

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7年には連続テレビ小説「あんぱん」放送の追い風の中、官民一体で観光振興に取り組んだことや、2年目となった「どっぶり高知旅キャンペーン」の発信などにより、過去2番目となる457万人となりました。

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.3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「どっぶ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1,527億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

地域の魅力をより深く体感できる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、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2 戦略的セールス&プロモーション

「よさこい高知文化祭2026」と連携し、地域ならではの伝統文化や歴史文化施設等の魅力を訴求するとともに、「ドラマが生まれる場所 高知」を前面に打ち出したプロモーションを展開することで誘客の拡大に取り組めます。

また、平日宿泊促進キャンペーンや宿泊施設における冬の食キャンペーンの実施により、閑散期における誘客の促進を図ります。

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など、地域の特色を生かした受入態勢づくりを進めます。

柱4 国際観光の推進

高知龍馬空港国際線ターミナルビルの令和9年春からの全面供用開始を見据え、台湾航路の定着と韓国航路の誘致に向けた取り組みを推進します。

また、観光事業者と連携した多言語化、キャッシュレス化の促進に加え、地域通訳案内士の育成や旅行会社等とのマッチングの推進など、消費拡大に向けた受入環境の整備を進めます。

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、宿泊業の魅力を伝えるツールの制作や、県外の方を中心とした繁忙期の短期間の就労の募集により、宿泊業の人材確保対策を強化します。

目指す姿

「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」を展開し、国内外の観光客に、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、味わっていただくことで、長期滞在や高知のファンへの拡大を目指すとともに、観光消費額の増につなげる。

分野を代表する目標

県外観光客入泊数 出発点(R4) 426.6万人泊 ⇒ 現状 (R6) 513.4万人泊 ⇒ 10年後(R15) 606.8万人泊
観光総消費額 出発点(R4) 966.3億円 ⇒ 現状 (R7) 1,381億円 ⇒ 10年後(R15) 1,810億円

【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

柱1 長期滞在につながる観光地域づくりの推進

- (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 インバウンドを見据え、通訳ガイドを組み込んだ追加価値の高い観光商品の造成
- ② 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
- (4) 地域との交流から生まれる感動など追加価値の向上
- 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【再掲】
- ② 地域の理解促進につながる教育旅行の受入の拡大(歴史文化や田舎体験、教育民泊の推進)

(2) 地域内での周遊・滞在の促進

- ① 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
- ② 中山間地域での宿泊機能の充実・強化に向けた受入環境整備の推進
- ③ 長期滞在を目指した受入態勢づくり

(3) 長期滞在を目指した受入態勢づくり

- ① 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
- ② 中山間地域での宿泊機能の充実・強化に向けた受入環境整備の推進
- ③ 長期滞在を目指した受入態勢づくり

【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

柱3 おもてなしの推進

- (1) エニバーサルツーリズムの推進
- 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 観光関連事業者の人材育成等による受入態勢の強化
- (2) 地域の特色を生かした受入態勢づくり
- 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) 「よさこい高知文化祭2026」と連動した県内周遊の促進
- ① 文化施設を組み込んだツアーの造成を促すための旅行会社向け助成制度の拡充
- ② 龍馬バスポートを活用した文化施設への誘客施策の実施

戦略的セールス
&プロモーションで
観光客が高知へ



全体を下支え

柱5 観光人材の確保・担い手不足の対応

- (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
- ① 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【再掲】
- ② 中山間地域での宿泊機能の充実・強化に向けた受入環境整備の推進【再掲】

- (2) 年間を通じた観光需要の平準化
- ① 地域ならではの食材や旬の食材の活用
- ② 閑散期対策【再掲】

- (3) 積極的な人材の確保
- ① 宿泊業における人材確保対策の強化
- ② 教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大
- ③ 外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化

柱2 戦略的セールス&プロモーション

- (1) マスメディアを活用した情報発信
- ① 「よさこい高知文化祭2026」に連動して、地域ならではの伝統文化や歴史文化施設、全国的に高く評価されている高知の食文化を発信
- ② 「ドラマが生まれる場所 高知」を前面に打ち出した誘客
- ③ どのぶらり高知旅キャンペーンを通じて造成してきた観光商品の情報発信と販売力の強化

(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
- ② 広域観光組織と連携したセールス活動
- ③ 教育旅行誘致セールスの実施



磨き上げた
観光資源・商品を
国内外の市場へ

「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」の展開

柱4 国際観光の推進

- (1) 国際航路の拡充及びインバウンド誘客の促進
- ① 台湾航路の定着に向けた取り組みの強化
- ② 高知龍馬空港国際線ターミナルビルの整備を見据えた韓国航路の誘致
- ③ 土佐のおきやく四国へんろなど、高知ならではの文化資源を軸としたセールス・プロモーション
- (2) 観光商品の高付加価値化や滞在期間の延長
- ① 通訳ガイドを組み込んだ付加価値の高い観光商品の造成【再掲】
- ② 海外OTA等旅行会社に対するインバウンド向け観光商品のセールス・プロモーション

(3) 関西圏からの誘客の促進

- ① 大阪観光局や関西エアポート等と連携した情報発信
- ② 大阪・関西万博催事で高い評価を得た「よさこい」街路市「など文化・食を中心としたセールス・プロモーション
- ③ 大阪IPを見据えた大阪観光局と連携した取組の検討

(4) 受入環境の整備

- ① 多言語・キャッシュレス化の促進による消費拡大
- ② 地域通訳案内士の育成や、旅行会社等とのマッチング機会の創出による高知旅行の満足度の向上



各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

県外観光客入泊数
 出発点(R4) 426.6万人泊 ⇒ 現状値(R6) : 513.4万人泊 ⇒ R8目標 : 552.6万人泊 ⇒ 4年後(R9)の目標 : 563.9万人泊 ⇒ 10年後(R15)の目標 : 606.8万人泊
 観光総消費額
 出発点(R4) 966億円 ⇒ 現状値(R7) : 1,381億円 ⇒ R8目標 : 1,463億円 ⇒ 4年後(R9)の目標 : 1,527億円 ⇒ 10年後(R15)の目標 : 1,810億円

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	R8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) 1 旅行当たりの県内平均立寄数(年間)	209.1万人 (R4) 2.5件 (R4)	261.2万人 (R7) 2.6件 (R7)	261.0万人 (R8) 3.0件 (R8)	273.9万人 (R9) 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) スポーツによる県外からの入込客数(年間)	370万人 (R4) 53,161人 (R4)	457万人 (R7) 101,309人 (R6)	465万人 10.5万人	470万人 (R9) 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】 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】	86% (R4) 80% (R4)	90% (R7) 82% (R7)	87.9% 84.0%	88% (R9) 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) 外国人県内消費額(年間)	9,890人泊 (R4) 3億円 (R4)	13.2万人泊 (R6) 44億円 (R6)	15.5万人泊 52.3億円	17万人泊 (R9) 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)	88.8%	90% (R9)	

令和8年度どっぷり高知旅キャンペーン（3rdシーズン）の展開＜観01＞

目標値

県外観光客入泊数
観光総消費額

出発点(R4) 426.6万人泊 ⇒ 現状 (R6) 513.4万人泊 ⇒ R8 552.6万人泊 ⇒ 4年後 (R9) 563.9万人泊
出発点(R4) 966億円 ⇒ 現状 (R7) 1,381億円 ⇒ R8 1,463億円 ⇒ 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

- (1) どっぷり体験商品の造成 149商品 (R6.4～R8.3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験できる商品造成
- (2) 分散型ホテルの構築に向けた事業計画づくり 7件 (R6.4～R8.3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
- (3) 「らんまん」・「あんぱん」ゆかりの地との連携 94件 (R6.4～R8.2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

- (1) 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
- (2) 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

- 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や高知城の夜間開館 (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や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

- 1 ツアーの造成 (団体)
 - ① 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・どっぷり体験商品の販売 (個人)
 - ① 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ぷ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
 - ② どっぷ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

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
 - ① 夜間イベント「よさこい高知 宵の舞～どっぷりの陣～」の開催 (R9.1.9～1.31) による発信
 - ・ よさこい踊りの披露や一緒に踊れる体験、日曜市をはじめとする街路市文化の体験
 - ・ おきやや田舎寿司づくりなどの食文化の体験
 - ② 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
 - ・ 土佐和紙や、土佐打羽物、遍路文化などの伝統文化を体験できる商品づくりと情報発信

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

国際航路の拡充に向けた取り組み

現状と課題	(1) 台湾航路の安定と韓国航路の誘致 (2) 増加が見込まれる個人旅行者に向けたプロモーションの強化 (3) 通訳ガイドや多言語対応など受入環境の整備
目標値	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(R6) 131,730人泊 ⇒ R7 14万人泊 ⇒ R9 17万人泊 外国人県内消費額 出発点(R4) 3億円 ⇒ 現状(R6) 44億円 ⇒ R7 49億円 ⇒ R9 57億円 ● 関連する主なアウトプット目標 (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 (100人)

1 台湾航路の定着と韓国航路の誘致

1 (1) 台湾航路の定着

① 旅行会社や航空会社と連携したプロモーション

・Web、店舗、雑誌、ラジオ、インフルエンサー等を活用した情報発信

・旅行博出展、現地イベントでの販売促進

② 個人旅行者をターゲットとしたプロモーション

・インバウンド向け体験メニューなど「どぶろっ高知旅」を打ち出した情報発信

・レンタカーキャンペーンによる県内の周遊促進

2 (2) 韓国航路の誘致

① 現地商談会の開催などB to B・C向けプロモーション

・県内観光事業者と韓国の旅行会社等との商談会の開催

・現地で本県の魅力を伝えるB to B・C向けセミナーの開催や旅行博への出展

② 韓国航路就航に向けた航空会社等の視察誘致

・航空・旅行会社を招へいし、航路誘致や商品造成に向けた視察ツアーの開催

③ 航路誘致に向けたプロモーション

・旅行会社等と連携し、ゴルフや食をテーマとした旅行商品の情報発信

・ツアーバス助成による四国他空港からの誘客促進

3 (3) 高知ならではの文化資源を軸としたインバウンド誘客の促進

① 旅行会社や航空会社と連携したプロモーション (再掲)

・Web、店舗、雑誌、ラジオ、インフルエンサー等を活用した情報発信

・旅行博出展、現地イベントでの販売促進

2 受入環境の整備

1 (1) 多言語・キャッシュレス化の促進による消費拡大

・セミナーや事業者の個別支援を通じて多言語表示等を促進

2 (2) 地域通訳案内士の活躍による高知旅の満足度向上

・スキルアップ研修の実施や通訳士と旅行会社等とのマッチング機会創出

観光による稼げる地域づくり <観02>

現状と課題	(1) 中山間地域で空き家等を活用した小規模宿泊施設の事業化ニーズが高まっており、継続した支援が必要 (2) 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
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(R7)7エリア ⇒ R8 11エリア ⇒ R9 15エリア ● 関連する主なアウトプット目標 (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) 宿泊施設開業支援事業費補助金による支援事業者数 (4事業者以上)

宿泊施設を中心に、長期滞在できる地域づくりの更なる推進

1 (1) 長期滞在を目指した受入態勢づくり

・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支援や新たな支援エリアとなりうる候補地の掘り起こしに向けた可能性調査を実施

・中山間地域において宿泊機能を強化し、長期滞在を図るため、宿泊施設の開設を支援

新県民体育館の整備を見据えた取組

現状と課題	(1) 屋内プロスポーツ等の試合やMICEの開催の誘致 (2) 新県民体育館を核としたまちづくりの検討 (3) 財源確保に向けた対策
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(R6)101,309人 ⇒ R8 105,000人 ⇒ 4年後(R9) 120,000人 ● 関連する主なアウトプット目標 (KPI) KPI①：ワークショップの参加者数 (40人) KPI②：屋内プロスポーツ等の大会誘致件数 (2件)

整備を見据えた取組

1 (1) プロジェクトチーム等の設置

屋内プロスポーツ等の試合やMICEの開催の誘致に向けた専門チームの設置や、まちづくりをテーマとしたワークショップを開催し、より具体的な検討を進める

2 (2) 屋内プロスポーツチーム等との関係構築の推進

関西圏を中心とした、県と関係性を有する屋内プロスポーツチーム等による教室開催や合宿誘致を推進

3 (3) 屋内プロスポーツ等の大会誘致の推進

Bリーグ・SVリーグといった屋内プロスポーツ等のプレシーズンマッチなどの招聘

4 (4) 民間資金の活用への検討

クラウドファンディングや企業版ふるさと納税等の民間資金の活用を検討

