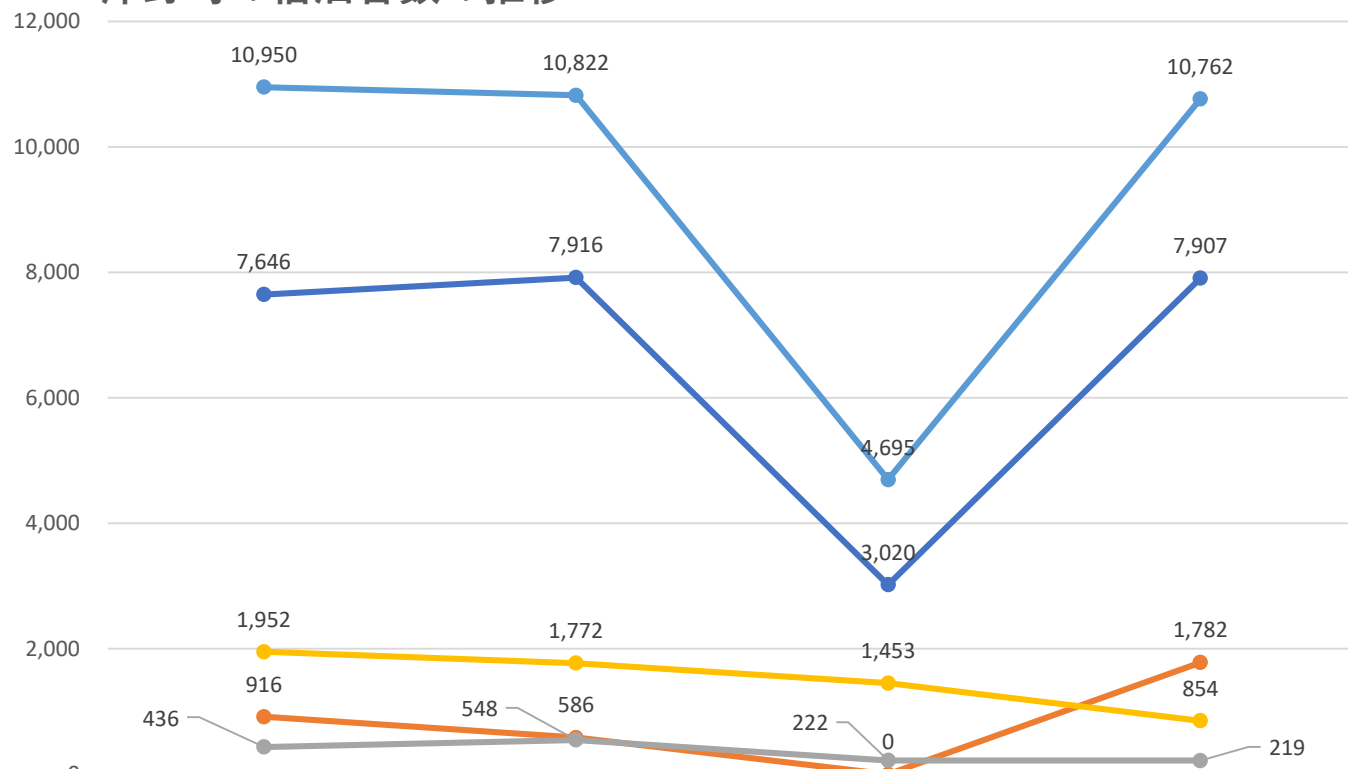


● 星ふるヴィレッジTENGU（旧天狗荘）	70,206	72,022	36,645	106,409
● 風車の駅	44,395	43,033	40,405	44,181
● 道の駅布施ヶ坂	137,775	138,627	142,619	156,525
● 吉村虎太郎邸	4,654	2,807	2,725	3,506
● フォレストアドベンチャー・高知				7,526
● 各年度合計	257,030	256,489	222,394	318,147

## (2) 津野町における観光の現状と課題（内部環境）

### ① 津野町の観光統計データの分析

津野町の宿泊客数の推移



	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
● 星ふるヴィレッジTENGU (旧天狗荘)	7,646	7,916	3,020	7,907
● 四万十源流センターせいらんの里	916	586	0	1,782
● 森の巣箱	436	548	222	219
● 葉山の郷	1,952	1,772	1,453	854
● 各年度合計	10,950	10,822	4,695	10,762

## (2) 津野町における観光の現状と課題（内部環境）

### ② 津野町の観光の現状と課題

#### ①既存データの整理・分析より

- 津野町の最大のマーケットは四国
- 宿泊者は、四国、近畿、中国、関東地方が大半を占める
- 豊かな自然、里山的な景観、歴史文化を提供
- 6月と冬の閑散期に新たなターゲット（若者、女性、カップル）を誘客したい

#### ②RESASケース分析より

- 連泊増が課題（現在は平均1泊）
- 「四国カルスト」がストロングワード
- 冬の稼働率アップが課題（但し、他地区も同様の課題あり）

#### ③ベンチマーク市町村との比較より

- 同一地域（県内）の集客は重要
- 久万高原町に来ている中国地方からの入込を強化することを検討
- 四国カルスト+αの観光地が必要（周辺観光地の開発がベンチマーク市町村と比べて脆弱）
- 家族ニーズへの対応が必要（現在、家族客が少ない）

## (2) 津野町における観光の現状と課題（内部環境）

### ② 津野町の観光の現状と課題

#### ④国、県、高幡地域の観光の取り組み及び関係団体の動きより

- 国・県・高幡地域の観光方針は概ね一致（体験型/滞在型観光）
- 観光資源の磨き上げと情報発信が課題
- 高幡及び久万高原町の主なターゲットは四国内で一致

#### ⑤SDGs 関連（GSTC・JSTS-D）

- サステナブルツーリズムやSDGsへの取り組みは町の指定管理の観光施設が多いため、取り組みをすすめるやすい

#### ⑥計画の推進体制

### 3 津野町のこれからの観光振興計画

# (1) 前回計画の振り返り

## ① 前回計画の確認（津野町の観光振興方針）

### 基本方針

1、地域資源を生かした観光  
魅力  
づくりの推進

2、「世界にひとつのまち」  
の  
魅力を伝える人材育成

3、マーケティングに基づく  
戦略的な情報発信

4、「世界にひとつのまち」  
づくりを支える観光基盤の整備

5、観光振興を推進する組織  
体制の構築

### 基本施策

- (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

## (2) 基本方針・基本施策

### ① 津野町の観光振興方針

#### 基本方針

1. 地域資源を生かした観光魅力づくりの推進

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) 自然を活かした魅力づくり

- ・ 星空観察、動植物、四国カルスト、稲葉洞、四万十川源流点、新荘川など自然を楽しめる機会の提供

##### (2) 歴史や伝統文化を生かした魅力づくり

- ・ 吉村虎太郎邸、片岡直輝・直温生家を中心としたイベントやプログラムの開発
- ・ 津野山古式神楽、花取踊りなどの伝統文化の紹介や龍馬脱藩の道、姫野々城址散策など歴史関係イベントの開催
- ・ 暮らしを体感できるような奥深いコンテンツの造成

##### (3) 食をテーマとした魅力づくりや特産品の開発

- ・ 収穫体験などのコンテンツづくり
- ・ 郷土料理の提供、地産地消の推進
- ・ 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次化産業、農商工連携による加工品の開発、販路の開拓
- ・ 特産品、土産品の開発支援

##### (1) 郷土への誇りや愛着を深める

- ・ 子どもたちの郷土学習の推進
- ・ 自然、歴史、文化などを学び、地域の良さを再認識する機会の充実（「津野山学」の推進）

##### (2) 観光関連事業者のおもてなし力を強化する

- ・ 観光関連事業者間の連携
- ・ インバウンド対応など情報提供

##### (3) 観光客に魅力を伝える人材を育成する

- ・ ガイド育成、スキルの向上のための講習会の実施

# ① 津野町の観光振興方針

## 基本方針

3.マーケティングに基づく戦略的な情報発信

4.「世界にひとつノまち」づくりを支える観光基盤の整備

5.観光振興を推進する組織体制の構築

## 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

- ・観光に関するオープンデータの活用
- ・観光客を対象としたアンケート、ヒアリング調査
- ・観光関連事業者の情報交換
- ・観光に関するオープンデータの活用

### (2)ICTの活用

- ・町のホームページ及びSNSなどを活用した観光情報発信
- ・OTAの活用

### (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)自然豊かな美しい環境や景観を守る

### (2)安心・安全に配慮した観光施設を整備する

- ・高齢者や障害者、乳幼児連れの方が利用しやすい施設整備
- ・施設、体験等安全マニュアルの整備
- ・感染症対策の取り組み

### (3)インバウンド観光の推進

- ・多言語パンフレットなどの制作
- ・通訳アプリの活用
- ・キャッシュレス決済の整備

### (4)交通インフラとICT環境を整備する

- ・Wi-Fi環境の整備
- ・観光地へのアクセス路の整備と改良

### (1)津野町観光推進体制の整備

- ・（仮称）観光協力隊の配置
- ・観光ニーズに合わせた稼げる仕組みづくり

### (2)広域観光組織と連携体制の強化

- ・一般社団法人奥四万十高知、四国カルストエリア広域連携振興協議会、四国ツーリズム創造機構などとの連携
- ・機会を捉えた観光の推進



### (3) 計画の基本理念とマーケティング戦略

#### ① 計画の基本理念

##### ①四国カルストで集客⇒町内各地へ波及の流れをつくる

- ・四国カルストは四国内でも有数の観光地として今後も集客増が見込まれる→集客力を増大しつつ、集まった観光客をいかに町内へ誘客するかが重要
- ・四国カルストを来訪した観光客に町内各地の観光の魅力を伝えるための仕組みづくりに注力する（情報発信・ガイド・コンシェルジュ育成など）
- ・道の駅の今後の在り方について検討する

##### ②津野町内の「食」のブランド化

- ・観光の重要要素である「食」について、津野町産の商品開発のほか、道の駅や町内飲食店で提供する名物となる加工品やメニュー開発

##### ③アウトドアコンテンツの開発

- ・家族ニーズへの対応や周辺市町で進むキャンプ場開発も加味し、町内のアウトドアコンテンツの開発を検討する

##### ④分散型宿泊施設の検討

- ・星ふるヴィレッジTENGUや遊山四万十せいらんの里に続く宿泊施設として、簡易宿泊所(ホステル)の開発等を行い町内の宿泊キャパシティ増を目指す（空き家、町所有施設、既存民間施設等の活用）
- ・分散型で宿泊施設を配置することで町全体での観光循環や町内での連泊を促し、観光客の町内での滞在時間増を目指す



### (3) 計画の基本理念とマーケティング戦略

#### ② 津野町の観光のマーケティング戦略

##### ■津野町が目指すべき観光戦略まとめ

###### ①津野町の最大の魅力

- ・四国カルスト

###### ②観光客が求めているもの（ニーズ）

- ・星空、カルストの風景

###### ③観光客の消費を増やすために必要な施策

- ・周辺観光地の開発・連携
- ・滞在型観光の推進（連泊増）
- ・インバウンドへの取組

###### ④繁忙期－閑散期を平準化するために必要な取り組み

- ・ナイトコンテンツの開発
- ・冬季のコンテンツの開発
- ・雨の時のコンテンツ

###### ⑤観光客の滞在日数・時間を延長させる方法

- ・+ $\alpha$ の周辺観光地の開発
- ・近隣市町との連携強化によるコンテンツ増
- ・宿泊のデッドラインとなる片道4時間の限界対策（片道2～3時間圏の宿泊ニーズ増大+2泊目の獲得）

###### ⑥津野町らしさを感じてもらえるサービス、商品

- ・自然、星空
- ・人、地域（例：森の巣箱やせいらん、集落活動センターのスタッフ）
- ・つの茶（茶畑の景観含む）
- ・食事（地産地消を強化）
- ・歴史、文化

###### ⑦津野町として統一で打ち出すべき観光イメージ

- ・カルストのまち
- ・星空
- ・お茶
- ・SDGs（GSTC、JSTS-D、サステイナブルツーリズム）

###### ⑧観光プロモーションの内容と対象者の特性

- ・四国カルストに興味のある人にカルスト+ $\alpha$ の観光コンテンツを売り込む

## (3) 計画の基本理念とマーケティング戦略

### ② 津野町の観光のマーケティング戦略

#### ■具体的なマーケティング戦略

##### ①地域の推進体制

- ・町の観光推進課と主要な観光関係事業者（星ふるヴィレッジTENUGU、ふるさとセンター、遊山四万十せいらんの里、フォレストアドベンチャー、満天の星など）の連携を中心として津野町の観光推進に取り組む
- ・上記の行政と観光関係事業者同士の連携について専属者を配置する（＝（仮称）観光協力隊）
- ・観光協力隊への専門分野における教育・サポートや町内での連携体制構築（主に立ち上げ時）については外部のサポートを活用する

##### ②役割分担

- ・津野町・・・補助事業（国及び県）の獲得、GSTC及びJSTS-Dの取り組み
- ・（仮称）観光協力隊・・・津野町の観光の「顔」になる人
- ・主要な観光関係事業者（指定管理施設など）・・・自社の利益と町全体の利益を考慮し、プロモーション（広告・営業）の共有化と地域内経済循環（相互取引増、地元売上増）を目指した有機的な連携を行う
- ・外部サポート・・・町内で補完できない情報・知識・技術やネットワークを有する専門家（単なる外注先ではなく、津野町の観光に自ら積極的に提案・参画できること）

##### ③観光資源の活用の方向性

- ・四国カルストへの入込増を図り、町内の他の観光地へ誘客し町内波及や連泊につなげる
- ・民間事業者への補助事業も必要に応じて検討

##### ④誘客圏

- ・現在も宿泊の来訪が多い四国・中国・近畿地方および近年伸びている関東地方
- ・町内観光施設だけではなく、周辺市町村（高幡地域の各市町、四国カルスト広域市町など）を第一目的地とした観光とリンクし、2泊目を津野町に持つてくることも狙う

### (3) 計画の基本理念とマーケティング戦略

#### ② 津野町の観光のマーケティング戦略

##### ⑤ 滞在時間

- ・高知県内や四国内からの1泊の強化と、近隣市町村とセットでの連泊を目指し、その後、町内での連泊を目指すことで平均宿泊日数を増やす

##### ⑥ 観光行動・訪問先

- ・観光行動：星空観測（ナイトコンテンツ）、アウトドア（カルスト、フォレストアドベンチャー）、グルメ（つの茶、地域食材）、ワーケーション（連泊増）
- ・訪問先：四国カルストから主要な観光関係事業者、町内の観光地（※町内の食・歴史・文化・自然スポット・新たなアクティビティ開発等）、近隣市町の観光地

##### ⑦ 年齢層

- ・家族連れの強化

##### ⑧ 旅行形態

- ・個人旅行、会社の研修旅行（ワーケーション、ブレジャー含む）、視察旅行

##### ⑨ 商品化、マーケティング活動

- ・町全体での顧客分析（予約データの解析等）
- ・集客につながる団体や人とのコミュニケーション（特定カテゴリーで顔売り、人的ネットワークを増やす）
- ・広告やプロモーションを町内で一元化することで効率化と有効性をアップする（※もともと各社が持っている広告宣伝の集約など）
- ・広域（四国、高知県、奥四万十高知、四国カルスト広域「関西・高知経済連携強化戦略」など重要施策）で実施/関連する四国カルストPRやキャンペーン増強につながるようなロビー活動
- ・インバウンドを含めたターゲットにサステイナブルな観光イメージをPRし、集客する

### (3) 計画の基本理念とマーケティング戦略

#### ③ 計画の指標と目標数値 (KGIとKPI)

##### ■ KGI・KPI

	2017年度実績	2021年度実績	2022年度目標 (前回計画で設定)	<b>2027年度目標</b>
<b>観光入込客数</b>	267,536人	310,621人	300,000人	<b>456,000人</b>
<b>宿泊者数</b>	10,072人	10,762人	12,000人	<b>15,800人</b>
<b>観光消費額</b>	180,618千円	295,344千円	200,000千円	<b>385,000千円</b>

< 主要観光施設から目標値を試算・設定 >

観光入込客数

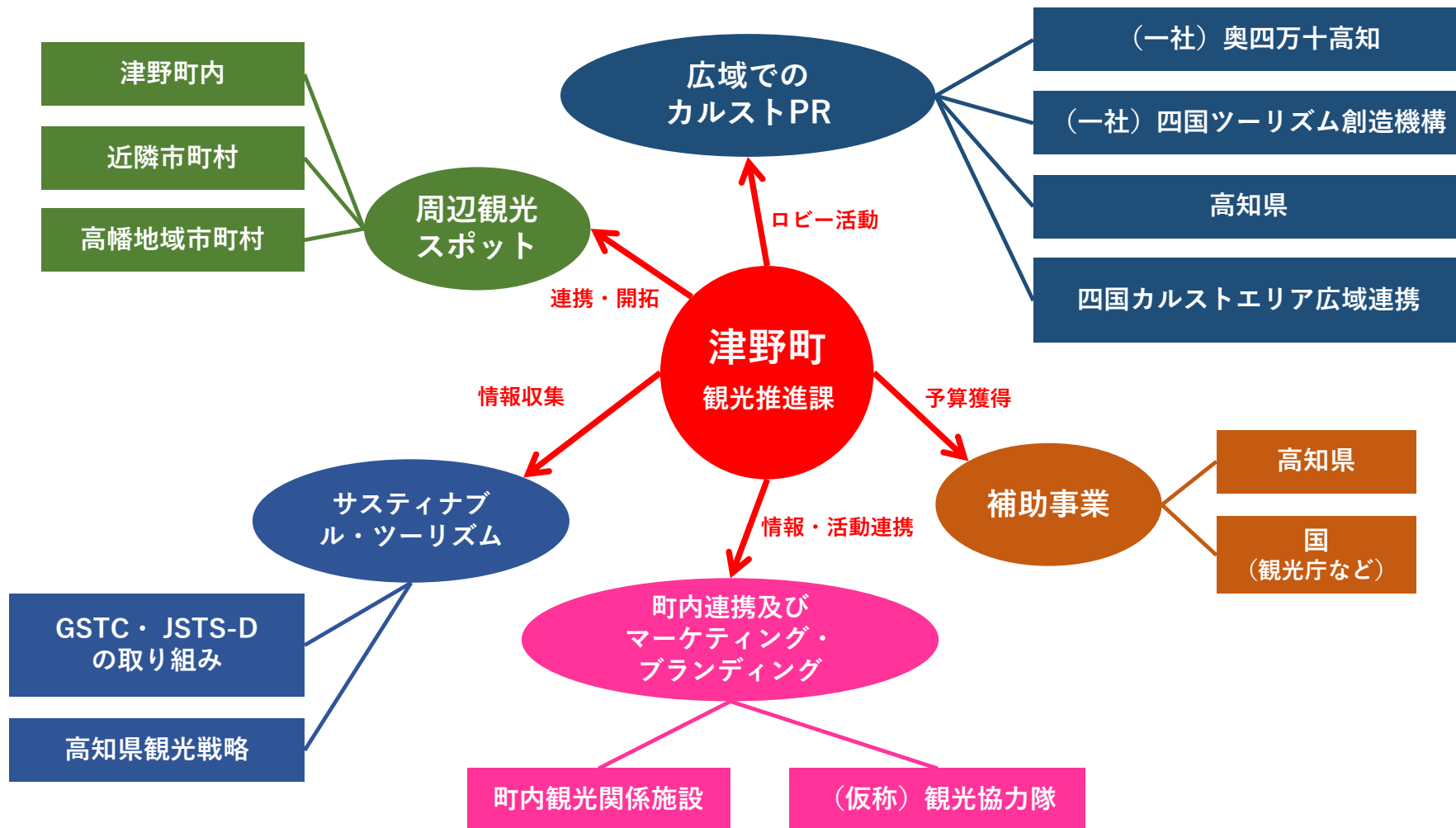
「星ふるヴィレッジTENGU」 「風車の駅」 「道の駅布施ヶ坂」 「吉村虎太郎邸」 「フォレストアドベンチャー・高知」

宿泊者数・観光消費額

「星ふるヴィレッジTENGU」 「せいらんの里」 「森の巣箱」 「葉山の郷」

## (4) 計画の推進体制

### ■町（観光推進課）と各組織の関係性



## (4) 計画の推進体制

### ■新たな観光推進体制による有効性

#### ①津野町の主要観光関連事業者（指定管理者など）及び町との情報連携ができ、観光情報の窓口の一本化が可能

⇒観光客の利便性向上（ワンストップ窓口・問い合わせ対応業務の効率化）

⇒情報の一元化による各施設への集客増（個別イベントの周知、各施設同士の誘客活性化など）

#### ②民間の視点によるロビー活動の実現

⇒各種経済団体や行政区を越えた観光施設の連携、民間企業とのコラボ、特定分野へのアプローチ（例：民間団体、学会、業界団体等への営業）

⇒民間団体による補助事業の獲得

#### ③町内5社の相互流通の活性化

⇒5社間の相互取引（主に農産物と加工品）の活性化を図ることで町内における観光の経済波及効果の増大が見込まれる

#### ④津野町観光マーケティング戦略の実現補助

⇒町では活動できない分野での活動支援（例：特定の会社・団体への支援）

⇒民間ならではの視点によるマーケティング・ブランディングのアイデア創出

⇒主要観光事業者の考えや意見のとりまとめ（より深い意見・情報の収集・分析）

⇒町内宿泊者をはじめとする民間保有データの町全体としての分析（例：各施設の売上分析・顧客分析の町全体としての取りまとめ）

#### ⑤機動性のある観光振興計画の実現

⇒コロナ禍により、急激に変動する情勢へ対応するよう1年間のPDCAサイクルやパブリックコメントなどの結果により本計画を変更するなど柔軟に対応する