

◆分野を代表する目標：観光総消費額 単位：億円

	H30 (出発点)	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	－	1,053	1,096	1,130	1,288
実 績	1,104	648	699	966	1,290
達成度					A

◆分野を代表する目標：県外観光客入込数 単位：万人

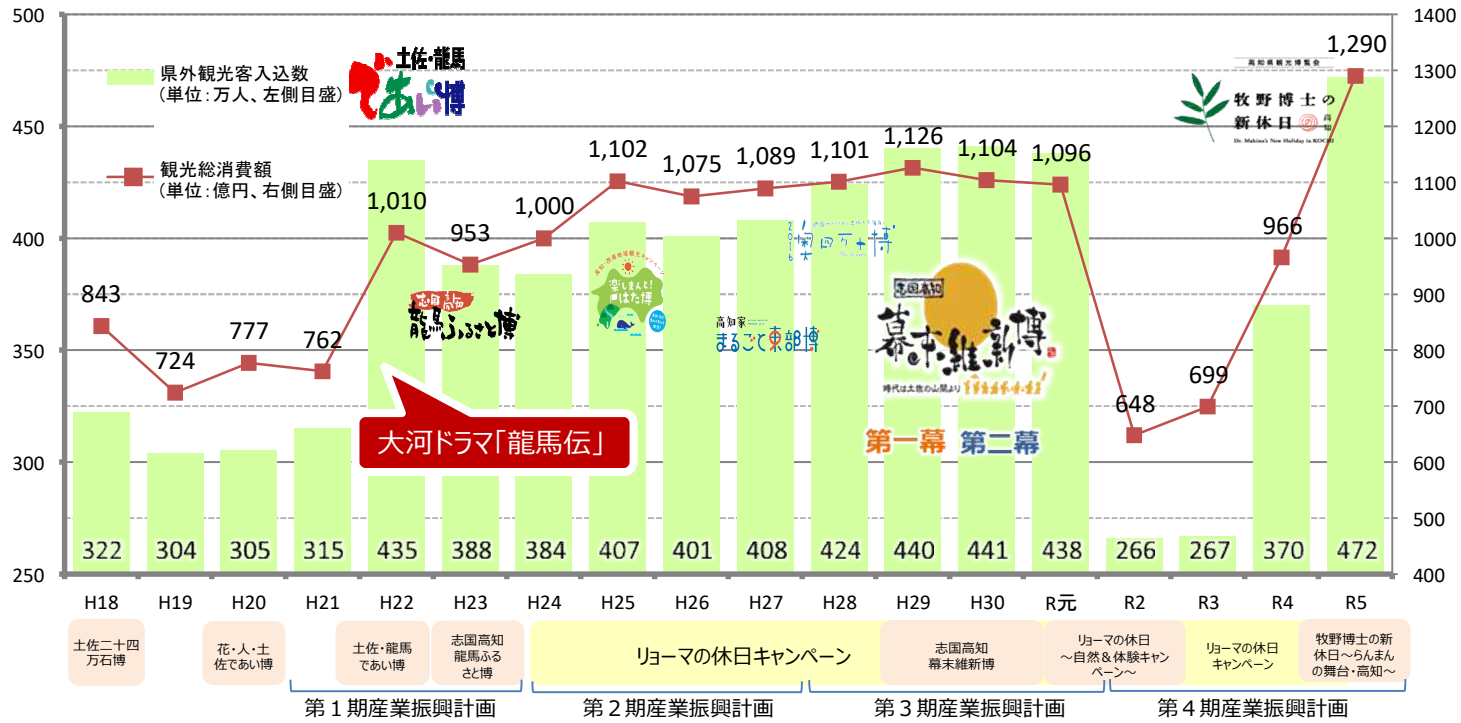
	H30 (出発点)	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	－	400	435	450	460
実 績	441	266	267	370	472
達成度					A

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

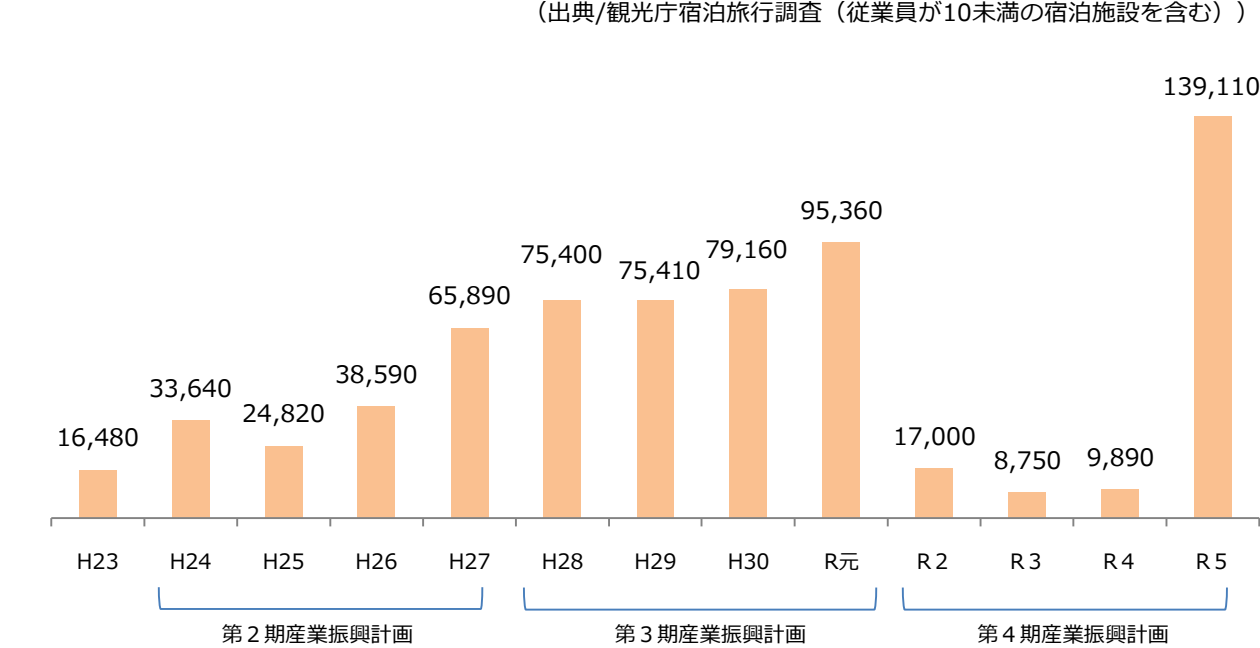
◆分野を代表する目標の達成状況（見込み含む）

- 令和2～3年は、新型コロナの影響により観光総消費額及び県外観光客入込数ともに大きく減少した。令和4年には回復の兆しが見られた。
- 令和5年は、これまでセールス活動や観光施設の整備を官民一体となって継続していたことが、観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」や台湾との定期チャーター便の就航などといった追い風を最大限に生かすことにつながり、観光総消費額及び県外観光客入込数は過去最高値となった。[図1]
- 外国人延べ宿泊者数についても同様に、新型コロナの影響（渡航制限）により大きく減少した。しかし、令和4年10月からの大幅な規制緩和により、令和5年はクルーズ船や台湾との定期チャーター便などによるインバウンド観光が増加し、外国人延べ宿泊者数は過去最高値となった。[図2]

万人 【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）



【表1】 その他主要な戦略目標達成状況

項目	出発点	達成目標(R5)	実績(R5)
全国から誘客できる観光拠点の整備(累計)	H30 8ヶ所	+10ヶ所 [18ヶ所]	18ヶ所
広域観光組織の体制強化(累計の観光庁登録DMO数)	H30 1	+3 [4]	4
スポーツツーリズムの強化(年間)	H30 9.0万人	+5.5万人 [14.5万人]	8.6万人

【表2】 観光客満足度調査結果

項目	出発点	到達目標(R5)	実績(R5)
観光施設における満足度(年間)	H30 79%	+6% [85%]	87%
宿泊施設における満足度(年間)	H30 79%	+6% [85%]	81%

これまでの取り組みとその成果

柱1 戦略的な観光地域づくり ・ 柱5 事業体の強化

(1) 観光拠点の整備数(累計)

H30 : 8ヶ所 → R5 : 18ヶ所【R5目標 : 18ヶ所】

- ①民間企業の現地視察 ⇒ 25社 (H30～R5)
- ②民間企業のノウハウを導入した観光拠点の整備数
⇒R元 : 1件→R5 : 13件 (H30～R5)

③核となる観光拠点入込客数

⇒R元 : 894,024人 (12施設) →R5 : 1,922,357人 (18施設)

(2) 広域観光組織の体制強化数(累計の観光庁登録DMO数)

H30 : 1 → R5 : 4【R5目標 : 4】

①デジタルデータ分析ツールの導入【R4～】

⇒デジタルデータ等を活用した実証事業の数 : 24事業 (R4～R5)

②滞在型観光プラン整備計画策定数 ⇒ 6広域 (R2～R5)

③滞在型観光プラン造成数⇒18周遊プラン (R2～R5)

柱2 効果的なセールス&プロモーション

(1) 県外観光客入込数(年間)

H30 : 441万人 → R5 : 472万人【R5目標 : 460万人】

①効果的な広報・セールス活動の展開

・キャンペーンの展開【R2～】

⇒コロナ禍において低迷した観光需要に対し、需要喚起策（高知観光トク割キャンペーン、高知観光リカバリーキャンペーン）を実施

⇒牧野富太郎博士がモデルとなった連続テレビ小説「らんまん」の放送にあわせて、観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」を開催したことにより、県外観光客入込数は過去最多となる472万人となり、目標の460万人を上回った。

・サステナブルツーリズムの推進【R4～】

⇒県内の観光素材についてのヒアリング調査を実施し、サステナブルな要素を抽出し、高知の観光素材がサステナブルであることを可視化する冊子の作成や、SNSを通じた情報発信を実施。

(2) 県外からのスポーツによる入込客数(年間)

H30 : 9.0万人 → R5 : 86,094人【R5目標:14.5万人】

①スポーツツーリズムの推進【R2～】

⇒プロ・トップチーム誘致(年間) 74,237人(R元) → 49,139人(R5)

⇒アマチュアスポーツ合宿の誘致(年間) 4,406人(R元)→ 8,857人(R5)

⇒サイクルイベントの県外参加者数(年間)1,138人(R元)→ 1,141人(R5)

⇒こうちサイクルオアシス登録施設数(累計)75施設(R元) →83施設(R5)

⇒高知龍馬マラソンの出走者数11,816人 (2020大会 R2.2) → 8,395人 (2024大会 R6.2)

見えてきた課題

柱1 戦略的な観光地域づくり・柱5 事業体の強化

(1) 観光拠点を核とした周遊の促進

- ・整備から時間が経過した観光拠点の魅力を再構築し、さらなる集客増を図ることが必要
- ・集客の核となる観光拠点から周辺の観光施設等への周遊促進の取組の強化が必要

(2) 広域観光の充実

- ・これまで以上に地域内における滞在日数の延長やリピートを促すため、観光客が地域の魅力をより深く体感できる取組が必要

柱2 効果的なセールス&プロモーション

(1) 効果的な広報・セールス活動の展開

- ・観光消費額を重視したロングステイ型観光やリピート率の向上、宿泊施設の高付加価値化などの取り組みが必要
- ・冬場などの閑散期対策が必要
- ・「らんまん」効果を一過性で終わらせない取り組みが必要

(2) スポーツツーリズムの推進

①プロスポーツのキャンプ・大会の新規誘致

- ・スポーツ施設の整備が必要
- ・受入可能な宿泊施設の確保が必要
- ・野球、サッカーの2競技に集中しており、多種目化が必要

②アマチュアスポーツの合宿・大会誘致

- ・受け入れ地域・施設が限定的。実施時期が夏冬休み・土日等に集中。野球、サッカーの2競技に集中。

③自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進

- ・サイクルツーリズムをはじめ、自然環境を生かしたスポーツはインバウンド客を取り込める余地が大きい。関係機関との連携やプロモーション、セールス活動の強化が必要

④高知龍馬マラソンの開催

- ・「2025大会 R7.2」の成功に向け、大会の魅力向上が必要

さらなる挑戦

Ⅰ 長期滞在につながる観光地域づくりの推進

(1) 観光客と地元の人との接点を増やす仕組みづくり

- ・地域との交流や理解が深まる観光商品づくり
- ・学びを深めるガイドの養成

(2) 地域の周遊促進につながる取組の強化

- ・広域観光組織における周遊促進や滞在時間延長の取組の支援
- ・観光拠点や宿泊施設を中心とした周遊の促進
- ・観光客向けの二次交通の充実

Ⅱ 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした戦略的セールス&プロモーションの実施

(1) 伸びしろを捉えた誘客キャンペーンの展開

- ・滞在日数の増加やリピート率を向上させることで、観光消費額の増加につなげる。
- ・戦略ターゲットとして、女性、若年層、インバウンド等を設定
- ・閑散期を狙った誘客の促進

(2) 県政課題の解決につながるコンセプト設定

- ・磨き上げてきた「食」、「自然」、「歴史」だけでなく、地域の暮らしや文化も加えて、セールス&プロモーションを展開
- ・中山間地域の振興も視野に、市町村や広域観光組織とも連携し、本県ならではの魅力を深く体感できる素材を打ち出し

Ⅲ スポーツツーリズムの推進

(1) プロスポーツ等の誘致

- ・市町村等と連携した誘致活動の強化
- ・県内で開催されるプロスポーツのキャンプや大会の多種目化を図るため、市町村や連携協定を締結している企業等を通じて、新規プロチームの誘致に取り組む

(2) 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進

- ・サイクリングなどによるインバウンド客の取り込み強化

(3) 高知龍馬マラソンの開催

- ・大会の魅力向上や情報発信の強化
- ・海外からの参加者拡大

これまでの取り組みとその成果

柱3 おもてなしの推進

(1) 観光客満足度調査における「大変良い」「良い」の割合「観光施設」(年間)

H30 : 79% → R5 : 87%【R5目標 : 85%】

(2) 観光客満足度調査における「大変良い」「良い」の割合「宿泊施設」(年間)

H30 : 79% → R5 : 81%【R5目標 : 85%】

- ①観光案内所機能強化研修受講事業者数(延べ) (累計)
⇒104事業者(H28～R元) → 273事業者(H28～R5)
- ②宿泊施設魅力向上支援事業による支援
⇒機運醸成に向けたセミナー参加者数 : 85人(R5)
⇒課題に応じたアドバイザー派遣数 : 7施設、3地域連携団体(R5)
⇒事業計画作成及び実践支援数 : 7施設、3地域連携団体(R5)
- ③バリアフリー観光に関する相談対応件数(年間)
⇒ 34件(R2) → 139件(R5)
- ④現地調査によるバリア・バリアフリー情報の収集件数
⇒観光 : 146施設、宿泊 : 128施設、交通 : 37施設(H30～R5)
- ⑤外国人観光案内所の設置か所数
⇒3ヶ所(H26) → 20ヶ所(R5)

柱4 国際観光の推進

(1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数(年間)

**H30 : 79,000人泊 → R5 : 139,110人泊(確定値)
【R5目標 : 80,000人泊】**

- ①海外セールス拠点等を活用した旅行商品の拡充【R2～】
・外国人向け旅行商品造成数(年間)
⇒215商品(H30) → 199商品(R5)
- ②関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出【R2～】
・関空発着の外国人向け旅行商品造成数(年間)
⇒25商品(H30) → 50商品(R5)
- ③チャーター便誘致等
・国際チャーター便の運航数(高知龍馬空港)(年間)
⇒7往復(H30) → 週2回・94往復(R5)

見えてきた課題

柱3 おもてなしの推進

- (1) 宿泊施設の魅力向上
・周遊促進や滞在時間のさらなる延長を図るため、宿泊施設と地域の観光関連事業者の一層の連携強化が必要
- (2) 国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化
・ガイド団体の人材の不足に対応する受入態勢強化策が必要
- (3) バリアフリー化と受入環境の整備
・障がい者や高齢者、外国人など多様なニーズに対応するためには、ユニバーサルツーリズムの取組を県内観光関連事業者へ広げていくことが必要。
・インバウンド需要の回復に伴い、受入側での「Wi-Fi、トイレ、キャッシュレス、多言語対応」といった環境整備の重要性がますます高まっている
- (4) 宿泊施設の人手不足
・観光需要の回復に宿泊施設の人手が追いつかず、人不足が顕在化

柱4 国際観光の推進

- (1) 高知龍馬空港の国際化
・台湾と高知を結ぶ定期チャーター便の定着に向けて取組の強化が必要
・高知龍馬空港国際線化を見据え、台湾だけでなく他の地域からのチャーター誘致も必要
- (2) 大阪・関西万博を生かしたインバウンド誘客の更なる促進
・大阪観光局等と連携した誘客戦略が必要
・都市型観光地である大阪から高知へ誘客する旅マエでの発信が必要
- (3) 受入体制の更なる強化
・外国人観光客が高知の魅力を感じられるための受入体制の強化が必要

さらなる挑戦

Ⅳ おもてなしの推進

- (1) 宿泊施設の魅力向上
・宿泊施設の周辺事業者との連携強化
・長期滞在をテーマとしたセミナーの開催
- (2) 観光客と地元の人との接点を増やす仕組みづくり【再掲】
・国内外からの観光客におもてなしができる観光ガイド団体の育成強化
・伝統文化などを生かし、より付加価値が高いガイドの育成を支援
- (3) ユニバーサルツーリズムの推進
・県内観光関連事業者のネットワークの拡大等による受入態勢の強化

Ⅴ 担い手不足への対応

- (1) 宿泊施設の魅力向上による高付加価値化、長期滞在の推進
- (2) 宿泊需要の平準化
・冬期等の閑散期における需要喚起
・平日における需要喚起
- (3) 外国人材の活用の推進
・外国人材活用に関する制度周知、成果・課題の共有
・県内関係団体とともに、海外の送り出し機関等との連携を強化し、本県への外国人材の派遣を促進

Ⅵ 国際観光の推進

- (1) インバウンド誘客のさらなる推進
・国際チャーター便誘致活動と国際定期便化の実現
・大阪・関西万博を見据えた、大阪観光局等との連携し旅行者の旅マエでの情報発信の強化
・高知の自然等の魅力を生かしたアドベンチャートラベルの推進
- (2) 受入体制の更なる強化
・地域通訳案内士等の案内スキルの向上
・観光施設等の多言語化及びキャッシュレス化の促進