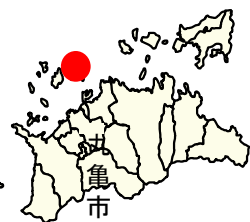
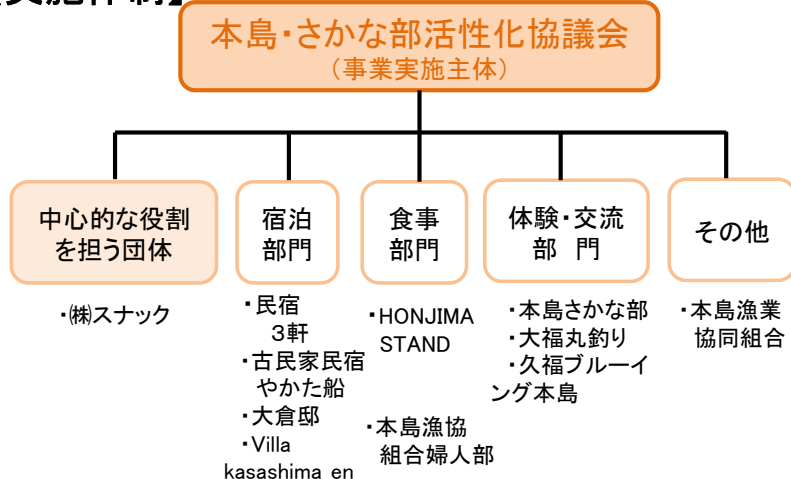


- 地域の合意形成・組織作り・人材育成
- 地域資源の調査と飲食メニュー開発による地域資源の磨き上げ
- 情報発信とプロモーション活動による認知度の拡大

香川県丸亀市



【実施体制】



【特徴的な取組】

○FAMツアーの実施による、体験コンテンツの内容と運用の検討



○地域の狙いと取組を記載したアーカイブブック作成と設置による地域の認知拡大



○特産品(石)を活かした専門家によるフィールドワークを通じた地域のPRイベント活動



・日本遺産「石の島」本島の石の調査 ・石を活かした島内休憩ベンチ等の活用提案



魚捌き体験



本島魚介 タコ

【取組内容】

・FAMツアー・モニターツアーの実施

業務委託先の(株)JTB助言のもと、現在ある素材を用いたFAMツアーを実施。宿泊体制の強化や食の魅力のテコ入れ、地域の認知度不足などの課題が見つかる中、各素材については十分に地域の魅力となると判断。R5年度これらをブラッシュアップする形でモニターツアーを実施し、事業終了後の商品化に向けて取り組む。



・遊漁船クルーズ(体験)



・さかな捌き(体験)

・宿泊体制強化のための研修会

R4年度は古民家・新林家ネットワーク本部の井上氏を招いて、他エリアの宿泊経営事例を学び、R5年度は実際にスタートしたVilla kasashima enの運営のためバリューマネジメント(株)の池上氏を招きOJTを行った。2年間を通して、概念的な知識と情報に加え、実際の運営に係る業務内容などの項目整理と円滑な運営のための準備を行う。



・R4年度実施 民泊経営勉強会



・R5年度実施 古民家宿泊研修(質疑応答)

・地域資源及び二次交通調査

地域の認知度不足の中、来島する人たちの消費者ニーズがどこにあるかを探るため、アンケート調査を行った。サンプル数は131。アンケート結果では、30代女性の観光目的での来島が多く来島回数も2回目以降とコアなファンとなる可能性を秘めていることが分かった。アンケート結果をもとに、R5年度以降の商品開発と販売開始に向けて取り組む。

年代男女別集計



・来島者属性分析結果

・特産品開発

事業終了後、素材を活かした食・体験・宿泊商品を消費してもらえるようになるためには認知度不足の解消を通して、まず知ってもらう、来てもらうということが重要という考えの下、プロモーションにも重点を置いていく。特産品は、お土産にもなりながらも、地域事業者がそれを消費することで、そのもの自体が地域をPRできる媒体を検討。R4年度はTシャツとビールの開発のための取組を実施。



・Tシャツ試作

・本島タコを使用した出汁ビール試作

宿泊施設の対応状況(青:対応)

Wi-Fi	洋式トイレ	キャッシュレス	外国語HP	外国語案内表示	外国語ネット予約