事例No.	1312
公表年度	R1
団体の属性	一般市
団体名	徳島県阿南市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・観光 ・移住定住

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

SUPで繋げる「阿南愛」創出事業

出典

関係人口創出・拡大事業（裾野拡大型・裾野拡大（外国人）型）成果報告会

1.地域概要・地域課題・事業に取り組む背景

●地域の概要

地域名：徳島県阿南市
人　口：７３，０００人
　阿南市は四国の最東端に位置し、北は紀伊水道、南は太平洋に面しており、年間を通して温暖な気候と、美しい海や緑豊かな山、四季折々の山海の幸に恵まれた自然豊かなまちである。一方、臨海部には工業地帯があり、市内には大手企業から、中小企業、ベンチャー企業等が点在していることから、自然と調和した産業都市として発展を続けている。
　人口は、１９８０年をピークとして穏やかな減少傾向にあり、令和元年時点で約７３，０００人となっている。合計特殊出生率は１．５７（平成２９年）と全国平均を上回ってはいるものの、人口構図の高齢化に伴う死亡者数の増加によって、近年では毎年３００人前後の自然減が続いている状況となっている。



●解決したい地域課題

　市内には、それなりの観光スポットが点在しているにもかかわらず、各スポットには周辺には飲食店や宿泊施設も少なく、また地域住民も「観光で稼ぐ」意識が希薄であることから、「観光地」を包括的経営体としての視点から捉える「観光地経営」の面では、かなり立ち遅れている。加えて、近年では、少子高齢化に伴う地域経済の衰退も懸念されている。

●本事業に取り組むに至った背景

　市内には「日本の渚百選」に認定された北の脇海岸があり、シーズン中はたくさんの海水浴客で賑わうほか、「阿波の松島」とも称される風光明媚なリアス式海岸の橘湾や、湾内から四国の最東端である蒲生田岬までの間には、壮大でありながらも阿波水軍の名残りをとどめる情緒豊かな海岸線があり、SUPを快適且つ安全に楽しめるビーチが点在している。
　市内のSUPポイント（椿地区）には公営の温泉施設があるほか、近年、市内の企業が貸別荘をオープンしたことなどが契機となって、長期滞在の外国人観光客が訪れるようになったこと。更に、一昨年には市内のSUP愛好者で組織する「阿南SUP振興協会」が発足し、SUPカルチャーが形成されていることから、SUPを介して訪日外国人と地元パドラーや地域住民とが交流し、新たなコミュニティーを形成することで阿南市への愛着が醸成されると想定し、事業計画を作成した。

2. 事業概要

●事業概要

＜ターゲット＞
マリンスポーツ愛好者に特化した関係人口を創出する。
＜概要＞
SUPを通して阿南市のファン人口を増やし、移住予備群の裾野を広げるとともに、地域経済の拡大および地域ブランディングを確立する

＜実施事項＞
1．SUP体験会・講習会の開催およびFacebookページの開設
2．SUP関連ホームページの作成・公開
3．SUPタウンPRイベントの開催
4．外国人を対象としたモニターツアーの実施
5．「SUPタウン阿南」PR動画制作

●地域の理想の姿

特定の観光資源に魅せられて阿南市に訪れてもらう「テーマ別観光」のモデルケースを構築し、関係人口創出のプラットフォームとして活用する。
SUPをキラーコンテンツに据えて市内のビーチに活気と賑わいを取り戻すとともに、SUPツアーやイベントの開催、国際大会誘致などによって「SUPパラダイス阿南」、「SUPの聖地」としてのブランディングを確立する。一方で、SUPをとっかかりとして「海で遊ぶ」楽しさを多くの人に知ってもらい、本市に足を運んでもらうことで地域経済の拡大に繋げる。

●理想を実現するための本年度事業の位置づけ

ハイクオリティーな本市のビーチで多くの人にSUP体験をしてもらい、「SUPタウン阿南」の認知度を高めるとともに、関係人口の力を借りて、今後進めていく予定の「新たな拠点づくり」や「国際大会誘致」等のビジョンや手法をフィードバックしてもらうことで、関係人口と協働したまちづくり、ビジネスモデルを構築する一歩とする。

●本年度の目標

- SUP体験会・講習会受講者
  ３０名以上
- Facebookページ「ANAN　SUP？」フォロワー数
  ３０名以上
- モニターツアー参加者数
  ２０名以上
- PRイベントの実施
  台北市内にて１回開催

3.事業実施体制・スケジュール

●事業実施体制（受け入れ体制を含む）

阿南市が事業を統括し、移住支援団体「サステナブル阿南」がSUP体験会・講習会の開催、ホームページやPR動画の制作、事前プロモーションを請け負った。モニターツアーについてはDMO「四国の右下観光局」と連携の上、事業を実施した。
なお、SUP体験会・講習会や関連イベントに関しては「阿南SUP振興協会」に協力を仰いだ。

	組織・団体名等	役割
1	**阿南市**	**事業統括 委託事業の管理 関係機関、地域住民等との調整 事業の周知・広報 モニターツアー企画・実施サポート**
2	**サステナブル阿南**	**SUP体験・講習会、交流プログラム・イベントの実施 ホームページおよびPR動画の制作 SUPタウンPRイベント、事前プロモーション モニターツアー企画・実施等**
3	**四国の右下観光局**	**SUPタウンPRイベント モニターツアーの企画・実施等**
4	**阿南SUP振興協会**	**SUP体験・講習会、交流プログラム・イベント開催に係る周知・広報等**

●スケジュール

実施事項	5月			6月			7月			8月			9月			10月			11月			12月			1月			2月			3月		
	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下
1 SUP体験会の開催およびFacebookページの開設								SUP初心者を対象とした体験会の開催（随時）																									
2 SUP関連ホームページの制作										打合せ・準備・開設																						
3 SUPタウン阿南PRイベントの開催								準備・イベント開催																								
4 SUP体験モニターツアーの実施										準備・ツアー実施																						
5 SUPタウンPR動画制作										打合せ・撮影・編集																						
6 報告書作成および報告会開催																			資料作成 事業報告会													

ホームページおよびPR動画については、当初の想定よりも編集等に日数を要したため、公開・完成が遅れることとなったが、他の項目については概ねスケジュールどおり実施できた。

4.事業の「ターゲット」

●事業のターゲット

マリンスポーツをしている人、または興味のある人。モニターツアー参加者については、情報訴求力のあるインフルエンサーをターゲットとした。

●参加者募集のターゲットの設定経緯

サーフィンをするために定期的に本市に訪れ、ローカルサーファーとの交流を通して最終的に移住へと至ったケースも多い。

SUPは、子供から大人まで、体力に自信のない人でも簡単に乗って楽しむことができるという「手軽さ」、ＳＵＰクルーズ（水上散歩）で自然と一体感を味わう「爽快感」、サーフカルチャーとクロスオーバーした「スタイリッシュさ」を併せもつとともに、リピーターが多く、ボードを保管する場所が「ホームビーチ」となるケースが多いことから、関係人口を創出するには最高のツールであり、今後はサーファーと同じ経緯で移住するケースが見込めると判断した。

●ターゲットへの広報・アプローチ

【実施事項】

本事業全体の事業概要に関しては、阿南市移住交流支援センターをはじめとする各移住関連ホームページやSNSに掲載した。更には、首都圏在住で阿南市にゆかりのある人達で構成する「東京阿南ふるさと会」の総会にて事業説明を行い、周知を図るとともに、事業推進に係る協力を要請した。

・SUP体験会・講習会

阿南SUP振興協会に協力してもらい、フライヤーを配布するとともに、SNSを中心とした宣伝活動を行った。

・SUPタウンPRイベント・モニターツアー

台湾国内のマリンスポーツ関連ショップや飲食店を中心に阿南市への誘客を図るための事前プロモーションを実施した。

【成果・効果】

SUP体験会・講習会の受講者は３１２名（内外国人３２名）であった。

SUPタウンPRイベントの参加者は２０名、モニターツアー参加者は１５名であった。

5.関係人口の活動内容

●参加者（関係人口）が取り組んだ活動の内容

SUP体験会の開催、Facebookページの開設

７月から１０月にかけて、主に初心者を対象としたSUP体験会・講習会を定期的に開催し、市内における体験型観光コンテンツのひとつとして、SUPを活用することの有益性を実証した。期間中の参加者・受講者は３１２名で内、外国人は３２名であった。

また、阿南市でSUPを体験したビジターパドラーが、継続的に市内のビーチコンディションや地域情報等を共有するとともに、ローカルパドラーとの交流を促進していくことを目的としたFacebookページ「ANAN　SUP？」を開設した。

SUP関連ホームページの制作

SUPだけでなく、その他の観光スポットや「食」や「人」にもフィーチャーして総合的にプロモーションしていく「阿南SUPタウンプロジェクト」を広く周知するとともに、インターネット上でSUP体験会・講習会の予約を可能とするウェブサイトを開設した。

「SUPタウン阿南」PRイベントの開催

７月１５日から台湾国内のマリンスポーツ関連ショップ等に対して、パドラー誘客に向けた事前プロモーションを開始し、８月２７日には台北市内のレストランにインフルエンサーマーケティングの役割としてマッチする方々を招致して、「SUPタウン阿南」のPRを行うとともにモニターツアーに関する説明会を併せて開催した。また、台湾国内のショップ関係者等との交流を通して、今後におけるマリンツーリズム推進に係る協力関係を深めた（参加者：２０名）。

SUP体験モニターツアーの実施

SUP体験モニターツアー終了後のリピート率や情報拡散力等を考慮し、ターゲットをインフルエンサーマーケティングを担える人に絞り、マリンスポーツ愛好者およびショップ関係者、芸能人やデザイナーなどの著名人等を選定して、９月１７日～２１日の４泊５日の日程でSUP体験モニターツアーを実施した。

ツアー参加人数は１５名（台湾人１１名、中国人４名）で、市内のビーチ２ヶ所でSUPクルーズをしたほか、地元食材を使用したバーベキューパーティー、市内観光などを通して地元パドラーや地域住民との交流を深めた。また、ツアー行程の中に参加者が共同してSUPボードを製作する体験メニューを入れ、仕上がったボードは現在、ツアー参加者の共同所有として阿南市内の艇庫に保管している。ボードは再訪の際には自由に使用できることとしており、継続的な繋がりを創出するツール、そして日、台、中の友好の証として今後も活用していく予定である。

「SUPタウン阿南」PR動画制作

SUP体験モニターツアーに同行し、撮影した映像を編集して、インバウンド誘客に特化したPR動画を制作した。





6.活動の成果

●本年度の目標達成状況

●SUP体験会・講習会参加者：３１２名
（内外国人３２名）
目標：３０名以上
●「ANAN　SUP？」のフォロワー数：５１名
目標：３０名以上
●モニターツアー参加者数：１５名
目標：２０名以上
●PRイベントの実施：台北市内で１回開催
目標：１回
✓モニターツアーの参加者の呼びかけについては、PRイベント（８月２７日開催）の約１ヶ月前から、台湾のサーフショップや飲食店等に協力を仰ぎ、一定人数確保していた。PRイベントにはモニターツアーの参加に前向きな方々２０名を招いて開催したが、数名がモニターツアーの日程の調整が合わず、不参加となった。

●関係人口の地域との関わり方

SUPクルーズに係るビーチ特性やロケーション等に対する評価はかなり高く、その他の観光スポットやローカルフード等、ツアー自体に関しても軒並み高い評価をいただき、関係人口を創出するためのファーストステップとしてSUPを活用していくことの有効性を再確認することができた。また、モニターツアー参加者全員が阿南市への再訪を希望しており、中には「日常の暮らしを体験したい」、「定期的に来たい」、「阿南に恋した」などといった、積極的・継続的に関わっていきたいといった意見をもらった。更には、モニターツアー参加者の内２名が阿南市に再訪し、SUPクルーズや関係を深めた地域住民らと交流するなど、「関係人口創出」、「裾野拡大」といった面では十分な成果が上がったものと思われる。

●その他の成果

阿南市内には大きく分けて１４の地区があるが、SUP体験会・講習会のメインビーチとなった阿南市椿地区にはスーパーやコンビニもなく、人口減少の顕著な地区である。しかし、本事業がスタートした今年度、SUPシーズン期間中には、県外から多数の観光客やパドラーが集い、地域間交流を通して地区住民の間で「観光でまちを活性化させる」、「観光を通して移住者誘致を図る」といった意識が醸成され、地域団体が自主的に空き施設をリノベーションしてコミュニティーカフェやマルシェの運営をすることとなり、来年度には、同地区に地域おこし協力隊を１名受け入れることも決定している。また、同地区内の空き家２件が民間事業者によって民泊施設として利活用される予定で、現在は令和２年中の開業に向けて準備中を整えているところであり、地区限定ではあるものの、本事業による波及効果も出てきている。

7.課題への対応

●事業で直面した課題とその対応策･解決方法

＜インストラクターの人員不足＞
●安全性確保のため、SUP体験会・講習会の受講者はインストラクター１人あたり５人までとしていたこと。更には、本事業に採択いただいたことでテレビ、新聞等のメディアにも取り上げていただき、注目度の高い事業となったため、シーズンインとともにSUP体験予約が殺到し、利用客が当初の見込みを大幅に超えたことから、せっかく予約いただいたにもかかわらず予約待ちの状況が続いた。
●インストラクターの資格を有する地域おこし協力隊を急遽９月に１名追加配置した。現在は、サステナブル阿南スタッフ２名　、地域おこし協力隊２名のインストラクター４名体制で対応している。

●今後の課題と対応方針

本市においてインバウンド誘客を図る上で「SUPクルーズ」はキラーコンテンツとなり得るにも関わらず、阿南市、ひいては徳島県自体の認知度は極めて低い現状であることから、訪日外国人の誘客に関しては特に、大阪、京都、神戸などの関西圏からのセカンドデスティネーション（第２の目的地）を軸とするマーケティング戦略を策定していく必要がある。

8.将来への展望

●来年度以降の関係人口とのかかわり方

本市の推し進める「阿南SUPタウンプロジェクト」初年度として、PR動画やパンフレットを制作し、「SUPタウン阿南」を提唱し周知していくイメージ戦略、そして、「若者のアクティビティ」としての印象の強かったマリンスポーツを、「年齢に関係なく体力に自信のない人でも簡単に楽しめる」パラダイムシフトを推進すると同時に、「SUP＋ヨガ」、「SUP＋フィッシング」など、複合的なアクティビティとして提案することで「スポーツ」を土台に、「フィットネス」や「レジャー」としての要素をミックスして売り込む、インサイトマーケティングにも着手し、一定の集客をすることができた。

さらに本事業を採択いただいたことで、台湾のマリンスポーツ愛好者や関係者と緊密な協力関係を築くことができた。今後は構築した台湾との関係をフル活用し、海外からの誘客を拡大していくとともに、日、台、中、協働の大会やイベントを開催して、「SUP＝阿南市」のイメージを広く浸透させていきたい。

●「関係人口」施策の展望

今後に向けて地域おこし協力隊がSUP以外の観光コンテンツを開拓し、SUP体験とセットで観光商品化するよう準備をすすめているところである。拠点整備については、採算性が合い、地域経済が循環する土台をつくり、「サステナブル阿南」をはじめとする民間団体等が資本を投入し、補助金等に頼らなくても自走していける事業となるよう引き続き鋭意取組んでいく。