

観光分野

第2期産業振興計画 産業成長戦略（観光分野）の概要

戦略の柱 全国に通用する観光地づくり

取組方針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、これまでの取組等を通じて生まれきた全国に発信できる施設や、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があるエリアを、その地域への全国からの誘客の目玉となる観光拠点として磨き上げていきます。

<これからの対策>

- 地域の観光拠点づくりの推進
- こうち旅広場のイベントランス機能、ハブ機能の充実

取組方針2

観光資源の発掘・磨き上げの推進

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ます。

また、地域に潜存化している資源の中から、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します。

<これからの対策>

- 満足度の高い観光商品づくり
- 新たな観光資源の創出
- 産業界連携による観光消費の拡大

取組方針3

広域観光の推進

観光拠点を中心として周辺の観光地等を巡る周遊プランをつくるなど、地域の面的魅力を高めるための地域コーディネート機能の強化を図ります。

また、広域ブロックや県域を超える多様な連携を進めることで、本県への誘客及び県内の周遊を促していきます。

<これからの対策>

- 地域コーディネート機能の強化
- 県内各地域との連携による周遊観光の推進
- 県域を越えた連携の推進

取組方針4

効果的な広報・セールス活動の推進

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て効果的な広報やセールス活動を展開していきます。

また、多くの入込客が期待できる全国大会や教育旅行、波及効果が期待できるロケ撮影など、多様な誘致活動を進めます。

<これからの対策>

- 統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施
- ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開
- 四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信
- 全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致
- ファイルムコミッションによるロケーション撮影の誘致

目指すべき4年後の姿

- ・ 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販売されている
- ・ 道となる観光拠点を中心とした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
- ・ 様々なイベントなどが年間を通じて開催され、新たな観光客の獲得ができていく

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

取組方針5

人材の育成

自ら継続して観光商品を次々と生み出し販売していく地域観光の担い手の人材育成に取り組んでいきます。

また、専門家を活用して観光客の受入を担う人材の育成を図っていきます。

<これからの対策>

- 観光産業を担う人材の育成
- 観光ガイドの育成、技術の向上
- 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

取組方針6

おもてなしの向上

県民挙げてのおもてなし気運の醸成を図るとともに、きめ細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んでいきます。

<これからの対策>

- おもてなしの気運の醸成
- 観光ガイドの育成、技術の向上〔再掲〕
- きめ細かな観光情報の提供
- 県内の観光地を結ぶ移動手段の確保
- 観光基盤の整備

取組方針7

スポーツツーリズムの推進

プロスポーツやアマススポーツ合宿などの誘致を進めるとともに、地域で様々なスポーツイベントを実施することで、オフシーズンも含めて切れ目なく観光客が訪れることを目指していきます。

<これからの対策>

- 推進体制の強化及び受入態勢の充実
- 年間を通じたスポーツイベント等の開催
- アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動

取組方針8

国際観光の推進

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、観光案内板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っていきます。

<これからの対策>

- 個別戦略に基づく誘致活動
- 受入態勢の充実
- 四国4県連携によるプロモーション活動の推進

広域観光の推進と人材の育成について

25年度

H27末

【3策】広域観光の推進 (地域コーディネーター組織の機能強化)

- 広域観光推進事業
- ①観光アドバイザーによる支援
地域のニーズや課題に応じて、広域組織に求められる機能を果たしていくために、具体的なアドバイスや実践支援(セールス等)
 - ②広域観光推進補助金
広域観光協議会等が実施する情報発信やセールス活動などの取組への助成

観光コンベンション協会
モニターツアーや着地型商品づくり等

広域観光協議会等(地域コーディネーター組織)

地域博覧会の開催支援
・地域が主体的に行う博覧会への支援

誘客・集客の促進

- 観光商品づくり・セールス活動
観光商品のプラン企画、マーケティング、販売(提案)等
- 観光情報の発信
圏内市町村や関係団体等の観光情報の収集と広域観光情報の一元的な発信

受入体制づくり

- ワンストップ窓口機能の充実
観光客、旅行会社、地域事業者等に対するワンストップ窓口機能
- 人材の育成
体験メニュー実施者等、地域の受入団体のスキルアップ

H25末の
3策・5策
広域組織が、地域のリーダーと一体となつて活動することによって、地域が自律的に観光商品を生み出し、販売活動を行っている

■広域組織の持続的な活動に繋がる仕組みづくり
・専任職員
・育成確保
・法人格の取得
・活動資金の確保
・旅行業の取得

・地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が生み出され、販売されている
・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

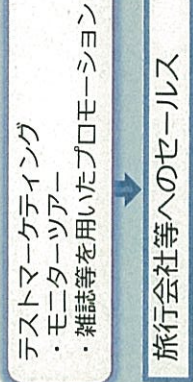
観光人材育成塾「とさ旅セミナーステップアップ研修」実施 (月1回程度1ヶ所で開催)

- 目的：地域の事業者と連携し、観光商品づくりやセールスなどの広域組織の取組を担う地域観光の核となるリーダーの育成
- プログラム1
観光分野における地域のリーダーとして、マーケティング手法等を基に、「商品企画」「販売体制づくり」等のスキルを学ぶ(先進地調査を含む)
- プログラム2
新たな観光商品の造成、販売等により実践スキルを磨く

参加者：各ブロック5名程度
(H24 セールス実行委員会メンバー等)



・地域観光の核となるリーダーの参画
・観光商品の造成販売



観光コンベンション協会
・地域観光プロデューサー
・セールスキャラバン等

「戦略立案」

テストマーケティング
・モニターツアー
・雑誌等を用いたプロモーション

旅行会社等へのセールス

振り返り

商品化

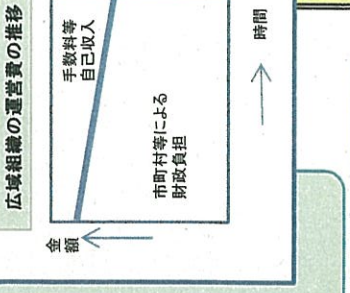
旅行会社等へのセールス

振り返り

【5策】人材の育成 (地域観光を担う人づくり)

【1・2策】核となる観光拠点の形成 観光資源の発掘・磨き上げ
・拠点の形成、資源の磨き上げ等へのハード・ソフト両面での支援

【4策】効果的な広報・セールス活動の推進(H26 観光プロモーション)
・旅行会社等へのセールス・主要SAや道の駅でのパンフレット作成、配布など



高知県インバウンド誘致の方針について

～四国全体へのインバウンド客の倍増へ～

海外から高知への誘客を増やすためには？
(約16,000人/泊⇒32,000人/泊(4年後))

- ・海外から来るルートを増やす！
- ・四国の認知度を向上させる！

四国ツーリズム創造機構

海外旅行会社等へのセールス
ファムツアーの実施
旅行博覧会への出展
メディアでの広報
四国周遊の促進

継続・拡大



平成24年度

高知県

海外Webによる広報
チャーター便等の誘致
海外旅行会社等へのセールス
よさこいによる高知県PR
受入れ態勢の整備

継続・拡大



平成25年度以降

インバウンドの誘客拡大

- チャーター便の誘致(復興航空、ジンエアー)
- 国際ジョバークツリーズムネットワークの取り組み
- 他の空港を活用した誘客・セールス
- 四国4県インバウンド担当者の協議会開催

本県への誘客ルート拡大の取り組み

- 国内ハブ空港などからのアクセス向上
LCCヘトップセールスを含めた誘致活動
- 大型クルーズ客船による誘客
四国で入港できるのは高知のみで、他県にない強み
外国クルーズ船等への誘致活動



四国を一つのフィールドとした取り組み

- 4県で連携した定期便・チャーター便のセールス活動の実施
- 四国内の空港でのプログラム・チャーターの検討
- 「清州島オルレ」と「歩く四国推進連合」との連携
- 四国八十八か所の売り出し

ベクトルを
上げる要素

誘客戦略に基づき推進

- 市場特性に応じた戦略的なプロモーション及び誘客活動の推進
- 四国運輸局、JNTO、各県、観光協会、他広域組織等との連携
- 訪日個人旅行者(FIT)の需要創造

誘客
倍増

ベクトルを
上げる要素

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 観光分野

