

**(案)**

# **高知市観光振興計画**

**(平成26～30年度)**

**平成26年2月**

**高知市商工観光部観光振興課**

# 目 次

第1章 本計画の基本的考え方 .....	1
1.1 計画の目的 .....	1
1.2 計画の位置づけ .....	1
1.3 計画期間 .....	1
第2章 高知市の概況 .....	2
2.1 自然的条件 .....	2
2.2 社会的条件 .....	4
第3章 観光をめぐる動向 .....	7
3.1 国内の観光動向 .....	7
3.1.1 国の観光に対する取り組み .....	7
3.1.2 国内の観光動向 .....	8
3.1.3 高知県の観光動向 .....	13
3.1.4 高知市の観光動向 .....	19
3.1.5 高知市の観光に対するアンケート結果 .....	21
3.1.6 高知市観光の特徴及び取り巻く状況 .....	26
3.2 高知市観光の課題整理 .....	28
3.2.1 課題整理の考え方 .....	28
第4章 高知市観光振興の基本方針 .....	29
4.1 観光振興の基本理念 .....	29
4.2 観光振興の基本目標と施策体系 .....	30
4.2.1 基本目標 .....	30
4.2.2 基本施策 .....	31
4.2.3 成果指標 .....	32
4.2.4 高知市観光振興計画の施策体系 .....	33
第5章 高知市観光振興のためのアクションプラン .....	34
5.1 新たな観光魅力の創造 .....	34
5.2 観光客誘致と情報発信 .....	43
5.3 まごころ観光の充実 .....	46
第6章 高知市観光振興の取り組み推進 .....	50
6.1 計画の推進 .....	50
6.2 計画の検証・評価 .....	50



## 第1章 本計画の基本的考え方

### 1.1 計画の目的

高知市の観光施策については、1994(平成6)年3月に高知市観光振興基本計画を策定し、2001(平成13)年に策定した2001高知市総合計画の観光分野における施策に沿ってハード・ソフト面にわたった様々な観光振興策を進めてきました。

この間、2005(平成17)年1月に鏡村・土佐山村と、さらに2008(平成20)年1月には春野町と合併したことにより市域面積や人口など本市の基礎的条件が大きく変化しており、こうした高知市を取り巻く状況の変化に対応するため、2011(平成23)年に『森・里・海と人の環 自由と創造の共生都市 高知』を将来の都市像として掲げた2011高知市総合計画を新たに策定しました。

現在、2011高知市総合計画の観光分野「第4章 地産の環 第6節 政策23 あったか土佐おもてなし観光の充実」において、新たな観光魅力の創造、観光客誘致と情報発信、まごころ観光の充実を3つの柱に、郷土の英傑・坂本龍馬やエネルギーなよさこい祭り、街路市や食など高知ならではの文化や、高知城、桂浜など市域の豊富な観光資源を活かし、国内外から観光客が訪れるおもてなしの心に満ちた観光のまちづくりを目指して取り組んでいます。

このような中、国においては、観光立国の実現に向け2012(平成24)年3月に観光立国推進基本計画の見直しが図られ、また高知県では産業振興計画の観光分野において観光振興への取り組みが強化されています。

また、近年の観光は、情報化社会の進展やライフスタイルの変化により観光ニーズの多様化や、団体中心から家族、友人、知人などの小グループ旅行へとシフトするとともに、東南アジアを中心に外国人観光客が大幅に増加するなど、大きく変化してきました。

こうした情勢を踏まえ、観光による交流人口の拡大や地域経済の活性化を図るため、観光に関わるすべての関係者が、目標や計画を共有し、連携・協働して観光振興を図っていくことを目的に新たな観光振興計画を策定します。

### 1.2 計画の位置づけ

本計画は、高知市の観光振興に関して、高知市をはじめ、観光に携わる事業者や観光関係団体、高知県等の行政機関など、観光に関わるすべての関係者が連携・協働して観光振興に関する施策を総合的、計画的に推進するための基本となる計画です。

そのため、市政運営の基本となる2011高知市総合計画の観光分野との整合性や関連する他分野との連携を図ります。

また、観光振興は、高知市だけではなく、高知県、周辺市町村との連携を図りながら実施する必要があります。本計画は2012(平成24)年に策定された第2期高知県産業振興計画 ver.2との連携も図り、施策を推進します。

### 1.3 計画期間

2014(平成26)年度から2018(平成30)年度までの5年間とします。

## 第2章 高知市の概況

### 2.1 自然的条件

#### 1) 地勢

◆四国山地，田園，清流，海岸線など多様性の高い豊富な自然環境を有する

高知市は，四国南部のほぼ中央に位置し，市域面積は 309.22 k m<sup>2</sup>です。市の北方には急峻な四国山地があり，その支峰である市域北部の土佐山に源を発する鏡川の下流域を中心に都市が形成されています。南は浦戸湾を経て土佐湾に面し，東西に広がる海岸線から黒潮が流れる雄大な太平洋を一望できる地理的条件にあります。標高 1,176mの工石山を有する北部の中山間地域は，豊かな自然が今も残されており，平成の名水百選に選定された清流鏡川の源流域は，市民の憩いとやすらぎの場ともなっています。

市街地に面して広がる浦戸湾は，風光明媚な景観を有するとともに，200 種近い魚類が確認できる自然の多様性が豊かな汽水域でもあります。

市の南北方向には海拔ゼロメートルの臨海地から，一部が冷温帯に属する標高 1,200m 近い山岳までの高低差が見られ，暖温帯から冷温帯にかけて属する多様な植物相を有しています。一方，東西方向には，中央部に広く平地が分布するなど，比較的平坦な移動しやすい地形が続いています。

図 2.1 高知市の位置



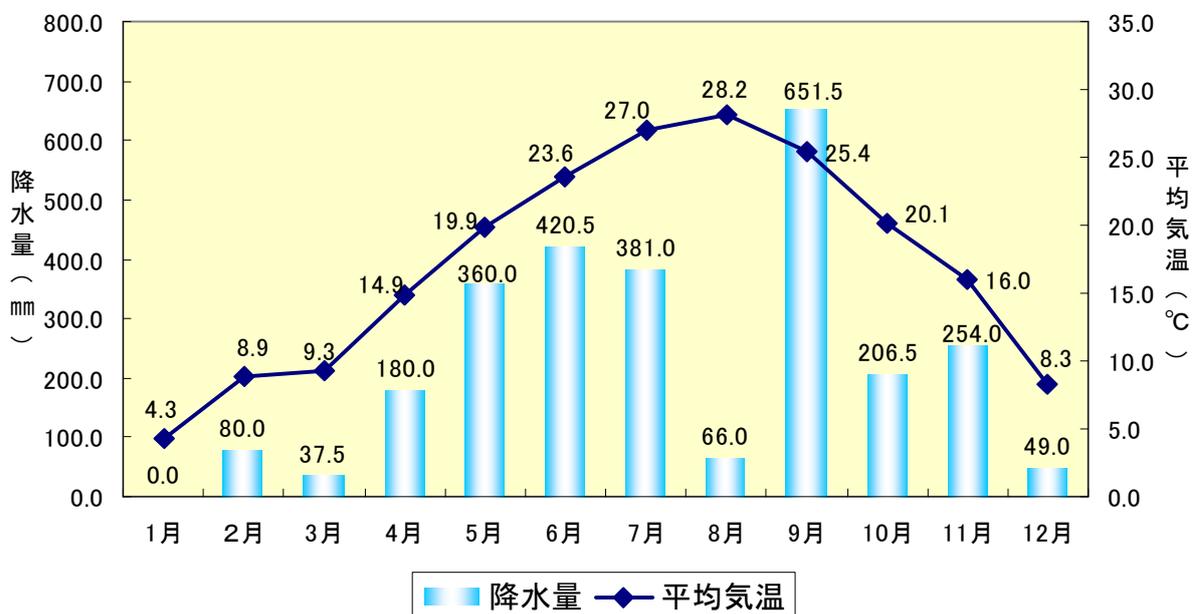
## 2) 気候

## ◆温暖で水、光、気温に恵まれた農作物生産に有利な気候条件

高知市は、年間を通じて降水量が多く、特に夏から秋にかけては台風の進路に当たることから、年によっては3,000 mmを越す世界的にも有数の降水量があります。また、年間2,000時間を超える日照時間は、都道府県庁所在都市で上位に位置しています。

年平均気温については、都道府県庁所在都市の平均値と比較して1～2度ほど高く、総じて温暖で水、光及び気温に恵まれており、農作物などの生産に有利な気候条件にあります。

図 2.2 高知市の月平均気温及び降水量 2011(平成 23)年



出典：高知市統計書

## 2.2 社会的条件

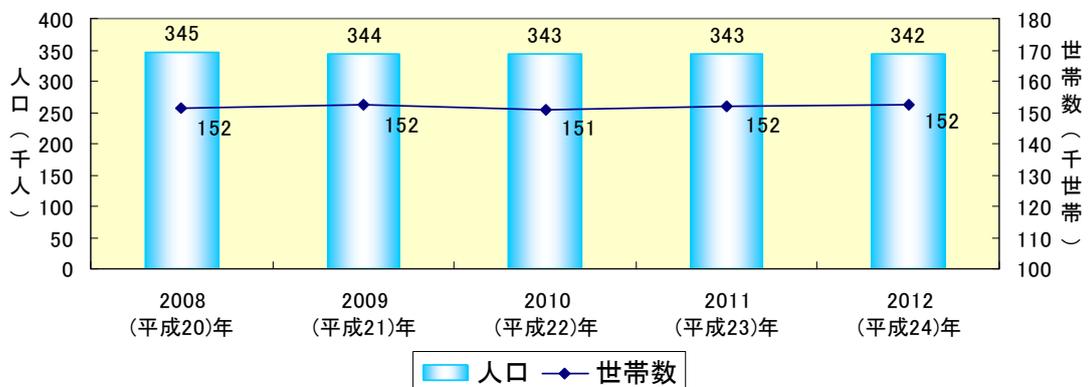
### 1) 総人口

- ◆2012（平成24）年の総人口は、約34万人、世帯数は約15万世帯
- ◆1世帯あたり人員は年々減少傾向

2012（平成24）年の総人口は、341,949人、世帯数は152,327世帯で、人口は春野町との合併により2008（平成20）年がピークでその後、年々減少しています。

2008（平成20）年と2012（平成24）年と比較すると、人口は減少しているにもかかわらず世帯数はほとんど変化がないことから核家族化が進んでいることが伺えます。

図 2.3 人口・世帯数の推移



(注) 2010（平成22）年は国勢調査。その他の年は推計人口(各年10月1日)

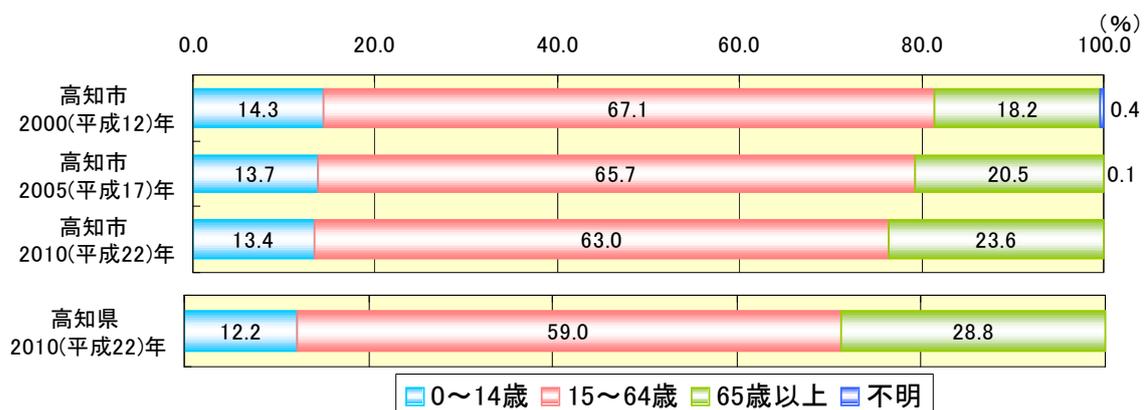
出典：高知市統計書

### 2) 年齢別人口

- ◆少子化，高齢化が進行

高知市では、2000（平成12）年と比較すると2010（平成22）年は、15歳未満が約1%減少し、65歳以上が約6%増加しており、少子化，高齢化が進行しています。高知県と比較すると65歳以上の人口は約5%低いものの、着実に高齢化が進んでいることが伺えます。

図 2.4 年齢別人口の推移



出典：高知市統計書

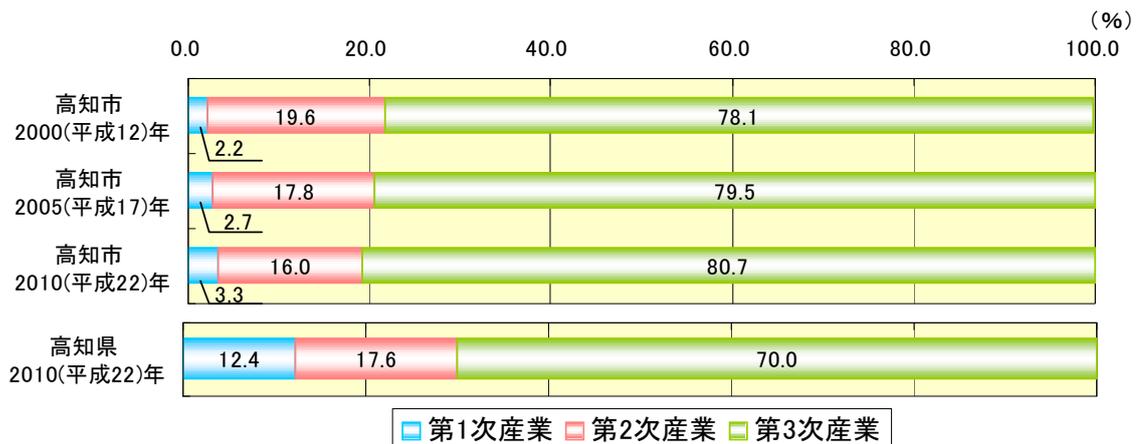
## 3) 産業別就業者数

- ◆ 第3次産業就業者数が約8割
- ◆ 高知県全体と比較して第1次産業就業者数の割合は低い

2010（平成22）年の産業別就業者数は、第3次産業が約8割を占めており、高知県全体と比較しても高いことから、高知市では第3次産業が大きな産業となっています。

一方、高知県全体と比較して第1次産業就業者数の割合は低くなっています。

図 2.5 産業別就業者数の推移



出典：高知市統計書

## 4) 風土

- ◆ 明朗闊達で自由と平等の精神を重んじる土佐人の気質

高知市は、懐の深い中山間地域や生産力の高い田園地域、魚種が豊富な海域などの高い多様性と優位性を併せ持つ自然と、その自然に対して先人が営々と働きかけてきた歴史、そして自然と調和しながら発展した産業が織りなす、独特の文化が花開く土壌を培ってきました。さらに、土佐国の中心地として発展してきた過程の中で、この地を訪れた多くの知識人や文化人の影響を受けながら文化の成熟度を高め、現代まで受け継いできました。

このような風土によって培われた明朗闊達で反骨精神の強い土佐人の気質は、江戸末期から明治にかけての幕末の志士や自由民権運動での活躍に現われただけでなく、現代においても、市民によるさまざまな地域コミュニティ活動を支える積極的な協働の精神として受け継がれています。



長宗我部元親公像

## 5) 地域に根ざした文化

- ◆地産地消の食文化を支える農業、街路市
- ◆中山間地域の「山の文化」や田園地域の「里の文化」が継承
- ◆まんが、よさこいなどの独特な芸術文化

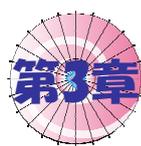
高知市周辺の平野は県下有数の規模を誇り、食料の供給地として農業が発展してきました。江戸時代から現在まで連綿と続く日曜市をはじめとした街路市には、新鮮で豊富な食材が並び、高知市の地産地消の食文化を支えてきました。豪快な皿鉢料理に代表される「おきゃく」（宴会）や、大いに盛り上がる箸拳などは、土佐の宴席文化として広く注目されています。

また、鏡大利の太刀踊り、土佐山高川の早飯食い、春野の西畑デコ芝居、長浜のどろんこ祭りなどに代表される中山間地域の「山の文化」や田園地域の「里の文化」が、それぞれの地域において継承されてきました。

音楽、演劇、舞踊、美術、映画上映などの芸術文化については、市内各所で市民の多彩な活動が繰り広げられており、高知市文化祭や高知街ラ・ラ・ラ音楽祭などの大規模な文化的催しが市民の力で成功しています。中でも、横山隆一など独特な作風を持つ作家を輩出したまんがや、原宿や札幌など全国各地の220か所以上で開催されるまでに広がりを見せた本家本元のよさこい祭りなどは、自由で豊かな表現を基礎とした独特の芸術や文化として昇華し、日本国内だけでなく海外までその発信力が広がっています。



江戸時代から続く日曜市



## 第3章 観光をめぐる動向

### 3.1 国内の観光動向

#### 3.1.1 国の観光に対する取り組み

少子化、高齢化、人口減少が進む我が国において、観光は、地域における消費の拡大、新たな雇用の創出など幅広い経済効果や交流人口の拡大に大きく貢献し、地域づくりに一層の活力をもたらすことから、その重要性はますます高まっています。

国においては、2007（平成19）年1月に「観光立国推進基本法」を施行し、2008（平成20）年10月には国土交通省に観光庁を設置し、急速に経済成長するアジア等の旅行需要を取り込み、外国人旅行者の増加と観光需要の創出に向けた取組を積極的に推進してきました。

図 3.1 観光立国推進基本計画の概要

観光立国の実現に関する目標		観光庁
目標の分類	観光立国の実現に関する目標	観光立国の実現に係る参考指標
観光による国内消費の拡大	1. 国内における旅行消費額 〔平成21年(2009年): 25.5兆円〕 平成28年(2016年)までに30兆円	(1) 国内宿泊旅行消費額 平成28年(2016年)までに18兆円 国内日帰り旅行消費額 平成28年(2016年)までに6.5兆円 訪日外国人旅行消費額 平成28年(2016年)までに3兆円  (2) 観光の雇用効果 平成28年(2016年)までに539万人相当
	2. 訪日外国人旅行者数 〔平成22年(2010年)実績: 861万人〕 〔平成23年(2011年)推計: 622万人〕 平成28年(2016年)までに1,800万人	(1) 訪日外国人のゴールデンルート以外の地域における延べ宿泊者数 平成28年(2016年)までに2,400万人程度  (2) 訪日外国人旅行者に占めるリピーター数 平成28年(2016年)までに1,000万人程度
国際観光の拡大・充実	3. 訪日外国人の満足度 〔平成23年(2011年): 大変満足43.6%、必ず再訪したい58.4%〕 大変満足45%程度、必ず再訪したい60%程度	
	4. 国際会議の開催件数〔平成22年(2010年): 741件〕 平成28年までに5割以上増、アジア最大の開催国	(1) 国際会議、展示会、研修等参加の訪日外国人参加者数 平成28年(2016年)までに170万人
	5. 日本人の海外旅行者数 〔平成23年(2011年)推計: 1,699万人〕 2,000万人	(1) 若年層の日本人海外旅行者数 平成28年(2016年)までに300万人
国内観光の拡大・充実	6. 国内宿泊観光旅行の年間平均宿泊数 〔平成22年(2010年): 2.12泊〕 (2.5泊)	(1) 国内宿泊観光旅行を行わない国民割合 平成28年(2016年)までに40%程度 (そのうち、特に若年層の割合 40%)  (2) 若年層の国内宿泊観光旅行の年間平均宿泊数 平成28年(2016年)までに年間平均3泊
	7. 国内観光地域の旅行者満足度〔実績値なし〕 (大変満足・必ず再訪したい25%程度)	(3) 三大都市圏以外の地方を主目的地とする国内旅行消費額 平成28年(2016年)までに年間12兆円

出典：観光立国推進基本計画の概要（観光庁）

しかし、2008（平成20）年のリーマンショックに伴う世界的な景気後退や急激な円高、2009（平成21）年の新型インフルエンザの影響などから国外の旅行者数が減少しました。

さらに、2011（平成23）年3月の東日本大震災と原子力発電所事故は、被災した観光地に大きな打撃を与え、国民の自粛ムードや訪日旅行への不安などから国内外の旅行者が減少するなど、全国に影響を及ぼすこととなりました。

こうした観光をめぐる情勢変化を踏まえ、国では、2007（平成19）年6月に策定した「観光立国推進基本計画」を見直し、2012（平成24）年3月、新たな基本計画を決定しました。この新たな「観光立国推進基本計画～観光でつくる日本のチカラと地域の魅力～」では、①震災からの復興、②国民経済の発展、③国民相互理解の増進、④国民生活の安定向上を基本的な方針として、国際・国内観光の拡大や観光の質の向上を図るなど、政府を挙げて観光立国実現に向けた政策を推進しています。

### 3.1.2 国内の観光動向

#### 1) 国内宿泊観光旅行の推移

◆国内宿泊観光旅行者数は、東日本大震災前の水準まで回復

2012（平成 24）年の国民一人当たりの国内宿泊観光旅行回数は 1.40 回となっています。また、国民一人当たりの国内宿泊観光旅行宿泊数は 2.24 泊となっており、いずれも東日本大震災のあった 2011（平成 23）年を底に回復傾向となっています。

2012（平成 24）年の日本人の国内宿泊観光旅行延べ人数は、延べ 1 億 7,876 万人となっており、企業や学校等の長期休暇がある 8 月が多くなっています。

図 3.2 日本人の国内宿泊旅行の回数及び宿泊数の推移



(注) 1 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。  
2 平成24年の数値は暫定値。

出典：平成 25 年版観光白書（観光庁）

図 3.3 日本人の国内宿泊観光旅行延べ人数の月別推移(平成 24 年)



(注) 1 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。  
2 平成24年10月～12月の値は速報値である。  
3 「観光・レクリエーション目的での旅行」の推計値である。  
4 複数の月にまたがる旅行をした場合は、帰宅した月で集計している。

出典：平成 25 年版観光白書（観光庁）

2) 訪日外国人旅行者数

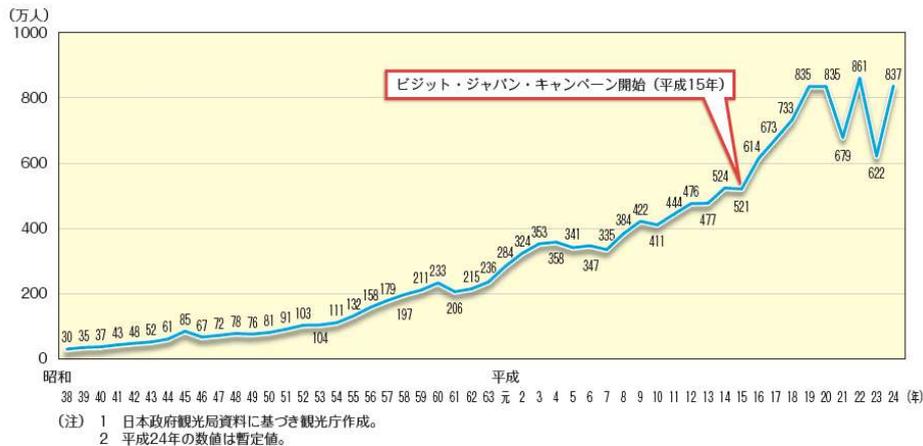
- ◆訪日外国人旅行者数は、ビジット・ジャパン・キャンペーンにより大幅に増加
- ◆訪日外国人旅行者は、韓国・台湾・中国からが多い

2012（平成 24）年の訪日外国人旅行者数は、837 万人（前年比 34.6%増、前々年比 2.8%減・暫定値）となり、過去最高である 2010（平成 22）年の 861 万人に次ぐ過去 2 番目の結果となっており、東日本大震災の影響からはほぼ回復したと考えられます。

2003（平成 15）年のビジット・ジャパン・キャンペーンの開始前後で訪日外国人旅行者数の推移を比較すると、リーマンショックや東日本大震災などの外的要因の影響を受けて増減の振幅が大きい年があるものの相対的には、大幅な増加傾向を示しています。

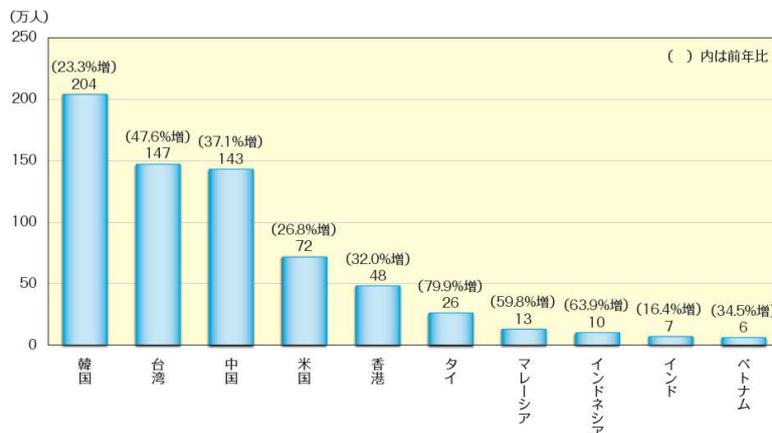
国・地域別に見ると、東南アジアからの訪日旅行者が大きく伸びており韓国が約 200 万人で最も多く、次いで台湾、中国が約 150 万人で多くなっています。タイからの訪日旅行者数は 26 万人（前年比 79.9%増）となり、単月でも3月を除く 11 か月で過去最高を更新し、国・地域別の訪日外国人旅行者数第6位に浮上しています。また、台湾、中国、マレーシア、インドネシア、インド、ベトナムからの訪日旅行者数も、それぞれ過去最高となっています。

図 3.4 訪日外国人旅行者数の推移



出典：平成 25 年版観光白書（観光庁）

図 3.5 国・地域別訪日外国人旅行者数 2012(平成 24)年



出典：平成 25 年版観光白書（観光庁）

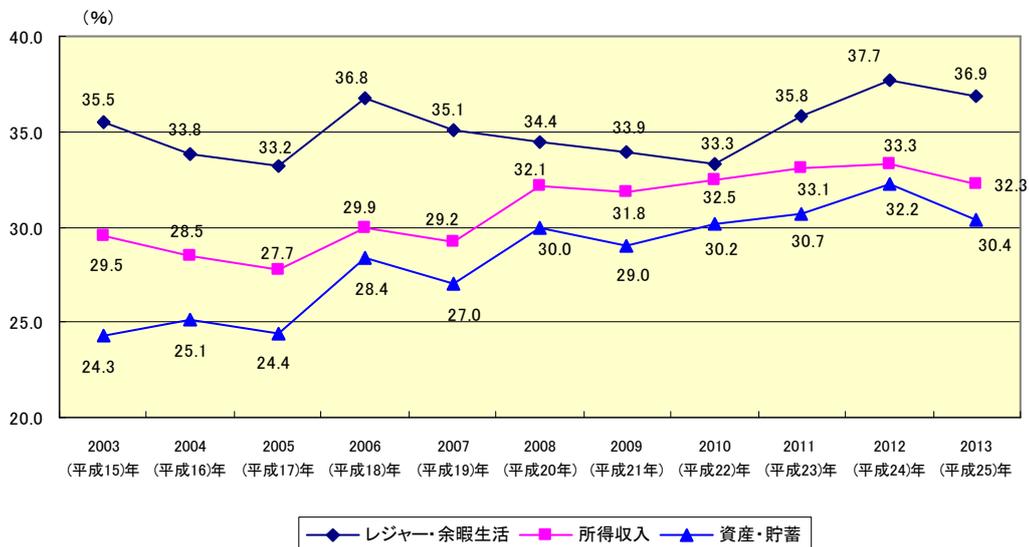
3) 観光への潜在的需要

- ◆レジャー・余暇生活への割合が高く、観光への潜在的ニーズは高い
- ◆高年齢層での観光への潜在的ニーズが高い

国民の生活に関する意識調査によると、今後の生活において、特にどのような面に力を入れたいと思うか尋ねたところ、2013（平成 25）年では、「レジャー・余暇生活」の割合が 36.9%と最も高く、以下「所得・収入」（32.3%）, 「資産・貯蓄」（30.4%）の順となっています。前回の調査結果と比較して見ると「レジャー・余暇生活」（37.7%→36.9%）は若干減少しているものの、他の項目と比較して高くなっています。

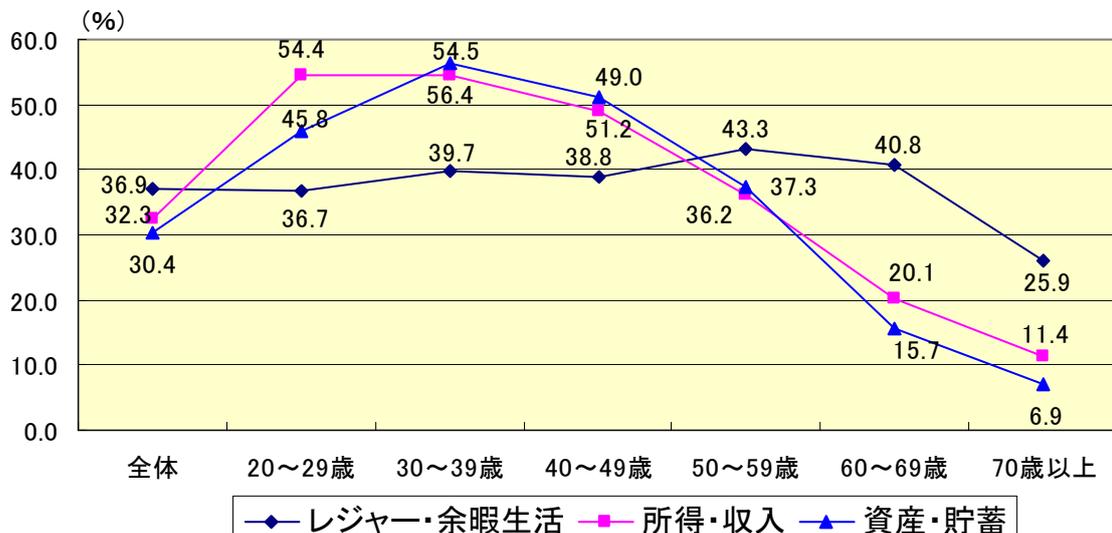
また、年齢別では、50 歳代から 60 歳代で「レジャー・余暇生活」の割合が高くなっており、高年齢層での観光への潜在的ニーズが高いことが伺えます。

図 3.6 今後の生活の力点(上位 3 項目)



出典：国民生活に関する世論調査(平成 25 年 6 月調査) (内閣府)

図 3.7 年齢別今後の生活の力点(上位 3 項目) 2012(平成 24)年



出典：国民生活に関する世論調査(平成 25 年 6 月調査) (内閣府)

4) 観光マーケットに関する動向

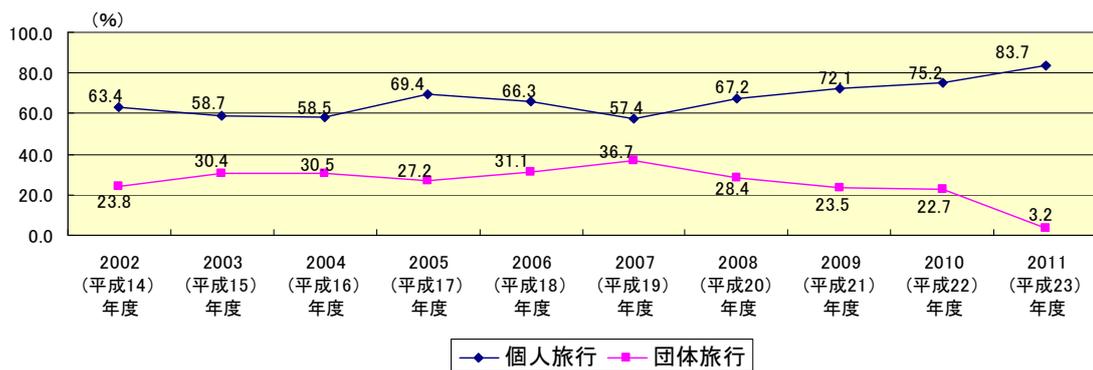
- ◆ 団体観光中心から家族、友人・知人などの小グループ個人旅行へ変化
- ◆ 今後希望する観光は体験型観光へニーズが変化

国内宿泊観光旅行の形態をみると、2002（平成14）年度では個人旅行が約6割、団体旅行が約2割となっていますが、2011（平成23）年度には個人旅行の割合が約8割を占め、団体旅行から個人旅行へシフトしている傾向がみられます。また、同伴者を尋ねたところ、家族が約6割と高く、次いで友人・知人、一人となっており、これらのメンバーによる小グループ旅行が9割を超える状況になっています。

今後希望する旅行の種類では、温泉観光のニーズは約6割と高く、次いでフラワーツーリズム※となっており、リゾートライフを楽しむ観光や、祭りや観光イベントなど実際に参加して体験する体験型観光のニーズが高くなっています。

※フラワーツーリズムとは、日本の四季折々の多種多様な花を観光資源とし、旅先で花にふれあうことによってその旅行をさらに意義深いものにすること、また、観光のために花による地域づくりで地域振興を図るということを目的とした新しい旅行スタイルのこと。

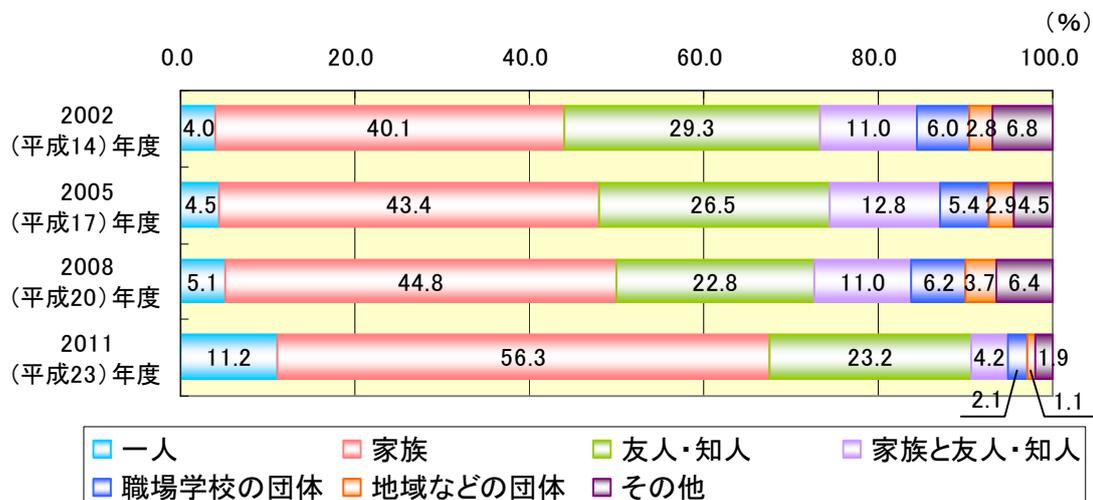
図 3.8 国内宿泊観光旅行における個人・団体旅行の比較



(注) 「不明」との回答があるため個人旅行・団体旅行の合計は100%にならない。

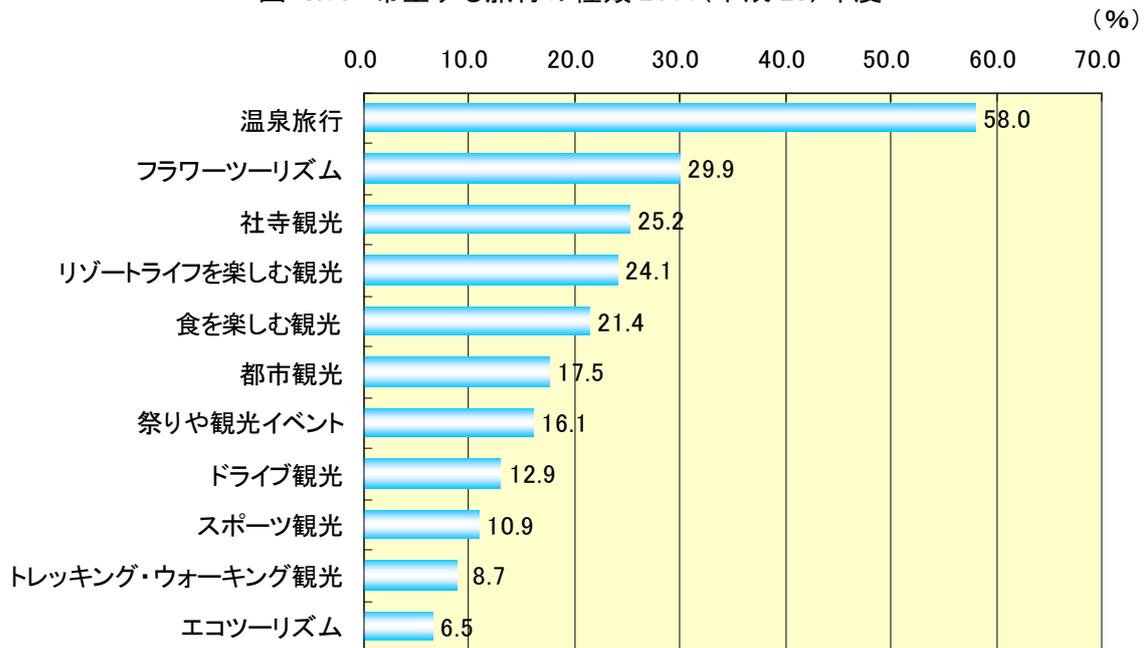
出典：平成24年度版観光の実態と志向 第31回国民の観光に関する動向調査（公益社団法人日本観光振興協会）

図 3.9 宿泊観光の同行者の種類



出典：平成24年度版観光の実態と志向 第31回国民の観光に関する動向調査（公益社団法人日本観光振興協会）

図 3.10 希望する旅行の種類 2011(平成 23)年度



出典：平成 24 年度版観光の実態と志向 第 31 回国民の観光に関する動向調査（公益社団法人日本観光振興協会）

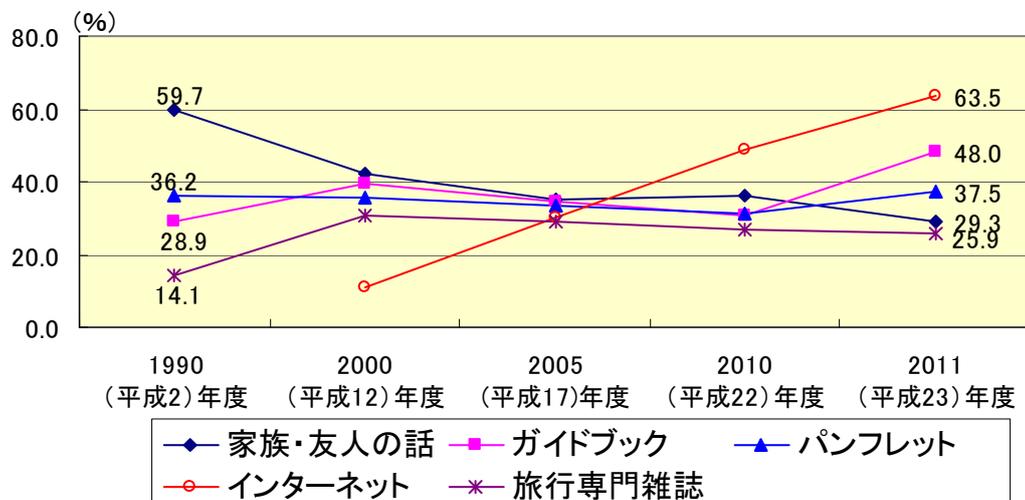
### 5) 情報の入手手段

#### ◆ インターネットの普及により情報提供が多様化、情報入手が容易に

旅行に行くにあたって参考にする情報源をみると、2010（平成 22）年度以降は「インターネット」が最も多く、2011（平成 23）年度では約6割まで増加しています。

家族・友人の話、パンフレットやガイドブックなどの紙媒体も引き続き主要な情報源であるものの、それ以上にインターネットの重要性が高まっています。

図 3.11 旅行に行くにあたって参考にする情報源



出典：平成 24 年度版観光の実態と志向 第 31 回国民の観光に関する動向調査（公益社団法人日本観光振興協会）

### 3.1.3 高知県の観光動向

#### 1) 県外観光客入込数

- ◆高知県の2012（平成24）年の県外観光客数は384万人で、宿泊は約6割
- ◆高知県の県外観光客の年代層は、30歳代が最も多い

高知県が実施した県外観光客入込・動態調査では、2012（平成24）年に高知県を訪れた県外観光客数は384万人と推計されており、対前年比98.9%、約4万4千人の減少となっています。

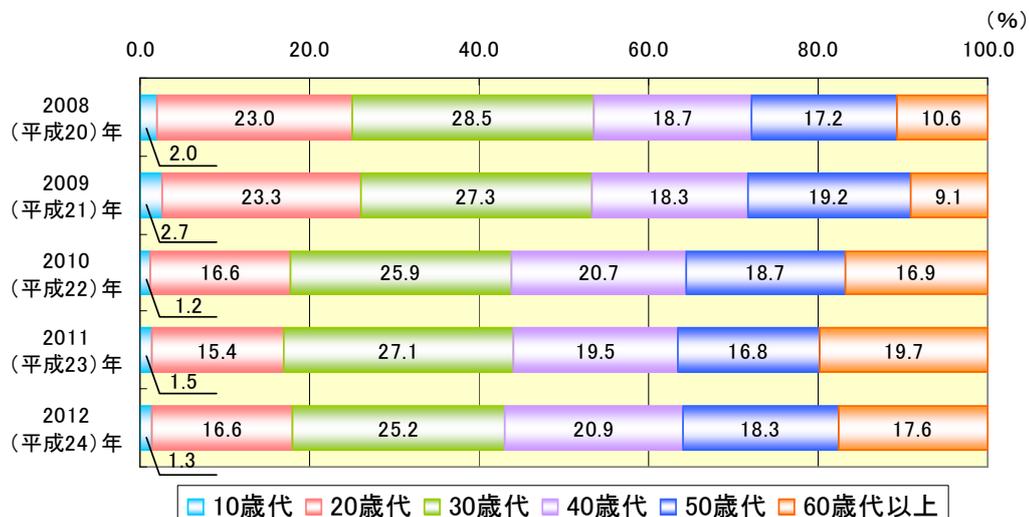
また、県外観光客アンケート調査より、宿泊客が約6割、日帰り客が約4割となっており、2010（平成22）年から2012（平成24）年にかけては、2008（平成20）年と比較して日帰り客が多い状況が続いています。年代別旅行者割合では、30歳代が約3割と最も多く、次いで40歳代、50歳代と続いています。2008（平成20）年と比較すると10歳代、20歳代が減少し、60歳代以上で大幅に増加しています。

図 3.12 県外観光客数及び日帰り客・宿泊客割合の推移



出典：平成24年県外観光客入込・動態調査報告書（高知県）

図 3.13 県外観光客の年代別旅行者割合の推移



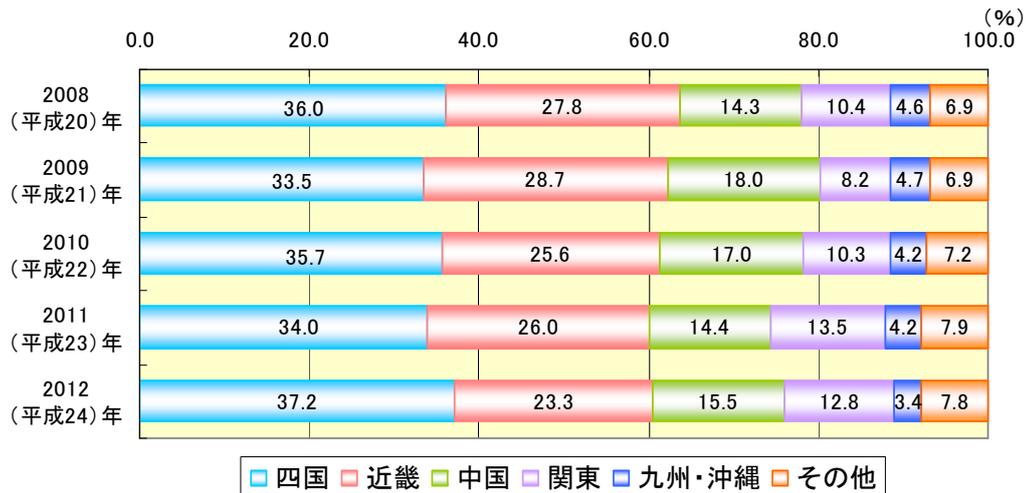
出典：平成24年県外観光客入込・動態調査報告書（高知県）

2) 地域別観光客数

◆高知県の県外観光客は、四国、近畿、中国の近県からの来訪者が多い

高知県の県外観光客は四国、近畿、中国の近県からの来訪者が7割を超えています。  
2008（平成20）年と比較すると近畿からの観光客数が減少傾向となっている一方、関東からの観光客数が微増傾向となっています。

図 3.14 高知県の地域別観光客数の割合の推移



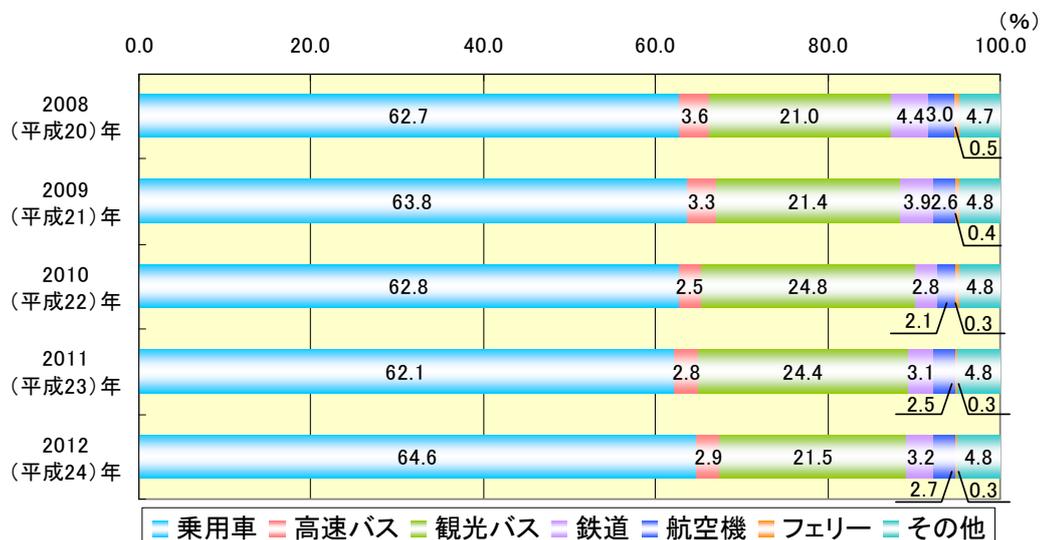
出典：平成24年県外観光客入込・動態調査報告書（高知県）

3) 交通機関別県外観光客入込数

◆利用交通手段は乗用車が約6割、観光バスが約2割

2012（平成24）年の県外観光客の利用交通手段は、乗用車、観光バス、高速バスの主に高速道路利用の入込みで約9割を占めています。特に乗用車は約6割と高く、次いで観光バスが約2割となっています。

図 3.15 高知県の交通機関別県外観光客数の割合の推移



出典：平成24年県外観光客入込・動態調査報告書（高知県）

4) 旅行目的・形態・過去来県回数

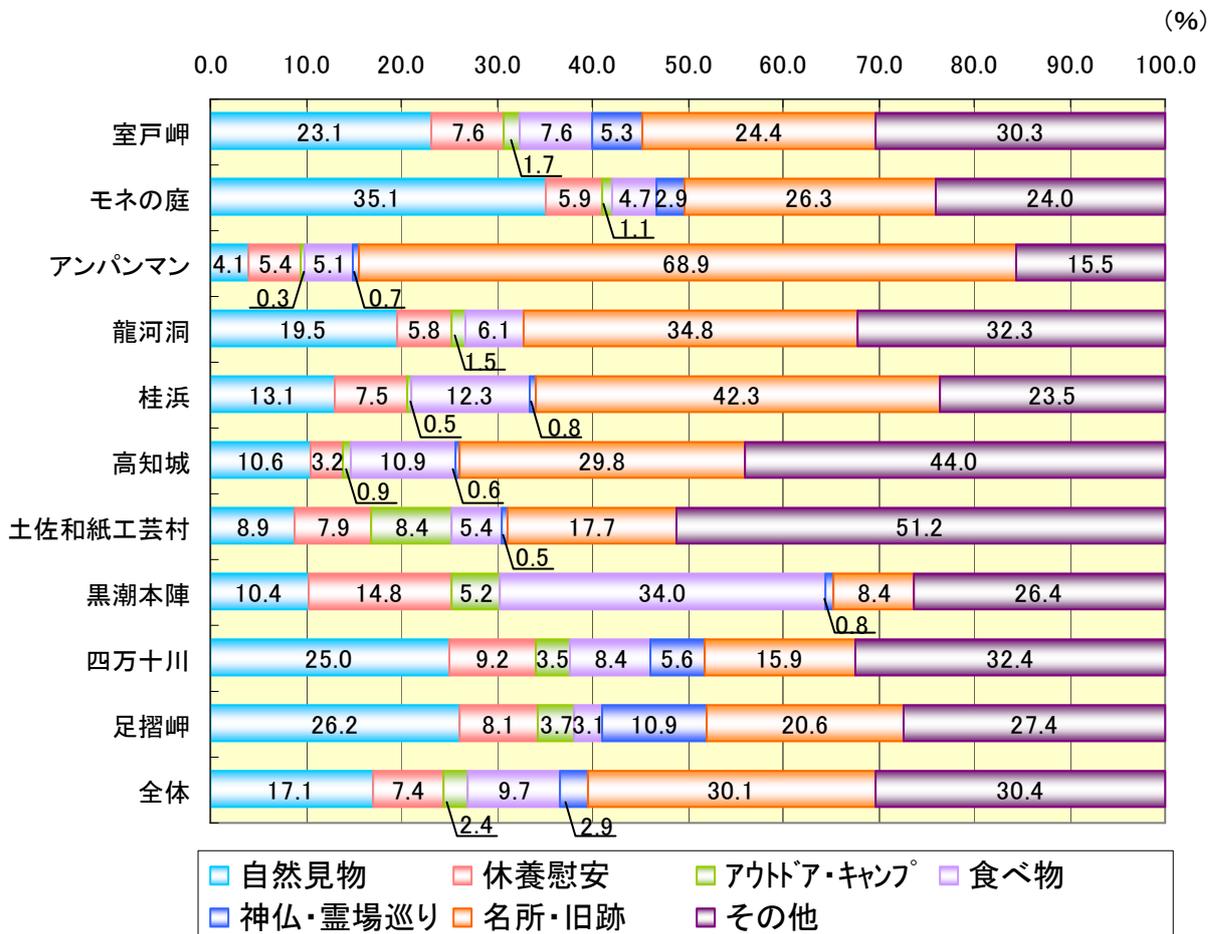
- ◆家族での観光地への来訪が多い
- ◆過去3年間の高知県への来訪は、4人のうち3人がリピーター

2012（平成24）年の高知市の桂浜、高知城を訪問した観光客の旅行目的は、名所旧跡が最も多くなっています。

2012（平成24）年の旅行形態は、いずれの観光地でも家族が約6割と極めて多く、次いで友人知人が多くなっています。

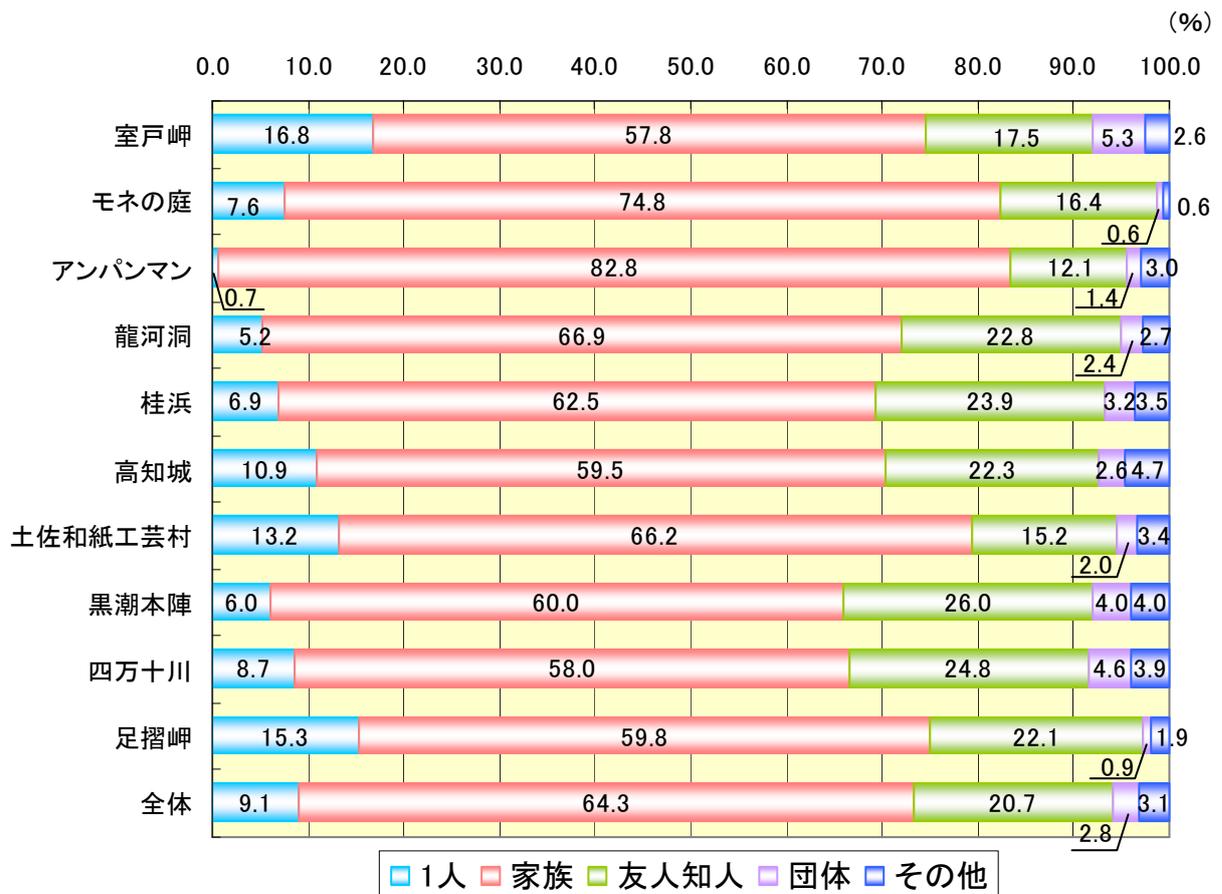
過去3年間の高知県への来訪回数は、3回以上が約6割、初めてが約2割となっており、来訪者の4人のうち3人がリピーターという状況になっています。初めてが少ないことから、今後の高知市の観光を振興していくためには、まず高知市へ来たことがない方に来ていただくことが重要と考えられます。

図 3.16 調査地別旅行目的割合 2012(平成24)年



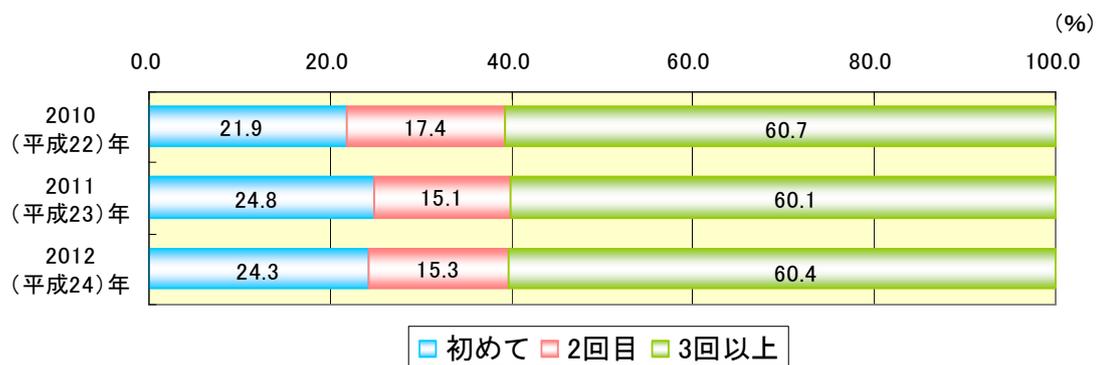
出典：平成24年県外観光客入込・動態調査報告書（高知県）

図 3.17 調査地別旅行形態割合 2012(平成24)年



出典：平成24年県外観光客入込・動態調査報告書（高知県）

図 3.18 過去来県回数割合



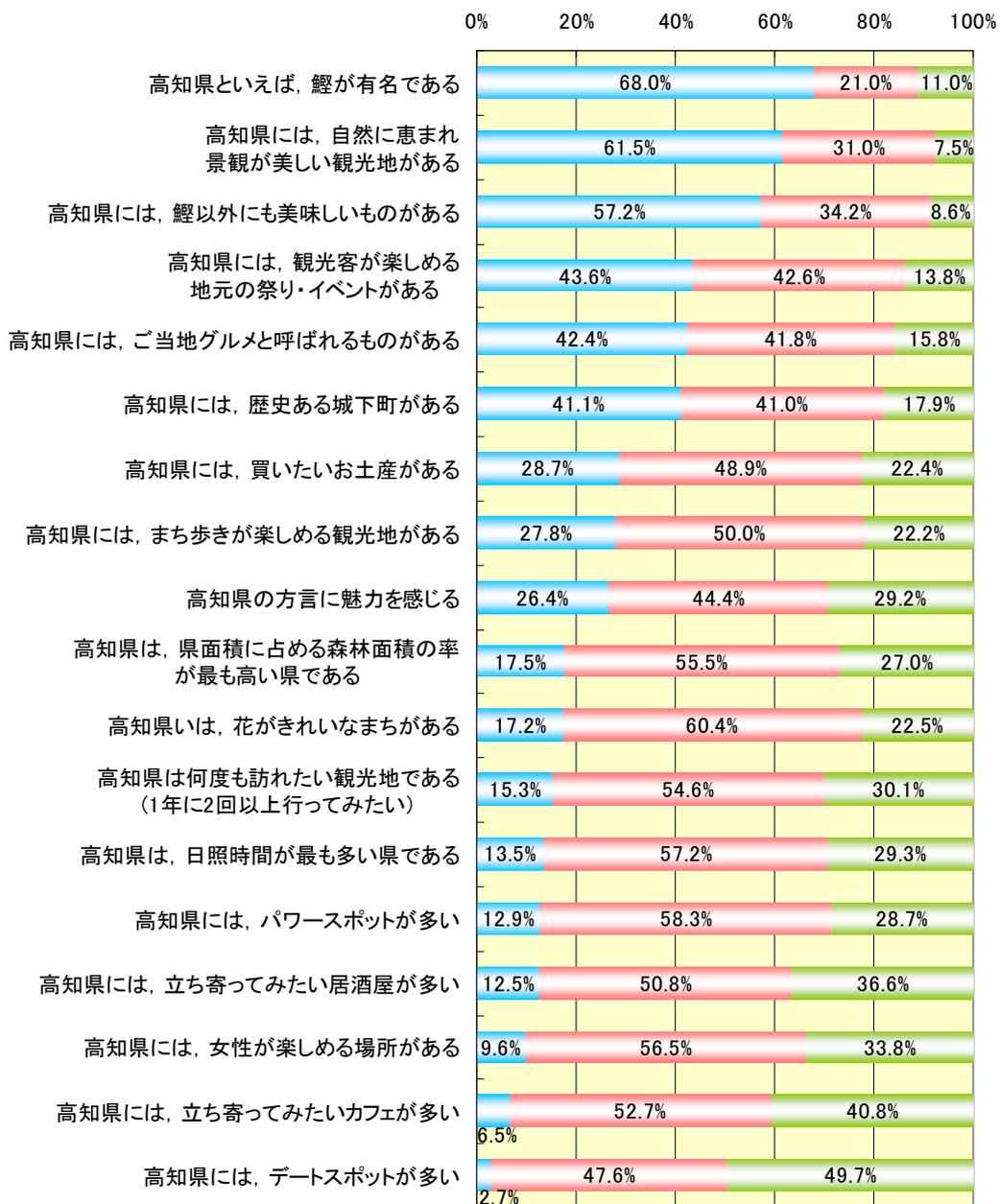
出典：平成24年県外観光客入込・動態調査報告書（高知県）

5) 高知県のイメージ

◆高知県のイメージとして「高知県といえば、鰹が有名である」「高知県には、自然に恵まれ景観が美しい観光地がある」「高知県には、鰹以外にも美味しいものがある」と答えた方が多い

2012（平成 24）年に実施された 20～34歳の女性を対象にしたインターネットリサーチによると、高知県にあてはまるイメージでは、鰹が有名が約7割、豊かな自然や、鰹以外にも美味しいものがあるが約6割と高くなっています。

図 3.19 高知県のイメージ



■ あてはまる ■ どちらともいえない ■ あてはまらない

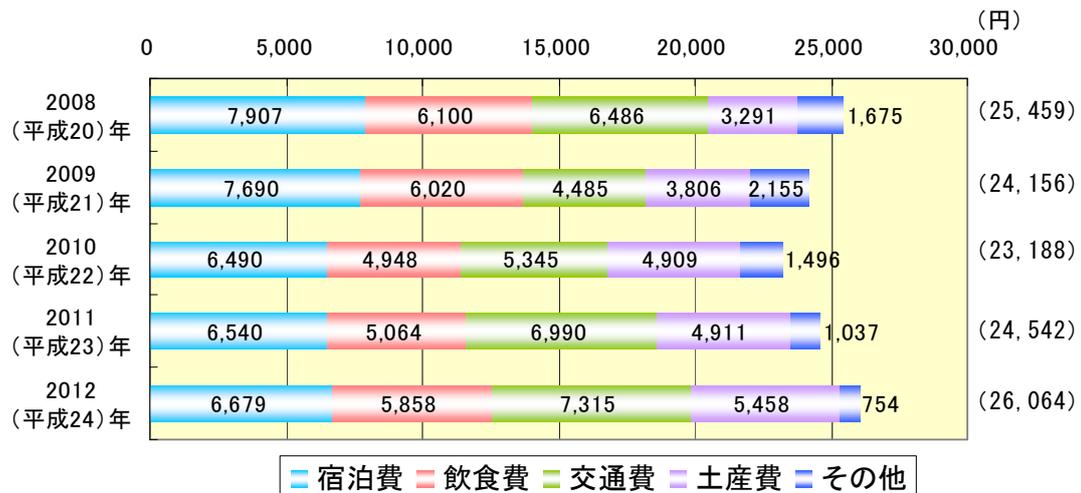
出典：高知市ギャップ調査報告書 2012年

6) 県外観光客の平均消費額

◆2012（平成24）年の県外観光客一人当たりの消費額は約2万6千円

2012（平成24）年の県外観光客一人当たりの県内消費額は、前年比1,522円増加の26,064円で、2008（平成20）年と比較すると、過去5年間では最高となっています。費目別に見ると宿泊費が減少し、交通費、土産費が増加傾向となっています。

図 3.20 県外観光客一人当たりの平均消費額



出典：平成24年県外観光客入込・動態調査報告書（高知県）

### 3.1.4 高知市の観光動向

#### 1) 高知市の観光客数

◆高知市の観光客数は、大河ドラマ「龍馬伝」効果のあった2010（平成22）年から減少し、約290万人

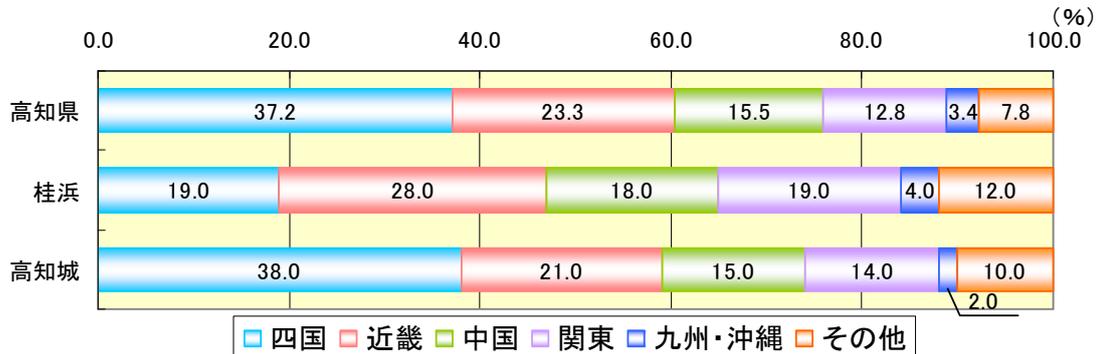
高知市の観光客数は、平成22年（2010）は約327万人、2011（平成23）年は約291万人、2012（平成24）年は約288万人で推移してきています。2010（平成22）年は大河ドラマ「龍馬伝」の効果が大きく、それ以降も2009（平成21）年より高い水準で推移しています。

#### 2) 地域別観光客数

◆高知市では四国、近畿、関東からの来訪者の割合が高い

高知市を来訪した人を見ると、桂浜は近畿、四国、関東からの来訪者が、高知城は四国からの来訪者の割合が高くなっています。

図 3.21 高知市主要観光施設を来訪した人の地域別観光客数の割合 2012(平成24)年



出典：平成24年県外観光客入込・動態調査報告書（高知県）

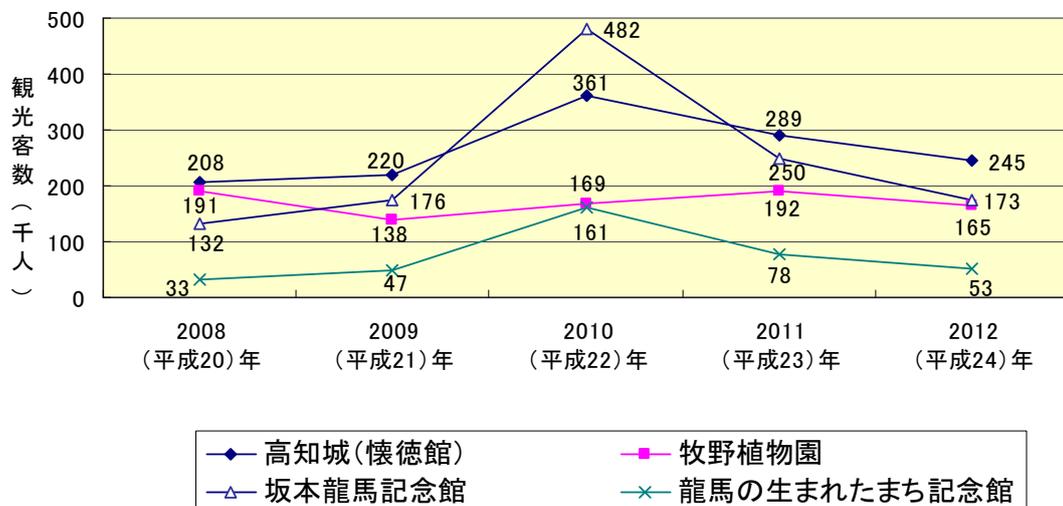
3) 主要観光施設の入込客数

◆2012（平成22）年は大河ドラマ「龍馬伝」の効果により高知城、坂本龍馬記念館、龍馬の生まれたまち記念館の観光客数が大幅に増加

2010（平成22）年は、大河ドラマ「龍馬伝」の効果により坂本龍馬記念館が過去最高の約48万人と最も観光客数が多くなっています。また、高知城が約36万人と2006（平成18）年の約37万人に続き過去2番目に多くなっています。

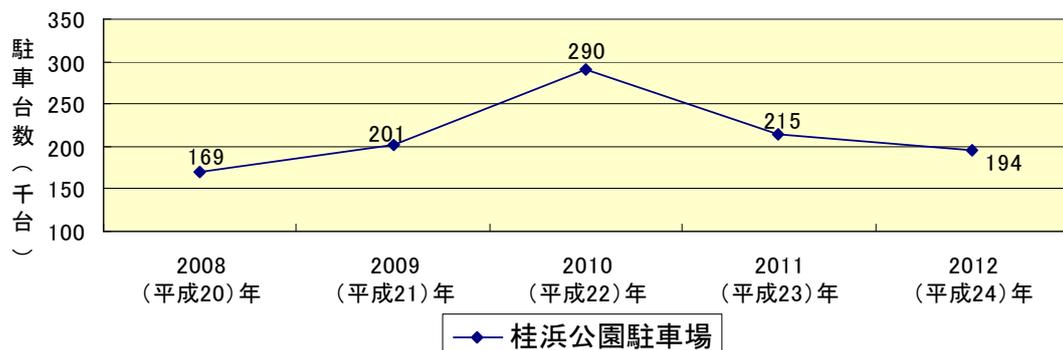
桂浜公園駐車場も同様の傾向で、過去5年間の中では、2010（平成22）年の駐車台数が29万台と高くなっています。

図 3.22 高知市主要観光地の観光客数の推移



出典：平成24年県外観光客入込・動態調査報告書（高知県）

図 3.23 桂浜公園駐車場の駐車台数の推移



出典：平成24年県外観光客入込・動態調査報告書（高知県）

### 3.1.5 高知市の観光に対するアンケート結果

#### 1) アンケート調査の概要

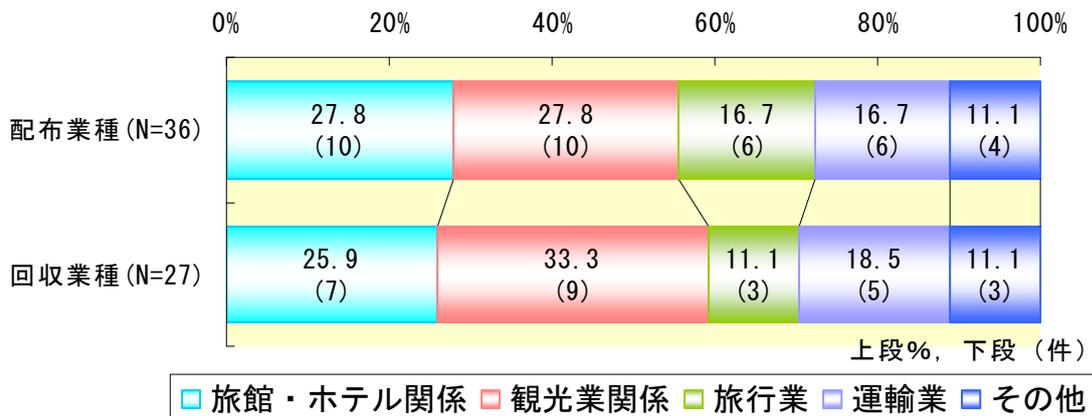
◆高知市観光協会会員及び観光関係団体・企業で実施

高知市では、地域の自然、歴史・文化、各種施設等の魅力を活かした観光振興を着実に推進するための具体的な位置付けや方向性などの指針を示す高知市の観光振興計画の策定を目的に、高知市観光協会の会員団体等の関係団体、企業を対象にアンケート調査を実施しました。

表 3.1 アンケート調査の概要

調査機関	平成 25 年 8 月 14 日(水)～8 月 28 日(水)
調査方法	郵送配布・FAX, メール回収
調査対象	高知市観光協会会員及び観光関係団体・企業から 36 団体を選定
回収数	27 団体
有効回収数	75.0%

図 3.24 配布数と回収率



2) 高知市の観光への印象

- ◆観光による地域振興・波及効果が高まることに期待
- ◆高知市のブランド力だけでは弱く高知県全体での観光振興の必要性を感じている

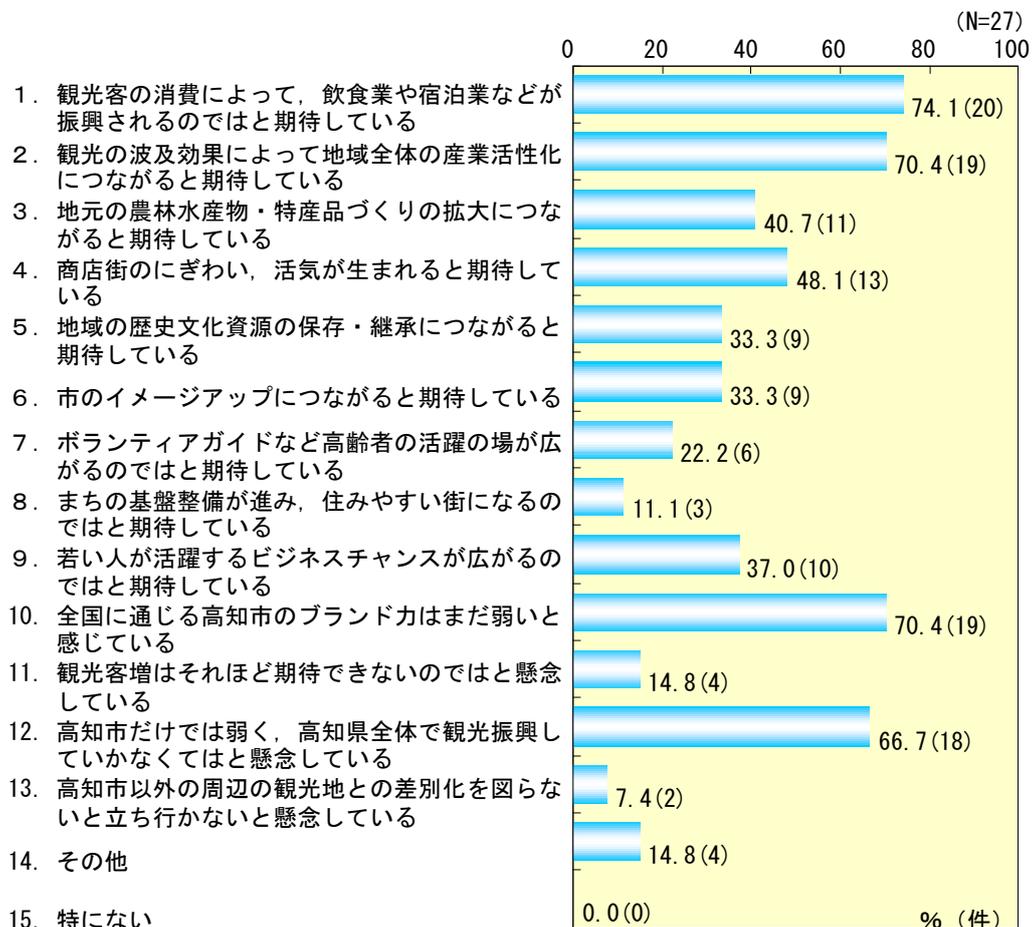
問1 貴会員団体は、観光客の反応や観光事業者等からの声として、高知市の観光に対してどのようなことを感じて(受け取って)おられますか。以下の中から、お考えに最も近いものを**全てに○印**を付けてください。

高知市観光に対する印象について聞いたところ「1. 観光客の消費によって、飲食業や宿泊業などが振興されるのではと期待している」、「2. 観光の波及効果によって地域全体の産業活性化につながると期待している」が7割を超え、回答割合が高くなっています。

この結果を見ると、観光振興の波及効果によって地域全体の産業振興に期待を寄せられていることがわかります。

一方で、「10. 全国に通じる高知市のブランド力はまだ弱いと感じている」、「12. 高知市だけでは弱く、高知県全体で観光振興していかなくてはと懸念している」も7割前後の回答割合となっており、現状の高知市の観光ブランド力だけでは全国から見ると弱く、高知県全体で観光振興していかなくてはと懸念している現状が見えてきます。

図 3.25 高知市の観光への印象



### 3) 高知市の印象

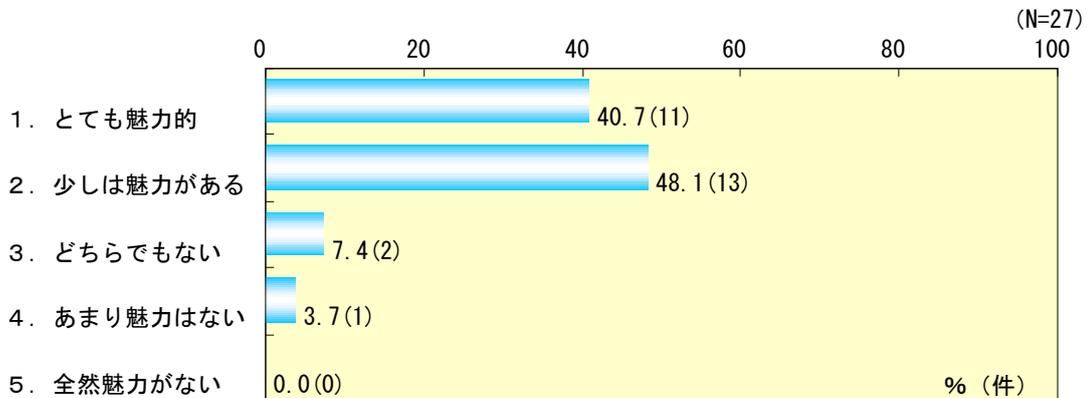
- ◆ 9割近くが高知市は「観光の魅力があるまち」と感じている
- ◆ 高知市観光の魅力は、歴史、文化、食、自然に代表される

問2 高知市は観光客にとって魅力ある街だと思いますか。以下の中から、お考えに最も近いものに一つ〇印を付けてください。またその理由もお教え下さい。

観光客にとっての高知市の印象は、「1. とても魅力的」、「2. 少しは魅力がある」を合わせると、9割近くを占め、高知市は観光の魅力があるまちだと大多数が感じています。

その理由は、アンケートの自由意見の中でほとんどが、龍馬、よさこい、鯉に代表される歴史、文化、食や自然といった高知の観光魅力に集約されています。

図 3.26 高知市の印象



### 4) 企業が観光振興に関わって取り組んでいるもの、今後予定している取組

- ◆ 企業が取り組んでいる内容はイベント等での協力やよさこい祭りへの参加が多い

問3 貴会員団体において、高知市の観光振興に関わって現在取り組んでいる取組、また、今後予定している取組について、具体的にお書きください。

高知市の観光振興に関わって取り組んでいる内容は、それぞれの団体・事業所の事業内容に応じて多岐にわたっていますが、総じて、イベント等での協力やよさこい祭りへの参加などの回答が多く見られます。

今後予定している取組は、既存の取組の充実やツアー・イベントの企画や情報発信などの回答が見られます。

## 5) 高知市の観光振興に必要な施策

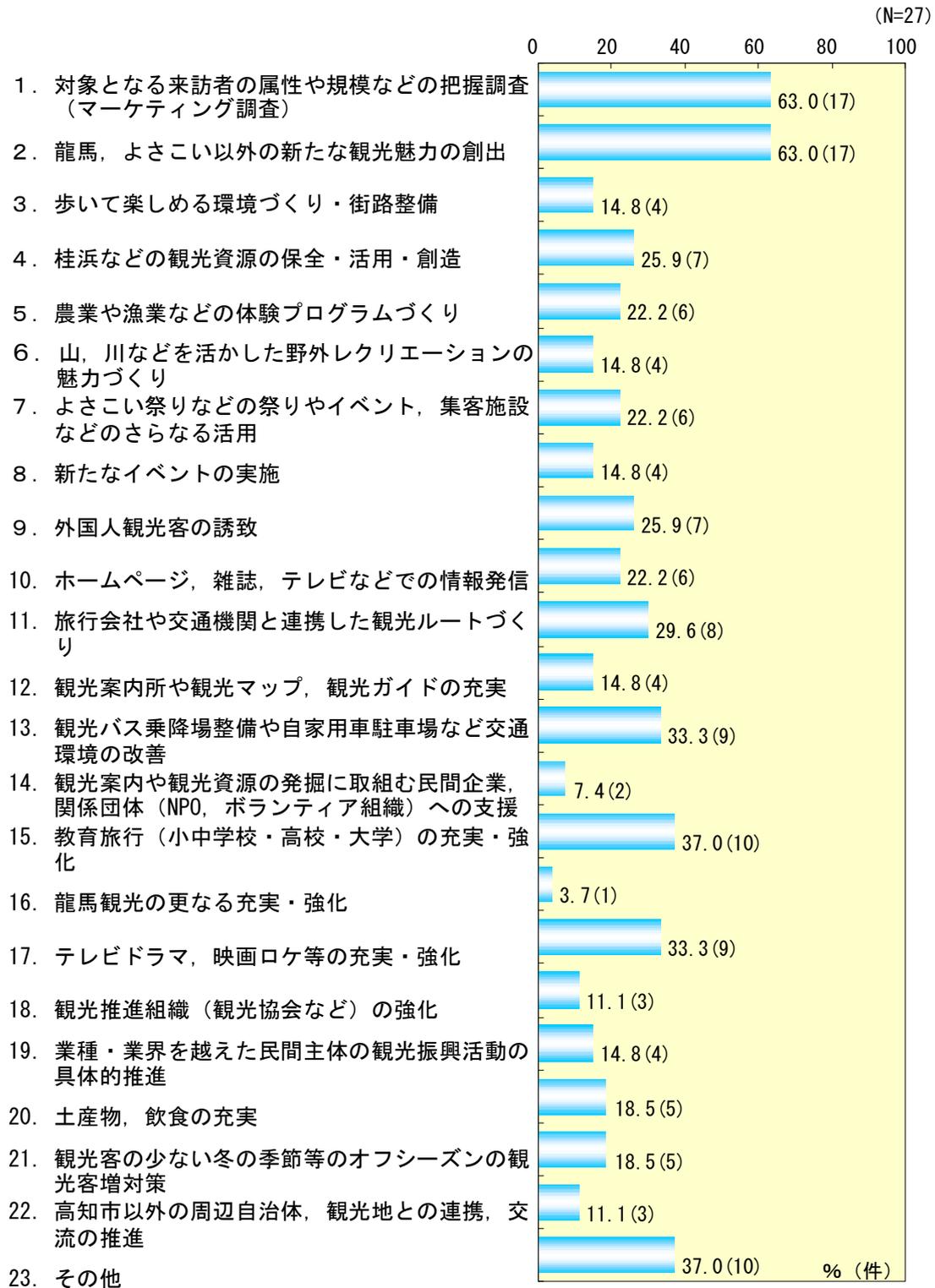
## ◆マーケティング調査，龍馬・よさこい以外の観光魅力の創出が望まれている

問4 高知市の観光には何が大切だと思いますか。お考えに近い観光施策**5つまでに〇印**を付けてください。

高知市の観光施策において特に重要と考えている施策では、「1. 対象となる来訪者の属性や規模などの把握調査（マーケティング調査）」、「2. 龍馬，よさこい以外の新たな観光魅力の創出」が約6割と最も高い割合を示しています。

その他、「15. 教育旅行（小中学校・高校・大学）の充実・強化」「13. 観光バス乗降場整備や自家用車駐車場など交通環境の改善」「17. テレビドラマ，映画ロケ等の充実・強化」が30%を超え、「11. 旅行会社や交通機関と連携した観光ルートづくり」「4. 桂浜などの観光資源の保全・活用・創造」「9. 外国人観光客の誘致」も25%を超えており，上位2つの施策以外でも，多くの施策にそれぞれ必要だという回答が寄せられており，回答割合としては分散しています。それだけ，多岐にわたって取り組んでいく必要があり，きめ細かな観光施策を展開していく必要があることが分かります。

図 3.27 高知市の観光振興に必要な施策



### 3.1.6 高知市観光の特徴及び取り巻く状況

2011 高知市総合計画では、高知市の強み・弱みを明確にし、今後 10 年間で優先的・重点的に取り組むべき8つの主要課題を設定し、維新8大エンジンとして8つのまちづくりの方針を打ち出しています。その中で、観光振興に関しては、「高知の豊かな自然環境と食、特色ある歴史・文化を観光振興や産業振興に活かす。」とし、それを踏まえた観光分野の施策体系は3つの施策「新たな観光魅力の創造」「観光客誘致と情報発信」「まごころ観光の充実」として設定されています。

また、第2期高知県産業振興計画 ver.2においても、高知県の強み・弱みを明らかにし、高知県経済の課題を明確にした目指すべき方向と主な取り組みが示されています。

これら2つの計画においては、取り組むべき戦略的課題、方向性を検討するため SWOT※分析を行っており、それらを参考に高知市観光における強み・弱み・機会・脅威を整理しました。

※ SWOT 分析とは“何が、どう変わるのか”を分析し、“これからの時代、これまでと違う何が求められているのか”“高知市として政策判断に留意すべき外部環境の変化は何か”を明らかにして、都市経営的視点での都市戦略として分析していく手法です。SWOT は「Strength：強み」「Weakness：弱み」「Opportunity：機会」「Threat：脅威」の頭文字をとったものです。

表3.3 高知市観光の特徴及び取り巻く状況

<b>【S】強み</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 多様性の高い豊富な自然と歴史資源</li> <li>● 温暖な気候</li> <li>● 明朗闊達で自由と平等の精神を重んじる土佐人氣質</li> <li>● よさこいなどの活気のある文化</li> <li>● 全国的に有名な偉人坂本龍馬</li> <li>● 安全でおいしい食、地産地消の食文化</li> <li>● ホテルなどの宿泊施設やスポーツ施設などが集積</li> <li>● よさこいなどのイベントによる観光客の集客</li> <li>● 県人口の約4割が集中する人口</li> <li>● 第3次産業に特化した産業構造</li> <li>● 地域の自立と発展の中核的役割を担う都市</li> </ul>
<b>【W】弱み</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光スポットが点在</li> <li>● 二次交通が脆弱</li> <li>● 大消費地から遠距離、平野が少ないなどの地理的・地形的ハンディ</li> <li>● 食料品製造業の出荷額が少ない</li> <li>● 強みを活かした情報発信の不足</li> <li>● リアルタイムの情報発信力の不足</li> <li>● 外国人の受け入れ態勢の不足</li> <li>● 総人口が減少傾向</li> <li>● 第3次産業に偏った産業構造</li> <li>● 脆弱な財政基盤</li> <li>● 南海地震や水害の恐れ</li> </ul>

<p><b>【O】成長するチャンス の機会</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 食の安全・安心思考</li> <li>● 環境の経済的価値の高まり</li> <li>● 健康志向・自然回帰思考の高まり</li> <li>● 本物志向の観光ニーズ</li> <li>● 龍馬伝などによる来訪者の増加</li> <li>● 地産地消・地産外商などの取組の進展</li> <li>● 地域の自主性及び自立性を高める改革</li> <li>● インターネット、SNS 等の普及による情報化の進展</li> <li>● 広域における相互連携の必要性</li> <li>● ビジット・ジャパン・キャンペーンによる外国人観光客の増加</li> <li>● 経験と知識の豊富な高齢者の増加</li> <li>● NPO・ボランティア活動へ参加する人々の増加</li> <li>● サービス業を中心とする第3次産業への就業の増加</li> <li>● 安全で安心して暮らせる社会の確立への希求</li> </ul>
<p><b>【T】存続や成長 を阻害する要因</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 農山漁村での地域の活力と文化の喪失の懸念</li> <li>● 都市部におけるまちの個性の喪失と深刻な地域コミュニティの希薄化</li> <li>● 地域の活力低下への懸念</li> <li>● 集客交流競争・産地間競争の激化</li> <li>● 国内人口の減少傾向</li> <li>● 全国的な人口減少、少子高齢化の進行</li> <li>● 経済成長力の低下</li> <li>● 雇用環境の悪化と低所得者層の増加</li> <li>● 県外製品の流入や県外資本の進出</li> </ul>

出典：「2011 高知市総合計画」及び「第2期高知県産業振興計画 ver. 2」より整理

## 3.2 高知市観光の課題整理

### 3.2.1 課題整理の考え方

国内の観光動向や高知県及び高知市の観光に関する現状と動向、高知市観光協会の会員団体、事業者への観光アンケート調査等から浮かび上がった課題や、高知市観光の特徴及び取り巻く状況を踏まえ整理すると、以下のとおりです。

#### (1) 強みとなる観光資源の活用を軸に新たな観光魅力の創造

観光客が高知へ行ってみたいと思わせる観光資源の魅力の存在・力は重要な要素です。是非観光してみたいと思わせるインパクトがないと観光の行動に結びつきません。

そのような中、高知市には水と緑の豊かな自然資源や数多くの歴史文化資源があり、龍馬、よさこいなどに代表されるように、全国的な知名度を持った観光資源があります。

しかし、高知市の観光動向の実態や観光関係者のアンケート結果から考察すると、それらに高知の観光魅力を大いに感じていても、観光入込客数の拡大に必ずしも繋がっていない状況から、更なる魅力創出を求める意見となっています。

このため、特に、龍馬、よさこい、食を軸に据え、より一層の観光資源に磨きをかけるとともに、広域観光の展開もしながら、新たな観光ニーズ、マーケティングニーズに応える観光魅力の創出が必要です。

#### (2) 情報発信によるイメージアップ

観光客誘致を図るには、観光客が来訪先として選択するだけのイメージカ、ブランド力が重要となります。しかし、高知市では坂本龍馬やよさこいなどをはじめとする観光の情報発信が不足している状況にあります。

観光都市高知としてのイメージを市民とも共有し、観光資源の整備や観光プロモーションを行い、高知市内外にイメージ定着を図ることが必要となっています。

また、外国人観光客を含め観光客は口コミや新聞、雑誌、メディア、インターネット等から情報収集をしています。このことから、多様化に対応した今後の観光情報発信のあり方が求められます。

#### (3) おもてなしの心の広がりによる人と地域の交流拡大

観光客の満足度を高め、再訪や長期滞在につなげるには、観光客に心から満足してもらえる受け入れ体制が重要となります。特に地域の人々からのおもてなしは、観光客の印象に大きな影響を与える要素となります。まずは市民が魅力を感じ満足し、観光客をこころよく満足させる、おもてなしの心の醸成が必要です。

四国お遍路のおもてなしを通じて、おもてなしの土壌はありますが、学校教育をはじめ世代を超えた、おもてなし意識の向上がまだ十分とはいえません。

そのためには、学校や地域で市民のホスピタリティを高めていくことが重要な課題となります。同時に、観光ガイド・ボランティア等の育成をはじめ、宿泊、案内板、交通アクセスなどの環境改善、情報提供の充実など観光客の視点に立ち、受け入れ体制を整備していくことが課題となっています。

# 第4章 高知市観光振興の基本方針

## 4.1 観光振興の基本理念

高知市は、日本のふるさとの原風景のような水と緑に恵まれた中山間地域や、豊かな食を育む美しい田園地域が同居する中に、県人口の4割以上の人が暮らす都市機能が集積した県都です。高知市には、観光資源として、よさこいや龍馬、桂浜、高知城などがあり、中でも高知市を代表するよさこい祭りは現在では全国220か所以上に広がるとともに、坂本龍馬を顕彰する龍馬会は160団体にも及び、海外へも設立されるなど、よさこいや龍馬を通じた交流が盛んに行われています。

このような豊かな自然環境や代表すべき観光資源をさらに活かし、持続可能な観光のまちづくりを進めていくためには、地域の力を要に「住み良くする」「資源の保全・活用」「観光地を磨く」「情報で交流を生む」「まごころでもてなす」という5つの視点を持ち、高知市観光に関わるすべての人をはじめ、市民が一体となって取り組んでいくことが重要です。

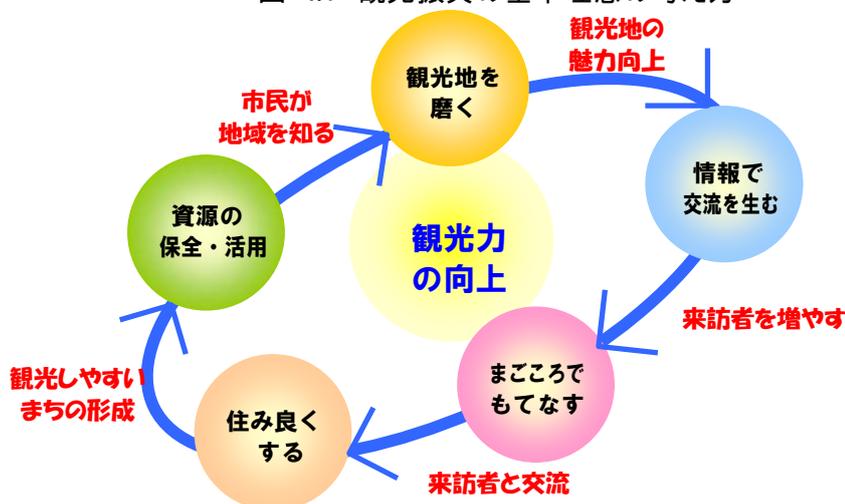
住み良いまちは来訪者にとっても観光しやすい気持ちの良いまちです。観光資源を保全・活用するとともに磨きあげることで、市民の観光に対する意識が高まるとともに、来訪者にとっても魅力的な観光資源となります。また、効果的に情報発信することにより多くの来訪者を高知市へ呼び込み、来訪者と市民との交流や、市民が自ら来訪者をまごころでのお迎えをすることで、高知市全体が観光で活性化していくものと考えます。

このため、高知市の強みである龍馬・よさこいを活かしながら、観光を通じて地域力を高め、おもてなしの心で観光客に感動を与えるような観光地をめざし、以下の基本理念のもと「ひと」と「ひと」の交流があふれ、生き生きとした観光魅力を提供する観光力の高いまち高知を目指します。

《高知市観光振興の基本理念》

**龍馬とよさこいとおもてなしあふれる観光交流都市 高知 を目指します**

図 4.1 観光振興の基本理念の考え方



## 4.2 観光振興の基本目標と施策体系

### 4.2.1 基本目標

高知市の観光振興の基本理念を踏まえ、目指す姿、目標として、基本目標を以下のように設定します。また、2つの基本目標が相互に連携することで、高知市の観光力の向上を目指します。

#### 基本目標1

**観光客が行ってみたい、また来たいと思う観光のまち**

#### 基本目標2

**市民が愛着と誇りをもてる観光のまち**

## 4.2.2 基本施策

高知市観光振興の基本目標の実現に向けて、実施すべき基本施策を設定します。なお、基本施策は、2011 高知市総合計画との整合性を図り、観光分野の3つの施策「新たな観光魅力の創造」「観光客誘致と情報発信」「まごころ観光の充実」とします。

### 基本施策1 新たな観光魅力の創造

近年の旅行スタイルは、団体型から個人・小グループ型に移行し、また従来の観光地や観光施設を見て回る観光から、目的を持った旅行形態へ移行し、訪れたその土地の歴史や文化、食、自然景観など、その土地でしか味わえない本物志向となっています。また、高速交通網の充実などに伴い、観光の広域化が進んでおり、地域が相互に魅力を補完し合う広域的な連携が求められています。

本市の観光資源の磨き上げやにぎわいつくり、広域的な観光連携を通じて新たな観光魅力の創造を進めます。

### 基本施策2 観光客誘致と情報発信

インターネットや SNS の普及に伴い、観光情報の入手や比較が容易になるなど、人々の生活における利便性が向上する一方、観光情報はあふれており、特色ある情報発信の提供が求められています。また、2003（平成 15）年に観光庁がビジット・ジャパン・キャンペーンを開始して以来、外国人観光客が増加しており、海外からの誘客も重要となってきています。

効果的な観光情報の発信や、観光プロモーションを強化し、国内外の観光客の誘致を推進します。

### 基本施策3 まごころ観光の充実

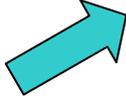
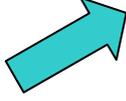
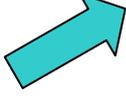
観光地の印象は、その土地で出会った人や触れ合った人の印象に大きく左右されると言われるように、地域の方々とのふれあいの中で受けたおもてなしやまちの活気などは観光客の満足度につながり、ファンやリピーターにつながります。

訪れる観光客をおもてなしの心で迎える姿勢の醸成や、環境整備により、まちの活気やおもてなしの心が観光客の満足につながるようなまごころ観光を推進します。

4.2.3 成果指標

基本目標を達成するための目標値を以下のように設定します。なお、成果指標は実施期間と達成レベルをあわせて評価が可能なものを指標として設定します。

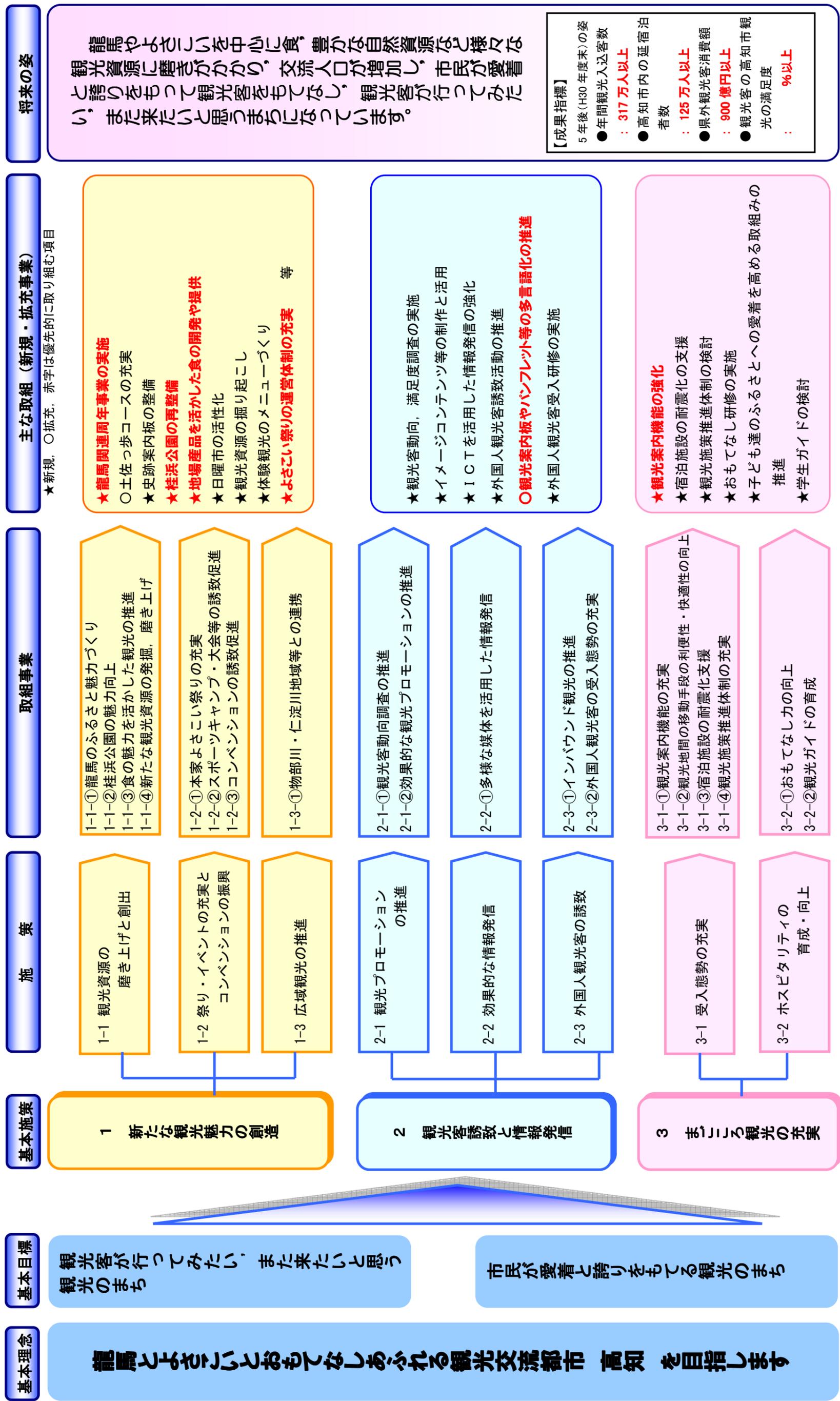
表 4.1 成果指標

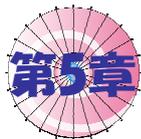
目標 (目標の達成度を測る指標)	現状値 2012(平成 24)年		目標値 2018(平成 30)年
成果指標 1 年間観光入込客数	288 万人	 10%以上	317 万人以上
成果指標 2 高知市内の延宿泊者数	114 万人	 10%以上	125 万人以上
成果指標 3 県外観光客消費額	750 億円	 20%以上	900 億円以上
成果指標 4 ※ 観光客の高知市観光の満足度	%		%

※ 現段階では、高知市に限定した観光客の満足度調査のデータがないため、現状を明らかにするためのマーケティング調査が早急に必要になります。また、目標年度である 2018 (平成 30) 年度の目標値は、2014 (平成 26) 年度に実施するマーケティング調査などを踏まえ、設定します。

4.2.4 高知市観光振興計画の施策体系

観光振興の基本理念のもと基本目標の実現に向け、以下のように実施すべき施策を体系化します。





## 第5章 高知市観光振興のためのアクションプラン

### 5.1 新たな観光魅力の創造

#### 施策 1-1 観光資源の磨き上げと創出

高知市には、自然や歴史、文化など数多くの観光資源が存在しています。それらの資源を活用し高知市ならではの個性や強みを活かして観光振興を図っていく必要があります。資源には輝きが失われつつあるものや、未だ十分に知られていない資源もあり、高知市の持つ資源を改めて磨き上げ、また新たな資源を創造し、強みを活かした観光振興に取り組みます。

#### 1-1-1-① 龍馬のふるさと魅力づくり

高知市は、明治維新の立役者である坂本龍馬のふるさとであり、龍馬誕生地や桂浜の龍馬像、龍馬記念館などゆかりの地には多くの観光客や龍馬ファンが訪れます。市内の龍馬ゆかりの地を中心に観光ガイドと歩く土佐っ歩は、2009（平成 21）年 10 月にスタートし、現在 10 コースで実施しています。高知市における観光の強みである坂本龍馬を活かした魅力づくりを進めます。

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成 26)	2015 (平成 27)	2016 (平成 28)	2017 (平成 29)	2018 (平成 30)
<p><b>★龍馬関連周年事業の実施</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span></p> <p>2015(平成 27)年に龍馬生誕 180 年を、また 2017(平成 29)年には没後 150 年、2018(平成 30)年には明治維新 150 年を迎えるため、節目を活かした事業の展開を図ります。</p> <p>【事業展開例】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 高知家・まるごと東部博との連携事業</li> <li>● 全国龍馬ファンの集い高知大会の開催</li> </ul>	高知市 観光協会 観光事業者 市民	検討	実施	検討	実施	
<p><b>○土佐っ歩コースの充実</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">拡充</span></p> <p>市内の龍馬ゆかりの史跡を中心に観光ガイドと歩く土佐っ歩のコースの充実に取り組みます。</p> <p>【事業展開例】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 歴史と食を結びつけるコースの設定</li> </ul>	高知市 観光協会	検討			実施	
<p><b>★史跡案内板の整備</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span></p> <p>龍馬をはじめとする市内の史跡を紹介する統一的デザインの説明板の設置に取り組みます。</p>	高知市	検討			実施	

★新規、○拡充、赤字は優先的に取組む項目

(継続事業)

【主な取り組み】

- 龍馬関連イベントの開催
  - 龍馬に大接近，龍馬まつり，龍馬生誕祭の充実
- 龍馬のふるさとの魅力向上
  - 土佐っ歩の情報発信
  - 田中良助旧邸資料館の管理運営
- 龍馬の生まれたまち記念館の管理運営
  - 龍馬の生まれた上町の歴史，龍馬の家族やゆかりの人物を紹介する記念館の展示内容の充実や他館との連携強化
  - 開館 10 周年事業の実施



坂本龍馬像

1-1-② 桂浜公園の魅力向上

高知市には、桂浜、高知城、五台山、はりまや橋などの主要な観光地があります。中でも都市公園である桂浜公園は、松林に囲まれた美しい砂浜をはじめ、県立坂本龍馬記念館、坂本龍馬像、浦戸城址などがあり、年間を通して龍馬ファンや観光客が訪れる本市を代表する観光地ですが、最近では滞在時間が短縮化傾向にあります。滞在時間が拡大し、観光客が行ってみたい、また来たいと思っただけのように桂浜公園の魅力向上を図ります。



月の名所桂浜

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<p><b>★桂浜公園の再整備</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span></p> <p>桂浜公園の現状調査や課題等を整理し、新たな振興計画を策定するとともに、同計画に基づき再整備に取り組みます。</p>	高知市	検討		実施		

(継続事業)

- 【主な取り組み】**
- **桂浜公園の維持管理**
    - 公園施設の利便性（トイレ・階段等の改修）向上
    - 桂浜公園の清掃，松くい虫対策など
    - 桂浜公園駐車場の管理運営
  - **国民宿舎桂浜荘の管理運営**

1-1-③ 食の魅力を活かした観光の推進

民間の宿泊旅行調査で高知県は「地元ならではの美味しい食べ物が多かった」の項目で3年連続1位を獲得するなど、高知の食は非常に高い評価を得ています。高知といえは鰹のタタキという印象が強いものの、その他にも素晴らしい食材や食文化があり、これら食の魅力を活かした観光振興に取り組みます。



フルーツマト

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<p><b>★地場産品を活かした食の開発や提供</b> <b>新規</b></p> <p>関係団体等との連携により、新たな食の開発や提供による食の魅力向上に取り組みます。</p> <p><b>【事業展開例】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 龍馬月間における市内での龍馬ゆかりのシャモ料理の提供</li> </ul>	高知市 観光協会 観光事業者 市民					
<p><b>★日曜市の活性化</b> <b>新規</b></p> <p>街路市活性化構想を策定し、歴史ある日曜市など街路市の活性化を図ります。</p>	高知市	検討				

(継続事業)

●土佐の酒・食文化の振興

【主な取り組み】

- 土佐のおきゃく、南国土佐皿鉢祭、土佐の豊穰祭の充実
- 第10回(平成26年度)の土佐のおきゃくの支援拡充

1-1-④ 新たな観光資源の発掘、磨き上げ

高知市は、鏡・土佐山・春野地域の恵まれた自然資源を有しています。また、高知県はフクちゃんの作者の横山隆一氏やアンパンマンの作者のやなせたかし氏などの漫画家を輩出し、高知市でも高知まんがフェスティバル（まんさい）やまんが甲子園が開催されるなど、まんが文化があります。豊富な地域資源を有しているものの、観光資源としての活用が十分ではないことから、新たな観光資源を発掘し、磨き上げを図ります。

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<p><b>★観光資源の掘り起こし</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span></p> <p>専門家のアドバイスなどに基づき、市内における観光素材の調査研究を行い、新たな観光資源の掘り起こしを進めます。</p>	高知市 観光協会	検討		実施		
<p><b>★体験観光のメニューづくり</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span></p> <p>鏡・土佐山・春野地域の自然や文化を活かした体験観光メニューづくりに取り組みます。</p>	高知市 観光協会	検討	実施			
<p><b>★まんがを活用した魅力づくりの検討</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span></p> <p>関係団体との連携によりまんがの活用について検討します。</p>	高知市 観光事業者	実施				
<p><b>★温泉開発の可能性の検討</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span></p> <p>専門家等による調査を実施し、その結果に基づいた検討を行います。</p>	高知市 観光事業者	実施				

**施策 1-2 祭り・イベントの充実とコンベンションの振興**

イベントの実施などによるにぎわいの創出は、観光客誘致にとって重要な要素であるため、既存の祭りやイベントの充実を図るとともに、プロスポーツキャンプや学会等コンベンションの誘致・受入を推進することにより、年間を通じた観光客誘致を図ります。

**1-2-1① 本家よさこい祭りの充実**

夏の風物詩であるよさこい祭りは、毎年全国から多くの踊り子や観光客が訪れる本市を代表する祭りです。60回大会を機に、よさこい祭り開催中以外に訪れる観光客にもよさこいの歴史や魅力に触れていただくことを目的として、2013（平成25）年に高知よさこい情報交流館を整備しました。同交流館の活用により、本家よさこいの情報発信や交流促進を図るとともに、よさこい祭りの充実を図ります。



よさこい祭り

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<p><b>★よさこい祭りの運営体制の充実</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span></p> <p>よさこい祭振興会を中心とした今後の運営体制について検討するとともに、栈敷席の販売方法等についても検討を進めます。</p>	高知市 観光協会 観光事業者	検討	実施			
<p><b>○高知よさこい情報交流館の充実</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">拡充</span></p> <p>交流館の充実に取り組むとともに、2017（平成29）年にはオープン5年を迎えることから、前年には施設の将来のあり方について検討します。</p> <p><b>【事業展開例】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 3D映像の放映、写真展の開催、全国のよさこい情報の充実</li> </ul>	高知市 観光協会	実施		あり方 検討		
<p><b>★県外のよさこいでの観光PRの強化</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">拡充</span></p> <p>情報発信力が強く高知のよさこいとつながりの深い原宿表参道元氣祭スーパーよさこいをはじめ県外で、本家のよさこいや高知市の観光PRを強化します。</p>	高知市	実施				

**(継続事業)**

- 【主な取り組み】**
- **よさこい祭り振興事業**
    - よさこい祭り、よさこい全国大会の充実
  - **祭りイベントの振興**
    - 高知城花回廊、納涼花火大会など核となる祭り・イベントの充実

1-2-② スポーツキャンプ・大会等の誘致促進

高知市は、年間を通して温暖な気候にあり、スポーツキャンプや大会の実施に適した立地環境にあります。以前、高知県内では、プロ野球キャンプのメッカとして多くの球団がキャンプを実施していましたが、2013（平成 25）年現在、高知市での1軍キャンプは、オリックスバファローズの春季二次及び秋季キャンプが行われるのみとなっています。

プロスポーツキャンプや大会には選手はもとより、マスコミやファン、ギャラリーも訪れ、またアマチュアスポーツ合宿についてもまとまった宿泊人数が見込め、経済波及効果も高いことから誘致促進を図ります。

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成 26)	2015 (平成 27)	2016 (平成 28)	2017 (平成 29)	2018 (平成 30)
<b>○オリックスバファローズキャンプ支援 拡充</b> 高知県観光コンベンション協会との連携、東部総合運動場の整備等によりオリックスバファローズのキャンプ支援を進めます。	高知市 観光協会 観光事業者	実施				
<b>○アマチュアスポーツ合宿誘致促進 拡充</b> 高知県観光コンベンション協会との連携により、アマチュアスポーツ合宿の支援制度の見直しを検討し誘致促進に取り組みます。	高知市 観光協会 観光事業者	実施				

(継続事業)

<b>【主な取り組み】</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>プロゴルフトーナメント開催支援</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● カシオワールドオープン、PRGRレディースカップ開催支援</li> </ul> </li> <li>● <b>プロ野球ウエスタンリーグ公式戦開催支援</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ウエスタンリーグの開催</li> </ul> </li> <li>● <b>プロスポーツキャンプの誘致促進, 受入</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● プロ野球プレシーズンマッチ開催支援</li> <li>● 激励品贈呈</li> </ul> </li> </ul>
-----------------	---

### 1-2-③ コンベンションの誘致促進

学会等のコンベンションについては、高知県観光コンベンション協会が開催の規模に合わせた助成金の交付やボランティアの派遣などを実施し、高知市は、歓迎看板の設置や皿鉢料理の提供、よさこい鳴子踊り披露などのサービス提供を実施しています。学会等のコンベンションは、国内外から多くの人々が参加し、宿泊や飲食など経済波及効果も高く地域の活性化に効果が高いことから、高知県観光コンベンション協会と連携し、市内でのコンベンションの誘致・促進を図ります。



高知市文化プラザ かるぽーと

#### (継続事業)

##### 【主な取り組み】

##### ●コンベンションの誘致促進

- 高知県観光コンベンション協会との連携による誘致促進

**施策 1-3 広域観光の推進**

高知市の周辺地域には、多くの自然や歴史、観光名所などがあり、広域的な連携を行い地域全体の魅力を高めることで周遊性の向上が図られること、滞在期間の拡大が期待されることから広域での連携・交流を推進します。

**1-3-1① 物部川・仁淀川地域等との連携**

現在、高知市と物部川流域の南国市、香南市、香美市とそれぞれの観光協会は、高知中央広域観光協議会を組織して広域連携による事業推進を行っています。また、仁淀川流域では土佐市、いの町、日高村、佐川町、越知町、仁淀川町の6市町村により仁淀川地域観光協議会を設立しています。

それぞれの協議会において、エリア内の特徴を活かした観光振興の取組みが進められており、物部川・仁淀川地域等と連携を強化し、広域による魅力づくりや情報発信の強化を図ります。



高知中央広域観光協議会の共同物産展

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<p><b>○物部川地域との活動の推進 <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">拡充</span></b></p> <p>高知中央広域観光協議会において教育旅行受入れのためのメニューづくりを行い、観光誘致活動を推進します。</p> <p><b>【事業展開例】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 専門家のアドバイス、モニターツアー実施</li> </ul>	高知市観光協会		検討	実施		
<p><b>○仁淀川地域との連携推進 <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">拡充</span></b></p> <p>仁淀川地域観光協議会との連携により観光ルート作りを行い、地域の連携を推進します。</p>	高知市観光協会	実施				

**(継続事業)**

- 【主な取り組み】**
- **四国四市観光誘致促進協議会との連携**
    - 四市共同観光キャンペーンの実施
    - 四市共同パンフレット等の制作
  - **姉妹都市物産観光交流**
    - 北見市との物産および観光での相互交流

## 5.2 観光客誘致と情報発信

### 施策2-1 観光プロモーションの推進

観光客の誘致にはニーズを把握した観光プロモーションが重要です。ニーズ把握のための調査や旅行エージェントへの情報提供の強化など、効果的な観光プロモーションを推進します。

#### 2-1-1 ① 観光客動向調査の推進

観光形態の多様化に伴い、高知市に対する観光ニーズを的確に捉えるため、観光関連施設等に協力を得ながら観光客動向調査を実施し、現状分析・把握に取り組みます。

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<b>★観光客動向、満足度調査の実施</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span> 観光客の動向や満足度を把握するための定期的な調査を行い、観光ニーズにあった施策の実施につなげます。	高知市	▶実施		▶実施		▶実施

#### 2-1-1 ② 効果的な観光プロモーションの推進

高知県へのブロック別の観光客入込割合は、四国、近畿、中国、関東の順となっており、四国、近畿、中国の近県からの来訪者が7割を越えています。このような観光客の動向なども踏まえ、効果的な観光プロモーションを推進します。

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<b>★イメージコンテンツ等の制作と活用</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span> 高知市をPRするロゴやキャッチフレーズなどを制作し、効果的なプロモーションを実施します。	高知市	▶検討	▶実施			

#### (継続事業)

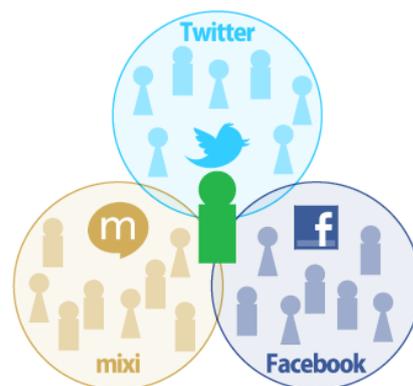
- **エージェント向け情報発信**
    - リョーマの休日キャンペーンキャラバンの説明会・商談会でのPR
  - **プロモーションの推進**
    - 原宿表参道元氣祭スーパーよさこい、よさこいシリーズ(京セラドーム)での観光PR
    - 四国四市共同キャンペーンでの観光PR
    - 中央広域観光協議会での観光PR
- 【主な取り組み】

## 施策2-2 効果的な情報発信

情報化社会の進展により、観光客は多様な手段を用いて情報の収集を行うことが可能となっています。近年では、これまでの旅行雑誌やガイドブック、パンフレットに加え、インターネットが果たす役割も非常に大きなものとなっており、より効果的な観光情報の発信に取り組めます。

### 2-2-1-① 多様な媒体を活用した情報発信

観光客はこれまでの観光ガイドブック、パンフレットだけではなく、インターネットやSNSなどを活用して、観光情報を取得するようになってきています。しかし、本市ではSNSなどの新たな観光情報発信ツールへの対応が十分でなかったことから、新たにICT（情報通信技術）※を活用するとともに、分かりやすく魅力的な観光パンフレットの作成など、多様な情報発信を図ります。



※ ICTとは、情報処理および情報通信、つまり、コンピュータやネットワークに関連する諸分野における技術・産業・設備・サービスなどの総称

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<b>★ICTを活用した情報発信の強化</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span> スマートフォンやタブレット、フェイスブック、ツイッターなどに対応し、多様なニーズに応じた観光情報発信強化に取り組めます。	高知市観光協会	実施				

### (継続事業)

#### 【主な取り組み】

- **観光パンフレットの充実**
  - 分かりやすく魅力的な観光パンフレットの制作
- **ホームページの充実**
  - 新鮮な観光情報の提供やスマートフォンへの対応

**施策2-3 外国人観光客の誘致**

観光庁では、訪日外国人旅行客数 3,000 万人を目標としたビジット・ジャパン・キャンペーンにより、様々な海外プロモーションを展開しています。高知龍馬空港へのチャーター便の就航や高松、松山空港からの四国ルートによる来高などにより東アジアを中心に外国人観光客入込数も増加しており、さたなる外国人観光客誘致を推進します。

**2-3-1-① インバウンド観光の推進**

外国人観光客誘致にあたっては、高知市単独ではなく広域的に取り組みことにより、効果的な誘致が図れることから、高知県や四国の県庁所在地などと連携した取り組みを進めます。

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<p><b>★外国人観光客誘致活動の推進</b> <b>新規</b></p> <p>高知県や四国の県庁所在地など広域的な連携により東アジアを中心に外国人観光客誘致に取り組みます。</p> <p><b>【事業展開例】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>誘致活動に伴う翻訳サービス、海外でのプロモーション活動の展開</li> </ul>	高知市 観光協会					

**2-3-1-② 外国人観光客の受入態勢の充実**

チャーター便の就航や、大型客船の入港などにより、外国人観光客入込み数は増加しており、観光案内板の多言語化などにより受入態勢の充実を図ります。

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<p><b>○観光案内板やパンフレット等の多言語化の推進</b> <b>拡充</b></p> <p>外国人観光客の受入態勢の充実を図るため、観光案内板やパンフレット等の多言語化を加速します。</p>	高知市					
<p><b>★外国人観光客受入研修の実施</b> <b>新規</b></p> <p>高知県との連携により観光施設、ホテル・旅館を対象とした受入研修を推進します。</p>	高知市 観光協会					

## 5.3 まごころ観光の充実

### 施策3-1 受け入れ態勢の充実

観光客が安心して快適に高知市での滞在を楽しむためには、観光案内や交通アクセス、滞在環境などの利便性や快適性を高める必要があり、受入態勢の充実を図ります。

#### 3-1-① 観光案内機能の充実

高知市には、とさてらす、高知城、桂浜などに観光案内所があり、観光案内サービスを行っています。訪れた観光客に対して分かりやすくきめ細やかな情報の提供ができるよう、観光案内機能の充実を図ります。

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<b>★観光案内機能の強化</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span> 観光案内所におけるWi-Fi・インターネット環境の整備を図ります。また、市内案内機能の充実を図るため市内マップの設置などについて検討します。	高知市 観光協会					

#### (継続事業)

- 【主な取り組み】**
- **臨時観光案内所の開設**
    - 大型客船入港時の観光案内所開設
    - イベント等における臨時観光案内所の開設
  - **観光案内所の設置**
    - 日曜市、桂浜、高知城、とさてらすの観光案内所の設置

#### 3-1-② 観光地間の移動手段の利便性・快適性の向上

高知市の観光名所を乗用車以外で巡る移動手段の利便性や快適性を図るため、高知駅～五台山～桂浜については周遊観光バスが運行しています。

観光客に快適な市内観光を楽しんでいただくため、周遊観光バスの運行継続やおもてなしタクシー等の情報発信に取り組みます。

#### (継続事業)

- 【主な取り組み】**
- **周遊観光バス「MY遊バス」の運行**
  - **おもてなしタクシーや駅から観タクンの情報発信の強化**
  - **はりまや橋観光バスターミナルの管理運営**

### 3-1-③ 宿泊施設の耐震化支援

耐震改修促進法の改正により、一定規模以上の宿泊施設等に耐震診断の実施・工事が義務付けられ、診断結果が2016（平成28）年以降に公表されることから、耐震化等を実施する宿泊施設への耐震化支援を行います。

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<b>★宿泊施設の耐震化の支援</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span> 耐震改修促進法の改正により、対象施設の耐震診断、耐震改修設計、耐震工事について高知県と連携して支援を行います。	高知市					

### 3-1-④ 観光施策推進体制の充実

現在、観光施策推進について、高知市においては企画立案や施設管理を行い、高知市観光協会では高知城花回廊、納涼花火大会、よさこい全国大会などの大きなイベント運営のほか、観光宣伝、中央広域観光協議会の事務局などを行っています。

今後の高知市と観光協会の役割分担やそのあり方について検討を行い、近年の観光ニーズの多様化に対応した、高知市の観光振興をさらに推進していくための体制整備を図っていきます。

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<b>★観光施策推進体制の検討</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span> 高知市と高知市観光協会の役割分担やそのあり方について検討を行います。	高知市 観光協会					

**施策3-2 ホスピタリティの育成・向上**

観光客の満足度向上のためには、行政、公的団体、観光事業所、市民それぞれが観光客のおもてなしに取り組んでいく必要があります。行政・観光関係者はもとより市民全体でのホスピタリティの育成・向上を推進します。

**3-2-1① おもてなし力の向上**

まち歩き土佐っ歩へ参加される観光客を気持ち良くお迎えするとともに、地元への関心が高まることを目的に、まち歩きコース周辺の住民の方々を対象に、町内版土佐っ歩を実施しています。おもてなし力の向上には、観光客に接する全ての人々が観光客のおもてなしに取り組んでいく必要があります。意識啓発に取り組めます。



龍馬ゆかりの地を巡る土佐っ歩

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<p><b>★おもてなし研修の実施</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span></p> <p>観光関連事業者を対象とした効果的なおもてなし研修を定期的実施します。</p>	高知市 観光協会 観光事業者	検討	実施			
<p><b>★子ども達のふるさとへの愛着を高める</b> <b>取組みの推進</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span></p> <p>よさこい鳴子踊りの体験や観光副読本の配布などによる子どもの頃から観光に向き合う機会の創出を図ります。</p>	高知市	検討	実施			

**(継続事業)**

【主な取り組み】 ● 町内版土佐っ歩の実施

### 3-2-② 観光ガイドの育成

高知市には多くの史跡や豊かな自然，文化など魅力的な観光資源がありますが，単に観るだけではなく，観光ガイドとのふれあいや説明が旅の思い出につながります。そのため，土佐観光ガイドボランティア協会などと連携して，観光ガイドの育成を図ります。



観光ガイドスキルアップ研修

アクションプラン (新規・拡充事業)	取組主体	実施年度				
		2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)	2017 (平成29)	2018 (平成30)
<b>★学生ガイドの検討</b> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">新規</span> 県外出身の大学生によるガイドの検討を行います。	高知市 観光協会					

#### (継続事業)

##### 【主な取り組み】

- 観光ボランティアガイド養成講座の開催
- スキルアップ研修の実施

## 第6章 高知市観光振興の取り組み推進

### 6.1 計画の推進

本計画を推進していくためには、観光事業者、観光協会、行政等が相互に連携・協調を図りながら取り組んでいく必要があります。

そのため、各事業を展開する際には、必要性に応じて適宜専門委員会を設置するなど専門的なご意見を踏まえた効果的な事業展開により計画の推進を図ります。

### 6.2 計画の検証・評価

本計画全体における検証については、宿泊事業者、交通事業者、旅行者、学識経験者、観光協会、観光関連団体等から構成する高知市観光振興計画策定検討委員会を継承発展させた「（仮称）高知市観光振興計画推進委員会」を新たに設置し、毎年5月、11月頃には計画の検証作業を行うことにより、着実な計画実行と目標達成を図ります。

図 6.1 施策の評価・進行管理のシステム

