

目指す姿：地域の持続可能な発展を下支えする観光地づくり（高知県版サステナブルツーリズムの確立）

施策展開（イメージ）

- 観光客と地元の人との接点を増やす仕組みづくり
 - ・高知観光に詳しい人（観光協会職員等）がオーダーメイドで旅をプランニングしてくれる仕掛けづくり
 - ・観光スポットと一緒に案内してくれるガイドの配置
 - ・写真撮影スポット、釣り場案内などプロフェッショナルガイドの養成
- 地域の特色を生かした受入態勢づくり
 - ・ご当地色を前面に出した観光案内板の整備（ごっくん馬路村・アンパンマンキャラの活用など）
 - ・地域の草花によるおもてなしの継続
- 旅行から帰っても高知を応援したくなる仕掛け
 - ・ふるさと納税を活用した地域製品のPR

観光商品をつくる

【基本方針】

地域の「守るべき価値や資源の継承」、地産地消などの「経済循環」に資する観光商品づくり



施策展開（イメージ）

- 一次産業の活性化に資する観光商品づくり
 - ・ゆずや文旦などのオーナー制度など、生産者や地域との持続的交流を目的とした商品づくりへの支援
 - ・収穫繁忙期を手伝う旅行プランの造成（おてつたび）
- 地産地消を一層推進する観光地づくり
 - ・“オーベルジュ”の開発支援
 - ・宿泊施設や観光施設での地元産食材の利用拡大
- 地域の伝統文化の継承に貢献する体験プログラムの推進
 - ・地域の神祭や行事などに担い手として参加できるプログラムの開発
- 既存インフラを活用した観光地づくり
 - ・古民家や廃校などの歴史的建造物の観光資源への活用
- 既存資源の高付加価値化、お金が落ちる仕組みづくり
 - ・認証制度（JSTS-D）の取得支援

“おもてなし”でリピーター化
フィードバックによる改善

「サステナブルツーリズム観光素材情報発信事業」の成果を踏まえ、第5期産業振興計画とあわせて検討

今後目指すべき観光地づくりのあり方（素案）

- ① 地域への理解が深まるロングステイ型観光を推進
- ② ハード（施設）ではなくソフト（人）が主人公の観光を推進
- ③ 豊富な海山川の食材をフルに生かした観光を推進
- ④ 交流やそこから生まれる感動が対価（収入）に結びつく観光を推進
- ⑤ 地域の歴史文化・伝統、貴重な自然を後世に受け継ぐ観光を推進



磨き上げた観光資源・商品を国内外の市場へ

観光客へのおもてなし

【基本方針】

多様な観光ニーズに応じた受入環境の整備、周遊の促進による滞在時間の延伸



令和5年9月までに決定し、10月以降プロモーションを開始

施策展開（イメージ）

- 今後目指すべき観光地づくりのあり方に即したプロモーションの展開
 - ・高知家プロモーションの長期展開（アットホームさ、居心地のよさを伝える）
 - ・「人熱々料理」の継続（高知の熱さ、人間くささを伝える）
 - ・「牧野博士の新休日」の継続（「牧野博士」及び関連コンテンツの打ち出しの継続）
 - ・期間限定キャンペーンの実施（行きつけの観光地、お目当ての人がいる旅行）例）おかえりキャンペーン、ロングステイキャンペーン

積極的なセールス & プロモーションで観光客が高知へ

セールス&プロモーション

【基本方針】

誘客促進のためのキャンペーンの実施や旅行会社向けのセールス活動、各種メディアの誘致による認知度向上



目標値（KPI）（令和5年）①県外観光客入込数：460万人 ②観光総消費額：1,288億円
 （令和10年）①県外観光客滞在日数：●●人泊（ロイヤルカスタマーの増）②観光総消費額：●●億円