

大分県のサステナブル・ガストロノミー体験創出事業

地域の課題及び これまでの取組	〇〇地区では、地元の食材や歴史的な文化資源を活かした観光商品は存在するが、サステナブル・ガストロノミーやウェルネスツーリズムの視点からの体系的な観光プログラムが不足している。そのため、国内外の富裕層・食文化に関心の高い層に向けた訴求をすることを目的として、地元食材を活かした宿泊・食体験の提供をはじめた。	本事業の目的	本事業は、大分県の豊かな自然・歴史・食文化を活かし、持続可能な観光コンテンツを造成するとともに、観光消費の拡大と地域経済の活性化を図ることを目的とする。特に、ウェルネス・ツーリズムや食の地域資源を活用した体験型観光に焦点を当て、国内外の観光客に向けた魅力的なプログラムを開発・発信する。		
ターゲット像の 詳細と設定理由	【ターゲット】 (1) 国内の富裕層・健康志向の高い層、(2) 訪日外国人（FIT層） 【設定理由】 (1)大分県の豊かな食材・温泉・自然は、ウェルネスツーリズムと親和性が高い。既存の観光資源を活かし、プレミアムな体験商品を提供できる。 (2)欧米市場では「ガストロノミーツーリズム」がトレンドになっており、特にフードエクスペリエンスへの関心が高い。				
コンテンツ・ 取組の具体的 内容	(1) プレミアム・ガストロノミー体験ツアーの開発 県産のオーガニック食材・発酵食品・ジビエ・地魚を活用し、地元のシェフや生産者と連携した「サステナブル・ガストロノミーツアー」を造成。温泉地や宿泊施設と連携し、「ウェルネス×ガストロノミー」の特別体験プランを開発。 【具体的取組】専門家の意見聴取（地元シェフ・管理栄養士・観光プランナーなどを招聘）、モニターツアーの実施（富裕層向け・インバウンド向けなどターゲット別に実施）、造成に必要なとなる設備等の購入 (2) デジタルマーケティングの展開（SNS・動画・WEBサイト） ターゲット層に響くコンテンツを発信し、旅行者の購買行動を促す。 【具体的取組】ホームページ改修（予約システムの導入、プロモーション動画制作）、SNS広告・デジタルPR（Instagram・YouTube等を活用した広告配信）				
実施までの スケジュール	2025年 7月：専門家ヒアリング 10月：モニターツアー実施 11月：予約サイト構築 12月：プロモーション動画制作 2026年 1月：SNS・デジタルPR	実施体制	全体統括：株式会社〇〇 事業部長 〇〇 ガストロノミー専門家：レストラン〇 〇〇シェフ モニターツアー催行：〇〇旅行会社 ホームページ改修、広告配信：〇〇株式会社		
事業の目標 (収益性/KPI)	指標		1年目（事業年度）	2年目	3年目
	造成したツアーへの参加者		5人（モニター）	30人	50人
	SNSフォロワー数		500人	1,000人	2,000人
	SNS投稿でのリーチ数		10,000人	20,000人	30,000人