

◆分野全体の目標

<p>観光総消費額 出発点(H30):1,104億円 ⇒ R元:1,096億円 ⇒ 現状(R2):648億円 ⇒ R3到達目標:1,096億円以上 ⇒ 4年後(R5)の目標:1,288億円以上</p> <p>県外観光客入込数 出発点(H30): 441万人 ⇒ R元: 438万人 ⇒ 現状(R2):266万人 ⇒ R3到達目標:435万人以上 ⇒ 4年後(R5)の目標:460万人以上</p>	<p><戦略の柱></p> <p>柱1 戦略的な観光地域づくり 柱2 効果的なセールス&プロモーション 柱3 おもてなしの推進 柱4 国際観光の推進 柱5 事業体の強化と観光人材の育成・確保</p>
---	---

◆目標の達成に向けた進捗状況等

戦略の柱	【P (Plan)】				【D (Do)】	【C (Check)】		【A (Action)】		
	戦略目標等	出発点	R3年度到達目標	4年後(R5)目標値	当初計画	これまでの取り組み状況	到達目標のモニタリング方法	現時点の進捗状況		見直しの方向性
								R3年度到達目標に対する現状	現状分析	
1	○滞在型の観光地域づくりの推進 ・全国から誘客できる観光拠点の整備数(累計)	8(H30)	16(H30~R3)	16以上(H30~R5)	観光拠点の整備【R2~R5】 ・R3年度中にオープンが予定されている観光拠点は、安田川アユおどる清流キャンプ場、星ふるヴィレッジ「TENGU」。 いずれの案件についても、実施設計や整備工事の進捗について、関係市町村との調整を密に行っていく。	次の2件がオープン済。 ・安田川アユおどる清流キャンプ場(R3.4) ・星ふるヴィレッジ「TENGU」(R3.7)	観光拠点として、R3年度は2件の整備が完了(安田川アユおどる清流キャンプ場、星ふるヴィレッジ「TENGU」)。	16	今年度の整備予定施設について、予定どおりオープンすることができた。	今後は運営における課題等についてヒアリング等を行っていく。 ※4年後(R5)目標値について、18に上方修正の予定。
1	○滞在型の観光地域づくりの推進 ・市町村をまたがる滞在型観光プラン(※)数(累計) <small>※広域観光組織が中心となり関係者の合意のもと作成する、観光消費拡大に向けた滞在時間の延長を図るための観光プラン。プランの作成には、ターゲットのニーズ等を生かしたコンテンツの作成や磨き上げ、それらをつなぐ仕組みづくりを含む。</small>	—	4(H30~R3)	16(H30~R5)	広域観光組織(DMO等)が主体となった市町村をまたがる滞在型観光プランづくり【R2~R5】 ・観光地域づくり塾により、広域観光組織が中心となった滞在型観光プラン整備計画作成及び計画に基づく取組を支援 ・市町村をまたがる面的なハード及びソフト整備に対する財政的支援	滞在型観光プラン整備計画作成及び計画に基づく取組に対する支援 ・R2に計画を作成した4広域観光組織(東部、物部、仁淀、幡多) ⇒各広域にコーディネーターを派遣し、計画に基づく取組の具体化に向けた関係者との協議等を支援(延べ15回) ・R3に新たに計画を作成する2広域観光組織(嶺北、奥四万十) ⇒各広域にコーディネーターを派遣し、計画作成の進め方やコンセプトに関する協議等を支援(延べ6回) ⇒2広域の合同検討会の実施(1回)	観光地域づくり塾の四半期ごとの事業報告において、滞在型観光プラン等の進捗状況について確認する。	—	各広域観光組織へコーディネーターを派遣し、計画作成に向けた協議や計画に基づく取組の実現に向けた協議が進んでいる。 例えば、仁淀川エリアでは、R2年度に策定した滞在型観光プラン整備計画に基づき、10月に初めて「仁淀ブルー体験博2021」(期間:10/22~11/30、33の体験プログラム)を開催し、エリア内での体験コンテンツを掘り起こすこととしている。この後、体験博で人気のあった体験コンテンツを組み込んだ内容で、滞在型観光プランとして仕上げていく予定。	専門家によるアドバイスや各広域観光組織の取組状況等を情報共有する。検討会を全広域観光組織を対象に合同で開催(9/24)し、今後の取組に生かす。
1 5	○滞在型の観光地域づくりの推進 ○観光産業を支える事業体の強化 ・広域観光組織の体制強化数(観光庁登録DMO)(累計)	1(H30)	4(H30~R3)	4(H30~R5)	広域観光組織の総合的な支援【R2~R5】 ・広域観光組織の体制及び機能強化 ・広域観光組織へのマーケティング及びマネジメント専任人材の配置 ・観光地域づくり塾等を通じて、広域エリアのマネジメント人材としての育成を図る。	マーケティング及びマネジメント専任人材の配置 ・3広域観光組織(東部、仁淀、幡多)への継続配置(R2~、各1名) ・仁淀ブルー観光協議会に配置した人材の退職(6/30)に伴う後任人材を募集中 ・物部川DMO協議会に新たに配置する人材の募集、候補者決定(12月配置予定)	年間を通じて随時行う、広域観光組織の事業進捗確認において、観光庁登録DMOに必要な機能等の状況について確認する。	3	・東部及び幡多に配置した人材は各組織のマーケティング等に従事し、観光庁事業の活用やインバウンド向けオンラインツアーの造成に取り組む等、組織の機能強化に貢献している。 ・応募者に対する事前説明を徹底し、物部川への配置予定の人材が決定した。	人材の定着のため、必要とする人材と応募者の希望業務のミスマッチングを防止するための事前説明の徹底を行ったうえで募集を実施。

戦略の柱	【P (Plan)】				【D (Do)】	【C (Check)】		【A (Action)】		
	戦略目標等	出発点	R3年度到達目標	4年後(R5)目標値	当初計画	これまでの取り組み状況	到達目標のモニタリング方法	現時点の進捗状況		見直しの方向性
								R3年度到達目標に対する現状	現状分析	
2	○効果的な広報・セールス活動の展開 ・県外観光客入込数(年間)	441万人(H30)	435万人以上(R3)	460万人以上(R5)	1 観光キャンペーン「リョーマの休日」の展開 ・写真家浅田政志氏トークイベント開催・YouTube配信(8月)、写真展開催(8月、東京・岡山・高知) ・映画「竜とそばかすの姫」の東京山手線、大阪環状線車両への広告(7月、8月) ・特設WEBサイトやSNSを活用した情報発信(ニスタライブ、NIN_NIN観光) ・全国メディア等を活用した広報 ※テレビ「世界ふしぎ発見!」など ・旅行会社への観光説明会(4月)、観光情報交換会(4回)、個別セールス(のべ84件) 2 観光需要の回復を図る誘客施策の展開 ・高知観光リカバリーキャンペーンや宿泊割引などの展開	交通機関等からの情報提供を基に、県で推計。(年1回)	コロナ前(R元)とR3の1~7月までの、県内観光施設の来場者数を比較すると、約38%減少している。	・県民向けの「トク割キャンペーン」の効果もあり、県内主要観光施設の来場者数は昨年より持ち直すなど、いわゆるマイクロツーリズムによる流動は見られる。 ・一方、新型コロナウイルスの全国的な第4波、第5波の影響で、県外観光客の入込は、引き続き非常に厳しい状況にある。	・10月以降、感染状況が落ち着いている地域を対象に「高知観光トク割キャンペーン」、「高知観光リカバリーキャンペーン」の対象エリアの拡大を行い、旅行需要回復に速やかに対応する。 ・アフターコロナを見据え、新たな誘客戦略の見直しを行う。 ・今後、戦略の見直しを行いR4の県外観光客入込数を450万人以上を目標とする(別紙参照)	
2	○スポーツツーリズムの推進 ・県外からのスポーツによる入込客数(年間)	9.0万人(H30)	13万人	14.5万人	1 プロスポーツ及び大学、社会人等のアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致 (1) プロスポーツ ①プロ野球:高知県フェアの開催(千葉ロッテ、西武ライオンズ)、(8月) ②Jリーグ:ミニキャンプ実施(アルビレックス新潟)(4月)、高知県フェア開催(横浜Fマリノス、アルビレックス新潟)(5月、6月) ③プロゴルフ:カシオワールドオープンゴルフ関係者協議(4月、8月) ④ラグビー(関西圏を中心とした誘致活動) ・キャンプ誘致について協議(パナソニックワイルドナイツ、NTTコミュニケーションズ、近鉄ライナーズ)(4月、7月) ・ラグビートップリーグ開催(4月春野) ※NTTコミュニケーションズVS宗像サニックス (2) アマチュアスポーツ ・県レスリング協会等、県内7団体と新たな合宿誘致に向けた協議(合宿助成金の説明及び周知)(4月~6月) ・大阪事務所による県外の大学等への合宿誘致活動(大阪観光大学、大阪経済大学、大阪大学)(8月~9月) ・大阪事務所による県外の旅行会社への合宿誘致活動16社(ニチレク、スカイツアーズ等)(5月~8月) 2 自然環境を生かした大会やイベントの立上げ、継続開催及び拡充 ・サイクリング等のイベントなどに精通した地域の関係者との意見交換会を開催(5/27)	四半期毎に高知県観光コンベンション協会や、大会主催者等にヒアリングを行うことにより、県外入込客数の達成状況の確認を行う。	<大学・社会人等のアマチュアスポーツ合宿・大会誘致> R3(1月~7月) 2,837人 ※R2同月比:38%減 ※R元同月比:76%減 R2(1月~7月) 4,556人 R元(1月~7月) 11,732人	1 プロスポーツ及び大学、社会人等のアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致 前年同期比、62%に低迷 [見えてきた課題] ①新型コロナウイルスの影響により ・試合中止や無観客開催により県外入込客数が減少 ・県内での合宿が減少 ・県内で開催されるスポーツイベントが中止 ②新たな合宿の誘致については、主な県立スポーツ施設や高知市周辺のスポーツ施設だけでは受入キャパが不足。 2 自然環境を生かした大会やイベントの立上げ、継続開催及び拡充 ①補助制度の見直し等による新たな種目での大会イベントの開催を促進。 ②地域の特色を生かしたスポーツツーリズムの拡充に向けて、地域資源の見える化と新たな資源の掘り起こしの具体案を早期にまとめる。	1 大学、社会人等のアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致 ①既存の合宿の継続に向けてR3年度までに合宿を行った団体へのPR活動の実施。 ②-1新たな種目の掘り起こしによる新規合宿の誘致。 ②-2県内スポーツ施設の有効活用が行えるよう、市町村へ受入可能種目などを照会し、受入の拡大を目指す。 2 自然環境を生かした大会やイベントの立上げ、継続開催及び拡充 ①補助制度の見直し等による新たな種目での大会イベントの開催を促進。 ②地域の特色を生かしたスポーツツーリズムの拡充に向けて、地域資源の見える化と新たな資源の掘り起こしの具体案を早期にまとめる。	

戦略の柱	【P (Plan)】				【D (Do)】	【C (Check)】		【A (Action)】		
	戦略目標等	出発点	R3年度到達目標	4年後(R5)目標値	当初計画	これまでの取り組み状況	到達目標のモニタリング方法	現時点の進捗状況		見直しの方向性
								R3年度到達目標に対する現状	現状分析	
3	○おもてなしの推進 ・観光客満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年間)観光施設	79% (H30)	84%	84%	1 調査の分析・フィードバック ・満足度調査を継続し、内容の分析を行う。 ・観光施設等関係団体へのフィードバックを行い、更なるおもてなしの向上につなげる。 2 支援事業による受入環境の整備【R3】 ・「外国人観光客等受入環境整備事業」により、支援を行う。	1 調査の分析・フィードバック ・R3年度春期調査を実施(R3.3~6) 2 支援事業による受入環境の整備「外国人観光客等受入環境整備事業」 ・交付決定件数:3件(R3.8.30時点)	「観光客満足度調査」により、4半期ごとにモニタリングを実施し、達成状況の確認を行う。	87%(R3.3~6)	・前年同時期(83%)と比べ4ポイント増加。 ・傾向としては、「龍馬パスポートのしくみ」や「感染症対策」、「コロナ禍における温かいおもてなし」などに高い評価をいただいた一方で、「和式トイレしかない」「標識や看板が少なくわかりづらい」などハード面での指摘があった。	・観光客満足度調査のフィードバック ・設置主体への働きかけを行うとともに、引き続き、「観光客受入研修等委託事業」や「外国人観光客等受入環境整備事業」により、ハード、ソフト両面での支援を行っていく。
3	○おもてなしの推進 ・観光客満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年間)宿泊施設	79% (H30)	84%	84%	1 調査の分析・フィードバック ・満足度調査を継続し、内容の分析を行う。 ・旅館・ホテル等関係団体へのフィードバックを行い、更なるおもてなしの向上につなげる。 2 観光施設等緊急整備事業費補助金による支援【R2~R3】 ・「おもてなし旅館ホテル等環境整備緊急支援事業」により、支援を行う。	1 調査の分析・フィードバック ・R3年度春期調査を実施(R3.3~6) 2 観光施設等緊急整備事業費補助金による支援 「おもてなし旅館ホテル等環境整備緊急支援事業」 ・交付決定件数:50件(受付終了済) 3 宿泊施設感染拡大防止対策等支援事業費補助金(R3.6月補正予算)の創設 ・R3.7.26から募集開始 ・交付決定件数:2件(R3.8.30時点) ※申請書到着件数は35件	「観光客満足度調査」により、4半期ごとにモニタリングを実施し、達成状況の確認を行う。	79%(R3.3~6)	・前年同時期(77.5%)と比べ1.5ポイント増加。 ・傾向としては、「食」や「おもてなし」、「感染症対策がしっかりしていて安心」などに高い評価をいただいた一方で、「消毒液だけ」「不衛生」などの指摘もあり、コロナ禍における旅行者の関心をふまえた一層の対応が必要。	・観光客満足度調査のフィードバック ・宿泊施設感染拡大防止対策等支援事業費補助金(R3.6月補正予算)の活用周知
4	○国際観光の推進 ・観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者(年間)	7.9万人泊 (H30:確定値)	2.5万人泊	10万人泊	1 重点市場等の方々に向けてのデジタルプロモーションの展開 ・ランディングページの制作及び公開(8/17~) ・R2年度に制作した動画の広告及びアドネットワーク広告を配信(8/17~) ・訪日関心層へダイレクトに届ける「Outdoors」、「Food」などの動画を制作し、配信(10月配信予定) 2 市場別誘客戦略策定(9月完成予定) ・重点8市場の市場特性を分析し、長期的な視点による戦略を策定	1 重点市場等の方々に向けてのデジタルプロモーションの展開 ・ランディングページの制作及び公開(8/17~) ・R2年度に制作した動画の広告及びアドネットワーク広告を配信(8/17~) ・訪日関心層へダイレクトに届ける「Outdoors」、「Food」などの動画を制作し、配信(10月配信予定) 2 市場別誘客戦略策定(9月完成予定) ・重点8市場の市場特性を分析し、長期的な視点による戦略を策定	観光庁が毎月発表する「宿泊旅行統計調査」により、延べ宿泊者数の達成状況の確認を行う。	1,710人泊 (R3.1~5月速報値) (前年同期:13,030人泊)	前年同期比:13.1%に低迷 [要因・課題] 新型コロナウイルス感染症による渡航制限	・デジタルプロモーションとしての動画を重点市場等の方々に向けてプッシュ型で配信 ・動画の閲覧結果をもとにバナー広告を配信し、ランディングページへ誘導 ・市場別誘客戦略に基づき、「ターゲット層」への「主な訴求テーマ」の定着化を図る ・重点市場等の方々への嗜好及び旅行者の往來の再開状況に応じた団体・個人向けの観光商品の開発