

分野を代表する目標

**観光総消費額**  
**県外観光客入込数**

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  
 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) 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～らんまんの舞台・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

- ・ 龍馬パスポートの実施
- ・ 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）