

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

通過型観光から滞在型観光への推進事業～小松島市・勝浦町広域連携～

2 地域再生計画の作成主体の名称

徳島県小松島市、徳島県勝浦町

3 地域再生計画の区域

徳島県小松島市及び徳島県勝浦郡勝浦町の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

①観光客の通過点としての小松島市と勝浦町について

徳島県の観光動態を見ると、平成28年度にJTBが実施した観光実態調査では、旅行日数が1泊2日から2泊3日と増えても、旅行日数の増加が、徳島県の滞在日数には比例せず、(1)「徳島県の滞在日数は半数以上が1日以下」という結果が出ている。また平成27年度に徳島県が実施した「観光ビッグデータ調査」においては来県者の主要な観光ルートが淡路島・香川東から四国の玄関口である鳴門に流入するルートと香川西から祖谷に流入するルートに別れ、(2)「徳島県内において東西での周遊がなされない」ということがわかる。また(3)「小松島市と勝浦町は鳴門から南へ車で約1時間のところに位置する」、以上の3つより、小松島市・勝浦町はメインの周遊ルートから外れており、目的地化されていない、又は人口集積地である阿南市等の県南への通過点となっていることがわかる。

②観光資源の不足と観光客の周遊率の低さについて

小松島市においては体験型の観光コンテンツが約5商品と少なく、それらのコンテンツの平均滞在時間も59分(5商品平均)と短い。また体験型観光の提供者は椎茸農家や和菓子屋といった地元製造業経営者が多く、本業が別にあるため、観光コンテンツの情報発信やブラッシュアップに手間をかけるという考えが薄い。そのため、市内回遊率が低くなる。それを証明するように市内への周遊について、平成31年に行った市独自調査において、市外の対象者717人へ「小松島市内への周遊意向はあるか」という質問に対し、80%以上の577人が「周遊意向はない」との回答を占めている。

③時代にニーズにあった観光PRの不十分さについて

未曾有のコロナ禍を経て旅行形態についても以前の有名観光地を一斉に訪れる物見遊山型ではなく、1つの地域に滞在し、その土地の文化や暮らしをじっくり楽しむ滞在型観光も注目を集めているところである(令和3年版観光白書より)。小松島市には椎茸狩り体験や味噌作り体験等メニューはあり、「小松島ならではの歴史や文化、暮らしを学ぶことができる内容にはなっているものの、効果的に外部にPRできていないため、そういった付加価値が体験型のコンテンツの価格に反映できていない。(客単価:5商品平均2,790円)

④新たなホテル誘致による客単価向上の施策の必要性について

滞在時間、客単価を飛躍的に上昇させるためホテルの誘致に取り組み、令和3年7月2棟のビジネスホテル(2棟の総客室数257室)と1棟のリゾートホテルが開業した。令和2年度までは小松島市内に約40室しかなかった客室が令和3年度には約300室に増加した。体験型コンテンツの平均額2,790円とあいさい広場の平均消費額3,292円(平成31年市独自調査)を合計すると約6,000円となる。1人あたり6,000円の観光消費があると仮定した場合、5億2560万円の観光消費による経済効果が期待できることとなる。(300室×稼働率0.8×365日=87,600人、87,600人×6,000円=5億2560万円)ビジネスホテルとリゾートホテルの2種類の客層を取り込めるようになった今、いかに観光客の客単価を伸ばすことができるかが重要となる。

⑤観光受け入れ態勢の整備とデジタル社会への対応不足について

一方、勝浦町は町内に民宿が数カ所あるが、経営者の大半が農家で本業の農業の傍ら民宿を営んでいるという形態である。そのため作物の収穫時期には観光客を受け入れることが困難になる等経営者自身の都合で観光客を受け入れるか否かを決定してしまっている。その結果、宿泊をベースとした滞在時間の長い観光コンテンツを造成しにくいことが課題となっている。また経営者の高齢化が進んでおり、OTA等WEB上での予約体制が整備されていないため、旅マエでのネット検索ではヒットせず、目的地になりえる可能性が極めて低くなっていることも課題である。

⑥年間を通じた観光コンテンツづくりについて

勝浦町には多くの観光客が訪れる「ビッグひなまつり」や「さくら祭り」等、強力なコンテンツはあるものの、観光のピークがイベントを開催する一定時期に集中しており、それ以外の時期においては観光客が極端に少なくなっている。このことから客単価を上昇させるだけでなく、季節に偏りのない年間を通じた観光コンテンツづくりに取り組み、観光消費を促進することが求められている。

上記のことから、両自治体は、通過型観光地となっている現状を打破すべく、観光PRやコンテンツ造成の促進により観光客を域内に周遊させ「滞在時間を延ばすこと」「客単価を向上させること」が共通の課題となっている。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

①小松島市と勝浦町について

小松島市と勝浦町は人口集積地である徳島市、阿南市からアクセスが近く、隣接した位置関係にあり、どちらも豊かな自然環境に恵まれた地域である。小松島市は、京都の祇園祭で有名な鱧の全国有数の産地でもあるほか、令和3年度より2棟のビジネスホテル（総客室数257室）と1棟のリゾートホテルが開業した。また、勝浦町はビッグひなまつり等の大規模イベントのほか、みかん狩りや徳島県内最大の2級河川である勝浦川等の豊富な自然環境をもち、周囲を山に囲まれた内陸・中山間地域である。

②「地域活性化インターチェンジ」の設置と「地域振興施設」の整備について

現在、徳島県南部に向け高速道路ネットワークの整備が進捗中であるが、小松島市と勝浦町との市境付近に新たな「地域活性化インターチェンジ」の設置が予定されており、その新規インターチェンジ開設地点には、情報発信拠点となる地域振興施設の整備も予定されており、小松島市・勝浦町両市町にとって、交通の新たな玄関口、観光情報等の発信拠点として期待されている。

③産直市間連携と地域資源を活かした効果的な観光誘客について

小松島市と勝浦町には四国最大級の産直市「みはらしの丘あいさい広場」（小松島市）や「よってネ市」（勝浦町）があり、どちらもJA東とくしまが運営していることに加え、両自治体ともこれらの産直市を観光の中核地と定め、観光誘客を図っている点で一致している。

食・宿泊施設等を有する小松島市と豊富な観光資源をもつ勝浦町が連携し、広域で観光客誘致に取り組むことで、単一の市町村ではなし得ない相乗効果が生まれる。具体的には小松島市の海と勝浦町の中山間地域という特性を生かし、海と山の壮大な自然を背景に旅行商品の造成を行うことが可能となる。

④既存DMOとは異なる独自の観光戦略について

小松島市と勝浦町も属する（一社）イーストとくしま観光推進機構（DMO）では鳴門市を拠点とした観光客誘致を進めているが、本事業ではその視点とは異なり、小松島を宿泊地として勝浦町まで足を延ばすといった独自の観光戦略を立てることができる。加えてDMO内への観光誘客ではなく、DMO南部域での周遊促進という、より細部まで手の届く施策を展開することができる。

両自治体が持つ観光コンテンツの磨き上げ、高付加価値化に取り組むほか、新たな観光資源や食の開発を進め、それらをつなぐ新たな周遊ルートを構築する。両自治体の強みを補完・融合し、滞在時間を伸ばし、両区域内での観光消費の促進、交流人口の拡大を目指す。

【数値目標】

K P I ④								単位	-
	事業開始前 (現時点)	2022年度 増加分 (1年目)	2023年度 増加分 (2年目)	2024年度 増加分 (3年目)	2025年度 増加分 (4年目)	2026年度 増加分 (5年目)	2027年度 増加分 (6年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	1,089,739.00	10,797.00	21,794.00	32,691.00	32,700.00	32,700.00	-	130,682.00	
K P I ②	2,025,776.00	20,257.00	20,257.00	20,257.00	20,260.00	20,260.00	-	101,291.00	
K P I ③	58,956.00	970.00	970.00	970.00	980.00	980.00	-	4,870.00	
K P I ④	-	-	-	-	-	-	-	0.00	

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

通過型観光から滞在型観光への推進事業～小松島市・勝浦町広域連携～

③ 事業の内容

①新たな観光客流入のきっかけとなる「地域振興施設」の整備に向けた計画の策定等
現在の徳島県におけるメインの観光周遊ルートから外れている小松島市と勝浦町にとって、新たに市境に予定されている「地域活性化インターチェンジ」の開設は、新たな観光客の流入ルートが出来ることとなり大きなチャンスと捉えている。そのため、そのインターチェンジ付近に予定されている「地域振興施設」の整備に向けた計画の策定等に着手する。

②域内での新たな観光ルート創出と観光消費の促進

両自治体の課題である観光客の「滞在時間を伸ばすこと」、「客単価を上昇させること」を最終目的として通過型観光地から滞在型観光地へシフトチェンジを促進するため、観光PRや情報発信等の事業を展開する。また観光施策の展開にあたっては行政区単位では限界があり、両自治体が連携して進めることで、相乗効果が得られる。このことから両自治体で有する観光資源・コンテンツを磨き上げ、双方の利点を効果的に活用することで、新たな観光ルートを創出し、地域経済の活性化と観光消費の促進を図るものである。

具体的には以下のような取組を実施していくこととする。

(1)体験型商品の新規造成とブラッシュアップ、情報発信の強化等

両自治体を持つ体験型観光商品の新規造成・ブラッシュアップに取り組む。現状は体験時間が1時間に満たない単独のプランしか提供できていないが、それらを複数組み合わせた商品や宿泊と飲食、体験をセットにした商品造成を行う。また造成したプランをOTAに掲載する等積極的に情報発信することで客単価の上昇と域内周遊を促す。

(2)産直市連携と観光客誘致の仕組みづくり等

小松島市と勝浦町はJA東とくしまの管轄内にある。このJA東とくしまが運営する産直市「みはらしの丘あいさい広場」（小松島市）と「よってネ市」（勝浦町）での両自治体の物産PRや、道の駅「ひなの里かつうら」（勝浦町）に観光客を誘致する仕組み作りを行う。これら産直市や道の駅等の施設を域内で体験型観光を楽しんだ観光客に対し「お土産を買える場所」という認識を確立するためにも、売り場のレイアウト改善や誘客を促進するイベントを実施する。

(3)地域資源を活用した地域の魅力発信、観光プロモーション等

小松島産はもやちりめんの他、両自治体をもつ地場産品の魅力を県内外に積極的に発信し、認知度向上・販売促進につなげる。小松島市の独自調査（平成31年）において「小松島市の地域資源で興味のあるものは？」という質問に対し1,032人のうち26.4%が「はも」と回答したが、まだまだ全国的には認知度が低い状況と言える。小松島産はもを食べることができる飲食店を継続的に増やしていくとともに、「はも」そのものの認知度向上のため、県内外へ積極的にプロモーションを行っていく。

上記のような取組により、「体験」、「お土産」、「食」等の両自治体を持つ観光資源をブラッシュアップし、新たに出来たホテルとも連携し、これまで点在していたコンテンツをつなぎ合わせることで、新たな観光ルートの創出を図るとともに、旅行会社等の専門的な知見やノウハウを活用し、ゴールデンルートとして確立させ、旅行商品化まで進める。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

本事業において磨き上げた観光コンテンツをパッケージ化するとともにOTAサイトに掲載する。パッケージ化・サイトコントロールを通じて、観光事業者の手間を最小化しながら、観光客の受け入れを行い、そのノウハウを観光事業者へ蓄積していく。また地元農協、企業、商工会議所の官民で作る小松島観光物産協議会（小松島市）と民間事業者である勝浦町地域活性化協会（勝浦町）が主体となり、旅行商品の造成、ブラッシュアップ、情報発信を継続して実施していくことにより本交付金に頼らない事業展開を目指す。

【官民協働】

域内にビジネスホテル2棟とリゾートホテル1棟が開業したことで、流入する観光客数は飛躍的に伸びることが期待される。その中で体験型コンテンツを提供する観光事業者、飲食店、産直市を運営するJA、JF等地域が一体となって、宿泊客の客単価と滞在時間を伸ばす施策を展開していくものである。体験・宿泊・食・お土産、当初はそれぞれが点でしか機能していないが、行政が間に入り調整役となることで、交付金事業終了後にはそれぞれの事業者同士が密に連携し、稼ぐ力を保持できるようにしていく。最終的にはJA、JF、観光事業者等の小松島市の官民で作る小松島観光物産協議会が窓口となり、観光客誘客や情報発信をワンストップで行うことを目指す。

【地域間連携】

エリアとして同じ課題を持つ小松島市と勝浦町が、域内の観光事業者、宿泊事業者、JA、JFと連携し、観光コンテンツの磨き上げや旅行商品の造成、プロモーション等を実施する。具体には両域内にあるJA東とくしまが運営する産直市でお互いの商品を相互に販売する等広域での売り上げ窓口の拡大を図る。また勝浦町の持つビッグひなまつりや恐竜等希少価値の高いコンテンツを武器にエリア内に観光客を流入させ、宿泊施設のある小松島市へつないでいく。

【政策・施策間連携】

本事業は、広域連携による観光プロモーションの実施やツアーコンテンツの造成により、これまでの通過型観光から滞在型観光へとシフトさせることにより、小松島市と勝浦町での旅行・観光消費額の増加を図るものである。この取組を効果的に進めるため、地域の観光客受け入れ態勢の整備や、地域資源を活かした観光商品づくりの支援を進めていく。また、観光をきっかけとして関係人口の創出を図り、移住定住施策とも連携を図る。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

体験型観光商品のモニターツアー等を実施した際に体験者がSNS等に積極的に発信をしたくなるような仕掛けを盛り込む。具体的には体験のプランそのものにSNS映えする要素を加えることやSNSにて発信した方にインセンティブを付与する等の施策を実施し、旅ナカ・旅アトでのSNS発信率を上げる。また旅行プランをOTAサイトに積極的にアップする等、旅マエ検索でのヒット率を上げる。デジタル技術を効果的に活用し、旅マエ・旅ナカ・旅アトの全ての期間において効果的なプロモーションを行っていく。

理由①

観光商品を体験した観光客が積極的にSNS等で情報発信することで、SNSでの集客効果や有用性を観光事業者に学びとってもらえることができるとともに、観光事業者自身が広告宣伝ツールとしてSNSを活用することにより新たな顧客を獲得することができるため

取組②
該当なし。

理由②

取組③
該当なし。

理由③

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））
4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【地方公共団体名】	【外部組織による検証】			
	【検証時期】	【検証方法】	【外部組織の参画者】	【検証結果の公表の方法】
徳島県小松島市	毎 年 度 5月	小松島市まち・ひと・しごと創生有識者会議において、行政から提出された資料をもとに事業効果を検証する。	大学教授，商工会議所，農業協同組合，漁業協同組合，観光ボランティアガイド，公共職業安定所，ファミリーサポートセンター，市中銀行，病院，企業，NPO法人，社会福祉協議会，保育所後援会，PTA連合会，教育委員などの代表などで組織	会議は公開とし、検証結果を市議会に報告後に市HPにて公表。
徳島県勝浦町	毎 年 度 9月	勝浦町総合計画・総合戦略推進会議において検証を行う。	地域活性化協会、インバウンド受入協議会、NPO法人等（予定）	町ホームページで公表。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 85,372 千円

⑧ 事業実施期間

2022年4月1日 から 2027年3月31日 まで

※企業版ふるさと納税との併用による事業実施期間延長適用

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(2)該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間
年 月 日から 年 月 日まで

(3)該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間
年 月 日から 年 月 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2027 年 3 月 31 日 まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2 の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2 に掲げる目標について、5-2 の⑥の【検証時期】に
7-1 に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2 の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。