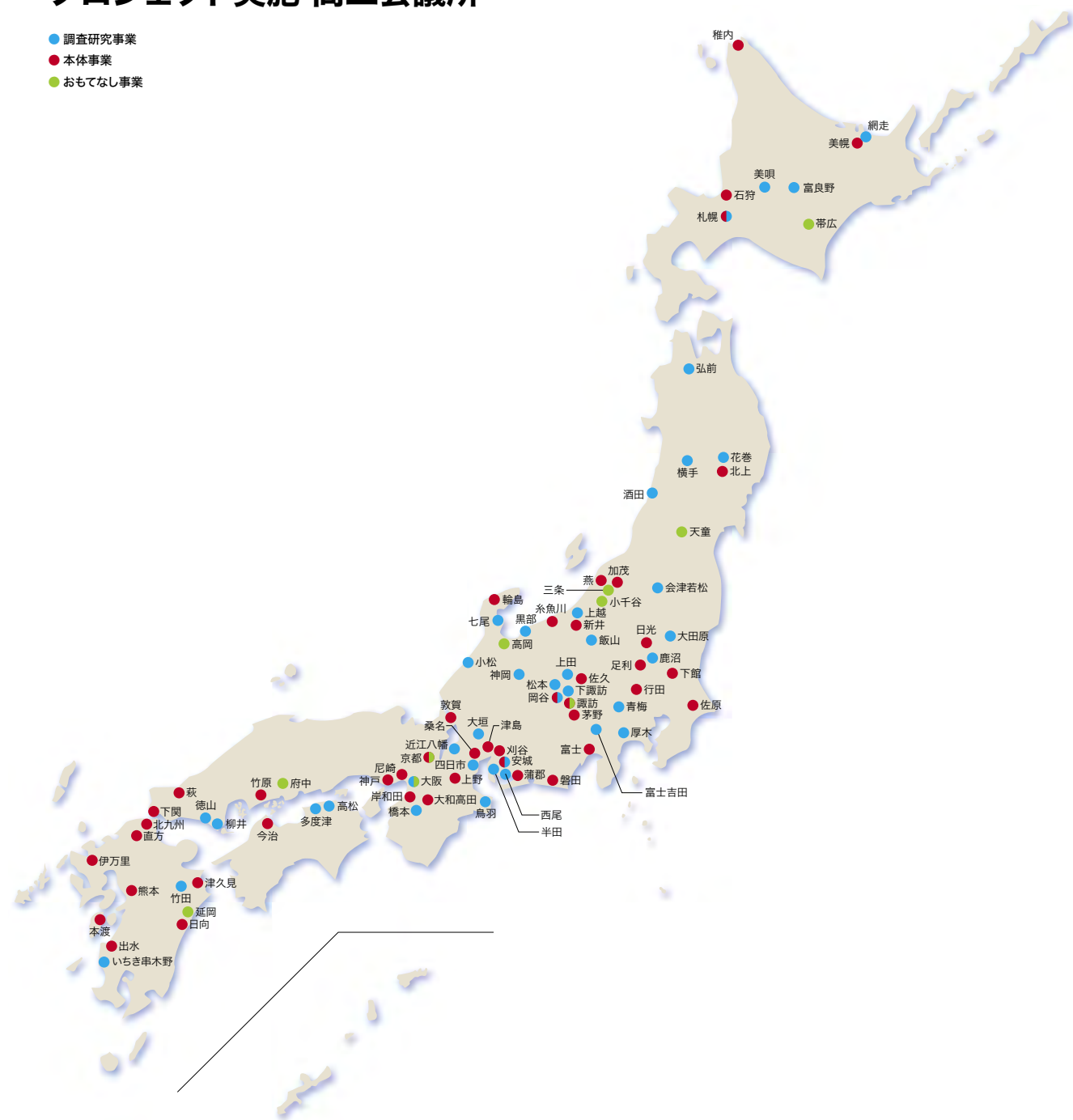


平成23年度
プロジェクト実施 商工会議所

- 調査研究事業
- 本体事業
- おもてなし事業



地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトWebサイト
<http://feelnippon.jcci.or.jp/>



平成23年度 小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業

地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト

小さなとりくみから始まる大きな成果



はじめに

日本商工会議所が中小企業庁の補助を受け、平成18年度から実施している「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト(正式名称:小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業)」。

これは、地域の資源を活用して新たな特産品や観光資源の開発およびその販路拡大などの地域をあげた取り組みについて、商工会議所を通じて支援する事業です。

平成23年度は、事業計画の策定を行う「調査研究事業」で39件、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1年目」で34件、以前本体事業で取り組んだ内容のブラッシュアップを行う「本体事業2年目」で10件のプロジェクトが採択されました。

また、複数の特産品や観光資源等を束ねて一定期間に集中的に開催する新たな集客型の販路開拓・普及事業である「地域の魅力でおもてなし事業」で10件のプロジェクトが採択されました。そして、これら地域の独自色ある93件のプロジェクトが全国各地で取り組まれ、多くの特産品や観光商品等が開発されました。

また、当所でも各地のプロジェクトを側面から支援するため、円滑な業務遂行をアドバイスする専門家の派遣、共同展示商談会やテストマーケティングによる販路開拓支援、ホームページを活用した広報事業などを実施することで、事業全体の支援と認知度向上に取り組んでまいりました。

本書では、平成23年度に実施されたプロジェクトについて、事業概要、成果、今後の方向性、課題等について紹介しておりますので、全国規模のマーケットを狙う小規模事業者・中小企業、および地域活性化を図る商工会議所の皆様の参考となれば幸甚です。

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

平成24年3月
日本商工会議所

feel



俳優・榎木孝明さんに聞く

一人ひとりの意識が変われば
日本が変わる。世界が変わる。

旅が大好きで、国内はもちろん世界各地を歩いてきた榎木孝明さん。地域の魅力を広く伝えるには、そこに住む人々が誇りや自信を持つことが大切と熱く語ってくれた。

時代劇の灯を消してはならない

今年、榎木さんはたった一人で、ある活動を始めた。名付けて「時代劇再生プロジェクト」。きっかけは、昨年末に放映終了となったテレビの時代劇シリーズ「水戸黄門」の最後の撮影日に行われた打ち上げに、たまたま立ち合ったことだという。

「私も別の時代劇の撮影で京都にいたことから顔を出したんです。民放連続時代劇の最後の砦と言われる番組でしたから、スタッフや職人さんの多くが、時代劇の行く末に強い危機感を抱いていました。でも、そこからどうしようという動きが見えなかったの、とりあえず何かしなくてはいけないと考えました」

時代劇は、単に着物やカツラをつけた人々が演じる芝居ではないと榎木さんは力説する。スタッフやキャストの全員が、その時代の精神を背負い込むことで表現されるべきものであり、衣装・結髪・美術・大道具・小道具などを結集した総合芸術なのだと。

「時代劇は日本の歴史であり、精神であり、日本人の宝です。近代化の中で打ち捨てられてしまった日本古来の精神は、今では書物や映像からしか学べなくなりつつあります。時代劇には、その精神文化のエッセンスが詰まっているのです」

こうした精神や技術は、ひとたび途絶えると復興がむずかしい。榎木さんは、独力で提案書をまとめ、国や自治体などに働きかけた。提案書には次のような内容が盛



り込まれている。

- 1.1年間に10本くらいの良質な時代劇映画を作る予算を付けられないか。
- 2.時代劇の製作技術や時代劇の精神が学べる学校を、国が京都につくってはどうか。
- 3.京都をはじめとして国内各地に時代劇の撮影や技術継承の拠点となる施設をつくってリンクさせれば、地域の活性化にもつなげられるのではないかと。

「空想的な話ではありません。現に韓国では、国が予算を付けて映画を大きな産業に育て上げ、外貨を稼いだり、文化を広める手段にしています。韓国映画の人気の高い国では韓国の工業製品もよく売れるそうですよ。また、山形県の庄内映画村は、時代劇の撮影ができるオープンセットを建てて観光客に公開し、利益の出る施設となっています。私の提案は、文化的な意義だけでなく、国や地域の産業の振興にもつながるものだと思います」

活動を始めて間もないが、国会議員をはじめ文化庁や京都市、榎木さんの出身地である鹿児島県が興味を示すなど、早くも反応が出てきたという。

「あれこれ議論を重ねるよりも、とにかく自分から動いてみようと思ったのです。誰かが動いたことで、人の意識が変わり始める——意識の変化は各方面へ波及していきますから」

何の目的もない旅が好き

榎木さんは旅行好きでも知られている。気楽な30代のころは、主にインドやアジア諸国に20回も出かけていたとか。しかも、ひと月以上にもなる放浪に近いような旅だったという。

「これをしたいから行く、これが見たいから行くという旅にはしたくなかったんです。何らかの目的意識を持ってそこへ行くとなると、途中にあるものを見落としがち。空っぽの状態歩いていけば、いろんなものが見えてくるし、いろんなことが感じられます。私は絵が好きだから、活気のある市場のような所があると、やおら座り込んで描き始める。すると人が寄って来て話がはずみ、今夜泊まる所を決めてないと言うと、『じゃ、うちに泊まればいい』みたいなことになったりする。そういうのがワクワクするんです。皆さんにお薦めできるわけじゃありませんが」

異国では不安が不安を呼び込むと榎木さんは言う。日本人旅行者には心配性の人が多く、遠目で見てもおっかなびっくりの様子がわかるそう。そういう人がかえって狙われやすい。

榎木さんは小さめのバッグ一つで出かけ、着いたらすぐに人々が着ている安いありふれた現地服を2着買って着替えてしまう。それを交互に洗濯しながら旅を続けるのだ。

「だんだん無精ヒゲも伸び、国籍不明者になります(笑)。そうなればしめたもので、現地にすんなり溶け込めるんですよ。こういう楽しさを知ってしまったら、もうやめられません」

結婚して3人の子どものいる今、さすがに放浪の旅はできなくなったと頭を掻く榎木さんだが、そこで知恵を絞った結果思いついたのが、一人旅ではなく“二人旅”。子どもが10歳になったら親子二人で気ままな旅に出て、「こんな世界もあるんだよ」というのを見せてやりたいそう。

「妻の許しをもらって、息子二人はインドとタイへすで行き、今年は娘の番なので楽しみなんです。今のところ娘からは二人旅はいやだと(笑)」

地元のものを その場で食べるのがいちばん



国内の旅行は今仕事からみがほとんどである。現在、榎木さんが描いた絵を展示する美術館が、北海道の美瑛町と大分県の飯田高原にある。

「先日は美瑛町へ行ってきました。どの季節でも美しい所ですが、特に冬景色がたまらない。いっぱい描きましたよ。ただ戸外はマイナス20℃に近い寒さだったので、ちょっとズルして車の中からでしたが…」と笑う。

仕事柄もあって、日本全国くまなく歩いている榎木さんに、お気に入りの場所はどこかと聞いてみた。

「鹿児島県出身なので、やはり九州に愛着がありますね。美術館をつくっていただいた飯田高原や、九重連山から阿蘇にかけての一带は、本当に素晴らしい所です。行く所、行く所、何枚でも絵が描けてしまう。食べ物もびっくりするほどおいしいし、どなたにも自信を持ってお勧めできます。ぜひ一度お訪ねください」

地域起こしは地元で誇りを持つことから

「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」について、榎木さんは強い共感をおぼえるという。以前から日本中を歩いてきて、「ここにはこんな素晴らしいものがあるんだから、もっとPRすればいいのに」と思うことがよくあったそうだ。

「今は立派なブランドになってしまいましたが、関サバ・関アジなんかもそうでしたよ。ちょっと前まで地元の人しか知らなかった。東京に住んでいると大概の物は手に入りますが、食べ物に関しては、やはり地元でとれたものをその場で食べるのがいちばんですね。イカそうめんは東京でも食べられるけれど、東北の港町で食べるとおいしさが違います。私の出身地は鹿児島県北部の伊佐市という所ですが、昔からニガゴリを食べていました。今でいうゴーヤです。いつのころからか東京のスーパーでも買えるようになったので食べてみたら、少々味が違う。同じゴーヤという名でくらず、鹿児島産は「鹿児島ニガゴリ」という新ブランドにできるかもしれない。これは例え話にすぎませんが、そんな発想が地域起こしにつながるんじゃないかと思うんです」

榎木さんの父親は公務員だったが、家の裏に畑があったので、野菜などはほとんど自給自足だったという。

「小さいころから母の畑仕事を手伝わされていたので、どの野菜をどう育てるかとか、どうすればおいしくなるかなどは体で覚えています。そんなこともあって、日本の農業が元気でいてほしいという強い思いがあります」

地域にはそれぞれの魅力があるはずだ。だが地元の人達にとっては、あまりにも当たり前のこと、見慣れたことなので、それと気付かないことも多い。また、その価値を見

誇りを持てば自信を持ってアピールできる

つけたとしても、どう発信すればいいのかわからないことも多いだろう。

「何よりも、自分の地元で誇りと自信を持つことではないでしょうか。都会にコンプレックスを感じる時代ではなくなっています。誇りを持てば、自信を持ってアピールすることができます。日商さんがこういうプロジェクトを展開しているのも、そんな時代を反映しているのしょうから」

意識を変えることはむずかしい

大震災で大きな被害を受けた東北地方。榎木さんは地元のボランティアを手伝うため、宮城県の南三陸町を何度も訪れている。

「いや、大したことをしている訳じゃないんです。援助物資が山積みになっていても、本当に必要な物が、必要としている人に届いていないということがあるので、車で運んであげているボランティアのお手伝いを個人的にしているだけ。至って地味な活動です」

そんな中で思ったことがあるという。日本は平和で安心・安全な国だと信じていたので、海外の悲惨な映像などを見て、子どもたちに「こんな所に生まれなくてよかったね」などと言ったこともあったが、今回の惨状を目の当たりにして、二度とそういうことは口にすまいと決めたそうだ。

「やはり対岸の火事だったんです。自分のこととして受け止めていませんでした。現地に行って、そういう考えではボランティア活動などできないことがわかりました。この震災で私たちは、意識を変えるきっかけをもらったのではないのでしょうか。私の周辺でも多くの人が、自己中心的な

考え方を改め、地域のことや子どもたちのことを真剣に考え始めています。誰もがそう思うようになったなら、日本は良い方向へ変わるはずだし、世界が日本を見る目も変わるでしょう」

榎木さんは一人ひとりの意識変革ということを重要視している。それは、今現在の世の中は、人の意識の集積でつくられてきたと考えるからだ。

「過去の人間が夢を持ち、“こんな世の中になりたい”と思った結果として、今の世の中があるのだと思います。でも、人間にはさまざまなエゴイズムがあるので、理想的な良い世の中にはなってくれません。このままでは地球が駄目になるというのは、誰もが思い始めたことではないでしょうか。私たちの意識を変えることは決してむずかしいことではありません。一人ひとりが“このままではいけない”という問題意識を持つことです。そして、自分だけがいい思いをしようというエゴから脱却すれば、世の中は良くなっていくでしょう」

さらに、いつか誰かがやるだろうという他人まかせでは何も進展しないと榎木さんは言う。時代劇再生への活動にしても、被災地でのボランティア活動にしても、誰かが動くことで人の意識が変わり、意識の変化は波及するというのが、基本となる考え方なのだ。

インタビューを終えて

映画やテレビでは温厚な好人物を演じることが多い榎木さんですが、どうしてどうして、日本の行く末、地球の行く末を案じて熱く語る、正真正銘のサムライなのでした。



いつか誰かがやるだろうでは地球が駄目になる

平成23年度

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

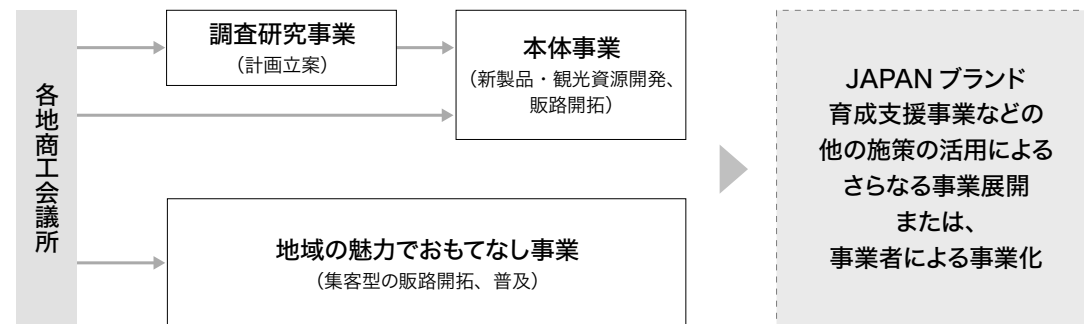
1. 事業の目的

地域経済の活性化のためには、地域の小規模事業者がますます高度化・多様化する消費者ニーズを適確に把握し、自らのターゲット顧客を意識した製品づくりなどを行い、全国規模の市場に向けた事業展開を実施することが重要である。このため、日本商工会議所と各地の商工会議所が連携し、小規模事業者による全国規模のマーケットを狙った新規事業展開を支援し、小規模事業者の経営の向上ひいては、地域経済の活性化を図る。

2. 事業の内容

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

3. 事業スキーム



調査研究事業とは

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

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

地域の魅力でおもてなし事業とは

複数の特産品、観光資源などを束ねて一定期間に集中的に行う新たな集客型の販路開拓または普及に取り組む事業

4. 対象事業

- ・地域の資源（農水産品・文化・技術など）を生かした新たな製品（特産品など）の開発または改良に関する事業およびその販路開拓または普及に関する事業。
- ・地域の資源（名所・施設・産業など）を活用した新たなサービス事業や新たな観光資源のPRなど観光に関する事業およびその販路開拓または普及に関する事業。
- ・地域資源（農水産品・文化・技術・産業など）を活用した複数の特産品、観光資源を束ねて一定期間に集中的に行う新たな集客型の販路開拓または普及に関する事業。

5. 実施件数 ※商工会議所分のみ

平成18年度 **84**件(うち共同実施9件)
平成19年度 **95**件(うち共同実施14件)
平成20年度 **96**件(うち共同実施8件)
平成21年度 **96**件(うち共同実施5件)
平成22年度 **108**件(うち共同実施13件)

平成23年度 **93**件(うち共同実施5件)
・調査研究事業 **39**件
・本体事業1年目 **34**件
・本体事業2年目 **10**件
・地域の魅力でおもてなし事業 **10**件



平成23年度

日本商工会議所の取り組み

日本商工会議所では、「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」全体の普及促進や各地の商工会議所が実施するプロジェクトのフォローアップを目的に、以下の事業に取り組んだ。



△各商工会議所のブースが並び、共同展示商談会の会場内の様子。成果品や地域の魅力を紹介し、プロジェクトの認知度向上に努めた。



取り組み①

共同展示商談会「feel NIPPON 春2012」の開催

「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」で開発された商品などのPRと販路拡大を目的に、共同展示商談会「feel NIPPON 春2012」を開催。東京・有明の東京ビッグサイトで行われた国内最大級の見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー」および食の専門見本市「グルメ&ダイニングスタイルショー」との同時開催により、多様な業種のバイヤーや多くの来場者を集め、地域や開発商品等をPRし、販路開拓に取り組んだ。

平成24年2月の共同展示商談会には52商工会議所が出展。成果品の実演はもちろん、地域色のあるコスチュームに身を包んで情報発信するなど、各商工会議所が工夫を凝らした展示を行い、来場者の関心を集めた。

・Data

- 期 日：平成24年2月8日(水)～10日(金)
- 出 展 数：52商工会議所
- 来場者数：約19万6000人(同時開催のイベント来場者含む)

feel NIPPON 春2012



取り組み②

「feel NIPPON 震災復興支援」の実施

各地域において開発された特産品やその取り組みを紹介することで、各地の経済の再生を図り、被災地域ひいては日本を元気にすることを目的に、東日本大震災により被害を受けた東北・北関東地域の13プロジェクトを「feel NIPPON 震災復興支援」ブースとして、共同展示商談会「feel NIPPON 春2012」に併設して出展した。

・Data

- 期 日：平成24年2月8日(水)～10日(金)
- 出 展 数：52商工会議所
- 来場者数：約19万6000人(同時開催のイベント来場者含む)

feel NIPPON 震災復興支援



取り組み③

「feel NIPPON ふるさと祭り東京」の実施

地域の伝統的な祭りや特色ある食が一同に集まる「ふるさと祭り東京2012ー日本のまつり・故郷の味ー」に、「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」で開発した特産品や観光情報を出展。東北地方のみならず全国各地が震災により影響を受けていることから広く出展を募り、同プロジェクトにより開発された、新たな地域産品のPRや販路拡大、地域の情報を一般消費者に提供する機会を設けた。

・Data

- 期 日：平成24年1月7日(土)～15日(日)
- 場 所：東京ドーム
- 出 展 数：26商工会議所
- 来場者数：約38万4000人(ふるさと祭り来場者数)



取り組み④

テストマーケティングの実施

平成18～22年度に実施されたプロジェクトが、「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」を通じて開発した食料品や工芸品などについて、首都圏における販路開拓とPRを目的とするテストマーケティング事業「feel NIPPON 新しい食・旅、そして技」を東武百貨店池袋店にて開催。23商工会議所から65アイテムが出品され、首都圏の消費者の生の声を収集するとともに、百貨店バイヤーや有識者から意見も集め、今後の商品改良や適切な販路開拓に関するヒントを得た。

・Data

- ・期 日：平成23年12月8日(木)～13日(火)
- ・場 所：東武百貨店池袋店
- ・出 展 数：23商工会議所



取り組み⑤

セミナーの開催

セミナー①

平成23年度地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト担当者向けセミナー

事業区域ごとにプロジェクトの進め方や事務手続きなどの説明の他、地域資源のブランド化による地域活性化の取り組みの参考となるような講演を盛り込み、事業計画の精度向上を図った。

・Data

- ・日 程：平成23年6月1日(水)～2日(木)
- ・場 所：全国町村議員会館
- ・参加者数：123名



取り組み⑥

事業基盤強化・専門家派遣事業の実施

事業基盤強化・専門家派遣事業では全国展開プロジェクトのより円滑な進行や成果向上を目的として、進捗状況や課題を確認した上で、必要なプロジェクトに対してコンサルタントやデザイナーなどの専門家の派遣を実施した。

各専門家は地域の特徴やターゲットの明確化、販売チャネル・供給体制の構築、広報・宣伝活動、ブランド力、協働体制などさまざまな観点か

セミナー②

平成23年度地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト啓発事業

本年度のフォローアップ事業の一環として、地域資源を活用した事業の一層の推進を図ると共に、次年度に「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」の調査研究事業および本体事業を活用して、特産品開発、観光開発、コミュニティビジネスへの取り組みを具体的に検討している商工会議所を対象にしたセミナーを東京で開催。事業を実施する際のポイント解説や、参加者によるワークショップの実施により、事業をより効果のあるものにするためのブラッシュアップを行った。

・Data

- ・日 程：平成24年2月22日(水)
- ・場 所：日本商工会議所 会議室A
- ・参加者数：23名



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

取り組み⑦

事業評価事業で成果や課題を分析

平成18年度に「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」を開始して以来、273商工会議所で572プロジェクトが実施されている。事業評価事業ではこの全プロジェクトを対象に、事業の経済的成果や地域内への波及効果、また補助事業終了後の取り組み状況などを調査。その上で、今後の新たな事業に活用してもらうため、各事業の課題と解決策、成果

取り組み⑧

パネル展示

商工会議所福利研修センター「カリアック」(静岡県浜松市)において、平成22年度の各地プロジェクトを紹介するパネル展示を、8月1日から実施。企業や学生等、研修など本施設の利用者に対し、「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」で開発した各地の観光資源・特産品をPRしている。

また、平成24年2月に開催された共同展示商談会「feel NIPPON」、平成23年12月に開催されたテストマーケティング会場においても、この制作したパネルを活用した。

これらのことから、一般消費者やバイヤーに向けて本事業と各プロジェクトの取り組み内容の認知度向上、また商工会議所職員には本事業実施に対する意欲喚起へとつながった。



平成22年度に行われた全プロジェクトの事業成果パネルを「カリアック」内に展示。多くの関係者の目に触れた。



事業成果パネルにはプロジェクトの概要や成果が詳細に記された。

取り組み⑨

公式webの作成および運営

本事業の認知度向上、各地実施プロジェクトのプロモーション支援を目的に、webを活用した広報事業を実施。平成23年度採択プロジェクトの事業成果掲載と合わせてデザイン変更等のリニューアルを実施。また、今回は各地の取り組みを掘り下げて紹介する特集記事のほか、過年度事業を紹介する特集を掲載することで、更なる効果拡大を図った。



認知度を高めるためのポイント

Point ①

ビジュアルを効果的に使って
プロジェクトを紹介

ユーザーの興味を惹き、強いインパクトを与えるよう、効果的にビジュアルを使用したデザインを採用。各地のユニークな取り組みへの「興味喚起」と、新しい可能性への「閃き」を同時に与え、本事業への参加モチベーションアップを狙います。



Point ②

一般の方にも
楽しんでもらえるコンテンツ企画

本事業に携わる商工会議所職員や事業者だけでなく、一般の方にも見て楽しんでいただけるよう、本事業以外の周辺観光情報やグルメ情報を特集や報告ページに盛り込んだり、当地ならではの特色やエピソードを交えながら、日々の活動内容を紹介する「突撃！隣の商工会議所」や、過去に実施したプロジェクトのその後を紹介する「あのプロジェクトは今」など、カジュアルで読みやすいコンテンツ企画を新たに加えました。



特集したテーマと商工会議所

実施回	テーマ	特集した商工会議所
第1回	歴史再発見	千葉・佐原
第2回	日本を旅する	新潟・糸魚川
第3回	新ツーリズム宣言！	北海道・札幌
第4回	ご当地ブランド	愛媛・今治
第5回	地元愛アア	長野・諏訪

全国の24プロジェクトをご紹介。各回は3ページのメイン特集と1ページで4プロジェクトを紹介するサブ特集の全4ページからなる。

次ページより

各特集の詳細は

「feel NIPPON」の3種類の特集をダイジェストで紹介
http://feelnippon.jcci.or.jp/

Point ③

ユーザビリティを
意識したレイアウト

ユーザーにわかりやすく、簡単な手順でより多くのプロジェクトを紹介するべく、検索結果ページのレイアウトと、各プロジェクトの写真も含めて一覧で表示できるように改良すると共に、絞り込み検索、過去に見たページの履歴表示や、気になったプロジェクトを保存できる“マイクリップ機能”を追加しました。



プロジェクトN

第1回 歴史再発見

時代が息づく町

江戸優りの矜持を育んだバックボーン

古くからの建物が残り、風情ある「小江戸」と呼ばれる町はいくつかある。中でも佐原の大きな特長は、作られた観光地ではなく、実際に生活して商売を営んでいる土地であるところだ。先人たちが残してくれた遺産を大切にし、磨き上げ、宝として受け継いでいる。

江戸時代、佐原は利根川から運ばれる豊富な物資と、旦那衆と呼ばれる豪商が持ち込んだ江戸の文化が融合し、本物を見極める感性が育まれた。これこそが「江戸優り(まさり)」の誇りである。何をするにも「本物」であることにこだわり、そのためには手間を惜しまず、妥協しない、損得は二の次、という佐原人の気質が数々の名産品を生み出した。そのような地に住み、佐原と深く関わったのが伊能忠敬である。名主として佐原の発展、災害時の救済などに努め、50歳からの第二の人生を実際に各地を歩きながら日本地図を完成させた人物だ。町の中心を流れる小野川のほとりにある「伊能忠敬記念館」は、貴重な当時の

まだ知られざる「日本」の魅力を伝えるべく、各地で取り組まれているプロジェクトにスポットを当て、そのユニークかつ精力的な活動を伝える特集企画。プロジェクトの紹介だけでなく、訪れた人だけが感じることができる地域の魅力を深く掘り下げて紹介しております。



こしひかり100%の玄米シフォン(イチジク)

「伊能図」などが展示されている伊能忠敬記念館

佐原で30年余りを過ごした伊能忠敬の銅像

暮らしをうかがうことができる登録博物館であり、川を挟んで向かい側にある自身が設計した旧宅とともに、見学が可能である。

第2回 日本を旅する

世界が認めた地質の宝庫

自然の神秘が創った日本列島境界のまち

ダイナミックにそびえる尾根に囲まれ、深い蒼の日本海を望む糸魚川市。特殊な地質のルーツをたどっていくと、そこには人間の歴史を遥かに超えた、大地の物語が見えてくる。約2千万年前、日本列島は東西ふたつに分かれていた。ふたつの列島が浮かぶ、日本海と太平洋をつないでいた海峡だったのがフォッサマグナ。ラテン語で「深い溝」という意味だ。6,000メートル以上もの深さのフォッサマグナに、海底火山から噴き出した溶岩や火山灰などがたまり、やがて隆起して日本列島はひとつになる。東と西をつないだ境界の最西端に位置するのが糸魚川である。

大地の割れ目から誕生した、糸魚川という土地。海岸に打ち上げられる様々な種類の石には、それぞれの長い旅が刻まれている。中でもひととき存在感を放っているのが翡翠(ヒスイ)であり、糸魚川の文化とは切り離せないものである。縄文時代、世界最古の翡翠文化が糸魚川で始まっただけでなく、特に糸魚川のヒスイは硬質で貴重なものとされ、日本随一のヒスイ産地として知られている。さらに本格的な採取でなくても、波打ち際を歩きながら、清流で自然に磨かれた石を探しに県内外から足を運ぶ人も多い。もし海岸で気になる石を見つ



天下の険として有名な「観不知」



糸魚川の象徴「ヒスイ」



園内にはヒスイ美術館もある「翡翠園」



海鮮丼

けたら「フォッサマグナミュージアム」へ持っていき、専門知識を持った学芸員が無料で鑑定してくれるのだ。ミュージアムには鉱物や化石など、貴重なものが数多く展示され、地球誕生の壮大なドラマが、訪れる人のところを引き込んでいる。また、日本庭園「翡翠園」では、70トンもあるヒスイの原石を見ることができ、「谷村美術館・玉翠園」にはシルクロードをイメージした幻想的な雰囲気漂っている。

進化する札幌のあたらしい魅力を見つける旅

美しい四季に彩られ、豊かな旬の食材に恵まれた北の大地、札幌。都会的なまちなみの中に、札幌市時計台や北海道庁旧本庁舎などノスタルジックな建造物が開拓時代の面影を残すとともに、郊外に出ればそこには雄大な自然が広がっている。浪漫あふれる札幌の魅力は、常に旅人の心を魅了してやまない。

春夏秋冬、華やかなイベントが催され、人気の観光スポットも市内に集中しているため、徒歩で巡りながら楽しむことができる。まさに完成された観光都市に思えるが、その姿はさらに新しい形へと日々進化している。定番の観光も楽しいが、フロンティア精神あふれるまちだからこそ、新たな発信をキャッチして、その面白さをいち早く体験してみたい。

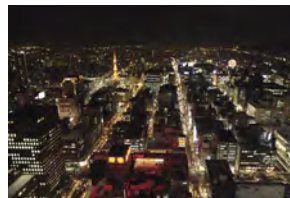
平成23年3月には、札幌駅からすすきのまでをつなぐ地下歩行空間が完成した。信号や天候に左右されない快適なストリートは天窓や光の壁、アイヌ文様のタペストリーで演出され、休憩スペースもあるので人々の憩いの空間となっている。広場は音楽やパフォーマンスで賑わい、札幌の人の流れが変わる、新たなメインストリートである。

また、最新ビュースポットとして注目を集めてい



るのが、札幌駅に直結しているJRタワー38階の展望台から望む360度大パノラマの景色だ。道内では最も高い地上160mから眺める夜景の美しさは感動的である。

札幌が秘めている地域資源は、まだまだ豊富にある。魅力いっぱいの観光地・札幌の王道が、これからどんな進化をして行くのか目を離すことができない。



上:市のシンボル「札幌市時計台」中:展望台からの眺めは絶景下:行列ができる名店が一堂に集まった「札幌ら〜めん共和国」では、道内各地の味巡りを楽しむことができる



競い合うことでより盛り上がった特産品開発プロジェクト

今治市には、急流で身の引き締まった魚をはじめとする海産物や今治タオルなど、この地域ならではの特産物が数多くある。農産物を使って、新しい「今治の顔」となる特産品を作ろう、と発足したのが「今治地域特産の農水産物を活用した特産品開発プロジェクト」である。

スタートは、健康食品としても注目の「はだか麦」と、白くシャキシャキした食感が特徴の「鳥生(とりう)レンコン」のふたつを使った、地元菓子組合との商品開発だった。素材の珍しさとしてのインパクトはあったものの、土産物につながるような商品がなかなか生まれなかったため「スイーツコンテスト」として広く一般にレシピを公募することにした。はだか麦や鳥生レンコンだけでなく、今治の農産物全体を対象に広げた「今治お土産スイーツコンテスト2011」には、市内の大手菓子メーカーからカフェの個人オーナーまで幅広い応募があり、地元への想いを込めた力作がエントリーされた。競い合う、という形が良い刺激になり、特産品の新ブランド誕生に大きく一歩踏み出すこととなった。

グランプリに輝いたのは、今治の特産品「はったい粉」を混ぜ込んだチョコクリームをパイで挟んだ『バリエいーゆ』。また、はだか麦を使った



グランプリを受賞した「バリエいーゆ」



焼き麦ドーナツ(バリエさんとむぎどちゃん)



瀬戸の小舟

しまなみ花畑

『焼き麦ドーナツ(バリエさんとむぎどちゃん)』と、ブルーベリーを中に入れて船の形に焼き上げた『瀬戸の小舟』が準グランプリに、鳥生レンコンをパイで包んだ『しまなみ恋歌』、自社農園のジャムをタルトにのせて食べる『しまなみ花畑』が審査員特別賞にそれぞれ選ばれた。今回出展された10作品は、プロジェクトに合わせて立ち上げた地域活用商品ブランド「Gozzo-la! (ごっつおーら)」(今治でごちそうを意味する「ごっつお」と、〜達という「ら」をあわせた造語)に認定・販売され、今後ともバックアップされることとなる。



世界初の三連吊橋「来島海峡大橋」



水面に景観が映り込む「今治城」

遊びごころを形にする純粋な情熱と発進力

精密機械工業の町・諏訪での新しい試みが誕生したきっかけは、とある飲食店での光景だった。ハーフカットされたグレープフルーツを山型のスクイザーで女性が一所懸命に力を入れて搾っている。

「せっかくおしやれをしても、あの姿は美しくないよね」

「もっと簡単に搾ることができないだろうか？」

そんな発想からスタートしたのが「果汁搾り機(カジュッタ)改良・販路拡大プロジェクト」である。アイデアはふくらみ、南国のビーチで見かけるココナッツにストローを刺して飲む、あのスタイルを果実で再現できないだろうか、というイメージが見えてきた。そのような大胆な発想を形にするために、大きな役割を担ったのが、「ものづくりSUWA」の精密加工技術である。それでも完成に至るまでには数々の苦労があった。一番は刃の形状、素材である。微細な厚さの違いによっても、味が変わってくる。刃の耐久テストも繰り返し行い、適切なものに辿り着くまでは、半年以上の時間を要した。こうした試行錯誤を経て、メジャーカップ型の初号機が完成。続いて、サイズとデザインにアレンジを加えたスタイリッシュな流線型のビールサーバー型(2号機)が誕生し、平成24年2月



2号機はビールサーバーを意識したデザイン



見た目のインパクトもあり多くの来場者がブースを訪れた

に東京ビッグサイトで開催された「feel NIPPON 春2012」で披露。グレープフルーツをそのまま活かした器は、グラスのように倒れてこぼれる心配もなく、カジュッタは大反響を呼び、連日ブースは多くの人で賑わった。飲食店だけではなく、レジャーランドやホテル、酒造メーカー、ビーチハウス、イベントの目玉商品としてなど、多くの商談が持ち込まれて大きな手応えを感じるようになった。



ものづくりSUWAのアイデアと高い技術の結晶



平成18年度から22年度の間で、全国の商工会議所で取り組まれたプロジェクトの「その後」をテーマにした特集企画。小さく始まった取り組みが、数年後大きく成長していった様子を、事例にてご紹介いたします。



- 1) 第1回 小山商工会議所(栃木県)
- 2) 第2回 塩釜商工会議所(宮城県)
- 3) 第3回 庄原商工会議所(広島県)
- 4) 第4回 八代商工会議所(熊本県)
- 5) 第5回 浦添商工会議所(沖縄県)

隣の商工会議所

本事業に取り組んだことのある273商工会議所の中から、ユニークで特徴あるプロジェクトを実施している商工会議所を「しょうこう(商工)」の5文字でリレー形式にてご紹介。事業ヒントが満載の特集企画です。



- 1) 第1回 城陽商工会議所(京都府)
- 2) 第2回 横須賀商工会議所(神奈川県)
- 3) 第3回 牛深商工会議所(熊本県)
- 4) 第4回 神戸商工会議所(兵庫県)
- 5) 第5回 宇佐商工会議所(大分県)

001	はじめに
002	インタビュー 俳優・榎木孝明さんに聞く「一人ひとりの意識が変われば日本が変わる。世界が変わる。」
006	平成23年度『地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト』の概要
007	平成23年度 日本商工会議所の取り組み
008	◆ 共同展示商談会「feel NIPPON 春 2012 & 震災復興支援」の開催
009	◆ 「feel NIPPON ふるさと祭り東京」の実施
010	◆ テストマーケティングの実施／セミナーの開催／事業基盤強化・専門家派遣事業の実施
011	◆ 事業評価事業の実施／パネル展示／公式webサイトの作成および運営
012	◆ 認知度を高めるためのポイント
013	◆ プロジェクトNダイジェスト
016	目次

平成23年度 各地プロジェクト紹介

調査研究事業	
020	旅●札幌商工会議所 ◆ 北海道 「ホワイトコスメ・エステ」による 地域資源活用・地域活性化プロジェクト
021	食●美唄商工会議所 ◆ 北海道 まるまるびばい・魅力まるごと売り込みプロジェクト
	食●富良野商工会議所 ◆ 北海道 商店街の商品開発（一店逸品運動）の調査事業
022	食●弘前商工会議所 ◆ 青森県 JAPANプレミアム「弘前りんご」ブランド構築プロジェクト
	食●花巻商工会議所 ◆ 岩手県 雑穀等を活用した農商工観連携による 花巻ブランド特産品開発事業
023	食●横手商工会議所 ◆ 秋田県 後三年の合戦を活用した観光・特産品開発プロジェクト
	旅●酒田商工会議所 ◆ 山形県 着地型観光の促進と「傘福」事業のビジネス化に関する調査研究
024	旅●会津若松商工会議所 ◆ 福島県 歴史再発掘・産業観光調査研究事業
	旅●上越商工会議所 ◆ 新潟県 謙信ブランドを活用した周遊ルート開発事業
025	食●小松商工会議所 ◆ 石川県 地域ぐるみ・地域力総活用、新名産・名品創出と食の祭典創出事業
	食●黒部商工会議所 ◆ 富山県 新幹線開業をチャンスとする黒部峡谷の恵み開発プロジェクト

026	食●七尾商工会議所 ◆ 石川県 「すし王国能登七尾」ブランドづくりに向けた調査研究事業
	技●上田商工会議所 ◆ 長野県 上田地域伝統産業活性化プロジェクト事業
027	旅●松本商工会議所 ◆ 長野県 EVを活用した滞在型山岳観光の可能性と、 新たな観光ビジネスモデルの調査研究事業
	食●岡谷商工会議所 ◆ 長野県 名医：徳本さまゆかりの岡谷から 新しい健康産業を創造する地域力展開事業
028	旅●下諏訪商工会議所 ◆ 長野県 中山道下諏訪宿「神宿る下諏訪温泉」漫遊記
	食●飯山商工会議所 ◆ 長野県 峠の合戦食開発プロジェクト調査研究事業
029	技●鹿沼商工会議所 ◆ 栃木県 地域の木工技術を活かしたリフォーム市場への参入・需要開拓調査
	食●大田原商工会議所 ◆ 栃木県 とうがらしの郷大田原ステップアッププロジェクト
030	旅●青梅商工会議所 ◆ 東京都 みたけ山「おいぬさま」活性化事業
	旅●厚木商工会議所 ◆ 神奈川県 県産木を活用した「クラフト体験ツアー」と着地型観光開発
031	旅●富士吉田商工会議所 ◆ 山梨県 富士山駅・富士信仰を活用した観光サービスの開発等調査研究事業
	旅●大垣商工会議所 ◆ 岐阜県 西美濃流おもてなしサービスの構築に向けた調査研究事業
032	食●神岡商工会議所 ◆ 岐阜県 天空の里 山之村地域活性化事業
	旅●半田商工会議所 ◆ 愛知県 半田市から始める知多半島スマート回遊を目指したおもてなし事業
033	旅●安城商工会議所 ◆ 愛知県 「願いことが叶うまち」ブランド化プロジェクト
	旅●西尾商工会議所 ◆ 愛知県 新西尾市の観光開発調査研究事業
034	旅●四日市商工会議所 ◆ 三重県 産業都市・四日市の観光資源発掘・商品化調査研究事業
	旅●鳥羽商工会議所 ◆ 三重県 御食国答志島が再現する天平の御食料理を食す旅 調査研究プロジェクト
035	食●近江八幡商工会議所 ◆ 滋賀県 里湖「西の湖」が育む地域食文化創出プロジェクト
	旅●大阪商工会議所 ◆ 大阪府 大阪を象徴する「中之島地区」を活用した、新たな観光サービス
036	技●橋本商工会議所 ◆ 和歌山県 高野山麓・紀ノ川畔 紀州橋本<柿プロジェクト>
	旅●徳山商工会議所 ◆ 山口県 産業観光ツアーと周南名物ブランド商品の開発に係る 調査研究事業
037	食●柳井商工会議所 ◆ 山口県 瀬戸内の水産資源を活用した地域産業観光促進事業
	技●高松商工会議所 ◆ 香川県 盆栽のソムリエを育成する研修機関設立と新製品開発の調査事業
038	旅●多度津商工会議所 ◆ 香川県 近代産業の歴史ある「たどつのまち」のブランド化事業
	旅●竹田商工会議所 ◆ 大分県 海彦・山彦・キリシタン街道創出事業
039	食●いちき串木野商工会議所 ◆ 鹿児島県 「食のまち」を楽しむ仕掛けづくり・名物料理開発調査事業
本 体 事 業 （ 1 年 目 ）	
040	旅●札幌商工会議所 ◆ 北海道 マンガ作品等コンテンツ活用による新観光創出事業
041	食●石狩商工会議所 ◆ 北海道 あい風のまち「新石狩ブランド」ブランディング事業
042	食●北上商工会議所 ◆ 岩手県 東北№1二子さといもの「頭芋」を活用した物産品開発事業
043	技●燕商工会議所 ◆ 新潟県 アパレル業界とのアウトドアグッズの共同開発
044	旅●糸魚川商工会議所 ◆ 新潟県 日本初！世界認定 糸魚川ジオパーク着地型観光開発プロジェクト
045	旅●新井商工会議所 ◆ 新潟県 きれいな水の里妙高へ 妙高産業観光・体験型観光開発プロジェクト
046	旅●加茂商工会議所 ◆ 新潟県 加茂に Come on! 歩いて・食べて・技を見て～手軽で新しい観光プロジェクト
047	旅●輪島商工会議所 ◆ 石川県 「ウェルカム to 輪島」ホスピタリティープロジェクト
048	旅●岡谷商工会議所 ◆ 長野県 おかや産業観光モバイルサイト構築と 活用による新事業展開プロジェクト
049	食●下館商工会議所 ◆ 茨城県 菓子のまち筑西しもだてブランド創出事業
050	食●日光商工会議所 ◆ 栃木県 日光の地域資源を活かした特産品開発

- 051  **行田商工会議所** ◆ 埼玉県
浮き城のまち行田、歴史のまち歩きとふれあい観光の商品化
- 052  **佐原商工会議所** ◆ 千葉県
江戸優り佐原の町並み空間を活用した暮らしぶりブランド化事業
- 053  **富士商工会議所** ◆ 静岡県
海拔0mから富士山頂へ！ 富士のまちにぎわいプロジェクト
- 054  **磐田商工会議所** ◆ 静岡県
地場産品を活用した弁当開発 ～「ジュピロ磐田」弁当を目指して～
- 055  **蒲郡商工会議所** ◆ 愛知県
プロジェクト 蒲郡「あそび100」創出事業～蒲郡オンパケ～
- 056  **刈谷商工会議所** ◆ 愛知県
『坊ちゃんかぼちゃ』全国展開新商品開発プロジェクト
- 057  **安城商工会議所** ◆ 愛知県
ユメプラスチック製品「AnjoHearts」ブランド創出事業
- 058  **津島商工会議所** ◆ 愛知県
『信長の台所 津島「信長めし」』プロジェクト
- 059  **桑名商工会議所** ◆ 三重県
くわな鋳物新製品開発事業
- 060  **上野商工会議所** ◆ 三重県
「忍びの伊賀」魅力満載事業
- 061  **京都商工会議所** ◆ 京都府
京都クリエイティブクラフトPROJECT
- 062  **岸和田商工会議所** ◆ 大阪府
だんじりと人情のまち「岸和田」の着地型観光推進等プロジェクト
- 063  **神戸商工会議所** ◆ 兵庫県
兵庫津周辺活性化推進事業
- 064  **尼崎商工会議所** ◆ 兵庫県
尼崎の食ブランド創設プロジェクト
～産業（労働）と食の融合を目指して～
- 065  **大和高田商工会議所** ◆ 奈良県
大和高田地域ブランドを担う繊維製品の開発
- 066  **下関商工会議所** ◆ 山口県
平家滅亡の哀歌～関門海峡「平家伝説」創造プロジェクト
- 067  **萩商工会議所** ◆ 山口県
萩のヨコワ（本まぐろ若魚）プロジェクト
- 068  **今治商工会議所** ◆ 愛媛県
今治地域特産の農水産物を活用した特産品開発プロジェクト
- 069  **北九州商工会議所** ◆ 福岡県
楽しみながら学び、体験する新しい産業観光の推進

- 070  **伊万里商工会議所** ◆ 佐賀県
伊万里スイーツブランド連携プロジェクト
- 071  **熊本商工会議所** ◆ 熊本県
熊本城と城下町人が「観」「食」「人」でおもてなし
- 072  **本渡商工会議所** ◆ 熊本県
天草南蛮もてなしプロジェクト
- 073  **津久見商工会議所** ◆ 大分県
「来て見て・つくみ」新発見
- 074  **出水商工会議所** ◆ 鹿児島県
食の観光地化プロジェクト

本 体 事 業 （ 2 年 目 ）

- 075  **稚内商工会議所** ◆ 北海道
最北稚内フットバス推進プロジェクト
- 076  **美幌商工会議所** ◆ 北海道
美幌産豚を使用した豚醤油と関連商品の開発並びに販路開拓
- 077  **諏訪商工会議所** ◆ 長野県
「果汁搾り機（カジュッタ）」改良・販路拡大プロジェクト
- 078  **茅野商工会議所** ◆ 長野県
ハヶ岳山麓スーパートレイルのブランド化による集客拡大事業
- 079  **佐久商工会議所** ◆ 長野県
日本三街道「中山道」活用と自然療法型ツアーの発売事業
- 080  **足利商工会議所** ◆ 栃木県
足利銘仙プロジェクト事業
- 081  **敦賀商工会議所** ◆ 福井県
地域資源を活用した試作品改良及び販路開拓事業
- 082  **竹原商工会議所** ◆ 広島県
“TAKE1” プロジェクト
竹原産の特別な筍を利用した商品開発と販路開拓
- 083  **直方商工会議所** ◆ 福岡県
レトロなまち・直方博
～「レトロなまち・直方」の息吹を感じる
- 084  **日向商工会議所** ◆ 宮崎県
日向耳川流域の「建築・文化観光」づくりのブランド形成

おもてなし事業

- 085  **帯広商工会議所** ◆ 北海道
とかち癒（ゆ）とりフェスタシーズン2011[略称：癒（ゆ）とりスタ2011]
- 086  **天童商工会議所** ◆ 山形県
サッカー」1モンテで“山形ファン”づくりプロジェクト
- 087  **三条商工会議所** ◆ 新潟県
燕三条 Organic Lifestyle Creation プロジェクト事業
- 088  **小千谷商工会議所** ◆ 新潟県
越後ちぢみの里 おぢやこいこい博事業
- 089  **高岡商工会議所** ◆ 富山県
道の駅による「食のブランド化」と「体験滞在型観光」推進事業
- 090  **諏訪商工会議所** ◆ 長野県
諏訪湖周まちじゅう芸術祭
- 091  **京都商工会議所** ◆ 京都府
京の七夕事業
- 092  **大阪商工会議所** ◆ 大阪府
大阪産（もん）の魅力発信による食の都・大阪のフードツーリズム
- 093  **府中商工会議所** ◆ 広島県
地場産業を核にした「府中玉手箱～ものづくり博覧会～」事業
- 094  **延岡商工会議所** ◆ 宮崎県
ひむかのくに えんぱく（延岡感動体験泊覧会）
- 095 プロジェクト実施商工会議所連絡先一覧

調査研究事業

食

JAPANプレミアム「弘前りんご」ブランド構築プロジェクト

まるごと商品化！ りんごゼロエミッション

青森県 弘前商工会議所

HP : <http://www.hcci.or.jp/>

プロジェクト概要

青森県は全国のりんご収穫量の52%を占め、中でも弘前市は21%の収穫量と135年の栽培歴史を誇る地域である。食の安全安心が求められている今、無農薬・無肥料化を目指した1次産品を活用した、農商工連携による6次産業化を目指す調査研究を実施した。

活用した地域資源

りんご生果・木・枝・根・花

調査研究事業

食

後三年の合戦を活用した観光・特産品開発プロジェクト

奥州藤原氏の原点「後三年合戦」を活用した観光プロジェクト

秋田県 横手商工会議所

HP : <http://www.yokotecci.or.jp>

プロジェクト概要

平泉を中心とした藤原三代の栄華を築く契機となった「後三年合戦」という歴史的資産を掘り起こし融合させて、新たな資源として開発し、観光誘客増を図り、年間450万人を目指す。

活用した地域資源

後三年合戦(平泉を中心とした藤原三代の栄華を築く契機となった歴史的資産)

北海道

東北

北陸信越

関東

りんごの桃源郷を目指した豊かな地域づくり

りんご生産量日本一を誇る弘前市。この地位を維持するためにも、更なるりんごのブランド化と、6次産業化が大きな命題となっていた。そこで、果実だけでなく、花や木、根に至るまで「まるごと商品化」を目指す「りんごゼロエミッション」に取り組んだ。「弘前りんご」のブランド確立には、老齢園地の若返りや気象災害に強い園地作り、生産コストの低減に取り組み、消費者に信頼される安全安心で高品質なりんご生産をベースに、農商工連携による6次産業化を推進し、グローバル化に向けたTPP、FTA、EPA等の解決策を地域一丸となって取り組む必要があっ

た。そこで無農薬・無肥料化に向けた生産手法の情報整理、普及啓発活動の手法確立をベースに、安全安心な材料を活用した高付加価値加工品開発に向けた市場調査、PR方法を確立することを目標とした。県・市・生産者団体・流通団体・マスコミ・経済団体と連携し、食の安全安心の核心を定めてコンセプトをとりまとめ、地域一丸となって取り組むことが可能なグランドデザインを構築するための調査研究を行った。

今後の展開

「線」としてつなぎ「面」とする取り組みを

更なるりんごのブランド化と6次産業化への取り組みを、今後は「線」としてつなぎ、「面」を構成していく必要がある。さらに国内はもとより、将来的には海外も視野に入れた食の安全安心を最大の付加価値として捉えた6次産業化のシステム構築のもと、川上から川下までを総合的にプロデュースし、りんごゼロエミッションを実現したい。

歴史遺産を掘り起こし、地域資源として活用

平安時代後期、奥州藤原氏が繁栄していた頃の遺跡が残り、2011年6月には世界文化遺産に登録された岩手県「平泉」。その奥州藤原氏台頭のきっかけとなる「後三年合戦(後三年の役)」の舞台が秋田県横手市であることはあまり知られていない。そこで、横手の新たな観光資源として、「後三年合戦」の歴史絵巻をテーマに、新たな観光と特産品の開発を行うため、「『後三年合戦』活用研究委員会」を設置し、以下の事業に取り組んだ。

(1)「後三年合戦」における歴史遺産の掘り起こし
(2)世界遺産登録した平泉文化遺産と結びつきの強い「後三年合戦」というアイテムを活用したツアーの立案
(3)「後三年合戦」の史実に関連した特産品開発に向けての研究

今後の展開

各種イベントでのPRで相乗効果を図る

調査研究事業で策定した旅行プランの試行と検証を次年度に行い、魅力ある商品にする。また「後三年合戦」は、世界文化遺産に登録された平泉のルーツであることや、史跡や逸話が横手市以外にも数多くあることから、平泉や近隣の町村との連携を深めるとともに、平成25年度に行われるJR東日本の「デスティネーションキャンペーン」や秋田新幹線新車両デビュー、翌年秋田県で開催予定の国民文化祭との相乗効果で、県内外の観光を盛り上げていく。

調査研究事業

食

雑穀等を活用した農商工観連携による花巻ブランド特産品開発事業

農商工観連携による「花巻ブランド」特産品開発事業

岩手県 花巻商工会議所

HP : <http://www.hanamaki-cci.or.jp>

プロジェクト概要

花巻市の雑穀生産において、主要6穀収穫量日本一の生産能力に着目し、市内飲食店や宿泊施設で提供する雑穀を活用した料理メニューの開発と、そのメニューに関連した観光客向けの土産品となる商品開発の調査研究を行う。

活用した地域資源

雑穀主要6穀(ひえ・あわ・きび・はとむぎ・アマランサス・たかきび)

調査研究事業

旅

着地型観光の促進と「傘福」事業のビジネス化に関する調査研究

着地型観光促進と「傘福」事業のビジネス化プロジェクト

山形県 酒田商工会議所

HP : <http://www.sakata-cci.or.jp>

プロジェクト概要

「着地型観光」促進の戦略を構築するとともに、酒田商工会議所女性会が復活させたつるし飾り「傘福」を観光資源として着目し、着地型観光への展開やビジネス化を目指すための流通、販売促進の方法を調査研究する。

活用した地域資源

傘福、日本海と庄内平野の「食」、湊町酒田の「歴史・文化」

調査研究事業

食

花巻市名産の雑穀主要6穀をブランド化

花巻市は、雑穀主要6穀(ひえ・あわ・きび・はとむぎ・アマランサス・たかきび)において、全国収穫量の3割を超える生産能力を有する地域性であることから、農商工観連携による雑穀を活用した新商品開発の調査研究に取り組んだ。事業目標としては、雑穀を活用した特産品となり得るベースレシピの開発と、それら商品のブランド化を図るための仕組みづくりの調査をすることであり、生産者や加工業者等の供給側と、最終消費者とを結びつける小売、観光業、および関係行政機関や関係団体などが一体となって取り組みを行った。その結果、雑穀を活用した

料理や菓子など6つの試作品を開発したほか、今後食による地域活性化を行うためのベースとなる体制づくりの第一歩を踏み出した。

今後の展開

さらなるブラッシュアップと普及を目指す

本年度開発した商品レシピを、消費者に向けたモニタリング調査などの外部評価を加えながらブラッシュアップを行っていくとともに、オール花巻で地域や商品の価値を伝えていく仕組みを構築する。

調査研究事業

旅

酒田から情報を発信する着地型観光を目指す

平成17年に1市3町が合併し、人口約11万2,000人の酒田市。平成15年に「さかた海鮮市場」、16年に「酒田夢の倶楽」、22年に「みなと市場」がオープンするなど集客施設が拡充し、観光客数が飛躍的に増加した。また、本市でロケが行われた映画「おくりびと」による観光客増加もあったが、その効果は現在一段落している。当所では平成22年に新会頭が就任し、重点事業に観光振興を挙げ、「将来は酒田から情報を発信する着地型観光を目指したい」と表明。また、平成20年に酒田市が策定した酒田市観光基本計画では、観光による交流人口の拡大を地域活

性化の柱と位置づけている。一方、「傘福」に関しては、当所女性会が平成17年から復興に取り組んできた。九州柳川の「さげもん」伊豆稲取の「つるし飾り」・酒田の「傘福」と三大つるし飾りとして全国的にも知れ渡り、本市の新たな観光資源として期待を集めている。今年度は着地型観光促進と、傘福事業のビジネス化の調査研究を実施した。

今後の展開

独自の「酒田モデル」といえる手法の確立を

(1)傘福、庄内平野・日本海の「食」、湊町酒田の「歴史・文化」を素材にした企画商品のブラッシュアップ
(2)着地型旅行商品の実施主体確立
(3)酒田の着地型旅行商品および傘福の情報発信
今後はモニターツアーなどを通し、「販売チャネル」など「売る技術」を地域側が身につけ、独自の「酒田モデル」とも言える手法、仕組み確立の検証が必要である。

022

023

調査研究事業

旅

歴史再発掘・産業観光調査研究事業

中世期・会津若松にスポットをあてた観光プロジェクト

福島県 会津若松商工会議所

HP : <http://www.aizu-cci.or.jp/>

プロジェクト概要

近代遺構と伝統的ものづくり産業へ光をあて観光と結び付けた「産業観光」の商品具現化と、鶴ヶ城のリニューアルに合わせた白虎隊・戊辰戦争に依存しない着地型観光を調査研究する。

活用した地域資源

会津松平藩祖保科正之公の治世からみる会津の歴史・産業・文化（「土津神社・保科公墓所」「家訓十五ヶ条」「会津藩校日新館天文台跡」「稽古堂址」などの教学について、「改暦」に関する事項《会津曆》、「漆器・陶磁器・酒造」など伝統的ものづくり産業）

会津松平藩始祖・保科公の治世の足跡を追う

基幹産業が観光産業である会津若松市。これまで戊辰戦争や白虎隊など、主に幕末期の視点での歴史観光資源の発信・活用が多く、近時、伝統的ものづくり産業や近代化産業遺産などの地域の産業にスポットをあてた『産業観光』に傾注していた。そこで、本来の産業の成り立ちや系譜について、会津の歴史的治世を多角的に行い、2011年に生誕400年となり、数々の事業を成し遂げた会津松平藩祖・保科正之公の治世足跡を調査。現代社会にも通ずる教学、伝統的ものづくりや農業を含む産業、改暦等の歴史をひも解き、地域資源の再発掘を図り、これまで推進してきた産業観光と連携した仕組みづくりを行った。今回、改めて市内観光資源を調査発掘することで、当地ならではの歴史文化産業をベースとした、より幅広い角度からの観光の魅力を発信。交流人口増による活性化を図ることを目指し、幕末に依存しない新たな歴史的遺産・地域資源発掘による魅力ある観光会津の発信に繋げるべく、事業を実施した。



今後の展開

新たなツアー旅行を企画・実施予定

今回発掘した歴史的事象を観光資源としたツアー旅行を企画。これまでにない旅行資料として「現代版の会津曆」を作成し、旅行者に携帯してもらう。また、会津地域を取り巻く会津五街道を活用した街道観光を取り入れ、広域的展開に繋げる試みを思案中である。課題としては、歴史的遺構資源の保存状態や知名度の低さ、当時の精神「家訓や施策」など目に見えない会津文化の発信方法の構築であり、地元ボランティアガイド組織などと連携して行う。

調査研究事業

旅

謙信ブランドを活用した周遊ルート開発事業

北陸新幹線開業に向け、交流人口増加を目指す

新潟県 上越商工会議所

HP : <http://www.jocci.jp/>

プロジェクト概要

2015年の北陸新幹線開業に向けて、交流人口増加を目指し上越市の産業を定着させるため、上杉謙信ブランドに着目し、春日山城と高田城、さらには佐渡とを結ぶ周遊ルートの調査を実施する。

活用した地域資源

上杉謙信、春日山、高田城、青芋（あおそ）

歴史ある街の魅力を伝え、観光資源を磨く

戦国時代に戦国の名将・上杉謙信の城下町として栄えた上越市。2015年の北陸新幹線開業に備え、「上杉謙信」のネームバリューと上越地域に広がる資源を活かすべく、謙信公の居城であった春日山城趾（山城/やまじろ）と江戸時代からの歴史を色濃く残す高田城趾（平城/ひらじろ）へと時代の変遷を辿りつつ、観光資源を磨いて2拠点の着地型観光プログラムを策定した。



1) 試作品：青芋の繊維で織ったスマートフォン袋

2) 青芋の繊維（束）

3) 試作品：青芋の繊維で織ったしおり

4) 試作品：青芋で作った紙の通行手形

今後の展開

地域全体の連携を深め、さらに魅力を伝えたい

上越地域には魅力的な観光素材がある反面、継続性や横の連携がないことや、地域一丸となっていない点が課題である。今後は、協力が必要な施設や店舗、事業者などに計画段階から参画してもらうために、早めに組織を立ち上げ、「もてなす」側の評価もできるようなプランニングを進めていく予定。

調査研究事業

食

地域ぐるみ・地域力総活用、新名産・名品創出と食の祭典創出事業

異業種連携による小松の新名物・名品開発プロジェクト

石川県 小松商工会議所

HP : <http://www.komatcci.or.jp/>

プロジェクト概要

地域総ぐるみの農工商連携で、地域資源活用の新名品・名産の創出、地域力結集をアピールする食の祭典企画を策定し、市外・県外にアピール。第1～3次産業連携で相乗効果・波及効果を狙い、消費・売上拡大で地域活性化を図る。

活用した地域資源

地元の農産物・特産品、九谷焼、飲食店、菓子店等

新商品の開発を通じて、地域力を結集

豊かな自然と農産物等を有する小松市。一方で、市内外へアピールする商品・土産品が少ない現状を打開すべく、地域資源と地域力を結集。異業種連携による新名物・名品の開発を通じ、交流人口拡大と地場産品の利活用・販売拡大・生産増加を図れる事業の企画策定に向けての調査研究を行った。農林水産業や組合、飲食・食品加工・菓子業等の連携・協力体制を構築し、地元特産品の開発・需要拡大と品質向上を図り、地元産品の地域ブランド化を推進することで、第1次産業と2次・3次産業との連携促進・活性化を目指す。



今後の展開

「食イベント」実施に向け、鋭意邁進中

本年度策定の「食イベント」企画（案）をベースに、下記4つの大枠で進めていく予定。
①次年度参画の飲食店募集と第1回食イベントの開催 ②地場農産物等活用による事業者を募集。展示会等出展に向けての試作品開発 ③飲食業と九谷焼とのコラボによる、伝統工芸美術品ではなく普段使いができる新しい九谷焼の創生に向けての試作品開発

(1) 地場産品を使った銘菓・名産等特産品開発の推進。

(2) 小松の魅力をアピールして交流人口と特産品等の販売・需要を拡大、農水産物を使った食のイベントの開催企画策定。

(3) 食分野では農水産物だけでなく、伝統工芸の九谷焼と料理・飲食店等とのコラボを実施。料理が美味しく見える、飲食店での使い勝手の良い、イメージーションをかき立てる食器の開発と、全国へ向けてのPR・販路開拓に取り組む。

調査研究事業

食

新幹線開業をチャンスとする黒部峡谷の恵み開発プロジェクト

黒部峡谷の恵みから売れる地域ブランド商品を開発

富山県 黒部商工会議所

HP : <http://www.ccis-toyama.or.jp/kurobe/>

プロジェクト概要

国際A級の観光資源である「黒部峡谷」を有し、平成26年度には北陸新幹線が開業し、新黒部駅が設置されることから、土産品や体験型観光商品開発を促進。また、新駅の土産品店の整備イメージを作成する。

活用した地域資源

黒部川で獲れるサクラマス、黒部産コシヒカリ、黒部産枝豆、黒部スイカ

知名度の高さと新駅設置をチャンスに

黒部市は全国にもその名を知られている「黒部峡谷」を有し、その観光拠点には宇奈月温泉があり、人気が高い。しかし、観光はその地域で完結しており、回遊に乏しいのが現状である。そこで「黒部」の知名度の高さを活用し、売れる地域ブランド商品の開発および黒部峡谷への観光客の回遊を誘発させる商品・メニューの開発により、新しい観光産業を創造していくことを目的とし、本プロジェクトを展開した。平成26年度に北陸新幹線が開業し、黒部市の玄関口としての新黒部駅（仮称）が設置されることをチャンスと捉え、モデル商品の企画、開発で成功事例を創ることで観光産業の創造への機運を高め、主に観光地で売れる黒部ブランド商品の企画、あわせて滞在型観光を目指した体験型観光商品の開発に取り組んだ。



今後の展開

新幹線開業に合わせブラッシュアップ

北陸新幹線開業に照準を合わせ、モデル商品の更なるブラッシュアップと商品化、販路開拓やセールスプロモーションの実施を目指す。また、本事業によって生み出されたお土産商品の販売実績をつくることで、他の生産者の意欲を高め、後に続く土産品開発へ繋げる。そして、モデル商品の拡充や手軽に食せるワンハンド・フーズの開発、商品形態やパッケージを具体化する。

1) 開発商品

「黒部のおくりもの豆かまぼこ」

2) 開発商品

「黒部のおくりものます寿し」

3) 開発商品

「黒部のおくりもの黒部ずいかハニー」

調査研究事業

食

「すし王国能登七尾」ブランドづくりに向けた調査研究事業

「すし王国・能登七尾」
ブランドづくりへの基礎調査

石川県 七尾商工会議所

HP : <http://www.nanao-cci.or.jp/>

プロジェクト概要

「すし王国能登七尾」をコンセプトとし、新鮮な魚介が豊富な七尾市の「すし」の素材を調査研究する。新たなメニューづくりの試作により、すし王国七尾のブランドづくりに向けて調査し、北陸新幹線金沢開業による観光客のニーズへの対応策を探る。

活用した地域資源

七尾湾近海で獲れる、鮮度の高い魚介類を使ったすし

調査研究事業

旅

EVを活用した滞在型山岳観光の可能性と、新たな観光ビジネスモデルの調査研究事業

EV(電気自動車)を活用した
体験・滞在型観光スタイル

長野県 松本商工会議所

HP : <http://www.mcci.jp>

プロジェクト概要

宿泊業、運輸業、旅行業など様々な地域力を連携させ、松本広域圏の地域資源とEVを最大限活かした滞在型山岳観光のあり方を見据え、新たな観光ビジネスモデルを開発するための調査研究事業を行う。

活用した地域資源

松本市の観光資源と上高地・乗鞍高原・美ヶ原高原に代表される豊かな自然環境、市内また山岳観光地域に設備されている電気自動車の充電環境

「すし王国・能登七尾」発信への基礎調査

平成26年度末の北陸新幹線開業を控えている七尾市。それを機に、交流人口を増加させ、厳しい経済環境におかれている地域産業を少しでも活性化させるため、「すし王国能登七尾」ブランドづくりに向けた調査事業を行った。将来、「すし王国能登七尾」が、食ブランドとして七尾の観光客誘致に繋げるためには、新しい「すし」メニューの開発が必要である。それに向けて、すし店の事業者が中心となり、新たな食材、加工法等を専門家のアドバイスを受けながら、調査し、試作品づくりを行う。また、市内すし店への来店客や、首都圏の消費者(主に女性をターゲット)

ト)に対してアンケートを実施し、試作品づくりの参考とする。こうした取り組みを通じて、「すし王国能登七尾」ブランドづくりと情報発信に向けた基礎調査とする。




今後の展開

「すし王国能登七尾」の本格的情報発信

次年度以降は、「すし王国能登七尾」を本格的に首都圏に向けて情報発信していく。特に、北陸新幹線開業により、いかに首都圏からの誘客を実施していくかが課題である。主なターゲットを首都圏在住の女性(30～50歳代)として、食談、食体験を都内中心に連続して行い、口コミでのPRやマスコミを巻き込んだ事業展開を行う。そして、「すし王国能登七尾」を本格的に情報発信していく。

EVを利活用した観光ビジネスモデルの開発

長野県のほぼ中央に位置する松本市には、日本の屋根といわれる北アルプスがあり、西には上高地、乗鞍高原、東には美ヶ原高原といった日本でも有数の観光資源(地域資源)を有している。観光における課題としては、物見遊山型から体験・滞在型の本物志向といった観光ニーズの変化への対応や、顧客満足度の向上、環境配慮型観光などソフト面での充実が求められている。松本市では環境保全と観光振興の両面からEV(電気自動車)への関心が高まっており、EVを活用した取り組みでは事業者と行政が急速充電器の設置を行い、EVを実際に購入してビジネスを模索するなど新しい動きが見られる。そこで、このよ

うな課題やビジネスチャンスに対応するため、全国トップクラスの長い日照時間と、本州のほぼ中央に位置していることによる恵まれた立地環境、観光資源の豊富さなどを利用して、EVを利活用した観光ビジネスモデルの開発を目指した調査研究を実施する。本事業を通じて、新しい顧客を創造して観光客を増やし、地域観光関連小規模事業者を中心に活性化を図る。




今後の展開

調査研究をもとにさらなる進展を目指す

調査結果の集約により、今後のEVを利活用した地域づくりの可能性と新たな観光ビジネスモデルの創出、全国展開に向けた仕組みづくりを進めていきたい。そして松本市の恵まれた自然と歴史、風土を活かし、環境施策と観光施策のマッチングを進めながら新たな観光誘客のコンテンツとして電気自動車を利用した内陸型のエリア観光を打ち出していく。

調査研究事業

技

上田地域伝統産業活性化プロジェクト事業

蚕都上田の復興・発展を担う

長野県 上田商工会議所

プロジェクト HP : http://www.shinshu-liveon.jp/topics/node_205761

プロジェクト概要

上田地域は養蚕、蚕糸業等の地域特性を活かした伝統産業として上田紬が続いている。生活様式などの社会的条件が著しく変化し、和服の着用等需要減から伝統産業が衰退の危機にあるため、産学官連携による地域資源を活用した「伝統産業活性化プロジェクト」を立ち上げる。

活用した地域資源

上田紬等伝統産業、製糸工場の建造物

調査研究事業

食

名医：徳本さまゆかりの岡谷から新しい健康産業を創造する地域力展開事業

「徳本薬草のまち」推進プロジェクト

長野県 岡谷商工会議所

プロジェクト HP : <http://www.okayacci.or.jp/gyomu/cat172/>

プロジェクト概要

江戸初期の名医・徳本さまが晩年を迎えた岡谷市。健康にまつわる多くの伝承が今に語り継がれている。その伝承を紡ぎだし、シンボルとして徳本さまに注目して、岡谷から新たな健康産業を展開する。

活用した地域資源

医聖・永田徳本先生

上田蚕糸を活用した新たな需要の掘り起こし

真田氏の城下町でもあり、古くから養蚕がさかんであった上田市。昭和50年代までは上田紬も反物から着物へと多く活用、利用されてきたが、和服等着物を着る機会が減少したことにより、上田紬の需要も減少。着物の普及に努めたものの絹製品の持つ高級感と高値のため普及拡大は限界となり、新しい商品の開発努力により生き残りを図ってきたが、経営者の高齢化も進んで企業の存続が危ぶまれている。消費構造の変化や消費者の着物離れ等による上田紬の需要激減の危機から脱するべく、上田の蚕糸を使った小物(ネクタイ、バッグ、名刺入れ、根付け等)を中心とした新たな需要の掘り起こしと新商品開発を行いつつ、観

光とのタイアップによる商品化も視野に入れた活動を行った。またこれまでは企業ごとに個別で製品開発を行ってきたが、組合として体系化を検討しているほか、全国シルクサミットを開催し、シルク製品のファッションショーやセミナーシンポジウムを通じて製品普及を行った。




今後の展開

蚕糸業を観光に結びつけて取り組みを推進

さらに製糸を手掛けられないかを検討していきつつ、蚕の飼育や機織りの体験など蚕糸業全体を観光に結びつけるための構想を練る予定。今後はNPOを立ち上げるなど、市民が参加しやすい体制づくりのほか、シルクは化粧品や食品など利用が幅広くなっていることから、新たな分野も含めて再び大きな産業になるよう、取り組みを進める予定にしている。

伝承を地域資源へ昇華し、健康産業を創造

江戸時代初期、徳川將軍家の御典医であった医聖「永田徳本」先生が終焉の地とした信州・岡谷市。伝承では118歳の天寿(寛永7年(1630年)2月14日逝去)を全うされたといわれている。本プロジェクトでは、この史実と民間伝承を地域資源として昇華させ、地域の健康に関する総合的な象徴として確立させることを目的とし、徳本先生が余生(よすが)を過ごされた岡谷から新たな健康産業を創造するための調査研究事業として位置付け、次の5項目に着目して調査を進めた。




今後の展開

薬草を通じて子供たちの食育を提案

次の4点を軸として継続・発展させていく。

- (1)人材育成：徳本先生の人間性を大切に、薬草知識の底辺の拡大・養成を目指す。薬草を通して元気な子供たちの食育を提案する。
- (2)薬草の厳選：付加価値が高く、「徳本薬草のまち」にふさわしい薬草を厳選。
- (3)精密産業との連携：精密加工業と連携し、卓上型の製造ユニットを中核に事業を推進。
- (4)ヘルスツーリズム：健康管理維持増進を目指した、生薬予防医療型健康産業を目指す。

調査研究事業

旅

中山道下諏訪宿「神宿る下諏訪温泉」漫遊記

「神宿る温泉のまち・下諏訪」観光創出事業

長野県 下諏訪商工会議所

HP : <http://www.cci.shimosuwa.nagano.jp/>

プロジェクト概要

甲州街道の終着点であり、中山道唯一の温泉宿場町下諏訪宿で、神宿る温泉と街道を活かした観光客目線の着地型観光プログラム開発を目指し、滞在エリアの範囲拡大と観光消費額の増加を目指すための調査を行う。

活用した地域資源

中山道、甲州街道、中山道と甲州街道の合流地点、中山道下諏訪宿、下諏訪温泉

温泉と街道を活かした観光プログラム

江戸時代には中山道と甲州街道が交わる交通の要所として、また峠に挟まれた中山道随一の温泉宿場町として湯治客などが訪れ、大変賑わっていた下諏訪町。戦国時代の名将・武田信玄の隠し湯であり、「神様が宿る」といわれる温泉旅館を有しながらも、現在ではニーズなどの変化から観光客が減少するとともに、下諏訪温泉の認知度も下がり、通過型観光地化してきている。そこで、下諏訪への来訪機会創出と、滞在時間の延長と観光客・宿泊客の増加など観光振興や地域活性化を最終目的として、江戸時代や街道に関



今後の展開

民主導の組織形成と人材の確保が課題

商工会議所主導だけでは継続性が保証できないため、どのように実施主体を民主導で組織して収益を確保し、事業を継続していくかを考えることが最大の課題である。さらに、事業実施初期時点での補助事業の活用や人材の確保、プロジェクトリーダーの確保または育成が重要になる。

調査研究事業

技

地域の木工技術を活かしたリフォーム市場への参入・需要開拓調査

豊かな森林資源のさらなる活用を目指して

栃木県 鹿沼商工会議所

HP : <http://www.kanumacci.org>

プロジェクト概要

鹿沼市に伝承され集積する木工技術を活かし、リフォーム市場への参入の可能性と需要開拓手法について調査を行う。特に、顧客ニーズを把握し、市場ニーズに対応した製品開発および改良、新サービスの検討、並びに多様な販売チャネルの構築方法について、検討を行う。

活用した地域資源

鹿沼建具、鹿沼組子

鹿沼建具のリフォーム市場への参入を画策

豊かな森林資源の恩恵により、日本有数の木材加工業が古くより栄えた鹿沼市。特に、木製建具は「鹿沼建具」として高い技術を誇り、「鹿沼組子」は栃木県伝統工芸品の指定も受けている。しかし、建築の洋風化や新築住宅の着工数減少の影響もあり、「鹿沼建具」への需要は減少傾向にある。一方、リフォーム市場や中古住宅への住み替え需要等は堅調に推移している。このような社会情勢の中で鹿沼の木工技術を活かし「リフォーム市場への参入」を切り口として市場調査を実施、次の3点を目標とした。

【目標】

(1)平成24年度以降、計画立案した販売戦略を実施する

(2)ヒアリング・アンケート結果を反映し、平成24年度以降、時代のニーズや法人・消費者需要にマッチするリフォーム向け商品の開発・改善を重ねる

(3)創り手側から住む側の視点に転換した販売活動を行う



今後の展開

ライフスタイル提案型の販売戦略を実施

今後は次の4点に注力し、継続していく。

(1)販売戦略を企画立案する。

(2)ヒアリング・アンケート結果を反映し、時代のニーズや法人・消費者需要に合ったリフォーム向け商品の開発・改善を重ねる。

(3)「創り手」側から「住む」側の視点に転換した販売活動を行う。

(4)消費者にライフスタイルを提案する(鹿沼の木工技術によるリフォーム提案)。

調査研究事業

食

峠の合戦食開発プロジェクト調査研究事業

飯山の郷土食をテーマにした「峠の合戦食」

長野県 飯山商工会議所

HP : <http://www2.ocn.ne.jp/~iicci/>

プロジェクト概要

飯山の歴史文化が育んできた幻のそば「富倉そば」や野戦食「笹寿司」を観光資源として捉え、新しい商品の開発と販売体制について調査研究を行う。また、新たな食のブランドとしての確立を図り、着地型観光に結びつけ、交流圏の拡大に対応できるような体制づくりを目指す。

活用した地域資源

富倉そば、笹ずし、信越トレイル、歩こさいいやま

新しい食ブランド醸成を目指して

新潟県との県境にある飯山市には、峠の街道沿いで生まれた歴史や文化、知恵が詰まっている。特に幻のそば「富倉そば」と、戦国時代に上杉謙信が川中島の戦いでこの峠を越える際に、集落の民が献上したといわれている野戦食「笹寿司」は、雪国ならではの風土・人情が育んだものといえる。本プロジェクトでは、この2つの郷土食の魅力を地域資源と捉え、さらに新商品開発を加えることにより「峠の合戦食」というテーマに沿った、新しい食のブランド醸成を図ることを目指して調査研究に取り組んだ。また、これまで直接観光に関わっていなかった事業者・住民



今後の展開

課題解決と知名度・ブランド力向上を図る

(1)富倉そばの担い手不足。他団体、店舗との統一化も困難。

(2)地域団体商標登録は「決まり事」ができると、逆に大変になると事業者にも思われがち。

(3)笹ずしの材料の確保と製造に手間がかかる。知名度も低く、説明が必要。

などの課題に対し、富倉ブランド確立と富倉峠の観光プランへの活用を目指す。また、富倉そばの新しい提供の仕方や、「戸隠蕎麦」等との観光連携、焼酎や駅弁等の開発、レシピコンテストなどを実施する予定。



調査研究事業

食

とうがらしの郷大田原ステップアッププロジェクト

「とうがらしの郷・大田原」を全国展開・メジャー化へ

栃木県 大田原商工会議所

プロジェクト HP : <http://www.ohawara.jp/hot/>

プロジェクト概要

～マイナー産業からメジャー産業へ～とうがらしの郷における、商品コンセプトやニーズの把握不足を徹底的な調査分析で払拭し、求められる新たな商品づくりで、メジャー産業にステップアップさせる。

活用した地域資源

栃木三鷹唐辛子

マーケティングで全国展開の糸口をつかむ

松尾芭蕉の「奥の細道」と縁の深い地でもある大田原市。とうがらしの郷づくりを進めて7年が経過し、生産面積、収穫量が増加し、いまでは唐辛子商品も約50種類できた。また、マスコミの取材効果もあり、市内外から「とうがらしの郷大田原」として広く認知されるようになり、一定程度の土台が出来上がってきた。しかし、統一コンセプトや近隣観光施設や観光客のニーズの把握ができておらず、目に見えた誘客が図れ



今後の展開

コンセプト性のある新商品開発・PRに注力

今後は、次の2点に注力して進めていきたい。

1)製品の絞り込み・新しい開発手法による逸品開発

とうがらしの郷大田原のメインとなるシンボリックなグルメ商品を1つ開発する。

2)強い商品づくり

現在、25店舗の開発コンセプトが不統一で、ターゲットも曖昧である。調査研究結果により、ターゲットを絞り込んだ商品開発をし、市民や専門家など第三者の意見を取り入れて評価を明確にし、関係者だけの「いいんじゃない」開発を防ぐ。



調査研究事業

旅

みたけ山「おいぬさま」活性化事業

「おいぬさま」伝承と
ペットブーム活用による観光活性化

東京都 青梅商工会議所

HP : <http://omecci.jp>

プロジェクト概要

みたけ山に伝わる「おいぬさま」の伝承を利用した観光誘客を計画。近年のペット(イヌ)連れの観光客増に着目し、観光客および受入れ側に調査を実施し、その結果を分析して(ペットに優しい)受入れ体制を確立したい。

活用した地域資源

武蔵御岳神社と神の使いの大口真神(おおくちまがみ。神の使いの狼。一般に「お犬様」と呼ばれている)

調査研究事業

旅

富士山駅・富士信仰を活用した観光サービスの開発等調査研究事業

「富士山駅」の誕生を機に魅力ある
富士山観光の拠点づくり

山梨県 富士吉田商工会議所

HP : <http://www.fyoshidacci.or.jp/>

プロジェクト概要

富士山駅・富士信仰を活用した観光サービスの開発等調査研究事業

活用した地域資源

富士山駅、富士信仰(北口本宮富士浅間神社、御師まち、タツ道、ヤーナ川、吉田の火祭り、すすき祭り)、吉田口登山道及びその史跡、富士山北麓の林道(滝沢林道、細尾野林道、小富士林道)、富士山麓の動植物、豊富な地下水

観光・宿泊客が微減する現状打開を目指す

秩父多摩甲斐国立公園の玄関口に位置する青梅市。御岳山や吉野梅郷など自然に恵まれた地として知られ、休日には多くの人が訪れる都内屈指のアウトドアスポットであり、特に御岳山は「山ガール」「パワースポット」として人気を集め、入込客は増加しつつある。しかし、日帰りの観光地としての需要が高く、宿泊(宿泊業)は日帰り需要にシフトせざるを得ない状況となっている。このような状況を打破するため、「みたけ山『おいぬさま』活性化事業委員会」を設置。ペット同伴の観光客およびペットを同伴しない観光客への意識調査、愛犬家への意識調査等を実施。

地域資源である「おいぬさま(狼)」の伝説や信仰を、昨今のペットブームと結びつけ「ペット」同伴でも安心して楽しめる観光地として、青梅市を全国にアピールし観光客の増加を図るために調査を行った。

今後の展開

ペット同伴でも安心して楽しめる観光地へ

各調査により、御岳山への来訪者およびペット同伴来訪者等の属性や、御岳山でのニーズ、宿泊に対する認知度等が把握できた。一方、関連事業者へのアンケートでは、ペット同伴者の宿泊受入れは現状では厳しい事も確認できた。今後は、ペット同伴者のニーズにあったソフトおよびハードの充実を図り、来訪者とのすみ分けも意識しながら、神の使いの「お犬様」と結びつけた「ペット」同伴でも安心して楽しめる観光地を目指す。

「富士山駅」の誕生を機に活性化を図る

富士吉田市の地場産業である繊維産業は、中国などアジアからの安価な製品輸入量の増大等により、事業規模も、事業者数も激減してきている。また、富士山の北麓を訪れる観光客は、年間約1,800万人を超えるが、車社会の到来で、富士吉田市は通過観光地となっている。また、吉田口登山道を利用した富士登山も麓から歩くのではなく、五合目まで有料道路を利用した車利用となり、夏の約2ヶ月の登山者数は限度を超える状況である。一方で、富士吉田市には富士山信仰の拠点である御師宿坊の街並みも往時の面影を多く残しているものの、その魅力は活かされていない。このような状況の中、世界的に知名度が高い富士山を冠した「富士山駅」の誕生を好機と捉え、平安時代から富士山信仰の拠点として栄えてきた富士吉田市でしか出来ない、長い年月で培われた本物の観光資源を活用することを通じ、国内外から来訪する多くの観光客を迎えられる「富士山観光の拠点づくり」の実行に向けた調査研究を、地域一体となって行い、活性化を図ることを目的とした。

今後の展開

行政と民間の連携協力で課題を克服

富士山吉田口登山道は、特別名勝富士山(文化財)、史跡指定、自然公園法の特別地域であり、立木の伐採、トイレの設置、登山道整備など法規制がある。山小屋・茶屋等の使用権等複雑な権利関係もある。また、市街地の御師の街並み保存、御師住宅見学もプライバシー等の課題があるため、現在の環境を保全・共存しながら、多くの来訪者を迎える環境を整えていく。さらに事業の実施では、行政と民間が連携協力して推進していく。

調査研究事業

旅

県産木を活用した「クラフト体験ツアー」と着地型観光開発

里山の木と豊かな自然を利活用した
着地型観光開発

神奈川 厚木商工会議所

HP : <http://www.atsugicci.or.jp/>

プロジェクト概要

厚木の丹沢地域の山林の荒廃をビジネス手法で解決するため、県産木販路開拓と販売の相乗効果を生み出す着地観光型商品の開発に取り組む。中長期的には都心在住者に「手軽に木工を楽しむ」体験型ツーリズムとして定着させ、地域の温泉郷と連携した観光コンテンツの柱に育てる。

活用した地域資源

ヒノキ、スギ

調査研究事業

旅

西美濃流おもてなしサービスの構築に向けた調査研究事業

「西美濃流おもてなし」
構築に向けた調査研究

岐阜県 大垣商工会議所

HP : <http://www.ogakicci.or.jp/>

プロジェクト概要

平成24年のぎふ清流国体、平成26年の芭蕉生誕370年などを視野に入れ、当地域の更なるおもてなし環境を強化するため、地域資源を活用した当地域独自の「西美濃流おもてなし」の新たな構築を目指し、調査研究事業に取り組む。

活用した地域資源

奥の細道むすびの地、大垣城、豊侯一夜城、養老公園、木曾三川公園、谷汲山華厳寺、徳山ダム、関ヶ原古戦場、南宮大社、養老の滝、加賀野八幡神社、水門川舟下り、大垣まつり、水都まつり、十万石まつり、ぎふ清流国体、水まじゅう、柿羊羹、味噌せんべい、金鯉饅頭、芭蕉水豆腐、芭蕉元禄いなりし

林業に再び注目し、新たな資源発掘を目指す

北西部の丘陵地を中心として、里山が広く分布している厚木市。商工会議所では、平成21年度に七沢地域で行った「かばす」の全国展開プロジェクトを通じて、里山が抱える様々な課題と生活スタイルを把握。その中から、里山へ下りてくる小動物が耕作地へ被害を及ぼすプロセスと、里山が人と自然の調和からくる貴重な資源であることを知り、この課題についてビジネスプロセスを持ちこむことにより解決できないかと検討を開始。50年の伐期を迎えた県産スギ・ヒノキを利活用し、里山の健全なサイクルを取り戻すため、住宅材として価格競争力を失ったこれら

の森林に「観光資源」とした付加価値を与えられるかをテーマに調査を進めた。

今後の展開

さらに観光資源の柱となる事業を目指す

調査事業に全面的な協力を得た里山再生を目指す地元のNPOが、引き続き事業の模索を行う。七沢の観光協会や温泉郷の旅館組合などの協力を得ながら、着地型ツアーのPRや受発注の仕組み構築を進める一方、七沢地域から事業主体となる企業の参画とクラフト講師陣の強化を図り、地域の観光資源の柱となる事業を目指して活動する。

おもてなし力を高め、観光客増加を目指す

日本のほぼ中央に位置する大垣市は、古くから東西交通の要衝として栄えてきた。近年も、市内を流れる水門川では「水門川舟下り」が行われ、平成23年度からJR東海とのタイアップが始まり、当地への誘客にますます効果を発揮している。加えて、平成24年4月には、「奥の細道むすびの地記念館」のオープンが予定されており、大垣市を含む西美濃地域を訪れる観光客のさらなる増加が期待されている。そこで大垣商工会議所では、観光客に対する当地域のおもてなし力を高め、西美濃流のおもてなしの構築を目指して、調査研究事業に取り組んだ。

事業では、愛知県、三重県、滋賀県、富山県の集客施設の来場者や、西美濃地域の観光施設や祭り・イベントを訪れた観光客を対象に、西美濃地域で過去に受けたおもてなしの印象や、旅におけるおもてなしの重要度などについてのアンケートを実施した。

今後の展開

人気スポットを入れたツアーの実施が決定

アンケート調査の結果、当地域の観光施設では「奥の細道むすびの地」が、祭り・イベントは「水門川舟下り」が、県外観光客の満足度、人気度が高かった。平成24年度は、「奥の細道むすびの地」や「水門川舟下り」など観光客の満足度が高い観光施設や祭り・イベントを組み合わせた観光コースを設定。愛知、三重、滋賀在住者を対象とした「西美濃おもてなしバスツアー」を実施する。

調査研究事業

食

天空の里 山之村地域活性化事業

地域資源を活用して農山村の過疎地域を活性化

岐阜県 神岡商工会議所

HP : <http://www.kamiokacci.or.jp>

プロジェクト概要

「神岡町山之村地域の存続・維持」を目的とし、地域住民の生活の安定を図るため、雇用の創出と経済の活性化を含めた地域振興の実現を目指す。地域住民のモチベーションの基礎を築き、次へのステップとする。

活用した地域資源

山之村産高冷地野菜・乳製品

調査研究事業

旅

「願いごとが叶うまち」ブランド化プロジェクト

七夕祭りを活用した「願いごとが叶うまち」ブランド化

愛知県 安城商工会議所

HP : <http://anjo-cci.or.jp>

プロジェクト概要

日本三大七夕と称される「安城七夕まつり」の公式キャラクター「きーぼー」をコアモチーフとした開運グッズ開発、ならびに、中心市街地交流広場のパワースポット(＝観光地、ランドマーク)化など「願いごとの街安城」づくりに関する調査研究を行う。

活用した地域資源

「安城七夕まつり」および「願いごと」

山

山之村の地域資源を全国展開できる食材へ

岐阜県最北に位置する、飛騨市神岡町。海拔1,000メートル前後の高原地「山之(やまの)村地域」は現在187名(平成22年12月末現在)の住民によって形成されている。高齢化率37.4%の典型的な農山村の過疎地域である、この山之村地域の存続を目的に、若者がこの地域に新たな可能性を見出し、高齢者はゆとりある生活の基盤が確保できるように、地域資源を活用した新商品の開発を行い、地域全体が活力ある社会になることを期待するとともに交流人口の増加を図った。山之村で生産されている食材は、「高冷地野菜」として知名度を上げているが、

後継者問題などもあり飛躍的に発展することは期待できない。今回の調査研究により(1)山之村特選素材の選定、(2)山之村産食材の付加価値の認識、(3)今後利用できる休耕田の把握による量産体制の仕組みづくりなど、山之村の地域振興につながる地域資源について再認識した。

旅

「願いごとが叶う、願いごとを楽しめるまちへ」

県内外から多くの観光客が訪れる「安城七夕まつり」を毎年8月に開催し、仙台市や平塚市と並んで日本三大七夕の町として知られる安城市。竹飾りの設置区間の長さでは日本一とされ、メイン会場に設置された「短冊ロード」の願いごと短冊や、イベント「願いごとふうせん」で飛ばす風船の数も、推測ながら日本一という評価を受けた。そこで、主催の安城七夕まつり協賛会は、2009年に「願いごと、日本一」をテーマに掲げ、そのシンボルとなる公式マスコットキャラクター、願いごとの妖精「きーぼー」が誕生。一躍、まつり会場での人気者となり、ゆるキャラのwebで

人気全国1位になるなど関係者の予想を上回る反響を得た。そこで、特産物や「きーぼー」のブランド力を活かし、「願いごと、日本一」の具現化として「安城＝願いごとが叶う、願いごとを楽しめるまち」とのイメージを全国発信するための仕掛け作りに着手。安城七夕のイメージや願掛けグッズ・グルメの市場調査を行った結果、商品化への可能性を確信した。今後は、願掛けグッズ開発に着手する。

調査研究事業

旅

半田市から始める知多半島スマート回遊を目指したおもてなし事業

ICTの有効活用による観光ビジネス活性化

愛知県 半田商工会議所

HP : <http://www.handa-cci.or.jp>

プロジェクト概要

愛知県知多半島の観光中心都市である半田市ではさまざまな地域資源が存在するため、地場産業を活かした土産物を開発するとともに、観光拠点を結ぶ回遊コースを設定する。観光客の回遊性を高める手段として、スマートフォンに代表されるICTの活用を視野に入れ、調査・研究を進める。

プロジェクト概要

半田山車まつり、半田運河、新美南吉、ごんぎつね、知多娘、各種土産品

調査研究事業

旅

新西尾市の観光開発調査研究事業

観光開発元年・西尾市の着地型観光調査研究

愛知県 西尾商工会議所

HP : <http://www.nishio.or.jp>

プロジェクト概要

西尾市は自動車関連産業が多くを占めるが、需要低迷や生産拠点の海外移転など厳しい情勢で、新産業の創出が急務である。新西尾市の本年合併誕生を機に、抹茶、うなぎ等豊富な産品を活かし、観光開発事業をスタートさせる。

プロジェクト概要

一色産うなぎ、三河一色えびせんべい、吉良の饗庭塩、吉良のトマト、幡豆の清酒等

東海

近畿

中国

四国

九州・沖縄

リアルタイムな観光情報の発信・提供を図る

地場産業を活かした土産品開発や観光拠点でのイベントを実施してきた半田市。市民の観光意識を高めただけでなく、新観光ビジネスへの契機となってきた一方、市内の観光拠点同士で距離があるため、最適な交通情報や、拠点間を歩くためのシナリオがなく、観光客に対して市内での回遊性を高めるための情報を伝えきれていなかった。さらに前年行われたイベントでは多数の来訪者があったにもかかわらず、各店舗同士での土産品の在庫状況や観光拠点の混雑情報などが十分に提供できず、結果的に観光客の購買意欲を低下させてしまったという報告

もあった。そこで最近急速に発達したスマートフォンなどの情報伝達技術を利用し、半田市内で実施されるイベントやエンターテインメント情報や、知多半島(10市町)全体での回遊性の向上などの情報をタイムリーに発信することで、観光客にとって有意義な観光時間の提供を目指した。

旅

今後の展開

ITと地元でのPR活動をさらに推進

全国的にPRしていくため次の広報を実施。

- スマートフォンを活用した観光システムの構築：知多半田駅、半田駅から各観光拠点への案内システムや、イベント当日のリアルタイム情報の発信
- 土産品発信：知多半田駅前ビジネスホテルのスペースを利用して展示コーナー設置
- エンターテインメント・企業協働：バイリンガルマップの作成さらに他との差別化をするためにも半田らしさ(例えば地域のアニメキャラ等)を反映していく。

東海

近畿

中国

四国

九州・沖縄

今後の観光開発の可能性を検証・研究

抹茶やうなぎの産地として知られ、平成23年4月1日には一色町、吉良町、幡豆町と合併した西尾市。その新しい西尾市の観光開発元年として、当地域に潜在する観光資源の発掘や着地型観光の推進に向け、西尾商工会議所と一色町商工会、吉良町商工会、幡豆町商工会が連携して、調査研究事業を実施、今後の観光開発の可能性を検証、確認した。当委員会で西尾市にある観光資源の掘り起こし、また着地型観光として「ものづくり観光」の実現化を研究すると同時に、新たなサービスの開発や地元農林水産品を活用した地域グルメや土産品の試作

品開発を目指した。さらに、web調査や旅行関係者を招いたモニターツアーを実施し、西尾市の観光資源や体験と学びプランなどの評価を行った。

旅

今後の展開

西尾市のポテンシャルの高さをさらにPR

今回の調査研究により、観光としての西尾市のポテンシャルの高さが実証できた。しかし、西尾市の知名度が十分でないため、モニターツアーやweb調査で関心の高かった「食」による誘客を図っていく。今後は、「食による体験と学び」メニューの開発・充実、誘客の仕組みづくり、効果的な情報発信が課題となる。

調査研究事業

旅

産業都市・四日市の観光資源発掘・商品化調査研究事業

伝統産業を有効活用し観光都市・四日市へ

三重県 四日市商工会議所

HP : <http://www.yokkaichi-cci.or.jp>

プロジェクト概要

人気が高まっているコンビナート夜景観光や工場見学を核とし、地場の伝統産業である陶磁器「萬古焼」、高級茶「伊勢茶」などの外部評価、調査等を通じ、観光資源となるものを研究し、公害を克服して発展し続ける産業都市・四日市の現状を国内外に示すため観光事業の確立を目指す。

活用した地域資源

コンビナート夜景クルーズ、四日市萬古焼、伊勢茶(かぶせ茶)

観光素材の発掘などにより、地域活性化を目指す

国から特例市の指定を受けている四日市市。同市において、観光素材の発掘・ブラッシュアップ・単独または組合わせによるプログラム開発を実施し、産業都市四日市が、観光を通じて地域振興を図っていくための調査・研究を行う。観光推進は人気の高まっているコンビナート夜景や工場見学を核とし、同時に地場の伝統産業である四日市萬古焼、伊勢茶(かぶせ茶)などを対象として調査し、外部評価を得た上で、観光資源となるものを研究、公害を克服して発展し続ける現状を国内外に示すため観光事業の確立を目指す。四日市商工会議所の「観光振興を地

域活性化に結び付ける方針」は、四日市市も取り組みを始めた時期であった。本プロジェクトは上記方針に非常に有効な支援ツールとなり、四日市市が中心となって開催した夜景サミットには、業務分担しつつ、一体となって観光振興事業をすすめるきっかけとなった。




今後の展開

研究・検討を重ね、新組織での運営を目指す

本年度調査の結果を踏まえて作成された報告書をもとに、今後の四日市において観光プログラム化・商品化を行う。抽出された課題を解決するとともに、団体向けにバスを利用した四日市の産業観光ツアーや、個人や小グループ向けにタクシーを利用した観光ツアーのコースを提案していく。さらに次年度に向けて、行政や観光協会と連携した組織を構築し、その組織を中心とした運営を目指す。

調査研究事業

食

里湖「西の湖」が育む地域食文化創出プロジェクト

里湖「西の湖」地域の素材を活かした特産品開発

滋賀県 近江八幡商工会議所

HP : <http://8cci.com>

プロジェクト概要

琵琶湖最大の内湖、西の湖が育む地域食文化創出を目指し、調査研究を行う。「健康・癒し」「先人の知恵と技」の観点から、地域の素材を活かした特産品開発を行い、ツーリズムにつなげていく。

活用した地域資源

琵琶湖最大の内湖である「西の湖」地域で育む食文化と、水郷野菜、湖魚、水性植物、穀物などの食材

食材の発掘など地域資源を活かした商品開発

琵琶湖東岸に位置し、水郷の地である近江八幡市。その琵琶湖最大の内湖である「西の湖」には、恵まれた自然環境によって育てられてきた水郷野菜、湖魚、水性植物、穀物など様々な食文化としての素材を有し、新しい特産品や商品開発の可能性を秘めている。そこで、「西の湖」地域をテーマとした新しい食に関する素材の発掘と、商品化への可能性を探り、ツーリズムなどによる地域の活性化と、新商品・特産品開発等を目的とした調査研究事業を行った。調査研究プロジェクトには、地元クリエイティブディレクターや地域活動リーダーを中心に、大学関係者および学生スタッフの協力を得た。活動内容として、地元農業者、漁業者、事業者、有識者等を対象に、地域の食文化と歴史、特産品・新商品開発の素材になりうる適正食材に関するヒアリングによる現地調査と、webを活用して12,000人を対象に食に対する消費者の意識調査を実施。地域食材の発掘、地域資源を活かした商品開発によって、地域のPR効果、地元への経済効果が期待できる。

今後の展開

西の湖でのエコツーリズムがイメージできる食を考える

本調査では、里湖としての西の湖の食文化を象徴的に物語るエピソードをいくつか集めることが出来たが、残念ながら語られた食材や食習慣のほとんどは、今では廃れて見られなくなったものが多かった。そのため、懐古主義的な過去の食文化にとらわれず、現代にあった食材と味で「今から、これからの食文化」を作ることが今後の課題である。調査結果は地元商工業者や女性会、青年会などに情報提供、検討してもらい、事業化・商品化に繋げていきたい。

調査研究事業

旅

御食国答志島が再現する天平の御食料理を食す旅

御食国答志島が再現する天平の御食料理を食す旅

三重県 鳥羽商工会議所

HP : <http://www.toba.or.jp>

プロジェクト概要

古より、朝廷や伊勢神宮に魚介類を献上し、万葉集に御食(みけつ)国と詠まれる答志島産の魚介類と平安を代表する果樹やまとたちばなの花酵母を活用した天平の御食料理を式年遷宮と併せ再現、疲弊する島経済を活性化する。

活用した地域資源

御食国答志島が再現する御食料理

島のブランド「御食国答志島」の早期構築

三重県の南東部に位置する鳥羽市には、古より朝廷や伊勢神宮に魚介類を献上し、万葉集に御食(みけつ)国(くに)と詠まれる答志島産の魚介類、特に平城宮跡出の木簡に記されている多比(鯛)などの食材がある。また、答志島に原木がある鳥羽「市の木」であり、県天然記念物に指定され、六歌仙に度々詠まれ平安を代表する果樹やまとたちばなを有している。これらの地域資源を活用し、伊勢神宮式年遷宮と合わせ、島のブランド「御食国答志島」の早期構築と、その象徴的商品である天平の御食料理の開発とそれを食す旅を造成する最適プランを構築する。

今後の展開

御食国答志島ブランド構築に向けて

質の高い海産物の宝庫として朝廷や伊勢神宮に魚介類を献上し、万葉集に御食国と詠まれる答志島の「魚介類」を活用、商品ブランドには「御食国」を盛り込む。また、万葉集で多く詠まれ、「市の木」であるやまとたちばなの「花(花酵母)と果実」を活用、清酒とリキュールを開発する。そして、答志島内には貴重な歴史文化資源が残されていることから、柿本人麻呂が御食国答志島を詠んだ歌碑をはじめ、答志島の「歴史文化資源」と「自然資源」を活用する。

調査研究事業

旅

大阪を象徴する「中之島地区」を活用した、新たな観光サービス

新観光拠点で「水と光のまちづくり構想」実現へ

大阪府 大阪商工会議所

HP : <http://www.osaka.cci.or.jp/>

プロジェクト概要

大阪城や中之島など、大阪を象徴する公共空間の“使いこなし”に向け、国の規制緩和が進む河川空間に焦点をあて、民間事業者とともにビジネス視点で活用する具体プランと管理活用の仕組みを研究し、新たな観光名所をつくる。

活用した地域資源

中之島地区

中之島地区のさらなる観光魅力向上を図る

大阪都心部において、ビジネスと観光双方の拠点となりつつある中之島。この地区のさらなる観光魅力向上に向けて、国際・文化ゾーンとして進展する開発計画や、親水性を高めた水辺空間の整備、賑わい拠点の形成、舟運の状況など、現況を調査した。中之島地区のなかで、ポテンシャルが高いと思われる大阪市中央卸売市場(本場)に焦点をあて、大阪市とともに研究会を設置し、そのブランディング策等についてや、実証実験による試行や検証を経ながら、市場内部・市場前の水辺空間から周辺地域へと、取り組みを波及させていく方策等を検討した。また、新たな観光サービスとしてポテンシャルが高いと思われる観光舟運サービス、中でも小型船の活性化策として水辺とまちの回遊性向上や、小型船の拠点整備に向けた調査検討を行った。

今後の展開

日本一の規模を誇る“食の拠点”に向け推進

周辺地域や舟運との連携による相乗的な魅力創造を目指し、市場内部および外部の水辺空間を活用した取り組みの具体化を進める。また、市場見学ツアーをはじめ、水辺空間への飲食店舗の設置、場外朝市の定期開催など、実証実験を行いつつ、継続できる推進体制や事業スキームを確立していく。さらに、中之島西部エリアのシンボル空間創出に向け、象徴的な光の演出や、対岸エリアのリノベーション等をオール大阪で推進、エリアのブランド化を目指す。

調査研究事業

技

高野山麓・紀ノ川畔 紀州橋本<柿プロジェクト>

名産の柿が「柿渋石鹸」へと変身

和歌山県 橋本商工会議所

HP : <http://www.hashimoto-cci.or.jp/>

プロジェクト概要

橋本伊都地域の柿生産は、生産高40,449トン、県シェア70.8%と日本一かつ圧倒的である。しかしながら、その大量の柿はほとんどが生食用果物として出荷され、広範な利用促進が待たれている。その大きな生産量ゆえにまた大きい、廃棄する部分の用途開発を目指す。

活用した地域資源

特産品の柿

食用以外の柿の活用を目指して

日本の柿の総生産量は258,000トン(2009年農林水産省調査)であり、和歌山県は生産量全国1位で、2位の奈良県の倍近い生産高57,300トン、全国シェア22.2%(同)となっている。その中でも橋本市は、生産高15,000トンと高いシェア23.9%(2005年 和歌山県調査)を持ち、橋本伊都地域では生産高40,449トン、県シェア70.8%(同)と柿生産日本一、かつ圧倒的なシェアを誇っている。しかしながら、その大量の柿の用途は、ほとんどが生食用果物として出荷され、一部が加工食品にされるにとどまっており、非食用製品にはほとんど利用されていない。そこで今回、生産量に比例して多くなる廃棄柿、あるいは出荷されない柿を活用した開発・利用促進を図った。



今後の展開

橋本ならではの「柿渋石鹸」が完成

柿渋の試作が成功したため、今後は製品化へ移行し、防腐剤や発泡剤などを使用しない無添加石鹸の実現を目指す。また、しっかりと洗った洗いがりの手作りコールドプロセスを採用したため、少量生産ではあるものの、消費者の心をつかんでいきたい。また、柿渋メーカーには、より広範に使える柿渋の改良・開発を行い、橋本の柿渋をいろいろな用途に活用してもらえるようにしていく。

調査研究事業

食

瀬戸内の水産資源を活用した地域産業観光促進事業

チダイを活用した新たな「食」の観光商品づくり

山口県 柳井商工会議所

HP : <http://www.yanaicci.or.jp/>

プロジェクト概要

平成23年10月開催の山口国体、平成24年の岩国民間空港開港を見据え、岩国・柳井観光ルート構築の一環として、三方を海に囲まれた山口県の南東部の瀬戸内海に面した柳井地域の小魚等の水産資源を活用した「郷土料理」開発の調査研究を行う。

活用した地域資源

柳井地域の水産資源「花鯛(チダイ)」、「瀬戸貝」、副素材として「やないイチゴ」などの農産物、地域資源である「金魚ちょうちん」をネーミングに取り入れたメニュー

観光資源が乏しかった「食」ジャンルに着目

柳井市は、「やまぐちフラワーランド」や江戸時代の商家が立ち並んだ「白壁の町並み」、特産品としては江戸時代から伝わる柳井の郷土民芸品「金魚ちょうちん」、柳井の伝統的綿織物「柳井縞」、200年もの伝統の味を今も受け継いでいる醤油「甘露醤油」等、歴史を活用した観光資源が存在する。一方、観光客の旅の目的の中で大きな部分を占めるのは「食」とされているが、柳井市では食分野の観光資源が乏しいのが現状であった。そのため、地域としてアピールできる「食」の開発を、平成20～21年度に「自然薯栽培の発祥の地」としての地域資源を活用した「自然薯の商品開発」を行ってきた。農産物としては「やないイチゴ」や「自然薯」があるが、三方を海に囲まれた柳井地域の豊富な水産資源を活用した地域の食として代表的なものはあまり見当たらない。そこで、瀬戸内の豊富な水産資源である「花鯛」や「瀬戸貝」などを活用した新たな「食」の開発を行い、観光客の増加を目指した。



今後の展開

飲食業者とのタイアップで試食会を開催予定

23年度に実施した郷土料理調査研究事業で、基礎的なデータの集計や地域の特産品についての検証ができた。今後は、その結果をふまえて、市内の飲食業者とタイアップし、「新メニュー開発」を目的とした試食会を地元や県内外で行う予定である。

調査研究事業

旅

産業観光ツアーと周南名物ブランド商品の開発に係る調査研究事業

日本一のコンビナート夜景を活用した観光商品開発

山口県 徳山商工会議所

HP : <http://www.tokuyama-cci.or.jp>

プロジェクト概要

「ふぐ」「はも」「たこ」を使った弁当の開発とともに、周南地域4商工会議所で実施している「産業観光ツアー」と連携し、「日本一のコンビナート夜景」と「周南ブランド特産品」として、全国に向け情報発信出来るよう調査研究を行う。

活用した地域資源

産業観光ツアー、周南名物品

「工場夜景ツアー」の調査と名物商品の開発

周南市は、山口県の東南部に位置し、コンビナートを中心とした産業が集積する山口県工業地帯の中心的存在である。また、全国のふぐ水揚げ量の80%は下関であるが、周南市沿岸部の給島(すくもじま)地区は「ふぐ延縄漁」発祥の地で、ふぐの最高級品「とらふぐ」がたくさん水揚げされているなど、隠れたふぐの本場としても知られている。そこで、平成17年度より周南地域4商工会議所(新南陽・徳山・下松・光)の広域連携事業として、地元の工場見学と観光を組み合わせて毎年好評を博している「産業観光ツアー」の夜バージョンとして、周南沿岸コンビナートの光の輝きを活用する「工場夜景ツアー」を新規導入するため、夜景評論家の丸々とお氏に調査を依頼。さらに、周南市のブランドの一つとして「ふぐ」「はも」「たこ」のネーミングが「徳山ふぐ」「周防はも」「周南たこ」に決定したのを受け、積極的に全国に向けて情報発信していく。また、名物弁当やコンビナート饅頭の開発についての調査を実施した。



今後の展開

集客力のあるツアープランの開発を目指す

「観光開発」「特産品開発」の2本立てにし、「産業観光ツアー事業部会」「特産品開発事業部会」を設置して事業を推進したが、進捗状況が異なり、並行しての事業実施に困難を極めた。産業観光ツアー事業は、専門家のアドバイスを受けツアープランを実施するも、集客が低調だった。特産品開発事業は、意見は出るが事業は進展せず、特産品の開発にかなりの時間がかかった。今後は様々な提案をしながら、より集客力のあるツアープランを追求していく。

調査研究事業

技

盆栽のソムリエを育成する研修機関設立と新製品開発の調査事業

「Bonsai」マーケットの拡大と地場産業の融合

香川県 高松商工会議所

HP : <http://www.takacci.or.jp/>

プロジェクト概要

江戸時代から伝わる当地の松盆栽をブランド化するため、産地(鬼無町・国分寺町)の後継者を盆栽のソムリエとして育成するとともに、新製品「Bonsai」開発の調査事業を実施する。

活用した地域資源

盆栽

海外での人気が高まる盆栽の活性化を図る

高松市は、全国シェア約80%を占める、日本一の松盆栽の生産地である。しかしながら、近年、マンション生活者の増加や趣味の多様化で、盆栽の国内市場は縮小しており、香川県の場合、国内向けの年間出荷額はここ10年で半減している。併せて、盆栽生産者は減り、後継者育成等深刻な問題を抱えながら、展示・即売やインターネット販売、量販店への販売など独自に工夫して、盆栽の普及に取り組んでいる。一方で、海外における盆栽・鉢物・植木の需要は、富裕層が美術品感覚で高価な盆栽を購入するなど、日本文化への関心から購入する愛好者に加え、身近な装飾品として年齢、収入にかかわらず人気が高まっている。さらに、昨年11月に高松市で開催された「アジア太平洋盆栽水石大会」が日本で初めて開催され、これを活性化のチャンスと捉え、本調査事業の展開により、新製品「Bonsai」の開発、「Bonsaiソムリエ」の養成機関を設立することで、盆栽のマーケット拡大と地場産業の活性化を図る。



今後の展開

盆栽のさらなる普及と市場の完成を目指す

1. 地元で活躍する作家を集結した巧のチームで、新たな地域資源(アートBonsai)等を開発し、市場を作りあげる。
2. 1年を通して四季折々の内容で盆栽教室を行い、伝道師(ソムリエ)を育成する。
・1月(盆栽の分類について学ぶ)
・2月(良い盆栽の選び方を学ぶ)
・3月(剪定の仕方、肥料のやり方について学ぶ)
・12月(寄せ植えの配置・正月飾りについて学ぶ)

調査研究事業

旅

近代産業の歴史ある「たどつのまち」のブランド化事業

歴史ある「たどつのまち」ブランド化プロジェクト

香川県 多度津商工会議所

HP : <http://www.netwave.or.jp/~tadotsu/>

プロジェクト概要

歴史的な背景の中で、港、鉄道、電力、銀行など商工業が発展した「たどつ」のまちを、1つのブランドとして創出させ、次世代へ継承させるための人材育成と、町のにぎわいづくりから徐々に活性化へと発展させることを目指す。

活用した地域資源

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

近代産業発祥の地、多度津の観光面を充実

古くから良港の恩恵を受けていた多度津市。江戸時代中期に丸亀藩京極家の分家である多度津藩が、湛甫の築造工事を完成させたことによって金毘羅参詣客が多度津に上陸するようになった。あわせて北前船の寄港地としても繁栄し、全国から様々な物産や情報の集まる、讃岐一の港町へと発展してきた。明治以降も、回船問屋等で富を得た豪商たちの財力により、讃岐鉄道の開業や県内初の私立銀行設立、水力電気の再建等、常に四国の近代化をリードしてきた。そうした多度津町が歩んできた歴史「港から栄え、鉄道へと繋がる」そのものを地域資源として、中小企業や地域の人たちと連携した「多度津の町」のブランド化事業を通して、町をもっと元気にさせるとともに、継続的に取り組んでいる「商工フェア」をイベント的な賑わいづくりから「地域の活性化」に発展させることを目的として、多度津町の代名詞となるような「観光、特産品の創造」の計画づくりの第一歩として調査・研究事業に取り組んだ。

今後の展開

まち歩き観光の充実と特産品開発に注力

まち歩き観光では、アプリ「ふらっと案内」への登録を増やし、鉄道の町や多度津藩の城下町、近代産業発祥の地など産業観光へ発展する付加価値をつける。また、一般募集を行ったまち歩きコースは、まもなく実施される。特産品開発は、調査研究結果を受け、各企業への提案や委員の提案を基に検討、平成24年6月2日に開催予定の「商工フェア」にて試作品を出展予定である。さらに、多度津特産品の推薦や認定制度のような仕組みも検討する。

調査研究事業

食

「食のまち」を楽しむ仕掛けづくり・名物料理開発調査事業

食のまち・いちき串木野を楽しんでもらう仕掛けづくり

鹿児島県 いちき串木野商工会議所

HP : <http://www.ikcci.jp/>

プロジェクト概要

6次産業化に向けて総合的な取組みによる地域産業おこしや地域ブランドの形成を目指している。その取組みの更なる推進を目指し、市外からの流入人口の地域内消費滞在時間を延ばすため、食のまちを楽しむ仕掛けづくり・名物料理開発調査事業を行う。

活用した地域資源

いちき串木野ブランドの認定基準素案づくり、市内の周遊コースづくり、徐福伝説の活用による「パワースポットいちき串木野」としての市全体のイメージ情報発信

食のまちづくりと周遊コースづくり

いちき串木野市は、鹿児島県内におけるご当地グルメの先駆けとして、平成14年にまぐろラーメンを開発。その後もボンカレー、験担ぎ御飯三大カツ、まぐろ舵取り丼などが次々に誕生し、平成21年には「食のまちづくり条例」が制定され、食による「まちおこし」を市・商工会議所・関係団体が一体となって取り組んでいる。このような中、年間約30の大小イベントによる流入人口を市内に回遊させて消費滞在時間を延ばすために、日本の産業の祖とも言われる徐福伝説や近代日本を作った薩摩藩留学生渡欧の地など、他の地域にはない歴史資源なども絡めながら周遊コースづくりを行った。また、食のまちづくり条例を更に推進していくために、いちき串木野ブランド認定基準の素案づくりを行った。

今後の展開

インターネットを利用して周遊コースを発信

調査事業でまとめた周遊コース案を精査した上で再作成し、市内外でのイベントなどでの配布やネットなどへ掲載し、情報発信に努める。また、当市をブログ・ツイッター・フェイスブックなどで発信している人にも積極的に情報提供し、情報発信力を高めていく。ブランド基準づくりにおいては、食のまちづくり条例の施策を更に推進するために、今年度出された素案をまとめる方向で市などと協議をすすめていく予定である。

調査研究事業

旅

海彦・山彦・キリシタン街道創出事業

竹田～平戸間キリシタン街道創出プロジェクト

大分県 竹田商工会議所

HP : <http://www.taketa-cci.or.jp/>

プロジェクト概要

竹田地域と平戸地域は岡城と平戸城があり、ともに城下町文化、キリシタン文化を共有する。YOKAROバスが福岡を中継基地として、両地域で運行されるので、歴史的資源と海の幸や山の幸を使った特産品開発の調査を行う。

活用した地域資源

YOKAROバス(平戸～福岡～竹田他)、キリシタン文化、海の幸・山の幸地域産品、魅力発信基地(アンテナショップ)、検定本

広域連携で取り組む各種調査

古よりキリシタン文化を共有する長崎県平戸市と大分県竹田市において、近年の商業不振、観光宿泊客の減少、事業者のおもてなし意識の欠如、地域資源活用等が深刻な問題である。そのような中、福岡を中継基地とした平戸～福岡～竹田間を往復するYOKAROバスが開通した。これを物流・情報発信の起爆剤とし、共有するキリシタン文化の再検証や、城下町に潜在する地域資源の再発掘を行い、両市の情報発信や交流人口の拡大を目的として広域な地域間交流等を図り、大都市福岡をターゲットにマーケットニーズ調査等を進めた。今年度は、まず意識調査(ギャップ調査等)を行い、物産・観光両面での可能性を探った。具体的には平戸と竹田の広域連携事業となることから、委員会組織として各々地域に物産調査班、観光調査班を設置選任し、両市の顕在・潜在するキリシタン文化等地域資源の洗い出し調査、アンテナショップ開設に係る各種リサーチ、市民意識の高揚を図る検定本の基礎調査、YOKAROバス会員へ意識調査等を行った。

今後の展開

海の城下町平戸、山の城下町竹田とのコラボ

連携のなかった両市が、YOKAROバス開通で繋がりを持ったことで、広域連携による観光浮揚の可能性が高まった。本事業での福岡をターゲットにしたPRには、今後大きな効果が期待でき、海の城下町平戸、山の城下町竹田とのコラボレーションは長年で持続可能と思われる。両市が有する歴史文化や地域産品等の福岡でのイメージ調査や、市民の生涯学習の効果も期待できるガイド検定本制作等、今後の展開次第では有効な資料となり得る。



1年目

本体事業

旅

マンガ作品等コンテンツ活用による新観光創出事業

マンガと観光スポットの
コラボレーション「マンタビ」

北海道 札幌商工会議所

プロジェクト HP : <http://mantabi.net/>

プロジェクト概要

札幌は数多くのマンガ作家を輩出し、彼らの作品には札幌の風景や景観が映し込まれているものが多い。また近年は日本のマンガ作品が海外から高く評価されていることから、マンガ作品等のコンテンツを活用した新たな観光資源の発掘による観光客の誘致を図る。

活用した地域資源

札幌市を題材にしたマンガ作品等を活用したコンテンツ

1年目

本体事業

食

あい風のまち「新石狩ブランド」ブランディング事業

さくらんぼ、小麦を活用した
「新石狩ブランド」を推進

北海道 石狩商工会議所

プロジェクト HP : <http://zp-ishikari.net/>

プロジェクト概要

石狩市内の農工商団体が共同参画して、相互間の連携をより強固にし、道内外へ「新石狩ブランド推奨品」のPRを展開する。また、新商品・新製品のブランディング事業展開を推進する。

活用した地域資源

ジャムなどの加工品向け規格外商品「さくらんぼ」、石狩市産小麦粉「きたほなみ」

北海道

東北

北陸信越

関東

東海

近畿

中国

四国

九州・沖縄

美しい自然と豊かな食材に恵まれた札幌市。時計台など人気の観光スポットを多数有していると同時に、札幌市を舞台にしたマンガ・アニメ作品も多いことから、これらの作品を活かした新しい観光商品開発の可能性に着目。マンガ等の作品をコンテンツとして捉え、ツーリズムを行うことで、札幌に新しい観光の流れを創出することを目指した。同市の風景が描かれているマンガ作品や作家をまとめた観光ルートマップ「マンタビ」を製作。ルート内にある観光スポットや書店などに約5000部を配布したところ、新聞や地元テレビ局などで取り上げられ、大きな反響を呼んだ。また、マンタビのwebサイトも開設し、取り組み内容や関連情報、シンポジウムのレポートなどを随時発信することで、全国的な認知度向上に努めた。さらに平成23年11月には観光ルートマップを実際にバスで周る「マンタビモニターツアー」を実施、アンケートを行った。調査結果は翌年度以降の事業展開において参考にし、ツアーの商品化の実現を目指す。

TOPICS

スマートフォンアプリ活用で
ツアーを充実

今後の展開

観光資源として成長させ地域活性化に繋げる

全国的にはまだマンタビコンテンツの認知度が低く、効果的なPR方法の検討が必要なことや、ツアーを商品化した際、適正な価格をどのように設定するか課題となっている。今後はマンタビを多くの消費者に認知してもらい、また、作品とコラボレーションしたグルメ体験やトークショーなど、ツアー内容をより充実させて観光資源として成長させていくのが当面の目標である。

札幌市時計台

平成23年5月に、同じくマンガを活用して町興しを行った鳥取県境港市から講師を招き、「マンガコンテンツ活用シンポジウム」を開催。「マンガコンテンツの先進地事例」について基調講演を行ったほか、「札幌とマンガコンテンツの可能性について」パネルディスカッションを実施した。

TOPICS

新石狩ブランド推奨品
制度を設立して審査

今後の展開

道内一円に PR活動を上げていく

今後は地元石狩市はもとより、近隣の札幌市をはじめ、道内一円にPR活動を実施し、地域に愛される商品を目指す。また、どさんこプラザなどの北海道アンテナショップへの出展などを通して、道外への進出およびインターネットでのPRを図りたいと考えている。

040

041



日本初! 世界認定 糸魚川ジオパーク着地型観光開発プロジェクト

「写真を撮る」「旅をする」がテーマの 着地型旅行商品

新潟県 糸魚川商工会議所

HP : <http://www.itoigawa-cci.or.jp>

プロジェクト概要

日本で初めて世界ジオパークに認定された「糸魚川ジオパーク」。その魅力を、観光関係事業所・地域住民と連携し、交流人口拡大に向けた新しいモデルの滞在型着地観光商品開発を行い、観光ニーズの掘り起こしからブランド化を目指す。

活用した地域資源

糸魚川ジオパーク(個性ある景観・風俗・風習・食文化・歴史遺産など)

糸魚川ジオパークの個性を活かしたブランド

糸魚川市は、特徴的な地質、地形を有し、平成21年8月に糸魚川ジオパークの世界認定後、地域における観光誘客ムードは高まり、ホスピタリティの向上も促進され、関係事業者や団体による活発な事業推進・展開が生まれた。しかしながら、誘客に向けた活動は単発的なものであり、連携も取れていない。また、世界認定での話題性も一時的なもので、中核施設である博物館の来客数は増加しているものの、「日本初」「世界」「ジオパーク」など糸魚川ジオパークの個性を活かしたブランド力を高め、具体的な観光客の取り込みが求められて

いた。そこで、観光資源とジオパークを有機的に結びつけ、「糸魚川ジオパーク」への訪れの「きっかけ」「導入」を創り出す新たな魅力づくりを促進するため、地域の資源を活かした新たな着地型旅行商品の開発を行い、普及に向けた事業展開を行うことで、地域経済の活性化を目指した。



TOPICS

「ジオパーク」を
わかりやすく楽しいものへ

「写真を撮りながらジオパークを巡る」という、目的を明確にした旅行商品を企画し、糸魚川ジオパークの魅力を発信することに着手した。新たな視点での商品づくりとターゲットの絞り込みを行い、モニターツアーを実施し、調査を行った。見せたい、伝えたいものを「ジオサイト」というエリアを軸として企画されたこれまでのツアーではなく、「撮る」というジオツーリズムを観光者の楽しみたいこと、目的で巡る・旅するといった新しいツアーとして提案。ジオパークを分かりやすく伝える新たな楽しみ方として、顧客拡大に向けた商品造成の大きなヒントとなった。

今後の展開 ジオパークの認知度向上と販路開拓を目指す

今回は調査～商品造成～モニターツアーといったことから、商品造成への課題を明確にできた。今後は課題の改善とともに、更に顧客ニーズを把握し、ジオツーリズムを魅力ある楽しみ方に広げた着地型旅行商品の造成を行い、ジオパークの認知度アップと販路開拓に向け、交流人口拡大と経済効果のある糸魚川ジオパークを核とした地域振興を目指す。



(ヒスイでジオる)小滝川ヒスイ峡



(温泉でジオる)秘湯・蓮華温泉



きれいな水の里妙高へ 妙高産業観光・体験型観光開発プロジェクト

きれいな水の里・妙高ならではの 体験型観光プログラム

新潟県 新井商工会議所

プロジェクトHP : <http://www.echigo.info/kanko/myoko.html>

プロジェクト概要

妙高山の恵み「きれいな水」は、当地に香辛料かんづり、銘酒、野草酒、豆腐工房等の食品製造業群と妙高野菜、山菜、雪えび、こそば等の優れた食材を生み出した。これらを組み合わせ、新たな観光ルート、名物料理、お土産開発を行う。

活用した地域資源

酒蔵(君の井、千代の光、鮎正宗)、エアコン、ファンヒーター製造(新井コロナ)、歴史的建造物(新井別院)、醗酵飲料工場(ミヤト野草研究所)、香辛料工場(かんづり)、体験(陶芸、七宝焼き、笹団子づくり、とうふ作り)、買い物(あらい道の駅)、新作郷土料理(寿司芳～海鮮寿司、ひな乃～とうどのごっつお)

モニターツアー3コースで新商品を提供

妙高連峰など自然豊かな環境を有している新井市。その妙高山からの恵み「きれいな水」から生まれた「妙高の醗酵を中心とした産業」と、「きれいな水」から生まれた食材を使った「新名物料理・土産品開発」を基本に、対象客層を設定。モデルルートを策定し、モニターツアーの実施、情報発信の強化、新たな食の開発・土産品の開発に取り組んだ。モニターツアーは次の3コースを実施し、参加者の満足度は非常に高かった。

- 11月5日「名水が作る銘酒と豆腐 妙高百薬の長コース」(26名参加)
君の井酒造一寿司芳(3銘酒と海鮮御膳)一万内川砂防公園一とうふ工房矢代一あらい道の駅
- 11月25日「妙高ものづくり体験コース」(26名参加)
新井コロナー新井別院(そばうち体験)一高井工房 体験陶芸一ミヤト野草研究所一あらい道の駅
- 11月26日「越後・妙高の“ごっつお”体験コース」(24名参加)
六十朝市一朝日会館(笹団子作り体験)一ひな乃(とうどのごっつお)一かんづりー七宝焼き体験一あらい道の駅



TOPICS

モニターツアーの成功で
高まる期待感

モニターツアーでは、「妙高の玉手箱」という名称で食の玉手箱8品・お土産の玉手箱10品を提供した。参加者にアンケートを実施したところ、「酒蔵の杜氏さんのきまじめなばくとつとした説明に感銘を受けた」「スキーと紅葉しか知らなかったが、地元の産業に直接触れることができて有意義だった」「食事と体験ができ、満足感があつた」「酒蔵では、普段は入れない所、出荷されないロモミを味わわせていただき感激」「スタッフのみなさんの“楽しんでもらいたい”という気持ちが伝わった」など満足度は非常に高かった。今回のツアーの成功により、事業者のモチベーションが徐々に高まり、これからへの期待感も高まる。

今後の展開 アクティブシニアをターゲットに集客を図る

今年度が地元集客中心であったので、広域からの集客を目指す。その際、妙高山からの恵みをキーワードに、妙高にしかないもの、体験提供、広域観光資源、季節、大イベントを絡める。具体的には「体験・交流・学び」の要素を入れたバスツアーと少人数ツアーを企画。妙高という地名とともに、妙高で何ができるかをPRする。アクティブシニアをターゲットとし、妙高の玉手箱は「食」「お土産」ともに数を増やして充実させる。



妙高の三酒蔵(君の井・千代の光・鮎正宗)



かんづり工房



加茂に Come on! 歩いて・食べて・技を見て～手軽で新しい観光プロジェクト

Come on! 手軽で身近な観光地・加茂の魅力発信

新潟県 加茂商工会議所

HP : <http://kamocci.or.jp>

プロジェクト概要

地域に存在する地域資源を調査研究し、その魅力を最大限に活かしながら、コンパクトシティならではの回遊性のある観光ルート、加茂らしい新土産品を研究・開発する。手軽で身近な観光地としての基盤づくりに取り組み、賑わいのある町づくりと地元企業の収益拡大を目指す。

活用した地域資源

加茂山公園、雪椿、加茂川、雁木、風情ある小路、歴史、山城跡、写真家牛腸茂雄、加茂美人の湯(日帰り温泉施設)、木工、日本酒、地場野菜、米(七谷産コシヒカリ、古代米)

地域資源再発掘と観光地としての基盤づくり

加茂山公園、加茂川など豊かな自然を手軽に楽しめるため、年間30万人以上の観光客が訪れている加茂市。しかし、「観光」に対する意識が低く受け入れ体制が十分でないため、どこに何があるのか、何を食べればよいか、土産品は何があるのか等が分かりにくい。地元住民も「加茂は何も無い」「加茂山しか訪れる場所がない」というイメージが強く、「おもてなし」の意識が薄かった。その結果、市外客は増加しても、地元商店、飲食店の利用度は低く経済効果に結びつけない状況だった。そこで、23年度は

地域資源の再発掘とそれを活用した土産品、観光ルート等の開発、お客様を受け入れる観光地としての基盤づくりの取り組みをスタートした。市には有名な名所旧跡、神社仏閣等の核となる大きな観光資源がなく、長期滞在型の観光開発は難しいことから、第1ステップとして「手軽で身近な観光地」をキーワードに、日帰りで楽しめる観光ルートと土産品の研究・開発に着手した。実際に観光資源となり得るものを抽出、組み合わせた「まち歩きツアー」を初めて企画、実施した。



TOPICS

歴史を感じさせるツアーに
大きな反響

「まち歩きツアー」は定員を超えたコースもあり、小路の由来を解説したまち歩きマップを作成したほか、戊辰戦争由来の地や山城跡など「歴史」に関連した企画は反響が大きかった。また、社会実験として加茂山公園地内の公民館で、加茂市出身画家の作品を集めた「加茂山美術展」を開催し、加茂山の核となる施設の必要性を確認した。一方、土産品は大水害の影響で梨や桃の収穫が危ぶまれたため、米粉のマドレーヌや古代米の和菓子、鴨(＝加茂)肉や加茂産の素材を使ったランチメニューを試作研究した。さらに、パズル感覚の組子おもちゃ、インテリアにもなる小型屏風、行灯風のスタンド等の新製品を開発し、「小京都加茂・秋物語」でPRした。

今後の展開 小さな町ならではのもてなしを目指す

「小京都」「自然」「歴史」をメインテーマに他の地域資源と組み合わせ、回遊性のある観光ルートを開発、交流人口増加と地元事業者の収益拡大を目指して土産品などの開発にも取り組む。また、小さな町ならではの細やかなサービスと地域全体で温かいおもてなしができるよう観光ガイドのレベルアップや育成を図るほか、近隣観光地とのタイアップで宿泊と組み合わせ、時間を気にせず楽しめるツアーも企画するなど、加茂を訪れたいくなる広報活動を行いたい。



「ウェルカム to 輪島」ホスピタリティープロジェクト

「ウェルカム to 輪島」 ホスピタリティーに満ちたまち

石川県 輪島商工会議所

コミュニティビジネス

HP : <http://www.wajimacci.or.jp>

プロジェクト概要

輪島市の観光資源・地域資源を活かし、環境に配慮した次世代型「未来観光商品」という観光モデルの構築・開発をすることで、交流人口の拡大と地域住民の利便性向上のほか、地域の経済に貢献する総合的な発展を目標とする。

地域の課題

エコを考えた新たな二次交通、買い物難民の減少、観光地としての新たなサービス、地方自治体における財政負担の軽減

来訪者増加を見込み、二次交通の確立へ

平成7年度より石川県と輪島市が共同で事業を実施しているマリンタウンプロジェクトによって、市街地沿岸部は客船岸壁・護岸の整備と背後地の埋立造成が進められており、昨年は「につぼん丸」や「ふじ丸」、「ばしふいっくびいす」などの大型客船が寄港し、これまでの陸(バス、自家用車等)、空(能登空港の航空機)に、海(客船)が加わった。さらには、平成26年度には、北陸新幹線金沢駅が開業することもあり、来訪者数増加が見込まれることから二次交通の確立が急務となっている。そこで今年

度は、このような背景や昨年度実施した調査事業における結果を踏まえ、既存の二次交通手段や人力車、全国初のエコカート等の車両を使った市街地の回遊性向上を図る取り組み等の調査や社会実験を進め、未来型観光商品としてお年寄りの方でも安心して訪れ、観光資源に触れてもらうことができる体制づくりを目指した。このようなハード整備がなされることにより、これ自体を観光商品として全国に宣伝し、誘致誘客に繋げ、地域の活性化を図りたい。

TOPICS

社会実験を重ねて
課題克服と意見の集約

全国的にも初めての取り組みであり、参考事例のない事業を進めて行くうえで、様々な課題に直面した。具体的な課題としては、エコカート(電動カート)では、公道走行ができない等の法律面での規制等があげられる。しかし、委員会や行政・警察などの協力、助言をもらいながら課題を解決し、新たな二次交通の社会実験を実施することができた。これまで実施した5回の社会実験では、回数を重ねるごとに二次交通という環境に配慮した新たな乗り物に対して興味を抱いてもらい、利用する立場からのたくさんの貴重な意見を集約することができた。アンケート結果も、今後の展開に期待する意見が多かった。

今後の展開 構造改革特区制度を活用して課題克服を

現在は、環境に配慮した車両としてエコカートを利用しているが、現行法ではエコカートは公道走行ができないことやナンバー取得など法律面での規制があり、公道を利用した運行が困難であることが課題である。この状況を解決する為に、構造改革特区制度を活用し、規制の特例措置の整備について提案する。あわせて、世界農業遺産である千枚田でエコカートによる案内等の社会実験を実施し、地域住民や観光客に新たな二次交通を周知する。



1)



2)



3)



7)



8)



9)



1)



2)



3)

1) 加茂市内の桜分布状況を調査。観光資源としての可能性を検討した。2) まち歩きツアー：昼食会場の老舗割烹。古い酒蔵を改修した趣ある部屋で食事を楽しんだ。3) まち歩きツアー：加茂市出身の写真家 牛腸茂雄の生家で写真展を特別開催。4) まち歩きツアー：山城跡を歩き、戦国時代の歴史を体感。5) 米粉マドレーヌ 6) 地場産野菜をたっぷり使ったランチ(加茂ふれーと)



5)



6)

1) 千枚田
2) 輪島朝市
3) 輪島塗



おかげ産業観光モバイルサイト構築と活用による新事業展開プロジェクト

観光ガイドサイト
「おかやナビ(β版)」でまち歩き

長野県 岡谷商工会議所

プロジェクト HP : <http://okaya-navi.info/>

プロジェクト概要

産業観光は、今注目の観光ジャンルであり、特に体験型の産業観光に期待する声は多い。参加の動機付けになるコンテンツの提供と、それを活用した新しいメニューの創設により産業観光を多くの人が楽しめる観光ジャンルと位置づける。

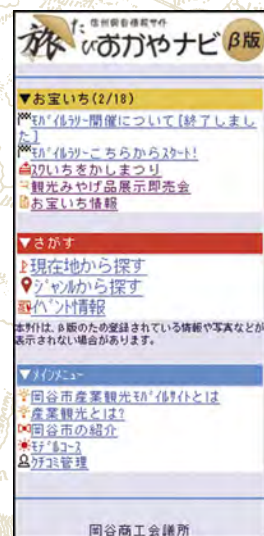
活用した地域資源

おokaや産業観光(ものづくり体験、産業体験、近代化産業遺産群、ほか)

情報活用型サイトの構築と活用

精密工業都市でものづくりのまちである岡谷市。その岡谷市の魅力を「産業観光」を通じて多くの方に伝えることを目的とし、情報発信の手段として各種の地域メニューを集約した「情報活用型サイト」(主にモバイル端末向けコンテンツとして想定)を構築した。また、このモバイルサイトを活用したスタイルの産業観光プログラム・

メニューの造成に向けて岡谷市（商業観光課）、岡谷市観光協会とともに、企画事業者と協力して取り組んでいる。本年度は、モバイルサイトの試作版となる「おかやナビ(β版)」の試作研究とともに、その活用や産業観光の将来性に関する各種のモニターによる調査検証を実施した。



TOPICS

まち歩きスタイルの
産業観光を目指す



今後の展開

イベントとの連携や「クイズラリー」も活用

「人」「交流拠点」「ほんもの」づくりの3本柱

大正期から農作物を活用した菓子の製造・販売業が主要産業のひとつであった筑西市下館地区。その地域特性を活かした新たな特産菓子の開発を目指し、平成22年度に行った調査研究事業により、ブランド創出に向けた「人づくり」「交流拠点づくり」「ほんものづくり」の3本の柱を決定した。「人づくり」とは、食育を通じて元気な子供を育てることで、人づくりを目指すもの。「交流拠点づくり」では、交流を拡大させることで、全国展開を狙う。「ほんものづくり」では、商農連携を行うことで、地場産品食材の活用を行うこととした。今年度は、この3本の柱を基軸にした「菓子のまち筑西しもだて」ブランドを全国に発信すべく、事業を展開した。



TOPICS

地場産品3種類を
活用して菓子を試作



今後の展開

地元の人に愛される菓子作りを目指す



日光の地域資源を活かした特産品開発

日光寒ざらし蕎麦を活用した
新たな特産品開発

栃木県 日光商工会議所

HP : <http://www.nikkocci.or.jp>

プロジェクト概要

蕎麦生産者、寒ざらし業者、蕎麦製粉業者等地域住民が有機的に連携することにより、寒ざらし蕎麦を生産し、それをを用いた寒ざらし蕎麦ならではの甘みと風味を生かした日光特産物となるビール、ケーキ、パスタの試作品作りを行う。

活用した地域資源

日光寒ざらし蕎麦(夏でも新蕎麦同様、風味を落とさず楽しめるよう日光の厳しい寒さを利用して作られている)



寒ざらし蕎麦を活用して新商品の開発

寒ざらし蕎麦は、秋に収穫した蕎麦の実を、厳冬期に清流や雪原にさらし、灰汁を抜くことで甘みと風味が引き出される。食品会社の経営者、製粉・製麺業者、日光天然水作りの仲間が連携し、1月初旬、使用していない製氷池に伏流水を引き込み、袋に入れた蕎麦の実を水温1℃前後の清流に約2週間さらす。その後、日光霧降高原の雪原上で、天日と寒風に約2週間さらし、天然水の氷室で保管することで、3月中には寒ざらし蕎麦が仕上がる。この寒ざらし蕎麦を用いて、日光寒ざらし蕎麦ならではの、甘みと風味を活かした日光の新たな特産品を開発し、地元住民及び観光客に支持される特産品に育て、地域ならではの商品を提供することにより、観光客の入込の増加を図るなど、日光の歴史、文化、自然の魅力を発信し、地域活性化を目的として事業を進めてきた。地ビール(発泡酒、ノンアルコールビール)・パスタ・ケーキ・ガレット等、それぞれ素材を活かした特長のある試作品が完成した。



1)



2)



3)

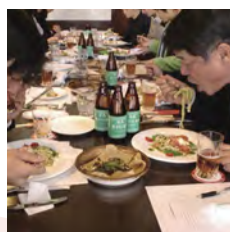


4)

- 1) 日光寒ざらし蕎麦パスタ(製麺)
- 2) 日光寒ざらし蕎麦パスタ
- 3) 日光寒ざらし蕎麦ケーキ
- 4) 日光寒ざらし蕎麦ガレット

TOPICS

試作品をイベントや
試食・試飲会でアピール



試作品を地元住民に知ってもらうため、日光市内で開催されたイベントに出展。3回の試飲会では、地元住民や観光客にも好評を得て、試作品をアピールすることができた。また、県外においても、「feel NIPPONふるさと祭り東京」や共同展示商談会「feel NIPPON震災復興支援」に出展し、全国に向けて試作品のアピールをした。今回出品した地ビールは、全国的にみても珍しい蕎麦を使った地ビールであり、多くの反響があった。また、若い女性に人気のカフェ店に蕎麦パスタの試作品開発を依頼し、報道機関を招いて試作品の発表を兼ねた試食・試飲会を実施した。味、見栄えとも評判も良く、商品化に向けて弾みがついた。

今後の展開

完成度の高い商品化と
新商品の開発を目指す

地域の農業者、製氷業者、食品関係業者が連携し、各業種の長所を活かしながら共通テーマに取り組むことで、質を向上させた。今後は、アンケート結果を参考に改良し、完成度の高い商品化を目指して、新商品開発の拡大を図る。また、焼酎造りにも挑戦し、寒ざらし蕎麦を大量に使用するための生産体制へ見直しを図る。農業者には蕎麦生産量の増加など活躍の場を提供し、食品関係業者には地域ならではの商品を提供して入込客増加を図り、地域の魅力を高めていく。



浮き城のまち行田、歴史のまち歩きとふれあい観光の商品化

「浮き城のまち・行田」で
歴史まち歩きとふれあいツアー

埼玉県 行田商工会議所

HP : <http://www.gyoda-cci.or.jp>

プロジェクト概要

浮き城のまち行田で、忍城址(おしじょうし)や古墳群などの歴史資源散策や足袋蔵などの近代化遺産めぐり、さらに地元の食文化体験などを、関係団体の協力のもと、まち歩き観光商品化とまちづくり観光マーケティング戦略づくりにより中長期的に地域活性化を図る。

活用した地域資源

浮き城のまち行田(歴史のまち歩きとふれあい観光)



行田らしい、まちづくり観光振興を目指して

「埼玉県」という地名の発祥地といわれる行田市には歴史資源・遺産が多く残っており、中でも忍城は戦国時代に水攻めに遭いながら落城せず、「忍の浮き城」と呼ばれた。この忍城址や足袋蔵などの近代化遺産、古墳エリアの歴史遺産などの地域資源を活用し、NPO関連団体のまちづくり活動や、商店会などが実施してきた活性化事業と連携しながら、新しい顧客創造によるまちづくり観光としての地域振興を図っていく。本年度は次の5つを実施し、地域・観光振興に向けて地域一体となって取り組んだ。

- (1) 着地型旅行商品として、まちなかの忍城址や足袋蔵見学体験をメインとする「忍城址、足袋蔵の歴史まち歩きツアー」など、体験型プログラムを立案
- (2) 旅行商品はモニターツアーとして実施、参加者の意見をアンケートにまとめる
- (3) マーケティング分析を行い、継続的なまちづくり観光振興の道すじを明確化
- (4) 着地型観光を支える組織の機能強化により、効果的なまちづくり観光振興を目指す
- (5) 先進事例の視察研修により、まちづくり観光マーケティング戦略に活用

TOPICS

モニターツアーで
行田の良さを参加者にPR

行田の歴史文化や近代化遺産、生活文化資源を活かした着地型観光として、平成23年10月15日にモニターツアーを実施した。このツアーでは、今回新たに開発した「はす御膳」の試食や5種類の体験型プログラムを取り入れ、参加者に行田の良さを知ってもらった。また、まちづくり観光振興の課題を明らかにして、より良い着地型観光体験型商品開発や受け入れ体制づくりを行うためにアンケート調査を実施したところ、様々な角度から貴重な意見が寄せられた。

今後の展開

新たな観光商品や景観的な魅力の創造を図る

今秋公開予定である映画「のぼうの城」や、プロから教わる商品づくり体験などを地域振興として活かしていく。また、地域資源を活用した「着地型観光体験プログラム」の展開や農工商連携による新たな観光商品づくりの構築、まちづくり観光振興につなげる基盤整備、ハード面での継続的な浮き城のまち・行田の景観的な魅力の創造などを図る。さらに、地域全体で来訪者を迎える仕組みや利便性を向上させ、中長期的な地域活性化に取り組んでいく。



さきたま古墳群

足袋蔵の町並み



忍城址



江戸優り佐原の町並み空間を活用した暮らしぶりブランド化事業

「江戸優りの町・佐原」の暮らしぶりブランド化

千葉県 佐原商工会議所

プロジェクト HP : <http://www.sawara-cci.or.jp/edomasarisawara/index.html>

プロジェクト概要

伝統的町並み・商家に受け継がれてきた「江戸優り」を背景にする「暮らしぶり」を地域資源として活用すること、そしてそれを市民力と結集し佐原固有の文化・芸術等へとつながる地域商品づくりを創出することを通じて佐原のブランド力を高めることを目指す。

活用した地域資源

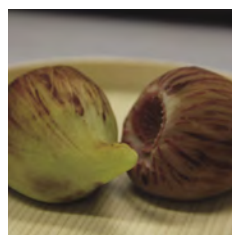
商家に受け継がれてきた暮らしぶり(ブランド)、文化・芸術の総称としての「江戸優り」、豊かで安心安全な食材と醸造文化に代表される加工技術、町並み空間・商都に伝わるもてなし環境

地域で推し進める暮らしぶりのブランド化

古くからの建物が今も残り、風情ある「小江戸」と呼ばれる町・佐原。この「江戸優(まさり)」として伝統的町並み・商家に受け継がれてきた“暮らしぶり”を資源として活用すること、市民力を結集する過程(理解と協力)を通じて、佐原固有の文化・芸術等へとつながる地域商品づくりを創出することで佐原のブランド力を高めることを目指すものである。

具体的には、「佐原の町並み空間を活用した暮らしぶりブランド化事業」「佐原を有名にして行ってみたいと思わせる情報発信事業」「佐原集

客・賑わい創出・回遊の促進事業」に取り組み、この3つの事業を通じて、今後の集客による市民主役で持続可能な取り組みの規範となる「集客・観光・交流アクションプラン〜江戸優り佐原・暮らしぶりブランド化プラン」の方向性(骨格)を明らかにするものである。また、新たな特産品開発として、地域資源であるイチジクに着目。同じく市の特産品である白みりん、減農薬、EM(有用微生物群)有機肥料で育てた玄米粉を使用した有機玄米粉などを組み合わせて、新商品の開発を行った。



TOPICS

住む人にも、訪れる人にも良い町づくり

東日本大震災で甚大な被害を受け、観光客が激減した中で、利根川の舟運で栄えた佐原の伝統的建造物群保存地区の町並みや、商家に受け継がれてきた暮らしぶりを地域資源として活用し、佐原のブランド力を高めることを目指した。そして、水辺からの景色を楽しむ舟めぐりや着物姿での町歩き、パワースポット体験などのモニターツアーを実施し、佐原の魅力を発信した。

また、イチジクを活用して試作したシフォンケーキ、コンポートなどのスイーツを、ツアー参加者に町屋空間で試食してもらったところ大好評であり、新しい特産品として展開していく目処がついた。

今後の展開 新商品のPRでリピーターを増やす

新たな来訪者の獲得とリピーターの増加を目指し、佐原のブランド力を高めるため、実施したツアー等を継続していきたい。また、webを活用し、新たに開発した商品(無花果スイーツ等)のPRを実施し、観光入込数の増加を目指す。



海拔0mから富士山頂へ!富士のまちにぎわいプロジェクト

海拔0mから富士山頂へのルート構築

静岡県 富士商工会議所

HP : <http://www.fuji-cci.or.jp/>

プロジェクト概要

海拔0mから富士山頂を目指す唯一無二の新たな登山ルート開発に向けたモニター登山を実施する。調査研究事業によって、掘り起こされた地域資源を活用した観光商品化と、それらの首都圏展示会でのPRなどを行う。

活用した地域資源

富士山の恵み(お茶、ブルーベリー、富士ひのき、柿)

新たな登山道の開発と観光誘客

静岡県の東部に位置する富士市は、海拔0mから富士山九合目付近までを有しており、一つの行政区域だけを通して富士山に登ることができるのは富士市だけである。かつては、地域から直接、富士山山頂を目指していたが、現在は登山道が整備されていない状況にある。そこで、海岸部からの新たな登山道を開発す

ることにより、富士市にしかできない唯一無二の登山価値を創造し、あわせて周辺地域の特産品であるお茶やブルーベリーなどの農産品や富士ひのきの森、富士山の撮影スポットなどの観光資源を活用することで、観光誘客を図り、地域全体の活性化を目指した。



TOPICS

新登山道開発に向けて関係各所へ協力要請

新たな登山道開発には、関係省庁や地元自治体の理解と協力が不可欠であるため、協力要請を継続し、地域での機運の盛り上げを推進する。一方、着地型観光商品であるお茶摘・製茶体験、ブルーベリー狩り、富士ひのきの木工体験などは、PRを推進し知名度向上と施設の充実を図る。また、富士ひのきの利用拡大と、地域食材のPRを兼ねた名物料理の創作事業を行い、富士ひのきの器に、地元食材を盛り付けた「大淵井」の地域飲食店での取扱拡大、名物料理としての普及を図っていく予定。

今後の展開 柿酢・大淵井の販路確立・PRに力を入れる

新たな登山道開発には、関係機関との調整を継続する。また、地域原産の四ツ溝柿を使った「柿酢」について、柿の栽培者への協力要請と、集荷方法や販路の確立などを中心に事業化に向けた取り組みを実施する他、「大淵井」は取扱店の募集とPR活動を中心に事業を実施する。



- 1) 佐原の大祭
- 2) 佐原の歴史的町並み
- 3) 香取神宮



- 1) 富士のやぶきた茶
- 2) ブルーベリー狩り
- 3) 富士ひのき



地場産品を活用した弁当開発 ～「ジュビロ磐田」弁当を目指して～

磐田の名刺代わりになる新しい弁当の開発

静岡県 磐田商工会議所

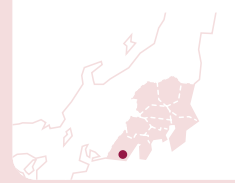
HP : <http://www.iwata-cci.or.jp/>

プロジェクト概要

温暖な気候と豊かな漁港に恵まれ、高い出荷額を誇る磐田市の農水産系特産品を地域資源ととらえ、市町村合併後数年を経た新しい磐田市を象徴する弁当を開発し、広く展開することで、食を通じた「磐田らしさ」を全国にアピールする。

活用した地域資源

さくらごはん(郷土料理:しょうゆ炊込み御飯)、シラス、海老芋、チンゲンサイ、白ねぎ、メロン、小メロン



プロジェクト 蒲郡「あそび100」創出事業～蒲郡オンパク～

どっきドキ！ 新体験あそび100 オンパクin蒲郡

愛知県 蒲郡商工会議所

プロジェクト HP : <http://taikenplan.jp/gamagori/onpaku/>

プロジェクト概要

事業の主たる内容は「蒲郡オンパク」とし、「蒲郡らしい・蒲郡ならではの海・山・温泉・健康を融合した新たな魅力を掘り起こし、効果的な情報発信の仕組みを造成することで、多くの観光客を蒲郡へ誘致する体制を作る。

活用した地域資源

がまごり温泉郷、海・山の体験プログラム、伝統的な祭り、蒲郡の魅力人



新しい磐田を発掘・再発見で弁当を開発

平成17年の市町村合併により、多彩な自然環境と豊かな農水産系特産品に恵まれたまちとなった磐田市。シラスや海老芋等メジャーな食材はもちろん、合併前のそれぞれの地域でのみ知られていた食材や加工品・調理法といった、食に関する面においての新しい磐田を発掘・再発見し、地元の料理研究家や飲食店経営者らの見地から惣菜食品を提案。サッカーJリーグやジュビロ磐田メモリアルマソン大会等のイベントで当地を訪れる人々をもてなす「磐田の名刺」代わりとなるような弁当を開発した。今回のプロジェクトでとり上げた「海老芋」や「白ネギ」、売り出し中の「磐生福立菜(チンゲンサイ)」などの食材を地域の宝とし、地域ぐるみで育てていく意識が根付いた。



体験型プログラム「オンパクin蒲郡」開催

蒲郡市は、25を越す温泉宿泊施設と複数の観光施設を中心に、四季折々のイベントが行われる「海・温泉・海の幸」の魅力をもつ東海地区屈指の観光地である。この海・温泉・海の幸に加え、山などの自然・漁業・農

業・伝統文化・蒲郡の魅力人をキーワードとした「蒲郡らしい・蒲郡ならではの」体験型プログラムを一堂に集めて、「どっきドキ！新体験あそび100 オンパクin蒲郡」を、平成23年10月8日～11月6日までの約1か月間開催した。「オンパクin蒲郡」の期間中には、新たに創造された76の体験型プログラムが蒲郡市内の各所で開催され、三河湾でのクルージング体験、みかん狩り体験、商店街でのB級グルメの食べ歩き体験、各種のクラフト体験、伝統の三谷祭り体験を通して、蒲郡市民と観光客との交流が盛んに行われた。



TOPICS

蒲郡の魅力を伝える
担い手が多く誕生

「蒲郡らしい・蒲郡ならではの」を常に意識して何度も再考し、「蒲郡でなければ体験できない・体験することで蒲郡の魅力を体感できる」76のプログラムを新たに創造した。蒲郡で、オンパクを開催したこと自体が大きな成果であり、蒲郡の魅力を伝える担い手(本プロジェクトに携わった方々・プログラム主催者)が多く誕生したことも、今後の蒲郡の観光振興には大きな成果と考える。

今後の展開 「オンパクin蒲郡」の継続で魅力を発信

「オンパクin蒲郡」の開催により、蒲郡市民をはじめとして近隣都市の方々からも大きな反響を得られ、蒲郡の魅力の高さを再認識できた。PR方法や体験プログラムへの参加方法等の課題が浮き彫りになったが、プログラム主催者だけでなく地元住民・企業の協力者を増やして担い手を育て、「オンパクin蒲郡」を継続することでこれらの課題を解決できると考えている。



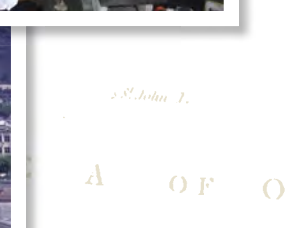
アカザエビ



蒲郡まつり・納涼花火大会



竹島



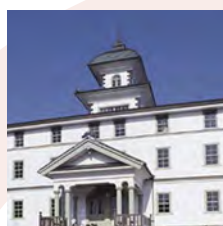
TOPICS

高校生とプロの協力で
新しい感性の商品開発

実行委員会にはプロの料理人や流通の専門家などに加え、商業系の高校生もメンバーに加わった。弁当のかけ紙デザインやネーミングなどに全校を挙げて取り組んでもらって教育実践の場とともに、当地域における産学連携の場の創出に繋がり、結果として高校生ならではの感性をもった商品の開発に結び付いた。平成23年11月にはジュビロ磐田メモリアルマソンにて試験販売を実施。遠方より訪れた人々はもちろん地域住民にとっても、意外な食材やその調理法など、知られざる一面を再発見するきっかけとなった。

今後の展開 PR、商品展開など ソフト面の充実を図る

今後はJリーグ開催時やマソン大会などイベントでの販売や地域外からの来訪者に向けた販売戦略を検討する。また、商品開発だけでなく、商品展開(宣伝方法などの市場調査)のためのソフト面を重視して次年度以降の展開を検討したい。地域活性化では、実行委員事業者(6店舗)が各地域における中核店舗となり、地域の同業者に対し、大量発注時に対応可能なネットワークの輪を広げることで、市全体の飲食業の活性化に繋がることを期待している。



1)



2)



3)

- 1)旧見付学校
- 2)海老芋
- 3)遠江国分寺跡

1年目

本体事業

食

『坊ちゃんかぼちゃ』全国展開新商品開発プロジェクト

「坊ちゃんかぼちゃ」
全国展開新商品開発プロジェクト

愛知県 刈谷商工会議所

HP : <http://www.kariya-cci.or.jp/>

プロジェクト概要

新たに地域産業資源として国の認定を受けた『坊ちゃんかぼちゃ』を活用した商品開発を手掛け、トヨタ系企業の手土産や刈谷ハイウェイオアシス等でのPRにより、全国展開を目指し地域経済活性化の糸口とする。

活用した地域資源

坊ちゃんかぼちゃ

1年目

本体事業

技

ユメプラスチック製品「AnjoHearts」ブランド創出事業

ペットボトルキャップから再生する
「ユメプラスチック」

愛知県 安城商工会議所

プロジェクトHP : <http://www.anjohearts.jp>

プロジェクト概要

市民活動で回収されたペットボトルのキャップを再生することで生まれるエコプラスチックを原材料にした工業製品ブランドを創出。自動車製品産業への一極化からの脱却も期待される。

活用した地域資源

ペットボトルキャップから再生される「ユメプラスチック(日本発のリサイクル材による地域産業資源として国が認定 ※具体的な物質名はポリプロピレン)」

北海道

東北

北陸信越

関東

東海

近畿

中国

四国

九州・沖縄

1

2

3

4

5

「真空包装機」を活用した新商品づくり

日本有数の自動車工業都市である刈谷市では、市制60周年にあたる平成22年に農商工連携事業に取り組み、新名物「坊ちゃんかぼちゃ」が誕生した。この新たに地域産業資源として国の認定を受けた「坊ちゃんかぼちゃ」を活用した新商品開発を行い、トヨタ系企業の手土産や刈谷ハイウェイオアシス等でのPRにより、全国展開や地域経済を活性化することを目的とする。商品開発にあたっては、トヨタグループの本社密集地に相応しい「革新的、創造的な技術」や「アイデア」を活用して「独自性のある新商品」を生み出すことを目標とし、大きな特長として「真空包装器(真空調理器)」を活用した。真空調理法は、真空パック中で調理、調味が行われるために「材料の風味や旨み」を逃がさず均一に調理することが可能である。さらに冷蔵・冷凍保存されたものは、湯煎や電子レンジなどで再加熱することができ、味覚も高い評価を得られている。そして、研究開発によって完成した試作品で市場調査を行い、平成24年度中の製品化を目指していく。

TOPICS

市場調査の手応えを商品開発に

参加事業所を対象とした講習会の開催において、「真空包装器の活用」「和菓子」「洋菓子」「商品開発」「食品表示」「洋風料理」など、ありとあらゆるジャンルの専門家を招き、素晴らしい英知をミックスして取り入れたことにより、独創的な試作品が開発できた。完成した試作品を「刈谷ハイウェイオアシス」や「feel NIPPON 春2012」で市場調査を実施したところ、試食した来場者(バイヤー等)からは、「どこで販売しているの?」「とても美味しい」「開発者の連絡先を教えてください」などの反応が多数あった。また、改良に関する貴重なアドバイスもあり、さらに完成度の高い試作品を目指して研究開発している。

今後の展開

地域一丸となって
定番商品化を目指す

完成した試作品は、全国への発信に向けて「刈谷ハイウェイオアシス」や「トヨタグループの手土産」として取り扱ってもらえるよう働きかけていき、市の新たな定番商品として、消費者の集客に結びつけ、地域経済の活性化の一助となるように努力する。また、平成24年度は当所の創立60周年であり、「坊ちゃんかぼちゃ」をより深く根付かせることができるよう「事業所」「農家」「市民」一体となって農商工連携事業を盛り上げていく。

環境に配慮した工業製品の地域ブランド創出

安城市は高度なもののづくり技術を有する反面、大手自動車メーカーに依存するが故に、世界同時不況やトヨタショックによる影響は大きく、今後も円高や原材料の高騰等によって産業全体がマイナス成長に向かう懸念もある。また、電気自動車へのシフト化で制作部品点数が減少し、自動車部品製造業者、とりわけ中小製造業者は影響を受けることが予想される。このような状況の中、中小のものづくり事業者が、最終製品を自ら企画・製造していくことで、自動車メーカーを頂点とした縦型の産業構造のみに依存しない「脱・クルマ依存」を実現できると考える。伝統工芸ではない、量産型工業製品による地域ブランド

は全国でも事例が極めて少ないため、物語性を持たせることが必要であるが、安城市は環境首都コンテストで第3位に位置する環境都市であり、ペットボトルキャップを月間500万個以上回収しているため、このような環境配慮の行政ビジョンとキャップ再生材、そして製造技術力を駆使し、環境とヒトに優しい量産型工業製品による地域ブランドを創出した。

AnjoHeartsPROJECTメンバー

各地でのイベント(KAB熊本朝日放送様)

キャップアートパネル

056

057



『信長の台所 津島「信長めし」』プロジェクト

津島オリジナル・オンリーワンの料理
「信長めし」が完成

愛知県 津島商工会議所

プロジェクト HP : <http://www.npo-tsushima.org/nobu/>

プロジェクト概要

古い歴史や観光スポットに恵まれているものの、郷土料理やグルメが少ない現状を踏まえ、津島の歴史文化に裏付けされた「信長めし」を新しい地域資源として創出し、津島固有の豊富な地域資源とリンクして観光総合力を高める。

活用した地域資源

もろこ料理、蓮根



「信長めし」の確立で観光総合力のアップを

かつては織田信長の経済基盤を支えていた地であり、藤まつりや天王祭などで有名な津島市。古い歴史や観光スポットには恵まれている一方で、観光客にとって大きな「楽しみ」である郷土料理やグルメが少なく、市民や観光客から津島固有の食事・特産品がないといわれていた。魅力ある津島のまちづくりにおいては「食べる」分野、すなわち特産品の開発が必要であり、地域の歴史、文化資源を活かすことが重要である。そこで、観光客・市民に愛される「信長めし」を確立するとともに、地域資源の活用により、観光総合力アップを目指して本プロジェクトに取り組んだ。まず、信長と津島の歴史文化に裏付けられた上質な「信長めし」を地域資源として創出・確立し、満足度の向上を図る。次に「信長めし」と町家の景観、病気平癒の津島神社、津島天王祭に代表される祭礼文化、抹茶文化、藤まつりなどの津島固有の地域資源とを有機的にリンクさせ、まちなかの回遊性を高める。さらに「信長めし」の魅力を発信することによって津島の再訪度を高めることとした。

TOPICS

オリジナル・オンリーワンの料理の開発



オリジナル・オンリーワンの料理「信長めし」の定義として「料理名」「使用食材（使用食材品目で地産食材使用率50%以上）」「料理の品（れんこん料理・もろこ料理・田楽・ふな味噌のうち1品は必須）」の3つにこだわった。主目標は、地域の資源（農産品・文化・技術など）を活かした新たな製品（特産品等）の開発及びその販路開拓または普及であったが、副次的に、地域の資源（名所・施設・産業など）を活用した観光資源のPRなど観光推進（おもてなし事業）も行った。様々な専門家集団と参加飲食店集団の相互理解により、津島の歴史文化や人的・物的資源の総体である「地域力」を最大限に活用できた。

今後の展開 『信長の台所津島「信長めし」』のブランド化

次年度は、観光客・市民に愛される『信長の台所津島「信長めし」』をブランド化・拡大するとともに、「おもてなし力」を高め、観光総合力をアップさせる。また、市内飲食店などで簡単な歴史文化を紹介する人材育成が不十分であるため、「人にやさしいまちづくり」に携わっている人材との連携を構築する。さらには津島の魅力を取り入れた観光コースマップの制作や東海3県をターゲットに「食べる・知る・見る」ツアーを実施する。



1) 津島神社：全国に約3千社ある津島神社・天王社の総本社であり、国の指定重要文化財です。 2) 尾張津島天王祭：織田信長が親たとされるお祭り、国の重要無形民俗文化財に指定されています。 3) あかだ・くつわ：悪疫退散を祈願した津島神社の参拝の土産として、江戸時代からの名産品です。



くわな鑄物新製品開発事業

歴史ある地場産業・地域資源「くわなの鑄物」

三重県 桑名商工会議所

HP : <http://www.kuwana.ne.jp/chamber/>

プロジェクト概要

桑名商工会議所、三重県鑄物工業協同組合、桑名市が事業主体となって、一般家庭用品を開発する。平成23年度から25年度で試作品を9点程度を目処に作製し、市民モニタリングや販売促進キャンペーンの実施などを行い、市販化を目指す。

活用した地域資源

桑名の地場産業である「鑄物（いもの）」



イベントで「くわなの鑄物」をアピール

桑名市は、東海道五十三次の宿場町、交通の要衝として古くから栄える町であり、桑名藩初代藩主の時代から約400年の歴史を誇る当市の地場産業が鑄物である。昭和初期には家庭用鑄物製品、高度経済成長期以降は主に工業製品を中心に製造する基幹産業である。本プロジェクトでは、鑄物を地域資源として、桑名商工会議所・三重県鑄物工業協同組合・桑名市と外部専門家等が協働し、商品開発や事業者が活用・生産できる仕組みを整備することを目指した。その結果、「桑名市の鑄物」に親しみを持ってもらうために、「くわな鑄物」と銘して、桑名市の公認キャラクターである「ゆめはまちゃん」をイメージした



ドアチャイムや、県立相可高等学校教諭で当委員会委員の村林新吾氏より提案のあった「ごはん釜」の試作品が完成した。また、イベント・展示会に出展して「くわな鑄物」の周知に努めるとともに、平成23年11月開催の異業種交流展示会「メッセナゴヤ2011」に桑名地域で製造した製品とともに紹介し、東海地域を中心に情報発信した。



TOPICS

「メッセナゴヤ2011」に出展

試作品をはじめ、桑名地域で製造している鑄物製品を「くわな鑄物」として、日本最大級の異業種交流展示会である「メッセナゴヤ2011」に出展した。展示された製品を通じて、素材としての「鑄物」に注目する来場者も多く、結果として試作品をはじめ、「くわな鑄物」を広く事業者にアピールすることができた。また、ものづくり事業者と消費者が協働して、事業者がこれまで製作したことのない小さな製品づくりに挑戦して課題がクリアできた点や工業製品の技術を家庭用製品に応用できるという結果を導き出すことができた。

今後の展開 「くわな鑄物」で新商品の開発を目指す

今後はマーケットを意識して、この技術力を活かして試作品の改良や新たな製品作りを行い、「くわな鑄物」としての商品を生み出すことや生産体制構築の密度を高めていくことを目指す。さらには、イベントや展示会への参加・出展による「くわな鑄物」の周知を通じて、「桑名市」の認知度アップや地域産業の活性化に繋げていきたい。



1)



2)



3)

1) しぐれはまぐり(時雨蛤)
2) 六華苑
3) はまぐり(蛤)



旅

「忍びの伊賀」魅力満載事業

「忍びの伊賀」新商品・体験観光プロジェクト

三重県 上野商工会議所

HP : <http://www.iga-ueno.or.jp/>

プロジェクト概要

忍び五道の概念から、特に葉草と忍者衣装に注目し、現代的な活用のあり方を提案する。その実現に向けて、現代風に再構成することで積極活用に関わり付けていく。着地型観光を舞台に、それらを体感してもらい、全国的な日常生活に繋がることを目指す。

活用した地域資源

【商品開発】伊賀忍者、伊賀米・米粉、伊賀豚、伊賀牛、くみひも、日本酒、黒米、伊賀菜
【着地型観光】伊賀茶、忍者ヨガ、上野城、忍者衣装

忍者のまち・伊賀のイメージをフル活用

平成22年度の調査研究事業で実施したアンケートでは、伊賀のイメージとして「忍者」を挙げる人が全体の8割にも上り、忍者抜きには伊賀上野は語る事ができないことが明らかになった。伊賀忍者は、実に400年もの歴史に裏打ちされたものであることから、忍者の知恵を現代に応用するにあたっては、確かな説得力を持たせることのできる可能性を秘めている。

そこで、健康や強さを維持していくための様々な知恵があったといわれている伊賀の忍者の「忍者五道」に注目し、これまでの取り組みで得た反

省・課題を踏まえ、「商品開発」と「着地型観光」に着手、経済の活性化へ繋げることを目指して今回の事業実施に至った。

商品開発では、「ヘルシー」で「ナチュラル」な忍者食をもとに、現代へ活かした新しいスタイルの食を創り上げた。また着地型観光では、「忍者五道の健康的な食や美の追求」「伊賀上野でしかできない体験」「20代～30代の女性の、新たなターゲット層の開拓」「開発商品の入れ込み」をキーワードに、新たなメニューを開発した。



TOPICS

忍者に関連した食・美・体験ツアーを実施

商品開発では、忍者五道の概念のもと「ヘルシー」「ナチュラル」「クール」をコンセプトに、見た目でも忍者をイメージしてもらえよう、「丸」や「球」の形にこだわった商品を開発した。「feel NIPPON 春2012」でも、ブースレイアウトを赤と黒で統一し、衣装も忍者にしたことで、伊賀忍者を知らない方へのPRができた。着地型観光では、「忍者衣装に変身」「上野城で忍者ヨガ(地元ヨガ講師による、忍者五道を取り入れたヨガ)」「ヘルシーな食事(ちらし寿司)」「忍者の歴史学習(忍者法話を聞き、実際に使用していた道具に触れる)」「漬物漬け体験(老舗漬物屋にて、伊賀菜のぬか漬け体験)」のメニューで、伊賀の魅力満載のツアーを実施した。

今後の展開 「忍びの伊賀」の魅力を継続して発信

今年度の取り組みでは、イベントやツアーの参加者などの反響も大きく、極めて満足度の高い結果を得ることができた。一方で、もう少し時間的に余裕ができればとの意見もあったため、引き続き、モニターツアーの実施や新商品の開発・改良を検討しながら、「忍びの伊賀」の魅力を発信していく。



モニターツアーで実施した「忍者五道」を取り入れたヨガ体験



松尾芭蕉生家



上野城



平成24年2月8日～10日に東京ビッグサイトで開催された「feel NIPPON 春2012」に出展

忍者の里 伊賀上野
現代版！忍びの食卓

「feelNIPPON 春2012」にて配布したチラシ



技

京都クリエイティブクラフトPROJECT

京都ものづくりの新ブランド「project kyo-to」

京都府 京都商工会議所

プロジェクト HP : http://www.kyo.or.jp/project_kyo-to/index.html

プロジェクト概要

京都が誇る技、意匠、素材を活用して、現代のニーズに合った売れる商品を創造するために、個別事業者の経営体質の改善と意識改革を、セミナー(集団指導)と個別指導を併用して実施する。

活用した地域資源

京都の繊維・染織・工芸などを活かした技術や素材



ストーリー性のある商品で魅力をアピール

京都是全国的に見ても伝統産業をはじめとしたものづくりに関与する事業者が数多く存在する地域である。特に和装産業は、全国の和装業界の中心となっており、製造・流通共に多数の事業所が集積している。しかし、近年のライフスタイル及び消費行動の変化や、安価な海外製品の流入、また一部事業者による過量販売等から、売り上げは右肩下がりであり、染織・工芸産業の集積している京都にとって極めて深刻な状況である。そこで、京都の染織・工芸などのものづくりのブランド向上及び販路拡大を図るため「project kyo-to」事業を立ち上げた。今年度は、20社の参画事業者と共に、各企業の伝統に培われた技術や素材を



活かしながらも、現代のライフスタイルに合ったストーリー性のある商品を開発。日本最大級の見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー」に出展し、販路の開拓を図るとともに、京都のものづくりの魅力をアピールした。

project kyo-to



平成24年5月10日～6月28日の間、京都駅ビル2階の「ギャラリーカフェ 京都茶寮」にて、今回開発された商品を展示・販売する。



TOPICS

ギフト・ショー出展の成功に手応え

染織・工芸関連の参画事業者が有している技術力や素材力・デザイン力をいかに表現できるか、外部のプロデューサーに指導を受け商品開発を行った。そして開発された試作品を「東京インターナショナル・ギフト・ショー」に出展し、パンフレットやブースでは参画事業者各社の製造現場や製造背景を打ち出し、試作品だけでなく技術力や素材力・デザイン力に対しても興味を持ってもらえるように工夫した。ブースには3,500名を超える来場者が訪れ、京都の新しいものづくりの魅力をアピールできた。さらに、ギフト・ショーのディスプレイコンテストで準大賞を受賞したことにより、より多くのバイヤーが注目することとなった。

今後の展開 新しいものづくりのトップランナーへ

この取り組みにより、全国に京都の新しいものづくりの魅力を発信でき、新たな販路を獲得できた。また、新分野の商品開発により、商品開発力の向上や新市場開拓へのモチベーションのアップになった他、事業者同士の交流により、異業種協業やコラボレーションにも繋がった。今後は販路の開拓と異業種連携、デザイナーなどとの交流を図り、参画事業者を新しいものづくりのトップランナーにすることにより、京都のものづくり全体の活性化を図っていく。

だんじりと人情のまち「岸和田」の着地型観光推進等プロジェクト

ドラマをきっかけに新たな観光振興を目指す

大阪府 岸和田商工会議所

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

プロジェクト概要

岸和田には全国的に有名なだんじり祭がある。だんじり祭以外にも様々な地域資源が存在し、その魅力をPRすることが更に岸和田の活性化につながると思われ、事業者を巻き込みながら観光開発事業を実施する。

活用した地域資源

だんじり祭を通じた「だんじり文化」、祭りだけではなく岸和田の魅力、NHK朝の連続テレビ小説「カーネーション」

岸和田ブランド製品やドラマを活用して集客を図る

岸和田市では従来より、岸和田認定ブランドの認定や、ボランティアガイドによる観光案内を行っており、まち歩きなど岸和田の観光ニーズは存在すると考えられるが、岸和田を巡るツアーは少なく、だんじり祭バスツアーが旅行会社によって催行される程度である。また、まち歩きに適したマップ等の提供もなく、環境が不十分であった他、目的ごとに事業者、団体、市民が連携して事業が進められているものの、岸和田の観光全体を調整し

たり、協力・連携する体制が形成されていない。そこで、岸和田観光振興プロジェクト委員会を立ち上げ、大阪府「石畳と淡いまちづくり支援事業」やNHKの「カーネーション」効果を活かして関西圏の潜在的なターゲットを岸和田へ誘導。個人でも回れる環境を提供し、おみやげの購買に結び付けることを目的として、着地型ツアーの企画を行った。

TOPICS

来訪者向けにガイドやまち歩きマップを充実

NHK朝の連続テレビ小説「カーネーション」の効果とともに、多様な主体参画による持続可能な岸和田観光の振興に取り組んだ。情報共有の場では各関係主体が独自の観光振興に取り組み、連携の可能性を議論した。岸和田を訪れる方が増え、ガイドツアーの需要も増してきたことを受け、ガイド養成を強化し、まち歩きマップの充実を図った。「カーネーション」を通じてのメディア露出と、その効果の大きさを再確認でき、メディアとのネットワークが構築できたことが今回の成果である。脱だんじり祭を目標に、地域経済循環を目指した一連の取り組みでも、岸和田への来訪者の増加が重要であり、岸和田の魅力観光資源の潜在性の高さを再確認できた。

今後の展開 ドラマをばねに新たな岸和田観光の振興を

カーネーション効果をきっかけとらえ、新たな岸和田観光の振興が望まれる。今後に向けては、「よかったね」で終わらず、自分たちが暮らす岸和田を見つめ直し、地元向けのツアーを提案する。おもてなしを強化するために、観光プロモーション委員会の継続や時代にあった新しい公共を創出する。また、人材育成としてガイド養成や市民育成を図る。プログラムとしては6つのまち歩きコースを提案するとともにおみやげを開発する。



岸和田城を中心とした城下町の散策とだんじり会館



兵庫津周辺活性化推進事業

平清盛ゆかりの地・兵庫津周辺活性化プロジェクト

兵庫県 神戸商工会議所

プロジェクトHP : <http://www.kiyomori.org/>

プロジェクト概要

平成24年NHK大河ドラマ「平清盛」の放映を機に、兵庫津（ひょうごのつ）周辺に点在する魅力（清盛塚、兵庫運河、兵庫大仏等、観光施設や企業・名店等）を一体として有効に活用することを通じて、人の流れを生み出し、活気と賑わいを創出する取り組みを進める。

活用した地域資源

「兵庫津」周辺にある平清盛ゆかりの史跡等

大河ドラマ「平清盛」を機に地元商業を活性化

神戸市兵庫区南部に位置する兵庫津は、平安時代には「大輪田泊（おおわだのとまり）」と呼ばれ、平清盛によって修築が行われ、日宋貿易の拠点として栄えた港町である。そして平成24年のNHK大河ドラマ「平清盛」の放映を絶好の機会と捉え、本事業では平清盛にまつわるイベントの開催や、兵庫津周辺にある平清盛ゆかりの史跡を有効活用し、兵庫津を訪れるきっかけづくりを創出する。さらに、一過性のものに終わらせない

ため、兵庫津周辺のまち歩きマップの作成や携帯端末を活用したwebの構築等により、兵庫津周辺の魅力を内外に情報発信するとともに、賑わいのある街づくりを推進することによって、地元商業の活性化にも寄与する。平清盛の命日2月4日には、清盛の遺骨が納められたとされる能福寺で、NHK大河ドラマ放送を記念して歴史講演会と琵琶演奏会を開催した。

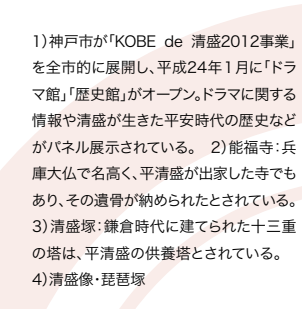
TOPICS

まち歩きマップとポータルサイトの連動

観光客に当地を広く知ってもらうため、名所旧跡、飲食や物販など街の魅力を紹介した地域密着型の「兵庫津まち歩きマップ」を作成。これまで史跡マップ等は行政等が発行したものはあるが、この種のマップは珍しく、観光客に活用してもらい、広く兵庫津エリアの魅力を知られるようになった。また、まち歩きマップと連動したポータルサイト「よみがえる兵庫津」を開設した。facebookやtwitterなどのソーシャルネットワークにも対応しており、地域住民はもとより、観光客自らが情報発信源となる、双方向のコミュニケーションを可能とし、より地域に根付いた情報が発信できた。

今後の展開 マップ掲載店舗の売上アップを目指す

今後は今回作成したマップに掲載した各店舗の売上アップにつながるような取り組み（商店観光ツアー等）が必要である。さらには、神戸市兵庫区の北部に位置する平野地区も福原遷都との関係で平清盛とゆかりが深く、兵庫津と平野地区との連携を図った取り組み（スタンプラリー等）を行うことで相互に観光客の回遊性を持たせることが重要である。





平家滅亡の哀歌～関門海峡「平家伝説」創造プロジェクト 平家伝説を知る・触れる 関門海峡観光プロジェクト

山口県 下関商工会議所

HP : <http://www.shimonoseki.cci.or.jp/>

プロジェクト概要

関門海峡沿いに点在する「平家滅亡」の悲劇にまつわる観光素材に焦点を当て、平家シンポジウム並びにモニターツアーを実施する。その結果をもとに、様々な角度から各観光素材を評価、問題点・課題を整理し、魅力ある旅行商品として組み立てる。

活用した地域資源

「平家」に関連する観光資源(平家が本陣を構えた「彦島」、源平戦いの地「壇ノ浦」、源平古戦場を示す「御裳(みもす)川碑」、平家一門の墓「平家七盛塚」、平家の一杯水、安德幼帝を祀る「赤間神宮」)

平家関連素材の多面的な観光活用を目指す

寿永4年(1185年)、壇ノ浦に源氏・平家両軍の戦いが繰り広げられ、西海に再起を図る平家が義経の前に敗れ去り、安德幼帝の入水という悲劇とともに、時代は古代から中世へ、貴族社会から武家社会へと大きく転換する。その歴史の転換地となった下関市には、関門海峡沿いに平家が本陣を構えた「彦島」や源平戦いの地「壇ノ浦」、源平古戦場を示す「御裳川碑」、安德幼帝を祀る「赤間神宮」、平家一門の墓「平家七盛塚」といった平家関連の歴史遺産が多く点在する。また、壇ノ浦で敗れて遊女

となった平家の女官たちが、安德天皇の命日に赤間神宮に参拝したこと由来する「上臈参拝」や平家伝説「耳なし芳一」などの文化遺産も有している。しかし、これら観光素材が面として機能していないため、観光商品として訴求できていない。そこで平家関連にまつわる観光素材に焦点を当て、平家シンポジウムやモニターツアーを実施した。その結果をもとに、様々な角度から各観光素材を評価、問題点・課題を整理し、魅力ある旅行商品として次年度以降組み立てていく。

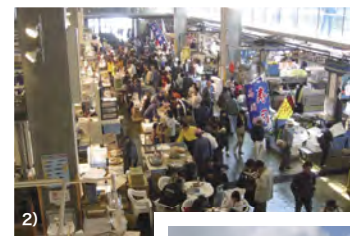


TOPICS シンポジウムの開催で 平家の魅力を発信

平家ゆかりの地、下関と神戸、広島で広域観光振興などを模索する「平家シンポジウム」を開催した。下関市にある赤間神宮の水野宮司、神戸市にある生田神社の加藤宮司、大河ドラマ「平清盛」広島県推進協議会事務局の鳥越次長による講演会、「平家歴史トーク～の谷から壇ノ浦へ～」のパネルディスカッションを行い、それぞれの地域が発信する平家の魅力に約450人の参加者が、興味深く耳を傾けた。このシンポジウム開催にあたり、全国平家会の協力も得て、今後は平家ゆかりの地が毎年持ち回りで取り組むイベントや、より広域にわたる観光振興の模索と観光商品の開発などを検討することとなった。

今後の展開 全国の「平家ゆかりの地」と交流

下関と神戸、広島他、全国に存在する「平家ゆかりの地」との交流(人的交流・物産振興)を進め、物産振興などを図るためにお互いのイベントや展示会に出展するなど、相互関係を強化していきたい。



1) 先帝祭
2) 唐戸市場
3) 厳流島



萩のヨコワ(本まぐろ若魚) プロジェクト 萩「よこわまぐろ」ブランド化に向け 新プロジェクトスタート

山口県 萩商工会議所

プロジェクト HP : http://seamart.axis.or.jp/contents/hagi_yokowa/index.html

プロジェクト概要

萩市が全国有数の漁獲量を誇る「ヨコワ(引縄釣り漁で漁獲される本まぐろ若魚)」を、萩特有の食材として再評価し、新たな料理レシピの開発や、加工食材を新規開発する。一般小売向け・飲食店業務用素材として販路開拓を行うとともに、新しい萩市の名物食材としてもプロモーションする。

活用した地域資源

ヨコワ(本マグロの若魚)

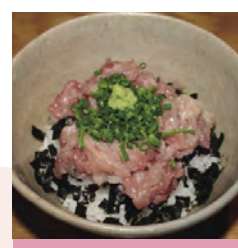
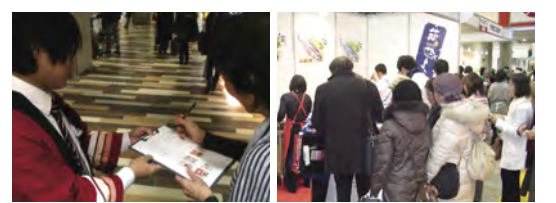


1) 萩・日本海大花火大会 2) 萩城 城下町
3) 松陰神社・松下村塾



「萩のヨコワ」の認知度向上・販路拡大へ

江戸時代の町並みを残す一方、日本海に面した港町でもある萩市。同市見島のヨコワは、引縄釣り漁により1尾ずつ漁獲され、漁獲後の処理や鮮度保持にも配慮がなされている。中型旋網などで大量に漁獲されるヨコワとは、その品質に大きな差がある。また、漁獲された全量が、漁獲翌日には萩市場に上場されるため、非常に新鮮な状態で入手できることも大きなメリットといえる。そこで「萩のヨコワ」の認知度アップ、通年加工食材の開発、新規メニューの開発、都市部への販路開拓、新しい流通チャネルの検証、観光資源としての魅力付けなど、萩のヨコワのブランド化に向けた具体的施策を、関係団体が一体となって取り組む「萩のヨコワプロジェクト」をスタートした。



TOPICS 全国向けに 「よこわまぐろ」の 名称でPR

「ヨコワ」という名称が首都圏では通用しない(マグロとわからない)ということがわかり、プロジェクト実施中に名称を「よこわまぐろ」とすることを決め、統一ロゴ、リーフレットやポスターを作成してPRした。加工品(バスタソース2種、生ハム、味噌干し)では素材を活かせるよう工夫したところ、魚独特の臭いが残るなどしたため、今後は改良していくこととした。料理関係では、当日に水揚げされたものを地元の料理店で使うことができ、ヨコワづくし(握り寿司、刺身、カルパッチョ、ムニエル、葱井等)という提供方法も可能となった。

今後の展開 各種メディアの活用と製品改良に着手

漁期スタートに向け、メディアへの発信や試食会開催等で記事掲載のきっかけをつくり、首都圏メディアに対しては、実績のある雑誌(グルメ・旅行関係)での特集記事化を行う。試作製造した4アイテムは、試食会・展示会で得たアンケートやバイヤーへのヒアリング結果を精査して製品改良する他、定例となった首都圏スーパー「紀ノ国屋」での萩市フェアでも改良版をテスト販売する。また、今年度試作製造ができなかったアイテムにも取り組む予定。



今治地域特産の農水産物を活用した特産品開発プロジェクト

スイーツコンテストで「Gozzo-la!」商品を開発

愛媛県 今治商工会議所

プロジェクト HP : <http://amebio.jp/gozzo-la/>

プロジェクト概要

鳥生レンコンとはだか麦、当市名産の農林水産物を活用し、地元菓子メーカーおよび消費者との連携を通じて魅力ある新しいお菓子を開発し、全国展開へ向けた素地づくりを行う。

活用した地域資源

今治特産のはだか麦、鳥生レンコン、ブルーベリー、柑橘類、いちご、蜂蜜

スイーツに着目し、新しい特産品を開発

ジャパンプランドの今治タオルやしまなみ海道のウォークラリー、B級グルメの焼き豚玉子飯などで有名な今治市。近年では、ゆるキャラグランプリ全国2位になった「バリィさん」などでも知名度が上がっているが、新しい可能性を秘めた特産品がなく、「お土産に何を買っているかわからない」という声が市内外から聞かれていた。そこで、今治市を代表するような新たな特産品として、お土産に使える新商品・新メニュー開発に取り組むことにした。中でも、全国的にも人気が高いスイーツに着目し、コンテストと連動した開発を進めた結果、多くの新しい特産品が誕生した。そのうち10商品を、今治地方の方言で「ごちそう」という意味の「ごつお」と、「へ達」という意味の「ら」を合わせた造語である「Gozzo-la!」として認定。今後は今治市の特産品として市内から市外、県外へ人の手を介して広めていくことを目指す。あわせてその結果として、今治市の知名度が向上し、今治を訪れる人が増えることを期待している。



TOPICS
公募することにより
魅力ある商品が多数誕生

当初、一般的なマーケティングの手法を使い、消費者の視点で開発を進めればうまくいくと考えていたものの、実際に開発を進めていくと多くの課題に直面し、さらに試作品も商品として成立しかねるものがあるなど、苦難の連続だった。そこで、急速コンテストを開催し、参加事業者も広く公募。時間のなかでの方針変更には多大な労力を要したが、結果的に緊張感が生まれ、魅力ある商品が一度に多数生まれる結果となった。また、参加企業同士に新たな交流が生まれ、共同で力を合わせて情報発信していこうという気運が生まれた他、市民参加型のコンテストにすることで、広く地元を巻き込むことができ、この取り組みは市内では話題となった。

今後の展開 特産品開発を
継続・改良して全国に広くPR

新たに生まれた「Gozzo-la!」ブランドの認定品について、参加企業から今後の販路開拓を事務局と力を合わせて行っていきたいという要望が届いている他、地元住民・事業者からは次のコンテスト開催を望む声が上がっている。同所としても、せっかく生まれたこの気運を次年度も継続するべく、商品や取り組み内容をブラッシュアップしていきながら、積極的に市内外や都市部などのイベントなどでPRを行っていく。



楽しみながら学び、体験する新しい産業観光の推進

モノづくりのまちとしての歴史を活かした観光開発

福岡県 北九州商工会議所

HP : <http://www.kitakyushucci.or.jp/>

プロジェクト概要

産業観光推進委員会の設置、モニターツアー実施による産業観光の商品化と動画を駆使したwebなどを作成して観光客の誘致を図る。また観光情報の一元化を通じて産業観光情報センターの設置について調査、研究する。

活用した地域資源

製造業の工場(新日本製鐵(株)八幡製鐵所、(株)安川電機、TOTO(株)、シャボン玉石けん(株)など)、夜景(工場夜景ツアー、皿倉山の夜景)、観光施設(小倉城、松本清張記念館、門司港レトロ地区など)、食(北九州市「食のブランド」認定品、西日本工業倶楽部など)

工場と食文化を融合・昇華した観光資源を発掘

北九州市は、自動車産業をはじめ、鉄鋼業、窯業、化学工業など製造業が基幹産業を占めているが、世界同時不況後、全ての産業が落ち込んだ。また、これら製造業を取り巻く中小企業は、単価の切り下げや受注減少などによりさらに厳しい経営を余儀なくされている。一方、地域の中心商店街については、市内2か所で中心市街地活性化の認定を受け、行政、商店街、当所が中心となって商店街活性化事業を実施しているものの、大型店の郊外出店や数年に及ぶ消費不況、後継者難などにより空き店舗が目立ちつ

つあり、5年間の目標達成は大変厳しい状況となっている。さらに、政令都市の中で高齢化率が一番高く、人口減少傾向に歯止めが掛からず、最近では98万人を割った。そこで「モノづくりのまち」として発展してきた市の歴史を活かしつつ、これらの諸問題を解決すべく、工場や工場夜景などを新たな観光資源として捉え、食や文化など他の観光資源と組み合わせた「産業観光」を定着させることで、観光客や交流人口の増加を図り、市全体が潤う仕組み作りを目指す。



産業観光ガイドマップ表紙



産業観光DVD TOTO映像

TOPICS
旅行会社と連携し、
新ツアー企画を実施

当事業では、修学旅行や企業視察などの既存の工場見学ではなく、旅行会社が一般市民を対象にした産業観光ツアー商品が恒常的に販売されるよう、受け入れ工場との調整や新規受け入れ工場の開拓など、環境作りを進めている。今年度は、旅行会社と提携して県内外の観光客を対象にした夏・冬の商品化実験事業(テストツアー)や、市民・学生を対象にした産業観光体験ツアー、観光業務従事者を対象にした産業観光についての研修会、webなどを利用した情報集積・発信を行った。また事業の柱であるツアーを、一般の参加者や関係団体向けに約60回実施。約2,100人が参加、各種マスコミにも取り上げられるなど話題となった。

今後の展開 モノづくりのまち北九州のイメージアップへ

旅行会社と提携して一般・市民対象ツアーの実施や、団体視察・研修の受け入れを行い、観光関連従事者等を対象とする各種研修会を開催、産業観光の知識及び認知の浸透を目指す。また、当初からの課題で、観光客の声でも多かった受け入れ可能な食品工場の新規開拓を実施するなど、産業観光のバリエーションを増やし、より魅力あるツアーの造成を行う。行政や関係機関との協力と役割分担を明確にし、観光客増加による賑わいや消費額の増加を図っていく。



1) 株式会社安川電機
2) 西日本工業倶楽部
3) 皿倉山の夜景



伊万里スイーツブランド連携プロジェクト

ベジタブルスイーツと伊万里焼の
コラボレーション

佐賀県 伊万里商工会議所

プロジェクト HP : <http://www.imari-cci.or.jp/imari-bd/info/>

プロジェクト概要

梨、ぶどう、梅、黒米などの農産物を利用した「スイーツ」や「デザート」などの特産品を開発して、伊万里はお菓子の縁がある町であるということをPRする観光開発に取り組む。

活用した地域資源

伊万里鍋島焼、伊万里梨、伊万里ねぎ、黒米、梅、かぼちゃ



「スイーツルーツ伊万里」ブランド化

伊万里市には、お菓子の神様を祀っている中嶋神社があり、「お菓子の神様」と呼ばれている。田道間守(タジマモリ)が不老長寿の果物「橘」を探し求めて中国に渡り、日本に橘を持ち帰って、最初に着いた場所が伊万里である。また、森永製菓の創立者、森永太郎氏の生誕地でもあり、森永製菓の練乳工場もあった。このように、お菓子に縁がある伊万里市のキャッチフレーズは「焼き物とフルーツの里・伊万里」であり、梨やぶどうなどフルーツの生産も盛んである。そこで、「お菓子のルーツは伊万里(スイーツルーツ・伊万里)」をコンセプトに、伊万里の農産物を素材にした伊万里スイーツブランドプロジェクトを企画した。佐賀県内でも生産が盛んな伊万里ねぎ、梅、黒米、かぼちゃなどをお菓子の素材に使用したスイーツ商品を市内の菓子製造業者が開発し、同時にお菓子を入れる「菓子皿」を伊万里鍋島焼窯元が取り組んだ。



1)



2)



3)



4)



5)

- 1) ねぎしおクッキー
- 2) ふんわりくつきー・黒米
- 3) 黒米メロンパン
- 4) ねぎしおせんべい
- 5) 伊万里焼饅頭

TOPICS

健康的な
ベジタブルスイーツの開発

一般的なスイーツには果物が使われているが、農産物を使用した健康的なベジタブルスイーツを打ち出し、今までにない、新たなお菓子作りを目指した。そして「ねぎしおクッキー」や「ねぎしおせんべい」「ふんわりくつきー・黒米」などを開発した。その評価を得るために「伊万里スイーツ新作発表会」を開催。また、東京ビッグサイトで開催された「feel NIPPON 春2012」に出展した。「ねぎしおクッキー」や「ねぎしおせんべい」「ふんわりくつきー」などに対する来場者の評価は高く、今までにない味わいや食感が大好評を得た。

今後の展開 伊万里スイーツの商品化を支援

開発した新作スイーツが好評だったため、今後は「伊万里スイーツ」としてのブランド構築につながるようなパッケージデザインの制作など、伊万里スイーツの商品化を全面的に支援していく。また、当所のwebにも新作スイーツを紹介するなどして広報活動を行い、知名度向上へつなげていく。



熊本城と城下町人が「観」「食」「人」でおもてなし

夜の熊本観光をA級・
究極料理「A究グルメ」が彩る

熊本県 熊本商工会議所

プロジェクト HP : <http://www.kmt-cci.or.jp/bisyoku>

プロジェクト概要

熊本のシンボルである熊本城の夜間開園に合わせて「夜の観光」を開発するとともに、秋の「くまもとお城まつり」の会場と城下町の飲食店では「絶品グルメ」を提供することで、新たな夜の熊本の魅力を創り、宿泊客の増加を目指す。



熊本城観光客を城下町回遊へと促す

九州新幹線全線開通などで飛躍の年を迎えている熊本市では、熊本城を訪れる155万人の観光客を城下町まで回遊させることで、滞在時間延長と宿泊客増加を実現することが課題となっている。そこで新しくオープンした「桜の馬場 城彩苑」と、熊本城を中心とする「夜の熊本観光」を開発、ゴール地点となる城下町の飲食店で地元の旬の食材にこだわった各店オリジナルの「A究グルメ」を開発・提供し、滞在時間延長・宿泊客増加、さらには地産地消の促進を図るために事業を実施し

た。市が誇る旬の食材を一番美味しい状態で大切にいただく「究極」をテーマに、気軽に「B級グルメ」とは違うA級・究極料理「A究グルメ」という新しいジャンルを開発し、試食会のほか40店でモニター調査を行った。また、普段は閉鎖されている夜間の熊本城を会場に、ライトアップされた熊本城と秋の名月を眺めながら、旬の料理と県産酒を味わう社会実験を開催。そして、「桜の馬場 城彩苑」と夜の熊本城の貸切観光、さらに翌日の城下町のまち歩きと体験観光をセットにした着地型のモニターツアーを開催した。



TOPICS

夜の熊本城という
プレミアム感をアピール

“熊本城”の“夜”をテーマに、なかなか味わうことのできない「特別感」を重視し、人数限定で提供した。「熊本城 月見の饗宴」では、熊本の旬の食材を歴史に基づく調理法で仕上げた特別懐石弁当を開発し、県産の日本酒、焼酎とあわせて提供。モニターツアーでは、開園後の熊本城を貸切で観光、「開門」の掛け声で門が開くという演出をし、本丸御殿大広間ではサプライズで「ザ・わらべ」による舞踊を披露して楽しんでもらった。また、A究グルメの開発では、旬の食材と料理だけではなく料理人にもスポットを当てることで、料理人の育成とお店のレベルアップに繋げる仕組みをつくった。

今後の展開 連携によりビジネスとしての仕組みをつくる

行政、民間企業、民間団体などと連携し、ビジネスとして成り立つ仕組みづくりを行い、事業の継続を予定している。A究グルメは、グルメPrince決定戦と引き続き連携していきながら、参加型のイベントとして実施する。熊本城と城下町観光は、熊本城貸切のプレミアム感を軸に、ホテル・旅館に新しい宿泊プランの提案を行う。また「熊本城 月見の饗宴」は、新風物詩として定着させるため、市役所、飲食店と協力し開催に向けた体制づくりを行っていく。





天草南蛮もてなしプロジェクト

「日本の宝島・天草」の
地域資源を活用したおもてなし

熊本県 本渡商工会議所

プロジェクト HP : <http://www.hondo-cci.or.jp/motenashi>

プロジェクト概要

『美容と健康』をテーマとし、天草の地域資源と南蛮文化を組み合わせ「食のもてなしの商品開発」や「心のもてなしの観光開発」を、飲食・宿泊事業者を中心に連携を強化しながら実施する。

活用した地域資源

車えび、いちじく、天草大王、たこ、うつぼ、ふぐ、ヒオウギ貝など、祇園橋、天草切支丹館、十万山、イルカなど



「もてなし」をキーワードとした新たな商品開発

平成23年3月の九州新幹線的全線開業を機に更なる集客を目指し、地域資源・地域事業者の連携による活気あるまちづくり、天草を訪れたい天草島づくりを本事業の長期的目標と位置づけ、全国から多くの方に「日本の宝島・天草」を訪れてもらうことを目的とした商品開発を行うと同時に、地域の活性化・地域ブランドの確立、情報発信力の向上、来訪者の回遊性向上を図っていく。



元々、天草地域には様々な農産物、水産加工品、畜産物、南蛮文化が漂う天草独自の文化などがある。これら地域資源を活かし、「もてなし」をキーワードとした新たな商品の開発を行うとともに、飲食・宿泊事業者を中心とした“もてなしの連携”を強化し、物産・加工・サービス関連業者との連携へと広がっていく。

また、「もてなし」の基本は、人と人との繋がりと考え、そのきっかけとして「食のもてなし」や「心のもてなし(体験)」そして「もてなしの連携」の基本スタイルを確立し、天草の新しい旅の形を提案するとともに、持続・発展するように取り組んでいく。

TOPICS

「天草さらだ」の提案と
長期滞在ツーリズム

「feel NIPPON 春2012」に出展してAMAKUSAヘルス&ビューティーツーリズムをPR。特に天草さらだソース試作品の展示及び試食では、素材のいちじくや車えびへの関心が高く、「ソースの色が綺麗」「大変美味しい」などの声が寄せられた。「天草さらだ」は、天草の魚介類や農産物、畜産物を「サラダ」というスタイルで提供するもので、様々なジャンルの飲食店で取り組めることから、健康・美容への関心の高まりによる食の志向変化に伴い、天草の魅力的な食材を用いて、新しい食のスタイル提案が可能となる。また、天草の独自性を出した長期滞在ツーリズムの形～天草バカンス～を作り上げていくことも期待できる。

今後の展開 「天草らしさ」を探索して更なる拡大へ

新たなプロジェクト参加者の拡大を目指し、天草全島での取り組みに繋がるように進めていくために、参加者にプロジェクトの趣旨を十分に理解してもらい、力を合わせて質の向上、PR力の向上を目指すことが望まれる。また、天草の素材、南蛮文化を活用し、新しい天草滞在のカタチを提案し続けていくために、「天草らしさ」を探索して新たな発見をすることや現代の南蛮文化情報(新しい南ヨーロッパ情報)の収集も重要な要素となる。



「来て見て・つくみ」新発見

「つくみイルカ島」を核に
津久見の魅力を発信

大分県 津久見商工会議所

HP : <http://www.tssci.or.jp/>

プロジェクト概要

うみたま体験パーク「つくみイルカ島」事業の効果的な展開を通して、中心市街地への周遊による“にぎわい”の創出を図り、食観光の魅力の増大と観光資源を活用した着地型観光の推進、地域資源を活用した特産品開発で地域活性化を目指す。



中心市街地の周遊でにぎわいの創出を図る

過疎化・少子化による中心市街地の衰退、石灰石・セメント関連産業及び農業・漁業の基幹産業の疲弊等により、まちの活性化や新たな産業への取り組みが課題となっている津久見市。その一方で、平成23年4月にイルカと人間の“ふれあい”と癒やし”をテーマにしたレジャー施設「つくみイルカ島」がオープンしたことに伴い、市でもこれを絶好の機会と捉え、「観光元年」として位置付けるとともに、観光産業や地域経済の発展に努めている。そこで津久見商工会議所では、“うみたま体験パーク”「つくみ

イルカ島」を核として、中心市街地の周遊による“にぎわい”の創出を図り、食観光の魅力と観光資源を活用した着地型観光の推進、特産品開発による地域経済活性化を目指した。特に①「つくみイルカ島」を核とした観光戦略、②イベント開催による交流の場の創出、③「食観光」の推進・充実、④観光資源をつなぐ新たなツアー造成、⑤地域資源を活用した特産品開発、⑥津久見のイメージアップの戦略と展開の6つの事業を中心に実施し、一定の成果と課題を得ることができた。



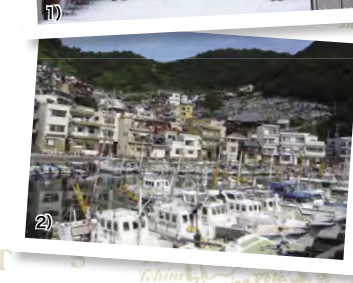
TOPICS

「つくみイルカ島」には
予想以上の来場者

これまで津久見市は観光産業とは無縁であったが、「つくみイルカ島」の開設はこれらに大きな影響を与えており、年間10万人を見込んでいた観光客は、平成23年10月中旬に10万人を突破するなど、はっきりとその現実と効果が見て取れたのは大きな成果であった。しかし、「つくみイルカ島」を訪れた観光客をいかにして中心市街地に波及させるかが最大の課題であり、市内への観光客流入ができずに苦慮している。一方で、着地型観光による市内周遊や「食観光」の推進、情報発信、モニターツアー、調査等により、「津久見」の名が県下をはじめ九州、全国へと少しずつ認知されるようになった。

今後の展開 地域の発展に向け力を合わせて結集する

市では、平成23年度を「観光元年」と位置付け、観光客の集客と中心市街地への誘導による地域経済の発展に努めており、商工会議所としても好機と捉え、市及び観光協会とともに、観光産業の振興や地域経済活性化に歩調を合わせ、事業を遂行した。今回、様々な課題や問題、事業化の難しさに直面したため、今後はこれらの課題をいかに克服し、市の観光産業の育成・振興、地域の発展に向け力を合わせ、結集していくことが重要である。



1)つくみイルカ島:平成23年4月にオープンした水族館で、ドルフィンスイムなどイルカとの触れ合いやエサやり体験ができる。 2)津久見市保戸島:平地がほとんどなく、急な斜面に建物がひしめくように並んでおり、「未来に残したい漁村100選の島」に選定されている。

1年目

本体事業

食

食の観光地化プロジェクト

グルメ・スイーツ商品開発で「食の観光地化」を目指す

鹿児島県

出水商工会議所

プロジェクト概要

山・川・海・平野と自然に恵まれた環境で育まれた地域資源を活用したグルメやスイーツ等の開発を継続的にいき、将来的には食の観光地として、既存の観光スポットとの相乗効果による交流人口の増加を図り、地域活性化に繋げる。

活用した地域資源

特別飼育鶏「南国元気鶏」、銘柄鶏「赤鶏さつま」、柑橘類(紅甘夏・温州みかん等)、さつま芋

プロジェクトHP

http://www.izumi-cci.or.jp/izumi_san/

2年目

本体事業

旅

最北稚内フットパス推進プロジェクト

日本最北端・稚内フットパス推進プロジェクト

北海道

稚内商工会議所

プロジェクト概要

誰にでも気軽に自分のリズムで楽しめるのがフットパス。歩きながら地域の自然や風土を体感できるテーマ性を持っており、現在主流のニューツーリズムに対応できる。

活用した地域資源

宗谷丘陵周氷河地形、稚内港北防波堤ドーム、稚内公園、ノシャップ岬、メグマ沼

プロジェクトHP

<http://www.wakkanai-cci.or.jp/wakkanai-footpath/>

北海道

東北

北陸信越

関東

東海

近畿

中国

四国

九州・沖縄

多くの協力で個性的な特産品を開発

平成18年に旧高尾野町、旧野田町と合併して新市制となった出水市。出水平野が広がり、自然に恵まれているものの、近年はリーマンショックによる大企業の撤退や、昨年度発生した高病原性鳥インフルエンザ等の影響で、製造業や観光関連産業等、経済の衰退が著しかった。そのため昔から豊富である出水市の農・水・畜の地元食材を活かした特産品開発(グルメ・スイーツ)を行い、交流人口を増加させ、出水の地域活性化を図る必要があった。そこで、行政や市内各種団体、市内事業者と協力して、市町村別生産日本第2位の鶏肉を活用したグルメ3品、出水市の特産品である柑橘類と鹿児島県の特産品であるさつま芋を活用したスイーツ3品の開発に取り組んだ。

1)

2)

3)

4)

5)

自然体験要素を加味したフットパス事業

稚内市の基幹産業の一つである「観光」は、平成14年の約82万人の入込数をピークに、年々減少している。要因としては、昨今の深刻な不況はもとより、観光形態のマスツーリズムから、テーマ性の強いニューツーリズムへの対応の遅れ等が挙げられていた。このような現状を踏まえ、自然・遺産・文化などの地域資源と、日本最北端である地理的優位性を最大限に活用し、今求められている自然との触れあいや、体験の要素を加味したフットパス事業に着目し、本プロ

1)

2)

TOPICS

宗谷丘陵コース「最北の白い道」の成功

実施に当たっては、行政や観光関連団体等による委員会を設置、各コース選定に当たっての課題等の情報を共有化することにより、ハード面の整備については、行政からの支援を受ける仕組みづくりが構築された。この支援の最大の効果(成果)は、宗谷丘陵コースの整備として稚内市が実施した、ホタテの貝殻を粉砕して敷設した「最北の白い道」であり、草原の「緑」と、空の「青」、この「白い道」が見事なコントラストを創り出し、実際に歩いた方々から、景観的にも大変素晴らしいと評判で、旅行代理店からも高い評価を得ている。

今後の展開

エネルギー施策を観光資源として地域振興に

今春にグランドオープンする駅舎一体の再開発ビル「キタカラ」と、歴史的な建造物「旧瀬戸邸」港側の複合商業施設「副港市場」にしん街道標柱モニュメント、北海道遺産指定の「北防波堤ドーム」を結ぶ「街なか散策コース」の選定を進める。さらに、メガソーラー施設を中核とした「次世代エネルギーパーク構想」に、「環境とフットパス」をコンセプトとしたフットパスコースの整備を提案、エネルギー施策を観光資源と捉えた地域振興に取り組む。

TOPICS

特産品をアレンジしたグルメとスイーツ

グルメでは、歴史的な逸話がある料理をアレンジした「しょうがらん炊き」や、市の特産品と鹿児島県の特産品さつま揚げをアレンジした「出水んまか棒三姉妹」、地元の鶏肉と野菜、みかんで八幡巻をアレンジした「出水んまか巻」を開発した。また、スイーツは旬のみかんを使用した「まるごと出水(みかん)」や、昔から鹿児島県で作られる郷土おやつをアレンジした「チョコとねったぼ」、安心・安全な地元食材にこだわったクロワッサン「いもクロ」を開発し、出水らしさ、鹿児島らしさを追求した商品となった。「feel NIPPON 春2012」出展時には、見た目、味ともに評判がよく、販売金額や販売時期などの具体的な質問が多数あった。

今後の展開

協議会を立ち上げPR、商品開発を活発化

開発商品は完成発表会を経て、平成24年4月から販売予定である。今後は7月を目処に、商工会議所、行政、観光関係団体、飲食業組合等の団体と関連事業所で組織する協議会を立ち上げ、取扱店舗の増加やイベント等でのPR活動、商品の改良・開発等を行う予定である。また、認定商品事業の実施にともない認定基準を設け、出水ブランド「いずみさん」として認定したものは、今回開発した商品と合わせてPRを行い、市のイメージアップや交流人口の増加を図る。

074

075

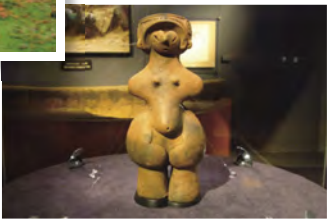
観光客増とマネジメント機能強化を目指して

自然豊かな茅野市では、観光が産業の柱の一つである。しかし、スキー人口の減少などにより、平成3年をピークに観光客数減が続いている。この現状を改善するとともに、ハケ岳山麓12市町村の広域観光活性化にも寄与することを目的に事業を開始した。平成19年よりハケ岳山麓に全長約200kmトレイル(山道)を構築。「歩く旅」ができる「ハケ岳山麓スーパートレイル」は、これまでにwebやパンフレット、全国フォーラムにより情報発信を行った。さらに関係12市町村と連携を図るNPO法人の設立

も実現し、ガイドの養成と、組織化に取り組んだ。一方で、国内ロングトレイルの他の先進地のような集客を得るためには、課題も山積していた。そこで、本ルート以外に新規の魅力的な枝道ルートを開発。市場拡大を目指しつつ、マネジメント機能の強化を図った。また情報発信を強化し、ガイドブックも電子対応型として、環境にも利用者にもやさしい取り組みを行うとともに、利用者の顧客満足と安全確保のため人材育成も実施した。



ハケ岳・夢科高原



縄文遺跡群と国宝土偶「縄文のビーナス」

活用した地域資源

ハケ岳山麓(自然・歴史・文化)

TOPICS

時代の流れをとらえ、webで情報を発信



情報の質やデザイン、システム自体まで、抜本的に改良して充実させ、webを中心に情報発信した。さらに費用面と情報の陳腐化に容易に対応できるよう、ガイドブックをwebで提供。首都圏で開催された旅博に出展してPRを行う一方、広く来場者にアンケート調査を行い、マーケティング等に活用した。さらに12市町村と広域に及ぶ本トレイルが十分に機能できるようにマネジメントシステムの確立を図り、各地域に点在する観光資源を結び、魅力的な「枝道ルート」の開発を行った。また、利用者の安全性確保や顧客満足度向上のため、トレイルの利用者を案内するガイドのレベル向上と養成に努めた。

今後の展開

地域とロングトレイルを支える人材を育成

課題としてスキームのイメージデザインの未成熟、拠点の未整備、組織の未完成、地域間ネットワークの不在、PR・情報・人材不足などがある。一括での解決は難しいため、関係者で検証・解決し、成功に導くためのロードマップを作成して少しずつ改善、解決に導いていく。ロングトレイルの成立と持続可能な発展は、基本的に人材そのものに尽きると考えており、今後も人材を育てつつ、12市町村の広域連携の強化を図っていく。

ツアー形態の変化を活用したツアーを開発

佐久市は全国的に有名な史跡・名所等が少なく、知名度も低い状況にある。一方で、新幹線佐久平駅の開業や上信越自動車道佐久ICの開通により、東京から最短で約70分の時間距離と、移動時間が少なく、現地でゆっくりと過ごすことができる。最近では各地のツアーの楽しみ方に変化が見られ始め、従来の物見遊山型の大型バスで史跡・名所を巡るものから、少数グループで地域ならではの体験やふれ合いを目的としたツ

アーが人気を呼んでいるため、豊かな自然と小さいながらも“きらり”と光る地域資源が多くある佐久市においても、多様化するニーズに充分応えられる素養を持っている。そこで、交流人口増加(観光・定住)を目的とし、中山道ブランドを活かした観光商品開発を実施。例えば、古道の趣を残す中山道をウォーキングやポールウォーキングで歩きながら、地域の人とふれ合いを楽しめるツアーなど、長野県の中でも健康長寿で自然環境豊かなまちの特色を活かし、市民や観光客、移住者がふれ合い交流することで、産業やまちづくりに新たな活力を創造していく。



中山道の宿場



佐久鯉



健康長寿地蔵尊「びんごろ地蔵」

TOPICS

中山道を利活用した新しいツアーの開発



佐久市を知ってもらうため、日本三大古道の一つであり、街道ウォーキングでも注目されている「中山道」をツアーの中心に組み込んだ。ツアーの開発では、各コースを綿密に踏査し、ボランティアガイドの発掘、地元住民だけが知るこだわりの店や農家などの地域資源の発掘等、地域住民が中心となり観光客が満足できるような「おもてなし」を心がけた。その結果、来年度全国に向けて発売されるツアーが完成した。また、田舎暮らし体験事業では、モデル地域で観光客を受け入れる仕組みづくりのため、農作業など各種体験や住民との交流、ウォーキングイベントを通じて、田舎の魅力を情報発信した。これらの活動で、2組の家族が市への移住を決めた。

今後の展開

行政、市民などの積極的な参画が不可欠

これら取り組みは市全体のまちづくりにもかわり、本格的に推進するためには行政や企業、市民の積極的な参画が不可欠である。また、中心のかつ恒常的に推進する組織も必要となるため、市と協議して組織や仕組みづくりを検討している。その中で、これまでの事業成果を活かし、可能な範囲で継続して取り組んでいる。現在は、来年度のツアー発売に向け、コース間を結ぶ移動手段のツールや準備を進めている。



足利銘仙プロジェクト事業

「足利銘仙」を活用した ライフスタイル・イノベーション

栃木県 足利商工会議所

HP : <http://www.watv.ne.jp/~ashikaga>

プロジェクト概要

地域資源「足利銘仙」を活用したライフスタイル・イノベーションを推進。まちなか回遊ルートとモニターツアーの開催、neo銘仙のブランドおよび商品開発、サイト構築等による情報発信を統合的に実施、市場開拓を促進する。

活用した地域資源

足利銘仙

neo銘仙とまちなかを活用して市場獲得

昔から繊維・織物業で発達してきた足利市。昭和初期にかけては、先染めの絹織物である「足利銘仙」の生産が盛んで、その手頃な価格とデザインにより、大流行となった。同所ではこの地域資源に着目して掘り起こし、「足利銘仙」を活用したライフスタイル・イノベーションを推進。まちなか回遊ルートと、neo銘仙のブランドおよび商品開発、銘仙スタイルブック、サイト構築等による情報発信を統合的に実施、市場開拓を促進した。次の4点を中長期的な市場獲得に向けての事業目的・目標とした。

1. 「neo銘仙ライフスタイル」に関わる文化的イノベーションの推進
2. 「まちなか」集客力の向上
3. 「neo銘仙ライフスタイル」をテーマとする商品開発・市場開拓
4. 自立的事業推進体制ー「タウン・コンソーシアム」の実現



TOPICS

「足利銘仙スタイルブック」 の発行

市内および周辺地域における「創業者」、および来訪観光客等を主たる配布対象として、冊子媒体「足利銘仙スタイルブック」を編集・発行。内容は、全国で展開する地域発信型フリーペーパー「美少女図鑑」などの事業モデルを参考にした。neo銘仙ライフスタイルや銘仙のファッション等に関心のある地域住民や学生等をモデルに、銘仙や開発商品等を着用して市内の店舗や観光施設、モダンイズム遺産等を背景に撮影したコンテンツを制作。これに各参加店舗情報や商品情報、まちなか回遊マップなどを掲載して、地域住民や店舗の参加感や一体感を高めるとともに、効果的なライフスタイル発信ツールとして定着を図った。

今後の展開 「neo銘仙ツーリズム」の実施

着地型ツーリズムとして、地元の旅行会社や交通機関等とも連携し、「neo銘仙ツーリズム」のモニターツアーを実施する。ターゲットは首都圏の和服愛好グループなどの「創業者」層を想定し、50名～100名程度のツアー規模でまちなかの回遊ルートや観光施設の訪問、回遊イベントへの参加及びツアー終了後の結果評価やグループインタビューなどを行う予定である。



足利学校

ばん阿寺(ばんなじ)



地域資源を活用した試作品改良及び販路開拓事業

地産食材や伝統野菜活用による 敦賀の「食」ブランド創造

福井県 敦賀商工会議所

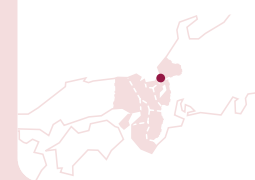
HP : <http://www.tsuruga.or.jp>

プロジェクト概要

現試作品を普及させるには、原材料の吟味・コストの調整・保存性の向上などの課題があり、今年度より流通市販に対応できるよう商品改良を行い、県内外への販路開拓に取り組む。

活用した地域資源

ドレッシング：(黒河マナ(伝統野菜)、魚醤)、古田刈カブラのにしんずし(古田刈かぶら(伝統野菜)、魚醤)、魚醤(敦賀湾で獲れた小アジとサバの内臓を使用した醤油)



イベント出展などを活用して販売対策

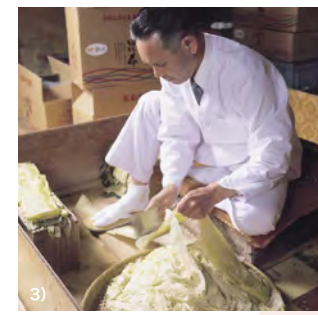
古代より 港湾を中心に栄え、近代も日本海側の主要な国際港湾都市として発展してきた敦賀市。自然に溢れ、水産物をはじめとした特産品も多い。この全国に誇れる敦賀の「食」のブランド創造と食文化について全国発信することを狙いとして、平成21年度には農業・水産業・商業者等による事業実施体(敦賀ブランド開発研究会)の構築を図り、調査・研究事業を実施した。そして、敦賀の食材・伝統野菜を使った「魚醤(敦と醬遊)」 「黒河マナ入敦賀ドレッシング」 「敦賀鍋つゆの素」 「古田刈カブラのにしんずし」の試作品を開発した平成22年度に続き、平成23年度は開発試作品の改良を実施。北陸地区の商談会への参加や中部地方でのイベントへの出展を通じて、改良試作品についてのアンケート調査を実施、調査結果の分析から、今後の販売に向けた対策に取り組んだ。



1)



2)

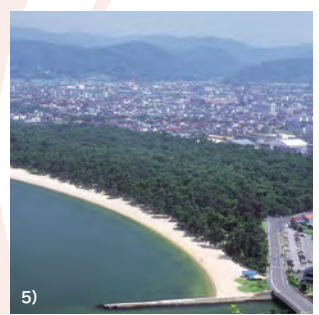


3)

- 1)平成23年10月29日～30日、つるが観光物産フェアにて試食アンケート調査
- 2)平成23年10月20日、しんきんビジネスフェア商談会に出展
- 3)昆布加工
- 4)氣比神宮(けひじんぐう)
- 5)氣比の松原



4)



5)

TOPICS

モニター調査などで 試作品の改良を図る



敦賀の伝統野菜「黒河マナ」と敦賀湾で獲れた小アジを使った「魚醤」でドレッシングを試作品開発し、さらにマリネレシピとして野菜と魚の刺身に合うドレッシングとして改良に取り組んだ。市内外の試食アンケート、モニター調査の結果、多くの方々から、美味しいという評価を受け、このドレッシングに合う料理の提案もいただけた。また、敦賀の伝統野菜「古田刈かぶら」と敦賀湾で獲れた小アジを使った「魚醤」を入れたにしんずしを試作品開発し、今年度はパッケージの変更改良に取り組んだ。市内外で試食アンケート調査を実施して、多くの方々から美味しいという評価を受けたが、味に関する指摘もいただいた。

今後の展開 コストダウンと更なる販売拡大を目指す

今年度、「ドレッシング」と「にしんずし」についてはコストダウンを一番の課題とした。「ドレッシング」は製造コストは低減したもの、伝統野菜の確保などの理由から大量製造が難しい。今後については、まず地元普及からスタートして、徐々に販売エリアを拡大していく。また、「にしんずし」は、すでに地元では大根入りが家庭料理としても普及しているので、まず「古田刈カブラのにしんずし」を地元浸透させ、市外に向けた販売の展開を図る。



日向耳川流域の「建築・文化観光」づくりのブランド形成

豊かな森林資源・文化と木造建築を魅力的なツアーで体験

宮崎県 日向商工会議所

プロジェクト HP : <http://www.hyuga.jp/wooden/>

プロジェクト概要

宮崎県外からの流入人口を増加させることを目指し、木造建築物や森林文化、地元の人的資源・もてなしといった地域資源を楽しむ「学ぶしかけ（建築・観光文化プログラム）」作りを行う。

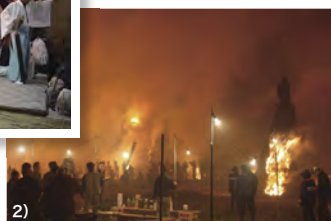
活用した地域資源

日向市駅、西の正倉院、若山牧水生家、美々津重要伝統的建造物群保存地区、十根川重要伝統的建造物群保存地区、SFC認証の森、集成材工場、八村杉、大久保のヒノキ、地域の祭り・イベント、食、師走祭りなど

木造建築物や木材産業、森林文化を観光資源に

昭和39年に日向・細島新産業都市の指定を受けて以来、日向市は九州の扇の要となる重要港湾・細島港を中心に整備、開発が進められてきた。近年は、日向市駅を中心として中心市街地の整備が進み、平成18年には鉄道高架化と併せて構造材に地元産のスギを使用した駅舎も完成。日向市は椎葉村まで含めた「日向入郷（いりごう）圏域の拠点」として大きな変貌をとげ

ており、今後、東九州自動車道の完成及び平成22年に選定された重要港湾・細島港の大型岸壁整備により、流入人口の増加が大いに期待されている。また、本県は杉材生産量日本一を平成3年以来20年継続している真の木材生産県であり、その約30%を当地耳川流域が生産していることから木造建築物や木材産業、森林文化を観光資源にしようとの機運が高まった。



1)「嶽の枝尾神楽」（椎葉村）。椎葉神楽は国の重要無形民俗文化財に指定されており11月から12月にかけて村内各地で行われる。2)師走祭り「迎え火」（美郷町南郷区）。のぼりを先頭に炎の中を行列が進む。



TOPICS

魅力的なツアーとパンフレットの活用

観光ルートを個人や小型バスで回れるようにした他、伝統食や祭りを組み合わせて魅力あるものとなるよう工夫した。パンフレットは、学生が「学ぶ」観光用に使用するだけでなく、図や写真を多用することで一般の観光客も理解できようにした。例えば、耳川の upstream・中流・下流の建物を取り上げることで流域の暮らしの特徴を学べるようにし、古代の工法（西の正倉院）と最新のハイブリッド工法（日向市駅）を取り上げることで建築工法の新旧を学べるようにした。さらに、道路が狭く個人客ではなかなか行きにくい場所（八村杉、大久保のヒノキ、山越えの林道など）を選び、それに地域の伝統ある祭りを組み合わせたことで、充実した内容となった。

今後の展開 地元ガイドによる体験・学習ツアーの実施

地元ガイドの案内で、地域の著名な建築物や巨木などを少人数で巡るツアーや、地元の伝統的な生活や食事を、昔ながらの建物で体験する（学習）ツアーの実施を考えている。交通の便の悪い地域ではあるが、逆にそれを当地域の魅力と捉え、これに地域の伝統的な祭りや行事の体験などを組み合わせることによって、より魅力的なツアーとしていく。あわせて、地元ガイドの育成も進めていく予定である。



とかち癒（ゆ）とりフェスタシーズン2011[略称：癒（ゆ）とりスタ2011]

ライフコンシェルジュによる癒やしがおもてなし

北海道 帯広商工会議所

HP : <http://www.occi.or.jp/>

プロジェクト概要

北海道・十勝の「観光」「環境」「健康」に関わる地域資源を再発見し、「人がもてなす＝癒やし」というキーワードで道央圏に再発信することにより、整備が進む交通インフラを利用した来訪者増と滞在時間増、ひいては経済波及効果増を狙ったおもてなし事業を行う。

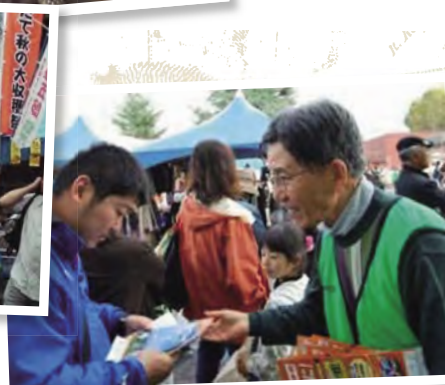
活用した地域資源

北海道・十勝の安心・安全な「食」をベースに、癒やし3K（観光、環境、健康）に関わる地域資源

ご当地観光情報センターを目指して

十勝平野の中央部に位置し、自然に囲まれた地・帯広市。この十勝地域の資源（観光・環境・健康）を「癒やし」というキーワードで束ね、「とかち癒とりフェスタ（通称：癒とりスタ）」として十勝が持つ魅力の発信を行った。地元住民が地元の魅力を再認識し、来訪者に対して「ライフコンシェルジュ」として十勝の暮らしぶりを伝えることが「究極の癒やし」と捉え、「人

が人を癒やす」おもてなしスタイルを構築することを最大の目的として実施。トカプチ雄大空間（トカプチとはアイヌ語で「十勝」のこと）が実行委員会の一員として先導的に事業を行い、昨年度からの3ヵ年計画で、今年度は道央圏を中心にプロモーション活動を実施した。



十勝ヶ丘展望台（音更町）

新嵐山展望台（芽室町）



TOPICS

ご当地ガイド・ライフコンシェルジュの活用

地元住民によるボランティアガイド「ご当地風土アドバイザー：ライフコンシェルジュ育成事業」を実施しており、「人」が「人」を癒やすをテーマに、人材育成やイベントでのガイドによるPR活動に力を入れている。各イベントでのライフコンシェルジュの活動は好評で、十勝の魅力を地元から伝えるためにも、今後ますますライフコンシェルジュの必要性は増してくると考えている。そのほか、道新花火大会に約10,000人の来場、道東道通行量（冬季）前年比1.5倍という効果にも一役買った。

今後の展開 ライフコンシェルジュの活動をさらに拡大

今年度は道東道タ張IC～占冠ICの開通に向けて、十勝管内の関係機関との連携を図り、地域一丸となって十勝の魅力をPRした。来年度は活動を道外へと広げ実施していく予定。また、ライフコンシェルジュ活動も、今後は活動の場を広げて、イベントでのPR等に加え、観光インフォメーションセンター等での案内を実施する予定である。



とかち魅力発信キャンペーン（十勝総合振興局 とかち魅力発信推進室）を企画（平成24年度オール十勝で「十勝」の魅力を発信する取り組み）



まきばの家展望台（池田町）

サッカーJ1モンテで“山形ファン”づくりプロジェクト

モンテディオ山形の 試合観戦をコアにした周遊観光

山形県 天童商工会議所

プロジェクト HP : <http://dribble-y.com/>

プロジェクト概要

サッカーJ1「モンテディオ山形」の本拠地で、サッカー観戦を主とした「スポーツ・ツーリズム」の推進と受入体制の整備を図り、地域内の観光・物産・文化・交流資源を活かした“おもてなし”を通して県外観戦客連との交流拡大につなげ、地域の活性化を図る。

活用した地域資源

モンテディオ山形、天童温泉、蔵王温泉、将棋資料館、広重美術館、天童市美術館、観光果樹園、舞鶴山、将棋駒、芋煮、ひっぱりうどん、将棋もこし、そば、ラーメン



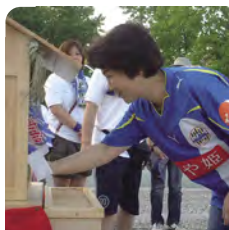
サッカー観戦をきっかけに地域をアピール

天童市にはJリーグに所属するプロサッカーチーム「モンテディオ山形」の本拠地がある。モンテディオ山形が主催するホームゲームには年間20万人以上、1試合平均およそ1万2千人の観戦客が訪れており、今や天童商工会議所管内でも有数のイベントとなっている。そこで、モンテディオ山形のホームゲームをコアイベントと位置づけ、観戦をきっかけに山形県や同市ならではの観光・物産・文化・交流資源など、たくさんの

地域資源に触れてもらい、より充実した観戦ツアーを提供することとした。事業1年目であった平成22年度には、地域資源を集約するための専用web「どりぶる山形」を制作し、50以上の地域資源を登録し、2年目となる今年度からは同webを利用したスタンプラリーをホームゲームに合わせて実施することで、多くの観戦客に地域資源を体験してもらえるように工夫した。

TOPICS

webを充実させて
有効活用



webやスタンプラリーでは、できる限り地元サポーターも対戦相手サポーターも楽しめる内容にするよう心がけた。webの内容は、地元の人でも新しい発見があるように工夫を凝らした。例えば、地元で有名なそば屋ではそば打ち体験をメニューに加えた他、老舗銘菓店では、サッカーについて語らいながらお茶菓子を振る舞うなど、市内外全ての人が楽しめる内容とした。この結果、スタンプラリー参加者は総勢479名、1,907店(重複店を除いた平均で1.4店)を周遊した。また、1人当たり5,848円の支出をし、昨年に比べて328円増えた。事務局のブログには、サポーターからの応援や励まし、地域資源の紹介などの書き込みをしてくれる場面もあり、多くの反響があった。

今後の展開 チラシやパンフレットも工夫してPR

観戦についての周遊を定着させるため、引き続きホームゲームをコアイベントと位置づけたスタンプラリーを実施する予定である。この際、登録してある地域資源の数をさらに増やし、できるだけ多くの観戦客が周遊してみたいツアー作りに努めたい。また、告知活動についても、webだけに頼らず、チラシやパンフレットなども利用しながら、より多くの観戦客にPRできるように工夫していきたい。

燕三条Organic Lifestyle Creationプロジェクト事業

地域への誇りを原動力とした 「燕三条プライドプロジェクト」

新潟県 三条商工会議所

プロジェクト HP : <http://www.tsubasan-aruki.jp/>

プロジェクト概要

地域に対する誇りと愛情を原動力に、燕三条の魅力を表現するライフスタイルを創りあげ、多くの魅力の一つの価値に統合し発信するコトづくりを行う。産業・食・文化など体験型イベントを行うことで来街者が増え、住民からもより高い誇りを感じ取ってもらう事業を展開する。



安らぎや癒やしに満ちた魅力的な地域へ

室町時代から鉄鍋の製造を行い、江戸時代には和釘など利器工匠具を代表とする一大金物産地として栄えた三条市。大都市ではない、人間らしい生活ができる地方都市であることを最大限に活用し、安らぎや癒やしに満ちた魅力的な地域であることを目指すべく、平成21年8月に地域コーディネーターとともに「燕三条プライドプロジェクト」を提唱した。本プロジェクトは、燕三条の地域ブランドを確立させることを目的とし、燕三条ブランドを確立させる原動力が住民自身の地域への誇りと愛情であると捉え、燕三

条の魅力を表現するライフスタイルを創りあげて発信していく。そして、燕三条のライフスタイルに魅力を感じる人々が日本中そして世界中から燕三条を訪れること、その評価を通して地元住民もより高い誇りと愛情を燕三条に感じるという誇りの拡大再生産であることを目指した。三条産の安心、安全な野菜・山菜・果樹・食材・水を発掘してブランド化するなど、この地域ならではの産業観光を推進して観光農業、観光工業を確立、そのルート化と可視化を行う。

TOPICS

一大イベントとして
情報を広く発信



地域のものづくり文化や食文化、鍛冶まつりなどの伝統行事などを融合させながらその魅力を伝え、観光客誘致を図る本プロジェクトにおいて、「越後三条鍛冶まつり」や「本寺小路あかり物語(三条別院本堂のライトアップと周辺の行燈によるあかりの祭典)」をコアイベントとして位置づけ、コンサートやライトアップ、ステージイベントなどを集中的に開催。民間団体や行政、マスコミを巻き込んだ一大イベントとして情報発信し、本寺小路あかり物語は1,000人増の4,000人、鍛冶まつりは「三条マルシェ〜ごった市@ホコテン」と同時開催したこともあり、昨年より倍増の2万人の来場者を迎えた。

今後の展開 より多くのナビゲーターを養成

平成23年9月25日～11月26日の期間には「燕三条ものづくりの心に出会うまちあるき」として18のまちあるきコースを展開。各分野の知識をもつナビゲーターによる「ものづくりの現場を訪問する」は大きな注目を集め、好評を博した。平成24年度も事業を継続し、まちあるきではより多くのナビゲーターを養成することが課題となっているため、関係機関と共に課題を克服していきたい。



三条カレーラーメン



三条鍛冶道場

小千谷発 「越後ちぢみの里 おぢやこいこい博」

新潟県 小千谷商工会議所

プロジェクト HP : <http://www.ojiya-koikoihaku.jp>

プロジェクト概要

小千谷の魅力ある地域資源を磨き、束ねて紹介することにより、来訪者を増やし地域経済に貢献する地域内消費型観光事業を目指す。またwebの予約から効果検証までできるシステムを利用し、来訪者をワンストップで支援する。

活用した地域資源

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

小千谷の魅力ある地域資源を一挙に紹介

古くから交通の要所として栄えた小千谷地域のさらなる活性化を目指し、地域の魅力を集結・PRする体験プログラムを企画。毎年、市内外から観光客が訪れる「おぢやまつり」「片貝まつり」が開かれる前後2ヶ月の間、市を一つの『博覧会会場』として見立て、様々な地域資源の魅力を集

めた「越後ちぢみの里 おぢやこいこい博」を開催した。期間中は「おぢやまつり」「片貝まつり」といった動員力あるイベントを縦軸に、「小千谷縮」「錦鯉」「牛の角突き」「農業収穫体験」等を横軸にして、それぞれの地域資源の魅力を織り交ぜながら、期間集中的に一堂に紹介することで相乗効果を引き出し、来訪者を増やして地域経済に貢献する地域内消費型観光事業を実現した。



TOPICS webでのPRや ツアーの実施で集客を図る

小千谷市の魅力ある地域資源を取り入れたイベント事業を専用webで紹介し、利用者の利便性向上と、地元企業・団体にとっての集客の確実性を向上させるため、ワンストップでの予約・決済が可能な申込システムを導入した。さらに体験プログラムのPRとして、ブロガーを対象にした「モニターツアー」の実施や、東日本旅客鉄道 新潟支社協力のもと関東・首都圏のJR各駅でのポスター掲示や、のぼり旗の製作などにより、webへの誘客対策等を実施した。その結果、各イベントへの参加者数の増加や、まつりの入込み客数の増加に繋がった。

今後の展開 認知度と地域の盛り上がりを高めるために

さらなる認知度向上のため、問題点や課題等を十分に検証し、首都圏をターゲットにした広報宣伝活動を早期より行う予定だ。また、各事業の組織ネットワークの形成に着手し、個の力から組織力への転化を図るとともに、市民認知度を上げて地域の盛り上がり高めたい。イベント事業では、「小千谷縮の着付け体験」が年々参加者数が増加傾向にあるため、行政、観光業者、関連団体等が連携を取り、コア事業として引き続き実施していく。



1) 牛の角突きは、江戸時代後期に滝沢馬琴が書いた『南総里見八犬伝』にも記述がある地域の伝統行事であり、国指定重要無形民俗文化財でもあります。2) 小千谷市発祥の「泳ぐ宝石」とも呼ばれる錦鯉は、雪国の清らかな水と豊かな土壌で育てられた芸術作品です。3) 小千谷そばは、別名「へぎそば」「手振りそば」と呼ばれており、そば粉のつなぎに布海苔(ふのり)という海藻が使われているのが特徴です。

道の駅を核とした体験滞在型観光と食のブランド化

富山県 高岡商工会議所

プロジェクト HP : <http://www.toyama-west.jp/michinoeki/>

プロジェクト概要

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

活用した地域資源

県内の道の駅14ヵ所において地元特産品にこだわった“料理”“スイーツ”“土産品”、県西部地域6市にある産業観光受入企業・施設

“食とものづくり”を活かした地域の活性化

富山県西部地域は世界遺産の五箇山合掌造りや、海越しに3000m級の立山連峰が望める“自然景観”と、国宝瑞龍寺・井波瑞泉寺などの寺社仏閣や高岡大仏・山町筋・金屋町などに代表される“歴史文化”がある。また、高岡銅器・庄川木工・井波彫刻・五箇山和紙などの“ものづくり”、氷見の寒ブリ・新湊のカニ・福光の米菓・五箇山の豆腐などの“食文化”もある。これらの素材を集客のコアとなる地域資源として捉え、“食とものづくり”の地域資源を活かした魅力ある商品・サービス・体験を、道

の駅を核として、県外からの来訪者に提供することで「体験滞在型観光」による交流人口の増大を図るとともに、「食のブランド化」を促進して地域の活性化を目指すことを目的とした。さらに観光庁の「越中・飛騨観光圏整備事業」とリンクさせ、“ものづくり”“食”“景観”“歴史文化”“祭りイベント”をキーワードに、回遊性のある集客事業として「親子ものづくり体験ツアー」や「大人の食と体験ツアー」などを実施し、より効果的・積極的な誘客活動を展開した。



1)



3)



2)



1) ものづくりを中心にした「親子ものづくりツアー」の実施
2) 国指定水郷公園「高岡古城公園」での遊覧船事業 3) 国宝「瑞龍寺」のライトアップと門前市

諏訪湖周まちじゅう芸術祭

アート活用による「まちじゅう芸術祭」開催

長野県 諏訪商工会議所

プロジェクト HP : <http://suwako-art.jp/>

プロジェクト概要

行政区の枠を越え、周遊観光の切り口をつなぎ、諏訪湖周に点在する16の美術館・博物館を軸に、アートを中心とした体験交流プログラムの充実を図り、諏訪地域での滞在時間を長期化させ、滞在型観光を創造する。

活用した地域資源

諏訪湖、諏訪湖周の美術館・博物館(16館)、諏訪湖エリアまちなか観光案内人(市民ガイド)、片倉館(国指定重要文化財)、伏見屋邸(町指定歴史的風致形成建造物)、路線バス・諏訪大社・土着神社仏閣、屋形船・地酒・地元食材

アートを切り口に観光集客の増加を目指す

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

イベント「諏訪の長い夜」は7月29・30日の両日、美術館・博物館を夜まで開館し、施設や周辺の観光施設への周遊を促し、参加者に「まちじゅう芸術祭」を認知してもらい個々のプログラムへの誘客を目指した。また、ファイナルイベント「SUWAサロン」では芸術祭の総括イベントとして、芸術文化活動に携わる専門家4名と実行委員会や地域住民が、諏訪地域の文化・芸術活動の振興や、どのようにして芸術を観光や町の活性化に繋げていくかをディスカッションした。



TOPICS

魅力的な手法や仕掛け、現代アートの活用

諏訪湖周をアート感覚で巡れるような周遊拠点(案内所)を、重要文化財に指定された「片倉館」(諏訪市)と「伏見屋邸」(下諏訪町)に設置した。案内所には諏訪湖周辺の写真に絵画のような加工を施し、大判の布地に100枚連続して印刷展示するアーティストインレジデンスの手法を取り入れ「ビジュアルアート展スワビジョン」と題した。このような現代アートの要素に、アート探しの感覚で周遊する仕掛けを取り入れることで若者層への訴求を図った。また、製造業で栄えた諏訪地域の人々へ「ものづくり」の情熱を喚起させるインダストリアルなフォルムの彫刻作品を展示。地元住民や観光客、写真愛好家など2,200名近くの来場者があった。

今後の展開 「諏訪湖アートリング協議会」などと協力

諏訪湖周まちじゅう芸術祭をきっかけに、平成23年4月に湖周の美術館・博物館の連携組織「諏訪湖アートリング協議会」が発足した。次年度も引き続き、この協議会と協力して事業を遂行していく他、芸術専門学校より学生との産学連携企画の提案があったので、協力体制を整えていきたい。そして地域ゆかりのアーティストや芸術家と連携し、諏訪地域ならではのアートツーリズムの新しい企画を打ち出していきたい。

京の七夕事業

「願い」をテーマにした京都の夏の風物詩「七夕」事業

京都府 京都商工会議所

HP : <http://www.kyo.or.jp/kyoto/>

プロジェクト概要

京都商工会議所、京都府、京都市等オール京都で実施する「京の七夕」事業に参画する商店街や企業・団体等による協賛事業に対する広報等の支援事業を実施することにより、それらの観光資源としての魅力を掘り起こす。

活用した地域資源

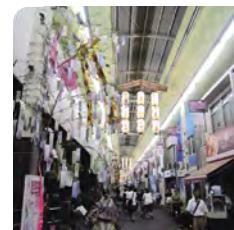
伝統文化「七夕」、商店街、京都の竹

「七夕」をテーマに新たな魅力を掘り起こす

「京の七夕」事業は、長らく地元住民の生活の場であった商店街を活用し、伝承文化である「七夕」をテーマに、京都市内各地の商店街で七夕イベントを開催、地元住民と商店街の賑わいと交流を増進させるとともに、観光資源として商店街の魅力を掘り起こすことを目的に実施した。旧来より京都では冷泉家や寺社仏閣において、七夕にちなんだ事業が執り行われてきた。そこで、「一年に一度の願い事をする」という七夕にちなみ、「願い」をテーマに地域の賑わいを創出

し、京都の新たな夏の風物詩や観光資源として新たな魅力を掘り起こすことを目的に実施している。

開催2年目を迎えた今年は、「京の七夕」事業の更なる定着を図るために、去年に引き続き「竹笹を用いた七夕装飾」と「広報事業」に特化して開催した。2年目を迎えて商店街の「七夕」に対する理解も高まり、昨年を上回る43の商店街による34事業が開催され、京都市内が七夕ムードで盛り上がりを見せた。



TOPICS

竹笹の活用とweb利用による広報事業

今年度は「京の七夕」事業の定着を図るため、「竹笹を用いた七夕装飾」と「広報事業」に特化。特に七夕装飾については、竹笹を活用したまちづくり事業を手掛ける5つのNPO法人のサポートのもと、商店街に來られた方との交流を図った。多くの方が短冊に願い事を記入し、中には海外の文字も見受けられ、市民交流事業としての成果が見られた。また、広報においてもfacebookなどを活用してweb上での口コミ効果を狙い、多くの方に商店街に來て頂けるよう働きかけた。個々の商店街の理解も高まり、主体的に独自のイベントを実施する商店街も現れ始めており、七夕の定着という点において成果が表れ始めた2年目であった。

今後の展開 七夕にちなんだイベントなどで観光客誘致を

市民交流事業として成果があり、商店街や市民への理解が高まった「京の七夕」事業であるが、多くの観光客を呼び込むまでには及ばなかった。今後は、竹や笹を活用するハード面での展開だけではなく、七夕にちなんだイベントなどを通じたソフト面からのアプローチを手掛けることにより、七夕のより一層の定着と、観光客誘致を目指す。京都の新たな夏の風物詩として、更なる注目を集めるよう働きかけていく。



大阪産(もん)の魅力発信による食の都・大阪のフードツーリズム

大阪産“魅せる”“食べる”“楽しむ”の新フードツーリズム

大阪府 大阪商工会議所

HP : <http://www.osaka.cci.or.jp/>

プロジェクト概要

大阪の多様な食資源を、歴史ある大都市ならではの「老舗」、食を楽しむ空間としての「水辺」をコアな切り口に、人との交流や体験を通して、「魅せる」「食べる」「楽しむ」を実現するフードツーリズムを展開する。

活用した地域資源

大阪産(もん)の食資源、水辺の空間



「食」と「水辺」の融合で更なる魅力を創出

お好み焼きやたこ焼きなどの「コナモン」だけではない大阪の多様な食資源を、食を楽しむ空間である「水辺」の魅力と組み合わせ、人との交流や体験を通して、「魅せる」「食べる」「楽しむ」を実現するフードツーリズムを展開。平成23年7月に大阪府立大学にて行われた「第3回なにわなんでも大阪検定」の試験会場を活用し、約4,000人の受験者に、大阪の名産品(箕面ビール、大阪サイダー、なにわ言葉せんべい、手すきおぼろ昆布な

ど)を一堂に集めた「大阪まるかじりフェア」を開催。未だ知られていない大阪産に出会える機会を提供した。

10月には「食都」「水都」のそれぞれの魅力をかけあわせ、5つの船着場周辺の飲食店90店舗が参加し、それらを舟で巡る「大阪水辺バル」を実施。延べ9,000人を超える参加者があり、新たな観光の魅力を創出した。また、「食」と「水辺」を組み合わせた常時楽しめるプログラムを、「水都大阪の食を楽しむ」としてパンフレットにまとめ、首都圏等でPRした。



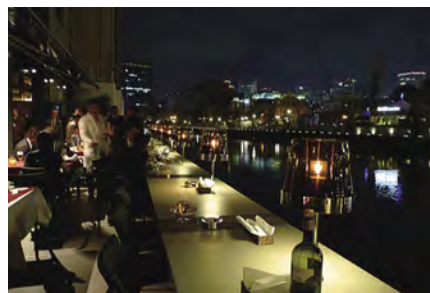
TOPICS

「大阪水辺バル」など
新たなプログラムの活用

「大阪まるかじりフェア」では、大阪産(もん)の魅力発信をする「なにわ名物開発研究会」や「大阪ミュージアムショップ」とも連携し、知られていない大阪産を幅広くPR、大阪の食資源の関心向上に繋げた。また、ガイドによるフードツーリズムツアーは、参加者層や人数が限定的であったため、より多くの方が気軽に楽しめる企画として、飲食店を舟で巡る「大阪水辺バル」を開発、延べ9,000人の参加を得た。さらに「水都大阪の食を楽しむ」パンフレットを、首都圏ほか他都市でのプロモーションに活用。

今後の展開 広範囲でのプロモーション展開

今後は首都圏をはじめ、大阪以外の幅広い地域に向けてプログラムの案内やプロモーションを実施する予定である。遠方からでも「行きたい」と思わせる、充実したフードツーリズムを実現していきたい。



1) 北浜テラス 2) 大阪シティクルーズ

地場産業を核にした「府中玉手箱～ものづくり博覧会～」事業

ものづくり博覧会「府中玉手箱市」を核にご当地グルメを発信

広島県 府中商工会議所

HP : <http://www.fuchucci.or.jp/>

プロジェクト概要

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



活用した地域資源

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

地場産業とご当地グルメを一体的に活用

府中市は、木工、繊維、機械金属、化学製品、味噌など多くの地場産業がある「ものづくり」の町である。近年は、B級ご当地グルメの「備後府中焼き(府中風お好み焼き)」が脚光を浴びている。そこで、最大の魅力である地場産業を活かした「ものづくり」を核に、「備後府中焼き」などを観光資源として一体的に活用することで、府中市を広く全国にPRするとともに、多くの観光客を誘致することを目的とした。

7月下旬から11月上旬に「府中玉手箱～ものづくり博覧会～」を開催。

10月開催の「府中玉手箱市」を中核事業に位置づけ、地域資源を活かした「産業観光&体験ツアー」「工場見学受入れ」「府中焼き体験教室」「府中まち巡りウォーク」を実施した。商店街など中心市街地をメイン会場に、地場産品を販売するアウトレット市、近畿・中国地方のご当地グルメ団体が参加した食のイベント、昭和の時代の車を集めての展示、その他市内企業の自社工場やショールームでアウトレットセールを開催するなど、「ものづくりの町府中」を発信した。



TOPICS

博覧会や体験ツアーで
ものづくりを観光に

「ものづくり」をキーワードに、「府中玉手箱市」を中核事業に位置づけ、前後に地域資源を活かした事業を配置したことにより、多くの観光客が来場したイベントになった。「府中玉手箱市」では、22年度に比べて企業の自社工場・ショールーム会場の数を増やすなど、観光客の満足度を高める工夫をした。PRについても、参加企業が顧客に独自のDMを出すなどの成果もあり、22,000人の来場者があった。また、夏休み期間に実施した「親子ものづくり体験コース」は大人気で、すぐに定員に達するなど好評だった他、「工場見学受入れ」は期間中に延べ2,000人を超える観光客が市内の工場などを見学した。

今後の展開 「府中玉手箱市」のさらなる活用と規模の拡大

「ものづくり」などの地域資源を活かした観光振興を引き続き実施していく。また、「府中玉手箱市」については、年々来街者の増加が予想され、会場の容量不足も懸念されるため、会場を中心市街地から市内の体育館に移し、府中の産業の展示と併せて、より大々的に開催する予定である。24年度は、引き続き「ものづくりの町府中」を発信し続け、より多くの観光客を誘致し府中の魅力を知ってもらうことを目的に実施していく。



恋しき



府中味噌



ひむかのくに えんぱく(延岡感動体験泊覧会)

「延」と「ご縁」にちなんだ感動体験 “泊”覧会「えんぱく」

宮崎県 延岡商工会議所

プロジェクトHP：http://www.enpaku.com/

プロジェクト概要

海・山・川の大自然をはじめ、産業遺産群や歴史・景観・グルメなど多彩な地域資源に恵まれる宮崎県北(ひむか)エリアにおいて、地域の魅力を一堂に集約し、街全体をテーマパーク、案内役である地域住民自身をパビリオンに見立てたおもてなしの祭典「えんぱく」を開催。

活用した地域資源

シュノーケリング・クルージング(サンゴ、熱帯魚)、ぶり御殿(古民家)、シーカヤック、島野浦(離島)、伊勢えび、チキン南蛮、あげみ・海賊井(郷土料理)、B級グルメ、地ビール、鹿肉料理、日向神話、スピリチュアル資源、西南戦争、産業遺産、秘境駅、工場景観、工芸、農水産業、各地域のガイド人材・案内人など

就業体験や遺産巡りなど多彩なプログラム

東九州自動車道の開通が数年後に迫っており、宮崎、大分、福岡とのアクセスの短縮が見込まれている中、地域の新たな魅力を創出すべく、地域に関わる人自身の手によって固有資源の掘り起こしを目指す“泊”覧会型事業「ひむかのくに えんぱく」を開催した。「えんぱく」とは、延岡の「延」と人との「ご縁」にちなんだもので、地域の魅力を少人数で楽しんでいただく着地型の体験交流36プログラムを企画した。高速道路時代を見据えた

広域での連携を強化しながら、延岡市外の地域からもプログラムを集約。まち歩き、ツーリズム体験、就業体験、アウトドア体験、グルメ、近代遺産巡り(ヘリテージング)と多彩で、いずれも地域の案内人自らがガイドし、参加者から好評を得た。2年目となる今年のコースのなかで、チキン南蛮のまちを巡る企画や工場萌え企画、蒲鉾工場での料理体験など浸透・定着してきているものもあり、地域資源の磨きあげと地域ブランドの醸成に大きな効果があった。



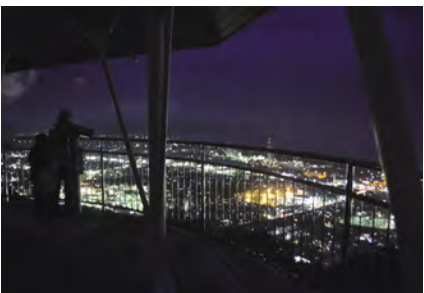
TOPICS

少人数で
ゆっくり楽しめるように工夫

「えんぱく」参加者は約85%が地元からの参加であり、住民自らが発見し、楽しむことを重視している。少人数でゆっくり楽しめる形式をとっているため、定員4名というコースもある。また、新規性と独創性のあるプログラムづくりにも積極的に挑戦し、リピーターも増えつつあり、来場者を対象としたアンケートでは全体の94.8%が「楽しい」と答えるなど、非常に高い満足度を得ている。さらにメディアの取材や問い合わせが増加し、工場見学コースでは10月～11月の2ヶ月間で見学者数が前年同期比で40%増加。そのほか、県外視察の増加や事業所単位での新規顧客の獲得、地域コミュニティの創出など幅広い効果が生まれている。

今後の展開 地域ならではの「おもてなしの心」を活かす

地域住民から人気を得ており、地域ぐるみでの新たな魅力創出の仕組みとして継続していく。これまでの2回にわたる開催を通じて事業ノウハウが確立されてきたことから、今後はインターネットからの申し込みなども検討しながら、市・県外からの集客も増やしていく見通しである。さらに地域で活動するプレーヤーと協力しながら、他の地域にない魅力を発信しつつ、地域ならではの「おもてなしの心」を活かした新たな地域ブランドの確立を目指す。



「神話ゆかりの地」



延岡発祥
「チキン南蛮」

プロジェクト実施商工会議所 連絡先一覧

北海道

札幌商工会議所

〒060-8610 北海道札幌市中央区北1条西2丁目
Tel: 011-231-1076 Fax: 011-231-1078
http://www.sapporo-cci.or.jp/

帯広商工会議所

〒080-8711 北海道帯広市西3条南9-1
Tel: 0155-25-7121 Fax: 0155-25-2940
http://www.occ.or.jp/

網走商工会議所

〒093-0013 北海道網走市南3条西3丁目 網走産業会館
Tel: 0152-43-3031 Fax: 0152-43-6615
http://www.cci.knc.ne.jp/

稚内商工会議所

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

美唄商工会議所

〒072-0025 北海道美唄市西2条南2-1-1
Tel: 0126-63-4196 Fax: 0126-63-4194
http://www15.plala.or.jp/bibaicci/

富良野商工会議所

〒076-0031 北海道富良野市本町7-10
Tel: 0167-22-3555 Fax: 0167-22-3120
http://www.furano.ne.jp/furano-cci/

美幌商工会議所

〒092-0004 北海道網走郡美幌町字仲町1-44 美幌経済センター
Tel: 01527-3-5251 Fax: 01527-3-5232
http://blog.goo.ne.jp/bihorocci

石狩商工会議所

〒061-3216 北海道石狩市花川北6条1-5
Tel: 0133-72-2111 Fax: 0133-72-5277
http://www.ishikari-cci.or.jp/

東北

弘前商工会議所

〒036-8567 青森県弘前市上鞍師町18-1
Tel: 0172-33-4111 Fax: 0172-35-1877
http://www.hcci.or.jp/

花巻商工会議所

〒025-0075 岩手県花巻市花城町10-27
Tel: 0198-23-3381 Fax: 0198-23-2324
http://www.hanamaki-cci.or.jp

北上商工会議所

〒024-0031 岩手県北上市青柳町2-1-8 北上商工会館
Tel: 0197-65-4211 Fax: 0197-64-2656
http://www.kitakamici.jp

横手商工会議所

〒013-0021 秋田県横手市大町7-18
Tel: 0182-32-1170 Fax: 0182-33-5642
http://www.yokotecci.or.jp

酒田商工会議所

〒998-8502 山形県酒田市中町2-5-10
Tel: 0234-22-9311 Fax: 0234-22-9310
http://www.sakata-cci.or.jp

天童商工会議所

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

会津若松商工会議所

〒965-0816 福島県会津若松市南千石町6-5
Tel: 0242-27-1212 Fax: 0242-27-1207
http://www.aizu-cci.or.jp/

北陸信越

上越商工会議所

〒943-8502 新潟県上越市新光町1-10-20
Tel: 025-525-1185 Fax: 025-522-0171
http://www.jocci.jp/

三条商工会議所

〒955-8603 新潟県三条市須頃1-20
Tel: 0256-32-1311 Fax: 0256-32-1310
http://www.sanjo-cci.or.jp

燕商工会議所

〒959-1200 新潟県燕市東太田6856
Tel: 0256-63-4116 Fax: 0256-63-8705
http://www.tsubame-cci.or.jp/

小千谷商工会議所

〒947-8691 新潟県小千谷市本町2-1-5 小千谷商工福祉会館
Tel: 0258-81-1300 Fax: 0258-83-3632
http://www.ojiyacci.org

糸魚川商工会議所

〒941-8601 新潟県糸魚川市寺町2-8-16
Tel: 025-552-1225 Fax: 025-552-8860
http://www.itoigawa-cci.or.jp

新井商工会議所

〒944-0048 新潟県妙高市下町7-1
Tel: 0255-72-2425 Fax: 0255-73-7525
http://www.araicci.jp/

加茂商工会議所

〒959-1313 新潟県加茂市幸町2-2-4
Tel: 0256-52-1740 Fax: 0256-52-4100
http://kamocci.or.jp

高岡商工会議所

〒933-8567 富山県高岡市丸の内1-40
Tel: 0766-23-5000 Fax: 0766-22-6792
http://www.ccis-toyama.or.jp/takaoka/

黒部商工会議所

〒938-0014 富山県黒部市植木23-1
Tel: 0765-52-0242 Fax: 0765-52-2650
http://www.ccis-toyama.or.jp/kurobe/

小松商工会議所

〒923-8566 石川県小松市園町二の1
Tel: 0761-21-3121 Fax: 0761-21-3120
http://www.komatcci.or.jp/

七尾商工会議所

〒926-8642 石川県七尾市三島町70-1 七尾産業福祉センター
Tel: 0767-54-8888 Fax: 0767-54-8811
http://www.nanao-cci.or.jp/

輪島商工会議所

〒928-0001 石川県輪島市河井町20部-1-1
Tel: 0768-22-7777 Fax: 0768-22-7707
http://www.wajimacci.or.jp

上田商工会議所

〒386-8522 長野県上田市大手1-10-22
Tel: 0268-22-4500 Fax: 0268-25-5577
http://www.ucci.or.jp/

松本商工会議所

〒390-8503 長野県松本市中央1-23-1
Tel: 0263-32-5355 Fax: 0263-33-1020
http://www.mcci.jp

岡谷商工会議所

〒394-0021 長野県岡谷市郷田1-4-11
Tel: 0266-23-2345 Fax: 0266-22-9056
http://www.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
http://www.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
http://www.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
http://www.chinocci.or.jp

佐久商工会議所

〒385-0051 長野県佐久市中込2976-4
Tel: 0267-62-2520 Fax: 0267-62-3521
http://www.sakucchi.or.jp/

飯山商工会議所

〒389-2253 長野県飯山市大字飯山2239-1
Tel: 0269-62-2162 Fax: 0269-63-3191
http://www2.ocn.ne.jp/~iicci/

関東

下館商工会議所

〒308-0031 茨城県筑西市田中町丙360
Tel: 0296-22-4596 Fax: 0296-25-0412
http://www.inetcci.or.jp/~simodate/

足利商工会議所

〒326-8502 栃木県足利市通3-2757
Tel: 0284-21-1354 Fax: 0284-21-6294
http://www.watv.ne.jp/~ashikaga

鹿沼商工会議所

〒322-0031 栃木県鹿沼市睦町287-16
Tel: 0289-65-1111 Fax: 0289-65-1114
http://www.kanumacci.org

日光商工会議所

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

大田原商工会議所

〒324-0051 栃木県大田原市山の手1―1―1皇漢堂ビル1・2F
Tel: 0287-22-2273 Fax: 0287-22-7643
http://www.ohtawaracci.or.jp/

行田商工会議所

〒361-0077 埼玉県行田市忍2-1-8
Tel: 048-556-4111 Fax: 048-556-0059
http://www.gyoda-cci.or.jp

佐原商工会議所

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

青梅商工会議所

〒198-8585 東京都青梅市上町373-1
Tel: 0428-23-0111 Fax: 0428-23-1122
http://omecci.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
http://www.atsugicci.or.jp/

富士吉田商工会議所

〒403-0004 山梨県富士吉田市下吉田1643-1
Tel: 0555-24-7111 Fax: 0555-22-6851
http://www.fyoshidacci.or.jp/

富士商工会議所

〒417-8632 静岡県富士市瓜島町82
Tel: 0545-52-0995 Fax: 0545-52-9796
http://www.fuji-cci.or.jp/

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
http://www.iwata-cci.or.jp/

東海

大垣商工会議所

〒503-8565 岐阜県大垣市小野4-35-10 大垣市情報工房
Tel: 0584-78-9111 Fax: 0584-78-9112
http://www.ogakicci.or.jp/

神岡商工会議所

〒506-1111 岐阜県飛騨市神岡町東町378 神岡町公民館内
Tel: 0578-82-1130 Fax: 0578-82-5870
http://www.kamiokacci.or.jp

半田商工会議所

〒475-0874 愛知県半田市銀座本町1-1-1
Tel: 0569-21-0311 Fax: 0569-23-4181
http://www.handa-cci.or.jp

蒲郡商工会議所

〒443-8505 愛知県蒲郡市港町18-23
Tel: 0533-68-7171 Fax: 0533-68-0339
http://www.gamagoricci.or.jp/

刈谷商工会議所

〒448-8503 愛知県刈谷市新栄町3-26
Tel: 0566-21-0370 Fax: 0566-24-6049
http://www.kariya-cci.or.jp/

安城商工会議所

〒446-8512 愛知県安城市桜町16-1
Tel: 0566-76-5175 Fax: 0566-76-4322
http://anjo-cci.or.jp

西尾商工会議所

〒445-8505 愛知県西尾市寄住町若宮37
Tel: 0563-56-5151 Fax: 0563-57-0002
http://www.nishio.or.jp

津島商工会議所

〒496-8558 愛知県津島市立込町4-144 津島商工会議所会館
Tel: 0567-28-2800 Fax: 0567-24-2805
http://www.tsushima-cci.or.jp/

四日市商工会議所

〒510-8501 三重県四日市市諏訪町2-5
Tel: 059-352-8191 Fax: 059-354-3737
http://www.yokkaichi-cci.or.jp

桑名商工会議所

〒511-8577 三重県桑名市桑栄町1-1
Tel: 0594-22-5155 Fax: 0594-21-5156
http://www.kuwana.ne.jp/chamber/

上野商工会議所

〒518-0873 三重県伊賀市上野丸之内36-1
Tel: 0595-21-0527 Fax: 0595-24-3857
http://www.iga-ueno.or.jp/

鳥羽商工会議所

〒517-0022 三重県鳥羽市大明東町1-7
Tel: 0599-25-2751 Fax: 0599-26-4988
http://www.toba.or.jp

近畿

敦賀商工会議所

〒914-0063 福井県敦賀市神楽町2-1-4
Tel: 0770-22-2611 Fax: 0770-24-1311
http://www.tsuruga.or.jp

近江八幡商工会議所

〒523-0893 滋賀県近江八幡市桜宮町231-2
Tel: 0748-33-4141 Fax: 0748-32-0765
http://8cci.com

京都商工会議所

〒604-0862 京都府京都市中京区烏丸通夷川上ル
Tel: 075-212-6400 Fax: 075-255-1985
http://www.kyo.or.jp/kyoto/

大阪商工会議所

〒540-0029 大阪府大阪市中央区本町橋2-8
Tel: 06-6944-6211 Fax: 06-6944-6250
http://www.osaka.cci.or.jp/

岸和田商工会議所

〒596-0045 大阪府岸和田市別所町3-13-26
Tel: 072-439-5023 Fax: 072-436-3030
http://www.kishiwada-cci.or.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
http://www.kobe-cci.or.jp

尼崎商工会議所

〒660-0081 兵庫県尼崎市昭和通3-96
Tel: 06-6411-2251 Fax: 06-6413-1156
<http://www.amacci.or.jp/>

本和高田商工会議所

〒635-0095 奈良県本和高田市大中106-2
Tel: 0745-22-2201 Fax: 0745-22-2277
<http://www.yamatotakada-cci.or.jp>

橋本商工会議所

〒648-0073 和歌山県橋本市市脇1-3-18
Tel: 0736-32-0004 Fax: 0736-33-3326
<http://www.hashimoto-cci.or.jp/>

中国

府中商工会議所

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

竹原商工会議所

〒725-0026 広島県竹原市中央5-6-28
Tel: 0846-22-2424 Fax: 0846-22-2038
<http://takecci.net>

下関商工会議所

〒750-8513 山口県下関市南部町21-19 下関商工会館内
Tel: 083-222-3333 Fax: 083-222-4094
<http://www.shimonoseki.cci.or.jp/>

徳山商工会議所

〒745-0037 山口県周南市栄町2-15
Tel: 0834-31-3000 Fax: 0834-32-3303
<http://www.tokuyama-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
<http://www.haginet.ne.jp/users/hagi-cci/>

柳井商工会議所

〒742-8645 山口県柳井市中央2-15-1
Tel: 0820-22-3731 Fax: 0820-22-8811
<http://www.yanaicci.or.jp/>

四国

高松商工会議所

〒760-8515 香川県高松市番町2-2-2
Tel: 087-825-3500 Fax: 087-825-3525
<http://www.takacci.or.jp/>

多度津商工会議所

〒764-8508 香川県仲多度郡多度津町東浜6-30
Tel: 0877-33-4000 Fax: 0877-33-4713
<http://www.netwave.or.jp/~tadotsu/>

今治商工会議所

〒794-0042 愛媛県今治市旭町2-3-20
Tel: 0898-23-3939 Fax: 0898-31-6667
<http://www.imabaricci.or.jp>

九州・沖縄

北九州商工会議所

〒802-8522 福岡県北九州市小倉北区紺屋町13-1 毎日西部会館2階
Tel: 093-541-0181 Fax: 0949-531-1799
<http://www.kitakyushucci.or.jp/>

直方商工会議所

〒822-0017 福岡県直方市殿町7-50
Tel: 0949-22-5500 Fax: 0949-25-0471
<http://www.nogata-cci.or.jp>

伊万里商工会議所

〒848-8691 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
<http://www.imari-cci.or.jp>

熊本商工会議所

〒860-8547 熊本県熊本市横紺屋町10
Tel: 096-354-6688 Fax: 096-352-5202
<http://www.kmt-cci.or.jp>

本渡商工会議所

〒863-0022 熊本県天草市栄町1-25
Tel: 0969-23-2001 Fax: 0969-24-3340
<http://www.hondo-cci.or.jp>

津久見商工会議所

〒879-2441 大分県津久見市中央町29-4
Tel: 0972-82-5111 Fax: 0972-82-4666
<http://www.tscci.or.jp/>

竹田商工会議所

〒878-0013 大分県竹田市大字竹田1920-1
Tel: 0974-63-3161 Fax: 0974-63-3163
<http://www.taketa-cci.or.jp/>

日向商工会議所

〒883-0044 宮崎県日向市上町3-15
Tel: 0982-52-5131 Fax: 0982-52-1133
<http://www.miyazaki-cci.or.jp/hyuga/>

延岡商工会議所

〒882-0824 宮崎県延岡市中央通3-5-1
Tel: 0982-33-6666 Fax: 0982-33-6682
<http://www.miyazaki-cci.or.jp/nobeoka/>

出水商工会議所

〒899-0205 鹿児島県出水市本町7-16
Tel: 0996-62-1337 Fax: 0996-63-0552
<http://www.izumi-cci.or.jp/>

いちき串木野商工会議所

〒896-0015 鹿児島県いちき串木野市旭町178
Tel: 0996-32-2049 Fax: 0996-32-9891
<http://www.ikcci.jp/>

平成23年度 小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業

地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト

平成24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