

	各計画の位置づけ	K P I（指標）	出発点	現状値	達成度 （※）	R 6 年度 到達目標	4 年後 （R 9）目標
未来戦略		1 中核となる観光施設（14施設）の入込数（年間）【産】	209.1万人 （14施設）（R4）	210.2万人 （14施設） （R6.1～R6.10）	B	235.1万人 （14施設）（年間）	273.9万人 （14施設）（年間）
		2 1旅行当たりの県内平均立寄数（年間）【中・産】	1.7件 （R4）	1.6件 （R5）	B	1.8件 （年間）	2.2件 （年間）
			2.5件 （R4）	2.5件 （R5）		2.6件 （年間）	3.2件 （年間）
中山間 ビジョン	柱4 しごとを生み出す 第6策 基幹産業の振興と地域の資源を活用した 付加価値の高い産業の創出 （5）観光の振興 ○「極上の田舎、高知」をコンセプトとした観光商品づくり ○周遊促進・滞在延長の取り組みのさらなる強化 ○地元の人との交流の場の創出 ○宿泊施設を中心とした長期滞在の促進	3 民泊受入人数（年間）【中】	35名 （R4）	566名 （R6.8末）	D	1,000名 （年間）	2,500名 （年間）
		4 新たな観光商品数【中】	0	7 （R6.4～R6.11）	A	40商品 （年間）	200商品 （R6～R9）
		5 分散型宿泊施設のエリア数【中】	0	3エリア（選定） （R6.4～R6.11）	A	3エリア（年間） （事業計画の策定件数）	15エリア（R6～R9） （事業計画の策定件数）
産振計画	I 専門分野 5 観光分野 柱1 長期滞在につながる観光地域づくりの推進						

※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

令和6年度当初計画【P (Plan)】	令和6年度の実績【D (Do)】	現状分析【C (Check)】・令和7年度の実績【A (Action)】
<p><b>1 中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間)【産】</b>  (1) 核となる観光施設の磨き上げへの支援  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  ① 「どっぶり高知旅」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意識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>(3) 地域内での周遊・滞在の促進  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 広域観光組織を中心としたデジタルデータの活用による戦略的な周遊施策等の実践</p>	<p><b>1 中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間)【産】</b>  (1) 核となる観光施設の磨き上げへの支援  ① 観光振興推進総合支援事業費補助金等の活用  (交付決定済(12市町村19事業)：四万十市、馬路村、土佐町、仁淀川町、  梶原町、津野町、四万十町、南国市、  土佐清水市、香南市、室戸市、香美市)</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  ① 「どっぶり高知旅」をテーマにしたコンテストによる県内外への情報発信  ・市町村等向けコンテスト受賞作の広報(4月～)  (3/28 166の応募から21の入賞コンテンツを選定し授賞式を実施  12/13現在、共同通信やテレビ高知など各メディアへの露出 計27件)  ・観光客向けコンテストの実施(6～11月)  (6/19～8/31 県外観光客を対象に高知での思い出や印象に残った出来事を募集(WEBで応募) 1,015件の応募)  ・県民向けコンテストの実施(8～3月)  (8/31～11/30 県民を対象に地元おすすめのもの・こと(観光スポット、食、文化、人など)を募集(WEB・用紙で応募) 1,175件の応募)</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意識したプロモーション展開  ・草花ガイド情報を掲載したチラシ制作(3/1～ 配布)  ・アクティビティ施設等の周遊を促すスタンプラリーブック制作(7/26～ 配布)  ・アンテナショップオープンと連動した情報発信(関西・中四国エリア)(4月～12月)  (6/19～6/24 阪神百貨店での高知県フェアの開催、  6/22～6/23 JR大阪駅アトリウム広場での高知県フェア開催、  9/7～9/8 KITTE大阪でのどっぶり高知旅フェスティバルの実施、  10/5～10/6、11/16～11/17、12/7～12/8 催事スペースでの観光イベントの実施、  関西・中四国メディアへの露出(計43件))  ・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月～3月)  (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  (ポスター、のぼり旗、リーフレット、やなせキャラステッカー)、  9/7～9/8 KITTE大阪でのどっぶり高知旅フェスティバルの実施(再掲)、  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)  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  ・観光商品説明会及び商談会でのセールス(4月、5月、7月、9月、10月)  (4/16・7/2・9/11・10/3 東京、5/15 広島、5/20・7/1・9/3・10/9 大阪、  5/30 福岡、10/17 名古屋 計11回)  ・モニターツアーの実施(9月、11月、1月)  (9/18～20、11/27～28 計2回)  ・展示商談会への出展(7月、9月)  (7/26～7/28 大阪観光ショーケース、9/26～9/29 ツーリズムEXPOジャパン東京 計2回)</p> <p>(3) 地域内での周遊・滞在の促進  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  ・市町村、観光協会、事業者等との事業計画のヒアリングや磨き上げに向けた協議(4月～随時)  ・周遊促進・滞在延長支援事業費補助金交付決定、進捗状況の把握、実績報告の検査(6月～3月)  (交付決定済8市町11事業：高知市、南国市、香美市、須崎市、津野町、  宿毛市、四万十市、土佐清水市)  ② 広域観光組織を中心としたデジタルデータの活用による戦略的な周遊施策等の実践  ・分析ツール活用説明会の開催(5/24 12名参加)</p>	<p><b>1 中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間)【産】</b>  《現状分析》  1：210.2万人(14施設) (R6.10月末時点)  中核となる観光施設の10月末までの合計入込数は前年同期比約84.1%となっている(R4同期比では約112.2%)</p> <p>[要因・課題]  ・牧野植物園、旧浜口邸など連続テレビ小説「らんまん」により、R5に大幅増となった施設の反動減が見られる  ・中核となる観光施設のうち、アンパンマンミュージアムはR7放送連続テレビ小説「あんぱん」に向けた改修により、R6.11～R7.3まで休館のため、入込数の減少要因となる</p> <p>《令和7年度の実績の強化のポイント》  <b>拡・来年度放送の「あんぱん」をフックとした誘客の拡大と県内周遊の強化</b>  (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、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)  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)  <b>新拡・閑散期における誘客の促進</b>  (平日宿泊促進キャンペーンの実施、ナイトタイムエコノミーの推進や龍馬パスポートを活用した長期滞在の促進による閑散期対策の実施)  KPI：閑散期における主要観光施設の入込数(前年比+10%)  <b>拡・「どっぶり」観光商品を組み込んだ旅行商品造成の促進</b>  (「どっぶり」商品への誘客につなげる旅行会社への助成)  KPI：旅行会社向けの説明会の実施や商談会への出展(16件)</p>

令和6年度当初計画【P（Plan）】	令和6年度の取り組み状況【D（Do）】	現状分析【C（Check）】・令和7年度の取り組みの強化のポイント【A（Action）】
	<p>（事業対象：広域観光組織及び高知市担当者）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・広域観光組織等へ実証事業希望調査の実施、調整（5～6月）</li><li>・データ活用ワークショップ(7/29 13名参加)</li><li>・地域コーディネーターによる実証事業の実施支援（7月～） （5つの広域観光組織で6件の実証事業を実施 物部川：昼間平均滞在時間が全エリアで最短 観光チケット付宿泊プラン販売による高知市からの誘客促進検証 （R6/12/1～R7/2/28） 嶺北：県内からの来訪者は日帰り率が高い 閑散期におけるキャンパー向けプラン造成による宿泊促進検証（R7/2） 幡多：宿泊クーポン事業での飲食店利用が少ない 既存キャンペーン（宿泊クーポン事業の効果分析と飲食店マップ配布による誘導効果の検証（R6/11/15～R7/1/31）等）</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>・中間報告会の開催（12月）</li><li>・成果報告会の開催（3月）</li></ul>	
<p><b>2 1旅行当たりの県内平均立寄数(年間)【中・産】</b></p> <p><b>3 民泊受入人数(年間)【中】</b></p> <p><b>4 新たな観光商品数【中】</b></p> <p><b>5 分散型宿泊施設のエリア数【中】</b></p> <p><b>新</b>①「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり</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> <ul style="list-style-type: none"><li>・エリア選定のための市町村ヒアリングを実施（5月下旬～6月中旬）</li><li>・地域への「どっぷり化」普及啓発のための勉強会を開催（6月中旬）</li></ul> <p>・エリア、コーディネーターの選定、伴走支援（6月～） コンテスト受賞エリアと重複する市町村を優先的に選定予定 その他のエリア選定に向けた基準の作成、エリア選定 専属のコーディネーターを配置し、伴走支援を開始</p> <p>・令和7年上期セールスでの商品提案（9月～）</p> <p><b>拡</b>②地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上</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>※取り組みについては、（1）①・②と同様</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> <ul style="list-style-type: none"><li>・民泊新規受入家庭向けのパンフレットの制作・配布</li></ul> <p>民泊ガイドラインの更新(4～6月)</p> <p>・民泊研修会、新規受入家庭向け民泊説明会の開催(6月～)</p> <p>(3)地域内での周遊・滞在の促進</p> <p><b>拡</b>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> <ul style="list-style-type: none"><li>・市町村、観光協会、事業者等との事業計画のヒアリングや磨き上げに向けた協議（4月～6月）</li><li>・周遊促進・滞在延長支援事業費補助金交付決定、進捗状況の把握、実績報告の検査(5月～3月)</li></ul> <p>②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</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・支援対象エリアの選定(6月中)</li></ul> <p>・専門家派遣等による個別支援（7月～）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・アクションプランの作成（1月～）</li><li>・取組事例の公表・横展開(3月)</li></ul> <p><b>新</b>③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</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・分散型宿泊施設等に関するセミナーの開催（6月）</li></ul> <p>・支援対象エリアの選定（6月中）</p> <p>・事業計画策定に向けた現地踏査、先進事例視察、勉強会等の実施(7月～)</p> <p>・モニターツアーの実施(9月～)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・取組事例の公表・横展開(3月)</li></ul> <p><b>④</b>広域観光組織を中心としたデジタルデータの活用による戦略的な周遊施策等の実践（再掲）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・分析ツール活用説明会の開催(5月)</li></ul> <p>・広域観光組織等への実証事業希望調査の実施、調整(6月)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・データ活用ワークショップ(7月)</li></ul>	<p><b>2 1旅行当たりの県内平均立寄数(年間)【中・産】</b></p> <p><b>3 民泊受入人数(年間)【中】</b></p> <p><b>4 新たな観光商品数【中】</b></p> <p><b>5 分散型宿泊施設のエリア数【中】</b></p> <p>《現状分析》</p> <p>2：1.6件(R5)、2.5件(R5) 当初計画通りに進捗中</p> <p>3：566人（年間）受入予定（R6.8時点の予約状況）</p> <p>4：16商品造成（R6.12月） どっぷり高知旅コンテスト入賞素材や一次産業事業者等と連携した商品を造成中</p> <p>5：3エリアを選定(R6.11) 支援対象エリア（窪津エリアの空き家を生かした取組等）を選定し、事業計画等策定に向け伴走支援実施中</p> <p>【要因・課題】</p> <p>2：観光商品づくり、宿泊施設を中心とした長期滞在の地域づくり、バスツアーの造成等、立寄件数増に寄与する施策が当初計画通りに進捗中</p> <p>3：コロナ禍が明け民泊需要が高まっている一方で、高齢化に伴う受入家庭数が減少し、受入数が低水準に止まっている</p> <p>4：地域の一次産業や飲食店等、多様な関係者を巻き込みながら商品を造成するため、合意形成に時間を要しているが、当初計画通りに進捗中。</p> <p>5：甲浦地区（東洋町）、池川地区（仁淀川町）、窪津地区（土佐清水市）を選定し、当初計画通りに進捗中</p> <p>《令和7年度の取り組みの強化のポイント》</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・新しい受入家庭の掘り起こしに加えて、広域エリアの嶺北と東部が共同での受入態勢を構築し、セールスを強化する。さらに、隣接する県外エリア（祖谷地区、南予地区）との共同受入を見据え、研修会の開催など態勢を強化する。</li><li>・令和6年度同様、新たに40商品の造成を目指す。また、造成した商品のPRツールを作成し、販売支援を強化する。</li></ul> <p><b>拡・分散型ホテルの取組に関して、支援を実施するエリア数の拡充</b> <u>（R6：3エリアーR7：4エリア）等により、受入態勢の一層の強化を図る。</u> <u>また、歴史的な町並み等を生かした分散型ホテル（5～10棟程度）の構築に</u> <u>に向けたエリアの可能性調査を実施し、新たな支援エリアの掘り起こしを図る。</u> 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）</p>	

令和6年度当初計画【P（Plan）】	令和6年度の取り組み状況【D（Do）】	現状分析【C（Check）】・令和7年度の取り組みの強化のポイント【A（Action）】
<div>・地域コーディネーターによる実証事業の実施支援（7月～）</div> <div>・中間報告会の開催（12月）</div> <div>・成果報告会の開催（3月）</div> <div>（4）中山間地域の移動を確保するための二次交通の充実</div> <div>拡①コミュニティバスなど既存インフラの観光への活用</div> <div>・県内バス事業者との連携による旅行商品化の促進</div> <div>・「どっぷり高知旅」をテーマとした県内バスツアーの企画造成や広報を支援</div>	<div>・地域コーディネーターによる実証事業の実施支援（7月～）</div> <div>（5つの広域観光組織で6件の実証事業を実施</div> <div>物部川：昼間平均滞在時間が全エリアで最短</div> <div>観光チケット付宿泊プラン販売による高知市からの誘客促進検証（R6/12/1～R7/2/28）</div> <div>嶺北：県内からの来訪者は日帰り率が高い</div> <div>閑散期におけるキャンパー向けプラン造成による宿泊促進検証（R7/2）</div> <div>幡多：宿泊クーポン事業での飲食店利用が少ない</div> <div>既存キャンペーン（宿泊クーポン事業の効果分析と飲食店マップ配布による誘導効果の検証（R6/11/15～R7/1/31）等）</div> <div>・中間報告会の開催（12月）</div> <div>・成果報告会の開催（3月）</div> <div>⑤連続テレビ小説「あんぱん」を生かした地域博覧会の開催支援</div> <div>・実行委員会等、事業計画の検討に向けた会議の開催や取組の支援</div> <div>（実行委員会（4/24, 8/9、幹事会（5月～11月、6回開催）、受入部会（11/7））</div> <div>博覧会名称、ロゴマーク等の決定：物部川エリア観光博「ものべすと」</div> <div>事業計画の策定、特設HPや公式ガイドブックの作成</div> <div>やなせさんにちなんだ食の磨き上げ</div> <div>プレイベント（2/8）、オープニングイベント（3/29～30）の開催に向けた準備等</div> <div>・受入環境整備等の取組支援</div> <div>（観光振興推進総合支援事業費補助金・観光振興交付金による支援（南国市、香美市、香南市））</div> <div>（4）中山間地域の移動を確保するための二次交通の充実</div> <div>①コミュニティバスなど既存インフラの観光への活用</div> <div>・県内バス事業者との連携による旅行商品化の促進</div> <div>・「どっぷり高知旅」をテーマとした県内バスツアーの企画造成や広報を支援</div> <div>（R6.8：5コース造成、R6.11：5コース造成、R7.1：5コース造成予定）</div>	



	各計画の位置づけ	K P I（指標）	出発点	現状値	達成度 （※）	R 6 年度 到達目標	4 年後 （R 9）目標	
未来戦略		1 県外観光客入込数（年間）【産】	370万人 （R4）	472万人 （R5）	B	465万人 （年間）	470万人 （年間）	※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
		2 スポーツによる県外からの入込客数（年間）【産】	53,161人 （R4）	47,774人 （R6.1～R6.10）	A	7万人 （年間）	12万人 （年間）	
中山間 ビジョン	柱4 しごとを生み出す 第6策 基幹産業の振興と地域の資源を活用した付加価値の 高い産業の創出 （5）観光の振興	3 中山間地域（土佐山・鏡を含む）でのスポーツによる県外 からの入込客数（年間）【中】	29,256人 （R4）	14,028人 （R6.1～R6.10）	D	4.42万人 （年間）	6.7万人 （年間）	
		4 スポーツツーリズムwebサイト「スポる!KOCHI」のセッション数【中】	3.2万セッション （R4）	165,694 セッション （R6.4～R6.11）	S	127,750 セッション （年間）	182,500 セッション （年間）	
産振計画	I 専門分野 5 観光分野 柱2 戦略的セールス&プロモーション							

令和6年度当初計画【P（Plan）】	令和6年度の取り組み状況【D（Do）】	現状分析【C（Check）】・令和7年度の取り組みの強化のポイント【A（Action）】
<p><b>1 県外観光客入込数（年間）【産】</b></p> <p>（1）マスメディアを活用した情報発信（再掲） <b>新</b>①「どっぶり高知旅」をテーマにしたコンテストによる県内外への情報発信 ・市町村等向けコンテスト受賞作の広報（4月～）</p> <p>・観光客向けコンテストの実施（6～11月）</p> <p>・県民向けコンテストの実施（7～3月）</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意識したプロモーション展開</p> <p>・アンテナショップオープンと連動した情報発信（関西・中四国エリア） （4月～9月）</p> <p>・あんぱんの放送と連動した情報発信（全国・首都圏エリア）（10月～3月）</p> <p>（2）旅行会社向けのセールス活動 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） ・観光商品説明会及び商談会でのセールス（4月、5月、7月、9月、10月）</p> <p>・モニターツアーの実施（9月、10月、11月）</p> <p>②教育旅行誘致セールスの実施 ・広域観光組織と連携した旅行会社へのセールスの実施（関西：5月、関東：12月）</p> <p><b>拡</b>（3）年間を通じた観光需要の平準化 ①伝統文化等を組み込んだナイトイベントの実施 ・高知城夜間イベントの実施（12月～1月）</p> <p><b>拡</b>（4）MICEの誘致 ・エクスカーションへの支援創設（4月～）</p> <p>・県外事務所と連携した営業活動（随時）</p> <p><b>新</b>（5）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（再掲） ・観光商品説明会及び商談会でのセールス（4月、5月、7月、9月、10月）</p> <p>・あんぱんの放送と連動した情報発信（全国・首都圏エリア）（10月～3月）</p>	<p><b>1 県外観光客入込数（年間）【産】</b></p> <p>（1）マスメディアを活用した情報発信（再掲） ①「どっぶり高知旅」をテーマにしたコンテストによる県内外への情報発信 ・市町村等向けコンテスト受賞作の広報（4月～） （3/28 166の応募から21の入賞コンテンツを選定し授賞式を実施 12/13現在、共同通信やテレビ高知など各メディアへの露出 計27件） ・観光客向けコンテストの実施（6～11月） （6/19～8/31 県外観光客を対象に高知での思い出や印象に残った出来事を募集（WEBで応募） 1,015件の応募） ・県民向けコンテストの実施（8～3月） （8/31～11/30 県民を対象に地元おすすめのモノ・コト（観光スポット、食、文化、人など）を募集（WEB・用紙で応募） 1,175件の応募） 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意識したプロモーション展開 ・草花ガイド情報を掲載したチラシ制作 （3/1～ 配布） ・アクティビティ施設等の周遊を促すスタンプラリーブック制作 （7/26～ 配布） ・アンテナショップオープンと連動した情報発信（関西・中四国エリア） （4月～12月） （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、 9/7～9/8 KITTE大阪でのどっぶり高知旅フェスティバルの実施、 10/5～10/6、11/16～11/17、12/7～12/8 催事スペースでの観光イベントの実施、 関西・中四国メディアへの露出（計43件）） ・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月～3月） （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 （ポスター、のぼり旗、リーフレット、やなせキャラステッカー）、 9/7～9/8 KITTE大阪でのどっぶり高知旅フェスティバルの実施（再掲）、 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） （2）旅行会社向けのセールス活動 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） ・観光商品説明会及び商談会でのセールス（4月、5月、7月、9月、10月） （4/16・7/2・9/11・10/3 東京、5/15 広島、5/20・7/1・9/3・10/9 大阪、 5/30 福岡、10/17 名古屋 計11回） ・モニターツアーの実施（9月、11月、1月） （9/18～20、11/27～28 計2回） ・展示商談会への出展（7月、9月） （7/26～7/28 大阪観光ショーケース、9/26～9/29 ツーリズムEXPOジャパン東京 計2回） ②教育旅行誘致セールスの実施 ・広域観光組織と連携した旅行会社へのセールスの実施（関西：5月、関東：11月） （5/9～5/10 関西 計27社） （11/20～11/22 関東 計35社） ・東京事務所を通じた高知に縁のある学校に対するアプローチを実施 （品川区浜川中学校、原宿外苑中学校、豊島区立西池袋中学校） ・学校向け説明会（オンライン）の実施（2月予定） （3）年間を通じた観光需要の平準化 ①伝統文化等を組み込んだナイトイベントの実施 ・高知城夜間イベントの実施（12月～1月） （12/6～1/13 シャドウアップ高知城、12/7～ 土佐の伝統芸能ナイト） （4）MICEの誘致 ・エクスカーションへの支援創設（4月～） （4/1～ エクスカーションバス助成申請 計4件） ・県外事務所と連携した営業活動（随時） （5）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（再掲） ・観光商品説明会及び商談会でのセールス（4月、5月、7月、9月、10月） （4/16・7/2・9/11・10/3 東京、5/15 広島、5/20・7/1・9/3・10/9 大阪、 5/30 福岡、10/17 名古屋 計11回） ・あんぱんの放送と連動した情報発信（全国・首都圏エリア）（10月～3月） （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 （ポスター、のぼり旗、リーフレット、やなせキャラステッカー）、 9/7～9/8 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）</p>	<p><b>1 県外観光客入込数（年間）【産】</b></p> <p>《現状分析》 1：472万人（R5） 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</p> <p>【要因・課題】 ・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） ・物価高騰による外出控え（消費控え）</p> <p>《令和7年度の取り組みの強化のポイント》 <b>拡</b>・来年度放送の「あんぱん」をフックとした誘客の拡大と県内周遊の強化 （<u>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、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</u>） 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） <b>新拡</b>・閑散期における誘客の促進 （<u>平日宿泊促進キャンペーンの実施、ナイトタイムエコノミーの推進や龍馬バスポートを活用した長期滞在の促進による閑散期対策の実施</u>） KPI：閑散期における主要観光施設の入込数（前年比＋10%） <b>拡</b>・「どっぶり」観光商品を組み込んだ旅行商品造成の促進 （<u>「どっぶり」商品への誘客につなげる旅行会社への助成</u>） KPI：旅行会社向けの説明会の実施や商談会への出展（16件）</p>

令和6年度当初計画【P（Plan）】	令和6年度の取り組み状況【D（Do）】	現状分析【C（Check）】・令和7年度の取り組みの強化のポイント【A（Action）】
<div>2 スポーツによる県外からの入込客数（年間）【産】</div> <div>3 中山間地域（土佐山・鏡を含む）でのスポーツによる県外からの入込客数（年間）【中】</div> <div>4 スポーツツーリズムwebサイト「スポる!KOCHI」のセッション数【中】</div> <div>(1) スポーツを通じた交流人口の拡大</div> <div>①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</div> <div>・連携協定を締結している阪神タイガースや誘致実績のあるオリックスバファローズ、花園近鉄ライナーズ等のチームへの誘致活動を実施</div> <div>②アマチュアスポーツ合宿等の誘致</div> <div>・大阪体育大学等の関西圏の大学に案内チラシを送付するほか、観光コンベンション協会等と連携した誘致活動の実施</div> <div>(2) 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進</div> <div>①地域と連携したスポーツツーリズムの推進</div> <div>・「スポる!KOCHI」を通して県内のスポーツツーリズムに関する情報を発信</div> <div>拡・ ツーリズムEXPOジャパン2024（9月）や関西アンテナショップにおいて、自然環境を活かしたスポーツ大会（サイクリング、サーフィン等）の開催にかかる助成制度のPRを実施</div> <div>拡②サイクリング観光の取組強化</div> <div>・「スポる!KOCHI」を通したサイクリング観光に関する情報発信の強化</div> <div>・サイクルオアシス（空気入れの貸出等の協力店）の拡大</div> <div>(3) インバウンド向けスポーツツーリズムの強化</div> <div>①コンテンツの造成</div> <div>拡・ 高知龍馬マラソン等の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</div> <div>②プロモーション</div> <div>新・ 四国4県での台北国際自転車展示会への出展（3月）</div> <div>・ 5言語（英、韓、簡体、繁体、日本）に対応した「スポる!KOCHI」を用いた海外向けの情報発信</div>	<div>2 スポーツによる県外からの入込客数（年間）【産】</div> <div>3 中山間地域（土佐山・鏡を含む）でのスポーツによる県外からの入込客数（年間）【中】</div> <div>4 スポーツツーリズムwebサイト「スポる!KOCHI」のセッション数【中】</div> <div>(1) スポーツを通じた交流人口の拡大</div> <div>①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</div> <div>・連携協定を締結している阪神タイガースや誘致実績のあるオリックスバファローズ、花園近鉄ライナーズ等のチームへの誘致活動を実施（訪問回数：4月6回、5月6回、6月5回）</div> <div>・J2ファジアーノ岡山（7/23～26）夏季キャンプ</div> <div>・花園近鉄ライナーズ（9/5～15）合宿及びラグビー教室開催（小中高生129人）</div> <div>・阪神タイガース（11/1～17）、オリックスバファローズ（11/5～18）キャンプ開催</div> <div>・JLPGAレジェンズツアーObbl iカップ開催（10/30～31）</div> <div>・カシオワールドゴルフトーナメント開催（11/21～24）</div> <div>②アマチュアスポーツ合宿等の誘致</div> <div>・大阪体育大学等の関西圏の県就職支援協定大学139校にチラシを送付</div> <div>・競技団体と連携した誘致（男女高校バスケの合宿等）、旅行会社への営業</div> <div>・KVCAlによる本県で合宿実績のあるチームへのダイレクトメール等</div> <div>(2) 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進</div> <div>①地域と連携したスポーツツーリズムの推進</div> <div>・「スポる!KOCHI」を通して県内のスポーツツーリズムに関する情報を発信（4～11月 高知ユナイテッドSC誘客促進記事等26件、高知龍馬マラソン等イベント情報49件）</div> <div>・ ツーリズムEXPOジャパン2024（9月）や関西アンテナショップにおいて、自然環境を活かしたスポーツ大会（サイクリング、サーフィン等）の開催にかかる助成制度のPRを実施</div> <div>②サイクリング観光の取組強化</div> <div>・「スポる!KOCHI」を通したサイクリング観光に関する情報発信の強化</div> <div>・サイクルオアシス（空気入れの貸出等の協力店）の拡大（25件予定）</div> <div>(3) インバウンド向けスポーツツーリズムの強化</div> <div>①コンテンツの造成</div> <div>・米国ロサンゼルス日系4世バスケットボール及び台湾バレーボールチームの合宿等</div> <div>②コンテンツ造成及びプロモーション</div> <div>・高知龍馬マラソン2025の海外枠の新設（過去最高の85名エントリー）</div> <div>・台湾の旅行会社による高知龍馬マラソンツアーの造成</div> <div>・ 5言語（英、韓、簡体、繁体、日本）対応の「スポる!KOCHI」による海外向けの情報発信（4～11月 165,694万セッション中、海外は3,480セッション）</div> <div>・台湾の有名サイクリスト・インフルエンサーを仁淀ブルーライドに招聘し、SNS等で情報発信（Instagram：高知記事の投稿閲覧数延べ2.5万人）</div> <div>(4) 地元プロスポーツ等の支援</div> <div>①高知ユナイテッドSCに対する支援</div> <div>・J3昇格に向けたホーム戦の集客支援</div> <div>7/29 高知ユナイテッドSCを応援する会を設立し、官民連携でホーム戦観戦を呼びかけ</div> <div>8/2 「スポる!KOCHI」での記事配信、県庁前電車通りに広告看板設置等</div> <div>9/1 どっぶり高知旅キャンペーンのPR等（観客11,085人）</div> <div>9/1～ シャトルバスの運行等を実施</div> <div>・J3基準クリアに向けた施設整備</div> <div>5/31～ Jリーグ関係者との協議</div> <div>6/21～ 春野陸上競技場の照明設備の整備に向けた地元住民への説明等</div> <div>9/1～ 記者席、審判席等の整備</div> <div>②高知ファイティングドックスに対する支援</div> <div>・「高知FDを応援する会県民会議」冠試合（4/26 開催）</div> <div>・阪神タイガース、高知FDによるスポーツ教室（11/10 開催（親子60組））</div>	<div>2 スポーツによる県外からの入込客数（年間）【産】</div> <div>3 中山間地域（土佐山・鏡を含む）でのスポーツによる県外からの入込客数（年間）【中】</div> <div>4 スポーツツーリズムwebサイト「スポる!KOCHI」のセッション数【中】</div> <div>《現状分析》</div> <div>2：47,774人（R6.1～R6.10）</div> <div>前年同期比約87％で推移</div> <div>3：14,028人（R6.1～R6.10）</div> <div>前年同期比約98％で推移しているものの、目標達成にはさらなる取組が必要</div> <div>4：165,694セッション（R6.4～R6.11）</div> <div>前年同期比約156％であり、順調に推移</div> <div>[要因・課題]</div> <div>・コロナ禍を経て、スポーツ観戦や合宿等の需要が回復基調にある（スポーツによる県外からの入込客数のピークは、R元年の9万8千人）</div> <div>・高知ユナイテッドSCのJ3昇格を見据えた支援により、ホーム戦における観客数が増加</div> <div>・プロ野球やJリーグキャンプの受入可能（3食提供等）な宿泊施設の確保に苦慮</div> <div>《令和7年度の取り組みの強化のポイント》</div> <div>拡・高知ユナイテッドSCのJ3昇格を契機としたスポーツツーリズムの推進に向けた取組強化</div> <div>KPI：高知ユナイテッドSCのホーム戦観客数（5.7万人）</div> <div>拡・県民体育館の再整備を見据えた、バレーボールなど屋内競技の新たなチームの誘致</div> <div>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）</div> <div>・プロスポーツキャンプ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していく</div>

	各計画の位置づけ	K P I（指標）	出発点	現状値	達成度（※）	R 6 年度 到達目標	4 年後 （R 9）目標	
未来戦略		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】）【産】	86% (R4)	90% (R6.9)	A	87.5% (年間)	88% (年間)	※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
		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】）【産】	80% (R4)	79% (R6.9)	B	82% (年間)	85% (年間)	
中山間 ビジョン	柱4 しごとを生み出す 第6策 基幹産業の振興と地域の資源を活用した 付加価値の高い産業の創出 (5) 観光の振興	3 分散型宿泊施設のエリア数【中】	0	3エリア(選定) (R6.4～R6.11)	A	3エリア(年間) (事業計画の策定件数)	15エリア(R6～R9) (事業計画の策定件数)	
産振計画	I 専門分野 5 観光分野 柱3 おもてなしの推進							

令和6年度当初計画【P（Plan）】	令和6年度の取り組み状況【D（Do）】	現状分析【C（Check）】・令和7年度の取り組みの強化のポイント【A（Action）】
<p>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】）【産】</p> <p>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】）【産】</p> <p>3 分散型宿泊施設のエリア数【中】</p> <p>拡(1)ユニバーサルツーリズムの推進</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・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（4月～）</li></ul> <p>・アドバイザー派遣による個別支援（5月～）</p> <p>・バリアフリー観光に関する研修会の開催（9月）</p> <p>・バリアフリー観光モニターツアーの実施（10月）</p> <p>(2)観光客の満足度の向上</p> <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・どっぷり高知旅おもてなしオリジナルピンバッジの配布（4月～）</li></ul> <p>・おもてなし県民表彰の実施（8月～）</p> <p>・おもてなし一斉清掃等の実施（9月～）</p> <p>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）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・市町村等との事業計画のヒアリングや磨き上げに向けた協議（4月～6月）</li></ul> <p>・補助金交付決定、進捗状況の把握、実績報告の検査（4月～3月）</p> <p>拡③観光ガイドの裾野拡大やスキル向上</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・歴史文化施設ガイド研修会の実施（4月・10月）</li></ul>	<p>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】）【産】</p> <p>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】）【産】</p> <p>3 分散型宿泊施設のエリア数【中】</p> <p>(1)ユニバーサルツーリズムの推進</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・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（4月～） (相談対応件数：4月25件、5月12件、6月13件、7月18件、8月10件、9月11件、10月10件、11月14件 計113件)</li><li>・観光案内所等におけるバリアフリーに関する対応事例等の地域別意見交換会（4月～9月：バリアフリー観光、10月～3月：バリアフリー防災） (4月 安芸・室戸(北川村観光協会ほか6団体：15人)、 5月 物部(弁天座ほか6団体：13人)、 6月 高知市(こうち観光ナビ・ツーリストセンターほか7団体：13人)、 7月 嶺北・仁淀川(仁淀川町観光協会ほか9団体：15人)、 8月 奥四万十(須崎市観光協会ほか4団体：9人)、 9月 四万十・足摺(四万十市観光協会ほか5団体：11人)、 10月 安芸・室戸(室戸ジオパーク推進協議会ほか5団体：13人) 11月 物部(YASU海の駅クラブほか6団体：12人) 計8回)</li><li>・アドバイザー派遣による個別支援（5月～） (7月 室戸市観光ジオパーク推進課：施設のバリアフリーチェック、 室戸ジオパーク推進協議会：バリアフリー観光に関する法律・制度等、 9月 高知市観光企画課：桂浜公園のバリアフリー化、 12月 入交グループ高知公園管理組合：高知城夜間イベントのバリアフリーチェック、 (一社)土佐清水ジオパーク推進協議会：法律・制度の説明等、 竜串ビジターセンターうみのわ：学生・障害者によるワークショップ等、 牧野植物園：バリアフリーの観点での施設の強みや弱みの検証 計7回)</li><li>・バリアフリー観光に関する研修会の開催（10月） (10/24 島根県の宿泊事業者の先進事例の紹介等）</li><li>・バリアフリー観光モニターツアーの実施（10月） (10/25～27 あんぱんによる県内の観光需要を見据えたモニターツアーの実施、 1月中に受入施設へのフィードバックやツアーコースの情報を発信、 3月までにモニターツアーの一部を商品化し販売予定)</li></ul> <p>(2)観光客の満足度の向上</p> <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・どっぷり高知旅おもてなしオリジナルピンバッジの配布（4月～） (4月～11月末 配布個数 計5,287個)</li><li>・おもてなし県民表彰の実施（9月～） (3月表彰予定 R5年度表彰数：3団体、2人)</li><li>・おもてなし一斉清掃等の実施（10月～） (10/29 34市町村3,000人目標 R6年度参加者数：32市町村、2,868人)</li></ul> <p>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）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・市町村等との事業計画のヒアリングや磨き上げに向けた協議（4月～） (11月末時点 10件)</li><li>・補助金交付決定、進捗状況の把握、実績報告の検査（8月～3月） (12/2時点 6件採択(四万十市、土佐清水市、土佐市、四万十町))</li><li>・市町村や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訪日外国人のニーズを周知し、取組を促進（6月～） (6月 広域観光組織、7月 市町村観光主管課)</li><li>・四国遍路の各札所に外貨両替所等の案内を配布（11月）</li></ul> <p>③観光ガイドの裾野拡大やスキル向上</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・歴史文化施設ガイド研修会の実施（4月・11月） (4/24 紙の博物館など歴史文化施設に配置された館内ガイド研修 15名参加) (11/20 紙の博物館など歴史文化施設に配置された館内ガイド研修 11名参加)</li></ul>	<p>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】）【産】</p> <p>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】）【産】</p> <p>3 分散型宿泊施設のエリア数【中】</p> <p>《現状分析》</p> <p>1：90% (R6.9)</p> <p>高い評価を得ている</p> <p>2：79% (R6.9)</p> <p>一定の評価を得ている</p> <p>3：3エリアを選定(R6.11)</p> <p>支援対象エリア（窪津エリアの空き家を生かした取組等）を選定し、事業計画等策定に向け伴走支援実施中</p> <p>【要因・課題】</p> <p>1：「展示や体験が楽しめた・素晴らしい」「自然景観が美しい」などの声があり、高い満足度を得ている</p> <p>2：「食事・料理がおいしい」「温泉が良かった」「客室が広い」「立地条件が良い」などの声があり、一定の満足度を得ている</p> <p>3：甲浦地区（東洋町）、池川地区（仁淀川町）、窪津地区（土佐清水市）を選定し当初計画通りに進捗中</p> <p>・来年度以降、高知県内へのホテルオープンが多く見込まれる中（約1000室増） 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</p> <p>《令和7年度の取り組みの強化のポイント》</p> <p>拡・宿泊施設を含む観光関連事業者の防災対策の強化（観光関連事業者等を対象とした防災に関するセミナーを開催し、個別アドバイザー派遣及び防災情報をまとめた特設ページの作成を行う）</p> <p>KPI：防災セミナー開催（1回） 個別アドバイザー派遣（8回） 特設ページ作成（1件）</p> <p>拡・分散型ホテルの取組に関して、支援を実施するエリア数の拡充（R6：3エリア→R7：4エリア）等により、受入態勢の一層の強化を図る。 また、歴史的な町並み等を生かした分散型ホテル（5～10棟程度）の構築に向けたエリアの可能性調査を実施し、新たな支援エリアの掘り起こしを図る</p> <p>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）</p>



令和6年度当初計画【P（Plan）】	令和6年度の取り組み状況【D（Do）】	現状分析【C（Check）】・令和7年度の取り組みの強化のポイント【A（Action）】
<div>・ガイド研修会の実施（6月）</div> <div>・連絡協議会全体交流研修会・個別勉強会の実施（6月～）</div> <div>・ガイド体験会の実施（8月～10月）</div> <div>・お手伝いガイドの実施（11月～）</div> <div>拡(3)地域の特色を生かした受入体制づくり</div> <div>①観光ガイドの裾野拡大やスキル向上</div> <div>・歴史文化施設ガイド研修会の実施（4月・10月）</div> <div>・ガイド研修会の実施（6月）</div> <div>・連絡協議会全体交流研修会・個別勉強会の実施（6月～）</div> <div>・ガイド体験会の実施（8月～10月）</div> <div>・お手伝いガイドの実施（11月～）</div> <div>②観光施設等でのコンシェルジュ機能の強化</div> <div>・宿泊施設等のコンシェルジュ機能の強化に向けた研修会の実施（12月～2月）</div> <div>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）</div> <div>・広域観光組織での地域おこし協力隊の募集・配置</div> <div>(4)長期滞在を目指した受皿づくり</div> <div>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（再掲）</div> <div>・支援対象エリアの選定（6月中）</div> <div>・専門家派遣等による個別支援（7月～）</div> <div>・アクションプランの作成（1月～）</div> <div>・取組事例の公表・横展開（3月）</div> <div>新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（再掲）</div> <div>・分散型宿泊施設等に関するセミナーの開催（6月）</div> <div>・支援対象エリアの選定（6月中）</div> <div>・事業計画策定に向けた現地踏査、先進事例視察、勉強会等の実施（7月～）</div> <div>・モニターツアーの実施（9月～）</div> <div>・取組事例の公表・横展開（3月）</div>	<div>・ガイド研修会の実施（6月）</div> <div>(6/30～7/2 ガイドに関心のある方向けの初心者セミナー 中部・東部・西部各1回 計109名参加)</div> <div>・連絡協議会全体交流研修会・個別勉強会の実施（6月～）</div> <div>(個別勉強会：ゆすはら出会いの会（7/10）など 12団体実施）</div> <div>・ガイド体験会の実施（9月～11月 7コース計43名参加）</div> <div>(ガイドを始めたい人向け)</div> <div>四万十市：街歩き of 四万十川コース</div> <div>高知市：高知城で星空さんぽツアーなど 7コースを開催)</div> <div>・お手伝いガイドの実施（12月～）</div> <div>(ガイドの補佐役などを体験する機会を提供)</div> <div>(3)地域の特色を生かした受入体制づくり</div> <div>①観光ガイドの裾野拡大やスキル向上（再掲）</div> <div>・歴史文化施設ガイド研修会の実施（4月・11月）</div> <div>(4/24 紙の博物館など歴史文化施設に配置された館内ガイド研修 15名参加)</div> <div>(11/20 紙の博物館など歴史文化施設に配置された館内ガイド研修 11名参加)</div> <div>・ガイド研修会の実施（6月）・相談窓口の開設</div> <div>(6/30～7/2 ガイドに関心のある方向けの初心者セミナー 中部・東部・西部各1回 計109名参加)</div> <div>・連絡協議会全体交流研修会・個別勉強会の実施（6月～）</div> <div>(個別勉強会：ゆすはら出会いの会（7/10）など 12団体実施）</div> <div>・ガイド体験会の実施（9月～11月 7コース計43名参加）</div> <div>(ガイドを始めたい人向け)</div> <div>四万十市：街歩き of 四万十川コース</div> <div>高知市：高知城で星空さんぽツアーなど 7コースを開催)</div> <div>・お手伝いガイドの実施（12月～）</div> <div>(ガイドの補佐役などを体験する機会を提供)</div> <div>②観光施設等でのコンシェルジュ機能の強化</div> <div>・宿泊施設等のコンシェルジュ機能の強化に向けた研修会の実施（12月～2月）</div> <div>(宿泊施設のフロントスタッフ等への講習研修（観光素材紹介等）)</div> <div>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）</div> <div>・広域観光組織での地域おこし協力隊の募集・配置</div> <div>(4広域観光組織に配置済（東部、物部、れいほく、幡多）)</div> <div>(4)長期滞在を目指した受皿づくり</div> <div>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（再掲）</div> <div>・支援対象エリアの選定</div> <div>(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 高知市（土佐山）、安芸市、本山町、四万十町）</div> <div>・専門家派遣等による個別支援（8月～）</div> <div>・アクションプランの作成（1月～）</div> <div>・取組事例の公表・横展開（3月）</div> <div>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（再掲）</div> <div>・分散型宿泊施設等に関するセミナーの開催（6月）</div> <div>(6/6 参加者：計96名)</div> <div>・支援対象エリアの選定</div> <div>(7月 4市町5エリアからエントリー、3エリアを選定 東洋町甲浦・生見、仁淀川町池川、土佐清水市窪津)</div> <div>・事業計画策定に向けた現地踏査、先進事例視察、勉強会等の実施（7月～）</div> <div>(7/24 仁淀川町池川地区での計画方針のすり合わせ)</div> <div>・モニターツアーの実施（10月～）</div> <div>・取組事例の公表・横展開（3月）</div>	

	各計画の位置づけ	K P I（指標）	出発点	現状値	達成度（※）	R 6 年度到達目標	4 年後（R 9）目標
未来戦略		1 観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者（年間）【産】	9,890人泊（R 4）	88,990人泊（R6.1～R6.9）	A	12万人泊（年間）	17万人泊（年間）
		2 外国人県内消費額（年間）【産】	3億円（R 4）	44.5億円（R 5）	B	44億円（年間）	57億円（年間）
中山間ビジョン							
産振計画	I 専門分野 5 観光分野 柱4 国際観光の推進						

※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

令和6年度当初計画【P（Plan）】	令和6年度の取り組み状況【D（Do）】	現状分析【C（Check）】・令和7年度の取り組みの強化のポイント【A（Action）】
<p>1 観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者（年間）【産】</p> <p>2 外国人県内消費額（年間）【産】</p> <p>拡（1）定期便化に向けた国際チャーター便の誘致</p> <p>①台湾チャーター便の定着に向けた取り組みの強化</p> <p>・現地旅行会社との旅行博共同出展（4～6月、11月）</p> <p>・現地旅行会社と連携したスポーツイベントでの広報（4月、6月）</p> <p>・現地旅行会社や航空会社に対する支援の継続（通年）</p> <p>②短期チャーター便の誘致（韓国・香港）</p> <p>・現地旅行会社や航空会社へのセールス（通年）</p> <p>③国際線受入に向けた高知龍馬空港新ターミナルビル設計</p> <p>（2）関西圏からの誘客の促進</p> <p>・大阪観光局の観光PRサイト（Osaka info:全国巡りたび）等を通じた情報発信（通年）</p> <p>・関西－高知間のルート上の観光地と連携したPR（7～3月）</p> <p>・OTAサイト等を活用した観光情報の発信（7～3月）</p> <p>拡（3）個人旅行者の誘客の拡大</p> <p>・各市場の有力媒体によるプロモーション（7～3月）</p> <p>※香港・中国・韓国・米豪向け</p> <p>拡（4）旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長</p> <p>・有力媒体によるインバウンド向け「どっぷり高知旅」のプロモーションとセールス（7～3月）</p> <p>（5）消費額拡大に向けた受入環境整備</p> <p>拡①地域通訳案内士等のガイドスキルの向上</p> <p>・地域通訳案内士育成研修、口述試験の実施（9～11月）</p> <p>・フォローアップ研修の実施（1月）</p> <p>②観光事業者と連携した消費額拡大の取り組みの促進</p> <p>・インバウンド推進連絡会の開催（2回）</p> <p>・外国客船市街地受入部会の開催（7月、1月）</p>	<p>1 観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者（年間）【産】</p> <p>2 外国人県内消費額（年間）【産】</p> <p>（1）定期便化に向けた国際チャーター便の誘致</p> <p>①台湾チャーター便の定着に向けた取り組みの強化</p> <p>・現地旅行会社との旅行博共同出展（4～6月、11月）</p> <p>（4/19～4/22 ATTA、5/31～6/3 TTE、11/1～11/4 ITF プース来場者計2,198人）</p> <p>・現地旅行会社と連携したスポーツイベントでの広報（4月、6月）</p> <p>（4/20～4/21 プロバスケットチーム試合会場での広告配信 入場者3,154人、6/22 プロ野球チーム試合会場で「高知デー」イベント開催 入場者20,193人）</p> <p>・現地旅行会社や航空会社に対する支援の継続（通年）</p> <p>（4/26、9/16 旅行会社へ新たなコンテンツ（龍馬マラソン、サイクリング等）提案</p> <p>7/9 トップセールス：現地旅行会社75社へプレゼンを実施、</p> <p>毎週水・土 チャーター便運航時に高知龍馬空港でのおもてなしを実施）</p> <p>②短期チャーター便の誘致（韓国・香港）</p> <p>・現地旅行会社や航空会社へのセールス（通年）</p> <p>（韓国：航空会社6回、旅行会社9回、香港：旅行会社4回）</p> <p>③国際線受入に向けた高知龍馬空港新ターミナルビル設計</p> <p>（2）関西圏からの誘客の促進</p> <p>・大阪観光局の観光PRサイト（Osaka info:全国巡りたび）等を通じた情報発信（通年）</p> <p>（4月～ 大阪を発地とする仁淀川や四国カルスト等の周遊モデルコースを掲載（11月末時点 3コース）、11月～ 富裕層向け旅行会社等との商談会等（11/4～7インドネシア、11/10～13 米国、12/2～5 フランス））</p> <p>・関西－高知間のルート上の観光地と連携したPR（10～3月）</p> <p>（10/17～10/20 観光・物産PRイベント（祖谷との合同実施：シンガポール）、10/21 旅行会社向け観光セミナー（祖谷との合同実施：マレーシア））</p> <p>・OTAサイト等を活用した観光情報の発信（10～3月）</p> <p>（オンライン広告による体験等予約サイトへの誘導（サイト改修中））</p> <p>（3）個人旅行者の誘客の拡大</p> <p>・各市場の有力媒体によるプロモーション（6～3月）</p> <p>（6月 JNTOによる観光情報発信事業へ応募 8コンテンツ、延べ14件 →うち、5コンテンツ、延べ8件が発信コンテンツとして選定</p> <p>11/20 トラベルコンサルタント向け観光セミナー（豪州）</p> <p>11/25 現地イベントの開催（香港）</p> <p>11/25～11/28 インフルエンサー招請（香港））</p> <p>・Visit Kochi Japanを通じたインバウンド向け情報発信（4月～）</p> <p>（11月末時点 サイト閲覧数 552,805PV（前年同期比152.3%））</p> <p>（4）旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長</p> <p>・有力媒体によるインバウンド向け「どっぷり高知旅」のプロモーションとセールス（10～3月）</p> <p>（10/28～10/30 ファムツアー（米豪：インフルエンサー1名））</p> <p>・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（7月～2月）</p> <p>（7月 観光庁 地域観光新発見事業 採択：「極上の田舎・高知」～四万十川源流の自然と共に生きる人々の暮らしにどっぷり浸かる旅～12/2～12/4 モニターツアー（旅行会社3名））</p> <p>（5）消費額拡大に向けた受入環境整備</p> <p>①地域通訳案内士等のガイドスキルの向上</p> <p>・地域通訳案内士育成研修、口述試験の実施（9～2月）</p> <p>（R6.11月末時点 地域通訳案内士登録者数86人（目標：新規に20人登録）</p> <p>10/19～ 育成研修 5回（11月末時点））</p> <p>・フォローアップ研修の実施（10月、12月、2月）</p> <p>（10/17～ 有資格者を対象としたフォローアップ研修 1回（11月末時点））</p> <p>②観光事業者と連携した消費額拡大の取り組みの促進</p> <p>・インバウンド推進連絡会の開催（2回）</p> <p>（11月末時点 会員数32社）</p> <p>・外国客船市街地受入部会の開催（7月、1月）</p> <p>（7/11 寄航時の対応やキャッシュレス決済等について協議</p> <p>高知県商店街振興組合連合会など 計14社・団体）</p> <p>・外国客船オプショナルツアー部会の開催</p> <p>（7/11 モニターツアーの実施等について協議</p> <p>高知商工会議所など 計15社・団体）</p> <p>・市町村や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、免税店等に関する訪日外国人のニーズを周知し、取組を促進</p> <p>（6月 広域観光組織、土産品協会、</p> <p>7月 市町村観光主管課、</p> <p>7月～コンベンション協会賛助会員）</p>	<p>1 観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者（年間）【産】</p> <p>2 外国人県内消費額（年間）【産】</p> <p>《現状分析》</p> <p>1：88,990人泊（R6.1～R6.9） ※速報値</p> <p>前年同期比93.8%とやや低調</p> <p>2：観光庁「インバウンド消費動向調査（旧 訪日外国人消費動向調査）」における訪日外国人消費単価の確報待ち（R7.3/31予定）</p> <p>※R5消費単価×R6実宿泊者数（R6.1～R6.9）＝32.6億円（前年同期比98.0%）</p> <p>【要因・課題】</p> <p>1：従業員数10人未満の施設への延べ宿泊者数が減少</p> <p>R6.1～R6.9 従業員数10人以上の施設：73,440人泊（前年同期比142.3%）</p> <p>従業員数10人未満の施設：15,550人泊（前年同期比35.9%）</p> <p>※R5.5月～台湾定期チャーター便の運航等により、台湾からの宿泊者数が増加</p> <p>&lt;重点市場別 延べ宿泊者数&gt;※R6.1～R6.9</p> <p>台湾：34,640人泊（前年同期比177.2%）</p> <p>香港：6,390人泊（前年同期比86.7%）</p> <p>中国：7,730人泊（前年同期比145.3%）</p> <p>韓国：6,240人泊（前年同期比211.5%）</p> <p>米豪：6,590人泊（前年同期比151.5%）</p> <p>シンガポール・タイ：2,190人泊（前年同期比100.9%）</p> <p>《令和7年度の取り組みの強化のポイント》</p> <p>新・大阪・関西万博での自治体催事における魅力発信</p> <p>KPI：催事来場者数（1.5万人）</p> <p>拡・台湾チャーター便の定着や短期チャーター便の誘致（韓国等）に向けた取り組みの強化</p> <p>KPI：国際チャーター便の運航数（110往復（高知空港））</p> <p>拡・事業者等と連携したキャッシュレス化の推進や「どっぷり高知旅」商品等に対応したガイド（移れるガイド）の育成により、県内での消費拡大を図る</p> <p>KPI：地域通訳案内士登録者数（15人）</p> <p>消費拡大セミナー受講者数（150人）</p>



	各計画の位置づけ	K P I （指標）	出発点	現状値	達成度（※）	R 6 年度 到達目標	4 年後 （R 9）目標
未来戦略		1 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）【産】	84.8% （R4）	77.7% （R5）	B	86.8% （年間）	90% （年間）
		2 分散型宿泊施設のエリア数【中】	0	3エリア（選定） （R6.4～R6.11）	A	3エリア（年間） （事業計画の策定件数）	15エリア（R6～R9） （事業計画の策定件数）
中山間 ビジョン	柱4 しごとを生み出す 第6策 基幹産業の振興と地域の資源を活用した 付加価値の高い産業の創出 （5）観光の振興						
産振計画	I 専門分野 5 観光分野 柱5 観光人材の確保・担い手不足の対応						

※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

令和6年度当初計画【P（Plan）】	令和6年度の取り組み状況【D（Do）】	現状分析【C（Check）】・令和7年度の取り組みの強化のポイント【A（Action）】
<p><b>1 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）【産】</b></p> <p><b>2 分散型宿泊施設のエリア数【中】</b></p> <p>（1）宿泊施設の生産性向上につながる高付加価値化、長期滞在の推進（再掲）</p> <p>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</p> <p>・支援対象エリアの選定（6月中）</p> <p>・専門家派遣等による個別支援（7月～）</p> <p>・アクションプランの作成（1月～）</p> <p>・取組事例の公表・横展開（3月）</p> <p><b>新</b>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</p> <p>・分散型宿泊施設等に関するセミナーの開催（6月）</p> <p>・支援対象エリアの選定（6月中）</p> <p>・事業計画策定に向けた現地踏査、先進事例視察、勉強会等の実施（7月～）</p> <p>・モニターツアーの実施（9月～）</p> <p>・取組事例の公表・横展開（3月）</p> <p><b>拡</b>（2）年間を通じた観光需要の平準化（再掲）</p> <p>①伝統文化等を組み込んだナイトイベントの実施</p> <p>・高知城夜間イベントの実施（12月～1月）</p> <p><b>拡</b>（3）積極的な人材の確保</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（再掲）</p> <p>・ガイド研修会の実施（6月）</p> <p>・ガイド体験会の実施（8月～10月）</p> <p>・お手伝いガイドの実施（11月～）</p> <p>②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化</p> <p>・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～1月）</p> <p>・台湾ミッション団派遣（10月）</p> <p>・インドミッション団派遣（11月）</p>	<p><b>1 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）【産】</b></p> <p><b>2 分散型宿泊施設のエリア数【中】</b></p> <p>（1）宿泊施設の生産性向上につながる高付加価値化、長期滞在の推進</p> <p>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（再掲）</p> <p>・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 高知市（土佐山）、安芸市、本山町、四万十町）</p> <p>・専門家派遣等による個別支援（8月～）</p> <p>・アクションプランの作成（1月～）</p> <p>・取組事例の公表・横展開（3月）</p> <p>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（再掲）</p> <p>・分散型宿泊施設等に関するセミナーの開催（6月）（6/6 参加者：計96名）</p> <p>・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 東洋町甲浦・生見、仁淀川町池川、土佐清水市窪津）</p> <p>・事業計画策定に向けた現地踏査、先進事例視察、勉強会等の実施（7月～）（7/24 仁淀川町池川地区での計画方針のすり合わせ）</p> <p>・モニターツアーの実施（10月～）</p> <p>・取組事例の公表・横展開（3月）</p> <p>（2）年間を通じた観光需要の平準化（再掲）</p> <p>①伝統文化等を組み込んだナイトイベントの実施</p> <p>・高知城夜間イベントの実施（12月～1月）（12/6～1/13 シャドウアップ高知城、12/7～ 土佐の伝統芸能ナイト）</p> <p>（3）積極的な人材の確保</p> <p>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</p> <p>・ガイド研修会の実施（6月）・相談窓口の開設（再掲）（6/30～7/2 ガイドに関心のある方向けの初心者セミナー 中部・東部・西部各1回 計109名参加）</p> <p>・ガイド体験会の実施（9月～11月 7コース計43名参加）（再掲）（ガイドを始めた人向け）</p> <p>四万十市：街歩き四万十川コース</p> <p>高知市：高知城で星空さんぽツアーなど 7コースを開催）</p> <p>・お手伝いガイドの実施（12月～）（再掲）（ガイドの補佐役などを体験する機会を提供）</p> <p>・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）</p> <p>②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化</p> <p>・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～1月）（台湾東海大学生、チ南国際大学生を受け入れ 計6施設、14名）</p> <p>・台湾インターンシップ受入旅館ホテルによる勉強会（事例紹介）の実施（7/26 計1回）</p> <p>・県・旅館組合・県内専門学校の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（6/14、7/10 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 計2回）</p> <p>・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）</p> <p>・インドミッション団派遣（11月）（北東インド人材の視察）</p>	<p><b>1 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）【産】</b></p> <p><b>2 分散型宿泊施設のエリア数【中】</b></p> <p>《現状分析》</p> <p>1：77.7%（R5）</p> <p>2：3エリアを選定（R6.12）</p> <p>支援対象エリア（窪津エリアの空き家を生かした取組等）を選定し、事業計画等策定に向け伴走支援実施中</p> <p>〔要因・課題〕</p> <p>1：宿泊施設の魅力向上、宿泊需要の平準化など宿泊施設の経営の安定に資する取組を計画通りに進捗中</p> <p>2：甲浦地区（東洋町）、池川地区（仁淀川町）、窪津地区（土佐清水市）を選定し当初計画通りに進捗中</p> <p>《令和7年度の取り組みの強化のポイント》</p> <p><b>拡・教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大</b></p> <p>KPI：移住希望者向けイベントへの出展回数（2回）</p> <p>ガイド研修会参加者数（100人以上）</p> <p><b>拡・外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化</b></p> <p>KPI：インターンシップ等受入件数（15施設）</p> <p><b>拡・分散型ホテルの取組に関して、支援を実施するエリア数の拡充</b></p> <p>（R6：3エリア→R7：4エリア）等により、受入態勢の一層の強化を図る。</p> <p><u>また、歴史的な町並み等を生かした分散型ホテル（5～10棟程度）の構築に向けたエリアの可能性調査を実施し、新たな支援エリアの掘り起こしを図る</u></p> <p>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）</p>