

目次

はじめに.....	P. 1
第1章 計画の基本的な考え方	
1-1 計画策定の背景	P. 2
1-2 計画の位置付け	P. 3
1-3 計画期間	P. 3
第2章 久万高原町の概況	
2-1 久万高原町の概況(地理・文化・歴史).....	P. 4
2-2 久万高原町の社会状況	P. 8
第3章 観光市場の動向	
3-1 地方創生的手段としての観光振興	P. 14
3-2 世界と日本国内の観光市場の動向	P. 15
3-3 四国・愛媛県内の観光市場の動向	P. 19
3-4 久万高原町の観光市場と動向	P. 27
第4章 観光振興の基本方針・アクションプラン・推進体制	
4-1 観光振興のビジョン・KPI.....	P. 50
4-2 観光振興に向けたコンセプトと戦略	P. 52
4-3 エリアマネジメント戦略	P. 57
第5章 終わりに	
5-1 計画の終わりに	P. 100
5-2 久万高原町観光振興計画策定委員会設置要項	P. 101

はじめに

当町は山間部に位置する高原の町で、西日本最高峰の石鎚山、日本三大カルストに数えられる四国カルストなどをはじめとする豊富な自然資源を有し、豊かな自然と高原ブランドのイメージを打ち出した観光振興に取り組んでまいりました。平成24年の三坂道路開通による県都松山市からのアクセス向上、平成26年に町の観光拠点として誕生した「道の駅天空の郷さんさん」の開駅により観光客が大きく増加し、遍路文化の人気の高まりとともに、外国人観光客が町を歩く姿も見られるようになっております。

一方で、周辺市町からのアクセス向上などの影響で通過型の観光客が増加し、観光地における旅行者の滞在時間や消費行動の減少が大きな課題となっています。更に近年は、情報化社会の進展やライフスタイルの変化により観光ニーズが多様化し、国が推進するインバウンド観光促進への対応なども含め、観光客を呼び込むための時代に即した新たな取り組みが求められていると感じております。また、当町は愛媛県下で最も高齢化が進んだ自治体であり、観光振興により交流人口を増加させ、旅行消費により地域経済を活性化させることは、地域の活力を維持するうえで重要な要素であると考えております。

このようなことから、当町の観光における目指すべき将来像を定め、地域住民や観光事業者の皆様、行政が互いに連携し、今後10年間に渡って観光振興に取り組むための指針として、本計画を策定いたしました。計画の策定にあたっては、観光関連事業者、交通事業者、学識経験者などの委員で組織する「久万高原町観光計画策定委員会」を設置し、町内の観光事業者や旅行者の実態調査、若者の意見を聴取するためのモニターツアーを実施するなど、当町の観光における課題を整理するとともに、観光地として経済効果を高めるためには何が必要かを、様々な視点から検討いたしました。本計画を推進していく中で、地域住民の皆様が地域の魅力を再発見し、町に誇りと愛着を持っていただくことで、地域の魅力がより高まっていくことと思っておりますので、皆様におかれましては一層のご理解とご協力を賜りますようお願いいたします。

最後に、本計画策定にあたり、熱心にご審議いただいた観光計画策定委員会の委員の皆様をはじめ、貴重なご意見やご協力いただきました関係各位に、心より厚く御礼申し上げます。

久万高原町長 河野 忠康

第1章 計画の基本的な考え方

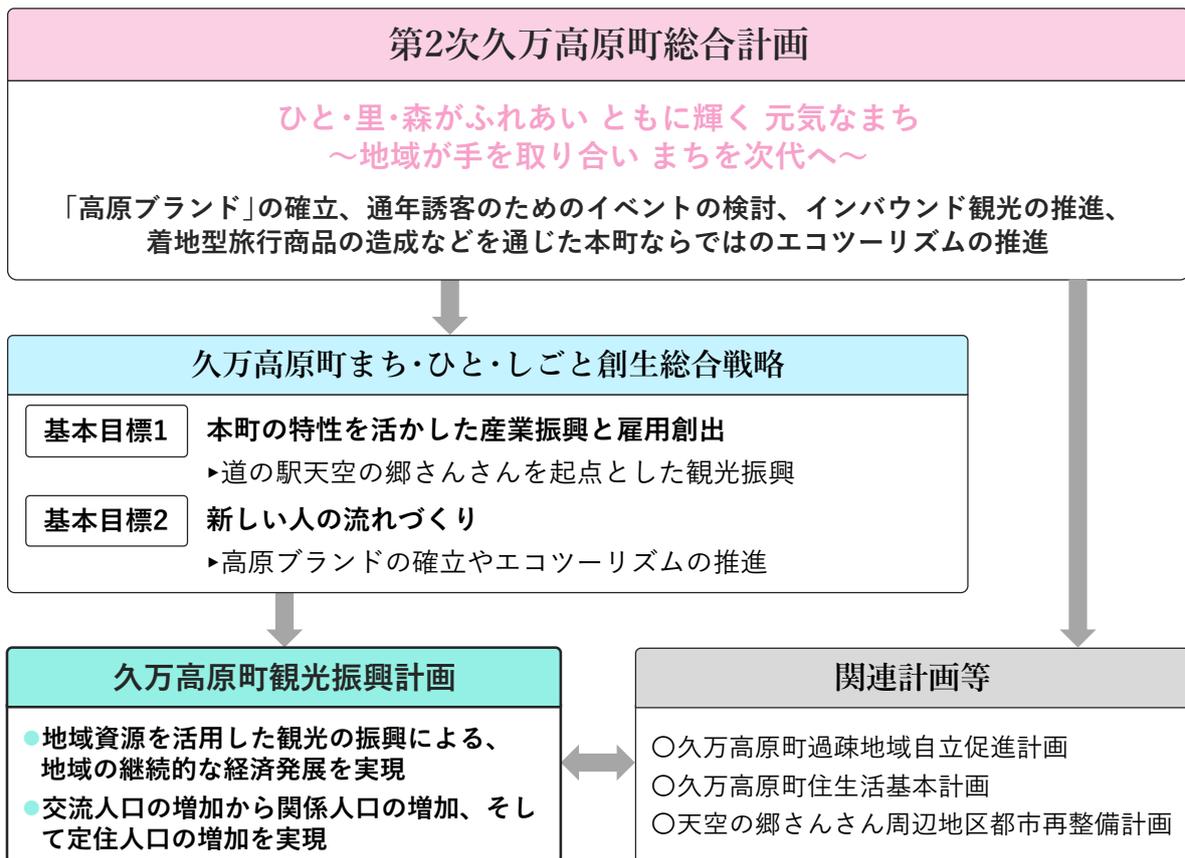
1-1 計画策定の背景

久万高原町(以下「本町」という。)では、平成28(2016)年3月に策定された「第2次久万高原町総合計画」において、魅力ある産業づくりを重要課題として掲げ、その中で観光面においては、「高原ブランドの確立による一体的な観光振興により、交流人口増加を図る」ことを基本方針としています。この方針は本町において進んでいる人口減少への対応として、交流人口の増加によって地域経済活性化に取り組んで行くことを明示したものです。特に、今後の日本や四国を取り巻く外部環境の変化や、人口減少の進む本町における内部要因を踏まえ、交流人口の増加と地域経済活性化を結びつけるロジックを入念に検討する必要があります。特に様々な資源制約(ヒト・モノ・カネ)が強まる本町においては、一体何に優先的に資源配分を行うべきか、つまり戦略的な発想が必要不可欠です。

そこで「交流人口の増加による地域経済活性化」の実現に向けて、本町の戦略的な観光振興の指針となる観光に特化した行政計画を策定し、具体的な将来像や目標の下、町民や観光関係機関、行政などが一丸となって、本町の生き残りもかけて観光振興に取り組む必要があると判断いたしました。これらの背景を踏まえ、本町の有する観光資源の魅力や課題、更に変化していく外部環境を分析し、本町の観光における今後の方向性や目指すべき将来像、関係する主体がそれぞれ担うべき役割や目標などを定めた「久万高原町観光振興計画」を策定しました。

1-2 計画の位置付け

本計画は、本町のまちづくりにおける最上位計画である「第2次久万高原町総合計画」に定められた基本方針のもと、「久万高原町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を上位計画として、本町全体の観光振興のために目指すべき方向性を定めたものです。



1-3 計画期間

本計画の計画期間は、2019(平成31)年度から2028年度までの10年間とします。

2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
計画期間									

なお、計画期間中には、社会を取り巻く情勢や経済環境が大きく変動し、観光市場の動向や人々の観光に対するニーズは刻々と変化していくことが想定されるため、3年間など一定の期間を定め、計画の進捗状況を確認しつつ、本計画の内容を適宜、見直していくものとします。

第2章 久万高原町の概況

2-1 久万高原町の概況(地理・文化・歴史)

2-1-1 久万高原町の位置

本町は、愛媛県の中央部に位置し、本庁舎から松山市街地まで、車で30分ほどの距離にあります。北部は松山市、東温市、西条市、西部は砥部町、内子町、西予市に接し、東・南部は高知県との県境となっています。

町域は、南北約30km、東西約28km、総面積は約58,369haで、平均標高約800mと、愛媛県下で最も広く高い中山間地の町です。町域の約9割が林野であり(林野面積52,461ha)、仁淀川から分岐した面河川、久万川ほか多くの支流が縦走する水源地域でもあります。

気候は、高原地域であることもあり、夏季は冷涼で、冬季は寒冷で積雪もあります。また、台風常襲地帯に属しています。

交通は、鉄道はなく、松山と高知を結ぶ国道33号を基軸とした国道や主要地方道により道路網が形成されています。また、平成24年に三坂道路が開通し、雨期・冬季などにおける松山市との往来が大幅に改善しています。

久万高原町の位置



2-1-2 久万高原町へのアクセス

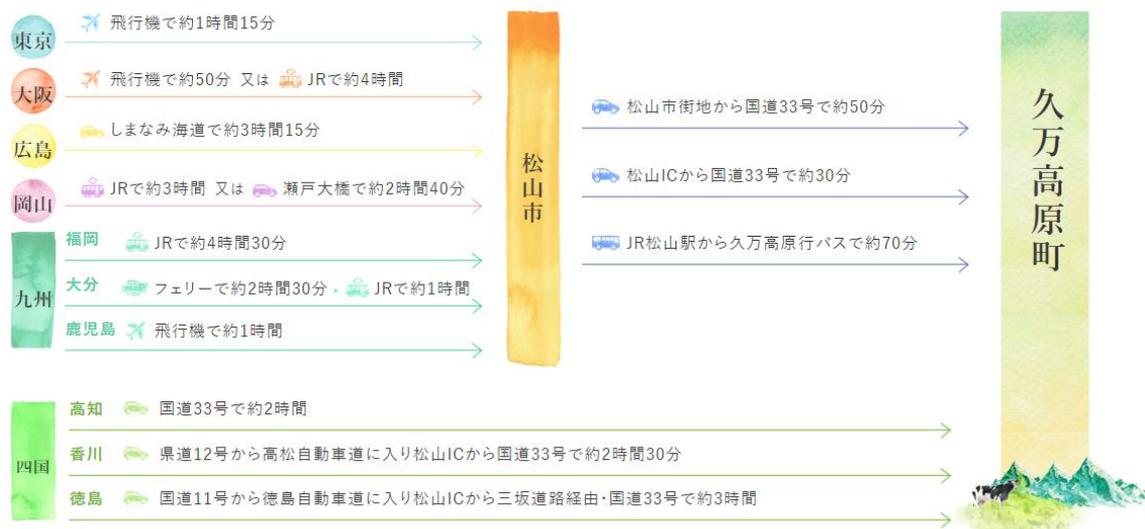
周辺地域からの本町へのアクセス手段は、主に車、バスによります。

松山周辺から本町へアクセスする場合、車の利用であれば、松山市方面からは国道33号線を高知方面に向かい、約35分を要します。バスの利用であれば、JR四国バスが運行する路線バスがJR松山駅から平日1日8便、休日6便が1時間10分～2時間間隔で出ており、片道1時間10分を要します。2012年の国道33号三坂道路の全線開通により、松山市方面からのアクセス性が飛躍的に向上しました。

高知方面からのアクセスは、松山市方面と同様、国道33号線を愛媛方面に向かい、高知市から約2時間を要します。



資料 久万高原町



資料 久万高原町観光協会ウェブサイト

JR四国バス 松山～久万高原間時刻表

下り

便名	1	4	5 平日	7	9	11	13 平日	113 休日	15 平日
松山	6:50	8:30	10:30	12:30	15:30	17:20	18:40	19:30	20:10
↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
久万高原	8:00	9:40	11:40	13:40	16:40	18:30	19:50	20:40	21:20

上り

便名	2	4 平日	104 休日	6 平日	8	10	12	14	16 平日
久万高原	6:30	8:20	9:00	10:10	12:00	14:00	17:10	18:40	20:00
↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
松山	7:40	9:30	10:10	11:20	13:10	15:10	18:20	19:50	21:10

資料 JR四国バスウェブサイトを基に作成

伊予鉄南予バス 久万～上直瀬・面河・石鎚土小屋間時刻表

行先	面河	上直瀬	石鎚 土小屋	面河	面河	面河	上直瀬	石鎚 土小屋	面河	面河	上直瀬	面河	上直瀬
久万		9:30	7:50	9:30	11:00	11:00	13:40	14:00	14:35	14:35	16:10	17:50	18:05
↓		↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
上直瀬		9:56					14:32				17:01		18:56
↓													
大味川	7:23					11:51				15:26			
↓													
面河	7:48		8:50	10:30	12:00	12:10		15:02	15:35	15:45		18:50	
石鎚土小屋			9:28					15:40					

資料 伊予鉄南予バスウェブサイトを基に作成

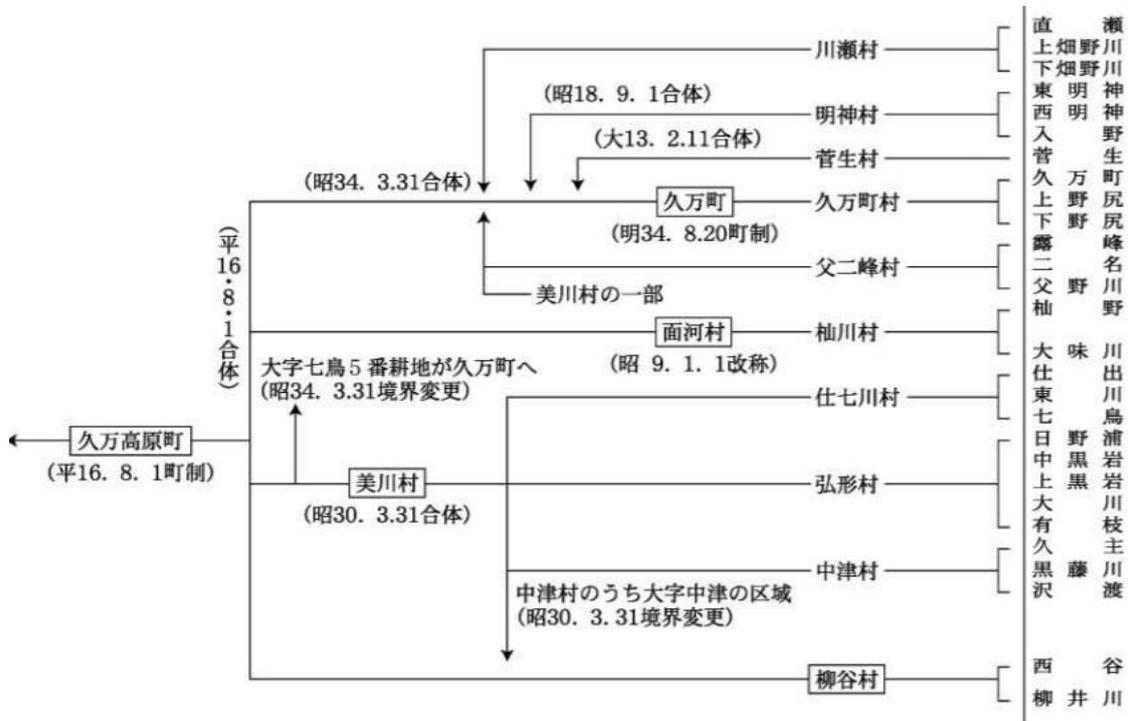
2-1-3 久万高原町の歴史

本町の歴史は古く、上黒岩岩陰遺跡により、すでに縄文時代から人が生活していたことが確認されています。

藩政時代には主に松山藩に属し、松山から高知に至る土佐街道の宿場町、四国霊場第44番札所菅生山大宝寺、第45番札所海岸山岩屋寺の門前町として栄えました。

町を構成する旧町村は、明治22年の市町村制施行の際、旧面河村(当時は杣川村。昭和9年1月1日に面河村へ改称。)、昭和30年3月31日に旧美川村及び柳谷村、昭和34年3月31日に旧久万町が発足し、平成16年8月1日に4町村の合併により、現在に至っています。

久万高原町の合併の歴史



2-2 久万高原町の社会状況

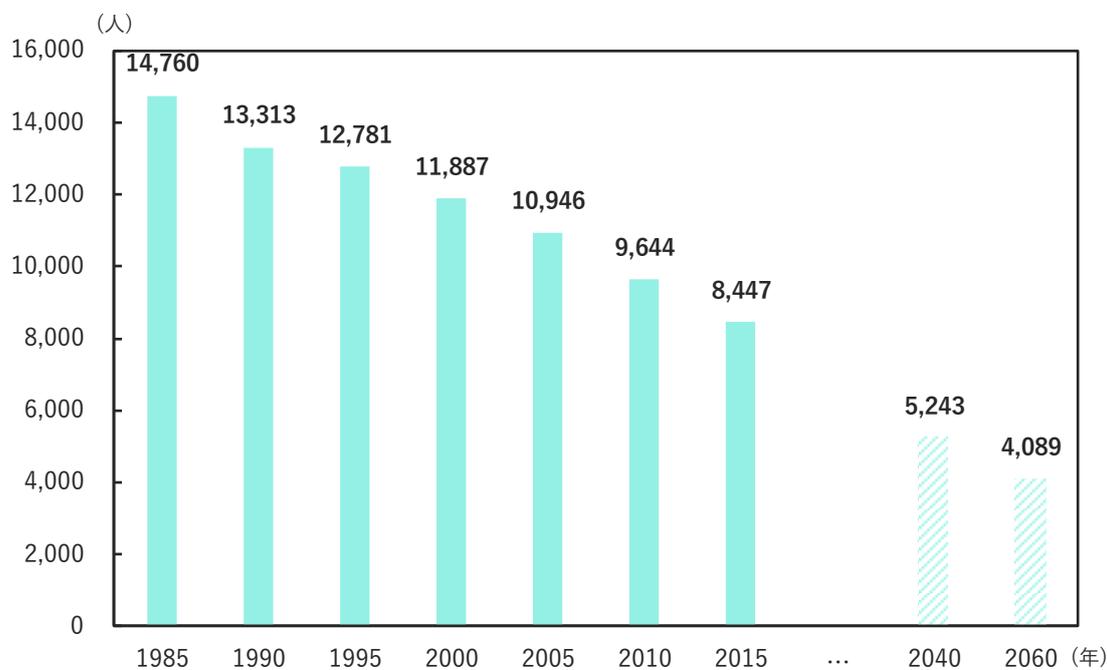
2-2-1 人口動態

(1) 総人口の推移

国勢調査による2015(平成27)年の本町の人口は8,447人で、長期的に減少傾向が続いています。30年前にあたる1985(昭和60)年の14,760人に比べ、43%近く減少しています。

本町が2016(平成28)年に策定した「久万高原町人口ビジョン」では、合計特殊出生率が徐々に上昇し(2010(平成22)年時点の1.54から2030年に1.6まで上昇し、2040年に1.8まで上昇)、また、転出超過が2030年以降半減することを前提とした場合の将来的な人口目標として、2040年で5,243人、2060年で4,089人(2015年比52%減)としています。

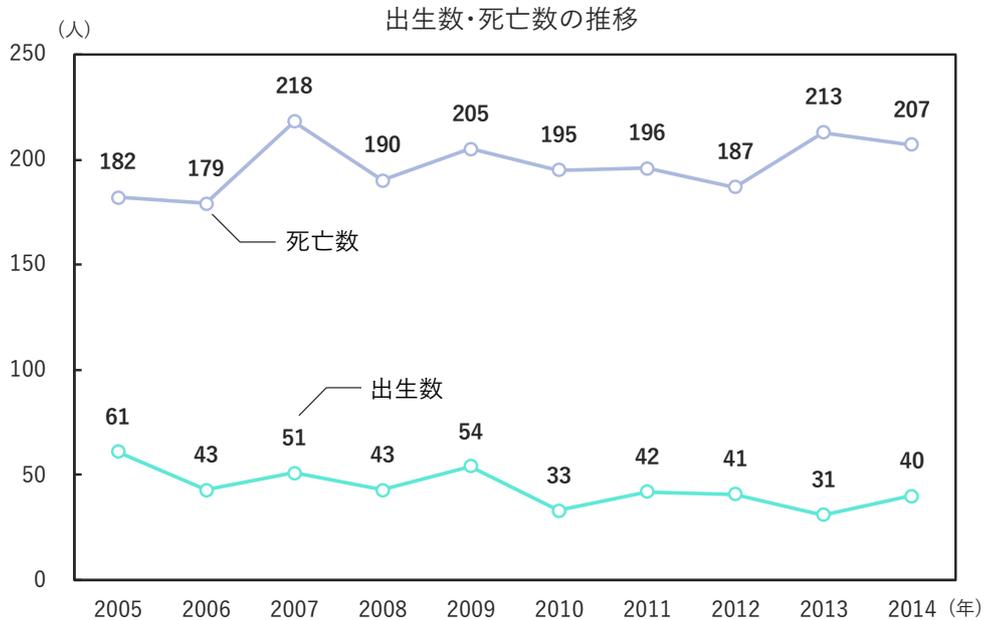
久万高原町の総人口の推移と将来的な推計



出典 国勢調査、久万高原町人口ビジョン

(2) 自然増減

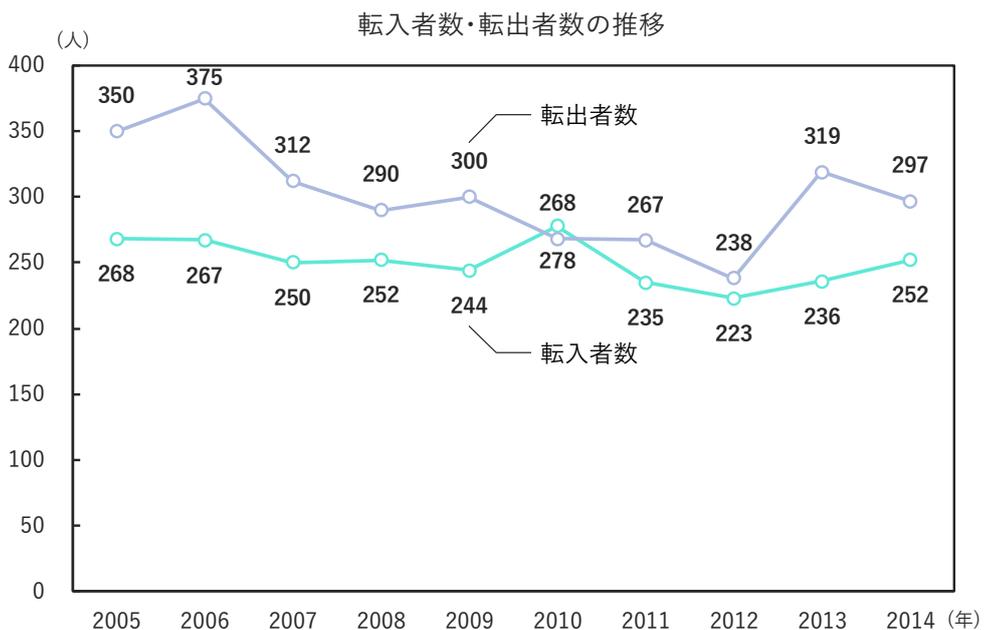
出生数と死亡数の差である自然増減は、死亡数が出生数を上回る自然減の状況が続いており、平均して1年あたり150人程度の減少となっています。今後も、出生率の大きな回復がみられない限り、この傾向が続くものと考えられます。



出典 住民基本台帳

(3) 社会増減

転入者数と転出者数の差である社会増減は、転出者数が転入者数を上回る社会減の状況が続いており、平均して1年あたり50人程度の転出超過となっています。転入者数はやや増加傾向もみられることから、移住促進等の推進により、転出者数との差が縮小することも想定されます。



出典 住民基本台帳

2-2-2 産業構造

(1) 基幹産業

本町は、平均標高約800mに位置し、町域の約9割を林野が占め、面河川、久万川ほか多くの水源を有するなど、本町ならではの地形的特性から農林業を基幹産業として発展してきました。

農業については、冷涼な気候を生かした夏秋野菜の栽培が盛んです。特に、桃太郎トマトとピーマンの生産量は愛媛県内一を誇り、その質の良さから主に京阪神地域に出荷されています。また、清らかな水で育つ久万高原清流米の栽培も行われています。

林業については、歴史は明治の初めに遡り、吉野杉で有名な奈良県の吉野地方に習い、育林技術を発展させてきました。この伝統を継承しながら、森林の保全や技術の伝承など、新たな森林づくりにも挑戦しています。

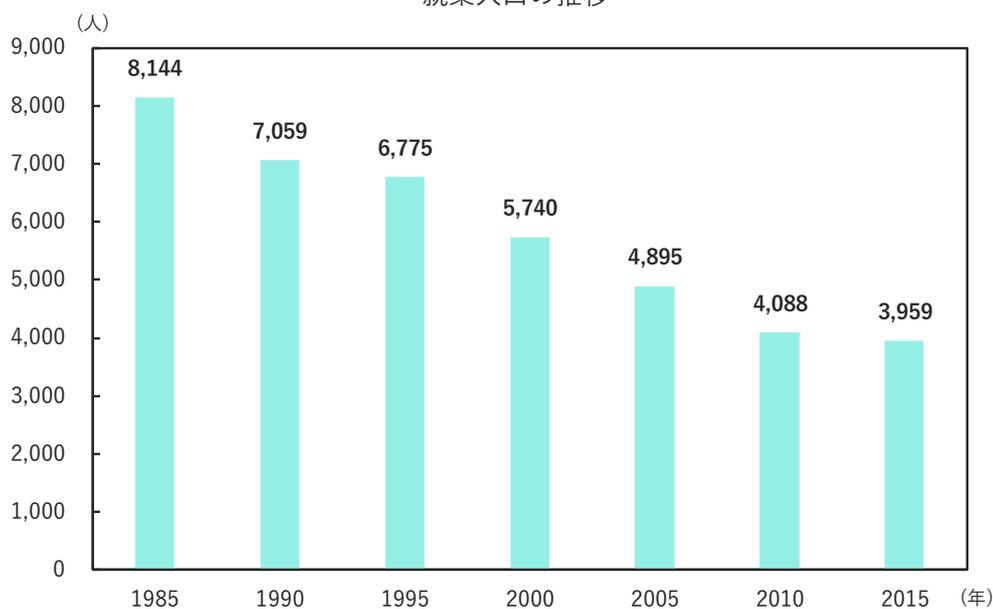
久万農業公園アグリピアを整備し、新規就農を志す若者のための研修制度を設けたり、1990(平成2)年に第三セクター(株)いぶきを設立し、森林の適正管理や若者の雇用の場として活用しています。ただ、現在では、以下(2)に示すとおり、第三次産業の占める割合が大きくなっています。

(2) 産業別人口

本町の就業人口は、総人口の減少に伴い、年々減少しています。ただし、2015(平成27)年は3,959人と2010年比で129人減(▲3.2%)となっており、これまでの減少数に比べるとその数が緩やかになっています。

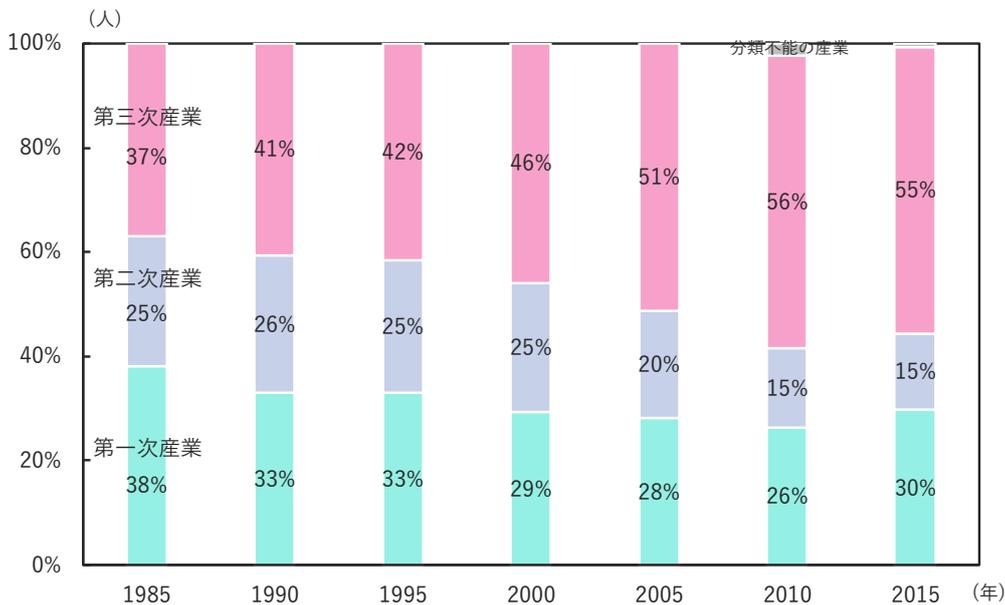
産業別では、第三次産業の割合が年々増加し、それに伴って、第二次産業及び基幹産業である第一次産業の割合が減少しています。ただ、2015(平成27)年には、第一次産業の割合が30%(1,179人)と2010(平成22)年の26%(1,081人)から一転して増加しており、新規就農への支援等の効果が発揮されていることが想定されます。

就業人口の推移



出典 国勢調査

産業別就業人口の割合の推移



出典 国勢調査

2-2-3 地域の課題等

(1) 産業

① 農林業

四国山地に囲まれた山間の町である本町は、経営耕地面積が少なく、大規模な営農が困難な地域です。そのため、経営耕地1.0ha未満の小規模農家が8割近く(県65%)を占めています。また、農業従事者等の平均年齢は約65歳で、県平均(約62歳)を上回っています。基幹作物としては、冷涼な気候を生かした夏秋トマトやピーマン、大根が産地として大きな成功を収めてきましたが、販売規模300万円未満の農家が9割近くを占めており、新規就農希望者の発掘、後継者の育成、収入の安定化などが求められます。

また、本町は西日本有数の林業地帯ですが、高齢化、過疎化に伴う林業従事者の減少、木材需要の減衰、長引く木材価格の低迷、人件費等のコストの増大などにより、林業の採算性は著しく低下し、林業経営は一段と厳しい状況にあります。

② 観光・レクリエーション

本町は、四国有数の渓谷 面河渓や日本三大カルストの一つである四国カルストをはじめ、豊かな自然環境に恵まれており、その自然景観を生かしたスキー場やゴルフ場、久万高原ふるさと旅行村、国民宿舎、農業公園アグリピアなどを整備し、農山村リゾート地としての地位を確立しています。また、歴史的価値の高い国指定史跡上黒岩岩陰遺跡や四国霊場大宝寺、岩屋寺などの史跡を有しており、美術館や山岳博物館、天体観測館、ラグビー場など、文化施設、スポーツ施設も整備しています。

これらの資源・施設の活用により、都市と農村の交流促進に一定の成果を上げていますが、観光入込客数は減少傾向にあり、時代とともに変化する観光客のニーズに合った事業展開が求められています。また、主要な観光施設の多くが老朽化しており、遊歩道やビュースポットの一部では手入れが行き届いていないために、せっかくの自然景観を損ねている箇所が散見されます。そのため、それらについては、修繕・撤去などの対応が必要となっています。

(2) 地域コミュニティ

本町には、大別すると36の集落(大字単位)があり、その中に、地域コミュニティ等の活動主体である任意の自治会組織があります。しかしながら、過疎・高齢化に伴って担い手となる若年人口等が減少し、小さな集落では地域の活動を維持することが難しくなっています。

面河地域、中津地域、畑野川地域など、一部の地域では、住民が主体となった地域づくりを行うための活動(面河地域運営協議会、中津大字会、畑野川の里づくりグループなど)が行われており、これらの活動に対する支援や他地域への展開、都市部からの移住の促進などが求められています。

(3) 公共交通

町内では、公共交通機関2社が路線バスの運行を行っており、地域住民の移動手段として活躍しています。しかしながら、過疎化と自家用車の普及により乗車率は年々低下しており、路線のほとんどが赤字であるため、減便や路線の廃止も進んでいます。

遠距離通学者や自家用車を運転できない高齢者などにとって、日常生活上、公共交通は必要不可欠なものであるため、引き続き、バス会社に対する財政支援や、路線が廃止された地域での町営バスの運行に努めていくとともに、新たな公共交通の導入等についても検討を行っていく必要があります。

(4) 情報通信環境

本町では、高度情報網の構築を図るため、ブロードバンドサービス未提供地域にDSL方式による高速ブロードバンド提供施設を整備し、情報通信環境の向上に努めていますが、今後の観光誘客、増加が見込まれるインバウンドの受け入れなどにおいて、一部の地域にとどまる超高速ブロードバンドサービス提供エリアの一層の拡大や、携帯電話の通話不能地域の解消、Wifiスポットの整備拡大などが課題となっています。

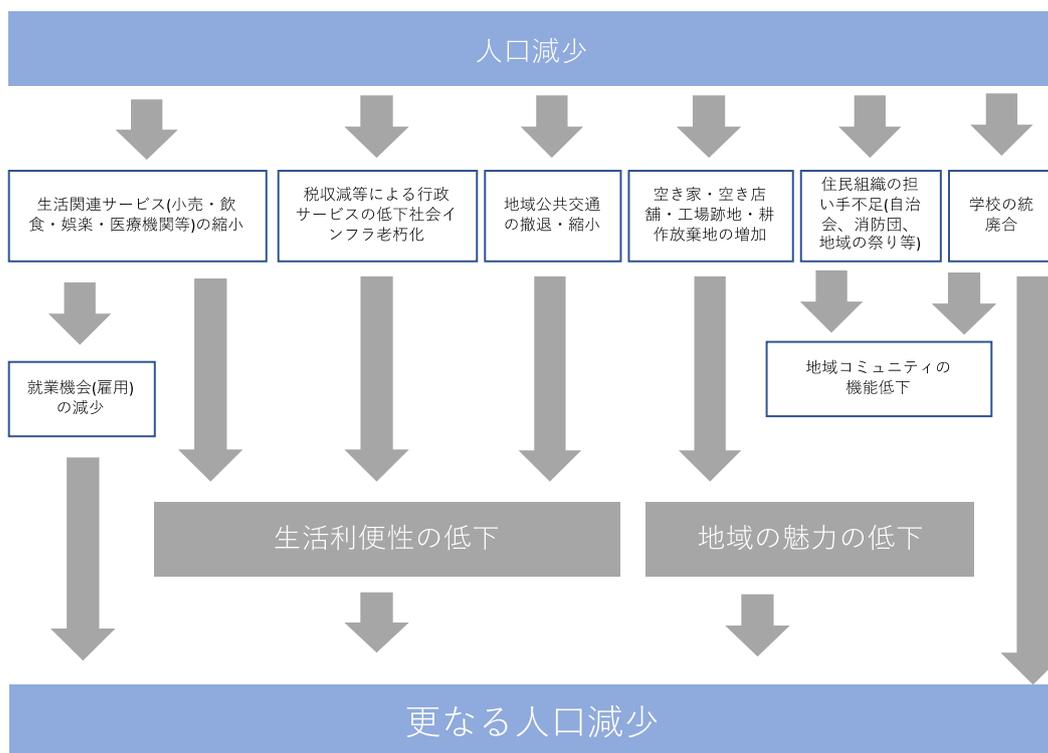
第3章 観光市場の動向

3-1 地方創生の手段としての観光振興

前章にて整理した地域の課題の多くは、地域の人口減少によって引き起こされていると考えることが出来ます。こうした課題は、さらなる人口減少を引き起こしていきます(下記図参照)。つまり対策を講じなければ、人口減少は加速度的に進んでいくということです。

人口減少への対応策は、観光振興だけではありませんが、大規模な設備投資を必要とせず戦略的で有効的なソフト施策の立案、そして実施体制の整備により遂行可能な観光施策への取り組みは、本町でも十分に実施可能性があります。そこでこの人口減少への有力な対応策として「観光振興」を位置付け、本町における地方創生としての手段として定義づけます。

現在多くの自治体において「観光振興」に対して同様の定義付けがなされています。本計画では、更に踏み込んで観光客を地域に呼びこむことが、どの様に地方創生の手段となるのか、その経路を明確にしたロジックを考察します。本章では、こうしたロジックを考察する前段階として、現在の観光市場でどのような動きがあるのかを概観します。



出典 <http://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/h26/hakusho/h27/html/n1122000.html>

3-2 世界と日本国内の観光市場の動向

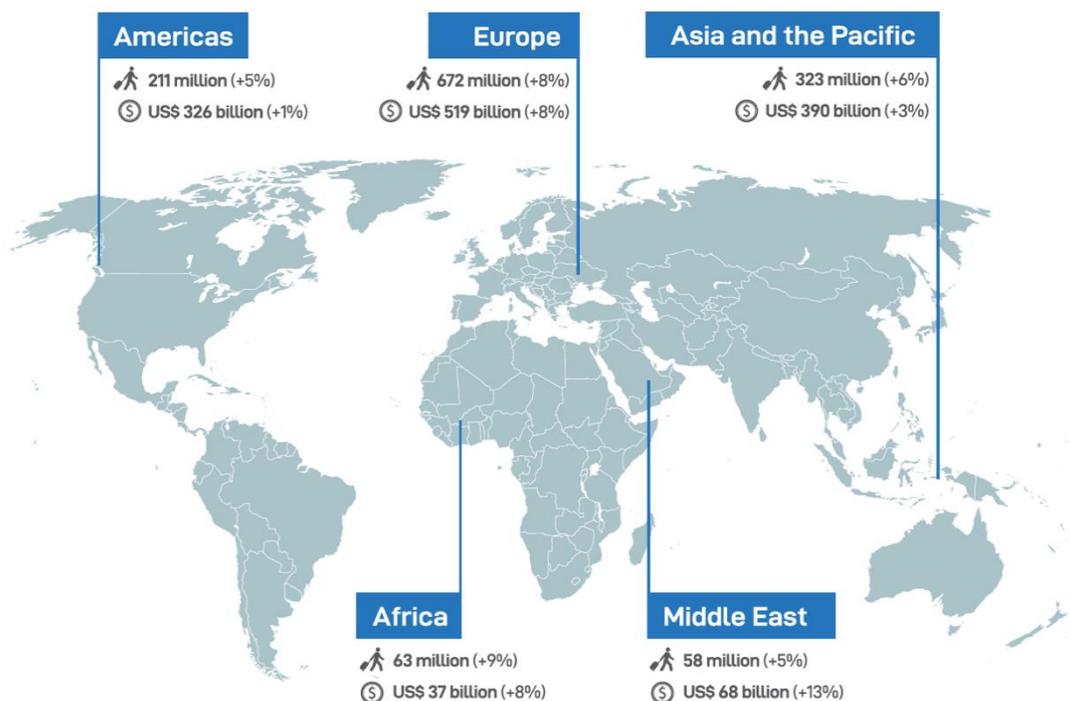
3-2-1 世界の観光市場の動向

UNWTO「Tourism Highlights 2018 Edition」によれば、2017年の世界の国際旅行者到着数(International Tourist arrivals)は前年比約7%増加の1,326百万人となり、世界の国際観光収入(International Tourist Receipts)は13,400億USドルとなりました。

この国際旅行者到着数(International Tourist arrivals)の地域別のシェアはヨーロッパが51%、アジア・パシフィックが24%、アメリカが16%、アフリカが5%、中東が4%となっています。これを国別に見てみると、1位はフランス、2位はスペイン、3位はUSA、4位は中国、5位はイタリア、6位はメキシコ、7位はイギリス、8位はトルコ、9位はドイツ、10位はタイとなっており、日本はTop10にはランクインしていませんが、11位にランクインしています。

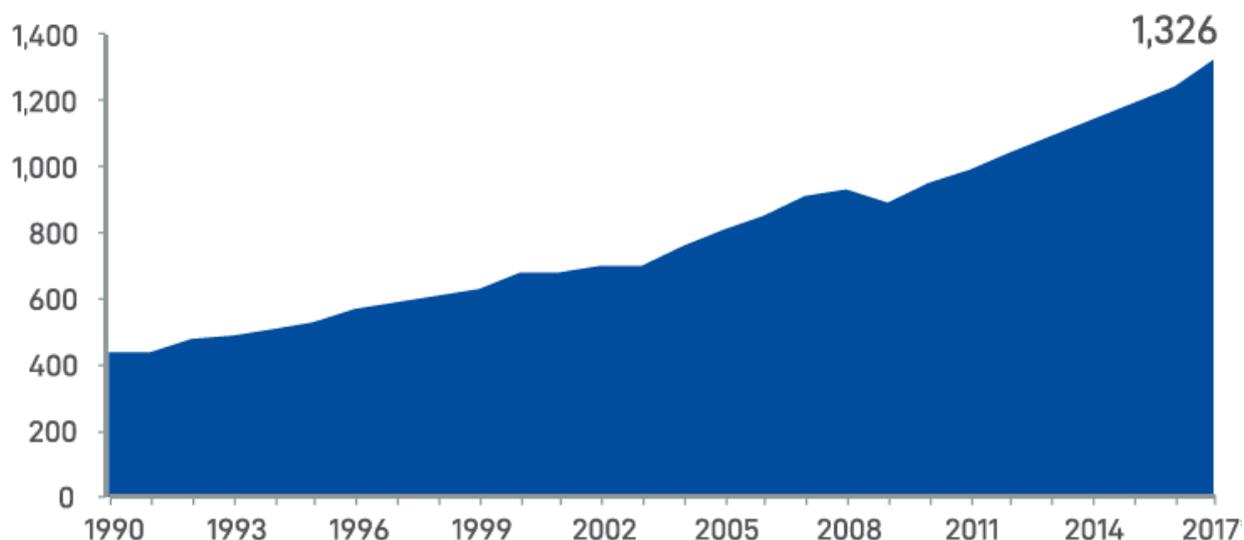
一方で、世界の国際観光収入(International Tourist Receipts)の地域別のシェアはヨーロッパが39%、アジア・パシフィックが29%、アメリカが24%、アフリカが3%、中東が5%となっています。これを国別に見てみると、1位がアメリカ、2位がスペイン、3位がフランス、4位がタイ、5位がイギリス、6位がイタリア、7位がオーストラリア、8位がドイツ、9位がマカオ、10位が日本となっており、国際観光収入(International Tourist Receipts)のランキング10位にてやっと日本が登場します。

また国際的な移動モードの内訳は57%が「飛行機(Air)」、37%が「陸路(Road)」、4%が「水路(Water)」、2%が「鉄道(Rail)」となっています。また国際旅行の目的の内訳は13%が「ビジネス(Business and professional)」、55%が「余暇(Leisure recreation and holidays)」、27%が「知人・親戚の訪問(Visiting friends&relatives,(VFR),health,religion,other)」、「不明(Not specific)」となっています。



出典 UNWTO「Tourism Highlights 2018 Edition」

International tourist arrivals (million)

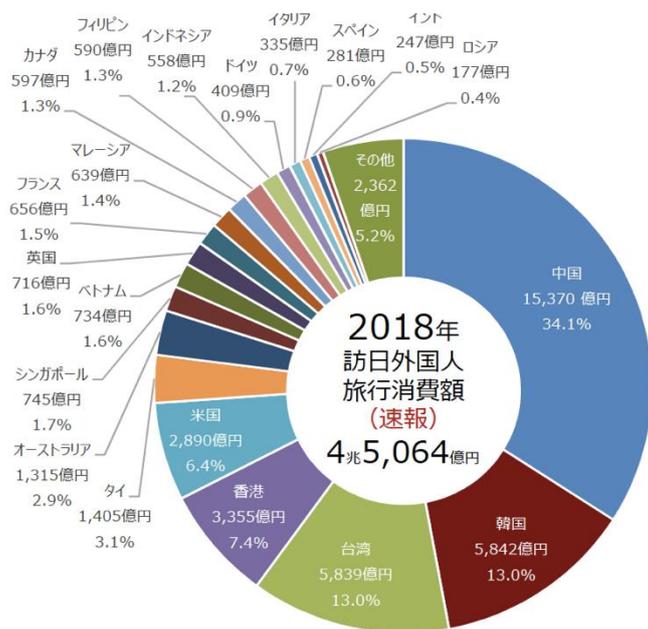
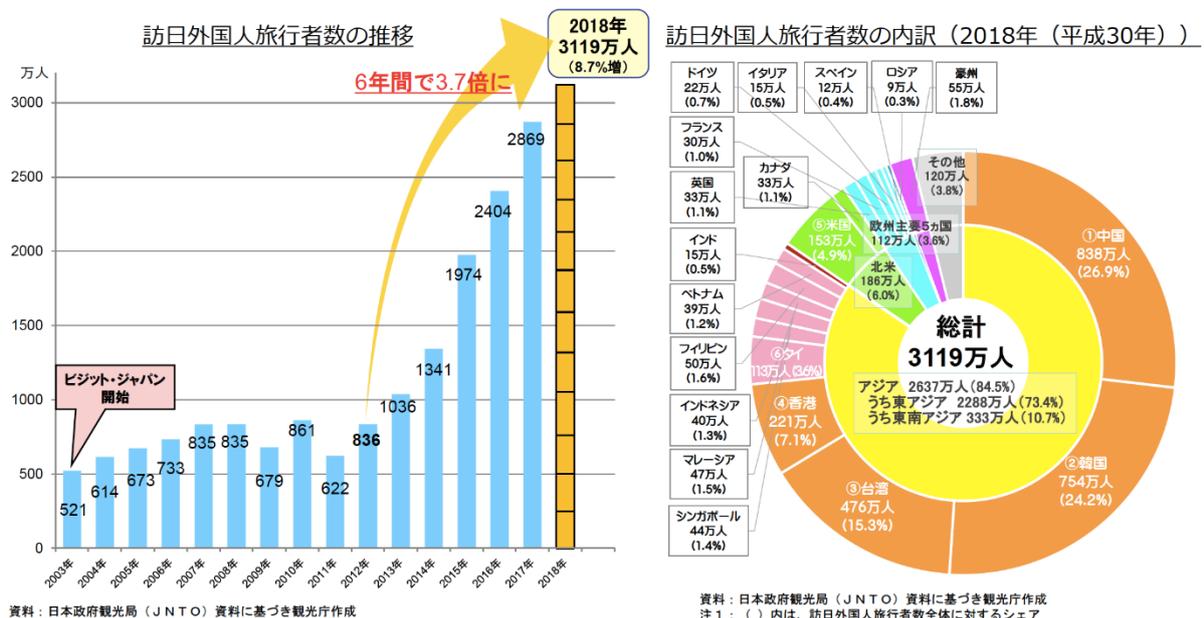


出典 UNWTO 「Tourism Highlights 2018 Edition」

国際旅行者到着数(International Tourist arrivals)の1990年から2017年の推移は以上のグラフで示されます。1990年以降、9.11同時多発テロやリーマンショックなどの国際的に大きなインパクトのある出来事により成長が鈍化、またはマイナスとなる年も見られますが、順調に拡大していることが読み取れます。つまり国境を超えて世界を移動する人の数は増え続けている傾向があります。これは経済成長を遂げた新興国からのアウトバウンドの増加や、LCCの進展、交通網の発達、などが理由として挙げられています。世界はより狭く、そして国境を超え移動する人々は増え続けており、後述する日本における訪日外国人旅行者の増加もこうした世界におけるマクロな潮流の一部であることがわかります。

3-2-2 日本の観光市場の動向

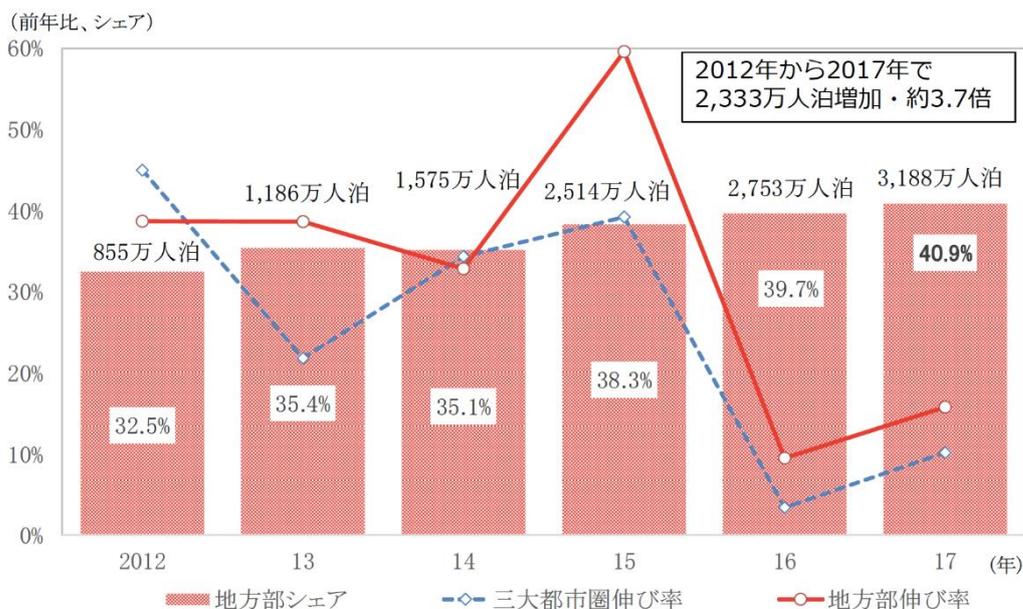
次に日本の観光市場の動向を概観します。2018年(平成30年)の訪日外国人旅行者数は、3,119万人(対前年比8.7%増)となり、ビジット・ジャパンキャンペーン開始以降初めて3,000万人を突破しました。訪日外国人旅行者の内訳は、アジアが全体の84.5%となり、中国が838万人、韓国が745万人、台湾が476万人、香港が221万人となっています。また2018年の訪日外国人旅行消費額(速報値)は、過去最高の4兆5,064億円となっています。これは観光が日本国にとって、重要な外貨獲得(及び、高い経済波及効果による)の手段になっていることを示しており、観光振興の重要性は年々増してきているということがわかります。



観光庁「訪日外国人消費動向調査 2018年全国調査結果(速報)」

更に、訪日外国人観光客の日本国内における観光動態で特筆すべきは、都市部から地方部への分散の拡大です。2017年では、日本を訪れた外国人述べ宿泊者数の約40.9%が地方部に宿泊していることがわかります。これは、訪日外国人観光客の増加は、特に地方部にとって重要な外貨獲得、そして地域経済活性化に重要な意味を持つことを意味しており、前段の「観光による地方創生」を裏付けるデータとなっています。

＜地方部の外国人延べ宿泊者数の推移＞



出典 観光庁「宿泊旅行統計調査」

次に日本人の観光動向を概観します。2018年(速報)で日本人国内述べ旅行者数は5億6,316人(前年比13.0%減)、この内宿泊旅行が2億9,188万人(前年比9.7%減)、日帰り旅行が2億7,128万人(前年比16.3%減)となっており、前年数値から落ち込む形となっています。また2018年の日本人観光消費額は20兆5,160億円(前年比2.8%減)となりました。このうち、宿泊旅行消費額は15兆8,326億円(1.5%減)、日帰り旅行消費額は4兆6,843億円(前年比6.9%減)となっています。

【図表1】日本人国内旅行消費額の推移



出典 観光庁「宿泊旅行統計調査」

3-3 四国・愛媛県内の観光市場の動向

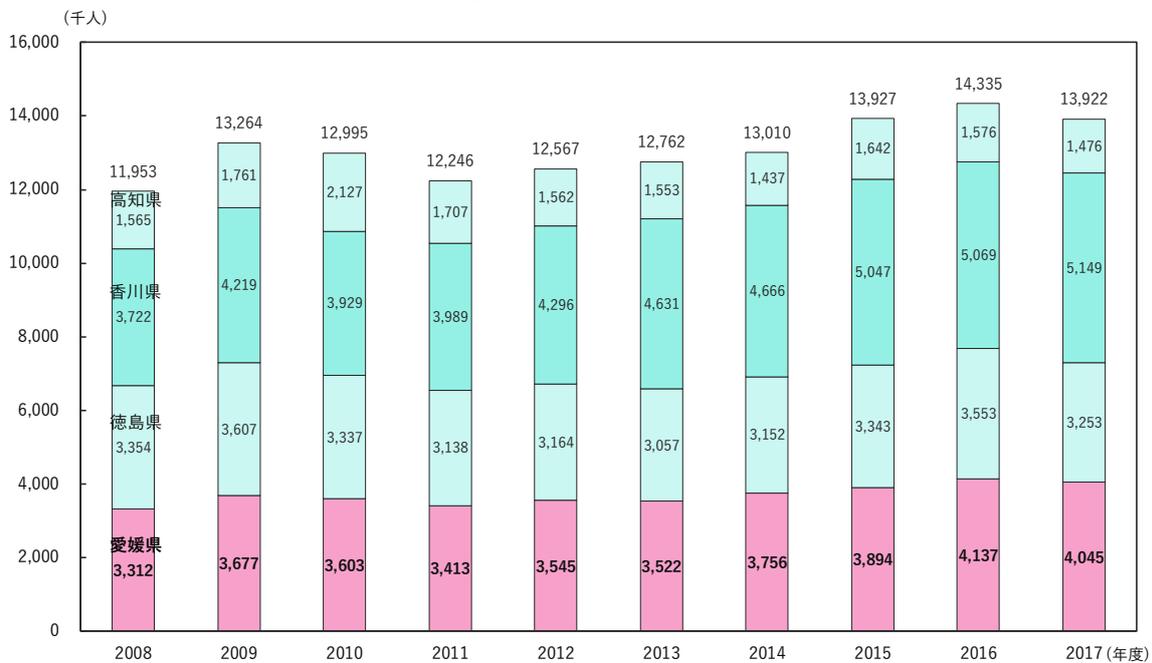
3-3-1 四国の観光市場の動向

(1) 観光入込客数

① 全体(主要観光地)の入込客数

四国の主要観光地の観光入込客数は、2017(平成29)年度に13,922千人となっており、過去10年では3番目に高い水準となっています。県別の内訳をみると、香川県が最も多く(5,149千人/2017年度)、次いで愛媛県(4,045千人)、徳島県(3,253千人)、高知県(1,476千人)の順となっています。なお、愛媛県の観光入込客数は四国全体の約30%を占めています。

四国の主要観光地の観光入込客数の推移



資料 四国の主要観光地入込状況について(四国運輸局)

② 入込客数の上位10先

四国の主要観光地の観光入込客数の上位10先(2017(平成29)年度)をみると、愛媛県内の観光地が4カ所ランクインしており、「松山城ロープウェイ・リフト」が1,333,068人で最も多くなっています。

四国の主要観光地の観光入込客数の上位10先(2017年度)

施設名		入込客数
1位	松山城ロープウェイ・リフト 愛媛県	1,333,068
2位	ニューレオマワールド 香川県	1,039,331
3位	文化の森総合公園 徳島県	905,976
4位	道後温泉旅館協同組合 愛媛県	879,040
5位	栗林公園 香川県	773,370
6位	さぬきこどもの国 香川県	671,483
7位	マイントピア別子 愛媛県	608,605
8位	渦の道 徳島県	527,829
9位	国営讃岐まんのう公園 香川県	492,385
10位	とべ動物園 愛媛県	459,384

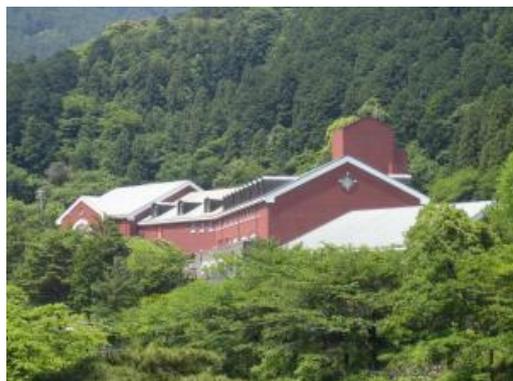
資料 四国の主要観光地入込状況について(四国運輸局)



松山城



道後温泉



マイントピア別子

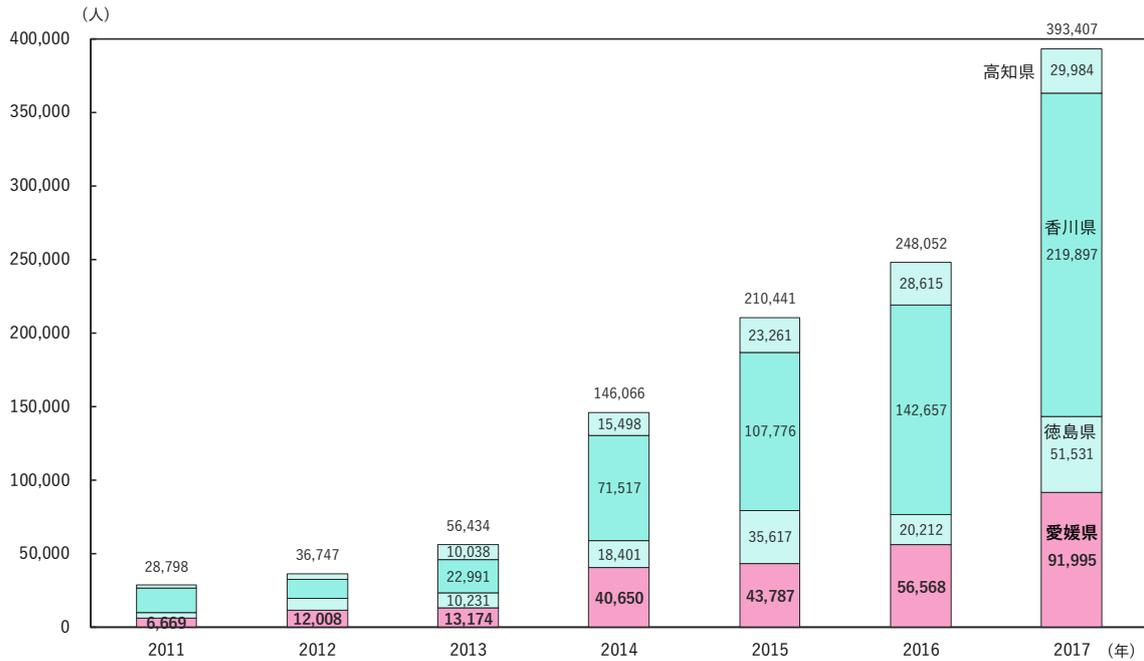


県立とべ動物園

③ 外国人訪問客数

四国の外国人訪問客数は、2017(平成29)年に393,407人となっており、前年比60%の増加となっています。県別の内訳をみると、香川県が最も多く(219,897人/2017年)、次いで愛媛県(91,995人)、徳島県(51,531人)、高知県(29,984人)の順となっています。なお、愛媛県の外国人訪問数は四国全体の約25%を占めています。

四国各県の外国人訪問数の推移



注1 訪問目的には、観光・レジャー目的に加え、商談等その他ビジネス、親族・知人訪問、研修等が含まれる

注2 2011年のデータは4月から12月まで(9カ月間)のもの

資料 訪日外国人消費動向調査(観光庁)、訪日外客数(日本政府観光局)

(2) 広域観光周遊ルート

現在、国の認定を受けている広域観光周遊ルートとして、以下の11ルートがあります。そのうち、四国内の地域を対象に含むルートは「No.5 せとうち・海の道(せとうち観光推進機構)」と「No.6 スピリチュアルな島～四国遍路～(四国ツーリズム創造機構)」の2ルートです。なお、これら2つのルートに、久万高原町は含まれていません。

No	広域観光周遊ルート形成計画の概要	実施主体	モデルコースの名称
1	アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道	「プライムロードひがし北・海・道」推進協議会	①Explore the Wonderland in summer ②Explore the Wonderland in winter
2	日本の奥の院・東北探訪ルート	東北観光推進機構	①四季が織りなす東北の宝コース ②三陸の恵みと復興コース ③日本海の美と伝統コース
3	昇龍道	中央日本総合観光機構	①Dragonコース ②Nostalgicコース ③Great Natureコース ④Ukiyo-eコース
4	美の伝説	関西広域連合 関西経済連合会 関西観光本部	①KANSAI～世界遺産と絶景 伝統と自然の美の競演～ ②KANSAI～日本の精神文化の聖地 美の伝承～
5	せとうち・海の道	せとうち観光推進機構	①新ゴールデンルート～新たな西日本発見の旅 ②歴史と芸術に会う美のルート ③空と島と海に溶け込むサイクリングルート
6	スピリチュアルな島～四国遍路～	四国ツーリズム創造機構	①四国スピリチュアル・コース ②四国鉄道クラシカル・コース ③四国大自然ドライブ・コース
7	温泉アイランド九州 広域観光周遊ルート	九州観光推進機構	①鉄道・バスで廻る九州の魅力満喫コース ②九州の歴史・自然をレンタカーで廻るコース ③火山の島・九州一周コース
8	日本のでっぺん。きた北海道ルート	きた北海道広域観光周遊 ルート推進協議会	①The Top of Japan-夏 ②The Top of Japan-冬 ③The Top of Japan-離島めぐり
9	広域関東周遊ルート「東京圏大廻廊」	関東観光広域連携事業 推進協議会	①自然大廻廊(太平洋)コース ②自然大廻廊(日本海)コース ③江戸文化回廊コース
10	縁(えん)の道～山陰～	山陰インバウンド機構	①日本の原風景(世界遺産・日本遺産見聞録) ②ジオパーク&ナショナルパーク・アクティビティ
11	Be.Okinawa 琉球列島周遊ルート	Be.Okinawa琉球列島 周遊ルート形成推進協議会	①Gateway to Okinawa Lifestyle&Culture ②Secrets of Okinawa History ③Wild Adventure of Okinawa Archipelago

資料 観光庁

3-3-2 愛媛県の観光市場と動向

(1) 観光入込客数・観光消費額

① 全体

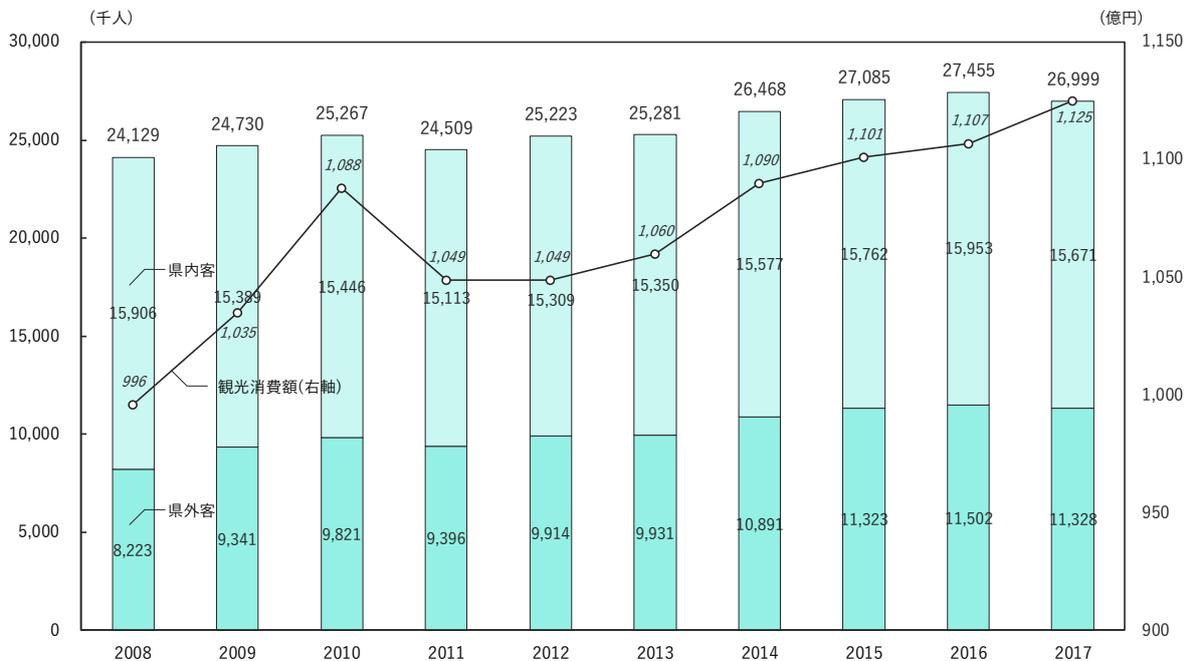
2017(平成29)年の愛媛県の県外及び県内観光客総数は26,999千人(延)で、過去最高値を記録した2016年に比べて456千人(延)(1.7%)の減少となりました。

このうち県外観光客数は11,328千人(延)(約42%)、県内観光客数は15,671千人(延)(約58%)を占めています。愛媛県によれば、観光客数の減少要因として、以下の影響等によるものと推測されています。

- ・「えひめいやしの南予博2016」、「サイクリングしまなみ2016」等、2016年の大規模イベントの開催に伴う反動減
- ・道後温泉の旅館・ホテルの耐震改修工事やえひめ国体・えひめ大会の開催等に伴う宿泊施設の不足
- ・台風等悪天候によるイベント等の中止・縮小
- ・イベントや行事・祭事時の天候不順

2017(平成29)年の観光客消費総額は1,125億円で、観光客数が減少した一方で、えひめ国体・えひめ大会の開催等に伴う宿泊客数の増加により18億円(1.6%)の増加となっています。

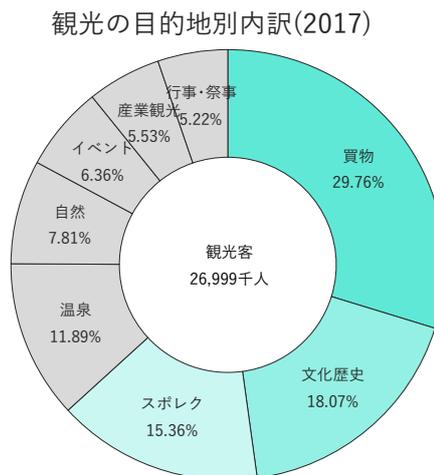
愛媛県の観光客数と消費額(推定)の推移



資料 平成29年観光客数とその消費額(愛媛県)

② 観光目的

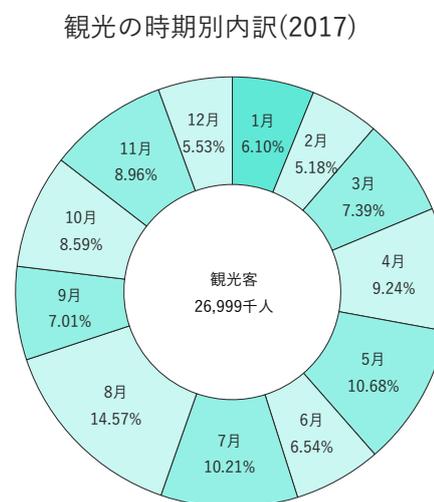
2017(平成29)年の観光の目的別内訳をみると、「買物」が約30%と最も多く、次いで、「文化歴史(18%)」、「スポレク(15.4%)」、「温泉(11.9%)」と続いています。



資料 平成29年観光客数とその消費額(愛媛県)

③ 観光時期

2017(平成29)年の観光の時期別内訳をみると、「8月」が約15%と最も多く、次いで「5月(10.7%)」、「7月(10.2%)」、「4月(9.24%)」と続いています。

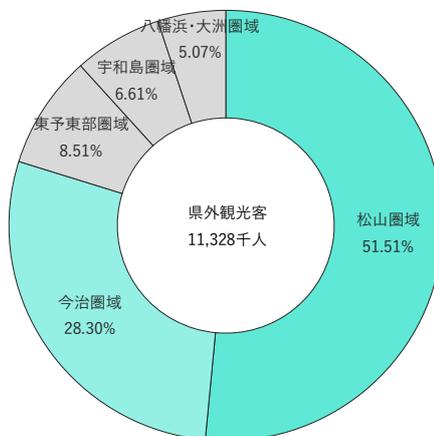


資料 平成29年観光客数とその消費額(愛媛県)

④ 県外観光客の受入れ観光地

2017(平成29)年の県外観光客の受入れ観光地別内訳をみると、「松山圏域」が約51%と過半を占めており、次いで「今治圏域(28.3%)」、「東予東部圏域(8.5%)」と続いています。

県外観光客の受入れ観光地別内訳(2017)

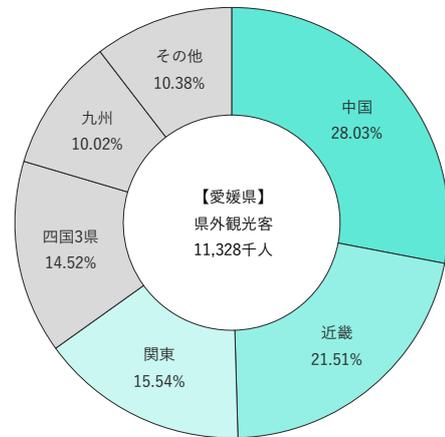


資料 平成29年観光客数とその消費額(愛媛県)

⑤ 県外観光客の発地(県全体)

2017(平成29)年の県外観光客の発地別内訳をみると、「中国」地方が約28%と最も多く、次いで「近畿」地方(21.5%)、「関東」地方(15.5%)、「四国3県」(14.5%)と続いています。

県外観光客の発地別内訳
県全体(2017)

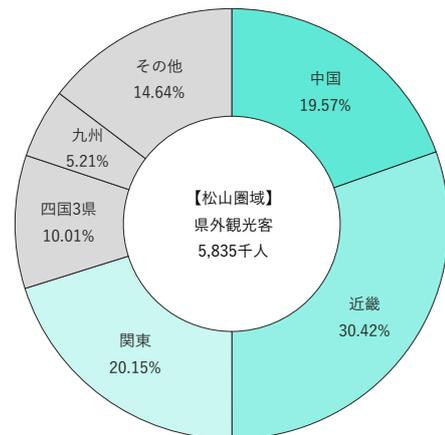


資料 平成29年観光客数とその消費額(愛媛県)

⑥ 県外観光客の発地(松山圏域)

⑤と同様の2017(平成29)年の県外観光客の発地別内訳を松山圏域内ベースで見ると、「近畿」地方が約30%と最も多く、次いで「関東」地方(20.2%)、「中国」地方(19.6%)、「四国3県」(10.0%)と続いています。他の圏域に比べ、松山圏域はより広域からの集客力が高いことがうかがえます。

県外観光客の発地別内訳
松山圏域(2017)



資料 平成29年観光客数とその消費額(愛媛県)

(2) 2018(平成30)年の観光に関する動き

① 2018(平成30)年7月西日本豪雨災害の復興に向けた「ふっこう周遊割」の活用

2018(平成30)年7月に発生した豪雨災害からの復興に向け、国は対象となる13府県(岐阜県、京都府(京都市を除く)、兵庫県、鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、福岡県)を選定し、これらの地域への旅行やボランティアの宿泊費を補助する事業として、「13府県ふっこう周遊割*」を同年9月から実施しました。愛媛県に関しては、2018年12月5日に予算額に達したため、申請受付が終了となりました。



*旅行者が対象となる2府県以上をまたぐ、又は同一府県における合計2泊以上の連続した宿泊や、ボランティア活動に参加する人が対象府県において行った2泊以上の連続した宿泊に対して支援金が交付されるもので、岡山・広島・愛媛の場合、宿泊者1人あたり最大6,000円の支援が受けられる制度。

② 県内各地でのDMO立ち上げ

第三セクター「ソラヤマいしづち」の設立 【西条市/久万高原町/高知県いの町/高知県大川村】

西条市、久万高原町、高知県いの町、大川村の1市2町1村の連携による地域再生計画「四国西部エリア戦略型観光サービス創出事業」において、第三セクターのDMC「ソラヤマいしづち(資本金1,000万円)」が2018年11月1日に設立されました。本格的な始動は2019年2月以降の予定で、インバウンド客をターゲットに、観光戦略の策定や情報発信、ツアー商品の開発等の促進が目指されています。

出典 週刊愛媛経済レポート(2018.11.19)

おおず版DMO「キタ・マネジメント」の設立 【大洲市】

大洲市では、町屋や古民家を宿泊施設などに再生し、歴史的建造物や街並みを残しながら大洲に泊まり、魅力を味わってもらおう滞在型観光を実現させるため、2018年4月に、大洲市、(一社)ノオト・(株)NOTE、バリューマネジメント(株)、(株)伊予銀行との間で連携協定を締結し、その中心的存在となるDMO「(一社)キタ・マネジメント」を発足させました。第一弾の取組みとして、旧大洲藩主が1925年に建築した「旧加藤家住宅」のリノベーション事業に取り掛かっており、2020年のオープンが予定されています。

出典 調査月報「IRC Monthly」(2018.9)

内子町観光協会の一般社団法人化 【内子町】

内子町観光協会は2019年4月を目途に一般社団法人に移行する計画です。法人化後は旅行商品造成や一元的な予約対応に力を入れ、町とも連携しながらDMOの役割も視野に入れています。計画では、2019年2月下旬に現組織を解散するとともに、一般社団法人を新たに設立し、同年4月1日付で「一般社団法人 内子町観光協会」として始動することが予定されています。

出典 週刊愛媛経済レポート(2018.11.19)

3-4 久万高原町の観光市場と動向

3-4-1 久万高原町の観光資源

(1) 観光資源台帳(公益財団法人 日本交通公社)

観光資源台帳にリストアップされた愛媛県内の観光資源

(公財)日本交通公社では、国内に存在する観光資源の調査を行い、「観光資源台帳」としてとりまとめています。中でも、日本を代表し、日本全体のイメージの基礎となるものを「特A級資源」(55件)、「A級資源」(396件)として、都道府県や市町村を代表し、際立った個性を持ち、特定の興味を持った人を深く感動させるものを「特別地域観光資源(B級)」(2,335件)として評価しています。

愛媛県内に立地する観光資源としては、以下の観光資源(全57件)がA級資源(6件)、特別地域観光資源(B級)(51件)に位置付けられており、このうち、本町に立地する観光資源は7件(自然資源5件、人文資源2件(札所))あり、いずれも特別地域観光資源(B級)に位置付けられています。

市町村名	資源種別	種別名称	資源名称	資源ランク
いの町/日高村/他	自然	河川・峡谷	仁淀川	A
西条市	自然	河川・峡谷	高瀑溪	B
宇和島市/松野町	自然	河川・峡谷	滑床溪谷	B
久万高原町	自然	河川・峡谷	面河溪	B
東温市	自然	河川・峡谷	白猪滝	B
西条市/久万高原町	自然	山岳	石鎚山	B
西条市/いの町	自然	山岳	笹ヶ峰	B
東温市/久万高原町	自然	山岳	皿ヶ嶺	B
伊方町	自然	海岸・岬	佐田岬	B
宇和島市/愛南町	自然	海岸・岬	由良半島	B
久万高原町	自然	岩石・洞窟	八釜の甌穴群	B
久万高原町/津野町/他	自然	岩石・洞窟	四国カルスト	B
大洲市	自然	自然現象	肱川あらし	A
今治市	自然	自然現象	来島海峡の潮流	B
西条市	自然	植物	武丈公園のサクラ	B
久万高原町	人文	神社・寺院・教会	岩屋寺	B
久万高原町	人文	神社・寺院・教会	大宝寺	B
今治市	人文	神社・寺院・教会	大山祇神社	B
宇和島市	人文	神社・寺院・教会	和霊神社	B
松山市	人文	神社・寺院・教会	石手寺	B
松山市	人文	神社・寺院・教会	太山寺	B
松山市	人文	神社・寺院・教会	伊佐爾波神社	B
西条市	人文	神社・寺院・教会	(西山)興隆寺	B
上島町	人文	神社・寺院・教会	祥雲寺	B
大洲市	人文	神社・寺院・教会	(金山)出石寺	B
松山市	人文	神社・寺院・教会	伊豫豆比古命神社	B
西条市	人文	神社・寺院・教会	伊曾乃神社	B
西条市	人文	神社・寺院・教会	石鎚神社	B

市町村名	資源種別	種別名称	資源名称	資源ランク
西条市	人文	神社・寺院・教会	保国寺	B
大洲市	人文	神社・寺院・教会	如法寺	B
西予市	人文	神社・寺院・教会	龍澤寺	B
松山市	人文	城跡・城郭・宮殿	松山城	A
宇和島市	人文	城跡・城郭・宮殿	宇和島城	B
今治市	人文	城跡・城郭・宮殿	今治城	B
大洲市	人文	城跡・城郭・宮殿	大洲城	B
宇和島市	人文	年中行事	宇和津彦神社秋祭	B
宇和島市	人文	年中行事	和霊神社の夏祭	B
新居浜市	人文	年中行事	新居浜太鼓まつり	B
西条市	人文	年中行事	西条まつり	B
愛南町	人文	集落・街	外泊の石垣集落	B
西予市	人文	集落・街	西予市宇和町卯之町の街並み	B
内子町	人文	集落・街	内子の街並み	B
松山市	人文	史跡	ロシア人墓地	B
新居浜市	人文	史跡	別子銅山口屋跡	B
今治市	人文	史跡	陸軍芸予要塞来島要塞	B
四国全域	人文	郷土景観	お遍路さんのお接待	A
宇和島市	人文	郷土景観	遊子水荷浦の段畑	B
今治市	人文	郷土景観	今治造船風景	B
尾道市/今治市	人文	建造物	しまなみ海道諸橋	A
松山市	人文	建造物	萬翠荘	B
宇和島市/他	人文	食	宇和島鯛めし	B
大洲市	人文	食	大洲いもたき	B
内子町	人文	芸能・興行・イベント	歌舞伎劇場内子座の芝居	B
宇和島市	人文	芸能・興行・イベント	宇和島の闘牛	B
砥部町	人文	動植物園・水族館	愛媛県立とべ動物園	B
松山市	人文	温泉	道後温泉の道後温泉本館	A
宇和島市	人文	庭園・公園	天赦園	B

資料 観光資源台帳(公財)日本交通公社

(参考)観光資源ランクの定義

特A級資源	わが国を代表する資源であり、世界に誇示しうるもの。日本人の誇り、日本のアイデンティティを強く示すもの。人生のうちで一度は訪れたいもの。
A級資源	特A級に準じ、わが国を代表する資源であり、日本人の誇り、日本のアイデンティティを示すもの。人生のうちで一度は訪れたいもの。
特別地域観光資源	その都道府県や市町村を代表する資源であり、その土地のアイデンティティを示すもの。その土地を訪れた際にはぜひ立ち寄りたいたいもの。また、その土地に住んでいる方であれば一度は訪れたいもの

資料 観光資源台帳(公財)日本交通公社

観光資源台帳にリストアップされた久万高原町内の観光資源

石鎚山系と面河溪

西日本最高峰の石鎚山と、その麓を穿つ面河溪は、国定公園に指定された景勝地であり、植物相や生息動物の多様さも貴重な資源です。昭和40年代に石鎚山ロープウェイや石鎚スカイラインが開通して以降、観光客が急増し、宿泊施設や観光センター、少年自然の家などが整備されました。

また、石鎚山の一角、西ノ冠の西1,300m付近に位置し、落差132m 四国最大の落差を有するのが高瀑溪谷です。



皿ヶ嶺

石鎚山系の西部に位置し、標高1,278mと登りやすい山として親しまれています。久万高原町や東温市から多数の登山ルートがあり、体力に合わせた登山が楽しめます。また、皿ヶ嶺は山野草の宝庫となっており、四季折々の植物を鑑賞することができます。



八釜の甌穴群

主流に連なる8個の巨大甌穴の姿がお釜に似ていることから名づけられた甌穴群です。大小35個の甌穴が隣接して一群となっているのは全国的にも珍しく、国指定の特別天然記念物にも指定されています。



四国カルスト

西は西予市野村町から、東は高知県仁淀川町にまたがる四国カルストは、標高1,000mから1,400mの高原地帯で、草原の中に石灰岩が点在する独特の景観を楽しむことができます。

本町内には、四国カルストの東の中心となる五段高原が広がっています。昭和40年代に国営草地開発事業の一環で、地芳峠から五段高原を経由して天狗高原に至る道路が建設されるとともに、宿泊施設として姫鶴荘が建設されました。昭和50年代にはコテージも整備され、姫鶴荘では年間700名、コテージで1,000名程度の宿泊者数があります。



札所(大宝寺・岩屋寺)

町内には、四国八十八カ所の第44番札所大宝寺と第45番札所岩屋寺があります。大宝寺は八十八カ所霊場巡りのちょうど中間に位置するため、「中札所」とも呼ばれ、境内には樹齢数百年の杉や桜の老樹が林立し、紅葉の名所としても知られています。また、岩屋寺は、「遍路ころがし」とも呼ばれる杉林に囲まれた急こう配の参道が特徴であり、大師堂は国の重要文化財に指定されています。

2カ寺を結ぶルートにあたる古岩屋は、古くから修験者や参拝者の宿泊・休憩所となっており、国民宿舎古岩屋荘や遊歩道が整備されています。

下畑野川もこのルート上にあり、道沿いにはへんろ宿や民宿もあります。



(2) 町内の観光資源

(1)の観光資源台帳にリストアップされた面河溪、石鎚山などの観光資源の他に、町内に立地する主な観光資源、イベント等を、種類、立地する地域で分類すると以下のとおりとなります。

種類	久万	美川	柳谷	面河
自然・景観	<ul style="list-style-type: none"> ●国指定名勝 古岩屋 ●皿ヶ嶺連峰 ●遅越の滝 ●二名のゲンジボタル 	<ul style="list-style-type: none"> ●県指定名勝 御三戸嶽 ●大川嶺 ●赤蔵ヶ池 	<ul style="list-style-type: none"> ●四国カルスト ●八釜の甌穴群 ●中津花桃の里 ●記念の滝 ●権現の滝 ●伊豆ヶ谷ブナ原生林 	<ul style="list-style-type: none"> ●石鎚国定公園 ●国指定名勝 面河溪 ●石鎚スカイライン ●大成（ヒメボタル・風穴群） ●笹倉湿原 ●石鎚山系の紅葉
レジャー	<ul style="list-style-type: none"> ●ふるさと旅行村 ●久万農業公園 ●久万スキーランド ●久万カントリークラブ ●高原ゴルフ倶楽部 ●千本高原キャンプ場 ●レンタサイクル（古岩屋荘） ●登山（皿ヶ嶺） 	<ul style="list-style-type: none"> ●ハイランドパークみかわ ●みみど公園 ●溪流釣り（面河川漁業協同組合） ●川遊び（みみど河川敷） 	<ul style="list-style-type: none"> ●五段高原姫鶴平キャンプ場 ●ハイキング（四国カルスト） 	<ul style="list-style-type: none"> ●キャニオニング（面河溪） ●面河ダム公園 ●鉄砲石川キャンプ場 ●レンタサイクル（おもごふるさとの駅） ●登山（石鎚山系）
観光農園	<ul style="list-style-type: none"> ●竹森ガーデン ●青木農園 ●渡部なし園 ●日野観光りんご園 ●正岡観光りんご園 ●おばあちゃんの観光りんご園 			
温泉	<ul style="list-style-type: none"> ●古岩屋温泉 ●ふもと温泉 			
道の駅/ 買い物	<ul style="list-style-type: none"> ●天空の郷さんさん ●物産館みどり ●久万山だんだん市 ●東明神青空市 ●古岩屋高原市 ●久万高原町まちなか交流館 ●久万町商店街 	<ul style="list-style-type: none"> ●道の駅みかわ ●美川ふるさと市 	<ul style="list-style-type: none"> ●柳谷農産物直売所 ●西谷農産物直売所ししまる 	<ul style="list-style-type: none"> ●おもごふるさとの駅 ●石鎚山土小屋 ●渓泉亭面河茶屋
宿泊	<ul style="list-style-type: none"> ●国民宿舎古岩屋荘 ●やすらぎの宿でんこ ●ガーデンタイム ●いやしの宿八丁坂 ●民宿和佐路 ●民宿・観光農園 狩場苑 ●おもご旅館 ●民宿一里木 	<ul style="list-style-type: none"> ●えーとこ屋ことこ ●門田屋旅館 	<ul style="list-style-type: none"> ●姫鶴荘 ●姫鶴平コテージ ●農林業体感民泊 天辺 	<ul style="list-style-type: none"> ●国民宿舎石鎚 ●土小屋白石ロッジ
グルメ	<ul style="list-style-type: none"> ●ご当地うどん ●ご当地スイーツ ●石窯ピザ ●ジビエ料理 ●トマト加工品 ●媛っこ地鶏 	<ul style="list-style-type: none"> ●ご当地素麺 ●ご当地ラーメン ●美川茶 ●石窯ピザ 	<ul style="list-style-type: none"> ●紅茶 ●ご当地スイーツ ●石窯ピザ ●アマゴ料理 	<ul style="list-style-type: none"> ●こんにやく ●よもぎ加工品 ●ウーロン茶 ●鮎・アマゴの塩焼き

種類	久万	美川	柳谷	面河
文化	<ul style="list-style-type: none"> ●町立久万美術館 ●久万高原天体観測館 ●久万青銅之廻廊 	<ul style="list-style-type: none"> ●上黒岩岩陰遺跡・考古館 ●旧山中家住宅 		<ul style="list-style-type: none"> ●面河山岳博物館
神社仏閣	<ul style="list-style-type: none"> ●大宝寺(44番札所) ●三島神社(久万山五神太鼓) ●法蓮寺(しだれ桜) 	<ul style="list-style-type: none"> ●岩屋寺(45番札所) 	<ul style="list-style-type: none"> ●西村大師堂 ●ごうかく神社(合格切符) 	<ul style="list-style-type: none"> ●石鎚神社 土小屋遥拝殿 ●大成神宮
交通	<ul style="list-style-type: none"> ●JR四国バス久万高原駅やまなみ ●伊予鉄南予バス久万営業所 ●面河タクシー 	<ul style="list-style-type: none"> ●美川タクシー ●町営バス ●伊予鉄南予バス 	<ul style="list-style-type: none"> ●柳谷タクシー ●町営バス(ごうかく駅) 	<ul style="list-style-type: none"> ●伊予鉄南予バス
イベント	<ul style="list-style-type: none"> ●門前市 遊食祭くまくるまるしえ ●くままちひなまつり ●町長杯ラグビーフットボール大会 ●畑野川竹灯籠祭り ●三島神社夏祭り ●久万納涼まつり(御用木まつり) ●久万林業まつり ●かかしの里づくり ●久万高原秋の収穫祭 ●久万高原マラソン大会 ●森のハーバルライフ 	<ul style="list-style-type: none"> ●久万高原ラリー ●久万高原ヒルクライムレース ●みかわ納涼まつり ●岩屋市 	<ul style="list-style-type: none"> ●田んぼの学校 ●中津さくらまつり ●やなだに産業まつり ●結い音楽祭 ●中津生オケ大会 	<ul style="list-style-type: none"> ●面河ふるさとまつり ●石鎚山ヒルクライム ●石鎚山お山開き大祭 ●面河溪谷フェスティバル ●石鎚天狗太鼓演奏会 ●面河溪フォトコンテスト

(3) 町内のイベント(2018年度)

2018(平成30)年度内に本町内で開催された主なイベントを内容、開催地区別に分類すると以下のとおりとなります。

種類	久万	美川	柳谷	面河
文化 芸術 学術	<ul style="list-style-type: none"> ●くままちひなまつり ●宙ガールの観測会 ●久万美コレクション展・自主企画展 ●星の講演会 ●中秋観月会 			<ul style="list-style-type: none"> ●面河山岳博物館企画展・夏季特別展 ●面河溪フォトコンテスト
産業 物産	<ul style="list-style-type: none"> ●門前市 遊食祭くまくるまるしえ ●フリーマーケットごっちゃ市 ●久万高原お茶まつり ●森のハーバルライフ ●久万高原秋の収穫祭 ●久万林業まつり 		<ul style="list-style-type: none"> ●やなだに産業まつり 	
レクリエーション	<ul style="list-style-type: none"> ●畑野川竹灯籠まつり ●土曜夜市 ●久万納涼まつり(御用木まつり) ●かかしの里づくり 	<ul style="list-style-type: none"> ●みかわ納涼まつり 	<ul style="list-style-type: none"> ●中津さくらまつり ●田んぼの学校 	<ul style="list-style-type: none"> ●面河溪谷フェスティバル ●面河ふるさとまつり
スポーツ レジャー	<ul style="list-style-type: none"> ●サイクルフェアin久万高原 ●久万高原マラソン大会 ●町長杯ラグビーフットボール大会 	<ul style="list-style-type: none"> ●久万高原ラリー ●スーパースラロームin久万高原 ●久万高原ヒルクライムレース 		<ul style="list-style-type: none"> ●石鎚山ヒルクライム ●サイクルフェアin久万高原
歴史 伝統	<ul style="list-style-type: none"> ●三島神社夏祭り ●久万秋まつり ●古岩屋温泉まつり・杖立てさん縁日 	<ul style="list-style-type: none"> ●岩屋市 		<ul style="list-style-type: none"> ●石鎚山お山開き大祭
音楽			<ul style="list-style-type: none"> ●結い音楽祭 	<ul style="list-style-type: none"> ●石鎚天狗太鼓演奏会 ●久万高原町の魅力発信オカリナイイベント

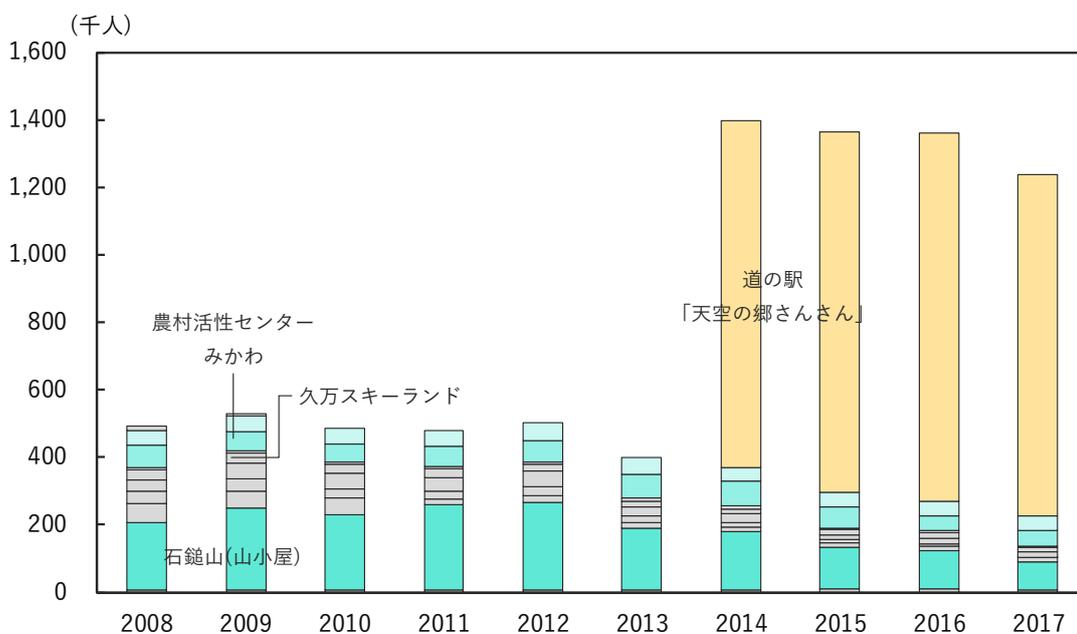
3-4-2 久万高原町の観光統計

(1) 観光目的別入込客数

本町の過去10年間の入込客数は、2014(平成26)年の道の駅「天空の郷さんさん」のオープン以降、100万人を超える水準となっていますが、その開業効果も薄れつつあり、年々減少傾向にあります。特に、道の駅「天空の郷さんさん」を除く、他の主要な観光施設別の入込客数をみると、2017(平成29)年には2007(平成19)年の49.3万人から22.5万人(54%減)に落ち込んでおり、中でも、「石鎚山(山小屋)」や「久万高原ふるさと旅行村」、「久万農業公園」は2008(平成20)年の4~5割近くにまで減少しています。

主要な観光施設別観光入込客数の推移

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
面河山岳博物館	5,921	6,626	5,842	5,472	8,182	7,533	6,745	8,787	9,746	7,691
石鎚山(山小屋)	200,400	241,693	224,510	253,900	259,600	180,980	172,500	124,550	112,800	81,067
古岩屋荘	55,823	51,795	48,519	17,843	19,684	17,643	14,686	14,616	14,474	14,426
物産館みどり	37,317	35,184	27,684	23,977	25,802	19,109	11,165	7,620	6,285	436
久万高原ふるさと旅行村	34,517	47,469	46,392	38,280	45,434	28,716	26,880	13,609	17,794	15,890
久万農業公園	27,403	29,126	27,107	26,620	21,589	17,369	15,673	15,705	16,985	13,268
久万美術館	6,977	9,003	7,603	5,683	7,661	7,068	7,201	5,639	5,867	4,905
久万スキーランド	66,571	53,977	51,592	61,243	62,958	69,649	73,465	61,609	42,479	44,732
農村活性センターみかわ	45,787	48,003	47,518	44,946	50,585	51,053	41,948	43,679	44,531	42,968
美川スキー場	12,533	7,193								
道の駅「天空の郷さんさん」							1,028,000	1,070,000	1,091,000	1,013,000
合計	493,249	530,069	486,767	477,964	501,495	399,120	1,398,263	1,365,814	1,361,961	1,238,383
合計(道の駅「天空の郷さんさん」を除く)							370,263	295,814	270,961	225,383



資料 観光客数とその消費額(愛媛県)

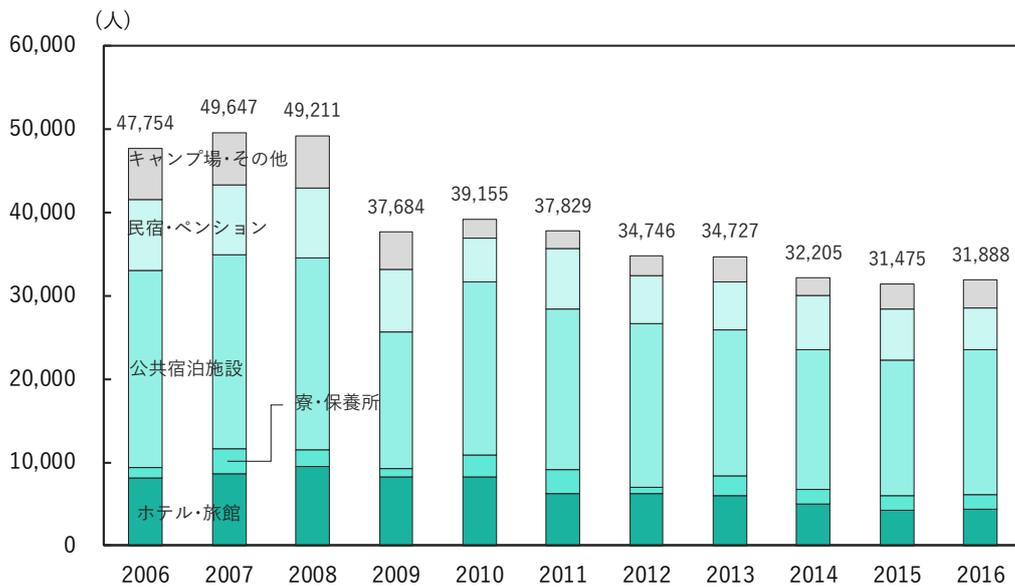
(2) 宿泊客数

本町の過去約10年間の宿泊客数は、2007(平成19)年の49,647人をピークに減少しており、2016(平成28)年には31,888人となっています(ピーク時の約6割の水準)。主要施設の観光入込客数に対する割合は約2%(2016年)となっており、本町を訪れる観光客のほとんどが日帰り(本町外での宿泊を含む)であることがうかがえます。

施設種類別に内訳をみると、「公共宿泊施設」の割合が概ね50%程度と最も高く、「民宿・ペンション」、「ホテル・旅館」と続いています。「キャンプ場・その他」の占める割合は10%と低く、ピーク時の約半分の水準まで減少していますが、近年のアウトドアブームの影響などにより、2011(平成23)年の2,109人を底に、やや増加しつつあります。

宿泊客数の推移

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ホテル・旅館	8,145	8,596	9,468	8,276	8,247	6,286	6,251	5,967	4,940	4,209	4,319
寮・保養所	1,280	3,021	2,039	979	2,642	2,808	808	2,383	1,867	1,800	1,813
公共宿泊施設	23,594	23,268	22,992	16,413	20,801	19,377	19,620	17,590	16,757	16,317	17,440
民宿・ペンション	8,580	8,497	8,465	7,472	5,238	7,249	5,699	5,679	6,429	6,116	4,975
キャンプ場・その他	6,155	6,265	6,247	4,544	2,227	2,109	2,368	3,108	2,212	3,033	3,341
合計	47,754	49,647	49,211	37,684	39,155	37,829	34,746	34,727	32,205	31,475	31,888



資料 久万高原町

(3) 観光目的別入込客数

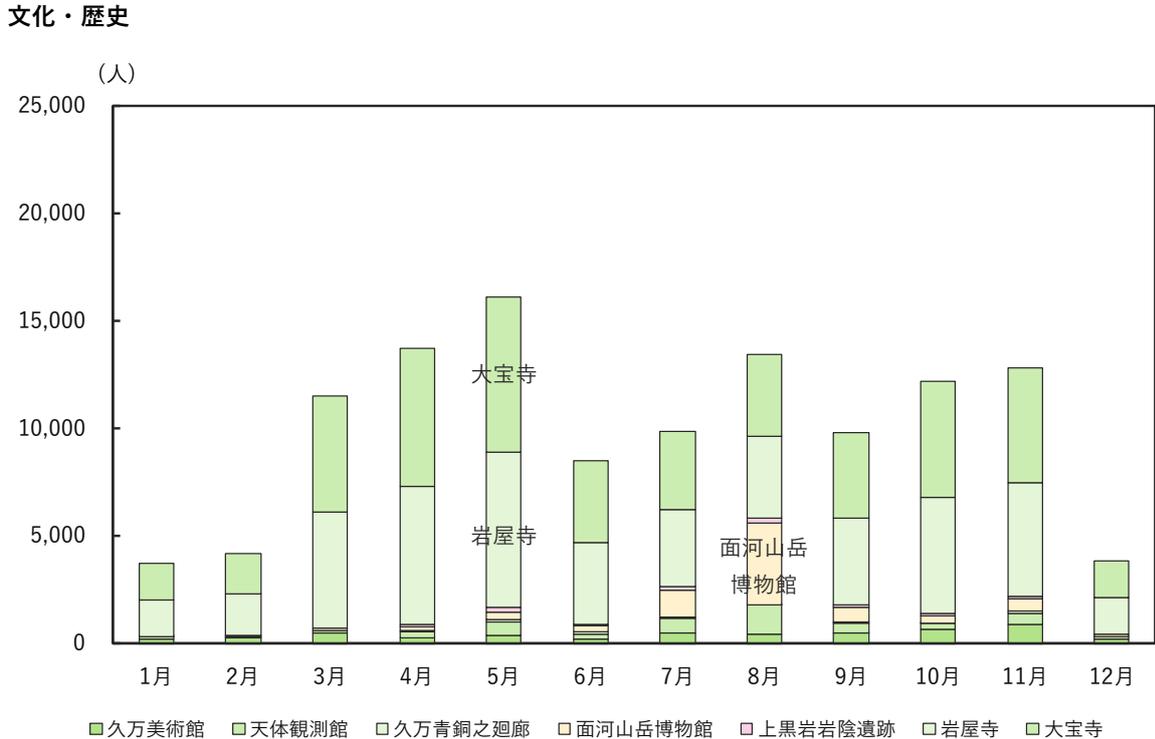
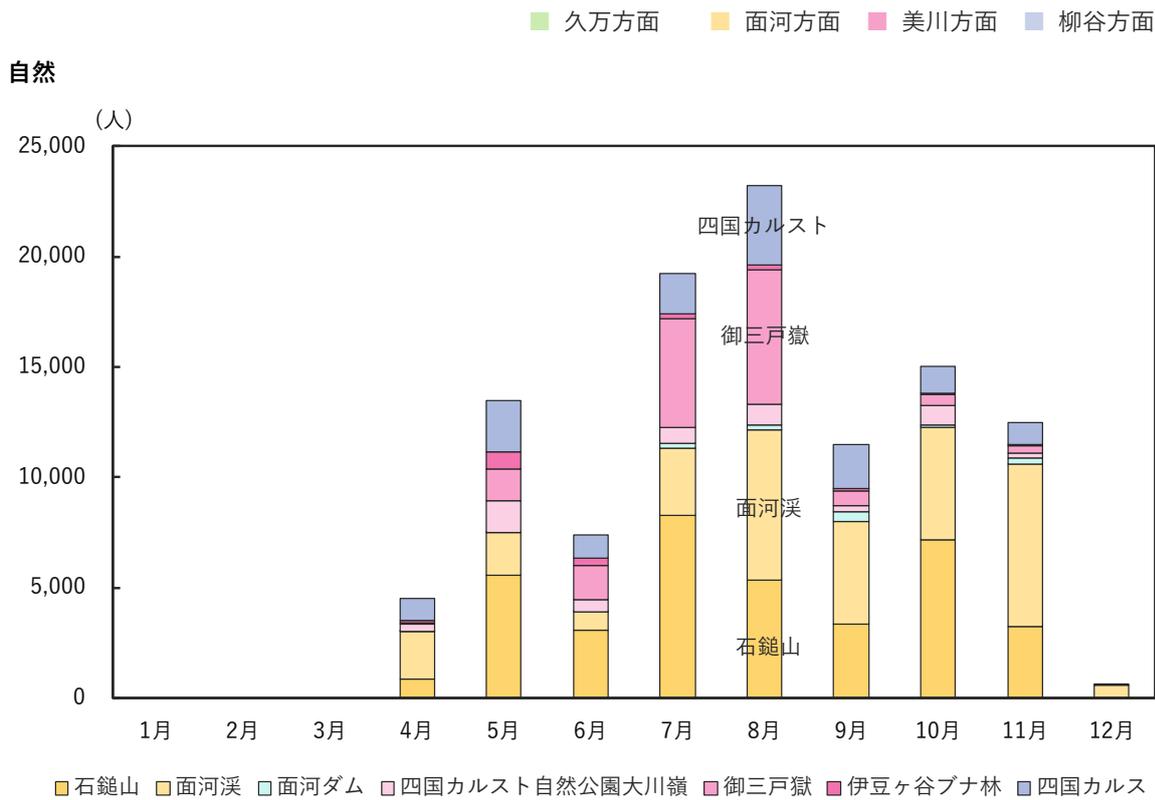
2017年の観光目的別入込客数をみると、「買物」が約117.4万人と最も多く、全体の約70%を占めています。次いで、「文化・歴史」(12万人/7.2%)、「スポーツ・レクリエーション」(11.6万人/7.0%)、「自然」(10.8万人/6.5%)と続いています。「買物」の80~90%近くを「道の駅 天空の郷さんさん」が占めており、「道の駅 天空の郷さんさん」が本町の誘客拠点となっていることが分かります。

入込客数を月別にみると、「8月」が約22万人と最も多く、次いで「7月」(19.6万人)、「5月」(18.8万人)と続いています。

観光目的別・月別入込客数(2017)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
自然	0	0	0	4,498	13,475	7,390	19,254	23,205	11,507	15,047	12,494	630	107,500
石鎚山				870	5,550	3,059	8,260	5,326	3,348	7,154	3,249		36,816
面河溪				2,120	1,950	825	3,080	6,820	4,670	5,080	7,370	590	32,505
面河ダム				15	10	15	190	230	410	125	250	40	1,285
四国カルスト自然公園大川嶺				320	1,400	555	720	915	275	895	205		5,285
御三戸嶽				100	1,490	1,550	4,920	6,100	670	495	325		15,650
伊豆ヶ谷ブナ林				80	745	350	225	205	95	60	105		1,865
四国カルスト				993	2,330	1,036	1,859	3,609	2,039	1,238	990		14,094
文化・歴史	3,731	4,181	11,493	13,692	16,084	8,496	9,839	13,424	9,809	12,187	12,790	3,812	119,538
久万美術館	204	246	488	244	392	224	464	422	488	647	870	216	4,905
天体観測館	92	83	120	306	596	184	714	1,358	447	292	515	102	4,809
久万青銅之廻廊				34	138	152	36	37	43	24	101		565
面河山岳博物館	35	52	85	171	330	253	1,276	3,778	697	306	614	94	7,691
上黒岩岩陰遺跡				137	228	83	149	229	134	118	90		1,168
岩屋寺	1,700	1,900	5,400	6,400	7,200	3,800	3,600	3,800	4,000	5,400	5,300	1,700	50,200
大宝寺	1,700	1,900	5,400	6,400	7,200	3,800	3,600	3,800	4,000	5,400	5,300	1,700	50,200
産業観光	217	369	916	3,941	15,394	5,641	35,407	13,390	11,063	13,760	2,744	528	103,370
石鎚スカイライン				2,600	13,600	4,800	34,500	12,000	6,500	7,067			81,067
竹森ガーデン					80			300	2,000	1,500	100		3,980
正岡観光りんご園					15			50	500	1,000	600		2,165
日野観光りんご園								19	240	774	775		1,808
青木農園							5	20	40	25			90
久万農業公園アグリピア	217	369	916	1,341	1,699	841	902	908	1,304	2,974	1,269	528	13,268
狩場苑(栗園)									124	161			285
渡部なし園								93	355	259			707
スポーツ・レクリエーション	18,393	16,127	8,901	5,799	8,491	6,036	9,030	10,612	7,174	5,762	9,217	10,629	116,171
久万スキーランド	17,302	15,137	4,377										7,916
高原ゴルフ倶楽部	410	469	1,488	2,408	3,001	2,571	3,586	4,082	2,686	2,114	2,878	1,068	26,761
久万カントリークラブ	359	258	1,528	2,616	4,139	2,859	3,642	3,630	3,042	2,512	2,956	1,247	28,788
久万高原ふるさと旅行村	322	263	1,508	775	1,351	606	1,802	2,900	1,446	1,136	3,383	398	15,890
温泉	950	724	1,086	1,354	1,898	1,186	1,667	1,971	1,262	1,350	1,466	989	15,903
古岩屋荘(温泉)	897	663	956	1,167	1,758	1,071	1,507	1,815	1,177	1,230	1,326	859	14,426
ふもと友愛館(温泉)	53	61	130	187	140	115	160	156	85	120	140	130	1,477
買物	40,582	42,291	87,251	107,576	132,382	82,256	120,488	146,414	108,186	113,451	135,989	57,144	1,174,010
物産館みどり	69	115	252										436
久万高原駅やまなみ	656	648	777	693	682	878	926	923	785	722	697	789	9,176
久万山だんだん市	1,100	1,400	1,900	2,300	3,100	2,000	2,800	3,900	3,600	2,800	3,100	2,100	30,100
面河特産品開発センター				1,064	3,164	1,120	4,432	3,003	1,256	3,136	5,739		22,914
おもごふるさと市場				480	2,860	750	2,700	3,680	810	5,700	5,100		22,080
岩黒レストハウス				723	3,784	1,326	9,573	3,340	1,818	2,950	1,570		25,084
温泉亭	34	48	136	371	843	398	953	1,580	482	811	2,130	118	7,904
農村活性センターみかわ	1,723	2,080	3,186	3,925	4,929	2,739	4,059	5,940	3,385	4,282	4,608	2,112	42,968
青空市				20	20	45	45	48	50	50	45	25	348
道の駅「天空の郷さんさん」	37,000	38,000	81,000	98,000	113,000	73,000	95,000	124,000	96,000	93,000	113,000	52,000	1,013,000
イベント	3,000	2,500	2,500	1,500	0	250	200	11,000	0	4,600	550	0	26,100
久万納涼まつり								6,000					6,000
みかわ納涼まつり								2,500					2,500
やなだに産業まつり										450			450
久万林業まつり										3,800			3,800
面河ふるさとまつり											400		400
石鎚山ヒルクライム								1,500					1,500
軽トラ市	3,000	2,500	2,500	1,500		250	200	1,000		350	150		11,450
合計	66,873	66,192	112,147	138,360	187,724	111,255	195,885	220,016	149,001	166,157	175,250	73,732	1,662,592

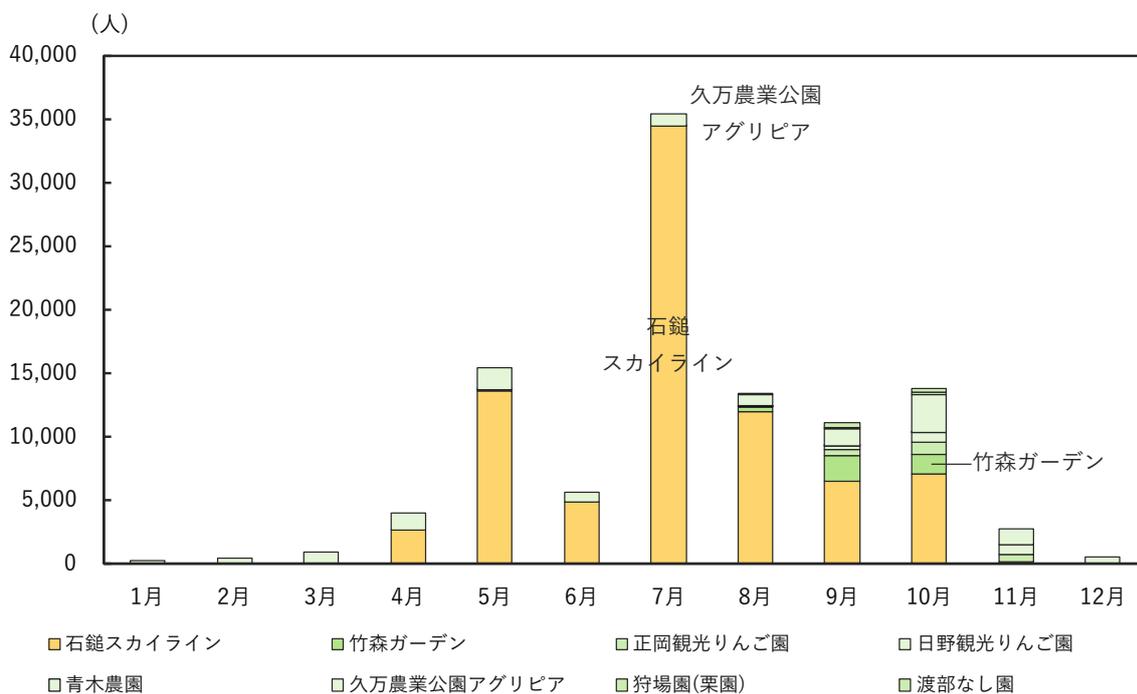
資料 久万高原町資料



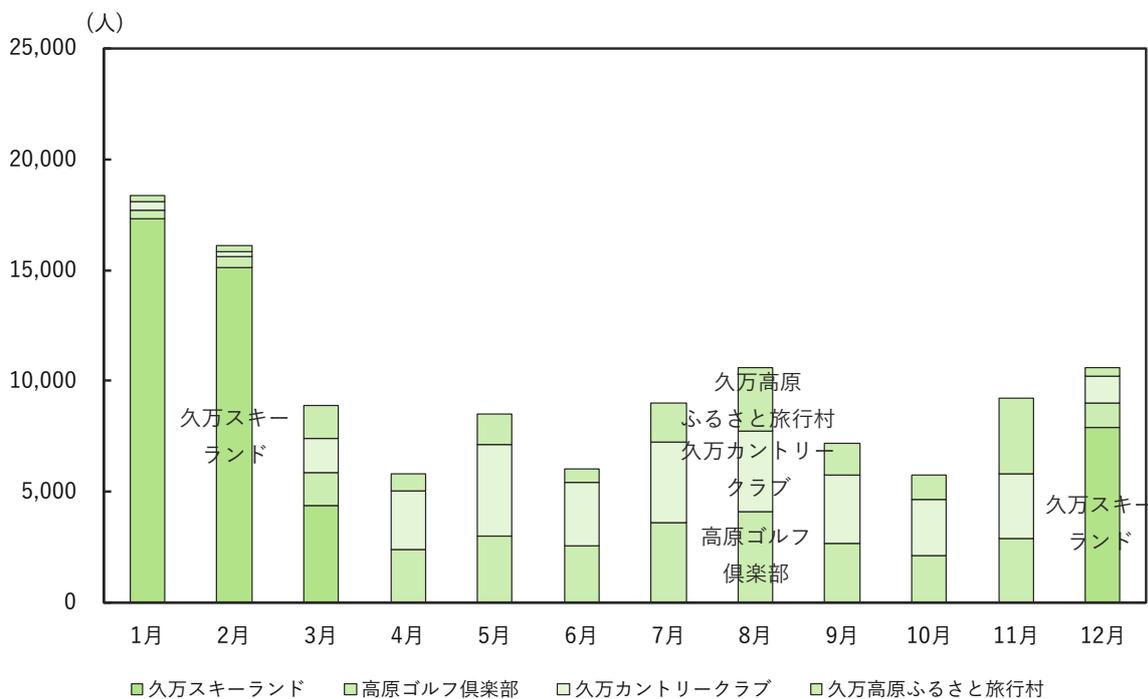
資料 久万高原町資料

久万方面 面河方面 美川方面 柳谷方面

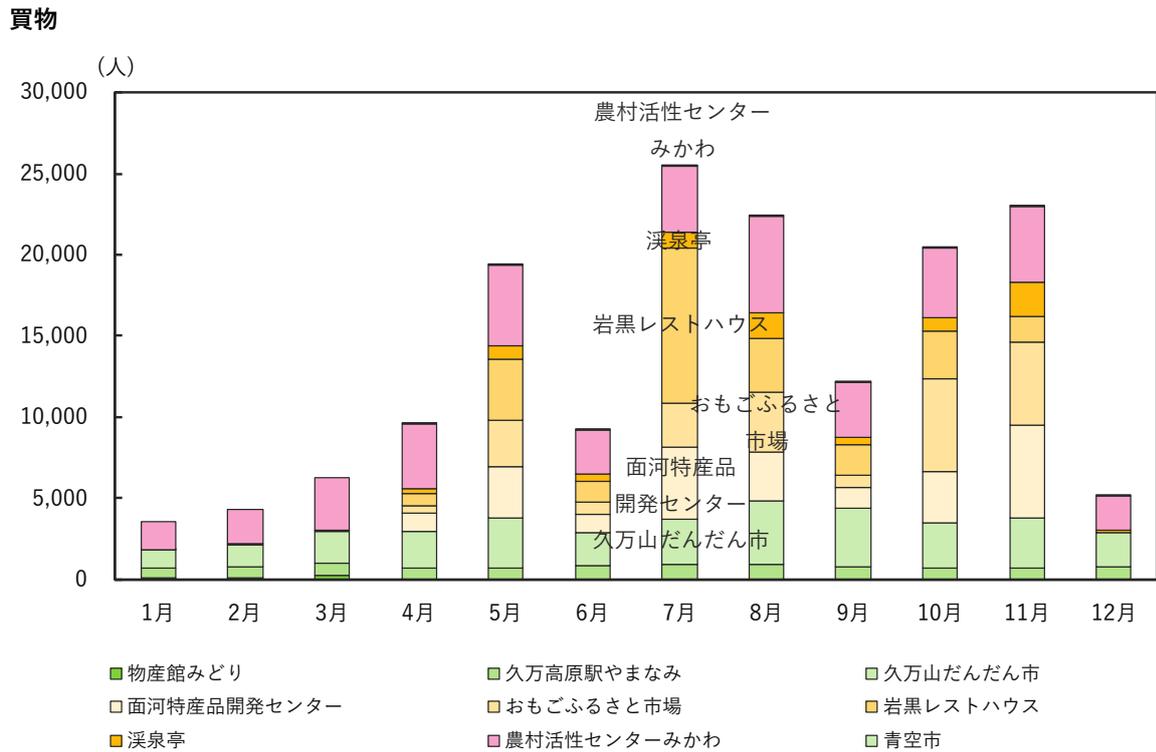
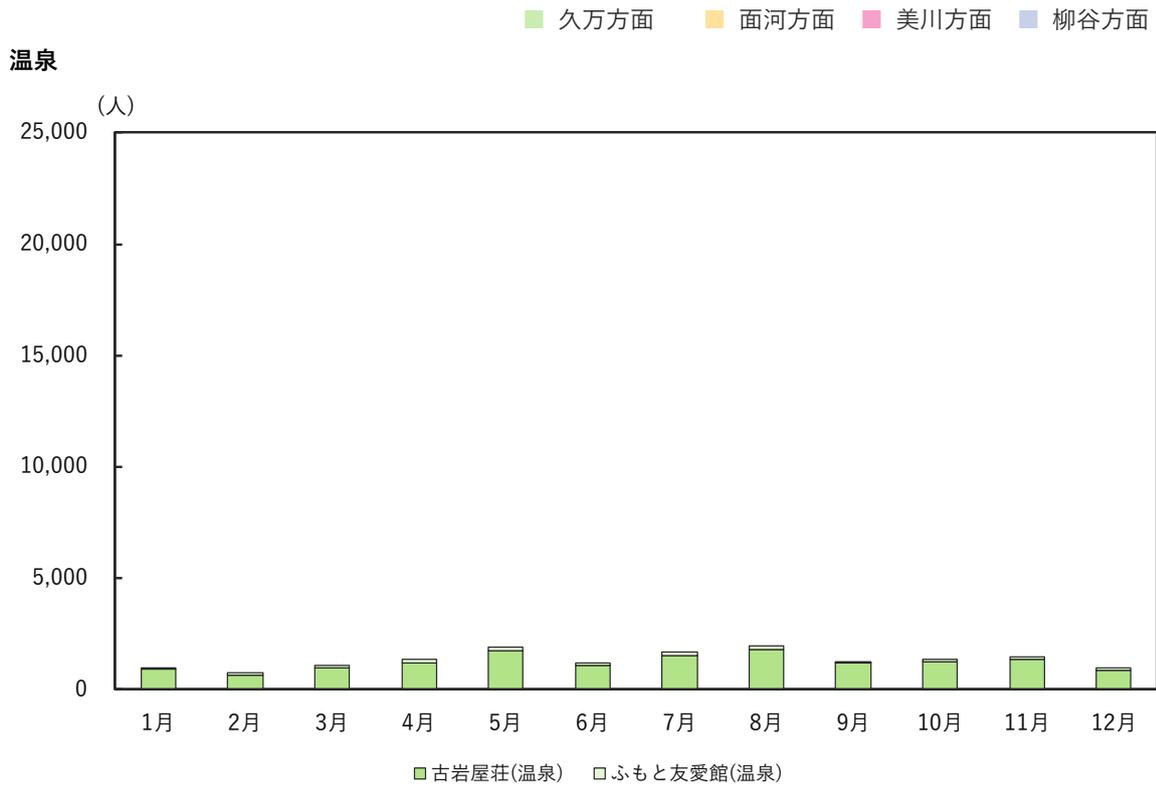
産業観光



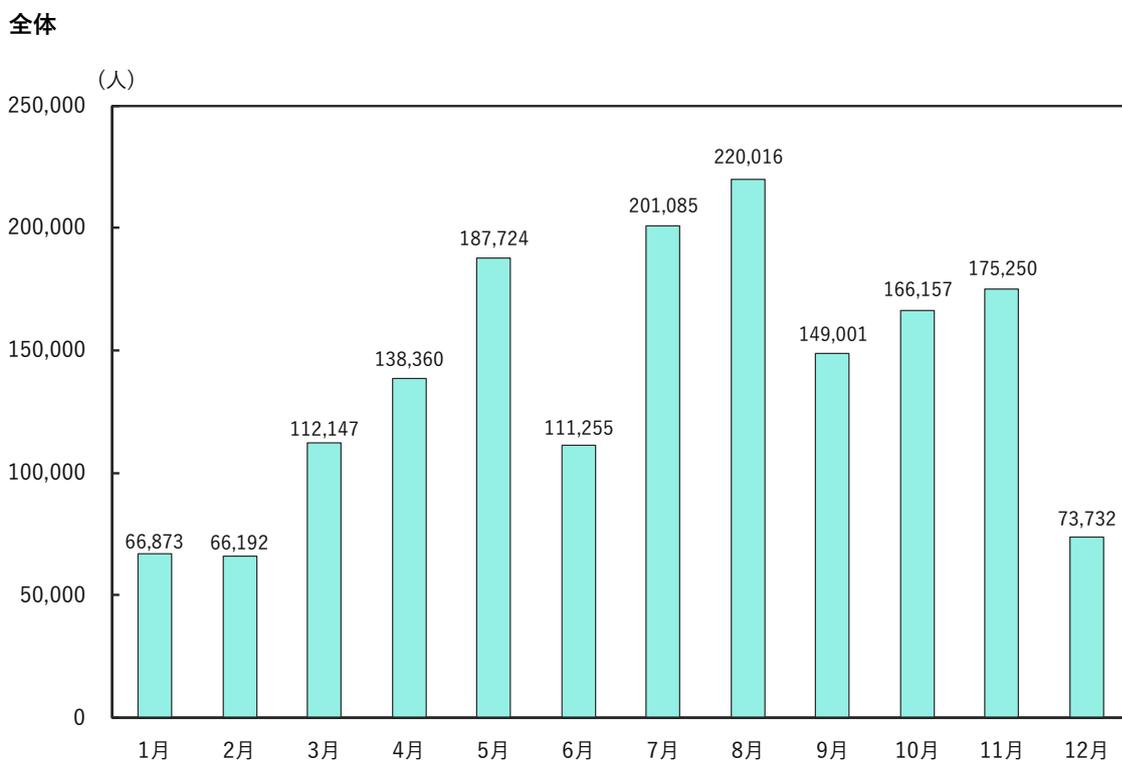
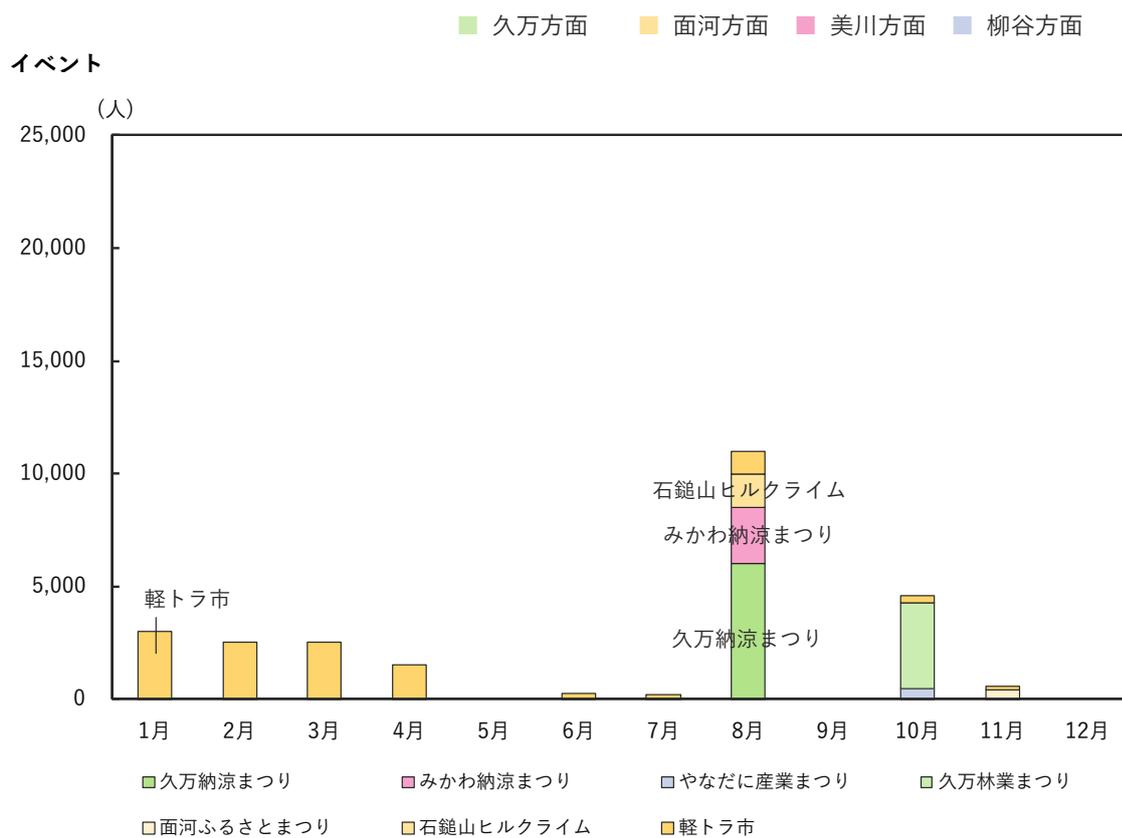
スポーツ・レクリエーション



資料 久万高原町資料

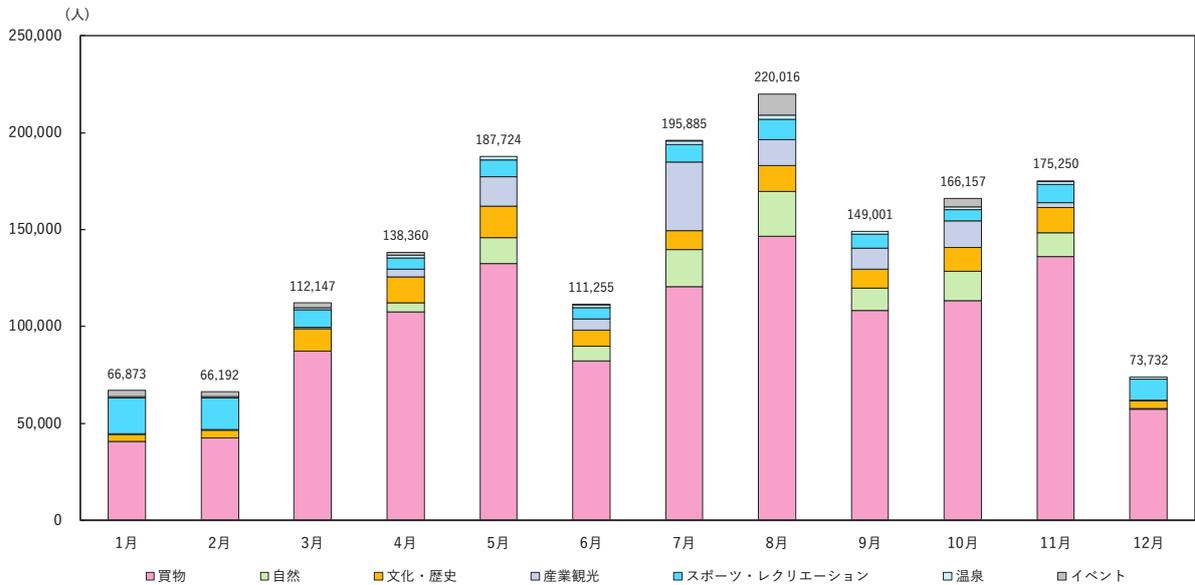


資料 久万高原町資料



資料 久万高原町資料

観光目的別・月別の入込客数をみると、「買物」に次いで多い「文化・歴史」では、冬季は客数が減少するものの1年を通して集客があります。主にお遍路さんによるものと考えられます。次に多い「スポーツ・レクリエーション」も1年を通じた集客がありますが、冬季期間中の久万スキーランド利用客が大きく、その次に多い「自然」では、冬季を除く4月～11月が中心となっており、石鎚山、面河溪の登山利用が大きいと考えられます。



資料 久万高原町資料

(4) RESASを用いた観光動向分析

① 目的地分析

本町内における観光施設の検索回数(休日/自家用車)の上位ランキング(3カ年分/上位10カ所)は以下のとおりです。各年とも「四国カルスト」関連(天狗高原、姫鶴牧場等を含む)が最も多く、次いで「岩屋寺」「大宝寺」が多くなっています。各年とも多少の上下はあるものの、検索先は概ね同様となっています。

目的地	2015	目的地	2016	目的地	2017
1 四国カルスト	998	1 四国カルスト	1,815	1 四国カルスト	2,585
2 岩屋寺	329	2 岩屋寺	434	2 天狗高原	320
3 大宝寺	274	3 大宝寺	301	3 岩屋寺	294
4 天狗高原	231	4 天狗高原	261	4 大宝寺	254
5 面河溪	179	5 姫鶴牧場、姫鶴荘、姫鶴平	204	5 姫鶴牧場、姫鶴荘、姫鶴平	201
6 久万高原町	119	6 面河溪	195	6 面河溪	191
7 石鎚スカイライン	110	7 道の駅 天空の郷さんさん	144	7 道の駅 天空の郷さんさん	158
8 姫鶴牧場、姫鶴荘、姫鶴平	110	8 ケヤキ平	112	8 ケヤキ平	122
9 国民宿舎石鎚	109	9 石鎚スカイライン	100	9 久万高原町	78
10 道の駅 天空の郷さんさん	93	10 久万高原町	77	10 法然寺	58

注 各年の休日データ

資料 RESAS「目的地分析」((株)ナビタイムジャパン 経路検索条件データ)

② 出発地分析

検索回数上位3カ所(四国カルスト、岩屋寺、大宝寺)の出発地を分析すると、以下のとおりです。四国カルストは「愛媛県松山市」が圧倒的に多く、次いで「高知県高知市」、「高知県四万十市」と続いています。数は少ないですが、高知県の他、香川、大阪方面もみられます。岩屋寺、大宝寺はほとんどが愛媛県内を出発地としています。

* 出発地 利用者が目的地を検索したときに、(株)ナビタイムジャパンの経路検索サービスにおいて、利用者が入力した出発地

四国カルスト		岩屋寺		大宝寺	
出発地	回数	目的地	回数	目的地	回数
1 愛媛県松山市	1,106	1 愛媛県久万高原町	90	1 愛媛県西予市	61
2 高知県高知市	139	2 愛媛県松山市	49	2 愛媛県久万高原町	45
3 高知県四万十市	98	3 愛媛県西条市	20	3 愛媛県松山市	40
4 愛媛県今治市	73	4 愛媛県大洲市	16	4 愛媛県大洲市	26
5 高知県土佐清水市	71	5 香川県三豊市	11	5 愛媛県内子町	10
6 香川県高松市	65	6 愛媛県西予市	7	6 愛媛県砥部町	6
7 愛媛県久万高原町	36	7 愛媛県内子町	6	7 愛媛県宇和島市	6
8 愛媛県宇和島市	36	8 愛媛県東温市	5	8 大阪府大阪市	6
9 大阪府大阪市	34	9 高知県土佐清水市	5	9 岡山県倉敷市	5
10 愛媛県西条市	32	10 高知県高知市	4	10 愛媛県西条市	4

注 休日データ

資料 RESAS「目的地分析」(株)ナビタイムジャパン 経路検索条件データ

③ 宿泊者分析

※本分析で捕捉している宿泊者数は900~4,200人程度であり、本町の宿泊者(約32,000人)の1%程度に過ぎないことから、あくまでも参考値として捉える必要があります。

都道府県別

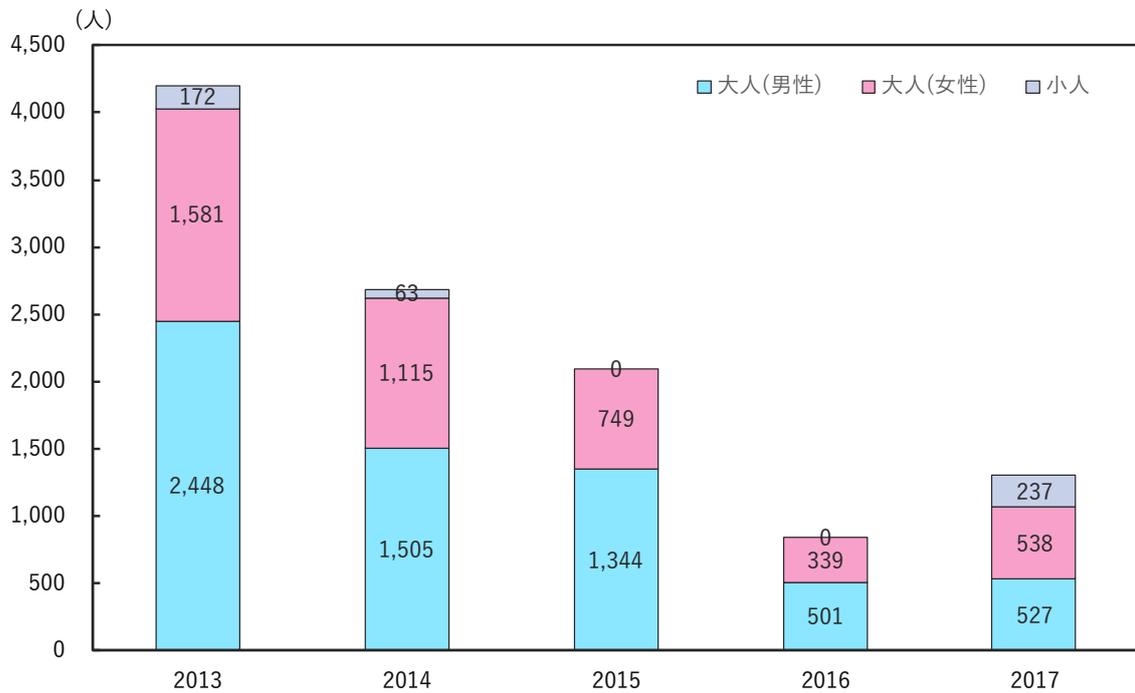
本町の宿泊者(日本人)の居住地を都道府県別に上位10府県をみると、過去5年のうち、「大阪府」が最も多い年が多くなっています。それ以下の居住地については、年によって異なるものの、「東京都」や「長崎県」、「兵庫県」などが比較的多いことがうかがえます。

2013		2014		2015		2016		2017	
1 大阪府	773 18.4%	1 大阪府	568 21.2%	1 長崎県	343 16.4%	1 大阪府	154 18.3%	1 大阪府	155 16.9%
2 香川県	592 14.1%	2 東京都	376 14.0%	2 大阪府	207 9.9%	2 東京都	134 15.9%	2 長崎県	136 14.8%
3 愛媛県	556 13.2%	3 山口県	233 8.7%	3 千葉県	196 9.4%	3 香川県	123 14.6%	3 埼玉県	121 13.2%
4 東京都	553 13.2%	4 愛媛県	215 8.0%	4 福岡県	193 9.2%	4 愛媛県	95 11.3%	4 香川県	97 10.6%
5 兵庫県	436 10.4%	5 広島県	191 7.1%	5 山口県	147 7.0%	5 埼玉県	90 10.7%	5 兵庫県	97 10.6%
6 福岡県	274 6.5%	6 静岡県	151 5.6%	6 広島県	103 4.9%	6 兵庫県	71 8.4%	6 鳥取県	75 8.2%
7 埼玉県	238 5.7%	7 宮崎県	141 5.3%	7 愛媛県	95 4.5%	7 広島県	54 6.4%	7 大分県	58 6.3%
8 広島県	183 4.4%	8 香川県	134 5.0%	8 徳島県	92 4.4%	8 福岡県	33 3.9%	8 熊本県	57 6.2%
9 愛知県	150 3.6%	9 兵庫県	124 4.6%	9 岡山県	76 3.6%	9 長野県	33 3.9%	9 愛媛県	48 5.2%
10 徳島県	136 3.2%	10 神奈川県	94 3.5%	10 島根県	69 3.3%	10 滋賀県	32 3.8%	10 神奈川県	42 4.6%
その他	306 7.3%	その他	455 17.0%	その他	574 27.4%	その他	23 2.7%	その他	33 3.6%
計	4,197	計	2,682	計	2,095	計	842	計	919

資料 RESAS「From-to分析(宿泊者)」(観光予報プラットフォーム協議会(観光予報プラットフォーム))

性別

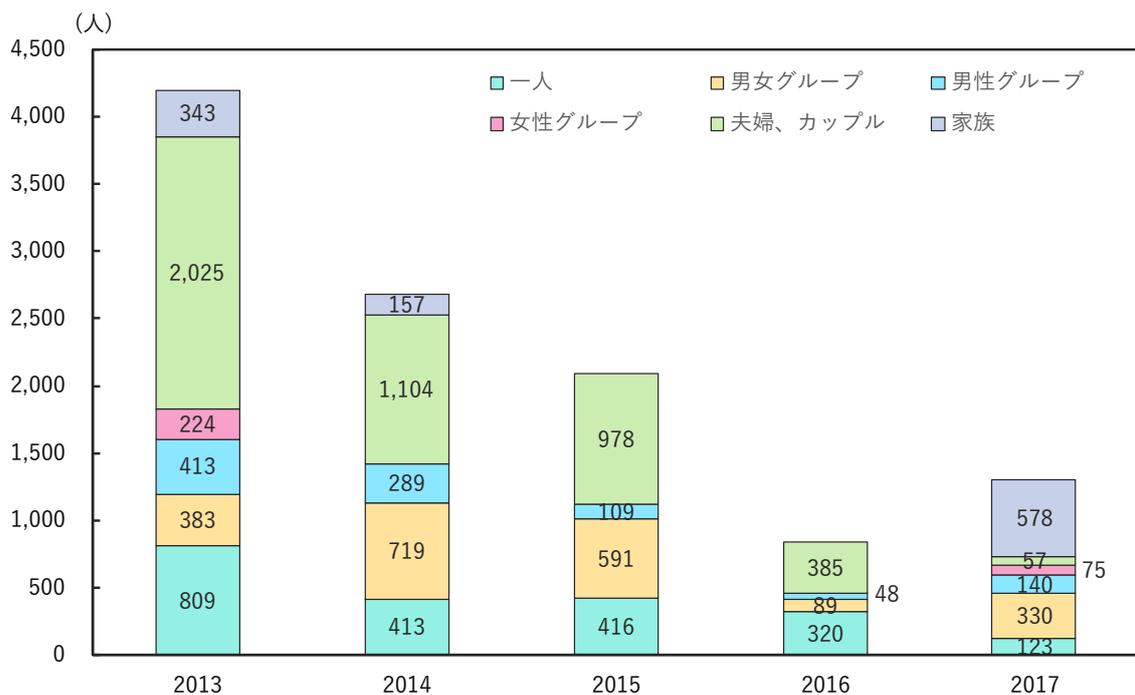
本町の宿泊者(日本人)を性別にみると、「女性」よりも「男性」の方が多い傾向にあります。



資料 RESAS「From-to分析(宿泊者)」(観光予報プラットフォーム協議会(観光予報プラットフォーム))

参加形態別

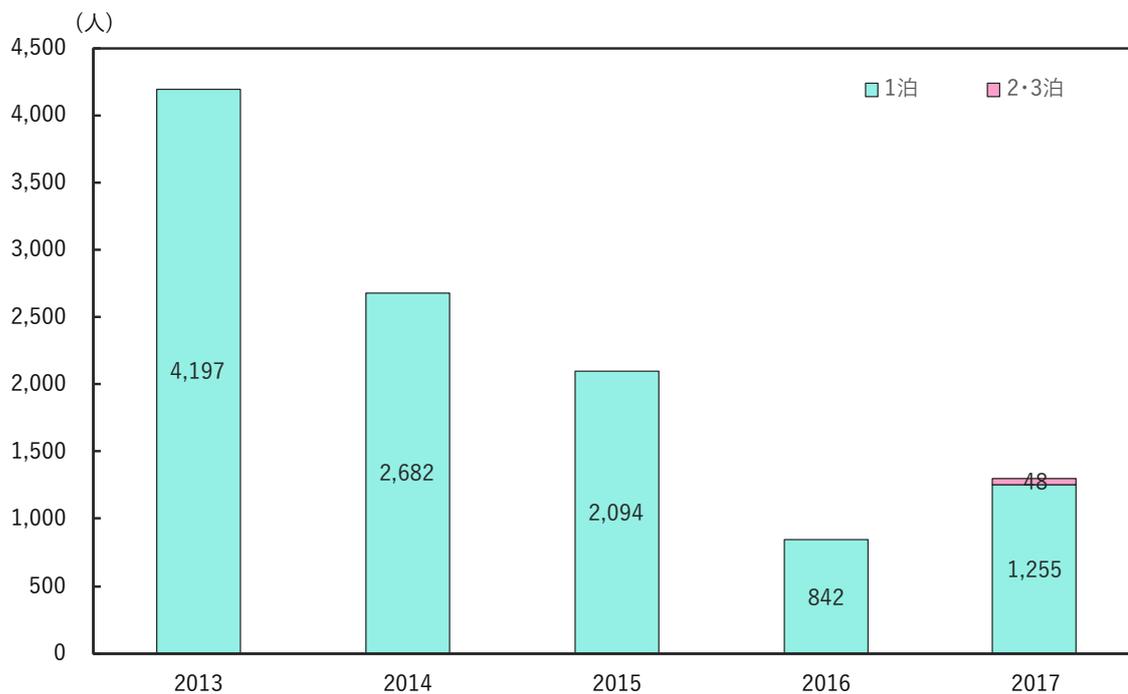
本町の宿泊者(日本人)を参加形態別にみると、年によって傾向は異なりますが、おおむね「夫婦、カップル」が多く、次いで「一人」や「男女グループ」が多くなっています。



資料 RESAS「From-to分析(宿泊者)」(観光予報プラットフォーム協議会(観光予報プラットフォーム))

宿泊日数別

本町の宿泊者（日本人）の宿泊日数をみると、1泊が大多数を占めています。



資料 RESAS「From-to分析(宿泊者)」(観光予報プラットフォーム協議会(観光予報プラットフォーム))

3-4-3 久万高原町の観光に関する各種調査結果の概要

(1) 観光客アンケート調査

① 調査概要

久万高原町観光振興計画及び面河溪再整備計画の策定にあたり、町内における観光客の動態、観光資源に対する観光客の評価等を把握することを目的に、下記のとおりアンケート調査を実施しました。

実施日	2018年8月25日(土)、26日(日)
対象者	本町を訪れる観光客
調査場所	姫鶴荘、面河溪、道の駅「天空の郷さんさん」、道の駅みかわ
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ 属性 ・ 旅行内容(同伴者/本町の来訪回数/移動手段/本町を訪れたきっかけ等) ・ 本町の観光に対する評価(景観・雰囲気/宿泊施設/観光・文化施設/飲食施設/物販施設/地域の二次交通等) ・ 面河溪について

② 調査結果

回答者数 308(内訳 姫鶴荘73、面河溪61、道の駅「天空の郷さんさん」113、道の駅みかわ61)
本調査の結果から、以下のことが明らかとなりました。

観光客の属性

- ・ 中予地域からの観光客が多く、愛媛県内が半数近くを占める。次いで、四国内、中国地方、近畿地方と続く。四国カルストは県外観光客の割合が高い一方、面河溪は県内観光客の割合が高い。

旅行内容

- ・ 年齢層はどの地点も幅広く、家族旅行、友人・知人との旅行の割合が高い。
- ・ 初めて本町を訪れた人が約3～4割、残り6～7割がリピーターである。
- ・ 車での移動が大半を占め、日帰り客が7～8割程度、残りが宿泊客であるが、宿泊客の8割が町外での宿泊客であり、町内での宿泊客は極めて少ない。
- ・ 町内の滞在時間は調査地点によって差がみられ、特に、四国カルストは滞在時間の短い人が多いことから、山頂での楽しみ方や過ごし方を示していくことが求められると考えられる。
- ・ 天空の郷さんさん、道の駅みかわを訪れた人の多くは、その前後にどこかに立ち寄る傾向がみられるが、四国カルスト及び面河溪はそれぞれが目的地となっている傾向がみられる。

(2) 民間事業者ヒアリング調査

① 調査概要

久万高原町観光振興計画及び面河溪再整備計画の策定にあたり、町内の観光施設、宿泊施設、小売店、飲食店等に対して、久万高原町を訪れる観光客の現状認識、地域や事業者自身が抱える課題、今後の事業の方針等についてうかがい、地域の観光関連事業者等と行政との連携策や、今後必要な支援策等の検討材料とすることを目的に、下記のとおりヒアリング調査を実施しました。

実施時期	2018年11～12月
対象先	レジャー関係(4)、観光農園(1)、道の駅/直売所(4)、宿泊施設(7)、飲食店(3)、物産(3)、文化施設(3)、神社仏閣(1)、交通(3)、イベント(3)
調査方法	対面により直接ヒアリングを実施
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ 入込客数の動向 ・ 久万高原町の観光に対する思い ・ 今後の事業 ・ その他 ・ 久万高原町の観光行政に対する意見・要望等

② 調査結果

ヒアリングの結果、主に以下のような意見が挙げられました。

入込客数の動向

- ・ 施設によって傾向は多少異なるが、全体的な傾向としては、県内客(松山周辺)が6～7割を占めており、県外客としては、高知方面が最も多くなっている。ただし、四国カルスト(姫鶴荘)に関しては、他の地区に比べ、県外客の割合が高く、四国外等の遠方からの観光客が多い。
- ・ 町内の主要な宿泊施設では、観光客利用はほとんどなく、お遍路さん、ラグビー合宿、仕事関係の利用が多い。上記の点も含め、近隣からの日帰り観光客、または、町内では宿泊せず、松山等で宿泊する観光客が主体であることがうかがえる。
- ・ 訪日外国人(インバウンド)は近年増加傾向にあり、特に、お遍路さん(欧米系)、ふるさと旅行村利用者が増加している模様だが、絶対量としては少ない状況にある。久万スキーランドでは、2016・2017年に台湾からのツアー客(150人前後)の受入れ実績があり、四国観光の一環として、本格的なスキー利用ではなく、雪遊び体験のメニューとして組み入れられている。

生かすべき地域資源・観光の方向性

<p>自然・場所</p> <ul style="list-style-type: none"> ・手付かずの自然 ・八社神社 ・ごうかく神社 ・高原(石鎚、四国カルスト、大川嶺、面河、皿ヶ嶺) ・天辺の森(樹齢200~300年のケヤキや杉) <p>体験・活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キャンプ、登山、ハイキング ・ロッククライミング ・溪流釣り ・森林セラピー ・天体観測、農業体験、ホテル観察 ・山菜採りと料理体験 ・食(アユ、いたどり、地芋、こんにゃく、豆腐等)・郷土料理や地元産品 ・久万高原ならではの体験メニュー(例. 天然つららで焼酎ロックを飲む) 	<p>時間・季節</p> <ul style="list-style-type: none"> ・雪、寒さ ・きれいな水資源 ・星空 ・夜間の活用、夜を楽しむイベント <p>産品</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お茶(紅茶、ウーロン茶) <p>交通</p> <ul style="list-style-type: none"> ・町内のバスをすべて利用できる周遊券 <p>施設</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空き施設の有効活用 <p>人</p> <ul style="list-style-type: none"> ・町内への出店希望者(※数は少ないが) ・町出身者の誘客強化
--	---

ねらうべきターゲット

- ・インバウンド(ヨーロッパのサマーバケーション)
- ・ラグビー合宿の誘致強化

本町観光の課題

- ・観光客にお金を落としてもらおう場所の不足
- ・人材の高齢化、後継者の不足
- ・景観、ビューポイントの手入れ不足
- ・通信インフラの脆弱さ
- ・観光施設の老朽化
- ・地域の郷土料理や地物の産品などの継承の必要性
- ・観光資源、地域産品(トマト等)の認知度不足
- ・関係主体間の連携不足(行政⇄民間、民間⇄民間、役場の組織内)
- ・力のある観光組織の不足

(3) モニターツアー

① 調査概要

本町観光における誘客拠点と言える「面河溪」及び「四国カルスト」それぞれにおける自然景観や体験メニュー、食事等について、誘客ターゲットの1つである松山在住の若年女性を中心に体験・評価してもらい、PRすべきポイントや改善点等を明らかにすることを目的に、以下のモニターツアーを実施しました。

実施時期	2018年11月23日(金)
ツアールート	松山発＝面河山岳博物館【面河溪の概要に関するレクチャー】…【ガイドツアー】…溪泉亭・面河茶屋(食事)＝道の駅みかわ＝四国カルスト【星空観察】＝松山
実施体制	8名 (ほか関係者4名)

② 調査結果

肯定的な意見：

- ・松山に住んでいるだけでは知れない自然を知ることができ、愛媛県の自然の素晴らしさを実感できた。
- ・面河溪を愛する会のガイドの方の説明が非常に分かりやすく、面白かった。
- ・面河溪の魅力に気づけたのは大きな収穫であった。

改善ポイント：

- ・車に乗っているだけの移動時間が非常に長い。
- ・施設のトイレなどがあまり綺麗ではないのが残念だった。
- ・ツアー工程が詰め込みすぎであった。朝から夜まで1日かけてのツアーで良いかも知れない。
- ・コンセプトとターゲットを明確化した内容にすべきだと感じた。
- ・単体のツアーとしては商品化は厳しいのではないかと感じた(個人で回れてしまうので)。



3-4-5 久万高原町観光が抱える課題

本町の観光には多くの課題が見られます。以下では、課題を2つに分類して整理します。但し、これら全ての課題に対応する必要はなく、後述の「久万高原町観光のビジョン」と照らし合わせ、優先的に解決すべき課題を整理する必要があります。

(1)観光客の動態に関する課題

・観光客の周遊性の課題

観光客が町内を周遊していない傾向が見られます。特に、町内の1地点のみが観光のデスティネーションとなるケースが多く、そのデスティネーション訪問後は町外へと出て行ってしまいう傾向が見られます。

・通過型観光の課題

本町の観光動態の大部分は、宿泊を伴わない通過型観光です。これは愛媛県周辺においては、松山市以外のすべての市町村に見られる傾向です。

・観光消費額の課題

観光客が消費を行う場面の少ない傾向が見られます。これは上記の通過型の観光動態とも関連しますが、宿泊費だけでなく、飲食費なども本町内で消費する金額の少ない傾向が見られます。これは飲食店の少なさ、その他消費する場面の少なさなどの結果だと考えられます。

(2)施策に関する課題

ハードに関する課題

- ・各種施設の老朽化・宿泊施設の不足・公共交通の不便さ、二次交通の不備などが挙げられます。
- ・インバウンド受け入れ環境(案内・誘導サイン・Wifi・キャッシュレス環境)の整備が進んでいないことが課題として挙げられます。
- ・観光客の情報取得、情報発信において中心的役割を果たすスマートフォンや携帯電話、これらの通信インフラの脆弱性が課題として挙げられます。
- ・景観維持やビューポイントにおける手入れ不足が散見されます。

ソフトに関する課題

- ・町外に向けた、町内の観光情報の発信やPR不足が見られます。
- ・観光客に向けた観光案内機能(周遊を促す仕組みの構築や、提案)の不足が見られます。
- ・特産品、名物料理、お土産品の開発やPR不足の傾向が見られます。
- ・町内の観光関連事業者同士の連携不足の傾向が見られます。
- ・インバウンド観光客への情報発信(HP、パンフレット)不足が見られます。
- ・郷土料理や地場の産品開発が進んでいない傾向が見られます。
- ・上記課題を解決し、本町の観光振興施策を立案、実施、改善するマネジメント組織が、現在町内に存在しません。よって中長期的には久万高原版DMOなどのマネジメント組織の設立について検討する必要があります。
- ・人材の高齢化、後継者不足、若年層の流出などの傾向が見られます。こうした傾向は、上記のマネジメント組織の設立に向けた人材不足に影響します。

第4章 観光振興の基本方針・アクションプラン・推進体制

4-1 観光振興のビジョン・KPI(及び経済波及効果)

4-1-1 観光振興のビジョン

以下では、久万高原観光が目指すべき姿を明確化したステートメントである、「観光振興のビジョン」について説明します。

「観光振興のビジョン」とは、本町の観光振興の先に実現したい姿です。本計画では、本町の観光振興が目指すべき姿を以下と定義します。

久万高原町の観光振興のビジョン：

久万高原町の地域資源を活用した観光振興によって、
地域の継続的経済活性化(産業の活性化・所得の拡大・雇用の創出)を実現し、
“交流人口”の増加から“関係人口”の増加、そして、
“定住人口”の増加を実現することにより、
人口減少によって引き起こされる課題へ対応する。

上記ビジョンは、本町の観光振興は、単なる観光客を呼ぶことが目的ではないということを明確にしています。つまり、本町の観光振興に向けた施策の全ては、交流人口の増加、それに伴う地域における観光消費、これらによってもたらされる継続的な経済活性化こそが真の目的であり、こうした経済活性化により、本町において急速に進む人口減少が引き起こす課題へ対応していくことが目的である、ということを示しています。

以下、本計画に記載される施策は全て、この目的を達成するために存在しているということです。

4-1-2 久万高原町観光振興のKPIと経済波及効果

前述の観光振興ビジョンを数値化したものが、以下のKPIです。人口減少に係る内需減少分を観光振興によって補っていくには、観光振興によってどの程度地域に外貨が落ちなければならないのか、という発想から導かれた数値となっています。これらの数値をモニタリングするために、後述の「戦略4.実施体制整備」において、観光マーケティング機能を強化し、町内の観光統計の収集・分析に努めます。KPI達成時における2028年の観光振興による地域への経済波及効果は、約60億円となります。

KPI1.入込み客数

KPI1-1.入込み観光客数(日本人)

2017年 (基準年)	2020年	2023年	2028年
1662,592人	1,874,467人 (基準年からの約112%の伸長)	2,085,643人 (基準年からの約125%の伸長)	2,336,199人 (基準年からの約140%の伸長)

KPI1-2.インバウンド観光客述べ宿泊数

2017年 (基準年)	2020年	2023年	2028年
有効な数値なし	1,500人	2,000人	3,000人

KPI2.観光消費額(合計)

2017年(基準年推計値)：約27億3,000万円

2017年 (基準年推計値)	2020年	2023年	2028年
有効な数値なし	33億2,000万円 (基準年からの約120%の伸長)	39億3,900万円 (基準年からの約145%の伸長)	46億5,000万円 (基準年からの約170%の伸長)

※1.KPI2の観光消費額については、現時点で正確な統計データが存在しないために、2018年現在の観光入込み客数と、減少していく人口と連動した内需減少分から逆算した値となっています。そのため今後の調査結果においてはこの数値は修正される可能性があります。

※2.経済波及効果は株式会社価値総合研究所の提供する「地域経済循環分析用データ」を活用し作成された「久万高原町地域経済波及効果分析ツール」により算出いたしました。

※3.インバウンド観光客に関しては、統計が存在していないため推定値であり、今後の調査結果を反映することによって数値を更新する可能性があります。

4-2 観光振興に向けたコンセプトと戦略

KPIの達成に向けて以下では2つのコンセプトと3つの戦略について提示します。観光振興に向けたコンセプトとは、前述のビジョンをいかに実現していくのか、その方法論になります。そして戦略とは、具体的にどのような施策に、本町の資源配分を行なっていくのか、その要諦となります。

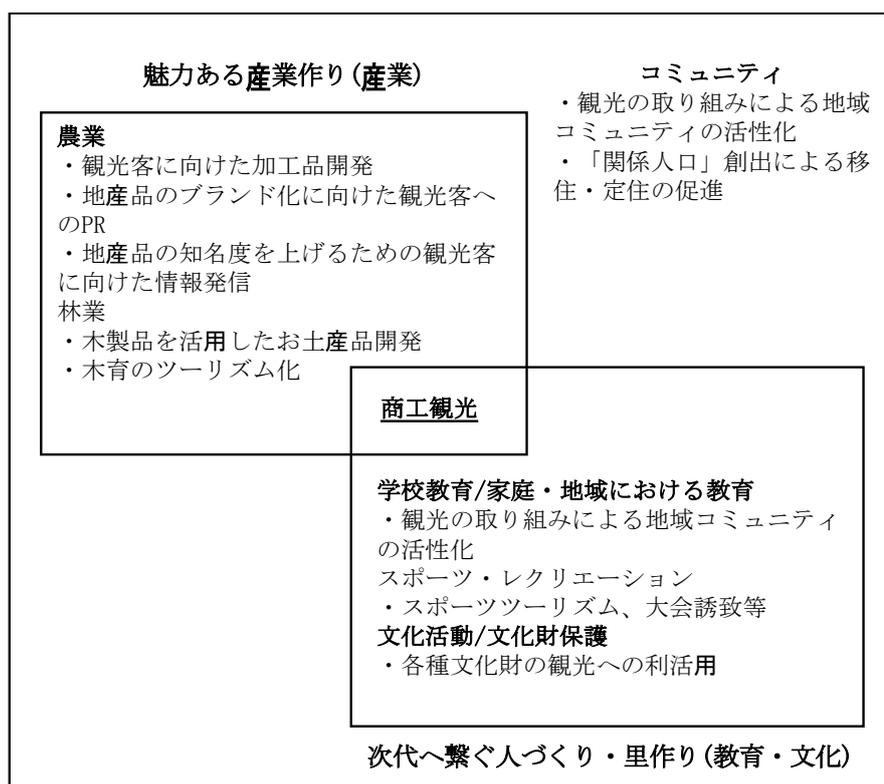
4-2-1 観光振興に向けたコンセプト

繰り返しになりますが、観光振興に向けたコンセプトとは、前述のビジョンをいかに実現していくのか、その方法論になります。以下では2つのコンセプトについて提示します。

コンセプト1 政策間連携

観光の効果は多産業に渡り、また様々な行政施策とも関連するものです。このことから、本町における様々な行政施策を、「観光」というテーマによって横串をさすことによって、効果的・効率的な政策の推進を試みます。特に連携すべき政策群として、農業に関する政策、林業に関する政策、商工に関する政策、教育に関する政策、等が挙げられます。これらの政策との具体的な連携方策については、政策によって都度議論が必要となりますが、連携の大枠として以下のフレームワークを提示します。このフレームワークは「第2次久万高原町総合計画」をベースに、政策(特に産業政策と、教育・文化政策、行財政)を「商工観光」と関連づけていくことを示しています。

観光振興実現に向けた政策間連携のフレームワーク



コンセプト2 実際の観光動態に即した広域連携

四国全体、及び愛媛全体の観光動態を鑑みると、本町内だけで完結する観光動態は限定的です。多くの観光客は、本町だけでなく、周辺の様々な地域を周遊する傾向が見られます。そこで町内だけで完結する施策には観光施策としての効果が薄いことが予想されます。こうした前提から、実際の観光客の観光動態に即した町外等との広域連携を積極的に試みます。具体的な連携先については、後述のエリアマネジメント戦略にて詳細に記述します。

4-2-2 観光振興に向けた戦略

以下では、本町の観光振興(及びその先にあるビジョンの実現)に向けて、町内の資源をどんなことに優先的に配分していくのか、すなわち観光振興に向けた戦略について記述します。戦略の文脈においては、何をやるのか、というよりも何をやらないのか、を明確にすることが重要です。以下の戦略はこうした発想の元で立案されています。

戦略1.高原ブランドの推進戦略

「第2次久万高原町総合計画」において、魅力ある産業づくりを重要課題として掲げ、その中で観光面においては、「高原ブランドの確立による一体的な観光振興により、交流人口増加を図る」ことを基本方針としています。この高原ブランドを推進していくことを、観光振興においても重視し、優先的に資源配分を行い推進していく事項とします。具体的には、本町全体で以下の施策を推進していくこととします。

推進していくためにはまずこの「高原ブランド」とは一体何か？ということ定義します。「高原ブランド」とは、本町へのブランドイメージ(シティ・ブランド)と同じ意味であると定義します。つまり、高原という強みを生かした、本町へのプラスのイメージの総体こそが、高原ブランドと定義できます。この高原ブランドを構成する観光分野の要因が以下です。高原ブランドの推進とは、観光振興の文脈においては以下の施策に取り組んでいくことに他なりません。以下の3つの施策を、久万高原町における4つの地区に落とし込んだものこそが、後述する「エリアマネジメント戦略」となります。

施策①.魅力的な「高原の観光地」作り

これは本計画の全てとリンクする内容ですが、久万高原観光のイメージコンセプトとして「高原ブランド」を援用していくということに他なりません。四国では珍しい、高原のイメージを観光振興における全体のイメージコンセプトとして活用することで、独自性を高めていくことが狙いです。

施策②.魅力的な「高原の観光地」の情報発信、PR

施策①.とも関連しますが、魅力的な「高原の観光地」作りと同時に、情報発信とPRの展開によって、観光客や四国内外に、高原のイメージを認知してもらうことが必要になります。そこで、様々な情報媒体によって、「高原の観光地」のイメージを想起する情報発信・PRに取り組んでいきます。

施策③.魅力的な「高原の観光地」ならではの財・サービスの開発と提供

更に、この「高原の観光地」というブランドイメージ形成と、本計画のビジョンを照らし合わせると、地域にお金が落ちる仕組みづくりが必要です。特に現状の課題として、本町の観光において観光消費を行うシーンの少なさが課題としてある以上、「高原の観光地」ならではの観光消費を喚起する財(特産品開発やお土産品の開発、飲食メニューの開発)やサービス(観光体験サービス等)の開発が必要不可欠です。こうした特産品開発、お土産品開発、飲食メニューの開発、着地型観光プランの開発に取り組んでいきます。

戦略2.町全体における観光客の受け入れ環境整備

現在の本町では、特に観光客を受け入れる環境が未整備の部分が散見されます。そこでまずは観光客を受け入れる環境整備こそが、戦略的に取り組むべき事項であるとの考え方から、ソフト・ハード両面から観光客を受け入れられる環境整備を推進します。

ソフト面での整備

- ・観光人材の育成

地域全体における「おもてなし」の機運醸成や、戦略的に観光振興に取り組んでいくための観光専門人材の育成等、本町の観光振興の中核となる人材育成に取り組みます。

例:サービス関連事業者に向けた研修・事業者向けの観光セミナー・ガイド育成・観光関連人材の交流会、等。

ハード面での整備

- ・観光施設における各種施設整備(トイレ等のインフラ整備から、展示内容等の更新等含む)
- ・インバウンド受け入れ環境整備(多言語サイン・Wifi・キャッシュレス環境)
- ・空き家の有効活用(リノベーション、等)
- ・2次交通整備、道路環境整備、景観の維持

戦略3.エリアマネジメント戦略

本町の観光動態には観光客が町内を周遊しないという課題がありました。こうした課題は、本町を周遊する魅力的な観光プランや周遊ルートを策定し、観光客に提案できていないというのがあります。それ以上に本町の地理的な広さに起因していると考えられます。つまり、本町の地理的要因によって、域内周遊が妨げられていることが予想されます。そうであるならば、町内周遊という可能性は残しておきながらも、本町内に点在する各観光ゲストイネーションポイントを核としてその周辺を周遊するルートを策定し、提案する方が現実的です。そこで各観光ゲストイネーションポイントを有するエリア(久万、美川、面河、柳谷)ごとに、各エリア内で完結する観光スタイルを、各エリアが自律的に企画・運営していく「エリアマネジメント」戦略を採用します。このエリアマネジメント戦略は、本計画の核心的部分になるので、後述いたします。

戦略4.実施体制整備(久万高原版DMOの設立)

戦略1.2を主体的に取り組み、かつ戦略3をまとめ上げる観光組織が必要となってきます。中長期的には久万高原町版DMOの設立も視野に入れた実施体制の整備が必要となります。現状ではこうした組織が、町内に存在しないため、現状から段階的に久万高原版DMOの組成に向けた施策を実施していく必要があります。特に、戦略3の各エリアにおける実施体制をサポートする体制を構築することが急務です。

実施体制整備に向けて

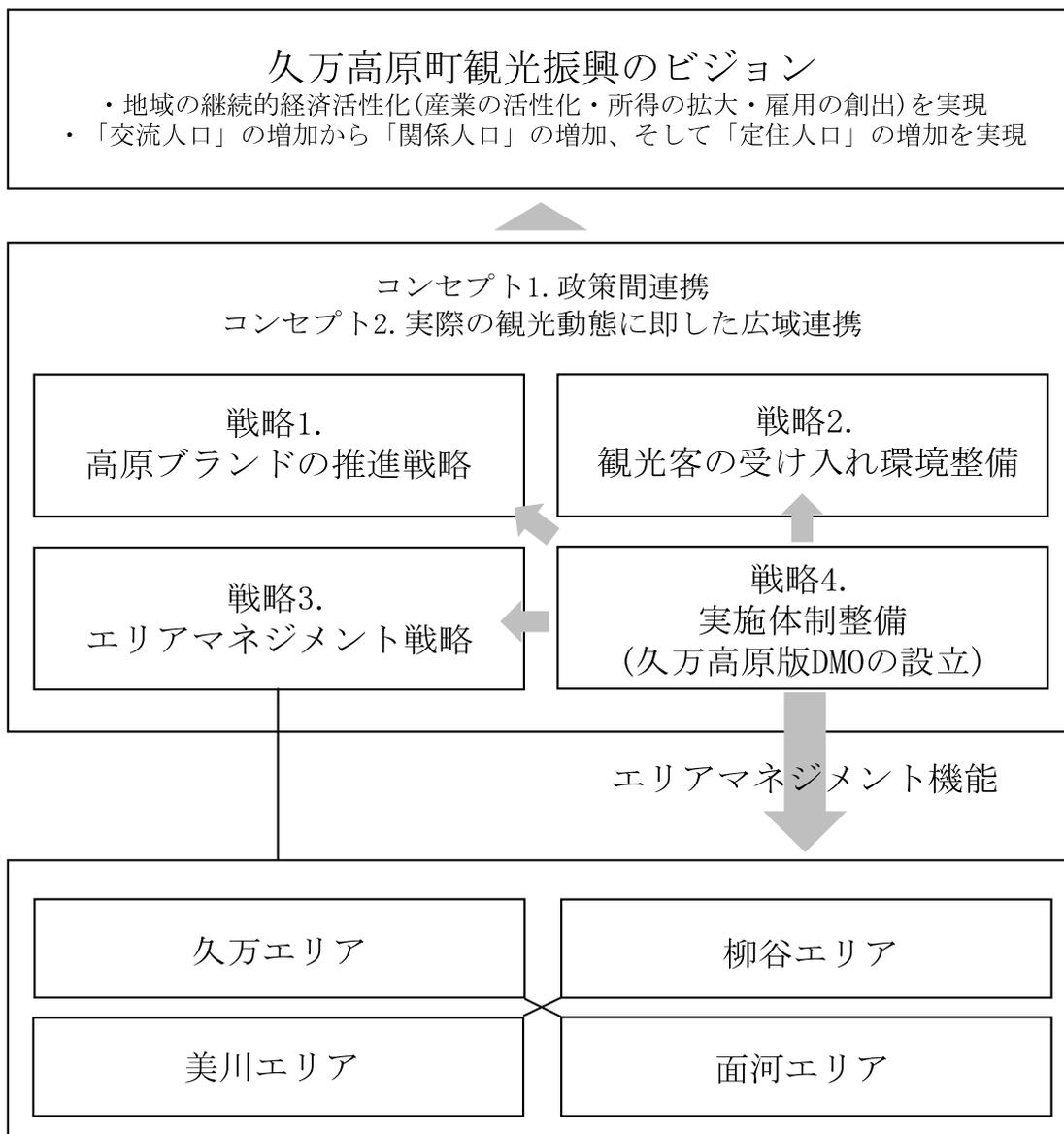
- ・町内における観光人材育成に向けた人材育成や、外部人材の登用
(地域における観光マーケティング能力・マネジメント能力、等の養成)
- ・各エリア内における観光振興組織への活動支援
(各エリアでの活動支援)
- ・町内の観光動態を把握する観光マーケティング調査の実施

久万高原版DMOに期待される機能

- ・町全体の観光マネジメント機能(各エリアとの連携による、司令塔的機能)
- ・各エリアのマネジメント組織の育成
- ・観光マーケティング実践機能
(情報発信・PR機能、施策立案・実行機能、観光マーケティング実践機能、等)
- ・移住、定住に向けたワンストップ窓口の機能
- ・観光客に向けた物産開発のマーケティング機能(戦略立案・実行機能・コンサルティング機能)

久万高原版DMOの設立プロセス案

久万高原版DMOの設立に向けて、観光と関連性のある組織・団体をベースに、本町から人的・財政的な支援等も行いながら、設立を目指します。この設立の過程において町内における関連組織の統合の可能性も検討します。



4-3 エリアマネジメント戦略

4-3-1 戦略の要諦

以下では、前節にて提示した「戦略3.エリアマネジメント戦略」についての詳細を記述します。このエリアマネジメント戦略に必要な要素は以下の2つです。

エリアマネジメント戦略に必要な要素1.各エリアにおける主体的な取り組み

エリアマネジメント戦略に必要な要素2.町全体をマネジメントするエリアマネージャー

このエリアマネジメント戦略は、地理的に広がる本町を4つのエリアに分け、各エリアにおける独立の観光計画を策定し、各エリアに沿った観光施策を実施していくことを目指しています。つまり、久万高原町観光振興計画は、4つのエリアごとの観光振興計画の集合体であると考えられます。こうしたエリアマネジメント戦略を推進していくためには、各エリアにおける観光振興を主体的に取り組む組織の存在が不可欠となります。現状ではこうした組織や取り組みが十分でないエリアもあることから、こうしたエリアごとにおける観光への取り組みを推進する体制の整備まで含めて、エリアマネジメント戦略とします。

また本戦略を実施していく上では各エリアの取り組みをまとめあげて繋げて、町の観光全体を演出する全体マネージャーの役割を持つ組織の存在が不可欠となります。つまり、旧町村区分によるエリア分割は、観光客の周遊実態に即した細かい対応を可能にしながらも、同時に旧町村区分ごとのセクショナリズムを誘発しかねないことから、エリアごとの連携を促す機能が、このエリアマネジメント戦略では最も重要な機能となります。

こうした役割を担う組織は、中長期的には久万高原版DMOがその有力な候補となります。この役割は、こうした本町における新しい観光組織と行政が連携して担っていきます。次節からは各エリアにおける観光施策について記載します。

4-3-2 久万エリア(旧久万町)

本町の西部を占める 旧久万町を範囲とするエリア

- 本町内で最も人口が多く、中心部には役場や、年間約100万人を集客する道の駅「天空の郷さんさん」などが立地しており、その周辺には市街地が形成されています。
- エリアの南北を国道33号線が縦断しており、その沿線には物販、飲食、宿泊施設などが立地しています。
- 本町における松山方面からの玄関口機能を果たすとともに、町の商業・業務・観光・生活の拠点形成しています。



地域の資源・強み

- ・多様な観光資源が立地、商業・生活の拠点
- ・最大の集客力を有する道の駅「天空の郷さんさん」が立地
- ・松山・高知方面、町内他エリアへのアクセシビリティ

地域の課題

- ・本町の玄関口としての他エリアに関する情報発信の不足、空き家・施設の老朽化等による幹線沿い景観の悪化
- ・本町拠点としての観光消費場所の不足

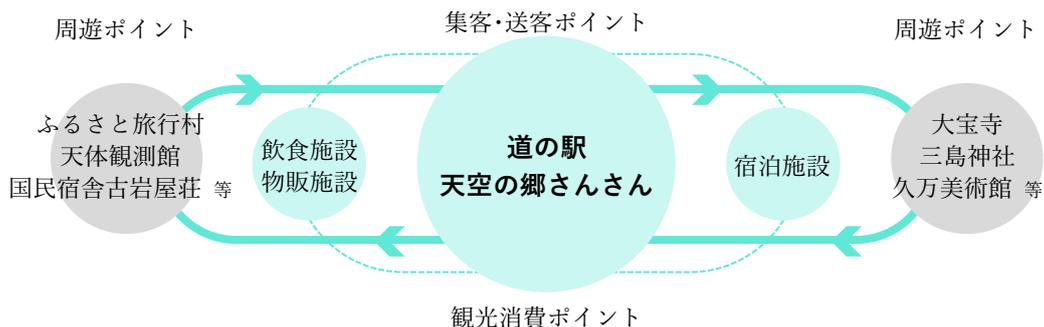
コンセプト

文化・芸術・産業・歴史の交差する交流拠点、久万高原観光の玄関口

- 本町観光の中心地・玄関口として、集客・送客機能を強化します。
- 本町最大の観光消費ポイントとして、観光客向けの財・サービスの積極的な創出に努めます。
- 加えて、本町の農業、林業などの対外的な情報発信や体験の中心地とします。

主たるターゲット

松山圏在住の日帰り観光客／松山に宿泊し県内観光をする観光客／松山・高知間の移動客



(1) 地域の資源・強み

強み① 多様な観光資源が立地

- ・久万エリアには、レジャーや観光農園、道の駅、宿泊施設等、多くの観光関連の資源が集積しています。主な資源としては以下のようなものがあり、道の駅「天空の郷さんさん」をはじめ、四国霊場の札所である大宝寺のほか、国民宿舎古岩屋荘など、本町を代表する資源があります。
- ・また、久万エリアには役場をはじめとする公共施設や、国道33号線沿いを中心に物販・飲食施設等が立地しており、商業や人々の生活の拠点にもなっています。

自然・景観	●国指定名勝 古岩屋 ●遅越の滝	●皿ヶ嶺連峰 ●二名のゲンジボタル
レジャー	●久万高原ふるさと旅行村 ●久万スキーランド ●久万公園（B&G海洋センター） ●笛ヶ滝公園 ●レンタサイクル(古岩屋荘)	●久万農業公園 ●久万カントリークラブ ●高原ゴルフ倶楽部 ●千本高原キャンプ場 ●登山（皿ヶ嶺）
観光農園	●竹森ガーデン ●渡部なし園 ●正岡観光農園	●青木農園 ●日野観光りんご園 ●おばあちゃんの観光りんご園
温泉	●古岩屋温泉	●ふもと温泉
道の駅/買い物	●道の駅 天空の郷さんさん ●久万山だんだん市 ●古岩屋高原市 ●久万町商店街	●物産館みどり ●東明神青空市 ●久万高原町まちなか交流館
宿泊	●国民宿舎古岩屋荘 ●ガーデンタイム ●民宿和佐路 ●おもご旅館	●やすらぎの宿でんこ ●いやしの宿八丁坂 ●民宿・観光農園 狩場苑 ●民宿一里木
グルメ	●ご当地うどん ●石窯ピザ ●トマト加工品	●ご当地スイーツ ●ジビエ料理 ●媛っこ地鶏
文化	●町立久万美術館 ●久万青銅之廻廊	●久万高原天体観測館
神社仏閣	●大宝寺(44番札所) ●三島神社（久万山五神太鼓）	●法蓮寺（しだれ桜）
交通	●JR四国バス久万高原駅やまなみ ●面河タクシー	●伊予鉄南予バス久万営業所
イベント	●門前市 遊食祭くまくるまるしえ ●町長杯ラグビーフットボール大会 ●三島神社夏祭り ●久万林業まつり ●久万高原秋の収穫祭 ●森のハーバルライフ	●くままちひなまつり ●畑野川竹灯籠祭り ●久万納涼まつり（御用木まつり） ●かかしの里づくり ●久万高原マラソン大会

強み② 本町最大の集客力を有する道の駅「天空の郷 さんさん」が立地

- ・道の駅「天空の郷 さんさん」は2014年の開設以降、100万人を超える入込客数を有しています。徐々に開業効果が薄れつつはあるものの、本町の主要な観光施設の観光入込客数(123.8万人)の80%以上を占めており、本町を代表する観光施設として、本町を訪れる人のほとんどが同施設を訪れているといっても過言ではありません。
- ・下記③に示す久万エリアの交通アクセス上の優位性とも相まって、本町観光の玄関口としての役割を最大限に発揮することが求められます。

強み③ 松山・高知方面からのアクセス、他エリアへのアクセス性

- ・久万エリアの南北を主要幹線道路である国道33号線が走っており、松山方面及び高知方面のそれぞれからの良好なアクセス性を有しています。特に、三坂道路の開通後、アクセスの良さはさらに高まりました。
- ・また、国道33号線には、役場付近において県道12号線が接続しており、県道210号線、341号線等を介して、面河エリアにアクセスすることができます。さらに、国道33号線を南下すると、美川、柳谷方面へとつながります。

(2) 地域の課題

課題① 他エリアへの送客力の不足

- ・現在、道の駅「天空の郷 さんさん」にはたくさんの人が訪れていますが、他エリアの観光スポットへ人を流す機能が不足しています。施設内には「地域情報提供室」や「体験展示研修室」があり、本町内のイベント情報、観光、行事・祭り、宿泊等の情報発信が行われていますが、その内容が、それらのことに元々興味・関心のある方向けのものになっている部分があります。
- ・道の駅利用者の多くを占める、買物に訪れた方やドライブなどで立ち寄った方などを対象に、本町内の他のエリアに興味を持ってもらい、訪れてもらうこと、目的地以外の場所にも誘導していくことが必要と考えられます。

課題② 道の駅「天空の郷 さんさん」における特産品開発・PR等不足

- ・道の駅「天空の郷 さんさん」には、地元の農産物や食材を扱った「レストラン」や、農産物だけでなく木工品等を販売する「物産館」があります。特に、町産野菜をふんだんに味わえるレストランでのランチバイキングは、開店前から行列ができるなど、好評を博しています。
- ・一方で、本町産以外の農産物、土産品も多くみられるなど、本町の特産品開発・PRや、お土産品開発・PR面では不足している面もあります。

課題③ 施設の老朽化等による幹線沿い景観の悪化

- ・人口減少等に伴い、空き地や空き家が増加しつつあり、また、それらが手入れされないまま放置されていたり、既存の建物や看板等が老朽化したりすることなどによって、街並みとしての景観が悪化しつつあります。
- ・特に、三坂道路から本町の中心地にかけての範囲については、松山方面から本町を訪れる人にとっての玄関口となるエリアですが、現状として、前記の老朽化した建物や設備が散在している状況では、高原地として人々が抱くイメージとマッチしているとは言いがたいといえます。

課題④ 商店街等の賑わい不足

- ・中心商店街では、まちなか交流館を設置したり、「くままちひなまつり」や「くまくるまるしえ」等の町民主体の様々なイベントが開催されたりしていますが、100万人を超える入込客数をうまく中心部の賑わい創出に生かしているとは言いがたい状況にあります。
- ・まちの魅力を高め、それらを情報発信することにより、入込客数の増加につなげるとともに、すでに本町を訪れている人たちに中心部の魅力、楽しみ方を知ってもらうことで、町内での回遊性の向上等につなげることが求められます。

(3) コンセプト

本町の生活・文化・商業・観光等の中心地であり、松山・高知方面からの玄関口であるという久万エリアの強みを生かし、今後、以下のコンセプトのもとに、観光商品やサービスの構築、機能の強化を図っていきます。

文化・芸術・産業・歴史の交差する交流拠点、久万高原観光の玄関口

- 本町観光の中心地・玄関口として、集客・送客機能を強化
- 本町最大の観光消費ポイントとして、観光客向けの財・サービスを積極的に創出
- 本町の農業、林業などの対外的な情報発信や体験の中心地へ

(4) 主たるターゲット

久万エリアの有する立地上の強み、上記(3)のコンセプトを踏まえ、本エリアが集客・誘客を図る主たるターゲットを以下のように定めます。

松山圏(県内)在住の日帰り観光客

松山圏(又は県内)在住で、主に自家用車により、道の駅等を目的地として、本町を日帰りで訪れる観光客

松山に宿泊し、県内観光をする観光客

県外から愛媛県を訪れ、主に松山に宿泊し、松山+ α で愛媛を観光する人 ※+ α として本町が選ばれる必要あり

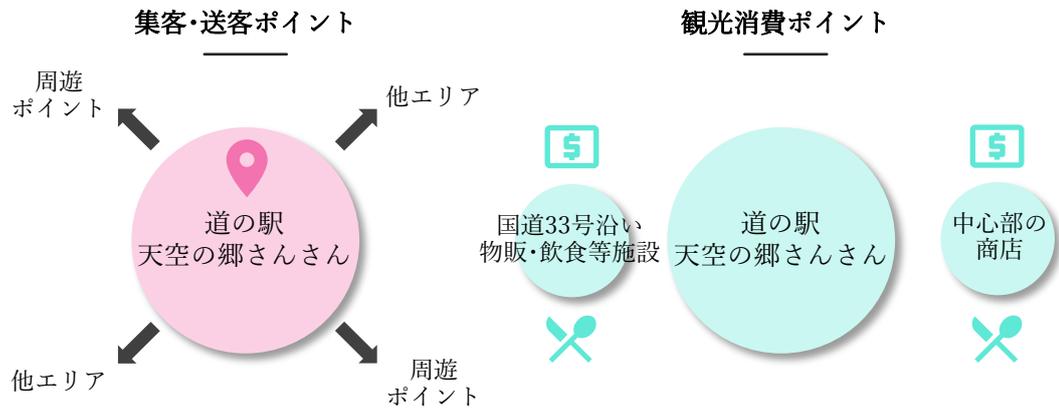
松山・高知間の移動客

松山から高知(又は高知から松山)へ、ドライブやツーリング、買物、観光等で国道33号線を移動している人

(5) 集客・送客ポイント、観光消費ポイント

久万エリアの中で、特に集客力を高め、情報発信力の強化によって、下記(6)の各周遊ポイントに観光客を送客するポイント(拠点)として、道の駅「天空の郷 さんさん」を位置付けます。

また、久万エリアを訪れる人の観光消費を喚起するポイントとして、道の駅「天空の郷 さんさん」をはじめ、国道33号線沿いに立地する物販・飲食等の施設や、本町中心部の商店を位置付けます。



(6) 周遊ポイント

久万エリア内で観光客に周遊してもらうポイントとしては、(1)で示した多岐にわたる観光施設等を位置付けます。

(7) アクションプランと実施主体

以上のコンセプトや集客・送客ポイント、観光消費ポイントの位置付け等を踏まえ、久万エリアでは、関係する実施主体がそれぞれの役割分担の下、以下のアクションプランを実践していきます。

プラン1	道の駅「天空の郷 さんさん」の集客力・送客力の強化	民間中心
短期 (1～3年)	<p>■競合分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内/県外客の誘客にあたり、県内で競合していると考えられる他の道の駅(例、からり(内子町)、小田の郷せせらぎ(内子町)、みなっと(八幡浜市)、きさいや広場(宇和島市))における想定ターゲット、販売品、飲食メニュー、価格、実施されているイベント等に関する分析、差別化方策を検討します。 <p>■観光案内機能、情報発信力の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅「天空の郷 さんさん」における観光案内、情報発信(地域情報提供室だけでなく、WEBサイト、SNS等の発信機能も含む)の現状分析、ターゲット先への積極的かつ的確な案内・発信に向けた実践方法、体制等を検討します。 <p>■本町全体の特産品、土産物品の開発・発信の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅「天空の郷 さんさん」を本町全体の特産品、土産物品のショールームとしてより積極的に活用していくため、本町内の特産品・土産物品の洗い出し、販売品の精査、ロゴ・包装パッケージの見直し等の検討を行います。特に久万高原町の強みである農業や林業を活かしたお土産品開発を行います。 ・また、レストランで使用している町産食材のより積極的なアピールを行うことで、物産館での販売促進等につなげます。 <p>■松山圏の若年層・ファミリー層の誘客強化のためのイベント等の企画・実践</p> <ul style="list-style-type: none"> ・久万高原町の地域資源を活用し松山圏からの若年層やファミリー層の集客を実現するための、イベント企画等を実施します。 <p>例：久万高原の歴史・文化を活用したイベントやワークショップ、等</p>	
中長期 (4～10年)	<p>■PDCAサイクルによる検証、改善策の実施</p>	
プラン2	高原ブランドにふさわしい街並み・自然景観の形成	行政 民間
短期 (1～3年)	<p>■老朽化施設・設備、空き地・空き家の状況調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・松山方面から本町への玄関口として特に重要となる国道33号線沿い等の地域を対象として、立地する施設・設備の老朽化の状況や、空き地・空き家の存在状況の調査を行います。 <p>■「久万高原町 久万エリアに関する景観ガイドライン(仮称)」の策定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高原ブランドにふさわしい街並み・自然景観のあり方、そのために行政・企業・住民がそれぞれ取り組むべき事項、重点的な景観整備地域等を定めた「景観ガイドライン(仮称)」を、地域の方々の意見も踏まえながら策定し、景観の整備に取り組みます。 	
中長期 (4～10年)	<p>■ガイドラインに基づく施設・設備の補修・撤去、インフラの整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上記ガイドラインに基づき、所有者等と連携を図りながら、老朽化した施設・設備の補修や撤去、建替えを進めていきます。 	

プラン3 遍路道を生かしたミニツアープランの造成

行政 民間

短期 (1~3年)	<ul style="list-style-type: none"> ■大宝寺から岩屋寺・古岩屋荘にかけての遍路道を生かしたミニツアーの造成 ・年間を通して多くのお遍路さんが訪れている大宝寺(44番札所)、岩屋寺(45番札所)について、お遍路さん以外の人でも気軽に訪れられるようなミニツアーの企画・造成を検討します。(例. 道の駅「天空の郷さんさん」を起点に、ミニバス＋ウォーキングによる観光ミニツアー 等)
中長期 (4~10年)	<ul style="list-style-type: none"> ■PDCAサイクルによる検証、改善策の実施

プラン4 外国人観光客の受け入れのための環境整備

行政 民間

短期 (1~3年)	<ul style="list-style-type: none"> ■案内板、WEBサイト等の多言語表示化 ・外国人観光客の受け入れに向けた多言語の案内板、情報発信を目的としたWEBサイトの構築、等 ■Wi-fi環境の整備 ・外国人観光客にとって必須なインフラであるWi-fi環境の整備。
中長期 (4~10年)	<ul style="list-style-type: none"> ■キャッシュレス決済サービスの導入 ・要検討事項ではあるが、中長期的には外国人観光客の消費額増を目的としたキャッシュレス決済サービスも検討。

実施主体(民間)：

地域における下記各プレイヤーによる実施を検討します。

「久万高原町観光協会」 / 「榎さんさん久万高原（道の駅さんさん）」 / 「久万高原町商工会」

【参考】久万エリアの歴史等

(1) 歴史、自然、文化風習

① 歴史

本町及びその周辺地域(旧小田町、旧広田村等)には、縄文遺跡が多くみられますが、弥生遺跡はあまりみられません。古代から中世にかけては、資料に乏しく詳細はよく分かっていません。

室町時代には、豪族河野氏の武将大野氏が大除(おおよけ)城を居城として、多くの枝城を築きましたが、豊臣秀吉の四国平定による小早川隆景の侵攻により、すべて廃城となりました。

藩政時代には、松山藩領と大洲藩領に属し、久万山一帯の物資の集散の地として、また、土佐街道の宿場町、四国霊場第44番札所大宝寺の門前町として栄えました。

旧久万町は、昭和34年3月に、旧久万町、川瀬村、父二峰村及び美川村榎谷が合併し、誕生しました。その後、過疎化が進んだこと等により、昭和48年には旧久万町の人口が1万人を割ることとなりました。

そこで、町を挙げた活性化に取り組むこととなり、昭和49年に国民宿舎「古岩屋荘」が整備され、昭和59年に「ふるさと家族旅行村」が開村、B&G久万海洋センター・久万公園が竣工し、「休養の町」としての礎がつくられました。

平成16年8月1日に4町村の合併により、現在に至っています。

② 自然

気候

四国山脈に抱かれた標高400～800mの山間高冷地帯に位置しています。地域の形状はほぼ長方形で、三連の山脈が地域内を南北に走り、久万・畑野川・直瀬・父二峰の盆地に分ち、これらの盆地を流れる4つの河川は仁淀川の上流をなしています。

気候は瀬戸内海性気候ではありますが、山間高冷地帯にあり、周囲を山に囲まれた細長い盆地のため、平野部とは異なった気象状態を示しています。

植生

植物の垂直分布は、常緑広葉樹帯から針葉樹帯に及び、水平分布では、暖帯から温帯性のものが見られます。常緑広葉樹帯のものとしては、カシ、アカマツの群生、山地帯のカエデ、モミ、トチノキ、ナラ、ブナ、ウラジロモミ、イシツチザサの混生、群生、さらに石鎚では、シコクダケカンパ、シコクシラベの群生が見られます。

③ 文化風習

スズメバチの食文化

本町内には、スズメバチを食用する習慣が残っています。主には「ハチの子」を食するもので、油で炒って塩味で味付けしたり、ハチの子飯(炊き込みご飯)にしたりして食べられているようです。家族や仲間同士で食べられることが多く、ハチを採取することと食べるということがコミュニケーションの場として機能してきたようですが、最近では食べる機会も減少しています。

ヒガンバナの利用

過去の文献記録や町民等への聞き取り記録から、旧上浮穴郡において、昭和20年代までヒガンバナを食用としていたことが明らかとなっています。直瀬小周辺では冬の期間中に採取活動が行われ、美川地区でも山間部でヒガンバナを利用して灰汁を利用していたことが記録として残っています。本町以外でも、愛媛県内の東・中予地域の山間部で、ヒガンバナの食利用が広く確認されているようです。

(2) 観光資源

ふるさと旅行村

農山村の暮らしを再現し、山村の風景や生活に触れたり、静かな自然の中で宿泊や体験ができる施設。村内には、町内から移築された古民家や辻堂、土蔵などがあり、農村の生活を今日に伝える建物として5棟が国の有形文化財に登録されています。また、山村歴史館や、プラネタリウムと天文台を有する天体観測館等のほか、ケビンやキャンプ場も併設され、のんびりと滞在することができます。



写真 久万高原町観光協会

道の駅 天空の郷さんさん

年間100万人を超える人が訪れる国道33号線沿いにある道の駅。地元食材を使った郷土料理が楽しめるレストランをはじめ、季節野菜や県下随一の品質を誇る特別栽培米などが買える直売所、観光施設に関する情報の発信等を行う情報提供室、パン工房、防災センターなどから構成されています。



写真 道の駅「天空の郷さんさん」

国民宿舎古岩屋荘

国指定の名勝地「古岩屋」がそびえ立つ国道沿いに位置する宿泊施設。施設には温泉が併設されており、古くは湯治場として利用されてきたという良質な湯が、自然の岩で造られた岩風呂に潤沢に沸き出し湯冷めしにくい滑らかな湯となっています。観光客から四国八十八ヶ所参りの遍路まで、年間を通して幅広い人に親しまれ、利用されています。



写真 いよ観ネット

大宝寺(44番札所)

四十三番明石寺からの道のりは約80km、峠越えの難所がつづき、歩けば20時間を超す「遍路ころがし」の霊場。四国霊場八十八ヶ所のちょうど半分に当たり、「中札所」といわれます。標高490mの高原にあり、境内は老樹が林立し、幽寂な空気が漂います。



写真 久万高原町観光協会

門前市 遊食祭くまくるまるしえ

町内の若手商工業者の有志によって、商店街活性化を目的に始められたイベント「くまくるまるしえ」。偶数月の第4日曜日に、商店街を約500mにわたって歩行者天国とし、開催されます。地産地消の開催趣旨のもと、さまざまな商品を載せた車が集合し、来場者でにぎわっています。しかし、出店者数、来場者数が徐々に減少しつつある点が課題となっています。



写真 全国観るなび((公社)日本観光振興協会)

4-3-3 美川エリア(旧美川村)

本町の中央部を占める 旧美川村を範囲とするエリア

- エリアの中心部は、中央を貫流する面河川と西から流れる久万川の合流地点、また、国道33号線と面河方面に向かう国道494号・県道212号線の結節点となっています。
- かつては旧土佐街道(国道33号線)に沿う交通の要所として栄え、役場美川支所の周辺には、道の駅みかわ、県指定名勝 御三戸嶽などが集積しています。



地域の資源・強み

- ・ 県内方面(松山、内子等)・高知方面(高知、仁淀川)、町内他エリアへのアクセス性
- ・ 河川が合流する結節点
- ・ 歴史的価値の高い上黒岩岩陰遺跡

地域の課題

- ・ 観光資源の認知度不足
- ・ アクセス性がよい反面、通過地点としてのポジション

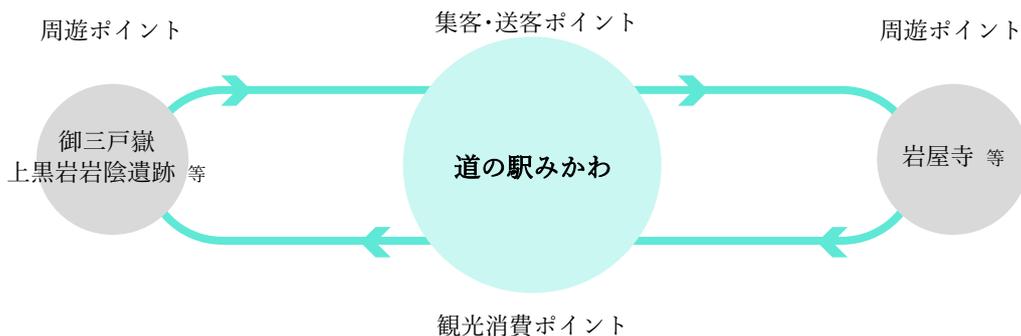
コンセプト

地域資源を活かした 学びと川遊びの拠点

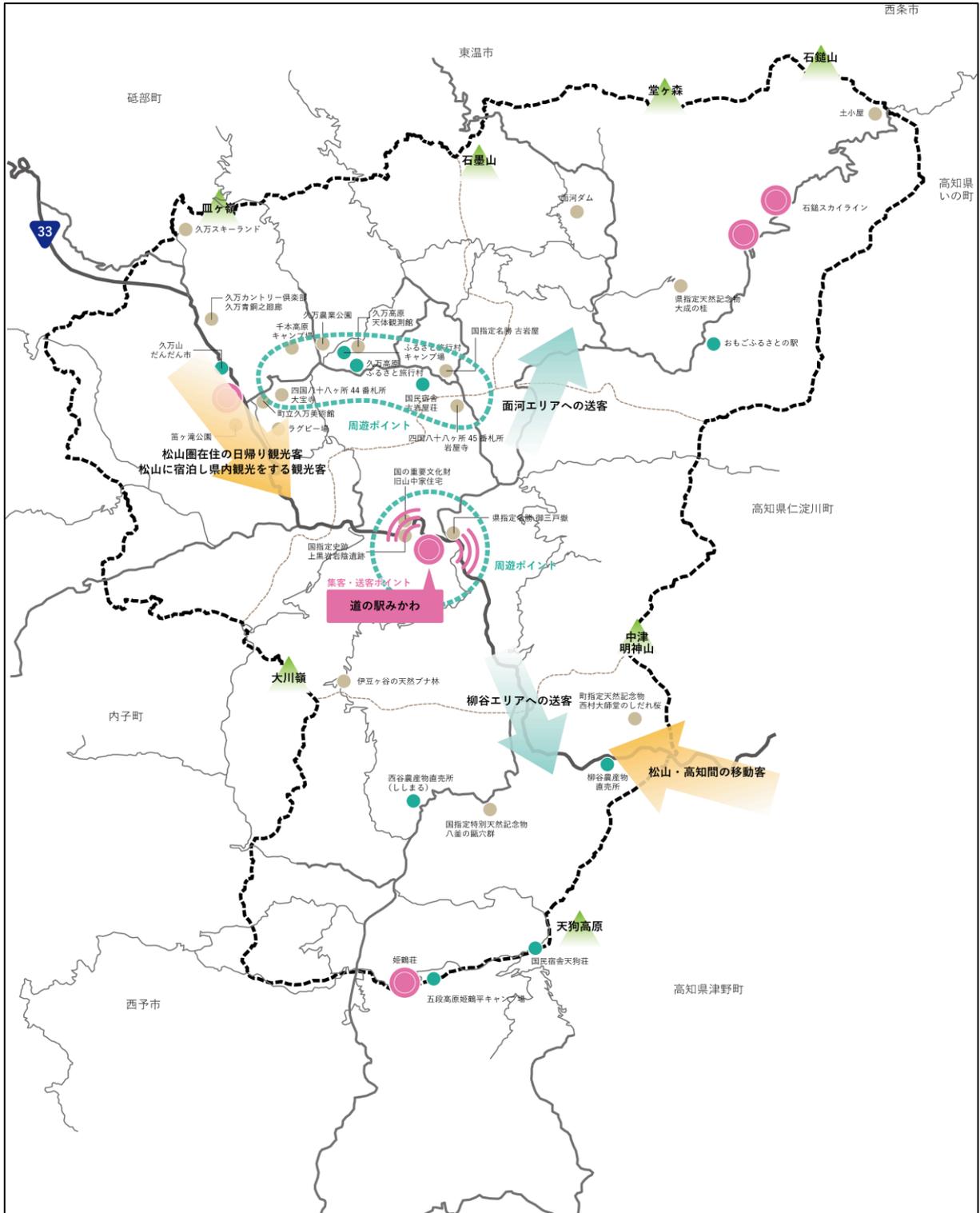
- 本町の他エリアにはない「学び」の拠点として、より積極的な情報発信を行います。
- 複数の河川が合流する結節点として、河川を生かした集客を目指します。

主たるターゲット

歴史などに関心のある人／松山圏のファミリー・若年層



美川エリア



(1) 地域の資源・強み

強み① 文化的資源の多さ

「上黒岩岩陰遺跡・考古館」や、「岩屋寺(45 番札所)」といった文化的資源の多さが強みとして挙げられます。こうした地域資源を活用することにより、例えば「上黒岩岩陰遺跡・考古館」を中心とした歴史の学習ツアーの造成や、「岩屋寺(45 番札所)」を遍路客のみならず、一般の観光客向けの観光資源とした活用など、様々な可能性が考えられます。

強み② 川という地域資源

面河川と久万川の合流点である御三戸嶽(みみどだけ)に代表される川の景色は、他エリアにはない独自の景観です。こうした川の景観や、川を起点とした様々なアクティビティは当該エリアの強みとなります。

強み③ 道の駅「みかわ」という観光消費ポイント

道の駅「みかわ」は、観光消費ポイントが少ない本町においても強力な、観光消費ポイントとなります。道の駅「みかわ」の更なる魅力の向上により、当該エリアは更なる集客、及び観光消費額の改善が期待できます。

(2) 地域の課題

課題① 観光振興に向けた施策の担い手不足

・当該エリアでは、主体的に観光振興に向けた施策の実施や、加工品開発に取り組む主体が、他エリアに比べ不足している傾向が見られます。今後、当該エリアにおける観光振興の担い手育成は重要な課題の1つです。

課題② 観光地としての認知度不足

・後述のような様々な地域資源が点在しているにも関わらず、対外的にはほとんどその魅力が伝わっていないことが課題としてあげられます。今後は、情報発信や地域資源の磨き上げに努め、単なる通過点から「美川エリア」自体が観光のデスティネーションとなることができれば、他エリアへの送客も増加し、本町の観光振興に向けて大きな貢献が期待できます。

(3) コンセプト

地域資源を活かした 学びと川遊びの拠点

- 本町他エリアにはない「学び」の拠点として、より積極的な情報発信を行います。
- 複数の河川が合流する結節点として、河川を生かした集客を目指します。

(4) 主たるターゲット

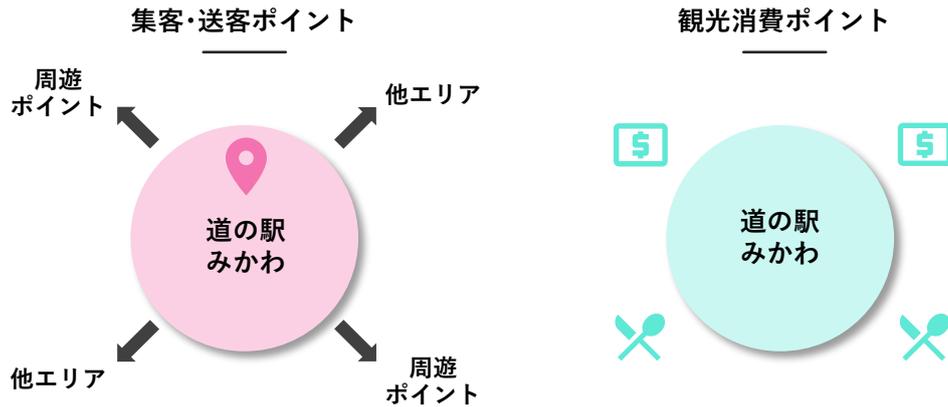
以上の美川エリアの有する強み、コンセプトを踏まえ、美川エリアが集客・誘客を図る主たるターゲットを以下のように定めます。位置的な近さと地域資源の親和性から、ターゲットは「久万エリア」と同様のものを設定します。「久万エリア」へ集客した観光客を、「美川エリア」へ誘導する取り組みや、単なる通過点ではなく観光目的地としての当該エリアの存在感を高めていくことを今後検討します。

松山圏(県内)在住の 日帰り観光客	松山圏(又は県内)在住で、主に自家用車により、道の駅等を目的地として、本町を日帰りで訪れる観光客
松山に宿泊し、 県内観光をする観光客	県外から愛媛県を訪れ、主に松山に宿泊し、松山+ α で愛媛を観光する人 ※+ α として本町が選ばれる必要あり
松山・高知間の移動客	松山から高知(又は高知から松山)へ、ドライブやツーリング、買物、観光等で国道33号線を移動している人

(5) 集客・送客ポイント、観光消費ポイント

美川エリアの中で、特に集客力を高め、情報発信力の強化によって、(6)の各周遊ポイントに観光客を送客するポイント(拠点)として、「道の駅みかわ」を位置付けます。つまり、今後は「道の駅みかわ」において、周辺エリアの観光情報発信機能を拡充していきます。

また、美川エリアを訪れる人の観光消費を喚起するポイントとして、同様に「道の駅みかわ」を位置付けます。



(6) 周遊ポイント

美川エリア内で観光客に周遊してもらうポイントとしては、以下の自然資源、観光施設等を位置付けます。

自然・景観	●県指定名勝 御三戸嶽 ●赤蔵ヶ池	●大川嶺
レジャー	●ハイランドパークみかわ ●溪流釣り(面河川漁業協同組合)	●みみど公園 ●川遊び(みみど河川敷)
道の駅/買い物	●道の駅みかわ	●美川ふるさと市
宿泊	●えーとこ屋ことこ	●門田屋旅館
グルメ	●ご当地素麺 ●美川茶	●ご当地ラーメン ●石窯ピザ
文化	●上黒岩岩陰遺跡・考古館	●旧山中家住宅
神社仏閣	●岩屋寺(45番札所)	
交通	●美川タクシー ●伊予鉄南予バス	●町営バス
イベント	●久万高原ラリー ●みかわ納涼まつり	●久万高原ヒルクライムレース ●岩屋市

(7) アクションプランと実施主体

以上のコンセプトや集客・送客ポイント、観光消費ポイントの位置付け等を踏まえ、美川エリアでは、関係する実施主体がそれぞれの役割分担の下、以下のアクションプランを実践していきます。

プラン1	地域における観光振興の担い手育成	行政	民間
短期 (1~3年)	■地域における観光を通じた地域づくりに対する意識醸成 ・「美川エリア」におけるあらゆる観光施策を展開していくためには、まず実施主体の存在が不可欠です。まずは、地域における観光施策の担い手の育成に取り組んでいきます。		
中長期 (4~10年)	■PDCAサイクルによる検証、改善策の実施		
プラン2	地域資源を活用した観光プランの造成と情報発信強化	行政	民間
短期 (1~3年)	■「美川エリア」の資源を活用した観光プランの造成 ・「美川エリア」の地域資源を活用した、周遊プランや観光商品の開発に取り組みます。プラン1の意識醸成と連動し、当該エリアにおける観光プランの開発について進めます。(川を活かしたアウトドア体験プランや、遺跡を活用した学習体験、これらを繋ぎ合わせた美川エリア全体における周遊プラン等。) ■情報発信の強化 ・「美川エリア」における魅力の発信に向けて、「久万エリア」と連携して久万エリアにやってきた観光客へ向けた情報発信を強化します。		
中長期 (4~10年)	■PDCAサイクルによる検証、改善策の実施		
プラン3	道の駅「みかわ」の魅力創出	行政	民間
短期 (1~3年)	■道の駅「みかわ」の改修 ・道の駅「みかわ」の魅力向上のための、施設改修を実施します。特に今後の「美川エリア」における集客・観光消費ポイントとして、その機能を最大化できるように、観光客にとって魅力的かつ利便性が高い施設の実現を目指します。		
中長期 (4~10年)	■PDCAサイクルによる検証、改善策の実施		

実施主体(民間)：

地域における下記各プレイヤーによる実施を検討します。

「(株)みかわ(道の駅みかわ)」/「久万高原町観光協会」

【参考】美川エリアの歴史等

(1) 歴史、自然、文化風習

① 歴史

旧村域からは、縄文時代草創期から後期にかけての複合遺跡「上黒岩岩陰遺跡」が発見されていますが、古代から中世にかけては、資料に乏しく詳細は不明です。

戦国時代には、道後湯築城城主河野氏の武将久万大除城城主大野氏が枝城を築き支配していましたが、豊臣秀吉の四国平定による小早川隆景の侵攻により、すべて廃城となりました。

藩政時代には松山藩領に属し、紙すきが盛んにおこなわれました。

旧美川村は、昭和30年3月に、弘形村、仕七川村、中津村(半分)が合併し、誕生しました。その後、昭和34年3月に、槇谷地区が美川村から分離し、久万町に編入されました。

平成16年8月1日に4町村の合併によって久万高原町となり、現在に至っています。

② 自然

気候

美川エリアは、久万高原町の中でも久万エリアや面河エリアに比べ、冬季の気温が高く、同エリア内でも黒藤川方面は、東川・七鳥・有枝・大川などと比較して、いくらか気温が高くなっています。夏はおおむね冷涼多雨、冬は寒気が厳しく積雪が多く、内陸高冷地型の特色があります。

植生

当エリアにおける珍しい植生として、岩屋山のトチノキ・スギ・ヒノキ・カシの大木、その樹下に群生するイワヤシダ・イヨクジヤクなどのシダ類にトサノミツバツツジ、岩壁に着生するウチョウラン・セキコクなどのラン類があります。また、御三戸付近では、石灰岩にキンモウワラビ・イヌトウキ、河原にはカワラハンノキを見ることができます。

当エリアの森林のほとんどはスギ・ヒノキですが、ナラ・クヌギ・クリ・ケヤキ・カシ・カエデ・ブナなどの雑木に混ざってマツがあります。

③ 文化風習

久万エリアと同様に、スズメバチを食用する習慣が残っており、ヒガンバナの食利用が確認されています。

旧美川村には村民間での主な付き合い方として、組内と五人組がありました。それぞれの組では、道づくりや山焼き、大ぶしん、葬式、組寄りなど、様々な地域の活動に取り組まれていました。道づくりでは、年に2回、各戸から1人ずつ出て道づくりに取り組み、家を建てる際は、組の各戸から1人ずつ出て、組を挙げて家づくりを手伝われていました。村での人々の付き合いは、組を通じた付き合いが多く、また、年中行事との関係も深いもので、長い伝統の下で、現在でも続いているものもみられます。

(2) 観光資源

美川エリアには主な資源として以下のようなものがあります。

県指定名勝 御三戸嶽

面河川と久万川の合流点にある、浸食された石灰岩でできた奇岩絶壁です。高さ約37m、幅約137mと、ひときわ目を引く大きさで、頂上には老松が茂り、浸食された岩峰のそびえ立つ姿が軍艦のようにみえることから、軍艦岩の愛称でも親しまれています。

夏場は河川敷でキャンプをしたり、川で水遊びをしたりすることができ、観光客で賑わっています。



写真 久万高原町

大川嶺

四国カルストの北端に位置する大川嶺連峰の一つで、笠取山や美川峰などの山頂と稜線につながっています。晴れた日には石鎚山や四国カルストが見渡せるパノラマが広がり、ドライブやトレッキングを楽しむことができます。柳谷方面に向かう途中、名荷谷の上流には手つかずの自然が残るブナの原生林が広がっています。



写真 久万高原町

ハイランドパークみかわ(美川スキー場跡)

1960年の開設から2014年まで約半世紀にわたり、愛媛県内初の本格的なスキー場として利用された美川スキー場跡を活用し、2016年に、生涯スポーツ、自然体験学習の場等を提供することを目的に設置されました。現在は、久万高原ラリーや全日本ジムカーナ選手権の会場などとしても利用されています。



写真 えひめ地域政策研究センター

道の駅 みかわ

本町の山間部にあって、自然や地元の食材が楽しめる立ち寄りスポット。本町産の新鮮な高原野菜や川魚を使った料理が自慢で、大自然を見ながら食べる名物料理はお腹と心を満たしてくれます。特産品である「美川茶」や「美川そうめん」も販売されており、また、町一帯から野菜が集まる美川ふるさと市には、近隣の市町村からのリピーターも多く来場されます。



写真 久万高原町

上黒岩岩陰遺跡・考古館

今から1万2千年前の縄文草創期から後期にわたる複合遺跡です。延々1万年ちかくにわたり人が住んでいたという点で、長崎県福井洞遺跡と並んで貴重な縄文岩陰遺跡です。発掘された土器、矢じり、石器類などの出土物は、考古館に保存・陳列されています。国指定の史跡、愛媛県の「文化の里」に指定されています。

出土品 線刻像(女神石)、装身具、投槍のささった腰骨、シベリア山猫の骨、数千年も昔の人骨



写真 久万高原町

岩屋寺(45番札所)

四国霊場八十八ヶ所の45番札所となる寺院。三宝鳥、慈悲声鳥、鉦鼓鳥、鼓鳥、慈悲心鳥、鈴鳥、笛鳥の七種の霊鳥が住むと言われ、山そのものが本尊である山中深くに建つ寺院。山門をくぐり、「遍路転がし」と呼ばれる600mもの急こう配の参道を登ると本堂が見えてきます。岩からせり出すように建つ大師堂は、国の重要文化財にも指定されており一見の価値があります。



写真 いよ観ネット

4-3-4 柳谷エリア

**本町の南部を占める
旧柳谷村を範囲とするエリア**

- エリアの東部と南部を高知県と接しており、中心集落の落出は国道33号線に沿う愛媛県・高知県境の交通の要地となっています。
- エリア南部一帯の五段高原は日本3大カルストの1つ、四国カルストの一部で、県内外から多くの観光客が訪れています。
- 一方で、急速に過疎化が進んでおり、対応策の一つとして、住民主体の地域づくりに向けた取り組み(中津大字会)が行われています。



地域の資源・強み

- ・ 四国カルストが立地
- ・ 高原ならではの景色等を目的に、県内外から若年・ファミリー層が来訪
- ・ 住民主体の地域づくりの取り組み

地域の課題

- ・ 姫鶴荘の老朽化、消費ポイントの不足による機会ロスの発生、来訪満足度の低下
- ・ 施設運営等の担い手不足、カルストへの交通アクセス(道路環境の悪さ)

コンセプト(四国カルスト)

コンセプト(中津地域)

**四国カルストを活用した
「高原体験型ツーリズム」の推進**

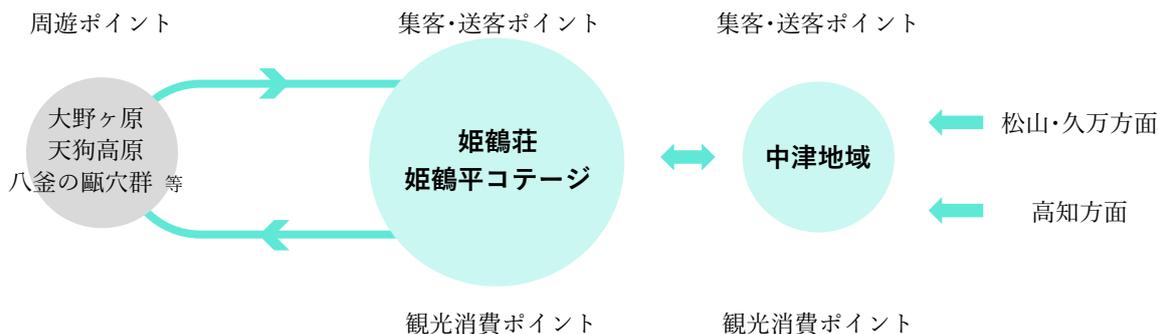
**生活資源を活用した
体験・交流ツーリズム**

主たるターゲット(四国カルスト)

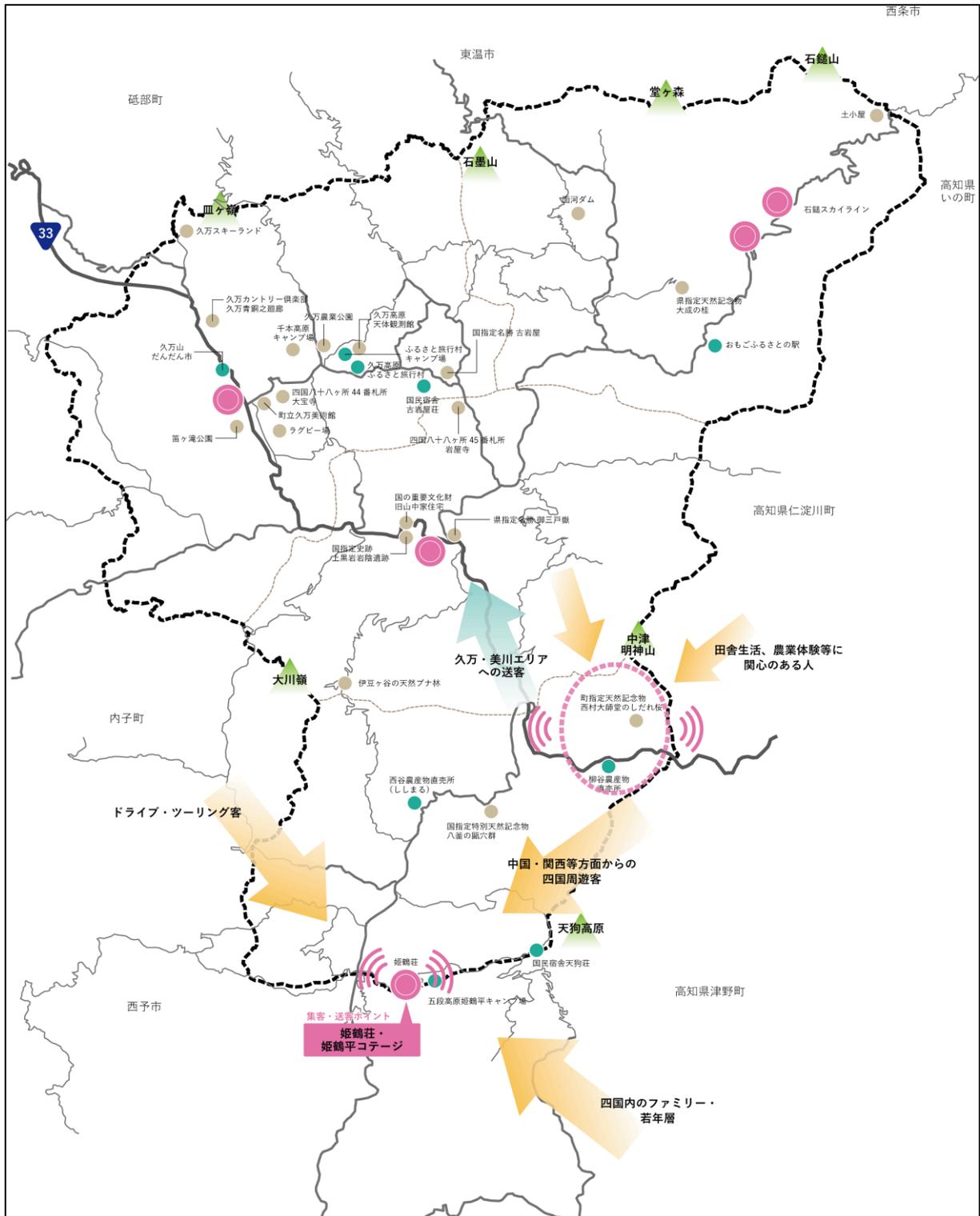
主たるターゲット(中津地域)

**四国内のファミリー・若年層／ドライブ・ツーリング客
／中国・関西方面からの四国周遊客**

**田舎生活、農業体験等に
関心のある人**



柳谷エリア



(1) 地域の資源・強み

強み① 日本3大カルストの1つ 四国カルストが立地

- ・四国カルストは、愛媛県と高知県にまたがる尾根沿いに広がるカルスト台地で、日本3大カルストの1つとされています。白い石灰岩がヒツジの群れのように見えるカレンフェルトや、すり鉢型の窪地ドリーネや、標高1000m～1500mに広がるパノラマの風景や珍しい高原植物など、カルストならではの光景を望むことができます。
- ・その景色の美しさなどから「日本のスイス」とも言われ、広大な大地、限りなく続く青空、放牧された牛の群れなど、まさに高原ブランドを体現する牧歌的な風景が広がっています。



写真 久万高原町



写真 いよ観ネット

強み② 高原ならではの景色、キャンプ等を目的に、県内外から若年・ファミリー層が来訪

- ・四国カルストは、その非日常的な景色や美しい星空を目当てに、また、昨今のアウトドア・キャンプブームの影響もあり、本町内の観光施設の中では、特に県外、関西、関東方面からの若年・ファミリー層における高い集客力を有しています。



写真 イメージ



写真 イメージ

強み③ 住民主体の地域づくり

- ・厳しい財政状況、人口の減少等に伴う将来的な行政サービスの低下が懸念される中、その対応策の一つとして、地域の住民が自主性を持って地域の活動等を企画・運営していく取り組みが全国で行われています。
- ・中津地域では、中津大字会という地域自治会が主体となって、地域の将来のために様々な活動を展開しています。具体的な活動としては、次代に誇れるふるさとづくりに向けた「さくらの里づくり」活動や、音楽をキーワードとして四季を通したイベントを行う「音楽の里づくり」活動、田植えや稲刈り、収穫体験等を行う「田んぼの学校」活動など、地域の資源を活かしたさまざまな活動が行われています。

(2) 地域の課題

課題① 姫鶴荘の老朽化、消費ポイントの不足による機会ロスの発生、来訪満足度の低下

- ・四国カルストの観光拠点の1つである姫鶴荘及び姫鶴平コテージには、飲食施設、物販コーナー、簡易宿泊施設、コテージなどがありますが、施設・設備の老朽化が進んでおり、時代のニーズやトレンドにマッチしていない状況にあります。また、山頂部には、姫鶴荘以外には、ソフトクリームの販売店、自動販売機しかなく、ドライブやツーリングで山頂部を訪れた観光客にとっては、時間やお金を消費するポイントがほとんどないのが現状です。
- ・せっかく観光客の消費ニーズがありながら、それに十分応えるアクティビティ、飲食・物販のメニュー等が不足しているため、大きな機会ロスが発生しており、来訪満足度の低下につながっていることが考えられます。

課題② 施設運営等の担い手不足

- ・姫鶴荘及び姫鶴平コテージの管理・運営は現在、指定管理者に指定されている柳谷産業開発公社が行っていますが、従業員の高齢化、人手不足の課題を抱えています。

課題③ カルストへの交通アクセス(道路環境の悪さ)

- ・松山方面から四国カルストへのアクセスルートはいくつかありますが、山道であるが故に各ルートともカーブが多く、一部の区間では離合ができないほどの道路幅員であるなど、特に山道の運転に不慣れた人にとっては、アクセスしにくいという課題があります。

(3) コンセプトと主たるターゲット

① 四国カルスト

四国カルストという高原ブランドの名にふさわしく、広域からの集客ポイントを有する柳谷エリアの強みを生かし、今後、以下のコンセプトのもとに、高原ブランドの構築を図ります。

四国カルストを活用した「高原体験型ツーリズム」の推進

■高原体験型ツーリズムの推進による「高原ブランド」の構築

四国内のファミリー・若年層	四国在住のファミリー層、若年層(※特にSNS等で訴求)
ドライブ・ツーリング客	ドライブやツーリングで四国カルストに立ち寄る人(※滞在時間増加の仕組み)
中国・関西方面等からの四国周遊客	中国地方、関西方面等から四国周遊観光をする観光客(※周遊先の1つとして選ばれるための取り組み)

② 中津地域

中津地域ですでに行われている様々な活動、食、景観、自然などの地域資源を最大限に生かし、今後、以下のコンセプトのもとに取り組みます。

生活資源を活用した体験・交流ツーリズム

田舎生活、農業体験等に関心のある人 田舎生活、農業体験等に関心のある人

(4) 集客・送客ポイント、観光消費ポイント

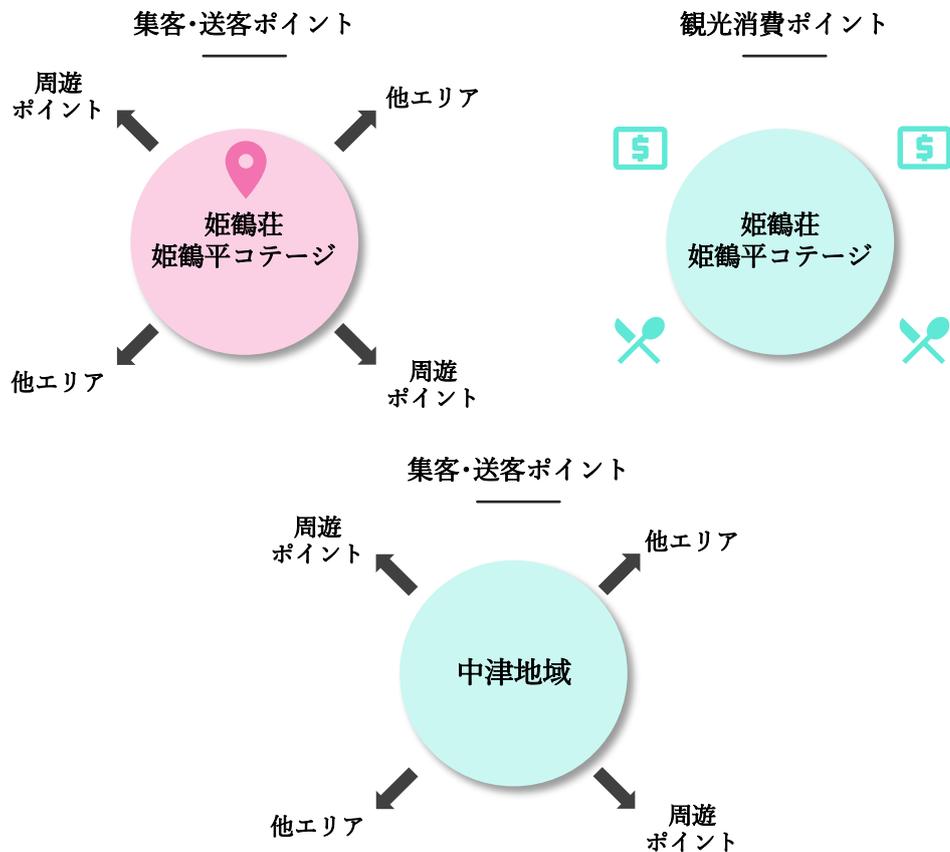
① 四国カルスト

柳谷エリアの中で、特に集客力を高め、情報発信力の強化によって、(5)の各周遊ポイントに観光客を送客するポイント(拠点)の1つとして、四国カルスト、姫鶴荘・姫鶴平コテージを位置付けます。

また、四国カルストを訪れる人の観光消費を喚起するポイントとして、同様に、姫鶴荘・姫鶴平コテージを位置付けます。

② 中津地域

もう1つの集客・送客ポイント(拠点)としては、中津地域を位置付けます。



(5) 周遊ポイント

柳谷エリア内で観光客に周遊してもらうポイントとしては、以下の自然資源、観光施設等を位置付けます。

自然・景観	●四国カルスト ●中津花桃の里 ●権現の滝	●八釜の甌穴群 ●記念の滝 ●伊豆ヶ谷ブナ原生林
レジャー	●五段高原姫鶴平キャンプ場	●ハイキング（四国カルスト）
道の駅/買い物	●柳谷農産物直売所	●西谷農産物直売所ししまる
宿泊	●姫鶴荘 ●農林業体感民泊 天辺	●姫鶴平コテージ
グルメ	●紅茶 ●石窯ピザ	●ご当地スイーツ ●アマゴ料理
神社仏閣	●西村大師堂	●ごうかく神社（合格切符）
交通	●柳谷タクシー	●町営バス（ごうかく駅）
イベント	●中津さくらまつり ●結い音楽祭 ●中津生オケ大会	●やなだに産業まつり ●田んぼの学校

(6) アクションプランと実施主体

① 四国カルスト

以上のコンセプトや集客・送客ポイント、観光消費ポイントの位置付け等を踏まえ、四国カルストエリアでは、関係する実施主体がそれぞれの役割分担の下、以下のアクションプランを実践していきます。

プラン1	四国カルストならではのアクティビティ、サービスの開発	行政 民間
短期 (1～3年)	<p>■他にはない雄大な自然景観等を生かした体験メニューの企画・開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「日本のスイス」とも言われる全国的にも誇れる雄大な自然景観、空一面に広がる星空など、四国カルストならではの特性を生かした、サイクリング、ウォーキング、グランピングなどのアウトドア体験メニューを企画・開発します。 <p>■消費ニーズの喚起、来訪者の満足度向上を図る財・サービスの検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上記の体験メニューに加え、四国カルストを訪れる人の消費ニーズを喚起し、満足度を高めるために必要となる財やサービス(例. 土産物品、カフェ、インフォメーション等)を検討します。 <p>※ただし、現行の運営体制では、人手やノウハウ不足等により、上記の取り組みを直ちに実行に移すことは難しいと考えられるため、プラン3に示す担い手の発掘・育成等と併せて検討を行います。</p>	
中期長期 (4～10年)	<p>■PDCAサイクルによる検証、改善策の実施</p>	
プラン2	姫鶴荘の改修 ※状況を見ながら段階的な改修も想定	行政中心
短期 (1～3年)	<p>■導入機能の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プラン1に示した体験メニュー、財・サービスの内容を踏まえ、姫鶴荘に求められる導入機能を検討します。 <p>■姫鶴荘の改修</p> <ul style="list-style-type: none"> ・導入機能をもとに改修内容を検討し、改修設計・工事を行います。 <p>※ただし、改修にあたっては、以後の運営体制が確実に構築されることが前提となるため、検討状況によっては、老朽化が著しいトイレ等を先行して改修し、機能増強等に伴う改修は中長期的に取り組むことも考えられます。</p>	
中期長期 (4～10年)	<p>■観光消費ポイントとしての強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上記の導入機能の実装を目指した施策を展開します。具体的には姫鶴荘においてより高い観光消費を実現するための施策群を実行していく段階になります。 	

② 中津地域

プラン3 地域資源を活かした中津ならではの体験・交流メニューの企画 行政 民間

短期 (1～3年)	■中津ならではの体験・交流メニューの企画・開発 ・すでに実施されている田んぼの学校をはじめ、中津の地域資源を活かした体験・交流メニュー(例. 星空観察、花桃の里、農産物づくり、茶摘み体験、森林浴セラピー等)を、地域の団体とともに企画・開発します。
中長期 (4～10年)	■旧中津小学校の活用方法の検討 ・上記のメニューの実施にあたり、旧中津小学校の活用方法を検討します。

③ 共通

プラン5 新たな取り組みを可能とする運営体制の構築 行政 民間

短期 (1～3年)	■現指定管理者(柳谷産業開発公社)との連携 ・四国カルストならではの体験メニュー開発や、顧客満足度を高めるための新しい財・サービスの開発にあたり、現行の運営体制上での実現可能性、課題と対応策を検討します。 ■町外のプレイヤーとの連携の検討 ・四国カルストならではの体験メニュー開発や、更なる集客を実現するためにはこの様なノウハウを持った町外のプレイヤーとの連携が効果的です。このための連携を検討します。
中長期 (4～10年)	■新しい運営体制への移行 ・短期での検討を経て、新しい運営体制への移行を実現します。

実施主体(民間)：

地域における下記各プレイヤーによる実施を検討します。

「(財)柳谷産業開発公社」 / 「久万高原町観光協会」

【参考】柳谷エリアの歴史等**(1) 歴史、自然、文化風習****① 歴史**

本町及びその周辺地域(旧小田町、旧広田村等)には、縄文遺跡が多くみられますが、弥生遺跡はあまりみられません。近世以前は資料に乏しく、詳細は不明です。

戦国時代には、道後湯築城城主河野氏の武将久万大除城城主大野氏が枝城を築き支配していましたが、豊臣秀吉の四国平定による小早川隆景の侵攻により、すべて廃城となりました。

藩政時代には松山藩領に属していました。

旧柳谷村は、1889(明治22)年に柳井川、西谷の2村が合併してでき、1955(昭和30)年には中津村の一部を合併しました。

平成16年8月1日に4町村の合併によって久万高原町となり、現在に至っています。

② 自然

大川嶺、笠取山、中津明神山、天狗高原など1,500m級の山々に周囲を囲まれています。エリアの北東部を流れる面河川の支流 黒川の両岸にはV字溪谷が形成され、中心部から上流にかけた地域は柳谷キャニオンとも呼ばれています。

南部に広がる石灰岩の高原台地 四国カルストは、愛媛・高知両県にまたがり、その水系は仁淀ブルーで知られる仁淀川の水源地帯となっています。山稜部は独特の高原台地と牧場が広がり、カルスト地形の特徴的な風景(カーレンフェルト、ドリーネ)がみられます。

また、ヒメユリ、シコクアザミ、ヤマハギなどの高原植物も豊富にみられます。

③ 文化風習

久万エリアと同様に、スズメバチを食用する習慣が残っており、ヒガンバナの食利用が確認されています。

旧柳谷村は、旧村の大字単位の3地区を基本として構成され、それぞれが複数の集落(組)によって共同体が成り立っています。さらに、それぞれの集落(組)は、数軒から十数軒の小組に分かれ、この小組が、地区の最小の生活組織の単位として人々の生活を支えてきました。

立野地区では、立野の人々にとって大切な心の火、きずなの火である常夜燈が、500年にわたり、地区の人々の手によって毎晩明かりを灯し続けてきたり、2月、6月、10月の年に3回、地区の人たちが薬師堂に集まり、愛宕さんを祭ったりしています。また、明治時代から伝わる伝統芸能である「立野万歳」の継承や振興にも取り組まれてきました。

(2) 観光資源

愛媛県外からも多くの人々が訪れる日本三大カルストの1つの四国カルストをはじめ、以下のような観光資源があります。

四国カルスト 姫鶴平(めづるだいら)

日本三大カルストの1つで、愛媛と高知県またぐ尾根沿い約25kmに広がるカルスト台地です。緑の草原に、羊の群れを思わせる無数の白い石灰岩を散りばめた開放的な光景は「日本のスイス」に例えられ、尾根沿いを走る四国カルスト縦断線は、まるで雲の上を走っているような感動を味わえる人気のドライブコースとなっています。姫鶴平は、四国カルストのほぼ中央に位置する丘陵地で、風力発電の風車や放牧された牛など、開放的でのどかな風景を楽しむことができます。



写真 久万高原町

八釜(やかま)の甌穴(おうけつ)群

主流に連なる8個の巨大甌穴の姿がお釜に似ていることから名づけられた甌穴群です。大小35個の甌穴が隣接して一群となっているのは全国的にも珍しく、最も大きい物は直径9～12mもあり、国指定の特別天然記念物にも指定されています。甌穴群の周りには遊歩道も整備されており、存分に景観を楽しむことができます。



西村大師堂(しだれ桜)/中津さくらまつり

高知県境の中津地区にある樹齢約230年の老桜で、町指定の天然記念物。足元に咲く菜の花が、しだれ桜のはかない美しさを一層引き立てます。見頃を迎えた4月にはライトアップもされます。しだれ桜の開花に合わせて、特産品販売や地元アマチュアミュージシャンによるライブなどの催しが行われています。

※しだれ桜は2018年4月に枯死してしまったため、現在、地域有志により再生に向けた取り組みが行われています



写真 久万高原町

4-3-4 面河エリア(旧面河村)

本町の北東部を占める 旧面河村を範囲とするエリア

- 面河川の源流域に位置し、西日本最高峰の石鎚山、国指定名勝 面河溪などの本町を代表する自然・景観資源を有するエリア。
- 面積の9割以上を山林が占め、伝統的に林業が盛んですが、県内でも少ない山岳観光地として、観光業にも力を入れています。
- 一方で、急速に過疎化が進んでおり、対応策の一つとして、住民主体の地域づくりに向けた取り組み(地域運営協議会)が行われています。



地域の資源・強み

- ・手つかずの自然や希少な高山植物などが残る国指定名勝 面河溪
- ・地域が主体となった観光振興に向けた取り組み

地域の課題

- ・観光開発に伴う負の名残、手入れ不足に伴う自然景観の悪化
- ・観光施設の老朽化、アクティビティや消費シーンの不足

コンセプト

自然と共生するエコツーリズムの推進

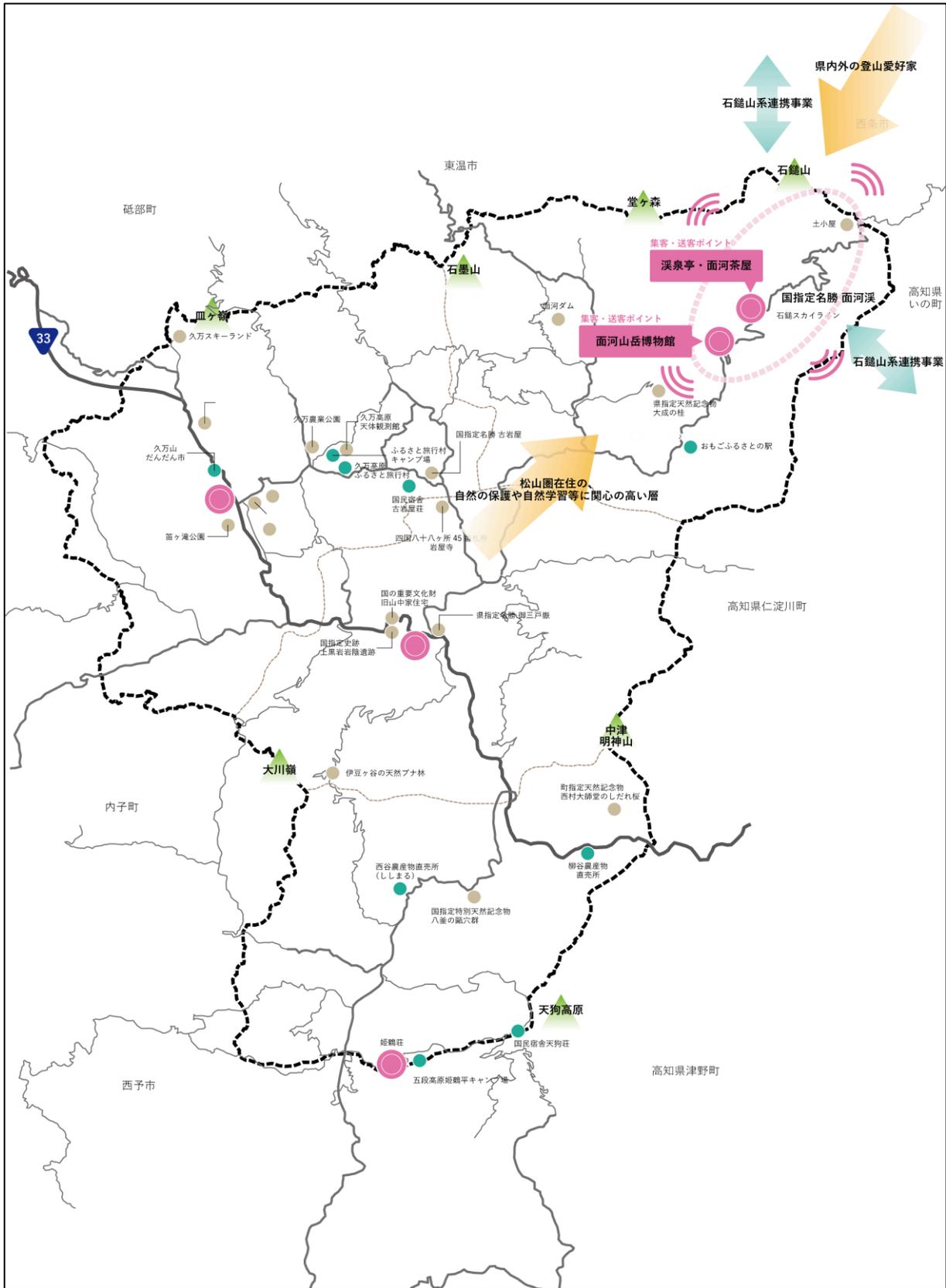
- 手つかずの自然を次代に継承するための環境保護、「自然」をテーマとしたツーリズムの推進、それらを通じた人と人との交流の創出を図ります。
- ※面河エリアは観光客/観光消費の増加を一義的な目標とはせず、保護を優先します

主たるターゲット

松山圏在住の自然の保護、自然学習等に関心の高い層／県内外の登山愛好家



面河エリア



(1) 地域の資源・強み

強み① 手つかずの自然や希少な高山植物などが残る国指定名勝 面河溪

- ・面河溪は、石鎚山の南麓に広がる四国最大の溪谷で、水質日本一に輝いた仁淀川(本町での愛称は面河川)の源流に位置し、奇岩やエメラルドグリーンの清流が織りなす四国屈指の景勝地です。手つかずの自然が多く残っており、「未来に残したい日本の自然100選」や「水源の森百選」にも選ばれています。
- ・面河川、鉄砲石川沿いには、アーチ形の五色橋が架かる面河溪観光の中心地である五色河原(ごしきがわら)をはじめ、高さが約100mに及ぶ巨大な花崗岩である亀腹(かめぼら)、抜群の景観を誇る関門遊歩道、紅葉が美しい紅葉河原、上熊淵・下熊淵など、多くのビュースポットが存在しています。また、最近では、地形の特長を生かしたキャニオニングも行われており、県内外から観光客が訪れています。

強み② 地域が主体となった観光振興に向けた取り組み(地域運営協議会)

- ・柳谷エリア(中津地域)と同様に、面河地域でも地域の住民が主体的に地域の活動等を企画・運営する取り組みが行われています。具体的には、2018年4月に住民有志らによって「面河地区地域運営協議会」が設立され、福祉部会、交通部会、観光部会の3つの部会制を敷いて、それぞれ取り組んでいます。観光部会では、面河溪を主たる対象に、看板や橋の補修、ボランティアガイドの育成に取り組まれています。また、同協議会とは別に、愛媛大学山岳部OBが中心となった団体「面河溪を愛する会」があり、面河溪の自然や景観保護を目的として、面河溪をフィールドに様々な活動を行っています。
- ・面河エリアの観光振興を図る上では、これら地域が主体となった活動基盤を生かし、行政と連携・協働しながら、取り組み効果を最大化していくことが重要と考えられます。

(2) 地域の課題

課題① 観光開発に伴う負の名残、手入れ不足に伴う自然景観の悪化

- ・面河溪は、その美しさから国から名勝の指定を受け、多くの観光客が訪れる本町を代表する観光地の一つとなっていますが、昭和30年代以降の面河・石鎚観光ブームの到来以降、石鎚スカイラインの整備、溪谷周辺での宿泊施設、観光施設の開発などに、美しい自然の一部が汚された歴史があります。
- ・また、国立公園の指定を受けているため、基本的に指定区域内の樹木の伐採等は認められず、いい意味でも悪い意味でも手つかずの自然が残っています。散策道沿い等の樹木は生い茂り、ビューポイントとされている箇所さえも、景色が見えにくかったり、その場に近寄ることが難しくなる状況にあります。さらに、案内看板の老朽化、掲載情報と現状のミスマッチなどの課題も生じています。

課題② 観光施設の老朽化、アクティビティや消費シーンの不足

- ・面河溪周辺に整備されている観光施設(国民宿舎面河、溪泉亭、おもごふるさとの駅等)は、古くは昭和8年に建設されたものや、築後30年以上を経過しているなど、その多くが老朽化し、溪谷としての自然景観を損ねています。
- ・最近では、溪谷をフィールドとしたキャニオニングが行われており、若年層をはじめ、県外からも多くの人を訪れていますが、ハイキング、トレッキングを除けば、観光客が体験できるアクティビティが充実しているとはいえず、また、飲食や買物ができる場所も、面河茶屋、おもごふるさとの駅に限られています。

(3) コンセプト

手つかずの自然が残り、県内外からの溪谷ファン、リピーターを有する面河エリアの強みを生かし、今後、以下のコンセプトのもとに、自然の保護を通じたツーリズムの推進を図ります。

自然と共生する「エコツーリズム」の推進

- 手つかずの自然を次代に継承するための環境保護を図ります。
 - 「自然」をテーマとしたツーリズムを推進し、交流の創出を図ります。
- ※観光客/観光消費の増加を一義的な目標とはせず、環境の保護を優先します

(4) 主たるターゲット

面河エリアの有する強み、上記(3)のコンセプトを踏まえ、面河エリアが集客・誘客を図る主たるターゲットを以下のように定めます。

自然の保護、自然学習等 に関心の高い層

主に松山圏在住で、自然保護に関心の高い人、家族等で自然学習や自然とのふれあいを楽しみたい人

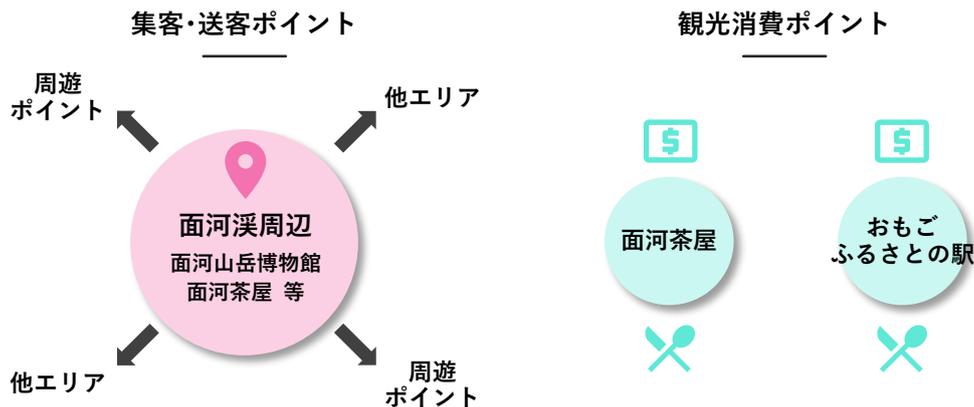
県内外の登山愛好家

県内・県外から訪れる石鎚登山等の愛好家

(5) 集客・送客ポイント、観光消費ポイント

面河エリアの中で、特に集客力を高め、情報発信力の強化によって、下記(6)の各周遊ポイントに観光客を送客するポイント(拠点)として、面河溪周辺(面河山岳博物館、面河茶屋、キャニオニング、各種散策コース)を位置付けます。

面河エリアでは一義的には観光消費の増加を目的とはしませんが、その中でも、来訪者に向けた飲食等のサービス提供ポイントとして、面河茶屋、おもごふるさとの駅を位置付けます。



(6) 周遊ポイント

面河エリア内で観光客に周遊してもらうポイントとしては、以下の自然資源、観光施設等を位置付けます。

自然・景観	<ul style="list-style-type: none"> ●石鎚国定公園 ●石鎚スカイライン ●笹倉湿原 	<ul style="list-style-type: none"> ●国指定名勝 面河溪 ●大成 (ヒメボタル、風穴群) ●石鎚山系の紅葉
レジャー	<ul style="list-style-type: none"> ●キャニオニング (面河溪) ●鉄砲石川キャンプ場 ●登山 (石鎚山系) 	<ul style="list-style-type: none"> ●面河ダム公園 ●レンタサイクル(おもごふるさとの駅)
道の駅/買い物	<ul style="list-style-type: none"> ●おもごふるさとの駅 ●溪泉亭面河茶屋 	<ul style="list-style-type: none"> ●石鎚山土小屋
宿泊	<ul style="list-style-type: none"> ●国民宿舎 石鎚 	<ul style="list-style-type: none"> ●土小屋 白石ロッジ
グルメ	<ul style="list-style-type: none"> ●こんにゃく ●ウーロン茶 	<ul style="list-style-type: none"> ●よもぎ加工品 ●鮎・アマゴの塩焼き
文化	<ul style="list-style-type: none"> ●面河山岳博物館 	
神社仏閣	<ul style="list-style-type: none"> ●石鎚神社土小屋遥拝殿 	<ul style="list-style-type: none"> ●大成神宮
交通	<ul style="list-style-type: none"> ●伊予鉄南予バス 	
イベント	<ul style="list-style-type: none"> ●面河ふるさとまつり ●石鎚山お山開き大祭 ●石鎚天狗太鼓演奏会 	<ul style="list-style-type: none"> ●石鎚山ヒルクライム ●面河溪谷フェスティバル ●面河溪フォトコンテスト

(7) アクションプランと実施主体

以上のコンセプトや集客・送客ポイント、観光消費ポイントの位置付け等を踏まえ、面河エリアでは、関係する実施主体がそれぞれの役割分担の下、以下のアクションプランを実践していきます。

プラン1	エコツーリズム・交流の拠点となる施設の整備・運営	行政 民間
短期 (1～3年)	<p>■面河溪におけるエコツーリズムを推進する施設設置の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「面河エリア」におけるエコツーリズム推進の拠点となる施設に必要となる機能等を検討し、実際の設置に向けた検討を進めます。面河溪の自然を中心的なキーワードにして「環境保全ボランティア」「自然学習・啓蒙活動」「各種エコツーリズムの推進」等の活動の拠点としての機能を入念に検討します <p>■エコツーリズムを推進する組織の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上記施設の管理運営、また当該施設におけるあらゆる活動の主体となる組織に求められる機能を検討し、その設立に向けた準備に取り組みます。 <p>■面河溪におけるエコツーリズム推進拠点の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上述の拠点整備のハード整備について検討します。 	
中長期 (4～10年)	<p>■面河溪におけるエコツーリズム推進拠点の整備の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上記拠点整備を進め当該地におけるエコツーリズムの拠点として活用します。 	
プラン2	エコツーリズムプランの造成、ネイチャーガイドの育成	民間中心
短期 (1～3年)	<p>■エコツーリズムプランの造成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「面河エリア」におけるエコツーリズムの推進に向けて、面河溪の自然を体感できるツーリズムプランを造成、販売していく必要があります。そこで、面河溪の自然が体験できるプランを複数造成していきます。またこうしたプランを対外的に積極的に発信していきます。 <p>■ネイチャーガイドの育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上記プランにおいて中核的な役割を担うガイドの育成についての取り組みを進めます。 <p>■地域との連携した環境教育の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該地の自然を未来に伝えていくために、地域の子どもたちへの自然・環境教育を実施いたします。 	
中長期 (4～10年)	<p>■上記施策の継続的な実施</p>	

プラン3 面河エリアの産品を活用したお土産品の開発

民間中心

短期 (1～3年)	<ul style="list-style-type: none"> ■面河エリアの産品を使用したお土産品の開発 <ul style="list-style-type: none"> ・「面河エリア」における観光消費額の向上や、面河エリアの魅力発信のために「面河エリア」の産品を活用したお土産品の開発に取り組みます。 ■久万高原町の産品を使った飲食メニューの開発 <ul style="list-style-type: none"> ・同様に「面河エリア」の産品を使った飲食メニューの開発に取り組みます。
中長期 (4～10年)	<ul style="list-style-type: none"> ■上記施策の継続的な実施

プラン4 周辺環境の整備

行政 民間

短期 (1～3年)	<ul style="list-style-type: none"> ■エリア内各施設における受け入れ環境整備 <ul style="list-style-type: none"> ・エリア内各施設における受け入れ環境を整備します。特にトイレ環境など、来訪者の満足度を著しく損なう部分に関する整備は早急に進めていきます。 ■自然環境の景観回復に向けた取り組み <ul style="list-style-type: none"> ・面河川周辺の景観整備を実施します。短期的には、容易に除去が可能な看板等の整理や、ゴミ拾い等の簡単な施策から取り組んでいきます。
中期 (4～6年)	<ul style="list-style-type: none"> ■自然環境の景観回復に向けた取り組みの拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・面河溪全体の景観整備を実施します。特に空き家等の建物の修繕や利活用、遊歩道の簡易的な整備、キャンプ場全体の再整備等に取り組みます。 ・また動植物等の生態系の保全にも取り組んでいきます。
長期 (7～10年)	<ul style="list-style-type: none"> ■自然環境の景観回復に向けた取り組みの拡大(インフラ整備) <ul style="list-style-type: none"> ・面河溪全体の景観整備を実施します。特に長期的には、道路等のインフラ整備や、容易に除去のできない構造物の整備等に取り組みます。

実施主体(民間)：

地域における下記各プレイヤーによる実施を検討します。

「面河地区地域運営協議会」 / 「面河アウトドアセンター」 / 「久万高原町観光協会」

【参考】面河エリアの歴史等

(1) 歴史、自然、文化風習

① 歴史

本町及びその周辺地域(旧小田町、旧広田村等)には、縄文遺跡が多くみられますが、弥生遺跡はあまりみられません。古代以降、近世にかけては、資料に乏しく詳細はよく分かっていません。

藩政時代には、松山藩領に属しており、ろくろを使って椀や盆などの円形雑器をつくる工人「木地屋(きじや)」の入山の記録が残されています。良材を求めて移動生活をしていた木地屋の生活舞台は険しい山岳地帯で、愛媛県内では、急峻な山地の連なる中予と東予の山岳地帯が主な生活領域であったようです。木地屋の活動が第2次大戦後までみられた代表的な地区が面河村笠方地区です。

木地屋(きじや)

伝説によると、惟喬(これたか)親王を祖師とし、承平5年(935)御綸旨(ごりんじ)をいただき諸国山々切り次第という許しを得て、近江小椋郷から全国各地に散らばったという。全国に散在する木地屋は小椋郷の筒井神社の氏子である。小椋郷を出身地とするため、小椋姓を名乗る者が多い。

旧面河村は、昭和9年の村名改称の際に、名勝・面河溪にちなんで名付けられたことが始まりです。昭和30年頃の合併では、地形や道路事情の悪さなどから合併困難村として、合併は経験しませんでした。平成16年8月1日の4町村合併により久万高原町となり、現在に至っています。

② 自然

本エリアは、石鎚山からいくつかの支流が集まり、面河川にいたる場所に位置しており、四国屈指の渓谷美を誇っています。このエリア一体は、石鎚山系森林生態系保護地域、石鎚国定公園にも指定されています。

国指定名勝・面河溪では、澄んだ清流、春の若葉、秋の紅葉と、優れた自然美を楽しむことができます。

面河溪から石鎚山に至る地域は、標高約700~2,000mにわたるため、その植生は、シイ・カシ林(暖温帯林)、モミ・ツガ林(中間温帯林)、ブナ林(冷温帯林)、シラベ林(亜寒帯林)と幅が広いのが特徴となっています。

③ 文化風習

久万エリアと同様に、スズメバチを食用する習慣が残っており、ヒガンバナの食利用が確認されています。

柳谷エリアと同様に、地域の自治組織として小組ができ、道路や橋梁の整備、家普請、葬式などの共同作業や、神社や学校などを集落の共有として管理していました。これらの公的な作業の他に、個人の災害や不祥事などについても、事の大小に応じて、組が相互扶助の精神の下で、生活が支え合われてきました。

明治時代から、旧面河村の大組は、前組、相ノ峰、笠方、渋草、大成、本組、中組、川ノ子、相ノ木、若山でしたが、太平洋戦争後の地方自治制の改正により、大組の長は、村の行政を囑託される囑託員となりました。

(2) 観光資源

本エリアには、西日本最高峰の石鎚山を主峰とする石鎚山脈の一部を区域とした石鎚国定公園や、国指定名勝 面河溪などの自然・景観資源をはじめ、以下のような観光資源があります。

石鎚国定公園/石鎚スカイライン

石鎚山は、日本百名山の1つに数えられ、標高1,982mと西日本最高峰の山です。また、古くから山そのものが神として崇められ日本七霊山の1つに数えられています。付近一帯は国定公園に指定されており、手つかずの自然や希少な高山植物などが訪れる人々を優しく迎えてくれます。

石鎚スカイラインは、面河溪入口の関門から土小屋まで続く約18kmの山岳ドライブルートです。片側1車線で比較的走行しやすく、中腹にある長尾尾根展望台からは、日本の滝100選の1つである御来光の滝を遠望できます。



写真 久万高原町観光協会

国指定名勝 面河溪

石鎚山の麓に広がり、国指定の名勝地としても知られ、四季によって様々に表情を変え、訪れた人々を楽しませてくれる渓谷です。川の透明度はとて高く、遊歩道からでも川底が見えるほどです。2つの遊歩道があり、五色河原、紅葉河原、虎ヶ滝など見どころも多数あります。渓谷には紅葉する樹木も多く、見ごろの11月上旬になると観光客でとても賑わいます。また、最近では、6～10月に行われるキャニオニングも人気を集めています。



写真 久万高原町観光協会

溪泉亭 面河茶屋

五色河原の上流にある溪泉亭は、地元の名士・重見丈太郎が1930(昭和5)年頃に建てたと言われています。和洋折衷の特徴的な意匠で、2001年まで宿泊施設として使われていましたが、施設の損傷が激しく、現在は一部の利用に留まっています。建て増しされた食堂部分は面河茶屋として営業しており、地元の魚・野菜を使った面河ならではの郷土料理を味わえます。



写真 (株)いよぎん地域経済研究センター

面河山岳博物館

面河溪の入口・関門にあり、1991年に開館しました。石鎚山や面河溪の自然、歴史、山岳信仰などについて、石鎚山のパノラマ模型や動植物の標本など約3,000点の資料を使って紹介しています。年3回の企画展や、季節に合わせた自然観察会、昆虫教室などの教育普及活動も行っており、学芸員による団体向けの面河溪ガイドも実施しています(要予約)。



写真 愛媛県

石鎚山ヒルクライム

おもごふるさとの駅(標高572m)を出発地点に、土小屋(同1492m)までの標高差920mを駆け上る、風光明媚な石鎚スカイラインを舞台に開催される自転車ヒルクライムレース(全長約22km、定員800人)。地元グルメや協賛企業ブース、ステージイベントなどもあり、全国から多くのサイクリストが参加しています。

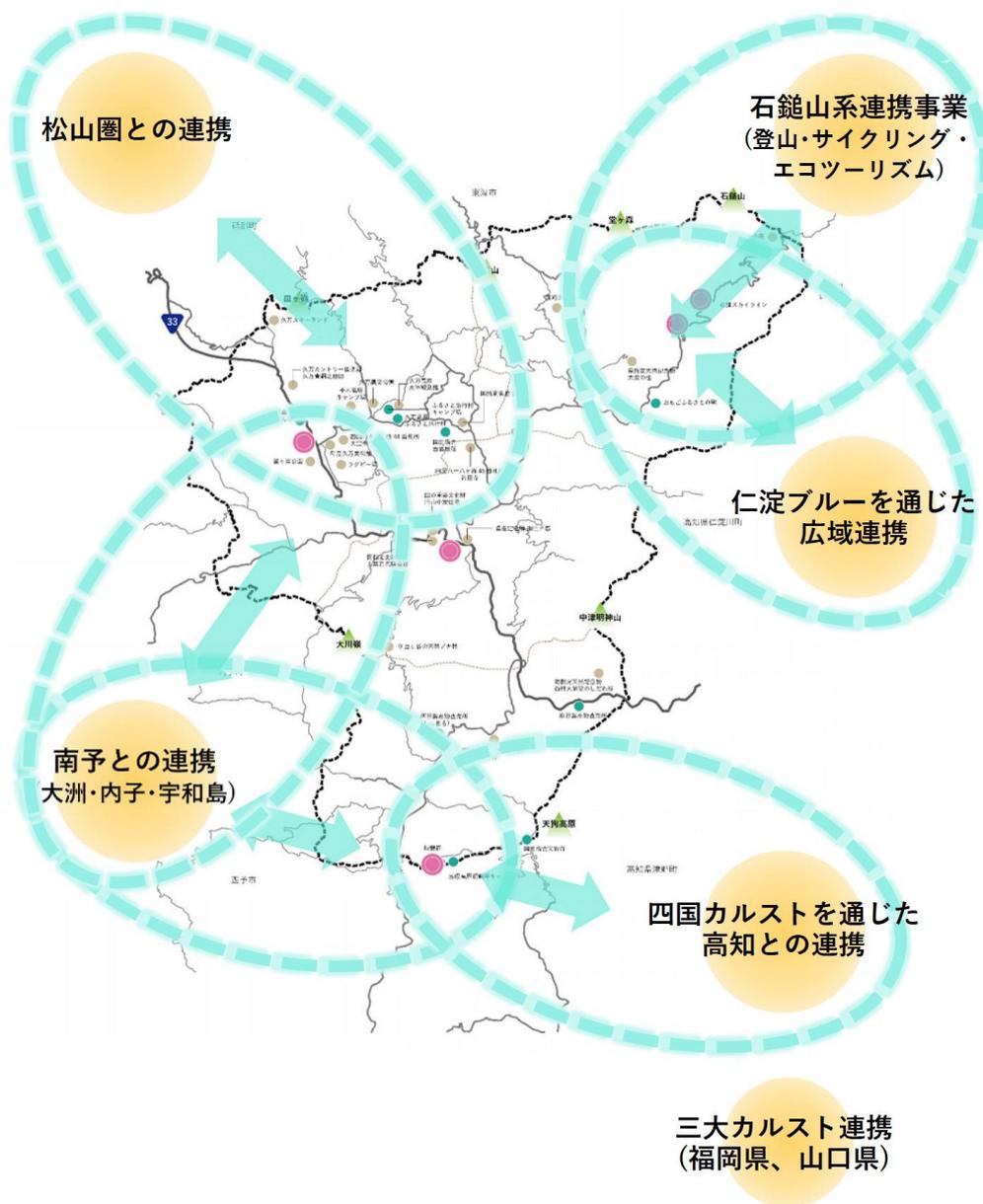


写真 石鎚山系連携事業協議会

4-3-6 エリア間の連携方策

以下では、エリア別の広域連携の方針を提示します。

広域連携イメージ



久万エリア・美川エリア：

○最も連携の効果が見込まれるのが松山圏です。特に松山圏に宿泊している観光客等をターゲットにした連携施策等を、松山市との連携により実施していくことを検討します。

○また、松山市に滞在する観光客の観光動態として、南予へ向う傾向が見られます。このまま高知へ抜ける場合もあれば、松山方面へ戻ることもあり、南予地域との連携により久万エリア・美川エリアを含む広域周遊ルートを策定し、観光客に提示するなどの、周遊のための仕組みが必要と考えます。具体的には「愛媛県内子町」、「愛媛県大洲市」、「愛媛県宇和島市」、「愛媛県西予市」、「愛媛県鬼北町」、「愛媛県松野町」、「愛媛県愛南町」といった近隣自治体との連携による広域周遊ルートを策定、情報発信を検討します。

面河エリア：

○石鎚山系の各種連携事業と、効果的な連携を実施することにより、集客を図ります。具体的には「株式会社ソラヤマいしづち」などの民間事業者や、「愛媛県西条市」、「高知県いの町」、「高知県大川村」といった自治体と連携し、石鎚山系の魅力を最大限に活用した誘客事業に取り組んでいきます。

柳谷エリア：

○今まであまり取り組まれてこなかった高知県側との連携施策により、四国カルスト全体の集客増加を狙います。具体的には、「高知県檜原町」、「高知県津野町」等との連携を検討します。また、日本三大カルストである山口県秋吉台、福岡県平尾台とのカルストをテーマにした連携を模索します。

第5章 終わりに

5-1 計画の終わりに

以上、久万高原町の観光振興計画について検討してまいりました。本計画の策定にあたって、久万高原町内外の沢山の皆様から、久万高原町の沢山の魅力についてご意見を頂戴しました。計画策定という機会に、改めて久万高原町を眺めてみると、本当に彩り豊かな地域資源が地域に沢山あふれていることに気づかされます。

この魅力溢れる久万高原町を、豊かな地域資源を、未来に守り伝えていくことこそが観光振興へ取り組む大切な意味であると考えます。そして人口減少が引き起こす様々な問題を、人と人との交流によって解決していくこと、これこそが観光振興へ取り組む大切な意義です。我々はこの魅力溢れる久万高原町の豊かな地域資源を、未来まで守り続けることを本計画に誓います。

本計画が、希望に溢れる久万高原町の未来を実現する一助となることを願い、この計画の結びとします。

5-2 久万高原町観光振興計画策定委員会設置要綱

○久万高原町観光計画策定委員会設置要綱

平成26年6月20日

告示第38号

(設置)

第1条 過疎高齢化が急激に進展する久万高原町において、交流人口の拡大による経済活動の活性化と他に誇れる地域づくりを目指し、ハードソフト両面にわたる中長期的な観光計画を策定するため、久万高原町観光計画策定委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事項について研究協議を行い、その具体的な方策について審議し、町長の諮問に答申する。

- (1) 観光施策に関すること。
- (2) 町有観光施設に関すること。
- (3) 観光イベントに関すること。
- (4) 観光資源の発掘と活用に関すること。
- (5) 着地型観光の推進に関すること。
- (6) 観光ボランティアの育成に関すること。
- (7) 外国人観光客の受入れに関すること。
- (8) その他観光振興に関すること。

(組織)

第3条 委員会は、委員10名以内をもって組織し、次に掲げる者のうちから町長が委嘱する。

- (1) 議会議員
- (2) 観光協会員
- (3) 学識経験者
- (4) 町民公募者
- (5) 前各号に掲げるもののほか、町長が必要と認める者

2 委員の任期は1年とする。ただし、再任は妨げない。

3 委員会の下部組織として作業部会を設置し、第2条の各号に掲げる内容について検討を行い、その結果を委員会へ提出するものとする。なお、作業部会の構成員は、町長が指名した者とする。

(委員長及び副委員長)

第4条 委員会に委員長及び副委員長を各1名置く。

2 委員長及び副委員長は、委員の互選により定める。

3 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

4 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 委員会の会議(以下「会議」という。)は、委員長が招集し、会議の議長を務める。ただし、この告示の施行後、最初に開かれる委員会は町長が招集する。

2 委員会は、適宜開催するものとする。

3 委員会は、委員の過半数の出席がなければ会議を開くことができない。

4 会議は出席委員の過半数で決し、可否同数のときは委員長の決するところによる。

5 委員長は、必要があると認めたときは、委員会に関係者の出席を求め、その意見を聴くことができる。

(報告等)

第6条 委員長は、委員会の会議、活動等の経過及び結果等を町長に報告するものとする。

(報酬等)

第7条 委員の報酬及び費用弁償については、久万高原町特別職の職員で非常勤のもの報酬及び費用弁償に関する条例(平成16年久万高原町条例第39号)の規定によるものとする。

(庶務)

第8条 委員会の庶務は、ふるさと創生課において処理する。

(その他)

第9条 この告示に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この告示は、公表の日から施行する。

附 則(平成29年8月18日告示第46号)

この告示は、公表の日から施行し、平成29年4月1日から適用する。

久万高原町観光計画策定委員会委員名簿

No.	氏 名	所属・職名
1	大崎 優	国立大学法人高知大学
2	天野 辰晴	久万高原町議会（産業建設常任委員会）
3	岡部 史夫	久万高原町議会（産業建設常任委員会）
4	松本 真一	伊予鉄南予バス株式会社
5	永井 修一	株式会社さんさん久万高原
6	蓮田 政文	株式会社久万高原開発
7	米元 一泰	JPT・Tours・Japan 株式会社
8	白石 崇	面河溪を愛する会
9	二宮 悟郎	久万高原町観光協会
10	笠居 由実	久万高原町地域おこし協力隊（久万高原町観光協会）