

戦略の柱	取組方針	取組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕	目標値、実績		総括		第4期産業振興計画における展開 〔「次のステージに向けた方向性」(実行3年半の総括)を現状に更新〕	
				目標値 〔出発点 ↓ 目標〕	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取組みについて、成果を踏まえた総合評価		
				◆具体的な取組み					
1	戦略的な観光地づくり								
1	本県観光の強みである「歴史」「食」「自然」の更なる磨き上げによる戦略的な観光地づくり								
	◆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(それぞれ外国人受入対応を含む)	<p>○自然景観や自然・体験型の観光資源から新たな経済効果を生み出す新資源をハード・ソフト両面にわたって支援。</p> <p>○周遊促進に向けて、各エリアの自然景観やビュースポット等と地域の体験プログラムと、歴史や食等の観光資源とが一体になった観光クラスターの形成を支援。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>歴史観光資源等強化事業費補助金による支援 H28：15件、H29：17件</li> <li>地域支援専門チームによる支援(現地派遣)、地域会場への館内ガイド配置、地域会場運営連絡会ブロック会の開催、地域会場・観光クラスターのPDCAに関する支援等</li> <li>観光拠点等整備事業費補助金による支援、メニュー拡充(H30、R元) H30：50件(R元への繰越3件を含む) R元：42件(R2への繰越2件を含む)</li> <li>地域観光振興交付金による支援 H30～：4件 R元～：3件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>歴史観光資源の磨き上げ ⇒周遊コースの設定 ：県域18コース・広域18コース、市町村64コース ⇒観光クラスターの整備 ：H27～30 15か所 ⇒「志国高知 幕末維新博」会期中の総来場者数：3,340,262人</li> <li>自然・体験資源の磨き上げ ⇒自然・体験をテーマにした自然景観、体験滞在型観光施設、体験プログラムの整備 ：H30～R元 56か所 ⇒観光クラスターの形成 ：R元 5か所</li> </ul>	<p>①自然・体験をテーマにした自然景観、体験滞在型観光施設、体験プログラムの整備</p> <p>－(H30) ↓ 28か所以上 (H30～R元累計)</p> <p>②観光クラスターの整備数</p> <p>－(H27) ↓ 20か所以上 (H27～R元累計)</p>	56か所 (H30～R元累計)	20か所 (H27～R元累計)	A+	A+	<p>○幕末維新博の取組を通じ、地域会場のリニューアルや歴史資源の掘り起こし、展示解説ガイドサービスの充実など歴史観光の基盤づくりが進んだ。また、地域会場を有する市町村においては、地域会場を中心とした観光クラスターを形成することができた。</p> <p>○自然&amp;体験キャンペーンと連動して、以下の取組を実施している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自然・体験型観光資源の磨き上げに対する財政支援の継続</li> <li>自然景観(及び歴史資源等)を生かして新たな経済効果を生み出す観光クラスターの形成支援と磨き上げの実施</li> <li>歴史資源の活用継続に向けた支援(歴史文化施設のPDCAサイクルの継続、歴史資源磨き上げ技術支援(文化振興課)、企画展等の開催に対する財政的支援、館内ガイド配置等)の実施</li> </ul>
	◆「土佐の観光創生塾」のさらなる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携(地域観光クラスター化)の推進	<p>○地域地域における自律的・持続的な観光地づくりの推進及び地域観光を担う人材の育成に向け、「土佐の観光創生塾」を開催し、地域コーディネーターのハンズオン支援による自然・体験型観光商品の磨き上げ・販売と地域の事業者が連携した地域観光クラスター化を促進するための取組を支援。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「土佐の観光創生塾」の開催 H30：〈基礎編〉4回、 〈応用編〉東部・中央・西部 各4回 R元：〈全体導入編〉東部・中部・西部 各1回 〈情報発信編〉3回 〈地域づくり編〉3回 〈商品づくり実践編〉東部・中部・西部 各3回</li> <li>地域コーディネーターのハンズオン支援による観光商品の造成・磨き上げ及び地域観光クラスター形成支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「土佐の観光創生塾」の開催 H30：〈基礎編〉4回、 〈応用編〉東部・中央・西部 各4回、62事業者 R元：〈全体導入編〉東部・中部・西部 各1回、186人 〈情報発信編〉3回、52人 〈地域づくり編〉3回、51人 〈商品づくり実践編〉3回、77人</li> <li>観光商品の造成・磨き上げ ⇒H30：商品化69件、うちOTA販売63件 ⇒R元：商品化77件、うちOTA販売60件</li> <li>地域観光クラスター分科会の開催支援による事業者連携の推進 ⇒H30：地域観光クラスター15件 ⇒R元：地域観光クラスター21件</li> </ul>	<p>創生塾を通じたアウトドア・自然体験商品(地域観光クラスターを含む)の販売</p> <p>－(H29) ↓ 60商品(R元)</p>	77商品(R元)		A+	<p>○「土佐の観光創生塾」において、観光商品の造成・磨き上げや、継続した販売に繋げる手法を学び、地域資源を活用した観光商品が造成・販売されるなど、事業者の育成に繋がっている。</p> <p>○参加事業者を中心とした地域観光クラスターが形成され、周遊促進や消費拡大につながる仕組みづくりが進んでいる。</p>	
	◆民間活力を積極的に導入した観光地づくり	<p>○市町村物件と観光開発の意向がある有望民間企業のピックアップを進め、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。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市町村遊休資産等実態調査の実施</li> <li>市町村向け遊休資産等活用説明会の開催</li> <li>観光資源オーディションの開催 R元：計2回</li> <li>民間企業に対する個別ファムツアーの実施</li> </ul>	<p>観光資源オーディションの開催 第1回(R元.7月) ⇒3件マッチング成立、ファムツアー実施 第2回(R元.10月) ⇒参加企業5社確保もプレゼン市町村なく、参加4社、ファムツアー実施もマッチング不成立</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>民間企業に対する個別ファムツアーの実施 ⇒H30：5社 R元：のべ11社(7企業)</li> </ul>	<p>民間活力の導入件数</p> <p>－(H30) ↓ 3件 (H30～R元累計)</p>	3件(H30～R元累計)		A+	<p>○第1回観光資源オーディションにより、市町村と民間事業者とのマッチングが成立し、事業化。3件ともR2年度に施設オープン予定。</p>	
	◆アウトドア拠点など核となる観光地づくりの推進と再活性化	<p>○全国からの誘客につながる、本県の豊かな自然を生かしたアウトドア拠点の整備や地域が主体となった観光地づくりを総合的に支援するため、観光拠点の施設の整備や再活性化をはじめ、観光商品のさらなる磨き上げや観光資源の創出、「土佐の観光創生塾」受講者による連携の取組などを支援。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市町村等と連携した観光地づくり 観光拠点等整備事業費補助金による支援 H28：25件、H29：12件、H30：50件、 R元：42件 地域観光推進交付金による支援 H29～：2件 地域観光振興交付金による支援 H30～：4件、R元～：3件</li> <li>足摺海洋館リニューアルに向けた施設整備、指定管理者制度の導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全国から誘客できるアウトドア拠点や核となる観光拠点の整備と再活性化 ⇒H27～R元：12か所 〈アウトドアメーカー等の監修・運営による新たなアウトドア拠点のオープン〉 H30：ノビ-クおちん淀川キャンプフィールド等 R元：ノビ-ク土佐清水キャンプフィールド、 ノビ-クかわの駅おち、 モバルアウトドアイルック 本山 等</li> </ul>	<p>全国から誘客できるアウトドア拠点や核となる観光拠点の整備と再活性化</p> <p>2か所(H27) ↓ 10か所 (H27～R元累計)</p>	12か所(H27～R元累計)		A+	<p>○全国的なブランド力を有する企業の監修によるアウトドア拠点が新たにオープンするなど、全国から誘客できる観光拠点の整備が進んでいる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>目標を上回る核となる観光拠点の整備が完了。</li> <li>核となる観光拠点の周辺施設の入込が増加するなど、波及効果も表れてきている。</li> </ul>	

戦略の柱	取組方針	取組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値、実績		総括		
				目標値 (出発点 ↓ 目標)	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取組みについて、成果を踏まえた総合評価	
						第4期産業振興計画における展開 「次のステージに向けた方向性」(実行3年半の総括)を現状に更新		
	◆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)の促進支援と売れる観光商品づくり(産業観光を含む)	○地域地域における自律的・持続的な観光地づくりの推進及び地域観光を担う人材の育成に向け、「土佐の観光創生塾」を開催し、地域コーディネーターを配置するとともに、地域観光クラスター化を促進するための取組を支援。  ・「土佐の観光創生塾」の開催 H28：東部・中央・西部 各6回 H29：全体1回、東部・中央・西部 各5回 ・地域コーディネーターのハンズオン支援による観光商品の造成・磨き上げ及び地域観光クラスター形成支援	・「土佐の観光創生塾」の開催 H28：東部・中央・西部 各6回、82人 H29：全体 1回、東部・中央・西部 各5回、88人 ・観光商品の造成・磨き上げ ⇒H28：商品化26件 H29：商品化34件 (H27：商品化22件) ・地域観光クラスター形成支援による事業者連携の推進 ⇒H28～29：地域観光クラスター24件	地域観光クラスター化の促進  ↓ 24クラスター (H28～29累計)	24クラスター(H28～29累計)	A+	○講座やワークショップ、地域コーディネーターのハンズオン支援により、観光事業者の商品造能力が向上した。 ○参加事業者を中心とした地域観光クラスターが形成され、周遊促進や消費拡大につながる仕組みづくりが進んだ。	OH29終了(内容を拡充して継続)
2	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	○広域観光組織が地域の観光地づくりをマネジメントしていくために必要な事業を展開するための体制づくりや周遊観光の推進、「土佐の観光創生塾」の開催や地域コーディネーターの配置による広域観光職員のスキルアップなど、広域的な観光地づくりを総合的に支援。  ・広域観光推進事業費補助金による支援 H28：7件、H29：6件、H30：6件、R元：6件 ・地域観光コーディネーターによるOJT支援 ・地域博覧会の開催支援	・広域観光推進事業費補助金による支援 H28：7件、H29：6件、H30：6件、R元：6件 ・地域観光コーディネーターによるOJT支援 ⇒H30法人化：4か所(東部観光協議会、物部川IDMO協議会、仁淀ブルー観光協議会、幡多広域観光協議会) ⇒H30日本版DMO法人に正式登録：1か所(幡多広域観光協議会) ⇒R元日本版DMO法人に正式登録：2か所(東部観光協議会、仁淀ブルー観光協議会) ⇒R元日本版DMO候補法人に登録：1か所(物部川IDMO協議会) ・地域博覧会の開催支援 「奥四万十博」(H28.4.10～12.25) 「土佐れいほく博」(R元.7.7～12.25) ⇒H29：奥四万十観光協議会、土佐れいほく博推進協議会設立	①広域観光組織の法人化 3か所(H27) ↓ 5か所 (H27～R元累計)  ②嶺北地域の主要観光施設及び主要宿泊施設の入込数 ・主要観光施設 対過去3か年(H27～29)平均20%増(R元)  主要宿泊施設 対過去3か年(H27～29)平均10%増(R元)	4か所 (H27～R元累計)  1%減(R元)  30%増(R元)	A-  B  A+	○新たに、物部川IDMO協議会が法人化し、幡多、東部、仁淀川は日本版DMO法人への本登録、物部川は日本版DMO候補法人に登録される等、各広域観光組織において、それぞれのステージに応じた機能強化が図られた  ○高幡地域では、H29に奥四万十観光協議会が設立し、嶺北地域では、「土佐れいほく博」の開催を通じた広域観光の取組を進めており、地域博覧会の開催を契機とした広域観光の仕組みづくりが進んでいる。  ○嶺北地域の主要観光施設(既存8施設)の入込数については1%減となったが、R元に新たにオープンした拠点施設の入込数を加えた比較では17%増となり、嶺北地域への入込数は全体で増加している。  <課題> ・広域観光組織を担う人材の確保・育成と、地域の関係者との連携強化 ・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	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続するとともに、広域観光組織の体制及び機能強化に向けた支援を強化する。 ・稼げる観光地づくりを広域観光組織が舵取り役となって推進できるよう、各組織の熟度に応じて、人材の配置や育成等の必要な機能強化への支援を行う。
	◆地域コーディネーターの配置	○広域観光組織の自律化や地域観光を担う人材の育成に向けて旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターを配置し、広域観光組織の機能強化のためのOJT支援や「土佐の観光創生塾」受講者へのハンズオン支援などを実施。	・「土佐の観光創生塾」における地域コーディネーターによるハンズオン支援 H28：延べ247日(3エリア) H29：延べ421日(3エリア) H30：延べ328日(3エリア) R元：延べ325日(3エリア) ⇒受講者数：延べ322人(H28～R元) 旅行会社等販売商品：延べ206件(H28～R元) ・地域観光コーディネーターによるOJT支援 H28：131日(幡多) H29：146日(全域) H30：141日(全域) R元：143日(全域)	地域コーディネーターの配置  ↓ 2エリア(H27) ↓ 3エリア (H27～R元累計)	3エリア(H27～R元累計)	A+	○地域コーディネーターのきめ細かなハンズオン支援により、観光事業者の商品造能力が向上した。 ○広域観光組織へのOJT支援により、旅行会社とのパイプづくりや商品造成のノウハウが蓄積され、観光事業者へのアドバイスが向上した。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・商品造成・販売力向上に向けた支援を引き続き実施するとともに、観光地づくりの中心人物となる人材の育成に取り組んでいく。
3	自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進 ◆サイクリングツーリズムの取組強化(県推奨サイクリングコースのPRとサイクリング環境整備の促進)	○県推奨サイクリングコースのホームページによるPR、コースマップの配布及びプロモーション動画の作成に加え、台湾などから誘客を図るための外国語版マップを作成するなど、国内・外への情報発信の取組を強化する ○安全かつ快適にサイクリングを楽しんでいただくため、サイクリング環境の整備に向けて関係機関が連携して取組を行う ○サイクリストが高知で走るきっかけとするため、サイクリングイベントの開催支援を行う  ・国内外へのPRの実施:予算額H29～R元：3,800千円 ・サイクリング環境の整備:予算額H29～R元：1,500千円 ・四国4県連携事業の実施:H29～R元：サイクリングアイランド四国推進協議会の開催:4回	・ぐるっと高知サイクリングロードのPR動画や多言語コースマップの作成 ・サイクリングイベントへの出展：2回(その他2回については新型コロナウイルスにより中止) ・県推奨サイクリングコース「ぐるっと高知サイクリングロード」を県内全域に43コース設定(上級者・中級者向けコース全15コース/観光・ファミリー向けコース28コース) ・「こうちサイクルオアシス」を77カ所設置 ・「ぐるっと高知サイクリングロード」へのブルーライン及びフットサインを整備(H26～R2整備完了) ・「サイクリングアイランド四国」において、4県連携事業の実施 「サイクリングイベントキャンペーン(スタンプラリー形式)」 「四国一周チャレンジ1,000kmプロジェクト」 「おもてなしサポーター制度」 ⇒県内サイクリングイベント参加者増	サイクリングイベントの県外からの参加者数 927人(H27) ↓ 2,000人(R元)	1,138人(R元)	A-	○サイクリングイベントの県外からの参加者数が、目標値を下回ったが、「ぐるっと高知サイクリングロード」、「サイクリングアイランド四国」の認知度向上により、出発点と比較して県外からの参加者が増加している  ・「自然環境を生かしたスポーツ大会支援事業助成金」の活用により、サイクリングイベントが増加し、自立している H28年度 安芸・室戸バシフィックライド(2,000千円)第2回大会 H29年度 安芸・室戸バシフィックライド(1,000千円)第3回大会 H30年度 仁淀ブルーライド(3,000千円)第1回大会 R元年度 仁淀ブルーライド(2,000千円)第2回大会  <課題> ・「ぐるっと高知サイクリングロード」の国内外への更なるPR	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する  ・高知県公式サイクリングサイトのホームページを活用した情報発信等や、サイクリング環境整備への活用を目的とした、サイクリングツーリズムを実施している市町村のキーパーソンからのヒアリングの実施 ・「サイクリングアイランド四国」での4県連携強化

戦略の柱	取組方針	取組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値、実績		総括		
				目標値 (出发点 ↓ 目標)	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取組みについて、成果を踏まえた総合評価	
	◆具体的な取組み							第4期産業振興計画における展開 「次のステージに向けた方向性」(実行3年半の総括)を現況に更新
	◆自然を生かしたスポーツイベントの開催促進	○県外からの誘客を図るため、本県の強みである自然を生かしたイベントの立上げなどの開催支援を行う ・自然環境を生かしたスポーツ大会支援 (予算額：H29～R元：2,260千円)	・自然環境を生かしたスポーツ大会支援 H28年度 安芸・室戸パシフィックライド 228人 H29年度 安芸・室戸パシフィックライド 199人 H30年度 高知仁淀ブルーライド 210人 R元年度 高知仁淀ブルーライド 340人	自然環境を生かしたスポーツ大会支援事業助成金申請件数(開始3年以内の新規イベント) - (H27) ↓ 6大会(1,750人)	4大会(977人)(R元)	A	○自然環境を生かしたスポーツ大会開催への支援については、目標値を下回るものの、県外観客数の増に寄与している ・H28～R元年度で、延べ4大会に活用し、延べ977人の県外客を誘客 ＜課題＞ ・各市町村等の関係団体とのさらなる情報共有 ・サイクリング以外の多様なイベント創出に向けた検討が必要	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する ・最大3年間の開催支援後、自立するとともに、継続した大会開催を目指す ・市町村等の関係団体との連携強化
2 効果的なセールス&プロモーション								
1 効果的な広報・セールス活動の展開								
	◆「自然&体験キャンペーン」の開催	○自然景観や自然を活かした体験を前面に出した全県的な観光キャンペーンを展開することとし、これまで整えてきた歴史、食とあわせて観光基盤を整備しプロモーション活動を展開することで、持続的な観光振興につなげていく ・キャンペーン特設ウェブサイト開設(H31.2.1)	○R元年度キャンペーン開催実績 ・特設サイト体験プログラム登録数 584件 ・特設サイトPV数 1,337,241PV (対維新博第一幕比166.7%) ⇒県内の主な観光施設(67施設)の入込客数 3,159,114人(対前年比93.0%) ⇒観光施設(11施設)体験プログラム(11事業者)利用状況 ・観光施設 490,205人(対前年比127.5%) ※H30年度(対象：8施設)との比較 ・体験プログラム 66,549人(対前年比104.8%) ⇒スタートイベント・エリアイベント来場者数 スタートイベント(こうち旅広場)、エリアイベント(東部、中部、西部) 合計来場者数：約22,100人 2ndシーズンスタートイベント(仁淀川) 約2,000人	特設ウェブサイトのアクセス数 - (H30) ↓ 75万PV (H31.2～R元累計)	1,337,241PV (H31.2～R元累計)	A+	○さまざまな取組みの成果が実際に数字に現れてきているものと捉えており、順調にキャンペーンのスタートダッシュをきることができた。 ・年度末時点での特設ウェブサイトのPV数は133万PVを超え、キャンペーン開始からの達成率178.3%。 ・体験プログラム登録数は600件以上。 ・県内の主な観光施設や体験プログラムの利用者数についても対前年を上回る入込数を記録している。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」：令和3年3月31日まで(予定)
	◆国内外のマスメディアやSNSを活用した情報発信の強化	○全国及び海外における本県観光の認知度拡大、誘客促進を図るため、首都圏等のマスメディアへの積極的な情報発信を実施することにより、テレビ・雑誌等の媒体で取り上げてもらうパブリシティ活動を強化する	○首都圏等でのマスメディアの情報発信 ・R元年度露出本数と広告費換算額 本数：395件(TV23、ラジオ2、雑誌3、新聞4、ウェブ363) 広告換算額：77.0億円 (参考) H26：167件、29.6億円 H27：201件、55.6億円 H28：279件、22.4億円 H29：546件、30.6億円 H30：568件、61.0億円	マスメディア等の媒体での露出件数 201件(H27) ↓ 401件以上(R元)	395件(R元)	A	○露出件数は目標値をやや下回ったものの、広告換算額はこれまでで最も高くなっており、これまでの積み重ねが効果の高い露出につながっていると考えられる。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。
	◆観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信	○観光客が、スマートフォンから容易に高知県の観光情報等が取得できるよう、地図サポートアプリケーションを制作し、観光情報の発信を行うとともに、利用者の移動の利便性を向上させることにより、周遊促進を図る ・観光サポートアプリ作成(H28.4.1)	・アプリダウンロード数 H28年度：9,578件 H29年度：5,796件 H30年度：2,187件 R元年度：1,947件 19,508件(H28～R2.3末累計)	観光サポートアプリのダウンロード数 - (H27) ↓ 1万件(H28～R元累計)	19,508件(H28～R元累計)	A+	○H28年度から運用開始し、R元年度末時点で目標のダウンロード数を達成している。 ○リリースから4年が経過し、ダウンロード数は減少傾向にある。	○これまでの成果を踏まえ、事業の継続を検討する。 ・アプリの機能改善や周知広報だけでなく、「よさこいネット」のスマートフォン対応化なども含めて、今後のスマートフォン・タブレットでの情報提供のあり方を検討していく。
	◆四国ツーリズム創造機構の四国DMOに向けた連携	○四国を一つの観光地域としてマーケティングやマネジメント等を行うことのできる観光地域づくり組織(DMO化)の立ち上げに向けた支援を実施する ・香川・高知両県知事会議での協力依頼(H29.5.11) ・愛媛・高知交流会議での協力依頼(H29.5.22) ・四国知事会議での協力依頼(H29.6.5)	⇒H30.12. 一般社団法人化 ⇒H31.3 日本版DMO法人登録 ⇒R元.5 第四次観光交流戦略(R元年度から3年間の戦略)の策定	H30年度中のDMO化 - (H29) ↓ 法人格の取得・DMO法人登録(H30)	法人格の取得・DMO法人登録(H31.3)	A+	○当初のスケジュールから遅れることなく、H30.12に一般社団法人化、H31.3に日本版DMO法人登録に至った。 ・第四次観光交流戦略(2019から3年間の戦略)の策定(R元.5.15) ＜コンセプト＞ ■ 国内外での「四国(shikoku)」の認知度向上 ■ リピーターを含めた個人旅行者の誘客・四国周遊の促進 ■ 四国地域活性化の舵取り役 戦略1 四国の知名度を高める 戦略2 国内大都市などからの誘客 戦略3 外国人観光客誘客 戦略4 機構の運営基盤強化	○今後も継続して連携し取組を推進する ・四国ブランドの構築、磨き上げ、情報発信 ・運輸事業者と連携した誘客、旅行会社と連携した誘客 ・四国が組み込まれた旅行商品の造成、四国遍路をフックとした事業展開 ・民間活力を活用した国際的に通用する観光地づくりのバックアップ

戦略の柱	取組方針	取組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値、実績		総括		
				目標値 (出発点 ↓ 目標)	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取組みについて、成果を踏まえた総評価	
	◆具体的な取組み							第4期産業振興計画における展開 「次のステージに向けた方向性」(実行3年半の総括)を現状に更新
	◆「志国高知 幕末維新博」の開催	<p>○大政奉還150年にあたる平成29年と、明治維新150年にあたる平成30年を大きなチャンスと捉え、「志国高知 幕末維新博」を開催する</p> <p>○博覧会を通して、県内の様々な史跡などの歴史資源を磨き上げ、地域地域に歴史観光の基盤を整える</p> <p>○磨き上げた歴史資源と、地域の食・自然などが一体となった周遊コースを作り上げ、地域の産業群となる観光クラスターを整備し、博覧会終了後の持続的な観光振興につなげられるよう取組む</p> <p>・第一幕：H29.3.4～H30.4.20 ・第二幕：H30.4.21～H31.1.31</p>	<p>・H29年度広告換算額：1,772,326千円 ・H30年度広告換算額：3,801,061千円</p> <p>・旅行会社への観光説明会の開催やセールス活動(延べ17箇所、317社、1,093人参加) ・旅行会社への個別訪問(329件)</p> <p>⇒博覧会期間中、全25会場への入館者数 3,340,262人</p>	<p>①メイン会場(県立坂本龍馬記念館)の入館者数 ※H30.4.21オープン 13万人(H28) ↓ 15万人(H30)</p> <p>②メイン会場(県立高知城歴史博物館)の年間入館者数 ※H29.3.4オープン -(H27) ↓ 12万人(H30)</p>	16.9万人(H30)	A+	時事や季節に応じたプロモーションの展開により、博覧会の開催期間中、高知県の県外観光客入込数は平成29年には過去最高の440万人、平成30年には豪雨や台風の影響があったものの、国の観光復興に向けた取組や幕末維新博関連のイベントが功を奏したこともあって約441万人と、それぞれNHK大河ドラマ「龍馬伝」が放送された平成22年の435万人を上回るなど、多くの観光誘客を達成することができた。	<p>○これまでの成果を踏まえ、歴史観光の取組を推進する</p> <p>・一過性のもので終わらせないよう引き続き、各歴史施設へのハード整備や専門的知識を有する調査&amp;研究チームによる企画展の後押しなどソフト面の取組を支援する。</p> <p>・「志国高知 幕末維新博」からバトンタッチした「リョーマの休日～自然&amp;体験キャンペーン～」では自然や体験を前面に出していきつつも、この博覧会において磨き上げてきた資源を生かしたセールスやプロモーションを展開する</p>
	◆ポスト幕末維新博に向けた準備対応(キャンペーン戦略の策定と一部先行実施)	<p>○自然景観や自然を活かした体験を前面に出した全県的な観光キャンペーンを展開することとし、これまで整えてきた歴史、食とあわせて観光基盤を整備しプロモーション活動を展開することで、持続的な観光振興につなげていく</p> <p>・キャンペーン特設ウェブサイト開設(H31.2.1)</p>	<p>○H30年度キャンペーン開催実績(2/1～3/31)</p> <p>・特設サイト体験プログラム登録数 387件 ・特設サイトPV数 230,419PV</p>	<p>キャンペーンサイトの構築 -(H29) ↓ キャンペーンサイトの構築(H30)</p>	特設ウェブサイトの開設(H30)	A+	H31.2.1より「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」がスタート。キャンペーンの特設サイトのPV数も順調に推移している。	<p>○H30終了</p> <p>・今後は「リョーマの休日～自然&amp;体験キャンペーン～」の開催として取組みを進める。</p>
2	自然環境を生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チュアスポーツ合宿・大会の誘致の強化	<p>○県、(公財)高知県観光コンベンション協会、市町村、競技団体等が連携を密にし、春野総合運動公園や土佐西南大規模公園の施設整備に合わせて、大学、社会人等のアマチュアスポーツの合宿・大会誘致を強化する。また、年間を通じた合宿、大会の受入のため、障害者スポーツ等の新たなターゲットの開拓にも取組む</p> <p>・アマチュア合宿助成金((公財)高知県観光コンベンション協会、H26～R元：92,817千円)</p>	<p>・(公財)高知県観光コンベンション協会のアマチュア合宿助成金を活用した誘致17,001人泊(R元年度実績)⇒(H26～R元年度)：延べ86,456人泊</p> <p>・(公財)高知県観光コンベンション協会のスポーツ大会助成金を活用した誘致19,299人泊(R元年度実績)⇒(H26～R元年度)：延べ139,368人泊</p>	<p>アマチュアスポーツ合宿による県外宿泊者数(人泊) 35,536人泊(H27) ↓ 55,000人泊</p>	36,300人泊(R元) <内訳> 合宿：17,001人泊 大会：19,299人泊	A-	<p>○プロ・アマチュアスポーツのキャンプ及び大会を誘致するに当たり、競技毎に、課題の明確化、ターゲット先の選定を図り、(公財)高知県観光コンベンション協会と連携して、アマチュア合宿・大会誘致に取り組んできた</p> <p>・(公財)高知県観光コンベンション協会の助成金活用について、市町村などの関係機関に機会を捉えて周知し、活用を促進している</p> <p>・R元年度は大規模な大会が少なかったため、H30年度と比較して、宿泊者数が6,382人減少した</p> <p>&lt;課題&gt; ・さらなるアマチュアスポーツ合宿や大会の誘致が必要 ・県内のチーム、競技団体の競技力向上につなげることが必要</p>	<p>○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する</p> <p>・アマチュアスポーツの合宿や大会の誘致を行い、交流人口の拡大、地域経済の活性化につなげる</p> <p>・県内強豪校・チーム、競技団体等のキーパーソンの確保</p> <p>・高知県の競技力向上を見据えて、高知県スポーツ協会とも連携した、競技特性を踏まえた効果的な誘致対策の検討</p>

戦略の柱	取組方針	取組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕	目標値、実績		総括		
				目標値 〔出発点〕 ↓ 目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取組みについて、成果を踏まえた総合評価	
	◆具体的な取組み							第4期産業振興計画における展開 「次のステージに向けた方向性」(実行3年半の総括)を現状に更新
	◆2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、ラグビーワールドカップ2019の事前チームキャンプ等の誘致・受入	<p>○2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会及びラグビーワールドカップ2019の日本開催を好機と捉え、関係機関と連携し、事前チームキャンプ等の誘致活動や受入環境の整備を行う</p> <p>○大会終了後は、受入国との継続した交流を図り、地域の活性化につなげるとともに、受入により培ったノウハウをトップリーグチーム等の合宿誘致・受入に生かす</p> <p>・ホストタウン登録国（オランダ、シンガポール、オーストラリア、チェコ、トンガ、ハンガリー、キルギス）等を中心としたスポーツ交流活動の実施、関係者の招へい、合宿受入など</p>	<p>【2020東京オリパラ事前合宿誘致関係】</p> <p>・2020東京オリンピック事前合宿決定 チェコ（カヌー、陸上、水泳） シンガポール（バドミントン、水泳） ※事前合宿は2021年に延長（再度協議中）</p> <p>・ホストタウン関係事業 合宿、スポーツ交流 11回 視察 1回 交流等 2回</p> <p>⇒合宿等期間中に、世界レベルの指導者や競技者等と触れ合う機会が提供された ⇒合宿等で訪れたトップアスリート等のSNSによる情報発信が行われた</p> <p>【ラグビーワールドカップ2019関係】</p> <p>・ラグビーワールドカップ2019トンガ代表事前キャンプの実施決定（R元9.9～13実施）</p> <p>・ラトゥ氏の高知県ラグビー特別強化コーチ就任により、H30年高校国体7位入賞</p>	<p>①2020年オリンピック・パラリンピック競技大会の事前合宿や視察等の受入回数 -（H27） ↓ 12回以上</p>	14回（R元）	A+	<p>○継続した誘致活動によりチェコ（カヌー、陸上、水泳）、シンガポール（バドミントン、水泳）の事前合宿実施が決定した ※オリンピックの延期に伴い事前合宿も2021年に延期となり、現在協議中</p> <p>○大会後のレガシーとして、ホストタウン国とのスポーツ交流などが創出されてきた シンガポール（高知県）、チェコ（須崎市及び県ソフトボール、カヌー協会）、オランダ（宿毛市及び県サッカー協会）、オーストラリア（県ソフトボール協会）</p> <p>&lt;課題&gt; ・事前合宿受入（2021年）に向けて関係者と再度協議する必要がある ・オリパラに向けた機運の醸成をさらに進める必要がある</p>	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する ・事前合宿（2021年、チェコ及びシンガポール）に向けた受入体制の構築 ・市町村や競技団体と連携したレガシーの構築 ・オリパラに向けた機運醸成の取組みの促進
				<p>②ラグビーワールドカップ2019代表チームの事前キャンプ等の受入チーム数 -（H27） ↓ 1チーム以上</p>	1チーム（R元）	A+	<p>○継続した誘致活動によりラグビーワールドカップ2019トンガ代表の事前キャンプを本県で実施した</p> <p>○ラグビーワールドカップ2019トンガ代表事前キャンプを受入れたことで、ラトゥ氏を筆頭とした、トンガコミュニティとのネットワークが構築できたことにより、県内高校の競技力の向上及び国際交流が深化した</p> <p>○トンガ代表の受入により、県内の機運醸成や、県民が一流のラグビー競技を体感できる機会を作った</p> <p>&lt;課題&gt; ・県民へのラグビーの周知の徹底 ・トンガ代表事前キャンプ受入後の更なるレガシー創出</p>	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する ・レガシーとして、競技力向上、国際交流をテーマとした、トンガコミュニティとのネットワークを確保していく
	◆高知龍馬マラソンの開催	<p>○高知龍馬マラソンの開催を通じて、県民のスポーツや健康への関心を高めるとともに、県内外、国外から多くの方に参加いただくため、安心・安全な大会運営や魅力的な大会づくりを行う</p> <p>・高知龍馬マラソンの開催（H26～）</p>	<p>・高知龍馬マラソン県外出走者 H26年度 3,227人（県内外出走者6,543人） H27年度 4,048人（県内外出走者8,176人、海外出走者数37人） H28年度 4,621人（県内外出走者10,140人、海外出走者数43人） H29年度 4,777人（県内外出走者11,194人、海外出走者数26人） H30年度 4,949人（県内外出走者11,956人、海外出走者数34人） R元年度 4,819人（県内外出走者11,816人、海外出走者数16人）</p> <p>⇒経済波及効果の直近値（R元年度）は、479,470千円</p>	高知龍馬マラソンへの出走者数 8,176人（H27） ↓ 1万人規模の大会継続	11,816人（R元）	A+	<p>○当初3000人規模の大会から年々参加者を増やし、平成28年度から参加者1万人を突破した。沿道の途切れぬ応援などが参加者から好評で多くのリピーターを獲得し、1万人を突破してなお、エントリー者数は増加し続けている また、R元年度は、大会当日雨天にもかかわらず、出走者数はH30年度と比較して微減にとどまった</p> <p>○新型コロナウイルス感染症対策として、国内及び海外の感染状況と他大会の情報を総合的に判断し、ランナーへの注意喚起、スタッフへのマスク配布、消毒液の設置、注意喚起ポスターの掲示、海外ランナーへの参加の再検討要請連絡等を実施した</p> <p>○雨天対策として救護備品を増やすとともに、手荷物返却場所を体育館に移した結果、スムーズな返却が行えた</p> <p>&lt;課題&gt; ・感染症に係る情報収集を徹底した、適切な感染症対策 ・雨天対策の強化 ・大会規模の拡大に応じた受入体制の強化</p>	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する ・現在の参加者数を維持しつつ、警備計画の強化や救護体制の見直し等を行い、より安心・安全な大会づくりを目指す ・感染症や、雨天時に備えて、適切な対策を講じる
3	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	<p>○県の協定締結企業や観光特使など、誘致先となり得るネットワークを最大限活用し、企業研修や企業ミーティング、学会等の誘致を進める</p> <p>○あわせて、本県の強みである食や自然を生かした、他県にはない魅力的なメニューの提案を行う</p> <p>・県外セールスの実施（ゆかりの企業除く）</p>	<p>・県外セールス実績（ゆかりの企業除く） H28 10件 H29 26件 H30 25件 R元 24件</p> <p>⇒コンベンション誘致実績（件数）（県外参加者数） H27 70件 19,373人 H28 104件 35,633人 H29 120件 30,531人 H30 123件 30,805人 R元 107件 35,433人</p>	コンベンション等の開催件数  55件（H26） ↓ 106件（R元）	107件（R元）	A+	<p>○県の協定締結企業や観光特使など、誘致先となり得るネットワークを最大限活用し、企業研修や企業ミーティング、学会等の誘致を進めることにより、出発点と比較して開催件数は増加傾向にある。</p> <p>&lt;課題&gt; ・県内関係者との人脈構築 ・会場施設など関係機関との連携 協会が把握していない大会の情報収集を行う →助成支援、パンフレットの提供 →満足度の向上</p>	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・県内会場施設やイベント運営会社との情報共有 ・県内の大学や、支部などへの営業活動の強化 ・他県のコンベンション関係団体との連携を強化し、情報を共有・連携して誘致に取り組む。

戦略の柱	取組方針	取組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕	目標値、実績		総括		
				目標値 〔出発点 ↓ 目標〕	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取組みについて、成果を踏まえた総合評価	
	◆具体的な取組み							第4期産業振興計画における展開 〔「次のステージに向けた方向性」(実行3年半の総括)を現状に更新〕
	◆大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート	○大会を受け入れる業界団体や大学等との連携を強化するとともに、地元事務局となる県内の大学等との関係強化を図る ○また、会場基盤や地理的条件など本県の弱みを補完し、強みである「食」や「自然」などを生かした特色ある高知流MICEの企画・調整を行う  ・県内セールスの実施 ・高知家流MICE連絡会の実施 H28 1回 H29 1回 ・MICE企画書の作成	・県内セールス実績 H28 121件 H29 156件 H30 173件 R元 56件  ⇒コンベンション誘致実績 (件数) (県外参加者数) H27 70件 19,373人 H28 104件 35,633人 H29 120件 30,531人 H30 123件 30,805人 R元 107件 35,433人	同上	同上	同上	○県の協定締結企業や観光特使など、誘致先となり得るネットワークを最大限活用し、企業研修や企業ミーティング、学会等の誘致を進めることにより、出発点と比較して開催件数は増加傾向にある。  <課題> ・会場及び宿泊施設等の受入基盤が弱く2,000~3,000人以上の規模の大会誘致が困難 ・助成等の支援以外の魅力、ユニークバニエールの開発不足	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・助成金以外の高知県の魅力を発信 (ユニークバニエール・アフターMICE素材等)
	◆高知県ゆかりの企業へのアプローチ	○明治期に高知出身の人物が創業・発展に携わり、殖産興業の発展に寄与したゆかりの企業に対し、幅広い視点からアプローチを行う	・高知県ゆかりの企業セールス実績 H28 0件 H29 26件 H30 28件 R元 26件  ⇒タイアップ実績 (件数) H30 1件 R元 0件	ゆかりの企業とのタイアップの件数  - (H29) ↓ 8件 (R元)	0件 (R元)  1件 (H30~R元)	A-	○セールスによりタイアップにつながった実績はあり、ゆかりの企業へのセールスは継続しているが、企業・団体の単位での実績件数がまだまだ少ない  <課題> ・コンベンション開催につながるPR	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・高知県ゆかりの企業を中心とした研修や報奨旅行の誘致に取り組む
3 OMOTENASHI(おもてなし)の推進								
1 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								
	◆龍馬パスポートの継続と拡充	○高知県を訪れる観光客の県内周遊を促進するためのツールとして、また、リピーターとなるきっかけづくりを行うため、「龍馬パスポート」事業を継続・拡充する	・龍馬パスポートの利用者数 H30.7.27 20万人突破 R2.3.31時点 230,046人(県外利用者81%) ⇒周遊促進につながる	龍馬パスポート(青)の利用者数  146,902人(H27) ↓ 23万人(H27~R元累計)	230,046人(H27~R元累計)	A+	○R元年度末時点で23万人以上の利用者があり、目標達成。 ○利用者の半数以上が県外利用者であり、県外観光客の周遊促進に効果があった。	○事業の継続、拡充を検討 ・「龍馬パスポート」としてR2年度以降も事業継続。 ・現在のパスポートの良さも踏まえつつ、長期的には電子化も検討
	◆きめ細やかな観光情報の提供(県内広域7カ所(ブロック)全てに外国人観光案内所の設置)	○きめ細やかな観光情報を提供するため、観光案内所の機能強化を図る  ・県内広域7ブロックに外国人観光案内所の設置を進める	・外国人観光案内所の設置 ⇒6ブロック17カ所(R元)	①外国人観光案内所の設置箇所数  3カ所(H26) ↓ 15カ所(H27~R元累計)	17カ所(R元)	A+	○県内広域6ブロックに外国人観光案内所が設置され、設置箇所数は目標を上回った。	○これまでの成果を踏まえ事業を継続する。 ・自然&体験キャンペーンの展開や更なる周遊促進のため、引き続き7ブロック全てでの外国人観光案内所の設置に向けた支援を継続するとともに、観光案内所の機能強化に取り組む。
		・県全域の観光案内ができる総合案内所、県内広域7ブロックの拠点となる観光案内所の設置を進める	・総合案内所と拠点となる案内所の数 ⇒14カ所(R元)	②総合案内所、拠点となる案内所の設置箇所数  13カ所(H30) ↓ 14カ所(H30~R元累計)	14カ所(R元)	A+	○県内広域7ブロックそれぞれに総合案内所又は拠点となる案内所の設置がされ、目標を達成した。	
	◆観光基盤の整備(受入態勢の充実)	○外国人観光客の満足度を高めるため、受入基盤を整備する  ・飲食店の多言語メニュー作成の支援及び普及拡大  ・多言語メニュー作成支援システムの構築	・飲食店の多言語メニュー作成の支援及び普及拡大 ⇒登録数329店舗(R元.8月末)	①メニューを多言語化した飲食店の数  - (H27) ↓ 800店舗(H27~R元累計)	登録数:340店舗(H27~R元累計)	A-	○H30年度には、システム保守管理委託先事業者や商工会議所等と連携した登録促進の取り組みを開始した結果、登録数を129店舗と大幅に純増することができた。  <課題> 多言語メニューのメリットを感じていない店舗が多いことや、多言語メニューを作成する人員が割けないこと等により、登録店舗数が伸びない。	○事業の継続を含め検討する。 ・登録方法だけでなく、メニュー用の写真撮影方法や外国人観光客の嗜好等、店舗に有益な情報をあわせて提供することで、当サイト利用の付加価値を高める。
		・主要観光地への津波避難場所等を表示した多言語案内板の設置	・主要観光地への津波避難場所等を表示した多言語案内板の設置 ⇒30カ所(H29末)	②津波避難多言語案内板の設置数  3カ所(H27) ↓ 30カ所(H27~29累計)	30カ所(H27~29累計)	A+	○目標どおり津波浸水想定区域に県が設置した広域観光案内版及び観光地における多言語避難看板の設置が完了した。	○H29終了

戦略の柱	取組方針	取組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値、実績		総括		
				目標値 (出发点) ↓ 目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取組みについて、成果を踏まえた総合評価	
								第4期産業振興計画における展開 「次のステージに向けた方向性」(実行3年半の総括)を現状に更新
	◆具体的な取組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光施設・観光地等への無料Wi-Fi環境の整備</li> <li>無料Wi-Fi認証手続きの簡素化の推進</li> <li>高知県外国人観光客向けFree Wi-Fi整備推進協議会の開催：3回（H29～30累計）</li> <li>外国人観光客とのコミュニケーション力の向上のための研修の実施</li> <li>研修会の実施エリア：8エリア（H29～R元累計）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光施設・観光地等への無料Wi-Fi環境の整備 ⇒89か所（R元）</li> <li>無料Wi-Fi認証手続きの簡素化の推進 ⇒協議会への参画市町村数：34市町村（H29末）</li> <li>外国人観光客とのコミュニケーション力の向上のための研修の受講者数 ⇒109事業者（H30～R元）</li> </ul>	③無料Wi-Fi環境の整備箇所数 19か所（H27） ↓ 87か所（H27～29累計）	89か所（R元）	A+	○県内観光施設におけるWi-Fi環境の整備が進んだ。 ・89（整備数）/91（対象施設数）	○R元終了 ・今後も観光客の満足度をさらに高める受入環境の整備の一環で取り組む。
		<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人観光客とのコミュニケーション力の向上のための研修の実施</li> <li>研修会の実施エリア：8エリア（H29～R元累計）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人観光客とのコミュニケーション力の向上のための研修の受講者数 ⇒109事業者（H30～R元）</li> </ul>	④Free Spotを含むWi-Fi提供市町村の協議会への参画数 -（H28） ↓ 25市町村以上（H29）	34市町村（H29）	A+	○県内34市町村の参画のもと、外国人観光客が新たな認証手続きなしに利用できるWi-Fi環境の整備が図られた。 ・県内で外国人観光客がスムーズに利用できるWi-Fi環境の整備：89か所	
	◆バリアフリー観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢者や障害者、外国人など多様なニーズを持つ観光客にきめ細やかな情報提供ができるようバリアフリー観光の相談態勢を整える</li> <li>現地調査の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地調査の実施数 観光施設100施設、宿泊施設100施設、交通機関30施設（H30～R元累計）</li> </ul>	バリア情報、バリアフリー情報の収集件数 -（H29） ↓ 宿泊施設100件 観光施設100件 交通施設30件（H29～R元累計）	宿泊施設100件 観光施設100件 交通施設30件（H29～R元累計）	A+	○バリアフリー観光推進目標どおり情報の収集・蓄積を行うことができた。 ○令和2年度からのバリアフリー観光相談窓口の開設につながった。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・バリアフリー観光に関する相談窓口の効果的な運営を行う。
2	観光客の満足度をさらに高めるおもてなしの取組							
	◆おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光地で清潔なおもてなしの心が感じられるおもてなしトイレの拡大を図る</li> <li>おもてなしトイレの認定、再確認</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>おもてなしトイレの増加 ⇒144増加数か所（H28～R元累計）</li> </ul>	①おもてなしトイレの認定数 696か所（H26） ↓ 850か所（R元）	853か所（R元）	A+	○目標どおり認定を行うことができた。 ・これまでの認定先に加えて、県内各地からの応募により新規認定数が増加した。また、おもてなしトイレ表彰を実施したことで普及拡大につながった。	○これまでに認定したトイレについて、おもてなしトイレの認定要件を充足しているか再確認を実施し、おもてなしトイレとしての品質の維持・向上を図る。
		<ul style="list-style-type: none"> <li>おもてなしの心が感じられる観光ガイドタクシー（おもてなしタクシー）の拡大を図る</li> <li>おもてなしタクシーの認定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>おもてなしタクシードライバー（稼働数）の増加 ⇒おもてなしタクシー稼働数 353人（R元）</li> </ul>	②おもてなしタクシーの稼働数 284人（H26） ↓ 600人（R元）	353人（R元）	A-	○目標達成が難しい状況である 〈課題〉 ・タクシードライバーの高齢化やドライバー数の減少が進んでいる。 ・おもてなしタクシーの新規認定講習・試験受講者数の伸び悩みなど。	○これまでの結果を踏まえ、事業の継続を検討 ・タクシー事業者と連携し観光客の不満をなくす取組を進める。
	◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ガイド団体の育成支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>県内各地域の観光ガイド団体の連携や質の高いガイドの技術の習得を目的とする研修会の開催や外国人対応のできるガイドの育成</li> <li>観光ガイド向け研修の開催 H28 6回 H29 6回 H30 4回 R元 4回</li> <li>アドバイザー派遣の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光ガイド向け研修の参加者数 H28 205人 H29 309人 H30 204人 R元 253人</li> <li>アドバイザー派遣利用団体数 H30 6団体 R元 2団体</li> <li>⇒観光ガイド団体数 45団体（R元）</li> </ul>	観光ガイド団体数 28団体（H26） ↓ 45団体（R元）	45団体（R元）	A+	○研修会の開催等により県内の観光ガイド団体の連携化や活動の活性化につながり、目標どおり観光ガイド団体が増加した。 ・高知県観光ガイド連絡協議会加盟団体数：29団体	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・観光ガイド団体の機能強化などの取組を支援する。

戦略の柱	取組方針	取組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値、実績		総括	
				目標値 (出発点 ↓ 目標)	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取組みについて、成果を踏まえた総合評価
4 国際観光の推進							第4期産業振興計画における展開 「次のステージに向けた方向性」(実行3年半の総括)を現状に更新
1 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	<p>○海外における当県の認知度を向上させるため、外国人向けウェブサイト「VISIT KOCHI JAPAN」及び連動したSNSなどによる情報発信、旅行情報サイトとの連携と、在日外国人メディア招聘や海外メディアのモニターツアー招聘による露出強化</p> <p>・国内外のメディアを活用した情報発信の強化 H29～30：Trip Advisorとの連携(バナー広告、PDP広告の実施、セミナー開催各1回) H30：観光情報発信委託業務 プレスリリース回数…6回 配信先…777回 R元：Trip AdvisorとJAL共同プロジェクトでの高知動画の制作 R元：Ctrip(中国OTA)との連携協定の締結</p> <p>・現地メディアを活用した情報発信の強化 H30：現地メディア情報交換会の開催(台湾) H30：weibo(中国版twitter)の運用開始(中国) R元：NAVERブログの運用開始(韓国)</p> <p>・在日外国人コディネーターを活用した情報発信の強化 H30：個人旅行者の嗜好を深掘りするマーケティングを実施、四万十川をゲートウェイコンテンツに設定(米・豪) R元：四万十川をメインコンテンツとして設定し情報発信を実施し、より訪日外国人観光客の興味・関心を引かせるため、マーケティングメッセージを設定</p>	<p>○インターネットを活用した情報発信の強化</p> <p>・VISIT KOCHI JAPAN(ホームページ) H27：137,322PV(5言語の計) H28：753,284PV( // ) H29：332,442PV( // ) H30：373,388PV( // ) R元：448,857PV( // )</p> <p>・VISIT KOCHI JAPAN(Facebook) H27：ファン数49,748(2言語の計) H28： // 155,809( // ) H29： // 197,739( // ) H30： // 243,341( // ) R元： // 272,994( // )</p> <p>・VISIT KOCHI JAPAN(Instagram) H29：フォロワー数 536 H30： // 1,392 R元： // 1,779</p> <p>○国内外のメディアを活用した情報発信の強化</p> <p>・メディア招聘回数 H27：22回、H28：23回、H29：22回、H30：25回、R元：25回</p> <p>○現地メディアを活用した情報発信の強化 H30：現地メディア情報交換会の開催(台湾) 参加27社42名 掲載実績31社 R元：現地メディア情報交換会の開催(台湾) 参加41社50名 掲載実績15社</p>	外国人向けウェブサイト「VISIT KOCHI JAPAN」のページビュー(PV)数 15,000PV(H27) ↓ 130,000PV(H27～R元累計)	2,045,293PV(H27～R元累計)	A+	○実績値は目標値を大幅に上回っており、引き続きプロモーションの強化を図る。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・本県の認知度向上のためには、KVCAが運営するVISIT KOCHI JAPANのみならず、各市場で訴求力のあるSNS等による情報発信や、各市場において誘客効果・露出効果の高い媒体との連携を強化し、効果的な認知度の向上を図る。
◆海外旅行博でのプロモーション	<p>○当県を含む旅行商品の造成を促進するため、ターゲット市場における海外旅行博等に四国または高知で出展し、あわせて現地旅行会社等への個別セールスを行う</p> <p>・国内外での商談会・旅行博等への参加 H27：22回、H28：16回、H29：23回、H30：46回、R元：22回</p>	<p>○海外旅行博等でのプロモーション</p> <p>・現地旅行会社への個別営業 H27：150社、H28：126社、H29：193社、H30：381社、R元：230社</p>	海外旅行博等出展回数 14回(H27) ↓ 25回(R元)	22回(R元)	A	○ここ数年で、海外旅行博での出展回数を大幅に増やした。  <課題> ・旅行博の来場者は、既に行き先を決めているケースも多く、単なる出展では本県への誘客効果が低い。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・旅行博への来場者向けに、本県をPRすることができるように、単なる出展に留まらない仕掛け作りを検討する。
2 外国人向け旅行商品の販売促進							
◆対象市場の拡充とニーズに合った旅行商品の販売促進	<p>○本県のターゲット市場のニーズ(嗜好等)に応じた商品を造成するため、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」設定と「旅行商品」の造成・販売を行うとともに、四国内を周遊できる鉄道バス「ALL SHIKOKU RAIL PASS」及び路線バスの利用促進事業やレンタカー企画事業を推進</p> <p>・外国人旅行者のニーズに対応した「鉄板」旅行商品造成・販売(台湾・香港・シンガポール)</p> <p>・外国人旅行者のニーズに対応した旅行商品造成・販売(タイ)</p> <p>・現地の旅行動向等に精通した現地法人と連携した旅行会社への定期的・継続的なセールス</p>	<p>○外国人旅行者のニーズに対応した「鉄板」旅行商品造成・販売(台湾・香港・シンガポール)</p> <p>・H28：10商品579名送客 ・H29：113商品5,154名送客</p> <p>○外国人旅行者のニーズに対応した旅行商品造成・販売(タイ)</p> <p>・H29：5商品 71名送客</p> <p>○現地の旅行動向等に精通した現地法人と連携した旅行会社への定期的・継続的なセールス</p> <p>・H30：4市場計…セールス98社、216商品造成、16,031人泊 ・H30：8市場計…セールス230社、321商品造成、50,443人泊</p>	観光庁宿泊統計調査外国人延べ宿泊者数(従業員数10人未満の施設含む) 38,590人泊(H26) ↓ 148,000人泊(R元)	95,360人泊(R元)	A-	○訪日外国人旅行者数が激増するなか、本県ではH28、29、30年度と伸び率がほぼ横ばいを続けており、目標値には届いていない。  <課題> ・海外セールス拠点によるセールスを強化し、造成される旅行商品も増えているが、最少催行人数に申し込み人数が及ばず、結果として催行されないケースが多い。 ・旅行商品が造成されたとしても、旅の目的地として選ばれるためには、旅行商品の磨き上げと認知度の向上が不可欠であるため、訪日旅行に関心のある方々に向け、本県の魅力をダイレクトに伝えるプロモーションを抜本的に強化する。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・海外セールス拠点によるセールスを強化し、造成される旅行商品も増えているが、最少催行人数に申し込み人数が及ばず、結果として催行されないケースが多い。 ・旅行商品が造成されたとしても、旅の目的地として選ばれるためには、旅行商品の磨き上げと認知度の向上が不可欠であるため、訪日旅行に関心のある方々に向け、本県の魅力をダイレクトに伝えるプロモーションを抜本的に強化する。
3 高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上							
◆国際チャーター便の戦略的な誘致拡大と商品造成販売	<p>○海外からのアクセス環境を向上させるため、国際定期路線化を見据え、高知龍馬空港の整備と連携した国際チャーター便や四国内の空港を活用したチャーター便の誘致拡大を図る</p>	<p>○国際チャーター便の誘致 H27：1往復76名、 H28：2往復200名、 H29：10往復1,384名、 H30：5往復767名 R元：2往復85名</p>	国際チャーター便の運航数(高知龍馬空港) 4便(H28) ↓ 30便(R元)	2便(R元)	B	○チャーター便の誘致に向けて、交通運輸政策課と連携して積極的なセールスを行っているが、相手航空会社の機材繰りや高知チャーターの需要創出(商品造成・販売する旅行会社のモチベーションを上げる)・空港施設の受入態勢などの課題から出発点の数値を下回る結果となった。	○これまでの成果も踏まえ、事業を継続する。 ・今後も交通運輸政策課や空港施設側との連携を密にし、高知龍馬空港新ターミナル開設に合わせた国際定期便の就航に向けて、チャーター便の実績を重ねていく。



戦略の柱	取組方針	取組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕	目標値、実績		総括		
				目標値 〔出発点 ↓ 目標〕	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取組みについて、成果を踏まえた総合評価	
								第4期産業振興計画における展開 〔「次のステージに向けた方向性」(実行3年半の総括)を現状に更新〕
4	国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域観光の推進 ◆広域周遊観光の推進	○当県の外国人延べ宿泊者数を増加させるため、四国4県および国際線を持つ他の自治体等と連携し、広域での周遊ルートづくり(新規コンテンツの発掘含む)を進めるとともに周遊ルート上における観光案内の強化等を図る ・観光庁広域観光周遊ルート事業(観光庁訪日外国人旅行者周遊促進事業)を活用した広域国際観光の推進 H27:本県を含む四国を8の字に周遊するルートが『スピリチュアルな島〜四国遍路〜』広域観光周遊ルートとして認定 H29 四国ツーリズム創造機構ホームページの多言語WEBサイトを整備 H30 定期空港バス利用者向け周遊クーポンブック制作 ・東京都連携による外国人旅行者誘致事業 H28: サイト運営開始、オンライン広告の実施 H28~30: 旅行記の追加 R元: オンライン広告及びOTA広告の実施	○その他施策を活用した広域国際観光の推進 ・ビジットジャパン地方連携事業(訪日プロモーション地方連携事業) H28: 採択事業数…12事業 H29: 採択事業数…9事業 H30: 採択事業数…13事業 R元: 採択事業数…11事業 ○東京・中国地域(山陰・瀬戸内)・四国地域の連携による外国人旅行者誘致事業を活用した広域国際観光の推進 ・山陰・瀬戸内・四国エクスプレスウェイパス H29: 販売数1,607枚 H30: // 2,095枚 R元: // 6,029枚 ・東京都連携による外国人旅行者誘致事業 R元: オンライン広告によるサイトへのアクセス数 84,926 OTA広告によるサイトへのアクセス数 1,493	観光庁宿泊統計調査外国人延べ宿泊者数(従業員数10人未満の施設含む) 38,590人泊(H26) ↓ 148,000人泊(R元)	95,360人泊(R元)	【再掲】	○海外での認知度向上に向けて、中四国地域や東京都と連携して実施する取組は有効である。  <課題> ・四国全体の認知度は徐々に向上しているものの、本県の認知度はいまだ低いことから、他地域との連携効果が薄い。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・観光庁事業である訪日外国人旅行者周遊促進事業、訪日プロモーション地方連携事業等を核にした取組を推進する。
5	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」の戦略的な活用 ◆「よさこい」の全国ネットワークの構築	○全国のよさこい主催団体と、県、よさこい祭振興会、高知市等が連携し、よさこいの魅力を「日本の祭り」として世界へ発信していくため、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開閉会式等での演舞を目指し、関係機関への要望活動やオリパラを盛り上げる活動を行う ・2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会総会の開催(4回)(H28~R元) ・2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会理事意見交換会の開催(12回)(H28~R元) ・2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会事業「よさこいフラッグリレー」の実施(83団体)(H30~R元) ・「よさこいフラッグリレー」東京2020参画プログラムに認証申請	・2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会新規参画: 69団体27都府県(H29,3月設立) ⇒実行委員会参画団体数: 92団体37都道府県(R元年度末時点) ・2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会事業「よさこいフラッグリレー」の実施(H30~R元) ⇒参加した祭り・イベント(83)、よさこいフラッグの活用(2回) ・「よさこいフラッグリレー」の東京2020参画プログラムへの認証	2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会への参加団体数  7(H27) ↓ 200(R元)	92(R元)	A-	○実行委員会への参加数は目標に届かなかったが、全国37都道府県から参画があり、全国的な組織になった。  <課題> ・実行委員会参加団体を増やしていくためには、活動のさらなる情報発信を行っていくことが必要	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・組織力のさらなる拡大を図ったうえで、よさこいを国内外に情報発信する事業を推進し、オリンピック・パラリンピックの開閉会式等でのよさこい演舞を目指し、要望活動や、実行委員会が主催するイベントの企画・プロモーションの展開を進める。
	◆海外(世界)に向けたプロモーションの展開	○2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を通じて、「よさこい」を「日本の祭り」として世界へアピールするとともに、世界でのよさこいネットワークの拡大を図り、「よさこい」と「発祥の地高知」の認知度を飛躍的に高める ・よさこいアンバサダーの招へい ・よさこい海外普及支援員の協力者の公募、協力者としての登録・氏名公表(14名)(H29~R元) ・海外イベントへのよさこいチーム派遣(8回派遣)(H28~R元) ・フェイスブック「YOSAKOI KOCHI JAPAN」での情報発信	・よさこいアンバサダーの認定: 19ヶ国、23チーム、65名(H28~R元) ・よさこい海外普及支援員の派遣: 6名(H29~R元) ⇒よさこいが開催されている国/地域の数: 29ヶ国(R元年度末)	①フェイスブックの「いいね」数 - (H27) ↓ 1万件(R元)	1,182件(R元)	A-	○フェイスブックの「いいね数」が大きく目標を下回った。  <課題> ・よさこいアンバサダーやよさこい海外普及支援員の派遣によりネットワークができつつあるが、そのネットワークを十分に活用できていない。 ・閲覧者がシェアをするなど拡散につながる情報が少なく「いいね数」が伸びない。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・フェイスブックによる発信力を高めるため、積極的な情報収集・発信などを行っていく。
				②よさこいが開催されている国/地域の数 29ヶ国/地域(R元)		A-	○実績では、よさこいが開催されている国/地域は目標を下回っているが、よさこいアンバサダーの認定やよさこい海外普及支援員の派遣等により広がっている。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・よさこいが開催されている国/地域の拡大のため、よさこいアンバサダーのネットワークを活用した情報収集や、よさこい海外普及支援員の派遣等により、よさこいのさらなる認知度の向上を目指す。

戦略の柱	取組方針	取組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕	目標値、実績		総括		
				目標値 〔出発点 ↓ 目標〕	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取組みについて、成果を踏まえた総合評価	
								第4期産業振興計画における展開 〔「次のステージに向けた方向性」(実行3年半の総括)を現状に更新〕
5	事業体の強化と観光人材の育成							
1	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							
	◆「土佐の観光創生塾」のさらなる 充実による本県観光を担う観光人材 の育成	<p>○地域地域における自律的・持続的な観光地づくりの推進及び地域観光を担う人材の育成に向け、「土佐の観光創生塾」を開催し、地域コーディネーターのハンズオン支援による自然・体験型観光商品の磨き上げ・販売と地域の事業者が連携した地域観光クラスター化を促進するための取組を支援。</p> <p>・「土佐の観光創生塾」の開催 H30：〈基礎編〉4回、 〈応用編〉東部・中央・西部 各4回 R元：〈全体導入編〉東部・中部・西部 各1回 〈情報発信編〉3回 〈地域づくり編〉3回 〈商品づくり実践編〉東部・中部・西部 各3回</p> <p>・地域コーディネーターのハンズオン支援による観光商品の造成・磨き上げ及び地域観光クラスター形成支援</p>	<p>・「土佐の観光創生塾」の開催 H30：〈基礎編〉4回、延べ241人 〈応用編〉東部・中央・西部 各4回、62事業者 R元：〈全体導入編〉東部・中部・西部 各1回、186人 〈情報発信編〉3回、52人 〈地域づくり編〉3回、51人 〈商品づくり実践編〉3回、77人</p> <p>・観光商品の造成・磨き上げ ⇒H30：商品化69件、うちOTA販売63件 ⇒R元：商品化77件、うちOTA販売60件</p> <p>・地域観光クラスター分科会の開催支援による事業者連携の推進 ⇒H30：地域観光クラスター15件 ⇒R元：地域観光クラスター21件</p>	<p>創生塾を通じたアウトドア・自然体験商品（地域観光クラスターを含む）の販売</p> <p>－ (H29) ↓ 60商品 (R元)</p>	77商品 (R元)	【再掲】	<p>○「土佐の観光創生塾」において、観光商品の造成・磨き上げや、継続した販売に繋げる手法を学び、地域資源を活用した観光商品が造成・販売されるなど、事業者の育成に繋がっている。</p> <p>○参加事業者を中心とした地域観光クラスターが形成され、周遊促進や消費拡大につながる仕組みづくりが進んでいる。</p>	<p>○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。</p> <p>・商品造成・販売力向上に向けた支援を引き続き実施するとともに、より地域での消費拡大に繋がるような地域観光クラスターの形成や、観光地づくりの中心人物となる人材の育成に取り組んでいく。</p>
	◆観光創生塾を通じた人材育成	<p>○地域地域における自律的・持続的な観光地づくりの推進及び地域観光を担う人材の育成に向け、「土佐の観光創生塾」を開催し、地域コーディネーターを配置するとともに、地域観光クラスター化を促進するための取組を支援。</p> <p>・「土佐の観光創生塾」の開催 H28：東部・中央・西部 各6回 H29：全体1回、東部・中央・西部 各5回</p> <p>・地域コーディネーターのハンズオン支援による観光商品の造成・磨き上げ及び地域観光クラスター形成支援</p>	<p>・「土佐の観光創生塾」の開催 H28：東部・中央・西部 各6回、82人 H29：全体1回、東部・中央・西部 各5回、88人</p> <p>・観光商品の造成・磨き上げ ⇒H28：商品化72件 H29：商品化84件</p> <p>・地域観光クラスター形成支援による事業者連携の推進 ⇒H28～29：地域観光クラスター24件</p>	<p>売れる観光商品の造成</p> <p>－ (H27) ↓ 140件 (H28～29累計)</p>	156件 (H28～29累計)	A+	<p>○講座やワークショップ、地域コーディネーターのハンズオン支援により、観光事業者の商品造成力が向上した。</p> <p>○参加事業者を中心とした地域観光クラスターが形成され、周遊促進や消費拡大につながる仕組みづくりが進んだ。</p>	<p>○H29終了（内容を拡充して継続）</p>