

分野：観光分野

戦略の柱：効果的なセールス&プロモーション

取組方針：効果的な広報・セールス活動の展開

【概要・目的】

・「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」の開催を通じたプロモーションとセールス活動の強化

令和2年度当初計画 (P)

令和2年度上半期の取り組み状況 (D)

課題・改善策と今後の取り組み (C、A)

1 「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」2ndシーズンの展開

- (1) 新しい観光資源を生かしたプロモーションやセールス活動の展開
  - ・話題化のヤマ場となるシーズンイベント等の実施
  - ・メディアとのタイアップによる全国ネットでの露出
  - ・高知ならではの山・川・海の楽しみ方を動画配信やウェブ広告等で訴求
  - ・これまで磨き上げてきた歴史や食資源に加えて自然&体験を前面に出しつつ、これらのコンテンツを効果的に組み合わせたセールス&プロモーションの展開
  - ・下期商品造成に向けた旅行会社へのセールス活動（6月下旬～）
  - ・来年上期商品造成に向けた旅行会社へのセールス活動（9月下旬～）
  - ・商品造成に向けたモニターツアーの実施
  - ・WEB 旅行会社とタイアップした販促活動
- (2) 全国的な話題化を創出するプロモーションの展開
  - ・アウトドアメーカーや平成の海援隊など企業とのネットワークを生かした情報発信
  - ・リリースなどを通じたメディアへのプロモート活動
- (3) 多様な滞在型観光プラン等の効果的な情報発信
  - ・特設ウェブサイトでの体験プログラムの一元的な紹介やPRとスムーズな予約販売
  - ・動画、写真などを活用したシーズンごとの情報発信
  - ・インターネットを活用したウェブ広告の実施による特設ウェブサイトへの誘導
  - ・SNS（ツイッター、インスタグラム）の活用による情報拡散
  - ・近県向けのメディア露出

計画を進めるに当たってのポイント

1. 新型コロナウイルスの感染状況（拡大・収束）を見据えたプロモーション・セールス活動の展開
2. 観光リカバリー戦略と連動した誘客施策の実施

＜新型コロナウイルス感染症による業務への影響＞

- ・メディア媒体を通じた県外向けプロモーションの延期（4月～6月中旬）
- ・web 広告の一時休止（5/1～10）
- ・旅行会社向け観光説明会の中止・延期（4/20 東京、5/26 大阪（JR 四国）、5/27 名古屋、6/8 福岡、6/11 広島、6/12 岡山、9/15 大阪）
- ・旅行会社向け個別セールスの延期（6月中旬以降再開）
- ・公式LINE アカウントの開設延期（4月→9月開始予定）

1 高知県観光リカバリー戦略の策定

- ・5/31 観光リカバリー戦略を策定
- ・6/19 観光リカバリー戦略の改定（改定のポイント：安心・安全な受入体制の強化）

2 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の実施

- (1) リカバリー戦略に基づく協力体制の構築
  - ＜リカバリーキャンペーン協力金の支給 **5月補正** ＞
  - ・6/1 事務局設置 → 6/11 要綱・要領を策定 → 関係団体に制度の周知及び申請手続きへの誘導の協力依頼 → 6/中旬受付開始 → 6/下旬支給開始→7/31 受付終了（支給実績754社）
  - 【協力内容】感染症防止対策及び観光客へのおもてなしを前提に、観光客の誘致、送客、リカバリーキャンペーンのPR
  - 【対象事業者】①旅行業者②宿泊事業者、住宅宿泊事業者③観光バス、タクシー、レンタカー事業者
  - 【支給額】1事業者当たり10万円
- ＜安心安全な体験プログラム推進協力金の支給 **6月補正** ＞【再掲】
- ＜旅館・旅行業緊急支援事業費補助金による支援 **5月補正** **6月補正**＞【再掲】

(2) 高知県観光の段階的な需要回復

- ① 県内観光需要の喚起
  - ＜県民向け自然&体験キャンペーン **5月補正** ＞
  - 【内容】県民を対象にした県内モニターツアーの企画・造成を支援【再掲】
  - ＜「#高知が好きやき」プレゼントキャンペーン **既計上予算の活用** 6/15～7/31＞
  - 【内容】県内観光地の写真や動画をInstagramに投稿。抽選で3千円分の宿泊ギフト券プレゼント（実績428人）
  - ＜高知でお泊まりキャンペーン（県内編） **既計上予算の活用** 6/12～8/31＞
  - 【内容】県民を対象に県内宿泊割引（3千円/組）を実施（実績150組分完売）
- ② 近隣県からの誘客促進
  - ＜高知でお泊まりキャンペーン（中四国編） **既計上予算を活用** 6/19～8/31＞
  - 【内容】中四国を対象に県内宿泊割引（3千円/組）を実施（650組一部残あり）
- ③ 全国からの誘客促進
  - ＜高知でお泊まりキャンペーン（全国編） **予備費を活用** 7/10～8/31＞
  - 【内容】全国を対象に県内宿泊割引（平均5650円/組）を実施（実績5400組完売）

(3) リカバリーキャンペーンの実施（県内外観光客への交通費用の助成） **5月補正**

- ・5/22 公募型プロポーザル方式による企画提案書の募集開始 → 6/3 参加申込〆切 → 6/22 審査会の開催 → 候補者の決定 → 7/22 事業開始
- 【内容】国のGo Toトラベルキャンペーンと連動し、本県独自のインセンティブ施策を実施
- 【助成対象】高速道路利用料金、鉄道・航空機・高速バス運賃
- 【助成額】 上限5千円 11万2千人分（実績）約15,000人（台）（9/3現在）
- 【参画事業者】344 宿泊事業者、全国59 旅行会社

(4) 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

- ＜四国デスティネーションキャンペーン（H3.10～11）に向けた取組＞
- ・7/13 四国DC担当者会議、7/31 実行委員会、8/27 推進委員会に参画
- 【内容】R2.11月の全国販売促進会議の開催判断基準、エクスカーション先の決定
- ＜その他連携施策＞
- ・四国4県合同企画・おでかけスポット紹介
- 【内容】4県のタウン誌（8月号）で4県のイチ押し観光スポットの紹介ページを掲載
- ・四国ツーリズム創造機構「とっておき！四国キャンペーン」の開始

1 高知県観光リカバリー戦略の策定

2 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の実施

見えてきた課題

- ＜コロナ禍における高知県観光のチャンスロスを挽回するため、＞
  - ・ウィズコロナにおける「新しい生活様式」への速やかな対応
  - ・アフターコロナを見据えた「社会構造の変化」に対応
  - ・GoToトラベルキャンペーンと連動したリカバリーキャンペーンの加速化

今後の主な取り組み（改善策を含む）

高知県観光リカバリー戦略を改定し、新たな施策の方向性を追加し、方向性に沿った施策の実施と新たな施策の検討

【施策の方向性と施策】

- ＜施策の方向性1＞ 安心安全な新しい旅のスタイルの普及
- ＜施策＞
  - ・屋外観光拠点の創設や磨き上げの加速【再掲】
  - ・宿泊施設が行う新しいビジネスの展開を支援【再掲】

- ＜施策の方向性2＞ 観光需要の挽回策の企画・実施
- ＜施策＞

- ・リカバリーキャンペーンは、8月～参加旅行会社のキャンペーン対象旅行商品の販売が本格化することにより、送客が増加する見込み（9月～は、国によるGoToトラベル地域クーポン券発行も追い風）

- ・リカバリーキャンペーンの助成内容の情報発信
- 【県内向けプロモーション】
  - ・交通機関へのラッピング広告（土佐くろしお鉄道、高速・貸切バス、とさ電路面電車、県内タクシー）※交通運輸政策課

【近県・全国向けプロモーション】

- ・9月～中四国向け15秒TVCM、ラジオCM放送
- 全国新聞広告の掲載
- webのリスティング広告
- SNS（Twitter・insatagram）広告
- 関西圏での交通広告（デジタルサイネージ等）の実施

- ・観光需要の挽回に向けた交通費用助成枠の拡大を検討

- ・四国デスティネーションキャンペーン（フレR3.4～6、本番10～12）に向けた取組
- 全国販促会議の開催に備え、四国DC実行委員会等との情報共有、連携を密に図りながら、準備を着実に実行

3 リカバリーキャンペーンと連動したセールス&プロモーションの展開

- (1) 「あなたの、新休日。」のテーマ・ビジュアルのコンセプトを連動
  - ・海曜日ポスターの刷新
- (2) 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
 

素材：あなたの、新休日、足摺海洋館、モネの庭、ジップライン、安心安全な宿泊施設

  - ・個別セールス活動(6/16-19 広島・山陰、6/23-25 北陸・静岡・名古屋、6/24-26 東京、6/30-7/1 大阪、7/1-2 仙台・札幌、7/7-8 福岡・熊本、8/24-25 東京・大阪、9/15-16 大阪)
  - ・観光情報交換会 (8月東京、大阪)
  - ・知事による旅行会社トップセールス (9/16 大阪・3社訪問予定)
- (3) 収束状況に応じて、段階的にプロモーションを展開
  - ① 県内インナープロモーションの実施
    - ・帯屋町ビジョンでの「あなたの、新休日。」動画放映 (6~7月)
    - ・クラウドファンディングを活用した体験事業者 (ダイビング、西島園芸団地、内原野焼き等 37 事業者) 支援の実施 (6~7月)
  - ② 近県向けプロモーションの実施
 

素材：あなたの新休日、リカバリーキャンペーン、足摺海洋館、ジップラインなど

    - ・愛媛、岡山・香川への TVCM (6/19~)
    - ・中四国エリアの TV 番組 (南海「Beans」、山陽「ごじまる」、あい TV「よるマチ!」: 7月~)
    - ・新聞広告の掲載 (読売新聞中四国版: 7~9月)
    - ・四国四県のタウン誌等を活用した各県観光スポットの共同 PR(ほっとこうち等: 7月中旬~)
  - ③ 首都圏・関西圏など全国向けプロモーションの実施
 

素材：足摺海洋館、仁淀ブルー、モネの庭、観光列車など

    - ・全国・首都圏での TV 番組 (7/6 TOKYO MX「明日どこ!?DX」、7/17 TBS「ゴゴスマ」)
    - ・雑誌編集タイアップ記事掲載 (8/21「CanCam」、8/26「ノジュール」)
    - ・新聞編集タイアップ記事掲載 (7月: デイリースポーツ、スポーツ報知)
    - ・都営新宿線の車内広告「あなたの、新休日」の掲出 (4月~)
    - ・特設サイト「#おうちこうちプロジェクト」(外出自粛を踏まえた桂浜、牧野植物園等の動画) 公開 (5/1~)
    - ・インスタライブ開始 (5/20~)
    - ・SNS 活性化の運営委託 (公募) の開始 (6月~)
    - ・SNS フォロワーキャンペーン (写真投稿者から抽選で宿泊クーポンプレゼント) の実施 (7月~)
  - ③ 高知ラグビーフェスティバルの実施
    - ・トンガ出身ラグビー日本代表によるラグビー体験イベント及びトークショーを実施 (8/22)
- (4) 話題化を図る集客イベントの開催
  - 新足摺海洋館のオープンと周遊の仕組みづくり (再掲)
    - 【話題化】 竜串市営駐車場「奇岩・祈願ポスト」お披露目(7/11)  
新足摺海洋館 SATOUMI ラッピングポスト設置(7/15)
    - 【マスコミ向け】 見学会の実施 (6/5, 7/16, 17)
    - 【県内・近県向けプロモーション】
      - 地元・県関係者、県内旅行会社、旅館組合、県内外水族館の内覧会の開催(7/16, 17)
      - TVCM 放送 (高知 6/20~、愛媛、岡山/香川 6/25~)
      - RKC「四国最南端絶景の旅」(8/1) など
    - 【全国向けプロモーション】
      - TBS「ゴゴスマ」(7/17) スポット紹介
    - 【オープニングイベント】 幡多エリアイベント開催(7/18, 19)
    - 【来場者】 5万人達成 (8/16)

3 リカバリーキャンペーンと連動したセールス&プロモーションの展開

見えてきた課題

- (1) 「あなたの、新休日。」のテーマ・ビジュアルのコンセプトを連動
- (2) 収束状況に合わせて、観光説明会、個別セールスを実施
  - ・旅行会社のガイドラインに沿った柔軟な開催
- (3) 収束状況に応じて、段階的にプロモーションを展開
  - ・コロナ禍におけるメディアの出張取材控え
  - ・外出自粛に対応するオンラインでの情報発信の重要性
  - ・誘客イベントの企画・実施

今後の主な取り組み (改善策を含む)

- (1) 「あなたの、新休日。」のテーマ・ビジュアルのコンセプトを連動
- (2) 収束状況に合わせて、観光説明会、個別セールスを実施
 

素材：リカバリーキャンペーン、光のフェスタ、足摺海洋館など

  - ・下期、来上期の旅行商品化に向けた観光説明会の実施 (10/7 高知、10/12 名古屋、10/20 東京)
  - ・高知での観光説明会開催に合わせて首都圏・関西圏のエージェントを招聘したモニターツアーの実施 (10/6-8: モネの庭、のいち動物公園、檜原町、足摺海洋館など)
  - ・個別セールス活動 (10/13-14 名古屋・静岡、10/20-21 東京、10/27-28 札幌・仙台、11/4-5 広島・岡山、11/18-19 福岡・熊本、12/9-10 大阪、1月東京)
- (3) 収束状況に合わせて、段階的にプロモーションを展開
 

素材：リカバリーキャンペーン、光のフェスタ、ジップライン、足摺海洋館、モネなど

  - ① 近県向けプロモーションの実施
    - ・愛媛、岡山・香川への TVCM 放送
    - ・TV 番組内での観光スポット PR
    - ・新聞広告 (中四国エリア) の掲載
  - ② 全国向けプロモーションの実施
    - ・「あなたの、新休日。」秋冬向けプロモーションの実施 (10月下旬~: HP リニューアル、秋冬コンテンツ・グラフィック追加など)
    - ・平成の海援隊企業とタイアップした企画の実施 (10月以降)

素材：光のフェスタ、エコロジーキャンプ場など

    - ・TV 番組内での観光スポット PR
    - ・雑誌編集タイアップ記事掲載
    - ・関西エリアにおける交通広告 (デジタルサイネージ等) の実施 (JR 大阪駅・三ノ宮駅、在阪私鉄・地下鉄ターミナル駅、伊丹空港など)
  - ③ 高知ラグビーフェスティバルの実施 (予定)
    - ・コロナウイルスの収束状況に応じて、断続的なイベント等を実施予定
- (4) 話題化を図る集客イベントの開催
  - ① 新足摺海洋館のオープンと周遊の仕組みづくり(再掲)
    - ・新型コロナウイルス感染症予防対策の促進
  - ② コロナ禍における地元側の同意

【モニタリング指標 (R2.8.31 時点)

- 特設サイトの PV 数: 対前年同期比(2~8月) 118.4%
- 自然&体験施設入場者数: 対前年同期比 53%
- 自然&体験プログラム利用者数: 対前年同期比 28%
- 8月1日平均 (牧野 63.6%、てらす 42.2%、高知城 34.9、城博 38.4%、海洋館 695.3%)

令和2年度当初計画 (P)

令和2年度上半期の取り組み状況 (D)

課題・改善策と今後の取り組み (C、A)

4 「リョーマの休日キャンペーン」の継続検討

見えてきた課題

- ・with コロナにおける「新しい生活様式」への速やかな対応
- ・after コロナを見据えた「社会構造の変化」への対応
- ・時流を掴む
- 多くの旅行者のニーズ  
大手旅行会社のアンケート調査結果では、多くの方が「自然が多い地域への旅行」を希望
- 令和3年度以降に控える大型プロジェクト
  - ・R3.7 東京オリンピック・パラリンピックの開催
  - ・R.3.11 四国DCの開催
  - ・R7 大阪・関西万博を見据えた関西圏との経済連携

今後の主な取り組み (改善策を含む)

- ・「リョーマの休日キャンペーン」の継続の検討を進めるとともに、継続する際には、
  - 高知の強みを生かす
  - 自然と体験型の観光基盤を活用
  - 安心安全な新しい旅のスタイルを普及
  - 観光需要の挽回を図る。

【令和2年度末の目標】

1. キャンペーン特設サイトのPV数 ⇒R2:100万PV
2. マスメディア等の媒体での露出件数 ⇒R2:毎年50件以上

【直近の成果】

- 1-1. キャンペーン特設サイトのPV数 ⇒2,098,553PV (H31.2.1~R2.8.15)
- 1-2. キャンペーン特設サイトの体験プログラム登録数 ⇒623件 (8/15時点)
- 1-3. Twitterのフォロワー数 ⇒45,768人 (8/15時点)
2. マスメディア等の媒体での露出件数 ⇒未集計 (8/15時点)
3. 11施設11プログラムの利用状況 ⇒(施設利用者数)126,853人 (対前年52.8%)  
(体験プログラム利用者数)9,460人 (同上28.0%)  
(7月末時点)

分野：観光分野	戦略の柱：戦略的な観光地域づくり	取組方針：歴史、食、自然を一体的に連動させた戦略的な観光地づくりの推進、本県の豊かな自然を生かしたアウトドア拠点の整備、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
---------	------------------	---

**【概要・目的】**  
 ・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  
 ・高知県観光コンベンション協会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

**令和2年度当初計画（P）**

**令和2年度第上半期の取り組み状況（D）**

**課題・改善策と今後の取り組み（C、A）**

**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**

**(1) 県全域に広域を単位とする幅と厚みのある「外貨を稼ぐ」滞在型の観光地域づくりを推進**

- ①広域観光組織が主体となった市町村をまたがる滞在型観光プランづくり
  - ・県地域観光課、県観光政策課、県国際観光課、県おもてなし課：地域連携DMO（広域観光組織等）が主体となった滞在型観光プラン整備計画作成への支援（庁内プロジェクトチームの編成等）（8月予定）
  - ・広域観光組織等が中心となった市町村をまたがる滞在型観光プランづくりに向けた整備計画作成への支援（土佐の観光創生塾における先進地域の実践事例等の講座やワークショップ、地域コーディネーターによる個別支援）

**(2) 「歴史」「食」「自然」の観光基盤を生かした多様な周遊の仕組みづくり**

- ・観光拠点等整備事業費補助金等による体験滞在型観光施設や体験プログラムの整備。自然・体験と歴史や食が一体となった周遊コースづくりに対する、市町村等へのアドバイザー派遣や財政的支援：10件 企画展等イベント開催に対する財政支援：46件、館内ガイド配置：9施設

**(3) 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**

- ・所管課と連携した県立施設の整備や磨き上げの継続（SATOUMI 7月オープン）。観光拠点等整備事業費補助金等による、全国からの誘客につながる広域観光の核となる拠点整備の取組支援（2件）

**(4) 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**

- ・市町村の活用意向のある土地や施設に対し、事業構想段階から専門家（スーパーバイザー）を派遣するとともに、観光資源相談会などを通じた市町村と企業のマッチング機会を拡大、民間企業のノウハウを導入した観光振興を推進する（企業による現地視察、観光業関連のカンファレンスへの出席等を通じて、高知県進出意向のある企業とも広く繋がりを作る）
- ・ガイド・インストラクターの養成・確保に向けた研修事業などの実施

**2 高知県観光コンベンション協会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**

**(1) 広域観光組織の体制及び機能強化**

- (2)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
- (3)法人化や観光庁の登録DMO化への支援強化
  - ・各広域観光組織に対する地域観光コーディネーターによるOJT支援（随時）
  - ・観光組織の法人化、登録DMO化に向けて協議を実施（随時）
  - ・広域観光組織へのマーケティング及びマネジメント専任人材の配置
  - ・土佐の観光創生塾における滞在型観光プラン整備計画作成を通じた、広域観光組織職員のマネジメント力等のスキルアップ支援
  - ・広域観光協議会事務局長会議の開催による情報及び課題の共有

**〈新型コロナウイルス感染症による業務への影響〉**

- ・観光拠点等整備事業費補助金を交付した事業のオープニングイベント等の中止及び延期（限研吾の小さなミュージアムオープン延期 4/19→6/12、北川村モネの庭 ボルディエラの庭事前見学会中止 4/21 オープン延期 4/25→5/16 大月町エコロジーキャンプ場オープニングイベント 4/25→7月23日 四万十ひろばオープニングイベント 4/20→中止）

**〈リカバリー戦略に基づく取り組み〉**

- ＜安心安全な体験プログラム推進協力金の支給 **6月補正**＞
  - ・7/10 事務局設置 → 7/17 要綱・要領を策定 → 順次、関係団体に制度の周知及び申請手続きへの誘導の協力依頼 → 7/22 受付開始 → 8/6以降順次支給開始 → 9/15 受付終了⇒受付延長 9/23 → 9月末支給完了予定
  - 【協力内容】感染防止対策及び観光客のおもてなしを前提に、高知県体験プログラム安全管理ガイドラインに沿った取り組みの実施
  - 【対象事業者】想定対象事業者数 250 事業者
  - 【支給額】1事業者当たり 10万円（申請件数 75件、支払件数 43件 8/28 現在）

＜旅館・旅行業緊急支援事業費補助金による支援 **5月補正** **6月補正**＞

- 【対象事業者】①旅行者②宿泊事業者、住宅宿泊事業者、④体験観光事業者
- 【補助率及び補助上限額】3/4（国 1/2、県 1/4） 1事業者当たり 50万円以内
- 【補助対象事業】感染症防止対策、新商品開発・新サービス展開事業、PR事業（申請件数 4件、交付決定 2件 8/25 現在）

＜県民モニターツアー造成支援事業費補助金の創設 **5月補正**＞

- 【対象事業者】旅行会社 【補助対象経費】県内バス借上料、配車料等
- 【補助率】定額（1旅行商品当たり 100千円以内）
- 募集開始（6/12）⇒募集終了（7/17 予算上限に達したため）（交付決定 111 ツアー）

＜「リョーマの休日キャンペーン」地域イベント等支援事業費補助金へのシャトルバス運行支援事業の追加 **6月補正**＞

- 【対象事業者】地域イベントの主催者 【補助対象経費】県内バス借上料、配車料等
- 【補助率】定額（1台当たり 100千円以内）
- 募集開始（7/20）⇒（2件交付決定（11台分）8/25 現在）

**戦略的な観光地域づくり**

**(1)「外貨を稼ぐ」観光地域づくりの推進**

- ・土佐の観光創生塾（観光地域づくりコース）委託業務の契約（5/28）
- ・土佐の観光創生塾で取り組む滞在型観光プランづくりについて、整備計画策定に向けた広域観光組織と地域コーディネーターとの協議（6/15～）
- ・土佐の観光創生塾（観光地域づくりコース）の開催
  - 第1回：7/31、第2回：8/7、第3回：8/17、第4回：8/18
  - 参加者：28人（4広域観光組織（東部、物部川、仁淀ブルー、幡多）を中心とした関係者によるグループ）
- ・県版地域おこし協力隊の募集予定について、オンラインの移住相談会で紹介（6/20）
- ・県版地域おこし協力隊の募集開始（8/12～）
- ・地域観光コーディネーターによるOJT支援（随時）
- ・国立・国定公園内のホテル、キャンプ場等でのワーケーション観光の受入環境整備のための補助メニューを観光拠点等整備事業費補助金に追加 **5月補正**【コロナ対策】

**(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**

- 〈自然景観やビュースポットの整備〉
- ・三原村ヒメノボタンの里を拠点とした周遊促進のための整備（9月末完了予定）
- 〈体験・滞在型観光施設の整備〉
- ・四万十川ジップライン グランドオープン（四万十町 6/27 スタート）
- ・須崎市海洋スポーツパークでの機能強化（体験学習施設 8月入札予定）
- ・桂浜公園の商業施設を活用した拠点整備（実施設計委託実施）
- ・龍河洞西本洞コース、駐車場導線等整備（3月完了予定）
- 〈体験プログラムの磨き上げ〉
- ・梶ヶ森周辺での体験プログラムの磨き上げ（山歩きガイドの養成 12月完了予定）（その他）
- ・歴史施設等への館内ガイドの配置による周遊の取り組み（4月から10施設）
- ・国鉄の旧客車を活用した観光拠点整備（佐川町）（3月完了予定）

**見えてきた課題**

**戦略的な観光地域づくり**

- (1)「外貨を稼ぐ」観光地域づくりの推進
  - ・地域ならではの観光資源を磨き上げとそれを生かした周遊ルートの形成
  - ・観光地域づくりの主体となる広域観光組織とステイクホルダーとのさらなる連携強化
- (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
  - ・(1)の滞在型周遊ルートへの組み込み
  - ・屋外観光ニーズの高まり（R2.5.28JTB 意識調査：自然が多い地域への旅行の「すぐに行きたい」、「少し時間がたってから行きたい」の合計は72.7%）

**今後の主な取り組み（改善策を含む）**

**戦略的な観光地域づくり**

- (1)「外貨を稼ぐ」観光地域づくりの推進
  - ・土佐の観光創生塾（観光地域づくりコース）の実施
  - 分科会において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の策定支援（随時）
  - 実証事業による同整備計画の磨き上げ（随時）
  - ・地域おこし協力隊制度を活用した専任人材の配置
  - ・滞在型観光プラン形成支援本庁PTの立ち上げ、運営
  - ・国立・国定公園内ホテル等でのワーケーション環境の整備【コロナ対策】

**(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**

- ・〔新規〕屋外観光拠点の創設や磨き上げの加速【コロナ対策】
- 〈体験・滞在型観光施設の整備〉
- ・湖の駅さめうらレイクタウンランドオープン（9月、土佐町）
- ・せいらんの里拠点整備事業（津野町）
- ・須崎市海洋スポーツパークでの機能強化（体験学習施設）
- ・知の拠点整備事業（佐川町）※青山文庫・図書館・創作ラボの複合施設
- ・野根川キャンプ場整備（東洋町）

〈体験プログラムの磨き上げ〉

- ・霧山茶園体験プログラムの強化（日高村）
- ・天日塩製塩体験施設の整備（中土佐町）
- ・四万十川流域のカヌー体験等での周遊促進に係る取組（四万十市）

令和2年度当初計画 (P)

令和2年度上半期の取り組み状況 (D)

課題・改善策と今後の取り組み (C、A)

(3)新足摺海洋館のオープンと周遊の仕組みづくり

- <オープン前>
  - ・竜串海洋観光クラスター第9回会議 (6/2)
  - ・マスコミ向け新足摺海洋館 SATOUMI 見学会の実施 (6/5)
  - ・TVCM 放送 (高知 6/20～、愛媛、岡山/香川 6/25～)
  - ・高知県、愛媛県民を対象とした抽選による特別見学会 (6/28)
  - ・竜串市営駐車場「奇岩・祈願ポスト」お披露目 (7/11)
  - ・新足摺海洋館 SATOUMI ラッピングポスト設置 (7/15)
  - ・新足摺海洋館 SATOUMI 内覧会の開催 (7/16, 17 地元関係者、県関係者、県内外水族館関係者、県内旅行会社、旅館組合、県内外メディアなど)
  - ・TV 番組内での観光スポット PR (7/17 TBS「ゴゴスマ」)

- <オープン>
  - ・新足摺海洋館 SATOUMI オープン (7/18)
  - ・新足摺海洋館 SATOUMI オープンに連動した幡多地域イベント開催 (7/18, 19)

- <オープン後>
  - ・TV 番組内での観光スポット PR (8/1 RKC「四国最南端絶景の旅」)
  - ・新足摺海洋館 SATOUMI 来館者 5 万人達成 (8/16)
  - ・展示魚類の追加 (シイラ、ハナザメなど約 60 匹) (9/2)
  - ・ダイバーによる餌やりタイムの開催 (9/23～)

(4)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

- ・専門家 (スーパーバイザー) を市町村へ派遣 (6/17～19、8/18～20)
  - (第 1 回: 6/17 四万十町、6/18 馬路村、6/19 芸西村 第 2 回: 8/18 四万十町、8/19 佐川町、8/20 南国市)
- ・四万十ひろば・カヌー館オートキャンプ場 リニューアルオープン【四万十市: 4/20】
  - (4/24～5/31 休業、6/1～営業再開※県外客は 6/19～) ※(株)ピカ監修
- ・大月エコロジーキャンプ場 Partner with CAPTAINSTAG リニューアルオープン【大月町: 4/25】
  - (4/26～6/30 休業、7/1～営業再開、7/23 グラントオープンイベント開催) ※キャブ テススタッグ (株) 提携
- ・四万十川ジップライン グラントオープン【四万十町: 6/27】 ※(株)フォレストアドベンチャー設計・施工
- ・フォレストアドベンチャー整備【津野町: 12 月中プレオープン予定】 ※(株)フォレストアドベンチャー設計・施工
- ・安田川アユおどる清流キャンプ場整備【安田町: R3. 4 リニューアルオープン予定】 ※コールマンジャパン提携、(有)ダディーズオピニオン (代表取締役 田中ケン) 基本計画監修
- ・天狗荘リニューアル整備【津野町: R3. 6 オープン予定】 ※(株)リョケン 基本構想受託、(株)五藤光学研究所 天文台設置・運営、プラネタリウム導入機器の全面サポート、(株)ピカ 天狗荘周辺エリアの基本構想受託

(5)県内観光需要の喚起

- <県民モニターツアー造成支援事業費補助金の創設 5月補正>【再掲】
  - 【対象事業者】旅行会社 【補助対象経費】県内バス借上料、配車料等
  - 【補助率】定額 (1 旅行商品当たり 100 千円以内)
  - 募集開始 (6/12) ⇒ 募集終了 (7/17 予算上限に達したため) (交付決定 111 ツアー)
- <「リョーマの休日キャンペーン」地域イベント等支援事業費補助金へのシャトルバス運行支援事業の追加 6月補正>【再掲】
  - 【対象事業者】地域イベントの主催者 【補助対象経費】県内バス借上料、配車料等
  - 【補助率】定額 (1 台当たり 100 千円以内)
  - 募集開始 (7/20) ⇒ (2 件交付決定 (11 台分) 8/25 現在)

見えてきた課題

- (3)新足摺海洋館のオープンと周遊の仕組みづくり
  - ・新型コロナウイルス感染症予防対策の促進
  - ・入館目標の達成と周辺施設等への周遊の促進

- (4)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
  - ・観光地域づくりに向けた市町村の更なる機運の醸成
  - ・企業へのアプローチやコロナ禍での民間活力のさらなる導入

今後の主な取り組み (改善策を含む)

- (3)新足摺海洋館のオープンと周遊の仕組みづくり
  - ・SATOUMI を中心とした地域が一体となった周遊の仕組みづくり (他施設との割引プログラム、周遊ラリーの実施、ランチマップの作成など)
  - ・企画展の開催
    - オープニング企画展「新足摺海洋館ができるまで」(9/18～10/31)
    - 冬の特別展示「干支の生き物展」(12/19～1/7)
  - ・冬のイベントの開催
    - イルミネーション装飾 (12/19～1/7)
    - SATOUMI のクリスマス (12/19・20)
    - お正月イベント (1/2・3)
  - ・TVCM 放送 (集客状況やコロナの収束状況を見ながら実施)
  - ・TV 番組内での観光スポット PR (集客状況やコロナの収束状況を見ながら実施)
- (4)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
  - ・これまで築いてきた民間企業とのネットワークを生かし、個別型のアプローチから仲介型のアプローチに手法を変え、Web 等も含め幅広くに接触を図る
  - ・引き続き、要望のある市町村へスーパーバイザーを派遣し、民間のノウハウ導入に向けた掘り起こしを実施し、具体的な企業との連携へつなげていく
  - ・観光資源相談会の開催 (10 月開催予定)

【令和2年度末の目標】

- 1 全国から誘客できる観光拠点の整備数 = R2:2カ所
- 2 広域観光組織の体制強化数(観光庁登録 DMO 数) = R2:4カ所
- 3 市町村をまたがる滞在型観光プラン数 = R2:4件(計画策定数)

【直近の成果】

- 1 全国から誘客できる観光拠点の整備数 = R2:1カ所
- 2 広域観光組織の体制強化数(観光庁登録 DMO 数) = R2:3カ所
- 3 市町村をまたがる滞在型観光プラン数 = R2:0件(計画策定数)

【概要・目的】

・バリアフリー観光の推進 ・観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化 ・観光客の満足度をさらに高める受入環境整備

令和2年度当初計画（P）

1 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
- ・バリアフリー観光に関するウェブサイトでの情報発信
- ・観光、宿泊、交通各施設の情報収集・蓄積

2 観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化

- ・観光案内所機能強化事業費補助金
- ・観光案内所機能強化研修の開催

3 観光客の満足度をさらに高める受入環境整備

- ・（新規）受入環境整備コーディネーターの配置（観光客受入研修等実施委託業務）
- ・外国人観光客受入研修の開催
- ・観光ガイド向け研修会やアドバイザー派遣の実施
- ・外国客船寄港時の乗船客等への受入態勢の充実
- ・高知県通訳コールセンターの運営
- ・モバイルWi-Fiルーターの貸出

計画を進めるに当たってのポイント

受入環境を整備する市町村や民間団体等への働きかけ、理解の促進

窓口名	相談内訳	6月	7月	8月	計
京町窓口	バリアフリー観光に関する相談	2	1	3	6
	車いす・シルバーカー等の貸出	1	0	0	1
	バリアフリー観光以外の観光案内	0	2	1	3
とさてらす窓口	バリアフリー観光に関する相談	1	2	3	6
	車いす・シルバーカー等の貸出	0	0	0	0
	バリアフリー観光以外の観光案内	5	18	41	64
計		9	23	48	80

令和2年度上半期の取り組み状況（D）

《新型コロナウイルス感染症による業務への影響》

- ・外国客船寄港キャンセル：23回/23回（4～9月）
- ・高知城観光ガイド活動の休止  
土佐観光ガイドボランティア協会：36回（4/10～5/31）  
高知SGG善意通訳クラブ：49回（4月～9月（6～9月は日曜日のみ実施））
- ・GW期間中の県内主要観光施設の休館（45施設）（4/29～5/6）
- ・GW期間中及びお盆期間中の臨時観光案内所（豊浜SA、南国SA（下り）、高知城）の中止（4/29～5/6、8/7～8/16）
- ・各施設の受入環境整備（279施設）の進捗を調整

1 感染症拡大防止対策を取り入れた受入環境整備

- 旅館・旅行業等緊急支援事業費補助金による整備支援  
・要綱制定、公募開始（6/19～）（申請96件、交付決定57件（8月末時点））

2 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（契約日：7/15、受託者：（株）JTB高知支店）  
○受入環境整備に関する一元的な相談窓口を開設（8/24～）  
・観光客受入コーディネーターの配置  
・受入環境整備の相談対応  
・観光案内所の機能や外国人観光客の受入を強化するための研修企画  
・観光案内所や観光ガイドの機能及び外国人観光客の受入を強化する専門アドバイザーの派遣
- （2）インバウンド観光の受入環境整備の支援  
○観光客受入コーディネーターの配置（再掲）  
・インバウンド観光の相談対応  
○観光案内所機能強化事業費補助金による整備支援  
・要綱制定、公募開始（6/25～）（申請1件（8月末時点））  
○高知県通訳コールセンターの運営（8月末時点）  
・登録施設：404施設（R元年度末時点388施設）  
・利用実績：通訳1件（R元年度 通訳36件）  
○モバイルWi-Fiルーター貸出事業（8月末時点）  
・貸出件数：4台（R元年度：262台）
- （3）観光ガイド研修実施委託業務（契約日：5/27、受託者：高知県観光ガイド連絡協議会）  
・個別勉強会の実施（2団体（6月末時点））

3 バリアフリー観光の推進

- バリアフリー相談窓口運営委託業務（契約日：5/21、受託者：NPO法人福祉住環境ネットワークこうち）  
・バリアフリー観光相談窓口の設置  
京町窓口（6/1～）相談対応10件（8月末時点）  
とさてらす窓口（6/20～）相談対応70件（8月末時点）  
・バリアフリー観光に関するウェブサイトの公開（6/1～）：204施設掲載（8月末時点）  
・観光、宿泊、交通各施設の現地調査実施（6月～）  
観光5施設（足摺海洋館 SATOUMI、公文書館、わんぱーくこうち、高知県立美術館、安居溪谷）、宿泊1施設（中津溪谷ゆの森）（8月末時点）

4 外国客船の受入

- 外国客船寄港時の乗船客等への受入態勢の充実  
・高知県高知港外国客船受入協議会オプションツアー部会の開催（7/17）

課題・改善策と今後の取り組み（C、A）

見えてきた課題

- 1 感染症拡大防止対策を取り入れた受入環境の整備  
・新しい旅行スタイル等に対応する新たなサービスの導入  
・ガイドラインや新しい生活様式への対応
- 2 バリアフリー観光の推進  
・高齢者、障害者などへのきめ細かな情報提供  
・観光関連事業者の理解の推進と意欲の喚起  
・ソフトやハード面での取組の促進  
・観光を楽しめる周遊観光プランの蓄積

今後の主な取り組み（改善策を含む）

- 1 感染症対策を取り入れた受入環境整備  
（1）【新規】おもてなし旅館ホテル等環境整備緊急支援事業費補助金（仮称）による支援（検討中）  
・宿泊施設が行う新しいビジネスの展開を支援  
（2）観光客受入研修等実施委託業務  
○観光客受入コーディネーターの配置  
・観光関連施設の受入環境整備の現地ヒアリング（10月～）  
・外国人観光客受入研修の開催（9月～）（東部・中部・西部、各1回）  
・観光案内所機能強化研修の開催（10月～）（東部・中部・西部、各1回）  
・外国人観光客の受入及び観光案内所の機能強化に関するアドバイザーを派遣（10月～）  
○インバウンド観光の受入環境整備の支援  
・インバウンドの来訪が見込まれる施設の受入環境整備方針を検討  
・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により、受入施設の整備を促進  
・【新規】屋外観光拠点の創設や磨き上げの加速【再掲】  
○観光ガイドを活用した周遊促進や消費拡大に関するアドバイザーを派遣  
（3）観光ガイド研修実施委託業務  
・観光ガイド全体研修交流会（1回）、観光ガイド地域別研修交流会（3回）  
（テーマ案：コロナ対策を踏まえた観光ガイドのあり方）
- 2 バリアフリー観光の推進  
○高知県おもてなし県民会議バリアフリー観光推進部会（2回）  
○バリアフリー観光相談窓口対応（通年（年末年始休業） 9:00～17:30）  
・相談窓口スキルアップ研修会（10月～）  
・バリアフリー観光推進セミナー（1月～）  
○バリアフリー観光相談窓口の検証（9月～、3回）  
○バリアフリー観光情報発信  
・インフルエンサーの招へい（モニターツアーの実施）（10月～、2回）
- 3 外国客船の受入  
○外国客船寄港時の乗船客等への受入態勢の充実  
・高知県高知港外国客船受入協議会市街地受入部会の開催（9/15（予定））  
・高知県高知港外国客船受入協議会オプションツアー部会及び市街地受入部会での意見を踏まえた新型コロナウイルス感染症対策の検討

【令和2年度末の目標】

- 1 バリアフリー観光の推進  
・相談対応件数（年間）60件  
・現地調査による情報収集 20施設
- 2 観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化  
・観光案内所の満足度 80%（R元比 +3%）  
・研修受講事業者数 26事業者
- 3 観光客の満足度をさらに高める受入環境整備  
・研修受講事業者数 23事業者

【直近の成果】

- 1 バリアフリー観光の推進  
相談対応件数（年間）80件（8月末）、現地調査による情報収集 6施設（8月末）
- 2 観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化  
観光案内所の満足度 76%（R2 春季）

分野：観光分野	戦略の柱：国際観光の推進	取組方針：訴求力の高い外国人向け旅行商品づくりの推進、訪日外国人向けプロモーションの強化、四国周遊旅行商品づくり、関西圏と連携した広域観光の推進、よさこいを活用した海外プロモーションの展開
---------	--------------	--

**【概要・目的】** ・訪日旅行の回復に向けた情報収集 ・国（JNTO）に連動したプロモーションの準備 ・関西圏との連携した観光・外商戦略の策定及び国際チャーター便の誘致  
 ・東京オリンピック・パラリンピックに向けたよさこいプロモーション ・よさこいの世界的なネットワークづくり

**令和2年度当初計画（P）**

**令和2年度上半期の取り組み状況（D）**

**課題・改善策と今後の取り組み（C、A）**

**1 訴求力の高い外国人向け旅行商品づくりの推進**

- 海外セールス拠点を活用した旅行商品造成と販売
- 【コロナ収束までの情報収集及びセールス】
  - ・各市場での渡航規制緩和等の動向の把握や継続したセールスの実施
- 【コロナ収束後の需要回復に向けた商品づくり】
  - ・国や県の事業と連動した旅行商品づくり及びチャーターの便誘致
- インバウンドプロジェクトディレクター及び推進マネージャーの活用
- ・FIT商品の造成と重点市場への横展開を推進

**2 四国4県が連携した四国周遊旅行商品づくりの推進**

- 台湾：令和3年5月のチャーター（週2便）の運航に向けた取り組み
- ・トップセールス及び就航に向けたMOUの締結、他県との連携の検討
- 韓国：現地旅行会社との関係強化に向けた取り組み
- ・高知視察ツアー、現地商談会の開催、関西空港経由の旅行商品づくり
- 中国：現地旅行会社等と連携した取り組み

**3. 国際線直行便を持つ首都圏・関西圏と連携した広域観光の推進**

- 旅行商品づくり（発地でのセールス）
  - ・旅行商品づくりと販売促進（四国内に直行便のない地域をターゲット）
  - ・ビッグデータを活用した旅行商品づくり、海外旅行博への出展等の検討
- 市場及び旅行会社の新規開拓（ポスト東アジア市場）
  - ・東南アジア等の新たな市場へのアプローチ
- 関西空港等の観光案内所、高知産食材使用店舗等での情報発信の検討

**4. 訪日外国人向けプロモーションの抜本強化**

- 国際線の縮小等により落ち込んだ外国人観光客数の大幅な減
- ・事業の優先順位を見直しつつ、国に合わせたインバウンド回復事業の準備
- デジタル技術を活用したプロモーションを推進
  - ・動画の製作（「自然」「食」「アクティビティ」等をテーマ）
  - ・収束状況により、動画配信（You Tube）する市場（台湾・香港・韓国）を順次拡大するとともに、Web上でVKJへ誘導するバナー広告を配信
- デジタルマーケティング結果に基づく現地有力媒体でのプロモーション

**5 よさこいを活用した海外プロモーションの展開**

- 発祥の地高知と観光地高知の認知度の飛躍的な向上
- ・2020東京オリンピック・パラリンピックに向けた組織委員会等への要望活動
- ・プレミアムよさこい in 東京 2020 の開催（7/5）
- ・メディアやイベントを活用した情報発信
- ・海外メディアのよさこい祭りへの招へい
- 国内外ネットワークのさらなる拡大
  - ・よさこいアンバサダーの認定
  - ・よさこいマイスターの派遣
- ・ワールドよさこい（仮称）の開催（8/10-8/12）
- ・県内よさこいチームの国内外イベント等への派遣

**6. 四国4県が連携したプロモーションの推進**

- 四国4県で連携した航空会社、旅行会社へのセールスの強化

**計画を進めるに当たってのポイント**

1. 海外セールス拠点を活用した訪日回復時期の見極め
2. 国のプロモーション時期に連動した広告の配信と、マーケティングの実施による現地での露出
3. 高知龍馬空港の国際定期路線化を見据えたチャーター便の誘致
4. 高知との連携で得られる関西側のメリットの整理
5. プレミアムよさこい in 東京 2020 及びワールドよさこい（仮称）の開催による海外メディア等を通じた効果的な情報発信
6. 四国の観光魅力の情報発信及び四国4県のインセンティブの情報提供

**〈新型コロナウイルス感染症による影響〉**

- ・国際線の大幅な運休
- ・宿泊を伴う外国人観光客の大幅な減

**〈インバウンド誘致〉**

- ・デジタルプロモーション等事業、外国人観光客認知度向上事業、外国人観光客動向調査事業の見直し
- ・現地の旅行会社や航空会社、メディアへのセールスの見直し
- ・海外セールス拠点によるファムトリップ、販促経費の見直し

**〈よさこい〉**

- ・2020東京オリンピック・パラリンピックの開催延期決定（3/24）
- ・「プレミアムよさこい in 東京 2020」の開催見送り決定（4/10）
- ・第67回よさこい祭りの中止決定（4/27）

**1 海外セールス拠点を活用した旅行商品造成と販売（R2.7月末時点）**

- 訪日旅行の回復に向けた情報の提供と収集（旅行会社・航空会社）
- ・各市場からの渡航規制の緩和や訪日旅行の送客計画の把握
- ・月例TV会議の開催、高知の観光情報の提供
- ・海外セールス拠点等による現地旅行会社向けオンラインセミナーの開催（台・米）

**2 国（JNTO）に連動したプロモーションの準備（R2.7月末時点）**

- JNTOプロモーションのスタートを意識しながら順次展開
- デジタル技術を活用したプロモーション
  - ・訪日関心層へダイレクトに届ける「よさこい」、「自然」、「食」、「アクティビティ」、「ダイジェスト」などの5つの動画製作に着手（6/26〜）
- 外国人観光客認知度向上事業による
  - ・メディア向けプレスリリースの実施  
掲載件数 計160回（台湾73回、香港29回、米豪57回（キャンプ場、自然景勝地、新しい観光コンテンツ（ex.足摺海洋館、JR四国観光列車））
  - ・SNSによる情報発信  
weibo（中国）、NAVER（韓国）による情報発信（weibo69回、NAVER11回）
  - ・在日webメディアの招請（7/22〜25）及び露出（10月上旬予定）（米豪）
- VKJのSNSによる情報発信（4月以降：FB106回、インスタグラム30回）

**3 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（R2.7月末時点）**

- 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
  - 〈関西圏〉
    - 関西エアポート、大阪観光局との連携に向けた協議（7/28〜29キックオフ）
  - 〈チャーター便誘致〉
    - 台湾：令和3年5月以降のチャーター（週2便）の運航に向けた取り組み
    - ・海外セールス拠点による航空会社及び他県の情報収集
    - 韓国：現地の旅行会社や航空会社との関係強化
    - ・海外セールス拠点による航空会社からの情報収集

**4 「よさこい」を活用した海外プロモーションの展開**

- 発祥の地高知と観光地高知の認知度の飛躍的な向上
- ・メディアやイベント（プレミアムよさこい in 東京 2020 やワールドよさこい（仮称））を活用した情報発信事業の実施時期の見直し（下半期へ）
- ・プレスリリースの実施：オンラインを活用したよさこい企画を通じた情報発信（みんなのよさこいプロジェクト、よさこい8）
- 国内外ネットワークのさらなる拡大
  - ・県内よさこいチームを派遣する国内外イベント等の開催状況確認

**見えてきた課題**

**1 海外セールス拠点を活用した旅行商品造成と販売**

- ・重点市場の嗜好に応じた団体・個人向けの観光資源の提案

**2 国（JNTO）に連動したプロモーションの準備**

- ・コロナ禍でVKJのアクセスが低調

**3 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**

- ・外国人の受入環境の更なる充実

**4 「よさこい」を活用した海外プロモーションの展開**

- ・2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会の活動再開

**今後の主な取り組み（改善策を含む）**

**1 海外セールス拠点を活用した旅行商品造成と販売**

- 【回復状況を見極めながら順次、重点市場でインバウンド政策を展開】
- ・台湾、香港、シンガポール、タイ、米豪では県観光のPRと商品企画を展開
- ・中国ではCtripとの連携協定の下、県観光のPRと商品企画を展開

**2 国（JNTO）に連動したプロモーションの準備**

- ・まずは近隣である東アジア市場へのデジタルプロモーションに注力
- ・デジタルプロモーションとして、5つの動画を台湾・香港・韓国向けにプッシュ型で配信
- ・動画の閲覧結果をもとにバナー広告を配信し、VKJへ誘導
- ・加えて、現地有力媒体（紙・web）でのプロモーションの企画

**3 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**

- ・国際線の再開に向けて、関西圏との連携のもと、対象市場の拡大を検討
- ・関西-高知を結ぶルートの開発
- ・四国の空港を活用したチャーター便（高雄-高松便、香港-徳島便）の誘致（県・コンベンション協会・海外セールス拠点）
- ・四国4県で連携したプロモーション及びセールスの検討

**4 「よさこい」を活用した海外プロモーションの展開**

- 来年のオリンピック・パラリンピックに向けた2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会の活動の合意形成と活動計画の再構築
- 今秋・来春の既存のよさこいイベントと連携したPRの検討（在日海外メディアの招聘など）
- 発祥の地高知と観光地高知の認知度の飛躍的な向上
- ・よさこいに関するSNSでの話題づくりとメディアを活用した情報発信事業の実施
- よさこいの世界的なネットワークづくり
- ・よさこいマイスターの派遣（中国・台湾）の調整
- ・県内よさこいチームの派遣（台湾新竹県・台湾ランタンフェスティバル）の調整

**【令和2年度末の目標】**

1. 外国人延べ宿泊者数 11.9 万人泊
2. チャーター便の誘致 30 往復
3. よさこいが踊られている国／地域の数 31 か国／地域

**【直近の成果】**

1. 外国人延べ宿泊者数 13,770 人泊 (R2. 1~6 月速報値)  
前年同期比 31.0% (44,350 人泊)【H31. 1 月~R1. 12 月確定値 95,360 人泊】
  - ・外国人向け Web サイト「VISIT KOCHI JAPAN」  
PV 数 72,927PV (R2. 4 月~7 月 5 言語計) 前年同期比 44.0%
  - ・SNS (FB「VISIT KOCHI JAPAN」ファン数) (R2. 7 月末)  
英語 226,171 人 (前年同期比 110.1%) 中国語 (繁体字) 55,782 人 (前年同期比 121.9%)
2. チャーター便の誘致 0 往復
3. よさこいが踊られている国／地域の数 29 か国／地域 (R2. 7 月末)  
よさこいアンバサダーのチーム数 23 (R2. 7 月末)



産業成長戦略の上半期の進捗状況等

分野：観光分野

戦略の柱：事業体の強化と観光人材の育成

取組方針：観光産業を支える事業体の強化と観光人材の育成・確保

【概要・目的】

・観光産業を支える事業体の強化と観光人材の育成・確保

令和2年度当初計画（P）

1 観光産業を支える事業体の強化と観光人材の育成・確保

(1)土佐の観光創生塾の継続・拡充

- ・「自然&体験キャンペーン」と連動したアクティビティ・自然体験の磨き上げと、観光事業者の人材育成を行う講座の開催（導入編、実践編、パワーアップ編）
- ・地域コーディネーターの配置による受講者の自然・体験型観光商品づくりや事業戦略策定のハンズオン支援

(2)広域観光組織の体制及び機能強化(再掲)

(3)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(再掲)

- ・各広域観光組織に対する地域観光コーディネーターによるOJT支援（随時）
- ・観光組織の法人化、登録DMO化に向けて協議を実施（随時）
- ・広域観光組織へのマーケティング及びマネジメント専任人材の配置
- ・土佐の観光創生塾における滞在型観光プラン整備計画作成を通じた、広域観光組織職員のマネジメント力等のスキルアップ支援
- ・広域観光協議会事務局長会議の開催による情報及び課題の共有

(4)国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化(再掲)

令和2年度上半期の取り組み状況（D）

(新型コロナウイルス感染症による業務への影響)

- ・土佐の観光創生塾の受講方法を原則オンラインによる受講に変更

感染症拡大防止にも対応できる事業体の強化と人材育成

(1)体験観光事業者の新型コロナウイルス感染症対策の促進【コロナ対策】

- ・自然・体験型観光アドバイザーによる体験観光事業者や教育旅行受入団体向けの新型コロナウイルス感染症対策を含む受入研修の実施（8/3 嶺北地域、8/4 高幡地域・幡多地域、8/5 安芸地域）
- ・安全管理マニュアル作成セミナーでの保健所等による新型コロナウイルス感染症対策の説明（7/15 東部、7/16 西部、7/17 中部）

<安心安全な体験プログラム推進協力金の支給 **6月補正** > 【再掲】

- ・7/10 事務局設置 → 7/17 要綱・要領を策定 → 順次、関係団体に制度の周知及び申請手続きへの誘導の協力依頼 → 7/22 受付開始 → 8/6 以降順次支給開始 → 9/15 受付終了 → 9月末支給完了予定

【協力内容】感染防止対策及び観光客のおもてなしを前提に、高知県体験プログラム安全管理ガイドラインに沿った取り組みの実施

【対象事業者】 想定対象事業者数 250 事業者

【支給額】 1 事業者当たり 10 万円（申請件数 75 件、支払件数 43 件 8/28 現在）

<旅館・旅行業緊急支援事業費補助金による支援 **5月補正** **6月補正** > 【再掲】

【対象事業者】 ①旅行者②宿泊事業者、住宅宿泊事業者、④体験観光事業者

【補助率及び補助上限額】 3/4（国 1/2、県 1/4） 1 事業者当たり 50 万円以内

【補助対象事業】 感染症防止対策、新商品開発・新サービス展開事業、PR 事業（申請件数 4 件、交付決定 2 件 8/25 現在）

(2)カヌーインストラクターの養成、安全管理のマニュアル作成、アドバイザー派遣によるサポート

- ・ガイド・インストラクターにおける安全管理マニュアル作成手引き策定委託業務契約（6/9）
- ・安全管理マニュアル作成セミナー…マニュアル作成に係る説明、新型コロナウイルス感染症対策、県の支援策等の説明  
参加者数（7/15 東部 33 人、7/16 西部 27 人、7/17 中部 30 人）

(3)土佐の観光創生塾(商品造成コース)の実施

- ・土佐の観光創生塾の参加者募集（5/22～6/12）  
受講者公募（県 HP、市町村・観光協会・広域観光組織、TV・ラジオ読み上げ（5/29～））  
参加者数 【導入編】76 人、【実践編】59 人（55 事業者）、【パワーアップ編】6 人
- ・第 1・2 回【導入編】【実践編】合同開催（オンライン講座）  
東部（6/29）、中部（6/23）、西部（6/22）
- ・第 3・4 回【導入編】【実践編】合同開催（オンライン講座）  
東部（7/7）、中部（7/8）、西部（7/6）
- ・地域コーディネーターによる個別支援（随時）

課題・改善策と今後の取り組み（C、A）

見えてきた課題

感染症拡大防止にも対応できる事業体の強化と人材育成

- (1)体験観光事業者の新型コロナウイルス感染症対策の促進
  - ・体験観光事業者の業態は様々で、業界団体のない事業もあり、新型コロナウイルス感染症対策の促進に向けた、きめ細かな対応が重要
- (2)カヌーインストラクターの養成、安全管理のマニュアル作成、アドバイザー派遣によるサポート
  - ・高知県体験プログラム安全管理ガイドラインのさらなる周知徹底と安全管理の意識向上に向けた支援
- (3)土佐の観光創生塾の実施
  - ・新型コロナウイルス感染症の状況と事業者の実情に留意しながら、対策をとったうえで実施する必要がある
  - ・OTAでの販売を見据えた観光商品の磨き上げと事業者連携の促進

今後の主な取り組み（改善策を含む）

感染症拡大防止にも対応できる事業体の強化と人材育成

- (1)体験観光事業者の新型コロナウイルス感染症対策の促進
  - ・各業界団体が定めるガイドライン等のきめ細かな情報提供や各種説明会等を通じた新型コロナウイルス感染症対策の啓蒙等
  - ・安全管理マニュアル作成支援（随時）
- (2)カヌーインストラクターの養成、安全管理のマニュアル作成、アドバイザー派遣によるサポート
  - ・自然・体験型観光アドバイザーによる受入研修の実施（10 月予定）
  - ・感染症拡大防止にも対応できる事業体の強化と人材育成
- (3)土佐の観光創生塾(商品造成コース)の実施
  - ・地域コーディネーターによる旅行商品の造成・磨き上げ・販売への個別支援（随時）
  - ・地域コーディネーターによる事業者連携の形成への個別支援（随時）
  - ・【パワーアップ編】地域コーディネーターによる事業戦略策定及び実践、販売力強化に向けた個別支援（随時）

【令和2年度末の目標】

1 広域観光組織の体制強化数(観光庁登録DMO数) = R2:4カ所

【直近の成果】

1 広域観光組織の体制強化数(観光庁登録DMO数) = R2:3カ所