

◆分野全体の目標

<p>観光総消費額 出発点(H30):1,104億円 ⇒ 現状(R3):699億円 ⇒ R4到達目標:1,130億円以上 ⇒ 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 ⇒ 現状(R3):267万人 ⇒ R4到達目標:450万人以上 ⇒ 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 事業者の強化と観光人材の育成・確保</p>

※進捗状況の基準について

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの

◆目標の達成に向けた進捗状況等

No	戦略の柱	戦略目標等	【P (Plan)】			R4年度計画	【D (Do)】	【C (Check)】			【A (Action)】
			出発点	R4年度到達目標	4年後(R5)目標値			R4年度現状	達成度(※)	現時点の進捗状況 現状分析	
1	1	<p>○潜在型の観光地域づくりの推進</p> <p>・全国から誘客できる観光拠点の整備数（累計） ・全国から誘客できる観光拠点入込数（年間）</p> <p>【モニタリング方法】 観光拠点の整備として、R4年度は2件の整備が予定されている（LOGOS PARK SEASIDE高知・須崎、桂浜公園（リニューアル））。オープンに向けた進捗やその後の運営についてヒアリングを行い確認していく。 観光拠点入込数について、市町村・地域本部・広域観光協議会等と連携して半期毎に達成状況の確認を行う。</p>	8 (H30)	18 (H30～R4)	18以上 (H30～R5)	<p>新たに2施設がオープン（予定）</p> <ul style="list-style-type: none"> LOGOS PARK SEASIDE高知・須崎(R4.4.23オープン) 桂浜公園(R4.10プレオープン予定、R5.3ランドオープン予定) 	<p>次の1件がオープン済。</p> <ul style="list-style-type: none"> LOGOS PARK SEASIDE高知・須崎(R4.4.23オープン) ※桂浜公園(R4.10.22プレオープン) 	17 (H30～R4)	A	<p>整備予定施設については、予定どおり工事が進捗しており、今年度中に目標整備数18に到達する見込み。</p>	<p>引き続き、整備状況等を把握しながら、適宜サポートを行う。</p>
1	1	<p>○潜在型の観光地域づくりの推進</p> <p>○観光産業を支える事業者の強化</p> <p>・広域観光組織の体制強化数（観光庁登録DMO）（累計）</p> <p>【モニタリング方法】 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。</p>	89万人 (R元)	190万人以上 (R5)	190万人以上 (年間)	<p>・核となる施設を中心にプロモーションを実施</p>	<p>LOGOS PARK SEASIDE高知・須崎オープンに伴うプロモーションの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> 高知観光オフィシャル(SNS)への投稿 全国、近畿圏、中国四国地方でのテレビ放映（瀬戸内放送(5/31、8/6)、テレビ新広島(8/20、8/27、9/3、9/10、9/17)） 雑誌への掲載（「BE-PAL」(7/8)、「VERY」(7/7)） 食を前面に出したプロモーションやセールス活動の展開 感染状況を見極めながら「高知観光リカバリーキャンペーン」(R4.3/25再開～)、「高知観光トク割キャンペーン」(R4.3/25再開～)を展開 	381,278人 (R4年上半期(17施設))	D	<p>今年度の観光拠点入込数については、目標値(R5)に届いていない施設が多数ある。</p> <p>一部の拠点施設での復調がみられるものの、全体的な回復には至っていない。（桂浜公園の入込数は計上していない。）</p>	<p>・NHK連続テレビ小説「らんまん」を活用したプロモーションの展開</p> <p>・施設の魅力を高めるためのアドバイザー等の派遣を検討</p>
2	5	<p>○潜在型の観光地域づくりの推進</p> <p>○観光産業を支える事業者の強化</p> <p>・広域観光組織の体制強化数（観光庁登録DMO）（累計）</p> <p>【モニタリング方法】 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。</p>	1 (H30)	4 (H30～R4)	4 (H30～R5)	<p>1 広域観光組織の総合的な支援【R2～R5】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 滞在型観光プランづくりを通じて、広域エリアの観光地域づくりを担う人材の育成を図る。 <p>2 デジタルデータを活用したマーケティング支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光客の移動経路や滞在時間等の分析 データを活用した観光地域づくりの取り組みの強化 	<p>1 広域観光組織の総合的な支援【R2～R5】</p> <p>以下の3広域にマーケティング及びマネジメント専任人材（県版地域おこし協力隊）を配置</p> <ul style="list-style-type: none"> 高知県東部観光協議会、幡多広域観光協議会、物部川DMO協議会 <p>滞在型観光プランづくりを通じて、観光地域づくりを担う人材を育成中</p> <p>2 デジタルデータを活用したマーケティング支援</p> <p>広域観光組織等と連携し、デジタルデータを活用した外貨を稼ぐ観光地域づくりの取組を実施中</p> <ul style="list-style-type: none"> 分析ツールを活用したワークショップの実施（7月～ 5回実施(年8回予定)） 実証事業の実施に向けた個別フォロー（8月～ 広域観光協議会+高知市） 4エリア（仁淀川、嶺北、物部川、高知市）での実証事業（誘客促進広告）の実施（10月～） 	5	S	<p>1 広域観光組織の総合的な支援</p> <p>R4.12現在、登録DMO数は5組織（R4年度、土佐れいほく観光協議会が追加）</p> <p>2 デジタルデータを活用したマーケティング支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 実証事業の数、類型を増やし、ノウハウを蓄積していくことが必要 デジタルデータを分析し、企画立案ができる人材の育成が必要 	<p>・デジタルデータ等を活用し、周遊促進、滞在時間延長等に向けた実証事業を繰り返し行うことにより、観光施策の実効性を高めるとともに、観光地域づくりを担う人材を育成</p>

◆分野全体の目標

観光総消費額
 出発点(H30):1,104億円 ⇒ 現状(R3):699億円 ⇒ R4到達目標:1,130億円以上 ⇒ 4年後(R5)の目標:1,288億円以上

県外観光客入込数
 出発点(H30):441万人 ⇒ 現状(R3):267万人 ⇒ R4到達目標:450万人以上 ⇒ 4年後(R5)の目標:460万人以上

<戦略の柱>

- 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

※進捗状況の基準について

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
—	達成度の判断が困難なもの

◆目標の達成に向けた進捗状況等

No	戦略の柱	戦略目標等	【P (Plan)】			【D (Do)】	【C (Check)】		【A (Action)】		
			出発点	R4年度到達目標	4年後(R5)目標値	R4年度計画	R4年度取り組み状況	R4年度現状	達成度(※)	現時点の進捗状況 現状分析	見直しの方向性
3	2	<p>○効果的な広報・セールス活動の展開</p> <p>・県外観光客入込数(年間)</p> <p>【モニタリング方法】 交通機関等からの情報提供を基に、県で推計。(年1回)</p>	441万人(H30)	450万人以上(年間)	460万人以上(年間)	<p>1 観光キャンペーン「リョーマの休日」の展開 ・食を前面に出したプロモーションやセールス活動の展開 ・季節ごとに誘客効果の高い観光素材を発信</p> <p>2 サステナブルツーリズムの推進 ・サステナブルを切り口にした観光プロモーションの実施</p> <p>3 観光需要の回復を図る誘客施策の展開 ・国の施策を活用した観光需要喚起策の展開</p> <p>4 NHK連続テレビ小説「らんまん」を生かした観光振興の推進</p>	<p>1 NHK連続テレビ小説「らんまん」を生かした観光振興の推進 ・連続テレビ小説を生かした博覧会推進協議会の開催(8/1、10/18) ※設立総会(5/26) ・モニターツアーの実施(7/20~22) ・神戸市長との相互PR等の連携に関する意見交換(8/5) ・練馬区長との相互PR等の連携に関する意見交換(8/26) ・牧野富太郎ゆかりの地巡りマップ作成(10/15) ・練馬まつりに高知県PRブース出展(10/16) ・練馬区役所で高知県PR実施(10/31) ・練馬区牧野記念庭園マルシェで高知県PR実施(11/12) ・県内イベントで博覧会PRブース出展(10/29~30、11/5~6)</p> <p>2 サステナブルツーリズムの推進 ・サステナブル観光素材のヒアリング調査ツアー(9/8~10、10/14~16、12/16~18)</p> <p>3 観光キャンペーン「リョーマの休日」の展開 ・食を前面に出したプロモーションやセールス活動の展開【再掲】 ○土佐井王国(7/25~9/30)、土佐井グランプリ(11/5、11/6) ○フードイベント「人熱々料理店」(8/1~7) ○ニコニコオンラインバスツアー(7/16、9/3) ○人熱々料理エピソードキャンペーン(8/24~12/31) ・季節ごとに誘客効果の高い観光素材を発信 ○春らんまんキャンペーン(4/1~6/5) ○こうちdeぐるり！夏熱々キャンペーン(7/1~9/30) ・高知城夜間イベント ○「Art+ 高知城 ひかりの花図鑑」(R4.12/2~R5.1/29)</p> <p>4 観光需要の回復を図る誘客施策の展開 ・感染状況を見極めながら「高知観光リカバリーキャンペーン」(R4.3/25再開~)、「高知観光トク割キャンペーン」(R4.3/25再開~)を展開【再掲】</p>	300万人(推計) R4.1~10月	C	<p>・県内の主要観光施設の利用者数は、新型コロナウイルスの影響を受けたものの全体として回復基調にあり、特に10月以降は、全国旅行支援をはじめとする需要喚起策の効果もあり、コロナ前である令和元年の水準まで戻ってきている。</p> <p>・県外観光客入込数の目標達成は厳しい状況となっているが、令和元年の8割を超えるものと見込んでいる。</p> <p>1 旅館・ホテルにおける令和4年1~11月の宿泊者数 令和元年同期比 ▲6.8%</p> <p>2 主要65観光施設における令和4年1~11月の利用者数 令和元年同期比 ▲15.8% ※「龍馬伝」幕末志士社中については、R4.9.1~R5.3.24まで、休館となっているため休館中は対象外</p>	<p>1 NHK連続テレビ小説「らんまん」を生かした観光振興の推進 ・令和5年3月25日から観光博覧会「牧野博士の休日～らんまんの舞台・高知～」を開催 ○博覧会開催に向けて様々な機会を捉え県民の盛り上げを図る。 ○県外ゆかりの自治体などとの連携を深め「牧野博士のふるさと・高知」の認知度を高める。 ・博覧会開催を生かし、全国からの誘客を図る。</p> <p>2 サステナブルツーリズムの推進 ・令和4年度に実施した調査ツアーの成果を基にサステナブルツーリズム推進の指針についての検討を実施</p>

◆分野全体の目標

<p>観光総消費額 出発点(H30):1,104億円 ⇒ 現状(R3):699億円 ⇒ R4到達目標:1,130億円以上 ⇒ 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 ⇒ 現状(R3):267万人 ⇒ R4到達目標:450万人以上 ⇒ 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 事業者の強化と観光人材の育成・確保</p>

※進捗状況の基準について

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
—	達成度の判断が困難なもの

◆目標の達成に向けた進捗状況等

No	戦略の柱	戦略目標等	【P (Plan)】			【D (Do)】	【C (Check)】			【A (Action)】
			出発点	R4年度到達目標	4年後(R5)目標値	R4年度計画	R4年度の取り組み状況	現時点の進捗状況		見直しの方向性
								R4年度現状	達成度(※)	
4	2	<p>○スポーツツーリズムの推進</p> <p>・県外からのスポーツによる入込客数(年間)</p> <p>【モニタリング方法】 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。</p>	9.0万人(H30)	14万人(年間)	14.5万人(年間)	<p>1 プロスポーツ及び社会人・大学等のアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致</p> <p>(1)プロスポーツ 〈プロ野球〉 ・西武ライオンズ高知県フェア(4/22) ・阪神タイガース高知県・安芸市フェア(7/1) ・千葉ロッテマリーンズ高知県フェア(7/30) ・オリックスバファローズ高知県・高知市フェア(8/26) ・阪神タイガース・高知県・安芸市連携協定、高知県・安芸市冠協賛試合・フェア(9/13) ・阪神タイガース秋季キャンプ(11/2~21) ・オリックスバファローズ秋季キャンプ(11/4~18) 〈Jリーグ〉 ・高知県フェア(アルビレックス新潟)(9/18) 〈プロゴルフ〉 ・カシオワールドオープンゴルフ開催(11/24~27) 〈ラグビー〉 ・トンガサムライXV高知合宿(6/5~9) ・日本選抜vsトンガ選抜チャリティマッチへの協力(トンガチームユニフォームに高知家 ロゴを掲出。スポーツ専門TV放映、CNNニュース掲載等)(6/11) 〈自転車〉 ・JCL(ジャパンサイクルリーグ)高知大会実行委員会設立(5/17) ・JCL高知大会開催(9/25) ・JCL各チームへの合宿誘致活動 ・Setouchi Velo協議会設立(本県を含む8県・国・経済団体・民間で組織)(10/29)</p> <p>(2)アマチュアスポーツ ①ターゲットを絞った誘致の更なる強化 ・日本代表チームやトップチームの誘致強化 ・県内キーパーソンのネットワークによるターゲット誘致の強化 ・自然環境を生かしたスポーツや若者に注目されている競技の誘致 ・関西圏のチームや学校への誘致強化 ②市町村や民間団体等と連携したスポーツ合宿の受入 ③大会の誘致</p> <p>2 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進</p> <p>(1)本県の特徴ある自然環境を生かしたスポーツツーリズムの更なる活性化 ・県内各地域のスポーツツーリズムに関する情報を集約しWEBサイトで発信、SNSを併用したプロモーションの展開 ・地域の特色を生かしたスポーツツーリズムの拡充 ・市町村等が新たに開催する自然環境を生かしたスポーツ大会への開催支援 ・プロサイクリングの公式戦を開催</p> <p>(2)サイクリング観光の取組強化 ・高知県推奨サイクリングコースのプロモーション展開 ・県内サイクリングコースの環境整備の促進</p> <p>3 高知龍馬マラソン2023大会の開催 ・安心・安全な大会運営や魅力的な大会づくりによる1万人規模の大会継続</p>	<p>1 プロスポーツ及び社会人・大学等のアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致</p> <p>(1)プロスポーツ 〈プロ野球〉 ・西武ライオンズ高知県フェア(4/22) ・阪神タイガース高知県・安芸市フェア(7/1) ・千葉ロッテマリーンズ高知県フェア(7/30) ・オリックスバファローズ高知県・高知市フェア(8/26) ・阪神タイガース・高知県・安芸市連携協定、高知県・安芸市冠協賛試合・フェア(9/13) ・阪神タイガース秋季キャンプ(11/2~21) ・オリックスバファローズ秋季キャンプ(11/4~18) 〈Jリーグ〉 ・高知県フェア(アルビレックス新潟)(9/18) 〈プロゴルフ〉 ・カシオワールドオープンゴルフ開催(11/24~27) 〈ラグビー〉 ・トンガサムライXV高知合宿(6/5~9) ・日本選抜vsトンガ選抜チャリティマッチへの協力(トンガチームユニフォームに高知家 ロゴを掲出。スポーツ専門TV放映、CNNニュース掲載等)(6/11) 〈自転車〉 ・JCL(ジャパンサイクルリーグ)高知大会実行委員会設立(5/17) ・JCL高知大会開催(9/25) ・JCL各チームへの合宿誘致活動 ・Setouchi Velo協議会設立(本県を含む8県・国・経済団体・民間で組織)(10/29)</p> <p>(2)アマチュアスポーツ ①ターゲットを絞った誘致の更なる強化 ・関西圏の大学(就職支援協定大学)への合宿支援事業(助成金)チラシの送付 ・大阪体育大学(R4.3協定締結)との合宿誘致やスポーツ振興に関する協議 ・青山学院大学陸上競技部の合宿、龍馬マラソン出走誘致訪問(6/28) ・花園近鉄ライナーズ、パナソニックパンサーズ、ガンバ大阪の合宿誘致訪問(11/17~18) ②市町村や民間団体等と連携したスポーツ合宿の受入 ・土佐清水市、宿毛市、四万十市、黒潮町、室戸市、安芸市、芸西村、中芸広域連合との合宿誘致等に関する協議(7月) ③大会の誘致 ・男子U23ソフトボール/男子ソフトボールアジアカップ2022開催(9/1-6) ・水泳の日2022・高知開催(9/25)</p> <p>2 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進</p> <p>(1)本県の特徴ある自然環境を生かしたスポーツツーリズムの更なる活性化 ・高知仁淀ブルーライド(5/29)、四国西南・無限大ライド(6/25-26)開催支援(助成金交付) ・県内各地のスポーツツーリズムの情報を一元的に発信するWEBサイト「スポ高知」運用開始(12/26)</p> <p>(2)サイクリング観光の取組強化 ・シマノ鈴鹿ロードレースへの高知県ブース出展(8/20-21) ・四国一周サイクリング1000kmプロジェクトチャレンジャー募集web広告(サイクリングアイランド四国推進協議会事業) ・JCL高知大会開催(9/25)(再掲)</p> <p>3 高知龍馬マラソン2023大会の開催 〈開催日〉R5.2.19 〈参加者総数〉8,007人(フルマラソン)229人(ファンラン) ・実行委員会第1回総会開催(7/1) ・ランナー募集(9/16~10/16) ・ランナー2次募集(10/20~11/21) ・青山学院大学陸上競技部ランニングセミナー(2/18)一般枠100名/高知陸協中高生(募集中)</p>	<p>＜県外からの入込客数:R4(暦年)14万人＞</p> <p>R4(1~11月)49,928人(暫定数)</p> <p>＜参考＞ R3(1~11月)8,230人 R1(1~11月)95,026人</p> <p>＜比較＞ R3/4対比594%増 R1/4対比49%減</p>	<p>1 プロスポーツ及び社会人・大学等のアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致</p> <p>(1)プロスポーツ 〈分析〉 ・観戦者(県外客)入込客数 R4.1-11:32,005人 R3.1-11:2,488人 R1.1-11:74,238人 ・新型コロナウイルス感染症の影響により、Jリーグは4チーム全てが無観客対応、ゴルフ大会は入場者制限規制を実施</p> <p>＜課題＞ ・選手の感染防止対策を優先すべきであることから、チーム側の意向を尊重しつつ、誘客拡大に向けたチームとの協議、周知活動が必要</p> <p>(2)アマチュアスポーツ 〈分析〉 ・アマチュア合宿助成金の申請件数(人) R4.1-11:2,773人 R3.1-11:2,586人 R1.1-11:3,567人 ・合宿需要は回復してきているものの、コロナ以前の状態には戻っていない。合宿を再開していないチームや、県域を跨ぐ合宿を敬遠する動き等があるものと推測</p> <p>＜課題＞ ・合宿実績の高い関西圏のチームをターゲットとした誘致活動の強化が必要 ・高知市、黒潮町への合宿が集中している</p> <p>2 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進</p> <p>(1)本県の特徴ある自然環境を生かしたスポーツツーリズムの更なる活性化 〈分析〉 ・自然環境を生かしたスポーツツーリズムの取組が一部の競技(サイクリング等)に限定されている。</p> <p>＜課題＞ ・県内に点在する地域の特色あるスポーツイベントやアクティビティを集約出来ていない。</p> <p>(2)サイクリング観光の取組強化 〈分析〉 ・四国一周サイクリング1000kmプロジェクトチャレンジャーエントリー数 H30-R4.11末累計:4,137名 ・Webサイトは12月末にプレ運用開始予定 ・3年ぶりに県内のライドイベントが開催されるとともに四国初となるJCL公式戦を開催</p> <p>＜課題＞ ・サイクルツーリズムの継続的なPRが必要 ・市町村と連携し、地域の自然環境を生かしたスポーツツーリズム資源の磨き上げが必要</p> <p>3 高知龍馬マラソン2023大会の開催 〈分析〉 ・申込:8,007名 ・コロナの影響によるマラソン人口の減少や同日に同規模大会4件(沖縄マラソン等)が重なっており、ランナーの確保に難航</p> <p>＜課題＞ ・次回大会におけるランナー募集に関する広報活動の強化が必要</p>	<p>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</p> <p>(1)プロスポーツ ・チーム関係者や対応策等について、引き続き協議を行う ・阪神タイガースとの連携協定に基づく秋季キャンプ観戦者向けファンサービス等の強化</p> <p>(2)アマチュアスポーツ ・合宿リピーターの誘致として、過去2~3年以内に合宿助成金を利用した団体への案内送付 ・関西の旅行会社へのセールス(旅行会社向け助成制度の紹介) ・案内を送付した就職支援協定大学への大阪事務所と連携したフォローアップ(問合せがあった大学) ・県内競技団体を通じた誘致活動(助成金の周知) ・市町村の合宿受入の取組状況についてヒアリング及びアンケートによる情報収集を行い、関西圏へのPRやWEBサイトを活用した情報発信・プロモーションにつなげる。</p> <p>2 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進</p> <p>(1)本県の特徴ある自然環境を生かしたスポーツツーリズムの更なる活性化 ・Webサイト「スポ高知」を活用したWEBプロモーションの効果的な運用</p> <p>(2)サイクリング観光の取組強化 ・自転車メーカーや競技団体からの情報収集を精力的に行い、政策立案に繋げていく ・市町村と連携したサイクルツーリズムの推進</p> <p>3 高知龍馬マラソン2023大会の開催 ・コロナ対策は、日本陸連のガイダンスや他大会の状況、国・県の動きを注視し、検討を継続 ・ランナー募集は、例年の広報(専門誌掲載、都内や高知市内のビル壁面広告等)に加えて次の内容を新規に実施 →新聞一面広告/TV・ラジオCM/テレビ局HP、SNSでの告知/Web広告/フリーペーパーでの告知等</p>

◆分野全体の目標

<p>観光総消費額 出発点(H30):1,104億円 ⇒ 現状(R3):699億円 ⇒ R4到達目標:1,130億円以上 ⇒ 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 ⇒ 現状(R3):267万人 ⇒ R4到達目標:450万人以上 ⇒ 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 事業者の強化と観光人材の育成・確保</p>

※進捗状況の基準について

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの

◆目標の達成に向けた進捗状況等

No	戦略の柱	戦略目標等	【P (Plan)】			【D (Do)】	【C (Check)】		【A (Action)】		
			出発点	R4年度到達目標	4年後(R5)目標値	R4年度計画	R4年度の取り組み状況	R4年度現状	達成度(※)	現時点の進捗状況 現状分析	見直しの方向性
5	3	<p>〇おもてなしの推進【観光施設】</p> <p>・観光客満足度調査における「大変良い」「良い」割合の増加(年間)観光施設</p> <p>【モニタリング方法】 「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。</p>	79% (H30)	84% (年間)	85% (年間)	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>1 調査の分析・フィードバック ・R4年度春期、夏期調査を実施(R4.3月～6月、7月～9月)</p> <p>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:8件(12月末時点)</p>	84.3% (R4.3月～9月)	A	<p>1 調査の分析・フィードバック ・前年同時期(84.3%)から変化なし。平均点は前年同時期と比べ0.03ポイント増加。 (R3夏:4.18→R4夏:4.21) ・傾向としては「楽しい展示や体験プログラム」「美しい景観・景色」「ガイドやスタッフの親切な対応」などに高い評価をいただいた一方で、駐車料金などの高さや施設の混雑、アクセス道が不便などについての指摘があった。</p>	<p>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。 ・引き続き、観光関連団体等へ現状や課題、良い事例などの情報共有を行い、更なるおもてなしの向上につなげる。</p>
6	3	<p>〇おもてなしの推進【宿泊施設】</p> <p>・観光客満足度調査における「大変良い」「良い」割合の増加(年間)宿泊施設</p> <p>【モニタリング方法】 「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。</p>	79% (H30)	84% (年間)	85% (年間)	<p>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現状や課題、良い事例などの情報共有を行い、更なるおもてなしの向上につなげる。</p> <p>2 宿泊施設魅力向上支援事業による支援 ・アドバイザー派遣等により、地域ならではの食やおもてなしといった宿泊施設の高付加価値化を支援</p>	<p>1 調査の分析・フィードバック ・R4年度春期、夏期調査を実施(R4.3月～6月、7月～9月)</p> <p>2 宿泊施設魅力向上支援事業による支援 ・オンラインセミナー・事業説明会の開催(9/7) ・アドバイザー派遣先の選定・計画作成(9月) ・アドバイザー派遣実施(10～12月):18施設 ・実践支援先選定・計画作成(12月):10施設</p>	78.8% (R4.3月～9月)	B	<p>1 調査の分析・フィードバック ・前年同時期(79.0%)と比べ0.2ポイント減少。平均点は前年同時期と比べ0.1ポイント減少。(R3夏:4.19→R4夏:4.09) ・傾向としては「スタッフの対応」「施設・客室の清潔さ」などに高い評価をいただいた一方で、施設のお老朽化や食事内容などについての指摘があった。 ・コロナ禍で宿泊施設の人手不足により、十分なサービスができないとの声も一部あった。</p> <p>2 宿泊施設魅力向上支援事業による支援 ・10施設において、コンセプト設定やコンテンツ創出等、実践支援の取り組みが始まった段階。</p>	<p>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。 ・引き続き、旅館・ホテル等関係団体へ現状や課題などのフィードバックを行うとともに良い事例などを共有し、更なるおもてなしの向上につなげる。</p> <p>2 宿泊施設魅力向上支援事業による支援 ・引き続き、セミナーの開催や事例の横展開による機運の醸成、意欲のある事業者へのアドバイザー派遣により、宿泊施設の主体的な取組を促進する。</p>
7	4	<p>〇国際観光の推進</p> <p>・観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者(年間)</p> <p>【モニタリング方法】 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。</p>	7.9万人泊 (H30:確定値)	1.6万人泊 (年間)	8万人泊 (年間)	<p>1 プロモーションの強化 ・デジタル技術を活用した本県の魅力をダイレクトに伝えるプロモーション及びマーケティングの推進 ・海外有力媒体(Webや雑誌等)の活用</p> <p>2 海外旅行会社へのセールス強化</p> <p>3 大阪・関西万博を見据えた施策の展開 ・大阪観光局、関西エアポートと連携した、関西・高知の周遊商品の造成及び発信 ・四国への周遊促進 ・本県ならではのコンテンツづくり</p>	<p>1 プロモーションの強化 ・「よさこい」、「遍路」をテーマとした動画制作(11/18～公開、11/28～広告配信) ・インフルエンサー/メディア招請 中国(6月・8月・10月・12月)、台湾(7月) 香港(8月)、韓国(6月・8月・12月) 米豪(7月)、タイ(6月・10月) ・メディアタイアップ 台湾:ラーチャーゴ(ウェブ掲載) 香港:U Magazine、Go Japan(誌面掲載) 米豪:Outdoor Japan、Japan Guide、Air Golf Japan(ウェブ/誌面掲載) シンガポール:Mothership、8days、The Travel Intern(ウェブ掲載) タイ:Tiew Yeepoon、Marumura(ウェブ掲載)</p> <p>2 海外旅行会社へのセールス強化 ・海外セールス拠点から海外旅行会社へのセールス(11/30時点) [中国]45社:159件 [台湾]65社:140件 [香港]32社:145件 [韓国]54社:143件</p> <p>3 大阪・関西万博を見据えた施策の展開 ・関西-高知ルートのプロモーション動画制作(11/10～公開、11月中旬～広告配信)</p>	5,520人泊 (R4.1～R4.10速報値) (R元年同期:75,850人泊(速報値))	D	<p>R元年同期比:7.3% 【要因・課題】 ・新型コロナウイルス感染症による渡航制限 ・現状、国際線が再開している主要空港(羽田、成田、関西、中部、福岡、新千歳、那覇)エリア周辺の宿泊者数が回復傾向。 ・地方空港においても徐々に国際線再開の動きが見られる中、R5に向けて海外旅行会社等へのセールスや誘客プロモーションの強化が見込まれる。</p>	<p>・早期のインバウンド回復に向けて、コロナ前に本県へ多く訪れていた重点国・地域を中心に、海外旅行会社等へのセールスや有力媒体等によるプロモーションを強化する。</p> <p>・大阪観光局との共同マーケティング調査や関西エアポートが保有するビッグデータをもとに、訪日外国人観光客の分析を行い、誘客策への活用を図る。</p>