

令和3年度 事業計画書

令和3年5月1日時点

I 基本方針

令和2年度は、新型コロナウイルス感染症が世界的に流行拡大するなか、国内外の観光需要は大幅に落ち込んだ。当協会では、観光需要の落ち込みを最小限に食い止めるべく、事業の見直しを行いながら、県とも連携して、効果的な広報発信、旅行会社等に対するセールス等の事業に積極的に取り組んだ。

また、国際観光では、現地レップ等を活用し、重点市場の情報収集やセールス・プロモーションを行いインバウンド再開に向けた布石を打った。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の影響で、令和2年の県外観光客入込数は、平成15年以降で最少の266万7千人となった。

令和3年度は、まず、国内観光の需要回復に向け、県が行う観光キャンペーン「リョーマの休日」や、高知観光リカバリーキャンペーンと連動しながら、本県の強みである歴史・食・自然などの観光資源を前面に出したセールスやプロモーションを積極的に実施し、誘客の拡大を図っていく。

また、新型コロナウイルス感染症の収束後のインバウンド観光の早期回復に向け、引き続き現地レップ等を通じたセールス活動や観光情報の発信に努めていく。

なお、令和3年度の事業の実施にあたっては、新型コロナウイルス感染症の状況に応じ、事業計画・内容を柔軟に変更しながら対応する。

<重点取組>

(1) 観光キャンペーン「リョーマの休日」と連動させたセールス・プロモーションの展開

《国内誘致》

旅行会社に対して、観光キャンペーン「リョーマの休日」及び「高知観光リカバリーキャンペーン」を中心にアプローチすることで、観光客の回復を図る。

また、旅行会社の造成部門に商品設定を働きかけ、本県向けの旅行商品数の拡大につなげるとともに、「新しい旅のスタイル」による旅行者の行動変容を受けてオンライン販売における誘客強化に取り組む。あわせて、全国6都市で開催する観光説明会や個別セールスによりタイムリーな観光情報を発信し本県観光回復を図る。

MICE 誘致推進事業では、継続して各種 MICE の誘致や、令和2年度に中止となった大会への再アプローチ等を行い、MICE の回復を図る。

《プロモーション》

観光キャンペーン「リョーマの休日」等の旬の観光情報を様々なメディアや当協会 HP「よさこいネット」、パンフレット、SNS 等を活用し、効果的に発信する。

また、テレビ番組、映画等のロケの誘致や、撮影に要する事務手続きを支援するなどにより、メディアによる PR 効果やロケ地観光による経済効果を生むフィルムコミッション事業を行う。

(2) インバウンド再開に向けた戦略的なセールス活動及び積極的な情報発信

インバウンド観光の再開に向け、現地レップ等を活用し、重点 8 市場（台湾・香港・中国、韓国、米、豪、シンガポール、タイ）を中心に、早期回復が見込まれる個人向け旅行商品を新たに行う等戦略的なセールス活動を展開する。あわせて、観光情報サイト「VISIT KOCHI JAPAN」や SNS 等を活用した情報発信の他、県内事業者等に対する、インバウンド誘致に関する支援等を行う。

また、四国ツーリズム創造機構や四国 3 県、JNTO 等との協働により、ALL 四国で連携した誘客活動を展開することにより、本格的なインバウンド回復向けに訪日外国人の誘致を図る。

(3) プッシュ型の観光情報提供と、地域資源を活かした旅行商品等による県内周遊の促進

JR 高知駅前の「こうち旅広場」の観光イベント館（「龍馬伝」幕末志士社中）と高知観光情報発信館「とさてらす」において、本県の強みである歴史や食、自然などの観光資源や観光情報をプッシュ型で紹介するほか、地域の観光案内所等と連携し情報提供することで、県内各地への周遊を促進する。

また、県内各地域の観光資源を活かした着地型旅行商品の造成・販売を行い、地域周遊を促進する。

(4) プロやアマスポーツのキャンプ・合宿の誘致促進と、自然を活かしたスポーツツーリズムの推進

新型コロナウイルス感染症の拡大により低迷した、国内外からの誘客の拡大に向け、国内外のプロ・アマスポーツのキャンプや合宿のほか、プロ野球のプレシーズンマッチを含む公式戦やゴルフトーナメントなどの誘致に取り組むとともに、大都市圏に本拠地を置くスポーツチームのスタジアムなどに出向き、本県の観光情報やスポーツ環境などを発信する「高知県フェア」を開催する。

また、サイクリングをはじめとする自然を活かしたスポーツツーリズムを積極的に推進する。

Ⅱ 公益目的事業

1 観光客受入事業

(1) 「こうち旅広場」管理運営事業

「こうち旅広場」の「龍馬伝」幕末志士社中と、高知観光情報発信館「とさてらす」を一体的に機能させ、きめ細やかな観光情報の発信・提供を行うとともに、広場を活用した各種イベントを実施し観光客の集客や利用者の満足度の向上を図る。

また、旅広場の認知度向上や集客を図るため、土・日・祝日に開催するよさこい鳴子踊りステージイベントや、食や自然を活かした定期イベントを開催するとともに、SNS等による情報発信を行う。

(2) 龍馬パスポート事業

23万人を超えるユーザー数を持つ龍馬パスポートを継続するとともに、観光キャンペーン「リョーマの休日」と連動した取組を実施することで観光客の県内各地への周遊促進やリピーターの増加を図る。

(3) 旅行業務推進事業

県内各地域の観光資源を活かした新たな着地型旅行商品の造成・販売を行う。

また、令和元年度に高知市から受託した「れんけいこうち都市圏広域観光推進事業」では、県内での新たな観光魅力を創出し、周遊促進及び滞在時間の延長を図る。

(4) 二次交通整備事業

高知市を訪れる観光客の二次交通対策として、JR高知駅～はりまや橋～五台山～桂浜を結ぶ周遊観光バス「MY遊バス」を運行し、観光客の利便性の確保と満足度の向上を図る。

(5) イベント開催・支援事業

県内で開催される「高知城花回廊」や「土佐の豊穰祭」、「土佐のおきやく」などの各種イベントへの支援を行うことで、本県での滞在時間の延長と観光消費額の拡大を図る。

(6) “おもてなしの心”接客推進事業

①おもてなしタクシー事業

優れた接客マナーと観光ガイドの知識を備えたドライバーを養成するために、高知県内のタクシードライバーを対象とした「高知県観光ガイドタクシー」（通称、おもてなしタクシー）の認定制度を関係団体と連携して実施し、認定者数増を図る。

②臨時観光案内所設置事業

ゴールデンウィークやよさこい祭りなど観光客が多い時期に、高知城やサービスエリアに臨時の観光案内所を開設し、土佐観光ガイドボランティア協会や高知SGG善意通訳クラブ等と連携し、観光客の受入態勢の充実と満足度の向上を図る。

③大型客船推進事業

新型コロナの収束後のクルーズ船本格運航再開に向けて、大型客船寄港時のオプションツアーの高知市外コースの催行拡大を目指し、県内でのモニターツアー、商談会や個別のセールス活動を通じて、ツアーの受け入れを望む地域の団体と旅行会社等とのマッチングの支援を行い、地域へのオプションツアーの実施率を上げるとともに県内各地域への周遊を促す。

(7) 四県観光協会連携事業

四国4県によるおもてなし意識の向上、情報発信強化に向けた取り組みを行い、四国域内の交流を一層活性化するとともに、四国4県観光協会連合会長・理事長会及び連絡会議を開催する等により、4県が連携した取り組みを推進する。

2 国内誘致事業

(1) 旅行会社等対策事業

① 国内旅行商品造成事業

観光キャンペーン「リョーマの休日」及び高知観光リカバリーキャンペーンを中心に旅行会社にアプローチし、「募集型」や「受注型」の助成制度を活用した商品設定を拡大することで、本県への誘客拡大を図る。併せて、「新しい旅のスタイル」の中で旅行者の行動変容を意識して、パーソナル系旅行会社を中心にオンライン販売を強化する取組を実施する。

また、マイクロツーリズムの拡大を意識し、県内旅行の需要喚起につながる助成を実施する。

② 旅行会社等とタイアップした誘客促進事業

パーソナル系旅行会社へは、高知単県パンフレット制作の支援を通じて、本県の魅力を発信しながら旅行会社店頭等での潜在需要の掘り起こしを図る。

WEB系旅行会社へは、観光キャンペーン「リョーマの休日」のプロモーション及び専用プランの造成・販売などを実施することで、本県への旅行動機を高め誘客を図る。

併せて、福利厚生代行業者とタイアップしてプロモーションを実施することで、旅行会社ではとらえきれない需要やワーケーションの拡大を目指す。

③ 旅行会社対象モニターツアー事業

関西連携を意識し、大阪府旅行業協会（OATA）の会員を対象に、各社が持っている顧客にあわせた観光キャンペーン「リョーマの休日」の素材や歴史、食を体感してもらい、旅行商品の販売及び県内周遊コースのエリア拡大を図る。

④ 商談会出展事業

大阪で開催される旅行博覧会ツーリズムEXPOジャパンへの出展及び全国の観光協会等が参加して開催される旅ミルンへの出展により高知の歴史、食、自然、体験の魅力のPRを行うことで、本県観光の周知を広く図る。

(2) セールス・情報収集・発信事業

県内各地域の広域組織等との密接な連携のもと、旅行会社への個別セールスの実施と全国6都市で観光説明会を開催する。説明会は、最大マーケットである東京での開催を春・秋の2回とし、大阪においては令和3年5月のJR四国の説明会を本県PRに機会としてとらえ、秋の説明会とあわせて情報発信を強化していく。

観光説明会での商談会により、県内事業者の営業機会を創出するとともに、パーソナルやメディア系等の旅行会社に対して観光キャンペーン「リョーマの休日」及び高知観光リカバリーキャンペーンや高知の旬な素材のタイムリーな観光情報、ワーケーションの取組を発信していくことで、旅行商品の造成と観光客の回復につなげる。

また、旅行商品の企画に役立つよう、旅行会社が必要とする情報の掲載を充実させた観光商品素材集を製作し提供する。

(3) 教育旅行誘致事業

首都圏と関西を中心に、県や各広域組織と連携しつつ、本県の強みである歴史・食・自然等の体験型観光素材を旅行会社や教育団体等に対して発信する営業活動を行うとともに、教育旅行営業担当者、学校関係者向けの教育旅行説明会を開催し、本県への教育旅行の拡大を図る。

あわせて、旅行会社や学校関係者の下見旅行への助成及び初めて本県を教育旅行先とした学校やコロナ禍の中で令和2年度に初来県した学校の継続来県への助成を実施する。また、教育旅行担当者等を対象にしたモニターツアーを実施し本県の魅力を知ってもらうことで、来訪校数の回復につなげる。

(4) MICE誘致推進事業

本県でのMICE開催に向けて、主催団体への助成制度や魅力的なユニークベニューやアフターMICE等を示した誘致企画書等によりセールス活動を展開することで、本県でのMICE開催数の回復を図る。

また、本県ゆかりの企業や誘致活動を通じて築いたネットワークを活用した情報収集と並行した営業活動の展開により、本県でのMICE開催数の回復に伴う経済波及効果を高める。

①MICE開催助成事業

主催者へより分かりやすい助成金制度を構築し、助成金交付や郷土芸能等の提供事業を実施するとともに、開催準備や運営アドバイスをを行い、本県でのMICE開催誘致につなげる。

また、コロナ禍によるMICE開催意欲の減退を意識して、令和2年度に中止となった大会への再アプローチや現地とオンライン同時開催で行う「ハイブリッド開催」への対応を実施する。

②各種MICEツール制作事業

主催者への支援制度リーフレットや誘致企画書、コンベンションガイド、参加者への飲食店マップ等を作成・配布し、本県での開催につながる情報を発信する。JCCB（日本コンGRESコンベンションビューロー）等の関係団体との連携による情報収集、県内事業者等との連携強化によるユニークベニューやアフターMICE素材の開発と受入体制構築を進める。

③MICE誘致セールス事業

県外事務所と連携した本県ゆかりの企業や開催団体へのセールス活動のほか、IME国際ミーティングエキスポ、誘致懇談会等の商談会への出展、福利厚生代行業者と連携した企業研修等の誘致活動の展開、県内大学関係者との人脈構築等やMICE担当窓口等への情報発信を行うことで、MICE開催件数の回復を図る。企業へのセールスにおいては、本県のワーケーションの取組についても発信に努める。

3 国際誘致事業

(1) 国際観光振興誘致事業

①国際旅行商品造成事業

海外からの団体旅行に加え、新たに個人向けパッケージツアー商品を造成する旅行会社に助成を行い、本県向け旅行商品造成と外国人観光客の回復を図る。

②海外セールス活動事業

インバウンド観光の再開に向け、台湾、香港、タイ、シンガポール、中国、韓国、米、豪の8市場を重点地域として、現地レップ等と連携を図りながら、訪日商品を取り扱う旅行会社へのセールス活動や国内外で開催される商談会及びファミツアーにより、誘致活動を官民連携して展開する。

また、大阪・関西万博を見据えたインバウンド施策として、関西と高知を結ぶ旅行ルートの提案を行う。

あわせて、コロナ収束後に、県内の観光関連事業者が、海外商談会等に参加する際の経費を助成することや飲食店の多言語メニューの作成を支援することで、インバウンドに取り組む県内事業者の増加と体制強化を促し、誘客の拡大につなげる。

加えて、四国ツーリズム創造機構および日本観光振興協会四国支部が実施する広域連携での営業活動に積極的に参加するとともに、海外事務所等（高知県シンガポール事務所、高知県台湾オフィス、JNTO香港事務所）と連携したセールス活動により、外国人観光客の回復を図る。

③国際観光プロモーション活動事業

外国人向け観光情報サイト「VISIT KOCHI JAPAN」や、SNS（Facebook、インスタグラム）等を活用しながら、本県の観光情報を様々な手段により効果的に発信することで、海外における本県の認知度を向上させ、外国人観光客の来高意欲の向上を図る。また、多言語（英語、繁体字、簡体字、韓国語、タイ語）対応の観光パンフレットを製作・配布し、本県の認知度向上を図る。

④地域の観光資源を活用したプロモーション事業

地方運輸局と自治体等が広域かつ機動的に連携して、地域の魅力ある観光資源を効果的に情報発信することで、地方への外国人観光客の誘客を図る。

⑤広域周遊観光促進事業

観光庁の事業を活用し、新たな旅のスタイル（自然アクティビティ等）に対応するコンテンツの充実や旅行商品の造成を促進することで、本県のインバウンド需要回復を図る。

⑥FIT向け商品販売事業

2021年に北海道で開催される「アドベンチャートラベル・ワールドサミット2021」にあわせ、アドベンチャートラベルへの対応等、FIT（個人手配旅行者）向けに「自然・アクティビティ」を活かした、サイクリングやレンタカーなどを組込んだ旅行商品の造成及び販促に向けたファムツアーを実施し、FITの入込拡大を図る。

4 スポーツ推進事業

(1) プロ野球キャンプ対策事業

① キャンプ誘致及びプレシーズンマッチ（PSM）の開催支援

阪神タイガース及びオリックス・バファローズ、埼玉西武ライオンズなどの国内チームのほか、新型コロナウイルス感染拡大のため休止した韓国プロ野球チームのキャンプ継続に向けて、地元市、関係団体等と連携して誘致活動や受け入れを行うとともに、高知市東部球場「しらさぎドーム」を積極的にPRし、新たなプロ野球球団の春季キャンプ誘致に取り組む。

また、本県でのプロ野球キャンプと連動して開催されるプレシーズンマッチの定着化を図るため、NPB各球団に対する積極的な誘致活動を展開する。

② プロ野球ファーム公式戦の開催

キャンプ開催球団との関係を強化し、本県でのキャンプ開催を継続的なものとするため、キャンプ開催地の高知市や安芸市等が主催する公式戦に対して、助成金交付及び運営支援をおこなう。

③ プロ野球独立リーグ「四国アイランドリーplus」の開催支援

高知ファイティングドッグスの入場者増加を図るため、球団の広報活動に対する助成をおこなうとともに、関係団体・機関と協力した誘客活動を行う。

(2) プロサッカー・ラグビーキャンプ対策事業

プロサッカーリーグに所属するチームの本県でのキャンプを定着させるとともに、令和3年度にプロ化を目指すラグビーのキャンプ地として、春野球技場や令和2年にリニューアルした県立青少年センター陸上競技場をPRするなどして、新たなチームのキャンプ誘致に取り組む。

(3) プロゴルフ対策事業

① カシオワールドオープン開催支援

新型コロナウイルス感染防止対策のため延期となった、第40回目（本県開催16回目）の節目となる「カシオワールドオープンゴルフトーナメント」の成功に向け、大会実行委員会と連携した各種施策を展開するとともに、大会運営面での支援を行う。

② 明治安田生命レディース ヨコハマタイヤゴルフトーナメント開催支援

令和元年度に大会名を変更した「明治安田生命レディース ヨコハマタイヤゴルフトーナメント」の継続開催に向け、現地推進委員会の中心的メンバーとして、地元行政機関、関係団体等と連携しながら、前回、新型コロナウイルス対策のため無観客となった大会を盛り上げるため、トーナメントの円滑な開催や入場者増加に向けた支援を行う。

(4) 大都市圏高知県フェア開催事業

プロ野球及びプロサッカーチームのホームゲームで「高知県フェア」を開催し、高知の「自然」「食」「歴史」などの観光情報やスポーツ環境などを発信し、令和3年度にリニューアルした観光キャンペーン「リョーマの休日」を中心とした本県観光のイメージアップとキャンプ地「高知」のPR、さらには、キャンプの定着と拡大に向けて各チームとの関係強化を図る。

(5) アマスポーツ推進事業

「スポーツ合宿助成金支援事業」において、誘客実績の多い関西圏を中心に、アマスポーツ合宿の拡大を図るため、新たに貸切バスの利用に係る助成や誘致に取り組む旅行会社などを対象とした助成を行う。

また、サイクリングをはじめとする自然を活かしたスポーツツーリズムを積極的に推進するため、「ぐるっと高知サイクリングロード」の活用や、県外で開催される見本市への出展やサイクリング関係メディアへの広報など、効果的な情報発信を行う。

5 プロモーション事業

(1) 観光情報収集発信事業

新型コロナウイルスの感染状況を注視しつつ観光キャンペーン「リョーマの休日」を中心に本県の観光情報をホームページ・SNSをはじめ、テレビ、新聞、雑誌等のメディア媒体をフル活用し、高知県のPRに努める。併せて、包括協定及び協賛で関係のある企業や団体とも連携して幅広くタイムリーに発信し、観光客の回復につなげる。

また、本県の観光情報ポータルサイト「よさこいネット」は令和2年度に実施したコンサルティングの内容を基にリニューアルし、平成24年度の改修から8年間で蓄積されたコンテンツを整理するとともに、現在では主流となったスマートフォン等のモバイル端末での閲覧に対応することで、閲覧者が求める情報を分かりやすく簡単に見つけることができるよう、利便性を高める。併せてCMS（コンテンツ・マネジメント・システム）を刷新し、より多くの情報を効率的に登録できるようにするとともに、ホームページ管理の省力化を図る。

(2) フィルムコミッション事業

近年の撮影等の支援実績や県外のフィルムコミッション等とのネットワークを活用しながら、首都圏・関西圏の映像制作者への情報提供等を継続実施し、映画やテレビ等の撮影の誘致を図る。

また、誘致に向け県内のロケーション情報の更新及びロケ誘致の先進地の手法に関する情報の収集に努め、市町村や観光協会等の地域団体と連携し、一層の受入体制強化を図る。加えて、コロナ禍での効果的な誘致活動やロケ支援等の一環として、リモートロケハンやSNSを活用した情報のやり取りなど相手方のニーズに合わせた柔軟な支援を行う。

(3) 観光物産展事業

全国各地の百貨店等において、県内事業者等との連携のもと本県の物産品の販売の実施や支援を行うとともに、販売先の地域の方々や来場者に対して本県の観光PRを行い、広く本県観光の周知に取り組む。

また、観光キャンペーン「リョーマの休日」等の観光PRを行い、本県のイメージアップと観光客の回復を図る。