

『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（豊稷祭等）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