

高知県仁淀川流域にある「にこ淵」入域協力金の電子決済化を
活用した地域周遊促進事業
報告書

令和7年3月

国土交通省四国運輸局

目 次

1	事業概要	4
1.1	事業概要	4
1.2	業務名等	5
1.3	実施内容	6
2	事前調査	7
2.1	関係者ヒアリング	7
2.1.1	入域協力金の電子決済化における課題	8
2.1.2	観光コンテンツ等を入域協力金とセット販売する際の課題	9
2.1.3	渋滞予測システムベンダへのヒアリング	10
2.2	ロジックモデルによる意識合わせ	10
2.3	にこ淵での観光客ヒアリング	12
2.3.1	調査方法	12
2.3.2	調査結果	12
2.4	現状の状況まとめ	15
3	にこ淵特設サイト	16
4	入域協力金の電子決済化と周遊促進のための観光コンテンツ等を組み合わせた販売	20
4.1	入域協力金の電子決済化（QRコード決済）	21
4.1.1	QRコード決済の審査について	21
4.1.2	QRコード決済の導入について	21
4.2	入域協力金の電子決済化（クレジットカード決済）	25
4.2.1	入域協力金のクレジットカード決済	25
4.3	入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売	26
4.3.1	入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等をセットで販売する仕組み	26
4.3.2	販売する観光コンテンツの選定	28
4.3.3	販売する観光コンテンツの決定	32
4.3.4	入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売	33
4.3.5	観光コンテンツ等セット販売数まとめ	43
5	効果検証	44
5.1	入域協力金の電子決済化（QRコード決済、にこ淵特設サイトによるクレジットカード決済）観光客アンケート	44
5.1.1	d払い/メルペイ導入後	44
5.1.1.1	調査方法	44
5.1.1.2	調査結果	44
5.1.2	d払い/メルペイ、PayPay導入後	46
5.1.2.1	調査方法	46
5.1.2.2	調査結果	46
5.1.3	d払い/メルペイ、PayPay、auPay、クレジットカード導入後	48
5.1.3.1	調査方法	48

5.1.3.2	調査結果.....	48
5.2	入域協力金の電子決済化（QRコード決済、クレジットカード決済）の利用実績.....	52
5.3	入域協力金の電子決済化（QRコード決済、クレジットカード決済）まとめ	54
5.4	入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等をセットで販売.....	56
5.4.1	にこ淵特設サイトに関するアンケート	56
5.4.1.1	調査方法.....	56
5.4.1.2	調査結果.....	56
5.4.2	焚火・火鉢カフェに来られた方にヒアリング	57
5.4.3	にこ淵特設サイトアクセスログ	57
5.4.4	入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売まとめ.....	58
5.4.5	インバウンドへの対応.....	60
5.5	運用費用について.....	61
5.6	にこ淵における本事業の取組の維持・継続.....	62
6	横展開について	63
6.1	転換率向上について	63
6.2	入域協力金の単価増について	64
6.3	運用体制について.....	64
6.4	運用費用について.....	65
6.5	入域協力金の受入方法の拡大	66
6.6	入域協力金のロードマップ	66
6.7	入域協力金に関するプラットフォームの構築	67

1 事業概要

1.1 事業概要

西日本最高峰石鎚山に流れを発し、流域 6 市町村を經由し、太平洋へと流れる仁淀川については、「水質が最も良好な河川」に、過去 8 回も選ばれるなど清流として知られている。また、美しく幻想的な紺碧の色が「仁淀ブルー」として 2012 年にテレビ番組で紹介されると、全国的に知名度が向上し、アニメ映画「竜とそばかすの姫」で取り上げられることで、さらに多くの観光客が訪れるようになった。

特に、上流域の観光地は、「仁淀ブルー」を見ることができる代表的な観光地が多数あり、SNS 映える写真が撮影できることもあって、急速に観光客が増加している状況であるが、これらの観光地においては、入域協力金について支払いをお願いしているものの、支払率が少ないこと、観光スポットなどへの周遊促進の仕組みを提供できていないことから、当該地域における観光客受け入れのための原資不足や、観光客の増加が地域の旅行消費拡大につながっていないという課題がある。

そこで、本問題を解決するため、仁淀川上流域の主要観光地である「にこ淵」において、入域協力金の電子決済化等を通じた支払率向上を目指すとともに、近隣観光地の観光コンテンツ等（地域の観光事業者が提供する体験や飲食など）を入域協力金とセットで販売することにより、地域への周遊を生み出すとともに、観光客の混雑解消をはかり、回遊性を向上させ、持続可能な観光の実現に向けた調査を実施する。

にこ淵について

いの町程野地区にある「にこ淵」は、2000 年代までは観光地ではなかったところが、「仁淀ブルー」の SNS での広がりによる知名度向上に伴い、新たに観光地化された場所であり、現在では、高知県でも有数の観光客が多い観光地となっている。

にこ淵においては、環境保全、繁忙期の交通誘導員などの観光客受け入れのための費用を賄うた

め、入域協力金の支払いをお願いしているが、その金額は、運営費用を賄うには至らず、一部をにこ淵が位置する自治体であるいの町が補填している状況である。また、にこ淵を含む仁淀川上流地域には、大規模な観光施設等はなく、小さなカフェ等は存在するものの、観光客の増加が地域のカフェ等の集客には、つながっていない状況である。

図 1 にこ淵



にこ淵の入域協力金の支払い依頼について

にこ淵の入域協力金箱（募金箱）は、にこ淵につながる遊歩道沿いに設置されており、遊歩道に設置したベンチの壁面に入域協力金支払いのお願いを掲示することで、にこ淵に降りていく観光客が入域協力金のお願いを視認できるようにしている。



図 2 にこ淵の入域協力金のお願いと入域協力金箱

1.2 業務名等

業 務 名：高知県仁淀川流域にある「にこ淵」入域協力金の電子決済化を
活用した地域周遊促進事業

対 象 地 域：高知県いの町、高知県仁淀川町

履 行 期 間：令和6年7月22日から令和7年3月14日

発 注 者：四国運輸局観光部観光企画課

受 注 者：エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社

1.3 実施内容

本事業の報告は以下の構成で行う。

表 1 本事業の報告内容

1 事業概要	1 事業概要 2 業務名 3 実施内容の一覧
2 事前調査	1 関係者ヒアリングによる課題の洗い出し 2 ロジックモデルによる打ち手と KPI の関係性意識合わせ 3 観光客へのヒアリングによる現状把握
3 にこ淵特設サイト	にこ淵特設サイトについて
4 入域協力金の電子決済化と周遊促進のための観光コンテンツ等を組み合わせた販売	1 入域協力金の電子決済化（QR コード決済）の実施内容 2 入域協力金の電子決済化（クレジットカード決済）の実施内容 3 入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等をセット販売の実施内容
5 効果検証	1 入域協力金の電子決済化（QR コード決済、クレジットカード決済）に係る観光客アンケートによる効果測定 2 入域協力金の電子決済化（QR コード決済、クレジットカード決済）の利用実績報告 3 入域協力金の電子決済化（QR コード決済、クレジットカード決済）の考察とまとめ 4 入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売に関する実績とまとめ
6 横展開について	入域協力金を取る仕組みが構築されていない地域への横展開モデルの提案

2 事前調査

2.1 関係者ヒアリング

入域協力金の電子決済化および観光コンテンツ等の入域協力金とセット販売を行うにあたり、仁淀川上流域の自治体や、にこ淵の入域協力金を運用する団体等に入域協力金の電子決済化および観光コンテンツ等の入域協力金とセット販売を行う際の課題について、対面でヒアリングを行った。

ヒアリング対象者およびヒアリング実施日：

高知県いの町：にこ淵を所管する自治体(調査方法：対面、ヒアリング日：9/11)

程野地区自然美化維持協議会（事務局：いの町観光協会）：にこ淵入域協力金を運営
(調査方法：対面、ヒアリング日：9/11)

仁淀川町、仁淀川町観光協会：仁淀川上流域の自治体および観光協会
(調査方法：対面、ヒアリング日：9/18)

2.1.1 入域協力金の電子決済化における課題

入域協力金の電子決済化の体制面、運用面、費用面等の課題について、ヒアリングを行った。結果については、以下の通りである。

表 2 入域協力金の電子決済化における課題ヒアリング結果

体制	高知県いの町 程野地区自然美化維持協議会	入域協力金の受入や支出については、程野地区自然美化維持協議会（いの町、いの町観光協会、地元代表者・地権者）を組成し、運営しているため、特に課題はない。
	仁淀川町、仁淀川町観光協会	景観の維持や交通誘導等に多額の費用が掛かっており、入域協力金はぜひ実施したいと思っている。しかしながら、自治体や観光協会としては、入域協力金の集金作業やお金の出し入れ等ができる体制がなく、自治体で実施するには、電子決済化も含めて、関連条例等の整備が必要であり、ハードルが高い。 過去に安居渓谷で環境保全のための入域協力金徴収を実施しようとしたが、お金の受入組織づくりの課題がクリアできず、実施できなかった。現在、安居渓谷に設置している入域協力金は、指定管理者が独自で設置している状況であり、町として関知していない。
運用	高知県いの町 程野地区自然美化維持協議会	手数料が差し引かれて振り込まれ、手間が発生しないため、ハードルは感じていない。
	仁淀川町、仁淀川町観光協会	キャッシュレスの運用がどういったものになるか想像がつかず、コメントができない。
費用	高知県いの町 程野地区自然美化維持協議会	電子決済化にかかわる運営経費が、不明であり不安である。 やってみないと結果がわからず、踏み出しづらい状況。
	仁淀川町、仁淀川町観光協会	電子決済で増加となる入域協力金が運営費用を上回ることが必要だが、そういったデータがなく、判断ができない。
その他	高知県いの町 程野地区自然美化維持協議会	現金と比較して、手数料がかかるため、電子決済の場合の金額をどうするかについて、悩みが発生しそうである。

2.1.2 観光コンテンツ等を入域協力金とセット販売する際の課題

観光コンテンツ等を入域協力金とセット販売を行う際の体制面、運用面、費用面等の課題について、ヒアリングを行った。

表 3 観光コンテンツ等を入域協力金とセット販売する際の課題ヒアリング結果

体制	高知県の町 程野地区自然美 化維持協議会	観光コンテンツを提供できる業者が少なく、コンテンツが集まらない可能性がある。 観光コンテンツの代金を収受するための体制がなく、また、観光コンテンツ代金を提供事業者に支払う経理処理を行う体制も構築できない。
	仁淀川町、仁淀 川町観光協会	仁淀川地域は SUP 等の観光事業者も存在しており、地域の事業者との連携を行い、入域協力金を得ながら、地域の観光事業者に送客を行うことは是非やりたいと考えている。 一方、経理処理については、観光協会で作るのがいいと思うが、現状の体制では、マンパワーが足りない状況である。
運用	高知県の町 程野地区自然美 化維持協議会	観光事業者への運用負担を少なくすることが重要。このために、新たに多大なパワーをかけて、コンテンツを開発することは難しい。また、事業者の負担（例えば、特別メニューなどを用意しても売れなかったなど）にならないよう、事前予約制などの検討も必要。 にこ淵のような人気がある場所で実施できる事業者の選定ルールの検討が必要（公平性担保が必要）。 ※季節、天気によって来訪者数が異なることもより難しさを増している。
	仁淀川町、仁淀 川町観光協会	既にアクティビティなどを提供している事業者が存在しており、運用的には問題はない。
費用	高知県の町 程野地区自然美 化維持協議会	コンテンツ販売を行うためのシステム等の費用が心配である。
	仁淀川町、仁淀 川町観光協会	システム等の費用が心配である。

表 5 運輸局のロジックモデルから導いた KPI

達成するアウトカム	達成したい変化	アウトプット	投下資材	KPI	確認事項 (アンケート等)
入域協力金増加	支払人数増加	認知度向上	スマホ向けホームページ	入域協力金についての認知度向上	・入域協力金認知率 (旅前)
		財布がなくても払える	QRコード決済 クレジット決済	入域協力金の支払率向上	・入域協力金支払率
	支払単価上昇	クーポン複数化により、支払価格を変化	電子クーポンシステム	入域協力金一人当たりの単価向上	・販売実績
地域売上増加	購入人数増加	現地での商品販売	スペシャルプレイスキット	現地での商品販売数	
訪問先増		観光情報提供 (旅中)	クーポン	訪問先増加数	

2.3 にこ淵での観光客ヒアリング

入域協力金の現状について確認するため、入域協力金に関するアンケート調査を実施した。

2.3.1 調査方法

調査対象：にこ淵に訪問した観光客

調査方法：対面による記述式アンケート（にこ淵訪問後、駐車場に戻る観光客に実施）

実施日：8月23日（金）、9月19日（木）

回収数：222

場所：にこ淵

調査内容：

- ① お住いの地域
- ② 年代
- ③ にこ淵訪問のきっかけ
- ④ 入域協力金についての支払いを行ったか
- ⑤ 入域協力金を支払っていない場合の理由（支払っていない人へのヒアリング）
- ⑥ 入域協力金の一人当たりの支払金額
- ⑦ 入域協力金のお願いについて、知ったのはいつか
- ⑧ 今回の旅程での宿泊場所
- ⑨ 過去にクーポンを獲得して、旅程を変更したことがあるか

2.3.2 調査結果

① にこ淵観光客の地域と年代や訪問のきっかけについて

にこ淵への観光客については、中部・北陸・近畿地域を筆頭に、関東地域、九州地域等、関東以西から多数訪問していることが分かった。インバウンドの観光客は少なく、日本人観光客が主流であることが分かった。また、年代についても幅広く訪問していることが分かった。

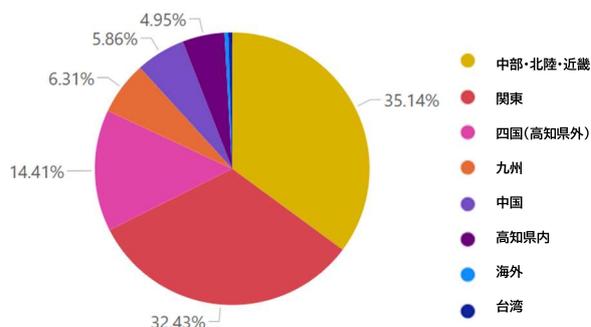


図4 お住いの地域(n=222)

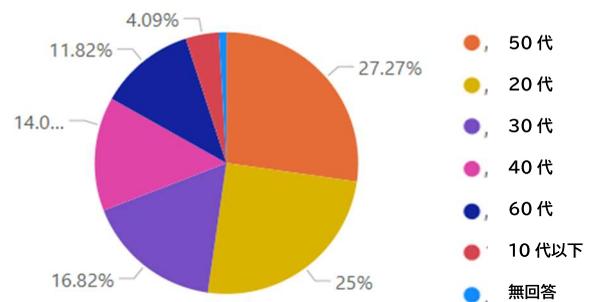


図5 観光客の年代(n=222)

また、にこ淵訪問のきっかけについては、SNSで見たことが第1位であり、次に知人の紹介が多いことが分かった。

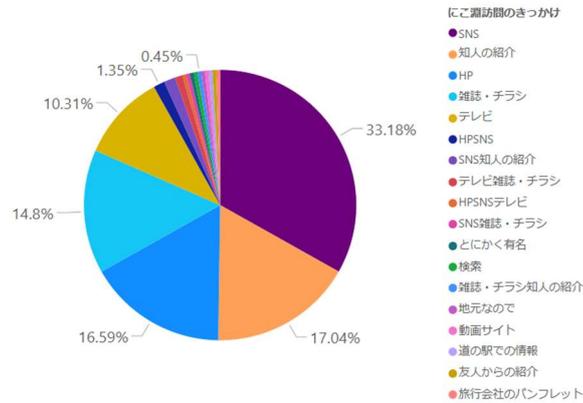


図 6 にこ淵訪問のきっかけ(n=222)

② 入域協力金について

にこ淵への観光客の入域協力金の支払については、約45%の支払いにとどまっていることが分かり、支払った金額は平均金額で113円であった。また、支払っていない人へ理由をヒアリングした結果、1位が入域協力金のお願いについて気づかなかった、2位が財布を持っていなかった、3位はおつりが出ないからという理由であった。

このアンケート結果より、にこ淵の入域協力金については、認知度の問題と支払方法に関する課題が存在することが分かった。

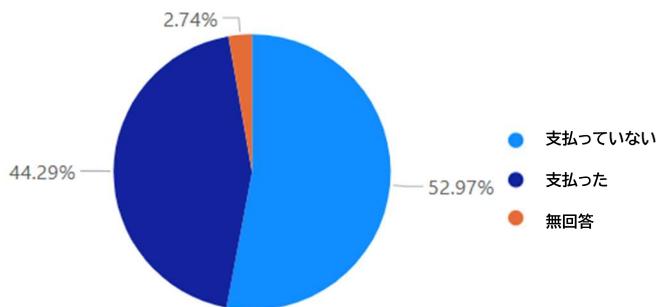


図 7 入域協力金支払率(n=222)

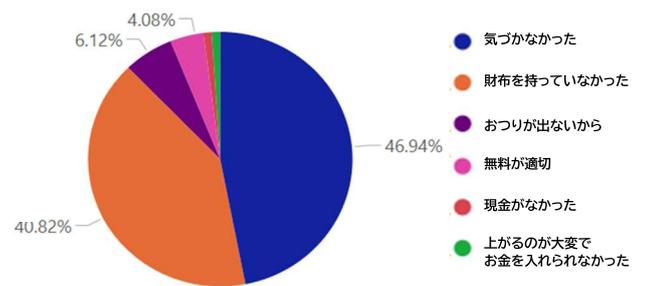


図 8 入域協力金の支払いをしなかった理由(n=100)

一人当たりの支払った入域協力金の金額は平均 113.4 円であった。

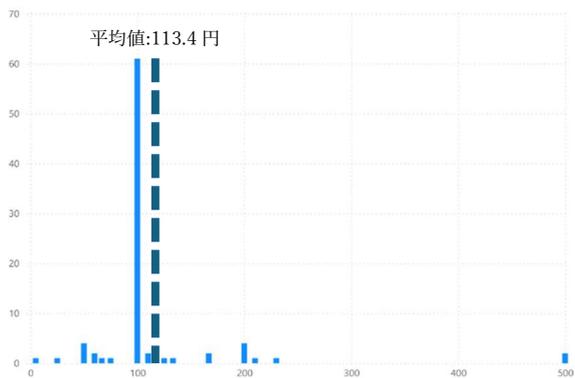


図 9 入域協力金の単価（支払った方のみ 1 人当たり）(n=85)

また、入域協力金のお願いについては、約 80%が、現地に着いてから知ったと回答している状況であり、大半の観光客は、現地に着くまで入域協力金の存在を把握していない状況であった。

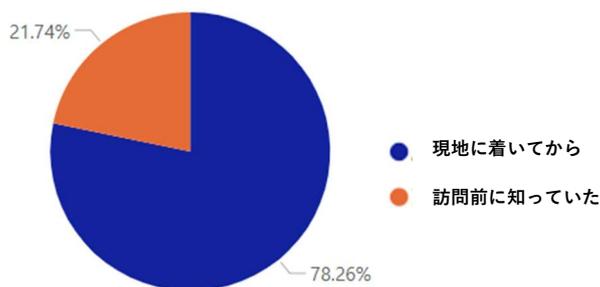


図 10 入域協力金のお願いを知ったのはいつか(n=222)

③ 今回の旅行での宿泊先

今回の旅行での宿泊先について、尋ねたところ高知市での宿泊が過半数であり、仁淀川流域での宿泊については、極めて少ないことが分かった。

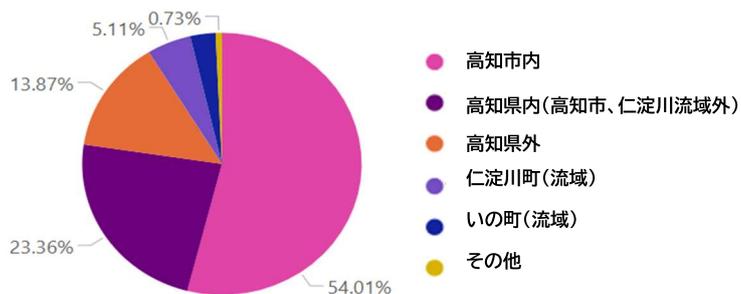


図 11 今回の旅程で宿泊する場所(n=195 2泊以上の場合は複数回答)

④ クーポンによる旅程変更

また、観光客に、クーポンによる旅程の変更について確認したところ、全体の20%程度がクーポンによって、旅程を変更したことがあると回答があった。

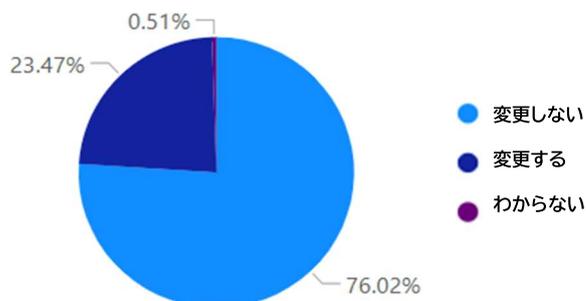


図 12 クーポン獲得で、旅程を変更したことがあるか？(n=196)

2.4 現状の状況まとめ

観光客へのヒアリングの結果、KPIの現状の状況については、以下の通りとなった。

表 6 KPI (事業実施前)

達成するアウトカム	達成したい変化	アウトプット	投下資材	KPI (事業実施前)	確認事項 (アンケート等)
入域協力金増加	認知度向上 支払人数増加		スマホ向けホームページ	入域協力金についての認知度向上 事業実施前：21.74%	・入域協力金認知率 (旅前)
		財布がなくても払える	QRコード決済 クレジット決済	入域協力金の支払率向上 事業実施前：44.29%	・入域協力金支払率
	支払単価上昇	クーポン複数化により、支払価格を変化	電子クーポンシステム	入域協力金一人当たりの単価向上 事業実施前：113.4円	・販売実績
地域売上増加	購入人数増加	現地での商品販売	スペシャルプレ イスキット	現地での商品販売数 新規施策	
訪問先増		観光情報提供 (旅中)	クーポン	訪問先増加数 新規施策	

3 にこ淵特設サイト

事業実施にあたり、いの町観光協会が運営するにこ淵公式サイトの補完を行う目的で、にこ淵特設サイトの提供を開始した。

にこ淵特設サイトのコンテンツ内容及び提供時期は以下の通りである。

表 7 にこ淵特設サイトのコンテンツ内容及び提供開始日

開始日	開始したコンテンツ
12月18日	<ul style="list-style-type: none">・入域協力金と観光コンテンツのセット販売・入域協力金の使途や支払いのお願い・大蛇伝説漫画・交通/駐車場満空案内・天気予報/ライブカメラ・マナー・近隣の観光スポット
2月13日	<ul style="list-style-type: none">・入域協力金のクレジットカードによるオンライン支払

上記のうち、「入域協力金と観光コンテンツのセット販売」「入域協力金のクレジットカードによるオンライン支払」については、それぞれ、4.3 入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売の項目、4.2 入域協力金の電子決済化（クレジットカード決済）の項目において、説明することとし、本項についてはその他のコンテンツについて記載する。

・入域協力金の使途や支払いのお願い

にこ淵協力金の理念や使途を明示するとともに、支払いのお願いを掲載した。



図 13 にこ淵入域協力金のお願い

・大蛇伝説

にこ淵をより理解し、ファンになってもらうことを目的として、にこ淵の伝説（水神の化身とされる大蛇が棲む）について、わかりやすくキャラクターなどを活用した漫画で掲載した。

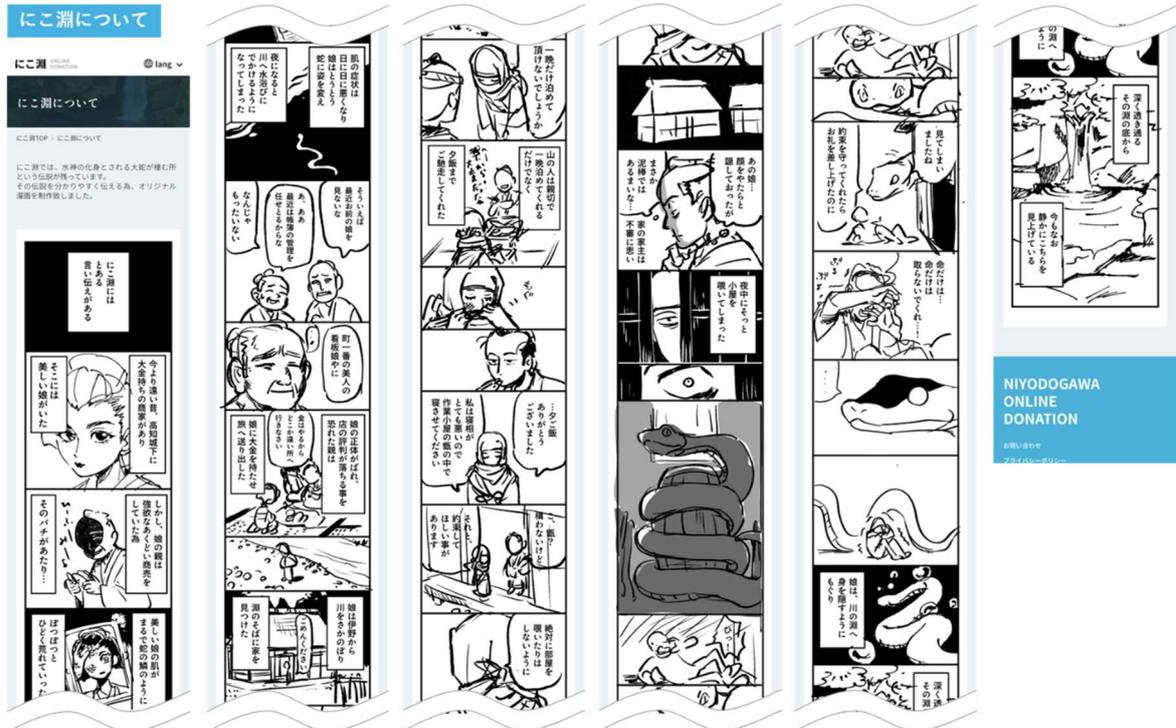


図 14 にこ淵に関する伝説の掲載

- 交通/駐車場満空案内、天気予報/ライブカメラ、マナー、近隣の観光スポット

観光客が利用しやすいよう、一般的に、観光客が利用されると推察される駐車場等交通の案内や、天気予報、にこ淵のマナーなどについてもサイトに掲載した。

トップページ



天気予報とライブカメラ



駐車場・交通アクセス案内



図 15 にこ淵特設サイト 交通/駐車場満空案内、天気予報/ライブカメラ

にご淵のマナー

マナーについて
TOP > マナーについて

ポイ捨て禁止
ゴミは、必ず適切なゴミ箱に捨てましょう。公共の場や歩道にゴミを捨てないように心がけ、環境を汚さないようにしましょう。

ドローン使用禁止
このエリアでは、貴重な自然環境の保護と野生動物への影響防止、安全確保のため、ドローンの飛行・撮影は固く禁止されています。違反が確認された場合、罰則が適用されることがあります。

喫煙禁止
このエリアは、環境保護および火災防止のため、全面的に喫煙が禁止されています。

ペット禁止
この場所の自然環境や野生動物を守るため、またすべての訪問者の方が安心して楽しめる環境を維持するため、ペットの同伴はご遠慮いただいております。

火気厳禁
このエリアでは、火災の危険防止および環境保護のため、火気の使用は固く禁止されています。

遊泳厳禁
このエリアでは、水中の地形が非常に危険なため、遊泳は固く禁止されています。安全を確保するため、川に入らないようお願いいたします。また、危険物の発生や天候不良の場合もありますので、十分にご注意ください。

走らない
安全のため走らないようお願い申し上げます。転倒や衝突の危険があるため、ゆっくりと歩いてご移動ください。皆さまのご協力をお願いいたします。

近隣スポットの案内

おすすめスポット
にご淵TOP > おすすめスポット

みやもと鮮魚店
波川公園のすぐ近く、仁淀川を挟んだ対岸にある、みやもと鮮魚店。大将がその日仕入れた魚をその場で捌き、新鮮な刺身定食や一品として食べられる食堂兼鮮魚店は、長年地元の人に愛されている。

連絡先 088-892-0161
住所 吾川郡いの町3042
営業時間 午前9時～午後6時
曜日・祝日

メニュー画面

クーポン >
寄付について >
ライブカメラと天気予報 >
混雑予測 >
周辺のおすすめスポット >
周遊促進WEBサイトのTOPへ >

share

NIYODOGAWA ONLINE DONATION

お問い合わせ
プライバシーポリシー

×
メニュー

図 16 にご淵特設サイト マナー・近隣スポット・メニュー

4 入域協力金の電子決済化と周遊促進のための観光コンテンツ等を組み合わせた販売

入域協力金支払率の向上と、支払単価の増額を目指し、入域協力金の電子決済化と周遊促進のための観光コンテンツ販売等について、以下の表のとおり、実施した。

表 8 入域協力金の電子決済化と周遊促進のための観光コンテンツ販売実施一覧

実施内容	利用可能電子決済		開始日
	既存電子決済	追加した電子決済	
入域協力金の電子決済化		d 払い/メルペイ	11 月 14 日
	d 払い/メルペイ	PayPay	1 月 28 日
	d 払い/メルペイ、PayPay	クレジットカード決済	2 月 13 日
	d 払い/メルペイ、PayPay、 クレジットカード決済	auPay	2 月 15 日
周遊促進のための 観光コンテンツ販売	クレジットカード決済、d 払い、auPay、 Softbank おまとめ支払い、AliPay、Apple Pay、GooglePay		12 月 18 日

4.1 入域協力金の電子決済化（QRコード決済）

入域協力金の支払方法の問題を解決するため、QRコード決済を導入し、支払率の変化について、確認した。

4.1.1 QRコード決済の審査について

通常、店舗等でのQRコード決済導入の場合、店舗の住所が事務所として登録されることが多いが、今回の決済導入者である「程野地区自然美化維持協議会」が法人登記のない任意団体であること、会長の自宅が事務所に設定されている一方、QRコードの設置場所がにこ淵であることなどから、審査に追加書類の提出等が発生したため、時間がかかることとなり、各社の審査期間にも差が生じた。なお、楽天Payについては、審査で導入不可となった。（理由については非開示）

4.1.2 QRコード決済の導入について

d払い/メルペイ、PayPay、auPayのQRコード決済を導入した。

① d払い/メルペイ(11/14開始)、②PayPay(1/28開始)、③auPay(2/15開始)

① d払い/メルペイ導入

d払い/メルペイによる入域協力金決済を11月14日に開始した。d払い/メルペイのQRコード（図17・図18赤丸）とともに、入域協力金の用途などを明示した協力のお願い（図17・図18青丸）についても、掲示した。



図 17 募金箱および遊歩道から見えるベンチ横への掲示



図 18 掲示板への掲示

d払いが
使えるように
なりました

PayPay, auPay, 楽天Payも
準備ができました。
開始予定です。

仁淀ブルーの聖地
にご淵協力金にご協力ください

実施期間 令和6年11月13日(水)～令和7年3月2日(日)

問合せ先 程野地区自然美化維持協議会(事務局 いの町観光協会)
TEL.088-893-1211

にご淵協力金のQRコード決済導入は、「高知県仁淀川流域にある「にご淵」入域協力金の電子決済化を活用した地域再遊促進事業」(四国運輸局実証事業)として実施しています。

にご淵協力金について

多くの人を魅了する仁淀ブルーの聖地「にご淵」。
数年前まで、駐車場はなく、にご淵まで降りる道もロープを使っていくような場所でも、誰もが行けるような場所ではありませんでした。
しかしながら、この美しい場所をより多くの人に感じて欲しいと、地域の方や行政の力を借りて、徐々に周辺の整備を行ってまいりました。
そして、この「にご淵」の美しさや自然環境を守り、来られる方がより安心して楽しめるよう、地域の方々を中心として、令和3年より「程野地区自然美化維持協議会」を立ち上げて協力金により周辺の整備を行っております。
「にご淵」が今後も美しい姿を残し、より多くの方に安心して体感していただくために、ご賛同いただける方はぜひご支援をよろしくお願いいたします。

にご淵協力金の使い道

- ・繁忙期の警備
- ・周辺の清掃
- ・トイレの維持管理
- ・遊歩道や周辺駐車場の維持管理

にご淵協力金で整備した施設等について

協力金は、周辺清掃・警備のほか、ベンチや看板などの設置にも活用させていただきます。

協力金の使途については、「程野地区自然美化維持協議会」にて関係者の合意のもと決定しております。

図 19 掲示した入域協力金のお願い

② PayPay 導入

PayPay による入域協力金決済を 1 月 28 日に開始した。PayPay 導入時には、d 払いの QR コード（図 20 赤丸）とともに、より大きく視認性の高い入域協力金の支払いのお願い（図 20・図 21 青丸）についても、掲示した。



図 20 PayPayQR コードの掲示



お客様にお願い

協力金を 1人100円 お願いします

Please pay a donation of 100 yen per person.
請每人捐款100日元。
請每人捐款100日元。



募金箱に投入頂くか、QR決済をお願いします。
Please put the donation in the donation box or pay using QR code payment.
請將捐款投入捐款箱或使用二維碼付款。
請將捐款投入捐款箱或使用二維碼付款。

程野地区自然美化維持協議会（事務局：いの町観光協会）

図 21 遊歩道入口への入域協力金支払いのお願い

③ auPay 導入時

auPay による入域協力金決済を 2 月 15 日に開始した。auPay 導入時には、各決済の QR コードを見やすく整理し、掲示（図 22 赤丸）した。また、入域協力金箱（募金箱）内の QR コードが暗くスマホで読みづらいとの意見もあったことから、入域協力金箱（募金箱）の外側にも QR コードを掲示した。



図 22 整理した QR コード

4.2 入域協力金の電子決済化（クレジットカード決済）

4.2.1 入域協力金のクレジットカード決済

現金および先行して実施したQRコード決済に加え、入域協力金のオンラインによるクレジットカード決済について、2月13日より開始した。提供にあたっては、にこ淵特設サイトに寄付ページを用意し、1口100円で、クレジットカードの情報を入力することで、入域協力金を支払える形とした。



図 23 クレジットカードによる入域協力金支払サイト

4.3 入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売

本事業において、入域協力金の支払単価を高めるとともに、地域への周遊が促進されるよう、近隣観光地の食事やアクティビティなどの観光コンテンツと引き換えることができるクーポンを購入することで、入域協力金を支払える仕組みを導入した。

4.3.1 入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等をセットで販売する仕組み

本事業で構築したにこ淵特設サイトに、入域協力金を含んだ観光コンテンツのクーポンを販売する仕組みを導入した。観光客は、本サイトから観光コンテンツを選択、購入することで電子クーポンを獲得することができ、獲得した電子クーポンを観光コンテンツの提供事業者に見せることにより、サービスの提供を受けることができる。



図 24 商品クーポン購入サイト

なお、決済手段は、クレジットカード、d払い、auPay、Softbank おまとめ支払い、AliPay、Apple Pay、GooglePay を用意した。

また、当初のヒアリング時に程野地区自然美化維持協議会より課題としてあげられていた「観光コンテンツの代金を収受するための体制がなく、また、観光コンテンツ代金を提供事業者に支払う経理処理を行う体制が構築できない」に対応するため、本実証において、本事業のシステムを構築する会社が、程野地区自然美化維持協議会の委託を受け、物品の販売を行う形をとることとした。

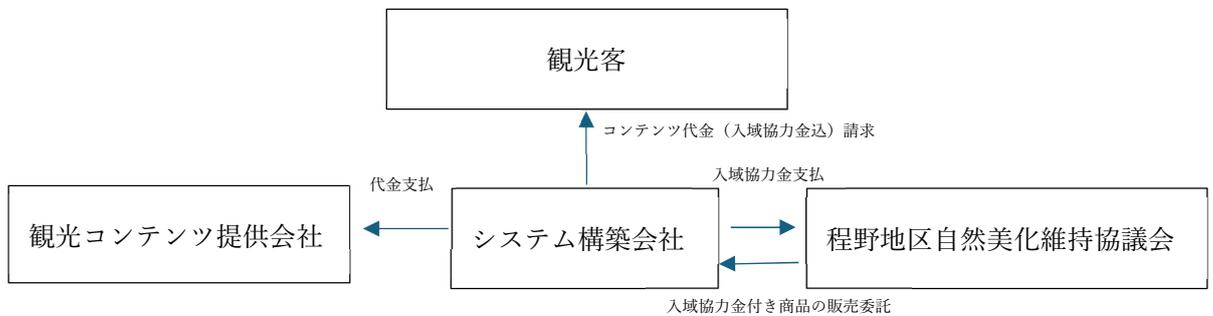


図 25 入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売の運用体制

4.3.2 販売する観光コンテンツの選定

販売する観光コンテンツを選定するにあたり、観光客の購入率と、訪問率を見極めるため、観光コンテンツに関する予備調査を行った。

予備調査における検証項目：

- ・地域への経済波及を目的とした観光コンテンツ提供施設等への訪問率
- ・協力金の増加を目的とした観光コンテンツの購入率

① にこ淵でのカフェによる観光案内実証

実施日：9月22日

実施内容：

- ・にこ淵に屋台カフェを設置し、コーヒー専門店のコーヒーを販売
- ・カフェに立ち寄った方に仁淀川町のマルシェを紹介するチラシを配布し、観光案内を実施
- ・仁淀川町のマルシェで飲食できる特別セットを用意し、協力金付きで販売



図 26 にこ淵でのカフェによる観光案内実証配布チラシ

実施結果：

流入台数(屋台カフェ設置時間内に、にこ淵を訪問した車の台数)：51台

にこ淵でのコーヒー購入率：4組(10杯5,800円)/51組(コーヒー購入率：7.8%)

にこ淵でのチラシ受取率：50組/51組(チラシを受け取った率：98%)

にこ淵でのチラシ配布を行った際の観光客の反応：

- ・地元向けのマルシェ自体に興味を持ってくれない
- ・当日の予定を組んでいる観光客が多く、マルシェに行くような時間が取れない

チラシをみてマルシェにいった観光客組数(車のナンバー一致にて判断)：

1組/50組(観光コンテンツ提供施設等への訪問率：2.0%)

特別セット販売枚数：0/51組(観光コンテンツの購入率：0%)



図 27 にご淵でのカフェによる観光案内実証風景

② 道の駅 633 美の里でのカフェによる観光案内実証

実施日：11月23日

実施内容：

- ・にこ淵に最も近い道の駅「633 美の里」に屋台カフェを設置、コーヒー専門店のコーヒーを販売
- ・カフェに立ち寄った方に隣接する仁淀川町の神楽（土佐三大神楽）とマルシェを紹介するチラシを配布し、観光案内を実施

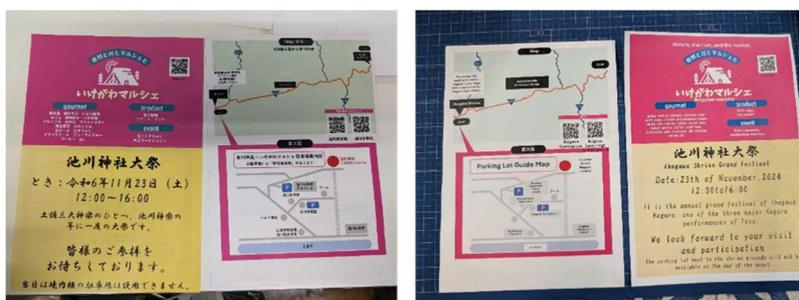


図 28 道の駅 633 美の里でのカフェによる観光案内実証チラシ

実施結果：

633 美の里でのコーヒー販売数：41 杯 20,500 円

633 美の里でのチラシ配布枚数：40 枚

633 美の里でチラシ配布を行った際の観光客の反応：

- ・イベントに反応は示すが、「そうなんだ」という感じで訪問まではつなげていない
- ・旅程を決めている方は多数で、旅程の変更はしなさそう

チラシをみてマルシェにいった観光客組数(マルシェ駐車場での観光客へのヒアリング)：

1 組/40 組 (観光コンテンツ提供施設等への訪問率：2.5%)



図 29 道の駅 633 美の里でのカフェによる観光案内実証風景

③ 景観を訴求した仁淀川町カフェ Beef&Cafe かる。への誘因実証

実施日：12月7日

実施内容：

- ・にこ淵にて仁淀川町のカフェ「Beef&Cafe かる。」の景観を訴求し、誘引
- ・チラシ持参の限定メニュー オリジナルメニュー「よくばりランチ」の販売を実施



図 30 景観を訴求した仁淀川町カフェへの誘因実証配布チラシ

実施結果：

流入台数(にこ淵でのチラシ配布時間内に、にこ淵を訪問した車の台数)：88 台

チラシ受取率：77 組/88 組 (チラシを受け取った率：87.5%)

にこ淵でのチラシ配布を行った際の観光客の反応：

- ・チラシの景色に興味を示し、長い時間眺めながら駐車場に帰っている方多数あり

チラシ持参で特別メニュー注文：2 組 2 名 (高齢男性 1 名、外国人女性 1 名)

2 組/77 組 (観光コンテンツの購入率：2.6%)



図 31 景観を訴求した仁淀川町カフェへの誘因実証風景

4.3.3 販売する観光コンテンツの決定

予備調査を通して、にこ淵に訪問する観光客については、旅中に観光コンテンツの訴求を行っても、旅程を変更しづらいこと、また地元住民向けのマルシェや神楽等の伝統文化については、観光客は興味を示しづらいことが分かった。

一方、景観を売りにしたチラシについては、観光客が反応を示すとともに、観光コンテンツの販売に結び付けることができた。

この結果に基づき、「景色を訴求する」コンテンツを開発し、旅前から訴求するとともに、景色を活用したアクティビティを提供することとした。

あわせて、景色のほかに、近年、人気が高まっており、場所をとらないことなどから、さまざまな観光地の施設に設置されている「ご当地ガチャ」についても、販売を行うこととした。

開発した商品：

- ・ 景色をみながらの冬ならではのアクティビティ（焚火カフェ）
実施内容：焚火を囲みながらのコーヒー専門店のコーヒーを楽しむ

- ・ 景色をみながらの冬ならではのアクティビティ（火鉢カフェ）
実施内容：火鉢を囲みながらのコーヒー専門店のコーヒーを楽しむ

- ・ 景色を楽しみながらの食事
実施内容：特別メニュー（よくばりランチ）の提供

- ・ ご当地ガチャ
実施内容：仁淀川流域木材を使ったキーホルダーが入ったガチャガチャ

4.3.4 入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売

12月18日より、にこ淵特設サイトにおいて、4.3.3「販売する観光コンテンツの決定」にて選定した観光コンテンツを含む商品の販売を行った。また、販売を行うにあたり、構築したにこ淵特設サイトをいの町観光協会のにこ淵公式ホームページ等で訴求を行うとともに、販売を実施した。



図 32 にこ淵掲示板によるにこ淵特設サイトの訴求 (12/18 より)



図 33 にこ淵でのサイネージでの訴求(2/13 より)

にこ淵公式サイトへ掲載

にこ淵滞り予測サイトへ掲載



図 34 関連ホームページからのリンク



《参考》

にこ淵特設サイトオープンしました（※2025年3月2日までの限定公開です。）

リンク先：<https://nikobuchi.inofan.jp/>

※にこ淵特設ページは、「高知県仁淀川流域にある「にこ淵」入域協力金の電子決済化を活用した地域周遊促進事業」（四国運輸局実証事業）として実施しています。

（施設サイトよりご確認ください）

図 35 仁淀ブルー観光協議会にこ淵ホームページからのリンク

各商品の実施内容及び結果については、以下の通りであった。

① 景色を見ながらの冬ならではのアクティビティ（焚火カフェ）

実施内容：

実施内容については、以下の通りである。

表 9 景色を見ながらの冬ならではのアクティビティ（焚火カフェ）実施内容

実施内容	仁淀ブルーの景色を眺めながら、焚火を囲みコーヒー専門店（KAWAKUBO Coffee）のコーヒーを楽しむ
実施場所	仁淀川町 beef and café かる。テラス
実施日時	2月22日（土） 11:00～15:00
販売開始	1月21日（火）
販売価格	コーヒー1杯 600円（うち入域協力金100円）
訴求方法	にこ淵特設サイト にこ淵でのサイネージ、にこ淵での人によるチラシ配布



図 36 サイト掲載内容



図 37 にこ淵での訴求風景（サイネージ等）



図 38 景色を見ながらの冬ならではのアクティビティ（焚火カフェ）配布したチラシ

実施結果：

実施結果については、以下のとおりである。

表 10 景色を見ながらの冬ならではのアクティビティ（焚火カフェ）

車両流入数※1	61 台
チラシ配布	70 枚
にこ淵からの誘客数※2	5 組 にこ淵からの訪問客は県外ナンバー もしくは高知ナンバーのレンタカー
実施日の beef and café かる。のお客様総数	10 組
コンテンツ販売数	11 杯 (6,600 円)

※1:車両流入台数：にこ淵から実施場所（beef and café かる。）までの移動時間（30 分）を考慮し、
にこ淵に 9:30～13:30 に訪問した車両台数を計測

※2:にこ淵からの誘客数：車のナンバーの一致にて判断



図 39 景色をみながらの冬ならではのアクティビティ（焚火カフェ）実施状況

② 景色を見ながらの冬ならではのアクティビティ（火鉢カフェ）

実施内容については、以下の通りである。

表 11 景色を見ながらの冬ならではのアクティビティ（火鉢カフェ）実施内容

実施内容	仁淀ブルーの景色を眺めながら、火鉢を囲みコーヒー専門店（KAWAKUBO Coffee）のコーヒーを楽しむ
実施場所	仁淀川町 beef and café かる。テラス
実施日時	2月23日（日） 11:00～15:00
販売開始	1月21日（火）
販売価格	コーヒー1杯 600円（うち入域協力金100円）
訴求方法	にこ淵特設サイト にこ淵でのサイネージ、にこ淵での人によるチラシ配布



図 40 サイト掲載内容



図 41 にこ淵での訴求風景（サイネージ等）



図 42 景色をみながらの冬ならではのアクティビティ（火鉢カフェ）配布したチラシ

実施結果：

実施結果については、以下の通りである。

表 12 景色をみながらの冬ならではのアクティビティ（火鉢カフェ）実施結果

車両流入数※1	115 台
チラシ配布	74 枚
にこ淵からの誘客数※2	6 組 にこ淵からの訪問客は県外ナンバー もしくは高知ナンバーのレンタカー
実施日の beef and café かる。のお客様総数	11 組
コンテンツ販売数	16 杯 (6,600 円)

※1:車両流入台数：にこ淵から実施場所（beef and café かる。）までの移動時間（30分）を考慮し、

にこ淵に 9:30～13:30 に訪問した車両台数を計測

※2:にこ淵からの誘客数：車のナンバーの一致にて判断



図 43 景色をみながらの冬ならではのアクティビティ（火鉢カフェ）実施状況

③ 景色を見ながらの食事

実施内容：

実施内容については、以下の通りである。

表 13 景色を見ながらの食事实施内容

実施内容	仁淀ブルーを眺めながら、特別ランチをいただく
実施場所	仁淀川町 beef and café かる。テラス
実施日時	3月1日-2日（土日） 11:00～14:00
販売開始	1月21日（火）
販売価格	オリジナルメニュー2000円（うち入域協力金 200円）
訴求方法	にこ淵特設サイト、にこ淵でのサイネージ



図 44 サイト掲載内容



図 45 にこ淵での訴求風景（サイネージ）

実施結果：

実施結果については、以下の通りである。

表 14 景色を見ながらの食事実施結果

車両流入数※1	89 台 (2 日間合計)
チラシ配布	74 枚
にこ淵からの誘客数※2	3 組 にこ淵からの訪問客は県外ナンバー もしくは高知ナンバーのレンタカー
実施日の beef and café かる。のお客様総数	18 組
コンテンツ販売数	0

※1:車両流入台数：にこ淵から実施場所（beef and café かる。）までの移動時間（30 分）を考慮し、
にこ淵に 9:30～12:30 に訪問した車両台数を計測

※2:にこ淵からの誘客数：車のナンバーの一致にて判断

④ ご当地ガチャの販売

実施内容：

実施内容については、以下の通りである。

表 15 ご当地ガチャの販売実施内容

実施内容	仁淀川流域の木材を使ったキーホルダーが入ったガチャガチャを回せるクーポン提供
ガチャガチャ設置場所	仁淀川町 beef and café かる。 いの町 グリーン・パークほどの、道の駅「土佐和紙工芸村くらうど」、天然の湯 吾北むささび温泉
販売開始	1月8日（水）
販売価格	500円（うち入域協力金 200円）
訴求方法	にこ淵特設サイト

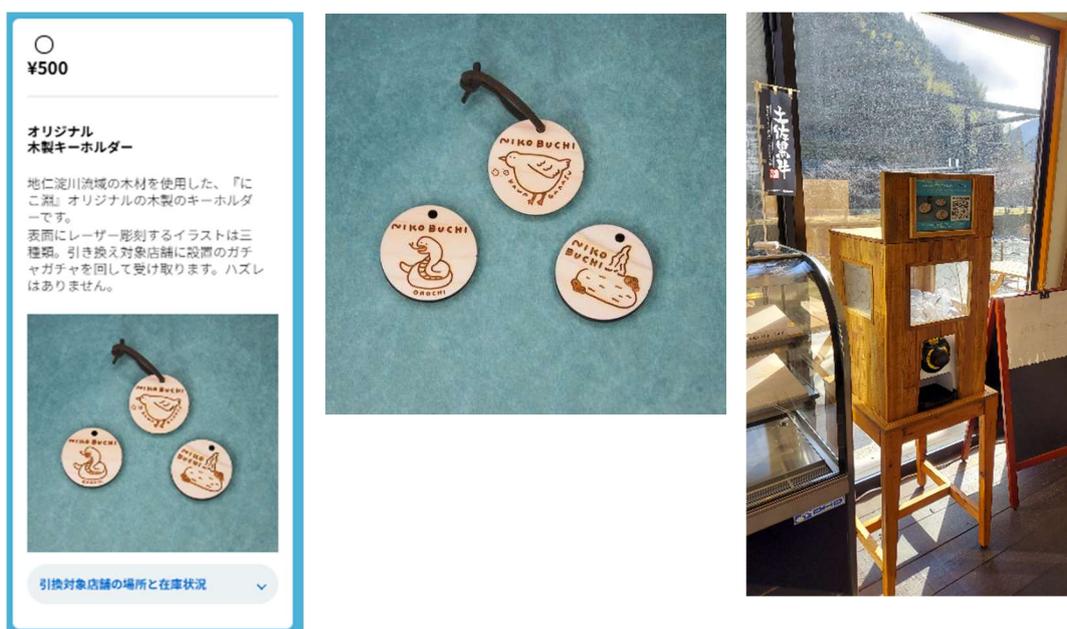


図 46 ご当地ガチャのサイト掲載内容および商品写真

実施結果：

実施結果は以下の通りである。

表 16 ご当地ガチャの販売数

購入数	キャンセル※	売上	入域協力金
13	6	6,500円	2,600円

※キャンセルは、購入したが引き換えに来なかったもの

⑤ その他の商品等販売

選定した商品のほか、いの町内に居住し、にこ淵入域協力金の獲得に賛同いただけるアーティストの協力を得て、複数の商品を展開し、販売を試行した。

実施内容：

その他の商品の販売については、以下の通りである。

表 17 その他の商品販売①

実施内容	土佐和紙製ピアス、キーホルダー、ネックレス
商品引換場所	いの町 グリーン・パークほどの、道の駅「土佐和紙工芸村くらうど」、天然の湯 吾北むささび温泉
販売開始	12月18日(水)
販売価格	1,000円(うち入域協力金500円)
訴求方法	にこ淵特設サイト

表 18 その他の商品販売②

実施内容	にこ淵オリジナルスケッチブック
商品引換場所	いの町 グリーン・パークほどの、道の駅「土佐和紙工芸村くらうど」、天然の湯 吾北むささび温泉
販売開始	1月13日(月)
販売価格	1,000円(うち入域協力金300円)
訴求方法	にこ淵特設サイト



図 47 その他の商品のサイト掲載内容

4.3.5 観光コンテンツ等セット販売数まとめ

販売数等については、以下の通りとなった。

表 19 限定アクティビティ/特別メニュー販売数

実施内容	日時	購入数	売上	入域協力金	誘引組数/総来客組数	誘引率
焚火カフェ	2/22	11 杯	6,600 円	1,100 円	5 組/10 組	5 台/61 台→8%
火鉢カフェ	2/23	16 杯	9,600 円	1,600 円	6 組/11 組	6 台/115 台→5.2%
特別メニュー	3/1-3/2	0 食	0 食	0 円	3 組/22 組	3 台/89 台→3.3%

表 20 にこ淵協力金付オリジナル物品販売

販売物品	購入数	キャンセル※	売上	入域協力金
木製キーホルダー	13	6	6,500 円	2,600 円
土佐和紙製ピアス/イヤリング	2	0	2,000 円	1,000 円
土佐和紙製キーホルダー	4	2	4,000 円	2,000 円
土佐和紙ネックレス	1	0	1,000 円	500 円
スケッチブック	0	0	0 円	300 円

※キャンセルは、購入したが引き換えに来なかったもの

5 効果検証

5.1 入域協力金の電子決済化（QRコード決済、にこ淵特設サイトによるクレジットカード決済）

観光客アンケート

各QRコード決済およびクレジットカードによる支払導入後、効果を検証するため、にこ淵で入域協力金に関するアンケートを行った。

5.1.1 d払い/メルペイ導入後

d払い/メルペイ導入後のアンケート調査結果については、以下の通りである。

5.1.1.1 調査方法

調査対象：にこ淵に訪問した観光客

調査方法：対面による記述式アンケート（にこ淵訪問後、駐車場に戻る観光客に実施）

実施日：1月25日（金）

回収数：124

場所：にこ淵

調査内容：

- ① 入域協力金についての支払いを行ったか
- ② 入域協力金の支払い方法（支払った人へのヒアリング）
- ③ 入域協力金を支払っていない場合の理由（支払っていない人へのヒアリング）

5.1.1.2 調査結果

入域協力金の支払率は、44%から46%で横ばいとなり、新たなチラシ等の掲示に関わらず、気づかなかった率もほぼ横ばいとなった。また、QRコード決済の手段がd払い/メルペイのみということもあり、財布を持っていない、利用できるスマホ決済（QRコード決済、クレジットカード決済）がなかったという意見が多数を占める結果となった。

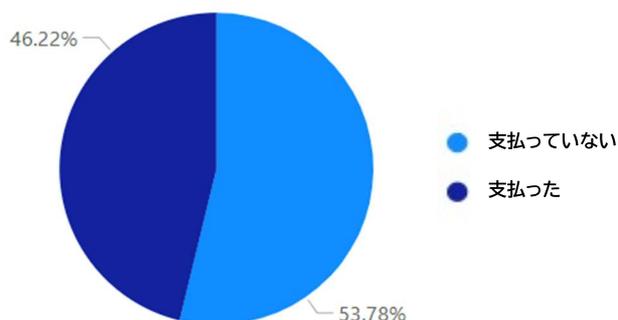


図 48 d払い/メルペイ導入後の入域協力金支払率(n=119)

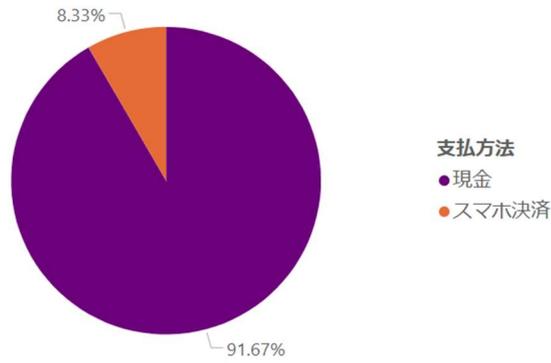


図 49 d払い/メルペイ導入後の入域協力金支払方法(n=48)

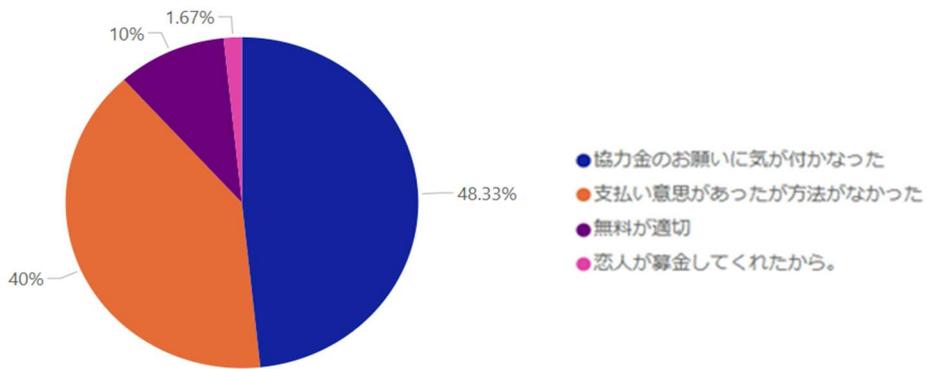


図 50 d払い/メルペイ導入後の入域協力金を支払わなかった理由 (n=60)

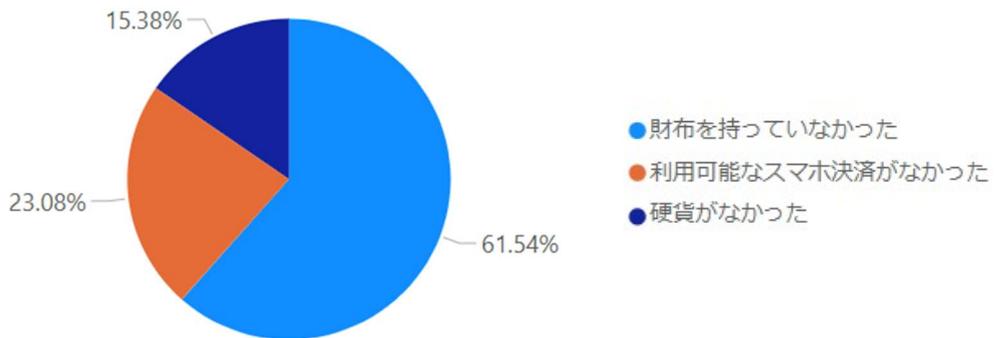


図 51 d払い/メルペイ導入後の支払意思があつたが支払わなかった理由(n=17)

5.1.2 d払い/メルペイ、PayPay 導入後

d払い/メルペイに加え、PayPay 導入後のアンケート調査結果については、以下の通りである。

5.1.2.1 調査方法

調査対象：にこ淵に訪問した観光客

調査方法：対面による記述式アンケート（にこ淵訪問後、駐車場に戻る観光客に実施）

実施日：1月31日（金）、2月10日（土）、2月11日（日）

回収数：200

場所：にこ淵

調査内容：

- ① 入域協力金についての支払いを行ったか
- ② 入域協力金の支払い方法（支払った人へのヒアリング）
- ③ 入域協力金を支払っていない場合の理由（支払っていない人へのヒアリング）

5.1.2.2 調査結果

PayPay 導入後、入域協力金の支払率は、約 83%に大幅に上昇するとともに、スマホ決済（QRコード決済）の比率も 8%から 30%以上に上昇した。一方、支払わなかった理由について、支払いのお願いに気づけなかったという理由が減少する一方、財布を持っていなかった、硬貨がなかったという意見が多数を占めた。

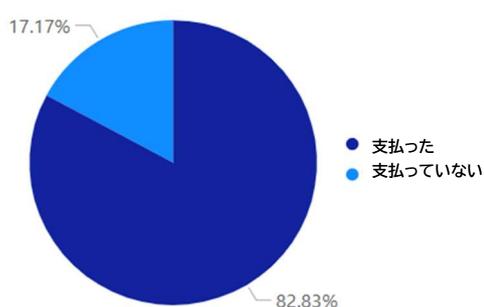


図 52 PayPay 導入後の入域協力金支払率(n=198)

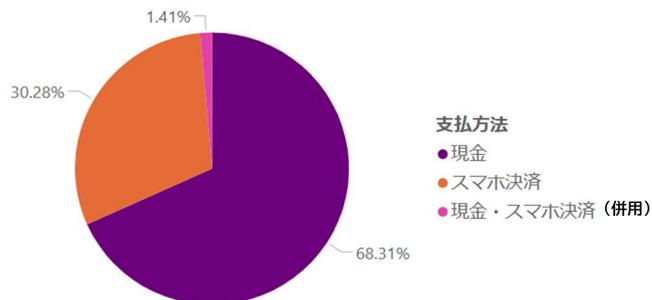


図 53 PayPay 導入後の入域協力金の支払方法(n=142)

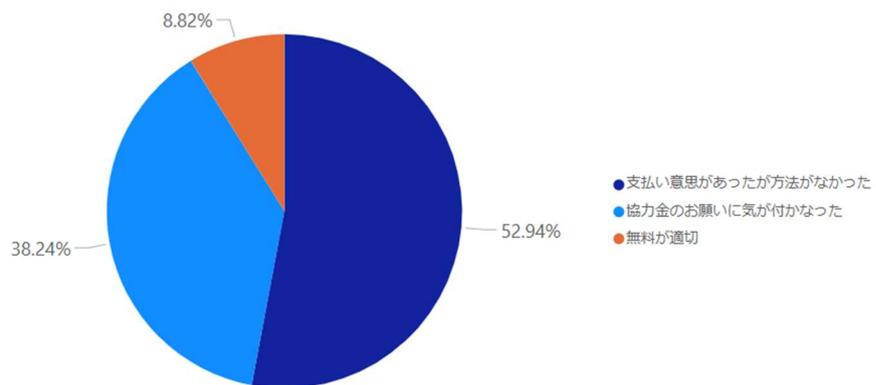


図 54 PayPay 導入後の入域協力金を支払わなかった理由(n=34)

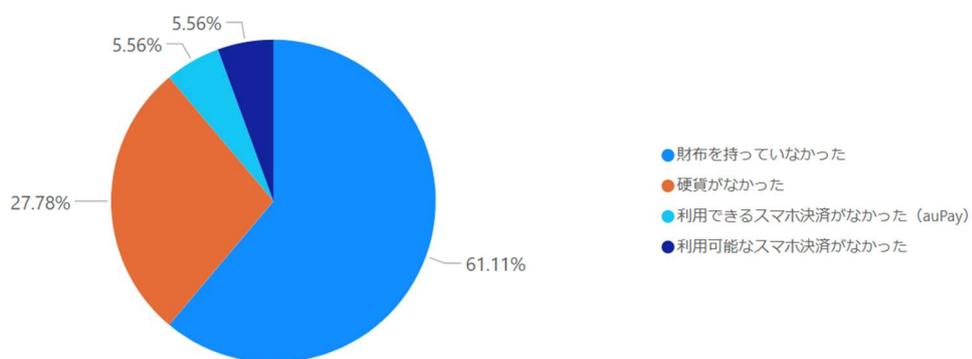


図 55 PayPay 導入後の支払意思があったが支払わなかった理由(n=18)

5.1.3 d払い/メルペイ、PayPay、auPay、クレジットカード導入後

d払い/メルペイ、PayPayに加え、auPay、クレジットカード払い導入後のアンケート調査結果については、以下の通りである。

5.1.3.1 調査方法

調査対象：にこ淵に訪問した観光客

調査方法：対面による記述式アンケート（にこ淵訪問後、駐車場に戻る観光客に実施）

実施日：2月14日（金）、2月15日（土）、16日（日）、2月17日（月）

2月22日（土）、2月23日（日）

回収数：389

場所：にこ淵

調査内容：

- ① 年代
- ② 同行者の属性
- ③ 入域協力金についての支払いを行ったか
- ④ 入域協力金の支払い方法（支払った人へのヒアリング）
- ⑤ 入域協力金を支払っていない場合の理由（支払っていない人へのヒアリング）
- ⑥ 入域協力金の一人当たりの支払金額
- ⑦ 入域協力金のお願いについて、知ったのはいつか

5.1.3.2 調査結果

入域協力金の支払率やスマホ決済の率については、PayPay導入後からほぼ横ばいの結果となった。

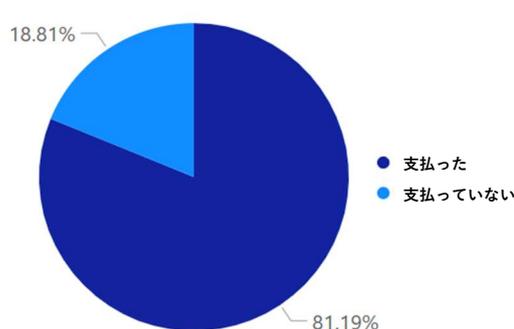


図 56 auPay,クレジットカード導入後の入域協力金支払率

(n=388)

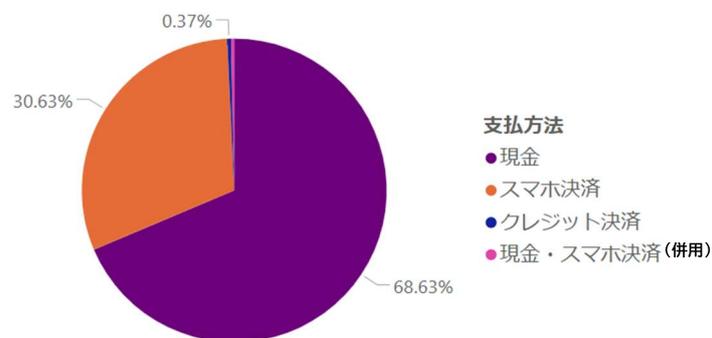


図 57 auPay,クレジットカード導入後の入域協力金支払方法

(n=271)

一人当たりの支払った入域協力金の金額は平均 125 円であった。

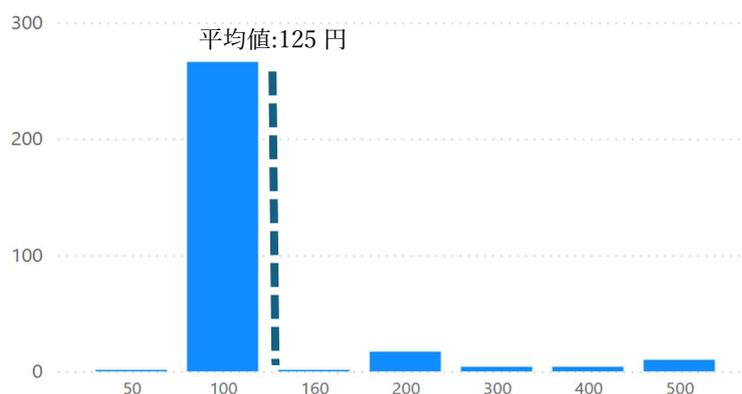


図 58 一人当たりの支払額 (支払った方のみ) (n=303)

入域協力金を支払っていない理由については、財布、硬貨がなかったという現金にかかわる原因が 70% を占める状況であった。

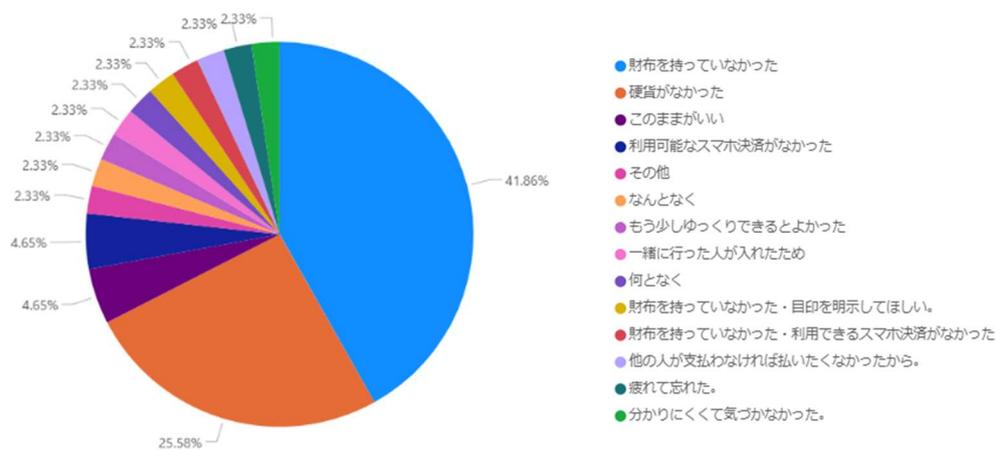


図 59 入域協力金を支払わなかった理由 (n=61)

また、入域協力金の年代別支払率は、以下の通りであった。

どの層にも一定程度、支払っていない層が存在するが、特に10代から30代までの層で支払率が低いことが分かった。

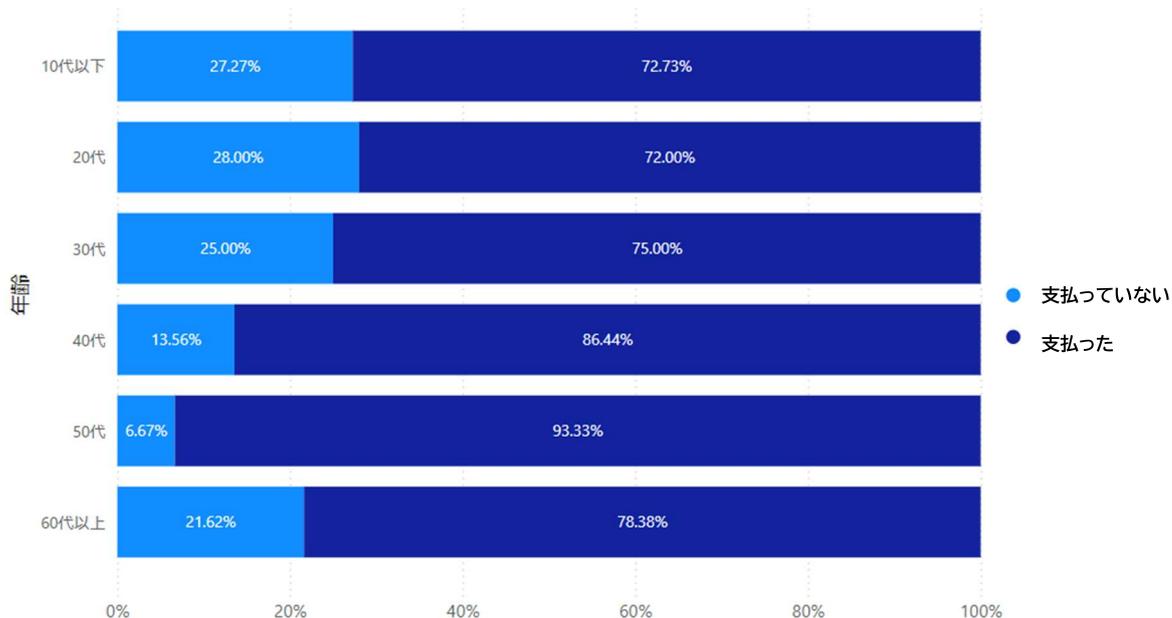


図 60 入域協力金の年代別支払率(n=382)

さらに、年代別・同行者別で入域協力金の支払率を分析したところ、家族連れと比較して、友人・恋人と同行している観光客について、入域協力金の支払率が低いことが分かった。

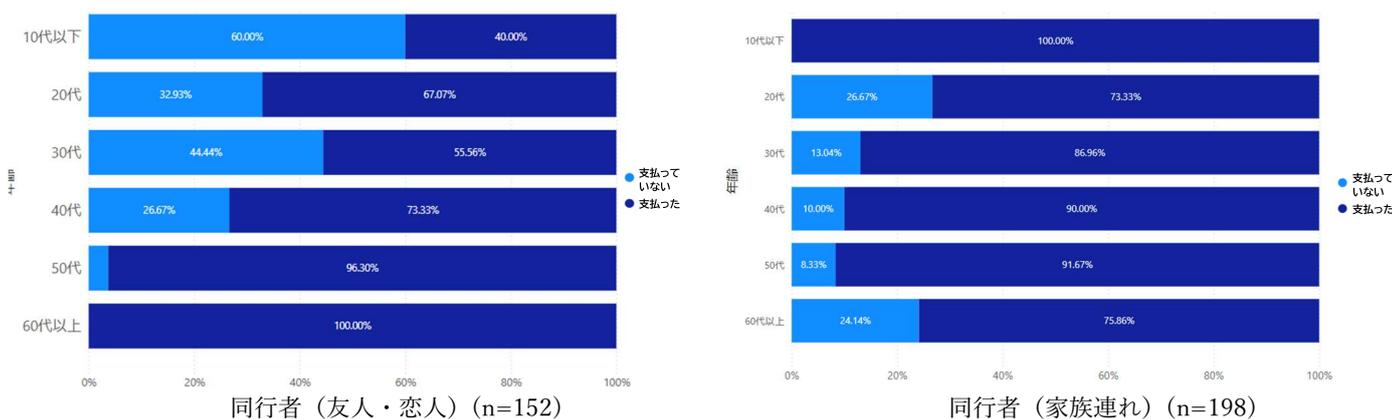


図 61 入域協力金の年代・同行者別支払率

また、入域協力金のお願いについては、訪問前に知っていた率は約 21%であった。

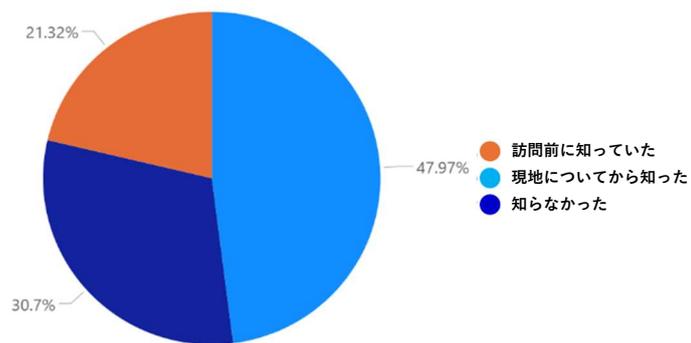


図 62 入域協力金のお願いを知ったのはいつか(n=382)

5.2 入域協力金の電子決済化（QRコード決済、クレジットカード決済）の利用実績

QRコード決済の利用実績については以下の通りである。

QRコード決済（d払い/メルペイ、PayPay、auPay）および特設サイトによるクレジットカード決済を導入した2月13日以降について、入域協力金のキャッシュレス決済の利用回数の比率を比較した。PayPayが全体の約85%を占めており、2位のd払いが9.4%、auPay、メルペイ、クレジットカード決済は合計で約5%となっており、PayPayでの決済が非常に多いことが分かる。

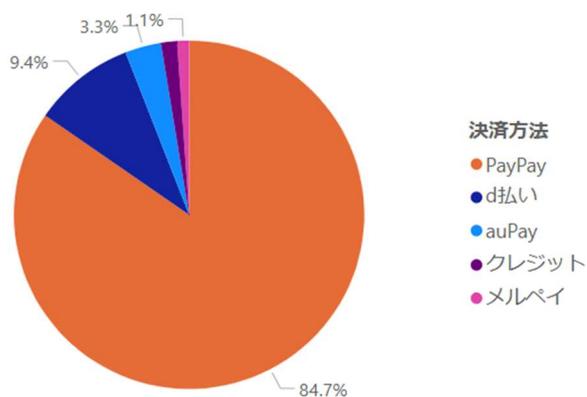


図 63 キャッシュレス決済での決済件数の比較(n=541)

また、キャッシュレス決済での1回ごとの決済金額は以下の通りである。一人当たり100円の支払いをお願いしていることから、100円の倍数が多いことが分かる。

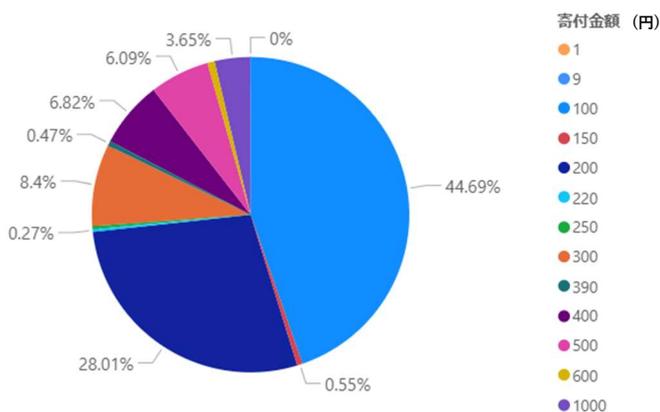


図 64 キャッシュレス決済での金額分布(n=541)

また、クレジットカードでの入域協力金の決済履歴については、以下の通りである。

この決済履歴において、通常、にこ淵に訪問しない夜間での支払いが3件あった。

この3件の決済については、特設サイトのチラシを持ち帰り、自宅やホテル等で確認したうえで協力を支払った可能性や、現地訪問前に、にこ淵特設サイトにアクセスし、協力金の理念に共感した方が支払った可能性も考えられる。

表 21 クレジットカードによる寄付履歴

寄付日	寄付時間	寄付金額
2025/2/7	9:58:17	¥100
2025/2/9	11:08:24	¥200
2025/2/15	21:44:42	¥1,000
2025/2/16	13:56:35	¥100
2025/2/19	15:19:49	¥100
2025/2/22	18:04:29	¥500
2025/2/24	12:50:49	¥100
2025/2/27	20:12:02	¥500
2025/3/1	13:36:01	¥100
2025/3/2	22:46:45	¥100

5.3 入域協力金の電子決済化（QRコード決済、クレジットカード決済）まとめ

入域協力金の電子決済化（QRコード決済、クレジットカード決済）についてのKPI結果については、以下の通りとなった。

表 22 入域協力金の電子決済化（QRコード決済、クレジットカード決済）KPI結果

達成するアウトカム	達成したい変化	アウトプット	投下資材	KPI（事業実施後）	確認事項（アンケート等）
入域協力金 増加	支払人数増加	認知度向上	スマホ向けホームページ	入域協力金についての認知度向上 事業実施前：21.74% → 事業実施後：21.32%	・入域協力金認知率（旅前）
		財布がなくて も払える	QRコード決済 クレジットカード決済	入域協力金の支払率向上 事業実施前：44.29% → 事業実施後：約82%	・入域協力金支払率

入域協力金の旅前での認知度向上については、にこ淵特設サイトの効果がなく、課題を残す結果となった。にこ淵に設置した車両の台数をカウントするシステムでは、にこ淵特設サイトを開設した12月18日から3月2日に、にこ淵に流入した車の台数は6,145台であったが、にこ淵特設サイトのアクセス数については、2,070ユーザーのアクセス（5.4.3 にこ淵特設サイトアクセスログを参照）にとどまっている。1台当たりに乗車している観光客数が不明であるため、推察となるが、仮に1台当たり3名の乗車があったと想定されると、約18,000名の訪問のうち、約10%のみのアクセスにとどまっていると想定される。これは、にこ淵公式ホームページ等からのリンクのみであったことから、観光客が旅前に入域協力金のお願いについて認知しづらい状況であったことが原因であったと想定される。

一般的に、ホームページは利用者自身が検索エンジンで検索を行うことで、情報を収集することができるが、にこ淵のように知名度のある観光地に関しては、多数のホームページが検索結果に表示され、多くの情報が観光客に提供される状況となる。結果として、にこ淵入域協力金のお願いが他の情報に埋もれてしまい、観光客に入域協力金のお願いが届かなかった可能性が考えられる。

一方、SNSは利用者自身が信頼し、フォローする友人等のアカウントからの情報が写真や動画で表示されるため、利用者は多くの情報の中から、あらかじめ選択された情報を視覚的に確認することができる。にこ淵を訪問する観光客のアンケートにおいても、にこ淵に訪問するきっかけの1位がSNSとなっていることから、Instagram、X（株式会社JTB総合研究所「スマートフォンの利用と旅行消費に関する調査（2023年度版）」（<https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2024/01/smartphone-2023/>）など

の人気の SNS で、入域協力金のお願いについて積極的に情報を発信し、様々なアカウントに拡散してもらうことで、旅前での入域協力金の認知度向上をはかることができる可能性がある。

また、入域協力金支払率については、約 45%から約 80%に大きく向上した。

これは、事業実施前のアンケートより課題として分かった「現地での認知度向上」と「支払方法の多様化」の対策を行った結果であると考えられる。

現地での認知度向上については、入域協力金のお願いについて、にこ淵を訪問した観光客が確実に視認できるよう、視線が届きやすい遊歩道への入口に掲示することで、認識率を上昇させた。

支払方法の多様化については、入域協力金支払いにおけるキャッシュレス決済の利用率は、にこ淵訪問客の約 30%となった。そのなかでも、PayPay が約 85%の支払いに利用されており、PayPay の導入効果は非常に大きかったと言える。

入域協力金の支払率が向上した中においても、30 代以下の若年層の恋人・友人で訪問した観光客の支払率が低いことが分かった。日本ファンドレイジング協会「寄付白書 2021」(<https://jfra.jp/research>)によると、この世代は寄付の実施率も低く、恋人・友人同士で観光する場合は、若年層のみでの観光となるため、寄付である入域協力金の支払率が低くなった可能性がある。

今後、さらなる入域協力金の支払率向上のため、この世代の入域協力金支払率向上手法の確立が必要であると考えられる。

5.4 入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等をセットで販売

5.4.1 にご淵特設サイトに関するアンケート

にご淵特設サイトに関する効果を検証するため、にご淵で入域協力金に関するアンケートを行った。

5.4.1.1 調査方法

調査対象：にご淵に訪問した観光客

調査方法：対面による記述式アンケート（にご淵訪問後、駐車場に戻る観光客に実施）

実施日：2月14日（金）、2月15日（土）、16日（日）、2月17日（月）

2月22日（土）、2月23日（日）

回収数：389

場所：にご淵

調査内容：

- ① 特設サイトへアクセスしたか
- ② にご淵において特設サイトにアクセスしなかった理由
- ③ 特設サイトにおいて入域協力金付き商品で販売してほしい商品

5.4.1.2 調査結果

入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツのセット販売については、アンケートを行った結果、大半の方がアクセスしていないという結果になった。

また、にご淵現地において、アクセスしなかった理由を確認したところ、にご淵特設サイトについて現地においても認知されていない状況であることが分かった。

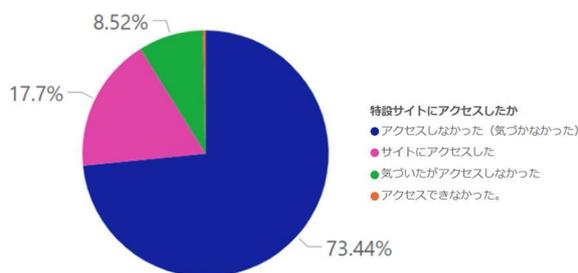


図 65 特設サイトへのアクセス(n=335)

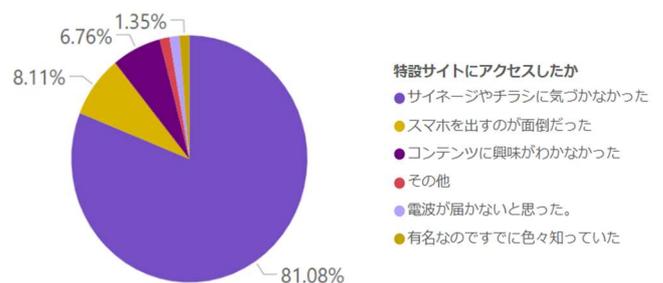


図 66 にご淵で特設サイトにアクセスしなかった理由(n=173)

また、にこ淵を訪問した観光客に、他にどのような商品があれば、入域協力金付きの商品を購入するかについてもアンケートを実施した。

どのようなものでも購入しないが半数以上となるなか、景色が写ったポストカード類（ステッカー含む）やオリジナルのドリンクについては、購入意向があった。

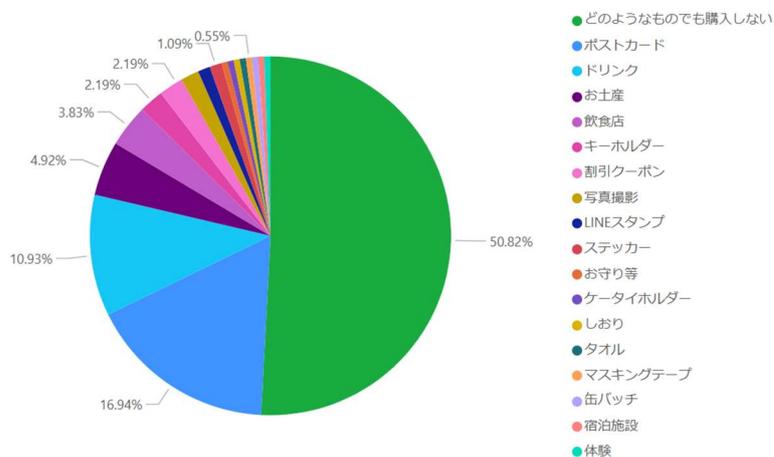


図 67 入域協力金付き商品で購入したいもの(n=111)

5.4.2 焚火・火鉢カフェに来られた方にヒアリング

焚火や火鉢カフェについて、来られた方の一部に、ヒアリングしたところ、焚火/火鉢という都会では味わえない体験、仁淀ブルーの景色の両方を楽しめるために、来訪したとの意見が多かった。

5.4.3 にこ淵特設サイトアクセスログ

にこ淵特設サイトのアクセスログについては、以下の通りであった。

12/18～3/2 の表示回数等

表示回数：10,004 アクティブユーザー数：2,132 人※1 新規ユーザー数：2,070 人※2

※1 アクティブユーザー数：サイトを利用した延べユーザーの数

※2 新規ユーザー数：サイトに初めてアクセスしたユーザーの数

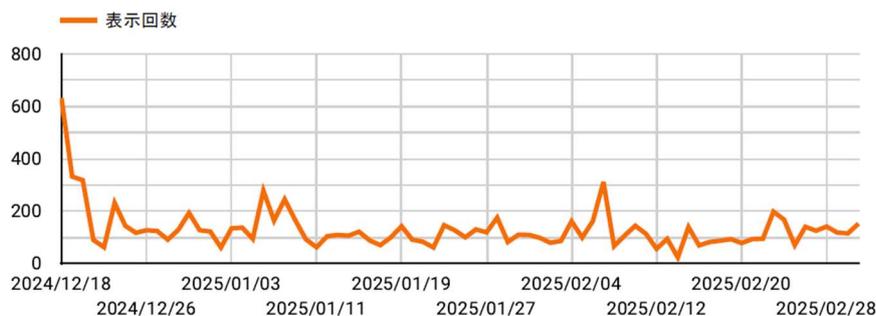


図 68 にこ淵特設サイト表示回数 (Google Analytics)

5.4.4 入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売まとめ

入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売についての KPI 結果については、以下の通りとなった。

表 23 入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売 KPI 結果

達成するアウトカム	達成した変化	アウトプット	投下資材	KPI (事業実施後)	確認事項 (アンケート等)
入域協力金増加	支払単価上昇	クーポン複数化により、支払価格を変化	電子クーポンシステム	入域協力金一人当たりの単価向上 →電子クーポンシステムによる効果は無	・販売実績
地域売上増加	購入人数増加	現地での商品販売	スペシャルプレイスキット	にこ淵での商品販売数・金額 →10杯 5,800円	
訪問先増		観光情報提供 (旅中)	クーポン	訪問先増加数 →誘引率 8% (最大値)	

入域協力金付き商品のクーポン販売に関しては、販売数が少なく、電子クーポンシステムによる入域協力金の支払単価の上昇への寄与はほぼみられなかった。

原因として、にこ淵現地においても 80%以上がにこ淵特設サイトへのリンクや掲示に気が付かず、結果的に、にこ淵特設サイトへの新規ユーザー数が 2,070 人と少なかったことが原因の 1 つであると考えられる。また、入域協力金付き商品で購入したいもののアンケートにおいて、どのような商品であっても、購入しないという意見も半数あるとともに、希望する商品についても、多様な意見が出ている。そのため、入域協力金付き商品販売での入域協力金単価の向上は、観光客の趣味嗜好に合わせて提供する必要があり、高度なマーケティングが必要となる。

一方で、にこ淵を訪れる観光客の嗜好にあわせ、仁淀ブルー等の景色および都会では味わえない特別なアクティビティを入域協力金と組み合わせて販売した取組については、最大で 8%の観光客を地域のカフェに誘引することができた。アクティビティを提供した店舗である「仁淀川町 beef and café かる。」の 2 月 22 日、23 日の総来客組数に占めるにこ淵からの誘客組数は、50%を超え、店舗の来客組数を倍以上に増やすことができ、地域への経済波及に貢献したと考えられる。

さらに、にこ淵での商品販売については、51組の観光客の流入に対し、10杯の売り上げとなっている。出店者であるいの町内のコーヒー専門店へのヒアリングによると、店舗での平均的なコーヒー販売数は30杯前後であるため、にこ淵への車両流入台数が150台を超える場合については、店舗での販売と比較して、優位になる可能性がある。そのため、流入台数が平均的に150台以上になる時期については、出店を検討することで、地域のカフェ等への経済波及を促進することができると思われる。

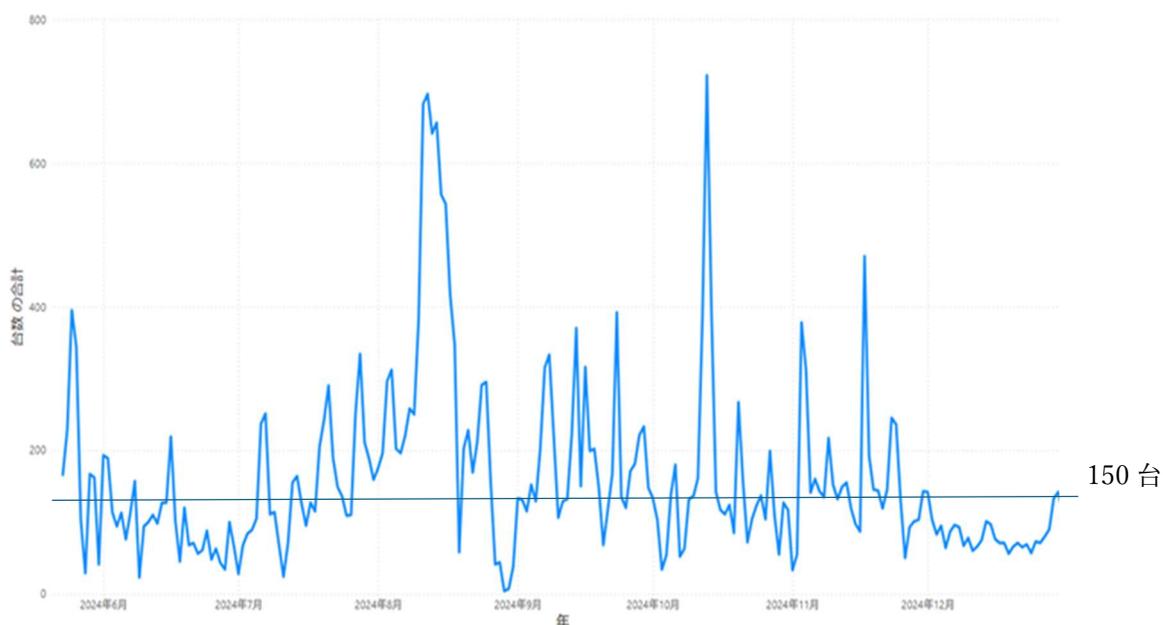


図 69 にこ淵への車両の流入台数推移

これらのことから、にこ淵においては、にこ淵で商品販売することを許可する際の出店料や、にこ淵近隣地域の観光事業者が行っている景観が良いカフェや、特別なアクティビティを提供している観光事業者を紹介・送客することによる広告料を得るといったモデルにより、入域協力金を増加させる手法が、高度なマーケティングが必要な入域協力金付き商品の販売と比較して、より簡易に実施できると想定される。

5.4.5 インバウンドへの対応

高知県においては、令和8年度に国際線ターミナル供用開始が予定されており、台湾との定期便の就航が見込まれている。そのため、本件の事業について、台湾の専門家（国立暨南国際大学 観光休暇およびホスピタリティマネジメント学科 蔡宗伯副教授）にヒアリングを行い、台湾からにこ淵へ訪問する観光客について、以下の通りコメントを頂いた。

① 入域協力金について、台湾からの観光客が支払うか？

- ・高年齢層は払う可能性が高いが、若年層は払わない可能性が高い。
- ・台湾人を含めたインバウンド向けとして、硬貨の支払いのみでなく、クレジットカードやQRコード決済の導入は必要である。

② にこ淵での飲食提供について台湾の観光客に受け入れられるか？

- ・台湾については、屋台でテイクアウトする文化があり、にこ淵での販売についてもテイクアウトでの提供が良いと思われる。
- ・提供する飲食は、地元の農産物を利用し、ここでのみで楽しむことができる商品であることが重要である。

③ 地域の観光地への周遊についてアイデアをいただきたい

- ・そこでしか味わえない、買えないといったコンテンツ造成が必要
- ・台湾の方はチラシはあまりみないため、コンテンツをルート上で案内するように看板を設置することで誘引できる可能性が高まる。

④ 今回販売した物品について台湾の観光客は購入するか？

- ・40歳以上は、商品にこめられた意味や歴史などを知った上で購入する。そのため、販売している商品は購入しない可能性が高い。
- ・若年層は、楽しいものを求めるため、ガチャガチャを購入する可能性がある。
- ・入域協力金付き商品よりも、お土産や記念品を作る方が良いと思われる。

5.5 運用費用について

本事業において、入域協力金の電子決済化および入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売の運営において、以下の費用がかかった。

表 24 入域協力金電子決済化の費用項目

	イニシャルコスト	ランニングコスト
入域協力金 QRコード決済 (d払い/メルペイ、 PayPay、auPay)	・QRコード作成/設置 ※普通紙に印字、ラミネート加工	・決済手数料 ※手数料は差引かれて振込
入域協力金 クレジットカード決済 (オンライン決済)	・オンライン決済サイト構築	・決済手数料 ※手数料は差引かれて振込 ・サイト運営費用
入域協力金と近隣観光地 の観光コンテンツ等の セット販売	・オンライン販売サイト構築 ・商品開発費用	・決済手数料 ・サイト運営費用 ・事務処理費用 (商品提供者への振込事務)

QRコード決済に関しては、ランニングコストとして、QRコード決済提供会社が定める決済手数料がかかるものの、導入においては、QRコードを作成し設置するのみであり、費用はほぼかからなかった。

クレジットカード決済による入域協力金支払いおよび入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売については、新たにサイトの構築から行ったため、サイト構築費用およびサイト運営費用がかかった。

5.6 にこ淵における本事業の取組の維持・継続

本事業において、各事業の結果は、以下の通りであった。

表 25 にこ淵における本事業の取組結果

実施項目	実施結果	費用
入域協力金の電子決済化 (QRコード決済)	QRコード決済による支払率向上がみられた	・決済手数料
入域協力金の電子決済化 (クレジットカード決済)	クレジットカードによる入域協力金の支払いについては、ほとんど見られなかった	・決済手数料 ・サイト運営費用
入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売	・販売数が少なくコンテンツ販売における増額効果はなかった	・決済手数料 ・サイト運営費用 ・事務処理費用

にこ淵において、QRコード決済による入域協力金の支払率は30%を超えており、支払手段として、大きな割合を占めている。また、維持管理にかかる費用もなく、新たにかかる稼働もないことから、維持・継続についての課題はないと考えられる。

また、クレジットカード決済による入域協力金支払いについては、本事業においては、決済回数は少ない状況であった。しかしながら、インバウンド対応が必要であるとの有識者（国立暨南国際大学観光休暇およびホスピタリティマネジメント学科 蔡宗伯副教授）のコメントがあること、訪問前や訪問後の支払いに唯一対応できる入域協力金の支払い方法であることを考慮すると、引き続き継続提供することが望ましい。

今後、にこ淵公式サイトのリニューアル等を行う際に導入することで、サイト運営費用等の大きな増加もなく、QRコード決済と同様に決済手数料のみで運営ができることから、継続的に提供することができると考えられる。

最後に、入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売について、本事業においては、入域協力金の支払単価増額の効果はない状況であった。これは、にこ淵特設サイトへの流入数が少なかったことに加え、マーケティング不足から商品・サービスのラインアップが観光客のニーズに合致していなかったことが原因として考えられる。

そのため、にこ淵公式サイトやSNSでの宣伝活動、また、ふるさと納税等との連携で認知度を高めるとともに、地域の観光マーケティングを得意とする企業等に、にこ淵のブランドを提供し、にこ淵協力金付き商品の開発や販売を委託することで、継続提供できる可能性があると考えられる。

6 横展開について

入域協力金は以下のような形で求められる。

$$\text{入域協力金総額} = \text{観光客数} \times \text{転換率（支払率）} \times \text{入域協力金単価}$$

これらの各係数のうち、本事業では、にこ淵で課題となっていた入域協力金の転換率（支払率）向上と、入域協力金総額増に資する入域協力金単価向上について、取り組みを行った。

本事業で取り組んだ結果に基づき、入域協力金を取る仕組みについてのモデルケースについて、提案を行う。

6.1 転換率向上について

本事業において、転換率を構成する要素として、支払方法と入域協力金支払いのお願いの認知率の2つの要素があることが分かった。

① 入域協力金の支払方法について

入域協力金の支払方法については、現金のみでの受入れだけではなく、QRコード決済の導入にて、転換率が上昇することが分かった。

これまでは、観光立国推進基本計画において、インバウンド対応として、キャッシュレス決済手段の導入促進が進められてきたが、ルーラル地域※における観光地での国内観光客向けの入域協力金徴収に対しても、キャッシュレス決済の導入を推進していく必要があると考えられる。

メットライフ生命保険「全国47都道府県大調査 2024～社会情勢の変化と将来への備え～」(https://www.metlife.co.jp/data/changerougo/japanproject/pdf/survey_report_2024.pdf)によると、全年代において、6割がキャッシュレス派と自認し、現金で買い物をする人の方が少数派になりつつある現状が浮き彫りになっており、今後、入域協力金を導入する際には、インバウンド、国内観光客問わず、キャッシュレス決済の導入を行う必要がある。

※ルーラル地域：都市圏・郊外圏と対比される田舎圏や農林漁業地域

② 認知度の向上について

本事業において、入域協力金支払いのお願いについて、認知率の向上を行った。従来、にこ淵へ降りていく途中に掲示をしており、設置した程野地区自然美化維持協議会としては、にこ淵に訪問するほぼすべての人がこの入域協力金の支払いに気づいている認識であった。しかしながら、実際に調査してみると、にこ淵を訪問する観光客の入域協力金支払いのお願いの認知率は低い状況であり、結果として、入域協力金の転換率に影響を及ぼしている状況であった。

これは、設置した程野地区自然美化維持協議会のアンコンシャス・バイアスから来るものであり、入域協力金の支払いをお願いする掲示物については、観光客の視線等を考慮し、掲示する必要があると考えられる。

6.2 入域協力金の単価増について

本実証において、入域協力金付きの商品をにこ淵特設サイトで販売することで、入域協力金の単価を増額する取り組みを実施したが、効果が得られなかった。入域協力金付きの商品を提供することによる単価増については、非常に高い商品開発能力等が必要とされることから、地域での取り組みとしては、ハードルが高いと想定され、入域協力金の収入が一定程度見込めるようになった段階で、地域のマーケティング専門家とともに、商品開発し、実施する必要がある。

6.3 運用体制について

入域協力金の受入や、その運用については、地域の地権者や観光協会、自治体などの地域を取りまくステークホルダーが共同で協議会を組成し、行うことが望ましいと考えられる。

その理由として、入域協力金は、多くのルーラル地域の観光地にとって貴重な財源であり、観光地の環境保全等のみならず、本事業での地域のカフェへの送客等の取り組みのように、観光地の賑わいを地域への経済波及に変えていくための仕組みづくりの原資になると考えている。

そのため、観光地の環境保全や安全確保のみならず、自治体・観光協会が入ることで、地域の経済発展への取り組みにつながると考えている。

あわせて、本事業においても、有識者の存在は非常に大きく、ロジックモデルの構築やアンケートの分析等においてアドバイスをいただいた。

そのため、協議会への参加によらず、有識者のアドバイスを聞ける体制の構築は必要であると考えられる。

表 26 協議会メンバーと役割

団体	役割
自治体・観光協会	入域協力金の使途について、中立的な立場から判断するとともに、地域への経済波及につなげる取り組みを検討する
地域住民（地権者等）	入域協力金の使途について、住民の立場から、環境保全や住民の安心安全につながる取り組みを検討する
有識者※	専門的な立場から、協力金を集める手段や使途について、他地域での事例も含め、アドバイスを行う。

※有識者については、協議会メンバー外でも可能

また、協議会を組成するメリットとして、受入する決済方法の増加や観光客の要望に柔軟に対応することができることがあげられる。通常、自治体等の公的機関のみで運営した場合、入域協力金の受入方法などは、条例で決定する必要がある、本事業において試行したようにキャッシュレス決済等の導入に柔軟に対応することは難しい。また、支出面においても、公的機関は予算の執行となることで、観光客の要望や世の中の動きなどに柔軟に対応することが難しい状況となる。

これらの課題について、協議会の運営とすることで、決済手段や支出の柔軟性を持たせることができると考えられる。

なお、本事業において、協議会が任意団体であったため、QRコード決済の加盟店登録において、審査に期間を要したことから、協議会を一般社団法人化するなど、法人格をもつことも、入域協力金の決済方法の多様化を行う場合は、有用であると考えられる。

6.4 運用費用について

QRコード決済に関しては、ランニングコストとして、QRコード決済提供会社が定める決済手数料がかかるものの、導入においてはQRコードを作成し、設置するのみであり、費用は非常に安価であり、決済手段の多様化として、非常に取り組みやすいといえる。

クレジット決済による入域協力金支払いおよび入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売については、本事業においては、サイト構築費用およびサイト運営費用がかかった。

既に公式サイトを所有している観光地については、クレジットカードによる寄付や入域協力金と近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売について、比較的簡単に導入できる可能性がある。

香川県の観光地である父母ヶ浜については、父母ヶ浜公式サイトで入域協力金のクレジットカード決済を提供している（父母ヶ浜 HP：<https://www.mitoyo-kanko.com/chichibugahama-donation/>）。父母ヶ浜公式サイトにおいては、インターネット上で提供されているファンドレイジングサービス（NPO 法人をはじめとする民間非営利団体が資金を集めるためのサービス）を導入することで、独自に構築することなく簡易に提供できており、入域協力金のクレジットカード支払いを導入する場合、同様の方法をとることで、簡易・安価に導入できる可能性がある。

また、近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売について、京都府京都市や一般財団法人倶知安観光協会が、訪日客が訪れた地域に寄付をし、お礼として体感型のご当地ギフトを受け取る仕組みを2024年9月より、提供している（京都市 HP：<https://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000333434.html>）。この仕組みについても、インターネット上で提供されるデジタルクーポンサービスを利用しており、クレジットカードでの支払いと同様に、近隣観光地の観光コンテンツ等のセット販売についても、インターネット上のサービスを利用することで、新たなサイトの構築を行わずとも、簡易かつ安価に提供できる可能性がある。

6.5 入域協力金の受入方法の拡大

本事業において、にこ淵でのコーヒー販売については、51台の観光客の車両流入に対し、10杯の売り上げとなった。出店者によると、店舗での平均的なコーヒー販売数は30杯前後であるため、流入台数が150台以上になる時期については、地域のカフェ等が出店することで、売上を増加させることができるかと想定される。また、仁淀川町の「beef & café かる。」での景色及びアクティビティ提供での実証においては、総来客組数を100%増加させることができた。

これらのことから、地域の小規模な観光事業者と連携することで、入域協力金の受入総額を増加させることができると考えられる。

具体的には、地域の事業者が観光地での販売を行う際に出店料を徴収する方法や、地域の観光事業者が観光客を送客することで、広告収入を得るといった方法を検討することができる。

一方、これらの事業を行うためには、連携先の事業者を発掘、選定するためのルール作りや、送客するためのマーケティングに関するノウハウが必要である。

本事業においては、観光に関するノウハウを持つ事業者が協力することで一定の成果が得られたが、地域の事業者のみで行うことは難しく、地域と連携するノウハウをもつ事業者の存在が必要である。

6.6 入域協力金のロードマップ

入域協力金のロードマップについては以下のとおりである。

まずは、運営の基礎となる入域協力金の徴収を行うとともに、運営事業者の法人化を通じて、体制を構築する。その後、地域の事業者からの出店料徴収、地域事業者への送客による広告料金徴収等により、収入を増加させることができると考えられる。



図 70 ロードマップ

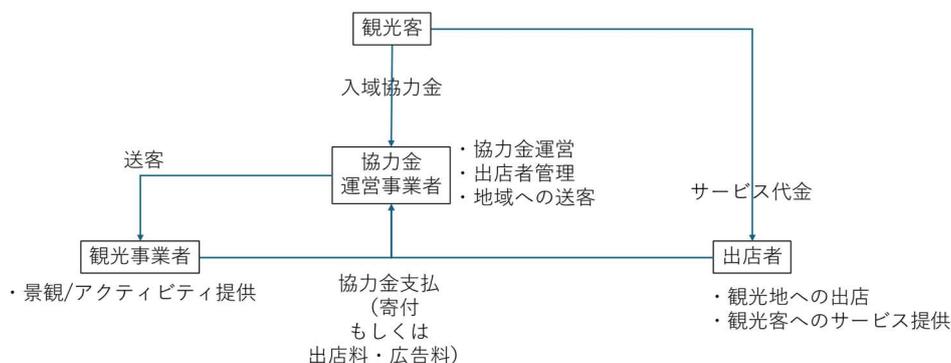


図 71 運営体制全体像

6.7 入域協力金に関するプラットフォームの構築

本実証のフィールドとなった、にこ淵を含め、入域協力金の徴収については、様々な観光地でおこなわれているが、各観光地で独自の取り組みを行っており、地域ごとにノウハウが蓄積されている状況である。

これらのノウハウを地域間で情報交換できるプラットフォームを構築することで、各地域に蓄積されたノウハウを互いに活用できるようになると想定されるため、構築が望まれる。