


現 状	<p>(1) 観光商品づくり、周遊促進・滞在延長につながる取組を支援</p> <p>① 中山間地域での観光商品の造成（40商品造成予定） ② 中山間地域での分散型ホテルの構築（3エリアの計画策定）</p> <p>(2) 「あんぱん」と連動した早期のプロモーション、旅行会社セールスの実施</p> <p>① 旅行会社向け助成制度の新設・拡充(10/1～)、旅行会社向けモニターツアーの実施による旅行商品化の推進</p> <p>② 「とさとさ」と連動した観光PRイベント（5回）の開催 ③ 大手書店と連携した「あんぱん」関連情報の発信</p> <p>(3) 観光博覧会「ものべすと」開催支援</p> <p>① 官民一体の推進体制の構築 ② ロゴマークやキービジュアルの制作 ③ 博覧会公式ガイドブック、特設サイトの制作</p> <p>④ オープニングイベントなどの特別イベントの開催 ⑤ やなせたかし記念館のリニューアル等のハード整備 等</p>	課 題	<p>(1) 「あんぱん」の効果を最大限に生かした誘客、周遊促進</p> <p>(2) 「どっぶり高知旅キャンペーン」の加速化</p> <p>(3) 観光博覧会「ものべすと」を通じた物部川エリアの観光基盤の底上げ</p>

目 標 値	県外観光客人泊数	出発点(R4) 426.6万人泊 ⇒ 現状(R5) 522万人泊 ⇒ R7 552.9万人泊 ⇒ 4年後(R9) 563.9万人泊
	県外観光客総消費額	出発点(R4) 966億円 ⇒ 現状(R5) 1,290億円 ⇒ R7 1,338億円 ⇒ 4年後(R9) 1,389億円
● 関連する主なアウトプット目標 (KPI)		
KPI①：マスメディア等の媒体での露出件数（550件） KPI②：県外イベントやセールス等での観光PR（30件） KPI③：県内イベント等での観光PR（13件）		

展開イメージ



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

(1) 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

(2) 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

2. 観光博覧会「ものべすと」の開催による誘客の促進

(1) 特別感のある企画展の開催や、周遊企画の実施

(2) 空港発着の周遊バス運行（GW、夏休み等の繁忙期） 等

(参考) 各市による受入態勢強化の取組

- 香北町美良布での昼食対策（繁忙期の「道の駅美良布」直販所の商品の充実、キッチンカー等の招へい）
- ガイドの充実（臨時観光案内所の設置（開設日：土日祝日、GW、お盆等の繁忙期））
- 混雑時の臨時駐車場・シャトルバスの運行

3. 中山間地域を中心とした商品づくり、長期滞在の地域づくりの推進

(1) 地域ならではの魅力ある素材を生かした観光商品づくり

[R6に販売を開始した商品例]

- 四万十川田出ノ川地区での川漁師体験
- 香南市赤岡地区での歌舞伎体験（弁天座）

拡 (2) 長期滞在の地域づくりの推進

① 支援エリア数を拡充し、分散型ホテルの構築や宿泊施設の魅力向上に向けた取組を加速化

新 ② 歴史的な町並み等を生かした分散型ホテルを核とした地域づくりに向けたエリアの可能性調査（有識者等による現地視察を実施）

4. やなせキャラクター等の活用による県内周遊の促進

(1) 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

(2) 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 等

インバウンド誘客と消費拡大

現状と課題

- (1) 台湾からの定期チャーター便の定着や新たな路線の誘致が必要
- (2) 大阪・関西万博を最大限生かした関西圏からの誘客促進が必要
- (3) 消費拡大に向けた付加価値の高い旅行商品づくりや受入環境の整備が必要

目標値

観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者

出発点(R4) 9,890人泊 ⇒ 現状(R5) 139,110人泊 ⇒ R7 14万人泊
⇒ 4年後(R9) 17万人泊

外国人県内消費額

出発点(R4) 3億円 ⇒ 現状(R5) 44億円 ⇒ R7 49億円 ⇒ 4年後(R9) 57億円

● 関連する主なアウトプット目標 (KPI)

- KPI①: 国際チャーター便の運航数 (110往復 (高知空港))
- KPI②: 地域通訳案内士登録者数 (15人)
- KPI③: 消費拡大セミナー受講者数 (150人)
- KPI④: 補助金事業実施件数 (10件)

1 本県への誘客のさらなる拡大

(1) 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

① 台湾定期チャーター便の定着に向けた取り組みの強化

旅行会社への誘客支援、航空会社への運航支援

- 団体向け: ツアー商品の拡充 (サイクリング等の新たなコンテンツ提案)
旅行会社との共同誘客プロモーション (旅行博出展、台湾メディアでの発信等)
- 個人向け: 航空会社との共同プロモーションによる販売促進 (SNS等による情報発信等)

② 短期チャーター便の誘致 (韓国等)

- ・航空会社等へのセールス強化 (県内視察やゴルフの提案)
- ・旅行会社への商品販売に向けた連携や韓国メディアを活用した情報発信

(2) 関西圏からの誘客の促進

① 大阪・関西万博での自治体催事参加 (よさこい祭りや街路市等を通じた魅力発信)

② 万博訪問者等への本県の魅力発信 (どっぶり体験コンテンツ予約サイトへの誘導)

③ 大阪観光局や関西エアポート等と連携した情報発信

(富裕層向け海外旅行博(カヌ、シンガポール等)でのセールス、関西国際空港でのPRブース設置)

2 消費拡大に向けた受入環境整備

消費拡大の取り組みの促進

① 消費拡大セミナー(仮称)の開催や受入環境整備への観光事業者支援の強化

(多言語での商品紹介(ポップ作成)やキャッシュレス機器の導入、補助金の活用等)

② 地元ならではの食や土産物等に関する情報発信の強化

(観光情報サイト「VISIT KOCHI JAPAN」やSNS等による情報発信)

付加価値の高い旅行商品づくりの推進

① 稼げるガイドの育成 (ガイド活躍につなげるための「どっぶり高知旅」商品やクルーズ客船ツアーを活用した実地研修の充実)

② ガイド付インバウンド向け商品づくりの推進 (観光事業者、旅行会社と通訳案内士の交流会やマッチングを通じたガイド付き「どっぶり高知旅」商品づくりや販売促進)

観光による稼げる地域づくり

資料 3

現状と課題

- (1) ガイド無料や週末に飲食店が休みなど、地域にお金が落ちる仕組みの不足
- (2) 繁閑の差から生じる非正規社員率の高さと賃金の低さ
- (3) 人手不足による稼働率の低下等
(空き部屋はあるが販売できない、朝食・夕食が提供できず素泊まりのみ)

1 旅行需要の平準化

目標値

平均宿泊日数

出発点(R4)1.15泊 ⇒ 現状(R5)1.10泊 ⇒ R7 1.17泊 ⇒ 4年後(R9)1.19泊

● 関連する主なアウトプット目標 (KPI)

KPI: 閑散期における主要観光施設の入込数 (前年比+10%)

新

(1) 平日宿泊促進キャンペーンの実施

- ① 宿泊事業者をはじめとする観光関連事業者と連携し、平日の宿泊や施設利用に対する特典をキャンペーン特設サイトに掲載

- ② オンライン旅行会社と連携した宿泊クーポンの実施

- ③ 県内企業等を巻き込んだ平日観光の機運醸成

(「共働き・子育て」参画団体等との連携)



拡

(2) 閑散期対策

- ① ナイトタイムイベントの開催 (高知城夜間イベント、晩酌きつぷの拡充)

- ② 龍馬パスポートの活用 (ステージアップの促進やレアスタンプ企画等) による長期滞在の推進

2 宿泊施設を中心に、長期滞在できる地域づくりの更なる推進

目標値

分散型宿泊施設のエリア数(事業計画の策定件数)

出発点(R5)0エリア ⇒ 現状(R6): 3エリア ⇒ R7: 7エリア ⇒ R9: 15エリア

● 関連する主なアウトプット目標 (KPI)

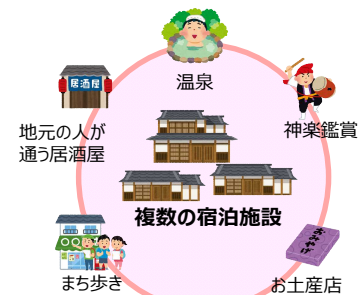
KPI: 分散型宿泊施設等に関するセミナー参加者数 (100名以上)

拡

(1) 長期滞在を目指した受入態勢づくり

- ① 支援エリア数を拡充し、分散型ホテルの構築や宿泊施設の魅力向上に向けた事業計画の策定等を支援

- ② 分散型ホテルに関する知見やノウハウを有する事業者を招聘し、新たな支援エリアとなりうる候補地の掘り起こしに向けた可能性調査を実施



目 的	子どもや若者に関心が高い新たなスポーツや健常者と障害者が一緒に楽しめるスポーツの機会の拡充により、若い世代が楽しめるスポーツの選択肢を増やし、若者の県外流出の抑制や子育て環境の充実につなげる。
現状と課題	(1) スポーツを通じて県内外の子どもや若者が交流できる機会が十分ではない (2) 高知ユナイテッドSCのJ3参入を契機とした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
目標値	<p>スポーツによる県外からの入込客数</p> <p>出発点(R4)53,161人 ⇒ 現状(R5)86,094人 ⇒ R7 90,000人 ⇒ 4年後(R9) 120,000人</p> <p>● 関連する主なアウトプット目標 (KPI)</p> <p>KPI①: プロスポーツにおける県外からの入込客数 (6万人) KPI②: 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)</p> <p>KPI③: 高知ユナイテッドSCのホーム戦観客数 (5.7万人) KPI④: 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)</p>

1. 県民体育館の再整備を見据えたスポーツの推進

新 (1) 県民体育館等再整備事業

若者に人気がある屋内競技のプロやトップチームの大会誘致等を見据えた
県民体育館の再整備にかかる基本計画を策定

- ① 基礎調査及び基本計画の策定、基本計画
検討委員会（仮称）の設置・運営



(2) プロチームの誘致

県民体育館の再整備を見据えた、屋内競技などの新たなチームの誘致

- ① 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



2. 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

拡 (1) 高知ユナイテッドSCへの支援

高知ユナイテッドSCのJ3参入を契機とした支援

- ① クラブ経営への支援
② Jリーグ公式戦等開催支援、地域おこし協力隊の配置
③ 集客支援のためのシャトルバス運行等



3. 子どもや若者の関心が高い新たなスポーツ機会の拡充

新 (1) 新たなスポーツに親しむ機会の提供

子どもや若者の関心が高いアーバンスポーツやeスポーツの体験イベントを
開催し、裾野の拡大を図る

- ① スケートボードやBMX、ダンスなどが体験できるイベントの開催
② 障害の有無に関わらず誰もが参加できるeスポーツイベントの開催



(2) ダンスによる若者の交流及び人材の確保

ダンス指導を通して、若者の交流機会の拡大や支える人材の育成を行う

- ① プロダンスチームによる若者を対象としたダンス指導及び
地域のダンス活動を支える人材を育てる養成講習の実施



(3) 子どものスポーツへの意識・関心を高める機会の提供

パリ2024大会のメダリストによるスポーツ大会等の推進

- ① パリ2024オリンピックのメダリストの冠大会(レスリング)におけるスポーツ教室の開催

(4) インクルーシブなスポーツ機会の提供

障害の有無に関わらず誰もが楽しめるインクルーシブなスポーツの推進

- ① 健常者と障害者が一緒に楽しみながら競い合うイベントの開催
② 小学生を対象としたインクルーシブな陸上競技の測定会の開催

