

「まぐろ」のように遊び回る
海と大地
『大人の三浦じかん』
農水回遊
&
交流モデル

- 三浦市の「農業」「漁業」「観光」をフックに、日本全国ならびにafterコロナを見据えたい将来的なインバウンド需要取り込みを図る。
- 地域の回遊をコンセプトとして、農業・漁業体験と観光資源を活用・連携させ、三浦市での滞留時間と宿泊数の増加につなげる。
- 首都圏からのアクセシビリティを活かしたファン・リピート創出による地域活性化と、地域側によるプログラムの継続的な磨き上げと販路拡大、PR・マーケティング戦略立案・発信によって、持続的な観光地経営を目指す。
- 事業実施においては、三浦市地場産品消費拡大協議会による勉強会やワークショップ開催、事業の報告・相談を通じ、地域事業者との合意形成を図っていく。

神奈川県三浦市



【採択年度】
令和3年度

【事業実施期間】
令和3～4年度

代表的な観光資源・施設

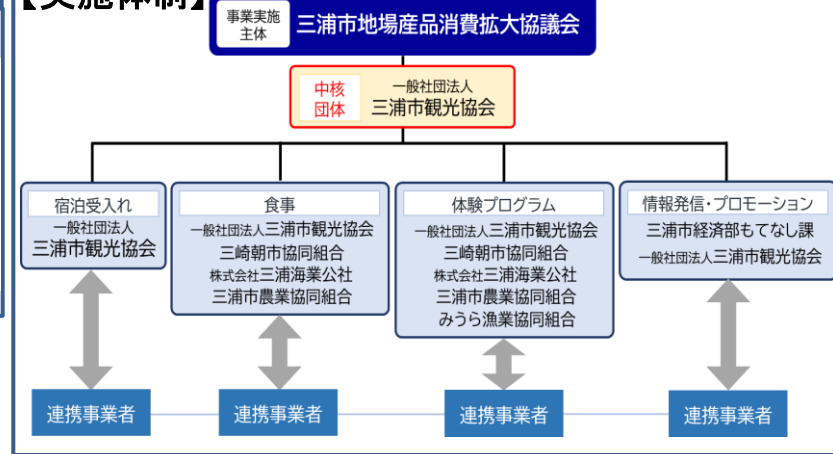


三崎のまぐろ



うらりマルシェ
(三崎港)

【実施体制】



【特徴的な取組】



【取組内容】

1年目

プログラム開発

①意識改革勉強会の開催(11月) ②コンテンツの洗い出しワークショップ(11月・2回)

③業種別コンテンツ開発ワークショップ(11月・2回)

国内旅行会社向けファムトリップ

①国内旅行会社ファムトリップ実施(11~12月) ②アンケートによる検証、改善(12月)

モニターツアー開催

①参加者募集(1月) ②ツアー実施(2月中旬~3月上旬) ③アンケートによる検証、改善(3月)

販売体制の確立

①国内個人旅行、国内向けOTAでの商品登録・販売(1~3月)

②プログラム・ツアー集約WEBサイトの制作とOTA連携(1~3月) ③旅行会社によるツアー商品化・販売(3月)

2年目

プログラム磨き上げ

①募集拡大説明会開催(7月) ②コンテンツの洗い出し&ブラッシュアップワークショップ(7月・2回)

③業種別コンテンツ開発ワークショップ(7月・2回)

誘客に向けた情報発信・プロモーション

①国内旅行情報サイト(たびふれ等)への記事掲載(9月)

②地域の魅力勉強会(たびコ塾)の実施(9月) ③SNSアカウント運用(8月~)

販売体制の確立

①国内個人旅行、国内向けOTAでの商品登録・販売(9月)

②プログラム集約WEBサイトの運用・改修と観光協会サイト・OTA連携(7月~)

③旅行会社によるツアー商品化・販売(9月)

海外旅行会社向けオンラインセミナー

①インバウンド向けセールスツール制作(11~12月)

②オンラインセミナーの実施(1月) ③セミナー実施の報告(1月)

オンラインでの地産商品の販売 (7月~)

地域の食・漁業・農業体験プログラム開発

観光資源と体験プログラムによる宿泊ツアーの商品化

「まぐろさつぷ」を活用した個人旅行・団体旅行として販売

着地型体験プログラムとして販売

インバウンドの誘客

地産品の消費拡大と地域の活性化

・地域事業者とともにトライ&エラーを繰り返しプログラム開発

・第一段階として国内マーケットでの販売展開を実施

・1年目の取組を踏まえたプログラムのブラッシュアップと新規開発

・国内マーケットへの情報発信・販売展開と、インバウンド取り込みに向けた販路拡大

・物販の展開

本事業で得た成果をベースに、次年度以降の自動化につなげ、地域を主体とした持続的な観光地経営を行う。

インバウンド対応状況 (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
WiFi	WC	¥	Globe HP	Aa	Globe Net