

特産物を活用した新商品の開発・販売促進により所得向上

【令和4年度補正】

特産物（米・あか牛・高菜）の再発見（特産物を有効活用した事例）

中山間地域所得確保推進事業

地区概要

【地区名】 黒川・立野地区（熊本県南阿蘇村）

【現況】 ・村内には、東海大学農学部の実習農場があり、地域の女性高齢農家が地元農産物を活用した弁当を提供していたが、農学部の村外への移転に伴い、黒川・立野地区への来訪者の減少と、地元農産物の活用低迷が懸念。

①マーケティング調査

消費者の阿蘇エリアへの訪問・食の選定理由、地域資源の評価や体験意向を調査

九州全域から馴染みのある観光エリアとして、改めて阿蘇のポテンシャルの高さが浮き彫りになったかつ食体験に関しても高いニーズがうかがえる

九州在住旅行経験者の86.8%は阿蘇エリアへの訪問経験があり明瞭した
さらに熊本県内在住者は96.0%に達している

阿蘇エリア 訪問経験	
熊本県 (n=500)	96.0%
熊本県以外 (n=1750)	86.8%

訪問調査も、これまでの合計調査で、熊本県内平均24.6回(前3年5.4回)、県外でも平均7.9回(前3年1.3回)と繰り返し訪問している傾向が見られる。九州の最人の中に位置している地理的優位も背景にあると推察される

阿蘇エリア 訪問回数	【訪問経験者ベース】 これまでの合計回数 (平均)	前3年間の合計回数 (平均)
熊本県 (n=480)	24.56回	5.38回
熊本県以外 (n=1519)	7.87回	1.28回

阿蘇エリアへの訪問者のおよそ9割は、何らかの食事をしており現地の食に対する高い意向が確認できる。体験の中で立ち寄っていただき、食体験をしていただく機会ができていくエリアと見える

阿蘇エリア 訪問時の食事有無	【訪問経験者ベース】
熊本県 (n=480)	92.1%
熊本県以外 (n=1519)	86.2%

① マーケティング

②新商品の開発

南阿蘇村特産の米、あか牛、高菜を利用した商品の開発やあか牛BBQ等の食体験の商品化



② 新商品の開発

③農産物等の販売

南阿蘇村特産物（米、あか牛、高菜等）を利用した商品を食の体験施設等で販売し所得向上



③農産物等の販売

取組の成果

令和6年度の加工品（おにぎり等）の販売額は2,172千円となっており、現況値の840千円から販売額が大幅に増加（159%増）している。

現況値(R5)	目標値(R6)	実績値(R6)
840千円	1,500千円	2,172千円