

平成24年度 第1回高知県産業振興計画

フォローアップ委員会観光部会 次第

日時 平成24年9月11日(火)

10:15~12:00

場所 高知城ホール2階大会議室

- 1 開会
- 2 観光振興部長あいさつ
- 3 部会長選任
- 4 議題
 - (1) 第1期産業振興計画(産業成長戦略観光分野)の総括について
 - (2) 第2期産業振興計画(産業成長戦略観光分野)の取り組み状況等について
 - ①平成24年度上半期の進捗状況
 - ②さらなる飛躍へのポイントの検討状況
 - (3) 第2期計画で今後挑戦する新たなテーマ(案)について
 - (4) その他
- 5 閉会

《配付資料》

- ・配席図
- ・観光部会委員名簿
- ・高知県産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱
- ・第2期産業振興計画フォローアップ体制
- ・平成24年度 産業振興計画関連 年間スケジュール(案)

【資料1】産業成長戦略(観光分野)の実行3年の総括シート

【資料2】産業成長戦略(観光分野)の平成24年度上半期の進捗状況

【資料3】高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿
～さらなる飛躍へのポイントに関する検討状況について～

【資料4】第2期計画で今後挑戦する新たなテーマ(案)

平成24年度 第1回高知県産業振興計画フォローアップ委員会 観光部会 配席図

平成24年9月11日(火)10:15~12:00
高知城ホール 2F大会議室

高知県観光誘致連絡
協議会 会長
藤本 正孝

部会長席

(敬称略)

記者席
記者席

(財)高知県文化財団
理事長
千葉 健

土佐経済同友会
観光振興委員長
寺村 勉

(財)高知県体育協会
事務局長
濱田 征男

観光振興部
副部長
中島 喜久夫

高知県立牧野植物園
企画広報課長
小松 加枝

特定非営利活動法人
とさはちきんねっと
コーディネーター
川村 晶子

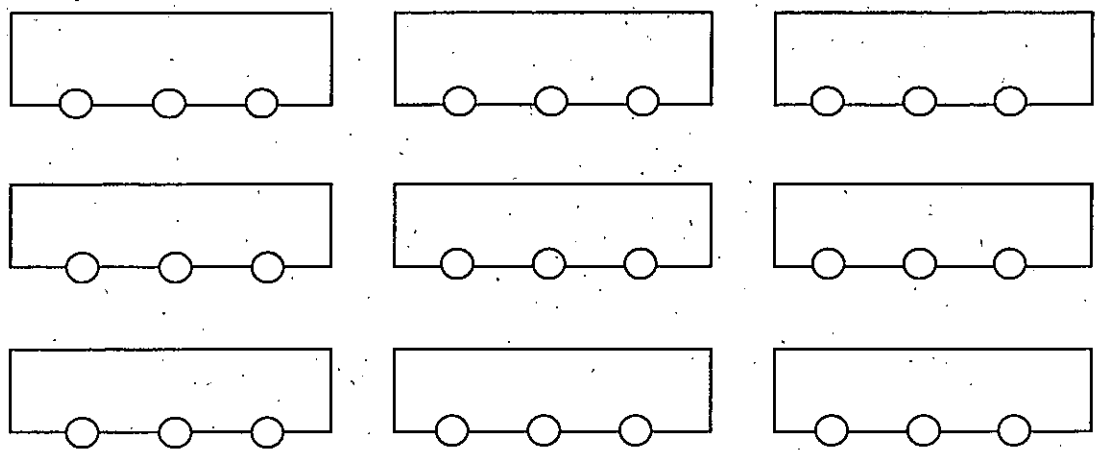
(財)高知県観光コン
ベンション協会
特別顧問
岡内 啓明

西日本電信電話(株)
高知支店 支店長
秋山 貴之

入口



観光政策課 課長補佐 三浦 謙一	おもてなし課 課長補佐 行宗 まち	地域観光課 課長補佐 松本 和久	観光政策課 課長 山脇 深	観光振興部 部長 久保 博道	地域観光課 課長 久武 健二	おもてなし課 課長 中村 智砂
------------------------	-------------------------	------------------------	---------------------	----------------------	----------------------	-----------------------



平成24年度 第1回産業振興計画フォローアップ委員会
観光部会委員名簿

(敬称略・五十音順)

所 属 ・ 役 職 等	氏 名	出 欠
西日本電信電話(株)高知支店 支店長	秋山 貴之	出席
◎ (財)高知県観光コンベンション協会 特別顧問	岡内 啓明	出席
特定非営利活動法人とさはちきんねっと コーディネーター	川村 晶子	出席
高知県立牧野植物園 企画広報課長	小松 加枝	出席
(財)高知県文化財団 理事長	千葉 健	出席
土佐経済同友会 観光振興委員長	寺村 勉	出席
(財)高知県体育協会 事務局長	濱田 征男	出席
◎ 高知県観光誘致連絡協議会 会長 高知県旅館ホテル生活衛生同業組合 理事長	藤本 正孝	出席
日本観光旅館連盟高知県支部 支部長	宮村 耕資	欠席
◎ 日本旅行業協会高知地区 委員長	山本 和弘	欠席
高知県観光振興部 副部長	中島 喜久夫	出席

◎は産業振興計画フォローアップ委員

高知県産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱

(設置)

第1条 県経済に活力を取り戻し、将来に一層の希望を持って暮らすことのできる高知県づくりを目指して、官民協働で実行する高知県産業振興計画（以下「産業振興計画」という。）の検証等を行い、より効果的かつ実効性あるものとするため、高知県産業振興計画フォローアップ委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 産業振興計画の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討に関すること。
- (2) その他委員会の目的を達成するために必要な事項に関すること。

(委員及び組織)

第3条 委員会の委員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。

- (1) 農業、林業、水産業、商工業、観光業に関する団体の代表者
 - (2) 地方銀行の代表者
 - (3) 学識経験者
 - (4) 市町村長の代表者
 - (5) その他知事が必要と認める者
- 2 委員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の3月31日までとする。
 - 3 委員会に委員長1名及び副委員長2名を置き、委員の互選により定める。
 - 4 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。
 - 5 副委員長は、委員長を助け、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。
 - 6 委員長は、必要があると認めるときは委員以外の関係者の出席を求め、資料の提出、意見の表明、説明その他の協力を求めることができる。

(会議)

第4条 委員会の会議（以下「委員会会議」という。）は、委員長が招集し、委員長が議長となる。ただし、委員長及び副委員長が選任される前に招集される委員会会議については、知事が招集することができる。

- 2 委員会会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。
- 3 委員会会議は公開とする。ただし、委員会において特に必要があると認めるときは、非公開とすることができる。
- 4 第3条第1項に定める委員が委員会会議を欠席する場合、委員長は当該委員の申し出により代理出席を認めることができる。
- 5 前項の規定にかかわらず、委員長及び副委員長が選任される前に招集される委員会会議は、第3条第1項に定める委員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

(専門部会)

第5条 産業振興計画の産業成長戦略の実行に関し、専門分野の成長戦略について必要なフォローアップを行うため、委員会に次の各号に定める専門部会を設置する。

- (1) 農業部会
 - (2) 林業部会
 - (3) 水産部会
 - (4) 商工業部会
 - (5) 観光部会
- 2 各専門部会の部会員は、委員会の委員及び次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱又は任命する。
 - (1) 学識経験者
 - (2) 地域活性化の実践的な活動に実績を有する者
 - (3) 商工業・観光に関する実務に識見を有する者
 - (4) 高知県の農業振興部副部長、林業振興・環境部副部長、水産振興部副部長、商工労働部副部長、観光振興部副部長の職にある者
 - 3 前項第4号に掲げる者に欠員のある場合は、知事が指名する者をもって充てる。
 - 4 部会員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の3月31日までとする。
 - 5 専門部会に部会長を置き、部会員の互選により定める。
 - 6 専門部会の会議は、部会長が必要に応じて招集し、部会長が議長となる。ただし、部会長が選任される前に招集される専門部会の会議については、知事が招集することができる。
 - 7 第2項に定める部会員が専門部会の会議を欠席する場合、部会長は当該部会員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、部会長が選任される前に招集される専門部会の会議は、第2項に定める部会員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

(連携テーマ部会)

第6条 産業振興計画の産業成長戦略の実行に関し、産業間の連携戦略について必要なフォローアップを行うため、委員会に連携テーマ部会を設置する。

- 2 連携テーマ部会の部会員は、専門部会の部会員並びに高知県の産業振興推進部副部長、商工労働部副部長及び教育委員会事務局の教育次長の職にある者のうちから知事が委嘱又は任命する。
- 3 部会員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の3月31日までとする。
- 4 連携テーマ部会に部会長を置き、部会員の互選により定める。
- 5 連携テーマ部会の会議は、部会長が必要に応じて招集し、部会長が議長となる。ただし、部会長が選任される前に招集される連携テーマ部会の会議については、知事が招集することができる。
- 6 第2項に定める部会員が連携テーマ部会の会議を欠席する場合、部会長は当該部会員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、部会長が選任される前に招集される連携テーマ部会の会議は、第2項に定める部会員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

(地域アクションプランフォローアップ会議)

第7条 産業振興計画の地域アクションプランの実行に関し、必要なフォローアップを行うため、地域アクションプランフォローアップ会議（以下「フォローアップ会議」という。）を設置する。

- 2 フォローアップ会議は、次に掲げるとおりとする。

名称	対象地域
安芸地域アクションプラン フォローアップ会議	室戸市 安芸市 東洋町 奈半利町 田野町 安田町 北川村 馬路村 芸西村
物部川地域アクションプラン フォローアップ会議	南国市 香南市 香美市
高知市地域アクションプラン フォローアップ会議	高知市
嶺北地域アクションプラン フォローアップ会議	本山町 大豊町 土佐町 大川村
仁淀川地域アクションプラン フォローアップ会議	土佐市 いの町 仁淀川町 佐川町 越知町 日高村
高幡地域アクションプラン フォローアップ会議	須崎市 中土佐町 禰原町 津野町 四万十町
幡多地域アクションプラン フォローアップ会議	宿毛市 土佐清水市 四万十市 大月町 三原村 黒潮町

- 3 各フォローアップ会議の構成員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。
- (1) 市町村長
 - (2) 農業、林業、水産業、商工業、観光業に関する団体の代表者
 - (3) その他知事が必要と認める者
- 4 構成員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の3月31日までとする。
- 5 フォローアップ会議に座長を置き、構成員の互選により定める。
- 6 フォローアップ会議の会合は、座長が必要に応じて招集し、座長が議長となる。ただし、座長が選任される前に招集されるフォローアップ会議については、知事が招集することができる。
- 7 第3項に定める構成員がフォローアップ会議を欠席する場合、座長は当該構成員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、座長が選任される前に招集されるフォローアップ会議は、第3項に定める構成員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

(事務局)

第8条 委員会の事務局は、産業振興推進部計画推進課に置く。

(雑則)

第9条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この要綱は、平成22年5月7日から施行する。

附 則

この要綱は、平成24年7月13日から施行する。

第2期高知県産業振興計画フォローアップ体制

産業振興計画フォローアップ委員会

【役割】 計画全体の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討
【メンバー】 各産業分野の団体代表者、学識経験者、市町村の代表者 など

産業成長戦略

専門部会（5部会）

農業 林業 水産業 商工業 観光

【役割】 専門分野の成長戦略の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討
【メンバー】 フォローアップ委員会委員（関係分野）、各分野の活動実践者、関係部副部長 など

情報提供

フィードバック

連携テーマ

連携テーマ部会

取扱いテーマ

- ◆ 産学官連携による力強い産業の礎を築く
- ◆ 中山間の暮らしを支える産業づくり
- ◆ 産業人材の育成・確保

【役割】 産業間の連携戦略の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討
【メンバー】 各専門部会の代表、関係部副部長 など

地産外商推進協議会

取扱いテーマ

- ◆ 地産地消・地産外商戦略

新エネルギー導入促進協議会

取扱いテーマ

- ◆ 新エネルギーを産業振興に生かす

連携・調整

産業振興推進本部

【役割】 計画全体の進捗管理、課題事項の検討・調整 など
【メンバー】 知事、副知事、関係部長、地域産業振興監 など

関係部長会議

【役割】 産業成長戦略に関する重点協議
【メンバー】 知事、副知事、関係部長 など

外商推進本部

【役割】 外商活動戦略の効果的・効率的な展開
【メンバー】 産業振興推進部長、関係部副部長 など

幹事会

【役割】 推進本部の活動の補佐
【メンバー】 産業振興推進部副部長、関係部主管課長 など

庁内情報共有会議

【役割】 計画にかかる情報共有
【メンバー】 産業振興推進部副部長、地域産業振興監、関係部主管課長 など

連携

産学官連携会議、経済団体 など

地域アクションプラン

地域アクションプランフォローアップ会議

【役割】 地域アクションプランの進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる協議
【メンバー】 市町村長、関係団体の長、住民代表 など

地域本部（7地域）

安芸 物部川 高知市 嶺北
仁淀川 高幡 幡多

【役割】 地域アクションプランの進捗管理、総合補助金の総括、アドバイザー派遣等の企画・実施、新たな取組の発掘 など
【メンバー】 地域産業振興監、関係出先機関長、商工労働部主管課長・観光振興部地域観光課課長補佐、地域支援企画員（総括） など

地域アクションプラン実行支援チーム

【役割】 個別のプランごとのサポート など
【メンバー】 地域本部構成機関の職員、地域支援企画員 など

平成24年度 産業振興計画関連 年間スケジュール (案)

24年度	フォローアップ委員会等	推進本部会議	参画促進・人材育成関係
4月	<p>自民協働を進める各種事業の情報共有と参画の促進 (例)産業人材育成プログラム「産定まる」とビジネスアカデミー」等 民間事業者向けシンポジウム</p>	<p>回部本部会議 (10/16)</p>	<p>4/21 オープニングセミナー (外国寺キヤンパス)</p>
5月	<p>随時</p>	<p>回部本部会議 (10/23)</p>	<p>★ 産業人材育成プログラム「産定まる」とビジネスアカデミー」 前編・中編・後編の開催</p>
6月		<p>回部本部会議 (10/30)</p>	<p>◎入場料 無料 ◎基礎編 ※一部遠隔授業も開催 ◎応用・実践編 ◎目指せ！就活即 商入込 ◎玉佐様賞状 など</p>
7月		<p>回部本部会議 (11/6)</p>	<p>民間事業者向けシンポジウム 東部(5/31)、中部(6/8)、西部(6/9) 地域アクションプランへの新たな参画を促すための事業者向けのシンポジウム(県内3ヶ所で開催)</p>
8月	<p>第1回地域A P会議 第1回専門部会等 地産外商推進協議会</p>	<p>回部本部会議 (11/13)</p>	<p>「土佐の産業おもしろい」の募集 (参加プラン)の募集</p>
9月	<p>第1回フォローアップ委員会 (9/14)</p>	<p>回部本部会議 (11/20)</p>	<p>金融機関(四国銀行、高知銀行、樟多信用金庫)との地域連絡会 (7月～9月) 連携のきっかけづくりとして、各地域において包括協定先の金融機関と地域本部との連絡会を開催</p>
10月	<p>◆第1期計画の3年間の総括の確認 ◆第2期計画(上半期)の進捗状況の確認及びバージョンアップのポイントの検討(産業成長戦略) ◆第2期計画(上半期)の進捗状況の確認及び今年度の追加・削除の検討(地域A P) ◆高知県経済の動向の確認及び今後挑戦する新たなテーマの検討 ◆さらなる飛躍へのポイントの検討状況の確認</p>	<p>回部本部会議 (11/27)</p>	<p>ものづくり総合技術展 (11/29～12/1) 「ものづくりの地産地消」を推進するための、県内企業等の製品や最新技術等を紹介する総合技術展(高知らばばさんセンターで開催)</p>
11月	<p>第2回専門部会等 地産外商推進協議会</p>	<p>回部本部会議 (12/4)</p>	<p>3/14 成果報告会</p>
12月	<p>◆第2期計画の進捗状況及び成果の確認(成長戦略) ◆改定のポイントの検討</p>	<p>回部本部会議 (12/11)</p>	
1月	<p>第2回フォローアップ委員会 (1/30(予定)) 第3回専門部会等 地産外商推進協議会</p>	<p>回部本部会議 (12/18)</p>	
2月	<p>◆第2期計画の進捗及び成果の確認(地域A P) ◆改定の協議、確認</p>	<p>回部本部会議 (12/25)</p>	
3月	<p>第3回フォローアップ委員会 (3/29(予定))</p>	<p>回部本部会議 (1/1)</p>	

産業成長戦略(観光分野)の実行3年の総括シート

[4段階評価の考え方]

	数値目標の設定のあるもの	数値目標の設定のないもの
S	<ul style="list-style-type: none"> ・数値目標を達成した(又は達成する見込みがある)もの ・数値目標を達成できない(又は達成する見込みがない)が、課題を解決し得る著しい成果があったもの 	<ul style="list-style-type: none"> ・目指すべき姿として掲げた短期的な視点を実現するに足りる著しい成果があったもの ・課題を解決し得る著しい成果があったもの
A	<ul style="list-style-type: none"> ・数値目標を達成できない(又は達成する見込みがない)が、課題の解決につながる一定の成果があったもの 	<ul style="list-style-type: none"> ・目指すべき姿として掲げた短期的な視点の実現につながる一定の成果があったもの ・課題の解決につながる一定の成果があったもの
B	<ul style="list-style-type: none"> ・成果の兆しがあり、今後、課題の解決につながる成果が期待できるもの 	<ul style="list-style-type: none"> ・成果の兆しがあり、今後、目指すべき姿として掲げた短期的な視点の実現につながるに足りる成果が期待できるもの ・成果の兆しがあり、今後、課題の解決につながる成果が期待できるもの
C	<ul style="list-style-type: none"> ・対策による成果がほとんど見られなかったもの 	<ul style="list-style-type: none"> ・対策による成果がほとんど見られなかったもの

産業成長戦略（専門分野）	戦略の柱	取組方針	実施計画	具体的な取組み （対象とする主体や取組内容等を記載）	具体的な成果 （可能な限り具体的な数値を記載）	H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 （基本的には2期計画に反映した内容を記載していただく。今年3年間の総括を行った結果、平成25年度までに反映させる項目が新たに明らかになった場合は、行頭に「～」をつけて記載してください。）	2年半の総括との比較	
						目標 （数値目標と数値以外を○）	実績 （数値目標のみ）	SAB C評価	2年半時点の SAB/C評価 （固定）		3年の評価が2年半の評価よりも 下がったもの理由	
												具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価 （SAB/Cの現状）
（観光）												
1 滞在型・体験型観光の推進												
1 効果的な観光PR、プロモーション活動の展開												
<p>◆「龍馬伝」を活かしたPR、プロモーション活動の展開</p> <p>◆PR戦略づくり等に当たっての専門家（アドバイザー）の活用【専博】</p> <p>「土佐・龍馬であい博」や「志国高知 龍馬ふるさと博」のPR・イメージ戦略の確立</p> <p>◆観光PR・イメージ戦略に基づくPR、プロモーション活動の展開</p> <p>観光プロモーション戦略（仮称）を策定し、コンセプト、ターゲットを明確にした情報発信を推進することで、効果的な観光客の誘致につなげる。</p> <p>◆フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致</p> <p>県内における映画、テレビ番組及びCMのロケーション撮影の誘致を促進することにより、本県経済の活性化を図るとともに、当該映画等の放映を通じて本県の観光資源の紹介及びイメージアップを図り、本県の知名度の向上及び本県への観光客の誘致につなげる。</p>	<p>◆「土佐・龍馬であい博」の開催</p> <p>官民一体となった土佐・龍馬であい博推進協議会を設置し、様々なPRを展開。</p> <p>・イメージキャラクター、ロゴを活用したPR</p> <p>・旅行会社、メディアへのセールス活動</p> <p>・ラッピングバス、ラッピング列車等企業とタイアップした広報活動</p> <p>・公式ガイドブック5版 65万部、トソコレ123プラン 69万部などの発行</p> <p>◆「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催</p> <p>土佐・龍馬であい博終了後の観光振興策を検討するため、ホスト龍馬博推進委員会、ホスト龍馬博PT等で検討を重ね、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催が決定。</p> <p>龍馬博のノウハウを活用しながら、ガイドブックの発行、旅行会社へのセールス活動、龍馬博のキャラバン隊派遣、インターネットなどの広報、広告活動を強化。</p> <p>◆西川りゅうじん氏を「土佐・龍馬であい博」「龍馬ふるさと博」の総合アドバイザーとして迎え、博覧会をプロデュース。</p>	<p>◆土佐・龍馬であい博(H22.1.16～H23.1.10)</p> <p>・文芸春秋社、主婦の友社などへ特設記事が掲載</p> <p>・龍馬博が掲載された旅行商品が多数造成</p> <p>・龍馬博4社中合計で92万人以上の入館者を達成</p> <p>・H22県外観光客入込数が435万人以上を達成</p> <p>◆龍馬ふるさと博(H23.3.5～H24.3.31)</p> <p>・県内各所への特設記事掲載</p> <p>・接見委員会 ANA 320万人、JAL 300万人</p> <p>・龍馬ふるさと博の盛り上げを継続する入込数を記録</p> <p>H23県外観光客入込数388万人（現在の集計方法になってから、H22の435万人に次ぐ過去2番目の数字を達成）</p> <p>◆西川りゅうじん氏の助言を取り入れたもの</p> <p>会議、イベント名称の決定</p> <p>龍馬ふるさと博の紹介記事やニュースを掲載した広報活動 など</p>	<p>◆官民で本県観光の発展を促すべく、官民一体となった観光PRの推進が図られる。</p> <p>◆官民一体となった観光PRの推進が図られる。</p> <p>◆官民一体となった観光PRの推進が図られる。</p> <p>◆官民一体となった観光PRの推進が図られる。</p> <p>◆官民一体となった観光PRの推進が図られる。</p>	<p>龍馬博、ふるさと博の開催を契機に、官民一体となって広報、広告活動を行うことができた。また、こうした取り組みを通じて、地域の体験プログラムといった定番の観光地以外の観光資源を情報発信することができ、旅行商品化につなげることができた。</p>	<p>ふるさと博終了後は、限られた予算、人員で効果的にプロモーションを行っていくことが課題であることから、キャッチフレーズの活用、統一キャンペーンを実施するとともに、コンセプトとターゲットを明確にした広報セールス活動を展開する。</p>	S	S					
<p>◆ホスト「龍馬博」を見据えた観光PR・イメージ戦略の確立</p> <p>◆観光PR・イメージ戦略に基づくPR、プロモーション活動の展開</p> <p>観光プロモーション戦略（仮称）を策定し、コンセプト、ターゲットを明確にした情報発信を推進することで、効果的な観光客の誘致につなげる。</p>	<p>◆旅行会社へのプロモーションツール観光商品案内冊を作成(H22.10H23.4)</p> <p>・BS放送を活用した高知県情報の発信(にじゅんと土佐旅 H21.12～計8回)</p> <p>・よさこい祭りを通じて高知県のPR(県道スーパーよさこい、名古屋にっぽん真ん中祭り、福岡よさこいアジアカ祭り)</p> <p>・本県のイメージアップを図る高知県総合観光パンフレット「ゆるり」発行(年4回)</p>	<p>◆龍馬博、ふるさと博やその他の観光地が掲載された旅行商品が多数造成</p> <p>・BS放送後にホテル等の施設への問い合わせが多数あり。</p>	<p>◆官民一体となった観光PRの推進が図られる。</p> <p>◆官民一体となった観光PRの推進が図られる。</p> <p>◆官民一体となった観光PRの推進が図られる。</p> <p>◆官民一体となった観光PRの推進が図られる。</p>	<p>よさこい祭りを題材にした「君が語る、夏」は、ほぼ全編が高知でロケが行われたこと、またJALが自主的に国際線の機内で放送されたことなど、よさこい祭りを通じて本県を国内外に幅広くPRできた。その他、本県出身作家の原作映画ロケや数多くのTV番組、CMに取り上げてもらうことにより情報発信することができた。</p>	<p>事業の活動実績等を踏まえ、より効果的なロケ誘致活動を進めていくため、フィルムコミッションの運営体制を見直しするとともに、引き続き積極的な誘致活動を展開する。</p>	A	A					
2 県内の観光地を結ぶ交通手段の確保												
<p>◆周遊バスの運行体系の強化</p> <p>◆公共交通機関の利用促進</p> <p>高知市中心部の観光地を周遊するバスや、ガイド付観光バスを運行することで、観光客の周遊性を高める。</p>	<p>◆MY遊バス</p> <p>土日祝のみの運行日を、H21.11から毎日運行・増便し、利便性を向上。H23.4からは、コースや料金体系を見直し、牧野動物園の往復券などを導入。</p> <p>◆ガイド付周遊観光バスの運行</p> <p>・土佐・龍馬であい博号（高知市中心部）</p> <p>・龍馬ふるさと博号（高知市中心部）</p> <p>・東海岸観光周遊バス（東部）</p> <p>・しまんと・あしずり号（西部）</p>	<p>◆MY遊バスの乗客数</p> <p>H22年度 52,136人（対前年度比で1.8倍以上）</p> <p>H23年度 50,567人</p> <p>◆ガイド付周遊観光バスの乗客数</p> <p>・土佐・龍馬であい博号 H22年度:2,028人</p> <p>・龍馬ふるさと博号 H23年度:1,354人</p> <p>・東海岸観光周遊バス H22年度:1,336人</p> <p>・しまんと・あしずり号 H23年度: 262人</p> <p>H22年度: 446人</p> <p>H23年度: 1,481人</p>	<p>◆観光ガイドタクシー制度が定着しつつあり、利用者が徐々に増大する</p> <p>◆イベント開催時には、官民一体でMY遊バスなど臨時バスが運行される傾向が顕著</p> <p>◆一定のエリアについては、公共交通機関が利用しにくい観光地が広がるようになり、住民生活と観光客に配慮した運行体系が整う</p>	<p>二次交通が弱い本県にとって、周遊観光バスの存在は大きく、特にMY遊バスは、往復や牧野動物園など高知市中心部の定番の観光地をつなぐ重要な役割を果たした。</p>	<p>二次交通が弱い本県にとって、周遊バスの存在は重要な存在であるが、採算面等において課題がある。また、既存の路線バスの有効活用も検討していく必要がある。こうした課題を踏まえ、利用実態や観光客のニーズをもとに、周遊バスのあり方や利用促進の対策を検討していく。</p>	A	A					
<p>◆観光ガイドタクシーを活用した周遊観光の推進</p> <p>タクシーを活用した周遊プランを実施することで、観光客の周遊性を高める。</p>	<p>◆より専門性の高いワンランク上の観光知識を有する「こうち観光ガイドタクシー」の認定制度の導入。</p> <p>◆認定を受けた運転手の顧客入りパンフレットを作成</p> <p>◆タクシープランの設定</p> <p>駅・空港等基点 52コース</p> <p>高知市内観光所起点 4コース</p>	<p>こうち観光ガイドタクシー認定者 273人</p> <p>タクシードライバーのサービス・マナーが向上</p> <p>観光客の満足度（良い・非常に良い）</p> <p>H23 46%</p> <p>H22 46%</p> <p>H21 43%</p> <p>H20 44%</p> <p>H19 42%</p>	<p>タクシープランのコースを追加するなど、利便性の向上に努めたが、定着するに至っていない。</p>	<p>観光ガイドタクシーの利用促進に向けて、認知度の向上及びドライバーの質の向上を図る。</p>	<p>平成23年度の県外観光客満足度調査の結果、タクシーに対する満足度は伸びておらず、観光ガイドタクシーの利用が十分に伸びていないと判断したため。</p>	B	A					
<p>（その他）</p>	<p>◆GW及びお盆休み期間中の渋滞対策</p> <p>・往來周辺で特設及び臨時駐車場を確保し、無料シャトルバスで送迎</p> <p>・高速SA等で道路情報等の提供など臨時観光案内所開設</p> <p>・高知市中心部での民間駐車場への案内・臨時駐車場の開設</p> <p>・高知市中心部の駐車場マップを作成、配布</p>	<p>往來周辺や高知市中心部の渋滞緩和</p> <p>往來駐車場+臨時駐車場受入台数（4/29～5/6）</p> <p>H22（土佐・龍馬であい博） 31,279台</p> <p>H23（志国高知 龍馬ふるさと博） 24,504台</p>	<p>交通渋滞の発生を抑えることにより、観光客の利便性を高めるとともに、時間短縮による経済波及効果があった。</p>	<p>関係機関と連携しながら渋滞発生箇所や時期の把握に努め、必要に応じて実施していく。</p>	A	A						

産業成長戦略(専門分野)	戦略の柱	取組方針	取組内容	具体的な取組み	具体的な成果	H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2年計画への反応状況		2年半の総括との比較	
						目標 (数値目標以外全)	実績 (数値目標のみ)	SAB CH面	2期計画への反応状況	2年半時点の SABCH面 (固定)	3年の評価が2年半の目標より右 下がったもの理由		
												具体的な成果・目標に対する実績値・数値目標以外の目標 に対する実績を踏まえた総合評価 (SABの採点)	基本的には2期計画に反映した内容を記載してください なお、今回3年間の総括を行った結果、平成25年度に反映 するべき項目が新たに明らかになった場合は、行頭「△」をつ けて記載してください。
		3 四国4県での受入態勢の整備、PR活 動の展開	<p>◆四国観光の推進組織の体制強化</p> <p>◆旅行会社等とのタイアップによる レンタカープランの充実及びPR 【再掲】</p> <p>四国4県と民間企業が参画する「四国ツー リズム創造機構(H21年発足)」が策定した 「四国観光交流戦略」に基づき、四国の 認知度向上や国内外の観光客の誘客活動な どを行う。</p>	<p>◆航空会社とタイアップした四国周遊キャンペーンの 実施 ・ANA経遊四国キャンペーン(周遊バスプラン) ・JAL経遊四国キャンペーン(空港発着のレンタカー 乗り捨てプラン) ◆優待特典制度の充実 四国4県の観光施設、宿泊施設、飲食店などの割引 クーポンを電子化した「四国で得るパスポート」を 発行 ◆四国主要都市の旅行会社へのセールス活動 ◆国の事業を活用した海外旅行会社の招致(四国イン パウンドフェアの開催など) ◆四国四県地域の重点的なPR活動 ・周遊観光バス「しまんと・あしずり号」を広告塔と した宣伝活動</p>	<p>◆航空会社とタイアップした四国周遊キャンペーン H22実績 ANA 15,745人 JAL 15,050人 H23実績 ANA 38,192人 JAL 14,557人 ◆「四国で得るパスポート」発行実績 H21年 459施設掲載 27万部配布 H22年 521施設掲載 20万部配布 H23年 488施設掲載 20万部配布 ◆セールス活動実績 平成22年度は延べ150社にセールスを展開 平成23年度は延べ179社にセールスを展開 ◆「重点観光地エリア構想」の成果 関係機関が策定した「四国観光交流戦略」において、重 点観光地エリアとして四国四県地域を指定し、各種事業 を展開したことにより、周遊観光バス「しまんと・あ しずり号」を基幹として、観光地の魅力を全国に発 信した。「しまんと・あしずり号」はJTB、日本旅 行、JR東海ツアー等とのパンフレットに掲載され た。平成23年度商品数は全65商品、パンフレット 発行部数は累計で約460万部。</p>	<p>◆四国観光立東推進 協議会(現:四国 ツーリズム創造機 構)が組織再編さ れ、観光一体とな った組織で運営され る。四国四県地域の 連携が高まり、参入 のための課題を克服 する取組が進む ◆レンタカーの利用 を促進するため、旅 行会社等とのタイ アップによるレンタ カープランを充実さ せ、PRするととも に、観光ナビ情報 が充実され、誘客 に寄与する</p>			<p>行政中心で進められていた「四国立東推進協議会」では四国4県の平均 的なPR者にならざるを得ない面があったが、観光一体となって設 置された「四国ツーリズム創造機構」では専任職員も増えられ、観 光戦略に「重点観光地エリア」として四国四県地域を設定するなど、エ リア均等推進にとらわれない施策を展開している。 また、航空会社とのタイアップにより、レンタカーを組み込んだ周遊 型の旅行プランができてきた。</p>	A	<p>四国のPRを通じて高知県の認知度向上と誘客につなげていくよう、 引き続き四国ツーリズム創造機構や四国4県との連携によるPR活動 を行っていく。</p>	A	
		4 地域の自然・歴史・文化などを活かした 観光資源の発掘と 磨き上げの推進	<p>◆「龍馬伝」を契機とした新たな観 光戦略の展開 「龍馬伝」の放送を機に、全県 的な観光資源につなげる土佐・龍馬であ い博を開催。</p> <p>また、「龍馬伝」終了後も龍馬ブームの盛り 上がりを見守るため「志願高知 龍馬あ い博」を開催。</p>	<p>◆土佐・龍馬であい博 ・大河ドラマ館を県下4箇所に設置 ・高知駅前至高知観光情報センター を開設し、メイン会場とあわせて高知観光のエンタ ランス施設と各地域への誘客を促進するコンシェルジュ 拠点を強化。 ◆龍馬ふるさと博 ・JR高知駅前観光拠点となる「こうち旅広場」を龍 馬(「龍馬伝」) 龍馬士社中と三志士像の設置、とさ てらすリニューアルなど ・東西観光案内所の設置と、県内10箇所に地域観光コ ンシェルジュを配置し、県内の周遊をサポート。</p>	<p>◆土佐龍馬であい博 4社中合計で924,903人(去前360日) ・イン会場 635,879人 ・空路会場 113,017人 ・海路会場 99,009人 ・清水会場 76,908人 ◆主要観光施設の入込状況 H22 4,190,046人(対前年比 165.6%) H23 2,823,749人(対前年比 67.3%、対前年 比111.8%) ◆龍馬ふるさと博 「龍馬伝」 龍馬士社中 (H23.7.9~H24.3.31) 137,575人</p>	<p>◆滞在型・体験型観 光を実現するため、 宮内省及び各地域が連 携して推進する取組 が進む ◆2010年の「龍馬 伝」の放送を契機 に、本県の入込客 数が増える (H19:305万人 ~400万人)</p>	H22 435万人 H23 388万人	<p>「龍馬伝」4社中入込客数が目標値65万人を大きく上回る924万人 超となり、メイン会場に設置した「とさてらす」も入込客数が130万 人を超え、県内各地の周遊に向けた提案を行うなど、設置の目的を果 たした。</p> <p>「ふるさと博」では「歴史」「花」「食」「体験」の4つのテーマ を軸に、県外からの誘客と県内での周遊を進めてきた結果、現在の集 計方法になってから、平成22年度に次いで2番目となる388万人の 入込客数を確保し、大河ドラマ終了による反動減を最小限に抑えるこ とができた。</p>	S	<p>JR高知駅南口の観光拠点「こうち旅広場」の情報発信力、エントラ ンス機能の充実するとともに、新たな誘客の目玉となるコンテンツや 地域への周遊・滞在を促す取組を進めていく。</p>	S		
		◆旅行の動機づけとなるイベント等 の企画 高知県の強みをテーマにしたイベントを展 開し、併せて季節ごとの特別イベントを行 うなど誘客づくりを行うことで、観光 客誘致を図る。	<p>◆土佐・龍馬であい博 ・高知まるごと体験メニュー(公認33事業)を展開 ・4社中スタンプラリー、高知まるごとピンコdelラ リーなどの周遊対策 ・龍馬ゆめ道場(20回)、文化企画展(21回) ・龍馬月間特別イベント、冬のキャンドルイベントの 実施 ◆龍馬ふるさと博 本県の魅力である4つテーマで「志の偉人伝」「花結 晶」「食まつり」「まるごと体験」の特別イベントを 県下各地で開催。 ・こうち旅広場に3志士像を設置 ・高知城で季節ごとにお祭りを実施 ・周遊スタンプラリー「土佐の偉人と花巡り」実施 ・9/下旬~11/上旬 県内各地で「土佐の慶賀祭」開 催</p>	<p>◆土佐龍馬であい博 ・4社中スタンプラリー応募者 8,214人 ・ピンコdelラリー応募者 429人(814口) ◆龍馬ふるさと博 ・龍馬ブームの盛り上がりを見守る入込みを記録 (H23.3.5~H24.3.31 993日間) ・偉人伝ミュージアム10会場 438,424人(対前年比 99%) ・花結晶4会場 302,761人(対前年比 128%) 土佐の慶賀祭 高知市会場のうち、こうち旅広場、中央公 園のみで、10/1(土)、2(日)の2日 間だけで、約10万人を来客</p>		<p>龍馬博、ふるさと博での特別イベントなど、話題性のある企画を展開 するとともに、観光情報発信「とさてらす」や広域観光案内所、地 域観光コンシェルジュの設置など、観光客に県下各地を周遊してら う仕組みが確立できた。</p>	A	<p>今後も地域が自ら観光資源を磨き上げ情報発信し、持続可能な観光地 づくりへと展開が図れるよう、庁内関係部署や高知観光コンベン ション協会が一体となって支援を行っていく。</p>	A				
		◆「花・人・土佐であい博」事業の 継承と発展を支援 ◆40万人観光推進チームを設置 し、地域資源を磨き上げ ◆(仮称)地域観光戦略会議を設置 し、地域資源を磨き上げ ◆まち歩き観光などへの支援 ◆地域産物を活用した魅力づくりへ の支援 ◆教育旅行の受入態勢づくりへの支 援 ◆滞在型・体験型観光推進の気運づ くり ◆観光圏整備事業の導入実施 地域が主体となって行うまち歩き観光や広 域観光周遊ルートづくり、受入態勢づく り等を支援し、持続可能な魅力ある観光地づ くりを実現する。	<p>(1)地域の取組 ・体験プログラムや修学旅行の誘致に実績のあるアド バイザー(体験教育企画代表 新津氏)を招致し、県 下各地で講演やインストラクター研修を実施。 (2)観光資源の磨き上げに関する補助事業 a)観光資源強化事業補助金 b)観光型旅行商品開発促進事業補助金 c)観光産業振興事業補助金 d)観光施設等魅力向上事業補助金 (3)国の観光圏整備事業への対応(H21~) 播磨市町村で官民協働で観光圏協議会が設立され、 四万十・足摺エリア(播磨地域)観光圏整備事業を 実施。国の補助金への集約の機会を捉え、組織づくりに 当りチームによる支援を行う。</p>	<p>(1)地域の取組 ・龍馬アドバイザー研修の参加者 H21~H22 13回 1411名 H23 7回 1233名 体験者が主役であること、説明手法、安全・衛生面な どの重要性を認識してもらい、体験プログラムの質の 向上につなげた。 ・魚菜果林鉄道遺産ガイドツアーが商品化 1,000人以上が参加(H22実績) ・まち歩き、カヌー体験、地元食材などを生かし た体験プログラムが充実し、パンフレット等でPR 土佐・龍馬であい博 公認33事業 龍馬ふるさと博とまるごと体験 41事業 ・観光商品事業にニューツーリズムに関する特長を 掲載 (2)補助事業の実績 a)市町村等が行う地域の観光資源の磨き上げ H21:21件、H22:9件 b)県外観光客向け観光型旅行商品パンフレット作成 H21:3件 c)地域の個性を活かした魅力ある観光地づくり H21:5件 d)観光施設等の修繕 H21:10市町村16事業 (3)観光圏整備事業の実績 周遊バス「しまんと・あしずり号」のPRや目標圏で の物産販売など、播磨地域の認知度向上を図る。 ※H23からは国の制度の見直しにより観光地づくり プラットフォーム事業へ移行。</p>		<p>「花・人・土佐であい博」で発生し始めた地域の観光資源が、「土 佐・龍馬であい博」「龍馬ふるさと博」の2つの博覧会を通じて、 「土佐っ歩」など人々の体験メニューとして磨き上げられることと もに、新たに「仁徳川」や「室戸ジオパーク」のような地域の核となる 観光地が誕生した。</p>	A		A				

産業成長戦略(専門分野)	戦略の柱	取組方針	H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2年計画の反響状況		2年半の総括との比較		
			目標 (数値目標以外の全て)	実績 (数値目標のみ)	SAB C P 値	2年計画の反響状況	2年半の総括との比較	2年計画の反響状況		2年半の総括との比較	
								2年半時点のSABCP値(予定)	3年の総括が2年半の計画より吉/否(理由)		
		<p>◆広域観光周遊ルートづくりへの支援</p> <p>県内の優れた記念堂等のスポットを選定し、周遊観光コースを造成するなど、新たな観光資源として県内外に情報発信すること、送客や滞在時間の延長につなげる。</p>	<p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p>	<p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p>	<p>H22 435万人</p> <p>H23 388万人</p>	<p>観光振興の取組や広域観光周遊ルートの位置付けのめど計画的に展開するとともに、それらをつなぐ観光振興や案内板設置等を進めてきたことで、周遊ルートづくりにつなげることができた。</p>	<p>SABCP値</p> <p>A</p>	<p>◆2年計画の反響状況</p> <p>新たな広域観光周遊ルートや旅の動機付けとなるようなフォトスポットのPRを行っている。</p>	<p>◆2年半の総括との比較</p> <p>A</p>	<p>◆2年半の総括との比較</p>	
5	観光振興に寄与する人材の育成と活用	<p>◆地域で活動する人材のネットワークづくり</p> <p>◆滞在型・体験型観光推進の気運づくり(再掲)</p> <p>地域が自ら観光資源を磨き上げ、新たに事業を展開できるよう、地域をけん引する組織や、積極的に活動する人材が一層活躍できるような側面的な支援を行う。</p> <p>◆観光ガイドの育成・充実</p> <p>高知県を訪れる観光客の増加に、高知の持つ観光資源を有効に活用し、高知ならではの観光ガイドの技術の向上を図ることができると期待されている。</p>	<p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p>	<p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p>	<p>H22 435万人</p> <p>H23 388万人</p>	<p>観光振興の取組や広域観光周遊ルートの位置付けのめど計画的に展開するとともに、それらをつなぐ観光振興や案内板設置等を進めてきたことで、周遊ルートづくりにつなげることができた。</p>	<p>SABCP値</p> <p>A</p>	<p>◆2年計画の反響状況</p> <p>各地の地域コーディネーター組織のネットワークの構築などに、地域で活動する団体・人材を繋ぐことで、人材のネットワークや地域の気運づくりを側面的に支援していく。</p>	<p>◆2年半の総括との比較</p> <p>A</p>	<p>◆2年半の総括との比較</p>	
6	地域コーディネーター組織の整備	<p>◆地域コーディネーター組織の立ち上げ支援及び組織強化</p> <p>広域ブロックごとに1泊以上滞在できる観光地づくりを推進するため、各地で新たな動きを見せはじめた広域観光の推進を支援し、地域が主体となって体験プログラムや観光型旅行商品の開発、旅行会社へのプロモーション活動が行える仕組みを確立する。</p>	<p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p>	<p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p>	<p>H22 435万人</p> <p>H23 388万人</p>	<p>観光振興の取組や広域観光周遊ルートの位置付けのめど計画的に展開するとともに、それらをつなぐ観光振興や案内板設置等を進めてきたことで、周遊ルートづくりにつなげることができた。</p>	<p>SABCP値</p> <p>A</p>	<p>◆2年計画の反響状況</p> <p>観光に対する意識の高まりから、広域観光を推進する組織が新たに設立するなど、広域観光を推進する体制が整いつつある。今後、広域観光の推進を更に進め、体験型や滞在型での充実が必要である。</p>	<p>◆2年半の総括との比較</p> <p>A</p>	<p>◆2年半の総括との比較</p>	
7	国際観光の推進	<p>◆国際観光推進会議の設置及び外国人観光客誘致の促進</p> <p>今後増加が見込まれる訪日外国人観光客を、認知度の高い本県に積極的に誘致できるように、東アジア(中国、韓国、台湾、香港)をターゲットとした国際観光推進戦略を策定し、具体的な事業として実行する。</p>	<p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p>	<p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p> <p>◆観光振興の取組</p>	<p>H22 435万人</p> <p>H23 388万人</p>	<p>本県は海外からの航空がなく、認知度も低い状況であるが、国の事業を有効に活用したり、四国ツーリズム創出推進など連携することで海外PRを行うことができた。また、東アジアを中心に本県独自の誘致活動を行うことで、チャーター便が就航するなどの成果がでてきた。</p>	<p>SABCP値</p> <p>A</p>	<p>◆2年計画の反響状況</p> <p>海外における高知県の認知度を向上させるためには今後も各地との連携が不可欠であることから、引き続き四国ツーリズム創出推進等との連携や国の事業を積極的に活用しながら、東アジアを中心としたPR活動や受入環境の整備を推進していく。</p>	<p>◆2年半の総括との比較</p> <p>A</p>	<p>◆2年半の総括との比較</p>	

産業成長戦略(専門分野)	戦略の柱	取組方針	具体的な取組み (計画に関する具体的な取組み内容を記載)	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	H23年度末目標の達成状況		3年の見通し		2期計画への反映状況 基本的には、第2期計画に反映した内容を記載してください。なお、今回3年間の見直しを行った結果、平成25年改定に反映する本項目が新たに追加された場合は、行頭に「※」を付記してください。	2年半の進捗との比較	
					目標 (数値目標、数値以外含む)	実績 (数値目標のみ)	SAB OP 値	2年半時点のSAB OP値 (固定)		3年の見通しが2年半の進捗より右 下がったもの理由	
											具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を附した総合評価 (SABの採換)
B 産業間連携による新たな可能性への挑戦		(1) ニューツーリズムの推進									
			<ul style="list-style-type: none"> ◆受入態勢づくりの充実 ◆体験メニューの充実 ◆情報発信の展開 ニューツーリズムを推進するため、農林漁業関係者の拡大や体験メニューの充実などに取り組む地域団体や事業者とともに、本県のニューツーリズムに関する一元的な情報発信を行う。	観光アドバイザーにより、まち歩きガイド研修、体験プログラムインストラクター研修、パンフレット作成支援、民泊研修などを実施。 また、旅行会社へのプロモーションには、モデルコースの提案が重要であるなどの助言をいただき、観光商品素材集に掲載するモデルコースの充実を図った。	<ul style="list-style-type: none"> ・観光アドバイザー研修の参加者 H21～H22 13回 1411名 H23 7回 1233名 ・体験者が主役であること、説明手法、安全・衛生面などの重要性を認識してもらい、体験プログラムの質の向上につなげた。 ・魚梁瀬森林鉄道遺産ガイドツアーが商品化 1,000人以上が参加(H22実績) ・まち歩き、カヌー体験、地元の食材などを生かした体験プログラムが充実し、パンフレット等でPR ・土佐・龍馬でおい博 公認33事業 龍馬のふるさとまるごと体験 40事業 ・観光商品素材集にニューツーリズムに関する特集を掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域資源を活かした体験メニューや農林漁業関係者が拡大している ◆体験メニューや交通アクセスなど、ニューツーリズムに関する情報を一元的に、かつ、タイムリーに提供している 	「花・人・土佐であい博」で発生し始めた地域の観光資源が、「土佐・龍馬であい博」「龍馬ふるさと博」の2つの博覧会を通して、「土佐っ歩」など人気の体験メニューとして巻き上げられるとともに、新たに「仁淀川」や「室戸岬パーク」のような地域の核となる観光地が誕生した。	A	今後も地域が自ら観光資源を巻き上げ情報発信し、持続可能な観光地づくりへと展開が図れるよう、庁内関係部署や高知県観光コンベンション協会が一体となって支援を行っていく。	A	
			<ul style="list-style-type: none"> ◆地域産物の商品化を促進 ◆地域産物の観光施設等での販売促進 ◆地域産物の情報発信を促進 観光への地域産物の活用を図るため、特産品を活用した商品開発などに取り組む地域団体や事業者を支援し、地域産品の提供を広げるとともに、地域産物に関する情報発信を行う。	<ul style="list-style-type: none"> ・コンビニートの取扱協定による地域産品を使った商品開発 ・観光アドバイザーにより、地域産物の活用を核とした施策を実施 ・龍馬のふるさと食まつりの企画(旬の食材を使ったスペシャルグルメを提供する「旬の高知 食べつくしフェア」の開催、食イベント、ご当地スイーツの紹介など) ・「こうち旅広場」のイベント広場でJAを中心に「土佐のうまいもん屋台」を開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・土佐・龍馬であい博、龍馬ふるさと博のキャラクター、ロゴが使用されたコンビニ弁当の開発販売 ・郷土料理づくり体験など ・龍馬博公認事業「高知まるごと体験メニュー」、ふるさと博「まるごと体験」として情報発信 ・「旬の高知 食べつくしフェア」参加46店(H23) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆宿泊施設や道の駅などでの地域産品の使用が拡大し、観光客へ魅力ある“地域産品”や“食”の提供が広がっている ◆観光と地産の一元的な情報発信がなされている 	地元産品を使った商品や体験プログラムのPR等を行うことで、地域における交流人口の拡大に資する取り組みを行った。	A	今後も地域が自ら観光資源を巻き上げ情報発信し、持続可能な観光地づくりへと展開が図れるよう、庁内関係部署や高知県観光コンベンション協会が一体となって支援を行っていく。	A	

産業成長戦略(観光分野)の平成24年度上半期の進捗状況

高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿

現 状 (H23)
 県外観光客入込数 388万人
 観光総消費額 953億円

第2期計画の取り組み

H24 → H25 → H26 → H27

核となる観光拠点の形成	<ul style="list-style-type: none"> ○地域の観光拠点づくりの推進 (P378) ○こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実 (P378)
観光資源の発掘・磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ○満足度の高い観光商品づくり (P380) ○新たな観光資源の創出 (P382) ○産業間連携による観光消費の拡大 (P384)
広域観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○地域コーディネート機能の強化 (P384) ○県内各地域との連携による周遊観光の推進 (P386) ○県域を越えた連携の推進 (P386)
効果的な広報・セールス活動の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施 (P388) ○ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開 (P388) ○四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信(P392) ○全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致 (P392) ○フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致(P392)
人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> ○観光産業を担う人材の育成 (P394) ○観光ガイドの育成、技術の向上 (P394) ○観光事業者等へのおもてなし研修の実施 (P394) ○社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保 (P394)
おもてなしの向上	<ul style="list-style-type: none"> ○おもてなしの気運の醸成 (P396) ○観光ガイドの育成、技術の向上【再掲】 (P396) ○きめ細かな観光情報の提供 (P396) ○県内の観光地を結ぶ移動手段の確保 (P398) ○観光基盤の整備 (P398)
スポーツツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> ○推進体制の強化及び受入態勢の充実 (P400) ○年間を通じたスポーツイベント等の開催 (P400) ○アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動 (P400)
国際観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○国別戦略に基づく誘致活動 (P402) ○受入態勢の充実 (P404) ○四国4県連携によるプロモーション活動の推進 (P404)

<観光分野>

4年後の目標	さらなる飛躍へのポイント	10年後の目指す姿
<ul style="list-style-type: none"> ○核となる観光拠点の整備 7箇所 	<ul style="list-style-type: none"> 世界に通用する核となる観光拠点の形成 	<ul style="list-style-type: none"> 観光立県としての地位が確立し、県民にもその意識が定着している
<ul style="list-style-type: none"> ●一人当たり観光消費額 (H20) 25,459円 →27,500円 ○二泊以上の宿泊客数 (H20) 85.5万人 →100万人 ○リピーターの数 (H22) 50万人 →65万人 ○首都圏からの観光客数 (H20) 30.5万人→45万人 ○宿泊施設稼働率 (H20) 37.3% →45.2% ○コンベンションの開催による入込数 (H23年見) 3万人 →3.3万人 ○教育旅行等による入込数 (H23年見) 0.8万人 →1万人 	<ul style="list-style-type: none"> 三日以上滞在できる質の高い観光地づくり 	<ul style="list-style-type: none"> 「歴史」「食」「文化」など、本県が持つ個性が観光地づくりに生かされ、国内外から県内各地に観光客が訪れることで、地域の活性化につながっている ●首都圏からの観光客数 55万人 ●外国人延べ宿泊者数 6.4万人泊
<ul style="list-style-type: none"> ○観光客満足度「大変良い」「良い」の割合が、H22のデータを毎年上回る (H22) ●宿泊先 77% ●食事・料理店 74% ●観光施設 75% ●観光施設の美化 72% ●公共施設の快適性 57% ●案内表示 53% ●タクシーの接客マナー 46% 	<ul style="list-style-type: none"> 国内ハブ空港などからのアクセシビリティの向上 	<ul style="list-style-type: none"> 本県が持つ個性に県外客が惹かれ、リピーターとなって繰り返し訪れているとともに、中長期の滞在も進んでいる ●一人当たり観光消費額 30,500円 ●リピーターの数 87万人
<ul style="list-style-type: none"> ●スポーツツーリズムの推進による新規入込客数 2万人 ●外国人延べ宿泊者数 (H22) 1.6万人泊→3.2万人泊 	<ul style="list-style-type: none"> 県内交通アクセスの充実 	<ul style="list-style-type: none"> 観光立県としての県民意識の醸成
<ul style="list-style-type: none"> ●スポーツツーリズムの推進による新規入込客数 2万人 ●外国人延べ宿泊者数 (H22) 1.6万人泊→3.2万人泊 	<ul style="list-style-type: none"> ヘビーリピーターの拡大 (年に2回以上) 	<ul style="list-style-type: none"> 観光拠点間を結ぶ交通アクセスの進展に伴い、様々な形の周遊観光が根付いている
<p>県外観光客入込数400万人以上 観光総消費額1,100億円以上を目指す</p>		
<p>県外観光客入込数435万人以上 観光総消費額1,300億円以上を目指す</p> <p>地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業</p>		

分野：観光分野

テーマ：地域観光の推進

【概要・目的】全国からの誘客の目玉となる観光拠点を中心とした県内の地域周遊が進み、観光消費が拡大することを目指して、地域の特色ある観光商品の造成や販売を通じた担い手の育成をはじめ、全国に発信できる核となる観光拠点の整備や観光資源の発掘・磨き上げ、広域の周遊プランを推進する地域コーディネート機能の強化に取り組む。

第1期計画（H21～H23）3年間の取り組みの総括と課題

総括

- 室戸ジオパークや海洋堂ホビー館のような地域の核となり得る新たな観光拠点が生まれ、多くの人々が訪れるようになった
- お城まつりや五台山花絵巻のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した
- 「土佐の豊穰祭」やサイクリングイベント「コグウェイ四国」など高知の強みを生かした新たな誘客イベントができた
- 観光アドバイザーによる支援を通じて、体験プログラムが充実し、ガイド料が得られるなど、お金が落ちる仕組みができてきた
- 地域コーディネート組織による広域的な情報発信や誘致活動が成果を挙げる事例が生まれてきた
- 観光ガイド団体の増加や有料ガイド化が進んだほか、観光ガイド連絡協議会の設立するなどガイドの連携意識が高まってきた
- 体験型観光の磨き上げが進むとともに、観光ガイドや体験インストラクターのコミュニケーション能力の向上などが図られた

課題

- ◆観光客が県内各地域を周遊するためには、その地域への誘客の目玉となる観光拠点を整備することが必要
- ◆リピーターにつながるような満足度の高い観光商品づくり
- ◆外からの視点などを取り入れた新たな観光資源の創出による観光客の受け皿の拡大
- ◆地域で観光商品を拡大するための仕組み
- ◆周遊観光を推進していくための観光事業者や関係団体との連携強化
- ◆地域コーディネート組織のセールス機能等の強化
- ◆観光産業を地域で伸ばしていく人材の不足
- ◆観光客の満足度をより高めるための、質の高い観光ガイドの育成が必要

H24年度上半期の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- ◆観光人材育成塾「とさ旅セミナー」の開催
地域自らが特色ある観光商品の造成と販売を継続していくため、周遊プランづくりやセールス活動の実践を通じて地域観光の担い手を育成（セミナー実施状況）※地域観光プロデューサーと連携して実施
対象地域：県内7ブロック（高知市ブロックは9月以降に実施）
対象者：各ブロック30～50名
広域協議会、観光協会、市町村担当者、地域支援企画員、観光関係者（観光施設、宿泊施設、体験事業者、道の駅、直販所、ガイドなど）
実施内容：
準備会（5月）
第1回ワークショップ（6～7月）：観光資源の棚卸
第2回ワークショップ（7～8月）：周遊プラン骨子
GAP調査（8月）：観光資源や周遊プラン骨子のマーケット調査（1,000人）
第3回ワークショップ（9月）：周遊プランの商品化、セールス実行委員会結成
- ◆エリアキャンペーンに向けた観光商品づくり
観光資源の整備や各地域の観光拠点を中心とした周遊プランを作成し、全国からの誘客につながる観光地づくりを推進
・核となる観光拠点の整備と観光資源の磨き上げ
・観光アドバイザー研修による体験プログラム等の磨き上げ
- ◆地域コーディネート組織の機能強化
広域ブロック単位でのワンストップサービスや周遊プランの造成など、機能強化のための支援
・体制づくりへのアドバイス、協議、ネットワークづくり
・観光人材育成塾を活用した組織の強化

課題

- ◆観光人材育成塾で生み出された周遊プランのさらなる磨き上げと平成25年度エリアキャンペーンでの活用
- ◆エリアキャンペーン展開に向けた早期の観光商品づくり
- ◆観光アドバイザーと連携した地域コーディネート組織の広域機能の強化

H24年度の今後の取り組み予定

- 観光人材育成塾「とさ旅セミナー」で作成した周遊プランをさらに磨き上げ、地域観光プロデューサー等と連携して、平成25年度のエリアキャンペーン商品につなげていく。
・セールス活動（10～2月）：セールス実行委員会による販売活動
・振り返り・発表会（2月）：成果等のフィードバックと共有
- 次期エリアキャンペーンに向けた商品づくり
- 広域観光推進事業により各広域組織の取組を支援するとともに、観光アドバイザー研修等を通じて広域観光の推進にかかる関係者の理解を深め、地域コーディネート組織の機能強化を進める。

目指すべき姿（平成27年度末）

- ◆地域の誘客の目玉となる観光拠点が整備されることで、そこを目指して全国から多くの観光客が訪れるとともに、広域エリアで観光拠点を中心とした地域周遊が進み、県下各地で観光消費が拡大している
- ◆核となる観光拠点の整備、県内7か所
- ◆地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出されている
- ◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる
- ◆県内の地域周遊が進み、道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している
- ◆県内各広域エリアで作られた周遊プランが旅行商品化される
- ◆観光産業を担う人材が育成される（人材育成塾の参加者200名/年）
- ◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとガイドメニューの充実が図られる

観光人材育成塾を軸にした地域観光の推進

24年度

25年度

【三策】広域観光の推進
(地域コーディネート組織の機能強化)

- ・観光商品づくりのノウハウの習得
- ・広域の魅力ある周遊プランづくり
- ・人的ネットワークづくり

- ・ワンストップサービス機能の強化
- ・セールス活動のノウハウの蓄積
- ・観光アドバイザーによる広域観光への理解促進
- ・広域のセールス活動などの事業支援

【五策】人材の育成(観光商品の造成・販売と地域観光を担う人づくり)

準備段階

観光人材育成塾「とさ旅セミナー」の開設

セールス活動

セミナー振り返り

参加者：地域で観光に取り組む人
①観光に取り組む住民、観光事業者など
②地域の取組を支える行政組織等の職員など

参加者：
観光人材育成塾の中から選出(広域観光協議会、参加を希望する事業者など)

参加者：
観光人材育成塾のメンバー

準備段階

コアメンバーによる方針決定(5月)
↓
参加者募集

県内7エリア
各30~50人

参画

地域観光プロデューサー

ワークショップ1

観光資源の棚卸し(6月)
・旅のキーワードを考える
・観光資源の棚卸し

マーケティング調査(ギャップ調査)(8月)
本県の観光資源に対する認知度や関心度を、ターゲットである首都圏、関西圏、中四国、九州等のターゲットに調査をかけ、分析し、効果的な商品開発に活かしていく

ワークショップ2

周遊プラン骨子作成(7月)
・ターゲット設定
・広域周遊プラン骨子作成
各5~7プラン

ワークショップ3

観光商品化(9月)
・広域周遊プラン作成
・商品化の仕組みづくり
各3~5プラン

観光商品(10月)

セールス実行委員会設立(10月)
・セールス活動の計画立案、実行
・広域周遊プランの磨き上げ

セールス実行部隊による旅行会社へのセールス(10月~2月)
・セールス対象エリア、エージェントの設定を含め、地域が主体的にセールスを展開(観光商品:H24下期以降)

セールス結果をふまえて次のセールスへ反映

振り返り(2月)

・セールスの実績
・エージェントの担当者
の意見
などを踏まえて、磨き
上げのポイントを整理

課題のあぶり出し

セールスキャラバンへの参加

一連の取組を継続し、地域が自律して活動する仕組みを根付かせる

【四策】効果的な広報・セールス活動の推進
(H24エリアキャンペーンのプロモーション(5月~))

- ・セールスキャラバンでの大手エージェント(JTB、日本旅行、近ツー等)へのプロモーション(観光商品:H24商品)
- ・主要SAや道の駅などでのパンフレット作成・配布、メディアを活用した広報 など

H24エリアキャンペーン企画・実施 ◆仁淀川(6~9月) ◆高幡・四万十(7~9月) ◆室戸ジオ・高知東海岸(9~11月) ◆物部川(10~12月) ◆四万十・足摺(12~3月)

【四策】効果的な広報・セールス活動の推進
(H25エリアキャンペーンのプロモーション(10月~))

- ・セールスキャラバンでの大手エージェントへのプロモーション(観光商品:H25上期商品)
- ・主要SAや道の駅などでのパンフレット作成・配布、メディアを活用した広報 など

H25年度エリアキャンペーンスタート

【一策・二策】核となる観光拠点の形成 観光資源の発掘・磨き上げ
(エリアキャンペーンに向けた 拠点整備・観光資源の磨き上げ)

【拠点整備】※拠点⇒整備の方向性

安芸地域

(拠点)・室戸ジオパーク ⇒ジオパークの新たな拠点整備(H25着工予定)
・モネの庭

高幡地域

(拠点)・海洋堂ホビー館、かつば館⇒ホビー館企画展示室等整備(H24着工)
・須崎・中土佐エリア⇒複合観光施設整備(H25着工予定)

仁淀川地域

(拠点)・仁淀川エリア⇒情報発信機能の強化(くらうど)

物部川地域

(拠点)・アンパンマンミュージアム
・新たな観光拠点⇒整備の検討

幡多地域

(拠点)・四万十川エリア⇒情報発信機能の強化(ビジターセンター)
・足摺・竜串エリア

嶺北地域

高知市地域
(拠点)・高知城・桂浜・五台山・こうち旅広場

【発掘・磨き上げ】

- ・市町村等の事業支援
- ・観光アドバイザーによる研修・アドバイス
- ・コンベンション協会地域観光プロデューサーによるアドバイス

目指す姿 核となる拠点を中心とした広域周遊が進み、観光消費が拡大している

分野：観光分野

テーマ：効果的な広報・セールス活動の推進

【概要・目的】

これまでの博覧会の開催を通じて培った広報・セールス活動のノウハウを生かしながら、旅行マーケットの動向を踏まえつつ、ターゲットにあわせた効果的な広報やセールス活動を展開していく。

第1期計画(H21~H23)3年間の取り組みの総括と課題

総括

○旅行エージェントへのセールスなどを通じて、PRのノウハウが蓄積した

課題

- ◆多様化する旅行形態や観光ニーズを踏まえた情報発信が不十分
- ◆プロモーションを行うターゲット（エリア、年代、性別等）が必ずしも明確化されていない
- ◆「龍馬伝」のような大きな追い風は当面は期待できない

H24年度上半期の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- ◆「リョーマの休日」の推進
「志国高知 龍馬ふるさと博」終了後の県観光を効果的にPRするため、4月から「わざわざ行こう！志国高知へ」をキャッチフレーズに、観光キャンペーン「リョーマの休日」を実施
- ◆エリアキャンペーンの実施
県内各地域への誘客を図るため、季節ごとの地域の魅力を盛り込んだエリアキャンペーンを企画、実施
※ 24年度上半期のエリアキャンペーンの予定
・仁淀川キャンペーン（6/1~9/30）
・高幡・四万十エリアキャンペーン（7/1~9/30）
・室戸ジオパーク・高知東海岸エリアキャンペーン（9/1~11/30）
- ◆官民一体となった旅行会社向けセールスキャラバンの実施
・東京、名古屋（5/14~15）
・大阪【JR 四国商品説明会】（5/22）
・福岡、広島（6/5~6）
・神戸、大阪、京都（6/20~21）
・徳島、岡山、高松、松山（7/5~6）
- ◆キャンペーンガイドブックの発行など、一般個人向け広報の実施
・夏号（6/下旬）、秋号（8/下旬）
・ANA「翼の王国」（8月号）など各種媒体による観光PR
- ◆首都圏等のマスメディアでの情報発信
県外事務所や地産外商公社との連携によるマスメディアへのパブリシティ活動の強化
・メディアに取り上げてもらうための企画、プランニング
・企画、プランニングに基づく各種メディアへの情報発信
・メディア各社とのネットワーク構築のための情報交換会等（計5回：5/9, 6/8, 7/24, 8/22, 9/中旬）

課題

- ◆各地域や関係団体との更なる連携強化によるプロモーションの実施
- ◆キャンペーンの県内、県外に向けた効果的な広報の実施
- ◆旅行商品化を視野に入れた次年度エリアキャンペーンの企画、検討

H24年度の今後の取り組み予定

- 「リョーマの休日」の推進、エリアキャンペーンの実施
※ 24年度下半期のエリアキャンペーンの予定
・室戸ジオパーク・高知東海岸エリアキャンペーン（9/1~11/30）
・物部川エリアキャンペーン（10/1~12/31）
・四万十・あしずりエリアキャンペーン（12/1~3/31）
※ 25年度上半期エリアキャンペーンのプロモーション
- 旅行会社向けセールスキャラバンの実施
※ 地域との連携を強化（とさ旅セミナーの成果をセールスに反映）
・東京、名古屋（10/中旬）
・神戸、大阪、京都（10/下旬）
・福岡、広島、岡山（11/月上旬）
・徳島、高松、松山（1/中旬）
- キャンペーンガイドブックの発行など、一般個人向け広報の実施
・冬号（11/下旬）、春号（3/下旬）
・各種媒体によるPR
- 首都圏等のマスメディアでの情報発信
県外事務所や地産外商公社との連携によるマスメディアへのパブリシティ活動の強化
・メディアに取り上げてもらうための企画、プランニング
・企画、プランニングに基づく各種メディアへの情報発信
・メディア各社とのネットワーク構築のための情報交換会等（月1回）

目指すべき姿（平成27年度末）

- ◆ターゲットを明確にした観光プロモーションが継続され高知県の認知度が向上する

分野：観光分野

テーマ：おもてなしの向上

【概要・目的】

県民挙げてのおもてなし気運の醸成をはかるとともに、きめ細やかな観光情報の提供や交通の利便性の向上など、観光客の快適性を高めるため、ハード・ソフトの基盤整備に取り組む。

第1期計画（H21～H23）3年間の取り組みの総括と課題

総括

○宿泊業やタクシー運転手へのマナー研修の実施、おもてなし県民会議を開催するなど、幅広くおもてなしの気運の醸成につとめた結果、官民一体となった観光客に対するおもてなしの意識の向上が図られた。

また、市町村が行う観光案内板・誘導標識の整備等への助成のほか、景観整備や公共トイレの整備を実施。ゴールデンウィークや夏休み等における渋滞対策およびサービスエリア等での臨時観光案内所の開設を行い、観光客の満足度を高め、移動時間短縮による経済波及効果をもたらした。

課題

- ◆旅先で快適に感じていただけるような環境の整備や、おもてなしの心のさらなる醸成
- ◆観光客の多様なニーズに対応するためには、観光案内所やインターネット等による情報提供が求められている
- ◆来県者の周遊性や利便性をより高めていくためには、観光案内板や二次交通等の整備が必要

H24年度上半期の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- ◆観光ガイドの育成、技術の向上
 - 観光ガイド育成研修の実施
 - ・地域別研修会（ガイド研修、南海地震対策、情報交換会）2回：中部（6/25）
 - ・個別勉強会（15回開催）：活用を市町村等へ依頼（6/15）
 - ガイド研修の拡充
 - ・観光人材育成塾へのガイド団体の参加 仁淀川（6/18）
- ◆おもてなしの気運の醸成
 - ・おもてなし県民会議の開催（5/30）
 - ・おもてなしトイレ認定募集開始（7月末）
 - ・国際観光受入研修（ロールプレイ）の実施（9/4、9/11）
- ◆きめ細やかな観光情報の提供
 - ・「とさてらす」での観光案内
 - ・臨時観光案内所開設によるパンフレットの配布や観光案内を実施（GW 南国 SA、豊浜 SA、高知城周辺・盆休み 南国 SA、吉野川 SA）
- ◆県内の観光地を結ぶ移動手段の確保
 - 観光ガイドタクシーの利用促進に向けた検討
 - ・他県の実況についてアンケート調査を実施（6/8）
 - ・タクシー事業者との意見交換会（6/13）
 - ・観光ガイドタクシー認定制度実行委員会でのPR方法の検討（6/29）
 - PRの内容を協議
 - ・よさこいネットで新たに紹介ページを作成（7/20）
 - ・ガイドタクシーPRチラシの作成と配布（9月）
 - ・メールやメルマガにより市町村や県応援団に紹介（9月）
- 接客研修の実施
 - ・空港乗入れタクシー乗務員への研修の実施（6/11、12、14：100名参加）
- ◆観光基盤の整備
 - 県外観光客に対し満足度調査（アンケート調査）を実施
 - ・台湾チャーター便搭乗者等への聞き取り調査の実施（4/8、12、16、サンプル数：34）
 - ・満足度調査の実施（GW サンプル数：686、8月～9月：600（予定））
 - ・置き型アンケート調査の実施（通年 GW（4/29～5/6）のサンプル数：226、実施場所：とさてらす）
 - ・各観光施設等へのフィードバック（6月実施：8施設・団体）
 - ・その他情報提供（宿泊施設、協力施設、関係機関等）
 - 市町村が行う観光案内板・誘導標識の整備等への助成

課題

- ◆ガイド団体の技術の向上
- ◆ガイド団体の新たな立ち上げを支援しそ野を広げる
- ◆ガイドタクシードライバーの質と認知度の向上

H24年度の今後の取り組み予定

- 観光ガイドの育成、技術の向上
 - ・観光ガイドセミナー、観光ガイド研修、個別勉強会の開催支援
- おもてなしの気運の醸成
 - ・おもてなしセミナーの開催
 - ・障害者サポート研修の実施
- きめ細やかな観光情報の提供
 - ・「こうち旅広場」Facebookを活用した情報発信機能の充実強化
- 県内の観光地を結ぶ移動手段の確保
 - ・観光ガイドタクシーの研修の見直し
 - ・観光ガイドタクシーの新たな評価方法の導入
 - ・観光ガイドタクシーのPRの強化
- 観光基盤の整備
 - ・県外観光客満足度調査結果によるPDCAサイクルの徹底
 - ・市町村が行う観光案内板・誘導標識の整備等への助成

目指すべき姿（平成27年度末）

- ◆県民発意によるおもてなしが県内に拡がり各地で活動が見られる
- ◆ホスピタリティを感じる観光客が増加し、リピーターにつながる
- ◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとメニューの充実が図られる
- ◆高知県観光ガイド連絡協議会の事務局体制が確立する
- ◆核となる拠点エリアにおいて、一元的に地域の観光情報を収集発信する観光案内所が整備されている
- ◆観光ガイドタクシーの認定ドライバーが増加する

分野：観光分野

テーマ：スポーツツーリズムの推進

【概要・目的】

スポーツツーリズム推進のため、プロスポーツやアマチュア合宿・大会の誘致、地域密着型のイベント開催など通年を通じた取組みを図る。

第 1 期計画 (H21～H23) 3 年間の取組みの総括と課題

総括

○一定の観客動員により、本県への経済波及効果が生まれた

課題

◆合宿誘致やスポーツイベントの開催は単発の取組となっているため、切れ目なく誘客を図るためには年間を通じた体系的な取組を進めていく必要がある

◆県内における施設のキャパシティが限られているため、集中する時期には受入が困難な場合があり、計画的な施設整備が必要である

H 2 4 年度上半期の取組み・進捗状況

取組み状況

◆庁内 PT (プロジェクトチーム) 検討会の開催 (4/12、6/20、8/3)

(観光振興部、財政課、政策企画課、南海地震対策課、公園下水道課、スポーツ健康教育課、県観光コンベンション協会)

○施設整備計画の策定、受入体制の充実

◆WG (ワーキンググループ) の立上げ

(野球 8/13、サッカー 4/11・6/11、陸上 5/25、ソフトボール 6/13・7/6、ハレーボール 7/6、ラグビー 5/11 の 6 競技を延べ 8 回開催)

○合宿、大会等誘致に向けた情報交換・収集

○誘致先の絞込み (合宿誘致に向けた活動)

・7/18、19 関西サッカー連盟所属チーム (関西大学、大阪商業大学、桃山学院大学、甲南大学、関西学院大学) の 5 大学にアプローチ

・7/26 関西ソフトボール連盟所属のチーム (京都産業大学、同志社大学、大阪大学) の 3 大学にアプローチ

※WG 以外についても、競技団体へのヒアリングによる情報収集 (弓道、柔道、レガッタ、ペタンク)

◆プロスポーツの誘致

・定期的な訪問によるプレシーズンマッチ等の開催やキャンプ誘致
プロ野球団 5 球団訪問 (延べ 19 回)

プロサッカーチーム (アルビレックス新潟、徳島ヴォルティス) 訪問

◆スポーツイベントの開催にむけた協議

・高知県知事杯サーフィン大会 in 平野 ・コグウェイ四国

・四万十・足摺 無限大チャレンジライド ・中土佐エコタッチトライアスロン

・高知龍馬マラソン

◆プロゴルフ大会の継続開催に向けた取組み

・カシオワールドオープンゴルフ定例会 (4/26、7/5)

・横浜ゴム訪問 (8/8)

◆全国規模の大会の開催

・ミズノグローイングアップリーグの開催 (U-18 サッカー大会) (7/24～26)

課題

◆スポーツツーリズム推進に必要な施設整備

◆プロ野球プレシーズンマッチの継続開催、キャンプ誘致

H 2 4 年度の今後の取組み予定

○庁内 PT 検討会の開催による施設整備等の協議
・施設整備計画の策定を中心とした検討会の継続

○WG で得た情報利用による合宿等の誘致

◆合宿の可能性の高い大学へのアプローチ

・サッカー (桃山学院大学) へのフォロー

※施設管理者 (西南大規模公園)、黒潮町との連携

・ソフトボール (京都産業大学、同志社大学) へのフォロー

※県内社会人チーム、ソフトボール協会との連携

○プロ野球団等への継続訪問 (キャンプ、プレシーズンマッチ等)

・4 球団 + α を目指す

・韓国プロ野球団への訪問予定

・キャンプ、プレシーズンマッチ開催期間における賑わいの創出

○プロサッカーチームへの継続訪問 (キャンプ)

・4 チームのキャンプ継続

(アルビレックス新潟、東京ヴェルディ、徳島ヴォルティス、ガイナーレ鳥取)

○各スポーツイベントの開催支援及び次年度以降の継続開催に向けた取組み

・高知県知事杯サーフィン大会 in 平野への広報等支援 (9/30～10/10 開催)

・コグウェイ四国への広報等支援 (9/30～10/10 開催)

・中土佐エコタッチトライアスロンへの広報等支援 (11/4 開催)

・高知龍馬マラソンへの観光案内ブース等での支援 (H25.2.25 開催)

・四万十・足摺 無限大チャレンジライド参加者の増 (目標: 500 人) (H25.3 予定)

○プロゴルフ大会の開催支援

・カシオワールドオープン開催に向けた広報等支援 (11/22～25 開催)

・ヨコハマタイヤ PRGR レディスカップ開催に向けた支援の強化 (H25.2 開催予定)

○全国規模の大会

・ミズノグローイングアップリーグの継続開催に向けた協議 (9月開催予定)

・森永製菓主催のサッカー大会誘致に向けた情報収集

目指すべき姿 (平成 2 7 年度末)

◆様々なスポーツイベントが開催され、新たな観光客の獲得ができている

分野：観光分野

テーマ：国際観光の推進

【概要・目的】 主要なターゲットである東アジアを中心に、各国の特性と本県の強みをマッチングさせたきめ細かい戦略により、本県への誘致活動を進めるとともに、観光案内版の多言語化や観光事業者への研修を実施するなど受入態勢の充実を図る。

第1期計画（H21～H23）3年間の取り組みの総括と課題

総括

- 韓国、台湾チャーター便が就航するなど、外国人観光客の誘致につながった。
- 多言語化を条件とした市町村が行う観光案内板・誘導標識の整備等への助成により外国人観光客の受入態勢が徐々に向上。

課題

- ◆海外からの直行便がない
- ◆海外からみると、高知だけでなく四国としての認知度も依然低い状況
- ◆外国人の受入態勢の向上

H24年度上半期の取り組み・進捗状況

取り組み状況

◆国別戦略に基づく誘致活動

- <台湾>
 - ・台湾復興航空チャーター便就航（4/4～16、3便483名）
 - ・台湾の旅行観光サイトを活用した観光プロモーション活動（6/25～）
 - ・高松空港を活用した中華航空下見ツアーの実施（8/22～26）
- <韓国>
 - ・済州島ジオパーク関係者との面談（5/12世界ジオパーク島原大会）
 - ・ソウル大学関係者視察ツアー（7/13～15）
- <香港>
 - ・香港ジオパーク関係者との面談（5/12世界ジオパーク島原大会）
 - ・雑誌記者の招聘（8/9～12）
- <中国>
 - ・県観光振興部と安徽省旅游局との観光交流覚書署名（4/19）
 - ・天柱山ジオパーク関係者との面談（5/12、7/28）
 - ・安徽省での旅行会社、メディア等へのプロモーション実施（7/27）
 - ・安徽省旅行会社等のよさこい視察（8/9～12）
- <シンガポール>
 - ・レンタカー利用のドライブツアー実施（4/4～6）
- <共通>
 - ・台湾、韓国等の旅行会社へのセールス活動、教育旅行の誘致活動
 - ・台湾、韓国、中国等の旅行エージェント、メディア等招聘（四国レイルバスメディア取材7/30～8/3、ピジットジャパン事業8/25～30、四国インバウンドフェア9月）
 - ・インバウンド対策勉強会（9月）

◆受入態勢の整備

- 県内留学生等による国際観光サポーターの組織化
 - ・県内観光地へのモニターツアー実施（7/22）
- 観光基盤の整備
 - ・訪日外国人旅行者の受入環境整備事業の申請・事業採択（6月）
 - ・多言語化を条件とした市町村が行う観光案内板・誘導標識の整備等への助成
- ユニバーサルデザイン化
 - ・宿泊・観光施設での外国人観光客受け入れ態勢の向上に向けた取組内容の聞き取り

課題

- ◆チャーター便等による団体客の誘致
- ◆高松・松山等の定期便による個人客の誘致
- ◆ジオパークネットワークの確立
- ◆各国のマーケット特性にあった観光資源の発掘
- ◆インバウンド対策の課題の洗い出し
- ◆関係事業者との情報共有とインバウンド対策への熱度向上
- ◆四国4県連携によるプロモーション活動の推進

H24年度の今後の取り組み予定

○国別戦略に基づく誘致活動

- <台湾>
 - ・チャーター便の就航に向けた誘致活動
 - ・台北国際旅遊博参加、台湾台北微風広場高知物産展参加
 - ・台湾ランタンフェスティバルへのよさこいチーム派遣
- <韓国>
 - ・韓国ウェブ旅行サイトを活用した観光プロモーションの実施
 - ・田内千鶴子記念事業へのよさこいチーム派遣
 - ・韓国順天国際庭園博覧会観光ブースの準備
- <中国>
 - ・中国安徽省との観光交流
 - ・チャーター便就航に向けた誘致活動
- <シンガポール>
 - ・レンタカー利用のドライブツアーの誘致
- <共通>
 - ・日本ジオパーク全国大会への海外ジオパーク関係者の招聘
 - ・四国4県連携でのコグウェイ四国海外情報発信事業（メディア招聘）

○受入態勢の整備

- 観光情報の多言語化
 - ・訪日外国人観光客の受入環境整備事業（観光庁）を活用してデータベース化した多言語による観光情報を市町村及び宿泊・観光事業者等へ提供することで外国人観光客への情報発信力を高める

目指すべき姿（平成27年度末）

- ◆チャーター便が定期的に運行され、外国人観光客が訪問しやすい環境が整う
- ◆観光地や宿泊地等での外国人の受入環境整備が充実する

4年後の目標

さらなる飛躍へのポイント

検討状況

10年後の目指す姿

県外観光客入込数400万人以上

観光総消費額1,100億円以上を目指す

世界に通用する核となる観光拠点の形成

- ・ジオパークの世界認定を契機とした国内外からの観光客誘致
- ・よさこい祭りの世界への発信
- ・フィギュアやまんが文化の発信

三日以上滞在できる質の高い観光地づくり

- ・エリアキャンペーンの推進による県内各地域での観光資源の磨き上げ・周遊及び滞在の促進
- ・中長期滞在を視野に入れた交流人口の拡大

国内ハブ空港などからのアクセシビリティの向上

- ・LCC(Low-Cost Carrier) 誘致に向けた情報収集

県内交通アクセスの充実

- ・訪日外国人旅客を対象とした四国内の全鉄道を利用できるきっぷの販売(ALL SHIKOKU Rail Pass)
- ・レンタカー活用策の検討

ヘビーリピーターの拡大(年に2回以上)

- ・龍馬パスポートを活用したリピーターの促進
- ・年間を通じた満足度調査の実施とフィードバックによる受入態勢の充実
- ・スポーツ(イベント、合宿、観戦)を契機にした高知ファンの拡大

観光立県としての県民意識の醸成

- ・おもてなし活動の情報発信やセミナーの開催等による県民の総おもてなし活動の推進
- ・幼少期から、地域を知り郷土を愛する心を育むための環境整備

観光立県としての地位が確立し、県民にもその意識が定着している

「歴史」「食」「文化」など、本県が持つ魅力を観光地づくりに活かされ、国内外から県内各地に観光客が訪れることで、地域の活性化につながっている

- 首都圏からの観光客数 55万人
- 外国人延べ宿泊者数 6.4万人泊

本県が持つ自然・歴史・文化などの魅力を最大限に活用し、観光地づくりに活かされ、国内外から県内各地に観光客が訪れることで、地域の活性化につながっている

- 一人当たり観光消費額 30,500円
- リピーターの数 87万人

観光拠点間を結ぶ交通アクセスの進展に伴い、様々な形の観光客が根付いている

県外観光客入込数435万人以上 観光総消費額1,300億円以上を目指す
地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業へ

背景
狙い

本県は、全国に10年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれる中、産業振興計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取り組みを進めている。今回行った試算から、移住による経済波及効果等が一定見込まれており、また、本県は移住希望者に対して訴求できる強みがあること、さらには、全国的な背景から移住に関する環境が変化してきたことなどを踏まえると、移住の促進は、地域の人材確保だけでなく、本県経済の活性化の面からも、大きな効果をもたらすものと考えられる。

このため、全国的な少子高齢化の進展を脅威と捉えるのではなく、将来にわたっての持続的な発展を実現する機会と捉え、課題先進県として課題に真正面から向き合い、移住促進策を強化することによって、本県の「産業振興」「健康長寿県づくり」「中心部の賑わいづくり」「中山間対策」などを有機的に結び付け、経済活性化に繋げる仕組みづくりを、官民一体となって進めていく。

1 移住促進の効果等

①経済波及効果等の試算 「移住による経済波及効果等(試算) ⇒ 夫婦50組(100名)の移住で『65億円』」
◆若年層が移住した場合には、さらに大きな経済波及効果等が期待できる

【参考】大都市圏等から高知市内への移住に伴う経済波及効果等の試算

(前提条件)

1. 夫婦50組(100名)が大都市圏等から高知市へ移住(夫婦同年齢で60歳時に健康な状態)
2. 平均寿命 男性80歳 女性86歳
3. 退職等に伴う預貯金1,300万円以上

○県内への影響分析

(単位:千円)

年齢	歳入(A) (税収・地方交付税)	社会保障負担(B) (医療・介護保険)	医療保険・介護保険・消費支出による 経済波及効果		計 (移住による効果) (A)-(B)+(C)
			(C)	雇用誘発(人)	
60~64歳	119,560	51,300	887,893	107	956,153
65~69歳	180,575	152,086	1,224,579	148	1,253,068
70~74歳	180,575	169,869	1,284,352	155	1,295,058
75~80歳	252,912	239,511	1,948,451	237	1,961,852
81~86歳	128,670	119,432	1,054,944	121	1,064,182
計	862,292	732,198	6,400,219	768	6,530,313

※経済波及効果は、平成17年産業連関表に基づく「高知県経済波及効果簡易分析ツール」により算出

②本県の強み

- 「リタイアメント層」や「若者を含む一般の方々」に、本県の都市部や中山間地域に移住していただくことは、「担い手の確保」という地域にとっての有効性がある。
- 一方、本県は移住希望者に対して訴求できる次の強み等があるものと考えられる。

(強み等の例)

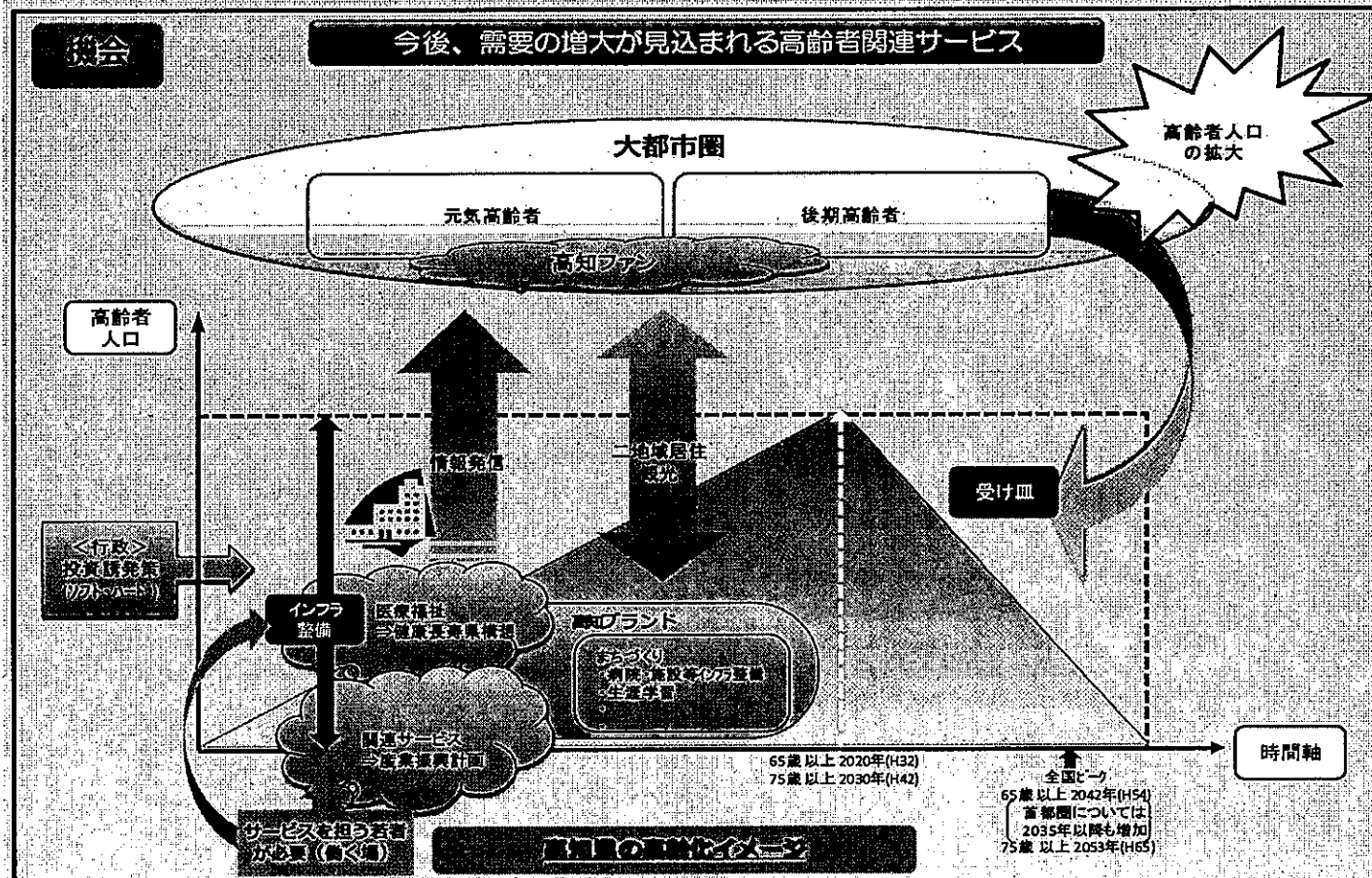
下線:手段

ターゲット 地域	リタイアメント層	若者を含めた一般
都市部	<ul style="list-style-type: none"> ○安全・安心<医療、福祉など> ○利便性<大学等での学びの機会(知的好奇心の刺激)、新鮮でおいしい食材の調達など> ○観光、おもてなしの心 ○三地域居住 	<ul style="list-style-type: none"> ○これらの働く場での雇用 ○大学改革による学びの機会の増加
中山間地域	<ul style="list-style-type: none"> ○豊かな自然、温暖な気候 ○三地域居住(クライナガルデン、お試し住宅など) ○観光、おもてなしの心 ○外部人材を受け入れるマインド 	<ul style="list-style-type: none"> ○ふるさと応援隊 ○第1次産業の担い手対策の充実(新規就業者の研修機会、手当など) ○豊かな自然、温暖な気候 ○三地域居住(クライナガルデン、お試し住宅など) ○外部人材を受け入れるマインド

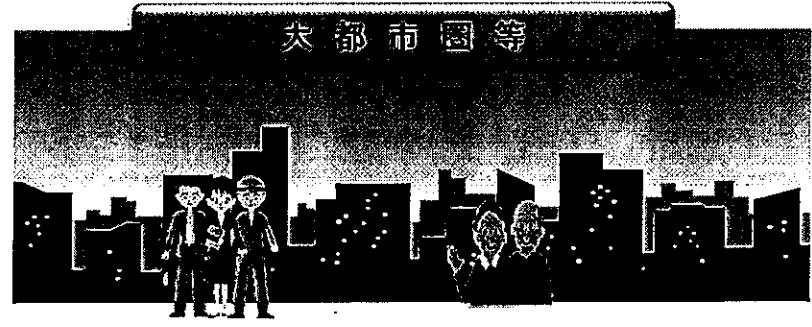
その他にも、訴求できる強みが...

- ◆安らぎやいやしの空間、全国的に評価の高い農水産物など、健康志向にフィットした環境
- ◆「日本一の健康長寿県構想」による『高知型福祉』の推進

③全国的な背景(「機会(Opportunities)」)



2 移住促進の進め方のイメージ



【移住促進策の抜本強化】

これまでの取組み	強化する視点
<ul style="list-style-type: none"> ◎都市部での移住相談会 ◎移住・交流コンシェルジュによる相談対応 ◎クラインガルテン ◎高知ふるさと応援隊 等 	<ul style="list-style-type: none"> ◎アクティブな情報発信・PR ◎動機付け(能力の発揮)による促進策の強化 【役割付き、活動施設付き、仕事付き】等

都市部

中山間地域

＜経済団体との中心市街地をフィールドにした「まちづくり」に関する意見交換のイメージ＞

◎町の目(人口減少・高齢化の進捗)

高知県人口(2010年)764,596人→(2035年推計)696,229人
 高齢化率(2010年)23.3%→(2035年推計)37.4%
 高齢者人口(2010年)213,148人→(2035年推計)222,919人
 ※高齢者人口は、65歳以上の推計人口

【産業面】

- ・事業活動の停滞
- ・雇用の減少

【生活面】

- ・地域の連帯感の喪失
- ・買い物難民の増加

リタイアメント層の移住促進により若者の働き場が創出

まちづくりの方向性

- ◎コンパクトシティ
- ◎健康都市
- ◎交流の場
- ◎暮らしの安心

【新たな拠点施設の整備】

- ◎新図書館(H27開館予定)
- ◎新資料館(H26年度中間竣工)
- ◎永国寺キャンパス(H274~)
- ◎新しい商業施設創出のための民間開発の動き

【世代間交流】

【図書館】

【移住】

【観光】

【外資(曜日市・てんごすき)】

【交通・輸送】

【買い物】

【住居】

【ヘルスケア】

【おしゃれ(服飾・美容)】

◆高齢化、人口減少により、共同作業等のコミュニティ機能が維持できない

◆高齢者等が十分な生活支援や福祉サービス等が受けられない

◆若者の地域外への流出により、将来的に地域や産業を担う人材がいない

◆都市部と中山間地域を結ぶ地域居住の促進

◆クラインガルテンの整備

◆お話し場施設の整備

高知で暮らす。

市町村 ← 支援 → 県(支援チーム)

活動内容

- ◎共同作業・伝統行事など、集落活動のサポート
- ◎地域で課題となっている福祉や生活面でのサービス提供活動
- ◎地域でお金が回るための経済的な活動

センターの機能

- ◎周辺集落の中心地に設置し、住民の心の拠り所になるとともに、中心集落と周辺集落の中間地点として、中心集落への人・モノの流れを生む機能
- ◇住民の集いの場、家業
- ◇地域における住民活動の拠点(事務局的な調整機能を付加)
- ◇市町村の中心部や周辺集落との連絡点
- ◇交通、福祉、防災等の機能の拠点

集落活動の観点

- ◎生活支援サービス
- ◎安心・安全サポート
- ◎健康づくり
- ◎防災活動
- ◎集落振興対策
- ◎農産物づくり・販売
- ◎農産物等の生産・販売
- ◎交流・定住サポート
- ◎エネルギー活用
- ◎その他の活動

集落活動センターによる集落維持の仕組み

地域住民が主体となって、旧小学校や集会所等を拠点に、地域外の人材等を活用しながら、五層の集落との連携を図り、生活、福祉、産業、防災などの活動について、それぞれの地域の課題やニーズに応じて総合的に地域ぐるみで取り組む仕組み

仕組みづくりの推進

高知ふるさと応援隊

【四万十町】

【宝戸市】

