

別紙「エリア選定のポイント」

市町村調査の回答内容やその後のヒアリング等により、下記の視点を踏まえて総合的に判断し、選定。

○ どっぷり高知旅キャンペーンの商品として魅力が打ち出しやすいか

- ・ 地域ならではのストーリー性が打ち出しやすいものであるか。
- ・ 地元ガイドとの交流など、住民との交流が含まれるものであるか。
- ・ ターゲット（個人、団体、インバウンド等）設定がしやすく、商品の出口戦略（販売方法等）が見えやすいものであるか。

○ 地域資源

- ・ 既存商品や宿泊施設、食、観光施設、自然景観等、コース上につなげやすい観光資源があるか（必ずしも、同一地区・集落である必要はありません）。
- ・ 複数の素材を組み合わせることにより、観光客の滞在延長、地域の周遊促進につながる可能性があるか。

○ 関係者の意欲や体制

- ・ 地域の方々や地元の事業者が関心を持って、積極的に事業に参画していただくことができる地域か。

○ 商品の継続性や品質（4定条件）

限定的なイベントだけでなく、観光客に安定的に提供できるサービスとして、次の条件に合う可能性が高いものか。

- ・ 定 時：通年、季節毎など、決められた日時に提供ができること
- ・ 定 量：定めた人数の受入れが安定的に提供できること
- ・ 定品質：常に一定の品質の商品、サービスを提供できること
- ・ 定価格：顧客に定まった価格を提示できること

○ その他

- ・ 旅行業が取り扱える広域観光組織等との連携体制がある ほか