

I 専門分野の成長戦略

観光分野

観光分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

高知県観光の取り組みとして、「つくる」「売る」「もてなす」のそれぞれの段階ごとに戦略目標を立て、観光振興に取り組んできました。「つくる」では、地域の核となる観光拠点の整備や、土佐の観光創生塾による旅行商品づくりを進めました。「売る」では、大河ドラマ「龍馬伝」の放送を追い風に、「土佐・龍馬であい博」をはじめ3つの博覧会の実施やセールス・プロモーション活動を進めました。「もてなす」では、おもてなしタクシーや、おもてなしトイレの推進による観光客の満足度向上、龍馬パスポートによる周遊促進とリピーター化に取り組みました。

これらの取り組みにより、計画策定前は300万人台前半であった県外観光客入込数が、2年連続で440万人を超えることができました。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、本県観光は大変厳しい状況に直面しているところですが、第4期計画の取り組みを通じて、落ち込んだ観光需要の早期回復を目指します。

② 第4期計画ver.4の取り組み

国内外の観光客に評価される観光地域づくりに向けて、以下の5つの戦略の柱の下、「自然」「歴史」「食」の観光基盤を整えることで、第4期計画の目標である観光総消費額1,288億円と460万人観光の実現を目指します。

柱1 戦略的な観光地域づくり

県全域に「自然」「歴史」「食」の観光基盤を広域単位で連動させる「外貨を稼ぐ」滞在型の観光地域づくりを推進し、中山間地域への国内外の観光客のさらなる誘客と滞在時間の延長、観光消費の拡大を目指します。また、観光客の移動経路や滞在時間などの分析データを活用した観光地域づくりの取り組みの強化や、SDGsの達成に寄与する観光商品の造成等に取り組むとともに、広域観光組織の体制及び機能強化や、自然・体験型観光基盤を生かしたツーリズムを推進します。

柱2 効果的なセールス&プロモーション

令和5年4月から放送される連続テレビ小説「らんまん」を県観光の振興に最大限に生かすために、観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」の開催、牧野博士ゆかりの地と連携したPR、女性誌やSNSを活用した全国への情報発信などを実施することで、全国からの誘客を図ります。

柱3 おもてなしの推進

バリアフリー観光のさらなる推進のため、バリアフリー観光の相談窓口を運営するほか、モニターツアーを実施し、誘客促進につなげるための情報発信を行います。また、観光案内所におけるコンシェルジュ機能を強化するとともに、宿泊施設においても、アドバイザー派遣等により、魅力向上の取り組みを支援することで、長期滞在につながる受入環境の整備を進めます。

柱4 国際観光の推進

台湾・香港など8つの重点国・地域に配置した海外セールス拠点などを活用し、外国人に訴求力の高い旅行商品づくりを継続するとともに、重点国・地域別のニーズ等を踏まえた効果的なプロモーションを行います。また、大阪・関西万博を見据え、関西圏を訪れる訪日客に向け、大阪観光局や関西エアポートと連携したセールス・プロモーションを行うとともに、四国4県が連携した四国周遊商品の造成や国際チャーター便の誘致などを進めます。

柱5 事業者の強化と観光人材の育成

「土佐の観光創生塾」を通じた地域の観光事業者の育成や広域の観光地域づくりをマネジメントできる人材の育成をはじめ、国内外の観光客におもてなしができる人材や観光ガイド団体の育成に引き続き取り組みます。また、観光客の移動経路や滞在時間などの分析データを、広域観光組織での観光地域づくりに活用するためのワークショップの開催や、SDGsの達成に寄与する観光商品の造成等にも取り組みます。

観光分野の施策の展開 ～世界に通用する「本物と出会う高知観光」の実現～

分野を代表する目標

観光総消費額 出発点(H30) 1,104億円 ⇒ 現状(R3) 699億円 ⇒ 4年後(R5) 1,288億円以上 ⇒ 10年後(R11) 1,410億円以上
県外観光客入込数 出発点(H30) 441万人 ⇒ 現状(R3) 267万人 ⇒ 4年後(R5) 460万人以上 ⇒ 10年後(R11) 470万人以上

【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

柱1 戦略的な観光地域づくり

(1) 中山間地域を中心に、地域の強みを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりの一層の推進

- ・ 県全域で広域を単位とする幅と厚みのある「外貨を稼ぐ」滞在型の観光地域づくりを推進
- 拡** ・ 草花スポットを中心に地域ならではの食、自然体験、観光資源を周遊できる仕組みづくり
- 拡** ・ 外貨を稼ぐための観光拠点整備と観光商品づくりの強化
- 拡** ・ デジタルデータ等の活用による滞在型観光プランの拡充・見直し
- ・ SDGsの達成に寄与する観光商品の造成

(2) 高知県観光コンベンション協会や広域観光組織の体制及び機能強化、並びに市町村・観光協会・地域DMOとの連携強化

- ・ 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を活用）
- ・ 地域観光事業者の4定条件の確保や事業継続をサポートする仕組みの構築
- ・ 観光庁登録DMO化への支援強化

(3) 関西圏からの誘客を図る観光地の磨き上げと「外貨を稼ぐ」仕組みづくり

- ・ 自然・体験型観光基盤を生かしたツーリズムの推進
（サステナブルツーリズム、Greenツーリズム、スポーツツーリズム、アドベンチャーツーリズム、ワーケーションの推進）
- ・ 県全域で広域を単位とする幅と厚みのある「外貨を稼ぐ」滞在型の観光地域づくりを推進（再掲）

柱4 国際観光の推進

〈1〉 海外セールス拠点等を活用した旅行商品の拡充

- 拡** ・ 万博と高知を結びつけた旅行商品づくり
- ・ 外貨を稼ぐための観光拠点整備と観光商品づくりの強化（再掲）

〈2〉 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出

- ・ 大阪観光局等と連携した旅行会社へのセールス及び新規市場の開拓

〈3〉 関西圏や四国他県と連携した周遊商品づくりの推進

- 拡** ・ 大阪を起点とした四国周遊ルートの拡充
- ・ 四国他県と連携した広域周遊商品づくりの推進

磨き上げた観光資源・商品
国内外の市場へ

**観光博覧会
「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」を通じた
観光振興**

【売る】PR・プロモーション

柱2 効果的なセールス&プロモーション

(1) 連続テレビ小説を生かしたプロモーションの強化

- 拡** ・ 観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」を通じたプロモーションやセールス活動の展開
- 拡** ・ 牧野博士ゆかりの地と連携したPR
- 拡** ・ 女性誌やSNSを活用した全国への情報発信

(2) 観光需要の回復を図る誘客施策の展開

- ・ 国の施策を活用した観光需要喚起策の展開

(3) サステナブルツーリズムの推進

- ・ 目指すべき観光地づくりのあり方の策定

(4) 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進

- ・ 関西圏を中心としたプロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致
- ・ 自然環境を生かしたスポーツ大会の開催促進及び県内各地のスポーツツーリズムの魅力を伝えるプロモーションの実施
- ・ 高知龍馬マラソンの開催

(5) 関西圏からのより一層の誘客を目指した高知観光の訴求

- ・ 関西の拠点での観光情報の発信
- ・ 関西圏を中心としたプロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致（再掲）
- 拡** ・ 牧野博士ゆかりの地と連携したPR（再掲）

“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

【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

(1) バリアフリー観光の推進

- ・ 相談窓口の設置とモニターツアー等の活用による情報発信

(3) 観光客の満足度をさらに高める受入環境整備

- ・ 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
- 拡** ・ 専門家による宿泊施設の魅力向上に向けたアドバイスと実践支援
- ・ 国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化

(4) 周遊促進やリピーター化のさらなる推進

- ・ 龍馬バスポートの実施
- ・ 県内の公共交通事業者と連携した二次交通利用促進
- 拡** ・ デジタルサイネージ、こうち旅ネットを活用した旬の情報の発信（再掲）

柱4 国際観光の推進

(2) こうち旅広場・各観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化

- 拡** ・ デジタルサイネージ、こうち旅ネットを活用した旬の情報の発信
- ・ 観光案内所間や事業者との連携強化



効果的な
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

〈4〉 インバウンド回復に向けた施策の展開

- 拡** ・ 重点国・地域別の誘客戦略に基づく本県観光の魅力を伝えるプロモーションの推進
- 拡** ・ 欧米豪をメインターゲットとした高付加価値旅行者の誘客

〈5〉 四国ツーリズム創造機構（広域連携DMO）を中心に四国他県と連携したセールス&プロモーションの展開

- ・ 広域周遊観光促進事業等による四国が一体となったセールスとプロモーションの実施

〈6〉 大阪・関西万博を見据えた施策の展開

- 拡** ・ 大阪観光局や関西エアポート等と連携した誘客プロモーションの実施
- 新** ・ 大阪観光局や関西エアポートとの共同によるマーケティングの実施

全体を下支え

柱5

事業体の強化と観光人材の育成

(1) 観光産業を支える事業体の強化と観光人材の育成・確保

- 拡** ・ 土佐の観光創生塾の継続・拡充
- ・ 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を活用）（再掲）

- ・ 地域観光事業者の4定条件の確保や事業継続をサポートする仕組みの構築（再掲）
- ・ 国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化（再掲）
- 拡** ・ デジタルデータ等の活用による滞在型観光プランの拡充・見直し（再掲）
- ・ SDGsの達成に寄与する観光商品の造成（再掲）

観光分野の体系図

分野の目指す姿	世界に通用する「本物と出会える高知観光」の実現			
分野を代表する目標	【観光総消費額】 出発点(H30)：1,104億円 ⇒ 現状(R3)：699億円 ⇒ 4年後(R5)：1,288億円以上 ⇒ 10年後(R11)：1,410億円以上	【県外観光客入込数】 出発点(H30)：441万人 ⇒ 現状(R3)：267万人 ⇒ 4年後(R5)：460万人以上 ⇒ 10年後(R11)：470万人以上		

の戦略	1 戦略的な観光地域づくり	2 効果的なセールス&プロモーション	3 おもてなしの推進	4 国際観光の推進	5 事業体の強化と観光人材の育成
-----	---------------	--------------------	------------	-----------	------------------

方戦略性	歴史・食・自然を運動させた滞在型の観光地域づくりの推進	観光博覧会を通じたプロモーションとセールス活動の展開	国内外からの観光客に対応した受入環境の充実	重点国・地域等の方々に向けての誘客プロモーションの展開	観光産業を支える事業体の強化と観光人材の育成・確保
戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> ・全国から誘客できる観光拠点の整備数(累計) ⑩8→④17→⑤18→⑪20以上 ※全国から誘客できる観光拠点入込数(累計) ①89万人→③72万人→⑤190万人以上 ・広域観光組織の体制強化数(観光庁登録DMOへの登録数)(累計) ⑩1→④5→⑤5→⑪6 	<ul style="list-style-type: none"> ・県外観光客入込数(年間) ⑩441万人→③267万人→⑤460万人以上→⑪470万人の定常化(再掲) ※全国から誘客できる観光拠点入込数(累計)(再掲) ①89万人→③72万人→⑤190万人以上 ・関西圏からの観光客入込数(年間) ①115万人→③75.6万人→⑤121万人以上 ・スポーツツーリズムの強化(県外からのスポーツによる入込客数)(年間) ⑩9.0万人→③1.1万人→⑤14.5万人→⑪17.5万人 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客満足度調査における「大変良い」、「良い」の回答の割合の増加(年間) 観光施設 ⑩79%→④86%→⑤85%→⑪86% 宿泊先 ⑩79%→④80%→⑤85%→⑪86% 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数(年間) ⑩7.9万人泊→③0.9万人泊→⑤8万人泊→⑪20万人泊 ・関西空港経由の外国人延べ宿泊者数(年間) ①3.2万人泊→③0.3万人泊→⑤3万人泊 	<ul style="list-style-type: none"> ・広域観光組織の体制強化数(観光庁登録DMOへの登録数)(累計) ⑩1→④5→⑤5→⑪6 (再掲)

取組方針・主な「具体的な取組み」	<p>(1) 中山間地域を中心に、地域の強みを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりの一層の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 県全域で広域を単位とする幅と厚みのある「外貨を稼ぐ」滞在型の観光地域づくりを推進 ◆ 【拡充】草花スポットを中心に地域ならではの食、自然体験、観光資源を周遊できる仕組みづくり ◆ 外貨を稼ぐための観光拠点整備と観光商品づくりの強化 ◆ 民間企業のノウハウを積極的に導入した観光地域づくり ◆ 【拡充】デジタルデータ等を活用による滞在型観光プランの拡充・見直し ◆ SDGsの達成に寄与する観光商品の造成 <p>(2) 高知県観光コンベンション協会や広域観光組織の体制及び機能強化、並びに市町村・観光協会・地域DMOとの連携強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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を活用) ◆ 地域観光事業者の4定条件の確保や事業継続をサポートする仕組みの構築 ◆ 観光庁登録DMO化への支援強化 <p>(3) 関西圏からの誘客を図る観光地の磨き上げと「外貨を稼ぐ」仕組みづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 自然・体験型観光基盤を生かしたツーリズムの推進 ◆ 県全域で広域を単位とする幅と厚みのある「外貨を稼ぐ」滞在型の観光地域づくりを推進(再掲) 	<p>(1) 連続テレビ小説を生かしたプロモーションの強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」を通じたプロモーションやセールス活動の展開 ◆ 【拡充】牧野博士ゆかりの地と連携したPR ◆ 【拡充】女性誌やSNSを活用した全国への情報発信 <p>(2) 観光需要の回復を図る誘客施策の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 国の施策を活用した観光需要喚起策の展開 <p>(3) サステナブルツーリズムの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 目指すべき観光地づくりのあり方の策定 <p>(4) 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 関西圏を中心としたプロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致 ◆ 自然環境を生かしたスポーツ大会の開催促進及び県内各地のスポーツツーリズムの魅力伝えるプロモーションの実施 ◆ 高知龍馬マラソンの開催 <p>(5) 関西圏からのより一層の誘客を目指した高知観光の訴求</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 関西の拠点での観光情報の発信 ◆ 関西圏を中心としたプロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致(再掲) ◆ 【拡充】観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」を通じたプロモーションやセールス活動の展開(再掲) ◆ 【拡充】牧野博士ゆかりの地と連携したPR(再掲) ◆ 【拡充】女性誌やSNSを活用した全国への情報発信(再掲) 	<p>(1) バリアフリー観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 相談窓口の設置とモニターツアー等の活用による情報発信 <p>(2) こうち旅広場・各観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】デジタルサイネージ、こうち旅ネットを活用した句の情報の発信 ◆ 観光案内所間や事業者との連携強化 <p>(3) 観光客の満足度をさらに高める受入環境整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 ◆ 【拡充】専門家による宿泊施設の魅力向上に向けたアドバイスと実践支援 ◆ 国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化 <p>(4) 周遊促進やリピーター化のさらなる推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 龍馬パスポートの実施 ◆ 県内の公共交通事業者と連携した二次交通利用促進 ◆ 【拡充】デジタルサイネージ、こうち旅ネットを活用した句の情報の発信(再掲) 	<p>(1) 海外セールス拠点等を活用した旅行商品の拡充</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】万博と高知を結びつけた旅行商品づくり ◆ 外貨を稼ぐための観光拠点整備と観光商品づくりの強化(再掲) <p>(2) 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 大阪観光局等と連携した旅行会社へのセールス及び新規市場の開拓 <p>(3) 関西圏や四国他県と連携した周遊商品づくりの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】大阪を起点とした四国周遊ルートの拡充 ◆ 四国他県と連携した広域周遊商品づくりの推進 ◆ 広域周遊観光の促進 ◆ 首都圏・関西圏の国際空港利用者等への情報発信の強化 <p>(4) インバウンド回復に向けた施策の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】重点国・地域別の誘客戦略に基づく本県観光の魅力伝えるプロモーションの推進 ◆ 【拡充】欧米豪をメインターゲットとした高付加価値旅行者の誘客 ◆ オンライン旅行会社(OTA)を活用したプロモーション <p>(5) 四国ツーリズム創造機構(広域連携DMO)を中心に四国他県と連携したセールス&プロモーションの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 広域周遊観光促進事業等による四国が一体となったセールスとプロモーションの実施 	<p>(1) 観光産業を支える事業体の強化と観光人材の育成・確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】土佐の観光創生塾の継続・拡充 ◆ 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を活用)(再掲) ◆ 地域観光事業者の4定条件の確保や事業継続をサポートする仕組みの構築(再掲) ◆ 国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化(再掲) ◆ 【拡充】デジタルデータ等を活用による滞在型観光プランの拡充・見直し(再掲) ◆ SDGsの達成に寄与する観光商品の造成(再掲) <p>(6) 大阪・関西万博を見据えた施策の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】重点国・地域別の誘客戦略に基づく本県観光の魅力伝えるプロモーションの推進(再掲) ◆ 【拡充】万博と高知を結びつけた旅行商品づくり(再掲) ◆ 【拡充】大阪観光局や関西エアポート等と連携した誘客プロモーションの実施 ◆ 【新規】大阪観光局や関西エアポートとの共同によるマーケティングの実施
------------------	--	---	--	---	---

分野	観光分野
戦略の柱	1 戦略的な観光地域づくり

No.	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題	具体的な取り組み	取り組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(R5)
1	中山間地域を中心に、地域の強みを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりの一層の推進	<p>○ 「志国高知 幕末維新博」自然&体験キャンペン」を通じて、県内の歴史文化施設や自然体験型の観光拠点を中心に、将来にわたって活用できる観光基盤整備を行った</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国から誘客できる観光拠点の整備数: 17ヶ所(H24～R4) ・自然・体験をテーマにした自然景観、体験滞在型観光施設、体験プログラムの整備等: 141件(H30～R4) <p>○ 地域の周遊促進や観光消費額の拡大を図るため、市町村等が主体となり、磨き上げた観光資源を中核に、地域の食や自然体験などが一体となった周遊計画等を整備した</p> <ul style="list-style-type: none"> ・周遊コースの整備数: 15ヶ所(H27～H30) ・市町村観光周遊促進計画の作成: 13件(R3～R4) <p>○ 市町村の持つ施設や遊休資産と県内における観光開発の意向がある民間企業を結びつける機会を確保し、事業化に向けた支援を行った</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民間企業のノウハウを導入した観光拠点の整備数: 13件(H30～R4) <p>○ 土佐の観光創生塾(観光地域づくりコース)により、地域コーディネーターを配置し、広域観光組織の滞在型観光プラン策定を支援した</p> <ul style="list-style-type: none"> ・支援した広域観光組織数: 6広域(R2～R4) ・滞在型観光プラン策定件数: 6件(R2～R4) <p>○ 広域観光組織等と連携し、デジタルデータを活用した観光地域づくりの取り組みを実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・デジタルデータ分析ツールの導入(R4) ・基礎力養成ワークショップ、実証事業(R4) 	<p>○ 中山間地域の観光資源を生かした「外貨を稼ぐ」観光事業の創出と周遊のための仕組みづくりが必要</p> <p>○ 付加価値の高い観光事業のさらなる創出を促進するため、より一層、民間活力の導入が必要</p> <p>○ 土佐の観光創生塾などを通じた、地域事業者の人材育成と観光商品の創出や磨き上げが必要</p> <p>○ 観光客のニーズに対応するため、多様な滞在型観光プランづくりが必要</p> <p>○ 広域観光組織の取り組みにおける、マーケティングに基づくPDCAサイクルの強化が必要</p> <p>○ 広域観光組織等においてデジタルデータ活用による実証事業を重ね、実効性のある取組につなげることが必要</p> <p>○ 新たな旅行ニーズに対応するため、高知の強みであるサステナブルな観光素材を生かした観光商品づくりが必要</p>	<p>【観01】 ◆県全域で広域を単位とする幅と厚みのある「外貨を稼ぐ」滞在型の観光地域づくりを推進</p> <p>【観02】 ◆草花スポットを中心に地域ならではの食、自然体験、観光資源を周遊できる仕組みづくり(R5拡充)</p> <p>【観03】 ◆外貨を稼ぐための観光拠点整備と観光商品づくりの強化</p> <p>【観04】 ◆民間企業のノウハウを積極的に導入した観光地域づくり</p> <p>【観05】 ◆デジタルデータ等の活用による滞在型観光プランの拡充・見直し(R5拡充)</p> <p>【観06】 ◆SDGsの達成に寄与する観光商品の造成</p>	<p>①地域連携DMO(広域観光組織等)が主体となった市町村をまたがる滞在型観光プランづくり</p> <p>【R2～R3】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県地域観光課: 土佐の観光創生塾(観光地域づくりコース)による、広域観光組織が中心となった滞在型観光プランの策定を支援 <p>【R4～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県地域観光課: 広域観光組織が滞在型観光プランに基づき、デジタルデータ等を活用した観光施策の企画・実践への支援(企画立案ワークショップの開催、滞在型観光プランに沿った実証事業等) <p>①自然・体験型観光資源の磨き上げ【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県地域観光課: 観光振興推進総合支援事業費補助金等による観光施設や体験プログラムの整備への支援。自然・体験と歴史や食が一体となった周遊コースづくりに対する、市町村等へのアドバイザー派遣や財政的支援 ・県地域観光課: 観光博覧会「牧野博士の新月日」にあわせて、地域の草花スポット及び草花ガイドプランの磨き上げを支援 <p>①観光拠点の整備【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県地域観光課: 所管課と連携した県立施設の整備や磨き上げの継続。観光振興推進総合支援事業費補助金等による、全国からの誘客につながる広域観光の核となる拠点整備の取り組み支援 <p>①市町村物件と民間企業とのマッチング機会の拡大【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県地域観光課: 観光振興推進総合支援事業費補助金等による、全国的なブランド力や独特のノウハウを持つ企業の監修等による整備への取り組み支援。展示会出展等による連携候補企業の発掘や民間企業への個別セールス、現地視察の実施。市町村へのアドバイザー派遣や民間企業と市町村をつなぐ相談会等の開催 <p>①デジタルデータの活用による観光施策の実効性の向上【R4～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県地域観光課: 携帯電話の位置情報等のデジタルデータを活用し、観光客の発地や周遊動向等を分析するツールを導入。ワークショップ等の開催により、分析結果を活用した広域観光組織等での効果検証や事業化等を支援 ・県地域観光課: デジタルデータ等を活用し、周遊促進、滞在時間延長に向けた実証事業を繰り返し行うことにより、観光施策の実効性を高めるとともに、観光地域づくりを担う人材を育成。 <p>⇒ 別図<観01>参照(P131)</p> <p>①サステナブルツーリズムを意識した観光商品づくりの支援【R4～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県地域観光課: モニターツアーの実施やセールス支援等による、サステナブルな旅行ニーズに対応する観光商品の造成を支援 	<p><市町村をまたがる滞在型観光プランに基づく取組数(累計)></p> <p>—</p> <p>↓</p> <p>取組12件(R2～R4)</p> <p>↓</p> <p>取組16件(R2～R5)</p> <p><自然・体験をテーマにした自然景観、体験滞在型観光施設、体験プログラムの整備等(累計)></p> <p>>46ヶ所(H30～R元)</p> <p>↓</p> <p>141ヶ所(H30～R4)</p> <p>↓</p> <p>70ヶ所以上(H30～R5)</p> <p><全国から誘客できる観光拠点の整備数(累計)></p> <p>>12ヶ所(H24～R元)</p> <p>↓</p> <p>17ヶ所(H24～R4)</p> <p>↓</p> <p>18ヶ所以上(H24～R5)</p> <p><観光拠点入込数></p> <p>>89万人(R元)</p> <p>↓</p> <p>72万人(R3)</p> <p>↓</p> <p>190万人(R5)</p> <p><民間企業のノウハウを導入した観光拠点の整備数(累計)></p> <p>>1件(H30)</p> <p>↓</p> <p>13件(H30～R4)</p> <p>↓</p> <p>13件(H30～R5)</p> <p><デジタル技術を活用した広域観光組織数></p> <p>—</p> <p>↓</p> <p>6組織(R4)</p> <p>↓</p> <p>6組織(R4～R5)</p> <p><サステナブルツーリズムを意識した観光商品の造成数></p> <p>—</p> <p>↓</p> <p>3商品(R4)</p> <p>↓</p> <p>6商品(R4～R5)</p>

分野	観光分野
戦略の柱	1 戦略的な観光地域づくり

No.	取組方針	これまでの取組みと成果	課題	具体的な取組み	取組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値 (R5)
2	高知県観光コンベンション協会や広域観光組織の体制及び機能強化、並びに市町村・観光協会・地域DMOとの連携強化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 県内6ブロックに広域観光組織が設置され、官民の連携による周遊ルートの形成と情報発信やセールス活動が強化され、旅行商品化につながった ○ 地域博覧会の開催などを通じて、各組織の実情に応じた機能強化や体制整備への支援を継続することで、広域的な観光地づくりを推進してきた・広域観光組織の法人化 R4:6ヶ所(うち、登録DMO:5) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 各組織の熟度に応じた観光庁の登録DMO化に向けた機能強化が必要 ○ 「外貨を稼ぐ」観光地域づくりをマネジメントできる体制強化が必要 ○ 市町村や観光協会の戦略に基づく観光資源や事業を組み込んだ滞在型観光プランづくりの取組みが必要 ○ 地域の事業者へのきめ細かなサポートが必要 	<p>【観07】 ◆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を活用)</p> <p>【観08】 ◆地域観光事業者の4定条件の確保や事業継続をサポートする仕組みの構築</p> <p>【観09】 ◆観光庁登録DMO化への支援強化</p>	<p>①広域観光組織の総合的な支援 【R2～R4】 ・県地域観光課:地域観光コーディネーターの配置による、広域観光組織のステージに応じた事業展開支援 【R2～R5】 ・県地域観光課:広域観光推進事業費補助金による、広域観光組織の機能強化や周遊観光の推進などの支援 ・県地域観光課:広域観光組織(登録DMO又は候補DMO)へのマーケティング及びマネジメント専任人材の配置(地域おこし協力隊制度の活用)</p> <p>①広域観光組織の広域観光振興計画等に基づく事業展開の支援【R2～R5】 ・県地域観光課:地域観光コーディネーターの配置による広域観光組織の広域観光振興計画等に基づく事業展開への支援。土佐の観光創生塾による観光商品の造成・磨き上げと販売への支援。事業者のニーズに応じた個別アドバイザー派遣</p> <p>①広域観光組織の総合的な支援【R2～R5】 ・県地域観光課:広域観光組織(登録DMO又は候補DMO)へのマーケティング及びマネジメント専任人材の配置(地域おこし協力隊制度の活用)。広域観光組織の個別フォローを通じて職員のマネジメント力等のスキルアップを支援</p>	<p><広域観光組織の法人化数(累計)> 4ヶ所(H22～H30) ↓ 6ヶ所(H22～R4) ↓ 6ヶ所(H22～R5)</p> <p><地域コーディネーターの配置エリア数(年間)> 広域6エリア(H30) ↓ 広域6エリア(R4) ↓ 広域6エリア(R5)</p> <p><広域観光組織のマネジメント専任人材の配置人数> — ↓ 4人(R2～R4) ↓ 5人(R2～R5)</p>
3	関西圏からの誘客を図る観光地の磨き上げと「外貨を稼ぐ」仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> ○ ワークーションの特設サイトを立ち上げ、県内のワークーション受入施設を紹介(86施設) ○ 県内のグリーンツーリズム(農泊)の魅力を発信するデジタルパンフレットを作成し公開、先進地事例を用いたセミナーを開催 ○ みどりのプロジェクトと関西大学と連携し「みどりの学習旅行」プログラムづくりモニターツアー(高幡地域)を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 関西圏から企業やスポーツ関係団体等の受入に必要な観光素材の磨き上げが必要 ○ 関西圏からの誘客を促進する、魅力ある旅行商品の磨き上げが必要 ○ 関西圏からの教育旅行を誘致するため、教育旅行素材の更なる磨き上げが必要 	<p>【観10】 ◆自然・体験型観光基盤を生かしたツーリズムの推進(サステナブルツーリズム、Greenツーリズム、スポーツツーリズム、アドベンチャーツーリズム、ワークーションの推進)</p>	<p>①本県が有する自然・体験観光基盤を活かし、新しい旅行ニーズに対応したツーリズムを推進 【R2～R4】 ・県地域観光課:おもてなし旅館ホテル等環境整備緊急支援事業費補助金等での宿泊・ホテル等のワークーション受入環境整備の支援 ・県地域観光課:Greenツーリズムを推進するための先進事例セミナー等の開催やパンフレットの作成 【R2～R5】 ・県地域観光課:アドベンチャーツーリズムのコースの磨き上げ ・県スポーツ課:自然環境を生かしたスポーツ大会の開催促進及び県内各地のスポーツツーリズムの魅力を伝えるプロモーションの実施</p>	<p><ワークーション受入環境整備(累計)> — ↓ 51件(R3～R4) ↓ 30件(R3～R5)</p>

分野	観光分野
戦略の柱	1 戦略的な観光地域づくり

No.	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題	具体的な取り組み	取り組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(R5)
3	関西圏からの誘客を図る観光地の磨き上げと「外貨を稼ぐ」仕組みづくり	<p>(再掲)</p> <p>○「志国高知 幕末維新博」自然&体験キャンペーンを通じて、県内の歴史文化施設や自然体験型の観光拠点を中心に、将来にわたって活用できる観光基盤整備を行った</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国から誘客できる観光拠点の整備数:17ヶ所(H24～R4) ・自然・体験をテーマにした自然景観、体験滞在型観光施設、体験プログラムの整備等:141件(H30～R4) <p>○地域の周遊促進や観光消費額の拡大を図るため、市町村等が主体となり、磨き上げた観光資源を中核に、地域の食や自然体験などが一体となった周遊計画等を整備した</p> <ul style="list-style-type: none"> ・周遊コースの整備数:15ヶ所(H27～H30) ・市町村観光周遊促進計画の作成:13件(R3～R4) <p>○市町村の持つ施設や遊休資産と県内における観光開発の意向がある民間企業を結びつける機会を確保し、事業化に向けた支援を行った</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民間企業のノウハウを導入した観光拠点の整備数:13件(H30～R4) <p>○土佐の観光創生塾(観光地域づくりコース)により、地域コーディネーターを配置し、広域観光組織の滞在型観光プラン策定を支援した</p> <ul style="list-style-type: none"> ・支援した広域観光組織数:6広域(R2～R3) ・滞在型観光プラン策定件数:6件(R2～R3) 	<p>(再掲)</p> <p>○中山間地域の観光資源を生かした「外貨を稼ぐ」観光事業の創出と周遊のための仕組みづくりが必要</p> <p>○付加価値の高い観光事業のさらなる創出を促進するため、より一層、民間活力の導入が必要</p> <p>○土佐の観光創生塾などを通じた、地域事業者の人材育成と観光商品の創出や磨き上げが必要</p> <p>○観光客のニーズに対応するため、多様な滞在型観光プランづくりが必要</p>	<p>(再掲)</p> <p>【観01】</p> <p>◆県全域で広域を単位とする幅と厚みのある「外貨を稼ぐ」滞在型の観光地域づくりを推進</p> <p>(再掲)</p> <p>【観02】</p> <p>◆草花スポットを中心に地域ならではの食、自然体験、観光資源を周遊できる仕組みづくり(R5拡充)</p> <p>(再掲)</p> <p>【観03】</p> <p>◆外貨を稼ぐための観光拠点整備と観光商品づくりの強化</p> <p>(再掲)</p> <p>【観04】</p> <p>◆民間企業のノウハウを積極的に導入した観光地域づくり</p> <p>(再掲)</p> <p>【観29】</p> <p>◆大阪観光局等と連携した旅行社へのセールス及び新規市場の開拓</p>	<p>(再掲)</p> <p>①地域連携DMO(広域観光組織等)が主体となった市町村をまたがる滞在型観光プランづくり</p> <p>【R2～R3】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県地域観光課:土佐の観光創生塾(観光地域づくりコース)による、広域観光組織が中心となった滞在型観光プランの策定を支援 <p>【R4～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県地域観光課:広域観光組織が滞在型観光プランに基づき、デジタルデータ等を活用した観光施策の企画・実践への支援(企画立案ワークショップの開催、滞在型観光プランに沿った実証事業等) <p>(再掲)</p> <p>①自然・体験型観光資源の磨き上げ【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県地域観光課:観光振興推進総合支援事業費補助金等による観光施設や体験プログラムの整備への支援。自然・体験と歴史や食が一体となった周遊コースづくりに対する、市町村等へのアドバイザー派遣や財政的支援 ・県地域観光課:観光博覧会「牧野博士の新休日」にあわせた、地域の草花スポット及び草花ガイドプランの磨き上げを支援 <p>(再掲)</p> <p>①観光拠点の整備【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県地域観光課:所管課と連携した県立施設の整備や磨き上げの継続。観光振興推進総合支援事業費補助金等による、全国からの誘客につながる広域観光の核となる拠点整備の取り組み支援 <p>(再掲)</p> <p>①市町村物件と民間企業とのマッチング機会の拡大【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県地域観光課:観光振興推進総合支援事業費補助金等による、全国的なブランド力や独特のノウハウを持つ企業の監修等による整備への取り組み支援。展示会出展等による連携候補企業の発掘や民間企業への個別セールス、現地視察の実施。市町村へのアドバイザー派遣や民間企業と市町村をつなぐ相談会等の開催 <p>(再掲)</p> <p>①関西国際空港と高知を結ぶ旅行商品の開発【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会:海外セールス拠点等を活用し関西国際空港を利用する旅行商品の造成を行い、本県への外国人観光客の誘致拡大を図る <p>②新規市場の開拓【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会:大阪観光局等と連携し、新たな市場(ベトナム、マレーシア、インドネシア等)へのセールス活動を展開する 	<p>(再掲)</p> <p><市町村をまたがる滞在型観光プランに基づく取組数(累計)></p> <p>↓</p> <p>取組12件(R2～R4)</p> <p>↓</p> <p>取組16件(R2～R5)</p> <p>(再掲)</p> <p><自然・体験をテーマにした自然景観、体験滞在型観光施設、体験プログラムの整備等(累計)></p> <p>↓</p> <p>46ヶ所(H30～R元)</p> <p>↓</p> <p>141ヶ所(H30～R4)</p> <p>↓</p> <p>70ヶ所以上(H30～R5)</p> <p>(再掲)</p> <p><全国から誘客できる観光拠点の整備数(累計)></p> <p>↓</p> <p>12ヶ所(H24～R元)</p> <p>↓</p> <p>17ヶ所(H24～R4)</p> <p>↓</p> <p>18ヶ所以上(H24～R5)</p> <p><観光拠点入込数></p> <p>↓</p> <p>89万人(R元)</p> <p>↓</p> <p>72万人(R3)</p> <p>↓</p> <p>190万人(R5)</p> <p>(再掲)</p> <p><民間企業のノウハウを導入した観光拠点の整備数(累計)></p> <p>↓</p> <p>1件(H30)</p> <p>↓</p> <p>13件(H30～R4)</p> <p>↓</p> <p>13件(H30～R5)</p> <p>(再掲)</p> <p><関西発着の外国人向け旅行商品造成数(年間)></p> <p>↓</p> <p>25商品(H30)</p> <p>↓</p> <p>22商品(R3)</p> <p>↓</p> <p>100商品(R5)</p>

分野	観光分野
戦略の柱	2 効果的なセールス&プロモーション

No.	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題	具体的な取り組み	取り組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(R5)
1	連続テレビ小説を生かしたプロモーションの強化	<p>○ これまで整えてきた「自然」「歴史」「食」の観光基盤をフル活用した観光キャンペーン「リョーマの休日」を展開し、中山間地域やインバウンド観光の振興を目指して、特設ウェブサイトやSNSを活用した情報発信を実施</p> <p>○ 首都圏等のマスメディアやSNSを活用した情報発信を継続した結果、本県の露出が拡大し、首都圏をはじめとする新たな観光客の誘致に結びついた ・マスメディア等の媒体での露出件数:502件(R3)</p> <p>○ 旅行会社への観光説明会を積極的に開催するとともに、旅行商品を造成する拠点都市の旅行会社に個別訪問セールスを展開し、誘客を促進した</p>	<p>○ マーケットのニーズの変化への対応が必要</p> <p>○ ウィズコロナ、アフターコロナで伸びしろが期待される分野の取り組み強化が必要</p> <p>○ 全国的な時流やトレンドを先読みするとともに、多様化する旅行動機に応える個人向けプロモーションの確立が必要</p> <p>○ 連続テレビ小説を観光の振興に最大限に生かす必要がある</p>	<p>【観11】 ◆観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」を通じたプロモーションやセールス活動の展開(R5拡充)</p>	<p>①キャンペーンの展開 【R2】 ・高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会(事務局:県観光政策課内):関係者の協働によりR3年3月末まで「自然&体験キャンペーン」2ndシーズンの展開を行う 【R3】 ・リョーマの休日キャンペーン推進委員会(事務局:県観光政策課内):関係者の協働によりR4年3月末まで観光キャンペーン「リョーマの休日」の展開を行う 【R4】 ・リョーマの休日キャンペーン推進委員会(事務局:県観光政策課内):関係者の協働によりR5年3月末まで「食」を前面に出した観光キャンペーン「リョーマの休日」の展開を行う 【R5】 ・連続テレビ小説を生かした博覧会推進協議会(事務局:県観光政策課内):関係者の協働により連続テレビ小説を生かしたプロモーションの展開を行う</p> <p>②旅行会社向けのセールス活動 【R2】 ・県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:キャンペーンの展開などに合わせた適切なセールス活動の実施やコンベンション等(MICE)の誘致活動の実施。旅行会社の種別に合わせた販促活動の提案。時機を捉えた効果的な誘客プロモーションの実施 【R3】 ・県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:キャンペーンの展開などに合わせた適切なセールス活動の実施やコンベンション等(MICE、ワーケーション)の誘致活動の実施。旅行会社の種別に合わせた販促活動の提案。時機を捉えた効果的な誘客プロモーションの実施 【R4】 ・県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:キャンペーンの展開などに合わせた適切なセールス活動の実施やコンベンション等(MICE、ワーケーション)の誘致活動の実施。旅行会社の種別に合わせた販促活動の提案。サステナブルを切り口とした観光プロモーションの実施 【R5】 ・県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:連続テレビ小説などに合わせた適切なセールス活動の実施やコンベンション等(MICE、ワーケーション)の誘致活動の実施。旅行会社の種別に合わせた販促活動の提案。サステナブルを切り口とした観光プロモーションの実施</p> <p>③次年度キャンペーン等の検討 【R2】 ・県観光政策課:「自然&体験キャンペーン」の検証とR3以降の観光キャンペーン等の検討 【R3】 ・県観光政策課:「自然&体験キャンペーン」及び「リョーマの休日キャンペーン」の検証とR4以降の観光キャンペーン等の検討 【R4】 ・県観光政策課:「食」を前面に出した観光キャンペーン「リョーマの休日」の検証とR5以降の観光キャンペーン等の検討 【R5】 ・県観光政策課:連続テレビ小説を生かした観光振興の検証とR6以降の観光キャンペーン等の検討</p>	<p><特設ウェブサイトのアクセス数(年間)> 75万PV(R元) ↓ 60万PV(R4) ↓ 170万PV(R5)</p>
				<p>【観12】 ◆牧野博士のゆかりの地と連携したPR(R5拡充)</p>	<p>①首都圏等でのパブリシティ活動の推進 【R2～R5】 ・県観光政策課: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等による高知県の露出拡大 【R5】 ・県観光政策課:牧野博士ゆかりの地である練馬区、神戸市と連携したPRを実施 ⇒ 別図<観02>参照(P132)</p>	<p><マスメディア等の媒体での露出件数(年間)> 568件(H30) ↓ 502件(R3) ↓ 650件(R5)</p>
				<p>【観13】 ◆女性誌やSNSを活用した全国への情報発信(R5拡充)</p>	<p>①プロモーション活動 【R2～R4】 ・県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:県内外のプロモーション活動の実施 【R4】 ・県観光政策課:季節ごとに観光素材を活用した周遊キャンペーンを実施 【R5】 ・県観光政策課:女性誌やSNSを活用した全国への情報発信 ⇒ 別図<観02>参照(P132)</p>	<p><特設ウェブサイトのアクセス数(年間)> 75万PV(R元) ↓ 60万PV(R4) ↓ 170万PV(R5)</p>

分野	観光分野
戦略の柱	2 効果的なセールス&プロモーション

No.	取組方針	これまでの取組みと成果	課題	具体的な取組み	取組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(R5)
2	観光需要の回復を図る誘客施策の展開	<p>○ 高知でお泊まりキャンペーン<高知家応援プロジェクト> 【実施内容】 オンライン旅行会社を通じた宿泊予約をされる方を対象に、宿泊割引クーポンを発行 【進捗状況】 R2.6.12～R2.8.31(中四国編はR2.7.31) (県内編) 150枚発行 / 150枚(完売) (中四国編) 498枚発行 / 674枚(残176枚) (全国編) 5,388枚発行 / 5,399枚(残11枚)</p> <p>○ 高知でお泊まりキャンペーン(プレゼント型/クーポン型)<高知家応援プロジェクト> 【実施内容】 ・プレゼント型: 県民の方向けに宿泊ギフト券の抽選を実施対象者数: 5,000名 応募期間: R3.2.20(土)～2.28(日) 宿泊利用期間: R3.3.8(月)～4.28(水)(4.29チェックアウト) ・クーポン型: オンライン旅行会社を通じた宿泊予約をされる県民の方を対象に、宿泊割引クーポンを発行 発行予定数: 約600枚(1,000人分) 対象期間: R3.3.8(月)～3.21(日)(3.22チェックアウト) ※感染状況を見た上で、誘客範囲を広げること検討</p> <p>○ 高知観光トク割キャンペーン ・県民割・ブロック割(R3.4.29～R4.10.10) ブロック県在住者に対し、旅行・宿泊代金最大50%割引(上限5,000円)と「おもてなしクーポン」を配布 利用実績: 約39.9万人 ・全国旅行支援(R4.10.10～R4.12.27、R5.1.10～5.3.31) 日本国内在住者に対し、旅行・宿泊料金最大40(20)%割引(上限5,000円(3,000円)、交通を含み宿泊を伴う旅行商品についても助成、「おもてなしクーポン」を配布)</p> <p>○ 高知観光リカバリーキャンペーン(交通費用助成事業)<高知家応援プロジェクト> 【実施内容】 県内での宿泊を伴う旅行代金のうち、交通費用の一部を助成(最大5,000円/人(台)) 【進捗状況】 対象期間: R2.7.22～R5.1.31の宿泊 申請件数 約169,000人(台)、助成金申請額 830,935千円(R4.2.18時点)R5.4.20項目処に更新</p>	<p>○ 新型コロナウイルス感染症による観光需要の長期的な落ち込み</p>	<p>【観14】 ◆国の施策を活用した観光需要喚起策の展開</p>	<p>①観光リカバリーキャンペーン(交通費用助成)の展開【R2～R4】 ・県観光政策課: 県内での宿泊を伴う旅行代金のうち、交通費用の一部を助成(最大5,000円/人(台))</p> <p>②高知観光トク割キャンペーンの展開【R3～R5】 ・県観光政策課: 県内旅行について、旅行・宿泊代金の割引やクーポン配布</p>	<p><観光リカバリーキャンペーンの助成件数(累計)> ↓ 168,832件(R2～R3) ↓ 400,000件(R2～R4)</p>
3	サステナブルツーリズムの推進	<p>○ サステナブルな観光素材に関するヒアリング調査を実施</p>	<p>○ サステナブルツーリズムに関する取り組みについて、県全域での官民一体となった取り組みが必要</p> <p>○ 県外に向けた情報発信が必要</p>	<p>【観15】 ◆目指すべき観光地づくりのあり方の策定</p>	<p>①県内の観光素材の調査【R4】 ・県観光政策課: 県内の観光素材についてのヒアリング調査を実施し、サステナブルな要素を抽出し、高知の観光素材がサステナブルであることを可視化する冊子の作成や、SNSを通じた情報発信を実施</p> <p>②観光地づくりのあり方の策定【R5】 ・県観光政策課: サステナブルツーリズムの考え方に基づいた、今後の高知県の目指すべき観光地づくりのあり方を策定</p>	<p><目指すべき観光地づくりのあり方の策定(年間)> ↓ ↓ ↓ 目指すべき観光地づくりのあり方を策定(R5)</p>

分野	観光分野
戦略の柱	2 効果的なセールス&プロモーション

No.	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題	具体的な取り組み	取り組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値 (R5)
4	自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> ○ 県、(公財)高知県観光コンベンション協会、市町村、競技団体等が連携を密にし、大学、社会人等のアマチュアスポーツの合宿・大会誘致を強化する スポーツ大会助成金を活用した誘致(H26～R4): 延べ176,061人泊 ○ 県推奨サイクリングコースの情報発信の強化、サイクリング環境の整備、サイクリングイベントの開催支援等を行う ・県推奨サイクリングコース「ぐるっと高知サイクリングロード」を県内全域に43コース設定 ・「こうちサイクルオアシス」を85カ所設置 ・ブルーライン及びフットサインを県内全域に整備完了 ・「サイクリングアイランド四国」における4県連携事業の実施 ○ 県外からの誘客を図るため、本県の強みである自然環境を生かしたイベントの開催支援を行う ・新設イベント開催による県外観客数の増加 ○ 高知龍馬マラソンの開催を通じて、県民のスポーツや健康への関心を高めるとともに、安心・安全な大会運営や魅力的な大会づくりを行う ・県内外出走者(R4年度) 6,998人 ・経済波及効果 (R元年度) : 479,470千円 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 合宿助成金を有効に活用できるよう、地域や競技毎の特性を捉えたターゲットへのアプローチが必要 ○ PRを含めたサイクリング環境整備の更なる磨き上げ ○ 地域の特性を生かした魅力あるスポーツイベント大会の開催促進が必要(各市町村、競技団体、事務局へのスポーツ大会支援事業助成金の更なる周知) ○ 全国的な時流やトレンドを先読みするとともに、多様化する旅行動機に応える個人向けプロモーションの確立が必要 ○ 高知龍馬マラソンに関して、大会規模の拡大に応じた受入体制の強化 	<p>【観16】 ◆関西圏を中心としたプロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致</p> <p>【観17】 ◆自然環境を生かしたスポーツ大会の開催促進及び県内各地のスポーツツーリズムの魅力を伝えるプロモーションの実施</p> <p>【観18】 ◆高知龍馬マラソンの開催</p>	<p>①大学、社会人等のアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致【R2～R5】 ・県スポーツ課、(公財)高知県観光コンベンション協会:市町村、競技団体等と連携を密にし、関西との経済連携強化を通じた誘致を戦略的に行う。春野総合運動公園や土佐西南大規模公園のほか県内のスポーツ施設を幅広く活用し、大学、社会人等のアマチュアスポーツの合宿・大会誘致を強化する。県内の競技力向上を狙った県外強豪校やチームの合宿・大会誘致に取り組む</p> <p>①サイクリングツーリズムの取り組み強化【R2～R5】 ・県スポーツ課、(公財)高知県観光コンベンション協会:県推奨サイクリングコースのウェブサイトによるPR、コースマップの配布及びプロモーション動画の放映に加え、台湾などから誘客を図るための外国語版マップも配布するなど、国内・外への情報発信の取り組みを強化する ・県スポーツ課、土木部、国土交通省等:安全かつ快適にサイクリングを楽しんでいただくため、関係機関が連携してサイクリング環境の整備に向けた取り組みを行う ・県スポーツ課、(公財)高知県観光コンベンション協会:サイクリストが高知で走るきっかけとするため、サイクリングイベントの開催を支援する 【R4～R5】 ・県スポーツ課:開催地の市町村、ジャパンサイクルリーグ及び関係機関と連携し、県内でのプロサイクルリーグの公式戦を開催する</p> <p>②自然環境を生かしたイベントの立上げ、継続開催、拡充【R2～R5】 ・県スポーツ課、(公財)高知県観光コンベンション協会:県外からの誘客を図るため、本県の強みである自然環境を生かしたイベントの立上げなどの開催を支援する</p> <p>③スポーツツーリズムのコンテンツの発掘、プロモーションの実施【R3～R5】 ・県スポーツ課、(公財)高知県観光コンベンション協会:各地域におけるスポーツツーリズムのコンテンツの発掘及び磨き上げを目的に、有識者をアドバイザーとして意見交換会を年4回開催する 【R4～R5】 ・県スポーツ課:県内各地域のスポーツツーリズムに関する情報を集約したwebサイトを構築し、SNSを併用したプロモーションを展開する</p>	<p><アマチュアスポーツ合宿・大会による県外宿泊者数(年間)> 16,200人泊 (R元) ↓ 9,955人泊 (R4) ↓ 20,000人泊 (R5)</p> <p><サイクリングイベントの県外からの参加者数(年間)> 1,138人 (R元) ↓ 344人 (R4) ↓ 2,000人 (R5)</p> <p><自然環境を生かしたスポーツ大会支援事業助成金申請件数(年間)> 2大会 (530人) (R元) ↓ 2大会 (236人) (R4) ↓ 3大会 (1,000人) (R5)</p>
		<ul style="list-style-type: none"> ○ 関西圏在住者や全国から関西圏を訪れた観光客をターゲットに、空港や駅などの関西の拠点で観光情報を発信した ○ 高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」を通じて、大阪中心部での集客イベントの開催などに取り組んだ <p>(再掲) ○ 県、(公財)高知県観光コンベンション協会、市町村、競技団体等が連携を密にし、大学、社会人等のアマチュアスポーツの合宿・大会誘致を強化する スポーツ大会助成金を活用した誘致(H26～R4):延べ176,061人泊</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 全国的な時流やトレンドを先読みするとともに、多様化する旅行動機に応える個人向けプロモーションの確立が必要 <p>(再掲) ○ 全国的な時流やトレンドを先読みするとともに、多様化する旅行動機に応える個人向けプロモーションの確立が必要</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 合宿助成金を有効に活用できるよう、地域や競技毎の特性を捉えたターゲットへのアプローチが必要 	<p>【観19】 ◆関西の拠点での観光情報の発信</p> <p>【観16】 ◆関西圏を中心としたプロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致</p>	<p>①関西圏でのプロモーション【R3～R5】 ・県観光政策課:交通広告等による高知県の露出拡大、大阪観光局と連携したプロモーションイベントの実施</p>	<p><関西圏からの観光客入込数> 115万人 (R元) ↓ 75.6万人 (R3) ↓ 121万人以上 (R5)</p>
		<ul style="list-style-type: none"> ○ 県、(公財)高知県観光コンベンション協会、市町村、競技団体等が連携を密にし、大学、社会人等のアマチュアスポーツの合宿・大会誘致を強化する スポーツ大会助成金を活用した誘致(H26～R4):延べ176,061人泊 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 合宿助成金を有効に活用できるよう、地域や競技毎の特性を捉えたターゲットへのアプローチが必要 	<p>(再掲) 【観16】 ◆関西圏を中心としたプロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致</p>	<p>(再掲) ①大学、社会人等のアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致【R2～R5】 ・県スポーツ課、(公財)高知県観光コンベンション協会:市町村、競技団体等と連携を密にし、関西との経済連携強化を通じた誘致を戦略的に行う。春野総合運動公園や土佐西南大規模公園のほか県内のスポーツ施設を幅広く活用し、大学、社会人等のアマチュアスポーツの合宿・大会誘致を強化する。県内の競技力向上を狙った県外強豪校やチームの合宿・大会誘致に取り組む</p>	<p><アマチュアスポーツ合宿・大会による県外宿泊者数(年間)> 16,200人泊 (R元) ↓ 9,955人泊 (R4) ↓ 20,000人泊 (R5)</p>

分野	観光分野
戦略の柱	2 効果的なセールス&プロモーション

No.	取組方針	これまでの取組みと成果	課題	具体的な取組み	取組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(R5)
5	関西圏からのより一層の誘客を目指した高知観光の訴求	<p>(再掲)</p> <p>○ これまで整えてきた「自然」「歴史」「食」の観光基盤をフル活用した観光キャンペーン「リョーマの休日」を展開し、中山間地域やインバウンド観光の振興を目指して、特設ウェブサイトやSNSを活用した情報発信を実施</p> <p>○ 首都圏等のマスメディアやSNSを活用した情報発信を継続した結果、本県の露出が拡大し、首都圏をはじめとする新たな観光客の誘致に結びついた</p> <p>・マスメディア等の媒体での露出件数:502件(R3)</p> <p>○ 旅行会社への観光説明会を積極的に開催するとともに、旅行商品を造成する拠点都市の旅行会社に個別訪問セールスを展開し、誘客を促進した</p>	<p>(再掲)</p> <p>○ マーケットのニーズの変化への対応が必要</p> <p>○ ウィズコロナ、アフターコロナで伸びしろが期待される分野の取組み強化が必要</p> <p>○ 全国的な時流やトレンドを先読みするとともに、多様化する旅行動機に応える個人向けプロモーションの確立が必要</p> <p>○ 連続テレビ小説を県観光の振興に最大限に生かす必要がある</p>	<p>(再掲)</p> <p>【観11】</p> <p>◆観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」を通じたプロモーションやセールス活動の展開(R5拡充)</p>	<p>(再掲)</p> <p>①キャンペーンの展開</p> <p>【R2】</p> <p>・高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会(事務局:県観光政策課内):関係者の協働によりR3年3月末まで「自然&体験キャンペーン」2ndシーズンの展開を行う</p> <p>【R3】</p> <p>・リョーマの休日キャンペーン推進委員会(事務局:県観光政策課内):関係者の協働によりR4年3月末まで観光キャンペーン「リョーマの休日」の展開を行う</p> <p>【R4】</p> <p>・リョーマの休日キャンペーン推進委員会(事務局:県観光政策課内):関係者の協働によりR5年3月末まで「食」を前面に出した観光キャンペーン「リョーマの休日」の展開を行う</p> <p>【R5】</p> <p>・連続テレビ小説を生かした博覧会推進協議会(事務局:県観光政策課内):関係者の協働により連続テレビ小説を生かしたプロモーションの展開を行う</p> <p>②旅行会社向けのセールス活動</p> <p>【R2】</p> <p>・県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:キャンペーンの展開などに合わせた適切なセールス活動の実施やコンベンション等(MICE)の誘致活動の実施。旅行会社の種別に合わせた販促活動の提案。時機を捉えた効果的な誘客プロモーションの実施</p> <p>【R3】</p> <p>・県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:キャンペーンの展開などに合わせた適切なセールス活動の実施やコンベンション等(MICE、ワーケーション)の誘致活動の実施。旅行会社の種別に合わせた販促活動の提案。時機を捉えた効果的な誘客プロモーションの実施</p> <p>【R4】</p> <p>・県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:キャンペーンの展開などに合わせた適切なセールス活動の実施やコンベンション等(MICE、ワーケーション)の誘致活動の実施。旅行会社の種別に合わせた販促活動の提案。サステナブルを切り口とした観光プロモーションの実施</p> <p>【R5】</p> <p>・県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:博覧会の開催などに合わせた適切なセールス活動の実施やコンベンション等(MICE、ワーケーション)の誘致活動の実施。旅行会社の種別に合わせた販促活動の提案。サステナブルを切り口とした観光プロモーションの実施</p> <p>③次年度キャンペーン等の検討</p> <p>【R2】</p> <p>・県観光政策課:「自然&体験キャンペーン」の検証とR3以降の観光キャンペーン等の検討</p> <p>【R3】</p> <p>・県観光政策課:「自然&体験キャンペーン」及び「リョーマの休日キャンペーン」の検証とR4以降の観光キャンペーン等の検討</p> <p>【R4】</p> <p>・県観光政策課:「食」を前面に出した観光キャンペーン「リョーマの休日」の検証とR5以降の観光キャンペーン等の検討</p> <p>【R5】</p> <p>・県観光政策課:連続テレビ小説を生かした観光振興の検証とR6以降の観光キャンペーン等の検討</p>	<p>(再掲)</p> <p><特設ウェブサイトのアクセス数(年間)> 75万PV(R元) ↓ 60万PV(R4) ↓ 170万PV(R5)</p>
				<p>(再掲)</p> <p>【観12】</p> <p>◆牧野博士のゆかりの地と連携したPR(R5拡充)</p>	<p>(再掲)</p> <p>①首都圏等でのバブリシティ活動の推進</p> <p>【R2～R5】</p> <p>・県観光政策課:マスメディアのネットワークを活用したバブリシティ活動の推進等による高知県の露出拡大</p> <p>【R5】</p> <p>・県観光政策課:牧野博士ゆかりの地である練馬区、神戸市と連携したPRを実施</p> <p>⇒ 別図<観02>参照(P132)</p>	<p>(再掲)</p> <p><マスメディア等の媒体での露出件数(年間)> 568件(H30) ↓ 502件(R3) ↓ 650件(R5)</p>
				<p>(再掲)</p> <p>【観13】</p> <p>◆女性誌やSNSを活用した全国への情報発信(R5拡充)</p>	<p>(再掲)</p> <p>①プロモーション活動</p> <p>【R2～R4】</p> <p>・県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:県内外のプロモーション活動の実施</p> <p>【R4】</p> <p>・県観光政策課:季節ごとに観光素材を活用した周遊キャンペーンを実施</p> <p>【R5】</p> <p>・県観光政策課:女性誌やSNSを活用した全国への情報発信</p> <p>⇒ 別図<観02>参照(P132)</p>	<p>(再掲)</p> <p><特設ウェブサイトのアクセス数(年間)> 75万PV(R元) ↓ 60万PV(R4) ↓ 170万PV(R5)</p>

分野	観光分野
戦略の柱	3 おもてなしの推進

No.	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題	具体的な取り組み	取り組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(R5)
1	バリアフリー観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○ バリアフリー観光相談窓口の設置に向けた取り組みを進めた <ul style="list-style-type: none"> ・バリア情報、バリアフリー情報の収集件数 <ul style="list-style-type: none"> 観光施設 -(H29) → 133件(R4) 宿泊施設 -(H29) → 122件(R4) 交通機関 -(H29) → 35件(R4) ・相談件数 -(H29) → 923件(R4) (うち、バリアフリー観光に関する相談 118件(R4)) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 障害者や高齢者等が必要とする情報等を提供することのできる専門の相談窓口の設置や人材育成が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 【観20】 ◆相談窓口の設置とモニターツアー等の活用による情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ①バリアフリー観光相談窓口の設置 【R2～R3】 ・おもてなし課:バリアフリー観光に関する専門的な相談窓口を設置し、障害者、高齢者等の多様なニーズを持つ観光客へのきめ細かな情報提供を行うことで、満足度の向上を図る 【R4～R5】 ・観光政策課(おもてなし室):相談窓口の運営継続とともに、地域の観光案内所等との連携や相談対応のスキルアップ研修会の開催など、誰もが安心して楽しむことのできる受入環境を整える ②モニターツアーの実施【R2～R5】 ・【R2、R3】おもてなし課【R4、R5】観光政策課(おもてなし室):車いす利用者等をモニターとしたツアーを実施し、バリアフリー観光の認知度を向上するとともに、観光客の周遊促進、満足度の向上を図る 	<ul style="list-style-type: none"> <相談対応件数(年間)> > ↓ 118件(R4) ↓ 100件(R5)
2	こうち旅広場・各観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 外国人観光客に観光情報を提供することができる観光案内所の設置に向けた取り組みを進めた <ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光案内所の設置か所数 3ヶ所(H26) → 19ヶ所(R4) ○ 自然&体験キャンペーンに合わせ、観光客に観光情報を提供する観光案内所の機能の強化に向けた取り組みを進めた <ul style="list-style-type: none"> ・観光客に情報提供を行う総合案内所・拠点となる案内所の設置か所数 13ヶ所(H30) → 13ヶ所(R4) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光客のニーズを踏まえたプッシュ型の情報提供など観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 【観21】 ◆デジタルサイネージ、こうち旅ネットを活用した旬の情報の発信(R5拡充) 【観22】 ◆観光案内所間や事業者との連携強化 	<ul style="list-style-type: none"> ①観光案内所の機能強化 【R2】 ・おもてなし課:観光案内所向け研修会やアドバイザー派遣を行うことによりコンシェルジュ機能の強化に繋げ、観光客の周遊促進、満足度の向上を図る 【R3～R5】 ・【R3】おもてなし課【R4】観光政策課(おもてなし室)、地域観光課:継続した研修会等の実施により満足度の向上を図る ・【R4、R5】観光政策課:デジタルサイネージ、こうち旅ネットを活用した旬の情報の発信 ②観光案内所の機能強化 【R2】 ・おもてなし課:観光案内所向け研修会、アドバイザー派遣、観光案内所に必要な備品等の整備への支援を行い、観光客の周遊促進や連携強化、満足度の向上を図る 【R3～R5】 ・【R3】おもてなし課【R4、R5】観光政策課(おもてなし室)、地域観光課:継続した研修会やアドバイザー派遣、観光振興推進総合支援事業費補助金による受入環境整備を支援し、観光客の満足度の向上を図る 	<ul style="list-style-type: none"> <観光案内所の満足度(年間)> > ↓ 79% (R4) ↓ 80% (R5) <研修受講事業者数(延べ)(累計)> > 104事業者(H28～R元) ↓ 154事業者(H28～R3) ↓ 209事業者(H28～R5)

分野	観光分野
戦略の柱	3 おもてなしの推進

No.	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題	具体的な取り組み	取り組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(R5)
3	観光客の満足度をさらに高める受入環境整備	<p>○ 外国人観光客の満足度向上や外国客船寄港地としての定着を図るための取り組みを進めた</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光施設・観光地等の無料Wi-Fi環境の整備 外国人観光客とのコミュニケーション向上のための研修受講事業者数 - (H29) → 224事業者 (H30～R4) <p>○ 外国人観光客にもおもてなしができる観光ガイド団体の育成に向けた取り組みを進めた</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光ガイド団体数 28団体 (H26) → 45団体 (R4) <p>○ 宿泊施設の魅力向上を図るための取り組みを進めた</p> <ul style="list-style-type: none"> 機運醸成に向けたセミナー開催 参加62事業者 (R4) アドバイザー派遣 18施設 (R4) 実践支援 10施設 (R4) 	<p>○ 消費や利便性の向上に向けた多言語対応等の受入環境整備のさらなる拡大が必要</p> <p>○ より多くの宿泊施設の主体的な取り組みを促すための環境づくりや周遊促進・滞在時間延長を図るための地域の観光関連事業者の連携が必要</p>	<p>【観23】 ◆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</p> <p>【観】 ◆新たな旅のスタイルに対応する屋外観光施設や宿泊施設等の磨き上げ (R3年度に終了)</p> <p>【観24】 ◆専門家による宿泊施設の魅力向上に向けたアドバイスと実践支援 (R5拡充)</p> <p>【観25】 ◆国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化</p>	<p>①受入環境整備に関するコーディネーターの配置による支援【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> 県地域観光課: 受入環境整備に関するコーディネーターを配置し、市町村や観光協会、観光関連事業者等の受入環境整備を支援する <p>②研修会の実施による受入環境の整備【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> 県地域観光課: 外国人観光客の受入研修及び観光施設等へのアドバイザー派遣を行い、観光関連事業者における受入環境整備のさらなる充実を図る <p>③支援事業による受入環境の整備【R3～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> 県国際観光課: 観光振興推進総合支援事業費補助金(外国人観光客等受入環境整備事業)により市町村等が実施する観光関連施設の受入環境整備を支援する <p>①観光施設等緊急整備事業費補助金による支援【R2～R3】</p> <ul style="list-style-type: none"> 県地域観光課: 屋外観光施設等緊急整備事業により、市町村等が行う、自然景観を活かした滞在観光や体験メニュー拡大のための施設整備を支援することで、県内における屋外観光資源の拡充を進める 県おもてなし課: おもてなし旅館ホテル等環境整備緊急支援事業により、宿泊事業者等が行う、国が推奨している新たな旅のスタイル等に対応する環境整備事業を支援することで、社会構造の変化に対応した受入環境の整備を進める <p>①宿泊施設魅力向上支援事業委託業務による支援【R4～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> 県地域観光課: コロナ禍により変化した旅行需要を踏まえ、宿泊施設の魅力向上を図るため、セミナー等の開催、取組事例の横展開による環境づくりやアドバイザー派遣による課題の洗い出しや助言、実践支援を通じて滞在型観光を推進する <p>①観光ガイド団体の育成強化【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> 県地域観光課: 観光ガイド向け研修会や観光ガイド団体へのアドバイザー派遣を行い、おもてなしができる観光ガイドの育成及び観光ガイド団体の育成強化を図る 	<p><研修受講事業者数(延べ)(累計)> 109事業者 (H30～R元) ↓ 224事業者 (H30～R4) ↓ 200事業者 (H30～R5)</p> <p><事業実施数(累計)> — ↓ 屋外観光施設: 27件 (R2～R3) 旅館ホテル: 47件 (R2～R3)</p> <p><事業実施数(累計)> — ↓ 18件 (R4) ↓ 20件 (R4～R5)</p> <p><高知県観光ガイド連絡協議会への加盟団体数(年間)> — ↓ 32団体 (R4) ↓ 35団体 (R5)</p>

分野	観光分野
戦略の柱	3 おもてなしの推進

No.	取組方針	これまでの取組みと成果	課題	具体的な取組み	取組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(R5)
4	周遊促進やリピーター化のさらなる推進	○ リピーターとなるきっかけづくりや県内周遊を促進するツールの龍馬パスポートの継続と充実実施に取り組んだ	○ 周遊促進やリピーター化のさらなる推進が必要	【観26】 ◆龍馬パスポートの実施	①龍馬パスポートの継続・拡充【R2～R5】 ・県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会：龍馬パスポートを活用した周遊促進、リピーター対策の実施、電子化も含めたさらなる機能拡充の検討	<龍馬パスポート(青)の利用者数(累計)> 213,482人(H24～H30) ↓ 264,779人(H24～R4) ↓ 310,000人(H24～R5)
		○ 県内の公共交通事業者と連携し、二次交通利用促進企画(My遊バス、しまんと・あしずり号、四万十川バス、しまんとトロリーバス、とさでん一日乗車券、高知プレミアム交通バス)を推進した。	○ 利用促進に向けて、認知度向上と旅行会社と連携した取組が一層必要	【観27】 ◆県内の公共交通事業者と連携した二次交通利用促進	①県内の公共交通事業者と連携した二次交通利用促進 【R2】 ・県地域観光課：県内の交通事業者の協力を得て、県域ですべての公共交通が利用可能な交通パスを造成し、販売を開始。紙チケットに加え、Webチケットを造成することで、利用者の利便性を大幅に向上させた。また、交通事業者のGTFS整備を推進し、二次交通を活用した周遊観光に必要な経路検索機能の充実を図り、周遊バスとの相乗効果に期待できる環境整備を行った 【R3～R4】 ・県地域観光課：利用促進に向けて、発地、着地でのさらなる周知を図るとともに、Webチケットについても旅行商品としてセットで販売できるようにするなど、Webチケットシステムの機能拡充を実施。また、鉄道系の周遊バスと併用可能な「高知プレミアム交通Passライト」の販売を開始し、多様な旅行スタイルに対応できるよう、選択肢増やすことで商品力の強化するとともに、利用促進を図る 【R2～R5】 ・交通事業者と連携し、首都圏等での旅行会社向け商談会等でのセールス活動やリョーマの休日キャンペーンと連携した広報により利用者拡大を図る ・補助事業等により、プロモーションや企画の安定的な実施に必要な支援を実施	<観光周遊バス及び周遊バスの利用者数> 38,789人(R2) ↓ 41,727人(R3) ↓ 100,000人(R5) <高知プレミアム交通Passの利用枚数>(R4年度で事業終了) — ↓ 139枚(R3)
		(再掲) ○ 外国人観光客に観光情報を提供することができる観光案内所の設置に向けた取組みを進めた ・外国人観光案内所の設置か所数 3ヶ所(H26) → 19ヶ所(R4) ○ 自然&体験キャンペーンに合わせ、観光客に観光情報を提供する観光案内所の機能の強化に向けた取組みを進めた ・観光客に情報提供を行う総合案内所・拠点となる案内所の設置か所数 13ヶ所(H30) → 13ヶ所(R4)	(再掲) ○ 観光客のニーズを踏まえたプッシュ型の情報提供など観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化が必要	(再掲) 【観21】 ◆デジタルサイネージ、こうち旅ネットを活用した旬の情報の発信(R5拡充)	(再掲) ①観光案内所の機能強化 【R2】 ・おもてなし課：観光案内所向け研修会やアドバイザー派遣を行うことによりコンシェルジュ機能の強化に繋げ、観光客の周遊促進、満足度の向上を図る 【R3～R5】 ・【R3】おもてなし課【R4】観光政策課(おもてなし室)、地域観光課：継続した研修会等の実施により満足度の向上を図る ・【R4、R5】観光政策課：デジタルサイネージ、こうち旅ネットを活用した旬の情報の発信	(再掲) <観光案内所の満足度(年間)> — ↓ 79% (R4) ↓ 80% (R5)

分野	観光分野
戦略の柱	4 国際観光の推進

No.	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題	具体的な取り組み	取り組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値 (R5)
1	海外セールス拠点等を活用した旅行商品の拡充	<ul style="list-style-type: none"> ○ 外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくりを行った ○ 重点4国・地域(台湾、香港、シンガポール、タイ)において、海外旅行会社へのセールスルートを持った企画会社と連携し、定期的なセールス活動を展開した ○ 重点4国・地域(台湾、香港、シンガポール、タイ)に海外セールス拠点(レップ)を設置し、海外旅行会社やメディア等へのセールス活動と情報発信を実施するとともに、重点国・地域を拡充(中・韓・米・豪を追加)し、団体に加えて個人旅行に対応した誘客を強化した ○ 重点国・地域に海外セールス拠点等を拡充するとともに、個人旅行者向けの商品づくりと情報発信を強化した <p>・R3年度(セールス、商品数):R3.4～R4.3月末/人泊数:R3.1～12月末)</p> <p>台湾…セールス49社、23商品、10人泊 香港…セールス28社、14商品、0人泊 中国…セールス81社、0商品、180人泊 韓国…セールス39社、7商品、230人泊 米豪…セールス36社、7商品、210人泊 シンガポール…セールス16社、5商品、150人泊 タイ…セールス18社、2商品、20人泊 その他の国・地域…セールス4社、3商品 在日ランドオペレーター等…36社、0商品</p> <p>※人泊数:従業員10人以上の施設の実績</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 団体旅行の催行率向上と個人旅行商品の販売促進が必要 ○ 重点国・地域からの旅行者の往來の再開状況に応じた団体・個人向けの旅行商品の開発 ○ 早期のインバウンド回復に向けて、コロナ前に多く訪れていた重点国・地域を中心にセールスやプロモーションの強化が必要 	<p>【観28】</p> <p>◆万博と高知を結びつけた旅行商品づくり(R3拡充)</p> <p><インバウンド推進プロジェクト></p>	<p>①国・地域別のニーズを把握した旅行商品の造成及び販売促進【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会:海外セールス拠点等を活用し、各国・地域における旅行需要等のトレンドを把握しながら、旅行会社等へのセールスを行う <p>②国内主要国際空港等を利用した旅行商品の造成及び販売促進【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会:国内主要空港及び四国内空港への国際航空便の再開状況にあわせてセールスと旅行商品の造成を行う <p>③海外旅行博等への出展【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会:当県を含む旅行商品の造成を促進するため、ターゲット国・地域における海外旅行博等に四国または高知で出展し、あわせて現地旅行会社等への個別セールスを行う <p>⇒別図<観03>参照(P133)</p>	<p><外国人向け旅行商品造成数(年間)></p> <p>215商品(H30)</p> <p>↓</p> <p>61商品(R3)</p> <p>↓</p> <p>300商品(R5)</p>
				<p>(再掲)</p> <p>【観03】</p> <p>◆外貨を稼ぐための観光拠点整備と観光商品づくりの強化</p>	<p>(再掲)</p> <p>①観光拠点の整備【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県地域観光課:所管課と連携した県立施設の整備や磨き上げの継続。観光振興推進総合支援事業費補助金等による、全国からの誘客につながる広域観光の核となる拠点整備の取り組み支援 	<p>(再掲)</p> <p><全国から誘客できる観光拠点の整備数(累計)></p> <p>12ヶ所(H24～R元)</p> <p>↓</p> <p>16ヶ所(H24～R3)</p> <p>↓</p> <p>18ヶ所以上(H24～R5)</p> <p><観光拠点入込数></p> <p>89万人(R1)</p> <p>↓</p> <p>72万人(R3)</p> <p>↓</p> <p>190万人(R5)</p>
2	関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出	<ul style="list-style-type: none"> ○ (公財)大阪観光局と連携協定締結 ○ 関西エアポート(株)との実務者協議 ○ 大阪観光局及び関西エアポートを交えた検討会の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 大阪・関西万博を見据え、関西国際空港を利用する旅行商品の造成とセールスの強化 	<p>【観29】</p> <p>◆大阪観光局等と連携した旅行会社へのセールス及び新規市場の開拓</p> <p><インバウンド推進プロジェクト></p>	<p>①関西国際空港と高知を結ぶ旅行商品の開発【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会:海外セールス拠点等を活用し関西国際空港を利用する旅行商品の造成を行い、本県への外国人観光客の誘致拡大を図る <p>②新規市場の開拓【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会:大阪観光局等と連携し、新たな国・地域(ベトナム、マレーシア、インドネシア等)へのセールス活動を展開する 	<p><関西発着の外国人向け旅行商品造成数(年間)></p> <p>25商品(H30)</p> <p>↓</p> <p>22商品(R3)</p> <p>↓</p> <p>100商品(R5)</p>

分野	観光分野
戦略の柱	4 国際観光の推進

No.	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題	具体的な取り組み	取り組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値 (R5)
3	関西圏や四国他県と連携した周遊商品づくりの推進	<ul style="list-style-type: none"> ○ 各国・地域のニーズに合うモデルコースを組み込んだ四国周遊の旅行商品の造成と販売を促進 ○ 「地域の観光資源を活用したプロモーション事業」において、兵庫県・徳島県と連携し、メディアの招請等を行った ○ 「山陰・瀬戸内・四国エクスプレスウェイバス」で瀬戸内・山陰の各県及び兵庫県の10県で連携し、地域内の高速道路の割引チケットの利用促進及びドライブプランのプロモーションを行った 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 高知龍馬空港の国際線対応化を見据えたチャーター便と四国内空港と連携したチャーター便の誘致が必要 ○ 重点国・地域からの観光客の往來の再開状況に応じた団体・個人向けの旅行商品の開発 ○ 国内主要空港を利用する旅行商品の拡充 ○ 関西圏を中心とする広域周遊ルートづくりの推進 	<p>【観30】</p> <p>◆大阪を起点とした四国周遊ルートの拡充 (R5拡充)</p> <p><インバウンド推進プロジェクト></p>	<p>①関西国際空港を利用した広域周遊商品の造成及び販売促進【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会：重点8国・地域を中心に国際航空便が多く就航している国内主要空港を利用した広域周遊商品の造成を推進する 	<p>(再掲)</p> <p><関西発着の外国人向け旅行商品造成数(年間)> 25商品(H30) ↓ 22商品(R3) ↓ 100商品(R5)</p>
				<p>【観31】</p> <p>◆四国他県と連携した広域周遊商品づくりの推進</p> <p><インバウンド推進プロジェクト></p>	<p>①チャーター便の誘致拡大【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課、県交通運輸政策課：海外からのアクセス環境を向上させるため、国際定期路線化を見据え、高知龍馬空港の整備と連携した国際チャーター便や四国内の空港を活用したチャーター便の誘致拡大を図る <p>②四国で連携した広域周遊商品づくりの推進【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会：四国ツーリズム創造機構と連携し、四国内空港に直行便のある台湾、香港、中国、韓国を中心に四国周遊旅行を促進するとともに、四国内空港を利用するチャーター便の誘致に取り組む 	<p><国際チャーター便の運航数(高知龍馬空港)(年間)> 7往復(H30) ↓ 0往復(R2) ↓ 週2回の定期便及び100往復(R5)</p> <p><国際チャーター便の運航数(四国内空港)(年間)> 68往復(H30) ↓ 0往復(R2) ↓ 200往復(R5)</p>
				<p>【観32】</p> <p>◆広域周遊観光の促進</p> <p><インバウンド推進プロジェクト></p>	<p>①四国周遊商品の造成【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課：外国人専門家等と連携して四国周遊商品を造成する 	<p><四国周遊商品の造成(年間)> 118商品(H30) ↓ 34商品(R3) ↓ 150商品(R5)</p>
				<p>【観33】</p> <p>◆首都圏・関西圏の国際空港利用者等への情報発信の強化</p>	<p>①首都圏・関西圏の国際空港を利用した旅行商品の造成及び販売促進【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課：重点8国・地域のうち、四国に直行便のない4国・地域(アメリカ、オーストラリア、シンガポール、タイ)を中心に、海外セールス拠点を活用し旅行会社等へのセールスを行う <p>②首都圏・関西圏にいる訪日外国人観光客への情報発信の強化【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課：既に首都圏・関西圏へ来日している訪日外国人観光客を来高させる、もしくは次回の来日の際に来高させることを目的に、首都圏・関西圏における着地型の情報発信を強化する 	<p><首都圏・関西圏での情報発信(年間)> 4回(H30) ↓ 2回(R3) ↓ 20回(R5)</p>
4	インバウンド回復に向けた施策の展開	<ul style="list-style-type: none"> ○ 重点4国・地域(台湾、香港、シンガポール、タイ)に海外セールス拠点(レップ)を設置し、海外旅行会社やメディア等へのセールス活動と情報発信を実施するとともに、重点国・地域を拡充(中・韓・米・豪を追加し、団体に加えて個人旅行に対応した誘客を強化した) ○ 海外セールス拠点(中・韓・米・豪)を拡充するとともに、個人旅行者向けの商品づくりと情報発信を強化した ○ 重点国・地域等の方々に向けて、デジタル技術を活用した本県の魅力をダイレクトに伝えるデジタルプロモーションを実施した ○ 重点国・地域での有力媒体(webや雑誌等)によるプロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 海外で旅行先としての認知度の向上及び旅行商品の購入拡大につなげる 	<p>【観34】</p> <p>◆重点国・地域別の誘客戦略に基づく本県観光の魅力を伝えるプロモーションの推進 (R5拡充)</p> <p><インバウンド推進プロジェクト></p>	<p>①有力媒体 (web&SNS) でのプロモーション【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課：デジタルマーケティングによる効果検証の結果を生かしながら、重点国・地域の有力な旅行情報サイトで旅行先高知の観光情報や周遊方法を発信することで、個人旅行者(FIT)等の旅行商品購入を促進する <p>②デジタルプロモーションの実施【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課：動画広告やアドネットワーク広告の配信といった手法により、本県の魅力を伝えるプロモーションを強化し、海外において本県が旅行先として選ばれるよう認知度を向上させる <p>③外国人観光客動向調査【R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光課：本県を訪れた外国人観光客を対象に対面調査を実施し、効果的なプロモーションの実施に反映する <p>※R2～R4については、コロナ禍による往来制限のため、事業未実施</p> <p>⇒別図<観3>参照(P133)</p>	<p><外国人向け観光情報サイト「VISIT KOCHI JAPAN」のページビュー(PV)数(年間)> 373,388PV(H30) ↓ 1,078,465PV(R3) ↓ 900,000PV(R5)</p> <p><高知県PR動画の再生回数(年間)> — ↓ 1,600万回(R3) ↓ 1,000万回(R5)</p>

分野	観光分野
戦略の柱	4 国際観光の推進

No.	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題	具体的な取り組み	取り組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値 (R5)
4	インバウンド回復に向けた施策の展開			<p>【観35】 ◆欧米豪をメインターゲットとした高付加価値旅行者の誘客 (R5拡充) <インバウンド推進プロジェクト></p> <p>【観36】 ◆オンライン旅行会社 (OTA) を活用したプロモーション <インバウンド推進プロジェクト></p>	<p>①アドベンチャー・トラベル・ワールド・サミット (ATWS) を活用した情報発信の強化【R5】 ・県国際観光課: R5.9月に開催予定のATWS北海道に向けて、主に欧米豪メディア等に対し本県のアドベンチャー・ツーリズム (AT) 関連情報を発信し、長期滞在が見込まれる高付加価値旅行者の誘客を図る ⇒別図<観03>参照 (P133)</p> <p>①OTAを活用したプロモーション【R2～R5】 ・県国際観光課: デジタルマーケティングによる効果と検証を生かしながら、C-tripやTrip Adviser等を活用して高知県の魅力を発信し、個人旅行者 (FIT) 向けの旅行商品購入を促進する</p>	<p><AT情報の発信回数 (年間)> — ↓ 3回 (R5)</p> <p><OTAが販売する商品数 (年間)> 3 (H30) ↓ 48 (R3) ↓ 70 (R5)</p>
	「よさこい」を活用した海外プロモーションの展開 (R3年度に終了)	<p>○ 東京オリンピック・パラリンピック競技大会開閉会式等でのよさこい演舞実現や海外の関係者等へおもてなしをしていくため、H29.3月に「2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会」を設立し、関係機関への要望活動等を行った ・2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会の会員数 H28:69団体⇒R3:91団体 ・オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会への要望活動 (H28～R3:6回) ・「プレミアムよさこいin東京」の開催及び動画配信 (国内外来場メディア数:48人、取材数:13の国や地域58社 (者)、掲載数:86件、配信再生回数:194,591人、配信視聴者数:143,240人) (R3)</p> <p>○ 2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会と連携しメディアを活用した情報発信により「よさこい」を世界にアピールするとともによさこいアンバサダーの認定などにより世界でのネットワークを拡大した ・よさこいが踊られている国や地域 H27:16の国や地域⇒R3:34の国や地域 ・よさこいアンバサダーの認定 19カ国24チーム68名 (H28～R3)</p> <p>○ 海外メディアのよさこい祭りへの招へいや本県が作成したよさこい動画を活用し、海外への情報発信を図った ・よさこい祭り等での海外への発信 (R元:TV2本、新聞3本、web・SNS22本、R2:新聞1本、web・SNS3本) ・よさこい動画の制作及び動画を活用した情報発信 (7か国テレビ2件、web19件) (R2) ・海外在住者を対象としたよさこい動画応募キャンペーン実施 (応募数:16か国116件) (R2) (R3年度に終了)</p>	<p>○ よさこい発祥の地高知の世界における認知度の向上が必要 (R3年度に終了)</p> <p>【観】 ◆発祥の地高知と観光地高知の認知度の飛躍的な向上 (R3年度に終了)</p> <p>【観】 ◆海外ネットワークのさらなる拡大 (R3年度に終了)</p>	<p>①よさこいを活用した海外プロモーション【R2～R3】 ・県国際観光課: 公式SNS (「Yosakoi Kochi Japan」) による情報発信 (R2～R3)、提供したよさこい動画や鳴子を活用した情報発信 (在外日本大使館及び海外チーム) のシェア (R2～R3)、龍馬生誕祭への在日海外メディアの招へい及び情報発信 (新聞1本、web・SNS3本) (R2)、よさこい動画の制作及び動画を活用した情報発信 (7か国テレビ2件、web19件) (R2)、海外在住者を対象としたよさこい動画応募キャンペーンの実施 (応募数:16か国116件) (R2)、オリンピック・パラリンピック競技大会に合わせ設置された東京都メディアセンターへのブース出展 (来場メディア数:13社15人、ほか来場者数164人) (R3)、「プレミアムよさこいin東京」の開催及び動画配信 (国内外来場メディア数:48人、取材数:13の国や地域58社 (者)、掲載数:86件、配信再生回数:194,591人、配信視聴者数:143,240人) (R3)</p> <p>①国内ネットワークの拡大【R2～R3】 ・2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会・県国際観光課: 2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会の会員数 37都道府県91団体、オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会への要望活動 (R2:1回)、(再掲)「プレミアムよさこいin東京」の開催 (R3.7.4) 及び動画配信 (R3)</p> <p>②海外ネットワークの拡大【R2～R3】 ・県国際観光課: 在外日本大使館及びよさこいアンバサダーなど海外チームへのよさこい動画や鳴子の提供 (R2～R3)、よさこいアンバサダーの認定 (R3:1チーム3名)</p>	<p><よさこいが踊られている国や地域 (年間)> 29 (R元) ↓ 34 (R3)</p> <p><よさこいアンバサダーのチーム数 (累計)> 23 (H28～R元) ↓ 24 (H28～R3)</p>	

分野	観光分野
戦略の柱	4 国際観光の推進

No.	取組方針	これまでの取組みと成果	課題	具体的な取組み	取組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(R5)
5	四国ツーリズム創造機構(広域連携DMO)を中心に四国他県と連携したセールス&プロモーションの展開	<ul style="list-style-type: none"> ○「地域の観光資源を活用したプロモーション事業」において、兵庫県・徳島県と連携し、メディアの招請等を行った ○「山陰・瀬戸内・四国エクスプレスウェイパス」で、瀬戸内・山陰の各県及び兵庫県の10県で連携し、地域内の高速道路の割引チケットの利用促進及びドライブプランのプロモーションを行った 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 四国が一体となったインバウンド誘致の取組みの必要 	<p>【観37】</p> <p>◆広域周遊観光促進事業等による四国が一体となったセールスとプロモーションの実施</p> <p><インバウンド推進プロジェクト></p>	<p>①四国で連携した四国広域周遊商品のセールスとプロモーション【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会、(一社)四国ツーリズム創造機構、四国3県・四国ツーリズム創造機構を中心に四国4県が連携し、広域での周遊ルートづくり(新規コンテンツの発掘含む(AT等))を進め競争力を高めるとともに周遊ルート上における観光案内の強化等を図る <p>②海外での商談会及び旅行博等への出展【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会、(一社)四国ツーリズム創造機構、四国3県・四国4県の旅行商品造成・販売促進のための商談会を開催するとともに海外旅行博へ出展するなど四国で一体となったプロモーションを実施する 	<p><四国ツーリズム創造機構等が行う商談会や旅行博(年間)></p> <p>46回(H30)</p> <p>↓</p> <p>55回(R3)</p> <p>↓</p> <p>50回(R5)</p>
6	大阪・関西万博を見据えた施策の展開	<ul style="list-style-type: none"> (再掲) ○ 各国・地域のニーズに合うモデルコースを組み込んだ四国周遊の旅行商品の造成と販売を促進 ○「地域の観光資源を活用したプロモーション事業」において、兵庫県・徳島県と連携し、メディアの招請等を行った ○「山陰・瀬戸内・四国エクスプレスウェイパス」で、瀬戸内・山陰の各県及び兵庫県の10県で連携し、地域内の高速道路の割引チケットの利用促進及びドライブプランのプロモーションを行った ○ (公財)大阪観光局と連携協定締結 ○ 関西エアポート(株)との実務者協議 ○ 大阪観光局及び関西エアポートを交えた検討会の開催 	<ul style="list-style-type: none"> (再掲) ○ 団体旅行の催行率向上と個人旅行商品の販売促進が必要 ○ 重点国・地域からの観光客の往來の再開状況に応じた団体・個人向けの旅行商品の開発 ○ 国際航空便の再開が早いと見込まれる国内主要空港を利用する旅行商品の造成とセールスの強化 	<p>(再掲)</p> <p>【観34】</p> <p>◆重点国・地域別の誘客戦略に基づく本県観光の魅力を伝えるプロモーションの推進(R5拡充)</p> <p><インバウンド推進プロジェクト></p>	<p>(再掲)</p> <p>①有力媒体(web&SNS)でのプロモーション【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県国際観光課:デジタルマーケティングによる効果検証の結果を生かしながら、重点国・地域の有力な旅行情報サイトで旅行先高知の観光情報や周遊方法を発信することで、個人旅行者(FIT)等の旅行商品購入を促進する <p>②デジタルプロモーションの実施【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県国際観光課:動画広告やアドネットワーク広告の配信といった手法により、本県の魅力を伝えるプロモーションを強化し、海外において本県が旅行先として選ばれるよう認知度を向上させる <p>③外国人観光客動向調査【R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県国際観光課:本県を訪れた外国人観光客を対象に対面調査を実施し、効果的なプロモーションの実施に反映する <p>※R2～R4については、コロナ禍による往來制限のため、事業未実施</p> <p>⇒別図<観03>参照(P133)</p>	<p>(再掲)</p> <p><外国人向け観光情報サイト「VISIT KOCHI JAPAN」のページビュー(PV)数(年間)></p> <p>373,388PV(H30)</p> <p>↓</p> <p>1,078,465PV(R3)</p> <p>↓</p> <p>900,000PV(R5)</p> <p><高知県PR動画の再生回数(年間)></p> <p>—</p> <p>↓</p> <p>1,600万回(R3)</p> <p>↓</p> <p>1,000万回(R5)</p>
				<p>(再掲)</p> <p>【観28】</p> <p>◆万博と高知を結びつけた旅行商品づくり(R5拡充)</p> <p><インバウンド推進プロジェクト></p>	<p>(再掲)</p> <p>①市場別のニーズを把握した旅行商品の造成及び販売促進【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会:海外セールス拠点等を活用し、各国・地域における旅行需要等のトレンドを把握しながら、旅行会社等へのセールスを行う <p>②国内主要国際空港等を利用した旅行商品の造成及び販売促進【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会:国内主要空港及び四国内空港への国際航空便の再開状況にあわせたセールスと旅行商品の造成を行う <p>③海外旅行博等への出展【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県国際観光課:当県を含む旅行商品の造成を促進するため、ターゲット国・地域における海外旅行博等に四国または高知で出展し、あわせて現地旅行会社等への個別セールスを行う <p>⇒別図<観03>参照(P133)</p>	<p>(再掲)</p> <p><外国人向け旅行商品造成数(年間)></p> <p>215商品(H30)</p> <p>↓</p> <p>61商品(R3)</p> <p>↓</p> <p>300商品(R5)</p>
				<p>【観38】</p> <p>◆大阪観光局や関西エアポート等と連携したプロモーションの実施(R5拡充)</p> <p><インバウンド推進プロジェクト></p>	<p>①関西と高知を結ぶモデルコースを設定し、関西からの誘客情報を発信【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県国際観光課:関西と高知を結ぶモデルコースを設定し、大阪観光局と連携しながらOTA等を活用した誘致プロモーションを実施する <p>②関西圏等を訪れる訪日外国人観光客への情報発信の強化【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県国際観光課:関西圏等を訪れる訪日外国人観光客を来高させることを目的に、旅マエの情報発信を強化する <p>⇒別図<観03>参照(P133)</p>	<p><関西連携に係る特設サイトのページビュー(PV)数(年間)></p> <p>—</p> <p>↓</p> <p>40,075PV(R3)</p> <p>↓</p> <p>300,000PV(R5)</p>
				<p>【観39】</p> <p>◆大阪観光局や関西エアポートとの共同によるマーケティングの実施(R5新規)</p> <p><インバウンド推進プロジェクト></p>	<p>①関係事業者との連携強化【R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県国際観光課:大阪観光局のアプリと連動したプロモーションや、関西エアポートが保有するビッグデータから得られた分析結果を施策に反映することで、より効果的な誘客プロモーションを図る <p>⇒別図<観03>参照(P133)</p>	<p>(再掲)</p> <p><関西連携に係る特設サイトのページビュー(PV)数(年間)></p> <p>—</p> <p>↓</p> <p>40,075PV(R3)</p> <p>↓</p> <p>300,000PV(R5)</p>

分野	観光分野
戦略の柱	5 事業体の強化と観光人材の育成

No.	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題	具体的な取り組み	取り組み内容 (R2～R5)	<指標> 出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(R5)
1	観光産業を支える事業体の強化と観光人材の育成・確保	<p>○ 土佐の観光創生塾(商品造成コース等)により、地域コーディネーターを配置し、観光商品の磨き上げや販売促進への個別支援と事業者が連携する観光商品づくりを支援した</p> <p>・土佐の観光創生塾参加者数、商品数参加者数 H27～R4(3月末時点):延べ940人 商品数 H27～R4(3月末時点):累計427件</p> <p>○ 地域ごとや県全域での研修会の開催及び各団体へのアドバイザー派遣を実施することにより、質の高いガイド技術の習得や団体の連携強化につながった</p>	<p>○ 土佐の観光創生塾などを通じた、地域事業者の人材育成と観光客のニーズに応じた観光商品の創出や磨き上げが必要</p> <p>○ 観光ガイド団体の体制整備と活動充実の取り組みへの支援が必要</p>	<p>【観40】</p> <p>◆土佐の観光創生塾の継続・拡充(R5拡充)</p>	<p>①自然・体験型観光商品の磨き上げと販売の促進【R2～R5】</p> <p>・県地域観光課:土佐の観光創生塾の開催(事業者の個別の課題に対応したコース設定)。地域コーディネーターの個別支援による自然・体験型観光商品の磨き上げ・販売と事業者連携の促進、受入体制の整備</p>	<p><創生塾を通じた自然・体験型商品の販売数(年間)> 69商品(H30) ↓ 55商品(R4) ↓ 30商品(R5)</p>
				<p>(再掲) 【観07】</p> <p>◆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を活用)</p>	<p>(再掲)</p> <p>①広域観光組織の総合的な支援【R2～R5】</p> <p>・県地域観光課:広域観光推進事業費補助金による、広域観光組織の機能強化や周遊観光の推進などの支援。地域観光コーディネーターの配置による、広域観光組織のステージに応じた事業展開支援(R2～R4)。広域観光組織(登録DMO又は候補DMO)へのマーケティング及びマネジメント専任人材の配置(地域おこし協力隊制度の活用)</p>	<p>(再掲) <広域観光組織の法人化数(累計)> 4ヶ所(H22～H30) ↓ 6ヶ所(H22～R4) ↓ 6ヶ所(H22～R5)</p>
				<p>(再掲) 【観08】</p> <p>◆地域観光事業者の4定条件の確保や事業継続をサポートする仕組みの構築</p>	<p>(再掲)</p> <p>①広域観光組織の広域観光振興計画等に基づく事業展開の支援【R2～R5】</p> <p>・県地域観光課:地域観光コーディネーターの配置による広域観光組織の広域観光振興計画等に基づく事業展開への支援。土佐の観光創生塾による観光商品の造成・磨き上げと販売への支援。事業者のニーズに応じた個別アドバイザー派遣</p>	<p>(再掲) <地域観光コーディネーターの配置エリア数(年間)> 広域6エリア(H30) ↓ 広域6エリア(R4) ↓ 広域6エリア(R5)</p>
				<p>(再掲) 【観25】</p> <p>◆国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化</p>	<p>(再掲)</p> <p>①観光ガイド団体の育成強化【R2～R5】</p> <p>・県地域観光課:観光ガイド向け研修会や観光ガイド団体へのアドバイザー派遣を行い、おもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化を図る</p>	<p>(再掲) <高知県観光ガイド連絡協議会への加盟団体数(年間)> 31団体(R元) ↓ 32団体(R4) ↓ 35団体(R5)</p>
				<p>(再掲) 【観05】</p> <p>◆デジタルデータ等の活用による滞在型観光プランの拡充・見直し(R5拡充)</p>	<p>(再掲)</p> <p>①デジタルデータの活用による観光施策の実効性の向上【R4～R5】</p> <p>・県地域観光課:携帯電話の位置情報等のデジタルデータを活用し、観光客の発地や周遊動向等を分析するツールを導入。ワークショップ等の開催により、分析結果を活用した広域観光組織等での効果検証や事業化等を支援</p> <p>・県地域観光課:デジタルデータ等を活用し、周遊促進、滞在時間延長に向けた実証事業を繰り返し行うことにより、観光施策の実効性を高めるとともに、観光地域づくりを担う人材を育成。</p> <p>⇒ 別図<観01>参照(P131)</p>	<p>(再掲) <デジタル技術を導入した広域観光組織数> — ↓ 6組織(R4) ↓ 6組織(R4～R5)</p>
				<p>(再掲) 【観06】</p> <p>◆SDGsの達成に寄与する観光商品の造成</p>	<p>(再掲)</p> <p>①サステナブルツーリズムを意識した観光商品づくりの支援【R4～R5】</p> <p>・県地域観光課:モニターツアーの実施やセールス支援等による、サステナブルな旅行ニーズに対応する観光商品の造成を支援</p>	<p>(再掲) <サステナブルツーリズムを意識した観光商品の造成数> — ↓ 3商品(R4) ↓ 6商品(R4～R5)</p>

目的

広域観光組織等において、稼げる観光地域づくりに必要となるマーケティングやマネジメント等の手法を学ぶとともに観光客動向データ等を活用し市町村をまたがる観光施策の企画・実践を重ねることにより、観光施策の実効性の向上、観光地域づくりを担う人材育成を図り、全国から選ばれる広域エリア単位での滞在型観光地域づくりを推進する。

これまでの取り組み

滞在型観光プランに基づく取組を通して人材育成を図り、滞在型観光地域づくりを推進

	広域観光組織の滞在型観光プラン	R3~R4の取り組み
高知県東部観光協議会	旅の目的となる産業・絶景等の観光コンテンツの充実による宿泊施設を起点とした周遊・滞在の促進	・旅の目的となる食、体験をテーマにした観光コンテンツの造成
物部川DMO協議会	子育てファミリー層を対象に地元産業や文化等を生かした当日・前日予約可能な体験プログラムの造成	・ファミリー向けモデルルートの造成 ・HP・SNS情報発信の強化
土佐れいほく観光協議会	嶺北ならではの体験プログラムの充実と宿泊施設との連携の仕組みづくり	・前日予約可能な体験プログラムの開発や宿泊施設での地元グルメの紹介による宿泊した翌日の滞在時間の延長
仁淀ブルー観光協議会	「仁淀川プラスワンの滞在」をコンセプトとした、地域資源を生かした体験プログラム等を組み込んだプランの造成	・オフシーズン(12月～翌2月)の体験プログラム利用促進のための旅マエ・旅ナカ情報の発信
奥四万十高知	宿泊施設を起点とした自然資源を活用したアウトドアレジャー施設や体験プログラム等への周遊促進	・アウトドア施設を生かしたモデルルートの造成 ・宿泊施設訪問による魅力発掘調査・分析
幡多広域観光協議会	幡多地域の豊かな山・川・海を活用した「観光×SDGs」の観光商品の造成	・足摺海洋館SATOUMIや四万十川学遊館等と連携した教育旅行コンテンツの開発

R5年度の取り組み

1 企画立案ワークショップ

観光客動向データで現状を把握し、課題の抽出や仮説の設定のもと、解決等に向けた企画立案力を養うワークショップを開催

2 滞在型観光プランに沿った実証事業

各広域観光組織等での周遊促進、滞在時間の延長、観光消費額拡大に向けた観光客動向データ等を活用した実証実験の実施

【取組事例】

周遊促進

データ分析	発地×属性×周遊動向×滞在時間
分析ポイント	・集客力の高いルートを抽出 ・域内への流入出スポットの抽出
施策(案)	・集客力の高いルート上での域内立ち寄りマップの配布、イベントの企画 ・域内流入前のスポットでの域内観光情報の発信

滞在時間延長

データ分析	発地×属性×周遊動向×滞在時間×宿泊
分析ポイント	・宿泊した場合の泊数・滞在時間・周遊スポット、宿泊しない場合の滞在時間・周遊スポット
施策(案)	・滞在時間延長のため前日、当日予約が可能な体験の開発・情報発信 ・宿泊、連泊につなげるため朝市体験、星空案内等の企画の実施

3 観光客動向データ等を活用した既存プランの磨き上げ

事業統合による取組のさらなる推進

観光客動向データの活用により観光施策の実効性を高め、滞在型観光地域づくりを推進

ワークショップ	観光客動向データ活用 (実証事業)
① 観光スポットの登録 ・市町村等からの要望により、分析ツール「おでかけウォッチャー」に県内外2,000の観光スポットを登録 (スポット毎の観光客動向データ(来訪地、発地、属性、周遊)の取得とクロス分析が可能)	高知県東部観光協議会 主要宿泊施設の宿泊客へのグルメ情報の提供による域内周遊の促進
	物部川DMO協議会 「ものべがわフェスタ」のターゲット(県外ファミリー層)に向けたアプリ上の広告配信による誘客促進
	土佐れいほく観光協議会 来訪者が増加傾向にある県外エリアへの「れいほくクーポン」のアプリ上の広告配信による域内宿泊の促進
	仁淀ブルー観光協議会 「仁淀ブルー体験博」のターゲット(県外20代~40代・女性)に向けたアプリ上の広告配信による誘客及び周遊の促進
	奥四万十高知 冬の宿泊者増に向けた「泊まらんと! 巡らんと! キャンペーン」のSNS上(Facebook等)でのPRによる域内への誘客及び周遊の促進
	幡多広域観光協議会 愛媛からの宿泊者の増加のための現状分析(主要宿泊施設状況の把握、観光客のニーズ調査)
	高知市 桂浜公園への来訪シェアの低い層(県外20代~40代)をターゲットに、プレオープン情報をアプリ上で広告配信することによる誘客促進

- ② 基礎力養成ワークショップの実施**
- ・分析ツール演習
 - ・エリア別現状分析及び各エリア比較
 - ・エリア間、市町村間、スポット間の周遊パターン分析
 - ・デジタルデータ活用及び資料作成
 - ・各広域観光組織の取組事例共有 等



観光地域づくり人材育成事業

デジタルデータ活用事業

「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」の展開

<観02>

年度	令和4年度			令和5年度(2023)									
四半期	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1-3月	
トピック・企画等	ドラマの動き	●2月頃～番組宣伝		重点PR期間(スタートダッシュ)			重点PR期間(下期向け)						
	博覧会全体	★2/4～プレイベント開始	★3/4 桂浜公園グランドオープン(～4/23花装飾)	★3/25 博覧会開幕! ★3/25,26桜の宵	●4/3～「らんまん」放送開始	●4/24 牧野博士生誕日(首都圏でのミニイベント開催)			●9/下旬「らんまん」放送終了	ナイトイベント			
	牧野植物園トピックス	ラン展(2/4～2/26) 図鑑展	植物園コンクール作品展(3/4～5/14)		★えびね展	★こんこん山花イベント(3/25～6/4)	★サボテンと多肉植物展	★オオオニバス ★夜の植物園	★エアリア 特別イベント	★エアリア 特別イベント	★観月会	★寒蘭展	ラン展・ワークショップ
	メインエリア	★2/4～10/15 特別企画展「植物学者 牧野富太郎の歩み」(第一弾)(青山文庫)			★2/25 トサミツバツツジ 観察会(越知町)			★4/22～24 生誕祭(佐川町)			★10/17～特別企画展(第二弾)(青山文庫)		
	見頃の花とPR	パイカオレン・ラン・椿		梅・桜・ハナモモ	あじさい		スイレン		ひまわり		コスモス		紅葉 梅・福寿草
	ゆかりの地めぐりマップの発行												
	デジタルサイネージを活用した旬の草花・グルメ・イベント情報の発信 <small>(公式HPでも同内容を発信、サイネージ設置10箇所: 牧野植物園、こうち旅広場、桂浜公園、高知龍馬空港、南国SA下、こうち観光ナビ・ツーリストセンター、さかわ観光協会、越知町観光協会、安芸観光情報センター、四万十市観光協会)</small>												
	マスメディアを活用した広報	全国に情報発信ができるメディア等との連携による露出の拡大 TV番組タイアップ(全国向け15本以上、関西向け10本以上、中四国向け25本以上)・近隣県へのCM放送(中四国向け)・その他(情報番組、雑誌、新聞等)											
	各種連携企画	30～40代向け、女性向け雑誌タイアップ(婦人画報、Brutus、Hanako、ことりつ、OzTRIP等) ★NHK出版書籍発売 大手書店での高知県フェア(首都圏等) 大手旅行カンパニーでの高知県フェア(全国)											
	誘致・広報事業	ANA・JAL・FDA等 機内誌やWeb広告など 高速道路SA(40箇所程度)でのパンフレット配架等 JR四国(1～6月: マリンライナー、3～9月: 岡山駅) / 首都圏(4月: 山手線) / 関西圏(4月: 大阪環状線、3～2月: 六甲ロープウェイ)等											
基本的なPR	公式HPでの情報発信 ポスター、のぼり等掲出(第2弾) 子ども向けリーフレット(県内小学校配付) 公式ガイドブックVol.1発行 / 牧野富太郎人物紹介リーフレット発行												
旅行会社向けセールス等	旅行会社等モニターツアー OTA広告出稿、SNS広告												
誘客促進事業	全国旅行支援 [繰越]												
各種特別イベント等	2/23 ウォーキングイベント(佐川町)	3/18 ウォーキングイベント(仁淀川町)	4/15 ウォーキングイベント(安芸市)	5/20 ウォーキングイベント(三原村)	植物をテーマにしたミニイベント								歴史施設企画・周遊企画
こうち旅広場イベント	各種地域イベント(梅まつり、さくらまつり、あじさいまつり、コスモスまつり等) ★土佐の食1グランプリ ★オープニング関連イベント ★花をテーマにしたイベント ★よさこいステージイベント等 牧野博士紹介パネル、県外ゆかりの地紹介パネル等の設置 龍馬パスポートを活用した周遊企画												
周遊企画	アプリタイアップ周遊企画(2/4～5月下旬: いきものアプリ「Biome」と連携したクエスト企画、3月中旬～9月予定: ニッポン城めぐりアプリと連携したミッション企画) 4月上旬～半年間: デジタルスタンプラリー(全市町村+県外ゆかりの地をスポットとした草花コレクション)、4月: SNSを活用したフォトコンテスト、5月以降: 草花散策マップの制作等												
地域支援	農業高校等と連携した育苗活動 交通拠点などでの花のおもてなし/花いっぱい運動(県内の道の駅や主要観光施設等、70箇所、約600プランター)												
二次交通対策	2/14 草花ガイド修了式 草花スポット磨き上げ、草花ガイド養成 しまんと・あしずり号運行/レンタカープラン造成/タクシープラン(草花ガイド付き等)												
渋滞対策	★3/25～ MY遊バス増便(平日6便⇒9便/日、土日祝と夏休み等の繁忙期9便⇒12便/日) GW期間のシャトルバス運行(五台山、桂浜) ★2/4～5/28の土日祝等「さかわ・お花*花ループバス」運行												

132

短期的にインバウンド需要を回復させる取組

ポイント① コロナ前に本県への観光客数の多かった東アジア等に絞り込んで誘客を強化

ポイント② 国際チャーター便誘致の継続

拡 [外国人観光客認知度向上事業委託料 90,000千円]
[観光振興推進事業費補助金（観光コンベンション協会補助金）148,665千円]

国・地域	誘客のポイント	R5 具体的な誘客策
台湾	<ul style="list-style-type: none"> 高知龍馬空港への定期国際チャーター便就航 四国内空港発着の旅行商品への組み込み 関西国際空港からの誘客 ニーズを踏まえた効果的なセールス・プロモーション ◆日本の食や文化に関心が高い 	<ul style="list-style-type: none"> 国際チャーター便の誘致の継続 四国ツーリズム創造機構や四国内他県と連携したセールス活動 関西国際空港からの誘客促進 牧野博の情報発信
香港	<ul style="list-style-type: none"> 高知龍馬空港への定期国際チャーター便就航 四国内空港発着の旅行商品への組み込み 関西国際空港からの誘客 ニーズを踏まえた効果的なセールス・プロモーション ◆レンタカー旅が人気 	<ul style="list-style-type: none"> 国際チャーター便の誘致の継続 四国ツーリズム創造機構や四国内他県と連携したセールス活動 関西国際空港からの誘客促進 レンタカー周遊旅行のプロモーション（個人向け）
韓国	<ul style="list-style-type: none"> 高知龍馬空港への定期国際チャーター便就航 四国内空港発着の旅行商品への組み込み ニーズを踏まえた効果的なセールス・プロモーション ◆ゴルフ、キャンプ、トレッキングが人気 	<ul style="list-style-type: none"> 国際チャーター便の誘致の継続 ゴルフツアーのセールス（高知空港及び松山空港からの誘客）
シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> 関西国際空港からの誘客 ニーズを踏まえた効果的なセールス・プロモーション ◆日本の食や自然景観への関心が高い 	<ul style="list-style-type: none"> 関西国際空港からの誘客促進

※R元シェア 重点8国・地域：1. 台湾 (30.4%) 2. 香港 (23.4%) 3. 中国 (16.7%) 4. 韓国 (5.6%) 5. 米国 (3.3%) 6. シンガポール (3.0%) 7. 豪州 (1.6%) 8. タイ (1%)

ポイント③ 大阪・関西万博を見据えた関西との経済連携強化

新 [関西・高知広域連携誘客促進事業 28,400千円]
[観光振興推進事業費補助金（観光コンベンション協会補助金）]（再掲）

<大阪観光局との共同事業>

- 大阪観光局が開発中の観光アプリによる高知県情報の発信及び誘客策の実施
- 大阪観光局HPからの高知県情報の発信
- 大阪観光局観光案内所におけるパンフレット配布
- 海外メディア招聘やセールス活動の共同実施
- 万博と高知を結び付けた旅行商品づくり

<関西エアポートとの共同事業>

- 関西エアポートのビッグデータを活用した共同マーケティング及びプロモーションの実施（OTAを活用した関西国際空港からのレンタカー旅の促進など）

※OTA：オンライン・トラベル・エージェント

中長期的にインバウンド需要を増加させる取組

ポイント① 外国人観光客に関するマーケティングの実施

新 [外国人観光客動向調査委託料 3,498千円]

- 本県訪日外国人観光客の分析と誘客策への活用
- ・本県を訪れた外国人観光客動向調査
- ・動画配信を活用したアンケートの実施

ポイント② 欧米豪をターゲットとした高付加価値旅行者の誘客

[外国人観光客認知度向上事業委託料]（再掲）

- ・長期滞在型観光の推進及び対応できる観光地づくり
- ・アドベンチャートラベルの推進
- ・個人向け旅行会社へのセールス活動の強化
- ・在日外国人（欧米豪）を通じた情報発信の強化

ポイント③ インバウンド受入環境整備の促進

[高知県観光振興推進総合補助金 うち、13,800千円]

- ・キャッシュレス対応、多言語対応、Wi-Fi環境整備 等

ポイント④ 大阪・関西万博への参画

- ・公式行事参加に向けたよさこい鳴子踊りなどのイベント実施及び情報発信

