

# 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 PRコンテンツ（抜粋）	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											
	美味しい休日	【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		
	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>海の大祭り (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>くろしおフェア (須崎市)</li> <li>ゆずはじまる祭 (馬路村)</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> <li>なかつま山芋まつり (安田町)</li> <li>宇佐大鍋まつり (土佐市)</li> <li>まるかじり (梶原町)</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		
リピーター対策・周遊促進	<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>龍馬に大接近 (龍馬月間)</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> <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>海元気まつり</li> <li>花火大会</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>国際水切り大会 (いの町)</li> </ul>												
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