

平成22年度「地域資源 全国展開プロジェクト」
 本体事業 採択案件一覧

| No. | 実施事業者 (都道府県) | 事業概要 |
|-----|--------------------|---|
| 1 | 函館商工会議所 (北海道) | 【「珈琲の薫る街」ブランド創出事業】 嗜好品として広く親しまれているコーヒーにスポットをあて、そこに幕末から明治・大正・昭和へと続く函館ならではの珈琲文化を織り交ぜ、函館の風景とともに地域の資源として活用し、「珈琲の薫る街」として新たな函館ブランドを創出する。 |
| 2 | 札幌商工会議所 (北海道) | 【「ビジネス客を観光客へ」ビジネス地域資源発信・マッチングプロジェクト】 地域企業の商品・サービスなどを全国に発信する事でビジネス客の札幌での滞在を促進し、観光振興にもつながるよう、来札ビジネスマンの視察・商談希望と地元企業の受入先とのマッチング事業やPR事業などを行う。 |
| 3 | 旭川商工会議所 (北海道) | 【北の嵐山 森・芸・民のおもてなし】 嵐山の自然と陶芸・クラフト工房体験といった観光資源を活用し、全国に旭川のPRを行う。また、この地域の住民全体でおもてなしを行い人と人との繋がりによりリピーター増加を目指す。 |
| 4 | 稚内商工会議所 (北海道) | 【最北端のんびり歩こう体験プロジェクト】 日本最北端にある「宗谷丘陵フットパス」ルートを基点に、地域を歩いて楽しめる体験型・滞在型・環境配慮型をコンテンツとした観光圏づくりを進める。 |
| 5 | 紋別商工会議所 (北海道) | 【「オホーツクもんべつ」特産品開発支援事業】 ホタテ・サケ・カニなど主要な海産物の付加価値を高め、「オホーツクもんべつ」をイメージできる商品を開発し、また一次加工の製造過程で排出される副産物等の利活用の研究にも取り組み、地域経済の活性化を図る。 |
| 6 | 士別商工会議所 (北海道) | 【農畜産物の残渣物活用による商品開発事業】 環境問題を考慮し、残渣物を活用した新規性・独自性に富んだ新製品開発に取り組むことで、生産者と小規模事業者を結び付け、地域のブランド化と産業全体の活性化を目指す。 |
| 7 | 富良野商工会議所 (北海道) | 【スペシャリティーグッズ(特産品)開発事業】 富良野市の地域資源である農畜産物を活用し、新たな特産品の開発を行い、中心市街地の賑わいの再生および特産品の販路拡大による地域経済の活性化を行う。 |
| 8 | 名寄商工会議所 (北海道) | 【新「なよろブランド」の全国展開商品開発プロジェクト】 ひまわり油等を活用し、名寄ならではの特産品の開発・改良により、新たな「なよろブランド」を確立するとともに、全国的な販路拡大につながる取り組みを行う。 |
| 9 | 美幌商工会議所 (北海道) | 【美幌産豚を活用した特産品、料理の開発】 北海道においてブランド化されている事例が少ない豚肉に着目し、学術機関・研究機関・畜産業者・地域住民が連携して、美幌産豚を活用した特産品と料理の開発を目指す。 |
| 10 | 恵庭商工会議所 (北海道) | 【「食花街道」恵みの庭プロモーション】 「農作物の花(食の花)」をテーマにした商品化と観光化を目指す。食、花、観光、食育の連携により、新たなそして効果的な産業と観光の活性化を図る。 |
| 11 | 青森商工会議所 (青森県) | 【旅と健康をテーマとする観光商品開発事業】 自然・温泉といった地域資源を活用した地域づくりを進めるため「旅と健康」をテーマとした観光モデルを事業者・団体が連携して開発し、全国へ情報発信を行う。 |
| 12 | 五所川原商工会議所 (青森県) | 【「十三湖のしじみ」全国展開事業】 五所川原の特産品である「十三湖産しじみ貝」を活用し、新たな観光客向け郷土料理の開発や料理レシピの作成を行う。新商品のPRとともに地域の魅力を全国に発信する。 |

| No. | 実施事業者 (都道府県) | 事業概要 |
|-----|-------------------|---|
| 13 | 仙台商工会議所 (宮城県) | 【杜の都・仙台から発信！「伊達な木遣い商品」開発プロジェクト】 伊達政宗公ゆかりの寺社仏閣の樹齢数百年の古木と宮城の間伐材を活用し、玉虫塗をはじめとする仙台のモノづくり技法と粋で洒落た「伊達」なデザインを用いたスタンダードかつリーズナブルなテーブルウェアを中心とした新たな仙台ブランドを生み出す。 |
| 14 | 山形商工会議所 (山形県) | 【「もてなしの心、やまがたの心 舞子のいる街歩き」プロジェクト】 山形芸妓文化を受け継ぐ「やまがた舞子」を基軸に、点在する地域性溢れる歴史建造物を活用する観光ルートを提案する街歩きツールを開発する。また、飲食、土産品等の商品を開発することで相乗効果による街歩きの付加価値を高め「舞子のいる街」のイメージ定着を図り、中心市街地観光の回遊性とイメージアップを図る。 |
| 15 | 燕商工会議所 (新潟県) | 【シルバーウェアのデザイン力による高付加価値化】 洋食器の町、燕をPRできるようなシルバーウェアを開発する。シルバーウェアは用途が限定的であることから、付加価値を高めるためデザイン力を融合させて、新しい食のライフスタイルを提案する。 |
| 16 | 五泉商工会議所 (新潟県) | 【五泉四華 花追人ルート策定事業】 水芭蕉、桜、チューリップ、ばたんの4つの花を「五泉四華」と名付け、花の観賞の後に立ち寄れる観光ルートを開発する。また、繊維技術を活かし、花をモチーフにした土産品の開発を目指す。 |
| 17 | 小松商工会議所 (石川県) | 【「もてなし御点前揃え」とスイーツで巡る南加賀 “再発見の旅”】 日本を代表する工芸品の山中塗と九谷焼のコラボ商品「もてなし御点前揃え」を開発する。これを利用し、加賀百万石の茶道や和菓子の文化を南加賀の観光ルートに造成する。これらを新たな地域資源とすることで、誘客と工芸品の販路拡大を目指す。 |
| 18 | 七尾商工会議所 (石川県) | 【NANAJOジャズストリート】 「ジャズの薫る港町 七尾」をコンセプトに、ジャズを通して交流人口の拡大と中心市街地の活性化を図る。七尾マリンパークを拠点に七尾の町全体がジャズに包まれ、人の流れを街中へ誘導する。また新商品開発も手がけ、ジャズを通して中心市街地の賑わいを創出する。 |
| 19 | 珠洲商工会議所 (石川県) | 【日本で唯一の揚げ浜製塩を活かした「塩の里」事業】 製塩業者だけでなく、飲食店、宿泊業者など様々な業種と協力しながら、観光客の受入体制の整備と新商品開発をすることで、「塩の里」の認知度と地域全体のモチベーションを高め、地域ブランド力の向上を図る。 |
| 20 | 上田商工会議所 (長野県) | 【戦国武将「真田幸村」活用による観光振興事業】 地域の生んだ英雄である「真田幸村」を地域の宝、地域観光の核として位置づけ、「幸村誕生の地上田」を全国に発信し観光誘客を図り、地域住民の「愛郷心」「おもてなしの心」醸成、商品開発等による地域振興、関係団体等との連携を図る。 |
| 21 | 長野商工会議所 (長野県) | 【信州スローフード体験・郷土食ツーリズム事業】 消費者の関心が高まるスローフードの体験(収穫・製造)や信州の郷土食店めぐり等と周辺観光地の回遊を組み合わせた、信州の伝統文化を体験するモデルコースを策定・周知して着地型観光の推進を図る。 |
| 22 | 諏訪商工会議所 (長野県) | 【「果汁絞り器」でものづくりSUWA発信プロジェクト】 諏訪の精密加工技術を活用した「果汁絞り器」を開発製造し、「ものづくりSUWA」ブランドの向上と一般消費者への知名度アップを図り、既存の工業製品受注増加へもつなげ地域活性化へと発展させていく。 |
| 23 | 下諏訪商工会議所 (長野県) | 【「万治の石仏」から楽しむまち歩きプロジェクト】 万治の石仏を基点に、通過型観光から滞在時間の拡大を図り宿泊へと結び付け、楽しめるまち歩きの魅力を発信する。 |
| 24 | 大町商工会議所 (長野県) | 【北アルプスを背景に持つ地域、信濃大町ブランドの構築】 北アルプスを背景に持つという土地の魅力を全面に出してブランド構築をしていく。本年度はそれを創り上げて行くために、3つの酒蔵の取組みを軸にしながら他の地域資源を軸に活動している団体と連携して、大町が持つ土地の魅力を発信していく。 |
| 25 | 茅野商工会議所 (長野県) | 【蓼科高原アンチエイジングトレッキング構築事業】 森林などから発生している気体は、フィトンチッドと呼ばれ、現代人の多くが抱えるストレスの低減に効果がある。これを活用した日本初のアンチエイジングトレッキングを構築することにより、低迷する観光産業の活性化を図る。 |

| No. | 実施事業者 (都道府県) | 事業概要 |
|-----|----------------------|---|
| 26 | 佐久商工会議所 (長野県) | 【自然療法型ツーリズム商品88本！とオーダーメイド商品化】 ドイツ発祥のクナイブ療法を「健康長寿のまちに裏打ちした佐久型クナイブ療法」として、自然、医療、産業などのあらゆる地域資源とマッチングさせながら「健康」を主力素材とした観光・滞在型ツーリズムを地域ぐるみで商品化する。 |
| 27 | 千曲商工会議所 (長野県) | 【杏都「信州さらしな」プロジェクトフェーズ】 日本一の生産量を誇る千曲市の「あんず」を全国発信する。花見などの観光面も含め、研究開発を進めているあんず食品を広くインターネットや見本市などを活用することにより、販路拡大を目指す。 |
| 28 | 足利商工会議所 (栃木県) | 【「足利銘仙ライフスタイル」の開発とまちなか交流拠点創造】 地域資源「足利銘仙」を活用した、住民によるライフスタイル開発・商品化を推進。足利ならではのテーマ・ツーリズムを確立・発信するとともに、「まちなか」に受け皿となるコミュニティ拠点を創造し、旅人と住民の“交流”をテーマに事業を展開する。 |
| 29 | 鹿沼商工会議所 (栃木県) | 【地域固有の木工技術を活かした新たな商品開発とマーケットの開拓】 停滞するまちの伝統産業である「木工産業」の復興を目指し、「オフィス」「若年世代」「IT」といった、従来、木工とは縁遠いと思われる分野における新たなマーケットニーズの開拓とそこに向けた製品開発を実施する。 |
| 30 | 桐生商工会議所 (群馬県) | 【ものづくり作家と商業の融合 商店街一店一作家プロジェクト】 桐生市には、ものづくり作家が多数存在する。作家たちを地域資源として捉え、その作品群を市内商業店舗で展示販売をする一店一作家運動の推進や、作家と店のコラボレーションによる新商品開発、全国に発信するためのプレゼンテーションを実施する。 |
| 31 | さいたま商工会議所 (埼玉県) | 【城下町岩槻に生きる節供行事とおもてなし文化で着地型観光の商品化！】 城下町岩槻の地域に生きる「節供行事」と「おもてなし文化」の資源を活かして着地型観光体験商品開発や受け入れ組織の強化に向けて、関係団体や市民・まちづくりNPO・行政と連携して取り組み、周年観光地化を目指す。 |
| 32 | 深谷商工会議所 (埼玉県) | 【歴史の香り漂う、中山道の深谷宿などの資源で「まち歩き観光」を！】 歴史の香り漂う、中山道の深谷宿の景観・歴史文化や渋沢栄一などの郷土の偉人を地域の資源として活かした「まち歩き観光」の創造により、関係団体の協力のもと、中長期で地域活性化を行うため地域一体で取り組む。 |
| 33 | 東京商工会議所 (東京都) | 【東京に来たら品川宿へ！「現代の第一宿場町」としての観光開発】 東海道第一宿場町としての歴史的特性、また交通の要衝として立地的特性を活かした形で、品川宿を基点にした新たな観光メニューを開発。国内観光イベント・展示会で情報発信・PRすることで、「現代の第一宿場町」としての品川宿ブランドを構築する。 |
| 34 | 横須賀商工会議所 (神奈川県) | 【ヨコスカ海と大地のプロジェクト】 地域資源を活用した商品・サービスが継続的に生み出される体制や環境を整備する。事業全体を通して、優れた地域資源、意欲的な事業者、事業を支援する団体・人材のマッチングとデータベース化を図り、今後の継続的な事業開発に発展させていく。 |
| 35 | 小田原箱根商工会議所 (神奈川県) | 【「店舗体験」による着地型旅行商品開発と交流型商店街の形成】 中心市街地の商業集積を地域資源として、各商店のこだわりや技術等に触れる「体験教室」を実施し、着地型旅行商品開発につなげる。これにより消費者・旅行者と事業者がふれあう「交流型商店街」の形成を図る。 |
| 36 | 厚木商工会議所 (神奈川県) | 【七沢温泉における新観光・特産品開発事業】 東京都心から最も近い温泉地である七沢温泉の豊かな自然環境などのアメニティ資源が十分に活用されるように、これらの観光資源と「かぼす」を結びつけ、集客強化を図ることを目的に、観光開発・特産品開発を行う。 |
| 37 | 富士宮商工会議所 (静岡県) | 【富士山・朝霧高原を黄色く染める、菊芋パワープロジェクト】 朝霧高原の景観保全にむけた荒地対策として、利用されていない広大な土地を、地域資源として有効活用する。富士の景観を際立たせる「菊芋」を、朝霧高原の新たな観光資源、特産品として育てあげ、全国に発信する。 |
| 38 | 岐阜商工会議所 (岐阜県) | 【「枝豆」「イチゴ」の特産品開発で岐阜を盛り上げよう】 岐阜の特産品に枝豆とイチゴがある。しかし、2割程度は形が不揃いで未利用となるので、それらを菓子等の加工品として商品開発し、全国に発信したい。 |

| No. | 実施事業者 (都道府県) | 事業概要 |
|-----|--------------------|---|
| 39 | 豊橋商工会議所 (愛知県) | 【“めざせ！日本三大うどん”プロジェクト】 自家製麺率100%を誇る「豊橋うどん」をベースに、生産量日本一のウズラ卵を加えた“豊橋流カレーうどん”を形成(新商品開発)すると共に新商品の各種PR販売戦略(全国発信)を通じた知名度・交流人口向上による地域活性化を図る。 |
| 40 | 江南商工会議所 (愛知県) | 【江南インテリア織物産地新展開プロジェクト】 問屋からの受注生産のため、消費者市場の表舞台に出ることがなかった江南の特産品である高級インテリア織物(主に先染めジャカード織物)を使い消費者向け製品(オーガニックコットンやリサイクル繊維といったエコ素材を使用)を開発、地場産品を活用し地域振興を図る。 |
| 41 | 亀山商工会議所 (三重県) | 【東海道坂下宿の観光プラン策定と自然薯を活用したグルメ産品開発】 中高年層をターゲットに、健康志向・自然志向の観点から、東海道坂下宿とその周辺の地域資源を活用したヘルスツーリズムプランの策定と、農商工連携による自然薯のグルメ産品開発を行い、「亀山ブランド」力の向上並びに地域関係機関・住民との連携体制の構築を目指す。 |
| 42 | 鳥羽商工会議所 (三重県) | 【島のかあちゃんオススメの“味と小さな島旅”全国発信プロジェクト】 島の元気回復に取り組む「島のかあちゃん組織」を事業の中核に、御食国(みけつくに)鳥羽離島ならではの商品を開発。島内4漁港に海女小屋を盛り込んだ小さな島旅と合わせ全国に発信し、島経済の自立可能を実証する。 |
| 43 | 敦賀商工会議所 (福井県) | 【地域資源を活用した「ご当地調味料」と「風土食」の開発事業】 地域資源を活用した「ご当地調味料」と「風土食」の開発事業に取り組み、地域内外への普及促進をはかり、全国に愛される食のブランドとして他地域には無い敦賀の食文化を発信・全国展開に向けての事業を実施する。 |
| 44 | 大津商工会議所 (滋賀県) | 【Fw:Re:サイクリングに大津へでかけませんか?】 「環境・エコ」を背骨に、「なぎさ公園」を活用した環境負荷がかかりにくい「サイクリングツアー」の商品化を目指す。また、ゆば発祥の地・大津にちなみ、主原料にゆば製造工程上の廃棄品を利用した「サイクリスト向け飲食品」の開発を目指す。 |
| 45 | 近江八幡商工会議所 (滋賀県) | 【幻の伝統野菜を次世代へ「北之庄菜」地域ブランド化プロジェクト】 幻といわれる近江八幡唯一の伝統野菜北之庄菜を地域資源として活用する。食と健康をテーマに自立し、かつ持続的な地域経済システムの実現を通して、地域住民が郷土を愛し、次世代へ誇れる品格あるまちとして継承することを目的とする。 |
| 46 | 大阪商工会議所 (大阪府) | 【新たなライフスタイルブランドの展開による新商品開発事業】 在阪のクリエイターやメーカー、小売店等から集めた商品の中から、大阪・関西に縁ある著名人が編集した商品とそのコーディネートに新たなブランド「OSAKA STYLING」を付与する。同ブランド商品を大阪のクリエイティブな特産品として内外に情報発信し全国に展開する。 |
| 47 | 神戸商工会議所 (兵庫県) | 【バーチャルとリアル融合による産業観光プロモーションシステム検証事業】 バーチャル産業観光WEBサイトの構築による効果的な情報発信に取り組むと共に、産業観光の普及・啓発や新たな産業観光資源の発掘を図る。また「産業観光ツアー」の実施・検証を行い、今後の本格的な産業観光実施体制の整備に繋げる。 |
| 48 | 田辺商工会議所 (和歌山県) | 【ウツボ料理PR事業】 見た目がグロテスクなウツボであるが、南紀の人間は昔から食べていた文化があり、その味は淡泊でフグやクエにも負けない美味しさである。このことを全国に広くPRし、ウツボ料理が食べられるまちとして、田辺市のイメージづくりを目指す。 |
| 49 | 鳥取商工会議所 (鳥取県) | 【マチナカツーリズム(中心市街地体験観光・名物料理)観光開発事業】 マチナカ(中心市街地)の新たな価値・魅力の創造により、交流人口の拡大・宿泊人員の増加を促進するとともに観光客の現地消費金額を拡大することで、地域経済の活性化および観光もてなしの意識向上を推進し、観光産業による持続可能な地域社会の発展を目指す。 |
| 50 | 松江商工会議所 (島根県) | 【松江屋台、元気プロジェクト～屋台で賑う松江育て～】 観光入込客数一千万人を達成するため、古い街並み、水の都松江の親水性、地元食材を活用したまち歩き観光の促進や、松江屋台の常設化に向けて、おでんを中心とした屋台メニューの実態調査・開発を実施する。 |
| 51 | 浜田商工会議所 (島根県) | 【石見神楽と山海の幸を活用した「観光・食」連携開発事業】 八調子の独特なテンポで全国のファンを魅了する浜田市の石見神楽と、水産物などの豊かな自然に育まれた食材を有機的に融合させ、ストーリー性のある事業を構築(実施)・発信し、全国からの誘客促進に繋げ、地域の振興を目指す。 |

| No. | 実施事業者 (都道府県) | 事業概要 |
|-----|-------------------|--|
| 52 | 益田商工会議所 (島根県) | 【高津川発 清流に育まれた食の物語】 農商工連携により、定番となる料理・産品づくりに取り組み、交流人口の増加、外貨獲得を目指す。併せて地元食文化の掘り起こしと継承、おもてなしの心の醸成を図り、清流高津川の認知度を高める。 |
| 53 | 岡山商工会議所 (岡山県) | 【こだわりの逸品「おかやま果実」ブランドの開発と全国展開事業】 コンセプト「岡山県産の果実を使ったこだわりの逸品」の基準を満たす果物加工製品を「～岡山の旬のフルーツ～「おかやま果実」ブランドとして認定して全国に発信し、フルーツ王国岡山のイメージアップに努めるとともに地域資源活用をした産業振興を図る。 |
| 54 | 津山商工会議所 (岡山県) | 【美作国・津山観光 全国へ発進！！プロジェクト】 ホルモンうどんブームを契機に、観光客100万人超えを目指し、意識改革と人材育成、地域資源のブラッシュアップと新しい観光ルートの企画、開発と実証、効果的な情報発信を、当事業を活用することによって磐石なものとし、さらにステップアップしていく。 |
| 55 | 広島商工会議所 (広島県) | 【訪日外国人観光客の視点から行う、新たな瀬戸内海観光開発事業】 世界文化遺産(原爆ドーム、厳島神社)を訪れる国内外の観光客をターゲットの中心に捉え、瀬戸内海というフィールドを活かし、その景観、歴史・文化・生活といった地域資源の見える化に取り組み、「海・島」交流ツーリズムという新たな滞在型観光モデルを形成する。 |
| 56 | 竹原商工会議所 (広島県) | 【竹原産筍を利用した加工食品・特産品や料理の開発】 農業関係者・食品加工業者・地場産業・飲食業者の参加による竹原産筍を利用した保存性の高い加工品の研究開発を行い、開発された加工品を用いて地元特産品や料理(和食・洋食・中国料理・菓子等)の開発を行う。 |
| 57 | 下関商工会議所 (山口県) | 【幕末維新の聖地「城下町長府」伝プロジェクト】 幕末動乱期の重要な舞台となった下関。その中心部から北東約8キロに位置する城下町長府は、歩けば至る所で維新の史跡と出会う。昨今の歴史ブームの中で、「幕末維新の聖地」とされる城下町長府の賑わいを創出する。 |
| 58 | 山口商工会議所 (山口県) | 【歴史の道「萩往還」資源活性化事業】 萩・山口・防府3市をつなぐ「萩往還」を地域ブランドとして全国に情報発信するとともに、各地域が保有する文化・歴史をはじめとする観光資源を活用した体験型連泊観光の拡大に努め、観光関連小規模事業者の振興を図る。 |
| 59 | 宇和島商工会議所 (愛媛県) | 【食・体験“オンリーワン宇和島”地域資源活用事業】 豊かな山海の幸を使った「食」や地域産業を活かした「体験」コンテンツを活かし、魅力ある商品を開発し、旅行商品に組み込み販売できるよう整備する。それにより、地域内の交流人口・消費金額の拡大を図り、地域活性化・雇用創出を目指す。 |
| 60 | 直方商工会議所 (福岡県) | 【歴史と食に出会えるまち - 筑前のおがた今昔レトロめぐり推進事業】 文化・交通の要衝として栄えた本市の歴史を偲ばせる食メニューを農商連携により開発し、ご当地グルメとして発信するとともに、ご当地グルメを組み込んだ産業遺産ツアーを近隣都市圏にPRすることで、認知度の向上・収益増大を目指す。 |
| 61 | 大川商工会議所 (福岡県) | 【地域メディアを活用した大川地域ブランド向上大作戦】 地域メディアを活用して、大川の地域ブランドを向上させるため、心理学的なマーケティング手法により、顧客の五感に訴えかける感性マーケティングによる観光推進、特産品開発に取り組む。 |
| 62 | 筑後商工会議所 (福岡県) | 【ちっこ地域広域連携観光開発事業】 平成23年春に完成する九州新幹線「筑後船小屋」駅を拠点とし、筑後市やその周辺地域で独自に取り組んでいる観光開発事業を結びつけ、将来の観光産業の発展のため滞在型、循環型広域観光としてのモデルコースを開発する。 |
| 63 | 長崎商工会議所 (長崎県) | 【長崎地域の「産学官・広域連携」による水産練り製品ブランド化事業】 水産練り製品のブランド化戦略に基づく新たな観光土産品開発を行うとともに、戦略に沿った個別事業者の新事業展開を促し、地場産業の柱である食料品製造業の生産増、地域経済振興を図る。 |
| 64 | 八代商工会議所 (熊本県) | 【晩白柚アロマと湯治文化を活用したやつしる式農商工連携プロジェクト】 市内旅館・ホテル関係者、生産農家、研究機関等、流通・製造業者、地域住民が連携し、世界最大の柑橘類「晩白柚」の香りを活かした商品開発や、温泉文化の掘り起こしと担い手育成に取り組む。 |

| No. | 実施事業者 (都道府県) | 事業概要 |
|-----|-----------------------|--|
| 65 | 玉名商工会議所 (熊本県) | 【“薬草と温泉の郷・玉名”プロジェクト】 1,300年の歴史を有する地域資源「玉名温泉」を中心に、地元で豊富に自生する「薬草」を活用して、温泉と薬草の効能をベースにした健康的で魅力ある観光地域を確立し、九州新幹線全線開通との相乗効果で観光交流人口および宿泊客数の増大を図る。 |
| 66 | 日向商工会議所 (宮崎県) | 【木造建造物と森林資源および地域資源との連携による産業観光等形成事業】 地元杉で建設され鉄道建築最高賞の「ブルネル賞」を受賞した日向市駅と隣接する美郷町南郷区の「西の正倉院」の構造学的な視点による地域資源化を行い、さらに耳川流域の歴史的な木造建造物等との有機的な連携を図り、産業観光を推進する。 |
| 67 | 鹿児島商工会議所 (鹿児島県) | 【鹿児島×ナポリプロジェクト・新イタリアンメニュー開発】 鹿児島市・ナポリ市の姉妹盟約(本年で50周年)が「日本とイタリアの都市間で初めての姉妹盟約締結」という鹿児島ならではの強みを活かし、鹿児島独自の食材を活用した新たなイタリアンメニューを開発するとともに全国に情報発信することにより、地域の新たな魅力創出を目指す。 |
| 68 | 南さつま商工会議所 (鹿児島県) | 【一次産品およびその加工品の生産者が軸となった、観光開発事業と受け入れ態勢の構築】 南さつまを訪れ、深く土地の魅力を理解してもらうための受け入れ態勢を構築する。実施に際しては、当地の産業構造が一次産品・その加工品が中心であることを活かし、生産の現場・人に深く触れられる経験を創出することを重視する。 |
| 69 | いちき串木野商工会議所 (鹿児島県) | 【九州新幹線が停車しない街からの挑戦 ～いちき串木野 お土産・名物料理づくり～】 『食の資源を中核として6次産業の推進による地域ブランドづくり』を基本目標に、食のまちいちき串木野の核となる新特産品の開発を行い、着地型観光と連携しながら地域ブランド形成につなげる。 |

平成22年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」
調査研究事業 採択案件一覧(商工会議所分)

| No. | 事業実施者 (都道府県) | 実施概要 |
|-----|-------------------|---|
| 1 | 札幌商工会議所 (北海道) | 【マンガ作品を活用したコンテンツツーリズム創出プロジェクト】 札幌は数多くのマンガ作家を輩出し、彼らの作品には札幌の風景や景観が映し込まれているものが多い。また日本のマンガ作品が内外で高く評価されている現在、それらを文化的観光資源と捉え、観光客の誘致にもつながる調査を行う。 |
| 2 | 栗山商工会議所 (北海道) | 【地名のルーツに宝あり！栗色に染まるまちづくり調査研究事業】 町名の由来である「栗」を地域資源とし、国内最北端の栗の産地化を目指して“ブランド栗”の生産体制と販路開拓、6次産業への転換で生まれる新たな商品やサービスにより交流人口促進を図り、「栗のまち」としてのイメージを創出する。 |
| 3 | 一関商工会議所 (岩手県) | 【もちを活用した新観光・特産品開発調査事業】 一関ならではのもちのお土産品やもち製品の開発、販売方法と販路開拓についての調査研究を行う。当地方の古来からのもち文化を、正しく伝え全国PRするとともに、新たに観光資源として活用した地域おこしの計画策定を行う。 |
| 4 | 北上商工会議所 (岩手県) | 【北上市「二子さといも」を活かした特産品開発に係る調査研究事業】 「二子さといも」の生産等に関する現況調査、類似商品の開発に関する事例調査および生産から加工、マーケティングに乗せるまでのストーリーなど、「二子さといも」を素材とした北上ブランド商品の開発について調査研究する。 |
| 5 | 米沢商工会議所 (山形県) | 【有機ELの光を全国に～企業参加型フィジビリティスタディ～】 米沢発の新技术「有機EL照明」を地元企業参画のもと、次世代新産業へと発展させていくために市場可能性調査や用途開発を行う。成果は地域企業にフィードバックして、製品化にむけた取組に活用すると同時に今後の事業計画に役立てる。 |
| 6 | 新井商工会議所 (新潟県) | 【妙高の魅力再発掘と観光モデルルート開発】 名峰「妙高山」を中心とした妙高連峰等の景勝地、温泉、スキー場等の従来の観光資源に、新たに発酵食品製造業等の産業観光の視点を導入、新たな観光ルートを開発する。そのためのニーズ調査を実施する。 |
| 7 | 輪島商工会議所 (石川県) | 【「ウェルカムto輪島」ホスピタリティープロジェクト】 輪島を訪れる観光客にとって、分かりやすい2次交通手段が不足している現状を踏まえ、既存の交通手段の検証と新交通手段の調査研究を行う。特に、中高年齢層の方々を温かく迎え、市内に点在する観光資源、地域資源の一つでも多く触れてもらうことを目標とする。 |
| 8 | 岡谷商工会議所 (長野県) | 【おかや産業観光『産業情報ガイド付ものづくり検定』サイト構築調査研究事業(仮)】 子供は日頃、製造業の内容や日々培われる技術を知る機会が少ない。そこで、日本を支える製造業への関心をより高めるため、工場見学の前に予備知識を修得させる仕組みについて調査を行う。 |
| 9 | 下館商工会議所 (茨城県) | 【「菓子のまち筑西」ブランド創出調査研究事業】 筑西市は県内有数の農産地で、その資源を活かした菓子産業が盛んである。菓子業の歴史を探り商品の掘り起こしと地域資源を活用した新商品開発をし、菓子のまち筑西としてブランド創出を行なう。 |
| 10 | 川口商工会議所 (埼玉県) | 【「川口ブランド特産品」創出事業】 地場産農産物およびその生産過程で産出される副産物を調査研究し、特産品として流通に乗る物を見出し、23年度以降の特産品開発に繋げる。将来的にはこれを商標登録などブランド化し、緑地・防災など多面的機能を有する貴重な都市農業の振興、農地保全に繋げていく。 |
| 11 | 厚木商工会議所 (神奈川県) | 【「小江戸あつぎ」の街なみと水辺環境を楽しむ観光まちづくり調査】 厚木市東部地域は、江戸時代には相模川の渡し場の宿場町として栄え、当時からその街なみを「小江戸」と賞されてきた。この歴史風情と、相模川の水辺の環境を厚木観光の資源として広くアピールし、全国展開を目指すため、観光開発事業の計画立案に係る調査・研究を行う。 |

| No. | 事業実施者 (都道府県) | 実施概要 |
|-----|---------------------|---|
| 12 | 富士商工会議所 (静岡県) | 【ふじのくに目に優しいカラフルツーリズムルート開発事業】 富士市は、東名高速道路や東海道新幹線など交通や産業インフラが整っており、製紙等多くが成熟産業であることから新たな産業創出が、将来にわたって持続的に発展していく上で急務となっている。そこで、北部地区(富士山南麓)のブルーベリー栽培者、花木生産者、製材業者や茶生産者を結び、四季を通じて誘客できるルートを構築すべく調査研究を行う。 |
| 13 | 安城商工会議所 (愛知県) | 【エコプラスチック製品「アンジョウ・ハーツ」ブランド創出事業】 市民活動で回収されたペットボトルキャップを再生することで生まれるエコプラスチックを原材料にした工業製品ブランド「アンジョウ・ハーツ」の製品化を見据えた研究、調査を実施し、自動車部品産業への一極化から脱却を図る。 |
| 14 | 津島商工会議所 (愛知県) | 【「信長めし」開発プロジェクト】 津島市は、古い歴史に培われた多くの観光スポットがあり、年間130万人程の観光客が訪れている。しかし、目立った郷土料理や飲食場所が少ない点が問題となっている。今回「食」を切り口に、津島の歴史文化が育ててきた食材から、郷土料理の開発研究を行う。 |
| 15 | 上野商工会議所 (三重県) | 【伊賀の里 観光創出事業】 忍びの里ブランドとして、伊賀の忍者、伊賀の里の風景(山あいの里、城下町の風情等)の魅力を再構築し、忍者文字や、忍者関係商品の開発による忍者ブランドの情報発信戦略を創出するための調査を行う。 |
| 16 | 岸和田商工会議所 (大阪府) | 【岸和田らしいおみやげの選定と戦略の策定】 岸和田には、期間中60万の観光客を集めるだんじり祭りがある一方、これだと言う土産品はない。岸和田らしい商品を選定し、どのような販売体制で、どのように販売していけば良いかを調査検討する。 |
| 17 | 松原商工会議所 (大阪府) | 【松原ブランドの創出事業】 松原市は、交通の要衝地にあり様々な情報を大阪市はじめ周辺都市に提案できる環境にある。交通の利便性を活かし、松原市の新しい特産品を市民と共に開発する方向性を見出し、松原市民相互のブランドを創出できる体制作りを調査・研究する。 |
| 18 | 紀州有田商工会議所 (和歌山県) | 【有田川鵜飼と鮎を活用した観光振興事業】 日本の鵜飼で唯一徒歩漁法で行う有田川鵜飼の観光振興とニンニクを用いた鮎料理を研究。また、有田みかん農家を活用した着地型観光事業を実施することにより、地域経済の活性化に寄与することを目的とする。 |
| 19 | 岡山商工会議所 (岡山県) | 【データベースを活用した特産品開発と農商工連携推進の調査研究】 農商工業者のニーズを反映した出会いのキッカケとなるようなデータベースを構築し、農商工連携を推進していくことを通して、岡山県産農産物を活用した特産品開発を推進し、食文化の向上を図っていけるか調査研究を行う。 |
| 20 | 高梁商工会議所 (岡山県) | 【「備中高梁ぶらんど」関連商品～拡販のための市場調査事業】 有望な販路としての都会の消費者向きの新たな特産品と観光ルートの開発を目的とした調査を行う。特産品と観光との相乗効果をもたらす観光開発事業をこの調査を通じて創り出す。 |
| 21 | 福山商工会議所 (広島県) | 【福山城・鞆の浦観光調査事業】 「鞆の浦」、「福山城」をキーワードに観光資源の連携による観光ルートの検討や近隣観光地との連携について調査研究するとともに、郷土のお祭りや食べ物の観光資源としての活用や関連事業について検討し、観光地としての「福山」ブランド創出を目指す。 |
| 22 | 三次商工会議所 (広島県) | 【「稲生物怪物語」を活用した観光振興プラン調査研究事業】 三次市が保有する貴重な歴史的な文化資源である「稲生(いのう)物怪物語」を観光資源として広く全国に情報発信するための新たな広報ツールの開発やPR戦略、関連商品開発について調査研究を行い、交流人口の増加に結びつけるための方策を探る。 |
| 23 | 柳井商工会議所 (山口県) | 【柳井縞のブランド形成を実現する新たな商品および販路開拓のための調査研究】 柳井縞のブランド形成の方向性を見出すために、現状分析および基本的なマーケティング戦略について、また生産増に伴う生産体制構築についての調査研究を行う。中長期的には、柳井縞を軸に観光客の増加・新たな雇用の創出につなげていく。 |

| No. | 事業実施者 (都道府県) | 実施概要 |
|-----|-------------------|---|
| 24 | 坂出商工会議所 (香川県) | 【讃岐うどんの集積地！坂出からの着地型観光実施への調査・研究事業】 本州と四国を結ぶ道路鉄道併用橋の瀬戸大橋開通後、坂出の交通結節点としての役割は極めて強くなっている。近年の讃岐うどんブーム・お遍路ブーム等により四国観光の発着拠点として、当地の重要性は益々高まっていることから、立地特性を活かした着地型観光実現への調査・研究を実施する。 |
| 25 | 今治商工会議所 (愛媛県) | 【今治地域特産の農水産物を活用した特産品開発プロジェクト】 当市の「地元名産の農林水産物」を活用し地元菓子メーカーとの異業種連携を通じて魅力ある『美味な新菓子』の開発に向けた調査研究事業を地元菓子業者および専門家等と共に実施する。 |
| 26 | 本渡商工会議所 (熊本県) | 【天草南蛮もてなしプロジェクト調査研究事業】 天草地域に伝わる南蛮文化を基にし、天草を訪れる観光客と直に接する飲食・宿泊事業者等の連携を図り、新たなもてなしのメニューを研究し、その新商品価値および可能性を調査する。 |
| 27 | 出水商工会議所 (鹿児島県) | 【水・畜・農産物を活かした「出水ブランド」開発調査事業】 海・川・山に囲まれ平野が広がる出水は、水産物・畜産物・農産物が豊富であるため、それぞれ特徴を活かした「出水ブランド」として発信できる新商品の開発に向けた調査・研究をする。 |
| 28 | 浦添商工会議所 (沖縄県) | 【古都浦添の歴史薫る土産品創出事業】 古都浦添は現在も琉球の名残が史跡として数多く点在する市である。そこで、琉球舞踊の殿堂と浦添市の歴史遺産群をイメージする観光土産品を新たな浦添のブランドとして創出する為、調査を実施する。 |

平成22年度「地域資源 全国展開プロジェクト」
おもてなし事業 採択案件一覧(商工会議所分)

| No. | 事業実施者 (都道府県) | 実施概要 |
|-----|-------------------|---|
| 1 | 帯広商工会議所 (北海道) | 【人と人との「ふれあい」と「連携」による「癒しの地・十勝」の魅力再確認・発信事業】 北海道・十勝の「観光」「環境」「健康」に係わる地域資源を再確認し、「人がもてなす＝癒し」というキーワードで連携、発信することにより来訪者と滞在時間増、ひいては経済波及効果を狙ったおもてなし事業を行う。 |
| 2 | 天童商工会議所 (山形県) | 【J1モンテで“山形ファン”づくりプロジェクト】 J1「モンテディオ山形」(コア資源)の本拠地で、サッカー観戦を主とした「スポーツ・ツーリズム」の推進と受入体制の整備を図り、地域内の観光・物産・文化・交流資源を活かした“おもてなし”を通して県外観戦客らとの交流人口拡大につなげ、地域の活性化を図る。 |
| 3 | 三条商工会議所 (新潟県) | 【燕三条プライドプロジェクト】 地域に対する誇りと愛情を原動力に、燕三条の魅力を表現するライフスタイルを創りあげ、燕三条の多くの魅力の一つの価値に統合し発信するコトづくりを行う。産業と食と文化などを発信することで来街者が増え、地域住民からもより高い誇りを感じ取ってもらふ事業を展開する。 |
| 4 | 小千谷商工会議所 (新潟県) | 【『おぢやこいこい博(仮)』実施による魅力再発見事業】 地域で最も愛され、集客の核となっている『小千谷まつり』の前後1ヶ月間を、地域の魅力を集結しPRする新イベント『おぢやこいこい博』を実施する。中越地震で疲弊した小千谷地域の活性化、交流人口の増加を目的に、地域が一体となり産業の壁を取っ払って行う新事業を展開する。 |
| 5 | 高岡商工会議所 (富山県) | 【道の駅による“食のブランド化”と“体験滞在型観光”推進事業】 本事業は、“食”と“ものづくり”の地域資源を活用した魅力ある商品・サービス・体験メニューを、誰もが訪れる道の駅を中心に都市圏の来訪者へ提供する「体験滞在型観光」を実施することで、交流人口増大を図り、地域の活性化を目指す。 |
| 6 | 諏訪商工会議所 (長野県) | 【諏訪湖周まちじゅう芸術祭】 行政区の枠を超え、今まで別々に活動していた周遊観光の切り口をつなぎ、諏訪湖周に点在する16の美術館・博物館を軸に、アートを中心とした食と健康を組み合わせた体験交流プログラムの充実を図る。これによって、諏訪地域での滞在時間を長期化させ、滞在型観光を創造する。 |
| 7 | 成田商工会議所 (千葉県) | 【国際空港と門前町の特性を活かした新たな魅力の創造と情報発信】 空港に雇用の多くを依存している成田は、今年の羽田国際化で先行き不透明となっているが、地域が主体となり、門前町の伝統性と空港の国際性を一体化した新たな「成田ブランド」の構築を図ることで成田の未来を切り開く契機としたい。 |
| 8 | 京都商工会議所 (京都府) | 【京の七夕事業】 京都の観光振興として、伝承文化である「七夕」を具現化した「京の七夕事業」を、旧暦七夕を中心に「夜の観光」イベントとして開催し、新たな京都の魅力として、商店街等の地域密着した観光を掘り起こす。 |
| 9 | 大阪商工会議所 (大阪府) | 【大阪産(もん)の魅力発信による食の都・大阪のフードツーリズム】 大阪で生産される農産物や水産物、加工品や名産品、有名店舗など大阪の多様な食の魅力の核に、ほかの地域資源を組み合わせ、人との交流を通じて、“魅せる”“食べる”“楽しむ”を実現するフードツーリズムを展開する。 |
| 10 | 府中商工会議所 (広島県) | 【地場産業を核にした「府中玉手箱～ものづくり博覧会～」事業】 「地場産業」を核に、「府中焼き」「恋しき」「石州街道出口通り」等の多様な地域資源を一体的に観光資源として活用することにより、府中市を広く全国にPRするとともに、多くの観光客を府中市に誘致する体制をつくる。 |
| 11 | 延岡商工会議所 (宮崎県) | 【ニッポーオンパク・プロジェクト 日豊海岸・ひむか感動体験泊覧会】 延岡市の日豊海岸に育まれた食、産業、自然といった海に関連する地域資源とあわせ、郷土料理や歴史・文化など地域の魅力を着地型の体験イベントとして集中実施することで、効果的な情報発信と地域活性化を目指す。 |