

令和7年度第2回どっぶり高知旅キャンペーン推進委員会 議事概要

日時：令和7年10月29日（水）10:00～12:00

場所：高知城ホール 4階「多目的ホール」

《配布資料》

委員出欠表

配席図

委員等名簿 新旧対照表

【協議事項】

資料1 令和7年度「どっぶり高知旅キャンペーン」の主なスケジュール

資料2-1 令和7年度「どっぶり高知旅キャンペーン」の主な取組（誘致・広報）

資料2-2 令和7年度「どっぶり高知旅キャンペーン」の主な取組（受入①）

資料2-3 令和7年度「どっぶり高知旅キャンペーン」の主な取組（受入②）

資料3 令和8年度「どっぶり高知旅キャンペーン3rdシーズン」の展開

資料4 令和8年度「どっぶり高知旅キャンペーン3rdシーズン」プロモーションコンセプト

資料5 令和8年度に向けたバージョンアップの方向性（素案）

参考資料1 令和7年度第1回推進委員会でいただいたご意見及び対応

1 開会

進行：高知県観光政策課 笹岡課長補佐

挨拶：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

資料：委員出欠表

配席図

委員等名簿 新旧対照表

2 監事の交代について

説明：高知県観光政策課 笹岡課長補佐

委員出欠表

配席図

委員等名簿 新旧対照表

参考資料1 令和7年度第1回推進委員会でいただいたご意見及び対応

3 協議事項

進行：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

（1）令和7年度の取組

説明：高知県観光政策課 中村課長

資料1 令和7年度「どっぶり高知旅キャンペーン」の主なスケジュール

資料2-1 令和7年度「どっぶり高知旅キャンペーン」の主な取組（誘致・広報）

資料2-2 令和7年度「どっぶり高知旅キャンペーン」の主な取組（受入①）

資料2-3 令和7年度「どっぶり高知旅キャンペーン」の主な取組（受入②）

(2) 令和8年度の取組

説明：高知県観光政策課 中村課長

- 資料3 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
- 資料4 令和8年度「どっぷり高知旅キャンペーン3rd シーズン」プロモーションコンセプト
- 資料5 令和8年度に向けたバージョンアップの方向性（素案）

質疑応答

【発言】庵原委員

- ・ 国民文化祭について。広報の部分で相乗効果を狙いたい。中山間地域に足を運んでいただくためにも、エリアの魅力を映像などで丁寧に発信していただきたい。どっぷり高知旅キャンペーンと国民文化祭が別々ではなく、一緒になって盛り上がりを見せることで両方を知ることができるような展開を望んでいる。
- ・ ホテル増加対策の具体的な支援策を知りたい。

【回答】高知県観光政策課 中村課長

- ・ 一例として、リネン業者における機械化による生産性の向上や、人材確保に力を入れる等、支援の方向性を検討している。

【発言】庵原委員

- ・ 中山間地域で宿を経営されている方にとっても大きな課題だと感じているので、期待している。

【発言】小野委員

- ・ 令和8年度どっぷり高知旅キャンペーン3rd シーズンコンセプトについて、ドラマが終わって、その背景を伝えていくというのはよくある手法。埋もれない工夫も必要。
- ・ 誘客・集客、リピーターをどう獲得していくか。その考えを伺いたい。

【回答】高知県観光政策課 中村課長

- ・ どっぷり高知旅キャンペーンの中にうまく「連続テレビ小説」のレガシーを絡めるため、「ドラマ」という言葉をコンセプトの中に採用している。
- ・ 誘客については、メディアを活用した広報だけではなく、つながりができた百貨店やゆかりの地におけるイベント等も実施し、効果の拡大をはかりたい。
- ・ リピーター化については、高知ファンが交流できるWEBを活用した仕組みを検討している。高知に初めて来る人が質問し、高知ファンの方に答えてもらう。回答した方にはポイントを付与し、貯まったら体験プログラムや宿泊プランをプレゼントできるような企画を来年からできたらと考えている。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 以前から庵原委員や小野委員からWEBを活用したファン獲得のご発言を頂いていた。案を練っているため、今後もご相談をさせて頂きながら、WEB上で話題性を作っていけるよう、取り組みたい。

【発言】松下委員

- ・ 関西万博による効果についてお伺いしたい。

- ・ 関西圏への訴求に関する取組の今後の展開を知りたい。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 万博から四国、そして高知への顕著な流れではなかったかもしれないが、まずは万博そのもののPRに動いたという状況。都市型観光と「極上の田舎高知」を体験していただきたく、万博+高知・四国をインバウンド向けに、大阪観光局とも連携してPRしてきた。しかし、万博がゴールではなく、それをきっかけにこれからも展開していかなければならない。大阪でのアドバイザー会議では、引き続きIRに向けて取り組んでいくことの意識確認がなされた。1月～6月の大阪からの流入について、のべ宿泊数が対前年比約118%と、昨年を上回っている。引き続きPR、誘客を続けていく。

【発言】友田委員

- ・ 観光客に龍馬パスポートは根強い人気。紙であることが好印象。さらなるバージョンアップを図り、施設ごとの対応等もブラッシュアップしていけば、今後も有効に活用できるのではないだろうか。
- ・ 国民文化祭においては、期間中に豊穰祭もあるので高知の伝統や芸能を発信できたら。
- ・ 人材不足の観点について。観光と移住促進が一体となって訴求することが有効ではないか。「どっぷり高知旅」が移住のきっかけとなるよう、滞在延長の働きかけの先に移住、そして人材不足の解消へとつながっていければ。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 龍馬パスポートは30万人が利用。利用者にプッシュ型の発信ができないか、引き続きコンベンション協会と一緒に考えていく。
- ・ 豊穰祭の中でもPRできる機会を模索したい。
- ・ 高知の魅力に長く深く触れて頂き、長期滞在や移住していただくことが、人口減少対策へつながると考えている。

【発言】渡部委員

- ・ 文化施設では国民文化祭に向けて各館が準備を進めている。ミュージアムネットワークでは国民文化祭を意識した動きを昨年からは実施。昨年は歴史・民俗にフォーカスしたガイド用ブックを制作。現在は自然編をつくっている。500以上の情報が集まったので精査中。歴史・民俗、自然の2セットで国民文化祭時期にも活用できれば。
- ・ あらたな取り組みとして、地域観光課と協議を進めながら国民文化祭時期の10月～12月に中部・東部・西部・中山間の10～20施設が時期に合わせた特別な体験プログラムを実施する。観光客の方々はどうリンクさせていくか。一昨年の石川県で開催された際には、様々な面白い企画がたくさんあったが、その企画単体では石川に足を運びづらい。目的の大会等とあわせて企画が実施できると、より動きやすく、プランが立てやすい。具体的なプランを提示することで、誘客や長期滞在が期待されるので、国民文化祭サイドとの情報共有が密にできたら。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 全国大会にプラスしたプラン作りは非常に重要。連動していきたい。

【発言】森岡委員

- ・ ガイド団体では、養成講座、資格取得などの施策は行っているものの、なかなか会員獲得につながらない。団体によってはメンバーを増やす必要がないという意見も。養成講座に参加した人が会員になるとは限らない。供給があるのに需要が無いと感じる意見もある。実働会員でやっていくしかないという状況。

- ・ 香美市のガイド団体の予約が伸びた。昨年 16 件から 55 件に。約 1500 人へガイドを実施。物部川DMO 協議会経由での予約がほとんどだった。南国市は前半が伸びず、6 月から増えてきている状況。定時ガイドは低調で良い結果とは言えなかった。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 高知県観光においてガイドは重要。活躍できる場面を一緒に考えていきたい。

【発言】仙波委員

- ・ 「あんぱん」の影響で入館者数は対前年比 2.5 倍。来年度は開館 30 周年を控えている。
- ・ 施設における人材確保には苦勞している。「あんぱん」というひとつの盛り上がりを経て、人材の定着が課題。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 人材確保は様々な課題がある。お客様を呼びながら人材が活躍できるような需要と供給のバランスがとれるのが望ましい。国民文化祭も意識して一緒に頑張りたい。

【発言】中元委員

- ・ 造成する商品について、もっと認知を上げていきたい。外への発信と県内への浸透強化も必要。龍馬パスポートは認知度が高い。より効果を高め、国民文化祭等、この先の訴求につながれば。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 龍馬パスポートについても、国民文化祭に向けて強化をしていきたい。具体的なアイデアがあればお聞かせいただきたい。

【発言】小笠原委員

- ・ 香美市はガイド活動が盛況。南国市も当初は低調だったが、最近はプランにガイド利用を取り入れる旅行会社も。予約はあるものの催行中止というパターンもあるので、まだまだこれからといった印象。より PR に力を入れたい。
- ・ 先々の目標を検討するにあたって、観光消費額増加を目指し、国の情報を参考にしたところ、インバウンド計画はあったものの国内旅行の計画は出ていなかった。国際ターミナルやクルーズ船の取組に連動するかたちで、さらにインバウンドを意識していく必要性を感じている。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ インバウンドは国全体で目標数値を立てているので、県としても伸ばしていきたい。クルーズ船やチャーター便のデータを有効活用できれば。
- ・ インバウンド向け商品造成にあたって、通訳ガイドなど付加価値を高めて、セールスしていきたい。
- ・ 分散型宿泊施設、一棟貸しはインバウンド利用者に好評。インバウンド誘客において重要となってくると思うので、地域観光課よりアドバイスさせて頂き、一緒に取り組んでいきたい。

【発言】松田委員

- ・ 「あんぱん」効果において、県内で嶺北エリアを最初に選んでいただくのは難しい。ドラマをきっかけに、2回目3回目でリピーターに訪ねていただけるよう、PRをしていきたい。嶺北エリアは四国全体でみたときに、中心に位置する。その強みを活かし、長期滞在のインバウンドをターゲットに、嶺北エリアを拠点に四国を旅するような取り組みが求められる。観光庁事業で、インバウンド向け商品の先駆けとして土佐あかうしをつかったガストロノミーツアーを造成。地域の強みを打ち出していきたい。国民文化祭においても嶺北エリアにいざなえるよう、注力していきたい。
- ・ 嶺北エリアは一棟貸しの宿泊施設が増えてきている。一例にあがった「リネン事業者」への支援のように、後押しする要素があれば、空き家等をリノベーションしたり、副業としても始めやすい。アイデア含め一緒に考えていければ。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ インバウンド向けツアーを継続しながら、一緒に考えていければ。

【発言】中村委員

- ・ 夏場のよさこい時期が過ぎれば、県外でのPRイベントに出向く。岡山、鳥取のイベントでは、「あんぱん」効果で注目が高い土佐弁を生かした装飾を実施した。土佐弁ステッカーやLINEスタンプなども好評。これまでPRしてきた食や自然、人のあたたかさに加えて、土佐弁も効果がある。
- ・ 柴田ケイコさん描き下ろしのスタンプラリー企画は当初より延長して10月末まで実施。8月末時点で、全体で約3500名が参加し、全部クリアが約650名。ファミリー層に加え、柴田ケイコさんファンなど幅広い層に参加いただいている。ARフォトスポットは8月末時点で、約9500回撮影。周遊促進の一助になっていると実感。引き続き滞在延長・周遊促進につながる取り組みを国民文化祭との連携も含めて考えられたら。

【発言】山崎委員

- ・ 上半期9月末までで、観光消費額が対前年比増。しかし、取り扱っているツアーの予約件数は半数以下となっている。理由は万博の影響やバス不足が考えられる。
- ・ 国民文化祭にあたって、トラベルセンターも設置すると聞いている。ぜひ「どっぷり高知旅」と文化を連携し広報にご尽力いただきたい。我々もタイアップできるように検討していく。

【発言】富岡委員

- ・ 候補DMOに観光庁から認定。
- ・ 「あんぱん」終了後、セールスプロモーションが重要。高知の注目が減少することが懸念。継続して力を入れていきたい。
- ・ 募集型企画を積極的に推進。四万十町とコラボし、移住・定住の企画を実施したところ評判が良く、夏と秋に開催したものは満員、キャンセル待ちも。
- ・ 閑散期対策として冬の奥四万十をシリーズ化。温泉巡りなどの企画を造成中。県外に向けたセールスに力を入れていく。

【発言】東委員

- ・ グリーンディステイネーションズ2025、TOP100に幡多エリアから黒潮町が県内初選出。
- ・ 「あんぱん」関連の企画展の入込状況を知りたい。

- ・ 人材確保は大きな課題。若年層の時給を1500円にするということは、他の人の時給も上げなくてはいけない。企業側は大変な苦勞を強いられる。人手不足も相まってうまくいかないもどかしさを感じている。
- ・ スポーツ面からの切り口はないだろうか。
- ・ 広域観光振興計画を作成中。キャンペーンの要素も入れながら、計画を進めて行きたい。

【回答】高知県観光政策課 中村課長

- ・ 「あんぱん展」は5会場で約2万人にお越しいただいた。道の駅を会場としたものは、平常時から一定の入込数があるが、その他のジャンルで伸びが大きかった。宿毛会場の林邸は期間中の入込数が1.8倍という結果となった。特に宿毛や室戸は県外客も多く、一定の集客・周遊に繋がったと感じている。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ スポーツツーリズムも新たなプロモーションコンセプトと親和性が高い。お客様がドラマチックな体験ができるよう、食・自然・人を絡めながら打ち出していく。サッカーやプロ野球のキャンプなどで高知に来られる際にも、「どっぶり体験」にいざなっていきたい。

【発言】久保委員

- ・ 県外PRについて。ゆかりの地や百貨店での高知フェアを継続するにあたって、手ごたえはどのようなものだったか。ドラマのロケ地という切り口もあると思うので、受入れの課題など教えていただければ。
- ・ 今年は台風などの影響が少なく、ベースとして数字が良い年でもある。南風利用率は対前年比105.8%、県内周遊においてはアンパンマン列車25周年に伴いラッピング列車が走る高知-窪川間が、対前年比104%となっている。万博効果については、瀬戸大橋通過を指標にすれば、対前年比107%で、四国への流入は増えたようだ。
- ・ 各種媒体で高知駅のアンパンマン広場が紹介され、8月までの入場券数対前年比3割増。列車の見送客も多く見られた。
- ・ 県外PRについて。ゆかりの地や百貨店での高知フェアを継続するにあたって、手ごたえはどのようなものだったか。ドラマのロケ地という切り口もあると思うので、懸念事項なども教えていただければ。

【回答】高知県観光政策課 中村課長

- ・ 大丸東京店の催事では14日間で約150万人が来場。「どっぶり高知体験」や物販などを各フロアで展開。幅広く見ていただけたのでは。日本橋三越本店では、やなせたかしさんの作品の紹介など、しっかりとした催しをつくらせていただき、NHKさんからはドラマの小道具等も展示され、約4万人が来場した。百貨店で観光PRをしっかりと展開できた試みとなった。あらたな客層の取り込みに繋がったのでは。
- ・ NHKと、「あんぱん」、「らんまん」生かした取組を調整中。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ NHKとの良い関係を継続したい。

【発言】松下委員

- ・ 「あんぱん」放送に関連して、ごめん・なはり線の一般輸送人員は8月の対前年比127%と、最高値が出た。特にエージェントの団体旅行利用が多く、9月以降もやなせさんにちなんだツアーや、台湾、国内は関東・関西・東海等の方にもご利用いただいている。この状況をいかに継続していくか、みなさまと今後も連携させていただければ。

【発言】 水田委員

- ・ ポケモンのヌオー電車の運行が延長決定。SNS で話題に。過去最高の 35 万インプレッションと、ポケモンの影響力を感じている。ヌオー電車を高知県の誘客材料として活用できるのではないか。コラボなどができるアイデアがあれば、ぜひ。
- ・ クルーズ客船や台湾チャーターのお客様が、高知県内でより消費を拡大できるような仕掛けが必要ではないか。クルーズ客船については、想定外で MY 遊バスの池のバス停からの乗車が多く、運用に支障をきたしている。シャトルバスのあり方含めて再考が必要。
- ・ 貸切バス等、旅行業はハイシーズンに偏りがち。国民文化祭もちょうど秋のハイシーズン。1月2月、6月7月等、閑散期にイベントやクルーズ客船を誘致して、山場を分散させられたら。

【回答】 高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 具体的なアイデアがあればお聞かせいただきたい。

【発言】 吉岡委員

- ・ 「カツオのタタキ」以外にも、高知といえば「めじかの新子」や「清水さば」がある。この魅力を商品化し、インバウンド向けに売り込めないだろうか、現在実現に向けて動いている。中心部だけでなく東や西にも周遊していただけるような取組につなげたい。

【回答】 高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 新たな取組で、非常に心強い。

【発言】 野戸委員

- ・ どんどん「食」や「体験プラン」が増え、熱量を感じている。これらを首都圏に、もっと広報してきたい。首都圏でメディアを巻き込んだような派生効果の出る仕掛けを考えて頂きたい。
- ・ 2027 年の大河ドラマの舞台が「幕末」。他県は「幕末」と絡めた取組に着手しているそう。高知県らしい、歴史のストーリーを発信できるような準備を始めていけたら。

【発言】 鍵山委員

- ・ 東京や大阪で旅行会社への PR を継続している。まだまだ限定的ではあるが、「どっぷり体験」を組み込んだものや、長期滞在型の商品も出てきている。意見交換会において、「どっぷり関連」商品のプロモーション費用が課題になってくると意見を頂いている。サポートができないか検討していく。

【発言】 上村委員

- ・ 夜間イベントについて。完璧な企画というのは予算の関係上なかなか難しい。そこで、「冬の高知」と言えるものを、時間をかけて造成してはどうか。まずは県民が足を運ぶことから盛り上げていければ。
- ・ ここ数年のドラマの恩恵が一旦区切りとなり、10 年単位の将来を見据えて観光 DX に取り組めれば。インバウンドを意識する中で、交通と決済のバリアが課題。高知市中心商店街でも、表示物の多言語化や決済システムの導入をしているところにはお金が落ちている様子。現金処理から離れる工夫、人材不足の観点からは自動運転の実現など、そのくらい先を考えて DX を進めていくべき。人材を確保する観点も大事だが、人をいらなくすることも有効。人と人とのコミュニケーションが必要なところに人材を集中して投下できるよう、住み分けを進めていけたら。

【回答】 高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 「どっぷり高知旅キャンペーン」としても観光 DX に意識を向けている。一緒に取り組んでいきたい。

【発言】小松委員

- ・ 個人旅行で「どっぶり商品」のような深掘り商品を丁寧に説明できる窓口が無く、なかなか売れていないのが現状。団体旅行の方がその受皿があり、集客に繋がっている。定番旅行と「どっぶり商品」の組み合わせを提案すべく、商品造成予定。冒険的な試みに対するプロモーション費用の補助に期待する。
- ・ 県外資本のホテルの進出が見込まれる中で、高知の地元の宿泊施設がよさこい祭り等、観光の取組に参加しているというシーンを発信し、チェーンにはできないことで差別化できないかと考えている。
- ・ 広域観光組織、県やコンベンション協会、それぞれができていないものを整理して、三者で相談しながら来年度の計画を進行できれば。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 地元ならではの強みを出しながら、特に「食」を提供する宿はアドバンテージとなるよう、一体となって取り組んでいきたい。

4 閉会

進行：高知県観光政策課 笹岡課長補佐