

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 ⇒ R4 1,130億円以上 ⇒ 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 ⇒ R4 450万人以上 ⇒ 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
- ・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
- ・法人化や観光庁登録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・商品を国内外の市場へ

【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) サステナブルツーリズムの推進

- ・サステナブルを切り口にした観光プロモーションの実施

(3) 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

(4) 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）

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

“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

(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

(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
- ・しまんと・あしずり号等による二次交通網の活用
- 拡** デジタルサイネージを活用した旬の情報の発信（再掲）

柱4 国際観光の推進

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



効果的な  
 セールス&プロモーションで  
 観光客が高知へ

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）

## 連続テレビ小説を生かした博覧会基本計画書の概要

## 1 開催の目的（博覧会を通じて目指す姿）

連続テレビ小説の放送を契機として、以下の3点を強く意識して「いきいきと暮らしていける高知」の実現を目指す。

- (1) 多くの県民の皆様が、草花を育むなど博覧会を通じた活動に広く係わることで、地域全体が元気を取り戻すきっかけとなること
- (2) 牧野博士がその生涯を捧げた草花をテーマにした観光地づくりを進め、県観光の新たな基盤とするとともに、ドラマ終了後も地域の財産として残すこと
- (3) 従来の本県への主たる観光客層に加えて、ドラマをきっかけとして、親和性の高い「女性」「若者」などの新しいターゲット層を取り込み、「高知ファン」の厚みを増すこと

博覧会を通じて、なにげなく眺めている風景や、当たり前存在する自然の美しさ、地域の営みの魅力などに改めてスポットを当て、地域の活力やサステナブルツーリズムの基盤となるよう展開していきます。

## 2 開催概要

## (1) 基本方針

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とともに、ひたすら草花を愛し続けた牧野博士の精神や功績を後世に引き継いでいく取り組みを推進する。

## &lt;取り組みの3つのポイント&gt;

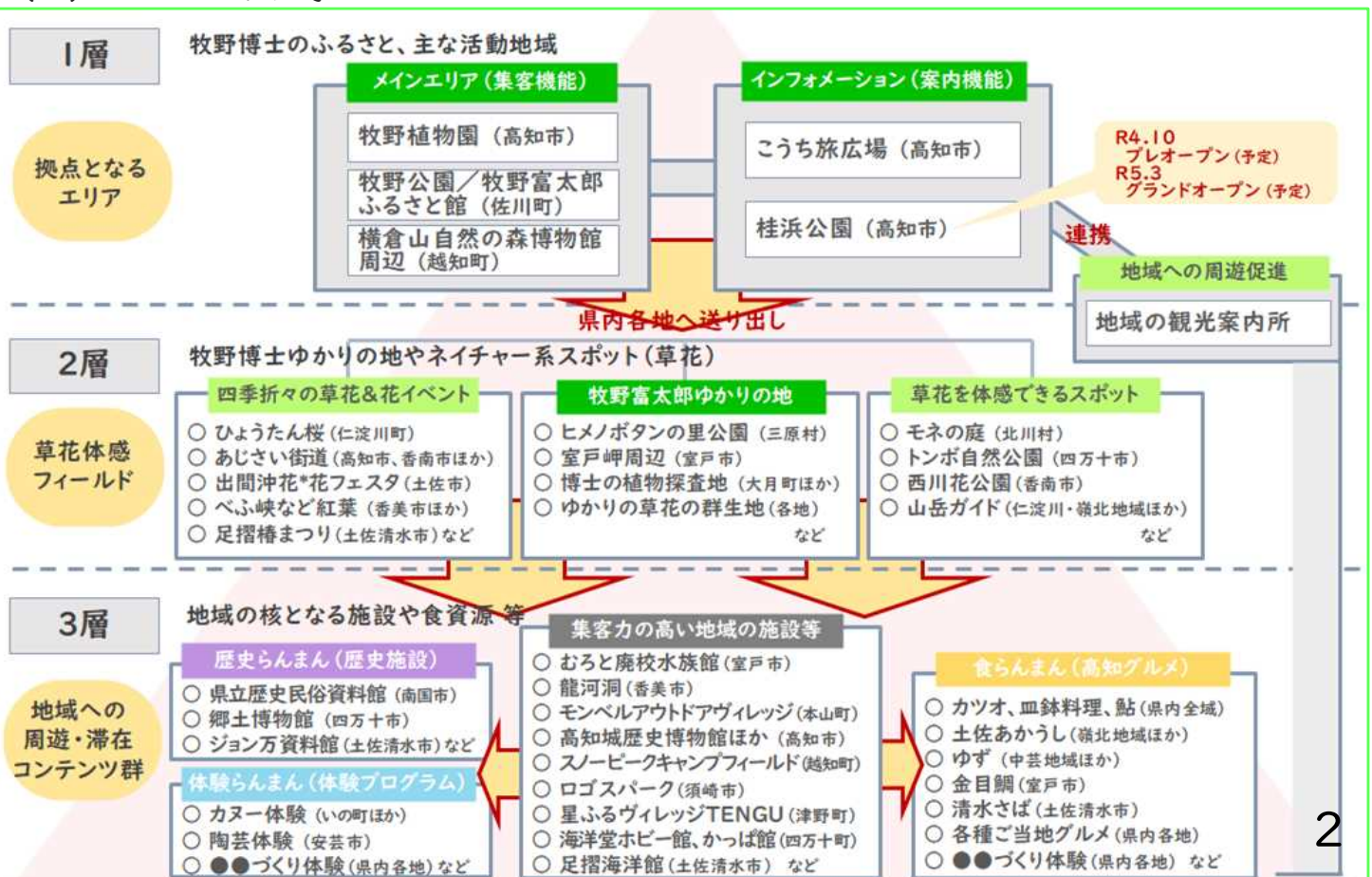
- ① コロナ禍により苦境が続いている県観光を復興させる起爆剤とする。
- ② 県民を巻き込んだ、官民一体の取り組みにより、牧野博士を生んだ高知県の魅力についてセールス&プロモーションを展開し、全国からの誘客を図る。
- ③ 県内各地域で牧野博士ゆかりの素材の発掘や磨き上げを進め、これまで磨き上げてきた地域の食・歴史・自然体験と連携し満喫していただけるよう、各地域での周遊や滞在促進を図る。

(2) 開催期間 令和5年3月25日(土)から令和6年3月31日(日)まで

(3) 事業主体 県、市町村、関係団体により組織する推進協議会を設置し、官民協働により事業を推進。

(4) 博覧会名称等 「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」

(5) メインエリア等



### 3 推進協議会の取り組み（受入環境整備）

#### (1) イベントの開催や周遊促進策

博覧会を盛り上げるイベントを開催するとともに、観光客を県内各地域へ誘う施策を展開し、滞在時間の延長や観光消費の拡大を図ります。

- ① プレイイベント
- ② オープニングイベント
- ③ 特別イベント事業
- ④ 周遊促進事業
- ⑤ 二次交通対策事業

#### (2) 地域の観光資源の磨き上げや観光客の満足度向上等

県内各地域の草花をテーマに観光資源を磨き上げて新たな基盤づくりを進めるとともに、県民が主体となったおもてなし活動を推進します。

- ① 地域支援事業
- ② 渋滞対策事業
- ③ 地域活性化事業

#### (3) 観光案内機能の強化

県内の旬の観光情報を提供できるように、市町村等と連携してインフォメーション機能の強化を図ります。

### 4 推進協議会の取り組み（誘致・広報）

#### (1) 基本方針

牧野博士のふるさと・高知を全国に訴求し、本県に注目を集める仕掛けをつくります。

プロモーションにあたっては、シニア層といった従来の主たる観光客層に加え、自然や植物に関心の高い女性層や若年層といった新たなターゲット層にリーチできるよう取り組みます。

#### (2) 連続テレビ小説を契機とした全国向けプロモーション

高知県や高知県観光コンベンション協会との連携を図りながら、牧野博士のゆかりのスポットはもとより、高知ならではの歴史・食・自然体験などの魅力を絡め、全国に向けたプロモーションを展開します。

- ① マスメディアを活用した広報
- ② 特設Webサイト、SNSの活用
- ③ PRツールの活用
- ④ 高知県、高知県観光コンベンション協会との連携によるプロモーション等

### 5 県・市町村・広域観光協議会の取り組み

#### (1) 将来にわたって活用できる観光基盤づくり

- ① 草花を生かした観光資源の掘り起こしや磨き上げを通じた新たなターゲット層の取り込み
- ② 草花を楽しめるスポット等と地域ならではの食、自然体験、歴史資源などを一体的に周遊できるコースづくり
- ③ 持続可能な受入環境整備の観点から、観光客に対するマナー啓発等

#### (2) 地域の草花ガイドの養成

- ① 地域の草花の魅力と現地でのストーリーをセットで解説できるガイドの養成
- ② 草花のガイドに加え、周辺の観光資源に関する積極的な情報発信

#### (3) 周遊促進、観光客の満足度向上

- ① 各地域の拠点となる施設等での観光案内機能の強化
- ② 県観光コンベンション協会や広域観光組織等と連携したデジタルツール等による案内機能強化

#### (4) 地域の活性化に向けて

- ① 地域ならではの食資源を生かしたグルメの磨き上げや土産品の開発
- ② 学校での教育活動等と連携した自然学習などの機会創出
- ③ 地域コミュニティの維持や活性化

#### (5) 市町村の取り組みに対する県からの支援

- ① 市町村へのアドバイザー派遣及び財政支援、産業振興等に係る各種支援

### 6 県民参加によるおもてなしや地域活性化の取り組み

#### (1) 地域コミュニティと協働した取り組み

- ① ボランティア団体や集落活動センターなどでの花や植樹の活動

#### (2) 学校等と協働した取り組み

- ① 野外活動や、地域資源を活用した土産品開発
- ② 学生による観光ガイド等の地域振興の取り組み

#### (3) 企業活動と協働した取り組み

- ① 草花をテーマにした地域活動や行事等に関する協働促進

