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 小規模事業者新事業全国展開支援事業 地域資源 **企**全国展開プロジェクト











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

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













skill

仙台、米沢、燕、諏訪、鹿沼、桐生、安城、江南、大阪、柳井、大川

はじめに

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まれ、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、厚く御礼申しあげます。

平成23年3月日本商工会議所

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

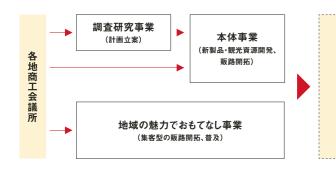
1 事業の目的

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



JAPANブランド 育成支援事業などの 他の施策の活用による さらなる事業展開 または、 事業者による事業化

本体事業とは

全国規模のマーケットを狙った新たな特 産品開発や観光資源開発およびその販路 開拓に取り組む事業

調査研究事業とは

次年度の「本体事業」実施を視野に入れ 新製品開発や観光資源開発を行う前段階 における事業計画の策定に取り組む事業

▶ 地域の魅力で おもてなし事業とは

複数の特産品、観光資源などを束ねて一 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取り組む事業

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	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
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	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"
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	025 -	旅	七尾商工会議所 石川県 「NANAOジャズストリート」 ~JAZZにのって七尾クルーズ
		「自然と創作体験 北の観光創造プロジェクト」	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
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	027 -	【旅】	上田商工会議所 長野県
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	028 -	梅	戦国武将「真田幸村」活用による観光振興事業 長野商工会議所 長野県
013 -	『合】	オループグもんべ プ」付座 III 開光 又 仮 争 未	026	MC	投野個土五職加 女野県 信州スローフード体験郷土食ツーリズム事業
013	[R]	農畜産物の残渣物活用による商品開発事業	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
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	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
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	031 -	(旅)	大町商工会議所 長野県
016 -	【食】	美幌商工会議所 北海道		F.11.5	北アルプスを背景に持つ地域、信濃大町ブランドの構築
017 -	「旋】	美幌産豚を活用した特産品、料理の開発 恵庭商工会議所 北海道	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
017	WIC.	「食花街道」恵みの庭プロモーション	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
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	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
019 -	【食】	五所川原商工会議所 青森県 「十三湖のしじみ」全国展開事業	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
020 -	【技】	仙台商工会議所 宮城県 杜の都・仙台から発信!			まちなか交流拠点創造事業
021 -	「拡】	「伊達な木遺(きづか)い商品」開発プロジェクト 山形商工会議所 山形県	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
021	W.	「もてなしの心、やまがたの心 舞子のいる街歩き」プロジェクト	037 -	【技】	柳生商工会議所 群馬県
022 -	【技】	燕商工会議所 新潟県 シルバーウェアのデザイン力による高付加価値化		10	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!	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
039 -	【旅】	深谷商工会議所 埼玉県	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
		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	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、
040 -	旅	東京商工会議所 東京都 東京に来たら品川宿へ! 「現代の第一宿場町 としての観光開発事業	063 -	【食】	新たな瀬戸内海観光開発事業 竹原商工会議所 広島県
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	064 -	「旋】	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 下関商工会議所 山口県
042 -	旅	小田原箱根商工会議所 神奈川県			幕末維新の聖地「城下町長府」伝プロジェクト
		「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	065 -		山口商工会議所 山口県 歴史の道「萩往還」資源活性化事業
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	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
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	067 -	【食】	直方商工会議所 福岡県 歴史と食に出会えるまち 一筑前のおがた今昔レトロめぐり推進事業
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	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
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	069 -	【旅】	筑後商工会議所 福岡県 ちつご地域広域連携観光開発事業
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	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
048 -	旅	亀山商工会議所 三重県 東海道坂下宿の観光ブラン策定と 自然薯を活用したグルメ産品開発	071 -	「旋】	水産練り製品ブランド化事業 八代商工会議所 熊本県
049 -	旅	鳥羽商工会議所 三重県 島のかあちゃんオススメの	0.1	MC.	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
050	[A]	"味と小さな島旅"全国発信プロジェクト	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
050 -		教賀商工会議所 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	073 -	【旅】	木造建造物と森林資源及び
051 -		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?	074 -	【食】	地域資源との連携による産業観光等形成事業 鹿児島商工会議所 鹿児島県
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	075 -	【旅】	鹿児島×ナポリプロジェクト・新イタリアンメニュー開発 南さつま商工会議所 鹿児島県
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			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
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	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 ~いちき申木野 お土産・名物料理づくり~
055 -	【食】	田辺商工会議所 和歌山県 ウツボ料理PR事業	調杏	研究事	
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)			札幌商工会議所 北海道
055	ran.	観光開発事業	0		マンガ作品を活用したコンテンツツーリズムの創出
057		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〜		脈	栗山商工会議所 北海道 地名のルーツに宝あり! 栗色に染まるまちづくり調査研究事業
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	078 -	【食】	ー関商工会議所 岩手県 もちを活用した特産品開発・新観光調査事業
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		【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

079	【技】
	【旅
080 - 081 - 082 -	【旅
	【旅】
081	【食】
	【食】
082	【旅】
	【旅
083 -	【技】
	食
084 -	旅
	【食】
085 -	食
	食
086 -	食
	【旅
087 -	【旅
1	【旅
085 - 086 - 087 -	【技】

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〜
	【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
	【旅】	岡谷商工会議所 長野県 おかや産業観光 「産業情報ガイド付ものづくり検定」サイト 構築調査研究事業
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
1	【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
	【旅】	富士商工会議所 静岡県 ふじのくに目に優しい カラフルツーリズムルート開発事業
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
1	【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
	【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
	【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
	【旅】	高梁商工会議所 岡山県 備中高梁ブランドカ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
	旅	三次商工会議所 広島県 「稲生物怪」を活用した観光振興プラン調査研究事
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
	【旅】	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

	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
		【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
	地域σ	魅力	でおもてなし事業
	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モンテで"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 ニッポーオンパク・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 —	共同	展示商談会/テストマーケティング
事業	104 —		セミナー/事業評価事業/ 家派遣事業/テレビ放映/パネル展示
	106 —		Webサイト運営/ コンテンツページダイジェスト

- 110 プロジェクト実施商工会議所連絡先一覧

函館商工会議所

コーヒーで、異国情緒あふれる函館の文化と歴史をアピール

プロジェクト名 | 「珈琲の薫る街」ブランド創出事業

プロジェクト概要

函館には、幕末から明治・大正・昭和へと続くコーヒー文化と、豊かな森 林から供給される美味しい水資源がある。このことから本事業ではコー ヒーにスポットを当て「珈琲の薫る街」として新たな函館ブランドを創出。 地域活性化と市外からの交流人口の増大を図った。

活用した地域資源

江戸時代の末期より函館の地で愛されてきたコー

プロジェクトHP

http://www.hakodate-coffee.com

札幌商工会議所

産業観光でビジネス客の滞在時間延長を図る

プロジェクト名 | 「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

プロジェクト概要

地域企業の商品、技術、サービスなどのビジネス情報を全国へ発信し、札 幌を訪れたビジネス客に地元企業への視察や商談などの企業訪問を促し、 産業観光の拡大へつなげるのが目的。企業マッチングや情報発信を通して、 ビジネスついでの札幌滞在における時間延長を目指す。

活用した地域資源

当所地域企業の商品、サービス、技術など

プロジェクトHP

B 本 表 工 金 編 州 地域 表 3 ∞ 全 国 展 時 プロジェクト ▶ 札 幌 商 工 会 議 所 産 業 観 光 ガ イド

プロジェクト概要



お申込の流れ

受入側企業掲載ついて

★札幌商工会議所



1) コーヒーリキュールを使用したカクテル「モダンシティ」は、箱館 奉行所があった五稜郭のかたちを浮かべている。2) イベントでは、モ ダンシティの製作実演も行われた。3) 市内で美味しいコーヒーが飲め る喫茶店・カフェを紹介したホームページ。4) 「和蘭コウヒーセット」は、150年前当時に飲まれていたとされるコーヒーの淹れ方を再現でき る。5) 市内の喫茶店・カフェを紹介したガイドマップ



取り組み内容 - 函館とコーヒー文化の密接な関係を発信

函館市は安政6年(1859年)に横浜・長 崎とともに日本初の貿易港として世界に門戸 を開き、西洋文化が流入した。国内で最も古 くからコーヒーが普及した土地のひとつ。

幕末から現代へと続くコーヒー文化と、豊 かな森林から供給される美味しい水資源を活 用した新たな函館ブランドプロジェクト「珈 琲の薫る街」を立ち上げた。まず、商工会議 所と関連団体でプロジェクト委員会を設立し、 市民の認知度について調査した結果、市民で さえ古くからコーヒーが飲まれていたことに 対する認知度が低いことがわかった。

そこで、函館とコーヒー文化の歴史を広く 市民や全国にPRするため、ホームページ「珈 琲の薫る街はこだて」やガイドマップを作製。 また、イベント出展でコーヒーの試飲会を実

施するなど、市民がコーヒー文化に触れる機 会を創出した。

すり鉢やすりこぎ、コーヒー豆、当時の飲 み方を説明する指南書をセットにした「和蘭 コウヒーセット」や、コーヒーリキュールの カクテル「モダンシティ」を開発。それらを 市民に浸透させ、ブランド確立への足掛かり とし、全国展開を狙う。

2) 受け入れ先の企業で 説明を受ける参加者。3) 「札幌出張の際に企業見 学をしながら、札幌なら ではのビジネス見学をし ませんか!」とうたった

1) 企業見学ツアーで訪

ホームページを作製。受 け入れ企業のビジネス情 報を発信し、見学ツアー の募集を広く行った





受入企業一覧

ミニツアー

ベロタクシー系統(独立会型対法数法人エコ・モビリティーサッポロ)/環境に配慮した交通系統でまちづくりに貢献

取り組み内容 ► ビジネス客を主体とした、産業観光都市を形成

時計台、北海道庁赤レンガ庁舎、クラーク 博士、さっぽろスイーツ、ジンギスカン……。 札幌ならではの魅力が多数ありながら、ビジ ネス客の観光消費が伸び悩んでいることが平 成21年度の調査研究事業で判明。この課題 に対応するべく、本事業では、全国に向けて ビジネスマンに関心が高い産業観光の情報を 発信し、工場見学だけではない企業視察や商

談を希望するビジネス客と受け入れ企業のマ ッチングを推進し、出張ついでの観光による 滞在促進と産業観光の拡大に取り組んだ。

まずは受け入れ企業を集めるため、地元事 業者へ呼びかけを実施。当初は「人的余裕が ない」などの理由から企業集めに苦労があっ たが、本事業の役割を根気よく周知した結果、 40社以上が登録。受け入れ企業側から「普

段接することのないビジネスマンと接するこ とができてよかった」と声が届き、具体的な ビジネスに発展しそうなケースもあった。

また、ホームページを作製して受け入れ企 業のビジネス情報を発信し、企業見学ツアー の募集を行った。参加者にはメディア関係者 の姿もあり、地域の企業情報の発信につなが る可能性を見いだすことができた。

Topics - コーヒー文化に触れる機会を創出

イベントでは、幕末当時に飲ま れていた淹れ方を再現したコー ヒーの試飲会を実施。また、コ ーヒー豆のすりつぶし体験や焙 煎デモンストレーションの実演 を行い、地元市民にコーヒー文 化に親しんでもらった。



今後の展開 - 地域ブランドへと発展するようPRに注力

ワーキンググループを設置し、情報発信ツールの内容や展開につ いて密な協議ができたことで、業界関係者の意識改革がはじまり、 喫茶店・カフェの経営者などの協力体制を構築した。また市民へ の意識調査では、函館とコーヒー文化の関係について65%が「興 味深い」と回答するなど取り組みの認知度も高まった。コーヒー 文化が地域ブランドへと発展するよう、情報発信の充実とコーヒ ー関連商品の開発の両輪でPR活動の精度をさらに高めていく。

Topics - 受け入れ企業の規模に合わせ、ツアーを調整

務所の応接セットで4名の受け 入れが最大」という小規模だっ たため、利用する交通機関を工 夫し、少人数の参加者で複数の 企業を訪問できるミニツアーを 考案するなど工夫を重ねた。



今後の展開 - 札幌らしい産業観光を確立し、地域を活性化

企業マッチングにより地元中小企業は自社の情報を発信する機会 が得られ、ビジネス客の滞在時間の延長も促せるという相乗効果 が今回、確認された。受け入れ企業側は、産業観光=工場見学の イメージが先行しているが、「普段は取引先しか来ないので、新 たなビジネスマンに自社を紹介できることは有意義だ」との声を もとに情報発信に努める。今後も地道に受け入れ企業の募集を行 い、「札幌らしい産業観光」を確立し地域の活性を目指す。

北海道

旭川商工会議所

北の嵐山の自然の中で、工房・作家と出会う旅

プロジェクト名 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」

プロジェクト概要

旭川地域に新たな魅力のある観光スポットの構築を目指し、嵐山の自然と 陶芸・クラフト工房体験といった観光資源を活用し、全国に旭川のPRを 行う。また、住民全体でおもてなしを行い、人と人とのつながりによるリ ピーターの増加を目指し、通過型観光から滞在型観光にシフトさせる。

活用した地域資源

陶芸・木工・ガラス・染色などのクラフト工房と工房体 験、北の嵐山の自然

プロジェクトHP

http://www.kitanoarashiyama.com

北海道

稚内商工会議所

大自然を歩く、日本最北端の「フットパス」ルート

プロジェクト名 最北端のんびり歩こう体験プロジェクト

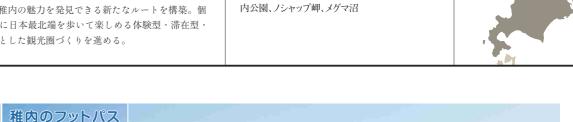
プロジェクト概要

日本最北の街としての地理的優位性を十二分に活用した「宗谷丘陵フット パス」ルートを基点に、稚内の魅力を発見できる新たなルートを構築。個 人型観光客をターゲットに日本最北端を歩いて楽しめる体験型・滞在型・ 環境配慮型をコンテンツとした観光圏づくりを進める。

活用した地域資源

宗谷丘陵周氷河地形、稚内港北防波堤ドーム、稚







取り組み内容 ▶ 四季折々の自然と工房を散策できるコースを構築

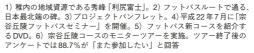
自然の宝庫である旭川の中でも北邦野草園 を含む北の嵐山は、地元でも隠れ家的スポッ トとして人気のエリア。40年の歴史をもつ 陶芸をはじめ木工、ガラス、染色などの作家 たちによるサロンが集積している地でもある。 本事業では、ここを地域の新たな魅力を提 案する観光ルートを開発するため、早稲田 エコステーション研究所代表研究員の藤村望

洋氏を招聘し、四季折々の自然と工房での創 作体験を組み合わせた観光・周遊コースを開 発した。コース内容は、北国のクリエイティ ブな世界に触れる「じっくり創作体験」、美 しい自然の中に身をゆだね、癒しのひととき を味わう「茶の道・花の道」、自然の中を散 策後にものづくりの現場を訪ね、多様な作品 の魅力に触れる「創作の背景に触れる自然体

感」、北の嵐山に点在する各工房やギャラリ ーをめぐり、自分だけのお気に入りを見つけ る「思い出お持ち帰りコース」の4コース。

平成23年2月12、13日に「じっくり創作 体験」のモニターツアーを実施。アンケート 調査から、体験内容の具体的なニーズをつか むことができ、コース改良や充実に向けての 参考材料とした。

稚内のフットパス





取り組み内容 ▶ 最北端の魅力を楽しむためのフットパスルートを構築

「宗谷丘陵周氷河地形」、「稚内港北防波堤ド ーム」、「利尻礼文サロベツ国立公園」といっ た日本最北端らしい名所が点在し、これまで 多くの観光客が訪れてきた、稚内市。しかし、 昨今の深刻な不況に加え、団体型から少人数 個人型へ変化している旅行形態への対応が遅 れたこともあり、稚内市への観光客数は平成 14年度の81.8万人をピークに平成21年度に

は53万人まで減少した。

本事業ではこの状況からの回復を目指し、 観光関連の団体や行政が一丸となり、稚内の 豊かな大自然を歩く「フットパス」の新たな ルートづくりに取り組んだ。

まず、課題を抽出するためモニターツアー を実施。当地の雄大な自然と日本最北の街と しての地理的優位性を活用したフットパスコ

ースとして、メインの「宗谷丘陵コース」に 加えて、「稚内公園コース」、「ノシャップ岬コ ース」、「空港公園メグマ沼コース」の3コー スを構築した。また、これらのフットパスコ ースを紹介する、DVDの制作やパンフレッ ト作製、メディアの活用、旅行エージェント への説明会の実施などにより、全国に向けた 情報発信に取り組んだ。

Topics - 創作体験が好評、85.7%が「満足」

ューで散策後、陶芸やガラス 創作などを体験。創作体験は 85.7%が「満足」と好評。よ り広範囲でのスノーシュー体験 のニーズもつかめ、コース内容 充実へ向けてのヒントを得た。



今後の展開 - 地域住民、特に若い世代への浸透がカギに

本事業をきっかけに、これまでは近くにいながら接点の少なかっ た作家たちが交流を深め、北の嵐山エリア全体の発展を意識しは じめ、展示会では自分の作品だけでなく、地域の魅力についても 積極的にPRするようになった。しかし、参画者の観光やおもて プロジェクトが浸透したとは判断できず、今後は特に若い世代で 事業を盛り上げる態勢を構築し、プロジェクトを進化させる。

Topics - 商談会などでフットパスの魅力を提案

平成22年10月の「旭川生誕 120周年記念事業」や、平成 23年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」などに参加。 稚内に誕生した、新たなフット 観光誘致に取り組んだ。



今後の展開 - フットパスと地場産業体験の連動を目指す

市役所の担当者も委員会メンバーに加入。情報の共有化を図ると ともにコースの整備についても要請。今回の取り組みを受け、看 板の設置や道路整備が行われることとなった。また、コースの周 遊を視野に入れた二次交通やトイレ・休憩所などの整備、長期滞 在を促すための広域連携、歴史・文化の魅力を伝えるガイドの育 成やフットパスと地域産業の見学・体験の連動への取り組みを検 討。さらなる魅力的な観光事業への発展を目指す。

北海道

紋別商工会議所

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

北海道

士別商工会議所

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







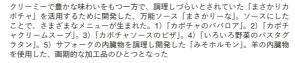






1) カニの旨みが凝縮された「カニシュウマイ」。2) 未活用だった煮汁を使った「ホタテの煮汁を使ったお茶漬け」。3) 手軽に食べてもらえる「ホタテ茶漬けの素」。4) 地域の新プランド展開を担う「オホーツクはまなす牛のしぐれ煮」。5) 特産品開発に励む、特産品部会を結成







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、地域が一丸 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品を作製した。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。

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「トリッパートマト煮」、「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「まさかりーな」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など、環境問題にも配慮した新商品開発の糸口となった。

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も取り組む予定。

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、パリエーショ ン豊かなメニュー、開発品を使 用したレシビの開発が進んだ。



今後の展開 - 開発品で地域ブランド構築を目指す

日本初の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、まさかり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。

北海道

富良野商工会議所

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

北海道

名寄商工会議所

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





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、タマネギをう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、飲む果実酢な

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 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

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。



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、さらには開発商品郡のコンセプト を提示し、ブランドイメージの定着を図る。

















「なよスプランド」として、名客産の食材を活用して本事業で開発された特産品。1) 名客産米粉をクリームチーズに練り びんでつくられた。創作デザート「雪とまちあわせ」。2) 名寄産アスパラを海鉾シウマイに練り込み、表面にも名寄産 のアスパラからつくったアスパラパウダーをまぶした「アスパラ入り海鮮玉」。3) 名寄にできた新天文台のオープンを記念し、流れ星をイメージした新食感スイーツ「星に願いを」。4) プリン、ゼリー、ヨーグルトを三層重ねたデザート「お 星さまのおさんぼ」。名寄産の新品種イチゴがヨーグルトとゼリーに使用されている。5) アスパラパウダーが練り込まれた手延べ麺「手延ベアスパラ健康麺」。6) 名寄産ひまわりの種から抽出した、オレイン酸・ビタミンEを豊富に含む無添加 の健康食用油「ひまわり油一番搾り 『北の耀き』」。7)「feel 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、市内の事業者と新しい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、ヒット商品とはなりえてい 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 農産物としては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 油搾油工場を新設・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。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 ト 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。

美幌商工会議所

美味しい美幌産豚肉で新ブランドを創設

プロジェクト名 | 美幌産豚を活用した特産品、料理の開発

プロジェクト概要

北海道ではブランド化されている事例が少ない豚肉に着目。学術機関・研 究機関・畜産業者・地域住民が連携し美幌産豚を活用した特産品や料理を 開発して新たな地域ブランドを創設。観光客へのアピール、小売・飲食業 界の活性化、人材育成、農商工連携の新たな枠組みをつくる。

活用した地域資源

美幌産豚肉、ジャガイモ

1) 地元ジャガイモのガレットと美幌産豚肉100%使用のパテで試作した「美幌バー 。2) フランス料理店「オー・ギャ ド・トキオーの木下威征シェフのレ ノピ案に基づきバーガーを改良。3) 北海 道立美幌農業高等学校の生徒による「美幌 豚醤油まるまんま」の開発風景。4)「feel NIPPON 春 2011 に出展。5) 美幌産豚 肉を活用した試作品、美幌豚醤油まるまん



取り組み内容 ト 産学地域住民共同で美幌産豚を活用した特産品開発

美幌町では事業所数が減少する中、養豚業 者数は横ばいで養豚数は増加傾向にある。ま た、豚の飼育期間は平均6ヵ月と短いため、 安定した供給が見込める。さらには、豚肉に は疲労回復に効果的なビタミンB1が多く含 まれ、近年の健康志向に合致する食材でもあ

本事業では、その美幌産豚を利用した特産

品を開発し、地域ブランドの創設を目指した。 まず、開発部会がさまざまな試作品の試食 会を実施。結果、豚肉を使用したハンバーガ ーと醤油の特産品開発に注力することを決定 した。ハンバーガーは、平成22年9月の「feel NIPPON 秋 2010」での調査結果をもとに、 フランス料理店シェフにレシピの改良を依頼。 バンズに美幌産豚肉100%パテとクリームチ

ーズ、ジャガイモなどをサンドした「美幌バ ーガー」が試作品として完成した。また北海 道立美幌農業高等学校の協力のもと、豚肉を 美幌産米麹で醸成した新しい豚肉醤油の試作 品「美幌豚醤油まるまんま」が仕上がり、両 試作品を平成23年2月の「feel NIPPON 春 2011」で出展。流通業者や消費者の反応を 確かめ、さらなる改良・完成を目指す。

Topics - 美幌農業高等学校の生徒が開発に参加

今回の取り組みには地元、農業 高校との連携を図ることにより 人材育成を行う狙いもある。開 発には、北海道立美幌農業高等 学校の生徒が積極的に参加。学 ・商・農連携による話題づくり で認知度も高めた。



今後の展開 - 情報発信や生産体制の構築を目指す

本事業では、一部の意見に偏ることを避けるため、立場の異なる 多方面からの意見が集約できるように委員会、部会を構成。特に 女性の参画に力を入れた。開発された美幌バーガーと美幌豚醤油 まるまんまは、試作品段階ではあるが、美幌町内はもとより、地 域の顔として提供するに足る特産品としての期待がかかる。今後 は、さらに試作品のレベルアップを図り、情報の発信、生産に向 けた体制づくりの構築などを目指す。

北海道

恵庭商工会議所

恵庭の美しい田園風景を楽しむ「農道ドライブ」を提案

プロジェクト名 | 「食花街道」恵みの庭プロモーション

プロジェクト概要

「農作物の花(食の花)」をテーマとした着型観光と特産品の開発プロジェ クト。食・花・観光・食育の連携で来訪者の滞在時間延長を促すモデルル ートを企画・提案。併せてホスピタリティ向上を目指した特産品を開発し、 新たな、そして効果的な観光振興を図る。

活用した地域資源

恵庭市の農業・酪農業関係者と農作物、農作物の 花、道の駅「花ロードえにわ |展示の花馬車











1)「農道ドライブ」による恵庭観光を提 案したパンフレット「美味しい風景の真ん 中へ」。2)新規特産品「えびすかぼちゃ ペースト」の調理例を紹介した小冊子「か ぼちゃレシピ」。3) 道の駅「花ロードえ にわ」の人気展示品をモチーフとした「花 馬車プランター」。4) 皮むきや蒸す作業 などの手間が省ける「うらごしえびすかぼ ちゃペースト」。5) 恵庭市郊外で観賞で きる農作物の収穫風景。6) 恵庭市の観光 名所となっている「オープンガーデン|







取り組み内容 ト 食べ物をつくる風景の中にある感動を商品・観光化

恵庭市は古くから農業が盛んで郊外には広 大な農地を有し、多様な作物が栽培されてい るため、季節ごとに旬の農作物の花(食の花) が咲き誇り、美しい風景が現出する。

本事業では「恵庭食花街道」をテーマに、 これら農業資源を活用した着型観光開発、及 び関連した特産品の開発事業を実施。各種の 農業・酪農体験や農産物の直売を紹介し、そ

れらのスポットへの道のりを楽しむ「農道ド ライブ」という新たな観光スタイルを提案し た。また、パンフレット「美味しい風景の真 ん中へ」を作製し、全国に恵庭観光の魅力を 発信し、誘客を図った。

そのほか、地元農作物を活用した新たな特 産品づくりを目指し、恵庭の名産「えびす かぼちゃ」を活用したペースト、スープ、リ

ゾットなど試作品7品を開発。さらに「花の まち」のイメージを喚起するアイテムとして、 地元の鉄鋼業者と花苗業者が協同で「花馬車」 をモチーフとしたガーデンプランターを試作 した。これらの試作品を平成23年2月の「feel NIPPON 春 2011」に出展したところ、流 通業者や消費者から高い評価が得られ、新た な特産品としての可能性を確認した。

Topics - えびすかぼちゃの試作品が展示会で好評

「feel NIPPON 春 2011」ではえ びすかぼちゃの試作品の試食ア ンケートを実施。約95%の回 答者から「美味しい」との回答 が寄せられ、バイヤーから多数 の引き合いもあるなど、試作品 に対する高い評価を得た。



今後の展開 - 試作品を拡充させ、観光メニューとの連動へ

本事業では、恵庭市の観光や特産品の開発に従来とは異なる視点 で臨んだ結果、地域の事業者や住民から積極的な参画が得られ、 地域一体となったプロジェクトを展開した。農作物の味や美しさ を楽しんでもらう機会を創出することを目的として取り組んだ、 えびすかぼちゃ一連の開発品やガーデンプランター。これらのさ らなる拡充・全国展開、観光誘致のメニューとの連動を図り、プ ロジェクトの一体感をさらに高めることを目指す。

青森県

青森商工会議所

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

青森県

五所川原商工会議所

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) 宿屋つばきの温泉。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」のメニュー体験。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、 6) 「八甲田エリア」のメニュー体験。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 の意識調査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。

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

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」

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。

シジミのキッシュ

2.0 Mm

十三湖のしじみ貝入り ワンタンそは

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 - 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 するなど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。

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 で高評を得た、しじ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シジミの美味しさを広め、十三湖産シジ ミの郷土料理の認知度を向上させていく。



宮城県

仙台商工会議所

伊達家ゆかりの古木でライフスタイル提案型商品を

プロジェクト名 | 杜の都・仙台から発信! 「伊達な木造 (きづか) い商品」 開発プロジェクト

プロジェクト概要

健全な宮城の森林育成を図る「林業」と「仙台のモノづくり事業者」、販 売のプロである「流通業者」など幅広い主体の連携・協働、いわゆる『林 商工連携』により、地域資源である由緒正しい古木や間伐材の有効活用を 検討し、多くの人に支持される商品づくりを目指す。

活用した地域資源

伊達政宗公ゆかりの由緒正しい古木と間伐材、「玉 虫塗り |をはじめとするモノづくり技法

プロジェクトHP

http://www.sendaicci.or.jp/date-wood

山形県

山形商工会議所

「やまがた舞子」の魅力を特産品で発信

プロジェクト名 | 「もてなしの心、やまがたの心 舞子のいる街歩き」プロジェクト

プロジェクト概要

紅花交易の発展とともに生まれた、山形芸妓文化の伝統を受け継ぎ、平成 8年に誕生した「やまがた舞子」。やまがた舞子のいる街として山形市を アピールし、観光客誘致を図るため、市内の歴史的建造物等を周遊する観 光ルートの構築と、やまがた舞子に関連した特産品の開発に取り組んだ。

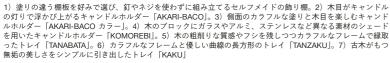
活用した地域資源

やまがた舞子、山形県の酒造好適米「出羽燦々」、 山形市郷土館、最上義光歴史館、文翔館などの歴 史的建造物、新名所(紅の蔵、七日町御殿堰、山形 まなび館)

















1)現在6名の若いやまがた舞子たちが芸を磨く。2)新名所・七日町御殿堰で舞子スイーツ4品の試食アンケートを実施。3) やまがた舞子による酒米の稲刈りや田植えを実施。4) 甘納豆をホワイトチョコと宇治抹茶でコーティングした舞子菓子「やまがた舞子抹茶あずき」。5) 山形米・出羽燦々を使用した舞子酒「純米大吟醸やまがた舞子」

取り組み内容 - 宮城の間伐材や古木で商品開発

藩祖・伊達政宗公が築いた仙台の地に培わ れ、受け継がれてきた固有の文化「伊達者」は、 仙台の文化を語る上での重要なキーワードで あり、美意識としてこの地に根づき、受け継 がれている。

本事業では、この「伊達者」の精神を受け 継いだ、粋でシャレた「伊達な世界観」を感 じるデザインを表現した特産品開発に取り組

んだ。そこで宮城県産の良質な間伐材やこれ まで活用されることなく伐採されていた、樹 齢数百年の由緒正しい古木の有効活用を目指 すとともに、森林組合と宮城県をはじめ、地 域中小企業者との連携・協働のもと、「伊達 な木遣い商品開発プロジェクト委員会」を結 成。他地域で取り組んでいる木工プロジェク トや市内にある木工・塗りなどの技術を視察

・研究し、新商品の開発への参考とした。

その結果、宮城の間伐材を活用した「自然 環境配慮型商品」と、「伊達家ゆかりの古木 で生み出す伊達なライフスタイル提案型商 品」の二本柱により宮城の杉を使用した「キ ャンドルホルダー」や宮城の杉・松・モミを 使用したトレイ、間伐材を活用したトレイ、 飾り棚などの試作品を完成させた。

Topics - 女性の視点を生かした商品づくり

多くの家庭で消費の意思決定の 中心となる女性の視点から製品 開発を行うため、女性メンバー を中心とした幹事会を設置。柔 らかな曲線やカラフルな色彩な ど、女性が好む「日常的で魅力 あふれる商品」開発に結実した。



今後の展開 - ビジネスモデルの構築と全国への情報発信

目標とした「伊達家ゆかりの古木で生み出すライフスタイル提案 型商品」、「間伐材の活用による自然環境配慮型商品」、「女性の視 点からの商品」を開発できたことが大きな成果であった。試作品 については、ビジネスモデルを構築し、全国に発信していく。今 後も消費者ニーズを満たす製品をつくり上げ、どのように展開し ていくかの検討を進める一方で、事業を継続するための販路開拓、 販売戦略の構築も進めていく。

取り組み内容 ▶ 「やまがた舞子」の名前を冠したスイーツや酒を開発

400年の歴史を刻む城下町・山形では、紅 花貿易の発展とともに山形市で花開いた、芸 妓文化を継承するため、「やまがた舞子」が 誕生した。本事業では、県内全体で観光人口 が減少傾向にある中、伝統あるやまがた舞子 を地域資源と捉え、地域の活性化と観光誘致 を目標にプロジェクトに取り組んだ。

まず、やまがた舞子をテーマにした観光ル

ートマップ「舞子ウォークラリー手帳(城下 町山形の歩き方)」の作製と舞子関連製品づ くりに着手。舞子スイーツの「花かんざし」、 「華小唄」、「紅の舞」、「紅の華」の4品と、舞 子菓子「やまがた舞子抹茶あずき」を開発し た。また、山形市内の老舗酒造メーカーの 協力を得て、やまがた舞子が田植えや稲刈り、 収穫を行った酒米 (出羽燦々) で仕込んだ、

舞子酒の開発も進めた。

この舞子菓子「やまがた舞子抹茶あずき」 と舞子酒「純米大吟醸やまがた舞子」の2品 について、平成23年2月の共同展示商談会 「feel NIPPON 春 2011」で来場者及びバイ ヤーへのアンケート調査を実施。その結果か ら、市場ニーズに合致しているという手ごた えを成果として得ることができた。

Topics - 試食会で舞子スイーツの評判は上々

山形市内の新名所「七日町御殿 堰」で、舞子スイーツの試食会 を開催。アンケート調査では回 答者の8割以上から「デザイン がいい」、「美味しい」と評価を 得た。この調査結果をもとにさ らなる好評価を目指す。



今後の展開 - 開発品の商品化とその後の販路を検討

「feel NIPPON 春 2011」では、舞子酒と舞子菓子の両者に対する 引き合いが多く、特に舞子酒は海外のバイヤーからの注目を集め、 さまざまな具体的な要望なども寄せられた。それらは今後の展開 に生かす予定。舞子菓子は、やまがた舞子との連携と舞子観光ル ートマップの提供強化などを通じて「やまがた舞子のいる街」と してイメージの浸透を図り、観光客誘致と連動した販路開拓と特 産品としての認知度向上を目指す。

新潟県

燕商工会議所

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、鎚起銅器

新潟県

五泉商工会議所

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

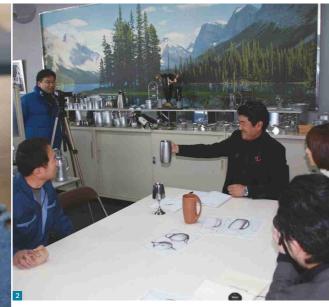
水芭蕉、桜、チューリップ、ぽたん、ニット、絹織物、慈 光寺、吉清水、咲花温泉

プロジェクトHP

http://gosenhanaoibito.jp







1) 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ポレーションを図り、成熟産業であるシル パーウェア業界へ新たなチャレンジを試みる

TELENCE OF THE PROPERTY OF THE



1) 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策定し、パンフレットを作製。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) 和紙糸シルクでつくった「アームカバー」。5) 和紙糸シルクでつくった「ネックウォーマー」。6、7) チューリップのブリザーブドフラワーでつくったケーキ型ギフト

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 h 知るだ

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、リンゴ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。ステンレス二重ビアマグカップ、ステンレス二重ワインカップも試作の修正段階に到達した。現在の試作品の開発と改良を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。

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品種のぼ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」、「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、「チューリッププリザーブドフラワー」、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」で試作品をパネル展示

奥山氏がデザインを手掛ける鎚 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。

Topics - 「feel NIPPON 春 2011」に試作品を出展

チューリップのブリザーブドフ ラワーを展示会に出展。ブリザ 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、バ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。

小松商工会議所

加賀商工会議所、山中·能美市·川北町商工会

九谷焼×山中漆器、新しい茶道具のかたちをアピール

プロジェクト名 | 「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"

プロジェクト概要

茶道が盛んな加賀の伝統工芸「九谷焼」と「山中漆器」のコラボ商品の開 発による顧客層の獲得、需要の喚起を目指す。また、茶道文化に育まれて きたスイーツ (菓子) を組み込み、南加賀再発見の旅のガイド「OTEMAE LIFE」を作製し、「お点前・スイーツ・もてなし」で誘客にあたる。

活用した地域資源

九谷焼、山中漆器、小松織物、地元の野菜・農産物 を使用したお菓子、地域の女性会

プロジェクトHP

http://www.minamikaga.com

石川県

七尾商工会議所

ジャズの魅力発信で観光誘致を図る

プロジェクト名 「NANAOジャズストリート」 ~JAZZにのって七尾クルーズ~

プロジェクト概要

20年の実績をもつ「モントレージャズフェスティバルイン能登」を活用し、 商店街や宿泊施設と連携した持続発展可能な複合的事業展開により、町の 賑わい創出を図る。「ジャズの薫る港町 七尾」をテーマに、工芸技術や 商店街施設を活用、特産品・観光商品の開発・販路拡大を実施。

活用した地域資源

七尾のジャズ文化、ガラス工芸品

プロジェクトHP

http://www.nanaojazzstreet.com





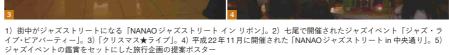






1) 地域の伝統工芸「九谷焼」、「山中漆器」のコ ラボレーションによる茶道具セット「オテマエ ライフセット」。2)若い人や初心者でも求めや すいコンパクトな「玉手箱・お点前セット」。3) 旬の地野菜を練り込んだヘルシーな和洋折衷プチ 並子「素かすみ」、4)4つの味が楽Ⅰ、める梅品中「福 がさね」。5) 紫芋をたっぷり使ったまんじゅう「紫音」。6) 桜の最中に小さな干菓子が詰まった「そ elj。 b) 核の取下に小になり未りが由まった)に っとひらくとはるほのか」。7) ニンジンやブロッコリーなどの野菜パウダーをふりかけたひと口 サイズのショコラ「加賀野菜スイーツ旬のショコ ラ」。写真3~7のいずれも、抹茶とともに楽し めるプチサイズのスイーツ







取り組み内容 ト 日本の伝統文化・茶道の御点前を気軽に楽しめるセットを開発

小松をはじめとする南加賀地方は、高い技 術と芸術性を誇る九谷焼や山中漆器で有名。 しかし、茶道など日本の伝統文化を支えてき たこれらの地場産業も、近年衰退を余儀なく されている。そこで、本事業では地場産業復 興のために、新たな需要の創出に取り組んだ。 まずは、茶道具の市場調査を実施。その結

果、茶道は敷居が高いというイメージを覆

すべく、「和モダン」、「シンプル」、「大人可愛 い」をキーワードに若者をターゲットとする 方向性が固まった。そして、この事業を南加 賀地域の2会議所・3商工会などが共同して 実施。九谷焼と山中漆器のコラボレーション による茶道具の開発に着手した結果、日常生 活で気軽に茶道に親しめ御点前を楽しめる 「オテマエ・ライフセット」など、4点52種

類の新しい特産品の試作品が完成した。

加えて、抹茶とともに楽しんでもらえる プチサイズスイーツ5品の開発にも取り組み、 茶道に関心はあるが触れる機会がなかった層 の取り込みも目指した。また、「加賀百万石」、 「茶道」、「スイーツ(菓子)」、「もてなし」な どのキーワードでまとめたガイドブックも作 製。地域へ観光客の誘客を図った。

取り組み内容 ▶ ジャズイベントとモニターツアーを実施

七尾市は米カリフォルニア州モントレー市 と姉妹都市関係にあり、当地域では世界的 に有名な本場アメリカの「モントレージャズ フェスティバル(以下MJF)」の名を冠した、 ジャズの祭典「MJFイン能登」が22年にわ たり開催されてきた港町。「七尾のジャズ」 は、魅力的な地域資源として捉えることがで きるほどの歴史と実績を有している。

本事業では、その「七尾のジャズ」を観光 資源として捉え、持続発展可能な事業として 展開を図り、年間を通した観光客の誘致を目 指した。「ジャズの薫る港町 七尾」をコンセ プトに掲げ、ジャズを活用した観光プランを 創出。また、七尾市のガラス工芸技術と組み 合わせ、七尾のジャズをモチーフにしたガラ ス製品など特産品開発にも着手した。

七尾駅周辺の商店街などと連携したジャズ イベントを実施するとともに、ジャズイベン トと周辺観光地を組み合わせた旅行プランを 開発。その反応を調査した。モニターツアー に対する、旅行業者など専門家の反応は良好。 来場者アンケートでは満足度が約9割に達し、 次回への参加意欲があると回答した人も7割 を超えた。

Topics - 開発品に直に触れてもらい、高評価を得る

「feel NIPPON 春 2011」に成果 品を出品。開発した茶道具に直 に触れてもらうことで伝統工芸 の質の高さを発信。スイーツも 「繊細でセンスがよく上品な味」 と来場者に評価され、製品化へ 期待がもてる結果となった。



今後の展開 - 大量生産・受注に対応する生産体制の確立

「feel NIPPON 春 2011」で高評価を受けたことで、「本物のもの づくり」、「消費者ニーズ<u>・目線を意識した商品開発」、「市場調査」</u> を重視した本事業の方向性の正しさを確認できた。今後もこの方 向性にのっとり、新商品の開発や改良を進めていく。また、開発 品の大量生産・受注に対応できる体制の確立を目指し、都市圏な どへ向けた販路拡大や情報発信に取り組むことで、南加賀の文化 と技術力に裏打ちされた成果品の需要を伸ばしていく。

Topics - 地元工芸品でジャズの特産品を開発

七尾市で30年近く続くガラス 工房があり、特産品として知ら で七尾のジャズをモチーフにし 開発。イベント参加者からの需 要があることもわかった。



今後の展開 - ジャズの街としての認知度向上を狙う

今回のイベントでは参加者の中心は七尾市民。クリスマスライブ でも市外からの参加は3割程度にとどまった。今後は、今回の事 ______ 業展開で把握できた消費者ニーズや運営<u>ノウハウを基礎に、イベ</u> _____ ント運営の精度をさらに高めながら市外からの観<u>光客の誘致方法</u> を検討する。ジャズコンサートに能登観光を組み込む観光プラン では、宿泊や食事面などの細部を練ることで魅力をさらに高めて いき、この地域の人気観光プランとなることを目指す。

石川県

珠洲商工会議所

「塩の産地・珠洲」の認知度アップとブランド化

プロジェクト名 揚げ浜式と流下式の製塩法を活かした「珠洲の塩」事業

プロジェクト概要

「珠洲の塩」の認知度と「塩の産地」としての地域全体のモチベーションを高め、地域ブランド力の向上を図ることを目的に、塩づくりの体験を通した観光客の受け入れ態勢の整備を行う。また、製塩業者だけでなく、菓子製造業者など塩を利用する市内の企業と商品開発を実施。

活用した地域資源

珠洲の塩、能登の揚げ浜式製塩の技術、能登大納 言小豆

プロジェクトHP

http://www.suzusalt.org

長野県

上田商工会議所

共同実施

上田市商工会·真田町商工会



・ニチェム

地域の英雄・真田幸村で観光誘致プロジェクト名 | 戦国武将「真田幸村」活用による観光振興事業

プロジェクト概要

地域の生んだ英雄である戦国武将・真田幸村とその一族を観光の核として 位置づけ、「幸村誕生の地・上田」を全国に発信する。真田幸村・真田一 族に特化した特産品開発や着地型観光ルートの創出、イベント実施などで 総合的に地域の観光誘客を図る。

活用した地域資源

地域が生んだ戦国武将・真田幸村と真田一族、上田 の歴史・文化、リンゴなど





1) 開発した合わせ塩。全8種類。2) 開発品を詰め合わせたギフトセット。3) 色とりどりの合わせ塩。4) 焼肉店で行った調査の様子。5) 能登大納言小豆と塩を使ったスイーツ「塩きんつば」。6) 「feel NIPPON 春2011」出展時の様子。7) 平成22年12月開催の「食とものづくり展」でアンケートを実施する様子



取り組み内容 - 「珠洲の塩」を観光・産業の両面から取り組む

「能登の揚浜製塩用具」が国指定重要有形文 化財に、「能登の揚浜式製塩の技術」が国指 定重要無形民俗文化財の指定を受けるなど、 珠洲市における製塩業は、地域の文化であり、 重要な産業である。本事業では、この地域を 支える「塩」に着目した特産品開発と、海岸 沿いに立ち並ぶ製塩所を能登の塩海道として 整備し、地域の観光振興を目的とした取り組 みを実施した

まずは、塩のブランディングなどについて協議し、能登野菜を使った「中島菜塩」や、魚醤を使った「いしる塩」などの合わせ塩を8種類試作。複数の事業者が作製した試作品が詰まったギフト用のセット商品も開発した。また、県内の焼肉店の協力のもと、肉に合う塩の調査なども実施。加えて、市内の菓子製

造業者3社と塩に合う菓子製品の開発も行った。一方で、観光振興のために塩づくり体験を主軸としたモニターツアーを4回実施。計45名の参加者から「楽しい」と好評を得た。開発した成果品は、平成22年12月の「食とものづくり展」、平成23年2月の「feel NIPPON 春 2011」に出展。全国のバイヤーと商談をする機会を得た。

4回のモニターツアーでは県内・県外を問わず、多くの参加者が集った。奥能登に古くから伝わる揚げ浜式製塩法での塩づくり体験後に、自作の塩で珠洲の食を味わうという行程に好反応を示していた。



今後の展開 - 商品は完成、市場へ向けた整備を

「feel NIPPON 春 2011」では、取引がしたい、パンフレットを送ってほしい、見本を送ってほしいなど、バイヤーからの反応が予想以上にあり、問屋や小売店、飲食店などからの名刺だけでも150枚以上を集めた。塩の新商品や、塩を使ったスイーツなど、開発したものは基本的にはすべて製品化を予定。製品開発を終え、今後はこの複数の事業者が絡んだ製品を、どのように市場に提供していくかを具体的に検討していく。







4



の地を訪ねて」。2) 広域観光ルートバンフレット「真田三代の足跡を巡る」。3) 着地型観光ルートバンフレット「真田幸村ゆかりの地を訪ねる」。4) 「OH! LAI HO! ビール ゴールデンエール、ケルシュ」。5) アップルジュース、シードル2種、アップルワインの「U~you~」。6)「信州真田幸村りんご味コーンスナック」。7) 「信州真田幸村の光ご味コーンスナック」。7)

1) 歴史観光マップ「信州上田真田幸村ゆかり



6



取り組み内容 ▶ 「真田氏」をキーワードに地域の観光資源を結ぶ

上田市は戦国大名の真田氏ゆかりの地であり、居城していた上田城の城址公園では「千本桜まつり」の時期に毎年多くの人で賑わうなど、今なお「真田ブランド」の訴求力は高い。しかし、多くの観光客は上田城や一部の観光スポットのみの訪問にとどまり、地域内の回遊が少ない現状にある。そこで本事業では、新たな視点から真田幸村はじめ真田一族

に特化した観光ルートの策定に取り組んだ。 真田氏と関係が深い、「山家神社」や「別所温泉」など市内の名所をめぐってもらうモニターツアーを開催し、参加者から高い満足度を得られた。また、真田三代のゆかりの地をルート化した観光マップや、パンフレットを作製。手にした人からは「このルートを回ってみたい」との声があった。 真田幸村と地場産のリンゴを使った、上田らしい特産品の開発にも着手。真田幸村が主人公のTVアニメ『戦国BASARA 弐』をパッケージに使用して、リンゴのクッキーやジュースなど4品が生まれた。これらの商品は、平成23年2月の「feel NIPPON 春 2011」に出展され、パッケージのインパクトやリンゴの風味が高いとの評価を受けた。

Topics - モニターツアーで地域の魅力を発信

真田氏をキーワードに、市内の 観光名所を結び作成したルート でモニターツアーを実施。アン ケートで参加者全員が「参加し てよかった」と答え、歴史や文 化に対する興味の高さもうかが え、作成ルートへ好反応を得た。



今後の展開 - さらに特産品と観光ルートを強化する

今回は『戦国BASARA 弐』との提携でインパクトのある成果品を開発したが、今後はキャラクターグッズだけではなく、特色ある息の長い地域の特産品開発を目指す。また、観光マップはより活用されやすいかたちを目指し、改良を進めていく。「真田三代のゆかりの地」をめぐるルートでのツアー実施も予定し、地域へのメリットや観光客の満足度を向上させるための調査も行いながら、「上田らしさ」をよりいっそう楽しめるコースの構築を目指す。

長野商工会議所

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・リピ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

長野県

諏訪商工会議所

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) 郷十食づくりを体験でき るモデルコースを紹介した冊 子「たべみごろ信州」などを作 製。2) 体験型の長野旅行を提 案。「おやき作り体験」は人気 の体験プログラム。3)「戸隠 竹細Tセンター でけ 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」では、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 ばやおやきなど粉物の食文化が発達した。そ こで、商工会議所では「おやきブランド化事 業」に取り組み、ヘルシーなスローフードと してのおや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。

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

これらの結果をもとに、ガイドブックやホ

にも努めた。

Topics - 体験型プログラムが観光商品として浸透

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 設の数を伸ばし、その質を高めていく。







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 中心となって取り組み、設置するだけで店舗 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 皮をそのままう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。

下諏訪商工会議所

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

観光客の滞留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。

活用した地域資源

万治の石仏、諏訪湖オルゴール博物館 奏鳴館、八 島湿原、カリン、信州味噌、そば、きのこ

プロジェクトHP

http://www.manji-sekibutsu.com

大町商工会議所

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

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。

活用した地域資源

北アルプスを背景にした自然的景観、市内にある3つ の酒蔵と酒、黒豚

プロジェクトHP

http://kita-alps.jp



除的な北アルブスの何大な盛しさと

大地 【そうた、自分は酒屋た。 地元から米を買おう。】

一葉 す 使った例道りを始めた

そして信州北安曼野の米

縮他輝く里の優しさとの調和に

思わず息をのんだ。

守りたいと心底思った。







る「万治の石仏お守り手形まち 歩きマップ」。2) 食ブランドの 確立を目指した「味わい部会」。 成果品「七福万治味噌」の アンケート調査を実施。4) 万 治の石仏がずっと見ていた星空 を仰ぐ「星空バスツアー」のチ ラシ。5) 万治の石仏

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観 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。

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

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。

大町商工会議所



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」

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

Topics - モニタリング調査を実施

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



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。

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。



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

今後の展開 - 増加する観光客を通過型から着地型へ

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。

茅野商工会議所

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

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

プロジェクト概要

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。併せてグリーンフードの開発・地域特産化を目指す。

活用した地域資源

フィトンチッド、車山高原の森林及び草原、高原野菜

長野県

佐久商工会議所

臼田町·浅科·佐久市望月商工会



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 | 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

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。

活用した地域資源

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、ぴんころ地蔵



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 ぽのオーナー」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 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



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) ンターブリター (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ードコンテストを開催。4) グリーンフードコンテストの入賞作品



取り組み内容 ト 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。

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 ータを収集した。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。

Topics - フィトンチット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 報発信に努め、展開方法を検討していく。

Topics - 市民の意識向上を促すためのさまざまな方策

事業への市民の関心を高めるた め、チラシの発行や、約100名 が参加したシンポジウムなどを 開催。また、おもてなし塾を立 ち上げ、ボランティア育成講座 を開講するなど、市民の意識を 高め、受け入れ態勢を強化した。



今後の展開 - 市民を巻き込んだ地域ぐるみのプロジェクトへ

『イヤシロチ佐久の魅力って何だろう?!

ツアー商品の開発にあたっては、マーケットを意識し、外部の有 識者やデザイナー、観光業者の声を交えたことで、流通しやすい ツアーメニューの作成を意識した。今後は、参加ツアー客が佐久 市の地域資源を選択し、食や観光などの個々の目的に合わせ、オ ーダーメイドでツアーが組めるシステム構築を目指す。そして、 これからも市民を巻き込みながら、地域ぐるみのプロジェクトと してツアーの実施と受け入れを進めていく予定。





千曲商工会議所

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

栃木県

足利商工会議所

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









1) 長野県千曲産アンズを活用した「はちみつロールケーキ」。2) 統一プランドロゴ。3)日本一の生産量を誇る千曲市のアンズ。4)開発商品を紹介し全国に発信。5) 参画企業と統一プ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ンズ栽培が有名。現在においても、森・倉科地域でアン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ンズを使用した特産

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、石鹸、剪定・伐採したアンズの枝や 幹を細かく砕いて煎じた液を染料にして絹糸 を染めた織物、アンズ寿司など多岐にわたっ

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。

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 ングル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 - 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ズの農業振興など、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。アンズの生産を確保・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ズ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。

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、「まちじゅう銘仙 倶楽部」加盟店のうち、89店の店舗プロフィールと銘仙によ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・計器に役立てた。



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。

栃木県

鹿沼商工会議所

現代の暮らしにマッチする木工製品を開発

プロジェクト名 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

プロジェクト概要

停滞する伝統産業である木工産業の復興を目指し、「木工技術が、新たな 分野に切り込んでいく」というテーマで、「オフィス」、「IT」、「若者世代」 など、今まで木工と縁遠いと思われていた分野に向けて新たな製品を開発 し、販路拡大につなげる。

活用した地域資源

日光東照宮造営以来の木工技術、日光杉

群馬県

桐生商工会議所

作家と商店街の連携による新しいものづくり

プロジェクト名 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

プロジェクト概要

織物の産地として発展してきた桐生市には、ものづくり作家が多数存在す る。作家たちを地域資源として捉え、その作品群を市内商業店舗で展示販 売をする一店一作家運動の推進や、作家と店のコラボレーションによる新 商品開発、全国に発信するためのプレゼンテーションを実施する。

活用した地域資源

桐生で活動するものづくり作家、日本一長いとされる 桐生の中心商店街

プロジェクトHP

http://www.kiryucci.or.jp/1ten1sakka





キを使用した木工フレーム棚は単体でも重ねても使える。4) 木のぬくもりを感じるフォトフレーム。5) 新製品開発会議で方向性を策定







1) 杉の質感を生かし、窓から温かみのある光を取り入れられるプラインド。2、3) ヒノ

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

Topics - 発想の転換で新しい木工製品を試作

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 込めた「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をもっ た、モダンなデザインの製品は、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。

今後の展開 - コンセプトを統一し、製品化にあたる

本事業では、製品の円滑な流通 のため「売る人とつくり手のコ ンセプトメイキングや、製品開 発の段階から流通事業者にも参 加してもらい、プロダクトアウ ト型の発想からの転換を図った。



本事業により、ライフシーンと調和する新たな試作品が生まれ、 展示会などでも好評だったことから、今後は今回の成果品をさら に改良・発展させ、販路に乗せることを目指す。また、首都圏を 中心とした消費者に向けた情報発信の強化も進めていく。また、 本事業で掲げられた「SQUARE by KANUMA」というコンセプ トを生かした製品の世界観を大事にしながら、新しい製品の開発 も続け、伝統の木工製品がもつイメージとの差別化を図る。

ショレ BAG コレクション 1) 市内のカバン店と繊維会社の コラボレーションにより製作されたゴブラン生地を使用したオリジ ナルバッグ。2) 桐生の繊維会社 3社との協働により開発された「 Pad ケース」。3) 撥水繊維の布 地に横振り刺繍家・大澤紀代美氏 が刺繍を施した「ポケットチーフ 型携帯端末ケース」。4) ポケット チーフ型携帯端末ケースの使用イ メージ。5) 桐生産生地を使用した、立体感あふれる舞台衣装。6) 全作家の作品を撮影し、ビジュア ル的に紹介した「一店一作家(一 工場)まちあるきマップ」

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の中 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

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

リジナル刺繍入り携帯端末ケースなどの試作 品が完成した。

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作 製し、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 情報を発信した。

Topics - 「feel NIPPON 春 2011」に出展

試作品はすべて「feel NIPPON 春 2011」に出展された。来場 者の中には、素材となった繊維 生地に注目する来場者も多く、 結果として試作品を広く事業者 やバイヤーなどにアピールする ことができた。



今後の展開 - 持続的な生産ラインと販路の開拓

本事業に取り組んだことで、ものづくり作家と商店街が協働し、 桐生オリジナルの商品開発に加え、地域の結束力が高まった。今 後は、持続的な生産ラインの構築と販路の開拓を課題としながら、 試作品にさらなる改良を加え完成を目指す。さらには、一店一作 家運動の推進による交流人口の増加や参画店舗のネットワーク化、 中心市街地の集客増加など、プロジェクトを中心とした総合的な 地域活性化を目指す。

埼玉県

さいたま商工会議所

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

城下町岩槻の地域に生きる「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

埼玉県

深谷商工会議所

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)、旧七ツ梅酒造蔵(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





- 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 ト 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 人形づくりがはじまり、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 が栄え料亭も多く集積し、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む、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

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。



1) 映画『ゼロの隹点』『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」

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』

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

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。

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、 取り組みとして実施した、モニターツアー 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



今後の展開 ト 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。

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

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。

活用した地域資源

品川の宿場町、ウォーターフロント、品川海苔、品川 芸者、しながわ蕪、蒔絵など

プロジェクトHP

http://tokaido-shinagawasyuku.com

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

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。

活用した地域資源

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.jj







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 館パックヤードツアー」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」





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 ト 品川宿を基軸とした地域の魅力を創造

東海道品川宿は、東海道の一番目の宿場町。 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」に訪れる、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

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。

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。

神奈川県

小田原箱根商工会議所

消費者・旅行者と商業者が触れ合う「交流型商店街」

プロジェクト名 | 「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

プロジェクト概要

中心市街地の商業集積を地域資源として、各商店のこだわりや技術などに 触れる「体験教室」を実施し、着地型旅行商品開発につなげ、新規顧客の 獲得、リピーターとなる顧客獲得を狙った。これにより消費者・旅行者と 商業者が触れ合う「交流型商店街」の形成を図り、集客力向上を目指した。

活用した地域資源

小田原の中心市街地の商店(個店)

プロジェクトHP

http://www.odawara-cci.or.jp/fureai

神奈川県

厚木商工会議所

七沢温泉の観光資源とカボスを融合、集客力強化を狙う

プロジェクト名 七沢温泉における新観光・特産品開発事業

プロジェクト概要

平成21年度の調査研究事業の結果を受け、七沢温泉の特産品開発を含め た新たな観光資源を打ち出し、七沢温泉における地域資源の新しい価値を 提案する。新たな産品である「カボス」を利用した商品開発や七沢温泉現 代湯治のパッケージ化などで集客力の強化を図る。

活用した地域資源

東丹沢七沢温泉郷、カボス、地酒



1) カボスの収穫。2) [feel NIPPON 春 2011」に出 展。3)「かぼすロールク った石鹸。5) お菓子 「お

おやまあんマド」。6) 全

国钼光堆级十产品案查令 「日本商工会議所会頭賞」

を受賞した「かぼすゼリ

七沢地域の新たな特

産品 カボスでつくった 「黄金のかぼす酒」



体験教室の模様。1、8、10) [5歳若返るメイクレッスン]、「フラワーアレンジメント」 など女性に好評だった体験。2、3、4、7、9、 12)料理や菓子などをつくる体験教室。5、6) 自分で料理をつくり会食まで体験できるものも好評だった。11) 専門的な分野の作業 が知れる「DIY塗装体験」

取り組み内容 ▶ 「交流型商店街」として体験プログラムを構築

小田原市では、人口や商店数・年間商品 販売額などが減少し、商業が低迷傾向にあ る。本事業では、中心市街地の商店街と各商 店の技術を地域資源として捉え、各商店のこ だわりや業界技術などに触れる体験機会を創 出。観光客と商業者が触れ合う「交流型商店 街」の形成による着地型観光プランの開発を 目指した。

まず、受け入れ先となる参画店舗を募集し た後、「おだわらふれあい体験市場」を継続 的に開催した。鮮魚販売店、パティスリー、 西洋料理、コーヒー豆販売店など18店舗が 参画し、随時体験内容を解説する資料を作成。 体験内容は、魚の三枚おろし、シュークリー ムづくり、洋食基礎とフレンチ会食、コーヒ - の淹れ方など、身近でありながら専門知識

が必要なものが揃った。

また、体験教室参加者へのアンケート調査 を実施。集計結果を各店舗へフィードバック し、内容のさらなる充実化を図ったこともあ り、高いリピート率を記録。最終的に、プロ グラム数は100回を超え、360名以上の参加 を記録。交流型商店街という新たなジャンル を切り開くことに成功した。

取り組み内容 - カボスを活用し、地域の特産品を開発

厚木市の奥座敷として知られる七沢温泉は、 東京都心から最も近い温泉地でありながら、 地域の豊かな自然環境や温泉、森林公園など のアメニティ資源が十分に活用されていない という課題を抱えていた。

そこで本事業では、七沢温泉の地域資源で ある森林セラピー、温泉を融合させ、カボス の特産品開発を含めた新たな観光資源を創出

し、首都圏エリアから全国への本格的な普及 と集客強化に取り組んだ。

まずは新たな産品であるカボスの活用に焦 点を当て、七沢温泉の特産品となる商品開発 の具体化を検討。地元事業者とともに、「黄 金のかぼす酒」や「かぼすのスイーツ」3種、 「かぼす豆腐」、「かぼす味噌」などの試作品 を作製。また、「現代湯治のすすめ」など温

泉を絡めたヘルスツーリズムのパッケージ化 を行い、ほかには自然を生かした森林セラピ - の楽しみを広げる仕掛けとして、七沢地域 をめぐるハイキングショートコースの検討、 ノルディックウォーキングの導入検討などに も積極的に取り組んだ。

これらの成果を統合し、七沢温泉の認知度 ・集客力の向上を図ることができた。

Topics - ホームページ開設が、体験教室の呼び水に

体験教室の開催は、ホームペー ジを開設し、随時募集を図った。 その結果、同じ店舗の体験に毎 回参加する人、毎月違った店舗 体験をする人も現れるほど盛り 上がり、参画者の新規顧客開拓



今後の展開 ・ 交流型商店街を観光客にもアピール

「店舗体験教室」による、着地型旅行商品開発と交流型商店街の 形成は想定した効果を得ることができた。今後は、各店舗にて事 前予約をすれば、いつでも体験教室が開催できるような体制を確 立していく。今年度の参加者は地域周辺住民が中心であったが、 今後はホームページなどでの情報発信を継続的に強化し、伊豆箱 根に訪れる観光客をおだわらふれあい体験市場に取り込みながら、 当地域への観光促進を図っていく。

Topics - 地元イベントにカボス酒を出展

地元イベント「収穫祭」や、 650名の参加者が集まった小田 急電鉄主催のウォーキングイベ ントで、一般消費者にカボス酒 の試飲調査を実施。どちらのイ ベントでも「美味しい」と反応 があり、多くの声が集まった。



今後の展開 - バイヤーの要望に対応できる事業拡大が課題

さまざまなイベントにカボスを活用した開発商品を出展。いずれ も好評であったが、参加事業者の事業規模が小さいため、バイヤ ---の数的要望に応えられず、事業を拡大するために検討が必要と された。今後は、さらに七沢温泉を安・近・短型の観光地として「東 京都心から最も近い温泉地」というコンセプトを強調し、健康を 主テーマに、訪れた人々に心と身体のリフレッシュを提供する場 所として提案をしていく。

静岡県

富士宮商工会議所

「菊芋」で手軽に食べられるパウダーとお茶を開発

プロジェクト名 | 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

プロジェクト概要

朝霧高原の荒地対策、ひいては景観向上として、利用されていない広大な 土地を地域資源として有効に活用し、黄色の花を咲かせる菊芋を栽培。「富 士山・朝霧高原を黄色く染める」景観と菊芋を使った特産品を開発し、そ れらを朝霧高原の新たな観光資源として、全国へ発信する。

活用した地域資源

朝霧高原、菊芋の花・茎・根茎(こんけい)

プロジェクトHP

http://kikuimo.org

岐阜県

岐阜商工会議所

規格外の枝豆とイチゴで新たな特産品を開発

プロジェクト名 | 「枝豆」「イチゴ」の特産品開発で岐阜を盛り上げよう

プロジェクト概要

岐阜の特産品「枝豆」と「イチゴ」の約2割はかたちが不揃いで規格外として廃棄処分されてきた。そこでJAや農家との連携により、規格外品を利用した多くの観光客に愛される特産品を開発し、PRすることで、枝豆・イチゴを育んだ清流長良川と歴史ある岐阜の町を全国に発信する。

活用した地域資源

清流長良川流域でつくられた岐阜枝豆・岐阜イチゴ 「濃姫」

プロジェクトHP

http://www.gcci.or.jp/semi/mugendai/mugendai.htm







もし、「親子バリット 一」、「新春品としの手業茶」へのふた 一人、「新春品とめのチラシを作製した。2) 製高原から産士山を望 せで、、第三十山をジャセで、第二十四代の子で、第二十四代の子で、第二十四代の子で、第二十四代の子で、「東京の根茎(こんけい)

100 (10) (1

1) これまで廃棄処分されていた規格外の岐阜の枝豆を使用した特産品全28種類。2) 岐阜を代表するイチゴ「濃姫」の規格外品を使用した特産品全18種類。3) ぬかの部分に枝豆パウダーを使った「枝豆漬け」。4) 「子持鮎熟れ寿し」の熟成したご飯を生クリーム・ホワイトチョコレートで丁寧に練り上げてガナッシュに。それをイチゴバウダーを練り込んだホワイトチョコでコーティングした「白練りショコライチゴ味」。5) 平成23年2月、共同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」に出展



取り組み内容 - 菊芋を朝霧高原で育て、新たな特産品を開発

富士宮北部に位置する朝霧高原は、富士の 景観に恵まれた酪農地として発展してきた が、近年、酪農家の減少に伴い酪農放棄地が 増えている。本事業では、その未活用の雄大 な土地を地域資源として活用。古くから健康 によい野菜として知られ、戦後の食糧難の時 代に重宝されていた菊芋の育成をスタートさ せ、新たな特産品として全国に発信すること を目標にした。

菊芋は、秋にいっせいに黄色い花を咲かせるため、「黄色い花が大地を染め上げその背景に富士山を望む」という絶景スポットが新たな観光資源になることも想定し、朝霧高原で菊芋を育てる計画を開始した。そして、収穫した菊芋で試作品開発に取り組んだところ、旬が短く生の状態での保存が難しいことがわ

かり、粉末加工での開発を進め今回は「健康 食材」としての開発に絞り込んだ。結果、粉 末にした菊芋をコーヒーやお茶に混ぜたり、 カレーや焼そばにかけて食べる「菊芋パウダ ー」と、朝霧高原産菊芋と富士宮産煎茶をブ レンドしたティーバッグ「菊芋茶」の2品の 試作が完成。7回に及ぶ試食会を経て改良を 重ね、商品化が実現した。

今後の展開 - 生産量を確保し、加工品としての可能性を探る

天然オリゴ糖の一種「イヌリン」を多く含む菊芋には、高血糖や高血圧に有効な働きが期待されている。開発品の発表会でも成分や効能についての関心は高く、アンケート回答者の半数近くが「購入したい」と回答した。

Topics - 健康面でも注目される菊芋



イベントなどを通じ、菊芋の認知度は高まった。また、商談会では来場者からの問い合わせが多く、健康・機能食材としての注目度は高い。まだ生産量が限られているため、今回は菊芋パウダー、菊芋茶の開発にとどまったが、今後はさまざまな加工品開発の可能性を探っていく。生産量の確保と品質維持に努めながら、一方で花の開花シーズンには朝霧高原が観光スポットになるよう、広報活動にも注力する。

取り組み内容 ト 「地産地消」をテーマに、農商工・産学官連携による試作品を開発

清流・長良川の恵みによって育まれた「岐 阜枝豆」と岐阜イチゴ「濃姫」は、どちらも 地域を代表するブランドだ。しかしブランド 維持のため、約2割がかたちの整わない規格 外品として、大量に廃棄されている。

そこで本事業では、これら未活用の資源を利用した新たな特産品の開発・商品化に取り組んだ。JAと連携して、規格外の枝豆とイ

チゴの提供を受け、冷凍の枝豆やパウダー化した枝豆とイチゴ、ピューレ状にしたイチゴなどの原材料を大学や参画事業所に配布し、試作品を開発。枝豆では、規格外の未利用品を冷凍した「枝豆粒」、枝豆を皮ごと加工した和洋菓子、枝豆ドレッシング、パスタなど全28品、イチゴではイチゴパウダーを混ぜた和洋菓子、ジャムやゼリー、パスタなど全

18品、合計46品の試作品が完成した。

これらは試食会を経て、改良を行い、平成22年9月と平成23年2月に共同展示商談会「feel NIPPON」に出品。バイヤーや消費者からのさまざまな意見を集めた。また、平成23年2月には「岐阜市産学官連携交流会」にも出展。産学官の連携とともに、各地で集めた意見をもとにPRや改良に努めた。

Topics - メディア関係者らを招いた試食会を実施

枝豆とイチゴの特産品開発にあたり、それぞれ試食会を実施。 枝豆の試食会では、開発事業者 やメディア関係者が、28種類 を試食。イチゴの試食会では約 50名が来場した。いずれも「完成度が高い」と好評を得た。



今後の展開 - 原材料の安定供給が課題

目標は廃棄されていた枝豆、イチゴを活用した商品開発のほかに、農商工・商店街の連携を図り、地域の農業従事者や商工業者、商店街などの地域資源を活性化させること。また地域の大学や高校生が、本事業に参加し地域内の連携を強めることも目的として、今後の展開を模索している。課題となった規格外品である原材料の安定供給及び、枝豆とイチゴのパウダー化のコスト低減を追求し、商品化の実現を目指す。

愛知県

豊橋商工会議所

ウズラ卵入り「豊橋カレーうどん」をご当地グルメに

プロジェクト名 | "めざせ! 日本三大うどん" プロジェクト

プロジェクト概要

自家製麺率100%の「豊橋うどん」をベースに、生産量日本一の豊橋産ウ ズラ卵を使用した「豊橋カレーうどん」をご当地グルメとして形成し、ブ ランド化を推進。市民のソウルフードである「豊橋うどん」を全国発信す ることで知名度、交流人口の向上につなげ地域活性と観光振興を図る。

活用した地域資源

自家製麺率100%の豊橋うどん、生産量日本一の豊 橋産ウズラ卵

プロジェクトHP

http://www.honokuni.or.jp/toyohashi

愛知県

江南商工会議所

特産品の高級インテリア織物を一般家庭へ

プロジェクト名 | 江南インテリア織物産地新展開プロジェクト

プロジェクト概要

市場の表舞台に出ることがなかった江南の特産品である高級インテリア織 物(主に先染めジャカード織物)を使い「ゆっくりと低く暮らすスタイル 提案」というテーマで、消費者向け製品(オーガニックコットンやリサイ クル繊維といったエコ素材を使用)を開発。地場産品で地域振興を図る。

活用した地域資源

高品質のインテリア用生地(先染めジャカード織物な





取り組み内容 - ソウルフードの「豊橋うどん」を活用したご当地グルメを開発

かつて三河地方では、田植えや稲刈りが終 わると祝いでうどんを食べる風習があり、年 越しや冠婚葬祭でも食されるなど、地域のソ ウルフードとして「豊橋うどん」が愛され続 けてきた。また豊橋市は、ウズラ卵の生産量 日本一である。

本事業では、豊橋うどんとウズラの卵、こ のふたつの地域資源を生かしたご当地グルメ

の開発に取り組んだ。幅広い年代に愛される カレーうどんをベースに、とろろごはんの上 にカレーうどんをかけ、ウズラ卵をトッピン グするという、一度に異なる味わいが楽しめ る地域独自の「豊橋カレーうどん」が完成し た。この発想は名古屋名物の「ひつまぶし」 にヒントを得たものだ。

平成22年4~9月にかけて豊橋観光コン

ベンション協会が主催した「豊橋カレーうど んスタンプラリー」では、各店オリジナルの 豊橋カレーうどんを提供する43店舗が参加。 専門誌・各種情報誌への情報提供、ホームペ ージの活用によるPRも積極的に行った結果、 試食には300名が並ぶ大盛況であった。また、 メディアにも多数取り上げられ、豊橋カレー うどんの認知度向上は成功した。

取り組み内容 ト ブランド「CO-NAN FACTORY」を立ち上げた

江南の特産品である高級インテリア織物を使用し、エコ素材を使用した消費者向け製品を開発。1) 中・高年齢層向けの色彩

で統一した 「静寂シリーズ」。2) 「そよぎシリーズ」は全年齢層向けの色彩を意識。3) 「リズミックシリーズ」。若い年齢層向けの商品も製作した

江南市の基幹産業であるインテリア織物の 生産は、問屋主導型の受注生産のみで行われ ていた。そこで地場産業の復興を目標に、そ の高級インテリア織物を生産する産業を地域 資源と捉え、インテリア織物産地から一般消 費者向けのインテリアファブリック製品産地 への転換に取り組んだ。

まず商品開発にあたり、商工会議所、生地

メーカー、加工業者、デザイナー、行政など で組織するプロジェクト委員会と開発部会を 設置。生活の欧米化により、畳の上で暮らす 文化が失われつつあることから、フローリン グで使う、座椅子に代わる新しい製品の開発 に取り組んだ。また、ワンルームマンション などで間仕切りとして使える、新たなファブ リック製品の開発にも着手。モニター調査な

どを通じて試作・改良を重ね、エコ素材や再 生利用可能な素材を用いた、環境も配慮した 3つのシリーズを完成させた。

さらに、開発商品のブランド「CO-NAN FACTORY」を立ち上げ、ブランドロゴを作 成。製品を江南産ブランドとして市場供給で きる足掛かりとし、展示会では販路開拓に向 け試作品の認知度向上に努めた。

Topics - シンポジウムを開催

平成23年2月に「豊橋カレー うどんファンクラブ KICK OFF 記念シンポジウム2011」を開 催。地域のうどん店や一般参加 者など総勢149名が集結し、地 域活性の方策を学ぶなど今後の 展開に向け情報交換を行った。



今後の展開 - ご当地グルメとしての定着を目指す

平成22年4月以来、平成23年1月までに約22万食が人々に食さ れた。本事業の実施により、豊橋市内でカレーうどんを提供する 店舗は47店にまで拡大し、ご当地グルメとして定着しつつある。 これを一過性のブームで終わらせないよう、さらなる認知度の向 上を目指し、情報発信やファンづくりに取り組む。また、取扱店 の拡大をサポートしながら、市外県外からの誘客につながるブラ ンドカを訴求し、地域に根づいた食文化としての定着を図る。

Topics - 江南産の新しいファブリックインテリア

デザイナーなどが参加する開発 部会を経て、木製家具で使用さ れる高級生地をビーズ・ウレタ ン構造の製品に使用した「フレ ームレス椅子」と、空間を仕切 る新しい間仕切り製品「パネル トラック」の試作品を開発。



今後の展開 - 製作から販売へのシフトを目指す

パネルトラックについては製品製作が確定。試作品をもとに販売 業者が取り扱うことができる、さらなる製品の製作を行う。また、 製品に使う生地も販売業者の意向を取り入れた、より販売しやす いものを新たに製作することも検討。販売に向けた準備を進め、 地域資源であるインテリア生地に新たな工夫を凝らし、ほかの産 地にまねできない商品を生みながら、今後は「つくること」から 「販売すること」へのシフトを目指す。

三重県

亀山商工会議所

健康と自然をテーマに「亀山ブランド」を発信

プロジェクト名 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

プロジェクト概要

健康志向・自然志向の観点から、東海道坂下宿とその周辺の地域資源を活用し、中高年層をターゲットにしたヘルスツーリズムプランを策定。同時に、農商工連携による自然薯を活用した特産品の開発を行い、「亀山ブランド」力の向上と地域関係機関・住民との連携体制の構築を目指す。

活用した地域資源

坂下宿、自然薯

三重県

鳥羽商工会議所

御食国ならではの観光と特産品開発

プロジェクト名 | 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

プロジェクト概要

島の元気回復に取り組む「島のかあちゃん組織」を事業の中核に、御食国 島羽・答志島ならではの商品を開発。伊勢湾口で四季折々に捕れるサワラ、 鯛、黒あなごなどを提供し、漁村文化、風景を堪能する小さな島旅と併せ 全国に発信し、島経済の自立を目指す。

活用した地域資源

伊勢湾の答志島の女将、サワラ、鯛、黒あなご





1) モニターツアーで坂下宿周辺を歩く参加者。2) 本事業でまとめた坂下宿観光ルートを紹介する小冊子。坂下宿観光ルートを紹介。3) 本事業で活用した亀山産の自然署 [かめやま萬年署」。写真4、5、6、7、8、9は、かめやま萬年署を使用した試作品。4) [じねんじょ入りすいとん」。5) [じねんじょドレッシング」。6) カクテル [亀山の雪」。7) [じねんじょアイスクリーム」。8) [じねんじょロール」。9) [とろろぼうる」













1) 伊勢湾で捕れる脂ののったサワラを、炙り寿司にした「あぶり旬」。2) 活け締めにした天然の鯛を、昆布締めした鯛寿司「あなたにお届けし鯛」。3) 甘みと辛みのバランスが絶妙で、ご飯にも酒にも合う「黒あなごのラー油漬け」。4) 写真1、2、3の3点をセットにした「絆寿司」

取り組み内容 ト 健康と自然をテーマにした、中高年向けの観光ツアー

亀山市は、江戸時代に「亀山宿・関宿・坂 下宿」の東海道三宿が開かれた地域。平成 21年度に実施した調査研究事業により、東 海道三宿そのものが重要な観光資源であると 再認識し、本事業では、「亀山ブランド」力 の構築を総合目的とし、鈴鹿峠の麓に位置し 自然豊富な坂下宿をメインとした観光プラン 策定と、市域で栽培されている自然薯を使用 した特産品開発に取り組んだ。

まず、東海道三宿の観光客に対して実施したアンケートをもとに中高年層をターゲットと定め、その世代に関心が高い「健康」、「自然」をテーマに据えた。観光プラン策定では、歴史や自然観察をしながら観光が楽しめる、ウォーキングコースを創出。外部評価を得るために、観光プラン策定では地元のウォーキ

ングクラブのメンバーと市外の一般参加者に よるモニターツアーを実施。参加者から定期 開催を望む多くの声が上がった。

また生に近い状態の自然薯と、パウダー化 したものをそれぞれ加工して、17事業所が 40の試作品を作製。そこから選定したふた つの試作品を平成23年2月の「feel NIPPON 2011 春」に出展し、製品化の足掛かりを得た。

取り組み内容 ► 答志島の魅力を特産品と観光プランで情報発信

答志島を囲む伊勢湾には、木曽三川や宮川 の山水が流れ込み、魚の餌となるプランクト ンが大量に生息。このプランクトンを食べて 育つ、御食国鳥羽・答志島の魚介類は美味で、 栄養価が高い。そこで本事業は、自然の恵み を受けた魚介類や伝承料理を活用した特産品 開発や、島の魅力を伝える観光プランを構築 することで、地域活性化を図り、観光振興に つなげることを目的とした。

「自分たちの手で島を元気にしよう」と活動する組織「おいら答志島応接鯛」を発足。同組織のメンバーが中心となり、天然鯛の昆布締め寿司「あなたにお届けし鯛」、炙りサワラの棒寿司「サワラの炙り旬」、島の郷土料理にならった「黒あなごラー油漬け」、この3種をひとつ盛りにしたセット「絆寿司」3

種と、4品目の特産品を開発。また、観光では食と島の文化をテーマに、「古くから伝わる島の文化とふれあい、忘れられていた心の豊かさを取り戻す旅」、「一生に一度は食べてみたい聖地の海鮮に出会う旅」のふたつのプランを構築した。

それらを展示会やインターネットを通じ、 全国に発信するなど情報発信にも努めた。

Topics - 自然薯の試作品が好感触

市内のイベント「亀山大市」と共同展示商 談会「feel NIPPON 春 2011」で自然薯を 使用し開発した試作品の試食アンケートを 実施。希少性、美容・健康面で自然薯がプ ラスイメージをもつ食材であること、開発 品の市場展開における可能性を確認するこ とができた。



今後の展開 - 成果を生かし情報発信を続ける

創出した観光プランについては、作製した冊子を有効活用するとともに、今後は隣接する「鈴鹿峠」や「関宿」も組み合わせて情報発信していく。さらに、健康面での付加価値向上の策も検討し、さらなる観光ルートの増加を目指す。また、亀山産自然薯のブランド化の必要性を検討し、「亀山=自然薯」という認知を全国へ発信していく。特産品、観光、それぞれから亀山ブランドの展開を続け、イメージの確立と集客力の向上を目指す。

Topics - 「feel NIPPON 春 2011」で好評

「feel NIPPON 春 2011」に寿司3種、計4品を出展し、アンケート調査で、どの開発品に対しても回答者の80%以上が「美味しい」と回答した。また、併せて構築したふたつの観光プランも紹介した。



今後の展開 - 未活用資源から特産品のラインアップを強化

事業展開の最初に、地域活性の専門家から他地域の成功事例を聞くためのセミナーを実施したことで、特産品開発、観光誘致に対する地域住民の意識は高まりを見せた。その意識改革の結果を継続させながら、より幅広い情報発信を行っていく。また、いまだ答志島周辺に眠っているであろう未活用の地域資源を再発見し、本事業の成果品に加えられる特産品、そして観光プランのラインアップを強化していく。

福井県

敦賀商工会議所

敦賀湾の魚と希少な伝統野菜で新たな特産品を開発

プロジェクト名 | 地域資源を活用した「ご当地調味料」と「風土食」の開発事業

プロジェクト概要

敦賀湾で捕れる鯖や鯵といった魚や伝統野菜「黒河マナ」などの地域資源 を活用した「ご当地調味料」と「風土食」の商品開発を実施。また、敦賀 の新たな特産品の創出と地域内外への普及・促進を図り、敦賀ならではの 食文化としてブランド化を目指し、事業の全国展開を狙う。

敦賀湾で水揚げされた鯖と鯵、敦賀の伝統野菜であ る黒河(くろこ)マナと古田苅かぶら

滋賀県

大津商工会議所

大津スタイルのエコツーリズム「サイクリング×スイーツ」

プロジェクト名 Fw:Re:サイクリングに大津へでかけませんか?

プロジェクト概要

「環境・エコ」をテーマに「なぎさ公園」を活用した環境負荷がかかりに くい「サイクリング・ツアー」の商品化を目指す。また、ゆば発祥の地・ 大津にちなみ、主原料にゆばを汲み上げた後の濃縮豆乳を再利用したサイ クリング・スイーツなどの開発に取り組む。

活用した地域資源

ゆば由来の豆乳、米粉、ふなずし、なぎさ公園、琵琶

プロジェクトHP

http://www.otsucycling.jp





7) 料理講習会は44名が参加













1) 近江の伝統食材を使用し、サイクリング・スイーツという新しいコンセプトから生まれた「近 1) 近江の広が長れる使用し、ゲインク・ヘイーーという前しいコンピンドからままれた。加 江びわちーずばい」、「近江ゆば屋の豆乳ケーキ」、「ぴわいちサブレ」。2)、3) びか剥畔の眺めを満 喫できる「なぎさ公園」には、おしゃれなカフェや癒しの休憩ポイントがたくさんある。4) スイ ーツの試食会の様子。5) スイーツは大津を代表するパティシエが開発。6、7) モニターツアーでは、電動アシスト付き自転車を利用。女性やサイクリング初心者でも少し長めの距離を楽々移動できる









取り組み内容 ► 敦賀の食ブランド開発事業がスタート

敦賀湾は、越前ガニや昆布、鯖、鯵などが 捕れ、豊富な水産資源を有している。また、 敦賀市内では伝統野菜である、黒河マナや古 田苅かぶらなどの生産がいまも続けられてい る。これらの水産資源と地域に根づいた伝統 野菜を活用した、敦賀独自の食ブランド開発 を目指した取り組みを行った。

まずは「敦賀ブランド開発研究会」のメン

バーにより、開発試作品について検討・提 案がなされ、地元のフグ養殖の餌などに使わ れている小さな鯖や鯵を使用したご当地調味 料の開発を決め、魚醤「敦とと醤遊」を試作。 調味料開発の専門家の指導を仰ぎ、これまで 女性に敬遠されていた魚醤特有の臭みを取り 除いた、風味豊かな試作品となった。

また、市内の山間集落山地区に古来から伝

わる伝統野菜、黒河マナと開発した魚醤を組 み合わせ、「敦賀ドレッシング」を開発する など、ひとつの試作品を軸に計3品の特産品 の開発を行った。開発後は、商品化に向けて、 市内及び平成23年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」にて試作品の試食調査 を実施し、多くの来場者から美味しいとの高 い評価を受けた。

取り組み内容 ▶ 地球に優しいサイクリングで大津の大自然を満喫

大津における最大の地域資源は、日本最大 の湖である、「琵琶湖」。本事業は、環境問題 がクローズアップされている昨今、環境負荷 がかかりにくい自転車に注目。琵琶湖の魅力 をめぐる「サイクリング・ツアー」と、サイ クリストをもてなす「サイクリング・スイー ツ」というコンセプトを結び付け、観光プラ ンと、スイーツの開発に取り組んだ。

本事業では観光関連事業者だけでなく、異 業種 (不動産業、造園業、雑穀卸売業など) の事業者に参画してもらい、複眼的な視野で の事業展開を図った。その結果、平成22年 11月には「近江の郷 自然満喫! 地元の魅 力再発見ECOツアー」を催行。モニターツ アー参加者へのアンケートでは「車では見過 ごしがちな景色が楽しめた」といった回答が

あり開発コンセプトに手ごたえを感じた。

また、大津の伝統食材を使用した特産品開 発では、ツール・ド・フランスの記念菓子「パ リ・ブレスト」を意識した豆乳のパイやケー キなど、スイーツ5種を提案。サイクリング 目的の観光客に調査を行ったところ、反応は 良好。開発した観光プランと特産品の相乗効 果も図れた。

Topics - 魚醤を使った料理講習会を開催

開発した魚醤を家庭料理に生か せるよう、料理レシピ20選の 冊子を作製。開発品の普及に努 めた。平成23年1月には、料 理講習会を開催。魚醤を使った 料理3品を参加者44名が調理・ 試食し波及効果を高めた。



今後の展開 - 開発品の周知と販路開拓を推進

魚醤完成後に開催した料理講習会の様子は、地元ケーブルテレビ や新聞社からの取材を受け、テレビ放映や新聞で開発した特産品 が大きく取り上げられた。敦とと醤遊の製品化は現在検討段階だ が、敦賀ドレッシング、つるが鍋つゆの素、古田苅かぶらのにし んずしの3品については、製品化を予定している。今後はこれら 試作品の地元での認知・普及を図りながら、市外での販路開拓を 進めていく予定。

Topics - サイクリングとスイーツの相乗効果に期待

成長させることを目指す モノとサービスの相乗効



今後の展開 - 大津から琵琶湖一周の「びわいち」へ

自転車販売市場は活況を呈し、平成20年の機械統計では金額べ -ス前年比2ケタ成長を遂げた稀有な市場といえる。こうした背 景を受け、サイクリングで地域に訪れる人たちが気軽に立ち寄れ るサイクルステーションを21カ所選定。今後、特産品の販路開 拓の場としても活用していく予定。また、この取り組みが大津か を目指し、観光プランや特産品の開発・改良に努める。

滋賀県

近江八幡商工会議所

近江八幡の伝統野菜「北之庄菜」を復活栽培

プロジェクト名 | 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

プロジェクト概要

幻といわれた近江八幡の伝統野菜「北之庄菜」を活用した地域ブランディ ングにより、自立、かつ持続可能な地域経済システムの実現を目指す。北 之庄菜を通じて地域住民の郷土愛を育み、次世代へ誇る伝統野菜として継 承することを目的とする。

活用した地域資源

近江八幡伝統野菜である北之庄菜

プロジェクトHP

http://www.8cci.com/kitanoshouna

大阪府

大阪商工会議所

大阪らしいライフスタイル「OSAKA STYLING」を発信

プロジェクト名 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

プロジェクト概要

ライフスタイルブランド「OSAKA STYLING」の普及・浸透・並びに同 ブランドの展開による新商品開発を実施。これらを通じて、地域のライフ スタイル関連産業の振興、クリエイターなどの発掘・育成と街の賑わい創

活用した地域資源

大阪で活躍するファッション・インテリアなどのクリエイ ター、地域のライフスタイル関連産業

プロジェクトHP

http://www.osakastyling.jp















1) 偶然見つかった種から北之庄 菜の栽培が復活。2) 北之庄菜の ぬか漬けを細かく刻み、醤油、ゴ マ、しょうがで仕上げた試作品「かぶぶ」。3)かぶぶに近江八幡名 物「赤こんにゃく」を混ぜ合わせた「花かぶら」。4) 北之庄菜口 ーク。5)北之庄菜キャラク ター「笑菜(しょうな)ちゃん |。6) - ラシやレシピを掲載したリーフ レットなどを作製。7) かぶぶと

取り組み内容 ト 「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

委員会」を発足し、地域ブランド化に向けた 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」、「花かぶら」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。

で投票を行う来場者

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

1) ノミネートルックの中で最も得票数を集めたグランプリコーディネート。2)

オープニングセレモニーショーの観覧者。3) オープニングセレモニー会場となった大阪市中央公会堂。4) 大阪市役所1階正面玄関にパネル展示された全

22体の/ミネートルック。5)「OSAKA STYLING EXPO 2010(ファッション部門)」でノミネートとれたファッションルック22体を、オーブニングセレモニーにおいてファッションショー形式で発表。6) アンテナ/パビリオン会場

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。









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、偶然にもマッチ箱 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

プロジェクトを立ち上げた。子育て世代の主 婦ら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

Topics - 展示会の試食会で好感触

「feel NIPPON 春 2011」での アンケート調査において、パ ッケージについては、7割が 「買いたくなるデザイン」と 評価。試作品の試食では「親 しみのある素朴な味」、「ご飯 に合う」などの好感触を得た。



今後の展開 - 理解、協力、連携で継続的な取り組みに

学校給食などを通じ、子どもたちに地元の伝統野菜の認知と地元 意識を啓発できたことは、地域ブランドの将来に影響を与えるい い機会となった。伝統野菜の地域ブランド化は、地域内における つながりや理解、愛着の浸透に時間が必要なため、地域の継続的 な支援を獲得しながら開発品を浸透させていくことが重要。一方 で、北之庄菜のキャラクターやチラシ、ホームページなどPRも 充実させ開発品の認知度アップに努め、販路の拡大を図る。

Topics - 若者に向けITを駆使した戦略を展開

取り組み内容 - 「OSAKA STYLING EXPO 2010」を開催

OSAKA STYLING EXPO 2010 の開催に向け、ホームページで イベント内容やファッションル ックの情報を発信した。若者た ちのイベント参加を促すために ブログやツイッターなども活用



今後の展開 - ライフスタイルブランドとしての成長を目指す

OSAKA STYLING EXPO 2010の実施により、大阪発のライフス タイルブランドとして、OSAKA STYLINGの発信と普及活動を 実施した。今後はファッション、リビングを中心に、ほかの分野 でも事業を展開をしていく予定。また、地域に集積するクリエ イターによる新たなライフスタイル商品開発を促進し、OSAKA STYLINGを国内外で通用する地域ブランドに育て上げ、消費活 性化と衣食住関連産業の振興を目指していく。

兵庫県

神戸商工会議所

「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の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。

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

和歌山県

田辺商工会議所

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) ホームページ「神戸のつくる力を見にいこう!! 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) 神戸空港を含む5ヵ所をめぐった「みなと神戸ツアー」。3) をよっては「情報をお店。2)作門生命を含むるカ州での、うだ「かなと神アノブー」。5) モニターツアー「ベ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。 エム・シーシー食品をめぐった。4)「こうべファッション産業ツアー」では、帽子づく り・酒づくりの現場見学のほか、アクセサリー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 こうベツアー」、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 ない場所を見れて満足」といった、好評価が 得られた。

取り組み内容 ト 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

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「南紀田辺のうつぼづくしマップ」 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 - バーチャル配信に10企業・施設が参画

神戸ゆかりのものづくり企業と 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 - 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 参加者の声を、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 一の創設など、産業観光推進体制の構築を進める。

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 ト 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コラーゲンと 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。

鳥取県

鳥取商工会議所

鳥取市南商工会

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、鳥取すすぎ鍋な

島根県

松江商工会議所

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

縁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









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 ス」。3) 鳥取の郷土料理・鳥取和牛のすすぎ鍋。4) 新開発料理 「かに飯 花のれん風」。5)モニターツアー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

1) 出雲弁でうどんのことを『おどん』と呼ぶことから、おでんにう どんを入れた「おどん」を開発。2) 縁結びにちなみ、紅白のおでんを発案。白さを出すため、ダシに牛乳を混ぜた「お城(白)おでん」。3) 「縁結びワッフル」。4) [いちじく大福]。5) [宍道湖七珍パエリア]。6) 屋台メニューと観光ルートを紹介する「まち歩きマップ」



取り組み内容 ト 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、開発したデザートの提供をツ 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。

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 - 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 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の場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。

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。

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

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・産品の開発に、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、地域産業の振興や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







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)

近田の川海の幸を**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。

取り組み内容 b 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産品・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

な産品・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。

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「まろ柿」でつくる和菓子「柿

こもち」。8) まろ柿を練り込み「かるかん」 を添えた「高角ようかん」。9)「鮎ごはん」。

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、 数個所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。

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サ 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、素材のままで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。

岡山県

岡山商工会議所

フルーツ王国・岡山の厳選果実グルメを開発

プロジェクト名 | 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

プロジェクト概要

本事業で制定した「岡山県産の果物を使ったこだわりの逸品」の基準を満 たす、新開発の岡山県産果物の加工食品を「岡山の旬のフルーツ~こだわ りの逸品『おかやま果実』ブランド」として全国に発信。フルーツ王国・ 岡山のイメージアップに努め地域資源を活用した産業振興を図る。

活用した地域資源

岡山県産果物

プロジェクトHP

http://www.okayama-cci.or.jp/okayamakajitsu

岡山県

津山商工会議所

おもてなしプロ集団「じゃっちゃ」が津山を活性化

プロジェクト名 | 美作国・津山観光 全国へ発進!! プロジェクト

プロジェクト概要

観光客100万人超えを目指す津山市では、意識改革と人材育成、地域資源 のブラッシュアップを行うため、地域活性化の担い手として、観光のおも てなしプロ集団「じゃっちゃ」(「じゃっちゃ」とは、方言で「そうだ、そ うだ」の意)を組織。観光都市・津山を盛り上げ情報を発信する。

活用した地域資源

奥津温泉などの美作三湯、津山ホルモンうどん、作 州牛の牛食肉文化、鉄道遺産























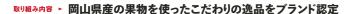












Topics - ブランド認定審査会には22社30品が応募

岡山県は白桃・マスカットの全国生産第1 位を誇り、年間を通じ多様な種類の果物を収 穫している。一方で、岡山自体の認知度は低く、 「桃太郎」や「きび団子」が知られているに

タルト]。4) 「岡山讃果 季節のコンポート]。5) 「桃のフルーツブ リン」。6) 「ピオーネ生ようかん、白桃生ようかん」。7) 「岡山特産 渋皮煮 栗きん」。8) 「さちのか苺大福」。9) 「岡山吉備高原産 ブル

ーベリードレッシングソース |。10) 「清水白桃あまざけ |。11) 「Fruits

du Soleil (フリュイ・ド・ソレイユ)]。12) 「おかやま果実麦酒「魔女の物語」。13) 「夕焼け色の黄金桃酒」。14) 「さけひとすじ 無糖

そこで、岡山県産の上質で新鮮な果物を使 った特産品を全国に浸透させることを狙い、 今年度に開発された果物加工新製品のこだわ

りの逸品を「おかやま果実」ブランドとして 認定するプロジェクトに取り組んだ。

県内事業者などに岡山県産果物を活用し た「こだわりの新製品」を募集。ブランド 認定審査会を開催し、「素材」、「こだわり度」、 「味」、「新規性」などの本事業で制定した複 数の審査基準を満たす、14企業14製品を認 定した。

認定製品には、おかやま果実ブランドマー クが表示され、パンフレットやホームページ、 情報誌、新聞、テレビなどを通じて情報を発 信した。

また、平成23年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」にも出展し、バイヤー などに広くPRするとともに、製品改良につ ながる意見の収集に努めた。

今後の展開 - ブランドの認知度向上が当面の課題

ブランド認定の公募には、岡山 県内の専門店や企業など22社か ら30品の応募があった。使用さ れる果物の種類も豊富で、中に はピオーネ鍋などユニークなア イデアもあり、こだわり抜いた 逸品が集結した。



平成22年9月の「feel NIPPON 秋 2010」では、4日間で8件の 商談が成立した。また現在、岡山空港売店にて特設コーナー「こ だわりの逸品『おかやま果実』」が設けられている。課題はブラ ンドの認知度の向上。ホームページの公開が12月末だったとい うこともあり、全国への発信についてはこれからである。また、 果物には旬があるため販売時期が限られるものもあり、年間を通 じた安定供給の方策を検討していく。

取り組み内容 ト 名湯やご当地B級グルメを盛り込んだプランを提案

津山市は美作国の国府所在地であり、美作 三湯 (奥津温泉、湯郷温泉、湯原温泉) や 津山城(鶴山公園)といった観光資源がある。 さらに、近年脚光を浴びている鉄道遺産や、 B級ご当地グルメとして有名になった津山ホ ルモンうどんに代表される牛肉文化も存在す る。それらの観光資源をルートとして構築し、 「観光都市・津山」の確立と滞在時間延長を

図る滞在型観光振興策に取り組んだ。

まず、地元の有志20名ほどが商工会議所 と連携し、おもてなしのプロ集団として任意 団体「じゃっちゃ」を結成。専門家を招いた 講演会や勉強会を開催し、地域内での意識向 上を図り、宿泊観光モデルコースの企画・開 発を行うなどの観光振興策を実施した。

また、旅行社やマスコミを対象としたモニ

ターツアーを実施。専門的な意見から、定期 的な情報収集の機会を創出する必要性を見い

加えて本事業の活動を補うものとして、企 画した観光プランを紹介するパンフレットや、 観光PRマスコットキャラクターの作製など の広報活動も展開するなど、津山観光につい ての情報発信を行った。

Topics - PRマスコットキャラクター「つや丸くん」

観光PRマスコットキャラクター 山観光振興事業において、さまざ まな展開を今後も予定し、キャラ クターから生まれる経済波及効果 も地域から期待されている。



今後の展開 - 観光都市・津山を目指し認知度を高める

専門家を招いて、講演会を行い地域内事業者の意識改革が見られ た。今後も定期的に機会を創出し、国内観光の状況や発展に関 する情報収集を行いながら、国内観光の動向を探っていく。また、 本事業をきっかけに結ばれた観光資源のつながりをさらに強め、 観光客のみならず、津山圏域住民を含めた、一般へ津山市を「観 光の街|として広く認識させることを目指し、中長期的な情報発 信に取り組んでいく予定。

広島県

広島商工会議所

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。

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)

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

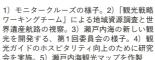
手間をかけ丁寧に栽培された小吹のたけのこ

















1) 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) 地域プランドのロゴマークを作製

取り組み内容 ト 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 - 視点を変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 れまでにない観光資源の発掘を 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 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、 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。

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8 km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)

山口県

山口商工会議所

防府·萩商工会議所、萩·阿西商工会

「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











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、壇具川沿い、長府 の 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」を公墓 「誇り100選」を選定した

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を醸し出すことに 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。

今後の展開 - 目標は、観光客50万人の集客

「幕末長府・志士たちの夢祭」 イベント開催に合わせ、写真コ 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。

Topics - 写真コンテストを実施



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。



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 > 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 - 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 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、多くのエージェントから「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。

愛媛県

宇和島商工会議所

共同実施

津島町·吉田三間商工会

宇和島真珠と愛媛の柑橘を満喫する旅を提案

プロジェクト名 | 食・体験"オンリーワン宇和島"地域資源活用事業

プロジェクト概要

豊かな山海の幸を使った「食」や地域産業を生かした「体験」コンテンツを活用し、魅力ある商品を開発。特に当地が誇る日本一の真珠とミカンを利用して旅行商品を組み込めるよう整備した。それにより、地域内の交流人口・消費の拡大を図り、地域活性化・雇用の創出を目指した。

活用した地域資源

真珠、柑橘(ブラッドオレンジ)

福岡県

直方商工会議所

昭和の味、直方焼きスパが復活し再デビュー

プロジェクト名 | 歴史と食に出会えるまち―筑前のおがた今昔レトロめぐり推進事業

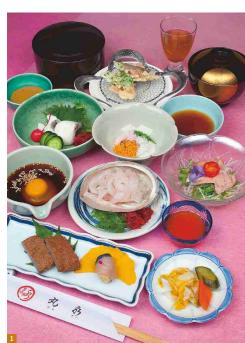
プロジェクト概要

農商連携により、文化・交通の要衝として栄えた直方市の歴史がしのばれる、ご当地グルメ「直方焼きスパ」を開発。全国に向けて発信する。また、開発したメニューを組み込んだ産業遺産ツアーを構築。近隣都市圏に情報発信することで、観光地としての認知度の向上と収益の増大を目指す。

活用した地域資源

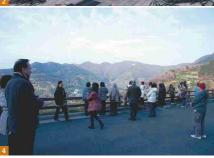
直方焼きスパ、殿町レトロ、大内花庭園、汽車倶楽部、商店街、長崎街道、直方谷尾美術館













「麗しの真珠旅」として旅行商品を企画、モニターツアーを開催した。1) ツアーに向けて開発した食事「花珠御膳」。2) 真珠の養殖場を見学。3) パールおやつづくりを体験。4) イタリア・シチリア島が原産で、世界一高価なブラッドオレンジの産地を見学。5) ミカン狩りを体験

直方焼きスパ MAP | 日本日本 | 日本 | 日





取り組み内容 ト 「直方焼きスパ」をご当地B級グルメとして

直方市は、石炭産業の機械製造の需要により鉄工業が盛んとなり、現在でも多くの鉄工所が存在する。しかし、炭鉱は衰退。その暗いイメージから脱却するためにさまざまな取り組みを行っている。そこで本事業では、近年の近代化産業遺産の再評価を受け、大正・昭和初期の建築物などの地域資源を活用し、着地型観光の構築と特産品開発に取り組んだ。

まず観光事業との連動を意識した特産品として、ご当地グルメの開発を実施し、観光ルートとの接点をもたせることを計画。城下町、そして炭坑町の歴史をもつ直方らしさを表現できる「食」として、'90年代まで市内の喫茶店で愛されてきた「直方焼きスパ」を復活させ、地元飲食店に提供を呼びかけた。

それを「鞍陵祭」や「TNCまつり」など

地元のイベントへ出展したことで、市内30店の飲食店が取り扱いをはじめ、その提供店舗のマップも作製した。また、平成22年11・12月の2回、焼きスパと名所めぐりを組み合わせたモニターツアー「直方殿町レトロ散策&炭坑・鉄道・紅葉の旅」を実施するなど、観光客の誘致へ向けて各開発事業を融合させながら取り組みを展開した。

取り組み内容 - 地域の特産品を活用した観光プランを創出

愛媛県は全国でも有数の水産・農林業が盛 んな県。中でも宇和島市は、ハマチや鯛、真 珠の養殖が盛んで、日本有数の柑橘類の産地 でもあるなど豊富な観光資源を有する。

本事業では、当地が誇る真珠や柑橘(ブラッドオレンジ)をメインとした観光プランの 企画・開発を実施した。また、観光に付随す る食事メニューについても検討し、真珠と新 たな特産物となった世界一高価な柑橘類といわれるブラッドオレンジをベースにした新メニュー「うわじま花珠御膳」、「パールランチ」を開発。真珠貝のかき揚げやバターライス、ブラッドオレンジリキュール、柑橘酢、鯛めしなど地域の特産品を使うことで、宇和島の食の幅広い魅力を訴求する。

そのほか、宇和島ならではの地域性を生か

した食と体験する観光プランとして「麗しの 真珠旅」と銘打つモニターツアーを実施。コ ースには、真珠養殖場見学・珠出し体験やミ カン狩り、おやつづくりなどの体験型のプロ グラムを盛り込み、開発メニューも提供した。 体験者のアンケートからは、開発プランや開 発メニューに対する満足度や事業性の高さが 確認できた。

Topics - 広報事業強化で観光誘致を促進する

「体験」と「食」をテーマに、うわじま花珠御膳などを特集した観光促進パンフレット「味求・美探・紀行『宇和島』」を作製。ホームページ上でも閲覧・ダウンロードできるようにし、誘客促進に活用した。



今後の展開 - 観光客の受け入れ態勢を強化

宇和島の海の幸・山の幸を呼び水とした体験プログラムを含むモニターツアーは大盛況だった。個別の商品に対する満足度にばらつきがあり、さらなるブラッシュアップを検討する。今後は、商品の満足度向上のため、季節ごとの食事メニューの開発や人との交流を生かした体験プログラムの開発に取り組む予定。観光客の受け入れ態勢の強化や宇和島らしい食や特産品の通信販売の仕組みなども構築し、宇和島ファンを増やし観光客増加を狙う。

Topics - モニターツアーに定員の4倍超の応募

長崎街道コースと周辺エリア周遊コースの2コースあるが、モニターツアーは同一コースで30名を2組に分けて実施。募集30名に対し130件超の問い合わせがあるほど盛況で商品化への手ごたえを得た。



今後の展開 - 焼きスパを主軸に観光誘致を継続

190年代まで市内の某喫茶店で愛され、閉店とともに消えていた焼きスパを復活させるプロジェクトは、最終的に市内30店舗の飲食店から賛同を得ることができ、各自のこだわりも盛り込んだオリジナル焼きスパとなって観光客へ提供されたことで、ご当地グルメとして、近隣地域を中心に認知度が向上。加えて、「焼きスパ読本」も作製し、事業内容を情報発信するひとつの手段として活用しつつ、今後の誘客へつなげていく。

福岡県

大川商工会議所

地元食材と木工グッズでおしゃれな食卓シーンを提案

プロジェクト名 地域メディアを活用した大川地域ブランド向上大作戦

プロジェクト概要

地域メディアを活用して、大川の地域ブランドを向上させるため、心理学 的なマーケティング手法により、顧客の五感に訴えかける感性マーケティ ングに取り組むとともに、大川で受け継がれてきた木工、農業、漁業など 古くからの技を利用して特産品開発、観光推進に取り組む。

活用した地域資源

地元の食材を使った料理及びそれをとりまく木の グッズ

福岡県

筑後商工会議所

共同実施

八女商工会議所

九州新幹線開通に向け、筑後七国の魅力をアピール

プロジェクト名 ちっご地域広域連携観光開発事業

プロジェクト概要

平成23年春の九州新幹線鹿児島ルート全線開通に向け、全国から観光客 を誘致し、筑後地域の経済振興 (商工業、観光業、農業など) を図るのが 目的。筑後地域の中心に位置する新駅「筑後船小屋駅」を拠点に周辺地域 の観光開発事業を結び付け、広域循環型観光ルートの確立を目指す。

活用した地域資源

筑後船小屋駅、八女など5市2町の特産品、観光資











大川の木工を展示。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 委員会の様子。9) 斬新な発想で生まれた「講座付きツアー」。10) 「幼児用トレイ」。11) 「バン作りキット」

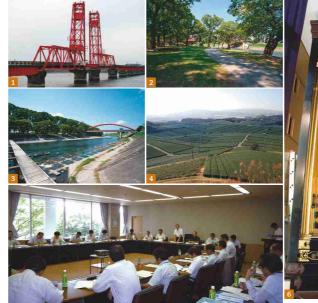
取り組み内容 - 家具と木工の街が提案する、木が身近にある食生活

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、天然なまずを使った「なまずのフ 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作 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 座付きモニターツアーを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。





1) 大川市の「昇開橋」。2、3) 筑後市の観光資源「大楠樹林」、「ガタガタ橋」、「赤橋」。4) 日本の原風景が広がる八女市の茶畑。5) ホームページ作製を決めた「第1回全体会議」。6) 伝統工芸品の八女福島仏壇。7、8) 久留米絣織り

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、久留米絣織りや組子 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、筑後七国の観光地として の魅力と注目度を高め、誘客を図った。

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ない。また、 そうした組織構築を視野に入れ、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。

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 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ァ -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 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。

長崎県

長崎商工会議所

長崎県商工会連合会

特産品のかんぼこを使った「長崎おでん」を開発

プロジェクト名 | 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

プロジェクト概要

長崎地域の「産学官・広域連携」による水産練り製品のブランド化戦略に 基づく新たな観光土産品開発を行うとともに、戦略に沿った個別事業者の 新事業展開を促し、地場産業の柱である食料品製造業の生産増、地域経済 振興を図る。

活用した地域資源

水産練り製品かんぼこ、アゴ

八代商工会議所

世界最大の柑橘類「八代産晩白柚」で石鹸を開発

プロジェクト名 | 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

プロジェクト概要

市内旅館・ホテル関係者、生産農家、研究機関等、流通・製造業者、地域 住民が連携した癒しプロジェクト。世界最大の柑橘類「八代産晩白柚」の 豊かな香りを生かした商品開発・販路開拓と、開湯600年を迎えた「日奈 久温泉」の湯治文化の掘り起しや担い手育成に取り組む。

活用した地域資源

晚白柚、日奈久温泉





1) 長崎のかんぼこをふんだんに使用した、長崎おでんを開発。アゴだしを使用し、かんぽこ「竜眼」や、県産品の野菜 を入れ、柚子胡椒を用いた逸品。さらに残っただしで五島うどんを食べる提案も行っている。2、3)長崎おでんを紹介 したパンフレット

のかきゃ



1) 新商品として完成した八代育ちの「晩白柚せっけん"ゆ"」は、豊かな香りと潤いが特徴。2) ギネスに認定された世界最大の柑橘類[八代特産晩白柚]。3)水蒸気蒸留装置による晩白柚オイル抽出。4)旅館女将さん達による晩白柚果皮むき作業。5) 日奈久温泉では12月中旬から2月まで、晩白柚をまるごと温泉に入れて香りを楽しむ。6)日奈久温泉街の果物屋、「ばんべい

取り組み内容 ▶ 「長崎おでん」と「長崎おでんだし」を開発

長崎は、豊富な水産資源を背景に古くから 水産業が栄えてきた。中でも水産加工練り製 品が長年、長崎の食文化を支えてきた。しか し小規模事業者が大半で、その多くが後継者 問題に悩んでいる。

本事業では地域外の消費を拡大し、水産練 り製品製造業の底上げを図ることを目的に、 「水産練り製品のブランド化戦略」策定及び 戦略商品の開発・販売促進に取り組んだ。

まず、多くの水産加工練り製品を使用す る「長崎おでん」のオリジナルレシピを開発。 この長崎おでんは、アゴだしを使用し、長崎 産かんぼこ(カマボコのこと)の「竜眼」や 地元の野菜を入れ、柚子胡椒で仕上げる。残 っただしで地域の特産品「五島うどん」を食 べる提案も行った。さらに、おでんの味の決

め手となる「長崎おでんのだし」を開発した。 長崎おでんのだしは、長崎産かんぼこなどの 味を引き出すよう調味されたアゴだしベース のだし。これらの開発品は、平成23年2月 開催の「第45回スーパーマーケット・トレ ードショー 2011」への出展などを通じて全 国へ向けたPRを行い、消費者や流通企業の 反応を確かめた。

Topics - 試食会とアンケートを重ね品質向上

「県水産加工振興祭」、「在京な がさきうまかもん塾 (東京)」、 「スーパーマーケット・トレー ドショー」などに出展し、合計 7回の試食会とアンケートを実 施。その結果を参考に長崎おで んの完成度を高めた。



今後の展開 - 長崎おでんのレトルト品の開発を検討

本事業では、組合青年部を中心にワーキンググループが発足。会 議は11回に及び、開発をテーマに地域の将来を担う若い世代が 長崎の特産品に対する意識を高めることができた。また、本事業 で醸成したブランド化を引き継ぐ組織として「長崎かんぼこ王国」 を立ち上げた。今後は同組織が、組織名をそのままブランド名と して、長崎おでんだしの販路開拓や長崎おでんを具現化した商品 として、レトルト品などの開発を目指す。

取り組み内容 ▶ 香り豊かな晩白柚を活用した新たな石鹸を開発

八代の特産品・晩白柚は、台湾から苗を輸 入し、在来のザボンとの掛け合わせによって 生まれた世界最大の柑橘類である。大きさは 直径20~25cmほどで、大きいものは重さが 3kgを超える。

そこで本事業では、旅館などでデザートに 提供された後、破棄されていた未活用の晩 白柚の果皮を生かした製品開発に取り組んだ。 また、日奈久温泉の観光コンセプトの統一を 図ることで、地域ブランドを形成することも 目的とした。

晩白柚の果皮を使った特産品開発では、日 奈久温泉の旅館女将の協力のもと、多量の晩 白柚の皮を確保。熊本高専から提供された「水 蒸気蒸留装置」を使用し、皮からアロマオイ ルを抽出することに成功した。このアロマオ イルを活用して「八代育ち晩自柚せっけん "ゆ"」を開発した。

試作品は平成23年2月に開催された、共 同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」や「晩 自柚まつり」に出品し、来場者に対してのア ンケートによるモニター調査を実施。「いい 香りがした」、「いい泡立ちだと思う」などの 高評価を得た。

Topics - 日奈久温泉のおもてなし人材を育成

地域資源を生かした開発に向け 地域資源の価値に対する正しい 理解を浸透させるため、人材育 成にも注力。59名が有力な地 域資源である日奈久温泉の歴史 や路地裏、独特の泉質や温泉入



今後の展開 - 認知度アップ、販路拡大活動を強化

多岐にわたる参画者を迎えたことで、部会が活性化し、宣伝効果 にも貢献した。開発した「八代育ち 晩白柚せっけん"ゆ"」の試 作品を「feel NIPPON 春 2011」に出展するなど、認知拡大を図 ったほか、試作品が出来上がるまでのポイントを紹介したパネル やホームページを作製。情報発信にも注力した。今後は、地元で の認知度アップにも努め、地域ブランドとしてのポジションを確

薬草と玉名」の定着を追い風に、誘客活動を強化

プロジェクト名 | "薬草と温泉の郷・玉名"プロジェクト

プロジェクト概要

1300年の歴史を有する地域資源「玉名温泉」を中心に、地元に豊富に自 生する「薬草」を活用して相乗効果を発揮するような薬草料理やアメニテ ィなどの開発で、健康的で魅力ある観光地域を確立し、九州新幹線全線開 通との相乗効果で観光交流人口及び宿泊客数の増大を図る。

活用した地域資源

地域で自生または入手が容易な薬草類、玉名温泉

プロジェクトHP

http://tamana-yakusou.com

日向商工会議所

重要木造建造物を生かし、観光客が増加

共同実施

南郷商工会



プロジェクト名 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

プロジェクト概要

鉄道建築最高賞の「ブルネル賞」を受賞した日向市駅と、隣接する美郷町 南郷区の「西の正倉院」の構造学的な視点による地域資源化に取り組む。 さらに耳川の流域で暮らす人々の結び付きを森林資源を介して紹介し、木 造建造物とともに全国へ発信することにより、産業観光の推進を目指す。

活用した地域資源

日向市駅、西の正倉院、美々津・十根川地区の重要 伝統的建造物群など

プロジェクトHP

http://www.hyuga.jp/wooden













1) 小岱山の薬草園見学、薬膳料理の試食、大学教授の薬草セミナーを盛り込んだモ キスを使った「海老のビリ辛酢いため」。4) 健康にいい「葛の花ジュース」。5) 薬草、健康、おもてなしをイメージしたロゴマークを策定した

1、2、3、4) 日向の木造建造物をめぐるモニターツアーを実施。5) 建築物に関するパンフレット「日向耳川流域の木造建築と文化」 を作製。このほか「山岳重畳の地 椎葉 十根川」、「もう一つの正倉院 南郷 西の正倉院」、「文豪を育んだ家 東郷 若山牧水生家」、「市民協働の木造駅舎 入郷の玄関口 日向市駅」、「和船と共に繁栄した湊町 耳川河口 美々津」 のパンフレットがある



取り組み内容 - 玉名の温泉資源と薬草の融合事業

玉名市の温泉は、古くからその泉質のよ さで知られている。また玉名には薬草が多 く、小岱山の薬草園など名所もある。本事業 は、このふたつの地域資源を「健康」という キーワードで組み合わせることで、「健康温 泉地・玉名」のイメージの創出・浸透・定着 を図ることを狙い、オリジナル薬草加工品の 開発、薬草料理の開発推進、薬草体験観光プ ログラムの開発、及び情報発信用広報ツール の整備をそれぞれ計画した。

薬草加工品としては、カッコンエキスと馬 油を配合したシャンプーやコンディショナー、 どくだみエキスと馬油を配合したボディソー プといった3種のアメニティを試作。薬草料 理では「オオバコと菊の葛切」や「タンポポ カツ」、「ナズナクロワッサン」など、薬草を

使ったおもてなし料理43品を試作開発した。 観光プログラムではモニターツアーを実施し、 参加者のニーズや薬草に対する興味・関心の 高さを把握した。また、ブランドイメージ構 築のためのロゴマークを策定、「薬草カード」 や「薬草パネル」の製作、ホームページ「薬 草WEB」開設など、玉名が温泉と薬草の街 であることの周知に努めた。

取り組み内容 ▶ 木造建造物をめぐる観光ルートを開発

18年連続で杉材生産日本一である宮崎県 は、地域経済に占める林業・木材産業の割合 が高く、そのため生活の深部にまで「木の文 化」が染み渡っている。その杉材生産の中心 地が、日向市を中心とした日向・入郷圏域で ある。地域には、椎葉村・十根川と日向市・ 美々津というふたつの伝統的建造物群保存地 区が存在し、それぞれが山の暮らしと港町の

暮らしを伝え、古来の工法を忠実に再現した 西の正倉院や最新工法を採用した日向市駅な ど、著名な木造建築を有している。

本事業はこれら木造建造物と森林資源など を活用した観光ルートの構築に取り組み、観 光客数を増加させ、地域の過疎化に歯止めを かけることを目指した。

情報発信を行うため、建築物に関するパン

フレット6種類と木造建造物をめぐるツアー パンフレットを作製。映像資料も作製し、周 知活動に活用した。また、木造建築物に関心 をもたない人の参加も促すため、地元の伝統 的な食事や生活文化を体験できる観光ルート も開発。ツアープランやパンフレットの作製 には、専門家の意見も取り入れ、幅広い層へ 向けた観光振興を行い、充実を図った。

Topics - 洗練された薬草料理の試食会は大成功

玉名温泉の各旅館の料理長や地 元市民団体の試作した薬草料理 は、見た目も味も洗練され、ク 試食会の参加者からは「いい意 味で印象と違ったしなど、好意 的な意見が多く寄せられた。



今後の展開 - 効果的なプロモーション活動が急務

43種類の試作薬草料理については、身近な薬草が美味しく、し かも身体にもよいと好評だったことを受け、メニューを厳選し今 後、各温泉旅館で宿泊客に提供していく予定。アメニティ試作 の3種については、各旅館での試用を経て商品化の可能性を探る。 今後は、九州新幹線全線開業とそれに伴う新玉名駅の開業がある ため、本事業をベースに新幹線利用者を玉名に誘引するための効 果的なプロモーション活動を進める。

Topics - これまでにない視点でのパンフレットを作製

地域の建造物を紹介する6種の 造物に焦点を定めたツアーパン フレットを作製。木造建築とい う、地域にこれまでなかった視 点により、内容の濃い観光パン フレットとして評価を得た。



今後の展開 - ほかの体験型・着地型観光との連携を

建築に関する詳細なパンフレットが、著名な建築物ごとに6種類 完成したことで、建築物に興味をもつ観光客を受け入れる態勢が できた。全部で3度開催されたモニターツアーも好評で、今後の 入込客の増加が期待できる。今後は、木造建造物を中心とする産 業観光である本事業と同じエリアであるひゅうが奥日向で実施さ れている体験型・着地型観光開発と連携を図っていくことで、さ らなる入込客の増加を目指す。

鹿児島県

鹿児島商工会議所

「東洋のナポリ」鹿児島のオリジナルイタリアンメニュー

プロジェクト名 | 鹿児島×ナポリプロジェクト・新イタリアンメニュー開発

プロジェクト概要

鹿児島市とナポリ市の姉妹盟約が50周年を迎え、「日本とイタリアの都市 間ではじめての姉妹盟約締結」という鹿児島ならではの強みを生かし、鹿 児島独自の食材を活用した新たなイタリアンメニューを開発するとともに 全国に情報発信することにより、地域の新たな魅力創出を目指す。

活用した地域資源

阿久根産きびなご、西薩産ちりめん、黒糖、枕崎産か つおの腹皮、黒豚、長島産地ダコ、焼酎など

プロジェクトHP

http://www.kagoshima-cci.or.jp/napoli/

南さつま商工会議所

南さつまの特産品やものづくりを観光資源に

プロジェクト名 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

プロジェクト概要

南さつまを訪れた観光客に土地の魅力を深く理解してもらうために、地域 の受け入れ態勢の構築を図る。また情報発信を行い、新たな観光客を取り 込むとともに、一次産品とその加工品の生産を主とする南さつまの産業構 造に経済的効果をもたらす観光プランの創出を目指す。

活用した地域資源

茶、焼酎、きびなご、塩、からいも、きんかん、定置網漁

プロジェクトHP

http://www.sunkujira-pj.com



















1) 鹿児島イタリアンの成果品と参加店が掲載されたパンフレットは鹿児島商工会議所や参加店、観光案内所などで手に入る。2) 「黒豚ラグーのパスタ」。3) 「長島産地だこのパスタ」。4) 「阿久根産きびなごとちりめんのビッツァ」。5) 「長島産地だこのピッツァ」。6) 「黒豚なん骨の包みピッツァ」。7) 「黒豚なん骨の揚げピッツァ」。8) 「焼酎と黒糖のパパ」。9) 「黒糖とパッションフルーツのクレマカタラーナ」

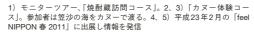
取り組み内容 ト 「鹿児島イタリアン」を全国に発信

鹿児島市は風景や温暖な気候などナポリ市 との共通点が多いことから、古くから「東洋 のナポリ」と呼ばれており、平成22年は姉 妹都市盟約締結50周年を記念する年となっ た。また、鹿児島の地産食材には、イタリア 料理でよく使われているタコなどの魚介類や 肉類などが多く存在していることも、両都市 の関係を結び付けている。

こうした背景を生かし、本事業では鹿児島 県食材を使ったオリジナルイタリアンメニュ - の開発に取り組んだ。これは、九州新幹線 の全線開業を見据え、関西以西を中心とした 全国へ新たな鹿児島の魅力を訴求することに より、交流人口の拡大を図る目的もあった。

イタリアンメニューの開発にあたって、市 内を中心とするイタリア料理店18店舗が参

加。イタリア料理研究家のアドバイスや、試 食会での評価を取り入れながら試行を重ね、 黒豚やきびなご、焼酎など地場産の食材を使 用したパスタ4品、ピッツァ4品、ドルチェ 2品の新メニューを開発。平成23年2月の共 同展示商談会「feel NIPPON 春 2011」出展 を機に、「鹿児島イタリアン」を全国に向け て情報発信を行った。



取り組み内容 ト 体験型で魅力を伝える観光プランを開発

南さつまは、南国の太陽のもとで育った陸 の幸や、日本に流れ着く黒潮がもたらす海の 幸に恵まれた、食材の宝庫である。また、近 代焼酎の原点である「当時の里」があるなど、 「食」におけるものづくり文化も伝承されて いる。本事業では、これら南さつまの地域資 源に触れられる観光プランの開発を目標に、 地域資源の掘り起こしと受け入れ態勢の構築

まず地域資源の発掘を行い、ものづくりや 地域の自然と触れ合う産業資源が豊富にある ことに着目し、「お茶農家訪問とお茶の飲み 方体験」、「南さつま・郷土料理づくり体験」 など、さまざまな体験プログラムを開発し、 観光プランとして展開。また、複数の体験プ ログラムを組み合わせて展開することで、さ

まざまなニーズに対応できる、南さつまの魅 力を伝える観光コースを構築した。

平成22年8月に第1回目のモニターツアー を実施。参加者へアンケート調査を行い、地 域資源に対する意見データを集め、平成23 年1月に2回目のモニターツアーを展開した。 内容の充実が1回目よりも図ることができ、 参画事業者間の連携も生まれた。

Topics - 再食意向を調査しメニューの魅力を確認

平成22年12月に開催した試食 会では、参加者からアンケート 調査を行い、各メニューの長所 や課題を集約。特に、「再び食 べたくなるか」という点を調査 することで、商品としての可能 性を認識した。



今後の展開 - 鹿児島イタリアンを定着させる

新メニュー開発の過程で各参加店の間に交流や連携が生まれたこ とは、今後、鹿児島イタリアンを継続していく上で大きな強みと なった。本事業が目指す将来像は、県内外に鹿児島イタリアンの 魅力を広め、定着させることにある。そのためには、メニューの 改良や新商品の開発、幅広い情報発信などを行っていく必要があ る。店舗での提供だけでなく、イタリアン弁当の開発や九州新幹 線と関連した展開なども検討している。

Topics - 「feel NIPPON 春 2011」に出展

平成23年2月の「feel NIPPON 春 2011」に出展。豊かな大自 然を伝えるパネルを展示した。 また、出展者ワークショップに 参加し、郷土料理を紹介するな どを行い、来場者へ南さつまの 魅力を発信することができた。



今後の展開 ト 観光メニューの定着と特産品開発を計画

南さつまの魅力を伝える新たな観光プランを創出するため、地域 資源の掘り起こしと、受け入れ態勢の構築に取り組んだ今回。多 くの観光コースが構築でき、地元住民との連携も育まれた。その 一方、新たな食の開発を目指し、発酵技術を活用した特産品開発 を試みたが、発酵は特別なノウハウと時間が必要な分野だったた め、期間内の開発は果たせなかった。今後も開発を進めていくと ともに、構築した観光コースを充実させ、広く定着させていく。

鹿児島県

いちき串木野商工会議所

食の街、いちき串木野は「ご利益」がコンセプト

プロジェクト名 | 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~

プロジェクト概要

いちき串木野は「食の資源を中核として六次産業の推進による地域ブラン ドづくり」を基本目標に、地域産業が一体となり、食の街・いちき串木野 の核となる新たな特産品の開発を行う。また、着地型観光と連携しながら 地域ブランドの形成につなげる。

活用した地域資源

赤鶏、黒豚、マグロ、マグロの皮、サメ





取り組み内容 ▶ 3種のカツを食材にした「験カツぎの食べ物」を開発

いちき串木野市には、秦の始皇帝の命を受 け、不老長寿の仙薬を求めて来日したとされ る「徐福伝説」にゆかりの霊峰冠嶽がそびえ、 近年ではパワースポットとして注目を集めて いる。また、食の街づくり条例が制定される など、食に関する取り組みが盛んな地域。本 事業では、パワースポットと地域食材を活用 した新たな特産品開発に取り組んだ。

まず、ご利益に絡めた「験担ぎごはん」の 創出を目指し、数ある候補案の中から「三大 カツ料理開発部会」、「未利用魚を活用した新 商品開発部会」を立ち上げた。前者は地元の 赤鶏、黒豚、マグロを使った特産品「三大カ ツ」を開発。徐福伝説と絡めた情報発信の実 施や、オリジナルキャラクター「いちき串木 野三大カツ験担ぎ隊」も作製。市内の飲食店

での試験提供を行った。

後者は、マグロ漁時に捕れ廃棄されてしま うサメを活用したメニュー開発に取り組み、 サメのコーラゲン入りの特産品「さくらタコ 太郎ホールイン○ (ワン)」など、ネーミン グに工夫を凝らした6品を試作。地元の祭り などで実施したアンケート結果を参考に、製 品化に向けた改良を行い完成度を高めた。

Topics - デザイナーにパッケージデザインを依頼

開発の初期段階で専門家デザイ ナーにパッケージデザインの作 製を依頼したことで、参画者の モチベーションがアップ。また 地元の新聞や地元のテレビ局 「MBCテレビ」の取材も行われ、 士気の向上に役立った。



今後の展開 - 食ブランドづくりの取り組みを継続

三大カツは市内の飲食店十数店で試験提供され、仕出し弁当やカ ツバーガーとしても展開されている。平成23年2月には、験担 ぎごはん「三大カツ」の試食と冠嶽などのパワースポットをめぐ るモニターツアーを実施。今後も改良を加えながら、製品として 定着を図る。食ブランドの開発については、今後も商品と広報活 動をデザインし、情報発信を行い、全国への展開及び地域ブラン ドづくりを図る。

札幌商工会議所

"マンガの舞台、札幌"へ新たな観光客を

プロジェクト名 マンガ作品を活用したコンテンツツーリズムの創出

取り組み内容 ト コンテンツツーリズムの可能性を若年層に見いだす

豊かな食や観光資源で多くの観光客た。札幌訪問経験者及び在住者に対す を集める札幌。この地を舞台にしたマ る札幌のイメージやマンガについての ンガ・アニメ作品も多いことから、本 アンケートでは、札幌の都市イメージ 事業では新たな観光誘致策としてこれ は「食」で、札幌を舞台にしたマンガ らの作品を生かしたコンテンツツー・アニメの認知度は低い現状が明らか リズムの可能性に着目し調査を行っ になった。一方で、コンテンツツーリ

ズムは回答者の約4分の1が経験して おり、満足度が高いことも判明。特に 若年層はマンガ・アニメとコンテンツ ツーリズムへの関心が高く、PR方法 などの工夫によって新たな観光コンテ ンツになりうることがわかった。

今後の展開 ▼ 認知度向上とルートの開発を

札幌を舞台とするマンガのガ インターネットでの情報発信 などを通し作品の認知度を上 観光客の取り込みを図る。



プロジェクト概要

新たな観光資源として札 幌が舞台となっているマ ンガに着目し、コンテン ツツーリズム(聖地巡礼) の可能性を探るため、札 巊のイメージやマンガに 関するアンケート調査を 実施。

主な調査項目

札幌を舞台にしたマンガの 観光資源としての可能性

栗山商工会議所

日本最北端の「栗のまち | を目指して

プロジェクト名 地名のルーツに宝あり! 栗色に染まるまちづくり調査研究事業

取り組み内容 ▶ 栗を使った観光と特産品の可能性を認識

今回の調査プロジェクトのスタッフたちによるミーティング風景

アイヌ語で「栗の木の繁茂している の観点から調査・研究を実施。栗のブ ところ」を意味する地名の通り、栗山

ランド化に成功した先進地から講師を 町には古くから栗の木が自生し果実が 迎えた勉強会では、栗山の栽培管理状 栽培されている。本事業では、地域の 況への助言と作業体験ができる観光サ 栗を付加価値のある資源として生かす ービス実施に向けた提案を受けた。ま ため、産地観光と特産品開発のふたつた、作業効率の向上と栗の高品質化を

もたらす「超低樹高栽培」について検 討し、その導入を目指す方針が固まっ た。栗の調理勉強会では、栗を使った お菓子が紹介され、豊富なレシピの中 から地域の栗の特性を生かした特産品 の可能性を探った。

左) 栗山産の栗には複数の系統があり、香り・風味や皮のむきやすさなどそれぞれに特性がある。右) 視察調査では、栗山に適した栽培方法や特産品開発の方向性において有益な情報を得た

独自の栽培でブランド栗を

栗の栽培状況や各品種の特性 を把握でき、事業の方向性を 固めることができた。今後は 「超低樹高栽培」をベースに 栗山の風土に適した独自の栽 培管理を行い「ブランド栗」 を創出し、上質な土産品や観



プロジェクト概要

栗栽培の現状と栗の特性 に応じた加工方法を調査 ・研究し、栗を活用した 特産品と観光ルートの可 能性を探る。栗のブラン ド化に成功した先進地へ の視察も実施。

主な調査項目

栗の果実特性・食味、栗の 調理·加工方法、先進地視

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



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 育識調査 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 ト 現状を把握してもち文化普及の戦略構築

一大文化圏が形成されている。このも く、本事業ではもちを取り扱う事業者

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。

今後の展闡 ▼ 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。

一関地域にはもちをつく日を記載し 料理やもち関連商品の現状などを把握。 30代の女性に対するイメージ調査で

た「もち暦」が伝わるなど、もち食の 現在122商品の関連食品が生み出され、 は、市の認知度に反してもちの認知度 名物の「もち膳」は16店舗で64商品 は低いことがわかった。これらの調査 ち文化を地域の特色として打ち出すべ が販売されている。また、モッフルな を踏まえ、手軽に食せる新たなもち商 ど洋風にアレンジされていることも判 や消費者への意識調査を実施し、もち 明。一方、首都圏と仙台地域の20~

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含も振る舞われている。右下)委員会で調査結果を分析

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

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~

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

を入れており、現在は「有機ELのま 灯、LED照明など既存照明の特性や 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

米沢は古くからものづくり産業に力 べく、各種調査を行った。まず蛍光 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

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。

今後の展開▼



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



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FI 昭明

新井商工会議所

大自然や地場産業の新たな魅せ方

「健康と長寿」をテーマに酵素づくり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

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

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

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 定。資源の有効活用の観点から、収穫 控え、来訪者に提供できる「北上ブラ

岩手県

後に大量に廃棄される親芋を使って新 を受けている「二子さといも」を選 リング。さといも商品開発を行ってい 向け前進をはじめた。

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 ンド商品」を開発すべく各種調査を実 たな商品を目指すことになった。そこ わいを生かした新メニューや伝統料理 施した。まず活用食材には、300年ので、生産者や各業者、行政関係者などのリニューアルなどの開発方針が固ま 歴史がありブランド産品として評価 から二子さといもの現状や課題をヒア り、「さといものまち北上」づくりに

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

全後の展開 ▼ 地域の経済活性につなげる

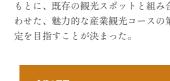
次年度より試作品づくりを行 い、平成24年度以降に市場 への進出を目指す。また、市 内小規模事業者に事業機会を 提供し、企業の活性化や雇用 の安定化を図って、地域全体 の経済活性化に寄与していき たいと考えている。

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。 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

みの見学や試食・試飲体験などさまざ 工房などの産業現場、そばや押し寿司 来訪者と首都圏居住者に向けて、妙高

などの郷土料理などの地域資源があり、 市の観光、産業に対する意識調査を実 本事業ではこれらを組み合わせた産業 施した結果、飲食や酒造施設に関心が 大自然だけでなく、地域には職人の技 観光を検討。地元事業者からは、仕込 高いことがわかった。これらの結果を もとに、既存の観光スポットと組み合 まなアイデアが寄せられた。さらに、わせた、魅力的な産業観光コースの策





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、 肌で感じてもらえる点から積 極的に取り入れる。

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

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

観光地を結ぶエコな移動手段を模索

プロジェクト名 | 「ウェルカム to 輪島」ホスピタリティープロジェクト



プロジェクト概要

市内観光地の回遊性向上 を目指し、アンケートに よって二次交通の現状を 調査。課題を整理し、先 進地視察やシミュレーシ ョンを通じ環境に配慮し た新たな移動手段の導入 可能性を検証した。

主な調査項目

現状の二次交通の検証、 先進地視察、新たな二次 交通の導入可能性など

取り組み内容 - 観光客調査と先進地調査でエコな交通手段導入を検討

漆器や朝市、總持寺祖院など多くの リンタウン)・空(能登空港)の地域 観光資源を有する輪島では、近年単 の要所で二次交通についてのアンケー 独・少人数での観光が増加傾向にあり、 トを実施。その結果、観光客の多くが 市内観光各所の回遊性を向上させるこ とが課題になっている。本事業では、 まず観光客に対し陸(道の駅)・海(マ

徒歩で市街地内を周遊している現状が 判明し、点在する観光資源と市街地を 結ぶ公共交通機関を充実させる必要性

が浮き彫りになった。そこで世界的な 潮流であるエコな次世代二次交通の導 入を検討し、先進地調査の上、コスト や法的な面からシミュレーションを行 った結果、その実現可能性を確認する

今後の展開▼ 社会実験を通し課題を明確化

老若男女が快適に市内の観光 資源を周遊できる新たな二次 交通の実現に向け、本事業で 明らかになったコストや法的 な課題を着実にクリアするた めに、エコカートの限定的な 試行などの社会実験を今後実



左)陸・海・空の要所において幅広く二次交通に関するアンケート調査を行った。右)先進地調査で は、ベロタクシーなど環境に優しい乗り物の導入状況や課題を学んだ

岡谷商工会議所

産業観光の魅力をモバイルサイトから発信

プロジェクト名 おかや産業観光 「産業情報ガイド付ものづくり検定」サイト構築調査研究事業

岡谷市の産業観光の魅力 をわかりやすく伝える情 報発信の手段として、地 域の産業情報を集約した モバイルサイトの構築と、 それを活用した新規事業 創出に向け調査研究を実

主な調査項目

モバイルサイトの用途・可能 性、コンテンツ内容、市場 規模、ニーズ動向など

取り組み内容 ト アンケートでニーズや市場規模を調査

情報が集約したモバイルサイト構築と、 要を把握。また、ITを活用した情報 用した産業観光の可能性を認識できた。

精密工業都市として発展し、歴史あ それを活用した新規事業創出に向けて 発信へのニーズも高かった。さらに、 るものづくりの街である岡谷では、産 調査・検討を行った。全国の幅広い消 モバイルサイトのコンテンツ内容を検 業観光に向けた取り組みが活発に行わ 費者を対象としたインターネットでの 討するために行った調査では、ナビゲ れている。本事業では、産業観光の認 アンケート調査では、約7割が産業観 ーションやORコードを利用したスタ 知度向上と誘客を目指し、地域の産業 光に「参加したい」と回答し、その需 ンプラリーなど、モバイルサイトを活

諏訪圏工業メッセと連携して行われた「夏休み家族ものづくりバスツアー」の様子。参加者に聞き取

ものづくり現場の画像や動画 など、より多くの人が地域産 業に興味を覚えるようなモバ イルサイトを構築し、岡谷市 ならではの産業観光につなげ した街歩きなどのイベントな

「菓子のまち筑西 | ブランド創出調査研究事業

プロジェクト名 | 「菓子のまち筑西」ブランド創出調査研究事業

取り組み内容 ▶ 新たな下館菓子づくりに向け「井上さつま」に注目

第二次世界大戦まで菓子製造・販売業 が主要産業のひとつであり、中でも県 産農産物からつくられた特産菓子が人

筑西市下館地区では、大正末期から 性を生かした新たな特産菓子の開発に 向け、地域の菓子産業の歴史やマーケ ット調査、地域資源の掘り起こしなど を実施した。活用食材には、地元農産 気を集めていた。そうした背景を受け、物20品目の中から「井上さつま」と 全国有数の野菜の生産地である地域特 呼ばれるサツマイモが有力な候補に浮

上。すでに地産のサツマイモを活用し てまちづくりを行っている埼玉県川越 市の調査も行い、情報発信や先を見据 えた視点の重要性などを学んだ。これ らの調査結果から、今後の開発テーマ の方向性を定めた。

今後の展闡 ▼ 3本の柱でブランド創出

食育で「元気な子どもたちを 育てる」、多世代が集う「交 流拠点をつくる」、商農の各 分野のキーパーソンが連携し て「本物をつくる」ことを今 後の事業方針の3本柱に据え、 「菓子のまち筑西しもだて」 ブランド創出を目指す。



プロジェクト概要

地域特産の食材を効果的 に使用した新たな菓子の 創造で、地域の産業の活 性化とまちの再生を目指 す。そのために地域の菓 子産業の現状と消費者ニ ーズを調査し、活用食材 などの選定を進めた。

主な調査項目

地元農産物による菓子づ くりの可能性、若者ニーズ 調査、先進地調査など

埼玉県

川口商工会議所

左) ワーキンググループでは地域の関係事業者が積極的に発言。右上) 菓子に関心の高い若者からニ

一ズをリサーチ。右下)サツマイモ活田の先進地で菓子屋横町やまち並みなどを調査

「ぼうふう」、「安行桜」を使った新特産品を目標に

プロジェクト名 | 「川口ブランド特産品」創出事業

取り組み内容 > 「健康」をコンセプトに中高年へブランド訴求を

左) 刺身のつまとして高級料亭でも使われる「ぼうふう」。右) 消費者との意見交換会では、川口ら

しい特産品の姿や素材の安定供給という課題について討論が行われた

どを受け伸び悩んでいる。そこで本事 業では、全国流涌に乗せられる新たな 特産品の開発を目指し、地場産農産品 漬け)」。成分調査などの結果、「ぼう することにした。

川口市では、江戸時代から継承され やその生産過程で得られる副産物を調 主幹産業のひとつである安行ブランド 査。素材として注目したのは、高級料 の植木が有名だが、ニーズの多様化な 亭で重宝され京浜市場で90%以上の シェアを誇る「ぼうふう」と、開花時 期が早く濃い桜色が特徴の「安行桜(塩

ふう」と「安行桜」には老化防止など に役立つとされるポリフェノールが含 まれることから、ブランドコンセプト を「健康」として、40歳以上の中高 年をターゲットにした販売戦略も検討

今後の展開 ▼

家では午前10時頃に「ヨツ オチャ」、午後3時頃「コジ ハン」と呼ばれる軽食が取ら れていたことが判明。食事の 合間に健康的に食べられるお やつを特産品のテーマとして、

地元の食習慣をキーワードに

今回の調査で、昭和前期の農 開発を検討していく。

種苗生産の過程で廃棄 される果実や花などの副 産物を活用した川口らし い特産品開発のため、食 材の成分調査や意見交換 を実施。開発の方向性を 策定した。

野菜などの農作物、植木

主な調査項目

市内における農産物の生 産·分布·流通状況、農産 物の成分効能など

081





サイトを活用して「街歩き」

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。

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

主な調査項目

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

取り組み内容 ト 観光資源の有効な活用方法を探る

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 集客の具体的なアイデアが寄せられた。 ジェクトを選定した。

厚木の東部地域は江戸時代に相模川 たな観光ルートの可能性を調査した。 の渡し場の宿場町として栄え、その風 地域住民へのアンケートからは、小江 情ある街並みは「小江戸」と称された。 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、リエーションなど、複数のモデルプロ

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

A al-Allhan

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田者を集める

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 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 滑な展開に努める。

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

取り組み内容 ト 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

着目。地域ブランド創出プロジェク チックの課題であった発色性向上の実 「ひとつの企業ではできない『夢物語』 ャップは600万個に上る。本事業では、 の実現」を目指し20企業の協力の下、 アも誕生。キャップはハイブリッドロ このキャップに地域の工業生産技術を 商品アイデアの洗い出しや市場調査を 組み合わせることで生まれる可能性に 行った。その結果、リサイクルプラス

ト「アンジョウ・ハーツ」を立ち上げ、 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 ケット燃料に活用できることも判明し、 可能性が広がった。

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

今後の展開▼

上げていく。

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

愛知県

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

づけ、新たな地域

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



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

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 b 地域資源を発掘して観光の可能性を広げる

が広がっている。本事業では、これら

体験などの体験型イベントの有効活用 の四季折々の彩り豊かな資源を生かし や、自然薯やバナジウム天然水、ゆで た観光地づくりを目指し、各種アンケ 落花生などの地元の食を新たな地域資

富士市大淵地区には、富士山百景の ートや現地調査などを行った。地域住 源に挙げる声が多かった。一方、現地 うちの14カ所が集中し、ミツバツツ 民のアンケートからは、ブルーベリー 調査では新たな登山道に活用できそう ジやひのき林、茶畑などの美しい景観 などのフルーツ狩りやお茶摘み、木工 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。

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

幻の大淵登山道を再び

今後の展開として、「海抜0m から表富士を登れるのは富士 道をよみがえらせ、来訪観光 客が地区内で楽しめる観光フ ログラムや食・特産品などを

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

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 生かした料理を、この地にゆかりのあ 長めし」のイメージを明確にした上で、 ニューを検討した。

る信長にちなんだ「信長めし」として 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。新咸省でアレンジされた新メ

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」

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 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。

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も行

観光・飲食などの観光客 ニーズ、新しい「食」開発 のニーズ

| 忍者 | のイメージで伊賀の魅力を発信

上野商工会議所

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

プロジェクト名 「忍者」 忍びの里 ブランド創出事業

取り組み内容 ト 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 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 関連の観光」が最も多かった。一方で、 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 また、忍者に関心が高い人々 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



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 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

岸和田商工会議所

地域の食や歴史を新たな視点で捉える

プロジェクト名 松原ブランドの創出事業

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。

調査で同じく知名度が高かった、金網 産業や真珠核などの地場産業を活用し た「地場産業めぐり」も考案するなど 地域の独自性を反映した松原ブランド の方向性が示され、今後は事業を具体

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

域資源を見いだしていく。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。

今後の展闡 ▼

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法

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**

和歌山県

紀州有田商工会議所

鵜飼や鮎の有効活用法を創案

プロジェクト名 | 有田川鵜飼と鮎を活用した観光振興事業

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 で鵜飼についてアンケートを取ったなとが改善策として検討された。また、開発への期待が高まった。

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 は鵜飼の現状調査を行った。近隣地域 が高く、雨天でも対応できる施設設置

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、

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。



プロジェクト概要

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

伝統ある有田川の鵜飼や

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

取り組み内容 ▶ だんじり祭の来訪者にアンケート調査

プロジェクト名 | 岸和田らしいおみやげの選定と戦略の策定

める岸和田市だが、これまで地域を け、まず市民に対して手土産に関する

大阪府

旧城下町として栄え、有名な「だん 実態調査を実施。手土産に利用する商 代表するお土産品がなかった。そこた。また、だんじり祭の来訪者に対し ころ、最もニーズが高かったのは、祭

この地でしか手に入らない「岸和田ブランド」の創出へ

りの解説本や法衣など祭りの関連商品 じり祭」では約60万人の観光客を集 品として、泉州名物の「水なす」を回 だった。これらの調査結果から水なす 答者の4分の3が選ぶという結果が出 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 で、この地ならではの土産品創出に向 て土産品のニーズをアンケートしたと 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。

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十産を検討

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。



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、 物やぬいぐるみなどのアイデアが出された

085 084

主な調査項目

岸和田ならではのお土産 のニーズ

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

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



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 ト 農商工連携の現状を調査しマッチングのニーズを確認

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

水産物の安定供給や消費拡大を目的に、 消情報」などのマッチングのニーズ・ 地産地消や農商工連携の取り組みが積 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

岡山市では、安全で安心な地元農林 報」と流通·加工業や飲食店などの「地 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

今後の展闡 ▼ 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

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

取り組み内容 ト 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

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 デルの模索を行った。まず、各スポッ た。一方で新幹線や高速道路、港まで が目標となった。

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 の観光資源の有効利用と新たな観光モ 出と発信が課題であることがわかっ 深め、共存共栄モデルを創出すること

やフリーペーパーなどを通じ

らえるよう働きかけ、産学官

今後の展開▼

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 郷土に愛着を持てる仕掛けを し、大規模なアンケート などで課題を分析した。 魅力的な街づくりには地域住 充実した交诵網を新たな 民の地元への愛着と誇りが不

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

観光に生かす方法も検討。

左) 平成24年に築城390年を迎える福山城は、JR福山駅から徒歩5分の場所にある市内屈指の観光 スポット。右)潮待ちの港として栄えた鞆の浦は、万屋根が江戸時代の風情を感じさせる

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

左) 三次藩藩士の子供で16歳の稲生平太郎が、屋敷に30日間出現し続けた妖怪をものともせずに退

けたという剛勇譚が描かれた「稲生物怪録」。右)検討委員会の様子

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

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 | 備中高梁ブランドカアップ戦略調査研究事業

取り組み内容 ト 観光資源27項目、備中高梁ブランド23品を考察

ップを把握するため、インターネット 旅行をしていることもわかった。その 訴求などに役立てていく。

高梁市には、国指定の名勝や県指定 でアンケート調査を実施。高梁市のイ

結果を参考に観光などの地域資源やピ のふるさと村など、文化的価値の高い メージについては、「自然に恵まれた オーネなど備中高粱ブランドについて 建物が集積している。そうした観光資 観光地」、「歴史ある街」という回答が 優位性を調査した。市外からの視点で 源や備中高梁ブランドの認知・関心な 多く、このエリアを知らない人は4割 ブランドイメージを確認できた効果は どについて、地元と観光者の間のギャ 弱、観光経験をもつ人の5割が日帰り 大きく、ターゲットを絞ったブランド

左) 備中松山城「国重要文化財 は日本三大山城のひとつで、高梁を代表する歴史資源だけに効果的 に活用していきたい。上)参加型 の什掛けづくりのため、地域の観 光・飲食関係者などを対象にワー ショップも開催した

ターゲットごとに効果的な訴求

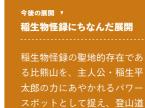
今後は新たな観光ルート開発 など観光面の魅力づくりに取 り組んでいく。観光誘致や特 別、男女別、年齢別などの調 査結果を参考に、ターゲット を絞った効果的なブランド訴 求を展開していく。

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

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

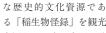
味がある」という回答も多く、商品化 や情報発信の工夫次第で観光の主軸と なるコンテンツとして成立する可能性 を見いだした。最終的には、アニメ化 などの新たな魅力づけや、地元住民を た観光を推進するため、本事業ではま 査したところ、認知度は低いものの「興 巻き込んだ観光振興プランを立案した。



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

稲生物怪録にちなんだ展開

る比熊山を、主人公・稲生平



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。

三次市が保有する貴重

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



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

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

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。

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 - 風土や文化を反映した地域ブランドの需要を認識

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

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

柳井地域が商都として栄えた江戸時の魅力を全国に広めるべく、先進地やた。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

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

坂出商工会議所

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、高価格のものが多い。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。

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

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、 菓子の素材に適した今治の特産品を研 焼き豚玉子飯などのB級グルメ、しま 究。生産者や加工業者が強みを生かせ 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 まな用途がある「はだか麦」の2品が 今治らしい菓子の開発を目指し、まず 候補に挙がった。全国のレンコンを使

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

ったお菓子を比較検討し、具体的な商 品のイメージも共有。地域住民へのス イーツに関するアンケートでは、嗜好 の多様性が認められたため、ターゲッ トを絞り込まずインパクトを重視する 方向性が固まった。

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。

今後の展開 ▼



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



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[はだか表]

本渡商工会議所 能本県

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

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

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 しい観光客への「もてなし」の基本的 索した。具体的な内容として、南蛮文 行った。

化を感じさせるメニュー開発や地域資 源を活用したお土産開発、宿泊・飲食 が連携したイベントや文化に触れる街 歩きツアーなどを検討。観光客の利便 性や同遊性を高めるための調査研究も

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

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。

観光客と接する飲食・宿

主な調査項目

天草の資源、宿泊者に対 するニーズ

取り組み内容 - 複数の観光資源を楽しめる町歩きを創案

香川県

瀬戸大橋を経た四国の窓口である坂 ーキング部会を発足。実際に町を歩き 出には、讃岐うどんはもちろん、歴史 ながら観光資源の洗い出しを行うとと 見プロジェクト」と題した協議会・ワながら、地域に適したコースづくりをコースを提案した。

| 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

観光客へアンケート調査を行い、うど や文化を感じさせる地域資源も多数存 もに、新たな観光スタイルとして複数 んのニーズの高さや坂出のイメージを 在する。それらを地域の魅力を束ね、 のスポットを楽しめる「町歩き」が検 把握。これらの調査結果をもとに、「グ 着地型観光を目指し「さかいで・再発」にする。 計され、全国の町歩き事例を参考にし ルメ」、「歴史」などのテーマ別町歩き





左) ワーキング部会メンバーが各自で作製した町歩きマップ。右) 中心地域を実際に歩くことで今ま で見落としていた観光資源の存在に気づき、町歩きの多様なテーマにつながった

市内の観光資源をフル活用

「自由散策型」、「ぷち遍路体 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。

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

農商工連携で地産の新メニュー発信を狙う

プロジェクト名 水・畜・農産物を活かした「出水ブランド」開発調査事業

プロジェクト概要

地域の水産・畜産・農産 の特産品を調査し、「出 水ブランド」に適当な食 材を選定。付加価値を高 めた加工食品開発へ向け、 新メニュー案の作成や流 通ルートのためのマーケ ティング調査も実施。

主な調査項目

出水市の認知度、食材、販 売ルート、ロゴマーク開発 に向けた調査など

取り組み内容 ト 多様な食材から「南国元気鶏」、「赤鶏さつま」、「紅甘夏」を選定

自然に恵まれた出水市では、農・畜 ・水のそれぞれに特産品がある。本事 業では、これらの地域の食材を使った 新たな特産品を農商工連携で開発し、 「出水ブランド」として打ち出してい くために、まずは地域住民を中心に出

水市の特産品などについて調査を行っ た。その結果、みかん、鶏などの認知 度は高かったが、ご当地グルメは約7 割が「存在しない」と答えており、新 たな特産品の必要性を認識。今後の特 産品の開発に向け、抗生物や合成抗菌

を使わず育てた特別飼育鶏「南国元気 鶏」、臭みが少ない銘柄鶏「赤鶏さつ ま」やかごしまブランド認定の「紅甘 夏」の3種を活用する地域資源の中心 と決め、ハンバーガーやスイーツなど の新メニュー案を検討した。





左) 「赤鶏さつま」は国内で 育種改良されたブランド鶏。 植物性飼料を使用しているた め臭みが少ない。上) 通常の 甘夏より皮・果肉とも紅色で

今後の展闡 ▼ 食の観光地としてPR

地域ブランドの発信には、ロ ゴマークやパッケージ、ブラ ンドネームなどが不可欠だと 考え、出水の自然や観光資源 をイメージしやすいものを開 発予定。出水ブランドとして 特産品を開発し、全国へ発信

沖縄県

浦添商工会議所

琉球王国の旧都にふさわしいお土産の開発を目指す

プロジェクト名 古都浦添市の歴史薫る土産品の創出事業

琉球王国発祥の地という 豊かな歴史・文化を誇る 浦添らしい土産品の創出 を目指し、関係事業者へ のヒアリング、消費者の ニーズ調査を実施。モチ ーフにすべき地域資源に ついても考察した。

主な調査項目

菓子製造業・小売業の実 態、消費者のニーズ

取り組み内容 - 土産品のモチーフにする地域資源を選定

かつて琉球王国の首都として栄え、 今も伝統芸能が息づく浦添市。しかし ながら、この豊富な歴史文化資源に関 連した商品が少なく、観光客に提供で きる土産品の創出が地域観光の課題と なっている。そこで本事業では、新た

な土産品開発に向けた調査を実施。地 域住民へのアンケートでは、その土地 ならではの菓子を土産品として選ぶこ とが多いと判明。次に、市内の菓子製 造業・小売業ヘヒアリングを行い、商 品アイデアや統一パッケージの必要性

が求められた。これらの調査結果を踏 まえ、浦添城跡など訴求力の高い地域 か、地域で親しまれていた菓子「てだ こ焼き」の改良も決定し、新たな特産 品をつくり上げていく。



市内土産品製造・販 売業者や観光関連業 者を対象に、浦添の 土産品をテーマとし て討論を実施。識者 による活発な意見交 換が行われ、地域な らではの十産品開発 イメージを醸成した

全後の展開 ▼ 浦添を代表する土産品を

本事業を通して、市民の間 で「浦添らしい土産品」の必 要性に対する関心が高まった。 今後は具体的な商品の絞り込 みを実施。そして、市外への 手土産品として、将来的には 浦添を代表するような土産品 の開発を目指す。

「癒し」をテーマに十勝の魅力あふれる観光プランを提案

プロジェクト名 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





「癒とりスタ公式ガ コンシェルジュが「癒し ポイントなどを紹介。2) 「人が人を癒す」のコン りスタ | のロゴ。3) 「Mv とかち商品見本市」では ぶた丼やピザ、スイーツ など十勝の食などを紹介。 4)「とかちばん馬まつ り」では、東北コースと



とを最大のチャンスと捉 え、癒しを求めて増える 十勝への来訪者を、「人 が人を癒す」といったコ ンセプトでもてなせるよ う、地域イベントと地域 資源を連携するプログラ ム・仕組みを構築する。

束ねた地域資源

北海道・十勝の安心・安全 な「食」をベースに、癒し3K (観光、環境、健康)にか かわる地域資源

プロジェクトHP

http://www.t-scenic.com yutorisuta

取り組み内容 - 観光・環境・健康分野で「癒し」を集め、新たな魅力発信

帯広市が位置する十勝平野の中心部は、広 大な畑作酪農地帯を十勝川が流れる雄大な風 景や、道東自動車道と広尾自動車道によるア クセスのよさが魅力である。本事業では、大 自然がもたらす生活の質の豊かさ (OOL= クォリティオブライフ)を実感できる地域と なることを目標に掲げ、「癒し」をテーマに さまざまな地域資源を連携させ、新たな魅力 発信を行った。

まず、十勝の癒しスポットをめぐる魅力を

訴求するため、秋の祭りイベントを中心に連 携させ、「とかち癒とりフェスタ (通称:癒 とりスタ)」と銘打ち、ガイドブックなどに よる情報発信を展開。そのほか、旅行者や雑 誌社などに対し、十勝観光の新たな特徴であ る癒しスポットの魅力をプレゼンテーション した。コア事業としては、10月に帯広競馬 場で開催される「とかちばん馬まつり」に合 わせ、「Myとかち商品見本市」を開催。会場 からのシャトルバスでは、住民ガイドがライ

フコンシェルジュとして癒しスポットを案内 した。また、「おびひろ菊まつり」、「菓子大国 とかちフェスティバル」、環境展示会「エコ シティ帯広 2010」を連携させるため、スタ ンプラリーによる周遊企画を実施した。

結果、「とかちばん馬まつり」では過去最 大の入場者数を記録。また、この期間の道東 自動車道の交通量増加が見られるなど、さま ざまなイベントを束ねることで、観光客誘致 への大きな成果が得られた。

Topics - 癒しスポットの連携に活躍する住民ガイド

地元の人々が常々感じている「癒し」 らは本事業への共感が得られ、十勝の 魅力を伝えるコンシェルジュとしてボ ランティアたちは大いに活躍した。観 光スポットでの語り部たちの役割は大 きく、地域の連携力も強まった。



今後の展開 - 集客のための活動をさらに充実

「連携」をキーワードに、さまざまな地域資源(イベントなど) をより魅力的に映るように束ねるため、関係機関との連携を密に し、打ち合わせも週に3回のペースで行うことができた。一方で、 事業の採択から企画を練り込んでいくまでの時間の確保など、ス ケジュール的な段取りでは、改善すべき点は多くあった。次年度 は、実施できなかった公式ホームページにおけるモバイルページ の開設なども行い、集客力のさらなる向上を目指す。

山形県

天童商工会議所

共同実施

山形商工会議所

「モンテディオ山形」を入り口に地域の魅力を体感

プロジェクト名 | 」] 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日にホームスタンテムの「NUDノフトスタンテム山形」で「TATAにお成場 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) 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標とする。

新潟県

三条商工会議所

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





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.



17 一起校一来級们なシップ 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、本寺小路島辺を影 る「本寺小路岛かり物語」。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

、三条 辺を彩 語」。3) ターの では地 ナビゲ 伝える

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、「越後三条銀 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の行燈によるあ 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・レクチェ(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



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。

新潟県

小千谷商工会議所

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



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観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 じてもらえた。

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東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。

富山県

高岡商工会議所

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

12月31日(金)



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」のアイデアやレシビ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井。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) 同じく変層水ババロア

4



おもてなし

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

取リ組み内容 ▶ 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、よく立ち寄る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東ねた本事業には、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 効果があった。食のブランド化



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。

長野県

諏訪商工会議所

下諏訪商工会議所

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 郷十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 天丼、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16㎞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、信州諏訪みそ天丼など、 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・花火を楽しん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 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



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。

千葉県

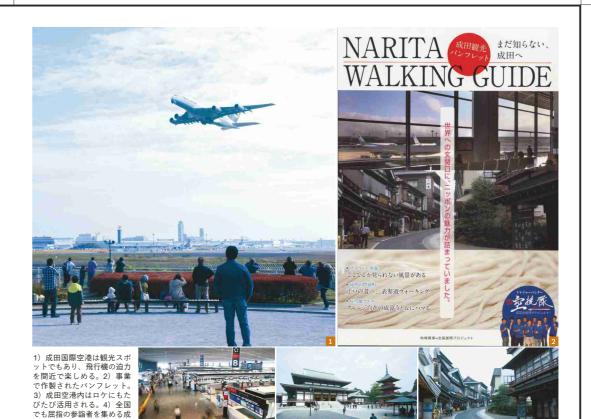
成田商工会議所

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







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

取り組み内容 - 情報発信で空港と地域資源を結ぶ

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

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。

京都府

京都商工会議所

京の町が七夕の風情に染まる

プロジェクト名 京の七夕事業



プロジェクト概要

七夕と地域資源を組み合 わせて開催されたイベン 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



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

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 リートで有名な大将軍商店街による「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。

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。

大阪府

大阪商工会議所

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 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

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 ► "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" だけではない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 - 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の 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



今後の展開 - 新たな視点でキラーコンテンツを開発

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ー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 一案も企画しており、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。

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

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

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 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。

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 二ッポーオンパク・プロジェクト 日豊海岸・ひむか感動体験泊覧会







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 秋の風物詩・鮎やな。5) 映 口銭湯と路地裏グルメ ーの1コマ。6) 大人も楽 める工場見学



プロジェクト概要

自然・歴史・風土といっ た地域固有の資源を生か し、魅力ある地域に育て ていくため、泊覧会を実 施。一般的な観光スポッ ト以外の多種多様な空間 を交流の場にして、22 のプログラムを展開した。

束ねた地域資源

日豊海岸の海洋資源、町 並み、工場、景観、歴史、グ ルメなど

プロジェクトHP

http://www.enpaku.net

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 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。



が並ぶ、共同展示商談 会の会場内の様子。成

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「東京インター 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



同展示商談会には 全国から25商工 品から工業品まで 多様な成果品が並 び、多くのバイヤ 一で賑わった

fee NIPPON

…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

······平成.23年2月1日(火)~4日(金) …東京ビッグサイト 会場……

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)

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グされ 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、農商工連 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

会期……平成23年1月5日(水)~11日(火)

会場……大力東京店 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

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 一」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。

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 ·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

闡催日時…6月25日(金) 14:00~17:15 ··日本商工会議所会議室A 参加宝績…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 **仝堤……** ...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 …大阪商工会議所 参加実績…11名

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 かでる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 ·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 ・・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 ·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 …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 ··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 ·TKP博多ビジネスセンター 参加実績…22名

盟催日時…平成 22 年 11月30日(火) 13:00~17:30

…那覇商工会議所 参加実績…12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

ロジェクトを調査・分析。基本戦略から商品の品 質まで幅広く提言を行った。各地の商工会議所か らも、地域資源の有効活用法といった初期段階か ら、開発されたメニューの客観的評価、事業全体 の統括まで外部の専門家へのニーズは高く、関係 事業者と専門家が協働することで従来の地域内の 常識に新たな風が送り込まれ、事業展開の改善に 効果を上げた。

取り組み5

事業評価事業で成果や課題を分析

クト」を開始して以来、257商工会議所で479プ ロジェクトが実施されている。事業評価事業では この全プロジェクトを対象に、事業の経済的成果 や地域内への波及効果、また補助事業終了後の取 り組み状況などを調査。その上で、今後の新たな 事業に活用してもらうため、各事業の課題と解決 るなど、本事業の指針としても活用されている。

平成18年度に「地域資源∞全国展開プロジェ 策、成果の高い事業の分析をまとめた「地域資源 活用マニュアル」を作製した。このマニュアルは、 各プロジェクトの状況・目的に応じて内容を参照 できる目的別索引が設けられるなど高いユーザビ リティを誇り、具体的な事業推進のノウハウはも とより地域産業振興にかかわる考え方が記載され

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 ・ら満遍なくプロジョ クトを紹介。内容はエ 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

悉细脚更

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)



一般消費者に「地域資源∞全国展開プロジェク ト」の取り組みを広く訴求するため、プロジェク トの特集番組「列島縦断 feel NIPPON! まる ごと! 日本新発見ツアー」をテレビ東京系全 国6局ネットで放映した。番組は5名のタレント がリポーターとして旭川、燕、鳥羽、八代の4地 域を訪問しプロジェクトの成果品や地域資源、地 域の魅力を紹介する旅番組形式。リポーターから も「実際に訪れることで新たな発見があった」と の声が上がるなど、観光客誘致の観点でも充実し た内容となった。また、VTRでも山形、下諏訪、 川口、城陽、山口、伊予の6プロジェクトを紹介。 北海道から九州まで全国で実施されている本事業、 及び地域資源の多様性を訴求した。番組は幅広い 年齢層が視聴する土曜日の夕方に放映され、本事 業だけでなく商工会議所のPRの機会にもなった。

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



F成21年度 地域資源∞全国展開プロジェク| **®** NIPP●N

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 クトの事業成果パネ 展示。多くの関係者 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 どに過年度の該当 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

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。



Point 3

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

本一の漁獲量を誇 マグロやカツ オも揚がる気仙沼 港。海の男たちか 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



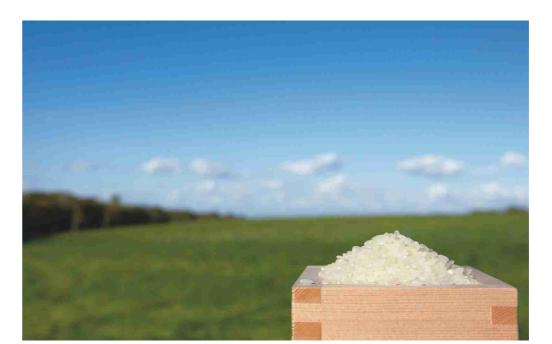
に伝えるスローフード運動をベー スに新たな特産品と観光商品の開 発を展開した。

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」



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 争うシェアを誇る



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 とした食感は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じめている。



道産の味を もっちり食感に包む 米粉パン「コメフル」は、

道辞环芽米 「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

ぱぺーシネリ [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 ・発展してきまで 沼木工。細部まで 丹念に彫り込らに 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 ブ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。

高い技術力が随所に生かたが

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割がこの地でつくられている



「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波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。大人の男を演出する

第 5 回

鯖江

手仕事を買う、 鯖江の旅

福井県鯖江は全国一の生産量を 誇るメガネや繊維、漆器など「手 仕事」が盛んな街だ。平成21年 度、鯖江商工会議所は「SABAE Style」と銘打ったプロジェクト で、この伝統の手仕事を生かした 新製品の開発に着手。メガネ技術 からはルーペ、漆器技術からは葉 巻入れ、伝統の着物生地からバッ グなど、生活を新たに彩る製品が 数多く生まれた。実際にこれらの 製品に触れると、どれも細部まで 丁寧につくられていることがわか る。手仕事ならではの技術と温か み。それこそが「SABAE Style」の 真価なのだ。

現在「SABAE Style」で開発された製品は改良が加えられ、全国へ向け発信されている。

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 「岡山賛果季節のコンポート」は、岡山県産のフルマト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



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、刺身で食すきびなご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。 タコのビッナでは、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



プロジェクト実施商工会議所

連絡先一覧

函館商工会議所

〒040-0063 北海道函館市若松町7-15

〒060-8610 北海道札幌市中央区北1条西2 el: 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

當広商工会議所

〒 080-8711 北海道帯広市西3条南9-1 Tel: 0155-25-7121 Fax: 0155-25-2940

〒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.ip

■ 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

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.in/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

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.aoi.ne.ip/bihoro

東庭商丁会議所

〒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

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.ip

■ 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

■ 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.kitakamicci.ip

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

■ 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

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.vcci.or.ip

■ 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

■ 三条商工会議所

〒955-8603 新潟県三条市須頃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.ip

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.in

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.ip

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.ip

輪皇商丁会議所

〒928-0001 石川県輪島市河井町20部1-1 Tel:0768-22-7777 Fax:0768-22-7707

〒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.ip

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.ip

■ 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.ip

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.okavacci.or.ip

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

■ 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.ip

■ 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.sakucci.or.ip

千曲商工会議所

〒387-0011 長野県千曲市杭瀬下3-9

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.kanumacci.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.kirvucci.or.ip

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

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.ip

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

〒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.vokosukacci.com

小田原箱規商工会議所

〒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.ip

厚木商工会議所

〒243-0017 神奈川県原木市栄町1-16-15 Tel: 046-221-2151 Fax: 046-222-0607

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.fuiinomiva-cci.or.ip

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.acci.or.ip

■ 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

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://anio-cci.or.ip

■ 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

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.ip

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

〒519-0124 三重県亀山市東御幸町39-8 Tel:0595-82-1331 Fax:0595-82-8987

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.ip

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

近江八幡商工会議所 〒523-0893 滋賀県近江八幡市桜宮町231-2

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: 0748-33-4141 Fax: 0748-32-0765

http://www.kvo.or.ip/kvoto

■ 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

Tel: 075-212-6400 Fax: 075-255-1985

〒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.in

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.ip

■ 神戸商工会議所 〒650-8543 乒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.in 田辺商工会議所

Tel: 0739-22-5064 Fax: 0739-25-2783 http://www.aikis.or.ip/~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

〒646-0033 和歌山県田辺市新屋敷町1

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

7 697-0027 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: 0856-23-4343 http://www.iwami.or.jp/masudacc

■ 岡山商工会議所

下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:0868-23-5356 http://www.tvt.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

下720-067 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

照

■ 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



■ 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

Tel33-0041 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.ip

■ 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.urasoe-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日登行

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