

令和4年度第2回高知県産業振興計画フォローアップ委員会観光部会 議事概要

日時：令和4年10月26日（水） 9:30～11:30

場所：高知会館 3F 飛鳥

出席：委員10人中、8名が出席

議事：（1）令和4年度の上半期の進捗状況の確認について
（2）令和5年度の取り組みの強化の方向性について

※意見交換概要

（森部会員）

- ・濱田知事と大阪観光局との対談などにより、関西との連携がより強くなっており、今後の誘客が楽しみ。
- ・今後、インバウンドが急速に戻ってくると思う。資料の一部にもあったように、台湾との直行便の話が進んでいると思われるが、少し掘り下げてお話しいただきたい。
- ・四国では、今後、高松空港、松山空港などへ海外から直行便が入ってくると思うが、その際の誘客のネゴシエーションについてどの程度進んでおり、今後どのような形で期待できるのかをお聞きしたい。
- ・インバウンドが回復すると、オーバーツーリズムの問題がでてくる可能性もある。特に、自然への誘客となると、現地の方との摩擦、あつれきなどが生じると思われる。その際の予防策などをお聞きしたい。

（山脇観光振興部長）

- ・台湾からの定期チャーター便の就航予算に関しては9月補正に上げている。他県へ着陸するチャーター便等については、高知県で宿泊するツアーにしてもらえるよう、旅行会社へインセンティブを与えるための予算計上をしている。
- ・高知県のインバウンドの弱さは、直行便がないということと、知名度が低いことである。コロナ前は、高知空港の国際空港化を目指して動いていた。観光としては、これを再開したいと考えているが、まずは定期的なチャーター便で実績を積み上げて、定期便の就航へつなげていきたい。
- ・具体的に台湾のLCCの会社から、「週2便定期就航したい。」との打診をいただいている。検疫や地上係員のことなど、台湾の航空会社、関連旅行会社と最終の話し合いを進めている。具体的な開始時期について分かり次第報告する。ひとまず、3月まで続けて、その後、定期便となっていけば、高知からのアウトバウンドにも利用できる。LCCなので、安く利用できるため、県民の皆様の利便性の向上にも期待できると考えている。
- ・他県の高松空港、松山空港とは連携して進めている。高知に周遊してもらおうようなツアーとしていただくように働きかけている。
- ・オーバーツーリズムに関して、「草花スポットなどに駐車場が少ない。」「民家が近い。」などの問題があり、そのための注意喚起の看板やスムーズに回れる案内板を新

たに設置するなどのマナー啓発をしながら整備を進めている。

- ・草花ガイドの養成に加えて、受け入れ体制の整備や助成金の交付なども行っている。できるだけ地域で混乱が起きないように協議等も行っており、何かあれば新たな手立てを打つことも含め万全を尽くしたい。

(天野部会長)

- ・インバウンドに関して、円安も相まって大都市圏での需要は回復している。しかし、関西空港から高知への誘客を考える際に、現在は関西空港便がないため、大都市圏からどのように誘客するのか、国内も含めてお聞きしたい。

(山脇観光振興部長)

- ・以前は関西、高知空港間でLCCが飛んでいたが、現在は止まっている。一番良いのは再開することであり、現在、中山間振興・交通部と連携しながら、様々なところと関西空港-高知空港の路線の就航を目指している。
- ・また、国によって団体旅行が多かったり、個人旅行が中心だったりと特徴が異なる。例えば、香港であればレンタカーを借りて、四国を周遊するパターンがあるので、旅行の計画に高知をより多く組み込んで貰えるような情報発信に注力している。団体ツアーが多い国については、旅行会社にモデルルートを提供し、旅行商品を作ってもらい取り組みを進めている。
- ・なお、先日シンガポールから、150名程度の観光客が来県されたが、これについても大阪観光局と連携して作った、四国周遊モデルルートである都市型と地域型を組み合わせたツアーであった。今後、国別に戦略を考える必要があると考える。

(黒笹部会員)

- ・関西戦略は知事の肝の部分であるため、様々な場面で出てくるが、関西戦略のPDC Aやどんな事が行われていて、実際の効果が数字としてどのくらい出ているのかなどを知りたい。
- ・また、資料に、デジタルデータの活用の項目があるが、どんなデジタルデータをどのように活用するのか教えていただきたい。
- ・加えて、デジタルデータを活用してどのようなことが明らかになって、そのデータを基に活用以前とどのように変わったのかなどの説明をお聞きしたい
- ・現在、全国旅行支援を実施しているため宿泊施設の予約がとれない状況となっているように、高知県では需要が急に増えるとキャパシティオーバーとなる。そのため、宿泊施設のキャパの問題を長期的な考え方で検討していただきたい。例えば、近年高知県は多くのキャンプ場がオープンしている。そのキャンプ場をインバウンド向けに積極的に展開し、オーバーキャパシティを逃がしてはどうか。他の県では実施しておらず先進的な取り組みとなる。
- ・「らんまん」は、現在、国内需要のみを考えていると思うが、牧野植物園は、植物園、建築物として総合的にレベルが高い。世界的にガーデニング観光が盛り上がっているので、国内だけでなくインバウンド向けにもキャンペーンや多言語化などの施策を実施していただきたい。特に牧野植物園に一点集中し、徹底して磨き上げていただきたい。
- ・「らんまん」の放送により、牧野ブームとなった際、草花などの植物に心を動かされ

る観光客がいると思うが、最終的には見るだけでは満足せず、草花の写真を撮ろうとする。草花は、季節ごとに毎年、様々な花を咲かせるため、それを目的として毎年来ていただける。写真撮影しやすいサービスや環境づくりなどを行い、リピーター化につなげていくことが必要。ホテルも含めて色々なサービスを検討してみてもどうか。例えば、写真のイベントだけでなく、「草花カメラ小僧に優しい高知県」などの情報を発信することも良いのではないかと。

- ・高松空港、松山空港に来た外国人を高知県に誘客するにはどうすれば良いかについて、四国へ観光に来た方たちが、徳島県の祖谷観光をした後、食事と宿泊を高知でもらうような流れを意図的に作り、「宿と食は高知」とのイメージを作れば、インバウンドで多くのお金を使っただけ。
- ・インバウンド向けの高付加価値観光コンテンツとして三つ星級のオーベルジュが県内にぜひ欲しい。今後の観光政策の検討項目に入れて欲しい。

(山脇観光振興部長)

- ・関西戦略の柱の1つである関西からの誘客については、関西エアポートなどの専門家と細かい協議を行いながら、KPIも設定し報告している。資料を整えた後にまた、ご説明させていただきたい。
- ・デジタルデータについては、各地域が直感や経験だけで動くのではなく、しっかりとマーケティングを行い、データを捉えて分析する。特に地域観光をデータに基づいて行うため、今年からデジタルデータを生かした周遊促進策に取り組んでいる。
- ・今年度の新規事業として大きく2つ取り組んでいる。
- ・1つ目は、県内の約1500の観光地点を決めて、来訪者の位置情報データを追跡できるようにした。
- ・2つ目は、そのデータを基に仮説を立てて、どのように今後の地域の観光戦略に生かしていくのかなどのワークショップを実施している。
- ・「どこから来たのか。どこに寄っているのか。」などの様々なケースの事例を並べながら、横展開しデジタルデータを活かした観光政策を進めていける人材を各地域に育成していく。議論を更に深めて、次回に取組状況をご報告できるようにしたいと考えている。
- ・インバウンドに関して、オーバーツーリズムの心配はある。閑散期やキャンプ場の誘致について、大変参考となった。
- ・観光旅行に来る人と、自然体験に来る人のバランスを上手にとりながら行う必要がある。今いただいたご意見を参考にしながら、今後活かしていきたい。
- ・全国旅行支援などで、旅行に行けなかった方が、一気に動いている状況。これがずっと続くと考えるのではなく、一定どこかで落ち着くと考えないといけない。落ち込んだ際には、インバウンドで集客できる観光地が残ると考えている。
- ・インバウンドに関して、アメリカ、ヨーロッパなどの多くのお金を使っただけの国を対象とした、高付加価値化に進むべきと考えるが、短期的には、コロナ禍以前に来ていただいていた国についても誘客する必要があると考える。中長期的に高付加価値化に向けて進めて行く。
- ・ガーデニング観光について、現在は、国内誘客に集中しているが、博覧会終了後には、ガーデニング観光に繋げていければと考えている。先ほどのご意見を参考とさせていただきたい。
- ・写真スポットについて、現在、草花ガイドになりたいと様々な方が公講座を受けてい

ただいているが、お客様が来た際に、食の紹介などを併せたガイドをしてもらうように進めている。その際に写真のスポットも紹介できるようにしたい。

- ・今だけ撮影できる花のスポット案内など、観光客にとってお得感のある情報を提供できるようなガイドを養成する講座にしたいと考えている。

(三井部会員)

- ・10月19日にガイド連絡協議会の主催で、総勢80名のガイドを牧野植物園で行った。
- ・今は、英語のテキストガイドに注力している。来年の3月にテキストが完成予定である。
- ・牧野に関しては、英語が中心になるが、これから中国語、韓国語と幅を広げていく。
- ・昨日、牧野植物園にアサギマダラという蝶々を撮影しに行っていた。その際に、フランスのパリから来たご夫婦と偶然話をする機会があったが、アサギマダラの紹介をすると、すごく興味を持たれた。牧野植物園は、植物だけでなく、それと共生する総合的な環境を観察できる場でもある。
- ・はりまや橋のトリプルクロスが、NHKのBSで放送された。世界ではここだけなので、鉄道ファンにとっては非常に貴重であり、海外でも紹介されている。例えば、歩道のベンチを電車が撮影できる向きに変えたら、撮り鉄の方が主役となり堂々と撮影できるため、多くの鉄道ファンが撮影する。また、子どもが電車を見て楽しむこともできる。
- ・現在、コロナ禍の影響もあり、外貨から円への両替が県内の金融機関において全て停止しており、インバウンドが本格的に再開した際のネックとなるため対応が必要。
- ・去年は、インバウンドに備えて、1日乗車券を活用したガイドコースを作ったが、今年は、JRの駅まで行き、まち歩きをするといった、公共交通機関を使って半日楽しめるガイドづくりに注力している。今後、外国人観光の中心になると考える。
- ・浦戸湾クルーズが、九反田から乗船できなくなっている。現在は、棧橋からしか乗船できない。浦戸湾は、江戸時代から一大宴会場となっていた。九反田からの乗船を再開したら更に観光客が楽しめるのではないかな。
- ・安居溪谷は、仁淀ブルーとして川が非常に綺麗だが、道が悪すぎる。バスも入りづらい。世界に誇れる美しい場所なので、アクセスを考えて欲しい。

(山脇観光振興部長)

- ・いただいたご意見で、ベンチの向きや安居溪谷の道の悪さなど、県道であれば県土木部の方に要望する。ベンチも所管の部署に話しをしたい。浦戸湾クルーズは、以前堀川から出ていたが、堀川は係留エリアとして整備したため、現在は、クルーズ船の発着ができない条例となっている。
- ・現状棧橋（南高校付近）から桂浜にも降りれるように棧橋を整備している。途中、「桂浜に下船したい。」と言う人が多かったためである。波が高い時は、下船できないが、現在、3重防護の防波堤を作っており、その内側に大規模な棧橋を作る計画をしている。まだ、先になるが、車や電車で桂浜に行けるよう、浦戸湾と桂浜が一体となった観光地づくりを高知市と進めている。慢性的な渋滞対策にもつなげればと考えている。

(町田部会員)

- ・デジタルマーケティングについて、マーケティング手法を教えて欲しい。AIを活用するのか。アナログで分析を行うのか、次回で良いので、教えていただきたい。

- ・大型客船の今後の来航予定について知りたい。インバウンド再開を期待している方がたくさんおり、事前に教えていただければ、「語学を勉強しておもてなしをしたい。」とおっしゃってくださる方もいる。
- ・また、アジア向けに現地とズームでつなぎ、現地の言葉で、高知県の良さをライブ中継で伝えている個人の方がいる。このような地道な活動が、いずれ「高知に来たい。」という流れにつながる。しかし、仕事には結びついていないため、あくまで趣味として活動している。あらかじめ入港予定の国が、中国なのか、アメリカ、ヨーロッパの方が多くなるとか、事前に教えていただければ対策を立てることができる。

(山脇観光振興部長)

- ・デジタルデータについては、位置情報を基にしたアナログでの分析だが、詳しくは、次回報告する。
- ・クルーズ船情報に関しては、以前、予約が入ってもキャンセルが多く、情報共有が消極的になっていた。今後、早めに情報を出せるように港湾部局と連携していく。
- ・世界一周するような欧米の方に向けたセールスになっていると聞いている。
- ・今後の動きも見据えて、改めて情報提供させていただく。

(鎌倉部会員)

- ・他県は好調なのに高知県が波に乗れなかった「高知の失われた10年」と言われた時代の反省から、前尾崎知事が産業振興計画を打ち立てた。しかし、当初は、なかなか理解されず、前尾崎知事も非常に苦労された。その際に、成功体験をさせるために、即効性があり幅広い分野に影響のある観光分野にまず力を入れた。タイムリーに龍馬伝の放送も重なってその目論見は成功し、現在に至っている。
- ・当時は、実は困っていない県が少なくなく、県行政に占める観光の位置付けが低い県が多かった。そうした中、高知県は特に力を入れていたので目立ったし、結果的に高知県だけでなく他の四国3県にも良い影響を与えていた。
- ・しかし、コロナの影響で全国一律に宿泊業が大打撃を受け、全国が観光に目覚めてしまった。
以前は、ブルーオーシャンに近くやればやるほど効果があったが、今は、レッドオーシャンになっており、お客様の奪い合いとなっている。こうした状況で以前と同じようなやり方をするのは効率が良くない。
- ・イメージとしては、高知を1つの屋台、愛媛も香川もそうといったように捉え、四国で1つの屋台村を形成して、てんこ盛りの魅力で全体として効果を上げていく、いわば「屋台村作戦」のような戦略が求められるように思う。
- ・また、これまでは、土佐二十四万石博が高知市内だけの効果となった反省を踏まえ、いかに県下全域に効果を広く及ぼすかという、周遊促進に力を入れてきた。地域観光課、広域観光組織ができて、多くの方が努力をして、高知県の観光が幅広く、分厚くなり、コロナ前は大きな博覧会などをしなくても400万人観光を実現するなど、底力がついた。
- ・そのように、ここ10年は、「周遊」がキーワードであったが、これからは、「周年」の考え方を持つべき。横軸には月や季節などの時の流れ。縦軸は、例えば、エリアごとで時の流れごとの売りを整理すれば、逆にウイークポイントが見えてくる。また、歴史、文化、スポーツなどの分野ごとで整理してみるとか、あるいは高知城、四万十川、桂浜などのキラコンテンツごとに整理し、それぞれの時期に何があるのか、マトリックスで整理して、弱い時期に何でどうやってカバーするかを考えることが必要。
- ・例えば農業の収穫や漁の様子を見せたりすることも1つのコンテンツとなるのではないか。

- ・連続テレビドラマは、通常、地方での撮影はあまりしないが、今回は高知での撮影があり、非常に良い事だと感じた。「らんまん」のドラマを観た人が、牧野博士の人柄に惚れたり、もしかしたら土佐弁が可愛いとの評価になるかもしれない。「じぇじぇじぇ」の例もある。そうした動きが出てきた時にどう生かしていくかを、あらかじめ検討しておく必要がある。
- ・らんまんを観て高知に来た人が、1泊2日、2泊3日で県下の全ての魅力を観光して回るのは不可能である。そのため、この時期に来たらここでこんなきれいな花の写真が撮れますよといったことを上手く伝えておくことでリピーターにつなげられる。
- ・チャーター便について、外国からは高知に来てくれるが、高知からは外国になかなか行かないという問題がある。そうすると片道だけしか埋まらないという状態になる。高知からも外国に行ってもらうように、両方で儲ける仕組みをつくる必要がある。

（山脇観光振興部長）

- ・定期チャーターが週2便発着したとして、高知に来た人が乗って帰るので、往復の席は一定確保できる。もし、定期便になった際には、高知県民だけでなく周辺の県からもLCCで外国に行きたいと考えているお客様を集める。そのためには、定期チャーターを定番にしていくことが前提である。
- ・「らんまん」の放送が決定した際に、一番の課題が「牧野博士をそもそも知らない。知っていたとしても高知出身であることを知らない人が多いことである。高知県だけで盛り上がっているのでは。」との話しがあったこともある。そのため、番組制作者と検討して、朝ドラにしてはめずらしく、高知ロケをかなりやっていただいた。番組の冒頭でも、高知の映像などを放送していただいて、大河ドラマのように、地域色を出してくれているとお聞きしている。
- ・牧野植物園と佐川がメインとなるので、1層目として、そこに来ていただけるようなPRを実施する。2層目としては、県内各地に周遊していただくことで、県全体の底上げを行う。また、県内各地域の草花スポットを整備する。そして3層目として、高知城など、核と言われる高知の観光スポットへ誘導する。1つの場所だけで賑わって帰ることがないように、デジタルサイネージの活用など工夫したい。
- ・放送では、土佐弁も出てくる。何が流行るか分からないので、臨機応変に取り組んでいきたい。

（古谷部会員）

- ・全国旅行支援が始まり、多くの観光客に来ていただいているが、フロントでの対応時間が大幅に増えている。
- ・コロナ禍で、3年間苦労した。やっとここからスタートする。そのタイミングで「らんまん」が決まった時には、ワクワクした。昨日、佐川で会議があった際に、観光バス2台が来ており、公園などに大きな駐車場が整備されていた。「らんまん」に合わせて整備されたものだと思う。
- ・各市町村さんも情報発信に力を入れてくれている。県が引っ張ってくれたおかげだと考えている。
- ・高知市中心部の西敷地に「東横イン」さんが出てくるとの話しがあったが、私としては、もう少しグレードの高いホテルが出てくればと思った。確かに高知県は、キャパが足りないので、多くの人 came 時は、キャパオーバーを改善できる。しかし、フラットになった時には、非常に苦しくなる。
- ・現在は、全国どこも観光に力を入れている。特にインバウンドに力を入れているため、私たち観光業も頑張らなければいけないと考えている。

- ・全国的な大型ホテル、チェーンホテルの弊害は、地元の組合に入ってくれず、観光 PR に協力してくれない。以前のインターハイでも協力してくれず困った。できたら、ご理解のあるホテルなどに入っていたきたいと考えている。

(山脇観光振興部長)

- ・今後のホテルの宿泊キャパについて、新たに進出するホテルについても、マーケティングなどを行い、重い判断で進出しているので、行政としては難しい部分がある。今できることは、通年で閑散期がないような県にしていこう。常にお客さんが来れるような基盤を整えるのが県の役目だと考える。平日にお客様を呼ぶ方法、冬場、GW 後の閑散期などのバランスをとっていく方法を考えていく。

(赤池部会員)

- ・高知大学では、20 歳前後の台湾留学生とオンラインで、日本や高知について授業を実施している。
- ・2019 年の台湾からの旅行者人数のデータを見ると高知県が最下位で驚いた。
[出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局「訪日外客数」2019 年]
- ・台湾では、まだ高知の魅力に気づいていないということだと思う。他の県がインバウンド政策を実施しているが、高知県は、また違う段階ではないかと思う。
- ・学生たちとのワークショップなどを通じて気づいたことがある。四国に限定して言えば、愛媛と言えば「しまなみ海道」、徳島と言えば「かずら橋」など、県名からイメージされるビジュアルがある。一方で高知県は、「自然がきれい。食べ物が美味しい。」などと言われているが、高知といわれてイメージされるビジュアルがない。高知と言えば「これだ」という一点に絞り込んだ戦略が必要である。
- ・産業振興を図るためには、人材育成が重要。観光人材がしっかりと根付いていくために、専門性を持った人材の育成を組織的にできないか。中長期的に観光産業を担うプロフェッショナルな人材を育成していただきたい。
- ・高知県は外国人との相性が良いと考える。今、我々が挑戦しようとしているのは、まずはインターンシップをオンラインで実施し、海外の専門性を持った人々が高知の人材育成に関わることができるように準備している。長期的に考えていく必要がある。

(山脇観光振興部長)

- ・地域の観光を支える人材の育成は、重要課題を考えている。地域観光づくりと人材育成を両輪で進めており、県版の地域おこし協力隊など観光に人を集めており、どのような事を学んでいただくが部内で議論している。専門性の部分での連携については、また個別に相談させて欲しい。
- ・インバウンドに関して、良い話しをいただいたと思う。外国人観光客の宿泊者数は、全国最下位と言われているが、観光目的 43 位、商業目的 46 位で、合わせると 47 位で最下位である。
- ・高知県は何でもあると言った、皿鉢戦略ではなく、インバウンドに関して言うと、高知県は「これ」という強いコンテンツを打ち出して、集中させる必要がある。
- ・万博に来た外国人のお裾分けをもらうのではなく、初めから、「高知に来たい。」と思ってもらい、目的地となるような強いコンテンツを出し続ける徹底したやり方が必要である。これは、次回の第 5 期産業振興計画に向けて検討していきたい。
- ・庁内で検討しているのは、他の県にはなく訴求力が強いもので、今出ている意見は、「川」若しくは、「川と森をセットにすべきでは。」との意見も出ているので、様々なご意見を頂戴しながら進めたい。

(天野部会長)

- インバウンドは、最重要課題だが日本人の観光客との両輪で見ていくことが大切。外国人だけで無く、日本人も高知の魅力に気づいていない。そのため、一度来るとみんな感動する。そして、また来てくれる。一度知ってもらおうとリピーターとなる。これが高知県。
- 高知県での一番の感動は、「仁淀ブルー」特に「安居溪谷の仁淀ブルー」は、行くまでの道は大変だが、同じ川でも全く違う。しかし、多くの観光客は、高知県は遠く、交通費がかかると思っておりそこが、大きなバリアとなっているので、そのバリアを外す若しくは薄くする施策を実施していただきたい。

(以 上)