

日本版 DMO による観光地域づくりの可能性

～高知県仁淀川町を対象として～

1200460 高橋 滉也

高知工科大学 経済・マネジメント学群

はじめに

近年、日本では地方の中山間地域における少子高齢化による人口減少が急激に進んでおり、地域衰退や地域消滅が危惧されている。私が住んでいる高知県仁淀川町においても同様で、地域人口の維持困難、税収の減少による地方自治の行き詰まりなどが大きな課題になっている。

今回、研究の対象とした高知県仁淀川町は急速な少子高齢化による人口減少に対応するために、2015 年度に「仁淀川町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、「ひとりひとりが輝き 誇りが持てる あたたかいまち」を基本理念に様々な施策に取り組んでいる。私自身、卒業後は仁淀川町職員として働く予定なので、仁淀川町のこれからを担うひとりとして町の将来を考えることは必要だと考えている。

ところで、日本の観光地域づくりの分野では、地方創生の施策のひとつとして日本版 DMO (destination marketing/management organization) が注目されている。その背景として、北米やヨーロッパなどの観光先進諸国において、DMO は観光地域振興の中核として設置され、観光にまつわる様々なデータの収集・分析し、戦略策定、イベントや観光商品サービスの企画などを数値目標に置き換えて、地域の観光地域づくりの核として主導的な役割を担っている (大社充、2018)。

そうした中、観光庁は 2015 年末から日本版 DMO の法人登録を開始し、観光地域づくりの広域化と連携した観光振興を推進している。日本版 DMO とは、地域資源を最大限に活かし、効率的・効果的な集客を図るため、様々な関係者との連携を取りながら観光地域づくりを行う組織のことである。仁淀川流域においても、一般社団法人仁淀ブルー観光協議会 (以下、仁淀ブルーDMO) が国内外に通用する観光目的地「仁淀ブルー」の実現を図るため、日本版 DMO 候補法人として観光戦略を実践している。

そこで、本研究では、仁淀川流域における観光地域づくり

の現状と課題を整理することと、それを参考に仁淀川町における観光地域づくりの在り方と可能性を検討することを目的としている。

なお、仁淀川流域の 6 市町村を対象に観光地域づくりを進める仁淀ブルーDMO の「平成 30 年度 仁淀ブルーDMO 観光戦略の推進状況」によると、仁淀川流域における観光地域づくりの課題として、①仁淀川および仁淀川流域 6 市町村 (高知県土佐市・いの町・日高村・佐川町・越知町・仁淀川町) の知名度が低い、②一人当たりの観光消費額が低い、③周遊性が低い、④各施設の満足度が高いとは言えない、の 4 つが挙げられている。これらを踏まえ、仁淀川町としては、地域主導の観光地域づくりと仁淀ブルーDMO を活用した、仁淀川流域 6 市町村との連携した、地域外の視点を取り入れる観光地域づくりが必要だと考えている。

以下では、第 1 章で文献・統計データ、既往研究から日本版 DMO への理解を深める。第 2 章では、仁淀ブルーDMO の現状・課題を既往アンケート調査より整理し分析する。第 3 章では、仁淀川町における観光地域づくりの在り方を提案する。なお、第 2 章以下を進めるにあたり、一般社団法人仁淀ブルー観光協議会から提供された「平成 30 年度 仁淀ブルーDMO 観光戦略の推進状況」をもとに考察を進めていく。

第 1 章 日本版 DMO の概要

これまでの観光による地域づくりは、「行政」と、観光行政からの補助金をもとに行政の計画に沿って事業を行う「観光協会」、そして、ホテルや旅館等の「観光事業者」、の 3 者によって観光振興策が構想・実施されてきた。しかし、景気の低迷による観光客の減少や少子高齢化による人口減少などにより従来の観光振興政策では成果を上げることが難しくなってきたため、観光地域づくりの分野において観光で稼げる工夫が求められるようになった (大森達也、2019)。

こうした中、日本の観光地域づくりに関連して、観光庁は日本版 DMO 政策を推進している。その一環として、日本版 DMO 候補法人の登録が 2015 年 11 月から開始され、2020 年 1 月 14 日現在では、日本版 DMO 法人として、150 法人、日本版 DMO 候補法人は 117 法人が登録されている。

2015 年から 2020 年までの登録法人及び候補法人の登録数の推移を図 1 に表した。

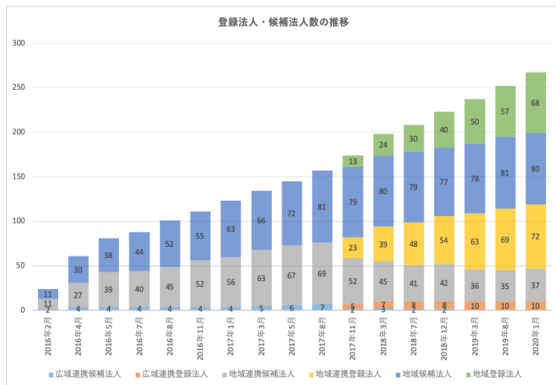


図 1 登録法人・候補法人の推移
(出所：観光庁 (2020) より作成)

登録開始の 2016 年 2 月の 24 法人から、2017 年 1 月には 123 法人 (約 5 倍強) に増加し、2018 年 3 月には 198 法人 (約 8 倍強)、2019 年 3 月には 237 法人 (約 10 倍弱)、3 年後の 2020 年 1 月には 267 法人 (約 11 倍強) に増加している。日本における観光協会の多くが日本版 DMO に関心を持っていることが分かる。

なお、日本版 DMO は、その役割やターゲットにより 3 つに分類されている。複数の都道府県を跨ぐ広域連携 DMO、複数の地方公共団体を跨ぐ地域連携 DMO、単独市町村を基盤とする地域 DMO である。3 つの分類ごとに登録法人・候補法人の数の割合を図 2 に表した。

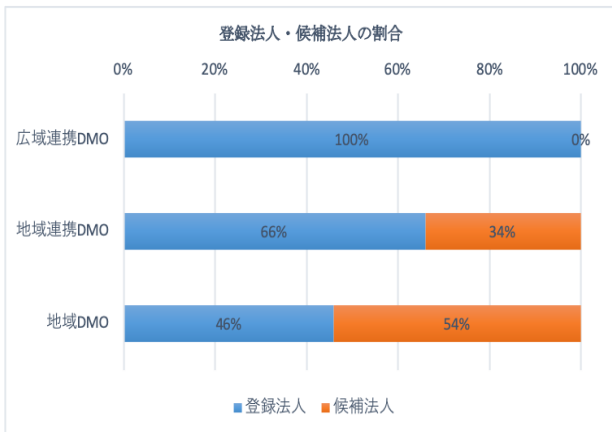


図 2 登録法人・候補法人の割合 (出所：観光庁 (2020) より作成)

割合で見ると、広域連携 DMO は地域 DMO の約 2 倍強が登録法人になっており、地域連携 DMO は地域 DMO の約 1.5 倍弱が登録法人になっている。

第 2 章 仁淀ブルーDMO について

第 1 節 仁淀ブルーDMO の概要

仁淀ブルーDMO は、2015 年 12 月に高知県仁淀川流域の 6 市町村、及び各観光協会等で設立された。国内外に通用する観光目的地「仁淀ブルー」の実現を図るため、2016 年度に「仁淀川地域観光振興計画」を策定した。その計画に基づき、2017 年度に関係市町村や民間事業者と連携し、「仁淀ブルーDMO」の構築を目指し、観光戦略の策定や関係者の合意形成を行うとともに、観光庁の日本版 DMO 候補法人に登録申請を行った。2018 年度には、「日本版 DMO 候補法人」に登録されるとともに、観光戦略の実践に取り組んでいる。基本理念としては、表 2 に示す 5 つを掲げ、仁淀川流域に来訪するお客様と地域資源・地域の人々を観光という切り口でつなぎ、持続可能な地域づくりのためにリーダーシップを取る役割を担っている。

表 2 仁淀ブルーDMO 基本理念

1. 仁淀川流域・6 市町村の知名度の向上
2. 観光を通じた交流人口の拡大
3. 地域経済の活性化
4. 観光産業における雇用創出
5. 観光に携わる人たちが、元気になる。活気づく。やりがいや生きがいを感じる地域づくり

(出所：仁淀ブルーDMO 観光戦略の推進戦略 (2020) より一部抜粋)

仁淀川流域に非日常や癒しを求める、情報取得感度と拡散力が高い 20 代から 40 代の女性層をターゲット層とし、ターゲットエリアは愛媛県、香川県、徳島県を戦略エリアとし、近畿・中国エリアを戦略サブエリアとしている。高知県西部を流れる仁淀川は、全国一級河川の水質ランキングで 2011 年から 2016 年まで 5 年連続で全国一位となった、四国を代表する「清流」である。この「仁淀ブルー」と呼ばれる日本一の水質は、仁淀川地域のここにしかない価値である。

第 2 節 仁淀ブルーDMO 観光戦略

仁淀ブルーDMO の観光戦略は、「奇跡の清流、仁淀川」

を起点として、仁淀川流域を世界有数のブランド観光地域にしていくために、仁淀川流域における将来目標を共有し、仁淀川流域の6市町村が、広域で連携し、現状よりも「単一市町村」から「広域視点」での情報の提供、発信を強化することで、仁淀川流域内への「来訪者（日帰り・宿泊）」「観光消費額」を加速して増やすことを目的として、策定された。

観光戦略は、「奇跡の清流、仁淀川」ブランドによる仁淀川の日本一の水質を強みにした仁淀川流域の消費の最大化をテーマとし、コンセプトとしては、①自然を生かしたブランド構築と情報発信の強化による認知度向上、②仁淀川地域の特性を活かして、域内消費を増やすことで地域経済の活性化、③地域資源の掘り起こし・磨き上げによる、来訪者満足度の向上、④地域マネジメントの強化による持続可能な地域づくりの牽引、の4つを掲げている。

また、具体的施策として表3の6つを個別戦略として設定している。

表3 仁淀ブルーDMO 個別戦略

1.	仁淀川流域らしい商品開発と品揃え強化
2.	仁淀川流域の魅力的な情報提供の強化
3.	誘客を促進するためのセールス・プロモーションの強化
4.	消費を増やすための流通と販売の強化
5.	受入・おもてなし体制の整備
6.	組織体制の強化・連携の強化

(出所：仁淀ブルーDMO 観光戦略の推進状況（平成30年度）より一部抜粋)

第3節 仁淀ブルーDMO 観光戦略の現状

仁淀ブルーDMOでは、マーケティング機能強化として、カスタマーとの接点を強化し、データに基づく戦略策定、戦略推進、満足度向上を図るとともに、誘客促進を図る仕組みを構築することを目的に、独自のWebアンケートシステムを構築し、来訪者実態調査を実施している。対象者は「観光」で訪れている仁淀川流域（6市町村）外に住んでいる人で、チラシやPOPにあるQRコードからアンケートに回答することができる。そして、仁淀川地域内にある指定施設（主要宿泊施設と観光協会・物産店舗などの主要観光等施設の19施設）で回答画面を見せることで、謝礼品としてオリジナルクリアファイルとポストカードがもらえる仕組みを構

築している。このWebアンケートは自分の持っているスマートフォンやPCなどで回答することができるため、観光に行った帰り道や、バス、車の中で気軽に回答することができるが最大の強みだと言える。また、アンケートの回答は管理者がいつでも確認することができ、どの回答がどれくらいあるかを知ることができるため、観光客の声を、様々な施策に反映することが可能であることも強みである。

仁淀ブルーDMO 観光戦略の推進状況によると、Webアンケート回収数は2019年3月31日時点（1月～3月）で159件であり、その内72%が観光客である。

アンケート回答者が訪れた観光スポット・イベントについては、仁淀川流域内の施設等の中でいの町にあるいの紙の博物館に訪れている観光客が全体の19.16%で最も多く、仁淀川町内で見ると安居溪谷が4.21%、中津溪谷が4.2%、ドライブイン引地橋が1.15%、土居川が0.77%である。

アンケートの存在を知った、もしくは回答した場所の割合は、いの町にあるいの紙の博物館が最も多く23.58%になっている。仁淀川町内の対象施設を見てみると、中津溪谷ゆの森と秋葉の宿仁淀川町観光センターはどちらも1人で0.94%であり、安居溪谷宝来荘と山村自然楽校しもなの郷は0人である。仁淀川町を訪れる観光客のほとんどはWebアンケートの存在を知らないことが分かる。

宿泊を伴う観光客はアンケート回答者の71.7%を占めるが、仁淀川流域内（6市町村）での泊数が0日の回答は全体の43.75%であることから、宿泊を伴う観光客のうち約56%は仁淀川流域には宿泊していないことが分かる。

第4節 仁淀ブルーDMO の課題

仁淀ブルーDMOは、仁淀川流域が持つ地域資源を守り続け、地域に住む人々が地域への愛着や誇りを持ち続け、国内外からの来訪者への感謝と心からのおもてなしの気持ちを持ち続けることを目指す姿とし、住む人も訪れる人も「ここにいれば、ここに来れば心あたたかになれる」といわれる、仁淀川流域として輝かせることで、将来にわたって持続可能な地域づくりを目指している。

仁淀ブルー観光戦略の推進状況による調査結果から見える仁淀川流域の課題は、①仁淀川および仁淀川流域（6市町村）の知名度が低い、②一人当たりの観光消費額が低い、③周遊性が低い、④各施設の満足度が高いとは言えない、の4

つが挙げられる。また、Web アンケートの結果から、仁淀川町を訪れる観光客のほとんどは Web アンケートの存在を知らないことが分かった。この Web アンケートは、観光客の声を知る重要な機会であり様々な施策に反映できるものであるため、仁淀川町内の観光施設は観光客や宿泊客に対して Web アンケートをアピールする仕組みを作ることが必要だと考える。

第3章 仁淀川町における観光地域づくりの提案

第1節 仁淀川町の概要

仁淀川町は、高知県北西部の吾川郡に属しており、2005年8月1日に、高知県の吾川村・池川町・仁淀村の3町が合併して新しくできた町である（図3）。



図3 高知県仁淀川町
(出所：仁淀川町HP)

仁淀川町の地域特性として、高知市と松山市の中間に位置し、国道33号や国道439号が通っているが、高知市からは約50km、車で約1時間30分かかる距離である。公共交通機関としては、最寄りのJRの駅は車で30分かかる距離にあり、車を運転しない観光客は、バスやタクシーを利用して行く。また、町面積の約89%を森林が占め、北に四国山地、東西に仁淀川が流れる美しい自然に恵まれた地域である。

人口は5,224人（2019年12月31日現在）であり、65歳以上の人口は2,854人となっている。高齢化率は54.63%と、町民の2人に1人が高齢者の状況である。人口の減少がこのまま続けば、地域社会の維持・存続が危うくなることが

懸念され、住民サービスや行政サービスの維持もしくは向上が難しくなることや地域の伝統文化の消滅が予想される。

仁淀川町の主要産業は、農林業をはじめとする里山産業が主体となっていて、特に製茶業は高知県内でも有数の茶どころとして知られている。しかし、産業人口、生産額ともに仁淀川町内の全産業で減少傾向にある。

第2節 仁淀川町まち・ひと・しごと創生総合戦略

国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、人口減少問題の克服と成長力の確保のために、2060年を視野に入れた長期ビジョンを掲げている。そして、都道府県、市町村では、2015年度に「地方人口ビジョン」と「地方版総合戦略」を策定し、その戦略に沿って2015年から2019年の5か年で施策を実施している。

仁淀川町の「地方版総合戦略」としては、2014年度から2015年度までの2か年で策定された「仁淀川町まちづくり実行計画（市町村総合計画）」をもとに「仁淀川町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、急速な少子高齢化の進展による人口減少問題に対応するために、様々な施策を実施している。基本理念は「ひとりひとりが輝き 誇りが持てるあたたかいまち」とし、基本目標としては、①仁淀川町の強みを生かした産業の振興による雇用創出、②仁淀川町らしい観光の推進による移住・交流の促進、③若い世代が幸福を感じられる条件づくり、④みんながつながる安全安心なまちづくり、の4つを基本目標としている。

また、仁淀川町の人口減少は、自然減と社会減が続くことにより生じており、社会減の要因として、①公共事業減少による土木業者の廃業・縮小、②誘致した企業の撤退、③国・県の出先機関の廃止、④仁淀高校の廃校により、高校進学時の世帯転居、の4つを挙げている。

第3節 考察

仁淀川町の人口減少の要因としては、転出超過による社会減の増加がもっとも大きい。産業の衰退により仕事場が不足しているため、高校進学のために町を離れる人が多いと考えられる。人口の社会減を少なくするためには、転出を少なくすることも必要であるが、転入を多くすることも同時に求められるは言うまでもない。

そのため、観光地域づくりにおいて仁淀川町民だけではなく、観光客や仁淀川町外の地域外の人びとと関わりあうこと

により、地域住民と地域外の観光交流人口を増やすことが何よりも大切である。

また、仁淀川町に昔からある、あたりまえの風景、あたりまえの食材、あたりまえの文化は、地域外から見ると珍しいもので、仁淀川町にしかない価値かもしれない。それは地域外の人びとの声を聞いて初めて分かることであるため、仁淀ブルーDMOの実施しているWebアンケートは地域外の声を知る有効な手段であるといえよう。

しかし、仁淀川町にある中津溪谷や安居溪谷などの観光地は、その雄大な自然や風景で、多くの観光客を魅了する地域ではあるが、Webアンケートの結果から分かるように、観光消費額が少ないことや、観光客の声を拾う仕組みが十分にできていないことが指摘できる。たとえば、地域外の人たちが主体となって仁淀川町の地域資源を観光資源として活用するにはどうすればいいか考える機会として、仁淀川町に訪れた観光客を対象にイベントを開催することや、大学生のインターンシップを活用して仁淀川町の将来を一緒に考えることもひとつの手段として考えられるのではないだろうか。

地域住民は地元の歴史・文化、食材、場所など地域資源をよく知っており、利用しやすい。一方、地域外の人びとは、地域住民がまだ見出せていない地域資源を発見したり、既存の地域資源を別の方法で利用し観光資源化したりする可能性を持っている。また、地域外の人々が地域のどのような地域資源に観光資源としての価値を求めているのか、地域社会はどのような働きかけが可能なのかといった情報を地域外から得ることも重要である（森重、2012）。そのためにも、地域社会側が意思を積極的に発信することで、地域資源を「大切にしたい」、「残したい」という想いを地域外の人々と共有することで、観光地域づくりへの協力を得られる可能性もある（森重、2011）。

地域外の人びとが「しごと」として観光地域づくりに関わることで、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環、その好循環を支える「まち」の活力を取り戻す、という国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本的な考え方に沿った地域の課題解決ができるのではないだろうか。

そのためには、仁淀川町の行政と町民の地域資源を「残したい」「大切にしたい」という共通した想いを発信し、地域

外の人びとと共有することと、仁淀ブルーDMOを中心とした6市町村の連携、あるいは仁淀川流域を訪れる観光客も参加・協力できる観光地域づくりを図ることが必要ではないだろうか。その結果、地域の人びとと地域外の人びとが関わりあう観光地域づくりの仕組みをつくることができる。その仕組みをつくる上でも、仁淀ブルーDMOを中心に6市町村の連携は重要であると言える。

おわりに

本研究では、日本版DMOに関連する文献・統計データ、既往研究から、日本版DMOについての理解を深めた。そして、日本版DMO候補法人として、仁淀川流域を対象に観光地域づくりを行っている仁淀ブルーDMOの観光戦略に関する資料をもとに、仁淀川流域における観光地域づくりの現状と課題を明らかにした。その上で、仁淀川及び仁淀川流域の知名度が低いこと、一人当たりの観光消費額が低いこと、周遊性が低いこと、各施設の満足度が高くないことが課題であること、また、仁淀川町においては、社会減による人口減少の傾向が続く中で、いかに転入者を増加させることが必要であることが分かった。

こうした状況を踏まえると、観光地域づくりに関して、地域外の人々との協力・参加してもらうことも重要である。そのためにも、仁淀川町の行政と住民との地域資源を「守りたい」、「大切にしたい」という共通した想いを持つことと、仁淀ブルーDMOを中核にした仁淀川流域6市町村と観光客など様々な人びとが関わり合う観光地域づくりが必要である。

私自身も、自分たちのまちは自分たちでつくるという想いを持って、仁淀川町職員として町民だけでなく地域外の人びとも関わっていきたい。

参考文献

- [1] 大森達也/中井検裕/沼田麻美子(2019)『日本版DMO制度による都道府県観光協会の地域に果たす役割に関する研究—観光産業の位置づけと観光協会における実施事業の比較を通して—』
- [2] 森重昌之(2011)『多様な人びとが関わる機会をつくり出す地域主導の観光：「関わり合う地域社会（Engaging Community）の形成に向けて」』

- [3] 森重昌之 (2012) 『観光資源の分類の意義と資源化プロセスのマネジメントの重要性』
- [4] 大社充 (2018) 『これからの観光政策と DMO の役割、その運営』
- [5] 仁淀川町 HP <http://www.town.niyodogawa.lg.jp>
- [6] 観光庁 (2020) 『「日本版 DMO」の第 7 弾登録及び「日本版 DMO 候補法人」の第 17 弾登録について』
http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics04_000132.html
- [7] 日本版 DMO 形成・確立計画、一般社団法人仁淀ブルー観光協議会
<http://www.mlit.go.jp/common/001247075.pdf>