

令和元年度事業 収支補正予算（案）

第1号議案

収入 (単位：千円)

予算科目		既計上予算	補正予算	金額	備考
大科目	小科目				
補助金収入	県補助金	538,872	-10,000	528,872	高知県自然・体験型観光キャンペーン事業費補助金
	その他の補助金・負担金	10,597	0	10,597	館内ガイド配置負担金 5,797 二次交通地元負担金 4,800
その他の収入	その他の収入	0	0	0	
合計		549,469	-10,000	539,469	

支出 (単位：千円)

予算科目		既計上予算	補正予算	金額	備考
大科目	小科目				
誘致・広報事業費	誘致・広報事業費	350,806	0	350,806	全国の中での話題化・認知度向上のための取組 注目を集めるプロモーション（パブリシティ）活動 イベント、催事に合わせたTV等の全国的なメディア露出 ブロガー等によるウェブでの情報発信・拡散 ターゲットに応じたきめ細かな情報発信 特設ウェブサイト、ウェブ広告、SNS等での情報発信・拡散 近県向けTVCM等でのメディア露出 交通機関、高速道路等での屋外広告 旅行会社等へのセールス活動 観光説明会、地域を巡るモニターツアー等の開催 ウェブ系旅行会社と連携した誘客促進
受入事業費	受入事業費	142,663	-10,000	132,663	盛り上がりをつくり出す特別イベント等 歴史・食を含む観光資源の磨き上げ 自然・体験観光のガイドやインストラクターを養成 主要な自然・体験観光施設における満足度を調査 観光案内所でのスキルアップを目的とした研修等の実施 歴史・文化施設へのガイド配置を継続 歴史企画展を含むイベントの開催を支援 アクティビティの安全対策 周遊促進事業 交通機関やレンタカー会社とタイアップした二次交通の企画 龍馬パスポート等を活用した周遊促進
事務費	事務費	56,000	0	56,000	報償費、旅費、消耗品費、役務費等
予備費	予備費	0	0	0	
合計		549,469	-10,000	539,469	

令和元年度事業計画

高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会

誘致・広報事業

- 全国の中での話題化・認知度向上のための取組
 - 注目を集めるプロモーション（パブリシティ）活動
 - イベント、催事に合わせたTV等の全国的なメディア露出
 - ブロガー等によるウェブでの情報発信・拡散
- ターゲットに応じたきめ細かな情報発信
 - 特設ウェブサイト、ウェブ広告、SNS等での情報発信・拡散
 - 近県向けTVCM等でのメディア露出
 - 交通機関、高速道路等での屋外広告
- 旅行会社等へのセールス活動
 - 観光説明会、地域を巡るモニターツアー等の開催
 - ウェブ系旅行会社と連携した誘客促進

受入事業

- 盛り上がりをつくり出す特別イベント等
- 歴史・食を含む観光資源の磨き上げ
 - 自然・体験観光のガイドやインストラクターを養成
 - 主要な自然・体験観光施設における満足度を調査
 - 観光案内所でのスキルアップを目的とした研修等の実施
 - 歴史・文化施設へのガイド配置を継続
 - 歴史企画展を含むイベントの開催を支援
 - アクティビティの安全対策
- 周遊促進事業
 - 交通機関やレンタカー会社とタイアップした二次交通の企画
 - 龍馬パスポート等を活用した周遊促進

事務費

- 報償費
 - 実行委員会委員報償費 等
- 需用費
 - コピー代、事務用品費、印刷製本費 等
- 役務費
 - 通信運搬費、振込手数料 等
- その他
 - 事務局運営経費【令和2年度まで】
 - 旅費、会場借り上げ料、契約書印紙代 等

高知県自然・体験型観光キャンペーン

実施要領

令和2年1月

高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会

2 キャンペーンの概要

(1) 目的

これまで取り組んできた「歴史」や「食」を生かした観光を引き続き推進するとともに、高知ならではの手つかずの自然景観や、それらを生かしたアクティビティから、地域の生活文化体験まで幅広い自然・体験型の観光基盤を磨き上げ、多くの誘客につなげるとともに、持続可能な観光振興につなげることを目的とする。

(2) 基本方針

「歴史」と「食」の観光資源に加え、もう1つの強みである「自然・体験」をさらに磨き上げ、観光キャンペーンを展開する。

キャンペーン推進のポイント

<外貨を稼ぐ仕組みの構築>

専門性を有する民間企業の知見やノウハウも活用しながら、ポテンシャルのある資源を発掘し、磨き上げ、クラスター化を図ることで自然を生かして外貨を稼ぐ仕組みを地域につくる。

<中山間地域の振興>

自然・体験型の観光資源は、とりわけ中山間地域に豊富に存在しており、このキャンペーンの推進によって、中山間地域の振興につなげる。

<効果的なプロモーションの実施>

多様化する旅行者のニーズや旅行商品の販売形態を踏まえ、自然・体験型の観光を前面に出しながら歴史、食と組み合わせる効果的なプロモーションを実施する。

<インバウンド対応>

県内各地の自然・体験型の観光基盤や周遊コースの整備にあたっては、外国人観光客の受入にも対応できるよう進め、誘致拡大につなげる。

(3) 名称等

高知県観光キャンペーン

リョーマの休日 ～自然&体験キャンペーン～

Naturally Japan, Naturally Kochi

本来の日本を感じられ、それに加えて自然がいっぱいの高知 ということを連想させる表現です。

(4) 開催期間

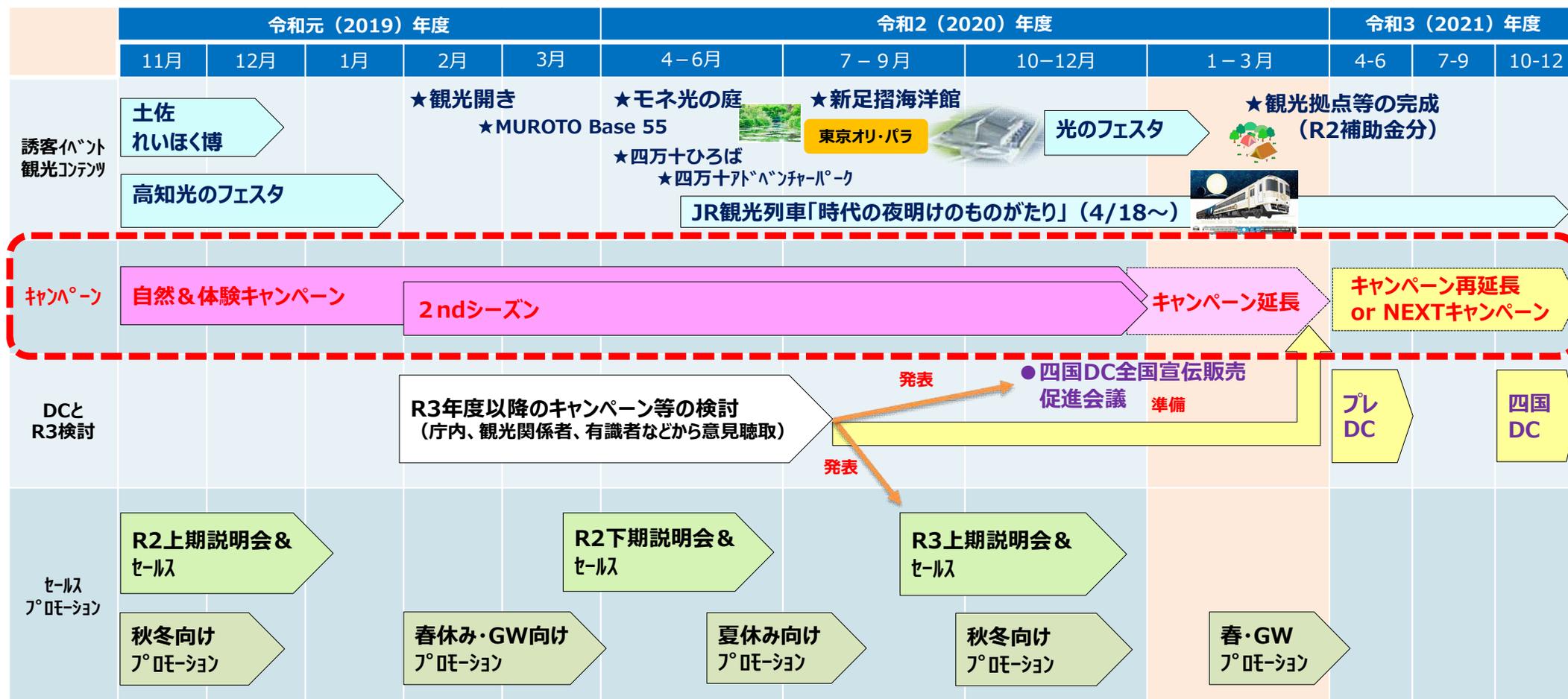
平成31(2019)年2月1日(金)から 令和3(2021)年3月31日(水) (予定)

「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」の開催期間の延長について

第2号議案
議案参考資料

自然&体験キャンペーン終期の考え方

- ◆ 旅行会社の商品造成・販売期間の区切り（下期10-3月）と現キャンペーンの開催期間をシンクロさせることで、令和2年度下期商品としての切れ目のない販売に生かす。
- ◆ 令和3年4月からの四国DC（4～6月プレ、10～12月本番）のスタートダッシュを図るため、キャンペーンの盛り上がりを維持したままでスムーズに四国DCに接続する。



今後の 展開案

- ・「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」を3ヶ月間延長し、令和2年度末（令和3年3月末）まで継続開催する。
- ・令和3年4月以降の取り組みについては、現キャンペーンの効果検証や関係者等の意見も踏まえ令和2年7月をめどに決定

令和2年度事業に係る書面議決について

高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会の議決の原則

会則第9条の規定により、高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会事業の計画書や収支予算、決算などは議決事項であり、会議を開催し、出席委員の過半数の同意をもって決することを原則としている。

本議案の趣旨

第5回委員会の開催は3月を予定しているが、現時点での開催日は県議会閉会後の3月23日以降となることが想定される。そのため、出席数が過半数に満たないなど不測の事態が生じた場合に備えて、会則第22条の規定に基づき、「令和2年度事業計画及び予算」の議決については、会議の開催を基本としながらも、書面により議決いただくこともできるように、今回の議案でお諮りするもの。

高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会会則（抜粋）

（議決事項）

第9条 委員会の会議は、次の事項を審査し、決定する。

- （1） 委員会会則の制定及び改廃
- （2） 実施要領
- （3） 実施報告
- （4） 委員会の予算及び決算
- （5） その他の重要事項

（議決）

第10条 委員会の会議の議決は、出席委員の過半数の同意をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

（雑則）

第22条 この会則に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、会長が会議に諮って定める。

令和2年度事業計画（案）

高知県自然・体験型観光キャンペーン実行委員会

誘致・広報事業

- 全国の中での話題化・認知度向上のための取組
 - 注目を集めるプロモーション（パブリシティ）活動
 - イベント、催事に合わせたTV等の全国的なメディア露出
 - ブロガー等によるウェブでの情報発信・拡散
- ターゲットに応じたきめ細かな情報発信
 - 特設ウェブサイト、ウェブ広告、SNS等での情報発信・拡散
 - 近県向けTVCM等でのメディア露出
 - 交通機関、高速道路等での屋外広告
- 旅行会社等へのセールス活動
 - 個人系、団体系及びウェブ系旅行会社と連携した誘客促進

受入事業

- 盛り上がりをつくり出す特別イベント等
- 歴史・食を含む観光資源の磨き上げ
 - 自然・体験観光のガイドやインストラクターを養成
 - 主要な自然・体験観光施設における満足度を調査
 - 歴史・文化施設へのガイド配置を継続
 - 歴史企画展を含むイベントの開催を支援
 - アクティビティの安全対策
- 周遊促進事業
 - 交通機関とタイアップした二次交通の企画
 - 龍馬パスポート等を活用した周遊促進

事務費

- 報償費
 - 実行委員会委員報償費 等
- 需用費
 - コピー代、事務用品費、印刷製本費 等
- 役務費
 - 通信運搬費、振込手数料 等
- その他
 - 事務局運営経費
 - 旅費、会場借り上げ料、契約書印紙代 等

「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」2ndシーズンの取り組み

2ndシーズン・令和2年度の主な取り組み予定

★：実行委員会でのご意見を反映したもの

自然景観や
ビュースポット、
体験・滞在型
観光施設の整備



- ◆自然景観やビュースポットの磨き上げを継続して支援
⇒こ淵遊歩道整備(いの町)、ヒメノボタンの里の公園整備(三原村) など
- ◆体験・滞在型観光施設の整備を継続して支援
⇒体験型：モネの庭(光の庭等)リニューアル(北川村)、龍河洞新コース開業に向けた整備(香美市)、梶ヶ森のアウトドアプログラムの開発(大豊町)、森林レジャー施設整備(津野町) など
滞在型：天狗荘リニューアル(津野町)、キャンプ場リニューアル(東洋町、安田町、四万十町、大月町) など
- ◆民間活力を積極的に導入した観光地づくり
⇒市町村の民間活力導入意向の掘り起こし、事業の構想段階から専門家を派遣、進出意向のある企業を招いた相談会開催、企業による現地視察の実施 など



つくる

土佐の観光創生塾
による旅行商品づくり支援

- ◆体験プログラムの造成・磨き上げの支援
⇒土佐の観光創生塾(商品造成コース)の開催
「実践編」・・・売れる商品づくり講習(講義+W S全4回)+地域コーディネーターによる個別支援
※「基礎編」は、「実践編」のうち、「講義」部分のみ受講(講義全4回)
- 新 「パワーアップ編」・・・創生塾で商品造成したことのある事業者を対象に、エリアの目玉となるような、より集客力のある商品を目指して、発地型旅行商品の造成・磨き上げに取り組むコースを新設
- 新 ※「外貨を稼ぐ」観光地域づくりを担う広域観光組織のスタッフ等の人材育成を図る新しいコースを新設
- 新 ⇒地域観光事業者への寄り添い支援の実施 ★
・広域観光組織等を中心に対応
- 拡 ⇒体験プログラム等に関する安全管理対策 ★
・安全管理ガイドラインの普及啓発
- 拡 ⇒ガイド・インストラクターの養成 ★
・カヌーインストラクター養成講座の開催

二次交通の整備
や周遊促進

- ◆交通事業者等との連携、周遊促進の拡大
⇒交通事業者とタイアップしたフリーきっぷの発行、二次交通ガイドブックの作成
⇒龍馬パスポートの活用やSNSを活用したフォトラリーなど

うる

認知度向上と
全国での話題化

- ◆特設WEBサイトによる情報発信の強化
- 新 ⇒新たなコンセプト展開を踏まえた高知ならではの旅の楽しみ方の提案
- 新 ⇒自然体験の達人を活用した動画やイベントの実施 ★
- 新 ⇒公式LINEアカウントの開設などSNSによる情報発信の拡充



- ◆全国的な盛り上がりを創出
⇒JR四国観光列車や新足摺海洋館などの新たな観光情報を全国メディアで効果的に露出
⇒「平成の海援隊」企業やアウトドア関連企業とのタイアップによる本県観光のP R企画を展開し、話題性を創出 ★

ターゲットに応じた
情報発信



- ◆キャンペーンのさらなる周知や誘客促進
⇒2ndシーズンのスタートを周知する体験型イベントや足摺海洋館のオープンと連動した地域イベント等の開催
⇒OTAと連携した宿泊クーポンの発行、旅行会社のレンタカー商品の造成支援
⇒時事や季節に応じたSNSでの投稿、フォロワー増加キャンペーンの実施
⇒近畿・中四国など近県向けのプロモーション展開(情報番組やテレビCM、タウン誌など)
- ◆キャンペーンの機会を生かしたインバウンド観光の推進
⇒インバウンドプロジェクト・ディレクターによる体験型旅行商品の造成・販売
- 新 ⇒動画配信やWEB広告を活用した個人旅行者(FIT)向けプロモーションの強化 ★
- ⇒海外セールス拠点等による旅行会社への定期的なセールスや旅行商品の造成・販売の促進
⇒外国人向け旅行情報サイト(Visit Kochi Japan)やSNSを活用した情報発信

キャンペーンの
開催を広く周知

- ◆旅行会社向け商談会の開催・個別セールスの実施
⇒商談会：東京(4月)、大阪(5月・JR四国主催)、福岡、名古屋、広島、岡山
個別セールス：東京、名古屋、大阪、札幌、仙台、静岡、北陸 など
⇒旅行会社の商品造成タイミングを見据えた新たな旅行商品素材などの提案
- 新 ⇒四国DC全国宣伝販売促進会議(11月)に向けた旅行商品づくり
- ◆幅広いターゲット層へのキャンペーン情報の効果的なP R
⇒都市圏で開催される各種イベントへの出展、ガイドブックやポスター、のぼりなどP Rツールの活用

もてなす

きめ細かな
観光情報の提供

- ◆観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化
⇒観光案内所職員向け研修(3回)の実施及びアドバイザー派遣
⇒多言語対応や案内表示など観光案内所の機能強化に必要な備品等の整備への支援

観光客の
満足度向上

- ◆観光客の満足度をさらに高める受入環境整備
⇒体験プログラム利用者アンケートやOTAサイト評価状況の事業者へのフィードバック
⇒観光関連事業者の受入環境整備の推進のためのコーディネーターの配置
⇒研修会の実施及びアドバイザーの派遣 ★
(観光ガイドのスキルアップ(全県1回・地域別3回)・外国人観光客受入スキル向上(3回))
- 新 ◆バリアフリー観光の相談窓口の設置
⇒バリア情報、バリアフリー情報の提供及び周遊プランを提案するためのバリアフリー観光相談窓口の設置



第3回実行委員会でもいただいた主な意見に対する対応

No	委員	意見	対応状況
1	岡内	<ul style="list-style-type: none"> ・以前黒笹委員から出た「遊びの達人を置く」という意見が重要なカギ。単に「少くらい教える」ようなことではなく、もっと突っ込んで話ができるような「海や川に精通した」人材の育成が、現在どのように進捗しているのかを教えてください。 ・例えば鮎のとり方も何種類もある。そんなことを教えることができる県内各地の「達人」のネットワーク化が少なくとも必要。 	<p>《地域観光課》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キャンペーンにおいても人の魅力が重要と考えており、<u>達人のネットワーク化のひとつのきっかけとして、2ndシーズンでは、県内各地で活躍している山・川・海の各ジャンルの達人にスポットを当てたプロモーションを実施していく予定。</u> ・今後、体験プログラムを実施する事業者の皆様を対象に、広域観光組織や市町村の観光協会と連携して、アドバイザーや観光振興部所属の地域観光コーディネーターの派遣、創生塾への参加のお願い等の「寄り添い支援」を通して、人材育成を進めていく。
2	黒笹	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>2年間のキャンペーンを通じて各地域で自然ガイドを生業に暮らしていける環境づくりができないか。</u>たとえば地域おこし協力隊の募集の際に「プロの自然ガイド養成」条件を入れるなど。過疎化と高齢化が進む地域において若い継承者がいないとなかなか難しいシーンが今後出てくると思う。 	<p>《地域観光課》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人材育成確保については毎回ご意見をいただいております。地域の方からも人材不足の声を聴いている。例えば仁淀川町では、県の補助制度を活用した中津溪谷や安居溪谷のガイドツアーがスタート。<u>幡多エリアで、実行委員会の委託事業としてカヌーの上級指導員を目指す研修プログラムを実施している。</u>
3	黒笹	<ul style="list-style-type: none"> ・高知市内における「自然体験プログラム」が少ないのでは。<u>鏡川は、景色・生態系ともに仁淀川や四万十川に負けない価値ある豊かな自然があるにもかかわらず、キャンペーンにおいて周知されていないのが残念。</u>高知市中心地から近く、市内での宿泊の際にもアクセスが良い。インバウンドの面でも「半日ツアー」など組めるのではないかと。 	<p>《地域観光課》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知市内の体験プログラムは歴史系が強いのは否めないが、<u>鏡川はないものの浦戸湾の釣り体験など資料に載せきれていない自然体験プログラムも有る。</u>今後さらなる掘り起こしを図っていきたい。 ・うまくお金が落ちる仕組みができないか、高知市と話し合いを進めていきたいと考えている。 ・2ndシーズンでは、山・川・海にフォーカスした取り組みを実施し、SNS等で取り上げていくこととしている。

4	秋山	<p>・満足度調査において旅行のきっかけとして「知人・友人からの紹介」が多く、特設サイトの数値を大きく引き離している。特設サイトで<u>のさらなる情報発信に取り組むようにしてはどうか。</u></p>	<p>《観光政策課》</p> <p>・SNSを活用した特設サイトへの誘導や、特設サイトトップページに予約ページに飛べるバナーを設置し、特設サイトからの予約数の増加を図るなど、特設サイトの認知度向上に努めてきた。</p> <p>・個人間のコミュニケーションツールでもある SNS については、引き続きプレゼントキャンペーンなどを通じてフォロワーの増加を図るとともに、2nd シーズンでは新たに公式 LINE アカウントを開設し<u>発信力の強化を図りたい</u>と考えている。</p>
5	大崎	<p>・ガイドを仕事にして、ご飯が食べていけるような仕組み作りが重要。高知大学や県が行う人材育成が進められていて、レベルが上がって来ている。地域の方がガイドそのものはもちろんサービスや安全面についても学べる機会が増えればいい。</p>	<p>《おもてなし課》</p> <p>・ガイド連絡協議会には県内 30 団体が登録。値段設定等について意見・情報の交換をする場を設けている。また、<u>ガイドコースの磨き上げ、ガイド料金の設定、見直しにも取り組むガイド団体へのアドバイザー派遣を行った。</u></p> <p>《地域観光課》</p> <p>・体験プログラム等の安全管理対策として、<u>安全管理ガイドラインの普及啓発に取り組んでいく。</u></p>
6	大崎	<p>・サイクリングロードの整備について、<u>自転車専用道路の整備が望ましい。</u>法律上は歩道であるところがほとんど。<u>歩行者との接触等が懸念されるため、はっきりとした住み分けができるよう安全対策が必要。</u></p>	<p>《スポーツ課》</p> <p>・自転車専用道路はヤシイパークなどで一部で整備改善したが、全県的には早急な対応は難しいため、<u>危険箇所の警告表示を昨年度6ヶ所に設置した。</u>今後も土木部と連携しながら取り組む予定。ソフト面では、高知県交通安全県民会議が発行する「交通安全運動の推進方針」に沿って、県警をはじめとした各所が協力して取り組みを進めていく。</p>

第3回実行委員会でもいただいた主な意見に対する対応

第3号議案
議案参考資料②-2

7	金谷	<p>・ 駅や空港から離れた場所にいかに人を運ぶかが課題。遠方への移動の際、既存の公共交通を組み合わせた移動手段よりも、<u>無料シャトルバスの運行など、移動時間の短縮と料金設定を新たに検討してみてもどうか。</u></p>	<p>《観光振興部》</p> <p>・ <u>レンタカーやタクシーを活用したプラン作りを実施しているが、まだまだ交通インフラが脆弱な部分が多いため、各交通事業者のご協力をいただき二次交通の整備をさらに進めていく。</u> 今後は特にインバウンド誘致の拡大に伴うレンタカー・公共交通・タクシーを活用した周遊施策について協議したい。</p>
8	福井	<p>・ 観光スタッフの数が非常に少ない。観光目線から、<u>サービススキル向上に関する教育的なアドバイスをいただくと、より厚みのある支援となるのではないか。</u></p> <p>・ 特に自然相手だと荒天の場合は休業にせざるをえないシーンも多く、冬場の収入減についての課題もあり、海・夏以外にも「<u>こんなことができる</u>」というアドバイスをいただきつつ、<u>活性化を進めていければ。</u></p>	<p>《地域観光課》</p> <p>・ サービススキルの向上については、<u>より専門性のあるアドバイザーの派遣について予算面の配分を行っていきたい。</u></p> <p>・ 今後、体験プログラムを実施する事業者の皆様を対象に、広域観光組織や市町村の観光協会と連携して、<u>アドバイザーやコーディネーターの派遣、創生塾への参加のお願い等の「寄り添い支援」を通して人材育成を進めていく。</u></p>
9	テリー	<p>・ 現在、高知の面白いスポットではU/I ターンの若い人が頑張っているのが目立つ。例えば鵜来島のシュノーケリングは素晴らしかった。鵜来島ではシュノーケリング事業者は一家。資本金が少ないことがもったいなく感じた。<u>自然体験において観光ソフトコンテンツのファンドを、銀行と連携してスタートさせてみては。</u></p>	<p>《観光振興部》</p> <p>・ 四国の広域連携事業の中で、ファンドの活用や銀行からの投資の活用などは項目として挙げられている。<u>かなりの労力が必要となるため、ひとつの考え方として各方面からのご意見も伺いながら研究していきたい。</u></p>

第3回実行委員会でもいただいた主な意見に対する対応

第3号議案
議案参考資料②-2

10	磯村	<p>・空港や駅から目的地までどうやって動くのか。<u>目的地までのダイヤや乗り継ぎ情報が、特に海外のお客様にアナウンスできていない。</u>個人旅行客が多い中、お客様が交通情報を検索し、旅のプランを立て、行動に移せるようにするには交通事業者をまたいだ多言語でのアナウンスが大切。行政にもサポートをしていただきたい。</p>	<p>《おもてなし課》</p> <p>・観光案内所等における海外観光客に向けた交通網の情報アナウンスについてはご相談をいただいております。大きな課題として受け止めている。<u>ダイヤ変更等もしばしばあるためなかなか早急な対応が難しいシーンもあるが、今後交通事業者などとも連携して進めていく。</u></p>
11	黒笹	<p>・<u>個人のお客様が多言語対応のコールセンターで直接人とやり取りをし、リアルタイム情報を得られるを利用できるような「駆け込み寺」的な仕組みを行えば、お客様に対して早急に対応ができるので</u>は。高知の風土にも合っていると思う。特に観光に特化し、個人が利用できるコールセンターがあれば良い。</p>	<p>《おもてなし課》</p> <p>・<u>外国人観光案内所など観光案内所のスタッフによる電話対応などを検討していきたい。</u>コールセンターは観光事業者が利用でき、海外の方からお問い合わせがあった際に多言語でのやり取りをすることが可能。個人の方の利用については、当面はコールセンター的な機能を外国人観光案内所で対応できないか、また、外国人向け観光案内所の拡充をはじめ、JNTOが運営しているコールセンターの周知などを進めていく。</p>

「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」2ndシーズンプロモーションの展開について

キャンペーンスタートからこれまで



高知でパワーチャージ

ややアクティブなイメージがあるため、ターゲット層が限られてしまう印象

2ndシーズンコンセプトの検討にあたって

- 提案の新規性やこれまでにないクリエイティブデザイン
- 若年層やアクティブな方だけでなく、年配層や女性・ファミリーなど幅広いターゲットへのアプローチが可能なコンセプト
- この1年間で磨き上げてきた様々なジャンルの体験プログラムの周知と特設サイトへのさらなる情報集約及び発信

2ndシーズンプロモーションコンセプト

あなたの、新休日。

コンセプトの狙い

- 直感的に行ってみてみたいと思わせる、より共感できる訴求
⇒統一感のあるクリエイティブデザイン
- このキャンペーンならではのニュース性の付与や差別化
⇒独自性のある企画展開
- 高知だからこそその本物の強みや、シーズンごとに楽しめる経験の提案
⇒特設サイト、SNSを中心に発信



“新休日”を提案する下記3テーマでグラフィック展開

高知の山曜日 高知の川曜日 高知の海曜日

※今後、旬のトピックに合わせたテーマ展開も順次実施予定

リリース時（2月～）

南国土佐観光びらき(2/1)プロモーションのねらい、グラフィック、企画展開、動画などについてプレゼン実施

- ポスター、のぼり旗等の制作・配布
- ・山川海3種類のグラフィックを作成
 - ・統一感のあるデザインで訴求
- 特設サイトのリニューアル
- ・メイングラフィック更新
 - ・コンセプトページの追加
 - ・各曜日ならではの過ごし方を提案するおススメスポットなど掲載

施策展開

コンセプトを通じて話題化や誘客につなげる

話題化
施策

曜日の達人企画

山・川・海それぞれの曜日の過ごし方の提案

- ・各ジャンルの達人によるアクティブな体験だけではない高知ならではの「休日」の過ごし方の提案

コンセプトを体現した動画の展開

- ・達人たちと観光客とのふれあいを描いた動画でコンセプトをわかりやすく伝える

達人たちとのリアルイベントを実施

- ・実際に達人たちと高知ならではの休日を過ごしてもらうイベントを開催



その他の施策

2ndシーズンスタートイベントの実施

- ・2月22日（土）：仁淀川エリア（波川公園）
- ・3月20日（金）：物部川エリア（ヤ・シパーク）
- ・3月28日（土）：奥四万十エリア（須崎市桐間多目的公園）

2ndシーズンスタートに合わせた周遊キャンペーン

- ・歴史施設含めた県内観光施設の周遊企画を実施（2～3月）

公式LINEアカウントの開設

- ・Twitter、Instagramに加えてSNSでの発信機能を強化（4月）

おすすめの新休日募集企画

- ・県民や高知ファンが推薦する新休日の過ごし方をTwitter等で募集



「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」R2プロモーション&セールス展開（案）

第3号議案
議案参考資料④

R2年2月～6月

2ndシーズンスタートと春オープンコンテンツ訴求

- ・新たなコンセプト、グラフィックの展開と関連企画実施
- ・モネ、観光列車を柱に春オープンの新コンテンツを各媒体で露出
- ・LINE公式アカウントを開設しSNS発信を強化（4月～）



【主なコンテンツ・イベント】

- ・北川村「モネの庭」マルモッタン 光の庭リニューアルオープン
- ・JR四国観光列車「志国土佐 時代の夜明けのものがたり」
- ・2ndシーズンイベント（2/22仁淀川、3/20物部川、3/28奥四万十）

【プロモーション】

- ・全国TV、雑誌：観光列車、モネを中心としたコンテンツ
- ・近隣県TV番組、CM：地域の新コンテンツやイベント情報中心
- ・web・SNS：新たなコンセプト展開に伴う関連企画やキャンペーンなど

【旅行会社セールス】

- ・R2年度下期向け旅行会社説明会及びセールス活動

7月～9月

足摺海洋館を中心とした夏訴求

- ・足摺海洋館オープンを中心に夏のコンテンツを露出
- ・イベントを活用した誘客とPR
- ・東京オリパラ開催時期の誘客促進

【主なコンテンツ・イベント】

- ・新足摺海洋館オープン、地域イベント同時開催（7月）
- ・外部コンテンツとの連携等による県外誘客が可能なイベントの開催

【プロモーション】

- ・全国TV、雑誌：足摺海洋館など夏向きのコンテンツ
- ・近隣県TV番組、CM：夏のイベント情報や足摺海洋館など
- ・web・SNS：地域の夏向けコンテンツやイベント、祭りなどの情報発信
- ・「平成の海援隊」企業とのタイアップ企画
- ・東京オリパラを見据えた誘客対策

【旅行会社セールス】

- ・四国DCに向けた旅行商品のブラッシュアップ

10月～12月

食・光のフェスタを中心とした盛り上げ

- ・秋コンテンツと「高知光のフェスタ」の露出
- ・オフ期に向かう自然体験を食・スポーツ・歴史で下支え
- ・四国DC全国宣伝販売促進会議の開催

【主なコンテンツ・イベント】

- ・高知光のフェスタ
- ・東京オリパラの余韻を受けたスポーツイベント等による話題化策の検討

【プロモーション】

- ・全国TV、雑誌：高知光のフェスタを中心とした発信
- ・近隣県TV番組、CM：秋冬のイベントや高知光のフェスタなど
- ・web・SNS：地域の秋冬コンテンツやイベント、祭りなどの情報発信

【旅行会社セールス】

- ・四国DC全国宣伝販売促進会議の開催（11月）
- ・R3年度上期向け旅行会社説明会及びセールス活動

R3年1月～3月

キャンパ-ンの盛り上がりを四国DCへ

- ・ポストキャンペーンイベントの実施
- ・来県インセンティブのある特別企画の実施
- ・プレDC（4～6月）、四国DC（10～12月）につなげる露出展開

【主なコンテンツ・イベント】

- ・ポストキャンペーンイベント（2～3月）

【プロモーション】

- ・全国TV、雑誌：四国DCを意識した発信
- ・近隣県TV番組、CM：花の名所や春・GWのイベントなど
- ・web・SNS：地域の春コンテンツやイベント、花情報などの発信

【旅行会社セールス】

- ・プレDC、四国DCを見越した早目のセールス

「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」2ndシーズンの展開（案）

第3号議案
議案参考資料⑥

2020-2021	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		
主なコンテンツ コンセプト展開				★モネ光の庭 ★ZIPライン他 ★志国土佐		★新足摺海洋館					高知光のフェスタ(予定)					
	あなたの、新休日。													秋冬向けグラフィック展開		
	春・GW訴求			夏休み訴求			秋・光フェスタ訴求						春・GW訴求			
広報事業	広報媒体の制作	★ポスター、のぼりリニューアル 新 ★著名人デザインポスター ★ガイドブック						★ポスターデザイン追加 ★ガイドブック							四国 DCへ	
	メディアを活用した 広報	★全国ネットのテレビ・ラジオ等 ★近県のテレビ・ラジオ等 ★雑誌・新聞・WEB等			委託期間（～8月）			★全国ネットのテレビ・ラジオ等 ★近県のテレビ・ラジオ等 ★雑誌・新聞・WEB等			委託期間（9-3月）			※今年度以上の 露出を確保		
	WEB・SNS対策	★特設サイトリニューアル 新 山川海の達人企画			★TW・IGフォロワー増キャンペーン						★TW・IGフォロワー増キャンペーン					
		★イベント・トピックスの定期的な情報発信、WEB広告														
		新 公式LINEアカウント開設														
その他広告等				★空港、高速SA看板			★都市圏での交通広告			★スーパーよさこい ★高知ゆかりの地でのPR ★ドリームよさこいでのPR			★航空会社タイアップ広告			
誘致事業	旅行会社セールス				2020年下期向け説明会			2021年上期向け説明会			★ 新 四国DC全国宣伝販売促進会議					
	旅行会社取扱い 専用素材の作成							旅行会社向け広告助成			レンタカーキャンペーン					
							OTAタイアップ			OTAタイアップ						
受入事業	イベント関連	★2ndシーズンイベント仁淀川			新 ★達人企画リアルイベント			★2ndシーズンイベント奥四万十・物部川			新 ★足摺地域イベント			新 ★集客企画（仮）		新 ★集客企画（仮）
		★各地域イベントの支援														新 ★ポスト キャンペーン イベント(仮)
	平成の海援隊				拡 ★企業タイアップ企画①			★企業タイアップ企画②			★企業タイアップ企画③					
	各種磨き上げ	土佐の観光創生塾、歴史文化施設へのガイド配置														
	龍馬パスポート				レアスタンプ上期			newパスポートⅢ			レアスタンプ下期					
周遊企画	新 2ndシーズンスタート 周遊キャンペーン						新 BINGOラリー企画			拡 ニッポン城めぐりアプリタイアップ企画			新 周遊企画（仮）			

観光拠点等の整備状況 (2020年1月時点)

- 凡例**
- 自然景観 …………… [8]
 - 体験・滞在型観光施設 [23]
 - 体験プログラム …… [12]
 - 観光拠点施設 …… [14]
-
- 整備済[36] □ 整備中/予定[21]
-
- 歴史文化施設 (幕末維新博会場) [25]
- ※ 観光拠点施設と重複分を3つ含む



土佐の観光創生塾による 売れる観光商品づくり

伊尾木洞ガイドツアー (安芸市) | 仁淀川和船清流遊び (越知町)

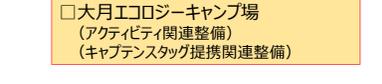
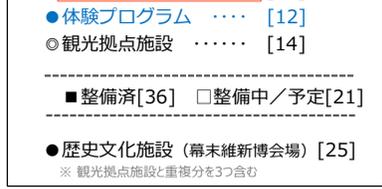
ハーバリウム作り体験 (黒湖町) | 塩の道ガイドウォーク (番美市・香南市)

歴史施設を中心とした 観光クラスターの形成

- ①室戸市: 室戸世界ジオパークセンター、鯨館
- ②北川村: 中岡慎太郎館
- ③田野町: 岡御殿
- ④安田町: 安田まちなみ交流館・和
- ⑤安芸市: 安芸市立歴史民俗資料館
- ⑥香南市: 絵金蔵、創造広場「アクトランド」
- ⑦南国市: 県立歴史民俗資料館
- ⑧本山町: 大原富枝文学館
- ⑨いの町: いの町紙の博物館
- ⑩佐川町: 青山文庫
- ⑪津野町: 吉村虎太郎邸
- ⑫梶原町: 梶原千百年物語り
- ⑬四万十市: 四万十市郷土博物館
- ⑭宿毛市: 宿毛歴史館
- ⑮土佐清水市: ジョン万次郎資料館

自然景観や体験などを中心とした 観光クラスターの形成

- ①北川村: 北川村温泉/不動の滝周辺エリア
- ②仁淀川町: 中津渓谷/安居渓谷エリア
- ③梶原町: 久保谷セラピーロード周辺エリア
- ④四万十町: 松葉川地区周辺エリア
- ⑤四万十町: 大正地区周辺エリア
- ⑥四万十町: 十和地区周辺エリア
- ⑦四万十市: 四万十川周辺エリア
- ⑧土佐清水市: 竜甲地区周辺エリア



MUROTO base 55 (旧・ライダーズイン室戸)

R2年2月中旬 リニューアルオープン予定

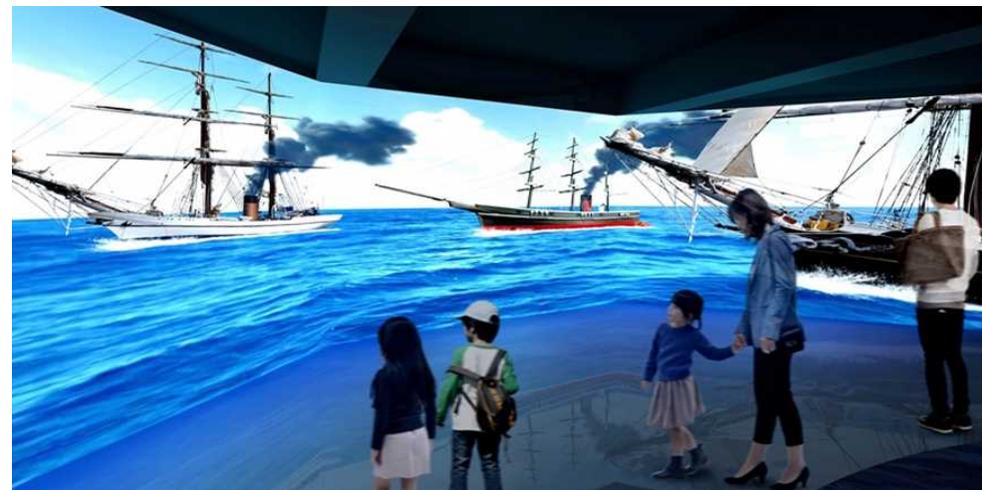


旧・ライダーズイン室戸が今までのバイクライダーのみならず、アウトドア層やファミリー層など、幅広い方が楽しめるグランピング施設として全面リニューアル。
新たに導入したコンテナハウスの内装は、スウェーデン発祥で世界最大の家具量販店である「イケア」が各部屋ごとにお洒落にコーディネート。
中庭では、地元食材を使ったBBQがオールシーズン楽しめるほか、夜には満天の星空を見上げることができるよう、ハンモック、リクライニングチェアなどを配置。
観光情報満載のデジタルサイネージや観光アプリも整備。



安芸観光情報センター

R2年3月28日(土) リニューアルオープン予定



安芸市出身の偉人「岩崎彌太郎」。彼が創業した三菱グループが創業150周年を迎えることを記念し、全面リニューアル。
彌太郎の生い立ちや功績を辿るVR映像シアター、彌太郎を育んだ安芸市や彼を取り巻く環境がわかるタッチパネル式のディスプレイなど、最新技術を用いたコンテンツを導入。また安芸市の周遊アプリを整備し、彌太郎ゆかりの地や、安芸観光をナビゲートするほか、館内では特産品の販売や県東部の観光情報も収集でき、幅広い層に楽しんでいただける。



隈研吾の小さなミュージアム（道の駅・木橋ギャラリー内）

R2年4月下旬 グランドオープン予定



隈研吾氏の設計による町内の6つ建築物を一堂に紹介し、周遊観光につなげる観光拠点が今春オープン（メイン展示場：木橋ギャラリー内）。

それぞれの建築物に対する思いを語る隈氏の映像、特徴的な木組みの模型をはじめ、隈研吾氏の経歴やスケッチなどの資料を常設展示。近隣の施設を専門ガイドと巡る体験プログラムもスタート予定。

（サブ展示場及びガイド受付：ゆすはら観光交流案内所まろうど館）



モネの庭「光の庭」

R2年4月25日（土） リニューアルオープン予定



2020年に開園20周年を迎える北川村「モネの庭」マルモッタン。注目の記念事業として、「光の庭」の全面リニューアルを実施。

ルノワールと南仏から地中海沿岸を旅したモネは、その光輝く景色に感銘を受けた。今回のリニューアルではその場所で描かれた絵画の世界観が再現され、園内の交流棟からは代表作「ポルディグエラ」の素晴らしい風景が楽しめる。

そのほか、北川村特産のゆずやオリーブを使った新たな体験プログラムも登場。



四万十ひろばカヌー館オートキャンプ場 (四万十市江川崎)

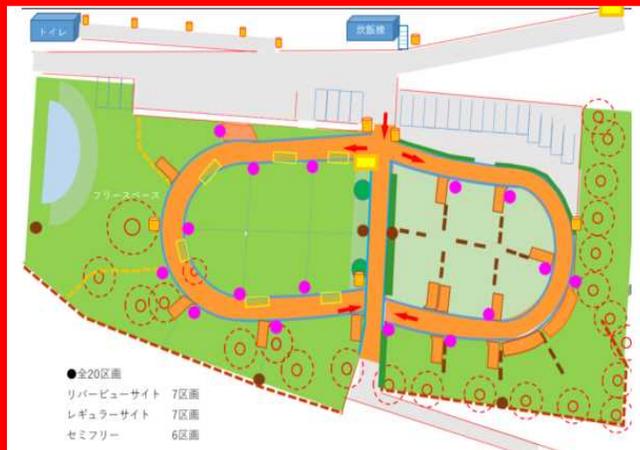
R2年4月20日 (月) リニューアルオープン予定 <<4/10~予約開始>>



【民間活力の導入】

PICA RESORT
株式会社ピカ

富士急行株式会社グループ企業。富士山周辺の関東中心に10カ所直営でアウトドア施設を整備・運営。富士急ハイランドなども同社が運営するなど幅広いノウハウを持つ



旧テニスコート・ゲートボールコート2面を再整備し、リバービューサイト、レギュラーサイト、セミフリーサイトを配置。

有効面積を最大化するため、セミフリーサイトは車を横付けすることを前提条件にする。通路(車両通行路)面積を最小限にできるように一方通行にし、中央の既存通路を軸に左右にループする通路とする。

また植栽以外の構築物(電源ポストや照明等)を最小限にして炊事棟はエリア外ではあるが高台に整備を行う。

PIKA富士吉田、PIKA山中湖など関東で人気のキャンプ場を多く手がける「株式会社ピカ」の全面プロデュースにより、四万十ひろばキャンプ場をオートキャンプ場へリニューアル。近年のテント大型化のトレンドに合わせたサイト設計やロケーションを生かしたリバービューサイトの設定、地域食材を活用したBBQの提供など、四万十川に隣接するこのキャンプ場でしか体感できない整備を実施。同社プロデュースのキャンプ場としては西日本初。

四万十川アドベンチャーパーク (道の駅四万十とおわ)

R2年春 パラレルジップライン プレオープン予定



道の駅四万十とおわに、四万十川を横断する「パラレルジップライン」を新たに整備。高知県内初のアクティビティとして、全国32か所で野外遊園施設を手がける同社のノウハウを導入。対岸のスタート地点までは、川船渡しやレンタサイクル、車で輸送を予定しており、四万十川の景観を一体的に楽しめる。

県立足摺海洋館「SATOUMI」 / 足摺宇和海国立公園竜串ビジターセンター「うみのわ」

うみのわ : R2年3月 オープン予定 / SATOUMI : R2年7月 グランドオープン予定



土佐清水市竜串地区で、1975(昭和50)年の開館以来約45年間、多種多様な海の生物を飼育展示してきた足摺海洋館が、2020(令和2)年7月にリニューアルオープン。

新足摺海洋館「SATOUMI」は、「竜串全体が大きな自然の水族館」をコンセプトとし、水族館本来の機能（自然保護、教育・環境教育、調査研究、レクリエーション）を有したうえで、展示と目の前の自然環境やアクティビティが連動する日本初といえる特徴ある水族館として整備。

「SATOUMI」に隣接して、環境省が整備する足摺宇和海国立公園竜串ビジターセンター「うみのわ」が2020(令和2)年3月にオープン。同公園唯一のビジターセンターとして、「訪れた人をフィールドに誘う」をコンセプトとし、地域のエンタランスや自然資源保全の啓発拠点となるよう、情報提供やアクティビティの申込みもできるコンシェルジュ機能を持つ施設として整備。

地域の自然、体験、食、歴史・文化を五感全てで体験・周遊できるよう、両館をはじめ、地域が一体となってお客様を迎え、新しい竜串として生まれ変わる。

<現状と課題>

- ✓ H31.2から自然&体験キャンペーンがスタート（キャンペーン期間：H31.2～R3.3）
- ✓ 遊漁船業等の旅行商品化を加速化し、R元年度末までに10商品を商品化予定
- ✓ また、遊漁船業等のインバウンドニーズ調査を実施し、一定のニーズがあることを確認
- ✓ 東京2020を控え、高知県への訪日外国人増が期待

<課題>

- ✓ これまで商品造成をした事業者が一定の集客、売り上げを実現し、キャンペーン終了後にも観光商品の販売を継続
- ✓ 遊漁船業等事業者の訪日外国人受入れ体制が未整備

<取組の方針>

- 1 商品の造成、磨き上げ**
自然・体験キャンペーン期間中に体験型コンテンツを充実
- 2 体験事業者等への総合的なアフターフォロー**
キャンペーン期間中に集中的な事業者・団体へのアフターフォロー（旅行商品・体験プログラムの造成・磨き上げ・販売等）を実施
- 3 インバウンド受入れモデルの造成**
遊漁船業等でのインバウンド受入体制の整備・販売事業者の拡充

平成30年度～令和元年度

○9事業者・団体の計10商品を造成・磨き上げし、販売

地区	内容	事業者・団体
室戸市	室戸岬クルーズ	室戸市農山漁村体験型観光推進協議会
	椎名大敷網見学	
	深海生物漁業体験	海来
須崎市	カニ網+食事	横波三里
	釣り筏	高知県漁協（深浦）
中土佐町	カゴ網等漁業体験	高知県漁協（上ノ加江支所）
四万十町	鮎の火振り漁体験	まちづくり団体STEP
黒潮町	「夜光虫」見学ツアー	NPO砂浜美術館
土佐清水市	足摺クルーズ+釣りブリ漁見学	足摺岬釣り組合
大月町	観光イカ釣り+サンセットクルーズ	大月町観光協会

○3事業者・団体でニーズ調査を実施、ニーズ及び課題を把握

地区	内容	事業者・団体
高知市	マダイ釣り	フィッシングスター
土佐市	ホエールウォッチング	宇佐ホエールウォッチング協会
中土佐町	カゴ網等漁業体験	高知県漁協（上ノ加江）

令和2年度（案）

商品の造成、磨き上げ

<商品の充実>

R2.12までのキャンペーン期間終了まで商品造成・磨き上げを継続
⇒R2年度に2商品を拡充

体験事業者等への総合的なアフターフォロー

<アフターフォローを強化>

9事業者・団体10商品を対象に、商品のさらなる磨き上げ、入込数・売り上げ増に向けた取組等のアフターフォローを実施。R3年度以降に自立した取組となるよう集中的に支援する。
⇒「入込数増」「売上増」の実現等による持続的な販売体制の確立

（内容例）

- ・催行状況を踏まえたコーディネーターによる助言
- ・モニターツアーによる高付加価値商品への磨き上げ
- ・地域観光組織や周辺事業者との連携強化
- ・商品特性に応じた販売方法、PR方法等の提案
- ・OTA販売のための入力支援
- ・旅行エージェント等への提案
- ※ 具体内容はプロポーザルの提案を踏まえて決定



訪日外国人の受入モデルの造成

<インバウンド対応の強化>

3事業者を抽出しR元年度の事業成果を活用してインバウンド受入体制の整備及び販売に向けた取組を支援し、訪日外国人向けコンテンツのモデルケースを造成する。
⇒増大するインバウンド需要に対する受入れ事業者を拡充

（例）

- 1 室戸市：深海生物漁業体験
- 2 須崎市：タイラバ釣り
- 3 四万十町：鮎の火振り漁体験

（内容例）

- ・訪日外国人受入れ事業者の選定
- ・R元年度事業成果の活用、モニターツアーによる受入体制の整備等
- ・旅行エージェント等へのインバウンド向け商品の提案
- ※ 具体内容はプロポーザルの提案を踏まえて決定