

参考資料 1

No	カテゴリ	委員	意見	今後の対応方針
1	広報	テリー	・日本人向けと外国人向け、それぞれどのようなプロモーションを考えているか。	<p>《国際観光課》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今回提示した資料については国内向けを掲載し説明させていただいている。インバウンドに関しては別途国際観光課で予算を確保し、行っていくよう整理をしている。 <p>《観光政策課》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内向けにはメディア媒体や特設サイト、SNSを活用したプロモーションを実施し、エリアやターゲットに応じた情報発信を行う。 ・特設サイトとSNSの情報発信についてはVisitKochi JAPANと連動した情報発信の展開を行っていく。
2	広報	大崎	・特設サイトPV数が維新博と比較して1.8倍ということだが、54万PVの内訳(地域や年齢)等、維新博のものと比較して違いがある部分があれば教えてほしい。	<p>《観光政策課》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・PV数については関西や関東、四国が多い。年齢は把握していないが、維新博と基本的な傾向は同じ。 ・歴史や自然体験というテーマ以前に、国内における高知県への入込が多いエリアを考えると、関西、次いで中四国が大きな塊となっている。そういった意味で、関西・中四国に向けたプロモーションが効果的だと考えている。

参考資料 1

3	受入	小田	<p>・現状の豪華客船の受け入れとして、停泊して一日行程というスケジュールでは地域に足を延ばすのが難しい。一泊二日は必要。地理的な部分や道路インフラの整備も含め、どのように考えているか。</p>	<p>《おもてなし課》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・船によって寄港時間が異なる。長いものでは7時に入港して18時に帰るものもあり、現在なるべく遠くに行けるようプランニング中。具体的にはクルーズ客船の連携協議の中にあるツアー部会で色々な広域観光組織の方にきていただき、寄港時間に応じた船会社毎の特徴を捉えてセールスをしていこうとしている。 ・ぜひ、広域観光組織の方と市町村の皆さまと一緒に新しいクルーズの周遊先を探していきたい。
4	受入	小田	<p>・団体客だけでなく個人で来られている外国人旅行者に関する情報収集はしているか。また、情報収集の状況は把握しているか。</p>	<p>《国際観光課》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・団体旅行に来られている場合については旅行会社との情報交換で観光地と宿泊地を掴んでいるが、個人のお客様については情報収集が十分でない。本年度から観光案内所にも情報提供を求め、とさてらすではアンケート調査も行なっている。また、トリップアドバイザー等OTAの書き込みを分析しながら、事業者の皆様にお客様の声を届けていきたい。

参考資料 1

5	受入	小田	<ul style="list-style-type: none"> ・個人旅行客のニーズは把握しづらいと思う。特に、高知市の宿泊先ではどこの国から来たのか等、聞けば答えてもらえる。外国人が増えてきたという実感はあるものの、今後さらに増えていくことを考えると「どういう傾向なのか」「現状どうなのか」を把握するべきでは。 ・クルーズ客船は、一泊・半日・一日と客船の停泊時間に差があってもいいのではないか。一泊する場合には、これまでにない行程を組み込むなど。 ・県外では停泊時に外国人がたくさん来るが、特定の免税店にしか足を伸ばさないと聞く。隅々までインバウンド効果を考える場合、いろんな側面から効果が現れるような形にしてもらえれば。 	<p>《国際観光課・おもてなし課》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・個人客は宿泊ベースではわかっているものの、それぞれの立ち寄り箇所はわかりにくいところがあるので今回ネットワークを広げようとしている。少ないとは言っても宿泊数そのものは過去最高。入れ込み客数は多いが、宿泊数は他県に比べると少ない。大きなハンディがあるのは飛行機の国際線の便がないこと。空港施設そのものが小さいので急いで大きくしようと整備をしようとしている。また、高松なら岡山にも四国内にも行けるといところがあるが、高知のような端っこはなかなか難しい。しかし、旅行会社とタイアップして誘致していこうと努力している。 ・クルーズ船は船内でお客様に泊まっていただくことがビジネス。基本的に寄港地で泊まるというプランはない。とはいえターミナルができて一時間から一時間半ほど停泊時間は伸びている。さらには今後西バイパスの高速道路ができることで利便性が上がる。少しでも仁淀川流域も東部地域も含めて移動範囲が広がるよう努力したい。 ・現在は中心商店街に来てもらい、効果もあって外国人一人当たりの消費額は全国3位と報道されている。ただ、もう一段、地域に行って地域を見ていただくこと、さらにはSNSの発信につながっていくことになればありがたい。
---	----	----	--	---

参考資料 1

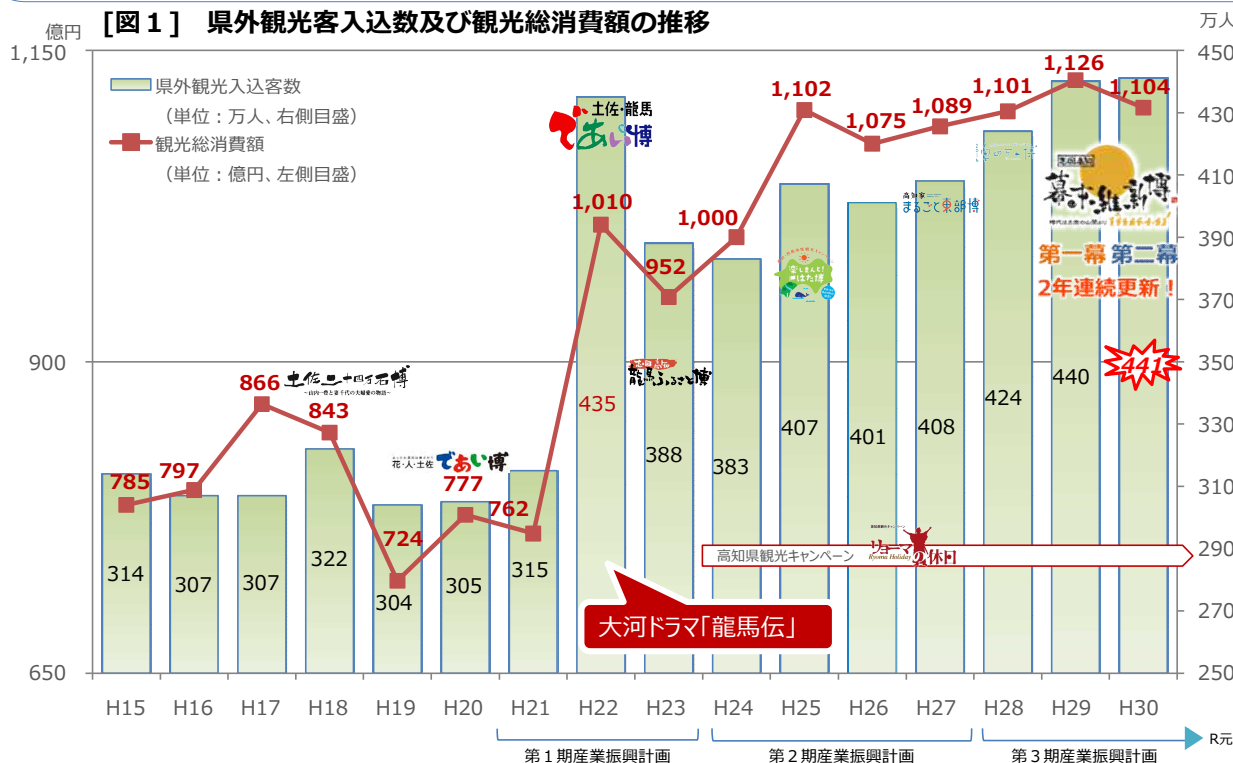
6	受入	福井	<p>・サイクリングに関するインフラ整理については、今後どのようにお考えか。</p>	<p>《スポーツ課・土木政策課》</p> <p>・サイクリングロードの整備は重要。現在、整備状況の照会をかけているところ。具体的には、専門家の方に見てもらい、コース化をはかり、公式のサイクリングコースとしてWEB等で発信するとともに、サイクルオアシスなどを今まで以上に配備していく。県内にはサイクリングに適した道がたくさんあるので、ボトルネック解消に向け、工事を含めて対応していく。</p>
7	受入	福井	<p>・外国人向け商品で四万十川のサイクリングコースのモニターツアーにおける評価を教えていただきたい。</p>	<p>《国際観光課》</p> <p>・モニターツアーの評価について、サイクリング・隈研吾の建築は「かなり訴求力があるのでは」とお話を頂いている。特に台湾や香港のお客様が利用されているというデータがある。今後もさらに外国の方に高知でサイクリングを楽しんでもらえるのではないかと一緒に商品づくりをやっていければ。</p>
8	受入	大崎	<p>・高知はサイクリングにおける道路環境が悪い。自転車は法律上車道を走るもの。それが浸透してない部分もある。特に中心部は歩道が狭く、自転車愛好家にとっては走りにくい環境。インフラ整備においてはルールの認知や適切な乗り方も含めた環境整備を広めていく必要がある。海外の方に異国で安全にサイクリングを楽しんでいただくためにも課題として取り組んでいければ。</p>	<p>《土木政策課》</p> <p>・高知は道路整備についてはこれまでも苦労してきた。その中で「活かせる道を活かせていない」という声もよく聞こえてくる。整備をすることによってサイクリングにもそれ以外にもメリットが出るような「一石二鳥、三鳥」のようなところから優先してやっていきたい。「ここをこうすればもっとよくなる」というところがあればぜひ声を聞かせていただきたい。</p>

参考資料 1

9	受入	大崎	<p>・観光案内所同士が課題を共有する場が少ない。研修を行う際に、参加して下さった方々がネットワークをつくり、これから先情報共有ができるようにすればより深みが出るかと思うので、ぜひ実施してもらいたい。</p>	<p>《おもてなし課》</p> <p>・観光案内所の連携については、各案内所のスタッフの方からも「横のつながりを強固にしたい」という声があがってきている。今回の研修ではワークショップを通じたスタッフ同士の交流や、エリアを超えた繋がり作りを実施。まずは人の顔を知り、研修後も連携がとれるような仕組み作りもテーマとして展開していく。</p>
10	受入	秋山	<p>・観光案内所に来られる方は、どこに行こうか決めずに来られる方も多いイメージ。実際にはあらかじめ行程を決めたうえで案内所に寄る方が多いのか、ノープランで来られる方が多いのか、教えていただければ。</p>	<p>《おもてなし課》</p> <p>・統計等はないが各観光案内所を周っていると、以前は「どこに行ったらよいか」を聞かれることが多かったが、最近は「〇〇に行きたい」とはっきりとした目的を持って訪ねてくる方が多いと聞いている。そういったときに近隣のおすすめ情報など+αの情報を提供することで滞在時間の向上を図ることができるようなコツを考える研修としている。</p>

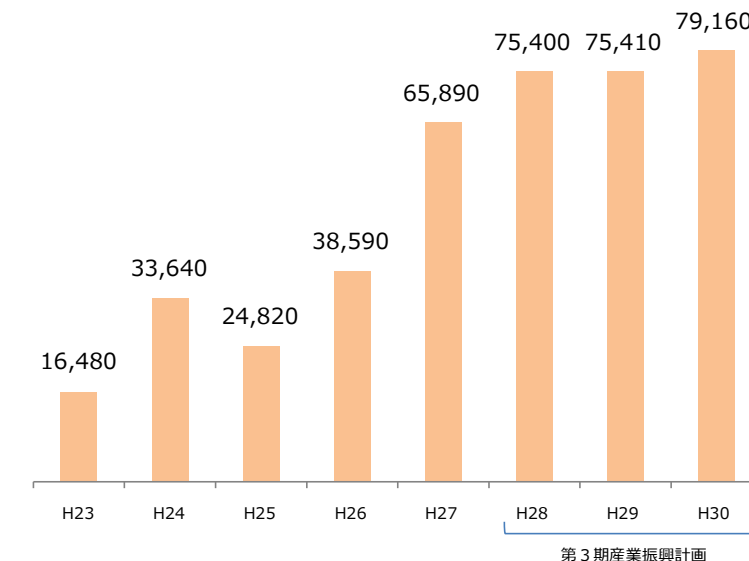
◆分野を代表する4年後の目標の達成見込み

- 第3期産業振興計画では435万人観光の早期達成と定常化を目指して、大政奉還、明治維新から150年という時流を生かした「志国高知 幕末維新博」を2年連続で開催し、H29、H30の県外観光客入込数は440万人を超え、将来にわたって誘客できる歴史を中心とした観光基盤を十分に整えることができた（図1参照）。これまで培ってきた「食」「歴史」の観光基盤に加えて、現在、展開している「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」を通じた自然・体験型観光資源の磨き上げにより、地域地域に「自然・体験」の観光基盤が整うこととなる。
- これらの3つの観光基盤を地域地域の財産として根付かせるとともに、観光地域づくりを広域を単位に担う地域主体の観光組織が、地域博覧会の開催等を通じて6つの広域で立ち上がり、体制と機能強化を着実に進め、これまでに4つの広域観光組織が法人化を実現した。（表1参照）
- 国際観光の推進では、クルーズ客船の寄港地として定着するなど、外国人観光客を受け入れる環境整備が一定進んだ。一方で、本県における宿泊を伴う外国人観光客数については、目標の14.8万人泊の達成を目指しプロモーションの対象市場拡充などに注力してきたが、3年連続で7万人泊台に留まっていることから（図2、表1参照）、さらに外国人向け旅行商品の造成、販売促進や効果的な情報発信とセールス活動の取組を加速し、本県のインバウンド観光のステージアップを図る。



【図2】 本県の外国人延べ宿泊者数の推移（人泊）

（出典/観光庁宿泊旅行調査（従業員が10未満の宿泊施設を含む））



【表2】 観光客満足度調査結果

※「大変良い」「良い」を合計した割合（観光政策課調べ）

項目	出発点	H30
宿泊先	(H22) 77%	79%
食事・料理店	(H22) 74%	80%
観光施設	(H22) 75%	79%
おもてなしトイレ	(H22) —	94%
おもてなしタクシー	(H22) —	60%

【表1】 主要な関連要素の目標達成状況

項目	達成目標	出発点	直近の実績 (H30)	出発点に対する達成状況
全国から誘客できる観光拠点の整備	+8か所 [10か所]	(H26) 2か所	[目標]9か所 8か所	+6か所
広域観光組織の体制強化 (法人化)	+4か所 [5か所]	(H24) 1か所	[目標]4か所 4か所	+3か所
スポーツツーリズムの強化	+4.5万人 [11万人]	(H23) 6.5万人	[目標]10万人 9.1万人	+2.6万人
外国人延べ宿泊者数	+131,520人泊 [14.8万人泊]	(H23) 16,480人泊	[目標]123,000人泊 79,160人泊	+62,680人泊

これまでの取り組みの成果

見えてきた課題

外的要因

さらなる挑戦

観光商品をつくる

【全国から誘客できる観光拠点の整備】

〔志国高知 幕末維新博覧会〕

＜地域核となる観光拠点の整備＞

地域地域の強みを生かした核となる観光拠点を整備 (R元目標累計10か所：予定どおり進捗)

- 「志国高知 幕末維新博」を通じて、高知城歴史博物館(H29.3)や坂本龍馬記念館(H30.4)の新館の整備をはじめ、中岡慎太郎館(H29.3)の展示環境整備や四万十市郷土博物館(H31.2)のリニューアルなど、県内の歴史文化施設の磨き上げを行い、将来にわたって活用できる歴史観光基盤の整備を行った。

また、津野町の片岡直輝・直温生家や宿毛市の林邸など県内4施設の歴史的建造物の整備を行い、地域会場と一体となった歴史観光資源を磨き上げた。

12の地域会場において、土日祝や多客期における館内ガイドの配置を支援し、来館者の満足度向上につなげた。

＜観光資源の磨き上げと観光クラスターの形成＞

歴史施設を核とした15の観光クラスターを形成

- 「志国高知 幕末維新博」の開催を通じて、磨き上げた歴史資源と周辺の食や自然などが一体となった周遊コース(観光クラスター)を整備し、地域の周遊促進や観光消費額の拡大につなげた。

○地域会場を中心とした観光クラスターの整備数：15か所(H30)

〔自然&体験キャンペーン関係〕

＜地域核となる観光拠点の整備＞

地域地域の強みを生かした核となる観光拠点を整備(R元目標累計10か所：予定どおり進捗)

- スノーピークおち仁淀川キャンプフィールド(H30.4)や、むろと廃校水族館(再掲)(H30.4)、スノーピーク土佐清水キャンプフィールド(H31.4)、モンベルアウトドアヴィレッジ山本(R元.6)など、自然体験型の観光拠点の整備を行った。

○整備中の新たな観光拠点(主なもの) ※()は完成予定年度

- ・自然景観、ピュースポット：仁淀川町 安居・中津溪谷(R元)
- ・体験、滞在型観光施設：北川村 モネの庭(夜の庭リニューアル/R2)、
四万十町 四万十川アドベンチャーパーク(ジップライン/R2)、
土佐清水市 新足摺海洋館(R2)、津野町 四国カルスト周辺(R3)
- ・スポーツ拠点：須崎市 海洋スポーツパーク(R2)

＜民間活力を積極的に導入した観光地づくり＞

- 市町村の持つ施設や遊休資産と県内における観光開発の意向がある民間企業を結びつける機会を確保し、事業化に向けた支援を行った。

○観光資源オーディション 参加企業3社、プレゼン実施4市町(R元.7現在)

民間企業に対する個別ファームツアー H30：5社、R元：2社(R元.7現在)

＜「土佐の観光創生塾」による観光商品づくりと事業者連携＞

地域の観光を担う観光人材を育成し、4定条件が整った旅行商品を作成

(旅行商品化件数：H30実績 69件)

- 地域コーディネーターを配置し、観光商品の磨き上げや販売促進への個別支援と事業者が連携する地域観光クラスター化を支援した。

○「土佐の観光創生塾」参加人数(旅行商品化数)

H28～H30：延べ486人(累計129件) R元：251人(目標60件)

〔広域観光組織の体制強化〕

地域博覧会や地域観光コーディネーターの派遣などを通じて広域観光の地力を高め、観光地づくりを担う広域観光組織の立ち上げと体制を強化

(R元目標5か所中、4か所の法人化(8割)を達成。2広域観光組織(土佐れいほく博推進協議会、奥四万十観光協議会)についても体制を強化中)

- 県内6ブロックに広域観光組織が設置され、官民の連携による周遊ルートの形成と情報発信やセールス活動が強化され、旅行商品化につながった。
- 地域博覧会(H28「奥四万十博」、R元「土佐れいほく博」)の開催などを通じて、各組織の実情に応じた機能強化や体制整備への支援を継続することで、広域的な観光地づくりを推進してきた。

○広域観光組織の法人化4か所(内、幅多広域観光協議会DMO化、2法人DMO候補法人化)

〔スポーツツーリズムの推進〕

- サイクリングツーリズムのPRや環境整備が進むとともに、自然環境を生かした新規のスポーツイベントが開催されたことなどにより県外からの誘客につながった。

⇒サイクリングイベントの県外参加者数：1,500人(R元未見込)

⇒ぐるっと高知サイクリングロードの設定：43コース

ブルーライン及びフットサインの整備(R元未整備完了)

こうちサイクルオアシスの設置：77か所

⇒スポーツ大会支援(H28～30)：5大会(延べ1,077人、R元未見込) ※新設1大会

【全国から誘客できる観光拠点の整備】

- 中山間地域の観光資源を生かした「外貨を稼ぐ」観光事業の創出が必要(①)

- 付加価値の高い観光事業のさらなる創出を促進するため、より一層、民間活力の導入が必要(①)

- 土佐の観光創生塾などを通じた、地域事業者の人材育成と観光商品の創出や磨き上げが必要(②)

- 観光客の周遊ニーズに対応するため、多様な観光クラスターの形成が必要(①、③)

- 観光クラスターを結び合わせた、より広域の周遊を促進する取組が必要(①)

- 中山間地域の自然・体験型観光事業などへの誘客に向けた道路をはじめとするインフラの整備がさらに必要(各担当部局との連携)



新足摺海洋館 SATOUMI シンボルマーク



2020年7月にオープン予定の新足摺海洋館

【広域観光組織の体制強化】

- 各組織の熟度に応じた法人化や日本版DMO法人登録に向けた機能強化が必要(③)

- 外貨が稼げる観光地づくりをマネジメントできる体制強化が必要(③)

- 観光クラスターを結び合わせた、より広域の周遊を促進する取組が必要(再掲)(①)

- 市町村や観光協会の戦略に基づく観光資源や事業を組み込んだ広域周遊コースの形成強化が必要(③)

- 地域の事業者へのきめ細かなサポートが必要(③)

【スポーツツーリズムの推進】

- サイクリング環境のさらなる改善が必要(④)

- 地域の特性を生かした魅力あるスポーツイベント大会の開催促進が必要(④)

(R2)
東京
オリパラ

(R3)
四国DC

龍馬空港
国際線化

(R4)
瀬戸芸

(R7)
大阪万博

① 中山間地域を中心に、地域の強みを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりの一層の推進

- ・ 外貨を稼ぐための観光拠点整備と観光商品づくりの強化
- ・ 民間企業のノウハウを積極的に導入
- ・ 「歴史」「食」「自然」の観光基盤を生かした多様な観光クラスターの形成

② 観光産業を支える事業体の強化と観光人材の確保・育成

- ・ 土佐の観光創生塾の継続・強化
- ・ 観光ガイド団体の機能強化などの取り組みへの支援

③ KVCAや広域観光組織の体制及び機能強化、並びに市町村・観光協会・地域DMOとの連携強化

- ・ 法人化やDMO登録法人化への支援強化
- ・ 地域観光事業者の4定条件の確保や、事業継続をサポートする仕組みの構築

④ 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進

- ・ PRを含めたサイクリング環境整備のさらなる磨き上げ
- ・ 関係者と連携したスポーツ大会支援事業のさらなる周知
- ・ 自然&体験キャンペーンと連携した新設イベント開催の検討

これまでの取り組みの成果

【効果的なセールス&プロモーション】

地域地域で歴史観光の基盤が整い、将来にわたって誘客できる地力が付く
時代のトレンドを捉え、全国的な話題化を意図的に創出するプロモーションを実施

メディア露出実績	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
件数	201件	279件	546件	568件
広告換算	55.6億円	22.4億円	30.6億円	61.0億円

＜「志国高知 幕末維新博」の開催＞

● 全国的な話題化を意図的に創出するため、開幕事前記者発表会や高知城歴史博物館・坂本龍馬記念館のオープニング、全国龍馬社中と連携した首都圏での大型イベントの開催、平成の海援隊とコラボしたPR活動、「チームラボ 高知 光の祭」の開催などにより、全国メディアでの露出を図った。

● 全国的な盛り上がりを創出するため、全国系列局のTV番組（ニュース、情報、娯楽）、全国雑誌や全国紙等の媒体を活用した全国向けのプロモーションやパブリシティ活動を実施して露出を行ったほか、「平成の薩長土肥連合」による4県共通プロモーションや広域周遊促進策を展開した。

● 博覧会の開催を広く周知するため、公式HPによる情報発信や土佐おもてなし海援隊によるPR活動に加え、近畿・中国・四国地方の近隣県からの誘客を図るためのメディアを活用したきめ細かな情報発信を行った。

＜「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」の展開＞

● 「自然&体験キャンペーン」(H31.2～)では、これまで磨き上げてきた「歴史」や「食」の観光を推進しながら、自然や体験資源を活かした新しい観光事業を創出し、中山間地域やインバウンド観光の振興を目指して、キャンペーンのプラットフォームとなる特設ウェブサイトを開設した。

- キャンペーン特設ウェブサイトPV数 697,497PV (8/21時点)
- ウェブサイト掲載体験プログラム数 580件 (8/22時点)

＜国内外のマスメディアやSNSを活用した情報発信の強化＞

● 首都圏等のマスメディアやSNSを活用した情報発信を継続した結果、本県の露出が拡大し、首都圏をはじめとする新たな観光客の誘致に結びついた。

＜セールス活動の強化＞

● 「志国高知 幕末維新博」や「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」を通じて、旅行会社への観光説明会を積極的に開催し（延べ24か所）、434社1,519人が参加。また、旅行商品を造成する拠点都市の旅行会社に個別訪問セールスを展開し（延べ433件）、誘客を促進した。

- 観光説明会開催実績 H28・29 10カ所、延べ188社612人参加、H30 9カ所延べ172社685人参加、R元 5カ所、延べ74社222人参加
- 個別セールス訪問実績 H28 延べ85社、H29 延べ101社、H30 延べ184社 R元 延べ63社

【スポーツツーリズムの推進】

● プロ・アマチュアスポーツのキャンプなどの誘致、サイクリングイベント、高知龍馬マラソン等の開催により、県外からの誘客を図った。

- アマ合宿県外宿泊者数：延べ120,613人泊(H28～30)
- 龍馬マラソン県外出走者：13,446人(H28～30)
- 2019ラグビーワールドカップの事前合宿決定。

【コンベンション等の誘致】

● MICE（コンベンション等の誘致）への継続的な助成制度等の支援を行うとともに、県内外の業界等の団体や高知県ゆかりの企業、医学会系のMICEを主催する大学や病院などをターゲットにしてセールスを展開したことにより、受入は増加した。

- H26 2.0万人 → H30 3.1万人

見えてきた課題

【効果的なセールス&プロモーション】

- 全国的な時流やトレンドを先読みするとともに、多様化する旅行動機に応える個人向けプロモーションの確立が必要（⑤、⑦）
- 「歴史」「食」「自然」の観光クラスターを生かした旅行商品化の促進が必要（⑥、⑦）
- 特設ウェブサイトを活用した国内外に向けた効果的なPR・セールスの拡充が必要（⑥、⑦）



【スポーツツーリズムの推進】

- 合宿助成金を有効に活用できるよう、地域や競技毎の特性を捉えたターゲットへのアプローチが必要（⑧）
- 誘致した合宿等のさらなる活用が必要（⑧）

【コンベンション等の誘致】

- データベースを活用した効果的なコンベンション等の誘致が必要
 - 中小規模の大会の誘致
 - セールス活動の拡充
 - 県内外の業界や各団体との連携強化

外的要因

(R2) 東京オリパラ

(R3) 四国DC

龍馬空港国際線化

(R4) 瀬戸芸

(R7) 大阪万博

さらなる挑戦

⑤ 全国的な話題化を創出するプロモーションの展開

⑥ 「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」シーズンⅡの開催

- 足摺海洋館やヤ・シィパーク周辺のサイクリングロードの整備等、新資源を生かした旅行商品化の促進

⑦ 世界にも通用する高知観光の魅力発信

- エンドユーザーへの訴求力のあるプロモーション
- 多様な観光クラスターの効果的な情報発信

⑧ 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進

- 競技毎の課題を明確化し、関係機関と連携したターゲットへのアプローチ
- 誘致した合宿等を活用した取組(競技力向上など)の検討

これまでの取り組みの成果

見えてきた課題

外的要因

さらなる挑戦

つくる

売る

国際観光の推進

売る

【外国人向け旅行商品の造成・販売促進】

- H28 外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくりを行った。
 - 各市場毎の「周遊ルート」と「旅行商品」の造成
 - 対象市場：台湾、香港、シンガポール、タイ
 - 重点4市場のモデルコースを設定し、トップセールスの実施により旅行会社やメディアとの関係性を構築し、知名度の向上を図りながら、団体旅行を重点的に誘致
 - H29 重点4市場（台湾、香港、シンガポール、タイ）において、海外旅行会社へのセールスルートを持った企画会社と連携し、定期的なセールス活動を展開した。
 - 各市場のニーズに合うモデルコースを組み込んだ四国周遊の旅行商品の造成と販売を促進
 - H30 重点4市場（台湾、香港、シンガポール、タイ）に海外セールス拠点（レップ）を設置し、海外旅行会社やメディア等へのセールス活動と情報発信を実施するとともに、重点市場を拡充（中・韓・米・豪を追加）し、団体に加えて個人旅行に対応した誘客を強化した。
 - 高知龍馬空港への台湾からのチャーター便の誘致を実現
 - 四国内空港（松山空港・徳島空港）への台湾及び香港からのチャーター誘致を実現
 - R元 海外セールス拠点（中・韓・米・豪）を拡充するとともに、個人旅行者向けの商品づくりと情報発信を強化した。
 - インバウンドプロジェクト・ディレクター等を配置し、多様な商品づくりを推進
 - 自然や生活文化体験を組み込んだ旅行商品の造成販売と、それらの観光情報をVISIT KOCHI JAPANやSNSを通じて発信
 - 個人旅行者の誘客促進のために外国人向けウェブサイトVISIT KOCHI JAPANを改修中（10月リニューアル予定）
 - 海外でのトップセールス（中国・台湾・香港）の実施、旅行博・商談会への出席、中国最大のOTAとの連携、レップなどを活用した切れ目のないセールス活動を展開
- ・外国人延べ宿泊者数 [図2、表1参照]
 H28年75,400人泊 H29年75,410人泊 H30年79,160人泊
 ・海外旅行博等への出展数 H27 14回 → H30 46回
 ・外国人向けウェブサイトVISIT KOCHI JAPANのPV数
 H27 15,000PV → H30 373,388PV

【商品を購入するエンドユーザーに高知県の魅力が伝わっていない】

- 団体旅行の催行率向上と個人旅行商品の販売促進が必要(⑨)
 - 外国人にとって魅力的な旅行商品のさらなる造成が必要
- 旅先としての認知度の向上及びキラーコンテンツのFIT層への定着が必要(⑩)
 - 旅行商品を購入するエンドユーザーに高知県の魅力を伝える対策の強化が必要
- 高知龍馬空港の国際線対応化を見据えたチャーター便と四国内空港と連携したチャーター便の誘致拡大が必要(⑪)



【よさこいプロモーション】

- よさこい発祥の地高知の世界における認知度の向上が必要(⑫)
 - 2020年に向け、世界に効果的な情報発信を行うための海外メディアとの関係づくり
 - 海外メディアを活用したよさこいの魅力（「多様性」「繋がり」「発展」「全世界」）の発信が必要



2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会

(R2) 東京オリパラ

(R3) 四国DC

龍馬空港国際線化

(R4) 瀬戸芸

(R7) 大阪万博

⑨ 訴求力の高い外国人向け旅行商品づくりの推進

- ・外国人目線を生かした旅行商品の拡充
- ・外国人観光客に対応できる観光資源の磨き上げ

⑩ エンドユーザー向けプロモーションの抜本強化

- ・デジタルマーケティングによる認知度向上と集中的なプロモーション
- ・OTAを活用したプロモーション
- ・訪日外国人観光客への情報発信

⑪ 四国が一体となったプロモーションの推進

- ・チャーター便の誘致拡大
- ・四国ツーリズム創造機構のDMO化を生かした誘客促進

⑫ 「よさこい」を核とした海外プロモーションの展開

- ・国内外ネットワークのさらなる拡大
- ・発祥の地高知の認知度の飛躍的な向上

これまでの取り組みの成果

【周遊促進とリピーター化につなげる龍馬パスポートの実施】

- リピーターとなるきっかけづくりや県内周遊を促進するツールの龍馬パスポートの継続と充実実施に取り組んだ。
 - 龍馬パスポート利用者 H27 146,902人 → H30 213,482人

【国内外からの観光客への受入環境の整備】

● 観光基盤の整備

- 外国客船寄港地として定着 (H28:24隻→H29:33隻→H30:28隻→R元:25隻(見込))
 - ・臨時観光案内所の設置と通訳スタッフの配置 (H27:3回→R元:25回(見込))
 - ・高知市中心市街地における、消費税免税一括カウンターの開設 (H28.3)
 - ・消費税免税店の拡大 (H28.4.1:104店舗 → H31.4.1:132店舗)
 - ・中心市街地での受入イベントの実施
- 無料Wi-Fi環境の整備による、外国人観光客の満足度向上
 - ・県内主要観光地への無料Wi-Fi環境の整備 (H27:19か所 → H30:89か所)
- 外国人観光客受入研修による、コミュニケーション力の向上
 - ・研修受講事業者 (H30 25事業者/3エリア → R元累計:80事業者/8エリア(見込))
- 多言語での津波避難案内板の設置
 - ・津波避難多言語案内板の設置 (H27:3か所 → H29:30か所)

● きめ細かな観光情報の提供

- 外国人観光案内所の設置を進めた
 - ・外国人観光案内所の設置か所数 (H26:3か所 → R元:18か所(見込))
- 自然&体験キャンペーンに合わせ、観光案内所の機能強化を進めた
 - ・ブッシュ型の観光案内やニーズに応じた周遊プランの提案などを目指した研修会 (R元:17回(見込))
 - ・観光案内所アドバイザーの派遣(R元:50回(見込))、観光案内所機能強化補助金の創設
 - ・拠点となる観光案内所等の設置か所数 (H30:13か所 → R元:14か所)

● バリアフリー観光の推進

- バリアフリー観光相談窓口の設置に向けた取組を進めた
 - ・観光施設等のバリア情報等の収集件数 (H30:90か所 → R元:230か所(見込))
 - ・バリアフリー観光の理解の推進のための研修会の実施 (H29:1回 → H30:5回 → R元:2回(見込))
 - ・現地調査スキル、相談対応スキル取得のための研修会の実施(H30:3回 → R元:3回)

【観光客の満足度の向上をさらに高めるおもてなしの取組】

- おもてなし県民会議の開催 (2回/年開催)
 - おもてなし気運の醸成や美しい環境づくりのためおもてなし県民会議を開催した
 - ・H26:国際観光受入部会の設置・開催 (2回/年開催)
 - ・H30:バリアフリー観光推進部会の設置・開催 (2回/年開催)
 - ・おもてなし一斉清掃の実施:毎年全市町村で実施
- おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大
 - おもてなしトイレ及びおもてなしタクシーの認定等を行うことで、観光地で清潔でおもてなしの心が感じられるトイレや観光ガイドタクシー(おもてなしタクシー)が拡がり、おもてなし気運の向上につながった。
 - ・おもてなしトイレ認定数 (H26:696か所 → R元:861か所(見込))
 - ・おもてなしタクシー実働数 (H26:284人 → H30:357人)
- 外国人観光客にもおもてなしができる観光ガイド団体の育成支援
 - 地域ごとや県全域での研修会の開催及び各団体へのアドバイザー派遣を実施することにより、質の高いガイド技術の習得や団体の連携強化につながった。
 - ・観光ガイド向け研修会の開催(観光ガイド団体数 H26:28団体 → H30:45団体) (全体研修交流会:1回/年、地域別研修交流会:3回/年、個別研修:10団体)
 - ・観光ガイドアドバイザーの派遣 (H30:6団体 → R元:4団体(見込))

見えてきた課題

【周遊促進とリピーター化につなげる龍馬パスポートの実施】

- 周遊促進やリピーター化のさらなる推進が必要 (⑬)

【観光客を受け入れる環境の整備】

- 観光客のニーズを踏まえたブッシュ型の情報提供など観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化が必要 (⑭)
 - 「県内全域」「広域エリア」「地域」の周遊プランの提案
 - 悪天候時の代替プランの提案 など
- 中山間地域をはじめ広く県内で外貨を稼げるよう、外国客船向けの多様なオプションルツアアの造成が必要 (①、⑨)
- 消費や利便性の向上に向けた多言語対応等の受入環境整備のさらなる拡大が必要 (⑮、担当部局との連携)
- 要配慮者が必要とするバリアフリー情報等を提供しうる専門の相談窓口の設置が必要 (⑯)
- 空港や駅などのハブとなる拠点から、県内の観光地を結ぶ移動手段(2次交通)の確保が必要 (担当部局との連携)
- 観光ガイド団体の体制整備と活動充実の取組への支援が必要 (②)
 - 各団体における4定条件(定時、定量、定質、定額)の確保
 - 観光協会や広域観光組織などとの連携

外的
要因

(R2)
東京
オリパラ

(R3)
四国DC

龍馬空港
国際線化

(R4)
瀬戸芸

(R7)
大阪万博



さらなる挑戦

⑬ 周遊促進やリピーター化のさらなる推進

- ・ 龍馬パスポートの充実実施
- ・ 観光クラスターの活用

⑭ 観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化

- ・ 観光案内所間や事業者との連携強化

⑮ 観光客の満足度をさらに高める受入環境整備の推進

- ・ Wi-Fi、洋式トイレ、キャッシュレス決済、多言語対応等の環境整備

⑯ バリアフリー観光相談窓口の設置

- ・ 観光施設、宿泊施設、交通運輸施設のバリア情報とバリアフリー情報の提供、及び相談対応