

高知県観光リカバリー戦略

令和2年5月

(令和2年6月改訂)

※本文中のアンダーライン部分を改訂

■目次

1 はじめに「高知県観光リカバリー戦略の策定」	P. 3
(1)新型コロナウイルス感染症拡大に関連する国の動向	
■新型コロナウイルス感染症対策本部の設置、緊急事態宣言から解除宣言まで	
■新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針の改定(令和2年5月25日付)	
(2)高知県観光への影響	
2 高知県観光リカバリー戦略の策定、目標と実行期間	P. 5
(1)高知県観光リカバリー戦略の策定	
(2)戦略目標	
(3)実行期間	
3 フェーズごとの方向性と施策の展開	P. 6
■フェーズの設定と方向性	
■施策の立案と施策間連携	
■実行計画(アクションプラン)の策定	
■国に対する施策提言	
(1)フェーズ1『事業の継続』	
(2)フェーズ1.5『観光基盤の維持』	
: 県内観光の需要喚起とフェーズ2に向けた準備	
(3)フェーズ2『国内観光需要の回復』	
: 近隣県からの誘客と全国展開	
(4)フェーズ3『インバウンドの回復』	
4 リカバリー戦略の推進体制	P. 7
■自然&体験キャンペーン実行委員会の役割	
■協力をいただく事業者と協力内容	
5 実行計画(アクションプラン)	P. 7

<参考資料>

1 はじめに「高知県観光リカバリー戦略の策定」

新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、旅館業や旅行業、運輸業をはじめとする観光関連事業者は、県境をまたぐ人の流れを止めたことなどにより、早い段階から甚大な影響を受けています。

このため、新型コロナウイルス感染症の事態収束を見据えて、その収束後においては、国の施策と連動した観光消費の拡大につながる取り組みを速やかに展開することで、本県観光需要の早期回復を図る必要があります。

本県観光のチャンスロスの挽回に向けた方向性と施策群を戦略として示します。

(1) 新型コロナウイルス感染症拡大に関連する国の動向

■ 新型コロナウイルス感染症対策本部の設置、緊急事態宣言から解除宣言まで

国内において、感染経路の不明な患者が増加している地域が散発的に発生し、一部の地域で感染拡大が見られてきたため、令和2年3月、新型インフルエンザ等対策特別措置法に基づく、政府対策本部が設置された。

長引く新型コロナウイルス感染症の影響もあり、同年4月7日、感染症対策本部長は7都府県を対象区域とする緊急事態宣言を発令し、同16日、全都道府県が対象区域に指定される。

5月14日、新規感染者数が減少に転じたため、新型コロナウイルス感染症対策専門会議が策定した解除基準に基づき、基本的対処方針等諮問委員会の意見も踏まえ、39県で宣言が解除された。

5月21日には、感染状況をもとに近畿3府県で、同25日には、首都圏4都県と北海道で、宣言が解除され、緊急事態の終了宣言がなされる。

■ 新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針の改定(令和2年5月25日付)

緊急事態宣言の解除後、一定の期間を設け、感染リスクをコントロールしながら、段階的に社会経済の活動レベルを引き上げることとし、概ね3週間毎に地域の感染状況や感染拡大リスク等について評価を行いながら外出自粛などの要請を段階的に緩和するため、同日付で、新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針が改定され、以下のとおり「緊急事態宣言後の都道府県における取組等」が示された。

新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針(抄)

三 新型コロナウイルス感染症対策の実施に関する重要事項

(3) まん延防止

6) 緊急事態宣言解除後の都道府県における取組等

①都道府県は、今後、持続的な対策が必要になると見込まれることを踏まえ、住民や事業者に対して、以下の取組を行うものとする。その際、「新しい生活様式」が社会経済全体に定着するまで、一定の移行期間を設けることとし、概ね3週間ごと(例えば、①6月18日までの3週間程度、②その後の3週間程度、③②の後の3週間程度)に地域の感染状況や感染拡大リスク等について評価を行いながら、外出の自粛、催物(イベント等)の開催制限、施設の使用制限の要請等を段階的に緩和するものとする。

(外出の自粛等)

- ・ 「三つの密」の回避や、「人と人との距離の確保」「マスクの着用」「手洗いなどの手指衛生」をはじめとした基本的な感染対策の継続など、感染拡大を予防する「新しい生活様式」の定着が図られるよう、あらゆる機会を捉えて、4月22日の専門家会議で示された「10のポイント」、5月4日の専門家会議で示された「新しい生活様式の実践例」等について住民や事業者に周知を行うこと。
- ・ 不要不急の帰省や旅行など、都道府県をまたぐ移動は、5月末までは、感染拡大防止の観点から避けるよう促すこと。

その後、①の段階においては、5月25日の緊急事態宣言解除の際に特定警戒都道府県であった地域との間の移動は、慎重に対応するよう促すこと。

また、観光振興の観点からの人の移動については、まずは県内観光の振興から取り組むこととし(①の段階からが想定される)、その状況を踏まえつつ、県外からの人の呼び込みを実施すること(②の段階からが想定される)。

(2) 高知県観光への影響

交通機関別の県外観光客の入込状況は、3月以降、大きく減少した。(表1参照)

<表1> 県外観光客入込み状況(交通機関別 第4四半期比較、速報値)

(単位:人、%)

		1月	2月	3月	4月
高速バス	令和2年	8,381	7,824	4,851	1,207
	平成31年	8,914	8,518	11,412	9,017
	比較(R2/H31)	▲ 5.98%	▲ 8.15%	▲ 57.49%	▲ 86.61%
航空機	令和2年	10,717	10,593	5,550	1,202
	平成31年	10,174	10,503	12,174	10,598
	比較(R2/H31)	+5.34%	+0.86%	▲ 54.41%	▲ 88.66%

クルーズ船:3~4月の県内への寄港なし

出典:高知県調べ(推計値)

また、県内主要観光施設の利用者数の状況は、今年2月までは前年並みで推移していたものの、3月以降、大きく減少した。(表2参照) 新型コロナウイルス

イルス感染症の拡大防止のため、多くの施設が休館したことも影響したものと考える。

<表2> 県内主要観光施設入込み状況(主要62施設、速報値)

(単位:人、%)

		1月	2月	3月	4月
62施設計 (※)	令和2年	223,561	231,554	149,355	33,025
	平成31年	217,229	202,396	289,323	313,569
	比較(R2/H31)	+2.91%	+14.41%	▲ 48.38%	▲ 89.47%

出典:高知県調べ

県内の宿泊施設の状況も、高知県旅館ホテル生活衛生同業組合に加盟する58施設は、今年4月から6月までの宿泊状況が、各月とも対前年同月比の8割強減少しており、4ヶ月間の累計でも、対前年同期比で約39万人減少した。(表3参照)

<表3> 高知県旅館ホテル生活衛生同業組合加盟施設の宿泊・宴会実績(予約状況)

(単位:人泊、人、%)

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	計
宿泊	令和2年	72,176	24,002	10,007	13,450	28,063	47,577	195,275
	平成31年	144,768	127,902	139,988	104,677	120,427	164,779	802,541
	比較(R2/H31)	▲ 50.14%	▲ 81.23%	▲ 92.85%	▲ 87.15%	▲ 76.70%	▲ 71.13%	▲ 75.67%
宴会	令和2年	6,411	1,056	1,075	8,284	10,516	11,354	38,696
	平成31年	55,279	41,555	39,259	36,769	35,171	31,703	239,736
	対前年比(%)	▲ 88.40%	▲ 97.46%	▲ 97.26%	▲ 77.47%	▲ 70.10%	▲ 64.19%	▲ 83.86%

(令和2年5月1日現在、高知県旅館ホテル生活衛生同業組合調べ)

県内の旅行代理店においても、全国旅行業協会高知県支部に加盟する44社の状況は、大規模イベントなどの縮小、中止や、旅行のキャンセル、延期が急増するとともに、小中高等学校の臨時休業に伴う遠足の中止などにより、貸切バスのキャンセルも増加した。

2 高知県観光リカバリー戦略の策定、目標と実行期間

(1) 高知県観光リカバリー戦略の策定

新型コロナウイルス感染症の事態収束を見据えて、高知県観光リカバリー戦略(以下「リカバリー戦略」という。)を策定し、収束後においては、国の施策と連動した観光消費の拡大につながる取り組みを速やかに展開することで、甚大な影響を受けている本県観光需要の早期回復を図る。

(2) 戦略目標

『 観光関連事業者の支援と高知県観光のチャンスロスを挽回 』

(3) 実行期間

『 令和2年5月から令和3年3月まで。ただし、新型コロナウイルス感染症の収息状況によっては実行期間を延長する場合がある。 』

3 フェーズごとの方向性と施策の展開

■フェーズの設定と方向性

本県観光の需要回復を図るためには、新型コロナウイルス感染症拡大の収束状況に応じて段階的に施策を講じる必要があり、観光リカバリー戦略は、その方向性として、『事業の継続』、『観光基盤の維持』、『国内観光需要の回復』、『インバウンドの回復』の4つのフェーズを示し、この方向性のもと、展開する施策群を示すこととする。

県は、この方向性のもと、具体的な施策を立案し、速やかな対応が求められるものについては予備費の活用も含めた財源対策を講じたうえで、準備が整ったものから順次、実行に移す。

なお、フェーズごとの施策については、必要に応じて適宜、改定していく。

■施策の立案と施策間連携

施策の立案にあたっては、外出自粛要請の段階的な緩和や「新しい生活様式」を考慮しつつ、効果的な内容とし、限られた財政事情の中で、国の緊急経済対策の活用はもとより、より大きな相乗効果が発揮できるよう、国の施策や他分野の施策との効果的な連携を重視して立案する。

■実行計画(アクションプラン)の策定

施策の実行は、「5 実行計画(アクションプラン)」に基づくこととし、新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針のもとに、国の「GoToキャンペーン」の開始や各都道府県の外出自粛の要請の段階的な緩和を考慮し、実行時期や対象地域(範囲)など、柔軟かつ機動的な対応を図る。

■国に対する政策提言

施策を展開するために、県単独での対応に限界がある課題に速やかに対応するため、国に対する政策提言を積極的に行い、十分な財源の確保に努める。

(1) フェーズ1 『事業の継続』

■方向性と施策

本県経済への影響緩和を図るため、国の補正予算等を最大限に活用し、雇用や事業活動の継続に向けた支援を実施する。(休業者への支援、雇用の維持と事業の継続)

(2) フェーズ1.5 『観光基盤の維持』: 県内の需要喚起とフェーズ2に向けた準備

■方向性と施策

本県観光の基盤を維持するため、県民を対象にした県内観光需要の創出を図り、県内の観光地や施設などへの送客と旅行業者の事業活動を支援する

また、事態収束後、速やかに『観光需要の回復』が図れるよう、県外観光客の誘致と県内各地への移送、宿泊、体験など新型コロナウイルス対策などに適応した安心・安全な受入体制を強化し、滞在時間の延長による観光消費の拡大を担う民間事業者・団体との連携の機運を醸成する。

(3) フェーズ2 『国内観光需要の回復』

■方向性と施策

新型コロナウイルス感染症の事態収束を見極めつつ、日本国内の観光需要を喚起するため、国が実施する「GoToTravelキャンペーン」に連動し、高知観光の追い風にできるよう、独自のインセンティブ施策を追加することで、本県を旅先として選んでもらい、失われた観光需要を回復する高知観光リカバリーキャンペーン(以下「リカバリーキャンペーン」という。)を実施する。

このリカバリーキャンペーンに呼応する形で、県外から観光客を誘致する新たなイベントを企画立案するとともに、「自然&体験キャンペーン～2ndシーズン～」の新コンセプト「あなたの新休日」と連動させた特設WebサイトやSNSによるプロモーションを集中的に実施する。

併せて、新型コロナウイルス感染症の収束状況に応じて、県内、近隣県、首都圏・関西圏からの誘客促進策と、全国での話題化や旅行会社などに向けた個別のセールス・プロモーションを段階的に実施する。

(4) フェーズ3 『インバウンドの回復』

■方向性と施策

国(JNTO)のプロモーションのスタートに合わせることを意識しながら、重点市

場に設けた海外セールス拠点を活用し、各市場からの渡航の規制緩和や、訪日旅行の送客計画の動向を把握し、訪日客の回復時期の見極めを行う。

そのうえで、東アジアの重点4市場から順次、デジタル技術を活用したプロモーション事業をはじめとするインバウンド誘致策の展開を図る。

4 リカバリー戦略の推進体制

基本的対処方針が示す「新しい生活様式」にも配慮した観光リカバリー戦略に基づく取組は、「自然&体験キャンペーン」との親和性も高く、その大半を同キャンペーン実行委員会予算で実施する。

そのため、リカバリー戦略は、同キャンペーン実行委員会を中心に、感染拡大防止対策と観光客へのおもてなしを前提とした観光関連事業者の協力のもと、推進する。

■協力をいただく事業者と協力内容(例示)

- ①旅行業者:本県への観光客の誘致、リカバリーキャンペーンのPR など
- ②宿泊事業者、住宅宿泊事業者:本県への観光客の誘致、リカバリーキャンペーンのPR など
- ③観光バス、タクシー、レンタカー事業者:県内各地への送客、リカバリーキャンペーンのPR など
- ④体験観光事業者:ガイドラインに沿った安全・安心対策の実施 など

なお、協力金の支給に際して、ご協力いただきたい内容は、別に定める要領で例示する。

5 実行計画(アクションプラン)

「3 フェーズごとの方向性と施策の展開」に基づく具体的な実行計画を別紙のアクションプランを作成し、各施策を実行する。

なお、新型コロナウイルス感染症の収束状況などにより、具体的な施策を段階的に追加、拡充していく必要があるため、適宜、アクションプランに施策を追加するとともに、感染症拡大の状況によっては、施策の実行を一時的に中断又は中止、実行時期を変更する。

高知県観光リカバリー戦略 - 施策のアクションプラン -

●の施策は予算化済み
○の施策は予算化検討中
支援策の実施期間は執行状況に応じて変更する場合がある

施策の方向性		施策の内容と実施期間											
国の基本的対処方針		6/1 (北海道、東京等との間を除く 府県への移動制限は解除)	6/19 (県外移動制限、 地域行事制限解除)	7/10 (県外移動徐々に解除、 7月人数制限)	8/1 (経済活動全面再開、 イベント等の制約あり)	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
フェーズ1 事業の継続	本県経済への影響緩和を図るため、国の補正予算等を最大限に活用し、雇用や事業活動の継続に向けた支援を実施する。	雇用調整助成金、資金繰り対策、持続化給付金などの活用											
フェーズ1.5 観光基盤の維持	本県観光の基盤を維持するため、県民を対象にした県内観光の需要の創出を図り、県内の観光施設などへの送客と旅行者の事業活動を支援する。 また、事態収束後、速やかに「観光需要の回復」が図れるよう、県外観光客の誘致と県内各地への移送、宿泊、体験など滞在時間の延長による観光消費の拡大を担う民間との連携の機運を醸成する。	<ul style="list-style-type: none"> ●感染症拡大防止対策や新商品開発展開への旅館・旅行業等緊急支援事業費補助金による助成【5月補正】<旅行者、宿泊・住宅宿泊事業者向け> ●新しい生活様式等への対応を財政的に支援 ●県外からの誘客や県内での移送への協力に対する高知県観光リカバリーキャンペーン協力金の支給【5月補正】 ○体験観光事業者に対する安全安心な体験プログラムの推進協力金の支給 											
地消の推進		<ul style="list-style-type: none"> ●県民を対象にした「自然&体験キャンペーン」の県内モニターツアーの企画・造成を支援【5月補正】<旅行者向け> ○県内の地域イベントにおけるシャトルバス運行支援 ●#高知が好きやきイベントキャンペーン【既計上予算】 ●高知でお泊まりキャンペーン（県内編）【既計上予算】 											
		<ul style="list-style-type: none"> ○県内観光の需要喚起とともに観光資源の磨き上げにも活用 ○OTA宿泊クーポン ●高知でお泊まりキャンペーン（中四国編）【〃】 ●高知でお泊まりキャンペーン（全国編）【〃】 											
フェーズ2 国内観光需要の回復	新型コロナウイルス感染症の事態収束を見極めつつ、日本国内の観光需要を喚起するため、国が期間限定で実施する「Go To Travelキャンペーン」に連動し、本県観光に合った追い風ができるよう、独自のインセンティブ施策を追加することで、本県を旅先として選んでもらい、失われた観光需要を回復する高知観光リカバリーキャンペーン（以下「リカバリーキャンペーン」という。）を実施する。	<ul style="list-style-type: none"> ●【国】Go To Travelキャンペーン<県外観光客向け> ●リカバリーキャンペーン（交通費用への助成）【5月補正】<県外観光客向け> ●新海洋館オープンイベント ●物部川エリアイベント ●奥四万+エリアイベント ●ワーケーション対応観光拠点の整備【5月補正】 ○ワーケーションキックオフイベント 											
インバウンドの回復	国（JNTO）のプロモーションを意識しながら、訪日旅行の回復に向けた情報収集に努め、近隣である東アジア市場から順次、インバウンド誘致策の展開を図る。	<ul style="list-style-type: none"> ●県内外から観光客を誘致できるインパクトあるイベントを開催・支援 ●新たな施設整備や誘客イベントを「あなたの新休日」のテーマと連動 「山・川・海曜日」 ●リカバリーキャンペーンと新たな施設整備や誘客イベントを素材にした県内向けインナープロモーションの実施 ●リカバリーキャンペーンと新たな施設整備や誘客イベントを素材にした近県向けプロモーションの実施 ●リカバリーキャンペーンと新たな施設整備や誘客イベントを素材にした首都圏・関西圏等全国向けプロモーションの実施 ●中国、北陸、東海に個別セールス ●東京、大阪に個別セールス ●中国、北陸、東海に個別セールス ●東京、大阪に個別セールス ●名古屋、東京、北海道に個別セールス ●大阪に個別セールス ●東京に個別セールス 											
		<ul style="list-style-type: none"> ○ワークセッション ○ワークショップ 											
		<ul style="list-style-type: none"> ○ワークショップ 											
インバウンドの回復	国（JNTO）のプロモーションを意識しながら、訪日旅行の回復に向けた情報収集に努め、近隣である東アジア市場から順次、インバウンド誘致策の展開を図る。	<ul style="list-style-type: none"> ●ウェブによる訪日旅行回復に向けた情報収集 ●ウェブによる旅行商品の造成 ●V K J、SNS、重点市場でのWeb等によるプロモーション 											