

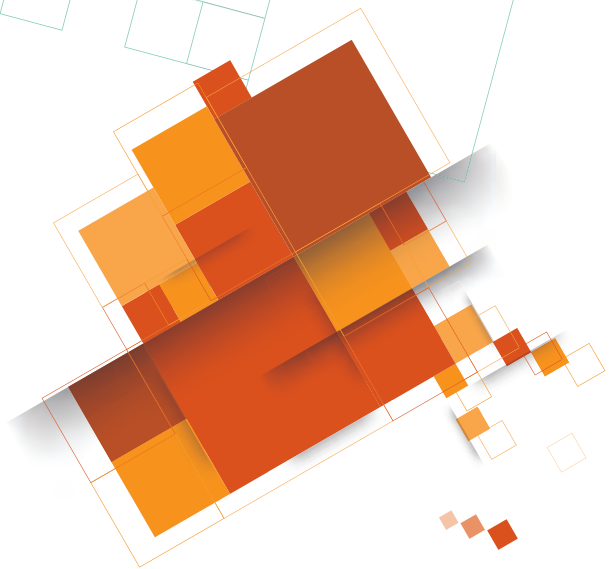


小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業

# 地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト

## 成果報告書

[2018年度]



## 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、2006年度から実施している事業です。各地域の商工会議所ならびに小規模事業者等が連携して、地元の資源を活用した新たな特産品や観光商品の開発およびその販路拡大などについて、全国の商工会議所を通じ支援をしております。

2018年度は、事業計画の策定を行う「調査研究事業」が35件、全国規模のマーケットを狙った特産品や観光商品の開発およびその販路拡大などを行う「本体事業1年目」が22件、そして、以前に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」が8件の合計65件のプロジェクトが、全国各地で実施されました。

当所では、各地のプロジェクトを側面支援すべく、円滑な業務遂行をアドバイスする専門家の派遣や、商品改良から販売戦略の立案、商談のアドバイスまでを一貫してサポートする事業を実施したほか、地域振興を推進するためのコーディネート能力や事業計画策定力の向上を図る商工会議所職員向けセミナーを実施しました。さらに、販路開拓を支援するため、共同展示商談会やテストマーケティングを開催するとともに、本プロジェクトで開発された商品について、冊子・ホームページを通じてバイヤー向けの情報発信を行いました。

本書は、本年度に実施された65プロジェクトの事業内容や今後の展開などについてとりまとめたものです。全国規模のマーケットを狙う小規模事業者・中小企業ならびに地域活性化に尽力される商工会議所の皆様の参考資料としてご活用いただければ幸いです。

最後に、本書の作成にあたり多大なご支援・ご協力をいただきました各地商工会議所の担当者様、中小企業庁をはじめとする関係機関、各プロジェクトの推進に携わられた関係者の方々に對しまして、改めて厚くお礼申し上げます。

2019年3月  
日本商工会議所

# Contents

■ はじめに	001
■ feel NIPPON とは	004
■ 注目プロジェクト	
福山商工会議所(広島県) <b>食</b>	006
名古屋商工会議所(愛知県) <b>技</b>	008
越谷商工会議所(埼玉県) <b>旅</b>	010
府中商工会議所(広島県) <b>コ</b>	012

2018 年度 事業成果報告	<b>食</b> 食に関するプロジェクト	<b>調</b> 調査研究事業
	<b>技</b> 技に関するプロジェクト	<b>本1</b> 本体事業 1 年目
	<b>旅</b> 旅に関するプロジェクト	<b>本2</b> 本体事業 2 年目
	<b>コ</b> コミュニティビジネス	<b>共</b> 共同実施案件

## 北海道

札幌商工会議所(北海道)	<b>旅</b> <b>本1</b>	016
「夜間観光サービス」開発事業		
網走商工会議所(北海道)	<b>旅</b> <b>調</b>	016
ドローンを活用した観光振興策の調査研究事業		
稚内商工会議所(北海道)	<b>食</b> <b>本1</b>	017
日本最北端わっかない特産品開発プロジェクト		
紋別商工会議所(北海道)	<b>旅</b> <b>本1</b>	017
JNO MOMBETSU ～観光の産業化へ向けた取組～		
富良野商工会議所(北海道)	<b>食</b> <b>調</b>	018
富良野・帯広特産品開発プロジェクト		
名寄商工会議所(北海道)	<b>食</b> <b>調</b>	018
なよろスイーツ開発プロジェクト		
美幌商工会議所(北海道)	<b>コ</b> <b>調</b>	019
シェアリング・エコノミービジネス調査研究事業		

## 東北

久慈商工会議所(岩手県)	<b>技</b> <b>本2</b>	019
久慈産「琥珀」を活用した新商品開発及び地域ブランディング事業		
秋田商工会議所(秋田県)	<b>技</b> <b>本1</b>	020
秋田銀線細工 Japan Quality 0.2 新商品開発事業		
横手商工会議所(秋田県)	<b>食</b> <b>本1</b>	020
豪雪と日本一の盆地で育まれた農産品を活用した特産品開発事業		
酒田商工会議所(山形県)	<b>食</b> <b>調</b>	021
日本遺産認定! 北前船にちなんだお土産(食品)開発プロジェクト		
鶴岡商工会議所(山形県)	<b>旅</b> <b>調</b>	021
「出羽三山詣で～食と銘酒で語らう旅」プロジェクト		
新庄商工会議所(山形県)	<b>旅</b> <b>調</b>	022
再生可能エネルギー事業を活用した産業観光開発調査プロジェクト		

長井商工会議所(山形県)	<b>コ</b> <b>調</b>	022
克雪・利雪・親雪による「住みよい地域づくり」推進事業		

天童商工会議所(山形県)	<b>食</b> <b>旅</b> <b>本1</b>	023
駒の生産日本一の天童を「将棋の聖地」にする「コモノミクス」		

須賀川商工会議所(福島県)	<b>旅</b> <b>調</b>	023
須賀川版「体験型」観光ルート開発プロジェクト		

## 北陸信越

小千谷商工会議所(新潟県)	<b>技</b> <b>旅</b> <b>本2</b>	024
今が旬! おぢや観光プロジェクト ～新たな魅力の創造と発信～		

高岡商工会議所(富山県)	<b>食</b> <b>本1</b>	024
地域連携による魅力の相乗効果を目指す新商品開発と販路拡大事業		

氷見商工会議所(富山県)	<b>食</b> <b>調</b>	025
魚食文化を中心とした10次産業化の可能性調査		

小松商工会議所(石川県)	<b>食</b> <b>技</b> <b>調</b>	025
潮風とともに…花の「安宅」新名物開発調査事業		

飯田商工会議所(長野県)	<b>旅</b> <b>調</b>	026
リニア・三遠南信道を見据えた着地型観光の可能性調査		

飯田商工会議所(長野県)	<b>技</b> <b>本1</b>	026
飯田水引リブランディング 飯田水引ブランド化事業		

伊那商工会議所(長野県)	<b>旅</b> <b>本1</b>	027
南アルプス観光魅力創出プロジェクト 天空のキャンプ場と地産品応援歩き		

## 関東

鹿沼商工会議所(栃木県)	<b>食</b> <b>技</b> <b>旅</b> <b>本1</b>	027
ユネスコ世界遺産登録 都市間連携新商品開発事業		

日光商工会議所(栃木県)	<b>食</b> <b>旅</b> <b>本2</b>	028
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		

前橋商工会議所(群馬県)	<b>食</b> <b>技</b> <b>旅</b> <b>調</b>	028
アニメツーリズムによる「詩・文学のまち前橋」のブランド確立		

桐生商工会議所(群馬県)	<b>技</b> <b>本1</b>	029
「桐生マフラー・ストール」ブランド化事業		

館林商工会議所(群馬県)	<b>旅</b> <b>調</b>	029
茂林寺周辺観光イノベーション事業		

伊勢崎商工会議所(群馬県)	<b>旅</b> <b>調</b>	030
多様な工場と外国人コミュニティを活用した産業観光の可能性調査		

川越商工会議所(埼玉県)	<b>旅</b> <b>本1</b>	030
川越市郊外を活用した体験・学習型観光商品開発事業		

熊谷商工会議所(埼玉県)	<b>食</b> <b>調</b>	031
国産麦の聖地熊谷から 麺 for ALL, ALL for 麺 事業		

蕨商工会議所(埼玉県)	<b>食</b> <b>本1</b>	031
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		

飯能商工会議所(埼玉県) 旅 調 032

都市回廊空間と山間地をつなぐ新滞在型観光の調査研究事業

飯能商工会議所(埼玉県) コ 本1 032

飯能・中心市街地起業実践カンファレンスによる空き店舗対策事業

越谷商工会議所(埼玉県) 旅 本2 033

「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

佐原商工会議所(千葉県) 食 技 旅 本2 033

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

甲府商工会議所(山梨県) 食 調 034

山梨県産米と県産ミネラルウォーターとで醸した純米酒の国内外展開

甲府商工会議所(山梨県) 技 旅 本1 034

山梨県内を舞台にした映画などのロケ地と地場産品等を活用した観光創出事業

三島商工会議所(静岡県) 旅 本1 035

東海道「箱根八里」街道観光研究開発プロジェクト

熱海商工会議所(静岡県) 食 調 035

「熱海だいたい」の香りと味を活用した試作品開発等にかかる調査研究事業

## 東海

大垣商工会議所(岐阜県) 旅 本1 036

サイクルトレイン「養老鉄道」を活用した魅力発見事業

高山商工会議所(岐阜県) 旅 本2 036

「飛騨の匠街道」街道観光事業

蒲郡商工会議所(愛知県) 旅 本1 037

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

伊勢商工会議所(三重県) コ 調 037

中心市街地外宮周辺エリアビジョン策定事業

尾鷲商工会議所(三重県) 技 旅 本1 038

尾鷲市の目的地化定着を目指すプロジェクト

鳥羽商工会議所(三重県) 旅 調 038

神界の島「答志島」の魅力再発見！ブランド化推進事業

## 関西

福井商工会議所(福井県) 技 調 039

福井の恐竜を全国へ！“新種の恐竜お土産”開発プロジェクト

大野商工会議所(福井県) 食 本1 039

名水を活用した新商品開発

大津商工会議所(滋賀県) 旅 本2 040

「みーつ びわ湖・大津」テーマ別体験・まちあるき事業

長浜商工会議所(滋賀県) 技 調 040

長浜の絹織物「浜シルク」を世界に！ルネッサンスプロジェクト

福知山商工会議所(京都府) 食 調 041

観光土産推奨品に新たな「福知山ブランド」構築調査研究事業

岸和田商工会議所(大阪府) 旅 調 041

泉州地域の歴史的・文化的資源の融合による着地型観光可能性調査

和歌山商工会議所(和歌山県) 旅 調 042

日本遺産和歌浦堪能ツアー

## 中国・四国

松江商工会議所(島根県) 旅 調 042

松江発信の中海・宍道湖・大山圏域観光案内所ネットワーク化事業

庄原商工会議所(広島県) 旅 本1 043

「しょうばらの魅力発見ツアー」プロジェクト

高松商工会議所(香川県) 旅 調 043

THE FIRST BONSAI EXPERIENCE

## 九州・沖縄

飯塚商工会議所(福岡県) 旅 本2 044

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

八女商工会議所(福岡県) 旅 調 044

八女福島観光プロジェクト調査研究事業

柳川商工会議所(福岡県) 食 旅 調 045

戦国武将「立花宗茂」・「間千代」を題材にした観光商品開発調査事業

平戸商工会議所(長崎県) 食 調 045

平戸ブランド構築に関する調査研究事業

人吉商工会議所(熊本県) 食 調 046

「もっとも豊かな隠れ里ひとよし」特産品開発調査研究事業

竹田商工会議所(大分県) 旅 調 046

観光商品 {夏加訓事業で竹田市を道徳の街へ}

宮崎商工会議所(宮崎県) 食 調 047

みやざき神話に基づく「神武さま」で観光土産品開発事業

奄美大島商工会議所(鹿児島県) コ 調 047

名瀬まち百年構想の確立に向けた調査研究事業

浦添商工会議所(沖縄県) 食 技 旅 本1 048

古琉球の歴史を軸とした「りっかりっか!浦添(うらしー)」プロジェクト

■ 日本商工会議所 側面支援事業報告 . . . . . 049

■ プロジェクト実施商工会議所連絡先一覧 . . . . . 058



# feel NIPPONとは

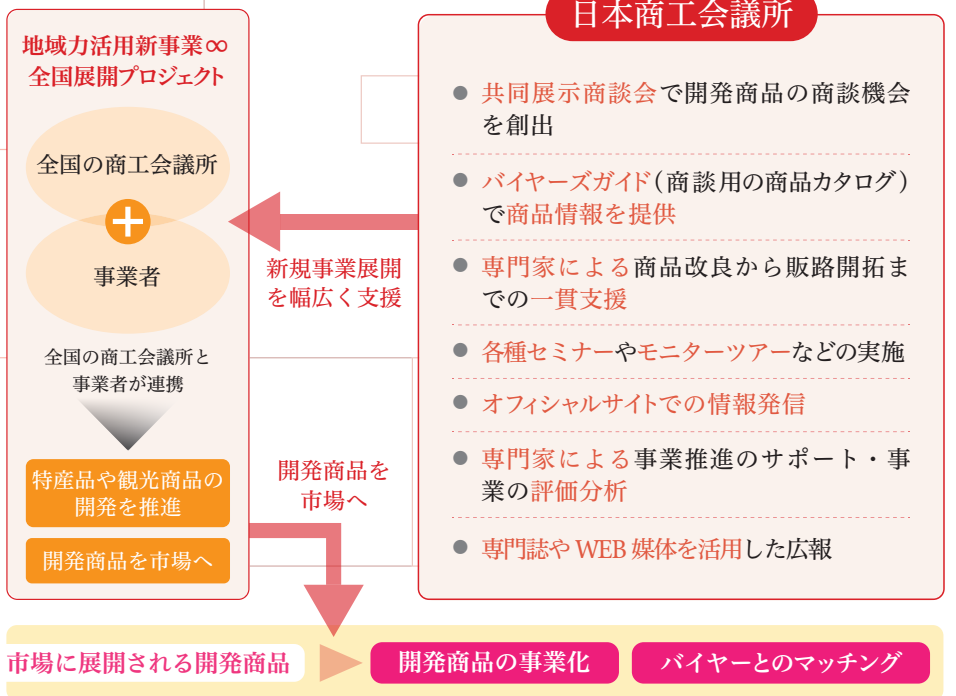
全国の小規模事業者が行う地域資源を活用した特産品・観光商品開発、その販路開拓ならびに地域の課題に資する取り組みに対して日本商工会議所が総合的に行う支援の総称です。



日本商工会議所は、2006年度から中小企業庁の補助事業として、全国の商工会議所と連携し、「地域力活用新事業創出支援事業」を実施しています。

同事業は、地域の小規模事業者が商工会議所等と協力・連携して、地域資源を活用して行う新たな特産品・観光商品の開発、その販路拡大などの地域をあげた取り組み(通称:地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト)を支援するものです。

また、地域発商品の販路開拓・拡大を目指す小規模事業者に対して、共同展示・商談会などへの出展を通じ、新たな商機を創出します。



## 地域力活用新事業創出支援事業の概要

### 事業目的

本事業は、各地の商工会議所を通じて、販路開拓・拡大を目指す小規模事業者を包括的に支援することを目的としています。

### 事業スキーム

小規模事業者が多様化する消費者ニーズを的確に把握し、全国規模の市場に向けた製品の開発、事業展開を行えるよう、日本商工会議所と全国の商工会議所が連携して、支援します。

### 事業内容

「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」をはじめとする、全国の商工会議所が小規模事業者と連携して進める特産品や観光商品の開発、その販路開拓を幅広く支援しています。

### 「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」で行えること・事業

#### Targeted Project 01

地域の資源(農産品・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。

#### Targeted Project 02

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観光資源のPRなど観光に関する事業および販路開拓または普及に関する事業。

#### Targeted Project 03

地域の課題(少子高齢化・人口の都市部偏在・過疎など)の解決に資する事業。

# 注目プロジェクト

プロジェクトの成果として生み出された数多くの開発商品。  
食・技・旅・コミュニティービジネスの4分野で  
注目されている商品について、  
開発背景や成功要因を詳しく説明する。



市の象徴であるバラ由来酵母を使った  
ワインとパンで六次産業化を目指す

福山商工会議所(広島県)



名古屋市のブランド価値を高め観光誘導につながる  
特産品「匠土産」が誕生

名古屋商工会議所(愛知県)



都市部近辺で気軽に楽しめる水辺アクティビティを軸に  
交流人口を増やす

越谷商工会議所(埼玉県)



モール化構想によって買場からコミュニティスペースへ  
中心市街地の活性化を図る

府中商工会議所(広島県)

# 市の象徴であるバラ由来酵母を使ったワインとパンで六次産業化を目指す

## ◆◆◆ 福山商工会議所(広島県)

〒720-0067 広島県福山市西町2-10-1 TEL: 084-921-2345 FAX: 084-922-0100  
URL: <http://www.fukuyama.or.jp>



福山大学  
生命工学部生物  
工学科教授  
備後福山ワイン  
振興協議会副会長  
**山本 覚氏**



福山商工会議所  
専務理事  
備後福山ワイン  
振興協議会会長  
**小川 智弘氏**



福山商工会議所  
産業振興部  
産業課長  
**後藤 裕正氏**



福山商工会議所  
産業振興部  
産業課長補佐兼  
産業係長  
**古川 加保里氏**

### 福山市のシンボルを名産品にする

空襲で焼け野原となった街に潤いを取り戻したいと市民が、公園に1000本のバラの苗を植えたのが“バラのまち福山”の始まり。以来、「思いやり・優しさ・助け合いの心」というローズマインドを胸に復興への道を歩んだ——福山市民なら、小学生からお年寄りまで誰もが知るストーリーである。

バラはその後増え続け、1985年に市の花に制定されると、市内をバラで埋め尽くそうという100万本のバラ運動が始まり、2016年5月21日に達成するなど、バラはまさに福山を象徴する花となっていった。この間、復興も急速に進み、伝統産業である繊維から始まって、瀬戸内海に面した立地を活かした製鉄や機械などの重工業を中心に発展し、国内でも有数の工業都市に成長した。しかし、その陰で農業など第一次産業の停滞が課題として顕在化していた。

そんな中、福山大学では2014年に果実酒試験製造免許を取得し、地域資源であるブドウを活用したワイン造りの取り組みを始め、さらに、市の象徴であるバラ由来の酵母の分離に成功してパン作りの研究も始めていた。これを知った

福山商工会議所が福山大学の山本教授に、ワイン用のブドウ品種としても重用され、国



商品PRのために「feel NIPPON 春2017」に出展

際ブドウ・ワイン機構(OIV)にも登録されている日本生まれのワイン用品種マスカット・ベリーAという良いブドウでの試験醸造にとどまらず、実商品化しませんかと提案。そこで、事業化の道筋をさぐるために「福山六次産業研究会」を開催したのが2015年3月のことである。この取り組みは話題を呼び、当日の会場には多くの聴講者が訪れ、個人や事業者単位で独自に福山産のワイン造りを目指していた仲間と巡り合うこともできた。時を同じくして、福山市が構造改革特別区域を内閣府に申請し、同年3月27日付で「ふくやまワイン特区」が認可され、さらに、福山商工会議所でも、地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトの2015年度の調査研究事業として、市の花であるバラ由来の酵母と地域で栽培したブドウを使ったワイン造り、および、ワインに合う食感のパンづくりを目指す「ばらの酵母菌で瀬戸内・福山の六次産業を醸すプロジェクト」をスタートさせるなど、各方面の動きが重なり、一気に事業化へ向けて動き出した。



福山大学瀬戸ブドウ園で栽培実習をする生物工学科の学生



## 動きをとめない潤滑油の役割を徹底

委員として集まったメンバーは、新しくワイナリーを設立しようと計画している起業家、ワイナリーを運営している事業者のほか、ソムリエの資格をもつホテルレストラン店長やレストランのオーナーシェフ、ワインに注力する酒類販売会社社長や小売販売者、そして、教育・研究機関である福山大学や国の研究機関の研究者に加えて県・市の行政からも担当者が参集した。商品さえできればすぐにも事業化できるような顔ぶれである。

一方、地域で独自に作った「ご当地ワイン」はすでに数多く存在するため、事業として成功させるためには、わが街の特産品として市民に愛される高い品質と、福山ならではの特質を兼ね備えた商品が必要。さらに、ワインやパンができればそれで終わりではなく、目的はあくまでも六次産業化にある。目指すゴールは決して容易ではない。成功に導くには、文字通り委員会メンバーの力を結集する必要があった。

このワインプロジェクトを展開していくには、産官学民から結集したメンバーのバランスはよいが、互いに面識のない委員も多く、当初は自由に意見を交換するのが難しかった。そこで、福山商工会議所では、委員会メンバーが互いにコミュニケーションをとれるよう工夫した。たとえば、六次産業化先進地として長野県小諸市と東御市の取り組みを視察するとき、移動中の新幹線などの席順を工夫し、任意のメンバー同士をそれとなく隣り合わせた。会合などで2か月に一度会うぐらいでは、お互いの立場や考え方も分かり合えない。その点、長時間、座席を移動できない状況で隣り合えば、自然とディスカッションが始まる。機会を見つけては、このような仕掛けを丁寧に行っていた。

もう一つ気を付けたことは、委員からの提案に対して「できない」と言わないことだ。無理と思える提案でもとりあえず受け止めて、手立てを必死で考える。



事業にかける委員会のメンバー一人ひとりの思いは強く、行動力もある。問題は、その力を一つの方向に導くこと。商工会議所の中で歯車の動きを止めてはならない。潤滑油の役割に徹した。

## わが街のワインの誕生に市民も酔う

2016年、本体事業1年目に入ると、バラ由来酵母で造った福山大学の赤ワイン「さんぞうの赤」と、高級ブドウ“シャインマスカット”を用いた白ワイン「さんぞうの白」、委員として参画している事業者が造ったオリジナルワイン「山野峡ワイン」、スパークリングワイン「ROSE」、そして、市内のパン職人が創作したオリジナルパン8品の試作品が完成。これらの商品をPRするため、市内最大のイベントである5月のばら祭りなど、各種イベントでのブース出展、地域のテレビやラジオ番組への出演などの活動を精力的にこなしていった。その中で、日本商工会議所と共同出展した「feel NIPPON 春」での出会いが発端になって、市内のホテルで結婚式の披露宴や引き出物として引き合いがあるなど、一般市民や飲食店からも注文が入るようになり、初回に用意した「さんぞうの赤」ワイン600本は完売した。

助成事業としてのプロジェクトから卒業した後もその勢いは止まらない。事業はその後、2018年5月に新しく設置した「備後福山ワイン振興協議会」に引き継がれ、イベントへのブース出展などの広報活動を継続。すると、市内の複数の商店街組織でもワインまつりなどのイベントが開かれるようになり、協議会としても福山ワインなどによるワインフェスや地元の井原鉄道の列車を貸切ワイン列車として運行し、想定数をはるかに超える参加者があるなど、福山市に時ならぬ“ワインブーム”が訪れたのである。

パンの安定生産に欠かせない「酵母のドライイースト化」にもようやく目途がついている。バラ由来酵母を使ったメイドイン福山などのワインはすでに市内の飲食店や小売店で販売されるようになり、市民の間に広がり始めている。メンバーの目は、いかにこの動きを全国へと広げていくかという次の目標へと向かっている。

2018年5月に発売されたバラの酵母菌を使用した赤ワイン「Sanzo no Aka」





# 名古屋のブランド価値を高め 観光誘導につながる 特産品「匠土産」が誕生

## ◆◆◆ 名古屋商工会議所(愛知県)

〒460-8422 名古屋市中区栄2-10-19 名古屋商工会議所ビル  
TEL: 052-223-5740 FAX: 052-231-5703 URL: <https://www.nagoya-cci.or.jp/>



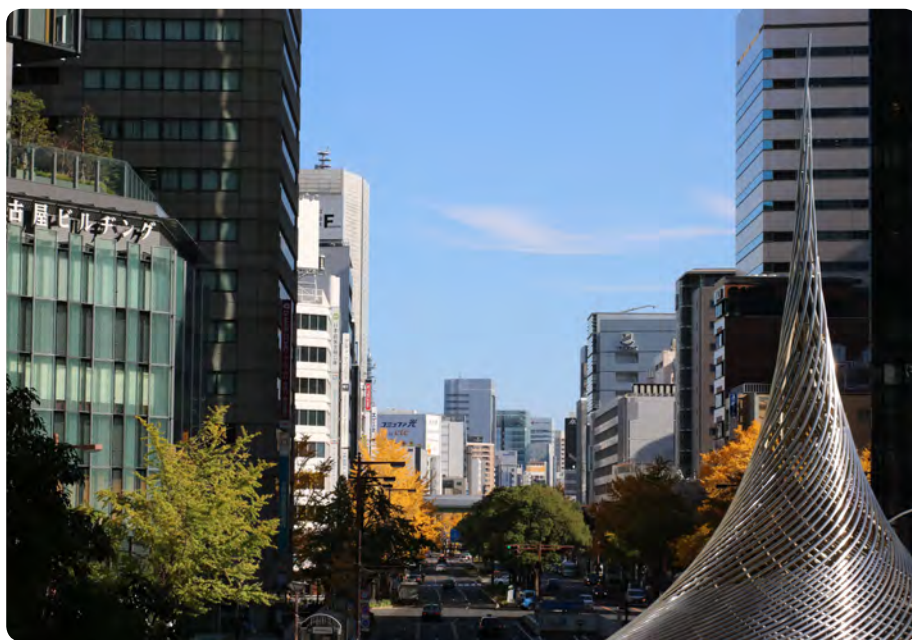
名古屋商工会議所  
商務交流部  
流通・観光・街づくりユニット  
主査

村上 涼氏



名古屋商工会議所  
商務交流部  
流通・観光・街づくりユニット

佐藤 直輝氏



自動車をはじめとするモノづくりを中心に発展した名古屋

### 大都市名古屋のある悩み

名古屋といえば、製造業の一大集積地として発展し、日本経済を牽引してきた地域であり、我が国の近代史を表す価値ある工場や機械などの産業文化財が数多く存在する。

近年では、日本国内や海外からの訪問客は年々増加しているものの、2017年の愛知県観光入込客統計では、訪問客の大半はビジネス客であり、訪問客数に対して宿泊者数が1割程度にとどまっていることが判明した。ビジネス客は、仕事中は名古屋に滞在するものの、仕事終わりの観光やショッピングは他地域に流失してしまう。前述した価値ある産業資

源が観光資源として十分に活用されているとは言い難く、「観光地」になりきれていないという悩みがあった。その原因として、ビジネス客の観光ニーズを捉えきれていないことが考えられた。そのことを裏づけるように、名古屋地域の観光消費額単価は、他都市と比較して低かった。そこで、ビジネス客をはじめとする観光客の消費喚起をすることが商工会議所の課題となった。一方で、単なる観光商品・土

産品を開発しても名古屋の魅力は十分に伝えきれない。名古屋が誇る「モノづくりの特性を生かした観光商品・土産品」を開発することで名古屋の強み・ストーリーを伝え、その魅力を感じてもらい取り組みができないかと考え、地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトに応募した。

応募にあたり、「ビジネス客の観光消費拡大」というテーマに絞ったものの、具体的な事業の形はまだ見えていなかった。そこで、調査研究事業としてビジネス客の動向やニーズなど広範な調査を実施した。この結果、工場見学を受け入れる企業のネットワークを形成し、工場視察のワンストップ窓口体制を構築する「NAGOYA モノづくり視察ネットワーク」、および地域のモノづくり技術を生かした新た

な特産品の開発「匠土産（たくみやげ）開発プロジェクト」といった事業案が導き出された。

## モノづくりの粋を集めた特産品が誕生

調査研究事業を終え、本体事業1年目では観光と製品開発の2本柱で取り組むことになったものの、プロジェクトは壁に突き当たってしまう。「NAGOYAモノづくり視察ネットワーク」構築にあたり、地域内の中小製造業者に広く呼びかけた結果、新たに視察の受け入れ先として名乗りを上げた企業は約30社に上ったが、具体的なツアーの受け入れに向けては、工場内の安全面等のいくつものハードルを越えなければならなかった。加えて、それらの企業が見せたい現場とビジネス客が見たい現場のミスマッチが発生したうえに、そもそも観光施設として整備されていないため、受け入れ人数や視察場所に限りがあることが判明した。

一方、製品開発については、「匠土産」の候補として、市内の工業者から30点を超えるアイデアが寄せられ、商品化する作品を選定するコンテストを開催した。観光協会関係者や小売店のバイヤー、デザイナーなど専門家の審査を経て、「名古屋らしさ」、「販売実現性」、「固有技術」などの選考基準で優秀な3作品を表彰するところまでこぎつけられた。名古屋らしい土産物ができれば、立派な観光資源になり、国内外から訪れるビジネス客・観光客に土産品として拡散してもらうことで、名古屋のモノづくりの技術の高さを数多くの人に知ってもらうことにもつながる。そこで、本体事業2年目では、「匠土産」を商品化することを事業のメインに据えて実施することになった。

結果、神事に使う三方の技術を使って作られた

「SANBOU ボトルクーラー」、ギターのサウンドホールの縁を装飾するリング状の寄木細工（ロゼッタ）と伝統の象嵌細工で装飾した「名古屋象嵌細工キビット手鏡」、名古屋の伝統的な織物である有松・鳴海絞、名古屋黒紋付染、名古屋友禅の3種類の技法で作られた手ぬぐいのセット「家康の旅道具」の3商品ができあがった。

## 地域発商品のブランド化へ向けた取り組み

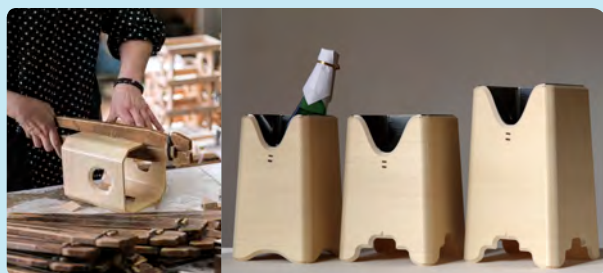
商品そのものは、ほどなく完成したものの、商流に乗るまで完成度を高めていくことに難航した。これについては、日本商工会議所と共同出展した「IFFT（インテリアライフスタイルリビング）」や、「東京インターナショナル・ギフト・ショー」と同時開催の「東京グルメ&ダイニングショー」などの展示商談会に積極的に出展し、訪れたバイヤー・専門家の意見をデータベース化して事業者フィードバックしたことに加え、名古屋商工会議所独自のテストマーケティングの機会として、市内のレストラン3店の協力を得て、匠土産を実際に店内で使用してもらうモニター調査を実施した。

これらの結果、展示商談会に出展した際には、成約に向けて商談が進むようになり、現在では本格的な販路拡大に乗り出している。

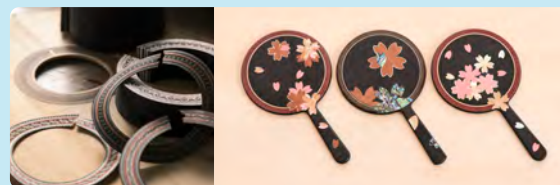
今後は、新たな「匠土産」の開発を行いつつ、プロモーション活動を継続させ、名古屋発の商品としてブランド化へ向けた取り組みへと発展させる構想だ。また、工場視察受入のワンストップ窓口体制の構築についても、改めて行政と連携した取り組みを再開しており、窓口体制の実現へ向けた取り組みが行われている。

## 名古屋 匠土産

たくみやげ



神事に使う三方の技術を使って作られた「SANBOU ボトルクーラー」



ギターのサウンドホールの縁を装飾するリング状の寄木細工(名古屋象嵌細工)で装飾した「名古屋象嵌細工キビット手鏡」



名古屋の伝統的な織物である3種類の技法で作られた手ぬぐいのセット「家康の旅道具」



# 都市部近辺で気軽に楽しめる 水辺アクティビティを軸に 交流人口を増やす

## ◆◆◆ 越谷商工会議所(埼玉県)

〒343-0817 埼玉県越谷市中町7-17 越谷産業会館内 TEL: 048-966-6111 FAX: 048-965-4445  
URL: <http://www.koshigaya-cci.or.jp>



観光未来プランナー  
**丁野 朗氏**



内閣府地域活性化  
伝道師  
**岩崎 徹氏**



越谷商工会議所  
事務局長  
**伊藤 猛氏**



越谷商工会議所  
地域振興課主任  
**松嶋 貴大氏**

### 年間5000万人の集客を生かす

豊かな自然と暮らしに便利な環境が同居し、都心をはじめ周辺都市へのアクセスの良さを兼ね備えた越谷市は、通勤族のベッドタウンとして発展。2015年には県内で二番目の中核市となった。半面、住むにはよいが、全国的な知名度のある観光名所や名物のようなものがなく、余暇を過ごす地域という発想がなかった。そんな越谷が大きく変化するきっかけになったのは、独立行政法人都市再生機構が手掛ける大規模開発「越谷レイクタウン」の中に、2008年、イオンレイクタウンが開業したことにある。全国でも屈指の大型商業施設として開業すると、年間5000万人もの人が訪れる一大集積地になった。

一躍「越谷」の名前が知られるようになるはずが、訪れた来客のほとんどは別の場所に寄ることなく、越谷がどういう街なのか、どんな名物、特産品があるのか、知らずに帰ってしまう。このため、人はたくさん来ているのに、市内の商工業者にはほとんど環流されていなかった。

さらに、越谷レイクタウンの新住民も、通勤に便利な場所として他地域から流入している人が多く、住んでいるのに越谷のことをよく知らないし、買い物をするのも、余暇を過ごすのも市外ということが少なくなかった。

年間5000万人の集客を生かした新たな産業を創出しつつ、越谷レイクタウンに流入してくる新住民に対しても、越谷市を知ってもらい、愛着をいだってほしい。そこで、地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトを活用し、「レイクタウンのシャワー型拡散を通じた集客交流ビジネスの創出」に取り組むことになった。

### 水辺という地域資源に着目

越谷市は周辺都市とのアクセスに恵まれるがゆえに、泊まりがけで遊びにくるようなところにはなりにくい。プロジェクトの目的は、越谷レイクタウンに訪れる買い物客に対して、市内での滞在時間を延ばすことにあった。ショッピングがてら気軽に寄れて、なるべく低コストで楽しめ、かつ、越谷の魅力に触れることができるよ



「水辺のアーバンアクティビティシティ」実現に向けた実験的イベント「こしがや水辺の祭典」には17事業者が参加。5日間で3000人が来場

うな場所がほしい。このために委員が目をつけたのが、「大相模調節池」だった。

大相模調節池は越谷レイクタウンの治水対策のために作られた人口湖のことで、周辺は芝生と遊歩道が整備された自然に恵まれ、住民たちにとっても憩いの場所だ。この水辺を利用し、都市型のアクティビティが体験できるしかけをつくり、人を呼び込もうという構想だ。

具体的にどんなことができるかを探るため、まず、2016年度の調査研究事業として、イオンレイクタウンに訪れる買い物客、越谷レイクタウンの住民、そして、昔からの越谷市民に対してそれぞれ、この地に何が求められているのかを調査した。この結果、導き出されたのが「水辺のアーバンアクティビティシティ」というアイデアだった。

越谷レイクタウンは、都心から20キロ圏内という交通至便な立地にありながら、豊富な自然を有する。もしここで、ヨットやカヌーなど体験型のアトラクションが気軽に楽しめたら、大きな魅力になるのではないか。これなら、越谷市民も楽しめるし、越谷レイクタウンに移住した新住民や買い物客との交流の場にもなり、市の歴史や文化を伝えていくことにもつながる。

事業の方向性は見えた。2017年の本体事業に移ると、「水辺のアーバンアクティビティシティ」実現に向けた実験的取り組みとして、期間限定のイベント「こしがや水辺の祭典2017」を開催した。

水上自転車、ヨット、カヌー、グランピング体験など、水辺を生かしたアクティビティに加え、地元の特産品である越谷ねぎの丸焼き「カルソツツ」の販売、伝統産業である木目込み人形や越谷だるまの紹介を兼ねたワークショップなどを開催するというもの。

越谷は、古くは日光街道の宿場町として栄え、いまでも往時をしのばせる蔵などが残り、伝統工芸や農産物などの特産品や名物もある。地域資源はあるのに、ベッドタウン化が進む中で、市外はおろか、市民にも地元のよいものが忘れ去られつつあった。そこで、訪れた人に水辺のアクティビティを楽しんでもらいつつ、越谷のよいものを伝えることで、地域の事業者にも新

たなビジネスチャンスを提供しようという試みだ。

イベントは2017年11月23～26日の4日間にわたって開催。訪れた人は延べ約2000人、アクティビティ体験者は9種目で1200人超、参加した事業者の総売上は4日間で約100万円に達した。

## 大型商業施設との連携が実現

プロジェクトを推進するカギになったのは、イオンレイクタウン側の協力だったが、施設の運営主体が越谷商工会議所の会員でもあり、今回のプロジェクトの委員として推進役を買ってでるなど積極的な関与が得られた。これにより、施設内での調査も実現し、また、水辺の祭典の開催にあたっては、会場と施設の連携が可能となり、その集客力を余すことなく活用できたほか、イオングループとの関係が深いアウトドア用品メーカーの「LOGOS」、エスニック雑貨販売事業者の「チチカカ」が出店事業者として参加し、地域事業者と共同でワークショップを開催。当日使用したタープやテントなども「LOGOS」から提供を受けるなど祭典の盛り上げに一役買った。

どちらかというと、大型商業施設は地域の小規模事業者にとって利益相反の関係とみられがちだった。それが今回、地域の活性化という目的のために連携するのだということを証明した形と言える。

本体事業2年目となる2018年にも「こしがや水辺の祭典2018」を開催。開催回数を10月と11月の2回に、開催期間も計5日間に増やし、また、アクティビティとワークショップの内容を拡充した上、新たに飲食の提供や物販を行うマルシェエリアを加え、参加事業者は17事業者にのぼった。結果、期間中の来場者は前年の1.5倍にあたる約3000人、売上も前年を大きく上回る126万円に達した。

今後もイベントを継続して開催していく計画で、現在は便宜上、越谷商工会議所が主催しているが、事業者自身の手によって自走させていく構想だ。



水辺を生かした体験型のアトラクション



豊富な自然の中で過ごすデイキャンプも人気イベント



伝統産業の木目込み人形や、越谷だるまを紹介するワークショップで特産品を再発見



# モール化構想によって買場から コミュニティスペースへ 中心市街地の活性化を図る

## ◆◆◆ 府中商工会議所(広島県)

〒726-0003 広島県府中市元町445-1 TEL: 0847-45-8200 FAX: 0847-45-5110  
URL: <http://www.fuchucci.or.jp>



高橋佛壇店代表  
府中まちなか繁盛隊会長  
**高橋 良昌氏**



和光時計店代表  
府中まちなか繁盛隊代表  
**田中 康弘氏**



府中商工会議所  
地域振興チーム  
**有永 篤氏**

### 商店街の地盤沈下に立ち向かう

1980年代のはじめごろまで、府中市には7つの商店会組織の下で250店以上(1982年時点)の商店が営業し、活気に満ちていた。そのころの中心市街地は「ごったがえす人ごみでまっすぐ歩けなかった」というほど。8世紀に国府が置かれてから、備後地域の政治、経済、文化の中心地として栄え、近代になっても機械金属など工業が盛んで、流入人口も多く、商業も順調に発展していた。

ところが、1980年代半ばになると、大手流通業の進出や商店主の後継難などが重なり徐々に商店街の活気が失われ、時代が平成に変わる頃までに商店会組織は3つに縮小し、総店舗数も半減していた。

そうした中、府中商工会議所会頭の呼びかけに応える形で、商店街組織の垣根を越えて真に魅力ある中心市街地形成のために立ち上がった8つの商店主によって「府中まちなか繁盛隊」が結成されたのが平成22年のことだった。

メンバーたちは、外部の知恵やネットワークを活用するため、府中商工会議所と連携をとり、市の中心市街地活性化計画として事業を推進し、まちづくりの専門家を招いた勉強会や研究会を開催。その中で話し合われた「スタンプラリー」や「お店めぐりツアー」などの具体的な対策の一つひとつ実施していった。

しかし、全国の商店街が同じ問題に苦しみ、現在でも有効な対策がなかなか見つけられていないのに、そ



市街地活性化のため結成された府中まちなか繁盛隊

う簡単に現状が打破できるはずもない。そこでメンバーは、中心市街地活性化の取り組みを前進させるため、地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトへの応募に踏み切った。

### 中心市街地を活性化する4つの施策

2015年に、調査研究事業としてスタートすると、まず、それまでの5年間の活動の振り返りもかねて、府中市民に対して、中心市街地に関するイメージや買い物動向についてのアンケート調査を実施した。結果は想像以上に厳しいものだった。中心市街地に魅力を感じないという人が半数近くに上り、魅力あ

る店舗がないと答える人が21%といった結果を見て、みなショックを隠し切れなかった。

その一方、活路も見えてきた。アンケートの中で、中心市街地を利用しにくい理由として「駐車場がない」と回答している人が多かったものの、実は駐車場はあったのに存在が知られていなかった。つまり、本当に商店街に魅力がないわけではなく、お店のこと、店主のことを知ってもらえれば、商店街にも人がきてくれるはずだという仮説が立てられた。

そこで、本体事業では、お店を知ってもらうとともに、中心市街地をコミュニティスペースとして確立するため、①街ゼミの拡充、②一店逸品運動の活性化、③イベントの開催、④府中まちなか商店の確立という、4つの事業を実施した。

街ゼミは、商店主ならではの知識や技能を生かし、日常で役立つ豆知識や、暮らしのアイデアといった講座を開催するもので、店に招いての講習や出張講習を行い、店の存在や店主の人柄を知ってもらうのが目的。現在までに、41事業者による50講座が確立され、定期的に開催されている。

一店逸品運動は、各店で独創性のある商品を毎年一品づくり、それを紹介するハンドブック『一店逸品BOOK』を店に置いて参加店同士でそれぞれの顧客に紹介するという取り組み。以前からやっていたが、改めて、NPO法人一店逸品運動協会が主催する全国逸品セレクションへの出品、並びに、全国一店逸品運動連絡協議会に参加することによって、他地域の取り組みを知り情報交換するなどし、ブラッシュアップを図った。

イベントについては、認知度の低かった中心市街地の共同駐車場において毎年秋にハロウィンイベントを開催。また、地域の夏祭りに府中まちなか繁盛隊として出展する取り組みを常態化した。



市街地駐車場で定期イベントを開催し共同駐車場の認知拡大を図る

## 個店同士をつなぐモール化への挑戦

事業の中で中心的な取り組みとなったのが、④の「府中まちなか商店」の確立である。参加店舗の中でもっとも遠い店同士で10キロ離れているなど、買い回りしにくいという難点を克服し、かつ、中心市街地全体の魅力を高めることを目的に、街全体をモール化するという構想だ。具体的には、生活者自身がなじみのある店、行きやすい店に注文を出すと他店の商品を取り寄せ、買い回りせずに買い物できる仕組み。参加店にとっては、他店の顧客にも自店の商品をアピールでき、さらに、商品を気に入ってもらえば次からは直接来店してくれる可能性がでてくるというわけだ。

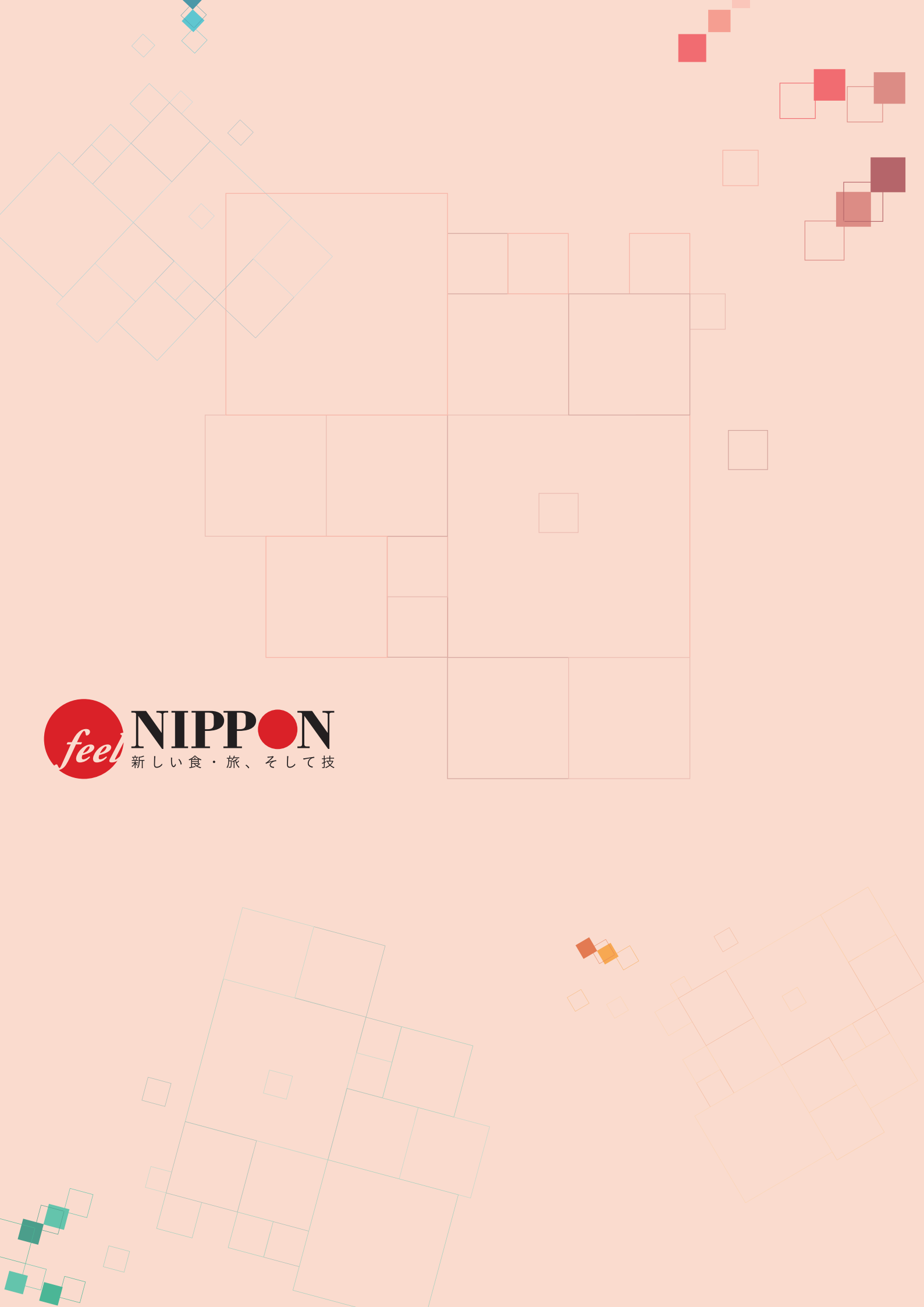
参加の前提として、顧客名簿の共有化を図るため、顧客リストの提出を求められることから、当初、難色を示す店もあった。そこで、趣旨に賛同する店のみの任意参加とし、顧客リストの提供範囲は自店で決め、紹介店に売上の一部を支払い、運用資金として事務局に納付する。飲食店など店に直接行かないとサービスが受けられない業種については、紹介状を渡すといったルールづくりによって公平性を確保した。



異業種の個店をつなぎ街をモール化。  
たとえば、仏壇店で鶏肉を引き取り、買主に販売する。

こうした取り組みが話題を呼び、地元のメディアに取り上げられ、さらに、仕組みをわかりやすく解説した動画を制作し、市内の公共施設や道の駅、地元ケーブルテレビ、WEB上での発信を行ったことが功を奏して認知度が高まり、2017年11月の取り組みスタートから3か月の間に、合計で202品の取引が実現するなどの成果を上げた。



最初に8店で始めた取り組みもこうした活動を通して50店に膨らんだ。全国展開プロジェクトを卒業した現在でも、4つの事業を継続的に取り組んでいる。さらに、今年から、「改・府中まちなか商店」としてブラッシュアップを行い、地域コミュニティの構築と繁盛店へのさらなる育成連携を図り、次世代継承へとつなげていく構想を打ち出している。





# 各地商工会議所 事業成果報告書

地域資源の活用や地域の活性化などを旨し、  
年間を通して活動した結果を事業毎に報告する。





## 「夜間観光サービス」開発事業

### ③活用した地域資源・素材

YOSAKOIソーランチーム 倭奏(ワッカ)、日本セーラー女子団、テーマパーク型ダンスクラブ KING∞XMHU(キングムー)、ジャパニーズビュッフェダイニング 伝(でん)、マジックショー スペンサートリックス、忍者ショー



ファミトリップの様子



ショーレストランの様子

### ＞ 主な事業内容

日本国内はもちろん、世界的にもインバウンド対策の一つとして、「夜の観光」が注目を集めている。こうした中、札幌では夜に観光を楽しむ手段が少ないことが課題とされており、夜間観光の機会の創出が求められている。そこで、札幌における新たな夜間観光コンテンツの発掘のために、ファミトリップ並びに、ショーレストランを開催した。市内旅行業の方々に札幌の名物である「YOSAKOI」や、テーマパーク型ダンスクラブなどを視察してもらい、今後の夜間観光としての商品化に向けた意見をいただいた。

### ＞ 今後の展開

ショーレストランやファミトリップを試行し、旅行会社やランドオペレーターを対象にアンケート調査を行った。その結果を基に改善等を図り、常設ショーレストランの開設や新たな観光スポットを発掘し、札幌の夜間観光における新たなサービスを提案することで、札幌の魅力向上・満足度・再訪意欲を高めることを目指す。

③URL <https://www.sapporo-cci.or.jp/>

## ドローンを活用した観光振興策の調査研究事業

### ③活用した地域資源・素材

ドローンを活用して体験するオホーツク海の流氷などの自然景観やアクティビティ観光



高度120mからの風景



会議の様子

### ＞ 主な事業内容

新しい技術であるドローン(無人航空機)をツールとして活用し新しい観光メニューの創出と情報発信策の展開で交流人口の拡大を図ることを目的に調査研究委員会を設置。委員会では観光分野においてドローンを活用している先進地事例の調査(神奈川県鎌倉市の鎌倉空力車)や現状での課題、活用可能な観光資源を抽出するためのアンケート調査を行い、併せて情報発信の手法などについても調査研究し、観光客を誘導できる観光メニューと体制の構築を目指している。

### ＞ 今後の展開

当年度の調査結果を基に、網走観光の課題点などを再度見直ししながら、観光客が行う観光体験にドローンを使った空撮動画の撮影サービスの提供を行う。また網走の観光資源である四季折々の風景を全国に広めるためにドローンによる空撮観光PR動画を作成する。より効果的な情報発信策として動画共有サイトを活用することや観光客が実際に体験したドローン映像などをSNS等で拡散してもらう取り組みに着手する。より一層の交流人口の拡大に努める。

③URL <https://www.a-cci.or.jp/>

## 日本最北端わっかない特産品開発プロジェクト

### ◎活用した地域資源・素材

紅ズワイカニ殻、牛乳



紅ズワイカニ殻のビスク



紅ズワイカニ殻の出汁

### > 主な事業内容

事業者間の連携が希薄で、全国への広がりや欠けていた商品づくりを見直し、日本最北の海や農地から獲れる素材を活用し、地域内の業者がそれぞれ製造・販売を担うオール稚内による新たな特産品開発を進め、当地の食の魅力を全国に発信し、「現地で食してもらおう」をテーマに、観光産業の活性化に繋げていくことを目的としている。

主原料の紅ズワイガニの殻は、手術用の糸以外には使用されておらず、本プロジェクトによって商品価値が向上、域内での資金の循環や新たな雇用等の経済効果も期待される場所である。

### > 今後の展開

新たな特産品「紅ズワイカニ殻の出汁」と「紅ズワイカニ殻のビスク」は、テーブルサンプルや工場内での試作を複数回実施、レシピもほぼ固まりつつあり、試食会の評価として、ビスクはカニの風味が程よく残り美味しい、出汁は色々な料理へ活用が可能との意見を頂くなど、大変高い評価を得ている。

今後は、既存の設備では製造に係る人件費コストが製品単価を押し上げていることから、設備導入計画の策定等による製造原価の見直しを行い、併せて市内飲食店やホテルでの活用を促し、将来的には一般消費者への販売にも繋げていきたい。

◎URL <http://www.wakkanai-cci.or.jp/>

## JNO MOMBETSU～観光の産業化へ向けた取組～

### ◎活用した地域資源・素材

紋別スポット（コムケ湖、ホタテ干貝柱の製造工程の天日干し等の自然や産業の景観）、旬の食材、ガリンコ号IIでの釣りクルーズ、アザラシとふれ合える観光施設等



ガリンコ号釣りクルーズでカレイ釣り



紋別スポット「美はらしの丘ローズガーデン」



紋別スポット一般投票

### > 主な事業内容

昨年度の調査研究事業において、冬に偏重しがちな観光の通年化を図るため、夏の魅力を盛り込んだ観光モデルルートを作成。今年度はモデルルートの実証実験として「JNO MOMBETSUモニターツアー」(プレ)を実施した。ルートに組み込む「紋別スポット」巡りの選定にあたっては、JNOの取り組みを全市的なものにするため市民からもお薦めスポットを募り、市民投票の結果を反映させた。

また、ツーリズムEXPOジャパンに出展し、紋別の夏の魅力をPRするとともに旅行代理店との商談会にも参加した。

### > 今後の展開

ツーリズムEXPOジャパンでは紋別の観光資源をPRしたところ概ね好評であったものの、紋別市自体の知名度の低さを痛感させられた。商談会において、旅行代理店の方から「何ができるか情報の無いところには、いつまで経っても人が来ない」と指摘を受けたことから効果的な情報発信の在り方に課題を感じた。また、今年度は震災の影響で、もう一回実施する予定であったモニターツアーが実施できなかったことから、次年度は商談会にて受けたアドバイスを参考に再度モニターツアーを実施したいと考えている。

◎URL <http://www.mon-cci.or.jp>



## 富良野・帯広特産品開発プロジェクト

### ◎活用した地域資源・素材

とうもろこし、チーズ、小麦、豆腐、大豆、メロン、豚肉



委員会開催風景

### ＞主な事業内容

2011年9月、富良野・帯広両商工会議所が、観光振興、文化交流、物産交流を目的に交流促進の合意書を取り交わし、事業を実施してきた。より一層、両地域の経済発展に寄与するため、互いの地域資源を活用した商品開発に取り組むこととした。

両地域は北海道を代表する農業を主要産業としており、豊富な食材を有している。これらの食材を活用したコラボ商品を開発・販売するため調査事業を行った。

専門家による開発可能な商品の提案を受け、対応可能な事業者の選定、消費者の購買意欲の調査を行い、次年度での商品開発につなげる。

### ＞今後の展開

次年度は、開発した商品を日本国内の消費者を対象に購入可能な商品であるか調査を行うとともに専門家やバイヤーなど専門的な知識を有する人材を活用し、商品のレベルアップを行っていく。

互いの地域での製造など、技術力が不足している部分はあるが、地場企業の育成を含めた技術力の向上も行っていく。

両地域での通常販売のほか、首都圏・関西圏など大量消費地での販売、インターネット通販、ふるさと納税返礼品など幅広く販売を行っていく。

◎URL <https://www.furano.ne.jp/furano-cci/>



チーズ豆腐オリーブオイル漬け



焼きもろこし

## なよろスイーツ開発プロジェクト

### ◎活用した地域資源・素材

もち米、アスパラ、ひまわり油



日本一のもち米「はくちょうもち」

### ＞主な事業内容

地域資源を用いて、名寄を代表するような魅力ある商品を作り出すため、市内製造・小売業者や大学・高校関係者など産官学一体となって調査研究に取り組む。既に地域資源を用いた商品はいくつかあるが、どれも認知度は低く販路も明確ではないため、本事業ではまず地元へ根付き、後に全国や海外に波及できるように商品開発に取り組むことで、経済や観光への訴求効果を図っていく。活動内容は専門家指導の下、委員会での協議、先進地・マーケット調査、有識者を招いた勉強会を行う。

### ＞今後の展開

ターゲットやニーズを明らかにした後、原材料の成分分析や試作のブラッシュアップを行っていく。また地元や道内都市部・首都圏などにおいてテスト販売やアンケート調査を行い、更なる洗練を重ねて商品開発を図る。課題としては、北海道ブランドの中に埋もれてしまわないよう、いかにして名寄をアピールできる商品展開ができるかという点にある。これをきっかけに販路拡大や観光誘発などの地元経済の発達につなげるため、6次化を目指した支援を継続していく。

◎URL <http://cci.nayoro.biz/>



みずみずしく味わい深い朝採れアスパラ



ひまわり油「北の耀き」は健康食用油

## シェアリング・エコノミービジネス調査研究事業

### ④ 解決したい地域課題

空き家、空き店舗、遊休施設



シェアリングエコノミービジネス先進事例調査風景(秋田県湯沢市)



第1回 検討委員会風景



民泊事業先進地調査風景(岩手県釜石市)

### > 主な事業内容

年間約70万人が訪れる美幌峠はあるものの通過型観光となっており、その課題を打開するため、若者を中心に2015年度から豊かな自然とアウトドアフットネスを融合した新たな観光メニューの開発に着手。この取り組みは主要6団体が構成する協議会で事業を継続。しかし、宿泊施設が乏しいために滞留型観光客の創出を失っている現状を解決するために急増している空き家等を「民泊」に活用し、町内の宿泊キャパシティを高めて「シェアリング・エコノミービジネス」として事業化し、滞在型観光による新たな地域経済循環の創出を目指している。

### > 今後の展開

増加している空き家・空き店舗等を民泊施設として再利用する事業者を創出し、町内の宿泊キャパシティを高めて「シェアリング・エコノミービジネス」の事業化を目指していく。併せて遊休施設や民間の空き施設を有効利用して、地元や町外の若者や女性などが起業しやすい環境を創出できるシェアリングエコノミー事業を展開し、滞在型観光の創出とともに、域内でお金が循環する新たな地域経済の循環を目指していく。そのために本事業を継続し、行政と民間が力を合わせて実行できる環境をつくっていく。

④ URL <http://ccib.or.jp/>

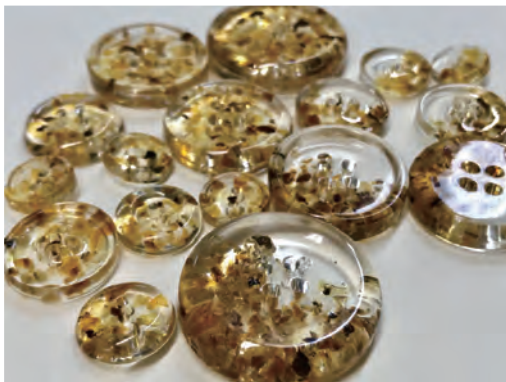
## 食 技 旅 久慈商工会議所(岩手県)

本体事業2年目

## 久慈産「琥珀」を活用した新商品開発及び地域ブランディング事業

### ④ 活用した地域資源・素材

久慈産琥珀と紺生地



琥珀の欠片「POPアンバー」を活用したボタン



POPアンバー&紺生地のネームプレート



地元イベントでの試作品展示とアンケートの実施

### > 主な事業内容

日本で唯一産業採掘が行われている久慈産の「琥珀」。採掘時や宝飾品として加工する際に排出される、小さな欠片を「POPアンバー」と命名し、ネームプレートや小物類の装飾として加工した新商品の開発と、活動を通じた情報発信に取り組んだ。

また、観光資源にもなっている「北限の海女」が着用する紺柄と琥珀を合わせた試作品の改良にも努め、久慈地方の観光に大きな影響を与えたドラマ「あまちゃん」の放映効果の持続とともに、「琥珀の街 久慈」としての地域ブランディングの醸成に取り組んでいる。

### > 今後の展開

「琥珀の街 久慈」の地域ブランディングを更に進めるため、「POPアンバー」を活用した新商品の開発を、地元小規模事業者の協力により継続して行うとともに、取扱商店の拡大や、琥珀を普段の生活で身につける「こはくびと」の推進など、情報発信に繋がる相乗効果も狙った取り組みを行う。

また、子供の頃から琥珀を身近に感じてもらうため、琥珀の絵本作りや卒業証書などへ琥珀活用の可能性を探る取り組みを継続していくほか、統一した景観整備や商店街との共通意識の構築が必要であるため、取り組みを強化していきたい。

④ URL <http://kujicci-iwate.jp/index.html>



## 秋田銀線細工 Japan Quality 0.2 新商品開発事業

## ④活用した地域資源・素材

秋田銀線細工



ボトルストッパー



ぐいのみ



シンプル

## ＞ 主な事業内容

2017年度、0.2mmほどの細い純銀線を素材とする伝統工芸品「秋田銀線細工」の新たな商品化を目的にデザインコンペを実施。応募111件の中から、銀線細工の技法や魅力を活かしつつ、市場性・実用性等に優れた独創的なアイデアとして「ボトルストッパー」「シンプル」「ぐいのみ」の3案を選定。

今年度は、ニーズ調査や専門家指導等を行いながら、入賞者と銀線細工職人が共同で商品化に取り組んだ。2月に「feel NIPPON春2019」に出展し、それぞれに複数の引き合いがあったほか、今後の試作品ブラッシュアップにつながる参考意見もいただいた。

## ＞ 今後の展開

各事業者による商品化へ向けた動向を踏まえ、「feel NIPPON春2019」の引き合いに対するフォローアップ、販路開拓支援、改良等に向けた専門家派遣などの個別支援、情報発信などを継続して実施する。

また、秋田銀線細工は、すべて手作業であることから、生産性が低く大量生産ができないことから、商品の魅力を十分に伝えるためにも、素材そのものの付加価値向上を図る取り組みが重要であるとともに、後継者育成などの産地レベルでの課題に対する支援や環境整備も必要。

④URL <http://www.akitacci.or.jp/>

## 豪雪と日本一の盆地で育まれた農産品を活用した特産品開発事業

## ④活用した地域資源・素材

横手の恵まれた自然が育んだ農産物（米、スイカ、リンゴ、ブドウ、モモ、穀物類、畜産など）と発酵食品



県内一の生産量を誇るりんごを使った菓子



横手市や関係団体などと委員会を設置



新品種のりんごでも商品開発

## ＞ 主な事業内容

日本有数の豪雪による豊富な水資源と日本一の面積を誇る横手盆地の肥沃な土壌や寒暖差が大きい気候が育んだ農産物は様々な種類が作られている。そのような農産物の認知度を高め、付加価値を高めた加工品を横手の特産品として開発及び販路拡大を行っていくため、横手市や関係団体、農事組合法人などと委員会を設置。販路拡大・商品開発・デザインに関するそれぞれの専門家と協力し、商品開発を行う参画事業所に対してハンズオンの支援を行った。また、開発した商品を首都圏と地元での試食会や商談会を行い、販路拡大に努めた。

## ＞ 今後の展開

今後も横手の恵まれた自然環境が育んだ農産品と伝統的な食文化による商品開発と販路拡大を行っていく。今年度の事業で作成した商品について、試食会や商談会でのパイヤーや消費者からの意見を参考にブラッシュアップを図り、より一層の販路拡大を目指す。また、横手の恵まれた自然環境が育んだ農産品を使った特産品を増やし、展示会や商談会への参加による継続的な販路拡大を実施することにより、横手産の農産品の認知度の向上と食品加工業製品出荷額の向上を目指す。

④URL <http://www.yokotecci.or.jp/>

## 日本遺産認定! 北前船にちなんだお土産(食品)開発プロジェクト

### ④活用した地域資源・素材

「北前船交易で賑わった酒田」の歴史・文化・(米、山居倉庫、北前船など)  
米、農産物、フルーツ、ラーメン、トピウオ(あご)、むぎそば、茶豆、酒粕、棒鱈、イカ ※予定



推進委員会における積極的な意見交換



市内各工場等をまわり素材調査を実施

### > 主な事業内容

酒田市には特筆すべき土産物がないため、2017年に北前船寄港地として日本遺産認定を受けたことをきっかけに、北前船日本遺産認定としての新たな商品開発に取り組む。長期的には、他の北前船寄港地と連携を図り、首都圏・大都市圏でPRし全国展開を目指す。

主な事業内容としては、プロジェクト委員会の設置、素材現地調査、土産物市場の環境分析と商品コンセプト・ターゲットの設定、消費者から見た「買いたい商品」の要素(価格、量目、パッケージなど)を各種調査によって明らかにし、開発する商品の競争力を高める、など。

### > 今後の展開

次年度以降の展開としては、本年度の調査研究によって設定された商品を開発し、酒田市内の土産物店での販売を目指す。更に商品価値を高めるために首都圏・大都市圏でのPR(イベントでの試食、ホテル・レストランでの商品提供など)をして全国展開を試みる。また、北前船日本遺産に申請した38自治体、及び追加申請中の7自治体などと連携を模索し、日本遺産を活用した地域の活性化に取り組んでいく。更には、(株)ANA総合研究所が運営する北前船寄港地の特産品を販売するECサイトを活用していく。

④URL <http://www.sakata-cci.or.jp>

## 「出羽三山詣で〜食と銘酒で語らう旅」プロジェクト

### ④活用した地域資源・素材

日本遺産に認定された出羽三山の信仰文化、多くの酒蔵が生み出す日本酒、ユネスコに認定された食文化、日本海に面する湯野浜温泉観光地



盃洗作法と盃洗器の復活に向けた調査研究



湯野浜温泉で使用開始予定の日本酒メニューブック



ひとり盃洗セット(一例)

### > 主な事業内容

2019年10月~12月の「新潟県・庄内エリアDCキャンペーン」を契機に、当所では既存資源である食と日本酒に焦点をあて「出羽三山詣で」の新しいテーマ型観光商品の基礎づくりを実施。古来三山詣では講という団体で、温泉宿泊と宴会の「精進おとし」を作法としていた。今回は個人向け商品として「地元の日本酒、郷土料理」に着眼し、盃を酌み交わす「盃洗作法」を現代風にアレンジし復活させた。日本酒専門家や酒蔵へのヒアリングを重ね、山形県産米使用の地元の日本酒を選定し4つの味の軸で整理した日本酒メニューブックを作成した。

### > 今後の展開

従来の日本酒のイメージと異なり、味の多様性や香りの高さから普段お酒を飲まない人で、かつ若年層にも受け入れられることがわかった。また「その土地らしさ」を感じる事から、土地の魅力として説明ができる人材の必要性を感じた。今後は3項目を軸に検討する。①ターゲット:30代~50歳未満の女性を対象にした旅行商品の開発②楽しみ方:現代版の盃洗作法として開発した“ひとり盃洗セット”や郷土料理とのペアリング等の開発と旅行商品化③人材育成:今年度作成した日本酒メニューブックを適切にお客様に説明できるための研修の実施。

④URL <https://www.trcci.or.jp/>



# 再生可能エネルギー事業を活用した産業観光開発調査プロジェクト

## ① 活用した地域資源・素材

もがみバイオマス発電機、木材、森林



テーマは「ふるさとの森を育てる」



2018年12月1日に操業したもがみ木質バイオマス発電所



当地域における産業観光の方向性を検討

## > 主な事業内容

経済効果を生む交流人口拡大を図るため、地域産業資源である木質バイオマスによる再生可能エネルギー事業施設を活用し、潜在型の観光コンテンツ・商品開発を推進するための基礎的調査を実施した。委員会を新たに発足し、専門家のコーディネートにより、産業観光への理解を深めるとともに事業化に向けリーダーを対象とした人材育成研修、各種市場調査、先進地調査の実施により、面積の8割が森林という地域の強みを活かした滞在型観光商品を作成することの意義を共通理解として得ることができ事業化に向けた方向性を決定することができた。

## > 今後の展開

調査年度で得られた調査結果を踏まえ、B to BからB to Cに市場拡大できるように、各種ターゲット層に合わせた観光商品の作成を図っていく。そのためにも「観光・エコ・ものづくり」をキーワードにした地域資源を連携させるとともに、新たな観光コンテンツの作成に向けても委員会を核として取り組むことで、当地域ならではの産業観光商品を実現していく。併せて産業視察の受け入れ体制の課題（ガイド、土産品、カフェ、視察日時、視察料金）等についても中期的な解決を目指し取り組んでいく。

② URL <http://www.sjcci.or.jp>

## ① コミュニティビジネス 長井商工会議所 (山形県)

# 克雪・利雪・親雪による「住みよい地域づくり」推進事業

## ① 解決したい地域課題

克雪・利雪・親雪分野における新たな産業の創出



「住みよい地域づくり」推進委員会の研究風景

## > 主な事業内容

2018年2月に全国で初めて積雪深が4mを超えたことで話題となった山形県の大雪は、当地域において前年より15件多い57件の死傷者が発生する人的被害を及ぼし、フラワー長井線が11日間運休する事故の要因となるなど、その被害が甚大なものとなった。本事業では、やっかいものとされる雪を克服し、利活用しながら、雪と親しむ「住みよい地域づくり」のため、委員会を開き、雪エネルギーの活用研究や事例調査を行い、人手不足や除雪費用の負担を解消する長井市らしいコミュニティビジネスを創出する事業を進めた。

## > 今後の展開

各部会の代表者や学識経験者からなる委員会では、雪に関する様々な意見や情報が寄せられ、除雪産業や雪エネルギーの裾野の広さが明らかとなった。今後の事業の方向性を定めるため、「克雪」、「利雪」、「親雪」の3つの観点の内、本補助事業においては主に克雪のための調査研究に重点を絞り、現有技術の組み合わせ・応用を進めていくとともに、利雪としての雪氷熱エネルギーの利用可能性検討を並行して進めていく。併せて「山形県雪対策行動計画」を策定した山形県企画振興部市町村課との連携強化に努める。

② URL <http://www.nagai-cci.or.jp/>



雪室を利用し農作物等の糖度変化を調査



パワーアシスト装置を使用した除雪作業の負担軽減調査



## 駒の生産日本一の天童を「将棋の聖地」にする「コマノミクス」

### ④活用した地域資源・素材

天童将棋駒、天童市将棋資料館、天童温泉、人間将棋（将棋のイベント）、天童織田藩（天童の将棋駒発祥の歴史）、まちゼミを行うまちなかの商店街（まちなか大学）



商店街対抗66将棋大会



66将棋の箱と共通紙袋



天童将棋愛す

### ＞ 主な事業内容

全国の将棋ファンを第一のターゲットに想定し将棋ブームによって拡大された将棋ファンを取り込みながら、一般人への集客を引き出す。“将棋駒の里”から“将棋の聖地”にするために、聖地を巡る新たな観光ルートを作成。紙媒体に加え、アプリを使った観光と疑似観光ツアーによる広域的な調査を行って、その結果により需要の高い観光商品を目指す。

新たな将棋のルールである「66（ろくろく）将棋」を開発し、短時間にコンパクトなスペースで手軽に楽しめるやり方を提案。実施後約7カ月で36回マスコミ等に取り上げられた。

### ＞ 今後の展開

66将棋の更なるPRと普及を行って認知度を高める。天童市内で楽しむことのできる事業所や施設を増加して観光客や市民の方が天童市のまちなかを訪れ、人と人とが触れ合うきっかけを作り交流人口の拡大を図る。

試作品開発で、将棋をモチーフにした飲食メニューやポロシャツ、将棋の普及と事業所の活性化につなげていきたい。

現在マスコミ等から取り上げられているが、話題だけに終わらず事業所の発展、地域の活性化そして目標である将棋のまちなかとして将棋の聖地になるような展開を行っていきたい。

④URL <http://www.tendocci.com/>

## 須賀川版「体験型」観光ルート開発プロジェクト

### ④活用した地域資源・素材

地形、伝統、町人文化、歴史的背景やいわれ寺、藍、郷土料理といった新たな地域資源



先進事例視察風景



グループインタビュー風景



会議風景

### ＞ 主な事業内容

震災の影響、風評被害などは少しずつ薄らいでいるものの、未だ地域の自信を取り戻せない中、地域で育まれてきた伝統、文化、風土など地域の特徴を活かした心に残る価値を提供する観光商品の開発に取り組むことで、地域が地域の良さに気付き、全国に自慢したくなるような「誇り」を取り戻す契機とする。

今年度は地域資源を活用した、どのような「心に残る体験」が提供できそうか、どのような体験型観光コースが考えられるか、様々な角度から調査を実施した。

その結果、ターゲット、プログラムの内容、特に心がけたいことなどが浮かびあがった。

### ＞ 今後の展開

本事業を通じ、須賀川版「体験型」観光ルートそのものについてはポイントを整理することができた。今後はプログラム造成、モニターツアーなどを通じ、ターゲットのニーズや価値観、こたわりに応えられるようなものに昇華させることを目指していく。

一方、プログラムの持続的な運営を可能とするためには、継続的に運営していく組織と予算、プログラムのコンテンツとなりうる関係者の理解と協力が不可欠、などといった課題も明らかとなった。今後は他事例を参考にしながら、この課題にもしっかり向き合っていくこととしたい。

④URL <http://www.sukagawacchi.or.jp>

## 今が旬! おぢや観光プロジェクト ～新たな魅力の創造と発信～

### ◎活用した地域資源・素材

錦鯉、地酒、小千谷縮、牛の角突き、木喰観音堂、西脇邸、北越戊辰戦争150年、小千谷そば、魚沼産コシヒカリ



錦鯉の昭和三色に続く姉妹品「紅白」

### > 主な事業内容

小千谷市民が郷土の文化の良さを認知し、自らがファンになってもらう狙いから「まちあるき体験観光」を実施した。小千谷縮の工房や錦鯉の養鯉場などの日本文化体験観光を立ち上げ、ガイド発掘にも取り組み、参加者から高評価を得た。「錦鯉の酒器」姉妹品やお菓子業者のコラボ商品も試作品が完成する。

### > 今後の展開

まちあるきや体験観光では、小千谷独特の伝統文化を活かした観光に光をあてた小旅行を「千の谷の物語」として展開していく。また、インバウンドにも対応した地域色豊かな体験観光も立ち上げていきたい。

食では、雪国がつくりだした昔ながらの食文化に光をあて、伝統芸能とともに周辺地域と連携して雪国ならではの体験観光を発信していきたい。



本格茶室で茶道体験・留学生は母国で披露



文化財・小千谷縮の雪さらし体験

◎URL <http://www.ojiyacci.org>

## 地域連携による魅力の相乗効果を目指す新商品開発と販路拡大事業

### ◎活用した地域資源・素材

地域で産出される農林水産品の資源/北陸唯一のウイスキー蒸留所「三郎丸蒸留所」



試作品のPRチラシ

### > 主な事業内容

高岡市は、高岡銅器等の伝統産業を中心とした開発・生産、需要開拓等の事業化には成功しているが、農林水産物を含む価値ある観光資源が十分に活かされていない状況にあるため、当地域の商社的な位置づけにある企業と小規模事業者等のコンソーシアムを形成し、北陸でただひとつのウイスキー蒸留所「三郎丸蒸留所」のウイスキーと愉しむ北陸ならではの逸品(つまみ)の新商品開発を行った。

また、販路開拓については、全国規模の市場に向けた展開を目指しているため「通販食品展示商談会」等に出席しアンケート調査を実施した。

### > 今後の展開

本事業の原点が、特色ある地域の食材を使った新商品開発、地場産品の活用であり、地域の農林水産物、鉱工業品、観光資源の活用要素をベストミックスさせて事業展開をするため、地域産業全般に経済波及効果が見込まれる。

また、開発した試作品が新たな魅力ある新商品として市場に投入されることで、これまで潜在していた地域資源が活用され、付加価値の向上が図られる。

特に、経営・営業基盤が脆弱な小規模事業者等が、これまで繋がりのなかった分野での活躍できる場が創出され、新たなビジネスチャンスが期待できる。



商品開発に向けての会議



試作品の展示(通販食品展示商談会)



## 魚食文化を中心とした10次産業化の可能性調査

### ④活用した地域資源・素材

各種データ(呉西(富山県西部地域)6市の地域経済循環分析、氷見市の地域産業連関表、氷見市の立ち居地把握、観光客の属性整理等)  
「氷見ブリ」や「氷見イワシ」等の魚介類、「氷見の農産品等、豊富な食資源。水産加工や菓子製造等独自の技術・特色をもつ地場産業。一方が海に、三方が山に面する自然等を相互に連携させる



検討委員会



データ分析「強み」と「弱み」

### ＞主な事業内容

人口減少等による地域経済の縮小に対し、「農林水産資源の活用」と「観光振興」により「域外需要を獲得」しつつ、「地域経済循環の適正化」を図るため、当市の特徴である「魚食文化」を中心とした6次産業化、それを超えた10次産業化を図り、更なる付加価値を創造する必要があると考えた。事業では、経済循環分析等各種データを分析、方向性を明確にし、地域全体で共有することで、ニーズにあった産業創出の可能性を探った。それにより、「観光」産業のみならず地域全体が見え「氷見ならではの」産業創造への方向性が示された。

### ＞今後の展開

今回示された「人と環境に優しい、海山土が育む氷見ならではの産業創造」をコンセプトに、①自然環境循環、②地域経済循環の極大化、③域外との循環の拡大、の3つの循環により地域経済の持続につなげたい。資源活用として、「自然環境の保全から活用へ」、「特徴ある農・林業の産地化」、「漁獲の保全と安定確保への取り組み」を柱に、今回出された具体的アイディア等をもとに“氷見ならではの”10次産業化へ取り組む。また、そのための実行組織立ち上げを早急に行い、既存施設や産学官等との連携を深めながら具現化を図りたい。

④URL <http://www.ccis-toyama.or.jp/himi/>

## 潮風とともに…花の「安宅」新名物開発調査事業

### ④活用した地域資源・素材

- ①小松市安宅地区の歴史・文化 安宅の関、安宅住吉神社、北前船船主・船問屋の家
- ②伝統的工芸品・食品・加工食品 和菓子・洋菓子、日本酒、発酵食品、絹織物(小松紬子)、海産物加工食品



歌舞伎「勧進帳」の舞台「安宅の関」



商品開発にむけての分科会



北前船模型

### ＞主な事業内容

小松市が日本遺産「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落」に追加認定を受けたことを契機に、様々な歴史の舞台となった港町「安宅」に焦点をあてた新名物の開発に向け、調査事業を行った。実施主体の分科会では、地域の小規模事業者、地元のまちづくりグループ「安宅活性化倶楽部」の若者、女性のメンバーとともに商品企画を進め、首都圏での消費者、バイヤー等の動向や競合商品の調査をもとに「小松・安宅」を全国に発信する地域ブランドの創造を目指して取り組んだ。

### ＞今後の展開

分科会での意見や市場動向などをもとに、能「安宅」、歌舞伎「勧進帳」の舞台や、伝統的工芸品の小松紬子(絹織物)、発酵食品などが独自性が高い資源として認識した。今後は、統一的なパッケージデザインを用いながら、安宅地域の商品群を消費者が好みに応じて選択できる方式での、構成商品の選定基準やデザイン案、個々の商品の規格の検討を進め、市内事業所へのヒアリングや首都圏でのテストマーケティングなどを通じて商品化につなげていく。

④URL <https://www.komatsu-cci.or.jp>



## リニア・三遠南信道を見据えた着地型観光の可能性調査

### ④活用した地域資源・素材



会議の様子

#### > 主な事業内容

当地は、2027年に品川―名古屋間で開業予定の「リニア中央新幹線」及び飯田―浜松間の開通が待たれる「三遠南信自動車道」の二つの大きな交通インフラの整備により、大都市圏からのアクセスが時間・距離共に劇的に短縮される。この機を捉え、当地の観光地としてのポジションや地域資源等の魅力の訴求力などを調査し、着地型観光の可能性を確認する。また、これを地域内の関係機関等と共有することで、地域全体として観光振興の必要性を再認識し、交流人口の増加に向けた取り組みを研究していく。

#### > 今後の展開

今回の事業ではビッグデータにより、当地域の現状等について様々な情報を得ることができた。行政・地元観光事業者でも観光客へのアンケート調査が行われており、これらの各種データをもとに、具体的な着地型観光の商品として企画提案ができるように、更に議論を深めていきたい。昨年末には地元観光事業者が地域連携DMOへ登録をされ、観光地域づくりの推進役として期待されている。当所も今回の事業で構築できた連携体制と調査結果等の情報を活かし、協力して地域の観光振興を進めていきたい。

④URL <https://www.iidacci.or.jp>

## 飯田水引リブランディング 飯田水引ブランド化事業

### ④活用した地域資源・素材

飯田水引



飯田水引のネックレスとチョーカー

#### > 主な事業内容

飯田水引は300年余の伝統と歴史のある長野県飯田市を代表する地場産業で全国シェアの70%を占めていた。主に鬘斗袋や結納品、正月飾りが主力商品であったが生活様式の変化により売上は激減している。そんな中国内外の展示会に出展して、動向調査を実施したところ、装飾品や贈答品への関心が高いことが分かった。そこで飯田水引の伝統を残しつつ、装飾品として新しい作品を作り出すリブランディングに取り組んでいる。デザイナーと連携して開発した装飾品は国内だけでなく、海外の方からも良い評価を頂いた。

#### > 今後の展開

飯田水引を装飾品の業界にどのように販路を広げていくかが課題である。まずは飯田水引が持つ「結ぶ」をコンセプトにブライダル業界との取引を目指す。結納から結婚式まで花嫁や花婿に飯田水引の装飾品を身に付けてもらうことで、「人と人を結ぶ、心と心を結ぶ」をストーリーとした装飾品としての飯田水引を売り込みたい。日本の伝統と飯田水引の職人技を融合させた世界に一つだけのオリジナル作品でこだわりを求めるニーズにも応えたい。最終的にはインバウンドや海外展開も視野に入れた作品作りを進めていきたい。

④URL <http://japan-mizuhiki.com/>



デザイナーとの打ち合わせ会議



イベント会場にて新作の飯田水引作品

# 南アルプス観光魅力創出プロジェクト 天空のキャンプ場と地産品応援街歩き

## ①活用した地域資源・素材

南アルプスの麓にある鹿嶺高原キャンプ場と情緒が溢れる地元商店街



商店街での信州そば打ち体験コースの様子



鹿嶺高原でのトレッキング体験



天空の鹿嶺高原キャンプ場から伊那市街地を望む

## > 主な事業内容

南アルプスの観光資源を活用し、地域の活性化を図るため、山と街を結ぶ観光コースを創出した。気軽に南アルプスを楽しむことができる鹿嶺高原キャンプ場を拠点に地元商店街を結んだ観光コースを検討し、10月にモニターツアーを実施。YouTube等を活用するなどSNSでのマーケティング調査や英語版案内パンフレットも作成して募集を行い、関東や東海地方を中心に外国人も含め約40名が参加した。地元食材の食事や商店街での街歩き等で地元PRにも努め、自然体験だけでなくそば打ちといった街での体験コースも好評であった。

## > 今後の展開

モニターツアーのアンケート結果や参加者の声を検証し、コースの一部にツアーで好評であった信州そば打ちや、情緒ある商店街の街歩き等をマッチングさせ、今ここでしか買うことができない、食べられない、体験できない要素を盛り込んだ伊那市街地が潤うようなアルプスと街を結ぶ観光コースを地元のDMOや観光協会、旅行者等と連携して観光商品化を図り、全国発信を目指す。また商店街での体験コースは観光客をターゲットにした新たなビジネスチャンス創出に繋がり、インバウンド対応といった今後の展開にも結び付けていく。

②URL <http://www.inacci.or.jp/>

# ユネスコ世界遺産登録 都市間連携新商品開発事業

## ①活用した地域資源・素材

秋祭り(鹿沼)・山上げ行事(那須烏山)・米・苺・杉檜・和紙



「鮎」をテーマに!モニターツアー(那須烏山)



御神米「イセヒカリ」での酒造り



木製御朱印帳試作品

## > 主な事業内容

「神事」をテーマに観光・商品開発をそれぞれの都市が持つ資源を活用しながら開発を進めている。「観光」は両市の祭りに関係するルーツをたどりながら「しきたり」や「祈念の気持ち」などを盛り込んだ「神事」を学ぶ・体験できる着地型観光をモニターツアーを開催しながら開発を進めてきた。また、「商品開発」においては両市の共通資源である「米」を活用しての「純米吟醸酒」、それぞれの農産物を活用した「和菓子」、鹿沼の木材、那須烏山の和紙を融合させた「ご朱印帳」の開発に着手している。

## > 今後の展開

観光ツアーにおいてはモニターツアーの結果を検証しながら数パターンを商品化して行く予定である。また商品開発においては「純米吟醸酒」「和菓子(落雁)」「ご朱印帳」を開発。それぞれターゲットや利用シーンなどを想定し次年度以降の販売に繋げて行く予定であるが「酒」に関しては掛米となる「イセヒカリ」の安定した生産方法の確立、酒税との関連から販売元や流通方法において今後検討していかなければならない課題が残されている。

②URL <http://www.kanumacci.org/>



## 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

### ④活用した地域資源・素材

郷土の偉人である二宮尊徳翁、天然水、酒かす、湯波



報徳二宮神社宮司の説明を聴くモニターツアーの様子



杉並木を歩くモニターツアーの様子



二宮尊徳記念館を見学するモニターツアーの様子

### ＞ 主な事業内容

郷土の偉人である二宮尊徳翁の功績を学びながら街の賑わいを創出する「二宮尊徳翁を地域資源とした着地型観光プログラム」の確立と、本体事業1年目で試作した商品を販売できるように改良し、将来的に事業主体を決定して事業化に繋げる事を目的としている。本年度の着地型観光プログラムは県外在住者を対象にモニターツアーを実施し、他の資源との連携により魅力度を向上させ回遊性を確保し、商品は今回改良してテスト販売した商品を代表商品としてブランド化を目指し、経済発展に貢献したい。

### ＞ 今後の展開

完成した着地型観光プログラムと地域資源を活用した商品を販売し、既存の観光資源や地元イベントと連携することで、二社一寺だけではない日光市の魅力を発信する。新たな回遊性を構築することで日光市への滞在期間を延ばし、地域経済の循環を促進する。中心市街地の活性化に資する二宮神社参道の賑わいの創出のために、参道への事業者や創業者等の新規出店を促進する取り組みを関係機関と連携して取り組み、地元の観光客を迎えるための意識を向上させる。

④URL <http://www.nikkocci.or.jp>

## アニメツーリズムによる「詩・文学のまち前橋」のブランド確立

### ④活用した地域資源・素材

萩原朔太郎、前橋文学館、萩原朔太郎記念館 等



前橋文学館から「詩・文学のまち前橋」のブランドを発信



プロジェクト委員会開催の様子

### ＞ 主な事業内容

文豪「萩原朔太郎の出身地」前橋としてのブランド力をつけ、萩原朔太郎のキャラクターが出演するアニメやゲームファンを誘致する等、新たな年齢層・ジャンルの観光客を呼び込むための調査事業を実施。特にゲームやアニメのファン層である20～30代の女性をターゲットとしている。本調査事業に於いて、アニメツーリズムを実施している誘客事例調査、旅行会社を対象としたヒアリング調査、またアニメツーリズム参加者を対象としたアンケート調査等を行い、前橋市に於けるアニメツーリズムの可能性について検討した。

### ＞ 今後の展開

調査研究から得られた情報を基に、前橋市への誘客並びに「詩・文学のまち前橋」を広くPRするため、ホームページやSNS、街歩き用MAP等を製作し情報発信機能を強化するとともに、モニターツアーの実施やスタンプラリー、萩原朔太郎のファンイベントの開催等を展開していきたい。また、「アニメ×朔太郎」のコラボ商品を市内の事業所に於いて製造・販売ができるよう食並びに物産品開発も研究していきたい。

④URL <http://www.maebashi-cci.or.jp/>



## 「桐生マフラー・ストール」ブランド化事業

### ④活用した地域資源・素材

繊維製品/マフラー、ストール等ネックファッションアイテム



総合繊維産地・桐生の技術を活かした試作品



「カッコソウ」をデザインのモチーフに活用



試作品について協議する専門委員会

### ＞ 主な事業内容

1300年にわたり繊維産地として培ってきた技術や、マフラー生産による戦後の産地復興、織り、編み、刺繍など織物生産に係わる各工程の職人が市内に残ることなど、総合繊維産地である桐生ならではの要素を組み合わせ、世界的に標準化されたマフラー・ストールの製品開発に取り組んでいる。各工程における技術のコラボレーションを図りつつ、外部デザイナーを招聘し地球上で唯一桐生地域にのみ咲く花「カッコソウ」をデザインに取り入れるなど、桐生産地ならではの試作品を開発した。

### ＞ 今後の展開

2017年度の調査研究事業により、繊維産地・桐生の特徴が生産技術の「多様性」であることが結果に表れた。この多様な技術をコラボレーションさせることで、桐生ならではのオリジナル製品として企画・開発を行ってきた。試作品の開発にあたっては、産地内連携や外部デザイナーとの協働など、一部事業所にとっては新しい試みとなり、産地内でもモデル的な事例となるよう取り組んだ。今後は「多様性」によるブランドアイデンティティをさらに磨き上げ、産地全体のPRを叶える事業への発展を目指したい。

④URL <http://www.kiryucci.or.jp/>

## 茂林寺周辺観光イノベーション事業

### ④活用した地域資源・素材

茂林寺及び茂林寺周辺の観光資源



### ＞ 主な事業内容

- ①茂林寺周辺の観光資源の整理、現地調査、イノベーション方針の検討  
 専門家を交えたプロジェクトチームを構築し、茂林寺周辺の現地調査、観光資源の整理、観光客を取り込むために必要な方針事項を整理
- ②茂林寺周辺観光再生計画の作成  
 収集した情報をもとに、実現可能な茂林寺周辺の観光再生計画を策定
- ③茂林寺周辺の情報発信ツールの検討  
 SNSを含めたホームページの構築や観光宣伝用動画作成（YouTubeへの投稿）等を検討

### ＞ 今後の展開

- 首都圏在住の国内観光客の誘客  
 東武伊勢崎線・東北自動車道を利用した首都圏在住の国内観光客の日帰り観光の目的地として、「ついでに立ち寄る」場所からの脱却を目指す。
- 広域的な観光地連携のなかで中核的観光地としての認知の位置を占める  
 群馬・栃木県、両毛五市など、広域的な観光拠点と連携する中で、主要・中核的な位置を占める観光地として認知され、その役割を果たすことができる観光地を目指す。

④URL <http://www.tatebayashi-cci.or.jp/>

## 多様な工場と外国人コミュニティを活用した産業観光の可能性調査

### ① 活用した地域資源・素材

市内在留の多様な外国人コミュニティ、市内の多様な製造業（の工場等）



全国展開プロジェクト推進委員会

### ▶ 主な事業内容

伊勢崎市の特徴である多様な工場を背景とした外国人コミュニティを観光資源として再構築し、これを活用した観光商品開発を通して交流人口の増加と滞在型観光の推進に結びつけ、伊勢崎地域での消費を促していく事を目的に調査研究を実施。ターゲットを絞り込むため、周辺市町村と比較した本市の観光関連産業の総合的な競争力や市内来訪者の状況を把握すると共に、市内外国人の人口や外国料理店の分布を調査した。また、委員会で事業内容の企画検討を行い、市内外国人による多種多様な文化や食を活用した観光事業に焦点を絞る事となった。

### ▶ 今後の展開

伊勢崎市が多国籍の市であることを広くPRするために、伝統行事いせさき七夕まつりにおいて、外国人が装飾した七夕飾りを用いた「多国籍七夕まつり」と、世界各国の料理を活用した食のイベントの開催を目指す。また、前述した内容や市内外国料理店等の情報を発信するためのツールを開発予定。市外県外からの誘客と本市の知名度アップに繋げていく。イベントの実現に向けて、参加・協力意欲のある外国人コミュニティ、行政、関連するNPO法人や団体との組織づくりを行い、併せて情報発信ツールの内容及び開発事業者の検討も進めていく。

② URL <http://www.isesaki-cci.or.jp/>

## 川越市郊外を活用した体験・学習型観光商品開発事業

### ① 活用した地域資源・素材

新河岸川舟運・河岸場跡・船問屋・川越総合卸売市場・伊佐沼



モニターツアー 福岡河岸記念館



モニターツアー 新河岸川舟運河岸跡



モニターツアー 船問屋 伊勢安

### ▶ 主な事業内容

川越市郊外の地域資源と小規模事業者を融合させた「体験型・学習型」旅行商品の開発を目指す。また、それに伴う「観光推進リーダー育成体制」の検証業務を行う。

● 主な事業内容【モニターツアーの開催】①舟運と徳川家康公ゆかりの地を歩く★ツアーのポイント 江戸と川越を結ぶ舟運の歴史と徳川家康公が愛した景色を巡る旅 ※観光ガイドによる解説②川越総合卸売市場探検ツアー★ツアーのポイント 市場の仕組みやプロが教える魚や野菜の目利きなど、親子で楽しめる市場巡りと川越いもの歴史を学ぶ【観光推進リーダー育成講座】(4テーマ・全4コース)①観光推進リーダーの役割 ②ツーリズムマーケティングとは ③観光ガイドの育成 ④コース設定、経緯等の知識

### ▶ 今後の展開

・モニターツアーは参加者からは好評であり、更に内容を検討し充実させるとともに、季節ごとに体験プログラムを拡充し魅力ある事業として取り組む。今回実施した事業を検証し、問題点を洗い出し修正等を加え、旅行商品化を図る。

・観光推進リーダー育成講座は、リーダーとしての役割、ツーリズムマーケティングの基礎知識、ガイディング技術のポイント、設定されたツアー内容の詳細を学び、郊外地域内の活性化を図る。

② URL <https://www.kawagoe.or.jp/>



## 国産麦の聖地熊谷から 麵forALL,ALLfor麵 事業

### ④活用した地域資源・素材

熊谷産小麦（熊谷うどん）

### ＞ 主な事業内容

2017年～2019年の「全国ご当地うどんサミット in 熊谷」の開催を契機に、国産小麦を使用した「熊谷うどん」の地域ブランド化に向けて、調査研究を実施した。

専門家を招聘した勉強会では「地域団体商標について」「国産小麦の価値向上」「地域資源の付加価値向上のために必要なアクション」等について、意見交換を行った。

また、福岡県へ現地調査を実施した。特に福岡県のラーメン専用麦「ラー麦」の栽培方法やプロモーションなどは、熊谷うどんの原料である熊谷産小麦のブランド化に向け、必要な情報が収集できた。

### ＞ 今後の展開

1. 熊谷うどんの地域ブランド化の可能性について改めて認識できた。全国的な認知度は未だ低いものの、全国ご当地うどんサミットが開催最終年となる機会を活かして、熊谷うどんの認知度向上の為にプロモーションを更に展開していきたい。

2. 熊谷うどんの原料である「熊谷産小麦」に注目し、うどんだけでなく、熊谷産小麦の可能性を更に追及していきたい。その為に、和洋中全般に展開できる小麦の品質、品種について検討していきたい。今後の熊谷産小麦の展開を考える上で、必要不可欠と考え、そこにも着手したい。

④URL <https://www.kumagayacci.or.jp>



熊谷うどんブランド化推進委員会メンバー



熊谷うどんブランド化推進委員会の様子



ワークショップの様子

## 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

### ④活用した地域資源・素材

成年式発祥の地

### ＞ 主な事業内容

日本一小さな市である蕨市。古くは中山道の宿場町であり、江戸時代末期からは綿織物のまちとして栄え、1946年には全国に先駆けて「成年式」を開催し、成人式発祥の地でもある。現在では、交通の利便性から都心のベッドタウンになっており、昔からの地元民と単身世帯やディンクスなどの比較的若い世代とが入り混じっている。本事業では、「地元の土産品が何もない」というまちの要望に応え「成年式発祥の地」をキーワードに、地元の土産品「大人の銘菓開発」を企画した。

### ＞ 今後の展開

全国的に蕨市の魅力を発信するために、地域資源を活用した商品開発に取り組んできました。その間、全国の地域資源調査をはじめ、当地域での消費者動向や小売店調査、ベンチマーク調査を行い、「100年後も愛されるホンモノ志向」、「蕨市の新しいわらび餅」という商品コンセプトを導き出した。今年度は、商品コンセプトに基づき、味や食感、パッケージデザインなどを検討の後、テストマーケティングを繰り返した結果、商品を完成させることができた。今後は、販売に向けての販売計画構築、ブランド戦略を行っていく。

④URL <http://www.warabikki.org/>



委員会メンバー



テストマーケティング



わらびの蕨もち



## 都市回廊空間と山間地をつなぐ新滞在型観光の調査研究事業

### ①活用した地域資源・素材

山河等観光資源



第2回協議会 議論の様子

### > 主な事業内容

2019年3月に開園する「メッツァ(メッツァビレッジ・ムーミンバレーパーク)」、「トーベ・ヤンソンあけぼの子どもの森公園」、「飯能河原・天覧山周辺」の3点を都市回廊空間と捉え、交流人口の増加を図る。更に中心市街地のみならず、山間地へ誘引し、新しい滞在型観光の開発について研究し、商品化を目指す。協議会を設置し、各種資料を基に価値総研に調査を委託し、来訪者の動向等分析した。ムーミンバレーパーク開園での来訪者の増加が見込まれることから、鉄道等公共交通機関利用者を見据えた着地型観光商品を複数開発することとした。

### > 今後の展開

当初から本体事業に取り組む姿勢で協議会を運営してきた。メッツァと山間地は非常に親和性が強く、市内に点在する観光施設との相性も良いことから、メッツァと観光施設を紐付ける旅行商品を複数開発し販売する。主に小規模事業者で構成される「(一社)奥むさし飯能観光協会」が旅行業を開業する見込みなので、観光協会と大手旅行者等が連携し観光施設等へ旅行者の流入を図る。飯能うどん・飯能すいとん・味噌付け饅頭等の「食」を加味したツアーの企画や旅行商品の品質向上、効果的な営業宣伝の取り組み方法等について外部支援を仰ぎたい。

②URL <http://www.hanno-cci.or.jp/>

## コミュニティビジネス 飯能商工会議所 (埼玉県)

本体事業1年目

## 飯能・中心市街地起業実践カンファレンスによる空き店舗対策事業

### ①解決したい地域課題

中心市街地における空き店舗活用



まちなか研究会ワークショップ

### > 主な事業内容

ムーミンのテーマパークが開業することによる、地域活性化を契機に、空き店舗での起業を促す流れを加速し、中心市街地の賑わいを取り戻す。「起業を促す実践的な場の不足」の課題をstudio-Lのコーディネートのもと、実践的カンファレンスを行う。既存の空き店舗、空き家の多様な活用方法を学び、考え、生み出し、継続的に活用していくためのアクションプランを作成する。①事前調査ヒアリング②協議会の運営③実践的カンファレンス「飯能まちなか研究会」④モニター企画実施⑤報告会の実施。

### > 今後の展開

この、実践的カンファレンスを機に、コミュニティづくりを進め、空き店舗を活用したアクションプランを実践し、更には新たなビジネスモデルの構築を目指していく。外部からの新たな人達に起業してもらうことで、交流人口や定住人口が増加し、中心市街地の賑わい創出も図ることができる。



まちなか研究会レクチャー

②URL <http://www.hanno-cci.or.jp/>

## 「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

### ①活用した地域資源・素材

越谷レイクタウン大相模調節池及び周辺緑地  
イオン越谷レイクタウン 伝統工芸品(越谷だるま)



水上アクティビティエリア



だるまアート体験



ワークショップエリア

### ②主な事業内容

5本の一級河川が流れる“水郷都市こしがや”の地理的特性を地域資源と捉え、2016年度都市景観大賞を受賞した越谷レイクタウン大相模調節池及び周辺緑地を活用。都市型集客交流事業構築に向けた検討委員会及び社会実験“こしがや水辺の祭典2018”を実施した。

2回目の開催となる今年は更なる認知度、集客力の強化を図るため年間5000万人の来訪客数を有する「イオン越谷レイクタウン」と連携し、地域事業者によるワークショップや水上、水辺アクティビティを実施し、越谷市の新たな都市型集客交流事業の創出を図った。

### ③今後の展開

“アーバン・アクティビティ・シティ”を越谷市の観光コンセプトに設定し、“水郷都市こしがや”ならではの水上・水辺空間を活用した都市型集客交流モデルとして市外からの集客と市民のシビックプライドの醸成につなげたい。

今後は年間を通じた継続的な事業実施に向け、行政や市民、地域事業者と協議を行いながら、より良い事業企画の立案や運営組織体制の構築、周辺環境の整備を目指し、都心から25km圏内に位置する都市型アクティビティシティとしてシティプロモーションの推進及び地域経済の活性化につなげたい。

④URL <http://www.koshigaya-cci.or.jp/>

## 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

### ①活用した地域資源・素材

「佐原の大祭」の歴史的文化的意味合い／「佐原の大祭」に携わる関係者とのネットワーク  
佐原囃子・手踊りといった大祭に関する芸術活動／山車の大人形や彫刻



山車を引く体験



「手奈染」の手ぬぐい



3種のパッケージデザイン

### ②主な事業内容

【準備体験ツアー】佐原の大祭に向けて地元住民でも限られた人しかできない山車の準備や、山車を引く体験を含め、山車に飾る彫刻や大人形について地元ガイドが解説するモニターツアーは高評価を得ている。

【和三盆】地元作家による大人形の切り絵を制作し、わかりやすいパッケージデザインに活用した試作品を、3種作成し、お茶会にてアンケートを行った。佐原らしさを感じられるといずれも高評価を得た。

【手ぬぐい】地元の切り絵作家 野口 正博氏による佐原の大祭切り絵と、「お江戸見たけりゃ佐原へござれ、佐原本町優り」と唄われるほど、利根川の舟運で繁栄した当時の戯れ歌をデザインし、「手奈染」で作成した。

### ③今後の展開

【準備体験ツアー】参加者及び受け入れ側双方に好評であり、更に内容を充実させ継続実施する。ツアーを受け入れる地域を増やしていくことや、雨天時の対策が課題である。

【和三盆】パッケージデザインは3種とも評価が高く、佐原らしさを感じられる商品が開発できたが、今後継続販売するためには、製造事業者の確保と、取扱販売店を増加させることが課題である。

【手ぬぐい】3色の手ぬぐいのアンケート調査を行った結果、どれも評判は良かった。今後各町内の手ぬぐいを作成し、切り絵デザイン作家のポストカードとセット販売を行うなど、販売方法と販路拡大が課題である。

④URL <http://www.sawara-cci.or.jp/>



# 山梨県産米と県産ミネラルウォーターとで醸した純米酒の国内外展開

## ◎活用した地域資源・素材

県産米のみを使用した純米酒



ベトナム現地での市場調査



ベトナム現地のインポーターとの意見交換



ベトナム現地での聞き取り調査

## > 主な事業内容

山梨は、四方を高山に囲まれ、そこから滲み出た水はミネラルを多く含み、日本酒を醸すには非常に適した土地柄である。にも関わらず、「山梨は国産ワインの産地」のイメージが強く、「山梨県産の日本酒」のイメージは希薄で国内でもあまり知られていない存在である。

そこでミネラルウォーターの生産量日本一の「水の良さ」をPRポイントとして県産米を使用した純米酒の国内外での販売展開を行うことにした。国外は今後の市場の成長が期待できるベトナムをターゲットに聞き取り調査、市場調査を現地へ赴いて実施した。

## > 今後の展開

調査結果から見てきたことは、想像以上に「日本酒」はベトナム市場に浸透しておらず、浸透させるための方策としてはただ単に飲食店等での試飲会のみでは弱いとの印象を受けた。今後の展開としては展示会の出展を通じて政府要人やインフルエンサーを巻き込む中で、ある程度高額所得層に浸透するような方策の検討を行うとともに、競合の中から手に取っていただけるようなパッケージについて研究する。

国内での展開においては大学生を中心に日本酒の良さを理解してもらえる内容のセミナーを実施することで日本酒のイメージ向上を図る。

◎URL <http://www.kofucci.or.jp>

# 山梨県内を舞台にした映画などのロケ地と地場産品等を活用した観光創出事業

## ◎活用した地域資源・素材

山梨県内で撮影された映像作品、ロケ地



映画「あいあい傘」を活用したツアーの様子



ロケ地紹介パネル展の様子



TVドラマロケ地を活用したツアーの様子

## > 主な事業内容

山梨県内を舞台にした映画・TVドラマなどのロケ地と、地域資源である魅力的な地場産品とを融合した新しい観光商品の創出を図る。本年度のプロジェクトでは、ロケツーリズムを積極的に進めている地域へ視察調査し、観光振興の有用性を確認した。また、実際にロケ地として活用された作品とタイアップを行い、商品開発並びにモニターツアーを企画・実施した。ツアー参加者には、映像だけでなくロケ地巡りという新たな視点から地域の魅力を再発見することにつながった。

## > 今後の展開

映像コンテンツを観光面に活用することは、地域の知名度を全国的に広げ、観光客の獲得だけでなく地域の魅力発信につながると実感できた。今後は、甲府市のロケ地作品を紹介したマップの制作や多ジャンルのツアーを検討する。また、商品開発として地場産業であるジュエリーやワインとのコラボを進めていきたい。そして、ロケツーリズムを進める上で大きな障害となるコンテンツの使用権利なども円滑に行えるような体制整備を始める。併せて、ロケ地誘致を図るべく当地のフィルムコミッションと連携した活動を実施していく。

◎URL <https://yamanashi-locationtourism.jp/>



## 東海道「箱根八里」街道観光研究開発プロジェクト

### ④活用した地域資源・素材

東海道「箱根八里」の歴史や民俗・風習、伝説・伝承。沿道の景観や史跡、歴史的社寺や城跡。「箱根八里」をおこなす旧東海道



箱根八里モニターツアー先視察



箱根八里モニタールート検討会

### > 主な事業内容

日本遺産に認定された「箱根八里」を国内観光客はもちろん、インバウンドをターゲットにした新たな観光開発のための有効なツールとして捉え、旧東海道の全体的な掘りおこしやストーリーの付加、一体的活用等が十分に組み込まれてこなかった「箱根八里」のブランド化を図り日本を代表する『街道観光』を構築し、全国的に知れ渡る「箱根」と言えば「箱根八里」を連想するほどの知名度を目指す。

また、自治体の枠にとらわれない「箱根八里」地域の一体感の創出と連携意識を醸成する。

### > 今後の展開

「箱根八里歴史探求ツアー」を企画。悠久の歴史を育んできた当該地域全般を知るモニターツアーを実施し、ハイライトスポットをふんだんに盛り込む。その際使用する箱根八里全域を網羅した「箱根八里ロードマップ」を作成する。

今回の事業を通じ、「箱根八里」を歩いて訪ねることを基本にしたユーザーを獲得し、沿道の市場への経済的波及効果を狙う。

また、これらの事業は、三島市、箱根町、小田原市が県境をまたぎ実施しているが、本プロジェクト終了後も一体となり継続的に取り組むための仕組みづくりを構築する。

④URL <http://www.mishima-cci.or.jp/>

## 「熱海だいたい」の香りと味を活用した試作品開発等にかかる調査研究事業

### ④活用した地域資源・素材

だいたい(橙)



「ご当地サワー」を試作する様子



熱海産だいたいを搾汁する様子

### > 主な事業内容

熱海商工会議所では、熱海特産の「だいたい」の効能・効果のエビデンス調査のため、静岡県立大学に依頼し海外の論文調査を行い、「だいたい」(別名:ビターオレンジ)には抗肥満効果があるとの知見を得た。

また、搾汁の課題に対しては熊本県八代市の熊本県農業研究センター アグリビジネスセンターを訪問し試験搾汁を行った。

試験搾汁した果汁は、今まで体験のしたことが無い「香り」「色」を持ったもので、サワーを試作した事業者からは、独自の芳醇な香りと味に大変高い評価を得ている。

### > 今後の展開

事業者が新商品づくり検討する中で、だいたいの果汁を安定供給できる仕組みづくりを充実させるため、行政機関との連携を深めるため情報共有をしっかりと行っていきたい。

本事業で試作されたご当地サワーの「だいたいサワー」の認知度向上のため、新聞社・報道機関をターゲットに情報発信する。

熱海特産の「だいたい」認知度向上を図るため、熱海駅ビルにおける催事イベントの提案など新たな事業展開を行い、継続性の高い仕組みづくりを構築していきたい。

今後もJAあいら伊豆と連携を密に持続性の高い事業展開を進めていく。

④URL <http://www.atamicci.or.jp/>

## サイクルトレイン「養老鉄道」を活用した魅力発見事業

### ④活用した地域資源・素材

養老鉄道、地元和菓子屋、大垣城、千代保稲荷神社、六華苑等



ハロウィン列車特別ヘッドマークとスタッフ



スイーツ列車 インスタ映えの地元お菓子撮影



サイクルトレインサイクルツアー出発式

### ＞ 主な事業内容

大垣市を中心に、西美濃地域の交流人口拡大を図るため、サイクルトレイン「養老鉄道」を活用した魅力発見事業として、合計4回、「養老鉄道ハロウィン列車」「葉膳列車と水の都おおがき散策ツアー」「サイクルトレインに乗って、サイクリング散策ツアー」「養老鉄道でスイーツ女子会」のモニターツアーを実施した。

特に、「養老鉄道ハロウィン列車」は、親子をターゲットとし、「仮装(コスプレ)」をPRポイントとしたところ大反響で、車両いっぱいの乗客と笑顔で溢れかえった。

### ＞ 今後の展開

今後は、4回実施したモニターツアーの中から、交流産業戦略推進会議にて協議し、集客力や経済効果の高いモニターツアーを選定し、来年度は更なる集客と経済効果を高めるために、養老鉄道をはじめ、養老鉄道沿線地域の商工会議所、商工会や地元和菓子屋等の事業所と協力して、サイクルトレイン「養老鉄道」の魅力をアピールしていく。

特に、ハロウィン列車は、既に養老鉄道が事業化を検討しているため、次年度は、ハロウィン列車に注力し、養老鉄道と事業所とのコラボを行い、地域を盛り上げることが課題であり期待される。

④URL <http://www.ogakicci.or.jp/>

## 「飛騨の匠街道」街道観光事業

### ④活用した地域資源・素材

「飛騨の匠街道」の歴史や伝説・伝承。街道沿線の史跡や文化財、自然景観。『飛騨の匠』にまつわる文化や伝統産業



ツアー1日目 飛騨の匠の建築を見る



ツアー1日目 夜の町並み散策



ツアー2日目 飛騨一の宮水無神社に参拝

### ＞ 主な事業内容

「飛騨の匠街道」は、古代の東山道・飛騨支路にあたり、飛騨と奈良や京の都とを結び、宮都や寺院の建設に携わった『飛騨の匠』と呼ばれる人々がこの古道を往来した。『飛騨の匠』たちが百年以上にわたりこの道を往来したことから、沿線には彼らに因む史跡や伝説が多くある。今回、阪急交通社に「飛騨高山『日本遺産』の道を歩く」のテーマで、大阪を中心にツアー募集し、古道を活用したロングトレイルと『飛騨の匠』の技を伝える町並みを巡る1泊2日のコースで催行したほか、新規ルートの開発のための国府エリアの調査を行った。

### ＞ 今後の展開

「飛騨の匠街道」の旅行商品化が初めて実現。直前に災害復興の“ふるさと割”が発売されたことから、募集定員30名に対して12名の参加となったが、参加者からは「飛騨の匠街道」や『飛騨の匠』に関係する資源について高評価をいただいた。『飛騨の匠』という新たなテーマでの観光誘客が回遊性向上や滞在時間延長につながることを実証でき、市域全体に広く波及効果をもたらすことが期待できる。今後、観光コンテンツを含めた新規ルートを開発して、『飛騨の匠』のテーマ旅のリーダーになっていただく仕組みを構築したい。

④URL <http://www.takayama-cci.or.jp/>



## 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

### ③活用した地域資源・素材

健康増進・疾病予防に効果がある温泉及び旅館に加え、三河湾のロケーション、ヨガ・SUP・タラソセラピー等のアクティビティ



SUPヨガ



RAJAココロヨガ



健康デザインプログラムイメージ画像

### ＞ 主な事業内容

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、働く人の健康づくりをサポートする健康デザインプログラムの試作開発を展開。地域の強みを活かして楽しみながら健康増進を図るヘルスケアツーリズムの展開を目指すこととし、ターゲットとして従業員の健康管理に取り組む企業を想定。企業ニーズと地域資源をマッチングさせ、より具体的な顧客やマーケットを想定したプログラムを検討。モニタープログラムとして「癒しのリトリート温泉プログラム」を実施し、よりニーズを捉え精度を高めたプログラムのブラッシュアップを展開した。

### ＞ 今後の展開

ヘルスケアツーリズムの特徴は、医療的な要素と観光の楽しみの要素が融合した点にあり、治療・療養など医療的な要素が大きいものから、スポーツによる保養など健康づくりに重点を置いたものまで幅広く定義できる。一方、企業が従業員の健康づくりに取り組む動機としては、モチベーション向上や生産性向上が挙げられる。今後の方向性として、こうした企業ニーズを捉えた健康増進やレジャー要素の大きいプログラムの試作開発を展開するものとし、観光産業以外の産業とも連携し、ヘルスケアツーリズムを提供できる地域を形成していきたい。

④URL <http://www.gamagoricci.or.jp/>

## コミュニティビジネス 伊勢商工会議所(三重県)

## 調査研究事業

## 中心市街地外宮周辺エリアビジョン策定事業

### ③解決したい地域課題

中心市街地に散在する空き家・空きビル・空き地  
自治会から発足した空き家対策研究チーム「厚生すみか」



HAGISO 視察の様子



エリアビジョン策定のためのワークショップ



ワーキンググループでの協議の様子

### ＞ 主な事業内容

伊勢の中心市街地にある外宮周辺エリアでは「空き家」の増加が深刻化している。そこで、自治会から発足した空き家対策研究チーム「厚生すみか」のメンバーと皇學館大学生で構成されたワーキンググループを当所中心市街地活性化委員会内に組織し、当エリアの将来目指すべき姿を明確にしたビジョン「私たちは、『伊勢』を体験する場と伊勢人との交流を創出する新たな外宮前』を目指します！」を策定した。エリアリノベーションを進めていくための羅針盤を地域に示したことで、共通の目指すべき姿が明確になった。

### ＞ 今後の展開

当事業で策定したビジョンに基づき、地域一体でエリアリノベーションに取り組む。そのためには、大きな資金を調達するスキームの確立（クラウドファンディングや特定目的会社の創設）と、観光客と地域住民が交流しながら滞在できる施設の整備及びサービスの創出を進める。

伊勢まちづくり株式会社がデベロッパー役となり、エリア全体をマネジメントしながら、事業主体となる会社の誘致や起業支援などにも取り組み、厚生すみかや自治会など地域と連携したエリア価値向上に取り組んでいきたい。

④URL <http://www.ise-cci.or.jp>



## 尾鷲市の目的地化定着を目指すプロジェクト

### ◎活用した地域資源・素材

海、魚、木工特産品



市内の旧跡をガイドからの解説を受けながら見学



モニターツアー用に作成したマップ



商品開発のアイデア等を学ぶセミナー形式の委員会

### ▶ 主な事業内容

50年来の人口減少や、市内2つの高速道路IC間が国道を通過するという、ミッシングリンクの解消が間近に迫っている当市を目的地化するため、本事業に取り組んでいる。観光面では、昨年度にイメージ図化した市内全域から、観光ポイントが点在する市内中井町等に焦点を当てたモニターツアーを、県内外から集まった参加者に実施。ツアー終了後は、観光客目線で不足しているものなどについて意見交換を実施。また、特産品面では、しんぎんビジネスマッチング ビジネスフェア2018において木工特産品を展示し、作品への感想などをヒアリング。

### ▶ 今後の展開

マップ作成やモニターツアーは、財源の確保により進めることはできるが、ツアーコースの設定だけでは集客は見込めない。そこで実際のツアー商品にしていいため、今年度事業のモニターツアーでは地元団体「おわせふるさとガイドの会」の協力を得ながら、県内外からの参加者を募り実施した。木工特産品は、商品化の前段階として木製食器・容器を展示会に出展し、魚食とのマッチングイメージについてヒアリング。食料品ではないため、アピールは難しかったものの、来場者の方々に地域資源でもある尾鷲の海をアピールした。

◎URL <http://owasecci.com/>

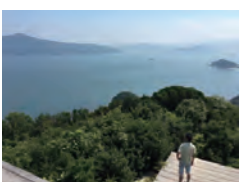
## 神界の島「答志島」の魅力再発見! ブランド化推進事業

### ◎活用した地域資源・素材

日本古代から朝廷や伊勢神宮に献上してきた御食国の魚介類と文化  
離島文化・海女文化 自然資源・ロケーション・島民の団結力



開発中のまるはち丼。答志島の新鮮海産物を8種類



自然資源と地域文化の溢れるロケーション



セミナー時の集合写真。団結力が武器です

### ▶ 主な事業内容

離島・答志島の自然資源、本土に比べ色濃く残る地域文化資源、溢れるほどの島民のエネルギーと団結力。これらの豊かな資源を全国的にPRし、ブランディング、観光振興に繋げるために、効果的なメディアの誘致・特産品開発をオール島民の体制で実施していく。本年度は資源の掘り起こしと整理、メディア・グルメ関係に精通する専門家を招聘しての勉強会を全5回に亘り行う。成果として、地域の団結力が高まり体制が整ったこと、情報を整理、発信、ロケハン受け入れを行うことでの番組誘致、地域文化を活かした特産品の設計に繋がっている。

### ▶ 今後の展開

答志島のブランディングを進めるため、メディア誘致の体制づくりを継続する。多くのメディアを島内の有志チームで構成するロケーションサービスで受け入れ、情報の発信を行う。同時に、メディアからも評価されるような特産品(グルメ)の開発を完了し、相乗効果的に島のPRを進めていく。「答志島」の知名度を全国レベルまで引き上げることが目標であり、そのためにチームで様々なロケ対応、特産品を冠してのイベント出展等を行い経験値を上げていく。

◎URL <http://www.toba.or.jp/>

# 福井の恐竜を全国へ!“新種の恐竜お土産”開発プロジェクト

## ①活用した地域資源・素材

恐竜



恐竜博物館での調査



意見交換・ワークショップの成果



参加者との意見交換

## ＞ 主な事業内容

北陸新幹線の福井開業に向け、福井の「恐竜」ブランドを強化するため、「恐竜」を活用した新たな土産品を開発して全国展開を目指す。土産品開発に意欲のある事業者が、商品開発の専門家の指導のもと、座学やワークショップを重ね、新たな土産品開発の方向性、コンセプトをまとめた。土産品の全国展開に繋がる方向性等を考えるため、大都市圏の消費者や福井への来訪者、土産品販売店への来店者や従業員に各種調査を行い、土産品購入の実態等を明らかにするとともに、福井県立恐竜博物館にも出向き、来館者の声も参考にした。

## ＞ 今後の展開

考案した土産品開発の方向性やコンセプトを、事業者がそれぞれの得意分野でどこまで具体化できるか、また開発した土産品の販路をどう確保するかが課題である。商品開発の専門家や当所と繋がりのある土産品販売店等の協力を引き出して課題を解決し、事業者のモチベーションを保ちながら“新種の恐竜お土産”の開発、販売を実現したい。北陸新幹線福井開業は目前に迫っており、地域資源を有効活用して福井の「恐竜」ブランド強化に取り組んでいく。

②URL <http://www.fcci.or.jp/>

# 名水を活用した新商品開発

## ①活用した地域資源・素材

越前大野の名水



試作品のすこサイダー



試作品試飲



郷土料理「すこ(赤芋茎の酢漬け)」

## ＞ 主な事業内容

大野の食の源である「地下水」と、郷土料理である「すこ(赤芋茎の酢漬け)」のエキスを使った地サイダーの開発に取り組みました。原料の水にはこだわり、老舗地酒蔵の仕込み水を使用するほか、エキスの素である米酢も地元酢造蔵産で、サイダーの主要な原料は「地下水」がもととなっている。また、ラベルも里芋の葉のハート形を基調としたデザインを採用した。さらに、ネットでは「すき」の入力ミス「すこ」がそのまま若者に浸透し使われていることから、商品名の「すこ」に掛け合わせて、本商品も地元のパワースポットである良縁神社で良い縁に恵まれる仕掛けを作り、モノだけでなくコトに繋がる商品化を展開したい。

## ＞ 今後の展開

地サイダー自体が数多く巷に販売されている中、どのように差別化を図り、地元の商品として販売を行っていただけるかどうか。また、大量生産は原料の関係もあり難しく、製造原価と販売単価(市場ニーズ)とのバランスが今後の課題となってくる。更に新商品開発をきっかけに、少しでも大野市を認識してもらうため、どのように発信していただけるかが重要となってくる。

②URL <http://www.ohnocci.or.jp>



## 「みーつ びわ湖・大津」テーマ別体験・まちあるき事業

### ◎活用した地域資源・素材

琵琶湖、かるた、近江の食、東海道大津宿、近江の神仏

### ＞ 主な事業内容

昨年度、8つのテーマで約100種の体験・まちあるきプログラムを掘り起こしたが、申し込みの締切を、実施日よりかなり前に行ってしまったことなどの影響で、思うように参加者を募れないプログラムがあった。そのため、今年度はテーマとプログラムを絞り、当日受付可能なプログラムを増やす等、旅行者視点での見直しと、対応を行った。また昨年度はガイドブック等の印刷物により市民を主な対象として広報していたが、今年度は県外参加者の割合を増やす狙いから、Web広報へ軸足を変更、継続事業を目指して広報効果を検証した。

### ＞ 今後の展開

今年度は専門家による支援の体制も整い、国内だけでなくインバウンド市場も見据えた活動を進めている。観光地としての潜在力は大きいものの、商品化・販売方法等について地域全体での経験値が十分でなく、支援者側の観光マーケティング勉強会や個社支援によるインバウンド向け商品の整備を進めている。モニターツアーを通じて明確となった、魅力の伝え方や行程管理等の課題についても、更に対応を進めたい。ツアー造成の委託も含め、継続実施体制の整備を現在模索している。

◎URL <https://www.meets-biwako-otsu.com/>



石山寺ライトアップ貸切参拝



クルーズ船内の大津絵体験



膳所焼美術館でのお抹茶体験

## 長浜の絹織物「浜シルク」を世界に! ルネッサンスプロジェクト

### ◎活用した地域資源・素材

シルク関連地域資源「浜ちりめん」「浜紬」「網織紬」「輪奈ピロード」

### ＞ 主な事業内容

絹織物産業が衰退の一途をたどっている今、白生地産地「長浜」において、後世への和装文化の継承をはじめ、絹織物産業の維持・発展が課題となっている。このような状況の中、「シルク関連地域資源」を活用し、和装分野のみならず、洋装・インテリア分野などの最終消費財開発を目指している。

「浜ちりめん」は、八丁撚糸技法を用い、糸製作の段階から関わりをもち、生地表面の「シボ(凹凸)や風合い」が和装業界では高評価を得ており、その技法を使い、新たな展開の調査、研究を進めている。

### ＞ 今後の展開

本事業において研究したプロジェクトの課題と調査結果に基づき、新たなターゲット(顧客・市場など)を明確にし、最終消費財となる試作品開発に取り組む。現状、主原料である輸入生糸は高騰傾向にあるため、商品開発するうえでの原価を意識しながら素材開発にも力点を置くとともに新しい機能性(例えばストレッチ性、強靭性など)も加味した生地開発を用い、デザイン性を追求し、海外市場も視野に入れながら製品開発にチャレンジしたいと考えている。

◎URL <http://www.nagahama.or.jp/>



和装業界最高級白生地「浜ちりめん」



先進地視察風景(於:米沢の老舗織物工場)



浜シルク活用プロジェクト委員会活動風景



## 観光土産推奨品に新たな「福知山ブランド」構築調査研究事業

### ④活用した地域資源・素材

『スイーツのまち福知山』の認知度アップ



福知山茶



委員会風景



丹波栗和菓子

### ＞主な事業内容

既に登録されている「福知山観光協会推奨土産品」の中から食品関連製造事業者について参画希望を募り、事業者とともに改良・改善、販路拡大に向けた調査研究を行うこととした。その際、福知山市を挙げて『スイーツのまち福知山』を掲げており、福知山ブランドの認知度向上を共通目標とし取り組むこととなった。

- ①福知山らしいスイーツの地域食材は？
- ②土産物に求める事は？
- ③スイーツのまち福知山の認知度は？

等についてのアンケート調査を実施し、結果を基に商品の磨き上げ、スイーツのまちブランド戦略について検討している。

### ＞今後の展開

福知山スイーツを調査した結果、「丹波栗」の認知度が高く「福知山茶」が低いことがわかった。今後「スイーツのまち福知山」の認知度を高め丹波栗、福知山茶を活用した土産物スイーツを売り出すために幾つかの課題を抽出した。

- ①スイーツ店を一同に集めたイベント・広報が少ない
  - ②丹波栗、福知山茶ともに土産物として高価格であり付加価値の創造が必要である
- 2020年「明智光秀」主人公の大河ドラマ放映に伴い増加する観光客に土産物として福知山スイーツをより多く購入いただくよう課題解決に向け試作・試行・検証を重ねる。

④URL <http://www.kyo.or.jp/fukuchi/>

## 泉州地域の歴史的・文化的資源の融合による着地型観光可能性調査

### ④活用した地域資源・素材

自転車で体感できる地域資源。具体的には、歴史的文化的資源(百舌鳥古墳群・池上曾根遺跡・岸和田城)や地域産業資源(水産品・農産品、自転車、タオル、毛布)等の融合



泉州地域調査



先進地視察調査(しまなみ海道)



委員会の様子

### ＞主な事業内容

泉州地域は、関西国際空港のお膝元にありながら増加の一途にある来阪外国人は大阪市内や京都へ向かい素通りされている現状にある。そこで、泉州地域7商工会議所は広域連携し、歴史、文化、特産品等の豊富な観光資源を活かしてインバウンド等の誘致に取り組むこととなった。事業としては、7商工会議所の中堅若手職員によるワーキングチームを設置し、泉州地域及び先進地のサイクリングコースの実走調査、地域資源の棚卸等を行い、自転車を活用した着地型観光の具体化(ターゲット、ルートの設定、観光商品の開発等)について調査研究した。

### ＞今後の展開

調査研究結果から、豊富な観光資源を活用すること、来阪外国人の8割が関空 in 関空 out という利点を活かし泉州への滞在時間を増やし消費につなげること、泉州ならではの観光商品開発等の方向性が出された。歴史的・文化的資源を活かして、サイクリングルートの設定や体験コースの設定等「コト消費型観光コンテンツ」開発を行い、サイクリングを核として、滞在ホテルを拠点とした立ち寄りスポットや飲食店等を掲載した自転車周遊マップの作成、継続的なイベントの開催、積極的なプロモーション活動等により交流人口の増加を目指す。

④URL <http://www.kishiwada-cci.or.jp/>

## 日本遺産和歌浦堪能ツアー

### ①活用した地域資源・素材

四季折々の絶景、海からしか見れない洞窟「上人窟」の歴史的ストーリー



雑賀崎灯台と上人窟



和歌の浦の絶景①



和歌の浦の絶景②

### ＞ 主な事業内容

2017年度、文化庁の日本遺産に認定された「和歌の浦」は、万葉の歌人 山部赤人や柿本人麻呂をはじめ、文人墨客に愛され詠われた景勝の地。心を打つ叙情的な風景はいつの時代も人々を魅了し、多様な芸術をも育んできた。この地域資源をどう使い、どう演出を加えれば、全国からの新たな誘客につなげることができるのか。本プロジェクトでは、地元事業者を中心に、県、市、大学、観光協会など、地域が一丸となり、新たな観光商品の開発・提案を目指している。

### ＞ 今後の展開

地元の人々しか知らない四季折々の「絶景」。いつ、どこに行けばその景色を体験できるのか。「新 和歌浦十景」を取りまとめる。ホテル、旅館、飲食店等が、訪れた観光客にリアルタイムで情報提供できるよう SNSを活用した情報プラットフォームを構築する。海からしか見ることのできない洞窟「上人窟」。1580年、織田信長との石山合戦に敗れ、紀州に逃れた教如上人がこの洞窟に潜み難を逃れたとされる。遊覧船等を使った上人窟見学や「鷹の巣」と呼ばれる断崖絶壁に因んで地元ホテルが考案したメニューを含めた着地型商品の検討も行う。

①URL <http://www.wakayama-cci.or.jp/wakayama/>

## 松江発信の中海・宍道湖・大山圏域観光案内所ネットワーク化事業

### ①活用した地域資源・素材

松江市内の歴史的建造物等の歴史・文化資源、風景・景観の自然資源等



不昧公ゆかりの茶室「明々庵」の視察



松江の地域資源の検討ワーク

### ＞ 主な事業内容

中海や宍道湖、日本海に囲まれ、国宝松江城を中心とする城下町・松江の風情は、歴史と文化の息づく水の都として人気がある。松江の有する様々な魅力を発信し、今後も来訪者を増やすことは、持続的な地域活性化に向けた重要な課題である。その担い手としての自負と気概を、各観光案内所のスタッフが持ち、観光案内所ならではの着地型旅行商品の開発に向けた取り組みを行った。案内所スタッフであるからこそ知り得る地域情報を洗い出し、様々な人たちの協力も得ながら旅行商品の開発を試行、案内所間の連携も深めながらの取り組みが実現してきた。

### ＞ 今後の展開

松江の街づくりの重要な担い手として、観光案内所に焦点を当て、その役割機能の新たなあり方を構築するところに、斬新さ・ユニークさがある。今後は、松江の商品を松江以外の周辺エリアでも展開させるために、松江及び周辺の観光案内所スタッフが共同して開発を行うことも視野に入れた取り組みを行いたい。このような取り組みを通じ、観光案内所間の情報交換の促進や周辺エリアの旅行商品に対するコミットメントも醸成できるものとする。松江を中心とする圏域一体の観光地域づくりを目指した取り組みへと昇華させたい。

①URL <https://www.matsue.jp/>



## 「しょうばらの魅力発見ツアー」プロジェクト

### ④活用した地域資源・素材

太鼓、日本刀、ご当地グルメ、国・県の天然記念物および文化財



日本文化の和太鼓体験の風景



久保刀匠(県無形文化財)に学ぶ小刀づくり体験



お寺での座禅体験の風景

### ＞ 主な事業内容

過疎化や地域経済の衰退が進む庄原市において、観光を基軸に地域振興を図るという視点から、宿泊施設や観光客から意見を聴取することにより、これまで活用されてこなかった地域資源の展開可能性と地域の魅力を確認した。また、中山間地域の集落を統括する自治振興区に対してもヒアリング調査を実施し、他には知られていない地域の魅力を地域住民の視点から抽出した。こうした両調査の結果を踏まえつつ、議論を深め、最終的には庄原ならではの体験を盛り込んだ3つのツアーコース案が提案され、実施された。

### ＞ 今後の展開

庄原市の観光振興における根本的な課題として、地域そのものの認知度が低いことが挙げられる。観光地として選ばれるかどうかは、その観光地に魅力的な資源があるということだけではなく、数多くの観光地の中から選択されるという競争条件を満たしている必要があるが、庄原市は「観光地としてのイメージ」が弱い点が大きな課題と考える。庄原ならではの魅力を詰め込んだモニターツアーで得られた意見は、顧客満足度やルート上の問題点の検証、適正価格の検討などを行い、商品化の可能性を探る素材として活用していく。

④URL <http://www.shobara.or.jp>

## THE FIRST BONSAI EXPERIENCE

### ④活用した地域資源・素材

高松盆栽



鬼無の盆栽



小品盆栽専門店「品品」での調査(代官山T-SITE)



ワーキンググループ会議の様子

### ＞ 主な事業内容

当事業は、約200年の歴史がある高松盆栽を用いた体験型観光商品の開発と商品提供基盤の整備により、高松の観光地としての知名度向上と観光消費金額の増大を図る事業。今年度は、観光先進地にある流行に敏感な層に人気の施設等にて、情報発信手法について調査したほか、ターゲットとする都市圏在住の30代独身女性に対して、盆栽への印象や購買意欲等の調査を行った。また、盆栽を持って帰ることが難しい観光客向けに、盆栽そのものに代わる思い出を持って帰ってもらうことを企図して、和三盆を使った盆栽土産品の試作にも取り組んだ。

### ＞ 今後の展開

調査では、ターゲット層は、盆栽に「生きているアート」という印象を抱いており、盆栽の「エネルギー」や「癒し」といった要素を好ましく思っていることが判明した。この結果を踏まえ、来年度は、高松盆栽の見せ方や体験手法を工夫した観光商品の開発を行い、高松や首都圏等での展示や試売を行う。特に、来年度はアートに関心のある層が国内外から集う「瀬戸内国際芸術祭2019」が高松近隣で開催されるため、その集客や宣伝効果を活用して、商品に対する評価を収集し内容や価格の適正を検証するとともに、高松盆栽の認知度向上を図る。

④URL <http://www.takacci.or.jp/bonsai.html>



# 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

## ①活用した地域資源・素材

長崎街道（内野宿、飯塚宿等）及び八木山高原



内野宿での体験プログラム（抹茶体験）



観光イベント（冷水峠ウォーキング）の様子



観光イベントでの特産品販売

## ＞ 主な事業内容

飯塚市の地域資源「長崎街道」「八木山高原」を活用して、まちおこし・地域活性化を図るため、委員会・ワーキング部会を開催し、事業の検討を行った。具体的には、昨年度に引き続き長崎街道内野宿で、特産品販売事業者とタイアップした観光イベント事業を実施した。また、観光ルートや体験プログラムのブラッシュアップを行い、それを掲載した観光パンフレットを制作し、「feel NIPPON 春2019」に出展。長崎街道と博多往還（八木山高原）など、街道観光旅行の商品企画として、旅行会社等へ提案を行った。

## ＞ 今後の展開

今後も福岡・北九州都市圏からの観光客の拡大及び県外からのオプション旅行先となることを目指して事業を行っていく。長崎街道内野宿・飯塚宿では、現地でしか味わえない体験プログラムの検討や江戸情緒・宿場町の雰囲気を出し出すイベントの実施、小規模事業者等とタイアップした事業を行っていくとともに、外部への情報発信の強化を行い、旅行商品の造成を図っていく。また、八木山高原は、自然を楽しむ体験ができる場所、豊かな自然の恵みである農産品八木山ブランドの地として、誘客拡大に取り組んでいく。

②URL <http://www.iizuka-cci.org>

# 八女福島観光プロジェクト調査研究事業

## ①活用した地域資源・素材

伝統的建造物群保存地区の空き家



専門部会 開催



専門家を迎えるの会議

## ＞ 主な事業内容

少子高齢化や都市部への人口流出により経済規模が縮小している当地区に消費と雇用を生み出すため、観光を重要な産業と位置づけ交流人口の増加を図ることを目的とし調査研究を行う。

交流人口の増加を計るには観光客がゆっくりと滞在し、八女を旅したいと思わせる魅力ある観光資源とサービスを作り上げることが必要である。幸いにして当地区には伝統的建造物群保存地区があり、そこに点在する町家や古民家の空き家を活用することにした。魅力ある歴史的景観を有する宿泊施設の開設や市場ニーズに合った観光サービスの発掘調査を行う。

## ＞ 今後の展開

調査結果をもとに、宿泊施設や飲食店等の店舗を開設するため、事業者とのマッチングを行い、古民家を活用していく。次に観光客が八女の魅力を十分に満喫できる仕組みづくりが必要であるため、八女茶をはじめとする多くの農産物、提灯、仏壇等の伝統産業を活用した体験型ツアーや、定着を考える仕事選り体験旅行等を企画し、モニターツアーを行い再度修正等を行っていく。

②URL <http://www.yamecci.or.jp>

# 戦国武将「立花宗茂」・「閻千代」を題材にした観光商品開発調査事業

## ④活用した地域資源・素材

柳川藩初代藩主立花宗茂、その妻閻千代、刀「雷切」、掘割、さげもん、など



三柱神社



会議風景



立花宗茂公

## ＞主な事業内容

大河ドラマ招致の活動やアニメやゲームで知名度が向上している柳川藩初代藩主「立花宗茂」公とその妻「閻千代」姫に着目し、柳川の観光資源である「川下り」や「さげもん」などと組み合わせた新たな観光商品及びお土産品の開発について調査・研究を行った。

委員会では、福岡市近郊の、独身女性、既婚女性のペルソナを設定し、それぞれが興味を持っている事柄を意識した体験内容について検討を行い、内部検証のための試体験を実施した。また、観光体験後の購入を意識した、お土産品について議論を重ね、数点の商品企画案に絞り込む予定。

## ＞今後の展開

本年度の調査研究を行った観光体験などを基に、モニターツアーを企画・実施し、更なる検証・改良を行い、観光消費額拡大のための観光ルートを選定し、情報発信を行う。

また将来的には、宗茂・閻千代と縁のある近隣都市と連携し、広域的な周遊ルートに拡大させ、PR力強化を図りたい。

商品開発としては、次年度以降に多くの事業者呼びかけ、開発アイテム数を増加させ、ロゴマークやパッケージデザインを統一したブランド化を図り、本格的な商品開発及び販路開拓に取り組む。

④URL <http://www.yanagawa-cci.or.jp/>

# 平戸ブランド構築に関する調査研究事業

## ④活用した地域資源・素材

平戸市の一次産品と加工品（魚介類・野菜・平戸牛・練製品・菓子・酒類）



プロジェクト部会の様子



先進地視察研修の様子

## ＞主な事業内容

当所では、参画事業者の既存商品売り上げ増加を目指し、新たな価値やパッケージデザイン等を加えた上で、総体としての情報発信力・訴求力・販売力を高めた「平戸ブランド」を形成することにより、セレクトされた商品の売り上げを現状から10%向上させることを目標に当事業に取り組んでいる。ターゲットを国内市場と平戸市と所縁がある台湾市場の2ヶ所に定め、国内市場においては、首都圏（一部三県）の女性に対して食品に対する意識や購買動機に関する調査、台湾市場においては味覚や嗜好に関する調査を行った。

## ＞今後の展開

今回の調査結果をまとめ、専門家に協力いただき、ターゲット市場で売っていくための既存商品のブラッシュアップとパッケージデザインの変更等の訴求力の高い付加価値をどのようにつけていくかを検討する。

検討後は、首都圏や台湾での展示会やアンテナショップでのテストマーケティングを行い販路拡大の支援を行っていく。

④URL <http://www.hiradocci.or.jp>



## 「もっとも豊かな隠れ里ひとよし」特産品開発調査研究事業

### ◎活用した地域資源・素材

焼酎梅、鹿ぶし、焼き鮎



先進地調査(ルイス・イリサール料理学校)

### ▶ 主な事業内容

ヒト・モノ・カネが溢れ物質的な充足度が高いものの精神的に枯渇する大都市圏在住者に対し、「もっとも豊かな隠れ里」から「豊かさの象徴」をお裾分けする「贈り物」と、一歩踏み出して人吉まで足を運ぶ来訪者に向けた「ご馳走」の開発を目指した。若手料理人を中心に部会を組成し、人吉を形成する山と川の幸をベースとして、各店独自で提供する一品料理や共通に提供するソースの試作品開発を行った。また、スペイン・バスク地方の食文化等についての先進地調査及び大都市圏女性にマーケティング調査を実施し商品開発の礎ができた。

### ▶ 今後の展開

調査研究事業を経てプロジェクトの方向性が定まったため、今後はビジネスモデルを詰める協議が展開される。「山・川の幸」「人財」「歴史・文化」などの地域資源を活かした商品開発、訴求力の高いパッケージとデザイン、ストーリーの練り上げとインフルエンサーへの発信、ファイナンススキームの構築、テストマーケティングを並行的に進め、「もっとも豊かな隠れ里ひとよし」を体現する「贈り物」と「ご馳走」を移出・提供する。

また、プロジェクトの枢軸に食のオープンソース化を据え、ガストロノミックシティの実現を目指す。

◎URL <https://www.hitoyoshi-cci.or.jp/>



もっとも豊かな隠れ里ひとよし



会議の様子

## 食 技 旅 竹田商工会議所(大分県)

## 観光商品 {冥加訓事業で竹田市を道徳の街へ}

### ◎活用した地域資源・素材

江戸時代の岡藩の論語と陽明学  
竹田の偉人である軍神廣瀬武夫の行動、里見奨学会 里見雄二・里見菊雄の人材育成と教育支援  
関一楽が推進した「一汁一菜」の発酵食を使った岡藩時代の農民の食の再現と「岡大豆」

### ▶ 主な事業内容

磯田道史著『無私日本人』の中に収められた「穀田屋十三郎」の文中に「冥加訓」の訓えが浅野屋の家訓として重要な役割をはたしていたという記載があり、「冥加訓」を調査したところ、私たちの住む旧豊後岡藩(現在の竹田市)の儒者で、家塾「輔仁堂」で塾頭を務めていた関一楽(関幸甫)が竹田の地から全国に「冥加訓」を広めたことがわかった。「冥加訓」には、食と健康、国を治める心構えから人生訓まで記されており、社員教育や研修に使いたいと、各方面から問合せがくるなどの反響となっている。

### ▶ 今後の展開

冥加訓を通し、関一楽及び竹田の偉人たちの関わりや、人としての在り方、道徳・倫理をどう子どもたちに幅広く伝えるか、という調査研究成果を、心の学び観光案内コースとし、竹田市が「冥加の里」として、道徳の街を目指していることの周知と、全国から「冥加訓の訓え」を学びに来て頂く事と企業の研修の場としての人材育成に役立たせる。従来の観光コースツアーに「冥加訓体験コース」を含め検討していくほか、冥加訓「食と健康」再現プロジェクトと連携した、江戸時代の岡藩の冥加訓健康食についての事業展開を図っていききたい。その先にはすべての食と観光商品に関して、「冥加訓ブランド」を確立していく取り組みとしたい。

◎URL <http://www.taketa-cci.or.jp/>



吉岡宿本陣前(『殿、利息でござる!』の材題の地調査)



冥加訓「食と健康」プロジェクト



冥加訓 講演の様子



## みやざき神話に基づく「神武さま」で観光土産品開発事業

### ④活用した地域資源・素材

宮崎神宮大祭（神武さま）



神武さま（おきよ丸）



神武さま（御鳳輦）



実行委員会開催風景

### ＞ 主な事業内容

宮崎市で140年以上続く「宮崎神宮大祭」（通称：神武さま）は地域で広く浸透している行事であるものの、県外・諸外国ではなじみが薄い。本事業を活用し、宮崎神宮大祭と特産物・観光資源を組み合わせ新たな観光土産品の開発を目指した。実行委員会内でも協議を進めていく上で、祭りの意味を深く認識していない30代～40代の実行委員もいることが分かった。今回の事業では県内30代女性を中心にアンケートを実施し、まず、県民自体が祭りに興味が湧くきっかけとなる商品及び取り組みの開発を進める方向となった。

### ＞ 今後の展開

調査事業の委員選定においては業種を指定せず、若手事業者や商店街の後継者等から選んだ。その結果、神武さまに関する魅力や若年者周知への課題など様々な意見が出された。今後は「共通的に利用できる何か（ロゴ・キャラクターなど）の開発」と「商品開発」を並行して行っていく必要がある。「商品プロモーション」においては、伝統的な祭りであることから、表現方法に工夫を凝らし、神武さまの認知度を高められる商品開発を行っていく。

④URL <https://www.miyazaki-cci.jp/>

### ④コミュニティビジネス 奄美大島商工会議所(鹿児島県)

## 名瀬まち百年構想の確立に向けた調査研究事業

### ④解決したい地域課題

中心商店街



なぜ街百年構想検討委員会会議の様子



専門家からシステムについて説明を受ける様子

### ＞ 主な事業内容

概要：地域共通ポイントカードの創設による課題解決の仕組みづくり、事業の実施を検討するにあたって事前に調査・研究すべき事項が山積されているなか、今年度事業としては、情報の収集をしたうえで、実現可能性の高いモデルを検討していく。

活動内容：奄美大島では基幹産業の衰退に加え、人口減少・高齢化・少子化・商店街の衰退によって生活課題を抱えている地域住民の姿が顕著になっている。このような、問題を解決するため地域住民の生活課題と向き合い商店街だからこそできる生活支援策を実施するための調査・研究を行う。

### ＞ 今後の展開

今年度の調査・研究事業では、①地域住民の意向調査②他地域の事例調査③他のステークホルダーとの連携可能性調査④ビジネスモデルの検討を実施した。調査・研究を行う中で、事業運営の主体となる組織選定が喫緊の課題となっている。今後の展望としては、前記課題の解決及び地域住民の生活課題を解決するための手段として、地域共通ポイントカードの運用方法を構築する。住民の生活課題の解決、商店街来街者の増加、行政事業との連携を実現し、「住民・商店街・行政にとって三方よし」となる構図が実現されることを目指す。

④URL <http://www.amami-cci.or.jp>

# 古琉球の歴史を軸とした「りっかりっか! 浦添(うらしー)」プロジェクト

## ◎活用した地域資源・素材

古琉球の歴史に紐付く文化・工芸・自然・学・食・歩・美



組踊鑑賞入門編を公民館で開催



feel NIPPON 出展風景



11の特産試作品が誕生したプレスリリース

## > 主な事業内容

市内への誘客と長期滞在を目的とした観光・特産品開発を実施。観光商品では琉球王都発祥地として集積している歴史資源と市内事業者らの高いポテンシャルを活かした39日間の地域体験イベント「りっかりっか! 浦添」を開催。市内34事業者が37本のプログラムを企画、県内外から目標を上回る820名が参加した。アンケートでは「浦添の歴史を学びながら子供と体験できた」「感動した」など高い満足度が得られた。特産品開発でも紅型の祖形「浦添型」復元や「島桑」を使った食品等11個の商品を開発。feel NIPPONの商談会では成約に至った商品もあった。

## > 今後の展開

「りっかりっか! 浦添」のHPアクセス解析及びアンケートのクロス分析により、主要参加者は30代~50代女性と30代男性で、クチコミやパンフレットを媒体として家族や友人と参加する傾向が判明した。この結果をもとに、主要層が希望する秋季開催を目標に更なる集客に努める。また、今回少数派となった20代に訴求できるHP及びSNSのWEB戦略を強化していく。今後は、この地域体験イベント「りっかりっか! 浦添」を市内事業者らで継続させるための新組織を設立し、地域の経済効果と運営費の財源確保に向け開発された特産品を活用していく。

◎URL <https://riccaurasoe.com/>




# 日本商工会議所 側面支援事業報告

日本商工会議所では、本事業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支援を目的に各種事業に取り組んでいる。



## 項目

- 1-共同展示商談会「feelNIPPON 春 2019」の開催
  - 2-商品改良から販路開拓・拡大までの一貫支援の実施（食・技・旅）
    - ・ヒット商品育成サポート事業（食）
    - ・ヒット商品育成サポート事業（技）
    - ・ヒット商品育成サポート事業（旅）
  - 3-広報事業
  - 4-担当者研修会の開催
  - 5-販路開拓・地域資源活用セミナー（事業説明会）の開催
  - 6-事業基盤強化事業の実施
  - 7-地域ブランディング・販路開拓支援事業
- 



取り組み  
**1** 共同展示商談会  
「feel NIPPON 春2019」の開催

本事業で開発された商品のPRと販路拡大を目的に、東京ビッグサイトで行われた国内最大級の見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー」および食の専門見本市「グルメ&ダイニングスタイルショー」に共同展示商談会「feel NIPPON 春2019」を出展、29道府県の50商工会議所が参加した。

イベント期間中に約2.5万人が来場。本共同展示商談会ブースでは1410件の商談を実施し、6割以上が採用希

望もしくは継続商談となった。

◎Data

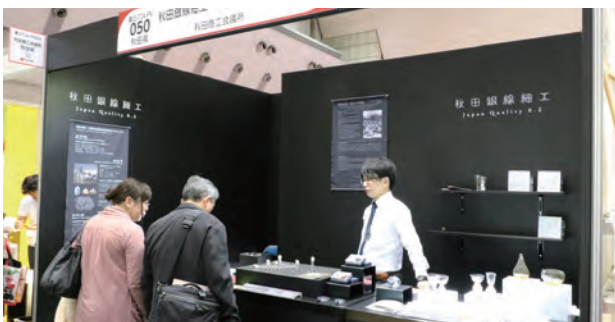
日程：2019年2月12日（火）～15日（金）  
出展数：50商工会議所  
場所：東京ビッグサイト・東3ホール  
来場者数：約2万5000人（同時開催のイベント来場者含む）



全国から50の商工会議所が参加し情報発信や商談が活発に行われた



海外からの来場者からも関心が高い



県の伝統工芸品をデザインコンペで商品化



細工が変色しないぐい呑み



試飲とアンケートによる情報収集を徹底して展開した



豚肉燻製おつまみは一押し商品



風土が育てた土産ブランドを紹介



多くの来場者で賑わった



取り組み  
2

## 商品改良から販路開拓・拡大までの一貫支援の実施 (食・技・旅)

### 食

#### ヒット商品育成サポート事業(食)

19商工会議所からのエントリーのあった30事業者の商品を対象に自社の現状・目標に応じた売り先別に3コースを設け、バイヤー品評会、専門家との個別指導を行い、商品改良や営業戦略構築について伴走支援した。また、小売店舗でのテストマーケティングや「デリカテッセン・トレードショー 2019」への共同出展、バイヤーとの商談機会の創出を通じ、販路開拓支援を行った。さらに、加工食品の原材料名表示のルール変更や添加物の明確な区分表示、栄養表示、原料原産地表示の義務化の経過措置期間が終わりに近づいていることから、食品表示研修会を開催し、28商工会議所33人が受講した。

#### 参加商工会議所

長井、いわき、伊那、下館、桐生、佐倉、千葉、町田、青梅、岡崎、鯖江、龍野、宝塚、小松島、福岡、伊万里、八代、竹田、都城

#### ② Data

##### ○伊勢丹浦和店でのテストマーケティング

日 程：2019年2月4日(月)～6日(水)

出 展 数：3商工会議所4事業者

##### ○西武所沢店 っぽん旬菜亭でのテストマーケティング

日 程：2019年2月9日(土)～22日(金)

出 展 数：6商工会議所8事業者

##### ○東京ソラマチ2階フードエリアでのテストマーケティング

日 程：2019年3月6日(水)～12日(火)

出 展 数：9商工会議所11事業者

##### ○共同展示商談会「ニッポンまるしい」

(「デリカテッセン・トレードショー 2019」への出展)

日 程：2019年2月13日(水)～15日(金)

出 展 数：14商工会議所20事業者20商品

場 所：幕張メッセ 4ホール

来場者数：8万8000人(同時開催のイベント来場者含む)



日本商工会議所ブースは多くの来場者が行き交う好立地



店頭用のぼりは展示ブースでも有効活用できる



受賞歴のある銘菓も全国での認知拡大のために出展



試食を通して商品の特徴をアピール



伊勢丹浦和店でのテストマーケティング



西武所沢店 っぽん旬菜亭でのテストマーケティング



## 技 ヒット商品育成サポート事業(技)

エントリー商品の募集を行い18商工会議所が参加した。幅広く生活雑貨を扱う奈良の老舗 中川政七商店が開催する商談会「大日本市」への出展や旗艦店「日本市 日本橋高島屋S.C. 店」でのテストマーケティングを実施した。また、商業施設「まるごとっぽん」でのテストマーケティングを踏まえ、専門家チームによる現地指導を行い、商品改良や販路開拓を支援したほか、バイヤーを対象とした展示会「IFFT/インテリア ライフスタイル リビング」に共同出展し、約400件の商談が行われた。

さらに、今年度は、初めて海外での展示販売会を実施。職人の匠の技によって続いてきた日本各地の伝統工芸を台湾の方々に紹介し、各地域に対して興味をもってもらうとともに、地域発商品の海外におけるニーズを把握する機会として開催したもので、期間中は、約450名が来店し盛況であった。

### 参加商工会議所

美幌、いわき、高岡、佐野、桐生、むさし府中、藤沢、袋井、瀬戸、津島、治見、桑名、鯖江、泉大津、大和高田、新宮、府中、有田

### ②Data

#### ○展示商談会「大日本市」

日 程：2018年8月29日（水）～31日（金）  
参 加 者：4商工会議所10事業者  
場 所：寺田倉庫B&C HALL（東京都品川区）

#### ○共同展示商談会「IFFT/インテリア ライフスタイルリビング」

日 程：2018年11月14日（水）～16日（金）  
参 加 者：15商工会議所22事業者  
場 所：東京ビッグサイト（東京都江東区）  
来場者数：約1万8000人（同時開催のイベント来場者含む）

#### ○你好我好でのテストマーケティング

日 程：2018年11月30日（金）～12月9日（日）  
参 加 者：7商工会議所7事業者  
場 所：你好我好（ニーハオウーハオ）（台北市）

#### ○技のヒット甲子園2018でのテストマーケティング

日 程：2018年12月1日（土）～2日（日）  
参 加 者：10商工会議所13事業者  
場 所：まるごとっぽん（東京都台東区）

#### ○日本市 日本橋高島屋S.C. 店でのテストマーケティング

日 程：2018年12月5日（水）～18日（火）  
参 加 者：2商工会議所11事業者  
場 所：日本橋高島屋S.C. 店（東京都中央区）



「大日本市」平日の午前にもかかわらず入場を待つ行列



「大日本市」倉庫の雰囲気を活かしたクールな展示で商品を紹介



「你好我好」台湾でも日本の伝統工芸に対する関心は高い



「IFFT」ネックレスを組み合わせさせたシャツが女性に人気



「技のヒット甲子園」来場者から生の声を聴く貴重な機会



「日本市」高島屋S.C店の入口に近く、開放的な空間が新鮮な展示会場



## 旅 ヒット商品育成サポート事業(旅)

旅行商品の改良、販路拡大を希望する14商工会議所が参加し、専門家による現地指導と商談シートの作成支援、PR用VR動画の制作等を行った。その後、旅行者などへの商談機会の創出、各プロジェクトのPRを目的に、東京ビッグサイトで開催された「ツーリズム EXPO ジャパン2018」に共同展示・商談ブース『「行きたくなる」がいっぱいある～ニホン旅まつり～』を展出了。本展示商談会では約100件の個別商談を実施し、約35%のバイヤーから「採用したい」との高評価を得た。商談結果を踏まえ、参加商工会議所に対するフォローアップコンサルティングや、バイヤーへのヒアリングなどを実施し、商談制約に向けた継続支援を行った。

### 参加商工会議所

紋別・登別・酒田・新庄・上越・糸魚川・上田・松本・塩尻・大町・甲府・豊橋・伊勢・彦根

### ② Data

○共同展示商談会 『「行きたくなる」がいっぱいある～ニホン旅まつり～』（「ツーリズム EXPO ジャパン2018」への共同出展）

日 程：2018年9月20日（木）～23日（日）

出 展 数：14商工会議所

場 所：東京ビッグサイト 東5ホール

来場者数：約20万7000人（同時開催のイベント来場者含む）



全国14の商工会議所が勢ぞろい



ブースの広場ではやぐらが生まれ迫力ある溢れるパフォーマンスを披露



出展商工会議所のエリアを紹介



地元特産品を飾りに活かし、どこのブースか一目でわかる



ワークショップは女性に人気が高い



外国からの来場者も多いfeel NIPPON ブース



三つの商工会議所が共同出展。広域連携の強みを発揮

取り組み  
**3** 広報事業

▶ 公式ホームページ、Facebook・Twitterなどで情報発信

本事業の認知度向上、実施プロジェクトの支援を目的に、公式ホームページの情報更新を行なった。Facebook・Twitterを活用した情報発信も実施した。また流通専門誌であるダイヤモンド・チェーンストア、ダイヤモンド・ドラッグストア等に広告掲載を実施した。



◎Data  
 WEB サイト URL : <https://feelnippon.jcci.or.jp/>  
 Facebook URL : <https://www.facebook.com/feelNIPPON/>  
 Twitter URL : <https://twitter.com/feelNIPPON>  
 ダイヤモンド・チェーンストア1/15号、ダイヤモンド・ホームセンター 2月号

▶ 「BtoBサイト」の開設

会員の小規模事業者(売り手)とバイヤー(買い手)の情報発信・交流用サイトとして『feel NIPPON 「BtoB」』を新規開設した。

全国の商工会議所の小規模事業者が、地域資源を活用して開発した特産品・観光商品を無料で登録、バイヤーへの情報提供やバイヤーからの意見収集ができる一方、バイヤーは詳細な商品検索機能の活用や事業者と直接コンタクトができるため、双方にメリットのあるサイトとなっている。



◎Data  
 WEB サイト URL : <https://feelnippon.jp/>

▶ 商品カタログ「BUYER'S GUIDE～商談サポートシート～」(食・技・旅)の作成

全国の商工会議所の小規模事業者が、地域資源を活用して開発した特産品・観光商品の商品データの精査と商談シートの作成・提供を行った。紙媒体の商品カタログ「BUYER'S GUIDE～商談サポートシート～」は食は約5200名、技は約1000名、旅は約7600名のバイヤー・仕入れ担当者に送付。バイヤーへのPRを行い、マッチング促進を図った。





## ▶ 食のショールーム「パルズ」への常設展示

本事業において開発された食・技の商品の常設展示を、食のショールーム「パルズ」にて実施。ショールームスタッフが商品の特性を踏まえ、商品改善のアドバイスや、バイヤー・飲食店の仕入れ担当者への紹介を行った。また「パルズ」主催の展示会にも出展し、商品の魅力をアピールした。

### 〇 Data

#### 【常設展示】

実施期間：2018年10月25日（木）～2019年3月15日（金）

#### 【展示会】

実施期間：2018年11月26日（月）～12月3日（月）  
2019年2月12日（火）～19日（火）



スタッフがバイヤーに商品説明



feel NIPPONコーナー

### 取り組み

## 4

## 担当者研修会の開催

2018年度のプロジェクト実施商工会議所の担当者を対象に、事業を実施するに当たっての留意事項や事務手続きなどについて説明したほか、商品の企画やブランディングに関する専門家による講演を行った。

### 〇 Data

日 程：2018年5月31日（木）

場 所：東京商工会議所「会議室5・6」

参 加 者：56名

講 演：

- 「地方初ヒットを生む 逆算発想のものづくり～「創って」「作って」「売る」を考える」  
日経 BP 社 日経 BP 総研 マーケティング戦略ラボ 上  
席研究員 渡辺和博 氏



全国のプロジェクト担当者に対して留意事項等を説明

### 取り組み

## 5

## 販路開拓・地域資源活用セミナー(事業説明会)の開催

2019年度以降に本事業に取り組むことを検討している商工会議所の職員を主対象としたセミナーを開催。事業概要説明や地域資源を活用したヒット商品の開発および販路開拓に関する講演、プロジェクト組成に係る座学講習とともに、参加者によるプロジェクト立案・発表、それに対するフィードバックを行い、参加商工会議所における事業計画策定に向けた実践的な研修を実施した。

### 〇 Data

日 程：2018年12月12日（水）

場 所：日本商工会議所 会議室 A・B

参 加 者：21名（19商工会議所）

講 師：

- 「地域資源を活用した【ヒット商品の作り方】～販路開拓に取り組むと商工会議所サービスが動き出す！事例に学ぶ、地域初の世界に通用する商品とは？～」  
有限会社永瀬事務所 / 『バイヤーズ・ガイド』編集発行人  
永瀬正彦 氏
- 「プロジェクト組成のポイントについて」  
株式会社日本経済研究所 地域本部  
主任研究員 前田幸輔 氏

取り組み  
**6** 事業基盤強化事業の実施

▶ 専門家を派遣

本年度初めて本事業に取り組む商工会議所を中心に専門家などを派遣し、プロジェクトを円滑に進められるよう支援したほか、すべての採択プロジェクトの業務遂行上の課題に対し、電話やメールなどによるアドバイスを行った。

また、過年度に実施したプロジェクトについては、要望に応じて専門家を派遣するなどの実践的な支援を展開した。

▶ 2006～2018年度のプロジェクトを事業評価

2006～2018年度に実施したプロジェクトの調査・分析などを行い、成功要因や課題などの抽出、商流に乗せるための販路開拓の方策などを整理した。

また、未実施商工会議所をはじめ、次年度以降の応募を検討している商工会議所に専門家や職員を派遣し、本事業の説明と事業の実施に向けたサポートを行った。

取り組み  
**7** 地域ブランディング・販路開拓支援事業

物（モノ）を扱った専門雑誌「モノ・マガジン」と連携し、販路開拓・商品開発・プロモーションの面で、地域のモノづくり企業をサポートする「JAPAN プライド」事業を実施。バイヤー、ブランド企画担当者、デザイナー、料理家、編集者等、多様な分野の専門家が、11地域のモノづくり企業38社を訪問し、それぞれの視点から売上アップに向けた販路開拓、商品開発、PRの戦略を一緒に考案。また、全国11エリアの優れモノを一堂に集め、首都圏のビジネスパーソンや観光客をターゲットにテストマーケティングを実施した。

参加商工会議所

糸魚川、長野、桐生、秩父、飯能、草加、青梅、大垣、土岐、三木、大和高田

訪問地域

2018年11月19日（月）  
草加商工会議所  
2018年11月21日（水）～22日（木）  
長野・糸魚川商工会議所  
2018年11月27日（火）～29日（木）  
土岐・大垣・大和高田・三木商工会議所  
2018年12月5日（水）～6日（木）  
青梅・飯能・秩父・桐生商工会議所

◎Data

- JAPAN プライド展示・販売イベント
- 日 程：2019年2月14日（木）～16日（土）
- 参 加 者：11商工会議所38事業者
- 場 所：東京シティアイパフォーマンスゾーン（東京都千代田区）



気軽に入りやすい雰囲気のブース



購買者が直接商品に触れるチャンス





# プロジェクト実施 商工会議所 連絡先一覧



## 北海道

### 札幌商工会議所

〒060-8610 北海道札幌市中央区北1条西2 北海道経済センター  
tel: 011-231-1076 fax: 011-231-1078  
https://www.sapporo-cci.or.jp/

### 紋別商工会議所

〒094-0004 北海道紋別市本町4-1-16 紋別経済センター  
tel: 0158-23-1711 fax: 0158-23-3611  
http://www.mon-cci.or.jp

### 名寄商工会議所

〒096-0001 北海道名寄市東1条南7-1-10  
tel: 01654-3-3155 fax: 01654-2-0571  
http://cci.nayoro.biz/

### 網走商工会議所

〒093-0013 北海道網走市南3条西3  
tel: 0152-43-3031 fax: 0152-43-6615  
https://www.a-cci.or.jp/

### 富良野商工会議所

〒076-0031 北海道富良野市本町2-27 コンシェルジュ・フラノ2F  
tel: 0167-22-3555 fax: 0167-22-3120  
https://www.furano.ne.jp/furano-cci/

### 美幌商工会議所

〒092-0004 北海道網走郡美幌町字仲町1-44 美幌経済センター  
tel: 01527-3-5251 fax: 01527-3-5253  
http://ccib.or.jp/

### 稚内商工会議所

〒097-0022 北海道稚内市中央2-4-8号  
tel: 0162-23-4400 fax: 0162-22-3300  
http://www.wakkanai-cci.or.jp/

## 東北

### 久慈商工会議所

〒028-0065 岩手県久慈市十八日町1-45  
tel: 0194-52-1000 fax: 0194-52-1051  
http://kujicci-iwate.jp/index.html

### 酒田商工会議所

〒998-8502 山形県酒田市本町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/

### 秋田商工会議所

〒010-0923 秋田県秋田市旭北錦町1-47  
tel: 018-863-4141 fax: 018-862-2101  
http://www.akitacci.or.jp/

### 鶴岡商工会議所

〒997-8585 山形県鶴岡市馬場町8-13  
tel: 0235-24-7711 fax: 0235-24-6171  
https://www.trcci.or.jp/

### 天童商工会議所

〒994-0013 山形県天童市老野森1-3-28  
tel: 023-654-3511 fax: 023-654-7481  
http://www.tendocci.com/

### 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/

### 新庄商工会議所

〒996-0022 山形県新庄市住吉町3-8  
tel: 0233-22-6855 fax: 0233-22-6857  
http://www.sjcci.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

### 小千谷商工会議所

〒947-8691 新潟県小千谷市本町2-1-5  
tel: 0258-81-1300 fax: 0258-83-3632  
http://www.ojiyacci.org

### 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  
https://komatsu-cci.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/

### 飯田商工会議所

〒395-0033 長野県飯田市常盤町41  
tel: 0265-24-1234 fax: 0265-24-1141  
https://www.iidacci.or.jp/

### 氷見商工会議所

〒935-0013 富山県氷見市南大町10-1  
tel: 0766-74-1200 fax: 0766-74-3511  
http://www.ccis-toyama.or.jp/himi/

### 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.inacci.or.jp/

## 関東

### 鹿沼商工会議所

〒322-0031 栃木県鹿沼市睡町287-16  
tel: 0289-65-1111 fax: 0289-65-1114  
http://www.kanumacci.org/

### 桐生商工会議所

〒376-0023 群馬県桐生市錦町3-1-25  
tel: 0277-45-1201 fax: 0277-45-1206  
http://www.kiryuacci.or.jp/

### 川越商工会議所

〒350-8510 埼玉県川越市仲町1-12  
tel: 049-229-1810 fax: 049-225-2101  
https://www.kawagoe.or.jp/

### 日光商工会議所

〒321-1262 栃木県日光市平ヶ崎200-1  
tel: 0288-30-1171 fax: 0288-30-1172  
http://www.nikkocci.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/

### 熊谷商工会議所

〒360-0041 埼玉県熊谷市宮町2-39  
tel: 048-521-4600 fax: 048-525-7272  
https://www.kumagayacci.or.jp/

### 前橋商工会議所

〒371-0017 群馬県前橋市日吉町1-8-1  
tel: 027-234-5111 fax: 027-234-8031  
http://www.maebashi-cci.or.jp/

### 伊勢崎商工会議所

〒372-0014 群馬県伊勢崎市昭和町3919  
tel: 0270-24-2211 fax: 0270-24-4362  
http://www.isesaki-cci.or.jp/

### 蕨商工会議所

〒335-0004 埼玉県蕨市中央5-1-19  
tel: 048-432-2655 fax: 048-444-1785  
http://www.warabiacci.org/



## 飯能商工会議所

〒357-0021 埼玉県飯能市双柳353-4  
tel: 042-974-3111 fax: 042-972-7871  
<http://www.hanno-cci.or.jp/>

## 甲府商工会議所

〒400-8512 山梨県甲府市相生2-2-17  
tel: 055-233-2241 fax: 055-233-2131  
<http://www.kofucci.or.jp>

## 越谷商工会議所

〒343-0817 埼玉県越谷市中町7-17越谷産業会館内  
tel: 048-966-6111 fax: 048-965-4445  
<http://www.koshigaya-cci.or.jp/>

## 三島商工会議所

〒411-8644 静岡県三島市一番町2-29  
tel: 055-975-4441 fax: 055-972-2010  
<http://www.mishima-cci.or.jp/>

## 佐原商工会議所

〒287-0003 千葉県香取市佐原イ525-1  
tel: 0478-54-2244 fax: 0478-55-1501  
<http://www.sawara-cci.or.jp/>

## 熱海商工会議所

〒413-0014 静岡県熱海市渚町8-2  
tel: 0557-81-9251 fax: 0557-82-0048  
<http://www.atamikki.or.jp/>

## 東 海

## 大垣商工会議所

〒503-8565 岐阜県大垣市小野4-35-10  
tel: 0584-78-9111 fax: 0584-78-9112  
<http://www.ogakicci.or.jp/>

## 伊勢商工会議所

〒516-0037 三重県伊勢市岩淵1-7-17  
tel: 0596-25-5151 fax: 0596-28-4181  
<https://www.ise-cci.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/>

## 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/>

## 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.gamagoricci.or.jp/>

## 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/>

## 関 西

## 福井商工会議所

〒918-8580 福井県福井市西木田2-8-1  
tel: 0776-36-8111 fax: 0776-36-8588  
<http://www.fcci.or.jp/>

## 長浜商工会議所

〒526-0037 滋賀県長浜市高田町10-1  
tel: 0749-62-2500 fax: 0749-62-8001  
<http://www.nagahama.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: 072-439-5023 fax: 072-436-3030  
<http://www.kishiwada-cci.or.jp/>

## 大野商工会議所

〒912-0083 福井県大野市明倫町3-37  
tel: 0779-66-1230 fax: 0779-65-6110  
<http://www.ohnocci.or.jp>

## 福知山商工会議所

〒620-0037 京都府福知山市字中ノ27  
tel: 0773-22-2108 fax: 0773-23-6530  
<https://fukuchiyama.or.jp/>

## 和歌山商工会議所

〒640-8567 和歌山県和歌山市西汀丁36  
tel: 073-422-1111 fax: 073-433-0543  
<http://www.wakayama-cci.or.jp/wakayama/>

## 大津商工会議所

〒520-0806 滋賀県大津市打出浜2-1コラボしが21 9F  
tel: 077-511-1500 fax: 077-526-0795  
<http://www.otsucchi.or.jp/>

## 中国・四国

## 松江商工会議所

〒690-0886 島根県松江市母衣町55-4  
tel: 0852-23-1616 fax: 0852-23-1656  
<https://www.matsue.jp/>

## 庄原商工会議所

〒727-0011 広島県庄原市東本町1-2-22  
tel: 0824-72-2121 fax: 0824-72-6608  
<http://www.shobara.or.jp>

## 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>

## 九州・沖縄

## 飯塚商工会議所

〒820-8507 福岡県飯塚市吉原町6-12  
tel: 0948-22-1007 fax: 0948-22-0007  
<http://www.iizuka-cci.org>

## 平戸商工会議所

〒859-5121 長崎県平戸市岩の上町1481-1  
tel: 0950-22-3131 fax: 0950-22-3130  
<http://www.hiradocci.or.jp>

## 宮崎商工会議所

〒880-0811 宮崎県宮崎市錦町1-10宮崎グリーンソフィア巻番館7階  
tel: 0985-22-2161 fax: 0985-24-2000  
<http://www.miyazaki-cci.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>

## 人吉商工会議所

〒868-0037 熊本県人吉市南泉田町3-3  
tel: 0966-22-3101 fax: 0966-24-6509  
<https://www.hitoyoshi-cci.or.jp/>

## 奄美大島商工会議所

〒894-0034 鹿児島県奄美市名瀬入舟町12-6  
tel: 0997-52-6111 fax: 0997-54-0934  
<http://www.amami-cci.or.jp>

## 柳川商工会議所

〒832-0045 福岡県柳川市本町117-2  
tel: 0944-73-7000 fax: 0944-73-3030  
<http://www.yanagawa-cci.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/>

## 浦添商工会議所

〒901-2567 沖縄県浦添市勢理客4-13-1浦添市産業振興センター1階の街2階  
tel: 098-877-4606 fax: 098-877-4677  
<http://www.urasoec-cci.or.jp/>

**2018 年度**

**地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト成果報告書  
(小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業)**

発行日 2019 年 3 月

発 行 日本商工会議所

〒100-0005 東京都千代田区丸の内 3-2-2

丸の内二重橋ビル 4 階

電話：03-3283-7874 FAX：03-3211-4859

URL：<http://feelnippon.jcci.or.jp/>

日本商工会議所

