



志国高知 幕末維新博

[実施計画書]

平成28年7月

志国高知幕末維新博推進協議会

目次

1 はじめに	1
2 博覧会開催の目的	2
3 博覧会の開催概要	
(1) 基本方針	3
(2) 名称等	3
(3) 開催期間	3
(4) 博覧会の推進体制	4
4 会場構成	
(1) 会場一覧	6
(2) メイン会場	7
(3) サブ会場	9
(4) 地域会場	10
(5) 目標設定	16
5 受入事業	17
(1) 特別イベント	18
(2) 各種イベント等	20
(3) 周遊促進	23
6 広報事業	25
(1) マスメディア等を活用した広報	26
(2) 企業等とのタイアップ	28
(3) 県内外におけるPRイベント等	29
(4) 既存の情報発信の取組との連携	30
(5) PRツール等	31
7 誘客事業	32
(1) 旅行会社へのセールス	33
(2) 旅行商品造成の促進	34
8 博覧会終了後の取り組み	35
9 展開スケジュール	36
受入事業、広報事業及び誘客事業の関連資料	
・各会場における企画展等	42
・各事業一覧	46
付属資料（市町村等の取り組み）	56
・歴史資源の磨き上げの取り組み	57
・観光クラスターの整備の取り組み	59
・市町村整備計画 ※別冊	

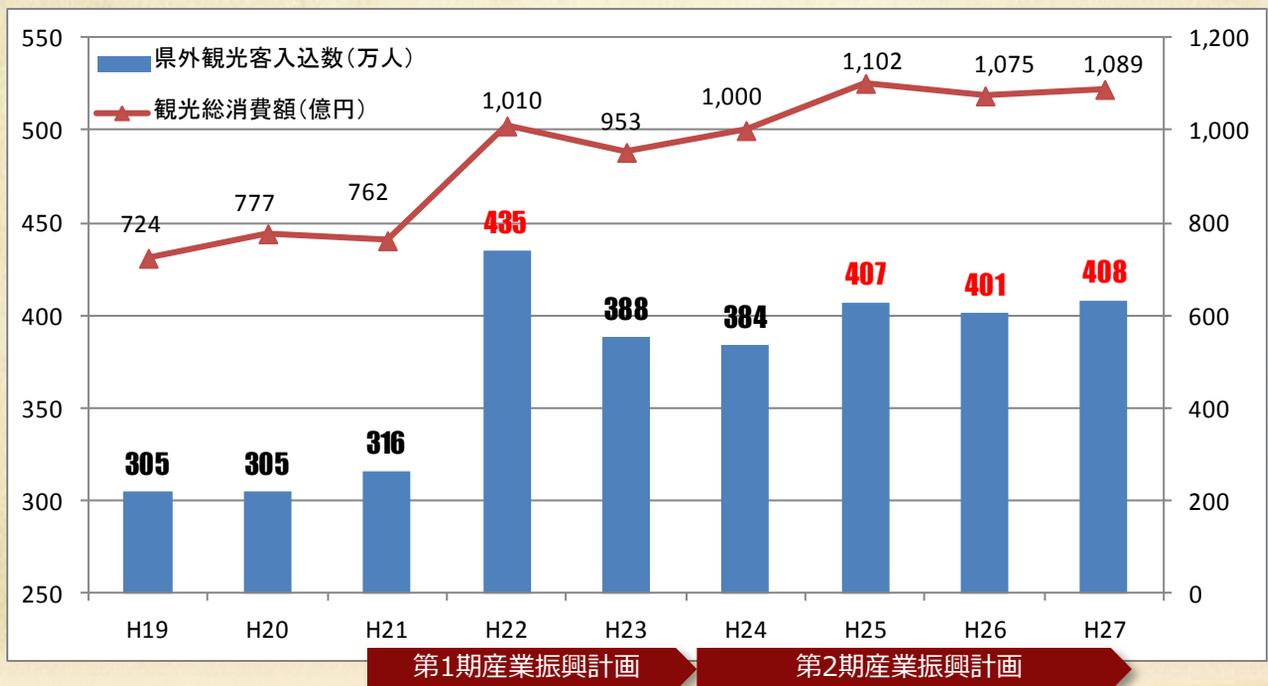
1 はじめに

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。

こうした中、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年間に、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、平成28年4月にスタートした、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、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

博覧会の取り組みを通じて、歴史資源を磨き上げ歴史観光の基盤を整えるとともに、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）をつくりあげます。こうした取り組みにより、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。

県内各地の歴史観光の基盤整備や周遊コースの整備にあたっては、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ます。

さらに、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。

博覧会の取組のポイント

- ①歴史資源の磨き上げとガイド態勢の充実により、時代背景や歴史上の人物を実感できる歴史観光を提供
- ②「歴史」「食」「自然」などを一体的に周遊できる観光クラスターを形成し、巡る楽しみを提供
- ③全国的な盛り上がりをつくり、博覧会の魅力を伝えるプロモーションを強力に展開



3 博覧会の開催概要

(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) 名称等

名 称

志国高知 幕末維新博

副 題 (サブタイトル)

～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。

ロゴデザイン

高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」ロゴと組み合わせて使うことを想定しています。



(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

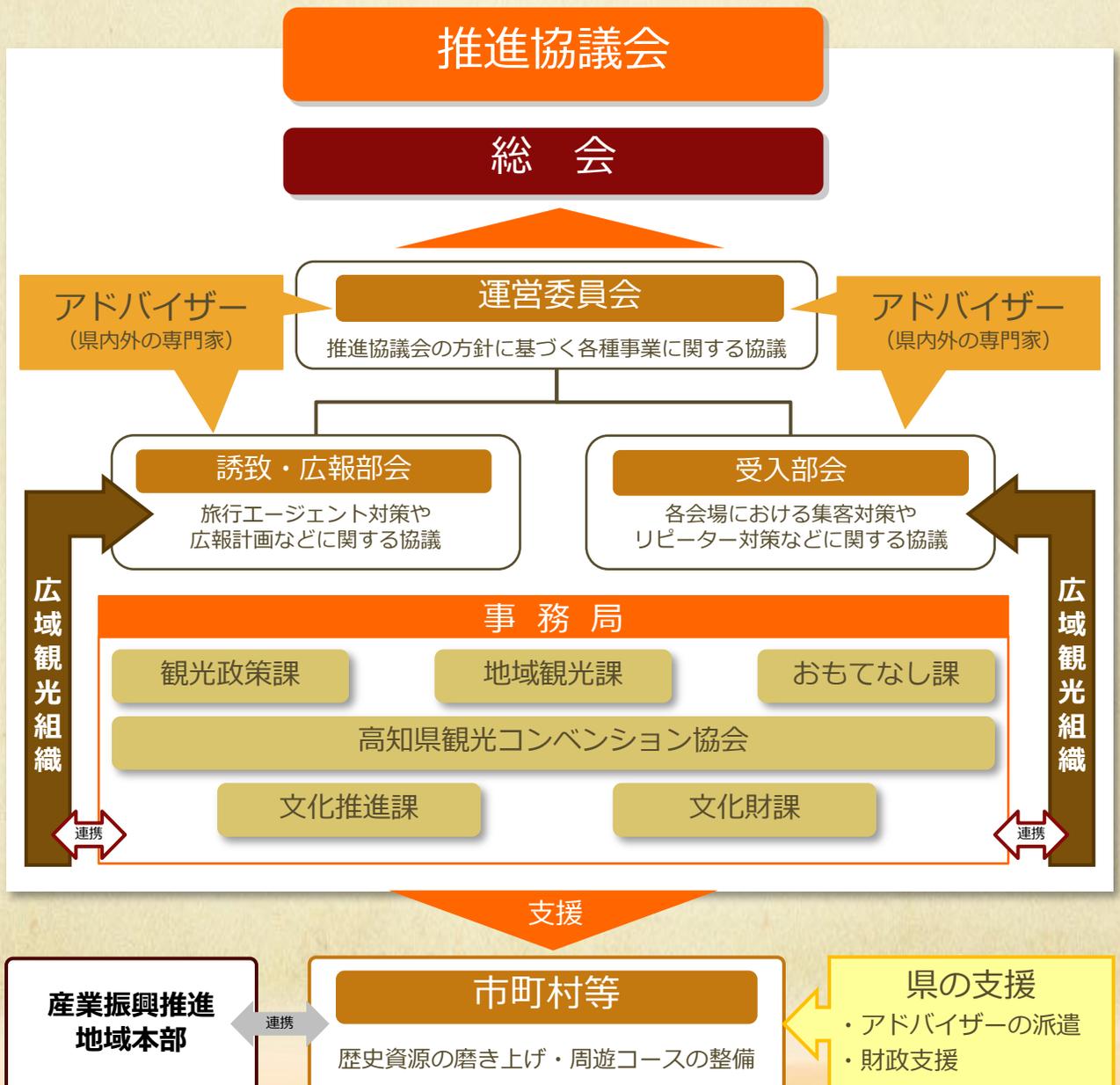
▶ 第一幕：平成29年3月4日(土)から第二幕開幕まで

▶ 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) 博覧会の推進体制

① 推進協議会の設置

県、市町村、観光関係団体による推進協議会を設置し、官民協働により事業を推進します。
推進協議会の下部組織として運営委員会及び部会を置きます。
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います。



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 その他、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
 - 博覧会の企画立案に関すること
- 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

※事務局の運営に際して、外部委託の活用を検討します。

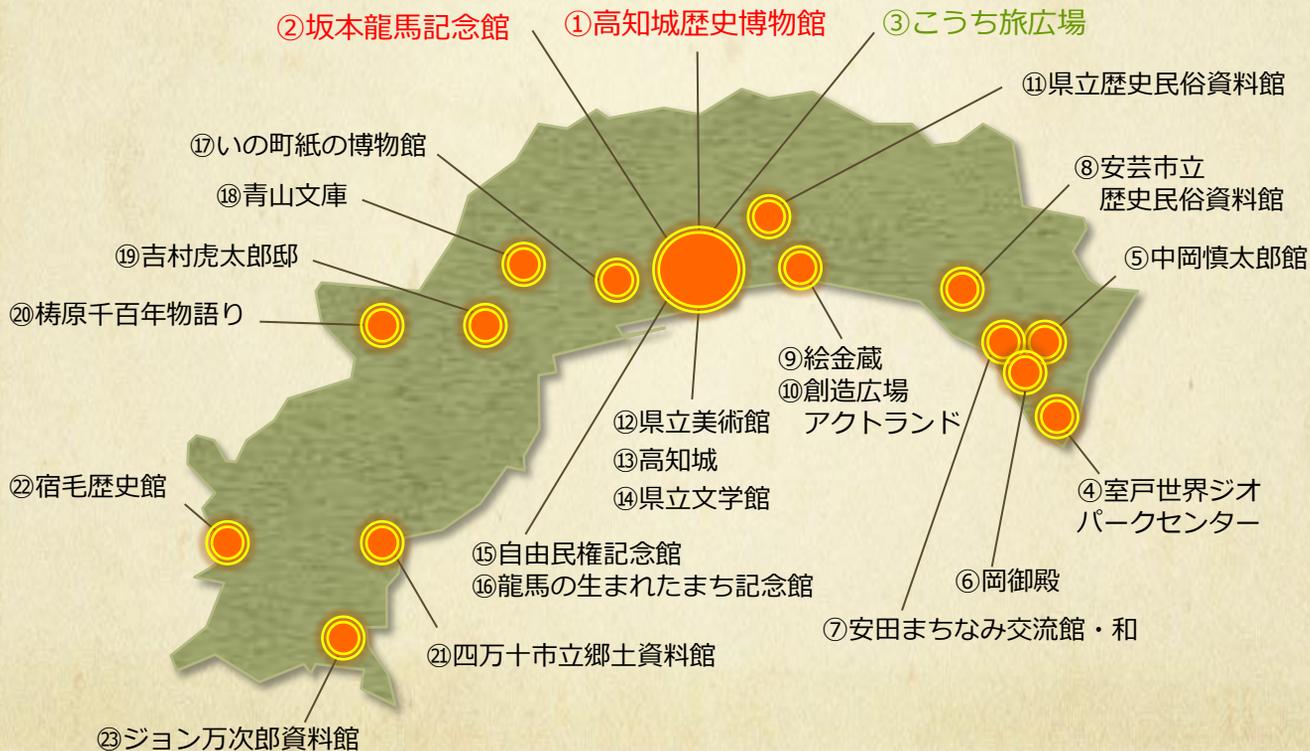
4 会場

地域における集客の中核となる歴史文化施設などをメイン会場、サブ会場、地域会場に位置付け、博覧会を通じて強力に情報発信していきます。

また、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）へと誘客する役割を担います。

(1) 会場一覧

- メイン会場 [2施設] ①②
- サブ会場 [1施設] ③
- 地域会場 [20施設] ④～⑳



(2) メイン会場

大政奉還150年と明治維新150年の節目の年にあわせてオープンする施設「高知城歴史博物館」と「坂本龍馬記念館」をメイン会場とします。

(役割)

県外から多くの集客を図るとともに、地域会場へ誘客します。

平成29年3月4日一般公開（予定）

① 高知県立高知城歴史博物館



施設概要

- ・ 国持大名である、土佐藩主山内家の資料（約6万7千点）を一括して保存・公開する全国でも稀な博物館。
- ・ 館内に高知県情報コーナーを設置し、県全域及び高知市中心部（城下町）の歴史文化・観光情報を提供。

主な所蔵品

古今和歌集巻第廿（高野切本／国宝）、太刀備前国長船兼光（通称「一国兼光」／重要文化財）、長宗我部地検帳（重要文化財）、大政奉還建白書写、山内容堂漢詩、緋羅紗地数珠文陣羽織（容堂所用）、ギヤマン杯（馴鹿文玻璃杯／容堂遺愛）、伊達宗城書状、一橋慶喜書状、前福井藩主・松平春嶽筆「土佐少将山内容堂君像賛」、吉田東洋ガラス板写真（中浜万次郎撮影）、久坂玄瑞書状（武市半平太あて）、武市半平太獄中書簡、坂本龍馬書状（乙女あて・溝淵広之丞あて）、海援隊いろは丸事件始末書、平井収二郎意見書、樋口真吉書状

博覧会における展開

- ・ 大政奉還150年記念展「大政奉還と土佐藩」や、明治維新150年記念展「明治維新と激動の日本」など、大政奉還・明治維新に関する連続企画を開催予定。

平成30年4月リニューアルオープン（予定）

② 高知県立坂本龍馬記念館



（イメージ 左側：新館、右側：既存館）



新館：常設展示室



既存館：龍馬カフェ

既存館：体験型展示室（幕末広場）

施設概要

- ・ 既存館の隣に、貴重な歴史資料に触れ、龍馬を深く知る博物館としての機能を有する新館を整備。
- ・ リニューアルした既存館では、体験アイテムやビジュアルな展示により、龍馬が成し遂げた偉業などを分かりやすく伝える。

主な所蔵品

坂本龍馬直筆書簡6通、海援隊約規1点、坂本龍馬書簡（写し）1通、武市半平太直筆書簡5通、中岡慎太郎書簡1通、『漂異紀略』（通称・大津本）4冊、土佐藩京都藩邸史料574点（寺田屋襲撃直後の伏見奉行所報告書写し2通、池田屋事件関係者・野老山吾吉始末書1通、土佐勤王党関係資料多数）、国沢新九郎画・坂本龍馬肖像1点、才谷屋「年譜書」1冊、坂本権平領知出作式控え（田中家文書）1点、陸奥守吉行（龍馬が持っていた刀と同作者の刀）

博覧会における展開

- ・ 明治維新150年関連企画展「土佐藩と会津藩」や、開館記念特別展示「高知県内の龍馬の手紙勢揃い」などを開催予定。

(3) サブ会場

県内各地への周遊を促すための情報発信機能及び観光案内機能を有する「こうち旅広場」をサブ会場とします。

(役割)

博覧会に向けて、集客機能の充実を図るとともに、情報発信機能を強化し、メイン会場及び地域会場へ誘客します。

平成29年春リニューアルオープン（予定）

③ こうち旅広場



施設概要

- ・高知観光情報発信館「とさてらす」において、観光パンフレット等の提供や、おもてなしスタッフによる観光案内等により、地域への周遊を促進
- ・大河ドラマ「龍馬伝」の生家セットを再現した「『龍馬伝』幕末志士社中」や、三志士像、物販、催事等により集客力を向上

博覧会における展開

サブ会場としての機能を強化するため、「とさてらす」と「観光イベント館（現在の「龍馬伝」幕末志士社中）」を一体的に活用し、博覧会情報を含む県全体の総合観光案内機能の充実を図るとともに、集客のための新たな魅力を付加する。

(4) 地域会場

地域における集客の中核となる施設を地域会場とします。

(役割)

周辺の歴史や食、自然などの観光地及び他の地域会場へ誘客します。

(地域会場の要件)

- 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行い、全国に訴求できる企画展やイベントを開催します。
- 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行います。
- ③広域の観光情報を提供し、他の地域会場や周辺の観光地への誘客を図ります。
- ④有料入館施設（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など）として、地域に外貨を落とす仕組みをつくり、観光消費額の増加につなげます。
- ⑤目標値を設定し、目標達成に向けた取り組みを行います。

施設概要、主な所蔵品

11ページから15ページを参照

博覧会における展開（地域会場を所管する市町村等の取り組み）

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

56ページから60ページ、別冊の市町村整備計画を参照

④ 室戸世界ジオパークセンター



施設概要

室戸の大地の成り立ちや、その上で営まれてきた室戸の人々の暮らしや歴史、文化などを伝えるとともに、室戸世界ジオパークの魅力を伝え、観光拠点としての機能を果たす。

主な所蔵品

室戸世界ジオパークに関するパネル、岩石、南海トラフで掘られた海洋コア、伝統文化などの紹介パネル

⑤ 中岡慎太郎館



施設概要

中岡慎太郎の30年の生涯を史実に基づき、年代ごとに時系列で紹介。映像とパネルを中心にドラマチックに再現。

主な所蔵品

慎太郎の各時代毎の紹介パネル、京都近江屋血染の屏風（複製品）、慎太郎愛用の茶碗や硯

⑥ 岡御殿



施設概要

藩主が宿泊した建物を再現するとともに、当時の豪商の暮らしを感じられる道具類を多数保存。また、二十三士墓所のある福田寺から遺品を借用して展示予定。

主な所蔵品

- ・駕籠、藩主使用の布団（岡御殿）
- ・清岡道之助の陣羽織、手紙類（福田寺）
- ・刀剣類（遺族所有）

⑦ 安田まちなみ交流館・和



施設概要

一般には知られていない坂本龍馬来訪のエピソードおよびゆかりの人物（実姉千鶴・義兄高松順蔵・海援隊士高松太郎、石田英吉等）の存在。実物史料とパネル、映像により紹介。

主な所蔵品

高松順蔵一族ゆかりの印章、具足、著書、古写真、新収資料群（予定）等の実物資料、安田町に係する、船中八策、坂本龍馬書状複製

⑧ 安芸市立歴史民俗資料館



施設概要

江戸時代、土佐藩家老であった五藤家に伝わる武具・甲冑や美術工芸品などを中心に、弘田龍太郎・岩崎彌太郎など安芸市出身の人物なども紹介している。

主な所蔵品

五藤家伝来資料、安芸国虎文書、岩崎彌太郎、弘田龍太郎関係資料

⑨ 絵金蔵



施設概要

芝居絵屏風で神祭の夜を再現した闇と絵金の部屋、保存してある本物を、壁に開けた穴から覗き見たりするしかけなど、ユニークな方法で紹介。

主な所蔵品

暗闇の中、ローソクの明かりで見る鮮やかな極彩色の芝居絵屏風23枚

⑩ 創造広場 アクトランド



施設概要（龍馬歴史館）

坂本龍馬激動の人生を「龍馬劇場」として再現。27コマの歴史的場面に厳選し、120体を超える蝋人形の演出で、立体的かつ鮮やかに表現。

主な所蔵品（龍馬歴史館）

「坂本龍馬 北辰一刀流長刀兵法目録」

⑪ 高知県立歴史民俗資料館



施設概要

戦国時代の長宗我部氏の居城跡に立地し、土佐の人々の歴史・文化・くらしを多角的に紹介。長宗我部氏を詳しく紹介する「長宗我部展示室」には長宗我部軍の本陣を再現。

主な所蔵品

坂本龍馬湿板写真、武市半平太獄中自画像、長宗我部元親画像（国重要文化財）

⑫ 高知県立美術館



施設概要

シャガールの世界的コレクションと写真家・石元泰博コレクションで知られる美術館。幕末の絵師・金蔵（絵金）や龍馬に海外事情を教えた河田小龍の作品も収蔵。

主な所蔵品

マルク・シャガール「空を駆けるロバ」など油彩画5点、版画約1200点、石元泰博「シカゴ、桂離宮」など写真プリント約35,000点、弘瀬金蔵（絵金）「図太平記実録代忠臣蔵」、河田小龍「美人図」

⑬ 高知城



施設概要

土佐24万石を襲封した山内一豊によって創建。享保12年（1727）の大火で城郭のほとんどを焼失したが、宝暦3年（1753）までに創建当時の姿のまま再建。江戸時代からの天守が残る「現存12天守」の一つであり、本丸の全ての建造物が唯一完全に残る「南海道随一の名城」。現存する15棟の建造物は国の重要文化財に指定。

⑭ 高知県立文学館



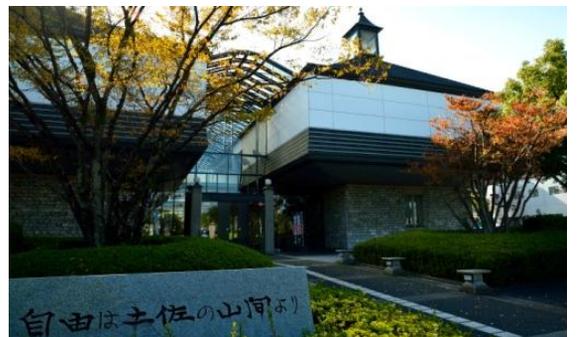
施設概要

常設展では、わが国の文学界に大きな足跡を残した、多士済々の高知の文学者を時代やテーマによって紹介。土佐の歴史と独特の風土が育んだ高知文学の世界を紹介。

主な所蔵品

寺田寅彦宛夏目漱石自筆絵葉書、田岡典夫走行「小説野中兼山」、安岡草太郎書軸「吉村虎太郎遺言」

⑮ 高知市立自由民権記念館



施設概要

「自由は土佐の山間より」と言われるように、近代日本に大きな役割を果たした土佐の自由民権運動。貴重史料の展示や映像などにより、自由民権運動発祥の志を未来へと伝える。

主な所蔵品

植木枝盛が憲法草案を起草した書齋（移築）、土佐の憲法草案「東洋大日本国々憲案」「日本憲法見込案」、板垣退助遭難時の凶器の短刀、自由の旗、自由勝利の大徳利など土佐の自由民権運動を伝える史料

⑩ 高知市立龍馬の生まれたまち記念館



施設概要

龍馬誕生から脱藩まで少年時代を中心に映像や模型などで分かりやすく紹介。中庭には坂本龍馬像、坂本乙女像、近藤長次郎像があり、人気の撮影スポット。龍馬の生まれたまち歩き「土佐っ歩」を実施しており、10月1日から5月31日まで龍馬の衣装の貸出も行っている。

主な所蔵品

武市半平太の獄中書簡（真物）、龍馬の金子借用証文（複製）、町並み紹介ジオラマ

⑪ いの町紙の博物館



施設概要

和紙の歴史と文化、製造工程と用具についてわかりやすく展示。また、職人による「流し漉き」の実演の見学や、紙漉き体験も可能。

主な所蔵品

百万塔陀羅尼経、七色紙、紙すき用具、吉井源太遺品

⑫ 佐川町立青山文庫



施設概要

幕末維新の生き証人であった、佐川町出身の元宮内大臣田中光顕（みつあき）が収集した志士たちの書状や画などの遺墨コレクションを中心に、幕末維新史を彩った人びとの真筆を展示しており、本物の史料の迫力を実感できる。

主な所蔵品

武市半平太関係史料、坂本龍馬書状、中岡慎太郎書、吉村虎太郎書、徳川慶喜書、勝海舟書状、西郷隆盛書、木戸孝允書状、岩倉具視書状

⑬ 吉村虎太郎邸



施設概要

吉村虎太郎の生家を復元した施設。虎太郎関連の史料の展示や、四万十川流域の重要文化的景観ガイド施設として各地域の特長を紹介。また、昼食（要予約）として、虎太郎が当時食したとされる料理を堪能できる。

主な所蔵品

吉村虎太郎の兜、手紙、銀の箸、血染めの肌襦袢など、当時の歴史を感じることができる史料の複製

⑩ 栲原千百年物語り



施設概要

栲原の千百年の歴史ビデオ、本物の十二単、語り継がれる神楽、幕末の志士、そして現在までをジオラマやパネルによって紹介するだけでなく、未来を担う子供たちに「語り伝えるべきもの」を体験できる施設、脱藩の道ウォークなどの体験プログラムも実施。

主な所蔵品

那須信吾の槍・免許皆伝の書、石の金庫、歴史史料、神楽で使用の日本刀

⑪ 四万十市立郷土資料館



施設概要

土佐一條家から幕末に活躍した人物まで地域に残る貴重な史料を展示。その外観と最上階から市街地周辺を一望できる展望は、四万十の歴史を五感で感じることができる。

主な所蔵品

一條家関連史料、樋口真吉関連史料、幸徳秋水関連史料、島村小彎作品、七星剣

⑫ 宿毛市立宿毛歴史館



施設概要

宿毛文教センター3階。歴史展示室、人物展示室。連綿と続く地域史をなぞるとともに、ゆかりの人材を個々に遺品と紹介する。

主な所蔵品

宿毛貝塚出土品、山内一豊領地判持、赤穂義士遺墨、宿毛機勢隊腕章

⑬ ジョン万次郎資料館



施設概要

館全体（内・外）をウッドをモチーフに、ジョン万次郎の生涯をジオラマやジョン・ハウランド号の模型、パネルや映像でコンテンツ毎に分かりやすく紹介。親子体験学習プログラムも実施。

主な所蔵品

ジョン万次郎の紹介パネル、河田小龍の漂異紀略、風帆船模型

(5) 目標設定

平成24年から27年までの入館者数の平均値や歴史資源の磨き上げの等の状況を踏まえ、目標値を設定します。

会場	施設名	所在地	基準値 (注)	入館目標 (平成30年)	備考
メイン会場	① 高知県立高知城歴史博物館	高知市	—	120,000	
	② 高知県立坂本龍馬記念館	高知市	152,739	150,000	入館目標は開館後約9か月分の数値(H30.4~12)
サブ会場	③ こうち旅広場	高知市	501,707	600,000	「とさてらす」の入館者数
地域会場	④ 室戸世界ジオパークセンター	室戸市	108,630	115,000	キラメッセ鯨館を含む
	⑤ 中岡慎太郎館	北川村	7,017	10,000	
	⑥ 岡御殿	田野町	1,858	5,000	
	⑦ 安田まちなみ交流館・和	安田町	1,384	6,000	
	⑧ 安芸市立歴史民俗資料館	安芸市	4,384	8,000	
	⑨ 絵金蔵	香南市	8,864	12,000	
	⑩ 創造広場 アクトランド	香南市	108,429	130,000	
	⑪ 高知県立歴史民俗資料館	南国市	25,357	33,000	
	⑫ 高知県立美術館	高知市	50,000	50,000	
	⑬ 高知城	高知市	255,985	300,000	
	⑭ 高知県立文学館	高知市	20,000	25,000	
	⑮ 高知市立自由民権記念館	高知市	11,637	25,000	
	⑯ 高知市立龍馬の生まれたまち記念館	高知市	48,480	60,000	
	⑰ いの町紙の博物館	いの町	24,656	27,000	
	⑱ 佐川町立青山文庫	佐川町	3,989	7,000	
	⑲ 吉村虎太郎邸	津野町	3,008	6,000	
	⑳ 梶原千百年物語り	梶原町	5,704	10,000	
	㉑ 四万十市立郷土資料館	四万十市	3,938	8,000	
	㉒ 宿毛市立宿毛歴史館	宿毛市	2,171	6,000	
㉓ ジョン万次郎資料館	土佐清水市	10,978	15,000		

(注) 基準値は、概ね平成24年から平成27年までの4か年平均の数値(4年分データがない場合は準じる平均値等で設定)。

県立美術館と県立文学館は、指定管理代行料積算上の目標入館者数。

5 受入事業

幕末・明治維新时期に各地域から輩出した偉人の志や功績、偉人を育んだ土佐の風土・文化、豊かな食、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います。

(1) 推進協議会の取組

- ・全国への強力な情報発信や、全国から多くの集客が見込めるイベント等を実施
 - ・各会場への誘客や広域にわたる二次交通対策などの周遊促進施策を実施
 - ・各会場や地域のイベントのプロモーション等
- ・館内ガイドの配置、専門職員や、アドバイザーの派遣などの人的支援
 - ・特別展示や企画展、関連イベント等への助成
 - ・市町村や地域団体等が実施する誘客イベントへの助成

支援

(2) 地域会場での取組

- ・幕末・明治維新をテーマとした特別展示や企画展等を実施
- ・館内ガイドが実施できる体制を整備
- ・食や自然など周辺の観光地及び他の地域会場への誘客を促進

(3) 市町村等での取組

- ・地域会場と周辺の食や自然などが一体となった観光クラスターへ誘客
- ・市町村や団体等が主体となって博覧会を盛り上げるイベント等を実施

※メイン会場、サブ会場及び県立の地域会場は、県事業として実施

(1) 特別イベント

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・運営に取り組みます。

① 第一幕オープニングイベント

- 県内外に対して、高知県で幕末・明治維新をテーマにした魅力的な博覧会が始まったことを強かに印象付けます。
- 集まった多くの方々に、メイン会場の高知城歴史博物館に入館してもらえるように、連携した取り組みを行います。

ア) オープニングイベントの会場（メイン会場と連携）

【日 時】平成29年3月4日（土）午前

【場 所】高知公園（高知城歴史博物館の近接地を想定）

【概要案】歴史系タレントやアーティスト、新観光PR隊等による幕末・明治維新をイメージさせるステージイベントを実施。また、高知城歴史博物館のオープニングセレモニーと連携した取り組みを実施。



イ) サブ会場・地域会場

【日 時】平成29年3月4日（土）各会場の開館時刻から

【概要案】博覧会が開幕したことが分かる取り組みを実施

ウ) その他

開幕までに、博覧会関係者や旅行会社などを対象とした高知城歴史博物館の内覧会を実施

② 第二幕オープニングイベント

- 第一幕から第二幕へ、幕末から明治維新へと博覧会の転換を印象付け、新たな話題性を創出し、集まった多くの方々に、メイン会場の坂本龍馬記念館に入館してもらえるように、館と連携した取り組みを行います。

【日 時】平成30年4月（予定）

【場 所】高知市内（県立坂本龍馬記念館周辺）

【概要案】第一幕の状況を踏まえたうえで検討



③ クロージングイベント

- 2か年の博覧会のフィナーレを飾るとともに、ポスト博覧会につながる取り組みを実施します。

【日 時】平成30年12月（又は平成31年3月）

【場 所】高知市内（こうち旅広場又は高知市中央公園）

【概要案】博覧会の状況を踏まえたうえで検討



(2) 各種イベント等

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、誘客を促進します。

また、地域会場における企画展等の開催や、市町村等による地域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、地域へ誘客する取り組みを、人的・財政的に支援します。

1) 高知城を活用した取組

① 高知城お城まつり

- 恒例となっている高知城の夜のお城まつりにより多くの集客をするため、大型イベントとして内容、充実を図ります。また、訪れた観光客にメイン会場や地域会場に関する情報を提供し、周遊を促します。

【日時】：夏、秋、冬

【場所】：高知城・高知公園

【内容】：二ノ丸におけるディナー、映画上映などにより、博覧会期間中の特別感を演出します。また、昼間のプログラムの実施や地域会場のPRブースの設置などにより、滞在時間の延長や地域への周遊につなげます。

② 大名行列

- 高知城における参勤交代の儀式の復元など、大名行列のイベントを開催します。

【日時】：平成29年4月～5月、平成30年4月～5月

【場所】：高知城・高知公園

2) 県全域にわたる取組

① 銅像めぐりサイクリングイベント

- 偉人の銅像を巡るサイクリングイベントの開催により、全国からサイクリストを集客するとともに、地域への周遊を促進します。

【日時】：平成29年12月上旬、平成30年3月上旬・11月上旬

【場所】：東部エリア、西部エリア、中部エリア

【内容】：県内に点在する歴史資源「銅像」とサイクリングを組み合わせたイベント開催を契機に、モデルコースとして情報発信を行い、周遊を促します。

3) サブ会場を活用した取組

① ガラス板写真の記念撮影

- 幕末・明治期の写真機を使ったプレミアムな撮影体験を提供し、話題化を図ります。

【日時】平成29年3月、平成29年度

【場所】サブ会場（こうち旅広場観光イベント館）

【内容】坂本龍馬の撮影で使用された湿板写真技法（ガラス板へ像を写す古典撮影技法）により、記念写真を提供します。

② 各種イベント

- サブ会場への集客を図り、博覧会情報に触れてもらいます。歴史系イベントを開催し、幕末・明治維新への関心を高め、地域会場への誘客につなげます。

【日時】GW、夏休み、11月（龍馬月間）、年末年始、春休み 等

【場所】サブ会場（こうち旅広場イベント広場）

【内容】幕末・明治維新をイメージさせるイベントや、地域会場への誘客を促進するイベントを実施します。

（例）新観光PR隊によるステージイベント

4) 各地域会場（県立施設を除く）や市町村等に対する支援

① 地域会場等への人的支援（館内ガイドの配置、専門職員・アドバイザーの派遣による支援）

- 地域会場において、館内ガイドができる態勢を整え、歴史資源への理解や関心を高めるとともに、周辺の観光クラスター情報などを提供し、周遊促進や満足度の向上につなげます。
- 専門職員が不足している地域会場には、歴史資源の磨き上げ等を円滑に実施できるように専門職員を派遣するとともに、全国的な見地からの提案や助言等を行うアドバイザーを派遣します。

② 地域会場が所管する市町村等への支援（地域会場の企画展等の実施支援）

- 地域会場の認知度の向上とより多くの誘客を図るため、年間を通じて企画展等が開催されるよう、博覧会のテーマに沿った新たな企画展等の開催に要する経費を助成します。

③ 市町村、団体等に対する支援（地域イベント等の開催支援）

- 地域会場や周辺の観光クラスター等への集客を図るため、博覧会終了後も継続して実施が見込めるイベント等に要する経費を助成します。

(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にも取り組みます。

① 龍馬パスポートの活用

- 各会場において、コレクション性の高い期間限定の特別スタンプを用意し、会場への来訪を促します。また、現在の龍馬パスポートの仕組みを利用し、周遊を促す取り組み（スタンプラリー等）を実施します。

② 歴史系パンフレット等の発行

- 幕末・明治維新时期に活躍した本県出身の人物や、歴史などを題材としたパンフレットを発行し、各地域への周遊を促します。また、地元ならではの観光スポットをコースやテーマごとに紹介するリーフレット「トサコレ！」のリニューアルにより、地域内の周遊を促進します。

③ 共通クーポン付きリーフレットの発行

- 博覧会期間中に地域会場で特典を受けられるリーフレット（クーポン券付き）を発行し、周遊を促進します。



龍馬パスポート

青 赤 ブロンズ シルバー ゴールド



④ スマートフォンアプリの活用

- 高知県の観光スポットや龍馬パスポート参画施設などをマップやリストで表示できる観光サポーターアプリ「公式！こうち旅アプリ」の普及を促進します。
- また、アプリ開発メーカー等とのタイアップにより、歴史スポットの周遊につなげるアプリを展開します。

⑤ 二次交通の充実

- 地域会場や県内の主要観光施設等をつなぐ移動手段を確保するため、広域周遊が可能な観光バスの運行、タクシープラン、レンタカープランなどの充実を図ります。
- 交通会社等とタイアップした企画切符の制作について検討します。
- 観光客に分かりやすく交通情報が提供できる取り組みも実施します。

⑥ 看板の設置等

- 主要幹線道路等に看板を設置し、博覧会のPRや地域会場への誘導を行います。

⑦ 渋滞対策

- メイン会場が所在する高知市中心部や桂浜周辺において、オープニング時や大型連休時などの多客期の渋滞対策に取り組みます。



6 広報事業

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ります。

(1) 全国的な盛り上がりをつくり出していく取組

- 過去の博覧会開催時と異なり、現時点では、大河ドラマのような追い風が見込めないため、以下の取組により、幕末・明治維新を中心とした歴史に関する全国的な盛り上がり自らつくり出していく
- 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活動を行う
- ② 企業とタイアップした広報や、ロゴマークを活用した企画商品の展開などによる情報発信を行う
- ③ P R 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を図る
- ④ ロゴマーク、ポスター、のぼり旗などP R ツールを活用した統一感のある取組のほか、公式ホームページ等による情報発信を行う

(2) 博覧会の開催を広く周知する取組

- 博覧会に全国から誘客するため、切れ目なく情報発信に取り組んでいく
- これまでの情報発信の取組に加えて、露出の拡大や情報の拡散を図る工夫をしていく
- ① 首都圏等マスメディア情報発信事業など、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周知を図る
- ② 県の観光特使による情報発信・情報拡散を図る
- ③ 県や市町村、観光団体、広域観光組織などが行う情報発信をはじめ、事務連絡や関係団体等あての発信文書にも必ずロゴマークを表示するなど、広く周知を図る
- ④ 「志国高知幕末維新博推進協議会」を構成する各企業や団体においても、ロゴマークの活用や情報発信・情報拡散に取り組む

(1) マスメディア等を活用した広報

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ストーリー性を持った効果的な情報発信を行い、幕末・明治維新を舞台にしたテレビ番組をはじめ、新聞、雑誌等での露出の拡大につなげます。

① 新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、ウェブを活用した広報 【展開エリア：首都圏（全国）】

- 全国的な盛り上がりをつくり出すため、マスメディア等を活用して全国的な露出を図ります。

(例)

- ・歴史系の人気番組での土佐の志士や大政奉還、明治維新をテーマにした特集
- ・キー局全国ネットのテレビ番組とのタイアップによる情報発信
- ・週1回のミニ番組枠（5分間）による、オリジナル番組の放送

- 歴史系番組以外の人気番組・旅番組とのタイアップにより、「歴史」をテーマにした露出の強化に取り組みます。

(例)

- ・ワイドショーへの高知県関係者出演による博覧会の告知

【実施時期】平成29年7月～

② SNSを活用した広報 【展開エリア：首都圏（全国）】

- フェイスブック、ツイッターなど、ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）の活用により、随時、情報の拡散と話題化を図ります。

【実施時期】平成28年12月～

③ 雑誌等を活用した広報

【展開エリア：首都圏（全国）】

- 歴史系の書籍、文庫本、単行本（マンガ等）の帯広告を活用し、博覧会のPRを実施します。
- 一定期間内に発行される複数の雑誌に、高知と明治維新ゆかりの地を巡る旅行特集などを掲載することで、通常のタイアップ記事よりもPR効果の高い露出を図ります。

【実施時期】平成29年12月～

④ バス・電車のラッピングや特別仕様製品の展開

【展開エリア：中四国】

- 県内の公共交通機関（バスや電車等）の車体にラッピングを行い、「走る広告塔」として活用します。
- PRキャラバンに使用する車を博覧会の特別仕様車とし、PR活動における注目度とPR効果を高めます。
- 博覧会仕様の特別な製品の展開によりPRを図ります。
（例）自転車やスマートフォン、手帳メーカーとのタイアップによる限定商品の発売

【実施時期】平成29年3月～

⑤ その他

- 放送作家の取材を誘致して番組提案の企画書を作成し、メディアに提案を行います。
- 本県にゆかりのある脚本家や作家に、歴史を題材としたテレビ番組の誘致に向けた企画書等の作成、雑誌への掲載を依頼します。

(2) 企業等とのタイアップ

企業やマスメディア、県と協定を締結している事業者との連携などにより、プロモーションそのものが話題になるような仕掛けをつくるなど、全国的な盛り上がりをつくり出す工夫をしていきます。

① 劇団とタイアップしたオリジナル演劇の上演

- 全国から注目を集める話題づくりを行うとともに、メディアによる露出の拡大につなげます。
(例)
 - ・全国的に著名な劇団とのタイアップにより、大政奉還150周年を記念した「坂本龍馬」の新作を制作し、上演を行います。
(平成29年3月に制作発表。劇場での上演は秋以降。高知でも上演)

② キー局通販番組等とのタイアップ商品の展開

- 視聴者への訴求力の高いテレビ番組を活用し、旅行商品の販売によるPRと誘客を図ります。
(例)
 - ・キー局全国ネットの通販番組のスポンサー及び旅行エージェントとのタイアップにより、番組を通して特色ある旅行商品を造成し、その商品をエージェントが旅行ツアーとして展開します。

③ その他

- 県とJR四国との協定に基づき、駅構内へのポスター掲示や、パンフレットの設置等を行います。
- NEXCO西日本との協定に基づき、高速道路サービスエリアのPRツール（デジタルサイネージ、広報雑誌等）を活用した広報を行います。
- コンビニ、銀行との協定に基づき、パンフレットの設置等を行います。
- キャリア（航空会社）と連携し、機内誌とのタイアップによる情報発信等を行います。
- 幕末維新博の応援デザインパッケージ商品（清涼飲料水やビール、野菜など）の企画・販売を企業とタイアップして展開します。

(3) 県内外におけるPRイベント等

企業や団体、県外の自治体と連携した取組、高知県にゆかりのある場所でのイベントの開催などにより、全国的な注目を集める話題づくりとマスメディア等での露出の拡大につなげます。

① 映画会社との連携によるイベントの開催

- 映画会社と連携して、本県にゆかりのある京都でイベントを開催し、話題化を図るとともに、本県への誘客につなげます。

(例)

- ・よさこいを活用し、幕末に京都で活躍した志士をオマージュした新しい演舞によるライブパフォーマンスを行います。

(物産展、志士ゆかりの地めぐり、高知や幕末関連の映画特別上映などのイベントも同時に開催)

② 幕末の志士たちをテーマにしたテレビ番組企画コンテスト

- 情報番組からバラエティまでオールジャンルでテレビ番組の企画を募集し、優勝者の企画は、業界に精通したプロモーターが、キー局の番組制作者に売り込んでいきます。

③ 高知県ゆかりの地との連携

- 高知県にゆかりのある場所と連携してPRを行います。

(例)

- ・大政奉還が行われた京都市の二条城で開催されるイベントに参画
- ・北海道とのネットワークを活用し、ゆかりの施設や団体と連携した取組を展開

- 「平成の薩長土肥連合」を活用して、4県共同による活動を行い、全国的な話題化を図るとともに、高知県で開催する博覧会の認知度の向上につなげます。

(例)

- ・テレビドラマ等の放送・誘致に向けて、4県知事による放送局へのトップセールス
- ・九州観光・物産フェア（東京）、大龍馬恋観光展（京都）、旅まつり名古屋（愛知）などでの4県連携によるPR

④ 在京テレビキー局のイベントへの出展

- 首都圏で行われる数百万人規模の来場が見込める大規模な集客イベント（テレビ局の夏祭りイベントなど）にブースを出展し、PRを行います。

⑤ 大政奉還150年、明治維新150年記念クルーズ

- 節目の年を記念するクルーズ船を誘致し、話題化及び誘客につなげます。
（単県又は「平成の薩長土肥連合」での連携による取組）

⑥ スーパーよさこい、ドリームよさこいを活用したPR

- 東京で開催される、「スーパーよさこい」や「ドリームよさこい」の会場においてPRを行います。

⑦ PRキャラバンの実施

- 関西及び中四国各地の駅や都市部の街頭、イベントで一般客向けのPRを実施し、本県への誘客を促進します。※旅行会社店頭PRと重複する都市ではセットで実施します。

⑧ 全国の龍馬関係団体との連携

- 博覧会第二幕の終盤に、「第30回全国龍馬ファンの集い」と連携したイベントを首都圏で実施し、博覧会のフィナーレに向けてもう一段の盛り上がりをつくり、ポスト博覧会につなげます。

(4) 既存の情報発信の取組との連携

① 既存の取組との連携による情報発信

- 首都圏等のマスメディアへのパブリシティ活動等を行う取組と連携し、博覧会情報を上乗せして発信することにより、博覧会の周知や露出の拡大、情報の拡散を図ります。
- 高知県観光特使に、個人での情報発信による拡散や露出の拡大をはじめ、所属する団体や企業による協力を依頼します。

(5) PRツール等

博覧会ロゴマークの活用をはじめ、ポスターやのぼり旗の掲出など、県内の観光施設はもとより、企業や事業者の協力もいただきながら、県内全域で一体感のある取組を行うとともに、公式ホームページ等による全国へのPRに取り組みます。

① 博覧会ロゴマークの活用

- 全国から公募した「志国高知 幕末維新博」のロゴマークを使用し、博覧会をPRします。
- 市町村、団体、企業等でも活用していただくなど、幅広く展開していきます。

② PRツール制作

- 各種のPRツールを制作し、県内各所に掲示等を行うことにより、広く周知を図るとともに、県内全域で統一感を持った取組につなげます。

(例)

- ・ポスター（ベーシックなタイプ、まんがを活用したタイプ）、のぼり旗、アームバッグ、チラシ、名刺台紙、法被、車両のマグネットシート など

- ノベルティグッズを制作し、イベントでの観光PRやアンケート調査等で活用します。

(例)

- ・ボールペン等筆記用具、クリアファイル など

③ 新観光PR隊の活用

- 土佐おもてなし勤王党に続く、新観光PR隊を活用し、県内外のイベントなどで博覧会のPRを行います。

(例)

- ・漫画家によるイラストポスターを制作することで、新観光PR隊と博覧会の露出を拡大

④ その他

- 公式ガイドブックの発行や公式ホームページの運営を通じて、きめ細かな情報提供を行います。
- 人気ミュージシャンを起用して博覧会のテーマソングを制作し、全国的な話題化を図ります。
- 博覧会のPR映像（第一幕、第二幕）を作成し、公式ホームページやインターネットの動画サイト等に掲載するとともに、旅行会社への商談会などで活用します。

7 誘客事業

旅行会社を対象にした旅行商品説明会を開催するとともに、セールス活動を展開し、本県への旅行商品造成の促進に取り組みます。

(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、誘客を促進する

【商談会・観光説明会】

- ① 東京、大阪、名古屋、福岡等でのセールスキャラバン

【旅行会社への個別訪問】

- ① 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
- ② 京阪神での旅行会社店頭PR活動

【旅行会社店頭PR】

- ① 旅行会社の店頭PRに合わせて、街頭でのPR活動を展開

(2) 旅行商品造成の促進

- 旅行商品化に有効と考えられる取組を展開し、旅行商品造成を促進する

【お得なチケット】

- ① 複数施設のセット券や割引クーポン付き入館チケット

【特別対応】

- ① 通常非公開の資料等の特別観覧
- ② 通常設定していない特別企画・プランの提供

【誘客（集客）イベント】

- ① 旅行商品にもなり得る一定期間のイベントの実施

【助成制度】

- ① 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への対応

(1) 旅行会社へのセールス

旅行会社に対する旅行商品説明会及びセールス活動を実施し、旅行商品造成の促進につなげるとともに、各地域の周遊コース（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。

① 旅行会社への商談会・観光説明会の開催

- 商談会・観光説明会を開催を通じて、本県への旅行商品造成の促進を図ります。

【実施時期】 平成28年9月～平成30年7月

【開催場所】 東京・名古屋・大阪・岡山・広島・福岡

【開催回数】 春（5～6月）、秋（9～10月）にそれぞれ1回ずつ

【メインターゲット】 仕入・造成部署を持つ大手旅行会社、メディア系及びWeb系旅行会社

② 旅行会社への個別訪問・セールス

- 旅行会社への個別訪問・セールスを実施し、本県への旅行商品造成の促進と送客の拡大を図ります。メディア系旅行会社や大手旅行会社の仕入・造成部署のある都市を中心に、例年以上のセールス活動を展開します。

【実施時期】 平成28年10月～平成30年7月

【訪問場所】 札幌・仙台・東京・静岡・金沢・名古屋・大阪・岡山・広島・福岡

【訪問回数】 各都市とも半期に1回程度（春・秋）

【メインターゲット】 仕入・造成部署を持つ大手旅行会社、メディア系旅行会社

③ 旅行会社店頭でのPR

- 関西にあるターミナル駅構内等の立地の良い旅行会社の店頭において、一般客向けのPRを実施し、本県への誘客を促進します。※街頭でのPRとセットで実施します。

【実施時期】 平成29年1月～平成30年7月

【実施場所】 京都・大阪・神戸にある旅行会社店舗

【実施回数】 半年に1回程度

【メインターゲット】 旅行会社を利用する一般顧客

【内容】 サンプル調査、ご成約者への高知県関連商品プレゼント など

(2) 旅行商品造成の促進

旅行商品化に有効と考えられる取組を展開し、旅行商品の造成を促進します。

① お得なチケットの活用

- 高知城と高知城歴史博物館のセット券や各地域の観光クラスター協議会においてクーポン付き入館チケットなどが発行される場合は、それらを有効活用します。

(例)

- ・高知城+高知城歴史博物館 セット券や割引クーポン付き入館チケット

② 博覧会期間中の特別対応

- 通常是非公開の資料等の特別観覧や通常は設定していない特別企画・プランなど、旅行会社による旅行商品設定のために特別に企画したプランを提供します。

(例)

- ・高知城追手門内部見学など通常非公開の資料等の特別観覧
- ・ナイトツアーなど、通常設定していない特別企画・プランの提供

③ 誘客(集客)イベントの実施

- 各地域において、旅行商品にもつながるような、一定期間のイベントを展開します。

(例)

- ・高知城お城まつり(現在の取組を発展・拡充させる)

④ 旅行会社への助成制度

- 旅行会社に対する助成制度を展開します。

(例)

- ・博覧会特別対応として、既存の助成制度の拡充(指定施設立ち寄りへの対応など)

【実施時期】 平成29年4月～

8 博覧会終了後の取り組み

博覧会の開催を通じて整備する歴史観光の基盤や周遊コース（観光クラスター）を活用しながら、本県観光のさらなるレベルアップが図れるよう、博覧会終了後に取り組む新たな観光戦略について、平成29年度から検討を開始します。

9 展開スケジュール

「志国高知 幕末維新博」の展開スケジュール【受入事業】

年度	H28						H29									
	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
トピック	奥四万十博 廻路逆打ち						プレDC						●高知城歴史博物館オープン(3/4一般公開) ●四国DC ●こうち旅広場リニューアルオープン(H29春)			
特別イベント													★第一幕オープニングイベント(3/4)			
各種イベント等							アドバイザーの派遣						大政奉還、明治維新をテーマとした特別展示(各会場) ガラス板写真の記念撮影(H29.3月、H29年度中複数回実施) 土佐の食1グランプリ こうち旅広場 各種イベント 大各行列(参勤交代) 夏のお城まつり 秋のお城まつり 館内ガイドの配置・専門職員等の派遣 地域イベント等の開催支援			
受入事業	推進協議会 実施計画策定						アドバイザーの派遣						能馬バスポートの活用(特別スタンプ、スタンプラリー等) ★歴史系パンフレットの発行(探訪図会、人物圖子) ★共通クーポン付リーフレットの発行・配布 スマートフォンアプリの活用(「公式!こうち旅アプリ」、アプリ) 定額観光バス等の運行 タクシープランの拡充 企画切符等(交通会社等とのタイアップ事業) ★二次交通パンフレットの発行 ★改訂・増刷 ポスター、のぼり等の掲出 看板の設置等 波瀾対策の検討・実施			
歴史資料の磨き上げ(リアル化)	第一幕に向けて整備 整備計画策定												地域会場の運営等 第二幕に向けて追加整備 館内ガイドによる案内			
観光クラスター(同遊コースづくり)	第一幕に向けて整備 整備計画策定												周遊コースの運営等 第二幕に向けて追加整備 地域の取組(同遊モデルコースづくり等の同遊促進策)			
既存イベント													(3/4~12)土佐のおきやく (3/11,12)全国歴史家大会議 能馬駅清祭 長宗義輝フェス、長宗義輝まつり 土佐の豊穡祭			

「志国高知 幕末維新博」の展開スケジュール【広報事業】

	年度	H28						H29							
		7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
広報事業	トピック	奥四万十博(H28.4.10~12.25)													
		遍路逆打ち													
		ブレDC						四国DC							
	段階	ステージ1 幕末・明治維新に関心を向けさせる						全国展開							
	(1) マスメディア等を活用した広報	新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、ウェブを活用した広報						SNSを活用した広報 雑誌等を活用した広報							
(2) 企業等とのタイアップ							バス・電車のラッピング等 ☆オリジナル演劇制作発表 キー局通販番組とのタイアップ商品 企業とタイアップによるPR等の展開								
(3) 県内外におけるPRイベント	大政奉還150年、明治維新150年記念クルーズの誘致活動 他県と連携したPR（平成の薩長土肥連合、北海道など）						☆テレビ番組企画コンテスト・メディアへの企画提 在京テレビキー局 PRキャラバンの実施								
(4) PRツール等	☆博覧会ロゴマーク決定（市町村、団体、企業等での活用など、幅広く展開）						☆ポスター、のぼり旗等のPRツールによる展開 ☆新観光PR隊の活用 ☆ガイドブックの配布 ☆テーマソング制作・展開 ☆第一幕PR映像の展開 ☆公式ホームページの運用								

				H30			H31													
9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3		
							●坂本龍馬記念館リニューアルオープン													
ステージ2 的な盛り上がりを作り出す・高知県に注目を集め、誘客を図る																				
ポスト博覧会（開催準備）																				
☆オリジナル演劇の公演 の展開																				
☆映画会社との連携イベントの開催 イベントへの出展																				
☆大龍馬恋 ☆九州観光・物産フェア																				
☆大龍馬恋 ☆九州観光・物産フェア																				
☆スーパーよさこい ☆ドリームよさこい																				
☆スーパーよさこい ☆ドリームよさこい																				
☆全国の龍馬関係団体との連携イベント																				
☆第二輯PR映像の展開																				

「志国高知 幕末維新博」の展開スケジュール【誘客事業】

年度	H28						H29									
	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
誘客事業	トピック															
	奥四万十博															
	遍路逆打ち						●高知城歴史博物館オープン(3/4一般公開)									
	●9/17,18ブレDCイベント(JR大阪駅) ブレDC						四国DC									
	旅行会社へのH29上期商品造成に対する助成						旅行会社へのH29下期商品造成に対する助成									
セールスキャラバン(商談会)																
●9/16大阪 ●10/12大阪(四ツ宮) ●9/29東京(四ツ宮) <small>*四国ツーリズム推進協議会の協賛</small>						●JR四国商品説明会 ●東京 ●名古屋・岡山 ●大 ●大阪 ●福岡・広島										
個別セールス																
○8/4-6パーソナル系との意見交換(東京・大阪)						○パーソナル系との意見交換(東京・大阪)										
○メディア系AGT等個別セールス 札幌・仙台・静岡・名古屋・金沢・広島・福岡など						○メディア系AGT等個別セールス 札幌・仙台・静岡・名古屋・金沢・広島・福岡など										
店頭PRキャラバン																
						◆AGT店頭PRキャラバン 大阪・京都・神戸										
						◆AGT店頭PRキャラバン 大阪・京都・神戸										
街頭宣伝																
						★街頭宣伝 大阪・京都・神戸など										
						★街頭宣伝 大阪・京都・神戸など										

各会場における企画展等

年度	月	①高知県立 高知城歴史博物館	②高知県立 坂本龍馬記念館	③こうち旅広場	④室戸世界ジオ パークセンター	⑤北川村立 中岡慎太郎館		
平成28年度 (2016)	1月	開館準備中						
	2月							
	3月				オープニングイベント			
平成29年度 (2017) 大政奉還150年	4月	『大政奉還連続企画-「大」の章-』 『山内家名宝展』(企画展)	閉館中 11月「龍馬没後150年」 記念フォーラム	土佐の食1 グランプリ	ガラス板 写真の 記念撮 影	春季企画展 「中岡慎太郎「倒 幕」の決意」		
	5月			シーズン①				
	6月	『大政奉還連続企画-「政」の章-』						室戸深海展 (予定)
	7月	『大政奉還連続企画-「奉」の章-』 『親子名宝展』(企画展)		シーズン②				
	8月			シーズン③				
	9月							
	10月	『大政奉還連続企画-「還」の章-』 『大政奉還と土佐藩』(企画展)		シーズン④				
	11月			龍馬月間			西南戦争と土佐 拳兵計画について -立志社の獄-	
	12月	『維新150年連続企画-明治維新への道-』 『山内家の国宝と重要文化財』(恒例展)						
	1月			シーズン⑤				
	2月			『維新150年連続企画 -土佐人のみた欧羅巴-』 『山内家のおひなさま』(恒例展)				
	3月							
	平成30年度 (2018) 明治維新150年	4月		『維新150年年連続企画 -明治維新と激動の日本-』(企画展)		開館記念特別展示「高知 県内の龍馬の手紙勢揃い」 展(仮称)	土佐の食1 グランプリ	
5月		シーズン①						
6月								
7月		『維新150年年連続企画 -山内家の300年-』(企画展)	明治維新150年関連企画 「土佐藩と会津藩」展(仮 称)	シーズン②	室戸深海展 (予定)	四国の 戊辰戦争展		
8月				シーズン③				
9月								
10月		『維新150年年連続企画 -土佐の幕末・維新-』(企画展)	開館記念特別展示「龍馬」 展(仮称)	シーズン④				
11月				龍馬月間				
12月		『維新150年年連続企画 -維新の原動力「国学」-』 『山内家の国宝と重要文化財』(恒例展)						
1月			シーズン⑤					
2月			『維新150年年連続企画 -明治維新と山内家-』 『山内家のおひなさま』(恒例展)					
3月	シーズン⑥							
イベント等の予定					土佐室戸船競漕大会 (H29.7) 土佐室戸船競漕大会 (H30.7)	講演会 (H29.5) 慎太郎まつり (H29.11) 講演会 (H30.8) 慎太郎まつり (H30.11)		

【注意事項】

この資料に記載された内容は、現時点での予定であり、所管市町村等の予算措置を踏まえて提示されたものではないことから、内容やスケジュールが変更となる場合がある。

⑥岡御殿	⑦安田まちなみ交流館・和	⑧安芸市立歴史民俗資料館	⑨絵金蔵	⑩創造広場アクトランド	⑪高知県立歴史民俗資料館				
					企画展	常設展	屋外		
幕末おひな様展	石田英吉展 I 維新回天編	特別展「安芸のおひなさま」	ミニ企画 絵金の白描	龍馬の目線 Photo	幕末の土佐 -書跡にみる人物 群像-	高知の歴史文化 の総合展示	岡豊山歴史公園 「長宗我部の城・ 国史跡岡豊城跡 を訪ねる」		
二十三土展			ミニ企画					足摺岬祈りの世界 (金剛福寺)	
古民具展			絵金白描展 絵金まつり特別展 示	龍馬の目線 Photo				脱藩のみち、塩の みち写真展 (予 定)	
田野豪商展 *未定	石田英吉展 II 明治国家建設編	高知城歴史 博物館連携 企画展 *秋頃予定	ミニ企画		禪と無の境地 -禪と土佐- (予定)				
幕末おひな様展	「汗血千里駒」 挿話の世界 坂本龍馬最初 の一代記	特別展「安芸のおひなさま」-幕末から明治 -大正・昭和の人形たち-	ミニ企画 絵金の白描		堺事件展 -歴史の間に葬ら れた人々- (予定)			幕末から明治に かけての高知の歴史 に関する展示 (予 定)	コース案内 (約1 時間) 土日祝日、お盆等 に1日2回実施 (H29,30各年 120日程度)
二十三土展	幕末維新・土 佐人肖像写真 展		ミニ企画 絵金の白描					長宗我部氏及び 国史跡・岡豊城 跡に関する展示	
田野豪商展 *未定	龍馬と安田の 人びと 高松順蔵・千 鶴・高松太郎・ 坂本直寛・石 田英吉		ミニ企画						
古民具展	※調整中	岩崎久弥展 *秋頃予定	ミニ企画	北辰一刀流 千葉道場 *秋頃予定	幕末維新期の社 会と文化展 (予 定)				
幕末おひな様展									
春の宴 (H29.3) お殿様体験 (夏休み期 間中) 句会 幕末史跡めぐり	土佐の町家ひなまつり (H29.3) 記念講演会 (年度内3回程 度)	講演会 (H30.秋)	絵金生誕祭 (H29.10) 三上クニヤズコンサート	モノブワイブ GWイベント 大感車祭 夏祭り ボンネット/スサミット X'masイベント 新春祭					第8回岡豊山さくらまつり (H29.4) 第7回長宗我部フェス (H29.5) 長宗我部元親ラリー (H29.夏) 第9回岡豊山さくらまつり (H30.4) 第8回長宗我部フェス (H30.5) 長宗我部元親ラリー (H30.夏)

年度	月	⑫高知県立美術館	⑬高知城	⑭高知県立文学館	⑮高知市立自由民権記念館	⑯高知市立龍馬の生まれたまち記念館			
平成28年度 (2016)	1月			企画展	常設展	2F特別展示室 1F自由ギャラリー			
	2月	日本におけるキュビズム							
	3月	ピカソ・インパクト	サクライベント						
平成29年度 (2017) 大政奉還150年	4月	これぞ暁斎！ゴールドマン・コレクション展	高知城花回廊	司馬遼太郎展	近世文人展（谷桑山、谷真潮、山崎闇斎、谷時中など）	「汗血千里の駒」の世界展（仮）	「幕末・明治の錦絵」展（仮）	維新の夜明け展②大政奉還150年展（仮）	
	5月								
	6月								
	7月		夏のお城まつり					維新の夜明け展③龍馬暗殺150年展（仮）	
	8月								
	9月		秋のお城まつり						
	10月								
	11月							角谷やすひと作品展（予定）	
	12月		冬のお城まつり		酒と文学（内容検討中）				
	1月	生誕300年記念中山高陽展				坂垣退助生誕180年展（仮）			上町・小高坂群像展（予定）
	2月								
	3月								高松紅真展（予定）
平成30年度 (2018) 明治維新150年	4月		高知城花回廊						
	5月						「明治維新150年」展（仮）	維新の夜明け展④明治維新150年展（仮）	
	6月								
	7月		夏のお城まつり					近代日本の遺墨展（予定）	
	8月				幕末の群像と高知ゆかりの作家				
	9月		秋のお城まつり						
	10月				坂本龍馬、中岡慎太郎、ジョン万次郎、岩崎弥太郎、山内容堂などを書いたゆかりの作家＜現在・検討中＞				
	11月	大幕末展							角谷やすひと作品展（予定）
	12月		冬のお城まつり						
	1月								
		2月							
		3月							
イベント等の予定								龍馬生誕祭2017（H29.11） 龍馬生誕祭2018（H30.11）	

⑦いの町紙の博物館	⑩佐川町立青山文庫		⑨吉村虎太郎邸	⑳梶原千百年物語り	㉑四十市立郷土資料館	㉒宿毛市立宿毛歴史館	㉓ジョン万次郎資料館
	展示①	展示②					
土佐和紙はがき絵展	常設展示「田中光顕旧蔵資料」、「志士たちの遺墨」、「江戸時代の佐川」	小展示「西谷文庫の世界」		*調整中			
紙とあそぼう作品展		小展示「佐川の歴史」	虎太郎と天誅組				
野並允温個展	特別展「田中光顕がみた幕末」	常設展示「志士たちの遺墨」、「江戸時代の佐川」				大江卓展	ジョン万次郎を題材とした特別展示(予定)
第10回高知国際版画トリエンナーレ展		小展示「佐川にゆかりの人々」	映像の中の虎太郎 *時期未定				
伊藤神谷「書の世界展」	常設展示「田中光顕旧蔵資料」、「志士たちの遺墨」、「江戸時代の佐川」	小展示「江戸時代のお雛さま」					※調整中
紙とあそぼう作品展 *時期未定		小展示「西谷文庫の世界」	虎太郎と維新の群像特集 *時期未定			酒井南嶺展-宿毛の教育史-	
		小展示「佐川の歴史」	動乱期の津野町-戦国と幕末-			戊辰戦争と宿毛	ジョン万次郎を題材とした特別展示(予定)
	特別展「江戸幕府の崩壊と佐川」もしくは「明治維新と佐川」	常設展示「志士たちの遺墨」、「江戸時代の佐川」	片岡直子、金沢献などの特集 *時期未定				
	常設展示「田中光顕旧蔵資料」、「志士たちの遺墨」、「江戸時代の佐川」	小展示「佐川にゆかりの人々」					
		小展示「江戸時代のお雛さま」					
紙もの体験・土佐和紙職人市 (H29.GW、お盆) 仁淀川紙のこいのぼり (5/3~5) 仁淀川まつり (H30.8) 仁淀川神楽と鮎と酒に酔う (H30.9) 大園さま秋大祭 (H30.11)			吉村虎太郎生誕祭 (H29.4) 吉村虎太郎邸2周年祭 (H29.6) 天誅組決起の日記念祭 (H29.8) 虎太郎を偲ぶ会 (H29.9) 歴史月間 (H29.10) 脱藩ウォーク (H29.3)			梓立祭 (H29.3) 歴史講座 (H29.全10回) 梓立祭 (H30.3) 歴史講座 (H30.全10回)	ジョン万次郎を題材としたワークショップ等 (H29.7~9予定)

パネル展
明治維新と宿毛 (H29.3.3~H31.3.31)

受入事業

1.特別イベント	ねらい	概要	実施場所	実施時期
(1) 第一幕オープニングイベント	<p>①県内外に対して高知県で、幕末維新をテーマに魅力的な博覧会が始まったことを強力に印象付ける。 ②オープニングに集まった多くの人にメイン会場に入館してもらう。(高知城歴史博物館・高知城と連携)</p>	<p>概要 ・高知城歴史博物館のオープニングと連携して実施 ・高知公園でイベントを行い、高知城歴史博物館と高知城への集客を図る。(歴史系タレント、歴史系アーティストの出演等) ・地域会場においても、博覧会が開幕したことが分かる取組を実施。(先着順でのノベルティグッズの配布など)</p>	高知公園	H29.3.4
(2) 第二幕オープニングイベント	<p>①第一幕から第二幕、幕末から明治維新へ博覧会の転換を印象付け、新たな話題性の創出を図る。 ②オープニングに集まった多くの人にメイン会場に入館してもらう。(坂本龍馬記念館と連携)</p>	<p>第一幕の状況を踏まえうえで検討</p>	県立坂本龍馬記念館周辺	H30.4
(3) クロージングイベント	<p>2か年の博覧会のフィナーレを飾るとともに、ポスト博覧会の取組につなげる目的で開催する。</p>	<p>博覧会の状況を踏まえうえで検討</p>	こうち旅広場 または高知市中央公園	H30.12 (又は H31.3)

2.各種イベント等	ねらい	概要	実施場所	実施時期
(1) 高知城お城まつり(夏・秋・冬)	①地域会場を活用した大型イベントとして、より多くの集客を図るため、内容の発展、充実を図る。 ②集客した観光客に地域情報を提供し、地域への周遊を促す。	(現在の取組を発展、拡充させる) ・博覧会特別企画の実施。ビアガーデン、ディナーの提供、映画上映など ・地域会場の情報発信等を行うブースを出展	高知城	H29.4、 H29.9、 H29.12
(2) 大名行列	歴史がテーマの博覧会の雰囲気を感じることができるイベントを開催し、話題化と集客を図る。	・高知城から追手筋の大名行列を実施。希望者の一般参加も可 ・参勤交代という史実に基づき、広域周遊ツアーの商品化を図るため、高知市から笹ヶ峰(大豊町/愛媛県)に至る「北山越え」ツアーなどの旅行商品化も検討。	高知城等	H29.4～5 H30.4～5
(3) 銅像めぐりサイクリングイベント	①県内に点在する歴史資源「銅像」とサイクリングを絡め、集客と話題化を図る。 ②博覧会終了後も周遊モデルコースとしていく。	・県内に設置されている偉人の銅像を巡るサイクリングイベント ・3コース程度を設定 ・サイクリストに人気のパワースポットも紹介	東部エリア、 西部エリア、 中部エリア	H29.12、 H30.3、 H30.11
(4) ガラス板写真の記念撮影	①明治期の写真機を使ったプレミアムな撮影体験を提供し、話題化を図る。 ②集客した観光客に博覧会情報に触れてもらい、地域への周遊を促す。	・生家セットの前で、坂本龍馬も使用したガラス板へ写真を写し出す古典撮影技法により、記念写真を提供。生家セット前で撮影 ・一日の現像は10枚～20枚程度	こうち旅広場 (イベント館)	H29.3.4～ 3.12、 H29年度
(5) サブ会場における各種イベント	①サブ会場への集客を図り、博覧会情報に触れてもらう。 ②歴史系イベントを開催し、博覧会の統一的なイメージを発信する。	・こうち旅広場への集客対策として実施しているシーズナールイベントを、博覧会期間中は幕末維新を想起させるイベントや地域会場への誘客を図る内容として実施	こうち旅広場 (イベント広 場)	H29.3～
(6) 大政奉還・明治維新時代をテーマとした特別展示	①博覧会の統一的なイメージを発信する。 ②期間限定の企画展示等を実施し、施設への来訪意欲を高める。	・江戸のくらし、浮世絵、写真、刀、書などをテーマとした企画展を実施	各会場	H29.3～

3. 周遊促進		概要	実施時期
ねらい	概要	実施場所	実施時期
(1) スマートフォンアプリとのタイアップ	地域会場への周遊を促進	<ul style="list-style-type: none"> ・全国で展開する歴史のスマートフォンアプリ(GPSを使ったお城めぐり等)を活用し、高知県内を巡回するイベントを開催 ・長宗我部元親や龍馬を題材とした県内周遊アプリの開発等 	H29.3～
(2) 龍馬バスポートの活用	地域会場への周遊を促進	<ul style="list-style-type: none"> ・博覧会期間中に地域会場で特別スタンプ(レアシスタンプ)を押印(既存スタンプとの併用可とする)、ミッション企画の実施等 	H29.4～
(3) 歴史系パンフレット等の発行等	①地域会場及び周辺観光地への周遊を促進。 ②障人や史跡などの認知度の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・関係団体と連携した冊子の発行(土佐探訪図会、幕末維新人物紹介冊子) ・その他(高知市～橋原町間の脱藩の道など) ・トサコレのリニューアル ・地域会場にパンフレットラックを設置し、公式ガイドブックなどとあわせて配架 	H29.2 H29.6 H30.3
(4) 共通クーポン	地域会場への周遊を促進	<ul style="list-style-type: none"> ・各地域会場特典が受けられる付クーポン付きリーフレット等の発行 	H29.3～
(5) サイン類の整備等	交通対策 博覧会の情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・博覧会のPR看板、各地域会場への誘導案内板の設置等 	H28.12～ H29.2
(6) JRとのタイアップ	交通対策	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな企画キップ等の検討 	H29.4～
(7) MY遊バス	交通対策	<ul style="list-style-type: none"> ・博覧会用のルート設定、クーポンブックの作成、ラッピング等の検討 	H29.1～
(8) タウンープラン	交通対策	<ul style="list-style-type: none"> ・地域会場周辺を巡るコース編成、発地での情報発信の強化 	H29.4～
(9) 定期観光バス・周遊バス	交通対策	<ul style="list-style-type: none"> ・導入の可能性を検討 	H29.4～

<p>(10) レンタカープラン</p>	<p>交通対策</p>	<p>・民間レンタカー会社と連携した企画プランの設定</p>	<p>レンタカー店 舗</p>	<p>H29.4～</p>
<p>(11) 渋滞対策</p>	<p>交通対策</p>	<p>・メイン会場(高知城歴史博物館、坂本龍馬記念館)のオープン時やGW時の対応</p>	<p>メイン会場周 辺</p>	<p>H29.3～</p>
<p>4.協議会の支援策 (人的支援)</p>		<p>概要</p>	<p>実施時期</p>	
<p>(1) 館内ガイドの配置、専門職員(学芸員)の派遣</p>	<p>ねらい</p>	<p>①博覧会の統一的なイメージを発信する。 ②協議会から派遣することで、提供サービスの水準を保ち、博覧会全体の情報共有・連携機能を持たせる。 ③観光客のニーズに合わせた情報を提供し、地域への周遊を促す。</p>	<p>来館者等の対応を行う観光案内を、博覧会期間中に有期雇用で配置 ・館内ガイドや、観光客のニーズに合わせた周遊ルートの提案 ・地域会場とサブ会場、事務局との情報共有など ※企画展、イベントの開催や、歴史資源の磨き上げに関する支援を行うための学芸員の配置も検討</p>	<p>H29.3～</p>
<p>(2) アドバイザー派遣</p>	<p>ねらい</p>	<p>市町村が取り組む歴史観光の基盤整備や周遊ルートの整備に関して、全国的見地からの提案や助言を専門家を派遣する(平成27年度から継続)</p>	<p>①リアル化アドバイザー 歴史施設や周辺の史跡等の磨き上げや、歴史資源の掘り起こしなどに関する助言 ②観光クラスターアドバイザー 歴史資源や地域の食、自然などと一体となった周遊コース(観光クラスター)の整備に関する助言</p>	<p>H28～</p>
<p>5.協議会の支援策 (企画展、イベント等の開催支援)</p>		<p>概要</p>	<p>実施時期</p>	
<p>(1) 地域会場への支援</p>	<p>ねらい</p>	<p>①博覧会の統一的なイメージを発信する。 ②期間限定の企画展示等を実施し、施設への来訪意欲を高める。 ③上の目的のため地域会場での特別展示の開催支援を行う。</p>	<p>地域会場、各 地域会場(県 立施設を除く)</p>	<p>H29.4～</p>
<p>(2) 市町村、団体等に対する支援</p>	<p>ねらい</p>	<p>①地域への誘客を促進するため、地域での誘客の核となるイベントの開催を支援する。 ②イベントの集客を、地域会場への集客および地域への周遊を促す。 ③上の目的のため市町村等が実施する地域イベントの開催支援を行う。</p>	<p>各地域会場 県内各地</p>	<p>H29.4～</p>

広報事業 【マスメディア等】

1. マスメディア等を活用した広報	概 要	回数等	展開 エリア
<p>マスメディアを活用した広報 (新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、ウェブ)</p> <p>(1)</p>	<p>●全国的な盛り上がりをつくり出すため、マスメディアを活用して全国的な露出を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内外のメディア広告の活用 ・人気歴史番組を誘致し、土佐の志士や大政奉還、明治維新をテーマにした特集を実現 ・ペイドパブリシティ(報道機関等が独自に編集しているような体裁で、有料で行う情報発信)の実施 ・キー局全国ネットのテレビ番組とのタイアップ ・歴史関係番組以外の人気TV番組・旅番組とのタイアップにより、「歴史」をテーマに露出を強化。露出内容の要望を明確化し、番組内での博覧会の告知等も実現 例：フイドショーでの高知関係者出演による博覧会の告知など 	<p>メディアとの交渉による</p>	<p>首都圏 (全国)</p>
<p>(2)</p>	<p>●全国的な盛り上がりをつくり出すため、マスメディアを活用して全国的な露出を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏等のマスメディアへのプレスリリース配信や取材誘致など、新聞、雑誌、テレビなどの各種メディアへのパブリシティ活動を実施 	<p>既存事業の目標値：年間50本 以上(全メディア合計)</p>	<p>首都圏 (全国)</p>
<p>(3)</p>	<p>●同時期に集中的に露出を図ることで、通常のタイアップ記事よりPR効果の高い露出を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一定期間内に発行される複数の雑誌に、高知と明治維新ゆかりの地を巡る旅行特集などを掲載 	<p>10媒体×2回</p>	<p>首都圏 (全国)</p>
<p>(4)</p>	<p>●情報発信ツールとして、SNSサービスを活用して情報発信を行い、拡散を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ツイッター、フェイスブックなど、SNSを活用した情報発信 	<p>随時</p>	<p>首都圏 (全国)</p>
<p>(5)</p>	<p>●全国的な盛り上がりをつくり出すため、マスメディアを活用して全国への露出を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キー局全国ネットで週1回のミニ番組枠(5分間)を買い取り、オリジナル番組を放送 ・番組スポンサーとしてCM枠も確保し、情報番組や旅番組等、他番組への露出も実現 	<p>1回5分×12回(1クール)×2 回(各年1回)</p>	<p>首都圏 (全国)</p>
<p>(6)</p>	<p>●全国的な盛り上がりをつくり出すため、マスメディアを活用して全国的な露出を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・歴史系の書籍、文庫本、単行本(マンガ等)の帯広告を活用し、博覧会のPRを実施 	<p>5媒体×1回</p>	<p>首都圏 (全国)</p>
<p>(7)</p>	<p>●全国的な盛り上がりをつくり出すため、マスメディアを活用して全国的な露出を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・放送作家の取材を誘致して番組提案の企画書を作成し、完成後はメディアに提案を行う 	<p>3本</p>	<p>首都圏 (全国)</p>
<p>(8)</p>	<p>●旅行を検討している方に直接働きかけることにより、興味を喚起し、本県への誘客を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行カタログ、オンライン旅行予約サイトへの広告掲載 ・メディアを対象としたモニターツアーの実施 など 	<p>3社×年1回</p>	<p>首都圏 (全国)</p>

(9)	バス・電車のラッピングや特別仕様製品の展開	<p>●バス・電車を「走る広告」として活用する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内の公共交通機関(バスや電車等)の車体を広告に活用 ●PRキャラバンに使用する博覧会仕様の特別仕様車を制作し、PR活動における注目とPR効果を高める <ul style="list-style-type: none"> ・自動車メーカーとタイアップし、PRキャラバン用にマンガを活用したデザインによる“幕末維新号”を製作してもらうとともに、一般向けにも少しデザインを変えて限定販売する ●博覧会仕様の特別な製品の展開によりPRを図る <ul style="list-style-type: none"> ・自転車やスマートフォン、手帳メーカーとも同様にタイアップし、限定発売する ●観光特使に協力を依頼し、メディアでの露出や博覧会情報の掲載を図る <ul style="list-style-type: none"> ・本県にゆかりのある脚本家や作家へ、歴史を題材としたTV番組の誘致に向けた企画書等の作成や、雑誌への掲載を依頼 	①ラッピングバス×10台 ②メーカーとのタイアップ	中四国
(10)	観光特使への協力要請	—	—	首都圏 (全国)

広報事業 【企業とのタイアップ】

2. 企業等とのタイアップによるPR		概要	回数・期間等	展開エリア
(1)	県とJR四国との協定に基づく連携	<ul style="list-style-type: none"> ● JR利用者へのPRを行う <ul style="list-style-type: none"> ・JRの駅構内へのポスター掲示、パンフレットの設置等 (高知県、JR四国の連携・協力に関する協定) 	通年	四国
(2)	県とNEXCO西日本との協定に基づく連携	<ul style="list-style-type: none"> ● 高速道路利用者へのPRを行う <ul style="list-style-type: none"> ・高速道路サービスエリアのPRツール(デジタルサイネージ、広報雑誌等)の活用 	通年	中四国
(3)	キャリアと連携した広告の掲載	<ul style="list-style-type: none"> ● 航空機利用者へのPRを行う <ul style="list-style-type: none"> ・機内誌とのタイアップによる情報発信等 	7回	首都圏(全国)
(4)	企業とタイアップした商品展開	<ul style="list-style-type: none"> ● 各種企業とタイアップし、企業の商品を通じたPRを行う <ul style="list-style-type: none"> ・幕末維新博の応援デザインパッケージ商品(清涼飲料水やビール、野菜など)を、企業とタイアップして展開 	企業との取り決めによる	首都圏(全国)
(5)	キー局通販番組とのタイアップ商品の開発	<ul style="list-style-type: none"> ● 視聴者への訴求力の高いTVを活用し、旅行商品を販売することによるPR及び誘客を図る <ul style="list-style-type: none"> ・キー局の通販番組で、旅行会社とのタイアップにより、歴史ツアーを販売 ・タレントのプロデュースや同行企画など、番組を通して特色ある旅行商品を作成し、その商品を旅行会社がついて展開 	年1回	首都圏(全国)
(6)	劇団とタイアップしたオリジナル演劇の上演	<ul style="list-style-type: none"> ● 全国から注目を集める話題づくり及び結果を活用してメディアによる露出につなげる <ul style="list-style-type: none"> ・大政奉還150周年を記念した「坂本龍馬」の新作を制作し、上演 ・平成29年3月に制作発表。劇場での上演は秋以降。高知でも上演 	上演期間:6ヶ月想定	関西圏 県内
(7)	コンビニ、銀行との協定に基づく連携	<ul style="list-style-type: none"> ● コンビニ、銀行利用者へのPRを行う <ul style="list-style-type: none"> ・コンビニ、銀行へのパンフレット設置等 	通年	四国

広報事業 【PRイベント】

3. 県内外におけるPRイベント		概要	回数等	展開エリア
第1幕	(1) 映画会社との連携によるイベントの開催	<ul style="list-style-type: none"> ●映画会社と連携し、本県にゆかりのある京都でイベント開催し、話題化を図るとともに誘客につなげる ・よさこいを活用し、幕末京都で活躍した志士をオマージュした新しい演舞によるライブパフォーマンス ・物産展や、志士ゆかりの地めぐり、高知や幕末関連の映画特別上映などのイベントを同時開催 	1回	関西圏
	(2) 幕末の志士たちをテーマにした番組企画コンテスト	<ul style="list-style-type: none"> ●全国から注目を集める話題づくり及び結果を活用してメディアによる露出につなげる ・情報番組からバラエティまでオールジャンルで番組企画を募集 ・優勝者の企画は、業界に精通したプロモーターが、キー局の番組制作者に売り込んでいく 	1回	首都圏(全国)
第2幕	(3) 全国の龍馬関係団体との連携	<ul style="list-style-type: none"> ●博覧会第二幕の終盤に、話題性のあるイベントを首都圏で開催し、博覧会のフィナーレに向けてもう一段盛り上がりをつくり、ポスト博覧会につなげる ・「第30回全国龍馬ファンの集い」と連携したPRを首都圏で実施 	-	首都圏(全国)
	(4) 高知県のゆかりの地との連携	<ul style="list-style-type: none"> ●高知県にゆかりのある場所との連携によるPRを行う ・大政奉還が行われた京都市の二条城で開催されるイベントに参画し、博覧会をPR ・北海道とのネットワークを活用し、ゆかりの施設や団体と連携したPRを行う ●平成の薩長士肥連合の取組を活用し、4県共同による活動を行うことにより、全国的な話題化と高知県の認知度の向上を図る ・テレビドラマ等の放送、誘致に向けて、4県知事による放送局へのトップセールス ・(東京)九州観光・物産フェア、(京都)大龍馬恋観光展、(愛知)旅まつり名古屋など、4県連携によるイベントを活用したPR 	年1回	全国
第1幕 第2幕	(5) 在京TVキー局イベント	<ul style="list-style-type: none"> ●首都圏で行われる大規模な集客イベントを活用してPRを行う ・数百万人規模の来場が見込める東京のイベント(テレビ朝夏祭りなど)へのブース出展 	年1回	首都圏(全国)
	(6) スーパーよさこい、ドリームよさこいを活用したPR	<ul style="list-style-type: none"> ●首都圏で行われる大規模な集客イベントを活用してPRを行う ・東京で開催される、スーパーよさこい、ドリームよさこい会場でのPR 	年各1回	首都圏(全国)
(7) 大政奉還150年、明治維新150年記念クルーズ	<ul style="list-style-type: none"> ●節目の年を記念するクルーズ船を誘致し、話題化及び誘客につなげる ・単県または、平成の薩長士肥連合との連携による取組 	-	-	首都圏(全国)
(8) PRキャラバンの実施	<ul style="list-style-type: none"> ●関西圏、中四国各地で、人が多く集まる場所においてPR活動を行う ・県外の駅や集客イベント等でのPR活動を展開 ・旅行会社店頭キャラバンとの連携 	大阪、京都、兵庫、岡山、鳥取、島根、広島、山口、香川、徳島、愛媛	-	関西圏 中四国

広報事業 【PRツール等】

4. PRツール等	概要	数量等	展開エリア
(1) 公式ガイドブックの発行	<ul style="list-style-type: none"> ●本県を訪れた観光客に、博覧会の詳細な情報を提供する ・開幕前に1回、以後は年2回発行 	20万部/年	県内
(2) 公式ホームページの運営	<ul style="list-style-type: none"> ●全国に向け、インターネットを通じて情報発信を行う ・博覧会の情報を発信する公式ホームページを開設 	-	首都圏(全国)
(3) PRツール制作	<ul style="list-style-type: none"> ●PRツールを制作し、県内各所に掲示等を行うことにより、広く周知を図るとともに、県内全域で統一感を持った取組につなげる ・ポスター、のぼり旗、アームバッグ、チラシ、名刺台紙、法被、マグネットシート(公用車)等の制作 ・ポスターは、ベシックなタイプのほか、まんがを活用したタイプも制作 ●各種イベントでの観光PRやアンケート調査等にノベルティを活用し、博覧会の周知や回収率の向上を図る ・ボールペン等筆記用具、クリアファイルなどのノベルティグッズを制作し、博覧会のPRに活用 	-	県内
(4) 博覧会ロゴマークの活用	<ul style="list-style-type: none"> ●博覧会のロゴマークを活用 ・志国高知 幕末維新博のロゴマークを全国から公募し、博覧会の開催をPRする ・ロゴマークは、市町村、団体、企業等での使用など広く展開を図り、博覧会のPRに活用 	-	首都圏(全国)
(5) 新観光PR隊の活用	<ul style="list-style-type: none"> ●土佐おもてなし勤王党に続く、新観光PR隊を活用した話題作りを行う ・漫画家によるイラストポスターを制作し、新観光PR隊と博覧会を同時にPR ・県外で行われるイベントにおけるPRへの活用(スターン発表、会場でのPR活動など) 	①ポスター300枚 ②県外でのPR活動:年5回	県内
(6) PR映像	<ul style="list-style-type: none"> ●博覧会をイメージしたPR映像を制作し、公式ホームページをはじめ、インターネット等で放送し、PRを行う ・第一幕バージョン、第二幕バージョンを作成し、公式ホームページや動画サイト等において活用 ・旅行エージェント店頭キャラバンでの活用 	-	首都圏(全国)
(7) 博覧会のテーマソング制作	<ul style="list-style-type: none"> ●人気ミュージシャンを起用し、全国的な話題化を図るとともに、作品を活用したPRを行う ・歴史をテーマとした楽曲で人気のミュージシャンによるテーマソング制作 	1曲	首都圏(全国)

誘客事業

	概要		実施箇所	展開エリア	実施時期
	現状	今後の展開			
(1) 旅行会社向けセールスキャラバン(商談会)の開催	首都圏、関西圏、中京圏、岡山、広島、福岡で各1回/年開催	●引き続き旅行会社向けセールスキャラバン(商談会)を開催し、本県への旅行商品造成の促進を図る ※実施箇所・回数は現状と同程度	東京・名古屋・大阪・岡山・広島・福岡	全国	H28.9～
(2) 旅行会社への個別セールス	セールスキャラバンでフォローできない都市・会社などを中心に、状況に応じて個別セールスを実施	●旅行会社への個別セールスを強化し、本県への旅行商品造成を図る ・メディア系AGTやパソナルの仕入・造成部署のある都市を中心に、例年以上に旅行会社への個別セールスを実施	札幌・仙台・東京・静岡・金沢・名古屋・大阪・岡山・広島・福岡	全国	H28.10～
(3) 旅行会社主要店舗での店頭PRキャラバンの実施	※例年実施なし	●旅行会社店頭で一般客向けのキャンペーンを実施し、本県への旅行促進を図る ・ターミナル駅構内等立地の良い京阪神のAGT店舗において、店頭PRキャラバンを実施	京都・大阪・神戸	関西	H29.1～
(4) 街頭宣伝の実施	※例年実施なし	●都市部の街頭で一般客向けのキャンペーンを実施し、本県への旅行促進を図る ・関西及び中四国県庁所在地において、街頭でのサインプリンタやチラシ配布などのキャンペーンを実施。上記(3)と重複する都市ではセットで実施	京都・大阪・神戸・岡山・広島・高松・徳島・松山	関西 中四国	H29.1～
(5) 旅行商品造成への助成	高知県観光コンベンション協会による助成事業の実施	●旅行商品造成の促進を図る ・現在の助成制度の博覧会期間中の拡充		全国	H28.10～
(6) 旅行会社を対象としたモニターツアー	高知県観光コンベンション協会によるモニターツアーの実施	●旅行商品造成の促進を図る ・発地別または会社別にモニターツアーを拡充 ・助成金の活用		首都圏(全国)	H28.10～
(7) Web系旅行会社を活用した展開	「晩酌きつぷ」プロモーションを兼ねたPR展開の実施	●Web系旅行会社を通じたPRなどを展開する ・博覧会に特化したPR展開の実施		首都圏(全国)	H28.10～

付属資料（市町村等の取り組み）

- （1）歴史資源の磨き上げの取り組み
- （2）観光クラスター形成の取り組み
- （3）市町村整備計画 ※別冊

(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歴史文化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（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、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みます。
- こうした取り組みを進める際には、全国的な知見を有し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整備計画を策定し、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** 核となる歴史文化施設の磨き上げとあわせて施設周辺の資源も掘り起こし、本物の歴史資源（文化財、史跡、歴史資料等）を見せること。
- イ** 本物の歴史資源が、時代を超えてリアルに感じられるよう、資源の持つ意義や時代背景など様々な観点から説明されていること。
- ウ** 来訪者の幅広いニーズに対応した展示、解説ができていること。

②磨き上げの方針

■中核施設（地域会場）

- ア** 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付け、時代背景を含め、分かりやすく説明されていること。
- 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うようになっていること。
- 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。
※魅力アップによりキラーコンテンツに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はもとより、案内表示なども含めて多言語化すること。解説の方法は、概要と詳細な解説を併記するなど、対象者の年齢や、嗜好、目的を考慮して、工夫すること。
- キ** 歴史資源の魅力を十分に伝えるため、ガイドの確保や、詳細なパンフレットなどの補助的ツールの作成を図ること。

■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。
- 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。
- 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。
- エ** 歴史資源の魅力を十分に伝えるため、ガイドの確保や、詳細なパンフレットなどの補助的ツールの作成を図ること。

(2) 観光クラスター形成の取り組み

- 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際に、市町村を中心に、民間事業者等や広域観光組織が連携した体制を整備し、全国的な知見を有し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、博覧会終了後の継続可能な観光振興につなげます。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、買うなど）に合わせたサービスをひとつの施設又はその周辺で提供できている状態。かつ、各クラスターが連携できている状態。

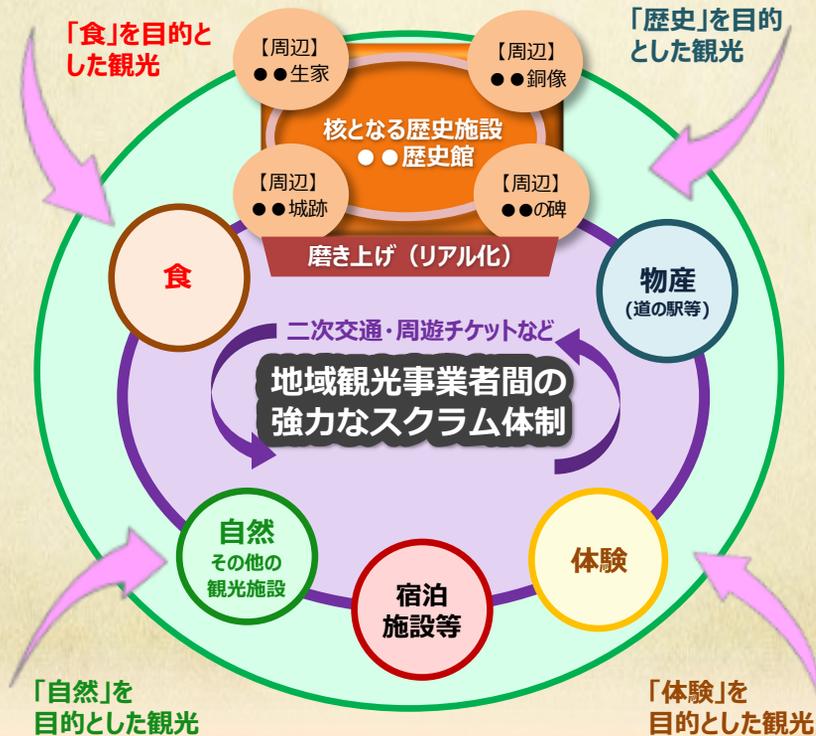
②観光クラスター形成の考え方

- ア** 観光客のニーズ（見る、遊ぶ、食べる、買うなど）に合わせたサービスを一定のエリア内で提供できていること。こうした取り組みのために、連携して運営できる仕組みができていること。（地域ごとの観光クラスター協議会など）
- 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** 各観光施設・事業者等（宿泊施設、飲食店、体験プログラム、土産物店等）が連携した情報拡散・相互誘導や、地元ならではの食や製品の提供に取り組んでいること。
- エ** 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。

③観光クラスター形成の方針

- 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制作・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)
 ※県が派遣するアドバイザーからの意見も参考に検討
 (イ) レンタサイクルの活用については、補助的なものとして考えること。
 (ウ) その他
- ・最寄りの駅において、施設等の情報を提供すること。
 - ・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。

観光クラスターのイメージ図



志国高知 幕末維新博 [実施計画書]

志国高知幕末維新博推進協議会

