

I 専門分野の成長戦略

観光分野

観光分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

高知県観光の取り組みとして、「つくる」「売る」「もてなす」のそれぞれの段階ごとに戦略目標を立て、観光振興に取り組んできました。「つくる」では、地域の核となる観光拠点の整備や、土佐の観光創生塾による旅行商品づくりを進めました。「売る」では、大河ドラマ「龍馬伝」の放送を追い風に「土佐・龍馬であい博」をはじめとした博覧会の実施やセールス・プロモーション活動を展開しました。「もてなす」では、おもてなしタクシーや、おもてなしトイレの推進による観光客の満足度向上、龍馬パスポートによる周遊促進とリピーター化に取り組みました。

これらの取り組みにより、計画策定前は300万人台前半であった年間の県外観光客入込数が、平成29年、30年には2年連続で440万人を超えることができました。

その後、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、本県観光は令和2年から大変厳しい状況に直面しましたが、令和5年には連続テレビ小説「らんまん」の効果もあり過去最高となる472万人となり、令和6年には「らんまん」の効果が継続したこと、「どっぷり高知旅キャンペーン」や大阪あんてなショップ「とさとさ」での「極上の田舎 高知」の発信などにより、過去2番目となる445万人となりました。

今後、地域のための観光の実現に向けて、入込数だけでなく、長期滞在を促進していくことにより、観光総消費額や観光客人泊数の増加を目指していくことが必要です。

② 第5期計画ver.2の取り組み

第5期計画では、「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぷり高知旅キャンペーン」を4年間展開し、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、たっぷりと味わっていただくことで、第5期計画の目標である観光総消費額1,389億円と県外観光客人泊数563.9万人泊の実現を目指します。

柱1 長期滞在につながる観光地域づくりの推進

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を推進し、中山間地域などへの国内外の観光客のさらなる誘客の拡大を目指します。

また、地域住民、観光事業者、市町村等の連携による地域内での周遊促進、滞在時間延長にも取り組みます。

柱2 戦略的セールス&プロモーション

どっぷり高知旅をはじめ、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プロモーションや旅行会社へのセールスを進めます。

また、ナイトタイムエコノミーなどの推進による長期滞在の促進や、平日宿泊促進キャンペーンの実施による閑散期における誘客の促進に取り組んでいきます。

柱3 おもてなしの推進

ユニバーサルツーリズムを推進するため、バリアフリー観光の相談窓口を運営するほか、特設ウェブサイトでの情報発信を行います。

また、観光ガイドの裾野の拡大やスキル向上、中山間地域で複数の宿を中心に長期滞在できる態勢づくりを支援するなど、長期滞在を目指した受皿づくりを進めます。

柱4 国際観光の推進

国際チャーター便の誘致活動と定期便化に向けた取り組みを強化します。

また、稼げるガイドの育成、観光事業者や旅行会社とガイドをつなぐマッチングなどによる旅行商品の高付加価値化や、観光事業者と連携した消費拡大の取り組みを促進するなど、消費拡大に向けた受入環境整備についても進めていきます。

柱5 観光人材の確保・担い手不足の対応

宿泊施設の生産性向上につながる高付加価値化や年間を通じた観光需要の平準化を進めることで、宿泊施設の安定的な雇用を推進していきます。

また、観光関係事業者とともに、外国人材の活躍を推進する制度の周知や現地送り出し機関等との関係構築に取り組むことで、外国人材の積極的な受入についても進めます。

観光分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

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 ⇒ 10年後(R15) 606.8万人泊 観光総消費額 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 ⇒ 10年後(R15) 1,599億円	
--	--

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R7年度 到達目標	4 年後 (R9) 目標値	重点施策 該当
1 長期滞在につな がる観光地域づく りの推進	2 地域産業ス ケールアップ型	中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間)	209.1万人(14施設) (R4)	275.1万人(14施設) (R5)	248.1万人(14施設)	273.9万人(14施設) (R9)	○
		1旅行当たりの県内平均立寄数(年間)	2.5件 (R4)	2.5件 (R5)	2.8件	3.2件 (R9)	
2 戦略的セール ス&プロモージョ ン	2 地域産業ス ケールアップ型	県外観光客入込数(年間)	370万人 (R4)	445万人 (R6)	470万人	470万人 (R9)	○
		スポーツによる県外からの入込客数(年間)	53,161人 (R4)	86,094人 (R5)	9万人	12万人 (R9)	○
3 おもてなしの推進	2 地域産業ス ケールアップ型	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】	86% (R4)	89% (R6)	87.7%	88% (R9)	
		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】	80% (R4)	81% (R6)	83%	85% (R9)	
4 国際観光の推進	3 グローバル展 開型	観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者(年間)	9,890人泊 (R4)	139,110人泊 (R5)	14万人泊	17万人泊 (R9)	○
		外国人県内消費額(年間)	3億円 (R4)	48億円 (R5)	49億円	57億円 (R9)	○
5 観光人材の確 保・担い手不足の 対応	5 人材起点型	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)	84.8% (R4)	85.5% (R6)	87.8%	90% (R9)	

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)	主なアウトプット 目標 (KPI)
1	中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間) 【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)	209.1万人 (14施設) (R4)	275.1万 (14施設) (R5)	273.9万 (14施設) (R9)	1 観光拠点の整備数(累計) H30: 8ヶ所 → R6: 18ヶ所 ①民間企業の現地視察 29社(H30～R6) 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: 4件 → R6: 15件(R元～R6) ③核となる観光拠点入込数 R元: 894,024人(12施設) → R5: 1,910,142人(18施設)	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 2 地域での周遊が促進されていない 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 ②周遊の取り組みが個々の施設・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 3 二次交通が脆弱 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	1 核となる観光施設の磨き上げへの支援【R6～R9】 ①観光振興推進総合支援事業費補助金等の活用 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】 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 ②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 ③とことみや大手書店等とタイアップした「やませたかし」のふるさと高知」のPR ④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 ⑤広域観光協議会と運動したセールス活動 3 地域内での周遊・滞在の促進【R6～R9】 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 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 ⇒ 別図<観01>参照(P89)	〈マスメディア等の媒体での露出件数〉 ― (R6) ↓ 550件 (R9) 〈県外イベントやセールス等での観光PR〉 ― (R6) ↓ 30件 (R9) 〈県内イベント等での観光PR〉 ― (R6) ↓ 13件 (R9)
2	1旅行当たりの県内平均立寄数(年間) 【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)	2.5件 (R4)	2.5件 (R5)	3.2件 (R9)	1 新たな観光商品数 70商品 (R6) 2 分散型宿泊施設のエリア数 3 エリア(事業計画の策定件数) (R6) 3 広域観光組織の体制強化数(累計の観光庁登録DMO数) 1 (H30) → 4 (R5) ①デジタルデータ分析ツールの導入【R4～】 デジタルデータ等を活用した実証事業の数 29事業 (R4～R6) ②滞在型観光プラン策定件数 23件 (R2～R6)	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】 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 2 地域内での周遊・滞在の促進【R6～R9】 ①(再掲)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 ②(再掲)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 ③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【R6～R7】 3 長期滞在を目指した受入態勢づくり【R6～R9】 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 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り組みの支援 ②中山間地域における分散型ホテルの構築や宿泊施設を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援 4 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】 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 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) 5 中山間地域の移動を確保するための2次交通の充実【R6～R9】 ①コミュニティバスなど既存インフラの観光への活用 ②県内バス事業者との連携による旅行商品化の促進 ⇒ 別図<観01、観02>参照(P89,90)	〈コーディネート派遣回数〉 ― (R6) ↓ 150回以上 (R9) 〈分散型宿泊施設等に關するセミナー参加者数〉 ― (R6) ↓ 100人以上 (R9)	

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 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題
1	県外観光客入込数 【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)	370万 人 (R4)	445万 人 (R6)	470万 人 (R9)	1 効果的な広報・セールス活動の展開 ①キャンペーンの展開【R2～】 ・リョーマの休日キャンペーン～自然体験キャンペーン～(R2) ・リョーマの休日キャンペーン(R3～R4) ・高知観光リバーキャンペーン(R2～R4) ・高知観光トクキャンペーン(R3～R5) ・休野博士の休日～らんまんの舞台・高知～(R5) ・どっぶり高知旅キャンペーン(R6～) ②サステナブルツーリズムの推進【R4～】 ・どっぶり高知旅キャンペーン(R6～) ③中山間地域への誘客 ・周遊企画の実施 ・延べ20企画(R4～) ・地域の魅力をより深く体感できる商品づくりの推進 延べ40商品(R6～) 2 閑散期における誘客 ①ナイトイベントの開催 ・NAKED夜まつり 高知城 45,039人(R5.12.1～R6.1.14) ・シャトルアップ高知城 13,009人(R6.12.6～R7.1.13) ②MICEの誘致 34件(R5) ③フィルムコミッションによるロケの誘致 19件(R5)	1 観光消費額を重視したロングステイ型観光やリゾート客の向上、宿泊施設の高付加価値化などの取り組みが必要 2 冬場などの閑散期対策が必要 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 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
2	スポーツによる県外からの入込客数(年間) 【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、県外入込客数の運成状況の確認を行う(月1回)	53,161 人 (R4)	86,094 人 (R5)	12万人 (R9)	1 スポーツツーリズムの推進【R2～】 ①プロ・トップチームの誘致(年間) 74,237人(R元)→ 46,338人(R5) ②アマチュアスポーツ合宿の誘致(年間) 4,406人(R元)→ 8,857人(R5) ③サイクルイベントの県外参加者数(年間) 1,138人(R元)→ 993人(R5) ④こころサイクルオアシス登録施設数(累計) 75施設(R元)→88施設(R6) ⑤高知龍馬マラソンの出走者数 11,816人(2020大会 R2.2) → 9,590人(2025大会 R7.2) 2 アマチュアスポーツの合宿・大会誘致 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 3 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進 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 4 地元プロチームとの連携 地元プロチームを活用した県のPRや、観光客の誘客に繋がる活動が必要 5 若者の関心が高い新たなスポーツの推進 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	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 ①スポーツ施設の整備が必要 ②受入可能な宿泊施設の確保が必要 ③野球、サッカーの2競技に集中しており、多様化が必要 2 アマチュアスポーツの合宿・大会誘致 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 3 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進 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 4 地元プロチームとの連携 地元プロチームを活用した県のPRや、観光客の誘客に繋がる活動が必要 5 若者の関心が高い新たなスポーツの推進 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

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
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)			1 バリアフリー観光に関する相談対応 件数(年間) ①34件(R2) → 139件(R5) 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:146施設(H30～R5) 宿泊:128施設(H30～R5) 交通:37施設(H30～R5) 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) 4 外国人観光案内所の設置か所数 ①3ヶ所(H26) → 20ヶ所(R6) 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147名(R4～R5) ②課題に応じた専門家派遣数38事業者(R4～R5) 6 高知県観光ガイド連絡協議会に所属しているガイド人数 884名(R6)
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)		85% (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) → 139件(R5) 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:146施設(H30～R5) 宿泊:128施設(H30～R5) 交通:37施設(H30～R5) 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) 4 外国人観光案内所の設置か所数 ①3ヶ所(H26) → 20ヶ所(R6) 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147名(R4～R5) ②課題に応じた専門家派遣数38事業者(R4～R5) 6 高知県観光ガイド連絡協議会に所属しているガイド人数 884名(R6)
					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人材育成等による受入態勢の強化 2 地域の特徴を生かした受入体制づくり【R6～R9】 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 ①観光ガイドの裾野拡大やスキル向上 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) 3 やなせキャラクター等の活用による県内周遊の促進【R7～】 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「どぶろり」の体験等を組み合わせたイベントの開催等 4 観光客の満足度の向上【R8～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
					主なアウトプット目標(KPI) 〈防災セミナーの開催〉 1件(R7のみ) 〈防災情報をまとめた特設ページの作成〉 ページ作成(R7のみ) ページ公開・更新(R7～R9) 〈アドバイザー派遣〉 —(R6) 8件以上(R9) 〈分散型宿泊施設等に関するセミナー参加者数〉 —(R6) 100人以上(R9) 〈防災セミナーの開催〉 1件(R7のみ) 〈防災情報をまとめた特設ページの作成〉 ページ作成(R7のみ) ページ公開・更新(R7～R9) 〈アドバイザー派遣〉 —(R6) 8件以上(R9) 〈分散型宿泊施設等に関するセミナー参加者数〉 —(R6) 100人以上(R9)

分野		観光分野	
各産業分野の取り組みの注		国際観光の推進	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標 (KPI)
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)	9,890人泊 (R4)	139,110人泊 (R5)	17万人泊 (R9)	1 海外セーラースポーツ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) → 199商品(R5) 2 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出【R2～】 ①関西発着の外国人向け旅行商品造成数(年間) 25商品(H30) → 50商品(R5) 3 チャーター便誘致等 ①国際チャーター便の運航数(高知空港)(年度) 7往復(H30) → 104往復(R6)	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(韓国等) ③国際定期便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大阪・関西万博での情報発信 ②大阪観光局や関西エアポート等と連携した情報発信 ③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) ⇒ 別図<観02>参照 (P90)	<国際チャーター便の運航数(高知空港)> 104往復(R6) ↓ 114往復(R9) <大阪・関西万博での自治体体事来場者数> 1.5万人(R7のみ)
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)	48億円 (R5)	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(再掲)アドベンチャーリズムの推進(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 消費額拡大に向けた受入環境整備【R6～R9】 ①観光事業者と連携した消費拡大の推進 ②地域通訳案内士等のガイドスキルの向上による稼げるガイドの育成 ⇒ 別図<観02>参照 (P90)	<地域通訳案内士登録者数> 118人(R7のみ) <消費拡大セミナー受講者数> 150人(R7のみ)

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 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標 (KPI)
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） 【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	84.8% (R4)	85.5% (R6)	90% (R9)	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 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～)	1 宿泊施設の人手不足 ①観光需要の回復に宿泊施設の手が追いつかず、人手不足が顕在化 ②募集をかけてもなかなか人が集まらない状況 2 観光需要の喚起 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 3 観光需要の平準化 ①季節により繁閑の差が大きいため、更需要の平準化に努めることが必要 4 外国人材の活躍推進 ①外国人材の活躍推進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、業界全体で後討を深め、取り組みを広げていく必要がある	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【R6～R9】 ①(再掲)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り組みの支援 ②(再掲)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 2 年間を通じた観光需要の平準化【R6～R9】 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 ①(再掲)伝統文化等を組み込んだナイトイベントの実施 ②(再掲)龍馬ハスポートを活用した長期滞在の推進 ③(再掲)平日宿泊促進キャンペーンの実施 ④(再掲)MICEの誘致(エクスカーションへの支援強化) ⑤(再掲)フィルムコミッションによるロケの誘致強化 3 積極的な人材の確保【R6～R9】 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 ②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化 ⇒ 別図＜観01、観02＞参照(P89.90)	〈移住希望者向けイベントへの出席回数〉 ― (R6) ↓ 2回 (R9) 〈ガイド研修会参加者数〉 ― (R6) ↓ 100人以上 (R9) 〈インターンシップ等受入件数〉 ― (R6) ↓ 17施設 (R9) 〈閑散期における主要観光施設の入込数〉 ― (R6) ↓ 対R6比 + 1.4% (R9)

現 状	(1) 観光商品づくり、周遊促進・滞在延長につながる取り組みを支援 ① 中山間地域での観光商品の造成（70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） (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 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 ② 「とさと」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 (3) 地域博覧会「ものべすと」開催支援 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 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	課 題 (1) 「あんぱん」の効果を最大限に生かした誘客、周遊促進 (2) 「どっぶり高知旅キャンペーン」の加速化 (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

目 標 値	県外観光客入泊数 出発点(R4) 426.6万人泊 ⇒ 現状 (R5) 522万人泊 ⇒ 4年後 (R9) 563.9万人泊 観光総消費額 出発点(R4) 966億円 ⇒ 現状 (R5) 1,290億円 ⇒ 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 誘客の拡大
「あんぱん」プロモーション

2 ものべすと
地域博覧会

3 商品づくり・地域づくり
どっぶり体験

4 県内周遊
やなせキャラクター等の活用

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. 地域博覧会「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り組み

・ 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]
・ 四万十川田ノ川地区での川漁師体験 ・ 土佐町石原地区での木組み体験
(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り組みを加速化
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

89

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

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) 48億円 ⇒ R7 49億円 ⇒ 4年後(R9) 57億円
● 関連する主なアウトブット目標 (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 (どぶろっぴ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、シカゴ・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

拡 (1) 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 (ポプラ作成) 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)

拡 (2) 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「どぶろっぴ高知旅」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「どぶろっぴ高知旅」商品づくりや販売促進)

現状と課題

- (1) ガイド無料や週末に飲食店が休みなど、地域にお金が入る仕組みの不足
- (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

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ブット目標 (KPI)
KPI：閑散期における主要観光施設の入込数 (対R6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、晩酌きっぷの拡充)
- 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

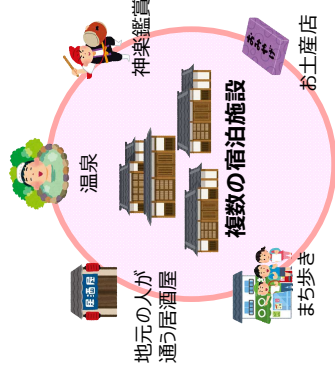
2 宿泊施設を中心に、長期滞在ができる地域づくりの更なる推進

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ブット目標 (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らう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障害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) 高知ユニテッド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	スポーツによる県外からの入込客数 出発点(R4)53,161人 ⇒ 現状(R5)86,094人 ⇒ R7 90,000人 ⇒ 4年後(R9) 120,000人 ● 関連する主なアウトプット目標 (KPI) KPI①：プロスポーツにおける県外からの入込客数 (6万人) KPI③：高知ユニテッドSCのホーム戦観客数 (5.7万人) 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) 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)	
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 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. 高知ユニテッド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) 高知ユニテッドSCへの支援 高知ユニテッドSCのJ3参入を契機とした支援 ① クラブ経営への支援 ② 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	

