

平成29年度地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト 採択一覧

1. 調査研究事業(商工会議所25件)

No.	実施商工会議所 (都道府県)	事業概要
1	札幌商工会議所 (北海道)	【「夜間観光サービス」開発事業】 札幌市内の商業・サービス消費を拡大するため、インバウンドと地元客で賑わう市内商店街を拠点として、夜間から早朝の時間帯におけるエンターテイメント等の商品・サービスを発掘し、札幌観光のコンテンツを商品化し、新たなブランドを構築する。
2	稚内商工会議所 (北海道)	【「日本最北端わからない特産品開発プロジェクト」】 基幹産業の一つに位置づける観光産業の一層の活性化に向けて、当地の魅力を全国に訴求するため、日本最北の海と農地から獲れる素材により新たな特産品の開発を行い、誘客喚起による域外からの顧客獲得増を目指す。
3	紋別商工会議所 (北海道)	【JNO MOMBETSU～夏場の観光開発による観光の産業化～】 既存の観光資源の視点を変え、新たな魅力となり得るか調査をするとともに、観光地としての課題を探る。あわせて観光における経済波及効果を可視化することにより、様々な業種を巻き込んだ地域一体の観光地づくりを行うための礎とする。
4	富良野商工会議所 (北海道)	【富良野自然36景発掘調査事業】 これまでの夏・冬限定の観光から、滞在型通年観光確立のため春・秋の観光端境期解消を行う。これにより観光産業による地域経済波及額の増加、通年の労働力確保が可能となり現在深刻化を増している生産労働人口の確保による人口減少の抑制を行う。
5	横手商工会議所 (秋田県)	【面積日本一の盆地と豪雪による特産品を活用した新商品開発】 日本最大の大きさを誇る横手盆地と豪雪が形成した肥沃な大地が育んだ横手市の特産品を利用し、観光客・ビジネス客などの来横者向けの新商品の開発を行う。
6	伊那商工会議所 (長野県)	【南アルプス観光魅力創出プロジェクト～日本一のトレッキングコースづくり～】 南アルプスの麓には2000m級の南アルプスの前衛とも呼ばれる山が連なり、360度のパノラマや湿原地帯、キャンプ場が存在する。車でアクセスも可能なことから魅力ある観光コースを調査し地域経済の活性化に繋げるための研究を行う。
7	鹿沼商工会議所 (栃木県)	【ユネスコ世界遺産登録 都市間連携新商品開発事業】 「下野国2大祭り」として鹿沼市「秋祭り」・那須烏山市「山あげ祭」のユネスコ世界遺産登録を記念し双方の地域資源を活用した都市間連携による新たな特産品・両都市間をつなぐニューツーリズム創出に向けての調査研究を実施する。
8	桐生商工会議所 (群馬県)	【「桐生マフラー・ストール」ブランド化事業】 総合繊維産地として縮小の一途をたどる群馬県桐生市において、世界的に標準化され老若男女に受け入れられやすいマフラー・ストールの桐生オリジナル製品開発・ブランディングに取り組み、高付加価値の製品を開発することで産地の継続を目指す。
9	川越商工会議所 (埼玉県)	【川越市郊外を活用した体験・学習型観光商品開発事業】 多くの観光資源が眠る川越市郊外への誘客を目的に、観光資源周辺で提供できる商品サービスの掘り起し、学習プログラムおよび体験プログラムの開発など着地型旅行商品の提供に向けた調査を行う。
10	蕨商工会議所 (埼玉県)	【成年式発祥の地 埼玉県蕨市の大人の銘菓開発プロジェクト】 「成年式発祥の地」という歴史資源を活用し、20歳を祝うというルーツから、大人に向けた高級路線の菓子(スイーツ)を開発する。市内各所で販売を開始できるよう、話題性を持つ商品開発を展開していく。
11	三島商工会議所 (静岡県)	【東海道「箱根八里」街道観光研究開発プロジェクト】 日本の歴史的な大幹線道路・東海道の名所「箱根八里」の資源を調査・整理、分析して街道資源の観光活用について研究。街道観光の仕組みの構築に取り組み、「箱根八里」の観光ブランド化による地域経済の振興を目指す。
12	大垣商工会議所 (岐阜県)	【ローカル鉄道を活用した西美濃の観光に関する調査研究事業】 大垣市を中心に、西美濃地域の交流人口拡大をはかるため、ローカル鉄道である養老鉄道を活用し、沿線地域に存在する観光資源等の調査研究を行う。

No.	実施商工会議所 (都道府県)	事業概要
13	蒲郡商工会議所 (愛知県)	【働く人の健康づくりをサポート～健康デザインプロジェクト】 蒲郡の魅力を活かしたヘルスケアツーリズムの開発に向け、ターゲットユーザーのニーズ把握に取り組み、働く人の健康づくりをサポートする健康デザインプロジェクトの事業戦略を調査研究する。
14	尾鷲商工会議所 (三重県)	【尾鷲市の目的地化定着を目指すプロジェクト】 高速道路工事が終了した後は、尾鷲市への入込客数が激減することが予測されるため、尾鷲市を目的地化するための将来像を築き上げると共に、尾鷲市をアピールするための特産品開発を進める。
15	大野商工会議所 (福井県)	【名水を活用した飲料新商品の開発に向けた6次産業事業化】 名水と、名水で作られる農産物や特産物を活用し、飲料新商品を開発する。また、販売までを一貫して行う6次産業化を目指し、新たな観光拠点の創出を模索する。
16	福知山商工会議所 (京都府)	【福知山城と明智光秀の魅力再発掘調査研究事業】 天守閣を持ち明智光秀が築城した福知山城への来場客数を大幅に増加させるため、魅力向上に向けた戦略を多角的に調査研究する。関連して追加消費を促す地元特産品や郷土食を開発し、飲食店・宿泊施設等小規模事業者へ波及効果をもたらす。
17	北大阪商工会議所 (大阪府)	【ふるさと名物「天の川」を活用した特産品開発に向けた調査事業】 枚方市、交野市は七夕伝説ゆかりの地とされており、一級河川の天野川が流れているが、両市民以外にはほとんど定着しておらず地域資源として活用できていないため、新たな特産品開発に向けた調査事業を行う。
18	備前商工会議所 (岡山県)	【備前焼を活用した、旧閑谷学校の来場者獲得のための仕組みづくり】 旧閑谷学校の新たな来場者層の獲得を図るための仕組みづくりとして、学業成就関連商品や入場者再訪を促す新商品、新サービスを開発する。
19	庄原商工会議所 (広島県)	【「しょうばら新発見！」観光資源等の掘り起し事業】 庄原市の恵まれた自然資源を視点を変えて調査することで、新たな発見をし、広く全国に情報発信するための新たな広報ツールの活用やツアー企画、観光商品開発に向けた調査研究を行い、交流人口の増加と滞在型観光の推進に結びつける方策を探る。
20	柳井商工会議所 (山口県)	【大型店との共存に向けた調査研究事業】 販売促進事業を大型店と共同開催するための調査研究を行う。消費者ニーズ、地元商店の実態調査や先進地を視察。地元商店100店舗を紹介する販売促進事業のブラッシュアップと合わせ、大型店と共存共栄できる新たな事業モデルの創出を図る。
21	久留米商工会議所 (福岡県)	【久留米の宝を磨く！ 酒元氣ブランディング事業】 吟醸酒・純米酒等プレミアム感のある特定名称酒分野の消費量は増加している。特に女性をターゲットとした発泡性清酒の市場分野は増大している。久留米の酒蔵が協働し、新たな商品“スパークリング久留米酒”の開発と調査研究に取り組む。
22	朝倉商工会議所 (福岡県)	【エディブルフラワーの加工商品開発に関する調査事業】 彩りと食感に優れ、高機能食材とされるエディブルフラワー（食用花）の需要が高まる中、「肥沃な土」を活用した食用花の栽培のもと「独自加工商品」試作を行い、実需者ニーズ調査研究を行う。
23	佐世保商工会議所 (長崎県)	【人口減少に対応したコミュニティビジネス創出のための調査研究事業】 高齢化の進展や人口偏在が想定される中心市街地において、創業支援事業を補完しながら、地域課題の解決に資するコミュニティビジネスを集積することにより生活環境の改善を目指す。
24	松浦商工会議所 (長崎県)	【インバウンド客も対象とした松浦市・青島の高産資源の特産品開発調査事業】 松浦市・青島地区の高産物を活用し、「新しい食の提案」を織り交ぜながらブランドを創造、強化していく。そのためのマーケティング調査並びに商品可能性を調査する。
25	浦添商工会議所 (沖縄県)	【琉球王統の歴史を活かした「りっかりっか！浦添（うらしー）」プロジェクト】 古都浦添は琉球王統発祥の地として多くの歴史遺産が点在する。これらを地域資源と捉え、他市町村とは差別化した観光および特産品の魅力あるコンテンツを確立することで市内への誘客および滞在時間の延長を目指す。

2. 本体事業1年目（商工会議所14件）

No.	実施商工会議所 (都道府県)	事業概要
1	久慈商工会議所 (岩手県)	【久慈産「琥珀」を活用した新商品開発および地域ブランディング事業】 商業採掘としては国内で唯一の琥珀産出地として「琥珀のまちづくり」を進めるため、琥珀の削屑を活用した新商品の開発と「琥珀のまち・久慈」を全国に定着させることを目的とした地域ブランディング事業を行う。
2	酒田商工会議所 (山形県)	【南洲神社がある街のツアー商品造成事業】 南洲と呼ばれた西郷隆盛を祀る神社である「南洲神社」が酒田市にある。西郷隆盛と庄内との結びつきは強く、その遺徳をたたえ創建された。この南洲神社を取り入れた観光ルート商品を造成し、交流人口の増加を図る。
3	長井商工会議所 (山形県)	【「軟水の都ながい」の菊芋が織りなす6次産業推進事業】 軟水に恵まれた山形県長井市で無農薬・化学肥料不使用により栽培された「菊芋」を活用した“長生きに効く”商品開発により、健康と美容を訴求力にした6次産業推進の取り組みを通じ、健康長寿な地域ブランド化を図る。
4	十日町商工会議所 (新潟県)	【火焰型土器のクニ 十日町 縄文ツーリズム プロジェクト】 国宝「火焰型土器」をはじめとした縄文文化と「雪国文化」を活用した観光開発と特産品開発に取り組む。
5	氷見商工会議所 (富山県)	【商議所連携で相互の魅力を生かした新商品開発と販路拡大事業】 商工会議所の全国ネットワークを生かした“連携”により新たな商品開発に取り組むことで、相互の地域での新商品開発・販路開拓を基本に全国展開を図る。氷見には無い魅力×〇〇には無い魅力＝で相互の地域に経済効果を生む。
6	珠洲商工会議所 (石川県)	【奥能登国際芸術祭活用観光・特産品開発事業】 奥能登国際芸術祭2017の開催にあわせて、特産品(土産品)・地産地消メニュー・観光ルートの開発などの総合的な事業を実施し、長期的な地域の活性化につなげる。
7	上田商工会議所 (長野県)	【「真田REDアップルパイ」による地域連携型6次産業化の推進】 信州上田オリジナルブランドりんご「真田REDアップル」を使用したスイーツ「真田REDアップルパイ」を軸に、農商工および支援機関等地域全体で連携した6次産業化を進める。
8	日光商工会議所 (栃木県)	【二宮尊徳を活用したニューツーリズム開発と地域経済活性化事業】 二宮尊徳を地域資源とした着地型観光の開発をし、モニターツアーを通じて縁のある特産品の開発を行う。
9	越谷商工会議所 (埼玉県)	【「水辺のアーバンアクティビティ・シティ越谷」プロジェクト】 市内の水辺空間で都市型アクティビティ事業を開発する。越谷ねぎ等地元野菜を使ったBBQやグランピング、池や河川でのヨットやカヌー、平坦な地形を活用したサイクル&ランニング等の体験型観光プログラムを開発しシティブランドの確立を目指す。
10	佐原商工会議所 (千葉県)	【佐原の大祭を活用した通年型観光資源作成プロジェクト】 ユネスコ無形文化遺産に登録された「佐原の大祭」を通年型観光資源として位置づけ、有形・無形の文化資源とともに、佐原固有の「運営の仕組み」を活かした集客ビジネスを展開するため、体験事業やツアーの受入、土産品開発等の効果検証を行う。
11	高山商工会議所 (岐阜県)	【「飛騨の匠街道」街道観光事業】 飛騨高山に残る『飛騨の匠』が歩いた「飛騨の匠街道」を活用してロングトレイルの整備やトレイルツアーの造成に取り組み、広域観光による地域経済の振興を目指す。
12	大津商工会議所 (滋賀県)	【「みーつ びわ湖・大津」テーマ別体験・まちあるき事業】 大津の観光資源は分散し公共交通機関の分断から回遊性が高まらないため、その不便さを感じさせずまちなかに人の流れを作るため、地域事業所等が体験・まちあるきプログラムを実施し、魅力的なストーリーにまとめて周知する。
13	伊丹商工会議所 (兵庫県)	【地域資源（希少糖・酒等）を活用した特産品開発プロジェクト】 ①希少糖入り甘酒、②希少糖入りたみまるレモン酒、③希少糖入りレモンビール、④希少糖入り桜ビール、⑤たみまるレモンパウダーケーキorクッキーの試作品とPRパンフレットを作成し、展示会にて全国展開（販路開拓）を実施する。
14	飯塚商工会議所 (福岡県)	【長崎街道、八木山高原を活かしたまちおこし・地域活性化プロジェクト】 地域資源の魅力を伝えるウェブサイト等を作成し、観光情報発信の強化を行う。菓子製造事業者等とタイアップしたウォーキングイベント等により観光ルートの確立を図る。また、体験型観光ツアーや地域資源の連携の強化など観光誘客の拡大事業を行う。

3. 本体事業2年目（商工会議所7件）

No.	実施商工会議所 (都道府県)	事業概要
1	札幌商工会議所 (北海道)	【さっぽろワンハンドスイーツを核とした食べ歩き観光プロジェクト】 高い技術力を持つ札幌市内の複数の菓子店等が、北海道産食材を主原料とした“さっぽろワンハンドスイーツ”をテーマに新商品を開発し、さっぽろスイーツを食べながら観光施設めぐりや街歩きをする新たな札幌の観光スタイルを提案・創造する。
2	登別商工会議所 (北海道)	【「室蘭・伊達・登別魅力再発見プロジェクト」】 登別・室蘭・伊達に点在する北海道ならではの歴史的背景を持つ地域資源を有機的に結びつけることで周遊型の観光メニューを開発し認知度を高めることで、新たな広域的な観光圏を構築する。
3	ひたちなか商工会議所 (茨城県)	【ほしいも魅力発信プロジェクト】 ほしいものブランディングを促進し付加価値を付ける事で、当地全体としてのブランド化を図る。将来的には、ブランド化された地域にビジネス・観光客を呼び込む仕組み作りを構築し、地域経済の向上を図る。
4	甲府商工会議所 (山梨県)	【マンガ・アニメと地域資源を融合したコンテンツ活用による新観光創出事業】 若年層に支持され、また中高年齢層にもわかり易いツールとして存在するマンガ・アニメ、特に山梨県出身作家等を活用し、地域資源である魅力的な地場産品（ジュエリーやワイン）等の融合による新たな観光ルートや観光スポット等の創出を図る。
5	名古屋商工会議所 (愛知県)	【名古屋の「匠土産（たくみやげ）」開発プロジェクト】 名古屋の持つ「モノづくりの地」というイメージを観光誘客につなげるため、中小企業の持つ優れたモノづくり技術を活かした、主にビジネス客をターゲットとした土産品＝「匠土産（たくみやげ）」を開発し、地域の新たな特産品として育てていく。
6	府中商工会議所 (広島県)	【中心市街地から広がる賑わい・地域コミュニティ基幹店育成事業】 商店の減少が進み、消費者は買物に不便を感じ、他市へ消費が流出、市内商店は客数が減る悪循環が発生している。これを解消するため、商店同士が連携し、消費者と商店双方にメリットのある仕組みづくりを目指す。
7	八女商工会議所 (福岡県)	【八女の地域資源・技術を活かした、八女産オリーブ商品での全国展開事業】 八女産オリーブを活用して消費者およびマーケットが求める更なる高品質・高付加価値商品を開発し、有効なテストマーケティングを継続的に実施する事でブラッシュアップを図り販路開拓および生産地八女での産業化を目指す。