

目指す姿

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぶり高知旅キャンペーン」を展開し、国内外の観光客に、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、味わっていただくことで、長期滞在や高知のファンの拡大を目指すとともに、観光消費額の増につなげる。

分野を代表する目標

県外観光客人泊数	出発点(R4)	426.6万人泊	⇒	4年後(R9)	563.9万人泊	⇒	10年後(R15)	606.8万人泊
観光総消費額	出発点(R4)	966億円	⇒	4年後(R9)	1,389億円	⇒	10年後(R15)	1,599億円

【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

柱1 長期滞在につながる観光地域づくりの推進

新(1) 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり

- ①住民とのふれあい、暮らしに触れる、地元産業の活性化に資する観光商品の造成
- ②神祭への参加など伝統文化の継承につながる体験プログラムの造成

(2) 地域内での周遊・滞在の促進

- ①地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり
- ②宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の支援
- ③広域観光組織での観光客動向データの活用による滞在型周遊プランの実践

拡(3) 地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上

- ①集落活動センターを拠点とした宿泊、食の提供、イベント開催など地域との持続的交流につながる観光商品の造成
- ②地域の理解促進につながる教育旅行の受入の拡大(民泊の推進、みどりの学習旅行)

拡(4) 中山間地域の移動を確保するための2次交通の充実

- ①コミュニティバスなど既存インフラの観光への活用
- ②県内バス事業者との連携による旅行商品化の促進

“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

磨き上げた
観光資源・商品を
国内外の市場へ

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぶり高知旅キャンペーン」の展開

【売る】PR・プロモーション

柱2 戦略的セールス&プロモーション

(1) マスメディアを活用した情報発信

- ①「どっぶり高知旅」をテーマにしたコンテストによる県内外への情報発信
- ②春は「花・みどり」、夏は「アクティビティ」など、シーズンごとにテーマやターゲットを設定したプロモーション展開

(2) 旅行会社向けのセールス活動

- ①旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施
- ②広域観光協議会と連携したセールス活動
- ③教育旅行誘致セールスの実施

新(3) 龍馬パスポート等を活用したリピーターの獲得

- ①龍馬パスポートを活用した「どっぶり」コンテンツへの誘引策の実施
- ②アプリを活用した龍馬パスポートユーザーへの観光情報発信の強化

拡(4) 閑散期における誘客の促進

- ①地域の伝統芸能などを組み込んだナイトイベントの実施
- ②MICE及びフィルムコミッションによるロケの誘致
- ③スポーツツーリズムの推進

新(5) NHKの連続テレビ小説「あんぱん」を生かした情報発信

- ①ドラマの動きと連動したセールス・プロモーション



【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

柱3 おもてなしの推進

拡(1) ユニバーサルツーリズムの推進

- ①バリアフリー観光相談窓口の設置や特設ウェブサイトでの情報発信
- ②観光関連事業者の人材育成等による受入態勢の強化

拡(2) 地域の特色を生かした受入体制づくり

- ①観光ガイドの裾野拡大やスキル向上
- ②観光施設等でのコンシェルジュ機能の強化
- ③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の活用)

(3) 長期滞在を目指した受皿づくり

- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の支援【再掲】
- ②中山間地域において、複数の宿を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援
- ③長期滞在に必要な飲食の提供機能の強化

(4) 観光客の満足度の向上

- ①高知家おもてなしキャンペーンの展開等による県民運動の強化
- ②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
- ③観光ガイドの裾野拡大やスキル向上【再掲】

戦略的セールス
&プロモーションで
観光客が高知へ

柱4 国際観光の推進

拡(1) 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致

- ①台湾チャーター便の定着に向けた取り組みの強化
- ②短期チャーター便の誘致(香港・韓国)
- ③国際線受入に向けた高知龍馬空港新ターミナルビルの整備

(2) 関西圏からの誘客の促進

- ①観光サイト「日本の観光ショーケース」等を通じた情報発信
- ②関西-高知間のルート上の観光地と連携したPR

拡(3) 個人旅行者の誘客の拡大

- ①アドベンチャーツーリズムの推進(インバウンド向け「どっぶり高知旅」のセールスやプロモーション)

拡(4) 旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長

- ①アドベンチャーツーリズムの推進(インバウンド向け「どっぶり高知旅」のセールスやプロモーション)【再掲】

(5) 消費額拡大に向けた受入環境整備

- ①地域通訳案内士等のガイドスキルの向上
- ②観光事業者と連携した消費額拡大の促進

全体を下支え

柱5 観光人材の確保・担い手不足の対応

(1) 宿泊施設の生産性向上につながる高付加価値化、長期滞在の推進

- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の支援【再掲】
- ②中山間地域において、複数の宿を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援【再掲】

拡(2) 年間を通じた観光需要の平準化

- ①地域の伝統芸能などを組み込んだナイトイベントの実施【再掲】
- ②MICE及びフィルムコミッションによるロケの誘致【再掲】

拡(3) 積極的な人材の確保

- ①学校などの教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大
- ②外国人材の積極的活用に向けた関係機関との連携強化