

◆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 8	R 9
目 標	1,130	1,288	1,276	1,338	1,326	1,389
実 績	966	1,290	1,308	－	－	－
達成度	B	A	A	－	－	－

◆分野を代表する目標：県外観光客人泊数

単位：万人泊

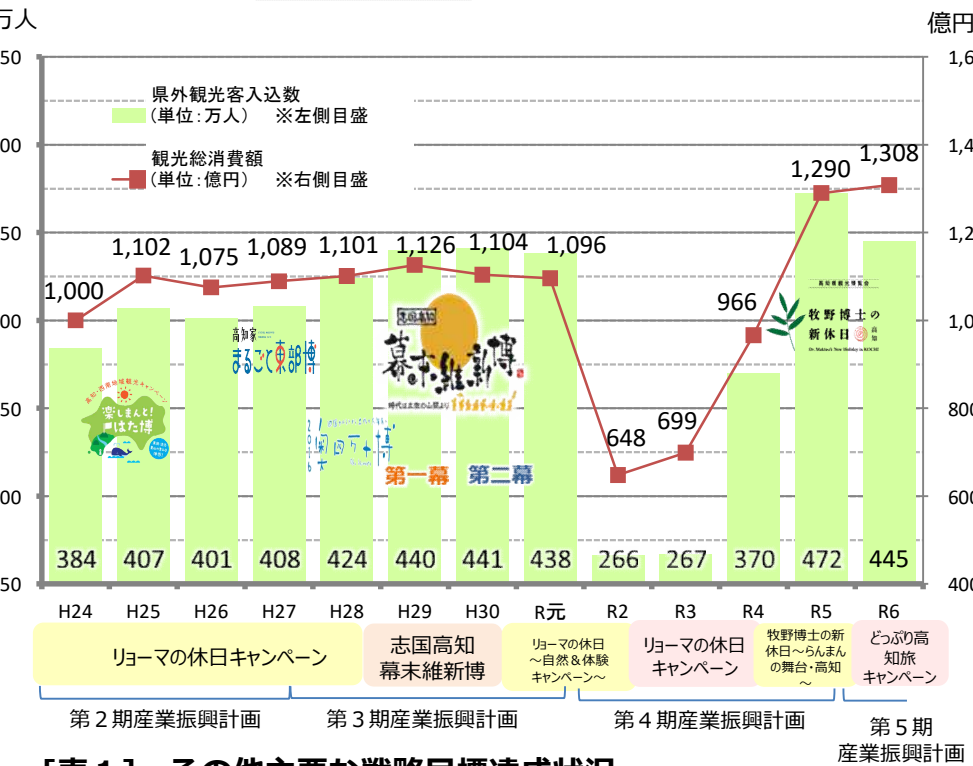
	R 4 (出発点)	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9
目 標	－	530.7	541.4	552.9	552.6	563.9
実 績	426.6	522.0	513.4	－	－	－
達成度	－	B	B	－	－	－

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

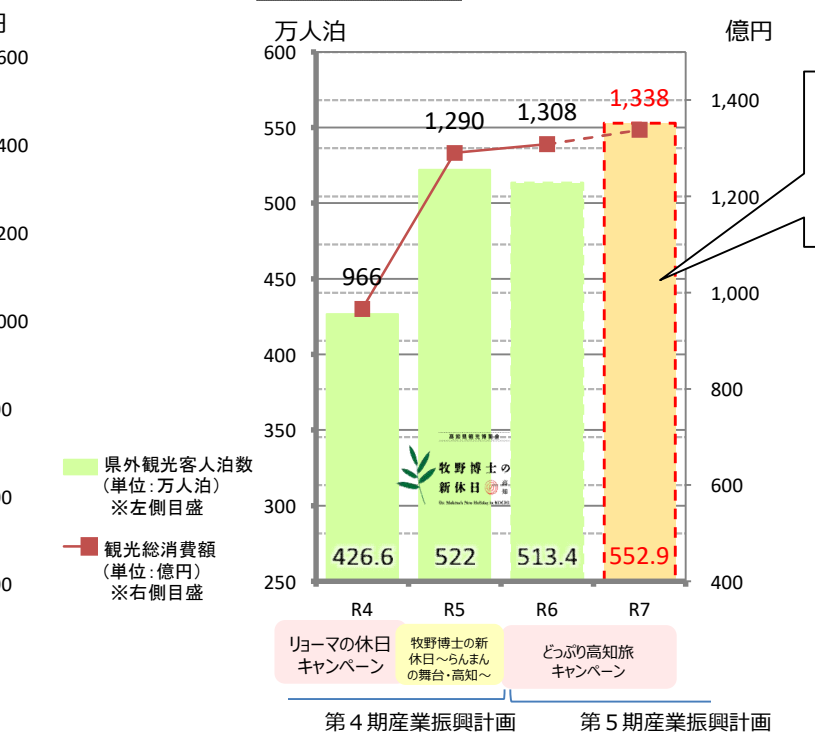
◆分野を代表する目標の達成見込み

- 「あんぱん」放送後の主要観光施設の利用者数は、R7.4～8月は1,481,891人で前年同期比106.2%となっており、物価高による出控えなどがある中、入込数は底堅く推移している。連続テレビ小説「あんぱん」の効果を活かしながら、首都圏や関西圏等でプロモーションを展開するとともに、平日宿泊キャンペーン、閑散期の夜間イベントなど、旅行需要の底上げの施策を切れ目なく展開することで、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 7 年 6 月末時点で71,660人泊（速報値）と堅調に推移（前年同期比114.9%）。台湾定期チャーター便（冬ダイヤ R7.10月末～）の運航継続や、関西・四国からのインバウンド観光客の増加により、目標達成を見込む〔図 2〕

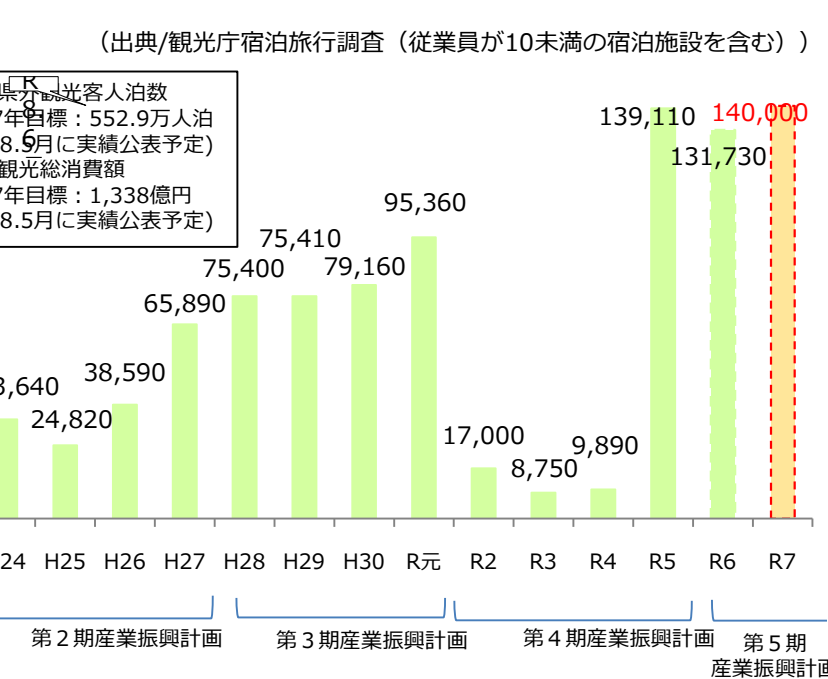
〔図 1－1〕  
県外観光客入込数（※R 6 まで）及び観光総消費額の推移



〔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 (R6)	達成目標 (R7)
中核となる観光施設 (14施設) の入込数 (年間)	209.1 万人	243.3 万人	248.1 万人
県外観光客入込数 (年間)	370 万人	445 万人	470 万人
スポーツによる県外からの入込客数 (年間)	53,161 人	101,309 人	90,000 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 (R6)	到達目標 (R7)
観光施設における満足度 (年間)	86%	89%	87.7%
宿泊施設における満足度 (年間)	80%	81%	83%

令和 7 年度上半期の進捗状況

- (1) 「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神楽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
    - ・コーディネーターの派遣：104回（4～7月）
    - ・モニターツアーの開催：3回（4～8月）
    - ・造成商品数：11商品（4～8月）
      - E-bikeで巡る遍路道サイクリングツアー（個人向け）
      - ごめん・なはり線でフルーツと絶景を楽しむ列車旅(団体向け)
      - 弁天座で楽しむ赤野獅子舞（団体向け） など
    - ・ごめん・なはり線オープンデッキ車両で行く「モネの庭」：33名など

- (2) 長期滞在を目指した受入態勢づくり
- 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
    - ア 分散型ホテル（複数棟）の構築に向けた事業計画づくり
      - ・セミナーの開催：108名（5/26）
      - ・安芸市、室戸市、本山市、四万十町を支援中
    - イ 宿泊施設（一棟貸し等）を中心とした地域の魅力向上支援
      - ・芸西村、四万十町、大月町、香美市、いの町、津野町
    - ウ 分散型ホテルの面的展開に向けた可能性調査（5～10棟規模）
      - ・嶺北エリア、黒潮町にて可能性調査に着手(9月～)

- (3) マスメディアを活用した情報発信
- 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
    - 首都圏や関西圏などの「やなせさん」「牧野博士」ゆかりの地や百貨店と連携した高知県フェア等の開催
      - ・高知県フェア：阪神梅田本店(6/18～23)、大丸東京店(8/6～19)、日本橋三越本店(8/20～9/2)など6件
      - ・パネル展示・情報発信コーナー：品川図書館(5/1～25)、渋谷区役所(5/19～26)、新宿区役所(6/2～13)など49件
  - 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
    - ア とさとさと連携した高知県フェアの開催(4/12～13、5/24～25)
    - イ 蔦屋書店での高知県フェア及び催事の開催(9/1～30)

課題

- (1) 「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神楽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
    - ・造成した商品のPR強化や、販売につなげる支援が必要

- (2) 長期滞在を目指した受入体制づくり
- 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
    - ・中山間地域での小規模宿泊施設の事業化ニーズが高く、支援の継続が必要
    - ・中山間地域の小規模宿泊施設へのインバウンド客が増加しており、海外への情報発信や販売の強化が必要

- (3) マスメディアを活用した情報発信
- 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
    - ・物価高による出控えの影響が継続
    - ・連続テレビ小説「あんぱん」の効果を継続していくための取り組みが必要

強化の方向性

ポイント1 どっぶり高知旅キャンペーンの核となる商品づくり

- (1) 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり<令和 7 年度下半期の取り組み>
- 30商品以上の造成に向け、コーディネーターを派遣
  - どっぶり高知旅キャンペーンホームページ等での情報発信の強化
  - 成果報告会による取組事例の横展開
- <令和 8 年度の取り組み>
- 台湾便の増便や新たな航路誘致に向けた動きを踏まえ、インバウンド向け商品の充実を目指す（通訳案内士によるガイドを組み込んだ高付加価値商品や国民文化祭に向けた団体向け商品の造成など）

ポイント2 中山間地域で長期滞在できる地域づくり

- (2) 長期滞在を目指した受入体制づくり<令和 7 年度下半期の取り組み>
- 事業計画策定に向けた勉強会、モニターツアーの実施
  - アクションプランの作成や市町村との連携の強化
  - 成果報告会による取組事例の横展開
- <令和 8 年度の取り組み>
- 分散型ホテルの構築に向けた事業計画づくりや滞在時間延長に向けた取組支援の継続
  - 空き家等を活用した宿泊事業開業への補助制度の創設

ポイント3 「朝ドラの舞台 高知」を中心としたプロモーションの展開

- (3) マスメディアを活用した情報発信<令和 7 年度下半期の取り組み>
- 「あんぱん」終了後も、やなせたかし記念館や観光博覧会「ものべすと」を中心としたプロモーションを展開
  - 首都圏メディアを対象としたプレスツアー(11月)や体験取材会(12月)の実施
  - 九州、北陸、東北等の中小旅行会社向けモニターツアー(1月)
- <令和 8 年度の取り組み>
- 「ドラマが生まれる場所」、「朝ドラの舞台 高知」を前面に打ち出したプロモーションの展開
  - 連続テレビ小説「らんまん」や「あんぱん」のゆかりの地や百貨店等との連携による高知県フェア等の開催
  - 国民文化祭の開催を見据え、地域の伝統文化の魅力を訴求



令和 7 年度上半期の進捗状況

課題

強化の方向性

(4) 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致

①台湾チャーター便の定着に向けた取り組みの強化

ア 「あんぱん」や「どっぶり高知旅」をテーマとした商品提案

- ・トップセールスによる4県合同商談会でのプレゼン等(7/8)
- ・台湾での「あんぱん」TV放送にあわせた広告配信(8-10月)

イ 旅行会社や航空会社と連携したプロモーションの実施

- ・旅行博出展、web広告、メディアでの情報発信等
- ・直行便就航3年目記念メディア発表会(7/8)

②短期チャーター便の誘致（韓国等）

ア 航空会社や旅行会社のセールス活動等

- ・韓国：航空会社7回、旅行会社12回、ファミツアー2回
- ・香港：旅行会社1回

(4) 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致

①台湾チャーター便の定着に向けた取り組み強化

- ・増加する個人旅行者をターゲットとしたプロモーションの推進
- ・高知県ならではの新たなコンテンツの提案

②短期チャーター便の誘致（韓国等）

- ・航空会社や旅行会社へのセールス活動の強化
- ・認知度向上に向けたプロモーションの推進

ポイント1 台湾便の定着と新規航路誘致に向けた取組

(4) 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致

＜令和 7 年度下半期の取り組み＞

- タイガーエア主催のマラソン大会やランタンフェスティバルでのブース出展等による個人旅行者向けのプロモーションの実施
- 韓国の航空会社や旅行会社の視察ツアーの実施

＜令和 8 年度の取り組み＞

- 台湾便の個人旅行者向けのプロモーションの強化
- 韓国航路の誘致に向けたセールス活動の強化
- インバウンド向け「どっぶり高知旅」商品造成の強化(30商品)
- インバウンドに加えてアウトバウンド促進の強化

(5) 年間を通じた観光需要の平準化

①平日宿泊促進キャンペーンの実施

②閑散期対策

ア 龍馬パスポートの特別企画の実施

(ア) 物部川エリア誘客・県内周遊キャンペーン(4月～9月)

- ・物部川エリア又は県内7ブロックの指定施設利用でスタンプを追加押印

(イ) ステージアップキャンペーン(7月～3月)

- ・シルバー以上のステージアップ者を対象に抽選を実施

(ウ) レアスタンプ企画の実施(3月～9月)

- ・東京、大阪のアンテナショップでレアスタンプを押印

イ MICEの誘致

- ・東京でのセールス活動：6月 7団体訪問

ウ 産業別若者所得向上検討会（旅行業、宿泊業）において議論

(5) 年間を通じた観光需要の平準化

①平日宿泊促進キャンペーンの実施

- ・平日宿泊の機運の醸成による旅行需要の底上げ

②閑散期対策

- ・宿泊施設の高付加価値化による誘客
- ・冬季の誘客やリピーターを増やすためのコンテンツの造成が必要

ポイント2 観光需要の平準化に向けた取組

(5) 年間を通じた観光需要の平準化

＜令和 7 年度下半期の取り組み＞

- 平日宿泊キャンペーン(10/1～3/31)
- ・参画施設100施設（20観光施設、80宿泊施設）において特典を提供
- ・徳島県「ラーケーションの日」HPとの相互リンクの実施
- ・OTA宿泊割引クーポン(R7.12-R8.1)による更なる誘客

○夜間イベントの開催(1/10～2.1)

- ・高知城の夜間開館やよさこい・伝統芸能の披露

＜令和 8 年度の取り組み＞

- 宿泊施設での、地域ならではの食材、旬の食材を使用したメニューの提供
- 五台山での夜の観光コンテンツの造成

(6) 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 相談窓口の開設（相談件数：9件）

イ 高知県観光ガイドスタートアップセミナーの実施

7/31 須崎市：参加者19名、8/3 高知市：参加者27名

ウ 学生を対象とした情報発信や伴走支援施策の実施

エ 高知くらしフェアへの出展

- ・大阪会場(6/28)：相談者8組9名
- ・東京会場(6/29)：相談者18組23名

オ 出前講座等実施に向けた県内高等教育機関等へのアプローチ(6/4高知工科大学、6/10高知大学、7/30高知県立大学)

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 台湾からのインターンシップの受入

- ・6施設9名受入れ（R7.8月時点）

(6) 積極的な人材の確保

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

- ・ガイド研修会や体験会を通じた地道な取組の継続が必要
- ・高知への移住を考えている人や県内の学生などへ、宿泊業の仕事や魅力を知ってもらうことが必要
- ・県内外の人材を掘り起こすための新たな仕組みの構築

②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化

- ・受入確保に向け、インターンシップ等の継続した取組が必要

ポイント3 県内外からの正規・非正規従業員の確保

(6) 積極的な人材の確保

＜令和 7 年度下半期の取り組み＞

- 台湾からのインターンシップの受入(1月までに7施設、14人)
- 海外人材視察・調査（ミャンマー・台湾10/19～25）
- 関係機関との連携強化に向けたインターンシップのフォローアップ（台湾11/11～15）
- 高知くらしフェアへの出展（12月）

＜令和 8 年度の取り組み＞

- 移住施策との連携や宿泊業の魅力を伝える動画の作成
- 学生等を対象とした人材育成講座の実施
- ノウハウのある企業と連携した観光の魅力と仕事を紹介するプラットフォームの構築