

### 【これまでの取組の成果】

- 歴史、食、自然体験を生かした多くの観光資源が本県の強みとして定番化した
- 観光博覧会「牧野博士の新休日」の展開により、草花スポットを中心とする新たな観光資源化が進むとともに、誘客層の拡大につながった
- 広域観光組織を中心とする県内各地域での観光推進態勢が整ってきた
- 台湾との定期チャーター便の就航など、インバウンドの拡大に向けた機運が盛り上がってきた

### 【次期戦略推進に向けた課題】

- 中山間地域の振興につなげるための観光戦略の明確化（一次産業の振興、担い手対策、2次交通対策など）
- 観光事業者における人手不足の顕在化（外国人材の活用、AIなどの活用、閑散期対策など）
- 高齢者や障害者、子ども連れなど様々な観光スタイルへの対応（ユニバーサルツーリズムの推進）
- インバウンド対応の抜本的強化（多言語化、キャッシュレス化など受入態勢などの充実）

## 戦略のコンセプト＝「極上の田舎、高知。」

### 【コンセプトの概要】

このコンセプトにおける「田舎」は、穏やかで自然あふれる場所、故郷や地域の独自性といったポジティブな意味です。  
**未来に向けて重要な資源と新しい価値を持ち、あらためて見直され、海外からも注目を浴びている田舎。**  
 その「スーパーローカル」とも言える**高知ならではの独自の魅力で一生モノの体験を提供**します。

### 【具体策】

- ① 地域への理解が深まる**滞在型観光**の推進
- ② ハード（施設）に加え**ソフト（人）の魅力**を創出
- ③ 豊富な海山川の**自然や食をフルに活用**
- ④ **交流**やそこから生まれる**感動の高付加価値化**を促進
- ⑤ **中山間地域**の**歴史文化・伝統、自然**を後世に継承



“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

### 【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

地域の課題の解決や、地産地消など地域内の経済循環につながる観光商品づくり

- 一次産業の活性化に資する観光商品づくり
  - ・ゆずや文旦などのオーナー制度など、生産者や地域との持続的交流を目的とした商品づくりへの支援
  - ・収穫繁忙期を手伝う旅行プランの造成（おてつたび）
- 地産地消を一層推進する観光地づくり
  - ・“オーベルジュ”の開発支援
  - ・宿泊施設や観光施設での地元産食材の利用拡大
- 地域の伝統文化の継承につながる体験プログラムの推進
  - ・地域の神祭や行事などに担い手として参加できるプログラムの開発
- 既存インフラを活用した観光地づくり
  - ・古民家や廃校、歴史的建造物の観光資源への活用
- 既存資源の高付加価値化、お金が落ちる仕組みづくり
  - ・認証制度（JSTS-D）の取得支援

磨き上げた  
 観光資源・商品  
 を国内外の市場へ



### 【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

多様な観光スタイルに対応できる受け入れ環境の整備、滞在型観光の一層の推進

- 観光客と地元の人との接点を増やす仕組みづくり
  - ・その土地ならではの伝統文化など、付加価値をつけて紹介できる案内人の養成
  - ・写真撮影スポット、釣り場案内など、オリジナルな旅をプランニングしてくれるコンシェルジュ機能の充実
- 誰もが安心して観光を楽しめる受入態勢づくり
  - ・多言語化対応の充実などインバウンドの受入態勢の強化
  - ・ユニバーサルツーリズムの推進
- 地域の特色を生かした受入態勢づくり
  - ・ご当地色を前面に出した観光案内板の整備
- 旅行から帰っても高知に愛着を持ち、応援したくなる仕掛けづくり
  - ・ふるさと納税を活用した地域製品のPR
- 外国人材の活用支援などによる人手不足対策

効果的な  
 セールス&プロ  
 モーションで  
 観光客を高知に

### 【売る】PR・プロモーション

地域への誘客を促進するためのキャンペーンの実施や旅行会社向けのセールス活動、各種メディアの誘致によるプロモーション

- 観光博覧会「牧野博士の新休日」終了後の新キャンペーンの推進  
**【新キャンペーン案】「どっぶり高知旅キャンペーン」（令和6年度～9年度）**
  - ・磨き上げてきた歴史、食、自然体験などをベースに、じっくりと「学び」、深く「体感」できる観光商品として提供
  - ・長期展開のキャンペーンとしつつ、「らんまん」効果の継続や閑散期対策を狙った期間限定キャンペーンを展開
  - ・新キャンペーンの共通コンセプトのもと、各広域エリアごとにテーマを設定するなどして、コンテンツを提供
- 外国人観光客の誘致策の強化
  - ・大阪・関西万博（2025年）を見据えたインバウンド誘致の強化
  - ・台湾からのチャーター便の定期便化など、外国からのアクセス強化

目標値（KPI）

現状（令和5年）

①県外観光客入込数：460万人

②観光総消費額：1,288億円

今後（令和10年）

①県外観光客人泊数：●●人泊（長期滞在の推進）

②観光総消費額：●●億円