

新規・重点 物部川地域アクションプラン（案）

物 部 川 地 域 本 部
令和6年1月30日（火）

事業の概要

美しい自然に恵まれた奥物部のべふ峡温泉と周辺の観光資源を活用し、物部エリアの観光振興を図る。

【実施主体】◎香美市、(一社)香美市観光協会、観光事業者

これまでの取り組み

【べふ峡温泉】

- ① 県内有数の紅葉の名所であるべふ峡へのさらなる観光客誘致に向け奥物部に立地
- ② 専属のシェフによるジビエ料理を提供するほか、県の観光キャンペーンを活用し積極的なPRを実施

【周辺の観光資源を活用したイベント】

- ① 物部川アメゴ釣り大会
- ② 物部大栃ノルディック・ウォーク
- ③ 土佐塩の道ウォーク
- ④ 白髪山登山 等



第5期(R6~R9)

指標	出発点	R9(目標)
- (※)		

※今後の検討状況を踏まえて設定

直面する課題

- (1) べふ峡温泉の利用者(※)はコロナ禍の影響もあり大幅に減少
H25 : 26,726人 → R4 : 13,584人
(※)入浴、会議、宿泊、レストラン、宴会、BBQハウス、キャンプ場利用の合計
- (2) R4年度は赤字決算となり、指定管理者である(一社)香美市観光協会への管理委託はR5年度末で終了予定
- (3) 香美市はR5年度下半期に経営分析を実施し、R6年度に新たな指定管理者を募集する意向

課題への対応

今後の取り組み

- 香美市及び新たな指定管理者等による具体的な観光振興策の検討・実施
- (1) べふ峡温泉の経営改善に向けた具体策の検討・実施
 - (2) (一社)香美市観光協会等関係団体と連携したべふ峡を中心とした奥物部エリアの観光振興策の展開

[重点] APNo.13 南国市の観光農園を活用した体験型・滞在型観光の推進

<物部川地域本部>

事業概要

南国市観光の中核である観光農園を時代の変化、顧客ニーズに対応したリブランディングにより磨き上げ、魅力的な観光施設として広域的な観光客の誘致を推進するとともに、生産された青果の外商の拡大を図る。

分野	観光
実施主体	◎(株)西島園芸団地、南国市、(一社)南国市観光協会、(一社)物部川DMO協議会、南国市観光施設連絡会
APへの位置付け	R3.4月

第4期(R2~R5)					評価※ (達成率)
指標	出発点	R4	R5	R5(目標)	
観光客入込数 (1月~12月)	106,191人 (R元)	120,023人	145,416人 (見込)	100,000人	S (145.4%)
年間売上高 (8月~7月)	3億2,672万円 (R元)	3億4,372万円	3億7,844万円	3億6,000万円	A (105.1%)

※R5(目標)に対するR5(見込)又はR5実績の達成状況 **S**:110%以上 **A**:100%以上110%未満 **B**:85%以上100%未満
C:70%以上85%未満 **D**:70%未満

第5期(R6~R9)		
指標	出発点	R9(目標)
観光客入込数 (1月~12月)	120,023人 (R4)	156,000人
年間売上高 (8月~7月)	3億7,844万円 (R5)	4億2,400万円

現状と課題

【現状】

コロナ禍後、観光客は団体客を含め回復してきており、合わせて、売上高も上昇してきている。

【課題】

- ①観光客入込数及び売上高の増に向けた取り組みが必要
- ②老朽化設備の計画的な更新が必要



第5期における取り組みの内容

- 拡**(1)「西島」ブランドの強化
消費者に対し、自社で生産する青果物への高品質なイメージを抱かせる戦略展開
(高品質な青果物を百貨店等にて採用される取り組み)
- (2)自社で生産する青果物等の外商推進
通常の小売りに加え、通販での販売促進
- (3)Web等を活用した情報発信及び関係団体と連携した旅行代理店へのセールス実施
- (4)高品質な青果物の安定生産に向けた栽培の取り組み
- (5)ボイラー・電気設備等の老朽化設備の計画的更新



[重点] APNo.15 ヤ・シパークを核とする地域の活性化の推進

<物部川地域本部>

事業概要

地域の自然や食材を生かした賑わいの拠点づくりを進めるため、ヤ・シパークを核とした仕組みづくりに官民一体となって取り組み、地域の活性化を図る。

分野	観光
実施主体	◎(株)ヤ・シ、香南市
APへの位置付け	H27.9月

第4期(R2~R5)

指標	出発点	R4	R5(見込)	R5(目標)	評価※ (達成率)
加工所兼店舗の売上高	2,687万円 (H30)	2,168万円	-	5,587万円	D (38.8%)
「道の駅やす」入込数 (1月~12月)	28.6万人 (R元)	25.8万人	-	29.8万人	B (86.6%)

※R5(目標)に対するR4実績の達成状況 **S**:110%以上 **A**:100%以上110%未満 **B**:85%以上100%未満
C:70%以上85%未満 **D**:70%未満

第5期(R6~R9)

指標	出発点	R9(目標)
ヤ・シパークの入込数 (1月~12月)	29.5万人 (R4)	33.2万人
「道の駅やす」テナントの 売上高	3億3,513万円 (R4)	3億4,873万円

現状と課題

【加工所兼店舗の売上高】

- 店舗への集客やアイスバーの販路拡大に取り組んできたものの、R2~R4の実績は目標を下回っている。
- 誘客に向けた新メニューの導入やアイスバーの販路拡大に取り組んでいる。

【「道の駅やす」入込数】

コロナ禍により目標達成はできていないものの、売上は地元固定客もあり、堅調な状況

⇒第5期ではKPIを「ヤ・シパークの入込数」と「道の駅やす」テナントの売上高」と設定する。

【パークのインクルーシブ化】

- ヤ・シパーク施設の老朽化が進んでおり、香南市・県が連携して改修する。改修の際にインクルーシブ化を目指すよう、R4.3月のヤ・シパーク活性化推進協議会にて、関係者、地元住民が確認・共有
 - インクルーシブパークを目指し、ソフト事業の取り組みを進める。
 - インクルーシブ化に必要な環境整備については、老朽施設の改修（サイン・遊歩道等）に合わせ取り組む。

⇒県港湾・海岸課がR5に老朽化したサイン・遊歩道の改修に向け設計実施。R6から工事予定。香南市がR5に老朽化したサインの改修実施
※設計にあたっては、地元や障害者団体等と協議済
- インクルーシブ化に係るソフト部分の検討・実施が必要

第5期における取り組みの内容

ヤ・シパーク全体への入込数を増やすことにより、(株)ヤ・シの直営店舗だけでなく、道の駅全テナントの売上高増を目指し、パークの活性化に繋げる。
(分野を商工業から観光へ変更。)

【ヤ・シパークの入込数】

(1)パークのインクルーシブ化に向けた取り組み

- 拡** ①R6年度にパーク全体の老朽施設等の改修を実施
- 拡** ②改修にあわせて、インクルーシブ化を進める。
- 拡** ③ハード整備にあわせて、スタッフのインクルーシブに対する意識を高め、来客者への対応力向上や、パーク内のバリア情報等についての情報発信を行うなど、ソフト面での取り組みを進める。

パークの
イメージ向上

(2)集客増に向けた取り組み

- こどもや高齢者、外国人や障害のある方など、誰もが楽しめる公園となるためのハード面・ソフト面の充実を進めるとともに、各種イベントを開催するなど、集客増に向けた取り組みについて、(株)ヤ・シ及び香南市を中心に実施していく。
- イベント情報等について、HPやSNS等を活用した積極的な情報発信を行う。

【「道の駅やす」テナントの売上高】

入込数の増を図ることで、テナント全体の売上高増を目指す。



[重点] APNo.18 龍河洞エリアにおける地域の活性化の推進

<物部川地域本部>

事業概要

日本三大鍾乳洞の一つに数えられ、高知県を代表する観光資源である龍河洞を中心として、国内外の観光客を誘致し、観光振興を図ることで地域を活性化させる。

分野	観光
実施主体	◎(公財)龍河洞保存会、(株)龍河洞みらい、龍河洞エリア活性化協議会、香美市
APへの位置付け	H29.9月

第4期(R2~R5)

指標	出発点	R4	R5	R5(目標)	評価※ (達成率)
観光客入込数 (1月~12月)	12.6万人 (R元)	11.3万人	13.0万人	15.0万人	B (86.7%)

※R5(目標)に対するR5実績の達成状況 **S**:110%以上 **A**:100%以上110%未満 **B**:85%以上100%未満
C:70%以上85%未満 **D**:70%未満

第5期(R6~R9)

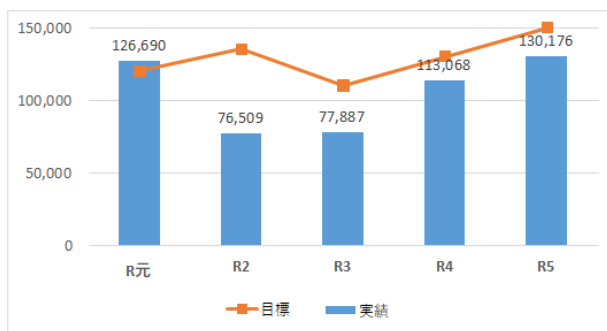
指標	出発点	R9(目標)
観光客入込数 (1月~12月)	13.0万人 (R5)	16.5万人

現状と課題

【現状】

- 龍河洞エリア活性化基本計画の推進及び施設等の改修
(龍河洞情報館R5.3オープン)
- 広報・PRの実施
- 集客イベントの実施

■ 龍河洞入込数の目標と実績の推移



【課題】

- 入込数は、新型コロナウイルス感染症の影響から回復傾向にあるものの、目標に達していない。
- 老朽化施設や閉鎖施設の活用方法が未定となっており、今後関係者による協議が必要。
- 運営スタッフ及びガイドスタッフの高齢化による後継者不足を解消する必要がある。

第5期における取り組みの内容

【短期】

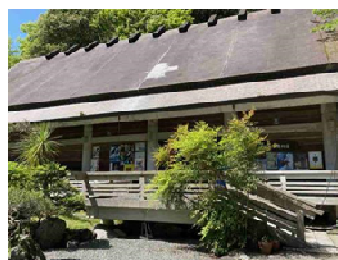
- (ハード事業)
龍河洞エリア内サイン整備 (R5~6年度)
- (ソフト事業)
- TVCM、SNS広告等によるPR展開
 - 教育旅行誘致及び旅行エージェントへのセールス
 - 学術研究成果の活用
- 拡** ④龍河洞情報館(A)で発信するコンテンツの拡充



(A) 情報館

【中長期】

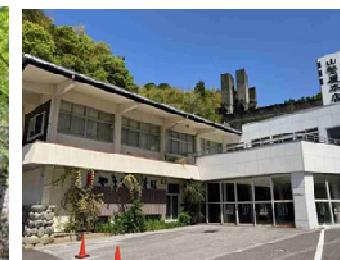
- 運営スタッフ及びガイドスタッフの人材確保及び育成
- 老朽化(B)及び閉鎖施設(C)の活用を含めた龍河洞全体の振興策の検討
- 閉鎖している民間施設(D,E)への対応



(B) 博物館



(C) 旧珍鳥センター



(D) 山繁屋跡
(イベント時に休憩等に活用中)



(E) ドライブインはら跡