令和７年度第１回どっぷり高知旅キャンペーン推進委員会でいただいたご意見及び対応

参考資料１

項目	ご意見	対応
プロモーション	● 「やなせたかし」や「牧野富太郎」と、専門性の高い著名人が「朝ドラ」で取り上げられた。観光ガイドブック等でそのゆかりの地を紹介するだけではなく、専門性をいかしたキャラクターが案内役を務める等の仕掛けがあるとよいのではないか。 ● 長期滞在を目指す中で、高知ファンの育成に注力するべきではないか。交流人口・関係人口を増やす取組も項目のひとつに加えてはどうか。 ● 高知県の偉人とのつながりを知ってもらうことが誘客につながるケースもある。台湾では土佐人が近代的なダム建設に関わったという事例もあり、本県出身の偉人の認知が高い等、ゆかりの地として来高を訴求する方法もあるのではないか。	● やなせ氏や牧野博士の功績やゆかりの地を紹介するだけでなく、朝ドラで描かれたような、両氏の功績や作品の背景にある想いや高知の文化・風土との関わりなども含めて、より深く知ってもらえるよう、ガイドブックやHP等を通じた発信の際には表現方法を工夫する。 ● 高知ファンの育成は、口コミによるPR効果に加え、滞在期間延長や観光消費額の増加なども期待できるため、重要な取り組み。他県の事例も参考にしながら、高知ファンを増やす施策を検討していく。 ● 台湾で「あんぱん」の放送(８～10月)が開始されたことにあわせて、現地のテレビ局と連携したプロモーションを実施。また、坂本龍馬の知名度も高いと聞いており、引き続き、本県出身の偉人を生かしたプロモーションに取り組んでいく。
受入体制	● 令和８年度の国民文化祭は100万人の県内移動、そのうち80万人が県民と予想している。その移動への対応を検討する必要があるのではないか。	● よさこい高知文化祭と連携し、どっぷり高知旅キャンペーンのガイドブック等において、関連する観光施設などをPRする。また、GWやお盆等の観光施設・各自治体での渋滞・規制情報をとりまとめたウェブサイトを作成することで、観光客の皆さんがスムーズに移動できるようにしていきたい。
どっぷり商品	● 団体向け商品がやや手薄。団体旅行にも通用するような商品造成に力を入れ、商品を面として発信したい。	● どっぷり高知旅CPの核となる商品造成委託事業において、ごめん・なはり線でフルーツと絶景を楽しむ列車旅や、弁天座で楽しむ赤野獅子舞など、団体向け商品の造成に取り組んでいる。 引き続き、団体旅行・個人旅行・インバウンドといったターゲットに応じた、地域と旅行者双方にとって満足度の高い商品を造成していく。
あんぱん	● 「あんぱん」をきっかけとして土佐弁も注目されている。朝ドラによる好機をいかした施策を検討してほしい。 ● 高知県にまつわる「朝ドラ」が2作品短期間で放送され、新たな層にも本県が注目されたのではないか。それによって認知度に影響があったか、今後の施策を検討するため、現状を分析してはどうか。	● 土佐弁を活用したPRとして、土佐弁ステッカーや土佐弁LINEスタンプを制作したほか、蔦屋書店における高知フェアの一環として、土佐弁を絡めたトークイベントを開催したところであり、今後も引き続き、プロモーションの中で活用していく。 ● アンパンマンミュージアムの入場者数は、「あんぱん」放送開始後のR7.4～8月で前年の倍以上となっている。また、物部川ＤＭＯ協議会が本年のＧＷとお盆（8/14～16）に物部川エリアで実施した調査によると、旅のきっかけにドラマ「あんぱん」をあげた方の割合が、GWは12.7%であったものがお盆には21.5%まで上昇している。これらの結果は、「あんぱん」をきっかけに本県の認知度が全国的に向上し、それが本県への観光客の入込につながっているものと考えている。