

歴史を中心とした博覧会

基本計画書

(案)

平成28年4月

歴史を中心とした博覧会準備委員会

目次

1	はじめに	2
2	博覧会開催の目的	3
3	博覧会の開催概要	4
	（1）開催の基本方針	
	（2）名称等	
	（3）開催期間	
	（4）会場	
	（5）事業主体	
	（6）会場構成	5
	（7）目標設定	7
	（8）博覧会の推進体制図	8
4	イベント事業	10
	（1）県内におけるイベント	
	（2）県外におけるイベント	11
5	プロモーション事業	12
	（1）基本方針	
	（2）全国的な盛り上がりを作り出すプロモーション	
6	県・市町村・広域が主体となる事業	
	（1）歴史資源の磨き上げの取り組み	15
	磨き上げの考え方	
	磨き上げの方針	16
	（2）観光クラスターの整備の取り組み	17
	観光クラスターの目指す姿	
	観光クラスター形成の要件	
	観光クラスター整備の方針	18
	（3）旅行商品づくり	18
	旅行エージェントとの協働	
	周遊型・滞在型プランの充実	
	周遊を促すツールの活用	19
	高知ならではの体験メニューの提供	
	（4）市町村の取り組みへの支援	19
	（5）観光クラスターのイメージ	20
7	スケジュール	22

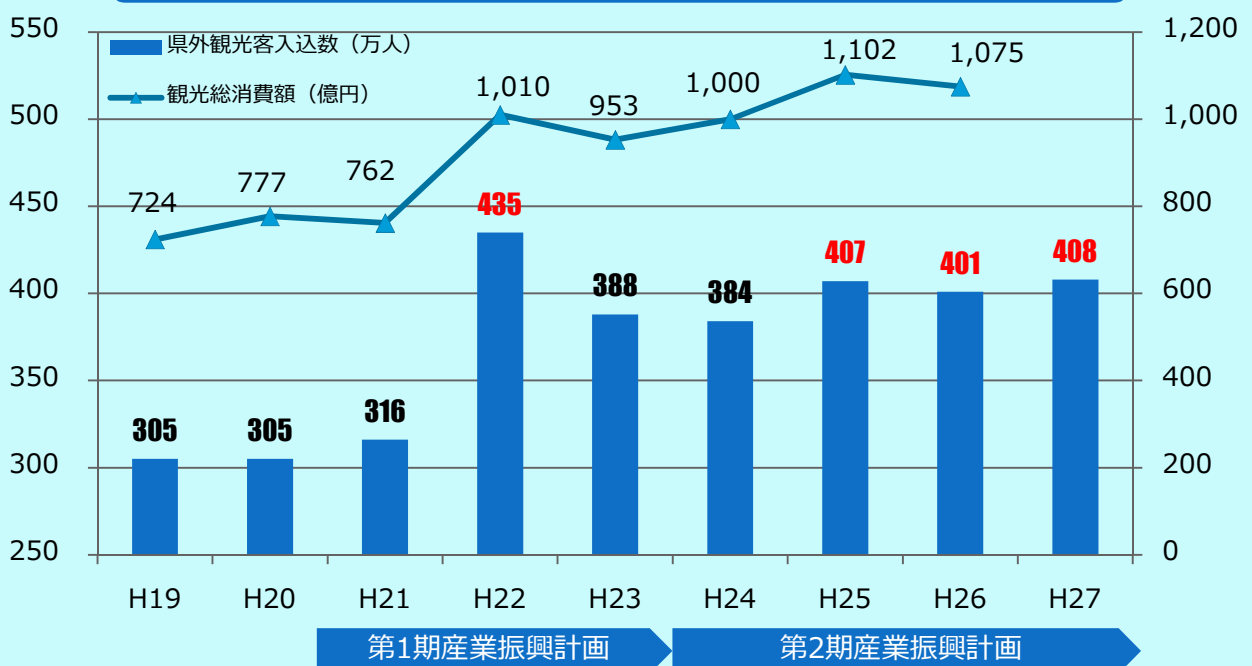
1 はじめに

高知県の県外観光客入込数は、平成21年までは300万人台で推移していましたが、大河ドラマを契機とした「土佐・龍馬であい博」を開催した平成22年に、過去最高となる435万人を記録しました。

その後も、引き続き開催した「志国高知 龍馬ふるさと博」や観光キャンペーン「リョーマの休日」の取り組みなどにより、平成25年から3年連続で400万人以上の県外観光客入込数を達成することができ、目標としてきた400万人観光が一定定着してきました。

今後、第3期産業振興計画における4年後の目標に掲げる435万人観光の早期達成と定常化に向けてさらなる挑戦を進めていくこととしており、その中において、大政奉還150年にあたる平成29年、明治維新150年にあたる平成30年の2年間を、本県はもとより、全国的にも意義深い年となる大きなチャンスと捉え、歴史を中心とした博覧会を開催し、博覧会の取り組みを通じて、高知県観光のレベルアップを図ります。

県外観光客入込数及び観光総消費額の推移



2 博覧会開催の目的

■ 博覧会開催の目的

博覧会の取り組みを通じて、高知県内に存在する歴史資源を磨き上げ、磨き上げた歴史資源と、地域の食や自然などを一体的に周遊できるコース（観光クラスター）を整え、多くの誘客を図るとともに、持続的な観光振興につなげていくことを目的とします。

また、県内各地の歴史観光の基盤整備や周遊コースの整備を進めるにあたっては、国際観光にも対応できることを目指して取り組みを進めていきます。

加えて、全国から多くの観光客の誘客を図るため、以下のポイントを踏まえた取り組みを推進します。

博覧会の誘客のポイント

- ① 「歴史」「食」「自然」などを一体的に周遊できるクラスターを構築
- ② 【巡る楽しみ】 【得する仕組み】 でアミューズメント性を提供
- ③ 「本物感」を醸成するプログラム創出と「地元ガイドカ」の向上

3 博覧会の開催概要

(1) 開催の基本方針

「歴史」を中心とした、“本物のこうちに出会える”楽しさ満載の周遊型・延泊型の博覧会の展開

(2) 名称等

名 称

キャッチコピー (サブタイトル)

テーマ

名称を用いたロゴマークの制作

・一般公募により募集を行い、実施計画において決定

(3) 開催期間

平成29年3月から平成30年12月まで

第一幕：平成29年3月4日(土)から第二幕開幕まで

第二幕：平成30年1月から平成30年12月まで

(4) 会場

県内各地域の歴史文化施設などを活用し、メイン会場、サブ会場、地域会場等を設定

(5) 事業主体

県、市町村、観光関係団体により組織する推進協議会を設置し、官民協働により事業を推進

3 博覧会の開催概要

(6) 会場構成

メイン会場

大政奉還、明治維新150年の節目にあわせてオープンする県を代表する文化施設

サブ会場

県内各地への周遊を促すための情報発信および観光案内機能を有する施設
(集客力の向上を図るためのコンテンツの充実等を含む)

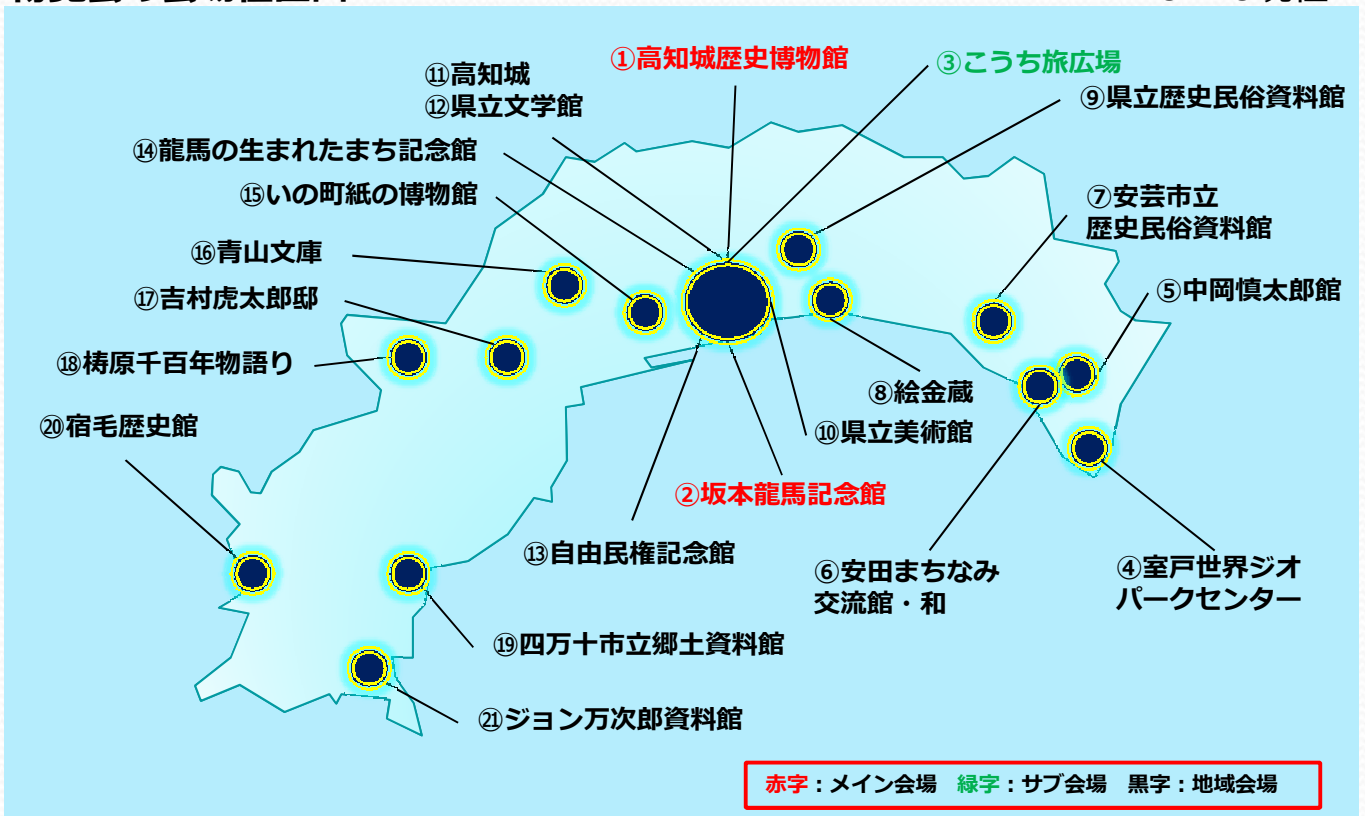
地域会場

地域における集客の中核となる施設
(要件)

- ①幕末や明治維新を中心とした歴史や歴史上の人物に関する展示を有し、全国に訴求できる企画展の開催や定期イベントが開催できること
- ②スタッフが常駐し、かつ、土日祝日の開館を基本に、場合によっては博覧会期間中の無休対応も可能であること
- ③広域の観光情報提供が可能であり、一定の集客増が期待できる施設であること
- ④原則として有料の入館施設であること。入館料の設定が困難な場合は、物販・飲食、有料ガイドのプログラム拠点であるなど、観光消費額の増加につながる仕組みがあること
- ⑤各会場において目標値を設定し、目標達成に向けた取り組みが行える施設であること

博覧会の会場位置図

H28.4.8現在



3 博覧会の開催概要

会場施設一覧

H28.4.8現在

会場	施設名	所在地
メイン会場	① 高知県立高知城歴史博物館	高知市
	② 高知県立坂本龍馬記念館	高知市
サブ会場	③ こうち旅広場	高知市
地域会場	④ 室戸世界ジオパークセンター	室戸市
	⑤ 中岡慎太郎館	北川村
	⑥ 安田まちなみ交流館・和	安田町
	⑦ 安芸市立歴史民俗資料館	安芸市
	⑧ 絵金蔵	香南市
	⑨ 高知県立歴史民俗資料館	南国市
	⑩ 高知県立美術館	高知市
	⑪ 高知城	高知市
	⑫ 高知県立文学館	高知市
	⑬ 高知市立自由民権記念館	高知市
	⑭ 高知市立龍馬の生まれたまち記念館	高知市
	⑮ いの町紙の博物館	いの町
	⑯ 佐川町立青山文庫	佐川町
	⑰ 吉村虎太郎邸	津野町
	⑱ 梶原千百年物語り	梶原町
	⑲ 四万十市立郷土資料館	四万十市
	⑳ 宿毛市立宿毛歴史館	宿毛市
	㉑ ジョン万次郎資料館	土佐清水市

3 博覧会の開催概要

(7) 目標設定

実施計画の策定において、会場ごとに目標設定を行い、目標達成をめざして事業を展開していきます。

各会場の目標設定

- **メイン会場** : 高知県立高知城歴史博物館 来館者：年間10万人
高知県立坂本龍馬記念館 今後設定
- **サブ会場** : 実施計画で設定
- **地域会場** : 地域会場ごとにリアル化計画等を踏まえて設定

【参考】第3期産業振興計画（観光分野）において総合的に達成をめざす目標値

(平成31年)

県外観光客入込数 **435万人** (平成27年 408万人)

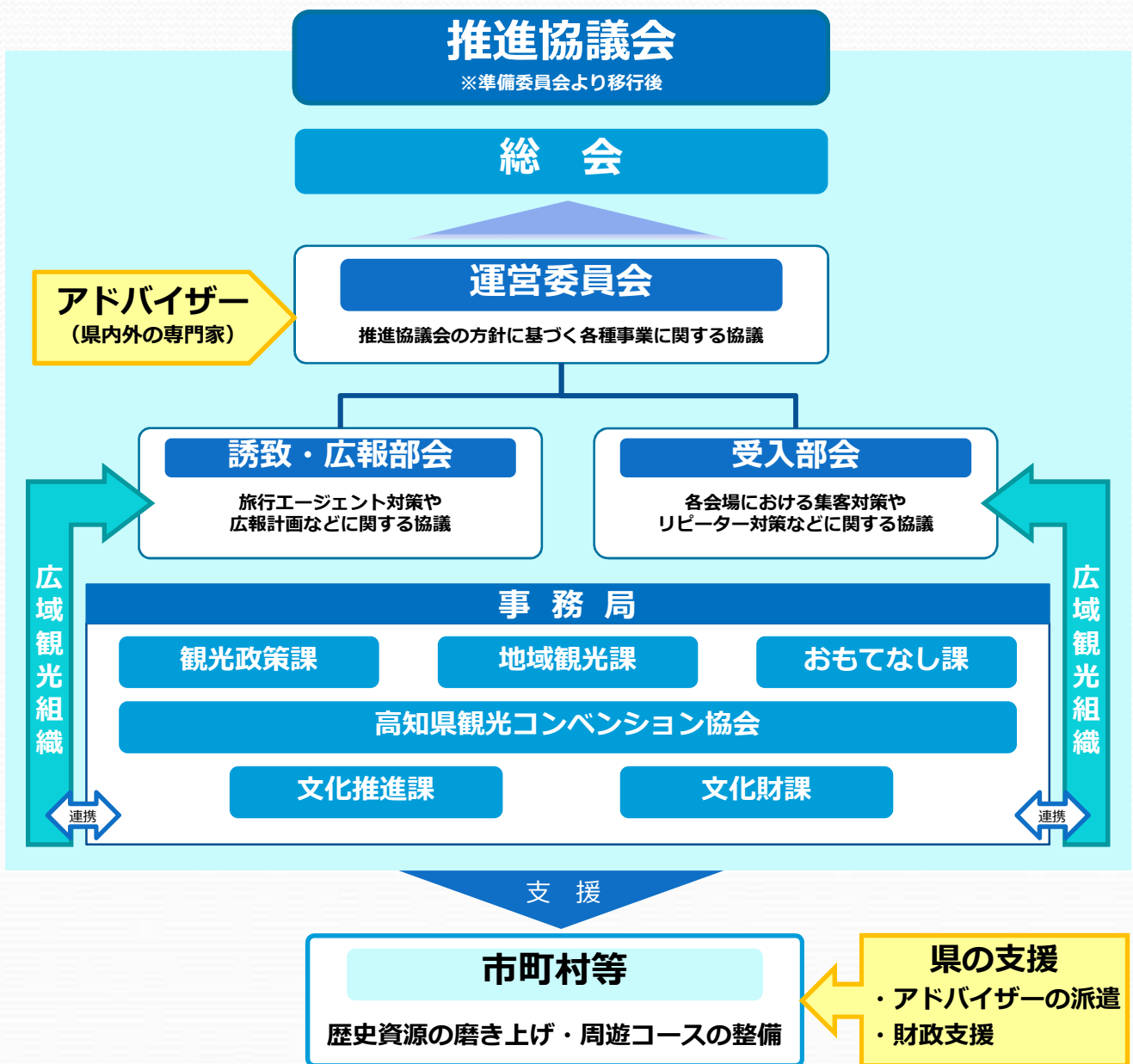
観光総消費額 **1,230億円** (平成26年 1,075億円)

3 博覧会の開催概要

(8) 博覧会の推進体制図

① 推進協議会の設置

推進協議会を設置し、下部組織として運営委員会及び部会を置く。事務局は、県観光振興部各課のほか、高知県観光コンベンション協会等が担う。



3 博覧会の開催概要

② 推進協議会の役割

- ア 事業計画の策定・実施に関すること
- イ 事業の広報及びPR活動に関すること
- ウ 関係団体等との調整に関すること
- エ 前各項目のほか、事業の目的を達成するために必要なこと

③ 事務局の主な業務

ア 観光政策課

- ・推進協議会、運営委員会、専門部会に関すること
- ・事務局の総括に関すること
- ・セールス及びプロモーションに関すること
- ・イベントに関すること

イ 地域観光課

- ・歴史資源の磨き上げ、周遊コース整備の推進に関すること

ウ おもてなし課

- ・国内外の観光客の受入態勢整備の推進に関すること

エ 高知県観光コンベンション協会

- ・博覧会の事業推進における県との連携に関すること

オ 文化推進課

- ・県立文化施設に関すること

カ 文化財課

- ・高知城及び高知公園に関すること
- ・文化財の活用に関すること

キ 産業振興推進地域本部

- ・市町村と連携した周遊コース整備の推進に関すること

(1) 県内におけるイベント

- 県内各地域において、博覧会を盛り上げるとともに、訪れた方に楽しみを提供するイベントを開催し、誘客の促進を図ります。

① 第一幕オープニングイベント

- 2か年にわたる博覧会の開幕を全国にアピールする最大の情報発信の機会ととらえ、第一幕オープニングイベントの企画・運営に取り組みます。

② 第二幕オープニングイベント

- 博覧会の第二幕のスタートとして、第一幕から第二幕への転換を図る、第二幕オープニングイベントの企画・運営に取り組みます。

③ サブ会場イベント

- 既存の施設を活用し、「歴史」や「食」などの集客イベントを開催します。イベントの企画にあたっては、来場者を県内各地域に誘導する仕掛けを工夫していきます。

④ 地域会場イベント

- 地域会場施設において企画展示や特別展示、イベントを開催するなど、会場施設への集客を図ります。

4 イベント事業

⑤ 各種イベント

- 各市町村や地域において、歴史資源や観光資源を活用したイベントの開催や、既存のイベントの磨き上げなどにより、地域への集客を図ります。

⑥ クロージングイベント

- 2か年にわたる博覧会の終幕を飾るとともに、ポスト博覧会の取り組みにつなげるイベントを開催します。

(2) 県外におけるイベント

- 全国的な盛り上がりをつくり出すため、県外の自治体や、民間企業・団体との連携など、県外での地域間の連携の取り組みの促進を図ります。
(例) 平成の薩長土肥連合での共同イベントの開催
- 高知県にゆかりのある場所でのイベントの開催に向けた取り組みを行います。

(1) 基本方針

幕末・明治維新を全国に訴求し、かつ、本県に注目を集める仕掛けをつくる

(2) 全国的な盛り上がりを作り出すプロモーション

- 全国的な盛り上がりを作り出すため、高知県や高知県観光コンベンション協会が行うプロモーション事業との連携を図りながら、博覧会のプログラムをはじめ、歴史や食などの高知の魅力について、細部にわたり徹底的にプロモーションを展開します。
- 博覧会の終了後も、全国における高知県の知名度が大幅に向上できるよう取り組みます。

① マスメディアを活用した広報

- テレビ、新聞、雑誌等のマスメディアによる露出の拡大に取り組みます。
- 幕末・明治維新を舞台にした大河ドラマの誘致や連続テレビドラマの放送に向けた取り組みを行います。
- 全国的に共感が得られ、かつ、本県に目を向けられるようなテーマの設定や物語性を持った効果的な情報発信を行います。
- マスメディアや企業との連携などにより、プロモーション自体が話題になるような仕掛けなど、全国的な盛り上がりを作り出す工夫を行っていきます。

② SNSの活用

- ツイッター、フェイスブックなどのソーシャルネットワーキングサービスを活用した情報発信に取り組みます。

③ PRツールの活用

- キャッチコピー、ロゴマークの活用のほか、ポスター、のぼり旗の掲出に県内の各種観光施設をはじめ、民間企業や事業者の協力もいただきながら、県内全域で一体感を持った情報発信を行います。

④ 高知県、高知県観光コンベンション協会との連携によるプロモーションの取り組み

地域への周遊を促すインフォメーション機能の強化

- 「こうち旅広場」を、観光客を県内の各地域に誘導する施設として機能強化を図ります。（ハブ&スポークの連携の仕組みづくりなど）

観光情報の充実

- 観光客が本県を訪れた際に、各地域の観光施設やイベント、歴史、食、体験などの地域情報を容易に取得できるよう、情報発信を行います。

交通情報の充実

- 観光客が目的地に容易にたどりつけるよう、各地域の交通情報の提供に取り組みます。

観光サポートアプリによる観光情報の提供

- 観光客がスムーズに周遊できるよう、地図サービスをはじめ、おすすめ周遊コースなどの情報が無料で利用できるスマートフォン用の観光サポートアプリを提供します。
- アプリの通知機能を活用して、利用者へのイベント情報や観光情報などの情報発信を行います。

全国の様々な地域との連携

- 「平成の薩長土肥連合」が他県で開催するイベントとの連携をはじめ、幕末・明治維新に関係の深い地域と連携したプロモーション展開を図ります。

※ 「平成の薩長土肥連合」は、鹿児島県、山口県、高知県、佐賀県の4県共同による観光プロモーションの取り組みです。

民間事業者等との連携

- 県が協定を締結している四国旅客鉄道株式会社（JR四国）をはじめ、民間事業者と連携した広報に取り組みます。

【参考】 広報宣伝媒体の例

- ・ 公式ホームページ
- ・ ポスター、のぼり旗
- ・ テレビ、ラジオCM
- ・ SNSを活用した展開
- ・ 地域におけるプロモーション
- ・ 公式パンフレット
- ・ チラシ、新聞・雑誌広告
- ・ 公共交通車両へのラッピング
- ・ マスメディアへのパブリシティ

6 県・市町村・広域が主体となる事業

(1) 歴史資源の磨き上げの取り組み

- 各地域における集客の中核となる施設と関連する人物、人物にまつわる物語、周辺の歴史資源などを一体的に関連付け、しっかりと磨き上げる取り組み（歴史資源のリアル化）を行うことで、地域地域に本物が感じられる歴史資源を整え、将来にわたって活用できる歴史観光の基盤整備に取り組んでいきます。
- こうした取り組みを進めるにあたっては、全国的な知見を持ったアドバイザーも活用しながら、各市町村と県が協働で歴史資源のリアル化計画を策定し、県の支援のもと、各市町村を中心に整備を進めます。

① 磨き上げの考え方

- ア** 施設周辺の資源も掘り起こし、施設とその周辺も含めて本物の歴史資源、史跡、資料等を見せること。
- イ** 本物の史跡や展示物が、時代を超えてリアルに感じられるよう、時代背景や資源の持つ意味が連続性を持って詳細に説明されていること。
- ウ** 対象者の年齢、嗜好、目的に応じた展示、解説ができていること。
(外国人対応も含む。)

6 県・市町村・広域が主体となる事業

②磨き上げの方針

■中核施設（地域会場）

- ア** 現在のキラーコンテンツ（一番の売り）を、全国区の視点で訴求力のあるものに徹底的に磨き上げること。
- イ** テーマに沿って選択した周辺の歴史資源へ誘うために、施設内の関係する個々の展示物をしっかりと関連づけ、時代背景を含め分かりやすく説明されているようにすること。
（説明パネルの設置、アプリやQRコード対応など）
- ウ** 施設から周辺の歴史資源がある場所へ分かりやすく誘導できるようになっていること。（位置図の設置など）
- エ** キラーコンテンツ以外に、磨き上げる（購入を含む）ことによって施設の魅力アップにつながるものがないか徹底的に洗い出し、全国に通用するものとして磨き上げていくこと。（イベント、企画展を除く）
※場合によっては、魅力アップによりキラーコンテンツにとって代わることもあり得る。
- オ** 大きな集客力が見込める「本物」があるにもかかわらず、展示できていない場合は、できる限り展示できるようにしていくこと。
- カ** 個々の展示物の解説だけでなく、案内表示なども含めて多言語化すること。また、解説の方法は、概要と詳細な解説を併記するなど、対象者の年齢、嗜好、目的を考慮し、工夫を行うこと。
- キ** 施設や地域における集客力のアップにつながるが見込まれる場合のガイドの確保や、同様に、詳細なガイドブックの作成を検討すること。
（詳細バージョンや、子ども等にも喜ばれる漫画のガイドブック作成など）

■周辺の歴史資源

- ア** 現地に容易に行けるようになっていること。
（二次交通のことではなく、実際に見に行けること）
- イ** 現地を訪れた際に、解説がされている状態になっていること。
（説明パネルの設置、アプリやQRコード対応、中核施設による詳細なパンフレットの作成など）
- ウ** 現地から中核施設や他の資源へ誘う仕組みができていくこと。
（現地と中核施設の両方に案内看板を設置し、双方向へ誘導することなど）
- エ** 施設や地域における集客力のアップにつながるが見込まれる場合のガイドの確保や、同様に、詳細なガイドブックの作成を検討すること。
（中核施設が作成した詳細版や、子ども等にも喜ばれる漫画のガイドブックを活用するなど）

6 県・市町村・広域が主体となる事業

(2) 観光クラスターの整備の取り組み

- 博覧会の取り組みを通じて磨き上げた歴史資源と、地域の「食」や「自然」などが一体となった周遊コース（観光クラスター）の整備を行います。
- こうした取り組みを進めるにあたっては、市町村を中心に、広域観光組織や、民間事業者等が連携した体制を整備し、全国的な知見をもったアドバイザーも活用しながら周遊コースの整備を進めることで、博覧会終了後も継続可能な仕組みづくりに取り組んでいきます。また、広域での周遊コースの整備にも取り組みます。

① 観光クラスターの目指す姿

- 観光客のニーズ（見る、遊ぶ、食べる、買う）を1つの施設又はその周辺で完結させることができ、かつ、各クラスターが連携できている状態。

② 観光クラスター形成の要件

- ア** 原則、歴史拠点やその周辺の観光資源で形成され、一体として運営できる仕組み（地域ごとの観光クラスター協議会など）ができていること。
- イ** クラスター内を周遊できるしくみ（二次交通手段）を有していること。
- ウ** 各施設（宿泊施設等、飲食店、体験プログラム、土産物店）等が連携し、相互に情報提供を行い、誘導ができること。
- エ** 連携する飲食店や土産物店では、その地域ならではの「食」や「産品」を提供していること。
- オ** 地域会場においては、外国人観光客への対応ができていること。

6 県・市町村・広域が主体となる事業

③観光クラスター整備の方針

ア 各々の立ち寄りスポットで、相互に情報提供する仕組みを設けること。
(ポスター、チラシ、リーフレット、観光クラスターのパンフレットの作成・掲示など)

※各施設に常駐している者が情報提供(口頭で可)することもあり得るが、徹底していること。

イ 二次交通対策が必要な場合は

(ア) 観光クラスター内を容易に周遊できる交通機関を整えること。
(定期路線を含むバスやタクシーなど)

※県が用意するアドバイザーからの意見を参考に検討

(イ) レンタサイクルの活用もあるが、補助的役割として考えていくこと。

(ウ) その他

- ・最寄りの駅において、施設等の情報提供をすること。
- ・バスに乗るための方法や時刻表を容易に入手できるようにすること。

(3) 旅行商品づくり

①旅行エージェントとの協働

- 県と観光コンベンション協会は、旅行エージェントへの旅行商品説明会の開催及びセールス活動を実施し、商品造成の促進に取り組みます。
- その際には、各地域に整備された周遊コース(観光クラスター)を活用したオリジナルツアーの造成も働きかけていきます。

②周遊型・滞在型プランの充実

- 各地域における周遊コースづくりの取り組みにおいては、例えば、ファミリーであれば、同一地域内で親と子供のそれぞれが同時に楽しむことができるプランを提供するなど、観光客の満足度を高めるとともに、観光消費の拡大につながるプランを検討します。

6 県・市町村・広域が主体となる事業

③周遊を促すツールの活用

- 龍馬パスポートの活用のほか、周遊クーポンや、共通入館チケットの設定など、各地域において、観光客の周遊促進を図る仕組みも検討していきます。

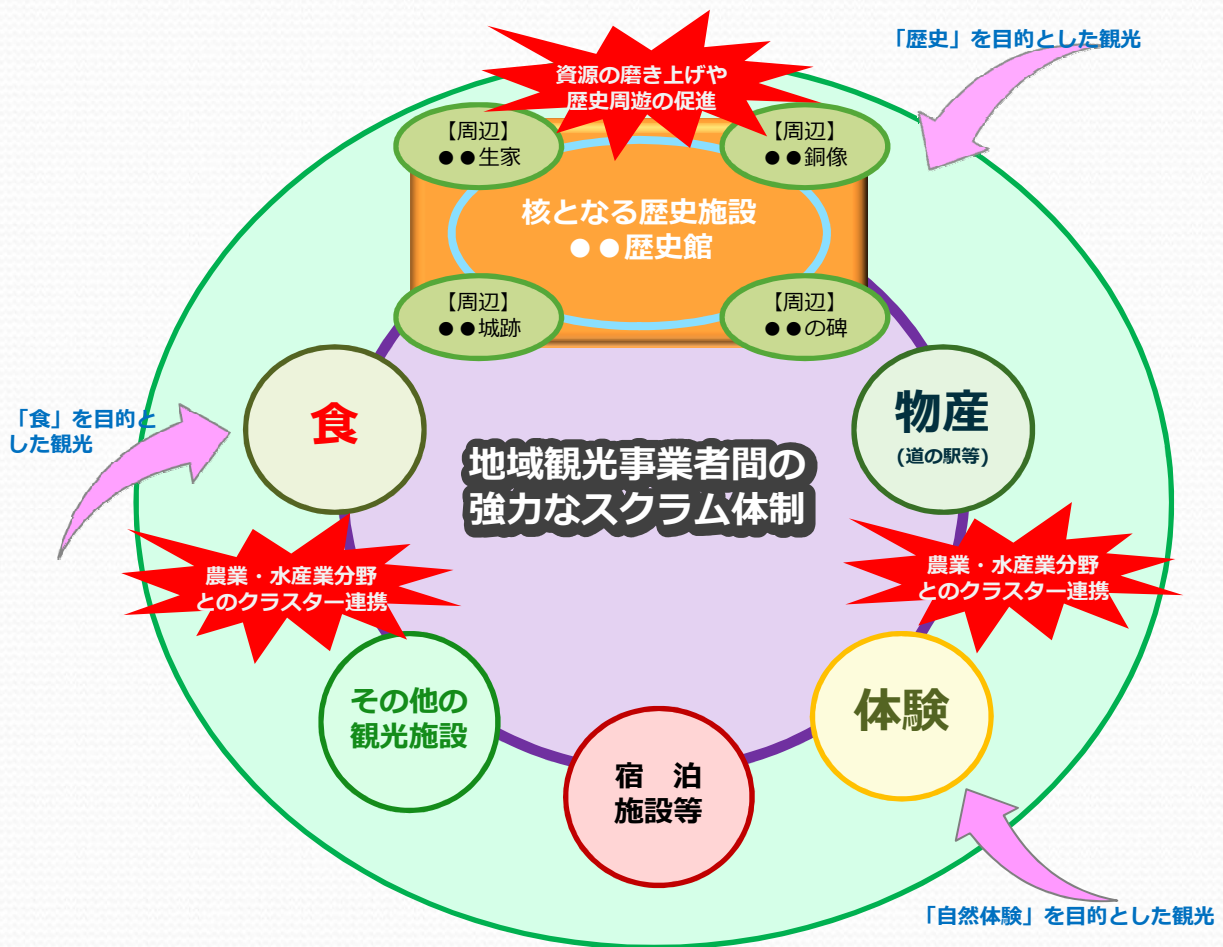
④高知ならではの体験メニューの提供

- これまでの地域博覧会を通じて造成された、高知の「食」「自然」などを活かした体験メニューを活用することはもとより、周遊コースづくりの取り組みにおいて、磨き上げられた歴史資源も活用した新たな高知ならではの体験メニューづくりに取り組みます。
- 高知の歴史・食・自然などを子どもたちに知ってもらえるような、付加価値の高いプログラムづくりも検討していきます。

(4) 市町村の取り組みへの支援

- 歴史資源の磨き上げ、周遊コースづくりに取り組む市町村に対し、アドバイザーの派遣や、財政的な支援を行います。

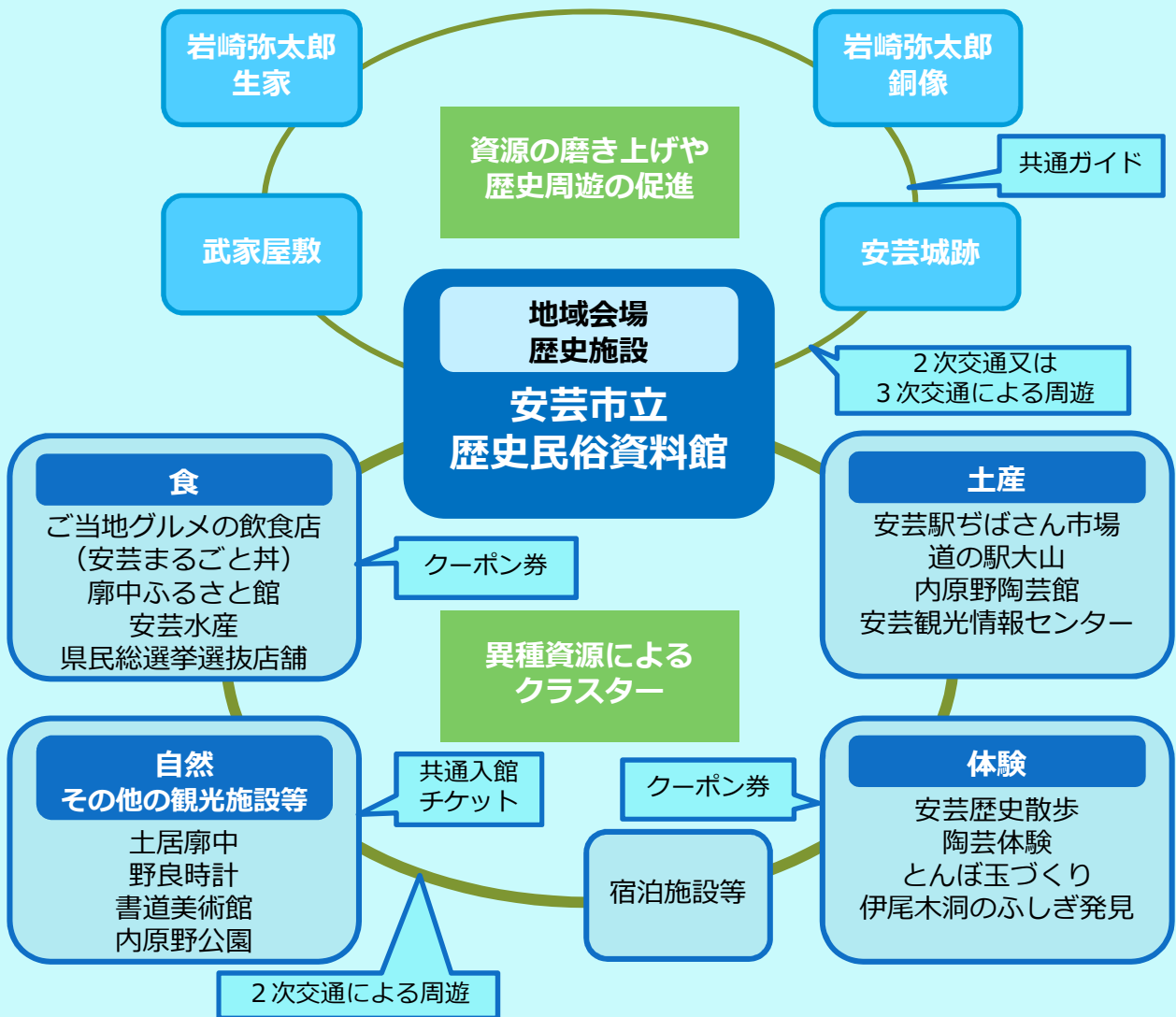
(5) 観光クラスターのイメージ



6 県・市町村・広域が主体となる事業

観光クラスター：安芸市（例）

※安芸歴史民俗資料館を中心とした場合のイメージ



博覧会のスケジュール

