

○ 次期誘客戦略について



# 平成26年度以降の誘客戦略の全体像

高知県統一  
コンセプト  
コピー

高知県観光  
キャンペーン

主な  
観光地

こうち旅広場、高知城、桂浜、四万十川、仁淀川、アンパンマン、ホビー館、室戸ジオなど)



## Ryoma Holiday の休日 ~高知家の食卓~

季節

×

テーマ

×

エリア

春 (3~5月)

夏 (6~8月)

秋 (9~11月)

冬 (12~2月)

(O)・美味しい休日  
初夏ソイ・どろめ・土佐  
シロー・土佐はちきん地  
鶏・トマトの料理など

(O)・美味しい休日  
土佐はちきん地鶏・四  
万十ポーク・ナス・ミニ  
トマトの料理など

(O)・美味しい休日  
夏りカツオ・金目鯛  
鰯・四万十ポーク・土  
佐あかうしの料理など

(O)・美味しい休日  
サバ・鰯・土佐あか  
し・シャモ・鰯  
の料理など

### ・どろめグルメ

### ・どろめ休日

- 土佐の「おきやく」
- 宇佐大鍋まつり (土佐市)
- 食1GP (南国市・高知市)
- 五台山花絵巻
- 高知城花回廊
- 四万十川花絵巻
- 龍馬に大接近
- 紙のこいのぼり
- 登り釜フェスタ

- かつお祭り (中土佐町)
- まるかじり (梼原町)
- [A]アクティブな休日(体験P)
  - ・ホエールウォッチング
  - ・カヌー・ラフティング
  - ・シーカヤック・シュノーケリング
  - ・サンゴウォッチングなど
- 絵金祭り (香南市)
- まちなかよさこい (いの町)
- ジョン万よさこい祭り
- 花火大会まつり
- 花火大会
- 国際水切り大会 (いの町)

- 大正鮎まつり
- 海の火祭り (土佐清水市)
- くろしおフェア (須崎市)
- 志和こんぶまつり (四万十町)

- 土佐の豊穣祭 (各市町村)
- 土佐さがのもどりガツ祭 (黒潮町)
- 神楽と鮎と酒に酔う
- 志和こんぶまつり (四万十町)
- [R]ロマンの休日(施設等)
  - ・龍馬記念館・歴史民俗資料館・赤穂天郎生家・ジョン万葉館・中岡慎太郎館
  - ・ホーリーホーム・パワースポットなど
- 龍馬に大接近 (龍馬月間)
- 足摺椿まつり
- コスモスまつり (越知町)
- 冬のお城祭り
- べふ峡もみじ祭り (香美市)・イルミネーション

\*イベントは参考

メディアを  
通じた  
一般向け

## 「高知家の食卓」県民総選挙 (仮称)、支店長おススメ

エリア 観光スポットと食資源を絡めた  
パッケージプランの提供

食版宝 (穴場) 探し (仮称)

【全般】 旅館で旬の食材を使った一品料理の提供

エリア 【近隣県の団体ツアー向け】 食資源を絡めた観光商品の提案

【パーソナル向け】 高知観光ランチクーポン (仮称) 【下期】

【WEB向け】 高知家の魔術手形 (仮称) 【下期】

旅行会社  
向け

リピーター  
対策

龍馬パスポートII

# 「食」による観光資源化に向けた課題と対応策

【目指すべき至】《第2期産業計画》が終了するH27年度末、県の観光客入込数400万人以上の宣言》  
1.「美味しい食」と言えは高知!」というイメージを定着させ、既存の観光資源があわせてPRすることで、旅行者の付加価値を高め、新規客を誘致する。

2. 食の満足度を高めることで、リピーターレートを進める。

(R) , (Y) , (M) , (A) …他の観光資源との連動

リヨーマの休日～高知家の食卓（仮称）～

季節別、ターゲット別戦略(は別途)

## 食資源

- 高知ならではの海、山、川の恵み
- そこにしかないもの etc.

### 郷土料理

- カツオのたたき
- 皿鉢料理
- 田舎寿司 etc.
- 当地グルメ・丼
- 鍋焼きラーメン
- 釜あげちりめん丼
- 室戸キンメ丼 etc.

### 特徴のある食空間

- ひろめ市場
- 土佐のおさやく etc.

### 体験する「食」

- カツオの藁焼き体験
- 天日塩づくり体験 etc.

### 買う「食」

- 道の駅
- 日曜市 etc.

### 【指針1】県外PRによる「食」ブランドイメージの定着

- ・既に観光客に高い評価を得ている“高知の食”を徹底してプロモーションに活用する。
- ・他の観光資源と「食」との連携を常に意識しながら、プロモーションを進めること。
- ・県内の盛り上がりを高めることに留意をしながら、県外へのメディア発信を重点的にを行う。

### 【指針2】観光資源としての磨き上げ

- ・県外PRを進めることで誘客を図りつつ、既存の食イベント（豊穣祭等）も活用し、民間や地域の取組みとの連携を進めること。
- ・民間や地域との協働により、「食資源」の更なる磨き上げを行ふ。

### 【方策1】第三者がおススメする店舗の情報発信

- ・県民総選挙
- ・企業の高知支店長がおススメする店舗

### 【方策2】食を絡めた地域おこしの支援

- ・民間と連携した地元グルメ（ご当地グルメ・丼）の開発支援及びプロモーション

### 【方策3】食イベントの開催

- ・市町村、観光協会、民間と連携した食イベントの開催及びプロモーション

### 【方策4】高知県民による（着地での）情報発信

- ・路地裏情報など地元・高知人の口コミによる観光客への情報発信

## 課題解決の方策

### 【観光資源化への課題】

- 1. 個店情報の発信
- 2. 話題性の創出（他県との差別化）
- 3. 民間・地域の主導による気運の醸成
- 4. メディアへの発信

## 共通課題

# 「高知家の食卓」県民総選挙の実施について

## 1. 基本的な考え方

- (1) “食”を徹底的に売り込んで行こう！という、民間事業者や地域の気運が高まることに期待。
- (2) 観光客が“県民のおススメする店”にたどり着けることで、満足度向上・リピーターの拡大につなげる。
- (3) “県民総選挙実施”というニュースをメディアに情報発信することで話題性を創出する。

## 『「食」と言えば高知』 といライメージの定着

## 2. 総選挙の概要

項目	実施方法	趣旨
選挙内容	県全域を対象とする自由記述（店舗+メニュー）	特にジャンルやエリアは指定せず、県民からできるだけ幅広くおススメの店舗を募るとともに、投票行動に移しやすいシンプルなアンケートにする。
投票方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「さんSUN高知」に投票用紙を印刷し配布</li> <li>・郵送と投票所（役場に設置）により投票受付</li> <li>・投票者に抽選によるプレゼントを提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内に限なく配布している媒体を活用し、コストを抑えるとともに、各家庭に直接に配布することで、組織票を極力防ぐ。</li> <li>・投票所を設置することで、気運の盛り上がりとメディアでの露出を期待。</li> <li>・新聞、テレビ等を活用した選挙告知とともに、プレゼント提供による投票率向上を狙う。</li> <li>・目標投票率約10%（3万票） ※ 雑誌の同様のアンケートの回収率は約1～3%程度</li> </ul>
選挙実施時期	平成26年1月（約2週間）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・選挙結果を3月の「土佐のおきやく」で発表し、話題性向上・イベント集客増を目指す。</li> <li>・4月から観光客向けに選挙結果を反映させた広報物を配布する。</li> </ul>
P R 県外	主として総選挙実施そのものを情報発信	県外のメディアに向けて「県民総選挙」という話題性と選挙結果の情報が県内で得られるという訴求力による情報発信を行う。
PR 県内	主として観光客向けにおススメの店舗情報を発信	高知に来ていたいいる観光客向には、詳細な店舗の情報を提供することで、観光客の満足度向上、リピーターの獲得につなげる。

## 3. 総選挙のねらいと効果

ねらい	現状・課題	効果
民間・地域との協働による気運の醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「じゃらん宿泊旅行調査2013」の「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」ランキングで、本県は3年連続1位から1・2位に後退。</li> <li>・単なる「食のおいしさ」をPRするだけでなく、民間、地域と一緒に、「食資源」自体の磨き上げや食の提供方法の工夫を積み重ねる事が必要。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県民総選挙という手法により、地域の盛り上がり、食資源・提供サービス等の磨き上げにつながることが期待できる。</li> <li>・おススメされた理由を公表することで、店にとっても魅力向上の指標となることができる。</li> </ul>
「食」の個別店舗の情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光パンフレット等、観光客に個別店舗を掲載することが困難（行政の公平性の観点）</li> <li>・一方で、「観光客が本当に欲しがっているのになかなか入手できないのは、地元がおススメする店舗情報」という声が多い。</li> <li>・「じゃらん宿泊旅行調査2012」の「旅行先で良い情報が入手できたランキング」で本県は38位となるなど、観光客に対する着地（高知県側）での情報発信の充実が求められている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県民がおススメするお店と言う紹介の仕方により、個別店舗の紹介が可能となり、観光客の満足度向上につながることが期待される。</li> </ul>
メディアによる情報発信による話題性の創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「食」を売りにする地域（県）は多く、高知=食というインパクトを与えるためには、メディアでの積極的な情報発信が必要 例）「美味しい国三重」「食・KING 長崎」など・・・</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「県民総選挙」ということができる県ということのインパクトが相当大きく、取り上げやすいというメディアの意見もあり、県外へ高知が食をウリにしているということを広く発信することができる。</li> </ul>