

観光分野の令和2年度の進捗状況等及び令和3年度の強化のポイント（観光政策課）

- (1) 国の施策と連動した高知観光リカバリーキャンペーンの実施
- (2) 観光事業者への高知県観光リカバリー戦略への協力要請と協力の支給
- (3) 高知県観光リカバリーキャンペーンの効果を最大化させるセミナー等

〈取り組み状況〉

①観光リカバリー戦略の策定<資料2-1参照>
 ・5/31 観光リカバリー戦略を策定 ・6/19、9/18 戦略の改定

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

<フェーズ1.5（基盤の維持）>

◆協力的体制の構築

・リカバリーキャンペーン協力の支給 **5月補正**
対象者・協力内容 旅行業者、宿泊事業者、交通事業者、感染防止対策とおもてなしを前提として、観光客の誘致、送客、リカバリーのPR

支給額・実績 1事業者当たり10万円・754件

・安心安全な体験プログラム推進協力の支給 **6月補正**

対象者・協力内容 体験事業者、感染防止対策と観光客のおもてなしを前提に、高知県体験ツアー安全管理アドバイザーに沿った取り組みの実施

支給額・実績 1事業者当たり10万円・129件

◆感染症防止対策を支援

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

対象者 旅行業者、宿泊事業者、体験観光事業者
補助率・補助上限額 3/4・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
 ・県民ニーターツアー造成支援事業費補助金による支援 **5月補正**

対象者 旅行会社 **補助対象経費** 県内バス借上料、配車料等

補助率・実績 1旅行商品当たり100千円以内・交付決定111ツアー（12/31現在）

・チャトルバス運行支援事業による支援 **6月補正**

対象者 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・実績 1台当たり100千円以内・交付決定10件（12/31現在）

<フェーズ2（国内観光需要の回復）>

◆高知県観光の段階的な需要回復

・県内向け：高知でお泊まりキャンペーン（県内編）>**既着手・既活用** 6/12～8/31

内容・実績 県民を対象に県内宿泊割引（3千円/組）を実施・150組分完売

・近隣県向け： ” キャンペーン（中四国編）**既着手・既活用** 6/19～8/31

内容・実績 中四国在住者を対象に県内宿泊割引（3千円/組）を実施・650組一部残

・全国向け： ” キャンペーン（全国編）**既着手・既活用** 7/10～8/31

内容・実績 全国を対象に県内宿泊割引（平均5650円/組）を実施・5,388組

◆リカバリーキャンペーンの実施（県内外の観光客への交通費用助成）**5月補正** **9月補正**

内容 国のGoToトラベル事業に連動して、7/22事業開始（12/28～2/7一時停止中）

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・実績 上限5千円・20万人分・123,592件（12/31現在）

企画事業者 371 宿泊施設、全国56 旅行会社

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

◆「あなたの、新休日。」のテーマとビジュアルのコンセプトを連動

・海曜日ボスター（足摺海洋館 SATOUMI オープン ver.）の展開

・光曜日、湯曜日、縁日日の新たなコンセプトを訴求

◆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：新休日、足摺海洋館、縁の庭、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～順次実施）・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）・観光説明会の実施

・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

◆収束状況に応じて、段階的にプロモーションを展開

・県内プロモーションの実施（ウチノカニ）を活用した体験事業者支援（6～7月、37事業者）、「高知 光のフェスタ」県内CM放送（12月～）

◆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、足摺海洋館、光のフェスタなど

・中四国エリア向けTVCM・番組、新聞広告の掲載（流売中四国版）、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

・高速SA・PAへのリーフレット等の掲出 ※感染拡大を受けて縮小中

◆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、仁淀川、縁の庭、観光列車など

・全国・首都圏でのTV番組、雑誌・新聞タッグ記事掲載、都営新宿線の車内広告の掲出

・インスタライブ開始（5/20～）、SNSライブイベント（抽選で宿泊クーポン）（7月～）

・オンライン観光「あなたの、身代わり観光。」の実施

・交通広告（デジタルサイネージ広告（大阪駅等；11月～）※感染拡大を受けて縮小中

◆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（令和3年10月11月）に向けた取組

【内容】全国販売促進会議の開催（11/10）；全体会504名参加、観光協議会20 旅行会社59名参加、エクスカーションの実施（11/11～12）；3コース 34名参加

・四ツ一創「とっておき！四国キャンペーン」（4県の観光施設を利用できるガブリック）

◆スポーツツーリズムの推進

・高知ラグビーフェスティバルの実施

・「関西・郷土高知に感動をありがとうナイター」及び「高知くろしお感動大賞」の表彰式（阪神タイガース・藤川選手の引退試合を冠協賛（11/10）

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連動したエリアイベントの開催

・幡多エリアイベント開催（7/18、19）

《令和2年度の目標》

1 キャンペーン特設サイトのPV数⇒R2:100万PV 2 ツアー等への露出件数⇒R2:毎年50件以上

《直近の成果》

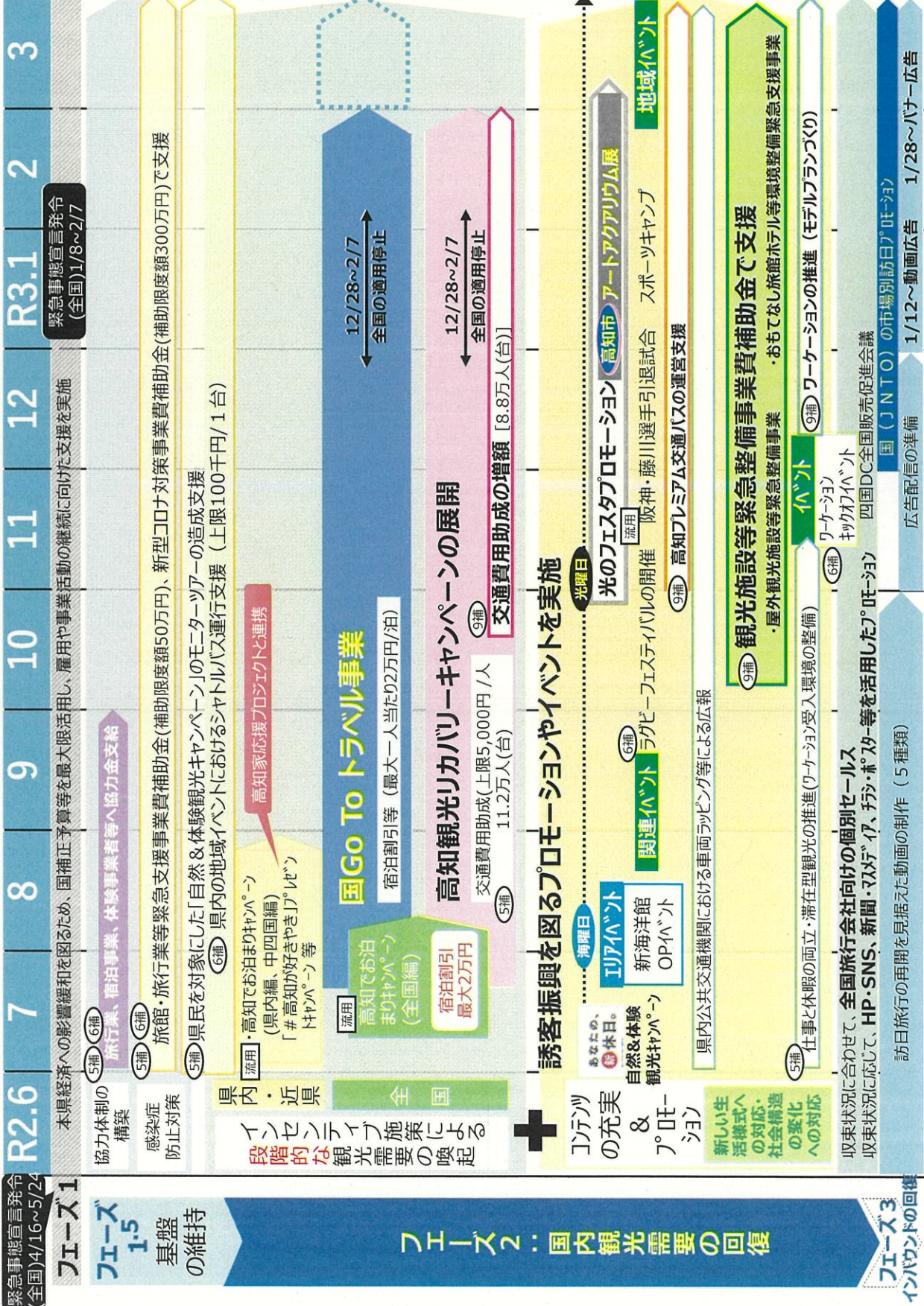
1 体験ツアー登録数⇒512件（12/15時点）Twitterの7月7日～7月15日（12/15時点）

2 集計中

3 11施設117ツアーの利用率 ⇒ (施設利用者数) 279,335人 (対前年63.1%) (体験ツアーの利用率) 40,747人 (同上62.7%) (12/15時点)

高知県観光リカバリー戦略に基づく観光分野の取り組み

- ・ 本県観光需要の早期回復を図るため、高知県観光リカバリー戦略に基づき、観光消費の拡大につながる取組を段階的に展開
- ・ 加えて、新しい生活様式や社会構造の変化への対応と、時流を掴むための取組を展開



高知県観光のチャンスロスを挽回!

- 時流**
- 直近の旅行者のニーズ『多くの方が「自然が多い地域への旅行」を希望!』
 - R3.4 全四国DCの開催
 - R3.7 東京オリパラの開催
 - R3.10 全四国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
- 時流を生かす

これまで整えてきた「自然」「歴史」「食」の観光基盤をフル活用したリョーマの休日キャンペーンを展開!

- キャンペーンの狙い**
- 観光需要の早期回復
 - 中山間とインバウンド観光の振興
 - 観光総消費額の増加

- ▶ 観光基盤のさらなる磨き上げ
 - ▶ 滞在型観光の推進
 - ▶ リカバリー施策の展開
- +
- 全国的な話題化

「自然」「歴史」「食」をR・Y・O・M・Aに再構築

自然体験

高知県観光の3つの強み

- 食
- 歴史
- 文化

関西・高知経済連携強化戦略（観光推進プロジェクト）

戦略の方向性

将来の目指す姿『世界に通用する『本物と出会える高知観光』の実現』に向けて、これまで磨き上げてきた、本県の「自然」「歴史」「食」の観光資源をフルに活用して、関西圏と連携した取り組みを進める。

『本物の高知』を訴求

本県の強みである「自然」「歴史」「食」の観光資源をフルに活用
 - リョーマの休日 -



多様なRYOMAの観光資源をお客様がそれぞれ組合せて体験、滞在型観光を構築

Roman
 歴史・自然から土佐の魅力を伝える
 テーマ
 コアアクト例
 ○歴史文化施設の企画展（歴史民俗資料館や坂本龍馬記念館30周年特別企画）
 ○コンパークをめぐるガイドツアー（室戸岬、土佐清水岬）
 ○自然の癒しを感懐する時間を作る
 ○清流での泳がせ「トウチー」や「アサギ」（中津渓谷、安国温泉等）
 ○大自然の自慢の食文化（室戸市、土佐清水市）
 ○趣やかな海辺でのキャンプ

Yasurabi
 絶対の自信！土佐の幸を食へよう
 ○地元ならではのおいしい食べ物があったら「アサギ」11年間6度の日本一に輝いた自慢の食文化（カツオのため、生産量日本一のゆずやしよが）

Oshii
 世界の自信！土佐の幸を食へよう
 ○海と自然のアドベンチャーミュージアム足摺海浜館「SATOUMI」
 ○日本遺産認定の中芸森林鉄道
 ○世界にも通用する四国通話
 ○高知ならではの伝統文化体験

Manabi
 土佐の自然と全身で味わえる
 ○高知の自然と味わえる「アサギ」（アサギ、アサギ、アサギ等）
 ○清流での泳がせ「トウチー」や「アサギ」（中津渓谷、安国温泉等）

Active
 土佐の自然と全身で味わえる
 ○高知の自然と味わえる「アサギ」（アサギ、アサギ、アサギ等）
 ○清流での泳がせ「トウチー」や「アサギ」（中津渓谷、安国温泉等）

戦略1 with、afterコロナを見据えた観光地の磨き上げと外貨を「稼ぐ」仕組みづくり

1 自然・体験型観光基盤を生かした4つのツーリズムの推進

- (1) 「仕事」と休暇を両立する **ワーケーション**
 : 宿泊施設や観光関連施設のワークスペース、wi-fi等の受入環境整備
 : タグアウト（企業、個人事業者）別のワーケーションプランを企画
- (2) 「日本どりのプロジェクト」と連携した **Greenツーリズム**
 : ①大阪・関西万博「日本の自然のシンガー」実現
 ②GreenRecovery ③GoGreen ④OneGreen
 ⑤National Park「D」イベントを企画
 : 地域がコアエリアとの連携と県内市町村への参画呼び掛け
- (3) 自然環境を生かした **スポーツツーリズム**
 : プロ・アマスポーツ合宿の誘致強化
 : サイクリング、サーフィン等スポーツアクティビティの振興
- (4) 「自然」異文化「アサギ」を組み合わせた **アドベンチャーツーリズム**
 : 地域固有の「アサギ」のもと、ここでしか体験できない「アサギ」を企画
 : 北海道での世界的な商談会及び体験ツアーに参加し、プランをPR

関西圏からの入込全体の第2位(25%)

戦略2 より一層の誘客を目指した国内旅行者に対する高知観光の訴求

1 関西圏からの観光情報発信

- (1) 関西、伊丹、神戸の3空港を活用した誘客戦略を検討・実施（関西エアポートのネットワークを活用した情報発信）
- (2) JR新大阪駅、大阪駅、難波の大阪観光局トラベルセンターで情報発信（高知県観光PRパンフ（多言語パンフ含む）の設置）
- (3) 大阪観光局と連携したマスコミへの情報提供や、高知県ゆかりの飲食店での情報発信（ゆる県民）
- (4) 交通広告や大阪中心部の大型ビジョンでの情報発信



大阪観光局との連携協定

2 「リョーマの休日キャンペーン」の展開によるセールス&プロモーション

- (1) 話題化を創出するプロモーション
 : 大阪中心部で集客、誘客イベントの開催
 : 大阪観光局等と連携した各種イベントへの出展
- (2) デジタル技術を活用したプロモーションの推進（動画の配信、バーチャルツーリズムなど）
- (3) 産学官民連携プラットフォーム「日本どりのプロジェクト」と連携したワーケーション等とプロモーション
- (4) 「リョーマの休日キャンペーン」によるセールス活動の実施
 : 大阪観光局と連携した合同商談会の開催、MICE・教育旅行説明会の開催、在阪の旅行エージェントへの個別訪問

3 スポーツを通じた交流人口の拡大

- 戦略的なアマチュアスポーツ合宿等の誘致強化
- (6) ワーケーションに関する情報発信
 : 特設サイト、SNSでの情報発信
 : 関西経済連携「D」イベントの協力のもと、関西圏で開催される各種会議・学会でのPR

2 地域ならではの強みを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりを推進

- 市町村をまたがる滞在型観光プランづくり
 <例> 全国区の清流と、流域の自然や暮らし産業など身近な資源を生かした体験・滞在メニューを組み合わせた滞在型観光の推進
- 3 関西と高知を結ぶ新たな観光ルートの創出
 ○ 大阪の都市型観光と高知の山・川・海の自然・体験型観光のコラボ
 ○ 関西圏の港（大阪港等）と連携したクルーズ船航路誘致
 ○ 観光ルートの創出などを通じた観光人材の交流

関西空港in・outの訪問客が多い

戦略3 大阪・関西万博を見据えた「インバウンド」施策の展開

1 関西圏の拠点での観光情報発信（関西圏の訪日客向け）

- (1) 関西、伊丹、神戸の3空港を活用した誘客戦略を検討・実施（関西エアポートのネットワークを活用した情報発信）
- (2) JR新大阪駅、大阪駅、難波の大阪観光局トラベルセンターで情報発信（高知県観光PRパンフ（多言語パンフ含む）の設置）
- (3) 大阪観光局と連携したマスコミへの情報提供や、高知県ゆかりの飲食店での情報発信（ゆる県民）
- (4) 交通広告や大阪中心部の大型ビジョンでの情報発信

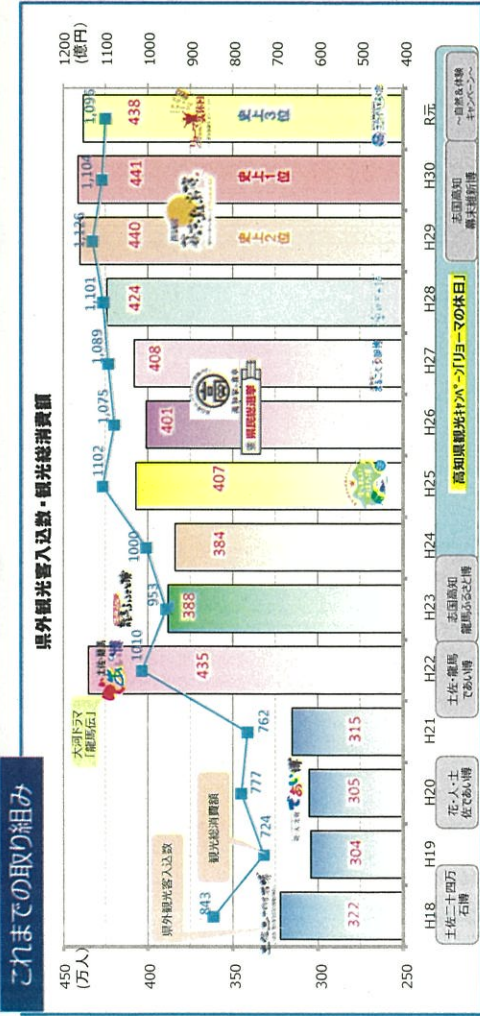


大阪観光局との連携協定

2 国外に向けたセールス&プロモーション

- (1) 大阪・関西万博や大阪IR等を見据えた大阪観光局等と連携した誘致プロモーションの実施
- (2) 重点市場の訪日旅行に関心のある方々に向けた本県観光の魅力とダイレクトに伝えるプロモーションの推進（本県独自で実施）
- (3) 四国ツアーの創出機構（広域連携DMO）を中心に四国他県と連携したセールス&プロモーションの展開
- (4) 大阪観光局等と連携した旅行会社へのセールス及び新規市場の開拓（ポスト東アジア市場）
- (5) 食品等外貨拡大「D」イベントと連携したインバウンドの推進

高知県観光キャンペーン「リヨーマの休日」の展開



食	「高知家の食卓」(H26～27)：食の総選挙の開催や地域グルメの開発が進展 →じゃらん「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」ランキング、過去11年で第1位を6回獲得
歴史	「志国高知幕末維新博」(H29～30)：歴史資源の磨き上げ、観光クラスターの形成が進展 →維新博全会場の来場者数334万人、高知城歴史博物館や坂本龍馬記念館などの整備
自然	「自然&体験キャンペーン」(H31～)：自然体験型観光拠点や体験プログラムが数多くスタンバイ →サイトPV数230万超、体験プログラム販売登録数600超、足摺海洋館・溪流が「トップアワード」の整備
成果	○高知の強みを活かした観光資源の基盤整備や磨き上げが大きく進展 ○県外観光客入込数400万人以上を7年連続で達成 (H25～)
課題	○観光総消費額、外国人延べ宿泊者数の増加 ○コロナ禍で落ち込んだ観光需要の本格的な回復策の実施 →産振計画 →目標未達
時流	○3密を避けることのできる自然・アウトドア志向の高まり ○東京オリパラ (7～9月)、四国DC (10～12月) の開催 ○関西・高知経済連携強化戦略に基づく関西からの誘客促進

これまで整えてきた「自然」「歴史」「食」の観光基盤をフル活用したリヨーマの休日キャンペーンを展開！

キャンペーンの狙い

- 観光需要の早期回復
- 中山間とインバウンド観光の振興
- 観光総消費額の増加

- 観光基盤のさらなる磨き上げ
- 滞在型観光の推進
- リカバリー施策の展開

全国的な話題化

「自然」「歴史」「食」を「R・Y・O・M・A」に再構築

つくる	分類	テーマ	コンテンツ例	Oishii	Manabi	Active
		Roman	歴史や自然から土佐のパワーを感じる ○歴史文化施設の企画展 (歴史民俗資料館や坂本龍馬記念館の30周年特別企画等) ○シオパークをめぐるガイドツアー (室戸ジオ、土佐清水ジオ)	絶対の自信！土佐の幸を食べつくす ○「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」ランキングにおいて11年間で6度の日本一に輝いた自慢の食文化 (カツオのたたき、生産量日本一のゆずやしよが)	世界が認めた自然遺産・文化に学ぶ ○海と自然のアドベンチャーミュージアム 足摺海洋館「SATOUMI」 ○日本遺産認定の中芸森林鉄道 ○世界にも通用する四国遍路 ○高知ならではの伝統文化体験	土佐の自然と全身とたわむれる ○高知の自然とたわむれるアクティビティ (カヌー、ダイビング、ジップライン等) ○清流での渓谷が「トッアール」や「ラフティング」(中津渓谷、安居渓谷等) ○山、川、海の絶景ドライブ
		Yasuragi	自然の優しさか癒しの時間をくれる ○清流での渓谷が「トッアール」や「ラフティング」(中津渓谷、安居渓谷等) ○大自然のもとのワーケーション (室戸市、土佐清水市) ○穏やかな海辺や川のほとりのキャンプ			

多様なRYOMMAの観光資源を、お客様がそれぞれ組合せて体験・滞在型観光を満喫

観光客の誘致・受入

うる

旅行会社へのセールス

- 知事トップセールス
- 観光説明会
- 旅行会社個別セールス
- モニターツアーの実施

もてなす

こうち旅広場・県内観光案内所

- 厚みを増したプッシュ型の観光案内
- 市町村等との連携強化
- 旅行商品の造成・販売・紹介
- バリアフリー観光の推進
- 集客イベントの拡充
- 龍馬バースト事業の継続及び強化

各エリア・地域へ送客

- 滞在型の観光地域づくりの推進
- 四季折々の滞在・体験メニューの実施
- 屋外観光施設・宿泊施設の安心安全な受入環境整備
- 観光施設(249ヶ所)のインバウンド受入機能の充実
- ワーケーションに対応した受入環境整備



あなたの「新」休日。