

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＝「どっぶ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。

4年間の展開イメージ

