

高知県観光キャンペーン

# リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～

Naturally Japan, Naturally Kochi



## 総括

## ◆第1 自然&体験キャンペーンの概要

- 1 背景
- 2 目的
- 3 基本方針及びキャンペーン推進のポイント
- 4 名称
- 5 開催期間及びキャッチフレーズ

## ◆第2 キャンペーンの全体的な効果

- 1 概括

## ◆第3 キャンペーンのパ策目的に対する成果

- 1 概括
- 2 1stシーズンの取り組み
- 3 2ndシーズンの取り組み
- 4 新型コロナウイルス感染症への対応
- 5 各種観光指標の推移

## ◆第4 まとめ

- 1 総括
- 2 令和3年度に向けて

# ◆第1 自然&体験キャンペーンの概要

## 1 背景

歴史観光の中でも特に本県の強みである幕末維新时期にフォーカスした「志国高知 幕末維新博」の開催と並行して、次なる本県の観光誘客策を検討。

【時流】

○スポーツやこれに関連するアクティビティに対する関心の高まりを想定

・**2019年ラグビーワールドカップ、2020年東京オリンピック・パラリンピック**

○県内各地域における自然・体験やアクティビティを中心とする基盤整備が進行中

- ・**アウトドアメーカー**が監修する観光拠点
- ・**牧野植物園**のリニューアル
- ・**足摺海洋館**の建て替え など

⇒**本県のもう一つの強みである「自然・体験」をより前面に押し出したキャンペーン**を展開し、自然・体験型の観光基盤のレベルアップを図る。

## 2 目的

これまで取り組んできた「**歴史**」や「**食**」を生かした観光を引き続き推進するとともに、高知ならではの手つかずの自然景観や、それらを生かしたアクティビティから、地域の生活文化体験まで幅広い**自然・体験型の観光基盤を磨き上げ**、多くの誘客につなげるとともに、持続可能な観光振興につなげる。

### 3 基本方針及びキャンペーン推進のポイント

#### 【基本方針】

「歴史」と「食」の観光資源に加え、もう一つの強みである「自然・体験」をさらに磨き上げ、観光キャンペーンを展開する。

#### 【キャンペーン推進のポイント】

##### ① 外貨を稼ぐ仕組みの構築

専門性を有する民間企業の知見やノウハウも活用しながら、ポテンシャルのある資源を発掘し、磨き上げ、クラスター化を図ることで自然を生かして外貨を稼ぐ仕組みを地域につくる。

##### ② 中山間地域の振興

自然・体験型の観光資源は、とりわけ中山間地域に豊富に存在しており、このキャンペーンの推進によって、中山間地域の振興につなげる。

##### ③ 効果的なプロモーションの実施

多様化する旅行者のニーズや旅行商品の販売形態を踏まえ、自然・体験型の観光を前面に出しながら歴史、食と組み合わせることで効果的なプロモーションを実施する。

##### ④ インバウンド対応

県内各地の自然・体験型の観光基盤や周遊コースの整備にあたっては、外国人観光客の受入にも対応できるよう進め、誘致拡大につなげる。

## 4 名称

高知県観光キャンペーン

「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」

Naturally Japan, Naturally Kochi

## 5 開催期間及びキャッチフレーズ

### ○ 1stシーズン

平成31（2019）年2月1日～令和2年（2020）年1月31日

「高知でパワーチャージ」



### ○ 2ndシーズン

令和2（2020）年2月1日～令和3（2021）年3月31日

「あなたの、新休日。」



# ◆第2 キャンペーンの全体的な効果

## 1 概括

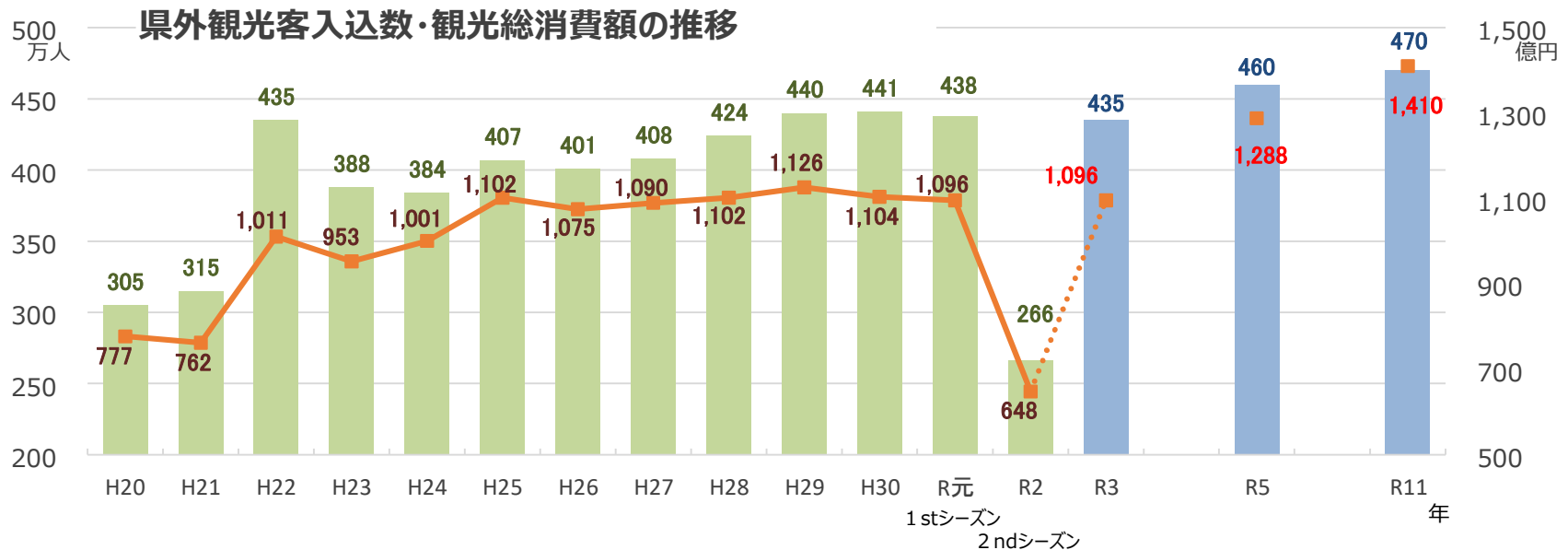
県外観光客入込数と観光総消費額に着目すると、

### ○1stシーズン（H31.2～R2.1）

- ・過去最高を記録した「志国高知 幕末維新博」に肉薄する実績となった。

### ○2ndシーズン（R2.2～R3.3）

- ・スタート直後から新型コロナウイルス感染症の影響を直接受ける形となり、令和2年5月に策定した「高知県観光リカバリー戦略」に基づき、感染症対策を進めるとともにGoToトラベル事業やこれに連動する本県独自の交通費助成事業（高知観光リカバリーキャンペーン）などの需要喚起策を実施。
- ・持ち直しの傾向も見られたものの、第三波襲来による需要喚起策の停止や、不要不急の外出・他県との往来の自粛の呼びかけなどにより入込数、総消費額とも大河ドラマ龍馬伝以降、最低を記録することとなった。



主な動き

花・人・土佐であい博

土佐・龍馬であい博

志国高知 龍馬ふるさと博

リョーマの休日キャンペーン

志国高知 幕末維新博

自然&体験 キャンペーン

あなたの、新休日。

大阪・関西万博

## ◆第3 キャンペーンの政策目的に対する成果

### 1 概括

本キャンペーンを推進するにあたっての**基本方針の項目**（キャンペーン推進4つのポイント）について、**主要な施策とその振り返りを通じて総括する。**

（以下、7頁、8頁のとおり）

なお、前述のとおり、**2ndシーズンは、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、誘客実績等は大きく減少したが、一方で、県内各地では、自然・体験系を中心に観光拠点施設のオープンや磨き上げ等が進み、コンテンツが一層の厚みを増すとともに、国内外へのセールスプロモーション活動により「自然・体験」を「歴史」や「食」と同様に**本県の観光商品の柱として定着させることができた。****

また、国際的な往来再開を見据えた戦略的なプロモーションを展開するなど、**アフターコロナを見据えた準備を進めた。**

〈キャンペーン推進のポイント〉

- ① 外貨を稼ぐ仕組みの構築
- ② 中山間地域の振興
- ③ 効果的なプロモーションの実施
- ④ インバウンド対応

# 2 1stシーズンの取り組み

つくる

つくる

もてなす

|                                   |  |   |
|-----------------------------------|--|---|
| <p>自然景観やビュースポット、体験・滞在型観光施設の整備</p> | <p><b>ポイント</b></p> <p>① ②<br/>外貨を稼ぐ仕組みの構築<br/>中山間地域の振興</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆アウトドア拠点など核となる観光地づくり<br/>⇒「スノーパーク土佐清水キャンプフィールド」(4/28)「スノーパークかわの駅おち」(6/8)「柏島観光情報発信センター」(7/1)「モンパルアウトドアヴィレッジ本山」(7/7)</li> <li>◆市町村と連携した観光地づくり<br/>⇒東洋町海上アスレチックオープン(7/13)「龍河洞」プロジェクトマッピング導入(7/19)</li> <li>◆市町村をはじめとした地域が連携した博覧会の開催<br/>⇒「土佐れいほく博」(7~12月:入込客前年同期比 観光施設110%、宿泊施設134%)</li> </ul> |
| <p>土佐の観光創生塾などを通じた観光資源の磨き上げ</p>    |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆「土佐の観光創生塾」を通じた観光商品づくり<br/>⇒77プログラムが商品造成済、うち60プログラムがキャンペーン特設サイトで販売<br/>「棚田フットパスと石窯ピザ焼き体験」「はたらく馬と過ごす田舎暮らし体験」など</li> <li>◆民間活力を積極的に導入した観光地づくり ⇒四万十ひろばカヌー館オートキャンプ場(ピカ)、大月エコロジーキャンプ場(キャプテンスタッグ)、四万十川ジップライン(パシフィックネットワーク)など</li> </ul>  |
| <p>周遊促進や二次交通の整備</p>               |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆周遊キャンペーン等の実施<br/>⇒スクラッチキャンペーン(4~9月、参加者6,511名)、土佐の城ご城印ラリー(7月~、参加者11,013名)</li> <li>◆ナイトタイムエコノミーの推進<br/>⇒高知光のフェスタ(11~2月:のべ15万人以上)、チームラボ高知城光の祭(11~1月:のべ8万8千名)</li> <li>◆二次交通対策 ⇒レンタカーキャンペーンの実施(クーポンブック約1万冊配布)、公共交通機関と連携した特別切符の造成</li> </ul>  |



|                       |   |   |
|-----------------------|---|---|
| <p>認知度向上と全国での話題化</p>  | <p><b>ポイント</b></p> <p>③ ④<br/>効果的なプロモーションの実施<br/>インバウンド対応</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆特設WEBサイトやSNSを活用した情報発信<br/>⇒著名人(ユージ氏、小野大輔氏、佐藤健寿氏など)を活用した動画等でのPR<br/>⇒イベント情報やトピックスの投稿、フォロワー増加企画(インスタントくじなど)の実施</li> <li>◆全国メディア等を活用した広報<br/>⇒首都圏情報交換会の開催(2回29社参加)、タレント(塚地武雅氏、山里亮太氏)を起用したメディアリリース<br/>⇒テレビ「ヒルナンデス」、「王様のブランチ」、「ゴゴスマ」、雑誌「週刊文春」「anan」「BE-PAL」「CREA」など</li> </ul>  |
| <p>ターゲットに応じた情報発信</p>  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆近畿、中四国のローカルメディアを活用した広報<br/>⇒新たに開設した観光スポットや地域イベントなどの着地情報の露出(RSK「ごじまる」、RNB「Beans」、読売新聞、関西ウォーカーなど)</li> <li>◆インバウンド向けの情報発信、旅行商品の造成・販売<br/>⇒外国人専門家等による着地型旅行商品の造成・販売(23商品)「高知市内満喫ツアー」「鍛冶屋体験ツアー」「サイクリング・ラフティング体験ツアー」など<br/>⇒中国最大のOTAとの連携(本県特設ページ開設、予約可能宿泊施設133件掲載)<br/>⇒海外旅行代理店による「チームラボ高知城光の祭」ツアー催行(台湾740名、香港334名、韓国8名)</li> </ul> |
| <p>キャンペーンの開催を広く周知</p> |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆旅行会社向けのセールス活動、旅行商品づくり支援<br/>⇒都市圏等での商談会開催(10ヶ所のべ197社)、各社への個別セールス(のべ150社)<br/>⇒OTA宿泊クーポンの発行、本県企画商品のPR経費支援、レンタカー商品の造成支援</li> <li>◆交通拠点や集客イベントなどでの広報 ⇒空港、SAでのガイドブック配架や県外イベント出展</li> <li>◆スタートセレモニー、地域イベントの開催 ⇒4地域で約2,2万人が参加</li> </ul>  |



|                     |                               |   |
|---------------------|-------------------------------|---|
| <p>きめ細かな観光情報の提供</p> | <p><b>ポイント</b></p> <p>① ②</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆プッシュ型の情報提供に向けた観光案内所等の機能強化<br/>⇒ブロック別研修の開催(7ブロック各2回のべ107名、3ブロック各1回のべ25名)<br/>⇒観光関連事業者等を対象にした外国人受入研修の開催(41事業者のべ110回)<br/>⇒公衆無線LAN、案内カウンター設置など(3市町村4件)</li> <li>◆観光人材・ガイド団体の育成<br/>⇒全体研修交流会(131名参加)及び地域別研修交流会(3回のべ122名参加)の開催 ⇒観光ガイドおもてなしアドバイザーの派遣(7団体13回)</li> </ul> |
| <p>観光客の満足度向上</p>    |                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆歴史・文化施設への館内ガイドの配置 ⇒空戸ジオパークセンターなど10施設</li> <li>◆観光客アンケートの実施と観光施設等へのフィードバック<br/>⇒「体験プログラム利用者アンケート」(33ヶ所のべ258人)、OTAサイトユーザー評価の集約(のべ236人)</li> </ul>   |





# 2 2ndシーズンの取り組み

つくろ

自然景観やビュースポット、体験・滞在型観光施設の整備

土佐の観光創生塾などを通じた観光資源の磨き上げ

周遊促進の整備

ポイント  
① ②  
外貨を稼ぐ仕組みの構築  
中山間地域の振興

- ◆アウトドア拠点など核となる観光地づくり
  - ・「モネの庭」ポルティゲラの庭オープン（5/16）
  - ・隈研吾の小さなミュージアムオープン（6/12）
  - ・四万十川ジップラインオープン（6/27）
  - ・新足摺海洋館 S A T O U M I オープン（7/18）
  - ・道の駅さめらレイクタウンオープン（9/19）
  - ・にこここ館（いの町BBQ施設）リニューアル（10/19）
- ◆「土佐の観光創生塾」を通じた観光商品づくり
  - ・「実践編」・・・講義（2日、4回）+ 地域コーディネーターによる個別支援 ⇒計58人参加、目標45商品造成
  - ・「パワーアップ編」・・・地域コーディネーターによる販路拡大等の個別支援 ⇒6人参加（マリンスポーツの磨き上げ等）
  - ・旅行会社等での販売数「パートナーでアピエストラップ」作り体験「E-bikeで巡るガイドツアー」など84件
- ◆民間活力を積極的に導入した観光地づくり
  - ・スーパバイザーの派遣（6月～3回（のべ8市町村））、企業による現地視察4件
  - ⇒新たにオープンした施設等：四万十川のばかヌー館オートキャンプ場、四万十川ジップライン、大月コロジューキャンプ場 Partner with CAPTAIN STAG
- ◆体験プログラムの安全な実施に向けた取り組み
  - ・安全管理マニュアル作成セミナーの開催（参加者117人）、現状把握のためのアンケート調査の実施（11～12月）
- ◆ワーケーションの推進
  - ・キックオフイベントの開催（11/16～18参加者17社23名）
  - ・ワーケーションモデルプランの作成（東部2、中部4、西部3プラン）
- ◆周遊キャンペーン等の実施
  - ・「ピングでゲット！周遊ラリー」実施（7/18～2/28）
  - ・道の駅・温泉クーポンBOOKの発行（3月～）
- ◆二次交通対策
  - ・しまんと・あしずり号の運行支援、交通事業者が作成する特別きっぷのフェスティバル、高知プレミアム交通バスの発行（11月～紙チケット、1月～Webチケット）
- ◆広域観光組織による施策展開
  - ・奥四万十も旅キャンペーン（8～2月）
  - ・ENJOY!!はた旅クーポン（8～1月）



つな

認知度向上と全国での話題化

あなたの、**新**休日。

ターゲットに応じた情報発信

キャンペーンの開催を広く周知

ポイント  
③ ④  
効果的なプロモーションの実施

- ◆新たなコンセプトによるプロモーション展開
  - ・「あなたの、新休日。」コンセプトCMの放映、山・川・海曜日の達人イベント開催(11/22)、湯・光・緑曜日のポスター・ガイドブックなどでの訴求
- ◆特設WEBサイトやSNSを活用した情報発信
  - ・「おうちこうちプロジェクト」サイトで自宅から楽しめるコンテンツを配信（5月～インスタライブ、11月～オンライン観光）
  - ・SNSプレゼントキャンペーン（6～7月「高知が好きやきCP」、7月「高知ここ好きCP」）、LINE公式アカウントの開設（11月～）
- ◆全国メディア等を活用した広報
  - ・テレビ「満天☆青空レストラン」(日テレ)、「バナマンのせつかくぐル」(TBS)、雑誌「BE-PAL」、「日経トレンドイ」、新聞「デイリースポーツ」など
- ◆中四国・近畿圏のローカルメディアなどを活用した広報
  - ・県内インナープロモーションの実施（6～7月帯屋町ビジョン、タウン誌など）、近畿圏での「高知光のフェスタ」のテレビCMの放映（11月～12月）
  - ・中四国のテレビ番組での、新たな観光スポットなど着地情報の露出（南海放送「Beans」、山陽放送「ごじまる」、あいテレビ「よるマチ!」、読売新聞 など）
  - ・四国4県が連携したタウン誌への施策広告掲出（ほっとこうち、タウン情報まつやま、あわわfree、ナイスタウン）
- ◆インバウンド向けの情報発信（デジタルプロモーション等事業）
  - ・「自然」を共通テーマとした5動画を制作、配信⇒再生回数：約4,700万回、Web広告等による観光情報サイト（VKJ）への誘導⇒VKJへの流入数：約190万PV
- ◆旅行会社向けのセールス活動
  - ・知事によるトップセールス（9月大阪）、観光説明会や観光情報交換会の開催（東京、大阪など計5回）、各社への個別セールス（のべ68社）
- ◆交通拠点等での広報PR
  - ・伊丹空港や大阪駅などでのデジタルサイネージ広告、阪神タイガース藤川選手引退試合での高知くろしお感動大賞授与及び観光情報発信
  - ・都営新宿線での電車内広告の掲出、高速SA・PAでのポスター及びガイドブック配架
- ◆誘客イベントの開催
  - ・仁淀川地域イベント(2/22)⇒参加者2,016名
  - ・足摺海洋館オープニングイベント(7/18,19) ⇒参加者4,591名入館者数累計17.6万人、東部エリアイベントの開催（3/13）⇒参加者2,254名
- ◆リカバリーキャンペーンのPR
  - ・中四国エリアにおけるテレビCM・ラジオ・新聞広告、大阪駅でのデジタルサイネージ、Web広告を活用した情報発信（9月～）

あなたの、**新**休日。



もてなす

きめ細かな観光情報の提供

観光客の満足度向上

ポイント  
① ②

- ◆プッシュ型の情報提供に向けた観光案内所等の機能強化
  - ・観光客受入環境整備コーディネーターの配置（相談対応9件、現地ヒアリング62施設）
  - ・観光案内所機能強化研修の開催（オンライン視聴回数209回）
  - ・観光案内所機能強化事業費補助金による整備支援（2件）
- ◆観光人材・ガイド団体の育成
  - ・観光ガイド全体研修交流会（1回）
  - ・地域別研修交流会（3エリア各1回）
  - ・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（4団体6回）
- ◆バリアフリー観光の推進
  - ・相談窓口の設置（相談件数408件）、特設サイトの公開（登録施設数216件）
  - ・インフルエンサー招聘によるモニターツアーの実施（11月2回）
- ◆歴史・文化施設への館内ガイドの配置
  - ・芸芸市立歴史民俗資料館など10施設
- ◆「お客様の声アンケート」「おもてなしの宿アンケート」の実施
  - ・観光施設174ヶ所、宿泊施設46ヶ所にアンケートボックス設置

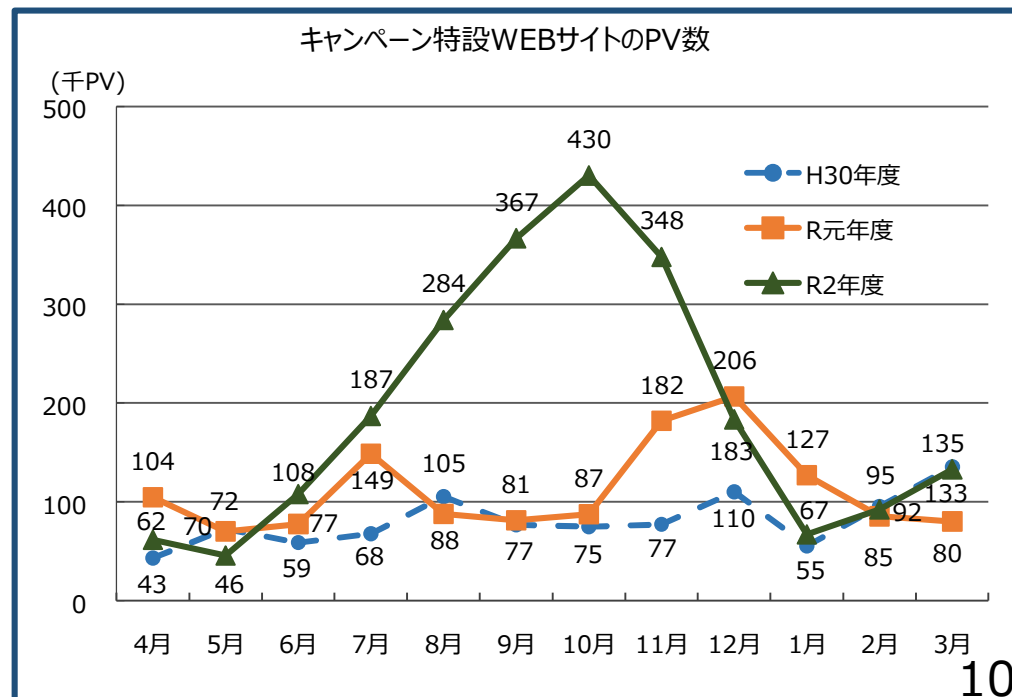
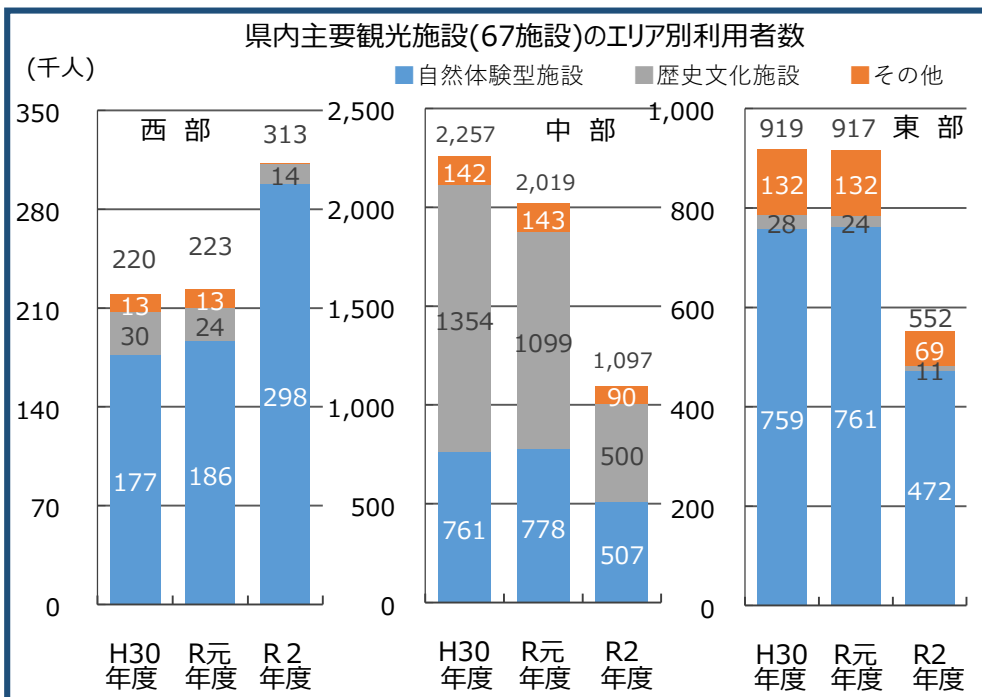
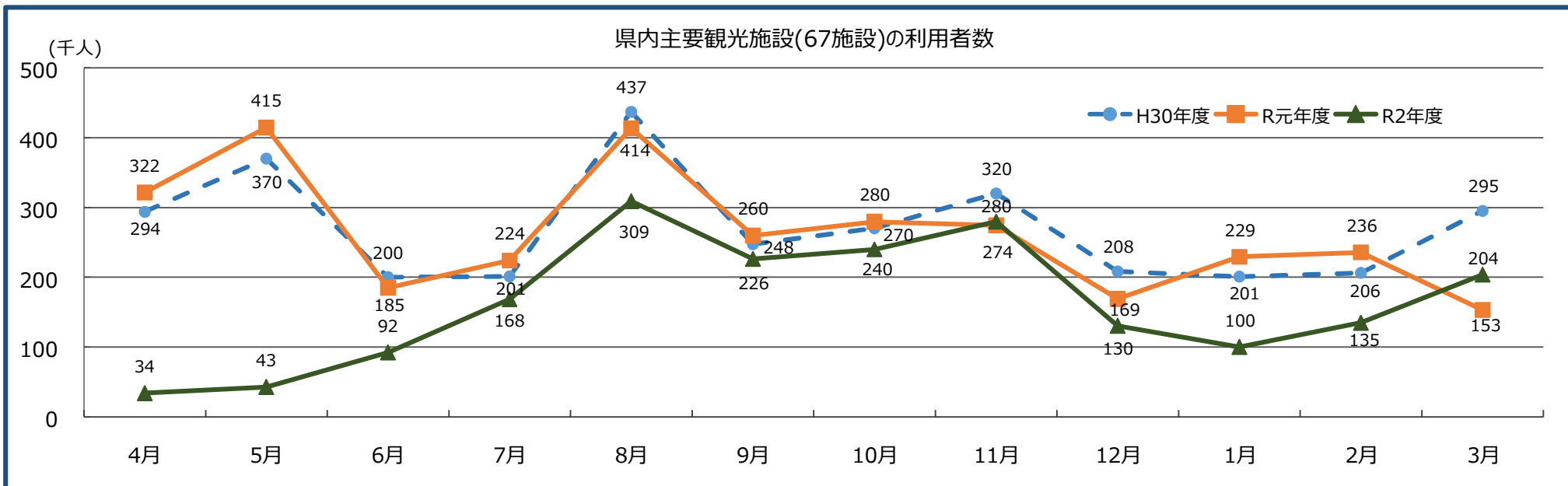
#### 4 新型コロナウイルス感染症への対応

- ◆キャンペーン2ndシーズンスタート後すぐの新型コロナウイルス感染症拡大で、県内観光は大打撃を受けた
- ◆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を策定し、施策を展開してきた
- ◆秋にはいったん沈静化が図られるも、12月からの第3波等で再び観光需要が縮小

全国と県内の感染状況を鑑みながら、本県の観光需要喚起策を展開してきた

|                                |    | 項目                       | 事業内容   | 実績等                                 |
|--------------------------------|----|--------------------------|--|-------------------------------------|
| フェーズ<br>1.5<br>観光<br>基盤<br>の維持 |    | 高知県観光リカバリーキャンペーン協力金      | 県外からの誘客や県内での移送に協力していただく県内の旅行会社、宿泊事業者等に協力を支給（申請期間：6/11～7/31）          | 支給件数：754件                           |
|                                |    | 安心安全な体験プログラム推進協力金        | 県が策定した体験プログラム安全管理ガイドラインに沿ったサービスを提供する体験観光事業者等に協力を支給（申請期間：7/17～9/23）   | 支給件数：129件                           |
|                                |    | 旅館・旅行業等緊急支援事業費補助金        | 事業者がおこなう感染症対策や新サービス展開等の「新しい生活様式」の実践に要する経費を支援（申請期間：6/19～2/28）         | 交付決定件数：159件                         |
|                                |    | 屋外観光施設等緊急整備事業            | 市町村等が行う新しい生活様式、または、社会情勢の変化に対応した屋外観光施設の整備にかかる経費を支援（申請期間：10/30～12/16）  | 交付決定件数：23件                          |
|                                |    | おもてなし旅館ホテル等環境整備緊急支援事業    | 事業者が行う新しい旅行スタイルに対応する受入環境整備事業に要する経費を支援（事業実施計画書届出期間：10/30～12/16）       | 交付決定件数：50件                          |
| フェーズ2：国内観光需要の回復<br>近県～全国       | 県内 | 県民を対象としたモニターツアーの推進       | 県内旅行会社が行う県民を対象とした「自然＆体験キャンペーン」のモニターツアーの造成を支援（申請期間：6/12～7/17）         | 申請件数：111件                           |
|                                |    | 地域イベントにおけるシャトルバス運行支援     | 県内の地域イベントにおけるシャトルバス運行を支援（申請期間：7/20～3/31）                             | 申請数：10件                             |
|                                |    | 高知が好きやきキャンペーン（Instagram） | 「#高知が好きやき」のキーワードとともに写真や動画を投稿された方に抽選で県内宿泊割引クーポンをプレゼント（対象期間：6/15～7/31） | 投稿数：1,353件<br>投稿者数：428人             |
|                                |    | 高知でお泊まりキャンペーン（プレゼント型）    | 県内在住者の県内での宿泊などの滞在を促進するため、抽選で宿泊ギフト券(5000円)をプレゼント（宿泊期間：R3.3/8～4/28）    | 5,000人分（予定）                         |
|                                |    | 高知でお泊まりキャンペーン（クーポン型）     | 県内在住者がオンライン旅行会社を通じて県内宿泊施設を予約する場合を対象に、宿泊割引クーポンを発行（対象期間：R3.3/8～4/28）   | 10,000人泊分（予定）                       |
|                                |    | 高知でお泊まりキャンペーン            | OTAを通じて、旅行者向けの県内宿泊割引クーポンを発行（対象期間：R2.6/12～8/31）                       | 県内：150人泊<br>中四国：498人泊<br>全国：5,388人泊 |
|                                |    | 高知観光リカバリーキャンペーン          | 本県観光需要の早期回復のため、旅行者向けの交通費用助成事業を実施（対象期間：7/22～R3.6/30の宿泊）               | 申請件数：約12.5万人(台)                     |
|                                |    | 体験事業クラウドファンディング          | 県内の体験観光メニューを先買いするクラウドファンディングへの支援を実施（実施期間：6/25～7/16）                  | 参加事業者数：37事業者<br>支援総額：5,574千円        |
|                                |    | ワーケーション受入環境整備事業費補助金      | 国立・国定公園でのワーケーション推進のため、旅館・キャンプ場等の受入環境整備を支援（申請期間：6/25～3/31）            | 土佐清水市（4件）へ支援                        |

# 5 各種観光指標の推移



# 観光拠点等の整備状況 (令和3年3月末時点)

- 凡例**
- 自然景観 ..... [10]
  - 体験・滞在型観光施設 [40]
  - 体験プログラム ..... [20]
  - ★ ■ 整備済 [54] ☆ □ 整備中/予定 [24]
  - ★ ☆ ... 「屋外観光施設等緊急整備事業」
- ◎ 観光拠点施設 ..... [18]
- 整備済 [14] □ 整備中/予定 [4]
  - 歴史文化施設 (幕末維新博会場) [25]
- ※ 観光拠点施設と重複分を3つ含む  
(龍馬記念館/高知城歴史博物館/室戸ジオパークセンター)

- 安居渓谷/中津渓谷 (物販の充実等)
- 「星ふるヴィレッジTENGU」整備 ◎ (旧天狗荘)
- ☆ 「星ふるヴィレッジ」周辺整備 (テラス等設置) R3.7 OPEN予定

- フォレストアドベンチャー・高知 R3.2 プレOPEN R3.3 OPEN (森林レジャー体験施設整備)
- 隈研吾建築物ガイド R2.6 OPEN (隈研吾の小さなミュージアム整備含む)
- 久保谷セラピーロード (遊歩道整備)
- ヤイロチョウの森 エコツアーガイド (散策道整備含む)
- 四万十川ラフティング等 (備品整備)
- ☆ 四万十町ビュースポット整備 (ジップライン付近展望台/五在所山登山道等)

- 四万十川ジップライン R2.6 OPEN
- 四万十ひろば・カヌー館・オートキャンプ場 (BBQ、キャンプ場リニューアル) R2.6 OPEN
- 四万十川周遊促進事業 (サイクルロード整備)
- 横瀬川ダムスポーツライミング整備
- 大島桜公園サイクルロード整備

- ヒメボタンの里公園整備 (交流棟等) R2.9月OPEN
- 柏島観光情報発信センター整備
- 大月エコロジーキャンプ場 R2.4 OPEN ~partner with CAPTAINSTAG~ (アクティビティ・キャプテンスタッフ提携関連整備)
- ☆ エコロジーキャンプ場拡張整備

- スノーピークおち仁淀川キャンプフィールド◎
- かわの駅おち◎
- ☆ 越知町屋外観光施設整備 (横倉山ビジターセンター等)
- かわの駅キャンプ場整備事業 (カヌー等備品整備)
- 仁淀川カヌー (備品整備)
- ☆ くらうどパークアクティビティ関連整備 (カヌー体験者向け施設拡充等)
- 佐川町体験型博覧会事業 (わんさかわこいし体験博)
- ☆ 長谷渓谷/牧野公園 (遊歩道・案内板等)
- JR客車を活用した観光案内施設整備 (観光案内所リニューアル) R3.4月OPEN予定

- 霧山茶園体験プログラム整備
- 佐川町体験型博覧会事業 (わんさかわこいし体験博)
- ☆ 長谷渓谷/牧野公園 (遊歩道・案内板等)
- JR客車を活用した観光案内施設整備 (観光案内所リニューアル) R3.4月OPEN予定

- 吉村虎太郎邸
- 吉村虎太郎邸 移設リニューアル R3.7 OPEN予定
- 天日塩製塩体験施設整備
- 黒潮本陣整備 (コテージ棟リニューアル等)
- 海洋堂ホビー館四万十◎
- 土佐西南大規模公園◎
- ☆ グランピング施設等整備
- ☆ かわらっこ新アクティビティ整備 (SUP等)
- スノーピーク土佐清水キャンプフィールド◎
- 新足摺海洋館 SATOUMI◎ R2.7 OPEN
- ☆ 屋外観光施設磨き上げ (グラスポート/マリンジェット/足湯等)
- ワークション受入環境整備 (土佐清水市 4施設)

- 土佐西南大規模公園◎
- ☆ グランピング施設等整備
- ☆ かわらっこ新アクティビティ整備 (SUP等)
- スノーピーク土佐清水キャンプフィールド◎
- 新足摺海洋館 SATOUMI◎ R2.7 OPEN
- ☆ 屋外観光施設磨き上げ (グラスポート/マリンジェット/足湯等)
- ワークション受入環境整備 (土佐清水市 4施設)

- 新足摺海洋館 SATOUMI◎ R2.7 OPEN
- ☆ 屋外観光施設磨き上げ (グラスポート/マリンジェット/足湯等)
- ワークション受入環境整備 (土佐清水市 4施設)

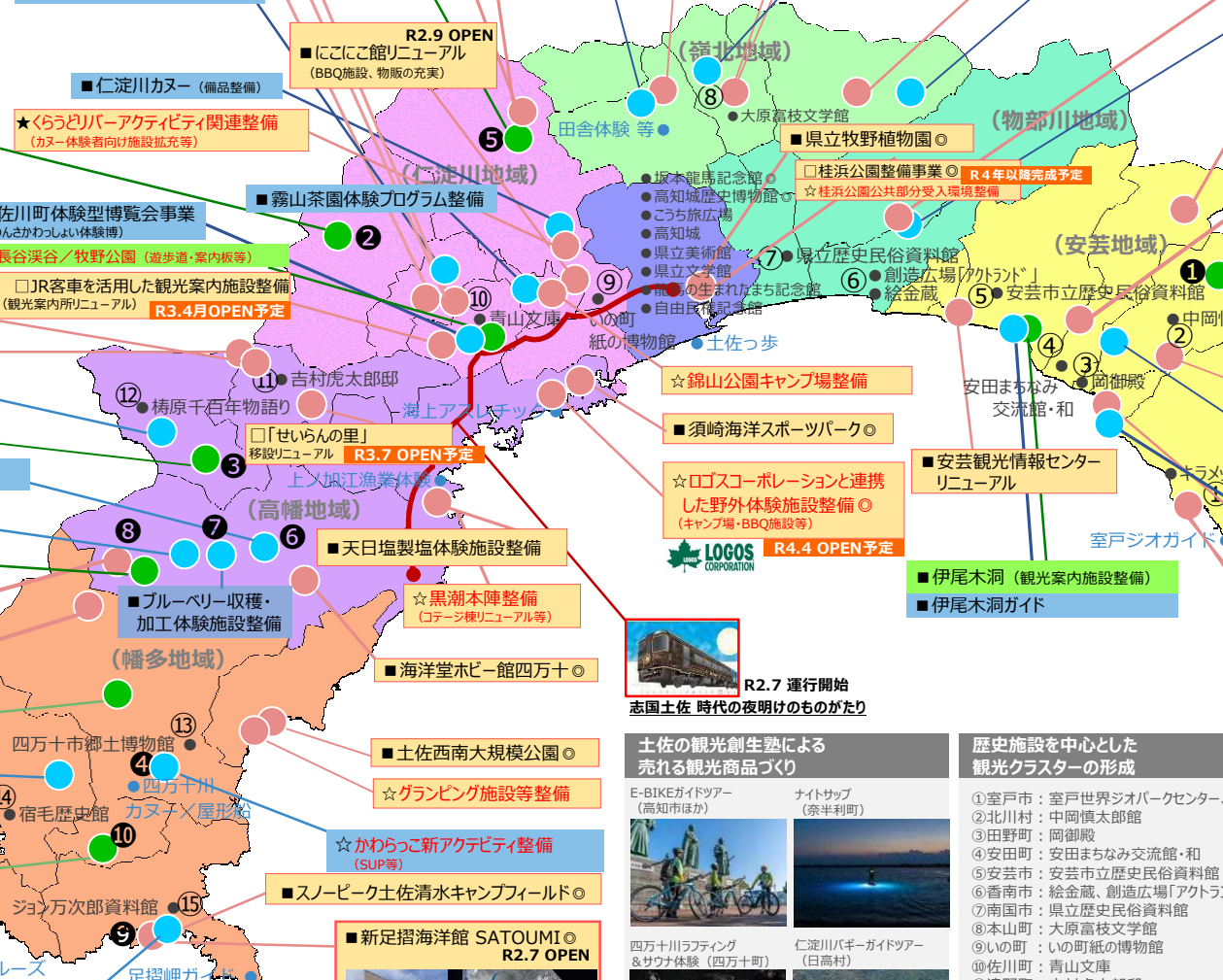
- 早明浦ダム湖周辺整備 (さめうら荘、カヌー用浮桟橋等)
- ☆ 森林公園リニューアル整備 (テントサイト、MTBコース等)
- ※ さめうらカヌーテラス → 湖の駅さめうらレイクタウンに R2.9 OPEN
- カヌー、サイクリング (備品整備)
- モンベル アウトドアヴィレッジ本山◎
- 帰全山公園整備 (BBQ・トイレ等整備)
- ☆ 白髪山登山口周辺整備 (登山者用トイレ等)
- ゆとりすとパーク改修 (うんかいデッキ等)
- 梶ヶ森トレッキングガイド (ルート整備等)
- 龍河洞リニューアル◎
- ☆ 龍河洞ビジターセンター等整備
- 西本洞コース等整備

- 早明浦ダム湖周辺整備 (さめうら荘、カヌー用浮桟橋等)
- ☆ 森林公園リニューアル整備 (テントサイト、MTBコース等)
- ※ さめうらカヌーテラス → 湖の駅さめうらレイクタウンに R2.9 OPEN
- カヌー、サイクリング (備品整備)
- モンベル アウトドアヴィレッジ本山◎
- 帰全山公園整備 (BBQ・トイレ等整備)
- ☆ 白髪山登山口周辺整備 (登山者用トイレ等)
- ゆとりすとパーク改修 (うんかいデッキ等)
- 梶ヶ森トレッキングガイド (ルート整備等)
- 龍河洞リニューアル◎
- ☆ 龍河洞ビジターセンター等整備
- 西本洞コース等整備

- 桂浜公園整備事業◎ R4年以降完成予定
- ☆ 桂浜公園公共部分受入環境整備
- 海上アスレチック (東洋町)
- ☆ 野根川キャンプ場整備 (サニター・換気扇等)
- 不動の滝 (遊歩道整備)
- ☆ ■ モネの庭 R2年5月OPEN (ポルティエラの庭新設、感染症対策等)
- 森林鉄道遺産 (ゆずFes)
- ★ 奈半利海浜センター (マリナクティビティ関連整備)
- ふると海岸体験観光整備事業
- むろと廃校水族館◎
- ☆ ■ MUROTO base55 リニューアル、E-BIKE、入浴施設、自動扉等整備
- ☆ ドルフィンセンター周辺整備 (キッチンカー、飲食スペース等)

- 桂浜公園整備事業◎ R4年以降完成予定
- ☆ 桂浜公園公共部分受入環境整備
- 海上アスレチック (東洋町)
- ☆ 野根川キャンプ場整備 (サニター・換気扇等)
- 不動の滝 (遊歩道整備)
- ☆ ■ モネの庭 R2年5月OPEN (ポルティエラの庭新設、感染症対策等)
- 森林鉄道遺産 (ゆずFes)
- ★ 奈半利海浜センター (マリナクティビティ関連整備)
- ふると海岸体験観光整備事業
- むろと廃校水族館◎
- ☆ ■ MUROTO base55 リニューアル、E-BIKE、入浴施設、自動扉等整備
- ☆ ドルフィンセンター周辺整備 (キッチンカー、飲食スペース等)

- 伊尾木洞 (観光案内施設整備)
- 伊尾木洞ガイド
- 伊尾木洞 (観光案内施設整備)
- 伊尾木洞ガイド



志国土佐 時代の夜明けのものがたり

土佐の観光創生塾による  
売れる観光商品づくり

E-BIKEガイドツアー (高知市ほか)

ナイトSUP (奈半利町)

四万十川ラフティング & サウナ体験 (四万十町)

仁淀川バギーガイドツアー (日高村)

## 歴史施設を中心とした観光クラスターの形成

- ① 室戸市: 室戸世界ジオパークセンター、鯨館
- ② 北川村: 中岡慎太郎館
- ③ 田野町: 岡御殿
- ④ 安田町: 安田まちなみ交流館・和
- ⑤ 安芸市: 安芸市立歴史民俗資料館
- ⑥ 香南市: 絵金蔵、創造広場「アクトランド」
- ⑦ 南国市: 県立歴史民俗資料館
- ⑧ 本山町: 大原富枝文学館
- ⑨ いの町: いの町紙の博物館
- ⑩ 佐川町: 青山文庫
- ⑪ 津野町: 吉村虎太郎邸
- ⑫ 梶原町: 梶原千百年物語り
- ⑬ 四万十市: 四万十市郷土博物館
- ⑭ 宿毛市: 宿毛歴史館
- ⑮ 土佐清水市: 竜串地区周辺エリア
- ⑯ 三原村: ヒメボタンの里周辺エリア

## 自然景観や体験などを中心とした観光クラスターの形成

※ 整備中を含む

- ① 北川村: 北川村温泉/不動の滝周辺エリア
- ② 仁淀川町: 中津渓谷/安居渓谷エリア
- ③ 梶原町: 久保谷セラピーロード周辺エリア
- ④ 四万十市: 四万十川周辺エリア
- ⑤ いの町: にご淵・程野周辺エリア
- ⑥ 四万十市: 松葉川地区周辺エリア
- ⑦ 四万十町: 大正地区周辺エリア
- ⑧ 四万十町: 十和地区周辺エリア
- ⑨ 土佐清水市: 竜串地区周辺エリア
- ⑩ 三原村: ヒメボタンの里周辺エリア

## ◆ 第4 まとめ

### 1 総括

- **全国的な時流と県内の状況を受けて、本キャンペーンにおいては「自然・体験型の観光」がより注目を集める結果となった。**
- 「自然・体験型の観光資源の磨き上げ」、「本県に注目を集め、かつ具体的な体験プログラム情報を訴求するプロモーション」、「旅行会社へのセールス活動」、「受入体制の整備」などにより、県内各地域でアウトドア拠点等となる**観光地づくりや体験プログラム商品の造成が進行した。**
- これまで磨き上げてきた「食」や「歴史」の観光資源に加え、「自然・体験型」の観光資源を磨き上げることにより、**本県の強みである「自然」「歴史」「食」の魅力の底上げ**につながった。

## 2 令和3年度に向けて

### ○「求められる姿」

- ・ withコロナにおける三密を避けるなど「新しい生活様式」への速やかな対応
- ・ afterコロナを見据えた多様な働き方の実現など「社会構造の変化」への対応
- ・ 自然が多い地域への旅行ニーズの高まりなど「時流」を掴む

### ○関係の皆様からのご意見（抜粋）

- ・ 自然を前面に押し出す方向性が良い、現キャンペーンの継続
- ・ 現キャンペーンを延長して、生活文化や食文化などの体験も前面に押し出すべき
- ・ 歴史や食を加えた滞在型観光の取り組みも重要

▶ 高知の強みを生かしたキャンペーンの継続を支持

## 自然、歴史、食と体験型の観光基盤をより生かした「リョーマの休日」 キャンペーンを引き続き展開



展開にあたっては

- ①高知の強みを余すことなく生かす
- ②自然と体験型の観光基盤を活用
- ③安心安全な新しい旅のスタイルを普及
- ④観光需要の挽回

名称



## 高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会事業

1, 315, 779千円

### 誘致・広報事業 1, 045, 724千円

- ◆ 全国の中での話題化・認知度向上のための取組
- ◆ ターゲットに応じたきめ細やかな情報発信
- ◆ 旅行会社等へのセールス活動
- ◆ 新型コロナウイルス感染症対策（交通費用助成事業、宿泊費助成事業等）

### 受入事業 218, 366千円

- ◆ 盛り上がりをつくり出す特別イベント等
- ◆ 歴史・食を含む観光資源の磨き上げ
- ◆ 周遊促進事業
- ◆ 新型コロナウイルス感染症対策  
（高知県観光リカバリーキャンペーン協力金、高知県安心安全な体験プログラム推進協力金等）

### 事務費 51, 689千円

- ◆ 事務局運営経費等

**令和2年度収支報告（案）**  
**（高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会 令和2年度執行事業）**

（収入）

（単位：円）

| 予算科目 |        |   |             | 予算額           | 令和3年度<br>～繰越額 | 令和2年度<br>執行予算<br>決算額 | 備考（予算概要）  |
|------|--------|---|-------------|---------------|---------------|----------------------|---|
| 大科目  | 小科目    |   |             |               |               |                      |   |
| 1    | 補助金収入  | ① | 県補助金        | 1,881,380,000 | 531,492,000   | 1,302,782,907        | 高知県自然・体験型観光キャンペーン推進事業費補助金   |
|      |        | ② | その他の補助金・負担金 | 13,874,000    | 0             | 12,979,286           | 館内ガイド配置負担金 予算額：5,774,000、決算見込額：4,879,286<br>二次交通地元負担金 予算額：8,100,000、決算見込額：8,100,000 |
| 2    | その他の収入 | ① | その他の収入      | 0             | 0             | 16,990               | 開示請求に係る公文書写しの交付費用：6,990<br>印紙税過誤納による還付金：10,000                                      |
| 合計   |        |   |             | 1,895,254,000 | 531,492,000   | 1,315,779,183        |   |

（支出）

| 予算科目 |          |   |              | 予算額           | 令和3年度<br>～繰越額 | 令和2年度<br>執行予算<br>決算額 | 令和2年度         |            | 備考（予算概要）  |
|------|----------|---|--------------|---------------|---------------|----------------------|---------------|------------|---|
| 大科目  | 小科目      |   | 県補助金         |               |               |                      | 補助金外収入        |            |   |
| 1    | 誘致・広報事業費 | ① | 誘致・<br>広報事業費 | 1,567,412,000 | 501,492,000   | 1,045,724,214        | 1,045,724,214 | 0          | 全国の中での話題化・認知度向上のための取組<br>ターゲットに応じたきめ細かな情報発信<br>旅行会社等へのセールス活動<br>新型コロナウイルス感染症対策（交通費用助成事業、<br>宿泊費助成事業等）                 |
| 2    | 受入事業費    | ① | 受入事業費        | 269,823,000   | 30,000,000    | 218,365,940          | 205,386,654   | 12,979,286 | 盛り上がりをつくり出す特別イベント等<br>歴史・食を含む観光資源の磨き上げ<br>周遊促進事業<br>新型コロナウイルス感染症対策（高知県観光リカバリー<br>キャンペーン協力金、高知県安心安全な体験プログラム<br>推進協力金等） |
| 3    | 事務費      | ① | 事務費          | 58,019,000    | 0             | 51,689,029           | 51,672,039    | 16,990     | 事務局運営費、報償費（委員謝金、アドバイザー謝金<br>等）、旅費、消耗品費等   |
| 合計   |          |   |              | 1,895,254,000 | 531,492,000   | 1,315,779,183        | 1,302,782,907 | 12,996,276 |   |



## 監 査 報 告 書

高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会の令和2年度決算内容について、令和3年6月14日に会計監査を実施したので、その結果を下記のとおり報告します。

### 記

- 1 諸帳簿の記載及び証拠書類の整備は正確であること。
- 2 預金残高等それぞれ関係帳簿と照合した結果、一致したこと。

令和3年6月14日

高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会

監 事 井上 昌治

監 事 戸田 京子

# 監 査 結 果

高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会の令和2年度決算内容について、下記のとおり会計監査を実施した結果、適正であると認める。

## 記

1 監査対象年度  
令和2年度

2 監査参考資料  
別紙「令和2年度 高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会  
事業報告及び決算」

3 監査結果

(1) 諸帳簿の記載及び証拠書類の整備は正確である。

(2) 預金残高等それぞれ関係帳簿と照合した結果、一致した。

令和3年6月14日

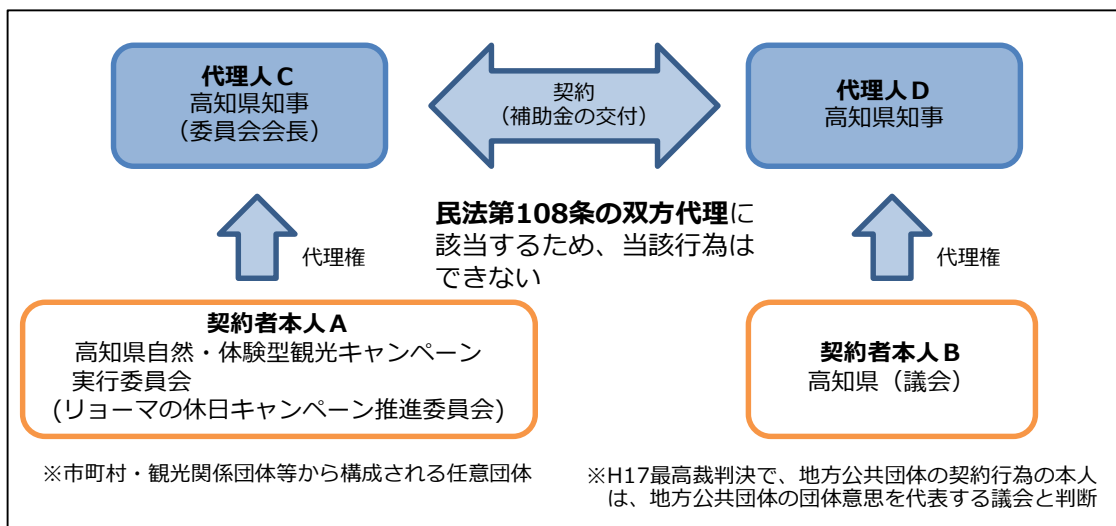
高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会

監 事 井 上 昌 治

監 事 戸 田 京 子

# 県からの補助金交付について

## 1 県との関係について



※双方代理に関する民法上の規定（民法（抜粋））

（自己契約及び双方代理）

第八十条 同一の法律行為については、相手方の代理人となり、又は当事者双方の代理人となることはできない。ただし、債務の履行及び本人が**あらかじめ許諾**した行為については、この限りでない。

（無権代理）

第一百零三条 代理権を有しない者が他人の代理人としてした契約は、本人がその追認をしなければ、本人に対してその効力を生じない。

2 追認又はその拒絶は、相手方に対してしなければ、その相手方に対抗することができない。ただし、相手方がその事実を知ったときは、この限りでない。

（無権代理行為の追認）

第一百零六条 追認は、別段の意思表示がないときは、契約の時にさかのぼってその効力を生ずる。ただし、第三者の権利を害することはできない。

## 2 補助金の交付にあたって

- ・双方代理の解消に向け、高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会の代理人権限を事務局長に委任し、高知県の代理人である知事から事務局長への補助金交付という形式をとる。
- ・上記の「双方代理の解消」の手続に加え、民法第108条ただし書の規定を踏まえ、県議会に「あらかじめの許諾」を得るとともに、決算審査時期においても「事後の追認」を得る。



委員会でも同様の対応を行う

|          | 高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会<br>(リョーマの休日キャンペーン推進委員会)                           | 県   |
|----------|--|---|
| あらかじめの許諾 | 事業計画及び収支予算の審議において、県から補助金を受けることが、民法第108条の双方代理の関係にあることを説明のうえで、了承をいただく。     | 予算議案において、その補助金が、どの団体に対する補助金なのかを明記するとともに、常任委員会において「知事が会長である団体への補助」であることを説明したうえで、了承をいただく。 |
| 事後の追認    | キャンペーン実行委員会の決算報告において、県から補助金を受けることが、民法第108条の双方代理の関係にあることを説明したうえで、了承をいただく。 | 翌年度の決算特別委員会における説明の際に、「知事が会長である団体への補助」であることを説明したうえで、了承をいただく。                             |

| スケジュール（案）                  |                                    | 4月   | 5月   | 6月  | 7月   | 8月                                   | 9月  | 10月                          | 11月                         | 12月                           | 1月 | 2月                             | 3月                     |                             |
|----------------------------|------------------------------------|--|--|---|--|--------------------------------------|---|------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|----|--------------------------------|------------------------|-----------------------------|
| 全国規模のキャンペーン等               |                                    | ブレスティネーションキャンペーン（DC）                               |  |   | 東京オリパラ                                     |                                      |   | 四国デスティネーションキャンペーン（DC）        |                             |                               |    |                                |                        |                             |
|                            |                                    | ←（緊急事態宣言4/25-6/20）→                                |  |   | 映画「竜とそばかすの姫」公開                             |                                      |   |                              |                             |                               |    |                                |                        |                             |
| 各<br>コ<br>ン<br>テ<br>ン<br>ツ | 食                                  | ●食1グランプリ   | ●かつお祭（中止）                                      |   |  |                                      | ●新子まつり<br>●ゆすはらグルメまつり                                       | ●土佐の豊穰祭                      | ●謝肉祭                        |                               |    |                                | ●土佐のおきやく               |                             |
|                            | 歴史・文化                              | ●海洋堂 Space Factoryなんごく<br>●口481号客車展示施設「うえまち駅」      | ●歴民館30年  |   | ●絵金祭（中止）・よさこい祭（中止）<br>●プレミアムよさこい東京         | ●2021よさこい鳴子踊り特別演舞<br>●土佐市大綱まつり（中止）   |   | ●Tシャツアート展                    | ●龍馬記念館30年                   |                               |    | ●観光びらき                         |                        |                             |
|                            | 自然・体験                              | ●フォレストアドベンチャー・高知<br>●安田川アユおどる清流キャンプ場               |  |   | ●星ふるヴィレッジ「TENGU」<br>●DMV開業<br>●遊山四万十の宿せいらん |                                      |   | ●越知町コスモスまつり<br>●四万十川ウルトラマラソン | ●仁淀ブルー体験博                   | ●安芸・室戸パシフィックライド               |    | ●龍馬マラソン<br>LOGOS PARK 高知須崎（仮称） | ●桂浜公園リニューアル<br>SEASIDE |                             |
| 広<br>報<br>事<br>業           | メディアを活用した広報                        | ★全国<br>★近畿・中四国<br>★県内                              | ★プロモーション委託（テレビ12件、雑誌16件、WEB15件等）               |   |  | ◆メディア情報交換会                           |   |                              | ◆メディア情報交換会                  |                               |    | ◆メディア情報交換会                     |                        |                             |
|                            | 広報媒体の制作                            |  | ★上半期ガイドブック<br>★ポスター、のぼりリニューアル（県内観光施設、宿泊施設等に配布） |   |  | ★広報ノベルティの制作（竜そば）                     |   |                              | ★下半期ガイドブック                  | ★光のフェスタ冊子                     |    |                                |                        |                             |
|                            | SNS（Twitter・Instagram）web等デジタル活用   |  | ★特設サイトリニューアル                                   | ★NIN_NINを活用したIGライブ・オンライン観光  |  |                                      |   |                              |                             | SNS周遊キャンペーン（竜そば）              |    |                                |                        |                             |
|                            | その他広告・広報等                          |  | ★空港、高速SA看板                                     | 映画「竜とそばかすの姫」プロモーション<br>◆山手線・大阪環状線車両広告、渋谷4面ビジョン等<br>★雑誌での映画タイアップ記事など |  |                                      | 関西での集中PR（光のフェスタ）<br>★主要駅でのデジタルサイネージ・交通広告<br>★関西メディアキャラバン など |                              |                             |                               |    |                                |                        |                             |
|                            |                                    |  |  | ★よさこいソーランでのPR（延期）   |  |                                      | ◆路面電車・バスラッピング、FDAネーミングライツ（竜そば）                              |                              |                             |                               |    |                                |                        |                             |
| 誘<br>致<br>事<br>業           | 旅行会社セールス                           | 2021年下期向け説明会（東京、大阪、名古屋、福岡、広島、岡山）                   |  |   | 2022年上期向け説明会（東京、大阪、高知）                     |                                      |   | ◆ツーリズムEXPO@大阪                |                             |                               |    |                                |                        |                             |
|                            | 教育旅行                               |  | ◆教育旅行誘致連絡会②<br>◆教育旅行誘致連絡会①◆近畿・山陽（セールス）         |   |  | ◆教育旅行誘致連絡会③<br>◆モニターツアー◆神奈川・東京（セールス） |   |                              | ◆東京・埼玉・千葉（セールス）<br>◆東京（説明会） |                               |    |                                |                        |                             |
|                            | 旅行会社・個人向け助成施策                      | 高知観光リカバリーキャンペーン                                    |  |   |  |                                      |   |                              |                             |                               |    |                                |                        |                             |
| 受<br>入<br>事<br>業           | イベント関連                             | 各地域イベントの支援<br>★安田まちなみ交流館・和企画展<br>★モネの庭20周年記念イベント企画 | ★知事杯釣り大会（延期）                                   |   |  | ★四国DCPR観光展@大阪（中止）                    |   |                              | ★四国DC開幕式典                   | 高知城ナイトイベント（NAKED）（11/19～1/10） |    |                                | ★お城EXPO@横浜             | ★旅サラダEXPO@大阪<br>★アウトドアフェス大阪 |
|                            | 人材育成                               | ★歴史文化施設へのガイド配置（県内10施設）                             |  |   |  |                                      |   |                              |                             |                               |    |                                |                        |                             |
|                            |                                    | ★土佐の観光創生塾（基礎編・実践編）⇒以降コーディネーターによる個別支援（実践編・パワーアップ編）  |  |   |  |                                      |   |                              |                             |                               |    |                                |                        |                             |
|                            | 周遊施策                               | ★龍馬パスポートレアスタンプ上期                                   | ★龍馬パスポートレアスタンプ下期                               |   |  |                                      |   |                              | ★四国DC連携周遊企画                 |                               |    |                                |                        |                             |
|                            | ★高知プレミアム交通バス                       | ★お城をめぐるスタンプラリーアプリを活用した周遊施策                         |  |   |  |                                      |   |                              |                             |                               |    |                                |                        |                             |
|                            | ★レンタカーキャンペーン（道の駅クーポンブック配布・レンタカー割引） |  |  |   |  |                                      |   |                              |                             |                               |    |                                |                        |                             |

# アフターコロナを見据えた高知県誘客戦略 骨子(案)

---

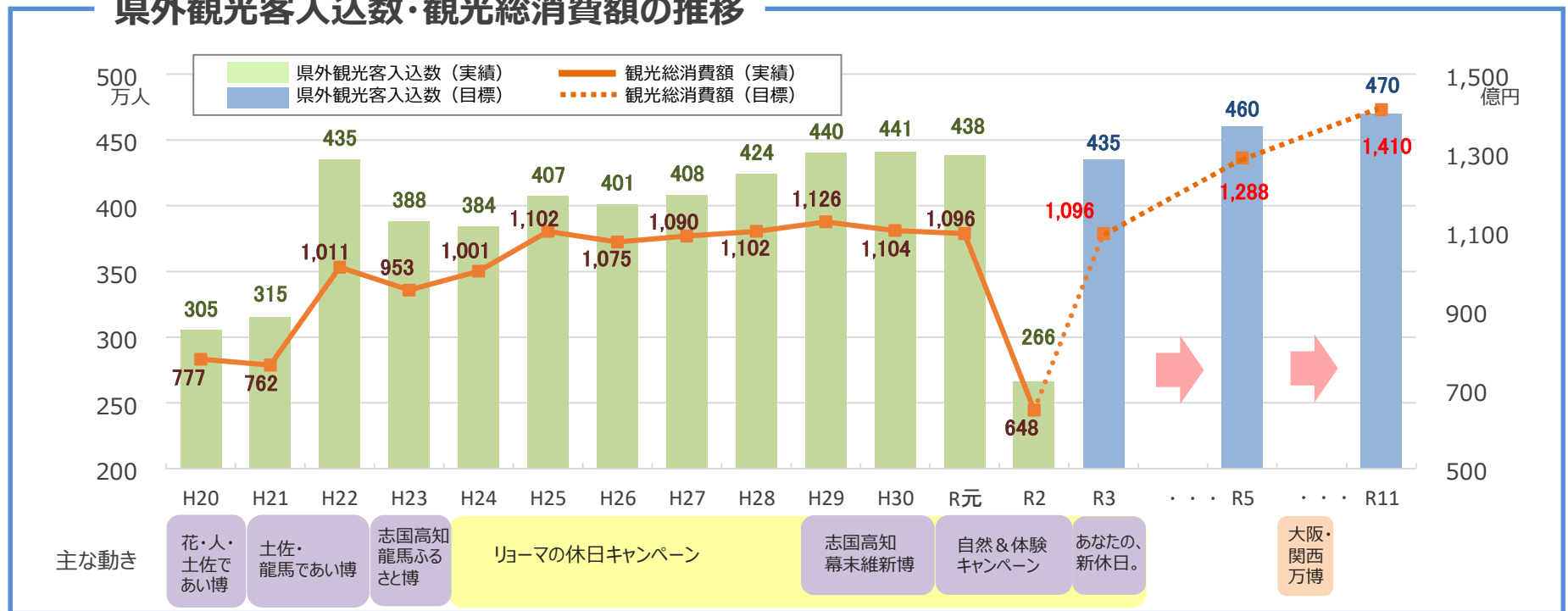
高知県観光振興部  
令和3年6月

# 1 戦略策定の背景と目的

## ①戦略策定の背景

世界的な新型コロナウイルス感染症拡大の影響により高知県においても観光客数が激減し、令和2年に高知県を訪れた県外観光客入込数は約266万人、観光総消費額は648億円にとどまり、平成20年以降で最小の数値となっている。また、観光客の激減により、観光関連事業者に甚大な影響が生じている。このため、本県では観光需要の回復を目指し、「自然」「歴史」「食」の観光基盤をフル活用した観光キャンペーン「リョーマの休日」を展開するなど様々な施策を講じているところであるが、コロナ収束後に全国から選ばれる観光地となるためには、コロナ禍における「旅行者のニーズの変化」や「新しい旅行スタイル」を踏まえた本県独自の施策を実行していく必要がある。

### 県外観光客入込数・観光総消費額の推移



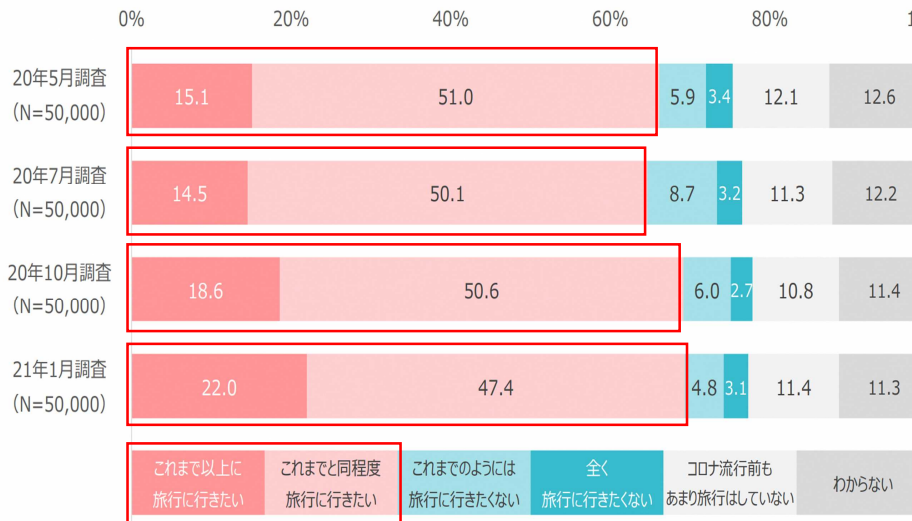
## ②戦略策定の目的

新型コロナウイルスの感染拡大により落ち込んだ県内観光需要の回復と、コロナ収束後に全国から選ばれる観光地となることを目指し、「旅行者のニーズの変化」や「新しい旅行スタイル」といったトレンドを踏まえた誘客戦略を策定し、観光による地域消費の再活性化を図る。

## 2 コロナ禍における旅行意向・旅行トレンド (データ分析による今後の取り組みの方向性)

### ① コロナ収束後の旅行意向

Q. 新型コロナウイルスが収束したら、旅行に行きたいですか。



出典：新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向（その10）（令和3年4月（公財）日本交通公社）

#### <分析>

- コロナ収束後、「これまで以上に旅行に行きたい」、「これまでと同程度に旅行に行きたい」層は、4回の調査すべてで60%を超え、最新の調査では約70%となっており、旅行意向は高まっている。
- 「これまでのようには旅行に行きたくない」、「全く旅行に行きたくない」層は、最新の調査では約8%に過ぎない。

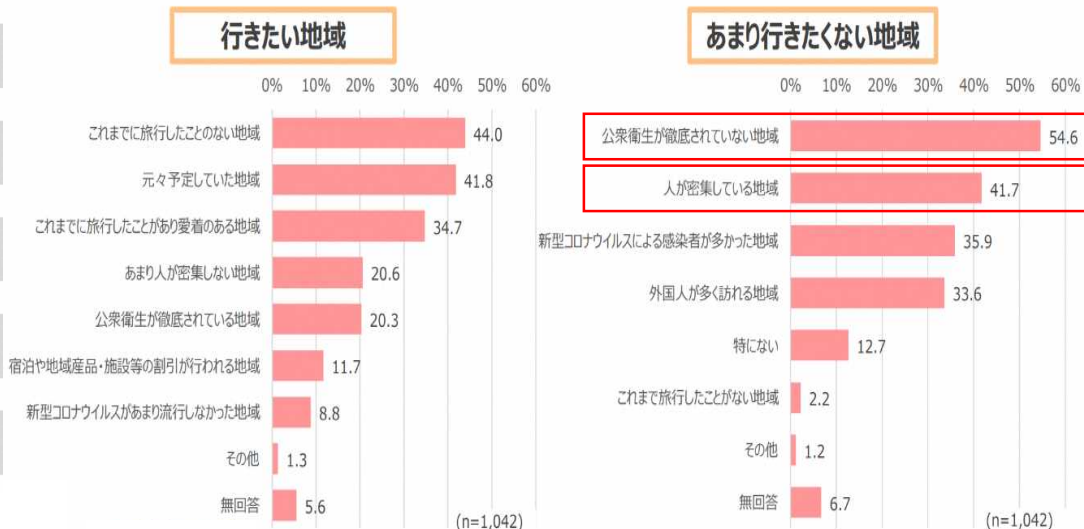
取り組みの方向性

コロナ収束後は、一気に旅行需要が回復することを想定した備えが必要

### ② コロナ収束後の行きたい地域・行きたくない地域

Q. 新型コロナウイルスの流行が収束した後、どのような地域に行きたい/あまり行きたくないと思いますか。

(新型コロナウイルス収束後に旅行に行きたいと回答した人のみ)【複数回答】



出典：新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向（その4）（令和2年7月（公財）日本交通公社）

#### <分析>

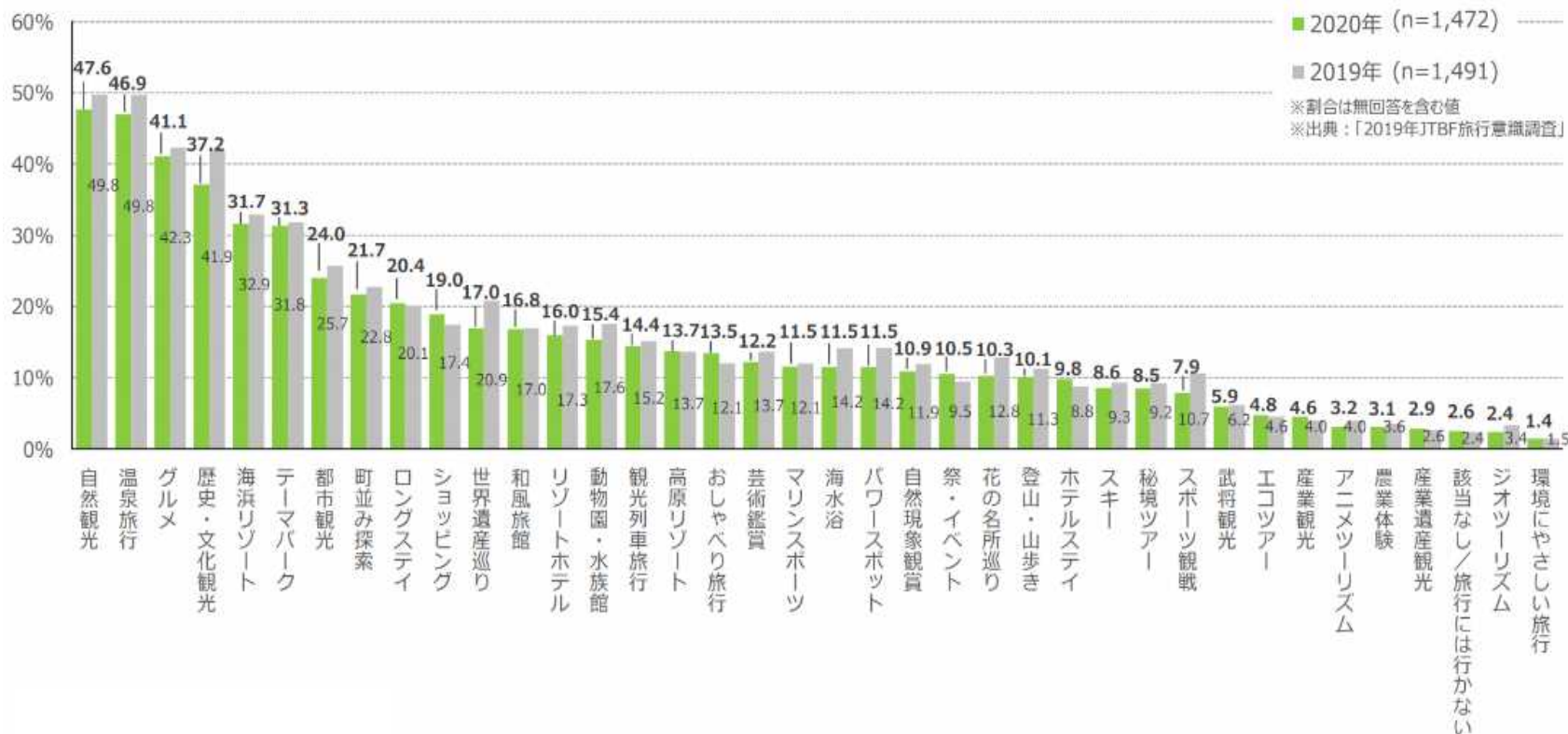
- あまり行きたくない地域について、「公衆衛生が徹底されていない地域」が50%を超えており、新型コロナウイルス感染症拡大以降、旅行者は感染症対策のなされていない地域を避ける傾向が見られる。
- 次いで、「人が密集している地域」も40%を超えており、避けられる傾向が高い。

取り組みの方向性

旅行者を受け入れる側は感染症防止対策を徹底することが最低限の条件となる。また、感染症対策を徹底していることを旅行者に認知していただくことも重要

## 2 コロナ禍における旅行意向・旅行トレンド (データ分析による今後の取り組みの方向性)

## ③ 今後1～2年の間に行ってみたい旅行タイプ



出典：新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向（その4）（令和2年7月（公財）日本交通公社）

## &lt;分析&gt;

- ▶ 今後行ってみたい旅行タイプとしては、「自然観光」、「温泉」、「グルメ」、「歴史・文化観光」の順に多く、この順位は、コロナ以前と変わらない。

取り組み  
の方向性

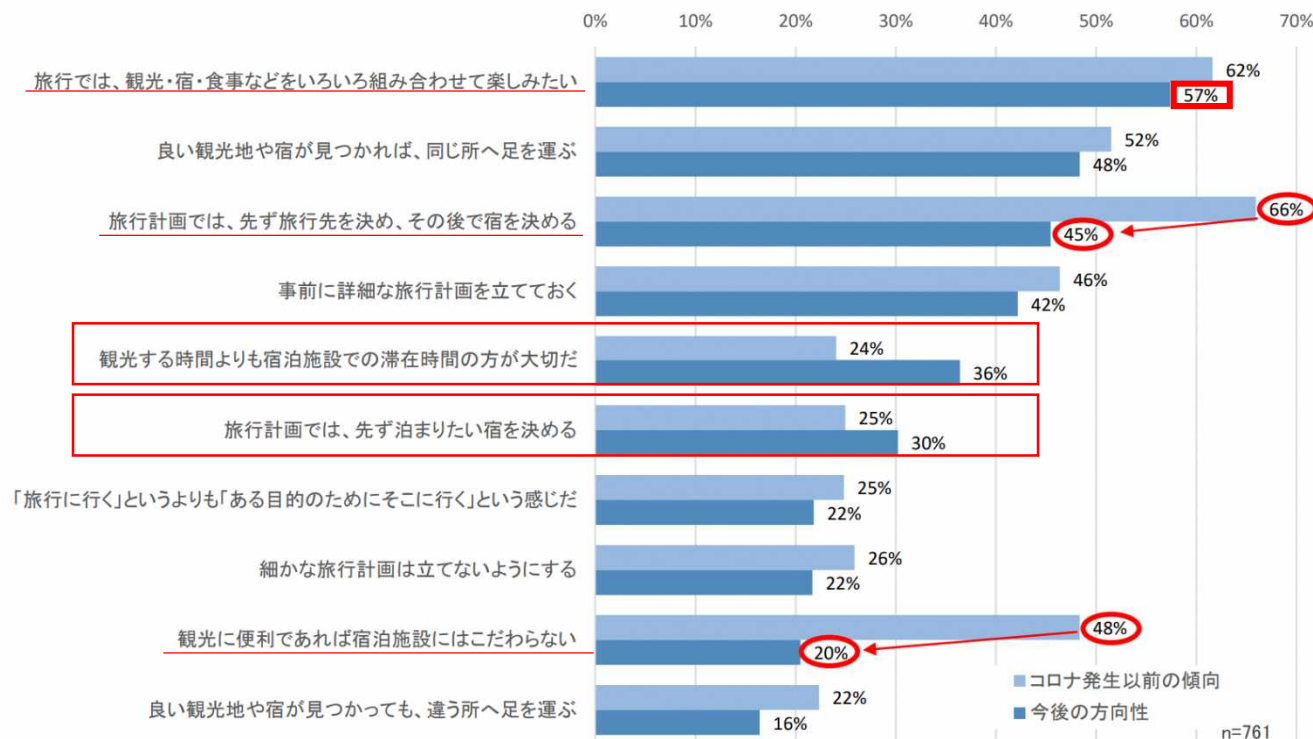
高知県は、「自然」、「食」、「歴史」を強みとしており、旅行者のニーズに合致した地域であるが、旅行ニーズが高い温泉施設をより効果的に発信することも必要



## 2 コロナ禍における旅行意向・旅行トレンド（データ分析による今後の取り組みの方向性）

### ④ コロナ以前と今後の旅行計画の立て方

#### 旅行計画の立て方 — コロナ以前と今後



#### <分析>

- 「今後」の旅行計画の立て方としては、「旅行では、観光・宿・食事などをいろいろ組み合わせて楽しみたい」層の割合が最も高い。
- 一方で、「コロナ発生以前」と「今後」の比較では、「旅行計画では、先ず旅行先を決め、その後で宿を決める」及び「観光に便利であれば宿泊施設にはこだわらない」の率が大幅に低下。
- 「コロナ発生以前」と「今後」の比較で伸びている項目は、「観光する時間よりも宿泊施設での滞在時間の方が大切だ」及び「旅行計画では、先ず泊まりたい宿を決める」となっている。

#### 取り組み の方向性

旅先ではいろいろと組み合わせて楽しみたい層が多いことから、**観光施設、宿泊施設、飲食施設等の連携と、自施設だけでなく周辺資源とあわせた情報発信が重要となる。**また、今後の旅行の目的として、**宿泊施設での滞在を重視する傾向が見られるため、宿泊施設の魅力づくりや情報発信が重要**

## 2 コロナ禍における旅行意向・旅行トレンド（社会的背景による今後の取り組みの方向性）

### ⑤ 社会の状況（社会的背景）

#### ○SDGs

- ・世界的にSDGsの取組の重要性が認識され、SDGsに取り組む自治体や企業が国内においても増加
- ・教育の分野においても2020年度から導入される新学習指導要領に「持続可能な社会の創り手の育成」の文言が盛り込まれ、学校には次世代の創り手を育成することが求められることから、SDGsを授業で教える学校がさらに増えていくことが予想される

#### ○「持続可能な観光」の世界的な潮流

- ・UNWTO（国連世界観光機関）は、2015年にワンプラネットネットワークのプログラムを策定し、その柱の1つに「Sustainable Tourism」（持続可能な観光）を掲げている。
- ・2021年5月開催のG20観光大臣会合の宣言で「持続可能な観光地を支援・促進することで、観光に持続可能性を取り入れること及び強靱で包摂的なCOVID-19後の観光経済を確保すること、に向けた行動を求める」と言及
- ・観光庁に「持続可能な観光推進本部」が2018年に設置され、「日本版持続可能な観光ガイドライン」を2020年6月に開発

#### ○持続可能な観光（サステナブルツーリズム）の推進

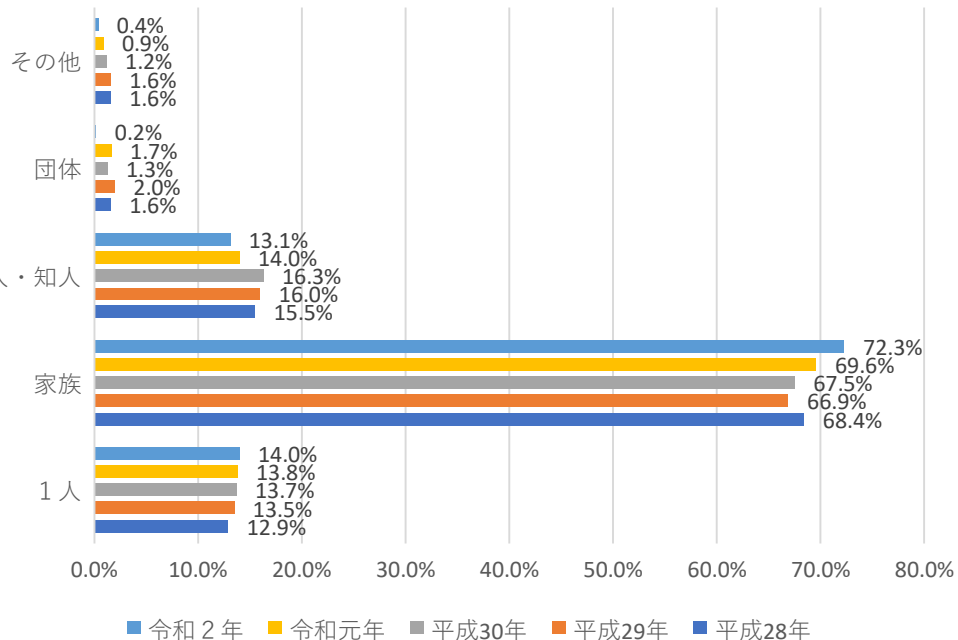
- ・令和3年6月15日に閣議決定された「令和3年版観光白書」で、持続可能な観光（サステナブルツーリズム）の推進について言及
- ・新型コロナウイルス感染症拡大前からサステナブルツーリズムへの関心は高まっていたが、感染拡大下における旅行の制約が旅行の意義をみつめ直すきっかけとなった。
- ・民間調査では、世界の旅行者の半数以上（53%）が「新型コロナウイルス感染症の影響で、よりサステナブルな旅行を望むようになった」と回答しており、今後、サステナブルツーリズムへの関心がより高まる可能性がある。

取り組み  
の方向性

高知県の最大の観光資源の一つである自然を持続可能な形で活用していくための取組が必要。体験や食も高知県の豊かな自然があるからこそその資源でもあり、持続可能な観光を推進することは本県の強みをさらに増すことにつながる。また、一般観光だけではなく、教育旅行やインバウンド誘致にも大きな強みとなり得る。

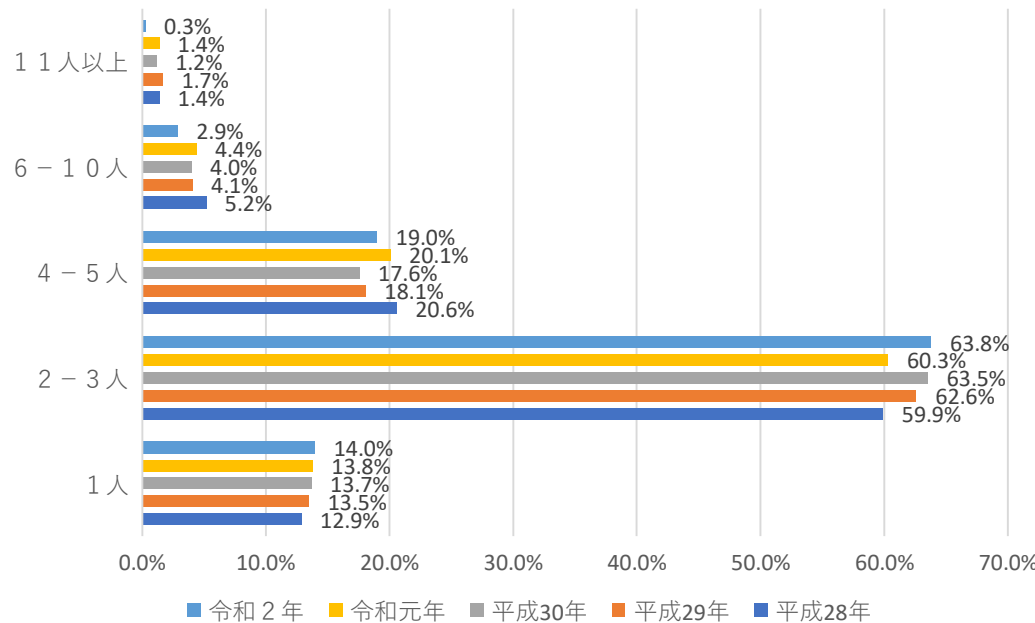
# 3 全国と比較した高知県観光の動向

## ①旅行形態（高知県）



出典：令和2年県外観光客入込・動態調査（高知県）

## ②旅行人数（高知県）



出典：令和2年県外観光客入込・動態調査（高知県）

### <参考> 旅行形態（全国）

| 年度           | 一人旅  | 恋人との旅行 | 夫婦二人での旅行 | 小学生以下<br>子連れ家族旅行 | 中学生以上<br>子連れ家族旅行 | 親連れ<br>家族旅行 | その他の<br>家族旅行 | 友人との<br>旅行 | 団体旅行 | その他 |
|--------------|------|--------|----------|------------------|------------------|-------------|--------------|------------|------|-----|
| 19年度 全体      | 18.6 | 8.2    | 25.2     | 11.5             | 4.2              | 8.4         | 7.9          | 12.5       | 2.5  | 1.1 |
| 18年度 全体      | 18.0 | 7.8    | 25.2     | 12.0             | 4.5              | 8.4         | 7.8          | 12.8       | 2.7  | 1.0 |
| 17年度 全体      | 17.2 | 7.3    | 25.7     | 11.1             | 4.5              | 8.9         | 8.4          | 12.7       | 2.9  | 1.2 |
| 16年度 全体      | 17.2 | 7.0    | 25.5     | 11.8             | 4.3              | 8.5         | 8.3          | 13.1       | 3.2  | 1.2 |
| 15年度 全体      | 17.5 | 7.0    | 25.3     | 11.2             | 4.2              | 8.5         | 8.4          | 13.2       | 3.3  | 1.4 |
| 14年度 全体      | 15.9 | 7.3    | 24.5     | 11.9             | 4.2              | 8.2         | 8.9          | 13.9       | 3.8  | 1.4 |
| 13年度 全体      | 15.4 | 7.0    | 24.8     | 11.7             | 4.3              | 8.4         | 9.1          | 13.8       | 3.8  | 1.7 |
| 12年度 全体      | 14.5 | 7.2    | 24.1     | 12.7             | 4.3              | 7.9         | 9.2          | 13.8       | 4.4  | 1.8 |
| 11年度 全体      | 14.1 | 7.4    | 24.5     | 12.6             | 4.0              | 8.0         | 8.8          | 14.3       | 4.5  | 1.9 |
| 10年度 全体      | 13.1 | 7.2    | 24.4     | 12.8             | 3.9              | 7.8         | 9.0          | 15.3       | 4.7  | 1.8 |
| 20~34歳 (ヤング) | 29.8 | 18.9   | 8.8      | 10.5             | 0.2              | 9.8         | 2.2          | 15.7       | 3.5  | 0.5 |
| 35~49歳 (ミドル) | 13.7 | 19.2   | 15.6     | 9.5              | 0.4              | 13.4        | 4.7          | 20.6       | 2.1  | 0.8 |
| 50~79歳 (シニア) | 26.4 | 7.6    | 12.4     | 27.3             | 4.0              | 8.5         | 2.4          | 8.3        | 2.7  | 0.4 |

出典：じゃらん宿泊旅行調査2020（リクルートじゃらんリサーチセンター調べ）

### <分析>

- 高知県を訪れる方の旅行形態は、コロナ以前から「家族」が最多で、コロナ禍の令和2年は7割を超えている。
- コロナ以前から「1人」の割合は増加傾向となっており、令和2年は「友人・知人」の割合を上回っている。「団体」については、コロナ以前から2%以下の割合で推移していたが、コロナ禍の令和2年には1%にも満たない状況になった。
- 全国でも「一人旅」の割合が年々高まってきている一方、「団体旅行」の割合は年々低下している。
- 旅行同行者数では、コロナ以前から大人数の割合は減少傾向にあり、コロナ禍において少人数での旅行が増加した。

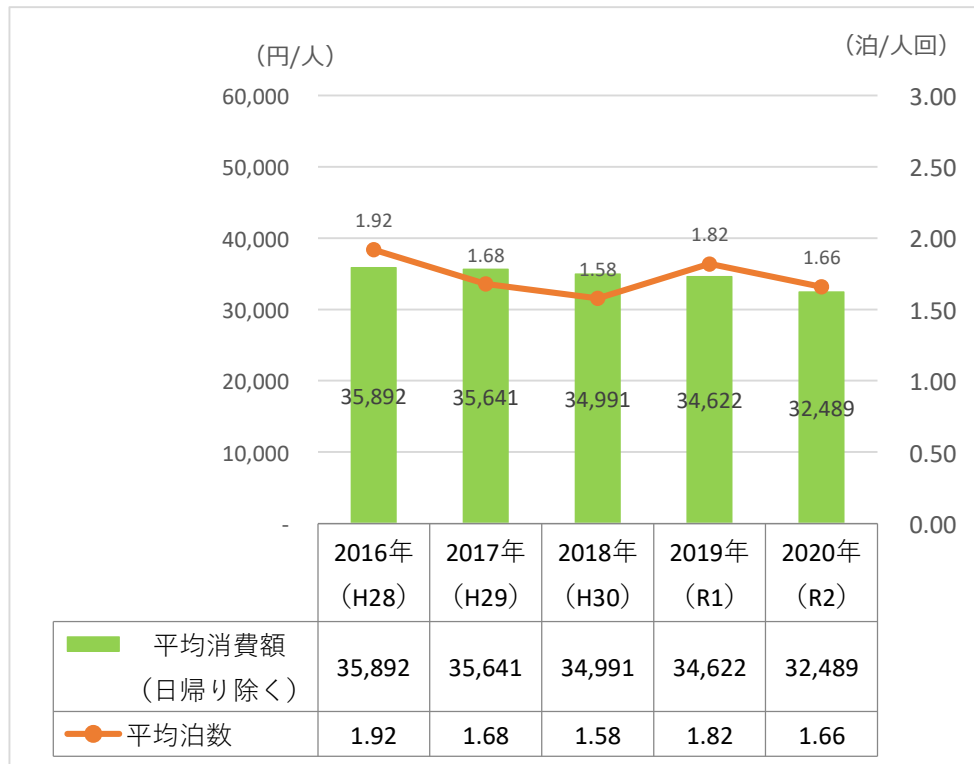
取り組み  
の方向性

少人数での旅行が好まれる傾向にあるため、質に重点を置いた一人当たりの消費単価を上げるための取組が必要

### 3 全国と比較した高知県観光の動向

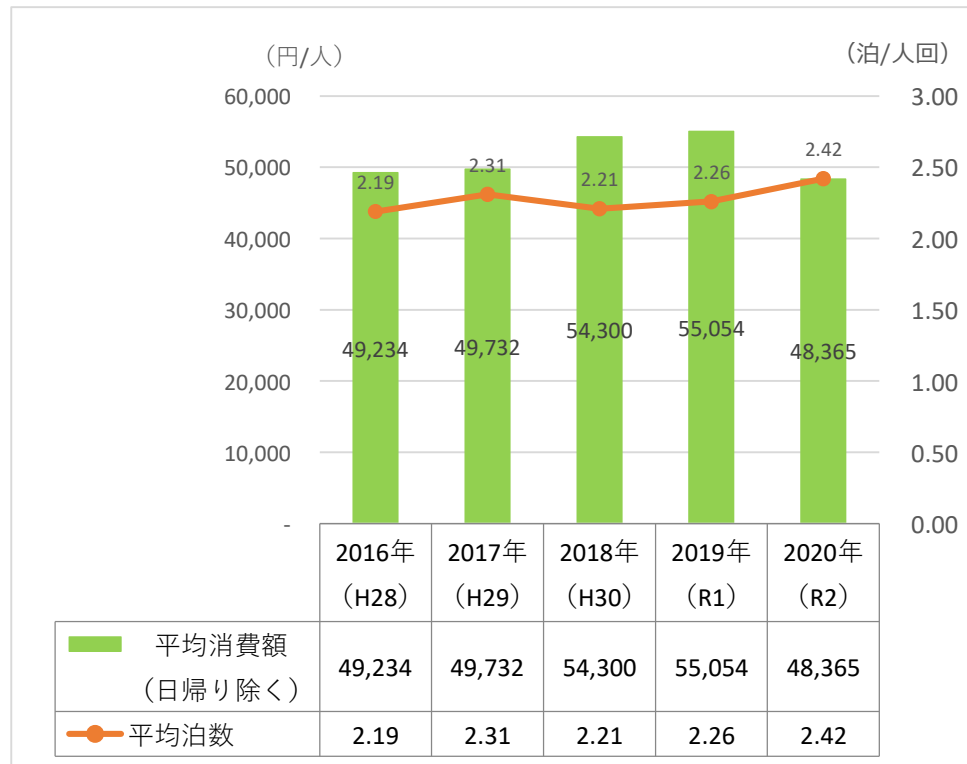
#### ③ 県外観光客の県内平均泊数と宿泊旅行の平均消費額

##### 県内平均消費額



出典：令和2年県外観光客入込・動態調査（高知県）

##### <参考> 国内旅行の1人1回あたり旅行支出



出典：旅行・観光消費動向調査2020年年間値（確報）（観光庁）

##### <分析>

- 全国的な国内宿泊旅行の旅行支出額は、コロナ以前までは年々上昇傾向であったが、県内平均消費額は減少傾向であった。
- 令和2年においてはコロナの影響もあり、県内・国内とも消費額（旅行支出額）は前年より減少した。
- ここ5年の県内平均泊数は1.73日で全国平均より短く、2020年（令和2年）は過去5年で2番目に短くなった。
- 一方で、国内旅行の平均泊数は2018年（平成30年）より増加傾向にあり、2020年（令和2年）は過去5年で最大となった。

取り組み  
の方向性

滞在日数、消費額ともに伸び悩んでおり、より戦略的に滞在型観光を推進する必要がある

## 4 2、3を踏まえた今後の誘客戦略（骨子）

### 戦略①：安全安心対策の徹底及び発信強化

新型コロナウイルス感染症拡大以降、旅行者は感染症対策のなされていない地域や施設を避ける傾向が見られるため、旅行者を受け入れる地域側として**感染症防止対策を徹底**するとともに、**安全安心に観光を楽しんでいただけることを、積極的に情報発信**していく。

#### 【先進事例】

➤ コロナ対策を徹底していること発信

・とちぎ旅ネット（栃木県）、ひろしま観光ナビ（広島県）

安心・安全に旅を楽しんでもらうために、観光施設の安心安全対策や宿泊施設が感染防止対策を徹底していることなどの情報を発信

### 戦略②：多様な過ごし方の提案による消費額向上と長期滞在の促進

短期的な観光客の回復・大幅な増加は見通せないため、少人数旅行など最近のトレンドを踏まえ、**“質”に重点を置いた取組を推進**する。付加価値の高い商品（宿泊含む）造成や、宿泊施設の魅力向上、宿泊施設と周辺資源のさらなる連携促進などを行うことで、**訪問者の消費単価のアップと、長期滞在**につなげる。

#### 【先進事例】

➤ 質に重点を置いた取組

・高知県の西部地域にあるホテルでは、滞在時間の高付加価値化を目指し（国や県の補助金も活用して）既存の客室数を減らし、露天風呂付きの広い客室に改修を行うとともに、ホテル内にイタリアンレストランをオープン予定。

### 戦略③：自然・体験・食資源を活用した新たなチャレンジ

これまでの「リョーマの休日」キャンペーンのコンセプトは継続するとともに、**自然・体験・食を活かした新たな旅行ニーズを捉えた取組を推進**する。体験や食は高知県の豊かな自然があるからこそこの資源であるとも言えるため、SDGsや持続可能な観光の世界的・社会的な高まりを踏まえ、高知県の最大の観光資源の一つである**自然環境の保全にもつながる観光施策を展開**する。

#### 【先進事例】

➤ SDGs ツーリズム推進の取組

・金沢市は、SDGs ツーリズム推進の一環として、先導的に取り組む観光関連事業者に最大50万円の補助金を支給。

・高知県の幡多広域観光協議会では、地域の最大の観光資源である四万十川や足摺岬、柏島などの豊かな自然環境や生態系を守り育てる取組とともに、観光による新たな地域消費を生み出すために、SDGs達成にも寄与する体験プログラムを造成し、旅行商品化。