

## 6. 観光分野

戦略の柱1 滞在型の観光地づくり

施策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略			
			I	II	III	IV
1. 地域の観光資源、フィールドを活かした滞在型の観光商品づくり	<p>・観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要。</p> <p>・観光(旅行)ニーズが多様化、細分化しており、きめ細かな観光リサーチや市場ニーズの把握により、マーケットインの視点に立った、満足度、リピート率の高い観光商品への磨き上げと新たな観光商品づくりが必要。</p> <p>・山川海すべて揃ったフィールド、地域素材を観光に活かした新たな通年型・滞在型の観光商品づくりを進めるためには、異業種(農林水産業、商工業)も参加し、自由に発想やアイデアを出し合い、企画提案できる場が必要。</p> <p>・多様な実施主体(商工・観光関係団体、地域など)によるイベントの開催や体験メニュー等があるが、効果等の検証が不十分で、横の連携もとれていない。 観光商品としての側面から、検証し磨き上げ、年間を通して繋ぐことで、より効果的な展開が図れる。</p> <p>・本市の観光は、シーズンと閑散期がはっきりしており、観光入込客数の拡大には、閑散期の対策が必要。 女子旅やシニア層をターゲットに、自然(環境)、食(薬膳、ジビエ)、健康(美容)、温泉などをキーワードとしたブランディングなど、ターゲット(エリア、年齢、性別など)とテーマを明確にした商品の企画が必要。</p>	(1)観光リサーチの徹底	○			
		(2)今ある観光商品の磨き上げ	○	○		
		(3)新たな観光商品づくり	○	○		

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

主な内容	計画期間					産業間連携等
	H27	H28	H29	H30	H31	
<p>◎観光マーケティングリサーチ</p> <p>★四万十市のどこが好きキャンペーンの実施</p>	<p>・観光客や旅行会社及び移住者、ふるさと応援団等へのマーケティングリサーチによるニーズ把握</p> <p>・宿泊者の観光動向調査</p> <p>・全国(ふるさと応援団等)から四万十市の魅力を募集し、観光資源の掘り起こしと磨き上げ</p> <p>・地域の観光資源、フィールドを活かした滞在型の観光商品の開発と今ある観光商品の磨き上げへの反映</p>					<p>【地産外商の推進】商品開発と磨き上げ</p> <p>県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活かした通年・滞在型観光の推進</p>
<p>◎観光商品としての検証と磨き上げ</p> <p>○専門家を活用した観光商品の磨き上げ</p>	<p>・多様な実施主体(商工業者、観光事業者、地域等)が行う、イベント、体験メニュー等について、観光商品としての側面から効果等を検証し、有望なイベント、体験メニュー等を磨き上げ</p> <p>・旅行会社を招致し、観光メニューの検証や現地視察等を実施し、販路を意識した商品の磨き上げと商品採用に向けたセールスを展開</p>					
<p>◎観光商品づくりワークショップの開催</p> <p>★異業種交流会の開催</p> <p>◎地域の産業と連携した新たな観光商品づくり</p> <p>★閑散期のメニュー開発</p>	<p>・観光商品企画ワークショップの定期的な開催(潜在化している地域資源にテーマ性やストーリー性等を盛り込むなど、観光商品を自由に企画提案できる場をつくり、新たな発想による観光商品づくりを促進)</p> <p>・異業種(農林水産業、商工業など)交流会の開催(異業種間の情報共有、ノウハウや技術の連携による商品の開発の芽出し、サービスの向上や情報発信の強化)</p> <p>・農林水産業、商工業との連携を促進し、グリーンツーリズムなど通年型・滞在型の観光商品づくりを推進</p> <p>・産学官連携による農林水産業や自然などテーマ性を持った体験学習のカリキュラム化と地域内への浸透</p> <p>・閑散期のターゲット(女性、シニア層など)の絞り込みとターゲットに合わせたメニュー開発(自然(環境)、健康、食、温泉などをテーマとして閑散期の滞在型観光メニューづくり)</p>					

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱1 滞在型の観光地づくり

施策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略			
			I	II	III	IV
1. 地域の観光資源、フィールドを活かした滞在型の観光商品づくり	<p>・“食”は本市の強みであり、農林水産業、商工業との連携を深め、観光面でもこれまで以上にスポットを当て、“食のまち”としての観光地づくりを進めることが重要。</p> <p>一方、中心市街地における屋間営業の店舗数が少ないといった課題もある。</p>	(4)食の魅力を活かした観光振興	○	○	○	
2. 広域連携による周遊観光の推進	<p>・幡多広域、四万十川流域、県域を越えた四国西南地域、予土線県境地域など様々な広域連携の枠組みによる組織が設立、運営されている。</p> <p>・それぞれの圏域(枠組み)の目的、特色を活かした周遊観光プラン等の造成、情報発信、販売に取り組む必要がある。</p> <p>・幡多広域観光協議会では、修学旅行受け入れで蓄積したノウハウや仕組みを活かして個人型旅行商品の開発・販売に着手しているが軌道に乗っていない。</p>	(1)広域連携による周遊観光の推進	○	○	○	

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

主な内容	計画期間					産業間連携等
	H27	H28	H29	H30	H31	
<p>○食の魅力を活かした観光地づくり</p> <p>・四万十の食文化(地域の食材や郷土料理)の掘り起しや磨き上げと連動し、食のまちとしての観光地づくりを推進</p> <p>・旬の食材によるキャンペーンなど期間限定による誘客の仕組みづくり</p>						<p>【地産外商の推進】 四万十の“食”文化の磨き上げと発信</p>
<p>○食の発信・普及イベント等の開催</p> <p>・食のイベント等(うまいちやフェスタ、西土佐うまいもの商店街、塩たたき祭り、ジビエフェスタ、スイーツフェスタなど)の開催による四万十の“食”を前面に打ち出した観光振興</p>						
<p>○周遊観光プランの造成・発信及び販売</p> <p>・(社)幡多広域観光協議会を核とした幡多広域圏での周遊観光プランの造成・発信及び販売</p> <p>・四万十川流域市町村観光振興連絡会議での山・川・海の周遊観光プランの造成・発信</p> <p>・四国西南地域(四国西南サミット観光部会、四国西南地域観光連絡協議会、予土県境地域連携実行委員会)での県境を越えた周遊観光プランの造成・発信</p> <p>・四国ツーリズム創造機構との連携による周遊観光プランの造成・発信</p>						<p>【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ</p> <p>【地産外商の推進】 情報発信と販路開拓・拡大</p> <p>県計画地域AP ◆幡多広域における滞在型・体験型観光の推進</p>
<p>○広域連携によるキャンペーンの展開</p> <p>・はた博で造成した各種イベント、体験メニューのブラッシュアップ</p> <p>・幡多広域圏で統一したイメージによるキャンペーンの展開</p>						

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱2 観光商品の外商の推進

施策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略			
			I	II	III	IV
1. 観光商品のセールス及び情報発信の強化	<p>・イベントを通じた「待ちの誘客」から旅行会社への営業やソーシャルネットワーク等を重視した「動く誘客」へのシフト</p> <p>・市、観光協会、幡多広域観光協議会の役割を明確にし、それに応じた人材、組織のスキル(商品企画、プレゼンテーション等)の向上が必要。</p> <p>・市内の観光関連事業者(宿泊施設等)の企画提案力、情報発信力には差異があり、限界もある。 協議会、組合等による組織力を高める必要がある。</p> <p>・旅行会社の種別、特性(取扱商品、顧客層、販売期間等)に応じた効果的な営業活動が必要。 また、旅行代理店の発信力を活用した外国人観光客(主に台湾、中国等のアジア圏)の誘客強化という視点も必要。</p> <p>・観光商品のターゲット(エリア、年齢、性別など)とテーマ、旅行形態(団体旅行、個人旅行)、情報入手源(旅行代理店(窓口、パンフレット)、ネット、情報誌・ガイドブックなど)を明確に意識した営業活動が必要。</p> <p>・旅行商品商談会等へ出展することで多くのエージェンツとの商談機会が得られるとともに、商談ルート新規開拓への人的ネットワークづくりにつながる。 また、バイヤーの意見や情報等から商品のさらなる磨き上げに活かせる。</p> <p>・体験、食、宿泊、地理情報等の観光情報と特産品、イベント等のあらゆる地域情報を網羅した一元的な情報発信と産業間が連携し、“食”、物産PR等と一体となった都市圏での誘客活動を促進する必要がある。</p> <p>・田舎を売りにしているところは全国どこにでもあり、田舎らしさに驚きと感動をプラスすることが必要。 飲食店が多いなど「サービスが充実した機能的な田舎」といったイメージ戦略(プロモーション)も展開すべき。</p>	(1)観光商品のセールス強化	○		○	
		(2)広報・プロモーションの強化	○	○	○	

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

主な内容	計画期間					産業間連携等
	H27	H28	H29	H30	H31	
<p>★営業力のある人材、組織の育成</p> <p>・市、観光協会、幡多広域観光協議会の役割の明確化 ・役割分担に応じたスキルの磨き上げと組織力の強化 ・商品プレゼンテーションのマニュアル化</p> <p>◎旅行会社への営業活動の促進</p> <p>・旅行会社の商品化の動きに合わせた着地型商品の営業活動を展開(旅行会社の種別、特性に応じた商品をピックアップし営業を強化) ・高知県観光コンベンション協会主催のセールスキャラバンへの参加</p> <p>○旅行商品商談会等への出展</p> <p>・高知県観光コンベンション協会、幡多広域観光協議会主催の商談会等への出展</p> <p>★海外への営業活動の促進</p> <p>・県と連携した海外(主にアジア圏(台湾等))へのセールスの実施</p>						<p>【地産外商の推進】 情報発信と</p> <p>県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活かした 通年・滞在型観光の推進</p> <p>◆幡多広域における 滞在型・体験型観光の推進</p>
<p>○多様な媒体を活用した広報活動の強化</p> <p>・観光ガイドブック、ホームページ等情報発信ツールのリニューアル ・ソーシャルネットワークサービスを活用したリアルタイムの情報発信 ・観光情報誌等発信力のある民間企業等の媒体を活用した広報活動の展開 ・交通広告や屋外広告などの検討・実施</p> <p>★一元的な情報発信の促進</p> <p>仕組みの研究 構築・運営</p> <p>・商品(特産品等)、食(飲食店等)、観光(体験メニュー、宿泊施設等)、イベント等の情報を一元的に発信する仕組みの構築・運営</p> <p>★ターゲットに合わせたプロモーションの展開</p> <p>・ターゲットの絞り込み(ファミリー、シニア、女子会など)とテーマ性を持ったプロモーションの展開 ・枚方市及び枚方市の友好都市へのプロモーションの充実</p> <p>◎産業間連携による誘客(PR)活動</p> <p>・都市圏での“食”や物産の販促活動と連携した誘客(PR)活動の展開(県アンテナショップ(まるごと高知など)などを活用した「四万十市フェア」の開催など) ・友好都市と連携した物産展等での誘客(PR)活動の展開</p>						

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱3 おもてなしの向上

施策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略			
			I	II	III	IV
1. おもてなし環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様化、細分化する観光(旅行)ニーズと既存の観光拠点施設(カヌー館、四万十楽舎、かわらっこなど)機能のミスマッチが生じていないか検証し、新たな機能、施設を拡充していくことが必要。</li> <li>R441号の北の玄関口として、「(仮称)西土佐道の駅」の拠点機能(観光案内・情報発信)の充実と四万十川流域の拠点施設との連携を強化し周遊観光を促進することが必要。</li> <li>公共交通機関を利用する観光客の市内周遊につながる二次交通が不十分。 体験メニューや周遊コース、シーズンに対応した路線バス、周遊バス、おもてなしタクシー等の運行形態の見直しと拡充が必要。</li> <li>周遊しやすい環境づくりと外国人観光客(インバウンド)に対応するため、観光案内板、誘導標識の増設と多言語化、パンフレットの多言語化や観光拠点施設へのWi-Fi環境整備などによる観光案内機能の充実が必要。</li> <li>携帯型端末(スマートフォンなど)の普及により、ICTを利用した観光ニーズ(現地情報入手、SNSなど)が高まっている。 Wi-Fi環境の整備に加え、市内の観光情報、地域情報を入手しやすい情報提供方法が求められる。</li> <li>プランを持たず目的地で体験や興味のあるところを探す観光客も増えている。 観光客が現地で観光情報を入手できる、あるいは旅のアレンジの相談や体験メニュー等の手配が容易にできる環境づくりなど、旅のニーズにワンストップで対応できる仕組みが必要。</li> <li>体験、食、宿泊、地理情報等の観光情報と特産品、イベント等の地域情報を網羅した一元的な情報発信により、自分なりの旅プランを見つけるきっかけづくりや周遊観光の利便性向上につながる。</li> </ul>	(1)四万十川流域観光の拠点施設の整備、機能強化	○			
		(2)二次交通の充実	○	○		
		(3)周遊しやすい環境の整備	○	○	○	
2. おもてなしサービスの充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光客のリピート率を左右するのは人でありサービス。質の高いおもてなし、サービスこそがもう一度来たいと思わせるポイント。</li> <li>観光地であることを広く市民が認識し、市民の誰もがおもてなし意識を持ち、地域の魅力を伝えられる観光地づくりが重要。</li> <li>商工分野等と連携し、おもてなし感とリピートにつながるサービスを提供していくことも必要。</li> </ul>	(1)観光地としての市民意識の醸成と浸透	○			
		(2)リピーター確保に向けた取り組み(特典の充実)	○	○		

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成









主な内容	計画期間					産業間連携等
	H27	H28	H29	H30	H31	
◎拠点施設の拡充、機能強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・拠点施設の調査、機能等の検証</li> <li>・拠点施設の改修や拡充及び設備等の充実</li> </ul>					<p>県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活かした通年・滞在型観光の推進</p>
○二次交通の運行形態の見直し・拡充と情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>・周遊バス、おもてなしタクシーの運行形態の分析、検証</li> <li>・観光客のニーズに合致する運行形態(運行本数・経路・時間)の検討、設定</li> <li>・運行経路等の新設・変更に伴う実証運行への支援</li> <li>・市及び関連施設、団体等における情報提供の促進(HP、案内版、パンフレット等)</li> <li>・利用者確保の仕組みづくり(期間限定のフリー乗車券導入の検討)</li> </ul>					
★観光案内機能の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光案内板及び誘導標識等の現状調査</li> <li>・設置箇所及び表示内容の検討</li> <li>・観光案内板・誘導標識等の増設と多言語化</li> <li>・Wi-Fi環境の整備促進</li> <li>・観光施設の英会話力の向上</li> </ul>					
○コーディネート機能の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客と宿泊施設、体験施設等がワンストップでつながる仕組みづくり</li> <li>・核となる施設、組織にコーディネート窓口を設置し、ワンストップサービスの提供、拡充</li> </ul>					
【再掲】 ★一元的な情報発信の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光(体験メニュー、宿泊施設等)、商品(特産品等)、食(飲食店等)、イベント等の情報を一元的に発信する仕組みの構築・運営</li> </ul>					
★市民の参画意識の醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民向けの観光おもてなしマニュアルの作製、配布</li> <li>・“市民全てが観光大使”を目指して、地域への愛着や誇りを再認識する仕掛けとしておもてなしマニュアルに基づく「四万十市検定(仮称)」を実施し、市民の参画意識を醸成(市民総観光大使化計画: “市民総出”のおもてなし)</li> </ul>					
◎おもてなし感が感じられる仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊施設・商店街・飲食店が連携したサービスの仕組みづくり</li> <li>・玉姫様の通行手形の普及・充実</li> <li>・商店街(個店等)のサービスの向上</li> <li>・リピート率に応じた助成制度創設の検討</li> </ul>					

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱4 組織力の強化と観光リーダーの発掘・育成

施策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略			
			I	II	III	IV
1. 観光関連事業者のスキルアップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>市、観光協会、幡多広域観光協議会が観光振興の核であり、それぞれの役割を明確にし、役割に応じた人材、組織のスキル(コーディネート機能など)を向上し持続していくことが必要。</li> <li>観光協会は、イベントの開催や観光案内が業務の大半を占めており、コーディネート機能や「動く誘客」に向けた営業活動等が十分果たせていない。</li> <li>多様な実施主体(商工業者、観光事業者、地域等)によるイベントが数多く開催されているが、観光商品として年間通じてトータルにコーディネートできる人材、組織力が不足。</li> <li>観光は裾野が広く、波及効果の高い産業であり、異業種間の交流を促進し、人材・組織の連携、協力関係を構築することで、より効率的、効果的な観光振興につながる。</li> </ul>	(1)観光関連組織の役割分担と組織力の強化	○			○
		(2)異業種との交流・連携の促進	○	○		
2. 観光人材の育成、確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域で核となる人材が不足している。地域の魅力を引き出し、体験メニューやイベント等を企画し持続的に運営していくためには、地域の核となる意欲的な人材が必要。</li> <li>体験メニューやイベント等の開催におけるマンパワーの不足が危惧される。市内外の学生等を対象に観光ボランティアを募ることで、観光に触れる機会、地域の自然や伝統、文化等を学ぶ機会の創出や観光の将来の担い手確保にもつながる。</li> <li>都市部の学生等をインターンシップとして積極的に受入れることで、多様な観光ニーズの把握、都市圏への情報発信やネットワークを構築、さらには、移住も視野に入れた担い手の確保にもつながる。</li> </ul>	(1)地域の観光リーダーの育成	○			○
		(2)体験インストラクター、ガイドの育成	○			○
		(3)将来の担い手の発掘・育成	○			○

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

主な内容	計画期間					産業間連携等
	H27	H28	H29	H30	H31	
○役割分担の明確化とスキル・組織力の強化	 <ul style="list-style-type: none"> <li>市、観光協会、幡多広域観光協議会の役割の明確化</li> <li>役割分担に応じたスキルの磨き上げと組織力の強化</li> <li>アドバイザー等の派遣による組織の課題解決のための助言、指導等の支援</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>県計画地域AP</li> <li>◆四万十市の地域資源を活かした通年・滞在型観光の推進</li> <li>◆幡多広域における滞在型・体験型観光の推進</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・工商、観光関連のイベント等を一元化しトータルにコーディネートできる人員の配置や組織体制の見直し、構築</li> </ul>					
★コーディネーターの育成	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・着地型、滞在型の旅行商品の造成、セールス活動の技術向上等につながる勉強会、研修等を実施</li> </ul>					
【再掲】★異業種交流会の開催	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・異業種(農林水産業、商工業など)交流会の開催(異業種間の情報共有、ノウハウや技術の連携による商品の開発の芽出し、サービスの向上や情報発信の強化)</li> </ul>					
★地域のキーマンの発掘、育成	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・各地域で体験型観光に意欲的なキーマンとなる人材を発掘し、地域ならではの魅力ある体験商品の企画や観光関連組織との連携・調整等を行う観光リーダーとして育成</li> <li>・アドバイザー派遣による地域の課題解決のための助言、指導等の支援</li> </ul>					
○インストラクター、ガイドの育成	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・多様化する観光ニーズに対応する体験メニューの開発や磨き上げ、また実施段階に必要な技術やノウハウの習得、接遇・コミュニケーション能力の向上のための研修等の実施</li> </ul>					
	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・遊びの達人の配置</li> </ul>					
★ボランティアの受け入れ	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・学生や退職者を対象にボランティアを募集し(登録制・個人・クラブ・団体等)、体験やイベント等を支援する仕組みづくり</li> </ul>					
★インターンシップの受け入れ	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・インターンシップ受入にかかる情報発信、研修等の支援</li> </ul>					

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続