

室戸市ウェルネスシティ基本構想

令和5年3月

室戸市

はじめに

「室戸市ウェルネスシティ基本構想」は、変化を続ける社会情勢や市場のニーズに適応し、持続的に発展していくため、本市が有する自然や文化、施設等の資源を「ウェルネス」というキーワードのもとに整理し、優先的に取り組む課題を明確にすることで、「みんなが生き生きと活躍し、健康と幸せと豊かさを実感できるまち」づくりを着実に進めるためのビジョンと具体施策を記載しています。

私は「世界一健康づくりの楽しいまち」を掲げています。室戸海洋深層水を活用した「シレストむろと」や国際的に地質学的意義のある場所として、国内のみならず世界からも注目される「室戸ユネスコ世界ジオパーク」もありますが、本市の特徴でもある約53kmにわたる長い海岸沿いの道とその道中で見られる太平洋の穏やかな景色や観光施設、これらを「タラソテラピーロード」として、日本版タラソテラピー拠点となるよう、体も心も安らぐ健康づくりを楽しめる地域として、魅力的な室戸を創り続けていきます。

結びに、計画策定にあたりご意見いただきました「室戸市ウェルネスシティ基本構想」検討委員の皆様、ワークショップにご参加いただきました関連事業者の皆様に心より感謝申し上げます。

高知県室戸市長 植田 壯一郎

第1章	構想の策定にあたって	06
1.	構想策定の背景と目的	06
2.	構想の期間	08
3.	構想の位置付け	08
第2章	計画の基本方針	09
1.	「室戸市ウェルネスシティ」が目指す未来像	09
2.	構想の体系と重点施策の整理	13
第3章	ウェルネス資源を活かした市民の健康づくり	14
1.	施策立案の方法	14
2.	既存計画との関わり方の検討	15
3.	現状把握と課題のまとめ	20
4.	市民向けウェルネスプログラムの整備イメージ	21
5.	ターゲットごとのアプローチ整理	22
6.	具体施策	26
第4章	ウェルネス資源を活かした観光地づくり	37
1.	施策立案の方法	37
2.	現状と課題	40
3.	SWOT 分析	52
4.	ターゲットニング	54
5.	基本方針	72
6.	具体施策	76
第5章	ウェルネスシティに関わる施設整備	87
1.	ウェルネス産業に関わる既存施設	87
2.	具体施策	90

第6章	計画の推進に向けて	98
1.	推進体制	98
2.	進行管理の考え方（PDCA）	101

資料編

1.	室戸市ウエルネスシティ基本構想策定スケジュール	102
2.	室戸市ウエルネスシティ基本構想設置要綱	103
3.	室戸市ウエルネスシティ基本構想検討委員会名簿	105

第1章 構想の策定にあたって

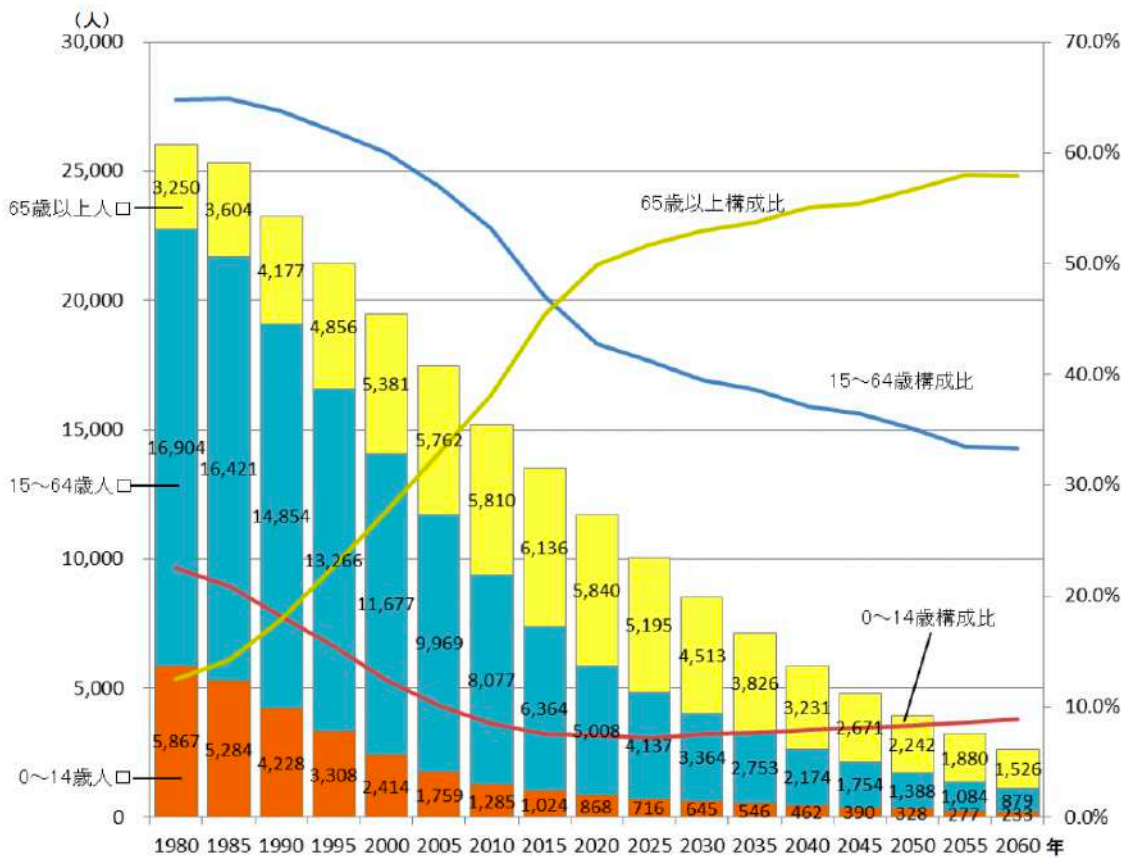
1. 構想策定の背景と目的

本市は、昭和 34（1959）年の市制発足以来、豊かな自然との共生を図りながら、漁業や農業等を中心に地域経済の発展に努めてきました。

しかし、基幹産業の一つである漁業の低迷や若者層を中心とした人口の流出等を背景に、人口の減少と少子高齢化が進み、ピーク時には 30,000 人を超えていた人口は、平成 27（2015）年の国勢調査では、半数以下の 13,000 人台にまで減少しました。

人口の減少はますます加速すると推測され、国立社会保障・人口問題研究所によると、出生率が現状で推移し、社会移動が一定に縮小する場合、令和 42（2060）年度には本市の将来人口は 2,375 人にまで減少すると推計されています。

【年齢3区分別人口および構成比の推移と推計】



年齢不詳を含まない。
2020年以降は、社人研推計による。

出典：「第2期室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略」

一方、室戸市を取り巻く環境・社会・経済の状況も変化しています。平成 27 (2015) 年には、2030 年までに世界が達成すべき持続可能な開発目標として「SDGs (Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標)」が国連にて採択され、日本でも企業や地方自治体、大学等で SDGs の達成に向けた積極的な取組が始まっています。

また 2030~2040 年に有望な新市場として、昨今「ウェルネス市場」が注目を集めています。「ウェルネス」とは、身体・精神の健康に加え、環境・社会の健康を基盤にして、豊かな人生をデザインしていくものとされており、心身の不調だけでなく、高次の欲求である自己実現、ウェルビーイングの実現といった領域もサービスの対象となります。日本での「ウェルネス市場」規模は、2030 年には約 89.6 兆円、2040 年に約 86.4 兆円となると推計されています。^{*1}

こうした世の中の動きに先立ち、独特の地形と地質をはじめとする自然環境に囲まれた本市は、美しい自然を守り、時には知恵と工夫を以って産業へと発展させ、これまでの歴史を歩んできました。

科学技術庁（現文部科学省）のアクアマリン計画でモデル海域に指定されていた室戸岬は、平成元（1989）年、我が国初の陸上での海洋深層水取水施設「高知県海洋深層水研究所」、平成 12（2000）年には取水・給水施設「室戸海洋深層水アクア・ファーム」をそれぞれ開設。現在でも水産や食品等、幅広く活用されています。平成 18（2006）年には、海洋深層水を体験できる施設として「シレストむろと」がオープンし、開業以来多くの方にご利用いただいています。

平成 23（2011）年には、「室戸ユネスコ世界ジオパーク」として認定され、国際的に地質学的意義のある場所として、国内のみならず世界からも注目される場所になりつつあります。

このほか、土佐備長炭の生産や海成段丘を活かした農業等、これまで本市が培ってきた産業や文化、そして唯一無二の自然環境は、SDGs の理念やウェルネスといった考え方との関連性が非常に高いものばかりです。

そこで、『室戸市ウェルネスシティ基本構想』は、変化を続ける社会情勢や市場のニーズに適応し、持続的に発展していくため、本市が有する自然や文化、施設等の資源を「ウェルネス」というキーワードのもとに整理し、優先的に取り組む課題を明確にすることで、「みんなが生き生きと活躍し、健康と幸せと豊かさを実感できるまち」づくりを着実に進めるためのビジョンと具体施策を示すことを目的とします。

^{*1} ディー・フォー・ディー・アール株式会社『消費トレンド 2040 市場予測』／令和 4 年 3 月

2. 構想の期間

本構想の期間は、令和5（2023）年度から令和7（2025）年度までの3年間とします。構想策定からの3年間でウェルネスシティの土台となる優先度の高い取組を推進するとともに、それらの進捗を評価します。また、本構想の上位計画にあたる『室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略』の令和6（2024）年度改訂に合わせ、本構想も方針の見直しを行ない、状況や情勢を踏まえて適宜軌道修正を行なっていきます。

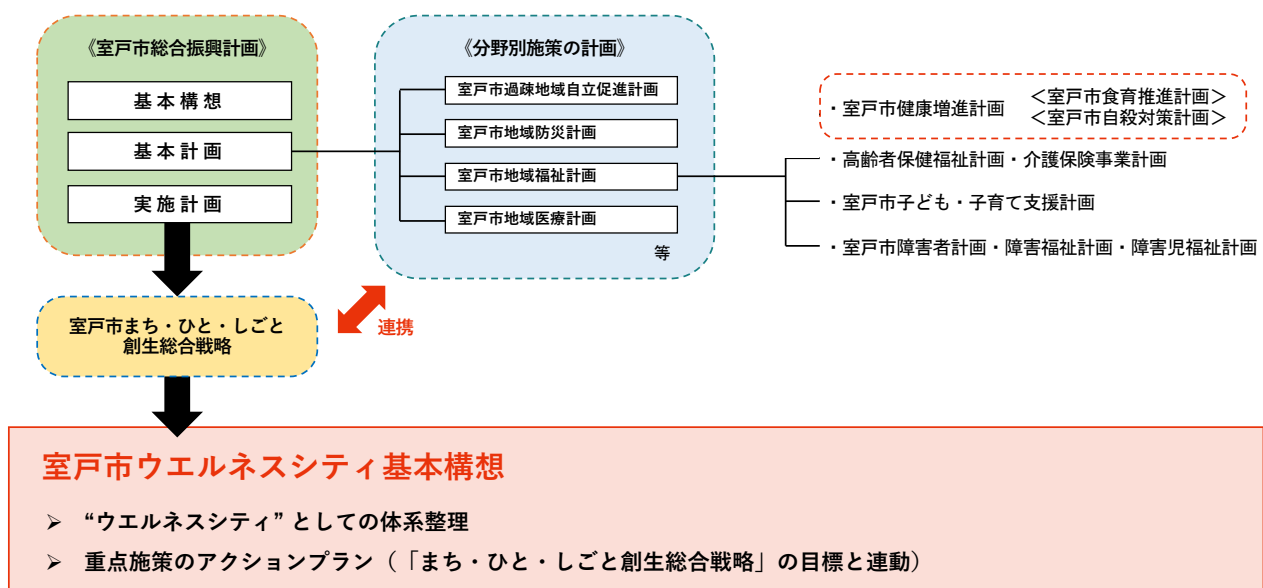
3. 構想の位置付け

室戸市は『室戸市総合振興計画』を令和3（2021）年度に策定し、将来のまちづくりや行財政運営を総合的かつ計画的に推進するための指針として、着実な歩みを進めています。同計画の中では、室戸市の将来像を「みんなが生き生きと活躍し、健康と幸せと豊かさを実感できるまち」として、前期4年、後期5年の基本計画を定めています。

また、令和2（2020）年度には、『室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略』を改訂し、令和2（2020）年から令和6（2024）年までを第2期として、さらなる取組を進めています。総合振興計画と総合戦略の関連性は強く、本計画において重要かつ優先的に実施する事業として位置づけています。

分野別施策としては、総合振興計画の基本施策に沿って各計画が策定されており、本構想に関連する計画には『室戸市健康増進計画』があります。

『室戸市ウェルネスシティ基本構想』は、『室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略』が示す重点施策のアクションプランとして、既に取組が始まっている事業も含め、“ウェルネスシティ”の体系に落とし込み、本市が重点的に取組む施策を整理します。



第2章 計画の基本方針

1. 「室戸市ウェルネスシティ」が目指す未来像

室戸市は、独特の地形と地質をはじめとする自然環境や、自然環境を活かした産業や文化、体験、施設等、さまざまな資源を有しています。

<室戸市が有する主なウェルネス関連資源>

名称	概要
室戸ユネスコ世界ジオパーク	面積 248.20km ² の室戸市全域が対象範囲で、日本では5カ所目となる世界ジオパークとして、平成 23 (2011) 年に認定された。新しい大地の形成や変動する地球のダイナミズムを実感でき、プレートテクトニクス理論を陸上で初めて実証した四万十帯（付加体）の地質や、地震隆起と海水準変動によって形成された海成段丘等、詳しい研究がなされている。
東西で変化する気候環境	年間を通じて温暖であり、亜熱帯性気候の性格を帯びている。太平洋にV字形に突出した日本八景の室戸岬を中心に東西 53.3km の海岸線を有しており、同じ日、同じ時間でも、東西で気候環境が大きく変化する。
室戸岬灯台	室戸岬のシンボルであり、青い空と海のはざまに立つ白亜の灯台は、明治 32 年以来、航海者たちの安全を照らす水先案内人として活躍している。室戸岬先端、標高 151m の山上にあり、レンズの大きさは直径 2m60cm と日本最大級。
天然記念物室戸岬亜熱帯性樹林および海岸植物群落	室戸岬の地形や暖流黒潮がもたらす温暖多雨で、しばしば暴風にさらされる厳しい気象条件が、ウバメガシから成る海岸植物群落に加え、当緯度では珍しいアコウやアオギリに代表される亜熱帯性樹林を成立させており、古くからその学術的な価値が評価されている。
四国遍路	四国八十八ヶ所を巡るお遍路は、日本のみならず世界的にも有名な巡礼路で、室戸では霊場第 24 番札所「室戸山明星院最御崎寺」、第 25 番札所「宝珠山眞言院津照寺」、第 26 番札所「龍頭山光明院金剛頂寺」が室戸三山と呼ばれる。
御蔵洞をはじめとする、空海ゆかりの地	室戸市には、弘法大師(空海)ゆかりの場所が数多く残っている。その一つが「御蔵洞」で、修行時のご住居として使われていたと伝えられる。
海底地形を活かした漁業	室戸市周辺の海域は、海底地形が急に深くなっているため、栄養塩の豊富な海洋深層水が湧き上がる好漁場となっており、大型定置網を中心とした漁業が盛ん。

室戸海洋深層水および関連施設	光の届かない深海の流れが、室戸沖の陸棚にあたり、海面近くへ上昇する「湧昇流」に乗って運ばれ、海洋深層水として取水される。海の上層にある表層水に比べ、無機栄養に富み、温度変化が少ない等のさまざまな特徴を持ち、市内には「室戸海洋深層水アクア・ファーム」をはじめ、複数の関連施設が存在し、室戸市の基幹産業の一つになっている。
シレストむろと	室戸市最大のウェルネス資源である「室戸海洋深層水」を体験できる健康増進施設で、水中運動ができる海洋深層水の温水プールやサウナ、ホットタブや露天風呂等がある。
室戸ドルフィンセンター	イルカとのふれあいを通して、人生をより良く、心身ともに健康になれる体験を提供している。
サーフィン、シーカヤック等のアウトドアアクティビティ	国立室戸少年自然の家をはじめ、アウトドアアクティビティが各所で提供されている。サーフィンの名所とも言われる。
土佐備長炭の生産	山の斜面に生えるウバメガシ（馬目樫）を炭材として使用して製造する土佐備長炭は、室戸の特産品であり、100年以上の歴史を持つ。
段ノ谷山天然杉群	段ノ谷山周辺には、幹周り 10mクラスの天然杉の巨木が 30本以上生育しており、躍動する個性的な大杉を見ることができる。
吉良川のまちなみ（重要伝統的建造物群保存地区）	白壁や水切り瓦の建物といしぐろ等により形成されたまちなみで、国の文化財である「重要伝統的建造物群保存地区」に選定されている。
祭り等の伝統文化	市内の各地で、古くから数多くの祭や伝統行事が受け継がれている。地域によって特色があり、「シットロト踊り」のような伝統芸能も存在する。
海成段丘を活かした農業	平野部が少ない室戸では、隆起した地形の海成段丘をうまく活用したさまざまな農業の風景を見ることができる。海からの潮風と栄養豊富な赤土で育まれる濃厚な味が特徴。
海山のグルメ	土佐捕鯨発祥の地として古くから親しまれてきた鯨料理、ご当地グルメ「キンメ丼」、伝統野菜やフルーツ等、山の幸も海の幸も楽しめる。

特に観光振興においては、室戸世界ジオパークを中心に、自然資源や歴史・文化資源、施設等を活用したプログラムの提供やツアーの造成を行なってきました。

一方、近年「ウェルネス」や「ウェルビーイング」といった言葉が注目を集め、身体・精神の健康に加え、環境・社会の健康を基盤にすることで豊かな人生をデザインし、自己実現していくことが重視される時代が来ています。それに加え、令和 7（2025）年開催予定の大阪万博による波及効果やインバウンド需要と、変化を続ける社会情勢や市場ニー

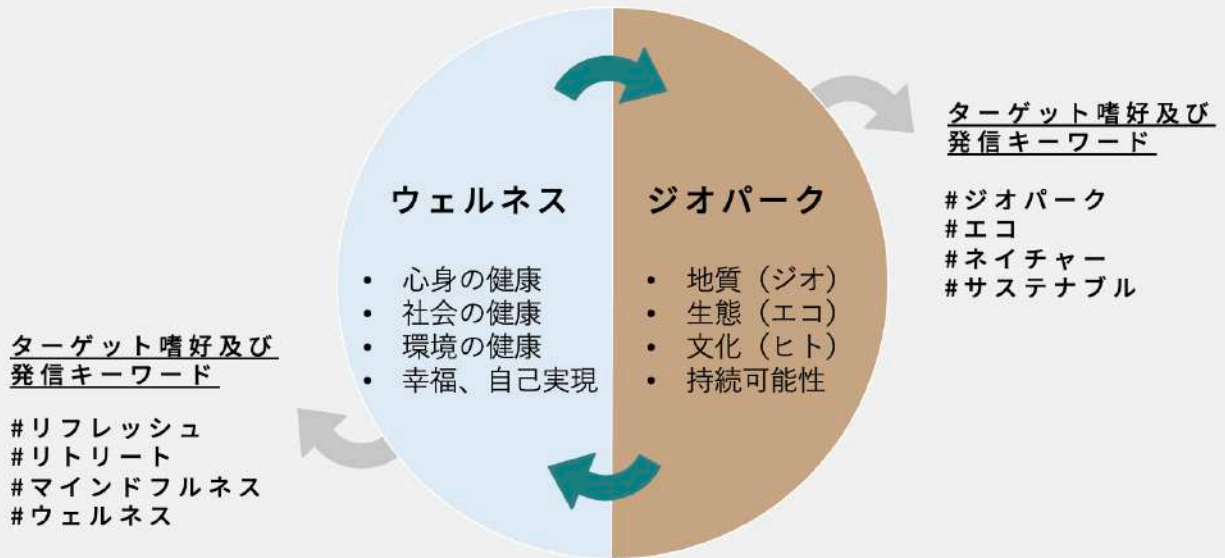
ズに適応し、持続的に発展していくために、本市が有する自然や文化・施設等の資源を最大限に活用し、多面的な発信を行なうことが求められています。

今後、社会の変化に適応し、他地域と比べても選ばれるまちになるためには、【社会情勢】と【地域資源】、そして室戸ならではの【独自性】を掛け合わせ、これまでとは異なる視点を備えたプログラムや施設の整備、人材の育成、プロモーションを通して、新たな交流人口・関係人口を掘り起こし、持続可能な地域づくりを推進していく必要があります。



そこで本構想では、地域に残る地質・自然・文化遺産を守りながら地域の教育とツーリズムに活かす「ジオパーク」と、地域資源を心身の健康づくりや地域社会の健康へ繋げる「ウェルネス」の両者がそれぞれ恩恵を受けあい、循環していく仕組みを形成していくことを目指します。

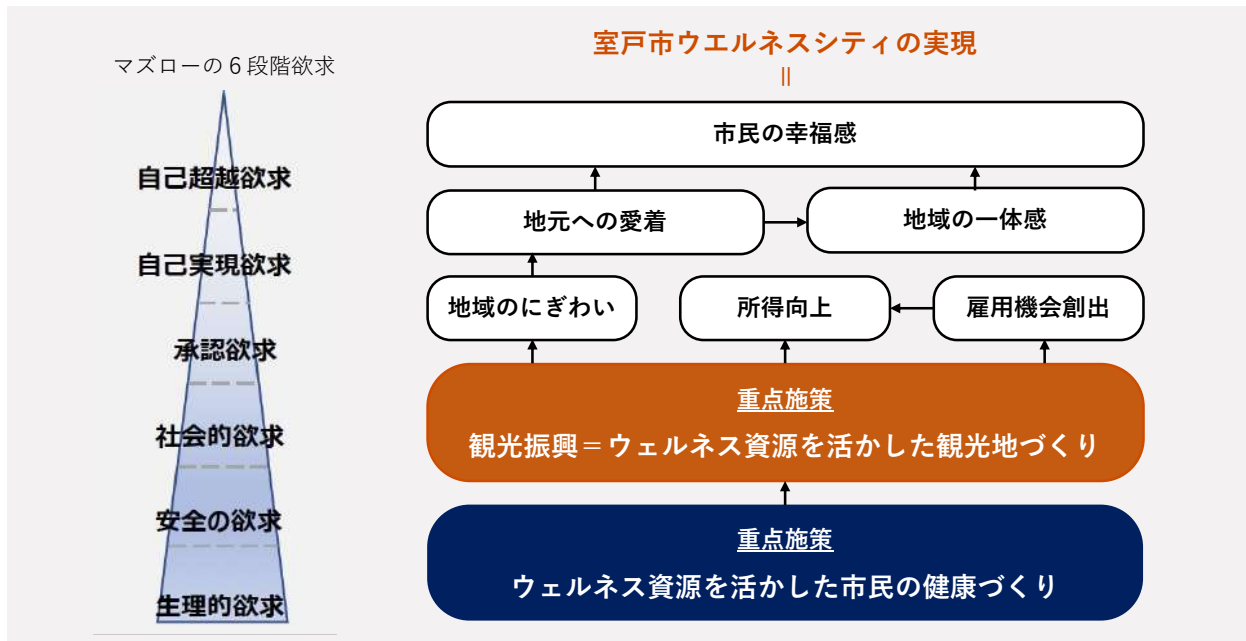
ジオウェルネス室戸
- 大地のエネルギーを生きる力に -



2. 構想の体系と重点施策の整理

『室戸市総合振興計画』において、本市は将来像を「みんなが生き生きと活躍し、健康と幸せと豊かさを実感できるまち」と掲げています。室戸市ウェルネスシティの推進にあたってこの考えは共通であり、市民の幸福感（Well-being）の根底には、生理的欲求、安全の欲求、そして社会的欲求が満たされることが土台にあります。

本構想では、①ウェルネス資源を活かした市民の健康づくり、②ウェルネス資源を活かした観光地づくりの二点を重点施策として、室戸市民にとっても、室戸市を訪れる人にとっても、「健康と幸せと豊かさを実感できるまち」の実現を目指していきます。



なお、二点の重点施策はそれぞれ独立するものではなく、目指す方向を共にし、ハードとソフトを相互に連携・共有しながら、一体となって施策を推進していきます。

ビジョン		ジオウェルネス室戸 - 大地のエネルギーを生きる力に -	
重点施策	ウェルネス資源を活かした市民の健康づくり	ウェルネス資源を活かした観光地づくり	
実行組織	保健介護課 / 地域医療対策課 高知大学 / その他連携団体 等	観光ジオパーク推進課 / 観光協会 商工会 / 観光関連事業者 / 大学 / 企業 等	連携
ハード整備	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 室戸ウェルネスの中核施設としての「シレストむろと」の整備 ✓ 海岸線を活用した「タラソテラピーロード」の整備 ✓ 既存ウェルネス施設の活用 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ インフラの整備 など 	
ソフト整備	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各種健康プログラム ✓ オリジナルヘルシーメニューの開発 ✓ 地域共創の実践 など 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ウェルネスプログラムを提供する人材の育成 ✓ 体験滞在型プログラムの造成 ✓ インバウンド強化 など 	

第3章 ウェルネス資源を活かした市民の健康づくり

1. 施策立案の方法

本施策の策定にあたって、ウェルネスと関連性の高い既存計画の調査および関連部署・機関へのヒアリングをもとに、現状把握と課題の洗い出しを行い、具体施策を検討しました。



既存計画の調査

- 『室戸市総合振興計画』令和3年度～令和11年度 室戸市まちづくり推進課
- 『第2期室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略』令和2年度～令和6年度 室戸市まちづくり推進課
- 『世界一健康づくりが楽しめるまちづくりプロジェクト（地方創生推進交付金対象事業）』令和2年度～令和5年度 室戸市保健介護課
- 『室戸市健康増進計画』平成31年度～令和5年度 室戸市保健介護課
- 『SAWACHI型健康社会共創拠点事業』令和3年度～令和4年度 室戸市地域医療対策課

関連部署・機関へのヒアリング

- 室戸市まちづくり推進課
- 室戸市地域医療対策課
- 室戸市保健介護課
- 高知大学医学部

2. 既存計画との関わりを検討

(1) 室戸市総合振興計画 令和3年度～令和11年度

市の行政計画の最上位に位置付けられる本計画では、まちの将来像を「みんなが生き生きと活躍し、健康と幸せと豊かさを実感できるまち」と定めています。概念図には、室戸市が有する「自然・資源」「産業」「歴史・文化」「コミュニティ」という環境の中で、市民一人ひとりが生き生きと活躍し、健康と幸せ、そして豊かさが実感できることが示されています。この中で「ウェルネス」という言葉は使われていませんが、その概念はウェルネスの定義^{*2}と一致しています。



「室戸市総合振興計画」基本構想で示される将来像概念図

「ウェルネス」が意味する自己実現、人生の豊かさは高次の欲求であるため、あらゆる要素が複雑に絡み合って創出されるものですが、本構想で重点施策としている「市民の健康づくり」「観光地づくり」と関連が深い項目としては、基本目標 1-(5)「観光の振興と移住・交流の推進」、基本目標 2-(1)「健康づくり」等が挙げられます。



「室戸市総合振興計画」基本目標 1-(5)



「室戸市総合振興計画」基本目標 2-(1)

こうした目標及び計画のもと、「実施計画」として『室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略』が定められています。

(2) 第2期室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略 令和2年度～令和6年度

本戦略は、「室戸市人口ビジョン」で示した人口の将来展望を実現するために必要となる施策をまとめたもので、人口減少の克服と地方創生の実現を目的として、重要かつ優先的に実施する戦略として位置付けられています。

本構想で重点施策としている「市民の健康づくり」「観光地づくり」と関連が深い項目としては、基本目標 2「ジオパーク等地域資源を活かし、国内外から新しい人の流れをつくる」、基本目標 4「安心して暮らすことのできる、人にやさしいまちづくりの推進」が挙げられます。

基本目標 2	ジオパーク等地域資源を活かし、国内外から新しい人の流れをつくる	
<p>室戸ユネスコ世界ジオパーク等の地域資源を活かした体験型観光等の推進や観光関連施設整備の充実に取り組むとともに、首都圏等に在住する室戸市に関わりがある人やふるさと納税寄附者等から応援してもらえる仕組みづくりの構築、移住者の受入環境の整備等に取り組むことで、室戸市に新しい人の流れをつくり、交流人口の拡大、関係人口の創出・拡大及び移住の促進を図る。</p>		
数値目標	基準値	目標値 (R6)
観光入込客数	62 万人 (R 元)	80 万人/年
移住者数	20 人 (R 元)	50 人/年 (5 年間で 250 人)

基本目標 4	安心して暮らすことのできる、人にやさしいまちづくりの推進	
<p>高齢者や障がい者を含むすべての市民が安心して生涯暮らせるまちづくりを目指して、加速化する高齢化社会に対応した生活環境づくりや地域住民の健康と生命を守るためのイノベーション（改革）の創出、医療福祉の充実を推進し、市外への人口流出の抑制を図る。</p> <p>また、各地域で地域コミュニティを形成し、だれもが互いに助け合う活動や集落活動センター事業などを通して誰もが参加できる地域活動の充実を図ることによって、人にやさしいまちづくりを推進する。</p>		
数値目標	基準値	目標値 (R6)
これからも室戸市に住みたいと思う人の割合	52% (H29)	60%

こうした戦略のもと、各事業や分野別施策が展開されています。

(3) 室戸市健康増進計画

本計画は、市民一人ひとりが、健康について自らが気づき、考え、行動するために、何をどのように取り組んでいくかを分野別に示し、数値目標を定め、推進することを目的に、2つの基本目標と7つの計画が策定、展開されています。

2つの基本目標

1. 健康寿命の延伸
2. 生活習慣病の発症及び重症化予防の徹底

計画の展開

1. 栄養・食生活（室戸市食育推進計画）
2. 身体活動・運動
3. 喫煙
4. 飲酒
5. 歯・口腔の健康
6. 生活習慣病の予防と健康診査・がん検診
7. 休息・こころの健康（室戸市自殺対策計画）

このうち計画2「身体活動・運動」についてみると、運動習慣がある人の割合が高知県平均41.5%に比べ、室戸市平均39.1%と下回っており、生活習慣病の予防や高齢者の介護予防のためにも、自分の体力に合った運動を継続していくことが重要とされています。市は「運動習慣のある人の割合」の目標値を令和4（2023）年度時点で50%と掲げ、健康教室等の取組を展開しています。

(4) 世界一健康づくりが楽しめるまちづくりプロジェクト 令和2年度～令和6年度

本プロジェクトは、『第2期室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略』で設定したKPI（特に目標2、4）を達成するため、具体的に事業を推進するものとして位置付けられています。

事業概要および具体施策

① 健康プログラム（とことこ事業）

株式会社タニタヘルスリンクのアプリを活用。市民一人ひとりの体を「はかる」→「わかる」→「気づく」→「かわる」と“見える化”することにより、健康意識を高め、健康増進のモチベーションを維持し、楽しみながら継続できる健康づくりの仕組みを構築してい

る。また市内に数か所の計測スポット（体組成計）を設置し、「体重」「筋肉量」「BMI」「内臓脂肪レベル」等を記録し、アプリ内の『からだカルテ』と連携している。

② 健幸ポイント事業（とことこポイント事業）

株式会社タニタのアプリもしくは活動量計を使用。健康づくりの努力・成果それぞれに応じて健幸ポイント（とことこポイント）を付与し、ポイントを貯めると市内施設で使える商品券等と交換することができる。

③ 食教育

株式会社タニタの管理栄養士が監修し、市内の飲食店等と連携してオリジナルヘルシーメニューを開発。主食(ご飯)、主菜、副菜2品、汁物の定食メニューで、栄養バランスの配慮や野菜の切り方の工夫等がされている。オリジナルヘルシーメニューを食べると、健幸ポイント（とことこポイント）が付与される。

④ 笑いで健康

お笑い芸人を招いたイベントや講演を定期的で開催している。

⑤ 「健康」をキーワードにした観光コンテンツの開発

令和5（2023）年1月時点では、まだ取組が実施されていない。

⑥ 健康住宅の推進

高齢者家庭での温度と血圧計測や住居の温熱環境、衛生環境を、実証実験にて検証を行っている。

⑦ タラソテラピーロードの整備

令和5（2023）年1月時点では、まだ取組が実施されていない。

⑧ 県内外への情報発信

令和5（2023）年1月時点では、まだ取組が実施されていない。

ヒアリングから示唆される各施策の課題

① 健康プログラム（とことこ事業）

健康プログラムの参加者は令和3年度時点で目標650に対して実績227と、当初見込みより少ない。また参加者数は年々増えている一方で、運動習慣にあまり改善は見られておらず、もともと運動習慣があった市民の参加が多いと推察され、集客面に課題がある。

② 健幸ポイント事業（とことこポイント事業）

60～70代の参加者はウォーキングが習慣化しているが、若い世代は歩数・ポイントが伸び悩んでいる。また利用者アンケートから、「モチベーションを維持」することが難しいという声があるため、時期を問わず歩きたいと思わせる工夫が求められる。

③ 食教育

調理基準が厳しいため、作業工程に時間がかかり、現状は参加店舗が少ない。また参加した4店舗中3店舗が、新型コロナウイルス感染拡大の影響でレストラン部門を休止しており、実質定期的に提供できているのが「喫茶うみがめ」のみとなっている。またとことこポイント事業の参加者以外にはあまり知られておらず、認知にも課題がある。

④ 笑いで健康

参加者が高齢者と限定的で、集客に課題がある。どのように健康と結び付けて市民に周知していくか、また定期的な開催に繋げていくための取組も必要になっている。

⑤ 健康住宅の推進

検証後、推進には至っておらず、実証実験結果を踏まえた課題の洗い出しと具体施策の検討が必要である。

総括

以上のように、多様な取組を行なっているものの、それぞれが点での活動になってしまっており、連携できていない。また、室戸市のウェルネス資源（体験含む）を市内利用だけでなく観光にも繋げることができていない。市外向けにも施策を展開することで、「健康づくりが楽しめるまち」としてのブランディングを強化し、翻って市内の需要が喚起されるような循環が生まれることが理想的な状態と言える。

(5) 高知大学との連携

高知大学と本市は、平成 17（2005）年に「連携事業協定」を締結して以来、地域の医療課題解決に向けた取組を協働して行なっています。令和 3（2021）年 3 月には、医学部との覚書を締結し、高齢化先進地である室戸をフィールドに、産官学が連携して医療分野における地域共創を実践する「SAWACHI 型健康社会共創拠点事業」を 2 カ年で展開。室戸市の課題をもとに研究テーマが複数設定され、医療分野における課題の発見から解決に向かうための体制整備までを一気通貫で行なってきました。今後も連携を継続して、事業を推進していきます。

3. 現状把握と課題のまとめ

前項で述べたように、市民の健康づくりに関する既存の取組については、「守りの健康」とも言えるホットラインや医療体制は整備が進められているものの、能動的に健康づくりに取組む「攻めの健康」については、参加者に偏りが見られ、点での活動になってしまっている等、取組が十分行われているとはいえません。

また、室戸ならではのウェルネス資源を活用した市民の健康づくりにあたっては、室戸海洋深層水を活用した健康増進施設「シレストむろと」が整備後 16 年を経過し、大規模な改修が必要となる中、社会情勢を踏まえたニーズに対応し、より多くの市民の利活用を促す施設となるよう、施設のあり方を見直した計画の策定が求められています。

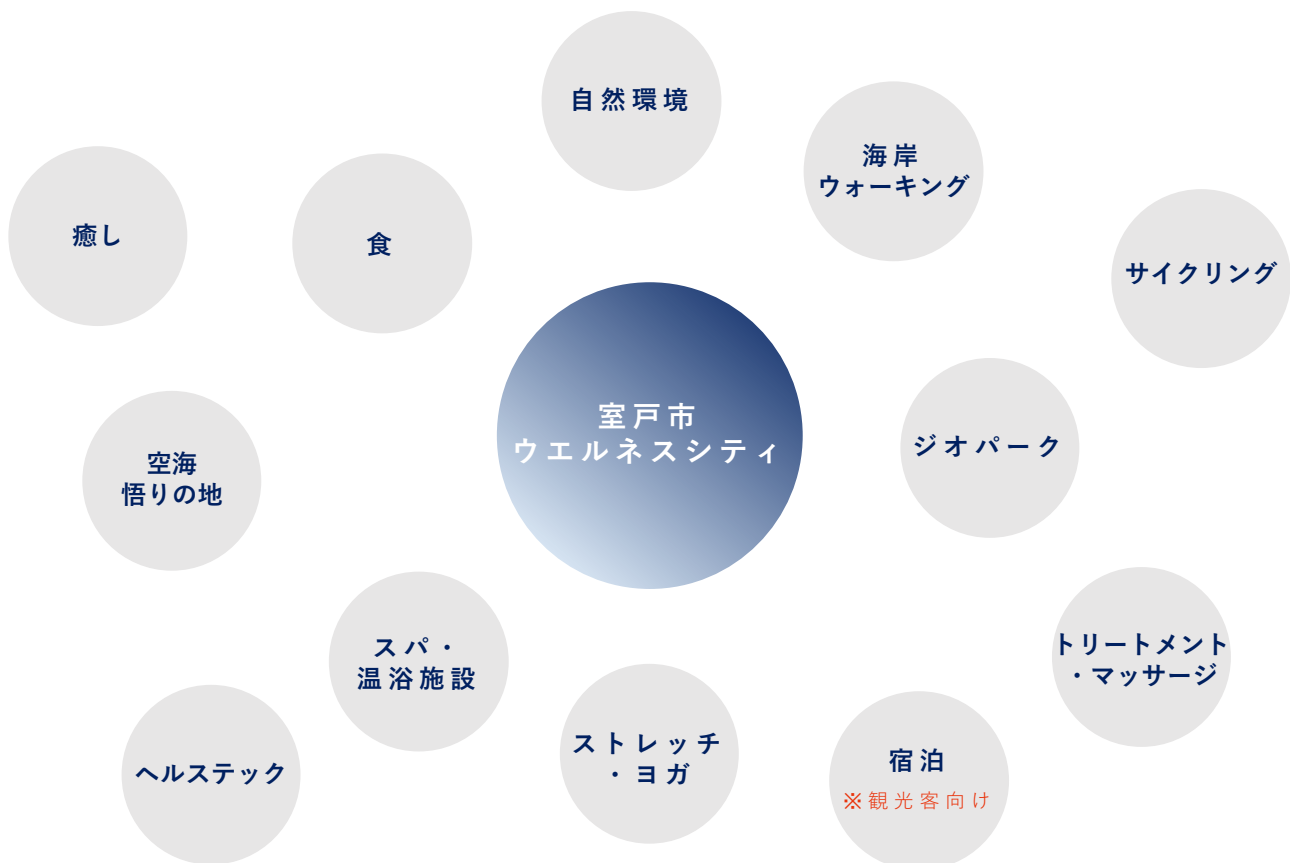
*2 近年の定義としては「身体の健康、精神の健康、環境の健康、社会的健康を基盤にして、豊かな人生をデザインしていく、自己実現」が提唱されている（荒川雅志(2017). ウェルネスツーリズム～サードプレイスへの旅, フレグランスジャーナル社）

4. 市民向けウェルネスプログラムの整備イメージ

ウェルネスプログラムを構成する要素としては、自然環境やジオパークはもちろん、ウォーキングやサイクリングといった体験・アクティビティ、スパやトリートメントといったリラクゼーション、食事等が挙げられます。

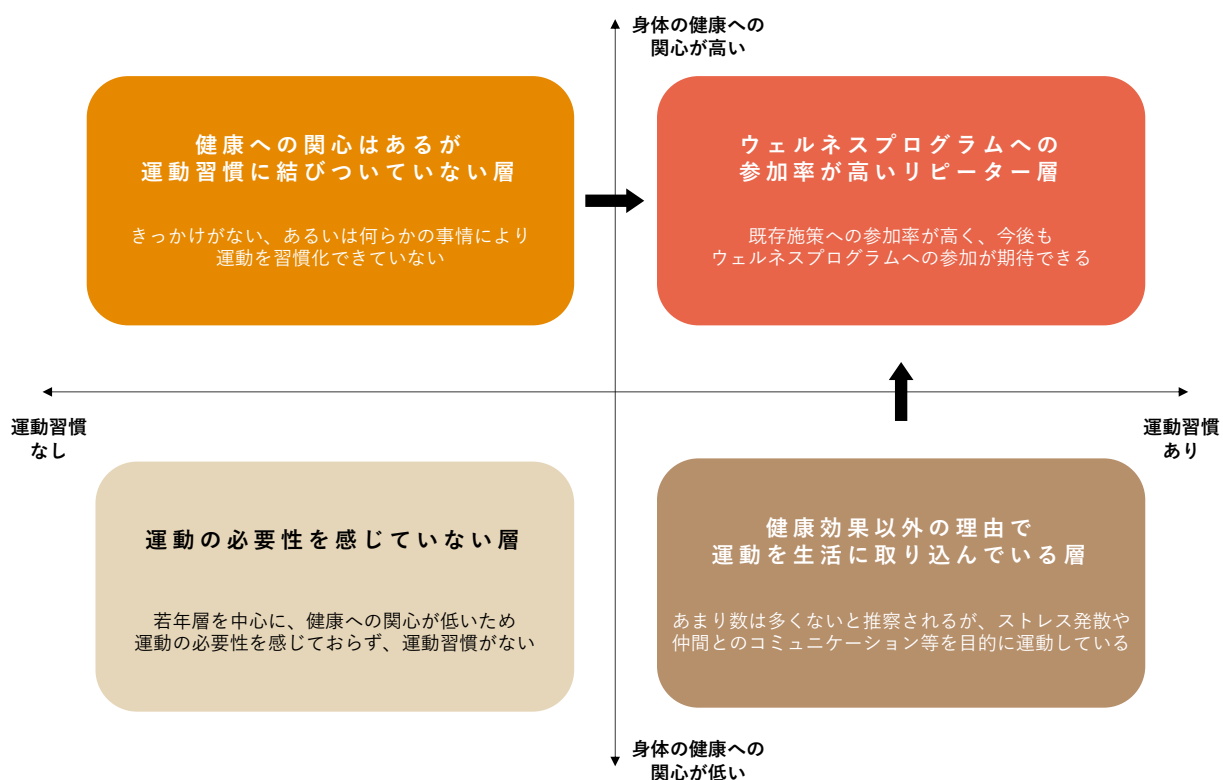
これらの要素が互いに連携し、共通の目標を持ってウェルネスシティ構想に取り組むことで、相乗効果が期待できます。

ウェルネスプログラムを構成する要素（一例）



5. ターゲットごとのアプローチ整理

第3章3項で挙げた課題の中で、既存事業への参加者に偏りが見られたことから、市民の嗜好や特性に合わせたアプローチを検討するため、「身体への健康への関心の高さ」「運動習慣の有無」の二つの指標で参加者を分類し、ターゲットごとのアプローチ方針を整理しました。



① 【身体への健康への関心：高】 × 【運動習慣：有】

ウェルネスプログラムへの参加率が高いリピーター層

むろと健康づくりとことこ事業等の既存プログラムへの参加率が高く、今後ウェルネスプログラムを展開する際にも参加が期待されます。既存事業との接点があるため、プログラム開始時の周知も比較的容易であり、他の層より先行してプログラムを実践する、いわば旗振り役となっていたいただきたい存在です。

アプローチ方針

- インセンティブの提供
- モチベーションを維持できる仕掛け

② 【身体への健康への関心：高】 × 【運動習慣：無】

健康への関心はあるが運動習慣に結びついていない層

健康に対する関心は持っているが、健康プログラム等に参加するきっかけがない、あるいは仕事や家庭といった何らかの要因により運動を習慣化できていない人は、年代を問わず多いのではないのでしょうか。この層は、きっかけさえあればウェルネスプログラムに参加してくれる可能性が比較的高く、もっとも参加を促しやすい層と言えます。

アプローチ方針

- きっかけの提供
- 参加ハードルを下げる仕組み
- インセンティブの提供

③ 【身体への健康への関心：低】 × 【運動習慣：有】

健康効果以外の理由で運動を生活に取り込んでいる層

あまり数は多くないと推察されますが、身体への健康効果以外の理由、たとえばストレス発散やリフレッシュといった心の健康への効果や、仲間とのコミュニケーション等を主目的として、定期的な運動を行なっている層です。運動習慣があるため健康リスクは比較的少ないですが、ウェルネスプログラムに参加してもらうことで、産業としての盛り上がりが期待されます。

アプローチ方針

- 健康効果に関するエビデンスの提示
- 「身体の健康」以外のベネフィット提供（コミュニティ形成等）

④【身体の健康への関心：低】 × 【運動習慣：無】

運動の必要性を感じていない層

身体の健康への関心が低く、そもそも運動の必要性を感じていない人や、健康の優先度が低いために運動習慣がない人は、若年層を中心に一定数存在すると考えられます。プログラム参加には時間がかかるかもしれませんが、ウエルネスシティとして市全体で取り組んでいくためには、決して置き去りにしてはいけない層です。

アプローチ方針

- プログラム・サービス提供者としての関与（産業として関わりしるを増やす）

ターゲットごとのアプローチ方針

ターゲットの分類 【上：健康への関心】 × 【下：運動習慣】	アプローチ方針	具体施策	
		内容	該当施策
健康への関心 高 い × 運動習慣 有 り	<ul style="list-style-type: none"> ➤ インセンティブの提供 ➤ モチベーションを維持できる仕掛け 	健康ポイント事業の実施	2-2
		優秀者への表彰制度の確立	2-2
健康への関心 高 い × 運動習慣 無 し	<ul style="list-style-type: none"> ➤ きっかけの提供 ➤ 参加ハードルを下げる仕組み ➤ インセンティブの提供 	健康ポイント事業の実施	2-2
		市民向けプログラム体験会の開催	2-1
健康への関心 低 い × 運動習慣 有 り	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 健康効果に関するエビデンスの提示 ➤ 「身体健康」以外のベネフィット提供（コミュニティ形成等） 	エビデンスの取得	1-3
		産官学の連携	3-2
健康への関心 低 い × 運動習慣 無 し	<ul style="list-style-type: none"> ➤ プログラム・サービス提供者としての関与（産業として関わりしるを増やす） 	ウェルネスツーリズムの担い手としての連携	次章

6. 具体施策

前項で整理したターゲットごとのアプローチに加えて、全ターゲットに共通する課題に対しての施策も加えて、3の方針、9の個別施策を次のように定めます。なお、ウェルネス事業の中核施設として「シレストむろと」を活用しながら、施策を展開していきます。

基本方針1 室戸ならではのウェルネスプログラムの確立

- 個別施策
- (1) プログラムの確立と認証制度への取組
 - (2) 食による健康の増進
 - (3) エビデンスの取得

基本方針2 ウェルネスプログラムの認知拡大

- 個別施策
- (1) 市民向けプログラム体験会の開催
 - (2) 健康ポイント事業の実施
 - (3) PR ツールの制作
 - (4) ウェルネスシティとしての外部発信

基本方針3 ウェルネス事業を推進するネットワークの構築

- 個別施策
- (1) 関連事業者や人材のネットワーク化
 - (2) 産官学の連携

基本方針 1 室戸ならではのウェルネスプログラムの確立

独特の地形や自然環境、文化的資源等の地域資源を活かし、市民の健康づくりに貢献するプログラムを整備することで、心身の健康を満たすとともに、市民の地域への愛着を高め、人々が生きがいを感じ、安心安全で豊かな生活を送れるまちづくりを実現します。

施策 1 プログラムの確立と認証制度への取組

取組内容	<p>心身の健康づくりに寄与するプログラム（運動や食事、スパ、笑いによる健康等）や施設、それを提供する人材と連携し、室戸ならではのウェルネスプログラムとして整備します。</p> <p>また、それぞれが共通の目標を持ってウェルネスシティ構想に取り組むため、室戸独自のウェルネス認証制度の整備を検討します。一定の条件を満たす施設や人材を「室戸ウェルネス（仮称）」として認証することで、品質を保持するとともに、ウェルネスシティとしてのブランド価値向上を図ります。</p> <p>● 認証条件の内容（例）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・療法や市場動向といったウェルネスに関連する基礎知識を学ぶ共通講座の受講 ・室戸ならではの資源を活用したプログラムの提供 ・環境に配慮したプラスワンアクション ・安全管理の徹底 等 <p>なお、市民向けだけでなく、室戸市に来訪する観光客向けのプログラムを活用し、ガイド人材やアクティビティを共有することで、リソースの効率化を図ります。</p>
主 体	地域医療対策課・保健介護課 観光ジオパーク推進課
既に動き始めている取組・事業等	特になし
評価指標	<ul style="list-style-type: none"> ・ウェルネスプログラムの数 ・ウェルネス認証制度の認証数

「室戸ウェルネス施設／人材（仮称）」認証制度イメージ



施策 2 食による健康の増進

取組内容	<p>市内の飲食事業者やスーパーマーケット等の民間事業者と連携し、健康食についての研修や小中高校向け調理実習セミナー等を行い、市民の健康を共に考え、市民の健康増進に取り組めます。</p> <p>また市内飲食店と連携して、栄養バランスや地産食材の使用等に配慮したオリジナルヘルシーメニューを開発し、市民の健康意識に「気付き」をもたらし、日常の行動変容を促します。</p>
主 体	保健介護課
既に動き始めている取組・事業等	<ul style="list-style-type: none"> ・世界一健康づくりが楽しめるまちづくりプロジェクト（令和2年～） 株式会社タニタの管理栄養士による監修で、市内4店舗と連携して、カロリーや塩分量・噛みごたえ等を意識したオリジナルヘルシーメニューを開発。令和5（2023）年1月現在では1店舗のみでの提供。
評価指標	<ul style="list-style-type: none"> ・食育セミナー前後での意識変化 ・オリジナルヘルシーメニューを提供する飲食店数および提供食数

**地産地消の
むろとヘルシーランチ**
(507kcal 塩分 3.2g 野菜量 198g)



**あけのほし
ホテル明星**
室戸市室戸岬町 3883
☎0887-22-3232
定休日 木曜日
(祝日は営業)

1,300 円(税込)
平日限定(11:00~14:00)

❖いちおしポイント❖
地元産の新鮮な魚や野菜を使って仕上げています。
室戸の生産者さんの愛情と手間の詰まったランチです。

といの照り焼き定食
(582kcal 塩分 3.0g 野菜量 216g)



喫茶 うみがめ
(共同作業所 むろとうみがめ)
室戸市領家 87 番地
(やすらぎ前)
☎0887-23-3245
定休日 土・日・祝日
その他

650 円(税込)
毎週金曜日 ランチ限定 5 食
(11:30~14:00)

❖いちおしポイント❖
鶏肉料理の定番、照り焼きをメインに、旨味・風味をかかせた副菜を添えた定食。食と健康をテーマにした一汁三菜メニューです。

**カツオの
タタキサラダ定食**
(520kcal 塩分 2.9g 野菜量 248g)



**シレストむろと
室戸山海匠味**
室戸市室戸岬町 3795-1
☎0887-22-6610
レストラン営業日:
土・日・祝日

1,000 円(税込)
ランチ限定(11:00~14:00) 10 食

❖いちおしポイント❖
野菜とタタキの出逢いがとってもキュンです。

**からだを想う
金目鯛煮つけ定食**
(514kcal 塩分 3.0g 野菜量 173g)



料亭 花月
室戸市室津 2586
☎0887-22-0115
不定休
(日曜・祝日の夜は休み)

2,300 円(税込)

❖いちおしポイント❖
からだを想い、塩分と脂質を控えめに作りました。
室戸特産の金目鯛をおいしくヘルシーに仕上げています。

「世界一健康づくりが楽しめるまちづくりプロジェクト」で開発した
オリジナルヘルシーメニュー

施策 3 エビデンスの取得

取組内容	<p>ウェルネスプログラムがもたらす心身への健康効果を可視化し、プログラムの価値を高めるとともに、非参加者の関心を高め、健康意欲層の底上げを図ります。</p> <p>●取得するエビデンスの例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 既往研究の収集および分析 ・ 海岸線を歩くことによる身体の変化 ・ ウェルネスプログラムによるメンタルヘルス改善効果
主 体	地域医療対策課・保健介護課
既に動き始めている取組・事業等	特になし
評価指標	<ul style="list-style-type: none"> ・ エビデンスの取得有無 ・ ウェルネスプログラムへの参加のきっかけ

山形県上市市



上市市は、「上山型温泉クアオルト事業」として、全国に先駆けて官民一体の“心と体がうらおう”まちづくりを展開しています。主に年間360日間、ガイド付き「クアオルト健康ウォーキング」を実施し、さらに企業等に対する「健康経営支援」の推進として、厚生労働省「宿泊型新保健指導ツアー」などを東北地方で唯一実施しています。

● ツアー概要

自然豊かで森林も身近な、標高千メートルの蔵王高原坊平エリアで“天空のリカバリー”をキーワードにした1泊2日のモニターツアーを実施しました。新たに公認心理師とコミュニケーションスキルを学びながら歩くクアオルトウォーキングや、現役アスリートによるストレッチ指導など、フィジカルを意識したプログラムに、メンタルにも意識を向けたメニューを加えてご体験いただいています。

● エビデンス

モニターには、県内企業従業員合計32名を招聘し、気分プロフィール調査や脈波・音声・表情によるストレス指標等のエビデンスを取得しています。気分状態が改善したり、ストレスが軽減しリラックス傾向になったり、1泊2日の滞在でメンタルヘルスの改善に明らかな効果が認められました。



岐阜県白川村



白川村は年間200万人を超える観光客が訪れる観光地で、ほとんどが世界遺産の合掌集落に集中し、その背後に広がる豊かで広大な森林は、利用されていません。そこでクアオルト式のウォーキングコース（3コース）を設計し、自由に使える環境を整えて、NPO法人白川郷自然共生フォーラムを中心に利用拡大を図っています。

● ツアー概要

モニターツアーは、クアオルト健康ウォーキングを中心に作られていて、運動・栄養・休養のバランスが取れた潜在を通して質の良い睡眠を獲得し、メンタルヘルスに貢献するプログラムを目指しています。クアオルト健康ウォーキングとは、ドイツのクアオルトで医療保険の適用を受け心筋梗塞などのリハビリや高血圧などの治療に利用されている気候地形療法を基本としたウォーキングです。

● エビデンス

企業従業員計19名が参加し、アンケート調査や睡眠測定（脈波解析）を行なっています。1泊2日の滞在中で気分状態、不安抑うつ尺度、幸福度尺度得点が優位に改善しました。また、睡眠測定では深睡眠時間の延長や睡眠効率の向上などより質の高い睡眠状態を認めその後2日持続していました。



エビデンス取得とプログラム紹介の例

(公益社団法人国土緑化推進機構・株式会社さとゆめ「森林サービス産業」パンフレットより)

基本方針 2 ウェルネスプログラムの認知拡大

各種施策を通して、市内外で「ウェルネスシティ」としての認知を広げ、ウェルネスプログラムの参加者を増やし、市民の健康増進や地域への愛着向上を図るだけでなく、市外に対して室戸の地域資源そのものの認知度向上にも貢献していきます。

施策 1 市民向けプログラム体験会の開催

取組内容	ウェルネスプログラムの認知拡大を図るため、市民向けのプログラム体験会を開催します。タラソテラピーロードを活用したウォーキングや、屋外広場でのヨガやストレッチ体験、オリジナルヘルシーメニューの試食等を行います。
主 体	地域医療対策課・保健介護課
既に動き始めている取組・事業等	特になし
評価指標	・プログラム体験会の参加人数 ・市民のウェルネスプログラム認知度



タラソテラピーウォーク体験会のイメージ

(千葉県南房総市「癒しの森のセラピーウォーキング」プログラム HP より)

施策 2 健康ポイント事業の実施

取組内容	<p>健康ポイントアプリを活用し、歩数やプログラムの参加数に応じてポイントが貯まる健康ポイント事業を実施します。またアプリと市内数カ所に設置する計測スポットを連携し、健康データを蓄積します。</p> <p>市民一人ひとりの体を「はかる」→「わかる」→「気づく」→「かわる」と「見える化」することにより、健康意識を高め、健康増進のモチベーションを維持し、楽しみながら継続できる健康づくりの仕組みを構築します。</p>
主 体	保健介護課
既に動き始めている取組・事業等	<ul style="list-style-type: none"> ・健康プログラム（とことこ事業） ・健幸ポイント事業（とことこポイント事業）
評価指標	<ul style="list-style-type: none"> ・健康ポイント事業の参加者数 ・参加者の運動頻度



健康ポイントアプリを活用した健幸ポイント事業
（室戸市保健介護課「とことこポイント事業」）

施策 3 PR ツールの制作

<p>取組内容</p>	<p>ウェルネスプログラムやウエルネスシティ構想自体の認知拡大のため、主に健康への関心が低い層をターゲットに、市民向けPRツールを制作します。</p> <p>● 制作するPRツールの例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウエルネスシティ事業全体のパンフレット、WEBサイト ・関連施設でのポスター掲示 ・ウェルネスプログラムのパンフレット ・ウォーキングマップ ・ウォーキングコースへの看板設置 ・ウェルネス認証制度の認証シール 等
<p>主 体</p>	<p>地域医療対策課・保健介護課</p>
<p>既に動き始めている取組・事業等</p>	<p>特になし</p>
<p>評価指標</p>	<p>・PRツールの件数</p>



パンフレット・ウォーキングマップ制作イメージ
 (長野県信濃町「癒しの森事業」森林セラピーガイドブックより)

施策 4 ウェルネスシティとしての外部発信

取組内容	<p>市外への発信を積極的に行うことで、ウェルネスシティとしてのブランド力を高め、他地域との差別化を図り、地域に愛される事業へと育てていくことを目指します。</p> <p>● 外部発信の例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 各種メディアとの連携 ・ WEB ポータルサイトの制作 ・ 市外へのパンフレットの配架 ・ 関連施設でのポスター掲示 等
主 体	地域医療対策課・保健介護課
既に動き始めている取組・事業等	特になし
評価指標	・ 外部発信件数



WEB ポータルサイト制作イメージ
 (長野県信濃町「癒しの森事業」公式 HP より)

基本方針 3 ウェルネス事業を推進するネットワークの構築

地域住民、地域事業者、行政が一体となって事業を推進するため、ウェルネス事業を推進するネットワークを構築し、点での活動を線に、そして面的に展開していきます。

施策 1 関連事業者や人材のネットワーク化

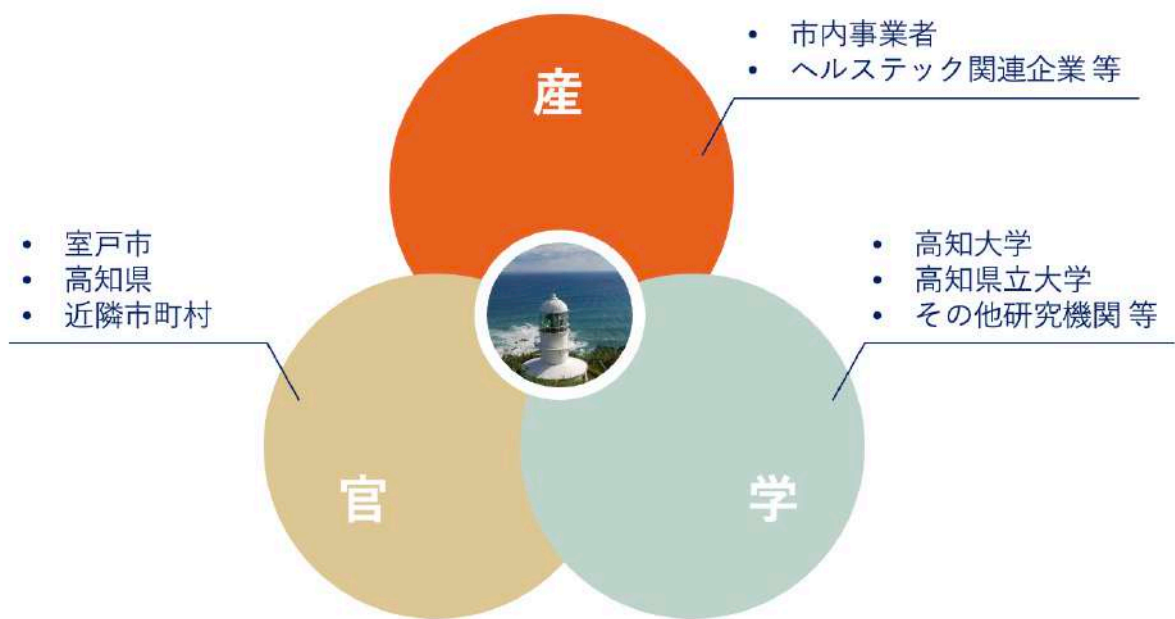
取組内容	ウェルネスシティ構想の賛同者を増やし、横の繋がりを強めていくため、ウェルネス事業に関心のある事業者や個人が参加する推進委員会等のコミュニティを形成し、事業内容のブラッシュアップや連携、情報共有等を定期的に行ないます。
主体	地域医療対策課・保健介護課
既に動き始めている取組・事業等	特になし
評価指標	・推進委員会等のコミュニティへの参加者



関連事業者や個人が参加するワークショップ開催イメージ

施策 2 産官学の連携

取組内容	取組を複合的に展開し、ウェルネスシティ構想を全国的にも優良なモデルケースとしていくため、産官学の連携を強化し、実証実験やモニターツアーの実施、テクノロジーを課題解決に活かすヘルステックの推進等を行なっていきます。
主 体	地域医療対策課
既に動き始めている取組・事業等	<ul style="list-style-type: none"> ・ SAWACHI 型健康社会共創拠点事業 ・ 高知大学との連携
評価指標	<ul style="list-style-type: none"> ・ 連携事業者、団体数



第4章 ウェルネス資源を活かした観光地づくり

1. 施策立案の方法

本施策の策定にあたって、文献及びアンケート調査による基礎資料の分析を行ない、室内観光の現状把握と課題の洗い出しを行ないました。

またウェルネスツーリズムの具体的なアクションの創出に繋げるため、関係事業者による参加型のワークショップをもとに、現場が感じる課題やアイデアを収集し、実現性の高い施策を整理しました。ワークショップ詳細についてはp38を参照のこと。

なお現状及び課題分析や施策の方向性検討にあたっては、マーケティング手法の一つであるSWOT分析を活用した情報の把握整理を行ないました。



SWOT分析は、内部環境や外部環境、プラス要因やマイナス要因を、「強み」「弱み」「機会」「脅威」の4つのカテゴリーに要因分析し、資源や今後の方向性について最適活用を図る策定方法の一つです。詳細についてはp52を参照のこと。

文献調査内容

- 観光に関する動向
- 健康・福祉に関する動向
- 環境に関する動向
- 地域に関するターゲティング
- 性・年代に関するターゲティング
- 旅行目的に関するターゲティング

アンケート調査概要

室戸市に訪しうるターゲット層の体験ニーズ等を検討する際の基礎資料

- 調査方法 オンライン定量調査
- 調査期間 令和4（2022）年12月22日～12月26日
- サンプル数 2400s
- 設問数 20問
- 調査対象
 - ・ 東京23区在住の20-69歳男女個人
 - ・ 関西圏（大阪・兵庫）在住の20-69歳男女個人
 - ・ 高知県在住の20-69歳男女個人
 - ・ その他四国（香川・愛媛・徳島）在住の20-69歳男女個人

ワークショップ実施概要

- 目的
 - ・ 基本構想の策定にあたり、ターゲットを明確にし、同エリアで提供する健康志向の要素を備えた滞在型ウェルネスツーリズムに室戸市ならではの物語を設定するため。
 - ・ 観光関連事業者や各種体験プログラム提供者等、さまざまな角度からの意見を踏まえたプログラム案を策定するとともに、ワークショップ参加者が主体的に全体企画に参画することで、今後の事業推進に向けた体制を強固にするため。
- 内容

手法としては、「物語マーケティング」を採用。設定した主人公（ターゲット）が“ある商品・サービス”を介して成長するストーリーを策定し、実際の商品・サービス開発に応用する手法で、大手企業の商品開発でも導入されている手法です。実際にどのようなターゲットに対して、どのようにサービスを提供するかについて、検討しました。

第1回：物語づくり（ターゲット像とストーリーの抽出）

具体的なターゲット像に対し、どんな体験を届けることで変化を生み出していくのか、参加者が自分たちの仮説を持てる状態にしていく。

第2回：MAP・年表づくり（体験の具体化）

第1回で設定したターゲットに対し、どのサービスをどこで展開するのか検討し、実現に向けた年表を作ることでイメージをより鮮明にしていく。

第3回：事業計画づくり（事業実現に向けた課題と役割の整理）

物語からアクションプランに落とし込んでいけるように、具体的なプラン・行程を

作成することで、プログラムを実現する際の課題やコストを明らかにし、推進体制を整理する。

- 日時

第1回 令和4（2022）年10月24日（月）18:30-20:30

第2回 令和4（2022）年11月24日（木）18:30-20:30

第3回 令和4（2022）年12月22日（木）18:30-20:30

- 参加者

観光関連事業者、地域関係者、地域ガイド等、事業化フェーズで当事者として参画していただける可能性がある事業者 15名程度

2. 現状と課題

(1) 観光に関する動向

① 内部環境：室戸市のウェルネスシティに関する資源・動向

室戸観光入込客数の推移

室戸市観光入込客数の詳細をみると、新型コロナウイルス感染症拡大前の2018年は約66万人でしたが、その後は感染拡大に伴い、2021年は約24万人と半分以下に減少しました。



出典：室戸市観光入り込み客数年度別一覧表

日帰り・宿泊別入込客数の推移

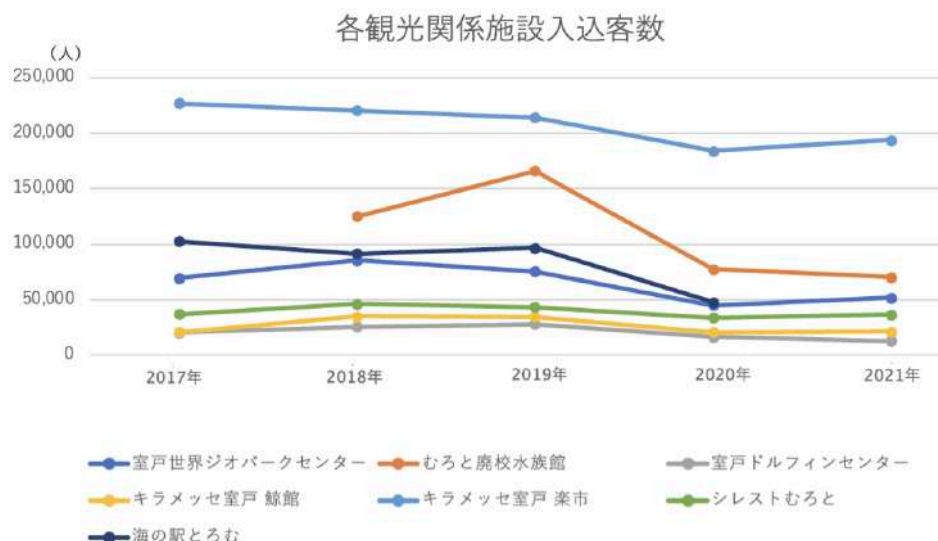
宿泊客数の詳細をみると、2021年は日帰り客が約21万人に対し、宿泊客は約3万人と、宿泊を伴う観光客が少ないことがわかります。滞在時間が短いことが課題となっています。



出典：室戸市観光入り込み客数年度別一覧表

各観光関連施設入込客数の推移

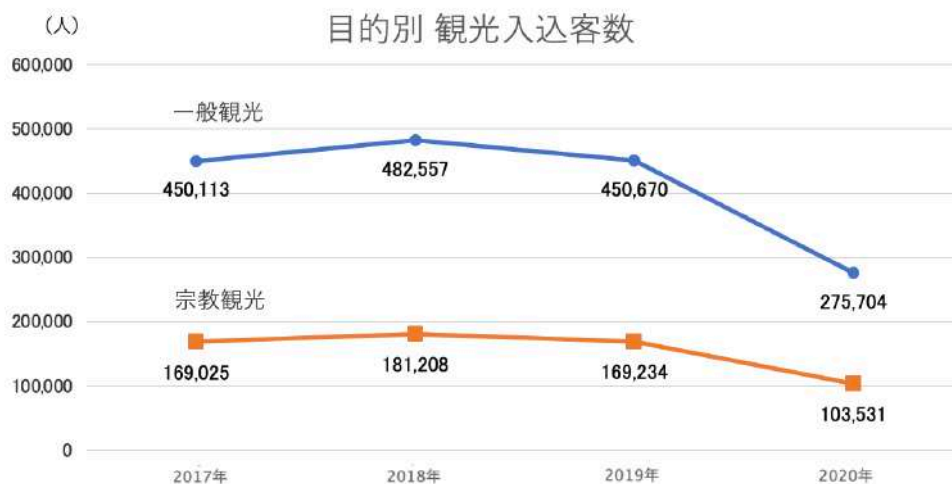
各観光関連施設入込客数の詳細をみると、「キラメッセ室戸楽市」が最も多く、毎年約20万人程度が訪れており、「むろと廃校水族館」の開業以降は2番目に多くの観光客が訪れています。他「室戸世界ジオパークセンター」「シレストむろと」「室戸ドルフィンセンター」にも観光客が集まっていることがわかります。



出典：【入込客数】室戸市（H29～）

目的別観光入込客数の推移

室戸市に訪れる観光客を「一般観光」と「宗教観光」に分けて比較すると、どちらも新型コロナウイルス感染症の影響で観光入込客数は減っているものの、「宗教観光」で訪れる観光客は毎年「一般観光」のおよそ3分の1程度となっていることがわかります。「宗教観光」に関連するスポットとしては、空海ゆかりの地である御蔵洞をはじめ、室戸三山があります。

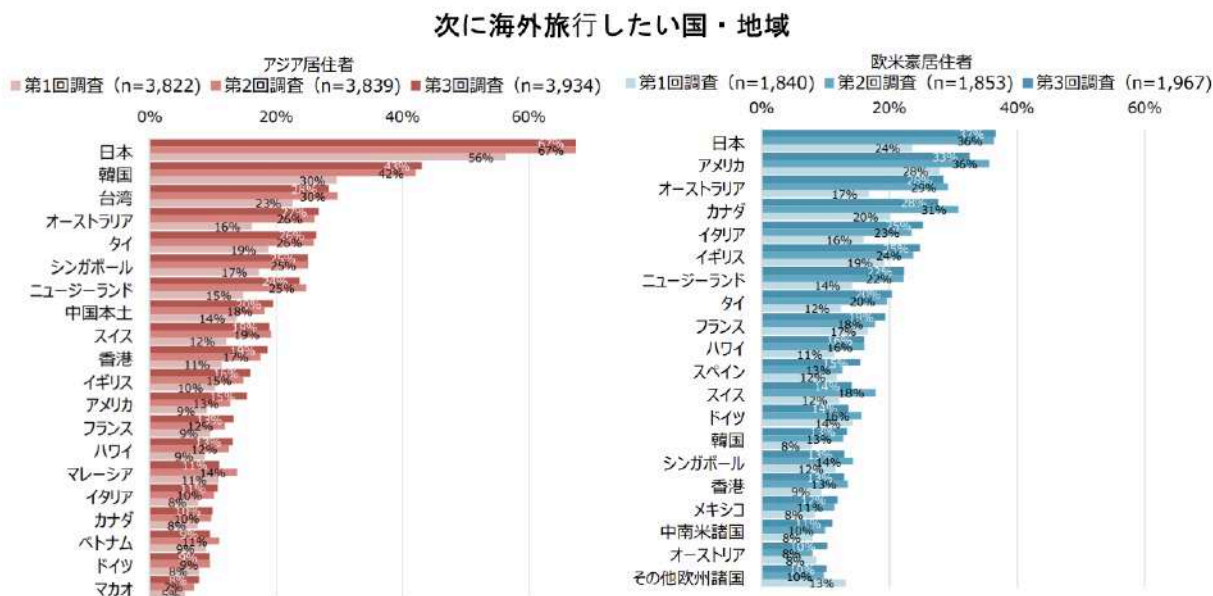


出典：室戸市観光入り込み客数年度別一覧表

② 外部環境：世の中のトレンドに関する動向・資源

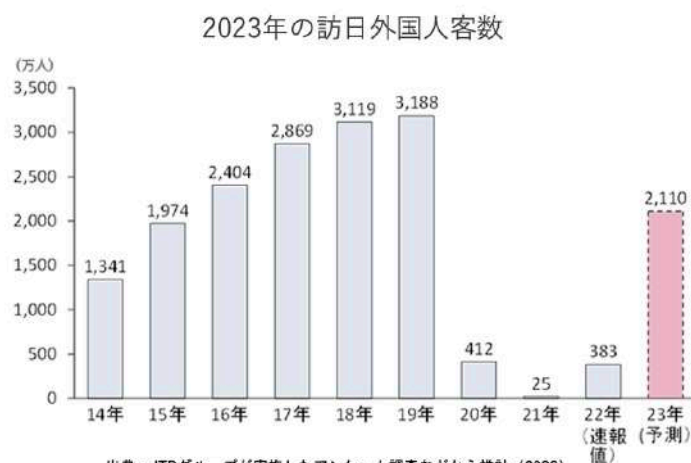
訪日外国人旅行者の動向

次に海外旅行したい国・地域を質問する調査では、2021年、アジア及び欧米豪居住者1位は「日本」でした。第1回調査時の2020年と比べて下がってはいるものの、アジア居住者グラフでは2位の「韓国」と20%以上の差があります。



出典：公益社団法人DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2021）

また JTB が 2023 年の旅行動向の見通しをまとめたところ、訪日外国人客数は 2,110 万人(前年比 550.6%、2019 年比 66.2%)と推計しました。2022 年 10 月の日本への入国規制の緩和以降、出国に関する規制緩和が先行している韓国、タイ、シンガポールなどからの訪日客が増加し、急回復が期待されます。



出典：JTBグループが実施したアンケート調査などから推計（2022）
2014年～2022年までのデータはJNTO「訪日外客数」よりJTB総合研究所が作成

コト消費の動向

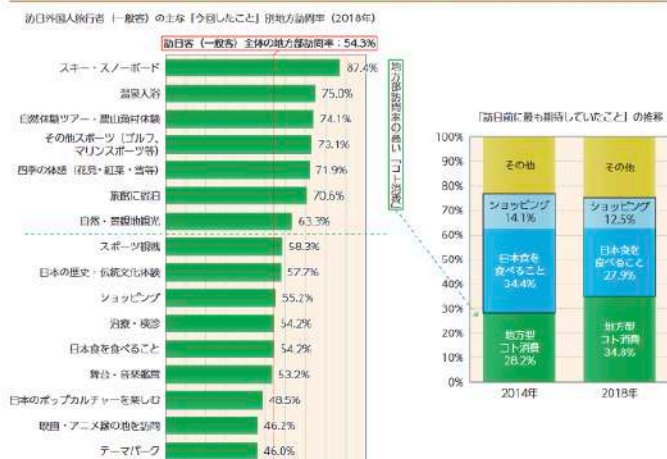
平成 29 年版消費者白書は、近年において購入したモノやサービスを使ってどのような経験・体験をするかという「コト消費」に、消費者の関心が置かれるようになってきていることを指摘しています。同調査では、その背景の一つとして、情報化の進展によりデジタル化されたコンテンツが容易に入手可能になったことによるモノを所有することの意義の低下、デジタル化されていない情報やコンテンツの価値の相対的な高まりがあることを指摘しています。このような「コト消費」の傾向をみると、スポーツ観戦・映画・コンサート鑑賞といった「コト消費」について、お金を掛けていると回答した人の割合は、24 歳までの若年層で高くなっています。

同様の傾向は、訪日外国人旅行者にも当てはまります。観光庁によれば、訪日前に日本に期待するものとして「地方型コト消費」が年々拡大しており、実際に訪れたインバウンド客がした行動でも「自然体験ツアー・農山漁村体験」が 3 位に入っているなど、地域での体験に対するインバウンド客の需要があることを示しています。



出典：平成29年版消費者白書

【図表 0-7】 訪日外国人旅行者による「コト消費」と地方訪問との関係



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成
注1：三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県を、地方部とは三大都市圏以外の道県をいう。
注2：それぞれの選択数について、「今回したこと」として集んだ訪日外国人旅行者のうち、重層部を避けた人の割合。
注3：「今回したこと」として選択した訪日外国人旅行者の地方訪問率が50%以上となる項目を「地方型コト消費」として分類した。

出典：令和元年観光白書

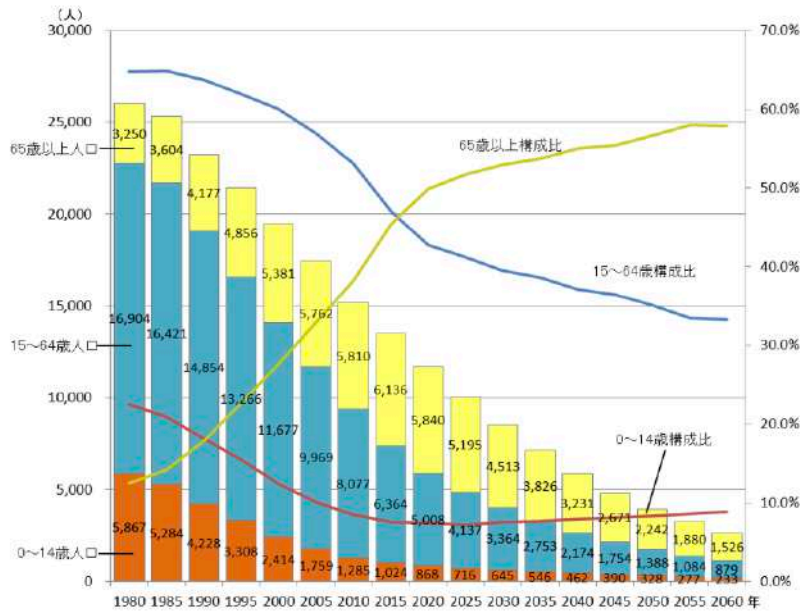
(2) 健康・福祉に関する動向

① 内部環境：室戸市のウェルネスシティに関する資源・動向

高齢化による人口減少の推移

2019 年版『室戸市 まち・ひと・しごと創生総合戦略』の 3 区分別人口および構成比の数値と推計をみると、少子高齢化が顕著であることがわかります。「0 歳～14 歳」の年少人口は 1980 年～2020 年の 30 年間で約 5,800 人から約 800 人と減少し、構成比は 10% 以下となっています。一方で、「65 歳以上」の老年人口は 30 年間で約 3,200 人から約 5,800 人と増加し、構成比は 50% を超える数値となっています。

【年齢3区分別人口および構成比の推移と推計】

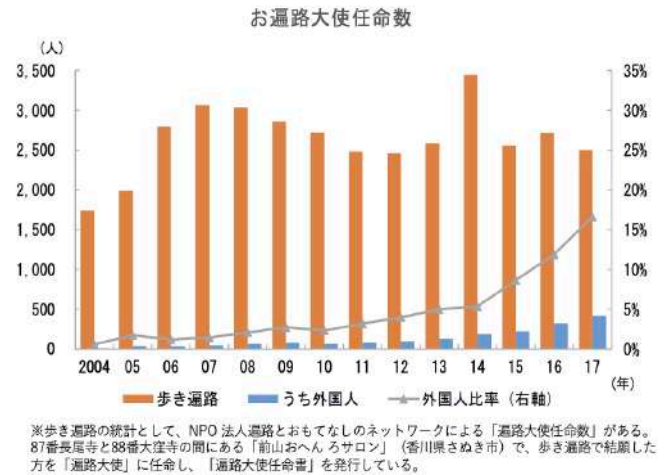
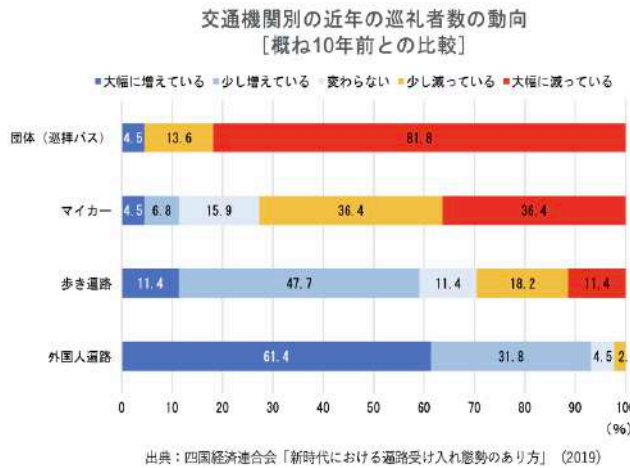


出典：「室戸市 まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2019）

外国人遍路の動向

「お遍路（四国遍路）」とは、約 1200 年前に弘法大師（空海）が修行した 88 の霊場をたどる巡礼のことで、お遍路する人のことを「お遍路さん」と呼びます。巡礼の旅は徳島からはじまり、高知、愛媛、香川の順にめぐるので、世界的にも珍しい「回遊型」の参拝ルートが特徴です。その道のりは約 1400km にも及び、すべての札所を巡拝することで願いが叶い、弘法大師の功德を得られるといわれています。近年は参拝する目的も多様化していて、健康祈願や近親者の供養、健康増進だけではなく、自分自身を見つめるなど精神の健康のためにめぐる人も増えています。室戸エリアは 24 番「最御崎寺」25 番「津照寺」26 番「金剛頂寺」の札所があり、室戸三山と呼ばれています。

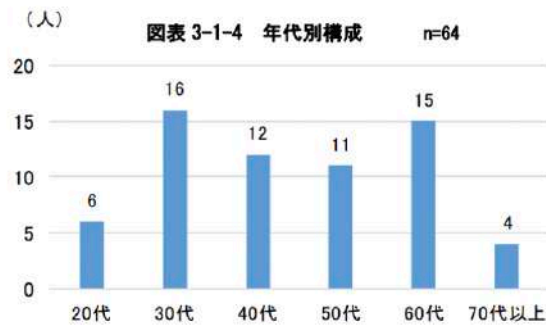
巡礼者数の動向（10 年前との比較）の詳細をみると、外国人遍路については、「大幅に増えている」61.4%、「少し増えている」31.8%で、合わせて「増加」が 9 割強を占めています。外国人歩き遍路の推移をみると、2007 年に 44 人だったものが、2017 年には 416 人へと 10 倍に増えており、歩き遍路に占める外国人の比率は 16.6%にまで上昇しています。



巡礼者の年代構成は20代及び70代は少なく、比較的多い60代は退職後にゆっくり訪日するケースが多くみられます。現役世代で極端な偏りはみられませんが、転職のタイミングなど、長期休暇が取りやすい時期に来訪するケースもみられます。

また四国遍路を知ったきっかけとしては、家族・友人・知人からの紹介が最も多く、口コミで四国遍路の評価が広がっていることが読み取れます。次いで多い「ネット検索」では、巡礼以外にトレッキング・ハイキング等のキーワード検索から知ったという人もおり、歩き旅の一形態として、四国遍路の情報が拡散していることもうかがえます。

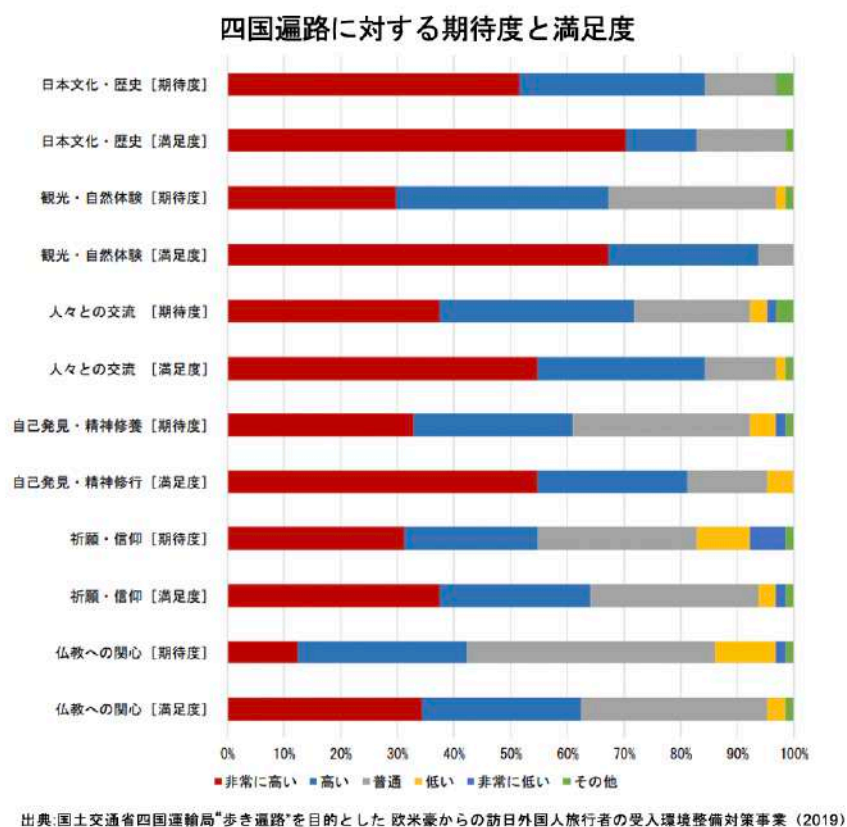
書籍から情報を得た外国人遍路も選択率が高い傾向でした。そのほか、禅・居合道・空手などのレッスンを母国で受けてきた人たちが日本に興味を持ち、日本の文化・宗教などの根底にあるものを調べていくうちに四国遍路にたどり着いたケースもありました。



出典：国土交通省四国運輸局「歩き遍路」を目的とした欧米豪からの訪日外国人旅行者の受入環境整備対策事業（2019）

四国遍路に対する期待度を分野別にみると、「日本の文化・歴史」「人々との交流」が上位にきており、「お接待という地域の人々との交流を包含する四国の文化・歴史」に対する関心が高い傾向にあります。次いで「自己発見・精神修行」「信仰・祈願」「観光・自然体験」が僅差で上位にあり、外国人が四国遍路に期待することの多面性がうかがえます。

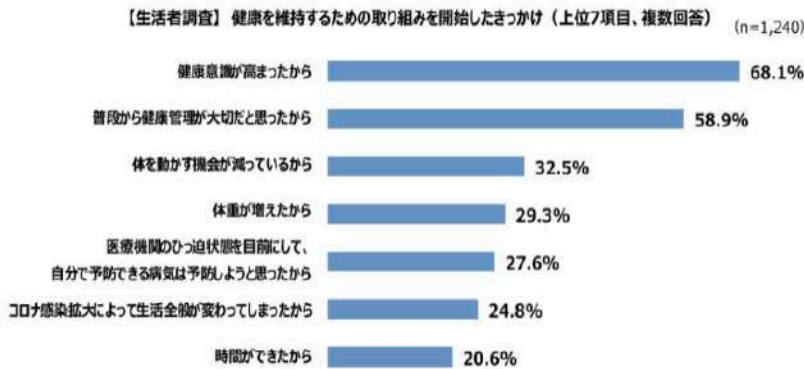
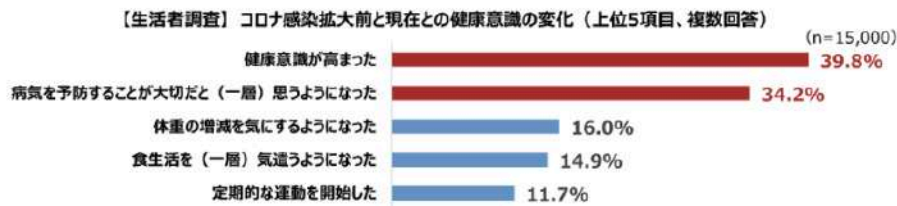
す。満足度の内訳を見ると、「日本の文化・歴史」が最も高いが、「観光・自然体験」も高い選択率で、「非常に高い」「高い」の合計では「日本の文化・歴史」の評価を上回っていました。この点は、四国の「観光・自然体験」の潜在力の高さを物語るものであり、PR をより充実させることで変化する可能性があります。体験前の期待度が高かった「人々との交流」「自己発見・精神修行」についても、満足度は高い選択率でした。



②外部環境：世の中のトレンドに関する動向・資源

健康意識の変化

新型コロナウイルス感染拡大前と 2021 年での健康意識の変化は「健康意識が高まった」と回答した人が最も多く 39.8%、次いで「病気を予防することが大切だと(一層)思うようになった」と回答した人が 34.2%でした。きっかけについて詳細をみると、「健康意識が高まったから」と回答した人は 68.1%、「普段から健康管理が大切だと思ったから」と回答した人は 58.9%でした。その他 2~3 割の人が、新型コロナウイルスに起因すると考えられる生活の変化をきっかけとして回答しています。



出典: ジョンソンエンジョンソン「健康診断・人間ドック、がん検診等、医療受診に関する意識調査」(2021)

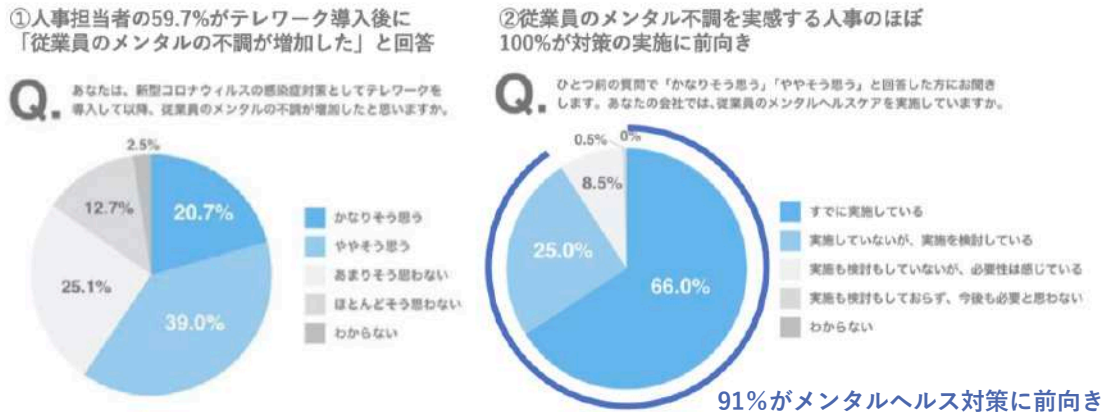
また 2020 年時「コロナ禍で何かしら体調に変化があった」と回答した人は 73.8% でした。体調変化の内容を全体と男女別で調査すると、「太った」と回答した人が 1 番多く、次いで 2 番目が「ストレス」で全体でも 33.1% でした。コロナ禍を経て、身体の変化はもちろん心の健康についてもマイナスな変化が出ていることがわかります。今後は心身の健康づくりという観点からもアプローチする必要があります。



出典：株式会社ビデオリサーチ「with コロナで“体調変化”74%」(2020)

メンタルヘルス

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、テレワークを導入している企業の人事担当者に、テレワーク導入後の「従業員のメンタルの不調が増加した」かどうかを質問するアンケートでは、全体の 59.8%が「従業員のメンタル不調を実感している」という結果が出ました。従業員向けのメンタルヘルスケア対策の実施状況については、91%の人事担当者が「メンタルヘルスケアについて前向きである」ことがわかりました。今後は個人向けにもメンタルヘルスを取り入れたコンテンツが有効であると考えられます。



出典：Mental-Fit リサーチ（SEN）（2021）

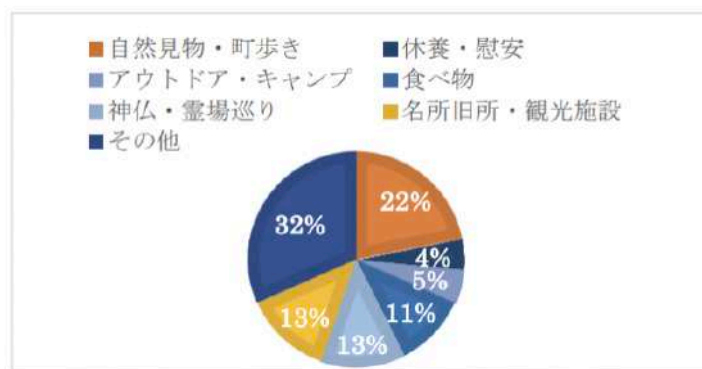
（3）環境に関する動向

① 内部環境：室戸市のウェルネスシティに関する資源・動向

旅行目的の動向

室戸岬に旅行へ訪れる目的として「自然見物・町歩き」が最も高く 22%、次いで「名所旧跡・観光施設」が 13%と回答があり、室戸市の自然や空海ゆかりの地を訪れていることがわかります。

室戸岬における旅行目的と平均消費金額



出典：県外観光客入込・動体調査報告書（2018）

室戸海洋深層水を活用した取組

室戸海洋深層水は、はるか北大西洋北部・グリーンランド沖の海から二千年かけて室戸沖に湧き上がってくると言われる海水を、室戸岬沖の水深 374m で取水したもののことを指します。海洋汚染の少ない深海で地球規模の時間を経過した海洋深層水は、生命活動に欠かせない無機栄養塩が多く含まれ（無機富栄養素）、陸水や大気からの化学物質の汚染にさらされる機会が極めて少なく（清浄性）、周年に渡り温度の変化が少ない（低温安定性）海水です。また、水圧 30 気圧以上で長い年月を経て熟成された海水であるため（熟成性）、多くの有益価値を秘めた海洋資源としても注目されています。

室戸海洋深層水を活かしたミネラルウォーターをはじめ、現在では県内外 110 社を超える企業が、室戸海洋深層水ブランドの商品を開発・販売をしています。



（左）室戸深層海洋水アクア・ファーム（右）深層海洋水を使った商品

室戸世界ジオパークセンターの活動

2011年9月18日に、国内では5件目の世界ジオパークとして室戸市全域が選ばれました。室戸世界ジオパークセンターでは、各地でダイナミックな自然と共生してきた歴史、生活文化、食文化に触れ、見知ることができます。室戸世界ジオパークセンターでは、室戸市内に存在する地質遺産を保護・研究・観光に活用し、教育や地域社会に貢献することを目的とし、映像や展示で室戸の大地の成り立ち、自然や歴史、文化を知ることができます。

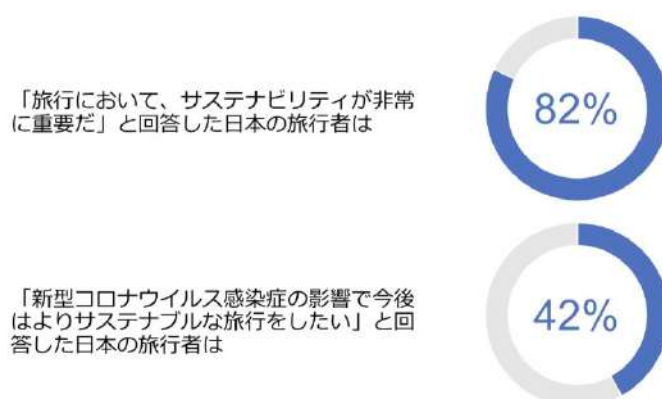
またジオパークと深く関わる「ジオツーリズム」は、地域資源（地質遺産、自然遺産、文化遺産）を破壊せず守りながら、それらを活用してツーリズムを発展させる、持続可能（サステナブル）な観光の形を指します。室戸でのジオツーリズムの特徴は、室戸岬や佐喜浜、吉良川と複数エリアにガイドがいること、地質・文化・自然等の複数要素が絡み合ったプログラムがあることです。※4

※4 「ユネスコ世界ジオパーク冊子」より抜粋

② 外部環境：世の中のトレンドに関する動向・資源

サステナビリティ

サステナビリティは、「持続可能性」を意味する言葉です。サステナビリティの概念が広まり始めたのは、1992年リオデジャネイロで開催された「地球サミット」で、2015年に採択されたSDGs（持続可能な開発計画）にも繋がっています。また新型コロナウイルス感染拡大をきっかけに、ライフスタイルを見直していく中で、サステナビリティに対する意識に変化がありました。旅行に対しても同様で、日本の旅行者の82%が「旅行において、サステナビリティが非常に重要だ」、42%は「新型コロナウイルス感染症の影響で、よりサステナブルな旅行を望むようになった」と回答しました。この結果から、再び安全かつ自由に旅行が楽しめる日が来た時には、より環境に配慮したサステナブルな旅行への需要が高まっていくことが予想されます。



出典：Booking.com「サステナブル・トラベル」に関する取組（2021）

ウェルビーイング・ウェルネスツーリズムの需要の高まり

ウェルビーイングとは、1947年にWHO憲章において「身体的、精神的、社会的に良好な状態」を意味し、よい健康状態の概念として用いられたことに端を発するもので、現在では「一時的なものではない持続的な幸せ」を示す概念として理解されています。概念として有名なものに「PERMA」という指標があり、5つの要素を満たしていると幸せであるとされています。こうしたウェルビーイングの概念は、2021年の世界経済フォーラム年次総会やOECDの提示する「教育2030」の中でその重要性が指摘される等、世界で注目されるキーワードの一つとなっています。



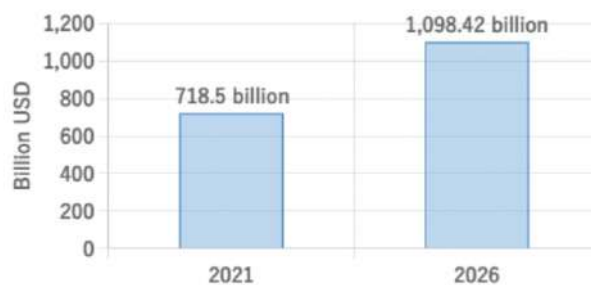
出典：金沢工業大学 心理科学研究所 PERMAモデル (2011)

また観光分野においては、癒しや健康増進を求める旅行形態を特に「ウェルネスツーリズム」としており、運動や健康的な食事、リラクゼーションなどが主な構成要素とされています。世界市場規模は2021年の7,185億米ドルから、2026年には約1兆984億米ドルに達する見込みが示されています。2020年以降の国内における新型コロナウイルス感染症の流行以降、人々の健康志向が高まるとともに、移動の自粛などによる生活への制限を背景に、温泉等の保養地の根強い需要や自然観光地への訪問を希求する動きがみられるなど、ウェルネスツーリズムの土壌ができていると捉えられます。

ウェルネス市場規模推移			
	2025年	2030年	2040年
医療以外のウェルネス分野	約37.6兆円	約46.6兆円	約43.4兆円
国民医療費	約43兆円		
	2018年の国民医療費のまま推移すると仮定 ※健康意識の高まりによる		
合計	約80.6兆円	約89.6兆円	約86.4兆円

出典：D4DR「消費トレンド2040市場予測」(2022)

Global Wellness Tourism Market
CAGR:8.2%



出典：株式会社グローバルインフォメーション ウェルネスツーリズムの世界市場 (2022年)

3. SWOT 分析

前項までで整理した内部環境や外部環境、プラス要因やマイナス要因を、室戸市が持つ資源・特徴で目標達成に大きく貢献しうるもの（強み）、室戸市が持つ資源・特徴で目標達成の妨げとなりうるもの（弱み）、室戸市の成長に大きく貢献しうるもの（機会）、室戸市の成長の妨げとなりうるもの（脅威）の4つに分類し、資源や今後の方向性について整理しました。

室戸市の SWOT 分析

		プラス要因	マイナス要因
		Strength (強み)	Weakness (弱み)
内的環境		<ul style="list-style-type: none"> ・室戸世界ジオパークやむろと廃校水族館等観光施設が豊富 ・室戸海洋深層水 ・海もあり山もある、自然豊かな環境 ・空海ゆかりの地、お遍路 ・室戸の魅力を活かしたアクティビティ体験 ・独特な地形 	<ul style="list-style-type: none"> ・滞在時間（通過型観光） ・宿泊客が少ない ・消費金額の低さ ・アクセス時間 ・地域間の連携不足
		<ul style="list-style-type: none"> ・アウトドア志向の高まり ・コト消費の市場拡大 ・健康志向の高まり（コロナ禍で顕在化） ・ウェルネス、サステナブルなど新しいトレンド ・インバウンド需要の期待 	<ul style="list-style-type: none"> ・人口減少による国内市場の縮小と地域の消費／生産の活力の減退 ・高齢化による人口減少 ・地域間競争の激化 ・地球温暖化 ・南海トラフ地震などの自然災害
外的環境		<ul style="list-style-type: none"> ・Opportunity (機会) 	<ul style="list-style-type: none"> ・Threat (脅威)

また「強み」「弱み」と「機会」「脅威」をそれぞれ掛け合わせ、現状の理解を戦略に落とし込みました。掛け合わせる項目によって、それぞれ策定する戦略に向き不向きがあります。

①強み×機会（積極化戦略）

室戸世界ジオパークセンターや空海ゆかりの地、お遍路など室戸ならではの強みと、近年需要が高まっているウェルネスやサステナビリティといった成長機会になる要素を掛け合わせていきます。

②強み×脅威（差別化戦略）

今後さらに加速化する人口減少による国内市場の縮小と地域消費、生産の活力減退の脅威を切り抜けるために、室戸が有する世界的にも認知のある資源を国外に向けて PR していきます。

③弱み×機会（改善戦略）

新型コロナウイルス感染症の影響から健康に対する意識が変化した機会を活かし、「健康」に関する室戸海洋深層水をはじめとする商品やアクティビティを強化していくことで、室戸の弱みでもある通過型観光から観光消費・滞在時間を増やす施策を検討していきます。

④弱み×脅威（撤退戦略）

室戸市内の高齢化と人口減少による産業の担い手不足を切り抜けるために、観光施設の運営、情報発信等における DX 化を推進する施策を検討していきます。

4. ターゲティング

(1) 地域に関するターゲティング

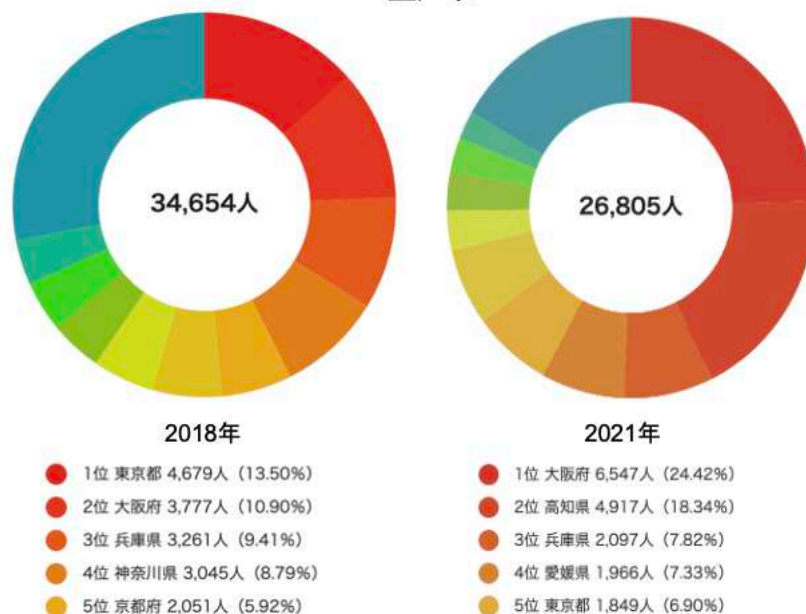
① 文献調査から得られた示唆

宿泊客数と来訪県の比較

室戸市への宿泊者客数と上位来訪者県のグラフの詳細をみると、新型コロナウイルス感染拡大前である 2018 年は「東京都」が最も高く 13.50%で、次に「大阪府」「兵庫県」「神奈川県」「京都府」と続いています。一方で、2021 年は「大阪府」が最も多く 24.42%となっており、室戸市宿泊者の約4分の1の割合となっています。次に「高知県」「兵庫県」「愛媛県」「東京都」と続いています。この結果から、コロナ前後で来訪県は関東・関西の主要都市から、室戸市へアクセスしやすい大阪や兵庫の関西圏と四国地方中心に変化していることがわかります。また来訪県上位5県の割合が、コロナ前は約48%に対し、コロナ後は約64%と変化し、ある程度決まった県から宿泊していることがわかります。

宿泊客数と来訪県の比較

室戸市



出典：観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

訪日外国人旅行者における四国の認知度

アジア全体での認知度は、「四国」エリアは認知度 19.2%、「高知」エリアに関しては 9.9%でした。一方で、欧米豪全体での認知度は「四国」5.6%、「高知」4.8%と低く、十分に知られていない状況がうかがえます。

「高知」エリアのみで詳細をみると、「台湾」が他四国エリアと比べて最も高く 25.5%でした。また欧米豪エリア認知度はどのエリアでも低いですが、「オーストラリア」6.0%、「イギリス」6.3%は他エリアと比べると高い傾向でした。

四国の認知度

Q. あなたは以下の観光地をご存知ですか（回答はあてはまるものすべて）

(%)

	1 2 カ 国 ・ 地 域	ア ジ ア 全 体	韓 国	中 国	台 湾	香 港	タイ	シン ガ ポ ール	マ レ ー シ ア	インド ネ シ ア	欧 米 豪 全 体	ア メ リ カ	オ ー ス ト ラ リ ア	イ ギ リ ス	フ ラ ン ス	
上段：サンプル数 下段：パーセンテージ	サンプル数	6294	4189	540	541	521	520	519	507	523	518	2105	530	521	522	532
四国	922 14.6	804 19.2	52 9.6	124 22.9	243 46.6	211 40.6	70 13.5	30 5.9	29 5.5	45 8.7	118 5.6	29 5.5	33 6.3	31 5.9	25 4.7	
高松/香川	530 8.4	435 10.4	33 6.1	74 13.7	98 18.8	86 16.5	38 7.3	32 6.3	34 6.5	40 7.7	95 4.5	33 6.2	25 4.8	23 4.4	14 2.6	
直島	327 5.2	239 5.7	36 6.7	43 7.9	33 6.3	39 7.5	32 6.2	18 3.6	20 3.8	18 3.5	88 4.2	18 3.4	21 4.0	28 5.4	21 3.9	
松山/道後	434 6.9	367 8.8	31 5.7	74 13.7	77 14.8	73 14.0	38 7.3	18 3.6	28 5.4	28 5.4	67 3.2	15 2.8	17 3.3	18 3.4	17 3.2	
愛媛	375 6.0	335 8.0	20 3.7	41 7.6	126 24.2	82 15.8	15 2.9	24 4.7	11 2.1	16 3.1	40 1.9	8 1.5	15 2.9	9 1.7	8 1.5	
徳島	578 9.2	448 10.7	49 9.1	47 8.7	104 20.0	95 18.3	41 7.9	35 6.9	29 5.5	48 9.3	130 6.2	26 4.9	31 6.0	44 8.4	29 5.5	
高知	514 8.2	413 9.9	27 5.0	55 10.2	133 25.5	85 16.3	40 7.7	31 6.1	25 4.8	17 3.3	101 4.8	17 3.2	31 6.0	33 6.3	15 2.8	

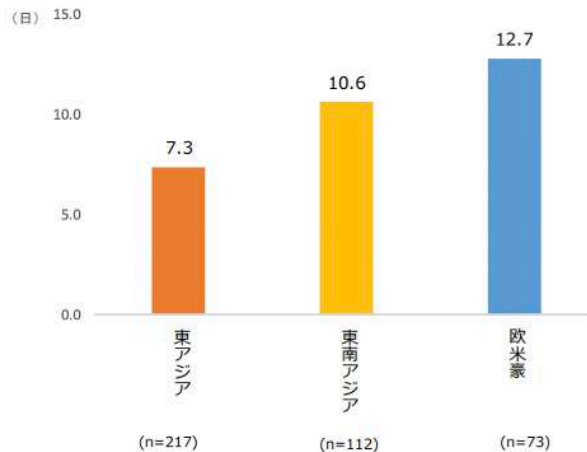
…40%以上 …30%以上 …20%以上 …10%以上

出典：株式会社日本政策投資銀行 訪日外国人旅行者の四国に関する意向（2021）

滞在日数（インバウンド）

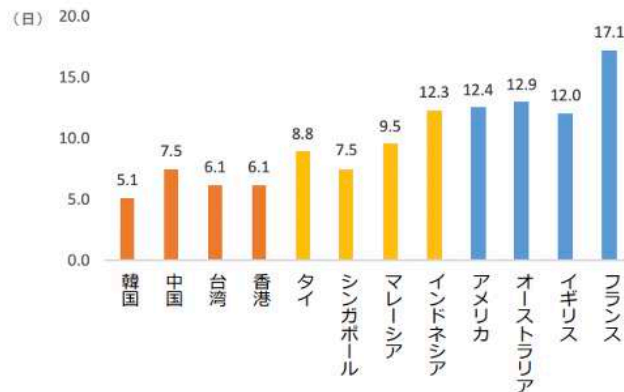
理想の滞在日数については、「東アジア」が約 1 週間であるのに対し、「欧米豪」は約 2 週間となっており、アジアよりも欧米豪の方が長い傾向がありました。これは観光庁「訪日外国人消費動向調査」による日本での平均滞在日数と比較しても、概ね一致していることがわかります。今後インバウンド向け滞在プログラムを検討する際は、アジアと欧米豪とエリアによって異なるアプローチを検討する必要があります。

Q. 日本に旅行をしたら、滞在日数はどのくらいが良いと思いますか。



出典：株式会社日本政策投資銀行 訪日外国人旅行者の四国に関する意向（2021）

（参考）観光庁「訪日外国人消費動向調査」国・地域別 日本での平均滞在日数（2019年）



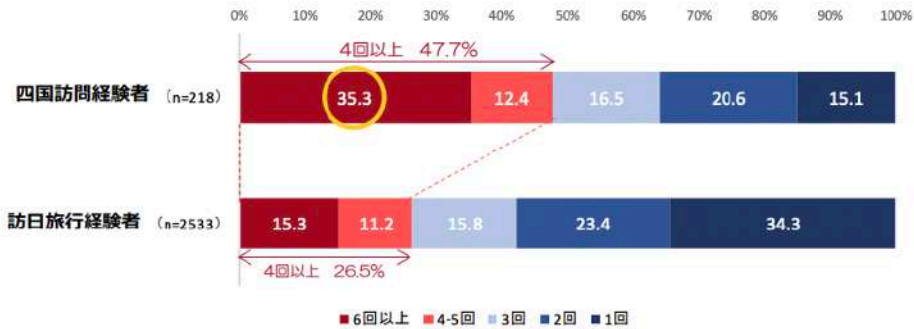
出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査（2019）

訪日外国人旅行者における訪日回数の動向

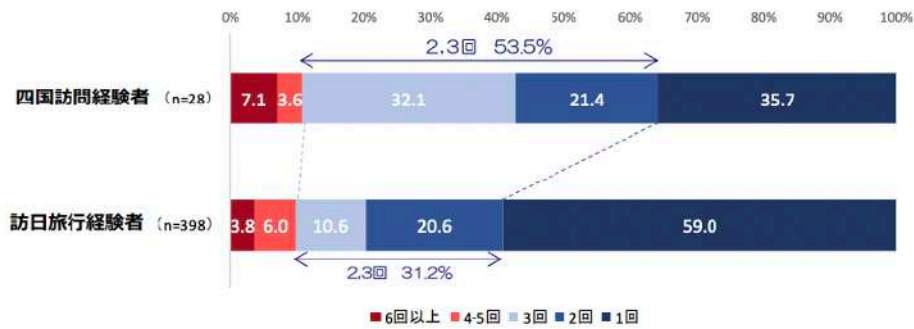
アジアの四国訪問経験者は、訪日「6回以上」35.3%と訪日旅行経験者 15.3%の2倍以上に達しています。また訪日「4回以上」で約半数となっていることから、とりわけアジアにおいて、四国を訪れる外国人旅行者は訪日リピーターが多いことがうかがえます。欧米豪の四国訪問経験者は、訪日リピーターの中でも訪日「2,3回」53.5%と、訪日旅行経験者 31.2%より厚くなっている点が特徴的でした。欧米豪からの旅行者は日本での滞在日数が長く、時間をかけて広域周遊を行うため、訪日経験の少ない段階で四国を訪れる人が多い可能性があります。

Q. 日本を何回旅行したかをお知らせください（回答はそれぞれひとつ）

アジア居住者



欧米豪居住者

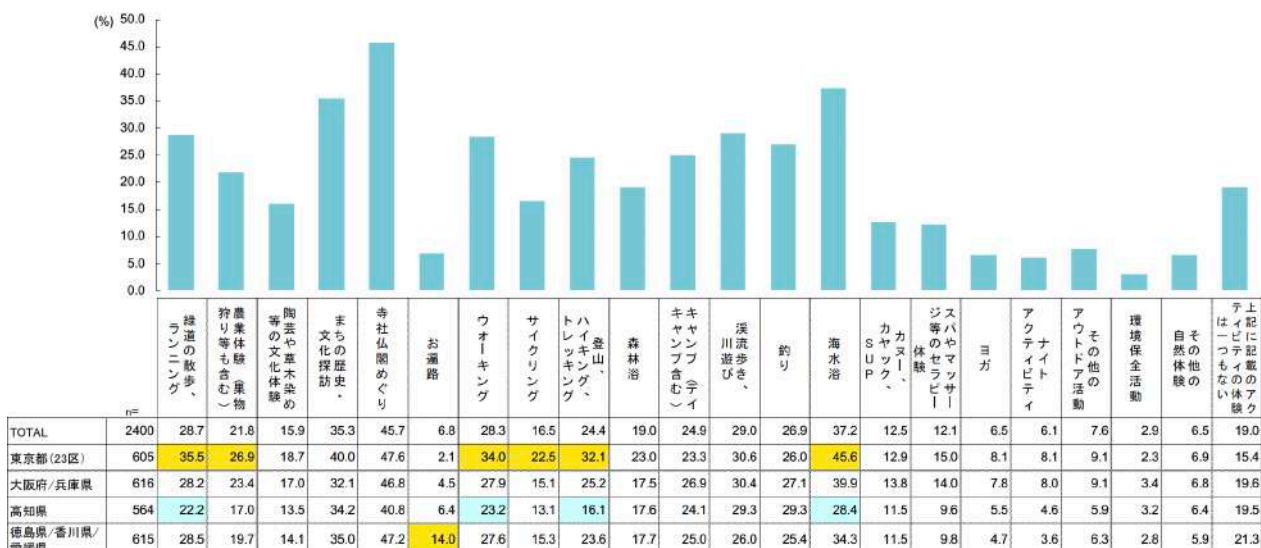


出典：株式会社日本政策投資銀行 訪日外国人旅行者の四国に関する意向（2021）

② アンケート調査から得られた示唆

体験したことがあるアクティビティの動向

「東京都（23区）」で「緑道の散歩、ランニング」35.5%、「農業体験（果物狩り等も含む）」26.9%、「ウォーキング」34%、「サイクリング」22.5%、「登山、ハイキング、トレッキング」32.1%と、平均より選択率が5%以上高く、全体的にみてもアウトドア系アクティビティ体験の経験率が他地域と比べて高いことがわかります。一方、「高知県」では、「緑道の散歩、ランニング」22.2%、「ウォーキング」23.2%、「登山、ハイキング、トレッキング」16.1%、において、選択率が平均より5%以上低くなっていました。さらに「徳島県/香川県/愛媛県」では、「お遍路」14.0%が平均の倍以上高くなっていました。



室戸市に持っているイメージ ※室戸市を知っている人物が対象

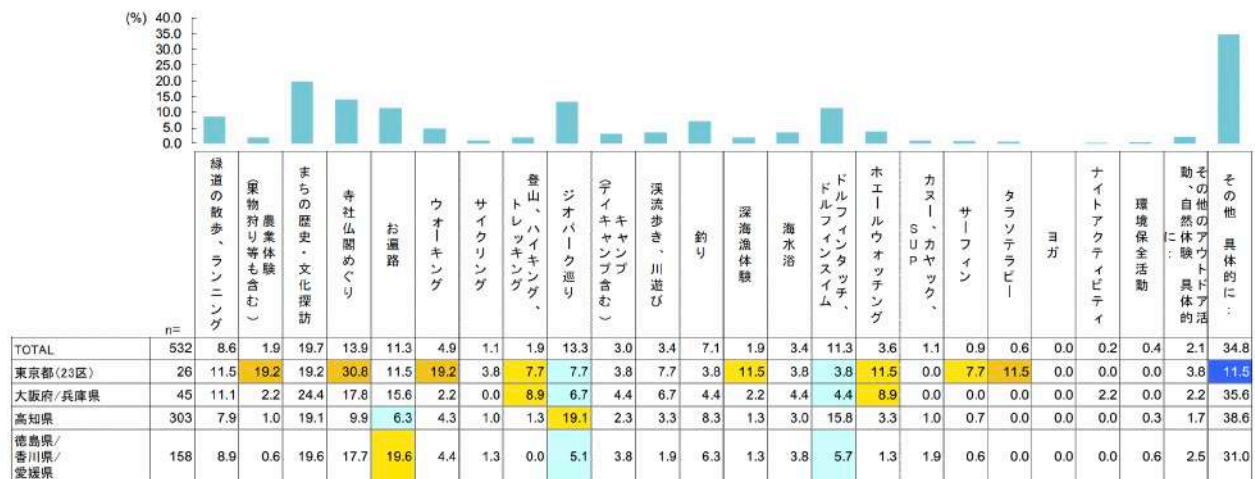
「東京都(23区)」に関しては、「温泉がある」13.1%、「一年を通して温暖な気候である」18.6%、「文化・歴史的な建造物がある」15.2%の選択率が高くなっています。「高知県」では「海や山など、身近に自然を楽しめる場所がある」47.3%、「岩礁や断層など、独特の地形や造形美がある」37.1%、「海洋深層水がある」43.9%等の自然に関する項目、また「空海ゆかりの地である」「お遍路の札所がある」「地域ならではの食がある」等、地域の文化に関する項目の選択率も高くなっています。



室戸市への来訪目的の動向(3項目まで選択) ※室戸市への来訪経験者が対象

「東京都(23区)」は他エリアと異なる傾向がみられ、「農業体験」19.2%、「寺社仏閣めぐり」30.8%、「ウォーキング」19.2%に加え、他エリアの回答ではみられなかった「タラソテラピー」11.5%、「深海漁体験」11.5%等、多様なアクティビティが幅広い来訪目的となっています。「高知県」では「お遍路」20.6%、「ジオパーク巡り」37.4%、

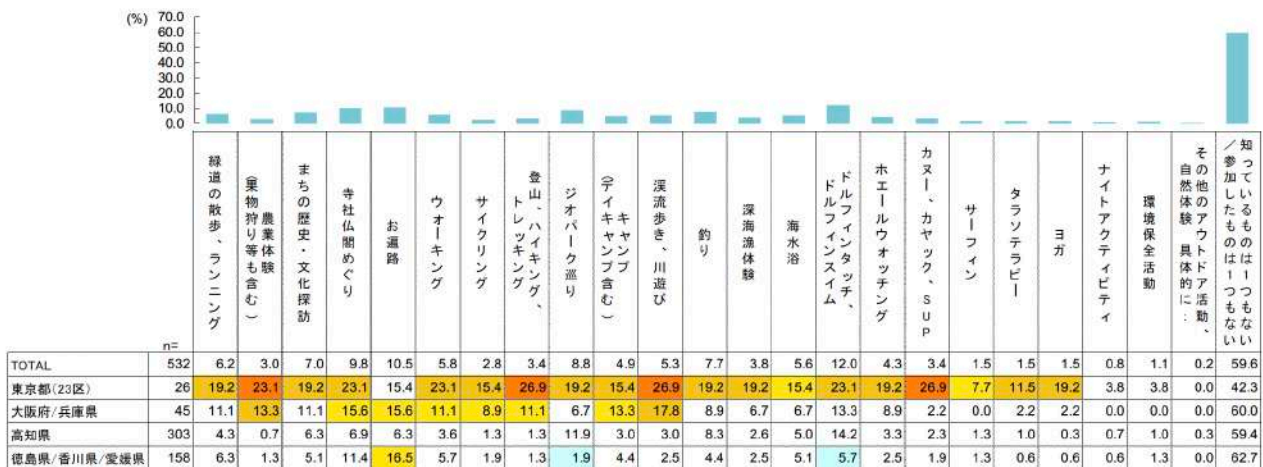
「ドルフィンタッチ、ドルフィンスイム」46.1%と「ホエールウォッチング」39.4%、などで平均よりも選択率が高いことがわかります。



室戸市で体験したことあるアクティビティ・体験の動向 ※室戸市を知っている人物対象

「東京都(23区)」と「大阪府/兵庫県」では平均より選択率が高い項目が多くなっています。特に「東京都(23区)」では「農業体験(果物狩り等も含む)」23.1%、「登山、ハイキング、トレッキング」26.9%、「溪流歩き、川遊び」26.9%、「カヌー、カヤック、SUP」26.9%といったアウトドア系アクティビティの選択率が特に高くなっています。

「徳島県/香川県/愛媛県」では「お遍路」16.5%の選択率がTOTALよりも高くなっていますが、他はおおむね同程度の選択率となっていました。



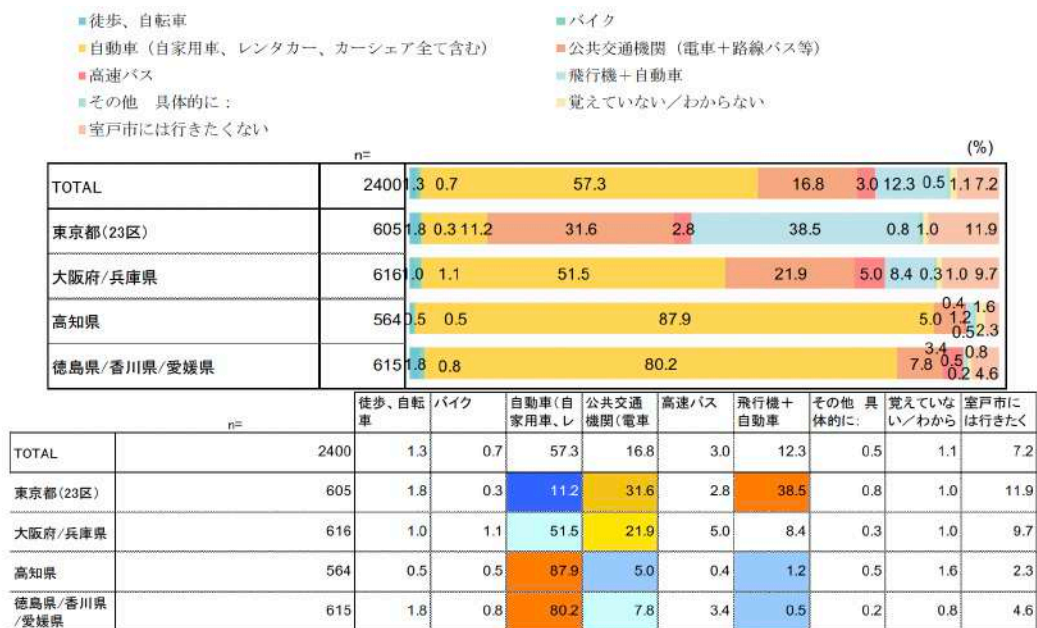
2～3日程度の旅行またはお出かけする際に用意する予算の動向(交通費除く)

「東京都(23区)」と「大阪府/兵庫県」はいずれも4万円以上の予算が全体の40%弱となっているものの、「高知県」と「徳島県香川県/愛媛県」ではいずれも40%を超えるなど、四国内の方が高額予算の割合が若干高くなっています。※予算については、一人あたり金額ではなく家族単位での予算と誤認されている可能性があります。



室戸市への交通手段の動向

「東京都（23区）」では「公共交通機関（電車＋路線バス等）」31.6%、「飛行機＋自動車」12.3%が多い一方、「自動車」11.2%の選択率は低くなっています。「大阪府/兵庫県」も類似した傾向があるが、相対的に「自動車」51.5%の選択率が「東京都（23区）」よりも高く、「飛行機＋自動車」の選択率が大幅に低い結果となりました。四国内の2エリアは、いずれも「自動車」の選択率が突出して高く、「高知」87.9%、「徳島県香川県/愛媛県」80.2%となっています。



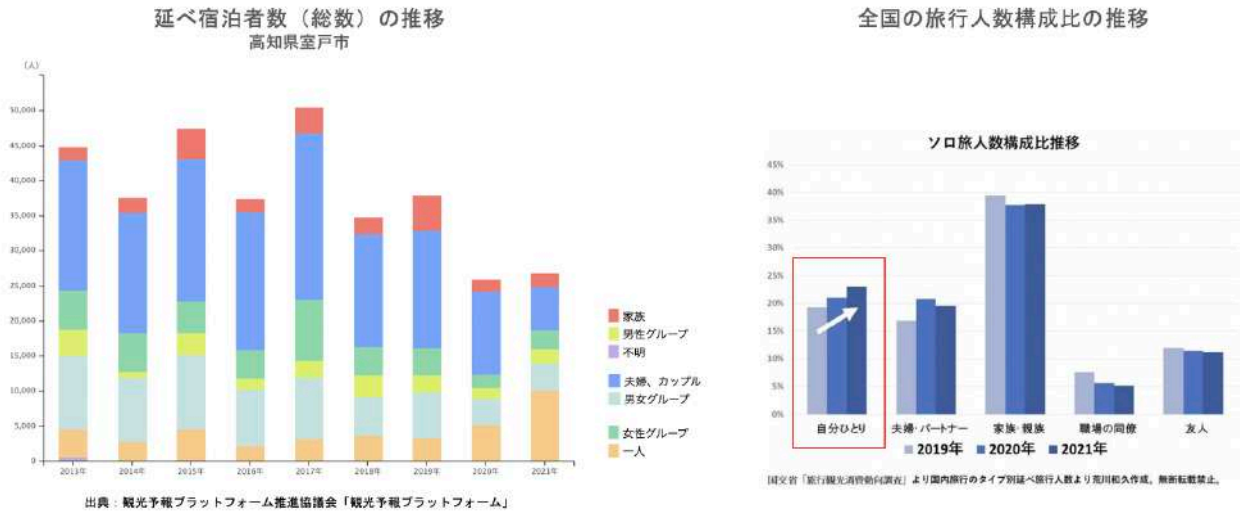
(2) 性・年代に関するターゲティング

① 文献調査から得られた示唆

旅行形態の動向

室戸市の延べ宿泊者数の推移を見てみると、2019年は「夫婦」「カップル層」が多かった一方、新型コロナウイルス感染拡大後の2021年は「ひとり」で訪れた人が最も多く、

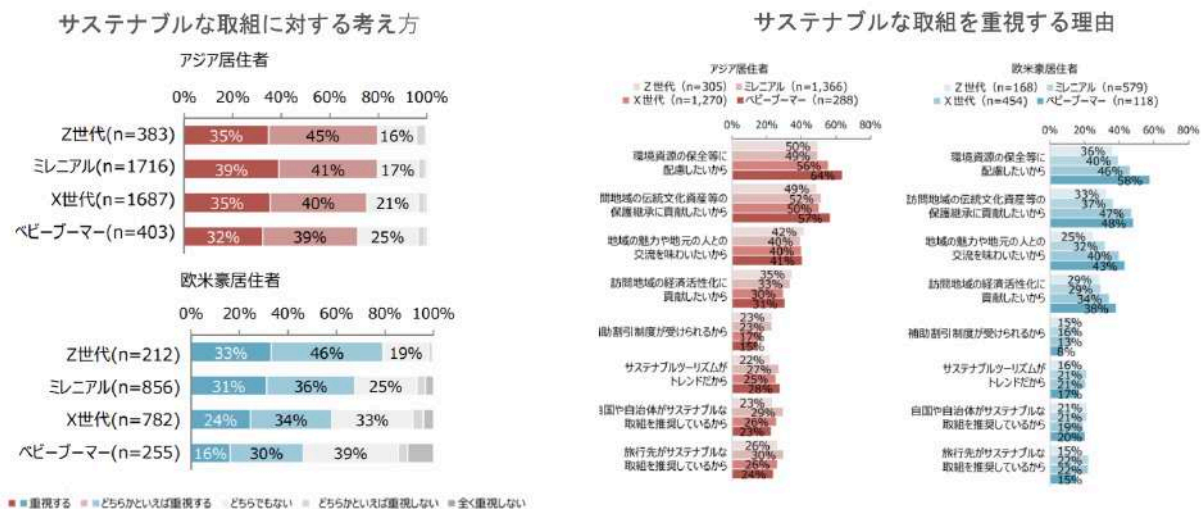
1万人を超えています。全国的にもひとり旅の人気は上昇傾向ですが、2019～2021年の上昇率は約5%であり、室戸市の増加率は特徴的だとわかります。



外国人の世代年代別、サステナブルな取組に対する変化

海外旅行の訪問先や宿泊施設を検討する際、Z世代やミレニアル世代の若年層で「サステナブルな取組を重視する」と回答した人は約80%と高い割合となっています。特に欧米豪でその傾向が顕著で、世代が上がるのと比例して割合が低い回答となりました。

またサステナブルな取組を重視する理由としては、「環境保全への配慮」と「地域の伝統文化資産の保護継承への貢献」はアジア、欧米豪ともに年代が上がるごとに選択率が高い回答となりました。「地域の魅力や地元の人との交流」の回答はアジアが約40%と比較的高くなっており、地域によってサステナブルに対する考え方が異なることがわかります。



② アンケート調査から得られた示唆

普段の旅行・お出かけに関心あるテーマ

「男性 20～29 歳」では「自然、アウトドア」47.6%、「文化体験」28.8%、「環境保全、エコ」16.5%、「サステナビリティ、SDGs」18.2%など、他の性別年代と比較して、選択率が高い項目が多くなっています。男性の各年代では、「自然、アウトドア」の選択率が約 50%程度と女性より高い傾向となりました。一方、「ウェルネス」では女性の各年代で約 30～45%程度となっており、男性の各年代と比較して高くなっています。

	n=	自然、アウトドア	文化体験	環境保全、エコ	サステナビリティ、SDGs	ウェルネス(心身の健康)、癒し	食、グルメ	アート	上記に記載のテーマに興味はない
TOTAL	2400	42.1	22.1	7.8	6.4	34.1	69.6	18.7	17.8
男性20-29歳	170	47.6	28.8	16.5	18.2	31.8	60.0	15.3	22.4
男性30-39歳	188	48.9	17.0	10.1	7.4	25.5	68.6	12.2	19.7
男性40-49歳	231	51.1	22.5	9.1	6.1	26.8	69.3	13.9	17.7
男性50-59歳	213	47.4	16.4	5.6	3.8	26.8	60.6	16.9	21.1
男性60-69歳	252	45.6	17.1	3.6	2.4	27.8	60.3	12.3	19.0
女性20-29歳	223	43.9	22.0	9.0	8.5	31.4	71.3	18.8	20.2
女性30-39歳	307	40.7	24.8	6.5	6.2	38.1	78.5	24.1	14.3
女性40-49歳	271	38.4	25.8	5.9	7.0	41.3	76.8	21.4	15.5
女性50-59歳	299	31.1	19.7	8.4	4.3	41.8	71.9	19.4	17.4
女性60-69歳	228	33.8	26.8	5.7	3.1	43.4	71.9	27.6	12.3
その他・答えたくない	18	38.9	27.8	16.7	16.7	27.8	61.1	27.8	33.3

体験したことあるアクティビティの動向

「スパやマッサージ等のセラピー体験」、「ヨガ」では、男性の各年代でそれぞれ 10%以下、5%以下となっているのに対し、女性ではそれぞれ 10%以上、10%程度と、ウェルネス関連のアクティビティの経験率が高い回答となりました。

	n=	ランニング	緑道の散歩、乗物狩り等も含む	農業体験	陶芸や草木染め等の文化体験	まちの歴史・文化探訪	寺社仏閣めぐり	お運路	ウオーキング	サイクリング	登山、ハイキング、トレッキング	森林浴	キャンプ(テイクアウト含む)	溪流歩き、川遊び	釣り	海水浴	カヌー、カヤック、SUP	スパやマッサージ等のセラピー体験	ヨガ	アクティビティ	アウトドア活動	その他のアクティビティ	環境保全活動	その他の自然体験	上記に記載のアクティビティの体験は一つもない
TOTAL	2400	28.7	21.8	15.9	35.3	45.7	6.8	28.3	16.5	24.4	19.0	24.9	29.0	26.9	37.2	12.5	12.1	6.5	6.1	7.6	2.9	6.5	19.0	25.3	
男性20-29歳	170	31.2	17.6	14.7	31.2	34.7	7.1	32.4	25.9	24.7	17.1	20.0	27.6	31.2	31.2	15.9	7.1	4.1	5.3	8.2	4.1	6.5	25.3	24.5	
男性30-39歳	188	23.4	18.6	11.2	29.3	34.6	5.3	30.9	19.7	26.6	17.6	27.7	31.4	31.9	35.6	14.9	8.0	2.7	8.0	10.1	4.8	6.4	24.5	24.5	
男性40-49歳	231	36.8	24.7	13.0	38.1	39.8	8.2	30.3	19.9	28.6	21.6	32.5	36.8	37.2	41.6	18.6	9.5	4.3	8.2	11.7	3.9	10.4	17.3	17.3	
男性50-59歳	213	29.1	17.4	7.5	39.0	53.1	6.6	25.4	18.3	28.2	17.4	31.0	31.5	35.2	43.2	8.0	6.1	0.5	7.0	8.9	3.3	7.0	15.0	15.0	
男性60-69歳	252	27.8	10.3	7.5	41.7	55.6	8.7	31.3	10.3	24.6	17.9	21.4	20.6	27.0	26.2	6.7	4.4	1.2	5.2	8.7	2.8	5.2	12.3	12.3	
女性20-29歳	223	27.8	24.7	17.5	22.9	31.8	4.5	22.4	14.3	23.8	13.0	22.9	28.3	22.9	36.3	19.7	13.0	7.2	4.9	6.3	2.7	3.6	26.5	26.5	
女性30-39歳	307	29.0	29.0	21.8	30.0	42.3	5.9	30.3	17.3	23.5	19.2	27.0	35.8	25.7	42.0	15.3	16.3	10.7	7.5	6.2	3.3	6.2	19.2	19.2	
女性40-49歳	271	29.9	28.0	22.1	36.9	47.2	4.8	30.6	17.7	28.4	22.5	28.4	34.7	30.3	46.5	14.0	19.9	12.9	6.3	5.9	0.7	5.5	19.6	19.6	
女性50-59歳	299	27.1	25.1	21.7	35.5	50.2	8.0	25.8	15.1	20.1	19.1	24.1	26.1	21.1	36.8	8.4	17.7	10.0	4.0	6.7	3.3	8.0	19.7	19.7	
女性60-69歳	228	25.0	17.5	16.2	49.1	62.7	8.8	24.1	11.0	17.5	21.9	13.6	16.7	10.5	30.3	4.8	13.2	7.5	4.8	5.7	0.9	6.6	12.3	12.3	
その他・答えたくない	18	27.8	22.2	11.1	16.7	27.8	5.6	27.8	11.1	16.7	27.8	11.1	22.2	22.2	22.2	11.1	11.1	0.0	5.6	0.0	5.6	0.0	27.8	27.8	

普段の旅行やお出かけの重視

「リフレッシュできる」、「ゆっくりと過ごすことができる」について、年代が上がるにつれて選択率が徐々に高くなる傾向がみられます。また「子どもと一緒に体験できる」「子どもの成長につながる」について、女性 30～49 歳代の子育て世代では 30%以上と選択率が高い傾向にありました。「地域の食（グルメ）を楽しむる」について、男性 20～39 歳代、女性 20～29 歳代で選択率が 30%以下となっており、年齢が上がるにつれて選択率が高くなっています。

	n=	近頃である	公共交通機関で行ける	車でできる	送迎サービスがある	予約・紹介サイトがわかりやすい	子どもと一緒に体験できる	友人や知人、家族と一緒に体験できる	一人でも楽しむことができる	一人の時間を過ごすことができる	子どもの成長につながる	知識を得ることが出来る	知的好奇心を刺激される	健康の維持につながる	歴史や文化を感じる事ができる	新しい発見がある	リフレッシュできる	ゆっくりと過ごすことができる	運動等で適度な負荷を得ることができる	自然環境に寛げることができる	地域の活性化に貢献できる	地域の食（グルメ）を楽しむる	地域の人が出逢える	知り合いができる	穴場スポットである	体験をSNS等でシェアできる	話題になっている	ネットの口コミ、評判が良い	近くに温泉等があり宿泊できる	トイレや水洗い場がきれいである	その他 具体的に： 宿舎がきれいである	その他 具体的に： 宿舎がきれいである	
TOTAL	2400	7.0	11.5	27.8	1.9	6.4	19.3	16.0	8.8	5.8	11.6	9.4	14.1	7.0	17.1	10.8	40.8	37.0	6.2	2.5	2.1	1.5	35.5	1.3	0.8	5.2	1.1	4.1	6.5	17.6	20.1	0.4	10.5
男性20-29歳	170	5.9	11.2	15.9	3.5	2.9	7.6	16.5	14.7	10.0	6.5	10.0	14.1	4.7	12.9	11.2	33.5	30.6	5.9	7.1	4.1	5.9	21.2	3.5	1.2	8.2	6.5	7.6	5.9	15.3	11.2	0.0	17.1
男性30-39歳	188	4.3	8.0	27.1	1.6	7.4	23.4	12.8	10.1	7.4	18.1	8.5	14.9	2.7	10.6	7.4	36.2	30.3	6.4	1.1	3.2	3.7	27.1	1.6	0.5	4.3	1.1	3.7	4.8	11.7	14.9	0.5	17.0
男性40-49歳	231	6.9	4.8	27.3	1.7	3.5	33.3	14.7	6.9	4.8	20.3	14.7	11.7	6.1	15.2	10.8	35.9	31.2	9.5	3.9	2.6	1.3	31.2	0.4	0.4	6.1	1.3	3.0	4.8	10.4	16.5	0.0	11.7
男性50-59歳	213	6.1	11.7	31.5	1.9	4.2	12.2	10.3	10.8	7.0	9.9	12.2	16.9	10.3	23.0	9.9	40.4	33.8	5.2	3.3	1.9	0.9	32.4	1.4	0.5	4.7	0.0	2.8	5.2	10.8	21.6	0.5	13.1
男性60-69歳	252	6.3	11.1	35.3	1.6	4.0	3.6	8.7	9.5	6.0	0.4	11.5	15.5	11.1	27.0	13.9	37.3	37.7	6.7	5.6	2.8	1.2	35.7	1.6	2.8	6.0	0.4	4.4	4.0	13.9	29.0	0.0	9.1
女性20-29歳	223	6.7	16.6	20.2	0.4	9.0	21.5	17.0	10.3	5.4	13.9	4.9	12.1	3.6	6.3	9.9	41.3	36.8	6.3	0.9	3.6	0.9	30.0	1.3	0.9	5.4	2.2	6.3	9.4	17.5	12.1	0.0	14.3
女性30-39歳	307	8.8	9.8	28.7	2.0	10.4	39.4	20.2	3.9	2.6	19.5	6.8	14.3	4.2	10.7	9.8	44.3	37.1	5.2	1.0	0.7	0.3	38.1	0.7	0.3	5.5	0.7	4.2	10.1	21.2	17.6	0.3	6.8
女性40-49歳	271	8.9	11.4	33.6	1.1	8.1	31.7	20.7	5.2	6.6	20.7	7.4	13.7	5.2	12.9	11.4	37.6	36.9	5.2	1.5	1.1	0.0	39.5	1.5	0.4	4.1	0.0	2.2	9.2	25.5	18.5	0.4	7.7
女性50-59歳	299	7.0	12.4	30.1	1.0	4.7	9.7	15.1	9.7	4.3	4.3	6.4	12.7	9.7	19.7	10.4	48.8	45.5	5.0	1.0	0.7	0.7	42.5	1.0	0.0	5.4	0.7	3.3	5.4	22.7	24.4	0.7	8.4
女性60-69歳	228	7.0	17.1	23.7	4.8	7.9	3.5	21.5	10.1	6.1	1.8	14.0	16.7	12.3	32.0	12.7	48.2	43.4	6.6	1.3	2.2	2.2	48.7	0.4	1.3	2.6	0.0	3.9	4.4	20.6	32.0	0.9	3.5
その他・答えたくない	18	11.1	27.8	16.7	0.0	11.1	5.6	16.7	11.1	5.6	0.0	5.6	5.6	0.0	16.7	11.1	27.8	44.4	11.1	0.0	5.6	0.0	33.3	0.0	0.0	5.6	0.0	11.1	11.1	22.2	11.1	5.6	27.8

室戸市への来訪目的の動向（3項目まで選択）※室戸市への来訪経験者が対象

「男性 20～29 歳」については「緑道の散歩、ランニング」「農業体験」「寺社仏閣巡り」「キャンプ」など多様な目的で来訪しています。女性のうち 30～49 歳までの各年代は「ドルフィンタッチ、ドルフィンスイム」の選択率がいずれも 20%を超えています。男女ともに 60～69 歳では、「まちの歴史・文化探訪」「寺社仏閣めぐり」「お遍路」などの歴史・文化に関する選択率が高い回答となりました。

	n=	緑道の散歩、ランニング	果物狩り等も含む農業体験	まちの歴史・文化探訪	寺社仏閣めぐり	お遍路	ウオーキング	サイクリング	登山、ハイキング、トレッキング	ジオパーク巡り	テイクアウト（含む）	渓流歩き、川遊び	釣り	深瀬体験	海水浴	ドルフィンタッチ、ドルフィンスイム	ホエールウォッチング	カヌー、カヤック、SUP	サーフィン	タラソテラピー	ヨガ	ナイトアクティビティ	環境保全活動	その他のアウトドア活動、自然体験 具体的に：	知っているものは一つもない／参加したものは一つもない	
TOTAL	532	8.6	1.9	19.7	13.9	11.3	4.9	1.1	1.9	13.3	3.0	3.4	7.1	1.9	3.4	11.3	3.6	1.1	0.9	0.6	0.0	0.2	0.4	2.1	34.8	
男性20-29歳	20	15.0	20.0	10.0	25.0	5.0	20.0	5.0	10.0	15.0	10.0	10.0	10.0	5.0	10.0	10.0	5.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
男性30-39歳	43	11.6	0.0	20.9	7.0	4.7	7.0	0.0	4.7	11.6	2.3	0.0	11.6	4.7	7.0	11.6	7.0	2.3	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	37.2
男性40-49歳	52	19.2	3.8	21.2	3.8	15.4	9.6	3.8	7.7	9.6	3.8	1.9	15.4	1.9	3.8	17.3	5.8	0.0	1.9	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	0.0	23.1
男性50-59歳	60	6.7	0.0	23.3	18.3	10.0	0.0	0.0	21.7	3.3	3.3	10.0	0.0	1.7	6.7	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	33.3	
男性60-69歳	81	2.5	0.0	23.5	22.2	18.5	6.2	1.2	0.0	12.3	3.7	1.2	8.6	1.2	0.0	7.4	2.5	0.0	0.0	1.2	0.0	0.0	1.2	2.5	25.9	
女性20-29歳	33	15.2	6.1	12.1	12.1	0.0	3.0	3.0	3.0	9.1	3.0	3.0	0.0	6.1	15.2	9.1	3.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	42.4
女性30-39歳	61	4.9	1.5	11.5	14.8	11.5	3.3	1.6	1.6	16.4	0.0	6.6	8.2	3.3	4.9	23.0	3.3	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	3.3	36.1	
女性40-49歳	45	4.4	0.0	8.9	11.1	8.9	6.7	0.0	0.0	20.0	4.4	4.4	2.2	0.0	0.0	22.2	6.7	4.4	4.4	2.2	0.0	0.0	0.0	4.4	40.0	
女性50-59歳	84	7.1	1.2	29.8	11.9	8.3	1.2	0.0	0.0	3.6	2.4	4.8	3.6	1.2	1.2	6.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	47.6	
女性60-69歳	51	9.8	0.0	19.6	13.7	19.6	3.9	0.0	0.0	19.6	2.0	2.0	2.0	0.0	2.0	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	33.3	
その他・答えたくない	2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	

ウェルネスツーリズムの認知

「ウェルネスツーリズム」という言葉の認知率が高いのは「男性 20～29 歳」34.7%となっており、次いで「女性 60～69 歳」24.6%、「男性 40～49 歳」21.6%、「女性 20～29

歳」21.5%となっています。「知っていて、説明できる」に着目すると、20~39 歳までの男性各年代、20~59 歳までの女性各年代に回答が集中しており、特に若い世代の回答率が高くなっています。

	n=	%			認知率%
		「ウェルネスツーリズム」という言葉を知っていて、説明できる	「ウェルネスツーリズム」という言葉聞いたことがある	「ウェルネスツーリズム」という言葉は知らない	
TOTAL	2400	3.7	16.7	79.6	20.4
男性20-29歳	170	12.4	22.4	65.3	34.7
男性30-39歳	188	6.4	13.3	80.3	19.7
男性40-49歳	231	6.5	15.2	78.4	21.6
男性50-59歳	213	0.9	14.6	84.5	15.5
男性60-69歳	252	1.2	15.5	83.3	16.7
女性20-29歳	223	6.3	15.2	78.5	21.5
女性30-39歳	307	2.6	14.7	82.7	17.3
女性40-49歳	271	2.6	17.3	80.1	19.9
女性50-59歳	299	2.0	16.7	81.3	18.7
女性60-69歳	228		24.6	75.4	24.6
その他・答えたくない	18	5.6		94.4	5.6

室戸市への交通手段の動向

「男性 20~29 歳」で「自動車」の選択率が約 40%と低く、「公共交通機関」の選択率が約 25%と高いという特徴があるものの、30 歳以上の各年代では「自動車」の選択率は約 60%となっています。女性も 20~29 歳では「自動車」の選択率が低くなっていますが、男性のように 30 歳以上の年代で急上昇し、69 歳までの年代で 50~63%となっています。

	n=	徒歩、自転車	バイク	自動車(自家用車、レ	公共交通機関(電車	高速バス	飛行機+自動車	その他 具体的に	覚えていない/わから	室戸市には行きたく
TOTAL	2400	1.3	0.7	57.3	16.8	3.0	12.3	0.5	1.1	7.2
男性20-29歳	170	2.4	2.4	37.6	26.5	4.7	14.1	0.6	1.8	10.0
男性30-39歳	188	1.6	0.0	61.2	17.6	1.1	8.5	0.0	1.1	9.0
男性40-49歳	231	2.6	1.3	62.8	13.0	3.0	9.5	0.0	1.7	6.1
男性50-59歳	213	0.9	1.4	55.9	16.4	1.4	15.5	0.0	0.5	8.0
男性60-69歳	252	0.4	1.6	67.9	16.3	1.6	8.3	0.4	0.4	3.2
女性20-29歳	223	2.7	0.0	45.7	19.7	4.0	10.8	0.0	1.8	15.2
女性30-39歳	307	1.3	0.0	62.2	13.7	2.0	12.4	0.7	1.3	6.5
女性40-49歳	271	1.1	0.7	58.3	14.4	4.8	13.7	0.0	0.7	6.3
女性50-59歳	299	0.3	0.0	60.9	15.1	2.3	14.0	1.3	0.3	5.7
女性60-69歳	228	0.4	0.4	52.6	18.4	5.3	16.7	0.9	1.3	3.9
その他・答えたくない	18	0.0	0.0	38.9	33.3	0.0	0.0	5.6	5.6	16.7

(3) 旅行目的に関するターゲティング

① 文献調査から得られた示唆

訪日外国人旅行者が体験したい内容の動向

訪日外国人旅行者が体験したいものの調査では、新型コロナウイルス流行時から「アウトドアアクティビティ」の選択率が10%以上と特に上昇しています。他にも「自然や風景

の見物」「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」も選択率が高いことがわかり、文化や娯楽施設より自然の魅力を活かしたコンテンツが有効であることが考えられます。



訪日外国人旅行者が四国で体験したい内容の動向

新型コロナウイルス収束後の訪日旅行で、四国訪問希望者に対し四国で体験したいことを聞いた調査では、アジアでは「自然や風景の見物」、欧米豪では「有名な史跡や歴史的な建築物の見学」の割合が、それぞれ最も高い傾向でした。四国が有する「自然」、「歴史」、「文化」といった資源に加え、「食」への期待にも応え、滞在中の満足度を高めることが肝要であると言えます。

新型コロナ収束後に四国で体験したいこと

* 上位10項目

順位	回答者→	全体	アジア全体											欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	インドネシア	オーストラリア	アメリカ	ヨーロッパ	イギリス	フランス				
1	自然や風景の見物	402	71	75	78	69	89	82	68	60	68	68	53	46	64	48	53	
2	桜の観賞	69	72	78	59	76	84	78	64	77	56	52	46	59	48	53		
3	伝統的日本料理	64	67	78	57	80	81	63	48	64	48	48	23	64	43	53		
4	紅葉の観賞	62	64	56	40	76	78	65	60	68	60	51	46	55	43	60		
5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	61	62	44	51	69	72	48	64	73	56	56	38	64	48	73		
6	温泉への入浴	59	63	67	49	82	73	65	60	45	36	42	15	64	30	53		
7	雪景色観賞	58	61	67	43	69	76	65	56	64	44	42	31	50	35	53		
8	世界遺産の見物（説明の充実度含む）	56	58	67	46	71	61	55	44	59	68	47	46	50	39	53		
9	日本庭園の見物（説明の充実度含む）	56	56	67	36	67	55	68	60	64	56	55	38	59	48	73		
10	現地の人々が普段利用しているカジュアルな食事	54	56	56	47	60	63	58	68	55	36	44	15	59	30	67		

出典：株式会社日本政策投資銀行 訪日外国人旅行者の四国に関する意向（2021）

② アンケート調査から得られた示唆

関心のあるアクティビティの動向

「お出かけの関心別」に見たアクティビティへの関心度をみると、「環境保全、エコ」「サステナビリティ、SDGs」「文化体験」「アート」に関心がある層は、全てのアクティビティで TOTAL よりも選択率が高く、特に前者 2 項目は選択率が高いことから、アク

ティビティに対する潜在的な高意欲層といえます。「食、グルメ」については、「まちの歴史、文化探訪」「寺社仏閣巡り」「ウォーキング」「溪流歩き、川遊び」「スパやマッサージ等のセラピー体験」の選択率が高くなっているものの、ほとんどの項目で選択率が低くなっており、相対的に低意欲な層と捉えられます。

nF	緑道の散歩、ランニング	乗物探り等も含む	農業体験	陶芸や草木染め等の文化体験	まちの歴史、文化探訪	寺社仏閣めぐり	お散歩	ウォーキング	サイクリング	登山、ハイキング	森林浴	キャンプ(含む)	溪流歩き、川遊び	釣り	海水浴	カヌー、カヤック、SUP	スバやマッサージ等のセラピー体験	ヨガ	アクティビティ	アウトドア活動	環境保全活動	その他の自然体験	上記に記載のない活動
TOTAL	2400	26.7	15.7	14.7	31.3	35.9	7.9	26.6	12.9	13.8	23.3	18.3	19.5	14.2	13.4	9.5	17.2	9.8	7.5	7.8	4.0	8.5	22.0
自然、アウトドア	1011	44.3	27.9	23.0	44.3	47.4	13.3	39.5	22.8	29.2	41.3	37.2	37.7	24.0	24.7	19.5	25.8	15.2	13.9	16.2	7.7	16.0	2.8
文化体験	531	46.9	35.2	41.2	69.1	68.7	18.5	43.1	26.4	27.7	43.3	29.2	37.1	20.0	24.3	21.7	34.1	20.2	17.9	14.9	10.7	17.5	2.1
環境保全、エコ	186	62.4	45.2	37.1	59.1	54.3	29.6	57.5	37.6	39.8	53.2	40.3	43.0	30.6	30.1	20.4	37.6	34.4	26.9	24.7	33.9	24.7	1.6
サステナビリティ、SDGs	153	60.1	43.8	37.3	60.8	53.6	28.1	62.1	38.6	39.9	53.6	41.8	41.2	32.0	36.6	24.8	41.2	39.2	30.1	22.9	32.0	22.9	3.3
ウェルネス(心身の健康)、癒し	819	42.7	28.4	26.9	49.2	53.0	14.7	41.1	21.1	24.1	42.5	28.6	32.2	18.3	21.1	16.2	34.8	21.2	15.3	13.2	8.9	15.9	3.8
食、グルメ	1670	31.2	20.2	18.5	38.4	43.1	9.9	31.6	16.0	16.6	28.1	22.9	24.7	16.3	17.4	12.3	22.7	12.5	10.3	9.8	4.7	10.6	12.4
アート	448	46.0	31.5	37.1	63.2	64.1	15.6	45.3	25.4	23.7	44.2	30.1	33.3	21.0	22.3	21.9	32.8	22.8	19.2	14.7	11.2	16.5	4.0
上記に記載のテーマに興味はない	426	7.0	1.4	1.4	4.7	8.0	1.2	10.3	2.6	1.2	3.3	2.1	1.6	5.6	1.2	0.2	1.6	1.9	0.2	0.7	0.2	0.5	70.4

普段の旅行・お出かけで重視する項目

TOTAL で最も選択率が高かったのは「リフレッシュできる」40.8%、次いで「ゆっくりと過ごすことができる」37.0%、「地域の食（グルメ）を楽しめる」35.5%等で、保養・休養や食に関する項目の選択率が高くなっています。また「お出かけの関心別」に見たアクティビティへの関心度をみると、「文化体験」「環境保全、エコ」「サステナビリティ、SDGs」「アート」に関心がある層は、「知識を得ることができる」「知的好奇心を刺激される」といった学習系選択肢の選択率がTOTAL より高くなっています。「ウェルネス」に関心がある層は、全てのカテゴリーの中で「リフレッシュできる」「ゆっくりと過ごすことができる」、「近くに温泉等があり宿泊ができる」の選択率が最も高く、「地域の食（グルメ）を楽しめる」の選択率も高くなっています。

nF	近場である	公共交通機関で行ける	車でできる	送迎サービスがある	予約・紹介サイトが利用できる	子どもと一緒に体験できる	友人や知人、家族と一緒に体験できる	一人でも楽しむことができる	一人の時間を過ごすことができる	子どもの成長につながる	知識を得ることができる	知的好奇心を刺激される	健康の維持につながる	歴史や文化を感じる	新しい発見がある	リフレッシュできる	ゆっくりと過ごすことができる	体を動かすことができる	運動等で適度な負荷を得ることができる	自然環境に貢献できる	地域の活性化に貢献できる	地域の食（グルメ）を楽しむ	地域の人に出会える	知り合いができる	穴場スポットである	体験をSNS等でシェアできる	話題になっている	ネットの口コミ、評判が良い	トイレ・水洗い場がきれいである	近くに温泉等があり宿泊ができる	その他 具体的に： 20.1	特になし	
TOTAL	2400	7.0	11.5	27.8	1.9	6.4	19.3	16.0	8.8	5.8	11.6	9.4	14.1	7.0	17.1	10.8	40.8	37.0	6.2	2.5	2.1	1.5	35.5	1.3	0.8	5.2	1.1	4.1	6.5	17.6	20.1	0.4	10.5
自然、アウトドア	1011	7.2	10.2	32.1	1.9	6.0	24.4	20.8	11.3	7.7	15.9	12.3	18.9	8.6	18.9	12.9	48.7	38.7	9.2	3.9	3.1	2.2	40.4	1.9	1.2	7.2	2.0	4.7	7.7	18.8	21.8	0.3	1.9
文化体験	531	5.6	15.8	25.8	2.3	7.5	23.4	20.9	11.5	7.9	14.9	19.0	29.4	10.5	32.0	15.4	45.4	36.5	9.6	3.2	3.4	3.8	44.3	2.6	1.1	6.2	2.6	4.9	6.6	19.2	21.3	0.2	0.9
環境保全、エコ	186	9.7	13.4	24.2	3.8	7.0	19.4	17.2	12.9	8.6	14.5	23.1	22.0	13.4	22.0	17.2	48.9	38.2	11.8	7.0	10.2	6.5	29.6	4.3	1.6	4.8	4.8	4.8	7.0	15.6	18.3	0.0	1.6
サステナビリティ、SDGs	153	8.5	15.7	22.2	2.6	7.2	21.6	17.6	13.7	7.8	14.4	21.6	27.5	11.8	20.9	18.3	41.8	31.4	11.8	5.9	9.8	7.8	31.4	3.9	2.0	7.2	4.6	7.2	10.5	20.9	19.0	0.0	2.0
ウェルネス(心身の健康)、癒し	819	7.4	15.0	30.6	1.8	8.1	22.6	21.1	10.0	7.8	13.4	11.4	19.0	10.9	20.3	13.9	52.3	46.3	7.7	3.4	2.8	2.4	45.2	1.6	0.9	6.3	1.5	5.5	8.1	21.5	27.0	0.5	0.9
食、グルメ	1670	7.1	13.1	31.1	2.0	8.2	22.9	19.2	9.5	6.0	13.5	10.7	16.0	7.0	19.3	11.9	45.1	41.3	6.4	2.0	1.9	1.9	46.2	1.4	0.7	6.0	1.3	5.1	8.0	19.8	24.1	0.2	2.9
アート	448	7.6	18.3	24.8	2.7	7.4	20.1	18.8	12.1	9.2	11.8	17.2	29.9	8.7	28.1	13.8	47.1	39.1	8.9	3.3	2.2	2.5	44.0	1.6	0.4	4.7	1.6	4.5	5.4	22.8	23.4	0.7	1.8
上記に記載のテーマに興味はない	426	5.6	5.9	16.4	0.9	1.2	8.5	5.9	4.7	4.2	4.9	1.9	3.3	3.5	7.5	4.9	20.7	19.2	2.1	1.2	0.9	0.0	8.2	0.5	0.5	1.6	0.5	1.9	3.1	9.9	7.5	0.7	45.5

室戸市に持っているイメージ

TOTAL では「自然が豊かである」62.5%が最も選択率が高く、次いで「海や山など、身近に自然を楽しめる場所がある」47.3%、「海洋深層水がある」43.9%、「岩礁や断層など、独特の地形や造形美がある」37.1%など、自然に関する項目の選択率が高い傾向がある。

ります。「お出かけの関心別」に見たアクティビティへの関心度をみると、「環境保全、エコ」「サステナビリティ、SDGs」に関心がある層は、他と比べて室戸市に対して多様なイメージを持っていることがわかります。特にウェルネスに関する項目については、「ウェルネス（心身の健康）、癒し」に関心がある層よりも選択率が高いという傾向がみられました。「ウェルネス（心身の健康）、癒し」に関心がある層では、「温泉がある」「心が健康になれる町である」「体が健康になれる町である」は10%程度と、ウェルネスに関連するキーワードで認知されていないと考えられます。

	n=	自然が豊かである	海や山など、身近に自然を楽しめる場所がある	アクティビティができる	岩礁や断層など、独特の地形や造形美がある	海洋深層水がある	温泉がある	温暖な気候である	文化・歴史的な建造物がある	空海ゆかりの地である	お遍路の札所がある	地域ならではの食がある	地域ならではの魅力的な人がいる	環境対策に取り組んでいる	心が健康になれる町である	身体が健康になれる町である	都市部からのアクセスが困難である	宿泊施設が魅力的でない	観光施設が魅力的でない	その他 具体的に	室戸市としてのイメージはあまりない	わからない
TOTAL	1019	62.5	47.3	17.5	37.1	43.9	7.4	11.9	9.2	27.1	29.8	21.3	6.7	5.6	7.0	5.6	19.4	6.1	4.4	1.7	4.0	7.5
自然、アウトドア	523	68.1	51.8	23.3	41.3	44.0	9.9	15.7	12.4	27.7	31.5	23.7	8.8	7.8	9.8	8.0	20.5	7.5	5.9	1.9	2.5	6.1
文化体験	299	70.2	57.5	26.1	45.8	48.8	11.4	18.1	16.1	31.4	34.8	24.1	10.7	10.0	11.7	10.0	23.4	9.4	6.0	1.0	3.0	3.7
環境保全、エコ	107	73.8	57.0	37.4	45.8	57.0	20.6	23.4	28.0	30.8	34.6	26.2	18.7	26.2	21.5	24.3	27.1	14.0	12.1	0.9	1.9	2.8
サステナビリティ、SDGs	83	73.5	60.2	41.0	47.0	48.2	31.3	27.7	31.3	27.7	33.7	33.7	21.7	28.9	25.3	30.1	26.5	13.3	13.3	0.0	2.4	2.4
ウェルネス(心身の健康)、癒し	427	69.1	56.4	23.9	43.6	45.0	10.1	17.3	14.3	28.3	33.0	26.7	8.0	8.0	11.2	9.4	24.4	9.4	6.1	1.9	3.0	5.4
食、グルメ	793	65.8	51.1	19.5	39.7	46.8	8.2	13.6	10.2	26.1	29.9	24.0	7.4	6.2	8.6	6.6	20.7	6.7	4.2	1.5	3.5	6.1
アート	238	70.2	52.1	25.6	47.1	47.9	12.6	19.3	13.4	30.7	34.5	29.8	11.8	7.6	10.5	10.1	25.2	10.5	6.3	1.7	2.5	5.5
上記に記載のテーマに興味はない	108	46.3	25.0	7.4	21.3	32.4	1.9	3.7	4.6	25.0	25.0	9.3	3.7	0.9	0.9	0.9	12.0	0.9	2.8	2.8	10.2	21.3

(4) 3つのターゲティングから得られた示唆

① 地域別

地域：四国

- ・ 室戸市に持っているイメージとして、「海や山など、身近に自然を楽しめる場所がある」「岩礁や断層など、独特の地形や造形美がある」「海洋深層水がある」などの自然環境はもちろん、「空海ゆかりの地である」「お遍路の札所がある」という歴史・文化的視点も高い傾向でした。室戸の魅力は十分に認知されていると考えられます。一方で、体験したことあるアクティビティが他地域の平均と比べ低く、来訪目的も「ジオパーク」や「お遍路」以外の選択率が低いため、県内市場を開拓しきれていない可能性があります。物見遊山だけでなく、実際に体験してもらう仕掛けを今後は検討していく必要があります。
- ・ 2～3日程度の旅行またはお出かけする際に用意する予算は、50,000円以上が他県と比べて選択率が高い結果でした。また交通手段として「自動車」が高い傾向もあることから、ファミリー層に利用されている可能性があり、気軽に来てリフレッシュしてもらえる場としてのコンテンツ開発も検討の余地があります。
- ・ 基本的に交通手段は車ということもあり、室戸滞在中は移動の価値化も必要となり、市内に立ち寄れるスポットやロードを整備していくことも有効と考えられます。

- ・ 四国他県での「お遍路」に対する認知、体験率が非常に高いため、お遍路からのリピート客も考えられます。

地域：東京都

- ・ 体験したことがあるアクティビティは全体的に選択率が高く、なかでもアウトドア系アクティビティの経験率が他地域と比べて高いことがわかります。高い経験率とあわせて、お出かけに用意する予算も50,000円以上が最も高く、金額は多少高くても良質な体験を求めているのではないかと考えられます。
- ・ 一方で、室戸市に持っているイメージとして、「温泉がある」「一年を通して温暖な気候である」「文化・歴史的な建造物がある」15.2%の選択率が高く、一部イメージが伝わりきれていない課題もありました。魅力さえ伝われば旅行先の選択肢になり得ると考えられるため、まずは認知を拡大する取組を実行していく必要があります。
- ・ 交通手段としては、飛行機・電車等の「公共交通機関」を使って訪れる割合が高く、合わせて「自動車（レンタカー）」と組み合わせて旅行する方が大半のため、空港や駅との連携やレンタカーサービスはより充実に向けた検討が必要となります。
- ・ 室戸市への来訪目的として、「農業体験」「寺社仏閣めぐり」「ウォーキング」に加え、他エリアの回答ではみられなかった「タラソテラピー」「深海漁体験」等、多様なアクティビティが幅広い来訪目的となっています。日常から離れた自然豊かなエリアでの体験に価値を置いている可能性があります。

地域：関西（大阪・兵庫）

- ・ 体験したことがあるアクティビティについて、「農業体験（果物狩り等も含む）」「登山、ハイキング、トレッキング」「溪流歩き、川遊び」等の他地域でも体験できる項目の選択率が高くなっており、室戸ならではのアクティビティが認知されていない可能性があります。
- ・ 交通手段としては、半数以上が「自動車」と答えているため、年代にもよりますが、まずは自動車利用層が優先度の高いターゲットになると考えられます。また「バイク」も数字としては少ないが他地域と比べると多く、来訪目的の個別回答からは「ツーリング」利用のポテンシャルがうかがえます。

地域：インバウンド

- ・ 訪日外国人客数は、規制緩和が行われるアジア圏から徐々に増加すると見込まれています。また2021年時調査で次に海外旅行したい国として、アジア及び欧米豪居住者1位は「日本」で、国全体でインバウンド客の需要が高まっています。

- ・ 四国旅行時に体験したいものとして、「自然や風景の見物」「有名な史跡や歴史的な建築物の見学」が高い傾向にあり、室戸が有する自然環境や空海ゆかりの地、お遍路文化といったコンテンツを磨き上げることが必要になってきます。
- ・ 訪日旅行時の滞在日数は「東アジア」が約 1 週間であるのに対し、「欧米豪」は約 2 週間となっており、アジアよりも欧米豪の方が長い傾向がありました。欧米豪からの旅行者は日本での滞在日数が長く、時間をかけて広域周遊を行うため、訪日経験の少ない段階で四国を訪れる人が多い可能性があります。
- ・ アジアの四国訪問経験者は、訪日「6 回以上」35.3%、訪日「4 回以上」で約半数となっていることから、とりわけアジアにおいて四国を訪れる外国人旅行者は、訪日リピーターが多いことがうかがえます。欧米豪の四国訪問経験者でも、訪日「2,3 回」53.5%と半数近いことから、ターゲットは複数回日本に訪れたことがあるリピーター客を中心に検討することが望ましいと考えられます。

② 性・年代別

性・年代：男性

- ・ 普段の旅行やお出かけで重視する点について、男性の各年代では「自然、アウトドア」の選択率が半数程度となっており、女性と比べてアクティブな体験を求めていることがわかりました。また各年代の詳細をみると、男性の 20 歳～49 歳では「サイクリング」、「登山、ハイキング、トレッキング」、「キャンプ」、「溪流歩き、川遊び」と動的アクティビティを好む傾向があります。一方で 50 歳以上になると年代が上がるにつれて、「まちの歴史、文化探訪」、「寺社仏閣めぐり」といった文化的要素が重視されているため、年代に合わせて提供コンテンツを変える必要があります。

性・年代：女性

- ・ 男性と比べて女性各年代で「陶芸や草木染等の文化体験」、「スパやマッサージ等のセラピー体験」、「ヨガ」といったウェルネス関連のアクティビティの経験率が高い回答となりました。
- ・ 普段の旅行やお出かけで重視する点について、「リフレッシュできる」、「ゆっくりと過ごすことができる」といった項目で女性の選択率が高く、特に女性 50～69 歳の各年代については選択率が高くなっています。
- ・ 20～39 歳の女性のアクティビティの認知と体験のギャップを埋める施策（情報提供、ブランディング、商品開発等）と、40 歳以上の女性に向けたウェルネスツーリズムの具体化を同時に進めることで満足度を高める仕組みが必要と考えられます。

性・年代：年代全般

- ・ 来訪満足度について、20～39 歳は男女ともに非常に高く、なかでも男性 20 代は約 90%が「かなり満足」「満足」と回答しています。20 代男性の関心が高い「自然、アウトドア」「文化体験」「環境保全、エコ」「サステナビリティ、SDGs」の要素を室戸が満たしていることが、高い満足度に繋がっていると考えられます。
- ・ 普段の旅行やお出かけで重視する点について、女性 30～49 歳代の子育て世代では「子どもと一緒に体験できる」「子どもの成長につながる」の選択率が 30%以上と高く、ファミリー層にフォーカスしたコンテンツ作りも有効だと考えられます。

③ 旅行目的別

旅行目的：自然アクティビティ

- ・ 外国人旅行者が訪日旅行時に体験したいアクティビティの調査では、「アウトドアアクティビティ」の選択率が10%以上と特にコロナ前後で増加しており、四国で体験したいものに関しては「自然や風景の見物」の選択率が高くなっています。
- ・ 国内旅行者に関しても、室戸に対して持っているイメージとして、「自然が豊かである」「海や山など、身近に自然を楽しめる場所がある」「海洋深層水がある」など、自然に関する項目の選択率が高い傾向があり、自然を活かしたアウトドアアクティビティを展開することで国内外問わず満足度の高いコンテンツになる可能性があります。

旅行目的：癒し

- ・ 普段の旅行・お出かけで重視する点として、「リフレッシュできる」「ゆっくりと過ごすことができる」など、保養・休養や食に関する項目の選択率が高い回答となっています。
- ・ 「ウェルネス（心身の健康）、癒し」に関心がある層について、室戸市に対してのイメージに「心が健康になれる町である」「身体が健康になれる町である」といったウェルネスに関する項目が挙げられておらず、認知に課題がみられました。またウェルネスツーリズムという言葉の認知が広まっていないことも踏まえると、ウェルネスツーリズムを推進していくには、ウェルネスというキーワードよりも「癒し」や「心身の健康」を発信していくことで認知拡大に繋がる可能性があります。

旅行目的：サステナビリティ

- ・ 「環境保全、エコ」「サステナビリティ、SDGs」「文化体験」に関心がある層は、関心のあるアクティビティの選択率が全体的に高い傾向があります。お出かけにおいて重視する点としては、「新しい発見がある」「体を動かすことができる」「自然環境に貢献できる」の選択率が高く、単なる体験アクティビティだけでなく、地域貢献活動や学びを含めた付加価値をつけたコンテンツを検討する必要があります。

(5) ターゲティングの在り方

- ◆ 室戸市に持っているイメージとして、四国地方は「海や山など、身近に自然を楽しむ場所がある」「岩礁や断層など、独特の地形や造形美がある」「海洋深層水がある」などの自然環境はもちろん、「空海ゆかりの地である」「お遍路の札所がある」という歴史・文化的視点も高く、室戸の魅力は十分に認知されている一方で、体験したことがあるアクティビティが他地域より低い傾向にありました。東京では「温泉がある」「一年を通して温暖な気候である」「文化・歴史的な建造物がある」の選択率が高く、一部イメージが伝わりきれていない課題はあるものの、全体的にみてもアウトドア系アクティビティの経験率が他地域と比べて高い結果でした。来訪経験者の満足度の高さをみても、魅力さえ伝われば旅行先の選択肢にもなり得ると考えられるため、四国エリア内の市場を開拓しつつ、首都圏・関西圏にも認知してもらえるような取組と、滞在時間を増やすことができる多様なアクティビティの磨き上げが必要なのではないかと推察されます。
- ◆ 今後訪日外国人客数は増加すると見込まれており、インバウンド需要に合わせて対策を講じる必要があります。訪日旅行時の滞在日数はアジア、欧米豪ともに1週間以上と、国内旅行者と比べて長く、四国訪問経験者は、とりわけアジアにおいて何度も日本を訪れていることがうかがえるため、ターゲットは複数回日本に訪れたことがあるリピーター客を中心に検討することが望ましいと考えられます。

コンテンツの内容について、20～39歳は男女ともに満足度が非常に高くなっており、その理由として、当年代の関心が高い「自然、アウトドア」「文化体験」「環境保全、エコ」「サステナビリティ、SDGs」の要素を室戸が満たしていることが挙げられるのではないかと推察されます。また普段の旅行やお出かけで重視する点について、女性30～49歳代の子育て世代では「子どもと一緒に体験できる」「子どもの成長につながる」の選択率が30%以上と高い傾向にあり、ファミリー層にフォーカスしたコンテンツ作りも有効だと考えられます。

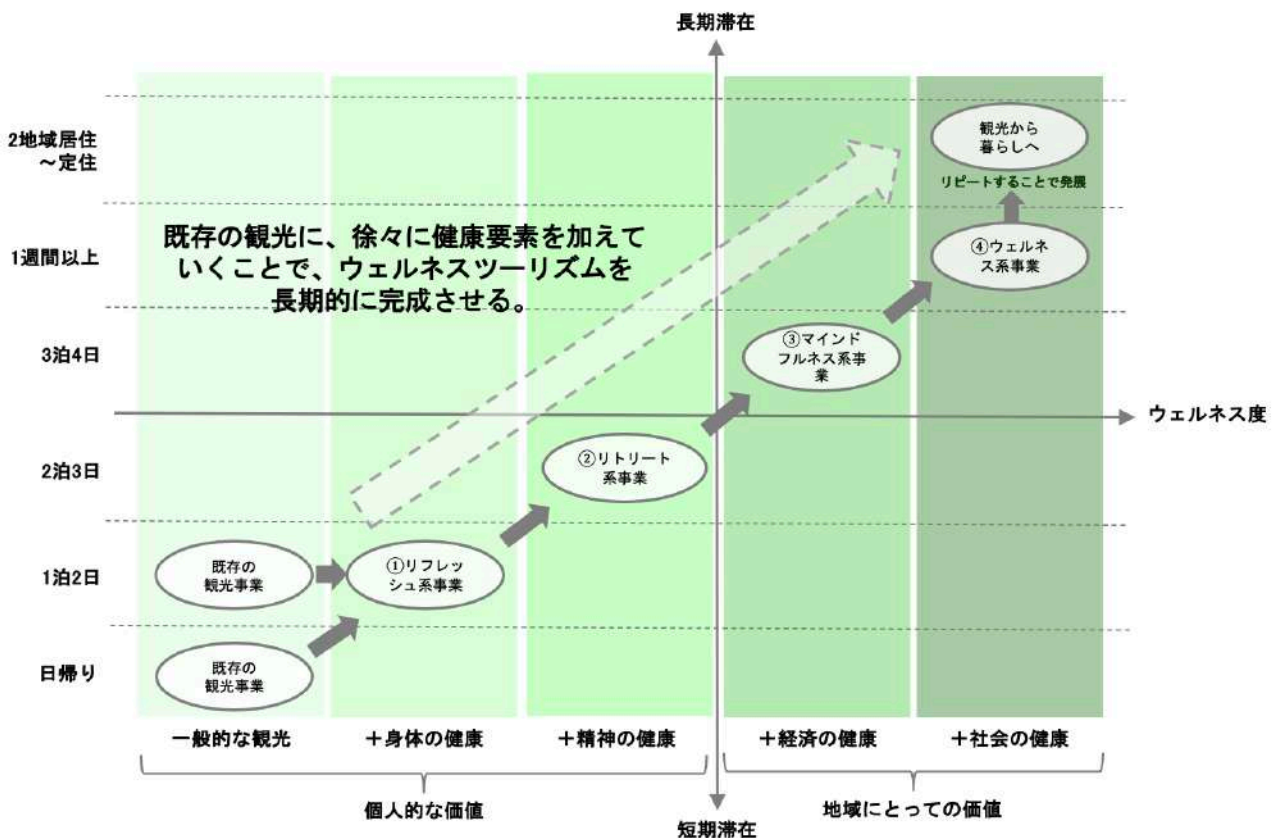
5. 基本方針

(1) ウェルネス度及び滞在期間を踏まえた進化モデル

これまでの消費型の観光ではなく、室戸の魅力溢れる自然環境や歴史文化を活かしながら、観光客の心と体の健康、そして地域の環境と社会の健康に繋がるウェルネスツーリズムを造成していきます。しかし、現状ウェルネスツーリズムの推進体制は整っておらず、全ての分野において同時にアプローチは難しいと考えます。今後は4つのステップで徐々にウェルネス要素及び滞在に数を増やしていくことで、ウェルネスツーリズムを完成させていきます。

気軽に参加でき、体を動かすことができる「身体の健康」要素を含む体験プログラムを活用したリフレッシュ系事業。日常から離れ、日々の疲れをリセットするような「精神の健康」要素を含む体験プログラムを活用したリトリート系事業。日々の生活や社会情勢、さらに地球の持続可能性について考えながら自分自身と向き合う「環境の健康」要素を含む体験プログラムを活用したマインドフルネス系事業。最後に長期滞在から二拠点居住や移住者へと繋げることを想定し、地域住民との交流や暮らしの体験といった「社会の健康」要素を含む体験プログラムを活用したウェルネス系事業。

既存の観光事業に付加価値をつけ、徐々にウェルネス要素を加えていくことで、室戸ならではのウェルネスツーリズムを長期的に完成させます。



(2) 4つの事業

① リフレッシュ系事業

新型コロナウイルス感染症の影響から、旅行目的としてアウトドアアクティビティの体験率の高さに加え、旅行で重視する点として「リフレッシュできる」回答率が非常に高い傾向がありました。旅行形態として、まずは疲れている身体を回復させるために休息をとる、また気軽に身体を動かしたり、遠出したりといったアクティブ体験もできる「身体の健康」要素を含めた1泊2日程度のリフレッシュ事業を展開していきます。

② リトリート系事業

企業でのメンタルヘルスケアの重視や、新型コロナウイルス感染拡大による健康意識の変化もあり、仕事や日常から一時的に離れ、疲れた心や身体を静養し、ゆっくり過ごすことができる場所としての価値提供を検討していく必要があります。「身体の健康」に加え、「精神の健康」要素を含めたリトリート事業を展開していき、2泊3日程度ゆっくり過ごしていただき明日への活力をもたらす機会を提供していきます。

③ マインドフルネス系事業

外国人遍路の動向から、自分自身を見つめなおす時間やコンテンツが重視されています。五感を使う体験を通して、自分自身と向き合うことに加え、日々の生活や社会情勢、さらに地球の持続可能性について考える「環境の健康」要素を含めたマインドフルネス事業を展開していきます。自分や仲間、家族のために時間を費やすだけでなく、環境に対して向き合う時間も設けることから、3泊4日程度の滞在を想定しています。

④ ウェルネス系事業

近年のウェルビーイングやウェルネス市場の高まりや健康に対する意識の変化から、心身ともに健康である状態に加え、結果として生活の質を高めることや自分が望むライフスタイルデザインを確立させる「社会の健康」要素を含めた事業を展開していきます。より本物の体験にこだわり、地域住民との交流や暮らしの体験も含めることから、長期滞在そして二拠点居住や移住を検討している人が主な対象者となります。

(3) ターゲット地域

4つの事業本格化に向けて、ターゲット地域も見据えたプログラム作りも必要になります。文献調査やアンケート調査から得られたターゲットの特性と、ウェルネスの要素である「身体」「精神」「環境」「社会」の健康をふまえた、魅力あるウェルネスツーリズムを検討していきます。

① 四国

アクティビティ体験率や、「ジオパーク」や「お遍路」以外の来訪目的選択率が低いことから、県内市場が開拓しきれていない可能性があります。また基本的に交通手段は車ということもふまえ、室戸滞在中は移動の価値化が重要と考えています。今後は市内に気軽に立ち寄れるスポットやロード開発や実際に体験してもらえる仕掛け検討していく必要があります。

② 関西

体験したことがあるアクティビティについて、他地域でも体験できる項目の選択率が高くなっており、室戸ならではのアクティビティが認知されていない可能性があります。既存の体験プログラムにウェルネスやマインドフルネスの要素を加えたウェルネスツーリズムの具体化を進める必要があります。

③ 首都圏

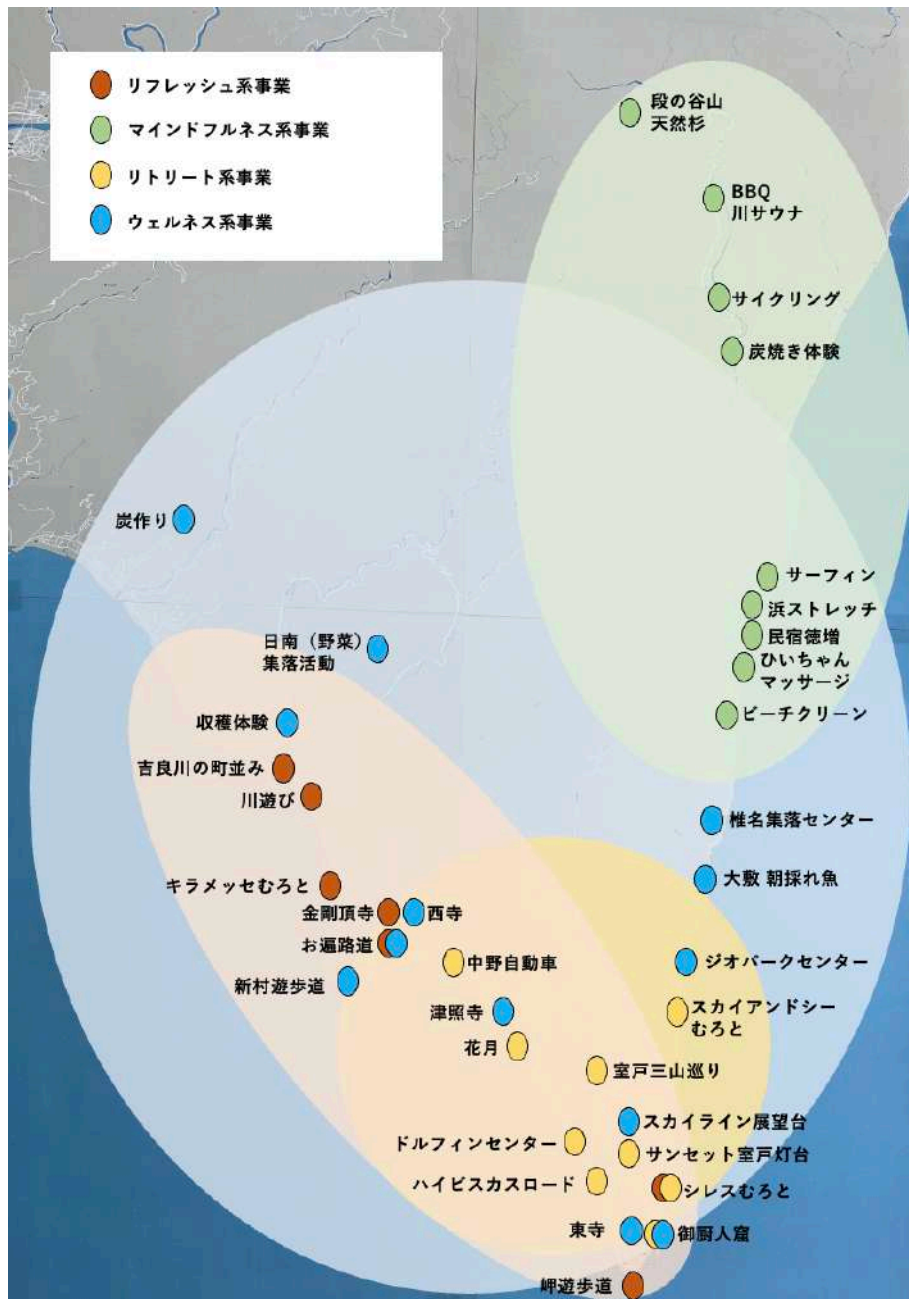
他地域と比べて多様なアクティビティプログラムが揃っていることが、誘客における強みとなっています。日常から離れた自然豊かなエリアでの体験に価値を置いている可能性があります。お出かけに用意する予算も最も高いことから、金額が多少高くても良質な体験価値の提供と、空港や駅と連携したサービスの検討が必要となります。

④ インバウンド

訪日外国人客数は、規制緩和が行われるアジア圏から徐々に増加すると見込まれています。特徴としては、日本での長期間の滞在日数で時間をかけて広域周遊を行うことに加えて、環境に配慮した本物の体験が求められています。長期滞在及びインバウンドという需要に応えるためにも、各事業者との連携強化とプログラム作りを検討していきます。

(4) 市内におけるエリア的な展開

文献調査やアンケート調査に加え、関係事業者による参加型ワークショップ内で、4つの事業で活用できる資源の提案を各グループに行なっていただきました。ウェルネス要素を加えていくにつれ、徐々に市内でも活用するエリアを広げていき、最終的には市内全体の活性化に繋げていきます。



第2回ワークショップで作成したマップ

6. 具体施策

前項で整理したウェルネス度及び滞在期間を踏まえた進化モデルを踏まえて、全ターゲットに共通する課題に対しての施策も加えて、4の方針、10の個別施策を定めます。なお、ウェルネス事業の中核施設として「シレストむろと」を活用しながら、施策を展開していきます。

基本方針1 人を起点とした魅力づくりの推進

- 個別施策
- (1) ウェルネス産業を担う人材の育成
 - (2) 地域住民連携による推進体制

基本方針2 室戸の地域資源を活用したプログラムの開発

- 個別施策
- (1) ターゲットに合わせたプログラムの推進
 - (2) インバウンドの対応
 - (3) 食コンテンツの開発

基本方針3 情報発信の充実

- 個別施策
- (1) PR ツールの制作
 - (2) 国内：認知拡大に向けたプロモーション活動の推進
 - (3) 国外：認知拡大に向けたプロモーション活動の推進

基本方針4 交通ネットワークの整備

- 個別施策
- (1) 地域インフラの整備
 - (2) 広域ネットワークの連携

基本方針 1 人を起点とした魅力づくりの推進

地域資源や情報を有機的に結びつけ、地域の魅力を高めていくために、地域団体・事業者間が横断的に協力する体制を構築します。新たな人材の育成や、地域住民や外部人材を巻き込む仕組みを検討し、地域一体となって付加価値を高めていきます。

施策 1 ウェルネス産業を担う人材の育成

取組内容	<p>地域事業者が提供するさまざまな体験プログラムは、ウェルネスツーリズムの魅力の一つとなっていきます。一方でそれらの内容は個々の提供者に依存していることからプログラムの質が一定でなく、さらには担い手の高齢化や人材不足により体験プログラムの安定的な提供体制にも課題があることから、既存のガイド人材の活用に加え、ウェルネス産業を担う新たな人材（ガイド・セラピスト等）を育成する仕組みを検討します。また今後はウェルネスツーリズムを担う人材として、一定の水準を満たすプロフェッショナルなサービスやプログラムの提供を目指せるよう、ウェルネス認証制度導入も検討していきます。</p> <p>● 人材育成講座内容の例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ウェルネスの基本 ・ ガイディングの基本 ・ 安全管理とチェック体制 等 <p>なお、検討にあたっては、室戸ジオパーク推進協議会とも連携しながら、ウェルネスツーリズムのガイド人材のあり方を検討していきます。</p>
主 体	観光ジオパーク推進課・室戸ジオパーク推進協議会
主 な 関 連 計 画	<ul style="list-style-type: none"> ・ 第2期室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略 ・ 室戸ジオパーク 第4期実行計画
評 価 指 標	<ul style="list-style-type: none"> ・ 育成講座の参加者数
関 連 事 業 者 か ら の 意 見	<ul style="list-style-type: none"> ・ ジオガイドとウェルネス人材の整理 ・ ガイドの専門家を呼び、ガイド担い手育成講座を行う ・ 緊急時のマニュアル作成 ・ 体験プログラム提供の担い手確保と継続的雇用システム

施策 2 地域住民連携による推進体制

<p>取組内容</p>	<p>地域で活動する団体・事業者を中心に構成する組織を設置し、連携の活発化を促します。この組織では、室戸ならではのウェルネスツーリズムを主体的に検討し、地域内で情報共有できるような体制を構築します。</p> <p>● 推進体制の例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ガイド人材 ・各地区の代表 ・集落活動センター人員 ・その他ウェルネスに関心ある人材 <p>また、地域住民や外部との交流やイベントの開催等、各地域を繋ぐ総合的な窓口としての役割を果たすような体制を検討します。</p>
<p>主 体</p>	<p>観光ジオパーク推進課・室戸ジオパーク推進協議会・まちづくり推進課 関連事業者・団体等</p>
<p>主 な 関 連 計 画</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・第2期室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略 ・室戸ジオパーク 第4期実行計画
<p>評 価 指 標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・推進主体組織参加者数
<p>関連事業者 からの意見</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・室戸事業推進委員会の設置 ・若者の交流の場設置 ・集落活動センター活用

基本方針 2 室戸の地域資源を活用したプログラムの開発

地域の最大の魅力である自然環境や歴史・文化的資源を活かし、ウェルネスの要素である「身体」「精神」「環境」「社会」の健康をふまえた、ウェルネスツーリズムの代表的なコンテンツを開発します。

施策 1 ターゲットに合わせたプログラムの推進

<p>取組内容</p>	<p>滞在型プログラムの商品化に向けて、ターゲットに合わせたプログラム作りを推進していきます。アンケート調査からウェルネスツーリズムという言葉の認知が広まっていないことも踏まえると、ウェルネスツーリズムを推進していくために、「ウェルネス」よりも「癒し」「心身の健康」「SDGs」といった言葉をキーワードにプログラムを検討していきます。</p> <p>また、既存のアクティビティを組み合わせ、付加価値をつけていくことで、室戸ならではのウェルネスツーリズムを完成させます。</p> <p>さらにウェルネスツーリズムを担う各エリア・事業者が連携し繋がっていけるよう、地域ごとだけでなく、地域を横断して取り組むことも検討していきます。プログラムの質を高めるためにも、一定のクオリティが認められた施設や人材へのウェルネス認証制度導入の検討や事業者間でプログラム体験会を実施することで、さらなるプログラムの磨き上げを図っていきます。</p>
<p>主 体</p>	<p>観光ジオパーク推進課 関連事業者・団体等</p>
<p>主 な 関 連 計 画</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・第2期室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略 ・室戸ジオパーク 第4期実行計画
<p>評 価 指 標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・滞在プログラム造成数 ・プログラム体験会参加者数
<p>関 連 事 業 者 か ら の 意 見</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・プログラム磨き上げに向けてワークショップ開催 ・プログラム体験会の実施 ・教育要素のプログラム作成

施策 2 インバウンドの対応

取組内容	今後訪日外国人客数は増加すると見込まれており、インバウンド需要に向けて対策を講じる必要があります。文献調査やアンケート調査から、訪日旅行時の特徴としては、アジア、欧米豪ともに1週間以上と比較的長く滞在する傾向があるため、観光施設や宿泊施設等で多言語対応できる人材雇用や翻訳できるシステム導入を検討していきます。またCIR ^{*5} を活用する等、ソフト整備を進めていきます。
主体	観光ジオパーク推進課・室戸市観光協会 関連事業者・団体等
主な 関連計画	・第2期室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略 ・室戸ジオパーク 第4期実行計画
評価指標	・多言語対応雇用者数
関連事業者 からの意見	・翻訳できるシステム導入 ・多言語対応できる人材雇用 ・CIR ^{*5} の活用

^{*5} 国際交流員の略称です。国際交流員は国が行っている「語学指導等を行う外国青年招致事業」による、国際交流活動に従事するために配置されています。現在、高知県文化国際課にはアメリカ、シンガポール、韓国、ベトナム、中国出身の国際交流員5名がいます。

国際交流員（CIR）は、地域レベルの国際化、国際交流の促進のため県が行う国際交流事業に対する企画調整・参加を中心に、市町村や学校、国際交流団体等が行う県民・生徒・学生を対象としたイベントや国際理解教育で自らの経験や自国の文化について講演等を行っています。

施策 3 食コンテンツの開発

取組内容	<p>文献調査やアンケート調査から、旅行時に重視する点として「地域の食（グルメ）を楽しめる」の回答率が年齢問わず高かったことから、ウェルネスツーリズムを推進するためにも食コンテンツの充実も必要になっていきます。</p> <p>室戸ならではの海成段丘の地形を活かした旬の農産物や豊かな海で採れた新鮮な水産物を活かしたメニューを開発します。他にも室戸資源である海洋深層水や備長炭を活用した食コンテンツも検討していきます。</p> <p>また、お遍路で来訪する方に向けた健康食開発、多様な人種にも対応できるようハラールも考慮したメニュー開発も行なっていきます。</p>
主 体	保健介護課・観光ジオパーク推進課・産業振興課 関連事業者・団体等
主 な 関 連 計 画	<ul style="list-style-type: none"> ・第2期室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略 ・世界一健康づくりが楽しめるまちづくりプロジェクト
評 価 指 標	<ul style="list-style-type: none"> ・商品開発数
関 連 事 業 者 か ら の 意 見	<ul style="list-style-type: none"> ・室戸海洋深層水を活用した食メニュー開発 ・既存事業や施設との連携 ・料理研究会の設立 ・外国人、お遍路の方やハラールを考慮した食の開発



活用する室戸の特産品（一例）

基本方針 3 情報発信の充実

地域の認知度を向上させるため、地域内外と連携した情報発信を行います。また、室戸ならではのウェルネスツーリズム推進に向けて、観光客向けに情報を発信するだけでなく、県外、国外にも知っていただけるプロモーション活動を行なうことで、外から室戸の魅力を広める手法を取り、室戸＝ウェルネスの認知拡大を目指します。

施策 1 PR ツールの制作

取組内容	<p>ウェルネスツーリズムの認知拡大に向けて、室戸市へ訪れる方に向けて PR ツールを制作します。</p> <p>ターゲットや滞在日数・目的に合わせた観光情報の提供やパンフレットもしくは案内アプリ等の情報コンテンツの制作を、各エリア事業者や観光協会とも連携して行うことで、回遊性向上による滞在時間を増やす仕掛けを構築していきます。</p> <p>また、ウェルネスツーリズムの情報発信やウェルネスプログラムが予約できるツール制作も検討していきます。</p> <p>● 制作する PR ツールの例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウェルネスプログラムのパンフレット ・関連施設でのポスター掲示 ・ウォーキングマップ ・ウェルネスツーリズム HP 制作 等
主 体	観光ジオパーク推進課・室戸市観光協会 関連事業者・団体等
主 な 関 連 計 画	特になし
評 価 指 標	・情報発信ツール作成数
関 連 事 業 者 か ら の 意 見	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークショップでの室戸資源整理 ・ターゲットや目的別に合わせた観光情報の提供 ・拠点を周遊させる仕掛けコンテンツ作成

施策 2 国内：認知拡大に向けたプロモーション活動

取組内容	<p>新たな観光客誘致に向けて、不特定多数の方に知っていただけるプログラムを活用して、プロモーションを行なっていきます。ウェルネスに関連する EXPO 等のイベントへの出展や WEB 媒体への出稿により、特に首都圏・関西の都市部に対して、室戸＝ウェルネスのイメージを持っていただき、来訪してもらえらるきっかけ作りを推進していきます。</p> <p>また、今後「ウェルネス」や「SDGs」、「心身の健康」をテーマとした企業研修や福利厚生での活用も想定し、都市部企業やヘルスケアに取り組む企業へのアプローチや連携強化も図っていきます。</p>
主 体	観光ジオパーク推進課
主 な 関 連 計 画	<ul style="list-style-type: none"> ・第2期室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略 ・室戸ジオパーク 第4期実行計画
評 価 指 標	<ul style="list-style-type: none"> ・EXPO 等のイベントへの出展 ・媒体への出稿数 ・都市部企業やヘルスケアに取り組む企業との連携数
関 連 事 業 者 か ら の 意 見	<ul style="list-style-type: none"> ・ウェルネス、SDGs に関連する EXPO 出展 ・情報発信や体験プログラムが確認できる HP 制作検討 ・ツアーが予約できるシステム



「国際ウェルネスツーリズムEXPO」出展エリア例

施策 3 国外：認知拡大に向けたプロモーション活動

<p>取組内容</p>	<p>今後のインバウンド需要拡大に向けて、国内だけではなく、国外に向けても認知拡大に向けたプロモーション活動を行なっていきます。まずは室戸について知っていただき、実際に訪れた際に市内のスポットを周遊できるような施策として、多言語マップの制作や案内看板の設置を検討していきます。</p> <p>また、海外メディアや旅行会社へのアプローチや連携強化を図り、FAM トリップツアーやインバウンドを想定したモニターツアーも検討していきます。2025 年に大阪にて開催される日本万国博覧会に向けて、インバウンド需要に対応するプログラムの磨き上げを進めていきます。</p>
<p>主 体</p>	<p>観光ジオパーク推進課</p>
<p>主 な 関連計画</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・第2期室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略 ・室戸ジオパーク 第4期実行計画
<p>評価指標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・多言語対応したコンテンツ数 ・インバウンド向けモニターツアーの実施回数
<p>関連事業者 からの意見</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・多言語対応マップや HP の製作 ・インバウンドを想定したツアーの実施 ・案内看板の充実



室戸岬周辺観光マップ制作イメージ

基本方針 4 交通ネットワークの整備

地域で既に導入されている交通ネットワークと連携し、地域内での滞在時間の延長を促すべく、交通サービスを充実させることで、安全を担保しながら地域の景観・環境を満喫できる地域づくりを目指します。

施策 1 地域インフラの整備

取組内容	<p>室戸市内の交通インフラが乏しいことが、観光客の滞在時間の低下の一因となっている可能性があります。また観光分野以外でも、自動車を利用しなくなった高齢者が日常生活に支障をきたす懸念もあります。これらの問題解消のため、地域の交通事業者と連携したレンタカーサービスや送迎サービスを検討し、またコミュニティバス「むろはび号」の活用により、回遊性の向上を図り、地域内を物理的にも繋げていきます。</p> <p>また既にレンタサイクルが導入されていますが、より気軽に利用していただけるよう、レンタサイクルの貸出スポットの増設等も検討していきます。</p>
主体	観光ジオパーク推進課・まちづくり推進課 関連事業者・団体等
主な 関連計画	・第2期室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略
評価指標	・送迎サービスの実証実験 ・レンタサイクル利用者数
関連事業者 からの意見	・宿泊や体験プログラムの送迎サービス ・レンタカー導入検討 ・駐車場の整備

施策 2 広域ネットワークの連携

<p>取組内容</p>	<p>首都圏、関西圏、外国からの観光客の大半は公共交通機関を使って室戸へ訪れていますが、室戸へのアクセス時間と室戸市内の交通手段の乏しさは課題として挙げられています。今後は空港や駅から室戸までの送迎サービス等を検討し、室戸に訪れやすいよう、また滞在時間が増えるよう、広域ネットワーク連携による交通ネットワークの整備を進めていきます。</p> <p>また線路と道路を走る乗り物「DMV（デュアルモードビーグル）」も活用していきます。平日は高知県東陽町と徳島県海陽町間を走りますが、土日祝日は室戸市まで乗り入れがあります。今後は四国県内でも連携し、回遊性向上による滞在時間を増やす仕掛けを構築していきます。</p>
<p>主 体</p>	<p>観光ジオパーク推進課・高知県</p>
<p>主 な 関 連 計 画</p>	<p>特になし</p>
<p>評 価 指 標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・送迎サービスの実証実験
<p>関連事業者 からの意見</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・空港や高速バスの連携 ・送迎サービスを検討



高知龍馬空港との連携



DMVの運行

第5章 ウェルネスシティに関わる施設整備

1. ウェルネス産業に関わる既存施設

室戸市では、少子高齢化・人口減少が急速に進む中、市民が地域で元気に暮らせる社会を実現するためにも「健幸＝健康で幸せ（身体面の健康だけでなく、人々が生きがいを感じ、安心安全で豊かな生活を送れること）」が求められています。なかでも、「市民の健康づくり」「ウェルネスツーリズムの推進」を二本柱として、室戸市ならではの地域資源を活かした施策の展開を検討しています。

本項では、室戸市ウェルネスシティに関わる施設整備の検討にあたり、ウェルネス産業に関連する既存施設について整理していきます。

（1）健康増進施設「シレストむろと」

ウェルネスシティの中核施設へ

平成 18（2006）年に開業した、室戸海洋深層水を利用した健康増進施設「シレストむろと」。体温に近く負担のかからない温度に設定した温水プールをはじめ、露天風呂、フィンランドサウナ、外気浴ホットタブ等、本格的な施設を完備しています。また高知大学医学部の研究に基づいた指導のもと、さまざまな水中運動プログラムを実施する等、楽しみながら健康になることを目指しています。



健康増進施設「シレストむろと」

しかし平成 27（2015）年以降、利用者は減少に転じ、新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、令和 3（2021）年の利用者数は 4 万人を切っており、令和 4（2022）年 10 月からは施設内のレストランが休業に追い込まれています。また利用者の 96%が市内在住者で、観光客の来館数が伸び悩んでおり、人口減少下では市外に向けた認知の拡大も課題となっています。今後は市民だけでなく、市外来訪客に向けてもプログラムの提供を行ない、ウェルネスシティの中核施設としての活用を検討していきます。

(2) 室戸全域 53.3km の海岸線

各施設を結ぶ線としての役割

室戸市の海沿いを V 字に走る 53.3km の海岸線は、潮風を感じながら景観を楽しむことができるロードで、各施設を結ぶ線としての役割も担っています。この独特の地形もたらす海岸線は、タラソセラピーロードとしての活用が期待されます。



室戸市全域 53.3km の海岸線

(3) 宿泊施設

宿泊と他施設とのパッケージ化で付加価値を

滞在型ウェルネスツーリズムを目指す上で欠かせないのが、宿泊施設です。室戸の自然環境を眺めながら、ゆっくり過ごしていただくことで、リラックスやリトリート要素に繋がると考えます。今後は宿泊施設が他ウェルネス要素と連携し、ウェルネスツーリズムとしてパッケージ化することで、さらなる付加価値の創出が期待されます。



宿泊施設「岬観光ホテル」

(4) 体験施設

ターゲットに合わせたアクティビティプログラムへ

独特な地形と自然環境が生んだ絶景が広がる室戸では、海や山に触れながらガイドと歩くジオパークや深海生物漁業体験等のアクティビティが豊富に揃っています。今後はウェルネスの視点を掛け合わせることで、心身の健康づくりや、エコやサステナビリティといった要素も含んだ環境や社会の健康に関する価値提供も検討していきます。



ガイドと歩くツアー

(5) 飲食店

「食べる健康」としてウェルネス価値を提供

室戸は言わずと知れた魚の宝庫です。新鮮な朝採れ魚を刺身や煮魚、揚げ物等といったさまざまな調理法で提供してくれます。また温暖な気候であることから農業も盛んであり、西山台地で育った野菜や特産品の西山キントキやビワ、ポンカン等の柑橘類もあります。これらの地元食材や室戸海洋水を活かしたヘルシーメニューの提供を考えます。



室戸の特産品「カツオのたたき」

2. 具体施策

(1) 基本方針

市内にある温浴施設やトレーニングセンター、海岸等は、市民の健康づくりを支える拠点として機能しています。これら点在する施設が「室戸ウェルネス産業を推進する施設」として連携し、必要に応じて新たな施設の整備を検討し、さらなる付加価値を生み出していくことで、ウェルネス産業を活性化していきます。また各施設やアクティビティ、ロードが相互に連携し、繋がることで、室戸全体でウェルネスシティとしてのまちづくりを完成させます。

5つの地区でそれぞれ施設の整備を検討するとともに、市全域の中核施設として「シレストむろと」を活用していきます。

室戸市ウェルネスシティ 整備イメージ図



(2) 個別施策

施策 1 中核施設としての「シレストむろと」の整備

取組内容	<p>ウェルネスプログラム、特にタラソテラピー（海洋療法）においては、スパやマッサージ、運動プログラムを提供する施設が重要な役割を担います。今後は「ウェルネス」を体現する中核施設として、ソフト面では、ウェルネスプログラムとそれを提供する専門人材（セラピスト・トレーナー等）の育成を検討していきます。</p> <p>またプログラムの充実や社会情勢の変化に合わせて、必要に応じてハード面の整備も検討していきます。</p>
主 体	地域医療対策課・保健介護課・観光ジオパーク推進課
既に動き始めている取組・事業等	特になし
評価指標	<ul style="list-style-type: none">・シレストむろとの入館者数・提供プログラム数



中核施設となる「シレストむろと」

施策 2 タラソテラピーロードの整備

<p>取組内容</p>	<p>室戸の個性的な地形を活かして、市全域の海岸線 53.3km をタラソテラピーロードとして整備することを目標に、市民・観光客に楽しみながら歩いていただき、健康増進を促進するとともに、「健康づくりが楽しいまち」としての発信を強化していきます。</p> <p>整備にあたってはロードの環境調査や各エリアのモデルコースを使った体験会を実施し、課題の洗い出しと効果検証を行います。また既存のウェルネス関連事業や温浴施設・飲食店とも連携しながら、相乗効果を生み出していきます。</p> <p>また安全を担保しながら地域の景観・環境を満喫できるように、駐車場の整備も検討していきます。</p>
<p>主 体</p>	<p>地域医療対策課・保健介護課</p>
<p>既に動き始めている取組・事業等</p>	<p>特になし</p>
<p>評価指標</p>	<p>・タラソテラピーロードの利用者数</p>



タラソテラピーロードとしての活用を検討している海岸線 53.3km

施策 3 ウェルネスツーリズムの拠点となる宿泊施設の整備

<p>取組内容</p>	<p>滞在型ウェルネスツーリズムにおいて欠かせない宿泊施設を「ウェルネスツーリズムの拠点」と捉え、周辺タラソテラピーロードや各スポット、プログラムとの連携を強化していきます。また拠点施設の一つとして、新型コロナウイルス感染拡大の影響により休業している「ウトコ オーベルジュ&スパ」の施設活用も検討していきます。</p> <p>さらに、一定の基準を満たす施設を「室戸ウェルネス（仮称）」として認証し、心身の健康だけでなく社会や環境の健康も配慮された施設を増やすことで、室戸ならではのウェルネス産業を形成していきます。</p> <p>● 施設整備内容の例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ウェルネスプログラムの受付窓口やコンシェルジュの配置 ・ ターゲットに合わせた滞在サービスの提供（p72参照） 等
<p>主 体</p>	<p>地域医療対策課・保健介護課・観光ジオパーク推進課</p>
<p>既に動き始めている取組・事業等</p>	<p>特になし</p>
<p>評価指標</p>	<p>・ ウェルネス認証制度の認証数</p>



2020年から休業している宿泊施設「ウトコ オーベルジュ&スパ」

施策 4 その他 ウェルネス産業を推進する施設の整備

<p>取組内容</p>	<p>その他ウェルネス産業を推進する施設として、「飲食店」「体験施設」「休憩所等のスポット」との連携を推進していきます。また各地域でウェルネス産業を推進する拠点施設についても、整備方針の検討を行います。</p> <p>宿泊施設と同様に、一定の基準を満たす施設を「室戸ウェルネス（仮称）」として認証し、心身の健康だけでなく社会や環境の健康も配慮された施設を増やすことで、室戸ならではのウェルネス産業を形成していきます。</p> <p>● 施設整備内容の例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 飲食店での海洋深層水を使った食事や健康に配慮したお弁当の提供等、新たな食コンテンツの開発 ・ 波音や潮風を感じる場所で、身体運動ができる屋外広場の検討 ・ 既存施設を活用した、各地区の拠点となるスポットの検討 等
<p>主 体</p>	<p>地域医療対策課・保健介護課・観光ジオパーク推進課</p>
<p>既に動き始めている取組・事業等</p>	<p>特になし</p>
<p>評価指標</p>	<p>・ ウェルネス認証制度の認証数</p>

(参考) タラソテラピーロード整備

調査方針

- ・主に市民向けに健康づくりを目的に歩いてもらえるよう、各エリアのコースを整理する
- ・既存資料を照らし合わせながら、候補コースの立地環境や安全性を確認する

調査項目

- ①五感に働きかける良好な自然環境
(感覚的評価が良好、海が近くに感じられる、自然が豊かである)
- ②環境整備状況
(幅員が適切、ロード周辺の管理・安全状態が優れている、屋外広場がある)
- ③ロードアクセス等立地条件
(立地条件に踏まえて各エリアの人が利用しやすい、国道等に接続できる)

調査結果

佐喜浜エリア



佐喜浜散歩 周遊コース 根丸 (佐喜浜川～八幡宮)

- 距離
約2.5km
- 所要時間
約40分
- ポイント

堤防を通るコースなので、日の出の景色が素晴らしく市民の散歩コースとしても人気。途中、神社への参拝もすることができる。



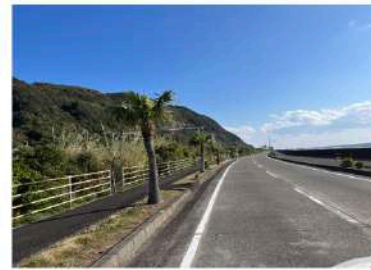
岬エリア



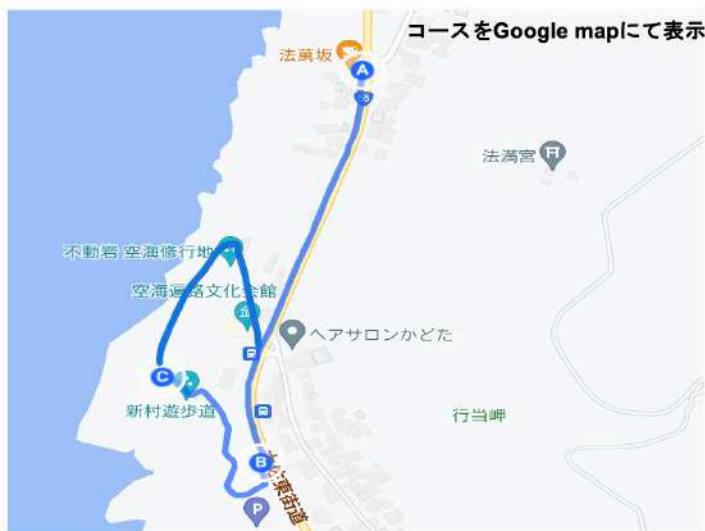
ハイビスカス通り 往復コース (室戸岬港～スカイライン入口)

- 距離
往復約4.5km
- 所要時間
約1時間半
- ポイント

海岸線沿いを常に歩くので、潮風や雄大な景色を眺めながら歩くことができる。また周辺には港もあるので船の出入りもみれることもある。国道沿いを歩くが、道は整備されている。



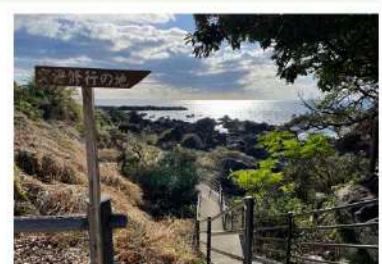
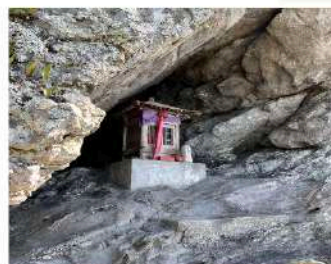
室戸エリア



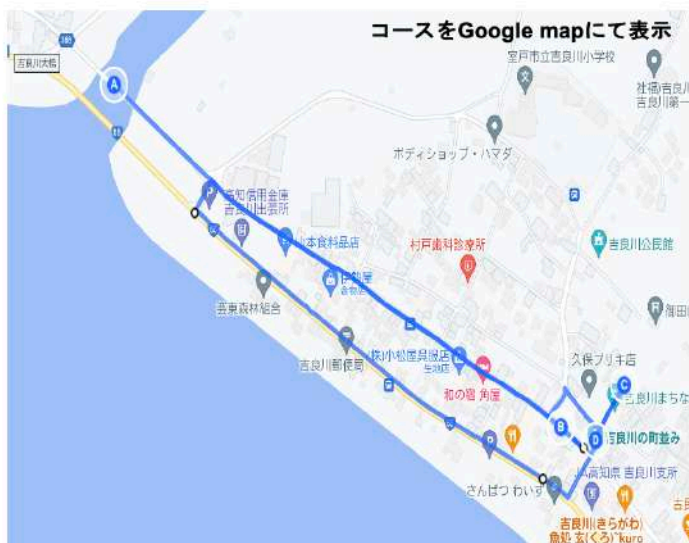
新村 周遊コース (法萬坂～新村遊歩道～不動岩)

- 距離
往復約2km
- 所要時間
約40分
- ポイント

遊歩道コースのため、道も整備され海も近くに感じられる。室戸の成り立ちがわかる地形や空海ゆかりの地を楽しむスポットがコース中にあるのが魅力。またスタート・ゴール地点に無料駐車場あり。



吉良川エリア



吉良川街並み 周遊コース (吉良川傍土～西の川)

- 距離
往復約2.5km
- 所要時間
約40分
- ポイント

スタート旧道は道幅も広く、車も通っていないので安全。途中吉良川の街並みを眺めながら御田八幡宮まで行き、帰りは国道沿いを歩く吉良川地区満喫コース。スタート・ゴール地点に無料駐車場あり。



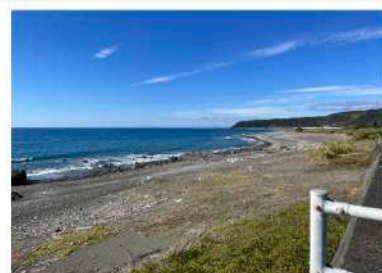
羽根エリア



羽根海岸 往復コース (ドライブインオハラ～羽根川)

- 距離
往復約2.3km
- 所要時間
約40分
- ポイント

コース自体が国道なので交通量はやや多いが、歩道は整備されている。また途中から海岸線の景色が見えてきて、スポットによっては海岸までいけるので、潮風や景観を間近に楽しむことができる。



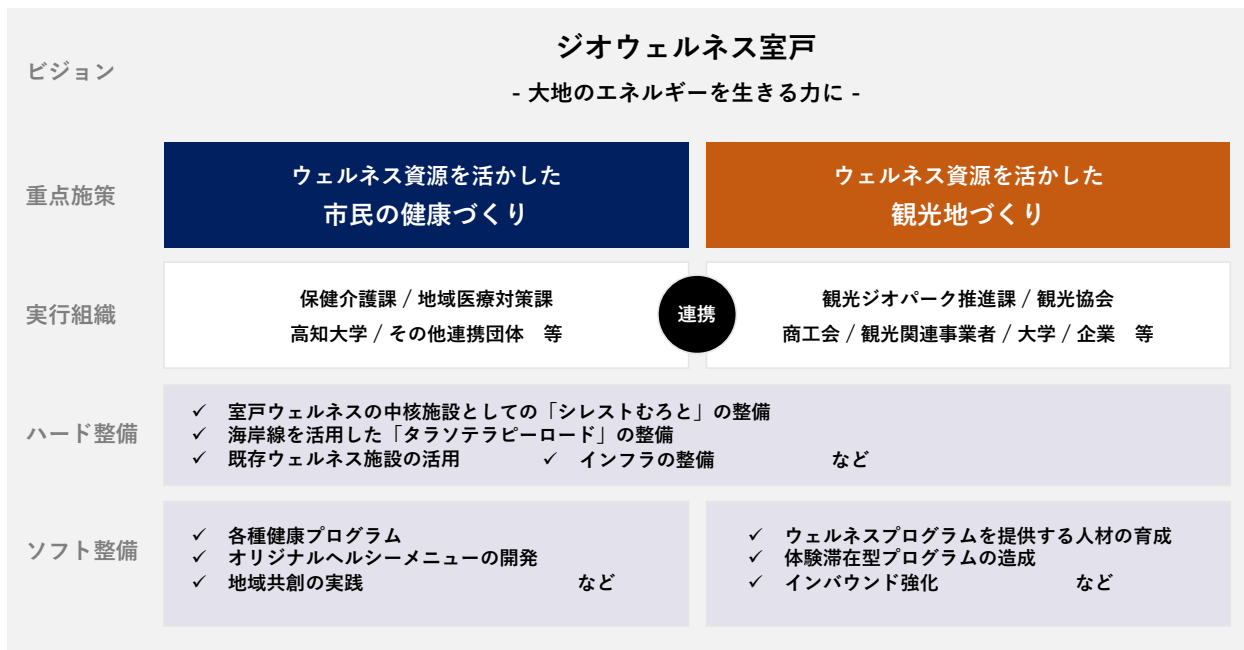
第6章 計画の推進に向けて

1. 推進体制

(1) 官民連携による事業の推進

本構想の推進にあたっては、二つの重点施策において、それぞれが推進体制を構築し、施策を実行していきませんが、市民や活動団体、地域事業者、行政等、各主体の役割を明確にした上で、両者が目指す方向を共にし、相互に連携・共有しながら、一体となって取り組んでいくことが重要となります。

なお、本構想における施策は多岐に渡るため、各施策において主体となる実行組織は、第3章第6節及び第4章第6節、第5章第2節にて整理・設定しています。



① 行政の役割

行政は、関連計画や本構想に基づく施策を円滑に進めるために、国や県をはじめ、関係市町村や市民、地域事業者等との協働による取組や各種調整を行うとともに、効果的な情報発信を進めます。また、市民や活動団体、地域事業者の活動をサポートするために、人材育成や事業推進のための支援等を検討します。これらの取組は、地域住民や地権者等の理解と協力を得ながら進めます。

② 市民及び活動団体の役割

市民及び活動団体は、本構想が実現することにより、地域の魅力や生活の質の向上に繋がることを認識し、日常の暮らしや地域の活動への主体的な参加を通して、地域資源や地域内外の人材に触れる機会を増やすことで、一人ひとりが地域に誇りと愛着を持つとともに、来訪者が快適かつ安全に楽しむことができる地域づくりや景観づくりへの参加に努めます。

また、行政や民間事業者と連携しながら、地域の文化・伝統の継承に協力し、室戸ならではの地域資源を守り、それらの魅力を次世代へと繋げていきます。

③ 民間事業者の役割

室戸市観光協会及び室戸市商工会、民間事業者等の地域事業者は、地域産業の担い手として、市民や活動団体、行政と連携しながら、積極的に地域資源を発掘し、磨き、繋げていくことで、地域の魅力を向上させる取組を進めます。

また、自らの事業活動において、自然や景観、歴史文化等、地域が持つ資源を損なうことのないよう、環境保全活動等に協力します。

(2) 中核となる実行組織のあり方

①市民の健康づくり

市民の健康づくりにおいては、『室戸市健康増進計画』をはじめとする既存の健康関連施策との連携が重要になることから、行政が中心となって施策を実行していきます。特に保健介護課、地域医療対策課が、中心的な役割を担っていきます。

② 観光地づくり

観光づくりにおいては、これまでウェルネスツーリズムの取組が行なわれていないため、中核となる実行組織として、以下の3つのパターンが考えられます。

[1] 室戸市観光協会

室戸市観光協会は、観光に関わる事業者や宿泊施設、団体との繋がりが深く、室戸観光を牽引してきた立場にあります。本構想の観光づくりに関する取組においても、当協会が

中心的な役割を担い、行政や関連する事業者・活動団体・市民と連携し、施策を推進していく組織として期待できます。

[2] 室戸ジオパーク推進協議会

室戸ジオパーク推進協議会は、令和 4（2022）年 6 月現在、54 の会員団体によって運営されており、市民・民間企業・研究機関・各種団体および行政が協力して、ジオパークの保護と活用を推進しています。またジオパークガイドの育成や、資源を活用したジオツーリズムの推進等を行っており、本構想とも親和性が高く、ジオパークの取組にウェルネスの視点を取り入れ、発展させていくことが考えられます。

[3] 新組織の立ち上げ

本構想のビジョン実現と施策実行に向けて、新組織を立ち上げることも考えられますが、中核となる人材の発掘と、ボトムアップ型の組織づくりが求められます。実行ハードルは高いものの、ウェルネスシティ構想を強く推し進めるためには、選択肢の一つとなりうる組織のあり方です。

観光地づくりの中核となる実行組織については、令和 5 年度以降に詳細の検討を進めていきます。

2. 進行管理の考え方（PDCA）

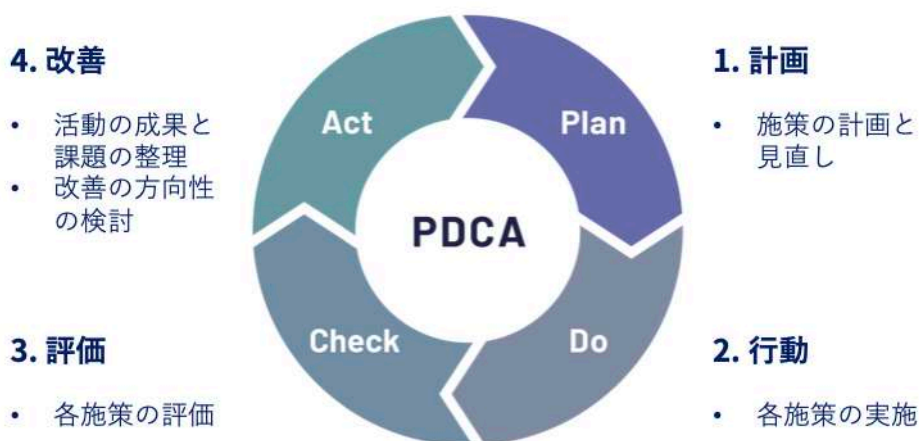
本構想は、『室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略』が示す重点施策のアクションプランであることから、上位計画との整合性を図りながら、本構想に掲げた具体的な施策を進めていきます。

構想の進行管理と施策の評価・見直しを行なうため、「室戸市ウェルネスシティ事業推進委員会」を設置し、定期的に各施策の振り返りと進捗状況の確認を行ないます。事業・活動の成果と課題を明確化するとともに、達成できなかった施策については、その要因や問題点を分析し、その後の施策に反映させていきます。

また、社会や市場のさまざまな変化に対して、柔軟かつ的確に対応するため、必要に応じて計画の見直しを図ります。

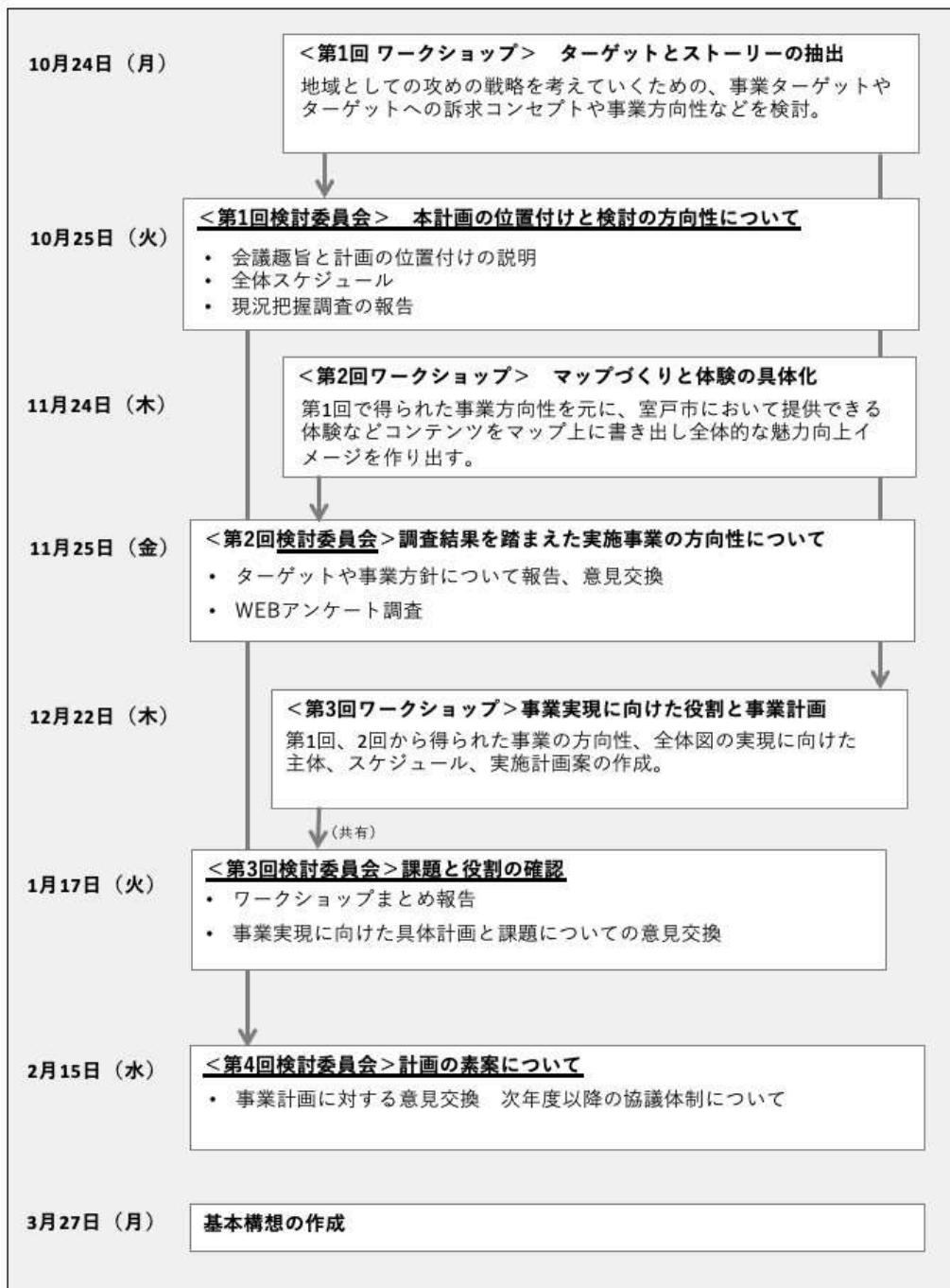


構想の進行管理 / 施策の評価・見直し



1. 室戸市ウェルネスシティ基本構想策定スケジュール

令和4年度 室戸市ウェルネスシティ基本構想 策定スケジュール



2. 室戸市ウェルネスシティ基本構想設置要綱

(令和4年10月25日施行)

(趣旨)

第1条 この要綱は、室戸市を対象に、市全域の海岸線 53.3km 海岸堤防等をタラソテラピーロード（海洋療法に伴う潮風道路）と位置づけ、「温暖な気候、豊かな自然、安全で歩きやすい環境のもと潮風による海洋療法効果が期待できる」ことをコンセプトとした整備を行い、市民の健康づくりはもとより、既存の健康・観光資源を活用、推進及び情報発信するため市内の医療機関、宿泊施設と連携し、健康志向の要素を備えた体験プログラムや滞在型ウェルネスツーリズムを提案し、新たな観光客の誘致につなげることで、またリピーターを増やし、持続可能な観光資源とすることを目的とした基本構想（次条において「基本構想」という。）の内容を検討するに当たり、意見又は助言を求めるため、室戸市ウェルネスシティ基本構想検討委員会（以下「委員会」という。）を設置し、その組織及び運営について必要な事項を定める。

(意見又は助言を求める事項)

第2条 委員会において意見又は助言を求める事項は、次に掲げるとおりとする。

- (1) 基本構想の策定に向けた課題の整理に関する事。
- (2) 基本構想に記載する施策・事業等の検討に関する事。
- (3) その他市長が必要と認める事項

(組織)

第3条 委員会の参加者（次条において「参加者」という。）は、20名以内とし、次に掲げる者により組織する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) その他市長が必要と認める者

(会議)

第4条 委員会の会議（以下「会議」という。）は、市長が招集する。

- 2 会議は、必要に応じて座長を置くことができる。
- 3 座長を置いたときは、座長が会議の議長となる。
- 4 委員会は、必要があると認めるときは、会議に参加者以外の者の出席を求め、説明若しくは意見を聴き、又は必要な資料の提出を求めることができる。

(庶務)

第5条 委員会の庶務は、室戸市 保健介護課において処理する。

2 委員会における意見又は助言は、室戸市 保健介護課において記録し、文書化する。

(補則)

第6条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営について必要な事項は、会議に諮って定める。

附則

この要綱は、令和4年10月25日から施行し、意見等の聴取をした最後の会議の日の限り、その効力を失う。

3. 室戸市ウェルネスシティ基本構想検討委員会名簿

	区分	所属	役職	氏名	代理出席等
1	委員長	室戸市	市長	植田 壯一郎	
2	副委員長	室戸市	副市長	黒岩 道宏	第1、4回欠席
3	地元住民	室戸市商 工会	会長	富岡 一成	第2、3回代理 事務局長 有光 功作
4		室戸市観 光協会	会長	八木 正人	第2、3、4回代理 副会長 植田 新作
5		室戸市常 会長会	会長	小松 伸稔	第2回欠席
6		室戸市健 康応援団	会長	竹崎 重雄	
7	行政機関	室戸市	まちづくり 推進課長	辻 さおり	
8		室戸市	保健介護課長	正木 亜弥	
9		室戸市	観光ジオパー ク 推進課長	大西 亨	
10		室戸市	産業振興課長	山崎 桂	
11		室戸市	地域医療対策 課	松下 善徳	
12		高知県	林業振興・観 光部 自然共生課長	河野 和弘	第2、3、4回欠席

13		高知県	高知県産業振興推進部 地域産業振興監	佐藤 まゆみ	
14	学識経験者	高知県東部観光協議会	事務局長	佐々木 博司	第4回欠席
15		高知大学医学部	医学博士特任助教	南 まりな	