

平成31年1月22日

第2回フォローアップ委員会観光部会

資料 1

各産業分野で掲げた4年後の目標達成に向けた確認資料

- ・ 観光分野 1～2

各産業分野で掲げた4年後の目標達成に向けた確認資料(観光分野)

◆分野を代表する目標【出発点・直近値・H30到達目標・4年後(H31)の目標】

【県外観光客入込数】	目標設定時(H27)：408万人 ⇒ 直近値(H29)：440万人 ⇒ H30到達目標：440万人 ⇒ 4年後(H31)の目標：435万人以上
【観光総消費額】	目標設定時(H26)：1,075億円 ⇒ 直近値(H29)：1,126億円 ⇒ H30到達目標：1,199億円 ⇒ 4年後(H31)の目標：1,230億円以上

戦略目標等	4年後(H31)の目標	H30到達目標 (出発点及びH29実績比)	戦略目標等を達成するための H30の重要な施策・取組	4月～12月の進捗状況		課題を踏まえた強化の方向性
				H30到達目標に対する現状	現状分析	
全国から誘客できる観光拠点の整備	H26:2か所 →H31:10か所(+8か所)	H30:7か所 (H26比+5か所)	<ul style="list-style-type: none"> ◆H30.4.21にスタートした幕末維新博の第二幕を通じて、歴史資源の磨き上げとクラスターの形成を更に進める ◆自然&体験キャンペーンを見据えて、その中心的な役割を果たす拠点施設の整備を進める ◆民間活力の導入や基本構想、事業戦略の作成支援などを通じて、地域に新たな経済効果を生み出す新資源の創出を図る 	H30:6か所(H26比+4か所)	<ul style="list-style-type: none"> ◆幕末維新博の第二幕を通じて、メイン会場の高知城歴史博物館、坂本龍馬記念館がオープン ◆自然&体験キャンペーンに向けて、 ・H30.4.22おちい淀川キャンプフィールド(日ノ瀬)エリアオープン ・H31.4月おちい淀川キャンプフィールド(宮の前)エリアオープン予定 ・H31.4月爪白キャンプ場(土佐清水)オープン予定 ・H31.6月アウトアドレージもとやまオープン予定 ◆中山間地域において民間活力を導入した体験・滞在型観光施設の基本構想等を策定中(安田、津野、黒潮) ◆観光拠点の整備に向けて、各市町村の物件と観光開発の意向がある民間企業とのマッチングに取り組む(需要調査、ファミツアー等) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆磨き上げてきた「食」や「歴史」の観光資源に加えて、「自然&体験キャンペーン」を通じた観光資源の磨き上げと観光クラスターの形成 ◆自然・体験型の観光資源を磨き上げ、付加価値を高めるとともに、外商につなげ、持続可能な観光クラスターの形成を進める ◆①外貨を稼ぐ仕組みの構築②中山間地域の振興③効果的なプロモーション④インバウンド対応を念頭に磨き上げ ◆民間活力を積極的に導入した観光地づくり ◆市町村物件と観光開発の意向がある有望企業のピックアップを更に進め、マッチングの機会を拡大し民間活力を導入した観光振興を推進 ◆「自然&体験キャンペーン」の展開 ◆特設ウェブサイトによるPRと予約販売
広域観光組織の体制強化(法人化)	H27:3か所 →H31:5か所(+2か所)	H30:4か所 (H27比+1か所)	<ul style="list-style-type: none"> ◆各広域観光組織の機能強化の支援 ◆各エリアごとに自然&体験キャンペーンの売り込みを行う ◆地域観光コーディネーターによるOJT支援(旅行商品化、セールス支援) ◆「土佐の観光創生塾」を通じた着地型旅行商品の造成・販売 ◆土佐れいほく博の準備対応 	4か所	<ul style="list-style-type: none"> ◆東部・仁淀ブルー・幡多がDMO候補法人に登録。DMO法人の正式登録に向けた条件整備と着地型旅行商品の増加に取り組んでいる。 物部は法人化、嶺北はれいほく博の開催準備、高幡は観光戦略策定に取り組んでいる。 ◆土佐の観光創生塾を通じて、自然・体験型観光商品64件(当初目標50件)のうち商品化20(OTA登録16)の造成・磨き上げを進めている。 ◆土佐れいほく博の取組を加速するため、周遊ルート化と旅行商品化、エージェントへの売り込みを支援するコーディネーターを派遣 	<ul style="list-style-type: none"> ◆土佐の観光創生塾による地域の事業者が主体となった自然・体験型観光商品の拡大と事業者連携の推進 ◆土佐れいほく博に向けた取り組みの加速化
温暖な気候や自然環境といった高知県の強みを生かした、年間を通じたスポーツツーリズムの強化	H26:6万人 → H31:11万人(+5万人)	H30:10万人 (H26実績比+4万人) (H29実績比+1万人)	<p>○第72回全国レクリエーション大会in高知(9/21～23) 参加者数(見込み):7,000人(うち県外5,000人)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆プロスポーツの誘致 ◆メガスポートイベントにおける事前合宿誘致 ◆県内プロスポーツへの支援の充実 ◆アマチュアスポーツの誘致 ◆スポーツを通じた地域づくり ◆自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進 ◆地域スポーツ大会の開催 ◆持続可能な地域スポーツを推進するための地域スポーツハブの育成・支援 	<p>◆96,582人(H30.1～11月暫定値。集計中で未反映のものあり。年度末頃一定把握が可能)(前年同期 86,568人)</p> <p>(内訳)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロスポーツ等実績 63,988人 ・アマチュア合宿助成金利用実績 5,119人 ・大会助成金利用実績 20,993人 ・その他のスポーツ大会実績 6,482人 	<ul style="list-style-type: none"> ・暫定値ではあるが、前年同期の実績を約1万人上回っており、例年の取組に加えて今年度新たに実施したスポーツ大会の開催支援や2020年オリンピック・パラリンピックにおける事前合宿誘致に関する取組などによる県外観光客数の増により、順調に推移している。 ・高知龍馬マラソンにおけるファンランなどの実施に向けて、広報活動や関係者との調整など順調に進めている。 	<ul style="list-style-type: none"> 引き続きプロスポーツの誘致などに取り組むとともに、2020年オリンピック・パラリンピックやラグビーワールドカップ2019に向けた事前合宿誘致に関する取組を推進する。 また、平成31年2月からの「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン」と連携して取組を推進する。

戦略目標等	4年後(H31)の目標	H30到達目標 (出発点及びH29実績比)	戦略目標等を達成するための H30の重要な施策・取組	4月～12月の進捗状況		課題を踏まえた強化の方向性
				H30到達目標に対する現状	現状分析	
MICEの受入強化	H26:2万人 →H31:4万人(+2万人)	H30:3.6万人 (H26実績比+16,000人) (H29実績比+5,500人)	◆セールスターゲットの明確化によるセールスの強化 ◆関係機関との情報共有・連携強化と展示会への参加	120件 28,572人(H30.12月末時点)	・企業の福利厚生を代行する事業者を通じて会員事業者への本県のMICE情報の提供。 ・協働の森フォーラム(1/24)での企業への本県のMICE情報のPR。	◆コンベンション等(MICE)の誘致活動の強化 ・本県ゆかりの企業や企業の福利厚生を代行する事業者など、新たにセールス対象としてきた分野の企業との関係をさらに強化し、セールス結果につなげていくとともに、これまでに取り組んできた医学系の学会誘致などでのセールス強化を行う。
観光客満足度調査における「大変良い」、「良い」の回答の割合の増加	「宿泊先」「観光施設」 H26:77%→H31:78%(+1%) 「食事処・料理店」 H26:79%→H31:80%(+1%)	H30:「宿泊先」78% (H26実績比+1%) (H29実績比+1%) 「観光施設」78% (H26実績比+1%) (H29実績比-3%) 「食事処・料理店」80% (H26実績比+1%) (H29実績比±0%)	◆満足度調査の継続を行い、内容の分析を行う。 ◆民間団体、ボランティア団体へのフィードバックを行い、更なるおもてなしの向上につなげる。	○各施設や関係団体等へのフィードバック及び意見交換の実施により、満足度の向上につなげる。 ・高知市旅館ホテル組合正副理事長会(7/23) ・高知県おもてなし県民会議(8/21)	・満足度調査「お客様の声アンケート」「おもてなしの宿アンケート」の実施により満足度を調査中。	「自然&体験キャンペーン」に合わせ ◆ハード・ソフト両面から観光案内所の機能の充実。 ◆顧客の評価を体験事業者等にフィードバックする機会の創出
「おもてなしトイレ」「おもてなしタクシー」における満足度(「大変良い」、「良い」)の割合	H27:調査なし→H31:80%	H30:「おもてなしトイレ」:80% 「おもてなしタクシー」:78%	◆「おもてなしトイレ」「おもてなしタクシー」について、マスメディアや県広報誌によるPRを実施し、利用促進に取り組んでいく。	○関係団体等へのフィードバック及び意見交換の実施により、満足度の向上につなげる。 ・高知県おもてなし県民会議(8/21) ○認知度向上のため、マスコミ、広報誌等を活用し周知に努める。 ○おもてなしトイレ、タクシードライバー表彰の実施など関係団体等の機運の向上を図る。 ・高知県タクシードライバーおもてなしマインド表彰(11/2) ・おもてなしトイレ表彰(11/10、11/12)	・県外観光客アンケート調査の実施により満足度を調査中。	・「自然&体験キャンペーン」に合わせたおもてなしトイレの現状確認の実施。
観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数	H26:38,590人泊 →H31:14.8万人泊 (+109,410人泊)	H30:123,000人泊 (H26実績比+84,410人泊) (H29実績比+43,370人泊)	◆国際定期路線化を見据えたチャーター便の誘致や高知龍馬空港の整備等を通じた外国人延べ宿泊者数の大幅増の実現 ◆旅行業界やメディア業界等に精通した現地法人を活用した効果的な情報発信や継続的な旅行会社セールス及び現地メディアとの情報交換会の開催 ◆県内宿泊施設等と連携し統一的かつ効果的なセールス活動を展開 ◆重点市場の拡充(米・豪・中・韓)	61,110人泊(速報値、H30.10月時点) (H26同期比+31,080人泊、203.5%) (H29同期比△180人泊、99.7%) H29:75,410人泊 対前年比100.0% H28:75,400人泊	・H30は重点市場に現地セールス拠点を置き、情報発信及びセールス頻度を高めた ・団体誘客については、H31.1月以降にチャーター便を活用した宿泊客を取り込む ・個人旅行(FIT)向けコンテンツの露出と個人旅行(FIT)向け商品の増加が必要 ・個人旅行(FIT)向けにSNSなどを活用した露出を増やす取り組みを進める	◆自然&体験キャンペーンを生かした個人旅行(FIT)向け旅行商品の造成・販売 ◆海外セールス拠点による四国各県の空港を活用したチャーター便の誘致 ◆国際チャーター便を活用した商品造成 ◆海外セールス拠点の追加(米・豪・中・韓) ◆国内外の企業等と連携しSNSなどを活用した情報発信の展開 ◆四国ツーリズム創造機構の四国DMO(仮)との連携
よさこいが開催されている国/地域	H26:17カ国/地域 →H31:40カ国/地域 (+23カ国/地域)	H30:33カ国/地域 (H26実績比+16カ国/地域) (H29実績比+7カ国/地域)	◆よさこいアンパサダーの認定等を通じたよさこいの世界的なネットワークづくりによる高知の認知度向上 ◆よさこいアンパサダーによるSNSや現地イベント等での情報発信の促進 ◆よさこいアンパサダーを中心とした海外のよさこいチームがよさこい祭りに参加しやすい環境づくり	H30:28カ国/地域 (H26実績比+11カ国/地域) (H29実績比+2カ国/地域) ・H30よさこいアンパサダーの認定 3カ国/地域14名 (累計 16カ国/地域56名)	・これまでに認定したアンパサダーが中心となり、H30よさこい祭りに参加(12カ国/地域) ・その他、台湾新竹県など県の取り組みにより、16カ国/地域の参加につながった ・よさこいアンパサダーのネットワークを活用し、よさこいが開催されている国/地域の増につなげる ・よさこいアンパサダーにフェイスブックを積極的に活用してもらい、よさこいの世界的なPRにつなげる	・東京オリパラ開閉会式等でのよさこい演舞に向け、全国のよさこい主催団体が集える企画・プロモーションの展開