

令和4年度第3回高知県産業振興計画フォローアップ委員会観光部会 議事概要

日時：令和5年1月26日（木） 9:30~11:30

場所：高知城ホール 4F 多目的ホール

出席：委員10人中、9名が出席（うち1名代理出席）

議事：（1）第4期産業振興計画 ver. 3 <観光分野>の取り組み状況等について
（2）令和5年度の取り組みの強化のポイント等について

※意見交換概要

（三井部会員）

- ・現在、インバウンドが戻ってきて、3月には7隻のクルーズ船が来高予定となっており、高知県へ多くの外国人観光客が来ることとなる。前回もお話したが、コロナ前には、四国銀行、高知銀行、みずほ銀行、ゆうちょ銀行で外貨の両替ができていたが、現在は、全て止まっている。以前は、クルーズ船で来られたお客様が、バスターミナルに寄り、四国銀行の本店等に寄って外貨を両替していたが、それができない状態になっている。
- ・銀行に確認したが、「需要がない。マネーロンダリングのリスクの関係で実施していない。」との回答であった。
- ・しかし、高知以外の四国3県では、阿波銀行本店6通貨、百十四銀行11通貨、伊予銀行12通貨を両替できる。両替できないのが高知県だけであることは問題である。
- ・また、以前にスペインからお遍路に来られたお客様が、外貨の両替ができなくて困っていた。
- ・私も銀行の方に両替できるよう要請したが、県の方からも是非両替ができるように要請していただきたい。
- ・外貨の両替ができないと、インバウンド観光客が高知に来ない。来ても高知にお金を落とさなくなってしまう。
- ・とさてらすの担当者にお聞きすると「外国人観光客は、手数料がかかることはしたがらない。」と言っていたので、クレジットでのコンビニキャッシングはあまりしないと思われる。
- ・また、高知県の飲食店や観光施設はキャッシュレス対応していない所が多いため、外貨の両替は必要である。

（山脇観光振興部長）

- ・銀行の判断とはいえ、県としても調べて対応する。両替の問題はコロナ前からあった。「両替できる場所が少ない。」という話しになった際に、調べたら金融機関で両替する観光客が少なかった記憶があったが、現在の実態も調べて金融機関と話をしてみる。

(天野部会長)

- ・インバウンドが増えてくる中で、受入態勢の整備は絶対に必要なので、是非お願いしたい。

(黒笹部会員)

- ・「らんまん」のキャンペーンの時期についての説明をお聞きしたところ、放映開始から終了までに、一番力をいれていると感じた。しかし、観光の動きには時差があるため、今年の秋から来年の春あたりにピークが来るのではないかと考えているが、この資料では、放送中の広報が一番手厚く、後は余韻のように感じる。
- ・キャンペーンの時期がこれで良いのか。どのタイミングでやるのが効果的であると考えているのかをお聞きしたい。
- ・「らんまん」はある種の「棚ぼた」で、急遽決まったものである。「らんまん」が決まるまでの間、観光はどのような施策を考えていたのかをお聞きしたい。
- ・ポスト「らんまん」の後をどうするのか。「らんまん」効果を将来に繋げるためには、レガシーをしっかりと作る必要がある。また、「らんまん」がなくても、しっかりと外国人観光客を誘客しておもてなしができる体制をつくる必要があったことから、あまり「らんまん」100%にならず、少し冷静に考えなくてはいけないと思う。
- ・また、今年の秋から来年の春に向けて、どういった施策を考えているのかをお聞きしたい。
- ・外国人観光客を想定した牧野関係のプロジェクトをしっかりとやっているのかをお聞きしたい。資料を拝見すると、植物が趣味の人やある程度教養のある人を対象にしたキャンペーンの印象があるが、そういった点をどう考えているのか。
- ・インバウンド向けの観光コンテンツとして、「自然を生かした高知県観光」とあるが、抽象的であり、実際に外国人観光客が来て、楽しむための具体的なコンテンツが分からないので、もう少し具体的な方針が欲しい。
- ・「自然を生かした高知県観光」でインバウンドに強いコンテンツは「釣り」である。そのため、「釣り」がないのはもったいない。既に、インバウンドの富裕層が「釣り」目的で来県し、お金を落としている。プロモーションの動画として「釣り」は非常に効果的である。
- ・また、今流行っている「サウナ」とか「釣り」を例えで入れた方が、観光関連の業者が理解しやすいのでは。
- ・現状では、来年、再来年の高知県観光がどうしても見えてこない。
- ・関西戦略に関して、具体的にどの県をターゲットにしているのか。どの県のどのような層の人たちを具体的にどのようにして誘客するのかなど、各県ごとの具体的な戦略があっても良いのでは。例として、兵庫県は瀬戸大橋などで四国とつながっているため、主に車で移動となる。また、和歌山県は、フェリーで徳島まで移動して高知に来るなど、移動方法も県ごとに異なるので、そういった点も考えているのか。まだ、そこまで至っていないのかをお聞きしたい。
- ・分析ツールのおでかけウォッチャーについて、どういったものか教えてほしい。

(山脇観光振興部長)

- ・「らんまん」について、2月2日に発表になるまでは、高知県版サステナブルツーリズムを前面に出した施策を考えていた。また、サステナブルツーリズムだけではなく、県民の方と交流する機会を増やし移住にも繋がるように、長期滞在して地域

に入ってもらい取り組みを考えていた。

- NHK 連続テレビ小説「らんまん」が決まり、急ピッチで博覧会をすることとした。まずは、知名度を上げるためにも前半はスタートダッシュが大事であると考えているので手厚くしている。「らんまん」も「龍馬伝」の時のように一定の効果が残ると考えている。補正のタイミングもあるが、熱が残れば「ふるさと博」のようにしても良いと考える。元々やろうとしていたサステナブルと「らんまん」が別物にならないように「らんまん」の取り組みの中にも草花ガイド等、サステナブルを意識した取り組みを実施する。
- インバウンドに関して、高知といえば「コレ」というものを打ち出すべく、高知の強みは「川」として庁内で議論をしていたが、「川で何をするのか。」「絞らず、総力戦としては。」などの意見もあり、決まっていないのが現状である。来年度の前半には打ち出しをしたいと考えており、その中に、今回、ご意見いただいた「釣り」など、様々な意見を総合的に判断して決めたい。
- 関西戦略については、濱田知事が以前に副知事を務めており、「万博」が開催予定の大阪府が中心となる。しかし、スポーツツーリズムでの学生の合宿誘致となると、京都も入ってくる。グリーンツーリズムのような企業研修については、企業数の多い大阪府中心の誘致になる。
- 狙いによって地域が変わってくるが、今後、デジタルデータを活用して、関西の県別の傾向も分析しながら関西の地域ごとの戦略も考えていきたい。

(中村地域観光課長)

- おでかけウォッチャーは、多くのデータが蓄積されている分析ツールである。データは提携している 140 以上の位置情報が取得できるスマホのアプリから同意を得て、人の周遊動向などの位置情報等のデータを蓄積している。例えば、高知城に来られた方が、どこから来たのか。年齢、性別等を抽出して分析することができる。

(黒笹部会員)

- アプリをインストールさせるためのプロモーション等は実施しているのか。

(中村地域観光課長)

- 「乗り換え案内」のアプリなど利便性の高いメジャーなアプリのデータを使用しているため、非常に多くの方がインストールしている。情報は同意を得て提供していただいております、月に 2500 万人くらいのデータが取れる。そのため、特別なプロモーションの必要はないと考えている。

(山脇観光振興部長)

- データは、個人が特定できないような状態で提供を受けている。

(赤池部会員)

- インバウンドについて、海外へのプロモーションを高知県がかなり予算を使って積極的に実施していただいている実感があるが、WEB で公開している海外向けのプロモーションの URL を県内在住の外国人であったり興味がある人がアクセスできるようにしていただきたい。WEB で公開されている一覧があればありがたい。県内在住の留学生も高知県を紹介したいと思うので、自国にどういう風に紹介されているの

かを見ることができれば、リツイートしたり発信してくれると思うので、再利用できるようにしていただきたい。

- ・インバウンドの推進で、台湾を重点地域としているが、私は台湾の学生と講義をしたりワークショップを行う中で、台湾から高知に連れて来るのはハードルが高いと痛感している。
- ・理由は、具体的なコンテンツが必要であり、台湾の若い人にとって地方創生への感度が高い。日本のコミュニティー支援というより、地域ビジネスといった文脈の地方創生に市民レベルで認知度が高い。
- ・高知県は、中山間支援や集落活動センターのような、地域ビジネスの面では強いが、それを打ち出すためには、地方創生のコンテンツが具体的に必要である。例えば、馬路村農協の「ごっくん馬路村」などの素晴らしい地域ビジネスが多くあるので、地域づくりではなく観光商品としても売り込んでいくことができれば、かなり感度が良いと考える。台湾人の9割以上は地方創生に興味を持っている。若い世代は特に多い。
- ・そのままでは、通用しないので、観光的なエッセンスを加えた翻訳であったり、発信を検討していただきたい。

(山脇観光振興部長)

- ・台湾は、そういったニーズがあることを参考とさせていただいて、具体的な訪問先として集落活動センターなどが、活用できるのではないかと思う。
- ・インバウンドの誘客のためにもできるだけ早く、チャーター便を誘致して、商品の中に地域へ入っていくような訪問先を入れていくことで、観光客が自分の国に帰って口コミで広げていただけるよう、プラスにつなげて行く。

(澤村国際観光課長)

- ・「VISIT KOCHI JAPAN」のサイトで、英語、繁体字、簡体字、韓国語、タイ語で情報を発信しているので、ご覧いただくことができる。

(赤池部会員)

- ・各国の一覧等をダイレクトにアクセスできるようにしていただきたい。

(町田部会員)

- ・デジタルデータの活用について、人材の育成とあるが、おでかけウォッチャーを活用できる人材を育成するというイメージなのか。スケジュールは1年とあるが、すでにデータはたくさんあると思うが、すでにあるデータを活用しないと意味がないので、県内に活用できるITの人材がかなりいるので、そのような専門人材を活用すれば、スピーディーに進めることができる体制を整えてはどうか。

(中村地域観光課長)

- ・人材の育成について、おでかけウォッチャーの使用法というよりは、データの様々な抽出の仕方があるので、そのデータをクロス分析したり、どういった分析をするのかなど、そこから課題・仮定を立てて観光戦略に繋げていけるような人材の育成を考えている。
- ・そのための企画立案のワークショップなどを来年度予定している。対象者は、広域観

光組織の職員を中心に、市町村の職員なども対象としている。

(山脇観光振興部長)

- ・「成果を早く出す。」という意味でいくと、専門家をお願いする方法もあるが、職員自ら実施することで、様々な案や課題が浮かぶ。今後それぞれの地域でデータを見ながら分析をしていく力が必要となるため、デジタルデータの活用は必須になると考える。
- ・プロフェッショナルな人にも入ってもらいながら、1年間ワークショップを行ってきた。来年度は、人材育成より成果の方を分厚くしていく。

(町田部会員)

- ・データの活用は、センスも必要であり、パソコン等のデジタル機器が苦手な方に無理矢理教えるのではなく、広く活用しやすいようなものになっていければ、良いと思う。

(森部会員)

- ・資料に、「外国人有識者を交えた強いコンテンツの検討」とあるが、高知といえば、〇〇といったコンテンツをどのような形で進めているのかお聞きしたい。
- ・その結果、本当に目的地が魅力的になると多くの観光客が来て、オーバーツーリズムくらいになると経済が発展していく。強いコンテンツを絞っていく方向は良いと考える。黒笹委員がおっしゃった「釣り」も良いと考える。県外の方が、「高知は海と思って来たら川だった。」とよくおっしゃっているので、まさに川ではないかと思う。
- ・コンテンツがはっきりすれば、ターゲットを絞り込める。東アジアでも国ごとに絞っているが、中長期的な戦略としての欧米豪についても国によって特徴が異なる。国内においてもどの層を狙うのか。広告についても、地域、年齢層、性別、何に興味を持っているかなどを絞り込んだ広告を行えば、費用対効果も高くなる。そのためにも高知はコレでいくというのを確立してほしい。
- ・台湾国際チャーター便が、今期の実現が難しかったと聞いているが、理由と課題、今後の方針を教えてください。
- ・関西連携について、関西空港のビッグデータを活用とのことだが現在直行便が途切れているので、その対応策をお聞きしたい。
- ・短期的には「らんまん」を中心とした誘客、インバウンドは、東アジアを中心としたセールス、中長期的には欧米豪をターゲットとした高付加価値の旅行客の誘客とあり、この案には賛成であるが、滞在していただくとなると、五つ星ホテルなどのハイクラスのリゾートホテルが必要となり、大手企業の誘致は難しいと思うが、現在の進捗状況をお聞きしたい。

(山脇観光振興部長)

- ・強いコンテンツについては、県全体としてどう打ち出すのかをまず考える必要がある。
- ・関西戦略の中で、大阪の梅田にアンテナショップを出展予定としているが、現在、コンセプトを産業振興推進部が有識者を交えて検討しているため、観光としてもアンテナショップに沿った強いコンテンツの打ち出しを考えている。

- ・また、ロングステイのような旅行の仕方を打ち出していくほうが良いのではないかという意見もある。長期滞在でないと、高知県の本当の魅力にたどり着かないのではないかと考える。そういった時にコンシェルジュ機能の強化など、連泊をするために何が必要なのか、宿泊施設の魅力向上事業の中で、専門家よりアドバイスをいただけるように検討して行く。
- ・台湾からの直行便の補正予算を認めていただいて旧正月前に就航を進めていたが、全国旅行支援が始まり、日本のホテルが取れない。原油高で非常に燃料費が高騰している。また、水際対策などの問題があり、日本向け商品が高くなっている状況から就航が難しくなり、一旦止まったが、スタートの時期については、4月以降で来ていただけるように、引き続き話をしている。定期チャーター等、高知県に直接来ていただけるような取り組み自体は本筋で進めている。
- ・関空国際空港から高知空港の直行便については、現在停まっているが、以前にも航空会社のピーチと話しを進めていたので、もう一度ピーチに営業をかけたと思っている

(鎌倉部会員)

- ・観光は途切れがなく、博覧会を計画しながら次年度以降の戦略の検討も必要であるため、職員のケアもしながら一丸となって県の観光振興に取り組んでいただきたい。
- ・参考資料2について、県下全域を網羅的に記載していると、一見して抜けがないように見えるが、戦略として穴がないか検証する意味でも地域ごとに整理した資料も必要ではないか。
- ・以前に、歴史、自然、食、花、アクティビティ等を実施し、今回は草花となるが、それに加えて、人に着目した観点で観光戦略を行うにあたり、広報に着目すると、それぞれの観光地で「私らが待ちゆうきね。来てよ。」というような、「そこに行けば、その人に会える。」といったように、地域の方が出演するようなCMを行い、「行けばその人に会える。」といったプロモーションも良いのではないか。
- ・観光を、時間という切り口で考えた際に、関東地方は、観光地のスケールが大きく恵まれている。高知県は、大きくはないが、観光地がコンパクトにまとまっており、利点として1日で、歴史、自然、食を全てバリューセットとして楽しむことができるので、その点を打ち出すのも良いと考える。
- ・高知県は「川」として切り取るのも良いが、コンパクトにまとめて密度の濃い時間を過ごしていただくのも1つの方法であると考えている。

(山脇観光振興部長)

- ・健康に留意しながら職員一丸となって進めていく。
- ・参考資料2については、それぞれの地域ごとの資料を作成していた時もあった。取り組みについては、牧野博士ゆかりの地がない地域などもあるため、広域、市町村によって温度差があるが桜の植樹には多くの市町村等に参画していただいた。
- ・戦略について、高知県として様々な施策を実施してきたが、人の魅力は全てにかかっている。現在は、人を前面に出して人・食でプロモーションをしているが、これは不動のものだと思うので、「ポストらんまん」においても人を軸とした戦略が高知の強みとなっていく。高知は遠いイメージがあることから、わざわざ来ていただく場所であり、のんびりと滞在時間を長くしていただく旅行が良いのではないかと考えている。

- ・高知県の持っているコンテンツを見渡しても、ゆっくりしてもらえそうな旅行が良いのではないかと考えている。

(松山代理)

- ・バス協会では、毎年時刻表を発行しており、今年度は12月に発行して関係機関に配った。今回、牧野博士の新休日のロゴマークを印刷させていただいた。東京の方からも送ってもらいたいとの話もあり、広報ができています。
- ・デジタルデータの活用について、分析と活用にタイムラグが出てしまう。また、イベントを実施した際の波が大きい。その点をどうするのか。
- ・発地別県外観光客数のデータでは、周辺都道府県からが多いと思われるが他にデータの優位的な差異が出てくるのかお聞きしたい。

(山脇観光振興部長)

- ・この期間のこの地点といったように、こちらからデータの抽出は指定できるので、その点は大丈夫だと思うが、状況が変わっていく中で、コロナ前とコロナ禍での考え方が合うのかといった点については、ラグとして考えていく必要がある。それ以外では、大まかな傾向が分かるので参考になると考える。
- ・例えば、嶺北エリアでクーポン事業を実施した際に、香川県からの観光客が多かった。その分析結果を踏まえ、香川県に向けたPRを厚めに実施した。そういった点で活用できるのではないかと考える。今後、実施結果を検証しながら進めて行く。

(古谷部会員)

- ・ホテル・旅館業界は、今までコロナで失ったものを取り戻すのは厳しい。その中で、観光関連業者は「らんまん」とインバウンドに期待している。それに続く滞在型観光への対策について、五つ星ホテルなどは厳しいが、地域ごとに市町村等が力を入れて魅力をPRすることが重要であり、それについても人の魅力が大切。
- ・また、宿泊施設もデジタル化を進めることは重要であり、テレビ1つとっても情報が多く扱えるテレビなどの設置が特にインバウンドは必要不可欠となる。今まで改修できなかった部分を、県のおもてなし事業を活用させていただいている。今後も受入側として、受入体制をしっかりとやっていきたい。
- ・インバウンドについて、まずは首都圏が増えていくと思うが、その後、魅力ある地域に移って行くが、その際の情報発信が重要となる。

(三井部会員)

- ・高知 SGG 善意通訳クラブの活動を報告する。コロナ禍において、路面電車の一日乗車券を使い、いの町をターゲットとしたガイドコースを作った。
- ・カーボンニュートラルの観点からまずは、交通公共機関を活用して、いの町まで行き、歩いて「紙すき」、「コクバンカフェ」など、歩きながらいの町の紙文化など昔ながらの伝統文化を感じてもらえることができるサステナブルツーリズムを意識したモデルコースとなっている。
- ・提案として、今後、高齢者の観光客が増えると予想されるため、おもてなしの観点から、おもてなしトイレのように、観光地で気軽にベンチに座り休憩できる「おもてなしベンチ」を設置してはどうか。

(天野部会長)

- インバウンドへの期待が高まっていることが分かった。JTB の数字となるが、インバウンドの 10 月以降の数値について、2018 年度比で比べると 2 月を除いた全ての月で 2018 年度を超えている。しかも 3 月にいたっては 182%となっており、多くの外国人の方がいらっしゃっている。2 月が少ないのは、旧正月の関係で中国人の観光客がいらっしゃらないからである。
- インバウンドは、待った無しの状況である。外国人観光客の受入体制を整えるのは今からでも遅いくらいであるが、今後とも積極的な取り組みをお願いしたい。

(以 上)