# 仁淀川流域 広域観光振興計画 概要版



### ① 計画策定の目的と推進期間

仁淀川流域 広域観光振興計画は、一般社団法人 仁淀ブルー観光協議会が舵取り役となり、 「5年後に目指すべき」広域観光振興の姿を実現することを目的に、計画を策定する。 本計画の推進期間は、令和4年度から令和8年度までの5年間とする。

※観光を取り巻く環境の変化に応じて、随時計画の見直しを行うものとする。

## ③ ありたい姿 (ビジョン)

地域の方々とともに、「奇跡の清流、仁淀川」=「仁淀ブルー」というブランドを確立することで、 多くの魅力的なコト・モノ・ヒトがある仁淀川流域に交流人口を創出し、地域経済が活性化されている。 そのありたい姿を実現するため、仁淀ブルーを起点に、自然・歴史・文化・産業・食・人といった ここにしかない価値に訪れる観光客等が満足し、仁淀川流域に、何回も訪れてもらえる魅力的且つ 持続可能な観光地域づくりを目指していきます

#### ② 仁淀川流域の提供価値

# ~仁淀ブルーと呼ばれる、日本一の水質~

『仁淀川は、全国一級河川の水質ランキングで過去10年で8回全国一位となった、四国を代表する「清 流」です。この「仁淀ブルー」と呼ばれる日本一の水質を、仁淀川流域のここにしかない価値として磨き上げ、 「奇跡の清流、仁淀川」のブランドをより浸透させていきます。』

# ④ 仁淀ブルー観光協議会の役割(ミッション)

仁淀ブルー・仁淀 川の認知度向上

6市町村と一体で 行う仁淀川流域の 魅力づくり

セールス・プロモーショ ンによる誘客促進

誘客促進による仁淀 川流域の経済活性化

#### ⑤ ありたい姿を実現するための数値目標(KPI)

【1】宿泊者数

【2】入込客数

【3】観光消費額

【4】来訪者満足度

【5】リピーター率

【6】仁淀ブルー・仁淀川の認知度

# ⑥ ありたい姿の実現に向けた解決すべき課題

【 1 】観光地域ブランディング

【2】地域資源の観光化

【3】効果的な情報発信

【4】受入基盤の強化

【5】広域観光の推進

仁淀ブルー・仁淀川の認知度は 高いとはいえない

地域資源を磨き上げ観光資源に 変えることが十分にできていない

観光客に伝えるべきことが十分に 伝えられていない

観光客等のニーズに対しての受 入環境・体制が十分でない

連携して多様な魅力を活かした 事業が十分に行えていない

# ⑦ ありたい姿の実現に向けて狙っていく市場とターゲット

# 一般旅行市場

関西・中四国の個人・団体

# 国際観光市場

# サステナブル・ツーリズム及びユニバーサル・ツーリズムの推進と SDGs への貢献

#### SUSTAINABLE GOALS



### アフターコロナに向けた、インバウンド観光の推進

# ⑧ 戦略の「5本の柱」

仁淀川流域の魅力づくりの強化・推進

県内外への情報発信の強化・推進

仁淀川流域の受入・おもてなし体制の整備強化・推進

6市町村連携による広域観光の強化・推進

# 仁淀川流域 広域観光振興計画 概要版



#### 9 戦略と戦術の体系図

戦略①

魅力づくりの強化・推進

仁淀川流域の

#### 戦術(1) 滞在型観光化の推進

- →①地域資源を活用したコンテンツ の磨き上げ、開発、スタートアップ支 援
- →②宿泊施設等との連携による、磨き上げ、開発したコンテンツなどとの周 遊促進
- →③周遊を促進するための導線づく り

#### 戦術(2) 特産品や食の観光化の推進

→④地域資源を活用した「特産品」 や「食」の磨き上げ・開発支援 **戦略**②

県内外へのプロモーション・ 情報発信の強化・推進

# 戦術(1) <u>旅行会社へのプロモーションを強化</u>

↔①関西・中国・四国(含む高知 県)のメディア系旅行会社を中心とした プロモーションを強化

# 戦術 (2)

# メディアを活用した情報発信の強化

- →②(発地)SNS等のデジタルメディアを活用し、関西・中国・四国 3 県へのPR強化
- →③(着地)観光ガイドブック等のアナログメディアを活用し、高知県へ訪れている観光客へのPR強化

### 戦術(3)

**マスコミの活用による情報発信の強化**→ ④ (発地・着地) 県内外のマスメ
ディアへの情報発信の強化

戦略③

仁淀川流域の受入・おもてなし 体制の整備強化・推進

# 戦術(1)

#### 観光の担い手確保・育成の強化

○①地域の担い手確保や域内事業者 等のスキル向上等のための機会創出

# 戦術 (2)

# <u>仁淀ブルー観光協議会内の情報ネッ</u>トワーク化推進

↔②観光客等の情報を一元化する体制の整備と活用できる仕組みの構築

## 戦術(3)

# サステナブル・ツーリズムの推進

- →③自然環境保全のための、住民や 観光客等に対する取組の啓発を実施
- →④ S D G s 達成に貢献する観光商 品やバリアフリーに対応した観光商品の ピックアップと磨き上げを推進

戦略4

6市町村連携による

広域観光の強化・推進

#### 戦術(1)

#### マーケティングデータ収集の強化

→①域内来訪者の「満足度・リピーター率」「平均周遊箇所数」「観光消費額」 調査・分析の実施

#### 戦術(2) 関係機関等との連携強化

→②関係者への戦略・戦術の進捗共 有による、計画のPDCA推進

## 戦略(5)

アフターコロナに向けた、 インバウンド観光の推進

# 戦術(1)

#### <u>訪日外国人観光客のニーズに沿った</u> 魅力づくりの推進

↔①訪日外国人観光客のニーズに沿ったコンテンツの磨き上げ・開発

# 戦術(2)

#### <u>訪日外国人観光客の受入に必要な</u> 環境や体制の整備

→②HPの多言語対応、Wi-Fi整備、 キャッシュレス対応など、受入体制の整 備を推進

#### 戦術(3)

#### プロモーションの推進

→③デジタルメディアを中心としたプロ モーションの推進

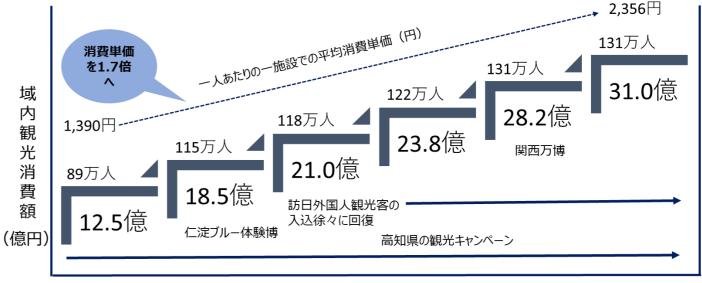
# ⑩ 戦術の役割分担と推進体制・計画

※本編P81~P92を参照

一般社団法人仁淀ブルー観光協 議会が舵取り役となり、 6市町村及び観光協会、高知県 と連携しながら、

本計画のPDCAを回し、5年後 のありたい姿を実現していく





観光客入込数 (万人)