

対象業種：宿泊業

1. 目標（中目標）

	経済センサス活動調査結果			目標値		設定の考え方
	H24	H28	R3	R8	R13	
事業所数	477	453	404	444	429	昨年度設定したR6年度目標値450事業所を基準として、「指針全体を貫く目標」に準拠して算出

	経済センサス活動調査結果			目標値		設定の考え方
	H23	H27	R2	R7	R12	
1事業所当たりの付加価値額 (万円)	2,759	2,461	1,536	2,510	2,771	昨年度設定したR6年度目標値2,461万円を基準として、「指針全体を貫く目標」に準拠して算出

2. 主な取組の進捗状況と課題

取組	R7目標値(小目標)	現状（R7取組状況）	評価分析	課題
【⑨地産外商】 ○戦略的セールス&プロモーションの展開 ○国際観光の推進	・観光総消費額 ：1,338億円 ・県外観光客人泊数 ：552.9万人泊	・「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%となっている	・連続テレビ小説「あんぱん」の放送により、本県への注目が高まっており、入込数は底堅く推移している	・物価高による出控え等による影響がある。 ・宿泊施設の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必要がある。
【⑪人材の育成・確保】 【⑭地域資源・地場産業】 ○長期滞在につながる観光地域づくりの推進 ○観光人材の確保・担い手不足の対応				

3. 目標達成のための令和8年度の取組の強化の方向性

【⑨地産外商】 ○戦略的セールス&プロモーションの展開 ○国際観光の推進 【⑪人材の育成・確保】 【⑭地域資源・地場産業】 ○長期滞在につながる観光地域づくりの推進 ○観光人材の確保・担い手不足の対応 (1) マスメディアを活用した情報発信 ▶ 【拡】 「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 ▶ 【拡】 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 (2) 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり ▶ 【拡】 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「どっぶり高知旅」商品造成の強化（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）	(3) 長期滞在を目指した受入体制づくり ▶ 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 ▶ 【新】 空き家等を活用した宿泊事業開業への補助制度の創設 (4) 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致 ▶ 【拡】 台湾便の個人旅行者向けのプロモーションの強化 ▶ 【新】 韓国航路の誘致に向けたセールス活動の強化 ▶ 【新】 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 ▶ 【新】 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 ▶ 【新】 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 ▶ 【新】 移住施策との連携や宿泊業の魅力を伝える動画の作成 ▶ 【新】 学生等を対象とした人材育成講座の実施 ▶ 【新】 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
--	---

対象業種：旅行業

1. 目標（中目標）

	経済センサス活動調査結果			目標値		設定の考え方
	H24	H28	R 3	R 8	R13	
事業所数	36	33	28	33	31	昨年度設定したR6年度目標値33事業所を基準として、「指針全体を貫く目標」に準拠して算出

	ANTA加盟事業者 取引額			目標値		設定の考え方
	H23	H27	R2	R 7	R12	
取引額 (千円)	237,787	209,668	82,815	213,859	236,100	昨年度設定したR6年度目標値210,000千円を基準として、「指針全体を貫く目標」に準拠して算出

2. 主な取組の進捗状況と課題

取組	R7目標値(小目標)	現状（R7取組状況）	評価分析	課題
【⑨地産外商】 ○戦略的セールス&プロモーションの展開 ○国際観光の推進	・観光総消費額 ：1,338億円 ・県外観光客人泊数 ：552.9万人泊	・「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%となっている	・連続テレビ小説「あんぱん」の放送により、本県への注目が高まっており、入込数は底堅く推移している。	・物価高による出控え等による影響がある。 ・年間を通じた観光需要の平準化を進める必要がある。
【⑪人材の育成・確保】 【⑭地域資源・地場産業】 ○長期滞在につながる観光地域づくりの推進 ○観光人材の確保・担い手不足の対応				

3. 目標達成のための令和8年度の取組の強化の方向性

【⑨地産外商】 ○戦略的セールス&プロモーションの展開 ○国際観光の推進 【⑪人材の育成・確保】 【⑭地域資源・地場産業】 ○長期滞在につながる観光地域づくりの推進 ○観光人材の確保・担い手不足の対応 (1) マスメディアを活用した情報発信 ▶ 【拡】 「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 ▶ 【拡】 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 (2) 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり ▶ 【拡】 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「どっぶり高知旅」商品造成の強化（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）	(3) 長期滞在を目指した受入体制づくり ▶ 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 ▶ 【新】 空き家等を活用した宿泊事業開業への補助制度の創設 (4) 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致 ▶ 【拡】 台湾便の個人旅行者向けのプロモーションの強化 ▶ 【新】 韓国航路の誘致に向けたセールス活動の強化 ▶ 【新】 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 ▶ 【新】 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 ▶ 【新】 五台山での夜の観光コンテンツの造成
--	---