

どっぶり高知旅キャンペーンの核となる商品造成 (令和8年度地域観光商品造成等委託事業)

R7.2.19時点 【地域観光課 30,300千円】

どっぶ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

- ・コーディネーターの派遣回数：213回
 - ・モニターツアーの実施：全15回
 - ・オンライン勉強会の開催：延べ508人(全7回)
 - ・商品の磨き上げに関する対応回数：59回
- ⇒15市町村で40商品を造成

令和7年度

- ・コーディネーターの派遣回数：213回(1月末)
 - ・モニターツアーの実施：23回(1月末)
 - ・オンライン勉強会の開催：延べ351人(5回)
 - ・募集型企画旅行の実施：延べ61人(3回)
- ⇒13市町村等で35商品造成中(12件販売開始)

令和7年度までの造成商品

① 食、歴史、伝統文化を学ぶ旅

- ・(R6) 土佐清水市サバツアー & 漁師町のソウルフード食べ歩きツアー
- ・(R7) 伝統芸能の伝承 赤野獅子舞鑑賞ツアー



② 高知の大自然や草花を思いっきり楽しむ旅

- ・(R6) 山と海のつながりを学ぶ、朝の伊尾木洞案内
- ・(R7) 土佐町の棚田サイクリング
- ・(R7) 隠れた足摺の大自然を巡るガイドツアー



③ 地元産業に触れる旅

- ・(R6) 久礼港の競り見学ができる漁師町フルコースプラン
- ・(R7) 高知市の市場見学と竹の果物バスケットづくり



④ 地元住民に触れて、高知が心のふるさとになる旅

- ・(R6) 土佐のおんちゃん・おばちゃんとおしゃやくランチ
- ・(R6) 地元ランニングガイドと黒潮町・入野の浜を走る「KUJIRUN」
- ・(R7) お茶の旨みが身体に染みわたる津野町のお茶漬けビュッフェ!



⑤ 地元の人が通うオススメ旅

- ・(R6) 着物で楽しむ高知の老舗料亭「濱長」お座敷遊び
- ・(R6) 『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(ほか)

75商品造成中

令和8年度取組(強化のポイント)

1 キャンペーンの核となる新たな商品造成(30件)

【事業内容】

想定する商品ごと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、ガイド、事業者、観光協会等が連携し、商品づくりを行う
特に、**インバウンド向けの売れるどっぶり商品づくり**に取り組む

- ① 企画提案に基づく地域の素材のリストアップ
- ② ターゲット国や旅行会社のニーズに応じた素材の選定
専門家や外国人の目線を入れ、インバウンドの動向を見据えて素材を選定
- ③ コーディネーターの伴走支援による造成、モニターツアーの実施

- ④ ツアーマニュアルやガイドツール、台本等の作成
- ⑤ セールスツールの作成
- ⑥ ファムツアーの実施

新

商品を知り、ツアーへの組み込みを促すために旅行会社、メディア関係者を招聘

【商品例】

- ・地域通訳案内士によるガイドを組み込んだ高付加価値商品
- ・「よさこい高知文化祭2026」に向けた団体向け商品

2 既存商品の磨き上げ

- ① 相談窓口の設置と対応(必要に応じてアドバイザー派遣)
- ② R6・7年度に造成した商品のフォローアップ

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
どっぶり体験商品に特化した販売サイトでの販売 (R6・7年度に造成した商品やR8年度早期に造成された商品)													
R6年度、R7年度商品造成(成果品)													
既存商品の付加価値向上・磨き上げ(必要に応じてアドバイザー派遣)													
○県外観光説明会でのセールス													
※ 広域観光組織によるセールスや、ガイドブック等での情報発信を継続的に実施													
国内団体向け商品													
○地域コーディネーターの派遣による商品企画・造成 ▶ ○ANTA等、募集型企画旅行へのツアー化の提案													
○よさこい高知文化祭2026													
インバウンド向け商品													
○地域コーディネーターの派遣による新規造成の伴走支援													
○商品企画 ・テーマ・ストーリー・ターゲットの設定 ・プログラムの検討 ・受入態勢、販売主体等の設定 ・商品タリフの作成													
○モニターツアーの実施 ・作成した商品タリフをもとに受入態勢を検証													
○受け入れ準備 ・ツアーマニュアルやガイドツール、台本等の作成など													
○販売開始の準備、販売促進の取組 ・OTAや自社WEBサイトへの掲載、セールスツールの作成など													
○ファムツアーの実施 旅行会社、メディア関係者を招聘し、認知を図る													
○地域の素材のリストアップ													
○素材の選定 商品化コーディネーターによる現地ヒアリングを経て選定													
業者決定													
○県外観光説明会でのセールス R8下期、よさこい高知文化祭に向け旅行会社等へのセールスを実施													