

おいでよ！四国の真ん中へ
土佐れいほく事業戦略 第2期計画（R6～R9）
事業進捗状況（R6・4～7）

主要数値目標（KPI）

		R5	R6	R6. 4-7		R7	R8	R9	R9/R5
				実績	達成度				
入込数	観光	91,275	93,050	39,133	42.1%	95,362	97,735	98,700	1.08
	体験	694	700	314	44.9%	740	780	820	1.18
	飲食	39,085	40,250	12,476	31.0%	41,450	42,700	43,900	1.12
	物産	254,289	261,900	79,349	30.3%	269,700	277,700	286,000	1.12
	宿泊	27,582	28,700	7,634	26.6%	30,000	32,000	35,300	1.28
	合計	412,925	424,600	138,906	32.7%	437,252	450,915	464,720	1.25
消費単価	観光	361	376	446	118.6%	387	399	415	1.15
	体験	5,475	5,857	5,383	91.9%	5,945	6,025	6,097	1.11
	飲食	1,428	1,465	1,374	93.8%	1,519	1,569	1,617	1.13
	物産	948	950	936	98.5%	956	961	965	1.02
	宿泊	6,476	6,909	7,070	102.3%	7,493	8,093	9,150	1.41
	合計	1,240	1,284	1,184	92.2%	1,342	1,412	1,540	1.24
域内消費額	観光	33,040	35,000	17,471	49.9%	37,000	39,000	41,000	1.24
	体験	3,800	4,100	1,690	41.2%	4,400	4,700	5,000	1.32
	飲食	55,850	59,000	17,114	29.0%	63,000	67,000	71,000	1.27
	物産	241,100	249,000	74,253	29.8%	258,000	267,000	276,000	1.14
	宿泊	178,637	198,307	53,973	27.2%	224,796	259,000	322,995	1.81
	合計	512,436	545,407	164,527	30.2%	587,196	636,700	715,995	1.40

（参考：宿泊を除く）

		R5	R6	R6. 4-6		R7	R8	R9	R9/R5
				実績	達成度				
入込数	観光	91,275	93,050			95,362	97,735	98,700	1.08
	体験	694	700			740	780	820	1.18
	飲食	39,085	40,250			41,450	42,700	43,900	1.12
	物産	254,289	261,900			269,700	277,700	286,000	1.12
	合計	385,343	395,900			407,252	418,915	429,420	1.15
消費単価	観光	361	376			387	399	415	1.15
	体験	5,475	5,857			5,945	6,025	6,097	1.11
	飲食	1,428	1,465			1,519	1,569	1,617	1.13
	物産	948	950			956	961	965	1.02
	合計	866	878			890	902	915	1.06
域内消費額	観光	33,040	35,000			37,000	39,000	41,000	1.24
	体験	3,800	4,100			4,400	4,700	5,000	1.32
	飲食	55,850	59,000			63,000	67,000	71,000	1.27
	物産	241,100	249,000			258,000	267,000	276,000	1.14
	合計	333,799	347,100			362,400	377,700	393,000	1.18

※県外観光客入込・動態調査（県外観光客1人当たり消費額（25,206（R1）→26,076（R4） 3.45%増加）

戦略 1 国内外の教育旅行誘致推進及び受け入れ促進

戦術 1 セールス強化

指標	R5 実績	R6 目標	現状(4/1～7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
教育旅行誘致数(校数)	81 校	105 校	47 校	44.8%	125 校	1.54
			民泊 11 校 ラフティング 35 校 その他 1 校			
教育旅行参加 学生数	8,288 人	8,400 人	4,773 人	56.8%	10,000 人	1.21
			民泊 527 名 ラフティング 4,153 人 その他 93 人			
誘致校あたりの の学生人数	102 人	80 人	101 人	126.3%	80 人	78.4
消費単価	6,662 円	6,995 円			8,096 円	1.22
消費額	55,212 千円	58,758 千円			80,960 千円	1.47

観光協議会が予約をまとめているラフティングの A コースの予約が減っている。

→観光協議会管理ではない B コースにお客様が移行している可能性あり。

(A コースよりも安価なことが理由か?)

※B コース実施校数は 34 校。(上記表には含まず)



台湾からの民泊体験

戦術 2 他組織との連携強化

- ・一般社団法人「そらの郷」との連携→民泊 4 校を誘致
- ・公益社団法人「日本観光振興協会」の連携→台湾からの民泊 4 校を誘致
- ・高知県の他広域観光組織との連携→具体事例なし

戦術 3 受入家庭確保のための支援強化

指標	R5 目標	R6 目標	現状(4/1～7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
民泊受入家庭数	47 軒	47 軒	47 軒	100%	47 軒	1.00

- ・民泊受入家庭の開拓（紹介キャンペーンをスタート）
- ・民泊家庭へ訪問・ヒアリング
- ・分科会（民宿を営む家庭に特化したミーティング）等を継続して開催



戦術 4 地域の新たな教育プログラム開発支援

指標	R5 実績	R6 目標	現状(4/1～7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
新たなプログラム開発支援	0 件	1 件	1 件	100%	1 件	1.00

ダム下からスタートするラフティング+早明浦ダムインフラツーリズム・プラン



戦略2 宿泊旅行の誘客推進

戦術1 宿泊誘客促進企画の実施・推進

指標	R5 実績	R6 目標	現状(4/1～7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
総宿泊者数(指定管理施設)	27,582	28,700	7,634	26.6%	35,300	1.28
1人あたりの 宿泊単価(指定管理施設)	6,476	6,909	7,070	102.3%	9,150	1.41
総宿泊消費額(指定管理施設)	178,637	198,307	53,973	27.2%	322,995	1.81

春の『体験博覧会れいほくる。』にて宿泊優待券を配布。

(クーポン利用実績 10枚)



戦術2 アウトドア・キャンプ利用促進

指標	R5 実績	R6 目標	現状(4/1～7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
キャンプ宿泊者総数	7,311	7,611	2,005	26.3%	9,360	1.28

さめうらテントパーク：326人、白滝の里キャンプ場：292人

ゆとりすとパークおおとよキャンプ場：1,387人



戦術3 SNSでのPR強化

指標	R5 実績	R6 目標	現状(4/1～7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
PV数(全体)	248,940	288,200	84,348	29.3%	378,300	1.52
ユーザー数(全体)	146,034	171,300	55,260	32.3%	237,100	1.62
PV数(宿泊)	29,230	38,000	10,299	27.1%	65,300	2.23
ユーザー数(宿泊)	17,940	23,400	6,563	28.0%	36,700	2.05

戦術4 宿泊施設のOTA・SNS活用支援

指標	R5 実績	R6 目標	現状(4/1～7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
域内宿泊施設数	34	34	36	105.9%	34	1.00
			・一軒宿さめうら ・清流ハウス			
域内OTA活用 宿泊施設数	12	14	15	107.1%	20	1.67
OTA活用率	35.3%	41.2%	41.7%	—	58.8%	—

新たな宿泊施設にOTAへの登録を勧めている。

(経営者が自主的に登録する例も増えている)



戦術4 インフラツーリズムの促進【宿泊ツアー】

指標	R5	R6	現状(4/1～7/31)		R9	R9/R5
	実績	目標	実績	達成度	目標	
ツアー集客件数	2	5	2	40.0%	20	10.00
集客数	19	45	57	126.7%	200	10.53
平均単価(千円)	17.6	17.8	13.9	78.1%	19.0	1.08
域内消費額(千円)	335	800	797	99.6%	3,800	11.34

早明浦ダムの見学から宿泊に誘導するのは難しく、いろいろ考案中。

- ・さめうら荘1棟貸しプランとのコラボ
- ・学会の研修ツアーにダム見学を組み込む
- ・ダムマニア向け宿泊ツアーも実施予定。



戦略3 日帰り旅行の誘客推進

戦術1 セールスの強化

指標	R5	R6	現状(4/1～7/31)		R9	R9/R5
	実績	目標	実績	達成度	目標	
ツアー集客件数	98	110	23	20.9%	140	1.43
集客数	2,200	2,420	488	20.2%	3,210	1.46
平均単価	5,649	6,770	5,756	85.0%	8,990	1.59
域内消費額(千円)	12,427	16,383	2,867	17.5%	28,858	2.32

- ・愛媛県～高知県西部の観光バス会社への営業活動から、ツアー獲得中。



戦術2 新たな体験事業者やプログラムの創出支援

指標	R5	R6	現状(4/1～7/31)		R9	R9/R5
	実績	目標	実績	達成度	目標	
協議会補助制度による支援者数	2	3	1	33.3%	3	1.50

県の『どっぷり高知旅』に選ばれた「吉延の棚田」ガイドツアーを支援中。



戦術3 体験プログラムのPR強化

指標	R5 実績	R6 目標	現状(4/1～7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
PV数(全体)	248,940	288,200	84,348	29.3%	378,300	1.52
ユーザー数(全体)	146,034	171,300	55,260	32.3%	237,100	1.62
PV数(遊ぶ・体験する)	28,265	37,290	12,501	33.5%	58,700	2.08
ユーザー数(遊ぶ・体験する)	17,367	22,600	7,638	33.8%	35,600	2.05
れいほくる参加事業者数	10	12	10	83.3%	15	1.50
れいほくる参加者数	77	79	78	98.7%	90	1.17
れいほくる消費額(千円)	190	222	196	88.2%	336	1.77

戦術4 地域主催のイベントPRや事務局支援

- ・今年度から『土佐の豊穰祭 in 嶺北』の事務局を務める
- ・従来通り『あかうし街道』の事務局を継続
- ・土佐町体験博覧会『とさんぽ』の早明浦ダムイベントをサポート

戦術5 インフラツーリズムの促進【日帰りツアー】

指標	R5 実績	R6 目標	現状 (4/1~7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
ツアー集客件数	19	30	14	46.7%	45	2.37
集客数	626	960	325	33.9%	1,440	2.30
平均単価	5,767	6,146	6,933	112.8%	6,597	1.14
域内消費額(千円)	3,610	5,900	2,021	34.3%	9,500	2.63



土佐町・土佐れいほく観光協議会・龍馬記念館の3者コラボ企画で営業し、ダム見学を含むツアーを多数獲得中。

戦略4 周遊促進による域内消費拡大の仕組みづくり

戦術1~3 宿泊者に翌日(遊ぶ、食べる、買う)コンテンツの情報提供

指標(遊ぶ)	R5 実績	R6 目標	現状(4/1~7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
総体験プログラム数	138	141	144	102.1%	150	1.87
明日遊べる体験プログラム数	103	127	109	85.8%	150	1.46
明日遊べる率	74.6%	90.0%	75.7%	84.1%	100.0%	1.34
チラシ設置数	730	5,000	3,650	73.0%	5,000	6.85
QRクリック数	73	750	11	1.5%	1,000	13.70
クリック率	10.0%	15.0%	0.3%	2.0%	20.0%	2.00
PV数(全体)	248,940	288,200	84,348	29.3%	378,300	1.52
ユーザー数(全体)	146,034	171,300	55,260	32.3%	237,100	1.62
PV数(遊ぶ・体験する)	28,685	37,290	12,501	33.5%	58,700	2.05
ユーザー数(遊ぶ・体験する)	17,367	22,600	7,638	33.8%	35,600	2.05
体験入込数(おでかけウォッチャー)	104,600	107,700	29,605	25.2%	117,600	1.12
体験入込数(指定管理施設)	694	700	232 (~6/30)	33.1%	820	1.18

指標(食べる、買う)	R5 実績	R6 目標	現状(4/1~7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
チラシ設置(食べる)	5,330	5,000	3,250	65.0%	5,000	0.94
QRクリック数(食べる)	533	500	40	8.0%	1,000	1.88
クリック率(食べる)	10.0%	10.0%	1.2%	12.0%	20.0%	2.00
チラシ設置数(買う)	—	5,000	3,650	73.0%	5,000	0.94
QRクリック数(買う)	—	500	4	0.8%	1,000	1.88
クリック率(買う)	—	10.0%	0.1%	1.0%	20.0%	2.00
PV数(食べる・買う)	37,599	48,900	15,748	32.2%	76,900	2.05
ユーザー数(食べる・買う)	24,370	31,700	11,789	37.2%	49,900	2.05
飲食店舗入込数(おでかけウォッチャー)	173,353	178,550	47,292	26.5%	195,000	1.12
飲食店舗入込数(主要施設)	39,085	40,250	12,476	31.0%	43,900	1.12
物産店舗入込数(おでかけウォッチャー)	250,200	257,700	86,533	33.6%	281,600	1.13
物産店舗入込数(主要施設)	254,289	261,900	79,349	30.3%	286,000	1.12

『明日遊ぼう』『明日食べよう』『明日買おう』という3つのチラシを作成。



戦略5 マーケティング機能の強化

戦術1 データ活用による満足度向上の推進

指標	R5 実績	R6 目標	現状(4/1～7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
アンケート回答数	365	800	130	16.3%	800	2.19
施設へのフィードバック数	4	12	0	0	12	3.00
リピーター率	74.3%	76.0%	83.8%	110.3%	82.0%	1.10

戦術2 データ活用による資源の魅力化推進

指標	R5 実績	R6 目標	現状(4/1～7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
PV 数（全体）	220,000	242,000	84,348	34.9%	322,000	1.46
新規ユーザー数	60,000	66,000	30,019	45.5%	87,700	1.46
Instagram フォロワー数	4,396	4,830	4,507	93.3%	6,410	1.46

戦術3 データ活用による戦略・戦術推進

指標	R5 実績	R6 目標	現状(4/1～7/31)		R9 目標	R9/R5
			実績	達成度		
観光客入込数 【おでかけウォッチャー】	707,213	728,400	290,654	39.9%	795,800	1.13

