

はじめに

「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト（正式名称：小規模事業者地域力活用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す。これは、地域の資源を活用した新たな特産品や観光の開発、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24年度は、事業計画の策定を行う「調査研究事業」で37件、全国規模のマーケットを狙った特産品や観光の開発およびその販路拡大を行う「本体事業1年目」で37件、以前本体事業で取り組んだ内容のブラッシュアップを行う「本体事業2年目」で17件のプロジェクトが採択されました。また、複数の特産品、観光資源等を束ねて一定期間に集中的に開催する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7件のプロジェクトが採択されました。そして、これら地域の魅力あふれる98件のプロジェクトが全国各地で取り生まれ、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、円滑な業務遂行をアドバイスする専門家の派遣、共同展示商談会やテストマーケティング（ECサイトにおいても実施）による販路開拓支援、観光商品の事業化を図るモニターツアー事業、過年度に開発された商品をまとめた商談シート作成事業、そして、ホームページや専門雑誌等を活用した広報事業などを実施することで、事業全体の販路開拓支援と認知度向上に取り組んでまいりました。

本書では、平成24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おりますので、全国規模のマーケットを狙う小規模事業者・中小企業、および地域活性化を図る商工会議所の皆様の参考となれば幸甚です。

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

平成 25 年 3 月
日本商工会議所

contents

- 01 はじめに
- 02 目次
- 05 平成24年度「地域力活用新事業∞全国展展開プロジェクト」の概要

平成24年度 各プロジェクト紹介

調査研究事業

- 07 **食** 小樽商工会議所・北海道
後志（しりべし）の未利用果実を活用した新製品・新商品開発プロジェクト
- 08 **食** 滝川商工会議所・北海道
肥沃な大地がギュッと詰まったシードル&キッシュ&ガレット事業
- 09 **食** 長井商工会議所・山形
馬肉×行者菜×米粉の新商品開発とまち歩き観光との連動
- 10 **技** 燕商工会議所・新潟
自動車・家電部品サプライヤーによる自社商品の開発
- 11 **旅** 珠州商工会議所・石川
芸術から世界農業遺産を表現する新しい観光事業に向けた調査
- 12 **技・旅** 諏訪商工会議所・長野
自然と工業技術の融合による自転車開発プロジェクト
- 13 **食** 佐久商工会議所・長野
佐久こだわりの逸品でつくる高級土産商品開発
- 14 **技** 桐生商工会議所・群馬
技と芸術が織成す生活空間「Room of KIRYU」開発事業
- 15 **技** 川口商工会議所・埼玉
川口「竹（たけ）・技（わざ）」魅力創出プロジェクト
- 16 **食** 小田原箱根商工会議所・神奈川
「小田原スイーツ プレミアム」ブランド商品開発の調査研究事業
- 17 **旅** 浜松商工会議所・静岡
遠州綿織物ニューツーリズム調査研究プロジェクト
- 18 **食・旅** 袋井商工会議所・静岡
袋井のクラウンメロンをベースにしたスポーツ健康飲料
- 19 **食** 蒲郡商工会議所・愛知
6次産業化活動を通じて地域を活性化！蒲郡ご当地グルメ開発事業
- 20 **旅** 伊勢商工会議所・三重
絆・感謝から発見するおかげの国周遊コース調査事業
- 21 **技・旅** 亀山商工会議所・三重
「亀山のローソク」新特産品開発プロジェクト
- 22 **食** 熊野商工会議所・三重
熊野ブランドプロモーション事業
- 技** 旭川商工会議所・北海道
大雪山のスローライフプロジェクト
- 旅** 横須賀商工会議所・神奈川
「すかたび」パッケージ開発プロジェクト
- 旅** 稚内商工会議所・北海道
映画「北のカナリアたち」を活用した誘客調査事業
- 旅** 静岡商工会議所・静岡
家康公が築いたブランドを取戻す「余八此處二居ル」プロジェクト
- 旅** 下田商工会議所・静岡
写真の祖 蓮杖プロジェクト「黒船来航から文明開化まで」
- 旅** 須賀川商工会議所・福島
震災復興観光に関する調査研究事業
- 旅** 高山商工会議所・岐阜
飛騨高山「飛騨の匠」ブランド開発事業
- 旅・食** 大府商工会議所・愛知
ウェルネスバレー構想と連携した健康逸品と着地型観光の調査研究事業
- 食** 伊那商工会議所・長野
雑穀伊那地域アマランサスを活用した新製品開発プロジェクト事業
- 食** 松阪商工会議所・三重
松阪牛・松阪豚・松阪の鶏を活かした特産品開発と新顧客獲得
- 旅** 佐野商工会議所・栃木
佐野の歴史的・文化的資源を活用した新たなニューツーリズムプロジェクト
- 旅・食** 尾鷲商工会議所・三重
「道の駅おわせ（仮称）」を核とする尾鷲市周遊プランづくり
- 食** 館林商工会議所・群馬
ボイセンベリーを活用した新商品開発モデル事業
- 食・旅** 田辺商工会議所・和歌山
南紀田辺のミカンスイーツ開発

23 **旅・食** 橋本商工会議所・和歌山
神・自然・雅・賑わいが出会う〈御幸辻食旅の里プロジェクト〉

旅 山口商工会議所・山口
「岩国錦帯橋空港」開港に向けた山口県広域観光ルート開発事業

24 **食・旅** 防府商工会議所・山口
防府ホワイトの魅力～ホワイトアスパラで美肌づくり

旅・食 西条商工会議所・愛媛
西日本最高峰「石鎚山」～「つなぐ」「繋がる」くさりプロジェクト

25 **食** 八女商工会議所・福岡
野生鳥獣の肉を利用した「ジビエ料理」の開発・普及

旅・食 西条商工会議所・愛媛
西日本最高峰「石鎚山」～「つなぐ」「繋がる」くさりプロジェクト

本体事業 1年目

26 **旅** 小樽商工会議所・北海道
小樽の歴史的建造物を活用した新観光創出事業

27 **旅・技** 札幌商工会議所・北海道
「ホワイトコスメ・エステ」による地域資源活用・地域活性化プロジェクト

28 **旅** 網走商工会議所・北海道
網走旬ツーリズム創出プロジェクト

29 **食** 美唄商工会議所・北海道
まるまるびばい・魅力まるごと売り込みプロジェクト

30 **食・旅** 弘前商工会議所・青森
JAPANプレミアム「弘前りんご」ブランド構築プロジェクト

31 **食** 花巻商工会議所・岩手
雑穀等穀類の活用による観光客をターゲットとした料理・土産物開発

32 **旅** 横手商工会議所・秋田
世界文化遺産平泉のルーツ「後三年合戦」歴史探訪ツアー

33 **旅** 酒田商工会議所・山形
「傘福」「食」「まちあるき」による着地型観光開発プロジェクト

34 **旅** 上越商工会議所・新潟
戦国・江戸時代が見える上越市、着地型観光ルート商品造成事業

35 **食** 黒部商工会議所・富山
「黒部のおくりもの」開発・販売プロジェクト

36 **食・旅** 小松商工会議所・石川
地域ぐるみ・地域力総活用、新名産・名品創出と食の祭典創出事業

37 **旅** 七尾商工会議所・石川
「すし王国能登七尾」と七尾の観光資源のコラボによる情報発信事業

38 **技・旅** 上田商工会議所・長野
カイコと繭と紬のまち、上田地域伝統産業活性化プロジェクト事業

39 **旅** 松本商工会議所・長野
EVを活用した新たな観光モデル推進事業

40 **旅・食** 岡谷商工会議所・長野
医聖永田徳本先生に学ぶ新しい健康産業「徳本薬草のまち岡谷」

41 **旅・技** 下諏訪商工会議所・長野
中山道下諏訪宿「神宿る下諏訪温泉」漫遊記

42 **食・旅** 飯山商工会議所・長野
峠の合戦食開発プロジェクト事業

43 **食** 鹿沼商工会議所・栃木
傷・規格外等の農産物を用いた高付加価値食品の開発

44 **食** 大田原商工会議所・栃木
大田原とうがらし逸品グルメ開発事業

45 **技・旅** 秩父商工会議所・埼玉
織物のまち「知知夫」が復活～繊維産業の付加価値向上プロジェクト～

46 **技・旅** 草加商工会議所・埼玉
埼玉産エコレザーと革職人の技が実現する「レザータウンSOKA」

47 **旅・技** 青梅商工会議所・東京
「集まれ愛犬家!」みたけ山「おいぬさま」活性化プロジェクト

48 **食** 厚木商工会議所・神奈川
牛乳宅配モデルを活用した津久井在来大豆の健康機能食品開発

49 **旅** 富士吉田商工会議所・山梨
富士山駅・富士信仰を活用した観光施策（サービス）開発事業

50 **旅** 大垣商工会議所・岐阜
西美濃のおもてなしをテーマとする誘客促進事業

51 **食** 神岡商工会議所・岐阜
天空の里 奥飛騨山-村地域活性化事業

52 **旅** 半田商工会議所・愛知
半田市から始める知多半島スマート回遊をめざしたおもてなし事業

53 **食・旅** 安城商工会議所・愛知
「願いごとが叶うまち」ブランド化プロジェクト

54 **旅** 四日市商工会議所・三重
産業都市四日市のイメージチェンジ and アップ

55 **旅・食** 鳥羽商工会議所・三重
御食料理を食し力みちを巡る 御食国答志島の食と旅開発事業

56 **旅** 大阪商工会議所・大阪府
全国の食が集う、日本一の「食の拠点」大阪市中央卸売市場での賑わい飲食空間創出事業

57 **旅・食** 徳山商工会議所・山口
コンビナート夜景ツアーと周南名物ブランド商品の開発プロジェクト

58 **技・旅** 高松商工会議所・香川
「高松盆栽ファン」深化プロジェクト

59 **旅・食** 多度津商工会議所・香川
近代産業の歴史ある「たどつのみち」のブランド化事業

60 **旅** 松山商工会議所・愛媛
松山・広島 広域周遊観光ルート「瀬戸内海＝海の道」開発事業

61 **旅** 竹田商工会議所・大分
交流人口の増加をめざした魅力創出事業

62 **旅** 宮崎商工会議所・宮崎
まちなか散策モデルコース開発事業

本体事業 2年目

- 63 **旅** 札幌商工会議所・北海道
マンガ等コンテンツ活用による新観光創出事業
- 64 **旅・食** 新井商工会議所・新潟
「水の里妙高へ」産業観光・体験型観光広域ルート開発プロジェクト
- 65 **旅・技** 加茂商工会議所・新潟
「小京都加茂～青海古道といにしえの小径（こみち）」観光開発プロジェクト
- 66 **コミュニティ
ビジネス** 輪島商工会議所・石川
「ウェルカム to 輪島」新交通システムプロジェクト
- 67 **食・旅** 茅野商工会議所・長野
機能性そばによる観光誘客事業
- 68 **食** 千曲商工会議所・長野
杏都「信州さらしな」プロジェクトフェーズII
- 69 **旅・食** 佐原商工会議所・千葉
江戸優り佐原の町並み空間を活用した暮らしぶりブランド化事業 パート2
- 70 **旅** 蒲郡商工会議所・愛知
どっきドキ！新体験あそび100「オンパク in 蒲郡」
- 71 **技** 安城商工会議所・愛知
ユメプラスチック製品「AnjoHearts」ブランド創出事業
- 72 **技** 桑名商工会議所・三重
くわな鋳物新商品開発事業
- 73 **技** 京都商工会議所・京都
PROJECT KYO-TO事業
- 74 **旅** 岸和田商工会議所・大阪
「岸和田」を楽しむ着地型観光推進プロジェクト
- 75 **旅** 尼崎商工会議所・兵庫
尼食倶楽部プロジェクト（尼崎の食ブランド創設プロジェクト）
- 76 **技** 大和高田商工会議所・奈良
地域内ネットワークの活用による大和高田ブランド力の強化
- 77 **食** 岡山商工会議所・岡山
岡山県産産物を活用した新製品開発・販路開拓支援事業
- 78 **食** 今治商工会議所・愛媛
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
- 79 **旅** 北九州商工会議所・福岡
楽しみながら学び、体験する新しい産業観光の推進

おもてなし事業

- 80 **旅** 帯広商工会議所・北海道
「癒しの地・十勝」再認識・発信事業「とかち癒（ゆ）とりフェスタシーズン2012」
- 81 **旅** 小千谷商工会議所・新潟
越後ちぢみの里 おぢやこいこい博事業
- 82 **旅** 高岡商工会議所・富山
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

平成 24 年度

『地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト』 (小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業) の概要

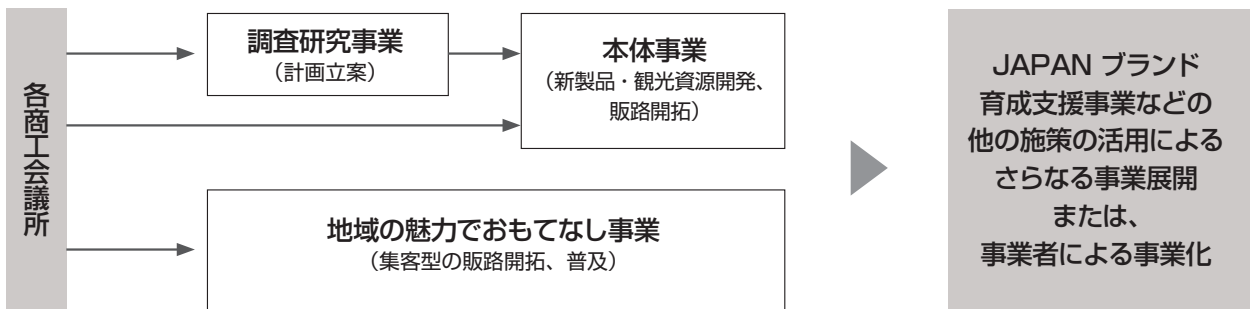
1 事業の目的

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の開発や、観光の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



調査研究事業とは

次年度の「本体事業」実施を視野に入れ、特産品や観光の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

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や観光の開発およびその販路開拓に取り組む事業

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）を活かした新たな製品（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。

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）
平成 23 年度	93 件（うち共同実施 5 件）
平成 24 年度	98 件（うち共同実施 11 件）
・調査研究事業	37 件
・本体事業 1 年目	37 件
・本体事業 2 年目	17 件
・地域の魅力でおもてなし事業	7 件



feel **NIPPON**
新しい食・旅、そして技





食

後志(しりべし)の未利用果実を活用した新製品・新商品開発プロジェクト

フルーツ王国・後志(しりべし)の未利用果実を使って、高付加価値商品の開発を目指す

プロジェクト概要

小樽経済を支える製造・加工業と北海道の果樹生産地として優位性のある余市町・仁木町の未利用果実を融合させ、健康・美容の観点を取り入れた高付加価値製品・商品を開発し、消費拡大・認知度向上と生産農家の事業安定および市内製造加工業の雇用増を図る。

活用した地域資源

小樽経済を支える食品製造・加工業と北海道の果樹生産地として比較優位性がある余市町産・仁木町産の未利用・規格外果実

小樽の食品製造加工業は、独創的なアイデアや高い技術の集積から、国内外で高い評価を受けている企業が多く、事業所数、従業員数、出荷額からも市内経済を支える重要な産業の一つとなっている。また、小樽市と隣接する余市町、仁木町は北海道を代表する果樹生産集積地域として札幌圏をはじめ北海道内から多くの家族連れなどで賑わい、フルーツ王国として高い認知度がある。これら2つの資源を融合させ、未利用・規格外の果実を使って健康・美容の視点から高付加価値商品を開発し、同地域産果実の消費拡大を通じて、生産地農家の事業安定および市内食品製造加工業の雇用増加を目指すべく、果樹生産の現状や栄養分調査、市場における果実商品動向調査など、商品開発に向けた課題整理、戦略策定に取り組んでいる。

調査では、果実には多くの女性に関心を持っていると思われる健康や美容のイメージがあり、果実を使った商品の多くは「女性」をターゲットとしており、「かわいさ」「おしゃれさ」「手軽さ」から、女性がそのイメージを膨らませ自ら「美」を感じ取り、購買行動につながっていく傾向がある他、女性は生涯「美容」「美肌」を意識していることが確認できた。

余市町、仁木町で収穫される未利用・規格外果実の活用可能量の調査では、これまであまり活用されていないブルーベリー、プルーン、ウメなどがあることがわかったが、収穫量が少ないため、これらを商品開発していくには高付加価値化、ターゲット、販売先の絞り込みなどが課題。今後、さらにこれらの果実の活用方法についても検討を加え商品化を目指していく。



今後の展開

来年度に向けた方向性を検討中。今後、具体的な試作品開発に取り組み、展示会等へ積極的に出展しながら多くの女性から試作品に対する意見を集めて商品化へのブラッシュアップを行っていききたい。



技

大雪山のスローライフプロジェクト

「大雪山スローライフ」をコンセプトに「食」「クラフト」「家具」を活用したブランド構築

プロジェクト概要

「大雪山のスローライフ」をコンセプトとして、食卓を中心とした商品群のブランド構築事業を実施する。旭川地域のイメージを伝えるブランド構築と商品開発により、食品、工芸品の付加価値を向上させる。

活用した地域資源

大雪山のスローライフ

大雪山スローライフをコンセプトとして、生活者の視点で地域資源の「食」「クラフト」「家具」をコーディネートしたブランドづくりおよび全国的な販路開拓に取り組むため、デザイナーやフードコーディネーターなど多岐に渡る専門家を招聘して新商品のための調査・研究を行った。フードコーディネーターを招聘しての研修会では、クラフト作家から良いアイデアが浮かび参考になったなどの声があり、好評であった。

今後の展開

2月上旬まで専門家招聘事業が続くため、その後に次年度に向けた取組みをまとめる。本体事業を検討中。





食

肥沃な大地がギュッと詰まったシードル&キッシュ&ガレット事業

地元産の原材料を使った「シードル」「キッシュ」「ガレット」で食を堪能できるまちへ

プロジェクト概要

商工会議所が中心となり生産者、加工業者、飲食店、行政などが協力し、北の大河石狩川沿いの肥沃な大地で育った滝川の野菜や果樹などを活用した新たな特産品開発を目指し、農商連携を通じた調査研究を行う。

活用した地域資源

リンゴ(旭、ひめかみ、ハックナイン、つがる)、合ガモ、ラム肉、ソバ、玉ねぎなどの野菜、小麦粉(はるゆたか)
(上記は全て滝川産)

滝川市では人口減少が続いており、商業販売額や工業販売額、農業生産高も減少傾向にある。そんな今、古くから続いてきた農業の活性化や大きな課題の一つとなっている中心市街地の賑わい創出のため、人々が訪れる魅力づくりが求められている。そこで、肥沃な大地の農業地帯である滝川市のイメージを大切にしつつ、今や特産品として知られているりんごを使った「シードル」、ラム肉や合ガモ、ソバ、玉ねぎなどの野菜を使った「ガレット」と「キッシュ」を開発することで、農業というイメージだけの滝川市から、滝川市ならではの食を堪能できるまちとすることを目的とする。これによって滝川市の農産物の付加価値化や食の魅力を観光振興へと繋げるとともに、滝川市の飲食店が参画することで中心市街地の賑わいを創出する。



今後の展開

今後は、今年度作製したシードルの試作品を踏まえ、滝川市らしさがあり、より質が高いシードルを開発するとともに、そのシードルと一緒に楽しむ事が出来るガレットとキッシュの開発を進める。また、商品開発の大きな課題となる販路開拓や普及広報活動に力を入れる。

大きな課題の一つとしてりんご農家の減少があり、リンゴ農家がある滝川市の原風景を取り戻し、シードルの原料を確保するため、高齢化や後継者不足などの課題を解決する施策の検討も進める。



旅

映画「北のカナリアたち」を活用した誘客調査事業

映画「北のカナリアたち」から新たな観光ルートを確認

プロジェクト概要

稚内市をはじめとする周辺町村の観光客の入込が減少し、地域経済に影響を及ぼしている。そうした中、東映映画「北のカナリアたち」のクランクインを好機と捉え、周辺町村と連携しロケ地効果を活用した観光ルートの確立により地域経済の活性化を志向する。

活用した地域資源

東映創立60周年記念映画「北のカナリアたち」ロケ地

稚内市は、日本最北端「宗谷岬」、北海道遺産の「宗谷丘陵」、「稚内港北防波堤ドーム」などを有し、また近隣には「利尻礼文サロベツ国立公園」が位置することから、多くの観光客が訪れる観光地であり、「観光産業」は地域の大きな基幹産業の一つとなっている。しかしながら、景気低迷や知床など道内他地域との競争激化で、観光客入込数は平成14年度の82万人をピークに減少を続け、現在は50万人程度まで落ち込み、稚内市はもとより近隣町村の地域経済に大きな影響を及ぼしている。本事業では、吉永小百合さん他、若手有名俳優が出演する、東映創立60周年記念映画「北のカナリアたち」の上映に併せ、当市を含む北宗谷地区(礼文町・利尻町・利尻富士町・豊富町)の風光明媚なロケ地を有機的に活用し、既存観光コースに組み込んだ広域観光ルートの確立など、誘客促進による、地域経済の活性化を志向することを目的としている。



今後の展開

本年度の調査結果に基づき、ロケ地と既存の観光コースを組み合わせるとともに、映画のワンシーンを体験できるような「モニターツアー」の計画実施や、ホームページの開設、クーポン券付ロケ地マップの作成、全国規模の展示会への参加等、効果的な広報活動を通じて、当地域への誘客促進を図っていく。また、ブームが一過性に終わらないためにも、フィルムコミッションとツーリズムを組み合わせた組織の設置、試行も行って行く予定。



食

馬肉×行者菜×米粉の新商品開発とまち歩き観光との連動

「馬肉」「行者菜」「米粉」で まち歩き観光をさらに魅力あるものに

プロジェクト概要

平成18年度から推進している地域資源を活かした「まち歩き観光」を、特色ある「食」を付加し観光産業へと昇華させるため、まち歩き観光での定番メニュー化を狙った特産品開発を実施する。

活用した地域資源

馬肉料理、行者菜、米粉、まち歩き観光

平成18年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」の採択を受け「まち歩き観光全国PR推進事業」を実施。まちなか観光の素材探しとして蔵や近代建築の調査、ガイドマップの作成等、まちめぐり情報を提供してきた結果、市内6件16棟の建造物が国登録有形文化財となり、それを拠点としたまち歩き観光ツアーがJR東日本等により観光商品化された。一方、長井商工会議所青年部会が「馬肉」に着目した創作鍋を開発し、平成23年から市内飲食店10店舗での販売を開始しているが、訴求力に欠けるほか、予約販売のため、個人向け着地型観光の需要に対応できていない。そこで、専門家の指導を受けながら、地元の盛り上がりをもつ、「馬肉」の持つ物語性と、「行者菜」の持つ話題性、そして「米粉」の持つ可能性を組み合わせ、観光客のニーズを捉えた新商品開発を進めてきた。



今後の展開

平成26年(うま年)山形県ディステーションキャンペーン開催に向け、地域の結束力と情報発信力を強化し、ターゲットごとにニーズを捉えた商品開発を進めていく。特に、本事業で副次的に発生したマスコットキャラクター「バーニック・ナガイ」と、市民有志の取り組み「馬肉を食べる会」を計画的に活用し、お盆・夏休みの帰省シーズンを核とした販路拡大や観光客誘致に結び付けていく。いずれは、熊本県や福島県会津地方などの馬肉食の文化を有する地域とともに「馬肉サミット」を開催し、広く全国に本事業をアピールしたい。



旅

震災復興観光に関する調査研究事業

東日本大震災の経験知を活用した 「震災復興観光」という新たな観光の可能性を探る

プロジェクト概要

東日本大震災での経験知をリスクマネジメントの視点を加えて多角的に活用し、「震災復興観光」という新たな観光の可能性を探る。地域活性化の新たな手段として地域の産業振興への寄与、消費拡大を目指す。

活用した地域資源

東日本大震災により大きな被害を受けた中心商店街や地域の工場、農業関連施設といった「モノ」と、そこに住み、震災を経験し、困難を乗り越えようとして奮闘している「ヒト」そのもの

須賀川は江戸時代、奥州街道屈指の宿場町として栄えたことに加え、地形が高台で乾燥に適していることから、古くから「煙草」「赤瓦」「乾麺」といった地の利を活かした地場産業が栄えた地域である。しかしながら、近年は地場産業に加え、地域経済の衰退傾向に歯止めがかからず、観光客の入込数も減少傾向にあり、どのように地域活性化を進めていくかが課題となっている。さらに一昨年3月に発生した東日本大震災で、須賀川市は震度6強を観測。商業、工業、農業といった産業の多くが甚大な被害を受け、現在官民をあげて復旧・復興に取り組んでいるところである。震災は地域経済に大きな「負」の影響を与えた。しかし一方で、地震の被害が県内で最も大きい地域の一つといわれている須賀川市の震災被害の実態や復旧・復興の動きは「須賀川市ならではのもの」、即ち「地域資源」と捉えることができる。そこで、東日本大震災での経験知を、リスクマネジメントの視点から多面的に活用することを目的とした「震災復興ツーリズム」という新たな観光の可能性を検討した。



須賀川の新名物
かつば麺

今後の展開

現時点では「調査研究」の段階であるが、すでに当所の活動を知った地域の方々から「ぜひ一緒に取り組みたい」という声をいただいている。一方で、当地区で「震災関連視察プログラム」を実施するにあたり、受け入れ体制や案内人の必要性といった課題が調査研究を通じて見えてきている。この課題をいかに解決していけるか、引き続き検討していきたいと考えている。

技

自動車・家電部品サプライヤーによる自社商品の開発
自動車・家電部品サプライヤーが
新たに自社商品の開発を目指す

プロジェクト概要

円高・震災等の影響で受注が激減している自動車や家電のサプライヤーが自社製品を開発する。アッシュコンCEPTのデザイナーに燕の工場を見てもらい、どのような商品が開発できるか調査・提案してもらう。

活用した地域資源

家電、自動車サプライヤー

自動車、家電メーカーが海外に工場を移転し、国内下請けメーカーの仕事が激減しているため、それらサプライヤーが自社製品を開発することを目的にプロジェクトを立ち上げた。

今回の調査事業では参画事業者12社の要素技術を調査し、経営者の商品開発に対する意向をヒアリングし、商品開発とブランディングの方向性を示した。

具体的な商品として、財布用カード保護具「ゴールドガード」と「ステンレスワインタンブラー」を試作開発した。

今後の展開

フードコンテナーやワインクーラーなど、2年間で10点程度の新商品を開発する。
開発された商品は「メイド・イン・ツバメ」ブランドとして全国に発信していく。

技
| 旅「ヒーリングスポット・ヒスイの聖地 糸魚川」プロジェクト
日本随一のヒスイの産地を活用し「ヒーリングスポット
糸魚川」として新たなイメージ形成を目指す

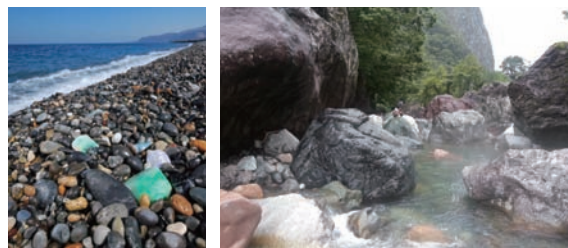
プロジェクト概要

ヒスイの産地・糸魚川における、その効能やイメージを活用した観光開発・特産品開発。

活用した地域資源

ヒスイの産地・糸魚川における、ヒスイの持つイメージを活用

「日本におけるヒスイ文化発祥の地・糸魚川」として、「縄文から弥生時代にかけて加工された糸魚川のヒスイが全国各地の遺跡から出土されていること」や、「糸魚川地域に住んでいた人々とヒスイとの関わり」などから、全国的に糸魚川のヒスイは一種の「ステータスシンボル」として重要な価値を持ち、特殊な要素を見いだしていたことがうかがえる。本事業では、ヒスイそのものが持つ特殊な効能やイメージをキーワードとして、その観点から地域資源を束ねることで、地域全体がヒーリングスポットであることを印象付け、「ヒーリングスポット糸魚川」としての新たなイメージ形成に取り組んだ。また、古く縄文時代より鉱物を加工し身に纏うという宝飾品の加工技術から、その技術やブランドイメージを活用した新たな商品価値を創り出し、それらに関連した特産品開発、観光開発を目指している。平成27年3月予定の北陸新幹線の開業により、交通体系の整備が進み東京から2時間の距離で、乗り換えることなく日本海へと繋がる。この開業は首都圏や隣接県等から糸魚川へのアクセスを飛躍的に向上させるため、交流人口の拡大と地域活性化に向けた起爆剤としたい。



今後の展開

(アイデアを事業者へ提供)
ワーキンググループで出された商品のアイデアをベースに試作品を製作するとともに、市内の事業者に情報提供し商品化に活かす。
(今後の課題)
商品造成ブラッシュアップ、体制づくりの検証、販路開拓
参画事業所間の連携／顧客受入体制の確立／モニターによる検証
／イメージづくり (PR) ／産地への売り込み



旅

芸術から世界農業遺産を表現する新しい観光事業に向けた調査

世界農業遺産「能登の里山里海」と「芸術」を融合させた観光の創造

プロジェクト概要

能登の里山里海を、内外の著名な芸術家・表現者が表現することで能登のイメージ作りを行う。また、それを受けて全国から芸術をテーマに活動している様々な団体などが能登を訪れ、描き・詠み・創ることで新たな体験観光を創造することを目標に基礎データを整える。

活用した地域資源

世界農業遺産「能登の里山里海」、地域の生業、歴史・文化・芸術・石彫、景観

珠洲市では、以前に「石彫シンポジウム」を4回開催しており、その作品が市内に点在している。この流れを受け、本年度、当市に芸術祭を開催する事を目的として「珠洲市芸術文化協会」が組織された。観光誘客への取り組みとして、世界農業遺産に認定された「能登の里山里海」と、全国的にも例の少ない「芸術」を融合させて他地域との差別化を図り、「瀬戸内国際芸術祭」や「越後妻有大地の芸術祭」などのような、年間を通じて誘客できる仕掛けを創造することを目的に、本年度事業として、景観地・伝統文化・祭礼・歴史の調査のほか、作家が作品を作製・展示するための空き家調査など、観光に活用できる素材の調査研究を実施した。



国際石彫シンポジウムを開催した際に造られた作品と、トクリシマツツジの咲く庭園



新潟妻有「大地の芸術祭」先遣地調査



珠洲市の狼煙地区住民と金沢星稜大学が連携して実施しているカガシアート

今後の展開

珠洲市芸術文化協会や金沢美術工芸大学が中心になって、能登里山里海アートプロジェクト委員会が組織されており、当所も行動をともにしている。調査結果を元に、「能登里山里海芸術祭（仮称）」の開催に向けて、市民・行政・民間企業が一体となった地域活性化を進めていく。



旅

新しい上田観光スタイル確立のための情報接触調査事業

「観光客の皆様が新しい上田の観光を作る！」をコンセプトに新しい観光スタイルを構築する

プロジェクト概要

「観光客の皆様が新しい上田の観光を作っている」という観点に立ち、観光客の、上田の観光に対する意識・動向について広くアンケート調査を行い、次年度以降の事業展開を検討する。

活用した地域資源

上田の豊かな自然と奥深い歴史・文化
上田ならではの食

観光スタイルが団体旅行から個人旅行にシフトしてきている現在、「観光客の皆様が上田の新しい観光を作る！」という視点に立ち、観光客が何を求めて上田を訪れているのか、どのような情報が役立つと考えているのか等について、イベントでのアンケート調査やHPおよび外部調査機関によるweb調査を行った。また、アンケート調査の結果は、専用サイトにアップして、観光客の動向調査や上田の現状分析、問題点の抽出等に役立てるほか、関係団体や観光関係者等が活用し情報を共有できるデータベースを構築し、上田らしい新しい観光スタイルを確立するための情報収集、情報発信、情報の共有を行えるシステムを構築する。



今後の展開

アンケート調査結果を分析して、観光客の視点に立った上田の魅力等を専用サイト、facebook ページに盛り込んで充実させ、新しい情報を発信。

また、個人の多種多様な価値観に応えられるような観光コース、ルートを10コース程度作り、観光客自身でカスタマイズしてもらえるようなルートの提案をし、観光誘客と地域振興に役立てる。さらに、スマートフォンやタブレットを活用したポイントラリーを開催し、楽しみながら地域内を回遊させる。引き続きHPで設問内容を変更してアンケート調査を行い、観光客の意識や動向等最新の動きをチェックする。

技 | 旅

自然と工業技術の融合による自転車開発プロジェクト 「産業連携」で新事業創出を

プロジェクト概要

自然に優しい諏訪でしか乗ることのできないオリジナルモデルの自転車を開発し、マーケットニーズを調査することで、関連グッズや新サービスにも発展させ、自転車ファンが集う自転車産業集積地を目指す。

活用した地域資源

諏訪湖、精密加工技術

かつては「東洋のスイス」といわれた諏訪地域も景気の悪化から近年では「ものづくりの集積地」や「製造業が基幹産業である」という意識が市民レベルでも希薄になってしまっている。

当地では近年、「ものづくり集積地」というポテンシャルを活用していくために産業観光的なプロジェクトが展開されているが、その取り組みは行政や関係団体、観光サイドが一部で行っている限定的なものであり、「産業連携」による波及効果を高める地域一体的な取り組みとはなっていない状況である。

その課題解決のため、「諏訪地域の精密加工技術」により、産業連携による波及効果を高め、諏訪でしか乗ることができないオリジナルモデルとして新たな完成品や新サービス等の仕組みを作り出し、新事業創出を図るため24年度調査事業で可能性を探った。



今後の展開

平成25年度は本体事業で展開できるように現在準備を進めている。諏訪地域の「精密加工技術」を活用した自転車関連製品の開発および事業化を中心に開発された製品の試用・販売・モニターの実施を行う。

また、諏訪湖を中心とした恵まれた環境を活かし、観光客にやさしい、自転車を利用する方々の目線で自転車でのおもてなし事業を展開し、サイクリストが求める観光情報の提供、イベントの実施を行い観光商品開発を行う。

ハード面でも、観光地である諏訪地域の特徴を活かした自転車のためのまちづくりも目指す。

食

雑穀伊那地域アマランサスを活用した新製品開発プロジェクト事業

雑穀「アマランサス」を観賞用から食用へ (健康配慮型商品の開発)

プロジェクト概要

伊那地域では、増加する遊休農地対策としてアマランサスを植えて花の谷を目指す市民運動が始まり、栽培が盛んとなった。この実を地域資源として活用して地域振興を図ろうと市民や各種事業者、信州大学等と当所の連携がスタート。

活用した地域資源

21世紀のスーパー雑穀!!伊那地域アマランサス

長野県伊那市は豊かな自然に恵まれた田園工業地帯であり、ローメンやソースかつ丼、伊那餃子などユニークな食文化と、高遠城址公園の桜など花の地域おこしが盛んである。一方、高齢化などから農地の荒廃化が問題になり、平成16年より荒廃農地に花を植える活動が始まり、信州大学大学院農学研究科根本和洋助教から「アマランサス」が紹介された地域でもある。アマランサスは中南米産ヒユ科ヒユ属の植物で草丈は約2メートルになり、直径1mmほどの実(種)をつけ、鶏頭のような穂は観賞用になり実や葉は栄養価が高く、21世紀のスーパー雑穀として注目されている。当初、秋に咲くアマランサスを見て楽しもうと栽培していたものの、この雑穀を新たな地域資源として活用できないかと商工会議所のコーディネートにより「産学官」の研究活動が始まった。



伊那発アマランサスラーメン
もっちもっち! 新・食感!



美しく咲くアマランサス

今後の展開

アマランサスは実の直径が1mm程度と大変小さく収穫作業が大きな課題であり、作業の合理化、機械化を進めていく。活動を通じ、地域内での栽培、加工、販売といった「地産地消」のサイクルも確立し始め、学校教育等への普及や原産国グアテマラとの交流など活動の裾野が広がっている。こうした原産国でのアマランサスの活用方法を研究することで日本国内での新商品開発に役立てていきたい。また、大学と連携することで国内でも最先端のアマランサスの加工研究を行い、ポップ化や粉末化等の用途開発の研究を行う。今後も伊那産のアマランサスのブランド化と普及を目指し全国展開に向けた研究活動を図っていきたい。



伊那発祥のご当地麺料理「ローメン」



伊那餃子 (アマランサス入り)



“天下第一”高遠城址公園のさくら



食

佐久こだわりの逸品でつくる高級土産商品開発

質の高い農産物を活用した商品開発による「佐久ブランド」の形成・確立

プロジェクト概要

高級・本物志向のお客を満足させる土産品を、季節性の高いこだわりの農産物の適年利用の研究や地場産品との組み合わせなどにより、パッケージングを含め検討・試作し、「佐久ブランド」の構築を目指す。

活用した地域資源

日本酒、山羊乳、川魚（佐久鯉、信州サーモン、シナノユキマス）

佐久市は、工業関係では製造品出荷額の業種別割合で食品製造が県全体の10.1%のところ17.1%と高いのが特徴となっている。

地域の特徴としては、市内で供給される水道水のほぼすべてが八ヶ岳水系と浅間水系の湧水や地下水でまかなわれるなど、豊富で良質な水資源に恵まれ、質の高い農産物や食品製造に活用されている。

しかしながら、せっかくの良い素材や地場産品も市外での認知度は低い状況にあった。これを打破し、生産者（匠）の想いを消費者に分かりやすく伝える情報発信の強化と、贈答品を贈る人の想いを届け、受け取った人と贈り手の更なる絆を深める事で、「佐久ブランド」を形成・確立し、食品製造業者や商業者の活性化につなげていくために、本事業に着手した。



今後の展開

本年度は調査研究事業だったので、今後は、これまでの検討の中で生れたアイデアを活かした商品開発に取り組む予定で、実際にいくつかの新商品も提案されている。今回の事業で、観光資源でもあり市民の憩いの場でもある独立行政法人家畜改良センター茨城牧場長野支場で採れる良質な山羊乳やライ麦、そばなどの潜在能力の高い素材も新たに加わり、商品開発の可能性が広がっている。また企業同士が連携して、地場産品同士を掛け合わせた商品開発の企画もスタートしようとしている。



旅

佐野の歴史的・文化的資源を活用したニューツーリズムプロジェクト

環境保護運動の先駆けである「田中正造」を軸に観光商品を開発

プロジェクト概要

日本初の公害事件として名高い足尾銅毒事件に挑み、環境保護運動に努めた田中正造生誕の地として、没後100年を迎えることから、その業績や地域の歴史的・文化的資源を組み合わせた新たなプログラムと着地型観光の推進を図る。

活用した地域資源

日本初の公害事件とされる足尾銅毒事件の解決に生涯をかけて奔走した佐野市が誇る偉人田中正造

日本初の公害事件として名高い足尾銅毒事件を告発した田中正造生誕の地として、2013年に没後100年を迎えるに当たり、佐野市では田中正造に関する展示会や記念シンポジウム等を計画。民間における連携促進を担う当所としても、商工業などの各種団体や多様な人材との相互連携を強化しながら、田中正造に関する地域資源を掘り起し、新たな観光交流プログラムの創出を目指して調査研究事業をスタートさせた。田中正造を軸に、「何が資源になる」「どんな視点で捉える」「誰を相手にする」など、ターゲットを絞り込んだ調査を行い、ニューツーリズムの三要素（体験する・学習する・交流する）の視点で、具体的な旅行商品の方向性と、「語り部」の存在について調査を実施した。



田中正造像



委員会会議



ワーキングチーム会議

今後の展開

平成25年度、田中正造の命日である9月4日を中心とした時期に、正造を観光資源としたモニターツアーと、佐野の資源とのコラボツアー（フチモニターツアー）を企画している。佐野市では、田中正造没後100年を顕彰する多くの事業が進められており、それらとの相乗効果も期待している。田中正造を資源とした着地型旅行商品の開発には課題も多いが、正造の人間像を語りつなく語り部の育成にも目安が立ってきたことから、佐野の豊富な観光資源と地元企業との連携を進め、生誕地ならではの魅力的な旅行商品につなげていきたい。

技

技と芸術が織成す生活空間「Room of KIRYU」開発事業

繊維産業技術とデザイナーの感性を融合させた商品を開発し「Room of KIRYU」という生活空間を創造

プロジェクト概要

繊維技術とデザイン感性をマッチングさせた商品をコーディネートすることで「部屋 (Room of KIRYU)」という生活空間を創造し、桐生独自のライフスタイルの提案と繊維産業のリーディングモデルを見出す。

活用した地域資源

繊維産地としての歴史で培われた繊維加工をはじめとするモノづくり技術
繊維産地としての文化的土壌で培われたデザイン感性

桐生市は古くから続く繊維産地としての歴史の中で、製造工程が長い繊維製品生産を域内で完結できる能力を培ってきた。こうした繊維産地としての文化的土壌の中でファッション・デザインへの感性が醸成され、地方の小都市でありながら世界的に著名なデザイナーやクリエイターを数多く輩出し、現在は県外から桐生へ移住するデザイナー達も複数存在する。こうした繊維産業技術とデザイン感性を地域資源と捉えマッチングさせ、桐生独自のコンセプトに基づいた「部屋 (Room of KIRYU)」という生活空間を創造することで、繊維産業の新たな活路とリーディングモデルを見出し、同時に桐生独自のライフスタイルの提案と桐生ブランド商品のPRツールとして活用する。



今後の展開

今年度の調査研究から導き出されたデータ等から、市場性を見据えた試作開発品の改良および部屋の構成アイテムの充実を図り、新しい桐生ブランド商品の提案を進めていく。今後の展望として、部屋のテーマに合わせて参加商品を募るコンペ形式等で、地域として多種多様な企業参加を促していくことを検討している。こうした異業種連携を通して、従来の取引関係だけでは産み出せなかった斬新な開発アイデアや、多面的な視点の養成を図っていく。

食

ボイセンベリーを活用した新商品開発モデル事業

優れた健康機能の果実「ボイセンベリー」の産地化と商品化を目指す

プロジェクト概要

地域農家が栽培したボイセンベリー素材を使った新たな地域特産品を開発し、農産物の生産・加工・販売に係る地域の農工商連携モデル事業の構築と館林ブランドの確立を図るための調査研究を行う。

活用した地域資源

ボイセンベリーを活用した新商品開発モデル事業

館林市の特産品 (土産品) は、うどん、麦落雁が郷土の土産品となっているが、新たな商品開発への取組みが遅れていることにより、“館林ブランド”を印象づける商品が少なく、特産品・新商品の開発が待たれる現状にあった。

そこに、優れた健康機能に着目した市内農家が「ボイセンベリー」を栽培し始めた。

これを地域資源として農工商・産学官連携により地域特産品を開発するとともに地域活性化を図る目的で、新商品開発モデル事業推進委員会を立ち上げ、生産農家と商工業者をマッチングさせ、現状の把握、共通認識の構築や試作品づくりの調査研究事業に取り組んだ。



今後の展開

館林の新しい食関連ビジネスを創出する

「ボイセンベリー100プロジェクトの推進」

- ・農家と商工業者の知恵と力で「館林発の新商品づくり」をめざす
- ・城下町の歴史と風土を現代に活かす
- ・ボイセンベリーの持つ健康成分を商品に活かす
- ・「日本一暑いまち館林」の暑さをのりきる知恵を活かす
- ・食の産業観光化を進める

農工商連携で、健康に良い商品づくりをめざす

おいしくて健康に良い、ボイセンベリー関連商品を、館林から

『100種類』生み出し、地域活性化を図る

「ボイセンベリーのまち」へ、産地化をめざす

館林発商品が「100%地元産原材料」でまかなえるよう、栽培を始めたばかりのボイセンベリーの産地化をめざす

目標は地域経済の活性化

10年以内にボイセンベリーを現在の収穫量の100倍にし、農工商関係者の所得を100%伸ばすことをめざす

新しい食関連ビジネスを創出し、100人の雇用創出をめざす



技

川口「竹(たけ)・技(わざ)」魅力創出プロジェクト

地場産業「川口和竿(竹釣竿)」の技術を活用した
特産品の開発

プロジェクト概要

産業都市としての基盤を守りブランド力を高めるため、川口市の代表的地場産業である「川口和竿(竹釣竿)」の新たな魅力創出を通じて、川口市のイメージ向上と釣竿工業の再生を図る。

活用した地域資源

川口市の代表的地場産業である「川口和竿(竹釣竿)」

川口市の代表的地場産業の一つである川口和竿の技術力を活用した特産品開発を行う。平成23年度に川口 i-mono (いいもの) ブランド認定*を受けた「和竿、折りたたみ式竹ステッキ(山野釣竿製作所)」をはじめ、和竿技術に基づく、新たな特産品を創出するため、自治体や支援機関、地元産業界の協力のもと川口の新魅力創出プロジェクトを実施。

内容は、技術検証、素材試験・評価とマーケットリサーチ、デザイン・試作品開発、素材の流通ルート調査、安定的供給力の確保、地場産業の存続に向けての調査である。

*川口市の高い技術力やノウハウを生かした優れた製品を「川口 i-mono (いいもの) ブランド」として川口商工会議所が認定している制度。平成21年度から開始し、現在33製品を認定。



今後の展開

本プロジェクトは川口市の代表的地場産業(川口和竿)の新たな特産品開発によって、川口市イメージの向上と製品の新市場の開拓を目的とし行う。

そのために、マーケットニーズを反映した機能性とデザイン性豊かな特産品の製品商品化を行い、合わせて和竿づくりの新たな担い手育成や技術・技能の伝承についても検討・推進する。



旅

「すかたび」パッケージ開発プロジェクト

従来の観光地を点から線、そして面へとつなげるような
「すかたび」パッケージの構築

プロジェクト概要

農業、商業・サービス業、工業に係るやる気のある事業者の観光・レジャー分野への参入機会の創造による販路拡大・新商品開発に取り組む好循環を作り出す。

活用した地域資源

軍港めぐり、猿島、うみかぜ公園、観音崎、よこすか海軍カレー、ネイビーバーガー、地場もの魚介類、ソレイユの丘、すかなごっこ、観光農園など

横須賀は観光集客という観点から見た場合、まだまだ知名度や集客力の点で課題が多い。例えば、軍港めぐりや猿島、観音崎といった従来の観光地は集客力が高いものの、点(魅力ある地域資源)でしかない。プロジェクトを通じて点が線となり、さらには面として地域全体の魅力を体感してもらい周遊性の高い観光集客に繋がる観光パッケージを検討することを目指した。

今までにない新しい資源、視点、取組で地域を活性化することにより、農業、商業・サービス業、工業に係るやる気のある事業者、観光・レジャー分野への参入機会を創出することで販路拡大・新商品開発に取り組む好循環を作り出すことを目的とし、横須賀の資源調査を実施した。ここでは、何の地域資源が横須賀への来訪動機となっているかを分析した。また、学生を使ったフィールドワークや関係事業者を参加させたワークショップを実施し、新たな地域資源の掘り起こしやその観光パッケージの開発を行った。



今後の展開

今回調査研究で開発した「すかたび」パッケージの素案を基にして、会員企業の観光事業者とともに、実行可能な回遊性の高い観光商品へとブラッシュアップしていく予定。

課題としては、そのパッケージ商品に多くの会員企業(飲食・小売りを始めとした事業者)を参入させ、新たな集客支援につながるものとする。当所としては、その商品のPR支援による地域への集客を推進。



食

「小田原スイーツ プレミアム」ブランド商品開発の調査研究事業

地域資源をスイーツの中に集約し、ブランド化を図る

プロジェクト概要

小田原の新たな魅力の創出を目的に、農業資源（果物・野菜など）を
実力のあるパティシエや工芸品と組み合わせた付加価値のあるスイー
ツについて研究・開発を行い、地域資源の多様化を図る。

活用した地域資源

果物（みかん梨、キウイフルーツ、梅、イチゴ等）、野菜などスイーツの材料となる「農産物」
伝統工芸品である箱根寄木細工や小田原漆器、その他ガラス細工等スイーツを盛付け
る器
地元のパティシエ

小田原では、「地産地消」から「地産地活」
を目指す中で、「小田原手形」や「小田原ど
ん」などの取り組みにより、寄木細工や小田
原漆器という伝統工芸をはじめとした様々な
地域資源を組み合わせる相乗効果を生み出
せるノウハウや、マスコミの活用についての実
績を蓄積してきた。

今回の事業では、小田原で生産されてい
る多種多様な「農業資源」、先に述べた伝
統工芸品に代表される「工芸資源」、実力のあるパティシエなど「人
的資源」という小田原の地域資源を「スイーツ」の中に集約し、「小
田原スイーツプレミアム」としてブランド化することで、新たな層の
小田原ファンを獲得し、市内における昼食から夕食時まで切れ目の
ない回遊性の向上を目指した。



今後の展開

食と工芸、農業と商業・観光、パティシエと飲食店など、小田原の
地域資源を「スイーツ」の中でいかに繋げ、掛け合わせて活かして
いけるか、さらに、新しいブランドを構築できるかということ調査
研究した結果、「小田原スイーツプレミアム」の定義を設定するこ
とができた。
今後は、「スイーツを「プレミアム」にブラッシュアップする仕組み」
や「スイーツの素材を安定供給するシステムの構築」、「器の選定
方法と供給システムの構築」、「エンブレムの活用方法の検討」を
はじめ、「提供店の確保」、「認証店を決定する選定委員会の内容の精
査」、さらには、「自主運営するための仕組みづくり」などの課題を
解決して展開していく。



旅

家康公が築いたブランドを取戻す「余ハ此處ニ居ル」プロジェクト

静岡市ゆかりの徳川家康公をテーマとした観光開発

プロジェクト概要

静岡市には元来、家康公により強いブランド力が存在した。この事実を再認識
するため、家康公のお叱りを想定した言葉「余ハ此處ニ居ル」をテーマに、静
岡市のブランド力を回復するための調査研究を行うプロジェクト。

活用した地域資源

駿府（静岡）における徳川家康公の歴史・文化、久能山東照宮、駿府城公園

静岡市の観光の課題である宿泊客数の少なさと、静岡市の「アイデンティティ」の不明
確さを解消するため、静岡市（駿府）で生涯75年のうち、25年間を過ごし、今も久能山
東照宮に眠る徳川家康公に注目した。家康公が「余ハ此處ニ居ル（私は静岡にいる）」
ということをイメージさせる地域資源を発掘し、観光誘客に活用する。「家康公」が息づい
ているスポットをストーリー化し、静岡市発の観光ブランドとして、国内外にアピールしていか
ための調査研究を行う。

具体的には、「余ハ此處ニ居ル」プロジェクト推進委員会の開催、作業部会「権現さま
出合い隊」の開催および調査研究事業（家康公のブランド化に関する調査 / 家康公に
関する地域資源調査 / 先進地事例調査 / 家康公に関するツアー造成に係る調査 / 家
康公に関する商品現状把握およびニーズ調査 / 本事業に関する事業可能性調査）を行っ
た。



今後の展開

静岡県と静岡・浜松・岡崎の3市・3商工会議所では、2015年の「徳
川家康公顕彰四百年記念事業推進委員会」を立ち上げ、来年度は
徳川時代の知恵や歴史的意義を未来に向けて発信する「徳川みら
い学会」を設立する。こうした委員会・学会と連携し、着地型の観
光ツアー造成や新商品・土産品の開発を実施していく予定。
現在の課題としては、日本人の誰もが知っていて、世界的にも有名
な「徳川家康公」と静岡市（駿府）が結び付いていないこと、また
今でも久能山東照宮に家康公は眠っておられるという事実が知られ
ていないことであるが、今後は大々的にアピールし、観光誘客に繋
げていく。



旅

遠州綿織物ニューツーリズム調査研究プロジェクト

磨き上げられた職人の技術と人柄に触れる
「浜松繊維産地巡り」の可能性を探る

プロジェクト概要

綿素材の開発や染色ぞめなど、職人技が光る浜松産地巡りが、首都圏や県外の顧客・顧客予備軍（アパレル企業、デザイナー、ファッション系学生等クリエイター）向けの着地型観光商品になりうる可能性を秘めているか調査研究を行う。

活用した地域資源

遠州綿織物

綿素材の開発や染色ぞめなど、職人技が光る浜松産地巡りが、首都圏や県外の顧客・顧客予備軍（アパレル企業、デザイナー、ファッション系学生等クリエイター）向けの着地型観光商品になりうる可能性を秘めているか調査研究を行っている。また、職人のプレゼンテーション能力を高めながら、同着地型観光商品の造成を図り、産業振興を目指している。主な活動内容は、分科会において、職人のプレゼン能力向上のための演習や、浜松産地の顧客予備軍で「浜松シティファッションコンペ」一次審査通過者であるアマチュアクリエイター向けと、プロのデザイナー向けの浜松産地巡りを行い、モデルコースを掲載した浜松産地マップ（試作品）を製作した。

今後の展開

アマチュア向け実地調査の参加者からは多くの好評価を得ることができたが、ニューツーリズムとしての収益性は低く、浜松シティファッションコンペと連携した展開であれば実現の可能性はあると感じている。また、プロのデザイナー向けニューツーリズムとしては、受入時の収益性は低いが、浜松産地巡りをビジネス展開のきっかけ作りの場と考え活用することで、将来的な収益性は高いと感じている。そうした中で、産地の業界団体と連携し、展示会での付帯的な見学ツアーを開催したり、専門誌やWEBでの産地やツアーのPRをするなど更なる情報発信力の強化を図る必要がある。



旅

写真の祖 蓮杖プロジェクト“黒船来航から文明開化まで”

営業写真の開祖「下岡蓮杖」を題材とした
新たな観光を発掘

プロジェクト概要

下田市の偉人である営業写真の開祖「下岡蓮杖翁」の足跡を調査研究し、その偉業を全国に発信。下田市の歴史遺産と併せて観光客増加のための観光資源の発掘を目的に、調査研究事業を実施する。

活用した地域資源

下田市の偉人・営業写真の開祖 下岡蓮杖翁

下田市の偉人である「下岡蓮杖翁」に着目。同氏は写真界においては、営業写真の開祖として東の下岡蓮杖と言われるほどの人物であり、西の上野彦馬と並び称されている。当地下田小学校の校歌の2番にも唄われるほど、郷土の偉人として親しまれ、また写真界では全国的にも有名な人物である。今回、観光産業主体の当地にあって、ここ近年新しい施設が出来ない中、観光客の増加を図るべく、幕末開港として全国的にも知名度のある当下田市に、同時代を生きた下岡蓮杖翁を題材とした新たな観光資源の発掘のため調査研究事業を実施する。



今後の展開

「下岡蓮杖鑑定団 in 下田」を開催予定。下田市内や近隣に埋もれている蓮杖翁の作品の発掘・鑑定を行い、価値を高めるとともに市民の意識の高揚を図る。

- ・下田街遺産を利用した写真コンテスト
- ・下岡蓮杖写真展
- ・街中に写真ポイント作り
- ・蓮杖ツアー、写真塾の開催
- ・下岡蓮杖翁のキャラクター化「蓮じい」の活用



食旅

袋井のクラウンメロンをベースにしたスポーツ健康飲料

袋井の誇る特産品「クラウンメロン」をベースに
スポーツ健康飲料を開発

プロジェクト概要

袋井市特産品の高級マスクメロンに GABA が多く含まれている点に注目し、産学官連携による活性化水素水技術等を組合せ、新たなご当地飲料の開発を目指す。

活用した地域資源

袋井のクラウンメロン

袋井市が世界に誇る地域資源である「クラウンメロン」は、生産者の高齢化や燃料費高騰等で苦戦しているが、生活習慣病の予防食品として注目されている GABA が多く含有されており、健康食品としても脚光を浴びている。メロンの新たな面に視点を当てるとともに、最近注目を浴びている活性化水素水の効能にも着目し、2つの健康キーワード（GABA と水素水）を組み合わせた袋井市の新たなご当地飲料（クラウンメロンをベースにしたスポーツ健康飲料）の製造販売を目指していく。本事業の調査研究活動を通じて、袋井における地域資源、地域ブランド化、農工商連携、農業の6次産業化の方向性の整理や関係機関・団体間の相互連携の強化も模索していく。



文部科学大臣賞
全国花火名人選抜競技大会
ふくろい連州の花火
空中ナイアガラ大富士瀑布



果物の王様
クラウンメロン



袋井商工会議所
イメージキャラクター
どまんニヤか



袋井市クラウンメロンマラソン大会

今後の展開

商品化への技術的な課題を整理し、製品完成へのコンセプトの再設計を行う。
技術面の課題解消からヒントを得た、新たな商品企画へのストーリー性を加味することで、申請当初には思いもつかなかった、商品の魅力づくりを検討していく。
商品化に向けた継続的な取り組みと並行して、販路開拓の面でもスポーツ業界を意識した活動を検討していきたい。



旅

飛騨高山「飛騨の匠」ブランド開発事業

「飛騨の匠」と呼ばれる職人たちのもたらした文化を
観光として発掘・開発する

プロジェクト概要

「飛騨の匠」がもたらした飛騨高山の文化を見直し、埋もれている観光資源や新たな観光資源の発掘・整理をし、物語性のある着地型観光の開発に向けて準備を進める。

活用した地域資源

「飛騨の匠」文化

高山市は、飛騨地域の政治・経済の中心地として栄え、良質の木材資源に恵まれていたことから木材加工技術に優れた人々が、時の政権によって都に徴用され、奈良や平安の宮都の造営に携わったことから、「飛騨の匠」と呼ばれる職人たちが生まれた地である。「飛騨の匠」という名称は、一般名称として知られているが、当地域では、一部の研究者・団体を除き、特に関心を持たれる事なく、地域ブランドとしての活用がなされてこなかった。しかし、市内には、「飛騨の匠」文化とも言うべき、建物や寺社、街並みなどが残されており、祭り屋台、木製品などの伝統産業、さらには伝統料理やもてなしつらえなどの隠れた資源があり、これらを発掘・調査し、個々の資源を有機的にネットワークして、物語性ある新たな着地型観光を興すことを目的にプロジェクトを実施した。



高山祭の屋台

今後の展開

各業界で「飛騨の匠」に対する基本的な知識・考え方は共通しているが、実際に有効活用できている事例は少ない。今後、業界の垣根を越えて「飛騨の匠」をキーワードにした連携と、それを維持・活用していくための体制を構築する。さらにその連携体制を活かして、「飛騨の匠」文化の基盤である伝統的町並と伝統工芸等を結びつけた体験型観光を興し、女性・若年層を中心に「飛騨の匠」の認知度を高め、新たな飛騨高山の観光魅力を創出していく。



乗鞍スカイライン



古い街並み



食

6次産業化活動を通じて地域を活性化! 蒲郡ご当地グルメ開発事業

ロケ応援とご当地グルメでシティセールス
新たな観光客を誘致

プロジェクト概要

“食”“観光(個性豊かな地域色)”と両方の素材に恵まれた海辺の観光都市“蒲郡”において、新たな観光客誘致の起爆剤となる6次産業化活動による「ご当地グルメの開発」を通じた地域活性化に取り組む。

活用した地域資源

アサリ、メヒカリ、ニギス、蒲郡みかん等

東海地方有数の観光地である蒲郡市は、豊かな食材をゆったり温泉地で楽しむ事ができる“癒しとアンチエイジングの郷”。そんな“食”“観光(個性豊かな地域色)”と両方の素材に恵まれた海辺の観光都市“蒲郡”において、新たな観光客誘致の起爆剤となる6次産業化活動による「ご当地グルメの開発」を通じた地域活性化に着手した。本年度は、発起団体である蒲郡商工会議所青年部に、蒲郡市役所の若手職員、さらに有志の事業所等を加えた「蒲郡シティセールスプロジェクト」を結成し、①ロケ応援、②特産品開発の2グループに分かれ、マスメディアを使った情報発信と、地域産品を生かしたグルメ開発による、シティセールスに取り組んでいる。



今後の展開

ロケ応援においては、当地の魅力をより広く深く知ってもらうため、映画・テレビをはじめとした映像作品の誘致に向け、応援機関であるロケーションサービスを設立し、積極的な情報発信に取り組む。特産品開発においては、これまで当地域ならではの素材を使った新しい蒲郡のグルメについて、アイデアや意見を交換し、試作品開発に取り組んできた。平成25年度は、首都圏展示会への出展を視野に入れ、多くの方に知ってもらえるよう取り組む。

旅
| 食

ウェルネスバレー構想と連携した健康逸品と着地型観光の調査研究事業

「健康」をキーワードとした新商品開発と
着地型観光サービスの創出を目指す

プロジェクト概要

健康都市大府にふさわしい健康逸品開発と着地型観光の調査・研究。

活用した地域資源

ウェルネスバレー、玉ねぎ、木の山芋、ぶどう

「大府ブランドを世界に」をテーマに、「一店逸品・逸サービス運動」、「農商工連携人材育成事業」などに取り組んできた。その中で、今後は独自性のある新商品開発と同時に、域外市場へ情報発信し、交流人口を増加させる手段として「着地型観光」の開発が課題であるとの気付きを得た。また、消費者のニーズが多様化する中、地域の独自性を全面に出し、従来型ビジネスから脱却した新たな商品企画や集客・流通方法が求められている。そこで、健康・医療・福祉・介護施設の集積により健康長寿の一大拠点の形成を目指す「ウェルネスバレー構想」と連携した、「健康」をキーワードとした新商品や新サービスの開発と、それに関連した着地型観光ビジネス創出についての調査・研究を実施した。



今後の展開

健康逸品開発を更に拡大するには、全市民的な商工業者の参画が必要であり、新たな事業者発掘と育成を展開する。また、まちづくり・地域ブランド創出・認定スキームなどと関連する事業は、商工会議所単独でなく、市・関係団体と歩調を合わせた「オール大府」としての連携体制が必要であり、行政側との調整などがこれからの課題である。

着地型観光については、大府の象徴的な特徴を取り入れたモデルコースや通年開催可能な新プランの策定が必要であり、健康逸品開発との相乗効果が出せる展開を検討したい。





旅

絆・感謝から発見するおかげの国周遊コース調査事業

伊勢神宮125社鎮座の地ならではの魅力ある観光コースの開発

プロジェクト概要

日常の大切さや他者とのつながりが見直されている今、「つながり」「気づき」「心の安定」が満たされるような旅を実現するため、伊勢神宮125社鎮座の地ならではの地域の魅力を調査し、物語性の高い旅のルートを研究する。

活用した地域資源

伊勢神宮 125社、倭姫宮、月読宮



伊勢神宮では約 1300 年前から20年に一度社殿や神宝類すべてを造り替える式年遷宮が行われており、平成25年秋に第62 回式年遷宮が斎行される。毎回の例から式年遷宮の前後に地域への観光入込客数がピークとなり、遷宮後には観光入込客数が急激に減少していつている。そこで、今回の式年遷宮でも同様に急激に減少しないよう、ポスト遷宮を見据え減少をゆるやかにするため観光施策を検討する必要がある。また、地域内には伊勢神宮外宮をはじめ伊勢神宮125社が点在しているにもかかわらず、観光客は内宮に集中し経済効果も限定的となっている。観光客を他の地域資源に分散させる必要が急務である。観光関連業者も内宮周辺にとどまっているので観光客を分散させることで中心市街地（外宮）の活性化につなげられる。そこで、伊勢神宮125社を活用した周遊コースの検討等を行った。



今後の展開

倭姫命・月読命は物語性があるものの認知度が低いことから、分かりやすく解説した冊子（マンガ等）の検討をしたい。また、街道（カルチャー）ウォークや健康ウォークが人気となっていることから、外宮・内宮を結ぶコース上にある倭姫宮・月読宮・猿田彦神社などの観光資源を活用したツアーの実施なども検討する。江戸時代に大ブームとなったおかげ参りを追体験できるツアーであり、倭姫宮・月読宮以外の認知度が低い125社へも興味を持ってもらうためのツアーとして位置づけられる。



食

松阪牛・松阪豚・松阪の鶏を活かした特産品開発と新顧客獲得

松阪牛や松阪豚、松阪の鶏による「旨い肉の宝庫 松阪」イメージ構築と顧客開拓

プロジェクト概要

松阪市を代表する松阪牛のブランド力を活かし、松阪牛の未活用部位、松阪豚の未活用部位、松阪の鶏などを活用した特産品の開発、調査、研究を行い、「旨い肉の宝庫 松阪」のイメージ構築と新たな顧客層開拓を目指すプロジェクト。

活用した地域資源

松阪牛、松阪豚、松阪の鶏

松阪市を代表する松阪牛のブランド力を活かし、松阪牛の未活用部位、松阪豚の未活用部位、松阪の鶏などを活用した特産品の開発、調査、研究を行い「旨い肉の宝庫 松阪」イメージ構築と新たな顧客層開拓を目指すプロジェクト。

ブランド牛として有名な松阪牛と、松阪牛に隠れて目立たないが三元豚の代表格でもある松阪豚、また、松阪の庶民の味である松阪の鶏の3つの地域の食文化を最大限活用し、新たな顧客層を開拓する地域ぐるみの特産品を開発する。



今後の展開

最終的に、特産品としての市場性評価、特に「価値観の高い特産品」であるかどうかを厳密に判断し、さらに、プロジェクトとしての相乗効果の発揮、地域内での価値連鎖を確認し、松阪牛のスジや未利用の部位に特化した商品開発、また三元豚を代表する「松阪豚」や「松阪の鶏」を活用することで、観光客の連想を高め、比較的安価で購入しやすい特産品開発につなげていく。

技
旅

「亀山のローソク」新特産品開発プロジェクト 「亀山のローソク」を活用した新たな特産品の開発

プロジェクト概要

亀山ならではの新たな特産品開発ならびに観光開発の調査研究を行い、将来的に地域経済への波及効果を狙う。

活用した地域資源

ローソク

ローソクの出荷量日本一を誇る亀山市。「亀山といえばローソク」というイメージがある。このローソクを活用した新たな特産品の開発に向けて、調査研究を行った。

市内ローソク製造事業者の状況把握、地域密着型事業活動を展開しているローソク製造業者・ローソクを活用した体験型観光を実施している先進地等の調査やベンチマーキングの実施、新たな特産品の試作と検証、観光客向け体験メニューの提供などの滞在時間延長のための新たなビジネスモデルの調査研究などを行った。

得られた結果を基に、将来的には、製造事業者や土産物取り扱い事業者等参加企業の連携構築ならびに収益の向上を目指す。



今後の展開

本事業実施と並行して、観光客向けローソクづくり体験教室を試験的に実施したところ、集客もよく好評であった。

今後は、事前に旅行会社に周知したり、他のイベント開催時に併催することでより集客を図り、「ローソクのまち 亀山」をアピールしていく。

旅

「道の駅おわせ(仮称)」を核とする尾鷲市周遊プランづくり 「道の駅おわせ(仮称)」を核とした 市内周遊プランづくり

プロジェクト概要

高速道路開通を機に建設が予定される道の駅おわせ(仮称)の利用者を市内へと誘客し、市内に散在する資源を活用した周遊プランにより市内周遊・滞在につなげ、観光交流人口の増加を図る。

活用した地域資源

道の駅おわせ(仮称)、まちなか、港、熊野古道センター、夢古道おわせ

尾鷲市を含む東紀州地域には、以前から高速道路の開通が望まれている。特に、日本国内でも多雨地域として有名な当市では、雨による国道の通行止めがほぼ毎年発生していることから、当市に求められているのは正しく「命の道」としての高速道路である。しかし、高速道路は交通の利便性向上と同時に、ストロー現象の要因にもなり得る。ただ、当市の高速道路網は、市内に設置される二つのインターチェンジがハイパーインター（上下線双方の乗降りが不可）で、しかも、高速道路網の完全開通までは二つのインターチェンジ間は市内国道を通過するという、他地域とは大きく異なった整備計画となっている。そこで、高速道路の開通をストロー現象=地域経済の疲弊とさせない方策として着目したのが「道の駅」である。道路利用者の休憩等を第一目的としながら、道路利用者を道の駅へ誘客し、更に、市内や当地域全域へいざなうきっかけとするために、本プロジェクトを利用して「道の駅おわせ(仮称)」を核とする尾鷲市周遊プランづくりを進める。この事業は、道路利用者をまず道の駅に誘客し、その利用客を市内周遊や滞在へとつなげることで、道の駅を地域経済活性化の起爆剤とするためのものであるが、道の駅設置に関しては市民からの理解が得られていない。そこで、本プロジェクトにおいて作成される周遊プランや報告書により、道の駅の有用性を道の駅設置者である市に対して訴えることで、道の駅を核とする周遊プランを完成させたい。

今後の展開

平成22年11月から平成23年2月にかけて道の駅に関する検討を行っていた当初は、市内二つのインターチェンジ間はつながることが前提条件の下、道の駅オープンを平成25年度と見込んでいたが、その後の東日本大震災と台風12号の自然災害により、市内二つのインターチェンジ間がつながることとなった。これにより、道の駅設置者である市の整備スケジュールや手法が大きく変わりつつあり、道の駅オープン時期や施設規模・コンセプトなどが全く未定となってしまった。当所では、元々考えていた平成25年度オープンを前提として検討を進めつつも、同時に市が考えるスケジュールへの対応も考えなければならない。



道の駅基本方針の検討会



食

熊野ブランドプロモーション事業

熊野地域の特産「サンマ」を利用した
新商品開発を目指す

プロジェクト概要

伝統産業である漁業の低迷等、厳しい環境にある本市において、豊富な地域資源を活かした、新たなブランド価値の高い商品を創出する。2次・3次産業をも巻き込み取り組みとすることで、幅広い経済活動の波及を創造する。

活用した地域資源

サンマ、アジ、カツオ、サバ
熊野大花火大会、熊野灘、七里御浜海岸、鬼ヶ城

熊野地域独自の資源や伝統を結節点として、地域の事業者の異業種連携やストーリー化、伝え方の工夫などにより、地域ならではのブランド価値を創造するとともに、その価値を高く評価するマーケットとの交流によって互いにWINWINの関係を構築することで、地域活性化につなげる。具体的には、ブランド化を目指すという方向性のもと、ストーリー性を持った地域の総合力を活かすことの出来る商品を基本コンセプトとして掲げ、海の東海でもある熊野灘の自然や歴史、食文化の特徴を具現化する。そして、地理的不利や魚特有の弱点である鮮度管理を補うだけではなく付加価値を高めうる先進冷凍技術等の最新テクノロジーとの融合により、既存商品との差別化を明確にし、ブランド価値の高い新たな商品と需要を創出し、域内において幅広い経済活動の波及を創造する。

今後の展開

今年度の調査事業で、試作品を作成し、検討を重ねることでこの地域特産である「サンマ」を生かした新商品開発の可能性が確認できたが、試作品を商品化するには、多くの課題が残っている。今年度に引き続き専門家からの指導、展示会への出展やバイヤーによる評価、アンケート調査などを実施し、今年度検討してきた試作品の磨き上げを図っていくと考えている。今回参画した事業者、専門家、市、関係機関との連携、協力体制をさらに充実し、平成25年度地域活用新事業∞全国展開プロジェクトにエントリーしたいと考えている。

食
| 旅

南紀田辺のミカンスイーツ開発

南紀田辺産「ミカン」を利用した
地域性豊かなスイーツの開発

プロジェクト概要

当地が全国有数のミカン産地でありながらそのイメージがあまりないことから、年中収穫できる特徴を最大限に活かし、地域性があるおかつ良質なスイーツ商品と関連のサービスの開発により、産地としてのブランドイメージの確立を目的とする。

活用した地域資源

みかんほか柑橘類

田辺市では、年間を通じて様々な品種の柑橘類が収穫され、特に、一般的に消費される温州みかんに対する評価は非常に高い。贈答などで受け取った地域外の消費者からは、ほぼ間違いなく称賛の声が聞かれるほどに甘くておいしい。しかしながら、産地としての知名度は、ほとんどなく和歌山県のみかん=有田のイメージが定着している。今回は、地元の柑橘類を使った地域性豊かなスイーツ商品を開発することで、女性客を中心に地域内外からの誘客を図るとともに、ミカン産地としてのイメージづくりを狙う。また、併せて本事業の取り組みを通して、市街地の洋菓子店や喫茶店など事業者と地元農家の連携関係の構築を目指す。



今後の展開

本事業としてのスイーツ研究会は、2月で最終となるが、引き続き当所として研究会を運営し、3月下旬の商品化を目指している。また、完成記念イベントとして一般やマスコミの参加を募っての、試食発表会を計画している。商品化されたスイーツ商品については、今後、まとめて紹介することを考えており、マップやwebサイト、パンフレットなどでのPRを想定している。



神・自然・雅・賑わいが出会う〈御幸辻食旅の里プロジェクト〉

「御幸辻食旅の里」の整備で 観光客や周辺の消費者の吸引を目指す

プロジェクト概要

京奈和自動車道橋本ICから延伸予定の新国道沿いに「御幸辻食旅の里」を整備し、地域産品を6次産業視点で捉え、市内の飲食や体験施設への着地型観光のハブ機能をもたせ、消費力旺盛な消費者を吸引する。

活用した地域資源

柿、ぶどう、鶏（ひね鶏肉）、卵、農業・ものづくり等の体験型プログラム、トレッキング等のアクティビティプログラム、温浴施設等のヒーリングプログラム

橋本地域は大規模製造業など、地域を牽引する産業に乏しく、小売業においても大阪泉南地域での大型ショッピングセンターやアウトレットモールのオープン、さらには大阪都心部での大型百貨店等の新增築が相次ぎ、商圏外への消費の流出が顕著である。今後の地域経済活性化の鍵として観光産業の振興が期待されているものの、実際の観光入込客は一進一退の状況で停滞している一方で、「やっちゃん広場」「よってって高野口店」などの農産品直売施設は高い集客力を有している。これは橋本地域の地域資源が多様で地域内に散在しているため、高野山観光等に向かう多くの観光客が通過客となっていることに起因するものと考えられる。現在計画中の京奈和自動車道橋本ICから延伸予定の国道371号線バイパス沿いに「御幸辻食旅の里」を整備し、橋本地域の加工品や一次産品の加工・実演や展示を兼ねた6次産業視点での販売とともに、市内の飲食や体験施設への着地型観光のハブ機能をもたせることで、まちなかを通過していた世界遺産高野山への観光客や、広く大阪南部・奈良中部エリア、また、消費力旺盛な泉北ニュータウンや林間田園都市の消費者を吸引することが求められる。



今後の展開

橋本市としては、平成27年を目標に、国道371号線バイパス杉村公園付近に、駐車場・トイレおよび拠点施設を開発・設置する意向である。当所としては、その時期に向けて、まず、特産品開発においては、「ひね鶏」「卵」「柿」「ぶどう」に絞って、生⇒イートインメニュー⇒加工品とバリエーションを広げ、商品・売り場展開可能なアイテム数を確保する。観光開発においては、市観光協会との緊密な連携による、シャトル・巡回バスなどの運行も含めた、提案性の高い観光商品開発を図る。



「岩国錦帯橋空港」開港に向けた山口県広域観光ルート開発事業

「岩国錦帯橋空港」開港で 周辺2空港を繋ぐ新たな広域観光ルートの開発

プロジェクト概要

平成24年度に開港した「岩国錦帯橋空港」と山口県内および近隣の空港とを合わせ3空港での羽田便運行を活用し、首都圏からの観光客拡大を目指し、観光資源調査研究およびストーリー性のある着地型旅行商品の開発をする。

活用した地域資源

岩国錦帯橋空港

平成24年度に開港した「岩国錦帯橋空港」と、既存の「山口宇部空港」「萩石見空港」とを繋ぎ、首都圏から山口県への観光客拡大に向けた、県東部と県中部の着地型観光商品の開発を目指す。岩国・山口・宇部・萩の4市にまたがる広域連携を図り、域内の歴史・文化等の地域資源を活用した新たな観光ルートを開発し、観光客の滞在時間の拡大を図る。上記4市における観光資源の基礎調査と新たな観光資源の掘り起こしを行うため、首都圏における山口県に対する意識調査を実施し、首都圏で受け入れられる観光資源をターゲットごと（性別・年代別）に整理し、商品化の基礎データを作成する。



今後の展開

歴史・文学・自然・食・温泉・体験・産業等、各市の観光素材をテーマごとに取り上げたコースを設定し、コースごとに各市のエリアルートマップを掲載したパンフレットを作成する。同一テーマごとに各地域をつなぎ、首都圏への誘客事業のツールとして活用する。テーマに沿って自分なりのコースを組み立てて旅することを「マイ旅」と称し、「マイ旅」をした人が情報を共有できるように、SNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）を活用した情報発信の具体的な方法について検討する。

食
| 旅

防府ホワイトの魅力～ホワイトアスパラで美肌づくり
「ホワイトアスパラが食べられる街“防府”」
ブランドの構築

プロジェクト概要

広い平野を活かした製造業（マツダ）主体の街から、観光交流人口増大による賑わいのある農工商連携都市を目指すため、アスパラを活かし、女性をターゲットにした新たな商品・メニュー開発を進める。

活用した地域資源

アスパラガス、防府天満宮の御利益がある防府ブランド「幸せます」商品開発、天神饅

天神饅ブランド開発でテーマにした「女性層を中心とした食のブランド化と、それに伴う観光開発」をさらにスケールアップさせるため、饅にも通じる「白=ホワイト」と「女性層を中心、プラスアンチエイジング」を意識した全国では他に例をみない「ホワイトアスパラ」のブランドづくりを実施して、新「防長三白」づくりに取り組む。これにより、「ホワイトアスパラが食べられる街“防府”」を徹底訴求。防府の農家や農業研究機関にも協力を仰ぎながら、新たなメニュー開発、マーケティング戦略の構築等で、防府ブランド「幸せます」商品アイテムとして市内飲食店の看板メニューに育つようにするために飲食店関係者と共に調査研修を実施した。さらに、市内滞留時間増大を図るため、防府ホワイトの魅力に関連した観光ルート研究も講師を招聘して実施した。



今後の展開

防府市内の観光客の滞留時間増大を図るため、防府ホワイトの魅力に関連した観光施設や大手工場・工場企業等の産業観光への展開と商品開発を進めていく。現在、防府ブランド「幸せます」をテーマにした都市ブランドづくりを進めているので、その中で商品開発を進めながら、街の魅力づくりを推進していく計画である。今回は調査研究事業という位置づけだったが、売れる商品づくりのヒントが多く得られたので、防府ブランドの発信を充実させていきたい。

旅
| 食

西日本最高峰「石鎚山」～「つなぐ」「繋がる」くさりプロジェクト
西日本最高峰の石鎚山を活用した観光ルートや
地元産素材の土産品の開発

プロジェクト概要

西条市には西日本最高峰「石鎚山」があるが、観光客数は伸びていない。その要因は季節性イベントによるものが大半であることが挙げられる。年間を通じて訴求効果のあるものの調査研究を行い、観光客数の増加、さらには現地消費の拡大を目指す。

活用した地域資源

西日本最高峰「石鎚山」、石鎚登山ロープウェイ、市内温泉施設、市内飲食店、地下水（うちぬき）、観光農園

西条市に位置する西日本最高峰石鎚山は日本七霊山の一つに数えられ、空海も修行に訪れた山岳信仰で有名な山であり、四季折々に見せる山の表情は豊かで感動を与える。また、山頂までには4箇所の鎖場があり、規模としては日本最大クラスである。近年登山ブームと言われているが、市内を経由してロープウェイを利用した石鎚山への登山客数は大幅に減少している。本事業「西日本最高峰『石鎚山』～「つなぐ」「繋がる」くさりプロジェクト」では、石鎚山の鎖や景観、市内の温泉やカフェ、観光農園などを活用した観光ルートや地元産素材を素材とした土産品の開発など、「見て・触れて・感じるコトやモノ」を提供することで、市内における滞在時間を増加させ、経済効果を生み出すことを目的としている。

今後の展開

市街地から車を利用すると約40分程度で行くことができるロープウェイを活用し、乗車券と市内飲食店やホテル、温泉などの割引券とセットとなったPASS（クーポン券）の発行を検討している。また石鎚山とホテル等が連携したロープウェイ頂上舎付近（標高1300メートル）での天体観測ツアーも検討されることになっており、石鎚山を様々な角度から楽しんで頂きたいと考えている。石鎚山や各種サービスの情報発信については、アウトドアショップとの提携を視野に進めていきたい。





食

野生鳥獣の肉を利用した「ジビエ料理」の開発・普及 イノシシを利用した八女ならではの 「ジビエ料理」の開発

プロジェクト概要

中山間地域の自然環境保護のため多分野から成る「ジビエ料理開発会議」を設置し、①猪肉の流通体制の整備、②作った「ジビエ料理」の評価、③「ジビエ料理」の八女ブランド化の3本柱で推進する。

活用した地域資源

イノシシ

全国的な野生鳥獣による農林業被害が年を追って増加し深刻な問題になっている中、当地域でも野生鳥獣による農林作物の被害額が150,841千円（平成23年度）ある。野生鳥獣を捕獲し、その肉を有効活用すればプラス資源に転換できるとの考えから、当地域で特に捕獲数の多い「猪」に焦点を当て、飲食業者や狩猟者等がシェフやジビエ料理の専門家等との連携を行い、猪の特性や市場性の調査を行いながら、八女産猪のブランドイメージの構築と八女ならではの「ジビエ料理」を試作する事を目的として事業を進めている。

今後の展開

牛、豚、鳥と比べ安定的に供給する捕獲方法、処理方法、加工方法や施設が乏しい地域であるので、地域間連携を行ったうえで、できる部分、できない部分を把握しながら地域に根ざした産業となるよう食に限った取り組みで終わらせず、今後は副産物の利用を考えた産業化並びに全国展開を目指す。





旅

小樽の歴史的建造物を活用した新観光創出事業

運河や石造倉庫群等の歴史的建造物を活用し、 新たな観光事業を創出

プロジェクト概要

小樽が誇る歴史的建造物を活用し能舞台やアート・プロジェクト等を実施するとともに、歴史的建造物探訪ツアーの開発、建造物等を紹介するガイドブックのPRを通じて、観光都市としての魅力を高め、時間消費・滞在型観光を創出。

活用した地域資源

- 歴史的建造物探訪ツアー：北海製罐(株)小樽工場第三号倉庫、小樽市能楽堂、JR小樽駅、坂牛邸、旧三井銀行小樽支店、茨木家中出張番屋、旧日本郵船(株)小樽支店、和光荘、旧手宮線機関車庫、夢の夏宵路、北運河アートプロジェクト
- 歴史的建造物の街 小樽：ガイドブック：小樽市指定歴史的建造物71棟他

小樽市において今や観光は重要な基幹産業になっており、運河や石造倉庫群、歴史的建造物が今なお多く残り、レトロノスタルジックな雰囲気を出しているまちなぎの特性を捉え、観光振興策を積極的に推進していく必要がある。

また、札幌市に隣接していることから、滞在時間の短い立ち寄り型の観光客が主流となっており、「通過型観光」から「時間消費・滞在型観光」に移行することで経済波及効果を高めていく必要がある。

こうした中、歴史的建造物活用に加えアートと能楽堂の舞台を融合したモニターツアーの実施や小樽の歴史的建造物を多くの人に知ってもらうために写真パネル展を開催したほか、デザイン性を重視したこれまでにないガイドブックを製作し、個々の事業を有機的に連動させることで、新たな観光事業の創出を目指している。

アピールポイント

「小樽／北運河アートプロジェクト」と小樽市能楽堂を活用した舞台「夢の夏宵路」を融合し、「生きた空間」の演出や写真パネル展を連動させた観光新商品化に向けたモニターツアーの実施の他、デザイン性を重視したガイドブックを製作、観光マップも兼ね備え、市内に点在している経済、政治・行政、事業、文化、邸宅のジャンルに分けてその歴史的背景を伝え、小樽の魅力の奥深さを紹介、東京・関東圏等の旅行会社に配置し、小樽運河にとどまらない小樽観光の新たな魅力向上に努めている。

今後の展開

歴史的建造物探訪ツアーについては、アンケートにより多くの意見を伺うことが出来たことに加え、札幌地下歩行空間や坂牛邸において開催した写真パネル展も大きな反響があった。ガイドブックは、市内外の各ホテルにも配置したこと从小樽の魅力や観光都市としてのポテンシャルの高さを改めて示し、産業遺産に加え文化や芸術の面からも小樽ならではの魅力をPRできる企画となった。今後は、小樽に現存する歴史的建造物の様々な活用方法を企画するとともに、点在する歴史的建造物を点から線、面へと繋げていくことにより、見て、触れて、体験できる観光施設として魅力を高め、時間消費・滞在型観光の創出に繋げていきたい。



- ①モニターツアー：茨木家中出張番屋
- ②モニターツアー：旧手宮線機関車庫
- ③モニターツアー：北海製罐(株)小樽工場第三号倉庫
- ④小樽市能楽堂を活用した夢の夏宵路
- ⑤小樽／北運河アートプロジェクト
- ⑥「歴史的建造物の街 小樽」ガイドブック表紙
- ⑦札幌地下歩行空間での写真パネル展

旅技

「ホワイトコスメ・エステ」による地域資源活用・地域活性化プロジェクト

「ホワイトコスメ・エステ」による 観光プログラム・サービスの開発

プロジェクト概要

平成23年度の調査研究事業の結果をもとに、北海道産素材を活用したホワイトコスメ・エステを観光の誘客素材として、地域におけるコスメ・エステ業界の振興を図るとともに、観光誘客を促進する。

活用した地域資源

ホワイトコスメ（ハニーパック）、北海道の天然素材、はちみつ、サラブレッド馬由来プラセンタ、サク由来プラセンタ、トウキエキス、ズワイガニ甲羅由来キトサン、白樺樹液 ほか

昨年度の調査事業では、ホワイトコスメ・ホワイトエステが札幌地域の経済活性化にインパクトを与えるコンテンツであることが明らかとなった一方で、ホワイトコスメ・ホワイトエステの内容が不明確であり消費者に浸透していないことも浮き彫りとなった。

本年度は、ホワイトコスメ・ホワイトエステのブランドイメージを固めるべく、質の高い製品・サービスの企画開発を行うとともに、道内外の消費者にブランドを浸透させるPRを展開する。

- ① ホワイトエステ（エステサービス・観光プログラム）の開発・PR 展開
- ② ホワイトエステオプションツアー
- ③ ホワイトコスメ試作品開発
- ④ ホワイトビューティポータルサイト
- ⑤ 視察調査（バイオファジャパン・オーガニック EXPO <東京>）
（沖縄エステティック・スパ協同組合会議<沖縄>）

アピールポイント

この事業では、オプションツアー参加者募集イベントにて、ホワイトエステ体験コース内容の説明をし、日頃エステに関心があっても「時間がない」とか「エステは未経験」という方等にホワイトエステの一部を体感していただき、関心を広めた。ホワイトエステに使用するホワイトコスメ（ハニーパック）については概ね高い評価だったが、改善点も見つかった。旅行商品のオプションツアーとしてホワイトエステ体験コースを実施した。観光客でかつ美容への関心が強い層にとっては価値あるものとなった。

今後の展開

ホワイトエステに使用するホワイトコスメ（ハニーパック）については概ね高い評価だったが、主成分のはちみつは道産素材ではあるが、全国各地でも採取可能な為、札幌らしさがわかるものにする必要がある。パックの使用感等についても、今後の課題が見つかった。また、エステサービスのみでの観光客誘致は困難であるが、食・健康・美容に関するツアーにてトータルビューティーで誘客が図れる可能性を感じた。今後は、旅行代理店、旅客運送、ホテルなどの業界と連携を深め、新たなパックツアーを展開することで多方面での広がりを持たせ、さらに観光客の楽しみを多様化する素材の1つとしてPRを強化する必要があると思われる。





旅

網走旬ツーリズム創出プロジェクト

旬の素材を活用し 網走体感観光メニューを創出

プロジェクト概要

昨年度実施した調査研究事業から得られた結果を反映し、網走旬ツーリズム各種コースメニューのモニター調査とその検証結果から新たなメニュー開発を行う。また、広報手段の確立と継続的な運営のために網走旬ツーリズム事業体の設立を目指す。

活用した地域資源

触れる、学ぶ、観感、食、産業、スポーツ・健康など網走らしい旬の素材

人口の減少、経済の縮小など網走経済を取り巻く厳しい環境の下、あらゆる産業に波及する観光（何かの魅力求めて人が動くことを観光と定義）を網走流に創造し、交流人口の拡大を図ることで網走経済の活性化につなげるためのニューツーリズムの確立を目指す。

触れる、学ぶ、観感、食、産業、スポーツ・健康などの視点から網走らしい旬の素材を「ゆっくり・のんびり」味わっていただき、また行きたくなるような「ワクワク感」を醸し出せる網走体感メニューとして強調して、滞在型・リピート型網走観光を目指す。

アピールポイント

昨年度の調査研究事業では、数多くある網走の観光素材を組み合わせ、観光ニーズに合わせたものをどのように発信していくかが、委員会協議の大半を占めた。本年度はその結果を基に体験や食といった旬の素材を組み合わせたパッケージメニューを策定し、モニターツアーを実施した。募集を開始したところ反響も大きく、予想を超える問合せをいただいたことから網走観光の魅力の高さが窺えた。アンケートの結果などから、網走刑務所や流氷などの目玉観光の陰に隠れて網走の全体としてのPRが不足していたことなど、今後の課題が見えてきている。網走には、季節を通して様々なメニューがあり、それらが季節、時間によって見え方が変わるため、今だけ、ここだけの網走観光を発信していく必要性を感じている。

今後の展開

モニターツアーを実施したことで受け入れに対しての課題などは見えてきた。平成 25 年度はモニターツアーから得られた結果を基に内容を改善することやツアー客を受け入れる組織の確立、情報発信の強化を行う。網走の一番輝く時期、旬の網走観光を体感していただくための事業を推進させることで、年間を通して観光客入込数の増大を図っていく。



①ホーストレッキング ②カヌー ③ネイチャークルーズ ④フィッシング ⑤スノーシュー



【博物館網走監獄】

網走の歴史に大きな関わりをもつ網走刑務所の旧建築物などを保存公開しているのが博物館網走監獄。広い屋外型の博物館を巡ることで「もうひとつの網走の歴史」をリアルに知ることができる。



【オホーツク流氷館】

年間を通して、本物の流氷を展示している。マイナス 18℃に保たれた流氷体験室では、真夏でも厳冬のシバレ（寒さ）を体感、流氷を見ることができる。



【流氷硝子館 ガラス制作体験】

吹きガラス工房・販売・ガラス制作体験・カフェが併設した施設。吹きガラスのガラス原料は、蛍光灯のリサイクルガラスで「エコピリカ」と呼ばれる。4種類のメニューの中からオリジナルのガラス制作を楽しむことができる。



食

まるまるびばい・魅力まるごと売り込みプロジェクト

米粉商品「米粉カステラ『豊穰』」と「米粉が鳥モツかれー。」を開発

プロジェクト概要

健康、ヘルシーを視点に美唄の特産品である米粉を使った商品開発を目指す。開発にあたっては、消費者の趣向を調査し、商品の成分分析も行い売りを明確にする。開発商品を基に、地域活性化および農工商連携の更なる取組みにつなげていくことを目指す。

活用した地域資源

北海道美唄産 米粉（こめこ）

美唄市は、かつて産炭地として栄えた歴史があるが、エネルギー政策の転換により石炭は大きく減産となり、それに伴い人口の減少、地域経済の疲弊といった状況に置かれている。

本事業は商工会議所青年部を中心に、地域資源である米粉を活用した新商品の開発を行い、美唄の主産業である農業を核とした農工商連携を進めていくことを目的に展開。

事業推進に当たっては、青年部の他、青年会議所や農協青年部・女性部、市役所などにより構成する美唄地域経済活性化戦略検討会議を設置、市内の事業者が試作品を製作、市場調査を実施、調査結果を元に改良を加えている。

将来的には、本事業の商品を核として、食観光商品の開発や既存商品の改良、更には新商品を活用した食育の提案についても可能性を検討し、事業化を図っていくことも視野に行っていく。



アピールポイント

米粉を使った商品開発に関しては、アレルギー対応食品や離乳食、高齢者への栄養補助食品としての有効な機能等を活かした商品作り

に留意するとともに、健康志向や将来の小麦の国際価格の高騰などにも対応した小麦から米粉への切り替えの可能性などに留意し商品開発を行っている。

開発中の商品は「米粉カステラ『豊穰』」と「米粉が鳥モツかれー。」であり、市場調査の実施は、カステラはメインターゲットとなる高齢者が集まる東京・巣鴨で、カレーは美唄と同じく米の産地で米粉の利用拡大に取り組んでいる熊本で実施した。



米粉が鳥モツかれー。

今後の展開

今回開発の商品は平成25年内に商品化し、販売を開始する予定である。

今後は、販売しながらも必要な改良を加えて、より完成度の高い商品にし、美唄の顔となる商品を目指して販売を行い、将来的には美唄ブランドの確立を行っていきたくと考えている。

また、これらの商品の他にも地元事業者の要請に応じて、商品開発や商品の改良などを農工商連携によって継続し、本事業をきっかけとして更なる広がりをもった事業の展開を図っていきたくと考えている。



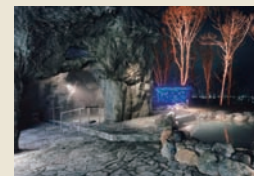
①美唄地域経済活性化戦略検討会議
平成24年5月17日設置。本事業の実施に当たっての実施主体として本会議のメンバーが市場調査をはじめとした検討を実施。



②巣鴨市場調査
平成24年11月7日、東京巣鴨にある北海道物産を扱う小売店「巣鴨で北海道」の一角を借りて「米粉カステラ『豊穰』」に関する市場調査を実施。



③熊本市場調査
平成24年11月23日、熊本県熊本市の交通センター内にあるプラザコートイベントスペースにおいて「米粉カレー」の市場調査を実施。



【ビバの湯 ゆりりん館】
ゆったりくつろげる温泉、おいしい食事に充実の宿泊施設があり、とても満足な一日を過ごせる。全館バリアフリーで車いすのまま利用が可能。



【アルテピアッツァ美唄】
「アルテピアッツァ」とは、イタリア語で「芸術広場」という意味で、閉山となった炭鉱地区にある旧米小学校を改築し、世界的彫刻家・安田侃さんの作品を約40点、常設展示している。



【宮島沼】
ラムサール条約に登録されている宮島沼では、毎年春と秋に国の天然記念物マガンが飛来する。「体験型」ネイチャーセンター「宮島沼水鳥・湿地センター」は、四季折々の宮島沼の自然を楽しみ、地域の自然や農業とのふれあいの場を提供している。



JAPANプレミアム「弘前りんご」ブランド構築プロジェクト

「アクティブ・トレーサビリティ」と「クリン・アグリ」
認定マークで弘前りんごを高付加価値化

プロジェクト概要

弘前市は、全国一のりんご収穫量(全国シェア21%)であり、135年の栽培歴史を誇る。食の安全安心が求められている今、無農薬・無肥料化を目指す1次産品を活用した、農商工連携による高付加価値な6次産業化をアクティブ・トレーサビリティを目指す。

活用した地域資源

弘前りんご(実だけでなく花・木・枝から根に至るまで丸ごと活用)

弘前市は全国一のりんご生産量(全国シェアの21%)を誇り、135年の栽培歴史がある。弘前産りんごの無農薬・無肥料化を目指し、安全・安心な一次産品として活用することで、生果だけでなく、加工品の価値も高めていくために実施する。

プロジェクトでは、先端技術との連携により「弘前りんご」加工品における安全・安心の高付加価値を生み出す。その方法として、「アクティブ・トレーサビリティ」による見せる化を積極的に実施し、おいしさまるかじり「クリン・アグリ」認定マークのシステム構築でブランド化を図る。これにより、生果だけでなく花・枝・木から根に至るまで丸ごと商品化(産業観光含む)するプロジェクトのすそ野の広がりを確保する。

アピールポイント

本プロジェクトでは活用する地域資源として、弘前産りんごの生果だけでなく、花・枝・木から根に至るまで捨てることなく丸ごと商品化する「りんごゼロエミッション」に積極的に取り組んでいる。また、「りんごで巡る産業観光」を今年度開発し、りんご産産を観光面からも振興しようとして取り組んでいる。

【りんごで巡る産業観光】
りんご選果場見学風景



【りんごゼロエミッション】
りんごの木を使用した児童用イスの試作品。



【クリン・アグリ認定シール】



今後の展開

「弘前りんご」のブランド確立のためには、「弘前りんご」の認知度の向上が不可欠である。現状、青果売場等では「青森りんご」と一括りの表示になっており、それを「弘前りんご」、「弘前の〇〇地区のりんご」さらには「〇〇さんのりんご」といった生産者の顔が見えるところまで高めていく。そのためにも、これまでに取り組んできた「アクティブ・トレーサビリティ」や「りんごゼロエミッション」をさらに深化させることで、りんご産産全体の振興を図り、「弘前りんご」ブランドの確立を目指していく。



【弘前市りんご公園・りんごの家】

弘前市りんご公園は、子供からお年寄りまで年齢問わず誰でも、食べたり遊んだりしながらりんごを学べる場所。りんごにこだわった約1,250点の商品を扱うりんごグッズ販売コーナーもおすすめ。



【アップルパイの街・弘前】

りんご生産量が全国一の弘前市はアップルパイの数も豊富。弘前市内にはアップルパイを提供するお店が45店舗あり、お店ごとアップルパイ食べ比べも楽しめる。



【弘前公園・弘前城】

藩政時代に津軽家の居城であった弘前城は、現在、弘前公園として多くの市民や観光客に親しまれている。桜の季節には、園内の約2,600本の桜が咲き誇り、市民や観光客で賑わう。



食

雑穀等穀類の活用による観光客をターゲットとした料理・土産物開発 花巻ひえカレー麺プロジェクト

プロジェクト概要

年間約200万人の観光客をターゲットに、料理並びに土産物を開発する。

活用した地域資源

雑穀

花巻市は、雑穀主要6穀（ひえ・あわ・きび・はとむぎ・アマランサス・たかきび）において、全国収穫量の3割を超える日本一の生産能力を有する地域性であることから、農商工親連携による雑穀を活用した新商品開発に取り組むこととした。

平成23年度の調査研究事業においては、雑穀を活用した特産品となり得るベースレシピの開発と、それら商品のブランド化を図るための仕組みづくりを事業目標に取り組みをおこなった。

その結果、雑穀を活用した料理および菓子など6つの試作品を開発したほか、今後、食による地域活性化に取り組むための土台となる体制づくりの第1歩を踏み出した。

平成24年度の本体事業1年目においては、昨年度開発した試作商品の具体的な事業化へ向けて、商品ブラッシュアップ、ブランドツール作成等を行っている。



アピールポイント

調査研究事業で開発した試作品のひとつである「ひえカレールー」を活用し、具体的事業化への取り組みとして、「花巻ひえカレー麺プロジェクト」を展開中である。

ひえカレールーを使って、市内の飲食店が創作麺料理をつくりメニューとして提供しているもので、現在の参加店は20店舗。そば、うどん、ラーメン、パスタなど各店工夫を凝らしたひえカレー麺を提供している。

プロジェクトの発表会には、県内マスコミ各社が訪れ、テレビのニュース報道、新聞記事掲載等で話題になったほか、テレビ番組での特集企画や情報誌等の掲載依頼等があるなど、新しい食による地域発信の第一歩を踏み出したと考えている。

また、試作品のブラッシュアップにより、事業展開可能な雑穀を活用したユニークな4つのお土産品（菓子）を生み出した。温泉の売店やJR駅などで販売を予定している。

今後の展開

ひえカレー麺プロジェクトは、今後、プロジェクト推進組織を立ち上げ、参加店拡大、麺に限定しないひえカレーメニューの提供などの展開をしながら、食による地域発信を図っていく。

また、現在雑穀を活用した菓子等のお土産品開発を並行して行っており、将来的には花巻市内の雑穀を活用した、ひえカレー麺を含めたメニューや雑穀菓子、また、既に商品化されている雑穀米、雑穀みそなどを農商工親が一体となって総合的に地域外に対して発信していきたいと考えている。



【早池峰神楽】

早池峰神楽は早池峰山信仰から生まれた岳（たけ）と大嶺（おおつくない）の2つの神楽座の総称で、500年以上の伝統を持つ非常に古い神楽であるといわれている。2009年9月30日には、ユネスコの「無形文化遺産」に登録された。



【花巻温泉郷】

奥羽山脈の渓谷沿いに湧き出る花巻温泉郷は、好みに合わせて設備を選べるバラエティなところが魅力。その数は実に12カ所。東北有数の規模と快適な設備を誇る温泉や、古くから湯治場として人気の高いひなびた温泉などそのいずれもが独特の風情を醸し出している。



【イギリス海岸・宮沢賢治】

童話や詩で知られる宮沢賢治は、花巻市出身で、花巻農学校で教鞭を執る傍ら、この地で多くの詩や童話を創作した。市内には、宮沢賢治記念館のほか、宮沢賢治童話村、早池峰と賢治の展示館などがある。

写真提供：花巻観光協会



旅

世界文化遺産平泉のルーツ「後三年合戦」歴史探訪ツアー

平泉文化のルーツ「後三年合戦」をテーマに 新たな観光開発

プロジェクト概要

平泉を中心とした藤原三代の栄華を築く契機となった「後三年の合戦」をテーマに歴史探訪型ツアーを実施し、通年型観光および滞在型観光の実現性を検証、年間観光客数450万人を目指す。

活用した地域資源

平泉を中心とした藤原三代の栄華を築く契機となった後三年合戦という歴史的遺産

平泉を中心とした藤原三代の栄華の祖となった清衡を中心に繰り広げられた後三年合戦という歴史的遺産を新たな旅行商品として開発し、観光誘客増を図り年間450万人の誘客を目指し、以下の事業を行った。

まず、横手の観光資源として、「後三年合戦」という歴史絵巻をテーマに、新たな観光の開発を行うため、「後三年合戦」旅行商品開発委員会を設置した。そして「後三年合戦」歴史探訪モニターツアーを実施。具体的には、臨時列車モニターツアー、バスモニターツアー、観光案内人モニターツアー、タクシーモニターツアーを行った。モニターツアー終了後、今後の商品造成に活かすべく参加者よりアンケート調査を実施した。

アピールポイント

「後三年合戦」は勝利した清原清衡が後に藤原清衡と改姓して奥州藤原氏（平泉）を興したことから平泉の黄金文化のルーツとして歴史的価値の高い出来事である。

工夫した点

- 団体ツアーとして一次交通にJRのリゾート列車を使用した臨時列車でのモニターツアーや、仙台発着のバスツアーや少人数に対応するタクシーモニターツアー、多様な旅行形態に対応したモニターツアーを実施した。
- また、日頃観光客と接している観光案内人の研修を目的とした観光案内人モニターツアーを実施した。
- 行程の中に後三年合戦子供歌舞伎見学や後三年合戦シンポジウム聴講を入れた他、歴史愛好家以外の旅行者にも楽しんで頂ける建築物として、歴史的価値がある「増田の蔵群」やテーマパーク「秋田ふるさと村」を取り入れた。
- 広報として後三年合戦という史実を分かり易く観光客に理解して頂くため、旅行者にモニターツアーを告知するプロモーションビデオを制作し事前キャンペーンに使用した。その他行程中にある見学場所の画像をふんだんに使い、後三年合戦の多くの情報を取り入れた電子パンフレットを作成した。

今後の展開

今後は「後三年合戦」が世界文化遺産に登録された平泉のルーツであることや、史跡や逸話が横手市以外にも数多くあることを活かし、平泉や近隣の町村との連携を深めるとともに、平成25年度に行われるJR東日本の「デスティネーションキャンペーン」や秋田新幹線新車両デビュー、平成26年秋田県で開催予定の国民文化祭に向けて後三年合戦歴史探訪ツアーを催行し、東日本大震災以降落込み、いまだ回復していない観光を盛り上げていきたいと思う。



後三年の役金沢資料館
金沢柵跡と伝えられる山なみを背景に、三重の宝塔をモチーフにした木造建築。



館内
郷土の文人・戎谷南山の模写による「後三年合戦絵詞」や、県指定文化財の中世仏教にかかわる経塚の資料や大般若経など、郷土の歴史資料を展示している。



【増田漆蔵】
豪商たちが贅を競って建てたもので、明治から昭和初期にかけて造られた。



【平安の風わたる公園】
後三年合戦の史実「雁行の乱れ」をモチーフにした公園で、三連の橋や源義家・藤原清衡・武衡・家衡のブロンズ像がある。



【かまくら館】
一年中雪の「かまくら」を体験できる施設。プロポーズにふさわしいロマンチックなスポットとして一昨年「恋人の聖地」に認定された。

旅

「傘福」「食」「まちあるき」による着地型観光開発プロジェクト 日本三大つるし飾り「傘福」を観光商品に

プロジェクト概要

1. 地域資源を活用した企画商品のモニターツアーを通してブラッシュアップ
2. 着地型旅行商品の実施主体の確立
3. 着地型観光旅行商品および傘福の情報発信

活用した地域資源

傘福とは、酒田に古くから伝わるつるし飾り。傘の先に幕をめぐるし飾り物をつるすのが特徴。神社仏閣に奉納されてきた。時代の流れとともに消えつつあった傘福を平成17年に酒田商工会議所女性会が復活させた。福岡県柳川市の「さげもん」、静岡県東伊豆町稲取の「雛のつるし飾り」と結び付けられ、日本三大つるし飾りと呼ばれるようになった。

平成17年に1市3町が合併し、人口は約11万人の酒田市。平成15年から各種観光集客施設が拡充し観光客数が飛躍的に増加した。また、本市でロケが行われた映画「おくりびと」による観光客増加もあったが、その効果は一段落している。

酒田商工会議所では「着地型観光の研究と推進」を重点項目に掲げた。取り上げた地域資源は「傘福」。当所女性会が平成17年から復興に取り組んできた。日本三大つるし飾りとして結び付けられ、新たな観光資源として期待を集めている。

当事業では、①モニターツアー「酒田のぐんめもの巡り～春の陣～」、「庄内酒田名物！商人のお米体験教室」の実施、②インターネットを活用した情報発信に取り組んだ。

アピールポイント

着地型観光に取り込む意義の合意形成、意識醸造を図ることができた。また、着地型旅行商品の企画造成練習などの実施により、地域人材ネットワーク化の芽を育てることに成功。食をテーマにしたモニターツアーを実施し、何を食べてもおいしい酒田の食を再認識するとともに、お米で栄えた酒田の歴史を学ぶことができた。

今後の展開

傘福をメインに据えながら、まちあるきのメニューの充実を図るとともに、まちづくりに対する市民の関心を高めていく。傘福をモチーフにした特産品の開発を検討していく。



【山居倉庫】
築100年以上経った今も農業倉庫として活躍している。NHKの連続テレビ小説「おしん」のロケ地でもあることから、香港や台湾などのアジア各国からの観光客も絶えない。



【旧割烹小幡】
米アカデミー賞外国語映画賞に輝いた「おくりびと」で、主人公・大悟が就職する葬儀屋の社屋という設定で登場。内部には映画セットの再現やパネル展示もあり見学できる。



【舞妓茶屋・雛蔵画廊相馬楼】
酒田を代表する料亭「相馬屋」を修復し、舞妓茶屋・雛蔵画廊として開業した。相馬楼酒田舞妓の踊りも楽しむことができ、予約すれば舞妓演奏付きの弁当が食べることができる。さらに、楼内に竹久夢二美術館が併設されている。

旅

戦国・江戸時代が見える上越市、着地型観光ルート商品造成事業 上杉謙信公を活用して旅行商品を造成

プロジェクト概要

平成23年度に調査研究した地域資源を基に、戦国時代が見える「春日山エリア」と、江戸時代から歴史を残す「高田エリア」を役割分担しながら、2拠点の着地型観光ルートの商品化と持続的に経済効果を受受できる仕組みづくりを目指す。

活用した地域資源

義の武将 上杉謙信、春日山城跡（上杉謙信の居城）、高田城跡（平成26年に開府400年を迎える）、青学（あおそ／謙信の強さ＝財源の一つ）、和菓子店（高田エリアに集積している）、寺町寺院群（高田エリアに65の寺社が密集）

義の武将、「上杉謙信」生誕の地である新潟県上越市に、平成27年春、北陸新幹線が開業し新しい駅が誕生する。しかしながら、そんな上越市には代表的な産業がないのが現状である。そこで、北陸新幹線開業を機に、経済波及効果の裾野が広い観光を当地の新しい産業に育てるため、平成23年、謙信公ブランド活用ルート開発プロジェクトが立ち上がった。



平成23年度の調査研究を踏まえ、平成24年度は「着地型旅行商品の造成」を目指し、戦国時代が見える「春日山エリア」と、江戸時代からの文化と歴史を残す「高田エリア」を役割分担しながら、2拠点のモニターツアーを実施し、旅行商品化と持続的に経済効果を受受できる仕組みづくりを目指した。

アピールポイント

上杉謙信の戦国時代が見える春日山城跡から、徳川家康の六男・松平忠輝（妻：五郎八姫：伊達政宗の娘）が治める高田城跡、そして現在に至るまでの歴史や文化を、「越後上越 歩こっさ」というブランドで全国展開したいと考えた。

そこで、企画段階から観光専門家、観光団体、旅館組合、行政、ツアーに携わる店舗などオール上越体制でモニターツアー（一般と旅行エージェント合わせて3回）を行ったところ、一般参加者からはいずれも高い評価を頂き、旅行エージェントからは商品の一部に組み入れて頂くなど、すでに成果が出始めている。

今後の展開

当プロジェクトは平成24年度で終了し、平成25年度は今回参画頂いた事業者から4月の観桜会時期に商品として販売して頂く予定。ただし、これまで培ってきた「オール上越体制」を継続しながら、商工会議所としても商品販売をサポートしていく。また、商品販売に向け「旅行エージェントに向けた観光情報発信の一本化」や、「着地型旅行商品の販売体制整備」など課題が残っているため、地域一丸となって課題克服に取り組んでいきたい。

北海道

東北

北陸信越

関東

東海

近畿

中国

四国

九州・沖縄

一度は行って見たかった
春日山城跡・林泉寺
8月27日月開催 お一人様 5,000円
申込締切のり7月31日 小学生以下4,000円

29名様限定

春の強さを体感して思い出さず
あおそのハガキづくり体験

少壮時代の雄姿に
思いを馳せる
林泉寺

謙信が思いを馳せる
春日山城跡

お申し込み・お問い合わせ
025-543-4280



【居多神社（こたじんじや）】
越後国一宮で、境内には越後七不思議の一つ「片葉の声」がある。

開府400年のまち高田と
地元のガイドと歩こっさ
10月29日月開催
申込締切のり10月10日 お一人様 3,000円

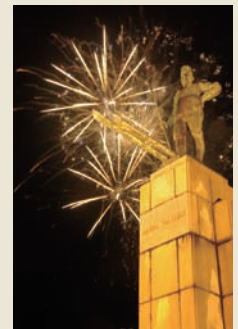
高田城跡を
400年下の
歴史と町並みを
訪ねよう

高田城跡
高田城跡
高田城跡

お申し込み・お問い合わせ
025-543-4280



【高田公園のハス】
堀一面に咲き誇るハスは東洋一
と言われている。



【レルピ祭】
日本スキー発祥の地「金谷山」
で行われるレルピ祭の花火は幻
想的。





食

「黒部のおくりもの」開発・販売プロジェクト 観光地で売れるブランド商品 「黒部のおくりもの」の開発

プロジェクト概要

黒部峡谷、生地の水産、湧水を活かし「黒部の物語」を織り込んだ観光お土産品の開発を行い、平成27年3月の北陸新幹線開業をチャンスに「黒部のおくりもの」の販売を目指す。

活用した地域資源

黒部川で獲れるサクラマス、黒部産コシヒカリ、黒部産枝豆、黒部で獲れる魚 など

黒部市は全国にもその名を知られている「黒部峡谷」を有し、その観光拠点には宇奈月温泉があり人気が高い。しかし、観光はその地域で完結しており、回遊に乏しいのが現状である。

そこで「黒部」の知名度の高さを活用し、売れる地域ブランド商品の開発および黒部峡谷への観光客の回遊を誘発させる商品の開発により、新しい観光産業を創造していくことを目的とし、昨年度の調査研究事業を経て本年度、当プロジェクトに取り組んだ。

平成26年度に北陸新幹線が開業し、県東部の玄関口としての新黒部駅(仮称)が設置されることをチャンスと捉え、モデル商品の企画、開発で成功事例を創ることで観光産業の創造への機運を高め、主に観光地で売れる黒部ブランド商品の企画に取り組んでいる。

アピールポイント

昨年度よりブラッシュアップを行っている試作品について、市内を訪れた観光客や地元消費者にアンケートを実施し、「黒部のおくりもの」として選ばれる商品となるための評価をいただき、課題、改善事項を把握し、その結果をフィードバックすることで、より良い商品となるよう試行錯誤を続けている。

各調査やアンケートにおいて味や品質等については比較的高評価を頂いており、事業者の取り組みもさらに良い物をという姿勢になっている。

良いものをお客様に届けたいという生産者の熱意、確かな技術がもたらす質の高い商品を黒部の自然や風土、文化、歴史などと合わせた物語としてパッケージに織り込んで、黒部へ来ていただいた時の思いを馳せていただけるよう努力している。

今後の展開

平成26年度北陸新幹線開業に照準を合わせ、

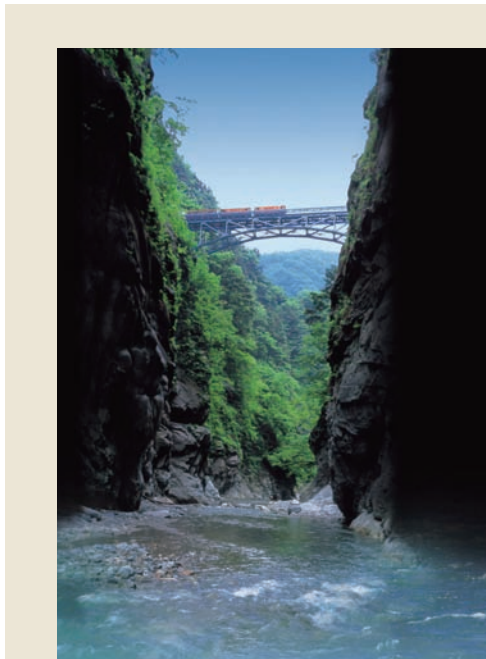
- ・モデル商品の更なるブラッシュアップ
- ・首都圏等での展示会等への参加、意見等の聴取
- ・モデル商品の商品化と販路開拓、セールスプロモーションの実施
- ・本事業によって生み出されたお土産品の販売実績をつくり、他の生産者の意欲を高め、後に続くお土産品開発につなげる
- ・モデル商品の拡充に向けた取り組み
- ・手軽に食べるワンハンドフーズの開発、商品形態やパッケージの具体化



黒部ズイカハニー



黒部のます寿し



【黒部峡谷】

激流がつくった大自然の彫刻。黒部峡谷の大自然は視界360度の迫力で訪れる人の心を魅了する。

【黒部川扇状地湧水群】

北アルプスの山から流れる黒部川の豊かな水は扇状地内で地下水となり生活用水や工業用水に利用されている。扇状地、扇端部では地下水が至る所で自噴しており湧水群として「全国名水百選」の認定を受けている。街中を巡れば水の豊かさとしてそれを大切にしている人々の人情が伺える。





地域ぐるみ・地域力総活用、新名産・名品創出と食の祭典創出事業

農商工連携による地域資源を活用して 「地美絵 ZIBIE×AKAE 一華一」ブランドを立ち上げる

プロジェクト概要

農商工連携で農産物等地域資源を活用した新名産・名品の創出と、前年度策定した地域力アピールの食の祭典や展示商談会等への出展により、商品等の評価を得て、商品開発力向上と市外・県外へ向けての販路開拓・消費拡大の基盤形成を図る。

活用した地域資源

九谷焼、茶道、イノシシ、創作料理、創作菓子

小松は豊かな自然と恵まれた農林水産物があり、伝統工芸や飲食業、食品製造・加工事業所もあるが、当地域経済におけるもう一つの大きな要素である第1次産業では、第2次・3次産業との連携、並びに販路開拓・需要促進につなげる仕組み・組織がなく、地場産業や地域の商工業者を会員とする、農業団体や行政とも連携出来る商工会議所への連携事業推進への期待が強まっている。

一方、平成23年度に実施した同プロジェクトの調査研究事業では、地元農産物等を活用した新製品開発による農産品等の知名度や付加価値力アップと新製品・加工品の地域ブランド商品化を目指す方向が示された。

本年度はこの結果を基に、農商工連携による地域資源を活用した商品開発力向上と、全国への販路開拓・消費拡大の基盤形成を図る。

アピールポイント

こまつの歴史と文化の象徴である「茶道」と「九谷焼」をキーワードに、「環境王国こまつ」の産物であるイノシシ肉を取り入れた、「地美絵 ZIBIE×AKAE一華一」ブランドを立ち上げた。これを小松の新しい魅力（産業資源）となるように、まず地元への周知とニーズ調査を行い好評を得ている。若い女性を意識した伝統の九谷よりライト感覚で仕上げた九谷赤絵の器と、懐石風にアレンジしたジビエ料理のコラボは、参加事業者間でも注目され、新たな分野への挑戦にも積極的に取り組んでもらった。今回のモニター参加者には、ブログなどでの情報発信を条件にしており、インターネットでの口コミ宣伝力にも期待している。フェイスブックページも開設し、「こまつ地美絵」で検索できる。

今後の展開

石川県小松市では2年後の北陸新幹線金沢開通に向け、首都圏からの観光客の誘客が大きな課題となっている。今回開発した「地美絵 ZIBIE×AKAE一華一」ブランドは、「地」地の恵み、「美」美味しいもの、「絵」九谷の絵付けに通じる美しいものと言う意味合いが込められたもの。今後は、今回開発したスイーツや九谷・赤絵の販売、小松に来て召し上がっていただく「地美絵」の広報・宣伝を行っていく。具体的には、「地美絵」を楽しんでもらう食イベントの開催や、首都圏での開発商品のテスト販売を予定している。



試作開発の食メニューについて説明する店主



モニターイベントでアンケートに回答する参加者



【曳山子供歌舞伎】

勸進帳の舞台である小松では、昔から曳山子供歌舞伎が盛ん。絹織物で栄えた小松では江戸時代より続く「お旅まつり」で曳山子供歌舞伎が毎年5月に上演される。



【那谷寺】

高野山真言宗別格本山である那谷寺は、岩や本殿を始め複数の国指定重要文化財建造物や名勝指定園があり、特に紅葉の時期は見事。



旅

「すし王国能登七尾」と七尾の観光資源のコラボによる情報発信事業

「すし王国能登七尾」と七尾の観光商品の コラボモニターツアー

プロジェクト概要

昨年度に実施した調査研究事業をふまえ、「すし王国能登七尾」の食ブランドの首都圏への情報発信を強化し、和倉温泉や一本杉通りの「花嫁のれん」等と連携し、北陸新幹線開業効果による交流人口の増加を七尾へ波及させるためのPR作戦を展開する。

活用した地域資源

能登前寿司(市内寿し店)、和倉温泉、一本杉通り花嫁のれん、石崎地区 なまこ・くちこ、能登島ガラス美術館、能登島水族館、辻口博啓スイーツ、長谷川 等伯、道の駅 能登食祭市場

北陸新幹線金沢開業を2年後に控える中で、首都圏から金沢まで1800万席がなくなる予定である。これを交流人口拡大の機会に、七尾の地域資源をアピールしていくための取り組みとして、「すし王国能登七尾と七尾の観光資源とのコラボモニターツアー」を企画した。

今回のツアーは、能登前寿司をメインに、七尾の「いきいき七尾魚」を使った、新鮮なわたの寿しをモニターに食べてもらい、能登七尾の魅力をアピールする。

この他、日本一の加賀屋をはじめとする、和倉温泉、花嫁のれん展で最近プレイクしている一本杉通り、直木賞を受賞した小説「等伯」の主人公である長谷川等伯の生誕の地である七尾等、観光文化資源も取り入れ、今後商品化していくためのモニターツアーを行っていく。

アピールポイント

モニターツアーとしての内容を充実するために、寿しをいかにアピールするかに腐心した。また、他の地域資源をどうツアーに盛り込んでいくかを工夫した。

アピールポイントは、能登七尾がもつ食資源、特に魚の鮮度の良さをメインに温泉、まちなか観光、長谷川等伯等、歴史的文化資源も盛り込んでツアーを企画した。

2回のモニターツアーの実施により、首都圏からのモニターに対して、七尾の観光ポテンシャルの高さをある程度アピールできたと思う。

地元新聞社をはじめ、マスコミにも能登前寿司とツアーの内容が大いに取り上げられ、商工会議所事業の取り組みとして内外にアピールできた。

また、今後のツアー企画商品として、旅行代理店からの問い合わせもあり、次年度以降の商品化へ向けての成果がみられた。

（能登前寿司とのんびり七尾づくりの旅） No.1

【1日目】
2013年 12月 15日(土)

【2日目】
2013年 12月 16日(日)

（能登前寿司とのんびり七尾づくりの旅） No.2

【1日目】
2013年 2月 1日(金)

【2日目】
2013年 2月 2日(土)

「すし王国能登七尾」と七尾の観光資源とのコラボモニターツアー

七尾商工会議所モニターツアーチラシ



①



②



③

- ①能登前寿司を堪能
- ②一本杉で沈金体験
- ③能登島水族館を見学

カイコと繭と紬のまち、上田地域伝統産業活性化プロジェクト事業

「上田紬」を扱うすべての事業者が集った、
究極の産学連携、農商工連携プロジェクト

プロジェクト概要

伝統産業を先端技術でリニューアルし、新たなビジネススキームを構築する。

活用した地域資源

上田紬、絹業資源、養蚕産業遺跡群

上田紬活性化支援事業「伝統産業を先端技術でリニューアル」上田商工会議所が中心となり、上田紬織物協同組合と信州大学繊維学部がコラボレート。原料供給も上田からとすることを目的に事業を実施。JA信州うえだ農協の協力も得て養蚕の復活を目指す。上田紬を扱う川上から川下までの事業者が集った。究極の産学連携、農商工連携プロジェクトである。

平成24年度は、上田紬の新たな市場とビジネススキームの検討、新技術開発（原料糸）による新製品の試作開発、ファブリック設計システムを用いた上田紬の設計（デザイン）、上田地域における養蚕業の新たな取り組みに関する検討（FS含め）養蚕・絹業資源を活用したツーリズムの検討を行った。

アピールポイント

- 上田紬活性化支援事業実行委員会の開催
上田紬を扱う川上から川下までの事業者が一同に集った。参加した委員からは、「どうして今までこの会議が持たれなかったのか?」と言われるくらいに喜ばれた。
- 具体的なマーケティング支援
上田紬の新たな市場とビジネススキームの検討では、上田紬織物協同組合の5つの工房を対象に「工房個別面接」を実施。国内だけでなく世界へはばたく上田紬の実像が見えた。また、専門家招聘事業を実施。上田紬はラグジュアリーブランドと相性が良い事もはっきりした。
- 養蚕の復活
「原料も上田から・・・」という上田紬織物協同組合の希望を実現させる。信州大学繊維学部農場部門教授陣の協力・指導を得て平成25年春から養蚕事業を復活。同時に養蚕農家も募集している。今なら当時の経験者、道具も揃う。今やるしかない。

今後の展開

- 上田紬織物協同組合の希望する細織度の糸、そして織り
信州大学繊維学部感性工学課程において感性評価試験を実施予定
- 養蚕事業を軌道に乗せる
平成25年春、夏、秋の養蚕を実施する予定。
- 絹業資源・産業遺跡・養蚕体験を観光ツーリズムで組む
平成24年12月に国の重要文化財指定を受けた（株）笠原工業所有常田館製糸場を含めた観光ツーリズムを企画しモニターツアーを実施する。



絹の原料となる繭

織られるのを待つ糸



旅

EVを活用した新たな観光モデル推進事業

EV(電気自動車)を活用した「環境配慮型山岳観光」を提案

プロジェクト概要

松本市は松本駅を中心に西に上高地・乗鞍高原、東に美ヶ原高原を有する全国でも有数の山岳観光地である。そこで、「エコツーリズムと着地型観光」を推進するため、新たな交通手段と観光ツールとしてEV(電気自動車)を活用した観光モデルを展開する。

活用した地域資源

EV(電気自動車)

松本市は東に美ヶ原、西に乗鞍・上高地と山々に囲まれるとともに、松本城を中心とする城下町である中心市街地には歴史と文化をイメージさせる風情ある景勝地である。また、松本は健康寿命延伸都市を標榜し、よりよい環境のなかで人々が「住みやすいまち」を目指しており、多くの観光客に「環境配慮型山岳観光」を楽しんでもらうため、ここ数年普及傾向にあるEV(電気自動車)を活用し、「まちと大自然の環境にやさしい」新たな観光スタイルを提案している。

本事業では、市内ならびに美ヶ原地区・乗鞍上高地地区に配置されたEV充電設備を利用した観光モデルの提案。マップを作成し、広く観光客ならびに県外メディアなどを通じてプロモーション活動を行っている。

アピールポイント

「電気自動車」と「観光」のつながりを意識し、自然環境豊富な土地柄を活かすための広報施策を展開しているが、本年はプロモーション活動に多くをさいて事業実施を行っている。柱として「紙媒体」「電波媒体」「イベント出展・主催事業」の3つとし、全国ブランドの雑誌によるオリジナル着地型パンフレットの作成。BSデジタル放送・地上デジタル放送を利用したテレビ番組のコーナー買い取りによる放送、展示会への出展と自主事業である「EVラリー」の実施など「電気自動車と環境観光」の融合をアピールし、県外からの問い合わせもあった。また、山岳地域に充電施設を持っているため、LOHAS指向の高い観光客には非常に好評である。

今後の展開

現在、上高地には「マイカー規制」があり一般車両の乗り入れを規制しているなかで、バス・タクシーが輸送の大部分を占めている。そこで、現在市内を走っている「EVタクシー」を上高地への輸送手段として利用することにより、より一層の環境配慮型観光の訴求度が上がるものと思われる。今後は、告知活動に加えより実質的なEV観光のモデルパターンを構築していきたい。



【上高地】



【美ヶ原高原】



【国宝松本城】

旅食

医聖永田徳本先生に学ぶ新しい健康産業「徳本薬草のまち岡谷」

岡谷から新しい健康産業を展開する 「徳本薬草のまち岡谷」

プロジェクト概要

医聖永田徳本先生が世のため人のために生き抜いた混迷の戦国時代。薬草の大家でありながら、伝承に縛わるその人柄を学ぶことにより、岡谷から新たな健康産業（薬草による6次産業）を展開し、産業の活性化・雇用の創出を目指す。

活用した地域資源

医聖永田徳本先生 薬草の大家

医聖永田徳本先生が世のため人のために生き抜いた混迷の戦国時代。薬草の大家としての、伝承に縛わるその人柄を学ぶことにより、岡谷から新たな健康産業（薬草による6次産業）を展開し、産業の活性化・雇用の創出を目指し、医聖永田徳本先生に学ぶ新しい健康産業「徳本薬草のまち岡谷」を目指す。一つとして人材育成による、スーパー研究者の育成。徳本先生の人間性を大切にしながら、薬草に詳しい人たちの底辺の拡大、養成を目指す。また、元気で長寿(118歳)徳本先生のまちづくりとして、産業観光の集客を期待。岡谷の生糸(小坂桑)の復活を目指し、養蚕業の新たなビジネスモデルを考え、子供たちに夢を提案、新しい発想を行動に移すことの大切さを訴える。薬草については付加価値の高い徳本薬草のまち岡谷に相応しい薬草を厳選する。

アピールポイント

大きく4つの事業を推進した。

①人材育成(和漢薬専門家育成)

元気で長寿の方々が多数、徳本先生(118歳)にならったまちづくりとして着眼され、長寿県の長野の一翼を担い、健康長寿のモデル事業として集客に期待。

②薬草商品(地産地消による不老長寿)

薬草(桑)に焦点を絞り込み、葉物、実、根に分類し付加価値の高い、品質管理された、お茶・お酒の開発。

③薬草と精密(医療健康型新ビジネスモデル)

農工商連携、6次産業化による卓上薬草製造ユニットの開発。

④健康観光(予防健康産業への提言)

健康管理維持増進を目指した、ヘルスツーリズム和漢薬予防医療型健康観光産業を目指す。



医聖永田徳本先生肖像画

今後の展開

人材育成事業の集結として食育同源の立場から、薬草を通して元気な子供たちの食育を提案する。また、薬草関連新商品を販路にかける。

- ・薬草茶(桑の葉を中心に新商品、不老長寿の徳本先生18文薬草茶)
- ・薬草酒(桑の実、日本酒からなる桑榲酒、不老長寿の徳本先生18文薬草酒)
- ・徳本薬膳(季節毎の信州岡谷に相応しいリピーター型のレシピ「徳本薬膳」の開発)
- ・岡谷ブランド(小坂桑)を確立し、桑の実、桑の葉、木樹、根の新商品化(シルク岡谷の原点に立ち戻り小坂桑と蚕による新商品群を検討)



永田徳本の籃塔



牛にまたがり18文(画 永山 久夫)



アクリルピンク盤



小坂桑苗木



【諏訪湖八ヶ岳】

富士山に見える箱庭百景の一つ、風光明媚 諏訪湖八ヶ岳

北海道
東北
北陸信越
関東
東海
近畿
中国
四国
九州・沖縄

旅技

中山道下諏訪宿「神宿る下諏訪温泉」漫遊記

旅館の女将と若旦那が 観光客を案内するツアーを構築

プロジェクト概要

平成23年度の調査研究事業の結果を基に、滞在時間の延長と宿泊者数の増加を目指し、事業者主体の事業実施に結びつけ地域の活性化に繋げる。

活用した地域資源

中山道下諏訪宿、下諏訪温泉

江戸五街道の中でも中山道と甲州街道が交わる要衝として、また中山道随一の温泉宿場町として栄えた下諏訪宿も時代の流れとともに衰退の波に飲み込まれはじめてしまった。

その中で、江戸時代の頃の賑わいを少しでも取り戻せるようにと宿場イメージの向上と知名度のさらなる飛躍、受入体制の構築を視野に入れて旅館と商工会議所と観光協会が一体となり、滞在時間の延長と宿泊客の増加に向けた取組の一環としておもてなしツアーの構築を目指し、本事業への取組が開始された。

また、旅館再生と宿泊客の純増を図り、観光消費額を増加させる仕組み作りとして、新規顧客の獲得に向けた取組と併せてリピーター化に向けた受入体制についての検討を始めた。

アピールポイント

中山道下諏訪宿に掛け流しの温泉旅館がある事を、知らない方がたくさんいる事が調査結果から判明し、いきなり宿泊客を増加させる難しさを痛感した。そこで、旅館の女将と若旦那が直接観光客を案内し、自らのファンを捕まえる仕組みとして、ツアーを構築し、宿泊客に限らずどなたでも宿場内をご案内できる取組を企画し実施した。

まだまだ個人客が対象だが、魅力あふれる名物女将の語り口調や若旦那の真摯な説明が受け、大変好評であるとともに、実施している女将や若旦那が案内する楽しみに目覚めはじめ、積極的にコース提案を考えるようになった。

今後の展開

今後はさらに案内の練度を増し、団体などについても受入ができるようにしていければと考えている。特に下諏訪温泉はエージェントと契約を結ぶような大きな旅館は無く、若旦那や女将のご案内を通しての旅館のPRが宿泊に結びつくのではないかとこの思いから、ただの案内人になるのではなく、案内した人と友達になる感覚で下諏訪温泉のファンを増やしていける取組を継続していきたい。将来的には宿泊とツアーをセットにした販売方法を着地型ではなく発地型商品として提案できるようにブラッシュアップする。



【諏訪大社 下社 秋宮・春宮】
全国にある諏訪神社の総本山であり、4社あるうちの下社秋宮と春宮が下諏訪町内に鎮座している。特に、春と秋で神様がご遷座されるのは全国でも珍しい。
写真は「今年1月開催のフォトグラファーマインレジデンスで撮影された優秀作品」



【万治の石仏】
故岡本太郎画伯をして面白いと言わしめた貴重な石仏（せきぶつ）様。名前の由来は1660年（万治3年）11月1日建立の記載からきている。また、首が伸びたとテレビに取り上げられたことも。



【国定公園八島ヶ原湿原】
日本最南端にある12,000年の時を刻む高層湿原。貴重な動植物の宝庫であり、現在でも湿原は1年間1mmづつ成長を続けている。



食旅

峠の合戦食開発プロジェクト事業

「富倉そば」と「謙信笹ずし」で 「峠の合戦食」ブランドの構築を目指す

プロジェクト概要

飯山の歴史文化が育んだ富倉そばや笹ずしを地域資源として、北陸新幹線飯山駅開業に向けお土産やお弁当での活用を行い、併せて飯山駅を拠点とした広域観光プランの提案を行う。さらに首都圏との戦略的交流により地域全体の経済の底上げを図る。

活用した地域資源

謙信笹ずし、富倉そば

新潟県との県境にある飯山市には、峠の街道沿いで生まれた歴史や文化、知恵が埋もれている。特に幻のそば「富倉そば」と、戦国時代に上杉謙信が川中島の戦いでこの峠を越える際に、集落の民が献上したといわれている野戦食「笹ずし」は峠の富倉地区に伝わる郷土料理であるが、どちらも手間ひまがかかるうえ、集落の高齢化による伝承の担い手不足から伝承存続の危機にある。

本事業ではこの二つの郷土食の魅力地域資源と捉え、さらに新しい商品開発を加えることにより、「峠の合戦食」というテーマに沿った食のブランドの構築を目指すことを目的としている。また、古くからの峠や街道沿いの文化と全長80kmの信越トレイルのトレッキングルート、森林セラピー基地などを活用した歩く旅、食文化を感じる観光プラン作りを取り組み、ストーリー性のある着地型観光に結びつけることの検討も併せて行っている。

2015年春の北陸新幹線飯山駅開業に向け、ニーズの高まりが期待されているお土産やお弁当の開発や飯山駅を拠点とした広域観光プランの提案などを最初の切り口として事業展開を行い、新しい地域ブランドの構築を目指すとともに、「食」から地域文化を見直し、飯山でしか味わえないおもてなしで魅力を創出し、さらに首都圏との戦略的な交流を重ねながら、地域全体の経済活動の底上げを図ることを目的としている。

アピールポイント

①後継者育成と関係者の連携

高齢化による担い手不足を解消するために、伝承の受け皿づくりと事業化しやすい環境作りを目指している。そのため会議体には行政や参画事業者、生産者、地域住民が参加し、連携を図っている。

②「峠の合戦食（笹ずし）」の新商品の開発と土産品、お弁当などへの活用

飯山で採れる四季を通じた豊富な食材を活かした新商品の開発や長野県選択無形民俗文化財に認定された押し寿司タイプ復活の検討や土産品、贈答品、お弁当などへの活用とその開発に取り組んだ。併せて、広く商品を広めるためのプロモーション（地域ブランドイメージのビジュアル化やパッケージ、パンフレット制作）や「勝負メシ」としての利用検討はマスコミ等にも取り上げられた。

③「峠の合戦食」をもとにしたテーマ別観光商品の造成

北陸新幹線飯山駅を利用しての観光を見据えた商品開発を考え、知名度の高いそば処（例：戸隠、十日町へぎそば）との連携や広域観光プランを考えるモニターツアーを実施した。また、首都圏との地域間連携を以前から飯山市と関係のある地域（例：埼玉県川口市、法政大学等）と積極的に行い、戦略的な地域間交流によって安定した集客に取り組んだ。

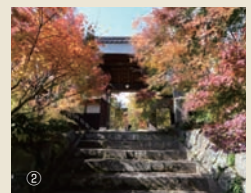
今後の展開

笹ずしについては、新しい具材の開発やお弁当利用について、さらなる検討が必要との反省もあり、参画事業者が協議会として団結し、事業の取り組みを進めることとなった。地域内で販売店舗が少ないことから、空き店舗利用や起業支援も併せて行っていく予定。

また、富倉そばについては、特別な製法であることから、その価値や魅力をしっかりと伝えるツール（パンフレット、HP）などの利用、製作が必要と考えている。

さらに、全国展開にあたり、首都圏を中心に、展示会やイベントなどを積極的に利用し、PRに努めたい。

後継者育成も視野にいれ、1ターン相談会などでそば打ち体験を行うなど、「起業」にむけた取組みへの展開も考えている。



①【菜の花公園】唱歌「朧月夜」が詠われた場所。毎年5月3日～5日には「いいやま菜の花まつり」が開催される。

②【寺めぐり遊歩道】各寺社をつなぐ石畳風の小路。のんびり歩けば寺のまわりの風情や歴史を感じることができる。

③【高橋まゆみ人形館】飯山に暮らす人部との素朴で表情豊かな創作人形が約100体展示されている。



食

傷・規格外等の農産物を用いた高付加価値食品の開発

「にっこり梨」で鹿沼の新たな特産品の創出

プロジェクト概要

鹿沼商工会議所青年部で開発してきた「にっこり梨」を用いた加工食品の高付加価値食品化と販路を構築するため、様々な「食」に関する展示会や商談会等への出展などを展開していく。

活用した地域資源

にっこり梨、トマト、そば粉、蕪、さつきポーク、まいたけ、蒟蒻

栃木県には、日本でも指折りの農作物が数多く存在するものの、それらの素材感をしっかりと活かした地場産加工品が少ない。また、農作物においては「とちおとめ」がダントツの知名度を誇っているが、それ以外の農作物においては食品加工業者も新商品開発用の素材として目を向けない状況である。今回、主要原料の一つとして使用した「にっこり梨」においても同様で、希少品種ゆえに高級梨として都内百貨店等では高値で取引されているが、現実には収穫時期が遅く生産者側も品質管理が手薄になり作付の少なさに反してB品や売れ残り等のロスが多い品種となっている。これらの素材を有効活用することで鹿沼の新たな特産品の創出と素材そのもののPR、ブランディングに繋げ、また生産者側には加工や販売分野との交流を持つことで6次産業化への推進、中小企業側へは地域資源活用や農商工連携事業へのきっかけづくりを目的に実施していく。

アピールポイント

『本当に売りに結びつく商品開発』にはタイムリーな判断と臨機応変な対応が不可欠。その為、本事業においては委員会組織を作らず鹿沼商工会議所青年部が事業の運営を行ってきた。自由で奇想天外なアイデア、そして様々な技術の応用により多くの試作品が生まれ、その中から「にっこり梨&とまとのギモーヴ」「にっこり梨パイ」「にっこり梨&とまとゼリー」そして「梨あんまん・梨肉まん」を商品化…全国でも『ここにしか無い商品』ということで展示会等を通し多くのバイヤーと商談の機会が得られた。また当青年部の本事業における取組は、先進事例として県内各関係機関等へも影響を与え、いたるところで事例発表やパネルディスカッションの講師に招かれている（いずれも青年部メンバーが講師を分担）。

今後の展開

鹿沼商工会議所青年部発のオリジナルブランド「pairPeaRpair」シリーズの販路拡大を目的に引き続き展示会等への出展を継続。同じ商品でも地産地消用として全国展開用と原料、製造方法（手作り・OEM生産）の異なるものを用意し展開する。また、これまでの事業取組を通し青年部メンバー同士の農商工連携認定や県補助事業の採択、経営革新計画認定など個々の事業者のスキルアップにも繋がっており今後は今まで培って来たノウハウ、技術を青年部メンバーが地元生産者や企業にアドバイスできる体制へと発展させたい。





食

大田原とうがらし逸品グルメ開発事業

とうがらしの郷・大田原が「大田原さんたからあげ」を開発

プロジェクト概要

とうがらしの郷大田原のシンボリックな商品開発。「呼ぶ」から「探す」への転換を図る。全国の辛いものファンのもとへ…。

活用した地域資源

栃木三鷹唐辛子

とうがらしの郷づくりを進めて7年が経過し、生産面積、収穫量ともに増加し、唐辛子商品も約50種類が販売され、市内外から「とうがらしの郷大田原」として広く認知されるようになった。しかし、統一コンセプトがないうえに近隣観光施設や観光客のニーズの把握が出来ておらず、目に見えた誘客が図れていない。そこで、平成23年度に地域力活用新事業の全国展開プロジェクトの調査研究事業の実施により、商品開発の脆弱さ、開発プロセスの閉塞感などの問題点が浮き彫りになった。しかしながら、大田原の地域資源としては魅力的な素材であることは確かで、そのPR方法、商品の開発基準などアプローチを変えて展開すれば、大きく発展する可能性があると考え、本年度は商品開発プロセスを見直し、ターゲットになる消費者を巻き込んだ開発プロセス、一定のルール作りなど、各店舗共同での統一したシンボリックな商品を新たに開発していくため、本事業を実施した。

アピールポイント

これまでの作り手側による「作りたいもの」や「作れるもの」の発想から、買い手（消費者）側が求めるものという視点に立った商品開発を実施した。

実際に一般消費者を集めたワークショップは初めての試みであり、こうした経験は、参画事業者、事務局にとっても大きな財産となった。本事業では限られた期間の中での開発作業で、日程の調整や時間確保などで苦労があったが、関係者の熱意により、多くの時間を共有し作り上げたことで、参画事業者同士の絆が生まれた。また、今回のような消費者からのアプローチによる過程では、今後の商品開発に対する意識も大きく変わった。

また、実際に出来上がった「大田原さんたからあげ」は、今後とうがらしの郷の事業展開に重要な役割を果たしていく、さまざまな可能性を秘めたものが出来上がった。

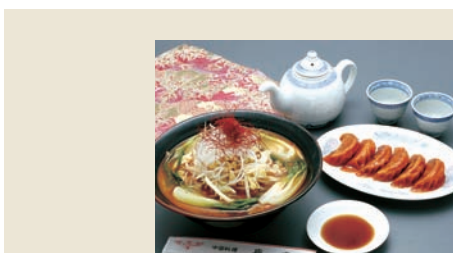
今後の展開

「大田原さんたからあげ」を全国展開するために、まずは地元の地盤回めをしたい。

本事業の経過は当市行政でも注目・期待をいただけており、予算のバックアップも得られそうで、平成25年度では、本格的な販促・PR活動を行っていく。

それと同時に既存の商品に対しても、本事業の開発過程を参考に消費者ワークショップを開き商品の見直しを進め、「大田原さんたからあげ」を中心にした「大田原とうがらしグルメの食べ歩き」事業を展開したいと考えている。

地域での認知度を上げるとともに、全国の辛いものファンへ発信できるよう、各種イベントへの参加や旅行会社とのタイアップなどして進めていきたい。



【とうがらしを使った中華料理】



【とうがらしを使った和菓子】



【ゆるキャラ 与一くん】

北海道
東北
北陸信越
関東
東海
近畿
中国
四国
九州・沖縄

技旅

織物のまち「知知夫」が復活～繊維産業の付加価値向上プロジェクト～

「秩父銘仙」の復活で 「織物のまち秩父」のファン創造

プロジェクト概要

産地ブランドの構築による消費者向け高付加価値販売チャネルの開拓および産業観光の仕組みづくりのため、試作品開発や展示会でのテストマーケティング、工場見学、染め体験などを組み合わせたモニターツアー等を行う。

活用した地域資源

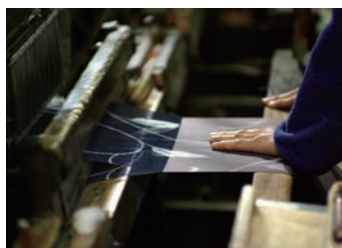
秩父銘仙、秩父銘仙デザインアーカイブ、秩父ちぢみ、秩父神社、秩父夜祭、ちぢぶ銘仙館

秩父地域は、かつて「秩父銘仙」に代表される全国有数の絹織物産地であった。「秩父銘仙」は、平織りで裏表がなく、ほぐし捺染と呼ばれる独特な製法とそこから生まれたほぐし模様の特徴がある。明治後期から昭和初期にかけ手軽なおしゃれ着として若い女性たちの人気を集めた。消費者ニーズの変化や輸入品との競争激化などの要因により織物産業は大きく縮小したが、当時の技術はいまも数少ない職人の手によって守り続けられている。

本プロジェクトでは職人の技術、数多く残るデザイナーアーカイブを核として、これからの生活スタイルに合わせた未来志向の商品開発、あわせて「織物のまち秩父」のファン創造につながるような取り組みを実施した。



クラフトツアー



いまでも変わらないほぐし織りの技

アピールポイント

- ①秩父織物フェスティバル
「秩父祭屋台」指定50周年記念事業秩父祭笠鉾特別曳行に合わせ秩父織物フェスティバルを開催した。織物関連商品の展示、染め体験コーナーの設置、銘仙ファッションショーなどを実施、試作品と観光開発のモニタリング調査を行った。インターネットなどの媒体を活用し、多くの着物ユーザーに会場いただいた。
- ②クラフトツアーの実施
クラフトに関心のあるバイヤー6名を招聘し、秩父の織元を巡るクラフトツアー（工房ツアー）を開催した。最新のトレンドについての情報提供や各工房に対するマーケティング戦略上のアドバイスをいただいただけだけでなく、売り手と作り手がコラボした試作品開発にも結びついた。

今後の展開

- 商品化の方向性と誘客のための仕組みづくり
商品化の方向性として、
- ①評価の高かったデザイン（復刻銘仙柄）ラインナップの拡張、
 - ②売り手を含めた即効性の高い商品開発、
 - ③有力な老舗メーカーと連携したマーケティング戦略、
 - ④統一ブランド化の推進など、を行う。
- また誘客のための仕組みづくりとして、
- ①織物フェスティバルの拡充による着物ファンの定着化、
 - ②織物の歴史的背景を活かしたイベントの実施（布市など）、
 - ③クラフトツアー実施による交流の促進、を行う。



【秩父神社】
武蔵国成立以前より栄えた知知夫の総鎮守として創建。現在の社殿は徳川家康公が寄進、江戸時代初期の建築様式を留め、埼玉県の有形文化財に指定されている。



【ちぢぶ銘仙館】
秩父織物、銘仙等、歴史上貴重な資料の展示や伝統的技術を伝承するための施設。昭和初期の面影を残す。平成13年10月、国の登録有形文化財に指定。



【秩父礼所】
秩父三十四カ所の観音霊場は、板東三十三カ所、西国三十三カ所とともに日本百番観音に数えられる。安らぎと御利益を与え、庶民の心の支えとなっている。

技
旅

埼玉産エコレザーと革職人の技が実現する「レザータウンSOKA」

地産地消の実現に向け、埼玉産「エコレザー」を使用した商品開発で「レザータウンSOKA」をアピール

プロジェクト概要

当地域は、「素材から製品加工まで」を地域内で一貫して製造できる全国的にも珍しい皮革のメッカである。革職人の技と、埼玉産の原皮からつくる高級革素材「エコレザー」の双方にスポットをあて、「レザータウンSOKA」の構築に向けて取り組む。

活用した地域資源

日本エコレザー基準(JES)に適合した埼玉産の原皮からつくる高級革素材「エコレザー」と、革職人の技が創るレザーグッズ

草加市を中心とした地域には、180社を超える皮革関連企業があり、「素材から製品加工まで」を地域内で一貫して製造できる全国的にも珍しい地域となっており、「レザーグッズの名品」も当地域から数多く生まれている。これは、昭和初期に東京都内の皮革関連企業の多くが豊かな水を求めて当市エリアに移転してきたことが時代背景にあると言われ、素材についても牛、豚、羊、山羊、爬虫類革、毛皮といった、皮革素材全般を扱っている、他の国内皮革産地とは異なった地域である。

そこで、当市を中心に活動している皮革3団体(埼玉皮革関連事業協同組合・埼玉県皮革産業協議会・埼玉県部落解放同盟草加支部)、そうか革職人会と連携し、埼玉県内で調達できる牛革(武州和牛)と豚革(武州豚)等を使用した、日本エコレザー基準(JES)の牛革2色、豚革4色のエコレザーを素材に試作品開発に取り組むことで、当エリアの皮革関連産業の活性化と、いきでいなせな街「レザータウンSOKA」としての観光産業化を目指す。

アピールポイント

今回開発した22種類の試作品は、バッグや小物類のほか防災用品4点などとなった。展示会等における評価は上々であり、参画した皮革事業者からは「生産体制や営業体制を整え、早期に販売できるように準備を進めていきたい」との要望がでた。短期間の取り組みではあったものの、1年目の実施目標を概ねクリアすることができた。

今後の展開

- ・エコレザーならびにレザータウンSOKAの啓蒙活動強化
- ・22種類の試作品を改良するとともに、エコレザーグッズのギフトシリーズのラインナップを充実させ、販売支援に移行する
- ・若手革職人(後継者)育成プロジェクトをインターンシップ事業などと連携しスタートさせる
- ・「レザータウンSOKA」イベントのプロデュースと開催



【草加松原遊歩道(634本の松並木)】

東武スカイツリーライン・松原団地駅東口から旧日光街道(県道足立越谷線)に出ると、綾瀬川沿い一帯に美しい松並木が広がる。江戸時代から「草加松原」「千本松原」などと呼ばれ、日光街道の名所となっていた。東京スカイツリーの高さ634メートルにちなみ、平成24年4月に11本の苗木を新たに植樹し、計634本となった松並木。その距離は約1.5キロメートルにもおよび、ゆったりとした石畳の散策道に整備され、市民の憩いの場となっている。



【草加せんべい】

草加周辺では昔から、せんべいが手軽な携帯食として親しまれていた。それはこの地が良質な米と水、野田産の醤油など、せんべいの原料に恵まれていたから。そして当時盛んだった舟運によって江戸に運ばれた草加せんべいは、粋な江戸っ子好みの菓子として評判を呼び、不動の人気を獲得した。現在、市内にあるせんべいの製造所や販売所は60軒以上におよび、名実ともに草加市を代表する名物となっている。



【小松菜B級グルメ】

第8回埼玉ご当地B級グルメ王決定戦において、「草加小松菜チミバーガー」が優勝。せんべいに続く、新たな草加名物が誕生した。

旅技

「集まれ愛犬家!」みたけ山「おいぬさま」活性化プロジェクト

愛犬家をターゲットにしたみたけ山「おいぬさま」活性化プロジェクト

プロジェクト概要

ペット同伴来訪者をターゲットに据え、ニーズに合わせてソフト・ハード面を強化する。「山歩きルートの開発」「ご祈祷グッズの充実」「ご当地ペットフード」等の開発などの施策を検討・検証することにより、新規顧客の開拓、リピーター増を狙う。

活用した地域資源

武蔵御嶽神社と神の使いの大口真神（神の使いの狼。一般に「お犬様」とよばれている）

青梅市は、秩父多摩甲斐国立公園の玄関口に位置し御岳山や御岳渓谷、吉野梅郷など自然に恵まれた地として知られ、休日には多くの人々が訪れる都内屈指のアウトドアスポットになっているものの、当地域の入込観光客は微減となっている。一方、武蔵御嶽神社がある御岳山の山頂には38軒の集落があり、24軒の宿坊、10軒の飲食・お土産物店が営業しているが、近年山岳信仰の衰退による宿泊客が減少している。

昨今、御岳山は都心から近い山歩きの場として中高年のハイカーや山ガールに親しまれ、また「パワースポット」としても人気を集めて、入込客は増加しつつある現状である。しかし一方で、宿泊客は少なく日帰りの観光地としての需要が高く、宿坊（宿泊業）は宿泊から日帰り需要にシフトせざるを得ない状況となっている。

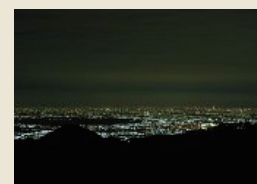
このような状況を打破するため、「みたけ山『おいぬさま』活性化プロジェクト委員会」を設置し、地域資源である「おいぬさま（狼）」と昨今のペットブームと結びつけ「ペット」同伴でも安心して楽しめる観光地とするため、「わんちゃんのハイキングコース」の設定や「ご当地ペットフード」の開発に向け事業を実施した。

アピールポイント

御岳山に訪れた犬連れの方と一般の方をすみ分けする事で、双方がより快適に楽しんでいただくために3コースの「わんちゃんハイキングコース」を設定した。3コースについて、それぞれモニターツアーを開催し参加者からコースに関する印象や「ご当地ペットフード」の試作品についてのニーズ調査を実施した。モニターツアーには東京や神奈川、埼玉などから186組の応募があり、関心の深さが窺えた。応募者の中から抽選により43組が参加、概ね好評であったが、案内板の整備やペット連れのマナーに関する啓蒙など、今後に向けての課題も見つかった。

今後の展開

モニターツアーのアンケート調査の結果を踏まえ「わんちゃんハイキングコース」の整備や案内板の充実と、ペット連れのマナー啓蒙により「ペット連れと一般来訪者の共存」を推進する。また、今後も「ペット連れ」のニーズは十分に期待できるので、オフ対策として「ペット連れ」に関するイベントの開催や「ご当地ペットフード」の商品化に取組む。



【御岳山】
秩父多摩甲斐国立公園の表玄関にそびえる御岳山は、標高 929 m、古くから霊山と崇められた信仰の山。頂上付近からは、筑波山、都心の高層ビル群や東京スカイツリーをはじめ、房総半島、横浜ランドマークタワーまでも望むことができる。



【御岳渓谷】
御岳渓谷は、秩父多摩甲斐国立公園でも特に美しい清流美として、環境庁から日本名水百選に指定されている。両岸には、約4kmもの遊歩道が整備されており、四季ごとにその様相を華やかに変える渓谷。



【青梅宿】
JR青梅線青梅駅を下車すれば、そこは数々のなつかしい邦画・洋画の映画看板で彩られ、当時の生活雑貨を集めた博物館もある青梅のまち。

- ①みたけ山「おいぬさま」活性化プロジェクト委員会風景
- ②「わんちゃんハイキングコース」モニターツアースタート地点
- ③モニターコースの途中
- ④おいぬさまドライゼンブル
- ⑤愛犬のご祈願



食

牛乳宅配モデルを活用した津久井在来大豆の健康機能食品開発

「津久井在来大豆」を活用した健康配慮型の食品開発と牛乳宅配市場への供給

プロジェクト概要

神奈川県が拡大を目指している、津久井在来大豆の利活用プロジェクト。小規模企業でも全国展開が可能な成長ステージの構築と、「かながわブランド」に認定された津久井在来大豆厚木産の商品開発と地域の宅配牛乳店の顧客を販路に解決を図る。

活用した地域資源

津久井在来大豆、かぼすビール、七沢どぶろく、芋焼酎、豆乳プリン、大豆のシフォンケーキ、豆腐（絹織）、津久井在来大豆十三割味噌、大豆のおいしいコロコロビスケット、大豆のおいしいごまココア、大豆のおいしいほうれんそう、木工クラフト製品

津久井在来大豆は、古くから相模湖周辺地域で栽培されてきた在来種で、豆腐づくりの大豆の代表品種である「エンレイ」に比べて甘味が強いことが特徴となっている。神奈川県ではこれを「かながわブランド」として認定し、今後の展開方向を模索する状況にある。

厚木市も津久井在来大豆の主要な生産地であることから、これを中心に地域資源を活用した健康配慮型の食品開発を行い地元小規模事業者の事業規模に見合うビジネスの可能性を追求する。

こうした新商品を牛乳宅配市場へ供給することを実現させ、高齢者などの買い物弱者、健康意識の高い層、食の安全にこだわる子育て層などを中心ターゲットとして、ソーシャルビジネスのモデルに発展させる。

アピールポイント

- ・市場調査の実施（5月）
牛乳宅配利用者へのアンケートは牛乳宅配サービスの利用状況、「津久井在来大豆」を使った商品等に対する希望・利用の可能性を探る。
- ・宅配モニター調査の実施（第1回調査9月中旬、第2回調査11月上旬）
牛乳宅配利用顧客に対して津久井在来大豆の開発商品（試作品）のモニター募集を行った。
- ・試作品の内容
①大豆シフォンケーキ②豆乳プリン③小町とうふ（絹織）④おいしい大豆のころころビスケット⑤おいしい大豆のほうれんそう⑥おいしい大豆のごまココア
モニターに対して新たな商品開発を牛乳との同時宅配サービスの市場を活用し、試験的に商品配布を行い顧客ニーズの把握、チラシによる商品 PR と注文による顧客評価を得る調査を実施した。
- ・イベントへの参画
あつぎスイーツランド 2012、あつぎ元気市民朝市、あつぎ七沢森のまつり、厚木の地域資源を活かした特産品の試飲・試食会、津久井在来大豆を活用した食品 PR と、関連する地域資源の活用を通じた地域振興への取り組みの情報発信を展開した。

今後の展開

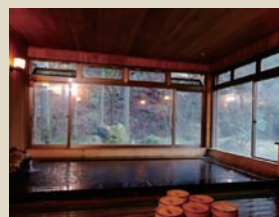
「あつぎの地域資源を活用したまちづくり」という視点から農商工連携を進め「食」をテーマに各メンバーの経営資源の活かし方、特産品開発、全国展開を目標とした販売戦略などについて研究し、厚木ブランドを育成するビジネスモデルを考察していきたい。



【とん漬】
厚木市は昔から養豚が盛んで、新鮮な豚肉を手に入れた。その豚肉を特性の味噌に漬けた「とん漬」は特産品の一つになっている。



【七沢森林セラピー（ノルディックウォーキング）】
森林の持つリラックス効果やストレスを軽減させる効果を活用して心と体の健康維持増進を図る。



【東丹沢七沢温泉】
宝永年間に岩間に湧く水に傷ついた蛇が身をくゆらせる姿から「くすりの水」として地元の人々に知られ、泉質の確かな違いから「谷戸の湯」と呼ばれている。



旅

富士山駅・富士信仰を活用した観光施策(サービス)開発事業

「富士山駅」「富士信仰」を活用した観光拠点づくり

プロジェクト概要

国の内外から年間1,800万人を超える観光客が訪れる日本有数の国際観光地である富士山・富士五湖地域の中心都市である富士吉田市の富士山駅と地域の資源である歴史・文化、自然環境等を活用した富士山観光の拠点づくりを図る。

活用した地域資源

御師宿坊の町並み、富士山、吉田口登山道、自然公園法特別地域4,300haの豊かな森林地域、富士吉田市の水(富士山に降り注いだ雪や雨が25年のときを経て飲料水となる)

富士吉田には、世界文化遺産の重要な構成資産である「富士信仰」の拠点である北口本宮富士浅間神社と御師宿坊で発展した街があり、江戸時代から唯一残る「吉田口登山道」を有している。また、平成23年7月に富士吉田駅が「富士山駅」へ改名されたのを絶好の機会と捉え、かつて富士信仰の拠点であった歴史や文化を活かし、国内外から来訪する多くの観光客を迎えられる「富士山観光の拠点づくり」の実行に向けた調査・研究を地域と一体となって行い、富士吉田市の活性化を図ることを目的とする。

実施体制は、研究者と地域関係者で構成する委員会を設置し、協議や意見交換を行いながら進め、事業主体となった地域住民や商店会、市民グループ等が慶應義塾大学SFC研究所(教員、研究員、学生)の支援を受ける中で様々な施策を実行し検証する。

アピールポイント

御師宿坊のまち並みについて、共通のデザインによるフラッグとともに、商店ののれんの設置が進むことにより、街の一体感や雰囲気向上させることができた。

また、上宿得の御師宿坊5軒のタツ道と国重要文化財である旧外川家住宅駐車場に、個々の御師宿坊および御師宿坊の町に関する解説版を試行的に設置し、訪れた人々および御師の方々から好評であった。

富士山北口御師団の団員の内、37軒が提灯を設置。提灯は祭りの際、掲げられまち並みの雰囲気も良くなったと好評であった。さらに、報道機関などに多く取り上げられ、関係者や市民の意識レベルに変化がもたらされ、参画意識の向上を図ることができた。

今後の展開

本年は社会実験として、御旅所ひろばイベントやモニターツアーなどを実施し、事業化に向け、アプローチの仕方など再度考察することができた。また、来年度に向けた様々な提案も慶應義塾大学から行われている。

さらに、本プロジェクトと別に富士吉田をブランド化する取り組みおよび市民の購買を通じての貯金機能とその使い方を決める機能を有する市民財団を設立する計画がある。これらのプロジェクトを有機的に結び付け、更なる進展を図っていく。



【御師宿坊の町並み】



【吉田口登山道】



【富士吉田から見た富士山】



旅

西美濃のおもてなしをテーマとする誘客促進事業

西美濃の名所及びイベントの情報発信と「西美濃おもてなしバスツアー」を開催

プロジェクト概要

愛知、三重、滋賀をターゲットとして、奥の細道むすびの地記念館、水門川舟下り、産業観光施設などの地域資源を活用し、おもてなしツアーの開発とPR活動に取り組む。将来的には旅行会社による商品化を目指す。

活用した地域資源

奥の細道むすびの地記念館、水の都おおがきたらい舟（イベント）、木枘作り体験、和菓子作り体験、大垣城、関ヶ原古戦場、養老公園、お千代保稲荷、三輪酒造酒蔵、飛騨牛

当所が、平成23年度に地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトを活用して行ったおもてなし調査から、大垣市や西美濃地域における、観光客の満足度や人気度が高い観光名所、イベントとは、奥の細道むすびの地記念館や水門川舟下りということが分かった。

奥の細道むすびの地は、平成24年4月に記念館がオープンし、水門川舟下りは、平成23年からJR東海とのタイアップにより運行回数が拡大されるなど、当地域ならではのおもてなしを提供できる観光名所、イベントとしてさらに充実してきている。

平成24年度は、当地域への誘客促進をはかるため、地域力活用新事業∞全国展開支援事業を活用し、奥の細道むすびの地記念館や水門川舟下りなどの西美濃の名所およびイベントの情報発信を行うとともに、「西美濃おもてなしバスツアー」を開催した。

ツアーは、愛知発着、三重発着、滋賀発着と3回実施し、合計95名が参加した。

アピールポイント

当所が、これまでに行ったバスツアーで、愛知発着コースは実施したことはあったが、三重発着、滋賀発着コースは初めての試みであった。

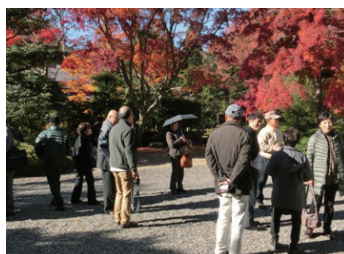
愛知発着コースは、「食と農」、三重発着コースは、「紅葉狩り」、滋賀発着コースは「戦国時代」とそれぞれテーマを設けて実施した。ツアー参加者に対するおもてなしを高めることを目的に、地元の大垣商業高校の生徒による観光ガイドや、俳優・原口剛氏による車内朗読劇なども企画に組み入れた。

どちらの企画も参加者に好評であったが、大垣商業高校の観光ガイドについては、若い人に自分たちが住む地域について関心を持ってもらうということと、大垣を訪れた方に対するおもてなしの大切さを感じてもらえたという意味でも効果があった。

今後の展開

旅行会社と連携し、愛知、三重、滋賀などから恒常的に大垣市や西美濃地域に送客してもらえるよう、今回実施したツアーをブラッシュアップし、商品化を目指す。

また、産業観光、芭蕉、水都などをキーワードとして、地域の魅力を発信し続けるとともに、街道観光など、これまで当所が取り組んでいない切り口からも事業展開し、交流人口の拡大を図っていきたい。



【奥の細道むすびの地記念館】平成24年4月にオープンした、岐阜県大垣市の新たな観光拠点。



【ものづくり体験施設】木枘作り、和菓子作り、豆腐作りなど、ものづくり体験に挑戦できる。



【水の都おおがきたらい舟】大垣城のかつての外堀である、水門川をたらいの舟に乗って下るイベント。



食

天空の里 奥飛騨山之村地域活性化事業

山之村産トウモロコシ「天空のトナワ」を活用した 新商品の開発

プロジェクト概要

山之村資源（トウモロコシ）を活用した新商品の開発と高付加価値化、および評価調査。

活用した地域資源

岐阜県 山之村産のトウモロコシ（天空のトナワ）、山之村牧場産 肉・乳製品

岐阜県山之村産のトウモロコシは生でもおいしく食べられる。山之村地区では、トウモロコシをトナワと呼ぶことから「天空のトナワ」と名付け、高付加価値化を図り、希少価値を高める。その「天空のトナワ」を使った新商品を開発する。天空のトナワの栽培により、休耕地の利活用による農業従事者の増大、新商品の開発により、山之村地域の活性化と山村の維持を目指す。

本事業は以下の手順で進めた。

- ①農地及び生産者の選定と、加工施設の協力依頼（1次産業の確立）
- ②調査研究で得たデータを基に、テスト生産の実施（作付け、収穫、加工）
- ③生産物による試作品のモニタリング実施
- ④モニタリングにより、更にブラッシュアップした新商品開発（2次産業の確立）
- ⑤新商品の最終モニタリング「奥飛騨山之村」のブランド化確立（3次産業の確立）
- ⑥PR（本事業および山之村地域のPR）



【和牛ホルモンを用いた「とんちゃん」（ホルモン料理）】この地域のパワーフード老若男女に親しまれている。特製味噌ベース。



【神岡まち歩きガイド】鉱山とともに発展してきたノスタルジックタウンを、地元名物ガイドがご案内。ディープな神岡を体感できる。



【レールマウンテンバイク「ガッタンゴー」】鉄道レールをマウンテンバイクで走る次世代アトラクション。昨年、第11回日本鉄道賞の特別表彰「蘇ったレール」特別賞に選ばれた。

アピールポイント

「天空のトナワ」のイメージアップと、広く周知するため、休耕地の開墾→作付け→栽培記録→収穫等をフェイスブックを活用し周知した。予想以上の反響があった。今回は、良質のトウモロコシ（天空のトナワ）を収穫するために、茎1本につき一房生産にこだわり、他の品種との交配を避けるため専用農地として隔離し管理栽培して希少価値の高い素材とした。当初、心配していた収穫数の問題も、予定本数が確認でき、今後の栽培の良いデータとなった。新商品を開発する為のモニタリングを行い、率直な意見を聞くことが出来た。また、素材が安定的に収穫でき、品質も良好であり、高い評価を得た。その他、数種類の「天空のトナワ」加工品にも良い評価をいただいた。現在、行っている「天空のトナワ」を用いた新商品に期待がもてると思える。

今後の展開

岐阜県山之村産「天空のトナワ」＝「おいしいトウモロコシ」、「一度食べてみたくなる」等、周知してきた。また、その希少価値の高い素材を生かした新商品は「期待できる」との声も頂いている。今後は、新鮮な山之村産素材の供給がしっかりできる点と、現地の厨房設備での製造や長期保存が可能である点などを踏まえて、2種類の商品（ブリュレ、コーンクリームスープ）を展開していく。これらは、試作品での評価も好評であり、出来るだけ安価な価格帯（コンビニ同様ではなく、特産品・名産品としては安価）を設定し、市場での「成功例」を作り上げて行きたい。その成功を基に、地域住民のモチベーション向上を狙い、また、地域の活性化と地域のPRを積極的に行いたい。今後は、「天空のトナワ」収穫体験などを行い、現地へ来ていただくツアーなども企画したい。

旅

半田市から始める知多半島スマート回遊をめざしたおもてなし事業 ICT を活用してタイムリーな観光情報を提供

プロジェクト概要

地場産業を活かした土産物を開発するとともに、観光拠点同士を結ぶ回遊コースを設定する。観光客の回遊性を高める手段としてスマートフォンに代表されるICTの活用を視野に入れ事業を進める。

活用した地域資源

はんだ山車まつり、半田運河、醸造蔵、新美南吉、ごんぎつね、知多娘、半田の各種みやげ品

半田市ではこれまで地場産業を生かした土産物開発や観光拠点でのイベントを実施してきた。それらは市民の観光意識への機運の高まりや、新たな観光ビジネスへの契機となってきている。

一方で、市内の観光拠点同士で距離がある当該地域では、拠点同士を結ぶ最適な交通情報や、拠点間を歩くためのシナリオ（具体的には最適ルートや、拠点まで歩かせるためのコンテンツ等）がない。観光客に対して市内での回遊性を高めるための情報を伝えきれていない。前年行われたイベントでは多くの人が訪れたにも関わらず、イベントで売り出されていた土産物の各店舗同士での在庫状況や、観光拠点における混雑情報などを充分共有できなかったために、結果的には多くの観光客の購買意識を低下させてしまったという報告があがってきている。

現在、全国各地でさまざまな情報ツールを利用して、観光時間を最適に過ごすためのコンテンツが開発されてきている。例えば、スマートフォンを利用して、駐車場の混雑情報や、徒歩での最適ルート等、またその地域にまつわる物語を映像で流し移動時間を有効に使える等、新しい形での情報の受け渡しが実践されつつある。同様に当該地域においても、実施されているイベント情報や観光客が半田に訪れてから必要なタイムリーな情報の提供が求められている。

プロジェクトを通して情報を発信することで、半田市での滞在計画や知多半島（10市町）全体での回遊性の向上など、観光客にとって有意義な観光時間を提供できるものと考えられる。

スマートフォンを活用した観光のシステム「半田観光ナビプラス」



アプリを起動する毎に自分の位置を理解させて最寄りの観光情報を知らせる。

目的地までの最短での行き方、道中での観光情報を音声ナビや動画で伝える。



アピールポイント

スマートフォンアプリの制作とそのアプリを使ったモニターツアーを開催

- ①スマートフォンを活用した観光のシステム「半田観光ナビプラス」
- ②アプリ内のAR（Augmented Reality）コンテンツ
目標場所の半径50m以内に入ると、写真のような形でキャラクターが現れる。
- ③モニターツアー
平成24年10月30日に開発したアプリを実際に手にして市内を散策するモニターツアーを開催、スマートフォンは貸し出しをした。初めてスマートフォンに触れる方がほとんどで、このツアーを機にスマートフォンに切り替えた方もいた。新たな観光振興の切り口を体感することができた。

今後の展開

1. スマートフォンを活用した観光システムの整備
 - ・知多半田駅、半田駅から各観光拠点への案内システム
 - ・当日のリアルタイム情報の発信
- イベント 1：新美南吉生誕100年に係る各種イベント情報
- イベント 2：各地区の春の山車まつりの情報
- イベント 3：蔵のまち食べ歩き情報
- イベント 4：季節のイベント（彼岸花の開花等）
2. 土産品発信
 - ・知多半田駅前ビジネスホテルのスペースを利用した展示コーナーの設置
 - ・新美南吉生誕100年に絡めた土産品、飲食メニューの開発、発信
3. エンターテインメント・企業協働
 - ・バイリンガルマップの作成
 - ・当該事業の内容を全国的にPRしていくための広報を実施していく。他との差別化をするためにも半田らしさ（例えばご当地キャラ等）を作る。



モニターツアー



【半田の山車】



【半田運河】



【矢勝川の彼岸花】

食旅

「願いごとが叶うまち」ブランド化プロジェクト

「安城七夕まつり」を活用して 「願いごとが叶うまち」のイメージを全国発信

プロジェクト概要

地域資源の「願いごと」をブランド化し、観光客増加による経済効果等の活性化につなげるため、願掛けグッズ&グルメの開発とパワースポットを活かした観光プランの確立に着手する。

活用した地域資源

安城七夕まつり、安城産 いちじく、安城特産 梨

県内外から観光客が訪れる「安城七夕まつり」を毎年8月に開催し、仙台市や平塚市と並んで日本三大七夕の町として知られる安城市。竹飾り設置区間の長さでは日本一とされ、メイン会場の「短冊ロード」に綴られた願いごと短冊や、「願いごとふうせん」の数など、「願いごと」に関する事業は推測ながら日本一という評価を受けている。同時に安城七夕まつり協賛会では、「願いごと、日本一。」をテーマに掲げ、そのシンボルとなる公式マスコットキャラクター、願いごとの精「きーぼー」が誕生した。一躍、ゆるキャラのWEBサイトで人気全国1位になるなど予想を上回る反響を得た。

そこで特産物や「きーぼー」のブランド力を活かし「願いごと、日本一。」の具現化として、「安城＝願いごとが叶う、願いごとを楽しめるまち」のイメージを全国発信するプロジェクトを立ち上げた。七夕まつりで使用した竹から生まれた「竹絵馬」に続き、今年度は収穫量日本一の安城産いちじくと特産「安城梨」を使った願いごとスイーツ「おりひめ（いちじく）」と「ひこぼし（おりひめ）」を試作し、feel NIPPONに出展した。

アピールポイント

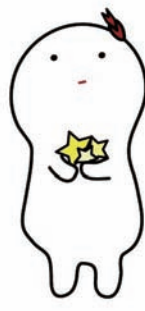
「安城＝願いごとが叶う、願いごとを楽しめるまち」のイメージ発信のための商品開発から生まれた商品が、安城産いちじくと梨を使った新ジャンルスイーツ「願いごとスイーツ（シュークリーム）」。「願いごと日本一の聖地で作られたいちじくと梨のピューレから作ったムースを皆さんの願いが叶うよう願いを込めてシューに注入。いちじく、梨ともにインパクトのある味を出すことが難しい素材であったが、ムースと生クリームの二層注入により、見た目にも分かり易い工夫をしている。いちじくは、一日一つ熟す「一熟」から由来され、花言葉は「多産」「実りある恋」。一方の梨は、昔から「有の実」と言ったり、鬼門に梨を植えて「鬼門無し」など縁起を担いでいる。花言葉は「博愛」、木言葉は「慰安」を意味する。「おりひめ」は一番大切な人へのプレゼントとして、「ひこぼし」はお見舞いとしていかがだろうか。

今後の展開

本事業に取り組んだことにより、「願いごとスイーツ」の骨格がまとまった。今後は季節果実である、いちじくと梨の確保と販路開拓を課題としつつ、試作品に更なる改良を加え完成を目指す。さらには一店舗1スイーツ運動による「願いごとスイーツ＝安城」の認知度向上、願掛けグッズや七夕まつり、七夕神社といったパワースポットとの連携による「安城＝願いごとが叶うまち、願いごとを楽しめるまち」というイメージ戦略を進めプロジェクトを中心とした地域活性化を目指す。



【願いごとスイーツ「シュークリーム」】



【きーぼー】



【おいしいフルーツや野菜】

明治以来、農業関連機関が多く集まっていた安城市では、現在も毎年旬の季節になると、いちご、いちじく、梨、きゅうり、大豆、小麦といった、美味しいフルーツや新鮮な野菜などが市場や店頭に並び。



【願いごとの精「きーぼー」】

安城七夕まつりで来訪者が書いた願いごとを、天の川へ届けてくれる。生息地は七夕神社の森。好きな食べ物も、こんべいとう。



【願いごと日本一「安城七夕まつり」】

「日本三大七夕」と呼ばれる「安城七夕まつり」は期間中100万人以上が訪れる東海地域でも屈指の夏祭り。近年では、日本一長い飾り付けストリートや、日本一と言われる願いごと短冊の数からも「願いごと」に特化したまつりへと進化している。



旅

産業都市四日市のイメージチェンジ and アップ

産業観光・地場産品などを活用し 学び・体験の要素を持った観光商品を開発

プロジェクト概要

工場夜景クルーズ、四日市萬古焼、伊勢茶、その他地場産品、観光スポットまで様々な四日市の観光資源を活用した学び・体験の要素を持った着地型観光商品の開発を行い、地域活性化を推進する。

活用した地域資源

四日市萬古焼、伊勢茶(かぶせ茶)、工場夜景、コンビナートクルーズ、地場産品(なが餅等の地域銘菓)

昨年度、地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトの調査研究事業を活用し、四日市において観光を活用した地域活性化を行うため、観光素材の発掘・ブラッシュアップと、単独または組み合わせによるプログラム開発を実施し、産業都市四日市が、観光を通じて地域振興を図っていくための調査・研究を行った。

今年度は、昨年度の調査研究事業の結果を踏まえ、本体事業一年目として、“産業都市四日市のイメージチェンジ and アップ”をテーマとし、工場夜景クルーズ、四日市萬古焼、伊勢茶、その他地場産品、観光スポットまで様々な四日市の観光資源を活用した学び・体験の要素を持った着地型観光商品の開発を行い、地域活性化を推進した。

四日市商工会議所は、四日市市、四日市観光協会と三者連携をし、今後も観光事業に取り組んでいく。



水沢地区の茶畑



四日市コンビナート夜景



潮吹き防波堤



四日市萬古焼

アピールポイント

具体的な事業内容として、四日市のガイドブックとポスターの作成、観光バスを利用した産業観光ツアー、観光タクシーを利用した個人向けツアーの内容検討を行い、商品造成を行った。

ガイドブックの作成については、実施先へ提示する協力条件を検討してから参画の要請・決定を行い、ガイドブックの作成を行った。

タクシー観光で活用できるように、持ち歩きに便利なポケットサイズを採用した。四日市の魅力を上手に満喫するためのおススメコースを作成し、コンビナート夜景や産業観光、地場産品、名所・旧跡などを紹介している。

ポスターについては、観光協会をはじめ、市内のホテル、交通機関、各店舗等に依頼し、四日市の観光を外向きに発信することを目的に掲載をお願いした。

“四日市の魅力発見のたび”と題して、タクシーモニターツアーを実施し、四日市伝統工芸品である四日市萬古焼、酒蔵、コンビナート工場夜景など、四日市の魅力を満喫する3つのモデルコースをタクシーで巡るコースを作成した。旅行代金は無料、募集人数は各コース10組。2名～4名の旅行者で、四日市市外に在住の方、ツアー終了後アンケートに協力いただける方を参加条件とした。

また、バスモニターツアーについては、初めに四日市の歴史について学んで頂き、一般公開されていない企業や酒蔵、名所を巡るプログラムで実施した。こちらも四日市市外に在住の方でツアー終了後、アンケートにご協力いただける方を参加条件とした。市外・県外から31名の方にご参加いただき、アンケートでは属性、参加の動機、ツアー全体の内容、見学した施設等の評価をいただき、次年度への取り組みの際の参考にしていきたい。

今後の展開

次年度の観光タクシーによる事業化に向けて、観光客とビジネス客のニーズ調査を実施し、観光タクシーに何が求められているのかを分析し、観光コースを作成、商品造成を行い集客を図る。

また、タクシーで観光する際には、案内が出来るような仕組みを構築していく。

また2013年は伊勢神宮の式年遷宮の年でもあり、多くの方にお越しいただける準備をしていきたい。顧客ニーズがかなえられる観光地の基盤作りを目指し、全国に向けてプランを発信したい。

旅食

御食料理を食し力みちを巡る 御食国答志島の食と旅開発事業

答志島の資源を活用した 「島の力を体得する4つの力道」

プロジェクト概要

御食国答志島ならコレ! という料理と日帰り客も満足する観光メニューの開発。

活用した地域資源

答志島の自然や歴史文化が育む「島の力を体得する4つの力道」

答志島は、観光客の減少や漁業の担い手の高齢化が大きな問題となる中、伊勢神宮式年遷宮を前に、このチャンスを生かそうと島の気運が高まっている。

しかし、集客の核である伊勢神宮で増えている女性や若年層の日帰り参拝客を意識した、体験メニューなどの整備は大きく遅れており、日帰り客を受け入れるメニュー開発が課題になっている。

こうしたことから、答志島の観光誘引力の向上と島旅の満足度を高めるために、現地調査で掘り起こした観光資源とそれぞれの資源の由来などをもとに新たな観光商品として、答志島の自然や歴史文化が育む「島の力を体得する4つの力道」を開発した。

アピールポイント

答志島の資源を活用した自然や歴史文化が育む「島の力を体得する4つの力道」

- ①心の荷を下ろし、幸せな人生を開く力を禅の教えに学ぶ「禅の道」
～禅系の寺・潮音寺と隣接する美多羅志神社の座禅の石から蟹穴古墳につづく力道
- ②天平から変わらぬ女性の夢を叶えてくれる「やまとたちばな万葉の道」
～船泊まりを眺めながら良き人を思い渡る願い橋と八幡神社につづく力道
- ③雄大な宇宙と岩屋山古墳の巨石に生命の力をもらう「天空の道」
～鎌倉期作2仏を守り受け継ぐ本誓寺と富士見の丘から岩屋山古墳につづく力道
- ④九鬼嘉隆の勝運と自然力を獲得する「希望の道」
～戦国の世を駆け抜けた水軍の将九鬼嘉隆の勝運と自然力を獲得する希望の丘力道

今後の展開

当事業で開発した「4つの力道」を通じて答志島の景観や、歴史文化を情報発信し、魅力づくりにつなげていきたいと考えている。また、「4つの力道」をコースに設定したノルディックウォーキング大会を定期開催し、答志島での滞在時間を増やすとともに集客に努めていく。



禅の道



やまとたちばな万葉の道



天空の道



希望の道



【九鬼嘉隆】

戦国時代から安土桃山時代にかけての武将、大名。九鬼水軍を率いた水軍武將であり、九鬼氏の第8代当主。志摩の国衆の一員として身を起し、織田信長や豊臣秀吉のお抱え水軍として活躍し、3万5,000石の禄を得た。



【やまとたちばな】

古来より大和の国日本において大切にされてきた聖木で、沖縄のシークアサーと並ぶ日本原産のミカン科の植物で、毎年5月頃に白い可憐な花を咲かせる。答志島桃取地区にしか自生していないといわれ、三重県の天然記念物に指定された古木がある。(鳥羽市の木) 11月25日は「やまとたちばなの日」としている。



旅

全国の食が集う、日本一の“食の拠点” 大阪市中央卸売市場での賑わい飲食空間創出事業

“食の拠点”「大阪市中央卸売市場」を賑わい飲食空間に

プロジェクト概要

全国各地の食材が集まり、西日本一の規模を誇る“食の拠点”である大阪市中央卸売市場（本場）の観光拠点化に向け、市場ならではの食が楽しめる賑わい飲食空間を実験的につくり、舟運等との連携によって相乗的な観光魅力を創出する。

活用した地域資源

- 大阪市中央卸売市場（本場）：施設規模日本一、日本中の食が集まる
- 整備が進む水辺空間：市場前の水辺の公園、様々な舟運との連携
- 潜在的魅力を持つ周辺地域：下町風情漂う街並み等

大阪では、かねてより、都市ブランド向上のキーコンテンツとして、「食の都」「水の都」を取り上げ、これらを組み合わせた観光の魅力創出に取り組んでいる。

中でも、全国各地の食材が集まり、西日本一の規模を誇る“食の拠点”である「大阪市中央卸売市場」の観光拠点化に向け、市場ならではの食が楽しめる賑わい飲食空間を、10月に実験的につくり、舟運等との連携によって相乗的な観光魅力を創出した。

また旅行会社と連携し、「非日常的な市場空間の体験」に応える観光ツアーを行い、新たな需要の掘り起こしに取り組んだ。

アピールポイント

本格的な食が楽しめる水辺のオープンレストランとして、フランス料理とイタリア料理の2店舗が出店したほか、水辺の公園や対岸の倉庫等のライトアップ、それらを船上から楽しむ小型船クルーズなどを実施、観光拠点化をめざし、エリア全体を水と光で演出した。また一般個人のクルーザーやモーターボートが一時係留できる実験も行い、海から大阪都心部へのゲート空間としての、新たな可能性を探った。

9日間で、一般個人の船舶約30艇が利用したほか、一万人以上が訪れ、新たな魅力を楽しんだ。

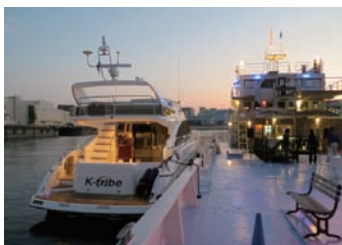
今後の展開

市場そばの水辺の公園でのオープンレストランに加え、対岸エリアでも、飲食や買い物を楽しめる仮設マーケットを設置し、両岸にて、2~3ヶ月間の長期実験に取り組む。両岸を舟で結ぶなど、エリアとしての賑わい空間を創出するとともに、旅行会社等と連携し、観光商品づくりも働きかけていく。

こうした仮設実験を経て、事業者による常設的な飲食店やマーケットなどの運営、旅行商品化につなげていく。



【日本初の常設川床「北浜テラス」】
川沿いの店舗が川に向かって設置したテラス席で、おいしいお料理とともに、水辺の風景、川を行きかう観光船が楽しめる。



【大阪シティクルーズ】
大型船から小型船まで、定期船やチャーター船、屋形船など、人数や目的、時間帯に応じ、様々なクルーズが楽しめる。



【OSAKA旅めがね】

プロのまち案内人とともに巡る、まちあるきツアー。レトロ近代建築や路地裏グルメ、新世界やコリアタウンなど、定番ツアー15コースのほか、随時プレミアムツアーも実施。

北海道
東北
北陸信越
関東
東海
近畿
中国
四国
九州・沖縄

旅食

コンビニート夜景ツアーと周南名物ブランド商品の開発プロジェクト

周南沿岸コンビニートを活用する 「工場夜景ツアー」と土産品の開発

プロジェクト概要

「日本一のコンビニート夜景ツアー」を目指して、他都市にはない魅力的なツアープランを提供するとともに、特産品である「ふぐ」「はも」「たこ」弁当の開発およびコンビニートを冠とした和洋菓子の土産品開発を行う。

活用した地域資源

コンビニートの夜景、コンビニートどら焼き、コンビニートクッキー

周南市は、山口県の東南部に位置し、コンビニートを中心とした産業が集積するなど、山口県の工業地帯の中心的存在となっている。

そこで本事業では、平成17年度より周南地域4商工会議所（新南陽・徳山・下松・光）の広域連携事業として、地元の工場見学と観光地を組み合わせ、毎年好評を博している「産業観光ツアー」の夜バージョンとして、周南沿岸コンビニートの光の輝きを活用する「工場夜景ツアー」を新規導入するため、夜景評論家の丸々もとお氏に調査を依頼した昨年度に引き続いて、本年度は本体事業1年目として取り組んだ。

また、平成25年度には市制10周年を迎えるなど、官民あげて「周南コンベンションシティ」の推進に取り組もうとしている中、地域ブランドを確立するためにコンビニートを冠とした土産品の開発に取り組んだ。



アピールポイント

工場夜景ツアーのプランの中から「ドラマチック工場夜景バスツアー」「みつけて周南工場夜景クルーズ」のモニターツアーを、地元の人に対して周知を図ることを目的に地元大手企業の従業員、小学校のPTA役員と一般女性を対象にしてそれぞれ2回ずつ計4回実施。参加者からは次回も参加したいとの声が多く、口コミ等による波及効果として、今後ツアーへの参加者の増加が期待される。

また、山口県が主催した総合産業イベント「やまぐち総合ビジネスメッセ」に2ブース出展。産学官関係者や学生など多くの来場者に対して、広く本事業の取り組みについてアピールすることができた。

今後の展開

昨年度の調査研究事業に続いて本体事業1年目としてプロジェクトを進めていく中で、ある程度事業者間の連携も深まり、目指す方向性は見えてきたようである。

さらに平成24年11月には、北海道室蘭市、神奈川県川崎市、三重県四日市市、福岡県北九州市とともに周南市も加わり、「日本5大工場夜景」の共同宣言を行った。今後全国に向けアピールする機会も増えることが予想され、益々官民一体とした取り組みが重要になってくる。

また、工場夜景をデザインとした土産品のパッケージも完成し、今後は販路拡大をどのように図っていくかが課題である。



【周南冬のツリーまつり】

11月～12月の2ヶ月間、徳山駅前の御幸通り、青空公園、中心商店街一帯は30万個のLEDを使ったイルミネーションで包まれ、期間中は多くの家族連れらで賑わう。



【周南市徳山動物園】

山口県内で唯一の本格的な動物園として、悩めるボーズで人気者になったマレーグマのツヨシをはじめ、約130種510点の動物を飼育している。



【回天発射訓練基地跡】

太平洋戦争末期に造られた人間魚雷「回天」の訓練基地跡。平和教育施設として建設された回天記念館には、約1,000点の資料・遺品などが展示されている。

技旅

「高松盆栽ファン」深化プロジェクト

江戸時代から受け継がれてきた「盆栽」における 高松ブランドの確立

プロジェクト概要

「高松盆栽塾」創設のための研修プログラムや新商品開発を行い、新しい魅力・価値を創出するとともに、「讃岐の技・匠」体験プログラムの開発で盆栽ファンの拡大を図り、盆栽を高松の地域ブランドに育てる。

活用した地域資源

- ・江戸時代から受け継がれてきた盆栽及びその技
- ・香川漆器、庵治石等の香川県の伝統工芸及びその技

江戸時代から受け継がれてきた「盆栽」の全国における競争力強化と高松ブランドの確立、盆栽ファンの拡大を目的としたプロジェクト。

「高松盆栽塾」では、盆栽の産地・高松において、盆栽を初歩から学べる場・機会を提供し、新たな盆栽ファンの獲得と盆栽後継者（指導者）の育成を図る。

「讃岐の技・匠」体験プログラム開発では、盆栽のみならず、他の香川の伝統工芸分野ともコラボレーションし、匠の技を五感で体験してもらえ、究極の和の文化体験プログラムをつくる。

試作品開発では、海外、若年層、女性層など全国展開を視野に入れ、従来の伝統的盆栽とは異なるターゲットを設定し、技術・質・アート性の高さで消費拡大を図る。

アピールポイント

- ・若手の盆栽事業者が中心となってチームを編成し、次世代の消費者や新しいターゲットへの訴求を意識して事業を推進した。
- ・盆栽事業者のみならず、他の伝統工芸の分野の若手事業者ともコラボレーションすることで、新しい高松ブランドを創造。
- ・盆栽の一次生産者も参画し、自ら商品開発に取り組んだ。一次産業に関わる事業者が二次・三次産業（商品企画・消費者への流通）について考えながら開発に取り組むことで、松盆栽の6次産業化を意識した。
- ・今回の事業で、参画事業者のイメージが具現化された。「讃岐の技・匠」体験プログラムは、高松市との連携事業として実施することになり、高松市オリジナルの文化体験プログラムとして活用が期待される。

今後の展開

- ・高松盆栽塾はカリキュラム、テキストともに一定の形式を整えることができたため、まずは今回の参画事業者が先行して高松盆栽塾を開講し、さらなるブラッシュアップを目指す。課題としては、産地内での塾開設事業者の拡大があるが、受け入れ体制の整備、講座内容の質の確保についての深化が必要。
- ・「讃岐の技・匠」体験プログラムは、平成25年3月から始まる瀬戸内国際芸術祭2013の開催に合わせて高松市との連携事業さぬき匠の雫〜匠の技と会席料理 in 「披雲閣」として実施することになった。県外観光客や外国人も多く訪れるこの機会に、実施することで大いに期待される。



写真は商品イメージ



【高松市鬼無・国分寺地区】
全国シェア約80%の日本一を誇る松盆栽の生産地。名勝五色台のふもとに、苗木畑や盆栽園が広がる。「鬼無盆栽植木まつり」、「鬼無グリーンフェア」、「グリーンフェスタ国分寺」などのイベントは多くの盆栽・植木ファンで賑わう。



【高松城址・玉藻公園】
高松藩主、生駒・松平家の居城だった高松城跡を整備した公園。瀬戸内海の海水を掘り引き込んだ城は日本三大水城として知られる。披雲閣（旧松平家高松別邸）が国の重要文化財に、披雲閣庭園が市文化財「記念物 名勝」に指定されている。



【栗林公園】
国指定の特別名勝。ミシュラン観光ガイドに「わざわざ訪れる価値のある場所」として最高評価3つ星に選定された。約1,400本の松が植わっている、日本最大の松の庭。箱松や屏風松など伝統的な盆栽技法を取り入れた庭園が広がる。

旅食

近代産業の歴史ある「たどつのみち」のブランド化事業

「こんぴら街道の海の玄関、たどつ」をテーマにした まちのブランド化と特産品の開発

プロジェクト概要

港、鉄道、電力、銀行など商工業が発展した「たどつ」、こんぴら街道の海の玄関「たどつ」のまちのブランド化をはかり、歴史、文化、起業家精神を次世代へ継承するために、にぎわいづくりから活性化へと発展させることを目指す。

活用した地域資源

こんぴら街道の海の玄関口、門前町、京極家1万石多度津藩の城下町、香川の近代産業発祥の地、鉄道の町、ミニトマト

瀬戸内海に面した多度津は、江戸時代中期、丸亀藩京極家の分家、多度津藩による濠甫の築造工事より、北前船の寄港地や金毘羅参詣客など、全国から様々な物産や情報の集まる、讃岐随一の港町として繁栄した。時代が明治に移っても、回船問屋の豪商たちの蓄財により、讃岐鉄道の開業や県内初の私立銀行設立、水力発電の再建など、常に四国の近代化をリードしてきた。

今回の事業では、そうした多度津町が歩んできた「港から栄え、鉄道へと繋がる」歴史や産物を資源に、中小企業や地域の人たちと連携して「多度津の町」のブランド化を進めるために、継続的に開催している「商工フェア」と連携して、賑わいづくりから「地域活性化」へと発展させることを目的とした、「観光、特産品の開発」に取り組んだ。



アピールポイント

観光面では「北前船が寄港した港町」や「こんぴら五街道」の一つで、金刀比羅宮大祭の神事が今も多度津から始まることを受けて、「こんぴら街道の海の玄関、たどつ」をテーマに、見て面白く、持って歩ける「絵地図」を試作した。その「絵地図」を使った観光PRや住民やマスコミ、観光関係者を対象にモニターツアーを実施し内容の充実を図った。また、地元ケーブルテレビや地域情報月刊誌で「絵地図」を紹介してもらい、平成25年度香川県での第2回「瀬戸内国際芸術祭」に地元紹介マップとして、活用されることになった。

特産品の開発は、調査研究事業からの提案(桃陵彫、ソフトクッキーなど)を元に試作品を作り、「商工フェア」でのアンケートにより商品化の可能性を調査した。もう一つの農工商連携を視野に入れた、地元産ミニトマトを使った「うどん県」のうどん焼きの研究を行い、それに合うソースを試行錯誤しながら開発した。トマトソースは、既に市販商品の数多く売られているが、「うどん県」のうどんの食べ方の提案も含め、ヘルシーで、野菜も取れる飽きの来ない味を追求した結果、200ccのびん詰めした「うどん焼き用のミニトマトがたっぷり入ったソース」の試作品を作った。観光部会のメンバーにもこの「ソース」は好感度であり、まち歩き観光の中で提供することを検討していく。



今後の展開

観光としては、試作したマップやガイドの協力を得て、いかに「まち歩き観光」コースを商品として旅行代理店等に販売して行くかが大きな課題である。こんぴら街道をテーマにしたこの観光コースに、特産品を絡めることにより地域特性のインパクトも強くなり、近隣の観光地やイベントとの連携により展開させたい。また、特産品をPRしていく中で、まち歩き観光を紹介することにより、総合的に多度津の面白さをアピールして行けるのではないかと。照準は6月1日(土)開催予定の当所が主催する「商工フェア」に向けた商品製造と、試験的な試食販売によるPR、アンケートによるパッケージ等を含めたブラッシュアップと販路計画である。次に、瀬戸内国際芸術祭(多度津での会期10月5日~11月4日)での実践的なPR活動へと展開して行く。



【多度津町立資料館】
多度津町のゆかりある文化財等を展示。会館の敷地や美術・工芸品の一部は、旧多度津藩の藩士・浅見家の寄贈。



【JR四国 多度津工場】
旧多度津藩陣屋の御殿跡地。明治22年讃岐鉄道の車両修繕工場として発足。シンボルマークは入口のSL動輪のモニュメント。



【県立桃陵公園】
眼下に広がる瀬戸内海の青い海と多島美をバックに2500本のソメイヨシノの花吹雪が舞う公園。桜満開時のライトアップは絶景。



旅

松山・広島 広域周遊観光ルート「瀬戸内海＝海の道」開発事業

海上交通機関を利用し「瀬戸内海」を広域に周遊・滞在する新たな旅のスタイルを創造

プロジェクト概要

「瀬戸内海」を広域に周遊・滞在する「新たな旅のスタイル」を創造するとともに、「瀬戸内海」をプラットフォームとしたニューツーリズムの定着化を促進し、「松山・広島」間の交流人口を拡大・地域活性化を実現する。

活用した地域資源

瀬戸内海国立公園、道後温泉、瀬戸内しまなみ海道、波止浜ドッグ、小島、能島、原爆ドーム、小島の芸予要塞、音戸の瀬戸、宮島（厳島）

「瀬戸内海」を「広域」に周遊滞在する旅行商品群は、現状では企画・販売されていない。また、海上交通機関を活用した広域周遊滞在型商品も、現状では企画・販売されていない。そこで、当プロジェクトでは、平成26年3月に瀬戸内海が国立公園指定80周年を迎えるにあたり、広島商工会議所と連携を取り、瀬戸内海エリアの島々・みなど・周辺地域に点在する観光資源をはじめ、多島美の景観、歴史・文化・産業などを活用し、広域に周遊・滞在する「新たな旅のスタイル」を創造するとともに、「瀬戸内海」をプラットフォームとしたニューツーリズムの定着化を促進し、「松山・広島」間の交流人口の拡大を促し、地域活性化を実現するものである。

アピールポイント

チャーター船の利用により定期航路では味わえないクルーズを設定した。また松山・広島双方より出発し、今治港で接続・乗り換えが可能な広域周遊ルートとして商品化の検証を行った。これにより参加者が日帰り・宿泊の両プランを選択が可能となり、今後の商品開発において旅程の幅が広がった。また、モニターツアーの結果、小島散策、村上水軍博物館、能島、大島での昼食など、満足度の高い新たな現地サービスの商品化が可能であると判明した他、満足度が低いサービスにおいても、ブラッシュアップを行う事により、今後の商品化の可能性が生まれた。

今後の展開

瀬戸内海が国立公園指定80周年を迎える平成26年3月に備えて、当事業のモニターツアーにより開発された地域資源や周遊ルート等を、全国を発地とする観光客をターゲットに向けて情報発信し、瀬戸内海への旅行需要の喚起を促す。これにより、瀬戸内海をプラットフォームとした、ニューツーリズムを活性化することで、広域に周遊・滞在する新たな旅のスタイルの更なる「商品化・定着化」に繋げることを目的に今後、当事業を展開する。



【村上水軍博物館】
日本唯一の水軍博物館であり、戦国時代の水軍の歴史・文化の研究や各種体験ができる。



【小島】
日清・日露戦争を想定し造られた海岸要塞があり、砲台や赤煉瓦の兵舎などの施設が当時のまま残っている貴重な遺跡。

北海道
東北
北陸信越
関東
東海
近畿
中国
四国
九州・沖縄



旅

交流人口の増加をめざした魅力創出事業

竹田の魅力創出のためのオリジナルガイドによる モニターツアーを実施

プロジェクト概要

「海彦・山彦キリシタン街道創出事業」を機に平戸に習い、竹田検定システム導入を検討し、市民レベルでの観光客の受け入れ態勢をつくる。

活用した地域資源

竹田の歴史、自然など

竹田市は城下町としての歴史文化がありながらその資源が十分に活かされておらず観光客も減少し続けている。そのため、交流人口の増加を図るため、地域資源の掘り起こしを行い、自慢できる地域の魅力のある観光振興を図ることが喫緊の課題である。そのためストーリー性のある竹田オリジナルのガイドブックを制作し、モニターツアーを行い、竹田の歴史・自然などの観光資源の魅力を語れる人材や市民レベルの観光客の受け入れ態勢をつくっていく。



竹田オリジナルガイドによる城下町めぐり



アピールポイント

交流人口の増加を目指した魅力創出事業に取り組むことにより、市民が自慢できる地域おこしと充実した観光振興を図るため、モニターツアーを行った。情感のある城下町めぐりと神原の縁側カフェ体験を実施。城下町めぐりではパワースポットの八幡山に点在する命水延命地蔵(老後)・愛染堂(恋愛)・子育て観音の三箇所を結び、八幡山「一生祈願」と銘打つガイド案内のモニターツアーが行われた。ストーリー性のある竹田オリジナルガイドは大変好評であった。また、神原の縁側カフェ体験では、大分大学・芸短大の学生30人がサポート。田舎の素朴な体験に参加者は感動していた。

今後の展開

竹田の魅力を十分に伝える人材、竹田のファン・竹田を訪れる人材を掘り起こすため、竹田の観光資源に「情報発信としてのガイド本」や「竹田を訪れる人材」を組み合わせ、観光資源を魅力ある商品とする。現在ストーリー性のある竹田オリジナルガイドブックの制作中。その後は広報媒体として観光振興 WEB サイトの開設、さらには竹田オリジナル検定制度の導入を図っていく。



田舎の素朴な体験「縁側カフェ」
手づくりのお菓いで観光客をおもてなしする



【サフラン】
サフランはアヤメ科クロッカス属の球根植物である。各地で盛んに栽培されているが、国内生産のおよそ8割が竹田産である。



【入田湧水郡】
環境省選定「名水百選」に選ばれた竹田湧水群。



【姫だるま】
姫だるまは360年ほど前に実在した綾女「あやじよ」という武家の女性をモデルにした民芸品。



旅

まちなか散策モデルコース開発事業

まちなかに点在する観光メニューのネットワーク化と 情報発信により魅力の創造と地域経済の活性化を目指す

プロジェクト概要

まちなか情報の発信ツールとして「まちなか散策マップ」を作成し、NPO法人・交通事業者等と連携して、観光客向けのまちなか散策ツアーコースの開発と商品化を図る。

活用した地域資源

まちなかに点在する通り、歴史的建造物、石碑、モニュメント（橋通り、県庁本館、県庁楠並木通り、旧第一勧業銀行宮崎支店、西橋通り、アスリート手形レリーフモニュメント等）、および小説「たまゆら」の舞台になった橋公園など

宮崎のまちには、普段出かけたり、通過するだけではなかなか知ることのできないコトやモノが数多く点在している。歴史のある神社や寺、過去を刻む数々の碑。さらにはまちのあちこちに点在するアートや建築、そして人のぬくもり。これらまちなかに点在する観光資源のネットワーク化と情報発信機能を強化することにより、中心市街地の一体的な魅力の創造とまち歩きによる回遊性の向上を図り、地域経済の活性化に資する。

アピールポイント

観光客はもとより、市民にとっても、歩いて楽しい“まちなか散策モデルコース”の開発を図った。モデルコースの開発にあたっては、歴史的観光資源に加え、人の温かさや年間を通じて花と緑に溢れるまちの風景など、宮崎が誇る地域資源にも着目し、コース上に盛り込んだ。広報用に作成した「まちなかウォーキングマップ」は、単なる店舗紹介マップにならないよう留意した。

今後の展開

地元ガイドの案内で、モデルコースを巡るツアーや、コース沿いの店舗でものづくり等が体験できるツアーの実施を考えている。また散策コースのエリアを広げたり、健康志向の高まりを受けて新たなコースを加えたりして、ツアー内容の充実を図りたい。同時に観光協会等と連携して地元ガイドの育成も進めていきたいと考えている。



【宮崎牛】



【青島】



【堀切峠】



北海道
東北
北陸信越
関東
東海
近畿
中国
四国
九州・沖縄



旅

マンガ等コンテンツ活用による新観光創出事業

札幌を題材にしたマンガ、キャラクターを活用した観光創出

プロジェクト概要

札幌発のマンガやキャラクターコンテンツを地域資源とみなし、コラボレートすることで「札幌」の魅力を道内外の人にPRするツーリズムを実施。また、新たな観光ルートを創出することで将来的な商品化を目指す。

活用した地域資源

Facebook、札幌まんがLayar、北海道大学 正門・クラーク像、札幌市中央卸売場外市場、札幌競馬場、狸小路6丁目、豊平区中の島地区、さっぽろテレビ塔、白い恋人パーク、羊ヶ丘展望台、インタークロス・クリエイティブ・センター

地域ブランド調査2012（ブランド総研）によれば札幌市は全国で最も魅力的な都市と位置づけられている。故に観光産業がひとつの経済の柱になっているものの、「さっぽろ雪まつり」や「YOSAKOI ソーラン祭り」等の大型イベントに依存するところが大きく、その他の要因による観光客の来札数が頭打ちの状態になりつつある。

今後の少子高齢化時代や趣味・嗜好の変化に伴う若年層の観光への関心が薄れている現在、観光ルートの多チャンネル化は不可欠となってくる。

そこで、多様化する社会状況の変化に対応し、観光資源活用の新たな方法の構築として、近年、国内外で高い評価を得ているマンガ作品やキャラクターコンテンツ（札幌・地元を題材にしているものやゆかりのあるもの）を活用することで新たな観光ルートの創設や既存の観光資源との有機的な結びつけによる観光振興を図ることを目的に当事業を実施した。

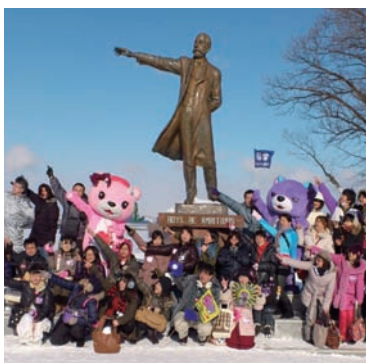
コアックマ&アックマと行く!札幌観光バスツアー



限定LIVE



旅のしおり



クラーク像の前で記念撮影

マンガ家と一緒に札幌のマンガと食の舞台を旅しよう!! マンタビ×オータムフェストツアー



マンガ家 田中 宏明 氏(中央右)
自らマンガの裏話や内容を紹介



マンガ「義男の空」のワンシーン



携帯スマートフォンアプリ
「札幌まんがLayar」

アピールポイント

① ツアーの実施

マンガとキャラクターで地域の魅力を巡りながら「札幌」の隠れた名所等を紹介することで、道内外の観光客を取り込み地域経済活性化に繋げツアーを商品化させた。特にキャラクターツアーでは、31名の参加者中11名が本州からの参加であり、道外への販路開拓も見込めるようになった。

また、マンガツアーとご当地キャラクター等のメディア掲載・放送は5回に及んだ。

② HPのリニューアル

昨年度開発したHP内に、キャラクターコンテンツの枠を追加したり、Facebook等を設置するとともに、ツアー参加者やツーリズム利用者が、自身のコメントや写真を掲載できるようにすることで、利用者の利便性を向上させ、HPのアクセス数を増やし、ツアー等の内容を告知し、販売チャネル確保に繋げた。

今後の展開

コンテンツ関連全般にいえることだが、どの作品も必ず著作権があり、利用する内容によって許諾の取り方や費用の発生などの問題が出てくる。

そのため、事前調査や法律の専門家にアドバイスを貰わないと難しい、といった側面がある。

ツアー内容については、参加者の満足度を高めること、札幌色を出すことに拘り、委員会などで企画検討していく。

旅食

「水の里妙高へ」産業観光・体験型観光広域ルート開発プロジェクト

北陸新幹線開業に向け 「妙高山の恵み、きれいな水」をテーマに観光ルートを開発

プロジェクト概要

「妙高山の恵み、きれいな水」は、妙高をはじめ上越地域一帯を潤している。これにより、当地から生まれた食品製造業群と妙高食材、更に上越の広域観光資源、季節、イベントを絡め広域観光ルート開発を行う。目的は平成27年春の新幹線開業。

活用した地域資源

「妙高山の恵み、きれいな水」を活かした香辛料（かんずり）、野草酒、酒蔵といった発酵を中心とした食品製造業

平成22年から妙高市新井として初めて取り組んだ観光事業。それは、「産業観光で交流人口を拡大する」という旗印のもと、観光に無縁と思われてきた地域の観光資源の棚卸を行い、ブラッシュアップを重ねてきたものである。

キーワードは「妙高山の恵み、きれいな水」。これに沿った観光ルートを開発し、広域連携を含め地域一丸となって観光客誘致促進に繋げるべく事業を実施した。

モニターツアーは、バスツアーを3本、タクシーによる少人数ツアーを6コース準備、広域から延べ155人の集客に成功した。

また、当地の食材にこだわった妙高の玉手箱「食」「お土産」を開発、さらに、春夏秋冬のモデルコースを記載した「妙高産業観光ガイドブック2012年版」も発行、好評を得た。



艸原祭（そうげんさい）



妙高ゆきエビ養殖場見学



いもり池



銘酒「君の井」の仕込み風景



かんずり～唐辛子の雪さらし



たけのご汁

アピールポイント

モニターツアー参加者の評価は上々で、「どこへ行っても親切な対応に感心しました」「今回の地域密着ツアーに参加すると、テレビや新聞を見てもオッ！と反応して、まるで故郷であるかのように感じます」「是非、来年もやって欲しい」といった嬉しい評価をいただいた。また、「あらい道の駅」に置いてある「産業観光ガイドブック」を見た東京からのスキー客（子供連れの若夫婦）が、早速、豆腐の手作り体験をしていったという事例もあり、着実に産業観光による来客は増えている。

今後の展開

平成27年春の北陸新幹線開通という大きな変化を見据え、妙高を連想させるテーマ、キーワードで観光ルート開発を行っている。産業観光は3年間で終了するが、妙高の特性、地域資源から次のテーマを「健康」に設定し、最終的には、従来型観光資源と産業観光、健康を組み合わせた春夏秋冬の観光ルート、バラエティに富んだ観光ルート開発を目指している。

旅技

「小京都加茂～青海古道といにしへの小径(こみち)」観光開発プロジェクト

北越の小京都・加茂の「まち歩きツアー」企画、実施

プロジェクト概要

小京都、自然、歴史、安全な食材等をテーマに「手軽な観光地・加茂」として、大型観光地にはない温かさや人と人の関わり、小さな町ならではの魅力を引き出し、観光立市を目指す。地元事業者も観光をビジネスに結びつけることで収益拡大を図る。

活用した地域資源

加茂山公園、雪椿、加茂川、雁木、風情ある小路、歴史、山城跡、加茂美人の湯(日帰り温泉施設)、木工技術、日本酒、米(七谷産コシヒカリ、古代米)

加茂市は北越の小京都といわれ、まちの中心部には加茂山公園が広がり、加茂川が流れ、豊かな自然を手軽に楽しめる立地。ファミリー層を中心に年間30万人以上の観光客が訪れているものの、これまで「観光」に対する意識が低く、受け入れ体制が整っていなかった。地元住民の中にも「加茂は何も無いところ」「市外から来ても加茂山以外、訪れる場所がない」という意識が強く、お客様を迎える「おもてなし」という思いも無かった。その結果、市外客は増加しても、地元商店、飲食店の利用度は低く経済効果に結びつかない状況が続いており、点と点を結びつけ回遊性を持たせたまち歩きルートの開発や観光マップの作成が必要であった。

そこで、平成23年度から地域資源の再発掘とそれを活用した土産品、観光ルート等の開発等に取り組み「まち歩きツアー」を初めて企画、実施した。

アピールポイント

まち歩きツアーは、前年度に反響の大きかったものの中から歴史をキーワードにしたコースを改良し「小京都加茂山古道 加茂歴史散策マップ」を完成させた。マップの報告会を兼ねたセミナーでは、悪天候の中、多くの参加者が集い大きな反響があった。また、着物姿でまち並みを歩く企画では、着物の提供や着付け教室サークルの協力を得る等、参加しやすい環境を整備した。商店関係者にも少しずつ意識の変化がみられ、お茶を提供したり、店頭で商品をPRする店舗も出てきた。

土産品については平成23年度試作に取り組んだ中から、特に木工のまち加茂をアピールする土産品として檜の升の改良を重ね、商品名を「六角升之助」としてパッケージを作成した。

今後の展開

「小京都」「自然」「歴史」をキーワードに他の地域資源と組み合わせ、回遊性のある観光ルートの開発や、土産品、新メニューの開発にも引き続き取り組む。今回のプロジェクトで得たノウハウを基に「まち歩きツアー」を定期的に実施し、交流人口増加と地元事業者の収益拡大を目指す。大型観光地とは違う、小さなまちならではの細やかなサービスと地域全体で温かいおもてなしができるような体制の強化を図りたい。また、近隣観光地とのタイアップで宿泊と組み合わせ、夕方～夜の時間帯や、ゆったり時間を気にせず楽しめるツアーも検討する。

全国的に加茂の知名度は非常に低いため、首都圏のアンテナショップ等を利用し情報発信を行う。



【加茂山公園】

JR加茂駅から徒歩5分、まちの中心部にある加茂山公園は、無料リス園、日本一の雪椿群生地、ハイキングコース等が整備され、憩いの場として市外から多くの人が訪れている。春は桜や雪椿、夏は池で夕涼み、秋は紅葉で彩られ…四季を通して楽しめる。



【雪椿の花びら染め】

加茂市の花である雪椿の花びらで染めたスカーフ、ストール。手染めのやさしい色合いが人気。



【加茂山古道まち歩き、散策マップ】

歴史をキーワードに「小京都加茂山古道 加茂歴史散策マップ」を作成。トレッキングを楽しみながら、北越戊辰戦争ゆかりの地等を巡った。



【着物でまちめぐり】

9月にモニターツアーを開催。着付けの無料サービスが好評だった。



【六角升之助(本年度製作)】

木工のまち加茂で、匠の技術を生かした手作りの檜のくい呑みが生まれた。六角形の升は持ちやすく、優しい木のぬくもりが手に伝わってくる。お酒の味もまろやかに美味しくなる。



コミュニティ
ビジネス

「ウェルカム to 輪島」新交通システムプロジェクト

環境とお年寄りに配慮した
新交通システムを開発

プロジェクト概要

輪島市の観光資源・地域資源を活かした環境に配慮した次世代型交通という観光モデルの構築・開発を行うことで、交流人口の拡大と地域住民の利便性向上を図るとともに、地域の経済に貢献する総合的な発展を目標とする。

活用した地域資源

エコを考えた新たな二次交通

環境に配慮した車両を使った市街地の回遊性向上を図る次世代交通として事業を進め、高齢者でも安心して地域を訪れ、観光資源に触れてもらうことができる体制づくりを確立することを目的とし、プロジェクトを実施。また、このようなハード整備がなされることにより、これ自体を観光商品として全国に宣伝し誘致誘客に繋げ、地域活性化に図りたいと考えている。

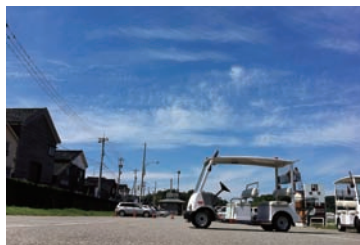
更には、一人暮らしの高齢者や車の運転ができない方など、地域住民が生活する上での移動手段として生活の安心安全を守ることができるとともに、観光地としての新たなサービスとして観光客に提供することで、輪島の魅力創出に繋げるとともに、地域住民のコミュニティや雇用の創出にも寄与することを目指す。併せて、コミュニティバス等の運行費用などが地方自治体の財政に莫大な負担がのしかかる状況を回避する事に繋がるものとする。

今後の展開

参考事例がない状況で事業を進めて行く中で、様々な課題に直面しながらも、行政警察などの協力や助言を頂きながら課題を解決し、新たな二次交通の社会実験を実施することができた。また、エコカートによる公道走行ができないといった等の法律面での規制等についても特区申請などを実施し、規制緩和に向けた取り組みを行いながら、事業展開を行ってきた。今年度では8回の社会実験を実施し、回を重ねることに新たな二次交通という環境に配慮した次世代二次交通に対し興味を抱いてもらい、利用する立場からのたくさんの貴重な意見が聞けることができ、次世代二次交通としての今後の事業展開に関心を示してもらったように感じた。

今後の展開

ナンバー取得のできる小型の電気自動車を活用した次世代二次交通の取り組みとして、これまで走行不可能であった公道（車道）を走行させ、ふらっと訪夢から工房長屋・朝市などの観光施設を繋ぐ経路にて活用することが今後の事業展開に重要である。同時に、高齢者を活用し、安全性を確保しつつ、雇用創出および低コストで事業を進めていく。



【千枚田】平成 23 年度には、世界農業遺産として能登の里山里海が認定され、能登の代表的な棚田「千枚田」には多くの観光客が訪れている。輪島市から海沿いに珠洲市へと向かう白米町に位置し、急斜面に 1000 枚以上の幾何学模様を描いた小さな田が海岸まで続いている。2001 年に国の名勝に指定されている。



【輪島朝市】一千年以上も前から続く、輪島の朝市。まちの一日は、朝市の「買うてくたあー」の呼び声から始まる。野菜などは周辺農家のおばちゃん、活きのいい魚貝・海藻は漁師町の女衆が売りに出る。



【輪島塗】認識されている最古の輪島塗は室町時代のもので、江戸時代の頃にはその名は全国に知られるものとなっていたようである。輪島塗の最大の特徴は、塗り上げまでの工程がとても多いことがあげられる。ものによっては 100 工程を超える丁寧な手仕事の積み重ねで作られており、この昔ながらの工法によって、輪島塗の品質の高さが現在まで受け継がれているのである。



食旅

機能性そばによる観光誘客事業

粗搗き、甘皮の緑が映える「どうづきそば」の 通年販売を目指す

プロジェクト概要

寒晒しそばに見られる機能性を更に追求し、機械を使う新たな製法を確立させ機能性そばを通年販売し観光誘客を図る。さらに土産物など新たな商品展開により観光客の満足度アップを図り、蕎麦どころのイメージ作りに寄与する。

活用した地域資源

八ヶ岳西麓産そば、寒晒しそば加工処理

平成20年度に当該補助金を利用しギンパ30倍の機能性そばの量産技術確立に向け取り組んだ。量産技術では千本杵搗き機の開発はできたが、そばの新商品については試作の段階で終わり、販売にまでは至らなかった。このため、今回は千本杵搗き機を利用しながら、実際に店舗で提供できるところまで支援していきたいと取り組んだ。この「どうづきそば」は、製粉する事無く、殻を取ったそばの実をそのまま潰してそば生地にし、そば切りにしていくという製法（水萌千本杵搗製法）で、そばのよいところを丸ごと食べられるのが特徴。職人技も加わり、粗搗きながら細切りで、味わい深く、甘皮の緑色が映える特徴のあるそばとなった。

信州・茅野市がそば処として知名度アップを図る為の新たなブランドになると期待している。

アピールポイント

丸抜きしたソバの実をそのまま潰して生地にする製法に特徴があり、千本杵搗き機を利用する事で、手作業では数時間もかかるそば生地を作る工程が時間短縮でき、通年販売ができる様になった。また、蕎麦切りした時につなかりにくいという難点がある為、つなぎの材料、量などを検討し、職人技も加わり、粗搗きでありながら細切りのそばを商品化できた。

そばを製粉する事無くそばの殻を取った実を潰すので、そば本来の味を損なわず、そばの栄養を丸ごと摂ることが出来る。新商品は、普通のそばと見た目が違い、味はそば通好みで、好評である。

今後の展開

千本杵搗き機が高価で、導入できるそば店はかなり限定されてしまう。機械の価格を下げるための工夫も限度がある。「どうづきそば」の良好な味や希少価値により集客力があることをPRして高価な機械を導入しても「どうづきそば」を取扱ってくれる店の開拓を図る必要がある。このため、興味があるそば店に展示用の機械を実際に使ってもらい、そば生地をのしてそば切りにする技術を公開しながら取扱店の募集を行う。

また、千本杵搗き機を利用した新たなそば関連商品、あるいはまったく違った商品の開発も検討する。



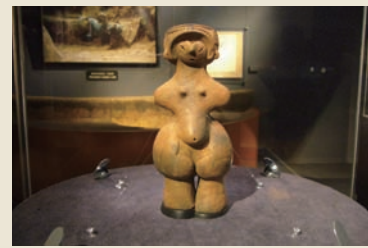
水萌千本杵搗製法どうづきそば



【献上寒晒しそば】
江戸時代、夏の土用に将軍家へ時献上していた「献上寒晒しそば」を復活、そば店にて期間限定で提供する。厳寒のこの時期には清流へ玄ソバを浸す仕込み作業を行っている。



【八ヶ岳山麓スーパートレイル】
八ヶ岳の山麓約200kmを16エリアに分け、自然・歴史・文化に触れながら「歩く道」を体験していただける。



【尖石縄文考古館】
日本最古の縄文土偶「縄文ビーナス」(国宝) がご覧いただける。



食

杏都「信州さらしな」プロジェクトフェーズII

日本一のあんずの里として「杏都(きょうと)」ブランドの高付加価値商品の開発を行う

プロジェクト概要

日本一の「あんず」生産量を誇る千曲市において、あんずの高付加価値商品開発を行い、全国への展開を行う。

活用した地域資源

杏を使った和洋菓子、寿司、加工食品、工芸品

日本一のあんずの里として有名になり昭和50年代からは観光客も多く訪れるようになった千曲市の「あんず」。出荷量も全国一を長く誇っており地域ブランドとして全国に発信できる地域資源となっている。

そんな中、全国的にもいえるのだが、高齢化により農業などの1次産業が衰退。千曲市のあんず果樹生産にも同様の課題が生じ、あんず果樹農家が減少。

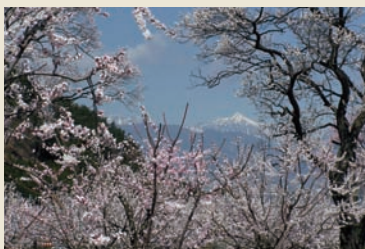
その一因が「あんず」の市場価格が安いことが挙げられる。そこであんず加工食品など魅力ある新商品を開発するとともに、クラスター戦略の下で付加価値を高めようと本プロジェクトが立ち上がった。400年以上に亘る栽培の歴史のあるあんずに改めて光を当てるのが本事業。

アピールポイント

まるごと「あんず」を目指した取り組みを行った。あんずの生食はもちろん、ジャムやシロップ漬け、あんず酵母、あんずの樹皮を煮出して染色したスカーフやブックカバーなど新商品も工夫をこらした。あんず果実についても和・洋菓子などいままでになかったものを新たに開発した。味噌とあんずなどの面白い組み合わせやあんず漬を使った寿司、あんずを使った紅茶など、意外性のある商品も創出され、おいしさも相俟って反響があった。食品として生食以外はジャム加工くらいしかなかった「あんず」だが、果実・樹皮・酵母などまるごと「あんず」を実践。

今後の展開

参加事業所の業種は多岐にわたる中、本プロジェクトでは「杏都(きょうと) (あんずのみやこ) ブランドとしてロゴ・カラーを統一。色は「フランスあんずカラー」と黒をベースにし、箱・帯・封などを商工会議所で一括取り扱うこととし、400年以上栽培されてきた地場産あんずをPR。「杏都ブランド」を冠した商品はすべて地元産のあんずを使用することで統一性をもたせた。ちなみに「杏都」は千曲商工会議所が商標登録している。



あんずの里といわれる当市内外から観光客が訪れる。隣接して国史跡「森将軍塚古墳」、長野県立歴史館がある。



名月の里とうたわれ、古来より文人墨客が訪れ、国の歴史的文化的景観に指定された姨捨棚田が注目されている。



開湯100年を超えた戸倉上山田温泉とロケ地にもなった風林火山の足跡をめぐる城山史跡公園 荒砥城址。

写真提供：千曲市観光協会

旅食

江戸優り佐原の町並み空間を活用した暮らしぶりブランド化事業 パート2

「江戸優り」佐原の暮らしぶりを活用した観光事業

プロジェクト概要

利根川の舟運で栄えた江戸優りの伝統を背景に、暮らしぶりを地域資源として活用し、より佐原のブランド力を高めるとともに地域商品に磨きをかけるための事業を実施した。

活用した地域資源

歴史的町並み、暮らしぶり

千葉県香取市の佐原地区は、古くからの建物の町並みが残り「小江戸」と呼ばれる風情のある町である。江戸時代、利根川下流の肥沃な土地が大規模に開拓され、佐原は、米・雑穀・酒・味噌・醤油等の集積地であり、江戸への水運交通の要衝として繁栄を極めていた。その頃の商人たちの繁栄ぶりは江戸をしのぎ「江戸優り」（えどまさり）と云われたほどであった。佐原商工会議所では伝統的な町並みや商家に受け継がれた「暮らしぶり」を資源として活用することで、市民力を結集する過程で得られた「理解と協力」を通じて、佐原固有の文化・芸術等につながる事業を展開している。こうした事業を通して、観光事業の質を高め、行ってみたいと思いたくなる取り組みを行いたいと考えている。

アピールポイント

地域の伝統である佐原の祭りをアピールすべく、「旅フェア日本2012」のステージにおいて、佐原ばやしと手踊りを披露したところ、大勢の方々に集まっていた。佐原ばやしに聞き入っていた。そのようなことから佐原の暮らしぶりの一端を来場者に見せることができた。

また、今回手軽に楽しめる草木染めの体験コースを実施したところ、多くの人に楽しんでいただいた。

モニターツアーでは、地元の高速バスを活用し、選べる食事と体験コースを設定。佐原に興味を持った方々に、佐原をアピールすることができた。

今後の展開

暮らしぶりとは、地域の心そのもので目に見えない物を形にすることで、それをどのように表現できるかがキーとなる。商家に伝わる伝統的な暮らしぶりを体験して佐原でどのような楽しみがあるのか、それをどのように組み立てていくのが課題である。

よく、耳にするのが、旅行をしてきた、どこどこの歴史的な建造物を見てきた、景色はすばらしかった等の声であるが、佐原では暮らしぶりを伝えていけるような取り組みを、今後構築していきたいと考えている。



東京ドームの「ふるさと祭り東京」に佐原の山車祭りを再現。4トンもある山車を運び無形文化財の伝統芸能である佐原ばやしや手踊りを披露した。



【重要伝統的建造物群保存地区】舟運で栄えたまち佐原は江戸優りと言われ、江戸から昭和初期の建造物を多く残している。



【香取神宮】関東地方を中心として、全国に約400社ある香取神社の総本社。



【佐原の大祭】関東三大山車祭りの1つと称され約300年の伝統を有する。山車祭りは春夏行われる。



旅

どっきドキ! 新体験あそび100「オンパク in 蒲郡」

「蒲郡らしい」「蒲郡ならではの」の体験プログラムを新たに101創造

プロジェクト概要

「蒲郡らしい」「蒲郡ならではの」をキーワードとした体験プログラムを新たに101個作成し、どっきドキ! 新体験あそび100「オンパク in 蒲郡」として短期間に集中的に試行実施する。

活用した地域資源

がまごおり温泉郷、海、山、自然、伝統的な祭り、特産品（蒲郡みかん、海の幸、三河木綿）

平成23年度、温泉・海・海の幸・自然・漁業・農業・伝統文化・祭り・クラフト・蒲郡の魅力人等をキーワードに「蒲郡らしい・蒲郡ならではの」体験プログラムを76創造し、当地では初めて「どっきドキ! 新体験あそび100 オンパク in 蒲郡」を開催した。

本年度は、アンケート結果を基に昨年度のプログラムを更に進化させるとともに新たなプログラムを創造し、合計101の体験プログラムで平成24年10月6日～11月11日までの37日間、「どっきドキ! 新体験あそび100 オンパク in 蒲郡」を開催した。

期間中には、市内各所・三河湾の海上で体験プログラムが開催され、市民同士や市民と観光客との間で交流が盛んに行われた。また、近隣市町村を結ぶバスツアーも新たに企画され、広域での盛り上がりを見せた。

アピールポイント

プログラム主催者の公募を行い、多くの市民が積極的に参画できる取り組みを実施した。市民主催のプログラム・市民参加型のプログラムが全体の半数以上となり、蒲郡の魅力を市民・観光客に伝える担い手が多く誕生した。

市民と観光施設や事業者同士が連携したコラボプログラムを推進し、観光事業者と市民・事業者同士の連携が深まり、まち全体での一体感が生まれた。

テーマを絞ったモデルコースを新たに10以上作り蒲郡での過ごし方を提案した結果、前回の倍以上の参加人数となり、近隣市町村を含む広域で大きな反響を得た。

今後の展開

市内では、市民と観光施設・事業者同士の連携をより深める仕組み作りを推進し、旅館・ホテルの日帰り・宿泊プランや旅行会社の各種ツアーに組み込まれる体験プログラムを創造していく。体験プログラムを商品として扱えるレベルまで進化させ、全国展開を目指す。近隣市町村との連携を強め、広域でのオンパク開催・モデルコース作りを推進していく。中部圏域でオンパク事業を推進している地域との連携を検討し、蒲郡・三河地方でのオンパク開催の認知度向上を図る。



花摘み体験



三河湾クルーズ



雅楽&女将スイーツ



地元B級グルメ食べ比べ



【竹島】

蒲郡の観光シンボルであり島全体が国の天然記念物に指定されている小島で、島の中央部には縁結びの神様・日本七弁財天のひとつ「八百富神社」がある。



【あさり（潮干狩り）】

三河湾の海岸では春の風物詩として潮干狩りが各所で行われる。漁獲高でも全国一として三河湾のあさりは愛知県の特産品に挙げられている。



【三河木綿】

日本で初めて綿が伝来したと言われる三河地方。古くから生産され、広く親しまれている。蒲郡特産のみかんを使用したみかん染め着物や、国産綿花栽培から最終製品まで一貫生産を行うミカワ・コットン・プロジェクト等の取組が行われている。



技

ユメプラスチック製品「AnjoHearts」ブランド創出事業

ペットボトルキャップの再生材「ユメプラスチック」から「きゃぷらも」等を開発

プロジェクト概要

ペットボトルキャップの再生材から生まれた新たな地域資源「ユメプラスチック」を原材料にしたAnjoHeartsブランド製品を企画製造することで、独自の新たな産業を創出し、自動車産業への過度の依存体質から脱却を図るものである。

活用した地域資源

ユメプラスチック（ペットボトルキャップを再生したポリプロピレン）

当地域は、自動車部品製造業を基幹産業とし、関連する中小企業は、それぞれが高い製造技術を有しながらも、自動車部品製造への過度の一極化により、昨今の超円高やトヨタショックなどの不確定要素の影響を他の地域よりも受けやすい状況にある。そのため、自動車産業のみに頼ることなく、当地域が持続して発展できるための新たな産業を創出することが、極めて重要な課題となっている。

こうした背景により、リサイクル技術・製造技術・障害者雇用を有機的に繋げることができ、地域産業としても国の認定を受けた「ユメプラスチック」（ペットボトルキャップ再生PP）を原材料に、異業種連携の技術と叡智を結集し、自動車産業の裾野で培った高い製造技術と、安城市の持つ環境首都構想の行政ビジョンを組み合わせることで、新規性に溢れた環境保全型の工業製品の開発に取り組むこととした。



アピールポイント

「世界初は世界一」を合言葉に、価格競争に陥らない製品開発を行っている。平成22年度の調査研究事業を契機に開発した、キャップで絵を描くための専用ツール「キャップアートパネル」は流通業者を一切介することなく、2年間で7万枚を出荷した。平成23年度および24年度にかけて開発した、完全オーダーメイドのプラモデルノベルティ「きゃぷらも」は、二次元画像からプラモデルを制作することで、当地域の製造技術力の高さを内外に広めることに成功し、多くの反響を得た。



今後の展開

これまでの3か年の補助期間中に参画した事業者により、平成25年1月に事業協同組合を設立した。今後は大手企業や、首都圏高校生との共同製品開発を行い、「世界初のものづくり」を継続していく。6月の販促EXPO、2月の東京インターナショナルギフトショー（feel NIPPON）を製品発表の機会として年間計画化することで、常に商品を発信できる体制を整える。



巨大キャップアートイベント



プロジェクトメンバー



キャップアートパネルを使用したイベント例



【願いごと日本一「安城七夕まつり」】「日本三大七夕」と呼ばれる「安城七夕まつり」は期間中100万人以上が訪れる東海地域でも屈指の夏祭り。近年では、日本一長い飾り付けストリートや、日本一と言われる願いごと短冊の数からも「願いごと」に特化したまつりへと進化している。



【安城産業文化公園「デンパーク」】全国の農業経営のモデルであり、多角形農業をすすめた安城市は、世界の農業先進国であるデンマークに例えられた。その歴史をもとに、自然と親しみ花のある暮らしを提案する公園として1997年4月29日にオープンした花と緑の公園。



【丈山苑】江戸時代初期の武士・文人として名高い石川丈山は、碧海郡泉郷（現在の安城市和泉町）に生まれ、後半生は京都に建てた詩仙堂で過ごした。丈山苑は、その詩仙堂のイメージを生誕地に再現。丈山のこころを、四季折々の草木とおして感じることができる。



技

くわな鑄物新商品開発事業

「くわな鑄物」で家庭用日用品を開発、市販化を目指す

プロジェクト概要

平成23年度に引き続き、桑名商工会議所が事業主体として三重県鑄物工業協同組合・桑名市と協働して、アンケート・モニタリング調査等を活用して一般家庭用品を開発する。

活用した地域資源

くわな鑄物・鑄鉄

桑名商工会議所・三重県鑄物工業協同組合・桑名市と外部専門家等が協働し、家庭用調理器具をテーマとした日用新商品を開発、市販化するとともに、知的財産権の取得を行い、三重県鑄物工業協同組合の組合員、桑名商工会議所鑄物部会の部会員の中でも桑名地域で製作（生産拠点を桑名地域および周辺に有している）している事業者のみが活用・生産できる仕組みを整えることを目的として活動している。

アピールポイント

「消費者の声」や「女性の視点」、「調理者の使い勝手」を製品づくりに活かすために、製造業者だけでなく、商工会議所青年部や女性部、高校生レストラン「まごの店」を運営している県立相可高校の村林新吾氏が本事業に参画して、それぞれの目線から「鑄物」を考察し、鑄物が持つ特性を活かした製品づくりを行っている。
また、「イベント・展示会」＝「ニーズの宝庫」と考え、市内・県内・地域のイベントや展示会に参加・出展して、アンケートやヒアリング調査を実施し、「ニーズ」の把握をするとともに得られた製品開発・改良のヒントを分析し、製品開発に活かしている。

今後の展開

「くわな鑄物」を身近に感じて、使っていただけるような製品づくりを行っていくとともに、イベントの開催や展示会への参加を通じて手に取っていただき、製品に関する意見をいただいて、よりよい製品づくりに活かしたいと考えている。

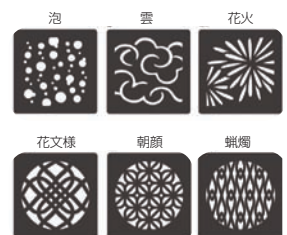


鑄物で作ったごはん釜

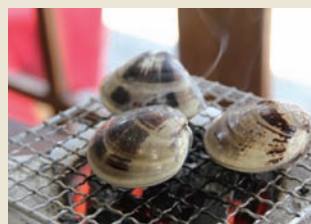


蚊やり器（花火）

選べる六種の夏模様



【六華苑】
六華苑の洋館部分は、鹿鳴館や旧岩崎邸で知られているイギリスの建築家ジョサイヤ・コンドルによって設計された。六華苑は二代目・諸戸清六の結婚後の新居として建てられたことから、ハートのかわいらしいモチーフがあちこちに見られる。



【はまぐり】
桑名は東海道五十三次中、二番目に旅籠数の多い宿場町として栄えた。ご当地グルメの先駆けともいえる「焼きはまぐり」や「しぐれ はまぐり」は桑名の名物で、「その手は桑名の焼蛤」という口も知られた。

北海道
東北
北陸信越
関東
東海
近畿
中国
四国
九州・沖縄



技

PROJECT KYO-TO事業

京都が誇る技、意匠、素材を異業種連携で活用 新商品の開発とブランド力向上を図る

プロジェクト概要

京都が誇る技、意匠、素材を活用して、現代のニーズに合った売れる商品を創造するために、小集団への指導と個別の商品開発指導を行い、事業者の経営体質の改善と意識改革および、京都のものづくりにおけるブランド力向上を図る。

活用した地域資源

京友禅、和紙、金銀糸、西陣織、京焼き、唐紙、京絞、京紋付 など

京都是全国的に見ても伝統産業に関与する事業者が多く存在する。特に和装産業は、全国の和装業界の中心となっており、製造・流通共に多数の事業所が集積している。近年のライフスタイルおよび消費行動の変化や、安価な海外製品の流入、また一部事業者による過量販売等から、和装製品の売り上げは右肩下がりであり、和装産業の集積している京都にとって極めて深刻な状況である。京都市の和装に関する製造業者は京都市内の全製造業者の25%を占め、雇用面においても無視できない存在である。

一方、伝統産業を中心とするものづくり業界は、洗練された匠の技を有しており、独自の文化を築いてきたが、反面、異業種との連携やコラボレーションはほとんど行われていない。それぞれが持つ技術やデザイン等が、今の時代に活かされれば、新たな事業展開の可能性が見出せる。

こうしたことから、京都の染織・繊維をはじめとするものづくり産業における知的資源（技術、素材、意匠、感性等）を外部専門家のアイデアや異業種の技術等と融合させ、新たな商品を開発。新商品の発表を行うとともに、積極的な商談を行うことで、新しい京都のブランドの育成を図り、首都圏をはじめとした国内市場での販路拡大を目指している。

アピールポイント

事業のアピールポイントは次の通り。

- 見本市グループ出展を目指したものづくり指導
統一したコンセプトの下、複数の事業者でグループを作り見本市での新商品の発表・販路開拓を目指すとともに、それに向けて専門家による個別のものづくり指導を行う。
- 小集団グループによる集団指導
上記グループの他、展示会出展、新商品開発に取り組む事業者が集まり、販路開拓や商品開発におけるノウハウや課題、価格設定・商談における不安や悩みなどについて共有し、課題解決に向けて気軽に相談し合い、普段は接点のない異業種間でディスカッションする場を創出する。
- 連続セミナーによる集団指導
マーケティング・商品企画・デザインなど、ものづくり・販路開拓に関するテーマで連続セミナーを実施。マーケットイン型の顧客ターゲットを明確にした商品づくりに向けた一連の工程を開発のステージに併せて体系的に学ぶ機会を設けることにより、地域全体に新たなものづくりや販路開拓に向けた取り組みを促す。

今後の展開

首都圏での販路開拓と並行して、京都でも販路開拓につながるような展示商談会を行っていきたい。





旅

「岸和田」を楽しむ着地型観光推進プロジェクト

市民も知らないディープな岸和田情報 「岸和田これ知ってるけ？」

プロジェクト概要

民間主体の着地型観光事業をさらに加速させるため、岸和田の魅力は浜側から山側にも拡大して、全市的な魅力発信を行い、市内産業活性化に結びつける。

活用した地域資源

だんじり祭を通じた「だんじり文化」、祭だけでない岸和田の人も知らない岸和田の魅力

まち歩きなど岸和田の観光ニーズは潜在的に存在すると考えられていたが、岸和田を巡るツアーの企画は極めて少なく、だんじり祭の際にバスツアーが集中的に催行される程度で、岸和田の観光を個人やグループで楽しもうとしても、最適なマップ等のツールが提供されていないなど、環境が十分に整っていませんでした。

そこで、平成23年度に、その年の10月から放映されたNHK朝の連続テレビ小説「カーネーション」の効果を活かし、マップの作成や着地型ツアーの企画・試行に取り組んだ。

平成24年度は、さらにこの取り組みを発展させ、市民も知らないディープな岸和田情報やそれらをつなぐ観光モデルコースを掲載した全市マップ「岸和田これ知ってるけ？」を作成、ホームページによる情報発信の充実を目的として、本プロジェクトを実施した。

アピールポイント

岸和田の観光資源として、だんじり祭は全国区の知名度となっているものの、有名な9月祭礼だけでなく、山側の地区では10月祭礼もあること、だんじりにちなんだ生活文化や、他には見られないすばらしい伝統工芸等が存在する。

また、だんじりだけでなく、市民にもあまり知られていない貴重な寺社仏閣の観光資源や、食文化なども市内には多くあり、それらに注目し、メディアに取り上げられるような情報発信をしていくため、これまでに岸和田に無かった特徴的なカタログ的マップを作成した。さらに、商工会議所が市内に点在する多くの観光資源や観光団体をつなぐコーディネート役となることを目指し、ホームページ「岸旅」も新設した。

今後の展開

地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトを活用して、平成23年度から「岸和田観光振興プロモーション委員会」を設置し、関係者間の情報共有を図るとともに、個別の着地型ツアーの企画・実施や情報提供などにおいて、商工会議所が積極的にコーディネート役となり取り組んできた。

今後も、本委員会を継続し、情報共有を図っていくことが確認されているところである。また、商工会議所としては、今後も積極的に市内関係団体や事業者働きかけて、観光モデルコースの作成と情報発信に取り組む予定であり、フィルムコミッション等についても積極的に事業展開していく予定である。



【岸和田城を中心とした城下町の散策とだんじり会館】
NHK朝の連続テレビ小説「カーネーション」の舞台となった商店街やだんじり小屋、岸和田城や本町の街並みやだんじり祭以外の日でもだんじりが楽しめるだんじり会館等城下町周辺を散策してほしい。



【水茄子】
通常のナスより丸みを帯びて水分を多量に含んでおり、ほのかな甘みもあって生食が可能。糠床に漬けた浅漬や、漬物調味液に漬けた漬物として食べられている。



【村雨】
小豆のこし餡に米粉や餅粉を加えてそぼろ状にしたものを蒸し上げた棹菓子。至ってシンプルで飾り気も無い、素材の持ち味をそのまま味わえる泉州を代表するお菓子。





旅

尼食倶楽部プロジェクト(尼崎の食ブランド創設プロジェクト)

「あんかけチャンポン」を活用して 新たな観光メニューを開発

プロジェクト概要

尼崎のビジネス拠点としての魅力回復と商業活性化を軸とした地域経済の発展を目指し、あんかけチャンポンを活用した新たな観光メニューの開発に取り組み、「食の観光づくり」の推進により尼崎独自の食ブランドを創設する。

活用した地域資源

あんかけチャンポン、産業観光、酒屋併設型立ち呑み屋、平坦なまちという地理的特性

尼崎のビジネス拠点としての魅力回復と商業活性化を軸とした地域経済の発展を目指し、尼崎の産業発展の歴史と縁が深いあんかけチャンポンを活用した新たな観光メニューの開発に取り組み、「食の観光づくり」の推進による尼崎独自の食ブランドの創設を目指した。

具体的には、昨年度の問題点・反省点を踏まえて、

- (1) 一地域をモデル地区としてクローズアップし、あんかけチャンポン取扱店・産業観光施設・酒屋併設型立ち呑み屋を巡る「まち歩き」観光「モデル地区の選定による内容を凝縮させた観光メニュー」
- (2) 自転車に乗って商店街の賑わいや工業地帯の活気を肌で感じながら、あんかけチャンポン取扱店と産業観光施設を「探索・冒険」して回る「地理的特性を活かした自転車で楽しめる観光メニュー」の開発に取り組んだ。



尼崎あんかけチャンポン



【尼の芋】
地場産業活性化の一環として酒販協同組合が市の伝統野菜「尼いも」を原料として製造した「尼いも」100%のいも焼酎。

アピールポイント

産業観光施設の見学と、あんかけチャンポンの食べ比べ、さらに酒屋併設型の立ち呑み屋を巡る、「まち歩き」モニターツアー「こいもん」を見つける あまがさき まち歩きツアー」の開催、および、これらの「尼崎ならではの地域資源」を紹介するガイドブック「こいもん あまがさき」の発刊を通して、モニターから有意義な意見を得ることができ、また、各種メディアを通じて広くPRすることができた。

また、開発中の観光メニューを「feel NIPPON」等のイベントに出展し、事業者、ハイヤー、市民等に広くアピールすることができた。

今後の展開

「あんかけチャンポンと産業観光を組み合わせた観光メニュー」が、尼崎の観光として定着されるよう、引き続き、参画事業者や行政等の関係者と協力して効果的な事業展開を模索していきたい。
特に、中華料理店や産業観光施設、酒屋等の事業者が中心となって事業を運営する組織体を形成することが重要であり、当事者に自主性を持って取り組んでもらえるよう応援していきたい。
また、更なる「食」の地域資源の掘り起しを進めることで、資源豊富な観光メニューを作り上げていきたい。



【尼いもづくし・尼いもつるの炊いたん】
尼崎特産のサツマイモのつるから、あったかご飯によく合う佃煮ができた。サツマイモも茎も市民ボランティアの力で収穫している、文字通り手づくりの逸品。



【体感型産業観光】

「ものづくりの現場」を見学し体験することで、既存コースをただ回るだけの観光では得ることのできない感動を味わい、地域に根差す産業の姿を学ぶことができる。



技

地域内ネットワークの活用による大和高田ブランド力の強化

地元で栽培した肌ざわりの優しい大和もめん 「さくらコットン」

プロジェクト概要

地域ブランドの育成・展開には地域のネットワークの力が不可欠。より良い製品開発に向け地域内ネットワークの力をフル活用するとともに、地域全体の力を結集し、大和高田ブランドを強化する。

活用した地域資源

大和高田 さくらコットン、大和もめんを受け継ぐ繊維業の技術、地場産木綿

当地域では江戸時代より綿作が盛んであり、綿だけでなく、染め織加工も発達したことから、ここで生産された製品は、肌ざわりの優しい織物「大和もめん」として広く江戸から東北にまで商売されたと言われている。

工夫する心意気を受け継いだ職人気質の経営者が多く、今なお「品」と「質」を備えた製品を製造している。

このような企業の力を合わせ、ここで有機栽培した純粋な綿を素材に、肌に優しい繊維製品を作った。

終戦後、新しい時代を勇気とやさしさを持って生き抜こうと、市民が力を合わせて高田川に植えた桜並木が立派に育ち、市民の誇りとなっていることから、この地で生まれる綿のブランドが、地域の誇りとして育っていくように、明るく前向きな大和高田の心を込めて「さくらコットン」と命名した。

アピールポイント

- ①地域にこの取り組みを広める事業
綿百鉢運動、大和高田ブランド発信展示会など市民をはじめ周辺地域の人に参加いただき、地域ブランドとして育てている。
- ②原材料としての綿栽培者の育成
市内・近隣地域8か所の約8反て綿を栽培し、原材料の確保に努めた。
- ③繊維製品メーカーが、ベビー衣類を中心に製品開発
昨年出展したギフトショーがきっかけとなり、家庭画報通販雑誌に掲載された。
途絶えていた綿栽培を復活し、素材から製品まで一貫して作れることを地域の誇りとして、ブランドに育てていきたいと考えている。
この取り組みが評価され、昨年11月にNHKがニュース番組を制作し近畿一円に放送された。少しずつ反響が高まっている。

今後の展開

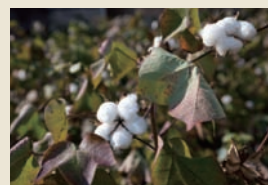
アジア諸国の低賃金労働により生産された綿や、アメリカやオーストラリアの完全機械化の綿とは違い、人件費の高い日本国内で綿を栽培すると原綿は大変高額なものになる。しかし、素材から純国産であることに対し、多方面から大きな信頼を頂いているのを強く感じている。
今後は素材の安全性に加え、高くても納得して頂ける製品としての魅力を磨いていかなければと考えている。



【石園坐多久虫玉神社】
養蚕・機織りの神様を祭った由緒ある神社



【市民の誇り 高田川さくら並木】



【市民と育てる綿畑】
「わたたーらんど」のコットンボールがはじけたところ



小学生の綿の観察会

北海道
東北
北陸信越
関東
東海
近畿
中国
四国
九州・沖縄



食

岡山県産果物を活用した新製品開発・販路開拓支援事業

岡山県産果物を使用した特産品・加工製品を「おかやま果実」ブランドに認定

プロジェクト概要

過年度実施してきた事業に新たな新製品を開発していくことで、更なる認知度の向上ならびに「フルーツ王国おかやま」というイメージの定着化を図る。この取り組みにより参加企業の収益の拡大や地域経済の活性化・観光振興に資する。

活用した地域資源

岡山県産果物

岡山の産業・観光振興を図ることを目的に、岡山県産の果物を使用した特産品・加工製品の中で特に品質の高い製品を厳選して、「おかやま果実」ブランドに認定し全国発信する事業を展開している。活動内容としては、毎年新製品を募集し、応募製品の中から特にこだわりの強い製品を「おかやま果実」ブランドに認定し、製品ラインナップを充実させている。今年度の「おかやま果実」ブランド認定審査会は平成24年11月に実施し、7社10製品をブランド認定した。また、地域の特産品販売会やお祭り、首都圏への観光PRイベントなどに参加し、製品の周知も実施している。その他各種展示商談会にも積極的に参加し、製品の販路拡大につながる活動にも力を入れている。その中でも毎年参加している、共同展示商談会「feel NIPPON」に力をいれており、毎年百貨店、高級スーパー、ホテル等から多く引き合いがある。

アピールポイント

今年度は新製品開発や販路拡大の場面において、「岡山は果物が豊富」というイメージを定着させることを意識した。参画事業者や審査員等にも声をかけ、豊富な果物が新製品と認定されるような取り組みを行った。その結果「ゆず」「レモン」「イチジク」「梅」「マルベリー」など岡山では比較的珍しい果物を使った新製品も認定され、注目を集めた。審査員からも「岡山ではめずらしい果実を使用した新製品が多く、県産果物の豊富さがPR出来そうだ。」と高評価であった。その後出展した展示商談会などでも「岡山は果物が多いですね。」との言葉をたくさんいただき、「果物王国岡山」のイメージ作りに役立った。

今後の展開

課題は今後継続してこの事業を展開していくための枠組みを十分に確立していくこと。今年度については、本事業の補助金を活用し製品開発や販促を実施できたが、来年度以降は自主財源で展開していく必要がある。資金の調達や、少ない資源でも最大限の効果が発揮できるような枠組みを考えていくつもりである。今後は県、市だけでなく、その他の中小企業支援団体とも密に連携を図り、各種イベントの共同開催や情報共有による相乗効果を生かした事業を展開する。

共同展示商談会「feel NIPPON」に出展した今年度開発商品





食

今治地域特産の農水産物を活用した特産品開発プロジェクト

地元名産の鳥生れんこん・はだか麦等を使用して お菓子を開発

プロジェクト概要

今治市の地元名産の農林水産物（特に、鳥生れんこんとはだか麦等）を活用し、地元菓子メーカーおよび消費者との連携を通じて魅力ある新しいお菓子を開発し、地域特産品の全国展開へ向けた素地づくりを行う。

活用した地域資源

鳥生（とりゅう）れんこん、はだか麦（はったい粉）、レモン、ブルーベリー、いよかん、塩など

当プロジェクトは、3年前に「地元の地域資源を使って新しいお菓子をつくろう」と思い立ったのが始まりだった。

今治市は歴史もあり、日本の近代化の波に乗って栄えた都市だが、最近「今治にはこれといった魅力的なお土産が無い」との消費者の声が聞かれるようになっていた。市内には老舗の名品もあるが、定番化してから久しいため、時代に合った新しいお土産はほとんど見当たらない状況であった。そこで、今の時代に合った新しく話題性のあるお土産としてのお菓子を作ろう、ということになったのである。

当プロジェクトの目的は、今治に話題性のある新しいお菓子が生まれることで、地元に応援してもらいつつ広く内外に発信することと、今治を訪れた方にもっと今治を知ってもらうことである。

アピールポイント

この取り組みで工夫した点は大きく3つ。それは、①地域資源の農水産物を使うこと、②市民が参加しながら開発を行うこと、③参加企業が競い合うこと。

①の農水産物は水産物こそなかったが、検討の結果、鳥生（とりゅう）れんこん、はだか麦（はったい粉）を中心に、レモンやブルーベリーなどを使った作品が多数生まれた。

②と③については、お菓子の開発をコンテスト形式にすることでレベルアップを図り、さらに、エントリー作品を市民が加わって審査することで、地元イベントとしての盛り上がりにつながった。おかげで、「来年もコンテストを開催するか？」などの問い合わせも多数寄せられている。

今後の展開

初期の開発検討段階から数えると、本年度で3年目になる。地元での当プロジェクトの知名度は高まってきたが、まだまだ途上であることは否めない。今治のお土産スイーツコンテストとしてのイベントも、なんらかの形で継続して行っていきたいと思います。これまでは今治のみとしていたが、対象範囲を県内に広げたり、対岸の広島県尾道市と対決したりと、面白いアイデアを温めている。

ただ、イベントの開催も良いのだが、これまでに生まれた今治の新しいお土産スイーツが一堂に集まって買うことができる場所が切望されているのは確かなので、この可能性も模索したいと思っている。



今治お土産スイーツコンテスト2012



【瀬戸内しまなみ海道】
サイクリングも楽しめる洋上の
高速道路



【来島海峡】
村上水軍が活躍した渦巻く急流



【日本一のタオル産地】
今治タオルプロジェクトの実施で売
上好調

北海道
東北
北陸信越
関東
東海
近畿
中国
四国
九州・沖縄



旅

楽しみながら学び、体験する新しい産業観光の推進

モノづくりのまちとして発展してきた歴史を活かし 「産業観光」に取り組む

プロジェクト概要

新しい観光資源である工場見学や工場夜景ツアーなどを活かした産業観光の受け入れシステムの構築や、食や文化といった他の観光資源との組み合わせによる新たな観光コース作りを行い、観光客や交流人口の増加を図ることで、街が潤う仕組みを作る。

活用した地域資源

見学受入工場:新日鐵住金(株)八幡製鐵所、(株)安川電機、TOTO(株)、シャボン玉石けん(株)など
夜景:工場夜景ツアー、皿倉山からの夜景
観光施設:小倉城、松本清張記念館、門司港レトロ地区 など
食:北九州市「食のブランド」認定品 など

北九州市は鉄鋼業をはじめ、窯業、化学工業、自動車産業などの製造業が基幹産業を占めるが、世界同時不況後、殆ど全ての産業が急激に落ち込んだ。

また、地域の中心市街地については市内2か所で中心市街地活性化の認定を受け、行政、商店街、当所が中心となって商店街活性化事業を実施しているが、目標達成にはまだ課題が山積している。

そこで、まちの賑わい創出のため、モノづくりのまちとして発展してきた同市の歴史を活かし、「産業観光」の取り組みを始めた。工場や工場夜景などを新たな観光資源として捉え、食や文化といった他の観光資源と組み合わせた「産業観光」を定着させることで、観光客や交流人口の増加を図り、街全体が潤う仕組み作りとなるよう目指していく。

アピールポイント

これまで工場側は見学に門戸を閉ざしていたわけではなく、見学を受け入れていた。しかし、一般の観光施設とは違い様々な条件があり、申込手続きが面倒で、一定人数以上の団体等でなければ、個人や家族で申込むことは困難だった。

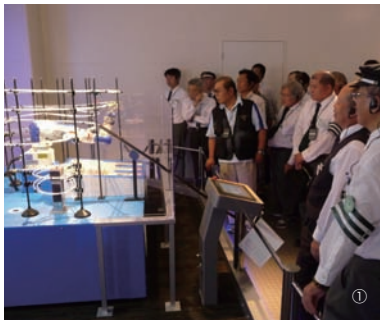
そこで本事業では旅行会社と提携し旅行商品とすることで、参加希望者をグルーピングし、一括しての代行申込みによる簡素化、個人や少人数での参加を可能にした。

旅行商品での集客数は、平成24年度は3,000人を超え、「一人でも手軽に参加できる」などとの、多数の評価の声をいただいた。

今後の展開

旅行会社提携による商品は、現状、ほとんどが「日帰型」のバスツアーになっている。今後は、地元への経済波及効果の大きい「宿泊型」の比率を高めていくため、夜の滞在時間延長の仕掛けを提案しつつ、やや遠方の旅行会社との提携を進めていく。

また、各地商工会議所等の視察研修受入れや、各種コンベンションのエキスカージョンでの産業観光採用を働きかけ、直接事業としても、来訪者増を図っていく。



【見学受入の多様な工場群】

- ① 【安川電機】産業用ロボットで世界一。ロボットがロボットを作る工場
- ② 【TOTO】ご存知、衛生陶器（便器）のトップメーカー
- ③ 【シャボン玉石けん】人に環境に優しい無添加石けんのこだわり企業
- ④ 【八幡製鐵所】1901年創業の日本近代製鉄業の祖である製鐵所



【皿倉山の夜景】

新日本三大夜景にも選ばれた夜景で、日本産業の近代化に大きな役割を果たした工場群を視野角180度超のパノラマで一望できる。



【門司港レトロ地区】

関門海峡の絶景を望む、北九州市唯一の観光地区。大正3年建築で国指定重要文化財の「JR門司港駅」を核に、大正浪漫を感じさせる多数の保存建築物や各種観光客対応施設が集まる臨海エリア。



旅

「癒しの地・十勝」再認識・発信事業「とち癒(ゆ)とりフェスタシーズン 2012」

「とち癒(ゆ)とりフェスタ」で癒しのおもてなしスタイルを構築

プロジェクト概要

「とち癒とりフェスタ」とは、地域の資源（観光・環境・健康）を「癒し」というキーワードで束ね、集客型の販路開拓および普及を行う活動をいう。地元の人が地域の魅力を再認識し、来訪者に対して十勝の暮らしぶりを伝えていく。

活用した地域資源

ライフコンシェルジュ（ご当地アドバイザー）

「とち癒とりフェスタ（通称：癒とりスタ）」は、地域の資源（観光・環境・健康）を「癒し」というキーワードで束ね、メインとして集客型の販路開拓および普及をおこなう活動である。地元住民が地域の魅力を再認識し、来訪者に対して「ライフコンシェルジュ（ご当地風土アドバイザー）」として、十勝の暮らしぶりをお伝えすることが「究極の癒し」と捉え、「人が人を癒す」おもてなしスタイルを構築することを最大の目的として実施。

地元住民によるボランティアガイド「ライフコンシェルジュ（ご当地風土アドバイザー）育成事業」では、イベントでのガイドによるPR活動に力を入れている。

イベントでのライフコンシェルジュの活動は好評で、十勝の魅力を地元から伝えるためにも、ますますライフコンシェルジュの必要性は増している。

アピールポイント

道東自動車道の夕張～占冠間が開通し、十勝・帯広圏と道央圏が直結したことから、道央圏の350万人の市場に対し、十勝住民が地域の魅力（情報）を再発見・再認識する機会と捉え、様々な地域資源の魅力を発信する事業を実施している。

今年度の成果として、ライフコンシェルジュ（ご当地アドバイザー）を活用し、「人が人の心を動かし、人が人を癒す」ご当地観光情報を伝えることができています。

十勝には「観光」「環境」「健康」の分野で多くの魅力ある地域資源があるため、十勝の地域資源を道外および道央圏に向けて発信することで、十勝管内のイベントのほか、観光名所等への観光客の入込数が増加する効果が出ている。

今後の展開

地元住民によるボランティアガイド「ライフコンシェルジュ（ご当地風土アドバイザー）育成事業」では、引き続き、十勝の観光名所である「十勝が丘展望台」のガイド活動やイベントでのガイドによるPR活動に力を入れていく。

十勝の魅力を地元から伝えるためにも、その他、プロモーション事業も関係団体と事業連携したうえで進めていきたい。



【真鍋庭園】

日本初のコニファー（針葉樹）ガーデン。日本一の面積を誇る庭園の中では、北ヨーロッパ、カナダなどから輸入された何百種類もの北方系外来樹種、園芸樹種を生産、育種、販売している。カフェテラスや最新の園芸品種を購入できるガーデンセンターも併設。



【十勝が丘展望台】

十勝が丘公園「ハナック」の裏山にある十勝が丘展望台は、十勝平野の中央に位置し、眼下の十勝川温泉街と延長156kmの十勝川の流れを一望することができる。天気の良い時には日高山脈が約140kmにわたり展望でき眺めは最高。



【まきばの家】

十勝池田町の小高い山のみもとにある「まきばの家」では、スイーツや軽食、焼肉などが楽しめる。放牧地を一望できるデッキテラスのオープンカフェ、地産地消がコンセプトでランチが人気のレストランがある。また、敷地内では約800頭の羊がいるボーヤ・ファームで実際に働いている牧羊犬達のショーを行っている。



旅

越後ちぢみの里 おぢやこいこい博事業

小千谷の地域資源の魅力を集めた
「越後ちぢみの里 おぢやこいこい博」を開催

プロジェクト概要

お祭りの前後2ヶ月間、ユネスコ世界無形文化遺産「小千谷縮」を活用した事業を核とし、他の地域資源を織り交ぜながら交流人口の増加と地場産業の振興を目指して事業展開を図っていく。

活用した地域資源

おぢやまつり、片貝まつり（世界一正四尺玉）、小千谷縮（ユネスコ世界無形文化遺産）、錦鯉、牛の角突き（国重要無形民俗文化財）、農業収穫体験、古民家

「おぢやまつり」「片貝まつり」という地域に古くから根差しているイベントの前後2ヶ月間、小千谷市を一つの「博覧会場」として見立て、様々な地域資源の魅力を集めた「越後ちぢみの里 おぢやこいこい博」を開催した。期間中は「おぢやまつり」「片貝まつり」といった動員力あるイベントを縦軸に、「小千谷縮」「錦鯉」「牛の角突き」「農業収穫体験」等を横軸にして、それぞれの地域資源の魅力を織り交ぜながら、期間集中的に一堂で紹介することで相乗効果を引き出し、当市への来訪者を増やして地域経済に貢献しうる観光事業を実施した。



冬季の関連イベントとして2月23日（土）・24日（日）に「おぢや風船一揆」が開催された。日本を代表する熱気球大会「2013日本海カップ クロスカントリー選手権」を兼ねたイベントで、毎年全国各地から多くの熱気球がエントリーしている。これに合わせて首都圏よりツアー参加者を募集し、様々な当市の魅力を満喫していただいた。

アピールポイント

事業認知度向上を目指して、様々な広告媒体を活用してイベント参加者増を図った。紙媒体とホームページ、WEB対策の併用効果により、ホームページへのアクセス件数は、昨年度に比べて8.4%の伸び率となり、潜在顧客の拡大に一定の効果があった。

今後の展開

まだまだ事業認知度を上げる必要があるため、本年度の問題点、課題等を十分に検証し、近隣県や首都圏をターゲットにした広報宣伝活動をホームページを中心にして継続して行く。また、観光事業を円滑に進めるためにも地域観光に係わるヒト・モノ・カネを包括的に一元管理・運営する母体組織の設立と、情報発信を一極集中的に行っていくことが重要である。



【牛の角突き】

国指定重要無形民俗文化財である「牛の角突き」は、江戸時代後期に滝沢馬琴が書いた「南総里見八犬伝」にも記述がある地域の伝統行事。



【錦鯉】

当市発祥の「泳ぐ宝石」とも呼ばれる錦鯉は、雪国の清らかな水と豊かな土壌で育てられた芸術作品。



【小千谷そば】

別名「へぎそば」「手振りそば」と呼ばれており、そば粉のつなぎに布海苔（ふのり）という海藻が使われているのが特徴。



旅

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

道の駅を核に、食とものづくりを中心にした 体験滞在型集客事業を推進

プロジェクト概要

食とものづくりの地域資源を活かした魅力ある商品・サービス・体験メニューを、誰もが訪れる道の駅を核にして、県外からの来訪者に提供するとともに「体験滞在型観光」を推進し、交流人口の増大を図り地域の活性化を目指す。

活用した地域資源

- ・道の駅食のスタンプラリー
- ・産地消おもてなし料理・スイーツ・土産品

富山県内の“ものづくり”“食”を中心にした体験滞在型集客事業を道の駅を核に展開。平成27年春の北陸新幹線開業をめぐり、県内各地の食のブランド化を確立させ、都市部のファミリー層に「ものづくりを体験する感動」「日本海の幸を味わう楽しみ」が体験できるシステムを提供する。

さらには、地域に合わせた道の駅の今後のあり方を探るとともに県外にある道の駅との差別化を図るため道の駅の経営実態を調査し、今後の活性化案を提供する。

また、従来開催している各道の駅でのイベントや広報活動の集中と選択を行い、共同事業や情報提供を実施するとともに、能登や岐阜の道の駅との交流を図り、共同事業を実施することにより、さらなる広域連携と誘客活動の展開を図る。



アピールポイント

従来、本事業で実施していた「道の駅食のスタンプラリー」事業を通じて、各道の駅での“産地消”をコンセプトにした「おもてなし料理」「スイーツ」「土産品」を開発し、提供することにより、スタンプラリーの参加者の回遊性向上を目指すとともに、地域の特産品をアピールすることができた。

また、国交省の「越中・飛騨観光圏整備事業」で進めている“プラットフォーム事業”にも積極的に関わり、観光圏事業と連携を図ることにより、より一層の効果が現れた。さらには、「能登・富山・岐阜道の駅交流会」開催により共同事業やコラボ商品開発への手がかりが見出された。



今後の展開

「能登・富山・岐阜道の駅交流会」を通じて希望があった

- ・各道の駅でのそれぞれのイベント情報の提供
- ・地場特産産業がある地域がコラボしての商品開発
- ・各道の駅が実施しているイベントへの協力
- ・能登・富山・岐阜の道の駅での独自のスタンプラリーの実施などが挙げられる。

また、国交省の昇龍道（ドラゴンルート）を基本に、その沿線上にある中部圏の道の駅が協力し、関東圏・関西圏のみならずインバウンド客の誘致を図る。さらには、本事業で実施した富山県内の道の駅の診断報告書を基にした活性化案の展開を図りたい。



道の駅食のスタンプラリーで開発された「料理・スイーツ」

- ① かまこんソフト (道の駅高岡)
- ② 庄川ゆずサイダー (道の駅砺波)
- ③ 里芋カレー (道の駅井波)
- ④ 白エビかき揚げ丼 (道の駅新湊)
- ⑤ いわなのにぎり (道の駅上平)
- ⑥ おやべホワイトラーメン (道の駅おやべ)
- ⑦ 干し柿入り南砺パーガー (道の駅福光)
- ⑧ 天ざる氷見うどん (道の駅氷見)



【富山湾上に浮かぶ立山連峰】
高岡市の雨晴海岸や氷見市の海岸からは富山湾越しの3000m級の立山連峰を望むことができる。日本の渚百選や日本の朝日百選に選ばれており、世界でも希少な景勝地として人気がある。



【世界遺産「五箇山合掌造り」】
味わい深い萱葺き屋根の合掌造り家屋が現存し、田畑、石垣、雪持林とともに懐かしい景観を見せている。日本の農山村の原風景の中に民宿もあり、素朴な人情と伝統文化に触れることができる。



【国宝「瑞龍寺」】
高岡の開祖である前田利長公の菩提寺で曹洞宗の名刹。3代藩主前田利常公の建立で、壮大な伽藍配置様式の豪壮にして典雅な美しさに圧倒される。山門、仏殿、法堂が国宝の指定を受けた。



旅

諏訪湖周まちじゅう芸術祭

行政区を超えアートを切り口として地域資源を束ねた「まちじゅう芸術祭」

プロジェクト概要

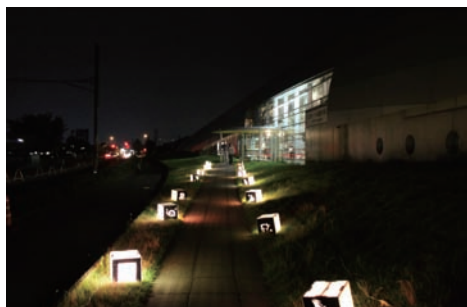
行政区の枠を越え、周遊観光の切り口をつなぎ、諏訪湖周に点在する15の美術館・博物館を軸に、アートを中心とした体験交流プログラムの充実を図り、諏訪地域での滞在時間を延ばし、滞在型観光の創造を行う。

活用した地域資源

諏訪湖、諏訪湖周の美術館・博物館（15館）、諏訪湖エリアまちなか観光案内人（市民ガイド）、路線バス、諏訪大社、神社仏閣、屋形船、地酒、地元食材、下諏訪町 御田町商店街、有形文化財 旧岡谷市役所庁舎、酒蔵

諏訪地域は、周囲16kmの諏訪湖の周りに15の美術館・博物館が点在する、全国でもめずらしい文化施設の集積地である。これら文化施設を中心に、地域の歴史文化や神社仏閣、郷土食や湖上花火等の多様な観光資源を、アートを切り口として束ねることで周遊性を高め、行政区を超えて、今日の観光ニーズに合った観光ルートづくりや体験プログラムを開発することで、諏訪地域における滞在型観光・着地型観光の定着化を図り、観光客の滞在時間延長および観光消費額の増加を目指すことを目的に事業を展開した。

オープニングイベント「諏訪の長い夜」は、7月27・28・29日の3日にわたって美術館・博物館を夜まで開館し、施設および周辺の観光施設への周遊を促すとともに、参加者に「まちじゅう芸術祭」を認知してもらい、個々のプログラムへの誘客を目指した。



諏訪の長い夜



まちじゅう映画館（映画と食のコラボ）



体験イベント

アピールポイント

・地域密着型の多様なプログラムを通してのリピーター獲得とアートプログラムの定着化を図った「諏訪の長い夜」では、イベントが定着しつつあり、アンケートのコメントからもリピーターとなってもらえていることが窺えた。また、芸術祭期間中の様々なイベントに参加してもらっているファンも多く見られ、着地型の参加体験プログラムの造成・実施により、リピーターの獲得に繋がっていることが、見受けられた。

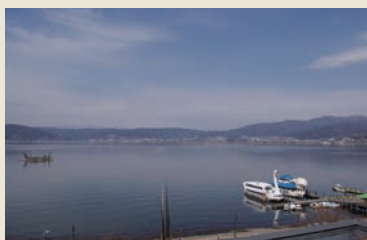
また、各美術館・博物館でも通年で体験プログラムを実施する施設も出てきており、アートプログラムの定着化も促進された。

・ビジュアルアート展の開催にあたっては、諏訪地域ゆかりのアーティストと、実行委員会との協体制から、外部からのアーティストを招聘でき、諏訪に滞在して作品を制作してもらった「アーティスト・イン・レジデンス」の実施ができた。

・下諏訪周遊プロジェクト「すわんぼ」では、京都芸術専門学校の学生たちの発案により、地元御田町商店街で、アートを媒介として周遊してもらいイベントを実施し、地域外との交流が促進できた。また、「まちじゅう映画館」では、地元出身のアーティストをパイプ役にネットワークづくりを行っているボランティアメンバーの企画により、アートと諏訪地域の文化財や地域資源をマッチングすることで、新たな魅力の発見と情報発信を行うことができた。

今後の展開

本年度は、実施体制として、「諏訪湖アートリング協議会」の主体的な参画があったが、協議会の組織体制が十分には整備されておらず、全体的な運営や実行といった面では、多くの支援が必要であった。また、行政職員以外の人材を活用し、企画委員に任命することで、諏訪ゆかりのアーティストやボランティアスタッフ、学生等、当事業に協力してくれる人材が発掘できた。今後は、発掘した人材と諏訪湖周美術館・博物館を繋ぎ合わせることで、組織体制を強化し、継続できる組織づくりを目指す。



【諏訪湖】

周囲約16km、標高759mに位置する諏訪湖は、八ヶ岳や富士山等の眺望も良く、四季を通してウォーキングやサイクリングを楽しむことができる。レガッタなどのウォータースポーツも盛ん。湖畔の公園は、市民や観光客の憩いの場となっている。



【諏訪大社】

国内で最も古い神社のひとつで、全国に1万余ある諏訪神社の総本社。諏訪湖を挟んで上社・下社の社が4つあり、7年に一度開催される大祭「御柱祭」も知られている。



【信州諏訪みそ天丼】

諏訪地域で採れる野菜や湖魚の天ぷらに、諏訪の味噌を使ったタレをかけて食べるご当地グルメで、平成17年より販売が開始され、現在では諏訪市内16店舗で食べることができる。各店舗によって具材やタレがアレンジされている。



旅

大阪産(もん)の魅力発信による、食の都・大阪のフードツーリズム

「大阪産(もん)」を中心に「食都」と「水都」の魅力を
組み合わせた観光プログラムを発信

プロジェクト概要

大阪の多様な食資源「大阪産」を、首都圏等でPRして“本場での味わい”への関心を高め、大阪を代表する都市イメージである「食都」と「水都」の魅力を組み合わせたプログラムを秋に束ねて発信することで、大阪への誘客につなげる。

活用した地域資源

- 大阪産(もん): 庶民的なものから、高級老舗の味、今後売り出したいもの、など多様な魅力をPR
- 水都: 全国初の常設川床や様々なクルーズ等、食を楽しむ大阪ならではの“空間”としての魅力

大阪の多様な食資源「大阪産(もん)」を核に、大阪を代表する都市イメージである「食の都」と「水都」の魅力を組み合わせたプログラムを、「水都大阪フェス2012」として、秋に束ねて発信している。

「大阪の“うまい”を舟ではしごする」をキャッチフレーズに、9つの船着場周辺の飲食店130店舗が参加し、それらを舟で巡る「大阪水辺バル」や、まちの魅力を食とともに楽しむフードツーリズムツアー「大阪まちあるきCUP」などを実施した。

アピールポイント

大阪都心部の東西軸である中之島エリアの水辺とともに、南北軸である御堂筋エリアにも、開催エリアを広げて「水都大阪フェス2012」を開催。全体で108件のプログラムを実施し、メイン会場となった中之島公園には、コア期間の9日間に約23万7000人が訪れ、大阪を代表する秋のイベントとして定着してきた。

またイベントに合わせて、回遊性を高める新しい観光交通サービスとして、まち全体で自転車を共有する「コミュニティサイクル」を実験的に実施。市内16カ所にポートを設置し、10月の1ヶ月間で約1000人が利用した。

今後の展開

首都圏で、「食の都」と「水都」の魅力を組み合わせた観光魅力について調査したところ、全体的に「認知度」が低かったことから、首都圏でのPRを展開していく。特に「具体的な遊び方のメニュー発信」「コナモン以外の食の魅力」を求める声が多かったので、そうした魅力提供に注力する。

また「食の都」と「水都」の魅力を組み合わせた観光魅力創出に取り組む、全国各都市とも連携しながら、魅力発信に取り組んでいく。



【日本初の常設川床「北浜テラス」】川沿いの店舗が川に向かって設置したテラス席で、おいしい料理とともに、水辺の風景、川を行きかう観光船が楽しめる。



【OSAKA旅めがね】プロのまち案内人とともに巡る、まちあるきツアー。レトロ近代建築や路地裏グルメ、新世界やコアタウンなど、定番ツアー15コースのほか、随時プレミアムツアーも実施。



【大阪シディクルーズ】大型船から小型船まで、定期船やチャーター船、屋形船など、人数や目的、時間帯に応じ、様々なクルーズが楽しめる。



旅

地場産業を核にした「府中玉手箱～ものづくり博覧会～」事業

府中市の全国PRと多くの観光客誘致を目的に
「府中玉手箱～ものづくり博覧会～」を開催

プロジェクト概要

「地場産業」を核に、「備後府中焼き」「恋しき」「石州街道出口通り」等の多様な地域資源を一体的に観光資源として活用することにより、府中市を広く全国にPRするとともに、多くの観光客を誘致する体制をつくる。

活用した地域資源

- ・「府中家具」「府中桐箱」「府中味噌」「縫製品」「産業観光関連工場」を中心とする「地場産業」
- ・「備後府中焼き」
- ・「恋しき」「石州街道出口通り」などの中心市街地の観光資源

府中市は、木工、繊維、機械金属、化学製品、味噌など多くの地場産業が立地した「ものづくり」のまちである。また、近年は、ご当地グルメの備後府中焼き（府中風お好み焼き）が脚光を浴びている。

そこで、府中市最大の魅力である、「ものづくり」を核に、「備後府中焼き」などの地域資源を観光資源として一体的に活用することで、府中市を広く全国にPRするとともに、多くの観光客を誘致することを目的に「府中玉手箱～ものづくり博覧会～」を開催した。

本事業は5月に「府中産業メッセ～ふちゅう玉手箱市～」を開催し、地場産業の展示や販売を行い3万5000人の来場があった。その後、「産業観光&体験ツアー」「工場見学受入れ」「備後府中焼き体験教室」を実施し「ものづくりのまち府中」をPRすることができた。

アピールポイント

毎年5月に開催している地場産業の見本市「府中産業メッセ」に本事業で秋に開催していた「ふちゅう玉手箱市」を統合して開催した。展示が中心だった産業メッセにアウトレットセールを一緒に開催したことで、前年を上回る来場者があった。ふちゅう玉手箱市開催の際に懸念されていた中心市街地での会場の容量不足や駐車場問題も天候に左右されない総合体育館で開催したことで、会場の容量不足や駐車場問題なども解消された。また、会場と市内の家具ショールームや府中味噌店を回るスタンプラリーを開催したことにより、市内が一体的に賑わった。



今後の展開

引き続きものづくりなどの地域資源を活かした観光振興を実施する。5月に開催した「府中産業メッセ～ふちゅう玉手箱市～」は、来場者を対象にした体験コーナーなどをより充実させる。「産業観光&体験ツアー」については、人気のある「親子ものづくり体験コース」に特化して実施する。また、府中焼きを食べるに多くの観光客が府中を訪れているので「ものづくり」と連携しながら魅力ある事業にしていく。



【三郎の滝】

天然のすべり滝。長さ30mの天然のすべり台を清流に乗って滝つぼに飛び込む爽快感は格別。紅葉がきれいなことでも知られている。



【備後府中焼き】

最大の特徴は中に入っている“ミンチ肉”。そば入りのお好み焼きは、ミンチの旨みと野菜と一緒に中ではフワッ、外はカリッとした焼き上がり。香ばしいそばがまた旨い。手頃なお値段で、約40軒のお好み焼き店が営業中。B-1グランプリに3年連続出展。



【恋しき】

明治5年創業の木造3階建ての旅館。平成2年に廃業したが、歴史ある建物と日本庭園を残そうと地元財界有志が出資し、平成19年にリニューアルオープン。現在、観光案内所と歴史ある建物を活用したカフェディングが営業を行っている。



旅

ひむかのくに えんぱく 2012 ～延岡からはじまる縁めぐり物語～

3年目となるエキスポ型事業
「ひむかのくに えんぱく」を開催

プロジェクト概要

延岡市および周辺地域が持つ独特の資源、神話や自然、暮らし、人情や歴史といった資源を活かし、秋冬をメイン期間とし地域全体を会場に縁巡りの交流プログラムを実施。その期間前後にも積極的にツアーを展開し、事業効果を高めていく。

活用した地域資源

日豊海岸、島野浦（離島）、伊勢えび、チキン南蛮、鯛茶漬け（郷土料理）、B級グルメ、日向神話、巨石等のスピリチュアル資源、産業遺産、アスリートタウン、雲海、お座敷遊び、工場景観、フィッシング、トレッキング、手ごと・工芸、農水産業、各地域のガイド

東九州自動車道の開通が数年後に迫り、当地域への域外からの来訪意欲が高まりつつある半面、スロー効果についても懸念されている。そのような中、地域の新たな魅力を創出する宝探しの取り組みとして、地域に関わる人々自身の手によって固有資源を磨きあげるエキスポ型事業「ひむかのくに えんぱく」を開催した。

「えんぱく」とは、延岡の「延」と人との「ご縁」にちなんだもので、地域の魅力を少人数で楽しんでいただく着地型の体験交流41プログラムを企画した。広域での連携を強化しながら、まち歩き、ツーリズム体験、就業体験、アウトドア体験、グルメ、工場景観巡りと多彩で、いずれも地域の案内人自らが企画・ガイドを行い、参加者から好評を得た。

3年目となる今年は事業の集大成と位置付け、過去最多のプログラム数を催行し、例年以上の参加を得るなど大きな効果があった。



アピールポイント

企画段階から「えんぱく寺子屋」と称して人材育成とプログラム企画のための研修を実施。寺子屋を通してさらに新しい人材が掘り起こされ、人からやられるのではなく、自ら企画して案内する事業趣旨が浸透する中で、「免許皆伝！伊勢えびを自分でお造りと味噌汁に」「釣りガールと行く海釣り入門」など、さらに個性が際立つ魅力的なプログラムが多数実現した。

「えんぱく」参加者は約85%が地元客。長年地元に住んでいても知らない、行った事がない場所を「えんぱく」を機会に訪れ、体験する中で、アンケート回答者の約96%が「楽しかった」と回答するなど好評を得ており、また高いリピートが得られる事もわかった。期間外での誘客にもつながっており地域の個店や資源の魅力発信に寄与している。

各プログラムの魅力のポイントは、少人数のプログラムをたくさん創ることにより、ガイドとのコミュニケーション促進が図られ、人と人のつながりを強みにしているところにある。そのようななか、口コミで県外客も訪れるようになってきており、市外に対しても認知度の向上と浸透が期待されている。

今後の展開

東九州自動車道が延伸し、高速道路の活用が喫緊のテーマになっている中で、さらに広域での繋がりを強化しながら宮崎県北広域観光の実現や、東九州の縦軸を基軸とした新たな広域観光交流の在り方を探りながら、当地域における集客交流のプラットフォームづくりへとつなげていく。

また、着地型プログラムの開発を通して地域活動の担い手育成や産業振興につなげることで地域活力を強化するコミュニティビジネス支援を検討していく。



【島野浦】

約1,100人が暮らす宮崎県を代表する離島「島野浦」では、近年地域をあげて島の暮らしを体験してもらう「アイランド・ツーリズム」を推進し、多くの観光客が訪れている。



【アスリートタウン延岡】

延岡市では旭化成陸上部をはじめスポーツが盛んで、延岡西日本マラソンやゴールデンゲームズin延岡といったスポーツイベントも多数行われている。



【山を目指し多くの愛好者】

祖母嶺国定公園を有する延岡周辺には登山を目的に毎年多くの愛好者が訪れている。最近の登山ブーム等を受けて女性客も多く活気に満ちている。



平成24年度 日本商工会議所の取り組み

日本商工会議所では、「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」全体の普及促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に、以下の事業に取り組んだ。



取り組み 1

共同展示商談会「feel NIPPON 春 2013」の開催

「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」で開発された特産品や観光の流通関係者、消費者等への認知度向上と販路拡大を目的として、共同展示商談会「feel NIPPON 春 2013」を開催。国内最大級の見本市「第75回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2013」および食の専門見本市「第13回グルメ&ダイニングスタイルショー春2013」との同時開催で、多様な業種のバイヤーや来場者を多数集め、商談の機会創出に努めた。

また、スペシャルアトラクションとして、健康計測機器メーカー・タニタが、地域食材を生かしたカロリーダウンのコツを紹介する「feel NIPPON レシピ公開」、リビングデザインセンター OZONEとfeel NIPPONで開発された商品とがコラボし生活空間を提案する「feel NIPPON のある暮らし」、カリスマバイヤー・内田勝規氏他によるプレゼンテーション「バイヤーズプレゼンテーション」を実施。開発商品の新たな魅力を引き出し、販路開拓の一助とした。



■ Data

期 日：平成 25 年 2 月 6 日（水）～8 日（金）

会 場：東京ビッグサイト

出 展 数：39 商工会議所

来場者数：約 19 万 6000 人（同時開催のイベント来場者含む）



取り組み 2

「旅フェア日本 2012」への出展

日本最大級の国内旅行博覧会「旅フェア2012」に、同プロジェクトで開発された観光関連事業等を出展。

各ブースで各地の観光商品や取り組みの紹介、特設ステージでは各地の趣向を凝らした展示・PR、さらに観光商品の造成段階からバイヤーが求める情報を盛り込むように見直したうえで商談を実施し、マッチング商談会で旅行会社と情報交換を精力的に行った。

各地の認知度・理解度向上に努めるとともに、今後の商品改良に向けての情報収集に努めた。



■ Data

期 日:平成 24 年 11 月 9 日(金)～11 日(日)
会 場:サンシャインシティ
出 展 数:21 商工会議所
来場者数:約 9 万 3000 人



取り組み 3

テストマーケティングの実施

平成18～24年度の同プロジェクトで開発された食品や工芸品のテスト販売会「feel NIPPON 新しい『食』と『技』」を開催。

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、商品の販売や、アンケート調査を実施した。

また、販売会に先立ち実施した商品評価会で抽出した各商品の特徴やポイント、さらに消費者の生の声をPOPの形で表示し、販売促進効果を検証。今後の商品改良や適切な販路開拓につなげるヒントを得た。



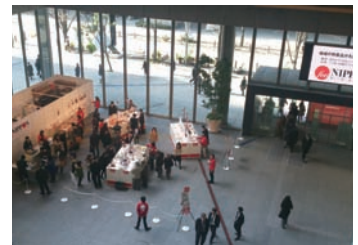
■ Data

・商品評価会

期 日:平成 24 年 12 月 6 日(木)
会 場:ホテル日航東京
出展数:19 商工会議所

・テストマーケティング

期 日:平成 25 年 1 月 19 日(土)～24 日(木)
会 場:丸ビル マルクューブ
出展数:18 商工会議所 74 アイテム



取り組み 4

モニターツアー事業の実施

同プロジェクトで、これまでに開発した旅行商品のモニターツアーを実施。観光の専門家による、商品化にあたっての問題点の明確化と商品の改良を行うとともに、観光・旅行業関係者や消費者等の声を集めることで、商品化につなげることを目指した。

■ Data

実施商工会議所：上越・新井・深谷・宮津・津久見・延岡



取り組み 5

開発商品（特産品）における専門家による商品改良から販路開拓一貫支援事業の実施

同プロジェクトにおいて開発された商品の改良・販売戦略の立案・販路開拓など事業化までの一貫した支援を目的とし、本事業で開発された商品（主に特産品）について、専門家が事業化の可能性の高い商品を洗い出し、商品の改良や宣材の見直しなど販売戦略の立案・アドバイスを行った。あわせて、ECサイト等でのテストマーケティングを実施し、販路拡大を支援した。

■ Data

期 日：平成25年3月6日（水）～19日（火）

掲載サイト：虎ノ門市場



取り組み 6

商談シート制作およびバイヤーへの広報によるマッチング促進事業の実施

平成18～23年度に同プロジェクトで開発された全商品（食・工芸品・観光商品等）について、マッチングの促進を図るため、バイヤーに商品データを提供。取引に必要な商品データを盛り込んだバイヤー向け商談シートを作成したほか、事業化に成功している事例の共有や、販路開拓が進んでいない商品の問題点を明確にした。



取り組み 7

セミナーの開催（担当者セミナー・啓発セミナー）

平成24年度

地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト担当者セミナー

プロジェクトの進め方や事務手続きなどについての説明のほか、地域資源のブランド化による地域活性化の取り組みの参考となるような講演を盛り込み、事業計画の精度向上を図った。

■ Data

期 日：平成24年5月21日（月）～22日（火）

場 所：全国町村議員会館

参加者数：113名



平成24年度

地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト啓発セミナー

本年度のフォローアップ事業の一環として、地域資源を活用した事業の一層の推進を図ると共に、次年度に同プロジェクトの調査研究事業および本体事業を活用して、特産品開発、観光開発、コミュニティビジネスへの取り組みを具体的に検討している商工会議所を対象にしたセミナーを東京で開催。事業を実施する際のポイントを解説したほか、参加者によるワークショップを実施し、事業をより効果的なものにするためにブラッシュアップを行った。また、来年度の側面支援事業案についても説明し、側面支援の有効な活用を促した。

■ Data

期 日：平成25年1月29日（火）

場 所：日本商工会議所 会議室 A

参加者数：27名

取り組み 8

事業基盤強化・専門家派遣事業の実施

同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を派遣した。

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 9

事業評価事業で成果や課題を分析

平成18～24年度実施プロジェクトの取り組みについて調査・分析等を実施し、成功要因や課題等の抽出、側面支援事業も含めた効果的な展開方法と、流通にのせるための販路開拓の方策等を示した。

取り組み 10

パネル展示

商工会議所福利研修センター「カリアック」（静岡県浜松市）において、平成23年度の各地プロジェクトを紹介するパネルを8月1日から展示。企業の社員や学生をはじめとする、研修などでの本施設の利用者に対し、同プロジェクトで開発した各地の観光商品・特産品をPRした。

また、平成25年1月に開催されたテストマーケティング会場、2月に開催された共同展示商談会「feel NIPPON 春 2013」においても、この制作したパネルを活用した。

これらを通し、消費者やバイヤーに向けて本事業と各プロジェクトの取り組み内容の認知度向上を図った。



公式 Web サイトの作成および運営

平成18年度より実施している同プロジェクトの事業内容の認知度向上、各地のプロモーション活動支援、観光・特産品開発意欲喚起を目的として、公式 Web サイト「feel NIPPON」を運営し、情報発信に努めた。

平成24年度採択プロジェクトの事業成果と合わせて、共同展示商談会等のイベント情報や開催報告を掲載することで、商工会議所や事業者のモチベーションを高めるとともに、商談機会の創出を図った。また、バイヤー向けの専用ページを設け、開発商品の詳細情報や動画を盛り込むことで、バイヤーが必要とする情報を提供し、事業化・商品化の一助とした。



Web サイトトップページデザイン



バイヤーズガイドトップ



各商工会議所の取り組みを紹介

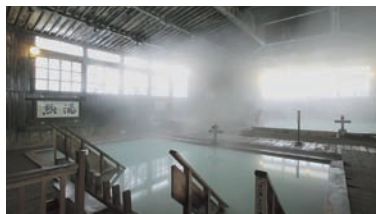
○ピックアッププロジェクト

バイヤー向けの専用ページのなかで、さらにバイヤーの興味をひき事業化につなげることを狙い、動画を使ったコンテンツ（ピックアッププロジェクト）を作成した。商工会議所の生の声や商品の映像を掲載することにより、より地域や商品の魅力を伝えることができた。

映像を作成したのは、美唄、青森、上田、草加、大阪、大川の6商工会議所。



美唄商工会議所：まるまるびばい・魅力まるごと売り込みプロジェクト



青森商工会議所：リ・ラク旅



上田商工会議所：400年の歴史ある上田紬



草加商工会議所：レザータウン草加 エコレザー



大阪商工会議所：あなたの“好き”がきつとある 水都大阪



大川商工会議所：大川コンサルヴ 木と食を結ぶ暮らし



取り組み 12

専門誌および Web 媒体を活用した広報の実施

バイヤーへのアプローチ、各地商工会議所の商談機会の創出を目的として、バイヤーにターゲットを特化した専門誌および Web 媒体に本プロジェクトの取り組みを掲載。

○雑誌掲載

流通・小売業界、旅行業界向け雑誌で本プロジェクトでの取り組みを紹介し、本プロジェクトの認知度の向上とホームページへの誘導を図った。

■ Data

専門誌	10/25 (11月号)	Fji Airway Guide
	10/29 (10/29号)	週刊トラベルジャーナル
	1/1 (2月号)	商業界
	1/15 (2月号)	月刊食品商業
	1/15 (1/15号)	チェーンストアエイジ
	1/25 (2月号)	Fji Airway Guide
	2/1 (3月号)	商業界
	2/1 (2/1号)	チェーンストアエイジ
	2/15 (3月号)	月刊食品商業
	3/1 (4月号)	商業界



チェーンストアエイジ



商業界

○Web 媒体

流通・小売業・商社等の業態を中心に4回にわたり本事業の取り組みに関するパナーの配信を行い、共同展示商談会等の事前周知と、本事業のPR、さらにはホームページへの誘導を図った。

■ Data

web 媒体	10/26~11/8	impAct
	1/7~1/21	
	1/25~2/7	
	3/11~3/24	



北海道

小樽商工会議所

〒047-8520 北海道小樽市福穂2-22-1
Tel: 0134-22-1177 Fax: 0134-29-0630
<http://www.otarucci.jp/>

札幌商工会議所

〒060-8610 北海道札幌市中央区北1条西2
Tel: 011-231-1375 Fax: 011-222-5215
<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/index.html>

帯広商工会議所

〒080-8711 北海道帯広市西3条南9-1 帯広経済センタービル 5F
Tel: 0155-25-7121 Fax: 0155-25-2940
<http://www.occj.or.jp/>

網走商工会議所

〒093-0013 北海道網走市南3条西3 網走産業会館
Tel: 0152-43-3031 Fax: 0152-43-6615
<http://www.cci.knc.ne.jp/>

滝川商工会議所

〒073-0022 北海道滝川市大町1-8-1
Tel: 0125-22-4341 Fax: 0125-23-5252
<http://takikawacci.or.jp/>

稚内商工会議所

〒097-0022 北海道稚内市中央2-4-8
Tel: 0162-23-4400 Fax: 0162-22-3300
<http://www.wakkanai-cci.or.jp/>

美瑛商工会議所

〒072-0025 北海道美瑛市西2条南2-1-1
Tel: 0126-63-4196 Fax: 0126-63-4194
<http://www15.plala.or.jp/bibaicci/>

東北

弘前商工会議所

〒036-8567 青森県弘前市上鞘師町18-1
Tel: 0172-33-4111 Fax: 0172-35-1877
<http://www.hccj.or.jp/>

花巻商工会議所

〒025-0075 岩手県花巻市花城町10-27
Tel: 0198-23-3381 Fax: 0198-23-2324
<http://www.hanamaki-cci.or.jp/>

横手商工会議所

〒013-0021 秋田県横手市大町7-18
Tel: 0182-32-1170 Fax: 0182-33-5642
<http://www.yokotecci.or.jp/>

酒田商工会議所

〒998-0044 山形県酒田市中町2-5-10
Tel: 0234-22-9311 Fax: 0234-22-9310
<http://www.sakata-cci.or.jp/>

長井商工会議所

〒993-0011 山形県長井市館町北6-27
Tel: 0238-84-5394 Fax: 0238-88-3778
<http://www.nagai-cci.or.jp/>

須賀川商工会議所

〒962-0844 福島県須賀川市東町59-25
Tel: 0248-76-2124 Fax: 0248-76-2127
<http://www.sukagawacci.or.jp/>

北陸・信越

上越商工会議所

〒943-8502 新潟県上越市新光町1-10-20
Tel: 0255-25-1185 Fax: 0255-22-0171
<http://www.jocci.jp/>

燕商工会議所

〒959-1289 新潟県燕市東太田6856
Tel: 0256-63-4116 Fax: 0256-63-8705
<http://www.tsubame-cci.or.jp/>

小千谷商工会議所

〒947-8691 新潟県小千谷市本町2-1-5 小千谷商工福祉会館
Tel: 0258-81-1300 Fax: 0258-83-3632
<http://www.ojiyacci.org/>

糸魚川商工会議所

〒941-8601 新潟県糸魚川市寺町2-8-16
Tel: 0255-52-1225 Fax: 0255-52-8860
<http://www.itoigawa-cci.or.jp/>

新井商工会議所

〒944-0048 新潟県妙高市下町7-1
Tel: 0255-72-2425 Fax: 0255-73-7525
<http://www.araicci.jp/>

加茂商工会議所

〒959-1313 新潟県加茂市幸町2-2-4
Tel: 0256-52-1740 Fax: 0256-52-4100
<http://www.kamocci.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/>

黒部商工会議所

〒938-0014 富山県黒部市植木23-1
Tel: 0765-52-0242 Fax: 0765-52-2650
<http://www.ccis-toyama.or.jp/kurobe/>

小松商工会議所

〒923-8566 石川県小松市園町2-1
Tel: 0761-21-3121 Fax: 0761-21-3120
<http://www.komatcci.or.jp/>

七尾商工会議所

〒926-8642 石川県七尾市三島町70-1 七尾産業福祉センター
Tel: 0767-54-8888 Fax: 0767-54-8811
<http://www.nanao-cci.or.jp/>

輪島商工会議所

〒928-0001 石川県輪島市河井町20-1-1
Tel: 0768-22-7777 Fax: 0768-22-7707
<http://www.wajimacchi.or.jp/>

珠洲商工会議所

〒927-1214 石川県珠洲市飯田町1-1-9
Tel: 0768-82-1115 Fax: 0768-82-1608
<http://www.suzu.co.jp/>

上田商工会議所

〒386-8522 長野県上田市大手1-10-22
Tel: 0268-22-4500 Fax: 0268-25-5577
<http://www.ucci.or.jp/>

松本商工会議所

〒390-8503 長野県松本市中央1-23-1
Tel: 0263-32-5355 Fax: 0263-33-1020
<http://www.mccj.jp/>

岡谷商工会議所

〒394-0021 長野県岡谷市郷田1-4-11
Tel: 0266-23-2345 Fax: 0266-22-9056
<http://www.okayacchi.or.jp/>

諏訪商工会議所

〒392-8555 長野県諏訪市小和田南14-7
Tel: 0266-52-2155 Fax: 0266-52-1010
<http://www.suwacchi.or.jp/>

下諏訪商工会議所

〒393-0087 長野県諏訪郡下諏訪町西鷹野町4611
Tel: 0266-72-8533 Fax: 0266-28-8811
<http://cci.shimosuwa.nagano.jp/>

伊那商工会議所

〒396-8588 長野県伊那市中央4605-8
Tel: 0265-72-7000 Fax: 0265-73-7766
<http://www.inacchi.or.jp/>

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 長野県佐久市中込 2976-4
Tel : 0267-62-2520 Fax : 0267-62-3521
<http://www.sakucchi.or.jp/>

飯山商工会議所

〒 389-2253 長野県飯山市大字飯山 2239-1
Tel : 0269-62-2162 Fax : 0269-63-3191
<http://www2.ocn.ne.jp/~iicci/>

千曲商工会議所

〒 387-0011 長野県千曲市杭瀬下 3-9
Tel : 026-272-3223 Fax : 026-272-3633
<http://chikumacchi.jp/>

関 東

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.kanumacchi.org/>

大田原商工会議所

〒 324-0051 栃木県大田原市山の手 1-1-1 皇漢堂ビル 1F・2F
Tel : 0287-22-2273 Fax : 0287-22-7643
<http://www.ohawaracchi.or.jp/>

佐野商工会議所

〒 327-0027 栃木県佐野市大和町 2687-1
Tel : 0283-22-5511 Fax : 0283-22-5517
<http://www.sanocchi.or.jp/>

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.kiryucchi.or.jp/>

館林商工会議所

〒 374-8640 群馬県館林市大手町 10-1
Tel : 0276-74-5121 Fax : 0276-75-3189
<http://www.tatebayashi-cci.or.jp/>

川口商工会議所

〒 332-8522 埼玉県川口市本町 4-1-8
Tel : 048-228-2220 Fax : 048-228-2221
<http://www.kawaguchicchi.or.jp/>

秩父商工会議所

〒 368-0046 埼玉県秩父市宮側町 1-7
Tel : 0494-22-4411 Fax : 0494-24-8956
<http://www.chichibu-cci.or.jp/>

草加商工会議所

〒 340-0016 埼玉県草加市中央 2-16-10
Tel : 048-928-8111 Fax : 048-928-8125
<http://www.sokacity.or.jp/>

佐原商工会議所

〒 287-0003 千葉県香取市佐原 1 525-1
Tel : 0478-54-2244 Fax : 0478-55-1501
<http://www.sawara-cci.or.jp/>

青梅商工会議所

〒 198-8585 東京都青梅市上町 373-1
Tel : 0428-23-0111 Fax : 0428-23-1122
<http://www.omecchi.jp/>

横須賀商工会議所

〒 238-0013 神奈川県横須賀市平成町 2-14-4
Tel : 046-823-0400 Fax : 046-823-0401
<http://www.yokosukacchi.com/>

小田原箱根商工会議所

〒 250-0014 神奈川県小田原市城内 1-21
Tel : 0465-23-1811 Fax : 0465-22-0877
<http://www.odawara-cci.or.jp/>

厚木商工会議所

〒 243-0017 神奈川県厚木市柴町 1-16-15
Tel : 046-221-2151 Fax : 046-222-0607
<http://www.atsugicchi.or.jp/>

富士吉田商工会議所

〒 403-0004 山梨県富士吉田市下吉田 1643-1
Tel : 0555-24-7111 Fax : 0555-22-6851
<http://www.fyoshidacchi.or.jp/>

静岡商工会議所

〒 420-0851 静岡県静岡市葵区黒金町 20-8
Tel : 054-253-5111 Fax : 054-253-5119
<http://www.shizuoka-cci.or.jp/>

浜松商工会議所

〒 432-8501 静岡県浜松市中区東伊場 2-7-1
Tel : 053-452-1111 Fax : 053-452-6682
<http://www.hamamatsu-cci.or.jp/>

下田商工会議所

〒 415-8603 静岡県下田市 2-12-17
Tel : 0558-22-1181 Fax : 0558-23-1160
<http://www.shimoda-cci.or.jp/>

袋井商工会議所

〒 437-8761 静岡県袋井市新屋 1-2-1
Tel : 0538-42-6151 Fax : 0538-42-9871
<http://www.fukuroi-cci.or.jp/>

東 海

大垣商工会議所

〒 503-8565 岐阜県大垣市小野 4-35-10 大垣市情報工房
Tel : 0584-78-9111 Fax : 0584-78-9112
<http://www.ogakicchi.or.jp/>

高山商工会議所

〒 506-8678 岐阜県高山市天満町 5-1
Tel : 0577-32-0380 Fax : 0577-34-5379
<http://www.takayama-cci.or.jp/>

神岡商工会議所

〒 506-1111 岐阜県飛騨市神岡町東町 378 神岡町公民館内
Tel : 0578-82-1130 Fax : 0578-82-5870
<http://www.kamiokacchi.or.jp/>

半田商工会議所

〒 475-0874 愛知県半田市銀座本町 1-1-1
Tel : 0569-21-0311 Fax : 0569-23-4181
<http://www.handa-cci.or.jp/>

蒲郡商工会議所

〒 443-8505 愛知県蒲郡市港町 18-23
Tel : 0533-68-7171 Fax : 0533-68-0339
<http://www.gamagoricchi.or.jp/>

安城商工会議所

〒 446-8512 愛知県安城市桜町 16-1
Tel : 0566-76-5175 Fax : 0566-76-4322
<http://anjo-cci.or.jp/>

大府商工会議所

〒 474-8503 愛知県大府市中央町 5-70
Tel : 0562-47-5000 Fax : 0562-46-9030
<http://www.obu-cci.or.jp/>

四日市商工会議所

〒 510-8501 三重県四日市市諏訪町 2-5
Tel : 059-352-8191 Fax : 059-354-3737
<http://www.yokkaichi-cci.or.jp/web/>

伊勢商工会議所

〒 516-0037 三重県伊勢市岩渕 1-7-17
Tel : 0596-25-5151 Fax : 0596-28-4181
<http://www.ise-cci.or.jp/>

松阪商工会議所

〒 515-0014 三重県松阪市若葉町 161-2
Tel : 0598-51-7811 Fax : 0598-51-3416
<http://www.m-cci.or.jp/>

桑名商工会議所

〒 511-8577 三重県桑名市桑栄町 1-1
Tel : 0594-22-5155 Fax : 0594-21-5156
<http://www.kuwana.ne.jp/chamber/>

亀山商工会議所

〒 519-0124 三重県亀山市東御幸町 39-8
Tel : 0595-82-1331 Fax : 0595-82-8987
<http://kameyama-cci.or.jp/ifu/>

尾鷲商工会議所

〒 519-3611 三重県尾鷲市朝日町 14-45
Tel : 0597-22-2611 Fax : 0597-22-2682
<http://owasecci.com/>

鳥羽商工会議所

〒 517-0022 三重県鳥羽市大明東町 1-7
Tel : 0599-25-2751 Fax : 0599-26-4988
<http://www.toba.or.jp/>

熊野商工会議所

〒 519-4323 三重県熊野市木本町 171
Tel : 0597-89-3435 Fax : 0597-89-3436
<http://www.kumano-cci.com/>

近畿

京都商工会議所

〒 604-0862 京都府京都市中京区烏丸通夷川上ル
Tel : 075-212-6400 Fax : 075-255-1985
<http://www.kyo.or.jp/kyoto/>

大阪商工会議所

〒 540-0029 大阪府大阪市中央区本町橋 2-8
Tel : 06-6944-6323 Fax : 06-6944-6330
<http://www.osaka.cci.or.jp/>

岸和田商工会議所

〒 596-0045 大阪府岸和田市別所町 3-13-26
Tel : 0724-39-5023 Fax : 0724-36-3030
<http://www.kishiwada-cci.or.jp/top.html>

尼崎商工会議所

〒 660-0881 兵庫県尼崎市昭和通 3-96
Tel : 06-6411-2251 Fax : 06-6413-1156
<http://www.amacci.or.jp/>

大和高田商工会議所

〒 635-0095 奈良県大和高田市大 106-2
Tel : 0745-22-2201 Fax : 0745-22-2277
<http://www.yamatotakada-cci.or.jp/>

田辺商工会議所

〒 646-0033 和歌山県田辺市新屋敷町 1
Tel : 0739-22-5064 Fax : 0739-25-2783
<http://www.aikis.or.jp/~t-cci/index.html>

橋本商工会議所

〒 648-0073 和歌山県橋本市市廳 1-3-18
Tel : 0736-32-0004 Fax : 0736-33-3326
<http://www.hashimoto-cci.or.jp/>

中国

岡山商工会議所

〒 700-8556 岡山県岡山市北区厚生町 3-1-15
Tel : 086-232-2266 Fax : 086-232-5269
<http://www.okayama-cci.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/>

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/>

防府商工会議所

〒 747-0037 山口県防府市八王子 2-8-9
Tel : 0835-22-4352 Fax : 0835-22-4763
<http://www.h-c.or.jp/>

徳山商工会議所

〒 745-0037 山口県周南市栄町 2-1-5
Tel : 0834-31-3000 Fax : 0834-32-3303
<http://www.tokuyama-cci.or.jp/>

四国

高松商工会議所

〒 760-8515 香川県高松市番町 2-2-2
Tel : 087-825-3500 Fax : 087-825-3525
<http://www.takacci.or.jp/>

多度津商工会議所

〒 764-8508 香川県仲多度郡多度津町東浜 6-30
Tel : 0877-33-4000 Fax : 0877-33-4713
<http://www.netwave.or.jp/~tadotsu/>

松山商工会議所

〒 790-0067 愛媛県松山市大手町 2-5-7
Tel : 089-941-4111 Fax : 089-947-3126
<http://www.jemcci.jp/index.html>

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/>

西条商工会議所

〒 793-0027 愛媛県西条市朔日市 779-8
Tel : 0897-56-2200 Fax : 0897-56-2206
<http://www.saijocci.or.jp/>

九州・沖縄

北九州商工会議所

〒 802-8522 福岡県北九州市小倉北区紺屋町 13-1
Tel : 093-541-0181 Fax : 093-531-1799
<http://www.kitakyushucchi.or.jp/>

八女商工会議所

〒 834-0063 福岡県八女市本村 425-22-2
Tel : 0943-22-5161 Fax : 0943-22-5164
<http://www.yamecci.or.jp/>

竹田商工会議所

〒 878-0013 大分県竹田市大字竹田 1920-1
Tel : 0974-63-3161 Fax : 0974-63-3163
<http://www.taketa-cci.or.jp/>

宮崎商工会議所

〒 880-0811 宮崎県宮崎市錦町 1-10 KITEN 7F
Tel : 0985-22-2161 Fax : 0985-24-2000
<http://www.miyazaki-cci.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/>

平成24年度 小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業
地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト

平成25年3月発行

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

編集 日本商工会議所 流通・地域振興部