

# 広域観光アドバイザーによる魅力的な観光商品づくりのエリア別状況

## ※進め方のイメージ

旅行会社等とタイアップした「売れる観光商品づくり」を目指す。

旅行会社の商品  
造成責任者等の選定

磨き上げる観光資源等の  
ピックアップ

現地調査

アドバイス  
意見交換等

商品造成・販売へ

## 食

### 《仁淀川地域》

- アドバイザー ★7/17スタート 8/26現地アド  
地域づくりゼミスト、元JTB等  
中村 雅子
- 事業主体  
企業組合 宇佐もん工房
- 平成26年度末の目標  
「宇佐一本釣りうるめいわし」のブランド力向上に向けたブランド化計画の策定  
・共通メニュー確立  
・認知度向上 等



※参考 高知市主体事業  
(振興監が委員として参加)  
★7/31スタート  
桂浜公園の整備



## 食

### 《嶺北地域》

- アドバイザー ★7/31スタート 9/22現地アド  
懐石料理とよなか桜会(ミシュランガイド2014★★)  
主人 満田 健児
- 事業主体  
嶺北地域観光・広域推進協議会
- 平成26年度末の目標  
新たな地域グルメの開発  
(素材案)  
・しいたけ ・ゼンマイ ・イタドリ  
・リュウキュウ ・三色ピーマン 等



## 観

### 《高幡地域》

- アドバイザー ★8/7スタート 9/10~11現地アド  
(株)日本旅行 四国仕入センター  
所長 森山 勉
- 事業主体  
高幡観光推進本部(高幡広域市町村圏事務組合)
- 平成26年度末の目標  
博覧会に向けた観光資源の磨き上げプランの策定  
(磨き上げ案)  
・須崎ちよこぶら ・大正地区  
・四国カルスト ・環境モデル都市 等



## 観

### 《高知中央(物部川地域)》

- アドバイザー 9月現地アド予定  
旅行会社の商品造成責任者等
- 事業主体  
香南・香美・南国の観光担当者、観光協会
- 平成26年度末の目標  
観光施設を活用した旅行商品づくり  
(新しい組み合わせ候補)  
・別府峡温泉、ほっと平山  
・弁天座、塩の道  
・白木谷地区 等



## 観

### 《安芸地域》

- アドバイザー  
株式会社JTB ★8/8スタート
- 事業主体  
高知県東部地域博覧会推進協議会
- 平成26年度末の目標  
博覧会に向けた旅行商品の造成  
・製塩体験プログラム等 30件  
・ジオ鉄ツアー等 11件 等



## 観

### 《幡多地域》

- アドバイザー ★6/9~10現地アド 9/8~9現地アド  
株式会社JTB 中四国営業部  
観光開発プロデューサー 空山 昌弘
- 事業主体  
ブランド化商品開発チーム(幡多広域観光協議会)
- 平成26年度末の目標  
①四万十川での体験プログラムの充実  
・オフシーズン対策、対象者の拡充 等  
②エリア内の主要体験プログラムの磨き上げ  
・ホエールウォッチング ・薫焼きタタキ体験  
・海洋館 ・シュノーケリング  
・エコモデルツアー 等



観 = 観光資源

食 = 食材メイン+体験

# 地域食材の磨き上げによる旅行(観光)商品化重点品目エリア別ステージ一覧

第1回地域アクションプランフォローアップ会議

高知県観光キャンペーン



安芸地域

物部川地域

嶺北地域

高知市地域

仁淀川地域

高幡地域

幡多地域

○ご当地グルメづくりの検討開始

【ステージ:素材】

○目指す方向性の確認・共有

○地域の推進体制を構築

○観光商品化を目指した事業推進プランの作成

○試作品づくり ⇒ (地域内でPDCA)

## 地域グルメ

- ①地域で長年にわたって食されている独特のグルメや料理がある
- ②地域の食材を活かして地域おこしも見据え創作した独特の料理がある

【ステージ:地域グルメ】

○テストマーケティングの実施  
・飲食店等での販売  
・とさでらす・道の駅等でのテスト販売

○取り組みの評価・改善・拡充

○商品戦略・コンセプトの策定

## 観光商品

- 地域グルメの地域組織があり、商品提供の詳細情報(提供店・所在地・営業時間・定休日・予約の有無等)が、ホームページ等でPRされている

【ステージ:観光商品】

○プロモーション活動の強化  
・HPの充実、チラシ等によるPR  
・観光協議会等による旅行会社へのセールス活動等の展開  
・県イベント等での出展PR(食1グランプリ・土佐の豊稔祭等)  
・龍馬パスポートII スタンプ施設へ  
・モニターツアーで売り込み(県CV等)

○取り組みの評価・改善・拡充

○受入体制の整備・拡充  
・食材の安定確保  
・販売店舗の充実  
・人材の育成・確保

## 旅行商品

- 地域グルメの製造・販売体制のネットワークが確立し、常時提供できる

【4定条件】 ・定時 ・定量 ・定質 ・定価

【ステージ:旅行商品】

○旅行会社等へのセールス活動の展開  
・セールスキャラバンでのPR  
・旅行会社訪問  
・モニターツアーの実施

○認知度を高める情報発信  
・関係機関のHPへ掲載など地域全体で情報発信  
・全国規模のイベントや物産展等への参加

○商品の魅力アップ・拡充

(ポ) 御膳シリーズ (6店舗)

(ポ) ジビエ料理 (5店舗)

(ポ) 鹿肉料理 (1店舗)

(ポ) オムライス街道 (6店舗)

(ポ) 四万十ポーク (11店舗)

(ポ) きびなご丼 (12店舗)

(ポ) にら塩焼きそば (13店舗)

里山御膳+体験  
(ツガニうどん×山菜天ぷら×田舎寿司)

うるめいわし(昼8店舗/夜6店舗)

鍋焼きラーメン(36店舗)

塩タタキ(32店舗)

キンメ丼(10店舗)

釜あげちりめん丼(15店舗)

シヤモ鍋・シヤモスキヤキ (16店舗)

地域食材+体験

龍パス 7

龍パス 15

龍パス 8

龍パス 10

龍パス (5)

龍パス 20

(6/25) 旅行業者でメニュー化決定 (1店舗)

(7/1) 幡多エリアでクーポン化実施 (10店舗)

- 首都圏等観光情報発信事業等と連携し、プロの視点での情報発信を行う。
- 「F.U.J.I.T.S.Uパートナー協定」においてモニターツアーを実施し、都市住民の意見を基に、わざわざ行きたくなる、とんがった旅行商品への磨き上げを行う。

～400万人の県外観光客、1,100億円の観光消費額の定着・商品化による地域の活性化と広域組織の自立化を目指す～

観光振興による地産外商や移住促進も見据えた取組として展開していく