

全体イメージ(案) ～世界に通用する「本物と出会える高知観光」の実現～

資料1

分野を代表する目標

県外観光客入込数
観光総消費額

現状(H26)：401万人 ⇒ 4年後(H31)：435万人以上 ⇒ 6年後(H33)：450万人以上 ⇒ 10年後(H37)：470万人以上
現状(H26)：1075億円 ⇒ 4年後(H31)：1230億円以上 ⇒ 6年後(H33)：1300億円以上 ⇒ 10年後(H37)：1410億円以上

コアになると考えられる歴史資源(案)



「食」を目的とした観光
「歴史」を目的とした観光



観光創生塾による
クラスター化の支援

- 地域・地域に本物の歴史資源が整う
- 歴史と食・自然などが一体となった周遊観光が定着

【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

戦略の柱1 戦略的な観光地づくり

- 歴史と食を一体的に運動させた戦略的な観光地づくり
 - ・核となる観光拠点の整備
 - ・歴史資源のリアル化と観光クラスターの整備
 - ・観光創生塾を活用した地域の事業者連携(地域観光クラスター化)の促進支援と地域・地域の売れる観光商品づくりを支援
- 本県の豊かな自然を活かしたアウトドア拠点の整備
 - ・アウトドア拠点の整備(4か所)
- 官民の一層の連携による広域観光組織の体制及び機能の強化
 - ・広域観光組織の機能強化と地域博覧会の開催支援
 - ・地域コーディネーターの配置強化(3か所)
- 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
 - ・サイクリングコース(40コース)設置とサイクロアアシスの整備
 - ・自然を活かしたスポーツイベント開催促進(サーフィン・トライアスロンなど)

戦略の柱4 国際観光の推進

- 外国人向け旅行商品づくりの抜本強化
 - ・外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくり
 - ・クルーズ客船の魅力的なオプションツアーの造成



外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくり

外国人観光客の本県へのさらなる誘客のため、市場のニーズ(し好等)に応じ、高知の魅力を体感できる「鉄板」観光資源で構成された、各市場毎の「周遊ルート」と「旅行商品」の造成・販売を行う

- ◆国別周遊ルートを複数設定
- ◆旅行会社とタイアップした商品販売

- 対象市場：台湾・香港・シンガポール(H28)
- 周遊ルート設定：3市場×3周遊ルート設定(東・中・西部各1ルート)
- 旅行商品販売：3市場各3旅行商品

※H29は韓国・中国・タイにも拡大

連携

国内外メディアを活用したプロモーション

- ◆首都圏TV等とのタイアップ
- ◆VISIT KOCHI JAPANサイトの充実による情報発信の強化
- ◆旅行情報サイトとの連携
- ◆既存の着地型観光パンフレットの多言語化等



国内外の観光客が満足する「おもてなし」でリピーター化

博覧会の開催を通じて外国人観光客にも対応する歴史・食・自然を連動させた観光地づくりをさらに推進!

磨き上げ整備した観光資源・商品を国内外の市場へ

【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

戦略の柱3 OMOTENASHI(おもてなし)の推進

戦略の柱4 国際観光の推進

- 国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境整備(クルーズ船の受入対応を含む)
 - ・龍馬パスポートの継続と拡充
 - ・外国人観光案内所の設置(県内広域7か所)
 - ・飲食店の多言語メニュー作成支援と普及促進
 - ・クルーズ客船寄港時の受入体制充実
 - ・津波避難誘導案内板等の設置
 - ・多言語通訳コールセンターの開設
 - ・モバイルWi-Fiルーターの貸出
 - ・おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大
 - ・観光船・トピア®を活用した地域の観光情報の提供



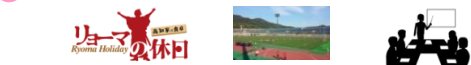
積極的なセールス&プロモーションで観光客が高知へ

【売る】PR・プロモーション

戦略の柱2 効果的なセールス&プロモーション

戦略の柱4 国際観光の推進

- 効果的な広報・セールス活動の展開
 - ・大政奉還150年・明治維新150年に向けた博覧会の開催
 - ・国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化
 - ・観光船・トピア®を活用した地域の観光資源の情報発信
- 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
 - ・施設整備に合わせたアマ合宿・大会誘致強化
 - ・ラグビーW杯2019事前合宿誘致
- コンベンション等(MICE)の誘致活動の強化
 - ・中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致
 - ・大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート



- 効果的な広報・セールス活動の展開
 - ・クロスメディアによる情報発信と国内外のマスメディアと連携した露出の強化
 - 四国4県が連携した広域国際観光(広域観光周遊ルート)の推進
 - ・広域周遊観光の推進
 - ・海外旅行博でのプロモーション
 - 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的活用
 - ・よさこいの全国ネットワークの構築
 - ・海外向けプロモーションの展開



全体を下支え

戦略の柱5 事業体の強化と観光人材の育成

- 観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上
 - ・観光創生塾を活用した地域の事業者連携(地域観光クラスター化)の促進支援
 - ・観光創生塾のバージョンアップ(開催地の拡大)と専門講座の開設
 - ・地域コーディネーターの配置強化(3か所)

- 広域観光組織の機能強化
 - ・外国人観光客におもてなしできる人材及びガイド団体の育成支援