

## 嶺北地域アクションプランの修正について

嶺 北 地 域 本 部

令和3年9月15日（水）

# 修正項目（案）

修正前

嶺北地域アクションプラン		分野	観光
AP名 (実施地域)	No.19 嶺北地域の連携による交流人口の拡大 (嶺北地域全域) ※地域産業クラスター関連 (嶺北畜産クラスタープロジェクト)		
実施主体	◎(一社)土佐れいほく観光協議会、本山町、大豊町、土佐町、大川村		
APへの位置づけ	H21.4月		
事業概要	観光を軸として、吉野川の水源地域における豊富な地域資源や特色のある取り組みなどを横断的につなぐ広域観光の推進により、「れいほく」の魅力をグレードアップさせるとともに、一元的な情報発信や教育旅行の誘致を通じて、交流人口の拡大と経済の活性化を図る。		

指標	出発点	実績		目標
		R元	R2	R5
(1) 主要観光施設の入込数	284,813人 (H27~29平均)	333,962人		391,000人
(2) 主要宿泊施設宿泊者数	14,577人 (H27~29平均)	23,691人		25,000人
(3) 民泊受入世帯数	89世帯 (H30)	86世帯		120世帯

これまでの主な動き	
<p><b>&lt;これまでの取り組みの内容&gt;</b></p> <p>◆<b>広域観光推進体制の強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・嶺北地域観光・交流推進協議会の設立 (H22)</li> <li>・大学等と連携した旅行商品の磨き上げの取り組み (H22~29)</li> <li>・広域観光パンフレットの作成 (H22~)</li> <li>・広域で連携したイベント (土佐の豊穰祭 in 嶺北) の開催 (H23~)</li> <li>・ガイド研修、モニターツアー等の実施 (H22~)</li> <li>・広域観光組織の機能強化に向けた視察研修の実施 (H28)</li> <li>・土佐れいほく博推進協議会を設立 (H30.3月)</li> <li>・土佐れいほく博観光コーディネーターによる旅行会社へのセールス、観光商品の磨き上げ (H30、R元)</li> <li>・公式ホームページやSNS、テレビ等メディアを活用した嶺北地域の情報発信 (H30~)</li> <li>・(一社)土佐れいほく観光協議会を設立 (R2.12月)</li> <li>・(一社)土佐れいほく観光協議会の事業戦略策定 (R2)</li> <li>・マーケティング機能の構築 (来訪者への満足度等のアンケートの実施等) (R2)</li> </ul>	<p>◆<b>教育旅行の推進</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行会社等への教育旅行のセールスの実施 (H27~)</li> <li>・教育旅行の受け皿となる民泊の研修会の実施 (H25~)</li> <li>・広域での教育旅行セールスツールの作成 (R2)</li> </ul> <p><b>&lt;主な成果&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆大原富枝文学館入込数 H24~27平均：1,268人 → H30：5,041人</li> <li>◆教育旅行受入件数 H28：5校164人 → R元：15校1,022人</li> <li>◆土佐れいほく博の開催 (R元.7~12月) 主要観光施設入込客数 (R元.7~12月)：159,218人 (対前年同期比：109.1%) 主要宿泊施設宿泊者数 (R元.7~12月)：11,515人 (対前年同期比：134.8%) ツアー催行本数 (参加人数) (R元.4~12月)：60本 (1,406人)</li> </ul> <p><b>&lt;課題&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広域観光を担うコーディネート組織の機能強化</li> <li>・教育旅行の受入拡大</li> </ul>

## 第4期計画における行程表

主な取り組み	R2	R3	R4	R5	R6 以降
◆ 広域観光推進体制の強化	<p style="text-align: center;">新たな広域観光組織の体制整備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 嶺北4町村： 広域観光組織の体制整備、事業戦略の策定、事業実施に必要な人材の確保</li> <li>● 県（地域本部等）： 補助事業による支援、コーディネーターやアドバイザーの派遣による支援</li> </ul>		<p style="text-align: center;">組織体制・機能の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 嶺北4町村、(一社)土佐れいほく観光協議会： (一社)土佐れいほく観光協議会での計画に基づく戦略的な取り組みの推進</li> <li>● 県（地域本部等）： 補助事業による支援、コーディネーターやアドバイザーの派遣による支援</li> </ul>		
	<p style="text-align: center;">嶺北地域が一体となったプロモーションの展開、セールス活動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 嶺北4町村： 4町村が一体となった広報PR、セールス活動、HP、SNS等を通じた嶺北地域の情報発信</li> <li>● 県（地域本部等）： 補助事業による支援、コーディネーターやアドバイザーの派遣による支援</li> </ul>				
◆ 教育旅行の推進	<p style="text-align: center;">推進方針の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 嶺北4町村： 広域観光組織の体制整備と合わせた今後の教育旅行(民泊等)推進方針の検討</li> <li>● 県（地域本部等）： コーディネーターやアドバイザーの派遣による支援</li> </ul>		<p style="text-align: center;">教育旅行の広域化の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 嶺北4町村： 推進方針に基づく取り組みの実施</li> <li>● 県（地域本部等）： アドバイザーの派遣による支援、関係機関への情報提供</li> </ul>		
	<p style="text-align: center;">教育旅行の受け皿となる民泊等の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 大豊町： 地域の活動者等との連携による研修会の実施、旅行会社等へのセールスの実施</li> <li>● 県（地域本部等）： 関係機関との橋渡し、情報提供</li> </ul>				
<p>【用語】・SNS：「Social Networking Service」の略。インターネットを通じて個人間の幅広いコミュニケーションを支援するサービスのこと。代表的なSNSとしては、Facebook などがある。</p>					

<b>AP名 (実施地域)</b>	<b>No.19 嶺北地域の連携による交流人口の拡大</b> (嶺北地域全域) ※地域産業クラスター関連 (嶺北畜産クラスタープロジェクト)
<b>実施主体</b>	◎(一社)土佐れいほく観光協議会、本山町、大豊町、土佐町、大川村
<b>APへの位置づけ</b>	H21.4月
<b>事業概要</b>	観光を軸として、吉野川の水源地域における豊富な地域資源や特色のある取り組みなどを横断的につなぐ広域観光の推進により、「れいほく」の魅力をグレードアップさせるとともに、一元的な情報発信や一般旅行、教育旅行、農都交流、国際観光の誘致を通じて、交流人口の拡大と経済の活性化を図る。

指標	出発点	実績		目標
		R元	R2	R5
(1) 主要観光施設の入込数	284,813人 (H27~29平均)	333,962人	<u>279,191人</u>	<u>468,647人</u>
(2) 主要宿泊施設宿泊者数	14,577人 (H27~29平均)	23,691人	<u>17,399人</u>	<u>22,292人</u>
(3) 民泊受入世帯数	89世帯 (H30)	86世帯	<u>83世帯</u>	120世帯

これまでの主な動き

<p><b>&lt;これまでの取り組みの内容&gt;</b></p> <p>◆<b>広域観光推進体制の強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・嶺北地域観光・交流推進協議会の設立 (H22)</li> <li>・大学等と連携した旅行商品の磨き上げの取り組み (H22~29)</li> <li>・広域観光パンフレットの作成 (H22~)</li> <li>・広域で連携したイベント(土佐の豊稔祭 in 嶺北)の開催 (H23~)</li> <li>・ガイド研修、モニターツアー等の実施 (H22~)</li> <li>・広域観光組織の機能強化に向けた視察研修の実施 (H28)</li> <li>・土佐れいほく博推進協議会を設立 (H30.3月)</li> <li>・土佐れいほく博観光コーディネーターによる旅行会社へのセールス、観光商品の磨き上げ (H30、R元)</li> <li>・公式ホームページやSNS、テレビ等メディアを活用した嶺北地域の情報発信 (H30~)</li> <li>・(一社)土佐れいほく観光協議会を設立 (R2.12月)</li> <li>・(一社)土佐れいほく観光協議会の事業戦略策定 (R2)</li> <li>・マーケティング機能の構築(来訪者への満足度等のアンケートの実施等) (R2)</li> </ul>	<p>◆<b>教育旅行の推進</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行会社等への教育旅行のセールスの実施 (H27~)</li> <li>・教育旅行の受け皿となる民泊の研修会の実施 (H25~)</li> <li>・広域での教育旅行セールスツールの作成 (R2)</li> </ul> <p><b>&lt;主な成果&gt;</b></p> <p>◆大原富枝文学館入込数 H24~27平均: 1,268人 → H30: 5,041人</p> <p>◆教育旅行受入件数 H28: 5校 164人 → R元: 15校 1,022人</p> <p>◆土佐れいほく博の開催 (R元.7~12月) 主要観光施設入込客数 (R元.7~12月): 159,218人 (対前年同期比: 109.1%) 主要宿泊施設宿泊者数 (R元.7~12月): 11,515人 (対前年同期比: 134.8%) ツアー催行本数(参加人数) (R元.4~12月): 60本 (1,406人)</p> <p><b>&lt;課題&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広域観光を担うコーディネート組織の機能強化</li> <li>・教育旅行の受入拡大</li> </ul>
--	--

第4期計画における行程表					
主な取り組み	R2	R3	R4	R5	R6以降
◆エリアマーケティング機能強化	<p>エリアのニーズ・動向・実態・満足度の調査・分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●(一社)土佐れいほく観光協議会： エリアのニーズ・動向・実態・満足度の調査設計を行い、各種調査・分析を実施 4町村・観光協会等と連携し、魅力ある商品開発と効果的なセールス・PRにつなげる</li> <li>●県(地域本部等)：補助事業による支援、コーディネーターやアドバイザーの派遣による支援、情報提供</li> </ul>				
◆れいほくならではの魅力ある商品開発の推進	<p>体験プログラム、土産・食、宿泊・周遊促進商品の開発・磨き上げと広域イベントの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●(一社)土佐れいほく観光協議会： れいほくならではの商品開発方針の策定、広域イベント開催設計を行い、助成金・研修・事業者間のマッチング等、各種支援を実施</li> <li>●4町村・観光協会・商工会等： 開発・磨き上げや広域イベントに参画する事業者等を選定・働きかけ、商品開発等を推進</li> <li>●県(地域本部等)：補助事業による支援、各種アドバイザーや土佐の観光創生塾等セミナーの紹介</li> </ul>				
◆セールスの強化・推進	<p>地域が一体となったセールス活動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●嶺北4町村： 一体となったセールス活動</li> <li>●県： 県等が主催する商談会や情報提供</li> </ul>	<p>旅行会社や企業・大学等へのセールス・PR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●(一社)土佐れいほく観光協議会： 4町村等から吸い上げた情報をもとに、旅行会社や企業・大学等へセールス・PRを推進</li> <li>●4町村・観光協会等：事業者の情報を吸い上げ、広域観光組織へ共有</li> <li>●県(地域本部等)：県等が主催する商談会やその他事業の紹介、情報提供</li> </ul>			
◆れいほくならではの情報発信・PRの強化・推進	<p>地域が一体となったプロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●嶺北4町村： 一体となった広報PR、情報発信</li> <li>●県： 補助事業による支援、アドバイザー等の派遣</li> </ul>	<p>開発した商品を誘客につなげるためのプロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●(一社)土佐れいほく観光協議会： 情報発信の基盤を整備し、会員へのPRやデジタルメディア、アナログメディア、OTA、プレスリリースを活用したPR、県や高知市と連携したPRの実施</li> <li>●4町村・観光協会等：事業者の情報を吸い上げ、広域観光組織へ共有</li> <li>●県(地域本部等)：補助事業による支援、アドバイザー等の派遣による支援、情報提供</li> </ul>			
◆受入体制づくりの推進、基盤の整備・強化	<p>人材育成と担い手の創出・支援、受入環境の整備、組織の体制強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●(一社)土佐れいほく観光協議会： 組織内の体制強化と関係者との連携・協力体制強化の推進 4町村・観光協会等へ情報提供、各種支援、マーケティングに基づく受入環境整備等の提案</li> <li>●4町村・観光協会等：人材育成と担い手の創出・支援、住民の参画推進・意識醸成 受入環境の整備(ソフト整備・ハード整備)</li> <li>●県(地域本部等)：補助事業による支援、アドバイザー等の派遣による支援、情報提供</li> </ul>				
※上記については、4つの市場(一般旅行市場、教育旅行市場、農都交流市場、国際観光市場)について取り組む。					

【用語】OTA：「Online Travel Agent」の略。インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。