

徳島ロータリークラブ・講演資料

高知県観光の現状と観光政策について

2025年4月23日



本日の構成

1. 高知県の観光政策の基本スタンス
2. 統計で見る高知県観光の現状
3. 高知県の最近の観光政策
4. 「あんぱん」を生かした取り組み
5. インバウンドの状況

1.高知県の観光政策の基本スタンス (1) 基本スタンス＝強みを生かす

食

全国に誇れる 自慢の食



- 「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」
ランキング 17年間で7度の日本一 ※じゃらん宿泊旅行調査
- 全国シェアトップクラスの農産物(ゆず、にら、しょうが等)
- 各地域に根付く独自の食文化



自然・体験

美しく豊かな自然



- 森林率(84%) 日本一
- 「平均水質が最も良好な河川」
奇跡の清流 仁淀川 :5年連続を含め8回選出
最後の清流 四万十川:2回選出
- 日本三大カルスト(四国カルスト)
- 年間日照時間・年間降水量 R2年 日本一
※社会生活統計指標



歴史

幕末維新の 息吹を体感



- 「幕末の偉人で最も会ってみたい人」
第1位 坂本龍馬
※高知県アンケート調査(H29.2月)
- 歴史に大いなる影響を与えた多くの偉人を輩出
- 四国八十八箇所霊場と遍路道



人・文化

明るい県民性 クリエイティブな人材



- 土佐のおきゃく文化 ●よさこい祭り
- まんが王国・土佐 ●ひろめ市場
- 連続テレビ小説のモデルとなる人物
らんまん(植物学者 牧野富太郎博士)
あんぱん(アンパンマン作者 やなせたかし夫妻)



1.高知県の観光政策の基本スタンス (2) これまでの主な観光キャンペーン等の取組み

歴史

- 大河ドラマ龍馬伝の放送に合わせ博覧会を開催
- 大政奉還150年、明治維新150年の節目の年には2年連続で博覧会を開催



食

- 県民がお勧めする飲食店を投票する「食の県民総選挙」を開催
- 生産者や料理人の料理への熱い思いにスポットを当てたプロモーションを展開



自然体験

- 民間企業のノウハウをフル活用してアウトドア拠点を整備
(キャンプ場 : スノーピーク、モンベル、コールマン、ロゴス 等)
(アクティビティ: 四万十川ジップライン、フォレストアドベンチャー 等)
- 土佐の観光創生塾等を通じた体験プログラムの造成
- 大手予約サイト(OTA:じゃらん、アソビュー等)と連携した販売促進



本日の構成

1. 高知県の観光政策の基本スタンス
2. 統計で見る高知県観光の現状
3. 高知県の最近の観光政策
4. 「あんぱん」を生かした取組み
5. インバウンドの状況

2.統計で見る高知県観光の現状

(1) 県外観光客の入込数及び総消費額

県外観光客入込数(左軸)、県外観光客総消費額(右軸)の推移
(平成18年～令和5年)



2.統計で見る高知県観光の現状 (2) 交通機関別県外観光客入込数（推計値）

利用交通機関		令和5年入込数(人)		令和元年入込数(人)		令和元年比	
			構成率		構成率	増減数(人)	増減率
鉄道		107,892	2.3%	132,967	3.0%	▲ 25,075	▲ 18.9%
航空機		144,528	3.1%	138,836	3.2%	5,692	4.1%
自動車	高速バス	74,883	1.6%	112,328	2.6%	▲37,445	▲ 33.3%
	乗用車	3,148,102	66.7%	2,813,317	64.1%	334,785	11.9%
	観光バス	937,714	19.9%	926,823	21.1%	10,891	1.2%
チャーター機		11,903	0.3%	1,121	0.0%	10,782	961.8%
客船		76,339	1.6%	56,742	1.3%	19,597	34.5%
その他		220,656	4.7%	206,214	4.7%	14,442	7.0%
県外観光客入込数 計		4,722,017	100%	4,388,348	100%	333,669	7.6%

出典：県外観光客入込・動態調査（観光政策課）

【分析】

- ・全体の6割以上の方が乗用車を利用
- ・乗用車の次に利用が多いのは観光バス

【打ち手】

- ・乗用車を利用する個人旅行客へのプロモーションが引き続き必要
- ・一方で、観光バスを利用する団体旅行客も2割いるため、団体旅行商品造成に向けた取組も引き続き必要

2.統計で見る高知県観光の現状 (3) 県外観光客一人当たりの消費額（アンケート結果）

	R5	R4	R3	R2	R元	H30
県外観光客総数(人)	4,722,017	3,707,314	2,672,124	2,667,823	4,388,348	4,412,571
県外観光客一人当たり消費額(円)	27,639	26,076	26,202	24,294	25,206	25,233
<内訳>						
宿泊費	8,497	7,780	7,996	7,455	6,997	6,749
飲食費	6,340	6,176	6,465	5,960	6,210	6,202
交通費	7,890	7,478	7,134	6,245	7,047	6,861
土産	3,982	3,731	3,686	3,780	3,997	4,640
その他	930	911	921	854	955	781
県外観光客の総消費額(百万円)	129,075	96,634	69,993	64,801	109,671	110,436

出典：県外観光客入込・動態調査（観光政策課）

【分析】

- ・ コロナ禍からの回復に「らんまん」効果もあって、観光客総数及び一人当たり消費額は過去最高を記録

【打ち手】

- ・ 今後一人当たりの消費額を抜本的に向上させていくためには、長期滞在型の観光を促進する必要がある

2.統計で見る高知県観光の現状 (4) 日帰り客と宿泊客の割合 (アンケート結果)

旅行日数 年	日帰り	1泊2日	2泊3日	3泊4日	4泊5日	5泊6日 以上	計 平均滞在日数
R5	1,554千人	1,884千人	831千人	260千人	85千人	109千人	4,722千人
	32.9%	39.9%	17.6%	5.5%	1.8%	2.3%	2.1日
R4	1,157千人	1,501千人	678千人	193千人	74千人	104千人	3,707千人
	31.2%	40.5%	18.3%	5.2%	2.0%	2.8%	2.1日
R3	874千人	1,090千人	468千人	128千人	56千人	56千人	2,672千人
	32.7%	40.8%	17.5%	4.8%	2.1%	2.1%	2.1日
R2	891千人	1,176千人	395千人	109千人	40千人	56千人	2,667千人
	33.4%	44.1%	14.8%	4.1%	1.5%	2.1%	2.0日
R元	1,545千人	1,711千人	702千人	211千人	83千人	136千人	4,388千人
	35.2%	39.0%	16.0%	4.8%	1.9%	3.1%	2.1日

出典：観光客動態調査(観光政策課)

【分析】

- ・これまでの周遊促進に関する取組の効果もあり、滞在日数については、増加傾向にある

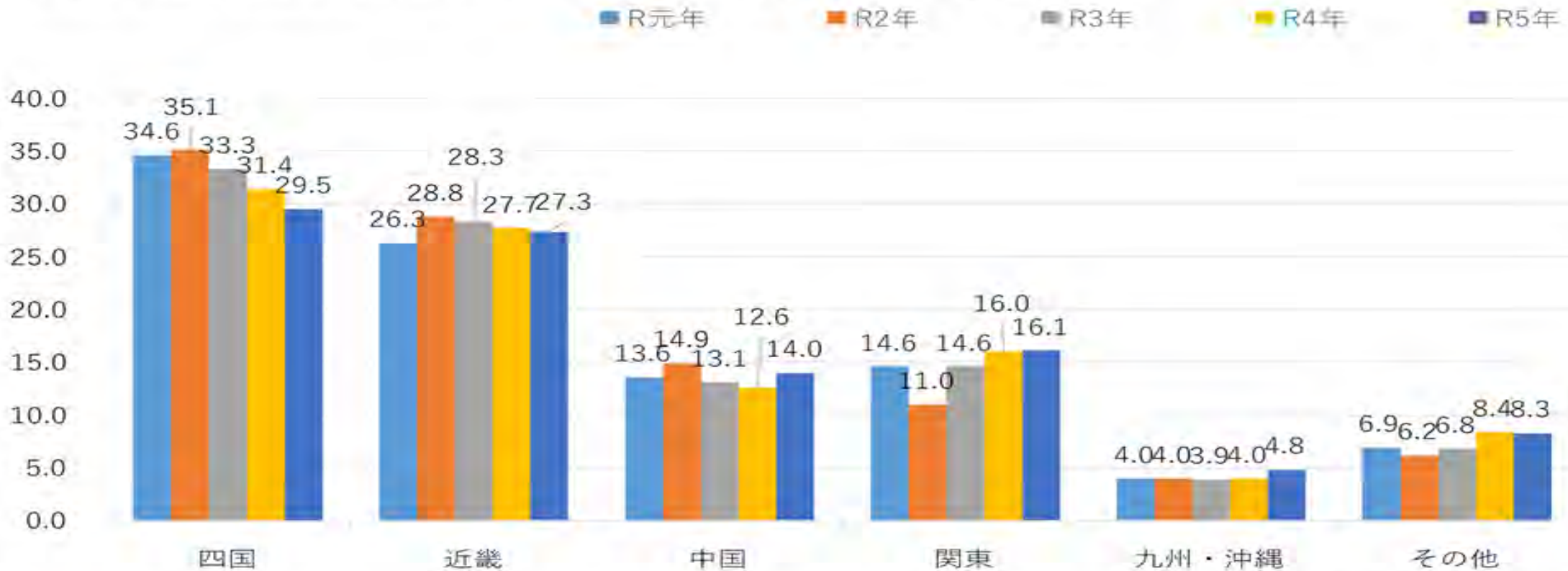
【打ち手】

- ・更なる周遊促進、長期滞在を促進する取組を進めていくことが必要

2.統計で見る高知県観光の現状

(5) 発地別の観光客の入込割合（アンケート結果）

高知県を訪れる観光客の地域(ブロック)別割合(%)



出典：県外観光客入込・動態調査(観光政策課)

【分析】

- ・ 近畿圏、関東圏からの入込割合が増加傾向にある

【打ち手】

- ・ 2025年に大阪・関西万博も開催される近畿圏と、人口が多く滞在日数が長い傾向がある関東圏でのプロモーションを重点的に実施する

本日の構成

1. 高知県の観光政策の基本スタンス
2. 統計で見る高知県観光の現状
3. 高知県の最近の観光政策
4. 「あんぱん」を生かした取組み
5. インバウンドの状況

3.高知県の最近の観光政策 (1) どっぷり高知旅キャンペーン ① 概要

■ キャンペーン名称 = どっぷり高知旅キャンペーン

高知ならではの魅力をじっくり、深く、たっぷりと味わっていただき、日常を忘れ、心からの息抜きや、新しい発見・気づきにつなげて強力な高知のファンになっていただくことを目指す観光キャンペーン。

■ コンセプト = 極上の田舎、高知。

このコンセプトにおける「田舎」は、穏やかで自然あふれる場所、地域の独自性といったポジティブな意味。

未来に向けて重要な資源と新しい価値を持ち、あらためて見直され、海外からも注目されている田舎。その「スーパーローカル」ともいえる高知ならではの独自の魅力で一生モノの体験を提供。

■ ゴール

滞在日数の増、リピート率の向上

※県外観光客人泊数、観光総消費額を全体目標に設定

■ 対象期間

令和6年4月1日～令和10年3月31日の4年間



どっぷりど級の極上田舎へ
SUPER LOCAL KOCHI

有名観光地をあつさり巡る。それだけじゃ、もったいない。
見たことのない、ど絶景。食べたことのない、ど名産。聞いたことのない、ど歴史。
家族のように距離が近い人たちの、暑苦しいほどの、ど親切。
ど級に濃厚な高知の魅力に、気がつけばハマっているはず。
忙しい日常からちょっと離れて、どっぷり旅してみませんか。



どっぷり高知旅
SUPER LOCAL KOCHI

高知

どっぷり高知旅キャンペーン 令和6年4月1日[月]～令和10年3月31日[金]
どっぷり高知旅キャンペーン推進委員会 / Tel. 088-823-9806 <https://doppuri.kochi-kobe.jp> 0120-XXXX-XXXX



3.高知県の最近の観光政策

(1) どっぷり高知旅キャンペーン ② ポスター（例）



3.高知県の最近の観光政策 (1) どっぶり高知旅キャンペーン ③ コンテンツ (具体的な要素)

大命題

高知県観光の盛り上げ

中山間地域の活性化

観光客の皆さん

長期滞在していただきたい。**リピーター**になっていただきたい。

高知の方々

観光客との交流を通じ、地元の魅力を再発見し、**地域の元気**につなげていく。

観光客の皆さんに、地元の方との交流や、地域ならではの魅力を、じっくり、深く、たっぷり味わっていただく「どっぶり高知旅キャンペーン」を行う。

ポイント

Point **1** . 観光素材に「文化・暮らし」を追加し、これを重点的に磨き上げていく。

Point **2** . このキャンペーンでは、「観光素材」の『背景や地域の想い』を『交流・ガイド・体験等』で伝える。

どっぶり高知旅キャンペーンの対象となるコンテンツの要素

■ 対外的 (対観光客) 発信

ど級の極上田舎の
自然、食、歴史・文化



どっぶり体験

(じっくり・深く・たっぷり 味わっていただく)



どっぶりコンテンツ

■ 考え方

観光素材

磨き上げられた観光素材に加えて、今後磨き上げていく観光資源を総動員

歴史

・高知城
・坂本龍馬



自然

・牧野植物園、SATOUMI
・四万十川、草花の群生地



食

・ひろめ市場、大正町市場
・カツオのたたき、皿鉢



■ 新しいテーマ

文化・暮らし

・よさこい祭り、秋葉まつり
・絵金蔵
・生活している場所
・日曜市
・職場 (農林漁業)
・スポーツイベント



地域ならではの

・背景

・地域の想い

沢登氏 (じゃらんリサーチセンター) より『フィロソフィー (哲学) とヒストリー (歴史) を深掘りしていくと魅力が出てくる。』という話があった。

歴史・哲学を、地域の人々になじみのある平易な言葉にすると「背景・地域の想い」。

伝える

交流
(おきゃく)



ガイド



体験



リーフレット・看板など



どっぶりコンテンツ (観光商品)

■ これまでに磨き上げられた観光商品

歴史 坂本龍馬 × **背景** × ガイド
= 龍馬の生まれまち歩き〜土佐っ歩〜

自然 草花の群生地 × **地域の想い** × ガイド
= 草花ガイド

食 清水サバ × **背景** × ガイド・交流 (漁師・漁具店主 含む)
= 土佐の清水さばツアー

■ 新しいコンテンツ

文化 絵金蔵 × **地域の想い** × 体験 (役者)
= 絵金蔵歌舞伎体験



3.高知県の最近の観光政策

(1) どっぷり高知旅キャンペーン ④ 基本計画

概 要

■ ゴール

滞在日数の増、合わせてリピート率の向上を図り、観光消費額の増につなげる

■ ターゲット

オールターゲットを基本としつつ、戦略ターゲットとして女性・若年層、高年齢層、インバウンドを設定

■ 売り出す素材

牧野博の取組と盛り上がりをしっかり継続させつつ、中山間地域の素材も意識して、これまで磨き上げてきた、食、自然、歴史・文化を集大成として打ち出し

■ 展開方法

令和6～9年度の4年間を対象期間とするキャンペーン方式で展開することとし、官民一体となった組織によりオール高知で推進

コンセプト等

■ コンセプト＝「極上の田舎、高知。」

このコンセプトにおける「田舎」は、穏やかで自然あふれる場所、地域の独自性といったポジティブな意味。

未来に向けて重要な資源と新しい価値を持ち、あらためて見直され、海外からも注目されている田舎。その「スーパーローカル」ともいえる高知ならではの独自の魅力で一生モノの体験を提供。

※コンセプトは、各種施策の柱として設定する概念であり、県外向けにそのまま表現されることはない想定

■ キャンペーン名称＝「どっぷり高知旅キャンペーン」

日常を忘れ、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、たっぷりと味わっていただき、心からの息抜きや、新しい発見・気づきにつなげて強力な高知のファンになっていただくことを目指す観光(旅)のキャンペーンであることを表現。

■ キャッチコピー

コンセプトを踏まえつつ、興味喚起に効果的につなげるため、適宜刷新を行うなど柔軟に設定・変更を行う。

3.高知県の最近の観光政策

(1) どっぶり高知旅キャンペーン ⑤ 4年間の展開イメージ

【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

基本方向：地域への理解が深まる滞在型観光の推進

- 1.「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり
(例)・果樹オーナー制度など、地域との持続的交流につながる商品づくり
・神祭への参加など、伝統文化の継承につながる体験プログラム
- 2.地域内での周遊・滞在の促進
(例)・旅行者の動向分析を踏まえたタクシープランやスタンプラリーの実施
- 3.地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上
(例)・集落活動センターを拠点とした交流プログラムづくり
・教育旅行における民泊の推進
- 4.中山間地域の移動を確保するための2次交通の充実
(例)・コミュニティバスなど既存インフラの観光への活用
・県内バス事業者との連携による旅行商品化の促進

“おもてなし”で
リピーター化
観光客の声を
商品づくりに反映

【4年後(R9)に目指す姿<目標値>】

- 地域ならではの観光商品が豊富にあり、高知ならではの魅力をじっくりと味わうことができる
＜新たな観光商品数=R5:0商品⇒200商品＞
- 地域での立ち寄り先が増え、滞在時間の延長につながり、宿泊客も増えている
＜1旅行あたりの県内立寄件数=R4:2.5件⇒3.2件＞
- 観光客の来訪が地域の活性化につながっている
＜民泊受入人数=R4:35名⇒2,500名＞

磨き上げた
観光資源・商品
を国内外の市場へ

【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

基本方向：観光客と地元の人との接点を増やす仕組みづくり

- 1.地域の特色を生かした受入体制づくり
(例)・地域ならではの旅を案内してくれるコンシェルジュ機能の強化
- 2.長期滞在の促進
(例)・アドバイザー派遣による宿泊施設の魅力向上
・中山間地域における空き家等を活用した分散型滞在機能の充実
- 3.観光客の満足度の向上
(例)・観光ガイドの裾野の拡大やガイドスキルの向上
・県民が観光客に直接魅力を伝えられるキャンペーン展開
・ユニバーサルツーリズムの一層の推進

【4年後(R9)に目指す姿<目標値>】

- 観光客が地域の中核となるホテル等を拠点に周辺の観光商品を利用する旅行スタイルが定着している＜分散型宿泊施設のエリア数=R5:0⇒6＞
- 観光コンテンツの提供が収入に結びつく仕組みができるとともに、ガイド等の担い手確保につながっている＜ガイド登録者数=R4:882名⇒1,000名＞
- 観光客との接点のある地元の人が高知らしいおもてなしができる
＜観光施設の満足度=R4:86%⇒88%＞＜宿泊施設の満足度=R4:80%⇒85%＞

戦略のコンセプト
「極上の田舎、高知。」

～「地域のための観光」へ～

【4年後(R9)の全体目標】

- ①県外観光客入泊数
R4:426.6万人泊⇒563.9万人泊
- ②観光総消費額
R4:966億円⇒1,389億円

効果的な
セールス&プロモーションで
観光客を高知に

【売る】PR・プロモーション

基本方向：どっぶり高知旅キャンペーンによる誘客促進

- 1.マスメディアを活用した情報発信
(例)・「どっぶり高知旅」をテーマにしたコンテストによる県内外への情報発信
・春は「花・みどり」、夏は「アクティビティ」など、シーズンごとにテーマやターゲットを設定したプロモーション展開
- 2.旅行会社向けのセールス活動
(例)・旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施
・広域エリアごとのキャンペーンと連動したセールス活動の展開
- 3.龍馬バスポート等を活用したリピーターの獲得
(例)・龍馬バスポートを活用した「どっぶり」コンテンツへの誘引策の実施
- 4.冬場や夜間の観光素材の充実
(例)・神楽などの伝統文化を組み込んだナイトイベントの実施

【4年後(R9)に目指す姿<目標値>】

- 「心からの息抜き」や「新しい発見」ができる場所として高知県が認識されている
- 夜間や閑散期のコンテンツが充実し、消費拡大につながっている
＜県外観光客入込数=R4:370万人⇒470万人＞
- ヘビーリピーターの囲い込みができている
＜龍馬バスポートのシルバーへのランクアップ者数=R4:1,550人⇒3,000人＞

本日の構成

1. 高知県の観光政策の基本スタンス
2. 統計で見る高知県観光の現状
3. 高知県の最近の観光政策
4. 「あんぱん」を生かした取組み
5. インバウンドの状況

4.「あんぱん」を生かした取組み

(1)「あんぱん」の紹介

「らんまん」に続き、高知が**再び**連続テレビ小説の舞台に。

高知がふるさと アンパンマンの生みの親

**やなせたかしさん、
妻・暢(のぶ)さん夫婦がモデル**

【主演】

朝田のぶ役

柳井嵩役

今田美桜さん

北村匠海さん

他、豪華出演者多数予定!!

二宮和也さん、松嶋菜々子さん、

竹ノ内豊さん、戸田菜穂さん

瞳水ひまりさん(高知県出身)など

2025年度 前期
連続テレビ小説
「あんぱん」

戦前から戦後の激動の時代を
生き抜いた夫婦の、愛と勇気の
ものがたり!

※昨年の秋、高知でもドラマの撮影を実施

4. 「あんぱん」を生かした取組み

(2) 「あんぱん」を生かした観光振興 ① 取組方針

- 物部川エリアにおいては、**香美市・南国市・香南市を中心として、連続テレビ小説「あんぱん」を当該エリアの観光振興に最大限生かすため、観光博覧会を開催し、人々に「愛と勇気」を与え続けるやなせさんの精神や功績を後世に引き継いでいく取組みや関連する観光資源の磨上げなどを行う**
- **「あんぱん」で描かれるやなせさんの人柄や世界観、それらを育んだ物部川エリアの風土や県民性を博覧会を通じて深く体感いただくことは、「どっぶり高知旅キャンペーン」のねらい、考え方と軌を一にするもの**
- この博覧会の情報・取組みや、**やなせさんの情報を「どっぶり高知旅キャンペーン」の中で国内外に強力に発信し、本県への誘客を図るとともに、各地のキャラクターと、その地域自慢の伝統文化や食などの体験を組み合わせで紹介することで、県内全域への周遊を促進**

やなせたかしと暢夫妻のふるさと



4.「あんばん」を生かした取組み

(2)「あんばん」を生かした観光振興 ② 展開 ① 全体像

どっぴり高知旅
キャンペーン



物部川エリア
観光博

4.「あんぱん」を生かした取組み (2)「あんぱん」を生かした観光振興 ② 展開 ② どっぷり高知旅との連携 i

どっぷり高知旅キャンペーン

県外・国外からの誘客、
県全体での盛り上げ・県内周遊

- 事業主体
どっぷり高知旅キャンペーン推進委員会
(事務局：高知県観光振興スポーツ部)
- 取組み事例
 - ・ 受入れ環境整備（県内周遊促進策、県内イベントの開催 等）
 - ・ 誘致・広報事業（県外・海外へ向けた情報発信、県内外のやなせさんゆかりの地等との連携、旅行商品の造成 等）



「どっぷり高知旅キャンペーン 2ndシーズン」の 主な取組み・その1

周遊促進・滞在延長の中核となる取り組み

① 宿泊施設を中心に長期滞在できる観光地域づくり

分散型ホテルの構築や宿泊施設の魅力向上に向けた事業計画の策定支援の充実に加え、町並みなどを生かした比較的中規模な分散型ホテルの構築に向けたエリアの可能性調査を実施



② 地域の魅力をより深く体感できる観光商品の造成を支援

地域ならではの魅力ある素材を活用し、観光客が地元の人との交流や暮らしに触れることのできる観光商品を造成するとともに、R6年度に造成した商品の販売支援やフォローアップを強化

○ 内容

- ・ 相談窓口の設置やアドバイザー派遣による既存商品の磨き上げ
- ・ 重点エリアに専属のコーディネーターを配置し、テーマやターゲット設定、受入態勢、販売方法等、一貫した伴走支援により新たな商品を造成
- ・ R6年度に造成した商品のツアー化やパンフレットの作成等、PR・販売を強化



地元の人とおきやく

企画展や特別感のあるイベント等の開催

① どっぴり高知旅キャンペーン セカンドシーズン スタートイベント

「あんぱん」放送開始のタイミングで、キャンペーンのセカンドシーズンの開始を周知するイベントを東部・西部で開催し、キャンペーン2年目の機運醸成につなげる

- 日 時: R7.3.31(月) 10:30~14:00
- 場 所: 奈半利駅前(奈半利町)、しまんとびあ(四万十市)
- 内 容: イベント内で、初回放送(昼)のパブリックビューイング
特別ゲストによるステージイベント、もちなげ等
先着100名にあんぱんと飲み物を配布



② ウォーキングイベント

やなせさんの魅力と「どっぶり高知旅」を体感してもらうことを目的として、県東部と西部において、やなせさんが残してくれたキャラクターに触れながら鉄道沿線の観光スポットを巡るウォーキングイベントを開催

- 内 容:特別ゲストと観光施設や道の駅等を巡り、地域の魅力に触れる日帰りイベント
○ 日 程:R7.4.19 田野町、R7.5.10 黒潮町

③ 中山間地域での特別感のある企画

- 「あんぱん」に連動した巡回展(5エリア)での実施
- やなせさんの作品展(東部・西部)での実施
- 既存イベントと連動して「どっふり」「あんぱん」をPRするイベントの実施

④ イベント出店時に活用できる貸出しパネルの制作

やなせさんの功績やふるさと高知とのつながりを紹介するパネルを制作し、各市町村等の催事に併せて、県から貸出しを実施

- 希望する市町村、観光施設等に貸し出し予定(R7.3月以降、順次)



4.「あんぱん」を生かした取組み (2)「あんぱん」を生かした観光振興 ② 展開 ② どっぷり高知旅との連携 iii

「どっぷり高知旅キャンペーン 2ndシーズン」の主な取組み・その2

閑散期対策・消費拡大に向けた取組み

① 平日宿泊キャンペーン

観光関連事業者と連携した、平日宿泊を促進するキャンペーン

○ 内容

- ・ 宿泊事業者をはじめとする観光関連事業者と連携し、平日の宿泊や施設利用に対する特典をキャンペーン特設サイトに掲載
- ・ オンライン旅行会社と連携した宿泊クーポンの実施
- ・ 県内企業等を巻き込んだ平日観光の機運醸成（「お泊り+お食事」多面利用等との連携）



② ナイトタイムエコノミーの推進

ナイトタイムエコノミーの推進に向け、晩酌きっぷ施策をバージョンアップ
 <バージョンアップ①:内容の充実(4月~)>

- 内 容:スタンプラリー要素を付加し、スタンプの数に応じて当選率が上がるプレゼント企画を追加して、プラス1店を促し消費拡大につなげる

<バージョンアップ②:店舗の拡充等(12月~)>

- 内 容:対象となる飲食店舗の拡充 等



周遊促進・滞在延長に向けた企画

① 龍馬パスポートを活用した周遊企画

<物部誘客と県内周遊キャンペーン>

- 期間:R7.4~9月末
- 内容:物部川エリアへの誘客と、県内全域への周遊を促進するため指定施設を巡回した方に、とさてらすにて追加押印

<レアスタンプ企画>

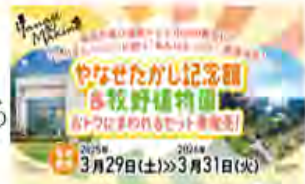
- R7.10~3月末:県内7エリアの指定施設にて期間限定スタンプを押印



② やなせたかし記念館・牧野植物園のセット券

連続テレビ小説「あんぱん」、「らんまん」の放送を記念して、2館にお得に入場できる&物部川エリアの主要観光施設の特典が受けられるセット券を販売

- 有効期間:R7.3.29~R8.3.31



③ 周遊促進・滞在延長支援事業費補助金による支援

市町村等が行う「どっぷり高知旅」を体感する周遊企画や滞在延長に向けた観光商品の磨き上げ、連続テレビ小説に関連したイベントや企画展の開催を支援



④ やなせたかしゆかりの地 高知スタンプラリー

県内の周遊を促進するため、やなせさんが県内に残してくれたキャラクターに関連するスポットや、高知県がドラマ、映画のロケ地となったスポット等を周遊してもらうスタンプラリーを実施



4. 「あんばん」を生かした取組み (2) 「あんばん」を生かした観光振興 ② 展開 ③ ものべすと i

物部川エリアでの観光博覧会

エリア内での受入れ環境整備、
県内・近隣県からの誘客

- 事業主体
香美市・南国市・香南市をはじめとする
官民一体の実行委員会
(事務局：物部川DMO協議会)
- 取組み事例
 - ・ 受入れ環境整備（中核エリアや周遊拠点施設等の磨上げ）
 - ・ 受入れ事業（特別イベントや企画展の開催等）
 - ・ 誘致・広報事業（県民・近隣向け等）



4.「あんぱん」を生かした取組み (2)「あんぱん」を生かした観光振興 ② 展開 ③ ものべすと ii

月日	ものべすと関連のイベント等
3/29,30	高知ものべがわエリア観光博「ものべすと」開幕! 開幕セレモニー in 香美市立やなせたかし記念館 (アンパンマンミュージアム)
3/29	香美市立やなせたかし記念館リニューアルオープン
3/30	南国市シンボルロード・やなせライオン公園広場等完成及びやなせたかしロードシャッターアート完成
4/26～ 2026.2/8	～連続テレビ小説「あんぱん」～のぶと嵩のおらんく展 in 海洋堂SpaceFactoryなんこく (連続テレビ小説「あんぱん」関連の展示ややなせたかしの人生に影響を与えた3匹のライオンに関する展示など)
4/27	どろめ祭り (赤岡海浜・大杯になみなみとそそがれた「おらんくの酒」を一気に飲み干す「大杯飲み干し大会」はどろめ祭りのメインイベント。「これこそ土佐人」のイメージを全国に広めた豪快でユニークな祭り)
5/10	長宗我部フェス in 高知県立歴史民俗資料館 (長宗我部氏の居城跡・岡豊城跡で開催され、毎年県外の歴史ファンが訪れる人気イベント。体験コーナーやステージイベントを実施! 今年はあんぱん食い競争も開催予定!)
5/11	ごめんな祭 in 吾岡山文化の森 (謝罪の聖地でごめんなさいを叫ぶ!)
6/7～ 7/21	企画展「やなせたかしの時代・大正の夢は続く」 in 香美市立美術館 (やなせたかしは、大正8年に生まれ、大正時代の自由な空気の中で成長し、世界大戦や高度成長期などの戦後日本の歩みの中で自身の生きる哲学を磨いてきた。やなせと同時代を生きた画家たちの収蔵品と、やなせの作品を合わせて展示し、大正時代以降の世の中の歩みと彼らの画業を紹介する。)
7月中旬	マリンフェスティバル in ヤシィ・パーク (海開きに合わせて、ビーチで相撲やマーメイドコンテストを開催!)
7/19,20	絵金歌舞伎～ごな線着ぐるみ参加特別編～ in 弁天座 (絵金の芝居絵に描かれている芝居を演じようと、地元有志により平成5年にはじめられた歌舞伎。毎年絵金祭りの2日間に合わせ、絵金蔵向かいの芝居小屋「弁天座」にて上演。今年はごめん・なはり線の着ぐるみも参加する特別バージョン!)
7/19,20	絵金祭り (香南市赤岡町・毎年7月第3土日に、絵金の芝居絵屏風23点が赤岡商店街に一拳展示される。暗闇の中、ろうそくの灯に照らされて一層おどろおどろしさを増した屏風絵を間近に見られる貴重な2日間。祭りの日には弁天座で土佐絵金歌舞伎が上演される。)

4.「あんぱん」を生かした取組み

(2)「あんぱん」を生かした観光振興 ③ スケジュール

スケジュール

どっぶり高知旅キャンペーン

R 6 年度

どっぶり高知旅キャンペーン & ものべがわエリア観光博「ものべすと」

ドラマ放送期間

以降の期間 (R7.10~R8.3)

広報事業

効果的なプロモーション
などやなせさんのふるさと 高知を訴求する
ツール（ポスター・のぼり旗等）、
NHKと連携した広報ツールの制作やなせさんゆかりの地やドラマ関連スポットを重点的に訴求し、
本県に注目を集めるプロモーションを実施やなせさん関連の特別企画展やナイトイベントを中心に全国に
訴求するとともに、「どっぶり」観光素材を絡めて総合的にPR

新宿区など県外ゆかりの地と連携したPR（イベント等での相互の観光PR、周遊企画など）

受入事業

ゆかりの地などの観光資源の
開発・磨き上げなどアンパンマンミュージアムをはじめ、
香美市、南国市、香南市における
中核エリアや、周遊拠点施設等
の磨き上げアンパンマンミュージアムをはじめ、香美市、南国市、香南市における中核エリアの二次交通対策、渋滞対策などを実施
各地のキャラクターと、その地域自慢の伝統文化や食などの体験を組み合わせることで、県内全域への周遊を促進

誘客事業

旅行会社への
セールス活動の実施アンパンマンミュージアムをはじめ、香美市、南国市、香南市における中核エリアや、主要拠点施設等
を中心に、まんが文化や「どっぶり」観光素材を絡めてPRするとともに、団体バス旅行に対する助成制度を
新設・拡充することにより、商品造成を促進連続テレビ小説「らんまん」「あんぱん」のスポットに加えて、
「どっぶり」観光素材や国民文化祭を絡めてPRし、
商品造成を促進R8年度は
連続テ
レビ小
説のレガ
シーを生
かしつつ、
国民文
化祭と
連動

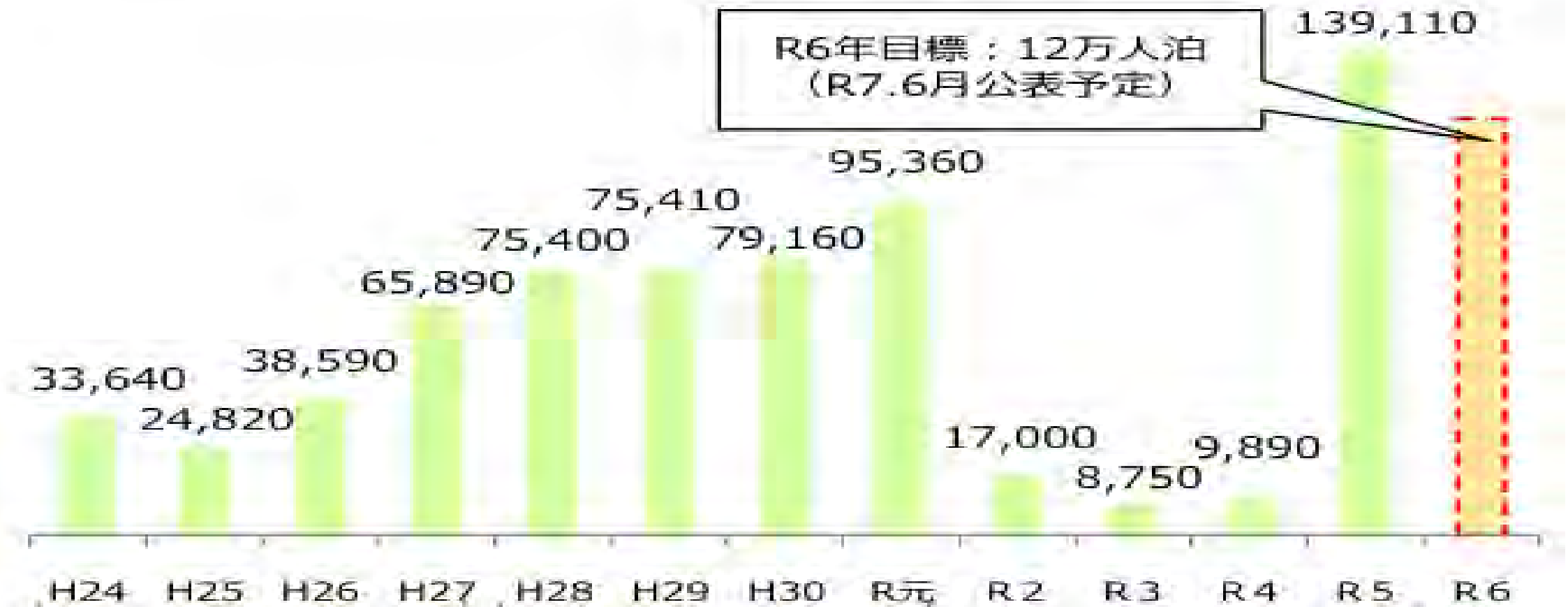
本日の構成

1. 高知県の観光政策の基本スタンス
2. 統計で見る高知県観光の現状
3. 高知県の最近の観光政策
4. 「あんぱん」を生かした取り組み
5. インバウンドの状況

5. インバウンドの状況 (1) 統計で見るインバウンド観光の現状 ① 高知県の外国人延べ宿泊者数

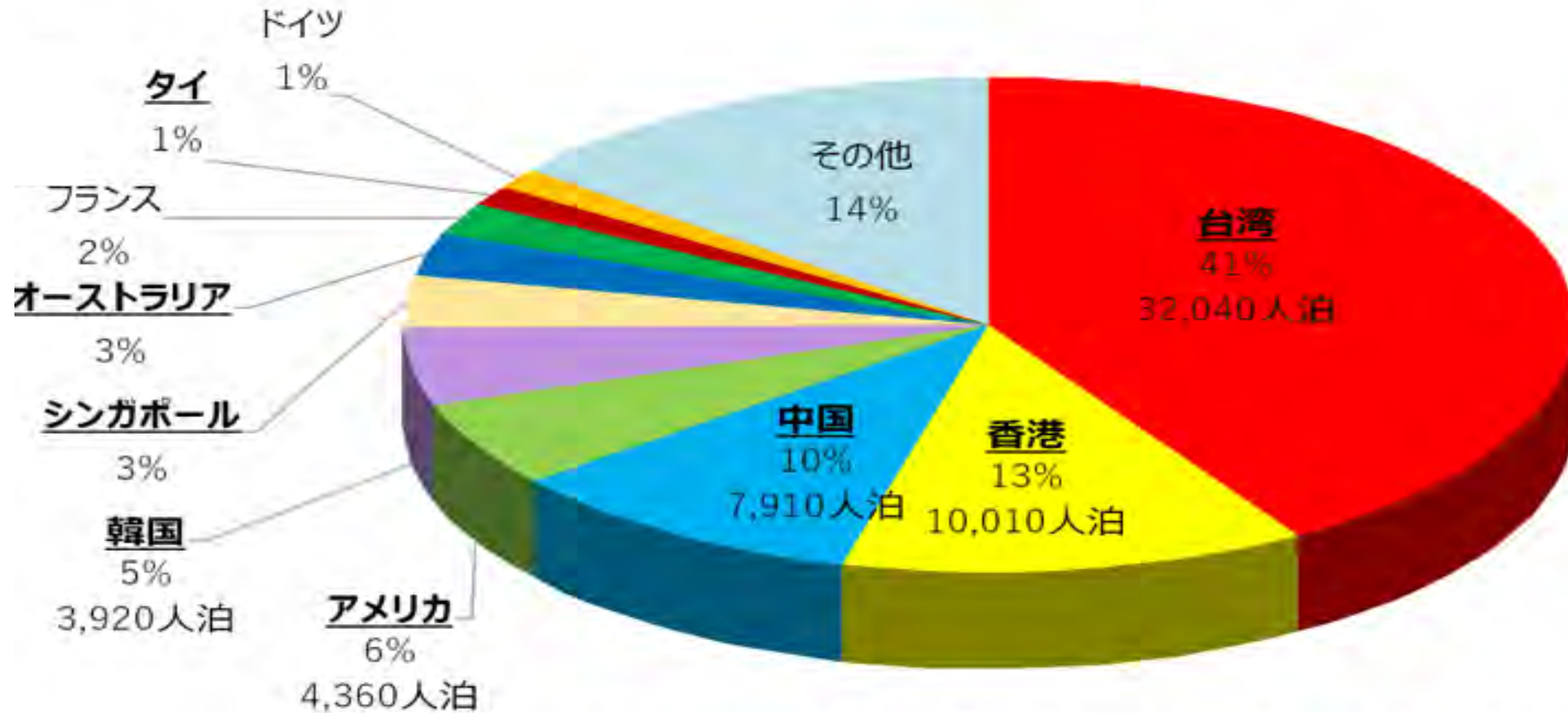
本県の外国人延べ宿泊者数の推移（単位：人泊）

（出典/観光庁宿泊旅行調査（従業員が10未満の宿泊施設を含む））



5. インバウンドの状況 (1) 統計で見るインバウンド観光の現状 ② 出身国・地域構成比

【R5年 国・地域構成比】



(観光庁／宿泊旅行統計調査 ※国別データは従業員が10人以上の宿泊施設のみ)

5. インバウンドの状況

(2) 台湾－高知定期チャーター便の就航状況

【チャーター便概要】

- 期間：令和5年5月10日～
令和7年10月25日
- 便数：週2便往復（水、土）
- 旅行会社：スタートトラベル
（台湾発団体ツアー販売）
- 航空会社：タイガーエア台湾
（個人向け座席販売・1機あたり25席）
- 座席数：180席
- 平均搭乗率：約95%
（令和5年5月～令和7年2月）

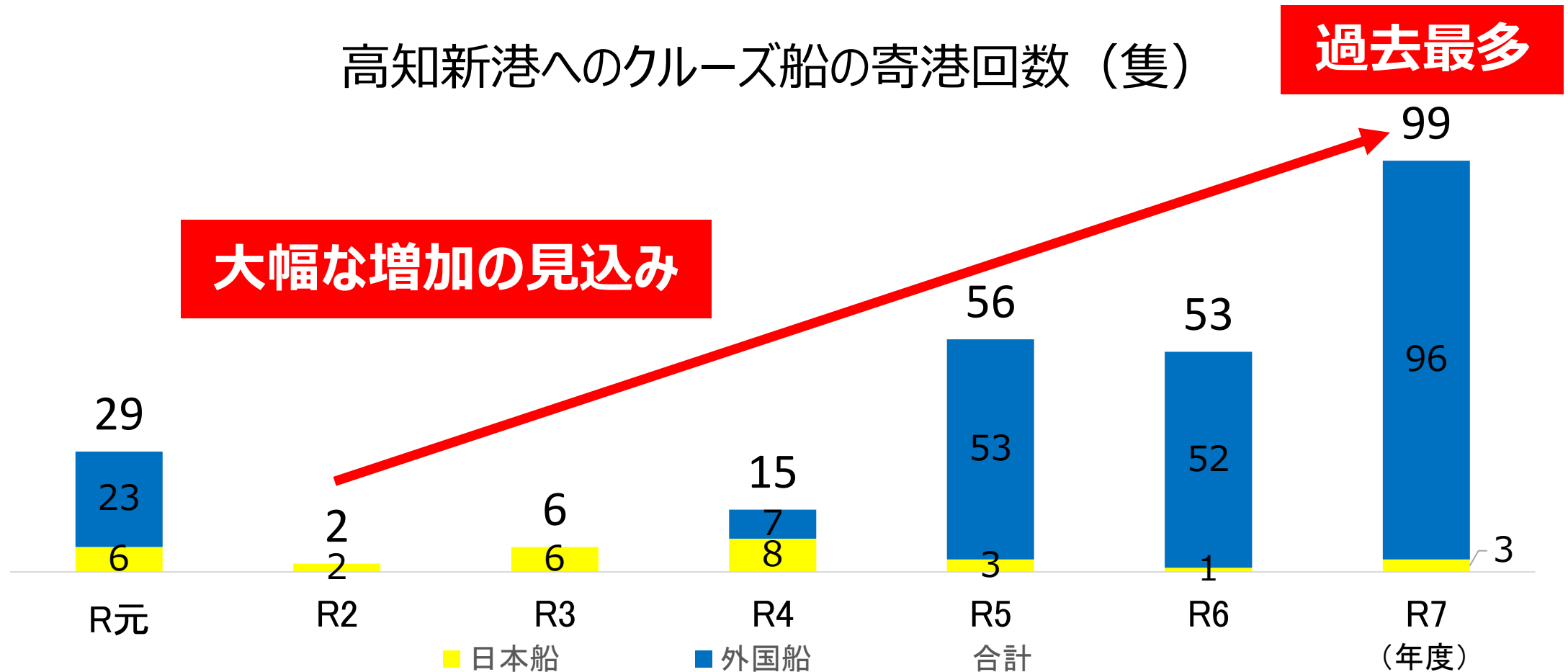


5. インバウンドの状況

(3) クルーズ船の寄港状況

① 高知新港へのクルーズ船の寄港回数（日本船及び外国船）

- 令和6（2024）年度の高知新港へのクルーズ船の寄港回数（日本船及び外国船）は53回、令和7（2025）年度には99回と大幅な増加の見込み（R7年度はR7年4月11日現在の数値で予約を含む）。



5. インバウンドの状況

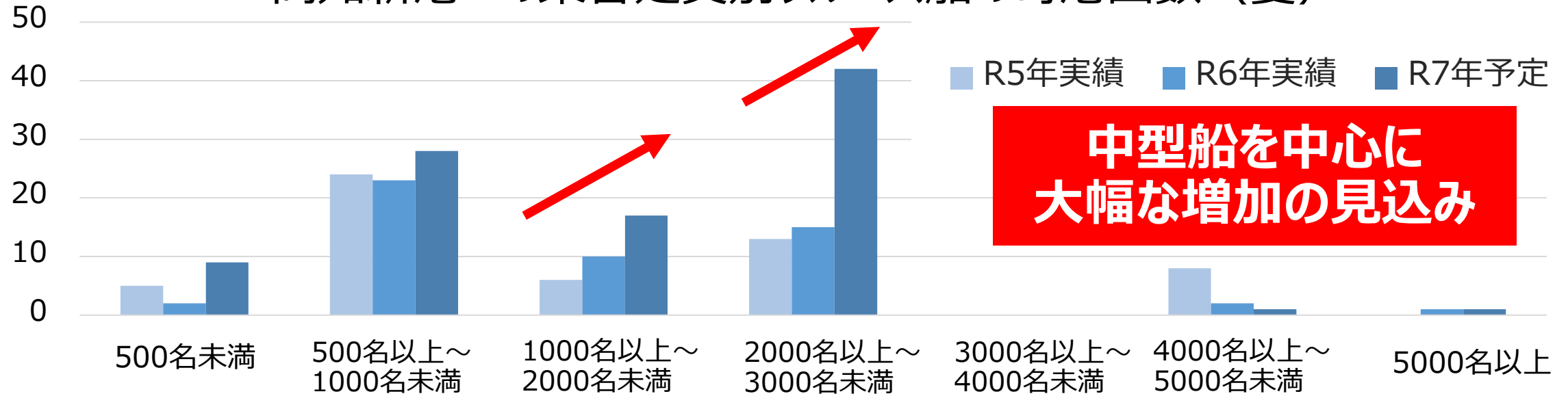
(3) クルーズ船の寄港状況

② 高知新港に寄港するクルーズ船の規模（乗客定員）と寄港回数

- 高知新港に寄港するクルーズ船（日本船及び外国船）の規模（乗客定員）は1000名～3000名の中型が多く、令和7（2025）年度には寄港回数が大幅に増加する見込み（R7年度はR7年4月11日現在の数値で予約を含む）。

船舶数（隻）

高知新港への乗客定員別クルーズ船の寄港回数（隻）



高知新港に寄港予定のクルーズ船の乗客定員を合計すると
R6年度8万7,000人⇒R7年度16万0,000人の見込み

5. インバウンドの状況

(4) 四国のゴールデンルート

1 おもてなし

～四国最大の魅力は、おもてなしの心～四国遍路の文化

2 多様性

～日本の原風景が凝縮 海・山・川の多彩な自然・体験～

3 周遊

～島ならではの巡る楽しさ～



ご清聴ありがとうございました。

四国銀行 徳島営業部
地域イノベーション部

SER 四銀地域経済研究所



地域と共に未来を創造する

(株) 四銀地域経済研究所

〒780-0823 高知市菜園場町1-21

Tel : 088-883-1152(代表)

Mail : shigincr@crux.ocn.ne.jp