

## 複数のフルーツ直売所が統一的な店頭装飾で旬のスイーツを販売 「京丹後フルーツトレイル」がスタート（7/28）

平成30年7月23日

京丹後市役所

京丹後市網野町浜詰から久美浜町甲山にかけての国道 178 号沿いに開設されているフルーツ直売所において、本事業参加店が統一的な店頭装飾を行い、旬のフルーツを活用したドリンク、スイーツなどを提供することでフルーツの産地であることをPRするとともに、フルーツ狩り体験や生産者との交流を通じた産地ならではのサービスの提供と食の魅力を発信し、新たな観光拠点を創造することを目的とした「京丹後フルーツトレイル」がスタートします。

7月28日のオープンに先立ち、前日27日（金）にプレオープンセレモニーを行います。本事業は、第2次総合計画・基本計画に掲げる5つの重点項目にある「4【魅力づくり】“輝く”豊富な「食材」を活かしたまち」の中で核となる“旬”でもてなす食の観光推進の一つとして実施するものです。

### 〈経過・事業概要（※特徴など）〉

市が、本年4月～5月に対象となる上記直売所18店から本事業の参画事業者を募ったところ、次の3店舗から応募がありました。本事業は、この3店舗を1つのグループとして、当該グループに対し対象経費（店頭備品類購入費、広告宣伝費、販売員人件費）の3分の2（補助金上限額1,933千円）を補助して実施するものです。※同一地域内で、複数の直売所が統一的な装飾でスイーツ等を提供する「フルーツトレイル」は国内では類を見ない取り組みです。※店舗は、フルーツの旬である7月28日から10月下旬まで開店する予定です。※本補助は「韓哲・まちづくり夢基金」を活用します。

### 〈フルーツトレイル実施店舗〉

■グループ代表者 株式会社田園紳士 代表取締役 森下裕之

| 事業所名                | 代表者・担当者 | 果物               | 所在地           |
|---------------------|---------|------------------|---------------|
| いえき農園               | 家城俊昭    | 桃・スイカ・ブドウ・梨など    | 久美浜町浦明 578-1  |
| 白岩恒美農園<br>(うみのみえる丘) | 白岩千尋    | スイカ・ブドウ・梨など      | 久美浜町平田 1104-4 |
| くみはまSANKAIKAN       | 中岡耕二    | メロン・イチゴ・ブルーベリーなど | 久美浜町浦明 1709   |

### 〈プレオープンセレモニー〉

日時 平成30年7月27日（金） 9:30～10:00

場所 いえき農園（京丹後市久美浜町浦明 578-1）

内容 グループ代表者・森下氏のあいさつ、旬のフルーツ（桃など）を使ったドリンク、スイーツの提供（限定40食）など。また、セレモニーには、本市でゼミ合宿を行っている立教大学大学院（ビジネスデザイン研究科）の学生14人も来店していただく予定です。

### 〈店舗イメージ〉

3店舗の内2店舗では以下のテントを設置し、1店舗ではサイン（看板）のみ設置します。



### 〈商品イメージ〉

実際は、3店舗が統一したプラスチックコップ等を使用します。



# 〈店舗地図〉



# フルーツ街道を活かした“観光の目玉”づくり

## 1.現状

- ・メロン、ナシ、モモ、ブドウ、スイカなど年間を通じてフルーツが収穫できる。
- ・18軒のフルーツ直売所が連なるが直売のみにとどまる。

## 2.課題

- ・観光客は「春・秋」が少なく、「滞在時間」が短い。
- ・観光地としての「認知度」が低い。
- ・京都市内ですら、京丹後が「フルーツの産地」という認識は低い。（活かされていない）
- ・「買える」「食べられる」場所の案内が出来ていない
- ・「情報発信」「ターゲティング」が不十分
- ・他地域との「差別化」が図られていない

## 3.強み

- ・フルーツの品質に対する評価が高い。
- ・産地ならではのアドバンテージ（旬、こだわり、安心安全、安さ）がある。
- ・「京たんご梨」や「琴引メロン」などのブランド品がある。



## 4.機会

- ・「旅先ならではの食」を、旅行客は最も期待している。
- ・京丹後の「料理・食材」の評価は高い。
- ・交通アクセスの向上などにより観光客は増加している。

## 5.対応策の検討

- ★ 地域での滞在時間、消費額拡大
- ★ 新規性、ニュース性
- ★ 発信力、事業効果を高める規模感
- ★ フルーツの特性を活かす
- ★ 産地の強みを活かす
- ★ 視覚効果を高める
- ★ ターゲティングを定める【女性】
- ★ 他の観光資源と組み合わせる



既存の“フルーツ街道”を活かし  
世界で話題の観光戦略  
「フードトレイル」を  
行政・民間協働で導入

## 「フードトレイル」の概要

フードトレイルとは、「共通テーマ」を持った「食」を体験するルート、コースを指す言葉で、世界中に広まる。

単に「飲食」の体験ではなく、地域が持つ多様な資源を組み合わせ、食の生産力向上と観光振興を推進する「地域観光戦略」として注目される。

なお、フルーツトレイルの国内事例はないと言われている。

### 海外事例（欧米を中心に多数）

|            |        |
|------------|--------|
| アップルパイトレイル | カナダ    |
| シーフードトレイル  | アメリカ   |
| カリナリートレイル  | アメリカ   |
| バレンフードトレイル | アイルランド |



世界に通じる言葉「フードトレイル」として取り組むことで、インバウンド向けプロモーションの展開も可能！