

く
く
く

観光施設の整備

- ◆誘客の核となる観光施設の整備
 - ・「0481号客車」展示施設オープン (佐川町 4/17)
 - ・安田川アユおどる清流キャンプ場リニューアルオープン (安田町 4/24)
 - ・星降るヴィレッジTENGU(旧天狗荘)リニューアルオープン (津野町 7/7)
 - ・遊山四万十 せいらの里オープン (津野町 7/21)
 - ・ネスト グランピング プレイス nokkaオープン (黒潮町 7/31)
 - ・桂浜公園リニューアル (観光案内、休憩所部分 3月完成予定)
- ◆観光資源の磨き上げと観光商品づくり
 - ・「土佐の観光創生塾」の開催 ⇒ 「実践編」…講義 (3地域×2日) + 地域コーディネーターによる個別支援 (47人参加)
 - 「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 (10人参加)
 - ⇒ 旅行会社等での販売「棚田でeバイク&焚き火とスイーツの癒やし旅」など55件 (12月末現在)
 - ・自然体験、歴史や食をテーマにしたイベント、歴史企画展の開催支援 (17件)
 - ・ワーケーションの推進 ⇒ ワケーション特設サイト開設 (4月)、拡充 (2月)、SNSプレゼントキャンペーン (2月)
 - ・アドベンチャーツーリズムの推進
 - ⇒ アドベンチャートラベルワールドサミット (9月) の開催を契機とした、本県のアドベンチャーツーリズムのPR
 - ⇒ アドベンチャーツーリズムのコースの磨き上げ (R4.1.23~27 モニターツアー (県東部エリア) の実施)
- ◆民間活力を積極的に導入した観光地づくり
 - ・本県で開発意欲のある企業と市町村遊休資産とのマッチング (企業による現地視察: 5社⇒8施設)
 - ・マッチング後の市町村への支援⇒アズリテルメ (土佐清水市)、LOGOS PARK SEASIDE 高知須崎
- ◆周遊キャンペーン等の実施
 - ・こちゅdeぐるり! ガチャぐるり! キャンペーン (10/1~2/28)
 - ・「リョーマの休日」ほかほかキャンペーン (1/1~3/6)
- ◆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「0モーション」、高知プレミアム交通バスの発行



認知度向上と全国での話題化

あなたの、**新休日。**

- ◆「あなたの、新休日。」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制作、ポスター・のぼり・ガイドブックの配布
 - ・写真家浅田政志氏による県内の観光関係者写真撮り下ろし企画の展開 (4月~)
 - ・浅田政志氏トークイベント開催・YouTube配信 (8月)、写真展開催 (8月、東京・岡山・高知)
- ◆特設WEBサイトやSNSを活用した情報発信
 - ・ポディエンアングロロボットNIN_NINを活用したオンラインコンテンツ配信 (5月~インスタライブ、6月~NIN_NIN観光)
 - ・SNSプレゼントキャンペーン (7月~「高知いきいきCP」「高知こ好きCP」)
- ◆全国メディア等を活用した広報
 - ・テレビ「世界ふしぎ発見!」(TBS)、「世界の果てまでイッテQ」(NTV)、雑誌「男の隠れ家」、「メトロニッツ」、「Smart」など




ターゲットに応じた情報発信

- ◆関西、中四国のローカルメディアを活用した広報
 - ・県内プロモーションの実施(7月タウン誌など)、岡山・香川・愛媛でのテレビCM(4月~)、関西でのテレビCM(11月~2月)
 - ・中四国のテレビ番組などでの、新たな観光スポットなど着地情報の露出 (OHK「なんしよん?」、南海放送「Beans」、読売新聞 など)
- ◆交通拠点等での広報PR
 - ・浅田政志氏企画のデジタルサイネージ広告 (4月・首都圏、関西主要駅など)
 - ・高速SA・PAでのポスター及びガイドブック配架
- ◆映画「竜とそばかすの姫」プロモーション関連
 - ・JR山手線・大阪環状線車両ラッピング広告、渋谷スクランブルビジョン放映、ロケ地マップ作成・配布など
 - ・(インバウンド向け) ロケ地のモデルとなった県内スポット (鏡川など) をVISIT KOCHI JAPANに追加掲載
- ◆インバウンド向けの情報発信
 - ・プレミアムよさこいin東京【YouTube配信】(7/4) ⇒海外メディア招聘 (48人)、海外メディアへの掲載数 (63件)
 - ・関西と高知を結ぶ周遊ルートの設定: 4ルート ⇒うち2ルートを英語で紹介するパンフレットを制作 (3月末)
 - ・2022台湾ランタンフェスティバルへのランタン及びブース出展 (高雄市:2/15~2/28)




キャンペーンの開催を広く周知

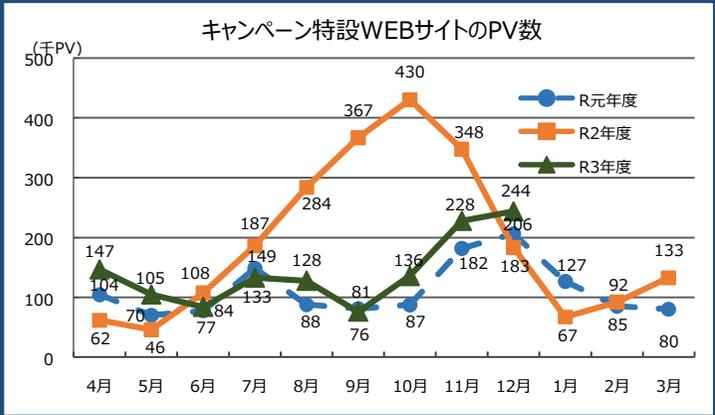
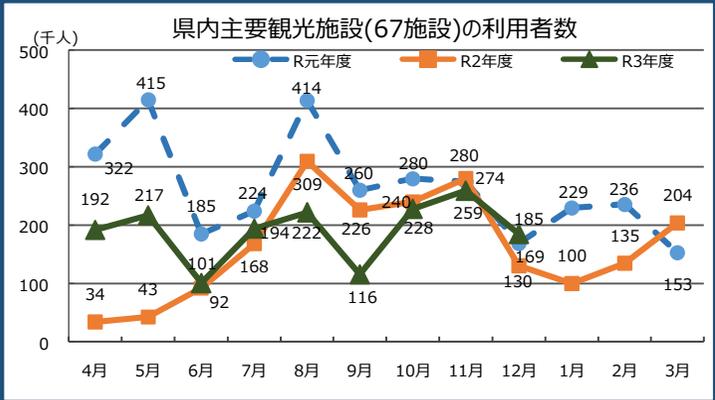
- ◆旅行会社向けのセールス活動
 - ・観光説明会(4月、10月東京・大阪、知事出席)、観光情報交換会の開催(東京、大阪計4回)、各社への個別セールス(のべ140件)
- ◆誘客イベントの開催
 - ・高知県知事杯釣り大会 (11/13) ⇒参加者数: 61名 ・高知 光のフェスタ2021の実施 (11月~2月)
 - ・NAKED FLOWERS -高知城- (11/19~1/10) ⇒来場者数: 66,887名 (県外からの来場者: 49.2%)
 - ・OSAKA光のルネサンス2021での高知県連携コンテンツ出展 (12/14~25) ⇒コンテンツへの来場者約39,000名

きめ細かな観光情報の提供

- ◆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
 - ・観光客受入コーディネーターの配置 (7/7~:現地ヒアリング92件) ・観光案内所機能強化研修の開催 (61名参加)
 - ・観光案内所の機能強化に関するアドバイザーを派遣 (8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 (2月)、地域別研修交流会 (東部:49名参加、中部:44名参加、西部:43名参加)
 - ・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
- ◆バリアフリー観光の推進
 - ・相談窓口の運営(55件)、特設サイトによる情報発信(登録施設数219件) ・インクルーシブな観光によるモニターツアーの実施(9月、11月)

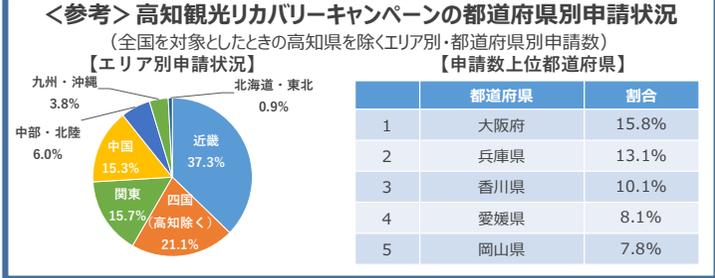
観光客の満足度向上

- ◆観光関連施設の受入環境整備
 - ・外国人観光客の受入に関する研修会の開催(65名参加)、アドバイザーの派遣(10件)
- ◆歴史・文化施設への館内ガイドの配置
 - ・安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172ヶ所、宿泊施設45ヶ所にアンケートボックス設置



観光需要早期回復のための誘客施策

項目	事業内容	実績等
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: R2.7.22~R4.4.28の宿泊)	申請件数: 約15.1万人(台) (R3.12末時点)
高知観光トク割キャンペーン	高知県・徳島県・愛媛県在住者の県内旅行を対象に旅行・宿泊代金の割引 (1人(人泊)当たり最大50%割引 (上限5,000円)) 及び、土産物屋、飲食店、観光施設などで利用可能なクーポンの配布 (1人(人泊)当たり2,000円分) を実施 (対象期間: R3.4.29~R4.3.10の宿泊、徳島県・愛媛県在住者: R3.12.23~)	利用実績: 約15.6万人泊 (R3.12末時点)



も
て
な
す

リョーマの休日キャンペーン推進委員会事業

714,962千円

誘致・広報事業 437,467千円

- 認知度向上と全国での話題化
 - 「あなたの、新休日。」によるプロモーションの展開
 - 特設WEBサイトやSNSを活用した情報発信
 - 全国メディア等を活用した広報
- ターゲットに応じた情報発信
 - 関西、中四国のローカルメディアを活用した広報
 - 交通拠点等での広報PR
- キャンペーンの開催を広く周知
 - 旅行会社向けセールス活動
- 観光需要回復のための誘客促進
 - 本県独自の交通費用助成（201,288千円繰越）
 - オンライン旅行会社を通じた割引クーポンの発行

受入事業 228,288千円

- 自然・歴史・食の観光資源の磨き上げ
 - 観光商品の磨き上げと観光商品づくり
- 周遊促進の整備
 - 周遊キャンペーン等の実施
 - 二次交通対策（12,000千円減額）
 - 龍馬パスポート事業の活用
- キャンペーンの開催を広く周知
 - 誘客イベントの開催（19,000千円減額）
- きめ細かな観光情報の提供
 - ワーケーションの推進
- 観光客の満足度向上
 - 歴史・文化施設への館内ガイドの配置

事務費 49,207千円

- 報償費、需用費、役務費
- 事務局運営経費
- その他

令和3年度事業 収支予算【2月補正】

収入

(単位：千円)

予算科目		既計上 予算額	補正 予算額	補正後予算額		R2からの 繰越額	計		備考
大科目	小科目			R4への 繰越額	R4への 繰越額		R4への 繰越額		
補助金収入	県補助金	732,128	▲ 31,000	701,128	201,288	531,492	1,232,620	201,288	高知県観光キャンペーン推進事業費補助金
	その他の補助金・ 負担金	13,834	0	13,834	0		13,834	0	
その他の収入	その他の収入	0	0	0	0	0	0	0	
合計		745,962	▲ 31,000	714,962	201,288	531,492	1,246,454	201,288	

支出

(単位：千円)

予算科目		既計上 予算額	補正 予算額	補正後予算額		R2からの 繰越額	計		備考
大科目	小科目			R4への 繰越額	R4への 繰越額		R4への 繰越額		
誘致・広報事業費	誘致・広報事業費	437,467	0	437,467	201,288	501,492	938,959	201,288	認知度向上と全国での話題化 「あなたの、新休日。」によるプロモーションの展開 特設WEBサイトやSNSを活用した情報発信 全国メディア等を活用した広報 ターゲットに応じた情報発信 関西、中四国のローカルメディアを活用した広報 交通拠点等での広報PR キャンペーンの開催を広く周知 旅行会社向けセールス活動 観光需要回復のための誘客促進 本県独自の交通費用助成 オンライン旅行会社を通じた割引クーポンの発行
受入事業費	受入事業費	259,288	▲ 31,000	228,288	0	30,000	258,288	0	自然・歴史・食の観光資源の磨き上げ 観光商品の磨き上げと観光商品づくり 周遊促進の整備 周遊キャンペーン等の実施 二次交通対策 龍馬パスポート事業の活用 キャンペーンの開催を広く周知 誘客イベントの開催 きめ細かな観光情報の提供 ワーケーションの推進 観光客の満足度向上 歴史・文化施設への館内ガイドの配置
事務費	事務費	49,207	0	49,207	0	0	49,207	0	事務局運営費、報償費、旅費、消耗品費等
合計		745,962	▲ 31,000	714,962	201,288	531,492	1,246,454	201,288	

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(R2) 648億円 ⇒ R4 1,130億円以上 ⇒ 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(R2) 266万人 ⇒ R4 450万人以上 ⇒ 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

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
 - ・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
 - 新**・観光客の移動経路や滞在時間などの分析データを活用した観光地域づくりの取組の強化
 - 新**・SDGsの達成に寄与する観光商品の造成
- (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
 - ・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
 - ・自然・体験型観光基盤を生かしたツーリズムの推進（サステナブルツーリズム、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、ワーケーションの推進）
 - ・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（再掲）

「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

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旅行商品 磨き上げた観光資源・商品を国内外の市場への創出
 - ・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
- 〈3〉関西圏や四国他県と連携した周遊商品づくりの推進
 - ・関西国際空港を利用する広域周遊商品づくりの推進
 - ・四国他県と連携した広域周遊商品づくりの推進

磨き上げた観光資源・商品を国内外の市場へ

「食」を前面に出した観光キャンペーン「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

【売る】PR・プロモーション

柱2 効果的なセールス&プロモーション

- (1) 観光キャンペーン「リョーマの休日」の継続
 - 拡**・食を前面に出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
- 拡**・季節ごとに誘客効果の高い観光素材を発信
- (2) 観光需要の回復を図る誘客施策の展開
 - 拡**・国の施策を活用した観光需要喚起策の展開
- (3) サステナブルツーリズムの推進
 - 新**・サステナブルを切り口にした観光プロモーションの実施
- (4) 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進
 - ・関西圏を中心としたプロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致
 - ・県内各地域のスポーツツーリズムに関する情報を集約し、WEBサイトで発信、SNSを併用したプロモーションの展開
 - ・高知龍馬マラソンの開催
- (5) 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
 - ・関西の拠点での観光情報の発信
 - ・関西圏を中心としたプロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致（再掲）
 - 拡**・食を前面に出したプロモーションやセールス活動の展開（再掲）
 - ・全国的な話題化を創出するプロモーションの展開（再掲）
 - 拡**・季節ごとに誘客効果の高い観光素材を発信（再掲）

柱3 おもてなしの推進

- (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
 - 拡**・周遊・滞在を促すプッシュ型の観光情報の提供
 - 拡**・観光案内所間や事業者との連携強化
- (3) 観光客の満足度をさらに高める受入環境整備
 - ・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**・専門家による宿泊施設の魅力向上に向けたアドバイスと実践支援
 - ・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
 - ・龍馬パスポートの実施
 - ・高知プレミアム交通Passによる二次交通網の活用
 - ・周遊・滞在を促すプッシュ型の観光情報の提供（再掲）



効果的なセールス&プロモーションで観光客が高知へ

柱4 国際観光の推進

- 〈4〉重点市場等の方々に向けてのデジタルプロモーションの展開
 - ・重点市場等の方々に向けて、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〉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
 - ・地域の観光資源を活用したプロモーション事業や広域周遊観光促進事業等による四国が一体となったセールスとプロモーションの実施
- 〈6〉大阪・関西万博を見据えた施策の展開
 - 拡**・関西と高知を結ぶ旅行商品のPR
 - ・大阪観光局と連携したプロモーションの実施

全体を下支え

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
 - 拡**・土佐の観光創生塾の継続・拡充
 - ・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）
 - 新**・観光客の移動経路や滞在時間などの分析データを活用した観光地域づくりの取組の強化（再掲）
 - 新**・SDGsの達成に寄与する観光商品の造成（再掲）

高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」展開

あなたの、**新**休日。

キャンペーン名

高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」

コンセプト・テーマ

あなたの、新休日。高知の味曜日

プロモーション
メインキャッチコピー

高知の食は、つくる人が熱々。人熱々料理

あなたの、**新**休日。

高知の
味曜日

※現時点での想定のため記載の内容・時期等変更の場合あり

スケジュール (案)		R4.1月	2月	3月	4-6月	7-9月	10-12月	R5.1-3月	
キャンペーン展開	主要イベント キャンペーン	高知光のフェスタ		土佐のおきやく	アフター四国DC	土佐の豊穰祭	高知光のフェスタ	土佐のおきやく	
					JTB 日本の旬 四国 (4~9月) / JAL うららかに四国 (4~9月) / ANA 誘遊四国 (期間未定)				
	新 ぽかぽかキャンペーン				新 季節ごとのキャンペーン				
	メディア	TV・雑誌など各種メディアでの露出							
	SNS WEB	SNSでのキャンペーン&PR							
	広告等	オンラインツアー (NIN_NIN) / ハッシュタグキャンペーン / ★特設サイトリニューアル (現よさこいネットと統合) / 関西・関東での交通広告 / 関西でのCM・交通広告等 / 関西でのCM・交通広告等 / 関西でのCM・交通広告等							
	個人	GoToトラベル (国実施) / 新たなGoToトラベル事業 (県実施)							
	旅行会社	高知観光リカバリーキャンペーン / トク割キャンペーン (隣県拡大) / ★日本観光ショーケースin関西・大阪 / 2022年下期向け説明会 (東京ほか) / 2023年上期向け説明会 (東京・大阪ほか) / 晩酌きつぷ							
	周遊企画	こうちdeぐるり! ガチャぐるり! / 城めぐりアプリ周遊企画 / 新 土佐弁王国 (例: 専用ガイドブック・共通プレゼント企画等) / 新 土佐御朱飲帳 (酒・クラフトビール・ワイン・ソフトドリンク・お茶めぐり)							
	イベント	NAKED FLOWERS 高知城 / ★旅サラダ EXPO@大阪 / ★アウトドアフェス大阪 / 新 行き先を選べない旅のおみくじ企画 / 有名シェフコラボレーションイベント / ナイトタイムイベント							
地域イベントなど	東部	● DMV開業 ● 琴ヶ浜竹灯りの宵	● 阪神タイガース2軍キャンプ ● モネの庭チューリップ祭り	● 内原野つつじ祭 ● 610の日一祭合祭	● 土佐室戸鯨舟競漕大会 ● シットト踊り	● 高知東海岸グルメまつり ● 安芸・室戸パシフィックライド	● 安芸・室戸パシフィックライド ● 赤岡冬の夏祭り	● 阪神2軍キャンプ ● PRGR	
物部川	● 長宗我部元親リ- ● 龍河洞ナイト	● PRGR ● 西川花祭り ● かがみ花フェスタ	● どのめ祭 ● 長宗我部フェス	● 刃物まつり ● 絵金まつり ● 龍河洞まつり ● 奥物部湖湖水祭	● 土佐塩の道トレイルランニング ● べふ峡紅葉	● 龍馬に大接近 ● まんさい	● 龍馬に大接近 ● 龍馬生誕祭	● 観光びらき ● 南国土佐皿鉢祭 ● 龍馬マラソン ● 漫画家大会議	
高知市	高知城歴史博物館「おいしい土佐藩」 ● 龍馬脱藩祭	● 観光びらき ● 龍馬マラソン ● 高知城夜間噴水イベント	● 南国土佐皿鉢祭 ● 龍馬に大接近	● 高知城花回廊 ● ほたるまつり (土佐山)	● よさこい祭り ● 高知市納涼花火大会	● 龍馬に大接近 ● 龍馬生誕祭	● 龍馬に大接近 ● 龍馬生誕祭	● 観光びらき ● 南国土佐皿鉢祭 ● 龍馬マラソン ● 漫画家大会議	
嶺北	● れいほくクーポンCP	● 福寿草まつり	● 本山町花まつり ● 花まつり (定福寺・豊楽寺)	● ハスマ祭り (定福寺) ● 棚田の灯火	● 大川村謝肉祭 ● 四国ジビエグルメフェスタ	● 福寿草まつり	● 福寿草まつり	● 福寿草まつり	
仁淀川	● 地乳まつり ● 中津溪谷仁淀ブルーフェスタ	● 秋葉まつり ● いの大国さま	● 宇佐大鍋まつり ● 仁淀川紙のこいのぼり	● 出間のひまわり ● 氷室まつり ● 土佐市大綱祭り	● 仁淀川国際水切り大会 ● 安居・中津溪谷紅葉 ● 安居神楽	● 秋葉まつり ● いの大国さま	● 秋葉まつり ● いの大国さま	● 秋葉まつり ● いの大国さま	
奥四万十	● 須崎ロードレース大会 ● 桑田山雪割桜 ● 四万十川桜マラソン ● かつお祭 ● LOGOS PARK SEASIDE 高知須崎	● 須崎ロードレース大会 ● 桑田山雪割桜 ● 四万十川桜マラソン ● かつお祭 ● LOGOS PARK SEASIDE 高知須崎	● 須崎ロードレース大会 ● 桑田山雪割桜 ● 四万十川桜マラソン ● かつお祭 ● LOGOS PARK SEASIDE 高知須崎	● 須崎ロードレース大会 ● 桑田山雪割桜 ● 四万十川桜マラソン ● かつお祭 ● LOGOS PARK SEASIDE 高知須崎	● 須崎ロードレース大会 ● 桑田山雪割桜 ● 四万十川桜マラソン ● かつお祭 ● LOGOS PARK SEASIDE 高知須崎	● 須崎ロードレース大会 ● 桑田山雪割桜 ● 四万十川桜マラソン ● かつお祭 ● LOGOS PARK SEASIDE 高知須崎	● 須崎ロードレース大会 ● 桑田山雪割桜 ● 四万十川桜マラソン ● かつお祭 ● LOGOS PARK SEASIDE 高知須崎	● 須崎ロードレース大会 ● 桑田山雪割桜 ● 四万十川桜マラソン ● かつお祭 ● LOGOS PARK SEASIDE 高知須崎	
幡多	● ジョン万ウォーク ● 足摺椿まつり ● はた旅クーポン (~2/28)	● ジョン万ウォーク ● 足摺椿まつり ● はた旅クーポン (~2/28)	● 四万十川花紀行 (~6月) ● Tシャツアート展 ● ONSENガストロノミーウォーキング	● 沖の島海開き	● あしずりまつり ● しまんと納涼花火大会	● もどりかつお祭 ● 足摺宇和海国立公園50周年事業 ● 四万十川川花紀行	● 足摺宇和海国立公園50周年事業 ● 四万十川川花紀行	● 足摺宇和海国立公園50周年事業 ● 四万十川川花紀行	

旅行者のニーズを踏まえた今後の誘客戦略

○サステナブルな宿泊施設に最低でも一度は泊まる意向の世界の旅行者： 2016 62% → 2021 81% 出典：「サステナブル・トラベル」に関する調査2021年度版（Booking.com）
⇒サステナブルな施設のニーズは着実に増加傾向

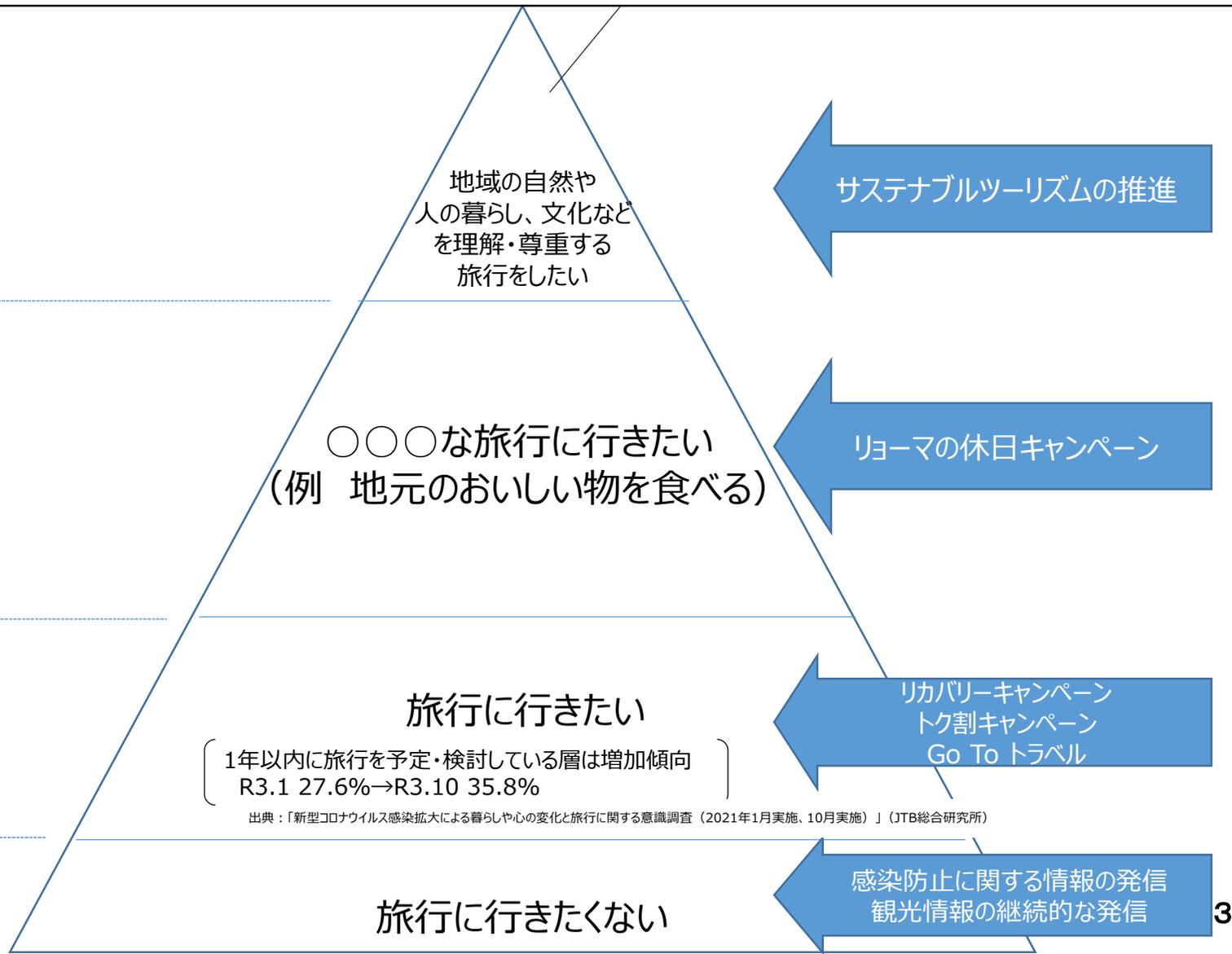
○旅行において、サステナビリティが非常に重要だと回答した日本の旅行者： 82% 出典：「サステナブル・トラベル」に関する調査2021年度版（Booking.com）
⇒日本の旅行者にもサステナブルへの関心が高まっている

社会の価値観の変化

(イミ消費) 自己成長
社会貢献

(コト消費) 体験

(モノ消費) 機能



出典：「新型コロナウイルス感染拡大による暮らしや心の変化と旅行に関する意識調査（2021年1月実施、10月実施）」（JTB総合研究所）

サステナブルツーリズムの推進

【背景】

○高知県は都市圏の観光地と異なりサステナブルな観光素材を多く有している

(例：かつおの一本釣り、日曜市等の街路市、路面電車、廃校水族館、砂浜美術館 など)

○SDGs（持続可能な開発目標）の重要性が世界的に高まるなど、「地域社会の持続的発展を目指す観光」は社会の新たな潮流となりつつあり、本県のサステナブルな観光素材は今後大きな強みとなる

- ・SDGsという単語の認知度は約7割（2021年7月調査）
- ・クルーズ会社によっては、サステナブルツーリズムの国際認証を取得している地域の陸上ツアーを優先採用
- ・R2年6月に観光庁は「日本版持続可能な観光ガイドライン」を公表
- ・世界の旅行者の68%が「旅行に使ったお金が現地コミュニティに還元されること」を望んでいる

【サステナブルツーリズムを推進することで期待される効果】

○サステナブルツーリズムに対する国内旅行者の意識が今後より高まっていった際に**選ばれる旅行先**となる

○欧米からの旅行者はよりサステナブルツーリズムに対する意識が高く、**訪日外国人からも選ばれる旅行先**となる

○日本みどりのプロジェクトで実施する「みどりの学習旅行」等のSDGsを学ぶ学習旅行の誘致にも寄与する

高知の「強み」を「サステナブル」という切り口で「自分も高知も喜ぶ旅」として発信する

高知が目指すサステナブルツーリズム＝地域の文化や環境を守りつつ、ありのままの日常を体験し味わうことで、訪問客と地域社会がともに恩恵を受ける観光
＝「自分も高知も喜ぶ旅」

サステナブルツーリズムに 取り組む機運をつくる

- ・市町村、観光事業者、観光協会等を対象としたセミナーを継続して開催
- ・県内メディア（報道関係者）とサステナブルツーリズムに関する情報交換会を開催し、新たな観光戦略として県民にむけた情報発信を促進

「高知＝サステナブル」 というイメージをつくる

- ・高知の観光素材がいかにサステナブルであるかを可視化するための冊子を作成
- ・SNSやマスメディア等を通じ、「高知＝サステナブル」というイメージを県外に向け発信

サステナブルツーリズムを 意識した観光商品をつくる

- ・サステナブルツーリズムを意識するターゲットに向けたコンテンツの発掘、磨き上げ、セールス、プロモーションを行うことでSDGsに寄与する観光商品造成につなげる
- ・広域観光組織と協議し、R5年度以降も継続して販売できる体制を構築する

令和7年度（大阪関西万博開催）を目指す姿

「高知＝サステナブル」というポジションが確立され、そのことが魅力となり旅先として高知県が選ばれる

リョーマの休日キャンペーン推進委員会事業

1, 784, 274千円

誘致・広報事業 1, 460, 643千円

- 認知度向上と全国での話題化
 - 「あなたの、新休日。」によるプロモーションの展開
 - 特設WEBサイトやSNSを活用した情報発信
 - 全国メディア等を活用した広報
- ターゲットに応じた情報発信
 - 関西、中四国のローカルメディアを活用した広報
 - 交通拠点等での広報PR
 - サステナブルツーリズムの推進
- キャンペーンの開催を広く周知
 - 旅行会社向けセールス活動
 - 旅行会社向け商品造成の実施
- 観光需要回復のための誘客促進
 - 本県独自の交通費用助成

受入事業 277, 424千円

- 自然・歴史・食の観光資源の磨き上げ
 - 観光商品の磨き上げと観光商品づくり
- 周遊促進の整備
 - 周遊キャンペーン等の実施
 - 二次交通対策
 - 龍馬パスポート事業の活用
- キャンペーンの開催を広く周知
 - 誘客イベントの開催
- きめ細かな観光情報の提供
 - ワーケーションの推進
- 観光客の満足度向上
 - 歴史・文化施設への館内ガイドの配置

事務費 46, 207千円

- 報償費、需用費、役務費
- 事務局運営経費
- その他

令和4年度事業 収支予算

収入

(単位：千円)

予算科目		当初予算 金額	R3繰越 金額	計	備考
大科目	小科目				
補助金収入	県補助金	1,778,896	201,288	1,980,184	高知県観光キャンペーン推進事業費補助金
	その他の補助金・ 負担金	5,378		5,378	歴史文化施設館内ガイド配置市町村等負担金
その他の収入	その他の収入	0	0	0	
合計		1,784,274	201,288	1,985,562	

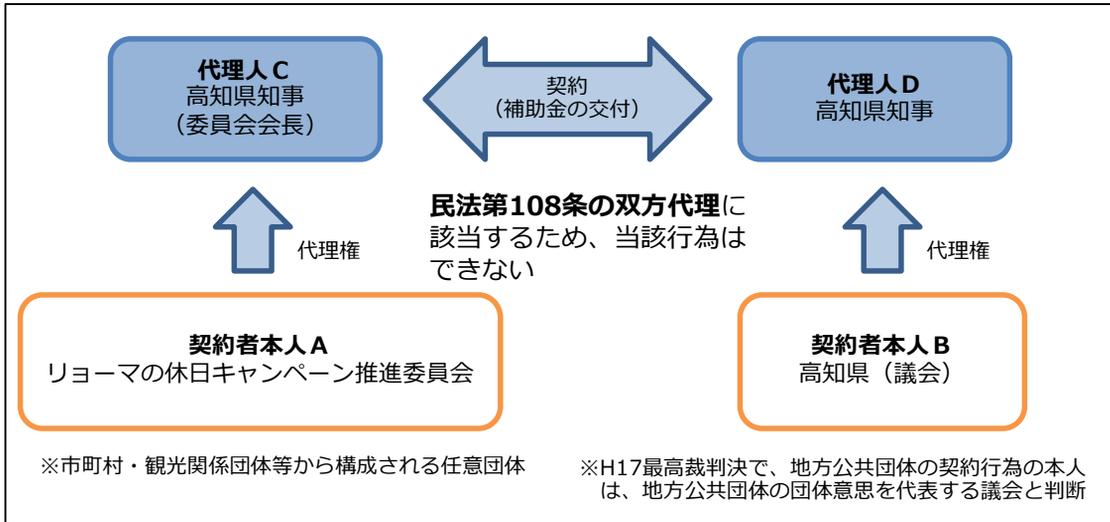
支出

(単位：千円)

予算科目		金額	R3繰越 金額	計	備考
大科目	小科目				
誘致・広報事業費	誘致・広報事業費	1,460,643	201,288	1,661,931	認知度向上と全国での話題化 「あなたの、新休日。」によるプロモーションの展開 特設WEBサイトやSNSを活用した情報発信 全国メディア等を活用した広報 ターゲットに応じた情報発信 関西、中四国のローカルメディアを活用した広報 交通拠点等での広報PR キャンペーンの開催を広く周知 旅行会社向けセールス活動 旅行会社と連携した商品の販売促進 観光需要回復のための誘客促進 本県独自の交通費用助成
受入事業費	受入事業費	277,424	0	277,424	自然・歴史・食の観光資源の磨き上げ 観光商品の磨き上げと観光商品づくり 周遊促進の整備 周遊キャンペーン等の実施 二次交通対策 龍馬パスポート事業の活用 キャンペーンの開催を広く周知 誘客イベントの開催 きめ細かな観光情報の提供 ワーケーションの推進 観光客の満足度向上 歴史・文化施設への館内ガイドの配置
事務費	事務費	46,207	0	46,207	事務局運営費
合計		1,784,274	201,288	1,985,562	

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等）

第百八条 同一の法律行為について、相手方の代理人として、又は当事者双方の代理人としてした行為は、代理権を有しない者がした行為とみなす。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。

2 前項本文に規定するもののほか、代理人と本人との利益が相反する行為については、代理権を有しない者がした行為とみなす。ただし、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。

2 補助金の交付にあたって

- ・双方代理の解消に向け、リョーマの休日キャンペーン推進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」の手續に加え、民法第108条第1項ただし書の規定を踏まえ、県議会及びリョーマの休日キャンペーン推進委員会に「あらかじめの許諾」を得る。

↓ 県及び委員会で以下の対応を行う

	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条第1項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。