

# 平成26年度「リョーマの休日」キャンペーンの骨子（案）

項目	春			夏			秋			冬			春
	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
新「リョーマの休日」 誘客コンテンツ	観光拠点												
	核となる観光拠点(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)は通年												
	【O】：美味しい休日 ・初カツオ ・どろめ ・土佐ジロー ・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 ・戻りカツオ ・金目鯛 ・鮎 ・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 ・鯨 ・土佐あかうし ・シャモ ・柚 の料理など			
	・ご当地グルメ ・ご当地丼は通年												
食イベント													
<ul style="list-style-type: none"> <li>●土佐の「おきゃく」</li> <li>●どろめ祭り(香南市)</li> <li>●かつお祭り(中土佐町)</li> <li>●海の日祭り(土佐清水市)</li> <li>●大正鮎まつり</li> <li>●土佐の豊穰祭(各市町村)</li> <li>●土佐さがのもどりカツオ祭(黒潮町)</li> <li>●宇佐大鍋まつり(土佐市)</li> <li>●海の火祭り(土佐清水市)</li> <li>●くろしおフェア(須崎市)</li> <li>●ゆずはじまる祭(馬路村)</li> <li>●食1GP(南国市・高知市)</li> <li>●まるかじり(梶原町)</li> <li>●神楽と鮎と酒に酔う</li> <li>●志和こんぶまつり(四万十町)</li> </ul>													
季節テーマ・イベント													
【Y】やすらぎの休日(施設) ・牧野植物園 ・モノの庭 ・ゆとりすてパーク ・トンボ公園 ・屋形船 など			【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			【R】ロマンの休日(施設) ・龍馬記念館 ・歴史民俗資料館 ・弥太郎生家 ・ジョン万館 ・中岡慎太郎館 ・ホビー館 ・パワースポットなど			【M】学びの休日(街歩きガイド) ・土佐っ歩 ・室戸ジオガイド ・森林鉄道ガイド ・天日塩づくり体験 ・足摺スターウォッチングなど				
<ul style="list-style-type: none"> <li>●五台山花絵巻</li> <li>●高知城花回廊</li> <li>●まちなかよさこい</li> <li>●絵金祭り(香南市)</li> <li>●ジョン万</li> <li>●よさこい祭り</li> <li>●四万十川花絵巻</li> <li>●龍馬に大接近</li> <li>●紙のこいのぼり(いの町)</li> <li>●登り釜フェスタ(安芸市)</li> <li>●海の元気まつり(土佐清水市)</li> <li>●花火大会</li> <li>●国際水切り大会(いの町)</li> <li>●龍馬に大接近(龍馬月間)</li> <li>●コスモスまつり(越知町)</li> <li>●べふ峡もみじ祭り(香美市)</li> <li>●足摺椿まつり</li> <li>●冬のお城祭り</li> <li>●イルミネーション</li> </ul>													
リピーター対策・周遊促進													
龍馬パスポートII													

※イベントは参考

※イベントは参考

プロモーション	一般向け	パンフレット	●ガイドブック(春号)	●ガイドブック(夏号)	●ガイドブック(秋号)	●ガイドブック(冬号)
		WEB	●食のパンフレット	●新こうちじん	●よさこいネット	
	マスメディア		近隣県での雑誌社とのタイアップ			
			近隣県でのイベント等の情報発信			
			首都圏マスメディア事業	★情報交換会	★	★

## 『食』による観光資源化に向けた課題と対応策

【目指すべき姿】 《第2期産振計画が終了するH27年度末：県外観光客入込数400万人以上の定着》

1. 「美味しい食」と言えば高知！ というイメージを定着させ、既存の観光資源とかけあわせてPRすることで、旅行目的の付加価値を高め、新たな誘客を図る。
2. 食の満足度を高めることで、リピーター獲得を進める。

## リョーマの休日 ～高知家の食卓（仮称）～

☆ (R) , (Y) , (M) , (A) …他の観光資源との連動

☆ 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.

## ご当地グルメ・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
- 土佐のおきやく etc.

## 体験する「食」

- カツオの薫焼き体験
- 天日塩づくり体験 etc.

## 買う「食」

- 道の駅
- 日曜市 etc.

露出

磨きあげ

【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。
- ・県内で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（豊穰祭等）も活用し、民間や地域の取組みとの連携を進める。
- ・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う。

## 【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・メディアへの発信）
3. 民間・地域の主導による気運の醸成

共通課題

課題解決の方策

【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

- ・ 民間と連携した地域グルメ（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