

はしもと河南エリア「恋野・学文路」魅力アッププロジェクト

～「くにぎふれあいの里」を核とした地域ブランドの確立～

1 目的

地域の既存の資源を結びつけ、はしもと河南エリア全体の魅力アップを図る。

幻のごぼう「はたごんぼ」の復活に取り組んできた地域住民の活動と要望から実現した農産物直売等の施設「くにぎふれあいの里」。

(平成27年春オープン、設置主体：くにぎ広場・農産物直売交流施設組合)

この施設に、交流・滞在・情報発信等、多様な機能を持たせ、エリアに点在する多くの資源を地域一体となったブランド「恋学文(こいかむ)」としてPRすると共に、新たな体験型観光を創出する。

2 2つの柱による取組

(1) くにぎふれあいの里の多様な展開

- ①「くにぎふれあいの里」の交流拠点としての活用
 - ・はたごんぼ・野菜の収穫体験、飲食メニューの提供、「恋学文(こいかむ)祭(仮称)」の開催
- ②地元食材の加工開発と販売促進
 - ・はたごんぼや恋野マッシュルーム等の加工品及びメニュー開発
 - ・認知度アップと販売促進活動
- ③くにぎふれあいの里と連携した「紀州へら竿」の認知度アップ
 - ・「紀州へら竿の聖地」隠れ谷池を観光交流拠点として整備し、「くにぎふれあいの里」でのパネル展示や連携したイベントの実施 等
- ④地域の素材を活用した体験観光の開発と実施
 - ・体験観光のメニュー作り・モニターツアーの実施とガイドの組織化・スキルアップ

(2) はしもと河南エリア「恋野・学文路」の情報発信強化

- ①はしもと河南エリア「恋学文(こいかむ)ブランド」の確立
 - ・統一ロゴマークデザインを創作し、地元商品を地域ブランド「恋学文」でPR
- ②はしもと河南エリアの魅力発信
 - ・エリアマップ、ホームページの作成等



はたごんぼ



紀州へら竿

はしもと河南エリア「恋野・学文路」魅力アッププロジェクト (H26～H28)

現状と課題

- ◆橋本市は大阪のベッドタウンという印象が強く、観光地としての知名度が低い。
- ◇大阪から約1時間という近くて便利なところで、豊かな自然や農業・伝統産業が体験できる。
- ◇国道371号橋本バイパスが開通、さらにはしもと河南エリアに広域農道が開通することとなり、今までにない風光明媚な高野山へのアクセス経路が完成。
- ◇H25.3紀州へら竿が国の「伝統的工芸品」に指定

インフラ整備で人の流れが変わる

企業のふるさと制度を活用し、中セキグループとの協働で復活した特産品「はたごんぼ」

伝統的工芸品「紀州へら竿」

「くにぎふれあいの里」を多機能拠点として活用し、地域一体となったブランドとして情報発信

地元農家が生産を開始し、商標登録も取得した新たな特産品「恋野マッシュルーム」

【事業主体】
・(仮称)はしもと河南エリア魅力アップ推進協議会(橋本市、橋本市観光協会、紀州製竿組合、くにぎ広場・農産物直売交流施設組合、株式会社恋野マッシュルーム等)

【活用事業】
・山の恵み活用事業、観光交流施設整備(おもてなしトイレ整備)(県)
・トップブランドアドバイザー派遣事業(県)
・ふるさと体験・交流事業(伝統的工芸品産業振興協会)
・未来企業育成事業(わかやま産業振興財団)
・わがまち元気プロジェクト支援事業
・橋本市事業

【全体事業費】 100,429千円

橋本市	55,844千円
県	39,785千円
各団体	4,800千円

～「くにぎふれあいの里」を核とした地域ブランドの確立～

幻のごぼう「はたごんぼ」の復活に取り組んできた地域住民の活動と要望から実現した農産物直売等の施設「くにぎふれあいの里」(平成27年春オープン 設置主体:くにぎ広場・農産物直売交流施設組合)

広域農道沿いの紀の川を見下ろせる好立地を活かして、交流・滞在・情報発信等、多様な機能を持たせるとともに地域一体となったブランドとしてPRすることで、「はしもと河南エリア」全体の魅力アップを図る

〈1、くにぎふれあいの里の多様な展開〉

【協議会・各団体・市】 97,509千円

(1) くにぎふれあいの里の交流拠点としての活用

- ①隣接する畑ではたごんぼ・野菜収穫体験の実施
- ②移動式石窯等を導入し、「直火調理」の飲食メニューを提供
- ③くにぎふれあいの里で「恋学文(こいかむ)祭(仮称)」を開催・オリジナルピザ焼き体験やアルプスホルンの演奏体験など

(2) 地元食材の加工開発と販売促進

- ①はたごんぼの認知度アップと販売促進
・金剛峯寺への奉納(雑事(ぞうじ)のぼり)や地元イベント等での販売活動、商談会出展による販路開拓
- ②トップブランドアドバイザー等によるはたごんぼの加工開発・販売基準の設定とそれに応じた販売・加工の体制づくり
- ③はしもと河南エリア「こだけメニュー・商品」の開発(恋野マッシュルームのピクルス、カット柿等)

(3) くにぎふれあいの里と連携した「紀州へら竿」の認知度アップ

- ①「紀州へら竿の聖地」隠れ谷池を観光交流拠点として整備
- ②「くにぎふれあいの里」と連携したパネル展示やイベントの実施
- ③匠工房にカスタマーセンターを設置し、「紀州へら竿」のワンストップサービスを実施

(4) 地域の素材を活用した体験観光の開発と実施

- ①河南エリアの歴史・自然・特産品等を活かした体験観光のメニューづくり
(例)絶好のタカ見場くにぎ山頂「タカ渡り」観察ツアー(見頃:11月)
- ②地域の歴史語り部・ネイチャーガイドの組織化及び研修によるスキルアップ
- ③アウトドア企業とタイアップしたモニターツアーの実施

〈2、はしもと河南エリア「恋野・学文路」の情報発信強化〉

【協議会】 2,920千円

(1) はしもと河南エリア「恋学文(こいかむ)ブランド」の確立

- ・はしもと河南エリア地域ブランド「恋学文」によるPR
- ・統一ロゴマークデザインによる情報発信

(2) はしもと河南エリアの魅力発信

- ①エリアマップの作成及びくにぎふれあいの里での紹介・案内
- ②はしもと河南エリア案内HPの作成
- ③JR及び南海電鉄とのタイアップ企画の実施



目標

「くにぎふれあいの里」を拠点に「はしもと河南エリア」に点在する資源を地域ブランド「恋学文(こいかむ)」として情報発信し、新たな体験観光を創出

観光客数	【H25】54千人	→【H29】85千人
新規商品	【H25】	→【H29】10商品
くにぎふれあいの里売上額	【H25】(仮店舗)4,500千円	→【H29】12,500千円