

高知県観光ビジョン中間報告書

平成19年9月

高 知 県

■はじめに■

平成16年度末に高知県観光ビジョンを策定してから2年余りが経過しました。このビジョンは、高知県が観光立県を目指すための基本的な考え方と方向性を示した「あつたか高知観光条例」に基づいて策定されており、地域が元気になること、観光振興によって地域経済が潤うことを目指して、平成21年の県外観光入込客数を330万人にすることを目標としています。

これまでの2年間、地域資源を活用した新たな観光資源の発掘や育成、食の魅力を生かした取組み、二次交通の整備など観光客の利便性や満足度を向上させるための態勢づくり、四国4県での観光情報の発信や国際観光の推進に取り組んできました。

こうした取組みの成果として、体験型観光を実践する地域の受入態勢が徐々にではありますが確実に進んできましたし、「土佐のおきゃく」の開催など、民間が主体となった新たな観光活性化の動きも出てきました。また、国際観光では、中国や台湾からの教育旅行の誘致など、これまでになかった成果も挙がっています。

こうした中、本年8月に旅行情報会社がまとめた宿泊旅行調査によると、本県は「食の満足度」で全国1位となったほか、「地元の人へのホスピタリティー」や「魅力のある特産品や土産物」の項目についても観光客から高い評価を受けています。

しかし一方で、今後解決しなければいけない重要な課題も明らかになっています。例えば、体験型観光への取組みは全国各地で進められており、今後は県外との地域間競争が強まることが予想されます。このため、本県の観光特性を踏まえながら、観光客の視点に立った周遊ルートづくりや情報発信、二次交通の整備が必要となってきます。これらに合わせて各地域での受入れを継続していくためには、地域エージェント組織の育成や商品づくりなどの課題に取り組んでいくことが不可欠となります。また、高知のファンとリピーター観光客を増やしていくためには、案内標識の整備や観光地における美化活動を促進することはもとより、観光事業関係者をはじめとして県民一人ひとりが「観光振興の担い手」であるという意識を醸成し、観光客をおもてなしの心で迎える県民運動を展開することが大切です。

県では観光ビジョンの推進に向けた各分野での取組みを統括し、関係者のより一層の理解と協力を得ながら具体的に推進していくため、本年4月に観光部を設置し、6月には全ての行政分野で観光振興に取り組むために高知県観光推進本部を立ち上げました。

観光ビジョンの計画期間である平成21年度までを見据え、この中間報告で明らかになった課題の克服に向けて、幅広い関係者のご理解を得ながら残る2年半の計画期間の取組みを進めていきます。

目 次

第1章	高知県観光ビジョンの取組みの概要	3
第2章	あったか高知観光条例の基本方針の実施状況	11
1	観光資源の保護、発掘、育成の取組み	12
2	食文化の伝承、食の魅力を生かした取組み	26
3	地域の産業と連携する取組み	30
4	観光施設、観光サービス施設、交通基盤等の整備を促進する取組み	33
5	生活環境の美化、景観保全の取組み	40
6	観光ボランティア等の育成、確保の取組み	46
7	学校教育、社会教育における学習機会の確保の取組み	49
8	すべての人にやさしい観光地づくりへの取組み	51
9	観光情報の発信、国内外からの誘客を促進する取組み	53
10	四国4県の連携を促進する取組み	58
第3章	県内各地域における実施状況	65
参考資料		73

高知県観光ビジョンの基本方針に基づく主な取組み（市町村別一覧表）

第1章 高知県観光ビジョンの取組みの概要

I 地域に光をあてる取組み

1. 観光資源の保護、発掘、育成の取組み

(ア) 体験型観光の推進

観光客の旅行ニーズは、団体ツアーにおける名所旧跡巡りから家族やグループなどの少人数による体験型観光へと変化しています。県では、地域の自然や歴史、文化等を生かした体験型観光が、新たな旅行ニーズに合致しており、交流人口の拡大による地域の活性化や新たな観光産業として経済効果も期待できることから積極的に推進してきました。その結果、各地域の持つ資源の掘り起しが着実に進められています。

県内においては、体験型観光に取り組む地域が増え、農林漁業体験民宿や農林漁家レストランの軒数も増加しています。また、地域資源の活用に対する支援として、「こうち体験ツーリズム大学」の開催など、安全対策や品質向上のための研修の実施やネットワークづくりを進めるとともに、(財)高知県観光コンベンション協会(以下「観光コンベンション協会」と記載します。)が着地型商品の企画造成や販売を目的として旅行業の免許を取得しました。

今後は、平成20年3月から県内各地で開催する「花・人・土佐であい博」を契機に、各地域のメニューを広域的につないで点を線に、そして面へと広がりを持たせることによる魅力の向上と、それを担う組織づくりなどを進めていかなければなりません。

(イ) スポーツ観光の推進

温暖な気候を生かした春の風物詩として県内全域で賑わっていた「プロ野球キャンプ」は、他県との誘致競争の中で、平成15年のキャンプを最後に一時、1球団だけとなりましたが、観光コンベンション協会にスポーツ誘致専属部署を設置して積極的な誘致活動に取り組んだ結果、本年2月には国内・3球団、韓国・1球団にまで回復しました。

さらに、スポーツコンベンションと位置付けた各種アマスポーツ合宿の誘致にも積極的に取り組んで、これまで数少なかった社会人チームの野球やJFL(サッカー)などの誘致にも成果をあげるなど、裾野の広いアマスポーツの分野ではまだまだ大きく伸びる可能性を持っています。

また、全国で活発に開催されている「ウォーキング」や「パークゴルフ」などは、健康づくりやスポーツを中心に据えた新しい観光の形態として、これから飛躍的に発展する可

能性を秘めていますので、関係団体と連携しながら誘致活動を展開していきます。

(ウ) 高知フィルムコミッションの活用

映画やテレビ番組等の撮影をスムーズに進めるために、観光コンベンション協会内に「高知フィルムコミッション」を設立しています。この結果、フィルムコミッションを設立した平成16年度と比較すると、平成17・18年度の情報提供やロケ件数は増加しています。フィルムコミッション事業については、ロケ時の宿泊や飲食などによる地域経済効果はもちろんです。ロケ地として紹介されることにより新たな観光スポットとして注目されることから、今後も、関係団体との協力により魅力的な高知ならではのロケ候補地を開拓していきます。

(エ) 既存の観光資源の活用

平成18年の大河ドラマ「功名が辻」の放送に併せて、高知城周辺で「土佐二十四万石博」を開催しました。

また、観光客数の減少する冬季の新たな観光の目玉として、様々なイベントを組み合わせた「土佐のおきゃく」が高知市を中心に開催されました。「よさこいの活用」としては、観光客の皆さんに、よさこい祭り以外の時期にも楽しんでいただくために商店街での特別イベントの実施や、東京で開催されている「スーパーよさこい」において、本県観光のPRを実施しています。本県を代表する観光資源である、「桂浜」と「日曜市」については、活性化に向けたプランが策定されました。

国では観光立国を目指して全面的な法改正を行い、平成18年12月に観光立国推進基本法が成立し、本年6月には観光立国推進基本計画を策定しました。各省庁もこれに対応して、グリーンツーリズムや産業観光などのニューツーリズムを推進するなど、地域の個性を生かした魅力ある観光地づくりを展開しています。このうち本県では、国土交通省が実施する観光交流空間モデル事業として、平成16年度に四万十川観光実践プラン事業が選定されています。今後も関係者の協力を得ながらこうした国の事業を積極的に活用していきます。

2. 食文化の伝承、食の魅力を生かした取組み

本県の魅力は雄大な自然と温暖な気候、そして新鮮で豊富な食材です。観光の大きな楽し

みの一つは地域特有の料理を楽しむことであり、郷土料理の伝承や情報発信など食の魅力を生かした取組みを進めています。旅館・ホテル・飲食店においても、観光客へのPRを目的とした、イベントやフェアが開催されるなど、地域の食文化を発信し、地域の食材を活用しようとする動きが広がり始めています。

今後も、地元の食材を生かした高知ならではの「食」を本県観光の魅力としてPRする取組みを進めていかなければなりません。

3. 地域の産業と連携する取組み

グリーンツーリズムの動きが広がっており、農林漁業体験民宿の開業軒数は平成16年度の3軒から38軒（平成19年7月末現在）に大きく増加しています。また、「土佐宇宙酒」の製品開発や全国的な販路展開に向けた取組みや、地域の農林水産物の資源を活用した新商品や加工品の開発を進めています。

遊・食・泊の連携としては、平成18年3月に観光客数の落ち込む冬季の新たなイベントとして「土佐のおきゃく」が開催されました。今後は、こうした取組みが観光ビジネスとして定着するように進めていかなければなりません。

II 地域自ら光り輝く取組み

4. 観光施設、観光サービス施設、交通基盤等の整備を促進する取組み

(ア) おもてなし県民会議によるアクションプランの策定

観光客への案内態勢を充実させるために、観光関係者が中心となってゴールデンウィークやよさこい祭り期間中などに臨時的観光案内所を開設し、観光情報の提供などを実施しています。また、津野町のコンビニエンスストア等を活用した観光情報と道路情報の提供や土佐清水市での歩き遍路への接待など、積極的におもてなしに取り組む事例が出てきました。こうした地域活動の積み重ねが高知のファンづくりにつながるものと考えられます。今後、こうした取組みを県民運動として展開するために、本年8月に「高知県おもてなし県民会議」を立ち上げました。この会議において、観光客から苦情としてよく聞かれる案内板や観光地における美化活動の推進など、観光客の満足度向上のために実施するアクションプランを策定し、広範な運動として進めていきます。

(イ) 二次交通の整備

本県観光の弱みは、航空機やJRなどで本県を訪れた観光客が、引き続き公共交通機関を利用して県内各地を観光することが、現実的に難しいということがあげられます。

現在、観光コンベンション協会などが、ゴールデンウィークや夏休み期間中などにMY遊バスを運行していますが、一定の限られた地域をカバーするものでその効果は限定されており、経費の面からも路線を増加させることが困難です。

こうした現状を認識し、他県の事例や関係事業者の協力により、県内の各地域を観光していただくための対策を検討していかなければなりません。このことは、「花・人・土佐であい博」を成功させるためにも重要な課題であり、新しい仕組みづくりが早急に求められています。

5. 生活環境の美化、景観保全の取組み

「花・人・土佐であい博」では、花によるもてなしとして、駅や空港、高速道路のインターチェンジなどの主な交通拠点や観光施設に、地域で育てていただいたプランターの設置や花の植栽、モニュメントを設置します。今後は、地域住民や企業等に働きかけることで、花によるもてなしを県民運動として浸透させていきます。また、県内の観光地・観光ルート上での美化活動も進めていきます。

景観を生かした観光地づくりについては、四万十川条例に基づく開発制限についての基準を定めるとともに、四万十市西土佐黒尊地域では、人と自然が共生する地域づくり協定が締結され、持続可能な観光地づくりをスタートさせました。この他にも、大月町柏島地域では海と人との共存を目指した「里海づくり」や、東部地域では古い街並みの保存や案内に取り組む団体のネットワークづくりやイベントが開催されています。今後は、こうした取組みをモデルとして県内の他の地域に拡大させていきます。

6. 観光ボランティア等の育成、確保の取組み

町歩きなど、観光ガイドの育成による観光地づくりに取り組む地域が出てきました。こうした中には、旅行会社との連携による地域案内ツアーを実施するなど、活発に展開しているグループもあります。このような動きを県内各地に広げるため、県では観光ガイドの育成を進めるための研修を実施するとともに、観光ガイド組織の連携と活動の活性化を支援してい

きます。また、「花・人・土佐であい博」において、観光ガイドなど地域の案内人による体験メニューの旅行商品化を進めていきます。

7. 学校教育、社会教育における学習機会の確保の取組み

地域の活性化や人材育成を目的として、「四国観光検定」などのご当地検定の実施や県内3大学と共同して地域学習講座を開催しました。また、学校教育に関連した内容としては、地域と学校の特色を生かした体験活動や都市と漁村との地域間交流が実施されています。今後も県内の大学と連携した地域学習講座を継続していきます。また、宮崎県や沖縄県では、観光について学習するおもてなし教材が作成されています。子どもたちに対して、観光に対する興味や理解を早い段階から促していくために、おもてなし教材の作成についても検討をしていきます。

III 地域外へ光を発する取組み

8. すべての人にやさしい観光地づくりへの取組み

県民一人ひとりが観光振興の担い手であるという意識を醸成するために、観光コンベンション協会が作成したテレビコマーシャルの放送や、平成15～17年度の3年間に県内各地で「高知体感おもてなしツアー」を開催し、身体に障害のある方を高知にお迎えして、ツアーを通じた受入側のおもてなしの心の醸成に努めました。

観光関係者への取組みとしては、接客マナー向上研修の開催や、おもてなしワッペンキャンペーンの実施、観光客のアンケート結果のフィードバックを行うなど、おもてなしを推進するための事業を実施しました。今後は、おもてなし県民会議で策定しますアクションプランに沿っておもてなし推進運動を展開していきます。

9. 観光情報の発信、国内外からの誘客を促進する取組み

(ア) 観光情報の発信

本県の観光情報については、観光コンベンション協会のホームページ「よさこいネット」を中心に情報発信をしています。大河ドラマ「功名が辻」がスタートした平成18年1月以降「よさこいネット」へのアクセス件数が大幅に増加しており、大河ドラマ終了後もこうし

た傾向が続いています。このようなことから、旬の情報や地域のイベント情報など観光客の視点に立ったタイムリーな情報発信を目的に、本年7月に「よさこいネット」の内容をリニューアルしました。また、高知県に深い思い入れを持つ方々に、口コミで本県の観光情報をPRしていただくため、「高知県観光特使」として110名（平成19年8月末現在）の方に就任していただいています。

テレビ・ラジオ番組を活用したPRや雑誌・新聞などのマスメディアを活用した事業、旅行会社に対するセールスについては、観光コンベンション協会が中心となって事業を実施しています。体験型観光や団塊の世代をターゲットとした誘客の取組みは、地域間競争が激しくなっており、これらの競争に負けないためには「高知と言えば・・・」というPRポイントが重要となります。今後は、地域や市町村との連携により情報収集力を強化し、効果的な情報発信を行う必要があります。

(イ) 外国からの観光客誘致

国際観光については、本県のみでの取組みでは認知度が低いことから、四国4県とJR四国で組織する四国観光立県推進協議会によるインバウンドフォーラム(東アジア諸国の旅行会社を招いて四国の魅力を知ってもらう事業)や旅行博覧会への出展などを通じ、四国の認知度を向上させる取組みを進めています。これに加え、本県単独の取組みとして、中国と台湾をターゲットとしたトップセールスを実施し、平成18年度には本県で初めての中国と台湾からの修学旅行を受入れました。

本県の現状は、外国語標記の道路案内や観光案内も十分整備されておらず、宿泊施設における外国語対応も一般的に普及していないことなどから、外国からの個人やグループの観光客を誘致する条件が、十分に整っていないと言えます。今後は、外国からの観光客を受入れながら、関係者の努力によって少しずつでも対応を改善していくことが必要となります。こうした現状から、当面は旅行会社による団体ツアーや訪日教育旅行など、発地側で通訳が確保されているなどの一定条件が整った観光客の誘致を優先的に進めていきます。

10. 四国4県の連携を促進する取組み

四国における広域観光への取組みとしては、四国観光立県推進協議会によって、首都圏における観光シンポジウムの開催や、航空会社や大手旅行会社とタイアップした「四国キャン

ペーン」の実施、四国内の観光・宿泊施設の割引券などをセットにした「四国で得するパスポート」の作成など誘客促進のための事業を実施しました。来年は瀬戸大橋開通20周年となることから、旅行会社に対して四国の魅力を一体的に打ち出した旅行商品を企画するように働きかけていきます。また、四国八十八ヶ所霊場の世界遺産登録や四国アイランドリーグによる誘客については、4県連携なくしては実現しない課題です。四国が一体となって取り組むことが有効なものは何かを見極めながら、積極的に連携の強化を図っていきます。