

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 議事概要

日時：令和7年7月14日（月）10:00～12:00

場所：高知会館 3階「飛鳥」

《配布資料》

委員出欠表

配席図

委員等名簿 新旧対照表

【報告事項】

資料1-1 令和6年度「どっぷり高知旅キャンペーン」の実績(誘致・広報)

資料1-2 令和6年度「どっぷり高知旅キャンペーン」の実績(受入)

【議決事項】

資料2-1 令和6年度事業報告(案)

資料2-2 令和6年度収支報告(案)

資料2-3 監査報告書

【協議事項】

資料3 令和7年度「どっぷり高知旅キャンペーン」の主なスケジュール

資料4-1 令和7年度「どっぷり高知旅キャンペーン」の主な取組(誘致・広報)

資料4-2 令和7年度「どっぷり高知旅キャンペーン」の主な取組(受入①)

資料4-3 令和7年度「どっぷり高知旅キャンペーン」の主な取組(受入②)

資料5 連続テレビ小説「あんぱん」放送終了後の「どっぷり高知旅キャンペーン」の展開

参考資料1 令和6年度第3回推進委員会でいただいたご意見及び対応

参考資料2 推進委員会事務管理規程 新旧対照表

参考資料3 「どっぷり高知旅キャンペーン」セカンドシーズン 主なイベントの実施場所

参考資料4 長期滞在型の観光地域づくり

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

2 委員の交代について

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

3 報告事項

進行：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

(1) 令和6年度の取組

説明：高知県観光政策課 中村課長

資料1-1 令和6年度「どっぷり高知旅キャンペーン」の実績(誘致・広報)

資料1-2 令和6年度「どっぷり高知旅キャンペーン」の実績(受入)

4 議決事項

(1) 第1号議案

令和6年度事業報告(案)及び収支報告(案)について

説明：高知県観光政策課 中村課長

- 資料2-1 令和6年度事業報告（案）
- 資料2-2 令和6年度収支報告（案）
- 資料2-3 監査報告書

第一号議案について委員全員の同意を以て承認

5 協議事項

- (1) 令和7年度 of 取組
- (2) 「あんぱん」放送終了後の展開

説明：高知県観光政策課 中村課長

- 資料3 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4-1 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4-2 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4-3 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5 連続テレビ小説「あんぱん」放送終了後の「どっぶり高知旅キャンペーン」の展開

質疑応答

発言：庵原委員

- ・「あんぱん」放送終了後のキャンペーンの展開について、やなせたかしや牧野富太郎等、専門性の高い人物が取り上げられてきたので、関連する観光ガイドブック等をつくる際には、単なるゆかりの地の紹介だけではなく、「牧野博士が案内する植物ガイド」のような、専門性を活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と。

回答：高知県観光政策課 中村課長

- ・「らんまん」の際にはガイドの育成と草花スポット等を活かしてきたので、引き続きガイドブック等でも工夫していきたい。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・「あんぱん」放送終了後も「どっぶり高知旅キャンペーン」が続いていく中で、高知の魅力をより深く伝えていくことが重要。ドラマきっかけで認知が広がった高知県の偉人にご活躍いただきながら、キャンペーンで開発した旅行商品もPRして、観光客をいざなっていきたい。

発言：小野委員

- ・さまざまな露出をして誘客し、観光客の長期滞在やリピーター増加を目指す中で、顧客の育成にも注力してはどうか。観光をきっかけに交流人口・関係人口を増やし移住に繋がれば。総務省が「ふるさと住民登録制度」を打ち出した。高知を知ってもらって来てもらうこと、ふるさと納税なども取り入れつつ、高知のファン育成のフォローアップや関係づくりなども一つの項目として入れていただけたら。
- ・以前の推進委員会の中で、近澤委員の意見にもあったように、参加型イベントは地域の人の魅力が発信できる。地域の参加者やツアーを作っている方々へのフォローアップが必要。

回答：高知県観光政策課 中村課長

- ・前回、顧客の育成について、双方向の交流が必要だご意見をいただいた。それを踏まえ、プロモーションチームでは、SNS・WEB・対面などの中で実践しながら検討を深めている。引き続きアドバイスをお願いしたい。
- ・地域観光課では「どっぶり体験BOOK」を制作しPRしている。委託事業の中で造成した事業のフォローアップを実施・販売していくことが重要。観光政策課ではOTAを活用し、販売・誘客する環境づくりを目指している。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・顧客の育成が施策に反映できるよう検討したい。例えば、龍馬パスポートのユーザーは約30万人。これをより一層活用すること等もあわせて検討をしていきたい。

発言：近澤委員

- ・地域観光課でのどっぷり観光商品造成にコーディネーターとして携わってきた中で、作った商品を募集型として売際の難しさを感じている。造成の際は地域の人の思いをかたちにすることに注力しているが、旅行会社としてお客様に紹介する際に壁を感じている。広域観光組織・観光協会・自治体のみなさまには、作り手に対して、営業やプロモーションの際に出た意見を伝えてもらいたい。そのうえで、作る側も「こういう商品を作ってもらいたい」というそれぞれの意見に寄り添い、売りやすい商品を作ることが重要だと感じている。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・さまざまな意見を商品に反映していけるよう工夫をしていきたい。

発言：渡部委員

- ・前年度、ミュージアムネットワークでは、「学芸員が見つけた観光スポット」を紹介した冊子を制作した。今年度は「自然編」として今まで注目されていなかった面白いところを紹介する。新しい見どころや飽きないドライブに役立てて頂けたら。
- ・令和8年の国民文化祭では100万人が動くことが目標。そのうち約80万人は県内の方と予想しており、その動きにどのように対応するかも考える必要があると感じている。
- ・各都道府県が高知とどう関係しているか、このような情報は県外客から好評。高知県との意外な関係性を知ってもらい、高知に来てもらうという方法もあるのではないかという発見があった。地元ではあまり知られていなくても、ある分野では高知出身の偉人が良く知られているケースもあり、各専門分野の方々の来高へつながるのではないか。台湾関連でも高知出身の偉人の話を耳にした。国内に留まらず、そのような偉人を発掘していくことも重要ではないだろうか。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・昨年作成していただいた冊子は様々な場面で活用されている。高知と台湾のつながりなどを聞くとより親近感が湧く。高知とお客様との関係性を知ることは顧客の育成にもつながる。

発言：森岡委員

- ・昨年ガイド団体の中で2団体が退会し、現在31団体が活動している。特定の人物の影響で入会していた会員が一気に40人退会した団体があった。このようなケースもあるため、実働の会員数を重要視したい。
- ・「らんまん」効果は継続中だと感じる。牧野植物園+桂浜のコースでガイド予約が入っている。
- ・草花ガイドをきっかけに連絡協議会に入りたいという問合せがあり、秋には1団体増える予定。
- ・ガイド団体の研修は2会場、個別勉強会は12団体で開催を予定。積極的に勉強していこうという姿勢が見られる。
- ・物部川エリアでは阪急交通社を中心に団体予約あり。ガイド予約に対してはまだ余裕があるのが現状。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・来年以降も「朝ドラの舞台 高知」をプロモーションのキーとして、「どっぷり商品」にお客様を引き込んでいくためにも、引き続きよろしくお願ひしたい。

発言：仙波委員

- ・やなせたかし関連施設は団体客を中心に入館者数増加。事前予約制ではあるが、日曜・祝日は従来通りお客様が多い印象。
- ・全国巡回展は初日から好評。お客様の熱を感じており、初日から並びも出た。京都・鹿児島・山口と巡回する。秋からは「やなせたかし」と「いずみたく」を取り上げ、並行して文化賞受賞者展覧会も組み込んでいく。
- ・暑さ対策が懸念事項。春から救急車を呼ぶ頻度が高い。これまで大事には至っていないが、夏のイベントは特に注意が必要。秋冬のイベントにも注力したい。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・全国巡回展が好調なので引き続きPRしていけたら。三越日本橋店での催事では、やなせたかしのふるさとが高知であることを伝えながら、来高を促した。作品展も順次県内で開催されるので、引き続きご協力をお願いしたい。

発言：古谷委員

- ・関西万博の影響で高知観光が落ち込む懸念があったが、観光客や宿泊客の落ち込みは少なく、昨年同様に推移。「あんぱん」効果が高いと感じており、「らんまん」以上に今後もそれが続くのではないかと。ドラマがきっかけで注目されている土佐弁の心地よさ等、さらなる高知の魅力を発信し、食や県民性等も含め、高知に惚れていただきたい。好機をいかして施策を展開していただけたら。
- ・関西万博に赴いた際、現地のガイドが素晴らしかった。ガイドの有無で旅の満足度は大きく変わると改めて実感。ガイド育成も引き続きお願いしたい。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・当初は関西万博の影響を危惧していた。今年度後半も引き続きアクセルを踏み込んでいきたい。
- ・土佐弁もプロモーションのひとつとして活用していきたい。

発言：中元委員

- ・デジタル面でキャンペーンを発信する際に、使い方やどのように機能しているかがわからないという意見があった。研修等を実施し、発信の仕方についても強化していかなければいけないと感じた。

発言：松田委員

- ・朝ドラの舞台としてPRしていくことで、高知県全体が盛り上がることを期待。嶺北は右肩下がりの印象。例年宿泊業は夏をピークに冬にかけて低調な傾向。グルメ等をフックに秋以降も来てもらえるよう、各事業者と連携をとりながら展開を考えたい。
- ・土佐町の「とさんぼ」というウォーキングイベントが8月からスタート。嶺北全体でも体験博を秋以降に実施。ゆず収穫や写経体験などを展開する。
- ・付加価値のあるガイドの重要性を感じている。人材育成の拡大を目指す。中山間地域・吉野川繋がりや徳島県三好市と連携し、拡充する。長期的にしっかり勉強しながら、付加価値のあるガイド育成に取り組む。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・長期型滞在を目指した分散型ホテルのようなかたちの支援もある。ガイドをいかに育成し、お客様にどっぷりのポイントを伝えていくかが大事かと思うので、様々なメニューを活用していただきたい。

発言：山崎委員

- ・仁淀川エリアでは今年も体験博を開催し、57プログラムを予定。
- ・今年度の教育旅行は、関西圏の中学校を中心に3校が決定。来年度以降も問合せがあり、期待をしている。食事の提供場所や宿泊施設の課題はあるが、アクティビティを目的に仁淀川流域に来てもらえる取り組みを展開していく。
- ・仁淀川流域における清流保全パートナーズ協定を締結。初めての試みではあるが、仁淀川の水保と観光振興を目指し協議を進めて行く。来年6月までに具体的な事業内容を詰めて、7月以降に事業を実施する。企業様の資金提供も駆使して、食や土産品の開発等進めていきたい。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・体験博等の開催がどっぷり高知旅キャンペーンの商品造成に繋がっていく
- ・パートナーズ協定では、企業様の資金を有効に活用していただき、県としても一緒に取り組んでいきたい。

発言：富岡委員

- ・これまでの取り組みを強化しつつ、「どっぷり商品」を積極的に造成。この夏実施するプログラムはキャンセル待ち。今年は東京と大阪からの申し込みが多く、どっぷり高知旅キャンペーンが浸透していると実感。
- ・冬の奥四万十は温泉を中心に商品造成を継続する。旅行会社が売りたいものをリサーチしつつ、一体となってコンテンツ開発に取り組む。

発言：東委員

- ・人がいないところに人を呼ぶ難しさを感じている。Mrs. GREEN APPLEのメンバー若井さんのサインが若井駅に置かれたことで、何もない山奥の駅にたくさんの人が訪れている。ただ、そこにお金が落ちる仕組みが無い。旅行者・観光事業者・地域住民の「三方よし」になるような整備が必要だと感じた。
- ・商談会で思うことは、団体向け商品がやや手薄。たくさんの商品を面として発信し、団体にも通用するような商品造成に力を入れたい。
- ・「あんぱん」や「らんまん」は一見幡多地域には影響がなさそうだが、宿泊者アンケート等では上位に「朝ドラを見たから」という理由があるので、引き続き幡多エリアにも誘客できるような事業計画を考えてい

く。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・「どっぶり」にフォーカスすればレアな商品になり、少人数からの受入というかたちになってしまうこともあるかと思う。地域観光課中心に団体向け商品造成についても注力していきたい。

発言：久保委員

- ・岡山 - 高知間の「特急南風」は対前年比 103%と伸びているが、高松や松山などの他線に比べると下回る。
- ・中四国の駅で広報物が露出しており、人が動く夏休みシーズンにという点でも良いタイミングと言える。高松駅や岡山駅での露出を増やすべく取り組んでいきたい。
- ・「特急南風」では土佐山田駅で「やなせたかしゆかりの地」に触れるアナウンスを実施。
- ・復刻版初代アンパンマン列車を西部で運行。対前年比 101%と増えている。停車駅に降りて頂くようガイドブックや手旗、写真スポット等を制作し、乗るだけではなく降りても楽しい仕掛けを作っている。
- ・朝ドラが短期間で2つ放送され、高知の魅力が発信されている。高知が話題になり、全国的に注目されたことで、新たな層にも届いたのではないかと。認知度がどのように変わったのか、今後施策を展開する中で現状を分析するタイミングではないかと思う。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・県外にどのようにリーチしているのか、様々なデータを分析しながら次につなげていくことが重要。

発言：松下委員

- ・現在はあんぱん効果の波に乗り切れておらず、交通機関としての役割を果たせていない。しかし、昨年度以降取材数は増加傾向。団体商品づくりというところで、公共交通機関としての機能を発揮できるのでは。どっぶり高知旅にはこの夏以降の人の流れや動きに期待。あんぱんを契機にマスコミ取材が増え、全国にごめんなはり線のPRができていると実感しているので今後期待したい。
- ・若井駅のMrs. GREEN APPLE 広告パネルについては、報道規制等もあったため直前までマスコミに発表ができない中で、インパクトのあるニュースによって県外客が増えた。こうしたこと等をきっかけに西部への誘客数を増やしていければと思っている。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・誘客のきっかけはさまざま。ごめんなはり線についても追い風はまだまだこれから。朝ドラ効果は長く続くと予想されるため、しっかりとPRを続けていきたい。

発言：水田委員

- ・交通広告を活用した情報発信を実施いただきありがとうございます。日本全国の中から旅先に高知県を選んでいただくことが重要。高知県の潜在的な魅力を、まずは入口で情報発信できれば。今以上に「あんぱん」と高知県を結びつける情報発信を強化していただきたい。
- ・団体旅行についてはこれからチャンスがある。秋以降の旅行商品造成に向けて「あんぱん」との関係性を打ち出していく中で、観光地において何が一番メインとなるのか、団体での食事ができる場所はどこか、撮影場所やモデルコース等も明示できたら。特に映える写真の影響は大きいので、情報共有いただければ営業の中で発信していける。団体向けの商品造成においてもまだまだ一工夫できる余地がある。それらを含めたモデルコースや行き先等の提案が行えたら。
- ・各交通機関は対前年比上向きの状況。下期に向けてさらに力を入れていきたい。番組放送終了後には、ロケ地等ゆかりの地を情報発信できればと考えている。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・写真素材等は提供できるものもあるので、セールスに向けてご活用いただければ。

発言：吉岡委員

- ・旅行業関係者をアテンドする際、例えば黒潮町の車窓からの光景等、我々にとっては日常に思えるようなものが好評。四万十のうなぎやアユなど、高知ならではの「どっぶり要素」を大事に、誘客効果のある商品づくりを行ってほしい。

発言：野戸委員

- ・アンテナショップでの売り上げ増、メディアからの反応も好調。やなせたかしの人柄まで掘り下げた取材もあった。「まるごと高知」の観光カウンターでは対前年比 150%。初めて高知を訪れる方が問合せを行う場

所として、新規顧客獲得に繋がっている。「あんぱん」も佳境に入り、人気にあやかりながら、うまく活用していきたい。

- ・ドラマ終了後の広報戦略を考える中で、高知の文化人が全国に注目されたことで、これまでとは異なる新規ファン・新規メディア獲得のチャンス。新しい層に向けた最適なメッセージは何だろうと考えていきたい。

発言：鎌山委員

- ・旅行会社からの情報では今年万博が一定強く、それ以外の旅先は全国的に見ても少し結果が弱いとのこと。秋以降に期待しつつ、更なる誘客に向けた新しい施策等、可能性を探っていきたい。
- ・旅行会社からのリクエストでは、ガイドがつくことで満足度が高まり、旅が深まるとのこと。ツアー造成においてもガイド育成が必要とされていると感じている。

発言：上村委員

- ・「どっぷり商品」の販売強化にあたって、どう売るのが重要。インバウンド対応と決済システムもカギとなる。万博の予約サイトがとても良く、さまざまなPRのほか、決済・多言語にも対応。このようなとりまとめ方ができれば、ひいては本県のクルーズ客船の客消費単価も伸びるのでは。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・インバウンド層に向けてどのように売るか、できることからやっていきたい。台湾の旅行会社によると、列車旅に興味・関心が向いている。決済に関する整備は今後必要になってくる。インバウンドにも対応するためにどのように作っていくか研究したい。四国規模でやっていくという考え方もあるので、それらも含めて検討していきたい。

発言：小松副会長

- ・情報交換会の際に、これまでは高知=龍馬のイメージがあったが、「あんぱん」と「らんまん」によって高知のイメージが変わり、良い展開というご意見があった。
- ・商品を作る地元の人々の強い思いを汲み取っていただきたい。売る側も思いを信じないと売れない。商品は簡単に売れるものではなく、長期的な視点が必要。作った以上売る責任がある。長期的に時間をかけて売って欲しい。単価の高いツアーに関しても、様々な選択肢や要素を示すことで採用してもらえる可能性も上がる。旅行会社も今のあり方に迷いがある様子。新しい売り方を提案するくらいの思いで販売していただけたら。ハードルは高いが、広域観光組織や観光協会、コンベンション協会などが連携して組織強化を図り、商品が長く売れ続くように展開できれば。

回答：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・どうして売れないのか、フィードバックをして商品をブラッシュアップしていく。商品を全国のマーケットで定番化していくことには時間がかかる。しっかりと取り組んでいきたい。
- ・コンベンション協会で「あんぱん」と「らんまん」のセット券を販売したところ、3月～6月で1600枚近い実績。エージェンツ様の扱いが多く、団体旅行にとっていい結果。今後も伸ばしていけたらと考えている。

6 閉会