

本県観光を取り巻く現状と課題：

① 交通機関別県外観光客入込数（推計値）

利用交通機関	令和4年入込数（人）		令和元年入込数（人）		令和元年比		
		構成率		構成率	増減数（人）	増減率	
鉄道	92,113	2.5%	132,967	3.0%	▲ 40,854	▲ 30.7%	
航空機	107,210	2.9%	138,836	3.2%	▲ 79,251	▲ 22.8%	
自動車	高速バス	61,929	1.7%	112,328	2.6%	▲ 71,481	▲ 44.9%
	乗用車	2,437,143	65.7%	2,813,317	64.1%	▲ 953,540	▲ 13.4%
	観光バス	829,605	22.4%	926,823	21.1%	▲ 404,386	▲ 10.5%
チャーター機	317	0.0%	1,121	0.0%	▲ 801	▲ 71.7%	
客船	2,597	0.1%	56,742	1.3%	▲ 55,273	▲ 95.4%	
その他	176,400	4.8%	206,214	4.7%	▲ 79,055	▲ 14.5%	
県外観光客入込数 計	3,707,314	100%	4,388,348	100%	▲ 1,716,224	▲ 15.5%	

【分析】

- ・全体の6割以上の方が乗用車を利用
- ・乗用車の次に利用が多いのは観光バス

【打ち手】

- ・乗用車を利用する個人旅行者へのプロモーションが引き続き必要
- ・一方で、観光バスを利用する団体旅行者も2割以上いるため、団体旅行商品造成に向けた取組も引き続き必要

② 県外観光客一人当たりの消費額（アンケート結果）

	R4	R3	R2	R元	H30	H29
県外観光客総数(人)	3,707,314	2,672,124	2,667,823	4,388,348	4,412,571	4,406,363
県外観光客一人当たり消費額(円)	↑ 26,076	26,202	24,294	25,206	25,233	25,829
<内訳>						
宿泊費	↑ 7,780	7,996	7,455	6,997	6,749	6,922
飲食費	6,176	6,465	5,960	6,210	6,202	6,003
交通費	↑ 7,478	7,134	6,245	7,047	6,861	7,266
土産	3,731	3,686	3,780	3,997	4,640	4,815
その他	911	921	854	955	781	823
県外観光客の総消費額(百万円)	96,634	69,993	64,801	109,671	110,436	112,610

出典：県外観光客入込・動態調査（観光政策課）

【分析】

- ・国による観光需要喚起策等の影響により、宿泊費がコロナ禍前に比べ上昇傾向（需要喚起策終了後の下落を懸念）
- ・原油高等の影響により、交通費について上昇傾向にある

【打ち手】

- ・今後一人当たりの消費額を抜本的に向上させていくためには、長期滞在型の観光を促進する必要がある

③ 日帰り客と宿泊客割合（アンケート結果）

年	旅行日数	日帰り	1泊2日	2泊3日	3泊4日	4泊5日	5泊6日以上	計
								平均滞在日数
R4		1,157千人	1,501千人	678千人	193千人	74千人	104千人	3,707千人
		31.2%	40.5%	18.3%	5.2%	2.0%	2.8%	2.1日
R3		874千人	1,090千人	468千人	128千人	56千人	56千人	2,672千人
		32.7%	40.8%	17.5%	4.8%	2.1%	2.1%	2.1日
R2		891千人	1,176千人	395千人	109千人	40千人	56千人	2,667千人
		33.4%	44.1%	14.8%	4.1%	1.5%	2.1%	2.0日
R元		1,545千人	1,711千人	702千人	211千人	83千人	136千人	4,388千人
		35.2%	39.0%	16.0%	4.8%	1.9%	3.1%	2.1日
H30		1,602千人	1,888千人	613千人	159千人	62千人	88千人	4,412千人
		36.3%	42.8%	13.9%	3.6%	1.4%	2.0%	2.0日

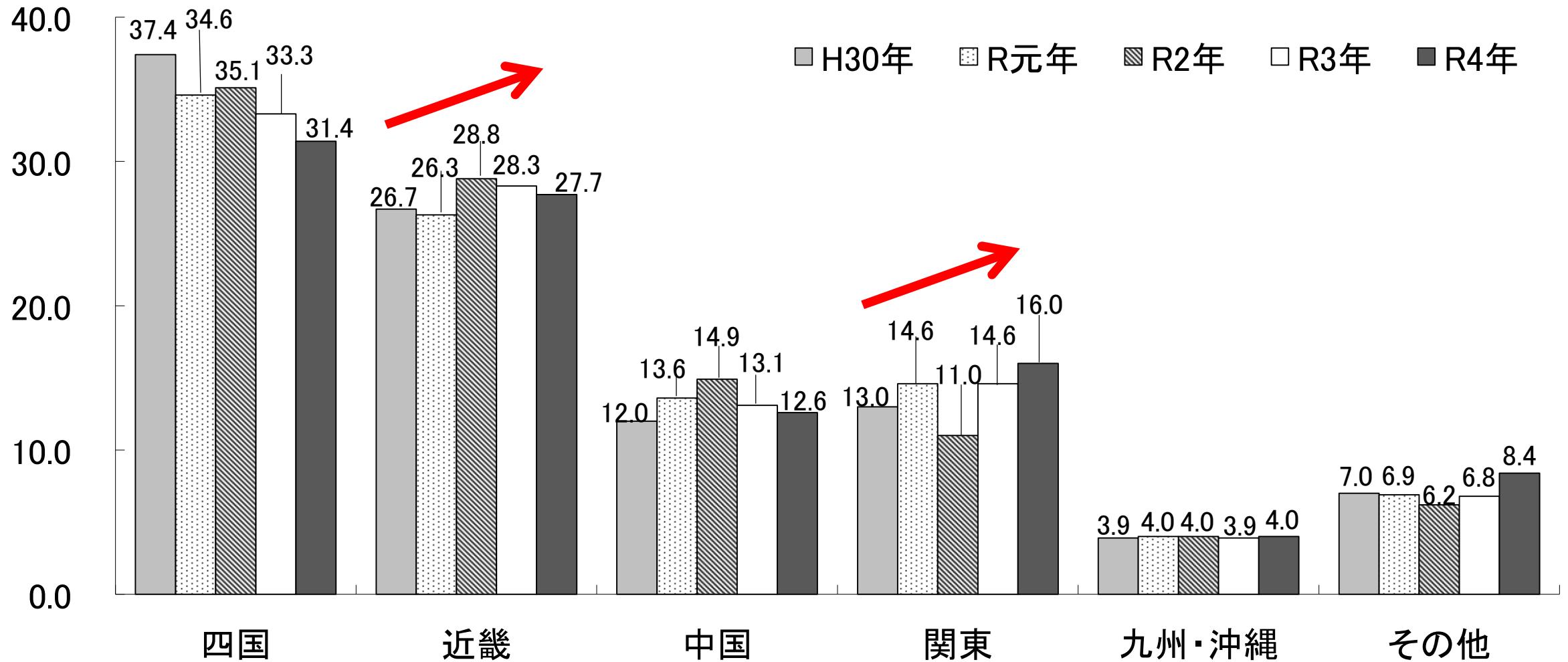
出典：観光客動態調査（観光政策課）

【分析】
 ・これまでの周遊促進に関する取組の効果もあり、滞在日数については、増加傾向にある

【打ち手】
 ・今後の人口減による国内マーケットの縮小を見据え、更なる周遊促進、長期滞在を促進する取組を進めていくことが必要

④ 発地別入込割合

高知県を訪れる観光客の地域（ブロック）別割合（%）（過去4年の推移）



出典：県外観光客入込・動態調査（観光政策課）

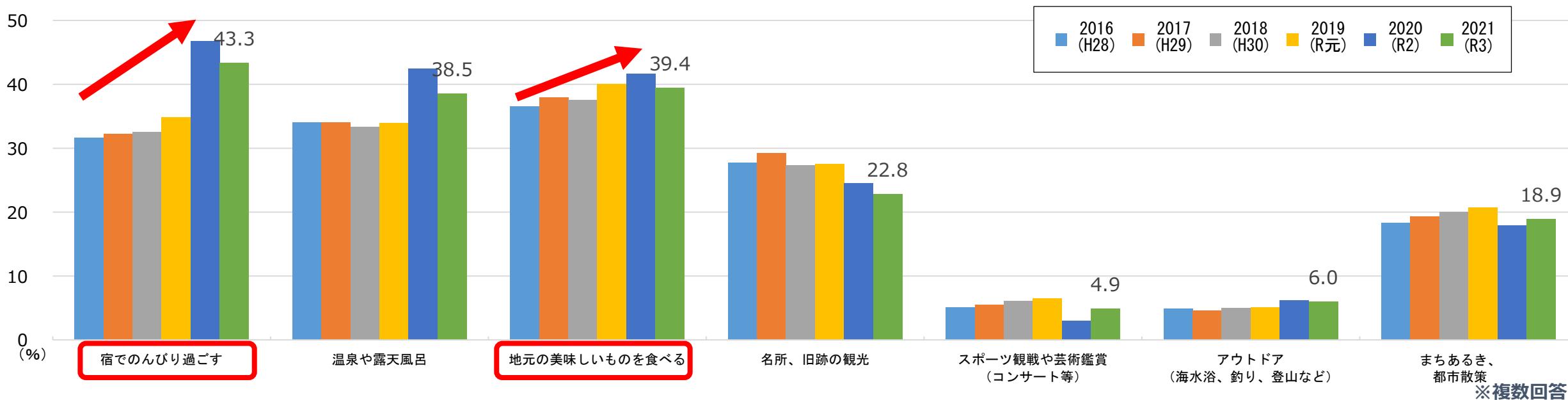
【分析】
 ・近畿圏、関東圏からの入込割合が増加傾向にある

【打ち手】
 ・2025年に大阪・関西万博も開催される近畿圏と、人口が多く滞在日数が長い傾向がある関東圏でのプロモーションを重点的に実施する

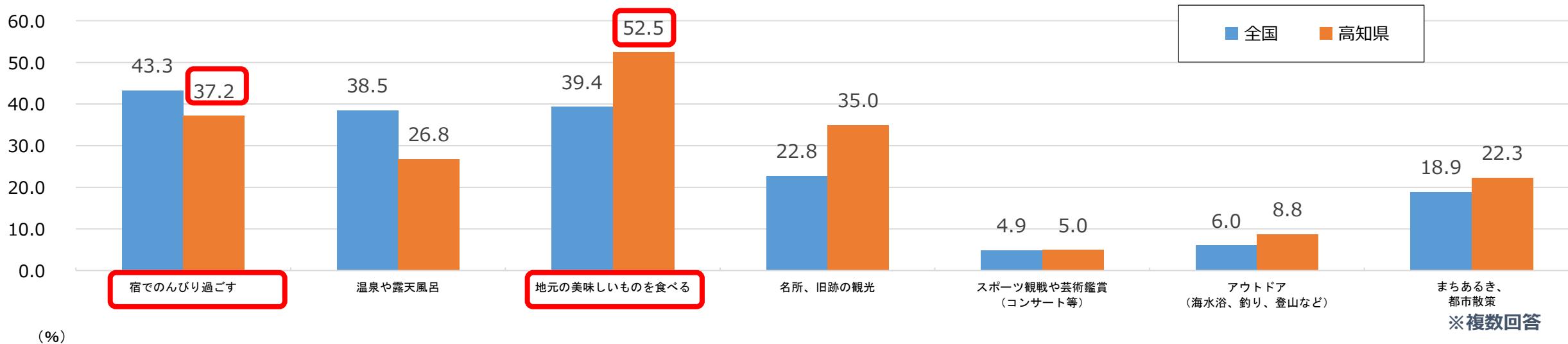
⑤ 宿泊旅行の目的

出典：じゃらん宿泊旅行調査（リクルート）

宿泊旅行の目的（過去5年の推移/全国）



高知県を訪れる宿泊旅行の目的（2021年）



【分析】

・全国的にコロナ禍により「宿でのんびり過ごす」ニーズが高まっている

・全国的に「地元の美味しいものを食べる」ニーズは底堅い

【打ち手】

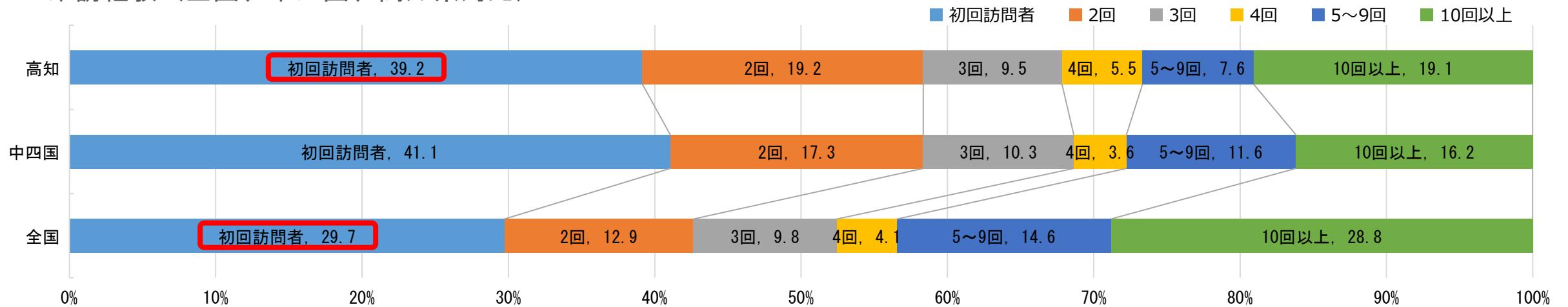
・「宿でのんびり過ごす」目的で高知県を訪問する観光客は全国に比べ少なく、宿泊施設の魅力向上が必要

・「地元の美味しいものを食べる」目的で高知県を訪問する観光客は全国に比べ多く、高知の食は競争力が高いと考えられるため、引き続き誘客戦略の柱のひとつに位置づける

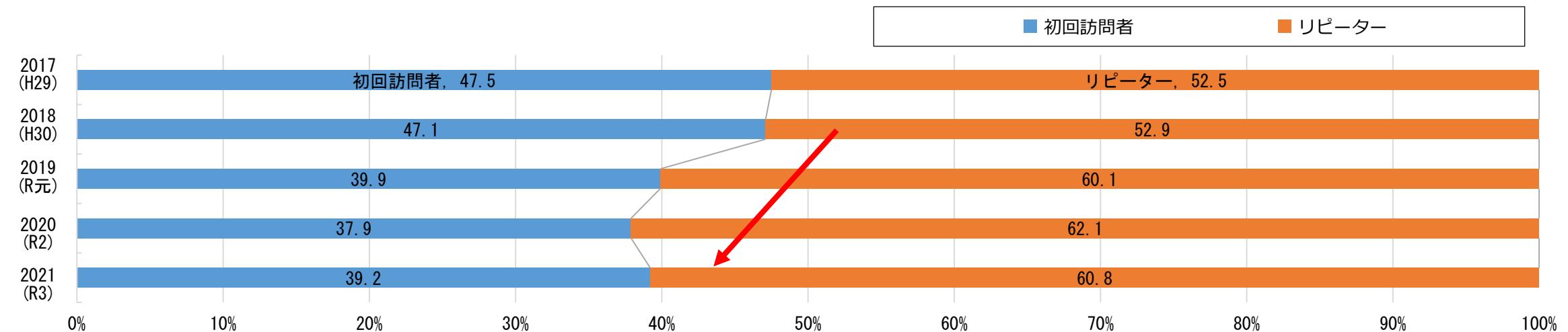
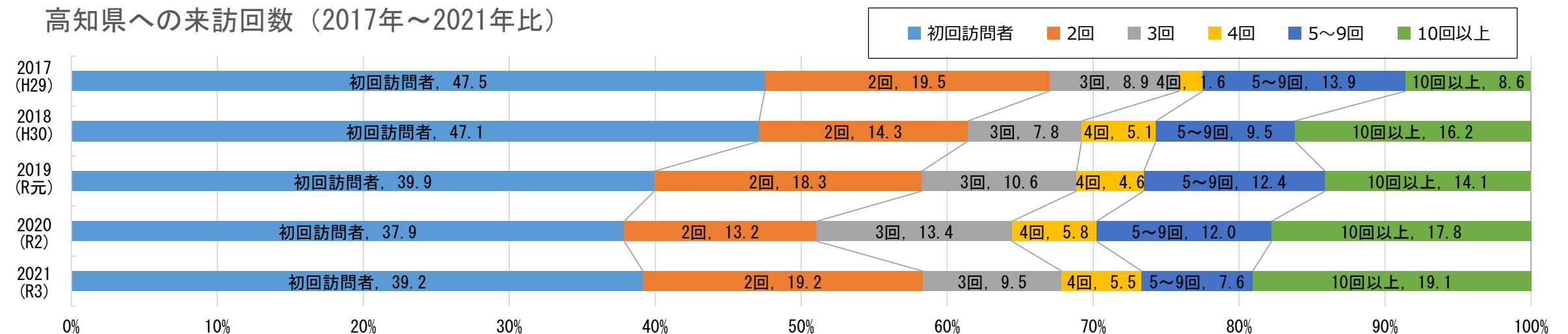
⑥ 来訪回数の変遷

来訪経験（全国、中四国、高知県対比）

出典：じゃらん宿泊旅行調査（リクルート）



高知県への来訪回数（2017年～2021年比）



【分析】

- ・全国と比較して、初回訪問者が多い（＝リピーター率が少ない）
- ・リピーターは増加傾向にある

【打ち手】

- ・引き続き観光客のリピーター化に向けた取組が必要（龍馬パスポートの充実、食の魅力の継続的な発信、旅行者と地元の人との接点づくり 等）

⑦データから見る旅行者の意識の変化、行動の変容

キーワード：「**こころの故郷さがし**」が国内旅行の新市場を形成
(リクルート・じゃらんリサーチセンター長：沢登次彦氏)

(旅行目的) ※出典：じゃらんリサーチセンター「2023年3月時点(第18回)国内宿泊旅行ニーズ調査」

○「**リラックス志向**」が強まった

・リラックスできる旅行をしたい コロナ禍前：75.0% → 現在：79.9%

○旅行先よりも「**何をしたいか**」を先に決める人が増加

・何をしたいかを先に決めてから旅行先を決める コロナ禍前：38.1% → 現在：44.1%

・旅行先を先に決めてから何をしたいかを定める コロナ禍前：61.9% → 現在：55.9%

○詰め込み型よりも**余裕を持った旅行**を志向

・旅程には余裕を持たせたい コロナ禍前：77.7% → 現在：86.4%

(旅行形態) ※出典：「じゃらん宿泊旅行調査2022」及び 高知県観光客動向調査

○ **近い人、感染リスクを共有できる人との旅行**が増加 (コロナ前との比較)

・一人旅：18.6%→20.1%

夫婦2人旅：25.2%→27.4%

職場やサークルなど団体旅行：2.5%→0.9%

○旅行の**費用増加**

・全国宿泊旅行平均：2020年：54,800円 → 2021年：56,900円

・県内観光消費額：2020年：24,294円 → 2021年：26,202円

⑧これまでの博覧会、キャンペーン等の取り組み

博覧会・キャンペーン名称	期間	取り組み概要	年度	県外観光客数 (万人)	観光総消費額 (億円)
花・人・土佐であい博 	平成20年3月1日 ～平成21年2月1日	県内全域をパビリオンと位置づけ、季節ごとの地域イベントや花いっぱい運動によるおもてなしを展開	H20	305	777
土佐・龍馬であい博 	平成22年1月16日 ～平成23年1月10日	大河ドラマに合わせてメインとサテライト3会場のドラマ館を設置、各拠点からの周遊促進を展開	H22	435	1,011
志国高知 龍馬ふるさと博 	平成23年3月5日 ～平成24年3月31日	前博覧会での4会場体制を10会場に拡充、駅前に三志士像を設置するなどの話題づくりで大河ドラマ後の反動減を抑制	H23	388	953
リョーマの休日キャンペーン 	平成24年4月1日 ～平成26年3月31日	観光特使・大橋巨泉氏が発案したフレーズの活用に加え、“わざわざ行こう志国高知へ”を添えたプロモーションを展開	H24	384	1,001
			H25	407	1,102
リョーマの休日キャンペーン ～高知家の食卓～ 	平成26年4月1日 ～平成28年3月31日	地元ならではの美味しい食べ物が多かったランキング上位常連の実績を活かし、「食の県民総選挙」等を展開	H26	401	1,075
			H27	408	1,090
リョーマの休日キャンペーン ～歴史を訪ねて美味いを知る～ 	平成28年4月1日 ～平成29年3月3日	2年間の食のキャンペーンから次の歴史博覧会へのつなぎとして、歴史と食を中心としたプロモーションを展開	H28	424	1,102
志国高知 幕末維新博 第一幕 (大政奉還150年) 	平成29年3月4日 ～平成30年4月20日	新設の高知城歴史博物館（メイン会場）に加え、地域の23歴史施設で特別展等を展開するとともに、市町村ごとの観光クラスターづくりを推進	H29	440	1,126
志国高知 幕末維新博 第二幕 (明治維新150年) 	平成30年4月21日 ～平成31年1月31日	リニューアルした坂本龍馬記念館を加えて県内の25歴史施設で展開、高知城×チームラボなどのコラボも推進	H30	441	1,104
リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～ 1stシーズン「高知でパワーチャージ」 	平成31年2月1日 ～令和2年1月31日	Naturally Japan, Naturally Kochiをサブフレーズに、自然体験型素材を前面に出したプロモーションを展開	R元	438	1,096
リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～ 2ndシーズン「あなたの新休日」 	令和2年2月1日 ～令和3年12月31日	1stシーズンでの取り組みに加え、「あなたの新休日」をコンセプトにしたテーマ旅を発信	R2	266	648
			R3	267	699
リョーマの休日～人熱々料理～ 「あなたの新休日 高知の味曜日」 	令和4年1月1日 ～令和5年3月31日	食の魅力に加え、生産者や料理人など「地元民の熱さ」にもスポットを当て、これまでとは違う切り口で高知の良さを発信	R4	370	966
観光博覧会 「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」 	令和5年3月25日 ～令和6年3月31日	博覧会を通じて、牧野博士ゆかりの地をはじめ、地域の草花スポットや既存の観光・食資源への誘客を促進	R5		