

3類型	観光資源	番号	8-24-001
地域資源名	阿蘇くじゅう国立公園、内牧温泉、阿蘇神社、一の宮門前町の水基	認定日	平成24年6月20日
地域	熊本県阿蘇市	所管省庁	経済産業省・国土交通省

事業名：“血糖コントロール理論”に基づく、阿蘇の標高差を活用した“全国初”「阿蘇高原滞在型ダイエットプログラム」の開発と販路開拓

会社名：阿蘇温泉観光旅館協同組合

所在地：熊本県阿蘇市小里781番地

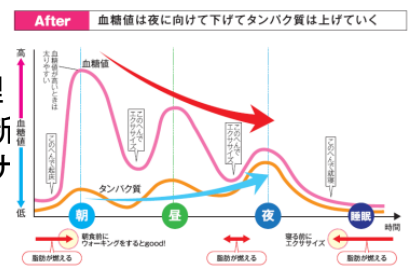
連絡先：TEL:0967-32-1960

FAX:0967-32-2733

H P: <http://onsen.aso.ne.jp>

事業概要(新たな活用の視点)

阿蘇の標高差と泉質を活かして、各種運動プログラム、温泉療法及び(社)日本ダイエット協会提唱の、“血糖コントロール理論”に基づく食事を組み合わせた、短期間で体質改善ができる新たなダイエットプログラムを開発し、プログラム参加者を強力にサポートする“健康コーディネーター”“健康インストラクター”“ダイエット食を提供できる調理師”の養成を行い付加価値を高める。



【血糖コントロール理論】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

一般的なカロリーダイエット法では、食事制限(カロリー制限)を主とするため、継続性やダイエット後のリバウンド等に課題があるのに対して、本ダイエットプログラムは、糖質をコントロールして、美味しいものを食べながら健康的に痩せる方法である。また阿蘇ならではの標高差を活用した運動プログラムや温泉保養も盛り込んだ“全国初”の、効率的で持続性の高い『楽しく痩せて、美味しく痩せる』ダイエットプログラムである。



【トレッキング風景】

◆市場性

主要ターゲットである20歳～50歳代女性層の内7割以上が、ダイエットに高い関心を持っており、市場規模は1兆6、600億円以上と推計され、今後さらに拡大と言われている。また、ダイエットのきっかけは「体型」「体重」など「外見やスタイルの向上」が主である。さらにターゲットとしている、メタボリック症候群と予備軍の合計は約2、400万人、糖尿病予備軍も約2、000万人とされており、本ダイエットプログラムの市場規模は大きい。

◆販路

当組合ホームページ「阿蘇カルデラツアー」の充実によるダイレクト販売とともに、福利厚生専門誌での商品化や大手企業健保組合等への販売、旅行会社での商品化や委託販売、着地型旅行専門サイトでの販売、東アジアからの外国人への販売等を中心に販路開拓を行う。

地域資源における関係事業者との連携

阿蘇市、阿蘇市観光協会、組合加盟旅館ホテル、各運動プログラム実施施設、地元運輸業者及び熊本県観光交流局、熊本県観光連盟、熊本県立大学、(財)阿蘇地域振興デザインセンター等との連携により事業を推進する。