志国高知 幕末維新博　実施計画書（概要版）

資料3－1

観光政策課

※標題の枠内のページ数は実施計画書に対応

1 基本情報　※p3～p5

（1）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

志国高知 幕末維新博　～時代は土佐の山間より～

（テーマ）

京や江戸から遠く離れた土佐の山間から、なぜ多くの若者が維新の志士となって飛び出し、また、その後の自由民権運動に関わっていくのかを探究することで、彼らを育んだ時代につながる土佐の風土・文化や地域の人々、食・自然を知っていただく博覧会とする。

（3）開催期間

平成29年3月から平成30年12月（又は平成31年3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４月から平成30年12月（又は平成31年3月）まで

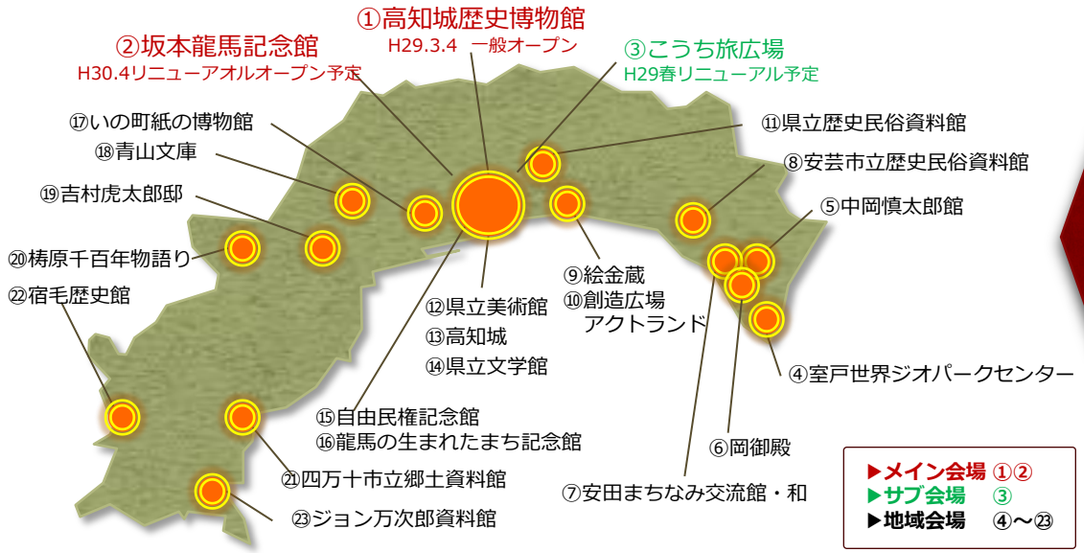
（4）推進体制

志国高知幕末維新博推進協議会を設置し、官民協働により事業を推進

2 会場（メイン会場・サブ会場・地域会場）　※p6～p16

・地域における集客の中核となる歴史文化施設などを会場に位置付け、博覧会を通じて強力に情報発信

・会場間の相互連携、相互誘客を図るとともに、地域会場については、周辺の食や自然等の観光資源と一体になった周遊コース（観光クラスター）へと誘客



市町村等による取り組み　※p56～p60

◆博覧会の取組を通じた持続可能な観光地づくり

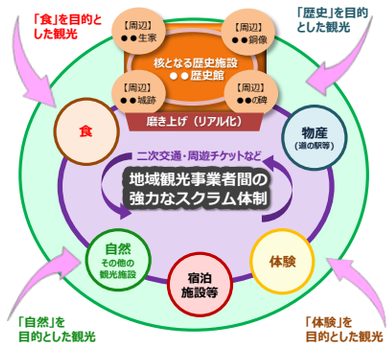
（1）歴史資源の磨き上げ（リアル化）

地域会場と周辺の歴史資源を一体的に関連付け、磨き上げることで、将来にわたって活用できる歴史観光基盤を整備

（2）周遊コースづくり(観光クラスターの形成)

磨き上げた歴史資源と周辺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）を整備し、域内の周遊促進や観光消費の拡大につなげる

観光クラスターのイメージ図



3 受入事業　※p17～p24

各地域の歴史資源や食、自然などを知っていただき、本物の高知の魅力を満喫していただくための受入態勢の整備を行う。

（1）特別イベントの実施

全国に博覧会をアピールする最大の情報発信の機会にするとともに、多くの集客につながる企画・運営を実施

▶第一幕オープニングイベント【H29.3】

▶第二幕オープニングイベント【H30.4】

▶クロージングイベント【H30.12（又はH31.3）】

（2）各種イベント等の実施

① 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等を実施し、誘客を促進。

▶高知城お城まつりの拡充開催【H29.7～】

▶銅像めぐりサイクリングイベント【H29.12～】など

② 地域会場における館内ガイドの配置や専門職員の派遣、企画展等の開催、市町村等による地元の観光資源を活用したイベントの実施など、博覧会を盛り上げ、地域への誘客する取り組みを人的・財政的に支援

▶支援制度の創設【H28.10～】

（3）周遊促進

各地域への周遊と滞在時間の延長を促進する仕組みをつくるとともに、観光客の利便性の向上やリピーター対策も実施

▶龍馬パスポートを活用したスタンプラリー【H29.3～】

▶パンフレット、共通クーポンリーフレットの発行【H29.3～】

▶二次交通の充実（観光バス、タクシープラン）や看板設置【H28.11～】など

4 広報事業　※p25～p31

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。

（1）全国的な盛り上がりをつくり出していく取組

① テレビドラマや特別番組の放送に向けた、テレビ局への番組の企画提案や取材誘致

▶テレビ番組の取材誘致活動の強化【H28.7～】

▶全国ネットのテレビ番組枠の活用【H28.10～】

▶ＳＮＳを活用した広報【H28.12～】　など

② 企業とタイアップした広報や企画商品の展開などによる情報発信

▶劇団とタイアップしたオリジナル演劇の上演【H29.9～】 など

③ ＰＲイベントの首都圏での開催など、全国から注目を集める話題づくりとメディアでの露出

▶映画会社との連携によるイベントの開催【H29.10～】

▶高知県ゆかりの地（京都、北海道等）との連携【H29.7～】

▶首都圏で行われる大規模な集客イベントでのＰＲ【H29.7～8】

▶全国龍馬関係団体との連携【H30.10】　など

（2）博覧会の開催を広く周知する取組

① これまでの情報発信の取組に、博覧会の情報を上乗せした形での周知【H28.7～】

▶首都圏等マスメディア情報発信事業との連携

▶県の観光特使による情報発信・情報拡散　など

② 県や市町村、観光団体、広域観光組織などが行う情報発信における博覧会ロゴマークの活用【H28.9～】　など

5 誘客事業　※p32～p34

旅行会社へのセールス活動の展開により、本県への旅行商品造成の促進に取り組む。

（1）旅行会社へのセールス活動の強化

これまでの取組に加え、旅行会社へのセールス活動を強化し、誘客を促進

▶東京、大阪、名古屋等でのセールス活動【H28.9～】

▶旅行商品造成の拠点となる都市の旅行会社をターゲットに個別訪問を展開【H28.10～】

▶関西の旅行会社店頭でのＰＲ【H29.1～】

▶旅行会社の店頭ＰＲに合わせた街頭でのＰＲ活動

（2）旅行商品造成の促進

① お得なチケット

▶クーポン付き入館チケットの活用

② 特別対応

▶通常非公開の資料等の特別観覧

▶通常設定していない特別企画・プランの提供

③ 誘客（集客）イベント

▶旅行商品にもなり得る一定期間のイベントの実施

④ 助成制度

▶博覧会特別対応として、既存の制度の拡充

・博覧会指定施設への立ち寄り、アフターMICE（企業ミーティングや、会議、イベント等の終了後）に博覧会指定施設を組み込む場合の対応