

観光地域づくり法人報告書

○観光地域づくり法人(DMO)

一般社団法人仁淀ブルー観光協議会は、観光地域づくり法人に令和2年3月31日に登録されました。観光地域づくり法人は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人です。

このため、仁淀川流域広域観光振興計画第2期計画(令和4年度～令和8年度)に基づき、5つの戦略と各戦術を立て、KPI(数値目標)を設定した事業をPDCA(計画・実行・評価・改善)サイクルを行いながら実施していますので、令和6年度の取り組み状況について公表します。

【KPIに対する達成状況】

KPI	(参考) R5年度実績	R6年度 目標	R6年度 実績	達成率 (対前年度比)
KPI① 観光客入込数	人 1,382,765	人 1,221,390	人 1,405,910	115.1% (101.7%)
KPI② 流域内観光消費額	円 1,942,506,153	円 2,380,490,245	円 2,280,400,764	95.8% (117.4%)
KPI③ 1人当たりの観光消費単価	円 1,347	円 1,949	円 1,622	83.2% (120.4%)
KPI④ 満足度	% 96.2	% 98.0	% 96.8	98.8% (100.6%)
KPI⑤ リピーター率	% 50.0	% 52.0	% 45.8	88.1% (91.6%)
KPI⑥ 認知度	% 67.8	% 50.0	% 65.2	130.4% (96.2%)

(参考) KPI①

【単位:人】

カテゴリー	R5年度	R6年度	増減数	対前年度比
飲食	144,352	145,662	1,310	100.9%
施設	103,179	107,361	4,182	104.1%
宿泊	82,503	76,482	▲6,021	92.7%
体験	173,370	155,673	▲17,697	89.8%
物産	879,361	920,732	41,371	104.7%
合計	1,382,765	1,405,910	23,145	101.7%

(参考) KPI②

【単位:円】

カテゴリー	R 5 年度	R 6 年度	増減数	対前年度比
飲食	131,977,111	150,356,520	18,379,409	113.9%
施設	38,022,561	50,132,429	12,109,868	131.8%
宿泊	838,202,973	1,038,534,817	200,331,844	123.9%
体験	155,185,939	159,415,262	4,229,323	102.7%
物産	779,117,569	881,961,736	102,844,167	113.2%
合計	1,942,506,153	2,280,400,764	337,894,611	117.4%

(参考) KPI③

【単位:円】

カテゴリー	R 5 年度	R 6 年度	増減数	対前年度比
飲食	914	1,032	118	112.9%
施設	369	468	100	127.1%
宿泊	10,160	13,825	3,665	136.1%
体験	895	1,024	129	114.4%
物産	886	960	74	108.4%
合計	1,347	1,622	275	120.4%

(参考) KPI④

【単位:%】

項目	R 5 年度	R 6 年度	増減数	対前年度比
満足度	96.2	96.8	0.6	100.6%

(参考) KPI⑤

【単位:%】

項目	R 5 年度	R 6 年度	増減数	対前年度比
リピーター率	50.0	45.8	▲4.2	91.6%

(参考) KPI⑥

【単位:円】

項目	R 5 年度	R 6 年度	増減数	対前年度比
認知度	67.8	65.2	▲2.6	96.2%

「仁淀川流域広域観光振興計画 第2期計画」のKPI①～⑥について検証を行い、次年度の取り組みに反映していく。

・KPI①観光客入込数は、R6 目標に対して 115.1%と達成できており、対前年度比も 101.7%と伸びて

いる。

- ・KPI②流域内観光消費額は、R6 目標に対して 95.8%と概ね達成できており、対前年度比は 117.4%と伸びている。
- ・KPI③ 1 人当たりの観光消費単価は、R6 目標に対して 83.2%と達成できておらず、対前年度比は 120.4%と伸びている。

1 人当たり観光消費単価は、計算方法の仕様上、施設ごとに流域内観光消費額(KPI②)を観光客入込数(KPI①)で割るため、低単価・大人数のバイアスがかかりやすくなっている。

プラスの要因としては、宿泊の 카테고리では、宿泊単価を素泊まり単価から 1 泊 2 日単価に増額した施設があり、観光客入込数は減ったものの流域内観光消費額が大きくなったため、136.1%と大きく伸びている。また、施設及び物産の 카테고리では、まきのさんの道の駅・佐川や佐川おもちゃ美術館のオープン(R5 年 6 月～)により観光客入込数と流域内観光消費額が増えたため、1 人当たりの観光消費単価も伸びている。

また、マイナスの要因としては、NHK 連続テレビ小説らんまんの放送(R5 年 4 月～9 月)が終了したことにより、佐川町内にある旧浜口家住宅や青山文庫などの観光客入込数が減少し、各 카테고리의 1 人当たりの観光消費単価を少なからず引き下げているものと思われる。

- ・KPI④満足度は、R6 目標に対して 98.8%と概ね達成できており、対前年度比は 100.6%とほぼ横ばい状況にある。

98%という高い目標を掲げているが、実績は年々向上しており、継続的な取組が必要である。

- ・KPI⑤リピーター率は、R6 目標に対して 88.1%となっており、対前年度比も 91.6%で減少している。

らんまん効果等により近年高止まりしている状況であるが、本年度は、例年並みの数値である。

- ・KPI⑥認知度は、R6 目標に対して 130.4%と達成できており、対前年度比は 96.2%と若干減少している。

前年度比は減少しているが、例年目標を超える知名度を上げており、今後も、メディア露出や当協議会の情報発信・セールスが必要である。

【取り組みによる今後の波及効果】

(1)魅力づくりの強化・推進事業

- ・台湾チャーター便の就航やクルーズ船の高知新港への寄港など、インバウンド誘客の促進を目的として、新たに多言語のインバウンド向け定型型とオーダーメイド型のタクシープランを造成した。このことによりインバウンドによる流域の交通の利便性を高め(二次交通対策)、周遊促進につなげるとともに、台湾商談会にも参加してセールスを行った。
- ・観光 PR・物販を来訪者の多いターゲット先を中心に市町村・観光協会と役割分担しながら連携して行うことで、地域の認知度向上につながった。
- ・流域 6 市町村が一体となり展開する期間限定の体験型イベント博覧会「仁淀ブルー体験博 2024」を開催(9 月 28 日～11 月 23 日)し、「今だけ、ここだけ」の 56 プログラムを造成した。県内外から 567 名が参加し、地域誘客と消費に貢献した。

- ・第1回ONSEN・ガストロノミーウォーキング in 仁淀ブルーを開催(10月5日)し、流域の自然景観と地域の食を楽しむことができるイベントを行った。県内外から110名が参加し、地域誘客と消費に貢献した。

(2) 県内外への情報発信の強化・推進事業

- ・ホームページやSNS等のデジタルメディアを活用した情報発信の強化により、観光客入込数の増大や認知度の向上及び「奇跡の清流 仁淀川」＝「仁淀ブルー」のブランド化を高めた。
- ・旅行会社を中心としたプロモーションの強化により、旅行会社には年間を通じてツアーを造成していただいた。また、修学旅行の受け入れ等を行い、集客数と売上向上に努めた。
- ・県内外のマスメディア等への情報提供を積極的に行い、テレビ、新聞等の媒体で情報発信の強化を図った。

(3) 受入・おもてなし体制の整備・推進事業

- ・県が主催するガイド講座や観光関連研修等を積極的に事業者案内することにより、ガイドの育成やおもてなしの気運が高まるなど、受入体制の整備が進んだ。
- ・バリアフリー観光を推進することで、来訪者の満足度を高め、リピーターにつながる取組となった。
- ・仁淀ブルースポットだけではなく、魅力を伝え体験できる観光商品をHPで紹介することにより、サステナブル・ツーリズムの推進に繋がった。また、協議会HPの特集として、仁淀川エリアのお土産品10選として記事を新たに掲載した。

(4) 広域観光の強化・推進事業

- ・マーケティングデータ収集の結果やアンケート調査を分析し、DMOワーキング等で課題を共有することで、仁淀川流域が一体となった広域観光を推進した。
- ・広域観光推進部会を開催し、様々な分野の関係者と連携して活動することで、仁淀川流域の活性化や認知度の向上を高めつつある。

上記の各事業を戦略的かつ総合的に実施することにより、認知度向上とブランド化を進め、観光客等のさらなる誘客が促進できており、地域の活性化を図ることにもつながっている。

今後も引き続き、市町村・観光協会や事業者など関係者の合意形成において、DMOとしての主導的な役割を果たしながら、仁淀川流域の更なる認知度向上と交流人口の拡大、地域の活性化に取り組んでいく。