

令和7年度第3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8年2月19日（木）13:30～15:30

場所：高知会館 3階「飛鳥」

〈配布資料〉

委員出欠表
配席図

【報告事項】

- 資料1-1 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1-2 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1-3 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1-4 県内で実施する特別感のあるイベント等

【議決事項】

- 資料2 令和7年度第五次事業計画（案）
- 資料3 令和7年度補正収支予算（案）
- 資料4 令和8年度第四次事業計画（案）
- 資料5 令和8年度収支予算（案）

- 参考資料1 令和7年度第2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3-1 令和8年度「どっぶり高知旅キャンペーン」3年目の展開
- 参考資料3-2 令和8年度「どっぶり高知旅キャンペーン」の主なスケジュール
- 参考資料3-3 令和8年度「どっぶり高知旅キャンペーン」3年目の主な取組の方向性
- 参考資料4 令和8年度「どっぶり高知旅キャンペーン」PRツール
- 参考資料5 特に、ご議論・ご意見をいただきたいこと

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：参考資料1 令和7年度第2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

2 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7年度の取組

説明：高知県観光政策課 中村課長

資料：資料1-1 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1-2 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1-3 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1-4 県内で実施する特別感のあるイベント等

3 議決事項

進行：高知県観光振興スポーツ部 小西部長

(1) 第1号議案

令和7年度事業計画（案）及び補正収支予算（案）

説明：高知県観光政策課 中村課長

資料：資料2 令和7年度第五次事業計画（案）

資料3 令和7年度補正収支予算（案）

第1号議案について出席委員全員の同意を以て承認

(2) 第2号議案

令和8年度事業計画（案）及び収支予算（案）

説明：高知県観光政策課 中村課長

資料：資料4 令和8年度第四次事業計画（案）

資料5 令和8年度収支予算（案）

参考資料3-1 令和8年度「どっぷり高知旅キャンペーン」3年目の展開

参考資料3-2 令和8年度「どっぷり高知旅キャンペーン」の主なスケジュール

参考資料3-3 令和8年度「どっぷり高知旅キャンペーン」3年目の主な取組の方向性

参考資料4 令和8年度「どっぷり高知旅キャンペーン」PRツール

第2号議案について出席委員全員の同意を以て承認

説明：高知県観光政策課 中村課長

資料：参考資料5 特に、ご議論・ご意見をいただきたいこと

質疑応答

【発言】上村委員

- 「あんぱん」の反動減対策について。高知市旅館ホテル協同組合の取組として、来年度早々に高知市の商店街組合と、ファンを増やす取組について意見交換をする予定となっている。1泊2食付きで宿の中で完結するだけでなく、素泊まりや朝食付きで宿泊していただき、夜は商店街で遊んでいただくことにより、高知観光に多様性が生まれることも重要であると認識している。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- 商店街との新しい取組という話題に期待を寄せている。直近、「よさこい高知 宵の舞」の期間、土・日・祝には大橋通り商店街にも会場を広げ、お客様によさこい鳴子踊りをお楽しみいただいた。隊列を組んだ本格的なよさこいが夏以外にも見られるのは、本場高知ならではの再認識した。今後も様々な形で一緒に取り組みたい。

【発言】庵原委員

- ファンサイトと特設サイトの公開が楽しみ。双方のWEBサイトが離れずにうまく連携できたら。ファンサイトでは、高知に行ってみたい人が質問をし、高知県民や高知を訪れたことがある人が質問者に回答できるようなシステムがあったら良いと思う。

【回答】高知県観光政策課 中村課長

- ・ ファンサイトでは双方向でのやりとりができたり、オンラインイベントなども工夫していきたい。ぜひご意見をお寄せいただきたい。

【発言】庵原委員

- ・ 例えば、長期滞在で行動範囲が広い場合に、スポットからスポットへの距離感がわからず、旅の行程が組みにくいという声がある。わかりやすい見せ方やモデルコースなども提示できると喜ばれるのではないだろうか。

【発言】渡部委員

- ・ こうちミュージアムネットワークで、昨年度から制作を行っている観光説明に役立つ冊子（高知観光おもてなしネタ帳）について。昨年度は「歴史と食」がテーマ。今年度は「自然」をテーマに制作。2冊で高知全体にわたるこぼれ話や、地域ごとのユニークさを網羅した。観光ガイド等に利用していただくべく、説明会の実施とともに頒布予定。何気ない風景さえも説明でき、その中に高知の魅力を見いだす助けになれば、と思う。
- ・ 高知工科大学と帯屋町商店街と連携し、高知の町を歴史で説明できるエリアにしようと取り組んでいる。対象ポイントで説明を見る・聞くことができるもので、観光スポット化されていない、何気ない場所でも高知の歴史を味わうことができるような取上げ方をしていく。滞在時間を伸ばす実験的な試みとして、1~2年をかけて完成予定。

【回答】高知県地域観光課 仙頭課長

- ・ こうちミュージアムネットワークのみなさまには一口ネタ集のような実用的なものを作成いただいた。今後はガイド連絡協議会のみなさまとも連携しながら、現場での説明用に周知していくことが望ましいと考えている。

【発言】森岡委員

- ・ 2月12日に観光ガイド全体の研修交流会を約140名参加で実施。ゲストに高知県酒造組合の技術顧問、上東氏を招いた。これをきっかけとして、かつて県下には約165酒蔵があったが、現在は19となっているので、ガイド団体と連携し、消えていった酒蔵の写真などを集めたいとの協力要請があった。また、情報連絡として、先ほど渡部委員からお話しがあった「高知観光おもてなしネタ帳」の「自然編」についてもガイドへ周知された。
- ・ 今年1月時点、ガイド団体数は1団体増（「土佐塩の道保存会」）で32団体。「土佐塩の道保存会」のメンバーは約120名であるが、実働は約10名。その差が大きい理由として、道の保全に費用がかかるため、会員を多く募り会費から捻出する必要があるとのこと。それでもまだまだ予算が足りない状況。どっぷり高知旅キャンペーン推進委員会で作成された新ポスターの1枚にも「土佐塩の道保存会」が採用されているが、この好機に、4月18日に「第18回土佐塩の道30kmウォーク」を開催する。例年約120名を超える参加がある。
- ・ 今年度ガイド養成講座実施は3団体。2団体から8名入会。次年度ガイド養成講座予定団体は6団体。今後のガイド増に期待。
- ・ 2月18日、「令和7年度高知県あったか観光マインド表彰」で「南国市観光案内人の会」「香美市観光ガイドの会」が優秀団体として表彰された。

【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で「ドラマが生まれる場所 高知」というテーマで高知県観光を訴求するためには、地域の方々との交流、また地域の魅力の深掘りが肝になってくる。引き続きガイド団体のみなさまにお力添えいただきたい。

【発言】古谷委員

- ・ 観光客の方が多く目につき大変喜ばしい。「ひろめ市場」の需用が高い中で、来県日が休業日だと知らず、がっかりされることがある。これまでに取り組んでいることではあるだろうが、人気スポットの年間の営業スケジュールや、オススメ情報をよりわかりやすく届けていただきたい。
- ・ 土佐弁人気が続いている。千載一遇のチャンスと捉えて、土佐弁を盛り込んだ冊子やWEBでの発信により力を入れていただきたい。
- ・ お客様の旅の要望をできるだけ叶え、リピートに繋がられるよう、官民一体の取り組みが必要。お客様の声にスピード感を持ってお応えしていく、意識の醸成も大事。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ お客様に伝わりやすい情報発信の工夫や、多様な高知観光の楽しみ方を提示することは大切。
- ・ 土佐弁を取り入れた「ステッカー」や「てぬぐい」、「LINE スタンプ」の作成などを実施してきた。引き続き取り組んでいく。

【発言】中元委員

- ・ ファンコミュニティサイトやどっぷり体験商品販売サイトの構築は、良い取組だと感じた。ファンコミュニティサイトは、ここにお客さまを誘導するための宣伝も重要になる。他のSNS等との連携も有効なのではないだろうか。SNS上では、投稿に対するコメントのやりとりでオススメ情報を交換する光景を目にする。今回構築するWEBサイトに有益な情報があることが書き込まれ、そのような展開になることが理想的。レコメンド機能で、数珠つなぎに高知県観光に関する情報があふれるようになればおもしろい。
- ・ どっぷり体験商品販売サイトについても、ファンコミュニティサイトとリンクして、体験商品についてのユーザーの声を書き込まれることで、新鮮な情報発信ができることに期待する。

【回答】高知県観光政策課 中村課長

- ・ サイト構築はプロモーションチームを中心に動いている。特にファンコミュニティサイトについては、盛り上がりをつくるため、お客様に興味を持っていただく、積極的に活用、発信していただくことが重要になる。ここを閲覧、参加すると有益な情報がもらえる。自分も発信してみたいと思える環境をつくっていききたい。数字以上に熱量を大事に取り組んでいきたい。引き続きご意見をお寄せいただきたい。

【発言】小笠原委員

- ・ 「ものべすと」へのご支援感謝する。やなせたかし記念館の来館者数が対前年比200%超えとなり、南国・香南の中核施設も前年を上回る入込が見込まれている。また、「高知県あったか観光マインド表彰」や、「高知家おもてなし県民表彰」でエリアの団体が複数受賞することができ、内部からの盛り上がりを感じている。直近も、ある勉強会の実施に向けて、観光事業者側から自発的に次回に向けての前向きな意見が出るなど、「ものべすと」の取組の成果と捉えている。
- ・ 「土佐塩の道保存会」の話題について。「道の保全」なども旅行商品に活用できないだろうか。実際に、掃除のために高知に来てくれる方もいる。エコツーリズム推進につながると思う。
- ・ 日本航空のアンケートで、「行ったことはないけれど行ってみたい都道府県ランキング」という主旨の調査において、高知県は4位と上位につけている。そのような機運に対して、コミュニティサイト等の活用が受け皿になれると思う。
- ・ 物部川エリアの今後の取組としては、「あんぱん」の小道具展を実施予定。牧野さん関連の取組も東部観光協議会さんと協力して実施していく。引き続き「あんぱん」、「らんまん」を活用していきたい。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 「ものべすと」のレガシーとして、事業者の方々の前向きな機運が醸成されたことは大変喜ばしいこと。その熱が冷めないよう、我々も一緒に盛り立てていきたい。

【発言】松田委員

- ・ 高知県のリピーターを増やして、2回目3回目には嶺北地域に足を運んでもらえたら。どっぷり体験商品販売サイトによる一気通貫の仕組みは、お客さまにとって利便性の高いものになりそうだ。一方で、観光庁の商談会に参加した際、数々のOTAサイトが紹介されていた。その熾烈な競争に巻き込まれないためには、ファンコミュニティサイトとの連携が効果を発揮すると思う。
- ・ 嶺北地域はインバウンドの比率をどのように上げていくかが来年度の課題。どっぷり体験商品は、すでに嶺北地域へ来ていただいているお客様に、直接販売していく取り組みを予定。実際にお客さまに来ていただき、PDCAを回していかないと成長できない。施設の方々にもご協力いただき、直接的に販売する。また、海外の方はGoogleMapへの口コミ等を見て訪れることが多いと考えているので、その活性化を促していく取り組みも考えていけたら良いと思う。

【発言】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ インバウンドの方が嶺北地域を訪れる交通手段はレンタカーが多いか。

【回答】松田委員

- ・ 交通手段は9割以上がレンタカー。三好市とセットで訪れる方や、四国周遊の拠点として嶺北に訪れるお客様も増えている。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 三好市の祖谷との親和性は高い。県内中山間地域では一棟貸し、分散型宿泊施設での連泊の事例等も出てきていると聞いている。嶺北地域での事例も共有いただきたい。

【発言】中村委員

- ・ 柴田ケイコ氏書き下ろしのスタンプラリーは半年間で約7000名参加、ラリー完走者が約700名と好調。ARフォトスポットは11箇所約8000名に訪れていただき、約16000回撮影された。各施設のみなさまに感謝申し上げる。キャンペーンを通じて、「自由民権記念館」や「龍馬の生まれたまち記念館」等、観光客増につながった。キャラクターが人気で、たくさんの人に手に取っていただけるので、今後も活用して周遊施策を考えていきたい。タイミングは国民文化祭時期が良いのか、あるいは閑散期が良いのか、ご意見もいただきながら決めていきたい。
- ・ 「よさこい高知 宵の舞」熱気を感じた。ひろめ市場を訪れた際に偶然よさこい鳴子踊りを見られて喜んだ声も耳にした。高知市観光協会へのお客さまからの問合せで「この時期の何かおすすめはないか?」と問われた際に、夜にご案内できるイベントがあるのはありがたい。また、五台山での夜間の誘客の取組も含めて、実際にどのようなお客様が参加されているか?どのような声が上がっているか?

【回答】高知県観光政策課 中村課長

- ・ 「よさこい高知 宵の舞」は23日間の開催で1日あたり約1500人の方にお越しいただいた。商店街と連携できることにも意味があった。来年度はより商店街との連携に力を入れたい。ひろめ市場前で実施できることで、前年度までの高知城の敷地の中での催しより、飲食店や商店街に近づいたので、来ていただいた方の消費拡大を促していきたい。

- ・ 試行的に実施している五台山ナイトバスツアーは約3時間と、開催前は時間が長いかとも思ったが、あっという間であった。五台山の夜景を楽しみ、竹林寺では住職のアテンドで寺の歴史解説や冥想指導を受け、牧野植物園も貸切り状態で、夜ならではの非日常的な体験ができ、特別感があった。販売はホテルに宿泊とセットで展開いただいたり、チェックイン時におすすめをしておき、当日参加も想定したもので、県内居住者や関係者もお試しで参加している状況の中で、誰にとっても新鮮さがあり、コンテンツとして優れていると感じた。高知市のみならず、県内他地域にも夜の観光を広げていければと考えているので、ご協力をお願いしたい。現時点4回催行で各回平均20名が参加。広報期間を十分に確保できれば、認知も広がる。引き続きご意見をいただきながら磨き上げていきたい。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ インバウンドのお客さまを意識した場合に、商店街は水曜日休みが多いことや、夜閉るのが早いという声も聞いている。夜のイベントでお客様が滞留している時間は開店していただくこと等が実現できれば理想的ではあるが、我々だけの思いでコントロールできるものでもない。そのような課題はあるが、みなさまと一緒に取り組んでいければ。

【発言】山崎委員

- ・ ファンコミュニティサイトやどっぷり体験商品販売サイトについては広くPRし、県内への誘客やリピーター獲得につなげていただきたい。
- ・ 本日パンフレットを配布しているが、観光庁の「地域観光魅力向上事業」で取り組んできた「土佐茶ツーリズム」について。仁淀ブルー3スポット中1スポットはオーバーツーリズム状態。いかに観光需要を分散させるかを考えて、食の魅力で誘導したい。また、雨天対策にも対応できるよう、観光コンテンツを商品化した。6つの体験コンテンツを用意し、不必要に低い料金設定にはせず、自主財源を確保することも念頭に置いている。また、力を入れている「観光タクシー」も5つの体験で活用する内容にしている。先日補助事業は完了したところであるが、早速大阪の方からご予約いただいている。今後どんどんPRをしていきたい。
- ・ 来年度はインバウンドにも力を入れたい。現在はエリア内に台湾からのお客様が来られており、佐川町の大正軒、仁淀川の屋形船が人気。現在は水不足で運行ができていないが、今後はタクシープランも活用しながらインバウンドに力を入れていきたい。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 高知の食に焦点を当てた取組に我々も意識が向いている中で、「土佐茶ツーリズム」というコンテンツ造成の取組は参考にさせていただきたい。また、台湾等のインバウンドのお客さまに好評な仁淀川の屋形船については、当初からチャーター機に関連する旅行会社の方々の感触も良かったと認識している。引き続きさまざまなチャネルを活用して海外にも一緒に発信していくことが望ましいと考えている。

【発言】富岡委員

- ・ 温泉ツアーを冬にあわせて定番にしていこうと取り組んでいる。2年目となる今年は全コンテンツ催行が決定し、定着したお客様に申し込んでいただいている。今回はリビング新聞（松山・高松）でも告知を展開し、反応に手応えを感じた。その反響の中で、このような募集ツアーの情報はどこで見つけることができるのか、という声をいただいた。その点では、今後どっぷり高知旅キャンペーンで構築しようとするWEBサイトのような、ワンストップで情報を集約できる場所をお客様も探しているので、効果に期待ができるのではないかと。
- ・ 「龍馬と歩こう脱藩の道」のウォーキングイベントを開催予定。前年約160名参加。
- ・ 事業者の機運を上げていくことが大切だと考えており、地元の事業者向けのセミナーを開催する予定。
- ・ 「るるぶ特別編集号奥四万十高知」の情報誌を刊行。るるぶのネームバリューも生かした、手元に置いていただける情報誌が完成した。認知拡大に役立てていきたい。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 早くから「どっぴり体験商品」の造成に取り組んでいただき、冬の温泉ツアーが定着してきているというお話しは喜ばしい。募集型ツアーにおける課題はあるかもしれないが、引き続きさまざまな商品造成、事業者のみさなまを巻き込んだ動きを継続いただきたい。

【発言】東委員

- ・ 高知県に関心を持ってもらう方の困り込みについて。地元の方との接点を増やす仕組みづくりが必要。先日幡多6市町村から委託を受けた移住ツアーを開催。普通の観光ツアーでは行かないような場所を巡る内容だったが、20名定員に対してキャンセル待ちが出るほどの人気。移住を考えている方というよりも、普段見られないところを見たいという旅の強者たちが集まったという印象で、そこに誘客のヒントがあるように感じた。観光客ではなく、家族を迎え入れるようなおもてなしの姿勢が響いていた印象。
- ・ どのようにどっぴり体験商品を売っていくかについて。ただ商品を並べているだけでは買ってもらえない。窓口の方とのやりとりがあってこそ、申込につながる。ホテルや観光案内所の方が商品を理解し、紹介してもらう体制が必要ではないか。その場合、ホテルとセットのプランなどが有効だと感じた。
- ・ 「どっぴり高知旅」というテーマ設定をした商品に対して、一般旅行より教育旅行のエージェントの反応が良い。もう一步深掘りすれば探究学習につながると捉えることができるようで、今後販路の広がりに期待ができる。

【回答】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 人との接点がどっぴり高知旅には重要。これまでの観光施策の中でも、歴史や自然、食に焦点を当ててきて、さらに深掘りしたアプローチが「人」だと考えている。他の会の中で、インバウンドに響くテーマとして「職人」が注目されているとの声があった。情報発信の中でそのような需用も捉えながらアプローチしていきたい。

【発言】久保委員

- ・ 「南風」は12月対前年比約101%で、ドラマ終了後も多くの観光客が来られている印象。
- ・ 特設サイトはとても有効だと感じた。家族で長期滞在できる宿泊施設があることを、夏休みや長期休暇前に、特集を組んで情報発信すると、反響があるのではないか。
- ・ 「あんぱん」の反動減対策について。ドラマの効果もあり、ここ数年の高知県観光のポテンシャルは高い状態をキープしている。今後はいかに高止まりをさせていくかを考えていかなければならない。ドラマで認知度が上がったことを踏まえうえて、着地の整備はもちろん、発地でのプロモーションをしっかりしていくことが大切。単年度の見通しではなく、5年10年経っても、「ドラマが生まれたまちにきたい」と、思えるような取組を行う初年度にあたりと考えている。
- ・ 閑散期対策について。高知龍馬空港の国際化で新規路線開拓・定期便の運行が課題解決につながるのではないか。また、エンターテインメント需要も大きいことを鑑みて、県民体育館の議論も重要になってくる。先行事例の香川県高松市では、演者が決まれば宿が埋まるという現象もある。

【発言】高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 高知県への注目が高まっている中で、発地でのプロモーションに力を入れることは、重要な視点だと考えている。昨年、百貨店と連携した高知県に関連するフェアでは、注目度も高まった。今年も取組を進めていきたいと考えている。
- ・ 閑散期対策は難しいミッションではあるが、そこで何ができるか。スポーツツーリズムも対応策。野球のキャンプやサッカーの試合も行われている。広範囲に気を配った施策展開で、閑散期対策に取り組んでいきたい。

【発言】 松下委員

- ・ ファンコミュニティサイトやどっぴり体験商品販売サイトの改修は、誘客促進に期待ができる。長期滞在、リピーター化については、現地での印象や受け入れ側のおもてなしの姿勢が重要。観光振興の取組を県内幅広く浸透させ、ガイドの役割を県民のみなさまに少しずつ担っていただければ、理想的な盛り上がりにつながると思う。

【発言】 水田委員

- ・ 4月～1月累計で路面電車は対前年比106.9%、路線バスは103.1%。運賃改定も実施したため一概に比較できるものではないが、前年比増。特筆すべきは1日乗車券の売上が対前年比140%と急激に増加。県外からのお客が増えたこと、モバイル系1日乗車券の販売が好評であることに起因すると分析している。モバイルでは特色のある短期間のキャンペーンも設定しやすいので、他社様とのタイアップや商品とセットにするなど、伸びしろがあると考えている。
- ・ 外国製やレトロな車両に乗るイベントを開催したところ好評。コアなファンの方への需要があった。リピーター化、長期滞在を狙うためには、広くターゲット設定するよりも、特定のファン層を狙った商品が喜んでいただける可能性を感じた。高知県民は気づいていない価値もまだ眠っているのではないかと。リピーター化に特化したWEBサイトの仕掛けも考えてみてはどうだろうか。
- ・ 台湾チャーター便について。お客さまがどのような動きをしているか情報を知りたい。もしわかるようであれば開示していただければ、新たな路線就航の際にもノウハウを活かせると思う。

【質問】 高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ モバイル系1日乗車券は電車、バスどちらのサービスか。

【発言】 水田委員

- ・ 電車専用、電車とバス両方のものがある。電車専用のものが利用比率は高い。

【発言】 高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 台湾チャーター便のお客さまの動きについては開示可能な情報がある。国際観光課から資料を提示する。
- ・ 来年度は日本観光振興協会と連携して、デジタルデータ活用の取組を実施し、高知県版DMPの構築を行う。どこまで有益な情報収集にできるかは、まだこれからになるが、お客さまの特性などを分析した情報を共有できるようになればと考えている。

【発言】 吉岡委員

- ・ 第2回推進委員会の際に、山形からお越しになるお客さまを、どっぴり高知旅な体験プランでおもてなしする予定だとお話した。結局人数が減ったこともあり、予定よりコンパクトな内容に変更せざるを得なかった。その行き先の中で、YouTubeで話題になった、西村商店の藤川球児氏プロデュース「火の玉定食」を食べたいとのことでお連れした。どっぴり高知旅も著名人がYouTube等で紹介してくれたら、大きな広報になるのではないかと感じた。
- ・ 先ほどお話しがあった奥四万十高知の造成商品について。来月全国規模の会合でPRするチャンスがあるので、ぜひ紹介させていただきたい。

【発言】 中村課長

- ・ Instagramなどで動画も含めた情報発信をしている。今後は食を中心としたSNSアカウントの開設も予定している。内容によってはさまざまなチャンネルでの展開も検討したい。

【発言】 近澤委員

- ・ どっぷり高知旅の観光商品造成に携わり、約70商品ができあがっている。どのように売っていくかが一番の課題。地域の方がたくさん意見を出してくださり、一緒になってどっぷり商品ができあがっている。それが誘客につながると信じている地域の方の思いを大切に営業していただきたい。観光キャンペーンのパンフレットを作成されると思うが、商品掲載をし、セールスをすることで、すべてが旅行会社に刺さるかといえばそうではない。ものによっては団体旅行ではなく、個人旅行向けに造成しているものもある。PRを県に一任するのではなく、広域組織や観光協会の協力も含め、それぞれの地元の商品売り込んで欲しい。
- ・ 昨年プロモーション班の方と、ラジオ大阪の番組の中で紹介する、団体旅行商品を造成した。どっぷり体験商品をたくさん行程に組み込みたかったが、時間や人数の関係で、体験商品のパッケージの中の一部を切り出して採用するアレンジを加えた。高知県観光に携わっているからこそ、気の利いた行程にアレンジをすることができる。そのようなセールスの機会がある方には意識していただきたい。全行程は難しくても、一部でもどっぷり高知旅の体験要素を入れることで、地域の熱量を下げず、誘客にもつながっていくと思う。

【発言】 高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ 貴重なご意見、また商品造成へお力添えいただき感謝する。どっぷり高知旅キャンペーンは地域の方々と一緒に取り組むことに重きを置いている。制作した新ポスターでも「地域の人」に光をあてるような見せ方を意識している。どっぷり体験商品の一部を切り出してご案内するという視点も重要だと感じる。
- ・ インバウンドを意識した取組として、地域通訳案内士の育成を国際観光課で取り組んでいる。身振り手振り以上に言葉で伝えられることで、観光商品として魅力的になるものもあると考えている。そのようなインバウンド向け商品の造成にもご協力をお願いしたい。

【発言】 野戸委員

- ・ どっぷり体験商品をどのように売っていくかについて。先日仁淀ブルー観光協議会主催の秋葉まつりのツアーに参加した。ガイドさんが同伴することで、急な悪天候などにも臨機応変に対応してもらい、秋葉まつりに対してもより理解が深まった。百聞は一見にしかず。現地でしか味わえない感動があり、それを情報だけではメディアに伝えきれない。予算が許せば、体験してもらえるようなメディア向けツアーを実施できたら効果的だと思う。
- ・ どっぷり体験商品はニッチなものが多い。現在はメディアも細分化されてきているので、情報を出す側も分けて出していかななくてはならない。ターゲット毎にメディア戦略を立てて広報していただきたい。ターゲットがどんな媒体から情報を得るか、ハッシュタグの研究、検索ワードに引っかかりやすいHPの発信などの工夫をすることで、集客力に良い影響があるのではないか。キャンペーン期間後半は、プロモーションの力で中山間地域に少しずつ人が増えていくように働きかけることができればと考えている。

【発言】 高知県観光振興スポーツ部 小西部長

- ・ メディアの方々を通じてどっぷり高知旅の魅力伝えるため、メディア向けツアーにも取り組みたい。
- ・ メディア戦略も大事な視点。ファンコミュニティサイトやどっぷり体験商品販売サイトともうまく連動させていく助言をお願いしたい。

【発言】 鍵山委員

- ・ 令和7年度12月までのとさてらす入館者数は対前年比約110%、マイ遊バス利用者数対前年比約104%とおおむね好調な推移。引き続きどっぷり高知旅キャンペーンと連携してセールス、プロモーションに取り組みたい。
- ・ どっぷり体験商品販売サイトは、主に個人旅行者向けとのこと。旅行会社向けのセールス等の機会を通じて、どっぷり体験商品のような深掘りしたチャレンジングな取組にはプロモーション経費がネックになるとの声をいただいている。来年度コンベンション協会の助成制度などでサポートしていきたい。

【発言】小松委員

- ・ 近澤さんがお話になった、地域の方々の熱意を販売につなげる苦勞には共感をする。みなさんと販売に対する意識を共有していきたい。どっぷり体験商品のような深掘りしたものには、問い合わせ窓口が必要。団体旅行については、観光事業者側とリアルエイジェント間で、日々直接のやりとりが発生するため、造成商品売り込み、ツアーに組み込んでもらうチャンスがあるが、一方パーソナル系においては予約＝完了型が多いため、そのような機会が無く、採用につなげにくい状況にある。その点を補完する機能として、四万十市観光協会では自らワンストップの窓口になって、企画も仕入れも手配もする動きをしている。同様に広域観光組織や各地域の観光協会が窓口の役割を担うことを目指してほしいと考えている。幡多広域観光協議会もその主旨で動いている。四万十市観光協会は、そのような機能を持たす目的で、次年度に約4.5倍の予算をつけていただき、飲食店や商店街、旅館組合等の組織と連携をとって地域と密着した商品造成を展開していく予定。

【発言】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を展開するうえで、地域の方々と共にということが核にあるべきだと認識している。各地域にお客さまを迎え入れ、おもてなしするスタイルが高知らしい観光だということを、みなさまと一緒に推進していきたい。

【発言】上村委員

- ・ 「よさこい高知 宵の舞」について。昨年までのような冬に夜の高知城で開催するイベントも良いものではあるが、高知市内の宿泊施設が感じていることは、お客さまにとって市内のランドマークは「ひろめ市場」となっている。そのロケーションで、近い距離で観覧できる仕掛けが良かったと思う。ますます活用を進めていただきたい。

【発言】渡部委員

- ・ 高知の食への注目という観点の情報提供で、「碁石茶製造技術」が国の重要無形民俗文化財に指定された。また、「神楽」がユネスコ無形文化遺産の提案候補になった。高知には「土佐の神楽」が7つあり、全国比率としては高い。この先、「世界の神楽」となると、高知市内に舞に来ていただく現状だけではなく、現地に見に行こうという動きも出てくるのではないかと。広域観光組織のみならず、エリア内に対象の神楽があれば、中山間エリアへの誘客策として、そこを見据えた準備をしてはどうか。
- ・ 来年度から高知城歴史博物館の取組として、日曜日の際等に「土佐の案内」を実施すべく、すでに試行を開始している。その中で、お客さまに喜ばれるのが「幡多弁」について。「あんぱん」で「土佐弁」は注目を浴びたが、四万十方面に向かうと「幡多弁」がつかわれることをご紹介しますと、興味を持っていただける。土佐の中での特殊性を強調するのも一つの手法だと思う。

4 閉会

進行：高知県観光政策課 笹岡課長補佐