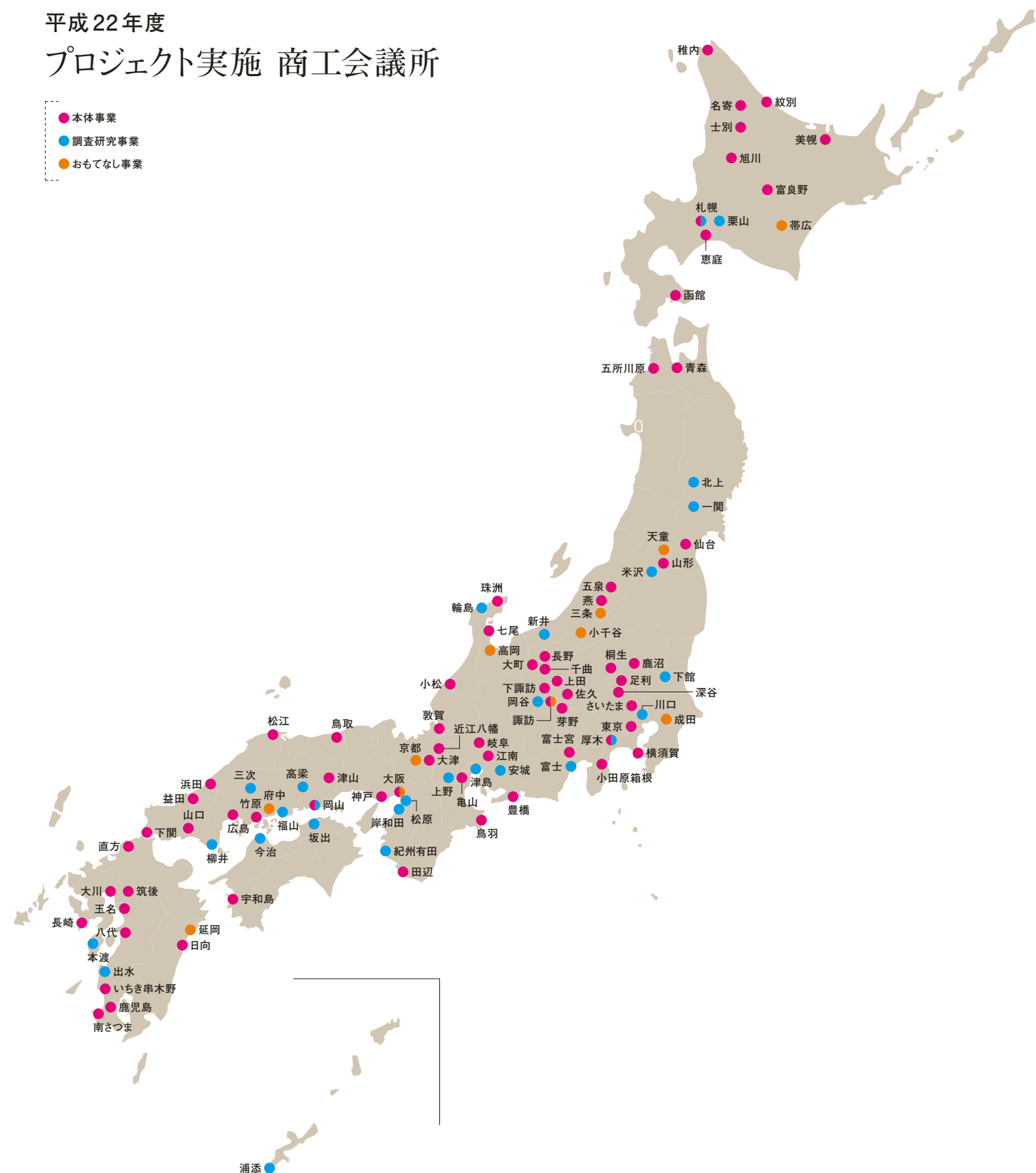


平成22年度
プロジェクト実施 商工会議所

- 本体事業
- 調査研究事業
- おもてなし事業



地域資源∞全国展開プロジェクトWebサイト

<http://feelnippon.jcci.or.jp/>

平成22年度 地域資源∞全国展開プロジェクト成果報告書

日本商工会議所



NIPPON

新しい食・旅、そして技

平成22年度 小規模事業者新事業全国展開支援事業

地域資源∞全国展開プロジェクト



食

food

函館、紋別、士別、富良野、名寄、美幌、五所川原、一関、北上、珠洲、千曲、下館、川口、横須賀、富士宮、岐阜、豊橋、津島、敦賀、近江八幡、岸和田、松原、田辺、紀州有田、松江、益田、岡山、竹原、今治、直方、長崎、本渡、鹿児島、出水、いちき串木野、浦添



travel

旅

札幌、旭川、帯広、稚内、栗山、恵庭、青森、山形、天童、三条、小千谷、新井、五泉、高岡、小松、七尾、輪島、上田、長野、岡谷、諏訪、下諏訪、大町、茅野、佐久、足利、さいたま、深谷、成田、東京、小田原箱根、厚木、富士、上野、亀山、鳥羽、大津、京都、大阪、神戸、鳥取、浜田、津山、高梁、広島、福山、府中、三次、下関、山口、坂出、宇和島、筑後、八代、玉名、延岡、日向、南さつま



技

skill

仙台、米沢、燕、諏訪、鹿沼、桐生、安城、江南、大阪、柳井、大川

日本商工会議所

はじめに

「**地**域資源∞全国展開プロジェクト（正式名称：小規模事業者新事業全国展開支援事業）」は、日本商工会議所が、中小企業庁の補助を受け、平成18年度から実施している事業で、地域の資源を活用した新たな特産品開発や観光資源開発およびその販路拡大などの地域をあげた取り組みについて、商工会議所を通じて支援するものです。

平成22年度は、全国規模のマーケットを狙った特産品開発や観光資源開発およびその販路拡大を行う「本体事業」で69件、事業計画の策定を行う「調査研究事業」で28件のプロジェクトが採択されました。また、今年度新たに創設された、地域資源を活用した複数の特産品、観光資源等を束ねて一定期間に集中的に行う新たな集客型の販路開拓または普及に関する事業を行う「地域の魅力でおもてなし事業」では、11件のプロジェクトが採択されました。これら地域の独自色ある108件のプロジェクトが全国各地で取り組みられ、多くの特産品や観光商品等が開発されました。

また、当所でも、各地のプロジェクトを側面から支援すべく、専門家の派遣による円滑な事業遂行のためのアドバイス、共同展示商談会やテストマーケティングによる販路開拓支援、ホームページやマスメディアを活用した広報事業の展開など、事業全体の販路開拓支援や認知度向上に取り組んでまいりました。

本書では、平成22年度に実施されたプロジェクトについて、事業概要、成果、今後の方向性、課題等について紹介していますので、全国規模のマーケットを狙う小規模事業者・中小企業、および地域活性化を図る商工会議所の皆様の参考となれば幸甚です。

最後に、本書の作成にあたり、各地商工会議所のご担当者をはじめ、中小企業庁、関係機関等、各プロジェクト推進に携わった多くの方々から多大なご協力をいただきましたことに対し、厚く御礼申し上げます。

平成23年3月

日本商工会議所

『地域資源∞全国展開プロジェクト』 (小規模事業者新事業全国展開支援事業)の概要

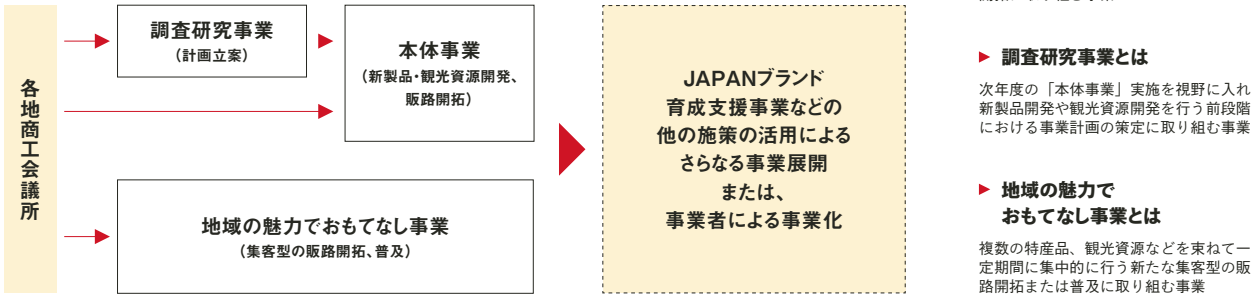
1 事業の目的

地域経済の活性化のためには、地域の小規模事業者がますます高度化・多様化する消費者ニーズを適確に把握し、自らのターゲット顧客を意識した製品づくりなどを行い、全国規模の市場に向けた事業展開を実施することが重要である。このため、日本商工会議所と各地の商工会議所が連携し、小規模事業者による全国規模のマーケットを狙った新規事業展開を支援し、小規模事業者の経営の向上ひいては、地域経済の活性化を図る。

2 事業の内容

地域の小規模事業者による全国規模のマーケットを狙った新規事業展開を支援するため、各地の商工会議所などが小規模事業者と協力して進める特産品開発や、観光資源開発およびその販路開拓について、幅広く支援する。

3 事業スキーム



4 対象事業

- 地域の資源（農水産品・文化・技術など）を生かした新たな製品（特産品など）の開発または改良に関する事業およびその販路開拓または普及に関する事業。
- 地域の資源（名所・施設・産業など）を活用した新たなサービス事業や新たな観光資源のPRなど観光に関する事業およびその販路開拓または普及に関する事業。
- 地域資源（農水産品・文化・技術・産業など）を活用した複数の特産品、観光資源を束ねて一定期間に集中的に行う新たな集客型の販路開拓または普及に関する事業。

5 実施件数

※商工会議所分のみ

- 平成18年度 ▶ 84 件 (うち共同実施9件)
- 平成19年度 ▶ 95 件 (うち共同実施14件)
- 平成20年度 ▶ 96 件 (うち共同実施8件)
- 平成21年度 ▶ 96 件 (うち共同実施5件)
- 平成22年度 ▶ 108 件 (うち共同実施13件)
- 本体事業 ▶ 69 件
 - 調査研究事業 ▶ 28 件
 - 地域の魅力でおもてなし事業 ▶ 11 件

001 — はじめに

002 — 平成22年度 地域資源∞全国展開プロジェクト(小規模事業者新事業全国展開支援事業)の概要

003 — 目次

006 — 特別記事

対談 | 藤巻幸夫 × 深澤里奈

日本を元気にするのは地域のチカラ

平成22年度 | 各地プロジェクト紹介

本体事業

008 【食】 函館商工会議所 | 北海道
「珈琲の薫る街」ブランド創出事業

009 【旅】 札幌商工会議所 | 北海道
「ビジネス客を観光客へ」
ビジネス地域資源情報発信プロジェクト

010 【旅】 旭川商工会議所 | 北海道
北の嵐山 森・芸・民のおもてなし
「自然と創作体験 北の観光創造プロジェクト」

011 【旅】 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

012 【食】 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

013 【食】 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

014 【食】 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

015 【食】 名寄商工会議所 | 北海道
新「なよろブランド」商品開発プロジェクト

016 【食】 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

017 【旅】 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

018 【旅】 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

019 【食】 五所川原商工会議所 | 青森県
「十三湖のじじみ」全国展開事業

020 【技】 仙台商工会議所 | 宮城県
杜の都・仙台から発信!
「伊達な木遣(きづかい)商品」開発プロジェクト

021 【旅】 山形商工会議所 | 山形県
「もてなしの心、やまかたの心 舞子のいる街歩き」プロジェクト

022 【技】 燕商工会議所 | 新潟県
シルバークウェアのデザイン力による高付加価値化

023 【旅】 五泉商工会議所 | 新潟県
「五泉四華 花追人ルート」策定事業

024 【旅】 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”

025 【旅】 七尾商工会議所 | 石川県
「NANA Oジャズストリート」～JAZZにのって七尾クルーズ～

026 【食】 珠洲商工会議所 | 石川県
揚げ浜式と流下式の製塩法を活かした「珠洲の塩」事業

027 【旅】 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

028 【旅】 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

029 【技】 諏訪商工会議所 | 長野県
「果汁搾り機」でものづくりSUWA発信プロジェクト

030 【旅】 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

031 【旅】 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

032 【旅】 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

033 【旅】 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

034 【食】 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Ⅰ

035 【旅】 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事業

036 【技】 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

037 【技】 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(一工場)プロジェクト

038	【旅】	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!
039	【旅】	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
040	【旅】	東京商工会議所 東京都 東京に來たら品川宿へ! 「現代の第一宿場町」としての観光開発事業
041	【食】	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
042	【旅】	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
043	【旅】	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
044	【食】	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
045	【食】	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
046	【食】	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
047	【技】	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
048	【旅】	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
049	【旅】	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
050	【食】	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
051	【旅】	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?
052	【食】	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
053	【技】	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
054	【旅】	神戸商工会議所 兵庫県 バーチャルとリアルの融合による神戸産業観光推進プロジェクト
055	【食】	田辺商工会議所 和歌山県 ウツボ料理PR事業
056	【旅】	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
057	【食】	松江商工会議所 島根県 まつえ屋台、元気プロジェクト～屋台で賑う松江育て～
058	【旅】	浜田商工会議所 島根県 郷土に根付く石見神楽と山海の幸を活用した 「観光・食」連携開発事業
059	【食】	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

調査研究事業

060	【食】	岡山商工会議所 岡山県 こだわりの逸品「おかやま果実」ブランド開発と全国展開事業
061	【旅】	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
062	【旅】	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
063	【食】	竹原商工会議所 広島県 竹原産だけのこを利用した加工食品・特産品や料理の開発
064	【旅】	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
065	【旅】	山口商工会議所 山口県 歴史の道「萩往還」資源活性化事業
066	【旅】	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
067	【食】	直方商工会議所 福岡県 歴史と食に出会えるまち 一筑前のおかた今昔レトロめぐり推進事業
068	【技】	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
069	【旅】	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
070	【食】	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
071	【旅】	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 やつしろ式農商工連携プロジェクト
072	【旅】	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
073	【旅】	日向商工会議所 宮崎県 木造建造物と森林資源及び 地域資源との連携による産業観光等形成事業
074	【食】	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
075	【旅】	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、 受入態勢の構築事業
076	【食】	いちき串木野商工会議所 鹿児島県 新幹線が停車しない街からの挑戦プロジェクト ～いちき串木野 お土産・名物料理づくり～
077	【旅】	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の創出
078	【食】	一関商工会議所 岩手県 もちを活用した特産品開発・新観光調査事業
079	【食】	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

調査研究事業

079	【技】	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～
080	【旅】	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」のための 調査研究事業
080	【旅】	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
081	【食】	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
081	【食】	川口商工会議所 埼玉県 「川口ブランド特産品」創出事業
082	【旅】	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
083	【技】	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
083	【食】	津島商工会議所 愛知県 信長めし開発プロジェクト 調査研究
084	【旅】	上野商工会議所 三重県 「忍者」忍びの里 ブランド創出事業
085	【食】	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
085	【食】	松原商工会議所 大阪府 松原ブランドの創出事業
086	【食】	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
086	【食】	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事業
087	【旅】	高梁商工会議所 岡山県 備中高梁ブランド力アップ戦略調査研究事業
087	【旅】	福山商工会議所 広島県 福山城・鞆の浦観光調査事業
088	【旅】	三次商工会議所 広島県 「稲生怪物」を活用した観光振興プラン調査研究事業
088	【技】	柳井商工会議所 山口県 伝統織物「柳井縞」のブランドコンセプトを 決定するための調査事業
089	【食】	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現への調査・研究事業
089	【食】	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

地域の魅力でおもてなし事業

089	【食】	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
090	【食】	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
091	【食】	浦添商工会議所 沖縄県 古都浦添市の歴史薫る土産品の創出事業
091	【旅】	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」再認識・発信事業
092	【旅】	天童商工会議所 山形県 J1モンデで“山形ファン”づくりプロジェクト
093	【旅】	三条商工会議所 新潟県 燕三条Organic Lifestyle Creationsプロジェクト事業
094	【旅】	小千谷商工会議所 新潟県 越後ちぢみの里 おぢやこいこい博事業
095	【旅】	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
096	【旅】	諏訪商工会議所 長野県 諏訪湖周まちじゅう芸術祭
097	【旅】	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
098	【旅】	京都商工会議所 京都府 京の七夕事業
099	【旅】	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
100	【旅】	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
101	【旅】	延岡商工会議所 宮崎県 ニッポーオンバク・プロジェクト 日豊海岸・ひむか感動体験泊覧会

平成22年度 | 日本商工会議所の取り組み

102	ー	共同展示商談会／テストマーケティング
104	ー	各種セミナー／事業評価事業／ 専門家派遣事業／テレビ放映／パネル展示
106	ー	公式Webサイト運営／ 特集コンテンツページダイジェスト
110	ー	プロジェクト実施商工会議所連絡先一覧

紋別からオホーツクの恵みを特産品で発信

プロジェクト名 **「オホーツクもんべつ」特産品開発支援事業**

プロジェクト概要

当市の地域資源であるオホーツク海で水揚げされた「ホタテ」、「鮭」、「カニ」などの主要海産物の付加価値を高め、「オホーツクもんべつ」をイメージできる新しい惣菜を開発し、「オホーツクもんべつブランド」の構築と地域経済の活性化を図ることを目的とする。

活用した地域資源

オホーツク産のホタテ、カニ、オホーツクはまなす牛



1) カニの旨みが凝縮された「カニシユウマイ」。2) 未活用だった煮汁を使った「ホタテの煮汁を使ったお茶漬け」。3) 手軽に食べてもらえる「ホタテ茶漬けの素」。4) 地域の新ブランド展開を担う「オホーツクはまなす牛のしぐれ煮」。5) 特産品開発に励む、特産品部会を結成

取り組み内容 ▶ ホタテ、カニ、オホーツクはまなす牛でつくる新惣菜

オホーツク海に面した紋別市は、ホタテや
鮭やカニなど、海産物の宝庫である。また、
「オホーツクはまなす牛」という地域ブラン
ド牛を有しているが、全国的な知名度を得
るには至っていない。そこで、本事業では積極
的に地元住民へ情報発信を行い、地域が一九
となって地元の地域資源を活用した特産品
を開発・発信することで「オホーツクもんべつ

ブランド」の確立を狙った。

まず、オホーツクもんべつブランドについての調査を実施。若手経営者を中心とした特産品部会がホタテ、カニなどの付加価値が高い食材利用を検討する中で、従来は廃棄されていた一次加工の製造過程で排出される、未活用の副産物があることに着目し、それらを活用し特産品開発を行った。

試作品として「オホーツクのかにをふんだんに使ったシュウマイ」、「ホタテの煮汁を使ったお茶漬け」、「オホーツクはまなす牛のしぐれ煮」など5品を製作した。市民を対象とした試食会を実施し、平成23年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」にはそのうちの3品を選定・出展。徐々に商品化に向け、その完成度を高めた。

Topics ▶ **試食会でさらなる改良点を発見**

市民を対象とした試食会では、アンケート調査を実施した。味については、多くの参加者から好評を得たが、「オホーツク海をイメージさせる演出が足りない」という声があり、改良に取り組んだ。



今後の展開 ▶ オホーツクもんべつブランドの展開を継続

これから地域を支える若手経営者が中心となって試作品開発に取り組んだことで、地域一体となってブランド構築に挑戦する気運が高まっている。地域資源に改めて注目し、それらを活用した特産品を開発したことは、地域の意識改革につながった。今後も、基幹産業である水産業を中心としながら、農畜産物などの地域資源にも目を向け、活用を検討する。新たなオホーツクもんべつブランドの特産品開発に取り組む予定。

未活用の資源を生かして画期的な料理開発

プロジェクト名 **農畜産物の残渣物活用による商品開発事業**

プロジェクト概要

地域素材のサフォーク種めん羊のと畜・解体時の内臓物や規格外農産物は、残渣物として処分されている。環境問題を考慮し、この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つけ、地域のブランド化と産業全体の活性化を目指す。

活用した地域資源

士別産サフォーク種めん羊肉の内臓物、規格外の
士別産まさかりカボチャ、なす、トマトなどの農作物



クリーミーで豊かな味わいをもつ一方で、調理しづらいとされていた「まさかりカボチャ」を活用するために開発した、万能ソース「まさかりバーナ」。ソースにしたことで、さまざまなメニューが生まれた。1)「カボチャのパエリア」2)「カボチャクリームスープ」3)「カボチャソースのピザ」4)「いろいろな野菜のバスタグラン」5)「サボテンの内臓物を調理し開発した「みそホルモン」」。羊の内臓物を使用した、画期的な加工品のひとつとなった。



取り組み内容 ▶ 未活用の農畜産物を新規性と独自性に富んだ加工品に

士別市ではサフォーク種めん羊の飼育が盛んに行われ、サフォークは高級食材として評価を得ているが、内臓物は残渣物として除去・廃棄されており、環境問題の面からもその残渣物を活用した商品開発が課題であった。そこで、地域全体の活性化に寄与することを目的に、農商工の連携を図り、残渣物の活用を促進した食の新製品開発に取り組んだ。

新規性と独自性に富んだ加工品の開発を行うため、「ヘルシー」、「安全・安心」、「健康志向」、「本物志向」をテーマに掲げ、試作メニューの開発と、複数回にわたる試食会を実施。最終的に、サフォーク種めん羊の内臓物を活用した「みそホルモン」を開発。その後、「みそホルモン」に加えて試食アンケートで人気の高かった「トリップマト煮」、「タンシ

チュー」の2品のレトルト食品化も決定した。農産物においては、加工が難しい「まさかりカボチャ」に着目。同じく廃棄されていた、規格外品で作製可能な万能ソース「まさかり一な」を開発。汎用性のあるソースに仕立てたことで、さまざまな料理レシピを考案することができるようで、環境問題にも配慮した新商品開発の糸口となった。

Topics ▶ 残渣物を活用し、新しいレシピを考案

日本初の羊のホルモン料理、みそホルモンをはじめ、規格外のまさかりカボチャを万能ソースに仕立てるなど、市内レストランの協力を得て、バリエーション豊かなメニュー、開発品を使用したレシピの開発が進んだ。



今後の展開 ▶ **開発品で地域ブランド構築を目指す**

日本初めめん羊内臓物加工品開発が実現した後は、「サフォークランド士別」という地域ブランドの構築を目指し、みそホルモンをレトルト化。ブランドイメージを内外に浸透させることを進めながら、全国に向けて発信することを検討。また、調理が難しい、まさかリカボチャの規格外品などの未活用の農畜産物を使用した開発を通じ、工夫次第でさまざまな残渣物の活用が行えることがわかった。今後はさらに新しいジャンルにもチャレンジする。

富良野の豊かな「食」を想起させる特産品開発

プロジェクト名 | **スペシャリティーグッズ(特産品)開発事業**

プロジェクト概要

平成22年4月にオープンした食の発信基地「フラノ・マルシェ」での販売を目標に、富良野市の地域資源である農畜産物を活用した新たな特産品の開発、特産品の販路拡大のための情報収集を行うことで、最終的に中心市街地の賑わいの再生と地域経済の活性化を目指す。

活用した地域資源

小麦、タマネギ、ハスカップ[®]、豚肉、鹿肉



1) うどんにタマネギを練り込み油で揚げたシンプルなスティックタイプのお菓子「たまねぎチップス」。2) 不老不死の秘薬といわれるハスカップのエキスを炭酸水で割った「ハスカップジュース」。3) 地域住民、首都圏消費者、パイヤーを対象に試食アンケート調査を実施。4) プロジェクト会議の様子



取り組み内容 ▶ 「野菜の購買意欲」全国1位のブランドイメージを利用した商品を開発

富良野市の農業産出額は、イモ、野菜類、肉用牛を中心に増加傾向にある。また、全国の消費者を対象にした地域ブランドイメージ調査で、野菜を買いたい産地として1位を獲得したこともある。

本事業は、このような同市の農畜産物を地域資源と捉え、観光客や消費者が富良野に対して思い描くイメージに合致する新たな特産

品の開発を目指した。

商品開発には、フードコーディネーターやデザイナーの協力を得て、参画事業者と一緒に商品開発を行った。結果、富良野産の小麦を使用したお茶やハスカップを使用した飲料水、タマネギなどどんの生地に練り込んだスティック菓子「たまねぎチップス」の新味開発、鹿肉を使ったメンチカツ、飲み果実酢な

どバラエティに富んだ商品を開発。またマーケティング調査として、富良野市内や東京都で開催された商談会などで、開発した試作品のアンケートを実施。首都圏を視野に入れた新たな販路開拓のための情報収集も行い、改良・製品化への貴重なデータを獲得するとともに、富良野の魅力や事業の認知度向上に努めた。

Topics ▶ たまねぎチップスの消費者調査を実施

うどんにタマネギを練り込んだお菓子たまねぎチップスは、北海道が民間に委託・運営している「北海道どさんこプラザ（東京）」と「関西圏北海道産品チャレンジショップ」で消費者調査を実施し、好評を得た。



今後の展開 ▶ 各商品の販売を目指し、ブランドの定着を図る

開発段階でのデザイナーなどの投入に加え、オープン9ヵ月で43万人の来場を記録した、食の発信基地「フラノ・マルシェ」という開発後に目指す明確な販売先があることで、参画事業者の意識は大きく向上。今後は、試食アンケート調査で聴取できた意見をもとに改良を行い、食品加工研究センターなどの行政支援を受けながら製品としての販売、さらには開発商品部のコンセプトを提示し、ブランドイメージの定着を図る。

アスパラやひまわりで名寄発の地域ブランドが誕生

プロジェクト名 | **新「なよろブランド」商品開発プロジェクト**

プロジェクト概要

名寄の地域資源であるアスパラやひまわりなどの成分分析により優位性を発掘し、「地域ブランド」として目指す方向を明確化。アスパラやひまわり油などの新鮮で安心・安全な地域素材を生かした新たな商品開発や既存商品の改良を研究し、全国的な販路拡大を目指した。

活用した地域資源

グリーンアスパラ、こめ粉(もち米)、新品種イチゴ、ひまわり

プロジェクトHP

<http://cci.nayoro.biz/nayorobrand>



なよろブランド」として、名産の食材を活用して本事業で開発された特産品。1) 名産度米餅をクリームチーズに練り込んでつくられた、創作デザート「雪とまきあわせ」。2) 名産度アサリを海鮮ジュエルに練り込み、表面にも名産物のアサバからつくったアサバパウダーをまぶした「アサバ入り海鮮玉」。3) 名寄にてきこなる文台のオープン（即記念）流し星をイメージした新食感スイーツ「星に願を」。4) プリン、ゼリー、ヨーグルトを三層重なるデザート「お星さまのおんぼん」。名産度の新種イチゴがヨーグルトとゼリーに使用されている。5) アサバパウダーが練り込まれた手延べうどん「手延べアサバ健康麺」。6) 名産度まわりの種から抽出した、オレイン酸・ビタミンEを豊富に含み添加物の健康食用油「ひまわり油と新押し北の輝き」。7) 協議 NIPPON 春 2011) 出展時の様子。アンケート調査も実施。8) 委員会を設置し、市内の事業者と善しし特産品開発に向け協議する様子。

取り組み内容 ▶ 名寄の農業資源から新しい特産品を開発

豊富な農業資源を有する名寄市では、これまでもアスパラや米粉を使用した商品を開発しているものの、ヒット商品とはなっていない。また、名寄にあるひまわり畑には、毎年夏に多くの観光客が訪れるが、ひまわりが農産物として活用されていなかった。そのため、健康志向の昨今に合わせ、地元企業が油搾工場を新設・試験操業。現在、ひまわ

り種の有効成分を生かした商品開発を行い本格的な事業化を目指している。

これらを背景に、本事業で新「なよろブランド」商品開発プロジェクト委員会を設置。市内製造小売・飲食業へ商品開発への参加を募り、新商品開発を進め各種展示会へ参加。試食・アンケート調査を繰り返し、6種の試作品が完成した。

また、平成23年2月の「feel NIPPON 春2011」に出展。本事業で作製した試作品と、なよろブランドのイメージなどを対象にアンケート調査を実施し、なよろブランドの特産品開発の完成度を高めた。また、開発商品や商品開発に至る一連の取り組みをホームページで紹介し、事業を広く情報発信し、地域ブランドの周知・形成の一助とした。

Topics ▶ **試食アンケートを重ね、ニーズを探る**

バイヤー・消費者の商品に対するニーズを探るため、市内を中心に試食アンケートを多く実施。特にアスパラを使用した商品とひまわり油に関しては、健康成分が多く含まれていることが周知でき、高評価も得た。



今後の展開 ▶ 「なよろブランド」を広くアピール

試食アンケートを多く重ねたことで、客観的な視点で商品のよい部分、悪い部分、改良点が明確になり、完成度を上げる一因となった。その中で「星に願いを」の製品化が実現。展示会への出展により、新たな業者との接点ができた。また、製造者とバイヤー・消費者の視点の違いも認識。量産できない商品の対応や販路拡大の方策、開発商品と地域性のつながりを課題とし、今後はほかの地域素材を活用した新商品の開発にも取り組んで行く予定。

心身をリフレッシュさせる観光プランの創出

プロジェクト名 | 「旅と健康」をテーマとする観光商品開発事業

プロジェクト概要

自然・温泉といった青森の地域資源を活用した地域づくりを進めるため「旅と健康」をテーマにした観光モデルを開発。事業者・団体が連携し、旅の中で体験プログラムを楽しみながら心身のリフレッシュを図り、健康に対する気づきを得られるような観光モデル商品の造成を目的とする。

活用した地域資源

八甲田山、浅虫温泉、スノーシュートレッキング、三内丸山遺跡、青森県立美術館、冷涼な気候、むつ湾



癒すべき温泉。観光資源として大きな役割をもつ。2) 四季折々の表情を見せる、八甲田山の自然。3) 「浅虫エリア」の一体性。4) 心身のリフレッシュと健康への気づきをテーマとするプログラム検討の際に使用したPR用パネル。5. 「八甲田エリア」のムービエ体験。7) 専門家を招聘し熱心な議論が展開された実行委員会会議の様子。8) 首都圏で識読者を目的に横浜市でアンケートを実施

取り組み内容 ▶ 「健康」をテーマに「雪」を活用した観光プランを開発

青森市は北に陸奥湾、南に八甲田山を望む海と山に囲まれた自然あふれる都市で、新鮮な食材や温泉といった地域資源にも恵まれている。また、平成22年12月の東北新幹線の全線開通に伴い新青森駅が開業し、人口流入も期待できる。

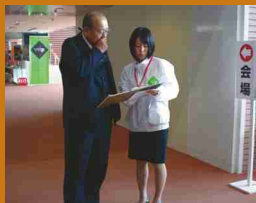
そこで本事業では、現在の観光マーケット
が志向する自然・健康・本物・体験といっ

たキーワードに着目し、青森が誇る自然、食、温泉などの健康増進に役立つ地域資源と地域事業者が提供するさまざまなサービスを組み合わせ、「旅と健康」をテーマにしたモデル観光プランの開発を行った。特に地域の特性である「雪」を活用したメニューの開発に力を入れ、冬季の観光客数の増加を目指し取り組んだ。

プランの総称を「リ・ラク旅あおもり」とし、「冬の高山トレッキング」、「冬タラソテラピー・外気浴ウォーキング×温泉」、「何もしない贅沢北国型リゾート滞在プログラム『新しい温泉浴』」といった幅広いターゲットを狙った3つのモデルプランを開発。薬膳料理や人間ドックといったオプションメニューを加えることでテーマの充実を図った。

Topics ▶ 観光振興大会で消費者の健康法を調査

消費者ニーズをつかむため、平成23年2月の「全国商工会議所観光振興大会in青森」で参加者アンケートを実施した。日頃取り組む健康法や体験したいメニューなどを調査し、プラン改良に結びつけるアイデアを集めた。



今後の展開 ▶ **事業継続を視野に入れた受け入れ態勢づくり**

本事業の実施により、青森の自然や温泉などの地域資源を活用した「旅と温泉」をテーマとした観光モデルプランのアウトラインが整理できた。今後はアンケート結果を参考に、体験意向の高かった温泉や森林浴、気候療法、人気スポットの世界遺産・白神山地に代表される自然環境などを組み合わせた体験メニューを作成すると、また開発プランをさらに進化させていく。また、旅行代理店などへのプラン展開に向けた仕組みづくりの整備も予定。

旨みたっぷりの十三湖産シジミを活用した郷土料理を開発

プロジェクト名 | 「十三湖のしじみ」全国展開事業

プロジェクト概要

五所川原市市浦地区の特産物である「十三湖産のシジミ」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。健康志向が強い現代の食生活にマッチした特産物であることをアピールするとともに、地域の魅力を全国に発信し、五所川原市の活性化を図る。

活用した地域資源

十三湖産のシジミ



1) 津軽半島北西にある十三湖では、天然の大和シジミが豊富に獲れる。2) 「十三湖産のシジミ」。3) 五所川原市市浦地区の特産物である、十三湖産のシジミを活用したオリジナルメニューを開発。試食会を行った。「シジミのパエリア」。4) 「しじみとキャベツの蒸し焼き」。5) 「シジミのキッシュ」。6) 「十三湖のしじみ貝入りワンタンそば」

取り組み内容 ▶ 「十三湖産のシジミ」活用レシピがようやく軌道に

五所川原市市浦地区、及びつがる市にまたがる十三湖は、川から流入する淡水と日本海の海水が一緒になった汽水湖で、シジミの生息に最も適した水質である。「十三湖産のシジミ」が、地域では古くから食されてきた郷土の食材であるという点に着目し、本事業では、十三湖産のシジミを活用。観光客向けの目玉となる郷土料理を開発することで、全国

的な認知度が不足している十三湖産のシジミの全国発信と、地域の活性化を狙った。

まず、研究会を組織し、シジミ料理の既存レシピ、販売価格・流通経路、漁獲量などの調査を実施。その分析結果を踏まえ、シジミを使った料理の研究開発とレシピ募集・発信を行った。そして、十三湖のシジミを活用したオリジナルメニューの試食会を開催。シ

ジミ入りのコロッケやおむすび、サラダなど
15品を超える試食品が並んだ。

また、会場となったホテルに訪れた来場者に対しアンケート調査を実施。平成23年2月には「全国商工会議所観光振興大会 in 青森」にも出展し来場者の反応を調査した。いずれの調査でも「しじみラーメン」の評価が高く、開発メニュー化への手ごたえを得た。

Topics ▶ シジミ貝を活用したメニューが続々完成

平成22年12月5日に開催したオリジナルメニュー試食会では、シジミのキッシュ、パエリア、シジミのきつね焼きなど、独創的なメニューが数多く披露され、本事業への地元の期待度の高まりがうかがえた。



今後の展開 ▶ 最終的にはカップラーメンに

今後は、開発された試作品の数々をブラッシュアップし、提供可能な店舗を募り商品化へつなげることを目指す。まず試食会などで好評を得た、しみラーメンに注力する。アンケート結果などを参考に改良を進め、情報発信も進めていく。また、全国への発信を視野に、カップラーメンとして売り出すことも検討している。最終的に全国に十三湖のジミの美味しさを広め、十三湖産ジミの郷土料理の認知度を向上させていく。

世界的デザイナーによる新しいシルバーウェア開発

プロジェクト名 | **シルバーウェアのデザイン力による高付加価値化**

プロジェクト概要

洋食器の街・燕をPRできるようなシルバーウェアの開発を推進。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、工業デザイナーとして世界で活躍する奥山清行氏とコラボレーションし、デザイン力を融合させた新しい食のライフスタイルを提案、世界へ発信する。

活用した地域資源

金属洋食器、磨き技術、プレス技術、鋳起銅器



1) ティーポットの試作品第1号。2) 洋食器の街・燕をPRできるようなシルバーウェアの開発のため、工業デザイナーの奥山清行氏とコラボレーションを図り、成熟産業であるシルバーウェア業界へ新たなチャレンジを試みる

取り組み内容 ▶ デザイン力でシルバーウェアに脚光を

日本を代表する洋食器の街として発展してきた燕市は、金属加工が盛んな土地でもあり、高い金属加工技術や研磨技術等は地場産業の中心となっている。

そのような地盤となる背景がある中で、燕のさらなる発展を目指し、これまでの「燕のビアカップでビールを飲むと美味しい」という評判を「燕の洋食器で食事をする」と料理が

美味しい」という声に転換することを目指し、本事業では新しいシルバーウェアの開発に取り組んだ。

製品開発では、フェラーリやマセラッティのデザインを手掛けた工業デザイナーの奥山清行氏にデザインを依頼。奥山氏のデザイン力と燕の洋食器メーカーの「食事を美味しく食べるためのノウハウ」を融合させ、新たな

食のスタイル提案に取り組んだ。

結果、試作品第1号となる、リングのかたちにごつごつとした岩肌のようなテクスチャーをもつティーポットが完成。ステンレス二重ピアマグカップ、ステンレス二重ワインカップも開発の修正段階に到達した。現在の試作品の開発と改良は、さらに進めるとともに、新しいアイテムも加え、製品の発表を目指す。

Topics ▶ 「feel NIPPON」で試作品をパネル展示

奥山氏がデザインを手掛ける鋳起銅器の急須や、ステンレスワインカップなどの試作品を平成23年2月の「feel NIPPON 春2011」でパネル展示。来場者に対し燕がもつ高い金属加工技術力をアピールした。



今後の展開 ▶ 海外展開を視野に入れラインアップを充実

自らのデザインと燕メーカーの「金属の特性を生かして料理を美味しくする」機能の融合に妥協を許さない奥山氏との開発は、地場産業がこれから進む道を燕の参画事業者に示唆する結果となった。今後は試作段階から一つひとつを製品として完成させることを目指す。今後の展開として、奥山氏が拠点を置くヨーロッパで行われる「メゾン・エ・オブジェ（パリで開催されるインテリア関連見本市）」に開発製品を出展することも検討している。

花のまち・五泉市ならではの観光ルートと土産品を開発

プロジェクト名 「五泉四華 花追人ルート」策定事業

プロジェクト概要

五泉市は毎年3～5月になると全国から26万人の観光客が訪れる「花のまち」。そこで水芭蕉、桜、チューリップ、ぼたんの4つの花を「五泉四華」と名づけ、花の観賞の後に立ち寄れる観光ルートを開発。また、繊維技術を生かし、花をモチーフにした土産品の開発を目指す。

活用した地域資源

水芭蕉、桜、チューリップ、ぼたん、ニット、絹織物、慈光寺、吉清水、咲花温泉

プロジェクトHP

<http://gosenhanaoibito.jp>



1) 水芭蕉、桜、チューリップ、ばたんの4つの花を「五泉四華」と名づけ、花の観賞の後に立ち寄れる観光ルートを策定し、パンフレットを製作。2) 精進料理を楽しめる観光コースを開発。3) 土産品開発部会の様子。4) 和紙シルクでつくった「アームカバー」。5) 和紙シルクでつくった「ネックウォーマー」。6、7) チューリップのブリザードフラワーでつくったケーキ型ギフト

取り組み内容 ▶ 観光ルート4コースと花をモチーフにした商品を開発

五泉市には150万本のチューリップ畑や日本の「さくら名所100選」に選ばれた村松公園、3万株の水芭蕉公園、5000株120品種のばたん百種展示園など、花の名所が点在する。一方、250年の歴史を誇るシルク産業や戦後の基幹産業として五泉市経済の根幹を支えたニット産業など有力な産業資源もある。

本事業では、春に連続して咲く水芭蕉、桜、

チューリップ、ぼたんの花を「五泉四華」とし、花の観賞後に立ち寄れる観光ルート「花追い人におすすめの立ち寄りコース」を開発。また、地場産業のシルクやニット製品にこだわった新たな特産品の開発に取り組んだ。

立ち寄りコースでは「静かな禅寺で、坐禅・写経・郷土精進料理のトリプル体験」や「ブランドいちご『越後姫』とフラワーアレンジ

メントをお土産に」など4コースを策定。特
産品では、「チューリップデリザードフラ
ワー」、天然素材のシルクや和紙の糸を使っ
た腹巻きやアームウォーマーなどの「ナチュ
ラルウォーマーシリーズ」を開発した。その
後、パンフレットやホームページで、これら
の観光コースと試作品の情報を発信すること
で誘客を図った。

Topics ▶ 「feel NIPPON 春 2011」に試作品を出展

チューリップのプリザーブドフラワーを展示会に出展。プリザーブドフラワーは、長時間保存できるように有機溶剤で加工した花で、柔らかくみずみずしいのが特徴。開発品は好評を博し、商品化の手ごたえを得た。



今後の展開 ▶ **花の季節を迎える時期が正念場**

「feel NIPPON 春 2011」では、来場したバイヤーから多数のアンケートが回収でき、開発品への来場者の関心の高さがうかがえた。しかし、五泉の観光は、春の花シーズンを迎えるこれからが正念場。商品化を視野に入れ、開発品の検証と改善を進めるとともに、テレビ・雑誌媒体などへの展開、パンフレットやホームページの活用、フラワーアレンジメント体験教室などの開催で、広くPR活動を推進する予定。

長野のスローフードを手作りで体験

プロジェクト名 | 信州スローフード体験郷土食ツーリズム事業

プロジェクト概要

消費者の関心が高まるスローフード「信州おやき」をはじめとする郷土食の製造体験と地域の観光スポットとを組み合わせた「郷土食ツーリズム」のモデルコースを策定し、善光寺門前町の「路地めぐり」など地域の伝統文化や物語を交えた交流・レポート型の新たな着地型観光を開発する。

活用した地域資源

おやき、そば、野沢菜、松代焼き、戸隠竹細工、味噌、
長芋、人力車、和太鼓、善光寺など

プロジェクトHP

<http://www.nagano-cci.or.jp/localdish>



1) 郷土食づくりを体験できるモデルコースを紹介した冊子「たべまごろ信州」などを製作。2) 体験型の長旅行を提案。「おやき作り体験」は人気の体験プログラム。3) 「戸隠竹細工センテ」では、戸隠の伝統工芸品・竹細工づくりの見学や体験ができる。4) 畑で野沢菜を収穫し、野沢菜漬けをつくる「野沢菜収穫体験」。5) 「そば打ち体験」で、自分でそばを打ち試食までできる。

取り組み内容 ▶ 信州スローライフと郷土食ツーリズムの提案

長野市には、国宝の善光寺をはじめパワースポットとしてブームとなった、戸隠や松代、川中島などの名所が多数存在する。また、山間地で小麦の栽培が盛んだったことから、そばやおきなど粉物の食文化が発達した。そこで、商工会議所では「おきブランド化事業」に取り組み、ヘルシーなスローフードとしてのおききの認知度を向上させてきた。本

事業では、そのおやきに加えて、そばや野沢菜漬けなどの郷土食も観光資源と捉え、これらの製造体験と観光名所を組み合わせた着地型観光の振興に取り組んだ。

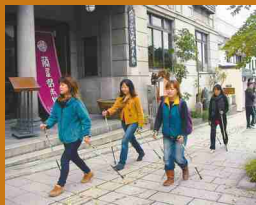
平成22年7月から11月にかけて「信州郷土食モニターツアー」を3回実施。飲食店経営者や旅行会社、出版社など食・旅・情報の専門家に体験してもらい、ヒアリング調査で

問題点を洗い出した。また、「体験プログラムコンテスト」を実施し、30件の応募を得た。専門家による審査や、体験プログラムについて一般市民を対象にしたアンケートも実施。

これらの結果をもとに、ガイドブックやホームページを作製。コンテストに応募した施設をモデルコースに加えて掲載し、情報発信にも努めた。

Topics ▶ **体験型プログラムが観光商品として浸透**

市内のフィットネスクラブが、「ノルディックウォーキングで善光寺参りツアー」のコースをつくるなど、新たに観光客向けの体験型プログラムをはじめる事業者が生まれ、新規観光商品の開発につながった。



今後の展開 ▶ **体験型ツアーの商品化と人材の育成**

モニターツアーに参加した専門家からは「郷土料理をつくる体験は、想像以上に楽しい」、「体験できることをうまく周知できれば多くの来客が見込める」との意見が出され、高評価を得た。「体験型旅行の魅力」は観光客に接する「人材の魅力」に寄るところが大きく、各体験施設のキーパーソンの育成を目指す。また、体験プログラムの実施メリットを広めて、体験プログラムの実施施設の数を伸ばし、その質を高めていく。

諏訪の精密加工技術から生まれた果汁搾り機

プロジェクト名 | 「果汁搾り機」でものづくりSUWA発信プロジェクト

プロジェクト概要

地域で育まれてきた精密加工技術を生かし、身近な「SUWAブランド」商品を開発することで、諏訪の知名度向上・技術向上で地域活性化を図る。エンドユーザーにもアピールし、既存の市場にはない果汁搾り機の提案で、かつて「東洋のスイス」と呼ばれたものづくりの町の再興を目指す。

活用した地域資源

精密加工技術

プロジェクトHP

<http://www.cajyutta.com>



1) 最速刃先形状について研究を重ねる。2) 小型化に向け部品を改良した。3) 平成23年2月に開催された共同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」の試飲ブースでは、長蛇の列ができる人気。4) グレープフルーツを丸ごと搾り、そのまま飲める。5) レバー操作で簡単にジュースができる果汁搾り機「CAJUYUTA」の試作機

取り組み内容 ▶ 諏訪の技術で果汁搾り機「CAJYUTTA(カジュッタ)」を開発

日本有数の精密工業集積地として知られる諏訪市。その技術力の高さなどから「東洋のスイス」と称されるほど、高い評価を受けている。その精密工業における諏訪の技術力の高さを生かして、新しい果汁搾り機の開発・製造に取り組み、「ものづくり SUWA」のブランド力の向上、一般消費者への知名度アップ、既存工業製品受注の増加を図った。

本事業では、まず地元製造業者や大学の教授などを招致し、プロジェクトチームを設置。これまでにない「果汁搾り機」を開発するため、機構やデザインから検討を重ね、設計及び製造は地元業者、デザインは若手企業家が中心となり取り組み、設置だけで店舗のインテリアとなるようなデザインを目指した。また、ネーミングを「CAJYUTTA（カ

ジュッタ)」として親しみをもった製品名になるよう工夫も加えた。

結果、飲食店やホテルなどのサービス事業者向けの諏訪らしさを備えた製品として、グレープフルーツを丸ごと搾ることができる、果汁搾り機の試作機が完成。その後、公開された試作品は、老若男女を問わず高評価が得られた。

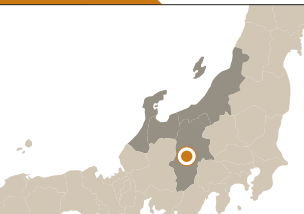
Topics ▶ 諏訪圏工業メッセで注目、取材も

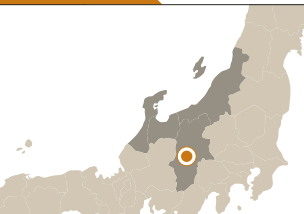
平成22年10月に開催された「諏訪圏工業メッセ2010」や、イベントの出展時は、見た目の大きさや珍しさから、子どもから大人まで、多くの注目を集めた。地元メディアからは、試作品完成までの密着取材を受けた。

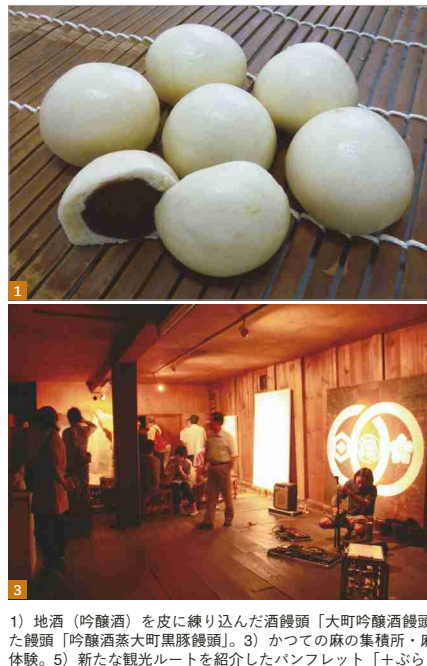
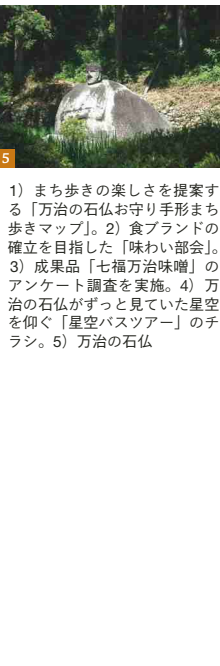


今後の展開 ▶ 製品化へ向け、コスト削減と軽量化を検討

アンケート調査などを行った結果、試作品で中身を搾った後に外皮をそのままつわとして利用できる点も好評だった。今後は、飲食店や夏場に催されるイベントでの需要が期待でき、諏訪ならではの精密技術が生かされた同機の反応から予想される、地元企業の発展、後継者の育成への注力を目指す。また、サイズ、重量、コストの軽減を課題として、サービス事業者に加え一般家庭への普及も視野に入れた改良を検討する。

本体事業	旅 travel	長野県	下諏訪商工会議所		長野県	大町商工会議所	旅 travel	本体事業	
		下諏訪を守り続ける「万治の石仏」をめぐる旅							
		プロジェクト名 「万治の石仏」から楽しむまち歩きプロジェクト							
		プロジェクト概要		活用した地域資源					
		観光客の滞在時間を延長し消費拡大と地域活性化をテーマに、着地型観光商品の造成と食ブランドを確立。観光客に旅の楽しみ方、まち歩きの楽しさを提案することで満足度アップを目指した。具体的には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、下諏訪の魅力を発信する。							
		プロジェクトHP http://www.manji-sekibutsu.com							

本体事業	旅 travel	長野県	大町商工会議所		長野県	大町商工会議所	旅 travel	本体事業	
		酒蔵のある街を訴求した新たな観光プランを創出							
		プロジェクト名 北アルプスを背景に持つ地域、信濃大町ブランドの構築							
		プロジェクト概要		活用した地域資源					
		北アルプスが背景にそびえ立つ地域の魅力と、良質の水に恵まれた土地の魅力を生かした酒づくり・酒蔵という地域資源をアピールするとともに、「一度は訪れたい街」、「再び訪れたい街」となるための信濃大町ブランドを構築し、その魅力を発信することで観光客の増加を狙う。							
		プロジェクトHP http://kita-alps.jp							



取り組み内容 ▶ 「万治の石仏」を基点に、バスツアーやまち歩きを提案

下諏訪町は、諏訪大社春宮の脇に350年もの間鎮座している「万治の石仏」で知られ、地域の人々は「あみだ様」と敬愛の念を込めてこの石仏を信仰していたが、近年では話題のパワースポットとして注目を集めている。本事業では、この万治の石仏を基点に、まち歩きの楽しさを提案することで、中山道唯一の温泉宿場街として栄えた、下諏訪の再生

と観光客の滞在時間の拡大を図り、同時に食ブランドを構築。下諏訪ブランド確立を目的としてプロジェクトを展開した。万治の石仏がずっと見上げてきた星空を觀賞する「星空バスツアー」や「下諏訪モニターツアー」を企画し、好評を博した。また、「万治の石仏お守り手形まち歩き」の提案や「万治の食べ歩きマップ」の作製なども行い、集

客の向上のためのプロモーション用DVD制作やホームページ運営などの活動も実施。食については成果品のイメージを「信州しもすわ 万治の逸品」とし、下諏訪特産のカリンを使用した「かりん味噌」や「七福万治味噌」、そして「そば」や「きのこ」など地元食材をふんだんに使用した「しもすわ万治鍋」を試作品として開発した。

取り組み内容 ▶ 地元と東京から発信する観光プロジェクト「+ぶらり信濃大町」

北アルプス山麓にある大町市は、良質の水に恵まれた土地の特性を生かし、市内で三蔵が酒づくりを行っている。この三蔵と酒販店が中心となり実施している「北アルプス三蔵呑み歩き」企画は、一日に900人余りの観光客が参加するほど盛況で、この地域の重要な観光資源となっている。本事業では、その酒蔵と北アルプスを背景

に地域の魅力を最大限に生かす観光プランを創出し、新たな信濃大町ブランドの発信と観光客増加を狙う取り組みを実施。平成22年9月には、酒蔵を中心に周辺観光地をめぐるコースを設定し、首都圏の20～30代を対象にモニターツアーを行った。また、11月には講演や飲食などで信濃大町の魅力を伝える「+ぶらり信濃大町」を東京で開催した。

イベントで実施したアンケート結果を参考に、市外からの視点で地域の魅力を伝えるパンフレットや観光ルート紹介のDVDを制作。ホームページでは、イベント告知や活動内容の報告を随時更新するなど情報発信に努めた。特産品の開発では、酒を活用した「大町吟醸酒饅頭」、「吟醸酒蒸大町黒豚饅頭」、カボチャの粕漬け「コリンキー」を試作した。

Topics ▶ モニターツアーで89.7%が「満足」と回答

星空バスツアーは、実施6回、参加合計137名を得た。アンケートでは「満足」との回答が89.7%、「友人や仲間等に紹介する」76.5%と好評価。「説明がわかりやすかった」、「感激した」との感想も多かった。



今後の展開 ▶ 増加する観光客を通過型から着地型へ

観光プランに関しては、情報発信に注力したこともあり、万治の石仏への入込客数が10月で215%、11月で180%、12月には168%と大きく伸びた。星空バスツアーの評価から着地型へと移行できる手ごたえを感じた。今後は下諏訪温泉をさらに効果的に活用できるプランづくりを検討する。一方、食の開発については、ご当地の名物としての地位を確立させる必要があることから、時間をかけて地域全体で取り組める態勢を目指していく。

Topics ▶ モニタリング調査を実施

完成したパンフレット・DVD、試食品のPRのため、平成23年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」に出展した。試食アンケートでは、特に吟醸酒蒸大町黒豚饅頭が高評価を得た。



今後の展開 ▶ 地域の新たなコミュニケーションを創出

本事業で創出したのは、酒蔵を中心とした観光プランだが、お酒を飲めない人でも楽しめる工夫を盛り込んだ。酒蔵が所有する古い麻倉を会場にした「酒と芸術展」は、会期中に700人ほどの来場者があるなど好評を博した。モニターツアーや東京でのイベント参加者からの声をヒントに、観光プランの開発を進める予定で、今後も酒蔵及び酒づくりを含めた地域情報の新たなコミュニケーション手法を創出していく。

本体事業	旅 travel	長野県	茅野商工会議所	共同実施 白田町・浅科・佐久市望月商工会	長野県	佐久商工会議所	共同実施 白田町・浅科・佐久市望月商工会	旅 travel	本体事業				
		フィトンチッドを活用した新トレッキングで地域を活性化				長寿の街、佐久市が提案する「健康」ツアープラン							
		プロジェクト名 蓼科高原アンチエイジングトレッキング構築事業				プロジェクト名 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							
		プロジェクト概要		活用した地域資源		プロジェクト概要		活用した地域資源					
		樹木などが発散する化学物質の「フィトンチッド」は、現代人の多くが抱えるストレスの低減に効果があるといわれている。この効果を活用したアンチエイジングトレッキングシステムを車山高原に構築し、低迷する観光産業の活性化を図る。併せてグリーンフォードの開発・地域特産化を目指す。		フィトンチッド、車山高原の森林及び草原、高原野菜		人が生まれながらにもつ自然治癒力を引き出し、免疫力を高めるとされる自然療法を「健康長寿の街に裏打ちされた佐久型自然療法」として提案。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・滞在型ツーリズムの商品化を目指す。		中山道などの歴史資源、コスモス街道・奇岩・田園・里山の風景などの自然資源、佐久鯉、びんころ地蔵など					



1) アンチエイジングトレッキングサポートシステムを利用し、車山高原をトレッキングする1泊2日のモニターツアーを実施。アンケート調査では参加者の73%から「参加してとてもよかった」の回答が得られた。2) インタープリター（ガイド）から説明を受けるモニターツアー参加者。3) 抗酸化作用がある地元の野菜などを使用したグリーンフォードコンテストを開催。4) グリーンフォードコンテストの入賞作品



取り組み内容 ▶ アンチエイジングトレッキングシステムを開発

茅野市は、八ヶ岳や車山高原の雄大な自然に恵まれた高原都市。本事業では、地域周辺に広がる森林の樹木などから発散される「フィトンチッド」に着目。車山高原にフィトンチッドの抗酸化作用を活用したアンチエイジングトレッキングシステムを構築し、低迷する地元産業の活性化に取り組んだ。本システムは、車山高原のビジターセンタ

ーでパソコンに事前アンケート（心理状況、体力、健康状態など）を入力すると一人ひとりに最適なトレッキングメニューが作成され、アンチエイジング効果を高められると同時に、前後のデータを比較。その効果を確かめられるというもの。モニターツアーでは、参加前後の気分の変化に対し、参加者全員から「爽やかな気分になった」とのアンケート結果が

得られ、好評を博した。

また、八ヶ岳山麓で抗酸化作用をもつ地元野菜を中心としたグリーンフォードの開発・特産化に取り組み、地元野菜を使った料理を募集するグリーンフォードコンテストを開催。試食品のうち6品が入賞。本事業で構築したアンチエイジングトレッキングとの相乗効果を図った。

Topics ▶ フィトンチッド効果をデータで実証

フィトンチッド研究の権威者である諏訪東京理科大学の奈良松範教授の指導のもと、トレッキングにおけるフィトンチッドのアンチエイジング効果をデータとして確認できるシステムを完成することができた。



今後の展開 ▶ グリーンシーズンの集客を期待

フィトンチッドは、グリーンシーズンに高原の樹木・草木から発生するため、フィトンチッドを活用したアンチエイジングトレッキングシステムによる集客は4月以降に期待を寄せている。今後は多くの人に心身をリフレッシュしてもらえるよう、その効果を伝えていくことを目指す。また、抗酸化作用のある地元野菜を使ったグリーンフォードを茅野市の特産料理として定着するように情報発信に努め、展開方法を検討していく。

取り組み内容 ▶ 「いやしろ地＝癒される土地」をテーマとした観光プランを創出

佐久市は「世界最高健康都市の構築」を打ち出し、豊かな自然環境や農林業を活用した事業、充実した医療機関などで地域活性化を図っている。このような市の取り組みを踏まえ、佐久の街を「人や動植物が癒される地」、すなわち「いやしろ地」と定義。佐久の有する自然を健康と結びつけ、観光資源としてめぐる、旅行プログラムの開発に取り組んだ。

まず、3つのワーキンググループを設置。ツアープランの作成、観光資源情報の地域内外への発信、受け入れ態勢の構築など、それぞれに事業を展開した。ツアープランの構築では、グリーン、セラピーなど、細かくカテゴリーを設定し地域資源と健康を絡めた、「田んぼのオーナーツアー」など、参加客層や目的に細かく対応できる121本のツアーメ

ニューを作成した。そこから選定とブラッシュアップを行い、エージェンシー向けツアーコンテンツ11本が決定するに至った。並行して、資源掘り起こしのために市民から意見を集め、ツアー商品開発の貴重なデータを集めた。また、ボランティアの発掘など受け入れ環境の構築も実施。観光誘致で、佐久の魅力を発信する態勢を整えた。



1) 駒場公園の白樺の並木道。2) 日本最古の洋風学校である旧中込学校。3) 年4回、田植え、稲刈り、収穫などを体験する「田んぼのオーナー」ツアーチラシ。4) ワークショップを実施し作製した、内山の魅力再発見地図「内山絵地図」。5) 本事業「いやしろ地」の概念図。6) 佐久市民のいやしろ地事業への関心度を高めるために「市民シンポジウム」を開催

日本一の生産量を誇る「アンズ」を全国へ発信

プロジェクト名 | 杏都「信州さらしな」プロジェクトフェーズI

プロジェクト概要

千曲商工会議所が運営主体となりプロジェクト参画企業と統一ブランドを開発することによって、日本一の生産量を誇る千曲市の「アンズ」を全国に発信。アンズ商品の市場浸透を図る。また、インターネットや見本市などを活用することにより、販路拡大を目指し、地域経済の活性化も図る。

活用した地域資源

生産量日本一のアンズ

プロジェクトHP

<http://www.chikuma-anzu.com>



1) 長野県千曲産アズを活用した「はちみつロールケーキ」。2) 統一ブランドロゴ。3) 日本一の生産量を誇る千曲市のアズ。4) 開発商品を紹介し全国に発信。5) 参画企業と統一ブランドの開発を進める様子

取り組み内容 ▶ **統一ブランドで認知度アップ、シナジー効果を狙う**

市の中心を千曲川が流れる千曲市は、江戸時代に松代藩の殖産産業として発達したアズ栽培が有名。現在においても、森・食料地域でアズの栽培が盛んに営まれ、全国有数の生産量を誇っている。しかし、近年、後継者不足や生産価格の低迷などによって、生産者が減少傾向にある。そこで、全国的に知名度のある高付加価値のアズを使用した特産

品を開発。生産者問題を解決し、販路開拓につながる取り組みを行うことを目指した。

開発、プロデュースした統一ブランド「信州千曲 杏都」の認知度が高まると、単独事業所では得ることができないシナジー効果を期待した多くの事業者が参画希望するなど反応があり、アンズを使用した試作品は、ロールケーキやマカロンなど洋菓子をはじめ、

塩漬け、石鹼・剪定・伐採したアズの枝や幹を細かく碎いて煎じた液を染料にして絹糸を染めた織物、アズ寿司など多岐にわたった。

さらに、容器やパッケージデザインのイメージを統一し、「杏都」のホームページを開設。地域ブランドの統一化や本事業の浸透を図ることにも成功した。

Topics ▶ **統一ブランドのコピーとパッケージ**

統一ブランドのコピー及びパッケージでは、「杏都」のイメージを強く訴求することができた。また、多くの事業者が参画して、統一ブランドを形成することによって、シリーズ商品としての市場参入が可能となった。



今後の展開 ▶ **市の産業と連動し商品価値を向上**

本事業の成果品については今後、テストマーケティングを実施し、さらなる品質向上につなげる。なお、今後の展開においては開発品を活用した観光産業の活性化やアングルの農業振興など、千曲市全体の産業との連動性を高めていくことが重要である。アングルの生産を確保・拡大するために付加価値の高い試作品を開発し、商店街の活性化へつながるようなカフェスタイルのアングル専門店などの開発サポートや、起業支援体制も視野に入れていく。

昭和初期に一世を風靡した「足利銘仙」を現代に再生

プロジェクト名 | 「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事業

プロジェクト概要

地域ブランドとして、かつて織物のまちとして栄えた足利が生んだ地域資源「足利銘仙」を活用。地域産業と連携し、銘仙柄を活用した商品開発を実施し、観光誘致にも活用。市民の生活に根差し、観光客へのアピール力を備えた「銘仙ライフスタイル」を創造・発信していく。

活用した地域資源

足利銘仙



着物・銘仙の産地として栄えた足利市の「足利銘仙」を現代によみがえらせた。1) 銘仙ライフスタイルの演出。2) 足利銘仙グッズの展示発表会。3) 足利銘仙柄の扇子。4) バッグ(掛守)。5) コースター。6) ケースホルダー。7) まちじゅう銘仙倶楽部加盟店や観光スポットを紹介した「まちじゅう銘仙Jalan おもてなし銘マップ」

取り組み内容 ▶ 「銘仙ライフスタイル」を主軸テーマに事業を展開

足利市は戦前より繊維産業をベースに発展し、昭和初期には足利発の着物「足利銘仙」が誕生した。奇抜なデザインと手頃な価格で当時の女性たちから支持を集め一世を風靡した。戦後、洋装の普及とともに「足利銘仙」は姿を消したが、観光地としての地域ブランドの形成の一端として足利銘仙を現代に再生。本事業では、足利銘仙の多面的な活用による

全国展開と地域活性化の推進を目指した。「銘仙ライフスタイル」をテーマに、銘仙柄を活用した関連商品を開発。バッグ（掛守）や樹脂製カードケース、かんざしやバンダナなど多岐にわたる試作品計99点が完成。市内の展示会や平成22年9月及び平成23年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」にて積極的なPRを行った。

また、観光客と地域事業者・住民が参加し
まちなかを回遊・交流するイベント「足利ま
ちじゅう銘仙プロジェクト：まちじゅう銘仙
Jalan（ジャラン）」を開催。銘仙を活用した
おもてなしを提供する約120の加盟店「足利
まちじゅう銘仙倶楽部」を紹介したマップを
配布し、来訪者のまちなかへの回遊・店舗訪
問を促した。

Topics ▶ まちじゅう銘仙 Jalan パネル展

平成22年11月23日のイベントに合わせ、「まちじゅう銘倶楽部」加盟店のうち、89の店舗プロフィールと銘仙に関するおもてなしの概要をパネル形式で詳しく紹介し、店舗回遊訪問に役立てた。



今後の展開 ▶ 足利銘仙の新たな価値創造を模索

イベント参加者からの意見では、銘仙柄を使用した広報物などの評価が高く、足利銘仙の柄を活用した商品開発への期待につながった。しかし、アーカイブの掘り起こしだけではイベントの活性化に限界もあるため、今後は、新たな足利銘仙をつくるための人材育成や銘仙の世界観を現代的なアイテムに変換する作業なども必要。銘仙という地域資源を最大限に生かしつつ、未来の社会に向け魅力的な訴求を推し進めていく。



取り組み内容 ▶ **コンセプトを定め、木工の新たな可能性を創出**

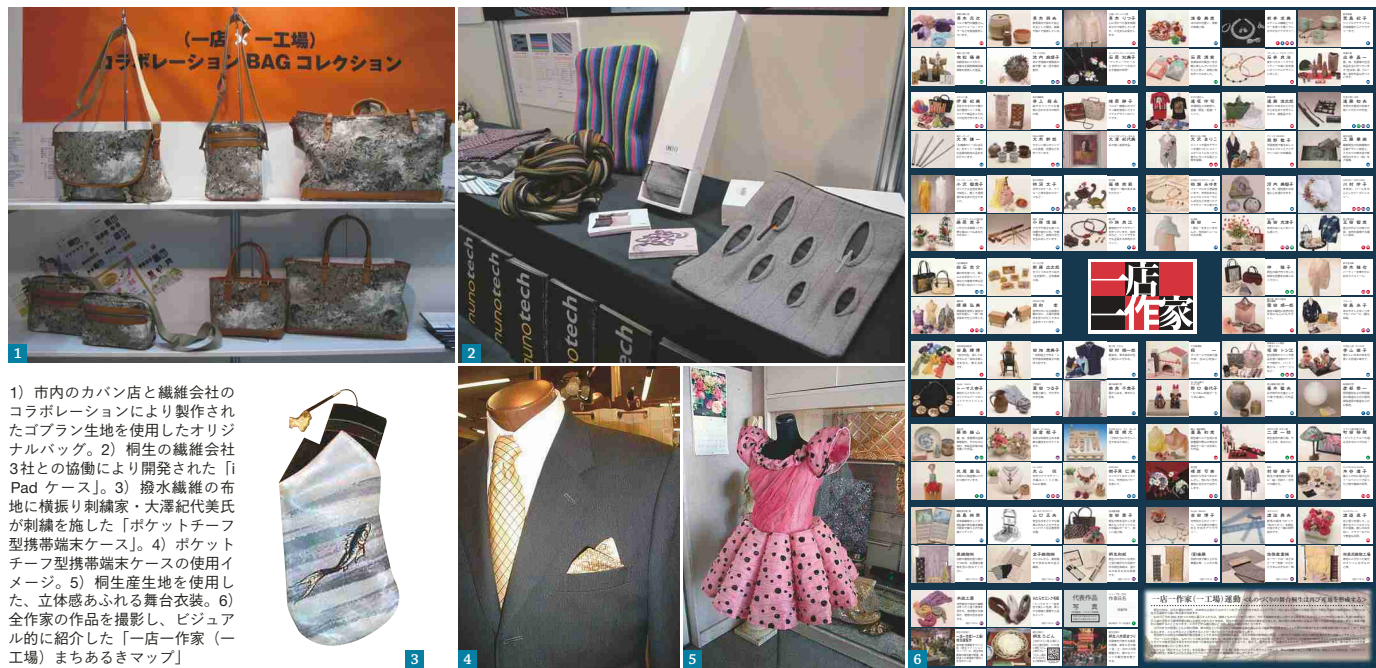
鹿沼市は、江戸時代に日光東照宮の造営や修復にかかわった木工職人がその技術を伝えたことで木工加工業が地場産業へと発展し、「木工のまち」として知られる。だが、近年は住宅の欧米化などの影響もあり、鹿沼の地場産業は減退傾向にあった。

そこで、本事業では地域の木工産業を再興するために、まず事業者などに対するヒアリ

ングから現状の課題の整理と今後の方向性を模索。その結果、鹿沼木工の「本質」と新たなつながりを生む「場」の発信という意味を含めた「**SQUARE by KANUMA**」というコンセプトを掲げ、木工製品のぬくもりをもちながら、現代のライフシーンにもマッチする製品の開発に取り組んだ。

鹿沼の既存木工製品とは異なる新たなテイ

ストを生むべく、地域事業者の若手が中心となって開発を手掛けた結果、「パーティション」、「ブラインド」、「フォトフレーム」、「フレーム棚」の4点を試作品として製作。いずれも木の風合いからなるあたたかみをもった、モダンなデザインの商品は、展示会でも好反応を得ることができ、今後の鹿沼ブランド構築における足掛かりとなった。



取り組み内容 ▶ 作家と商店を組み合わせ、特産品開発に取り組む

桐生市は、江戸時代より絹織物産地として発展、日本の近代化にも大きく貢献してきた。現在も織物づくりに携わる職人たちが多く、ものづくりの伝統が根づいている。

そこで本事業では、桐生市で活動するものづくり作家、日本一長いといわれる桐生市中心商店街を地域資源とし、ものづくりと商業の両方を生かした商品開発・地域活性化を目標とする。

作家作品を市内の店舗で展示販売する従来の「一店一作家（一工場）運動」を推進し、作家と店舗のコラボレーションによる地域オリジナル商品の開発に取り組み、地元のカーバン店がデザインした桐生産ゴブラン生地を使用したオリジナルバッグ、市内商店とデザイナーによる桐生産生地を使った舞台衣裳、オ

また、ものづくり作家とその作品・店舗を紹介したガイドマップやホームページを製作し、周知に努めるとともに、平成23年2月開催の共同展示商談会「feel NIPPON 春2011」に試作品とともに紹介。全国に向けて情報を発信した。

城下町に生きる「節供行事」と「おもてなし文化」を商品化

プロジェクト名 | **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!**

プロジェクト概要

城下町岩根の地域に生きる「節供行事」と「おもてなし文化」の資源を生かし、人形や料亭、和菓子、縁起物などの業界の特性を生かした体験プログラムを組み合わせた「着地型観光商品」の開発や受け入れ組織の強化に向け、関係団体や市民・まちづくりNPO・行政と連携して取り組む。

活用した地域資源

岩槻人形、節供行事である重陽の節供、茶の湯文化
と和菓子、多く集積する料亭とその文化



1) モニターツアーで、伝統工芸士の指導による木目込み人形づくりを体験。2) 地域の和菓子店による和菓子づくり体験。3) 食用菊を多用した「重陽の節供料理」を試食。4) 菊の花とゼリーを組み合わせた洋風和菓子「長寿菊」。5) 観光振興作業部会の様子。6) 講演会「節供文化をビジネスチャンスに」の模様



取り組み内容 ▶ **歴史と文化、産業を体験できる着地型観光を開発**

さいたま市岩槻区では、江戸時代より日本人づくりがはじまり、地域特産の江戸木目込み人形と岩槻人形は、国の伝統工芸の指定を受けている。3月と5月の節供雛人形の一大産地であることから、節供行事が盛んな地域でもある。また、城下町として茶の湯文化が茶楽料亭も多く集積し、地域には「おもてなし文化」が根づいている。本事業では、こ

れらを観光資源に生かし、地場産業及び幅広い業種と連携した体験プランを中心とする着地型観光プランの開発に取り組んだ。

観光ルートの開発として、岩槻のおもてなし文化を伝える料亭文化、茶の湯文化の体験、節供行事を盛り込んだプランを策定。並行して節供料理や和菓子、縁起物の開発を進めた。平成22年10月に菊の節供とされる重陽の節

供を取り上げ、「重陽の節供体験」というモニターツアーを実施。節供料理試食、人形づくり体験、和菓子づくり体験など着地型体験プログラムなどを含み、全7コースには100名を超える参加者があり、商品化へ向けた実施検証ができた。また、平成23年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」に出展し、観光プランの情報発信に努めた。

Topics ▶ モニターツアーでおもてなしの心を伝える

モニターツアーには、体験プログラムだけでなく町歩きも組み込んだ。江戸時代に開かれた学校「岩槻藩遷喬館（せんきょうかん）」など地域の名所をガイドが案内し、歴史・文化とともにおもてなしの心を伝えた。



今後の展開 ▶ 節供観光プランの充実化を図る

食用菊を使用した試作品、会席料理「重陽の節供料理」や洋風和菓子「長寿菊」に加え、長寿や家内安全を願う縁起もの「ごほうびな」は、アンケート調査を参考に改良を進め、商品化を予定。今後は、モニターツアー参加者の意見などを参考に、観光プランを商品化に向け完成度を高めていく。平成24年完成予定の「岩槻人形会館（仮）」との連携を視野に入れ、重陽の節供以外の節供行事も観光プランに加え開発を進めていく。

中山道深谷宿の景観と深谷輩出の偉人を訪ねる

プロジェクト名 | 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

プロジェクト概要

深谷市の経済振興並びに、地域のさまざまな組織の横断的な連携により、住みよいまちづくり、活力のあるまちづくりを目指すことを目的とし、中山道深谷宿の景観・歴史文化や渋沢栄一などの郷土の偉人を地域資源として生かした交流人口の増加による深谷市の活性化に向けて取り組む。

活用した地域資源

産業遺産(ホフマン輪窯)、旧セツ梅酒造蔵(深谷シ
ネマ)、中山道、深谷宿の景観・歴史文化、渋沢栄一
などの郷土の偉人



- 1) 映画『ゼロの焦点』、『ヴィヨンの妻 桜桃とタンポポ』などのロケ地となった「旧七ツ梅酒造」。
- 2) レンガのまちを象徴する「深谷駅」。
- 3) 日本煉瓦製造会社を設立した深谷市出身の経済人「渋沢栄一」の生家。
- 4) モニターツアーでは酒蔵で試飲会も開く。
- 5) 「ホフマン記念館」での見学。
- 6) 歴史的建造物の「深谷商業高校記念館」。

取り組み内容 ▶ **組織づくり機能の強化で、自律的な観光地づくりを実現**

平成18年1月に、深谷市、岡部町、川本町、花園町が合併し誕生した新・深谷市は、「近代日本経済の父」、「日本資本主義の父」といわれる明治の大実業家・渋沢栄一を輩出したことで知られ、「中山道深谷宿」や、レンガ造の産業遺産、映画やドラマのロケ地となる趣ある名所などが点在する地域。

本事業ではこれら市内の名所を地域資源と

として活用。着地型観光ツアーとして、中山道を中心とする「深谷市内まち歩きツアー」体験プログラムを立案した。まちづくりなどにかかわる「深谷シネマ」など、深谷独自の市民NPOなどの活動も観光資源として生かし、着地型観光を支える組織づくり機能の強化を図り、自律的な観光地づくり振興を目指した。取り組みとして実施した、モニターツアー

の「まち歩きツアー」では、中山道深谷宿の景観・歴史文化や渋沢栄一などの郷土の偉人にちなんだ場所を訪ねるほか、『ゼロの焦点』など映画のロケ地として有名な旧七ツ梅酒造蔵、老舗酒造、レンガで建てられた倉庫・民家や産業遺産であるホフマン輪窯をめぐるなどの新たな着地型観光体験ツアーを開発し、高評価を得た。

Topics ▶ まち歩きツアーには123名が参加

平成22年11月26、27日に実施したモニターツアー・まち歩きツアーには合計123名が参加。アンケート調査では、レンガ倉庫や歴史的建造物、映画『ゲゲゲの女房』のロケ地に注目が集まった。



今後の展開 ▶ まち歩きを楽しむための利便性向上を図る

滞在型観光を視野に入れ、周辺観光地との広域連携による観光プラン検討の必要性が、モニターツアーのアンケート調査結果から判明した。また、まちのハード面での課題に取り組むとともに、それぞれの観光振興に関連する関係者が行政と協議の場をもち、各組織が協力しながら、地域自らが観光振興に関する課題を継続的に発見・解決していく仕組み（PDCA サイクル）をつくることを今後の目標とした。

旅 travel	東京都 東京商工会議所	
	東海道第一宿場町「品川宿」を東京観光の窓口に	
	プロジェクト名 東京に来たら品川宿へ！「現代の第一宿場町」としての観光開発事業	
	プロジェクト概要	活用した地域資源
	東海道第一宿場町としての歴史的特性と交通の要衝として立地的特性を生かし、品川宿を東京に訪れる人々にとっての窓口と捉え、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「品川宿ブランド」を構築する。	品川の宿場町、ウォーターフロント、品川海苔、品川芸者、しなかわ蕪、蒔絵など
		プロジェクトHP http://tokaido-shinagawasyuku.com

食 food	神奈川県 横須賀商工会議所	
	横須賀の食材、粉化プロジェクトを展開	
	プロジェクト名 ヨコスカ海と大地のプロジェクト	
	プロジェクト概要	活用した地域資源
	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態勢や環境を整備し、横須賀の「食」の魅力の発信と新商品の開発を推進。事業を通し優れた地域資源、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へと発展させる。	佐島の鯖、津久井の大根葉、さつまいものつる、摘果みかん、猿島
		プロジェクトHP http://yokosukasan.jp



1) 平成23年1月に実施したモニターツアー、「品川宿で海を体験！ クルーズと水族館バックヤードツアー」の様子。2) 「仕事帰りに粋な夜！品川宿でお座敷遊び」は平成22年11月に実施。3) 「東海道品川宿なるほどツアー」では、品川宿の豆知識を紹介。4) 海苔のつくり方を学べる「親子で海苔つけ体験！品川宿で“海”を味わう」。5) 漆芸の技法が体験できた「伝統の技に挑戦！品川宿で蒔絵体験」

取り組み内容 ▶ 品川宿を基軸とした地域の魅力を創造

東海道品川宿は、東海道の一歩目の宿場町。趣を残した情緒ある街並みや、宿場町の文化と歴史資源がいまも残る。これまで22年間にわたり、地域が東海道の歴史性を生かした観光街づくりを実施してきたが、「東京」に訪れる観光客が「品川宿」を訪れる、という観光客の流れは、まだ確立されていない。そこで本事業では、連携する相乗効果によって、

品川宿の認知度を向上し、誘客を狙う開発に取り組んだ。

まず、一般消費者に対して1万人規模のインターネット調査を行った結果、宿場町として歴史的情緒ある街並みへの関心が高く、街歩きから一歩踏み込んだ体験が求められていることがわかった。そこで街歩き愛好者や、仕事帰りの会社員、休日の家族など、対象者

別に7つのコースを立案。最終的に5つまで絞り込んでモニターツアーを実施。消費者が求めるツアーの価格帯などを調査した。

また、情報発信のツールとして、ホームページ「品川宿を歩こう」、観光ガイドブックなどを作製。知られざる品川の宿場町としての魅力を伝え、新たな「品川宿ブランド」の構築に向けて、広報事業にも取り組んだ。



1) 品質には定評のある新鮮な佐島の鯖。規格外で流通に乗らない鯖を丸ごと粉にした「ヨコスカ佐島のサバ粉」。2) 三浦半島を代表する大根が出荷の際、切り落とされている葉を粉にした「ヨコスカ産大根葉の粉」。3) 平成23年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春2011」に出展

取り組み内容 ▶ 地産地消を促進させる、粉化プロジェクトを実施

豊かな自然に恵まれ、豊富な農水産物資源を有する横須賀市は、さまざまな食材において地産地消の取り組みを進めている。しかし、これまでは、農・水産業者に横のつながりがなく、地域を挙げての地産地消の提唱には至らなかった。

本事業では、横須賀産の食の魅力と当地の地産地消の取り組みを広く発信することで、

市民や来訪者をはじめとした全国各地の人々に認知・購入を促すことを目的に、その旗印となる新商品の開発に取り組んだ。まず、規格外として破棄処分されていた資源・生産物の「粉」化を発案。新鮮な佐島の鯖を活用した「ヨコスカ佐島のサバ粉」、横須賀の名産品である大根の葉を加工した「ヨコスカ産大根葉の粉」を開発した。

この粉を使った新商品開発には、12事業者が取り組み、7事業者によって16商品が完成した。平成23年2月には「feel NIPPON 春2011」に出展し、「さば粉ラスク」や「食べるサバ粉みそ（大根葉の粉そえ）」などの試食アンケートを実施。多くのバイヤーから商談を受けるとともに、商品化への貴重な意見を集めることができた。

Topics ▶ ニーズに合わせた5つのモニターツアー

調査結果からニーズを分析し、「仕事帰りに粋な夜！品川宿でお座敷遊び」、「親子で海苔つけ体験！品川宿で“海”を味わう」など5つのモニターツアーを実施。品川観光ルートの新たな可能性の検証を行った。



今後の展開 ▶ ターゲットを拡大し、観光プランを充実させる

モニターツアーでは、ツアー内容の問題点や価格帯の相場感覚などが把握できた。今後は本事業で明らかになった課題を踏まえ、3ヵ年計画でプロジェクトを拡大する予定。構築した観光プランに伝統工芸や宿場町文化などの体験メニューなどを加え、ツアーの継続的な実施により、周辺の消費者から認知度を高めていく。まずは日帰り観光客ニーズの定着化を図り、将来的には全国へ拡大。観光地としての新たな品川宿のブランド構築を目指す。

Topics ▶ ホームページを開設し、横須賀の魅力を発信

横須賀の食の魅力と地産地消を推進するために開設したホームページでは、地産地消の解説から当地でとれる農・水産物の紹介、地産地消に取り組む人々の紹介など、継続的な情報発信を行った。



今後の展開 ▶ 「ヨコスカ粉」シリーズの展開を視野に

「feel NIPPON 春2011」でのアンケートでは「サバ粉をそのままご飯に」、「大根葉粉は歯磨き粉や入浴剤にも活用」など商品の提供側ではなかなか思いつかないような多くのアイデアを得た。粉は流通に乗せやすく、また成分分析により栄養価が高くなると確認でき、商品化への可能性が高まっている。さまざまな食材を粉にするアイデアを広げ、今後は「ヨコスカ粉」シリーズの展開を視野に入れ開発を進める予定。



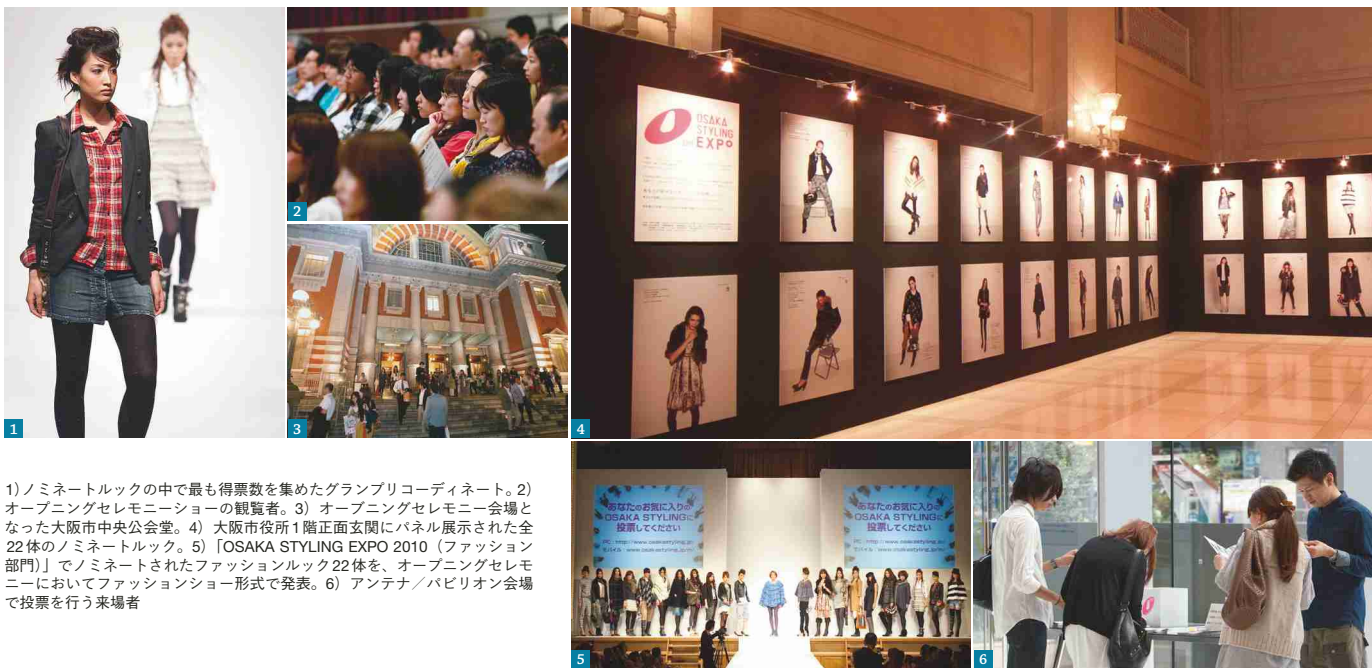
取り組み内容 ▶ 「北之庄菜」を地域ブランドとして育成する

北之庄菜は、江戸時代末期から昭和30年代頃まで、主に農家の漬物用として北之庄町一帯で栽培されていたが、食生活の変化などの影響で栽培が途絶え、幻の野菜となっていた。しかし10年ほど前、偶然にもマツチ箱の中から種が見つかり、一部の農家で栽培が復活し地元の伝統野菜として見直されている。これを受け、当商工会議所は「北之庄菜保存

委員会」を発足し、地域ブランド化に向けたプロジェクトを立ち上げた。子育て世代の主婦を対象としたアンケート調査や、地元住民のヒアリング調査の結果、「子どもと一緒に食べやすいこと」、「単なる漬物ではなく、万能調味料としてアレンジすること」などのニーズを把握。

それらのニーズ調査の結果を踏まえ、本事

業では製品化へ向けた試作品の開発に着手、ぬか漬けをアレンジしたオリジナル品「かぶぶ」・「花かぶる」が完成した。試食会や平成23年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」へ出展して周知に努めるとともに、並行してロゴマークやキャラクター、リーフレット、ホームページなどを充実させブランディング強化を推進した。



取り組み内容 ▶ 「OSAKA STYLING EXPO 2010」を開催

大阪市は、繊維の街・船場、全国有数の家具の街・堀江などを有し、食い倒れの街としても知られるなど、衣食住にかかわるライフスタイル関連産業が発展してきた。本事業では同産業のさらなる活性化のため、流通業者を巻き込み消費者を起点とした事業を実施。そこで得た大阪の消費者のトレンドをつくり手側にフィードバックすることで、新たな流

行を発信するという事業の創出を目指した。
ファーストステップとして、リビング（住）
とファッション（衣）の部門で事業を展開。
大阪発のライフスタイルブランド「OSAKA
STYLING」を新たな切り口とし、大阪に
縁のある各部門の第一人者が選定・編集し
たライフスタイル関連アイテムを「OSAKA
STYLING EXPO 2010」のイベントを通じ

て消費者に披露した。ファッション部門では、クリエイターや市内の協力小売店などから応募・提案のあったファッションアイテムをコーディネートした OSAKA STYLING ノミネートルック（全22体）を発表し、人気投票を実施。併せて、パネル展示やホームページの作製も行い、一般消費者を巻き込んだ事業モデルを創出した。

「産業観光」の推進で、新たな神戸の魅力を発信

プロジェクト名 **バーチャルとリアル融合による神戸産業観光推進プロジェクト**

プロジェクト概要

神戸の地場産業やものづくり企業をバーチャルで体感できるホームページ「バーチャル産業観光情報サイト・神戸のつくる力を見にいこう!!」を開設。さらに、サイト掲載企業をめぐるモニターツアーの実施・検証によって、地域が一体となった本格的な産業観光振興を図る。

活用した地域資源

市内のものづくり企業・産業施設、市内のファクトリーパーク、旧居留地の近代化産業遺産

プロジェクトHP

<http://www.kobe-sangyokanko.jp>



1) ホームページ「神戸のつくる力を見にこう!!」では、動画や画像を通して神戸の産業体験ができるほか、市内の近代遺産やファクトリーパークの紹介、見学会の告知などさまざまな情報を発信。2) 神戸学舎を含む5か所をめぐった「みなと見学ツアー」。3) モニターツアー「パイエリア企業見学ツアー」ではアシックススポーツやコープこうべ、エム・シーシー食品をめぐった。4) こうべファクトリー産業ツアーでは、帽子づくり・酒づくりの現場見学のほか、アクセサリづくりの体験も実施

取り組み内容 ▶ ホームページとモニターツアーで産業都市としての魅力を発信

神戸には、六甲山や異国情緒あふれる街並みなどの豊富な観光資源が存在することに加え、洋菓子や真珠などを製造する食品・ファッション産業、造船・鉄鋼製造などの機械金属産業があり、産業観光都市としての高いポテンシャルを秘めている。

その神戸がもつ、産業観光都市としての魅力と可能性を活用し、効果的に発信するため

動画や画像を活用したホームページの作製を行い、加えてモニターツアーを実施し、産業観光の普及・啓発と神戸観光の新しい魅力を発信・展開することに取り組んだ。

バーチャル産業観光ホームページ「神戸の
つくる力を見に行こう!!」では、動画や画像
を通して企業・産業施設の現場を紹介。また
掲載企業をめぐる「こうべ産業観光モニター

ツアー」として、神戸のベイエリアの企業をめぐる「ベイエリア企業見学ツアー」、コンテナターミナルや神戸空港をめぐる「みなとこうべツアー」、ファッション産業関連の企業をめぐる「こうべファッション産業ツアー」を実施。参加者からは「普段見ることができない場所を見て満足」といった、好評価が得られた。

Topics ▶ **バーチャル配信に10企業・施設が参画**

神戸ゆかりのもののづくり企業と施設の現場を臨場感あふれる動画や画像で紹介する「バーチャル企業体験」には、10の企業・施設が参画。そのほか、市内の企業ミュージアムや、旧居留地の近代化産業遺産の概要も紹介。



今後の展開 ▶ **産業観光のポータルサイトとしての役割**

取り組みは新聞などのメディアにも取り上げられ、ホームページも1ヵ月で4万PVに迫るアクセス数を記録。今後は、ホームページの内容をさらに拡充させ、神戸産業観光ポータルサイトの役割を担うことを目指す。また、今回得られた参画事業者・ツアー参加者の声や、地元のものづくり企業や旅行会社・行政に対し広くフィードバックし、新たな産業観光資源の発掘や魅力的なツアーの創設など、産業観光推進体制の構築を進める。

コラーゲンたっぷりの特産ウツボ料理をメジャー化へ

プロジェクト名 | **ウツボ料理PR事業**

プロジェクト概要

南紀の人間は昔からウツボを食べる文化があったが、小骨の多さなどから一般家庭では敬遠されがちであった。しかし近年は、徐々にウツボ料理を取り扱う料理店が増加。美味しくインパクトの強いウツボ料理を入り口に、田辺の食材を県内外に広くPRすることで田辺市への誘客を狙う。

活用した地域資源

ウツボ、橙

プロジェクトHP

<http://www.nanki-mirai.jp/utsubo>



1) ウツボ料理が味わえる店を紹介したグルメマップ「南紀田辺のうつぼくしマップ」。

2) ウツボの定番メニュー、ウツボのたたきとウツボの唐揚げ。

3) ウツボの水炊きは、臭みがなく上品な味わい。

4) ウツボは細長い体をしたウナギに似た魚。

5) ウツボ料理研究会では、さまざまな料理を試作。

6) 研究会から生まれた新メニュー「ウツボパスタ」。

7) 研究会で試作した槍スーツ

取り組み内容 ▶ **だいだい** ウツボと橙で美容・健康に効果

田辺市では、昔からウツボを食べる文化があり、「産後の乳の出がよくなる」との言い伝えとともに、滋養強壮の食材として地元で長く親しまれてきた。ウツボは細長くグロテスクな外見ではあるが、クセのない白身は食材として最適で、たたきや唐揚げ、すき焼き、よせ鍋など多様なウツボ料理が提供されている。

本事業では、地域資源としてウツボ料理をPRし、地域内外の消費者及び観光客誘致を目指した。飲食店のオーナーや料理長など16名によるウツボ料理研究会を組織し、さまざまな料理開発に取り組んだ。また、ウツボの皮に多く含まれるコラーゲンを効率よく吸収するには、ビタミンCを一緒に摂取するのが効果的とされることから、全国トップク

ラスの生産量を誇る地元の橙と組み合わせた
食べ合わせの提案も行った。

新商品として、ウツボパスタや橙チューハイが完成し、店舗での取り扱いが決定。さらに、各店舗の開発メニューなどを紹介する案内マップ「南紀田辺のうつぼくしマップ」を作製。ホームページでのPRなどで開発メニューの浸透や誘客に努めた。

Topics ▶ マスコミの取材を活用したパブリシティ

ウツボ料理に対するマスコミ各社の関心は高く、NHKのニュース番組で2回放送された。そのほかにも、民放各社や新聞社からのウツボ料理への問い合わせが増え、開発メニューは順調に浸透している。



今後の展開 ▶ **ウツボの安定確保を整備し取扱店を増やす**

和歌山市にて開催したイベント「わかやま食と健康フェア」での試食会では、用意した100食が15分で完食となり、アンケート調査においても味の評価が高かった。今後は、ウツボ粉末を活用した土産品の開発や、橙の販売促進としてウツボのカラーゲンと橙のビタミンCをセットにしたメニューの開発を行う予定。ウツボの安定的な確保を整備し、ウツボ料理や橙商品の取扱店を増やしていき、開発品のメジャー化に取り組んでいく。

ニッポンを感じる鳥取の旅

プロジェクト名 | 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

プロジェクト概要

地域の資源を掘り起こし最大限に生かすことで、鳥取砂丘以外の新たな価値・魅力の醸成と交流人口の拡大と宿泊、滞在人員の増加を促進する。観光客の現地消費金額拡大による地域経済の活性化及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した。

活用した地域資源

鳥取砂丘、鳥取温泉、鳥取民藝美術館、吉田璋也の民藝、因州焼、佐治の手漉き和紙、流しびな、鳥取和牛、松葉ガニ、柿、とうふちくわ、鳥取すず鍋など



1)「鳥取民藝ふるさと体験コース」。2)「鳥取砂丘ふるさと体験コース」。3) 鳥取の郷土料理・鳥取和牛のすずぎ鍋。4) 新開発料理の「かに飯 花のれん風」。5) モニーツアードで参加者が訪れた小学校の教室のような「わらべ館」。6) 特産の柿を使った開発デザートを試食する様子

取り組み内容 ▶ **団塊世代を主な対象とした観光ルートを作成**

鳥取市には鳥取砂丘、鳥取温泉や鳥取民藝美術館などの観光地、手漉き和紙などの工芸品、鳥取和牛や松葉ガニといった特産品など、豊富な観光資源がある。これらを活用し、観光客の滞在時間が短い通過型の日帰り観光が多い状況から、滞在型観光地としての変換を目指し、広域ルートを活用した観光ルート構築に取り組んだ。

まずターゲット層を団塊世代に設定。「民藝」、「思い出」、「ふるさと」、「手仕事」、「体験」をキーワードにしてコース選定を行い、モニターツアー「鳥取民藝ふるさと体験コース」、「鳥取砂丘ふるさと体験コース」を実施した。ツアーの道中には、紙漉きなどの文化体験プログラムや民藝ゆかりの料理を再現・アレンジした試作品の試食も実施した。

また特産品開発では、鳥取東部の特産である柿を使用し、開発したデザートを提供をツアー参加者へ行い、その反応を調査した。

参加者からは「懐かしさ」を感じられたと
の声が多く集まり、その結果からツアーの方
向性を固め、最終的に本事業で構築したルー
トなどをまとめたDVDを制作。広域観光ル
ートの認知度アップにも取り組んだ。

Topics ▶ **地域の魅力を肌で感じられるツアーが高評価**

モニターツアーの参加者アンケートでは、体験、地元ボランティアガイドなど、全体的に高い評価を得た。また、体験型プログラムは地域の魅力を肌で知ることできたとの声が多く、今後も活用していく。



今後の展開 ▶ 知られざる観光地を広める

モニターツアーの内容から、懐かしさを感じた人が多数いたことから、観光ルート構築におけるテーマと狙いの方向性が固まった。また、ものづくりなど体験型の観光施設は人気があり、つくったものを持ち帰れたりそこで食べることができるルートの検討・展開を進めていく。また、モニターツアー結果から判明した、観光地の説明資料の不足、ガイド・受け入れ施設の準備などに注力し、各観光施設の滞在時間を長くする仕組みづくりを目指していく。

おでんを中心とした「松江屋台」を全国に発信

プロジェクト名 **まつえ屋台、元気プロジェクト～屋台で賑う松江育て～**

プロジェクト概要

緑結びの地として知名度が上がりつつある松江市において、観光入込客数1000万人を達成するため、古いまち並み、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を図る。また、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。

活用した地域資源

城下町のまち並み、親水性、宍道湖七珍(スズキ、もろげ海老、鰻、アマサギ、シジミ、鯉、白魚)、アゴ(飛び魚)、黒田セリ、地酒など



取り組み内容 ▶ 屋台メニューを開発し、「まち歩きマップ」を作製

松江市には古墳や出雲大社、城下町の姿を残した古いまち並み、シジミで有名な宍道湖など多様な地域資源がある。

本事業では、これらの観光資源を活用したまち歩き観光の過程で、気軽に飲食できるB級グルメの開発により、まち歩きの魅力増進と観光客の滞在時間延長及びリピーター獲得を目指す、おでん屋台を中心とする「まつえ

屋台プロジェクト」を立ち上げた。魚介類やシジミなど地場食材を活用した松江らしい食材の開発と、新たな観光ルートの設定及び広報活動に取り組んだ。屋台メニューでは、和・洋・中・スイーツなど60もの案が提出され、20品目を厳選した試作品を開発。16品目を「松江ご当地NEWメニュー」として認定した。「島根ふるさとフェア」では、開発メ

ニューの紹介とともに試食調査を実施。屋台ビジネスの方向性を探った。

一方、まち歩きプランの開発では、松江城をめぐるコースに、屋台メニューで使用する食材や調味料の製造元を組み込むなど、新たな視点を取り入れた観光コース全4コースを開発。また、「まち歩きマップ」を作製し、食と観光の両面で事業のPRを行った。

Topics ▶ 「松江といえば屋台村」と呼ばれる日まで

商売の原点・屋台を利用し、観光客も巻き込んで市の活性化と、新たな文化の創造をコンセプトにはじまったまつえ屋台プロジェクト。ゆくゆくは「松江といえば屋台村」と呼ばれるのが目標だ。



今後の展開 ▶ まつえ屋台事業の確立を

開発メニュー 16品の中からおでん系メニューと甘味系の商品化が決定。屋台事業の具体化に向けた動きが高まった。そのほかのメニューについては、アンケート調査などの「松江らしさを」という意見を参考に改良を進めていく。今後はまち歩きと屋台を松江名物へ発展させ、定着させるために開発メニューの改善、情報発信を行うとともに、まち歩きツアーなど観光プランの企画立案により、観光産業の促進と地域活性化につなげていく。

旅 travel	島根県	浜田商工会議所
	奉納神楽にスポットをあて、滞留時間延長を目指す プロジェクト名 郷土に根付く石見神楽と山海の幸を活用した「観光・食」連携開発事業	
	プロジェクト概要 世界に誇れる地域資源である石見神楽を中核に据え、観光と食を有機的に連携させた事業に取り組むことにより、地域外貨の獲得につながる交流人口の増加及び消費の拡大を図り、自立した地域経済の確立と活性の一助とする。	活用した地域資源 石見神楽、神楽面・蛇胴・衣裳の工房など石見神楽関連産業、農水産資源



1、2) 浜田の地に古くから伝わる石見神楽。3) 本プロジェクトでは、神事・奉納神楽の鑑賞を観光プランに盛り込んだ。4) 神楽面の工房見学の様子。5) 浜田の山海の幸を堪能できる「ふるまい膳」

取り組み内容 ▶ 伝統の石見神楽を活用した観光プランを構築

島根県西部、石見地方の中核都市である浜田市に古くから伝わる石見神楽は、神の御心を和ませるという神職による神事で、各種祭事や祝事には欠かせない伝統芸能として知られる。イベントとして行われる石見神楽上演は主に日中行われるが、神事として行われる奉納神楽は深夜あるいは夜通しで行われる。そこで本事業は、観光客の滞留時間延長と宿

泊、食事などの関連産業への経済効果に結び付けられる奉納神楽に着目し、観光プランの構築に取り組んだ。

まず、受け入れ地となる地域や神社を調査するとともに、神楽面工房などの関連産業のつくり手とも連携を進めた。また、神楽に関する講習の実施やガイドブックの作製、神楽にちなんだ料理の開発なども体系的に企画し、

誘客促進に努めた。

平成22年10月には、深夜あるいは夜通しで上演される奉納神楽の鑑賞付きモニター会を2回実施。アンケート調査も行い、新たな石見神楽のファンを発掘できたことなど、その結果を意見交換会などを通じて検証。関係事業者とともに、構築した観光プランにさらに磨きをかけた。

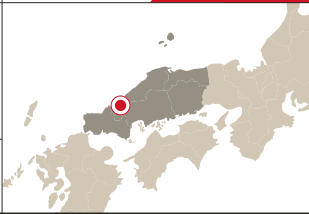
Topics ▶ 石見神楽のガイドブックを作製

石見神楽を効果的に発信し、広くその魅力を伝えることを目的とした本格的な「ガイドブック」を作製。商品化の要請など各方面から反響があり、今後の各種事業展開に大きく貢献するものと期待している。



今後の展開 ▶ さらなる地域事業者の参画を目指す

モニター会参加者の半数以上から、高い評価を得ることができ、数箇所への受け入れ候補地も地域内に検討できたことにより、旅行商品化の可能性が高まった。また、ガイドブックの商品化も調整を進めていく。そして、平成24年は石見神楽の多くの演目が原典とする『古事記』編纂1300年にあたる。「神話のふるさと」として県がさまざまな記念事業を予定していることから、今後も地域事業者を多く取り込み、事業結果の発展を目指す。

食 food	島根県	益田商工会議所
	清流日本一の川で育まれた極上の食材を活用 プロジェクト名 高津川発 清流に育まれた食の物語	
	プロジェクト概要 平成21年度の調査研究事業の結果をもとに、清流「高津川」とその周辺で捕れるツガニや西条柿などの農林水産品を活用し、地域の歴史や文化を盛り込んだ料理・商品の開発に、農林水産業生産団体や商工業者などと連携して取り組み、地域産業の振興と交流人口の増大を図る。	活用した地域資源 清流・高津川で捕れるツガニ・鮎、高津川の河口で捕れるハマグリ、高津川の水で育った西条柿・米
		プロジェクトHP http://www.iwami.or.jp/masudacc/zenkokutenkai



1) 清流・高津川。2) 高津川で捕れるツガニ。3) 西条柿。4) 「ツガニめしの素」。5) 「ツガニせんべい」。6) 「ツガニ団子」。7) 西条柿を乾燥させた「まる柿」でつくる和菓子「柿こもち」。8) まる柿を練り込み「かるかん」を添えた「高角ようかん」。9) 「鮎ごはん」。10) 「はまぐりおこわ」

取り組み内容 ▶ 地元食材を使った加工食品5品と料理2品を開発

益田市内を流れる高津川は全国でも珍しいダムのない一級河川であり、平成18年、19年には国土交通省の調査により清流日本一に選定された。しかし情報発信の不足などにより全国的な認知度は低く、また川で捕れる魚介類などを活用した定番となる商品・料理は開発途上にあるのが現状。そこで本事業では、高津川に関連する新た

な商品・料理の開発を行い情報を発信することで、地域の知名度アップと交流人口の拡大を目指し、取り組みを実施。地域食材のツガニ、西条柿などを用い、川の歴史や文化を取り込んだ物語性のある開発に取り組んだ。地元のイベントなどで試食・アンケートを実施し試作品の改良を重ね、最終的に「ツガニめしの素」、「ツガニせんべい」、「ツガニ団子」、「柿こもち」、「高角ようかん」の計5品の新商品を開発。新たな料理として「鮎ごはん」と「はまぐりおこわ」の2品が完成した。さらに、高津川の魅力と開発商品・料理を掲載したパンフレットやホームページを作製し、情報発信に努めた。平成23年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春2011」にも出展し、多数の商談を行った。

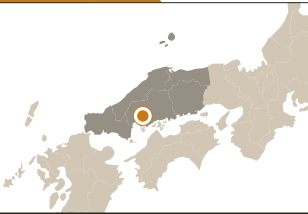
Topics ▶ 試食・アンケートで改良を重ねる

パッケージは地元在住のデザイナーに依頼しクオリティを追求。また、地元のイベントなどにおいて試食・アンケートを実施し、その結果をもとに改良を重ねることで、完成度の高い試作品ができた。



今後の展開 ▶ 適正原価と安定供給で製品化を目指す

活用された食材は、素材のまま出荷され調理法も限られていたが、加工することにより素材としての可能性が広がった。老若男女に向け商品展開できることから、需要の高まりも期待でき参画事業者の意識も高まった。今後は、原価を下げつつ量を安定させ、地域外に対して商談を進めやすくすることに努めるほか、より高い経済効果を得るために地域内での販売、宿泊客・観光客の誘致の検討を進めながら製品化を目指す。

旅 travel	広島県	広島商工会議所	共同実施 宮島町・呉広域商工会
	これまでにない視点で長期滞在型観光プランを提案 プロジェクト名 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		
	プロジェクト概要 「類い稀な景観と沿線の多彩な観光資源を有する瀬戸内海」をテーマに据え、着地型商品開発、ガイドなどの人材育成といった受け入れ態勢の整備、プロモーション活動（マップ、DVDの制作）などの諸事業に取り組み、長期滞在型観光の構築を図る。		活用した地域資源 広島、宮島、呉地域の瀬戸内海の地域資源（歴史的建造物、旧跡、自然資源など）

食 food	広島県	竹原商工会議所
	竹原発「小吹のたけのこ」を全国に発信 プロジェクト名 竹原産たけのこを利用した加工食品・特産品や料理の開発	
	プロジェクト概要 農業関係者・食品加工業者・地場産業・飲食業者と連携し、竹原産タケノコを利用した保存性の高い加工品の研究開発を実施。「小吹のたけのこ」を高級ブランドとして確立し、全国規模で知名度を高める。また、開発された加工品を用いて地元特産品、及び料理の開発を行う。	
	活用した地域資源 手間をかけ丁寧に栽培された小吹のたけのこ	



1) モニタークルーズの様子。2) 「観光戦略ワーキングチーム」による地域資源調査と世界遺産航路の視察。3) 瀬戸内海の新しい観光を開発する、第1回委員会の様子。4) 観光ガイドのホスピタリティ向上のために研究会を実施。5) 瀬戸内海観光マップを作製



1) 柔らかくみずみずしい「小吹のたけのこ」を地域ブランドとして展開。2) タケノコの旨みを引き立たせる「丹下味噌」。3) 大きくカットした竹原産のタケノコとカレーを組み合わせ、スパイシーかつヘルシーに仕立てた「たけのこカレー」。4) 「feel NIPPON 春 2011」で試作品を展示する様子。5) 地域ブランドのロゴマークを作製

取り組み内容 ▶ 着地型観光商品の開発とガイドの育成

原爆ドーム、厳島神社というふたつの世界遺産を擁する広島。国際観光都市として知名度が高く、欧米観光客をはじめとする訪日外国人観光客が多く訪れている一方で、国内からの観光客数については伸び悩んでいる。

そこで本事業では、「外国からは魅力的と思われていても、日本人には馴染みが薄い地域資源を再発掘する」ことを目指し、地元の

観光関連事業者によるふたつのワーキングチーム（観光戦略ワーキングチーム、マーケティングワーキングチーム）を設置。広報媒体の作製、観光プランの開発、観光ガイドのホスピタリティ向上のための研究に取り組んだ。

平成22年9月からワーキング会議を随時開催しながらプロジェクトを進め、平成23年2月には世界遺産航路（平和記念公園～宮

島の定期航路）を利用した観光プランを開発。モニタークルーズを実施した。

一方で、「おもてなし」の充実を図るため、瀬戸内海の地域資源について詳しい専門家を招致。地元ガイドの研修を行い、知られざる観光ポイントなども発掘。瀬戸内海の観光資源を紹介したマップも作製するなど、観光客数の誘致・滞在促進に向け事業展開した。

取り組み内容 ▶ 「小吹のたけのこ」を高級ブランドとして確立

竹原市小吹地区のタケノコは、土からつくり手入れを十分にした畑で栽培され、その味から最高級品と評価を受けている。この地場産のタケノコを地域ブランド品として確立することで、大都市圏での認知度の拡大と観光客の誘致、地域振興につなげることを本事業の目的とし特産品開発に取り組んだ。

まず、会員事業所からタケノコを使った加

工品や料理のアイデアを募集。50点を超える応募に参画事業者より提案のあったメニューを加え、3度にわたり試食会を実施。平成23年2月の「feel NIPPON 春 2011」へ出品する商品の選出と改良を重ね、新商品6点を出展した。中でも、「たけのこピクルス」は女性をターゲットにしてヘルシーさを前面に出すとともに、容器のデザインやロゴ、ラ

ベルの大きさ、貼る位置など細部にまで配慮して開発したことで、同開場で開催されたコンテストで大賞を受賞した。

また、ロゴの開発やリーフレットの作製、ホームページの活用で、竹原産タケノコを使用した新たな加工商品と料理メニュー開発における積極的な情報発信も実施。地域活性化につなげる仕組みを創出することができた。

Topics ▶ 視点を变えて観光ガイドマップを作製

日本在住の外国人やガイドの参画を得て、外国人の視点からこれまでになく観光資源の発掘を行い、瀬戸内海の地域資源や船の航路など、瀬戸内海観光情報を網羅したガイドマップ、「Cruise Hiroshima」を作製。



今後の展開 ▶ 新たな観光ルートとおもてなしを充実させる

2社のクルーズ企業の商品を融合した新たな観光プランの開発に取り組み、いままでにない視点から地域資源の情報発信を行うことができた。また、「おもてなし」力の充実・強化のため育成したガイドは、地元のクルーズ会社へ登録するなどの検討を進め、観光客への細やかな対応を目指す。今後も観光客誘致を図り、観光産業振興を実践するため瀬戸内海の地域資源を生かし、広島湾を中心とした、新たな観光プランの構築を進めていく。

Topics ▶ 試作品がコンテストで大賞を受賞

共同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」で「たけのこピクルス Wine & White」が、グルメ&ダイニングスタイルショー新製品コンテスト・フード部門で大賞を受賞し、高評価を得た。



今後の展開 ▶ 試作品の商品化とタケノコの通年利用を検討

「feel NIPPON 春 2011」に出展した商品は、会場で実施したアンケートの結果をもとにブラッシュアップを行い、平成23年夏頃を目標に製品化を目指す。また、同展示会では100件を超えるサンプル希望やパンフレットの送付希望があり、引き合いも多く国内産のタケノコに対する需要の高さを事業者が感じることができた。タケノコを通年で利用できるようにすることを課題とし、水煮の製造形態を関係機関を交えて協議していく。

旅 travel	山口県 下関商工会議所	
	幕末維新の聖地、城下町長府を全国に発信	
	プロジェクト名 幕末維新の聖地「城下町長府」伝プロジェクト	
	プロジェクト概要 幕末動乱期の重要な舞台となった、山口県下関。その中心部から北東約8kmに位置する城下町長府は、道を歩けば至るところで維新の史跡と出会う歴史が息づく町。昨今の歴史ブームを受け、幕末維新の聖地とされる城下町長府の賑わいを創出し全国に発信、地域活性を目指す。	活用した地域資源 城下町としての観光資源（古江小路・菅家長屋門、侍屋敷長屋、功山寺、忌宮神社、覚苑寺、乃木神社、長府庭園、市立美術館、市立長府博物館など）

旅 travel	山口県 山口商工会議所	
	「萩往還」を地域ブランド化し、魅力ある観光プランを構築	
	プロジェクト名 歴史の道「萩往還」資源活性化事業	
	プロジェクト概要 歴史的価値をもつ街道「萩往還」の地域ブランド化を図り、萩往還でつながる萩・山口・防府3市が保有する観光資源に新たな魅力を創出。萩往還を歩いて楽しむための公共交通サポートシステムの構築や観光案内人の養成などを行い、観光客の誘致と増大を目指す。	活用した地域資源 萩往還、萩往還周辺に残る歴史と文化 プロジェクトHP http://hagi-okan.yamaguchi-city.jp



1) 県内外からの参加者50名による「町中幕末維新」のイベントを開催。2、3)「長府灯籠物語」と題し、功山寺、埴具川沿い、長府毛利宅、長府庭園など長府城下町の夜の風情を楽しむイベントを開催した。4)「誇り100選」に選定された功山寺。5) 下関住民に「城下町長府の誇り」を公募。「誇り100選」を選定した



1、2) 萩往還モニターツアーの様子。県内向け2コースと県外向け2コースを実施。また、地元観光業者向けモニターツアーも実施した。3)「話し方」、「安全管理」、「ウォーキング」をテーマに「観光案内人養成講座」として現地研修を実施した。4)「歴史の道 萩往還ルートマップ」を作製

取り組み内容 ▶ 幕末維新期の城下町を再現

山口県下関市は「源平ゆかりの地」、「明治維新ゆかりの地」として数多くの史跡や文化財を有しているが、城下町である長府では、観光客数が年間約37万人にとどまっている。そこには市街地中心部からの回遊性が低いという点が挙げられ、本事業では城下町長府を幕末維新の聖地と位置づけ、観光客数の増加を目的とし事業に取り組んだ。

まず、地域資源の掘り起こしとして「城下町長府の『誇り100選』選定事業」を実施。下関市民に「城下町長府の誇り」を公募し、「功山寺」、「満珠・干珠島」、「高杉晋作」など、長府に関係する「人・もの・産業・歴史的な出来事」を選定した。この「誇り100選」を観光情報発信のツールとして、DVDやホームページ制作へ活用した。

また、「幕末長府・志士たちの夢祭」を市内各所で開催。一般参加者が侍・町娘に扮する「町中幕末維新」や夜の演出を行う「長府灯籠物語」により、町中に幕末維新にタイムスリップしたような雰囲気醸成に成功。城下町長府がもつ魅力を観光客や住民に周知することができ、総合的な観光振興としての成果を得た。

取り組み内容 ▶ 萩往還をたどる体験型連泊滞在商品の造成

萩往還は、慶長9年（1604年）に毛利氏によって「御成道」として整備され、幕末には維新の志士たちも往来した歴史ある街道。日本海側の萩（萩市）と瀬戸内海側の三田尻港（防府市）を結ぶ、全長約53kmの街道沿いには、豊かな自然景観と遺構や史跡が今もなお残されている。

本事業ではこの萩往還がもつ歴史的価値に

着目。街道を歩きながら地域の歴史・文化・人情に触れられる観光プランを創出し、県外からの観光客誘致を図るプロジェクトを展開した。まずは萩往還の地域ブランド化に向け、萩往還にかかわる各地域の観光資源基礎調査や旅行者ニーズ調査などを実施した。それらの結果をもとに、萩往還関連の歴史・文化などを紹介するガイドブックや萩往還ルートマ

ップなどを作製、情報発信を行った。

また、萩往還の観光案内人育成にも着手。「観光案内人養成講座」を実施し、現地研修やテキストの作製を行った。平成22年11月には、萩往還案内人と歩きながら歴史や文化を学ぶモニターツアー「萩往還ウィーク」を開催し、参加者の約80%から「大満足」、「満足」の声が得られ定着化への一歩を築いた。

Topics ▶ 写真コンテストを実施

「幕末長府・志士たちの夢祭」イベント開催に合わせ、写真コンテストを実施。町の中で撮影した写真の中から、ベストショットを募集し、入賞作品を発表した。観光客や住民の地域回遊を促す一助となった。



今後の展開 ▶ 目標は、観光客50万人の集客

多くの地元民を巻き込むかたちで催した各種イベントの実施により、地域活性化と下関の認知度向上の両面で一定程度の成果が得られた。また一方で、観光地と地域が抱える課題も明らかになった。今後は、下関観光の人気スポット「唐戸地区」から「長府地区」への回遊性を増すため、行政と民間の協力体制をさらに強化し、城下町長府により多くの観光客を誘致することを目指して情報発信を継続して行っていく。

Topics ▶ ホームページやルートマップで観光客を誘致

萩往還ウォーキングのためのモデルコースをホームページや萩往還ルートマップで紹介。また、ガイドブック、古地図を活用した「まち歩きマップ」、ポスター作製などの広報事業を展開し、観光客の誘致を図った。



今後の展開 ▶ 快適&魅力あるツアーで誘客を図る

モニターツアー萩往還ウィークは、100名の参加者が集まり盛況に終わった。地元観光業者を対象にモニターツアーを実施したところ、多くのエージェンツから「次年度に萩往還ツアーを企画したい」といった問い合わせが寄せられた。今後は萩往還観光案内人の組織化をはじめ、マイカー回送システムの構築、より魅力あるモデルコースの構築を推進し観光客の増加を目指す。



1) 本事業で開発した「紫形の佃煮」の試作。2)「feel NIPPON 春2011」で「天然なまずのフリット」、「ばら干し海苔」などの試作品を紹介。3) モニターツアーの様子。インテリアショップで大の木工を展示。4) 天然なまずのフリット。5) 「イ草ショップ」にツアー客が訪れる様子。6) まち歩きツアーで「旧吉原家住宅」を見学。7) 酢蔵を見学するツアー客。8) ワークショップ

取り組み内容 ▶ 家具と木工の街が提案する、木が身近にある食生活

家具の生産高日本一を誇る大川は、農水産業も盛んで、イチゴや海苔、うなぎ、なまずなど豊富な食材がとれる。本事業では、これらの地域資源を生かした食にまつわるグッズとメニューの開発、そして観光開発を2本柱とした地域ブランド向上事業に取り組んだ。

まず、インテリアや料理の専門家を中心としたワークショップ委員会を設立。開発にあ

たり顧客の感性を刺激する「感性マーケティング」の手法を取り入れることにした。木工製品では、家具づくりの技術を生かし、「幼児用トレイ」や「パン作りキット」を試作。食品では、天然なまぜを使った「なまぜのフリット」、有明海の海苔を乾燥させた「有明海苔 紫採」を使用した「紫採の佃煮」、天然うなぎをフランス料理風に仕上げた「旅出し

うなぎのオイル煮」を開発。試作品製作の過程を紹介するパンフレットや展示パネルを複製し、PRに活用した。また、これら観光プランでは「大川の歴史を知る」と銘打った講座付モニターツアーを4回実施した。

試作品は、平成23年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」でモニター調査を実施し、その結果を参考に改良を重ねた。

Topics ▶ **地域メディアを活用し知名度アップを図る**

各プロダクツや事業の取り組みを広く認知させるために、地方紙を中心とした地域メディアを活用した。地方紙には13回にわたり情報を掲載。開発の過程であっても積極的に露出することで、事業の認知度を高めた。



今後の展開 ▶ **商品化を目指し、新体制を検討**

実施したモニターツアーでは、大川の歴史を家具や音楽、肥後街道、産業遺産の側面から紹介し、テーマごとに講師を招いたことで「大川の魅力に改めて気づかされた」と好評を博した。今後、開発した試作品や観光プランを商品化するために、マーケットと地元事業者を結ぶ新たな組織も検討しなければならぬ。また、そうした組織構築を視野の向上、農・漁・木工業者の連携を促し、さらなる地域ブランド力の向上を目指していく。

取り組み内容 ▶ 九州新幹線「筑後船小屋」駅を拠点に新たな観光ルートを開発

平成23年春の九州新幹線鹿児島ルート全線開通に伴い、筑後では「筑後船小屋駅」が誕生。これを筑後地域の経済振興と誘客の機会と捉え、筑後地域の中心に位置する「筑後船小屋駅」を拠点に5市2町（筑後市・八女市・柳川市・大川市・みやま市・大木町・広川町）が連携する「広域循環型観光ルート」の確立を目指した。

この5市2町は、九州の内海・有明海に注ぐ筑後川と矢部川の肥沃な土地に恵まれ、海や山の幸が豊富に揃うほか、歴史ある文化や産業遺産が多く残るエリア。本事業では、このエリアをそれぞれ特色づけ、「筑後七国」と総称。事業者同士の連携を深めるコンセプトづくりを実施した。

また、「筑後七国」をキーワードに筑後観

光訴求キャンペーンを展開。広域観光マップなどの作製、旅行会社・JRなどとタイアップしたモデルツアー、モニターツアー、ホームページの開設を行った。モニターツアーでは、柳川の川下り体験、久留米新織りや組子体験などの手仕事体験が好評を得た。これらの事業展開により、筑後七川の観光地としての魅力と注目度を高め、誘客を図った。

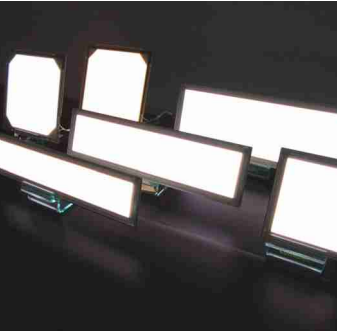
Topics ▶ **二次交通機関の活用の意見交換会を開催**

筑後七国という広域観光キャンペーンとなったため、「筑後船小屋駅」から各エリアをつなぐ二次交通機関の活用を検討するべく意見交換会を開催。毎回、具体的な協議内容とモデルツアーの下見などを行った。

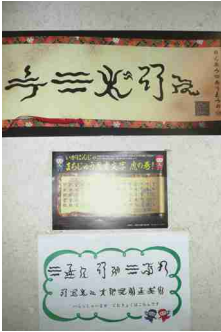


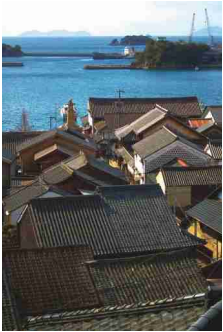
今後の展開 ▶ 筑後七国のさらなる認知度と誘客を高める

関西向けのモニターツアーでは、筑後七国に対する予備知識のない参加者が、2泊3日で筑後七国の地域性を理解するのは難しいという課題が出た。ボランティアガイドなどによる案内方法を改善する必要がある。また、観光客の分散を防ぐためにも、今後も5市2町で連携した地域認知キャンペーンを積極的に展開し、筑後七国の観光地としての認知度と魅力をさらに高め、観光客の獲得を目指す。

調査研究事業 食 food	岩手県 一関商工会議所 古来より伝わる地域のもち文化を全国に発信 プロジェクト名 もちを活用した特産品開発・新観光調査事業		山形県 米沢商工会議所 有機ELの光で世界を照らす プロジェクト名 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～	技 Skill 調査研究事業
 プロジェクト概要 料理の種類が40～50種類あるといわれている一関地方のもち文化を地域の特色としてアピールし、全国に通用する新たな地域ブランドとして確立するための調査を行う。 主な調査項目 一関の名所・名物に対する意識調査、地元企業の扱うもち商品、もち米の調達先など	取り組み内容 ▶ 現状を把握してもち文化普及の戦略構築 一関地域にはもちをつく日を記載した「もち暦」が伝わるなど、もち食の一大文化圏が形成されている。このもち文化を地域の特色として打ち出すべく、本事業ではもちを取り扱う事業者や消費者への意識調査を実施し、もち 料理やもち関連商品の現状などを把握。現在122商品の関連食品が生み出され、名物の「もち膳」は16店舗で64商品が販売されている。また、モッフルなど洋風にアレンジされていることも判明。一方、首都圏と仙台地域の20～ 30代の女性に対するイメージ調査では、市の認知度に反してもちの認知度は低いことがわかった。これらの調査を踏まえ、手軽に食せる新たなもち商品を開発し、地域のもちの魅力を発信する方向性が定まった。   左) 地域ではもち関連のイベントも盛んに開催されている。右上) 古来より地域に伝わるもちだけのお膳「もち本膳」。もてなし料理として今も振る舞われている。右下) 委員会で調査結果を分析 今後の展開 ▼ もち商品で昼食、おやつを 事業者からは「おやつや土産品などの商品開発の必要性がある」という声が多く、都市部の消費者からは「手軽さ」が求められている。「昼食」、「おやつ」というアプローチで商品開発を検討するとともに、もち文化を全国にPRする。		取り組み内容 ▶ 既存の照明と比較調査し有機ELの可能性を認識 米沢は古くからものづくり産業に力を入れており、現在は「有機ELのまち」として研究や技術の集積が進んでいる。本事業では、次世代の照明として開発競争が行われている有機EL照明を米沢特有の地域資源として広める べく、各種調査を行った。まず蛍光灯、LED照明など既存照明の特性や市場などについて調査を実施し、有機EL照明と比較。その上で有機EL照明を分析したところ、技術的課題はあるものの、高演色性、高効率、長寿命な どの潜在的メリットから、世界市場に出回る可能性があることが予測できた。今後は面発光という特性を生かして、既存の光源とは違った特殊な使用方法を含む新たなビジネスモデルの追求を行っていく。   左) 照明器具の現状と有機EL照明の可能性について調査・報告。右) 高演色性、高効率、長寿命などの潜在的メリットを生かして全国展開が期待される有機EL照明 今後の展開 ▼ 産学官民一体の体制づくりを 有機ELの新たな使用方法模索のため、産学官民一体となった体制づくりを目指す。そして、自然と共生する米沢にふさわしい照明計画、光環境のあり方を検討・実現し、都市環境における有機ELの可能性を提示する予定。	 プロジェクト概要 有機ELを米沢特有の地域資源として位置づけ、既存の照明や市場を調査した上で、全国展開の可能性を研究。また、地域の特性を生かした環境照明についても考察する。 主な調査項目 既存照明、有機EL照明
調査研究事業 食 food	岩手県 北上商工会議所 廃棄される「親芋」の活用で新ブランド開発へ プロジェクト名 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		新潟県 新井商工会議所 大自然や地場産業の新たな魅せ方 プロジェクト名 「妙高の魅力再発掘と観光モデルルート開発」のための調査研究事業	旅 travel 調査研究事業
 プロジェクト概要 親芋を使った商品開発に必要とされる現地調査や市場動向に関するデータ収集、ワークショップなどを実施し、消費ニーズに合ったプランを検討。 主な調査項目 二子地区の現況、「さといも」にかかわる先進事例など	取り組み内容 ▶ ワークショップの実施により商品開発に向けて意識を共有 平成28年に開催される岩手国体を控え、来訪者に提供できる「北上ブランド商品」を開発すべく各種調査を実施した。まず活用食材には、300年の歴史がありブランド産品として評価を受けている「二子さといも」を選 定。資源の有効活用の観点から、収穫後に大量に廃棄される親芋を使って新たな商品を目指すことになった。そこで、生産者や各業者、行政関係者などから二子さといもの現状や課題をヒアリング。さといも商品開発を行ってい る先進地の事例調査や、市場動向調査も行った。その結果、親芋の食感や味わいを生かした新メニューや伝統料理のリニューアルなどの開発方針が固まり、「さといものまち北上」づくりに向け前進をはじめた。   左) テレビなどのメディアを通じてすでにブランド産品として知られている「二子さといも」の畑。右) 収穫の際に廃棄されてしまう「親芋」を有効活用して新商品開発を目指す 今後の展開 ▼ 地域の経済活性化につなげる 次年度より試作品づくりを行い、平成24年度以降に市場への進出を目指す。また、市内小規模事業者に事業機会を提供し、企業の活性化や雇用の安定化を図って、地域全体の経済活性化に寄与していきたいと考えている。		取り組み内容 ▶ 地域資源を組み合わせた観光ルートを策定 妙高山などの山々や温泉、スキー場など豊かな自然環境を有する妙高市。大自然だけでなく、地域には職人の技が息づく陶芸・家具といった工芸品、きれいな水を活用した酒づくり、豆腐工房などの産業現場、そばや押し寿司 などの郷土料理などの地域資源があり、本事業ではこれらを組み合わせた産業観光を検討。地元事業者からは、仕込みの見学や試食・試飲体験などさまざまなアイデアが寄せられた。さらに、来訪者と首都圏居住者に向けて、妙高   「健康と長寿」をテーマに醸造づくり50年の歴史をもつ企業や唐辛子の雪さらし体験、家電組み立て工場の見学など、地元産業を観光的な側面で見直し、新たな魅力を探った 今後の展開 ▼ 美点を生かし知名度向上を アンケート結果から知名度向上や観光客の満足度を上げることが今後の課題であることがわかった。また、酒造や工房などの見学体験については、きれいな水など地域の美点を肌で感じてもらえる点から積極的に取り入れる。	 プロジェクト概要 妙高連峰などの景勝地や温泉、スキー場という従来の観光資源に加え、地元産業を新たな資源として着目し、新しい観光ルートの検討やそのニーズを調査。 主な調査項目 妙高連峰などの景勝地、温泉、スキー場、地元産業の観光としての可能性

調査研究事業	神奈川県 厚木商工会議所 相模川の賑わいに小江戸の歴史風情を取り入れて プロジェクト名 「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		愛知県 安城商工会議所 リサイクルプラスチックで夢のある商品づくりを図る プロジェクト名 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	技 skill 調査研究事業
旅 travel  プロジェクト概要 「小江戸」と称されてきた街並みの歴史風情に、商店街、相模川を組み合わせた新たな観光スタイルの可能性を調査し、効果的な情報発信や連携のあり方について検討。 主な調査項目 商店街の景観、路地空間の隠れた歴史資源、相模川河川レクリエーションの観光資源化の可能性	取り組み内容 ▶ 観光資源の有効な活用方法を探る 厚木の東部地域は江戸時代に相模川の渡しの宿場町として栄え、その風情ある街並みは「小江戸」と称された。本事業では、この歴史的資源に現代の地域資源である相模川の優れた水辺環境や商店街の活動などを結び付けた新たな観光ルートの可能性を調査した。地域住民へのアンケートからは、小江戸に関する認知度の低さから、情報発信の必要性を認識。商店街や行政へのヒアリングでは空き店舗の活用など、集客の具体的なアイデアが寄せられた。これらの調査結果をまとめ、小江戸情報を総合的に発信する施設の整備、歴史文化資源を楽しめる街歩き、相模川と商店街が連携した水がテーマのレクリエーションなど、複数のモデルプロジェクトを選定した。   今後の展開 ▼ 小江戸の風情を伝える仕掛け 現存しない小江戸の歴史風情を来訪者に伝えていくために、小江戸の面影を記した、水辺の散策マップなどの導入を検討。水辺環境の整備をはじめ既存の関連事業との連携を図り、モデルプロジェクトの円滑な展開に努める。 左) 商店街の主な店舗のシャッターには小江戸イメージのデザインが描かれている。右) 古くから厚木の商業は相模川の恩恵を受けてきた。今も河川レクリエーションの場として利用者を集める		取り組み内容 ▶ ペットボトルのキャップに着目 安城市は「環境首都」を目指しペットボトルのキャップを再利用するエコキャップ運動が盛んで、月に集まるキャップは600万個に上る。本事業では、このキャップに地域の工業生産技術を組み合わせて生まれる可能性に着目。地域ブランド創出プロジェクト「アンジョウ・ハーツ」を立ち上げ、「ひとつの企業ではできない『夢物語』の実現」を目指し20企業の協力の下、商品アイデアの洗い出しや市場調査を行った。その結果、リサイクルプラスチックの課題であった発色性向上の実現可能性を確認し、キャップで絵を描く「キャップアートパネル」のアイデアも誕生。キャップはハイブリッドロケット燃料に活用することも判明し、可能性が広がった。  今後の展開 ▼ ユメプラスチックで新市場を 美しい発色を可能にするリサイクル材「ユメプラスチック」には期待が高く、新たなコンセプトの商品を開発することで新しい市場の創出も可能と考えられる。今後はキャップ回収を目的とする組織も立ち上げていく。 ペットボトルキャップの不純物を極力排すことで生成される鮮やかな発色の再利用プラスチックに「ユメプラスチック」と名づけ、新たな地域資源としての可能性を見いだした	技 skill 調査研究事業 プロジェクト概要 「愛知のプラスチック」という地域資源に、ペットボトルキャップのリサイクルという価値を付加し、「エコプラスチック」という新たな地域資源の創出へ向け調査を実施。 主な調査項目 ペットボトルキャップ再生材の可能性、その素材の宇宙事業への可能性、自然物由来の抗菌プラスチックの研究、戦略商品の開発と市場分析
旅 travel  プロジェクト概要 富士市大淵地区における富士山や特産品などを活用した新たな観光地域づくりについて調査研究を進め、地域経済の活性化につながる魅力ある観光地を目指す。 主な調査項目 富士山南麓の地域資源を活用した観光ルートの開発	静岡県 富士商工会議所 色彩豊かな富士山周辺の大自然を満喫する旅 プロジェクト名 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 取り組み内容 ▶ 地域資源を発掘して観光の可能性を広げる 富士市大淵地区には、富士山百景のうちの14カ所が集中し、ミツバツツジやひのき林、茶畑などの美しい景観が広がっている。本事業では、これらの四季折々の彩り豊かな資源を生かした観光地づくりを目指し、各種アンケートや現地調査などを行った。地域住民のアンケートからは、ブルーベリーなどのフルーツ狩りやお茶摘み、木工体験などの体験型イベントの有効活用や、自然薯やバナジウム天然水、ゆで落花生などの地元の食を新たな地域資源に挙げる声が多かった。一方、現地調査では新たな登山道に活用できそうな林道や富士山の撮影スポットなどを発見。これらの調査結果を生かし、「自然」、「体験」、「食」を軸にした色彩豊かな観光ルートの構築を検討した。   今後の展開 ▼ 幻の大淵登山道を再び 今後の展開として、「海拔0mから表富士を登れるのは富士市だけ」という幻の大淵登山道をよみがえらせ、来訪観光客が地区内で楽しめる観光プログラムや食・特産品などを開発し、地域経済の活性化を図る。 左) 富士市大淵地区の最大の観光資源は、14カ所の富士百景が見られる富士山。右) プロジェクト会議では地域住民や有識者、専門家、行政担当者などさまざまな立場による意見交換があった		愛知県 津島商工会議所 織田信長ゆかりの地から「信長めし」の開発を目指す プロジェクト名 信長めし開発プロジェクト 調査研究 取り組み内容 ▶ 「信長めし」の定義を明確にして方向性を確定 500年以上の歴史をもつ尾張津島天王祭や織田信長が深く信仰した津島神社など観光資源に恵まれている津島だが、郷土料理やグルメが少ない現状にある。そこで、地域の歴史や食文化を生かした料理を、この地にゆかりのある信長にちなんだ「信長めし」として展開することを目指した。まず、郷土資料や食文献を調査し、信長との関係や地域の食文化などをまとめた「信長めし開発情報ファイル」を作成。「信長めし」のイメージを明確にした上で、観光客や市民へのアンケート調査で津島の食に関する現状と課題を把握した。その結果、信長ゆかりの料理やレンコン料理や田楽などの郷土料理を取り入れつつ、新感覚でアレンジされた新メニューを検討した。   今後の展開 ▼ 「信長めし」のレシピ作成へ 料理研究家などを交え、季節ごとの料理開発を目指す。また、おもてなし系、テイクアウト系、歩きながら系といったジャンル別レシピも検討する。信長めし普及のため、地域の飲食店・市民を対象に料理講習会も実施する予定。 左) 飲食店向けに開催された勉強会。右) 信長も観覧した国の重要無形民俗文化財「天王祭」	食 food 調査研究事業 プロジェクト概要 地域が育んできた食材を用いた「信長めし」開発へ向け、郷土資料や食文献を調査し津島と信長の関係や過去の開発例を分析。観光客のニーズ調査、展開メニューの考案を行う。 主な調査項目 観光・飲食などの観光客ニーズ、新しい「食」開発のニーズ

調査研究事業 旅 travel	三重県 上野商工会議所		大阪府 松原商工会議所	食 food 調査研究事業
 プロジェクト概要 「伊賀忍者」という地域資源について他地域のイメージや現在進められている情報発信・商品開発の取り組みを調査。新たな事業の可能性も検証し伊賀の里ブランドの全国展開を目指す。 主な調査項目 関西・中部・東海地区における1000人規模の忍者イメージ調査など	取り組み内容 ▶ 忍者イメージ調査で課題を整理し新事業案を検討 伊賀上野は、服部半蔵をはじめとする伊賀忍者を輩出した「忍者の里」として知られている。そこで、忍者を地域資源とした新事業の方向性を探るべく、中部・関西地域在住の1000人にイメージ調査などを実施。その結果、 伊賀上野のイメージに「忍者」を挙げた回答は約8割で、来訪目的も「忍者関連の観光」が最も多かった。一方で、伊賀に忍者の里の雰囲気を感じなかったという声もあり、忍者と観光の関連づけの強化や、キラーコンテンツの創 出が課題であることがわかった。そこで「心身ともに強じん」という忍者のイメージを活用し、地域の農作物を取り入れたヘルシーな「忍者式食生活」や手裏剣・吹き矢健康法などの「忍者体験」プログラムを検討した。 今後の展開 ▼ 各プログラムの具体化を 本事業で考案された「食」と「体験」プログラムの実施に向けた内容の具体化を図る。また、忍者に関心が高い人々を「忍ビスト」と銘打ち、忍ビストを対象に伊賀上野の地域資源をパッケージしたモニターツアーも検討している。   左) 中国から漢字が伝わる以前の神代の時代から存在していたとされる忍者文字。戦国時代にはすでに知る者がいなかったといわれている。右) 忍者文字による書き初め		取り組み内容 ▶ 認知度が高い資源を松原ブランドとして活用 交通の便がよく情報伝達に適した地理環境にある松原市。この地理環境を生かし、周辺地域に発信できる「松原ブランド」構築を目指し、新たな特産品開発の可能性や観光資源の有効活用などを調査・検討した。特産品に関し ては地域の野菜を活用した新メニューや、ギフト商品の開発などの案が出された。また、松原のイメージ調査で認知度が高かった丹比柴籬宮などの歴史資源を、松原市民の心の拠り所として打ち出す新たな観光戦略も検討した。 今後の展開 ▼ 地域一体となりブランド創出 市内企業に対してのアンケートから、各企業が現在注力する技術や商品を把握できたため、今後その中から新たな地域資源を見だしていく。また、業界横断的な協力体制を構築し、地域一体となって松原ブランドを創出する。   左) 丹比柴籬宮は現在の柴籬（しばがき）神社周辺にあったとされる。右上) 特産品開発への活用を検討している地産野菜。右下) 地産の食をテーマとする催しで松原ブランド創出のヒントを探った	 プロジェクト概要 地域の独自性にあふれた魅力ある「松原ブランド」の構築を目指し、アンケートで松原のイメージや地域資源の知名度などを調査。食・地域資源・地場産業の新たな活用方法を検討した。 主な調査項目 松原市のイメージ、松原ブランドに関する調査、歴史資源や地場産業の活用方法
調査研究事業 食 food	大阪府 岸和田商工会議所		和歌山県 紀州有田商工会議所	食 food 調査研究事業
 プロジェクト概要 岸和田らしいお土産の開発を目指し、地域のお土産の現状とニーズを、市民やだんじり祭の来訪者などから調査。課題を明確にし、今後の新たなお土産案や販売戦略を検討した。 主な調査項目 岸和田ならではのお土産のニーズ	取り組み内容 ▶ だんじり祭の来訪者にアンケート調査 旧城下町として栄え、有名な「だんじり祭」では約60万人の観光客を集める岸和田市だが、これまで地域を代表するお土産品がなかった。そこで、この地ならではの土産品創出に向け、まず市民に対して手土産に関する 実態調査を実施。手土産に利用する商品として、泉州名物の「水なす」を回答者の4分の3が選ぶという結果が出た。また、だんじり祭の来訪者に対して土産品のニーズをアンケートしたところ、最もニーズが高かったのは、祭 りの解説本や法衣など祭りの関連商品だった。これらの調査結果から水なすなどの地域資源を取り入れた新商品の開発や商品のブラッシュアップなどの必要性が浮かび上がり、全国展開を視野に入れた販売戦略も検討した。 今後の展開 ▼ 購入したくなる仕掛けづくりを 「海のもの（＝岸）と山のもの（＝田）を人の和でつなぐ」を岸和田のお土産戦略柱に、お土産を集めて紹介するブックレットなどの広報物によるPR強化や販売に結実する仕掛けなどを通し、全国展開へ向けて研究を進める。   左) 勇壮な「岸和田だんじり祭」は地域を代表する観光資源であり、多くの来訪者にお土産物を購入してもらえる好機でもある。右) 委員会で岸和田らしいお土産を検討		取り組み内容 ▶ 有田川鵜飼の魅力や新たな創作料理の可能性を確認 有田市では700年の歴史と伝統を誇る和歌山県の無形文化財「有田川鵜飼」が有名であり、重要な観光資源でもある。より集客性を高めるために、まずは鵜飼の現状調査を行った。近隣地域で鵜飼についてアンケートを取った ところ、「行きたい」という声が多く、魅力的なコンテンツであることを再確認した。しかし雨天時は中止を余儀なくされるなど天候次第の運営はリスクが高く、雨天でも対応できる施設設置などが改善策として検討された。また、 本事業では、地域を代表する食である鮎とニンニクのコラボレーション料理の研究にも取り組み、両食材は相性がいいことを確認。アンケートでは「食べてみたい」との回答が半数を超え、開発への期待が高まった。 今後の展開 ▼ 新たな食や観光グッズを創出 今後は鮎とニンニクの料理開発に取り組み、観光客に喜ばれる特産品の研究も進める。また、周辺地域と連携した広域観光も検討する。地域の自己満足に陥らぬよう、観光客から求められる商品づくりを進めていく。   左) 6月から9月上旬まで行われる有田川の鵜飼は毎年多くの観光客を集める。上) 本事業の委員会では鵜飼や鮎をモチーフとした特産品として、小物やぬいぐるみなどのアイデアが出された	 プロジェクト概要 伝統ある有田川の鵜飼や地元の食など地域資源の現状を調査し課題を把握。鵜飼振興策や地産食材を活用した新メニューの研究などを通し、今後の地域の観光の方向性を固める。 主な調査項目 有田川鵜飼振興、鮎とニンニクのコラボレーション調理など

調査研究事業 食 food	岡山県岡山商工会議所 ITによる新たな農商工連携で、特産品開発を目指す プロジェクト名 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事業		広島県福山商工会議所 豊富な観光資源を相乗効果でより魅力的に プロジェクト名 福山城・鞆の浦観光調査事業	旅 travel 調査研究事業
 プロジェクト概要 農商工のマッチングのニーズを把握した上で、ITを利用した新たな農商工連携を推進し、岡山県産農産物を活用した特産品開発につなげ、食文化の向上と全国展開を図るための調査研究を行う。 主な調査項目 農商工連携のあり方の検証、インターネットでの情報交換ニーズなど	取り組み内容 ▶ 農商工連携の現状を調査しマッチングのニーズを確認 岡山市では、安全で安心な地元農林水産物の安定供給や消費拡大を目的に、地産地消や農商工連携の取り組みが積極的に行われている。本事業では、特産品の開発に向けて地域の農商工の連携促進を図るため、生産者の「地産情報」と流通・加工業や飲食店などの「地消情報」などのマッチングのニーズ・可能性を調査した。展示商談会などで商工業者へのアンケートを実施し、農商工連携の現状について調査したところ、展示商談会は「商品訴求」、「情報収集」の場として需要がある一方、商工業者は生産者との直接の取引に期待と不安を感じていることが判明。農商工連携による特産品開発のイメージを具体的に明示する必要があることがわかった。   今後の展開 ▼ より細かなニーズを把握 今後は比較的小規模の展示商談会において、農商工連携に取り組む際に求められるニーズを細やかに把握することを目指す。また、コーディネーターの育成などを通じて、農商工連携による特産品開発を推進する。 左）展示商談会にてアンケート調査を実施し、インターネットによる情報交換のニーズを探った。右）農商工が連携した特産品開発を進めるため専門家も交えた意見交換を行った		取り組み内容 ▶ 観光資源と交通の有効活用を探る 日本100名城のひとつである福山城や、美しい景観を誇る鞆の浦など、豊かな観光資源に恵まれた福山市。本事業では、観光客の増加を目指し、既存の観光資源の有効利用と新たな観光モデルの模索を行った。まず、各スポットの現況や情報発信のあり方、観光客へのアンケートなどあらゆる角度から観光産業の現状を調査。その結果、各観光資源を有機的に結ぶ物語性の創出と発信が課題であることがわかった。一方で新幹線や高速道路、港まで整備された地域の交通の利便性の高さに着目し、中国地方の広域観光の中継地（ハブ）としての可能性を検証。アクセスしやすい周辺市町村との連携を深め、共存共栄モデルを創出することが目標となった。   今後の展開 ▼ 郷土に愛着を持てる仕掛けを 魅力的な街づくりにには地域住民の地元への愛着と誇りが不可欠であることから、広報誌やフリーペーパーなどを通じて福山の魅力を再認識してもらえるよう働きかけ、産学官が一体となり観光客誘致に向けた取り組みを進める。	プロジェクト概要 観光客増加に向け、市内の豊富な観光資源の効果的な活用方法を模索。資源をカテゴリー別に分類し、大規模なアンケートなどで課題を分析した。充実した交通網を新たな観光に生かす方法も検討。 主な調査項目 観光産業の現状、先進地の研究、旅行者へのアンケート調査など
調査研究事業 旅 travel	岡山県高梁商工会議所 消費者とのギャップを埋めブランド力を向上させる プロジェクト名 備中高梁ブランド力アップ戦略調査研究事業		広島県三次商工会議所 文化財「稲生物怪録」を観光資源の目玉に プロジェクト名 「稲生物怪」を活用した観光振興プラン調査研究事業	旅 travel 調査研究事業
 プロジェクト概要 高梁の知名度アップ、ブランド力向上を目指し、「観光地としてのイメージ」をテーマに、地域が売り出したい資源と消費者が魅力に感じる地域資源のギャップについて調査した。 主な調査項目 高梁市の観光コンテンツについての認知と関心度など	取り組み内容 ▶ 観光資源27項目、備中高梁ブランド23品を考察 高梁市には、国指定の名勝や県指定のふるさと村など、文化的価値の高い建物が集積している。そうした観光資源や備中高梁ブランドの認知・関心などについて、地元と観光者の間のギャップを把握するため、インターネットでアンケート調査を実施。高梁市のイメージについては、「自然に恵まれた観光地」、「歴史ある街」という回答が多く、このエリアを知らない人は4割弱、観光経験をもつ人の5割が日帰り旅行をしていることもわかった。その結果を参考に観光などの地域資源やビオーネなど備中高梁ブランドについて優位性を調査した。市外からの視点でブランドイメージを確認できた効果は大きく、ターゲットを絞ったブランド訴求などに役立てていく。   今後の展開 ▼ ターゲットごとに効果的な訴求 今後は新たな観光ルート開発など観光面の魅力づくりに取り組んでいく。観光誘致や特産品の周知については、地域別、男女別、年齢別などの調査結果を参考に、ターゲットを絞った効果的なブランド訴求を展開していく。		取り組み内容 ▶ 商品化や情報発信の工夫で観光資源へ 古くより城下町として栄えた三次には、江戸時代中期に備後三次藩藩士が体験したという妖怪にまつわる怪異をまとめた「稲生物怪録」という文化財が残る。この貴重な文化資源を活用した観光を推進するため、本事業ではまず観光の現状を調査。その結果、観光客は歴史文化や自然などの観光資源よりも、ショッピングなど都市的な観光を目的にしていることがわかった。一方で稲生物怪録についてヒアリング調査したところ、認知度は低いものの「興味がある」という回答も多く、商品化や情報発信の工夫次第で観光の主軸となるコンテンツとして成立する可能性を見いだした。最終的には、アニメ化などの新たな魅力づけや、地元住民を巻き込んだ観光振興プランを立案した。   今後の展開 ▼ 稲生物怪録にちなんだ展開 稲生物怪録の聖地的存在である比熊山を、主人公・稲生平太郎の力にあやかれるパワースポットとして捉え、登山道など新たな観光ルートを開発する。また、物怪を活用した新たな特産品開発にも取り組んでいく。	プロジェクト概要 三次市が保有する貴重な歴史的文化資源である「稲生物怪録」を観光資源として広く全国に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した。 主な調査項目 「稲生物怪録」の活用に関する広報PR戦略、観光資源化策、商品化策

調査研究事業 技 skill	山口県柳井商工会議所 「和」が見直される今、「柳井縞」のブランド化へ プロジェクト名 伝統織物「柳井縞」のブランドコンセプトを決定するための調査事業		愛媛県今治商工会議所 「鳥生レンコン」、「はだか麦」で新名物創出を目指す プロジェクト名 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	食 food 調査研究事業
 プロジェクト概要 地域の伝統的織物「柳井縞」の魅力を発信すべく着物の先進地調査やニーズ、市場を調査・分析。マーケティングについても学び、今後の開発の方向性を策定し、柳井縞のブランド形成につなげる。 主な調査項目 柳井縞を取り巻く現状、競合関係、販路	取り組み内容 ▶ 風土や文化を反映した地域ブランドの需要を認識 柳井地域が商都として栄えた江戸時代、「柳井縞」は素朴な風合いの木綿として全国に名を馳せていたが、大正時代以降は幻の織物と呼ばれていた。近年、着物など和服が見直される傾向を受け、本事業ではこの伝統的綿織物の魅力を全国に広めるべく、先進地や市場調査を実施。その結果、特に40～50歳代の女性の着物愛好者が増加傾向にあることや、柳井縞の特徴である「手織り」、「草木染め」、「縞の図柄」などが高評価を得ていることが判明した。また、地方の風土や文化を反映した地域ブランドを求める傾向も強まっており、従来の柳井縞と現代的なデザインの新製品という2方向から今後の開発・販路開拓を行っていく方針を定めた。  左) 美しい「柳井縞」のきんちゃく袋。右上) 柳井縞でつくった名刺入れ。このほかにもコースターなどの小物製品もある。右下) 会議で今後の柳井縞の方向を探る 今後の展開 ▼ 販売につながるブランド形成 柳井縞は手織りで生産されることが魅力のひとつであるため、高価格のものが多く。着物の低価格化が進む中で販売に結び付けるため、デザインや品質、歴史を含めたブランド形成を進め、オンリーワンの魅力を訴求する。		取り組み内容 ▶ 強みを生かせる今治らしい食材を選定 今治は世界最大のタオル産地であり、焼き豚玉子飯などのB級グルメ、しまなみ街道のウォークラリーなど多くの地域資源があるが、地域を代表する菓子は存在していなかった。本事業では今治らしい菓子の開発を目指し、まず菓子の素材に適した今治の特産品を研究。生産者や加工業者が強みを生かせるものを協議した結果、肉厚で歯ごたえ十分の「鳥生レンコン」と、さまざまな用途がある「はだか麦」の2品が候補に挙がった。全国のレンコンを使  左) 大正時代に導入されて以来、今治市立花地区の特産として栽培されている「鳥生レンコン」。上) 焼酎、発泡酒、パンなどの原料にもなっている「はだか麦」 今後の展開 ▼ 他食材との融合で革新を 鳥生レンコンとはだか麦を中心に、それをさらに引き立たせる他素材との融合や、事業者同士の協働などを通し、革新的な新たな菓子の完成と販売を目指す。また、開発された菓子を地域のネットワーク拡大に生かしていく。	プロジェクト概要 今治らしい菓子の開発に向け、使用する地域の食材を協議・分析の上選定。各地のお土産の比較分析やスイーツ開発の先進地調査、市民へのアンケート調査から開発の方向性を模索した。 主な調査項目 地域産農・水産物の研究、食に関する各地の情報検証、マーケティングなど
調査研究事業 旅 travel	香川県坂出商工会議所 「讃岐うどんの町」を一日で楽しめる観光コースづくり プロジェクト名 讃岐うどんの集積地! 坂出からの着地型観光実現への調査・研究事業		熊本県本渡商工会議所 天草伝来の南蛮文化で魅力的な「おもてなし」を プロジェクト名 天草南蛮もてなしプロジェクト調査研究事業	食 food 調査研究事業
 プロジェクト概要 実際に町を歩いての観光資源の洗い出しや観光客のニーズ調査、また他地域の観光コースの検討を行い、複数の資源を束ねた着地型観光の効果的なあり方を考察。町歩きの複数のコースを提案する。 主な調査項目 坂出駅・有名うどん店を発着点とした着地型観光の可能性、観光客のニーズ	取り組み内容 ▶ 複数の観光資源を楽しめる町歩きを創案 瀬戸大橋を経た四国の窓口である坂出には、讃岐うどんはもちろん、歴史や文化を感じさせる地域資源も多数存在する。それらを地域の魅力を束ね、着地型観光を目指し「さかいで・再発見プロジェクト」と題した協議会・ワーキング部会を発足。実際に町を歩きながら観光資源の洗い出しを行うとともに、新たな観光スタイルとして複数のスポットを楽しめる「町歩き」が検討され、全国の町歩き事例を参考にしながら、地域に適したコースづくりを考察した。また、うどんを食べに来た観光客へアンケート調査を行い、うどんのニーズの高さや坂出のイメージを把握。これらの調査結果をもとに、「グルメ」、「歴史」などのテーマ別町歩きコースを提案した。   今後の展開 ▼ 市内の観光資源をフル活用 「自由散策型」、「ぶち遍路体験」、「崇徳上皇怨霊めぐり」など、地域の観光資源を広く活用した複数の町歩きコースの実現に向け、今後はワーキング委員だけでなく住民全体からガイドを募り、地域全体で事業の推進にあたる。		取り組み内容 ▶ 天草らしい「もてなし」のテーマを決定 天草地方は、外国との深いつながりをもつ独自の歴史や文化をもち、今も南蛮文化が息づく。本事業では南蛮文化漂う地域資源を洗い出し、観光に活用できる可能性を検討。また、天草らしい観光客への「もてなし」の基本的方針として、「天草の風景や南蛮文化に出会う喜び」、「食を味わい、楽しむ幸せ」、「出会い・語り合いから生まれる感動」の3つのテーマを設定し、食を中心とした新たなプロジェクトを模索した。具体的な内容として、南蛮文  左) 実行委員会のワークショップでは「健康・美容」、「旅の思い出」などを切り口に地域資源を見直した。右) 地域性あるおもてなしを行う先進地の調査では、もてなし手法などについて学んだ 今後の展開 ▼ 食・心・連携をテーマに 調査から「海の景観」、「農海産物」、「南蛮交易により広まった生活文化や工芸品」などの眠れる宝を発掘。今後は「食・心・連携」の3テーマで各店が共通素材を用いたメニュー開発や体験プログラムなどを実践していく。	プロジェクト概要 観光客と接する飲食・宿泊事業者などの連携を図り、天草地域に伝わる南蛮文化をもとにした新たな「もてなし」のあり方を研究し、新商品や新たな観光ルートの可能性を調査。 主な調査項目 天草の資源、宿泊者に対するニーズ

「モンテディオ山形」を入りに地域の魅力を体感

プロジェクト名 | J1モンテで“山形ファン”づくりプロジェクト



プロジェクト概要

「モンテディオ山形」の本拠地である立地特性を生かし、「スポーツ・ツーリズム」の推進と受け入れ体制の整備を進め、地域内の観光・物産・文化・交流資源を生かした“おもてなし”で観戦・観光客誘致を図る。

束ねた地域資源

モンテディオ山形、地域の飲食店・宿泊施設など

プロジェクトHP

<http://dribble-y.com>



1) 12月4日にホームスタジアムの「NDソフトスタジアム山形」で行われた対鹿島アントラーズ戦において「どりぶる山形」をPRするスタジアムイベントを開催。2) モンテディオ山形のマスコット「ディーオ」もドリブルコーナーに参加。3) スタッフが観戦者に対しどりぶる山形について説明。4) バスの車内などに、どりぶる山形のPR広告を掲載することで広く来場者に訴求。5) ドリブルコーナーで楽しむ来場した子どもたち



取り組み内容 ▶ 「どりぶる山形」でサッカー観戦と地域活性化をリンク

天童市は、山形県内屈指の温泉街を擁し、フルーツやそばなど食の名産品も多い。だが観光客は減少傾向にあり、新たな観光振興策が必要な現状にある。そこで、本事業では当地にホームスタジアムを置くJリーグ1部(J1)の「モンテディオ山形」に着目。年間約20万人の観客にサッカー観戦と合わせて、地域の観光やショッピングを楽しんでもらう「スポーツ・ツーリズム」の構築を目指した。まず、「J1モンテで“山形ファン”づくり

協議会」設立総会を開催し、スポーツ・ツーリズムの講演や、Jリーグクラブを活用した地域活性化に取り組む先進地の調査などを実施。これらで得たノウハウをもとに、インターネット上に山形観戦アシストサイト「どりぶる山形」を開設し、サッカー観戦とともに周遊（ドリブル）できる山形の観光コース情報を発信。地域の飲食店や宿泊施設などのプロジェクト加盟店でも、それぞれ独自のサービスが試みられた。

告知活動では、12月4日のホーム最終戦にあわせ、どりぶる山形の訴求を多方面から展開した。本プロジェクトのパンフレットを配布し、シャトルバスや地元紙には広告を掲載。スタジアムイベントでは来場した子どもたちがモンテディオ山形のマスコットとともにドリブルコーナーなどで笑顔を見せた。これらの取り組みの結果、サッカー観戦客から観光ニーズを掘り起こし、観光消費額の増加に成功した。

Topics ▶ 147もの事業者が、どりぶる山形に加盟

事業者に対し地道などりぶる山形への加盟案内を行うことで、目標の100社を大きく上回る147社の参加を実現できた。サイト利用者の来店は1店舗平均14人で、総加盟店で推計約2000人の増客効果があった。



今後の展開 ▶ アクセス数・加盟店の増加でさらなる効果

今年度のプロジェクトでは、ホームゲームでの告知が2試合のみだったにもかかわらず、多くのアクセスが寄せられ経済効果が上げられた。来年度はよりアクセス数を増やし地域の回遊につなげるべく、年間20試合の全日程でどりぶる山形をPRできるように準備を整える。また、プロジェクトにかかわる地域を拡大して全県的な取り組みとし、サイトのコンテンツをより充実。加盟店や利用者を増やすことでさらなる波及効果を目指とする。

ものづくりを体験する“まちあるき”で観光客を魅了

プロジェクト名 | 燕三条Organic Lifestyle Creationsプロジェクト事業



1) 「越後三条鍛冶まつり」では包丁づくりも体験できる。2) 約150基の行燈が、三条別院参道、本寺小路周辺を彩る「本寺小路あかり物語」。3) 燕三条駅観光物産センターのリニューアルイベントでは地元の食材を訴求。4) ナビゲーターがまちの魅力を伝えるパンフレット



取り組み内容 ▶ 祭りを融合させ、11の「まちあるきコース」を開発

三条は、室町時代から鉄鍋の製造を行い、江戸時代には和釘など利器工匠具を代表とする一大金物産地として栄えた。本事業では、地域のものづくり文化や食文化、鍛冶まつりなどの伝統行事などを融合させながらその魅力を伝え、観光客誘致を図ろうとするもの。9月24～26日の3日間に、「越後三条鍛冶まつり」や「本寺小路あかり物語（三条別院本堂のライトアップと周辺を行燈によるあかりの祭典）」をコアイベントとして位置づ

け、コンサートやライトアップ、ステージイベントなどを集中的に開催。民間団体や行政、マスコミを巻き込んだ一大イベントとして情報発信し、本寺小路あかり物語は倍増の3000人、鍛冶まつりは500人増の1万人（ともに前年比）の来場者を迎えた。9月23日～11月14日の期間には、「燕三条ものづくりの心に出会うまちあるき」として、鍛冶道場で和釘づくりや和菓子づくりが体験できる11のまちあるきコースを展開

した。特に、「ものづくりの現場を訪問する」コースを案内するのは各分野の知識をもつナビゲーターたちで、マスコミからも注目され好評を博した。また、まちあるき事業の将来的な受付場所としてリニューアルした燕三条駅構内の観光物産センターでは、ル・レクチュ（洋梨）など地産のオーガニック食材を活用したレストランの併設、食器や刃物などの展示や体験イベントを実施。観光窓口機能の向上を図った。

Topics ▶ 「ものづくり」の特化が功を奏す

設定したまちあるきコースを「ものづくり」に特化したことで、観光客のテーマや目的が明確になった。ものづくりの現場とユーザーの新たな接点が生まれ、地域の人々にとっても文化の誇りを感じてもらうことができた。



今後の展開 ▶ 事業の継続とナビゲーターの育成を

祭りを集中させた9月のイベントは、日程と場所を集約することができたため、各祭りの来場者増加という大きな成果が得られた。さらに市民や観光客に浸透させるため、イベントの継続が不可欠である。一方、まちあるきコースでは観光客の増加に伴い、各スポットを円滑に案内できるナビゲーター養成が周遊性の向上に必要となる。また、燕三条駅観光物産センターに申し込み受付窓口を設け、県外観光客への玄関口としてPRも強化していく。



プロジェクト概要

刃物などの金物産業や地元の食、鍛冶まつりのような伝統文化など、地域のさまざまな魅力を「オーガニック・ライフスタイル」というテーマで統合。体験型のイベントを実施し、発信することで観光客の増加を狙う。

束ねた地域資源

越後三条鍛冶まつり、本寺小路あかり物語、燕三条駅観光物産センター、鍛冶職人の技、和菓子など

プロジェクトHP

<http://www.tsubasan-aruki.jp>

地域の魅力が集結！ 見て・着て・つくれる参加型イベント

プロジェクト名 | 越後ちぢみの里 おぢやこいこい博事業



プロジェクト概要

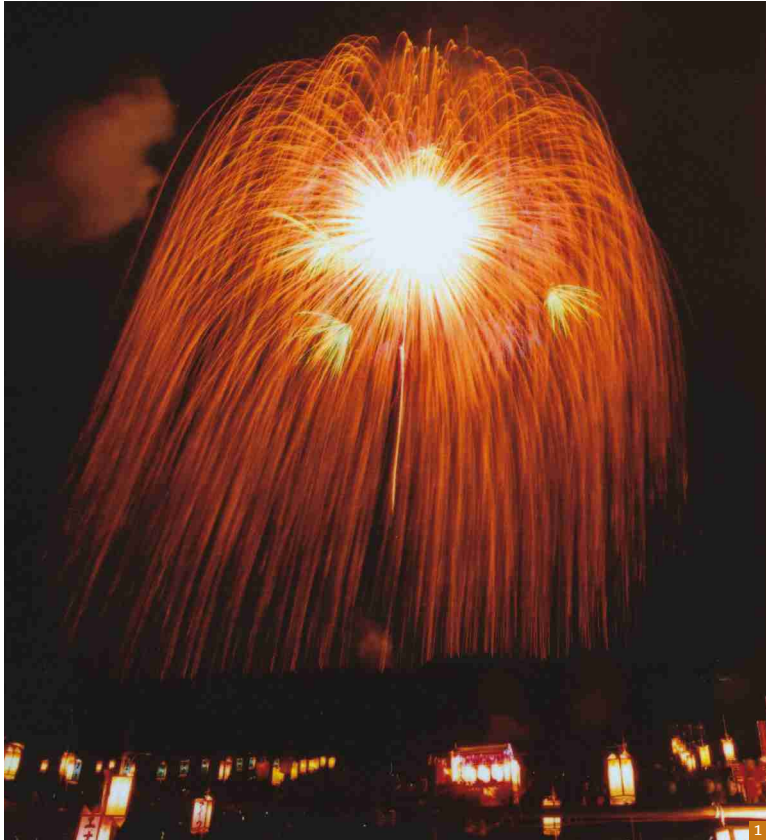
地域を代表するイベント「おぢやまつり」、「片貝まつり」の開催前後2ヵ月を使って、「小千谷縮」や「錦鯉」など魅力ある地域資源を集結した「越後ちぢみの里 おぢやこいこい博」を実施し、地域内消費型観光を推進。

束ねた地域資源

おぢやまつり、片貝まつり、小千谷縮、麻布、錦鯉など

プロジェクトHP

<http://www.ojiya-koikoihaku.jp>



1) 「世界一の片貝四尺玉花火と当地の旅」で、ギネスブックにも掲載された四尺玉花火を堪能してもらう。2) 片貝まつりの舞台である浅原神社。3) 小千谷は錦鯉の里としても有名。4) 市民総参加で繰り広げられる小千谷市最大の祭り「おぢやまつり」

取り組み内容 ▶ 2ヵ月に集中させて観光客を集客

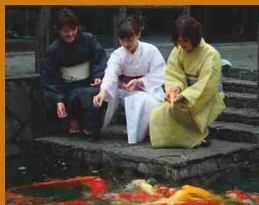
小千谷市最大の祭り「おぢやまつり」と、世界一大きい正四尺玉花火を楽しめる「片貝まつり」は古くから地域に根差した祭りで、毎年市内外から多くの観光客を集めている。本事業では、祭り開催期間の2ヵ月間（8・9月）に、この地のさまざまな地域資源を集中的にアピールする「越後ちぢみの里 おぢやこいこい博」を開催。この期間中に複数の事業を集中的に展開し、周遊型・着地型観光を推進した。

本事業の核となる「世界一の片貝四尺玉花火と当地の旅」では、「錦鯉の里」や織物工程を見学し、片貝まつりの舞台である浅原神社を参拝した後、片貝まつりの雄大な花火を觀賞する小千谷の魅力満載のツアーで、参加者からは「来年も参加したい」との声が上がった。また、おぢやこいこい博の期間中は、ユネスコ無形文化遺産にも登録されている最高級品の麻布「小千谷縮」、小千谷が原産地である「錦鯉」など地域の伝統文化の体験型

イベントを毎日開催。小千谷の魅力を肌で感じてもらった。実行委員が地域観光関係者の意見や要望を吸い上げて、今まで散在していた地域資源を有機的に束ねることで相乗効果を引き出すことができ、結果的に昨年に比べておぢやまつりは2万人、片貝まつりは1万人の来訪者数増を達成し、小千谷縮も売り上げを伸ばした。また、イベントでは市外からの参加者が約8割に上り、地域交流も達成された。

Topics ▶ 「小千谷縮を着てみよう体験」が好評を得る

ユネスコ無形文化遺産の小千谷縮を着て、散策マップを片手に小千谷を散策する「小千谷縮を着てみよう体験」では、「涼しい」、「着心地がいい」など好評を得て、来年以降のリピーター化の可能性も見いだせた。



今後の展開 ▶ 広い連携でさらなる相乗効果を

これまで散在していた地域資源をひとつに束ねることで各関連企業・団体に相乗効果が生まれたことは大きな成果で、次年度以降はより多くの協力を得ながら事業を展開していきたい。十分なPR活動ができなかった点が課題だが、情報発信の方法を再検討して認知度をアップさせていく。また、好評だった世界一の片貝四尺玉花火と当地の旅では、宿泊施設や二次交通機関と連携することで、質・量ともにさらなる充実を図りたい。

共同実施

射水・氷見・砺波商工会議所、高岡市・射水市・小矢部・庄川町・南砺波商工会

県内の道の駅が連携して「食」と「ものづくり」をアピール

プロジェクト名 | 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



1) スタンプラリーでは、登録する「おもてなし料理」と「スイーツ」のアイデアやレシピを一般公募することで、事業者と消費者の参加意欲とPR効果が高まった。また、道の駅グルメマップの発行で、観光客の関心が高い食とものづくりの両面から集客を促した。2) スタンプラリーの「おもてなし料理」で人気が高かった白エビかき揚げ。3) 同じく大仏コロッケカレー。4) スタンプラリーの「スイーツ」で人気が高かった温玉ソフト。5) 同じく深層水ハバロア



取り組み内容 ▶ モニターツアーの成果を生かして事業を展開

工芸品では高岡漆器や井波彫刻、食では水産加工品や麺類など多くの地域資源を誇る、富山県西部地域は、これまでに広域で連携し、ものづくりや食に関する体験型の産業観光のモニターツアーを実施。その参加者から「工芸品などのものづくり体験」や「そば打ちなどの食の体験」へ興味をもったという感想や、よく立ち寄り場所に道の駅を挙げる声が多かったことから、観光客のニーズが高い「道の駅」、「食」、「ものづくり」というキーワード

で本事業を展開した。まず、食の展開として、道の駅で開発した「おもてなし料理」と「スイーツ」を登録し、「富山県道の駅B級グルメ食のスタンプラリー」として県内13カ所の道の駅を回遊しながら食してもらう仕組みを検討。8月に開催される夏の一大イベント「瑞龍寺ライトアップ事業」において、国宝・瑞龍寺の景観を楽しむ入場者に本事業のPRを積極的に実施した後に、食のスタンプラリーを開始した。

地域性の強い料理とスイーツをスタンプラリーの手段で束ねた本事業には、県内外から非常に多くの参加者があった。また「道の駅グルメマップ」を発行し、スタンプラリーを周知するとともに、ものづくり体験施設を紹介する内容で、食とものづくりの両面からさらなる観光集客を図った。そのほか「ナゴヤうまいもんワールド」にも出展し、地域の食とものづくり体験を通し地域の魅力を訴求し、外客来訪促進に努めた。

Topics ▶ スタンプラリーで地元ブランドを知ってもらう

地元食材にこだわったおもてなし料理とスイーツをスタンプラリーの手法で味わってもらうことで、回遊性の向上と、地域の食の魅力訴求という一石二鳥の効果があつた。食のブランド化に向けても大きな一歩となった。



今後の展開 ▶ 道の駅の機能強化で観光客の増加を

今後の展開として、近隣地域へのPRを強化し、おもてなし料理とスイーツのラインアップの拡大・改良を図ることで県外からの集客力を高め、地域の食のブランド化を進めていく。JAと協力し農商工連携事業にも取り組み、コミュニティビジネスへの展開も視野に入れる。また、朝どれ産直の農産物販売に合わせて地元食材によるモーニングサービスなど、道の駅の機能強化による回遊性の向上とそれによる観光客の増加を目指す。



プロジェクト概要

「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」で交流人口増大を図り、地域の活性化を目指す。

束ねた地域資源

富山県内の郷土色あふれる食、富山県西部地域のものづくり産業

プロジェクトHP

<http://www.toyama-west.jp/michinoeki>

諏訪湖をまるごとアート会場に

プロジェクト名 | 諏訪湖周まちじゅう芸術祭



プロジェクト概要

諏訪湖の周囲に集積する美術館や博物館、花火や郷土料理などの地域資源をアートを切り口に結び、2ヵ月間芸術祭を開催。現代アートから親子参加のジョギングまで幅広いイベントを通し、地域内外の交流を促進した。

束ねた地域資源

諏訪湖周16美術館・博物館、諏訪湖花火、諏訪湖道標、片倉館、信州諏訪みそ天井、鹿食免など

プロジェクトHP

<http://suwako-art.jp>

1)「諏訪湖周まちじゅう芸術祭」のパンフレット。2) 諏訪湖周16km内には16もの文化施設がある。3) 夜遅くまで美術館・博物館を開放して行った「諏訪の長い夜」でのコンサート風景。4) 市民ガイド「まちなか観光案内人」による「まちあるき」イベント。5) 片倉館を展示空間とした映像祭

取り組み内容 ▶ 2ヵ月間のアートイベントで地域の魅力を発信

諏訪地域は、諏訪湖周16kmに16の文化施設が集積する文化の薫り高い地域。そこで、文化施設はもちろん食や景観などのあらゆる地域資源をアートな切り口で集結させ堪能してもらう「諏訪湖周まちじゅう芸術祭」を、7月から9月にわたって開催した。

オープニングとなる、7月30、31日の2日間は「諏訪の長い夜」と題し、16の美術館・博物館を深夜までライトアップして開放。名産品のオルゴールを使ったコンサートなどさ

まざまなイベントを行い、観光客や地域住民で賑わった。「地酒と食と花火を楽しむナイトクルージング」は、信州諏訪みそ天井など、地域の食文化と夜の諏訪湖の風景の魅力を訴求するとともに、遊覧船内から日本伝統のアート・花火を楽しむでもらうことを目的に3日間行われた。また、「諏訪まちじゅう展覧会」も開催。諏訪湖周辺の16の美術館・博物館を周遊してもらうべく通常の展示に加え、体験型のプログラムを立案。さらに「諏訪ま

ちじゅう映像祭」では、歴史的な文化財である片倉館を映像芸術などの展示空間とし、歴史資源と現代アートの融合を図った。

このほかにも、地域に眠る文化的資源や芸術作品などを結び付けた「まちあるき」など、地域資源とアートを同時に楽しめる企画を数多く実施。イベント全体で約2600人の参加者を集め、「来年は今回体験できなかったイベントを回りたい」といった声が寄せられるなど、次回以降への期待も高まった。

Topics ▶ アートな感性を呼び起こすウォークイベント

諏訪湖の道標を活用した「ジョイジョグ（楽しくジョギング）フェスタ」では、フェイスペインティングや仮装などアートな感性を呼び起こす仕掛けが満載で、家族揃っての参加も多かった。



今後の展開 ▶ 「諏訪湖アートリンク」(仮)の設立に動く

今回のプロジェクトでは、地域の文化を組み合わせることで、地域住民も新たな諏訪の魅力を発見。また、新たな人材の発掘につながったことも大きな成果だった。関連事業者の連携も深まっており、諏訪湖周美術館・博物館で組織する「諏訪湖アートリンク(仮)」の設立構想が本事業をきっかけに動き出した。今後は行政区を越えた広域的な活動に期待ができ、アートのまちとして地域を活性化させていきたい。

成田空港だけでない門前町の魅力を一括して発信

プロジェクト | 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



1) 成田国際空港は観光スポットでもあり、飛行機の迫りを間近で楽しめる。2) 事業で作製されたパンフレット。3) 成田空港内はロケにもたびたび活用される。4) 全国でも屈指の参詣者を集める成田山新勝寺。5) 新勝寺に向かう参道は古くからの店が並び、歴史風情を演出する

取り組み内容 ▶ 情報発信で空港と地域資源を結ぶ

年間3000万人超の利用者を数える日本の玄関口・成田国際空港を擁する成田市。羽田空港の国際化を受け、改めて町の魅力を束ねて打ち出し、羽田との差別化を図ることが地域の観光戦略上の課題となった。成田には開基1070年を超える成田山新勝寺や門前町の伝統的な参道などの歴史資源や、印旛沼などの豊かな自然環境があり、空港を降り立った人々にもこれらの地域資源を周遊してもらうべく本事業に着手。

まず、空港と地域の情報を一度に紹介できる媒体として、情報誌を活用した広報事業を実施。9月中旬から11月にかけての秋の地域イベントをまとめて紹介し、成田に興味をもってもらう契機とした。また、新勝寺への初詣などで賑わう1月に比べて、集客が落ち込む12月が課題となっていたことから、この時期の成田の魅力を掲載したパンフレットを作製し配布。パンフレットでは各種イベント、成田ならではの飛行機が映えるビューポ

イント、新たなご当地グルメ「成富うどん」などを紹介した。

これらの多方面にわたる情報発信により、紹介した観光地への問い合わせが増えたため、「成田ロケーションサービス」を窓口として設置。また、空港内で行われた「ナリタエアポートクリスマスフェスティバル2010」の参加者は前年比3000人増、成富うどん提供店でも来店者数が増加するなど、地域の集客に効果をもたらした。

Topics ▶ 国際色豊かな成富うどんでおもてなし

パンフレットで強く訴求した成富うどんは、外国の観光客も食べやすいように細麺のうどんをパスタ風にアレンジして提供される国際色豊かな都市にふさわしいご当地グルメ。今後の事業展開にも取り入れていく。



今後の展開 ▶ ご当地グルメやロケ地のツアーを企画

本事業では、メディアや市民に向け積極的な広報活動を行うことで地域資源を一度に知らしめることにつながり、成果を生んだ。今後は成富うどんの公式ホームページの開設をはじめ、さまざまな方法で地域資源をより訴求していく。また、観光資源やご当地グルメ、ロケ地をめぐるツアーの企画も検討する。そのためには組織力のさらなる強化はもちろん、関係事業者の協力が不可欠であり、本事業の意義を発信して理解を広げていく。



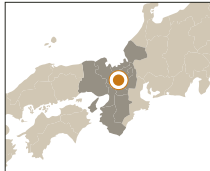
プロジェクト概要

成田国際空港の国際性と門前町の伝統性を一体化させた成田ブランド構築のため、新勝寺などの地域の魅力を掲載したパンフレットの作製や地域の新しい食の宣伝などをまとめて行い、観光客の増大を図った。

束ねた地域資源

3000万人を超える成田国際空港の利用者、空港の景観、成田山新勝寺、参道、ロケ地、成富うどんなど

おもてなし事業	京都府	京都商工会議所	おもてなし事業
	旅 travel		
京の町が七夕の風情に染まる		多様な「食資源」と「人」の魅力を体験を通してPR	
プロジェクト名 京の七夕事業		プロジェクト名 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	



プロジェクト概要

七夕と地域資源を組み合わせで開催されたイベント「京の七夕」において、商店街や企業、神社仏閣が行った七夕をテーマとした事業を支援。七夕飾りや和装振興策などで地域の魅力を発信し、地域活性化を図った。

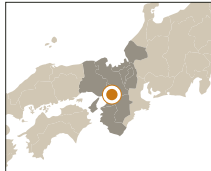
束ねた地域資源

伝承文化「七夕」、商店街のイベント、京都の竹など

プロジェクトHP
<http://www.kyoto-tanabata.jp>



1) 「京の七夕」に連動して行われた商店街での催しは、屋台や夜店が出て活況を呈した。2) 商店街をロマンチックに演出する竹灯籠。3) 清水寺で実施された神仏合同の「京七夕絵はがき短冊」のお焚き上げ。4) 思い思いの願いが込められている短冊



プロジェクト概要

農水産物や加工品、老舗有名店まで幅広い大阪の食を、「人の魅力」や「水辺の景観」など複数の地域資源との組み合わせで楽しんでもらうフードツーリズムを展開。食の都・大阪の都市ブランド構築を目指す。

束ねた地域資源

大阪の農作物や水産物、加工品や名産品、老舗店、人の魅力、水辺



1) 7月に大阪府立大学で行われて大盛況だった「大阪まるかじりフェア」。2) 「水の都」である大阪の地域資源を活用して、クルーズなどのプログラムを10月に多数実施。3) 「老舗ツアー」では住吉大社にも訪れた。4) 老舗店の店主を通して、親しみやすいといわれる大阪の「人」の魅力も伝えた

取り組み内容 ▶ **商店街や各企業で七夕をテーマにした事業を実施**

今年京都で新たにスタートしたイベント「京の七夕」(8月6～15日に開催)。七夕にちなんでさまざまな「願い」を全国から集め、鴨川や西陣織など多くの京都の地域資源を活用したこのイベントは、開催中70万人が訪れる盛況をみせた。本事業ではイベント内で地域の商店街、企業・団体、神社仏閣などの一体的なPRを行い、回遊性向上と地域活性化を図った。

市内の30商店街では24事業を実施。各商

店街が「七夕短冊」やさまざまな飾りつけからなる竹や笹の「七夕飾り」で彩られ、多くの人々の関心を惹きつけた。また、妖怪ストリートで有名な大將軍商店街による「妖怪流しつけめん」、昼間とは違った顔を見せる夜店や屋台村の出店、竹細工でつくった昔懐かしい玩具での遊び体験など、老若男女が楽しめるプログラムを実施。結果として、商店街へ訪れる観光客も増加し、地域密着型の性質が強い商店街に着地型の観光資源としての可

能性を見いだせた。

一方、各企業・団体で行われた62事業も支援。和装振興策として、32の施設で和服着用者に対する優遇サービスなどを実施し、町に和装の男女の姿が多く見られるなど、伝統の地域資源の活性化に貢献した。また、神社仏閣では期間中に夜間特別拝観などを実施し、歴史ある古都の姿を演出した。

このような取り組みの結果、着地型観光の新たな魅力を発信することができた。

取り組み内容 ▶ **“魅せる”、“食べる”、“楽しむ”の3つの体験を通して楽しめるフードツーリズム**

お好み焼きやたこ焼きなどの“コナモン”だけではなく大阪の多様な食資源の魅力を、“魅せる”、“食べる”、“楽しむ”の3つの体験を通して楽しめるフードツーリズムによる着地型観光を実施。大阪の都市イメージの第3位にランクされる「人々の親しみやすさ」を活用し、ガイドや店主など人との交流から大阪の魅力を伝えていくことも目指した。

7月に大阪府立大学にて行われた「第2回なにわなんでも大阪検定」の試験会場を使っ

て、約4000人の受験者に大阪の名産品（河内ワイン、箕面ビール、大阪サイダー、泉州水ナス漬物など）を見て、買って、味わってもらう「大阪まるかじりフェア」を開催。一度に多くの“大阪産（もん）”に出会える機会を創出した。

10月には、「水の都・大阪ならではの食を楽しむ10月カレンダー」を企画し、舟運事業者や水辺のレストランとともに全28プログラムを開発して集中的に実施。大阪産のお

つまみセットを積み込んだお月見クルーズなど、大阪の誇る水資源と食を同時に堪能できるアイデアを実現させた。

さらに10～11月にかけては、歴史ある大都市・大阪の老舗店を体感してもらう「OSAKA老舗の食ツアー」を開催。神社などの歴史資源をめぐりながら、老舗の店主との交流を通して大阪の人の親しみやすさも感じてもらえるプログラムを考案し、4コースを全5回実施した。

Topics ▶ **「商店街」という観光資源の発掘**

観光客のニーズが多様化している中、商店街は京都人と触れ合える場であり、地元の文化・習慣を体感できる点で、高度な観光要素を有する資源であることを再認識でき、商店街でも観光客に対する意識が高まった。



今後の展開 ▶ **活発な広報活動で定着を図る**

竹や笹でつくられた七夕飾りは好評であり来年度以降も続ける予定だが、イベント開催時の夏に竹・笹は日持ちしないため、今後は工夫が必要。また、七夕の雰囲気づくりには成功したものの、来訪者に七夕の由来や意義などを十分に伝えることができなかったため、広報活動に注力し京都の夏のイベントとして定着させ、観光客誘致につなげていく。商店街や企業などで行う事業では、京都ならではの個性的で楽しめる企画の打ち出しを目指す。

Topics ▶ **大阪の食の幅の広さに高い関心**

大阪まるかじりフェアでは、「なにわ名物開発研究会」と連携することにより質の高い事業者が参加。お菓子から地酒まで幅広いメニューを来場者に体感してもらい、大阪の食資源の関心向上につながった。



今後の展開 ▶ **新たな視点でキラコンテンツを開発**

老舗ツアーや水辺を活用したプログラムでは、参加者から高い満足度を得られた。今後は、中央卸売市場やだし文化を味わえる老舗店など大阪の食を掘り下げられる地域資源も活用しながら、よりいっそう魅力的なキラコンテンツを開発する。すでに「エンターテインメント」などの新たな視点を取り入れた具体的なツアー案も企画しており、遠方地であっても「行きたい」と思わせるフードツーリズムを実現したい。

おもてなし事業	旅 travel 広島県 府中商工会議所 「府中玉手箱市」を中心に多様なイベントを集中化 プロジェクト名 地場産業を核にした「府中玉手箱～ものづくり博覧会～」事業		宮崎県 延岡商工会議所 海もグルメも工場も、町全体をテーマパークに プロジェクト名 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	おもてなし事業
----------------	---	--	---	----------------



プロジェクト概要

ものづくりの町・府中の魅力の全国発信と観光客の誘致を狙って、地場産業を中心に「府中焼き」、「恋しき」、「石州街道出口通り」といった地域資源を一体的に活用したイベントを実施し、多くの来場者を集めた。

束ねた地域資源

地場産業、府中焼き、恋しき、石州街道出口通り

プロジェクトHP

<http://www.fuchucci.or.jp/mono>



1)「府中玉手箱市」のアウトレット祭りでは、商店街に人があふれた。2) 各所で配布されたイベントのチラシ。3)「府中まち再発見ウォーキング」で地域の歴史も発信。4) お好み焼き店を借りての「府中焼き体験教室」。5) 府中焼きは、外はカラッと中はフワッとした食感が特徴

取り組み内容 ▶ あらゆる観光資源を一体的に活用し、府中の魅力を全国に届ける

府中市は、木工、繊維、機械、化学製品、味噌など多くの地場産業があるものづくりの町であり、それ自体が地域資源となっている。また、ミンチ肉を使用した地域独特のお好み焼き「府中焼き」がB級ご当地グルメとして注目されている。本事業ではこれらに加え、明治5年創業の旅館を再利用した複合施設「恋しき」、「石州街道出口通り」などの観光資源も活用したイベントを開催することで府中の魅力を広く全国に訴求した。

6コースで実施された「産業観光&体験ツアー」では、地場産業企業の工場見学や、親子でものづくり体験を楽しんでもらった。また、市内のお好み焼き店を借りての「府中焼き体験教室」も開催し、好評を博した。

そして、プロジェクトの中核である「府中玉手箱市」を10月2、3日に開催。商店街で地場産品を販売するアウトレット祭りを開くとともに、市内各所でメーカーによるアウトレット市を開催した。また、近畿・中国地方

のグルメ団体も参加した「府中焼きフェスタ」や、昭和の車を展示する「ヒストリックカーフェスティバル」といったイベントも併催し、広く観光客に情報発信を行った。

さらに、恋しきや石州街道出口通りなどの観光資源を体感してもらう、「府中まち再発見ウォーキング」も実施。中核であるイベント、府中玉手箱市の前後に趣の異なるイベントを配置することで、期間を集中した事業を展開した。

Topics ▶ 府中焼きがもたらす相乗効果

B級グルメとして認知度が高い府中焼きを効果的にイベントに取り入れることで、府中焼きに興味のある人がほかの地域資源に触れるきっかけとなり、出店者からも「相乗効果があった」との声が聞かれた。



今後の展開 ▶ イベントを市内全域で展開

地域資源を凝縮して展開した本事業では、各イベントの参加者から高い満足度を得ることができた。引き続き市内の関係事業者が一体となって取り組むことで、ものづくりの町・府中の魅力を全国に発信していく。課題としては、来場者数がさらに増えると、現体制では受け入れが難しい点が挙げられた。レイアウトを工夫するとともに、市街地エリアを中心としたイベントを今後は市内全域で展開することを目指していく。



1) 子どもたちがシュノーケリングを満喫。2) B級グルメとしても人気のチキン南蛮。3) 自慢の海の幸をふんだんに盛った海賊丼。4) 延岡の秋の風物詩・鮎やな。5) 映画の1シーンのような「レトロ銭湯と路地裏グルメ」ツアーの1コマ。6) 大人も楽しめる工場見学

取り組み内容 ▶ 23日間にわたる感動体験泊覧会「えんぱく」で、22の企画を実現

城下町から工業都市へと発展してきた延岡市は、海・山・川の大自然に囲まれ、海産物など食も充実している。本事業では、これら数多くの地域資源を一度に体験でき、参加者に1泊、2泊と地域にとどまってもらえることを目的としたイベントを泊覧会とする「感動体験泊覧会『えんぱく』」を開催した。

10月16日～11月7日の開催期間中に、延岡の魅力を体感できるバラエティに富んだ22のプログラムを実施。「ぶり御殿と赤水の

里あるき」では、地域固有の漁法「日高式ぶり大敷網」にまつわるストーリーを楽しめ、「体験！ ひむかの海 シュノーケリングとビーチコーミング」では延岡の美しい海で子どもたちがシュノーケリングを満喫。「西南戦争の舞台を歩く」では史跡を、「レトロ銭湯と路地裏グルメ」では風情ある町の景観を活用するなど、地域資源を総動員し、本事業に携わった地元住民からも延岡の魅力を再発見できたとの声が挙がった。

本事業では、宮崎発祥のチキン南蛮と工業遺産群の景観を合わせて楽しめる「B級グルメと工場LOVE」に代表されるように、文化的要素の強いプログラムにも地域の食の魅力を要所に盛り込み、参加者の興味を引いた。

また、ツイッターやブログでの情報発信、動画配信など効果的にインターネットを活用し、若い世代の取り込みを図った。これらの取り組みの結果、参加者の大半が次回も参加したいと答えるなど好評を博した。

Topics ▶ 少人数制にこだわり高い満足度を実現

多人数ではおもてなしが行き渡らない場合もあるので、各プログラムは少人数制にこだわった。マンツーマンによる交流の魅力を理解してもらうことができ、リピーターを増やすなど高い満足度を得た。



今後の展開 ▶ さらに楽しめる企画を継続的に提供する

今回のプロジェクトを実施して大きな反響を得られたことによって、地域資源のポテンシャルの高さを再確認することができた。この成果を生かし、地域住民や観光客に対してさらに楽しめる内容の企画を継続的に提供していきたい。そのためには、推進組織体制の確立や財源の確保、さらなる商品開発や人材育成といった課題があるが、今回のプロジェクトを契機にそれらの課題解決のための地域連携が進んでおり、可能性は広がっている。

平成22年度

日本商工会議所の取り組み

日本商工会議所では、地域資源∞全国展開プロジェクト全体の普及推進や各地の商工会議所が実施するプロジェクトのフォローアップを目的として、以下の事業に取り組んだ。



各商工会議所のブースが並び、共同展示商談会の会場内の様子。成果品や地域の魅力を紹介し、プロジェクトの認知度向上に努めた

取り組み 1

共同展示商談会で成果品をPR

平成22年9月と平成23年2月の2回、「地域資源∞全国展開プロジェクト」で開発された成果品などの情報発信と販路拡大を目的に共同展示商談会「feel NIPPON」を東京ビッグサイトで開催した。ともに国内最大級の見本市「東京国際ナショナル・ギフトショー」及び食の専門見本市「グルメ&ダイニングスタイルショー」と同時開催することで多くのバイヤーの誘致を図り、商談の機会を提供。地域色豊かな各成果品は来場者の高い関心を集め、バイヤーからは市場ニーズの観

点から各成果品へのアドバイスが寄せられるなど、今後の商品改良に向けて重要なヒントを得た。また、首都圏のマーケットに触れることで、関係事業者に一層の意識向上が図れたことも成果として挙げられる。併せて、出展した各商工会議所は地域の魅力も発信し、開発背景も含めた地域全体の認知度向上に努めた。

こうした実り多い場としての認識が進んだ結果、平成23年2月の「feel NIPPON 2011 春」への出展数は過去最高の55商工会議所に上った。

feel NIPPON 秋 2010



平成22年9月の共同展示商談会には全国から25商工会議所が出展。食品から工芸品まで多様な成果品が並び、多くのバイヤーで賑わった

Data

会期……平成22年9月7日(火)～10日(金)
会場……東京ビッグサイト
出展数……25商工会議所
来場者数…約19万5000人
(同時開催のイベント来場者含む)



feel NIPPON 春 2011



Data

会期……平成23年2月1日(火)～4日(金)
会場……東京ビッグサイト
出展数……55商工会議所
来場者数…約20万2000人
(同時開催のイベント来場者含む)

平成23年2月の共同展示商談会では55商工会議所が出展。成果品の実演や地域色のある服装など、工夫を凝らした情報発信がそれぞれに展開され、来場者の関心を高めた

取り組み 2

テストマーケティングで消費者ニーズを把握

平成23年1月に平成18年度から平成21年度の間に「地域資源∞全国展開プロジェクト」で開発された商品を対象とした、テストマーケティング「feel NIPPON 新しい食・旅、そして技」を大丸東京店で実施。首都圏における販路の拡大と認知度の向上、品質改良のためのマーケティングデータの取得を目的として、28商工会議所から112アイテムが出品された。

会場では一般消費者の生の声として改良点や伸ばしていくべき長所などの情報を収集。また、バイヤーやインテリアデザイナーなどの専門家からも出品した全商品に関してヒアリングを行い、改善点などを挙げてもらった。結果として一般消費者とプロの両方の視点から、今後の販路拡大に向けた有益な指摘を集めることができ、これらの情報は各商工会議所や事業者にフィードバックされた。特に価格設定に関しては、首都圏でのテストマーケティングを通して現実的な課題として認識されるケースが多かった。

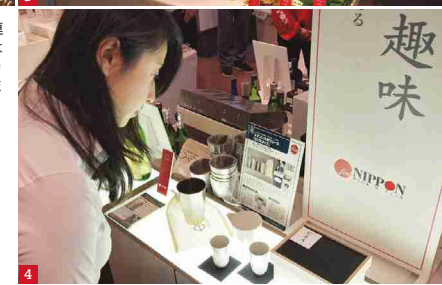
本年度のテストマーケティングではメディアの取材を受けた商品が完売するなど、本事業の認知度向上に関しても成果が得られた。



1) 岡村 正・日本商工会議所会頭も視察に訪れ、農工商連携による商品開発の重要性を指摘した。2、3) 会場にはプロジェクトの概要パネルとともに地域産品が並ぶ。4) 来場者の商品への関心は高く、消費者の視線からさまざまな意見を聞くことができた

Data

会期……平成23年1月5日(水)～11日(火)
会場……大丸東京店
出展数…28商工会議所
来場者…約2700人





東京で行われた「ブラッシュアップセミナー」の様子。ワークシートの発表およびディスカッションが行われ、今後の展開に向けて活発に意見が交わされた

平成22年度 地域資源∞全国展開プロジェクト担当者セミナー

本体・調査研究事業向け担当者セミナー

開催日時…6月3日(木) 13:30～18:00
6月4日(金) 9:00～12:00
会場………全国町村議員会館
参加実績…123名

おもてなし事業向け担当者セミナー

開催日時…6月25日(金) 14:00～17:15
会場………日本商工会議所会議室A
参加実績…17名

地域活性化事業ブラッシュアップセミナー

東京

開催日時…平成23年
1月21日(金) 13:00～17:30
会場………日本商工会議所
参加実績…15名

大阪

開催日時…平成23年
1月18日(火) 13:00～17:30
会場………大阪商工会議所
参加実績…11名

取り組み 4

専門家派遣事業で プロジェクトを実践的に支援

専門家派遣事業では全国展開プロジェクトのより円滑な進行や成果向上を目的として、進捗状況や課題を確認した上で、必要なプロジェクトに対してコンサルタントやデザイナーなどの専門家の派遣を実施した。

各専門家は地域の特徴やターゲットの明確化、販売チャネル・供給体制の構築、広報・宣伝活動、ブランド力、協働体制などさまざまな観点からプ

取り組み 3

各種セミナーの実施で 事業を側面支援

地域資源∞全国展開プロジェクトの理解度向上や事業の活用促進などを目的として、各種セミナーを実施した。「担当者セミナー」は事業区分ごとにプロジェクトの進め方や事務手続きなどを解説。「地域資源掘り起こし・活用促進セミナー」は、地域資源を有効活用した事例の紹介や有識者の講演を通し事業推進のポイントを紹介。一部の地域ではテーマをさらに深く掘り下げ意見討論を二日間にわたって行った。「ブラッシュアップセミナー」では、ワークショップ形式を通して、実践的な面から事業計画の精度向上を図った。

地域資源掘り起こし・活用促進セミナー

北海道ブロック

開催日時…平成22年
12月1日(水) 13:00～17:30
12月2日(木) 9:50～15:30
会場………かてる2・7(北海道立道民活動センター)
参加実績…16名

東北ブロック

開催日時…平成22年
12月6日(月) 13:00～17:30
会場………盛岡商工会議所
参加実績…15名

北陸信越ブロック

開催日時…平成22年
12月17日(金) 13:00～17:30
会場………新潟駅前カルチャーセンター
参加実績…9名

関東ブロック

開催日時…平成22年
12月7日(火) 13:00～17:30
12月8日(水) 9:50～15:30
会場………TKP 東京駅日本橋ビジネスセンター
参加実績…26名

東海ブロック

開催日時…平成22年
12月10日(金) 13:00～17:30
会場………名古屋商工会議所
参加実績…33名

近畿ブロック

開催日時…平成22年
11月15日(月) 13:00～17:30
11月16日(火) 9:50～15:30
会場………大阪商工会議所
参加実績…13名

中国ブロック

開催日時…平成22年
12月3日(金) 13:00～17:30
会場………メルパルク OKAYAMA
参加実績…11名

四国ブロック

開催日時…平成22年
12月15日(水) 13:00～17:30
会場………松山商工会議所
参加実績…11名

九州ブロック

開催日時…平成22年
11月24日(水) 13:00～17:30
11月25日(木) 9:50～15:30
会場………TKP 博多ビジネスセンター
参加実績…22名

開催日時…平成22年
11月30日(火) 13:00～17:30
会場………那覇商工会議所
参加実績…12名

取り組み 6

プロジェクト特集番組を全国で放映



番組では北海道から九州までの全9ブロックから満遍なくプロジェクトを紹介。内容は工芸品から食、人まで多岐にわたり、地域の文化体験や地元住民との触れ合いを通じて地域の持つ魅力を発信し、知られざる観光スポットの周知も図った

▶番組概要

放送局…テレビ東京系全国6局ネット
放送日…平成23年3月19日(土)
16:00～17:15

出演者…東貴博、磯山さやか、
おかもとまり、
はしのえみ、矢口真里
(五十音順・敬称略)



取り組み 7

事業成果パネルを 各所で展示

「地域資源∞全国展開プロジェクト」の事業成果を広報するとともに、地域資源活用事業のヒントを提供することを目的としたパネル展示を実施した。掲示した事業成果パネルには活用地域資源、プロジェクトで開発された成果品や観光ルート、今後の方向性や課題など各商工会議所の取り組みを記載。静岡県浜松市にある、商工会議所福利研修センター「カリアック」で展示したほか、平成22年9月及び平成23年2月に開催された共同展示商談会「feel NIPPON」、平成23年1月に開催されたテストマーケティング会場においても、こ

の制作したパネルを活用した。

これにより商工会議所職員には本事業実施に向けた意欲の喚起、一般消費者・バイヤーなどに対しては本事業と各プロジェクトの取り組み内容の認知度向上につながった。



左) 平成21年度に行われた全プロジェクトの事業成果パネルをカリアック内に展示。多くの関係者の目に触れた。右) 事業成果パネルにはプロジェクトの概要や成果が詳細に記された

取り組み 8

公式Webサイト「feel NIPPON」の運営

日本商工会議所では本事業の認知度向上を目的に公式Webサイト「feel NIPPON」を運営し、各地の取り組みの紹介を行っている。本年度はテーマ別の事業紹介や過去のコンテンツのアーカイブス化など内容のさらなる充実と情報発信の強化を図り、サイトには昨年度を超えるアクセスが寄せられた。

また、特徴のある取り組み事例を特集としてテーマ別に紹介するなど過去の特集とは別の切り口で情報を提供した。本年度のサイト運営における、主なポイントを紹介する。



認知度を高めるためのポイント

Point 1

利用者目線のサイト構成で事業者以外の認知度も高める

本事業に携わる商工会議所職員や事業者はもちろん、一般の方にも各地の地域資源や取り組みに対する認知・関心を高めてもらえるよう利用者目線のデザインを採用。トップページでは各コンテンツや関連ニュースがわかりやすく配置され、各事業を「食」、「旅」、「技」、「地域」、「事業区分」などのテーマ別に分けるなど、利用者が知りたい情報をピンポイントで把握できる画面構成となっている。

Point 2

サイト内の検索性を高め過去のコンテンツをアーカイブ化

地域名や地域資源などのキーワードで関連するプロジェクトの詳細を確認できる、Webならではの高い検索性を実現。また、本事業の過年度の取り組みをデータベース化し年度別に事業を紹介することで、平成18年度から続く本事業の全体像を認識できる。過年度にホームページ上で展開されたコンテンツもアーカイブ化し閲覧が可能。滞在時間を高めるボリュームのある内容となっている。



事業区分や事業内容ごとに過年度の該当プロジェクト一覧が表示・閲覧できる。検索機能を強化し、利用者の興味軸に合わせてプロジェクトの情報を参照できる

Point 3

リピーター増加に向け個性的なプロジェクトを特集

サイトのリピーター増加を目的に各地の個性的な取り組みを取材し記事にした特集ページを10月から開設し、1ヶ月ごとに更新。「ご当地グルメ」や「ものづくり」などのテーマ別に全6回、計24プロジェクトを取り上げた。単なるプロジェクト紹介にとどまらず、実際にその地を訪ねてみたいくなるようにプロジェクトの背景や地域の魅力など深く内容を掘り下げて、特集を行った。



特集ページのトップページ。幅広いテーマのもと各プロジェクトを雑誌記事スタイルで紹介し、本事業の成果を分かりやすく訴求した

特集したテーマと商工会議所

実施回	テーマ	特集した商工会議所名
第1回	港町	気仙沼 村上・氷見・下田
第2回	米・野菜	札幌 須賀川・春日井・柳井
第3回	ものづくり	鹿沼 下諏訪・多治見・府中
第4回	スイーツ	岡山 七尾・伊予・大牟田
第5回	デザイン	鯖江 弘前・静岡・和泉
第6回	ご当地グルメ	鹿児島 美幌・豊橋・近江八幡

全国の24プロジェクトを紹介。各回は4ページのメイン特集（図内赤文字の商工会議所）と1ページで3プロジェクトを紹介するサブ特集の全5ページからなる

サメ、カツオは日本一の漁獲量を誇り、マグロやカツオも揚がる気仙沼港。海の男たちがせわしなく働く



第1回

気仙沼

港町発、スローフード宣言

マグロ、サメ、カツオ、サンマなどが豊富に捕れ、全国有数の水揚げ量を誇る気仙沼。この地には昭和初期の建物が軒を連ね、港町としての歴史をいまに残している。これら“歴史ある街並みと豊かな食材”を気仙沼の地域資源として活用し、平成19年度に気仙沼商工会議所は「旅しませんか気仙沼～昭和初期の街並み発見～」と題した取り組みを実施。気仙沼の豊かな自然と食文化を守り、次世代

に伝えるスローフード運動をベースに新たな特産品と観光商品の開発を展開した。

また、事業実施により地域事業者の意識は向上。現在も気仙沼らしい特産品開発、観光振興に各々が自発的に取り組んでいる。



特産品開発で気仙沼産の魚を活用

左) 中にあんこが詰まった、サメのかたちをした、たい焼きのような特産品「焼きジョーズ」を開発。右) サンマをかば焼きにして、そばに乗せた「気仙沼そば」

第2回

札幌

美味しさ拓く、大地の米。

北海道産の新鮮な農作物や魚介などが集まる食の宝庫・札幌。この地から新たな食を開発・発信したのが、平成21年度の札幌商工会議所の「ライス愛すプロジェクト」だ。同プロジェクトが地域資源として着目したのは、高品質かつ多彩な品揃えで急激に需要を伸ばしている北海道米。そのまま使うのではなく、ヘルシーさで脚光をあびる米粉として活用することで開発の可能性を広げ、ロールケーキやあんぱんなど和洋の米粉スイーツが誕生した。そのもちもちとした食感ですでに多くの人を魅了。「北海道米や米粉の魅力を食べて知ってもらいたい」という関係者の思いをのせ、新たな道産ブランドへ向け歩みは始めている。



雄大な自然が街を取り囲んでいる札幌。食の豊富さは全国屈指で、北海道米も1、2を争うシェアを誇る



道産の味をもっちり食感に包む

米粉パン「コメフル」は、道産胚芽米「ゆきのめぐみ」を使用。同じく道産の大豆ジャムやサケ皮コラーゲンをもっちりとした生地が包む、ヘルシーな逸品

次ページより「feel NIPPON」の特別コンテンツをダイジェストで紹介
各特集の詳細は ▶ <http://feelnippon.jcci.or.jp/>



江戸時代以来継承・発展してきた鹿沼木工。細部まで丹念に彫り込む技で一本の木から円球をかたちづくる

木の質感を伝える 和風モダンデザイン

木のぬくもりがあふれる木工棚。平成22年度のプロジェクトでは伝統の技術を生かした和風モダンなデザインが多く生まれ、木工に縁遠かった人の関心も引きつける



第3回

鹿沼

今、匠が伝える木のぬくもり

江戸時代の日光東照宮の造営に由来する伝統ある木工産業で知られる栃木県鹿沼。住宅の欧米化など木工をめぐる状況が変化する中、平成19年度と22年度の鹿沼商工会議所のプロジェクトでは伝統の木工技術を生かし現代のライフシーンにも馴染む新しい木工製品の開発に着手。平成19年度は湯桶などの日用品を、平成22年度は

パーティションやブラインドなどオフィスや洋風の住居にも使える新たな製品を開発した。木のぬくもりが伝わってくるこれらの製品を支えるのは職人の木工技術であり、「鹿沼木工」のプライドだ。これらプロジェクトを機に職人の横のつながりが加速。木のぬくもりを現代に伝える「鹿沼ブランド」の構築が進んでいる。

第4回

岡山

果物王国で過ごす、甘いひととき

岡山は日照時間の長い「晴れの国」。その穏やかな気候のもと、白桃やピオーネなど多数の果物が育まれており、一年中旬のフルーツがあるという果物王国だ。岡山商工会議所ではこの豊富な果物を活用し、平成22年度に「こだわりの逸品『おかやまブランド』」事業を実施。プリン、アイス、ようかんなどの和洋スイーツからお酒まで、10種以上の県産果物を使った新製品が生み出された。これだけのバラエティを誇りながら、共通しているのが素材の味

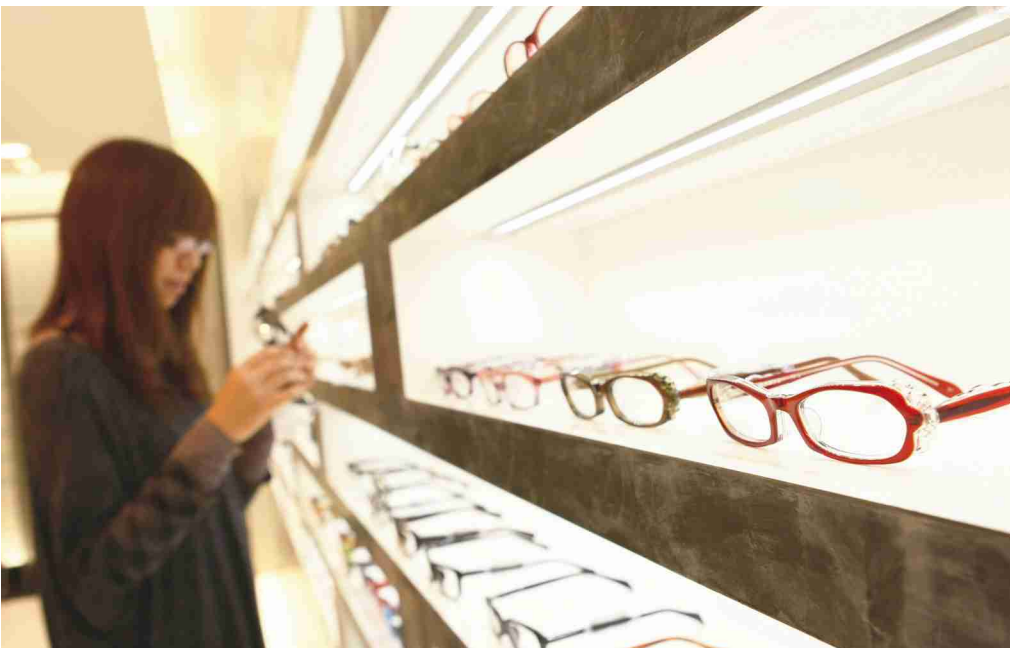


岡山が育む果物は白桃、ピオーネ、イチゴ、クリまで実に多様。スイーツでも豊かな果物を活用し鮮やかな色彩を生む

を最大限生かす工夫がなされていること。そこには参画者の岡山県産果物への愛情と誇りがあり、「これが岡山の果物だ」という強い自負を感じ取れる。

旬の果物をフル活用 一年中楽しめる新製品

本プロジェクトで生まれた「岡山賞果季節のコンポート」は、岡山県産のフルーツを10種以上使用。旬の果実を季節に応じて使っていくため、一年中楽しめる



高い技術力が随所に生かされている鯖江のメガネ。国産メガネフレームの約9割がこの地で作られている

「大人」を演出する 越前漆器の質感

「SABAE Style」で開発されたウイスキーフラスコは、良質な漆で漆の立体感を表現するなど、越前漆器の技術が投入された格調ある逸品。大人の男を演出する



第6回

鹿児島

東洋のナポリ、鹿児島をいただきます！

鹿児島とナポリは桜島とベスビオ火山の相似した光景や、温暖な気候、豊かな食などの共通点から姉妹都市の関係にある。こうした背景をもとに、平成22年度に鹿児島商工会議所は「鹿児島×ナポリプロジェクト」と題し、地域の食を使いパスタ、ピッツァ、スイーツの3種10品の新たなイタリアンメニューを開発。普段はしゃ

ぶしゃぶに使う黒豚や、刺身で食すきびなががイタリアンで味わえるとして市内外から脚光を浴び、改めて鹿児島の食の魅力を認識する契機にもなった。プロジェクトの参画者たちは、「鹿児島イタリアン」を新しいご当地グルメにするべく、弁当での販売など、さらなる展開を視野に入れ一体となって動いている。



ナポリ仕込みの 鹿児島イタリアン

プロジェクト参画者にはナポリで修行した料理人も複数おり、本場の技で鹿児島の食材を調理。タコのピッツァでは、地産のタコをナポリ風に柔らかく茹でた

桜島は鹿児島の象徴であり、住民の誇り。山下の錦江湾では豊かな魚介類が捕れ、地域の食を支える



連絡先一覧

北海道	■ 函館商工会議所 〒040-0063 北海道函館市若松町7-15 Tel：0138-23-1181 Fax：0138-27-2111 http://www.hakodate.cci.or.jp				
	■ 札幌商工会議所 〒060-8610 北海道札幌市中央区北1条西2 Tel：011-231-1076 Fax：011-231-1078 http://www.sapporo-cci.or.jp				
	■ 旭川商工会議所 〒070-8540 北海道旭川市常盤通1 Tel：0166-22-8411 Fax：0166-22-2600 http://www.ccia.or.jp				
	■ 帯広商工会議所 〒080-8711 北海道帯広市西3条南9-1 Tel：0155-25-7121 Fax：0155-25-2940 http://www.occi.or.jp				
	■ 稚内商工会議所 〒097-0022 北海道稚内市中央2-4-8 宗谷経済センター Tel：0162-23-4400 Fax：0162-22-3300 http://www.wakkanai-cci.or.jp				
	■ 栗山商工会議所 〒069-1511 北海道夕張郡栗山町中央2-1 くりやまカルチャープラザ「Eki」内 Tel：0123-72-1278 Fax：0123-72-4001 http://www.kuriyama-cci.or.jp				
	■ 紋別商工会議所 〒094-0004 北海道紋別市本町4 紋別経済センター Tel：0158-23-1711 Fax：0158-23-3611 http://www.mon-cci.or.jp				
	■ 士別商工会議所 〒095-0022 北海道士別市西2条5 Tel：0165-23-2144 Fax：0165-23-5417 http://www.shibetsu.ne.jp/shibetsuCCI				
	■ 富良野商工会議所 〒076-0031 北海道富良野市本町7-10 Tel：0167-22-3555 Fax：0167-22-3120 http://www.furano.ne.jp/furano-cci				
	■ 名寄商工会議所 〒096-0013 北海道名寄市西3条南5 Tel：01654-3-3155 Fax：01654-2-0571 http://cci.nayoro.biz				
東北	■ 美幌商工会議所 〒092-0004 北海道網走郡美幌町字仲町1-44 美幌経済センター Tel：0152-73-5251 Fax：0152-73-5253 http://www.hokkaido-cci.aol.ne.jp/bihoro				
	■ 恵庭商工会議所 〒061-1444 北海道恵庭市京町80 Tel：0123-34-1111 Fax：0123-34-0133 http://www.eniwa-cci.or.jp				
	■ 青森商工会議所 〒030-8515 青森県青森市橋本2-2-17 Tel：017-734-1311 Fax：017-775-3567 http://www.acci.or.jp				
	■ 五所川原商工会議所 〒037-0052 青森県五所川原市字東町17-5 五所川原商工会館5階 Tel：0173-35-2121 Fax：0173-35-2124 http://www.gocci.or.jp				
	■ 一関商工会議所 〒021-0867 岩手県一関市駅前1 Tel：0191-23-3434 Fax：0191-21-2030 http://www.ichinoseki-cci.com				
	■ 北上商工会議所 〒024-0031 岩手県北上市青柳町2-1-8 北上商工会館 Tel：0197-65-4211 Fax：0197-64-2656 http://www.kitakamicii.jp				
	■ 仙台商工会議所 〒980-8414 宮城県仙台市青葉区本町2-16-12 Tel：022-265-8181 Fax：022-217-1551 http://www.sendaicci.or.jp				
関東	■ 山形商工会議所 〒990-8501 山形県山形市七日町3-1-9 Tel：023-622-4666 Fax：023-622-4668 http://www.yamagata-cci.or.jp				
	■ 米沢商工会議所 〒992-0045 山形県米沢市中央4-1-30 Tel：0238-21-5111 Fax：0238-21-5116 http://www.ycci.or.jp				
	■ 天童商工会議所 〒994-0013 山形県天童市老野森1-3-28 Tel：023-654-3511 Fax：023-654-7481 http://www.tendocci.com				
	■ 三条商工会議所 〒955-8603 新潟県三条市須項1-20 Tel：0256-32-1311 Fax：0256-32-1310 http://www.sanjo-cci.or.jp				
	■ 燕商工会議所 〒959-1200 新潟県燕市東太田6856 Tel：0256-63-4116 Fax：0256-63-8705 http://www.tsubame-cci.or.jp				
	■ 小千谷商工会議所 〒947-8691 新潟県小千谷市本町2-1-5 小千谷商工福祉会館 Tel：0258-81-1300 Fax：0258-83-3632 http://www.ojiyacci.org				
	■ 新井商工会議所 〒944-0048 新潟県妙高市下町7-1 Tel：0255-72-2425 Fax：0255-73-7525 http://www.araicci.jp				
	■ 五泉商工会議所 〒959-1864 新潟県五泉市郷屋川1-2-9 Tel：0250-43-5551 Fax：0250-42-1151 http://www.gosencci.or.jp				
	■ 高岡商工会議所 〒933-8567 富山県高岡市丸の内1-40 Tel：0766-23-5000 Fax：0766-22-6792 http://www.ccis-toyama.or.jp/takaoka				
	■ 小松商工会議所 〒923-8566 石川県小松市園町二-1 Tel：0761-21-3121 Fax：0761-21-3120 http://www.komatcci.or.jp				
近畿	■ 七尾商工会議所 〒926-8642 石川県七尾市三島町70-1 七尾産業福祉センター Tel：0767-54-8888 Fax：0767-54-8811 http://www.nanao-cci.or.jp				
	■ 輪島商工会議所 〒928-0001 石川県輪島市河井町20部1-1 Tel：0768-22-7777 Fax：0768-22-7707 http://www.wajimacci.or.jp				
	■ 珠洲商工会議所 〒927-1214 石川県珠洲市飯田町1-1-9 Tel：0768-82-1115 Fax：0768-82-1608 http://www.suzu.co.jp				
	■ 上田商工会議所 〒386-8522 長野県上田市大手1-10-22 Tel：0268-22-4500 Fax：0268-25-5577 http://www.ucci.or.jp				
	■ 長野商工会議所 〒380-0904 長野県長野市七瀬中町276 Tel：026-227-2428 Fax：026-227-2758 http://www.nagano-cci.or.jp				
	■ 岡谷商工会議所 〒394-0021 長野県岡谷市郷田1-4-11 Tel：0266-23-2345 Fax：0266-22-9056 http://www.okayaccci.or.jp				
	■ 諏訪商工会議所 〒392-8555 長野県諏訪市小和田南14-7 Tel：0266-52-2155 Fax：0266-57-1010 http://www.suwaccci.or.jp				
	■ 下諏訪商工会議所 〒393-0087 長野県諏訪郡下諏訪町4611 Tel：0266-27-8533 Fax：0266-28-8811 http://cci.shimosuwa.nagano.jp				
	■ 大町商工会議所 〒398-0002 長野県大町市大町2511-3 Tel：0261-22-1890 Fax：0261-23-3735 http://www.occi.jp				
中部	■ 茅野商工会議所 〒391-8521 長野県茅野市塚原1-3-20 Tel：0266-72-2800 Fax：0266-72-9030 http://www.chinocci.or.jp				
	■ 佐久商工会議所 〒385-0051 長野県佐久市大字中込2976-4 Tel：0267-62-2520 Fax：0267-62-3521 http://www.sakucucci.or.jp				
	■ 千曲商工会議所 〒387-0011 長野県千曲市杭瀬下3-9 Tel：026-272-3223 Fax：026-272-3633 http://www.chikumaccci.jp				
	■ 下館商工会議所 〒308-0031 茨城県筑西市田中町丙360 Tel：0296-22-4596 Fax：0296-25-0412 http://www.inetcci.or.jp/~simodate				
	■ 足利商工会議所 〒326-8502 栃木県足利市通3-2757 Tel：0284-21-1354 Fax：0284-21-6294 http://ashikaga.info				
	■ 鹿沼商工会議所 〒322-0031 栃木県鹿沼市睦町287-16 Tel：0289-65-1111 Fax：0289-65-1114 http://www.kanumaccci.org				
	■ 桐生商工会議所 〒376-0023 群馬県桐生市錦町3-1-25 Tel：0277-45-1201 Fax：0277-45-1206 http://www.kiryucucci.or.jp				
	■ 川口商工会議所 〒332-8522 埼玉県川口市本町4-1-8 川口センタービル8階 Tel：048-228-2220 Fax：048-228-2221 http://www.kawaguchicci.or.jp				
	■ さいたま商工会議所 〒330-0063 埼玉県さいたま市浦和区高砂3-17-15 Tel：048-838-7700 Fax：048-838-7710 http://www.saitamacci.or.jp				
	■ 深谷商工会議所 〒366-0822 埼玉県深谷市仲町20-1 Tel：048-571-2145 Fax：048-571-8222 http://www.fukaya-cci.or.jp				
中国	■ 成田商工会議所 〒286-0033 千葉県成田市花崎町736-62 Tel：0476-22-2101 Fax：0476-22-2107 http://www.naritacci.or.jp				
	■ 東京商工会議所 〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-2-2 Tel：03-3283-7500 Fax：03-3284-1208 http://www.tokyo-cci.or.jp				
	■ 横須賀商工会議所 〒238-8585 神奈川県横須賀市平成町2-14-4 Tel：046-823-0400 Fax：046-823-0401 http://www.yokosukaccci.com				
	■ 小田原箱根商工会議所 〒250-8567 神奈川県小田原市城内1-21 Tel：0465-23-1811 Fax：0465-22-0877 http://www.odawara-cci.or.jp				
	■ 厚木商工会議所 〒243-0017 神奈川県厚木市栄町1-16-15 Tel：046-221-2151 Fax：046-222-0607 http://www.atsugicci.or.jp				
	■ 富士宮商工会議所 〒418-0057 静岡県富士宮市若の宮町45 Tel：0544-26-3101 Fax：0544-26-0303 http://www.fujinomiya-cci.or.jp				
	■ 富士商工会議所 〒417-8632 静岡県富士市瓜島町82 Tel：0545-52-0995 Fax：0545-52-9796 http://www.fuji-cci.or.jp				
	■ 岐阜商工会議所 〒500-8727 岐阜県岐阜市神田町2-2 Tel：058-264-2131 Fax：058-264-0336 http://www.gccci.or.jp				
四国	■ 豊橋商工会議所 〒440-8508 愛知県豊橋市花田町字石塚42-1 Tel：0532-53-7211 Fax：0532-53-7210 http://www.toyohashi-cci.or.jp				
	■ 安城商工会議所 〒446-8512 愛知県安城市桜町16-1 Tel：0566-76-5175 Fax：0566-76-4322 http://anjo-cci.or.jp				
	■ 津島商工会議所 〒496-8558 愛知県津島市立込町4-144 津島商工会議所会館 Tel：0567-28-2800 Fax：0567-24-2805 http://www.tsushima-cci.or.jp				
	■ 江南商工会議所 〒483-8205 愛知県江南市古知野町小金112 江南商工会館 Tel：0587-55-6245 Fax：0587-54-9141 http://www.konan-cci.or.jp				
	■ 上野商工会議所 〒518-0873 三重県伊賀市上野丸之内36-1 上野産業会館2階 Tel：0595-21-0527 Fax：0595-24-3857 http://www.iga-ueno.or.jp				
	■ 亀山商工会議所 〒519-0124 三重県亀山市東御幸町39-8 Tel：0595-82-1331 Fax：0595-82-8987 http://kameyama-cci.or.jp/itm				
	■ 鳥羽商工会議所 〒517-0022 三重県鳥羽市大明東町1-7 Tel：0599-25-2751 Fax：0599-26-4988 http://www.toba.or.jp				
	■ 敦賀商工会議所 〒914-0063 福井県敦賀市神楽町2-1-4 Tel：0770-22-2611 Fax：0770-24-1311 http://www.tsuruga.or.jp				
	■ 大津商工会議所 〒520-0806 滋賀県大津市打出浜2-1 「コラボしが21」9階 Tel：077-511-1500 Fax：077-526-0795 http://www.otsucchi.or.jp				
	■ 近江八幡商工会議所 〒523-0893 滋賀県近江八幡市桜宮町231-2 Tel：0748-33-4141 Fax：0748-32-0765 http://8cci.com				
九州	■ 京都商工会議所 〒604-0862 京都府京都市中京区烏丸通夷川上ル Tel：075-212-6400 Fax：075-255-1985 http://www.kyo.or.jp/kyoto				
	■ 大阪商工会議所 〒540-0029 大阪府大阪市中央区本町橋2-8 Tel：06-6944-6211 Fax：06-6944-6250 http://www.osaka.cci.or.jp				
	■ 岸和田商工会議所 〒596-0045 大阪府岸和田市別所町3-13-26 Tel：0724-39-5023 Fax：0724-36-3030 http://www.kishiwada-cci.or.jp				
	■ 松原商工会議所 〒580-0043 大阪府松原市阿保1-2-30 Tel：072-331-0291 Fax：072-332-5720 http://www.matsubara-cci.or.jp				
	■ 神戸商工会議所 〒650-8543 兵庫県神戸市中央区港島中町6-1 Tel：078-303-5801 Fax：078-303-2312 http://www.kobe-cci.or.jp				
	■ 田辺商工会議所 〒646-0033 和歌山県田辺市新屋敷町1 Tel：0739-22-5064 Fax：0739-25-2783 http://www.aikis.or.jp/~t-cci				
	■ 紀州有田商工会議所 〒649-0304 和歌山県有田市箕島33-1 Tel：0737-83-4777 Fax：0737-83-4782 http://www.kishuaida-cci.or.jp				
	■ 鳥取商工会議所 〒680-8566 鳥取県鳥取市本町3-201 鳥取産業会館・鳥取商工会議所ビル4階 Tel：0857-26-6666 Fax：0857-22-6939 http://www.tottori-cci.or.jp				

- **松江商工会議所**
〒690-0886 島根県松江市母衣町55-4
Tel：0852-23-1616 Fax：0852-23-1656
http://www.matsue.jp
- **浜田商工会議所**
〒697-0027 島根県浜田市殿町124-2
Tel：0855-22-3025 Fax：0855-22-5400
http://www.hamada-cci.or.jp
- **益田商工会議所**
〒698-0033 島根県益田市元町12-7
Tel：0856-22-0088 Fax：0856-22-4343
http://www.iwami.or.jp/masudacc
- **岡山商工会議所**
〒700-8556 岡山県岡山市北区厚生町3-1-15
Tel：086-232-2260 Fax：086-225-3561
http://www.okayama-cci.or.jp
- **津山商工会議所**
〒708-8516 岡山県津山市山下30-9
Tel：0868-22-3141 Fax：0868-22-5356
http://www.tvf.ne.jp/~kaigisho
- **高梁商工会議所**
〒716-8601 岡山県高梁市南町16-2
Tel：0866-22-2091 Fax：0866-22-2099
http://www.optic.or.jp/takahashi-cci
- **広島商工会議所**
〒730-8510 広島県広島市中区基町5-44
Tel：082-222-6610 Fax：082-222-6664
http://www.hiroshimacci.or.jp
- **福山商工会議所**
〒720-0067 広島県福山市西町2-10-1
Tel：084-921-2345 Fax：084-922-0100
http://www.fukuyama.or.jp
- **府中商工会議所**
〒726-0003 広島県府中市元町445-1
Tel：0847-45-8200 Fax：0847-45-5110
http://www.fuchucci.or.jp
- **三次商工会議所**
〒728-0021 広島県三次市三次町1843-1
Tel：0824-62-3125 Fax：0824-63-5200
http://www.miyoshi-cci.or.jp
- **竹原商工会議所**
〒725-0026 広島県竹原市中央5-6-28
Tel：0846-22-2424 Fax：0846-22-2038
http://takecci.net
- **下関商工会議所**
〒750-8513 山口県下関市南部町21-19 下関商工会館内
Tel：083-222-3333 Fax：083-222-4094
http://www.shimonoseki.cci.or.jp
- **山口商工会議所**
〒753-0086 山口県山口市中市町1-10
Tel：083-925-2300 Fax：083-921-1555
http://www.yamacci.or.jp
- **柳井商工会議所**
〒742-8645 山口県柳井市中央2-15-1
Tel：0820-22-3731 Fax：0820-22-8811
http://www.yanaicci.or.jp

四国

- **坂出商工会議所**
〒762-8508 香川県坂出市京町3-3-8
Tel：0877-46-2701 Fax：0877-45-6165
http://www.sakaide.or.jp
- **宇和島商工会議所**
〒798-0060 愛媛県宇和島市丸之内1-3-24
Tel：0895-22-5555 Fax：0895-24-6655
http://www.uwajima-cci.or.jp
- **今治商工会議所**
〒794-0042 愛媛県今治市旭町2-3-20
Tel：0898-23-3939 Fax：0898-31-6667
http://www.imabaricci.or.jp

九州

- **直方商工会議所**
〒822-0017 福岡県直方市殿町7-50
Tel：0949-22-5500 Fax：0949-25-0471
http://www.nogata-cci.or.jp

- **大川商工会議所**
〒831-0016 福岡県大川市大字酒見221-6
Tel：0944-86-2171 Fax：0944-88-1144
http://www.okawa-cci.or.jp
- **筑後商工会議所**
〒833-0041 福岡県筑後市大字和泉118-1
Tel：0942-52-3121 Fax：0942-53-6508
http://www.chikugo.or.jp
- **長崎商工会議所**
〒850-8541 長崎県長崎市桜町4-1
Tel：095-822-0111 Fax：095-822-0112
http://www.nagasaki-cci.or.jp/nagasaki
- **八代商工会議所**
〒866-0862 熊本県八代市松江城町6-6 八代商工会館
Tel：0965-32-6191 Fax：0965-34-1617
http://www.kmt-cci.or.jp/yatsushiro
- **本渡商工会議所**
〒863-0022 熊本県天草市栄町1-25
Tel：0969-23-2001 Fax：0969-24-3340
http://www.hondo-cci.or.jp
- **玉名商工会議所**
〒865-0025 熊本県玉名市高瀬290-1 玉名商工会館
Tel：0968-72-3106 Fax：0968-72-3110
http://www.tamana-cci.or.jp
- **延岡商工会議所**
〒882-0824 宮崎県延岡市中央通3-5-1
Tel：0982-33-6666 Fax：0982-33-6682
http://www.miyazaki-cci.or.jp/nobeoka
- **日向商工会議所**
〒883-0044 宮崎県日向市上町3-15
Tel：0982-52-5131 Fax：0982-52-1133
http://www.miyazaki-cci.or.jp/hyuga
- **鹿児島商工会議所**
〒892-8588 鹿児島県鹿児島市東千石町1-38
鹿児島商工会議所ビル13・14階
Tel：099-225-9500 Fax：099-227-1619
http://www.kagoshima-cci.or.jp
- **南さつま商工会議所**
〒897-0006 鹿児島県南さつま市加世田本町23-7
Tel：0993-53-2244 Fax：0993-52-2016
http://www.minamisatsuma-cci.or.jp
- **出水商工会議所**
〒899-0205 鹿児島県出水市本町7-16
Tel：0996-62-1337 Fax：0996-63-0552
http://www.izumi-cci.or.jp
- **いちき串木野商工会議所**
〒896-0015 鹿児島県いちき串木野市旭町178
Tel：0996-32-2049 Fax：0996-32-9891
http://www.ikcci.jp
- **浦添商工会議所**
〒901-2567 沖縄県浦添市勢理客4-13-1
浦添産業振興センター・結の街2階
Tel：098-877-4606 Fax：098-877-4677
http://www.uraso-cci.or.jp

平成22年度 小規模事業者新事業全国展開支援事業

地域資源∞全国展開プロジェクト

平成23年3月31日発行

発行 日本商工会議所
〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-2-2
Tel：03-3283-7864 Fax：03-3211-4859

編集 日本商工会議所 流通・地域振興部