

分野	観光分野
各産業分野の取り組みの柱	長期滞在につながる観光地域づくりの推進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	<p>中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間)</p> <p>【モニタリング方法】 観光施設からの入込数実績の報告を県でとりまとめ(年1回)</p>	209.1万人 (14施設) (R4)	209.1万人 (14施設) (R4)	273.9万人 (14施設) (R9)	<p>1 観光拠点の整備数(累計) ・H30:8ヶ所 → R4:18ヶ所 【R5:18ヶ所】</p> <p>①民間企業の現地視察 ・23社(H30～R4)</p> <p>②民間企業のノウハウを導入した観光拠点の整備数 ・R元:1件→R4:13件(R元～R4)</p> <p>③核となる観光拠点入込客数 ・R元:894,024人(12施設)→ R4:993,615人(17施設)</p>	<p>1 地域ならではの魅力ある素材が観光に十分に生かされていない 観光素材となる伝統文化の継承が困難になっている</p> <p>2 地域での周遊が促進されていない</p> <p>①観光拠点への集客と拠点から周辺の観光施設への周遊が十分でない</p> <p>②周遊の取組が個々の施設・事業者等のレベルに留まっており、地域(面)に広がっていない</p> <p>3 二次交通が脆弱</p> <p>①中山間地域へのアクセス、地域間での移動の際に手段が限られる</p>	<p>1 核となる観光施設の磨き上げへの支援【R6～R9】</p> <p>①観光振興推進総合支援事業費補助金等の活用</p> <p>2 マスメディアを活用した情報発信や旅行会社向けのセールス活動【R6～R9】</p> <p>①「どっぴり高知旅」をテーマにしたコンテスト等による県内外への情報発信</p> <p>②春は「花・みどり」、夏は「アクティビティ」など、シーズンごとにテーマやターゲットを設定したプロモーション展開</p> <p>③旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施</p> <p>④広域エリアごとのキャンペーンと連動したセールス活動の展開</p> <p>3 地域内での周遊・滞在の促進【R6～R9】</p> <p>①地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり</p> <p>②広域観光組織での観光客動向データの活用による滞在型周遊プランの実践</p>
2	<p>1旅行当たりの県内平均立寄数(年間)</p> <p>【モニタリング方法】 県外観光客動態調査のデータを元に、周遊ルートを県が分析(年に1回)</p>	2.5件 (R4)	2.5件 (R4)	3.2件 (R9)	<p>1 広域観光組織の体制強化数(累計の観光庁登録DMO数)</p> <p>・H30:1 → R4:5【R5:4】</p> <p>①デジタルデータ分析ツールの導入【R4～】</p> <p>・デジタルデータ等を活用した実証事業の数:8事業(R4)</p> <p>②滞在型観光プラン策定件数 ・6件(R2～R4)</p>	<p>3 二次交通が脆弱</p> <p>①中山間地域へのアクセス、地域間での移動の際に手段が限られる</p>	<p>1 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり【R6～R9】</p> <p>①住民とのふれあい、暮らしに触れる、地元産業の活性化に資する観光商品の造成</p> <p>②神祭への参加など伝統文化の継承につながる体験プログラムの造成</p> <p>2 地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上【R6～R9】</p> <p>①集落活動センターを拠点とした宿泊、食の提供、イベント開催など地域との持続的交流につながる観光商品の造成</p> <p>②地域の理解促進につながる教育旅行の受入の拡大(民泊の推進、みどりの学習旅行)</p> <p>3 地域内での周遊・滞在の促進【R6～R9】</p> <p>①地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり(再掲)</p> <p>②宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の支援</p> <p>③広域観光組織での観光客動向データの活用による滞在型周遊プランの実践(再掲)</p> <p>4 中山間地域の移動を確保するための二次交通の充実【R6～R9】</p> <p>①コミュニティバスなど既存インフラの観光への活用</p> <p>②県内バス事業者との連携による旅行商品化の促進</p>

分野	観光分野
各産業分野の取り組みの柱	戦略的なセールス&プロモーション

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6~R9)
1	<p>県外観光客入込数</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>	370万人 (R4)	370万人 (R4)	470万人 (R9)	<p>1 効果的な広報・セールス活動の展開</p> <p>①キャンペーンの展開【R2~】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍において低迷した観光需要に対し、観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」の展開や需要喚起策(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)を実施したことにより、コロナ前(R元)の8割まで回復 <p>②サステナブルツーリズムの推進【R4~】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内の観光素材についてのヒアリング調査を実施し、サステナブルな要素を抽出し、高知の観光素材がサステナブルであることを可視化する冊子の作成や、SNSを通じた情報発信を実施 	<p>1 観光消費額を重視したロングステイ型観光やリピート率の向上、宿泊施設の高付加価値化などの取り組みが必要</p> <p>2 冬場などの閑散期対策が必要</p> <p>3 「らんまん」効果を一過性で終わらせない取り組みが必要</p> <p>4 コロナ禍により変化した観光客のニーズに合わせた観光プロモーションが必要</p>	<p>1 マスメディアを活用した情報発信【R6~R9】</p> <p>①「どっぷり高知旅」をテーマにしたコンテスト等による県内外への情報発信(再掲)</p> <p>②春は「花・みどり」、夏は「アクティビティ」など、シーズンごとにテーマやターゲットを設定したプロモーション展開(再掲)</p> <p>2 旅行会社向けのセールス活動【R6~R9】</p> <p>①旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施(再掲)</p> <p>②広域エリアごとのキャンペーンと連動したセールス活動の展開(再掲)</p> <p>③教育旅行誘致セールスの実施</p> <p>3 龍馬パスポート等を活用したリピーターの獲得【R6~R9】</p> <p>①龍馬パスポートを活用した「どっぷり」コンテンツへの誘引策の実施</p> <p>②アプリを活用した龍馬パスポートユーザーへの観光情報発信の強化</p> <p>4 閑散期における誘客の促進【R6~R9】</p> <p>①神楽などの伝統文化を組み込んだナイトイベントの実施</p> <p>②スポーツツーリズムの推進及びスポーツ合宿の誘致</p> <p>③MICEの誘致(エクスカーションへの支援強化)</p> <p>④フィルムコミッションによるロケの誘致強化</p> <p>5 NHKの連続テレビ小説「あんぱん」を生かした情報発信【R6~R7】</p> <p>①ドラマの動きと連動したセールス・プロモーション</p>
2	<p>スポーツによる県外からの入込客数(年間)</p> <p>【モニタリング方法】 高知県観光コンベンション協会等と連携し、県外入込客数の達成状況の確認を行う(月1回)</p>	53,161人 (R4)	53,161人 (R4)	12万人 (R9)	<p>1 スポーツツーリズムの推進【R2~】</p> <p>①プロ・トップチーム誘致(年間) 74,237人(R元)→32,662人(R4)</p> <p>②アマチュアスポーツ合宿の誘致(年間) 4,406人(R元)→3,926人(R4)</p> <p>③サイクルイベントの県外参加者数(年間) 1,138人(R元)→584人(R4)</p> <p>④こうちサイクルオアシス登録施設数(累計) 75施設(R元)→84施設(R4)</p> <p>⑤高知龍馬マラソンの出走者数 11,816人(2020大会 R2.2)→6,988人(2023大会 R5.2)</p>	<p>1 プロスポーツのキャンプ・大会の新規誘致及び既存チームの継続</p> <p>①スポーツ施設の整備が必要</p> <p>②受入可能な宿泊施設の確保が必要</p> <p>③野球、サッカーの2競技に集中しており、多種目化が必要</p> <p>2 アマチュアスポーツの合宿・大会誘致</p> <p>①受け入れ地域・施設が限定的。実施時期が夏冬休み・土日等に集中。野球、サッカーの2競技に集中</p> <p>3 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進</p> <p>①サイクルツーリズムをはじめ、台湾や欧米などのインバウンド客を取り込める余地が大きい。取り込みに向け、関係部署や関係機関との連携強化、プロモーションやセールス活動など新たな施策の打ち込みが必要</p>	<p>1 スポーツを通じた交流人口の拡大【R6~R9】</p> <p>(1) 関西に拠点を置くプロチームや企業に所属するトップチームの合宿等誘致</p> <p>①連携協定締結企業や誘致実績のある企業に所属するチームを誘致</p> <p>(2) アマチュアスポーツ合宿等の誘致</p> <p>①アマチュアスポーツ合宿誘致や大会開催を助成</p> <p>(3) ワールドマスターズゲームズ関西を契機とした合宿等の誘致</p> <p>2 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進【R6~R9】</p> <p>(1) 地域と連携したスポーツツーリズムの推進</p> <p>①県内のスポーツツーリズムに関する情報を発信</p> <p>②自然環境を活かしたスポーツ大会の開催を促進</p> <p>(2) サイクリング観光の取組強化</p> <p>①サイクリング観光の旅行商品(宿泊付き)の造成支援</p> <p>②サイクリングガイドの養成</p> <p>3 インバウンド向けスポーツツーリズムの強化【R6~R9】</p> <p>(1) コンテンツの造成</p> <p>①インバウンド向けのスポーツツーリズムの磨き上げ・整理</p> <p>②県内で開催されるスポーツ大会へのインバウンドの取り込み拡大</p> <p>(2) プロモーション</p> <p>①海外展示会への出展や現地代理店との連携</p> <p>②プロモーションサイトを用いた海外向けの情報発信</p>

分野	観光分野
各産業分野の取り組みの柱	おもてなしの推進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6~R9)
1	観光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】 【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	86% (R4)	86% (R4)	88% (R9)	1 バリアフリー観光に関する相談対応件数(年間) ①34件(R2) → 118件(R4) 2 現地調査によるバリア・バリアフリー情報の収集件数 ①観光:133施設、宿泊:122施設、交通:35施設(H30~R4) 3 観光案内所機能強化研修受講事業者数(延べ)(累計) ①104事業者(H28~R元)→202事業者(H28~R4)	1 バリアフリー化と受入環境の整備 ①障がい者や高齢者、外国人など多様なニーズに対応するためには、ユニバーサルツーリズムの取組を県内観光関連事業者へ広げていくことが必要。 ②インバウンド需要の回復に伴い、受入側での「Wi-Fi、トイレ、キャッシュレス、多言語対応」といった環境整備の重要性がますます高まっている 2 国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成や態勢強化が十分でない	1 ユニバーサルツーリズムの推進【R6~R9】 ①バリアフリー観光相談窓口の設置や特設ウェブサイトでの情報発信 ②観光関連事業者へのアドバイザー派遣や研修会の開催等による受入態勢の強化 2 観光客の満足度の向上【R6~R9】 ①高知家おもてなしキャンペーンの展開等による県民運動の強化 ②観光関連施設の「Wi-Fi、トイレ、キャッシュレス、多言語対応」の受入環境整備を推進(観光振興推進総合支援事業費補助金等の活用) ③観光ガイドの裾野拡大やスキル向上 3 地域の特色を生かした受入体制づくり【R6~R9】 ①観光ガイドの裾野拡大やスキル向上(再掲) ②観光施設等でのコンシェルジュ機能の強化 ③広域観光組織の体制及び機能強化(地域おこし協力隊制度の活用) 4 長期滞在を目指した受皿づくり【R6~R9】 ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の支援(再掲) ②中山間地域において、複数の宿を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援 ③長期滞在に必要な飲食の提供機能の強化
2	観光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】 【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	80% (R4)	80% (R4)	85% (R9)	4 外国人観光案内所の設置か所数 ①3ヶ所(H26) → 19ヶ所(R4) 5 宿泊施設魅力向上支援事業による支援 ①機運醸成に向けたセミナー参加者数:62事業者(R4) ②課題に応じたアドバイザー派遣施設数:18施設(R4) ③事業計画作成及び実践支援施設数:10施設(R4)	3 宿泊施設の魅力向上の取組が個々の施設のレベルに留まっており、より効果的なものとするため、地域で面に広げていくことが必要 4 中山間地域において長期滞在に必要な機能が十分でない ①ホテル・旅館の多い高知市、幡多地域での観光客の宿泊の割合が高い ②観光スポットの近くに飲食施設がない、土日休みの店が多い、など飲食の提供機能が弱い	

分野	観光分野
各産業分野の取り組みの柱	国際観光の推進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者(年間) 【モニタリング方法】 観光庁の「宿泊旅行統計調査」により、延べ宿泊者数を確認(年1回)	10,420 人泊 (R4)	10,420 人泊 (R4)	17万人 泊 (R9)	1 海外セールス拠点等を活用した旅行商品の拡充【R2～】 ①外国人向け旅行商品造成数(年間) ・215商品(H30)→319商品(R4) 2 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出【R2～】 ①関空発着の外国人向け旅行商品造成数(年間) ・25商品(H30)→54商品(R4) 3 チャーター便誘致等 ①国際チャーター便の運航数(高知龍馬空港)(年間) ・7往復(H30) → 週2回・94往復(R5見込み)	1 インバウンド誘客の取り組み ①台湾定期チャーター便の定着と定期便化 ②台湾以外のチャーター便誘致 ③万博開催に合わせた取り組みの強化 ④個人旅行者向け周遊促進 2 県内消費額の拡大 ①長期滞在の拡大による宿泊日数の増加 ②旅行商品の高付加価値化	1 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致【R6～R9】 ①台湾チャーター便の定着に向けた取り組みの強化 ②短期チャーター便の誘致(香港・韓国) ③国際線受入に向けた高知龍馬空港新ターミナルビルの整備 2 関西圏からの誘客の促進【R6～R9】 ①観光サイト「日本の観光ショーケース」等を通じた情報発信 ②関西一高知間のルート上の観光地と連携したPR 3 個人旅行者の誘客の拡大【R6～R9】 ①アドベンチャーツーリズムの推進(インバウンド向け「どっぷり高知旅」のセールスやプロモーション)
2	外国人県内消費額(年間) 【モニタリング方法】 観光庁の「宿泊旅行統計調査」及び「訪日外国人消費動向調査」のデータを基に、県で算出(年1回)	3億円 (R4)	3億円 (R4)	57億円 (R9)			1 旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長【R6～R9】 ①アドベンチャーツーリズムの推進(インバウンド向け「どっぷり高知旅」のセールスやプロモーション)(再掲) 2 消費額拡大に向けた受入環境整備【R6～R9】 ①地域通訳案内士等のガイドスキルの向上 ②観光事業者と連携した消費額拡大の取り組みを促進

分野	観光分野
各産業分野の取り組みの柱	観光人材の確保・担い手不足の対応

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6~R9)
1	<p>県内全産業平均と比較した宿泊業の所定内給与額の水準(年間)</p> <p>【モニタリング方法】厚生労働省が毎年発表する「賃金構造基本調査」により、県内全産業平均と比較した所定内給与額の水準割合の達成状況の確認を行う</p>	84.8% (R4)	84.8% (R4)	90% (R9)	<p>1 宿泊施設の魅力向上による高付加価値化、長期滞在の推進</p> <p>①セミナー開催やアドバイザー派遣による宿泊施設の魅力向上 (R4~)</p> <p>2 年間を通じた観光需要の平準化</p> <p>①閑散期での夜間イベントの開催 (高知城での夜間イベント)</p> <p>②スポーツツーリズムの推進及びスポーツ合宿の誘致</p> <p>③MICEの誘致</p> <p>④フィルムコミッションによるロケの誘致</p> <p>3 積極的な人材の確保</p> <p>①外国人材の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県中小企業団体中央会主催で外国人材活用セミナー(宿泊分野)を開催 ・台湾の複数の大学と令和6年度から、宿泊分野でのインターンシップ生派遣について、具体的な調整段階に至る 	<p>1 宿泊施設の人手不足</p> <p>①観光需要の回復に宿泊施設の人手が追いつかず、人手不足が顕在化</p> <p>②募集をかけてもなかなか人が集まらない状況</p> <p>2 観光需要の喚起</p> <p>①1人当たりの観光消費額が、近年横ばい傾向にあり、量から質への転換が必要</p> <p>3 観光需要の平準化</p> <p>①季節により繁閑の差が大きいため、更に需要の平準化に努めることが必要</p> <p>4 外国人材の活用</p> <p>①外国人材の活用への意識が高まりつつあるが、積極的な採用にまでは至っていないことから、業界全体で検討を深め、取組を広げていく必要がある</p>	<p>1 宿泊施設の魅力向上による高付加価値化、長期滞在の推進【R6~R9】</p> <p>①セミナー開催やアドバイザー派遣による宿泊施設の魅力向上</p> <p>②中山間地域の宿泊エリアの充実(複数の宿泊施設を中心に長期滞在することのできるモデル地域づくり)</p> <p>2 年間を通じた観光需要の平準化【R6~R9】</p> <p>①神楽などの伝統文化を組み込んだナイトイベントの実施(再掲)</p> <p>②MICEの誘致(エクスカーションへの支援強化)(再掲)</p> <p>③フィルムコミッションによるロケの誘致の強化(再掲)</p> <p>3 積極的な人材の確保【R6~R9】</p> <p>①学校などの教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大</p> <p>②外国人材の積極的活用に向けた関係機関との連携強化</p>