

◆分野を代表する目標：観光総消費額						単位：億円
	R 4 (出発点)	R 5	R 6	R 7	R 9	
目 標	1,130	1,288	1,276	1,338	1,389	
実 績	966	1,290	－	－	－	
達成度	B	A	－	－	－	

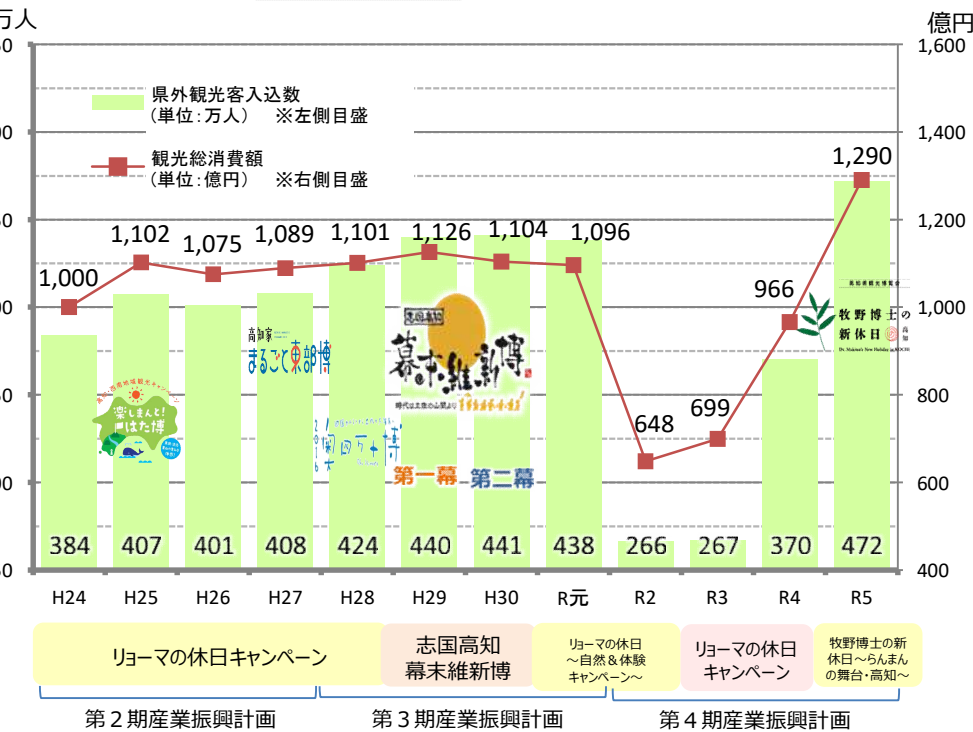
◆分野を代表する目標：県外観光客人泊数						単位：万人泊
	R 4 (出発点)	R 5	R 6	R 7	R 9	
目 標	－	－	541.4	552.9	563.9	
実 績	426.6	522.0	－	－	－	
達成度	－	－	－	－	－	

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

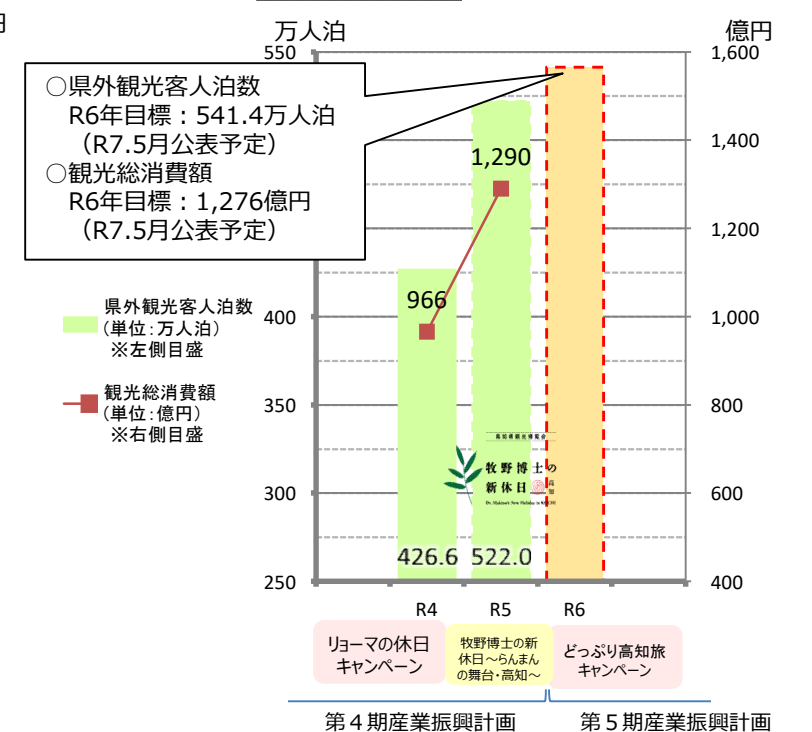
◆分野を代表する目標の達成見込み

- 主要観光施設の利用者数でみると、R6.1～11月は2,950,975名で前年同期比93.4%と堅調推移しているものの、4月以降は前年より減少してきている。
過去最高の入込客数となった昨年の反動減（連続テレビ小説「らんまん」効果に伴う反動減）や、物価高騰による外出控え（消費控え）等が懸念されるため、目標をやや下回ることが見込まれる。次年以降は、連続テレビ小説「あんぱん」を最大限に生かし、誘客の拡大と県内周遊の強化を図ることで、分野を代表する目標の達成を見込む〔図1-2〕
- 外国人延べ宿泊者数は、令和6年9月末時点の速報値で88,990人泊（前年同期比93.8%）と前年をやや下回っているが、台湾との定期チャーター便の運航継続や11月以降の近隣県における国際線の増便などにより、目標達成を見込む〔図2〕

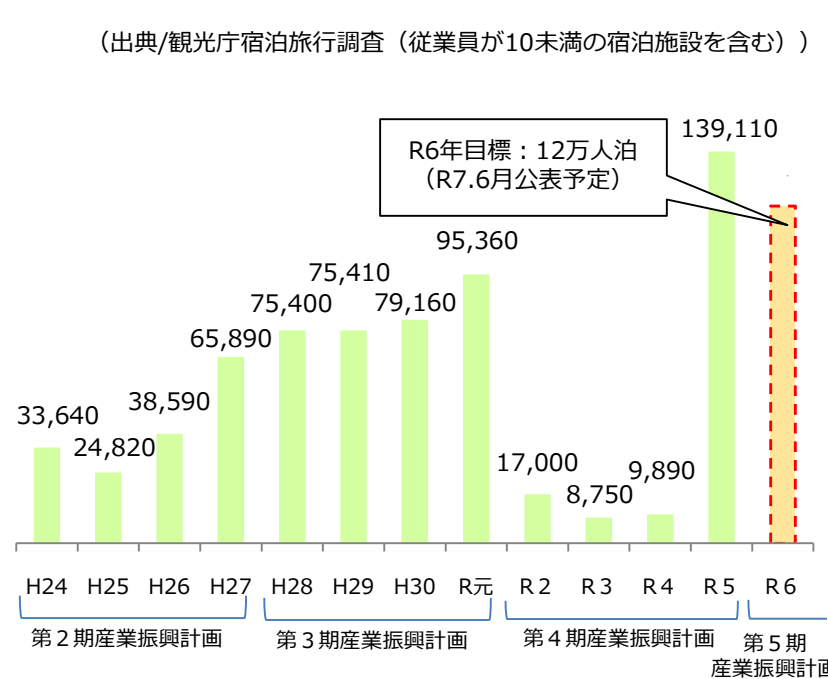
【図1-1】 県外観光客入込数（※R5まで）及び観光総消費額の推移



【図1-2】 県外観光客人泊数（※R4から）及び観光総消費額の推移



【図2】 本県の外国人延べ宿泊者数の推移（単位：人泊）



【表1】 その他主要な戦略目標達成状況

項目	出発点(R4)	実績(R5)	達成目標(R6)
中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間)	209.1万人	275.1万人	235.1万人
県外観光客入込数(年間)	370万人	472万人	465万人
スポーツによる県外からの入込客数(年間)	53,161人	86,094人	70,000人

【表2】 観光客満足度調査結果 ※「大変良い」「良い」を合計した割合（観光政策課調べ）

項目	出発点(R4)	実績(R5)	到達目標(R6)
観光施設における満足度(年間)	86%	87.3%	87.5%
宿泊施設における満足度(年間)	80%	81%	82%

令和 6 年度の進捗状況

課題

令和 7 年度の取り組みの強化のポイント

ポイント 高知県観光の盛り上げと中山間地域の活性化

（１）連続テレビ小説「あんぱん」を生かした情報発信

- ①ドラマの動きと連動したセールス・プロモーション
- ア 観光商品説明会及び商談会でのセールスやモニターツアーの実施（4～9月 東京、大阪、広島、福岡、名古屋 計15回）
 - イ あんぱんの放送と連動した情報発信（全国・首都圏エリア）（8/26 「やなせたかし・暢夫婦のふるさと高知」のPRツール制作、9/7～8 KITTE大阪でのどっぶり高知旅フェスティバルの実施、9/28～ 雑誌等を通じた物部川エリアの情報発信（計 6 件）、10/30～11/30 大手書店と連携した情報発信）
 - ウ アンテナショップオープンと連動した情報発信（6/19～6/24 阪神百貨店での高知県フェアの出展、6/22～6/23 JR大阪駅アトリウム広場での高知県フェア出展、9月～ KITTE大阪催事スペースでの観光イベントの実施（計 4 回）、関西・中四国メディアへの露出（計43件））

（２）「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり

- 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
- 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
- ア エリア選定のための市町村ヒアリングを実施（5/24～6/12 19市町村）
 - イ 地域への「どっぶりCP」普及啓発や商品造成の勉強会を実施（エリア別説明会：6/18～6/20 6回、計101名参加、テーマ別オンライン勉強会：7/24～ 5回、計57名参加）
 - ウ エリア、コーディネーターの選定、伴走支援
 - エ エリアの選定基準の設定、重点支援エリア選定、コーディネーターの配置による伴走支援（6/20～ 10市町村選定）
 - オ モニターツアーの実施（8月～ 4 商品）
 - カ 造成した商品の販売支援（9月～ 7 商品造成（11月末））
- ③旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長
- ア 観光庁事業を活用したインバウンド向けプレミアムコンテンツの造成 観光庁「地域観光新発見事業」採択（7月）（9月～ 奥四万十地域、嶺北地域のコンテンツ造成）（12/2～12/4 旅行会社によるモニターツアーの実施）
- ④国際チャーター便誘致活動と定期便化の実現
- ア 台湾定期チャーター便の運航（R5.5/10～R7.3/29(予定)）（R6.11月末 搭乗率(台北→高知) 約95%）
 - イ 短期チャーター便の誘致に向けたセールス（4～11月 韓国、香港 計19回、韓国：航空会社及び旅行会社の招請(1月以降で調整中)）

（１）連続テレビ小説「あんぱん」を生かした情報発信

- ①ドラマの動きと連動したセールス・プロモーション
- ア 物価高騰による外出控え（消費控え）
 - イ 過去最高の入込客数となった昨年度の反動減（らんまん効果に伴う反動減）
 - ウ 人気が続いている「らんまん」や、牧野博士との連動
- ②県内各地への周遊
- ア 物部川エリアからの県内各地への周遊

（２）「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり

- 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
- 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
- ア 観光客に地域を深く味わいながら長期滞在していただくためには、県内全域で商品造成を行うことが必要
 - イ クルーズ船の寄港や大阪・関西万博からの誘客に向けて、日本文化を好むインバウンド観光客にも対応できる商品造成を行う必要がある
 - ウ 造成した商品のPRを強化し、販売につなげる支援が必要
- ③旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長
- ア 外国人富裕層の誘客が見込まれるコンテンツの磨き上げや体験内容の拡充、柔軟な受入体制づくりが必要
 - イ 外国人観光客に向けて高知の魅力を伝えるガイドが不足
 - ウ 外国人観光客の消費拡大につなげるため、多言語での商品紹介やキャッシュレス機器の導入等、受入環境整備に対する支援や情報発信の強化が必要
- ④国際チャーター便誘致活動と定期便化を見据えた取り組み
- ア 台湾定期チャーター便の定着に向けて、ツアー商品の拡充（新たな観光コンテンツの提案）や個人旅行者に対するプロモーションの強化が必要
 - イ 短期チャーター便の誘致に向けて、旅行会社や航空会社等へのセールス強化（客層の興味関心に応じたコンテンツの提案）や本県の認知度向上（旅行会社等との共同プロモーションの実施）が必要

（１）連続テレビ小説「あんぱん」を生かした情報発信

- 拡** ①「あんぱん」、「やなせたかしのふるさと 高知」を前面に打ち出した誘客
- KPI：マスメディア等の媒体での露出件数（550件）
- 県外イベントやセールス等での観光PR（30件）
- ア 連続テレビ小説「らんまん」や「あんぱん」を前面に打ち出した情報発信
- イ とさとさや大手書店等とタイアップした「やなせたかしのふるさと 高知」のPR
- 拡** ②やなせキャラクター等の活用による県内周遊の促進
- KPI：県内イベント等での観光PR（13件）
- ア やなせキャラクターや、まんが・アニメに関連する文化施設等を巡るスタンプラリーの実施
- イ 中山間地域を中心に「あんぱん」関連の企画展等と「どっぶり」の体験等を組み合わせたイベントの開催
- ウ 「牧野植物園」と「やなせたかし記念館」の両方をお得に楽しめるセット券の販売 等

（２）「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり

- 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
- 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
- KPI：コーディネーター派遣回数（150回以上）
- ア 観光相談窓口の設置による既存商品等の磨き上げ
 - イ 造成した商品の販売を促進するパンフレット等の作成
 - ウ 宿泊施設を中心に、地域内の体験や飲食を面的に紹介する特設サイトの新設等
- ③旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長
- KPI：地域通訳案内士登録者数（15人）
- 消費拡大セミナー受講者数（150人）
- ア インバウンド向けの通訳ガイド付き「どっぶり高知旅」商品の造成
- 拡** イ 「どっぶり高知旅」商品等に対応した稼げるガイドの育成研修及び観光事業者、旅行会社等とガイドをつなぐマッチングの実施
- 拡** ウ 観光関連事業者向けセミナーの開催や伴走支援等による消費拡大の促進
- ④国際チャーター便誘致活動と定期便化を見据えた取り組み
- KPI：国際チャーター便の運航数（110往復（高知空港））
- ア 台湾定期チャーター便利用のツアー商品造成等への支援や旅行会社等との共同プロモーションの実施
 - イ 台湾定期チャーター便における一般向け航空券の増席を見据えた個人旅行者に対する周遊施策の強化
 - ウ 短期チャーター便の誘致に向けたテーマを絞った旅行商品（ゴルフ、サイクリング等）の提案や旅行会社等と連携した効果的なプロモーションの実施（韓国等）

令和 6 年度の進捗状況

(3)長期滞在を目指した受皿づくり

- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した長期滞在を促進するための取組支援
 - ア 支援対象エリアの選定（7月 5市町7グループからエントリー、4グループを選定）
 - イ 専門家派遣等による個別支援（8/5～）
- ②中山間地域において、宿泊施設を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援
 - ア 分散型宿泊施設等に関するセミナーの開催（6/6 参加者：計96名）
 - イ 支援対象エリアの選定（7月 4市町5エリアからエントリー、3エリアを選定）
- ③観光関連施設の受入環境整備を推進
 - ア 補助金（採択6件（R6.12/2時点））
 - イ 観光関連事業者の集まる会議等で多言語対応やキャッシュレス決済等に関するニーズを周知し、取組を促進（6月 広域観光組織、7月 市町村観光主管課）
- ④地域通訳案内士等のガイドスキルの向上
 - ア 育成研修（登録者数 86人（R6.12末時点））
- ⑤旅行需要の平準化
 - ア ナイトタイムエコノミーの推進（4/1～ 晩酌きつぷ、12/6～1/13 高知城夜間イベント、12/7～ 土佐の伝統芸能ナイト）

(4)若者の関心が高い新たなスポーツの推進

- ①プロ野球など既存プロスポーツチームの誘致の継続
 - ア 連携協定を締結しているチームや誘致実績のあるチームに対して誘致活動を実施
- ②県民体育館の再整備を見据えたスポーツの推進
 - ア 外部有識者による県立スポーツ施設のあり方検討会を設置し、県民体育館の再整備等の考え方の方向性を検討（4回実施）
 - イ 連携協定を締結しているチームや高知県と繋がりのあるチームへの誘致活動を実施
- ③高知ユナイテッドSCのJリーグ参入を契機としたスポーツツーリズムの推進
 - ア 高知ユナイテッドSCのJ3参入を見据えた観客数の確保
- ④子どもや若者の関心が高い新たなスポーツ機会の拡充
 - ア BMX競技の練習場所確保の支援
 - イ ダンスイベントの開催（1回）
 - ウ 障害者と健常者がダンスを楽しむ機会の創出（11回）や、インクルーシブスポーツフェスタの開催（1回）

課題

(3)長期滞在を目指した受皿づくり

- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した長期滞在を促進するための取組支援
- ②中山間地域において、宿泊施設を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援
 - ア 来年度以降、高知市へのホテルオープン（約1,000室増）が見込まれるなか、宿泊客の増加に向け、宿泊施設の魅力向上の取組強化が必要
- ③観光関連施設の受入環境整備を推進
- ④地域通訳案内士等のガイドスキルの向上
 - ア 特に多くの外国人観光客の来訪が見込まれる観光関連施設や土産物店等において、多言語化やキャッシュレス決済の導入拡大が必要
 - イ 登録後、活動している地域通訳案内士が少ない
- ⑤旅行需要の平準化
 - ア 繁閑の差から生じる非正規社員率の高さと賃金の低さ

(4)若者の関心が高い新たなスポーツの推進

- ①プロ野球など既存プロスポーツチームの誘致の継続
 - ア プロスポーツチームの受入可能（3食提供等）な宿泊施設の確保
- ②県民体育館の再整備を見据えたスポーツの推進
 - ア 老朽化に伴う修繕による利用停止期間の発生や、観客席や駐車場不足等から、利用者のニーズに対応できていない
 - イ 屋内競技におけるプロチームの合宿や大会を誘致できる規模の施設が少ない
- ③高知ユナイテッドSCのJリーグ参入を契機としたスポーツツーリズムの推進
 - ア 高知ユナイテッドSCのJ3参入に伴うチームへの支援やチームと連携したスポーツツーリズムに資する施策が必要
- ④子どもや若者の関心が高い新たなスポーツ機会の拡充
 - ア BMXやスケートボードの体験イベント開催の支援や、広域からの参加が得られるeスポーツイベント・大会開催の支援が必要
 - イ 中山間地域にダンス指導者がおらず継続的な取組につなげにくい
 - ウ インクルーシブなスポーツ活動が知られていないことや、機会を作る団体等が少ない

令和 7 年度の取り組みの強化のポイント

拡 (3)長期滞在を目指した受皿づくり

- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した長期滞在を促進するための取組支援
 - KPI：分散型宿泊施設等に関するセミナー参加者数(100名以上)
 - ア 支援を実施する事業者グループ数の拡充等
- ②中山間地域において、宿泊施設を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援
 - KPI：分散型宿泊施設等に関するセミナー参加者数(100名以上)
 - ア 支援を実施するエリア数の拡充や先進事例の横展開の強化
- 新 イ 歴史的な町並み等を生かした分散型ホテルの構築に向けたエリアの可能性調査の実施
- ③観光関連施設の受入環境整備を推進
 - KPI：補助金事業実施件数（10件）
 - ア 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
- ④地域通訳案内士等のガイドスキルの向上
 - KPI：地域通訳案内士登録者数（15人）
 - ア 「どっぶり高知旅」商品等に対応した稼げるガイドの育成研修及び観光事業者等とガイドをつなぐマッチングの実施（再掲）
- ⑤旅行需要の平準化
 - KPI：閑散期における主要観光施設の入込数（前年比＋10％）
- 新 ア 平日宿泊促進キャンペーンの実施（平日の宿泊や施設利用に対する特典を付与したキャンペーンの実施）
- 拡 イ 閑散期対策（オンライン旅行会社と連携した宿泊クーポンの実施、龍馬パスポートの活用による長期滞在の推進）

(4)若者の関心が高い新たなスポーツの推進

- ①プロ野球など既存プロスポーツチームの誘致の継続
 - KPI：プロスポーツにおける県外からの入込客数（6万人）
 - ア プロスポーツキャンプ等の宿泊施設の確保に向け、分宿やケータリングサービスによる対応を検討
- 新 ②県民体育館の再整備を見据えたスポーツの推進
 - KPI：屋内競技におけるプロチームの大会等の新規誘致件数(1件)
 - ア 新施設の基礎調査及び基本計画を策定
 - イ 連携協定等を活用したプロ・トップリーグ（バスケットボール、バレーボール、ダンス等）の大会開催等の誘致活動
- 拡 ③高知ユナイテッドSCのJリーグ参入を契機としたスポーツツーリズムの推進
 - KPI：高知ユナイテッドSCのホーム戦観客数（5.7万人）
 - ア クラブ経営への支援
 - イ Jリーグ公式戦開催支援、地域おこし協力隊の配置等
 - ウ 集客支援のためのシャトルバス運行等
- 新 ④子どもや若者の関心が高い新たなスポーツ機会の拡充
 - KPI：若者の関心が高い新たなスポーツのイベント開催回数(4回)
 - ア アーバンスポーツやeスポーツの体験イベントの推進
 - イ ダンスを通じた若者の交流機会の拡大や支える人材の育成促進
 - ウ パリ2024大会のメダリストによるスポーツ大会等の推進
 - エ インクルーシブスポーツイベントの開催

令和 6 年度の進捗状況

(5)積極的な人材の確保

- ①教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大
 - ア ガイド研修会の実施・相談窓口の開設
(6/30～7/2 ガイドに関心のある方向け初心者セミナー 109名参加)
 - イ ガイド体験会の実施
(9月～11月 7コース計43名参加(ガイドを始めたい人向け))
 - ウ 大学生向け出前講座の実施
(11月 高知大1年生を対象に宿泊業界の説明)
- ②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化
 - ア 台湾の 2 大学から県内宿泊施設でインターンシップ受入
(7月～ 台湾東海大学生、チ南国際大学生の受入 計 6 施設、14名)
 - イ 台湾インターンシップ受入旅館ホテルによる勉強会
(7/26 1回)
 - ウ 県・旅館組合・県内専門学校で 3 者で、県内留学生の受入について意見交換会及び勉強会の実施
(6～7月 旅館ホテルでのアルバイト採用に向けた取組について協議)
 - エ 台湾ミッション団派遣
(10月 R7年度のインターンシップ受入継続に向けた調整)
 - オ インドミッション団派遣
(11月 北東インド人材の視察)

課題

(5)積極的な人材の確保

- ①教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大
 - ア ガイド団体に所属している方のスキルアップを目的とした参加者が多く、ガイド未経験者や生徒・学生等の若手の参加者が少ない
 - イ 繁閑の差から生じる非正規社員率の高さ
- ②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化
 - ア 外国人材の採用に対する宿泊施設の知識不足や不安の解消が必要
 - イ 住居の確保が必要

令和 7 年度の取り組みの強化のポイント

(5)積極的な人材の確保

- 拡** ①教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大
 - KPI：移住希望者向けイベントへの出展回数（2回）
ガイド研修会参加者数（100人以上）
 - ア ガイドセミナーや体験会などを開催し、多様な担い手の育成を継続
 - イ 平日宿泊を促進するキャンペーンの実施による需要の平準化
 - ウ インターンシップ、出前講座の開催など、観光事業者と大学・専門学校等との連携強化
 - エ 移住希望者向けイベントでの P R や、高知求人ネットへの求人情報の登録など観光分野への移住を促進
- 拡** ②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化
 - KPI：インターンシップ等受入件数（15施設）
 - ア インターンシップ受入（台湾）やミッション団派遣（インド等）による受入拡充
 - イ 事業者の住居確保を支援（県や各市町村が所有する住宅（移住促進住宅等）の活用の促進）