

土佐の「おきやく」2026

経済波及効果38億4,008万円

土佐の「おきやく」2026
tosa-okiyaku.com

高知県高知市中心商店街ほかで開催!
2026 3/7(土)・15(日)

かまんき。べろべろでも、
年一度のべろべろ詣へ
高知酒国 SYUKOKU KOCHI

かまんき。べろべろでも、
年一度のべろべろ詣へ
高知酒国 SYUKOKU KOCHI

株式会社四銀地域経済研究所
主任研究員 山本翔太郎

1. アンケート調査方法

【イベント事業者】

- 回答企業（団体）数 83 / 調査対象企業（団体）数 86
回収率96.5%

【来場者】

- アンケート数 340

（土佐の「おきゃく」2026年3月14日（土）、3月15日（日）の2日間、東洋電化中央公園にて実施）

→ヒアリングした費目ごとの支出額を参考に、それぞれ高知県内で自給可能な割合をかけて、経済波及効果を算出



2. 経済波及効果の推計結果

	直接効果①	間接1次 波及効果②	間接2次 波及効果③	経済波及効果 (① + ② + ③)
2024年	6億8,987万円	2億3,055万円	1億1,444万円	10億3,486万円
2025年	13億9,655万円	4億6,856万円	2億2,920万円	20億9,431万円
2026年	25億6,075万円	8億5,711万円	4億2,222万円	38億4,008万円
前年比 (増減率)	11億6,420万円 (+83.4%)	3億8,855万円 (+82.9%)	1億9,302万円 (+84.2%)	17億4,577万円 (+83.4%)

約 8 割増

3. 来場者数の推計結果

(単位：人、%)

		高知県内		高知県外		合計
		日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	
2024年	来場者数	81,084	1,213	2,731	5,158	90,186
	構成比	89.9	1.3	3.0	5.7	100.0
2025年	来場者数	57,140	1,592	2,742	17,160	75,892
	構成比	75.3	2.1	3.6	19.0	100.0
2026年	来場者数	62,766	3,457	9,460	24,742	100,425
	構成比	62.5	3.4	9.4	24.6	100.0
前年比	来場者数	5,626	1,865	6,718	10,324	24,533
	増減率	+9.8	+117.1	+245.0	+71.6	+32.3

約3.5倍

約3割増

4. 一人あたり観光消費額推計（県内観光客）

【県内観光客】

（単位：円）

		宿泊費	飲食費	交通費	土産代	その他	合計
日 帰 り 客	2024年	-	3,234	353	672	58	4,317
	2025年	-	4,618	524	523	103	5,769
	2026年	-	5,002	625	1,327	286	7,240
	前年比	-	+384	+100	+803	+183	+1,471
	（増減率）	-	(+8.3%)	(+19.1%)	(+153.5%)	(+176.7%)	(+25.5%)
宿 泊 客	2024年	11,688	7,800	2,344	2,250	181	24,263
	2025年	10,778	9,011	9,944	7,333	1,222	38,289
	2026年	6,632	6,129	7,763	3,421	1,606	25,551
	前年比	▲4,146	▲2,882	▲2,181	▲3,912	+384	▲12,738
	（増減率）	(▲38.5%)	(▲32.0%)	(▲21.9%)	(▲53.3%)	(+31.4%)	(▲33.3%)

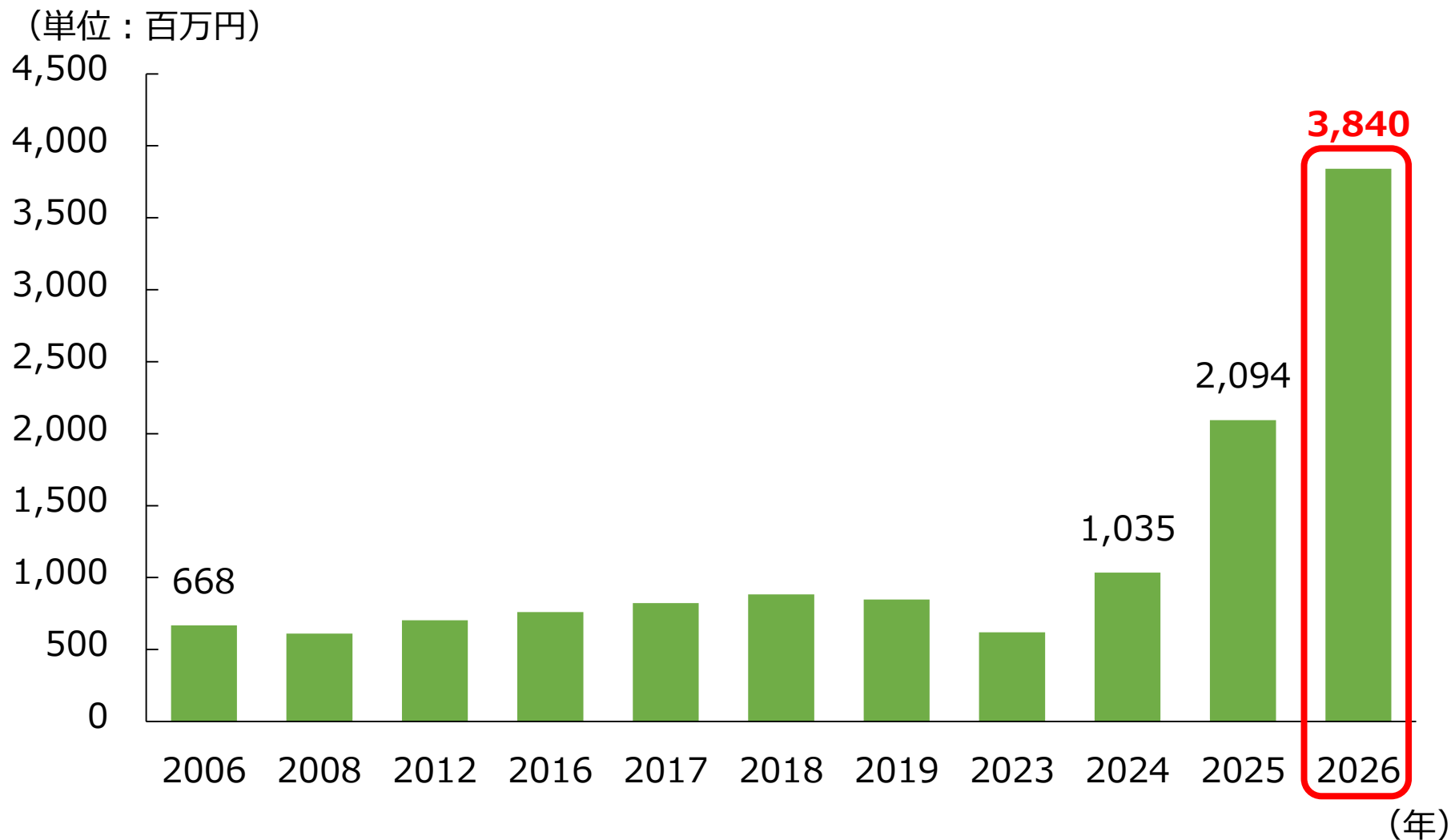
5. 一人あたり観光消費額推計（県外観光客）

【県外観光客】

（単位：円）

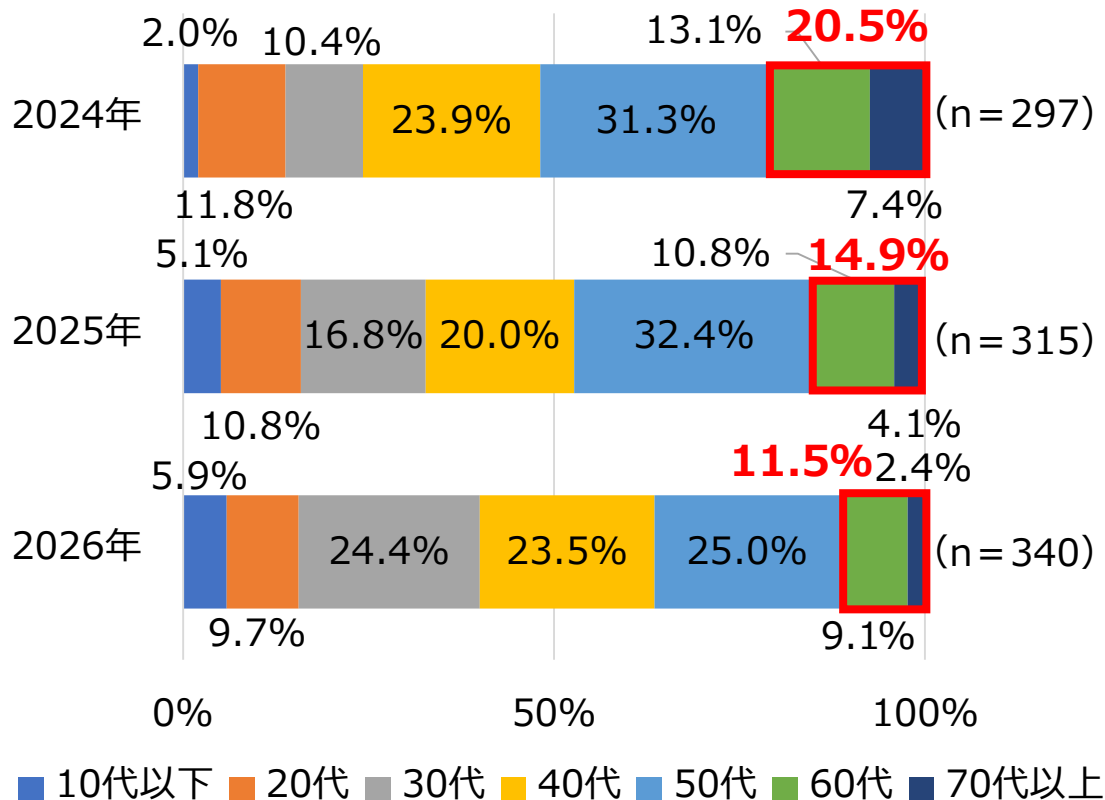
		宿泊費	飲食費	交通費	土産代	その他	合計
日 帰 り 客	2024年	-	3,985	4,154	3,519	115	11,773
	2025年	-	3,889	2,167	1,917	56	8,028
	2026年	-	4,841	4,750	2,500	677	12,768
	前年比	-	+952	+2,583	+583	+622	+4,740
	(増減率)	-	(+24.5%)	(+119.2%)	(+30.4%)	(+1,119.1%)	(+59.1%)
宿 泊 客	2024年	12,283	11,074	11,963	5,331	847	41,498
	2025年	13,280	12,687	11,664	4,707	1,384	43,723
	2026年	15,145	13,691	15,956	7,709	3,424	55,924
	前年比	+1,864	+1,004	+4,292	+3,001	+2,039	+12,201
	(増減率)	(+14.0%)	(+7.9%)	(+36.8%)	(+63.8%)	(+147.3%)	(+27.9%)

6. 経済波及効果推計結果の推移



7. アンケート結果（東洋電化中央公園の来場者）①

（1）年齢



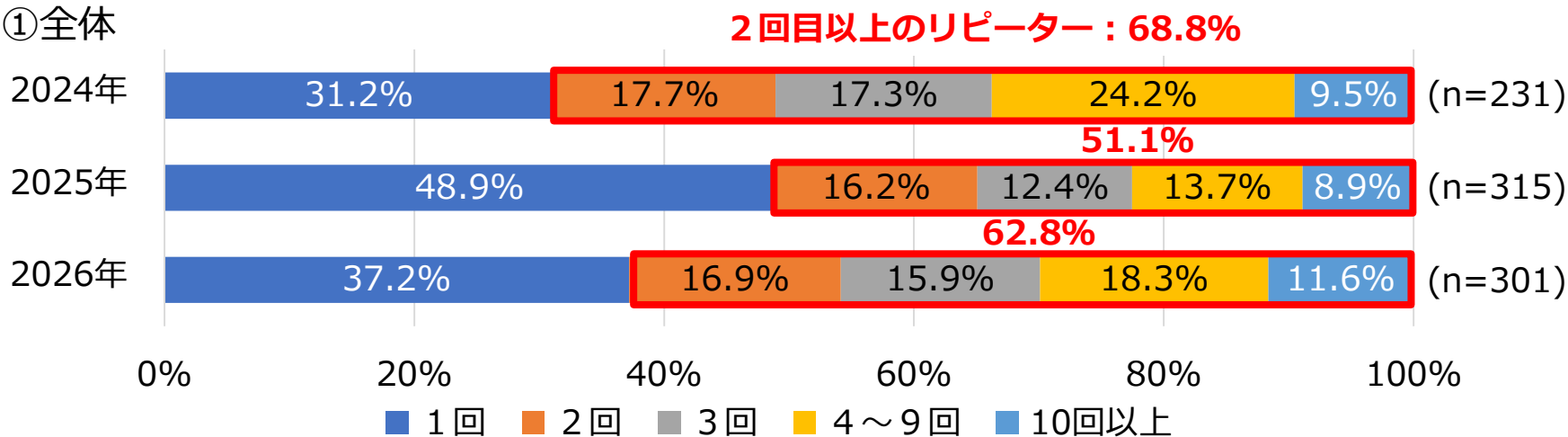
（2）飲食費

	飲食費の 平均値	【参考】 2025年
10代以下	1,715円	1,875円
20代	4,573円	8,529円
30代	7,381円	7,770円
40代	8,956円	10,719円
50代	9,973円	7,875円
60代	11,345円	7,603円
70代以上	5,000円	5,231円

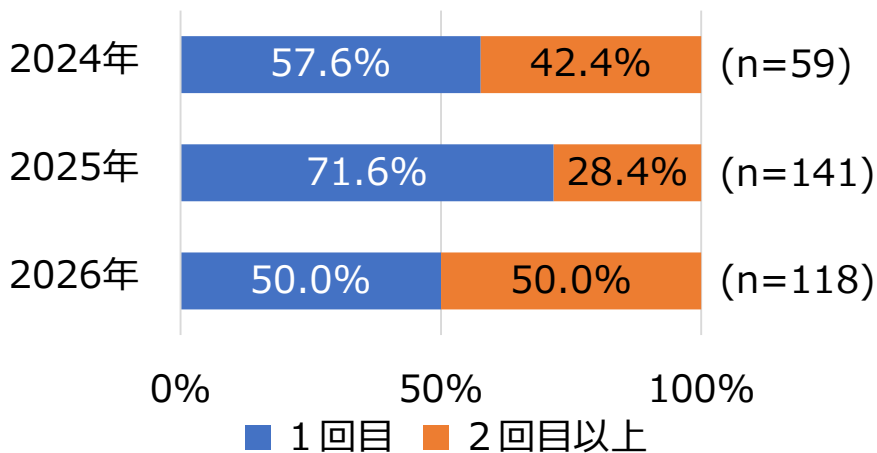
7. アンケート結果（東洋電化中央公園の来場者）②

（3）何回目の参加か

①全体



②うち、県外客



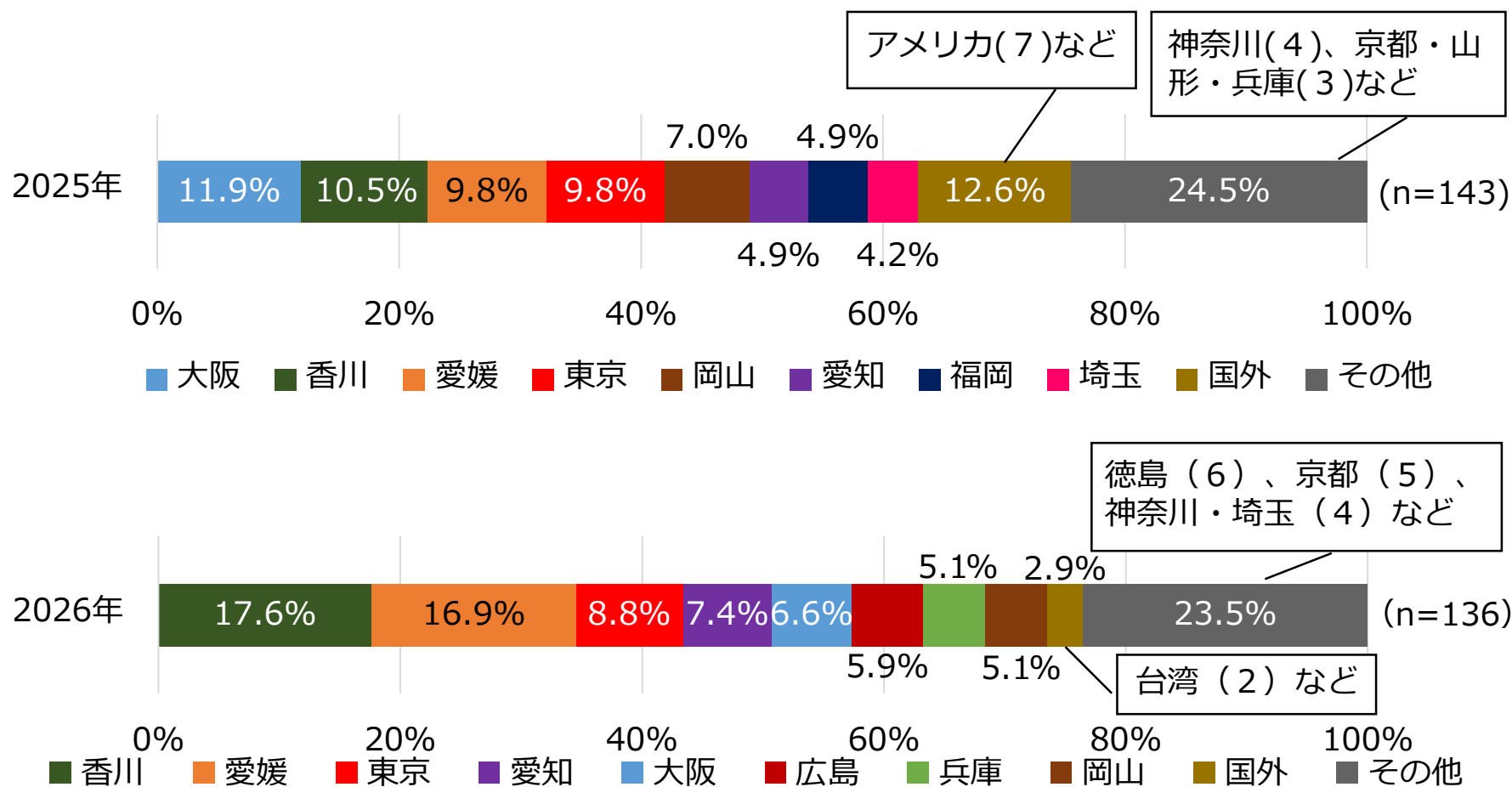
③県外リピーター客推移



※県外からの来場者総数に、土佐の「おきゃく」参加回数が2回目以上の割合をかけた概算値

7. アンケート結果（東洋電化中央公園の来場者）③

（4）県外来場者の内訳

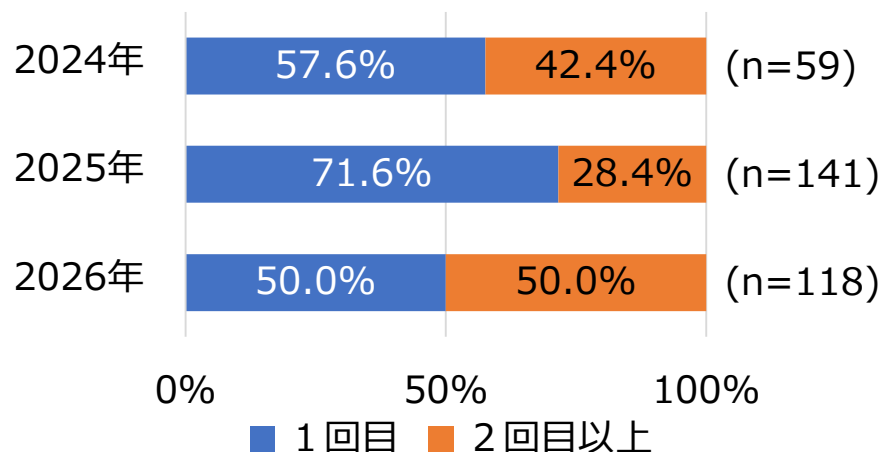


8. 推計結果の要因分析①

－県外来場者数（特にリピーター客）の大幅増

- 2026年の県外来場者数は34,202人（日帰り客9,460人＋宿泊客24,742人）、前年比＋17,042人（＋99.3%）と約2倍増。
- 県外客のうち、2回目以上の参加者（リピーター）の割合が50.0%となり、実数ベース換算で17,101人（2019年比約4.6倍）。
- 一度土佐の「おきゃく」を体験した県外客が、再び高知を訪れるという好循環が形成されつつある。

土佐の「おきゃく」来訪回数（県外客のみ）



県外リピーター客推移



※県外からの来場者総数に、土佐の「おきゃく」参加回数が2回目以上の割合をかけた概算値

8. 推計結果の要因分析②

－公式HPに加え、口コミやSNSによる認知度向上

- 全体のアクセス数は前年比16.5%減。
- 前年（2025年）が大幅増（39.7%増）であったことの反動も考慮すると、高水準は維持している。

	前後1カ月間のアクセス数（2/21～3/20）		うち、開催前1週間のアクセス数	
		前年比		前年比
2019年	1,679,117	－	373,433	－
2023年	1,829,404	+9.0%	463,021	+24.0%
2024年	2,639,867	+44.3%	542,715	+17.2%
2025年	3,688,822	+39.7%	920,455	+69.6%
2026年	3,081,055	▲16.5%	724,830	▲21.3%

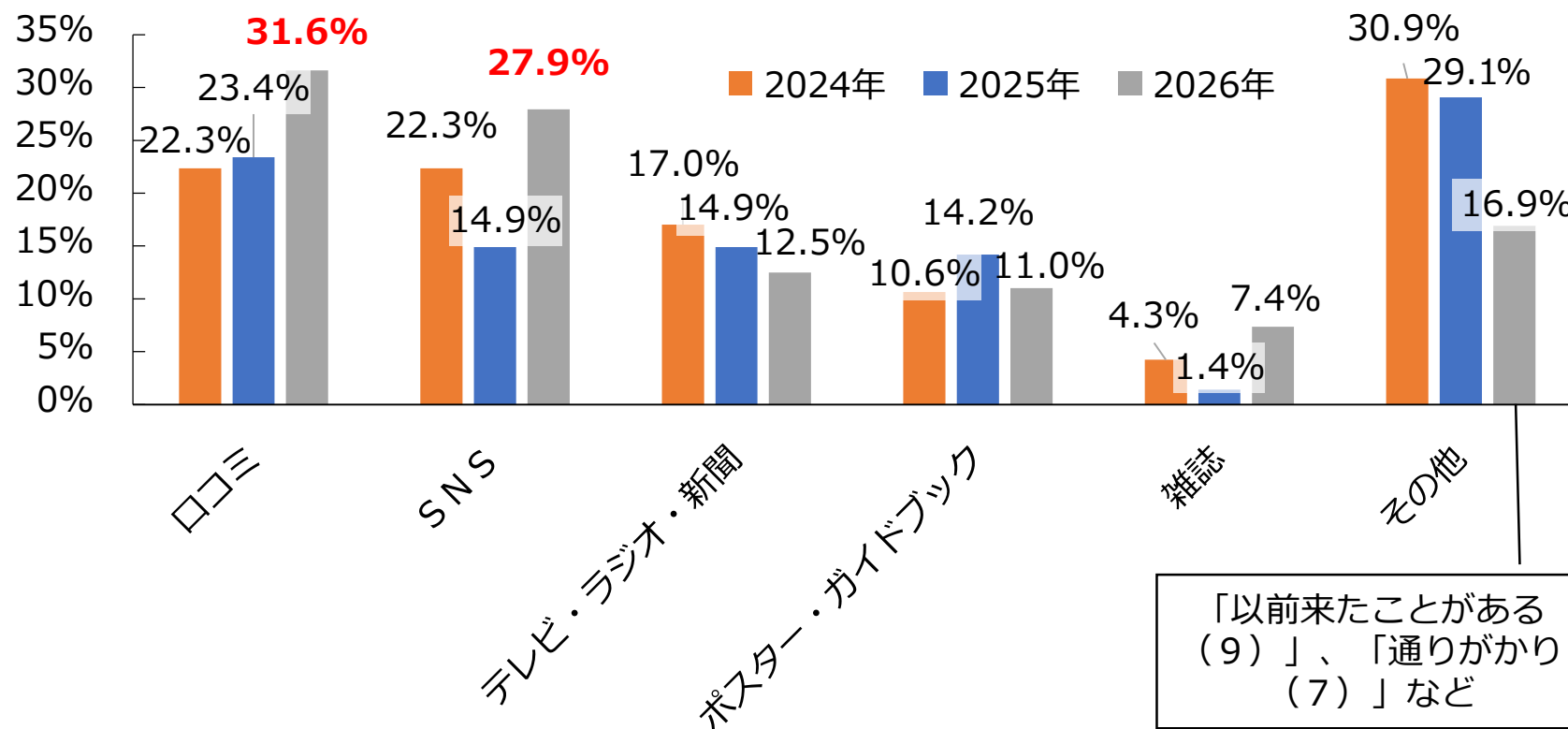
（注）うるう年の月末（2/29）考慮のため、2024年のみ2/22～3/20の期間28日間分を集計
（資料）アトリエエフ調べ

8. 推計結果の要因分析②

－公式HPに加え、口コミやSNSによる認知度向上

- 県外客が土佐の「おきゃく」を知ったきっかけとして、「口コミ」「SNS」が「テレビ・ラジオ・新聞」の割合を大きく上回る。
⇒ 自然な情報拡散が県外誘客の主要チャネルに。

土佐の「おきゃく」を何で知ったか（県外客のみ、複数回答）

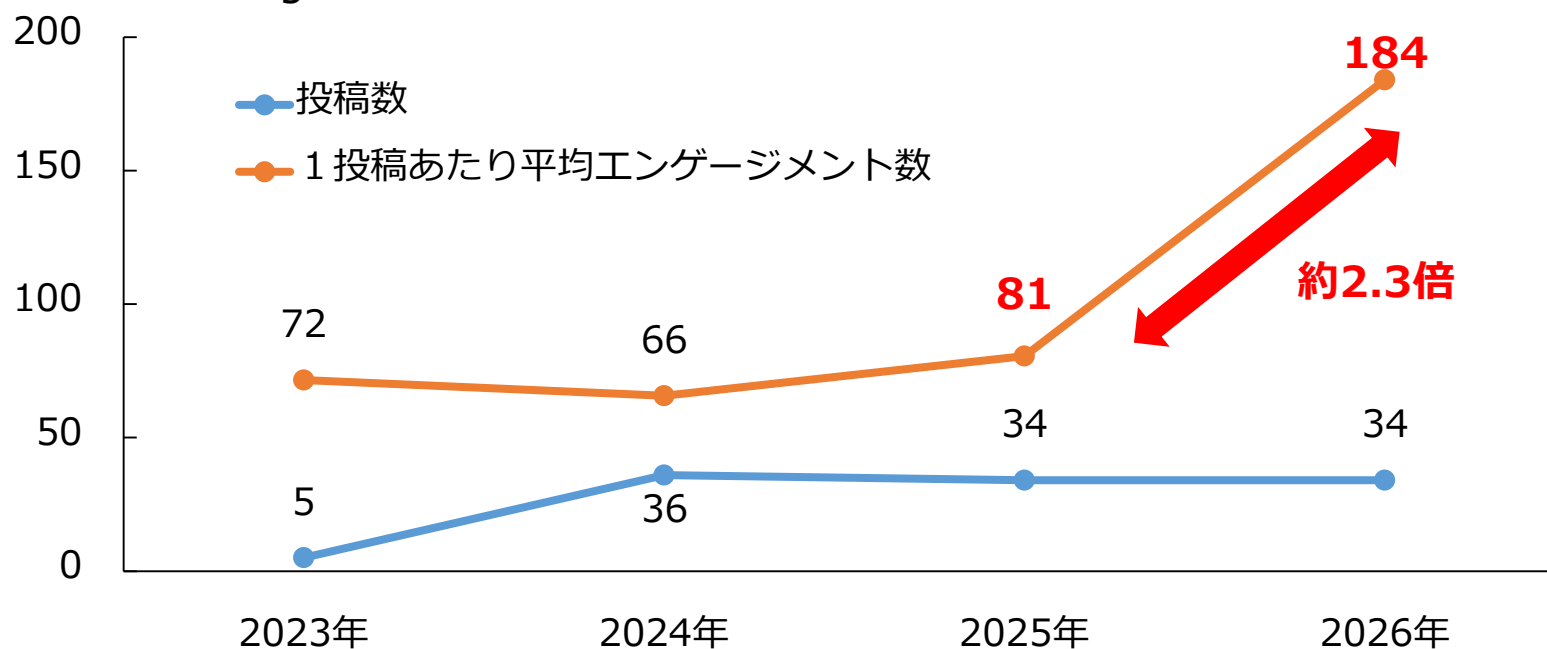


8. 推計結果の要因分析②

－公式HPに加え、口コミやSNSによる認知度向上

- Instagramにおいては、土佐の「おきゃく」2026に関する投稿に対する平均エンゲージメント数が前年比約2.3倍に増加。
- 継続的な情報発信により、土佐の「おきゃく」の認知度は県外においても着実に向上しており、リピーターの定着と新規県外客の誘客の両面に貢献している。

公式Instagramの投稿数（注）・1投稿あたり平均エンゲージメント数



（注）エンゲージメント数：投稿に対するユーザーの反応（いいね、コメント、保存、シェアなど）の数。
エンゲージメント数が高いほどユーザーの関心を引いている可能性が高い。

9. まとめ

- 土佐の「おきゃく」2026では、来場者数、一人当たり観光消費額がともに過去最高を更新し、経済波及効果は大幅に増加した前年（2025年）のさらに約1.8倍となった。
- 全ての来場者属性において来場者数が増加するとともに、消費単価の高い県外宿泊客が大幅に増加したことで、一人当たり観光消費額も前年比+6,642円（+48.3%）の大幅増となり、経済波及効果を来場者数の伸び以上に押し上げた。
- 県外宿泊客の増加の背景として、参加回数2回目以上の県外リピーターの人数が2019年比約4.6倍に達したことが挙げられる。また、県外来場者が本イベントを知ったきっかけとして「口コミ」や「SNS」が上位を占め、公式Instagramの1投稿当たりの平均エンゲージメント数も前年比約2.3倍に増加するなど、口コミ・SNSを軸とした認知度向上がリピーター定着と新規誘客の両面に貢献したと考えられる。
- 今後も魅力的なイベントを多数開催し、県外宿泊客向けの宿泊プラン造成や効果的な情報発信を継続することで、県内の幅広い地域に「おきゃく」の効果が広がっていくことが期待される。

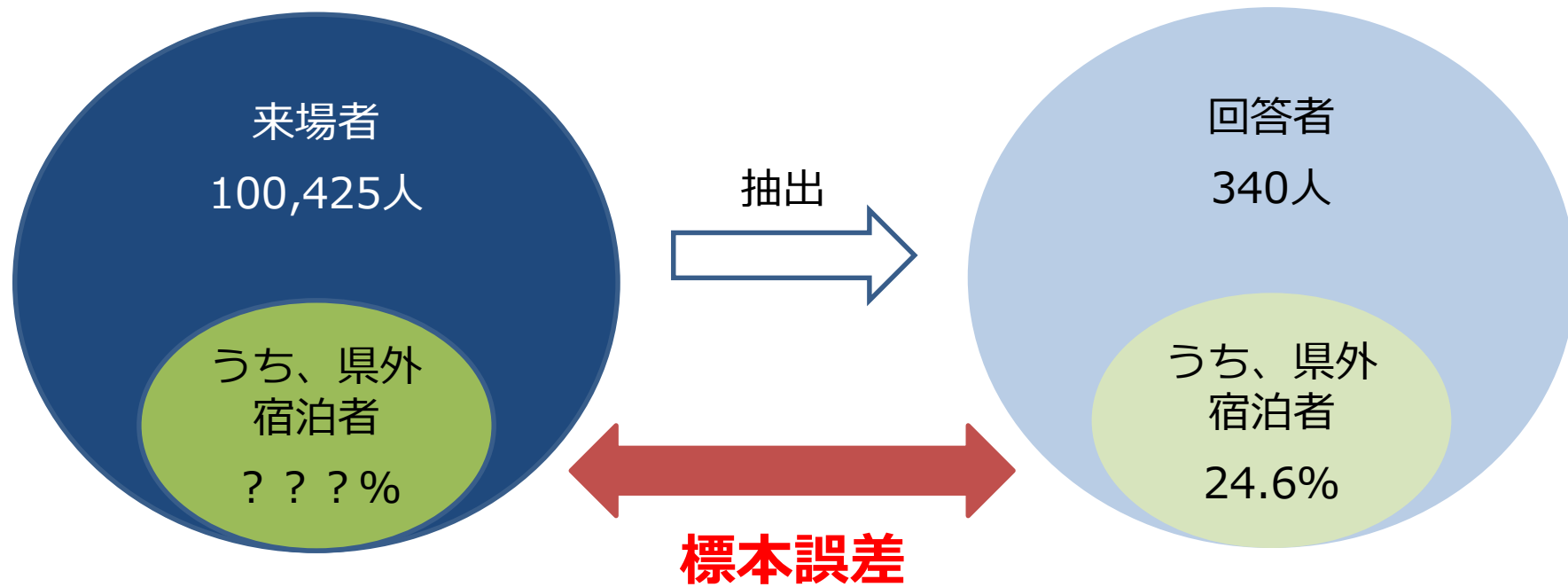
ご清聴ありがとうございました。

APPENDIX

サンプル調査における「標本誤差」の留意点①

来場者総数

アンケートによる
サンプル調査



サンプル調査における「標本誤差」の留意点②

必要なサンプル数の目安

母集団が100,425人 (2026年の来場者数)		信頼水準（高いほど信頼できる）	
		90%	95%
許容誤差 (低いほど誤差が 少ない)	6%	189	267
	5%	272	383
	4%	424	597



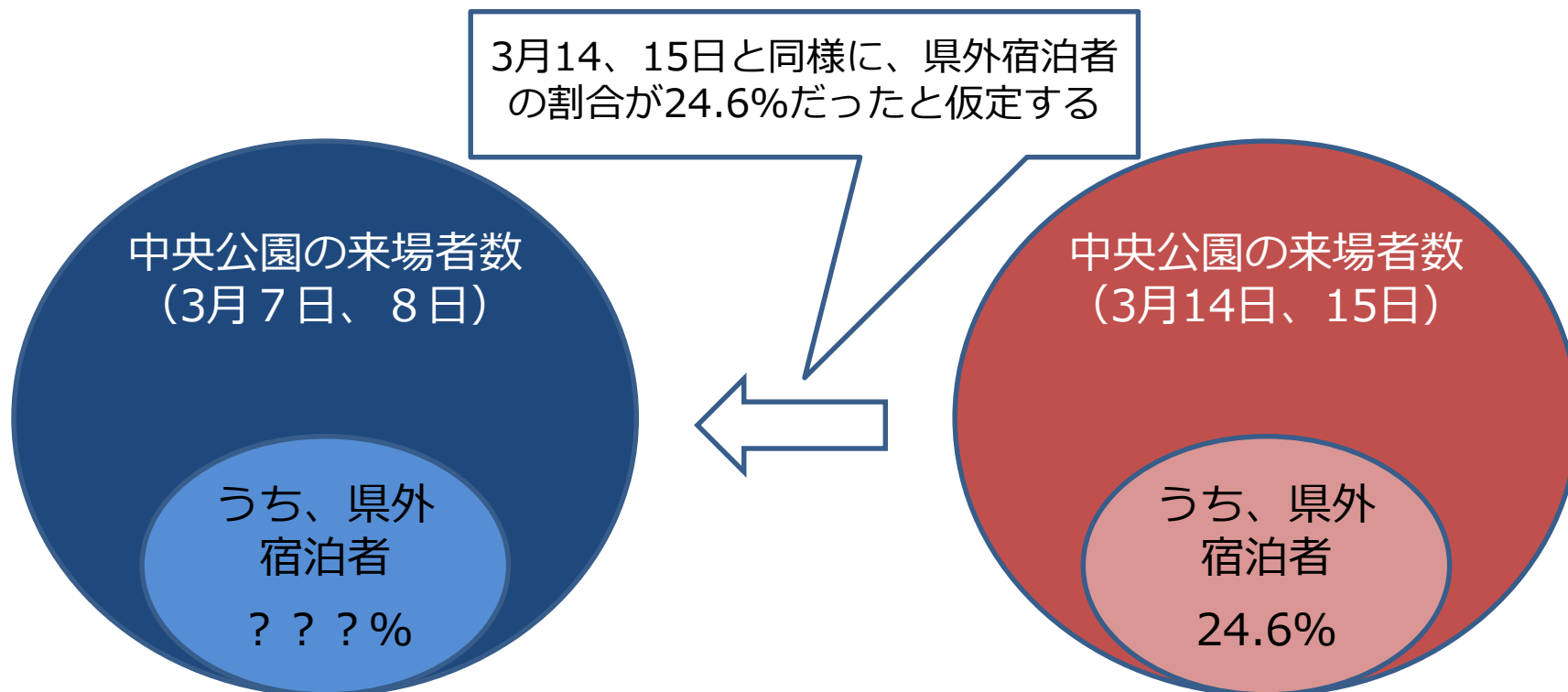
サンプル数が340人なら・・・

母集団は

95%の確率で、サンプル調査結果から誤差**±5～6%**の範囲に収まる

サンプル調査における「標本誤差」の留意点③

サンプル調査が異常値となるケース



仮に中央公園の3月7日、8日の来場者のうち、県外宿泊者の割合が実際は
コロナ前と同じ（2015～2019年の5か年平均：7.2%）だった場合、
17.4%も誤差が生じていることになる。