

# ① 第2期高知県産業振興計画のポイント（案）

## 1 第2期計画の特徴等

- 計画の期間は、平成24年度から平成27年度までの4年間とする。
- 県民の皆様と成功イメージを共有するため、「目指すべき将来像（10年後）」と計画全体を貫く「目標」、分野ごとの「4年後の姿」、「10年後の姿」を明確に掲げる。

## 2 第2期計画の策定方針

第2期計画では、県経済全体の底上げに向けて、腰を据えて継続的な取り組みを行うとともに、より高いレベルを目指して挑戦していくために、次の方針により策定する。

- 第1期計画の取り組みによって、見えてきた乗り越えるべき課題や残された課題に対応する。
- 各施策、各事業において、可能な限り、アウトカム目標を設定する。
- 次の3つの視点をもって、計画をさらに進化させ、推進する。

### ①「これまでの取り組みを定着させ、更なる成長・発展を図る」

産業振興計画の取り組みの経済効果を県全体により波及させていくことができるように、動き出した数々の事業を定着、さらには成長、発展させていく。

### ②「より大きな動き、大きな産業を目指す」

本県産業が長期にわたって成長、発展し続ける礎を築いていくことができるよう、県内企業の投資誘発、企業誘致とともに、防災や新エネルギーなど、将来に大きな可能性を秘めている分野に思い切って挑戦し、より大きな動き、大きな産業を目指していく。

### ③「地域地域で産業振興に取り組む実践者を広げる」

地域アクションプランのさらなる推進や、中山間対策の抜本強化などによって、より多くの県民の皆様が産業振興計画に参画いただき、その経済波及効果を県内の各地域地域にもたらしていく。

## 3 その他、第1期からの変更点

### <産業成長戦略>

- 連携テーマを、現在の7テーマから次の5テーマに整理する。

《第1期計画》	《第2期計画》
1 地産地消・地産外商戦略	<b>1 地産地消・地産外商戦略の展開</b>
2 ニューツーリズムの推進と観光への地域産物の活用	⇒専門分野で対応
3 新エネルギーを産業に生かす	<b>2 新エネルギーを産業振興に生かす</b>
4 産学官連携の強化	<b>3 産学官連携による力強い産業の礎を築く</b>
5 中山間地域の産業づくり	<b>4 中山間の暮らしを支える産業づくり</b>
6 建設業の新分野進出	⇒専門分野で対応
7 人材育成・人材確保	<b>5 産業人材の育成・確保</b>

### <地域アクションプラン>

- 線表の仕分を廃止する。

I これまでの取組みと成果及び今後の課題

<連年の博覧会開催>

- 「花・人・土佐であい博」の開催（H20.3.1～H21.2.1）
- 産業振興計画のリーディング・プロジェクトとして「土佐・龍馬であい博」を開催（H22.1.16～H23.1.10）
- 龍馬ブームを継続させるため、「志国高知 龍馬ふるさと博」を開催（H23.3.5～H24.3.31）

これまでの取組

- 「こうち旅広場」を核として県内を周遊させる取組が始まった
- 「土佐っ歩」や「高知市観光遊覧船」など、新たな人気観光商品が生まれた
- 「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た
- 広域観光を推進する地域コーディネート組織の設立など、組織化が進んできた
- 多くの観光客が訪れ、地域（住民、自治体）の観光振興に対する意識向上につながった
- 観光ガイドが多く育つなど、観光を担う人材が増えた
- 体験プログラムや観光施設での地域産物等の販売により、地域にお金が落ちる仕組みが芽生えた
- 対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
- 官民一体となって取り組む機運が高まった

得られた成果・財産

- 価値観や生活様式の変化に伴い、旅行形態は団体型から個人手配旅行へ
- 物見遊山的な「観る」だけの観光から、体験型の観光メニューや現地の人々との交流、ふれあいを求めるものへ
- 時間にゆとりのあるシニア世代を中心に、自己実現の旅（「大人の社会科見学」など）への関心の高まり
- 旅行離れが指摘される若年層における「ボランティア観光」など、旅行を自己投資と考える傾向の高まり
- 「温泉&グルメ」のような大多数を満足させるようなメガトレンドだけでなく、「歴女」や「ママ鉄」など、マイクロトレンドが影響力を与える時代へ
- ツイッターやブログのクチコミやネット情報が人を動かす時代へ
- 東日本大震災以降の人々の心の変化（「絆」の欲求や「ノスタルジー」への回帰）

時代背景

- 「こうち旅広場」のエントランス機能、コンシェルジュ機能の充実強化
- 地域コーディネート組織の機能強化
- 地域の観光振興に対するモチベーションの維持、マンパワーの確保
- 各地域に生まれた観光資源の磨き上げと新たな素材の発掘
- 体験メニューの充実などによる各地域にお金が落ちる仕組みの構築
- 滞在型観光を推進するための受入態勢の整備（民泊の充実など）
- 戦略的なプロモーションの実施
- 個人型旅行への積極的な対応、リピーターの確保
- インバウンドの強化
- 2次交通対策

今後の課題

II I を踏まえた今後の観光政策について

【次期ステージの目指す方向】

★ これまでの取組によって得た財産・成果の活用、地域資源の磨き上げ ⇒ 博覧会がなくても全国に通用する持続可能な観光地づくり

魅力ある観光地づくり

- 1. 核となる観光拠点の形成**  
・県内各地域への誘客を促進するため、これまでの取組み等を通じて生まれ出てきた、全国に発信でき得る施設や、自然や体験観光などで、地域ブランドとして一定のまとまりのあるエリアを、その地域への誘客の目玉となる観光拠点として磨き上げる。（さらに、その周辺に点在する観光スポットへの周遊などにもつなげていく。）
- 2. 満足度の高い観光商品づくり**  
・これまで各地域で取り組んできた体験プログラムなどの成果やノウハウ等を生かしながら、地域の観光資源を磨き上げ、商品化を図る取り組みをさらに促進させるとともに、リピーターにもつながるよう、満足度を高めるための観光商品づくりを進める。
- 3. 新たな観光資源の創出**  
・地域に潜在化している地域資源の中から、様々な視点で観光素材を発掘し、テーマ性、ストーリー性などを盛り込みながら、より多くの新たな観光資源を生み出し、地域での観光客の受け皿を拡大する。
- 4. 地域コーディネート機能の強化**  
・地域の面的な魅力を高めるためには、核となる観光拠点を中心とした周遊ルートや、滞在日数を増やす仕組みづくり、観光商品の広報・セールス活動などを担う、地域コーディネート機能の強化が重要であり、そのための組織・体制づくりや支援機能の充実・強化を図る。

受入態勢の充実・強化

- 5. おもてなしの向上**  
・観光客にやさしい観光案内や交通の利便性の向上、きめ細かな情報提供など、基盤整備を含めたおもてなしの向上に取り組む。
- 6. 人材の育成と活用**  
・観光産業を推進するリーダーなど、人材の育成とその活用に取り組む。

新観光戦略

【本県の強み】

- 「龍馬ふるさと博」の基本コンセプト＝「歴史」「花」「食」「体験」+α
- 新たな観光素材＝「室戸ジオパーク」「仁淀川」「ホビー館」「サイクリング観光」etc.
- その他可能性を秘めた観光資源＝よさこい、日曜市、まんが、文化、四万十川等の文化的景観、土佐和紙、フラフ、森林鉄道etc.
- 龍馬に象徴される土佐人の魅力と風土

効果的な広報・セールス活動の推進

- 7. 戦略的な観光プロモーションの展開**  
・これまでの博覧会で培った広報・セールス活動のノウハウを活かしながら、戦略的な活動を進める。  
(1) キャッチフレーズなどを用いたプロモーションの展開  
・博覧会という冠の無い中で、県内観光関係者の統一感を引き続き醸成していくため、「キャッチフレーズ」及び「統一ロゴ」などを掲げ、一元的に県外へ情報発信していく。  
(2) 話題性を高めるキャンペーンの実施  
・話題性や特別感のある地域限定、期間限定のキャンペーンを実施する。  
(3) ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開  
・旅行マーケットの動向を踏まえつつ、ターゲットに合わせた効果的な広報やセールス活動を展開する。  
(4) 全国規模の大会などの誘致活動の推進  
・多くの入込客が期待できる全国大会や教育旅行の誘致、また波及効果が期待できるプロスポーツやロケ誘致など、多様な誘致活動を進める。

国際観光の推進

- 8. 東アジアをターゲットとした外国人観光客の誘致**  
・各国のマーケット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る誘致活動を進めるとともに受入態勢の整備を図る。

## 高知県のスポーツツーリズムの推進について

### 1. 本県観光におけるスポーツツーリズムの位置づけ

- ・本県が根源的に抱えている地理的ハンディを克服していくためには、地理的な利便性よりも個人の嗜好が旅行動機に大きく影響を与えるスポーツツーリズムを推進することが有効である。
- ・さらに、スポーツツーリズムは、本県における冬場の温暖な気候を生かし、スポーツチーム誘致につなげることも期待できる。また、観光のオフシーズン対策にも資するものである。
- ・加えて、こうした取り組みは、県内スポーツの普及・振興や子供たちの健全育成にもつながるものである。
- ・そのため、これまで十分とは言えなかったスポーツツーリズムの推進を次期観光戦略の柱の一つに位置づけ、本県観光の底上げを図っていく。

### 2. スポーツツーリズムの現状と目指すべき姿

#### 【現状】

- ・これまでも合宿誘致やスポーツイベントの開催などの単発の取組は行ってきたが、イベントや合宿が少ない時期もあるなど、体系的な取組に至っていない。
- ・施設数が限られているため、集中する時期には受け入れが困難な場合もあり、その対応が十分に整理されていない上、施設整備の方針も定まっていない。
- ・プロ野球のキャンプの内容が、選手の体力づくりから実戦練習主体へと変わってきた変化に十分対応できていなかったことから、一部本県からキャンプ撤退の動きが出ている。

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
			ラグビー		コグウェイ四国	四万十川ウルトラマラソン 龍馬脱藩マラソン	カシオワールドオープン 中土佐町タッチエ コトライアスロン			プロサッカーキャンプ	高知マラソン	PRGR レディースカップ
						プロ野球 秋季 キャンプ				プロ野球 春季 キャンプ		
アマチュアスポーツ合宿(陸上 63 件、バレーボール 58 件、サッカー45 件、硬式野球 39 件、バスケットボール 31、件硬式テニス 22 件、バドミントン 20 件 など)												
10 件	28 件	14 件	44 件	119 件	20 件	12 件	8 件	14 件	22 件	33 件	99 件	

※H22 年実績

#### 【目指すべき姿】

- ・切れ目なく観光客が訪れるきっかけづくりとして何らかのスポーツイベントを年間を通じて開催し、地域に定着したイベントとして継続的に実施することにより、本県観光の底上げを目指す。

### 3. 今後の総合的な取組

- ・スポーツツーリズムについては、これまでもスポーツの大会や合宿の誘致などに取り組んできたが、今後さらに推進を図っていくためには、各スポーツ分野に共通して克服しなければならない課題がある。
- ・そのため、庁内にプロジェクトチーム(※1)を設置し、今後の施設整備や受入態勢の充実に向けた具体的な内容を検討する。

#### 【共通する課題】

- ①推進体制の強化 → 情報収集から人脈形成、誘致、受入、アフターケア、PRといったスポーツ誘致活動を戦略的に展開し、推進していくことができるコンベンション協会の体制の抜本強化を図る。
- ②施設整備 → スポーツツーリズムの推進に県内スポーツの振興や南海地震対策の視点も加え、優先順位をつけながら計画的に進めていく。
- ③受入態勢の充実 → スポーツ種別ごとに関係市町村や関係スポーツ団体との連携組織を設置し、競技者側の施設等に対するニーズの把握やプロスポーツキャンプ等における応援や地元の盛り上がりに向けた受入態勢の充実に図る。

・今後さらに検討を重ね、関係する団体や地域との協議をしながらこうした共通する課題に一つひとつ対応し、総合的に取組を進める。

#### ※1 プロジェクトチームメンバー

リーダー：観光振興部副部長

スタッフ：政策企画課企画監、財政課長、南海地震対策課長、観光政策課長、公園下水道課長、  
スポーツ健康教育課長、観光コンベンション協会スポーツ部長

(検討に当たっては、県内のスポーツ競技団体との意見交換も行いながら進めていく。)