

第2期産業振興計画
産業成長戦略(観光分野)の計画(案)

資料3
別図(観1)参照

【観光分野】

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>観光人材育成塾を通じた担い手の育成</p> <p>地域の事業者:観光人材育成塾への参加 (財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催。</p> <p>県観光政策課:県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:自立的に地域観光のあり方を検討し、推進していく取組への支援</p>					<p>◆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。</p>	<p>◆各地の観光拠点を中心とした周遊観光が定着し、県全域が魅力ある観光地として全国に認知される</p>	
<p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援</p>							
<p>拠点整備方針の検討</p> <p>市町村等:拠点整備のコンセプトや整備プランの検討 (財)高知県観光コンベンション協会、県関係課:整備方針を検討する際の専門的指導・助言 観光政策課:計画準備段階からの支援</p>					<p>◆核となる観光拠点の整備 県下7か所</p>		
<p>観光拠点の整備</p> <p>市町村等:全国からの誘客と地域への経済効果が見込める施設整備など、地域の核となる観光拠点づくりを推進 県観光政策課:観光拠点等整備事業費補助金による市町村の取組への支援、観光拠点の重点プロモーションの実施等</p> <p>県観光政策課:事業成果を踏まえた新たな観光地づくりのあり方の検討</p>							
<p>こうち旅広場の運営</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会:JR高知駅前「こうち旅広場」のイベントホールの活用や特別イベントの開催等で県外からの誘客を図るとともに、高知情報発信館「とさてらす」でのきめ細かい観光案内で地域への周遊を促進</p> <p>県観光振興部:こうち旅広場の運営支援及び観光客の動向分析を踏まえ効果的な活用案を検討</p> <p>県観光振興部:前年度の検討を踏まえた新たなコンテンツの活用及び運営支援</p>							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足元を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
			総括 (取組組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5
2. 観光資源の発掘・磨き上げの推進	<p>◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、H22年の本県への初回訪問比率は50.5%と全国一位であり、全国と比較するとリピーター率の割合が低い</p> <p>◆旅行ニーズが多様化、細分化していることから、世の中のトレンドを把握しながら、新たな観光資源を生み出していくことが求められている</p> <p>◆観光分野の取組は宿泊や飲食、土産物など地域経済に広く波及効果をもたらすことが期待されている</p> <p>◆観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要である</p>	<p>◆「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催を通じて、観光資源の発掘や磨き上げが進み、新たな観光商品も生まれてきた</p> <p>◆お城まつり(高知城)や五台山花絵巻(牧野植物園)のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した</p> <p>◆「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</p> <p>◆観光アドバイザーによる地域への支援を通じて、まち歩き観光などの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</p>	<p>◆リピーターにつながるような満足度の高い商品づくり</p> <p>◆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</p> <p>◆地域で観光商品を拡大するための仕組み</p>	<p>◆満足度の高い観光商品づくり</p> <p>★観光人材育成塾(仮称)を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】</p> <p>○観光アドバイザー等の活用によるインストラクター研修や観光商品開発への支援</p> <p>◎自然、歴史、文化資産を生かした魅力づくりなど観光資源の磨き上げへのハード・ソフト両面での支援</p> <p>○食文化など高知の強みを生かしたイベントの企画、支援</p>						

資料3
別図(観2)参照

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

資料3
別図(観1)参照

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>観光人材育成成熟を通じた担い手の育成</p> <p>地域の事業者:観光人材育成成熟への参加 (財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成成熟を開催。</p> <p>県観光政策課:県内7ブロックで人材育成成熟を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:自立的に地域観光のあり方を検討し、推進していく取組への支援</p>					<p>◆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</p> <p>◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる</p> <p>◆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</p>	<p>◆地域資源を生かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、滞在型の観光客を通年で受け入れしている</p> <p>◆様々な産業が観光分野に進出し、県経済の活性化につながっている</p>	
<p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:観光人材育成成熟等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援</p>							<p>★一人当たり観光消費額 H20:25,459円 →H27:27,500円</p>
<p>専門家の活用による観光商品の開発</p> <p>事業者、市町村等:体験プログラムの質の向上や観光商品に付加価値を加えるなどの取組を推進 (財)高知県観光コンベンション協会:専門的立場からの日常的な助言 県観光政策課:観光アドバイザーの派遣</p>							
<p>観光資源の磨き上げへの支援</p> <p>事業者、市町村等:観光施設のリニューアルなど観光客の受入環境の整備を推進 県観光政策課:観光拠点等整備事業費補助金により地域の取組を支援</p>							
<p>イベントの企画、支援等</p> <p>事業者、観光協会、市町村等:各地域資源を活用したイベントの実施 (財)高知県観光コンベンション協会:土佐の豊穰祭などの全県的な誘客イベントの実施及びプロモーションの展開 県観光政策課:オフシーズン等における新たなイベントの企画立案、イベント開催への支援</p>							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (<u>取組</u> ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	
2. 観光資源の発掘・磨き上げへの推進	<p>◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、H22年の本県への初回訪問比率は50.5%と全国一位であり、全国と比較するとリピーター率の割合が低い</p> <p>◆旅行ニーズが多様化、細分化していることから、世の中のトレンドを把握しながら、新たな観光資源を生み出していくことが求められている</p> <p>◆観光分野の取組は宿泊や飲食、土産物など地域経済に広く波及効果をもたらすことが期待されている</p> <p>◆観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要である</p>	<p>・「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催を通じて、観光資源の発掘や磨き上げが進み、新たな観光商品も生まれてきた</p> <p>◆お城まつり(高知城)や五台山花絵巻(牧野植物園)のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した</p> <p>◆「土佐の豊穡祭」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</p> <p>◆観光アドバイザーによる地域への支援を通じて、まち歩き観光などの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</p>	<p>◆リピーターにつながるような満足度の高い商品づくり</p> <p>◆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</p> <p>◆地域で観光商品を拡大するための仕組み</p>	<p>◆新たな観光資源の創出 ★観光人材育成塾(仮称)を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】</p> <p>○観光資源を発掘するための専門家による指導・助言</p> <p>◎新たな観光資源の創出に対するハード・ソフト両面での支援</p> <p>○グリーンツーリズムなど地域の産業と連携した新たな観光商品づくりへの支援</p> <p>○民泊の促進など教育旅行の受入態勢づくりへの支援</p>		○				

資料3
別冊(報2)参照

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>観光人材育成を通じた担い手の育成</p> <p>地域の事業者:観光人材育成への参加 (財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成を開催。</p> <p>県観光政策課:県内7ブロックで人材育成を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:自主的に地域観光のあり方を検討し、推進していく取組への支援</p>					<p>◆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</p> <p>◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる</p> <p>◆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</p>	<p>◆地域資源を生かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、潜在型の観光客を通年で受け入れている</p> <p>◆様々な産業が観光分野に進出し、県経済の活性化につながっている</p>	
<p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:観光人材育成等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援</p>							<p>★一人当たり観光消費額 H20:25,459円 →H27:27,500円</p>
<p>専門家の活用による観光資源の発掘</p> <p>事業者、市町村等:地域に潜在化している地域資源にテーマ性やストーリー性などを盛り込みながらより多くの観光資源を生み出す取組を推進 (財)高知県観光コンベンション協会:専門的な立場からの日常的な助言 観光政策課:観光アドバイザーの派遣</p>					<p>◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる</p> <p>◆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</p>	<p>◆地域資源を生かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、潜在型の観光客を通年で受け入れている</p> <p>◆様々な産業が観光分野に進出し、県経済の活性化につながっている</p>	
<p>新たな観光資源の創出</p> <p>事業者、市町村等:観光人材育成等を通じて新たに発見した観光資源等を活用し、地域が自発的に新たな観光商品を生み出していく取組を推進 (財)高知県観光コンベンション協会:新たなテーマや切り口により一元的に情報発信 県観光政策課:観光アドバイザーの派遣、観光拠点等整備事業費補助金により地域の取組を支援</p>							
<p>地域の産業と連携した新たな観光商品づくりへの支援</p> <p>農林漁業者、商工業者、市町村等:農業・漁業体験やものづくり体験など地場産業を生かした体験メニューの開発を推進 (財)高知県観光コンベンション協会:専門的な立場からの日常的な助言 県関係課:観光アドバイザーの派遣、観光拠点等整備事業費補助金や産業振興推進総合支援事業費補助金等により地域の取組を支援</p>					<p>◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる</p> <p>◆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</p>	<p>◆地域資源を生かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、潜在型の観光客を通年で受け入れている</p> <p>◆様々な産業が観光分野に進出し、県経済の活性化につながっている</p>	
<p>教育旅行等の受入態勢づくり</p> <p>市町村等:教育旅行の受け皿となる農林漁家民泊や体験メニューの充実 広域観光協議会:市町村や受入団体間との調整や地域住民の気運の醸成を図る講演会等の実施 県観光政策課:観光アドバイザーの講演等による民泊受入家庭の拡大 県関係課:補助金等により教育旅行の受入態勢づくりなどを支援</p>							

- ※改革の方向
- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 - 2 産業間連携の強化
 - 3 足腰を強め、新分野へ展開
 - 4 新たな産業づくりに挑戦する
 - 5 産業人材を育てる

資料3
別図(観1)参照

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
			総括 (○取り組み ◆推進)	課題		1	2	3	4	5	
2. 観光資源の発掘・磨き上げへの推進	<p>◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、H22年の本県への初回訪問比率は50.5%と全国一位であり、全国と比較するとリピーター率の割合が低い</p> <p>◆旅行ニーズが多様化、細分化していることから、世の中のトレンドを把握しながら、新たな観光資源を生み出していくことが求められている</p> <p>◆観光分野の取組は宿泊や飲食、土産物など地域経済に広く波及効果をもたらすことが期待されている</p> <p>◆観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらう必要がある</p>	<p>◆「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催を通じて、観光資源の発掘や磨き上げが進み、新たな観光商品も生まれてきた</p> <p>◆お城まつり(高知城)や五台山花絵巻(牧野植物園)のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した</p> <p>◆「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</p> <p>◆観光アドバイザーによる地域への支援を通じて、まち歩き観光などの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つつある</p>	<p>◆リピーターにつながるような満足度の高い商品づくり</p> <p>◆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</p> <p>◆地域で観光商品を拡大するための仕組み</p>	<p>◆産業間連携による観光消費の拡大 ○地域産物を生かした魅力ある土産物づくりや道の駅等での販売促進への支援</p> <p>○インターネットや広報誌を活用した観光と土産の一元的な情報発信の促進</p>							
3. 広域観光の推進	<p>◆広域エリアで周遊観光を推進するためには、ワンストップ窓口など地域コーディネート機能の強化が必要である</p> <p>◆広域的に周遊を促し、本県への入込客を増やすためには、四国4県を始めとする他県との連携した取組が必要である</p>	<p>◆広域エリアで観光振興を担う地域コーディネート組織の設立や運営への支援</p> <p>◆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事例が生まれてきた</p> <p>◆「四国はひとつ」という認識のもとH21に設立した四国ツーリズム創造機構と連携し、四国の認知度向上や魅力ある観光ルートの開発に取り組んだ</p> <p>◆四国4県に対する旅行会社とのタイアップキャンペーンにより首都圏を中心とした観光客の増加につながった</p>	<p>◆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</p> <p>◆地域コーディネート組織のセールス機能等の強化</p> <p>◆他県との連携などスケールメリットを生かした誘客の更なる促進</p>	<p>◆地域コーディネート機能の強化 ★観光人材育成塾(仮称)を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】</p> <p>○地域コーディネート組織(広域観光協議会)の活動支援</p>							

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第2期計画					目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	H28以降	短期的な視点 (平成27年度末)	中長期的な視点 (概ね10年先)
<p>地域産物を活用した土産物づくり・販売</p> <p>事業者、市町村等：地域産物を生かした土産物の開発、道の駅等での販売手法の改善等による魅力アップ、観光客の誘導への取組 県関係課：地域の新たな土産物づくり等を目指す取組への専門的な助言 県観光政策課、県計画推進課、県関係課：観光拠点等整備事業費補助金、産業振興推進総合支援事業費補助金、産業間連携による産業人材育成プログラム、産業振興アドバイザー等により地域の土産物づくりなどの取組みを支援</p>					<p>◆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</p> <p>◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる</p> <p>◆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</p>	<p>◆地域資源を生かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、滞在型の観光客を過年で受け入れしている</p> <p>◆様々な産業が観光分野に進出し、県経済の活性化につながっている</p>
<p>観光と物産の一元的な情報発信の促進</p> <p>事業者、市町村等：道の駅などで観光と物産の情報を一元的に発信 (財)高知県観光コンベンション協会：よさこいネットや広報誌等により地域の観光・物産のきめ細かな情報発信 県観光政策課、県計画推進課、県関係課：観光拠点等整備事業費補助金、産業振興推進総合支援事業費補助金等により観光と物産の一元的な情報発信の取組みを支援</p>					<p>★一人当たり観光消費額 H20:25,459円 →H27:27,500円</p>	
<p>観光人材育成成熟を通じた担い手の育成</p> <p>地域の事業者：観光人材育成成熟への参加 (財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課：県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成成熟を開催。</p> <p>県観光政策課：県内7ブロックで人材育成成熟を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課：自立的に地域観光のあり方を検討し、推進していく取組への支援</p>					<p>◆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</p> <p>★二泊以上の宿泊客数 H20:85.5万人 →H27:100万人</p>	<p>◆広域観光協議会と各観光協会や観光・宿泊施設が連携して、広域エリア単位で一泊以上できる観光地が形成される</p>
<p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課：観光人材育成成熟等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援</p>						
<p>広域観光協議会の活動支援</p> <p>広域観光協議会：広域エリアのワンストップ窓口の確立や広域周遊ルートなどの観光商品のセールス活動等を推進 県観光政策課：体験型広域観光推進事業費補助金により広域観光協議会の取組を支援</p>						

資料3
別図(観1)参照

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 2 産業間連携の強化
 3 足腰を強め、新分野へ展開
 4 新たな産業づくりに挑戦する
 5 産業人材を育てる

【観光分野】

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>県内各地域との連携による周遊観光の推進</p> <p>広域観光協議会等、(財)高知県観光コンベンション協会、地域本部、観光振興部: 県下の広域ブロック間の連携を図るネットワーク会議を開催し、各地域との情報交換や横断的な課題の協議等により本県観光の全体の底上げを図る取組を検討</p>					<p>◆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</p> <p>★二泊以上の宿泊客数 H20:85.5万人 →H27:100万人</p>	<p>◆広域観光協議会と各観光協会や観光・宿泊施設が連携して、広域エリア単位で一泊以上できる観光地が形成される</p>	
<p>統一キャンペーンと連動した周遊観光の促進</p> <p>観光関係団体、(財)高知県観光コンベンション協会、観光振興部: 「リョーマの休日」キャンペーンと連動した周遊観光の促進</p>							
<p>四国ツーリズム創造機構との連携による情報発信や観光素材の開発等</p> <p>四国ツーリズム創造機構: 四国観光交流戦略に基づき、首都圏でのプロモーション活動や四国インバウンドフォーラムの開催及び四国観光ルートの開発などを実施し、四国及び高知県の認知度向上と誘客を図る</p>							
<p>四国観光交流戦略の改定</p>		<p>新四国観光交流戦略の改定</p>					
<p>運輸事業者等のキャンペーンとタイアップした四国周遊の促進</p> <p>四国ツーリズム創造機構: 航空会社とタイアップした四国周遊バス、レンタカープランの旅行商品化を推進</p>							
<p>県際地域との連携の推進</p> <p>県観光政策課: 南予地域(四国西南地域観光連絡協議会)や阿南地域(AMA)との連携した会議を通じて、県域を越える観光ルートの開発や情報交換等を実施</p>							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
			総括 (取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	
4. 効果的な広報・セールス活動の推進		<p>◆平成20年3月から県外からの観光交流人口を330万人に増加させることを目標に「花・人・土佐であい博」を開催したが、入込は目標に届かなかった</p> <p>◆「龍馬伝」の放送等があったH22は飛躍的に観光客が増したが、一方で大手旅行雑誌のアンケート調査で初回訪問率が1位となっており、高知県に来た事がない人がまだまだ多い状況である</p>	<p>・「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」を通じた官民一体となったセールス活動の展開</p> <p>・BS放送を活用した高知県旅番組の放送</p> <p>・フィルムコミッションなど、専門性を生かした誘致活動の展開</p> <p>◆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</p>	<p>◆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</p> <p>◆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</p> <p>◆「龍馬伝」のような大きな追い風は当面は期待できない</p>	<p>◆統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施</p> <p>◎統一キャッチフレーズを用いた一元的な県外への情報発信</p> <p>◎地域や期間を限定したキャンペーンの実施などによる話題性や特別感の創出</p>		○				
					<p>◆ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開</p> <p>○旅行エージェント向けのプロモーションの実施</p>		○				

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
統一キャッチフレーズを用いたPR (財)高知県観光コンベンション協会、県観光振興部、観光関係団体等:キャッチフレーズの立案、キャッチフレーズを活用した県外へのプロモーション活動					<p>◆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</p> <p>★リピーターの数 H22:50万人 →H27:65万人</p> <p>★首都圏からの観光客数 H20:30.5万人 →45万人</p> <p>★宿泊施設の稼働率 H20:37.8% →H27:45.2%</p> <p>★コンベンションの開催による入込数 H23:3万人 →H27:3.3万人</p> <p>★教育旅行等による入込数 H23:0.8万人 →H27:1万人</p>	<p>◆地理的ハンディキャップを克服し、“わざわざ”遠方より訪れる観光客が増える</p>	
誘客キャンペーンの実施 観光関係団体等、(財)高知県観光コンベンション協会、県観光振興部:関係者の協働による「リョーマの休日」キャンペーンの実施							
観光関係団体等、(財)高知県観光コンベンション協会、県観光振興部:キャンペーンによる誘客効果の検証と次年度のキャンペーンの展開							
観光関係団体等、(財)高知県観光コンベンション協会、県観光振興部:キャンペーンと連動させたリピーター対策の実施							
旅行会社向け販促キャンペーン (財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:旅行会社とタイアップした販促キャンペーンの実施							
(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:オフシーズン対策も含めた旅行会社とのタイアップによる効果的な誘客プロモーションの実施							
官民一体となった旅行会社等へのセールスキャラバンの実施 観光関係団体、(財)高知県観光コンベンション協会:「リョーマの休日」にあわせたセールスキャラバンの実施							
観光関係団体、(財)高知県観光コンベンション協会:首都圏等の旅行エージェントへのセールス活動や地元観光関係団体との商談会を官民一体となって実施							
時機を得たセールス活動の実施 (財)高知県観光コンベンション協会:観光商品素材集などを活用し、店舗系、メディア系、ネット系といった旅行エージェントの種別に応じたセールス活動を展開							

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足環を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりにも挑戦する
5 産業人材を育てる

第2期計画					目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	H28以降	短期的な視点 (平成27年度末)	中長期的な視点 (概ね10年先)
<p>首都圏でのパブリシティ活動の強化</p> <p>県観光政策課: アンテナショップ等と連携したメディアへの定期的な情報発信など首都圏でのマスメディアとのネットワークの構築やパブリシティ活動の体制構築</p> <p>県観光政策課、東京事務所: マスメディアのネットワークを活用したパブリシティ活動の推進</p> <p>県観光政策課、東京事務所: パブリシティ活動のさらなる活動による県観光の露出の拡大</p>					<p>◆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</p> <p>★リピーターの数 H22:50万人 →H27:85万人</p> <p>★首都圏からの観光客数 H20:30.5万人 →45万人</p>	<p>◆地理的ハンディキャップを克服し、“わざわざ”遠方より訪れる観光客が増える</p>
<p>県外事務所を活用したきめ細かな情報発信</p> <p>県観光政策課、各県外事務所: 関東、関西、中部など対象エリアやターゲットとなる客層などに応じたマスメディアへの戦略的な広報の展開</p>					<p>★宿泊施設の稼働率 H20:37.8% →H27:45.2%</p> <p>★コンベンションの開催による入込数 H23:3万人 →H27:3.3万人</p>	
<p>観光客へのタイムリーな情報発信</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会、県外事務所: ゆるり(旅行決定前)、こうちじん(旅行決定後)、トサコレ(旅行中)など、旅行者の段階に対応した広報媒体の作成及び広報媒体を活用した発地プロモーションモーションや着地プロモーションの実施</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会、県外事務所: 観光物産展等集客イベントの場を活用した「リョーマの休日」キャンペーンの情報発信</p>					<p>★教育旅行等による入込数 H23:0.8万人 →H27:1万人</p>	
<p>インターネット等を活用した情報発信の強化</p> <p>市町村観光協会等、(財)高知県観光コンベンション協会: インターネットやブログ、ロコミなどを活用した情報発信の強化</p>						
<p>高知ゆかりの個人・団体を活用した情報発信</p> <p>県おもてなし課: 観光特使など高知ゆかりの個人・団体等を活用した情報発信 県外事務所: 県出身者などのネットワークを活用した県観光のPR</p>						

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向							
			総括 (○取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5			
4. 効果的な広報・セールス活動の推進		<p>◆平成20年3月から県外からの観光交流人口を330万人に増加させることを目標に「花・人・土佐であい博」を開催したが、入込は目標に届かなかった</p> <p>◆「龍馬伝」の放送等があったH22は飛躍的に観光客が増したが、一方で大手旅行雑誌のアンケート調査で初回訪問率が1位となっており、高知県に来た事がない人がまだまだ多い状況である</p>	<p>「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」を通じた官民一体となったセールス活動の展開</p> <p>・BS放送を活用した高知県旅番組の放送 ・フィルムコミッションなど、専門性を生かした誘致活動の展開</p> <p>◆旅行エージェンต์へのセールスなどを通じて、PRのノウハウが蓄積した</p>	<p>◆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</p> <p>◆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</p> <p>◆「龍馬伝」のような大きな追い風は当面は期待できない</p>	<p>◆○四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信の充実</p> <p>◆○全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致</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>		○						
							○						
								○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

第2期計画					目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	H28以降	短期的な視点 (平成27年度末)	中長期的な視点 (概ね10年先)
<p>四国の認知度向上及び誘客の促進</p> <p>県外事務所、県観光政策課: 四国ツーリズム創造機構や四国4県連携による旅行会社へのセールス活動、プロモーション展開等</p>					<p>◆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</p> <p>★リピーターの数 H22:50万人 →H27:65万人</p> <p>★首都圏からの観光客数 H20:30.5万人 →45万人</p>	<p>◆地理的ハンディキャップを克服し、“わざわざ”遠方より訪れる観光客が増える</p>
<p>学会などのコンベンションの誘致</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会: 本県で開催する全国規模の大会への助成及び各学校等へのPR活動の実施</p>					<p>★宿泊施設の稼働率 H20:37.8% →H27:45.2%</p> <p>★コンベンションの開催による入込数 H23:3万人 →H27:3.3万人</p>	
<p>教育旅行、企業研修等の誘致</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会: 本県への修学旅行の下見等に対する助成及び教育旅行会社や学校に対するPR活動の実施 県関係課: 県外企業との協定、交流事業等による交流人口の拡大や企業研修の誘致活動等</p>					<p>★教育旅行等による入込数 H23:0.8万人 →H27:1万人</p>	
<p>教育旅行のPRツールの整備</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会: 教育旅行用パンフレットのリニューアル</p>						
<p>わんりんピック参加者に対する県観光のPR</p> <p>県関係課: わんりんピックよさこい高知2013の開催を踏まえたプロモーションの充実等</p>						
<p>高知県でのロケ撮影の積極的な誘致活動の展開</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会: 映画・TV会社等に対するセールス活動、モニターツアーの実施、本県ロケのエキストラ確保などフィルムコミッション活動の展開 県観光政策課: 県内のロケ撮影等に対するインセンティブ制度によりフィルムコミッション活動を支援</p>						

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業界連携の強化
- 3 足跡を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
			総括 (<u>取り組</u> の◆総括)	課題		1	2	3	4	5	
5. 人材の育成		<p>◆地域の観光振興に関する取組をさらに継続・発展させ、足腰の強い産業として根付かせるためには、その担い手となる人材を幅広く育成することが求められている</p> <p>・観光アドバイザーによるまち歩き観光や体験プログラムの磨き上げ ◆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</p>	<p>◆観光ガイド団体の育成や、観光ガイドのネットワーク化への支援 ◆観光ガイド団体の増加や有料ガイドが進んだほか、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</p>	<p>◆観光産業を地域で伸ばしていく人材が不足している</p> <p>◆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</p>	◆観光産業を担う人材の育成 ★観光人材育成塾(仮称)を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】		○				
					◆観光ガイドの育成、技術の向上 ○県内各地域の観光ガイド団体の連携や、質の高いガイド技術の習得を目的とする研修会の開催等			○			
					◆○観光事業者等へのおもてなし研修の実施			○			
					◆○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			○			

資料3
別図(観1)参照

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>観光人材育成塾を通じた担い手の育成</p> <p>地域の事業者:観光人材育成塾への参加 (財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催。</p> <p>県観光政策課:県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:自主的に地域観光を検討し、推進していく取組への支援</p>					<p>◆観光産業を担う人材が育成される</p> <p>◆人材育成塾の参加者 200名/年</p> <p>◆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</p>	<p>◆地域で観光をビジネスとする人材が根付くことで地域が活性化する</p> <p>◆各地域に体験型観光を推進する人材(リーダー)が活動している</p>	
<p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援</p>							
<p>観光ガイドの育成、充実</p> <p>観光ガイド団体:研修会等の開催、有料ガイドへの移行 観光ガイド連絡協議会:県内ガイド団体のガイド技術の向上や情報共有等を行う協議会の運営 県観光政策課:県内ガイド団体等への観光アドバイザーの派遣 県おもてなし課:観光ガイド団体の育成支援とレベルアップ、ネットワークの推進</p>							
<p>観光事業者等へのおもてなし研修の実施</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会:観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接客、マナー等の接客研修を実施 県おもてなし課:観光業界の従業員等を対象とした外国人観光客の受入態勢の向上を図る研修会の実施</p>							
<p>社会教育等での学習機会の確保</p> <p>市町村等、県関係課:地域の自然、暮らし、文化などを活用した体験型観光のメニューづくり、県立施設等での郷土出身の著名人や産業・自然等を学習する機会の確保</p>							

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足跡を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>気運づくりのための研修、講演会等の実施</p> <p>市町村、観光関係団体、(財)高知県観光コンベンション協会、県観光振興部:地域の観光関係団体との情報交換の実施 県おもてなし課:県民発意によるおもてなしを広めるための会議の開催や、おもてなし一斉清掃等の県民のおもてなし活動への参加機会を提供し、県民一人ひとりによるおもてなし活動の気運を醸成</p>					<p>◆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</p> <p>◆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</p>	<p>◆県民によるおもてなしが継続的な取組として定着し、観光客に認知されている</p> <p>◆各地域に体験型観光を推進する人材(リーダー)が活動している</p>	
<p>観光事業者等への研修</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会:観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接遇、マナー等の接客研修を実施 県おもてなし課:観光業界の従業員等を対象とした外国人観光客の受入態勢の向上を図る研修会の実施</p>							<p>◆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</p> <p>◆高知県観光ガイド連絡協議会の事務局体制が確立する</p> <p>◆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</p> <p>◆観光ガイドタクシーの認定ドライバーが増加する</p>
<p>観光ガイドの育成、充実</p> <p>観光ガイド団体:個別研修会等の開催 観光ガイド連絡協議会:県内ガイド団体のガイド技術の向上や情報共有・情報交換等によるネットワークづくりを行う協議会の運営 県おもてなし課:観光ガイド事務局体制の強化に向けたサポート</p>					<p>★観光客満足度調査の各調査項目において「大変良い」、「良い」と回答した割合がH22の値を毎年上回る。また案内標識、公共トイレ、二次交通などの不便さを指摘する声が減少している</p>	<p>(以下H22実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊先 77% ・食事・料理店 74% ・観光施設 75% ・観光施設の美化 72% ・公共トイレの快適性 57% ・案内標識 53% ・タクシーの接客マナー 46% 	
<p>高知情報発信館「とさてらす」を核とした観光案内等</p> <p>市町村、観光協会等:観光案内所の運営等により観光客へ地域の観光情報を提供 (財)高知県観光コンベンション協会:JR高知駅前「とさてらす」の運営等により地域の周遊を促す観光案内を実施</p>							<p>◆観光案内所の設置、運営</p> <p>市町村、観光協会等、(財)高知県観光コンベンション協会、県おもてなし課:ゴールデンウィーク等の多客期における臨時観光案内所の設置及び渋滞対策の実施</p>

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足跡を詰め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
高知市内の周遊バス(MY遊バス)の運行 (財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:運行状況の分析に基づくMY遊バスの運行体系の見直し					◆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	◆県民によるおもてなしが継続的な取組として定着し、観光客に認知されている	
西南地域の周遊バス(しまんと・あしずり号)の運行 県観光政策課:地元と連携した運行支援							
県観光政策課:運行状況の分析に基づく運行支援の継続					◆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	◆各地域に体験型観光を推進する人材(リーダー)が活動している	
観光ガイドタクシーの推進等 (財)高知県観光コンベンション協会:観光ガイドタクシーの認定制度の実施、周遊プランの提供					◆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	◆観光拠点エリアだけでなく周辺の観光スポットや周辺ルート上においても、観光案内が行われている	
観光ガイドタクシーの認定制度の実施、周遊プランの提供					◆高知県観光ガイド連絡協議会の事務局体制が確立する	◆公共交通機関やバス・タクシー等による周遊観光体系が整う	
観光ガイドタクシーの認定制度の実施、周遊プランの提供					◆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制度の実施、周遊プランの提供					◆観光ガイドタクシーの認定ドライバーが増加する		
広域観光案内板の設置 県おもてなし課:核となる拠点エリアを中心に新たな広域観光ルートを紹介する広域観光案内板の設置					★観光客満足度調査の各調査項目において「大変良い」、「良い」と回答した割合がH22の値を毎年上回る。また案内標識、公共トイレ、二次交通などの不便さを指摘する声が減少している	(以下H22実績) ・宿泊先 77% ・食事・料理店 74% ・観光施設 75% ・観光施設の美化 72% ・公共トイレの快適性 57% ・案内標識 53% ・タクシーの接客マナー 46%	
観光案内板等の整備への支援 県おもてなし課:観光案内板等多言語案内整備事業により市町村が実施する観光地や観光ルートへの誘導標識や観光案内板の多言語化事業、景観整備への取組に対して支援							
公共トイレの改修 県おもてなし課:核となる拠点エリアやそのルート上の公共トイレの改修事業を支援。おもてなし心で美化活動に取り組む"おもてなしトイレ制度"と一体となって利用者の満足度の向上を図る。							

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (-取組み・◆総括)	課題		1	2	3	4	5	
7. スポーツツーリズムの推進	<p>◆マラソン大会やプロ野球キャンプなどのスポーツ観光は、他のイベントよりも遠隔地からの誘客が期待できるため、本県が根源的に抱えている地理的ハンディキャップを克服していくために有効な手段である。</p> <p>◆冬場の温暖な気候など、本県の強みを観光振興に生かし、オフシーズン対策にもつなげていくことが求められている。</p>	<p>◆スポーツキャンプ(合宿)やイベント(公式戦等)への助成</p> <p>◆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。</p>	<p>◆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。</p> <p>◆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。</p>	<p>◆推進体制の強化及び受入態勢の充実 ★官民一体となった推進体制の構築</p> <p>◎スポーツ振興のための施設整備</p> <p>◆年間を通じたスポーツイベント等の開催 ◎スポーツ大会等の誘致活動の推進</p> <p>◎スポーツイベント等の企画、実施等</p> <p>◆アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動 ○アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動</p>		○				
						○				
							○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>県庁内PT等による受入態勢の整備</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会、県関係課:スポーツツーリズム推進のための庁内プロジェクトチームでの検討やスポーツ競技団体等との連携を強化し、スポーツキャンプや合宿の受入、また全国規模のスポーツ大会の実施に向けた施設の整備計画を策定。</p>					<p>◆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く</p> <p>★スポーツツーリズムの推進による新規入込客数2万人</p>	<p>◆スポーツツーリズムによる誘客態勢が確立され、本県への入込客が増加し、経済効果を発揮する</p>	
<p>スポーツ振興のための計画的な施設整備</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会、県関係課:県庁内プロジェクトチームでの検討やスポーツ競技団体や市町村と連携し、スポーツツーリズムの推進のための計画的な施設整備に向けた取組を推進。</p>							
<p>スポーツ大会等の誘致活動の推進</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会:現行のプロスポーツキャンプ(野球、サッカー)やプロゴルフ大会を継続させるとともに、新たな全国規模のスポーツ大会の誘致の取組を推進。</p>							
<p>スポーツイベントの企画、実施等</p> <p>市町村等、(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:新たな誘客につながる全国規模のスポーツイベント(サイクリング、マラソンなど)を企画し、実施に向けた取組を推進。</p>							
<p>大学、社会人等のアマチュアスポーツ合宿の誘致</p> <p>市町村等、(財)高知県観光コンベンション協会、県外事務所:情報収集の強化や人脈などを利用し、本県でのアマチュアスポーツ合宿の継続及び新規受入に向けた誘致活動を強化。</p>							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

資料3
別図(観3)参照

朱書き(アンダーライン)は、第1期計画線表からの変更したもの

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
			総括 (取組組み込み総括)	課題		1	2	3	4	5	
8. 国際観光の推進		<p>◆本県での外国人宿泊者数は、H22年は延べ15,970泊と全国46位と低迷している</p> <p>◆本県に宿泊している外国人は、韓国が46.5%、台湾が13.3%、中国が8.3%と東アジア地域が中心となっている</p>	<p>・四国ツーリズム創造機構と連携し、商談会や海外旅行エージェントの招聘事業を実施</p> <p>・「龍馬伝」の海外放送を契機に本県単独のプロモーション活動を実施</p> <p>・H23年度を国際観光推進元年と位置づけ、東アジアを中心としたプロモーション活動と受入環境整備を一体的に展開</p> <p>◆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</p>	<p>◆海外からの直行便がない</p> <p>◆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</p> <p>◆外国人の受入態勢の向上</p>	<p>◆国別戦略に基づく誘致活動</p> <p>◎相手国でのPRや旅行会社等へのプロモーション活動の強化</p> <p>◎観光客と顧客層のマッチング</p> <p>◎海外での認知度を高めるための情報発信の強化</p> <p>◎官民連携による国際観光の推進</p>						

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>継続的なセールス活動の実施</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:知事のトップセールスをはじめ、旅行会社や航空会社へ積極的なセールス活動を展開するとともに、旅行会社等を招聘するモニターツアーなどを継続的に実施</p>					<p>◆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</p> <p>◆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</p> <p>★外国人延べ宿泊者数 H22:1.6万人泊 →H27:3.2万人泊</p>	<p>◆外国からの誘客態勢が確立され、本県への外国からの入込客が増加し、経済効果を発揮する。</p> <p>◆海外で四国や高知の認知度が高まる</p>	
<p>観光資源と顧客層とのマッチング</p> <p>県観光政策課:相手国の嗜好と本県の観光資源のマッチングを行い、きめ細かなプロモーションを展開。 最優先市場(台湾・韓国)を中心に ・チャーター便、クルーズ客船の誘致 ・定期便を利用した四国周遊ルートの開拓、PR ・教育旅行・スポーツツーリズム・特定目的旅行誘致</p> <p>団体客中心の誘致から個人客誘致へ</p> <p>定期便や定期チャーター便の就航に向けた取組</p> <p>最優先市場の取組を優先市場(中国、香港、シンガポール)に拡大</p>							
<p>国外での情報発信の強化</p> <p>県観光政策課:最優先市場(台湾・韓国)を中心に ・相手国での積極的な情報発信(ウェブサイトなど) ・高知在住外国人の協力による情報発信</p> <p>県観光政策課:最優先市場の取組を優先市場(中国、香港、シンガポール)に拡大</p>							
<p>国際観光推進会議の拡充</p> <p>県観光政策課:官民連携で国際観光推進を協議する国際観光推進会議による取組 ・国別戦略に基づくプロモーション活動に関する意見の集約 ・旅行商品開発に向けた課題の整理 ・受入環境整備に関する助言</p> <p>県観光政策課:国別戦略の見直し・再評価→今後の戦略に反映</p>							

- ※改革の方向
- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 - 2 産業間連携の強化
 - 3 足腰を強め、新分野へ展開
 - 4 新たな産業づくりに挑戦する
 - 5 産業人材を育てる

【観光分野】

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>観光案内板、誘導標識、パンフレット等の多言語化の推進</p> <p>市町村:観光案内板や誘導標識の多言語化を実施 県おもてなし課:観光案内板等多言語案内整備補助金による市町村の取組を支援</p>					<p>◆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</p> <p>◆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</p> <p>★外国人延べ宿泊者数 H22:1.6万人泊 →H27:3.2万人泊</p>	<p>◆外国からの誘客態勢が確立され、本県への外国からの入込客が増加し、経済効果を発揮する。</p> <p>◆海外で四国や高知の認知度が高まる</p>	
<p>観光業界の従業員研修など受入態勢の強化</p> <p>事業者:相手国の風習にあわせた受入態勢の整備 県おもてなし課:国際観光受入研修会の実施</p> <p>県おもてなし課:各業種で指導者となる人材の育成</p>							
<p>在留外国人サポーターの組織化</p> <p>県観光政策課:高知在住留学生等を「高知県のサポーター」として組織化 ・国別ワークショップを開催 ・外国人の目線からプロモーションや受入態勢についての提言を集約 ・母国への情報発信</p> <p>県観光政策課:在留外国人サポーターの充実</p> <p>外国人観光大使の任命</p> <p>県観光政策課:留学生OBなどの外国人を「国際観光大使」に任命 ・国外から高知の情報発信 ・海外情報の収集</p>					<p>◆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</p> <p>◆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</p> <p>★外国人延べ宿泊者数 H22:1.6万人泊 →H27:3.2万人泊</p>	<p>◆外国からの誘客態勢が確立され、本県への外国からの入込客が増加し、経済効果を発揮する。</p> <p>◆海外で四国や高知の認知度が高まる</p>	
<p>四国4県連携による周遊コースづくり及びPR活動の推進</p> <p>県観光政策課:四国ツーリズム創造機構と連携した四国及び高知県の認知度向上及び誘客への取組を推進</p>							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる