

観光協会5か年計画「4年目」を迎え、さまざまな領域において具体的な成果が出始めてきました。

【観光振興兼経済振興に関する特筆成果】

●民泊の取り組みが、開始後わずか2年で花開きつつあります。

当協会が事務局を担当する「安芸太田町田舎体験推進協議会(会長:小坂眞治町長)」による、「人情」を旗頭としたブランド推進及び各地の旅行会社や学校への営業の結果、来町校が年々「倍増」しています。ちなみに先行して民泊に取り組んでいた県内他市町と比較した場合、平成27年度においては受入れ確定校でついに当町が「逆転」しました。(平成26年3月26日現在)

県がPRに力を入れている「瀬戸内海」の恩恵に浴せない当町ですが、愚直に「人情」を訴え続けた結果であり、誇れるものです。当町に民泊(一部町内ホテル泊)滞在する学校については平成25年度2校、平成26年度4校、そして平成27年度には8校となり、延べ民泊人員が1,150名に達し、体験学習のみの日帰り修学旅行生も600名を超えました。

2年前までは全く考えられなかった「修学旅行生」が年に1,700名以上来町されます。民泊だけで考えると、町内家庭に年間約1,000万円超が直接投下されることとなります。

修学旅行生の一人当たりお土産購入金額は5,000円~10,000円と言われており、一人5,000円分お土産を購入すると、年間850万円が投下されることとなります。さらに、昼食として800円の弁当若しくは定食を提供したとして年間136万円が投下されることとなります。

極めつけは、ラフティング体験が非常に人気であり、約1,000名の予約がありますから年間700万円の売上げが計上されます。

したがって、経済的には約2,600万円/年間の直接投下が見込まれるのです。これを当町への観光客として一般的な県内日帰り旅行客に換算した場合、約8,700名に相当します。1,000名規模の「イベント」を約9回実施せねば到達しない程の成果です。

修学旅行生に「お金」を使ってもらうためにも、宮島や広島駅の土産売りに負けない魅力的な「お土産」を積極的に「開発する」必要があります。

今後、当協会では「若者」に購入してもらえようなお土産を、関係各所と連携して開発していきます。

【産業振興に関する特筆成果】

●ついに祇園坊柿NEWチョコちゃんが完成しました。

町内外のさまざまな方のご協力とご尽力の末、ついに「チョコちゃん」のNEWバージョンが完成しました。

パッケージは町内の若者グループを中心に3種類製作いただきました。どれも人目を引く素敵なデザインですが、完成に至るまで全国の有名なパッケージを分析し、何度も打合せを重ね、試行錯誤し最後の最後までこだわっていただきました。

(右図 鐘馗大神アニメキャラクター)

肝心のチョコちゃんですが、世界で超有名な方しか加入できない(アジアでたった5名のみ)「ルレ・デセール」に加入を許された日本トップクラスのパティシエである大塚良成氏の直接の技術指導の結果、クオリティーが大いに向上し、さらにホワイト味以外に抹茶味の2種類のラインナップとなりました。

来年度には町内産茶葉を活用した「抹茶チョコちゃん」を試作予定です。

なお、NEWチョコちゃんパッケージの内側には製造者である寺領味の里7名のアニメキャラクターや挨拶文、そして祇園坊柿に関するPRなどを掲載しています。4月6日より道の駅で発売予定です。

日本有数のパティシエと寺領のご高齢者グループの組合せにメディアや修学旅行取扱旅行会社からの注目度も高く、一般旅行者から修学旅行生まで購入いただけるお菓子として大きな飛躍が期待されます。

