

分野を代表する目標

観光総消費額
県外観光客入込数

出発点(H30)：1,104億円 ⇒ 現状(R元)：1,096億円 ⇒ 来年(R3)：1,096億円以上 ⇒ 4年後(R5)：1,288億円以上 ⇒ 10年後(R11)：1,410億円以上
出発点(H30)：441万人 ⇒ 現状(R元)：438万人 ⇒ 来年(R3)：435万人以上 ⇒ 4年後(R5)：460万人以上 ⇒ 10年後(R11)：470万人以上

【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

戦略の柱1 戦略的な観光地域づくり

- (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
 - 拡 県全域で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
 - 「自然」「歴史」「食」の観光基盤を生かした多様な周遊の仕組みづくり
 - 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
 - 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
- (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
 - 拡 広域観光組織の体制及び機能強化（地域おこし協力隊制度を活用）
 - 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
 - 法人化や観光庁登録DMO化への支援強化
- (3) 関西圏からの誘客を図る観光地の磨き上げと「外貨を稼ぐ」仕組みづくり
 - 新 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（ワーケーション、Greenツーリズム、スポーツツーリズム、アドベンチャーツーリズムの推進）
 - 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（再掲）
 - 関西と高知を結ぶ旅行商品の開発（再掲）

戦略の柱4 国際観光の推進

- (1) 海外セールス拠点等を活用した旅行商品の拡充
 - 外国人目線を生かした旅行商品の拡充
 - 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（再掲）
- (2) 関西と高知を結ぶ新たな観光ルート磨き上げたの創出
 - 海外の旅行会社へのセールス強化
 - 新 関西と高知を結ぶ旅行商品の開発
- (3) 関西圏や四国他県と連携した周遊商品づくりの推進
 - 四国DCの推進

【売る】PR・プロモーション

戦略の柱2 効果的なセールス&プロモーション

- 新 (1) 観光キャンペーン「リョーマの休日」の展開
 - 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
 - 全国的な話題化を創出するプロモーションの展開
 - 多様な滞在型観光プラン等の効果的な情報発信
- (2) 観光需要の回復を図る誘客施策の展開
 - 拡 高知観光リカバリーキャンペーンの延長
- (3) 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進
 - 自然環境を生かしたスポーツイベントの開催促進
 - 高知龍馬マラソンの開催
- (4) 関西圏からのより一層の誘客を目指した高知観光の訴求
 - 拡 関西の拠点での観光情報の発信
 - 観光キャンペーン「リョーマの休日」の展開（再掲）
 - 個人事業者や企業を対象にしたワーケーションの誘致
 - 関西圏を中心としたプロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致

「自然」「歴史」「食」観光基盤をフル活用した高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」を展開し、観光誘客によって観光需要の回復を図る

観光資源・商品を国内外の市場へ

“おもてなし”でリピーター化
観光客の声を商品づくりに反映

【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

戦略の柱3 おもてなしの推進

戦略の柱4 国際観光の推進

- (1) バリアフリー観光の推進
 - 相談窓口の設置による相談対応とPR、モニターツアーの実施による情報提供
- (2) こうち旅広場・各観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化
 - 周遊・滞在を促すプッシュ型の観光情報の提供
 - 観光案内所間や事業者との連携強化
 - 着地型旅行商品のPR
- (3) 観光客の満足度をさらに高める受入環境整備
 - 新 観光関連施設の「Wi-Fi、トイレ、キャッシュレス、多言語対応」の受入環境整備を推進
 - 新しい旅のスタイルに対応する屋外観光施設や宿泊施設等の磨き上げ
 - 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
- (4) 周遊促進やリピーター化のさらなる推進
 - 着地型旅行商品のPR（再掲）
 - 龍馬バスポートの実施
 - 周遊・滞在を促すプッシュ型の観光情報の提供（再掲）
 - 二次交通網の活用（新 高知プレミアム交通Pass）



効果的な
セールス&プロモーションで
観光客が高知へ

戦略の柱4 国際観光の推進

- (4) 訪日旅行関心層に向けてのデジタルプロモーションの展開
 - 訪日旅行に関心のある方々に向けて、デジタル技術を活用した本県の魅力をダイレクトに伝えるプロモーションの推進
 - 重点市場での有力媒体（Webや雑誌等）によるプロモーションの実施
- (5) 「よさこい」を活用した海外プロモーションの展開
 - 東京オリ・パラを契機とした世界にひろがるよさこいを訴求するプレミアムよさこいin東京の開催
 - 発祥の地高知と観光地高知の認知度の飛躍的な向上
 - 海外ネットワークのさらなる拡大
- (6) 四国ツーリズム創造機構（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
- (7) 大阪・関西万博を見据えた施策の展開
 - 訪日旅行関心層に向けてのデジタルプロモーションの展開（再掲）
 - 拡 関西と高知を結ぶ旅行商品のPR
 - 新 大阪観光局と連携したTrip（中国最大のOTA）によるプロモーションの実施



全体を下支え

戦略の柱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と観光人材の育成・確保
 - 土佐の観光創生塾の継続・拡充
 - 拡 広域観光組織の体制及び機能強化（地域おこし協力隊制度を活用）（再掲）
 - 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）
 - 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）

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

高知県観光の
チャンスロス挽回！

- ・ 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**

- 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 プレ四国DCの開催
 - R3.7 東京オリパラの開催
 - R3.10 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



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『本物と出会う高知観光』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。

数値目標

関西圏からの観光客入込数 直近値(R元)115万人⇒目標値(R5) 121万人以上※県推計値
 関西空港経由の外国人延べ宿泊者数 直近値(R元)3.2万人泊⇒目標値(R5)3.4万人

『本物の高知』を訴求

本県の強みである「自然」「歴史」「食」の観光基盤をフルに活用
 - 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・滞在型観光を満喫

| | Roman | Yasuragi | Oishi | Manabi | Active |
|--------|--|---|--|--|---|
| テーマ | 歴史・自然から土佐の「ワ」を感じる | 自然の優しさが癒しの時間をくれる | 絶対の自信！土佐の幸を食べつくす | 世界が認めた自然遺産・文化に学ぶ | 土佐の自然と全身でたわむれる |
| コンテンツ例 | ○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） ○ジオパークをめぐるガイドツアー（室戸市、土佐清水市） ○穏やかな海辺でのキャンプ | ○清流での渓谷が「ドゥア」や「ラティン」（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） ○穏やかな海辺でのキャンプ | ○「地元ならではの美味しい食べ物が多かった」ランキング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ょうが） | ○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 | ○高知の自然とたわむれる「アクティティ」（カヌー、グライダー、ジップライン等） ○清流での渓谷が「ドゥア」や「ラティン」（中津渓谷、安居渓谷等） |

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
- ：ターゲット（企業、個人事業者）別のワーケーションプランを企画



(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



(2) 「日本み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「日本の自然のショーケース」実現
- ②GreenRecovery ③GoGreen ④OneGreen
- ⑤National Park「D&D」外を企画
- ：地域「アクション」との連携と県内市町村への参画呼び掛け



(4) “自然”異文化“アクティティ”を組み合わせたアドベンチャーツーリズム

- ：地域固有のテーマのもと、そこでしか体験できない「プラン」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



民間活力の活用



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

関西圏からの入込全体の第2位(25%)

関西空港in・outの訪問客が多い

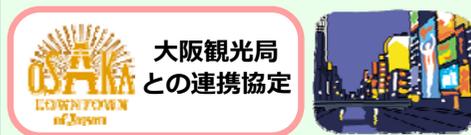
戦略2 より一層の誘客を目指した国内旅行者に対する高知観光の訴求

関西在住者の誘客

全国からの誘客

1 関西の拠点での観光情報発信

- (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



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席
- (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「日本みどりのプロジェクト」と連携したワーケーション等のセールス&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
- (5) ワーケーションのセールス活動の実施
 - ：関西経済連携アドバイザーの協力のもと、関西経済同友会、近鉄GHD、包括連携企業などの在阪企業、大学への個別訪問、モニターの実施

- (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
 - ：関西経済連携アドバイザーの協力のもと、関西圏で開催される各種会議・学会でのPR

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



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 関西の拠点での観光情報の発信（関西圏の訪日客向け）

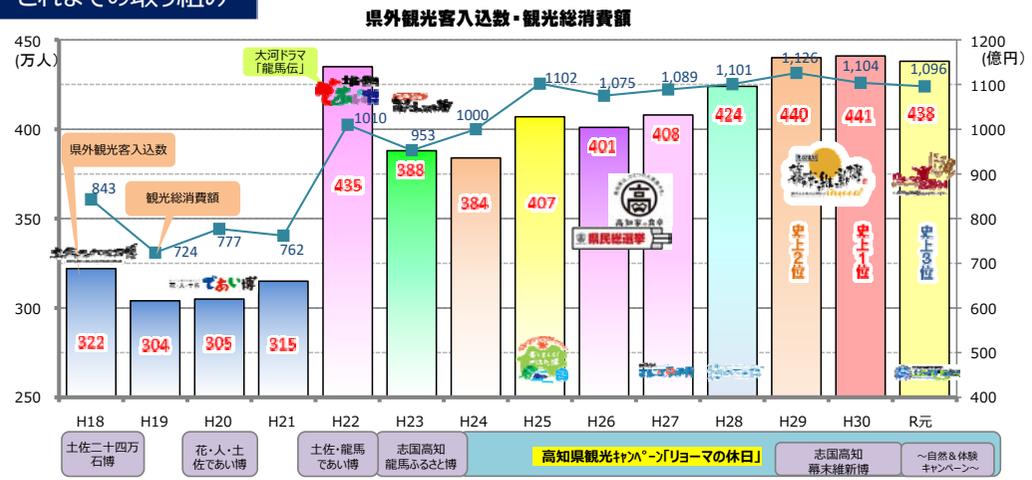


2 国外に向けたセールス&プロモーション

- (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を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) 四国ツーリズム創造機構（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) 食品等外商拡大「D&D」外と連動したインバウンドの推進

高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」の展開

これまでの取り組み



| | |
|-----------|--|
| 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「地元ならではの美味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」ツアーなどの整備 |
| 成果 | <ul style="list-style-type: none"> ○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 | <ul style="list-style-type: none"> ○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 |
| 時流 | <ul style="list-style-type: none"> ○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 |

これらを踏まえて

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
- リハビリ施策の展開

+

全国的な話題化



つくる

| 分類 | Roman | Yasuragi | Oishii | Manabi | Active |
|--------|---|--|---|---|--|
| テーマ | 歴史や自然から土佐のパワーを感じる | 自然の優しさが癒しの時間をくれる | 絶対の自信！土佐の幸を食べつくす | 世界が認めた自然遺産・文化に学ぶ | 土佐の自然と全身でたわむれる |
| コンテンツ例 | <ul style="list-style-type: none"> ○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) ○ジオパークをめぐるガイドツアー (室戸ジオ、土佐清水ジオ) | <ul style="list-style-type: none"> ○清流での渓谷が「ト」ツアーやラフティング (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でのキャンプ | <ul style="list-style-type: none"> ○「地元ならではの美味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ょうが) | <ul style="list-style-type: none"> ○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 | <ul style="list-style-type: none"> ○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」ツアーやラフティング (中津渓谷、安居渓谷等) ○山、川、海の絶景ドライブ |

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

全国・関西・近県向けPR

- WEBサイト、SNS
- テレビ・ラジオ等メディア
- 雑誌・新聞・情報誌の活用



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
- 龍馬パルポー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

地域の強みを生かした滞在型観光地域づくり ～より大きな面で受ける観光の実現～

県全域で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

【目的】

県全域で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することで、「より大きな面で受ける観光」を実現し、県全域で滞在日数の増加を図る。

【取組内容】

<機能の強化>

・土佐の観光創生塾の特設コースで、「市町村をまたがる滞在型観光プランづくり」を通じて、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進める。

R 2 年度 高知県東部観光協議会
仁淀ブルー観光協議会
幡多広域観光協議会
物部川DMO協議会

+ R 3 年度 土佐れいほく観光協議会 **new**
奥四万十観光協議会 **new**

<体制の強化>

・広域での観光地域づくりの舵取り役となる広域観光組織に人材を配置(地域おこし協力隊制度を活用)

・配置先：観光庁の「登録DMO」又は「候補DMO」に登録されている広域観光組織

R 2 年度 高知県東部観光協議会
仁淀ブルー観光協議会
幡多広域観光協議会
+ R 3 年度 物部川DMO協議会 **new**

市町村をまたがる滞在型観光プランづくり

土佐の観光創生塾の特設コース「観光地域づくり塾」

専門家派遣等による知識や手法の習得

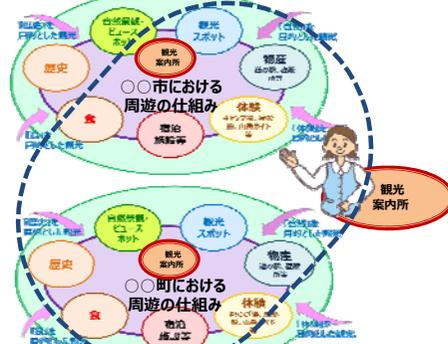
地域コーディネーターによる支援



旅行ニーズの検証等を通じて広域エリアを単位とした滞在型観光プランの整備計画を策定し、計画に基づく商品開発や受入環境整備等を行う

土佐の観光創生塾の特設コース「観光地域づくり塾」

第1段階 市町村をまたがる滞在型観光プランづくり
R2: 4件(整備計画策定)
⇒R3:4⇒R4:10件⇒R5:16件



<R2に策定中のプランのテーマ等>

- ・東部観光協議会
⇒宿泊施設を拠点に「レンタカー×鉄道×レンタサイクル」を組み合わせた周遊・滞在型観光
- ・物部川DMO協議会
⇒ファミリー層をターゲットにした、地元の農業体験や生活文化体験を生かした滞在型観光
- ・仁淀ブルー観光協議会
⇒仁淀川流域に広がる食と体験を生かした滞在型観光
- ・幡多広域観光協議会
⇒SDGsをテーマとした「教育旅行」・「滞在型観光」

目指す姿

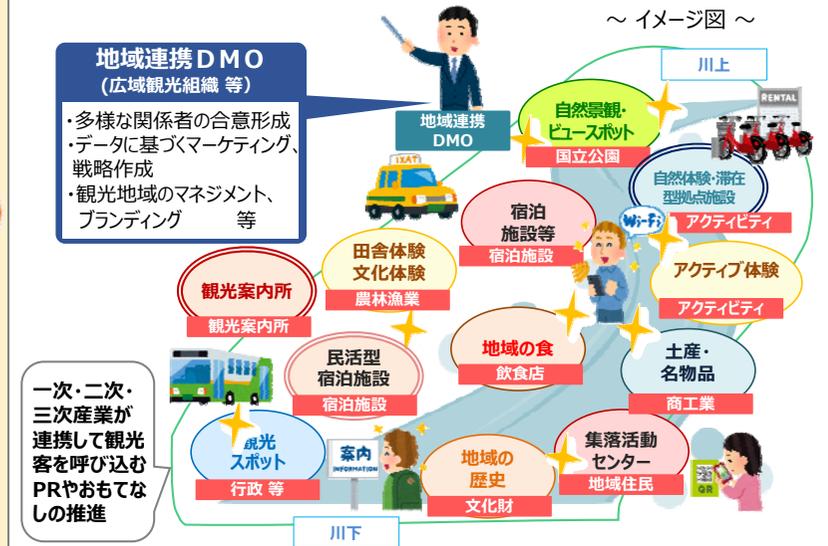


より大きな面で受ける観光の実現
プラス1泊以上

県全域で滞在日数の増加を図るため、
・広域単位で「外貨を稼ぐ」滞在型の観光地域づくりを推進
・広域エリアをつなぐ大きな面単位の滞在型観光にもつなげる

第2段階

流域全体の滞在型の観光地域づくりを推進



<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

外国人観光客の受入環境整備への支援

背景・現状

自然&体験観光
キャンペーンの展開

インバウンド
プロモーションの強化

コロナ禍における
社会構造の変化

訪日外国人旅行者の受入環境
整備に関するアンケート(観光庁)

～訪日旅行中に困ったこと～

(H29年度→R元年度)

| | |
|---------------------|---------------|
| 1位 困ったことはなかった | (34.8%→38.6%) |
| 2位 ゴミ箱の少なさ | (未調査→23.4%) |
| 3位 施設等のスタッフとの会話 | (26.1%→17.0%) |
| 4位 公共交通の利用 | (18.9%→12.2%) |
| 5位 多言語表示の少なさ・わかりにくさ | (21.8%→11.1%) |
| 6位 無料公衆無線LAN環境 | (21.2%→11.0%) |
| 7位 クレジット/デビットカードの利用 | (14.2%→7.0%) |
| 8位 鉄道の割引きっぷ | (12.1%→5.6%) |
| 9位 SIMカードの購入 | (7.0%→3.1%) |
| 9位 ATMの利用 | (5.2%→3.1%) |
| 17位 トイレの利用・場所・設備 | (5.8%→1.6%) |

高知県「i」案内所 観光アンケート
調査結果 (高知県観光コンベンション協会)

～高知県の観光で悪かった点～

(H29年→R元年)

| | |
|-------------------|---------------|
| 1位 外国語でのコミュニケーション | (36.5%→35.9%) |
| 2位 外国語案内 | (21.9%→28.2%) |
| 3位 通信環境 | (22.9%→14.6%) |
| 4位 決済環境 | (11.5%→12.6%) |
| 5位 外国語表記 | (34.4%→11.7%) |
| 6位 外国人観光案内所が少ない | (4.2%→8.7%) |

満足度調査「お客様の声アンケート」
調査結果 (高知県)

～おもてなしに関するご意見(抜粋)～

- ・首都圏、関西圏に比べると公共トイレの和式の多さに驚いた。欧米の観光客は不便を感じる。
- ・和式トイレだけのところはなくしてほしい。
- ・シャワートイレにしてほしい。

課題

全国的に受入環境整備は一定進んでいるが、本県では、

▶利便性・満足度の向上
外国人観光客が、ストレスなく県内観光を楽しめる受入環境がまだ不十分

▶中山間地域の振興
特に、自然・体験型の観光資源が豊富に存在する中山間地域への外国人観光客の増加に対応するための受入環境整備の不足

▶コロナ禍における新しい生活様式、旅行スタイルへの速やかな対応

※上記いずれの項目において
も市町村や事業者の理解を得ることが必要不可欠

取組の方向性

インバウンド観光に対応できるよう、県が前面に立って、受入環境の磨き上げを3カ年で集中的に実施

- 通信環境の整備
テレワークやワーケーション等に対応できる無線LAN環境の整備
- 多言語対応の促進
多言語コミュニケーション力の向上や多言語案内等の整備
- トイレの整備
洋式化や非接触化などの衛生環境の改善
- キャッシュレス決済の推進
非接触や非対面環境の整備

観光客受入コーディネーターの配置
観光関連施設への受入環境整備のサポート

●観光関連施設の調査結果

| ジャンル | 調査対象数 | トイレ | | Wi-fi整備率 | 多言語対応 |
|---------------|-------|-----|------------|----------|-------|
| | | 洋式率 | うち洋式率60%未満 | | |
| ①観光地・観光施設 | 68 | 63% | 34% | 72% | 51% |
| ②アクティビティ | 18 | 68% | 38% | 33% | 39% |
| ③景観・ビュースポット | 5 | 47% | 75% | 40% | 0% |
| ④観光案内所 | 26 | 65% | 19% | 69% | 42% |
| ⑤道の駅等 | 27 | 64% | 46% | 74% | 48% |
| ⑥交通 | 11 | 73% | 60% | 82% | 64% |
| ⑦MICE/コンベンション | 16 | 62% | 63% | 63% | 50% |
| ⑧スポーツ | 20 | 52% | 100% | 5% | 15% |
| ⑨集落活動センター | 58 | 72% | 22% | 45% | 17% |
| 合計 | 249 | 61% | 39% | 57% | 38% |

施設設置者の理解の推進と整備の働きかけ

- 県による受入環境整備の働きかけ
・相談・推進体制の構築
・現地ヒアリング
・施設への受入環境の啓発・調整・研修会の実施
・広域観光組織を通じた支援など
- 観光客受入コーディネーターによるサポート
・現地ヒアリング
・県及び観光庁の補助事業の活用
・個別アドバイザーの派遣など

R3年度 of 取組

観光振興推進総合支援事業費補助金
(外国人観光客等受入環境整備事業) **新**

【目的】
コロナ禍のインバウンド需要の回復に備え、外国人観光客にストレスフリーな観光を提供するための受入環境整備を進める。

| | |
|-----------|--|
| 1. 手法 | 観光関連施設の「Wi-Fi、トイレ、キャッシュレス、多言語対応」等の受入環境整備を補助メニュー化 |
| 2. 補助先 | 市町村(一部事務組合、広域連合を含む) ※市町村への直接補助又は間接補助とする |
| 3. 補助対象施設 | 観光案内所、観光地、観光関連施設、コンベンション施設、集活センター 等 (1)無料公衆無線LAN環境の整備 (2)多言語対応 ・外国人観光客受入のためのツールの整備 多言語翻訳機器の導入、ホームページ・パンフレットの多言語化 等 ・案内表示・展示解説等の多言語化 等 (3)トイレの整備・改修 ・和式トイレの洋式化 ・多言語案内板やピクトサインの設置 ・洋式便器の新設、増設 ・スペースの拡張、多目的化 等 (4)キャッシュレス決済環境の整備 (5)その他の環境整備 ・デジタル環境の整備 ・バリアフリー環境の整備 ※原則、3カ年で(1)～(4)全ての整備が完備されることを要件とする。 |
| 4. 補助対象事業 |  |
| 5. 事業実施主体 | ○市町村(一部事務組合、広域連合を含む) ○市町村が補助する団体(民間事業者を含む) |
| 6. 補助率 | 1/2以内 |
| 7. 補助限度額 | 1補助事業あたり20万円以上200万円以下 |

「日本みどりのプロジェクト推進協議会」の設立総会

シンポジウムを開催 (10/25 於：八芳園)

参加者：94名(7省庁、11自治体、17企業、6大学・研究機関団体 他)

日本みどりのプロジェクト 設立記念写真



日本みどりのプロジェクト(Japan Green Project)設立記念
2020.10.25 於：八芳園

会長 長野県知事

副会長 高知県知事、三重県知事、鳥取県知事、

熊本県知事、新潟県知事、

(一社)長野県観光機構、(公財)大阪観光局



日本みどりのプロジェクト推進協議会 設立総会



市川海老蔵、薄畑大阪観光局理事、長、竹節山ノ内町長、3者トークセッション

アンバサダー-VTRメッセージ 渡辺謙氏



基調講演 環境大臣 小泉進次郎氏

「日本みどりのプロジェクト」の役割・効果・連携イメージ



「日本みどりのプロジェクト」令和3年度活動方針

| | |
|---|---|
| <p>①2025大阪・関西万博 「日本の自然のショーケース」 プロジェクト</p> | <p>2025大阪・関西万博において、日本の各地域を代表するような自然・日本発の先進的環境技術等を情報発信する「日本の自然のショーケース」の実現に向け準備する。</p> |
| <p>②Green Recovery プロジェクト</p> | <p>産学官連携でのイノベティブなアイデア・技術により、コロナ禍からの経済回復と環境問題解決を同時に推進する。</p> |
| <p>③GO GREEN プロジェクト</p> | <p>日本旅行と参加自治体を中心となり、国立・国定公園の魅力（ストーリーの要素）を経験・共有できる旅、滞在型旅行・ワーケーションを創出する。 消費者はこの体験を通して自然保護の大切さと同時に、脱炭素・脱プラなどCO2削減に向けたテーマについての意識が高められるような素材を取り入れ、ライフスタイルに取り入れることを目指す。</p> |
| <p>④ONE GREEN プロジェクト</p> | <p>都市と地方が連携し、地方における植樹や、都市緑化のための取り組みを行うと共に、日々の生活空間にみどりの素情らしさを取り入れることでQOLを向上させる。</p> |
| <p>⑤National Park プロジェクト</p> | <p>関係機関と連携し、国立・国定公園等における保護と利用の推進を行う。</p> |