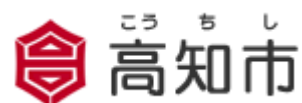


高知市観光振興計画（案）

平成 31～35 年度

平成 31 年 3 月



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組	7
3.1.2 国内の観光動向	8
3.1.3 高知県の観光動向	14
3.1.4 高知市の観光動向	20
3.1.5 高知市観光の特徴及び取り巻く状況	24
3.2 高知市観光の課題整理	26
第 4 章 高知市観光振興の基本方針	27
4.1 観光振興の基本理念	27
4.2 観光振興の基本目標と施策体系	28
4.2.1 基本目標	28
4.2.2 基本施策	29
4.2.3 成果指標	30
4.2.4 高知市観光振興計画の施策体系	31
第 5 章 高知市観光振興のためのアクションプラン	33
5.1 新たな観光魅力の創造	33
5.2 観光客誘致と情報発信	49
5.3 まごころ観光の充実	54
第 6 章 高知市観光振興の取組推進	60
6.1 関連行政計画や評価制度との連動	60
6.2 PDCA サイクルの推進体制	61



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、2011（平成23）年に策定した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 あったか土佐のおもてなし観光の充実」における施策に沿って、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きました。そして、2014（平成26）年3月には、2014（平成26）年度から2018（平成30）年度までの5年間を計画期間とする高知市観光振興計画を新たに策定し、さらなる観光振興を図るため、施策テーマ別のアクションプランに沿った様々な事業に取り組んでいます。

このような中、国においては、2017（平成29）年3月に閣議決定した新たな「観光立国推進基本計画」で、東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020（平成32）年に、訪日外国人旅行者数4,000万人を目標とするなど、インバウンド施策への取組を強化しています。

高知市においても、外国クルーズ客船の寄港の増加をはじめ、台湾・中国などアジアを中心とする外国人観光客の増加など、観光をとりまく環境は大きく変化しています。インバウンド観光という新たなテーマに向き合い、また、県内市町村との連携による新たな観光資源や周遊ルートの開発をはじめとする広域観光の推進など、多様化する観光ニーズの中で、高知市に求められる役割や強みを理解し、互いに共有していくことがますます重要になってきています。

これまでの課題や環境の変化を踏まえ、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・協働して高知市観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するための基本となる計画です。

観光振興計画の上位計画である2011高知市総合計画及び高知市まち・ひと・しごと創生総合戦略の観光分野との整合性を図りながら、関連する他分野との連携も図り、施策を推進します。

1.3 計画期間

2019（平成31）年度から2023（平成35）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309.00km²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



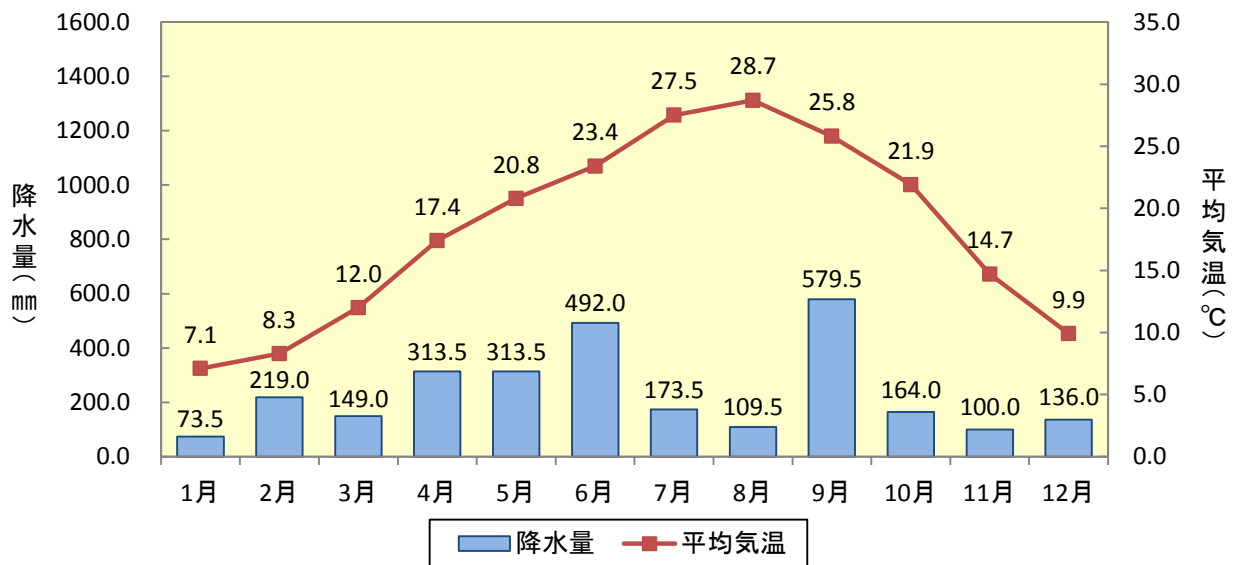
2) 気候

◆温暖で降水量、日照、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、総じて温暖で降水量、日照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 2016(平成28)年



資料：「高知市統計書」を基に作成

2.2 社会的条件

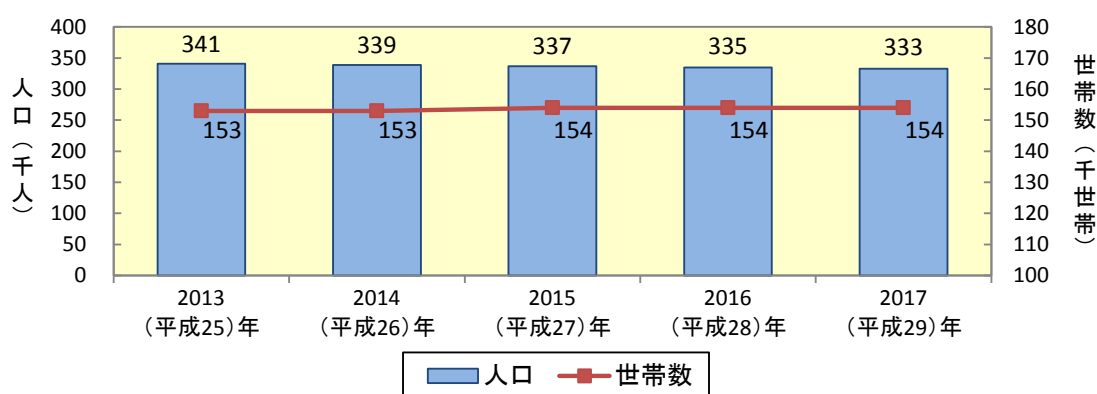
1) 総人口

- ◆2017（平成 29）年の総人口は、約 33 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

2017（平成 29）年の総人口は、333,284 人、世帯数は 154,098 世帯で、人口は春野町と合併した 2008（平成 20）年がピークでその後、年々減少しています。

2013（平成 25）年と 2017（平成 29）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増加傾向にあることから核家族化が進んでいることがうかがえます。

図 2.3 人口・世帯数の推移



※1 2015（平成 27）年は国勢調査。その他の年は推計人口（各年 10 月 1 日）

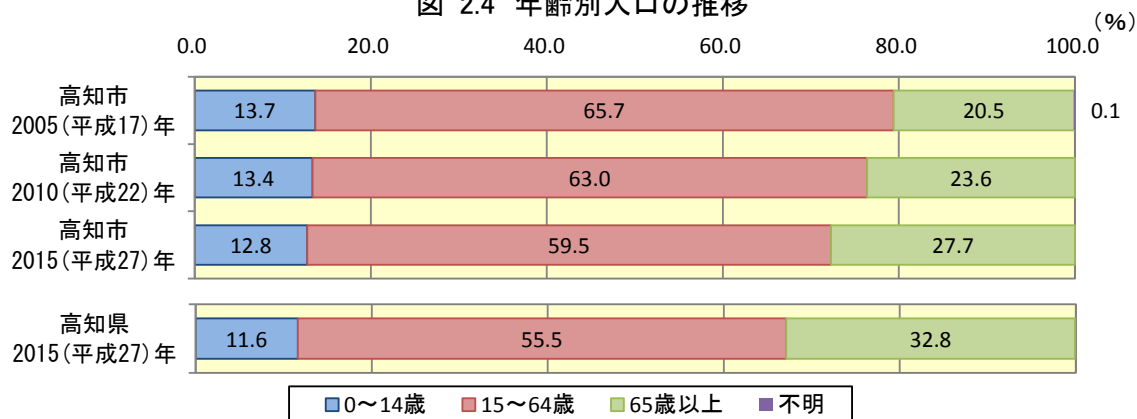
資料：「高知市統計書」を基に作成

2) 年齢別人口

- ◆少子化，高齢化が進行

高知市では、2005（平成 17）年と比較すると 2015（平成 27）年は、15 歳未満が約 1%減少し、65 歳以上が約 7%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うかがえます。

図 2.4 年齢別人口の推移



資料：「高知市統計書」を基に作成

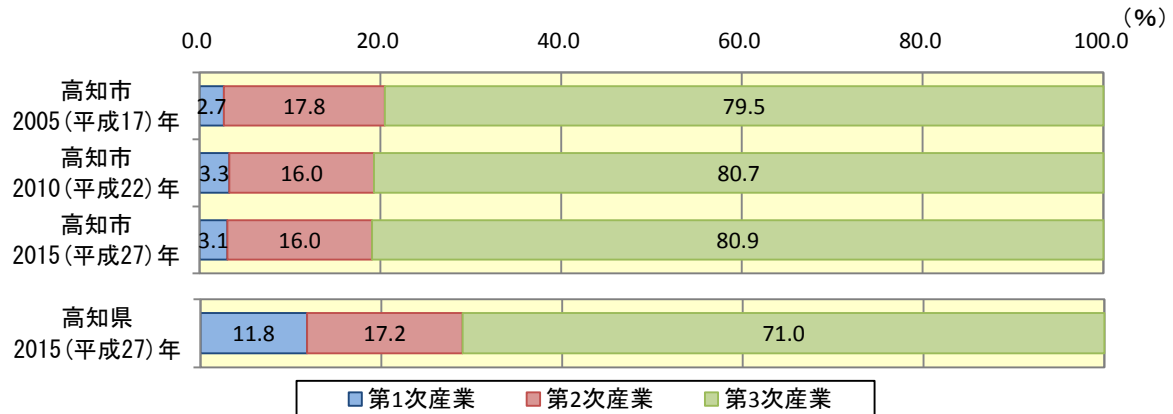
3) 産業別就業者数

- ◆ 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

2015（平成27）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



資料：「高知市統計書」を基に作成

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。



板垣退助像

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。

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」を継承
- ◆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「おきやく」（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，横山隆一氏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 200 か所以上で開催されるまでに広がりを見せた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組

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，2012（平成 24）年3月に，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～」を決定し，戦略的なビザ緩和，免税制度の拡充，出入国管理体制の充実，航空ネットワークの拡大などに政府を挙げて取り組んできました。

その成果として，2015（平成 27）年には，訪日外国人旅行者数が 2012（平成 24）年の2倍以上となる約 2,000 万人，その旅行消費額も3倍以上の約 3.5 兆円に達し，過去最高記録を更新しました。

こうした観光をめぐる情勢を踏まえ，観光を我が国の基幹産業へと成長させ，「観光先進国」という新たな挑戦に踏み切るため，国では，2016（平成 28）年3月に「明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたいくなる日本へー」を策定しました。この観光ビジョンにおいては，①「観光資源の魅力を極め，地方創生の礎に」，②「観光産業を革新し，国際競争力を高め，我が国の基幹産業に」，③「すべての旅行者が，ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」という3つの視点を柱として，「観光先進国」の実現に向けた政策を推進しています。

図 3.1 明日の日本を支える観光ビジョンの概要



資料：観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン」の概要より抜粋

3.1.2 国内の観光動向

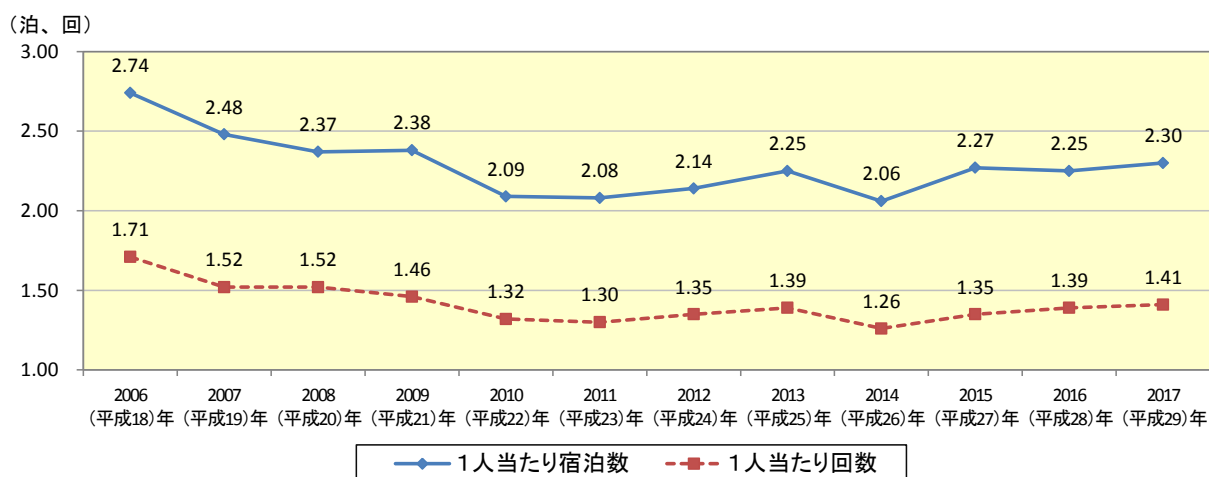
1) 国内宿泊観光旅行の推移

◆国内宿泊観光旅行者数は、2014（平成26）年を底に回復傾向

2017（平成29）年の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行回数は1.41回となっています。また、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行宿泊数は2.30泊となっており、2014（平成26）年を底に回復傾向となっています。

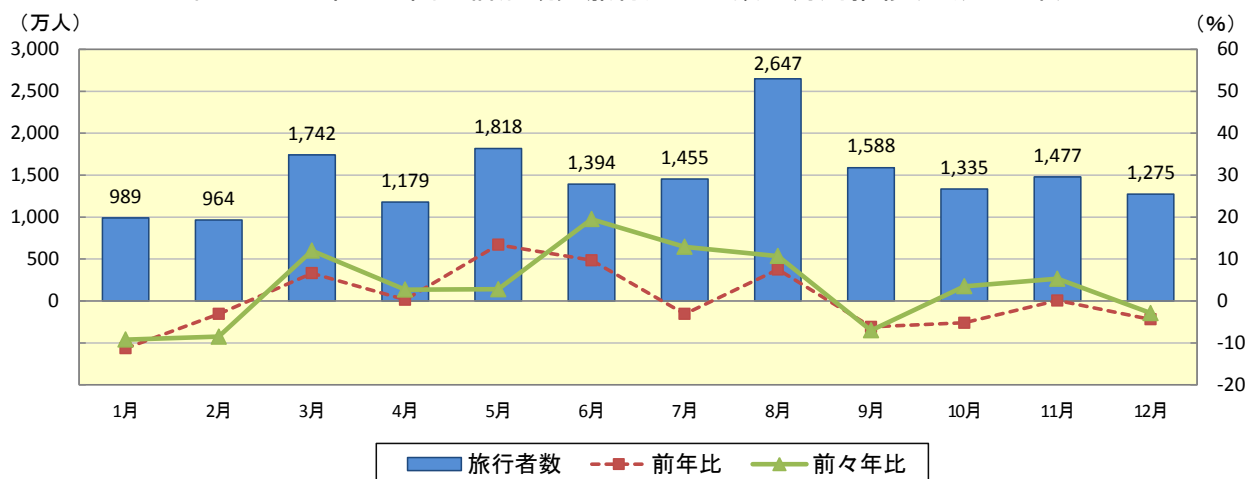
2017（平成29）年の日本人の国内宿泊観光旅行延べ人数は、延べ1億7,862万人となっており、企業や学校等の長期休暇がある8月が多くなっています。

図 3.2 日本人の国内宿泊旅行の回数及び宿泊数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」を基に作成

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29年)



※1 「観光・レクリエーション目的での旅行」の集計値。

※2 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。

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」を基に作成

2) 訪日外国人旅行者数

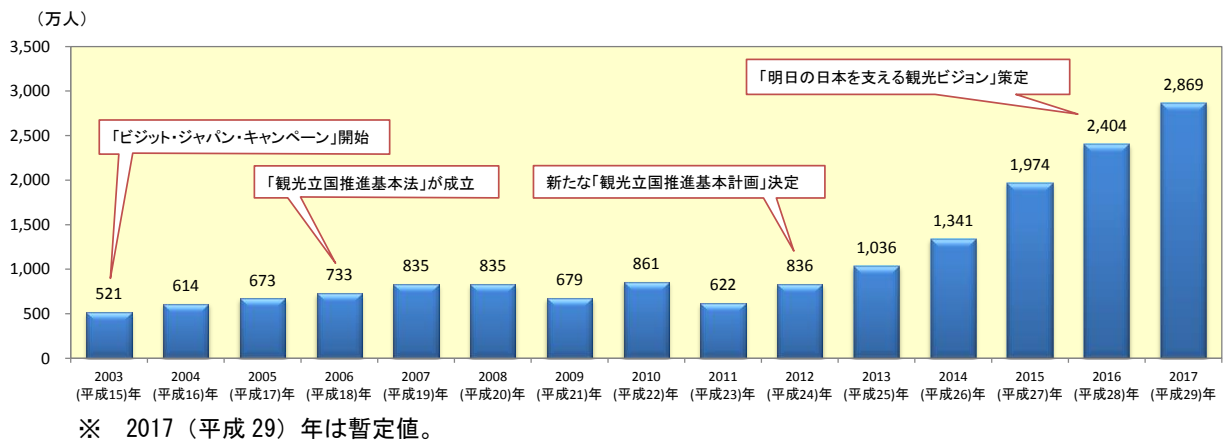
- ◆訪日外国人旅行者数は、新たな「観光立国推進基本計画」決定より大幅に増加
- ◆訪日外国人旅行者は、中国・韓国・台湾・香港からが多い

2017（平成 29）年の訪日外国人旅行者数は、2,869 万人（前年比 19.3%増、前々年比 45.3%増・暫定値）となり、2013（平成 25）年から 5 年連続で過去最高を更新する結果となっています。

2012（平成 24）年 3 月の新たな「観光立国推進基本計画」の決定以降、航空路線の拡充やクルーズ船寄港数の増加、ビザ緩和に加え、これまでの継続的な訪日旅行プロモーションなど、様々な要因が訪日外国人旅行者の大幅な増加を後押ししたと考えられます。

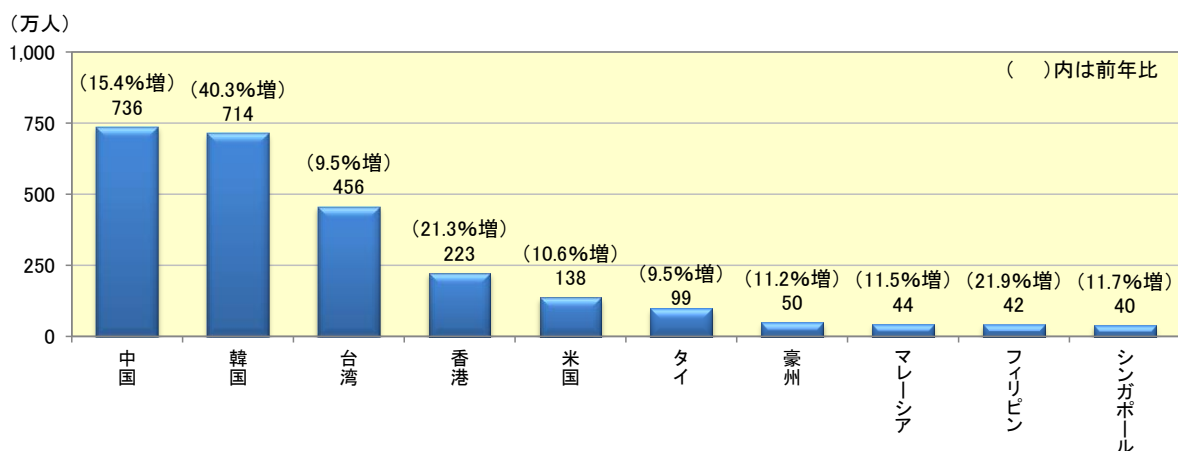
国・地域別に見ると、主要 20 カ国・地域の全てで過去最高を記録しました。中でも、韓国（約 714 万人）と中国（約 736 万人）は初めて 700 万人台に達したほか、これに台湾と香港を加えた東アジアの 4 カ国・地域は前年比 21.9%増の約 2,129 万人となり、訪日外国人旅行者数全体の 70%以上を占めています。

図 3.4 訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局（JNTO）の資料を基に作成

図 3.5 国・地域別訪日外国人旅行者数 2017(平成 29)年



※ 数値は暫定値。

資料：日本政府観光局（JNTO）の資料を基に作成

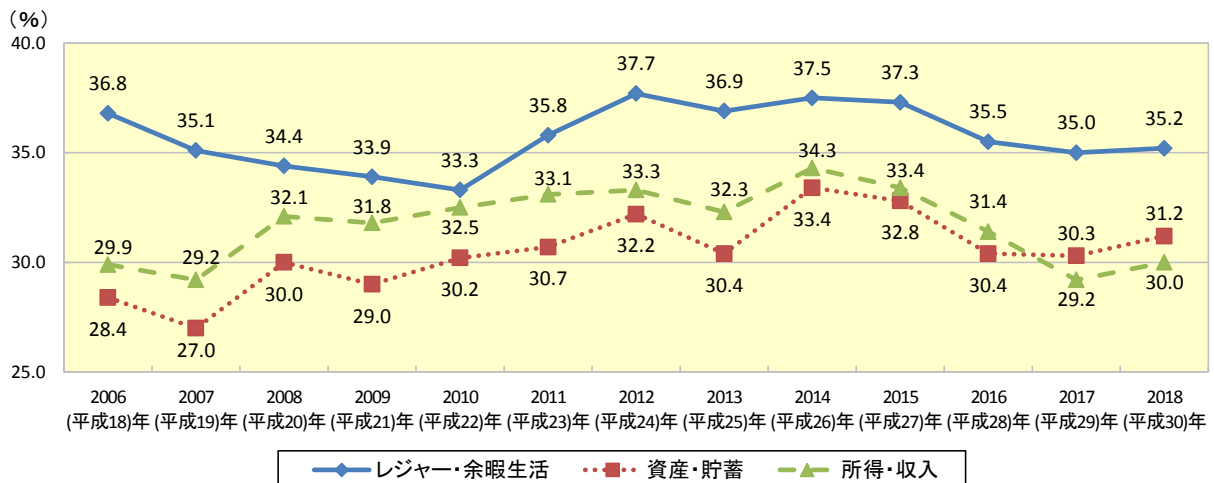
3) 観光への潜在的需要

- ◆生活に関する意識調査によるとレジャー・余暇生活への割合が高く、観光への潜在的ニーズは高い
- ◆高齢層で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、2018（平成 30）年では、「レジャー・余暇生活」の割合が 35.2%と最も多く、以下「所得・収入」（31.2%）、「資産・貯蓄」（30.0%）の順となっています。

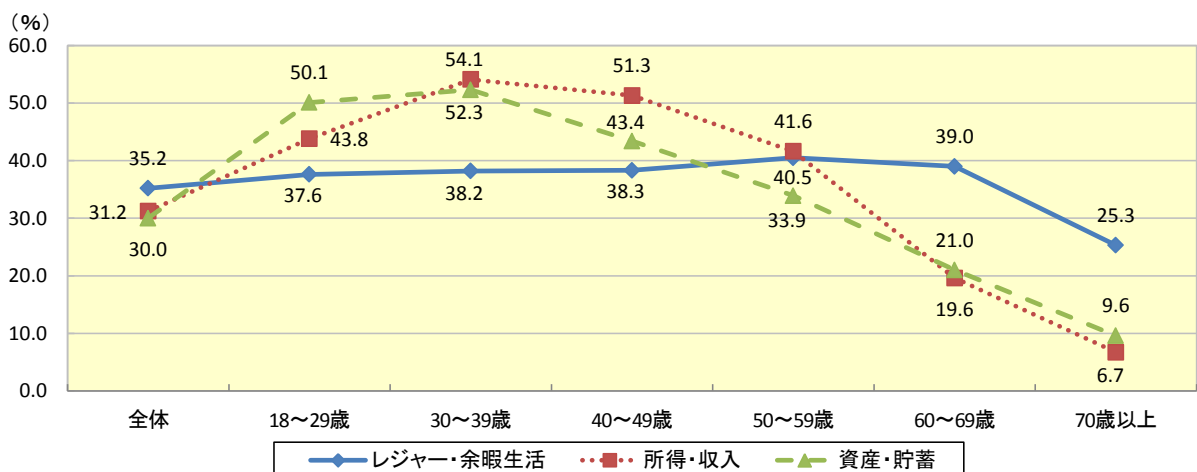
また、年齢別では、60 歳代から 70 歳以上で「レジャー・余暇生活」の割合が最も多くなっており、高齢層で観光への潜在的ニーズが高いことがうかがえます。

図 3.6 今後の生活の力点(上位 3 項目)



資料：内閣府「国民生活に関する世論調査」（平成 30 年 6 月調査）を基に作成

図 3.7 年齢別今後の生活の力点(上位 3 項目) 2018(平成 30)年



資料：内閣府「国民生活に関する世論調査」（平成 30 年 6 月調査）を基に作成

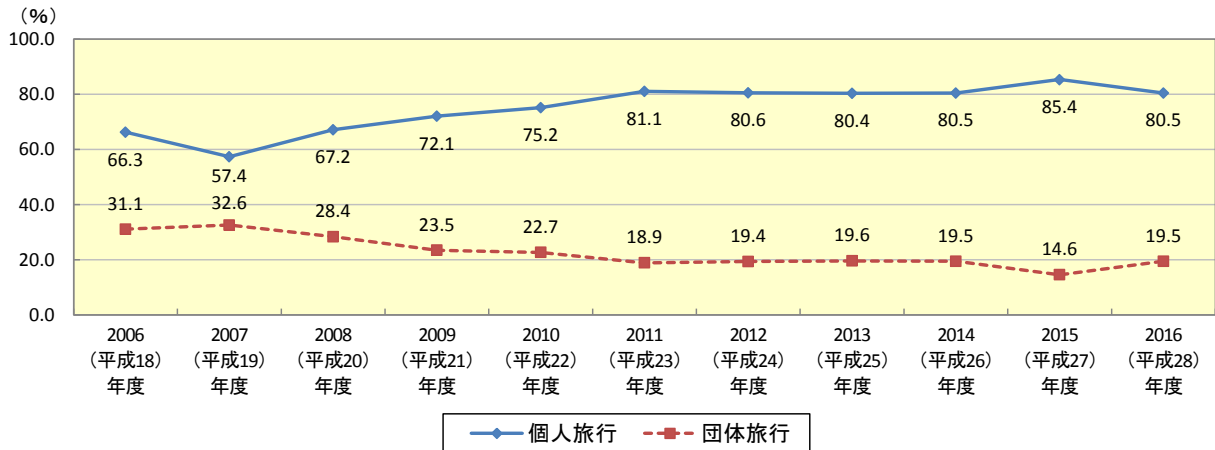
4) 観光マーケットに関する動向

- ◆ 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若年層は体験型観光、高齢層は癒し観光

国内宿泊観光旅行の形態をみると、2011（平成 23）年度以降は個人旅行の割合が約8割を占め、団体旅行より個人旅行が多い傾向が続いています。また、同伴者を尋ねたところ、家族が 56.0%と最も多く、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、若年層はリゾートライフを楽しむ観光やロケ地めぐり、農山漁村を楽しむ観光等が全体平均よりも多く、非日常体験や田舎暮らし体験のニーズが高くなっています。一方、高齢層は、地域の温泉や花々、寺社仏閣を楽しむ観光が全体平均よりも多く、癒しを求める旅行のニーズが高くなっています。

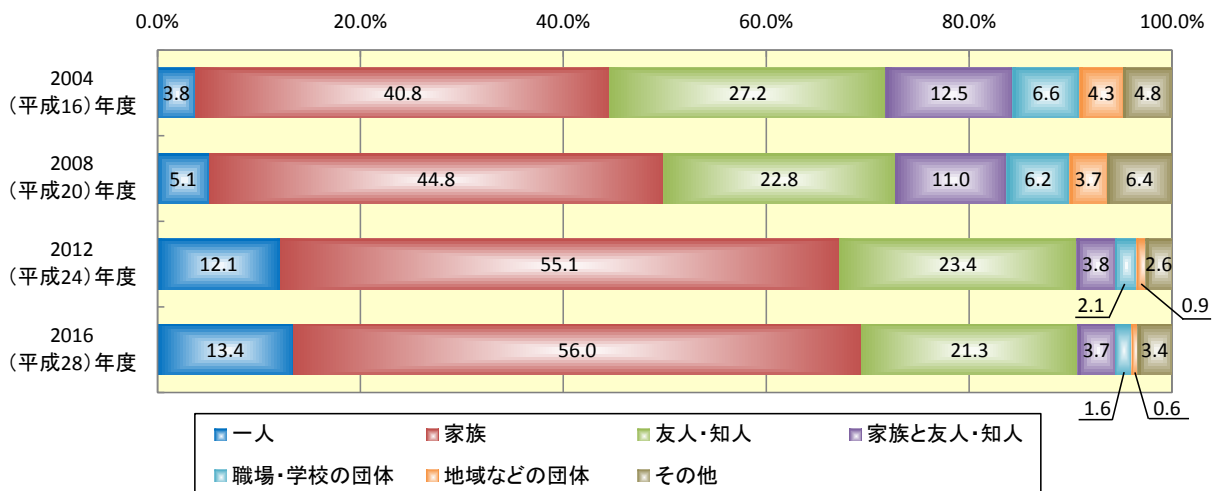
図 3.8 国内宿泊観光旅行における個人・団体旅行の比較



※ 「不明」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。

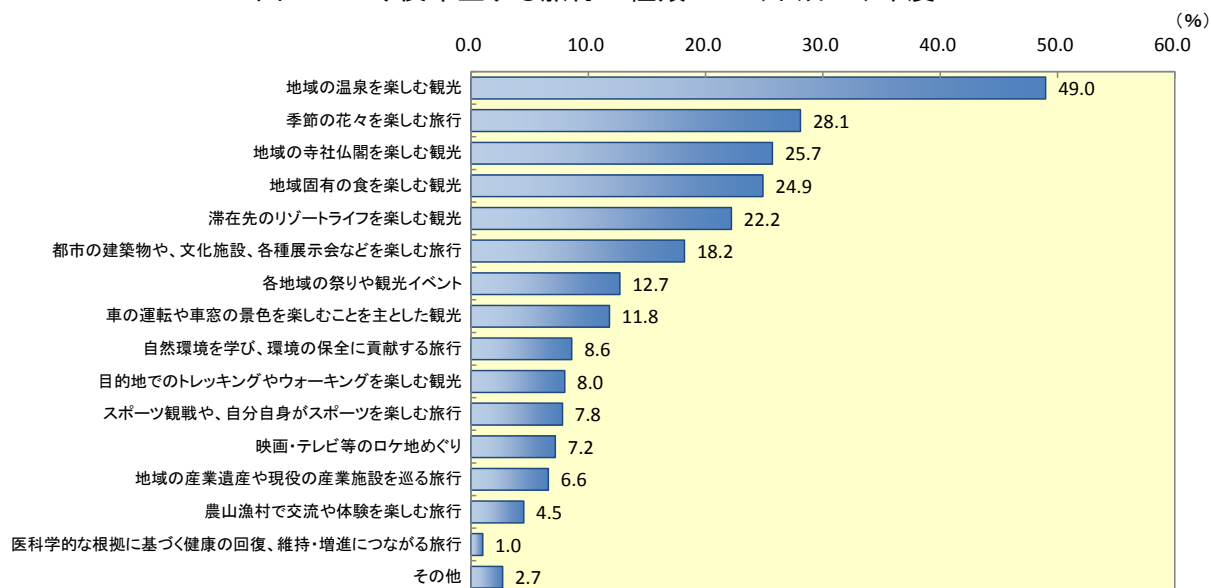
資料：公益社団法人日本観光振興協会「国民の観光に関する動向調査」を基に作成

図 3.9 宿泊観光の同行者の種類



資料：公益社団法人日本観光振興協会「国民の観光に関する動向調査」を基に作成

図 3.10 今後希望する旅行の種類 2016(平成 28)年度



資料：公益社団法人日本観光振興協会「国民の観光に関する動向調査」を基に作成

表 3.1 年齢別今後希望する旅行の種類 2016(平成 28)年度

	全体	18～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
地域の温泉を楽しむ観光	49.0	37.4	43.4	43.6	47.8	57.8	60.2
季節の花々を楽しむ旅行	28.1	18.2	19.1	18.5	23.2	35.9	46.2
地域の寺社仏閣を楽しむ観光	25.7	15.5	18.8	23.3	26.1	31.8	35.1
地域固有の食を楽しむ観光	24.9	23.7	28.5	25.8	24.2	25.3	23.0
リゾートライフを楽しむ観光	22.2	28.6	31.0	24.6	22.0	16.5	14.0
建築物、文化施設、展示会などを楽しむ旅行	18.2	19.1	14.6	19.8	20.3	19.1	17.1
各地域の祭りや観光イベント	12.7	15.0	15.2	12.1	12.5	11.1	11.6
車の運転を楽しむことを主とした観光	11.8	11.5	11.6	11.8	12.9	12.2	12.3
自然環境、環境の保全に貢献する旅行	8.6	9.0	8.6	7.6	7.9	8.0	9.9
トレッキングやウォーキングを楽しむ観光	8.0	7.2	6.5	7.0	8.5	11.0	7.8
スポーツを楽しむ旅行	7.8	9.7	8.0	10.4	8.7	5.3	4.7
映画・テレビ等のロケ地めぐり	7.2	15.4	7.9	9.2	6.6	2.5	1.8
産業施設を巡る旅行	6.6	7.1	8.0	7.9	7.1	5.7	4.9
農山漁村を楽しむ旅行	4.5	7.9	8.6	4.6	2.9	1.8	2.3
健康につながる旅行	1.0	1.3	1.0	0.7	1.1	0.9	1.3
その他	2.7	2.4	2.2	2.2	2.8	3.0	3.5

※ 太字箇所は全体よりも大きい数値を示す。

資料：公益社団法人日本観光振興協会「国民の観光に関する動向調査」を基に作成

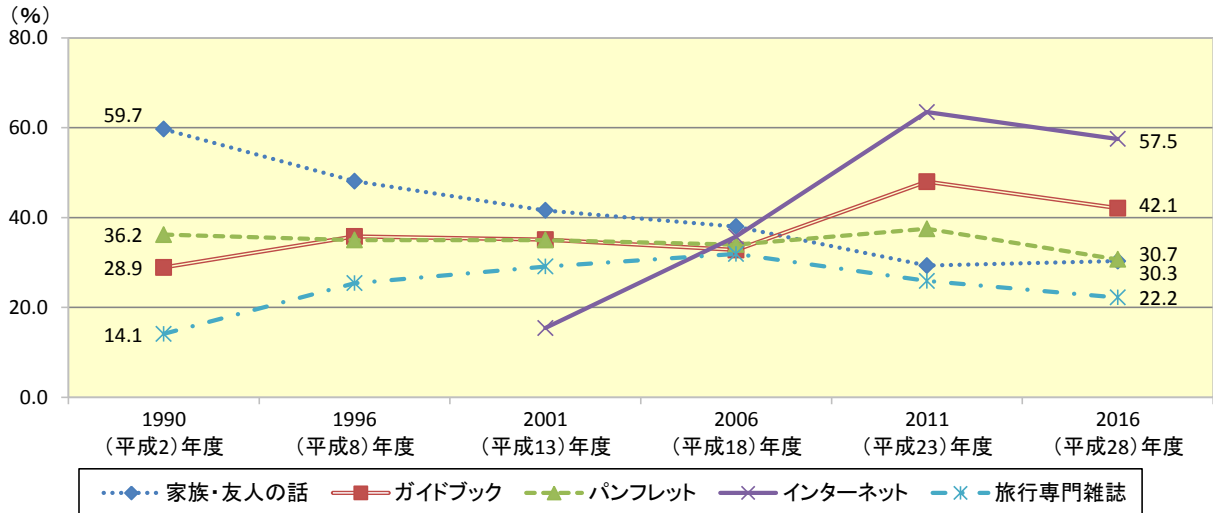
5) 情報の入手手段

◆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、2011（平成 23）年度以降は「インターネット」が最も多く、6割前後で推移しています。

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ますます高まっています。

図 3.11 旅行に行くにあたって参考にする情報源



資料：公益社団法人日本観光振興協会「国民の観光に関する動向調査」を基に作成

3.1.3 高知県の観光動向

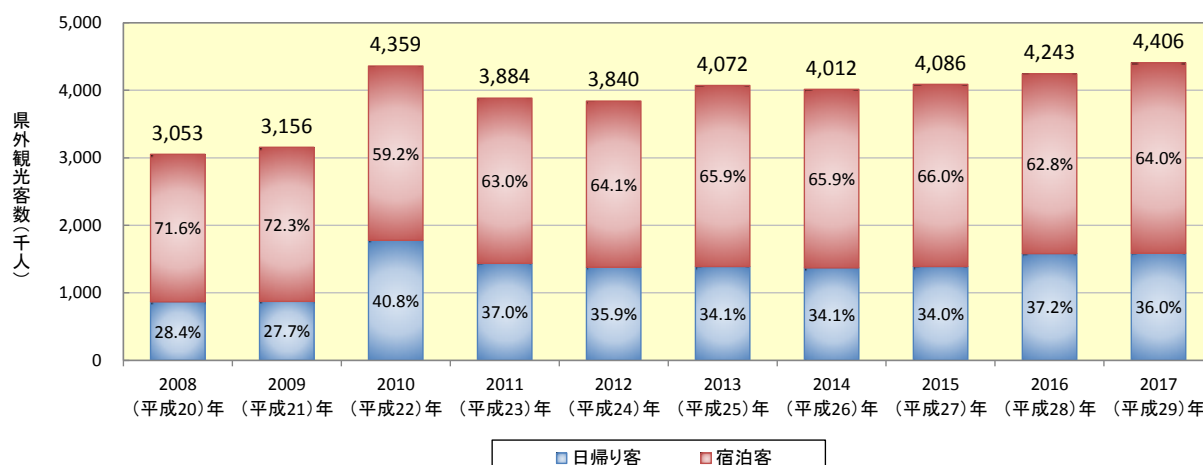
1) 県外観光客入込数

- ◆高知県の2017（平成29）年の県外観光客数は440万人で過去最高、宿泊は約6割
- ◆高知県の県外観光客の年代層は、30歳代・40歳代が多い

高知県が実施した県外観光客入込・動態調査では、2017（平成29）年に高知県を訪れた県外観光客数は440万人と推計され、対前年比103.8%、約16万3千人の増加となりました。これはNHK大河ドラマ「龍馬伝」等による影響で436万人を記録した2010（平成22）年を上回り、過去10年で最高となっています。

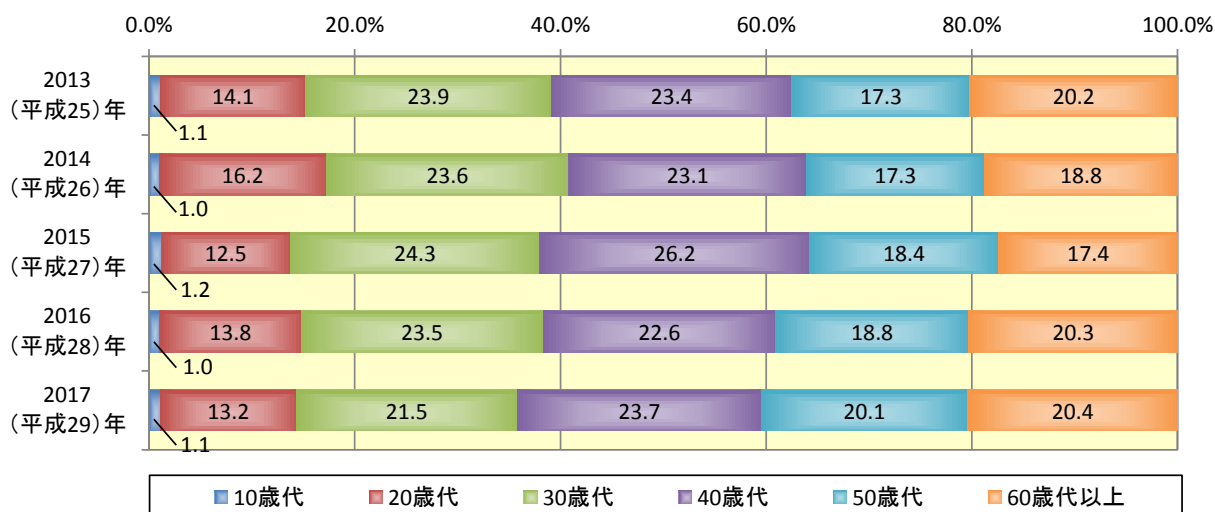
また、県外観光客アンケート調査によると、2010（平成22）年以降は、宿泊客が約6割、日帰り客が約4割という傾向が続いています。年代別旅行者割合では、40歳代が最も多く、次いで30歳代、60歳代以上と続き、過去5年間を通して30歳代と40歳代が多い傾向が続いています。

図 3.12 県外観光客数及び日帰り客・宿泊客割合の推移



資料：高知県「県外観光客入込・動態調査報告書」を基に作成

図 3.13 県外観光客の年代別旅行者割合の推移



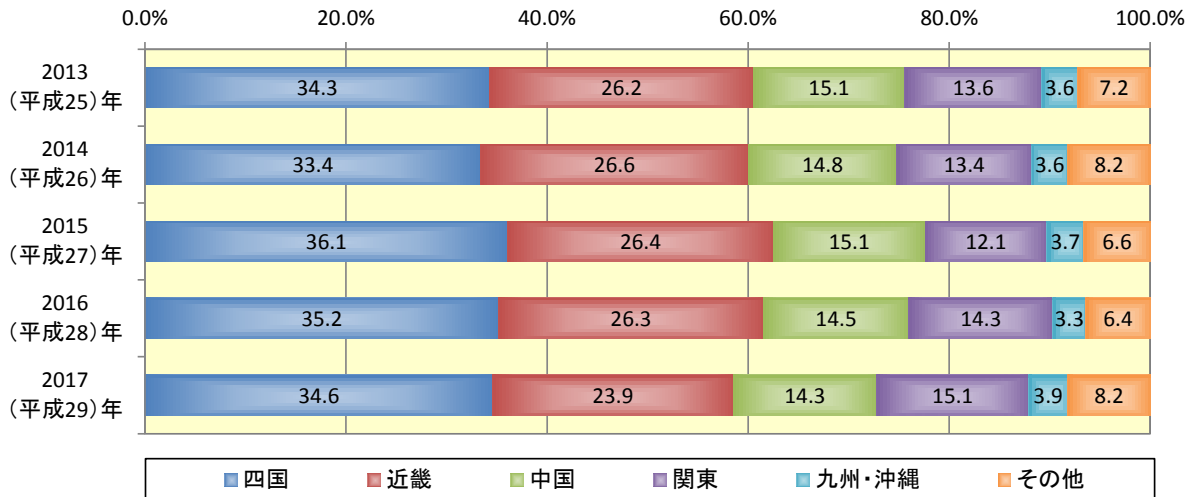
資料：高知県「県外観光客入込・動態調査報告書」を基に作成

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く、関東が増加傾向

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。2013（平成 25）年と比較すると、近畿と中国からの観光客数が減少傾向となっている一方で、関東からの観光客数が増加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



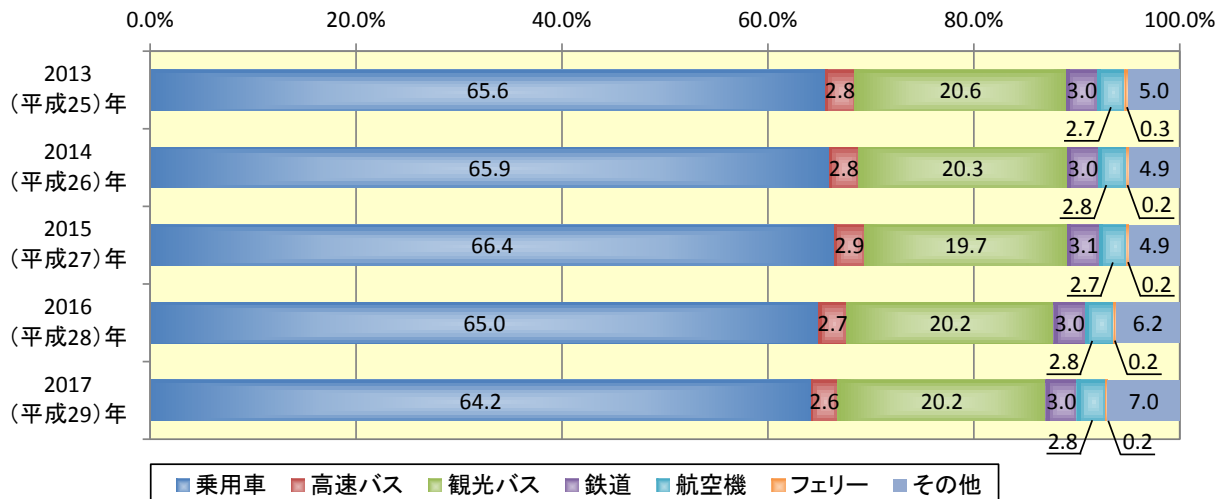
資料：高知県「県外観光客入込・動態調査報告書」を基に作成

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

2017（平成 29）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



資料：高知県「県外観光客入込・動態調査報告書」を基に作成

4) 旅行目的・形態・過去来県回数

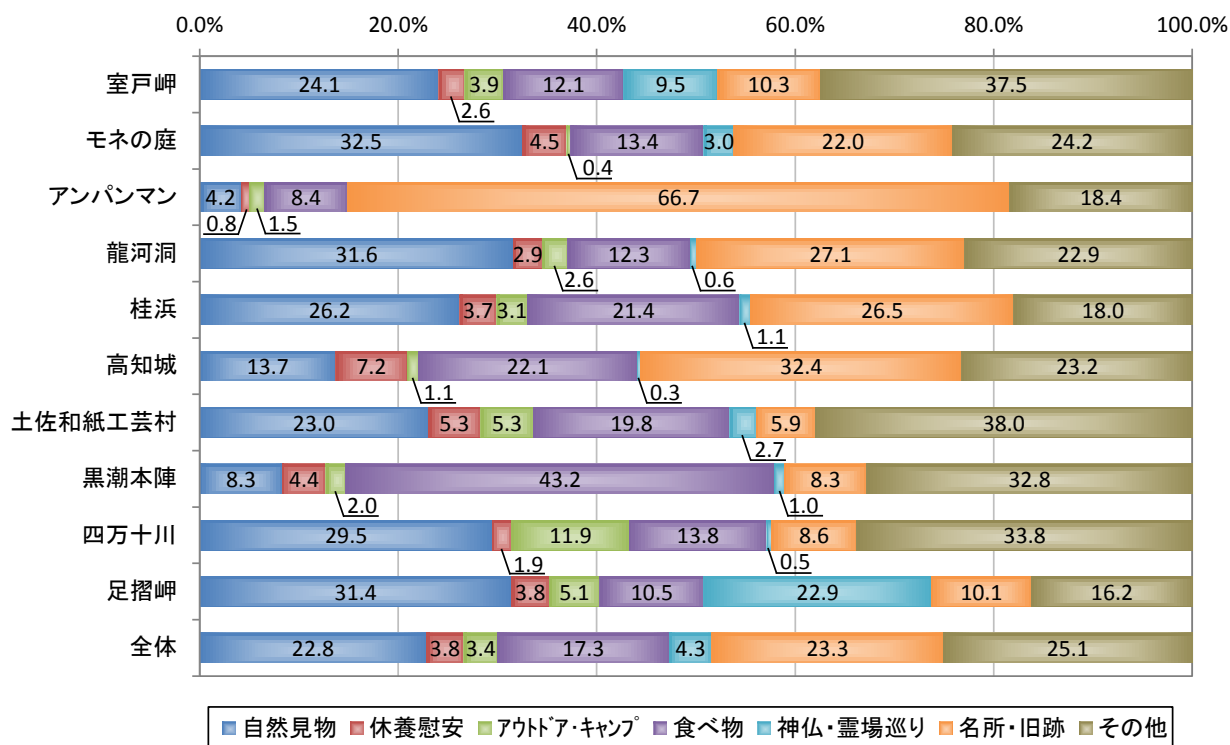
- ◆家族での観光地への来訪が多い
- ◆過去3年間の高知県への来訪は、4人のうち3人がリピーター

2017（平成 29）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。

2017（平成 29）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。

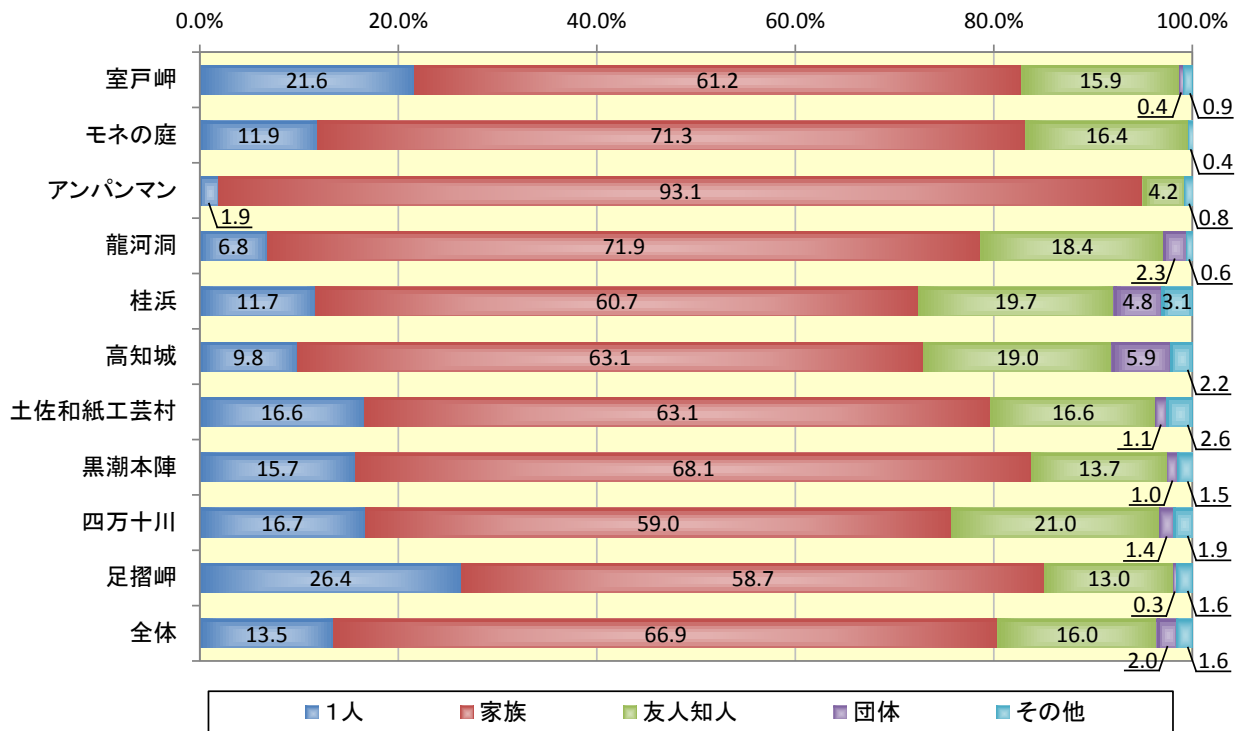
過去 3 年間の高知県への来訪回数は，3 回以上が約 6 割，初めてが約 2 割となっており，来訪者の4人のうち3人がリピーターという状況になっています。初めてが少ないことから，今後の高知市の観光を振興していくためには，まず高知市へ来たことがない方に来ていただくことが重要と考えられます。

図 3.16 調査地別旅行目的割合 2017(平成 29)年



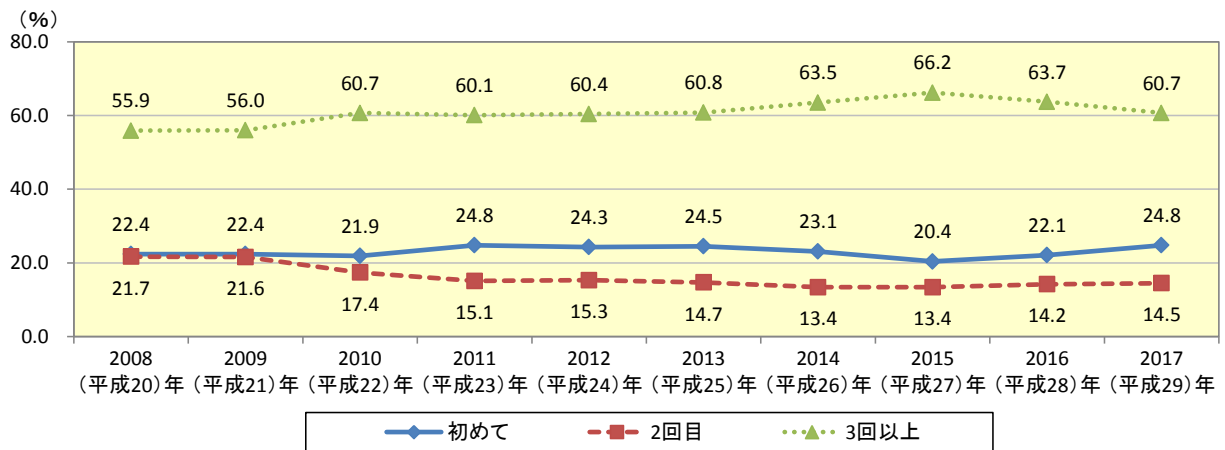
資料：高知県「平成 29 年県外観光客入込・動態調査報告書」を基に作成

図 3.17 調査地別旅行形態割合 2017(平成 29)年



資料：高知県「平成 29 年県外観光客入込・動態調査報告書」を基に作成

図 3.18 過去来県回数割合



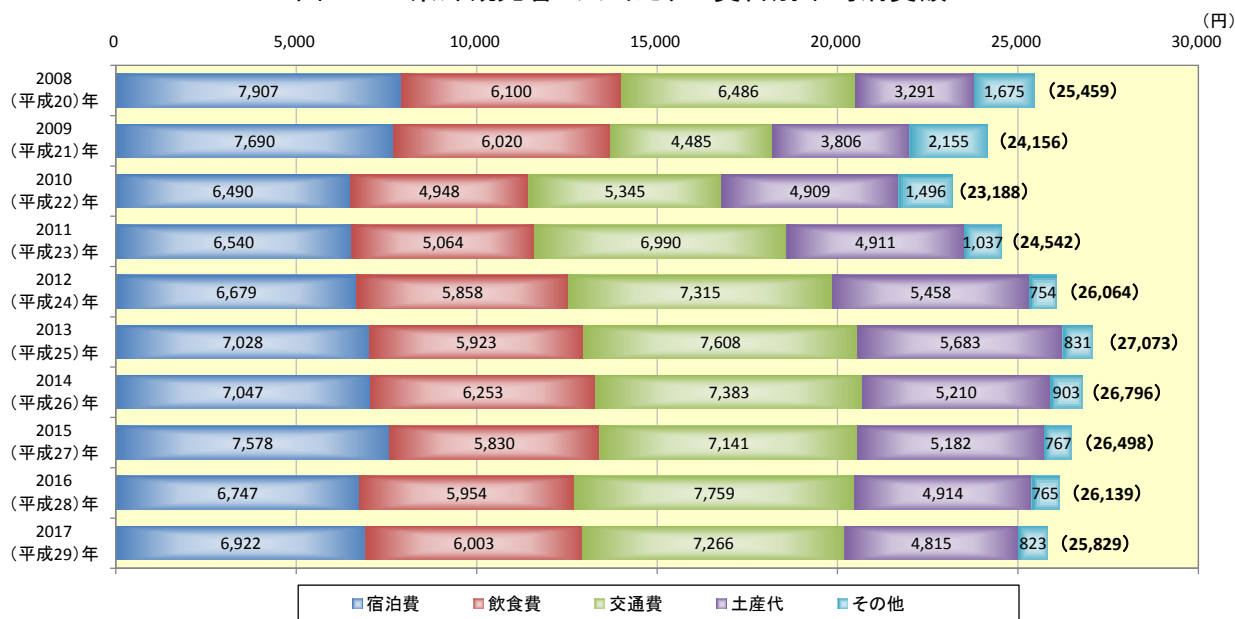
資料：高知県「県外観光客入込・動態調査報告書」を基に作成

5) 県外観光客の平均消費額

◆2017（平成29）年の県外観光客1人当たりの平均消費額は約2万6千円

2017（平成29）年の県外観光客1人当たりの県内消費額は、前年比310円減少の25,829円で、2013（平成25）年の27,073円をピークに、4年連続の減少傾向となっています。費目別に見ると、土産代の減少傾向が続いています。

図 3.19 県外観光客1人当たりの費目別平均消費額



資料：高知県「県外観光客入込・動態調査報告書」を基に作成

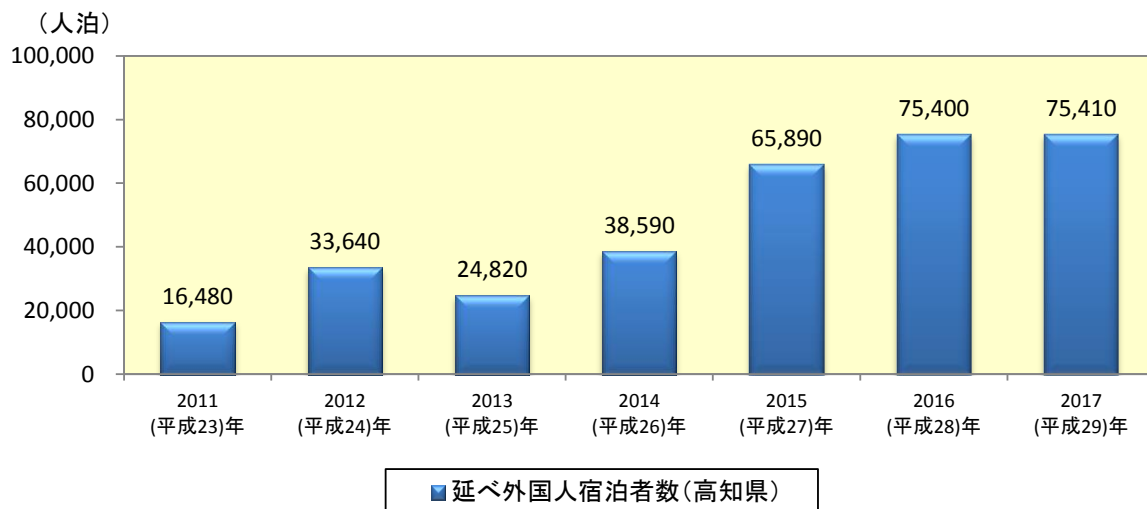
6) 訪日外国人宿泊者数

◆2017（平成29）年に高知県で宿泊した訪日外国人は延べ75,410人泊

2017（平成29）年に高知県で宿泊した訪日外国人旅行者数は延べ75,410人泊となり、2011（平成23）年の16,480人泊と比べ、357.8%増と大幅に増加しています。

2018（平成30）年10月には、アジアからの国際4路線が定期就航する高松空港と高知駅を直結する定期路線バスの運行が始まり、インバウンドのさらなる上積みが期待されています。

図 3.20 高知県の外国人宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」を基に作成

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、2017（平成 29）年に大河ドラマ「龍馬伝」効果のあった 2010（平成 22）年を超え、近年は年間 300 万人を超える水準で推移

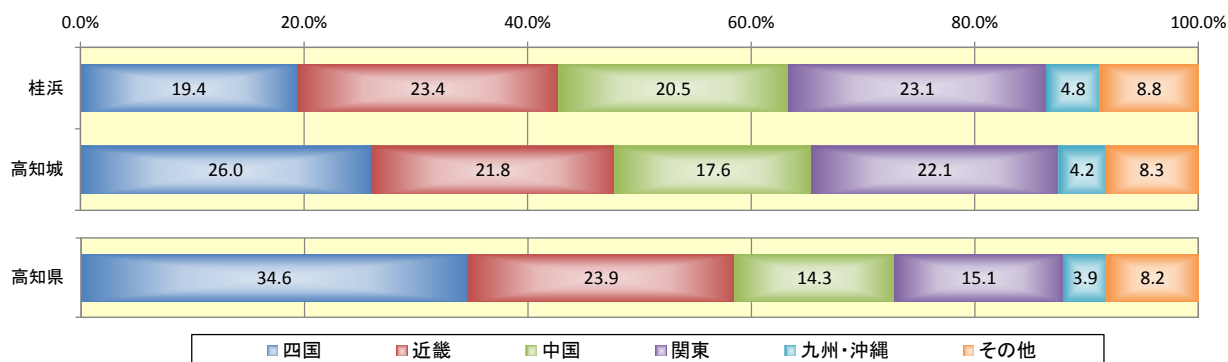
高知市の観光客数は、2013（平成 25）年は約 305 万人、2014（平成 26）年は約 301 万人、2015（平成 27）年は約 306 万人、2016（平成 28）年は約 318 万人、2017（平成 29）年は約 330 万人で推移しています。2017（平成 29）年は「志国高知幕末維新博」の効果が大きく、大河ドラマ「龍馬伝」効果のあった 2010（平成 22）年の約 327 万人を超える観光客が訪れました。近年は、年間 300 万人を超える高い水準で推移しています。

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多い

高知市主要観光地を来訪した人を見ると、高知県全体と比較して、桂浜は近畿、関東、中国からの来訪者が、高知城は四国、関東、近畿からの来訪者の割合が多くなっています。

図 3.21 高知市主要観光地を来訪した人の地域別観光客数の割合 2017(平成 29)年



資料：高知県「平成 29 年県外観光客入込・動態調査報告書」を基に作成

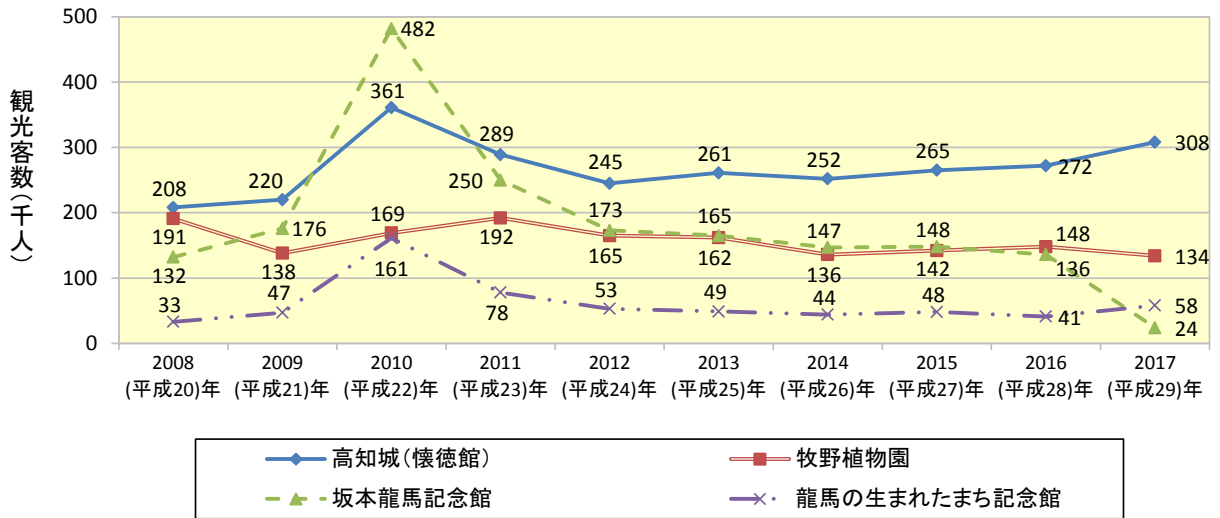
3) 主要観光施設の入込客数

- ◆高知城の観光客数は増加傾向で、2017（平成29）年は過去2番目の多さ
- ◆龍馬の生まれたまち記念館は増加に転じ、牧野植物園は減少傾向が続く

高知市主要観光施設の観光客数の推移を見ると、2017（平成29）年は、高知城が約30.8万人と2010（平成22）年に次いで、過去2番目に多くなっています。また、龍馬の生まれたまち記念館は減少傾向から増加へと転じ、牧野植物園は減少傾向が続いています。

桂浜公園駐車場の駐車台数は、2011（平成23）年以降、20万台前後で推移しています。

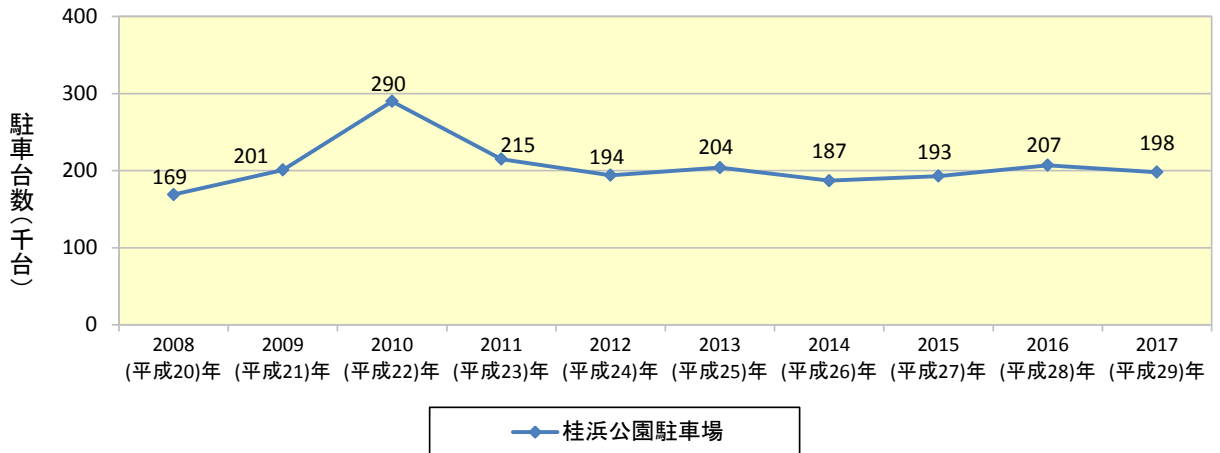
図 3.22 高知市主要観光施設の観光客数の推移



※ 坂本龍馬記念館は平成29年4月より休館

資料：高知県「県外観光客入込・動態調査報告書」を基に作成

図 3.23 桂浜公園駐車場の駐車台数の推移



資料：高知県「県外観光客入込・動態調査報告書」を基に作成

4) 高知市の観光動向の総括

- ◆ 良好なアクセスと多様なスタイルの宿泊施設が揃っている交通拠点
- ◆ ターゲットを設定し、ストーリー性や付加価値のある情報発信が必要
- ◆ インバウンドは拡大する余地があり、今後の取り組みに欠かせない視点

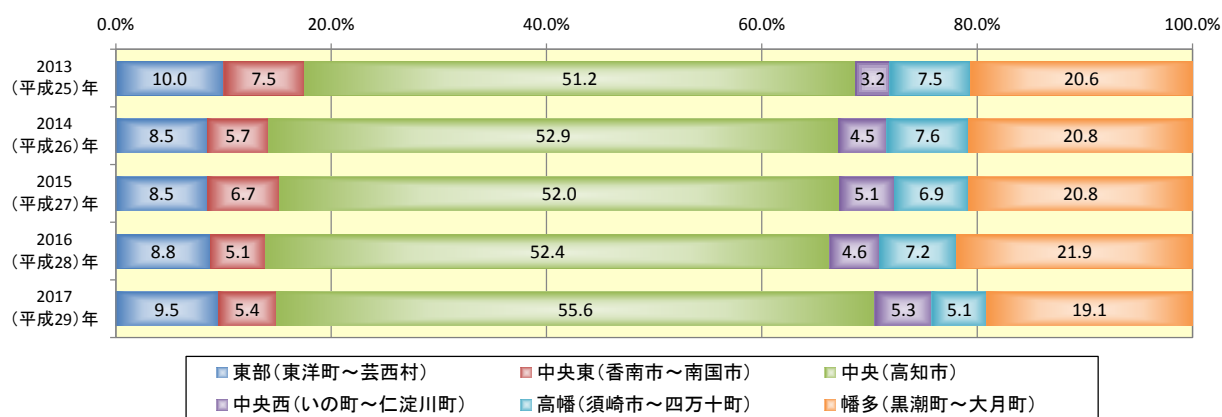
高知市は県庁所在地として、さまざまな資源が集約されていることが観光分野での強みになっていますが、その強みの最たるものが高知観光の玄関口にふさわしい交通拠点としての役割です。

JR高知駅が中心部にあることは当然ながら、高知自動車道の高知インターチェンジから中心市街地まで車で約15分、高知新港からは約20分、高知龍馬空港からは約30分と、良好な時間距離で主要なアクセスポイントと接しています。

しかも、車で30分も走れば、近年注目を浴びている仁淀川の流域まで行くことができ、家族連れに人気のやなせたかし記念館やのいち動物公園へは、1時間足らずでたどり着くことが可能です。

また、県内で宿泊した県外旅行者の宿泊地域を見ると、高知市は過去5年間のいずれにおいても半数を超えています。ハイクラスなホテル・旅館から素泊まりで気軽に泊まれるビジネスホテル、滞在も可能なゲストハウスまで、さまざまなスタイルの宿泊施設が揃っていることも強みの一つです。

図 3.24 県内宿泊地域割合



資料：高知県「県外観光客入込・動態調査」を基に作成

高知県の来訪者の4人に3人がリピーターという状況（P17 図3.18）の中で、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も重要です。そのターゲットと考えられるのが関東地域で、地域別観光客数の割合（P20 図3.21）を見ると、桂浜は23.1%、高知城が22.1%とそれぞれ県全体の15.1%よりも多く、初めての観光客がまず訪れる場所であることが推測されます。それは中国、九州地域でも同様の傾向が見られます。ターゲットが設定できれば、それに対応する方法が見えてきます。

また、高知市の観光資源の魅力を広報する戦略が求められます。中心部から山・川・海へ車で30分程の移動で十分に楽しめる「自然」、龍馬、幕末維新の偉人を中心とする「歴史文化」、地元ならではの「食」、花や遍路など「癒し」など、高知市が保有する観光資源を各々単体で発信するだけでなく、それらを連携させ、高知市ならではのストーリー性、強み、付加価値をつけた情報発信が必要です。

2011（平成23）年に622万人だった訪日外国人旅行者（P9 図3.4）は、2017（平成29）年は2,869万人と飛躍的に伸びました。一方、高知県の延べ外国人宿泊者数（P19 図3.20）を見ると、2015（平成27）年が65,890人泊、2016（平成28）年で75,400人泊、2017（平成29）年は75,410人泊と横ばいとなっており、全国の7,969万人泊から見ると0.01%にも満たない状況です。この現状の数字はプラスにもマイナスにも捉えられるもので、その捉え方が高知県観光の玄関口といえる高知市の未来を決めていくと考えられます。

3.1.5 高知市観光の特徴及び取り巻く状況

2011 高知市総合計画及び 2016 基本計画改訂版では、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・創生 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、「高知の豊かな観光資源を活かし、国内外からの観光客の誘致を図る」とし、それを踏まえた観光分野の施策の実現に向けた考え方は「観光魅力創造・まごころ観光の推進」として設定されています。

また、第 3 期高知県産業振興計画 ver.3 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組が示されています。

これらの計画においては、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 3.2 高知市観光の特徴及び取り巻く状況

【S】強み	<ul style="list-style-type: none"> ● 多様性の高い豊富な自然環境 ● 温暖な気候 ● 中世以降の土佐国・高知県の中心としての位置付け ● 都市部、田園地域、中山間地域のバランスのよい調和 ● 明朗闊達で自由と平等の精神を重んじる土佐人気質 ● 自然、歴史、産業の風土に根付いた独特の文化 ● 全国トップレベルの豊かな食文化 ● 県人口の約 46%が集中する人口 ● 第 3 次産業に特化した産業構造 ● 高知県のけん引役としての中核都市 ● 明るい県民性 ● 過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術
【W】弱み	<ul style="list-style-type: none"> ● 観光スポットが点在 ● 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 ● 食料品出荷額の少なさ ● 小規模・零細事業者の多さ ● 南海トラフ地震や水害の恐れ ● 減少傾向にある総人口 ● 単身高齢者の増加 ● 若い世代の流出・子育て世代の減少 ● 産業構造が脆弱な第 1 次産業、第 2 次産業 ● 脆弱な財政基盤 ● 中山間地域の衰退

<p>【O】成長するチャンス の機会</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 食の安全・安心志向 ● 環境の経済的価値の高まり ● 健康志向・自然回帰志向の高まり ● 心の豊かさへの意識の変化 ● IoT・AI等の活用 ● インターネット, SNS等の普及による情報化の進展 ● 大学の地域貢献 ● 日本食ブーム ● 「高知県産業振興計画」による地産地消・地産外商などの取組 ● 高知県内での移住促進の取組の活性化 ● 世界と比べて高い平均寿命 ● 経験と知識の豊富な高齢者の増加 ● サービス業を中心とする第3次産業への就業の増加 ● 訪日外国人観光客の増加と消費拡大への期待 ● 地震・津波や集中豪雨等の自然災害に対する危機感の高まり ● 安全で安心して暮らせる社会の確立への希求 ● 地域の協力関係の重要性の再認識 ● 地産地消型再生可能エネルギー導入促進による地域振興への期待 ● NPO・ボランティア活動へ参加する人々の増加 ● 地域の自主性及び自立性を高める改革 ● 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を契機とした社会経済の波及効果への期待
<p>【T】存続や成長 を阻害する要因</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 集客交流競走・産地間競争の激化 ● 全国に先行した少子高齢化の進行 ● 地域の活力低下への懸念 ● 県外への人口流出 ● 社会保障費の増大 ● 日常や将来の生活に対する不安 ● 高い貧困率 ● 農山漁村での地域の活力と文化の喪失の懸念 ● 企業の海外での現地生産比率の増加 ● 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 ● 県外製品の流入や県外資本の進出

資料：「2011高知市総合計画（2016基本計画改訂版）」及び「第3期高知県産業振興計画 ver.3」より整理

3.2 高知市観光の課題整理

国内外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、次のとおりです。

(1) インバウンド

ここ数年で大きく成長したインバウンド市場は、首都圏等の都会とは比較にならないとはいえ、外国客船の寄港の増加をはじめ、高知市でも確実にその流れを感じるようになりました。

Wi-Fi 環境や多言語対応のパンフレット・メニューなど、外国人観光客の受入に伴う環境の整備が求められますが、施設によって対応の濃淡があったり、カード決済の環境が未整備だったりハード面及びソフト面ともに環境改善の余地があります。

また、近年は、いわゆるゴールデンルートでは物足りなくなった外国人観光客の方々が地方を訪れるという傾向が見られることから、そういった点では、四国や高知は潜在的な需要があると推察されますが、外国人観光客が求めるものを十分に把握しているとは言い難い状況にあります。時に日本人では思いもつかないものが魅力的な観光資源として外国人観光客の目に映るケースも少なくないことから、どのようなニーズがあるのかを知るとともに、必要な受け入れ体制を整備していくことが求められます。

(2) 広域観光

観光が産業として成立するためには、観光客の消費行動をいかに促すか、観光客の滞在時間や滞在日数を延ばし、消費額を増やすという視点が重要になってきます。

県内の宿泊施設のうち、その多くが高知市にあります。宿泊を伴う旅程であれば必然的に滞在時間が増えることから、高知市内での宿泊を増やす取組が求められますが、観光ニーズの多様化等により高知市単体での誘客にはどうしても限界があります。そこで、周辺観光地を含めた周遊ルートの構築など、高知市だけでなく、高知県全体で誘客を考える必要があります。

2018（平成30）年度からは「れんけいこうち広域都市圏」の事業が始まり、広域観光の実効的な取組が可能となる環境が整いつつあります。これを契機として、新たな観光資源の発掘をはじめ、魅力的な周遊ルートの確立など、周辺市町村との協力体制の整備などにも取り組んでいくことが求められます。

(3) ブランディング

観光客に旅行先として選択してもらうためには、行きたいと思わせる観光資源とブランド力が必要です。既存の観光資源の魅力を向上させるための磨き上げや、ブランド力の確立に不可欠なイメージ戦略などへの取組が重要になってきます。

まずは、高知市の強みは何なのか、売りとなるものを的確に把握すること、そして、同時に何が弱みなのかを理解することが基本となります。高知市はこれまで龍馬やよさこいを強みとして観光プロモーション等を展開してきましたが、今後はそれだけにとどまらない新たな観光資源の発掘や整備、そして効果的な観光プロモーションの研究を行うことが必要です。

特に、ブランディングに必要な情報発信力の強化、今まで十分に活用できていなかったSNSを上手に利用することで、若年層へのアプローチの強化も期待ができます。どのような情報発信を行うか、柔軟な発想を持ち、常に情報収集を行うことが求められます。



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、県民人口の約45%の人々が暮らす地方中核都市であるとともに、中山間地域や田園地域、都市部がバランスよく調和し、仁淀川と市内中心部を流れる鏡川などの清流を有する県都です。そして、高知市には、坂本龍馬や長宗我部元親、高知城などに代表される歴史資源のほか、桂浜や五台山などの景勝地、日曜市やひろめ市場といった食文化や酒文化に触れられる観光名所、また今や全国200か所以上に広がったよさこい祭りなど、観光資源となるコンテンツが多く存在しています。

高知市まち・ひと・しごと創生総合戦略では、地産外商や観光振興等による産業活性化と安定した雇用の創出を基本目標としていますが、高知市の持つ特徴を十分に理解した上で、魅力的な観光資源を最大限に活かし、また、高知県や県内各市町村との広域的な連携の強化により、さらなる観光客誘致を図っていくことが求められます。

具体的には、宿泊機能を中心とした都市機能が集中する高知市の特性を活かし、高知での周遊観光の拠点、ハブ機能としての役割を担い、高知市を起点として県内を周遊できるような仕組みづくりなどに取り組んでいくことが重要です。高知県の中の高知市の立ち位置と強みを関係者間で認識の共有を図るとともに、県内各市町村とWin-Winの関係を築くことを目指します。

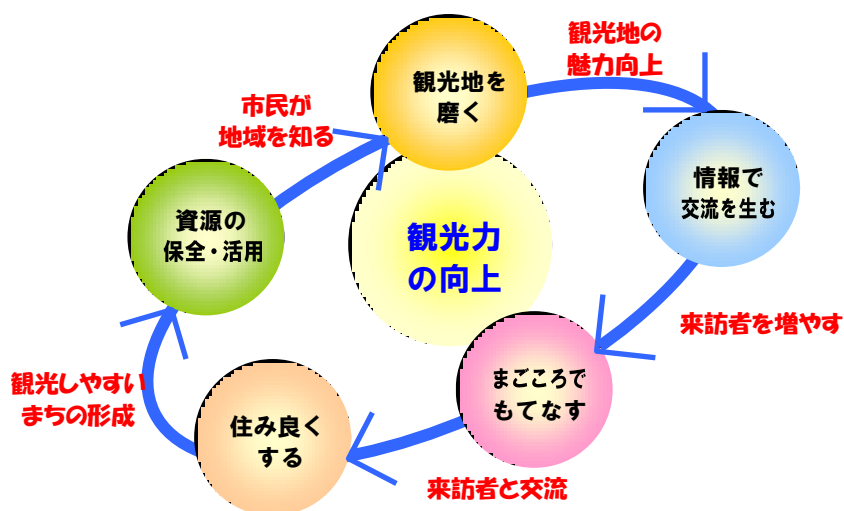
そして、拡大を続けるインバウンドへの対応など、時代の潮流を捉えた施策を実施するとともに、現在ある多くの観光資源の活かし方の研究を行うことも重要になってきます。既存資源の磨き上げのほか、観光の活性化の基本であるホスピタリティを磨くことで、来てよかったと感じられるような高知市を目指します。自分の住むまちを好きであることが、誇りにつながり、来訪者に対する意識も高まります。四国八十八か所のお接待文化が残る高知らしさをそのままに、おもてなしの心を醸成することは、観光を通じた地域力の向上にもつながります。来訪者と市民との交流や、市民が自ら来訪者をまごころでお迎えすることで、高知市全体が観光で活性化していくものと考えます。

魅力的な観光地と食、そして人。高知ならではの観光資源と観光を取り巻くあらゆる要素との連携を図りながら、高知市の特性と強みを最大限に活かした観光力の高いまち高知市を目指します。

《高知市観光振興の基本理念》

周遊拠点都市 こうち 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

資源・情報・人のつながりを活かしたまごころ観光都市

基本目標 2

高知市から始まるこうちの旅

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 高知市総合計画及び高知市まち・ひと・しごと創生総合戦略の観光分野との整合性を図り、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

現在の旅行スタイルは、個人旅行が中心となっています。特に、インターネットの利用拡大によって、自分のライフスタイルや好みにあった旅行先や内容を選ぶことが容易になり、選択の幅が広がっています。今後も成長が見込まれる個人旅行客の獲得においては、多様なニーズにいかに対応していくかということが重要なポイントになります。

「れんけいこうち広域都市圏」での取組を推進することで多様な観光資源を活用し、また組み合わせることで新たな観光魅力の創造も進めます。

基本施策2 観光客誘致と情報発信

ブランディングを成功させるためには、他地域にはない高知市ならではの強みを意識し、独自性の高い差別化ポイントを明確にしていくことが重要です。そして、それらを高知市のブランドイメージとして定着させるイメージ戦略とともに、インターネットやSNS等も活用した幅広い情報発信を行うことが求められます。

効果的な情報発信及び観光プロモーション等を強化するとともに、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

まごころのこもったおもてなしが観光客のその地域に対する評価となり、ファンやリピーターにつながります。どのように観光客の皆さんをお迎えし、どのように満足して帰っていただき、そしてまた訪れていただくのか。そうした意識を常に持ち、快適性を高める環境の整備とともに接客スキルの向上を図っていくことが重要です。

国内はもとより、急増する外国人観光客に対しても、ニーズを捉えたおもてなしの心の醸成や環境整備により、観光客の満足につながるよう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。また、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。

なお、上位計画である高知県産業振興計画が改定された場合は、適宜目標値を見直すこととします。

表 4.1 成果指標

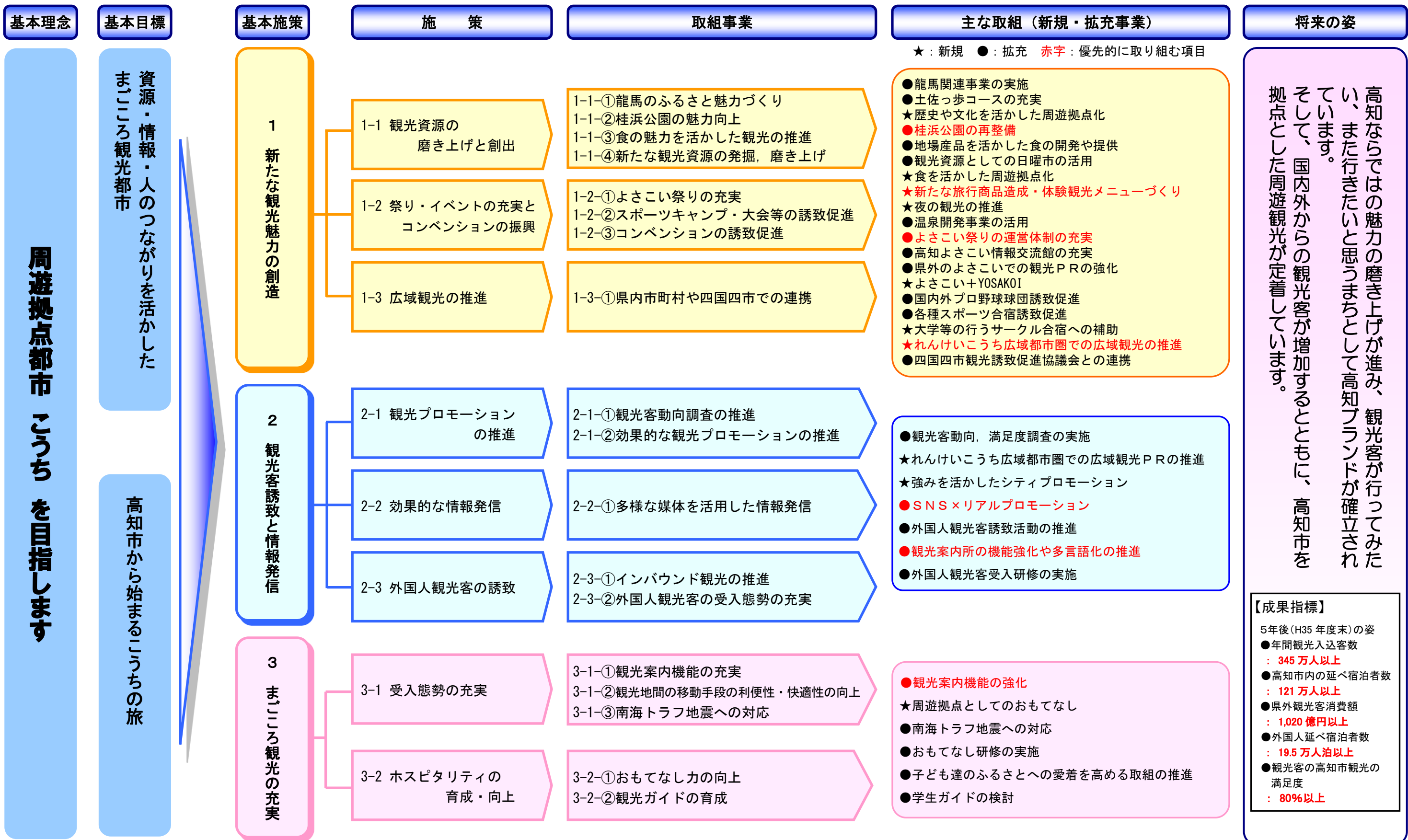
目標 (目標の達成度を測る指標)	現状値 2017(平成 29)年	目標値 2023(平成 35)年
成果指標 1 年間観光入込客数	330 万人 (440 万人)	345 万人以上 (460 万人)
成果指標 2 高知市内の延べ宿泊者数	110 万人	121 万人以上
成果指標 3 県外観光客消費額	844 億円 (1,126 億円)	1,020 億円以上 (1,360 億円以上)
成果指標 4 外国人延べ宿泊者数 (従業員数 10 人未満施設含む)	5.6 万人泊 (7.5 万人泊)	19.5 万人泊以上 (26 万人泊以上)
成果指標 5 ※ 観光客の高知市観光の満足度	73.9%	80%

() 内の数値は県の現状値及び目標値

※ 高知市観光満足度調査は 2 年に 1 回の調査となるため、直近の調査(2016(平成 28)年)を現状値としています。

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。



【成果指標】

5年後（H35年度末）の姿

- 年間観光入込客数
: 345万人以上
- 高知市内の延べ宿泊者数
: 121万人以上
- 県外観光客消費額
: 1,020億円以上
- 外国人延べ宿泊者数
: 19.5万人泊以上
- 観光客の高知市観光の満足度
: 80%以上



第5章 高知市観光振興のためのアクションプラン



★：新規 ●：拡充 赤字：優先的に取り組む項目

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。これらの資源をハード・ソフト両面において引き続き磨き上げていくことにより集客力の向上を目指します。また、食や夜の観光など、高知の強みを活かした新たな観光資源の発掘にも取り組み、さらなる観光振興を図っていきます。

1-1-① 龍馬のふるさと魅力づくり

【現状・課題】

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、龍馬生誕地や桂浜の龍馬像、坂本龍馬記念館など、ゆかりの地には多くの観光客や龍馬ファンが訪れています。

高知市では、これまで龍馬生誕 180 年記念事業をはじめ、大政奉還 150 周年記念プロジェクトや、坂本龍馬像建立 90 年記念イベントなど、歴史の節目を活かした事業を展開するとともに、2017（平成 29）年 3 月に開幕した「志国高知 幕末維新博」の地域会場である龍馬の生まれたまち記念館では、バーチャル 4 面シアターの導入をはじめ、ハード・ソフト両面での取組を行ってきました。

2018（平成 30）年には、桂浜公園内にある坂本龍馬記念館がグランドオープンするなど、坂本龍馬生誕の地・高知に注目が集まっており、さらなる磨き上げを行っていく必要があります。

【取組方針】

この幕末維新博を通じて磨き上げられた、高知市における観光の強みである坂本龍馬をはじめとする歴史資源や観光施設を活かし、様々な切り口での事業展開、他都市等との連携を行いながら、今後も魅力づくりを進めます。



高知市立龍馬の生まれたまち記念館

【事業内容】

平成 26～30 年度計画

龍馬関連周年事業の実施

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。

これまでの主な事業

- H27: 龍馬生誕 180 周年記念事業(龍馬像米寿, 薩長土中学生フォーラム, 帆船イベント他)
- H28: 大政奉還 150 周年記念プロジェクト(京都市他 20 市参加)での観光PR
- H28・29: 龍馬の生まれたまち記念館磨き上げ(バーチャル体験設備, HP多言語化, 生まれたまちゆかりの偉人ガイド作成等)
- H29: 志国高知幕末維新博, 龍馬ファンの集い高知大会
大政奉還 150 周年記念プロジェクト(京都市ほか 20 市町村参加。二条城ライトアップ物産展, 首長サミット他)
- 明治維新 150 年(ゆく年くる年カウントダウンライブ in 桂浜他)
- H30: 坂本龍馬記念館グランドオープン物産展, 咸臨丸クルーズ他
坂本龍馬像建立 90 年記念イベント

平成 31～35 年度計画

●龍馬関連事業の実施

龍馬ゆかりの都市との連携を強化しながら、歴史観光の充実を図ります。

【事業展開例】

- ・全国龍馬ファンの集い高知大会の開催(隔年)
- ・龍馬関連都市との連携による観光PR

平成 26～30 年度計画

土佐っ歩コースの充実

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。

これまでの主な事業

- H26～: 毎年のコース改編, 町内版土佐っ歩開催等
- H29: 大政奉還 150 年記念「土佐の明治維新」コース新設
- H30: 明治維新 150 年記念「土佐の西郷どん」「自由は土佐の山間より」民権史跡巡り」コース新設

平成 31～35 年度計画

●土佐っ歩コースの充実

新しい見どころを組み込むなど時流に合わせたコース設定を行い、観光ガイドと歩く土佐っ歩コースの充実に取り組みます。

平成 31～35 年度計画

★歴史や文化を活かした周遊拠点化

幕末維新博で形成された県内の歴史や観光施設を巡るコースや、地域文化を活かした観光周遊ルートの造成など、高知市を拠点とする新たな周遊観光の創出に取り組みます。

【継続事業】

- 主な取組
- 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
 - 史跡案内板の整備
 - 龍馬をはじめとする市内の史跡を紹介する統一的设计の説明板の設置



坂本龍馬像

1-1-② 桂浜公園の魅力向上

【現状・課題】

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、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高知市を代表する観光地です。しかしながら、最近では滞在時間が短縮化する傾向にあることから、公園全体の魅力向上を図り、滞在時間を延ばす取組が求められています。



月の名所桂浜

魅力ある桂浜公園再整備は高知市の観光施策の最重要テーマとして捉え、2014（平成26）年に整備基本構想、2015（平成28）年に基本計画を策定し、2016（平成29）年には、民間事業者からこの計画に対する意見等についてサウンディング調査を行いました。これらのご意見等を踏まえ、より実効性の高い手法・計画の検討を進めていく必要があります。

【取組方針】

サウンディングで提案のあった既存施設の活用を含む整備手法の検討を行うとともに、市場原理に即した効果的な手法の検討を行い、観光客が行ってみたい、また来たいと思っただけのような桂浜公園の魅力向上に向けて取り組んでいきます。また、観光客だけでなく、市民の皆さんがイベントや交流を行えるような場所の創出を目指します。

【事業内容】

平成26～30年度計画

桂浜公園の再整備

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。

これまでの主な事業

- H26: 桂浜公園整備基本構想策定
- H26～: トイレ洋式化、竜王岬手摺・階段改修他
- H27・28: 桂浜公園整備基本計画策定
パブリックコメント、地元説明会開催
桂浜公園整備シンポジウム開催
- H29～: PFI等による整備・運営手法の検討、PFI導入可能性調査
- H30～: 既存事業者との調整等

平成31～35年度計画

●桂浜公園の再整備

桂浜公園整備基本構想及び桂浜公園整備基本計画、2017（平成29）年度に実施した整備手法等調査を踏まえて、再整備に取り組みます。

【継続事業】

- 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
- 主な取組

1-1-③ 食の魅力を活かした観光の推進

【現状・課題】

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、最近8年間のうち6度も1位に輝くなど、高知の食は観光客から非常に高い評価を得ています。

高知市では、浅草「まるごとにつぼん」常設ブースでの食と合わせた観光PR、土佐のおきゃくや豊饒祭のイベント開催補助等、食の効果的な活用に取り組んでおり、今後も観光資源としての高知の食をアピールするため、さらなる取組強化が求められています。



皿鉢料理

また、日曜市など街路市の活性化を図るため、新基準での出店公募や SNS を活用した情報発信、高知市雇用創出促進協議会との連携による体験旅行商品の造成・販売などを展開しています。2018（平成30）年度からは、れんけいこうち広域都市圏事業の一つである「日曜市出店事業」も始まり、圏域33市町村が輪番で合計8小間に出店しており、観光資源としての磨き上げを進めていく必要があります。

【取組方針】

他の観光地との差別化を図っていく上でも食は重要な観光資源の一つと考え、県内各地域の地場産品と高知市を結び、食を巡る周遊観光の創出に取り組むとともに、日曜市を活用した食の体験など、食の魅力を基軸とした観光振興に取り組みます。

【事業内容】

平成 26～30 年度計画

地場産品を活かした食の開発や提供

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めます。

これまでの主な事業

- H27: 浅草「まるごとにつぼん」観光PRブース設置
浅草「まるごとにつぼん」土佐のおきゃくイベント開催
- H27～: 開催補助(土佐のおきゃく、豊穰祭、龍馬生誕際シャモ鍋)
南国土佐皿鉢祭
- H28: 浅草「まるごとにつぼん」よさこい・日本酒イベント開催
高知中央広域観光協議会広域物産展開催
- H29: 浅草「まるごとにつぼん」カキ氷コンテスト参加(土佐の生姜使用)
浅草「まるごとにつぼん」皿鉢祭と土佐のおきゃく・日本酒イベント開催

平成 31～35 年度計画

●地場産品を活かした食の開発や提供

関連団体との連携により、新たな食の開発や提供のほか、首都圏を中心とした県外へのPRに取り組めます。

平成 26～30 年度計画

日曜市の活性化

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。

これまでの主な事業

H27～: 活性化構想策定、新基準での出店公募・参入活性化、FB情報発信、日曜市PR動画作成、体験観光コース造成
H29: 体験旅行商品「土佐の日曜市と生鯉の薫焼き体験」を造成・販売(市雇用創出促進協議会)
→エージェント・セールス(首都圏、関西圏各 10 月、2 月)
大手旅行会社 首都圏7社・関西4社掲載決定

平成 31～35 年度計画

●観光資源としての日曜市の活用

日曜市をテーマにした食の体験など、観光資源としての活用を図り、新たな魅力発信を行います。

平成 31～35 年度計画

★食を活かした周遊拠点化

県内各地域の地場産品を結び付け、高知市を拠点とした食を巡る周遊観光の創出や情報発信に取り組めます。

【継続事業】

主な取組

●土佐の酒・食文化の振興

- 土佐のおきゃく、南国土佐皿鉢祭、土佐の豊穰祭の充実

1-1-④ 新たな観光資源の発掘、磨き上げ

【現状・課題】

高知市が有する豊富な地域資源を活用した新事業として、高知市雇用創出促進協議会との企画協議を経て造成した「日曜市と薫焼き体験」や、観光協会との連携による「防災ツーリズム」での教育旅行誘致など、これまでに十分な取組ができていなかった体験・教育旅行について、関係機関との連携によって段階的な取り組みが始まっています。

しかし、インバウンド観光の重要性が加速度的に高まりつつある中、2019（平成 31）年2月には、高知県自然・体験型観光キャンペーンが開幕することからも、新たな旅行商品の造成や体験観光メニューづくりの取組を加速し、受入態勢を強化する必要があります。

【取組方針】

今後も関係機関との連携を基本方針とし、田舎寿司づくりや釣り体験といった自然体験メニューづくり、携帯電話の位置情報ビッグデータを活用した周遊ルートの造成、東アジアをメインとした誘客等を展開していきます。

また、周遊拠点・高知市としての機能・役割強化を目指し、宿泊を含む自然体験コースの造成、夜の観光資源の創出に向けた取組を進めるとともに、教育旅行誘致や防災ツーリズム事業へも引き続き取り組んでいきます。

【事業内容】

平成 26～30 年度計画

観光資源の掘り起こし

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。

これまでの主な事業

H27: 現存 12 天守同盟締結

平成 26～30 年度計画

体験観光のメニューづくり

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。

これまでの主な事業

H29: 高知市雇用創出促進協議会との連携による日曜市を活用した着地型体験観光メニュー造成
「日曜市ガイド散策と生鯉の薫焼きタタキ体験」

観光協会との連携による「防災と歴史観光」による体験型教育旅行企画

H30: 日曜市旅行商品の販売(大手 10 社首都圏、関西圏、西日本他全 132 万部)

高知市雇用創出促進協議会との連携による新たな体験型観光商品造成(自然体験、農作業体験等)

「観光資源の掘り起こし」と「体験観光のメニューづくり」を統合・拡充

平成 31～35 年度計画

★新たな旅行商品造成・体験観光メニューづくり

【国内】

新たな観光資源の発掘、県や市町村、観光協会、関係団体等と連携した旅行商品の造成のほか、ターゲットを意識した体験メニューづくりなどに取り組みます。

【海外】

東アジアをメインターゲットとした観光資源の調査や掘り起こしを行い、誘客に向けたメニュー作りを行います。

平成31～35年度計画

★夜の観光の推進

周遊拠点としての機能・役割強化を目指すとともに、高知城花回廊をはじめとする、夜間に開催されるイベントを活用した効果的な情報発信やライトアップイベント等、新たなイベントやコンテンツの創出を県など関係機関との連携により取り組むことで、夜の観光を推進し、滞在時間延長や宿泊者数の増加に努めてまいります。また、新たに整備を行う観光案内所においては、飲食店のマップづくりを行うこととしており、夜の観光を楽しむ方の消費喚起につなげる取組も進めていきます。

平成31～35年度計画

●温泉開発事業の活用

現在、中心市街地を中心に検討が行われている温泉開発については、開発が実現すれば、中心市街地における本市観光の目玉となることが予想されます。また、湧出した温泉については、市内の宿泊施設に配湯を行った場合、閑散期となる冬場の観光客増加が期待できるほか、本市の観光地としてのブランド力向上にもつながることが考えられます。

この温泉開発事業においては民間事業者が実施主体となることが想定されますが、温泉開発が実現した場合には、積極的なPR等はもちろんのこと、県の制度を活用した支援策の検討などにより、観光資源としての活用を図っていきます。

【継続事業】

主な取組

●まんがを活用した魅力づくりの検討

- 関係団体との連携によりまんがの活用について検討

施策 1-2 祭り・イベントの充実とコンベンションの振興

祭りやイベントによる誘客効果は大きく、観光資源として重要な役割を果たしています。祭りやイベントの安定した継続と充実に向けた取組を図るとともに、国内外への情報発信を積極的に行っていきます。また、プロスポーツやアマチュアスポーツの誘致に加え、大学等の若年層や海外チームへのアプローチを行い、コンベンションの振興を図ります。

1-2-1-① よさこい祭りの充実

【現状・課題】

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高知市を代表する祭りであり、観光振興・PR活動において非常に重要な資源の一つです。しかし、近年、よさこい祭りの運営において、競演場・演舞場での人材や運営費の不足といった課題が生じ始め、継続的運営に向けた取組が求められています。

また、2017（平成29）年には、高知県や全国のよさこい関連団体と「2020 よさこいで応援プロジェクト実行委員会」を結成し、東京オリンピック・パラリンピック開閉会式でのよさこい演舞を目指した取組が始まっており、国内外に向けたPRの充実、強化も必要とされています。

【取組方針】

よさこい祭りの運営体制については、競演場・演舞場運営への大学生等の参加など、競演場・演舞場の活性化について関係者と協議を行っていきます。また、県内外におけるよさこいのPRを強化していくとともに、東京オリンピック・パラリンピック開閉会式でのよさこい演舞実現に向け、高知県と協議しながら取組を継続するとともに、海外チームの誘致・受入の対応等、祭りの継続と充実に向けた方策に取り組んでいきます。

また、平成30年4月には、よさこい関係者とともに毎年8月10日を「よさこい祭りの日」とすることを宣言しました。今後、「よさこい祭りの日」の認知度を高めることにより、市民の機運醸成を図っていきます。

【事業内容】

平成 26～30 年度計画

よさこい祭りの運営体制の充実

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。

これまでの主な事業

H28～：運営体制強化に向けた補助増額
栈敷席販売方法改訂

H29～：よさこい運営強化への取組（振興会・県・市での検討会、競演場との意見交換会開催、菜園場競演場をモデルケースとした運営強化への取組他）

H30：運営マニュアルの作成

平成 31～35 年度計画

●よさこい祭りの運営体制の充実

2023（平成35）年によさこい祭りは第70回を迎えることから、運営体制の強化に向け、運営マニュアルを活用しながら関係者と協議、取組を進めていきます。また、大学等と連携を図り、学生の参画などにより競演場の活性化を目指します。あわせて、栈敷席の販売方法等についても検討を進めます。

平成 26～30 年度計画

高知よさこい情報交流館の充実

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。

これまでの主な事業

- H27: 企画展・交流・体験スペース拡充
- H29: よさこい情報交流館のあり方検討・運営方針の見直し
- H30: よさこい情報交流館次期指定管理者公募

平成 31～35 年度計画

●高知よさこい情報交流館の充実

2022(平成 34)年にはオープン 10 年に向けて、交流館のさらなる機能充実に取り組んでいきます。

【事業展開例】

- ・国内外への情報発信機能の充実
- ・正調よさこい鳴子踊りの保存
- ・外国客船寄港時等における近隣商店街との連携
- ・インハウンドの対応強化
- ・観光客へのよさこい鳴子踊りの披露・魅力のPR

平成 26～30 年度計画

県外のよさこいで観光PRの強化

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ははじめ県外で、本家のよさこいや高知市の観光PRを強化します。

これまでの主な事業

- H27～: 原宿表参道元氣祭スーパーよさこい協賛PR
全国よさこい関連イベント受賞チームへの大鳴子贈呈(9箇所)
- H28: 全国よさこい団体と「2020 よさこいで応援プロジェクト実行委員会」設立
TOKYO よさこいキックオフイベント開催
- H29～: 実行委員会をベースとした全国ネットワーク形成、オリ・パラ組織委員会への働きかけ等

平成 31～35 年度計画

●県外のよさこいで観光PRの強化

2020(平成 32)年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会開閉会式でのよさこい演舞を目指し、全国のよさこい関係団体と構成する「2020 よさこいで応援プロジェクト実行委員会」をベースとして全国ネットワークを形成し、オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会への働きかけを行います。

また、オリンピック・パラリンピック誘致実現に向けての機運を高め、PRを行うため、原宿表参道元氣祭スーパーよさこいで正調よさこいの披露を検討します。

平成31～35年度計画

★よさこい+YOSAKOI

海外チームの受入について、全国大会の方針の見直し等により演舞の場の確保を検討します。
また、台湾高雄市とのよさこいを通じた交流促進・誘客に取り組みます。

【継続事業】

- 主な取組
- 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



よさこい祭り

1-2-2② スポーツキャンプ・大会等の誘致促進

【現状・課題】

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。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、各種スポーツの合宿についても一定数の宿泊人数が見込め、経済波及効果も高いことから観光振興に欠かせない取組の一つです。

現在、プロ野球キャンプ誘致に向け、オリックス・バファローズ、埼玉西武ライオンズに加え、韓国など国内外の球団に対して積極的な誘致活動を展開しており、2019 ラグビーワールドカップ事前合宿の誘致活動では、出場国の一つトンガ王国との関係が構築されつつありますが、継続的なキャンプ誘致に向けた取組強化が求められています。

また、各種スポーツ合宿の誘致についても、合宿地としての認知度を高め、さらなる誘致につなげる取組が必要とされています。

【取組方針】

国内外のプロ野球球団のキャンプ誘致活動を積極的に展開すると同時に、大学や社会人等の各種スポーツ合宿についても、支援策の見直しを図りながら取り組んでいきます。また、2019 ラグビーワールドカップや 2020 東京オリンピック・パラリンピック等の世界大会について、海外チームへも目を向けた事前合宿の誘致活動を高知県等と連携しながら進めていきます。合宿の受入に際しては、高知県観光コンベンション協会とも連携しながら、練習場所の調整をはじめ、スムーズな受入ができるよう取り組んでいきます。

【事業内容】

平成 26～30 年度計画

オリックス・バファローズキャンプ支援

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。

これまでの主な事業

- H26～: オリックス1軍キャンプ誘致
オリックス公式戦協賛試合「よさこいシリーズ」
ウエスタンリーグ開催
- H27～: 西武1軍キャンプ誘致
- H28～: 専任職員その他NPB球団誘致を強化

平成 31～35 年度計画

●国内外プロ野球球団誘致促進

高知県観光コンベンション協会との連携により、オリックス・バファローズをはじめ国内外のプロ野球球団のキャンプ誘致促進に取り組みます。

平成 26～30 年度計画

アマチュアスポーツ合宿誘致促進

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。

これまでの主な事業

- H26～: スポーツ合宿助成
大会等歓迎事業(郷土芸能派遣)
J2等スポーツ合宿誘致
- H28～: ラグビーワールドカップ事前合宿誘致活動

平成 31～35 年度計画

●各種スポーツ合宿誘致促進

高知県観光コンベンション協会との連携により、各種スポーツ合宿の支援を行い、誘致促進に取り組みます。

【事業展開例】

- ・ラグビーワールドカップ事前キャンプ支援
- ・オリンピック・パラリンピック事前キャンプ誘致

【継続事業】

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

1-2-③ コンベンションの誘致促進

【現状・課題】

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、宿泊や飲食による経済波及効果も高く、地域の活性化に好影響をもたらします。また、学会等のコンベンションへの参加をきっかけに、高知の食や自然、人柄などに触れてもらうことは、高知のファンづくりにつながり、再び旅行に訪れていただくことや地場製品の消費が促されること等が期待できる面もあります。

実際に開催される際には、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。

大学生等の若者に対する誘客はリピートにつながる可能性が高いと期待されることから、若年層へのアプローチを強化することが重要となっています。

【取組方針】

高知県観光コンベンション協会と連携した学会等のコンベンション誘致に加え、若年層が参加する大学等が行うサークル合宿に対しても、誘致につながるより直接的かつ効果的な補助を検討します。

【事業内容】

平成31～35年度計画

★大学等を行うサークル合宿への補助

大学等を行うスポーツ合宿に対する補助制度の見直しや文化系サークルの合宿に対する補助制度の新設など、誘客につながるより効果の高い直接的な補助を検討します。

【継続事業】

主な取組

●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



高知市文化プラザかるぽーと

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を図り、連携市町村全体の観光振興を図ります。また、インバウンド観光における相乗効果を高めるため、四国四市との連携を強化し、四国全体での観光客誘致に取り組みます。

1-3-1 県内市町村や四国四市での連携**【現状・課題】**

2017（平成 29）年まで、物部川流域三市及び各市観光協会とで構成する「高知中央広域観光協議会」により、関西・中国エリアを中心にエージェント・キャラバンや共同物産展を開催するなど、広域での連携事業に取り組んできましたが、2018（平成 30）年からは、県内全市町村との連携による「れんけいこうち広域都市圏」の取組を開始しています。地域には活用可能な豊かな自然等、地域ならではの観光素材がありますが、知名度や交通利便性、宿泊機能の不足、観光ニーズの多様性等の観点から、市町村単体では全国に向けたPRや誘客は限界があることから、全市町村が一体となった県全体での広域観光の充実に向けた取組が求められています。

また、インバウンド観光における効果的な誘客を考える上では、高知県単体ではなく四国全体での取組も非常に重要となってきます。これまで首都圏において四国四市でのPR活動なども実施してきましたが、今後は海外に向けたアプローチなど、スケールメリットを活かした取組を強化することがより重要になっています。

【取組方針】

県内では県都・周遊拠点としての役割強化に加え、周遊ルートの造成・販売など広域でのメリットを活かした取組を進めていきます。

また、インバウンド観光等については、連携の枠組をさらに拡大し、四国四市との連携によるPR活動や情報発信を行うとともに、LCC就航に伴う交通インフラの充実を好機と捉え、対応強化に向けて取り組みます。

【事業内容】

平成 26～30 年度計画

物部川地域との活動の推進

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、観光客誘致活動を推進します。

これまでの主な事業

高知中央広域観光協議会による取組
 H26～: エージェント・キャラバン(大阪, 名古屋, 福岡, 岡山他)年2回
 観光物産展の開催(大阪, 浅草)
 体験型観光PRツール制作・配布
 高知中央じゃらん制作・発行(高速SA他)中四国・近畿主要SA18 か所
 インバウンド観光PR(4市多言語版制作・配布, 関西空港PR)
 H28～: 連携中枢都市圏事業 企画・準備
 H30～: 連携中枢都市圏をベースとし, 県内全市町村との連携で行う「れんけいこうち事業」開始
 (観光案内所開設, 観光客動態調査・分析, 観光案内システム構築)

平成 26～30 年度計画

仁淀川地域との連携推進

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。

これまでの主な事業

H26～: 仁淀ブルー観光協議会参加
 H28～: 連携中枢都市圏事業検討

「物部川地域との活動の推進」と「仁淀川地域との連携推進」を統合・拡充

平成 31～35 年度計画

★れんけいこうち広域都市圏での広域観光の推進

県都として旅の周遊拠点としての役割を強化するとともに, ビッグデータを活用した観光客動態調査の分析結果を活かして, 県内市町村と連携しながら圏域の経済活性化を目指します。

【事業展開例】

- ・周遊ルートの造成と販売

これまでの主な事業

H26～: 四国四市共同観光キャンペーンの実施
 四国四市共同パンフレット等の制作
 H29～: 四国四市合同キャンペーンフォトコンテスト

平成 31～35 年度計画

●四国四市観光誘致促進協議会との連携

首都圏での PR のほか, インスタグラムを活用した情報発信・PR, 台湾をターゲットとした観光資源掘り起こし・PR 等, 広域での取組が効果的な事業を新たに強化します。

また, LCC 就航に伴う交通インフラの大きな変化を活かして, インバウンド観光の相乗効果を高める取組を検討します。

【継続事業】

主な取組

- 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、国外への情報発信など、エビデンスに基づいた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

【現状・課題】

近年、観光動向の多様化がますます進み、観光客が持つ高知市に対するニーズや旅行中の満足度は絶えず変化し続けています。これら観光ニーズや満足度を把握するための定期的な調査を実施しており、今後はこれに加えて観光客の動態など数値的なエビデンスに基づくより具体的な観光ニーズ等の分析と施策の実施が求められています。

【取組方針】

従来の観光満足度調査といった定期的なニーズ把握に加え、新たに位置情報ビッグデータやAI観光案内システムの運用等で得られたデータなど、双方を組み合わせることによって、より強固なエビデンスに基づいた取組を進めていきます。

【事業内容】

平成26～30年度計画

観光客動向，満足度調査の実施

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。

これまでの主な事業

H26・28：高知市観光満足度調査実施

平成31～35年度計画

●観光客動向，満足度調査の実施

ビッグデータを活用した観光客動態調査の分析結果を活かして商品造成を行います。

また、観光案内所及びAIシステムの運用等によるニーズや意見のフィードバックを行い、観光ニーズにあった施策の実施につなげます。

2-1-② 効果的な観光プロモーションの推進

【現状・課題】

2016（平成 28）年に開始した高知市観光PRキャラクター認定制度により、民間と連携したPR活動を実施し、客船寄港時には、ゆるキャラ集合イベント等を開催しました。また、県外の大規模イベント等を活用した観光PRを強化し、2017（平成 29）年は 17 イベント・会場において、10,400 人超へのサンプリングを実施しました。

一方で、効果が一過性で終わらないPR活動やその効果の測定、国外も含めた幅広い層へ向けた情報発信が課題となっています。

【取組方針】

高知市単独から県内全域へと視野を広げた広域観光の国内外に向けたPR展開や、これまでのいわゆる定番化された観光プロモーションから一歩踏み込み、観光分野だけに限定しない関係団体等との協働により、高知市の強みをトータル的に訴えかけるPR活動に取り組んでいきます。

【事業内容】

平成 31～35 年度計画

★れんけいこうち広域都市圏での広域観光PRの推進

2018（平成 30）年度に実施した観光客動態調査の結果や観光案内所運営によるニーズ等のフィードバックを随時行いながら、県内の観光資源を効果的に結び付けた広域観光PRを実施します。

平成 31～35 年度計画

★強みを活かしたシティプロモーション

歴史や食、よさこいなど高知市の強みをフルに活かしながら、関係団体やイベントなどを活用・連携し、首都圏や東アジア等への観光PRに取り組みます。

【事業展開例】

- ・現存 12 天守同盟による観光PR
- ・原宿表参道元氣祭スーパーよさこいで観光PR
- ・オリックス・バファローズの本拠地京セラドーム公式戦での観光PR
- ・LCC 発着空港での観光PR

【継続事業】

- | | |
|------|--|
| 主な取組 | <ul style="list-style-type: none"> ● エージェント向け情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ● 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 <ul style="list-style-type: none"> ● 原宿表参道元氣祭スーパーよさこい、よさこいシリーズ（京セラドーム大阪）での観光PR ● 四国四市共同キャンペーンでの観光PR ● 高知中央広域観光協議会での観光PR ● イメージコンテンツ等の制作と活用 <ul style="list-style-type: none"> ● 高知市をPRするロゴやキャッチフレーズなどの制作 ● 効果的なプロモーションの実施 |
|------|--|

施策2-2 効果的な情報発信

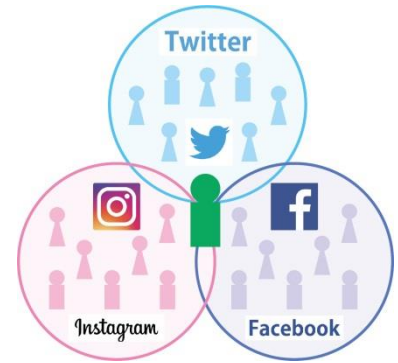
パンフレットの配布などのリアルプロモーションに加え、インターネットやSNSを活用したプロモーションを併用するなど、状況の変化に応じたより効果的な観光情報の発信に取り組みます。

2-2-1-① 多様な媒体を活用した情報発信

【現状・課題】

観光情報を得るためにインターネットやSNSなどを利用する傾向が一段と強くなっていることに加え、外国人観光客が増加傾向にあることから、多言語に対応した情報提供のニーズも高まっています。これまで、多言語 Web サイトの整備やインスタグラム公式アカウントの開設などを実施してきましたが、今後も積極的な情報発信が求められています。

観光PRイベントでは、インスタグラムへのフォローを条件に景品提供を行うなどの工夫を行ってきましたが、サンプリングなど直接的なPRと合わせて、一過性に終わらせない継続的なPR手法の検討が必要です。



【取組方針】

今後もICT※(情報通信技術)を活用した情報発信の強化は欠かせないものとして捉え、これまでに整備したツールの活用に加えて、発地向けの情報発信としてSNSを活用した拡散型のPR、旅先での情報案内ツールとしてAI観光案内システムの活用等に取り組みます。

※ ICTとは、「Information and Communication Technology」の略で、通信技術を活用したコミュニケーションを指す。情報処理だけではなく、インターネットのような通信技術を利用した産業やサービスなどの総称。

【事業内容】

平成26～30年度計画

ICTを活用した情報発信の強化

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みます。

これまでの主な事業

- H27～：工科大と連携した多言語案内アプリ制作(YOSANAVI, Churism)
レンタル・タブレット開始
- H28：インバウンド用多言語HPサイト・PR動画制作
- H29：観光振興課インスタグラム開始(観光PRイベント等との情報結び付け)
四国四市インスタ・フォトコンテスト実施

平成31～35年度計画

●SNS×リアルプロモーション

2017(平成29)年度に整備した多言語ホームページやインスタグラム、フェイスブック等を活用し、ターゲットを意識した情報発信を行います。また、発信力のある人や会社を活用した参加型キャンペーン等の実施により国内外への情報発信を強化するとともに、AI観光案内システムの活用を図っていきます。

【事業展開例】

- ・れんげいこうち広域都市圏及び四国四市でのハッシュタグキャンペーンの実施
- ・「ラーチーゴー！日本」への掲載

【継続事業】

主な取組

- **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

外国客船の寄港増加やLCC就航，高松空港までの連絡バス運行など，好機を捉えた戦略を展開し，東アジアを中心とした外国人観光客誘致の促進を目指します。また，姉妹都市等これまでの取組で築かれた関係性を活かした誘客やSNS等の活用など，積極的かつ幅広いプロモーション活動を展開していきます。

2-3-1 ① インバウンド観光の推進

【現状・課題】

外国人観光客の誘致については，高知県を訪れる訪日外国人旅行者や外国客船の寄港も年々増加しており，また，台湾高雄市や姉妹都市であるスラバヤ市でよさこいを通じた交流が生まれる等，これまでの成果が実を結びつつあります。

インバウンド観光を推進していく上では，ターゲットを絞った効果的なプロモーションの研究や，れんけいこうち事業の活用による県内市町村や四国四市での連携も含め，より効果の高い誘致活動を継続していく必要があります。

【取組方針】

外国人観光客誘致のメインターゲットを東アジアとして，これまでの取組で築かれた関係を引き続き活かし，発信力のあるSNS等も活用しながら，積極的かつ幅広いプロモーション活動を展開していきます。

【事業内容】

平成 26～30 年度計画

外国人観光客誘致活動の推進

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。

これまでの主な事業

- H26～：外国クルーズ船おもてなし事業（臨時観光案内所，おもてなしイベント等）
- H27：浅草「まるごとにっぽん」PR開始
- H28：関西空港観光PR（高知中央広域観光協議会）
- H28～：台湾誘客観光PR，スラバヤ観光PR
- H30：台湾をターゲットにフェイスブック等を活用した PR

平成 31～35 年度計画

● **外国人観光客誘致活動の推進**

外国客船の寄港増加やLCC就航等に伴い，増加が見込まれる東アジアを中心とした誘客促進，姉妹都市等との関係や交流を活かした誘客など，インバウンド観光の推進に積極的に取り組みます。また，SNS等の活用も図りながら幅広いプロモーションを展開していきます。

2-3-② 外国人観光客の受入態勢の充実

【現状・課題】

これまでの取組事業によって、パンフレットやマップ、Web サイト等の多言語整備、旅館ホテル向けにおもてなし研修を実施する等、一定の受入基盤が整いつつあります。また、増加している外国客船の寄港時には、シャトルバス運行や臨時観光案内所の開設、おもてなしイベント等を実施してきましたが、今後は乗船客のリピーター化や消費拡大に向けた取組が課題となっています。

【取組方針】

新たに整備する観光案内所を拠点として、サービス向上と周遊促進に取り組むほか、外国人観光客の嗜好やニーズを基盤整備等にフィードバックさせていきます。また、民間のノウハウを取り入れながら、外国人観光客の受け入れに関する研修を進めていきます。

【事業内容】

平成 26～30 年度計画

観光案内板やパンフレット等の多言語化の推進

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。

これまでの主な事業

H26～: 多言語整備(歴史の道案内看板, よさこい情報交流館案内アプリ, 龍馬の生まれたまち記念館HP, 中心市街地MAP, 客船誘導標識, 免税カウンター整備他)
H30: 外国人観光客対応観光案内所整備(れんけいこうち事業)

平成 31～35 年度計画

●観光案内所の機能強化や多言語化の推進

観光案内所の運営や観光 PR 等により得られた観光客のニーズやユニバーサルデザインを意識し、より効果的な受入態勢の充実に取り組むとともに、以後の観光 PR にフィードバックさせていきます。

平成 26～30 年度計画

外国人観光客受入研修の実施

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。

これまでの主な事業

○インバウンド観光おもてなし研修開催
H27: 旅館ホテルのインバウンド観光おもてなし運営
H28: グーグル等インターネットサイトを活用した情報発信・PR
H29: 台湾・香港の需要を取り込むインバウンドマーケティング戦略

平成 31～35 年度計画

●外国人観光客受入研修の実施

高知県や民間企業等との連携を図りながら、外国人観光客の受け入れに関する研修を推進します。

5.3 まごころ観光の充実

施策3-1 受入態勢の充実

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ます。急増する外国人観光客への対応も視野に入れ、受入態勢の充実を図ります。

3-1-1 観光案内機能の充実

【現状・課題】

主要な観光拠点（高知駅、桂浜、日曜市、高知城）に常設の観光案内所を開設するとともに、ゴールデンウィークやよさこい祭りなどの多客期には臨時観光案内所を設けて、観光客の利便性向上に取り組んでいますが、今後さらに多様な観光客のニーズに対応できるよう、観光案内機能を集約した拠点が必要とされています。

【取組方針】

常設の観光案内所を拠点として、ハード・ソフト両面を充実させ、外国人観光客も含めた観光案内機能の維持とサービス向上に取り組めます。特に、外国人観光客に対応した観光案内所やAI観光案内システムの運用等によって、旅先でのニーズに応じた対応ができるよう取り組んでいきます。

【事業内容】

平成26～30年度計画

観光案内機能の強化

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。

これまでの主な事業

H26～: Wi-Fi整備(桂浜観光案内所、はりまや橋観光バスターミナル、龍馬の生まれたまち記念館、桂浜竜馬像エリア)
 観光案内所運営(高知駅、桂浜、高知城、街路市)
 客船寄港時の受入おもてなし・渋滞対策
 市内案内看板・マップ、観光案内サイトの多言語化
 H30: 外国人観光客対応観光案内所整備(れんけいこうち事業)
 ビッグデータを活用した観光動態調査による周遊ルートの造成等

平成31～35年度計画

●観光案内機能の強化

国内外の観光客に対する観光案内機能について、ハード・ソフト両面において充実を図ります。また、AI観光案内システムやユニバーサルデザインの視点も取り入れながら、関係機関等との連携などにも取り組めます。

平成31～35年度計画

★周遊拠点としてのおもてなし

外国語対応の観光案内所やA I 観光案内システムの運用等により、案内機能の強化及び新たな周遊の促進を図り、周遊拠点としての滞在時間の延長や消費効果の拡大を目指します。

【継続事業】

- | | |
|------|-----------------------------|
| 主な取組 | ● 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 |
| | ● とさてらす、高知城、桂浜、日曜市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

【現状・課題】

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と快適性を図るため、高知駅～五台山～桂浜を巡る周遊観光バスのほか、おもてなしタクシーなどを運行していますが、これらの移動手段について、観光客へのさらなる周知・PRが必要です。

【取組方針】

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】

- | | |
|------|-----------------------|
| 主な取組 | ● 周遊観光バス「MY遊バス」の運行 |
| | ● おもてなしタクシーなどの情報発信の強化 |
| | ● はりまや橋観光バスターミナルの管理運営 |

3-1-③ 南海トラフ地震への対応

【現状・課題】

来るべき南海トラフ地震への対応は喫緊の課題となっています。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たことから、これまで耐震化等を実施する宿泊施設への支援を行ってきました。今後は、こうしたハード面のみならず、ソフト面での支援も重要となってくることから、大規模災害が発生した際に備え、BCP策定への支援やJアラートとの連動、地震発生時の緊急情報の伝達など、観光防災の視点での取組が必要となっています。

【取組方針】

これまでのハードに関する事業（宿泊施設の耐震化支援）を継続しながら、BCP※策定の促進やJアラートとの連動等、ソフト面での取組も進めていきます。

※ BCPとは、「Business continuity planning」の略で、災害などの緊急事態が発生したときに、企業が損害を最小限に抑え、事業の継続や復旧を図るための計画のこと。

【事業内容】

平成 26～30 年度計画

宿泊施設の耐震化の支援

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。

これまでの主な事業

H26～：耐震化支援（市内大規模旅館・ホテル2社：診断・設計・工事）

平成 31～35 年度計画

●南海トラフ地震への対応

宿泊施設の耐震化支援を継続するとともに、大規模災害時における観光客への対応等について検討します。

【継続事業】

主な取組 ● 宿泊施設への耐震化支援

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。観光関係者、そして次代を担う子どもたちへの働きかけにより、市民全体でのホスピタリティの育成・向上を推進します。

3-2-1-① おもてなし力の向上

【現状・課題】

ホスピタリティを磨くことは、観光を活性化させるために欠かせないことと捉えて、高知市では2015（平成27）年より、インバウンド観光おもてなし研修の開催や、地域への愛着を高めるよさこい普及促進事業に取り組んできました。

今後もこうしたおもてなし力の向上につながる取組が求められるとともに、次代を担う子どもたちの地元に対する愛着やおもてなしの心の醸成も重要となっています。



観光ガイドと歩く「土佐っ歩」

【取組方針】

インバウンド観光向け研修については、時勢に応じた様々なテーマの研修を企画・開催していきます。また、地域の子どもたちが観光と向き合う機会をつくり、ふるさとへの愛着が高まるような事業に取り組んでいきます。

【事業内容】

平成26～30年度計画

おもてなし研修の実施

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を実施します。

これまでの主な事業

- インバウンド観光おもてなし研修開催
 - H27: 旅館ホテルのインバウンド観光おもてなし運営
 - H28: グーグル等インターネットサイトを活用した情報発信・PR
 - H29: 台湾・香港の需要を取り込むインバウンドマーケティング戦略
 - H28: 土佐観光ガイドボランティア養成講座(観光大学)

平成31～35年度計画

●おもてなし研修の実施

外国客船寄港などで増加する外国人観光客へのおもてなしや消費喚起等、ニーズや文化・習慣の違い等を意識した研修を定期的を実施します。

平成 26～30 年度計画

子ども達のふるさとへの愛着を高める取組の推進

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。

これまでの主な事業

H27:よさこい普及促進事業(よさこい踊り方DVD制作・配布,インストラクター派遣)
平成の薩長土中学生フォーラム
H30:よさこい正調普及促進事業
よさこい情報交流館でのワークショップ開催等

平成 31～35 年度計画

●子ども達のふるさとへの愛着を高める取組の推進

若い世代に観光への興味・関心を抱いてもらえるよう、キッズ版土佐っ歩の実施など、子どもの頃から地元の観光資源を知る機会を作ること、ふるさとへの愛着とおもてなしの心を醸成します。

3-2-② 観光ガイドの育成

【現状・課題】

土佐弁でのガイドは高知市の重要な観光資源となっています。高知市ではボランティアガイド養成講座を定期的で開催しており、2016（平成28）年は34講座が修了し、これまでの延べ修了者は426名を数えます。ボランティアガイドの高齢化も進んでいることから、今後も定期的な観光ガイドの育成と学生ガイドなど若い世代の参入を進める必要があります。

【取組方針】

ボランティアガイド養成に引き続き取り組みながら、学生ガイドについても、客船寄港時やよさこい祭り運営等、様々な場面で連携することが考えられるため、今後も機会づくりを検討していきます。

【事業内容】

平成26～30年度計画

学生ガイドの検討

県外出身の大学生によるガイドの検討を行います。

これまでの主な事業

H26～：外国クルーズ船寄港時の学生ガイド

H29～：よさこい祭り開催における学生参加検討

平成31～35年度計画

●学生ガイドの検討

外国客船寄港時のボランティアガイドや、よさこい競演場の人手不足問題等に対し、学生との連携について検討を行います。

【継続事業】

主な取組

- 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



観光ボランティアガイド養成講座

第6章 高知市観光振興の取組推進

6.1 関連行政計画や評価制度との連動

本計画の実施にあたっては、関連行政計画との整合性を図りながら取組を進める必要があることから、高知市の最上位計画となる「高知市総合計画（2016 基本計画改定版）」における成果指標や、観光振興をはじめとした産業活性化などの取組により、人口減少の克服を目指す「高知市まち・ひと・しごと創生総合戦略」におけるKPI※を、本計画の成果指標として定めることにより、関連計画との整合性を図ります。

また、本計画に搭載した各種の取組については、高知市の事務事業評価と連動させながら毎年度評価を行っていきます。

※KPIとは、「Key Performance Indicator」の略で、企業目標の達成度を評価するための主要業績評価指標のこと。

図 6.1 関連行政計画や評価制度との連動



6.2 PDCA サイクルの推進体制

本計画の策定後は、「高知市観光振興計画検討委員会」において、実施状況の報告・評価・改善点の検討を行い、次の計画へとつないでいくことで、本計画のPDCA サイクルを推進し、着実な計画実行と目標達成を図ります。

図 6.2 PDCA サイクルの推進体制

