

第2回 ポスト牧野博検討委員会 議事概要

日時：令和5年7月13日(木)10:00～12:00

場所：高知城ホール 2F大会議室

<配付資料>

【資料1】ポスト牧野博 観光戦略素案

【資料2】第1回ポスト牧野博検討委員会での意見

【参考資料①】ポスト牧野博に関する今後のスケジュールについて

<その他配布物>

- ・委員名簿
- ・配席図

1 開 会

進行：高知県観光政策課 吉野課長補佐

2 観光振興部長挨拶(代理)

挨拶：高知県観光振興部 小西副部長

3 議事

令和6年度以降の観光誘客戦略について

進行：藤本委員長

【資料1】ポスト牧野博 観光戦略素案

【資料2】第1回ポスト牧野博検討委員会での意見

【参考資料①】ポスト牧野博に関する今後のスケジュールについて

説明：高知県観光政策課 鈴木課長

意見交換

発言：岡林副委員長

- ・ 前回の会も踏まえ、よくまとまっているという印象。1点確認だが、大阪のアンテナショップのコンセプトも「スーパーローカル」に決定し、公表されているのか。

回答：観光政策課 吉野課長補佐

- ・ 店舗の設えや店舗名はこれからだが、コンセプトは「スーパー・ローカル・ショップ」に決定し、公表されている。

発言：観光振興部 山脇部長

- ・ ポスト牧野博の議論は非常に重要なものと考えている。来年1年間の短期的な視点ではなく、4年後や10年後の本県観光の目指すべき姿を見据え、委員の皆さまには忌憚ない意見を願います。

発言：籠尾委員

- ・ 「極上の田舎」、「スーパーローカル」というコンセプトはとても良いが、「道草」というワード

に多少のネガティブな印象があり、しっくりこない。皆様の意見はいかがだろうか。

発言：小松委員

- ・ 籠尾委員と同様に「道草」にはネガティブなイメージある。

発言：古谷委員

- ・ 「道草や寄り道をせずに」とは昔から言われているが、ちょっと立ち止まりながらゆるゆる進むような、良い意味での発想の転換に繋がれたら。
- ・ どっぷりは土佐弁？らんまん放送によって土佐弁が全国に向けて発信されたこともあるので、キャッチコピーにも土佐弁の良さを活かしてもらいたい。また、「道草」という言葉は個人的にマイナスなイメージはない。

回答：高知県観光政策課 鈴木課長

- ・ どっぷりは標準語である

発言：古川委員

- ・ 「道草」というワードは違和感があり、心理的に引っかかるのでとても良い。
- ・ どっぷりはどこの県でも使えてしまう。高知における「どっぷり」の定義、すなわちキャンペーンの定義を可視化することが重要。他の県に置き換えられないような高知ならではの「どっぷり」の解像度を上げるか、より高知の独自性を出すために土佐弁のキャッチコピーを定めるかを行うことがカギだと感じた。

発言：広末委員

- ・ 時代が変わり、現在の「道草」へのイメージは変化している。「道草を食べるほどの余裕を持って」という風潮はコロナを経てますます顕著になっている。らんまん放送によって、草花や学びへの興味も高まっている。さらに、都市部のような便利さや有名テーマパークが無い高知の観光は、それらとは反するところに行くべきと考える。そういった意味でもコンセプトは良いと思う。
- ・ 何年前か前、土佐経済同友会では「日本一の田舎を目指す」というワードが出たが、それにも合致するものだと思うので、「極上の田舎」を突き詰めてほしい。

発言：藤本委員長

- ・ 人生には道草も必要。何もせずにいる、ということが贅沢。

発言：杉田委員

- ・ リョーマの休日という言葉は消えてしまう？なじみがあっただけに一抹のさみしさがある。5年後・10年後でもいいのでリターンズをぜひ。キャッチコピーはライターさんに考えてもらったのかと思うくらいとても良い。

発言：渡部委員

- ・ 地域振興や地域の持続問題を考えるシンポジウムに参加したが、その中で今後を考える際に「高度経済成長の時代とは違う、次なる価値観で計画などを考えていかないとこれからの地域振興は無いということを言われていた。「道草」というワードがその価値に通ずるものかは分からないが、進むだけでなく立ち止まる、ほっとするようなイメージを受けた。
- ・ 土佐弁で「どっぷり」にあたる言葉はあるのだろうか？

発言：小松委員

- ・ 「ぐっすり」という言葉を使うのも良いと思う。「どっぷり」はあまり使わないイメージ。

発言：古谷委員

- ・ 「こじゃんと」は土佐弁だと思うのと、「どっぷり」に近いと思う。

発言：高知県観光政策課 吉野課長補佐

- ・ キャッチコピーは多くの方への引っ掛かりをより増やすために、様々なパターンを検証したいと考えている。攻めることで離れてしまう方もいる。即跳ねるものがあれば強く発信したい。キャンペーン名称の下にはどういうキャンペーンなのかという説明をつけるので、名称自体はわかりやすいものにできたらと考えている。

発言：藤本委員長

- ・ 誰が見てもわかりやすい名称が理想。そのあとに高知らしい独自のキャッチコピーという考え方のもとに議論を進めて行ければ。

発言：広末委員

- ・ 長くリョーマの休日というワードを引き継いできた過去がある。らんまん放送後、ドラマや牧野博士によって高まった機運・雰囲気を引き継ぐようなキャッチコピーも良いのではないだろうか。

回答：高知県観光振興部 山脇部長

- ・ らんまんの効果をどのように引き継いでいくか考える中で、来年度も引き続き草花も押してい

たい。「道草」というワードにも、立ち止まることと、草花を想起させることの、ふたつの意味合いを込めている。

- ・ 「どっぷり」に関しても、どういうキャンペーンかというところをはっきりさせつつ、コピーは土佐弁や道草というワードも入れたいと考えている。ワードとしてマズい・このコピーは良いというものがあれば教えていただきたい。

発言：古川委員

- ・ ゴール目標であるリピート率や滞在時間の向上を、コピーやキャッチでどこまで匂わせられるか。キャッチコピーの下に二泊三日を誘発するような一言や「2日じゃ足りない」「道草食うなら土日じゃ足りない」ということを匂わせられるような、ストーリー作りが必要。

発言：籠尾委員

- ・ インバウンド対策の観点から、道草は英語で直訳するとどのような言葉になるのだろうか。

発言：高知県観光政策課 吉野課長補佐

- ・ 自然体験キャンペーンのように、インバウンドを意識したコンセプトやイメージを伝える英語の名称・コピーを別途作れたらと考えている。

発言：藤本委員長

- ・ 「田舎」というワードに対して持つイメージは人それぞれ。否定的なイメージを持つ方もいる。一方で、「田舎」というものが必要とされる時代にもなっている。「田舎」という価値を世界に向けてどのように打ち出していけるだろうか。

発言：高知県観光振興部 山脇部長

- ・ 「田舎」という言葉にネガティブなイメージもあるなかで、世界に向けて高知の田舎としての価値を発信するワードとして「オーセンティック」という言葉が一番近いのではないかと思う。
- ・ コンセプトにおいては、観光だけにとどまらず、地方・田舎・地域にこそ価値があり、移住などの前向きさを前面に、ネガティブに捉えられないよう徹底したイメージ作りを行いたい。

発言：杉田委員

- ・ 「道草」を推したい。「人生最高の」や「好奇心を」はありふれ過ぎていてあんまりピンとこない。「来るつもりじゃなかった」はインパクトがあっている。「高知に」だけでなく「高知市までは行く予定だったがさらにこんな田舎に来るつもりじゃなかった」ともとれる。滞在日数増にもつなげやすいコピーだと思う。

発言：小松委員

- ・ キャッチコピーは長期滞在（2泊3日）を意識させるようなものにしていくことが必要だと思うが、具体的にはプロの方に考えてもらった方が良いのではないか。

発言：籠尾委員

- ・ ビジュアルイメージにも出ている皿鉢料理など、高知の田舎の食文化をどのようなかたちで提供することを考えているか

発言：高知県観光政策課 鈴木課長

- ・ 単純に食べて「おいしい」だけではなく、背景や歴史のレクチャーを行ったり、実際に作ってもらう体験を提供したい。

発言：岡林委員

- ・ メイン会場を設定しないとあるが、以前旅行会社から、「どこをメインに売り出せばいいのかわからない」との意見を頂いたことがあった。

発言：高知県観光政策課 鈴木課長

- ・ 特定の会場ではなく、季節・エリアごとの「どっぷりポイント」を整理して、旅行会社様にはシーズナルに おすすめエリアの打ち出しを行っていただけると考えている。

発言：小松委員

- ・ それぞれ地域の良さを発信してもらえるのはありがたい。西部はSDGs等を出せるが、出せない地域をどうするか考える必要がある。地域素材のブラッシュアップを探る必要がある。

発言：広末委員

- ・ 田舎がない人が都会にはいる。田舎がない人にとっての田舎になり得るよう、我々が思う田舎に、もう少し「ふるさと」を想起させるようなニュアンスを取り込めないだろうか。

発言：古川委員

- ・ 「田舎」というワードを発信する際に、受取手にリテラシーが求められる。受信側の感情移入をどう誘うかがポイント。例えばコンテンツのコミカライズを行い、「どっぷりってこういうことか」と思えるような、受け取り側を主人公にしたアウトプットが重要になってくるのではないだろうか。

発言：古谷委員

- ・ 四国八十八か所巡りは、地元の方による究極のおもてなしがされている。これまでの観光PRでは遍路は入れなければならないのではないか。長期滞在・田舎の魅力を発見し移住につながる。よさこいやお遍路を通じて田舎の魅力に触れて欲しい。県外だけでなく世界に誇れる最大の魅力。

発言：小松委員

- ・ 地域側が主体となるキャンペーンだと思うので、今回のキャンペーンは推進協議会に足下側のメンバーを増やすことが必要
- ・ 地域の素材の深掘りについて、ハードルの低い事例を地域に共有して欲しい。

回答：高知県観光政策課 鈴木課長

- ・ 吉富委員からも同じようなご意見を頂いている。エリアごとに情報を共有していけるような仕組みづくりを行いたい。

発言：渡部委員

- ・ 文化財の扱い方が、法改正によって大きく変わってきている。新しい文化をあらためて考える。行政や自治体だけでなく住民総ぐるみでやるという動き。観光と連携しながらあぶりだしていく。文化施設が産業振興計画の県内7つのグループ分けに沿って、グループごとの知恵出しを行うことで、観光の視点からは気づかなかった観光資源が見えてくるのではないだろうか。
- ・ 長期滞在とは別に、コンパクトに土佐の魅力を伝えるマニュアル作ろうと思っている。5分～20分ほどのボリュームで、タクシーや宿泊施設でもきめ細やかに土佐の文化を知る機会を増やしていけたらと考えている。

発言：籠尾委員

- ・ 各エリアの特色を打ち出す際には、安芸・室戸エリアにおいてはぜひ、「日本遺産ゆずと森林鉄道」の名前を入れて欲しい。
- ・ 各エリアに関連する魅力的な人においては、体験・食べる・見るだけでなく伝統文化を言葉で伝えることができる人材づくりの推進をお願いしたい。奈半利町のこいのぼりを見た海外の方に、こいのぼりの起源を説明すると感動していただいた経緯がある。風習や文化の起源や歴史的背景までもを海外の方に伝えることも観光資源になるのではないかと思う。

発言：高知県観光振興部 山脇部長

- ・ 観光コンテンツや情報発信を行うなかで、これまで以上に踏み込んだかたちを作っていないと

「どっぷり」にはならない。これまでとはずいぶん変わってくるしハードルも高いし、地元の人にも協力をいただきたいと思っている。

- ・ 人口減少等、ネガティブな田舎のイメージからの逆転。暮らすような、暮らしていきたくなるような観光を目指すべく、今後ご意見を頂きたい。

発言：高知県観光政策課 鈴木課長

- ・ 閑散期など季節ごとのミニキャンペーンの展開を各エリアで検討している。具体案等ご意見頂けないだろうか。

発言：小松委員

- ・ 具体的なエリアごとのイベントや見どころ情報が出ていない。まずはしっかり既存のイベントを整理することで、キャンペーンの具体案などが打ち出しやすくなるのではないだろうか。

発言：杉田委員

- ・ 企業向けの手厚い助成金があるなかで、次の展開として B to B から B to C 向けの助成が実現できないだろうか。

発言：藤本委員長

- ・ 一度季節ごと・地域ごとのイベントや見どころを整理していただき、それを参考に次回会議で検討していく。

発言：小松委員

- ・ 案内人の存在はとても大事。四万十川の原風景がどのようなストーリーで成り立っているのかを説明してもらっただけで深掘りや長期滞在につながるものと思う。
- ・ 2次交通の問題を整理し、交通弱者に優しい高知県を目指すべき。

発言：古川委員

- ・ 長期滞在というゴール目標に向けての仕組みづくりを行えないだろうか。4年間で10泊したら〇〇認定！〇千人作ります！というような、参加して応援したくなるようなキャンペーンが実現できないだろうか。宮迫博之のYouTubeで焼き肉店を作る動画が伸びたのは、出来上がる過程を視聴者が応援したから。完成してからはあまり伸びていない。高知県を応援する人をどう作るか。極上の田舎づくりを手伝ってもらい、一緒にやりましょうというような参加型の仕組みづくりを行えたら。

発言：藤本委員長

- ・ ガイドさんとのコミュニケーションにおいて、WEB や SNS での発信はきっかけにすぎず、最終的にはリアルなコミュニケーションが大事。また来ようと思ってもらえるよう、土佐弁の魅力の情報発信や、誰とでも呑める・話せる高知の県民性や独自性を、その歴史や時代背景を絡めながらどのように伝えていけるだろうか。
- ・ 中山間の良さを伝えていけるのも最終的には人だが、中山間には肝心の人がない。人から人へつなげていかないと、中山間の良さは残らない。非常に難しい課題だと常日頃から感じる。

発言：渡部委員

- ・ 土佐弁も幡多弁も、単純に会話を聞いただけでは具体的な違いがわからない。他県と比べて土佐弁がどう違うのかという土佐弁の位置づけ、独自性、その理由や時代背景、幡多弁と土佐弁の具体的な違いなどを言語化して、単なるニュアンスや単発の知識に留まらず「つまり」という論理が見えるまで説明できることが、面白さに繋がるのではないだろうかと考えるし、その役割は文化関係者が担っていけないかと考えている。

発言：小松委員

- ・ 物部の山奥のほうにいたことがあるがその地域の言葉は幡多弁のイントネーションと似ている。その地域の文化や言語の成り立ちなどを調べていくと縁が薄そうな地域でも何か共通点や新たな発見につながるのではないかと思う。

発言：藤本委員

- ・ 発信における受け手側への考慮、わかりやすさ、発信側と受け手側からの視点のギャップをどう埋めていくか、等考えていきたい。様々な方法で検証しつつ、効率的な発信を見つけていきたい。

4 閉 会

進行：高知県観光政策課 吉野課長補佐