

3類型	農林水産物、鉱工業品及びその生産技術、観光資源	番号	8
地域資源名	あか牛、阿蘇たかな漬、阿蘇くじゅう国立公園、阿蘇神社 他	認定日	平成19年11月16日
地域	熊本県阿蘇郡小国町 (阿蘇市、高森町)	所管省庁	農林水産省、経済産業省、国土交通省

事業名：阿蘇カルデラツーリズムを活用した地域密着型旅行商品の創出

会社名：有限会社九州トラベルサービス 所在地：熊本県阿蘇郡小国町宮原1760-1
連絡先：TEL：0967-46-4310 （共同認定事業者：株式会社スタートラベル、南阿蘇鉄道株式会社）
FAX：0967-46-5416

事業概要(新たな活用の視点)

- ・阿蘇地域へ訪れる観光客の形態は、阿蘇火口見学や温泉を中心とした日帰り型観光が主流であるが、平成15年をピークに入込み客が右肩下がりとなっている。
- ・そこで、滞在型観光への転換を図るため、地域資源を活用した「阿蘇カルデラツーリズム」と循環バスなどによる新しい旅のカたちづくりが進められている。
- ・これまでの観光スポットを中心にした観光から、阿蘇神社とその周辺の商店街や黒川温泉などの温泉街を活用した散策コース、阿蘇くじゅう国立公園の阿蘇の火口丘、草原、溪流、原生林及び白川水源の湧水などを活用した散策・トレッキングコースや農産物に係る農業体験、あか牛などに代表される農産品や阿蘇たかな漬、高森田楽などを活用した食事メニューなどを作成し、これらを複合的に提供する観光商品を開発する。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・新商品、新サービスのコンセプトは、地域資源を活用した地域密着型の旅行商品。
- ・競合製品との優位性は、阿蘇くじゅう国立公園、黒川温泉、あか牛などの豊富な地域資源を活用して多様なオプションメニューを提供することができる。

◆市場性

- ・エコツーリズム、グリーンツーリズムなどのツーリズムへの需要の高まりや、団塊世代の旅行者層が大きく増加することが見込まれ市場ニーズも高まっている。

◆販路

- ・団塊世代をターゲットとして、大手旅行エージェントに対する商品提供や、公共交通機関などとの商品造成なども働きかける。さらに、インターネットによる3社共同の直接販売も試みる。

地域資源における関係事業者との連携

- ・熊本県、阿蘇地域の市町村及び観光協会などと協力体制を構築する。さらに、地元ガイド組織や商店街、農村集落、地域づくり団体、観光施設などと連携を図り、幅広く事業の効果を上げていく。



【阿蘇カルデラツーリズム】



【農作物の収穫体験】