

紀の川市フルーツ・ツーリズムの展開によるファン獲得プロジェクト

現状と課題

- ◆年々観光客(貴志川・桃山地区)が減少。
【H21】51万人→【H24】40万人
- ◆県内一で全国的にも有数の農業生産地、果樹王国であるにもかかわらず、それを活かした観光客誘客に結びついていない。
- ◆H27年度に京奈和自動車道が県内全線開通。
- ◆「フルーツ」以外にも個々には魅力ある地域資源が存在
・和歌山電鐵たま駅長とTAMAステーション
・紀の川沿いに整備が進むサイクリングロード

○99%が日帰りの観光客
○観光地としての紀の川市のPR不足

近郊大都市住民をターゲットに自然・文化・人々との交流を楽しむ体験型観光の推進
紀の川市の一番の魅力である「フルーツ」を軸にしたグリーン・ツーリズムの展開と情報発信

【事業主体】

紀の川市フルーツ・ツーリズム推進協議会
紀の川市、紀の川グリーンツーリズム推進協議会、
紀の川市観光協会

【活用事業】

新・地域再生マネージャー事業【環境整備型】
わがまち元気プロジェクト支援事業
紀の川市事業、紀の川グリーンツーリズム推進協議会
事業、紀の川市観光協会事業

【全体事業費】 17,619千円

紀の川市	5,350千円
県(元気プロジェクト)	5,000千円
紀の川グリーンツーリズム推進協議会	5,169千円
紀の川市観光協会	2,100千円

取組の3本柱(H26～H28)

〈1〉フルーツと人を活かした誘客の仕組み作り

- 7,150千円
- ①フルーツ・アクティビティの実施 【推進協議会】
 - ・フルーツと地域資源とをコラボさせたツアー商品を企画し、ファムツアーやモニターツアーを実施
 - サイクリング×桃源郷
 - 和歌山電鐵×ウォーキング×いちご狩り体験
 - 百合山×ノルディックウォーキング×桃ジャム作り体験
 - パラグライダーで、空から桃源郷花見 等
 - ②フルーツ及びフルーツ派生商品の開発強化 【推進協議会】
 - ・桃・いちご・キウイ・イチジク・ハッサク等を活用(加工)した新商品の開発支援(例:ドライフルーツ、ジュレ、フルーツソース等)
 - ・フルーツをイメージした土産物等の新商品開発支援(例:フルーツ染めガーゼタオル・マフラー、桃の厄除けお守り等)
 - ・紀の川市フルーツ歳時記カレンダーの作成
 - ③『紀の川フルーツ博(仮称)』(期間限定体験博イベント)の開催 【推進協議会】
 - ・桃山・貴志川エリアを中心に期間を限定して体験メニューを実施
 - ・インストラクターの掘り起こし、プログラム作成研修の実施
 - ・体験メニューカタログの配布とウェブサイトの開設によるPR
 - ・紀の川市オリジナルのフルーツ体験メニューを新たに開発

〈2〉「紀の川市=フルーツのまち」のイメージアップとプロモーションの強化

4,500千円

- ①大紀の川市フェアの開催 【推進協議会】
 - ・大消費地(東京ふるさと祭り、名古屋旅祭り、岸和田SA、西宮名塩SA等)での観光PR、特産品の販売
 - ・国体会場、選手宿泊ホテル等でのPR
- ②フルーツを感じる産地の雰囲気づくりと情報発信 【推進協議会・観光協会】
 - ・ピーチ・ロード、ストロベリー・ロードの指定とそれを活用した情報発信
- ③紀の川ふるふる娘キャラによるPR 【推進協議会・観光協会】
 - ・フルーツキャラクターの着ぐるみ、グッズ作成と国体会場、各地イベントでのPR
- ④観光協会ホームページのリニューアル 【推進協議会・観光協会】



桃山地区「あらかわの桃」



目標

	【平成24年度】	→	【平成29年度】
① 旧貴志川町地域・旧桃山町 地域の観光消費額(観光客数)	14億円 (40万人)		20億円 (50万人)
② 体験メニュー交流人口	2,300人	→	5,000人
③ 紀の川市ファンクラブ会員	—	→	2,000人

貴志川地区「いちご狩り」

