

「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6年度 | | | | | | | | | | 令和7年度 | |
|----------------|---|----|--|-----------|----|---|-----------|---|------------------------------|--------------------|--|-------------------|
| 四半期 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2-3月 | 4月 |
| 季節テーマ | 「花・みどり」(自然をたっぶり体験) ★4/1キャンペーンスタート | | 「アクティビティ」(がっつり体験) ★大阪あんでなショップ「とさどさ」開業 | | | 「食」(こじゃんと味わう) 土佐の豊穡祭 | | 「歴史・文化」(とことん体感) 夜間イベント(神楽等伝統文化とのジョイント) | | | 「花・みどり」 | |
| ドラマ関連 | キャスト等発表(随時)・ロケ地の選定等 | | | | | 県内ロケ(想定) | | | | | 番組宣伝の開始 | ◇ドラマ放送開始 |
| 推進組織 | 物部川エリア★実行委員会 設立総会 | | | ★第2回実行委員会 | | | ★第3回実行委員会 | | | ★プレイイベント 第4回実行委員会★ | | ★オープニングイベント・博覧会開幕 |
| プロモーション・セールス | R6下期向け 説明会、セールスなど(4/16東京～) | | | | | R7上期向け 説明会、セールスなど | | | | | 各メディアとのタイアップ・広告等(やなせさんどっぶりコンテンツ(ゆかりの地巡り)等) | |
| 受入環境の整備 | やなせさん関連スポットの整備・各地域の観光資源の磨き上げ | | | | | ゆかりの地リーフ作成、周遊施策の企画、特別イベント等の企画 | | | | | 多客期のシャトルバス・周遊バスの運行 | |
| 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 | | | | | | | | | | | |
| | <PR企画> 観光客や県外在住者からの情報収集・コンテンツ制作準備(②旅行者向けコンテスト) メディアプロモート | | | | | <PR企画> 収集した素材からコンテンツ作成、発表、情報発信・インフルエンサーによる発信 メディアプロモート | | | | | | |
| | ①市町村向け(R6.3.28結果発表) | | | | | ③県民向け(R6下半期～) | | | | | ④県内学生向け(R7.2月予定) | |
| 誘致・広報事業 | 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 | | | | | | | | | | 人気ゲームキャラクターとコラボしたプロモーション企画 | |
| 各媒体による発信・情報拡散 | 全国メディアへのパブリシティ(取材誘致) 活動によるTV・新聞・雑誌等での発信 ★メディアツアー | | | | | ★情報交換会(東京) | | | ★首都圏での観光PRイベントの開催 ★情報交換会(東京) | | | |
| ターゲットに合わせた発信 | 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 GW・夏休み向けPR 秋の観光シーズンに向けたPR | | | | | 大阪アンテナショップ「とさどさ」と連携した観光PR及びOTAを活用した誘客企画 夜間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(・様々な露出の集約先として公式HPに誘導・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) ターゲットに合わせた「どっぶり高知旅」を紹介する記事制作・発信 ★コンテストに合わせたコンテンツ掲載 | | | | | | | | | | ★コンテストに合わせたコンテンツ掲載 | |
| その他 | SNS等による情報拡散(コアなファン獲得・話題拡散) | | | | | ★旅行者向け(9月～)、★県民向け(10月～) どっぶりコンテスト企画を活用した情報拡散 | | | | | | |
| 基本的なPR | X(旧Twitter)、LINEを活用した定期的な観光情報の発信/Instagram、TikTokを活用した画像、動画による情報発信 | | | | | | | | | | | |
| 旅行会社向けセールス等 | 県内外の交通広告や高速SA等でのPR実施 ANA・JAL・FDA等航空会社と連携したPR | | | | | 航空会社等と連携したPR実施 | | | | | | |
| | 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) | | | | | | |
| | 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 | | | | | 公式ガイドブック発行等 | |
| | 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) | | | | | | |
| | R6下期向け 説明会、セールスなど(4/16東京～) | | | | | R7上期向け 説明会、セールスなど(9/3大阪～) | | | | | OTAへの広告出稿 | |
| | 海外旅行会社へのセールス ★旅行博(台北) ★トップセールス(台北) | | | | | ★旅行会社等ファムツアー | | | ★旅行博(台北) | | ★商談会(台北) | |
| 商品作成・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 | | | | | | | | | | | |
| 困り込み策(リピーター化) | 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 | | | | | | | | | | | |
| 周遊促進・滞在延長 | PUSH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) | | | | | | | | | | | |
| 地域との交流の場の創出 | 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>(高知家おもてなし県民表彰やピンバッジの配布等によるおもてなし機運の醸成) | | | | | | | | | | | |
| 宿泊施設を中心とした長期滞在 | 御朱飲めぐり第2弾 | | | | | | | | | | | |
| ガイド機能・体制の強化 | 土佐弁クーポンブックの発行 | | | | | 土佐弁&高知県の食の魅力を紹介する冊子の発行、豊穡祭での土佐弁グランプリの実施 | | | | | | |
| | 関西圏等からの誘客を意識した周遊企画の実施やファミリー層や温泉等テーマにした周遊施策 | | | | | | | | | | | |
| | 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) | | | | | | | | | | | |
| | 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) | | | | | | | | | | | |
| | 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) | | | | | | | | | | | |
| | 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) | | | | | | | | | | | |
| | 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) | | | | | | | | | | | |
| | 宿泊施設、観光施設等のコンシェルジュ機能の強化 | | | | | | | | | | | |

※ 緑色…推進委事業
 水色…県事業