

# 「どっぶり高知旅キャンペーン -シーズン1-」の展開

| 年度             | 令和5年度  | 令和6年度(2024)   |    |    |  |    |    |  |     |  |    |   |  |
|----------------|--|---|----|----|--|----|----|--|-----|--|----|---|--|
| 四半期            | 3月   | 4月  | 5月 | 6月 | 7月   | 8月 | 9月 | 10月  | 11月 | 12月  | 1月 | 2-3月  |  |
| 誘客コンテンツ        | 季節テーマ  | どっぶり! 「花・みどり」(自然をたっぷり満喫)  |    |    | どっぶり! 「アクティビティ」(がっつり体験)  |    |    | どっぶり! 「食」(こじやんと味わう)                        |     | どっぶり! 「歴史・文化」(とことん体感)  |    | 「あんぱん」プロモーション   |  |
|                | トピックス  | 博覧会フィナーレ ● ★4/1キャンペーンスタート<br>★西川花祭り(香南市) ★牧野富太郎博士生誕祭(佐川町)<br>★ひよたん桜、しだれ桜(仁淀川町) ★こうち春まつり ★高知県知事杯釣り大会(土佐市)<br>★あゆ漁解禁<br>★れいほくる(土佐町)(5/5~6/11)   |    |    | ★大阪アンテナショップ開業<br>★海開き ★梶ヶ森山開き<br>★よさこい祭り ★新子まつり<br>★Beach Hopping(東洋町) ★COMODO URANOUCI(須崎市) |    |    | 土佐の豊稔祭<br>★土佐さがのもどりガツオ祭り<br>★ゆずはじまる祭り(馬路村) |     | ナイトイベント(神楽等伝統文化とのジョイント)<br>★大川村謝肉祭 ★池川神楽、安居神楽<br>★本川神楽、名野川岩戸神楽、津野山古式神楽 |    | 土佐のおきやく ●<br>★星神社のお弓祭り(北川村)<br>★秋葉祭り<br>★わんさかわっしょい体験博(佐川町)(1/13~2/29) |  |
| 誘致・広報事業        | 話題化・ヤマづくり  | メディア露出を意識したプロモーションを展開し、全国レベルでの話題化を創出<br>らんまんを生かした自然・花PR → PR企画(アクティビティ)(ex.著名人体験企画) → メディアツアー → 各エリアのポスター完成発表 → PR企画(文化)(ex.首都圏記者発表会) → イベント企画 → あんぱん連携PR<br>クリエイターとのコラボによる各地域でのどっぶり旅への参加型、滞在型の企画の実施<br>★第1弾(アクティビティ) ★第2弾(食) ★第3弾(文化) ★第4弾(自然)               |    |    |  |    |    |  |     |  |    |   |  |
|                | 各媒体による発信・情報拡散  | 全国メディアや近隣県等のメディアと連携した情報発信<br>首都圏等をはじめとしたメディアへのパブリシティ活動等によるTV・新聞・雑誌等での露出の創出<br>★(再掲)メディアツアー ★メディアキャラバン ★情報交換会 ★メディアキャラバン ★情報交換会<br>近隣県等エリア属性に応じた誘客に直結するTV、雑誌等広告<br>春の観光シーズン、GWに向けたPR → 夏休み・SWに向けたPR → 秋の観光シーズンに向けたPR → ナイトイベント等の冬場に向けたPR                       |    |    |  |    |    |  |     |  |    |   |  |
|                | 公式HPやSNSによる発信  | 公式HPによる一元的な情報発信(・様々な露出を集約先としての公式HPへの誘導につなげる・具体的な過ごし方を動画等のコンテンツで紹介・各地域のHP等に誘導)<br>ターゲットに合わせた「どっぶり高知旅」を紹介する記事を作成・発信 → ★コンテストに合わせたコンテンツ掲載<br>どっぶり動画 → どっぶり動画 → どっぶり動画 → どっぶり動画   |    |    |  |    |    |  |     |  |    |   |  |
|                | その他  | SNS等による情報拡散(コアなファン獲得・話題拡散) → ★県民向けどっぶりコンテスト企画を活用した情報拡散 → ★旅行者向けどっぶりコンテスト企画を活用した情報拡散<br>航空会社社内誌でのPR実施 → 県内外の交通広告や高速SA等でのPR実施 → 航空会社等と連携したPR実施  |    |    |  |    |    |  |     |  |    |   |  |
|                | 基本的なPR   | ポスター、のぼり等掲出 → ★各エリアごとのどっぶり旅ポスター企画 → ポスター 新バージョン追加<br>公式ガイドブックVol.1発行/イベントチラシ等 発行 → 公式ガイドブックVol.2発行/イベントチラシ等 発行  |    |    |  |    |    |  |     |  |    |   |  |
|                | 旅行会社向けセールス等  | 県内関係者向けコンセプト説明資料配布 → どっぶりコンテンツを集約・解説したコンセプトブック(着地・県内の関係者向け)<br>R6下期向け 説明会、セールスなど → R7上期向け 説明会、セールスなど<br>OTAへの広告出稿 → 旅行会社等 モニターツアー → OTAへの広告出稿<br>土佐丼クーポン券の発行 → 土佐丼クーポン券の発行<br>海外旅行会社へのセールス ★旅行博(台北) → ★知事トップセールス(台北) → ★旅行会社等ファミツアー(台北) → ★旅行博(台北) → 商談会(台北)★ |    |    |  |    |    |  |     |  |    |   |  |
|                | 商品造成・二次交通対策  | キャンペーンの核となる「地域との交流」や「暮らしに触れる」商品づくり・既存商品の磨き上げ<br>県内バス事業者との連携によるどっぶり観光素材を巡るツアー造成・販売支援   |    |    |  |    |    |  |     |  |    |   |  |
|                | 囲い込み策(リピーター化)  | プッシュ型の観光情報発信の会員づくりと情報発信(龍馬バスポートと連動)<br>県内関係者と連携したおもてなしキャンペーン<宿泊・飲食・商店街・土産物・交通事業など>(ピンバッジ等のノベルティを活用した土佐弁等のおもてなし活動の推進)  |    |    |  |    |    |  |     |  |    |   |  |
|                | 周遊促進・滞在延長  | 御朱飲めぐり → 御朱飲めぐり第2弾<br>NEXCO西日本と連携した周遊キャンペーンの実施 → ファミリー層や温泉等テーマにした周遊施策   |    |    |  |    |    |  |     |  |    |   |  |
|                | 地域との交流の場の創出  | 広域、市町村内での周遊促進・滞在延長に向けた取組の実施(タクシープランづくり、デジタルスタンプラリー、食の提供機能の強化等)<br>集落活動センターを核とした商品づくり(①センタースタッフや地域支援企画員による企画づくり ②モニターツアーなど実施に向けた準備等)<br>教育旅行における民泊の拡大に向けた取組(①民泊受入ガイドラインの策定 ②新規参画者を対象とした研修会の開催等) → 新規参画者の民泊の受入  |    |    |  |    |    |  |     |  |    |   |  |
| 宿泊施設を中心とした長期滞在 | 宿泊施設を中心に地域と連携した魅力向上の取組の実施(①長期滞在をテーマとしたセミナーの開催 ②宿泊施設へのアドバイザー派遣・実践支援)<br>中山間地域の宿泊エリアの充実(複数の宿泊施設を中心に長期滞在することができるモデル地域づくり)(①モデルエリアの公募 ②モデルエリアの事業計画策定等) |   |    |    |  |    |    |  |     |  |    |   |  |
| ガイド機能・体制の強化    | ガイド人材の裾野の拡大(①学生等向けガイド体験会の実施 ②ガイド人材とガイド団体との仲介等)<br>観光ガイドのスキルアップ(①学芸員によるスキルアップ講習会 ②専門家やアドバイザー派遣によるガイドへの専門的な助言)<br>宿泊施設、観光施設等のコンシェルジュ機能の強化            |   |    |    |  |    |    |  |     |  |    |   |  |

※ ■…推進委事業  
 ■…県事業