

◆分野を代表する目標：観光総消費額

単位：億円

	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	1,199	1,230	1,053	1,096	1,130	1,288
実績	1,104	1,096	648	699	-	-
達成度	B	B	D	D	-	-

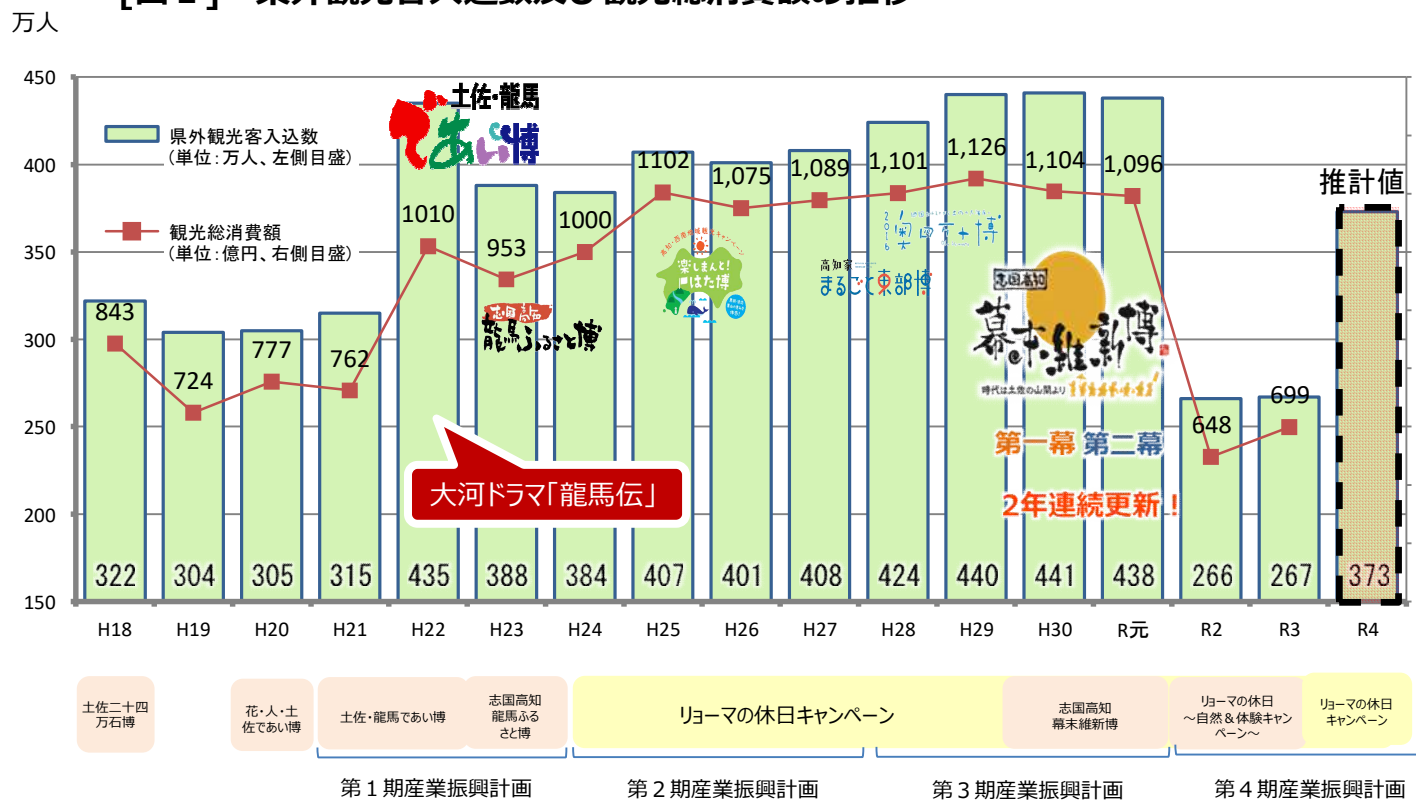
◆分野を代表する目標：県外観光客入込数

単位：万人

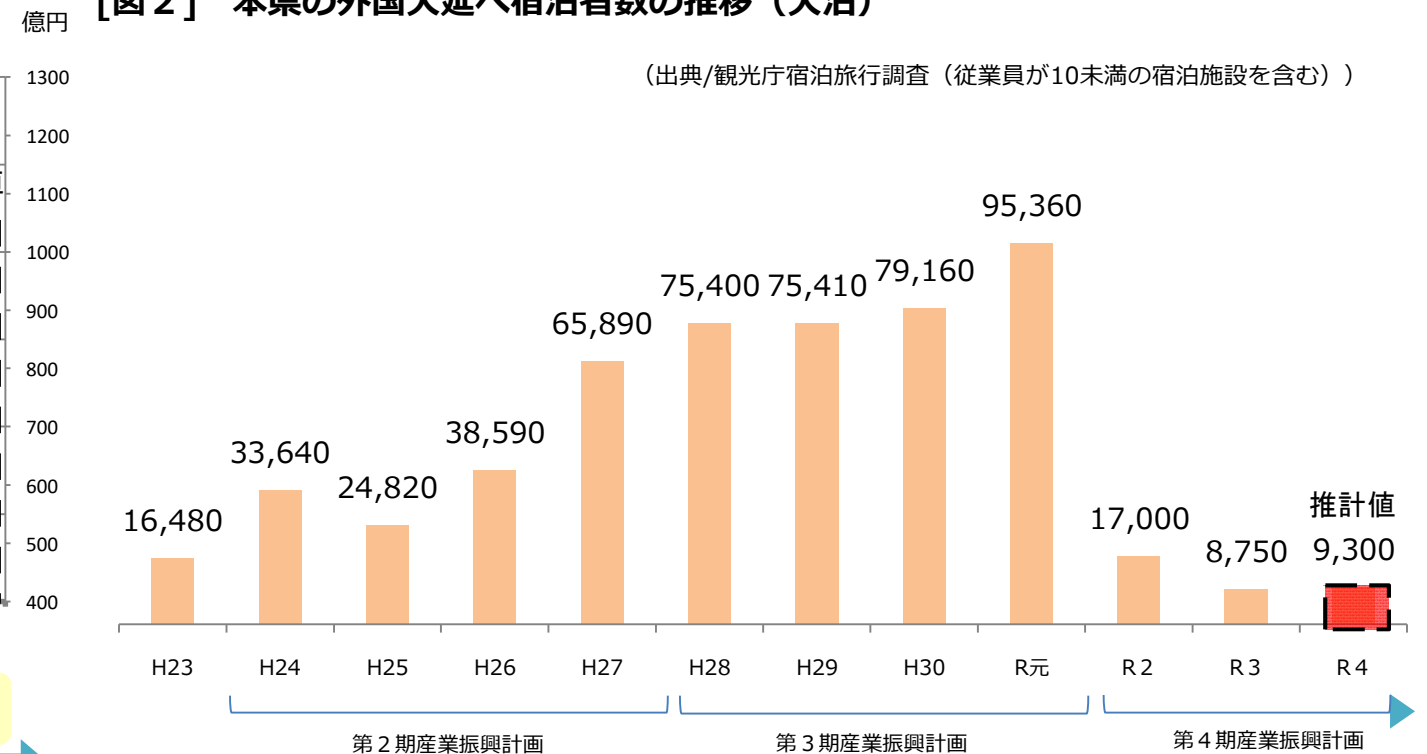
	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	440	435	400	435	450	460
実績	441	438	266	267	-	-
達成度	A	A	D	D	-	-

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

【図1】 県外観光客入込数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（人泊）



◆分野を代表するR4年度到達目標の達成状況

・新型コロナウイルスの全国的な感染拡大により、県外観光客の入込は、厳しい状況が続いていたが、「高知観光トク割キャンペーン」、「高知県観光リカバリーキャンペーン」の効果もあり、令和4年3月ころから、徐々にホテル・旅館の予約や利用者が増え始め、6月、7月については、コロナ前を上回る集客となった。8月以降は、第7波の影響や台風第14号によるキャンセルもあり、予断を許さない状況となっている。

・また、ホテル・旅館と同様に県内主要観光施設の利用者数も回復傾向にあり、8月末(R4.1～8月)までの入込数は、コロナ前(令和元年同期)比で▲18.5%となっている。

◆ 課題

- 1 令和5年4月から放送される連続テレビ小説『らんまん』を県観光の振興に最大限に生かすために、
 - 観光資源の磨き上げやガイド養成をはじめ、渋滞対策など観光客の受入態勢を充実させる必要がある
 - 留意点（草花をテーマにした観光地づくりを進めて県観光の新たな基盤とするとともに、ドラマ終了後も地域の財産として残していくこと）
 - 県観光の起爆剤とするため、セールス&プロモーションを展開して全国からの誘客を図る必要がある
 - 留意点（本県への主たる観光客層に加えて「女性」「若者」などの新しいターゲット層を取り込み、「高知ファン」の厚みを増していくこと）
 - 連続テレビ小説『らんまん』テレビ放映終了後の盛り上げの継続が必要
 - 留意点（閑散期の冬前から次期誘客戦略を意識した高知県の強みである自然などを素材としたサステナブル等を切り口とした取り組みの実施）

- 2 デジタルデータを活用した地域観光マーケティング支援による観光地域づくりを推進するために、
 - デジタルデータ活用のさらなる強化が必要
 - ・ デジタルデータ活用のさらなる強化のために、実証事業数を増やす必要がある
 - 広域観光組織の滞在型観光プランづくりとの連動性を高める必要がある
 - ・ 広域観光組織等のデジタルデータ活用スキルをさらに向上させるためのワークショップや実証事業の実践（経験の積み上げ）が必要

- 3 インバウンドの本格的な再開と大阪・関西万博等を見据えて、
 - 高知県の強みである自然を生かした高知県観光を打ち出していく必要がある
 - ・ 高知県が目的地となるための強いコンテンツが必要
 - ・ 高知県の強みである自然や文化に訴求したセールスやプロモーションが必要
 - 関西戦略と連動して関西圏からの誘客を図る必要がある
 - ・ 大阪観光局等関係機関と連携した高知県への送客の取り組みが必要
 - ・ 大阪・関西万博を見据えた旅行会社へのセールスの展開が必要

◆ 令和5年度の取り組みの強化の方向性

ポイント1 **連続テレビ小説を生かした更なる観光振興**

【受入態勢の整備】

<方向性>

- 1 県内各地の自然・体感フィールドや観光拠点を軸に県内各地域への周遊を促進する
- 2 草花ガイドの活動を支援するとともに、周辺エリアとの連動性を高め、地域周遊の仕組みを定着させる

【セールス&プロモーション】

<方向性>

- 1 「牧野富太郎のふるさと・高知」の認知度を高める施策の展開
- 2 新しいターゲット層向けの情報発信等の工夫

ポイント2 **デジタルデータを活用した観光地域づくり**

【デジタルデータ活用のさらなる強化】

<方向性>

- 1 デジタルデータによる検証結果を具体的な周遊促進策に活用する
- 2 実証事業の実施数を拡大するなど、広域観光組織等のデジタルマーケティング人材の育成をさらに加速させる

【広域観光組織の取り組みとの連動性を高めた一体的な事業の推進】

<方向性>

- 広域観光組織がこれまで取り組んできた「滞在型観光プランづくり」と、デジタルデータを活用した取り組みとの連動性を高める

ポイント3 **インバウンドの推進**

【インバウンド向けの魅力ある観光地づくり】

<方向性>

- 自然などの地域資源を生かしたサステナブルツーリズムの取り組みを推進し、インバウンド観光地としての魅力向上を図る
 - ・ 高知県ならではの強いコンテンツづくりと磨き上げ
 - ・ DMOや旅行会社による商品造成等の促進

【セールス&プロモーション】

<方向性>

- 1 高知県の自然などの強みを生かし、特に重点市場における旅行会社へのセールスやプロモーションを強化する
- 2 関西戦略と連動した関西圏からの誘客を促進する
 - ・ 大阪観光局等のプロモーションツールを活用した旅マエでの情報発信
 - ・ 大阪・関西万博に関連する旅行商品への組み込みを目指した旅行会社へのセールスの展開

