

どっぴり高知旅キャンペーンの核となる商品造成（令和7年度地域観光商品造成等委託事業）

【地域観光課 30,085千円】

どっぴり高知旅キャンペーンで目指す商品づくり・取組

★地域の魅力をより深く体感できる商品づくり

- ・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の造成

★地域（面）での取組の推進

- ・個々の事業者支援に加え、多様な関係者による連携した面での取組を支援し、エリア内の観光商品を組み合わせることで、長期滞在や観光消費額の拡大につなげる

令和6年度の取組

R6.1.31時点

- ・地域の商品造成を支援するコーディネーターの派遣回数：145回
- ・商品の最終点検を目的としたモニターツアーの実施：全15回
- ・オンライン勉強会の開催（OTA登録や写真の撮り方等）：全7回、延べ441人
- ・観光商品の磨き上げに関する対応回数：49回

⇒14市町村で約40商品を造成

令和6年度造成商品

① 食、歴史、伝統文化を学ぶ旅

- ・清水のまち食べ歩きサバツアー
- ・安芸の漁師のしらす漁見学とちりめん井づくり
- ・日本伝統芸能「歌舞伎」芝居小屋体験



② 高知の大自然や草花を思いっきり楽しむ旅

- ・山と海のつながりを学ぶ朝の伊尾木洞案内
- ・レンタサイクルで四万十川沿いを駆け抜け、川漁師体験



③ 地元産業に触れる旅

- ・室戸岬ジオガイドと灯台内部見学
- ・久礼漁港の競り見学ができる漁師町フルコースプラン



④ 地元住民に触れて、高知が心のふるさとになる旅

- ・土佐のおんちゃん・おばちゃんとおしゃやくのいしはらのおしゃくランチ
- ・黒潮町を私らしく走る「KUJIRUN」



⑤ 地元の人が通うオススメ旅

- ・「日曜市の歩き方マップ」編集者と行く日曜市の歩き方ガイド
- ・ディープななかとさスナックを体験（仮）

計40商品

令和7年度の取組

1 既存商品の磨き上げ

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

- （例）地域の暮らしや商店を巡るガイドコースの見直し
歌舞伎体験でどっぴり没入感を得られる演出づくり 等

2 キャンペーンの核となる新たな商品造成

各エリアに専属のコーディネーターを配置し、その伴走支援のもと、観光施設や観光協会等が連携し、商品とコースづくりを行う

【事業内容】

- ① エリアの選定（県内10～14エリア、各3商品の造成を想定）
- ② 各エリアでコーディネーターの伴走支援による商品・コースづくり
 - ・観光施設、ガイド、事業者、市町村等が連携し、地域ならではの魅力を打ち出したテーマ・ストーリーの設定や商品・コースづくりなどを行う
- ③ モニターツアー、販売等
 - ・専門家等を招へいたモニターツアーによる受入態勢の検証、改善等
 - ・広域観光組織や交通事業者等と連携した販売

3 造成した商品のPR、販売強化

- 新 ① R6年度に造成した商品を組み込んだ募集型企画旅行の販売
- ② R7年度に造成した商品をPRするパンフレットの作成

スケジュール例

2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月

募集型企画旅行（バック旅行）の販売（R6年度に造成した商品やR7年度早期に造成された商品）

R6商品造成（成果品）

1 既存商品の磨き上げ

県外観光説明会でのセールス（R7下期向け）

観光相談窓口の設置

アドバイザー派遣
・ヒアリング、現地調査等の実施

磨き上げ手法の検討
・工程の見直し、ガイドの充実、ツールの作成などの実施

受け入れテスト
・地域の関係者を対象に試行

県外観光説明会でのセールス
・R8上期に向け旅行会社等へのセールスを実施

※以降、広域観光組織での販売や、ガイドブック等での情報発信を継続的に実施

2 キャンペーンの核となる新たな商品造成

市町村ヒアリング
・地域素材、キーパーソンを調査

地区選定コーディネーター配置

地域での意識合わせ
・課題の整理、商品の内容を具体的に検討
テーマ・ストーリー設定
・ターゲット、受入態勢、周遊ルート等の設定

受け入れ準備
・体験等手順、案内ツール類の作成、受入練習など

モニターツアーの実施
・旅行会社、有識者等を対象に実施

商品の仕上げ
・課題の改善、販売先との協議など

旅行会社、個人への販売
・KVCA、広域観光組織を中心とした旅行会社へのセールス、WEBサイトでの個人向けの販売等を実施の情報発信を継続的に実施

PRパンフレット作成

業者決定

※完成したものから順次、セールスへ