

久万高原町観光振興計画(2019-2028) 概要版

□計画の位置づけ

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ある。

□計画期間

本計画は、2018年度（平成30年度）からの10年間を計画期間とする。なお、社会経済情勢等の変化に対応するため、中間年に見直しを行う。

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。

KPI	2020年	2023年	2028年
日本人観光客数	1,874,467人	2,085,643人	2,336,199人
インバウンド観光客数	1,500人	2,000人	3,000人

久万高原町観光の課題

観光客の動態に関する課題

- ・観光客が久万高原町の町内を周遊しない。
- ・観光客が久万高原町に宿泊しない。
- ・観光客が久万高原町内で観光消費を行わない。

ハードに関する課題

- ・久万高原町内の各種観光施設の老朽化。
- ・宿泊施設の不足。
- ・四国内の主要地点からの公共交通の不便さや、久万高原町内における二次交通の不備。
- ・久万高原町全体における多言語サイン等のインバウンド受け入れ環境の不備。
- ・通信インフラの脆弱性・景観維持やビューポイントにおける手入れ不足、等

ソフトに関する課題

- ・観光情報の発信、PR不足。
- ・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。
- ・特産品、名物料理、お土産品の開発やPR不足。
- ・町内の観光関連事業者同士の連携不足。
- ・インバウンド観光客への情報発信(HP、パンフレット)不足。
- ・郷土料理や地場の産品開発不足。
- ・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の不在。
- ・人材の高齢化、後継者不足、若年層の流出。

これらの課題を解決に導き、ビジョンを達成するための戦略が必要となる。

ビジョン達成のための戦略

『コンセプト1.政策間連携』『コンセプト2.実際の観光動態に即した広域連携』

戦略1.高原ブランドの推進戦略

戦略2.観光客の受け入れ戦略

戦略3.エリアマネジメント戦略

戦略4.実施体制整備 (久万高原版DMOの設立)

「久万エリア」

[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]

→久万高原町観光の中心地・玄関口として、集客・送客機能を強化。また久万高原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取り組む。更に久万高原町の農業、林業などの対外的な情報発信や体験の中心地とする。

「美川エリア」

地域資源を活かした学びと川遊びの拠点

→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う。更に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す。

「面河エリア」

自然と共生するエコツーリズムの拠点

→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る。※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、保護を優先する。

「柳谷エリア」

四国カルストを活用した「体験ツーリズムの推進」
/生活資源を活用した体験・交流ツーリズム

→四国カルストの魅力を最大限に活用した「高原体験型ツーリズム」を推進する。

実施体制：「久万高原町」「久万高原町観光協会」をはじめとする町内の組織・団体との連携体制を構築し、戦略に取り組む。