

# つるぎ町の賑わいづくり・まちづくり —「SDGs」に向けた情報発信—



# 徳島県にし阿波地域が 『世界農業遺産(GIAHS)』に認定されました！

- ・名 称 にし阿波の傾斜地農耕システム
- ・認定地 徳島県にし阿波地域(美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町)
- ・国連食糧農業機関(FAO)が認定 (2018年3月)



- ・まだ認知度は低く、県外や海外からの観光客は少ないのではないかとこの認定をきっかけに、今まで以上につるぎ町に人を呼び込めるのではないかと。
- ・交流人口を増やすことで、魅力ある持続可能なまちづくりへとつなげられるのではないかと。



- 1 つるぎ町等に関するデータ分析
- 2 つるぎ町の賑わいづくり・まちづくりに向けた解決策
- 3 魅力ある持続可能なまちづくり

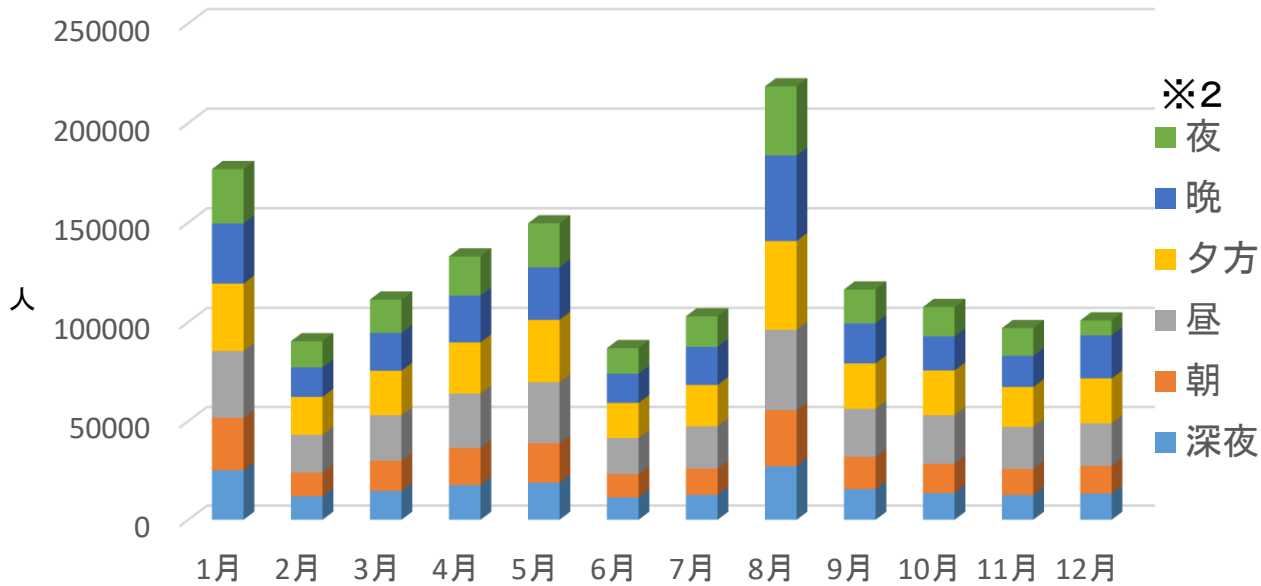
モバイル空間統計について

出典:「株式会社NTTドコモ,株式会社ドコモ・インサイトマーケティング」

# 1 データ分析

## 1-1 県外から徳島県を訪れた人はどの位？

※1  
(1) 県外からの入込客数(月別)



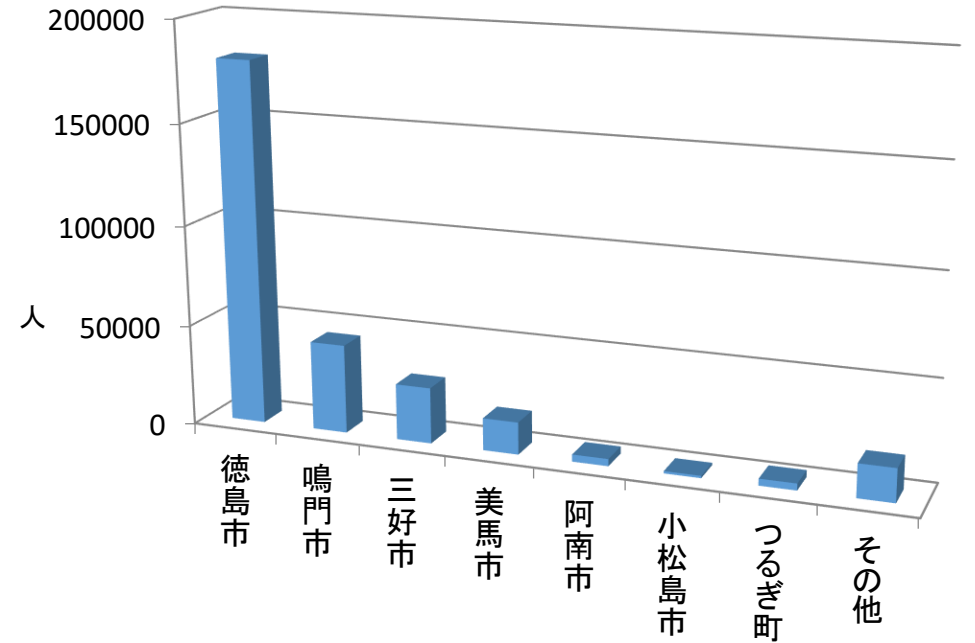
\* 徳島県全体

\* 全時間帯の年間総数

※2 時間区分: 深夜(00:00~04:59)  
朝 (05:00~09:59)  
昼 (10:00~13:59)  
夕方(14:00~17:59)  
晩 (18:00~20:59)  
夜 (21:00~23:59)

※1 入込客: その地域を訪れた客

(2) 県外からの入込客数(地域別)



\* 徳島県全体

\* 昼、夕方、晩の年間の時間帯の平均値

### (3) 県外からの入込客数より分析

- ・月別では 8月、1月、5月と休日が続く月や、阿波踊りやマチアソビ等のイベントがある月が群を抜いて多い。また、これらの月は帰省客も含まれていると考えられる。
- ・地域別では 徳島市が圧倒的に多く、次に鳴門市、三好市と続く。
- ・時間帯区分を昼・夕方・晩に絞ることで、観光等の活動をしているのではないかと考えられる。

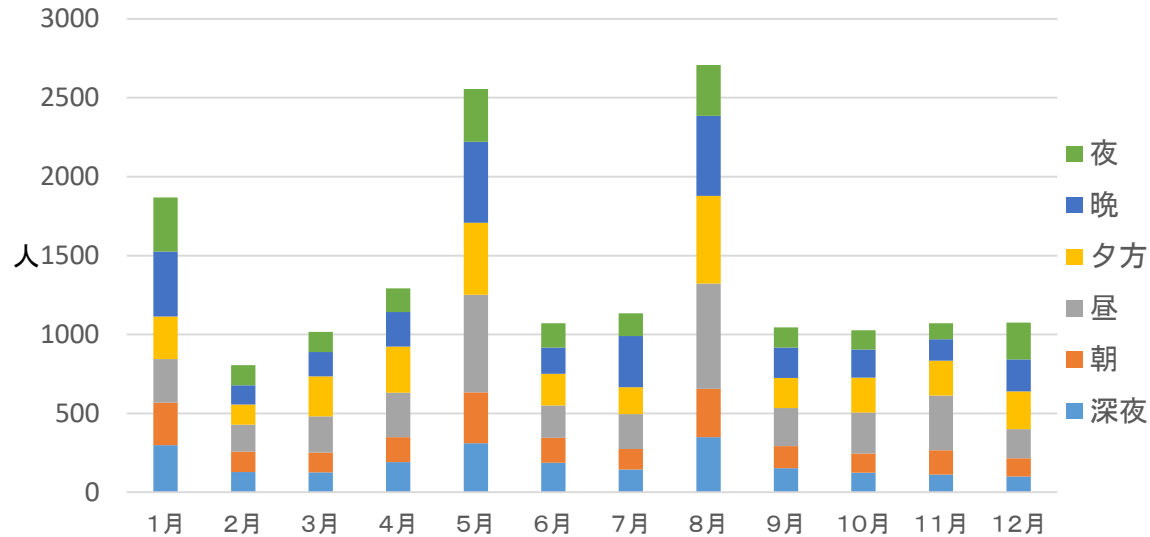


・入込客数が多い地域では、観光スポットが多く、イベント等が効果的にPRされ、県外客に知られている。



## 1-2 県外からつるぎ町を訪れた人はどの位？

(1) 県外からの入込客数(月別)



\* つるぎ町全体  
\* 全時間帯の総数

・つるぎ町は県外からの入込客数が地域別では非常に少ない。月別では8月、5月が多く、徳島県全体とほぼ同傾向である。

- ・土釜・鳴滝への県外入込客数は10人以下
- ・二層のうだつへの県外入込客数は10人以下



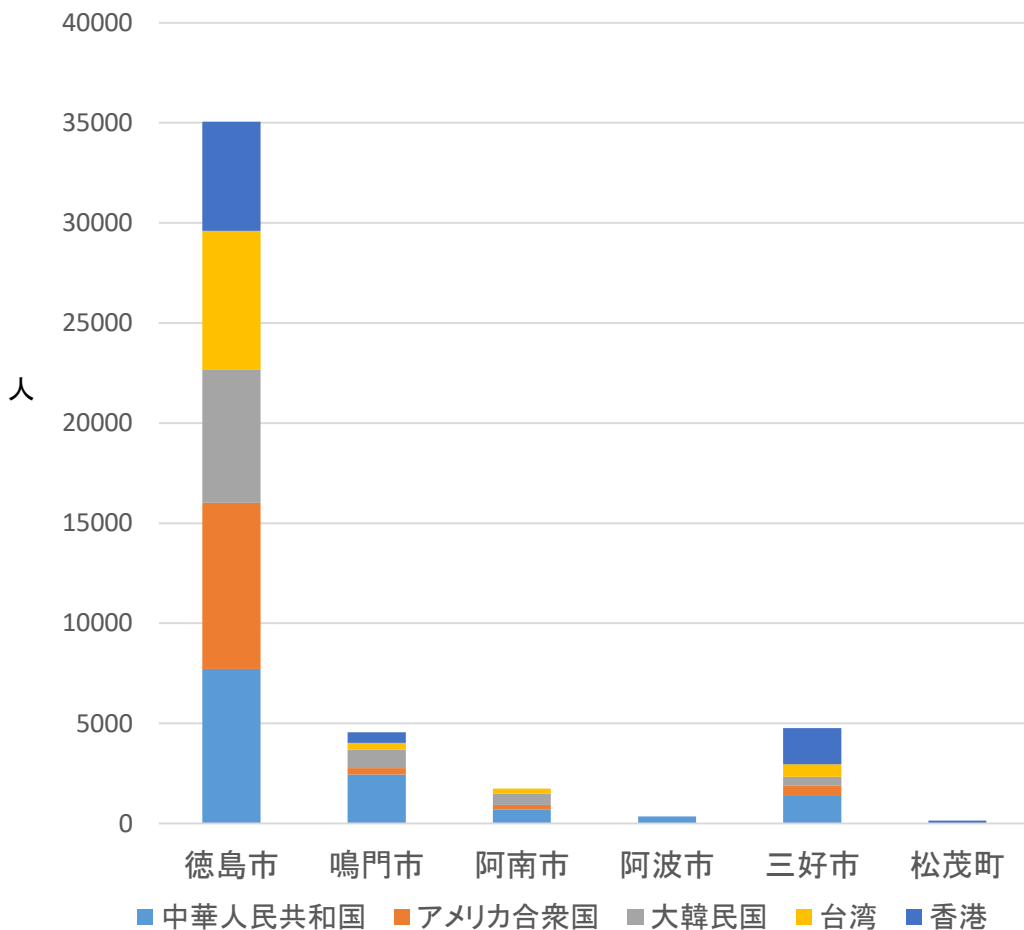
### 分析①

日本の原風景ともいえる山村風景や自然等、魅力ある観光スポットや文化財が点在しているので、**様々な方法でPR活動**を行うことが重要である。

つるぎ町が世界農業遺産に認定されたのをきっかけとして、**観光客UP**ができるのではないか。

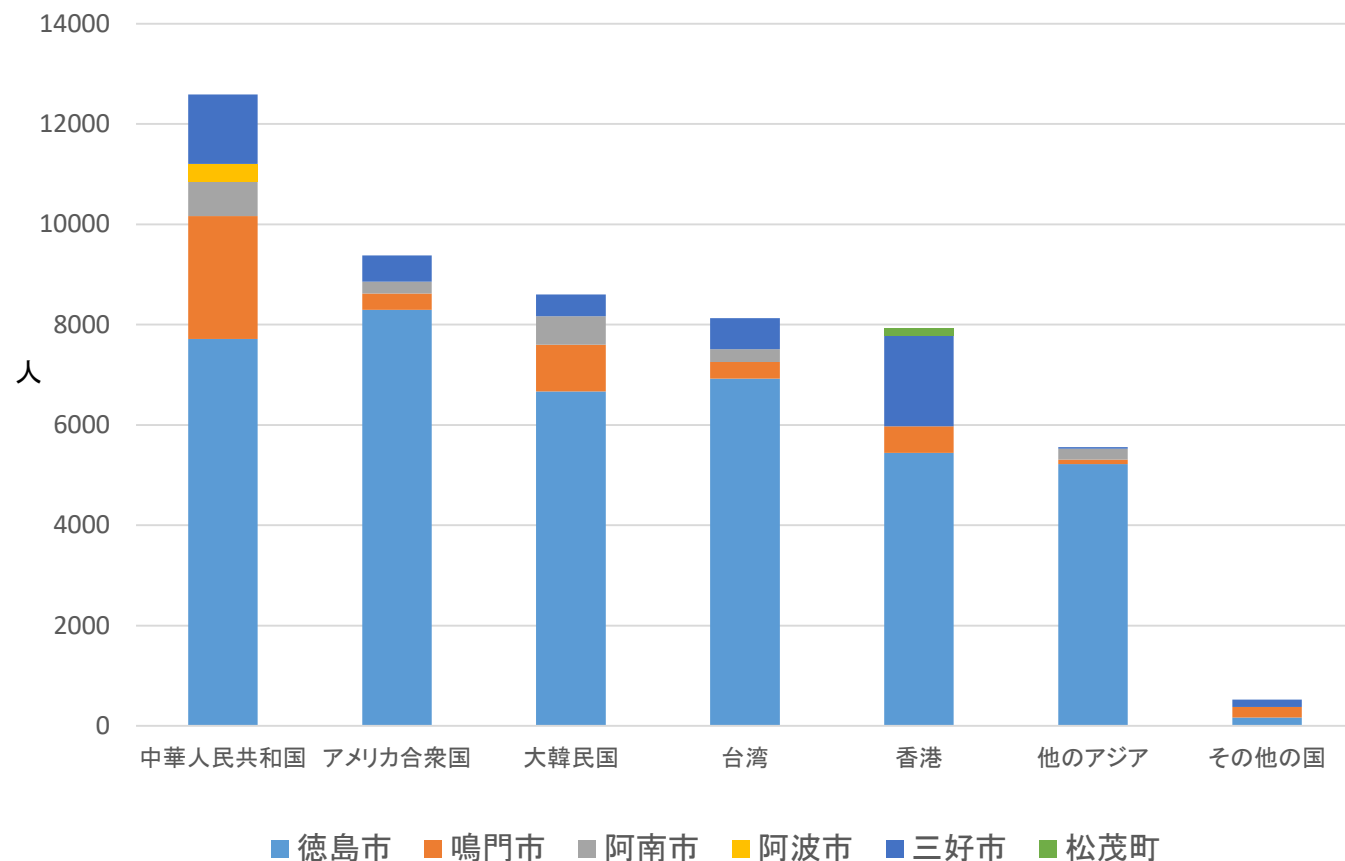
# 1-3 海外から徳島県を訪れた人はどの位？

## (1) 海外からの入込客数(地域別)



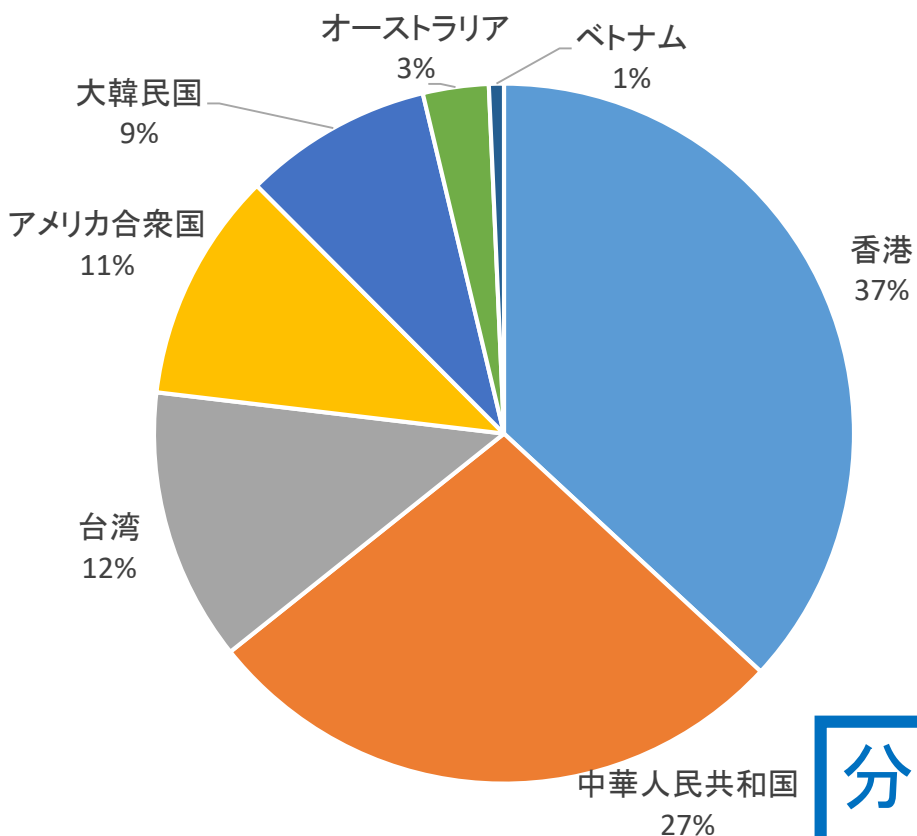
\* 徳島県全体  
\* 年間の総数

## (2) 海外からの入込客数(国・地方別)



\* 徳島県全体  
\* 年間の総数

### (3) 三好市の訪日外国人の 国・地方別比較



### (4) 海外からの入込客数より分析

- ・徳島市につぎ、三好市、鳴門市が多い。
- ・残念ながらつるぎ町はデータなし。
- ・県内全体では、中国、アメリカが多い。
- ・三好市では、香港、中国、台湾等アジアの国地方が多い。徳島空港、高松空港にアジア便が就航していることが要因になっていると考えられるのではないか。



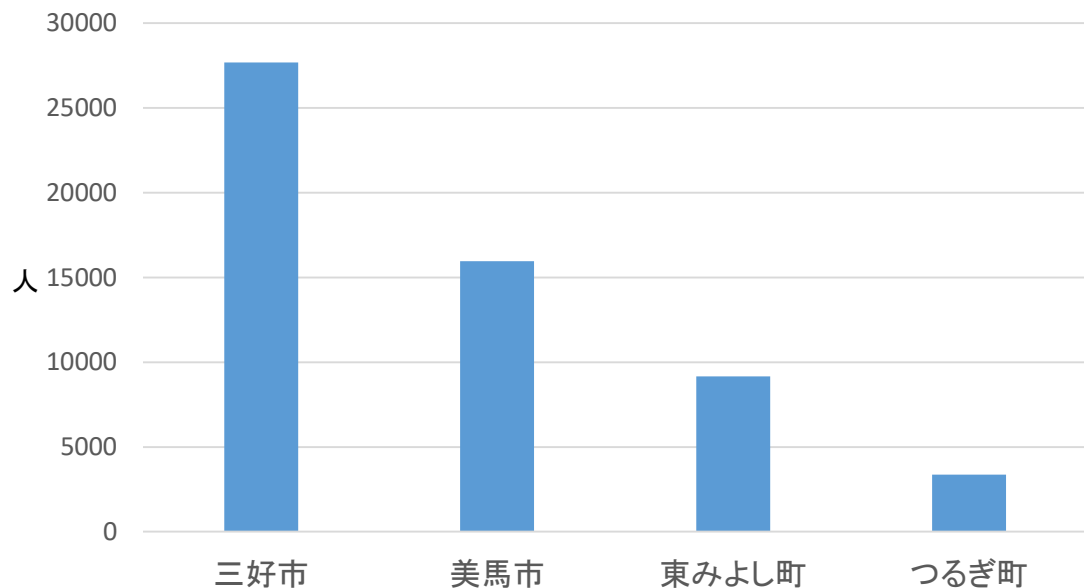
#### 分析②

にし阿波地域には、アジアの訪日外国人が多いと仮定し、**アジア人向けの効果的なアプローチ**が大切。

# 1-4 つるぎ町を訪れた県外入込客の状況

## (1)にし阿波地域の県外入込客数状況

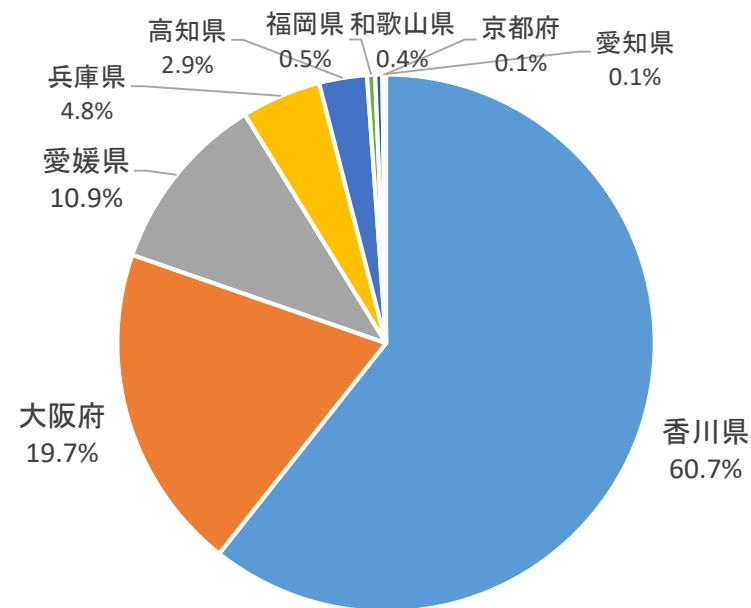
(美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町)



\* 年間の総数

・近隣の美馬市の入込客数は、つるぎ町の約5倍、三好市は約8倍である。

## (2) つるぎ町の入込客の在住県

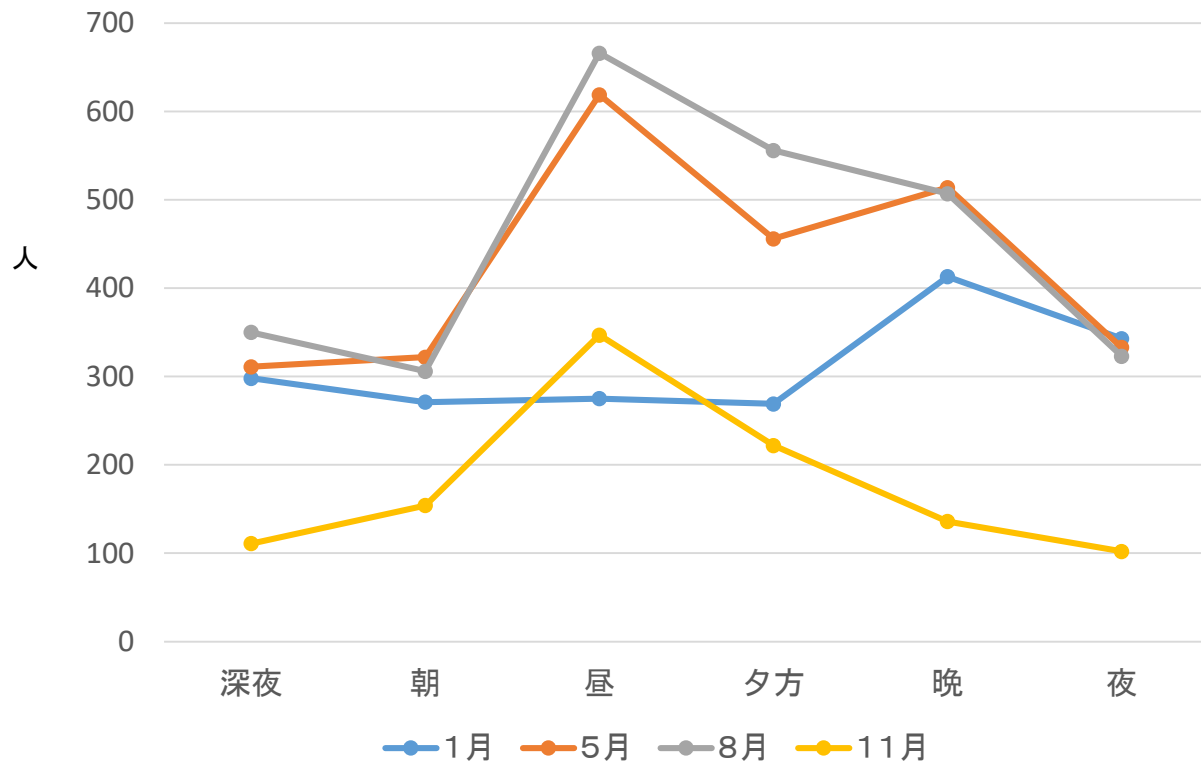


\* 年間の総数

・つるぎ町を訪れる人は周辺地域である香川県が最も多く大阪府、愛媛県の順に多い。



### (3) つるぎ町の県外入込客数の 時間帯別状況



\* 1月、5月、8月、11月の4カ月の状況

### (4) つるぎ町の県外入込客数の状況 より分析

・昼、夕方、晩の順に多く、夜、深夜、早朝が少ないのは宿泊客が少ないと考えられる。



#### 分析③

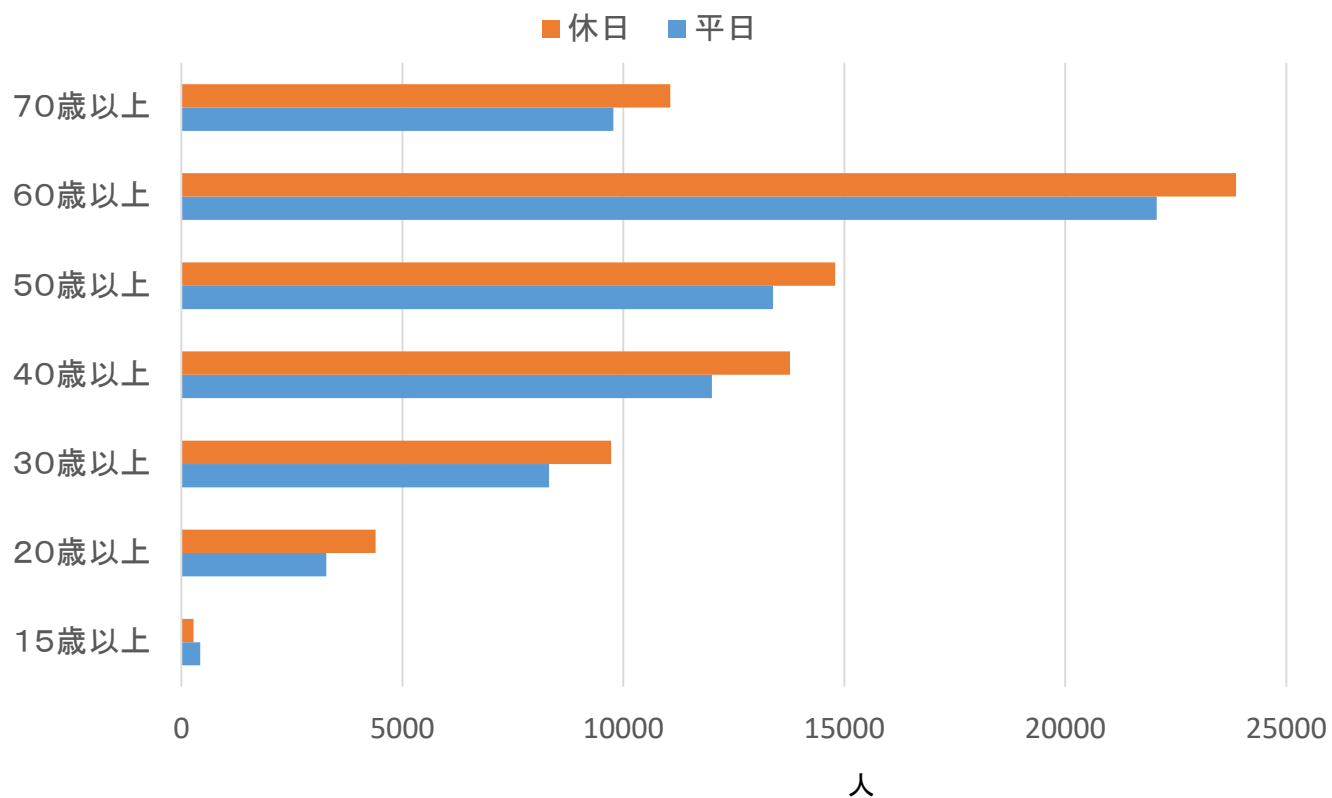
長時間の滞在ができるような  
観光プランがあると良い。

宿泊施設の拡充もできれば良い。  
周辺地域へのアプローチが有効。

つるぎ町を素通りせずに足を  
延ばして立ち寄ってもらえるプラン  
を提案する。

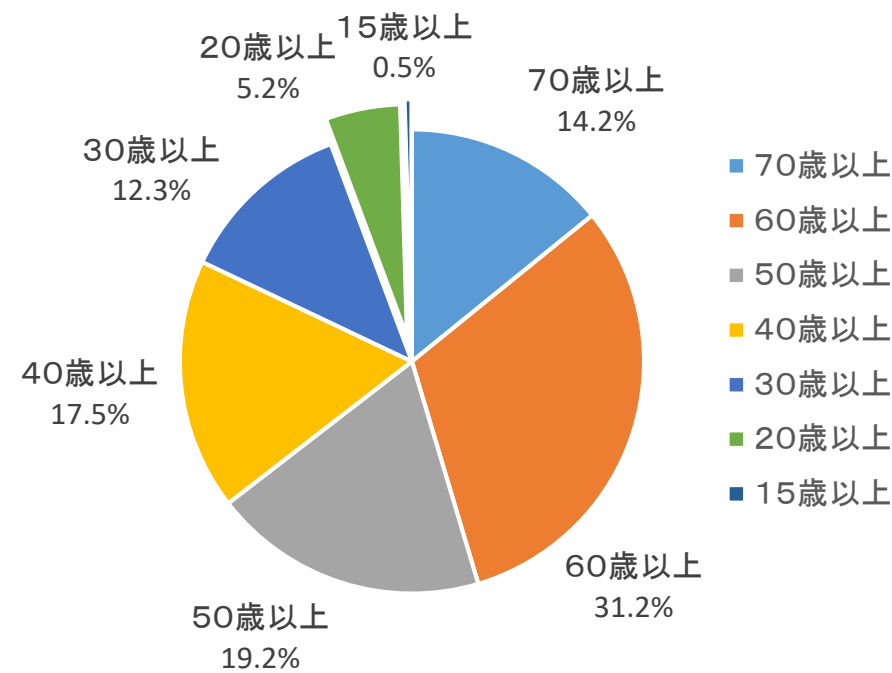
# 1-5 つるぎ町の滞在者の状況

## (1) つるぎ町年代別状況(月平均)



\* 滞在者の総数の月平均

## (2) つるぎ町年代別の構成



\* 滞在者の総数の月平均

### (3) つるぎ町の滞在者の状況より分析

- ・60歳以上、70歳以上の区分では、全体の45.7%を占め、高齢化の現状を顕著に示している。また、15歳以上、20歳以上の区分では、わずか5.7%である。
- ・20歳以上の区分では、平日を休日为上回っている。



#### 分析④

- ・高齢化が進み、10代20代の若者が非常に少ない。そのため、将来において持続可能なまちづくりが重要である。  
若者に、「つるぎ」に来てもらう、知ってもらう、体験してもらう「コト」を企画する。
- ・伝統文化の継承の方法を考えなくてはならない。

## 2 つるぎ町賑わいづくり・まちづくりに向けた解決策 (分析①～分析④より)

- (1) つるぎ町の魅力を斬新な方法でPRする
- (2) アジア人向けの効果的なアプローチ
- (3) 足を延ばしてつるぎ町に立ち寄ってもらえるプランの提案
- (4) 長時間滞在してもらえるプランの提案
- (5) 交流人口の増加から魅力あるまちづくりへ

## 2-(1)-① PR活動

- ・SNSを活用して世界へ魅力を発信するため、PR動画制作に取り組む。

### 『世界農業遺産の町「つるぎ」の魅力発信』 ～ポタリングに出かけよう～



そばの花畑をぶらり散歩



旧永井家庄屋敷の歴史に触れる



清流貞光川のほとり

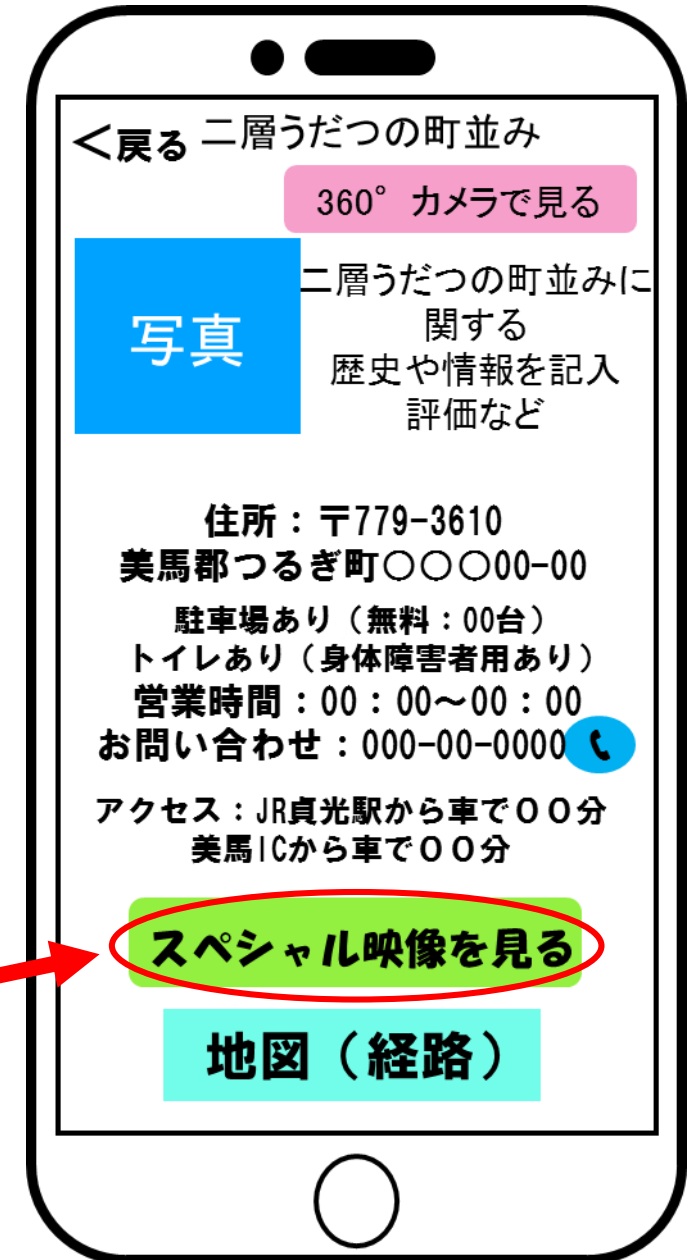
## 2-(1)-② 観光アプリの制作

例：観光施設をタップした場合



各メニューをタップすると  
詳細な情報を得ることができる

- ・360度写真でその場の雰囲気を確認できる
- ・その観光地に行くとスペシャル映像のバナーが出現する
- ・地図経路の表示や電話問い合わせが可能





# 〈観光アプリの特徴〉

- ・観光スポットの紹介。  
(見どころ、交通手段と所要時間、トイレの有無などの情報を提供)
- ・位置情報を利用し、スペシャル映像を視聴可能にする。
- ・スタンプラリーで、複数の観光スポットへ関心をもってもらおう。
- ・アプリの言語に英語の他、中国語を設定する。
- ・行きたい観光地を入力すると、自動的に最適なルートを表示しそのルート上のおすすめスポットも表示する。

## 2-(2) アジア人向けの効果的なアプローチ

- ・英語の他に中国語等でのポスターや看板を制作し、周辺の駅や道の駅など人の集まる場所に掲示する。
- ・観光アプリで英語の他、中国語等のアジア圏の言語を設定する。
- ・三好市や美馬市を訪れる海外の人に、つるぎ町に足を延ばしてもらえるプランを企画する。

## 2-(3) 足を延ばしてプラン

- ・ワンコメントPRで分かりやすく親しみやすいキャッチコピー  
(例1) 駐車場からいちばん近い名勝の滝「鳴滝」  
(例2) 橋から見える迫力の天然記念物「土釜」



鳴滝

- ・時間を設定したお勧めコース(観光アプリのメニューで設定)  
(例3) 貞光駅より 60分コース、90分コース、120分コース  
( 二層うだつ → おむすびころりん急傾斜、



そばの花咲く観光農園 → 鳴滝 → 土釜 )



土釜

- ・近隣の脇町とつるぎ町を組み合わせたプラン  
(例4) 脇町の「うだつの町並み」×つるぎ町の「巨樹ツアー」ランチ付き



## 2-(4) 長時間滞在プラン

### (例1) こんにゃく作り



(体験的な活動の例)  
きなこ飴作り、  
干し柿作り、  
豆腐作り、  
そば打ち体験等

### (例2) ドローンの撮影会と動画コンテスト



若者が興味を  
持つ新しい「コト」  
を呼び起こす

(例)

- 急傾斜地農耕の農業体験と農村民泊(都会の若者にもPRする)
- つるぎ町の食文化のメリットを活かした昼食の提供  
(半田そうめん、貞光食糧の鶏、栗尾商店の地元の食材スイーツ等)
- ポタリングプランの紹介(ゆったり贅沢な時間の使い方を提案)

## 2-(5) 魅力ある持続可能なまちづくりプラン

- ・観光客UPの企画(1)~(4)で交流人口を増やし、賑わいをおこす。
- ・地元食材を活用し、商品開発(雑穀パン等)を進め、新しいビジネスをつくる。
- ・特に若者へのアプローチが重要。そのために、つるぎ町を知ってもらい、誇りと愛着を感じてもらえるような「コト」をつくる。伝統文化の継承のため、体験学習、体験型観光を進める。

(例)つるぎのかるたづくり



旧永井家庄屋敷敷の  
白壁

れ  
きしを伝える



高低差**85**メートルは  
な  
る滝の  
県下一!

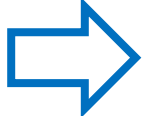
(例)有名人(歌手、米津玄師)の中継  
OR PV撮影



日本一のエノキをライトアップして、  
歌番組の中継またはPVの撮影をする



### 3 魅力ある持続可能なまちづくり

現状は交流人口が少ない・地元の高齢者のみが多い  町の人口減少

**まちづくり**

PR活動・観光アプリ  
アジア人向けアプローチ

交流人口増加

さらなる活性化策

若者の定着

町の観光産業等  
の活性化

**魅力ある持続可能なまちづくり**  
(「SDGs」を目指したまちづくり)