

にし阿波～剣山・吉野川観光圏整備計画(案)について

1 はじめに

県西部の2市2町と徳島県は、平成20年10月の観光圏制度発足と同時に、四国で初の観光圏として認定を受け、3月末で2期目の計画期間が満了します。

このたび、国の新たな基本方針(3月末公布予定)や、これまでの取組の成果等を踏まえ、3期目となる観光圏整備計画を作成し「世界に通用する競争力の高い観光地域づくり」を加速させます。

2 計画の名称等

「にし阿波～剣山・吉野川観光圏整備計画」

(1) 観光圏の区域 美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町

(2) 計画期間 平成30年4月～平成35年3月

3 ブランドコンセプト

「千年のかくれんぼ」～分け入るごとに、時は遡り～
そびえ立つ山々が悠久の時を閉じ込めたのか。

変わらぬ営みと人のぬくもりが息づく、にし阿波、無垢の里。

A thousand years, a hidden hamlet

4 地域ビジョン(※5年後の具体的な姿)

- 海外の来訪者が5日間以上楽しめる滞在・交流エリアづくり
- また訪れたくなる「地域丸ごとおもてなし」の態勢づくり
- 食をはじめ地域資源を活かした「にし阿波ブランド」物産の世界発信
- 世界に誇れる「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくり

5 基本戦略

(1) DMO「そらの郷」を中心に地域一体となった取組

■世界水準DMOの育成

- ・多様な関係者の合意形成やマーケティング機能の強化
- ・観光地域づくりマネージャーや訪日外国人対応ガイドなどの育成

■地域住民による主体的な参画促進

- ・訪日外国人観光に対する意識啓発
- ・観光人材の裾野拡大

(2) 世界水準の受入環境整備

■外国人目線での受入れ環境等の充実

- ・外国語表記、観光案内窓口の整備、サービスの品質向上等

■「大歩危・祖谷地区」に続く 新たな滞在・交流エリア の創出

- ・剣山や吉野川を活かした滞在プログラムの造成
- ・「食と農の景勝地」、「世界農業遺産(※申請中)」を活かした農泊の拡大

(3) 世界に向けた戦略的な情報発信

■「にし阿波インバウンド戦略」の深化・展開

- ・欧、米、豪、アジアの国、地域ごとの「特性」を考慮

■「Iya Valley」ブランドの更なる向上と波及

- ・「大歩危・祖谷地区」から圏域全体へ

■にし阿波物産のブランド化

- ・食のコンテンツや土産品等、地域資源を活用したブランドの認証

(4) 広域周遊観光への対応強化

■訪日外国人目線での広域連携による誘客

- ・四国ツーリズム創造機構、瀬戸内DMO、関西観光本部との連携強化
- ・香川せとうちアート観光圏はじめ全国13観光圏との連携強化

6 新たな数値目標の設定

国の新たな基本方針では、観光圏内における「日本人及び外国人別のKPI」の設定が必須となることから、これまでの実績や関係事業者の意見等を踏まえ、数値目標を設定します。

(参考 H28「にし阿波」における訪日外国人に関する主な実績値)

- | | |
|-------------|------------|
| ■延べ宿泊者数 | 23,681 人泊 |
| ■一人あたり旅行消費額 | 37,015 円/人 |
| ■リピーター率 | 5.0 % |

7 今後のスケジュール

- 3月中旬 観光圏整備計画を国に提出
- 4月上旬 観光庁において観光圏認定の公表