

## <観光分野>

### 第4期産業振興計画の上半期の進捗状況等について

観光分野では、435万人観光の定常化に向け、5つの柱に基づいて～世界に通用する「本物と出会える高知観光」の実現～に向けた取り組みを進めている。

令和2年度上半期の取り組みは、新型コロナウイルス感染症の影響により、国内外での観光需要が落ち込んだことを受けて、当初の計画を修正し、現在は、需要回復への取り組みとともに、「新しい生活様式」や「社会構造の変化」に向けての取り組みを進めている。

### 1)効果的なセールス&プロモーション

#### 〇国のGoToトラベルキャンペーンに呼応したリカバリーキャンペーン

##### ①高知県観光の段階的な需要回復

県内(県民)、中四国、全国を対象とした宿泊割引を実施する「お泊まりキャンペーン」などにより、段階的な需要回復を図る。(全て、ほぼ完売)

##### ②リカバリーキャンペーンの実施

国のGoToトラベルキャンペーンに連動して、7/22から県内での宿泊を前提とし、県内外の観光客を対象に交通費用を助成するリカバリーキャンペーンを展開。助成額は、11万2千人(台)分の枠を確保している。9/3時点の実績は、約1万5千人(台)。

##### ③四国ツーリズム創造機構及び四国他県と連携した周遊促進

スマートフォンのアプリを活用した四国ツーリズム創造機構のサブスクリプション「とっておき!四国キャンペーン」が8/26~3/31までの間、実施される。

このキャンペーンは、四国四県の登録観光施設(約50施設)を定額で入館できるプロジェクト。本県では、高知城、坂本龍馬記念館、新足摺海洋館 SATOUMI、モネの庭など14施設が参画。目標の8千件のうち、すでに3割程度を販売。

#### 今後の主な取り組み

##### (1)安全安心な新しい旅のスタイルの普及

- ・「3密を避け、自然豊かな場所に行きたい」という直近の旅行ニーズに対応や新しい旅行スタイルに対応するため、自然・体験型観光施設や旅館・ホテル等の磨き上げの支援を検討する。

##### (2)観光需要の挽回策の企画・実施

- ・リカバリーキャンペーンの近県・全国向けプロモーションを実施。  
具体的には、近県、全国向けのテレビ・ラジオCMや新聞広告の掲載。また、関西圏で主要駅のデジタルサイネージを活用した交通広告を実施する。
- ・10/1からGoToトラベル地域共通クーポンの発行開始、10月~11月は秋のトップシーズンを迎えることから、交通費用助成の利用が大幅に増える見込み。交通費用助成枠の拡大を検討する。

## ○リカバリーキャンペーンと連動したセールス&プロモーション

### ①収束状況に合わせて、観光説明会、旅行会社への個別セールス等を実施

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて、観光説明会は実施できず。中止した大阪の観光説明会の代替策として、旅行会社に対する知事のトップセールスを実施する。

全国向けの個別セールスは、高知県観光コンベンション協会を中心に「新コンセプト『あなたの新休日』、新足摺海洋館、モネの庭、四万十川ジップラインなど」を素材とし、6月の広島、山陰から順次実施している。

### ②収束状況に応じて、段階的にプロモーションを展開

県内向けには、帯屋町ビジョンで動画を放映した(7~9月)。

近県向けには、「新コンセプト『あなたの新休日』、リカバリーキャンペーン、新足摺海洋館、モネの庭、四万十川ジップラインなど」を素材に、中四国エリアのテレビ番組、新聞広告、四国四県のタウン誌などで観光情報を発信している。

首都圏、関西圏向けには、「足摺海洋館、仁淀ブルー、モネの庭、観光列車など」を素材に、キー局のテレビ番組、全国新聞・雑誌のタイアップ記事、都営新宿線の車内広告などで観光情報を発信している。

### 今後の主な取り組み

#### (1)収束状況に合わせて、観光説明会、個別セールスを実施

- ・「リカバリーキャンペーン、県内各地でのLED、キャンドルによる光のフェスタ、新足摺海洋館など」を素材に、下期や来上期の旅行商品化に向けた観光説明会を高知、名古屋、東京で10月中に開催する予定。
- ・本県で開催する観光説明会に合わせて、首都圏・関西圏のエージェントを招聘した県内でのモニターツアーの実施を企画する。

#### (2)収束状況に合わせて、段階的にプロモーションを実施

- ・近県向けのプロモーションについては、「リカバリーキャンペーン、光のフェスタ、ジップライン、新足摺海洋館、モネの庭など」を素材に、テレビCMなどを活用して実施する。
- ・全国向けのプロモーションについては、自然&体験キャンペーンの特設サイトを秋冬向けにリニューアルする他、「光のフェスタ、エコロジーキャンプ場など」を素材に、テレビ番組内でのスポットPRなどを実施する。

#### (3)次期の観光振興の取り組み方針

- ・「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン」は、今年度末で終期を向かえるため、次期の観光振興の取り組み方針を検討する必要がある。
- ・今後、求められる取り組みとしては、withコロナにおける「新しい生活様式」や after コロナを見据えた「社会構造の変化」への対応に加え、大手旅行会社のアンケート調査結果にある「自然が多い地域への旅行」を多くの旅行者が希望するニーズに応えることや、令和3年7月の東京オリンピック・パラリンピック、11月の四国デスティネーションキャンペーンの開催、令和7年の大阪・関西万博を見据えた関西圏との経済連携といった大型プロジェクトが控えていることもあり、こうした時流を掴むことが必要である。
- ・そのためにも、食、歴史、自然という高知の強みを余すことなく生かし、自然と体験型の観光基盤をより一層活用した安全安心な新しい旅のスタイルの普及と、観光需要の挽回を図る「リョーマの休日」キャンペーンを引き続き展開したいと考えている。

## 2) 戦略的な観光地域づくり

### ○戦略的な観光地域づくり

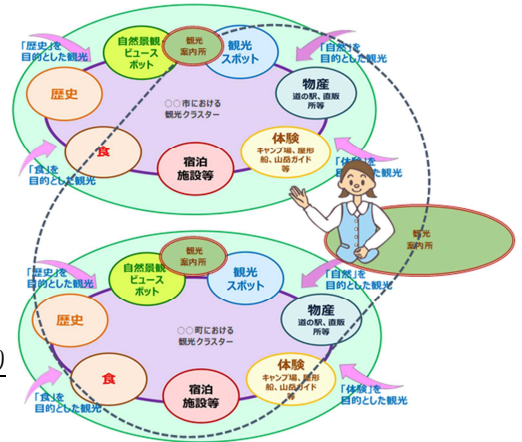
#### ①「外貨を稼ぐ」観光地域づくり

土佐の観光創生塾を通じて、滞在型観光プランづくりに取り組んでおり、整備計画を策定している。

創生塾は7月、8月に合計4回、座学を開講し、東部、物部川、仁淀ブルー、幡多の4つの広域観光組織を中心とした関係者がグループで参加。

県内広域観光組織の体制を強化するため、県版地域おこし協力隊を募集中。

市町村をまたがる 滞在型観光プランづくり  
R2: 4件(計画策定)⇒R3:4件⇒R4:10件⇒R5:16件



#### ②民間企業のノウハウを積極的に導入した観光地域づくり

四万十ひろば、大月エコロジーキャンプ場、四万十川ジップライン、フォレストアドベンチャー、安田川アユおどる清流キャンプ場、天狗荘リニューアルなど、民間のノウハウを活用した取り組みを進めている。

また、官民が連携したプロデュースやコンサルティングの専門企業による支援を実施。

### 今後の主な取り組み

#### (1)「外貨を稼ぐ」観光地域づくりの推進

- ・ 広域観光組織単位で分科会を定期的開催し、地域コーディネーターによる現地での滞在型観光プランづくりの支援を継続する。その際には、各プランの集客力等をモニターツアーなどで検証する。
- ・ 新足摺海洋館「SATOUMI」の年間目標 11万2千人の達成と周辺施設への周遊促進を図る。また、企画展の開催やメディアを活用したPRなども取り組む。

#### (2)「歴史」「食」「自然」の観光基盤の整備と多様な周遊の仕組みづくり

- ・ 3密を避けて楽しむことができる屋外観光拠点の磨き上げの加速を検討する。

#### (3) 民間企業のノウハウを積極的に導入した観光地域づくり

- ・ 観光資源相談会の開催や市町村へのスーパーバイザー派遣により、民間のノウハウの導入に向けて、具体的に企業との連携に繋げる取り組みを行う予定。

## 3) おもてなしの推進

### ○観光関連事業者における受入環境整備の推進

#### ①観光客受入研修等実施委託業務

一元的な相談窓口を新たに開設するとともに、観光客受入コーディネーターを配置。コーディネーターは、Wi-Fi、キャッシュレスなどのおもてなしの受入環境整備の相談対応、や観光案内所の機能強化などに関する研修の企画、アドバイザーの派遣などを担う。

#### ②インバウンド観光の受入環境整備の支援

現地でのヒアリングなどを通じて、①の研修の企画やアドバイザーの派遣などを行う。

#### 今後の主な取り組み

相談窓口の活用についてPRするとともに、広域観光組織が企画する滞在型観光プランなどとの連携も視野に入れつつ、インバウンドの来訪が見込まれる施設の整備方針を検討し、受入施設の整備を促進する。

### ○バリアフリー観光の推進

バリアフリー観光に関するウェブサイトの開設やバリアフリー観光の相談窓口を「京町」「とさてらす」に設置した。

#### 今後の主な取り組み

引き続き、相談窓口対応を継続し、検証を行うとともに、バリアフリー観光を推進する全体的なPRを実施していく。

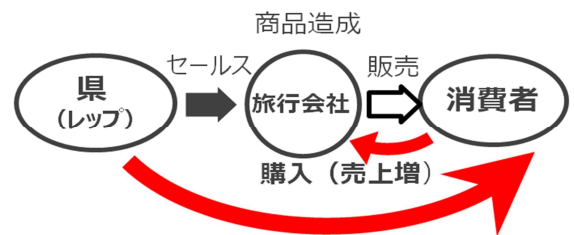
## 4) 国際観光の推進

### ○海外セールス拠点を活用した旅行商品造成と販売

10月以降、香港、シンガポールでは訪日旅行商品の造成・販売がなされる見込み。台湾、韓国、中国等はまだ動きがない状況。

### ○JNTOに連動したプロモーションの準備

JNTOによるプロモーションはスタートしていないが、デジタル技術を活用した本県独自のプロモーションや、訪日関心層へダイレクトに動画を届けるためのプロモーションを今後、実施する。



#### 今後の主な取り組み

東アジア市場の台湾・香港・韓国に向けて、11月から5本の動画をプッシュ型で配信する。加えて、現地有力媒体によるプロモーションを企画する。

### ○関西圏と連携した戦略策定及び国際チャーター便の誘致

9/2、第1回関西・高知経済連携強化アドバイザー会議を開催。関西エアポート、大阪観光局との連携に向けて具体的な協議を開始。

#### 今後の主な取り組み

10月に開催を予定する第2回アドバイザー会議に向けて、具体的な取組を検討する。

### ○「よさこい」を活用した海外プロモーションの展開

#### 今後の主な取り組み

来年開催される東京オリンピック・パラリンピックに向けて、2020 よさこいで応援プロジェクト実行委員会の活動継続の合意形成と活動計画の再構築を進める。