



## 田辺のうまい屋ご飯PR事業「あがら井・あがら飯 2020」企画書

### 【趣旨】

田辺の地元食材を使ったうまい“食”のPR推進のため、観光客を主なターゲットとした『あがら井(田辺らしい井)』、『あがら飯(田辺らしい食べ物)』を市内飲食店において提供する。

### 【事業概要】

① 実施期間 通年：令和2年4月1日～令和3年3月31日

\*途中参加も可能

〔 前期：令和2年4月1日～令和2年9月30日  
後期：令和2年10月1日～令和3年3月31日 〕

② 参加対象 次のいずれかに所属する店舗で、下記の定義(条件)を満たすもの。

・田辺観光協会 ・田辺飲食業組合 ・田辺商工会議所 ・牟婁商工会

③ 定義(条件)

〈あがら井〉

1. 地元の旬の食材を使った井料理で、器は井鉢に限らず、プレート、平皿も可とする。  
但し、ご飯の上に具材を盛り付けることとし、同じ器でも具材とご飯を別々に分けることは、認めない。
2. 食材(具材)は、下記①～③の条件を一つ以上満たすこと(いずれもメイン食材であることが望ましい)。
  - ①肉類=熊野牛、梅鶏、梅卵、ジビエ等を使用すること
  - ②魚海藻類=カツオ、マグロ、シラス、イサギ、ウツボ、太刀魚、サバ、アジ、ヒロメ等を使用すること(その他は、別途相談)
  - ③特産品=梅、なんば焼き、牛蒡巻き等を可能な限り使用すること

〈あがら飯〉

以下のいずれかの条件を満たす料理とし、定食、単品等の形態は問わない。

1. 地元の旬の食材を使用し、食材(具材)は、下記①～③の条件を一つ以上満たす料理であること(いずれもメイン食材であることが望ましい)。
  - ① 肉類=熊野牛、梅鶏、梅卵、ジビエ等を使用すること
  - ② 魚海藻類=カツオ、マグロ、シラス、イサギ、ウツボ、太刀魚、サバ、アジ、ヒロメ等を使用すること(その他は、別途相談)
  - ③ 特産品=梅、かんきつ類、なんば焼き、牛蒡巻き等を可能な限り使用すること
2. 郷土食や地元グルメ(めはり寿司、茶粥、江川ちゃんぼん等)を用いたものとする。

※その他※

- ・和食、洋食、中華料理等のジャンルは、問わない。
- ・品数は問わない。
- ・テイクアウト形式でも可とする。
- ・価格帯は、1,800円程度までが望ましい。
- ・天候等により食材が入荷できない場合や数量が限定される場合は、売り切れも可とする。
- ・予約が必要な場合は、必ず明記すること
- ・前期のみや後期のみでの参加も可とする。また、通年参加でも、前後期の入れ替え時期に限り、メニューの変更ができるものとする。

④参加費 年間1万円

【ポスター・チラシ印刷、HP作成、POP(2枚分)、料理撮影、その他事務費】

※途中参加の場合、PR媒体によっては、作成できない場合があります。

⑤参加申込締切日 令和2年2月3日(月)まで

【広報計画】

① 専用チラシ・ポスターを作成し配布

◆R2年度予定

○作成部数

・ 7～3月（予定）：26,000部（専用チラシを作成）

○配布場所

J R各駅（紀伊田辺駅、和歌山駅、和泉砂川駅ほか）、県内サービスエリア、田辺市観光センターほか観光案内所、市内道の駅、近隣宿泊施設等

② ポスター（B2サイズ）の作成

部数 参加店舗数+α

配布先 参加店舗、田辺市観光センター、田辺市街なかポケットパーク

③ 田辺観光協会HP（パソコン・スマートフォン対応）への掲載と各店舗HPへのリンク

◆ページのアクセス実績〔R1/12/31現在（H31/1/1～R1/12/31）〕

・ 総ページビュー数 35,816件

・ 最多アクセス店舗ページビュー数 7,320件

〔トップページ〕

〔各店舗情報画面〕



④ SNS(Twitter・Facebook)を使つての積極的なPR

Facebookでの各店舗（7店舗）の情報掲載（TwitterはFacebookの投稿と連動）

【閲覧数】合計：5,104件 各店舗平均：729.1件

※参考（R2.1現在）：田辺観光協会Facebookフォロワー数：1,753人

Twitterフォロワー数：2,537人

⑤ 各種メディア、旅行会社等への情報提供

【関連イベント】

参加店舗が確定次第、改めて検討予定。

【今後のスケジュール（予定）】

令和2年1月中旬	各店舗への参加ご案内
2月3日	申し込み〆切（名称、PRコメント等）
3月上旬	料理撮影（必要に応じて）、チラシ・ポスター・HP作成
3月下旬	PR開始（チラシ配布等）
4月1日	あがら丼・あがら飯 2020 提供開始
～令和3年3月31日	あがら丼・あがら飯 2020 終了