

はじめに

「地域資源∞全国展開プロジェクト(正式名称:小規模事業者新事業全国展開支援事業)」は、日本商工会議所が、経済産業省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。本事業は、地域の資源を活用した新商品開発や観光資源開発およびその販路拡大等の地域を挙げた取り組みについて、商工会議所等を通じて支援するものです。

事業開始から4年目となる平成21年度は、全国規模のマーケットを狙った特産品開発や観光資源開発およびその販路拡大を行う「本体事業」で73件、新商品開発や観光資源開発を行う前段階における事業計画の策定を行う「調査研究事業」で23件のプロジェクトが採択され、地域の独自色ある様々な事業が全国各地で展開されました。

また、当所でも、各地域のプロジェクトを側面から支援すべく、ホームページや雑誌等による広報、専門家の派遣や共同展示商談会の開催等、事業全体の認知度向上や販路開拓支援に取り組んでまいりました。

本書では、平成21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いたします。本書が、全国規模のマーケットを狙う小規模事業者・中小企業の方々と、その支援を通じて地域活性化を図る商工会議所等の皆様の参考となれば幸甚です。

最後に、本書の作成に当たり、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、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22年3月
日本商工会議所

平成21年度 『地域資源∞全国展開プロジェクト』 (小規模事業者新事業全国展開支援事業)の概要

1 事業の目的

地域経済の活性化のためには、地域の小規模事業者が全国規模の市場に向けた事業展開を行うことが重要である。そのためには、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うことが必要である。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を図る。

2 事業の内容

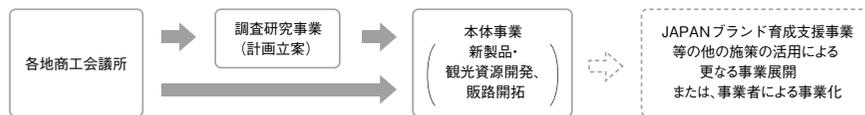
特産品開発・観光資源開発およびその販路開拓、地域の資源を活用した特産品開発や観光資源開発など、地域の小規模事業者による全国規模のマーケットを狙った新規事業展開を支援するため、各地の商工会議所等が小規模事業者と協力して進める特産品開発や観光資源開発およびその販路開拓について、幅広く支援する。

3 対象事業

次のいずれかまたは両方を実施する事業である。

- ・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。

4 事業スキーム



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8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）

- ・本体事業 73件
- ・調査研究事業 23件

<本体事業とは>

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

<調査研究事業とは>

次年度の「本体事業」実施を視野に入れ、新製品開発や観光資源開発を行う前段階における事業計画の策定を行う事業。

目次

はじめに	3
平成21年度地域資源∞全国展開プロジェクト (小規模事業者新事業全国展開支援事業)の概要	4
目次	5

第1章 平成21年度 各地プロジェクト紹介

● 本体事業	
食 札幌商工会議所【北海道】	10
ライス 愛すプロジェクト	
食 留萌商工会議所【北海道】	11
水産品と農産品を融合させた特産品開発による 地域ブランド形成事業	
食 網走商工会議所【北海道】	12
網走産イチゴを活用した商品開発事業	
旅 栗山商工会議所【北海道】	13
美酒・美食 心酔わせる くりやま暮らし体験移住プロジェクト	
食 富良野商工会議所【北海道】	14
フレンチブランド商品開発事業	
旅 千歳商工会議所【北海道】	15
ハーベスト・ステイ・プログラム推進事業	
食 恵庭商工会議所【北海道】	16
えにわ農産物と観光資源を活用した 「えにわブランド」開発事業	
旅 弘前商工会議所【青森県】	17
弘前地域資源「木材加工ブランド化戦略」プロジェクト	
旅 十和田商工会議所【青森県】	18
全国対応! 十和田市民観光ガイド認定制度確立事業	
食 盛岡商工会議所【岩手県】	19
盛岡市産アロニアを活用した商品開発プロジェクト	
食 花巻商工会議所【岩手県】	20
花巻地産率100%“もっさりカレー”(仮称)の 開発と地域ブランド化事業	
旅 塩釜商工会議所【宮城県】	21
～塩・海 あらたな船出～ しおがまルネッサンス 塩釜資源活性化推進プロジェクト	
旅 米沢商工会議所【山形県】	22
心に触れる新たな滞在型観光「米沢おかえりプロジェクト」	
旅 燕商工会議所【新潟県】	23
プロダクトと飲食を連携させた産業観光の創出	
食 加茂商工会議所【新潟県】	24
新名物「マカロニ料理」開発事業	
旅 水見商工会議所【富山県】	25
水見の魅力三感王全国展開事業	
旅 小松商工会議所【石川県】	26
「新・食紀行南加賀」～育て、学べ、遊べ～	
旅 輪島商工会議所【石川県】	27
寿司で伝える輪島の心と技 ～輪島の寿司PR発信事業～	

目次

旅 珠洲商工会議所【石川県】 …………… 28 地元食材を使った漬物特産品開発事業	技 静岡商工会議所【静岡県】 …………… 39 “スロースタイルシズオカ” お茶から始まる新しい生活スタイル	旅 常滑商工会議所【愛知県】 …………… 50 2009常滑発、知多半島ゲートウェイ(入口出口)プロジェクト	食 笠岡商工会議所【岡山県】 …………… 62 ラーメンのまち笠岡全国展開プロジェクト
食 長野商工会議所【長野県】 …………… 29 信州おやきブランド化事業	旅 浜松商工会議所【静岡県】 …………… 40 浜松うなぎ 大好き宣言プロジェクト	食 伊勢商工会議所【三重県】 …………… 51 外宮さんにちなんだ「どんぶり」を創ろう！プロジェクト	食 高梁商工会議所【岡山県】 …………… 63 備中高梁ブランド開発・販促推進事業
旅 飯田商工会議所【長野県】 …………… 30 南信州ブランド開発事業(南信州版朝食ライフスタイルの提案と朝食を目玉にした体験型観光開発)	旅 沼津商工会議所【静岡県】 …………… 41 「さあ来い、ハリウッド! 大作戦」 ロケでまちが元気になるプロジェクト	旅 熊野商工会議所【三重県】 …………… 52 世界遺産を結び日街道の復活事業による観光開発	食 新見商工会議所【岡山県】 …………… 64 日本最古の蔓牛「竹の谷蔓」の系統 「千屋牛物語」ブランド戦略
技 岡谷商工会議所【長野県】 …………… 31 おかや産業観光ツアーで体感する:ものづくり体験 特産品開発推進プロジェクト	旅 富士宮商工会議所【静岡県】 …………… 42 牛と草原と富士山と・・・ 地域内連携で作る朝霧高原ブランド事業	技 鯖江商工会議所【福井県】 …………… 53 鯖江ブランド創造発信事業	旅 広島商工会議所【広島県】 …………… 65 「路面電車」を活用した滞在型・都市観光型による 観光関連産業振興事業
旅 諏訪商工会議所【長野県】 …………… 32 すわ「通」リズム(すわツーリズム)宣言! 事業	食 磐田商工会議所【静岡県】 …………… 43 体と心においしい健康づくり・健康志向商品開発展開事業	旅 大阪商工会議所【大阪府】 …………… 54 「水の都・大阪」の“食”を楽しむ ～「上質の大阪」ブランド発信による観光振興	旅 下関商工会議所【山口県】 …………… 66 「語り部」下関物語創作プロジェクト
技 下諏訪商工会議所【長野県】 …………… 33 世界に一つだけのオルゴール開発事業	旅 岐阜商工会議所【岐阜県】 …………… 44 古の川湊「川原町」の歴史的景観を活かした にぎわい創出によるまちおこし観光推進事業	技 和泉商工会議所【大阪府】 …………… 55 和泉市「人造真珠硝子細工」における 新定番商品づくりおよび流通・販売体制構築事業	食 萩商工会議所【山口県】 …………… 67 頑張れ! 萩の金太郎プロジェクト 萩市の特産魚種「金太郎」(標準和名:ヒメジ)を 全国区の高級商材に
旅 茅野商工会議所【長野県】 …………… 34 ハケ岳山麓スーパートレイル(200km)整備事業 ～ハケ岳ぐるっと一周・自然と文化を巡り歩きたび～	旅 大垣商工会議所【岐阜県】 …………… 45 「ものづくりとITの拠点」西美濃地域産業観光促進事業	旅 神戸商工会議所【兵庫県】 …………… 56 デザイン都市・神戸 活性化事業	食 柳井商工会議所【山口県】 …………… 68 柳井地域で生産される「自然薯」を用いた 特産品開発事業
旅 佐久商工会議所【長野県】 …………… 35 健康ブランド構築に基づく都市宣言と 健康旅行プログラム開発事業	技 多治見商工会議所【岐阜県】 …………… 46 環境配慮型タイルの販路開拓と地場産業の活性化	食 姫路商工会議所【兵庫県】 …………… 57 農商工が連携した姫路産砂糖復活による特産品(菓子)開発	食 松山商工会議所【愛媛県】 …………… 69 松山市特産の中晩柑かんきつ等を活用した 特産品開発プロジェクト
旅 足利商工会議所【栃木県】 …………… 36 「観て・学んで・体験して・楽しむ」 足利秋の観光イベントプロジェクト	食 可児商工会議所【岐阜県】 …………… 47 特産品里芋による里芋焼酎等開発 及び地域観光ルートモニタリング	旅 洲本商工会議所【兵庫県】 …………… 58 御食国プロジェクト ～彩食兼美淡路島～	食 伊予商工会議所【愛媛県】 …………… 70 伊予市特産「びわ」及び「びわ葉茶」を活用した 特産品開発プロジェクト
旅 千葉商工会議所【千葉県】 …………… 37 房総を舞台としたコンテンツ活用 ニューツーリズムプロジェクト	旅 一宮商工会議所【愛知県】 …………… 48 一宮モーニングプロジェクト	食 田辺商工会議所【和歌山県】 …………… 59 紀州梅のまち田辺・農商工連携「田辺サンド」開発事業	食 北九州商工会議所【福岡県】 …………… 71 長崎街道:シュガーロードプロジェクトによる 地域振興と地域ブランドの推進
旅 立川商工会議所【東京都】 …………… 38 「はな・まち・こころ」立川、観光客おもてなしプロジェクト	旅 蒲郡商工会議所【愛知県】 …………… 49 ECHO TOURISM in 三河湾 プロジェクト	旅 岡山商工会議所【岡山県】 …………… 60 「フルーツパフェの街おかやま」ブランド開発と全国PR事業	
		食 倉敷商工会議所【岡山県】 …………… 61 「倉敷レシビ」の開発と地域ブランド力強化事業	

目次

食 大牟田商工会議所【福岡県】	72
大牟田の農産物を活用した地域ブランド創出事業	
技 大川商工会議所【福岡県】	73
「食」と「木」のコラボレーション事業	
旅 筑後商工会議所【福岡県】	74
船小屋温泉郷再生プロジェクト事業	
食 伊万里商工会議所【佐賀県】	75
伊万里名物プロジェクト	
旅 長崎商工会議所【長崎県】	76
携帯電話を利用した音声ガイド配信サービス事業	
食 玉名商工会議所【熊本県】	77
玉名ブランド確立プロジェクト ～たまなブランド提供の仕組みづくりと商品磨き上げ	
食 豊後高田商工会議所【大分県】	78
産業連携による昭和の町を「ハレの場」とした 特産品開発プロジェクト	
旅 宮崎商工会議所【宮崎県】	79
～温暖な気候を生かした～「まるごとブーゲン青島再勢」	
旅 南さつま商工会議所【鹿児島県】	80
ストーリーのある商品（ブランド）と南さつまを想う人々々と 融合させた南さつま新プロモーション	
食 いちき串木野商工会議所【鹿児島県】	81
食の街いちき串木野ブランド推進事業	
旅 霧島商工会議所【鹿児島県】	82
商の国から～ざりしまの情報発信事業～	

● 調査研究事業	
函館商工会議所【北海道】	83
札幌商工会議所【北海道】	
網走商工会議所【北海道】	84
紋別商工会議所【北海道】	
美幌商工会議所【北海道】	85
弘前商工会議所【青森県】	
鶴岡商工会議所【山形県】	86
下諏訪商工会議所【長野県】	
千曲商工会議所【長野県】	87
太田商工会議所【群馬県】	
春日部商工会議所【埼玉県】	88
小田原箱根商工会議所【神奈川県】	
厚木商工会議所【神奈川県】	89
亀山商工会議所【三重県】	
敦賀商工会議所【福井県】	90
大津商工会議所【滋賀県】	
大和高田商工会議所【奈良県】	91
松江商工会議所【島根県】	
益田商工会議所【島根県】	92
広島商工会議所【広島県】	
直方商工会議所【福岡県】	93
牛深商工会議所【熊本県】	
日向商工会議所【宮崎県】	94

第2章

平成21年度 日本商工会議所の取り組み

広報事業	96
共同展示商談会の開催／	98
テストマーケティングの実施	
各種セミナーの開催／	99
事業評価事業・専門家派遣事業の実施	
実施商工会議所連絡先一覧	100

第 1 章

平成21年度 各地 プロジェクト紹介



食

高品質な北海道米のさらなる地位向上を目指す 道産米粉を全国に発信するための新商品を開発

概要 道内最大の都市であり、郊外では安全で高品質な北海道米が生産されている北海道札幌市。札幌商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【ライス 愛すプロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 北海道米(「ゆきのめぐみ」など、品種改良で生まれた新種を含む)を活用した米粉



1.フルーツ入り菓子パン「コムフル」 2.もっちりした食感の「月寒あんぱん」 3.こしあんにくるまが入った「月寒まんじゅう」 4.米粉と大豆粉で製麺した「北海道めぐみラーメン」 5.米粉プッセルの「こめ丸」は鶏盛、チーズ、小豆の3種 6.「米っこロール」は黒糖、小豆の2種

平成21年度の 実施状況

札幌には、魚介から農産物まで道内各地から豊かな自然環境の下で生産される高品質な食材が集まる。なかでも近年、品種改良が進む「ゆきのめぐみ」などの北海道米を全国に広げるため、道産米粉を使用した商品開発に取り組んだ。開発に当たっては、斬新なアイデアへの期待と

展示会へ出展するなどして北海道米をPR

開発した試作品は、菓子パンの「コムフル」や老舗和洋菓子店のあんぱんに米粉を使用した「月寒あんぱん」、麺に米粉を練り込んだ「北海道めぐみラーメン」などバラエティ豊富な6種9品。これらを平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」や「第61回さっぽろ雪まつりinつーむ」などに出品し、試食アンケート調査を行った。



1.展示会では味や食感、価格設定についての意見を聞いた 2.どの商品も米粉独特のクセがなくて食べやすいと好評だった

プロジェクトのPRを目的に一般消費者や、大学などからもレシピ案を募集した。また、観光しながら北海道米への理解を深めてもらうことを目的としたモニターツアーを実施。生産者から現場での話を聞いたり、農業体験を通して、北海道米の品質の高さを実感してもらうとともに、農工商連携による観光のあり方を探った。

本事業の成果と今後の展開

- 小麦粉の代わりに北海道米の米粉を使ったメニューを開発することで、農業、製造業、小売業などの新たな連携が図れた。展示会の出展時には、地元企業から問い合わせがあり、米粉を使用した商品開発への関心の高さがうかがえた。商品化に当たっては、小麦粉と比べて原価率が高い現状があり、製造量を増やして価格を下げられるかが課題。今後は、本事業での取り組みを継続し、試作品の商品化や、さらなる新商品開発にも力を入れていく。また、農業体験などのツアーにも需要が見込めたため、米以外の農業体験も取り込んでいく予定だ。

食

地元業者が協力し、留萌港にあがる水産物などを活かした手焼きせんべい「夕陽焼き」を開発 水産業や農業などの連携で留萌ブランドを育成

概要 エビやサケなどの水産物が豊富に水揚げされる北海道留萌市。留萌商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【水産品と農産品を融合させた特産品開発による地域ブランド形成事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 甘エビ、サケ、ナガイモ、小麦粉、もち米粉



パリッとした食感と素材の風味が生きた「夕陽焼き」。左から甘エビ、サケ、ナガイモの3種あり、見た目食欲をそそる

平成21年度の 実施状況

留萌は、水産加工都市として有名であることから、魚介などの食材を活かした新商品開発を進めてきた。さまざまなジャンルの業者が連携することを重視し、市内の水産加工業者や製麺業者など社による会議を開催。その結果と、食品加工の専門家による意見をまとめ、手焼きせ

んべいの試作品3種が完成した。今後のブランド化をにらんでPRにも力を入れており、ネーミングは市内の景勝地である黄金岬に沈む夕陽をモチーフにして「夕陽焼き」に決定。パッケージのデザインをシンプルにすることで高級感を演出している。リーフレットやポスターも作成し、平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」などに出品した。

展示会への出展でPRし、試食アンケート調査も実施

共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」に試作品を出品した。小麦粉をベースにクラッカーとワッフルの中間の食感を目指してプレス加工した「夕陽焼き」は、具材となる甘エビ一匹、サケの切り身、輪切りのナガイモがインパクト大。これらの試食アンケート調査を行い、バイヤーや小売業者などに、塩気や硬さといった味や食感についての感想を求めた。



1.甘エビやサケのイラストが入ったシンプルなパッケージ 2.ブースには食品卸業者やイベント企画業者が多数集まった

本事業の成果と今後の展開

- 3種の「夕陽焼き」とそのパッケージが完成。開発に当たった4社では、技術提携や作業フローの構築も進み、異業種間の協力による地域活性化への下地づくりができた。現状は、大口の受注があった際の設備投資や人材確保が課題。特に、高額なプレス加工機の購入はリスクが高いため、4社共同による製造拠点の設置から製造の外注委託まで検討中だ。また、本事業での成果を地域活性化につなげるには「夕陽焼き」のブランド化もポイント。今後は、産地証明の確立や北海道特産品認証制度登録に向けての準備を進めるとともに、販路開拓・拡大に力を入れていく。

食

農商工の連携により網走の新たな魅力を創出 規格外のイチゴを活用し、食品などを開発

概要 観光地としても人気で、魚介や農作物が自慢の港町である北海道網走市。網走商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【網走産イチゴを活用した商品開発事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 年間約50トンの生産量を誇る特産品のイチゴ



1.ペースト状のイチゴで作る「いちごダイス」と「いちごスティック」(右) 2.スキンケア用品「フィールドアクアジェル」 3.網走産のイチゴ

平成21年度の 実施状況

自然環境に恵まれ、農水産物が豊かな網走は、イチゴの生産量も多い。香り豊かで酸味が少なく色・形が良いためケーキなどの業務用として流通しているが、販売規格が厳格なため、規格外品が生産量の約2割と、ほかの農産物より多めになっている。食への安全意識が高まるな

か国産イチゴの需要が増えているため、この規格外品を活用した加工品開発に取り組んだ。まずは、イチゴ生産者と製造業者など小規模事業者らの農商工連携を進め、菓子などに使うペーストやパウダー、スキンケア用品などの一次加工品を試作。さらに展示会への出展や、成分分析などを行い、改良点や商品ニーズの調査にも力を入れた。

展示会に参加し今後の可能性を探る

平成21年10月の共同展示商談会「feel NIPPON 秋2009」では、パウダーを練り込んだジェラート「あばしり愛す」、ペーストを粒状にした「いちごダイス」、細長い板状にした「いちごスティック」の試食アンケート調査を実施。各試作品に100以上の回答があり、「(ペーストを)紅茶に入れるとおいしそう」など、今後の商品化へのヒントとなるアイデアを得た。



1.共同展示商談会では、菓子製造業者や飲食業者が集まり、好評を得た 2.網走牛乳と網走イチゴがマッチした「あばしり愛す」

本事業の成果と今後の展開

「売れる商品の開発」をコンセプトに始まった本事業。試作品開発の過程では、農商工の連携を推進し、イチゴの生産者組合を設立するなど、商品化に向けた下地をつくることができた。過去にあまり例のない斬新な加工形態であることから、当面は、宣伝活動により広く認知してもらうことが課題となる。今後の活動は、各地で開催される各種展示会などへの出展がメイン。改良に結びつくアイデアの吸い上げ、販路開拓にも力を入れていく。さらに、イチゴの加工技術を生かしながら、カボチャや大麦などを使った新たな加工品も開発していく予定だ。

旅

美酒美食と吟醸酒風呂を堪能しながら、季節の移り変わりを感じられる長期滞在を提案 モニターツアーで暮らし目線での魅力を体感

概要 紅葉の名所として竜仙峡が知られる北海道栗山町。栗山商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【美酒・美食 心酔わせる くりやま暮らし体験移住プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 農業体験、道内最古の造り酒屋



1.雪の中に保存した野菜を掘り起こす「越冬野菜掘り体験」 2.「農業体験」は地元住民との交流にもつながった 3.モニターツアー内だけでなく、地元住民にも開放した吟醸風呂「モロミ湯」 4.道内外のアンテナショップなどのPRに活用するショートフィルムを撮影

平成21年度の 実施状況

ゴルフ場や温泉施設を複数有し、国産オオムラサキの日本生息北東限地域でもある栗山町。平成13年度をピークに観光客は減少傾向。そこで、長期滞在、ひいては移住への可能性も視野に入れた観光開発を行った。本事業では、商工会議所や役場、栗山町グリーン・ツーリズム

推進協議会などが連携。観光関連事業者の協力も得て、モニターツアーを実施した。目玉は、冬のツアーに盛り込んだ道内最古の造り酒屋のモロミ(酒粕)を使用した吟醸酒風呂「モロミ湯」。そのほか、栗山町の魅力を全国にPRするためのツールとしてショートフィルム映像を制作。道内外のアンテナショップやイベントなどでのプロモーションに活用した。

“くりやま”の暮らしを感じる体験モニターツアー

秋と冬に道外在住者を対象にした「くりやま・魅力暮らし体験モニターツアー」を実施。第1弾となる秋には、観光名所の紹介とともに「シタケ採り体験」や「農業体験」を行った。冬の第2弾では、「越冬野菜掘り体験」や、通常なら蔵人しか味わえない「泡汁」の試食会、「モロミ湯」体験などを盛り込み、それぞれアンケート調査も実施した。



道内最古の造り酒屋では、酒造り体験と「泡汁」を試食

本事業の成果と今後の展開

「くりやま・魅力暮らし体験モニターツアー」のアンケート調査では、長期滞在や移住について参加者の半数以上から前向きな回答が得られた。特に定住を検討する人からの要望を取り入れ、冬の暮らしの魅力を伝えられたことが大きい。また「モロミ湯」は、テレビ、ラジオ、新聞で、保湿・保温などの期待される効能や、その珍しさが紹介され、通常期の3倍の入浴客を記録している。これらの魅力的な観光資源を、高齢者などをターゲットにどうPRするかが課題。今後は観光客の増加、さらに移住へとつなげられるよう、ツアーの継続的な開催などを検討する。

食

個性あふれるご当地グルメが多数誕生！巨大揚餃子や名店のルウを使ったカレーまんなどを開発 地産素材が詰まった「フラディッシュブランド」

概要 ドラマ「北の国から」でも描かれた大自然を有する北海道富良野市。富良野商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【フラディッシュブランド商品開発事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 豚肉、ジャガイモ、タマネギ、トマト、小麦、チーズ、ワインなどの農畜産物



1.北海道弁で「すごい」という意味を冠した「なまら棒」 2.皮の質感までこだわった「肉まん」 3.4.東京と名古屋で試食アンケート調査を実施

平成21年度の 実施状況

地産の食材を生かした富良野特有の「フラディッシュブランド」構築のため、新しい惣業商品を開発した。まずは人気の惣業をリサーチ。そこから地元食材を生かせるメニューのヒントを得つつ、開発を検討する飲食店が専門家を変えて新商品の試作に着手した。東京などの大都

市圏と地元市民を対象に試食アンケート調査も行い、集まった意見を参考に改良。巨大な揚餃子「なまら棒」や地産の豚肉を使った「肉まん」などを完成させた。新商品は、本事業のホームページやコミュニティFMの番組などを通じてPR。広域的な宣伝をすることで、ブランドの周知を図った。

プロジェクト詳細 <http://www.furano.ne.jp/furadish/>

「なまら棒」や「じゃがティヤ」など新商品が完成



ポテトサラダやソーセージがトッピングされた「じゃがティヤ」

地産の食材を使った5品を開発。揚餃子「なまら棒」(しょゆ味、トマト味)は長さ33センチとインパクト大。具には米、野菜、チーズなどを練り込んでいます。地元産の豚肉、野菜を詰め込んだ「肉まん」や、地元の人気カレー店「唯我独尊」のスパイシーなルウが効いた「カレーまん」もボリューム満点。そのほか、うどん生地じゃが芋を練り込み、円錐状に揚げた「じゃがティヤ」も個性的だ。

本事業の成果と今後の展開

- 開発した新商品の試食アンケート調査では、どの商品も短時間でなくなるほど好評。特に「なまら棒」は札幌にある道産産材を扱う食品店でテスト販売を行うなど、事業年度内に地域外へ進出した。しかし、アンケート結果には、富良野を象徴するラバンダーなどを使った商品を求める声もあり、素材選びから検討し直す必要がある。今後は、さらなる新商品の開発を視野に入れつつ、完成した5品を全国へと販路拡大していく。まずは平成22年4月から、市内にオープンする産直市場「フラノ・マルシェ」に出品して、観光客や地元客への定着を目指す。

旅

「ハーベスト・ステイ」実施に向けた環境整備

新千歳空港周辺に広がる大自然で、バター作りや乳搾りなど酪農の体験観光を推進

概要 新千歳空港を抱え、空の玄関口として利用される北海道千歳市。千歳商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【ハーベスト・ステイ・プログラム推進事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 新千歳空港周辺に広がる恵まれた自然環境、酪農の見学・体験を提供する施設



「オクトーバーフェスト」開催時には、カントリーバスが牧場内を走る牧歌的な光景も。場内をまわりながら酪農について来訪者に説明した

平成21年度の 実施状況

酪農業が盛んな空港周辺地域を利用し、修学旅行をはじめとする滞在型観光の環境整備と情報発信を行った。まずは、周辺に点在する酪農体験が可能な施設を調査。その結果を基に、搾乳体験やバター作りなどができる「ハーベストステイプログラム」と題した旅行プランを作成した。

同時に農畜産酪農事業者と連携し、受け入れ体制も整備。また、郊外で開催された「オクトーバーフェスト」というイベントでは、旬の野菜市や収穫体験などに併せて本事業をPRした。期間中は、牧場内をバスで周遊する「カントリーバスツアー」など実施予定のプランを体験してもらい、酪農の魅力や都市部と農村が隣接する利便性の高さを周知させた。

酪農体験の受け入れ体制を体系化

千歳観光連盟、農畜産酪農事業者などと、酪農体験を主とするプランの内容や受け入れ体制を整備。各事業者が抱える改善点や優位性を報告し、観光プランや施設の情報、金銭の取交を観光連盟にまとめて窓口を一本化した。個人、団体問わず対応するための体制づくりについても議論。料金体系など、今後議論すべき内容も検討した。



広大な牧場で搾乳(バター作り)が体験できるプログラムも計画

本事業の成果と今後の展開

- 情報の集約・発信、旅行者の受け入れ体制の整備を経て、各関係者の役割が認識できた。事業者同士の連携も高まり、プログラム実現への意識向上につながっている。しかし修学旅行などの団体客を取り込むには課題も多い。5月や9月など、特定の時期にスケジュールが集中した場合にも対応できるよう、情報交換をさらに密にすることや、取り組みに賛同する事業者を増やしていくことが必要だ。今後は継続的に課題解決を進めながら、国の政策である訪日外国人観光客誘致事業の効果にも期待し、国内外を問わず情報発信に力を入れていく。

食

「えびすかぼちゃ」や「えにわ産ななつぼし米」などの地産食材で土産用の商品を開発 新商品開発による「えにわブランド」の確立

概要 米や野菜をはじめ、果物なども豊富にそろう北海道恵庭市。恵庭商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【えにわ農産物と観光資源を活用した「えにわブランド」開発事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ えびすかぼちゃ、スパルベリー(イチゴ)、エルシーメロン、インカのみぎめ(改良した南米産のジャガイモ)、ピュアホワイト(白いトウモロコシ)、えにわゴールド(サツマイモ)、えにわ産ななつぼし米



1.問伐材で作った容器に、サーモンなどを詰め込んだ「えにわわっば 魚めし」 2.道産サラダボークの角煮をのせた「えにわわっば 肉めし」 3.「地域食ものづくり総合展2009」に出展 4.札幌ベルエポック製菓調理専門学校が開発したスイーツ 5.スパルベリー味など6種のオリジナルジェラート

平成21年度の 実施状況

多様な農産物を活かした地域ブランドの確立を目指し、地産食材を使って土産用の弁当やスイーツなどを開発した。事業推進には、参画事業者や地域ブランド開発の専門家などを交えた「えにわブランド開発委員会」を設置。「地域ブランドセミナー」を開催し、事業に対する市内事業

者の理解を得た。「えにわブランド」として完成したのは、木製の容器に肉や魚などの地産食材を盛り付けた弁当「えにわわっば」など4種13品目。これらの試作品をPRするため、東京ビッグサイトで開催された展示会「地域食ものづくり総合展2009」に出品。地元でも試食会などを開催してブランドの認知度を高めながら、試食アンケート調査を実施した。

特産品の特長を生かした新メニューを開発

新メニューの「恵みの庭のかぼちゃプリン」には、恵庭産えびすかぼちゃを使用。世界料理オリンピックで銅メダルを獲得した、藤井正和シェフにプロデュースを依頼した。このほか、えびすかぼちゃを使用した試作品は、恵庭観光協会や札幌ベルエポック製菓調理専門学校の協力を得て、ロールケーキやクッキーシューなどスイーツ4種類を開発した。



1.「恵みの庭のかぼちゃプリン」は、えびすかぼちゃのなめらかさや甘味が生きた逸品 2.恵庭の特産品であるえびすかぼちゃ

本事業の成果と今後の展開

● 地産の農畜水産物を活用したことで、農工商業者間の連携を強化することができた。試作品は、いずれも試食アンケート調査での評価が非常に高く、ほとんどの商品は、市内にある道と川の駅「花ロードえにわ」などで次年度以降の販売が予定されている。本事業で販路開拓まで達成したことになるが、安定供給するためには、製造元や原材料の確保が課題となる。今後は、新商品の供給体制を確立し、販路の拡大を進めていく。また、新しい地域資源として「農産物の花」に着目し、活用を検討。農村の活性化や着地型観光の開発なども視野に入れている。

えにわ
■ 恵庭商工会議所【北海道】

〒061-1444 北海道恵庭市京町80
URL: <http://www.eniwa-cci.or.jp/>

TEL: 0123-34-1111 FAX: 0123-34-0133
MAIL: eniwacci@eniwa-cci.or.jp

技

概要 日本一のリンゴの生産地である青森県弘前市。弘前商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【弘前地域資源「木材加工ブランド化戦略」プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ ヒバ、ブナ、杉、リンゴの木などの木材と木工加工技術、世界自然遺産「白神山地」、岩木山、八甲田山などの地域イメージ



1.「リンゴ単板のシェード」は淡いピンクの明かり 2.高級感ある「よしずのパーテーション」 3.弘前の資源を「ミニチュアワールド」で表現

平成21年度の 実施状況

近年、木材価格の低迷や林業、木工加工業のコスト上昇により地域内の産業が減退している。この現状を打開するため、木材から草木にいたるまで、さまざまな植物の特性を調査。ヒバ、ブナ、杉などを再評価し新しい用途を検討した。これらの木材資源から「木材による空間デ

ザイン」の提案に取り組み、資材と加工技術を組み合わせた建材や食器、雑貨といった試作品を開発。照明の「リンゴ単板のシェード」、間仕切りになる「よしずのパーテーション」、「白神山地」に見立てた飾り「ミニチュアワールド」などが完成。それらを平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」に出展し、販路の開拓に取り組んだ。

リンゴの廃材でシェードや箸置きを開発

これまでまきや廃材となっていたリンゴの枝などを活用する「リンゴゼロエミッション」の一環として、「リンゴ単板のシェード」を開発。ほかにも、せん定した枝と問伐材圧縮技術で製作した箸や、破材に貝殻とポリプロピレンを加えた集積材で製作した箸、リンゴのバルブで作った紙箸置きを試作するなど、環境に配慮した新商品を開発している。



1.リンゴの木の枝で作った箸 2.リンゴのバルブによる箸置き

本事業の成果と今後の展開

● 「リンゴゼロエミッション」をはじめとする木材とエコに着目した取り組みで、林業、木工加工業の衰退に歯止めがかりそう。また、堅いリンゴの木を薄くスライスする技術の、インテリアなどへの活用の可能性が確認できた。関係業者間の「木材による空間デザイン」に対する認知度も高まりつつある。しかしブランド価値の向上には、各分野の協力による商品開発や販路の開拓が必要だ。今後は、リンゴ以外の木材の活用にも着手する。その過程でJAPANブランド育成支援事業に取り組み、国内のみならず、世界へ向けての情報発信も検討していく。

「リンゴ単板のシェード」や「よしずのパーテーション」などの開発により「木材による空間デザイン」を提案 豊富な木材資源を加工してブランドデザイン

ひろさき
■ 弘前商工会議所【青森県】

〒036-8567 青森県弘前市上鞘師町18-1 TEL: 0172-33-4111 FAX: 0172-35-1877
URL: <http://www.hcci.or.jp/> MAIL: info@hcci.or.jp

共同実施: 岩木町商工会、相馬村商工会

旅

自然や文化、特産品に祭りなど分野ごとに高い専門性を持つ観光ガイドの育成制度確立で観光振興

概要 大自然や温泉など多様な観光資源が点在する青森県十和田市。十和田商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【全国対応! 十和田市民観光ガイド認定制度確立事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 十和田湖、奥入瀬渓流、十和田市現代美術館など



1.2.「十和田市民観光ガイド(仮称)」による観光案内(イメージ) 3.平成20年開館の十和田市現代美術館 4.観光名所である奥入瀬渓流

平成21年度の実施状況

平成22年12月の東北新幹線七戸十和田駅の開業に合わせ、十和田市民一人一人が地域の魅力を再認識し、地域に誇りを持ち、観光客に「おもてなしの心」を持ちながら魅力と誇りを伝えられるよう受け入れ態勢の整備に取り組んだ。地域内の観光情報を集約するため、市内の有

識者や一般市民から情報収集を行うとともに、市内に存在する観光資源を発掘・整理したテキストを作成。そのほか、ヒアリング方式による先進事例の調査や面談方式による旅行エージェンツへの調査、地域内マスコミなどを活用したPR事業などを展開した。また、受け入れ態勢の核となる市民観光ガイドの制度確立にも取り組んだ。

観光ガイドの質を高める認定制度を確立

テキストブックの製作過程で得た情報を基に、観光ガイド認定試験の問題や合格基準を決定した。委員会では、各地で行われているご当地検定などの事例を調査し、観光客や旅行エージェンツの意見も収集。さまざまなニーズに対応するため、場所や分野ごとに専門性の高いサービスを提供できるガイドの養成を目指す内容とした。



委員会では、認定時のインセンティブについても議論した

本事業の成果と今後の展開

- これまで市内の観光ガイドは、3つのボランティア団体が統括していたが、市民観光ガイド制度の確立により、課題であった連携・協力体制の強化、窓口や制度の一本化に向けての道筋も立った。しかし、地域全体で「おもてなしの心」を持って観光客を迎えるこの取り組みを一層盛り上げるためには、地域住民の理解と協力が欠かせない。市民観光ガイドをはじめ、本事業で見出したさまざまな成果を活かし、地域一丸となって、地域産業や観光産業の活性化へとつなげていきたい。

食

収穫量が増加傾向の盛岡市産アロニアで商品開発

アントシアニンやポリフェノールが豊富なアロニアを使ったパンやヨーグルトなどの食品やサプリを試作

概要 アロニアの収穫量が年々増加している岩手県盛岡市。盛岡商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【盛岡市産アロニアを活用した商品開発プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ アロニア(アントシアニンやポリフェノールなどの健康効果が期待される成分を多く含む小果樹)



1.冷凍果実をミンチ状に加工して生地に練り込んだ「アロニアパン」
2.パンと同様に加工したアロニアを使った「アロニアヨーグルトドリンク」
3.「アロニアサプリメント」は100名を対象にモニター調査を実施した。半数以上の人が目の疲労回復など、効果を感じたと回答している

平成21年度の実施状況

バラ科の小果樹アロニアは、ブルーベリーよりも多くのアントシアニンやポリフェノールなどを含むことから、近年、健康関連分野で注目を集めている。盛岡市では、平成16年から無農薬栽培が行われており、今後、収穫量の大幅な増加が予測される。そこで、アロニアを使った新

たな特産品を開発すべく、果実・果汁・粉末の各成分を分析した。まずは、地元食材として地域内での定着化を目指し、「アロニアパン」「アロニアヨーグルトドリンク」「アロニアサプリメント」を試作。これらを、平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」などへ出品した。

プロジェクト詳細 <http://www.ccimorioka.or.jp/berry/>

見本市や商談会でマーケティング

平成21年11月の「第3回岩手県工業技術センター発見本市」に「アロニアヨーグルトドリンク」「アロニアパン」を出展。百貨店のバイヤーや料理研究家などから評価・アドバイスをのけるとともに、来場者にPRした。平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」にも出展し、試食の感想をヒアリング。関係各社に情報をフィードバックした。



1.共同展示商談会ではアロニア果実自体の紹介も行った 2.アロニアの果実。盛岡市のアロニア年間生産量は、現在約1.2トン

本事業の成果と今後の展開

- アロニアの成分分析の結果、アントシアニンやポリフェノールの含有量がブルーベリーよりも多いことが証明された。新商品の付加価値をPRするため、このデータを活用したパンフレットやホームページの制作も行った。これらの活動は、盛岡産アロニアの効果的なPRにつながったが、増加傾向とはいえ、現在のアロニアの収穫量では製造できる量に限りがあり、小規模な取引にしか対応できない。今後は、生産者を含めて課題の解決に取り組むとともに、季節限定・数量限定でも魅力のある新商品の開発や、試作した商品の市販化を進めていく。

食

ベジタリアンの宮沢賢治が食べていたカレーをイメージした野菜たっぷりの「ビヂテリアンカレー」 花巻産食材100%を目指したメニュー開発

概要 県内屈指の食料自給率を誇る岩手県花巻市。花巻商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【花巻地産率100%“もったりカレー”（仮称）の開発と地域ブランド化事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ エーデルワインや日本酒（南部関）、焼酎などの酒、漬物、ひとめぼれや小麦などの穀物、地産野菜、果実などの地産食材



香辛料を除く、野菜や果物、穀物、ハチミツ、ニンニクなどのほぼすべての食材が花巻産。地産食材使用率98%を達成したご当地カレーとなった

平成21年度の 実施状況

不況などによる工場立地の低迷で伸び悩む産業を活性化するため、肥沃な北上平野などがもたらす地元食材を活用した商品開発に取り組んだ。開発にあたり、「強い地域ブランドを創る」などをテーマにした研修会を開催。「花巻らしさ」の追求といった議題が挙がるなか、さまざまな

食材による多様な組み合わせが考えられるカレーの開発が決定した。次に、使用する地元食材を調査し、メイン食材として「白金豚」「ほろほろ鳥」「胡四の牛王」「地産野菜」を選定。その中から、「地産野菜」を使用したご当地カレー「ビヂテリアンカレー」が完成した。

プロジェクト詳細 <http://brand.hanamaki-cci.or.jp/>

宮沢賢治にちなんだ「ビヂテリアンカレー」

「ビヂテリアンカレー」は、花巻出身の宮沢賢治の作品「ビヂテリアン大祭」から命名。使用食材の地産率100%を目指して開発が進められ、肉や魚を一切使わず、カボチャやナガイモ、ニンジンなどによる野菜カレーとなった。試作品は、市内のイベントでパネル展示によるPRと試食アンケートを実施。味に対する評価を試作品に反映させた。



1.数種の中から、花巻産食材を最も活かしているカレーを選定
2.市内で実施した試食会では地域住民約200人から評価を得た

本事業の成果と今後の展開

市全域の農工商業者の内、ほぼ想定していた企業の参画が得られたことで、「ビヂテリアンカレー」が完成。ブランドプロモーションの専門家の協力で、「宮沢賢治が食したであろうカレーの再現」というコンセプトの下、商品名、内容などに一貫性がある商品となった。また、商品開発の過程で、専門家からブランド戦略などの知識も学べた。一方、商品開発に多くの時間を費やしたため、農商工の協力体制を築くところまでは至らず、課題が残った。今後は、土産品としての展開も考慮しつつ、コンセプトを継承した新たな商品を開発し、シリーズ化を図っていく。

はなまき
■ 花巻商工会議所【岩手県】

〒025-0075 岩手県花巻市花城町10-27
URL : <http://www.hanamaki-cci.or.jp/>

TEL : 0198-23-3381 FAX : 0198-23-2324
MAIL : hcci@hanamaki-cci.or.jp

旅

塩と海をテーマにした「ノルディックウォーキング」「浦戸井」などで塩釜の魅力のアピール 諸島を巡る海遊観光モデルと特産品を開発

概要 海の資源に富む宮城県塩釜市。塩釜商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【～塩・海 あらたな船出～しおがまルネッサンス 塩釜資源活性化推進プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 塩釜湾に点在する浦戸諸島の資源、塩や酒などの地元食材を有効活用した商品



1.桂島ではガイドが名所を案内。史跡や神社だけでなく、松島を一望する風景など自然景観のガイドが体験者に好評だった 2.ノルディックウォーキングで寒風沢諸島の砲台跡地などに向かう 3.日本酒のほのかな香りが魅力の「しおがまジェラー酒」 4.各種アクセサリも完成

平成21年度の 実施状況

人口の高齢化や過疎化が進む浦戸諸島の地域活性化を目的に、「塩と海」の活用をテーマとした観光コースの開発と特産品の開発を行った。観光コースの開発では、浦戸諸島に残る縄文時代の貝塚や歴史的な旧跡などを巡る「ノルディックウォーキング・海遊コース」を企画。桂島、野々

島、寒風沢島の3島間を船で渡り、砲台跡などの史跡や神社、野仏といった名所を巡るコースが完成した。一方、特産品の開発では、地元酒蔵の酒粕を使ったジェラート「しおがまジェラー酒」や海藻のアカモクの焼き菓子「藻華レース」などの加工食品と、アクセサリなどを試作した。

プロジェクト詳細 <http://www.shiogama.com/chikishigen/>

浦戸諸島名物「浦戸井」「浦戸御膳」が完成

浦戸諸島には食堂などがなく、昼食を食べられる場所がなかった。そこで島の民協の協力により、「ノルディックウォーキング・海遊コース」に合わせた昼食メニューを開発。浦戸諸島のアナゴを使った3種の「浦戸井（カツ井風・天井井風・蒲焼き風）」と、魚介類を使った「浦戸御膳」が完成した。これらは桂島の5か所の民宿で提供される予定だ。



1.アナゴの天ぷらの「浦戸井」にワカメサラダとカニ汁を付けた
2.カキのご飯と吸い物、焼きカレーなどの料理が並ぶ「浦戸御膳」

本事業の成果と今後の展開

● 観光名所が点在しているデメリットを、ノルディックウォーキングを取り入れることでコースの魅力に変えることができた。インストラクターから、「海と山の景観を一度に楽しめるのは浦戸諸島のコースならではの」と評価されるなど完成度も高く、日本ノルディックフィットネス協会の協力で団体客の獲得も期待できる。事業化に向けて、専属のインストラクターや名所を解説するボランティアガイドの育成といったスタッフの確保が課題だ。今後は、開発した特産品と「ノルディックウォーキング・海遊コース」を結び付けることで、島に経済効果をもたらす仕組みを作っていく。

しおがま
■ 塩釜商工会議所【宮城県】

〒985-0016 宮城県塩釜市港町1-6-20
URL : <http://www.shiogamacci.jp/>

TEL : 022-367-5111 FAX : 022-367-5115
MAIL : info@siog-cci.or.jp

旅

「よねざわの秋まるごと体験」と「米沢の冬々伝統の味と技・体験」でリピーターを獲得 伝統の味と技の体験観光メニューを開発

概要 上杉家の史跡や温泉など観光資源を有する山形県米沢市。米沢商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【心に触れる新たな滞在型観光「米沢おかえりプロジェクト」】を実施。

活用した地域資源 ▶ 米沢織や地酒仕込みなどの伝統産業、伝統工芸の笹野一刀彫、うごや雪菜などの伝統野菜、白布温泉、小野川温泉、天元台高原



1.体験観光の天元台高原ハイキングで紅葉を楽しむ 2.米沢牛入り羊煮作り 3.米沢織・織物体験 4.老舗蔵元での地酒仕込み体験

平成21年度の実施状況

米沢は美しい自然や野菜など観光資源に恵まれているが、宿泊客の割合は一割に満たない。そこで、滞在型観光を促進するため、伝統産業などが体験できるメニューを開発した。伝統工芸・笹野一刀彫の絵付け体験や米沢織の染め織り体験などの通年メニューに加えて、秋限

定の天元台高原でのハイキングや冬限定の蔵元での地酒仕込み体験なども用意。季節ごとに訪れる楽しみがあり、観光客がリピーターになり得る仕組みを作った。完成したメニューは15種で、観光商品化に向けたツアーガイドの育成や参画事業者の意欲向上を図る講演会開催にも取り組んだ。

プロジェクト詳細 <http://www.y-okaeri.com/>

秋と冬に体験型モニターツアーを実施

秋の「よねざわの秋まるごと体験」で、参加者は天元台高原へのハイキングや米沢牛入り羊煮作りなどさまざまな米沢の魅力を発信。一方、「米沢の冬々伝統の味と技・体験」は、蔵元「東光」での酒仕込みや雪菜掘り&ふすべ漬作りなど、米沢の伝統文化に触れる内容となった。その様子を撮影し、PR用のビデオを制作した。



1.雪の中で糖度を高めた「雪菜」を掘り出す 2.モニターツアーのビデオは、共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」でも紹介

本事業の成果と今後の展開

秋と冬のモニターツアーで、参加者の8割以上から好評を得られた。しかし、体験メニューの中には、「米沢ならではの魅力が弱いものもあり、単体では他地域の体験型観光との差別化が難しいことが判明。そこで、米沢ならではの「歴史・文化」「食べ物」「温泉」の3セットを基礎とし、これに体験メニューを一つ追加することで、米沢特有のものにする案が出ている。今後は、メニューの組み合わせを考察しつつ、個人観光客が気軽に体験ツアーを楽しめる受け入れ体制を整えていく必要がある。そのために、最新情報を発信・案内する窓口の設置を目指していく。

旅

燕が世界に誇る「磨き屋シンジケート」の高い金属加工技術を産業観光の目玉として活用する 工場見学とグルメで技術を体感する観光開発

概要 江戸時代から続く洋食器製造技術や高い金属加工技術を有する新潟県燕市。燕商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【プロダクツと飲食を連携させた産業観光の創出】を実施。

活用した地域資源 ▶ 「磨き屋シンジケート」の金属磨き技術とプレス技術、地場産業の洋食器製造技術、伝統工芸の鍍起銅器製造技術



1.2.研磨工場で磨き工程を見学・体験 3.銅板を打ち出して作る鍍起銅器「ハニカムサケカップ」 4.加工技術をPRするホームページ

平成21年度の実施状況

商工会議所を窓口とした共同受注グループ「磨き屋シンジケート」は、市内40社以上の金属加工業者で構成され、金属研磨技術で名高い。そこで、燕の産業全体の底上げのため、「磨き屋シンジケート」の工場を観光資源として捉え、飲食店や旅館、ホテルと連携させた産業観光のモデル

プランを検討した。内容は、研磨技術を活かして開発したビールがおいしくなるステンレスビアカップの製造工場を見学した後、地元飲食店や宿泊先のホテル、旅館でビアカップなどの開発商品を使って食事を楽しむというもの。参加者が開発商品の魅力と金属加工技術の高さを体感できる観光ツアーとなった。

プロジェクト詳細 <http://www.made-in-tsubame.jp/>

試飲でステンレスカップの効果を体感

平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」では、ステンレスビアカップの新作「ピアゴプレット」と、鍍起金属を打ち起こした鍍起銅器の冷酒盃「ハニカムサケカップ」を出展。通常容器との味の違いを試飲評価してもらった。また、研磨技術を活かしたシルバーピンパッチを開発し、それらを東京のJR品川駅構内の商店でテスト販売した。



きめ細かな泡が出るように絶妙な研磨を内側に施したビアカップ

本事業の成果と今後の展開

モニターツアーを実施したことで、本事業には不参加であった地元企業から観光客の受け入れ希望が新たに出てくるなど、「燕」を産業観光の拠点とするための体制づくりのきっかけができた。また、ホームページや観光チラシを作成した結果、工場が休みの土・日曜日に見学の申し込みが出てくるなど大きな反響があった。今後は、旅館や旅行代理店と連携し、産業観光のモデルプランを創出する。さらに見学受け入れ側のメリットの把握や見学の準備、産業素材の開発などに注力。そして、他地域と積極的に連携を図り、観光地としての魅力向上を目指す。

食

国産のマカロニ発祥の地から新しい味を発信し、「加茂マカロニのまち」のイメージ定着を目指す 新名物となる「マカロニ料理」のメニュー開発

概要 国産のマカロニ製造発祥の地とされる新潟県加茂市。加茂商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【新名物「マカロニ料理」開発事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ マカロニ(国内で初めてマカロニが製造された町)



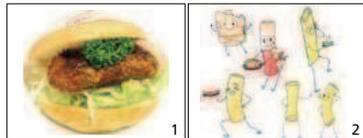
1.マカロニとカスタードソース、果物などがマッチした「フルーツグラタン」 2.「マカロニまつり」では、開発メニューのうち20種ほどが初め目見え 3.メニュー開発は15種近いマカロニを試食することから始まった 4.市内の食品研究センターに現存する最古の油圧式パスタ製造機

平成21年度の 実施状況

国内で初めてのマカロニ製造は、明治41年に加茂町(現・加茂市)内の製麺業者が行ったとされている。そこで、発祥の地・加茂にマカロニというイメージを定着させるため、オリジナルメニューの開発に着手した。新メニューは、料理学校講師などの専門家や市内のレストランと協力しながら、さまざまなジャンルの店でマカロニ料理を提供できるように、和・洋・中とデザートを開発。同時に、名物としての定着を目指して、マカロニ料理の開発や提供をする店舗の拡充も推進した。また、試食イベント「マカロニまつり」の開催や、マカロニ料理を提供する店舗を掲載したマップの配布などを通じて、「加茂=マカロニのまち」としてのPRを行った。

バラエティに富んだマカロニ料理を新開発

開発したマカロニ料理は、「マカロニチップス」「お好み焼き風マカロニグラタン」「フルーツグラタン」など多種多様。これらをPRするため、市内で開催した試食イベント「マカロニまつり」に約20品を出品し、味・価格などに関するアンケート調査を実施した。そのほか、マカロニ料理を提供する店を紹介する「加茂マカロニガイド」も作製した。



1.地元の食材を使った「マカロニグラタンコロッケバーガー」 2.マカロニをモチーフにしたオリジナルキャラクターも誕生した

本事業の成果と今後の展開

「マカロニまつり」の開催や、オリジナルキャラクターが地元紙やテレビ、ラジオなどに紹介され、効果的にPRできた。しかし、マカロニは家庭でも簡単に食べられる食材なので、飲食店のメニューとして名物料理にするためには、調理法を工夫するなどしてオリジナリティを打ち出していく必要がある。それらの情報を広く公開するためのホームページ製作も必須だ。今後は、マカロニ料理の提供店を増やしていくため、市内の飲食店にレシピの公開も検討しており、将来的には、加茂産米の米粉を原材料とするオリジナルのマカロニ開発も視野に入れている。

旅

交通機関の整備による交流人口の増加を観光振興につなげるための新メニュー開発 「氷見湯くぐり料理」など新観光名物を開発

概要 能登半島の東側付け根部分に位置し、富山湾内随一の好漁場が広がる富山県氷見市。氷見商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【氷見の魅力三感王全国展開事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 氷見ブリや氷見イワシなどの魚介、ワカメやナガラモなどの海藻、氷見牛や氷見はとむぎ茶などの農畜産物、独自の食文化を伝承する民宿・旅館・割烹、漁師町氷見の漁業文化、独自の技術を持つ地場産業



1.食材のうま味を引き出す氷見風しゃぶしゃぶ「氷見湯くぐり料理」は、氷見発信のオリジナル調味料 2.ブリやイワシを使った料理人の手作りふりかけ「難いわしふりかけ」、「煮干しふりかけ」、「ぶりかけ」などを開発 3.試食会などの開催は事業者間の技術交流にもつながった

平成21年度の 実施状況

北陸新幹線などの公共交通機関の整備による交流人口の増加を観光振興につなげるため、自然や産業・文化を生かした体験型観光メニューを開発。なかでも氷見ブリなどの食材を使った新メニュー開発に力を入れた。目玉として、旬の魚や海藻を見本などでとっただしにくぐらせ、

ゆずポン酢やフルーツソースなどのタレにつけて食べる「氷見湯くぐり料理」が誕生。ご当地ふりかけの「ぶりかけ」や、氷見の食材を詰め込んだ「氷見三昧弁当」なども開発された。そのほか、体験メニューを中心に、少人数向け、また団体客の長時間滞在を目指したモニターツアーも実施した。

プロジェクト詳細 <http://sankan-o.jp/>

地域資源をつなぐモニターツアーを実施

氷見には酒蔵や藤子不二雄^{こうせいち}氏の生家「光禅寺」など、既存の観光資源がある。それらと合わせて、開発した「氷見湯くぐり料理」「かまほこづくり体験」などをツアーコースにすることで、地域の魅力を幅広く感じられるようにした。その内容の評価を得るために、観光関連事業に携わる専門家18人を対象に「〇かじりツアー」も実施。



1.平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」ではツアーの様子を紹介 2.子どもに人気の「かまほこづくり体験」

本事業の成果と今後の展開

「氷見湯くぐり料理」が各種メディアに注目されたことで、取り組みが広く認知された。また「ぶりかけ」の開発においては、氷見を代表するブリやイワシなどの加工の発想を変えることで新たな可能性を見出した。また「氷見三昧弁当」の完成により、広範囲に氷見の食文化をPRできるようになった。一方で、目玉として開発した「氷見湯くぐり料理」には課題も残る。味は良いものの見た目のインパクトに欠けるため、宣伝方法の再検討が必要になっている。今後は、メニュー開発などで結束力の深まった事業者間で知恵を出し合い、課題の解決に取り組みしていく。

旅

新グルメ「湯菜まんじゅう」や農業・伝統工芸体験で南加賀の自然と文化を味わい尽くす 農業資源の活用で南加賀が学びのフィールドへ

概要 広大な農地が広がる石川県南加賀地域。小松商工会議所と加賀商工会議所などによる南加賀商視光推進協議会では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、「【新・食紀行南加賀】～育て、学べ、遊べ～」を実施。

活用した地域資源 ▶ 丸谷焼・山中漆器体験、手取元龍太鼓、南加賀地域の耕作地、サツマイモ、ホウレンソウ、ダイコン、ニンジン、タケノコなどの農産物



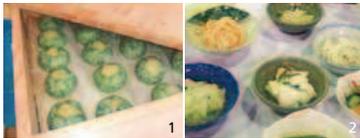
1.「南加賀ウキキッズスクール」の様態。トマトなどを親子で収穫 2.白山国立公園でフナ林間伐作業体験 3.住民と交流しながら草履作りを学ぶ 4.南加賀伝統の和太鼓を体験 5.「南加賀子ども伝統工芸教室」で面相筆を使った丸谷焼づくり 6.色付けにも挑戦

平成21年度の 実施状況

旅館などの観光業界が低迷するなか、野菜や花木といった地産の農産物が他地域で人気を集めるなど農業による地域活性化が進む南加賀。そこで、この好調な農業に注目し、農作業や作物などを直接観光につながる新しい商品や体験旅行プランを開発した。旅行プランには、リピーター

温泉街にぎわいを生み出す新フードが誕生

街の活気を取り戻すきっかけとなる商品の開発に取り組み、「湯菜まんじゅう」を試作した。同商品は、あんにサツマイモ、皮にホウレンソウを練り込み、季節の野菜の風味が味わえる湯菜まんじゅうだ。そのほか、ダイコンやリンゴなどを使った「湯菜ジュース」や、旬の野菜の酢漬「四季の五彩酢漬け」も開発した。街への回遊を誘導する待望の新商品が生まれた。



1.「湯菜まんじゅう」は季節に合わせた食材を使う予定 2.農業者と連携して「大根のナス漬け」などの「四季の五彩酢漬け」を試作

化が見込める子ども向け体験学習を考案。都市圏の小学生と保護者を対象に、野菜の収穫などが体験できる「南加賀ウキキッズスクール」を実施した。また、丸谷焼の箸置きと山中漆器の箸を作る「南加賀子ども伝統工芸教室」を大阪で開催。子ども視点を通して、都市圏に南加賀の魅力を伝えた。

プロジェクト詳細 <http://www.minamikaga.com/>

本事業の成果と今後の展開

- 南加賀の自然と農業を、子ども向けの学習フィールドとして提案し、新しい修学旅行の候補地として強くアピール。参加者からの意見も集められ、参考にできた。また、体験の場を提供した農業者らと開発した「湯菜まんじゅう」や「四季の五彩酢漬け」は、規格外品の野菜を使うことで、低コストを実現。体験学習プランなどの評判は上々だが、一方で地域内の体制構築に課題が残っている。今後は、行政と連携を図り、事業推進組織の立ち上げを検討。同組織を中心に、体験施設の拡充や宣伝の広域化を図り、全国展開を目指す。

旅

職人に教わる寿司握り体験モニターツアーとリーズナブルに楽しめる上握りのセット 「輪島の寿司」にまつわる新商品で観光開発

概要 新鮮な魚介類の豊富さで知られる石川県輪島市。輪島商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、「寿司で伝える輪島の心と技 ～輪島の寿司PR発信事業～」を実施。

活用した地域資源 ▶ 輪島で水揚げされた魚介類、寿司に適した良質な米、しょうゆ、天然塩、地酒、輪島塗の器



1.職人が握り方や海苔巻きなどの作り方を指導 2.魚のさばき方の実演 3.4.5.参加した店舗による「輪島寿司セット」。オーソックスな上握りが楽しめるものから、小鉢と地酒が付くもの、小鉢と酢の物、海鮮茶碗蒸しがセットになったものまで、各店舗が趣向をこらした上握りセットを提供

平成21年度の 実施状況

「輪島でしか味わえない寿司」を前面に出した観光開発事業を実施。「輪島地魚握り寿司体験モニターツアー」を企画し、寿司で交流人口・長期滞在観光客の増加が見込めるか、またツアーを定番化できるかを検討した。第1回は旅行者や出版社、第2回は首都圏在住の一般客がモ

ニターツアーに参加し、寿司職人に握り方などを教わった。また、観光客が手軽に「輪島の寿司」を楽しめるように、地物の上握り寿司に小鉢や地酒、お店ごとの料理1品をセットで提供する「輪島寿司セット」が誕生。全国的に知名度の高い輪島塗との組み合わせによるアピールも検討している。

プロジェクト詳細 <http://www.wajimacci.or.jp/shien/susi/susitop.html>

「輪島寿司セット」の旅行者用パンフレットを製作

各店の情報をまとめたパンフレットを製作。「輪島寿司セット」の写真を掲載し、観光客がひと目で分かる内容にした。また、お持ち帰り寿司の情報や地域伝統寿司として「いわし寿司」の情報も掲載しており、輪島の寿司文化を知ることができる。パンフレットは平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」で配布するなど、広報PRツールとしても活用した。



周辺の酒蔵や美術館などの観光スポットや民宿の情報も掲載

本事業の成果と今後の展開

- いわし寿司や能登サバ寿司などの輪島の寿司をPRできたことに加え、他地域の寿司の歴史や現状、寿司文化をきっかけとした街づくりを学ぶ機会となった。寿司体験ツアーは、1月に開催したことで観光開放期である冬でも誘客が期待できることが分かった。また、地域の旬を盛り込んだ「輪島寿司セット」は、観光客を意識して器にもこだわりを持ったが、その漆塗りの盛り皿を各店舗が確保できるかが課題となっている。受け入れ体制の整備を進めるとともに宿泊施設などとの協力が必要であり、次年度以降も実行委員会を定期的に開催し、連携していく。

食

魚醤や天然塩、酒粕などの伝統的な調味料で漬けた「福かぐら漬」など漬物4品が誕生

概要 海と山、畑の豊かな食材が伝統的な調味料文化を育んできた石川県珠洲市。珠洲商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【地元食材を使った漬物特産品開発事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 野菜、山菜、サザエ、天然塩、酒粕、「いしる」



左から、コロリコの食感と磯の風味が効いた「さざえの寿漬」、果肉が麺のようにほぐれるカボチャを使った「そうめんかぼちゃのかす漬」、地元の野菜などを12種も漬けた「福かぐら漬」、パリッとした食感ではんりの梅が香る「恵比寿かぼちゃ漬」

**平成21年度の
実施状況**

日本三大魚醤の一つ「いしる」や揚げ浜塩田の天然塩、酒粕などで知られる珠洲。これらの調味料と海、里、山の幸を生かし、漬物「珠洲漬」を開発した。試作品は、健康や安全に配慮しながら、市内の飲食店や地域おこしグループなどが考案。約12種の里、山の幸や天然塩や「いしる」などで漬

けた「福かぐら漬」、特産品のえびすかぼちゃを梅味噌粕で漬けた「恵比寿かぼちゃ漬」など、4品が試作された。小規模な生産体制のため、素材の収穫時期のみ販売するなど付加価値の高い商品を目指し、消費者のニーズを調査。金沢や東京などで複数回の試食アンケート調査を行い、改良が進められた。

プロジェクト詳細 <http://www.tukemonosuzucci.org/>

展示会や市場での試食会で味の洗練化を図った

試作品4品の完成度を高めるため、舌の肥えた人々が集まる東京・築地市場と金沢・近江町市場で、試食アンケート調査を行った。この結果を基に改良を加え、金沢・名鉄エムザのイベントと、平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」にも出展。バイヤーなど複数の来場者から、具体的な取り引きにかかわる質問も受けた。



1.共同展示商談会では、販売スケジュールや年間の生産出荷量などの質問もあった 2.築地でも試食アンケート調査を実施

本事業の成果と今後の展開

規格外で出荷できなかった食材などを使った漬物が完成。試食アンケート調査の結果を受けて改良を繰り返し、バイヤーなどから高い評価を得ることができた。生産に向けた設備投資を計画する製造業者も現れ始め、地域活性化につながる可能性を感じている。ただし、多くの素材が季節により入手困難になってしまうという課題も残っている。今後は、素材の確保による生産体制の整備や、季節限定販売などによる付加価値の向上など、製造・販売の仕方を検討していく。加えて、全国へと進出するための宣伝や販売ルートの獲得にも力を入れる。

食

酒の肴にもなるひとロサイズの新商品を開発し、おやき店を掲載したマップなども作製

概要 小麦粉の皮で野菜を包んだ郷土食「おやき」の名産地として知られる長野県長野市。長野商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【信州おやきブランド化事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ おやき(長野県産小麦粉、野沢菜、地元産野菜、信州黄金シャモ、信州サーモン)



1.カラフルな「ひとロサイズのおつまみおやき」は、皮に野菜のカラーペーストを使用 2.「信州おやきマップ」には46店の情報を掲載 3.「信州おやき読本」には「おやき」の作り方が紹介されている 4.首都圏へのPRを兼ねて都内で開催した「親子おやき教室」

**平成21年度の
実施状況**

知名度の高い「おやき」をヘルシーで手軽に食べられるスローフードとして再発信。地元食材を活用した安全かつ希少性のある商品として、伝統や文化といった背景を打ち出せるようブランド化を図った。おやき店の情報を掲載した「信州おやきマップ」や、歴史と文化を伝える

「信州おやき読本」などを作製・配布したほか、東京・新宿で「親子おやき教室」を開催するなど、首都圏への情報発信にも取り組んだ。そのほか、信州黄金シャモなどを具材として使った「ひとロサイズのおつまみおやき」を開発。カフェでテスト販売するなど、他業種とのコラボレーションも展開した。

プロジェクト詳細 <http://www.shinshu-oyaki.jp/>

大阪でのテストマーケティングなどで情報発信

「ひとロサイズのおつまみおやき」は、長野県が約1か月限定で大阪にオープンさせた「信州SKYカフェ」でテストマーケティングを実施。多数のマスコミに報道されるなど大きな反響を得た。このほか将来的な地域団体商標取得を目指して「信州おやき協議会」も設立。第1回定例会でおやきの魅力を定めるため、おやきに関する憲章や記念日を制定した。



1.橋下徹大阪府知事にも試食してもらい、好評を得た(右は村井仁長野県知事) 2.おやき事業者32店による「信州おやき協議会」

本事業の成果と今後の展開

おやき文化を伝えるさまざまな広報活動・イベントへの出展が奏功し、新聞やテレビなど各種メディアで多数報道された。また、おやきに注目が集まったことで、地元長野での販売量が拡大し、新規取引先の開拓や新たな雇用の創出にもつながった。一方で、商品に関しては現状の冷凍技術では、冷凍前と比べて味が劣化する可能性があり、今後は広域に販路を広げるために、冷凍凍に対応した商品改良が必要となる。さらに「おやきツーリズム」と題して、「おやき」という特産品の知名度とブランド力をほかの観光資源と組み合わせること、広く観光振興につなげていく。

旅

高野豆腐や信州味噌など南信州の伝統食材を使ったヘルシーな朝食が楽しめる「南信州の朝食堪能ツアー」 朝食を目玉とした滞在型観光メニューを企画

概要 漬物を名産とする長野県飯田市。飯田商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【南信州ブランド開発事業(南信州版朝食ライフスタイルの提案と朝食を目玉とした体験型観光開発)】を実施。

活用した地域資源 ▶ 野沢菜、小梅漬などの漬物、信州味噌や高野豆腐、やまびこめじなど南信州の食材全般



1.はざかけ米と信州みそ、漬物などを使った「サラサラおむすびセット」
2.納豆と信州みそ、シメジなどを使った「ベジタブル納豆スープ」
3.高野豆腐と玉ネギなどを使った「高野豆腐とたっぷりお野菜のヘルシードライカレー」
4.材料と調理方法を詳しく載せたレシピも作成した

平成21年度の 実施状況

“滋味あふれる朝食”という魅力をアピールして宿泊客の増加を図るため、滞在型観光メニュー「南信州の朝食堪能ツアー」を企画した。まず地域住民を対象に、南信州の朝食のイメージと食材を調査。その結果、おにぎり・地物・みそといったキーワードに人気が集まったことから、野

沢菜などの漬物や高野豆腐を材料とした「サラサラおむすびセット」「高野豆腐とたっぷりお野菜のヘルシードライカレー」などの試作品が完成した。また、これらが楽しめるモニターツアーも開催。首都圏と中京圏在住者に1泊2日の南信州観光の中で、朝食メニューとしての適性を評価してもらった。

プロジェクト詳細 <http://www.inaka-gokyo.jp/>

「南信州グルメサミット」で新朝食メニューを提案

南信州の商品製造・販売業者や飲食店が出展する地域おこしイベント「南信州グルメサミット」に参加した。地産米のはざかけ米のおむすびをメインに、高野豆腐入りの卵焼きとやまびこめじ入りのみそ汁を出品し、試食アンケート調査を実施。イベントに出品されたほかの料理に並んで、南信州および飯田の「食」の魅力をアピールした。



イベント全体で、約7000食の南信州料理が来場者に配られた

本事業の成果と今後の展開

- 飯田の地物が、首都圏在住者などにとって滋味深く魅力的なものであることが分かった。「朝食を目玉にした観光モデル」への評価も高く、観光商品化への期待が持てたが、実現するには観光業界全体にアピールすることが必要だ。受け入れ体制の整備に向け、食育がテーマの料理教室などの開催で朝食メニューを地域に根付かせる。同時に、ホテルや旅館などの宿泊施設に朝食メニューを実験的に取り入れてもらえるよう呼びかけていくことも必要となる。また、試作した朝食メニューは、人気が高かったスープ類を中心に通信販売での商品化を図る予定だ。

技

概要 精密機械製造技術の高さで知られる長野県岡谷市。岡谷商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【おokaや産業観光ツアーで体感するものづくり体験特産品開発推進プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 製造業の技術力、ものづくり企業の現場



1.2.「アルミ製ネームプレート等製作」体験キットを使い、アルミニウムのネームプレートに染色とアルマイト処理を施す
3.完成したネームプレート
4.マグネットの磁力を利用してコインを選別する「キットコンペヤ製作」体験
5.透明ケースで動作が見られるキットコンペヤ完成品

平成21年度の 実施状況

岡谷は精密機械製造業を中心に高度経済成長を牽引してきたが、近年は産業動向や主要産業の変化に伴い、製造品出荷額が減少している。そこで、従来の受注型の企業体質から脱却し、商品提案型となるために産業観光を展開した。各工場が、アルミニウムの耐久性を上げ

るアルマイト処理などの製造技術を簡略化した体験キット・プログラムを開発。完成した4種の体験キットは、手順通りに進めるだけでなく個人でアレンジする余地があり、小学生から大人まで製造業の楽しさを体験できる産業体験メニューとなっている。また、モニターツアーも開催し、参加者は自分で作った完成品を土産として持ち帰った。

製造業体験をしながら自分の手で土産を製作

モニターツアーでは、地元学生が「金属コマ製作」や「岡谷太鼓製作」などを体験した。「金属コマ製作」では専用彫刻機を使ったデザイン工程や軸の打ち込み工程、「岡谷太鼓製作」では鼓曲とLED発光を連動させた基盤作りなどに挑戦。「コマの回転時間を競うイベントの開催」や「鼓を叩くと音が鳴る機能の追加」など、改良意見を得た。



1.金属コマは精密加工技術が活かされ、5分以上回し続ける
2.鼓曲に合わせて、上部のLEDが点灯する厚紙タイプの太鼓型目覚まし時計

本事業の成果と今後の展開

- 観光事業の一環として、ものづくり体験メニューを開発することで、製造業集積地・岡谷をアピールできた。また、体験キットの開発にあたり、企画会議にて50個以上のアイデアが集まったほか、消費者のニーズを念頭に置いた商品開発の機会になるなど、参画事業者内の活性化につながった。現在は観光客向けのメニューだが、今後はより多くの人に向けて発信するため、体験キットの土産商品化やインターネット販売、学校教材などへの展開が必要となる。そのため、製造業者と観光関連業者や教育機関といった多業種との連携関係を築いていく。

体験型の産業観光を通して岡谷の製造業の魅力を発信、製造業者の商品提案意識の向上を図る 製造業を体感できるものづくりキットを開発

旅

諏訪湖一周の強い味方！トイレやコンビニの場所が分かる「諏訪湖周ウォーキングマップ」で観光を提案

概要 豊富な観光資源を持つ諏訪湖に面する長野県諏訪市。諏訪商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【すわ「通」リズム(すわツーリズム)宣言！事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 諏訪湖、上諏訪温泉、諏訪湖周辺の観光振興事業



1.「諏訪湖周ウォーキングマップ」はタテ20×ヨコ30センチ 2.諏訪湖周のウォーキングロードは4キロごとのゾーンで色分け。利用者のペース配分の目安になっている 3.案内板で、スタートした場所ごとに移動距離やおにぎりのイラストで表示した消費カロリーなどが確認できる

平成21年度の実施状況

諏訪を訪れる年間の観光客は650~700万人と県内でも高水準にあるが、平均滞在時間2時間以内、宿泊客は全体の20%弱と県内の水準よりも低い。そこで、滞在時間延長と宿泊客増加に取り組んだ。観光客が諏訪湖でウォーキングを手軽に楽しめるように、「諏訪湖周ウォー

キングマップ」を作製。諏訪湖周16キロのジョギングロードには、歩いた距離と消費カロリーがひと目で分かる案内板を実験的に設置した。一方、魅力的な献立づくりで宿泊客増加を図るため、上諏訪温泉の宿泊施設を調査。地域資源の農産物が活かされていなかったことから、諏訪野菜を主役としたメニューを提案した。

モニターツアーの意見を反映したマップ

「諏訪湖周ウォーキングマップ」には利用者の要望を反映させ、「トイレ」「休憩場所」「観光施設」などの位置を表記するとともに、消費カロリーが分かる簡易計算表を掲載。そのほか、8月開催の「サマーナイトファイヤーフェスティバル」といった四季折々の諏訪湖周のイベントや美術館・温泉施設情報、諏訪湖の豆知識などについても掲載した。



マップ中面は各案内板の位置やトイレなどをアイコンで記載

本事業の成果と今後の展開

- 「諏訪湖周ウォーキングマップ」が、観光客や地域住民の諏訪湖周散策を促すきっかけとなり、周辺施設の利用者数の増加につながった。
- 市内のウォーキング団体などの利用も増えており、団体客の誘客効果も期待できる。
- しかし、主な配布場所が諏訪湖周の公共・観光施設であるため、県外からの誘客には課題が残る。
- 今後は、ウォーキングイベントや健康セミナーの開催を通して県外にアピールすることが必要。
- 初めて訪れた観光客が諏訪湖周の自然を感じながら気軽に運動できるように整備を進めつつ、諏訪の魅力を全国に情報発信していく。

技

「オルゴール」製造技術を生かした「オルゴール音感BOX」を印象付ける試作品を開発

概要 時計やカメラ、オルゴールなどの精密機械工業が盛んな長野県下諏訪町。下諏訪商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【世界に一つだけのオルゴール開発事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ オルゴール製造技術



1.中に座って聴く「オルゴール音感BOX」は評価が高かった試作品の一つで、音の振動が座面を通じて体に伝わる 2.一般的な18弁オルゴールを102台連ねた「102連オルゴール」。ベートベン「交響曲第九番」を奏でる 3.諏訪に集約しているオルゴール製造は、緻密な技術が必要

平成21年度の実施状況

諏訪は国産オルゴールの大半を占める一大生産地である。そこで、「オルゴール=諏訪」のイメージを印象付けるために、世界に一つだけのオルゴールの開発に挑戦。諏訪湖オルゴール博物館「奏鳴館」のスタッフを中心に、商品化と文化的事業への活用という二方向から着手。開発

に先立ち、商品展開の先進地である小樽と六甲のオルゴール博物館を調査した。その結果、全高180センチを超える巨大オルゴールから缶詰サイズ、水や湯の中でも使える防水オルゴールまで、バリエーション豊かな16種の独創的な試作品が完成。試作品は展示商談会などに出品し、反響を調査した。

商談会で好評の試作品は商品化を検討

試作品は平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」に出品。音楽に合わせてふいごがしゃべり玉を作る「メカニカルからくりオルゴール」や、手回しのほか、移動することで音が出る「手回し80弁ディスク」など、音色や音量だけでなく、動きがあるものが注目を集めた。「オルゴール音感BOX」などは商品化も検討している。



1.西洋のからくり形をヒントにした「メカニカルからくりオルゴール」 2.前進させると演奏する「手回し80弁ディスク」はハレードで活躍

本事業の成果と今後の展開

- 世界に一つだけのオルゴールを試作したこと
- で、イベント来場者のオルゴールに対するイメージを一新。さまざまな形状や仕掛けが可能なことや諏訪が日本一のオルゴール生産地であることをアピールできた。
- また開発者にとっては、消費者から「オルゴールには夢がある」と言葉をかけられるなど、反応を実感する機会となり意欲向上につながった。
- だが耐久性やデザイン面で改良の余地があり、量産準備と販路開拓という課題も残っている。
- 今後はオルゴールの消費大国・アメリカへ展開できるようにJAPANブランド育成支援事業への応募も検討している。

旅

全長200キロ超！国内最長のトレイルを周遊して日本有数の山麓を余すところなく楽しむ 八ヶ岳の自然と文化を巡る「歩く旅」を提案

概要 雄大な八ヶ岳を有する長野県茅野市。茅野商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【八ヶ岳山麓スーパートレイル(200km)整備事業～八ヶ岳ぐるっと一周・自然と文化を巡り歩く旅～】を実施。

活用した地域資源 ▶ 八ヶ岳にある登山道・林道・散策路、自然環境、歴史遺産



1.「八ヶ岳山麓スーパートレイル」ルートマップ。赤線の部分がトレイルルート 2.体験ウォークは四季を通して開催され、暖かい季節には参加者が100人近くになることもあった 3.「2010ニューイヤー体験ウォーク」では、神社などの歴史遺産巡りも行き、好評を得た

平成21年度の実施状況

四季折々の動植物や、歴史・文化との出会いが楽しめる登山道、歴史街道などを生かす取り組みとして、「八ヶ岳山麓スーパートレイル」を策定。八ヶ岳連峰を周回する全長200キロ超を整備し、国内最長となる「歩く旅」を提案した。ホームページも製作し、詳細なマップを掲載。細

かいルート変更も逐次更新し、併せてトレイルの魅力や、周辺の自然・文化・食といった地域資源も紹介している。また、全国のトレイル関係者や観光事業者などを集めた「八ヶ岳山麓スーパートレイル全国フォーラム」を開催し、今後の課題などを議論するとともに事業の周知を図った。

プロジェクト詳細 <http://www.ystrail.jp/>

国内最長のトレイルルートを全国にPR

八ヶ岳山麓スーパートレイル委員会がロングトレイルルートを設定。ルート上にある長野県と山梨県の12の自治体が連携し、観光客の受け入れに向けたネットワークを構築した。また、全国フォーラムの開催や、「歩く旅」などの新しいアウトドアを提案する「東京アウトドアフェスティバル2009」へ出席することで、全国的なPRにも取り組んだ。



1.「八ヶ岳山麓スーパートレイル全国フォーラム」のシンポジウム 2.「東京アウトドアフェスティバル2009」では写真を展示

本事業の成果と今後の展開

- “歩く旅”をキーワードに、2県12自治体が連携することで、新たな観光客誘致の可能性が見えた。国内最長のロングトレイルとして全国メディアでも取り上げられ、登山専門誌で連載が始まるなど、当初の予想を超えた反響を呼んでいる。計12回開催した体験ウォークはいずれも好評で、ニーズと合致していることも実証された。しかし、道標や指導標の設置、トイレや野営場の整備、ガイドシステムの構築、宿泊型商品の開発など、改善点も浮き彫りになった。今後は、課題の解決を進めるとともに、委員会のNPO法人への移行を目指していく。

茅野商工会議所【長野県】 〒391-8521 長野県茅野市塚原1-3-20 TEL: 0266-72-2800 FAX: 0266-72-9030
URL: <http://www.chinocci.or.jp/> MAIL: info@chinocci.or.jp

旅

「健康ブランド佐久」の構築に向けて、スポーツ冊子や特産品が完成 ヘルスツーリズムプログラムを開発

概要 全国トップクラスの平均寿命を誇る長野県佐久市。佐久商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【健康ブランド構築に基づく都市宣言と健康旅行プログラム開発事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 男性の平均寿命全国1位にもなった“健康長寿のまち”というイメージ、佐久郷、地酒、中山道



1.ジョギングやフィッシング、カーリングなど、佐久で楽しめる20種以上のスポーツを紹介する「SPORTS DO! DO! DO!」 2.スポーツ初心者に向けて、各スポーツの楽しみ方やプレイスポットも紹介 3.委員会では、「ヘルスツーリズム都市宣言」をして周知する方法などを検討

平成21年度の実施状況

「自然環境」「スキー」「温泉」の観光産業が伸び悩むなか、新たな観光産業の開発を目指した。佐久のあらゆる資源を「健康」という切り口からブランド化。観光を楽しみながら健康にもなれる「健康旅行（ヘルスツーリズム）」事業の定着に向けて委員会を結成した。ツアー内容の

決定に向けて調査・分析した結果、“健康長寿のまち”というイメージを高めることの必要性を認識。そのためのツールとして、ボールウォーキングや乗馬など、佐久で楽しめるスポーツを紹介する冊子「SPORTS DO! DO! DO!」を製作し、市内外の住民に配布した。また、健康旅行商品の事業化戦略や観光名物となる新商品開発も進めた。

“健康”“観光”をコンセプトにした新商品を開発

健康旅行の目玉として特産品の開発にも着手した。佐久の名産のブルーソーズを使った甘酸っぱいソースが決め手の「ブルーぶるんプリン」や、100年以上の歴史がある酒造蔵元の副産物・酒粕を利用した保湿力に優れた「酒粕美肌石けん」など、8点の試作品が完成。佐久の玄米や野菜で作った「佐久玄米のお弁当」といった名物弁当も誕生した。



1.ブルーソーズで鉄分やビタミンを補給できるチーズ風味のプリン「ブルーぶるんプリン」 2.酒粕が肌をしっとりさせる「酒粕美肌石けん」

本事業の成果と今後の展開

- 佐久の自然環境の中でさまざまなスポーツが楽しめることを市内外に発信できた。また、配布した冊子を基に、住民のスポーツによる健康促進の意識が向上。“健康長寿のまち”というイメージを地域全体で高めるきっかけになった。健康旅行への意識調査では、「ヘルスツーリズム都市宣言」に対する共感度が高く、佐久のブランドイメージ向上につながることが分かった。次年度以降はバス・タクシー小旅行や企業研修・福利厚生ツアーなどの展開も考慮しつつ、より本格的な実現可能性の検証や、マネジメント機能の強化に着手し事業展開の計画策定を目指していく。

佐久商工会議所【長野県】 〒385-0051 長野県佐久市中込2976-4 TEL: 0267-62-2520 FAX: 0267-62-3521
URL: <http://www.sakucci.or.jp/> MAIL: info@sakucci.or.jp

旅

日本最古の総合大学・足利学校で開講する「易学講座」や各種イベントで体験学習を開講
 観て・学んで・体験できる観光地としてPR

概要 日本最古の総合大学があった栃木県足利市。足利商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【「観て・学んで・体験して・楽しむ」足利秋の観光イベントプロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 史跡足利学校・鏡阿寺、栗田美術館、あしかがフラワーパーク



1.「易学講座」では、受講者が笹竹を使った易学に挑戦 2.地元陶芸家による手回しろくろでの陶芸体験 3.陶器に筆で模様を描く付け体験

**平成21年度の
実施状況**

「学び舎のまち・足利」をテーマに、市内での体験学習を中心とした観光振興を図った。日本最古の総合大学、史跡足利学校と連携した講座を開講。合わせて、講座で実施した易学について、楽しみながら学ぶことができる易学カードを試作し、観光特産品の開発も行った。また、

既存のイベントの開催に合わせて、地域資源を活用した体験メニューを作成し、体験型観光ルートを提案。観光客に「学び」のある観光地としての足利をPRした。このようにテーマ性をもった、まちなか回遊策による誘客、来訪者の滞在時間延伸を目指した取り組みを通して、新しい足利の魅力を発信した。

易学が学べる観光特産品「易学カード」を開発

史跡足利学校は儒学・易学・兵学において高名だった。そこで易学講座を行った須永氏の協力の下、楽しみながら易学が学べる易学カードを考案し、試作品を製作。64枚のカードから1枚を引くと、裏に占いの答えが書かれており、誰でも手軽に易学占いができる。「三大陶器まつり」などのイベントで、足利地域限定の観光特産品として発信した。



監修を務めた元足利学校研究員の須永美知夫氏と易学カード

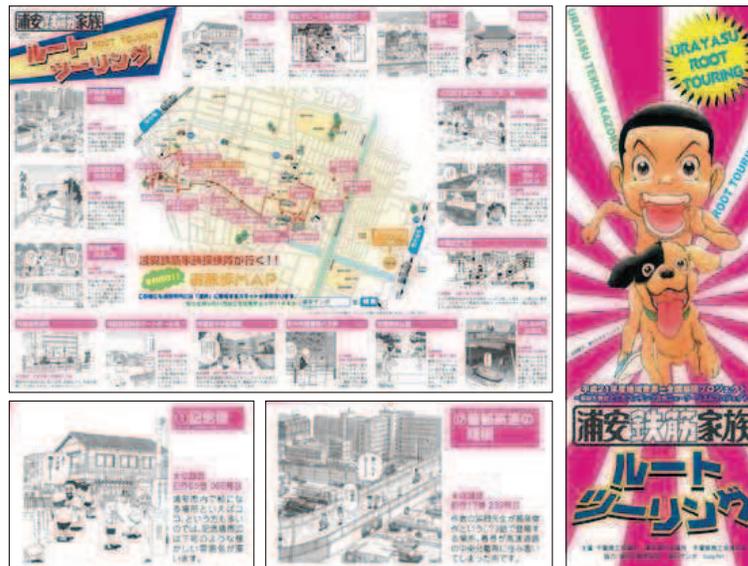
本事業の成果と今後の展開

- 足利には年間を通して120万人ほどの観光客が訪れているが、そのほとんどが春季に集中しており、秋のイベントと今回実施した体験ツアーをタイアップさせた「足利秋まつり」は、今後秋季集客イベントの目玉として期待が高まっている。また、易学をテーマに試作した土産品は珍しさも手伝って、足利の効果的なPRにつながった。次年度以降もイベントを継続する一方、まちなか回遊策の改良にあたっては、行政・観光施設・商店街・各種団体との連携を密にして、「学び舎のまち・足利」をテーマにした観光振興に取り組んでいく。

旅

概要 近隣都市からの観光客が増加傾向にある千葉県千葉市。千葉商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【房総を舞台としたコンテンツ活用ニューツーリズムプロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 千葉を舞台にしたマンガ(「浦安鉄筋家族」「元祖!浦安鉄筋家族」「幕張サボテンキャンパス」)



マップでは「浦安鉄筋家族」のカットも紹介。作品の世界を彷彿させる「記念橋」や「首都高速の陸橋」などが掲載されている

**平成21年度の
実施状況**

千葉県全域を象徴する「房総」のブランド化を目指し、県内に点在する小説やマンガの舞台をコンテンツとして活用した観光ルートを企画した。これらニューツーリズムによる房総観光のブランド化の可能性を探るシンポジウムを開催。その後、浦安を舞台とした「浦安鉄筋家族」「元祖!

浦安鉄筋家族」(浜岡賢次作)、幕張が舞台の「幕張サボテンキャンパス」(みずしな孝之作)に連動した2ルートで「房総観光モデルルートツーリング」を実施した。各作品に登場するシーンと街を重ね合わせながら散策できるように、2種のパンフレットを製作。表面にマンガのストーリーやキャラクター紹介、裏面にマップとエピソードを掲載した。

新しいタイプの観光ツアーが目目を浴びた

2ルートの「房総観光モデルルートツーリング」を開催し、合計で約60名が参加した。その様子はメディアに取り上げられるなど反響も大きく、新しい観光ツアーとしてPR効果が高かった。また、参加者へのアンケートでは「(マンガのシーンと重ねながら歩くことで)人情味あふれる情景が浮かび、漁師町の風情が感じられた」などの意見があり、好評だった。



1.「浦安鉄筋家族」に「激怒神社」として登場する「清瀧神社」
 2.「元祖〜」の作中(園内)が詳細まで描かれた「海楽南児童公園」

本事業の成果と今後の展開

- 浦安と幕張を舞台にしたマンガ作品の活用には、予想以上の参加申し込みがあり、取り組みに対する関心の高さがうかがえた。実験レベルではあったものの、ストーリーを思い浮かべながら散策することで、日常の風景に隠れたプラスアルファの魅力が伝えられた。ツアーの成功を受け、木更津や野田、佐倉などでも小説や映画の舞台になったスポットを発掘。一方でその多くは、コアなファン以外には認知度が低いという課題もある。これらのスポットの魅力を広く周知する作業も含め、地域活性化の手段として引き続きこれらのニューツーリズムを推進していく。

「浦安鉄筋家族」「元祖!浦安鉄筋家族」「幕張サボテンキャンパス」を生んだエリアを散策する
 マンガの名場面を巡る「ニューツーリズムを開発」

旅

地元のアртиストが作品を発表する「立川 FLOWER ART SESSION」で街中が美術館に！ 立川の名所とアートを巡る観光ルートを企画

概要 多摩のゲートシティとして知られる東京都立川市。立川商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【「はな・まち・こころ」立川、観光客おもてなしプロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 特産品のウド、アーティスト、国営昭和記念公園、国文学研究資料館、国立極地研究所、統計数理研究所、蔵の美術館、商店街の空き店舗



1.マップには各アート作品の展示場所と解説を掲載 2.モニターツアーではガイドが「花のアート」を案内。写真の作品は「風神」 3.蔵を改装したオープンギャラリー「蔵の美術館」では2作品を展示 4.ウドを使った新商品の発表会をPRするチラシを製作し、公共機関などで配布

平成21年度の 実施状況

観光客に市街地だけではなく郊外まで足を運んでもらうため、「立川 FLOWER ART SESSION」を企画した。立川市内で活躍するアーティスト20人が、国営昭和記念公園や商店街の空き店舗などに、「花」をテーマにしたアートを展示。観光客が街に点在する「花のアート」を鑑

賞しながら、国文学研究資料館やオープンギャラリー「蔵の美術館」などの名所を回遊できるようにした。また、ルートを紹介するマップを作成し、それを基にしたモニターツアーも実施。50人が参加し、街の散策を楽しんだ。また、新たな名物として、特産品のウドを使った商品開発を進めた。

プロジェクト詳細 <http://www.tachikawa.or.jp/project/>

ウドで作ったご当地うどん「立川UDON」などを開発

地場食材のウドを使った新商品を開発。「立川UDON」「うどん蕎麦」「うどんカレー」を試作し、市内ホテルで試食アンケート調査を実施。観光名物化を目指し、意見をまとめた。また、特産のウドを活用した地域産業の活性化を目標に、飲食店関係者などを対象としたフォーラムを開催。ウドの形状や栽培方法、料理方法などを紹介し、店舗での活用を促した。



1.ウド味噌カツオダシで溜いたつ汁で食べる「立川UDON」
2.「立川UDON」は7割の参加者から「おいしい」との評価を得た

本事業の成果と今後の展開

モニターツアー参加者の9割以上から「内容に満足した」という評価を受けた。「広範囲にわたって立川を知る機会になった」「芸術の街としても魅力を感じた」などの意見があり、アートをこらめたツアーが立川のアピールにつながることを実感。また、ルート作成をきっかけにアーティスト同士の交流が深まり、「アート」の街づくりへの基盤ができた。今後は、ルートを案内するボランティアの育成に向けた仕組みを作成し、今年度の事業を発展させたアート作品の制作・展示の準備を進めていく。さらに、開発した新商品とツアーを組み合わせた展開も予定している。

技

概要 茶葉の国産生産量の約50%を占める静岡県静岡市。静岡商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【「スロースタイルズオカ」お茶から始まる新しい生活スタイル】を実施。

活用した地域資源 ▶ 国産生産量の約50%を誇るお茶、家具製造技術、駿河竹干筋工、賤焼



1.茶匠の茶葉ブレンドのレシピに沿って、お茶をブレンドする楽しさ味わえる「合組茶「茶匠」」 2.シーンや気分に合わせて選べる「MIXCHA」 3.茶器、茶筒、コースター、砂時計が入った茶箱セット「ひとり de 煎茶」 4.気軽に抹茶を楽しめる入門セット「一茶人」

平成21年度の 実施状況

静岡が持つ温暖でゆったりとしたイメージを基に、商品ブランド「スロースタイルズオカ」を構築した。お茶と茶文化、デザイン力、伝統工芸技術などを組み合わせて、新しい生活スタイルを提案。「ナチュラル」「エコロジー」「癒やし」などをキーワードに、商品の開発を進めた。試作品は、

若い女性をターゲットにしたティーバッグ方式のお茶や、3種の茶葉と陶利きの茶匠が提案するブレンドのレシビが入った「合組茶「茶匠」」など。お茶以外にも、お茶関連の小物、インテリア雑貨、茶道具が誕生した。開発した12商品を展示会などに出版して新しい市場や販路の開拓に取り組んだ。

プロジェクト詳細 <http://www.shizuoka-cci.or.jp/sss>

共同展示商談会でお茶を中心にPR

平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」に「合組茶「茶匠」」「MIXCHA」などを出品。パーソナルギフトマーケットにかかわる流通関係者にPRした。アンケート調査も実施し、バイヤーリストを作成。そのほか、静岡市内で開催した「シズオカコンテンツバレーフェスティバル」にも出展して新ブランドの地元住民への認知も図った。



1.共同展示商談会では「MIXCHA」「合組茶「茶匠」」を中心に紹介
2.茶葉の産地を当てる「きき茶」の入門セット「聞茶人」も出品された

本事業の成果と今後の展開

プロジェクトには、製茶問屋や陶器工房、グラフィックデザイナーなどが参加し、異業種間の交流が図れた。完成した商品は斬新なラインナップで、高評価を得ている。共同展示商談会では、バイヤーや広告代理店、大手百貨店から問い合わせを多数受けた。なかでも、「MIXCHA」と「合組茶「茶匠」」は、すでに受注が決まりつつある。茶器では、大手百貨店からの評価を受け、静岡の工芸展「八十八夜を楽しむ」(仮題)を開催したいといった話も受けた。今後は、商品の販売促進と、「スロースタイルズオカ」事業全体のプロモーションに力を入れる。

「MIXCHA」や「聞茶人」など12商品が誕生

茶葉セットや茶器などのブランド開発で、茶文化が根付く静岡ならではの「スロースタイル」を提案

旅

「うなぎバーガー」や「うなぎしゅうまい」など蒲焼きだけじゃない浜松うなぎ料理が誕生！ 新メニューの開発で浜松うなぎを観光客にアピール

概要 全国的に有名なうなぎの産地である静岡県浜松市。浜松商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【浜松うなぎ 大好き宣言プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 浜松うなぎ



1.蒲焼きとキュウリのぬか漬けをベースではんだ「うなぎバーガー」、ぬか漬けの食感がアクセントに 2.イベントで配布した「うなぎ本」
3.「串打ち」「割り」「焼き」を上演。炭火で焼く香ばしいにおいが漂った 4.うなぎのすり身にタマネギやシタケを加えた「うなぎしゅうまい」

平成21年度の 実施状況

養殖うなぎ産地の地・浜松。近年、養殖うなぎの生産力低下や他地域の新たな取り組みにおされ、ブランド力の低下が懸念される。そこで、浜松うなぎを全国に改めてPRし、観光振興につなげていく取り組みを行った。中小企業の新商品開発支援と、催し物による誘客促進を目的と

「プラス1」メニュー試食会で創作うなぎ料理が登場

蒲焼き以外の新たなうなぎ一品料理のテストマーケティングを行う「プラス1」メニュー試食会を実施。4品の創作料理が出品され、来場者は1品を選び、味や地域性などを評価した。ほかにも、「うなぎ創作料理コンテスト」を開催。独創的な料理が多数発表され、さらなるご当地メニューの創出も期待される。



1.うなぎのタレが染みこんだご飯で蒲焼きをはさんだ「うなぎさんらいす」 2.小粒で辛い有馬山椒が効いた蒲焼き「うなぎの有馬煮」

本事業の成果と今後の展開

地元企業とうなぎ料理店とが初めて連携し、新たな視点で作ったうなぎ関連商品や料理により、浜松うなぎのさまざまな魅力を観光客にアピールできた。より広範囲へのPRを目的に、地元FM局とのタイアップで実施したテストマーケティングにより、新商品とイベントの周知に成功した。しかし、浜松うなぎ自体のイメージアップを図るには、継続的な取り組みが必要となる。今後は、滞在型の観光客誘致につなげていくため、観光関連事業者や商店街との連携を深め、他の地域資源などと絡めたイベントの企画などにより、観光地としての魅力向上を図る。

はままつ
■ 浜松商工会議所【静岡県】

〒432-8501 静岡県浜松市中区東伊場2-7-1 TEL: 053-452-1111 FAX: 053-452-6682
URL: <http://www.hamamatsu-cci.or.jp/> MAIL: info@hamamatsu-cci.or.jp

旅

映画制作者に向けたWebサイト「ロケーションライブラリー」の構築とロケ地巡りツアーの実施 映画撮影のロケを誘致して観光振興を図る

概要 富士・伊豆・箱根に隣接する観光拠点・静岡県沼津市。沼津商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【「さあ来い、ハリウッド！大作戦」ロケでまちが元気になるプロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 沼津御用邸や沼津港魚河岸などロケ向きな建造物、自然環境、文化など



1.「ロケーションライブラリー」ではロケ地をエリアやフリーワードで検索 2.「ロケ弁コンテスト」では総数62件から優秀作品を選んだ 3.優秀作品を基に試作したロケ弁「鶏の香草焼きとターメリックライス」 4.5.ロケ地巡りツアーでは、参加者を駿河湾を臨む絶景スポットなどに案内

平成21年度の 実施状況

沼津御用邸や沼津港魚河岸をはじめとした観光資源と、富士・伊豆・箱根への拠点としての魅力を併せ持つ沼津。この利点を活かし、映画のロケ誘致をきっかけとした観光振興を進めている。まず、ロケに適したスポットを紹介するWebサイト「ロケーションライブラリー（L.L）」を開設

し、インターネットでロケ候補地を探る仕組みを作った。また、映像制作者などを対象としたロケ地巡りツアー、「ロケ班に沼津の食をPR」をテーマにした「ロケ弁コンテスト」を実施。さらに、ロケ現場での調整などを担うコーディネーターの発掘に向けてセミナーを開催し、受け入れ体制も整備した。

プロジェクト詳細 <http://www.hollypro.jp/>

「L.L」への参加を促すコンテストを開催

「L.L」への参加を促すために、発見したロケ候補地を競い合うコンテストを開催。本事業の内容をPRする「『ハリプロ』アワード2009」で優秀者を表彰した。また同イベント内の「L.L」完成記者発表でサービス内容の周知を図ったほか、映画監督・樋口真嗣氏らによるトークセッションも開催。支援体制の優れたロケ地などについて意見を交換した。



1.約170人の市民が「ロケとまちづくり」をテーマにしたトークセッション楽しんだ 2.コンテストグランプリは「戸田の古い町並み」に決定

本事業の成果と今後の展開

中核的事业である「L.L」の構築は、ボランティアの協力を得て、写真点数5000点、ロケ候補地が600カ所を超えた。また、ロケ地巡りツアーには映像制作関係者13人も参加し、実際にロケハンに1社が開始、2社が検討しているなどPR効果が得られた。しかし、本格的にロケ誘致を促進するには、サポートする公的なフィルムコミッション（FC）の存在が不可欠である。FCの設立に向け、本事業の取り組み結果をどのように活かしていくかが課題となる。まずロケ地の発見を任務とする「ロケ地ハンター」を募集し、「L.L」の情報量と質の向上を目指す。

ぬまづ
■ 沼津商工会議所【静岡県】

〒410-0832 静岡県沼津市御幸町14-5 TEL: 055-931-1111 FAX: 055-931-1115
URL: <http://www.numazu-cci.or.jp/> MAIL: info@numazu-cci.or.jp

旅

旅 朝霧高原の資源を巡るウォーキングを企画

概要 朝霧高原などの自然に恵まれた静岡県富士宮市。富士宮商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【牛と草原と富士山と・地域内連携で作る朝霧高原ブランド事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 朝霧高原、広大な牧草地、毛無山、東海自然歩道、麓金山、原木シイタケや根原ダイコンなどの農産物



1. 地域資源の調査結果をまとめたパンフレットを観光施設で配布。マップでは、乳搾りなどの体験ができる牧場と見学のみの牧場が一目で分かる。絶景スポットやグルメ・名産品情報なども掲載されており、観光ガイドとして使える
 2. 調査チームの連携を図る目的で、ワークショップを開催。情報収集の方向性や朝霧高原の観光の問題点、解決策などについて意見を出し合った
 3. 地域資源の調査・収集を目的としたセミナーでは、外部の視点に立った地域資源の活用方法について専門家から学んだ

平成21年度の実施状況

緑豊かな自然が広がり、酪農が盛んな朝霧高原。その大自然がもたらす観光資源と、歴史や文化、人などの地域資源を連結させた「朝霧高原ブランド」の創出を目指した。まず調査した、朝霧高原の絶景スポットなどを写真付きでホームページのマップ上に掲載。これを基に地域

資源マップを製作し、2つのウォーキングコースを企画した。「麓金山コース」は、毛無山中腹から頂上近くを点在する戦国時代の産金遺跡を巡るもの。もう一つの「東海自然歩道コース」は、北部の県境から麓区までの自然歩道をガイドの説明を受けながら歩く。朝霧高原の自然と歴史、人などが一体となったコースが完成した。

「朝霧高原」を映像に残すワークショップ開催

今までの紙ベースなどの情報では伝えきれない朝霧高原の良さを、より多くの人に訴えていくため、映像化に着手。地元民では気付かない魅力を抽出するため、首都圏の映像専門学生に朝霧高原地区で体験宿泊をしてもらい、外部の若者の視点を活かした。その映像はDVD化し、地域資源の魅力を発信するツールとして活用した。



撮影された「朝霧の姿」の一つ。富士山の絶景スポットが多く、朝日と朝もやが富士山のシルエットを浮かびあがらせる景色などが楽しめる

本事業の成果と今後の展開

- 朝霧高原を歩く二つのモデルコースは、残念ながらコースの積雪により実施できなかったが、コースの作成過程や地域資源の情報収集過程が地域の活性化につながった。また、酪農や景観以外の地域資源も掘り起こせた。その結果、根原ダイコンと原木シイタケのブランド化、麓金山や毛無山、東海道自然歩道の有効利用、朝霧高原の牛乳を活用した新商品の開発といった課題が挙げられた。今後は、今回築いた農工商事業者間や住民とのネットワークを活かして課題を解決していく。また、継続して調査を行い、地域資源情報サイトの充実を図っていく。

食

概要 輸送用機器製造業を主としたものづくりの街である静岡県磐田市。磐田商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【体と心においしい健康づくり・健康志向商品開発展開事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ アスタキサンチン(美肌や疲労回復に効果が期待できるとされる)、ミネラル・ポリフェノールを多く含んだ黒糖発酵エキス(クエン酸発酵技術)



梅のさわやかな香りと、微酸酸のどろろが特徴のリキュール「Love Plum」(左)と、甘酸っぱいトピカルマンゴー風味の「Zoccon Ucon」

平成21年度の実施状況

「健康づくりの街」を地域振興のテーマに掲げる磐田市から、飲食を通じた心身の健康づくりを提案する健康志向飲料2種を開発した。地元企業が製造する2つの高機能健康成分である、赤色の天然色素成分「アスタキサンチン」、黒糖から抽出する「黒糖発酵エキス(クエン酸)」などと、地元の天然素材の「梅」「清流」を結び付けた商品開発を行った。商品のターゲットは、「アスタキサンチン」に期待できる美容・健康効果などから若い女性に設定。飲料の色、ボトルの形状やラベルデザイン、ネーミングについても、学生の意見などを参考にしつつ、インパクトのある「見た目」も目指した。

「健康づくりの街」を地域振興のテーマに掲げる磐田市から、飲食を通じた心身の健康づくりを提案する健康志向飲料2種を開発した。地元企業が製造する2つの高機能健康成分である、赤色の天然色素成分「アスタキサンチン」、黒糖から抽出する「黒糖発酵エキス(クエン酸)」などと、地元の天然素材の「梅」「清流」を結び付けた商品開発を行った。商品のターゲットは、「アスタキサンチン」に期待できる美容・健康効果などから若い女性に設定。飲料の色、ボトルの形状やラベルデザイン、ネーミングについても、学生の意見などを参考にしつつ、インパクトのある「見た目」も目指した。

美しさを保つ健康志向リキュール・飲料

「Love Plum」に配合された「アスタキサンチン」は、抗酸化作用によって、美肌効果や疲労回復作用があるとされる。また「Zoccon Ucon」の「黒糖発酵エキス」にはポリフェノールの血液浄化効果、ウコンにはクルクミンによる肝臓保護の効果があるとされ、美容や健康効果も期待できる。味は試供品によるアンケート調査で8割以上が「おいしい」と評価した。



県内の芸術大学学生の協力を得て、2種のラベルとロゴのデザインを製作。磐田市南部に面する鰯島や平松海岸などがサーフィンの名所であることから、サーファーをモチーフにした

本事業の成果と今後の展開

- 機能性成分に焦点を当てることで、一般的な「地域資源＝特産品」とは異なった開発に挑戦。参画事業者同士の異業種交流の中で、味と成分量の調整がほどよく、かつ見た目での差別化を図れた商品が完成した。さらに事業者同士が、それぞれの取引業者を紹介し合う光景も見られ、事業外での地域経済の発展にも期待。今後は、市場に先行している商品との特長の違いなどをどのようにアピールしていくかが課題となる。その上で、「アスタキサンチン」と「黒糖発酵エキス」の認知度を高め、配合分量などの改良とともに市場投入について検討する。

体と心に潤いを与える健康志向飲料を開発

「アスタキサンチン」や「黒糖発酵エキス」など、地元企業が開発する機能性成分を地域資源に

旅

長良川名物の「鵜飼」に合わせて「寄席」と「川原町の散策」を楽しむ観光メニューを開発 鵜飼観覧船待合所での寄席開催で観光推進

概要 「鵜飼」で知られる岐阜県岐阜市。岐阜商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【古の川湊「川原町」の歴史的景観を活かしたにぎわい創出によるまちおこし観光推進事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 川原町の歴史的街並み、「落語の祖」生誕の地であること、鵜飼



1.鵜飼観覧船待合所での寄席 2.1300年以上の歴史がある長良川の鵜飼 3.間屋町として栄えていた江戸や明治時代の風情が残る川原町

平成21年度の実施状況

岐阜は「鵜飼」が全国的に有名であるが、それだけでは観光客の長期滞在につながらない。そこで、新たな観光資源を開発するために古典落語の祖・安楽庵あんらくあん策伝の生誕地であることに注目し、「鵜飼」と「落語」を組み合わせた鵜飼観覧船待合所で行う寄席を企画。毎年5～10

月まで実施している長良川鵜飼観覧の時期に合わせて、寄席を開いた。また、江戸時代以前より長良川の川湊として栄え、今なお風情漂う街並みが残されている川原町の旧町屋にも注目。商店や住民で組織された「川原まちづくり会」と連携し、鵜飼観覧目的の観光客を川原町へ誘引してまちなかを回遊する流れを作った。

待合所で学生落語家による寄席を開催

長良川鵜飼観覧期間に、鵜飼の時間まで旅館などで過ごす観光客に川原町の散策をうながす目的で、学生による落語会を開催。「全日本学生落語選手権・策伝大賞」が開催されるなど落語が盛んな地域だけ、地域住民の関心も高く、大盛況を収めた。観覧後は、観覧客が川原町の老舗和菓子店や町屋を改装した飲食店などに立ち寄る姿が見られた。



1.岐阜大学落語研究会の学生などが約80人の観覧客に落語を披露した 2.鵜飼観覧船待合所の2階が寄席の舞台となった

本事業の成果と今後の展開

鵜飼観覧までの待ち時間に着目し、川原町を観光してもらうきっかけづくりとして開催した寄席により、街なかへの人の流れができた。寄席の開催前には、新聞や会報誌への掲載、チラシの配布で「川原町」という地名を露出。問い合わせが増えるなど、一定の周知効果が得られた。今後はすべての休日前に寄席を開催するなど定番化を図る。また観光地としての知名度を高めるには、川原町のブランド化も必要であり、長期的な視野に立った周知プランを練っていく。滞在時間延長は、明確な成果を上げるに至らず、今後も課題となっている。

おおぎ 岐阜商工会議所【岐阜県】 〒500-8727 岐阜県岐阜市神田町2-2 TEL: 058-264-2131 FAX: 058-264-0336
URL: <http://www.gccci.or.jp/> MAIL: info@gccci.or.jp

旅

「下から農業までそろったものづくりの街」を体感できる事業所の工場見学や産業体験ツアーを実施 産業観光のモデルコースをテーマ別に発掘

概要 多くの製造業者が集積し、「ものづくり」が盛んな岐阜県大垣市。大垣商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【「ものづくり」ITの拠点」西美濃地域産業観光促進事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 産業観光施設となる食品工場、体験観光が可能な農園、石灰工場群・発電所などの産業遺産



1.2.氷砂糖メーカーでは「食と自然」をテーマに製造工程や砂糖の歴史を見学 3.ハチミツメーカーでは、養蜂場でレングハチミツの搾り体験を実施 4.パンフレット「西美濃産業観光読本」には、観光情報と近代化の礎となった電源開発・鉄道開拓といった西美濃の産業の歴史を掲載

平成21年度の実施状況

古くからのづくり産業によって発展してきた大垣は、産業と観光を連携させ、新たな魅力の創出を目指している。観光ルートを設定するため、氷砂糖やハチミツメーカーといった西美濃地区10市町にある104の事業所の見学や体験などの受け入れ可否を調査し、75件の受け入れ事業所

を得られた。これらを「くらし」「高技術・IT」「食と自然」というテーマに分けてモデルコースを設定。岐阜エフエム放送の協力でPRを行い、モニターツアーを開催した。そのほか、本事業を広くPRするため、ホームページ「西美濃産業観光ガイド」を製作し、同内容のパンフレットをイベントなどで配布した。
プロジェクト詳細 <http://www.ginet.or.jp/ogakicci/sankan/>

3テーマに沿ったモニターツアーを開催

「くらし」はガラスなどの工場見学、「高技術・IT」はiPhoneのソフト開発施設などの見学、「食と自然」は砂糖工場や農場などの見学を実施した。ツアーでは、専門家が参加者の目線に立って技術や工程を分かりやすく解説。地域が誇る技術を間近で見られる機会とあって、多くの地域住民が参加、その結果を受けてパンフレットには施設一覧などを掲載した。



「高技術・IT」がテーマのツアーではiPhoneのソフト開発を見学

本事業の成果と今後の展開

● 地元FM局のネットワークを活用することで、東京、大阪方面に至る広域的なPRに成功。また、各事業所の協力で冊子とホームページに工場見学の受け入れ状況をまとめることができた。モニターツアーでは、「食と自然」のツアーが最も早く募集定員に達し、アンケート結果も試食などの評価が高かったことから、誘客促進の可能性が見えてきた。しかし、課題として見学スペースを設けていない工場などは、情報漏洩のリスク対応も検討する必要がある。今後は「食と自然」「農商工連携」をテーマに事業を展開し、小規模事業所の販路拡大を図っていく。

おおぎ 大垣商工会議所【岐阜県】 〒503-8565 岐阜県大垣市旭町6-3 TEL: 0584-78-9111 FAX: 0584-78-9112
URL: <http://www.ogakicci.or.jp/> MAIL: info@ogakicci.or.jp

技

太陽光を空に向かって反射させ道路の蓄熱を防ぐ環境配慮型タイルをユニット化 改良型美濃焼クールアイランドタイルを開発

概要 モザイクタイルの生産量が全国トップを誇る岐阜県多治見市。多治見商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【環境配慮型タイルの販路開拓と地場産業の活性化】を実施。

活用した地域資源 ▶ 美濃焼タイル



1.「美濃焼クールアイランドタイル」の改良試作品。タイル表面とユニットの突起によって、天地の確認が容易になった 2.誤った施工時はタイルがユニットに取まらないため、取り付けミスが防げる 3.地球温暖化対策性能を紹介したカタログをイベントで約500部配布

平成21年度の 実施状況

産学官の連携で開発された「美濃焼クールアイランドタイル」は、太陽光を上向きに反射することで壁面や道路の蓄熱を避け、ヒートアイランドを抑制する特性を持つ。その効果を発揮するには、タイルが太陽光を正しく反射するように正確に施工する必要がある。だが従来のタイルは天

地の確認に難があったため、施工時にひと目で分かるように改良した。また商品化に向けて、反射率を考慮しながら意匠性も重視した改良にも取り組み、参画事業所ごとに異なっていた山部とリブ面の規格も統一。改良部分をまとめたカタログを製作し、タイル製造業者や販売業者にPRした。

プロジェクト詳細 <http://www.coolislandtile.jp/>

ホームショーに出展し、専用HPも開設

「美濃焼クールアイランドタイル」をユニット化してでき上がった改良型の試作品は、東京で開催された展示会「第31回ジャパンホームショー2009」に出品。商品展示やカタログを基に性能をPRし、設計業者やゼネコン、工務店から高い評価を得た。また、ホームページを開設するなど、建設関係者だけでなく一般消費者にも広く周知できるような環境を整えた。



1.専用ホームページでは改良試作品の情報をタイムリーに提供 2.イベントでは機能性や施工についてのアンケートも行った

本事業の成果と今後の展開

- 「美濃焼クールアイランドタイル」の改良試作品を建設関係者とマスコミに宣伝できたことで、販路開拓への可能性を見出すことができた。
- しかし商品自体の認知度はまだ低く、改良品の成果が普及に直結しないのが現状だ。不景気により公共施設や個人住宅などの着工数が低迷しているという問題もある。これらを打開するため、「環境に優しい」「ヒートアイランド現象が軽減できる」「環境配慮契約法対応製品」という特性をより一層打ち出さなければならない。引き続きイベントなどを通じ、地球温暖化防止商品としてアピールしていく。

食

里芋の香り漂う極上の一献。戦国の世に思いをはせながら史跡を巡る 里芋焼酎「土田御前」と戦国ロマン観光ルート

概要 粘り気の強い良質な里芋が栽培できる岐阜県可見市。可見商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【特産品里芋による里芋焼酎等開発及び地域観光ルートモニタリング】を実施。

活用した地域資源 ▶ 里芋「土垂れ」、織田信長の母である土田御前の出生地・土田城址、志野・黄瀬戸の歴史的焼物



1.「里芋焼酎番薇りキュール」「里芋焼酎「土田御前」」「里芋ビール」「里芋焼酎可見米りキュール」が完成 2.モニターツアーでは39人の参加者が土田城址や古戦場などの史跡を巡った 3.焼酎の材料には、くろぼく土壌で育った可見産里芋「土垂れ」を使用

平成21年度の 実施状況

地元特産の里芋「土垂れ」を使用した焼酎の開発と、歴史・文化を感じられる観光ルートを重ね合わせて、地域の活性化・振興を目指している。まず、実行委員会を立ち上げ、企業連携や技術連携などに精通した大学教授をコーディネーターとして招聘。新製品の開発は、岐阜大学

と東京農業大学に共同研究を依頼し、酒造会社の代表者などから焼酎の特性や醸造技術を学んだ。観光ルートについては、市や観光協会、歴史家などを交え、活用すべき名所を選定。織田信長の母・土田御前の出生地「土田城址」や桃山茶陶発祥の地を中心に、史跡をバスで巡る新観光ルート「可見の戦国ロマン巡りコース」を企画した。

バラ酵母の焼酎や里芋ビールも試作

焼酎の原料には里芋の粉末とペーストの2種を検討。度数は35度、25度など数種を試し、口あたりの良さなどからペースト・25度の組み合わせを選んだ。商標にもこだわり、可見の歴史文化が感じられる「土田御前」が候補に挙がった。ほかにもバラの酵母や可見米を加えた里芋焼酎や里芋のビールを試作。志野・黄瀬戸の焼酎カップなども開発した。



試飲会では「土田御前は霽が小さくぱりっていて、まるやか」「番薇りキュールは女性向きな味と香りが良い」と高い評価が得られた

本事業の成果と今後の展開

- 里芋ビールやリキュールに関しては商品展開に期待を寄せるアンケート結果が出ており、継続して研究を進めていく。また、今回は里芋をベースト状にして使用したが、部位やイモの形状の差異による味の変化などの究明が必要だ。これらの課題を検討し、安定供給できる体制づくりが必要である。次年度以降はパッケージデザインを精査するなど、商品価値を高めていく。またモニターツアーでは、「金山城址を徒歩で見学しなかった」「巡ったルートの地図がほしい」との意見があった。今後は里芋製品と組み合わせた観光ツアーやツアーマップの作製を検討していく。

旅

「一宮モーニング」による地域ブランドの確立

「地産地消」をテーマに、新しく開発した浮野鶏のモーニングサービスを地域おこしの起爆剤に

概要 コーヒーにトーストやゆで卵が付く、喫茶店のモーニングサービスが発祥した愛知県一宮市。一宮商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【一宮モーニングプロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ モーニングサービス、浮野卵、浮野鶏



1,2,3.各店のモーニングサービスは、トーストとコーヒーに加え、茶碗蒸しやポテトサラダ、そばなどサイドメニューに個性が光る 4.「一宮モーニング博覧会」のパネル展示 5.ポケットサイズの「一宮モーニングマップ」 6.卵をモチーフにした公式キャラクター「ICHIMO」

平成21年度の 実施状況

一宮は、昭和30年代に同地で生まれた喫茶店のモーニングサービスを地域資源と捉え、新たな地域ブランド「一宮モーニング」の確立を推進した。これまで観光客に情報発信する手段がなかったことから、モーニングサービス実施店舗などを紹介したマップを作成。ホームページやパネ

ルについては、公式キャラクターを作成し情報発信に努めた。このほか、地域一体となった取り組みとするため、新しいモーニングメニューを考案し、試食アンケート調査を実施。試食会場では、同様に取り組み事業者を紹介するパネル展示などを行い、本事業の周知を図った。

プロジェクト詳細 <http://ichinomiya-morning.com/>

一流シェフのプロデュースで新メニューを開発



開発した「一宮モーニング」の新メニュー。ココットは、ガラムマサラなどのスパイスが効いている

農林水産省の「地産地消の仕事人」に選定された長野県のフランス料理店シェフの協力を得て、地産の浮野卵と鶏肉を使用した「浮野鶏のリコット」と「浮野鶏のウフ・ココット」を考案した。それらに抹茶小倉トースト、切干大根とナスのサラダを加え、地産地消をテーマとした「一宮モーニング」として提案。試食アンケート調査を実施して約800件の意見を集め、600人以上から高い評価を得た。

本事業の成果と今後の展開

- 新たなモーニングメニューの試食会の実施や広報事業の展開により、来客数の増加などの効果がさっそ出てきた。また、本事業が各種メディアにも取り上げられたことで、一宮のモーニング文化の知名度アップにつながったものの、「モーニング=名古屋」という全国的なイメージを覆すまでには至っていない。実現するには、本事業で実施したことを地域全体の取り組みとし、一層の情報発信を行うなど、地域ブランドを向上させることが必要となる。今後は、参加店舗の増強を継続するとともに、喫茶店以外の業種へのアプローチも進めていく。

旅

三河湾から「発振」ECHO tourismによる観光振興

ノルディックウォーキングでの移動と地産地消メニューで、環境と健康に効く旅行プランを提案

概要 三河湾に臨み、その景勝が万葉の歌人にもうたわれた愛知県蒲郡市。蒲郡商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【ECHO TOURISM in 三河湾 プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 蒲郡産天然アカザエビ、メヒカリ、アサリなどの海産物、蒲郡ミカンなどの農産物、国定公園蒲郡の景観(観光名所)



1,2.パンフレットには、ノルディックウォーキングのボールの持ち方や歩き方、ストレッチ方法なども紹介 3.ホームページにはノルディックウォーキング大会情報やアカザエビ料理提供店などを掲載 4.もっちりとした食感と濃厚な甘味が特長のアカザエビのお造り。和食膳の一品

平成21年度の 実施状況

三河湾周辺の観光資源を活用し、交流人口の増加を目指すため、新たな観光商品の開発に着手。環境、健康、地域の特性を体感しながら、協力し合う旅の楽しみ方を広範囲に響き渡らせること「ecoh」で、健康的な時間の過ごし方を提唱する「ECHO tourism」を発信。本事業で

は、2本のボールを使って歩くノルディックウォーキングの提案や、特産であるアカザエビやメヒカリなどを使った地産地消メニューの開発を実施。開発商品と地域の観光名所を結び付けたパンフレットやホームページを製作し、本事業での取り組みについて全国に向けて発信した。

プロジェクト詳細 <http://www.gamagori.jp/ecoh/>

ノルディックウォーキングの体験会を開催

市民や観光客に対し、ノルディックウォーキングの魅力とそのコツを伝え、普及を促進するイベントにおいて、シンポジウムと体験会を開催。280人が参加する大規模なものとなった。体験後には参加者に対してアンケート調査を実施し、「参加できる人数をもっと増やしてほしい」「海沿いのコースを歩きたい」などの意見が寄せられた。



体験会の様子は各種メディアに取り上げられ、県外にもPRできた

本事業の成果と今後の展開

- 観光情報案内所「ECHO STATION」を市内の観光施設などに設置したこともあり、ノルディックウォーキング体験を希望する観光客や市民が増加。体験会のアンケートでも、9割弱が次回以降の参加の意志を示すなど、好評だった。また、アカザエビなど一部の食資源は商品化に向けて動き始めており、新しい名物として定着が見込める。だが、ノルディックウォーキングなどの「運動」の定着には、レンタルボールなど道具の完備やインストラクターの養成といった課題が残る。今後は、参加者の環境意識の醸成にもつながる観光ツアーを目指していく。

旅

知多半島のゲートウェイを目指し、伝統とトレンドの共存を図る「まちづくり」を進める やきもの散歩道と中部国際空港を結ぶ新観光

概要 千年の歴史を持つ常滑焼の産地である愛知県常滑市。常滑商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【2009常滑発、知多半島ゲートウェイ(入口/出口)プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ やきもの散歩道、廻船問屋瀧田家、とことこバス、中部国際空港(セントレア)、地鶏、アナゴ、タコ、知多牛、卵、米



1.瓶や土管の焼き物で補修された散歩道や、里海の風景などの写真で構成された「常滑観光ガイドブック」 2.知多半島周辺を紹介する「常滑風景紀行」では、レンガ煙突など印象的な風景を紹介 3.「親子モニターツアー」では、招き猫通りの見守り猫「トコヤン」を見学

平成21年度の実施状況

産業遺産として人気の高い「やきもの散歩道」と、周辺地域のアクセス拠点である「中部国際空港(セントレア)」。常滑では、この2つを結び付けた新しい観光を提案し、知多半島へ誘客するゲートウェイとしての発展を目指した。本事業では、散歩道や観光スポット情報をまとめた「常滑観

光ガイドブック」や、イメージコンセプトを伝えるホームページ「常滑風景紀行」を製作し、常滑および周辺地域をPR。観光促進のための環境を整備した。また、新しい客層の誘致を図るため、廻船問屋瀧田家や中部国際空港などの見学や陶芸体験ができる「親子モニターツアー」を開催した。

プロジェクト詳細 <http://www.toko.or.jp/fukei/>

ご当地弁当の開発で集客力アップを図る

「やきもの散歩道」の魅力をより高めるため、ご当地弁当として「窯暮れ弁当鶏めし」「尾州常滑廻船弁当」を試作。「窯暮れ弁当鶏めし」は、平成21年に中部国際空港で開催された物産展でテストマーケティングを行った。常滑のイメージと名称との違和感や観光名物としてのインパクトの弱さなどを指摘する意見を受け、デザインや食材の改良を図った。



1.窯場で食べられていた鶏めしを再現した「窯暮れ弁当鶏めし」 2.アサリやエビなど伊勢湾の幸が入った「尾州常滑廻船弁当」

本事業の成果と今後の展開

- 観光案内所などで配布したガイドブックは、それを基に周遊する人もいるなどPR効果があった。
- モニターツアーからは「実施概要が分かる看板の設置を」といった意見が寄せられ、今後の課題とした。また松阪市や日間賀島の観光組織と報告会を行うなど、協力し合っていくことが決定。尾州廻船の産業観光への利用や常滑・松阪・日間賀島の名物を持ち寄ったグルメ商品の開発などが提案された。事業化に向けて、報告会の定期的な開催など、地域間の人的交流と活性化が必要。今後は、個人商店など地域の事業者の利益が上がる仕組みを作る。

食

新たな伊勢の顔が誕生。食の神様々外宮さん々のイメージを活かした創作どんぶりを全国に発信 地産食材を活用した新名物「御饌井」を開発

概要 伊勢神宮参拝で多くの観光客が訪れる三重県伊勢市。伊勢商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【外宮さんになんだ「どんぶり」を創ろう!プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 「食」と「産業」の神様である豊受大御神(外宮)、伊勢志摩地方産の食材



1.鶏肉に伊勢うどんのタレをからませた「どん井火」。ダイコンの赤シソ漬けを炎に見立てている 2.天照大神の食事を司る豊受大御神をまつる外宮 3.五穀米に地産野菜などをせて汁をかける「豊穡井」 4.アオサのあんをかけた伊勢鶏と豆腐のハンバーグの「お月見井」

平成21年度の実施状況

近年参拝客が増加し、昨年は750万人を突破した伊勢神宮。一方で、宿泊客は少なく、市街地にある外宮への参拝客も伸び悩んでいた。そこで宿泊を伴う観光客増加を目指し、「食の神様」である外宮の豊受大御神になんだ新名物を開発。「御饌井」と名付けて全国に発信する

ことが決定した。「御饌井」のアイデアは、地元食材を使った創作どんぶりコンテストで募集。大みそかに外宮で行われるたき火「どんと火」を表現した「どん井火」が最優秀賞を獲得し、「御饌井」に認定された。新名物として東京の物産展に出品したほか、ホテルでメディア発表会を開き全国に伊勢の食をPR。また、市内では参画店舗を募集して提供を始めた。

「御饌井」を決める創作どんぶりイベントを開催

コンテストで1位に選ばれた「どん井火」は、伊勢うどんのタレや北伊勢ネギを使用した焼き鳥丼で、ダイコンが、見た目のインパクトの強さだけでなく、味をさっぱりとさせていることが評価された。続く優秀賞には、神饌として用いられる地の野菜を使った「恵みに感謝する」どんぶり「豊穡井」と、外宮の勾玉池に映る満月をイメージした「お月見井」が選ばれた。



「外宮さんになんだどんぶり」決勝コンテスト」で応募総数388の頂点が決定。審査委員長は萩本欽一氏(中央)が担当した

本事業の成果と今後の展開

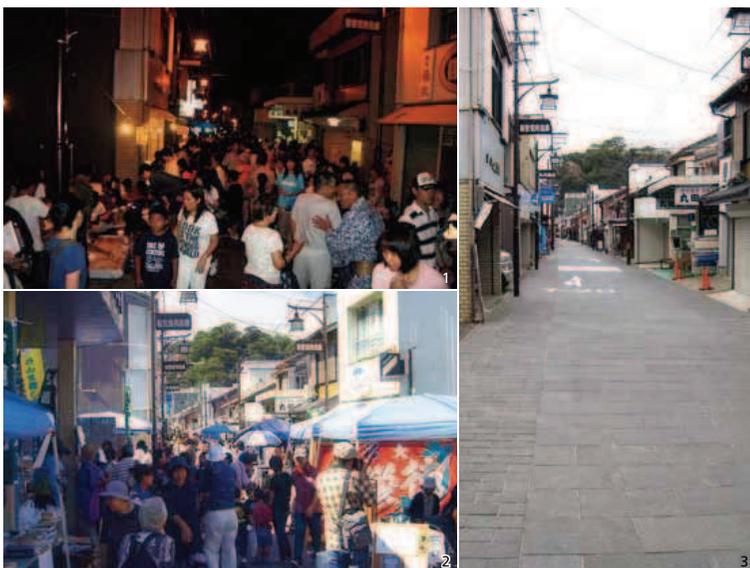
- 観光名物の「御饌井」が誕生したことで、外宮への集客と周辺商店の経済効果が期待できる。決勝コンテストで審査員を務めた萩本欽一氏が三重県知事との対談の際に話題にしたほか、フランス料理研究家の大森由紀子氏がブログで紹介するなどメディアでも注目されており、約60件もの取材があった。次年度以降は、御饌井の話題性を維持しながら、全国に向けて観光名物としてPRしていく。そのために、商品の改善に向けた提供店同士の勉強会の開催や、各店の「御饌井」制覇を目指すスタンラリーなど再訪を促すイベントを企画し、サポートしていく。

旅

熊野古道や花の窟神社などの世界遺産に訪れる観光客を街なか。レトロ調商店街として復興を図る 商店街で四季折々の夜市・昼市を試験開催

概要 世界遺産「熊野古道」など多くの歴史遺産が残る三重県熊野市。熊野商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【世界遺産を結ぶ旧街道の復活事業による観光開発】を実施。

活用した地域資源 ▶ 熊野古道、花の窟神社などの古道周辺名所を結ぶ旧街道(石畳舗道)、周辺観光地



1.2.季節ごとに地域の特色を活かした企画で、街なかへの誘客効果を検証 3.街路灯を設置した石畳舗道が、街なかで世界遺産をつなぐ

平成21年度の実施状況

熊野古道と周辺に残る歴史遺産を活かした地域振興に力を注いでいる熊野。日本書紀にも記され日本最古の神社と言われる花の窟神社、鬼ヶ城などの世界遺産を結ぶ旧街道に位置する商店街をレトロ調なものとして復興させ、世界遺産を訪れた観光客のまちなかへの誘客を目指す

す取り組みを行った。商店街や町内会などによる委員会で誘客案を検討。季節ごとの人が集まる時期に合わせ、商店街に人を呼び込む仕組みを企画した。夏期には海面を使った独特な花火大会の開催日に合わせ、宿泊など滞在時間を延ばすことを目的とした観光メニューを提供。継続した実施の可能性について実証実験を行った。

まちなか案内人を育成する体制を整備

商店街や古道などの観光案内人の育成に向け、熊野に関する知識を養う「まちづくり勉強会」や、商店会の連携力向上を図る「古道通り女性会」が結成された。各組織が目指す商店街の形を共有するため、観光振興先進地への調査を実施。また、「古道通り夜市」などのイベントの運営や観光客を受け入れる体制の整備を検討した。



1.「節分市」で厄払い行事の運営をした「まちづくり勉強会」 2.「古道通り女性会」は受け入れ準備に着手

本事業の成果と今後の展開

本事業では、さまざまな新規イベントを通じて、観光客の地域内回遊策や長期滞在策について検証した。その結果、地域全体で「観光まちづくり」に向けた問題意識が共有でき、次のステップへの基盤づくりができた。しかしイベントの実施にあたっては、一過性に終わらないよう、テーマ性を持たせるなど継続性に配慮したが、予算的裏付け等の課題が残る。そのほかにも、観光客の受け入れに向けた準備がまだ不足しているため、今後も引き続き各種団体と役割を分担して、集客力アップの具体策を検討していく。

技

概要 眼鏡・漆器・繊維を中心に、国内でも指折りの産業都市として発展してきた福井県鯖江市。鯖江商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【鯖江ブランド創造発信事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 眼鏡・漆器・繊維のものづくり技術・伝統・精神など、銘酒製造、コシヒカリなどの農産物



1.カップ付きの「研ぎ出しウスキーフラスコ」 2.「唐木箸」と越前漆器「ゆらく」 3.「第69回東京国際ナショナル・ギフトショー」に出展

平成21年度の実施状況

「ものづくりの街」として発展してきた鯖江だが、委託生産が中心で、直接消費者に販売できる商品はない。そこで、これまでの「作る産地」から「作って売る産地」への転換を図るため、「売れるものづくり」に取り組んだ。まず、「研ぎ出しウスキーフラスコ」など約50種の試作品を開発し、

それらをまとめて「SABAE Style」としてブランド化。平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」などに出品し、バイヤーに向けてPRした。また、特産のコシヒカリを使ったパンケーキ「ふわりん」や米粉とイチジクのパウンドケーキなど4種のスイーツを試作り、東京のアンテナショップで発表。食卓用品とともに、新たな味覚づくりにも挑戦した。

眼鏡作りの技術で生活雑貨などを開発

「SABAE Style」に参加している福井県眼鏡工業組合青年部では、眼鏡製造の技術を生かして生活雑貨などを開発した。参画事業者が技術交流を重ね、バイヤーからのアドバイスも受けながら試作品を改良。完成品には、眼鏡のフレーム素材であるチタンなどを活用したテーブルウェア、髪飾、靴べら、ペーパーナイフなど16種がそろった。



1.共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」で試作品をPR 2.左から、「髪飾」、「チタン製靴べら」、スプーン、ナイフ、フォーク

本事業の成果と今後の展開

生活雑貨（研ぎ出しウスキーフラスコなど）、家具用品（越前杉パーテーションなど）、食卓用品（純チタン製テーブルウェアなど）の試作品が完成した。開発を通して、事業者の技術の向上や異業種交流につながり、地域産業の底上げにも結び付いている。だが、開発を事業者主導で進めたことで、新しい商品のジャンルや方向性が多種多様になり過ぎてしまった。ブランドを打ち出すためには、優れたパッケージデザインなど一定の基準が求められている。今後は、ブランドのターゲットをより具体的に絞り込み、明確なコンセプトの下に商品を開発していく予定だ。

「SABAE Style」の確立で消費者に歩み寄る

眼鏡や漆器、繊維など地場産業の中で培われた技術と伝統をブランド構築につなぐ

旅

街をぐるりと囲む川の景色を眺めながら、大阪ならではの食を味わう新たな観光の魅力 「水の都」と「食文化」の融合による観光振興

概要 食の都や水の都と呼ばれる大阪府大阪市。大阪商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、「【水の都・大阪】の“食”を楽しむ〜「上質の大阪」ブランド発信による観光振興」を実施。

活用した地域資源 ▶ 水辺の魅力、川沿いの飲食店舗、カウンター割烹などの食文化



1.川からの心地よい風に吹かれる大阪川床 2.新たな親水空間は川沿いのデッドスペースを活用している 3.川からは夜更も楽しめる

**平成21年度の
実施状況**

観光都市として人気が高い大阪だが、街が持つ魅力である「水の都」と「食文化」が融合を阻んでいる。そこで市内を流れる川と水辺の飲食店を活用し、水と食の魅力を感じられる新しい楽しみ方を提案した。新しい観光コンテンツとして、川沿いのエリアを活用した各種プログラム

川の眺めを楽しむ「水辺ピクニック」を提案

水辺の公園を活用し、周辺店舗の飲食を楽しんでもらおうと「水辺ピクニック」を実施。各種プログラムを6回開催し、計260人が参加。会場は川沿いに実験的に設置された「川舞台」や閉鎖していた公園を使い、参加者は川の眺めと食事や会話を楽しんだ。また、ピクニックに適した飲食メニューを紹介するなど、「水」と「食」を絡めたコンテンツを提案した。



1.公園から川を眺めながら食事を楽しむ「水辺ピクニック」を実施 2.木組みの高台から川が見渡せるデッキテラス「川舞台」

を実験的に実施。また、「水の都」の魅力伝える地域イベントに合わせて誕生した全国初の常設川床については、今後のあり方を検討するための調査を行った。繁華街であるミナミについては、水辺と食の楽しみ方をまとめた冊子を発行。同地発祥とされるカウンター割烹の歴史や水辺の景色と食事を堪能できる飲食店を紹介するなど、「水の都・大阪」をPRした。

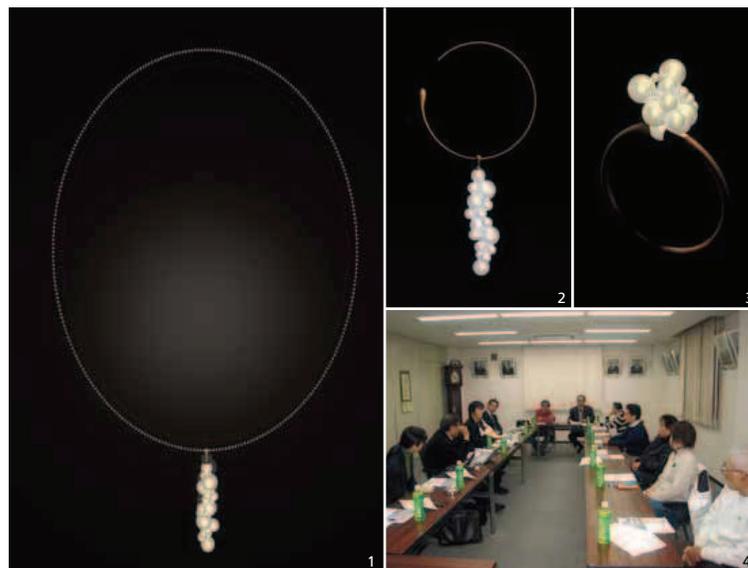
本事業の成果と今後の展開

新しい親水空間づくりから「水の都」を体感できるコンテンツが誕生。調査を通じて川床の認知度も高まり、今後の参加店募集もスムーズになると思われる。また、大阪の水辺と食のつながりをひも解いた初めての冊子が完成し、観光客などに新しい魅力をアピールできた。だが、各種プログラムなどには多数の参加者を集めたが、関西圏以外へのPRが不足している。加えて、関係者への働きかけも強化しなければならない。今後、大阪の新名物としていくため、川床の増床や、「水の都」を体感できる旅行商品の開発を進め、広域的なPRを図っていく。

技

概要 人造真珠の一大産地・大阪府和泉市。和泉商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、「和泉市「人造真珠硝子細貨」における新定番商品づくりおよび流通・販売体制構築事業」を実施。

活用した地域資源 ▶ 人造真珠、硝子細貨と製造技術



1.チャームの形が変えられるネックレス 2,3.ピアスとリングも同様に形づくると楽しみがある 4.人造真珠の事業者と流通などについて検討

**平成21年度の
実施状況**

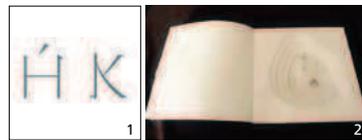
人造真珠は近年、安価な海外産に押され、生産が減少している。そのような現状の中、人造真珠の受注を再び増加、安定させるため、和泉産人造真珠のブランド化に着手。まず、商工会議所と日本人造真珠硝子細貨工業組合で事務局を設置した。各種専門家や販売先などと協

力して、ブランドの顔となる定番商品を開発。ネックレスとピアス、リングの3種の新商品が完成した。使用している人造真珠は、強力な永久磁石のネオジウム磁石にパールコーティング塗装を施したもので、各パーツを自由に組み合わせられる。また、パッケージは商品価値を高めるデザインにした。

プロジェクト詳細 <http://www.pearl.nskizumi.jp/>

人造真珠の新ブランド「H・K」を展開

新商品の開発に併せて、新しいアクセサリブランド「H・K」を立ち上げた。コンセプトは「ホンモノの人造真珠」。「天然ではないからニセモノ」というイメージを逆にとり、人造だからこそできる商品として、磁石を使ったシリーズを展開していく。また、人造真珠を連想させる「白い水」をアレンジしたロゴマークも製作。ブランドイメージの確立を図った。



1.「H・K」ロゴは和泉の「泉」を連想させる「白」「水」の漢字を変化させた 2.本のようにページをめくって真珠を取り出すパッケージ

「ホンモノの人造真珠」がコンセプト。磁力で自由に形が変えられるアクセサリで差別化を図る 人造真珠硝子細貨ブランド「H・K」の誕生

本事業の成果と今後の展開

本事業をきっかけに、これまで連携が困難だった人造真珠の事業者と協力して、一つのブランドづくりに取り組むことができた。開発時には、人造真珠の塗料のはく離や磁石の強度といった課題があったが、磁力で組み合わせられる人造ならではの商品が完成した。しかし、商品開発やパッケージ作成に時間がかかり、当初の目的であった流通・販売体制の構築にまで至らなかった。今後は、ホームページや展示会などを利用して「H・K」のブランド力を向上させながら、まずは国内での認知度を高める。将来的には海外進出を目指して販路開拓に力を注ぐ。

旅

潮風香る都市が、文化や歴史を生かしたデザインの街並みと神戸を彩るスイーツの魅力を発信する 街並みなどデザイン面を重視した都市観光を推進

概要 古くから、神戸港を通してさまざまな産業や文化を取り入れてきた兵庫県神戸市。神戸商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【デザイン都市・神戸 活性化事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 文化・産業・歴史などを含めたデザイン都市である神戸の街並み、神戸スイーツ



1.デザインを活かした都市づくりについて情報を発信する試みとして「全国観光振興大会2009 in 神戸」を開催 2.神戸にはハーバーランドや旧居留地など優れたデザインの街並みが広がる 3.観光資源として人気が高く、全国にファンを持つ「神戸スイーツ」

平成21年度の 実施状況

ユネスコからアジア初の「デザイン都市」の認定を受けた神戸は、優れた都市デザインを観光資源ととらえ、神戸観光の魅力を発信した。景観や建築から街自体の魅力を感じられる都市づくりの構想を全国に発信するため、「全国観光振興大会2009 in 神戸」を平成21年11月に開催。専

門家による講演などを実施し、デザイン都市における観光のあり方を示した。また、旧居留地などを巡る街歩き観光のモニターツアーを実施。神戸港周辺や異人館などを巡り、参加者の都市デザインについての理解を深めた。さらに観光振興大会に合わせて、人気の高い「神戸スイーツ」を盛り上げるべく、ハンドブックを発行。大会参加者に配布し、PRした。

「神戸スイーツ」の人気店を網羅した冊子を発行

神戸を代表する洋菓子店を紹介するハンドブック「KOBE SWEETS BOOK」を発行した。口コミなどの情報を基に、有名店から隠れた名店まで市内の49店を厳選。観光客が入手しやすいように、神戸空港や観光案内所で5000部を配布。これまで「神戸スイーツ」の店舗をまとめた冊子はなく、地域ブランドを全国に発信する新しい観光ツールとなった。



全40ページ、オールカラー。人気メニューやマップなどを掲載

本事業の成果と今後の展開

- 観光振興大会には、全国各地から過去最多となる1700人が参加し、広範囲にわたる観光振興の啓発ができた。参加した近隣都市との連携も取れ、関西全体の観光客増加を目指す共同事業の可能性も見た。また「KOBE SWEETS BOOK」は、約2週間で在庫がなくなるほど大好評。テレビや新聞での報道により、多くの問い合わせもあったが、希望者全員に配布できなかったため、増刷も検討したい。今後は、リピーター獲得に向けて冊子の発行を継続し、携帯電話用コンテンツなどへの展開も検討。集客力強化につながる観光都市化を推進する。

食

昭和初期から時を経て復活した姫路産砂糖を使い、菓子ブランド「姫の里」を全国に発信 農工商連携で地域が一体となった特産品開発

概要 江戸時代後期より和菓子の生産が盛んな兵庫県姫路市。姫路商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【農工商が連携した姫路産砂糖復活による特産品(菓子)開発】を実施。

活用した地域資源 ▶ 姫路の歴史の中で蓄積された菓子文化、サトウキビ、砂糖



1.試食アンケートの結果、いずれの菓子も「ちよどいい甘さ」との回答を得た。「姫の里」ブランドの魅力として「自然な甘さが浮かび上がった」2.収穫されたサトウキビ 3.搾取機でしぼった汁を煮詰めると姫路産砂糖が完成 4.サトウキビの植え付け体験。地域住民との連携を図った

平成21年度の 実施状況

平成20年に姫路で行われた全国菓子博覧会をきっかけに地域住民のなかで菓子への関心が高まっている。この機運に乗じて特産品菓子を開発し、姫路域に並ぶ知名度を目指した。前段階として、昭和初期まで行われていたサトウキビを原料とした姫路産砂糖の製糖を復活。

農業者が収穫したサトウキビを商工業者が製糖・菓子開発をするなど農工商の連携を図り、地域一体での取り組みとなった。地元の大学や専門学校の学生たちのアイデアに、姫路菓子同業組合を中心としたプロの手が加わり、試作品が完成。姫路域から一字とり、「姫の里」ブランドとして「姫路菓子まつり」などのイベントや展示会でPRした。

姫路菓子同業組合主導で新しい菓子が誕生

姫路産砂糖を使った「揚げ饅頭」「焼き饅頭」「かりんとう」「カステラ」「わらびもち」「黒糖プリオッシュ」の6種の試作品が誕生した。姫路域の知名度を活かして「城下町のお菓子」をコンセプトとし、地域の歴史や文化とともにPRしていく。また、試作品は平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」に出品し、試食アンケートを行った。



1.認知度の高い姫路域を取り入れたブランドロゴ 2.共同展示商談会では試食アンケート調査のほか、取り組み内容をパネル展示した

本事業の成果と今後の展開

- 農工商の連携により、姫路産砂糖を使用した菓子ブランド「姫の里」の立ち上げに成功。地域住民や学生も参加できる事業としたことで、新聞記事に取り上げられるなどPRにもなった。ただし商品自体は試作段階ということもあり、全国的な知名度は低いままである。イベントへの出品などで地域内での周知を図り、菓子ブランド「姫の里」を名物として定着させることが課題だ。今後はサトウキビ栽培を促進させながら、事業のPRを継続していく。また、農工商の連携を強化し、100パーセント播州(旧播磨国とその周辺)産の材料での新商品開発を目指す。

旅

「淡路島ぬ〜どる」を中心とした回遊性観光の創出

概要 食料自給率107%を誇る食材の宝庫・淡路島がある兵庫県洲本市。洲本商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【御食国プロジェクト ～彩食兼美淡路島～】を実施。

活用した地域資源 ▶ 淡路島手延べ麺、タマネギや豚豚など淡路島産の食材



1.「淡路島ぬ〜どる」の麺は、コシのとごしを重視して太さ2ミリ、長さ38センチとなった。製麺機械の規格外なので手延べで作られる 2.各提供店の場所と「淡路島ぬ〜どる」の写真を掲載したマップ付きパンフレットは、観光案内所などで配布 3.ホームページも製作しPRを図った

平成21年度の 実施状況

万葉集に「御食国」として登場する淡路島は、現在でも食資源が豊富な土地であることを活かし、ご当地メニューを開発。江戸時代から受け継がれた製法で作られる「淡路島手延べ麺」に、タマネギ、豚豚、淡路牛といった地域で生産される食材を入れたご当地麺「淡路島ぬ〜どる」

を開発させた。併せて取り扱い店を紹介するマップと、「淡路島手延べ麺」の歴史を掲載したパンフレットも作製。さらに、島内観光の回遊性を高めるため、「癒し」をテーマに開発したヒーリングスポット巡りなどを提案し、紹介する雑誌「みけつく」に創刊するなど、事業の周知を図った。

プロジェクト詳細 <http://www.miketsukuni-awaji.jp/>

33店で「淡路島ぬ〜どる」を使ったメニューを提供

「専用の麺と淡路島産タマネギの使用」と定義したことで、33店がオリジナルの「淡路島ぬ〜どる」を開発した。うどん・そば専門店のカツオダシを効かせたカレー風ヌードルや、フランス料理店のタイやエビのピヤベース仕立てなど、和洋中さまざまな一杯が誕生。また、ブランド力を高めるためのイメージキャラクター「anyちゃん」を制作し、パッケージに起用する予定。



1.周遊マップを使い、共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」でPR 2.「any」で手軽さとバリエーションの豊富さを表現した

本事業の成果と今後の展開

現代の「御食国」を目指したことで、淡路島ぬ〜どるの各プロジェクトがまとまった。パンフレット配布などのPR効果もあり、地域住民への周知も進んでいる。しかし、全国展開を目指すには提供店の増加やイベント出品などによる観光名物としての周知が課題である。そのため、「淡路島ぬ〜どる」による集客数の変動を調査し、広報活動の次の手を検討する必要がある。今後は「日本書紀」で「国生み神話」が伝わる淡路島の「パワースポットとしての魅力」と「御食国」の“食”を掛け合わせることで、精神・肉体を共に癒やせる観光地としてアピールしていく。

食

「たなべえサンド」普及による街のブランド化

全国一の梅の産地が新たに発信するサンドイッチ。梅肉ソースと鶏肉の共演によるご当地サンドが誕生

概要 紀州南高梅の一大産地として知られている和歌山県田辺市。田辺商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【紀州梅のまち田辺・農工商連携「田辺サンド」開発事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 紀州南高梅、紀州うめどり



1.2.3.4.ホテルやカフェなど9店で開発された「たなべサンド」。ベーグルやピタパンで紀州うめどりはさみ、梅びしおトッピング 5.田辺産の紀州南高梅 6.「たなべサンドマップ」では参加9店と開発したメニューを紹介 7.共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」で首都圏にもPR

平成21年度の 実施状況

田辺は、梅の生産高と梅干し製品の出荷額で全国一を誇る。これらの認知度を高め、「梅のまち」としてのイメージを確立させるために、ご当地グルメを開発。市内に製パン店が多いことから、新メニューは梅を使ったサンドイッチに決まり、伝統調味料「梅びしお」と特産の「紀州

うめどり」の使用を統一基準とした。これを市内の製パン店などに公開し、試作品を募集。認定された商品は「パンに梅干し?」をキャッチコピーに「たなべサンド」と命名した。また、広報活動として提供店舗を紹介するマップを地域の機関誌に折り込んで配布。平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」への出展など、首都圏でPRも行った。

市民を巻き込んだ商品開発を推進

「たなべサンド」の基本レシピ作成にあたり、一般からアイデアを募集。梅干しをうまく活かしたサンドイッチのレシピが100以上も集まった。これらを参考に試作を行い、梅干し好きの地元女性を対象にモニター調査を実施。3回の開催で改良を重ね、「梅の味」と「おいしさ」の2項目で7割以上の支持を得たものだけを「たなべサンド」とし、9品を認定した。



1.レシピの募集には59人から121案のアイデアが寄せられた 2.梅の味とおいしさを評価基準に、試作品のモニター調査を実施

本事業の成果と今後の展開

本事業の取り組みがテレビで報道されるなど、効果的なPRを達成。参加店からは新規客が増加したと好評を得た。展示会などでの評価も総じて高く、味の中核を担うオリジナルの「梅びしお」は派生商品としての販売に期待が膨らむ。しかし、パンの種類や形状を指定せずに試作したため、見た目にはばらつきがあり、ご当地グルメとしてのイメージ定着には不安が残った。今後は、より厳密な基準の策定を視野に入れながら改良を検討する。また、参加店舗の増加による事業の拡大にも力を入れる。将来的にはほかの地産品での新商品開発も積極的に検討していく。

旅

地元特産果物をふんだんに盛り込んだパフェに注目。女性に喜ばれる食べ歩きが街を元気に フルーツパフェを巡る街歩き観光の創出

概要 白桃やマスカットなど果物の栽培が盛んな岡山県岡山市。岡山商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【「フルーツパフェの街おかやま」ブランド開発と全国PR事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 岡山県産果物(5~9月:ブドウ・メロン・モモ、10~4月:イチゴ・ブドウ・ナシ)



1.イチゴやキウイ、マシュマロなどにチョコソースをたっぷりかけた「チョコフォンデュパフェ」(冬季) 2,3.地域のイベントに出展し、事業をPRしたことで認知度が飛躍的に向上 4.参加店が一目で分かるフルーツパフェマップ。各店で配布し、ホームページでもダウンロード可能

平成21年度の 実施状況

豊富に収穫される果物を活用した「フルーツパフェの街」という、新しいイメージの定着を目指す岡山。本事業では市内飲食各店で県産の果物を使ったフルーツパフェを提供し、市内全域にわたる食べ歩き観光を提案した。参加店は、5月にメロンなど夏の果物、10月にイチゴなど冬の

果物を使った、独創性のあるパフェを開発。これらを、ホームページで紹介したほか、地域内外の雑誌やガイドブックにも掲載。また、「2009おかやま元気まつり in コンベックス岡山」などのイベントでマップを掲載したパンフレットを配布するなど、本事業の周知と観光客誘致のため力を注いだ。

プロジェクト詳細 <http://www.okayama-cci.or.jp/fruitparfait/>

個性あふれるフルーツパフェが勢ぞろい

夏季は、ブドウなどの果物と抹茶とゴマのアイス合わせた和風パフェ(写真左)や、牧場自家製のソフトクリームに足守産のメロンをのせたパフェ(同中)などが登場。冬季には、イチゴやブドウをのせたドリンク風の「飲む」パフェ(同右)など、県産の果物が盛りだくさんのメニューが並んだ。夏季、冬季ともに約50店舗が参加し、岡山の旬を提供した。



夏用パフェは5月から、冬用パフェは10月から提供される

本事業の成果と今後の展開

雑誌掲載などの広報活動により「フルーツパフェの街おかやま」として県内外への浸透を図った。インターネット調査では、フルーツパフェを求めて大都市圏から来訪した観光客の反応もあり、参加店においては、カフェタイムにおける売り上げが増加するなどの効果が見られた。しかし果物は季節により収穫量と品種が異なるため、最盛期である夏季以外における参加店数の維持とPRの対策が求められる。今後は、持ち帰り用商品の開発や、参加各店が集客力を高められるイベントなどを検討。参加80店舗を目標に、フルーツパフェの集積地として全国へPRしていく。

食

有名シェフがプロデュースする、イノシシ肉やイチゴなど地産品のうま味が凝縮された倉敷流イタリアン 「倉敷レシピ」誕生による地域ブランドの確立

概要 瀬戸内海沿岸に位置し、物流の重要拠点でもある岡山県倉敷市。倉敷商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【「倉敷レシピ」の開発と地域ブランド力強化事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ イノシシ肉やイチゴなど倉敷および周辺地域の食材



1.「倉敷レシピ」採用の2品を含む「早春の倉敷ディナー」 2.一般公募など、70人が参加した試食会 3.シェフによる試食会でのパフォーマンス

平成21年度の 実施状況

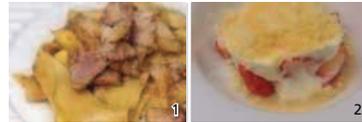
これまで倉敷の食文化は、一次産品を中心とした生食文化であり、加工食の文化が未発達とされてきた。そこで、新たな食文化の形成のため著名シェフの指導により、地域食材を使用したオリジナルメニュー「倉敷レシピ」を開発した。また、このレシピのモニター調査と事業の周知を目的

に、試食会などを開催。レストランや観光関連事業者といった参加者に開発したレシピのコースを提供し、味やイメージに対するアンケート調査を行った。なかでも高評価だったメニューは、市内のホテルや飲食店にレシピを提案するなど、倉敷らしい高級志向のご当地グルメとして普及に努めた。

プロジェクト詳細 <http://www.kura-cci.or.jp/kurashiki-recipe/>

著名シェフのプロデュースでご当地レシピが誕生

イタリア料理店「ボンテベッキオ」のシェフ山根大助氏の協力を得て、地産地消をテーマにした「倉敷レシピ」を考案した。地域内での展開とインパクトを意識し、イノシシ肉やイチゴなどの食材を選択し、イタリアンを取り入れた2種のメニューが生まれた。同メニューはアレンジを加えて市内3ホテルが採用。今後、ホームページでも紹介し、周知を図っていく。



1.煮こんだイノシシ肉などをそえたバスタ「パッパレデルレ」猪肉とホルチーニ茸 ホワイトアスパラガスの煮込みソース 2.地産のイチゴを使った「莓ショートケーキに見えない neo 莓ショートケーキ2010」

本事業の成果と今後の展開

本事業に取り組んだ結果、「食」が観光客集客コンテンツとして有効なことが確認できた。「生の食材ブランド」供給地としてだけでなく、地域の定番メニューによる市内の交流人口、地域からの観光客増加によるサービス産業の活性化を目指していく。同時にご当地メニューを定着させることで、地域食材の需要増加による地域食材の安定した販売システムの確立も期待される。今後は販売戦略などを明確にし、レシピ普及を目指して運営主体を組織化する。また、倉敷の魚介に対するニーズを考慮し、和食や中華などイタリアン以外のメニュー展開を検討する。

食

地域食材を使った煮鶏や煮玉子、もち麦を新商品として開発し、独自のラーメン文化を発信 「笠岡ラーメン」を中心に新たな「食の街」を宣言

概要 地域に根付いたラーメンが、人気の広がりを見せ始めている岡山県笠岡市。笠岡商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【ラーメンのまち笠岡全国展開プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 笠岡ラーメン、ラーメン店、笠岡鶏、笠岡鶏の初産み玉子、もち麦、タイ、スズキ、ワタリガニなど



1.ストレート麺をしょうゆ味の鶏ガラスープにくぐらせ、煮鶏を入れた「笠岡ラーメン」(イメージ) 2.ラーメンのまち笠岡ガイドマップ 3.しょうゆに多めの砂糖を入れて仕上げて作った「笠岡のラーメン煮鶏」 4.ふ化4カ月後の鶏が最初に産んだ卵を使った「笠岡のラーメン煮玉子」

平成21年度の 実施状況

笠岡には、ご当地グルメ「笠岡ラーメン」があるほか多様なラーメン店が集まっている。それらをきっかけとした誘客を目指し、「ラーメンのまち笠岡」として全国に情報を発信した。市内中央にあるラーメン店の特長を紹介しつつ、周辺観光ポイントを腹ごなしスポットとして掲載し、ラーメンの

食べ歩きを提案するマップを作成。各店舗のほか、横浜市の新横浜ラーメン博物館や地域イベントなどで配布するとともに、ホームページや携帯サイトからも発信した。また、特産のもち麦を使った麺や、「笠岡ラーメン」を象徴する煮鶏を地産の鶏で試作するなど、新商品開発も行った。

プロジェクト詳細 <http://www.kasaoka-ramen.jp/>

開発商品と地産食材が融合し、新たな一杯が誕生

笠岡のラーメンをPRするイベント「ラーメンパラダイス笠岡」で、試作3品を使った「笠岡産ラーメン」のモニター調査を実施した。スープは、タイアズズキなど瀬戸内海の魚介を煮漬し、干拓牛の脂を入れた白濁タイプ。麺に「もち麦麺」、トッピングに煮鶏と煮玉子を使い、地元食材のみで作ったラーメンを限定200杯用意。笠岡が持つラーメン食材の豊かさをアピールした。



1.イベントの会場風景 2.高木直也市長による「ラーメンのまち宣言」 3.長蛇の列ができた試作品のモニター調査

本事業の成果と今後の展開

広報活動が十分できたことで、取材やイベント参加依頼が多数寄せられた。その結果、市外からの客が増加傾向になるなど、地域経済効果が表れている。試作品はいずれも好評で、特に煮鶏は早期商品化を求める意見が多数寄せられた。しかし、ラーメンを核として地域全体をアピールするために始めた本事業だが、結果的に地域性が強くオリジナリティの高い「笠岡ラーメン」の店に注目が集中。それ以外のラーメンを提供する店との格差が生まれた。今後は、商品開発を継続しながら、「ラーメンのまち」全体をアピールし、情報の発信に注力する。

食

ユズやピオーネ、アユなどバラエティに富んだ里・山・川からの恩恵を、12種もの商品に仕立てて大都市圏へアピール 「備中高梁ぶらんど」の発信による外部消費の創出

概要 ユズ、ピオーネなどの農産地・吉備高原で知られる岡山県高梁市。高梁商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【備中高梁ブランド開発・販促推進事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ ユズ、ピオーネ、トマト、酒粕、茶、白桃、白瓜、アユなどの農水産物



12種19品の商品は素材の特徴を活かすため甘味、酸味、色味にこだわった。アンケート調査の結果なども参考に試作を繰り返して完成

平成21年度の 実施状況

ユズやピオーネなど豊富な農産物が自慢の高梁だが、過疎化が進み市内の消費規模が縮小している。そこで、基幹産業である農業から地域経済の復興を図るため、地域の農産物を活用した特産品を開発し、「備中高梁ぶらんど」として発信した。まず、商工団体などで組織した

協議会が地域資源を再調査。その結果を基に、資源の選出と認定基準の策定を経て、商品開発に着手した。またブランド価値向上のために、素材や商品の魅力より強く訴えるパッケージを開発。大都市圏での展示会やホームページ上で、ブランドおよび特産品の販路開拓や周知に努めた。

プロジェクト詳細 <http://bitchutakahashi-brand.com/>

認定基準を策定し、共同展示商談会で評価を得る

ブランドの認定基準は、「地域の農水産物を主材料とし、かつ市内で加工・製造された食品・飲料・工芸品」となった。試作品開発には、市内の菓子店など8事業者が参加。ピオーネの濃縮汁や酒粕など、これまで活用されなかった特産品を材料とした。平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」に試作品を出品し、モニター調査を実施。



試作品のほとんどを共同展示商談会に出品した。ブースには多くの人が集まり、バイヤーや小売業者からの意見を積極的に収集した

本事業の成果と今後の展開

豊富な農産物の活用や、農業・商業など異業種の連携が実現できた。短い開発期間ながらブランドの土台を構築するため、12種もの商品をラインアップ。商品点数の多さを重視したことで、メディアに紹介される際も目力あるものになった。しかし、各商品の個性を尊重しすぎたため、ターゲットの絞り込みやブランドの方向性が明確には定まっていない。今後は、マーケティング調査によるデータ収集や販促の専門家に意見聴取を行い、戦略的な展開を検討する。同時に多彩な農水産品に見合うよう、商品数の増強にも力を入れ、ブランドの価値を高めていく。

食

肉まんやコンビーフ、旅行プランなどを開発し、全国に広がった和牛のルーツをブランド化 新たな和牛ブランド「千屋牛物語」を発信

概要

面積の8割を森林が占める自然豊かな岡山県新見市。新見商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【日本最古の愛牛「竹の谷蔓」の系統「千屋牛物語」ブランド戦略】を実施。

活用した地域資源 ▶ 和牛ブランドのルーツである「千屋牛」



1.ピリ辛風のタレで味付けされた肉が入る「千屋牛肉まん」 2.地元の高校と共同開発をした「千屋牛コンビーフ」 3.皮に近い部分の肉を使った「千屋牛かつぱ炭火焼」 4.品質が良いとされる愛牛の一種で日本最古といわれている「千屋牛」 5.サトイモやニンジンなど煮込んだ「千屋牛野方かつぱ汁」 6.粉末化した千屋牛エキス

平成21年度の
実施状況

国内に存在する和牛のルーツといわれる新見の「千屋牛」。霜降りと赤身のバランスがよく、専門家からの評価も高いが、全国的な知名度が低いのが現状である。そこでブランド化を推進するため千屋牛関連の特産品を開発した。「千屋牛肉まん」や「千屋牛コンビーフ」などの試作

品が完成し、新たな地域ブランド「千屋牛物語」として各種イベントなどで発表。さらに本事業のPRも兼ねてモニター調査を実施した。商品を架け橋として市内の観光資源を巡るツアープランも企画。商品の開発情報などを掲載したホームページを開発するなど、本事業の周知を図った。

プロジェクト詳細 <http://www.niimi.or.jp/chiyagyuu/top.htm>

特産品やツアーをモニター調査で評価

千屋牛を目玉とした新たな旅行プラン「千屋牛物語」新見グルメツアー」のモニター調査を実施。その中で牛肉メニューの試食会に加え、千屋牛の育成場の見学を行い、品質の高さや歴史などを紹介することもできた。また試作した加工食品は、300年以上の歴史を持つ「土下座祭り」などの地域イベントで試食アンケート調査を実施し、高い評価を得た。



1.モニターツアー参加者は育成場で実際の「千屋牛」に触れた 2.市内開催のイベント「千屋牛&うまいものフェア」でもモニターリング

本事業の成果と今後の展開

「千屋牛物語」の加工食品（コンビーフ、肉まんなど）の試作品とグルメツアーのコースが完成した。モニター調査を実施したことで意見の収集に加え、市民の間で地域資源に対する関心が高まっていることを確認。しかし、千屋牛エキスの粉末化には技術的に困難を極め、事業終了直前でようやく形になった。また、市内での周知は図れたが、全国へのPRは十分とはいえない。今後は、各試作品の商品化に向けて製造や販売体制などを検討しつつ、開発や関連情報をホームページで随時更新。行政との連携を図り、千屋牛ブランドの知名度向上に努めていく予定だ。

旅

大正ロマンを感じる古きよき路面電車で歴史巡り。カキの新メニューを堪能できる旅プランを提案 路面電車を活用した滞在型・都市観光型の創造

概要

大正元年より路面電車が走る広島県広島市。広島商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【「路面電車」を活用した滞在型・都市観光型による観光関連産業振興事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 路面電車、カキ、イチジク、ゆかり(アカジソ)



1.大正時代の車両を復元したレトロな路面電車「大正電車(100形)」 2.規格外のカキを活用した「広島牡蠣焼売」 3.ゆかりをまぶして和のデザートに仕上げた「広島和ラスク」 4.果実の甘味が広がる「無花果ウィッチサンド」はギフトにも最適だ

平成21年度の
実施状況

年間1000万人以上の観光客が訪れる広島市では、近年、宿泊率の低下が問題となっている。そこで観光客の滞在需要を喚起するため、新メニュー開発、加工食品開発、路面電車の活用に取り組んだ。まずは広島らしい新メニューの開発に着手。お好み焼の材料を基本として

「広島牡蠣餃子」や「広島牡蠣焼売」などを試作した。加工食品開発では「ポストもみじまんじゅう」をテーマに、米粉を使った「広島和ラスク」や広島産のイチジク入りの「無花果ウィッチサンド」を試作。これらの試作品は、路面電車と特産のカキ料理を組み合わせた観光プラン「オイスターラム」のモニターツアーで試食アンケート調査を実施した。

路面電車を活用した新しい観光プランを企画

市内を走る路面電車(大正電車)を活用した新しい観光プラン「オイスターラム」を企画した。同プランは駅前に用意した路面電車の車両内で、特産のカキを使って開発したフレンチやイタリアンなどのメニューを楽しめるというもの。また、広島城や旧陸軍棧橋などの史跡を巡るモニターツアーを実施し、参加者からは料理や企画について好評評価を得た。



1.市内のシェフやパティシエの協力でカキ料理を楽しめる「オイスターラム」 2.横川駅前で試作品のモニター調査を実施

本事業の成果と今後の展開

新たな観光プランと特産品となる4種の試作品が完成。PRに関しても「オイスターラム」がメディアで取り上げられるなど、広島観光の新しい形を周知できた。プラン内容や特産品は世代を問わず好評だったが、史跡巡りについては若年層からの反応が薄く、各世代に合わせたコースを再設定する必要がある。また「オイスターラム」は実走での実施を最終目標としているが、実車両を利用するにあたり制約も多い。今後は各種規制をクリアするため、特区での対応も視野に入れていく。また新たな観光メニューを中心に、市外へのアピールを続けていく。

旅

全市的な観光に向けた観光ガイドのスキル向上

寺社仏閣や自然にまつわる下関の物語を語る市内観光ガイド「語り部」を育成し、広大なエリアをフォロー

概要 平成17年2月に北部の旧豊浦郡4町と合併し、広大な面積となった山口県下関市。下関商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【「語り部」下関物語創作プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 観光ガイド(語り部)、源平ゆかりの地・明治維新ゆかりの地などの史跡や文化財



1. 恩徳寺で観光ガイドの現地研修を開催 2. 観光開発をテーマにした研修会 3. 4. 国指定史跡名勝「雪舟庭」もテキストに掲載

平成21年度の実施状況

貴重な歴史遺産が数多く現存する下関。かねてより観光都市として注目を集めていたこともあり、これまでは定年退職者を中心とした約30人が、市内観光ガイドを務めてきた。本事業では、ガイドの対応が遅れていた旧豊浦郡4町を含む全市的な規模で、「語り部」と呼ばれる観

光ガイドの養成と知識の共有化を図った。まず、地域資源の再調査に着手し、市内観光ガイド用のテキストを作成。これまで各自が収集していた資料を一元化し、情報の統一がなされた。それらを基に、モニター調査を目的とした研修会を実施。また、観光資源をテーマにフォーラムを開催するなど、ガイドの人材育成とともに、市民との協調も図った。

「前田砲台跡」をテーマに市民フォーラムを開催

長州藩によって築かれ下関戦争の舞台になった軍事施設の跡地「前田砲台跡」は、世界遺産への登録を目前に控えている。この史跡を観光資源として展開していくためのフォーラムを開催した。市民など530人に向け、直木賞作家の古川薫氏による講演などで、その価値を改めて周知。日本近代史の転換期に関わる史跡だけに、市民の関心も高かった。



坂本龍馬をテーマにした講演も実施。前田砲台の時代を伝えた

本事業の成果と今後の展開

- 観光ガイド用のテキストが完成し、併せて実施したモニター研修に約120人が参加。観光ガイドの希望者数を把握できたことも成果といえる。またフォーラムは、ガイド希望者を含む多くの参加者を集め、市民に観光開発への意識を醸成させるきっかけとなった。だが、観光ガイドの本格的な稼働を考えると、他団体が統括するエリアもあり、観光客の窓口となる組織の整備が急務。今後、テキストの更新と研修会実施を継続し、他団体との交流を含む地域間を横断した組織を構築する必要がある。また、本事業を地域全体に広げるため、市内全体を巻き込んだ展開を目指す。

食

地元での流通が主だった「萩の金太郎」の魅力为全国に周知させるため、地元業者が一丸となって加工品を開発

概要 ヒメジの産地である山口県萩市。萩商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【頑張れ！ 萩の金太郎プロジェクト 萩市の特産魚種「金太郎」(標準和名ヒメジ)を全国区の高級商材に】を実施。

活用した地域資源 ▶ 全国トップクラスの漁獲を誇る「萩の金太郎」(ヒメジ)



1. 「萩の金太郎」は全長15センチほどの小魚。鮮やかな朱色が特徴だ 2. オイルサーディン風に加工した「オイルルージュ」。程よい塩加減でワインとの相性はぴったりだ 3. 東京で開催された共同展示商談会「feel NIPPON 秋 2009」での試食アンケート調査の様子

平成21年度の実施状況

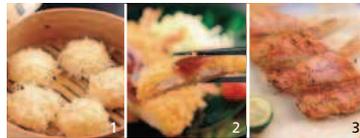
良質な食材でありながら、これまで地元での流通が中心だった「萩の金太郎」(ヒメジ)に着目。この素材の可能性を広げるため、行政や漁業者など地元関係団体が一体となって、全国に展開できるブランド化を目指した。まず「萩の金太郎」を使った加工品や新メニューを開発し、展

示会などで販路を開拓。高級レストランなど業務用の流通への可能性も探った。さらに都市部での流通が少ないことから、観光資源としての可能性を検証し、産地である萩もPR。メニューのバリエーションを充実させるべく、提供する地元飲食店の増加に力を入れることも検討した。

プロジェクト詳細 <http://www.axis.or.jp/~seamart/contents/kintaro-pj/>

「萩の金太郎」の加工商品9種11品目を試作

フランス料理にも使われる高級魚のルージュと近縁種の「萩の金太郎」で、加工品9種11品目を試作した。鮮やかな見た目、さまざまな料理に合う味を生かし、伝統的な「桜干し」のほか「シュウマイ」「オイル漬け」などをラインアップ。平成21年10月の共同展示商談会「feel NIPPON 秋 2009」などに出席し、首都圏を中心に販路開拓と需要調査を行った。



1. すり身にフィレを練り込んだ「シュウマイ」 2. シロギスより美味と評判の「衣付フライ」 3. 時間をかけて丁寧に作られた「桜干し」

本事業の成果と今後の展開

- NHK総合「おはよう日本」での全国放送を皮切りに、合計12本の電波メディアで「萩の金太郎」が取り上げられ、雑誌や新聞にも多数の掲載があった。この効果で市場関係者から注目を浴び、現在、首都圏の高級スーパーとの商談が進んでいる。しかし加工品に関しては、小ロットでの製造のために原価率が高い状態になっていることが課題。量販店などからのオファーに応じていくためには、原価率の低減が必須となる。味の評価は高いことから、今後は継続的なPRを重視し、首都圏をメインターゲットに5年を最低スパンとして周知を図っていく。

食

栽培発祥の地が、クレームブリュレやチーズケーキなど、自然薯を使った特産品開発による地域連携強化

概要 自然薯を使った自然薯の栽培方法を確立した山口県柳井市。柳井商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【柳井地域で生産される「自然薯」を用いた特産品開発事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 自然薯



1.すりおろした自然薯を入れ、とろりとした口当たりが特長な「自然薯クレームブリュレ」 2.クリームチーズの中に、自然薯とフルーツの香りが溶けこむ「畑のチーズケーキ」 3.柳井産の自然薯 4.PR用ポスターを作成 5.共同展示商談会では、約600件の意見を集取した

平成21年度の 実施状況

柳井では平成5年に、国内で初めて自然薯の栽培方法が確立された。自然薯は漢方に使われたり、消化酵素を含むなどヘルシーな素材だが、こうした背景は地元ですら認知度が低く、全国へアピールする手だてもなかった。そこで、地域の新しい特産品として発信すべく、農商工

業者と市民で組織した委員会を発足。ホームページを開設し、取り組み内容と自然薯の普及に努めた。また新メニューを試作し、モニター調査を実施。改良を加えた上で、平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」に出品し、味や価格についてバイヤーから広く意見を集めた。

プロジェクト詳細 <http://www.yanaicci.or.jp/jinenjyo/>

自然薯レシピのコンテストで3作品を選出

新聞やホームページで新メニューのレシピを募集。寄せられたアイデアから、1位に「とろ〜りもちもち自然薯クレームブリュレ」、2位に「ふわもちエビチリ」、3位に「畑のチーズケーキ」と3作品を選出した。現実的に開発可能な1位と3位の作品は、市内の菓子製造業者に依頼し、「自然薯スイーツ」として試作品を開発。改良を重ね、商品化に至った。



レシピの受賞者3名は、地元で開催された「柳井まつり」で表彰した

本事業の成果と今後の展開

- ヘルシー・本物志向という流行を押さえた「自然薯スイーツ」の2品を開発し、商品化という大きな成果を上げた。また、レシピの公募などにより、地元における自然薯の認知度も向上している。新商品は特産品としての第一歩を踏み出したが、ターゲットの設定や類似品との差別化などの課題がある。今後は、パッケージなどで独自性を打ち出し、あえて季節限定にするなど希少性を高める販売戦略を検討。さらに誘客につなげるため、市内の飲食店でレシピを提供する案も浮上している。これらの情報は、随時ホームページで更新し、情報を発信していく。

柳井商工会議所【山口県】 〒742-8645 山口県柳井市中央2-15-1 TEL: 0820-22-3731 FAX: 0820-22-8811
URL: <http://www.yanaicci.or.jp/> MAIL: info@yanaicci.or.jp

食

ソースやパウダー、ピューレなど、「かんきつ王国」が食品メーカーや飲食店に向けて発信する新商品

概要 かんきつ類の一大産地である愛媛県松山市。松山商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【松山市特産の中晩柑かんきつ等を活用した特産品開発プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ いよかん、愛媛県試第28号(紅まどんな)



1.さわやかな酸味が広がる「伊予柑サイダー」。パッケージは2案を試作した 2.サイダーには甘味と酸味のバランスが良い松山産のいよかんを使用 3.東京での共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」に出席

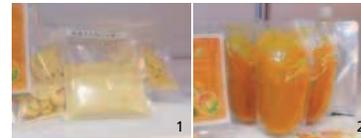
平成21年度の 実施状況

愛媛県は、日本一のかんきつ類の生産量と栽培品種を誇る「かんきつ王国」で、松山を中心とした周辺地域は県内最大の中晩柑かんきつの生産地である。本事業では、いよかんなどを活用した多用途向きの新商品開発に取り組んだ。特産品開発コンサルタントにプロデュースを依

頼し、各分野からメンバーを集めて委員会を設置。中晩柑かんきつ種などを活用する試作品の開発部会で検討し、ピューレやソース、サイダーなどが完成した。また、平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」ではアンケート調査を実施。ソースとサイダーについての意見を集めたほか、商品のパンフレットを配布し、本事業の取り組みをPRした。

中晩柑かんきつを活用した一次加工品を開発

愛媛県試第28号(紅まどんな)やいよかんを使用した6種の試作品が完成した。一次加工品として開発したピューレとパウダーは、飲食店などに向けて開発。これまで松山市では中晩柑かんきつを使用した一次加工品がなく、技術力の向上にも寄与した。また東京農業大学やシェフ、パティシエなどを対象にモニター調査を実施し、利用法などの意見を集めた。



1.愛媛県試第28号(紅まどんな)をパウダー加工 2.ソースやジャム、スイーツづくりに利用できる無添加のピューレ

本事業の成果と今後の展開

- 試作品の開発により、地域の農商工連携が強固になり、中晩柑かんきつを加工する体制が構築できた。また原材料としての活用で、一次製品の消費拡大も期待される。しかし、シェフへのモニター調査では独特な苦みや皮の下の処理に対する厳しい意見なども寄せられ、改善点が浮き彫りになった。参画事業者はそれらの解消・製品化に前向きであり、中間素材や最終商品の加工技術を地元の事業者に広く普及していく予定だ。そのために、レシピと製造技術を地域内の事業所に向けて公開し、生産と加工を市内で行うことで地域産業の活性化を目指す。

松山商工会議所【愛媛県】 〒790-0067 愛媛県松山市大手町2-5-7 TEL: 089-941-4111 FAX: 089-947-3126
URL: <http://www.jemccci.jp/> MAIL: jemccci@jemccci.jp

食

ゼリーからリキュール、パウンドケーキまで、バラエティに富んだ特産品をラインアップ 国内有数のびわの産地から新たな特産品を発信

概要 果実の生産が盛んな愛媛県伊予市。伊予商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【伊予市特産「びわ」及び「びわ葉茶」を活用した特産品開発プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ びわ果肉、びわ葉茶、びわの種



1.びわの葉の香りの特長のある苦味が大人向けの「枇杷葉パウンドケーキ」(A)、甘さ控えめ「枇杷ゼリー」(B)、びわの香りが一口で広がる「唐川おこし」(C)、独特の苦みを持つ「枇杷葉リキュール」(D) 2.全商品を掲載したパンフレット 3.選定委員会が25品を検討

平成21年度の 実施状況

愛媛県は国内有数の生産量を誇るびわの産地である。その中で県内一の産地である強みを活かし、「びわの産地=伊予」のイメージづくりと規格外品を活用する新しい特産品の開発に着手した。今回は、唐川びわ葉茶研究会などの団体と協力し、伊予市で初となる農工商連携

による組織を発足。「唐川びわ」の規格外品の果肉や、葉から作る「びわ葉茶」を活用した試作25品を完成させ、12品を「唐川ブランド」の特産品と選定し、包装やシンボルマークを統一して製作した。また、パンフレットの配布やホームページの開設により、本事業と特産品選定商品をPRした。

プロジェクト詳細 <http://www.iyocci.jp/biwa/>

首都圏に向けて12の選定商品をアピール

選定商品の品質向上を目的に、東京・南青山にある愛媛県のセレクトショップ「いよかん」でモニター調査を実施した。平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」での調査と合わせ約1500件の評価を収集。共同展示商談会では全商品の試食展示を行い、来場したバイヤーから評価を受けるとともに、「唐川ブランド」を首都圏にPRした。



共同展示商談会の調査では、果入り商品の評価が高かった

本事業の成果と今後の展開

地元の食品製造業者の多くが参画し、試作品が完成した。規格外品を活用し、びわを使った特産品の開発を達成できたことが一番の成果といえる。また、農業者と食品製造業者が交流したことで、事業以外での商談の可能性が見えてきており、地域の経済振興に向けた効果も現れはじめています。しかし、特産品自体は、葉の栄養価のPR不足や、苦味に対する工夫など、消費者からの評価を参考に改善できる点も多い。今後は改良を進め、実験的な販売を行っていく。販売方法の確立、販売エリアなどの検討を進め、本格的に販路を開拓する予定だ。

食

地元食材を使ったスイーツが百花繚乱。江戸時代から受け継がれた菓子の伝統が街道に花開く シュガーロードから生まれた新スイーツで地域振興

概要 菓子産業が根付く街・福岡県北九州市。北九州商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして【長崎街道：シュガーロードプロジェクトによる地域振興と地域ブランドの推進】を実施。

活用した地域資源 ▶ 旧長崎街道と付近で栽培される農作物、市内の食にかかわる素材および加工品



1.コンテストでは約400人の市民審査員が参加し、アンケート調査を実施。一般創作部門で北九州市長賞を受賞した「栗のミルフィュー」 2.同部門の北九州商工会議所会頭賞作品「新・生栗ロール」 3.同部門の北九州青年会議所理事長賞作品「モカ・マロン」

平成21年度の 実施状況

市内を走る旧長崎街道は江戸時代、砂糖や菓子運ぶ道だったことから通称「シュガーロード」と呼ばれ、果物の栽培が行われている。多数のスイーツ店が集積し、スイーツ作りで特化したエリアとして発展してきた。この特性を地域活性に結び付けるため、新スイーツの開発と街なか

への誘客を目指して事業を推進。市内18店の菓子製造業者による地元の特産品をテーマにしたコンテストを実施。続いて、シュガーロード沿いの短大・専門学校と連携し、学生部門のコンテストも行い、試作品を発表した。エリア内に点在するスイーツ店を一堂に集めることにより地域の新しいイメージである「スイーツ」をPRし、本事業の周知を図った。

未来の巨匠たちが新スイーツを創作

シュガーロードをテーマにした新商品の開発を目的に、学生によるスイーツコンテストを開催した。スイーツ業界への就業を目指す地元学生を対象に、地域の歴史や食材にちなんだ作品を募集。全26グループの中から選ばれた入賞者には、市内にあるスイーツ専門のチャレンジショップで受賞作品の発表の場を提供し、市民を対象に試食アンケート調査を実施した。



1.「シュガーロード学生スイーツコンテスト」を開催し、8グループが入賞した 2.入賞作品「まるごとワッフル」は店舗に出してモニター調査を実施

本事業の成果と今後の展開

「栗のミルフィュー」や「新・生栗ロール」など数多くの新作が開発され、地元スイーツの品質の高さをアピール。コンテスト形式を取ることで、地域全体のPRとともに小規模零細の事業者が多い市内各店の宣伝にもつながった。またスイーツの開発が、若い世代の目を地域自体に引きつけかけとなり、自らの商品を創作・発表することで、将来の糧となる大きな経験を得られた。今後はスイーツを観光資源として定着させるため、行政や新たに組織された地元菓子製造業者の業界団体、地域住民などの連携を強化し、街全体の活性化につなげていく。

食

炭鉱都市で培われた食文化と、ミカンやタケノコ、海苔などの豊富な農水産物の融合を目指す 地域食材の商品化による新たなブランド形成

概要 かつては炭鉱の街として知られていた福岡県大牟田市。大牟田商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【大牟田の農産物を活用した地域ブランド創出事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 上内ミカン、有明海苔、三池高菜、早出しタケノコ



1.竹皮を練り込んだ黒いモチで、上内ミカンをまるごと1個を包んだ大福「くろころみかん」 2.有明海苔と三池高菜をさつま揚げにした「のり高菜天」 3.秋に出荷する高級食材・早出しタケノコを酒粕で漬けた「はやだし湯」 4.上内ミカンの粉末を混ぜた焼き饅頭「楽みかん」

平成21年度の実施状況

平成23年の春に九州新幹線の開通を控えている大牟田。開通後の交流人口増加を予測し、新たな地域の魅力を生み出すべく特産品の開発に着手した。まず、福岡市内の百貨店バイヤーや市民を対象に、商品ニーズの調査を実施。その結果を踏まえて、地域のイメージとして

残っている“炭鉱”をキーワードにした特産品の開発を進めた。すでに市場評価が高い上内ミカンや有明海苔などを使った「くろころみかん」や「のり高菜天」といった加工食品4種が市内の菓子製造業者や食品加工業者によって完成。試作品は、市内外のイベントに出品し、新たな特産品としてPRした。

プロジェクト詳細 <http://www.omutacci.or.jp/omuta-brand/>

イベント出展や広報ツールで全国にPR

試作品の広報ツールとして、パンフレット、リーフレット、ホームページなどを製作。パンフレットは、市内主要団体のほか、全国のメディア関連事業者や旅行事業者など広域に配布し、PRした。平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」でもバイヤーに配布。市内でも住民を対象にした披露会を開催するなど、新商品の誕生をアピールした。



1.共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」では、上内ミカンや石炭の展示も 2.開発エピソードなどを掲載したパンフレット

本事業の成果と今後の展開

「くろころみかん」や「のり高菜天」など、完成した4種の試作品を各所の展示会などに出品。大都市圏の反応を集めるとともに、バイヤーとのコネクションをつくることができた。また、広報活動に力を注いだことにより、試作品がテレビや新聞で全国で紹介されるなど、これまで課題であった地域資源のアピール不足を解消できた。しかし、開発品の販売方法などを十分検討しておらず、販路の開拓や拡大を実現できていない。今後は、各参画事業者のフォローに一層力を入れ、販売戦略や生産体制を検討し、全国展開を目指した広報活動に力を入れていく。

技

概要 豊かな自然に囲まれ、家具の街、木工の街として知られる福岡県大川市。大川商工会議所では、平成21年度の地域資源の全国展開プロジェクトとして、【「食」と「木」のコラボレーション事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 木工の技術、イチゴ(あまおう)、イチジク(とよみつひめ)、天然ウナギ



1.「森のティータイム」をテーマに、木の幹をイメージしたフォーク「moku-mogu」 2.手になじむ形を考えた調味料入れ「コロボスのたまご」 3.共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」に出展し、バイヤーに向けてアピール 4.製作過程やコンセプトを紹介したパンフレット

平成21年度の実施状況

家具の産地として有名な大川は、農水産業も盛んでイチゴやウナギなど豊富な食材が集まる地域だ。この二つの特性を生かし、農・漁・木工業者の連携によるビジネスを創出すべく、木が身近にある食生活を提案した。まず、インテリアや料理の専門家を中心とした委員会を設立し、木

を使った食器などの製作や郷土食の新メニュー開発を推進。試作品は、東京などの展示会に出品し、モニター調査を実施した。広報活動として、試作品作りの過程を紹介するパンフレットや展示パネルを作成し、テーマである「木育と食育」を伝えるツールとして活用。これらの試作品を新ブランド「大川コンセルヴ」と位置付け、新しい食卓シーンを提案した。

木の食卓を彩る郷土食の新しいカタチ

新メニューとして、イチゴやウナギなどの豊富な食材を使った保存食を開発。木工製品にもつながる「いい物を長く使う」というテーマの下、リキユールに使用したあまおうをブレンドする紅茶や、イチジクなどの旬の食材を使ったジャムをラインアップ。そのほか、ウナギなどを使った全7種の試作品が完成し、東京と地元での展示会で試食アンケート調査を実施した。



1.特産のイチゴを使った「あまおうティー」 2.季節のジャム「Okawa Palette」 3.天然ウナギを使った「旅出しなごのコンフィ」

本事業の成果と今後の展開

全16種の試作品が完成。「大川コンセルヴ」として発信することで、家具の街のイメージに新しい魅力を加えることができた。展示会では、購入希望者が多数見られるほど好評で、試作品を活用した「カフェへの展開」など、参考となる意見も多数集められた。さらに、既存の家具の売り上げ増といった波及効果も生まれている。しかし試作品は、生産体制を築くための初期投資が必要で、すぐに商品化できないものもあり、価格や販路などについて協議が必要だ。少数での開発であったが、今後は地域全体での取り組みと情報共有化を目指し、推進組織の立ち上げも検討している。

家具と木工の街から発信する食卓シーン、歴史ある技術と自然の恵みから生み出されたたくもりがあふれる 「食」と「木」の融合で新たなライフスタイルを提案

旅

痛風や糖尿病に効果があるとされる、くじゅわくつとく効く高濃度天然炭酸泉で癒やしの地をアピール 船小屋温泉郷再生による療養温泉地への転換

概要 日本有数の炭酸含有量を誇る船小屋温泉郷がある福岡県筑後市。筑後商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【船小屋温泉郷再生プロジェクト事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 高濃度炭酸泉である船小屋鉱泉・長田鉱泉



1.天然炭酸泉「すずめ湯」 2.温泉郷のシンボルである赤橋と中ノ島公園の大楠樹林(右) 3.糖尿病などに効果があるとされる炭酸泉 4.コース改善を目的として、長田鉱泉場や鉱泉足湯、パネル展などを組み込んだ散策コースのツアーを実施

平成21年度の 実施状況

「天興の湯治場」として栄えてきた筑後の船小屋温泉郷であるが、近年は入浴者が減少している。この現状を打開するため、九州新幹線「筑後船小屋駅」の開業に合わせて、療養温泉地としてPRを図った。まず九州大学と連携し、観光資源としての船小屋鉱泉(高濃度天然炭酸泉)を分析。

併せて、旅館などとの連携により療養温泉地としての受け入れ体制の構築を進めた。また、新たに温泉郷を散策する「船小屋温泉郷と矢部川清流筑後広域公園巡りコース」を開発。地元住民の協力を得てモニターツアーを行い、JR九州ウォーキングの観光プランに提案するなど、定番コース化を図った。

プロジェクト詳細 <http://www.funagoya.org/>

あらゆる媒体を使い効果的にPR

船小屋温泉郷をPRする各種の宣伝ツールを作成。ホームページでは、事業の取り組みや温泉の効能のほか、郷内の宿泊施設や飲食店を紹介し、滞在型観光の提案に努めた。また、プロモーション用DVDやパンフレットを作成し、市民や観光客へ広く周知。これらの取り組みが、テレビの温泉旅番組「るい色の砂時計」でも取り上げられ、効果的なPRとなった。



1.温泉のキャッチコピーは「じゅわあ〜と湯つら〜と」 2.食やイベントを紹介するパンフレットは、近隣宿泊施設や久留米など市外で配布

本事業の成果と今後の展開

- 鉱泉の効能実験結果により、飲用に限定されていたものを、実質的な高濃度炭酸温泉として、療養目的に供し得るものであることが確認できた。また、テレビなどを活用した本事業の取り組み内容の広報活動により、周知にも手ごたえを感じている。しかしながら、鉱泉の加熱にはプロパンガスを使用しているため、今後は採算面での検討が必要となるなど課題も見えている。次年度以降は滞在型温泉地を目指すため、自然などの観光資源を活かし、安心して宿泊できる温泉街づくりを推進する。まずは、鉱泉以外の魅力づくりや受け入れ体制の整備を検討していく。

食

最高級食材と伝統文化の共演！ビーフジャーキーやスープをオリジナルの器で楽しむ新名物が誕生 伊万里の牛肉・ネギ・焼き物で新名物を開発

概要 古くから陶磁器の積出港として栄え、焼き物文化とともに発展を遂げてきた佐賀県伊万里市。伊万里商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【伊万里名物プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 伊万里牛、伊万里ネギ、伊万里鍋島焼



1.香辛料などを一切使用せずに、岩塩のみで仕上げた「伊万里牛ビーフジャーキー」(前)、肉の甘味を引き出した「伊万里牛のしぐれ煮」(奥) 2.ふたを皿として使用でき、さらに容器を積み重ねられる「納めの器」 3.小ネギの香りが引き立つ「伊万里ネギスープ」

平成21年度の 実施状況

焼き物の里として知られる伊万里の特産品に新しい名物を加えようと、地域の特選素材を活かした新商品を開発した。活用したのは、国産黒毛和牛の最高ランクを獲得している伊万里牛をはじめ、江戸時代より技術を受け継ぐ伊万里鍋島焼など。開発は、畜産業者やネギ農家、

伊万里鍋島焼の窯元などで組織した委員会を中心に推進。伊万里牛を使ったジャーキーとしぐれ煮、ネギスープの試作品を開発した。さらにこれらの贈答用容器として、伊万里鍋島焼の14の窯元が共同開発したふた容器「納めの器」も完成。首都圏の展示会や食器専門の見本市などで、PRおよび販路開拓を行い、伊万里の新商品を周知した。

共同展示商談会で「納めの器」が準大賞を受賞

試作4品を東京の展示会などに出品。平成22年2月に開催された共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」や焼き物の見本市などに出品し、アンケート調査を実施した。共同展示商談会では、加工食品の試食展示をしたほか、新製品コンテストで「納めの器」がキッチン&ダイニンググッズ部門準大賞を受賞。来場したバイヤーなどへの、効果的なPRとなった。



各展示会に試作品を出品し、加工食品はアンケートの8割から高評価を得た。「納めの器」は参加した窯元すべての試作品を展示

本事業の成果と今後の展開

- 試作品として加工食品3品と焼き物1品が完成。農・商・工業者が連携し、今後も開発を続ける体制が構築できた。開発者の多くが小規模事業者だけに、首都圏の展示会でバイヤーなどの評価を直接聞く機会を得られたことは今後の糧となった。さらに、試作品が賞を受賞したことも、生産者のモチベーションを上げている。しかし、商品開発に時間がかかり、ギフト商品の肝ともいえるパッケージの開発が不十分にと終わった。商品化にはまだ時間を要する。次年度以降は、消費者などの評価を分析し、味や形状、包装を改善。新たな伊万里名物の完成を目指す。

旅

幕末の英傑の肉声を復元！長崎市亀山社中記念館などゆかりある地を龍馬の声でガイドする 坂本龍馬の音声ガイド配信サービスによる観光振興

概要 NHK大河ドラマ「龍馬伝」のロケ地として注目される長崎県長崎市。長崎商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【携帯電話を利用した音声ガイド配信サービス事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 坂本龍馬、長崎市亀山社中記念館、長崎まちなか龍馬館、長崎奉行所 龍馬伝館、グラバー園



1.長崎頭領公園内の坂本龍馬像 2.平成21年8月からオープンした長崎市亀山社中記念館 3.亀山社中記念館にQRコードを設置

平成21年度の 実施状況

坂本龍馬と関係が深い長崎では、NHK大河ドラマ「龍馬伝」の撮影が行われたこともあり、観光客の増加を予測している。この機会に、若年層向けの観光サービスを充実させて誘客を図ろうと、観光地解説用の音声ガイド配信サービスを開発。坂本龍馬像や長崎市亀山社中記念館など

10カ所に2次元コード（QRコード）を設置し、携帯電話で龍馬にまつわるエピソードを聞くことができるようにした。各施設の観光客増加を目的に、音声再生に距離制限を設け、現地でのみ聞くことができる限定感を付加。また、試作品の改善を目的に、各種展示会やイベントでモニター調査を実施した。

プロジェクト詳細 <http://www.kikan.jp/>

坂本龍馬の肉声をモニタージョボイスで復元

音声ガイド配信サービスに使用するため、坂本龍馬の写真から骨格（頭蓋骨）を推測し、本人の肉声を再現した。警視庁の犯罪捜査などで実績がある日本音響研究所に依頼し、モニタージョボイスという手法を用いて復元。龍馬と関係の深い市内5カ所の施設や史跡で配信を行い、「肉声」という話題性を提供することで、観光客の増加を図った。



1.共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」に出展 2.復元肉声を自由に聞けるようにデモ機を展示。体験者から高い評価を得た

本事業の成果と今後の展開

地域限定の情報配信システムが開発でき、長崎の新たな観光ツールが完成。復元肉声の話題性により、各種メディアから長崎と龍馬の関係を広域に伝えることができ、結果として観光客の増加にもつながっている。だが、若年層に向けた事業であるため、高齢層の観光客でも同サービスを簡単に利用できるような対応策を検討していく必要がある。さらに通信代や対応機種、セキュリティなど、サービスのシステムに関する課題も浮き彫りとなった。今後は、操作の簡易化などを進めるとともに市場調査に力を入れ、有料化を視野に入れた配信コンテンツの充実を目指す。

食

概要 有明海の恵みを受ける熊本県玉名市。玉名商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【玉名ブランド確立プロジェクトへたまなブランド提供の仕組みづくりと商品磨き上げ】を実施。

活用した地域資源 ▶ 有明海生海苔などの海産物、トマト、キュウリ、ダイコンなどの農産物



1.キュウリやダイコンなどのほか、トマトといった珍しい具材もある「玉名まるごと旬キムチ」 2.もちもちとした食感と有明海で採れた海苔の香りが口中に広がる「黒のり麺」 3.カツオ、コンブ、いりこコンブの3種がある「万能だし玉然」 4.パンフレットには生産者のメッセージを掲載

平成21年度の 実施状況

平成17年から開始した玉名ブランド事業は、原材料から生産、名称に至るまで地域に関するものをコンセプトとして、健康・安心・安全に配慮した商品を認定する地域ブランドである。本事業では、ブランドのブラッシュアップとそれに見合った新商品の開発支援を行った。まず食品加工業者

らに募集をかけ、参加した事業者が独自の技術やノウハウを活かした新商品を開発。また、消費者にも玉名ブランドの取り組みや商品の背景を理解してもらえよう、開発の過程をまとめたパンフレット「玉名ブランド紀行」を作成。人材育成のためのセミナーも開催し、参画事業者の意欲の喚起に努めた。

プロジェクト詳細 <http://www.tamana-brand.com/>

生産者本人が展示会で新商品を売り込む

新たに開発した商品を、平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」に出展。参画事業者自らが、「玉名まるごと旬キムチ」など4種の試作品をバイヤーに説明した。生産者らを商談の場に立たせることで、玉名ブランドへの参加意識を高めるとともに、事業者間の連携も強化。商品の試食アンケート調査も実施し、改善のためのヒントを得た。



共同展示商談会では、アンケート調査で味などへの意見も収集

本事業の成果と今後の展開

参画事業者の「玉名ブランド」に対する思いが強まり、品質向上への意識が高まっているほか、参画事業者同士のネットワークでも、農工商連携のきっかけにもなった。新商品については、バイヤーからの評価が高く、観光や産物などの素材についても全国から注目されるものがあり、マーケットでの競争力を確認することができた。だが、品質は高いもののブランドとしてのアピールが弱いため、今後は宣伝やパッケージなどの販売戦略を強化する必要がある。さらに生産現場ツアーなどの実施を検討し、玉名ブランドを核とした観光客誘致を目指す。

玉名の商人や職人が、山海の豊かな恵みを受けて開発した商品群を全国へと発信する 新商品の開発支援から「玉名ブランド」の確立へ

食

「純蕎麦茶」や「たけのこ味噌」など、本物のこだわりをみせる安心・安全な新特産品 「昭和の町」で味わう豊後高田の産品メニュー

概要 昭和の風景が色濃く残る大分県豊後高田市。豊後高田商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【産業連携による昭和の町を「ハレの場」とした特産品開発プロジェクト】を実施。

活用した地域資源 ▶ 春と秋の年2回収穫できる豊後高田産そば、タケノコ



1.郷土料理からヒントを得た「蕎麦団子汁」 2.ルチンを豊富に含んだ「純蕎麦茶」 3.そばの実が入った「蕎麦茶漬け」 4.揚げたそばの実を使用するコッパンなど3種の「そばこっぺ」 5.そば粉を加えた懐かしいおやつ「そばボーロ」 6.米や野菜と合う「たけのこ味噌」

平成21年度の 実施状況

豊後高田では、昭和30年代の街並みが残る「昭和の町」という名の商店街が観光地として注目されている。そこで商店街のさらなる発展を目指し、新たな名物となる特産品の開発に着手した。商品のテーマを「本物・こだわり」「安全・安心」と設定し、地域の主要農産物である豊後

高田産そばとタケノコの活用が決まった。インターネットやワークショップで観光地での特産品のニーズを調査し、さらに「昭和の町」に求める特産品のアイデアを募集。それらを基に11種の試作品が完成した。また、昭和の町商店街に、地域ならではの特産品を集めることで、特産品のショールームの機能をもたせ、にぎわいの創出を図った。

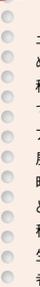
特産品が並び、商店街が「ハレの場」になる

商店街を「ハレの場」と題した特産品の展示場と位置づけ、試作品のモニター調査を目的としたイベント「お蕎麦フェスティバル」を開催した。商店街にある観光施設「昭和ロマン蔵」内で試作品をすべて提供し、アンケートで約400件の意見を収集。イベント形式で開催することにより、市内外から多数の参加者を集め、本事業の取り組みもPRできた。



調査では「蕎麦団子汁」や「たけのこ味噌」の評価が高かった

本事業の成果と今後の展開



● 特産品のニーズ調査では、「地産物」や「郷土を感じる演出」など、徹底した「地域らしさ」が求められていることが分かった。これらを踏まえた11種の試作品が完成し、新名物の誕生が近づいている。また、商店街でのモニター調査がメディアに取り上げられ、広域的なPRにもつながった。展示場としての機能も証明できたため、「昭和の町」の新展開に期待している。今後も、商店街と連動しながら広報活動と販路開拓を進め、集積したデータを基に特産品の開発を継続。また、生産者表示や製造過程の安全管理など、消費者に安心感を与える体制を整備していく。

旅

景観・神話・歴史・文化と亜熱帯性気候を融合する滞在型観光を推進 亜熱帯植物ブーゲンビリアを活用した新たな「まちあるきストーリー」

概要 国内でも有数のリゾート都市である宮崎県宮崎市。宮崎商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【～温暖な気候を生かした～「まるごとブーゲン青島再勢」】を実施。

活用した地域資源 ▶ ブーゲンビリア、青島地域に残る文化や伝統、街並み



1.宮崎では春と秋に開花するブーゲンビリア 2.県立青島亜熱帯植物園にある高さ4メートルのブーゲンマウンテン 3.天祥楼前など11か所にブーゲンビリアを装飾 4.貝殻を使ったタペストリーづくりを体験 5.地域住民が案内人役を担当 6.いろいろの製造業者の工場を見学

平成21年度の 実施状況

昭和40年代の新婚旅行ブームを機に、宮崎の観光の顔となった青島地区。同地域が持つ景観・神話・歴史・文化などの地域資源と亜熱帯植物のブーゲンビリアを融合させる新たな観光商品開発に取り組んだ。「まちあるき」をテーマに、観光マップやホームページを作成。それらの製

作過程で集めた情報を基に、地区内各所のブーゲンビリアを楽しみながら体験観光を味わうモニターツアーなどを実施した。また広報活動として、ポスターやチラシを観光施設などに配布。全国誌や地方誌にも情報を掲載し、事業の取り組みを広域にPRした。

プロジェクト詳細 http://www.mppf.or.jp/manugoto_bougain/01/

地域住民との交流もできるオリジナル観光マップ

観光スポットを紹介する「AOSHIMAものしりマップ」を作成。主要スポットや飲食店に加え、住民さえ知らない神話が残る場所も掲載している。「眺望と自然を楽しむコース」などの散策コースも提案し、あえて生活道路を経由することで、住民たちとの交流ができる作りになっている。広域に情報を発信するため、ホームページからダウンロードできるようにした。



青島神社や日之御崎観音など、各スポットにまつわる伝説や歴史などの情報を記した「AOSHIMAものしりマップ」

本事業の成果と今後の展開

● モニターツアーの調査結果から、観光スポットだけでなく街のありのままの姿を見せることも、誘客につながる事が判明。観光客が興味を抱くのは、現地での体験そのものではなく人との交流だと分析した。だが、県外からより多くの誘客を考えると、人員の問題を含めて現状の体制での実施は難しい。今後は、地域一丸となった組織の構築を図るため、体験ツアーで案内人となる地域住民の参加を促す。また、案内人用のガイドブックを作成するなど情報を共有化していくほか、市内の宿泊施設なども連携し、観光客の受け入れ体制を整備していく。

旅

山海のうま味を詰め込んだギフトやイベントで、南さつまのおいしい魅力を首都圏に向けて発信 物語でつながる南さつまの新たなプロモーション

概要 食の宝庫である鹿児島県南さつま市。南さつま商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【ストーリーのある商品(ブランド)と南さつまを想う人々を融合させた南さつま新プロモーション】を実施。

活用した地域資源 ▶ カボチャ、ラッキョウ、キンカン、ミカン、キバナゴ、カンパチ、パシヨウカジキ、黒豚、黒牛、地鶏などの農水畜産物、鹿児島島の焼酎と焼酎蔵など



1.南さつま産のハウスきんかんの皮を混ぜたつみれが入る「きんかんつみれ鍋」 2.ホームページでは、南さつまの食が楽しめる東京の飲食店も紹介 3.共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」に出展 4.生産者の思いを記したポストカードをパッケージに封入

平成21年度の実施状況

平成17年に1市4町が合併して誕生した南さつま市だが、いまだ地域のイメージを確立できていないのが現状。そこで、地域ブランドを構築すべく、首都圏をターゲットに地域資源の魅力を発信した。本事業では、新商品の開発、語り部の育成、ホームページの開設の3項目に注力。

新商品は、「旅、歴史、風土」をコンセプトとし、「きんかんつみれ鍋」などのギフト用食品4種を試作した。また、焼酎をテーマにした講座を東京で開催し、南さつまの魅力を語ることで語り部となる人材を育成。PRを目的にブログ形式のホームページも開設し、事業成果などを広く周知した。

プロジェクト詳細 <http://m-satsuma.jp/>

首都圏への足がかりを作るイベントを開催

東京・品川で「さつま・すんくじらの恵み～酒と食の祭典～」と題したイベントを開催し、焼酎やさつま揚げ、魚介など、多くの特産品を出品した。地域の魅力を伝える語り部のトークショーや開発中の鍋料理の出展により、首都圏在住者に南さつまの魅力アピール。イベントを通して、首都圏在住の鹿児島県出身者とのネットワークを築く足がかりにもなった。



直売市や郷土料理などのブースが10軒ほど並び、南さつまの魅力を首都圏に向けて発信。漁協による鮮魚の解体ショーなども実施

本事業の成果と今後の展開

- 語り部やホームページを活用することで、南さつまをPRする方法を確立できた。鍋などの新商品は、展示会やイベントでの評価も高く、これからの展開にも弾みがついている。だが、観光客が訪れた場合、まだ受け入れ側の体制が構築できていない。地域観光の発展のためには、地域全体での取り組みとして受け止め、より多くの事業者や住民の協力を得るための工夫が必要だ。今後は、引き続き市内で参加者を募るとともに、市外にネットワークを広げていく。さらに、本事業で設立した実行委員会を機能させ、南さつまのブランドをビジネスとして成立させる展開を目指す。

食

発祥の地が独自の基準でさつま揚げをブランド化、昔ながらの味を大切にしながら新しい特産品が誕生 串木野つけ揚げを核とした「食のまち」ブランド開発

概要 さつま揚げ発祥の地と伝えられている鹿児島県いちき串木野市。いちき串木野商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【食の街いちき串木野ブランド推進事業】を実施。

活用した地域資源 ▶ 串木野つけ揚げ(さつま揚げ)、^{かき揚げ}冠岳、羽島



1.豆腐のやわらかな食感と甘みが特長で、昔ながらの味を楽しめる「串木野つけ揚げ」 2.開発商品の進捗やイベント情報などをアップするポータルサイト 3.小麦粉系とパン系の生地で、地物のマクロや鶏肉など5種の具材を包む「薩摩おやき」 4.ブランドのロゴマークが決定

平成21年度の実施状況

鹿児島県内で「つけ揚げ」と呼ばれるさつま揚げは、いちき串木野が発祥とされる。この伝統食や豊富な地域食材を観光面に活用するため、つけ揚げを核とした加工食品を展開し、「食のまち」としてブランド化を推進した。まず「串木野つけ揚げ」の認定基準、新商品「薩摩おやき」

の開発、広報ツールの作成を担う各協会を発足。開発に先駆け、先進地調査などを実施した。その結果を基に、各商品を試作し、地元のイベントなどに出席。また、ブランド共通のロゴマーク、「食」や観光情報をまとめたポータルサイトを開設し、ブランド化に向けた基礎づくりを推進した。

プロジェクト詳細 <http://ichiki-kushikino.com/>

地元の味を詰め込んだ試作品を消費者に

「串木野つけ揚げ」は、地産地消をテーマに「旬の地魚や野菜を多く使用する」などの認定基準を策定し、基準品を試作した。また「薩摩おやき」は、中国の秦朝にまつわる伝説が残る霊峰・冠岳にちなみ、点心風のおやきを開発。ヤーコンや牛肉など地産物を具材に使用した試作品は、地域の物産展などでモニター調査を実施し、消費者の意見を収集した。



モニター調査で「薩摩おやき」が高い評価を得た。「串木野つけ揚げ」の基準品やロゴマークも発表し、本事業の取り組みを市民に周知した

本事業の成果と今後の展開

- 「串木野つけ揚げ」の商品基準が決定し、「薩摩おやき」の試作品も完成。ポータルサイトでは開発した2品のほか、「食」に関する地域情報がまとまり、広域に発信できた。またロゴマークの完成で、参画事業者のブランド推進に向けた意識も高まっている。予定通り商品開発は進んだが、ブランドの認定基準や食品の安全基準など、事業基盤の構築を急ぐ必要がある。今後は試作品の改善とあわせて販売システムの整備も検討。また、商品やその生産現場など「食」に関する情報をポータルサイトに集積し、それらを組み合わせた産業観光ツアーの実現を目指す。

旅

霧島神宮や高千穂など、有名スポットを網羅したポータルサイトやフリックブックが同地の魅力をまるごと発信 新たなPRツールに霧島観光の情報を集約

概要 霧島山系の雄大な景色が広がる九州屈指の観光地、鹿児島県霧島市。霧島商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【南の国から～きりしまの情報発信事業～】を実施。

活用した地域資源 ▶ 高千穂の峰、霧島神宮、温泉、JR特急「はやとの風」など地域に点在している観光資源



1.ポータルサイトとリンクするパンフレット(左)とフリックブック(右) 2.国立公園である霧島連山と周囲の山麓は有名な観光スポット 3.平成22年2月の共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」で魅力をPR 4.ポータルサイトは遊ぶ、食べる、温泉などにカテゴライズ

平成21年度の実施状況 平成23年度の九州新幹線全線開通を控え、観光客の増加が予測される霧島。昨年度の調査研究事業において、観光情報を発信するにあたり、情報を求める側と発信する側のミスマッチが明らかとなった。それを解決すべく、多様な観光目的に対応した観光情報の集約化とそ

の情報発信に努めた。ワークショップやモニターツアーの開催結果を基に、山歩き・釣り・産業体験といった目的別、地域別の観光案内を作成し、パンフレットとポータルサイトにまとめた。また、坂本龍馬とその妻お龍の新婚旅行先をたどることができるフリックブックの開発も行った。

プロジェクト詳細 <http://www.marukiri.com/>

バラバラ漫画で坂本龍馬が観光地を巡る

バラバラ漫画形式の動く写真によって、地域に点在している観光資源を紹介するフリックブックを開発。新婚旅行先としてゆかりある坂本龍馬と、全線開通100周年を迎えたJR特急「はやとの風」を題材に、4種の試作品が完成した。ページをめくると、龍馬と妻のお龍が霧島神宮や高千穂を巡るさまや、「はやとの風」の走る姿を楽しむことができる。



1.フリックブック「龍馬とお龍の足跡」(左)は3冊セットで特製のケース入り 2.バラバラめくると写真が動き出し、霧島巡りができる

本事業の成果と今後の展開

ポータルサイトの開設により、これまで各団体がそれぞれ発信していた地域情報を一元化。参画事業者や住民の間に強い連携も生まれ、観光開発や情報発信に意識を向けることもできた。だが、開設間もないこともあり、既存の観光サイトに情報量が劣るなどの課題が残る。類似サイトとの差別化を図るため、それらと掲載分野を分担して一部に特化することも検討しなければならぬ。今後は、情報量の増強、情報の共有化への推進方法を検討するとともに、フリックブックなど各PRツールの改善を進める。本事業で築かれた連携体制を継続し、広報活動に力を注ぐ。

きりしま **霧島商工会議所【鹿児島県】** 〒899-4332 鹿児島県霧島市国分中央3-12-41 TEL: 0995-45-0313 FAX: 0995-45-5662 URL: <http://www.kirishima-cci.or.jp/> MAIL: dai@kirishima-cci.or.jp

旅

日本で初めてコーヒーが飲まれた開港都市！ 「珈琲の薫る街」として 函館の新たな魅力を創出

概要 平成21年に、開港150周年を迎えた観光都市・北海道函館市。函館商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【「珈琲の薫る街」ブランド創出事業】を実施。

主な調査項目 ▶ 幕末から伝わるコーヒー文化の活用法



昭和初期の函館にはカフェが点在し、あちこちから豆の香りが漂ったという

平成21年度の実施状況

函館は、安政4(1857)年に箱館奉行が業用にコーヒーを配った記録が残るなど、国内で最も古くからコーヒーが普及した土地の一つ。また、開港以来欧米文化の発信地で、現存もモダンな街並みが残る街のイメージに合う地域資源であるコーヒーを活用し「珈琲の薫る街」として、観光ブランディングを図っていく。幕末からの函館のコーヒー文化を研究し、それらを内外に情報発信するためのWebコンテンツ作成に向けた調査研究を行った。また、平成22年7月に「箱館奉行所庁舎」が復元するため、今後それを活用する案も検討する。

本事業の成果と今後の展開

- 調査で得た情報を基に、歴史的背景や街のイメージに合うブランドコンセプトを詰めていく。ブランド構築に当たっては、製作予定のオフィシャルホームページに確定したコンテンツから順次公開する予定。さらにパンフレット作成やイベントへの出展なども検討する。

喫茶店店主からもコーヒーの歴史をヒアリング

コーヒーの歴史について史実に基づく調査のほか、北海道最古のコーヒー店などに話を聞いた。大正時代から街にカフェが増えていったこと、全国規模でコーヒー豆を販売する業者があることなど、函館のコーヒーの歴史を確認した。

はこだて **函館商工会議所【北海道】** 〒040-0063 北海道函館市若松町7-15 TEL: 0138-23-1181 FAX: 0138-27-2111 URL: <http://www.hakodate.cci.or.jp/> MAIL: hi-info@hakodate.cci.or.jp

概要 多くのビジネス客が訪れる北海道札幌市。札幌商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【「ビジネス客を観光客へ」ビジネス地域資源開発プロジェクト】を実施。

主な調査項目 ▶ 観光需要を創出するビジネス客のニーズ調査



1.新千歳空港でビジネス客に調査を実施 2.観光名所の「札幌市時計台」

平成21年度の実施状況

札幌は北海道最大のビジネス街であることから、その利点を生かし、ビジネス客の滞在日数延長につながるためのニーズ調査を実施。札幌滞在中の業務時間の割合、札幌での飲食や土産などの消費動向、興味あるビジネスシーズなどを調査・分析し、ビジネスについての観光による滞在促進につながる可能性を探った。この調査の結果、ビジネス情報と地域中小企業の情報をマッチングさせることで新たな観光ニーズの創出に取り組むこととした。そのほか、情報発信の視点も加え、今後の事業につなげていく。

本事業の成果と今後の展開

- アンケート調査から、ビジネス客の滞在日数延長には、札幌らしい商品やサービス・観光資源の情報を積極的に発信することが必要だと分かった。同時に、潜在的ニーズがあることも確認したため、PRの仕方を検討しながら活動に必要な資金・人材面の調整も進める。

ビジネス客だけでなく多角的なニーズについても調査

札幌を訪れたビジネス客や関係先を対象にアンケート調査を実施。札幌の魅力から滞在中の過ごし方まで幅広く聴取した。そのほか、札幌に対するイメージを収集するため首都圏大手企業の勤務者にグループインタビューなども行った。

さっぽろ **札幌商工会議所【北海道】** 〒060-8610 北海道札幌市中央区北1条西2 TEL: 011-231-1369 FAX: 011-231-1078 URL: <http://www.sapporo-cci.or.jp/> MAIL: kankou@sapporo-cci.or.jp

旅

ビジネス客が札幌に抱くイメージを調査 「ビジネス客を観光客へ」 ニーズを具体的に把握し

旅

地元関係者の意識醸成と観光客などへの意識調査 長期滞在型観光推進による 地域活性化に向けた調査

概要 北海道の中でも比較的温暖な北海道網走市。網走商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【セカンドライフ・セカンドハウス事業のための調査研究事業】を実施。

主な調査項目 ▶ 長期滞在型観光地としての網走の風土と受け入れ態勢



1.長期滞在型観光や移住に関する研究会
2.大阪での意識調査にも多くの人が集まった

平成21年度の実施状況
網走には、過ごしやすい自然環境や豊かな観光名所など、大都市とは違う魅力がある。これらを活かすべく、都市部在住者に、網走での長期滞在型観光やセカンドハウスへの需要を喚起するための調査や研究会を実施。二つの家を行き来することで、都会の便利さと自然の開放感が両立した生活の提案を目指す。また、調査と同時に“移住”に関する事業に取り組んでいる事業者同士の連携も強化。そのほか、関西圏全般と、網走への観光客を対象にニーズ調査を行い、網走に対するイメージやターゲット層を把握した。

小規模事業者を対象に研究会を開催

長期滞在型観光やセカンドハウスを推進するには、地元・網走の観光や宿泊に関連する事業者の協力が不可欠となる。そこで、受け入れ側の意識醸成を図る目的で、専門家を招いた研究会を開催。連携強化への意見交換も行った。

本事業の成果と今後の展開

- 網走のイメージや田舎暮らしの希望者層を把握して事業展開することが、交流人口の拡大や経済効果につながることを認識した。次年度は、オンとオフで環境を変えて暮らす長期滞在型観光やセカンドハウスの需要を高める具体的な環境整備に取り組んでいく。

あばしり
■ **網走商工会議所【北海道】** 〒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 URL：http://www.cci.knc.ne.jp/ MAIL：info@cci.knc.ne.jp

食

専門部会で豚肉やキャベツなどの食材を吟味 地元農畜産物を活用した 地域ブランド化計画を策定

概要 年間約80万人が訪れる美幌町を有する北海道網走郡美幌町。美幌商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【農畜産物を活用した地域商品開発による地域ブランド化調査研究事業】を実施。

主な調査項目 ▶ 豚肉、ジャガイモ、キャベツなどの美幌特産の農畜産物



美幌で飼育される豚は味が良いと評判。豚丼などの新メニューを検討中

平成21年度の実施状況
美幌の農畜産物を活用した特産品を、美幌ブランドとして展開していくために調査研究を実施。専門部会を開催しながら、豚肉やキャベツなどの食材を吟味し、ブランド化する資源についての意見を交換した。また、食品加工や市場マーケティングなどの専門家を招聘して委員会を開催し、商品開発の方向性について検討。「第6回グルメ&ダイニングスタイルショー 秋 2009」など全国規模の食品展示会での現地視察も行った。すでに全国展開を果たしている地域ブランドを調査することで、美幌における新商品作りの参考データが収集できた。

道外者を中心に美幌のイメージを調査

コンサルタントの協力を得て、道外者を対象に北海道のイメージに関するアンケート調査を実施。その結果を商品作りや価格設定などに反映していく。また、地元の農業高校の学生を対象に新商品開発に関するアンケート調査も行った。

本事業の成果と今後の展開

- アンケート調査によって美幌の農畜産物、特に豚肉の全国展開の可能性を認識した。豚丼が普及してきたことや、豚を扱う美幌の事業者が増加している実情もある。今後は、ターゲットの明確化と具体的な商品開発の場を検討。美幌の豚をブランド化していく。

ひほろ
■ **美幌商工会議所【北海道】** 〒092-0004 北海道網走郡美幌町字仲町1-44 美幌経済センター2階 TEL：0152-73-5251
FAX：0152-73-5253 URL：http://www.hokkaido.cci.or.jp/bihoro/ MAIL：bihorocci@muratasystem.or.jp

食

「オホーツクもんべつブランド」の確立を目指す 紋別特産のホタテ・サケ・マスで特産品開発を検討

概要 オホーツク海に面する北海道紋別市。紋別商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【オホーツクもんべつ地域の特産品開発事業】を実施。

主な調査項目 ▶ オホーツク海の恵みであるホタテ・サケ・マス



1.北海道の北東側に広がるオホーツク海。海に面した紋別市には、冬になると流水が流れ続く。2.オホーツク海の秋の味覚を代表するサケ。3.紋別港で水揚げされるホタテ。紋別港は冬のズワイガニなども有名で通年さまざまな魚介が水揚げされる

平成21年度の実施状況
紋別は、世界三大漁場の一つと言われるオホーツク海に面している。そこで、ホタテ、サケ、マスなどの豊富な海の幸を活用する案が浮上。新商品の開発による「オホーツクもんべつブランド」の確立を目指し、計画の策定にあたった。まずは地域の水産加工業者や飲食業者などがディスカッションを実施。開発する新商品をブランド化するための意見を出し合った。また、取り組みに向けた具体的なイメージづくりとして、東京農業大学網走キャンパスの学生らが地域活性化のためにエミューの卵を活用して商品開発した例を紹介した。

各業種間の連携などの意識を醸成

会議では、住民と中小企業者を中心となり、新商品開発の方針を検討した。そのほか、農・漁・商・飲食・観光など、各業種の連携の必要性や、ブランド化に向けての意見を交換。併せて地域資源を再発掘することの重要性も確認した。

本事業の成果と今後の展開

- ブランド開発について検討を重ねたこと自体が大きな成果となった。今後は、水産加工業者や飲食店経営者などを中心に、販売場所や価格帯などの検討を含めて具体的なターゲットの絞り込みを行い、「オホーツクもんべつブランド」の確立を目指す。

もんべつ
■ **紋別商工会議所【北海道】** 〒094-0004 北海道紋別市本町4-1-16 紋別経済センター1階 TEL：0158-23-1711
FAX：0158-23-3611 URL：http://www.mon-cci.or.jp/ MAIL：webmaster@mon-cci.or.jp

概要 新青森駅開業に向けて観光整備を進める青森県弘前市。弘前商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【時空を超える弘前タイム・ナビゲーション・ツーリズム調査事業】を実施。

主な調査項目 ▶ 漆、鉄、城下町など地域に根付いた文化



1.昭和初期の弘前駅前。奥の岩山木は現在もビルの谷間に見える。2.3.同時期の土手町商店街と大町商店街。現在は再開発が進む

平成21年度の実施状況
開近に控える東北新幹線新青森駅開業を契機に観光振興を図るため、弘前地域に根付く文化を体感できる仕組みをつくる。平成18年度の採択以降、継続している「弘前感交劇場」というコンセプトに盛り込むことも目的だ。例えば散策しながら、昔の街並みを垣間見ることができたり、昭和初期に残る老舗を訪ねる、といった楽しみ方を提案する。その調査のため、城下町として栄えた弘前の歴史を縄文時代までさかのぼり、各時代ごとの年表や絵図、写真などを発掘・収集。観光プランのアイデア出しのための材料とした。

古い時代の資料を現在の街と結びつける

情報を地図に落とし込み、街歩きをしながら弘前に残る観光産業や特産品の由来に触れられるようにし、タイムスリップする感覚を楽しめる観光プランを検討。縄文時代に由来する「漆」から昭和に至るまで、歴史的背景を振り返り起こした。

本事業の成果と今後の展開

- 地域の文化を調査することにより、弘前の魅力を深く掘り下げる資料を発掘・収集できた。今後は「弘前感交劇場」の趣旨である観光客と市民が共感し合える「感交」を意識しながら、タイムスリップする感覚に浸れるような観光プランのアイデアを詰めていく。

ひろさき
■ **弘前商工会議所【青森県】** 〒036-8567 青森県弘前市上朝師町18-1 TEL：0172-33-4111 FAX：0172-35-1877
URL：http://www.hcci.or.jp/ MAIL：info@hcci.or.jp

共同実施：岩木町商工会、相馬町商工会

旅

地域の文化・歴史的資料を掘り起こして整理 縄文時代までさかのぼり 街歩きの仕事組を調査

旅

小説家・藤沢周平が描いた時代の面影をたどる
城下町・鶴岡の魅力発掘
 その活用方法を検討

概要 「城下町の町並み」が残り、「武士の一分」などの作者・藤沢周平の出身地として知られる山形県鶴岡市。鶴岡商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、「[城下町・鶴岡]調査研究」を実施。

主な調査項目 ▶ 藤沢周平作品のモデルとなった鶴ヶ岡城址公園周辺・庄内藩城下町



1.庄内藩校致道館は東北地方唯一の藩校建造物 2.三雪橋は鶴岡を代表する風景の一つ 3.伝統や文化を受け継ぐ民芸品

平成21年度の実施状況 近年の藤沢周平作品の映画化により、モデルになった名所を訪れる観光客が増えている。これを機に、改めて「城下町としての鶴岡」をPRするため、観光資源の発掘や研究を進めた。調査は、庄内藩校致道館など城下町らしさの残る建造物を中心に、小京都の趣を感じる三雪橋や伝統を受け継ぐ民芸品まで行い、専門家を招いて町名の移り変わりなども把握した。そのほか、歴史遺産を活用している先進地での現地調査を行うとともに、パネルディスカッションも開催。多方面から「城下町・鶴岡」のイメージにふさわしい情報を整理した。

鶴岡の魅力を再発掘するパネルディスカッション

観光関連団体や行政が参加し、「私が伝えたい鶴岡の魅力」をテーマにパネルディスカッションを開催。地域への思いや今後の課題などを取り上げ、民・官一体の地盤を確立し、藤沢周平ファンが感動するモデルコースを研究した。

本事業の成果と今後の展開

- 地域の歴史研究団体や観光ガイドとの交流を通して、鶴岡に対する愛着と誇りを持つ人の多さを再認識した。これを受け、各団体との連携を深めつつ、地域の人々との交流ができる散策コースなどを検討。それらを基に、今後の「町づくり」を進めていく。

つるおか
鶴岡商工会議所[山形県] 〒997-8585 山形県鶴岡市馬場町11-63 鶴岡産業会館2階 TEL:0235-24-7711 FAX:0235-24-6171 URL: http://www.trcci.or.jp/ MAIL: mail7711@trcci.or.jp

旅

大きな体にちよこんと乗った小さな頭が不思議な石仏
愛嬌ある姿「万治の石仏」を
 核に観光メニューを調査

概要 諏訪大社下社や諏訪湖、八鳥ヶ原湿原などの観光名所がある長野県下諏訪町。下諏訪商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、「[万治の石仏]全国発信調査事業」を実施。

主な調査項目 ▶ 下諏訪町指定文化財の「万治の石仏」の活用方法



諏訪大社下社の春宮から徒歩5分ほどの場所にある「万治の石仏」

平成21年度の実施状況 諏訪大社下社春宮からほど近い、低川の清流沿いの木立に開かれた場所に鎮座する「万治の石仏」。下諏訪町の指定文化財で、大きな体に小さな頭がちよこんと乗ったユニークな姿をしている。万治3(1660)年建立のため、歴史は古い。観光資源としては十分に活用されていない。そこで、「万治の石仏」の新たな活用方法を検討するための調査研究を実施。委員会を4回開催し、平成22年に行われる御柱祭も視野に入れつつ、観光ルート開発などのアイデアを募った。また、来訪客との意見交換会、インターネットによる情報収集も行った。

石仏を中心とする観光ルートを検討

「万治の石仏」を核に「まちなか」を回遊し、滞在時間を延ばしてもらえるようなルート・ツールを検討した。商業、サービス業が連携した企画も行う方向で議論。芸術的側面を取り入れつつインバトのある情報発信についても意見交換した。

本事業の成果と今後の展開

- 委員会の開催で地域住民の意識が高まり、観光協会が「万治の石仏」臨時案内所を開設するまでに至った。平成22年には7年に1度の御柱祭が行われることを踏まえ「信州デザイン・セッションキャンペーン」などを活用しながら、新たなブランドイメージを構築していく。

しもすわ
下諏訪商工会議所[長野県] 〒393-0087 長野県諏訪郡下諏訪町4611 TEL:0266-27-8533 FAX:0266-28-8811 URL: http://www.cci.shimosuwa.nagano.jp/ MAIL: shimocci@cci.shimosuwa.nagano.jp

旅

日本一の千曲のアンズを全国の人々に味わってもらおう
アンズ新製品の開発と
 地域振興に向けた調査

概要 日本一の生産量を誇るアンズの里として知られる長野県千曲市。千曲商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、「[杏都「信州さらしな」プロジェクト]」を実施。

主な調査項目 ▶ 特産品のアンズを使用した製品、地域としての「さらしな」、郷土食である「おとうじ」



アンズの加工方法の種類や、加工時の味や香りの変化などを調査

平成21年度の実施状況 千曲市のイメージである、生産量日本一のアンズを活用した産業クラスター化の可能性と、更級そば・棚田文化といった地域資源の活用による「千曲ブランド」構築にあたっての調査研究を行った。花・実・種・樹などすべてが利用可能なアンズについては、実や種による食品開発にとどまらず、花や樹まで含めた工芸・観光についての可能性を模索。一方、更級そばをはじめとする地域食については、飲食店・温泉旅館などに活性化の動きが見られ、ご当地メニューによる誘客促進についての機運が生まれつつある。

特産品開発を学ぶセミナーを開催

他地域の成功例や開発手法などについての情報を共有することを目的に、住民や企業などを対象にした「地域ブランド啓発セミナー」を開催。調査結果を報告するとともに、セミナー参加者を中心とした「千曲ブランド構築委員会」も設置した。

本事業の成果と今後の展開

- 企画事業者がアンズ新製品の開発を予定している。「さらしな」は、古典的なイメージなどを生かすことが決定。野菜や練り物の鍋をそばなどにかける風土食「おとうじ」は、「さらしな」名物に昇華させ全国にアピールするべく地域の食堂などのメニューに加えていく。

ちくま
千曲商工会議所[長野県] 〒387-0011 長野県千曲市杭瀬下3-9 TEL:026-272-3223 FAX:026-272-3633 URL: http://www.chikumacchi.jp/ MAIL:info@chikumacchi.jp

概要 飛行機や自動車の製造業の企業城下町として発展してきた群馬県太田市。太田商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、「[太田地域観光資源・特産品再発掘事業]」を実施。

主な調査項目 ▶ 太田が有するものづくり技術、農産物、歴史的観光資源



1.太田の地域資源の一つ、太田市民に「子育て香籠」として親しまれている大光院 2.大和傘を使った特産品も調査の参考にした

平成21年度の実施状況 太田の地域資源として、戦前の飛行機製造から転じた自動車製造などの「ものづくり技術」が挙げられる。加えて大和傘や紅小玉スイカなどの農産物や、徳川家に関係する大光院といった名所など、多様な地域資源にあふれる地域である。これらの中から、全国に発信する特産品・観光商品の対象を絞るべく、調査を行った。また、会議の結果、郷土史家や製造業関係者、メディア関係者などを対象に、産業観光についてヒアリングを実施。工場見学や農業体験に対する意見を多方面から求め、今後の方向性を検討した。

教育機関や各事業者などにサンプル調査を実施

学生や農・商・工業従事者、一般消費者などを対象に、太田の産業観光の認識についてのサンプル調査を実施。歴史的建造物から、飛行機や自動車のものづくり技術までの新たな活用方法のアイデアや意見を収集した。

本事業の成果と今後の展開

- 産業観光を継続して進めていくことを目指し、1年ごとにテーマを決めて新商品のアイデアを募集することを創案。また、カタチのない「ことづくり工場」事業や、年単位で地域資源の再発見と融合を促進させる。パートワーク方式による地域の魅力づくりに取り組む。

おおた
太田商工会議所[群馬県] 〒373-8521 群馬県太田市浜町3-6 TEL:0276-45-2121 FAX:0276-45-1088 URL: http://www.otacchi.or.jp/ MAIL: info@staff.otacchi.or.jp

食

敦賀の食材・人・技・風土を融合させた新たな魅力 地域特有の調理法を研究

概要 越前がにや昆布など、敦賀湾の海産物が魅力の福井県敦賀市。敦賀商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【農工商連携による地域性を活かした商品開発の計画策定事業】を実施。

主な調査項目 ▶ 敦賀湾のにしんずしなどの地域食材



1.にしんずしを使ったメニューを調査 2.地域住民の嗜好もアンケートで把握

平成21年度の実施状況 敦賀湾の豊富な水産資源を生かしながら、人、技、風土を融合させた新しい特産品の開発を目指した。活用する食材とメニューを選定するため、敦賀地域の農産・水産・商工事業者と市民グループ、専門アドバイザーによる「敦賀ブランド開発研究会」を発足。会議の結果、「敦賀のにしんずし」を中心とした風土食の開発を決定。ご当地グルメ化を目標に、材料や調理法を定め、商品パッケージなどについても意見交換の場を設定。さらに、次年度の商品開発に向けて、にしんずしに魚や野菜を加えたメニュー案を検討した。

伝統食文化を学ぶ勉強会で活用意識を醸成

風土食について全国発信の可能性を探るための勉強会を開催。「伝統的発酵食品の新展開」をテーマにした講演や、にしんずしのパネルディスカッションも実施され、伝統食の調理法を生かした商品開発の可能性について意見を重ねた。

本事業の成果と今後の展開

- にしんずし商品の開発に関する調査を踏まえ、敦賀の風土に根付いた食文化を再発見できた。今後は、風土食に関連する、にしんずし以外の商品の開発にも取り組む予定。また、食に関するイベントの開催などを通して敦賀の食文化と特産品を全国に発信していく。

つるが 敦賀商工会議所【福井県】 〒914-0063 福井県敦賀市神楽町2-1-4 TEL: 0770-22-2611 FAX: 0770-24-1311
URL: <http://www.tsuruga.or.jp/> MAIL: Tcci_Staff@tsuruga.or.jp

旅

琵琶湖の自然に触れながら地球環境について考える 湖都・大津が発信する エコツーリズムを調査研究

概要 比叡山延暦寺をはじめ、数多くの史跡が点在する滋賀県大津市。大津商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【湖都・大津発着：エコツーリズム調査研究事業】を実施。

主な調査項目 ▶ 比叡山延暦寺ほか戦国時代の近江に関する寺社や施設、琵琶湖産淡水真珠、琵琶湖、比叡ゆば、仰木の欄干



1.ツーリズムの候補地でもある琵琶湖の花噴水 2.「日本の欄干100選」に選ばれた仰木の欄干 3.近江八景にも描かれた瀧田の唐橋 4.淡水真珠の養殖場

平成21年度の実施状況 「地球環境の保全」をテーマに、人間と自然の共存を考えるツアー「大津エコツーリズム」の商品開発に向けた市場調査を実施。琵琶湖と共に生きてきた大津の人々の暮らしや文化などを、ツーリズム参加者が体感できるテーマ性とストーリー性の創造が課題となった。コース策定に向けて、40～60代の女性客をターゲットに、Webでのアンケート調査を実施。大津における観光の動向を把握し、「里山から湖へ水環境にふれる旅」や「新しいびわ湖の楽しみ方教えます」など想定するモデルコースのテーマについて調査した。

プログラム作成につながるアンケートを実施

近畿地方1400万人の「水がめ」である琵琶湖の特性を生かしたコースを企画。アンケートで川下から川上に向かって琵琶湖の水源をたどるツアーや、カヌー体験、琵琶湖真珠加工体験などを盛り込んだプログラムへの評価を求めた。

本事業の成果と今後の展開

- エコツーリズムの7つのテーマの内「散策」と「グルメ」へのニーズが高かった。今後はこのテーマに絞った観光開発を行う。自転車を使った観光ルートの設定やそれに関連する食を中心とした特産品開発などを進め、押し付けでない「エコ」ツアーの提供を目指す。

おおつ 大津商工会議所【滋賀県】 〒520-0806 滋賀県大津市打出浜2-1 コラボしが21 9階 TEL: 077-511-1500
FAX: 077-526-0795 URL: <http://www.otsucci.or.jp/> MAIL: somu@otsucci.or.jp

技

「高田ブランド」確立に向け 開発商品の方向性を探る

繊維や金属加工など、ものづくりの現場をネットワーク化

概要 紡績工場の発展で産業を広げてきた奈良県大和高田市。大和高田商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【地域エコロジカルネットワークの形成による新しい地場商品群の創造】を実施。

主な調査項目 ▶ 繊維産業を中心とするものづくりの技術、地域における産・官・民・学のネットワーク活用



1.「ものづくりネットワーク」と連携し、調査を実施 2.靴下や肌着などの製造技術を活用し、綿の産地として高品質な製品の生産を目指す

平成21年度の実施状況

大和高田は紡績工場を基幹産業として発展し、染織や機械などさまざまな技術を蓄積してきた。古くから伝わる大和木綿の伝統を継承する新しいブランドの確立を目指して、本事業では、平成20年に地域企業により発足された「ものづくりネットワーク」の協力を得て、新商品開発に向けた調査をスタート。まず開発商品の方向性を検討するため、地域のイベントで繊維製品などへのニーズ調査を実施。また、地域のものづくりに関わる企業を対象にアンケートやインタビュー調査を行い、新たに開発すべき地域商品の現状を把握した。

グループインタビューから地域の課題を抽出

地域の技術と消費者をつなぐ方法を検討するため、20～60代の消費者による座談会を開催。地域産業の現状と課題について、意見を収集。地域の技術を理解し外に向かって情報を発信する人材の育成が急務であることが分かった。

本事業の成果と今後の展開

- アンケートでは約100件の回答が得られ、各企業の現状や意見を認識できた。ブランド確立には、地域内の営業力強化とマーケティングの徹底が必要となる。
- 今後、事業基盤の構築と機能性に優れた地産の商品開発を検討し、「高田ブランド」の発信を目指す。

やまとたかだ 大和高田商工会議所【奈良県】 〒635-0095 奈良県大和高田市大中106-2 TEL: 0745-22-2201 FAX: 0745-22-2277
URL: <http://www.yamatotakada-cci.or.jp/> MAIL: info@yamatotakada-cci.or.jp

概要 大阪市や広島市に並ぶ「水の都」として知られる島根県松江市。松江商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【まつえ屋台、元氣プロジェクト～屋台で賑う松江育て～】を実施。

主な調査項目 ▶ 古い街並みや水の都・松江の親水性など



1.宍道湖は水の都のシンボルの観光資源 2.屋台が出店している地元のイベントを調査

平成21年度の実施状況

今も残る古い街並みや「水辺の街」という特性を活かした街歩き観光の創出を目指す松江。本事業では、松江の新たな観光の名所づくりと地元素材を使ったメニュー開発を行うための調査を実施。これらを推進するための手段として「松江屋台」の可能性を検証すべく、アンケート調査を行い、地域や食に関する観光客などの反応やイメージを把握した。また、先進地を視察することによって、屋台を新たな観光拠点として活用するためのノウハウなどを学んだ。

先進地の調査で地域の課題を把握

活用を検討している屋台村は、単なる店の新規出店と異なり、新たな観光や飲食の拠点をつくることにつながる。このため、主な営業地となる場所の周辺の店舗や、地域住民との調整が成功のカギを握ることが判明した。

本事業の成果と今後の展開

- 本調査結果から、街歩き観光を推進するための仕掛けとして「屋台」の活用が具体化してきた。今後は、屋台による観光拠点創出のため、観光資源にもなる新メニューの開発や、新たな街歩きメニューの開発に取り組んでいく。

まつえ 松江商工会議所【島根県】 〒690-0886 島根県松江市母衣町55-4 TEL: 0852-23-1616 FAX: 0852-23-1656
URL: <http://www.matsue.jp/> MAIL: info@matsue.jp

食

屋台村の設置で水辺の夜間街歩き観光を創出する 街並みや親水性を活かした 街歩き観光のあり方を調査

食

日本一の清流が育んだ新鮮食材でご当地グルメを生み出す 高津川の新名物開発に向けた 益田の「ええもん」を探る

概要 水質日本一に輝く高津川が流れる鳥根県益田市。益田商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【ますだええもん開発プロジェクト〜清流「高津川」の恵み活用事業〜】を実施。

主な調査項目 ▶ アユ、ツガニ、ハマグリ、米



高津川流域の特産品であるハマグリ。新メニュー「はまぐりめし」を計画中

平成21年度の実施状況 清流として名高い高津川の流域は、食材の宝庫としての魅力にあふれている。この特性を観光面に活かすため、地域食材を使った料理と特産品の開発を目指す。はじめに、流域外の住民を対象に地場産品に関するアンケート調査を実施し、地域のイメージと高津川に関する資源を研究した。また、体験メニューを組み合わせた観光プランの開発や、選定食材の詳細やレシピを紹介するホームページの開発など、新商品を核とした観光開発のアイデアを提案。今後生まれる商品を、いかにして益田観光のなかで展開していくかを検討した。

特産品開発に向けた地元産物の勉強会

調査委員会を中心に、高津川流域の農協、漁協、森林組合と地産品の勉強会を開催。新メニューの開発を目指す「料理部会」と特産品開発を目指す「産品部会」において、アユやハマグリなど地元の農林水産物への理解を深めた。

本事業の成果と今後の展開

- 開発資源として天然のアユ、ハマグリ、ツガニなどを抽出。「鮎めし」などの新メニューが提案された。開発面では研究機関などから助言を受け、食材の細胞を壊さない瞬間冷凍技術などの採用も考えている。開発に併せ、高津川の水質維持にも取り組む予定だ。

ますだ
■ **益田商工会議所【鳥根県】** 〒698-0033 鳥根県益田市元町12-7 TEL:0856-22-0088 FAX:0856-23-4343
URL: http://www.iwami.or.jp/masudacc/ MAIL: masudacc@iwami.or.jp

旅

近代の建造物を資源と捉え、レトロで引きつける観光開発 ルートプロモーション実施に 向けた下地づくりを協議

概要 歴史的建造物が点在する福岡県直方市。直方商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【ゆたつと直方まちあるき」観光計画策定及びルートプロモーション事業】を実施。

主な調査項目 ▶ 直方谷尾美術館、前田園、アートスペース谷尾、殿町どろろ、もち吉工場、永満寺堂、いこいの村、花の木塚の大銀杏など



1.体験観光の場として候補に挙がる直方谷尾美術館収蔵庫 2.老舗茶舗「前田園」では、喫茶スペースの設置も検討している

平成21年度の実施状況 直方は、明治から昭和初期の姿を残すレトロな街並みが広がっている。そこで、歴史ある街並みを活かした新しい観光ルートの策定を目指し、点在する歴史的建築物や工場などの観光資源の調査を実施した。調査は、行政や市民団体などで組織した協議会を中心に推進。マーケティングの専門家と交え、コンセプトやキャッチフレーズなどを検討するとともに、地域の観光資源を洗い出した。候補に挙がった直方谷尾美術館収蔵庫や前田園などを訪れ、実地調査し、活用可能な資源を選出。それらを基に、観光ルートを検討した。

観光ルート策定に向けた具体策を創案

ルートを構成する要素として、体験交流型観光プログラムの作成を検討した。また、既存イベントの集客力を活用し、レトロな街並みの魅力や観光ルートのコンセプトを浸透させる方法についても討議。観光客増加に向けたプランを練った。

本事業の成果と今後の展開

- 観光地としての魅力アップのために、徹底的な街の作り込みが必要と分析。次年度以降、地域住民を巻き込み、レトロ感の演出に取り組む。また、観光窓口の一歩化、一括予約プロモーションの育成、ご当地グルメの開発などを検討し、総合的な観光開発を目指す。

のがた
■ **直方商工会議所【福岡県】** 〒822-0017 福岡県直方市殿町7-50 TEL:0949-22-5500 FAX:0949-25-0471
URL: http://www.nogata-cci.or.jp/ MAIL: info@nogata-cci.or.jp

旅

広島にきた外国人から見た瀬戸内海の魅力とは何か？ 新たな視点で見つめる 瀬戸内海観光の魅力を探る

概要 瀬戸内海観光で人気が高い広島県広島市。広島商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【訪日外国人観光客の視点から行う、新たな瀬戸内海観光開発調査研究事業】を実施。

主な調査項目 ▶ 瀬戸内海および周辺の観光資源



1.夕日に染まる瀬戸内海の多島美 2.アンケート調査に協力する瀬戸内海クルーズの乗船客 3.島の街並みを紹介する観光ガイド

平成21年度の実施状況 「類いまれな景観と沿線の多彩な観光資源を有する瀬戸内海」をテーマに、長期滞在観光の促進に向けた調査を行った。瀬戸内海クルーズ観光の品質向上に向けて、今後増加を見込んでいる外国人観光客を対象に調査を実施。瀬戸内海の観光資源の認知度や印象、宿泊施設や駅・港などのホスピタリティに関する意見を集めた。またマーケティングリサーチでは、広島在住の外国人に瀬戸内海クルーズに対するアンケート調査を実施。その結果を基に、「海と島」「食」などの瀬戸内海観光の魅力を活かした新しい観光プランの分析を進めた。

今までにない外国人の視点でブラッシュアップ

日本独特の景観や食などを好む訪日外国人観光客に着目し、観光に関するアンケート調査を実施。原爆ドームなど世界文化遺産は認知されているが、ほかの観光資源の認知度の低さが判明。地域全体の宣伝強化が必要と分かった。

本事業の成果と今後の展開

- ホスピタリティに関する観光サービスの充実と、観光産業全体のプロモーション強化という課題が見えてきた。次年度以降は瀬戸内海観光のモデルツアーの実施や、宿泊施設を中心としたコンシェルジュ事業と連携し、全国的なプロモーションに力を注ぐ。

ひろしま
■ **広島商工会議所【広島県】** 〒730-8510 広島県広島市中区基町5-44 TEL:082-222-6610 FAX:082-222-6664
URL: http://www.hiroshimacci.or.jp/ MAIL: hiroshima@hiroshimacci.or.jp

食

キビナゴや養殖のタイなどを活用した商品作りが目標 牛深のブランド形成に 向けた研究会を開催

概要 豊富な魚介と水産加工品がそろう漁業の街・熊本県牛深町。牛深商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【「製品から商品化へ」水産資源を活用した牛深ブランド形成事業】を実施。

主な調査項目 ▶ 養殖のタイヤブリ、キビナゴヤサバなどの海産物と加工技術



1.養殖のタイヤブリ、シマアジ、マグロなど 2.海と山に囲まれた天草諸島最南端に位置し、漁業の街として海産物に恵まれる牛深

平成21年度の実施状況 特産品を活用した牛深ブランドを形成するため、新商品の開発とブランディングに関する調査を実施した。「製品から商品化」をテーマに、参画事業者とともに開発に向けた委員会を設置。開発のヒントとするため先進地への調査を行った。それらを基に、タイ釜飯やキビナゴの一夜干しなど、地域資源を使った8つのメニューを検討。また崇城大学准教授の協力を得て、学生らと交えたデザイン開発研究会を行った。その中で味やパッケージデザイン、ロゴマークに対する意見をまとめ、他地域との差別化を図るべく課題を洗い出した。

開発に向け先進地での調査で研究を重ねる

商品開発に先立ち、広島県福山市の備後特産品研究会との勉強会や、瀬の浦の水産食品加工業者「阿波珍味」への先進地調査を実施。新商品の開発方法をヒアリングし、商品を活用した産業観光への取り組みを研究した。

本事業の成果と今後の展開

- 先進地への調査から商品開発には、「作り手の思い」や「物語」を上手く関連付けた製造・販売手法が必要だと分かった。今後は、デザインの専門家などに意見を聞き、パッケージデザインを開発。その上で、それらを消費者に伝える方を検討していく。

うしぶか
■ **牛深商工会議所【熊本県】** 〒863-1901 熊本県天草市牛深町215-1 TEL:0969-73-3141 FAX:0969-73-3147
URL: http://www.ushibuka-cci.or.jp/ MAIL: onex2@ushibuka-cci.or.jp

旅

温かみにあふれる木造建築群が、学びと体験の場に変わる
**木造建造物群を活用した
 産業観光の創出を目指す**

概要 日本有数の杉材生産地で、木造建造物が林立する宮崎県日向市。日向商工会議所では、平成21年度の地域資源∞全国展開プロジェクトとして、【日向圏域における木造建造物産業観光形成事業】を実施。

主な調査項目 ▶ 日向市駅、西の正倉院、美々津地区（重要伝統的建造物群保存地区）、その他日向市および周辺町村木造建造物等



1. 地元の杉材を使用した「日向市駅」は、鉄道建築の最高賞であるプルネル賞を受賞した
 2. 当時の建築様式を寸分違わず再現し、東大寺正倉院の正倉を複製した「西の正倉院」

平成21年度の実施状況

林業とともに発展し、地元杉材などを使用した建造物で知られる日向。同地は、鉄道建築の最高賞を受賞した「日向市駅舎」や隣接地区にある「西の正倉院」、京風の町家群など観光資源となる木造建築の集積地といえる。そこで、点在するこれら建造物を有機的に結ぶ新しい産業観光の開発に向けた調査を実施。日向圏域に林立する各建造物の歴史や構造、建設背景とともに、林業における課題や今後の方向性について検証。参加・学習型観光を念頭に、林業から産業観光の創出を実現するための調査研究事業を行った。

木造建造物の観光資源化を目指すワークショップ

観光コースの策定に向けたワークショップを開催。「西の正倉院」など木造建築がある地区を実地調査し、ルート作成の参考にした。また、建築を専攻する人や学生の教育用、シニア世代向けとターゲットに合わせた観光ルートについて研究した。

本事業の成果と今後の展開

- 地域資源と捉えた木造建造物以外に、その周辺の林業そのものの資源も来訪者にとって魅力あるものだということが分かった。また事業化にあたっては、観光ガイドの必要性、設備・制度面における行政への働きかけの必要性も認識できた。

ひゅうが
 ■ 日向商工会議所【宮崎県】 ■ 〒883-0044 宮崎県日向市上町3-15 TEL：0982-52-5131 FAX：0982-52-1133
 URL：http://www.miyazaki-cci.or.jp/hyuga/ MAIL：hgcci@miyazaki-cci.or.jp

第 2 章

平成21年度 日本商工会議所の 取り組み



平成21年度 日本商工会議所の取り組み

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

広報事業

平成18年度から実施している本事業について、事業内容の周知および認知度の向上を目的とした広報事業を実施。全国各地で推進されている地域資源を活用した新しい・特産品開発や観光資源開発の取り組みについて情報を発信した。

1 地域資源∞全国展開プロジェクト 公式ホームページ「feel NIPPON」の運営

本事業の認知度向上および各地が取り組むプロジェクトのPRを目的に、公式ホームページ「feel NIPPON」(<http://feelnippon.jcci.or.jp/>)を運営し、多様な情報発信に努めた。また平成21年8月から、テーマ別にプロジェクトを取り上げる特集記事を掲載するなど、コンテンツの充実を図った。

■ 特集実績

8月	新メニュー誕生! ハズレなしのご当地グルメに舌鼓!
9月	秋を体験! ちょっと“技あり”な旅に出かけよう!
10月	日本一の地域特産品から生まれる美味なる新グルメを全国に発信!!
11月	「feel NIPPON 秋 2009」開催
12月	1泊2日で行く! 新しい魅力が発見できる感動旅へ!
1月	これこそ日本の美味さ! こだわりの“食”で地域活性化
2月上旬	44プロジェクトによる共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」
2月下旬	feel NIPPON ニッポンの食と文化の物産展
3月上旬	各地自慢のグルメ・新商品を一足先にご紹介!
3月下旬	feel NIPPON ニッポンの食と文化の物産展 開催レポート



公式ホームページ「feel NIPPON」トップページ



10回にわたり特集ページを掲載

テーマ別にプロジェクトを特集

2 事業成果パネルの展示

平成20年度の事業成果パネルを作成。平成21年8月11日(火)～平成22年3月31日(水)の期間、静岡県浜松市にある商工会議所福利研修センター「カリアック」において同パネルを展示。また、平成21年10月および平成22年2月に開催した共同展示商談会「feel NIPPON」においてもパネル展示を実施した。商工会議所職員や共同展示商談会の来場者等に対し、地域資源を生かした特産品開発や観光資源開発の意欲の喚起や事業ヒントの提供に努めた。



カリアック内に全パネルを展示

A1サイズ(タテ
841×ヨ 594ミ
リ)計82枚を製作

3 一般誌を活用した広報の実施

一般消費者に対し、本事業の周知とPRを目的に、食、工芸、旅、宿など日本全国のさまざまな文化を紹介する隔月刊誌「Discover Japan」を活用し、平成21年度のプロジェクトを中心に、全49ページにわたって各地の取り組みを紹介した。



掲載誌の「Discover Japan」4月号
(平成22年3月発売)

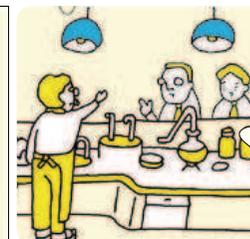
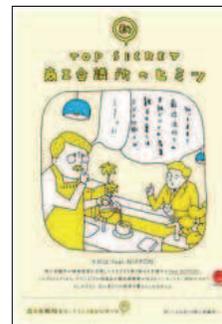
4 事業紹介用のPR媒体の作成

地域資源∞全国展開プロジェクトの目的や支援内容等を分かりやすく伝えることを目的として、ポスターやホームページに掲載するPR媒体を作成。ポスターは、平成22年2月に開催した共同展示商談会「feel NIPPON 春 2010」や、平成22年2月と3月に開催したテストマーケティング事業の会場などで掲示。さらに、公式ホームページや商工会議所の各サイトで同内容を掲載し、プロジェクト全体の認知度向上に努めた。



東京・有楽町にポスターを掲示

■ 制作物詳細



公式ホームページ (<http://www.jcci.or.jp/secret/feel-nippon>)

喫茶店のマスターと客の会話を通して、地域資源∞全国展開プロジェクトを取り上げ、プロジェクトの目的や意義、商工会議所による支援体制などを分かりやすく紹介した。

- feel NIPPONが、商工会議所とつきあってると、いろいろイコトあるんだな。
- 平成18年に制度がスタートして4年、すでに全国の商工会議所が地域の小規模事業者と連携して、さまざまなプロジェクトを発表しているようすな。
- マスター、物知りだなあ。で、具体的にはどういう支援が受けられるわけ?
- 資金的なバックアップはもちろん、プロジェクトによってはテレビや雑誌へのPR活動や、困った時にはその道のプロを紹介してくれるとか…。柔軟にきめ細かくサポートしてくれるようすぞ。

平成21年度
日本商工会議所の取り組み

共同展示商談会の開催

平成21年10月、平成22年2月の2回、地域資源∞全国展開プロジェクトで開発された商品などのPRと販路拡大を目的とした共同展示商談会「feel NIPPON」を開催。食の専門見本市「グルメ&ダイニングスタイルショー」や、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」と同時開催することで、多くのバイヤーを集め、商談の機会を提供した。

■ 開催実績

「feel NIPPON 秋 2009」

会 期：平成21年10月14日(水)～16日(金)
会 場：東京ビッグサイト
出 展 数：17商工会議所
来場者数：約3万3000人
(同時開催のイベント来場者含む)

「feel NIPPON 春 2010」

会 期：平成22年2月2日(火)～5日(金)
会 場：東京ビッグサイト
出 展 数：44商工会議所
来場者数：約20万人
(同時開催のイベント来場者含む)



「feel NIPPON 秋 2009」の様子



「feel NIPPON 春 2010」の様子

テストマーケティングの実施

平成22年2月と3月、平成18～20年度の地域資源∞全国展開プロジェクトにおいて開発された食料品と工芸品のテストマーケティング「feel NIPPON ニッポンの食と文化の物産展」を実施。首都圏における販路開拓とPRを目的に、都内百貨店「ブランタン銀座」と「松屋銀座」で開催した。消費者へのアンケート調査やバイヤーミーティングなどを行うことで、適切な販路や商品改良のための情報を収集した。

■ 開催実績

ブランタン銀座・1階正面口催事場【食料品・工芸品】
平成22年2月16日(火)～22日(月)

松屋銀座・7階スタイルコレクション【工芸品セレクト】
平成22年3月2日(火)～29日(月)

松屋銀座・地下1階食品催事場【食料品セレクト】
平成22年3月3日(水)～16日(火)



ブランタン銀座では、正面口催事場で食料品と工芸品をテスト販売



松屋銀座では、食品売り場と工芸品売場の2カ所で実施

各種セミナーの開催

地域ブランドの創り方や、本事業の活用事例紹介、事務手続き方法などを解説する「平成21年度地域資源∞全国展開プロジェクトセミナー」を開催。このほか、地域資源の活用を検討している商工会議所を対象とした「地域資源掘り起こしセミナー」や、次年度以降に本事業の活用を検討している商工会議所を対象とした「地域資源∞全国展開プロジェクト活用個別セミナー」を開催し、地域資源の活用による地域活性化についての啓発に努めた。



平成21年9月30日に開催した東京セミナー

■ 開催実績

平成21年度地域資源∞全国展開プロジェクトセミナー

開催日時：平成21年6月4日(木)13:30～17:45
5日(金)9:00～12:00
会 場：全国町村議員会館(東京都千代田区)
参加実績：117名

地域資源∞全国展開プロジェクト活用個別セミナー

〈札幌〉
開催日時：平成21年12月8日(火)13:00～16:20
会 場：札幌商工会議所(北海道札幌市)
参加実績：3商工会議所/3名

〈東京①〉
開催日時：平成21年12月22日(火)13:30～17:30
会 場：日本商工会議所(東京都千代田区)
参加実績：5商工会議所/5名

〈東京②〉
開催日時：平成22年1月18日(月)13:30～17:30
会 場：日本商工会議所(東京都千代田区)
参加実績：11商工会議所/14名

〈大阪①〉
開催日時：平成22年1月22日(金)13:00～17:00
会 場：大阪商工会議所(大阪府大阪市)
参加実績：7商工会議所/8名

〈大阪②〉
開催日時：平成22年1月22日(金)13:00～17:00
会 場：大阪商工会議所(大阪府大阪市)
参加実績：5商工会議所/7名

〈福岡〉
開催日時：平成22年1月29日(金)13:30～17:30
会 場：福岡商工会議所(福岡県福岡市)
参加実績：4商工会議所/7名

地域資源掘り起こしセミナー

〈北海道ブロック〉
開催日時：平成21年9月14日(月)13:00～16:00
会 場：札幌商工会議所(北海道札幌市)
参加実績：27商工会議所/29名

〈東北ブロック〉
開催日時：平成21年12月4日(金)13:00～17:00
会 場：TKP仙台駅前会議室(宮城県仙台市)
参加実績：11商工会議所/13名

〈北陸信越ブロック〉
開催日時：平成21年11月27日(金)13:00～17:00
会 場：ガーデンホテル金沢(石川県金沢市)
参加実績：9商工会議所/12名

〈関東ブロック〉
開催日時：平成21年9月30日(水)13:00～17:00
会 場：東京商工会議所(東京都千代田区)
参加実績：26商工会議所/29名

〈東海ブロック〉
開催日時：平成21年11月13日(金)13:00～17:00
会 場：名古屋ルーセントタワー(愛知県名古屋市)
参加実績：18商工会議所/26名

〈近畿ブロック〉
開催日時：平成21年10月22日(木)13:00～17:00
会 場：新梅田研修センター(大阪府大阪市)
参加実績：28商工会議所/31名

〈中国ブロック〉
開催日時：平成21年11月6日(金)13:00～17:00
会 場：RCC文化センター(広島県広島市)
参加実績：20商工会議所/22名

〈四国ブロック〉
開催日時：平成21年10月19日(月)13:00～17:00
会 場：全日空ホテルグレイム高松(香川県高松市)
参加実績：15商工会議所/17名

〈九州ブロック〉
開催日時：平成21年10月30日(金)13:30～17:30
会 場：福岡商工会議所(福岡県福岡市)
参加実績：15商工会議所/22名

事業評価事業・専門家派遣事業の実施

平成18～21年度に地域資源∞全国展開プロジェクトに取り組んだすべての商工会議所を対象に、当該事業の経済的成果や地域内への波及効果、補助期間終了後の取り組み状況の把握等を目的とした調査を実施。事業に取り組む上での課題や

その解決法、事業成果等を分析するとともに、成功事例等をまとめた活用マニュアルを作成した。また、調査研究事業に取り組むプロジェクトや専門家派遣のニーズを有するプロジェクトに対して、コンサルタント等を派遣するなど、実践的な支援を行った。

実施商工会議所 連絡先一覧

北海道

函館商工会議所

〒040-0063 北海道函館市若松町7-15
TEL：0138-23-1181 FAX：0138-27-2111
MAIL：h-info@hakodate.cci.or.jp

札幌商工会議所

〒060-8610 北海道札幌市中央区北1条西2
TEL：011-231-1369 FAX：011-231-1078
MAIL：kankou@sapporo-cci.or.jp

留萌商工会議所

〒077-0044 北海道留萌市鎮町1-1-15
TEL：0164-42-2058 FAX：0164-43-8322
MAIL：rcci@numoi.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
MAIL：info@cci.knc.ne.jp

栗山商工会議所

〒069-1511 北海道夕張郡栗山町中央2-1
くりやまカルチャープラザ「EKI」1階
TEL：0123-72-1278 FAX：0123-72-4001
MAIL：kuricci@rose.ocn.ne.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1階
TEL：0158-23-1711 FAX：0158-23-3611
MAIL：webmaster@mon-cci.or.jp

富良野商工会議所

〒076-0031 北海道富良野市本町7-10
TEL：0167-22-3555 FAX：0167-22-3120
MAIL：fcci@furanano.ne.jp

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2階
TEL：0152-73-5251 FAX：0152-73-5253
MAIL：bhorocci@muratasystem.or.jp

千歳商工会議所

〒066-8558 北海道千歳市東雲町3-2-6
TEL：0123-23-2175 FAX：0123-22-2122
MAIL：info@chitose-cci.or.jp

恵庭商工会議所

〒061-1444 北海道恵庭市京町80
TEL：0123-34-1111 FAX：0123-34-0133
MAIL：eniwacci@eniwa-cci.or.jp

東北

弘前商工会議所

〒036-8567 青森県弘前市上鞆師町18-1
TEL：0172-33-4111 FAX：0172-35-1877
MAIL：info@hcci.or.jp

十和田商工会議所

〒034-8691 青森県十和田市西二番町4-11
TEL：0176-24-1111 FAX：0176-24-1563
MAIL：towada@towada.or.jp

盛岡商工会議所

〒020-8507 岩手県盛岡市清水町14-12
TEL：019-62-5880 FAX：019-654-1588
MAIL：daihyo@ccimorioka.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
MAIL：hcci@hanamaki-cci.or.jp

塩釜商工会議所

〒985-0016 宮城県塩釜市港町1-6-20
TEL：022-367-5111 FAX：022-367-5115
MAIL：info@siog-cci.or.jp

鶴岡商工会議所

〒997-8585 山形県鶴岡市馬場町11-63
鶴岡産業会館2階
TEL：0235-24-7711 FAX：0235-24-6171
MAIL：mail7711@trcci.or.jp

米沢商工会議所

〒992-0045 山形県米沢市中央4-1-30
TEL：0238-21-5111 FAX：0238-21-5116
MAIL：yone-cci@ycci.or.jp

北陸信越

燕商工会議所

〒959-1200 新潟県燕市東太田6856
TEL：0256-63-4116 FAX：0256-63-8705
MAIL：main@tsubame-cci.or.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
MAIL：info@kamocci.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
MAIL：himi@ccis-toyama.or.jp

小松商工会議所

〒923-8566 石川県小松市園町二-1
TEL：0761-21-3121 FAX：0761-21-3120
MAIL：komatcci@komatcci.or.jp

輪島商工会議所

〒928-0001 石川県輪島市河井町20部1-1
TEL：0768-22-7777 FAX：0768-22-7707
MAIL：kaigisho@po.wajimacci.or.jp

珠洲商工会議所

〒927-1214 石川県珠洲市飯田町1-1-9
TEL：0768-82-1115 FAX：0768-82-1608
MAIL：suzucchi@iilac.ocn.ne.jp

長野商工会議所

〒380-0904 長野県長野市七瀬中町276
TEL：026-227-2428 FAX：026-227-2758
MAIL：ncci@nagano-cci.or.jp

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
MAIL：info@iidacci.or.jp

岡谷商工会議所

〒394-0021 長野県岡谷市郷田1-4-11
TEL：0266-23-2345 FAX：0266-22-9056
MAIL：info@okayacci.or.jp

諏訪商工会議所

〒392-8555 長野県諏訪市小和田南14-7
TEL：0266-52-2155 FAX：0266-57-1010
MAIL：info@suwacci.or.jp

下諏訪商工会議所

〒393-0087 長野県諏訪郡下諏訪町4611
TEL：0266-27-8533 FAX：0266-28-8811
MAIL：shimocci@cci.shimosuwa.nagano.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
MAIL：info@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
MAIL：info@sakucchi.or.jp

千曲商工会議所

〒387-0011 長野県千曲市杭瀬下3-9
TEL：026-272-3223 FAX：026-272-3633
MAIL：info@chikumacci.jp

関東

足利商工会議所

〒326-8502 栃木県足利市通3-2757
TEL：0284-21-1354 FAX：0284-21-6294
MAIL：acci@watv.ne.jp

太田商工会議所

〒373-8521 群馬県太田市浜町3-6
TEL：0276-45-2121 FAX：0276-45-1088
MAIL：info@staff.otacci.or.jp

春日部商工会議所

〒344-8585 埼玉県春日部市粕壁東1-20-28
春日部市商工振興センター1階
TEL：048-763-1122 FAX：048-763-1127
MAIL：info@kasukabe-cci.or.jp

千葉商工会議所

〒260-0013 千葉県千葉市中央区中央2-5-1
千葉中央ツインビル2号館13階
TEL：043-227-4101 FAX：043-227-4107
MAIL：soumu@chiba-cci.or.jp

立川商工会議所

〒190-0012 東京都立川市曙町2-38-5
立川ビジネスセンタービル12階
TEL：042-527-2700 FAX：042-527-5913
MAIL：ta-cci@m-net.ne.jp

小田原箱根商工会議所

〒250-8567 神奈川県小田原市城内1-21
TEL：0465-23-1811 FAX：0465-22-0877
MAIL：odawara@shokonet.or.jp

厚木商工会議所

〒243-0017 神奈川県厚木市栄町1-16-15
TEL：046-221-2151 FAX：046-222-0607
MAIL：atsugi@atsugicci.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
MAIL：info@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
MAIL：info@hamamatsu-cci.or.jp

沼津商工会議所

〒410-0832 静岡県沼津市御幸町14-5
TEL：055-931-1111 FAX：055-931-1115
MAIL：info@numazu-cci.or.jp

富士宮商工会議所

〒418-0063 静岡県富士宮市若の宮町45
TEL：0544-26-3101 FAX：0544-26-0303
MAIL：info@fujinomiya-cci.or.jp

磐田商工会議所

〒438-0078 静岡県磐田市中泉281-1
TEL：0538-32-2261 FAX：0538-32-2264
MAIL：iwata@iwata-cci.or.jp

東海

岐阜商工会議所

〒500-8727 岐阜県岐阜市神田町2-2
TEL：058-264-2131 FAX：058-264-0336
MAIL：info@gccci.or.jp

大垣商工会議所

〒503-8565 岐阜県大垣市旭町6-3
TEL：0584-78-9111 FAX：0584-78-9112
MAIL：info@ogakicci.or.jp

多治見商工会議所

〒507-8608 岐阜県多治見市新町1-23
TEL：0572-25-5000 FAX：0572-22-6100
MAIL：info@tajimi.or.jp

可児商工会議所

〒509-0214 岐阜県可児市広見1-5
可児市総合会館3階
TEL：0574-61-0011 FAX：0574-63-1856
MAIL：info@cci.kani.gifu.jp

一宮商工会議所

〒491-8686 愛知県一宮市栄4-2-1
TEL：0586-72-4611 FAX：0586-72-4411
MAIL：info@ichinomiya-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
MAIL：info@gamagoricci.or.jp

常滑商工会議所

〒479-8668 愛知県常滑市新開町5-58
TEL：0569-34-3200 FAX：0569-34-3223
MAIL：tokoname@toko.or.jp

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
MAIL：info@ise-cci.or.jp

亀山商工会議所

〒519-0124 三重県亀山市東御幸町39-8
TEL：0595-82-1331 FAX：0595-82-8987
MAIL：info@kameyama-cci.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
MAIL：k-cci.info@kumano-cci.com

近畿

敦賀商工会議所

〒914-0063 福井県敦賀市神楽町1-4
TEL：0770-22-2611 FAX：0770-24-1311
MAIL：Tcci_Staff@tsuruga.or.jp

鯖江商工会議所

〒916-0026 福井県鯖江市本町3-2-12
TEL：0778-51-2800 FAX：0778-52-8118
MAIL：info@sabaecci.or.jp

大津商工会議所

〒520-0806 滋賀県大津市打出浜2-1
コラボしが21 9階
TEL：077-511-1500 FAX：077-526-0795
MAIL：somu@otsucchi.or.jp

大阪商工会議所

〒540-0029 大阪府大阪市中央区本町橋2-8
TEL：06-6944-6211 FAX：06-6944-6250
MAIL：madoguchi@osaka.cci.or.jp

和泉商工会議所

〒594-0071 大阪府和泉市府中町4-20-2
TEL：0725-46-4141 FAX：0725-46-8686
MAIL：info@izumicci.jp

神戸商工会議所

〒650-8543 兵庫県神戸市中央区
港島中町6-1
TEL：078-303-5801 FAX：078-303-2312
MAIL：info@kobe-cci.or.jp

姫路商工会議所

〒670-8505 兵庫県姫路市下寺町43
TEL：079-222-6001 FAX：079-288-0047
MAIL：info@himeji-cci.or.jp

洲本商工会議所

〒656-0025 兵庫県洲本市本町3-3-25
TEL：0799-22-2571 FAX：0799-24-1550
MAIL：info@sumoto-cci.org

大和高田商工会議所

〒635-0095 奈良県大和高田市大中106-2
TEL：0745-22-2201 FAX：0745-22-2277
MAIL：info@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
MAIL：t-cci@mb.aikis.or.jp

中国

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
MAIL：info@matseu.jp

益田商工会議所

〒698-0033 島根県益田市元町12-7
TEL：0856-22-0088 FAX：0856-23-4343
MAIL：masudacc@iwami.or.jp

岡山商工会議所

〒700-8556 岡山県岡山市北区厚生町3-1-15
TEL : 086-232-2260 FAX : 086-225-3561
MAIL : occi@okayama-cci.or.jp

倉敷商工会議所

〒710-8585 岡山県倉敷市白楽町249-5
TEL : 086-424-2111 FAX : 086-426-6911
MAIL : kcci@sqr.or.jp

笠岡商工会議所

〒714-0098 岡山県笠岡市十一番町3-3
TEL : 0865-63-1151 FAX : 0865-62-3730
MAIL : info@kasaokacci.jp

高梁商工会議所

〒716-0033 岡山県高梁市南町16-2
TEL : 0866-22-2091 FAX : 0866-22-2099
MAIL : tacci@kibi.ne.jp

新見商工会議所

〒718-0003 岡山県新見市高尾2475-7
TEL : 0867-72-2139 FAX : 0867-72-0347
MAIL : kaigisyo@niimi.or.jp

広島商工会議所

〒730-8510 広島県広島市中区基町5-44
TEL : 082-222-6610 FAX : 082-222-6664
MAIL : hiroshima@hiroshimacci.or.jp

下関商工会議所

〒750-8513 山口県下関市南部町21-19
下関商工会館2階
TEL : 083-222-3333 FAX : 083-222-4094
MAIL : webmaster@shimonoseki.cci.or.jp

萩商工会議所

〒758-0041 山口県萩市江向457-2
TEL : 0838-25-3333 FAX : 0838-25-3436
MAIL : hagi-cci@haginet.ne.jp

柳井商工会議所

〒742-8645 山口県柳井市中央2-15-1
TEL : 0820-22-3731 FAX : 0820-22-8811
MAIL : info@yanaicci.or.jp

四国

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
MAIL : jemcci@jemcci.jp

伊予商工会議所

〒799-3111 愛媛県伊予市下吾川1512-6
TEL : 089-982-0334 FAX : 089-983-2227
MAIL : info@iyocci.jp

九州

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 毎日西部会館2階
TEL : 093-541-0181 FAX : 093-531-1799
MAIL : info@kitakyushucci.or.jp

大牟田商工会議所

〒836-0842 福岡県大牟田市有明町1-1-22
TEL : 0944-55-1111 FAX : 0944-55-1114
MAIL : omutacci@omutacci.or.jp

直方商工会議所

〒822-0017 福岡県直方市殿町7-50
TEL : 0949-22-5500 FAX : 0949-25-0471
MAIL : info@nogata-cci.or.jp

大川商工会議所

〒831-0016 福岡県大川市大字酒見221-6
TEL : 0944-86-2171 FAX : 0944-88-1144
MAIL : info@okawa-cci.or.jp

筑後商工会議所

〒833-0041 福岡県筑後市大字和泉118-1
TEL : 0942-52-3121 FAX : 0942-53-6508
MAIL : info@chikugo.or.jp

伊万里商工会議所

〒848-0041 佐賀県伊万里市新天町663
伊万里商工会館
TEL : 0955-22-3111 FAX : 0955-23-3106
MAIL : icci@po.imari-cci.or.jp

長崎商工会議所

〒850-8541 長崎県長崎市桜町4-1
TEL : 095-822-0111 FAX : 095-822-0112
MAIL : info@nagasaki-cci.or.jp

玉名商工会議所

〒865-0025 熊本県玉名市高瀬290-1
玉名商工会館4階
TEL : 0968-72-3106 FAX : 0968-72-3110
MAIL : tamana@tamana-cci.or.jp

牛深商工会議所

〒863-1901 熊本県天草市牛深町215-1
TEL : 0969-73-3141 FAX : 0969-73-3147
MAIL : onex2@ushibuka-cci.or.jp

豊後高田商工会議所

〒879-0628 大分県豊後高田市新町986-2
TEL : 0978-22-2412 FAX : 0978-24-1678
MAIL : buntaka@spice.ocn.ne.jp

宮崎商工会議所

〒880-0805 宮崎県宮崎市橋通東1-8-11
TEL : 0985-22-2161 FAX : 0985-24-2000
MAIL : mcci@miyazaki-cci.or.jp

日向商工会議所

〒883-0044 宮崎県日向市上町3-15
TEL : 0982-52-5131 FAX : 0982-52-1133
MAIL : hgcci@miyazaki-cci.or.jp

南さつま商工会議所

〒897-0006 鹿児島県南さつま市
加世田本町23-7
TEL : 0993-53-2244 FAX : 0993-52-2016
MAIL : info@minamisatsuma-cci.or.jp

いちき串木野商工会議所

〒896-0015 鹿児島県いちき串木野市
旭町178
TEL : 0996-32-2049 FAX : 0996-32-9891
MAIL : info@ikcci.jp

霧島商工会議所

〒899-4332 鹿児島県霧島市
国分中央3-12-41
TEL : 0995-45-0313 FAX : 0995-45-5662
MAIL : dai@kirishima-cci.or.jp

平成21年度 小規模事業者新事業全国展開支援事業

地域資源∞全国展開プロジェクト

平成22年3月31日 発行

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

編集 日本商工会議所 流通・地域振興部

制作 株式会社角川マーケティング
株式会社大空出版
トッパン エディトリアル コミュニケーションズ株式会社

印刷 凸版印刷株式会社