

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
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) 1,527億円
 ●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(12件)

現状

これまでの取組

- どっぶり体験商品の造成 113商品 (R6.4~R7.11累計)**
地域ならではの暮らし・文化、地元の方々との交流を体感できる商品を造成
- 分散型ホテルの構築に向けた事業計画づくり 7件 (R6.4~R7.11累計)**
複数の宿泊施設を中心に中山間地域で長期滞在できるエリアづくり
- 「らんまん」・「あんぱん」ゆかりの地との連携 60件 (R6.4~R7.8累計)**
ゆかりの地と連携し、高知県フェア等を開催

今後の課題

- 年間を通じて、よさこい高知文化祭2026に連動し、情報発信や商品造成を行い、誘客の拡大、周遊の促進を図ることが必要。あわせて、この機会に訪れる多くの観光客に、本県ならではの「文化」を体感いただくことで、リピーター化を促すことが必要
- 世界から本県が『旅の目的地』として選ばれるよう、インバウンドにも訴求力のある本県ならではの「文化」を強力なコンテンツに磨き上げていくことが必要

事業概要

誘客 ポイント

- 拡** 1 **誘客の核となるイベントの開催**
- 夜間イベント「よさこい高知 宵の舞～国文の陣～」の開催 (R8.10.24~12.6)
 - よさこい踊りの披露と高知城の夜間開館 (調整中) など、誘客につながるコンテンツの発信

2 本県ならではの「文化」の情報発信

- 文化祭関連の伝統芸能、文化施設等の魅力、よさこい踊りやおきゃくなど本県ならではの文化をHP、SNS等で情報発信

3 朝ドラの追い風の活用

- 連続テレビ小説「らんまん」・「あんぱん」ゆかりの地と連携した情報発信
- 県外にある牧野博士や、やなせさんのゆかりの地での観光PRイベントの開催を継続
- 特に、令和7年度に、やなせさんの関係で縁ができた百貨店での高知県フェアを継続して実施できるよう県外事務所と連携し働きかけ

周遊促進 ポイント

- 拡** 1 **ツアーの造成 (団体)**
- 旅行会社向け助成制度の拡充**
 - 文化祭に関連する文化施設を、ツアーの行先に追加する場合に助成することで、本県でのプラス1カ所の周遊を促す

2 文化祭・どっぶり体験商品の販売 (個人)

- 文化祭トラベルセンターを通じた商品の紹介**
 - 文化祭をきっかけに来県される方に、出発前に本県のどっぶり体験商品などを案内することで、長期滞在・周遊促進につなげる
- どっぶり体験商品の販売力強化**
 - 旅マエに、地域ならではの食、文化などの体験プログラムや、その周辺の宿泊施設、飲食店などをあわせて情報提供するとともに、スムーズに予約まで完了できるように特設サイトを改修

3 県内各地の文化祭関連施設への誘客

- 龍馬パスポートを活用し、文化祭に関連する観光施設への周遊を促すレアスタンプ企画の実施

リピーター化 (囲い込み) ポイント

1 前泊・後泊を促す核となるイベントの開催

- 夜間イベント「よさこい高知 宵の舞～国文の陣～」の開催 (R8.10.24~12.6) (再掲)
- 文化祭期間中の毎週金～日曜日に開催

2 文化祭のレガシーを活用した本県ならではの「文化」の情報発信

- 夜間イベント「よさこい高知 宵の舞～どっぶりの陣～」の開催(R9.1.9~1.31)による発信**
 - よさこい踊りの披露と一緒に踊れる体験、日曜市をはじめとする街路市文化の体験
 - おきゃくや田舎寿司づくりなどの食文化の体感
- インバウンドにも訴求力のある商品造成、プロモーションの実施**
 - 手漉き和紙や、打ち刃物、硯づくりの伝統文化、遍路文化を体験できる商品づくりと情報発信

新 3 全国的に評価の高い高知の食の活用

- 宿泊施設と連携して、冬の旬の食材を活用した新メニュー開発の支援や、それらを食べられる宿泊プランを情報発信する冬の食キャンペーンを実施