令和３年度のこれまでの取り組みについて

つくる

観光施設の整備

◆誘客の核となる観光施設の整備
・「道の駅 四万十とおわ」展示施設オープン（佐川町 4/17）　・安田川アユおどる清流キャンプ場リニューアルオープン（安田町 4/24）
・星降るヴィレッジTENGU(旧天狗荘)リニューアルオープン（津野町 7/7）　・遊山四万十 せいらんの里オープン（津野町 7/21）
・ネスト グランピング プレイス nokkaオープン（黒潮町 7/31）　・桂浜公園リニューアル（観光案内、休憩所部分　3月完成予定）

自然・歴史・食の観光資源の磨き上げ

◆観光資源の磨き上げと観光商品づくり
・「土佐の観光創生塾」の開催 ⇒「実践編」･･･講義（3地域×2日） + 地域コーディネーターによる個別支援　※目標３０商品販売
「パワーアップ編」･･･地域コーディネーターによる販路拡大等の個別支援　※目標10商品販売
・自然体験、歴史や食をテーマにしたイベント、歴史企画展の開催支援
・ワーケーションの推進 ⇒ ワーケーションのサイト開設（4月）やＰＲ、ゆかりのある企業に向けて本県での研修旅行等の実施の提案
・アドベンチャーツーリズムの推進
⇒ アドベンチャートラベルワールドサミット（9月）の開催を契機とした、本県のアドベンチャーツーリズムのＰＲ
⇒ アドベンチャーツーリズムのコースの磨き上げ

◆民間活力を積極的に導入した観光地づくり
・マッチング候補先企業と観光開発の可能性のある市町村遊休資産の掘り起こし
・マッチング後の市町村への支援⇒足摺テルメ（土佐清水市）、LOGOS PARK SEASIDE 高知須崎（仮称）

星降るヴィレッジTENGU

周遊促進の仕掛け

◆周遊キャンペーン等の実施　・道の駅・温泉クーポンBOOKの発行
◆二次交通対策
・しまんと・あしずり号の運行支援、交通事業者が作成する特別きっぷのﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ、高知プレミアム交通パスの発行

うる

認知度向上と全国での話題化

あなたの、新休日。

◆「あなたの、新休日。」によるプロモーション展開
・「あなたの、新休日。」コンセプトCM制作、ポスター・のぼり・ガイドブックの配布
・写真家浅田政志氏による県内の観光関係者写真撮り下ろし企画の展開（4月～）
・浅田政志氏トークイベント開催・YouTube配信（8月）、写真展開催（8月、東京・岡山・高知）

◆特設WEBサイトやSNSを活用した情報発信
・ボディシェアリングロボットNIN_NINを活用したオンラインで楽しめるコンテンツ配信（５月～ニンスタライブ、６月～NIN_NIN観光）
・SNSプレゼントキャンペーン（７月～「高知いきいきCP」「高知ここ好きCP」）

◆全国メディア等を活用した広報
・テレビ「世界ふしぎ発見！」(TBS)、「世界の果てまでイッテQ」(NTV)、雑誌「男の隠れ家」、「メトロミニッツ」、「Smart」など

ターゲットに応じた情報発信

◆関西、中四国のローカルメディアを活用した広報
・県内インナープロモーションの実施(7月タウン誌など)、岡山・香川・愛媛でのテレビCM放映(4月～)
・中四国のテレビ番組などでの、新たな観光スポットなど着地情報の露出
（OHK「なんしょん？」、南海放送「Beans」、読売新聞 など）

◆交通拠点等での広報ＰＲ
・浅田政志氏企画のデジタルサイネージ広告（4月・首都圏、関西主要駅など）
・高速SA・PAでのポスター及びガイドブック配架

ボディシェアリングロボット
NIN_NIN

◆映画「竜とそばかすの姫」プロモーション関連
・JR山手線・大阪環状線車両ラッピング広告、渋谷スクランブルビジョン放映、ロケ地マップ作成・配布など
・（インバウンド向け）ロケ地のモデルとなった県内スポット（鏡川など）をVKJに追加掲載

◆インバウンド向けの情報発信
・プレミアムよさこいin東京（7/4）（新型コロナウイルス感染症の影響により一般来場者は入場禁止）
⇒海外メディア招聘（48人）、海外メディアへの掲載数（63件）
⇒YouTube配信

プレミアムよさこいin東京

キャンペーンの開催を広く周知

◆旅行会社向けのセールス活動
・観光説明会(4月東京・知事出席)、観光情報交換会の開催(東京、大阪計4回)、各社への個別セールス(のべ84件)

◆誘客イベントの開催
・高知県知事杯釣り大会⇒11/13に延期
※その他のイベントについては、下期に実施予定

もてなす

きめ細かな観光情報の提供

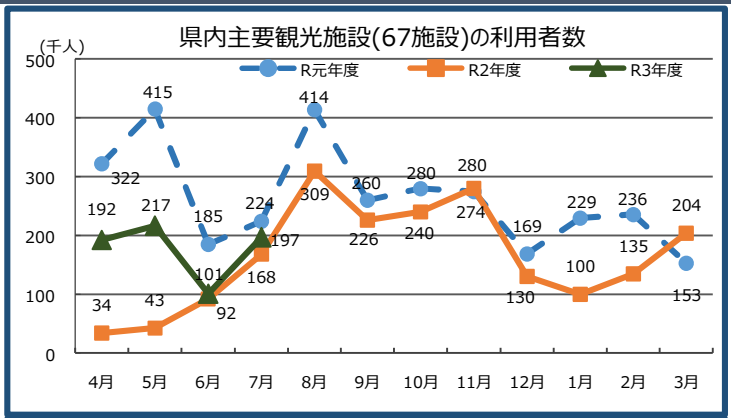
◆プッシュ型の情報提供に向けた観光案内所等の機能強化
・観光客受入コーディネーターの配置
・観光案内所の機能強化に関するアドバイザーを派遣

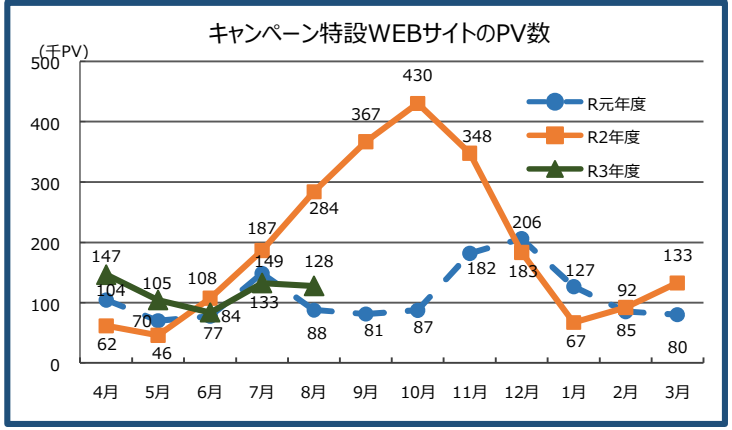
◆観光人材・ガイド団体の育成
・観光ガイド全体研修交流会　・地域別研修交流会　・観光ガイドを活用した周遊促進や消費拡大に関するアドバイザーを派遣

◆バリアフリー観光の推進
・相談窓口の運営(17件)、特設サイトによる情報発信(登録施設数219件)　・インフルエンサー招聘によるモニターツアーの実施(9月)

観光客の満足度向上

◆観光関連施設の受入環境整備　・外国人観光客等受入環境整備事業等によるインバウンド受入機能の充実
◆歴史・文化施設への館内ガイドの配置　・安芸市立歴史民俗資料館など10施設
◆「お客様の声アンケート」「おもてなしの宿アンケート」の実施　・観光施設172ヶ所、宿泊施設45ヶ所にアンケートボックス設置





新型コロナウイルス感染症対策の取り組み

項　目	事業内容	実績等
屋外観光施設等緊急整備事業	市町村等が行う新しい生活様式、または、社会情勢の変化に対応した屋外観光施設の整備にかかる経費を支援 （申請期間：R2.10.30～12.16）	交付決定 件数：25件
おもてなし旅館ホテル等環境整備緊急支援事業	事業者が行う新しい旅行スタイルに対応する受入環境整備事業に要する経費を支援(事業実施計画書届出期間：R2.10.30～12.16)	交付決定 件数：49件
高知県宿泊施設感染拡大防止対策等支援事業	事業者が行う感染症拡大防止対策や、新たな需要に対応する取組に要する経費を支援（事業受付期間：R3.7.26～R4.1.31）	交付申請 件数：16件
高知でお泊まりキャンペーン（プレゼント型）	県内在住者の県内での宿泊などの滞在を促進するため、抽選で宿泊ギフト券(5,000円)を5,000名にプレゼント （宿泊期間：R3.3.8～4.28）	利用実績： 19,089千円 (約3,800名)
高知でお泊まりキャンペーン（クーポン型）	県内在住者がオンライン旅行会社を通じて県内宿泊施設を予約する場合を対象に、宿泊割引クーポンを発行 （対象期間：R3.3.8～4.28）	利用実績： 4,756組
高知観光リカバリーキャンペーン	本県観光需要の早期回復のため、旅行者向けの交通費用助成事業を実施（対象期間：R2.7.22～R3.12.31の宿泊）	申請件数： 約13．２万人 (台)
高知観光トク割キャンペーン	県内在住者の県内旅行を対象に旅行・宿泊代金の割引（１人（人泊）当たり最大50%割引（上限5,000円））及び、土産物屋、飲食店、観光施設などで利用可能なクーポンの配布（１人（人泊）当たり2,000円分）を実施 （対象期間：R3.4.29～R3.12.31の宿泊）	利用実績： 約27千人 （人泊）

アフターコロナを見据えた次期誘客戦略について

Ⅰ　基本方針

コロナ禍による旅行ニーズや旅のスタイルの変化に対応し、落ち込んだ県内観光需要の早期回復を図る

Ⅱ　戦略の柱

現状分析

１．コロナ禍により、旅行者は感染症対策のなされていない地域を避ける傾向が見られる。
【参考データ：新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向（公財）日本交通公社　R2年7月】
Q. 新型コロナウイルスの流行が収束した後、どのような地域にあまり行きたくないと思うか？
A. **公衆衛生が徹底されていない地域 54.6%　人が密集している地域 41.7%**

２．民間の調査や旅行会社からのヒアリングによると、コロナ禍で旅行意向は大いに高まっており、コロナ収束後は一気に旅行需要が回復することが想定される。
【参考データ：同上　R3年4月】
Q. 新型コロナウイルスが収束したら、旅行に行きたいか？
A. **これまで以上に旅行に行きたい 22.0%　これまでと同程度旅行に行きたい 47.4%**

３．旅行計画の立て方として、「観光・宿・食事などをいろいろ組み合わせて楽しみたい」という層が一番多い。また、コロナ以前と比較して、旅行先よりも泊まりたい宿をまず決めるという割合が高まっている。
【参考データ：国内旅行市場におけるオピニオンリーダー層の意向調査　（公財）日本交通公社R3年3月】
Q. 旅行計画の立て方（コロナ以前　→　今後）
A. 旅行では、観光・宿・食事などをいろいろ組み合わせて楽しみたい（62%　→ **57%**）
旅行計画では、**先ず旅行先を決め**、その後で宿を決める（**66% → 45%)**
旅行計画では、**先ず泊まりたい宿を決める（25% →　30%**）

４．大人数による旅行の割合は減少傾向にあり、少人数や一人旅の割合が増加している。
【参考データ：県外観光客入込・動態調査（高知県）】
Q. 旅行形態、旅行人数（平成28年　→　令和2年）
A. **家族旅行（68.4% →　72.3%）　一人旅（12.9% → 14.0%）**

５．高知県の観光入込動態調査によると、滞在日数、消費額とも伸び悩んでいる。
【参考データ：同上】
Q. 県外観光客の県内平均消費額（日帰りを除く）　平均泊数（平成28年 → 令和2年）
A. **消費額（35,892円 → 32,489円）　平均泊数（1.92日　→ 1.66日）**

６．行ってみたい旅行タイプは「自然観光」「温泉旅行」「グルメ」「歴史・文化観光」が上位となっており、コロナ以前と大きな変化はない。
【参考データ：新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向（公財）日本交通公社　R2年7月】

７．SDGsの取り組みの重要性が認識されるとともに、世界の旅行者の半数以上がより地域を持続させていく観光スタイルを求めている。
【出典：令和3年版観光白書（観光庁）】

対策（案）

柱１

受入施設の感染症対策の徹底と情報発信

（具体策）【6月補正】
①旅館・ホテルの感染症対策を支援する補助制度の創設
②飲食店の認証制度（高知家あんしん会食推進の店）（健康政策部）
③①②による対策に関する情報発信

柱２

コロナ収束後の旅行需要の回復に乗り遅れることがないよう速やかな需要喚起策を講じる

（具体策）
①10月以降「トク割キャンペーン」及び「リカバリーキャンペーン」の対象エリアを関西圏まで拡大
②R4.1月～R5.3月の15ヶ月間を意識した観光キャンペーンの実施

柱３

多様な過ごし方の提案による消費額向上と長期滞在の促進

（具体策）【当初予算に向け検討】
①宿泊施設の魅力向上やコンシェルジュ機能強化のための支援事業の創設
②宿泊施設と周辺の観光資源を組み合わせた着地型商品の販売強化
③一人あたりの消費単価を上げるための観光素材の高付加価値化

柱４

「自然体験」「食」「歴史文化」を前面に押し出した「リョーマの休日」キャンペーンの継続

（具体策）
①「食」を前面に出したキャンペーン展開【R4.1から展開】（別紙）
②季節ごとに誘客効果の高い観光素材を発信
③SDGs達成に寄与する商品造成に対する支援制度創設
【当初予算に向け検討】

別紙 「食」を前面に出したキャンペーン展開（案）

１．食を押し出す必要性

①（公財）日本交通公社による2019年の旅行実態調査によると、**旅行先で最も楽しみにしていた行動の第１位は「おいしいものを食べること」**である　【参考１】
② 大手旅行雑誌の調査で、高知県に宿泊旅行に訪れた方の食に対する満足度は、常に上位をキープしており、**積極的な情報発信により旅行先として選択される**可能性が高まる【参考２】
③ 観光地で追加する消費活動で最も多いのは、「食」であり、長期滞在や観光消費の拡大に寄与する（**旅ナカでの追加消費No.1**）【参考３】
④ 外国人観光客が訪日前に最も期待していたことの第1位は「日本食を食べること」であり、**インバウンドでも「食」は有力な素材**となる【参考４】

２．「食」のＰＲにより期待できる効果

① 地域に残る伝統的な「食文化」や担い手である「人」に焦点をあてることで、**文化の継承や一次産業を始めとする中山間地域の振興**につなげられる
② 他の観光政策との**相乗効果を発揮させる**ことが期待できる
　（例）◎「食」×「SDGs」　⇒　ジビエ料理のＰＲにより「森を守る」活動につなげる　　◎「アウトドア」×「地域の食材を使ったキャンプ飯」　など
③ 長引くコロナ禍で大きな打撃を受けている**飲食業の需要回復を後押し**にもつながる

３．具体的な展開イメージ

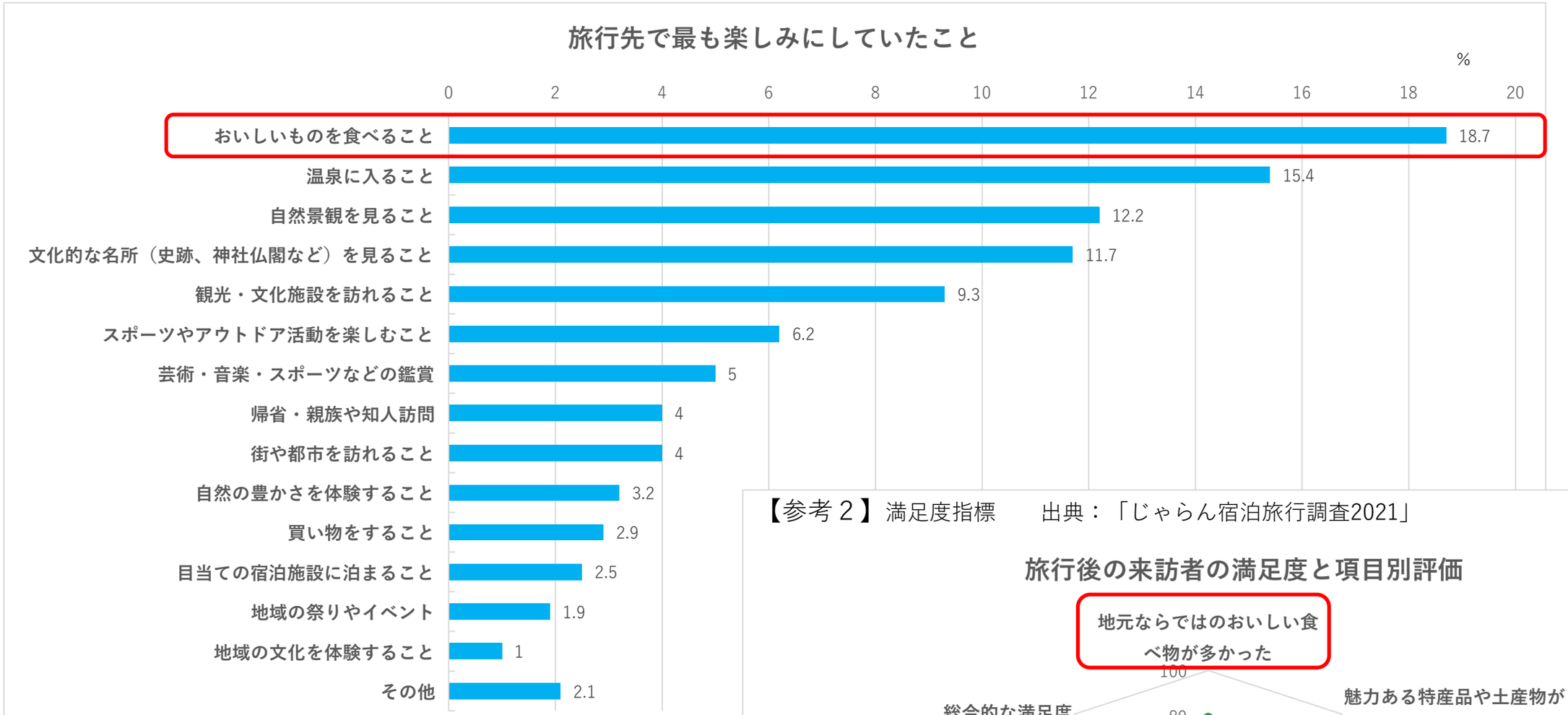
① ＳＮＳなどによる拡散や話題性が期待できるか
② 県内全域で中山間地域の振興が期待できるか
③ 旅行商品化が期待できるか

話題性 ＋ 中山間 ＋ 商品化

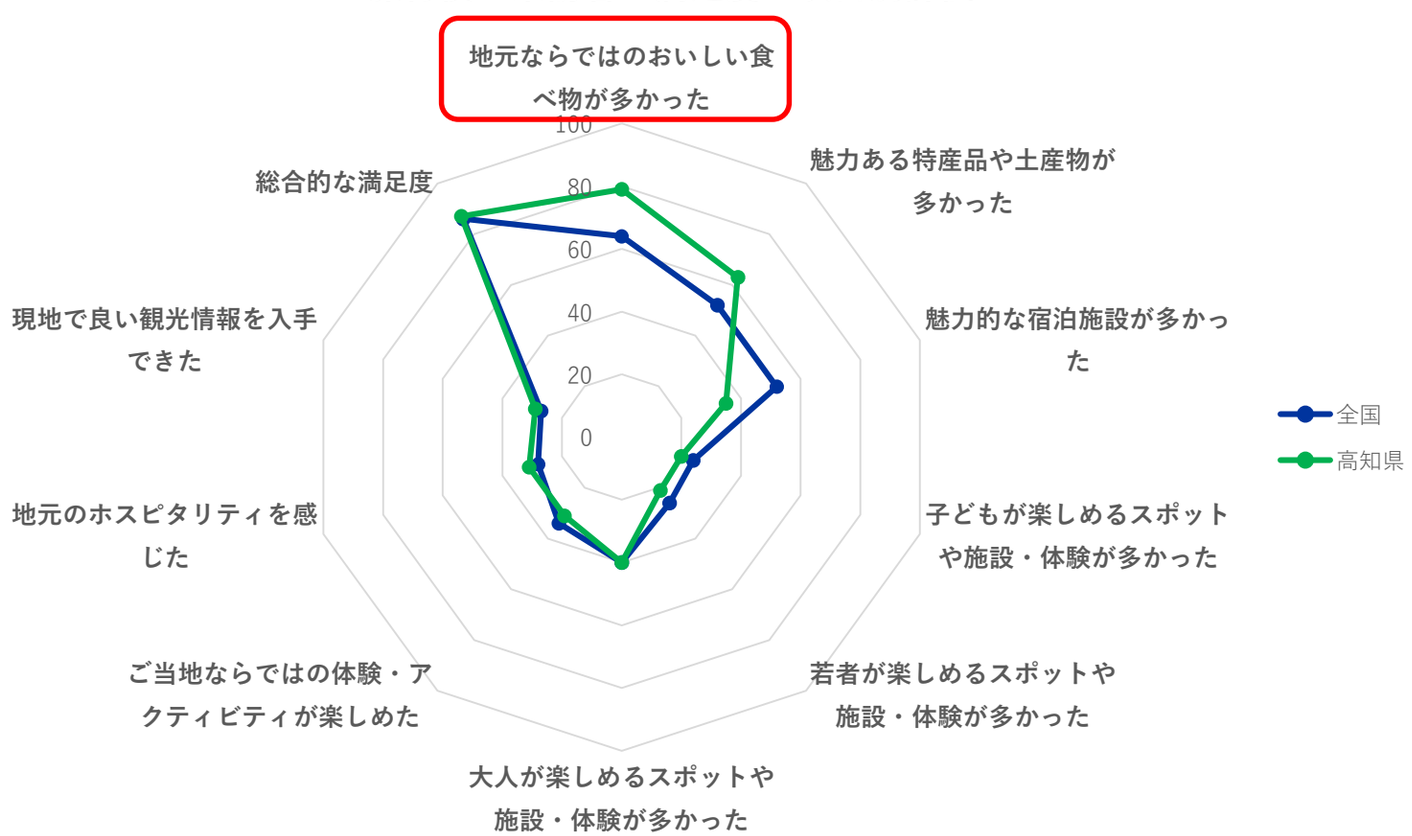
項目（仮称）	内容	話題性	中山間	商品化
「旬の食」ＰＲ	新子や初鰹など、その季節にそこでしか味わえない食材をメディア等で集中的に発信する	◎	○	△
土佐丼王国	各地域のご当地食材を活用した丼を各広域で創作（既存の丼を含めて）売り出す	○	◎	○
高知家グルメクーポン	飲食店の参画を募り、各地域の旬の食材をセットにしたメニュー（統一料金）を開発し、クーポン販売する	○	△	◎
はちきんグルメ	集落活動センターのレストランや田舎寿司など、地域の住民がもてなす郷土料理を売り出す	○	◎	△
地酒パスポート	酒蔵巡りにお得な特典と御朱印帳（日本酒ラベルを記念に添付）をあわせたパスポートを発行する	◎	○	○

別紙 「食」を前面に出したキャンペーン展開（案） 【参考資料】

【参考１】旅行先での楽しみ　　出典：「2019年JTBF旅行実態調査」（（公財）日本交通公社）

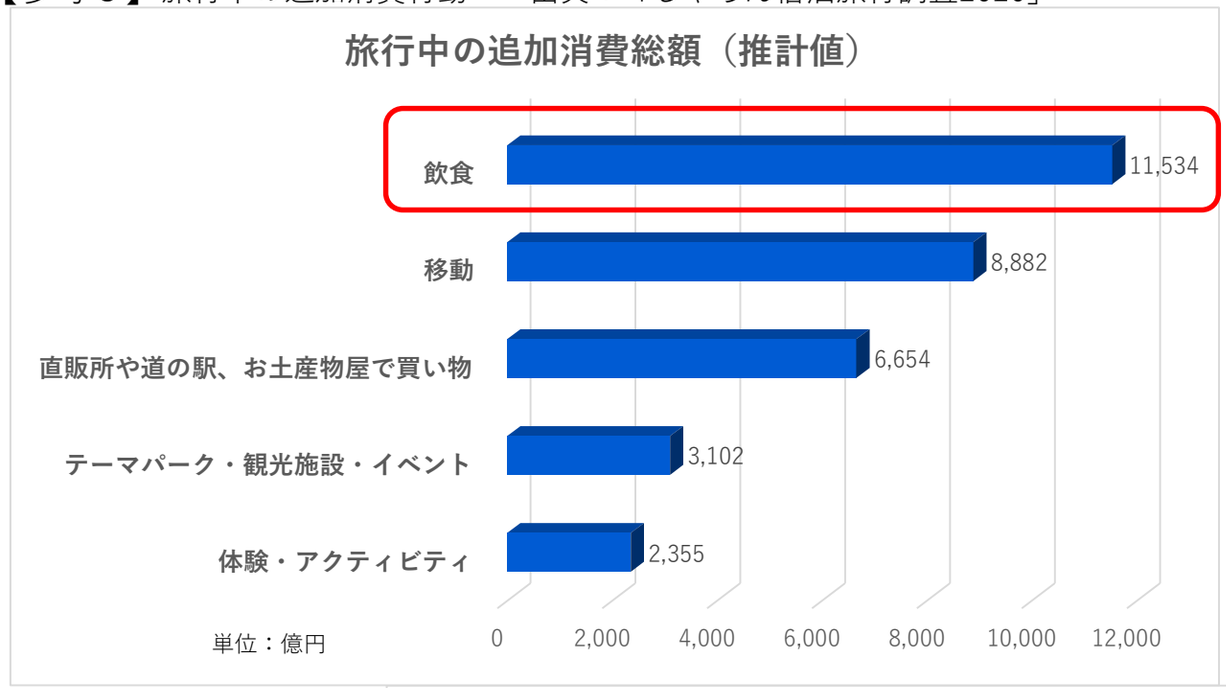


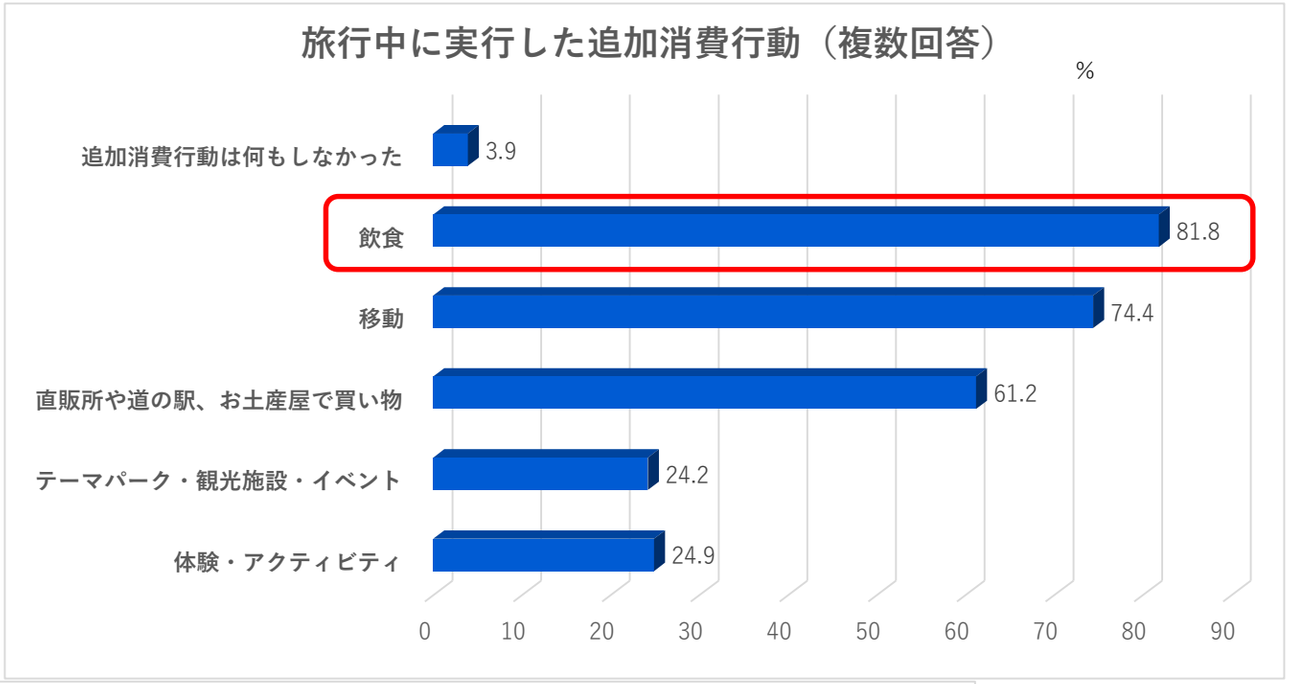
【参考２】満足度指標　　出典：「じゃらん宿泊旅行調査2021」



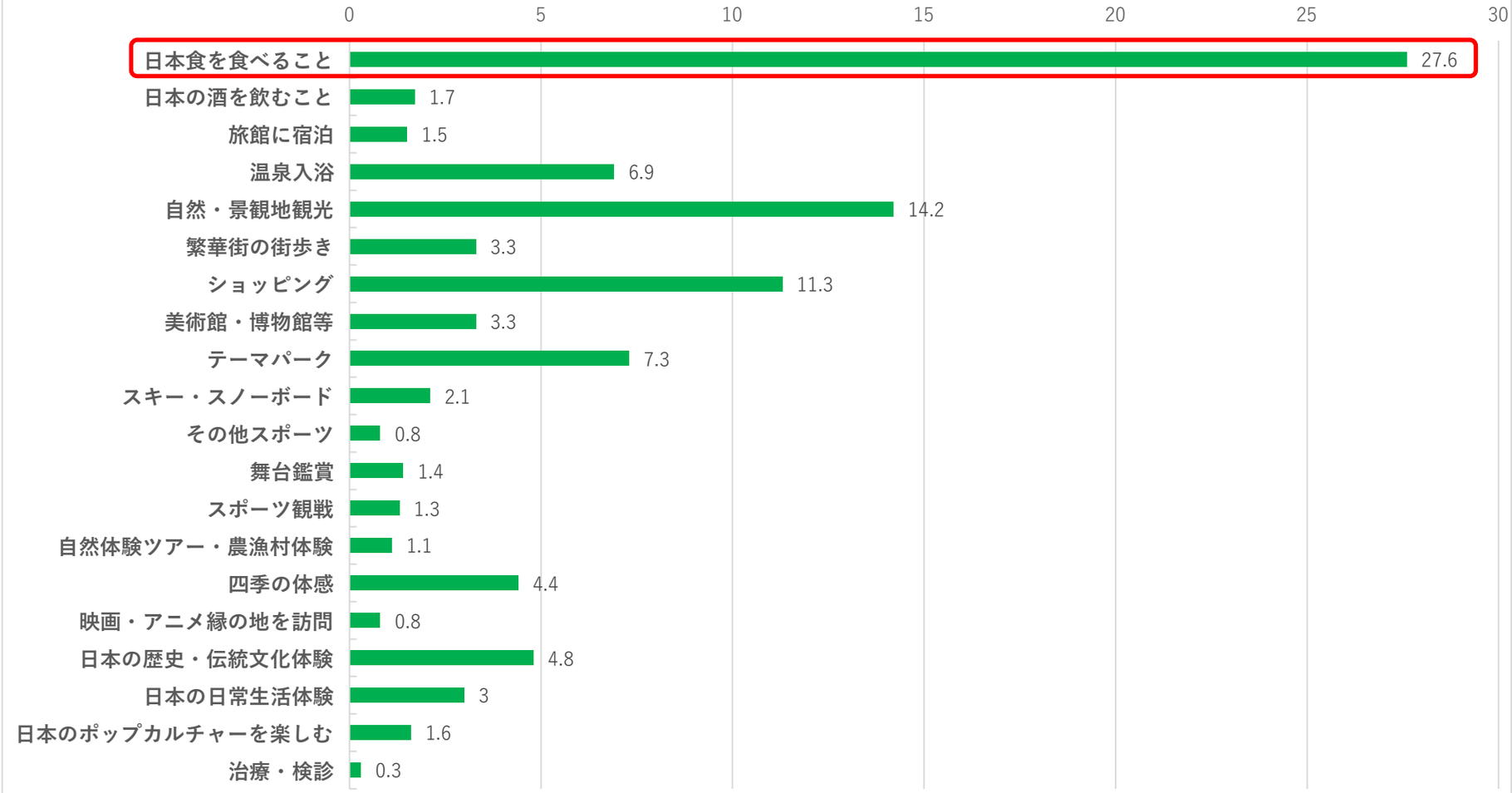
別紙 「食」を前面に出したキャンペーン展開（案） 【参考資料】

【参考３】旅行中の追加消費行動　　出典：「じゃらん宿泊旅行調査2020」





【参考４】訪日外国人の消費行動　　出典：観光庁「2019年次報告書」



【協議ー（２）】

事前にいただいたご意見の取りまとめ

１　「食」を前面に出した次期キャンペーンの展開について

＜つくる＞

・カツオのタタキに準ずる主力コンテンツをいくつかピックアップすべき。
・生産者を加えた会議体づくりをすべき。
・かつお、鮪、キンメ、ブリ、鯨などを使った三色丼や、タタキの食べ比べなどはどうか。
・食・体験・土産などに使えるクーポンの発行や、市町村が連携した観光ルートの造成、各市町村での受入体制の充実が必要。
・寺院の精進料理、古文書から再現した江戸の料理+僧侶による作法指導、学芸員等による解説等は、少人数旅行者や外国人旅行者に受け入れられるのではないか。
・ベジタリアンやヴィーガン、ハラルなどの食の規律への対応や、食物アレルギーや生活習慣病などの健康上の理由から多様化する『食』への配慮なども求められるため、そういった方々が安心して利用できる、選択できる観光メニューの造成も必要。

＜うる＞

・食をアピールするために、"何"を"どのように"発信するかという戦略が必要。そのために、旅行業者と連携するのもひとつの手段。
・中山間地域の食材にスポットをあてるのはとても良い。
・観光客に「非密」と「秘密」を掛け合わせた「ひみつ」を SNS へ投稿してもらうキャンペーンを展開してはどうか。観光客に安心安全とワクワク感を持たせる情報発信を。
・地域飲食を強調したキャンペーン展開はタイムリーかつ効果が期待できる。
・その時期の旬の食べ物が一目でわかり、その食をどこで提供しているのかを一覧にした観光客にも分かりやすいサイトを作成する。

＜もてなす＞

・メニューだけでなく店舗 HP の多言語化や、主要な二次交通 HP の多言語化など、インバウンドへの備えをするべき。
・『食』の多様化やグローバル化が進んでおり、そこへの対応が重要。

２　その他ご意見等

・行動制限緩和策を国が検討しているときくが、県ではどのような施策を考えているのか。
・ワクチン２回接種が済んだ方にはインセンティブを与えるなど、活発な消費行動を促して欲しい。
・飲食店への支援策は厚いが、観光関連施設への支援も考えてほしい。
・地域での受入体制や人と組織の再整備が必要。
・速やかな需要喚起策について、他県に負けない内容と告知の素早い対応が必要。
・SDGs 商品造成支援制度を早く創設し進めてほしい。
・高知の強みである「食」「自然」「歴史」に、高知は伝統的に多様性・共生型社会のライフスタイルであることを加味した情報発信ができないか。

★太字…キャンペーン事業
◆細字…県・KVCA事業

あなたの、新休日。

高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」今後の展開(案)

参考－（1）

スケジュール（案）	R3.10月	11月	12月	R4.1月	2月	3月	4－6月	7－9月	10－12月	R5.1－3月
全国規模のキャンペーン等	四国デスティネーションキャンペーン（DC）						JTB 日本の旬 四国 ●WMG関西			
季節テーマ				温泉×地酒×鍋			花回廊×初鰹	夏祭り×鮎	紅葉×ユズ	温泉×地酒×鍋
各コンテンツ 食 通年	カツオのたたき・土佐あかうし・はちきん地鶏・土佐ジロー・皿鉢料理・田舎寿司・アイスクリン・芋けんぴ・土佐酒									
食 素材旬				旬の刺身（清水サバ等）	かんきつ（土佐文旦等）＋県内各地域の新酒 ✖県内各地域の温泉	ご当地ﾗｰﾒﾝ（鍋焼きﾗｰﾒﾝ等）	カツオ／アユ／フルーツトマト／新ショウガ／小夏	新子／ウツボ／ユズ／四方竹／文旦	カツオ／清水サバ／ウツボ／フルーツトマト	
食 イベント	土佐の豊穣祭（予定：高知市、とさのさと、高幡） ●土佐風土祭り（10/16-17）					土佐のおきゃく ●南国土佐皿鉢祭	●食１グランプリ ●どろめ祭 ●かつお祭		土佐の豊穣祭 ●謝肉祭 ●新子まつり ●もどりカツオ祭 ●ゆすはらグルメまつり	土佐のおきゃく ●土佐はし拳全日本選手権大会 ●南国土佐皿鉢祭
食 ご当地グルメ丼	中日そば・香南ニラ塩焼きそば・ごめんケンカシャモ・いの生姜焼き街道・日高村オムライス街道・須崎鍋焼きラーメン・中村の塩タタキ・宗田節ロード・ペラ焼き・大月のマグロ 室戸キンメ丼・安芸まるごと丼・釜あげちりめん丼・久礼丼・四万十ポークどんぶり街道・宿毛きびなご丼									
歴史・文化		高知光のフェスタ NAKED FLOWERS -高知城-			（県内各地のイルミネーションイベント等）	★旅サラダEXPO@大阪	●高知城花回廊 ●龍馬に大接近	●絵金まつり ●よさこいまつり	高知光のフェスタ ●龍馬に大接近	
歴史・文化	龍馬記念館30年 特別展「龍馬と北の大地」・龍馬真筆書簡特別展示 ●Tシャツアート展		★お城EXPO@横浜	高知城歴史博物館「おいしい土佐藩」	●観光ひらき	★アウトドアフェス大阪				
自然・体験	仁淀ブルー体験博 ★知事杯釣り大会 ●ハーブサミットin中芸		●DMV開業 ●安芸・室戸パシフィックライド		LOGOS PARK SEASIDE 高知須崎（仮称） ●龍馬マラソン	●桂浜公園リニューアル	《花めぐり》花桃・桜 つつじ・シャクナゲ・藤 アジサイ・ハス・睡蓮	《体験プログラム》ホエールウォッチング ラフティング・ZIPライン カヌー・シーカヤック	《収穫体験》ゆず収穫体験 みかん狩り 漁師体験	《まち歩き・スポーツ》土佐っ歩・室戸ジオガイド 林鉄ガイド、龍馬マラソン 足摺スターウォッチング

季節ごとに誘客効果の高い観光素材を発信

広報事業	メディアを活用した広報	全国	★プロモーション委託 ◆メディア情報交換会（オンライン） ◆メディア情報交換会
		近畿・中四国	★新聞広告（中四国） ★関西新聞・雑誌掲載（光のフェスタ）
		県内	★県民向け情報発信（光のフェスタ）
			・全国メディア、SNSなどを活用した「旬の食」PR
	広報媒体の制作		★下半期ガイドブック ★光のフェスタ冊子 ★特設サイトリニューアル ★上半期ガイドブック ★ポスター、のぼりリニューアル（県内観光施設、宿泊施設等に配布） ★下半期ガイドブック
	SNS（Twitter・Instagram）web等デジタル活用		★NIN_NINを活用したIGライブ・オンライン観光 ★TW・IGでの定期的な情報発信、WEB広告
	その他広告・広報等		関西での集中PR（光のフェスタ） ★主要駅でのデジタルサイネージ・交通広告 ★関西メディアキャラバン など ◆路面電車・バスラッピング、FDAネーミングライツ（竜そば）
			・集活センターの食堂や田舎寿司など、地域住民の郷土料理PR ・各地域のご当地食材を活用した丼（既存の丼を含む）を各広域で創作しPR （土佐丼王国）
誘致事業	旅行会社セールス		2022年上期向け説明会（東京、大阪、高知） ◆ツーリズムEXPO@大阪（中止） 個別セールス ◆OATA（大阪府旅行業協会）モニターツアー
			飲食店の参画を募り、各地域の旬の食材をセットにしたメニューを開発しクーポン販売（個人＆旅行会社向け）
	旅行会社・個人向け助成施策		高知観光リカバリーキャンペーン 感染状況を踏まえてエリア拡大 高知観光トク割キャンペーン
			造成 → 販売
受入事業	周遊施策		★龍馬パスポートレアスタンプ ★龍馬パスポートレアスタンプ（廃藩置県150年） こうちdeぐるり！ガチャくるり！周遊企画 ★高知プレミアム交通パス・プレミアム交通パスライト（R3.10～販売開始） ★レンタカーキャンペーン（道の駅クーポンブック配布・レンタカー割引）
			酒蔵巡りにお得な特典と朱印帳（日本酒ラベルを記念に添付）をあわせたパスポートを発行
			準備 → 実施

百花繚乱ぜよ！
ネイキッド フラワーズ
NAKED FLOWERS
高知城

「NAKED FLOWERS –高知城–」とは

2012 年、伝説の東京駅プロジェクションマッピングを仕掛けた
クリエイティブカンパニー「ネイキッド」の NAKED FLOWERS を誘致

中四国
初開催

NAKED, INC.

1997 年、村松亮太郎が設立したクリエイティブカンパニー。“Core Creative” “Total Creation” “Borderless Creativity” を理念に、映画やTV、MV、広告、空間演出、地方創生、教育プログラムなどジャンルを超えた活動 を手がける。

同社は全国の城郭でそれぞれ独自のテーマで夜間イベントの実績が多数あります

愛知・名古屋城

兵庫・姫路城

京都・二条城

青森・弘前城

ネイキッドが 2016 年から企画・演出・制作し、東京・京都・香港などで開催した
冬でも五感で楽しめる花の体験型アート展、それが「NAKED FLOWERS」です。

「NAKED FLOWERS –高知城–」 開催概要

1　正　式　名　称：NAKED FLOWERS -高知城-
2　主　　催：リョーマの休日キャンペーン推進委員会（事務局：県観光政策課）
3　開　催　期　間：2021年11月19日（金）～2022年1月10日（月・祝）（53日間）
4　開　催　時　間：各日17:30～21:30（最終入場21:00）
5　開　催　場　所：高知城、高知公園
6　所　要　時　間：60分程度
7　目標来場者数：７万人
8　販　売　料　金：（10月下旬頃よりチケット一般販売予定）

ネイキッドフラワーズ
NAKED FLOWERS
高知城

入場券種別	大人	中・高校生	小学生	未就学児童	取り扱い
通常チケット	1,000円	700円	500円	無料	ＷＥＢ、コンビニ、現地窓口、宿泊施設、旅行会社
団体チケット	800円	560円	400円		現地窓口、旅行会社
レイトチケット					現地窓口、ＷＥＢ

9　内　　覧　　会：2021年11月18日（木）　18:30頃から
※委員の皆様には別途ご案内させていただきます。