

平成
28
年度

成果報告書

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



NIPPON

新しい食・旅、そして技

日本商工会議所



地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト成果報告書〔平成 28 年度〕

正誤表

記載したプロジェクトのカテゴリに、以下の通り誤りがございました。お詫びして訂正いたします。

ページ	商工会議所名	事業 区分	プロジェクト名	カテゴリ	
				誤	正
2, 14	札幌商工会議所(北海道)	本 1	さっぽろワンハンドスイーツを核とした食べ歩き観光プロジェクト	食 旅	食
2, 20	新庄商工会議所(山形県)	本 1	新庄 S O U L 風土 食開発プロジェクト	食 旅	食
2, 20	長井商工会議所(山形県)	調査	軟水が育む「山形長井・菊芋の里」 6 次産業推進事業	食	食 旅
2, 22	十日町商工会議所(新潟県)	調査	「火焰型土器のクニ 十日町 縄文ツーリズム」プロジェクト事業	旅	食 旅
2, 23	七尾商工会議所(石川県)	本 1	能登七尾の地域資源を活用した商品開発と普及による販路開拓事業	食	食 旅
2, 24	下諏訪商工会議所(長野県)	本 1	酒蔵とパワースポットとまち歩きのコラボによる観光商品開発	旅	食 旅
2, 27	越谷商工会議所(埼玉県)	調査	レイクタウンのシャワー型拡散を通じた集客交流ビジネスの創出	CB	旅
2, 28	佐原商工会議所(千葉県)	調査	佐原の大祭を活用した通年型観光資源作成プロジェクト	CB	旅
2, 28	佐原商工会議所(千葉県)	本 2	伊能忠敬翁の地域経営手法を範にとる佐原地域ぐるみビジネス展開プロジェクト	旅	技 旅
2, 31	袋井商工会議所(静岡県)	本 1	「花火のまち袋井」エリア観光で賑わうまちづくりプロジェクト	旅	食 旅
3, 34	大府商工会議所(愛知県)	本 2	健康ちよい旅 in おおぶ	食 旅	旅
3, 41	宿毛商工会議所(高知県)	本 1	宿毛旅がきっかけ「体感」健康増進プロジェクト	旅	食 旅
3, 45	宇佐商工会議所(大分県)	本 1	異業種連携による「宇佐のチカラ」発信事業	食 旅	食
3, 46	那覇商工会議所(沖縄県)	本 1	琉球王朝大交易の歴史を資源とする那覇市の地域ブランディング	技	技 旅

はじめに

「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト（正式名称：小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業）」は、日本商工会議所が、中小企業庁の補助を受け、平成 18 年度から実施している事業です。各地域が地域に埋もれた資源を発掘し、それを活用して新たな特産品や観光商品の開発、およびその販路拡大などを行う取り組みを、全国の商工会議所を通じて支援するものです。

平成 28 年度は、事業計画の策定を行う「調査研究事業」が 22 件、全国規模のマーケットを狙った特産品や観光商品の開発およびその販路拡大を行う「本体事業 1 年目」が 37 件、そして、以前に本体事業で取り組んだ内容のブラッシュアップを行う「本体事業 2 年目」が 7 件の計 66 のプロジェクトを実施しました。

また、当所では全国各地のプロジェクトを側面から支援すべく、円滑な業務遂行をアドバイスする専門家の派遣や、専門家による商品の改良から販売戦略の立案、商談のアドバイスまでをサポートする一貫支援事業を実施しました。さらに、販路開拓支援の一環として、共同展示商談会やテストマーケティングを行ったほか、本プロジェクトで開発された商品をカタログにして、冊子やホームページを通してバイヤー向けに情報発信いたしました。

本書は、平成 28 年度に実施された 66 のプロジェクトの主な事業内容や今後の展開等について取りまとめたものです。全国規模のマーケットを狙う小規模事業者・中小企業、および地域活性化を図る商工会議所の皆様の参考資料としてご活用いただければ幸いに存じます。

最後に、本書の作成にあたり多大なご支援、ご協力をいただきました各地商工会議所のご担当者をはじめ、中小企業庁、関係機関等、各プロジェクトの推進に携わった皆様に対しまして、改めて、厚く御礼申し上げます。

平成 29 年 3 月
日本商工会議所

はじめに	001
「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」の概要	004
注目プロジェクト	
出雲商工会議所「食」	006-007
川越商工会議所「技」	008-009
新庄商工会議所「旅」	010-011

平成28年度 事業成果報告

 食に関連するプロジェクト	 調査研究事業
 技に関連するプロジェクト	 本体事業1年目
 旅に関連するプロジェクト	 本体事業2年目
 コミュニティビジネス	 共同実施案件

北海道	札幌商工会議所(北海道)	  	14
	さっぽろワンハンドスイーツを核とした食べ歩き観光プロジェクト		
	北見商工会議所(北海道)	  	14
	オホーツクの魅力を集めて認知度アップ!〜地域連携事業		
富良野商工会議所(北海道)	富良野商工会議所(北海道)	 	15
	まち歩きナビゲーション開発事業		
	美幌商工会議所(北海道)	 	15
	体験・コミュニティを活かした滞留型観光客創出事業		
登別商工会議所(北海道)	登別商工会議所(北海道)	  	16
	地域間連携事業「室蘭・伊達・登別魅力再発見プロジェクト」		
盛岡商工会議所(岩手県)	盛岡商工会議所(岩手県)	 	16
	「VISIT MORIOKA」プロジェクト		
	奥州商工会議所(岩手県)	 	17
	伝統的工芸品「岩谷堂筆筒」の技術をいかした新商品開発・普及事業		
久慈商工会議所(岩手県)	久慈商工会議所(岩手県)	  	17
	久慈産「琥珀」を活用した新商品開発及び地域ブランディング事業		
白石商工会議所(宮城県)	白石商工会議所(宮城県)	 	18
	蔵王山麓の素材とeコマースによる「白石三白」ブランド化事業		
秋田商工会議所(秋田県)	秋田商工会議所(秋田県)	 	18
	海外にも適用する工芸ブランド化〜芸術と文化の街あきた〜		
酒田商工会議所(山形県)	酒田商工会議所(山形県)	 	19
	豪商の面影を残す歴史的資源等を活用した体験企画発信事業		
鶴岡商工会議所(山形県)	鶴岡商工会議所(山形県)	   	19
	城下町×食文化×シルクによる鶴岡観光価値開発プロジェクト		
新庄商工会議所(山形県)	新庄商工会議所(山形県)	  	20
	新庄SOUL風土 食開発プロジェクト		
長井商工会議所(山形県)	長井商工会議所(山形県)	 	20
	軟水が育む「山形長井・菊芋の里」6次産業推進事業		
天童商工会議所(山形県)	天童商工会議所(山形県)	 	21
	天童の歴史・人物・文化を活用した誘客増の調査研究		
小千谷商工会議所(新潟県)	小千谷商工会議所(新潟県)	   	21
	今が旬!おぢや観光プロジェクト 〜新たな魅力の創造と発信〜		

北陸信越	糸魚川商工会議所(新潟県)	  	22
	古代浪漫・賢く麗しい「奴奈川姫」ブランド化プロジェクト		
	十日町商工会議所(新潟県)	 	22
	「火焰型土器のクニ 十日町 縄文ツーリズム」プロジェクト事業		
加茂商工会議所(新潟県)	加茂商工会議所(新潟県)	  	23
	加茂SAKEプロジェクト 〜 酒と鮭を活用した観光開発		
七尾商工会議所(石川県)	七尾商工会議所(石川県)	 	23
	能登七尾の地域資源を活用した商品開発と普及による販路開拓事業		
下諏訪商工会議所(長野県)	下諏訪商工会議所(長野県)	 	24
	酒蔵とパワースポットとまち歩きのコラボによる観光商品開発		
飯山商工会議所(長野県)	飯山商工会議所(長野県)	 	24
	飯山仏壇「新スタイル仏壇」開発プロジェクト事業		
千曲商工会議所(長野県)	千曲商工会議所(長野県)	 	25
	吾都「アプリコット・ドリンク」プロジェクト		
ひたちなか商工会議所(茨城県)	ひたちなか商工会議所(茨城県)	  	25
	「ほしいも」魅力発信プロジェクト		
佐野商工会議所(栃木県)	佐野商工会議所(栃木県)	  	26
	天明(てんみょう) 鋳物を資源とした体験型産業観光ルートの開発		
高崎商工会議所(群馬県)	高崎商工会議所(群馬県)	 	26
	都市観光の推進による域外資金獲得に向けた新観光ルートの発掘		
深谷商工会議所(埼玉県)	深谷商工会議所(埼玉県)	  	27
	深谷『波沢栄一』のまち物語プロジェクト		
越谷商工会議所(埼玉県)	越谷商工会議所(埼玉県)	 	27
	レイクタウンのシャワー型拡散を通じた集客交流ビジネスの創出		
佐原商工会議所(千葉県)	佐原商工会議所(千葉県)	 	28
	佐原の大祭を活用した通年型観光資源作成プロジェクト		
佐原商工会議所(千葉県)	佐原商工会議所(千葉県)	 	28
	伊能忠敬翁の地域経営手法を範にとる佐原地域ぐるみビジネス展開プロジェクト		
甲府商工会議所(山梨県)	甲府商工会議所(山梨県)	  	29
	マンガ・アニメと地域資源を融合したコンテンツ活用による新観光創出事業		
富士吉田商工会議所(山梨県)	富士吉田商工会議所(山梨県)	 	29
	富士山を活かしたブランド商品作り		
富士吉田商工会議所(山梨県)	富士吉田商工会議所(山梨県)	 	30
	富士山まちなか文化遺産を活用した観光商品開発		
三島商工会議所(静岡県)	三島商工会議所(静岡県)	  	30
	新四ツ辻文化の街・三島 温故創新プロジェクト		
島田商工会議所(静岡県)	島田商工会議所(静岡県)	 	31
	島田ふ〜ど(風土×FOOD)プロジェクト		
袋井商工会議所(静岡県)	袋井商工会議所(静岡県)	 	31
	「花火のまち袋井」エリア観光で賑わうまちづくりプロジェクト		
岐阜商工会議所(岐阜県)	岐阜商工会議所(岐阜県)	 	32
	岐阜シャツプロジェクト 美濃和紙を活用した和装製品の販路開拓		
高山商工会議所(岐阜県)	高山商工会議所(岐阜県)	 	32
	「飛騨の匠街道」街道観光事業		
瑞浪商工会議所(岐阜県)	瑞浪商工会議所(岐阜県)	 	33
	リサイクル陶磁器による美濃焼の新たなブランド展開プロジェクト		

東海	名古屋商工会議所(愛知県)	技旅本1	33	産業観光を核としたビジネス客誘致促進プロジェクト
	豊田商工会議所(愛知県)	技調	34	自動車部品の廃材や端材を活かしたアップサイクルプロジェクト
	大府商工会議所(愛知県)	食旅本2	34	健康ちよい旅inおおぶ
	亀山商工会議所(三重県)	コ調	35	遊休資産を活用した創業促進と雇用創造による地域の活性化
	鳥羽商工会議所(三重県)	食旅本2	35	みんなを元気にするワンハンド和食とスイーツ全国発信プロジェクト
関西	大津商工会議所(滋賀県)	旅調	36	「(仮称)みーつびわ湖・大津」開催に向けた調査研究事業
	彦根商工会議所(滋賀県)	食旅本1	36	ひこねアスバラガス・プロジェクト(美食体感&プレミアム)
	彦根商工会議所(滋賀県)	技本2	37	ひこねプレミアム甲冑プロジェクト ～戦国・江戸産業復活～
	泉大津商工会議所(大阪府)	技本1	37	大阪繊維産地活性化プロジェクト
	伊丹商工会議所(兵庫県)	食調	38	地域資源(希少糖・酒等)を活用した特産品開発プロジェクト
中国	総社商工会議所(岡山県)	食本1	38	「フルーツシューケーキ」を核にバンワーど総社を確立する事業
	福山商工会議所(広島県)	食本1	39	ばらの酵母菌で瀬戸内・福山の六次産業を醸すプロジェクト
	府中商工会議所(広島県)	コ本1	39	中心市街地賑わい・地域コミュニティ基幹店育成事業
	防府商工会議所(山口県)	食技旅本2	40	学習意欲の高い女子を中心とした新!『産業観光』ルートの構築
	長門商工会議所(山口県)	食旅調	40	自然酵母ベーカリーの試作研究及び地域資源フル活用ネットワークの構築
四国	須崎商工会議所(高知県)	食本1	41	高知県須崎発!ウツボ全国展開商品開発プロジェクト
	宿毛商工会議所(高知県)	旅本1	41	宿毛旅がきっかけ「体感」健康増進プロジェクト
九州・沖縄	飯塚商工会議所(福岡県)	旅調	42	長崎街道、八木山高原を活かしたまちおこし・地域活性化プロジェクト
	八女商工会議所(福岡県)	技本1	42	八女産オリーブを活用した高品質商品の開発
	柳川商工会議所(福岡県)	旅本1	43	水郷柳河「さげもん舟」運行とまち歩きモニターツアー事業
	小城商工会議所(佐賀県)	食旅本1	43	きになる小城のきになる魅力発見事業
	松浦商工会議所(長崎県)	共技調	44	技術力の見える商品開発とブランド化を目指したファッションプロジェクト ～素材の品質とデザイン性だけでなく着心地と機能性の追求開発～
	水俣商工会議所(熊本県)	コ本1	44	「みなまたキッチン」を中心とした食ビジネス創出プロジェクト
	竹田商工会議所(大分県)	食調	45	地域商社たけたマルシェの食開発事業
	宇佐商工会議所(大分県)	食旅本1	45	異業種連携による「宇佐のチカラ」発信事業
	奄美大島商工会議所(鹿児島県)	食旅本1	46	名瀬まち商店街観光まちづくり委員会観光商品・特産品開発事業
	那覇商工会議所(沖縄県)	技本1	46	琉球王朝大交易の歴史を資源とする那覇市の地域ブランディング
日本商工会議所 側面支援事業報告			047-053	
プロジェクト実施商工会議所連絡先一覧			054-056	

「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

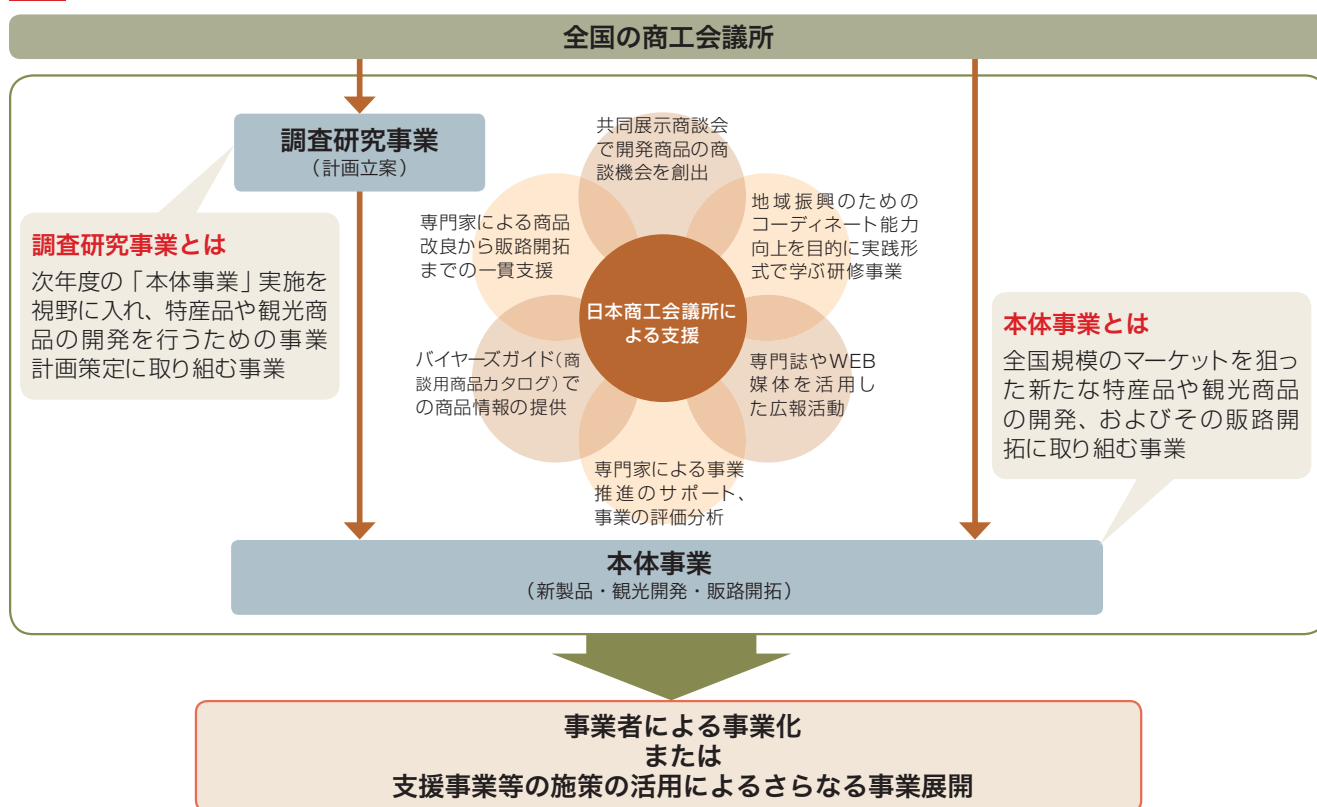
1 事業の目的

地域経済の活性化のためには、地域の小規模事業者の育成が重要である。本事業では、小規模事業者の新規事業展開を支援し、経営力の向上を図ることを目的としている。小規模事業者が多様化する消費者ニーズを的確に把握し、全国規模の市場に向けた製品の開発、事業展開を行えるよう、日本商工会議所と全国の商工会議所が連携して、支援する事業スキームになっている。

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、全国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や観光商品の開発およびその販路開拓について、幅広く支援する。

3 事業スキーム



4 対象事業

- ◎地域の資源（農林水産物・文化・技術など）を活かした新たな製品（特産品など）の開発または改良に関する事業およびその販路開拓または普及に関する事業。
- ◎地域の資源（名所・施設・産業など）を活用した新たなサービス事業や観光資源の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。
- ◎地域の課題（少子高齢化、人口の都市部偏在、過疎など）の解決に資する事業。

5 実施件数 ※商工会議所分のみ

平成18年度	84件（うち共同実施9件）
平成19年度	95件（うち共同実施14件）
平成20年度	96件（うち共同実施8件）
平成21年度	96件（うち共同実施5件）
平成22年度	108件（うち共同実施13件）
平成23年度	93件（うち共同実施5件）
平成24年度	98件（うち共同実施11件）
平成25年度	79件（うち共同実施8件）
平成26年度	81件（うち共同実施10件）
平成27年度	76件（うち共同実施6件）
平成28年度	66件（うち共同実施3件）
(内訳) 調査研究事業	
	22件
本体事業1年目	
	37件
本体事業2年目	
	7件

注目プロジェクト

プロジェクトの成果として生み出された数多くの開発商品。
食・技・旅の3分野で注目されている商品について、
開発背景や成功要因を詳しく紹介する。



古来からある薬草を地域資源として見直し、
具体的な売り先を決めた商品開発が奏功

出雲商工会議所



消滅の危機にあった地域の縞木綿を
粹に使った商品開発で地場産業を再生

川越商工会議所



地域住民にとって迷惑な雪を、逆転の発想で
観光資源化。持続性ある事業を確立へ

新庄商工会議所



古来からある薬草を地域資源として見直し、具体的な売り先を決めた商品開発が奏功

出雲商工会議所 (島根県)

〒693-0011 島根県出雲市大津町 1131-1
電話：0853-23-2411
FAX：0853-23-1144
URL：http://www.izmcci.or.jp/



有限会社あさつ
取締役
キッチンスタジオ
「夢の食卓」代表

浅津知子氏



出雲商工会議所
事務局長

石倉敬久氏



出雲商工会議所
産業振興課 課長

布野直美氏

発想のヒントは出雲国風土記だった

島根県出雲市は、『古事記』や『日本書紀』などで、神々による国造りの舞台として描かれる神話のふるさと。由緒正しい寺社や遺跡群、山海の恵みを生かしたグルメや温泉などの観光資源も豊富。平成25年の本殿遷座祭を中心に進められている出雲大社の「平成の大遷宮」もあって、注目度が高まっている。

そんな出雲で観光に続く新たな産業を興そうという壮大なテーマを掲げてスタートしたのが「出雲“薬草×美活”プロジェクト」だ。

奈良時代に編纂された出雲の歴史書『出雲国風土記』には、61種類にも及ぶ薬草についての記述がみられる。我が国最古の医学書『大同類聚方』が編纂された808年より70年以上も古い記録だ。出雲は古代日本において、薬草研究の先進地だったと言えるのでは、という発想からスタートしたプロジェクトで、最初にアイデアが提起されたのは平成22年。その後、商工会議所で独自に事業化を模索していたのを、平成26年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として引き継いだ。

時を同じくして、大手化粧品メーカーが調査した「全

国美肌県ランキング」で、島根県が3年連続1位（平成26年時点）に選ばれたことが話題になっていた。これをヒントにターゲットを女性に絞り込み、「美活」の要素を加え、“薬草×美活”というテーマが導き出された。

若手女性チームに商品開発を一任

調査研究事業では、薬草をどのように利用するか検討するところから始めた。また、風土記に記載された61種類の薬草から効能や加工のしやすさなどを基準に、利用する薬草を10種類まで絞り込んだ。薬草を練りこんだ和菓子、薬膳カレー、入浴剤などの案が出され、試作を試みたが、その後の展開に目途が立ったわけではなかった。

プロジェクトを取りまとめる石倉氏は、平成27年に本体事業に取り組むにあたり、自ら動いてモノづくりができる実働部隊のような存在が必要だと感じていた。この時ヒントになったのは、日本商工会議所主催の人材育成セミナーで訪問した小樽商工会議所の取り組みだ。同商工会議所の若手女性チームによる商品開発を成功させたケースを参考に、プロジェクトメンバーを女性に絞って選抜。事務局として布野氏、監修者として、料理研究家で食育や薬草の利用にも詳しい浅津知子氏を招き、デザイン関係、栄養士、コンサルタントなど、多種多様な頑張る女性たちが計8人集まる「いずも薬草女子部」を創設。商品開発を一任した。

石倉氏の目論見通り、女子部のメンバーはそれぞれ自ら精力的に動き、薬膳スープ、薬草入りウイロウ、玄米クッキーなど様々なアイデアを発案し、試作をした。



委員自ら試作品を開発した。写真は浅津氏が代表を務める料理教室での商品開発の様子

妥協せずこだわりぬいた成果

ところが、どれも製品化には至らない。これには、女子部自身で作った商品開発のルールに要因があった。添加物や白砂糖の不使用、グルテンフリーなど、こだわればこだわるほど自分たちの首を絞める。そうした紆余曲折の末、たどり着いたのが抗酸化作用が確認されている薬草「アカメガシワ」を使用したシリアルバーだった。翌年2月には「feel NIPPON 春 2016」への出展が決まっており、ぎりぎりのタイミングだった。



ギフトショーのブースデザインも自分たちで考案。結果は好評で多くの人が訪れた。

実は、女子部メンバーは一度だけ、自分たちで決めたルールを断念しかけたことがある。商品開発の先頭に立ち、自ら試作品づくりにも取り組んだ浅津氏は、『『時間的に無理、小麦粉を使おう』と提案したら、『先生、もう少しがんばりましょう』と説得されてなんとか押しとどまりました。そこでやめていたら、どこにでもある製品と同じになっていたかもしれない』と振り返る。

とにかく、シリアルバーとクッキーの2種類の商品が完成。東京ビッグサイトで開催する「feel NIPPON 春 2016」への出展で上京する機会に合わせ、商品が完成したら商談に行こうと以前から決めていた「ナチュラルローソン」（運営会社は㈱ローソン）を訪問。商品コンセプトやパッケージデザインが健康志向の商品を扱う同社のストアコンセプトに合っていると、商品を一目で気に入ってくれた担当者は、その場で契約を了承。130店全店で販売することが決まった。仕事の合間に手軽に口にできる商品へのこだわりを貫き、決して商品化をあきらめなかったことが結果を導いた。

働く女性らを「お守りのように応援する」というメ



出雲に自生する薬草アカメガシワ。成熟すると赤く染まる



「都会の頑張る女性たちへ、食べるお守り」というコンセプトで開発されたシリアルバーとクッキー

ッセージを込めて「食べるお守り」とネーミングし、商標登録した。実際に、平成28年10月から発売されると、大豆と米粉のシリアルバーと米粉のクッキーを合わせて初回納品の3000個をすぐに消化。発売から3カ月余りで7000個を追加納品するなど順調に売り上げを伸ばしており、生産が追いつかず新規の販路開拓ができないほどだ。

SNSの活用など議論の進め方も工夫

本体事業がスタートした平成27年6月から、翌年2月まで、実質8カ月でこれだけの結果を出した要因はどこにあるのか。

一つは、単に思いだけで商品にこだわったわけではなく、最初から売り先を決めて、そこに照準を合わせた商品を開発したことがある。

「本体事業に入ってからすぐ、まだ商品もできていない段階で、販売先をナチュラルローソンに決めていました。採用されるあてはありませんでしたが、ゴールを明確にすることが重要でした」（布野氏）。

結果としてナチュラルローソンとの契約が成立したが、「仮に、だめだったとしても他のルートが見つかったでしょう。それだけ高い競争力の商品ができた」と石倉氏は言う。

もう一つの秘訣は、プロジェクトの進め方にあった。

調査研究事業の段階では、会議の場で議論したことを持ち帰って次の会議までに各自考えておくというサイクルだったが、それでは間に合わない。本体事業に入ってから、女子部メンバーがそれぞれ主体的に行動し、持ち合ったものを会議の場で可否判断する方式をとった。この際、活用したのがSNSだ。アイデアが閃いたり、問題に突き当たったりすると、その都度SNSに投稿。ほかのメンバーがアイデアを補完する情報を提供したり、問題解決手段を提案したりするなど、会っていないときもSNS上で活発に意見交換され、急速に議論が進んだのだという。

今後はさらに、薬草を使った加工食品を「食べるお守り」シリーズとして展開するとともに、次の展開として、薬草と美活の街という新たな魅力を発信し、市全体の活性化につなげていきたい考えだ。

消滅の危機にあった地域の縞木綿を 粋に使った商品開発で地場産業を再生

川越商工会議所 (埼玉県)

〒350-8510 埼玉県川越市仲町1番地12
TEL: 049-229-1810
FAX: 049-225-2101
URL: <https://www.kawagoe.or.jp>



呉服笠間
四代目
笠間美寛氏



株式会社丸広百貨店
新規事業開発部長
伊藤敏幸氏



川越商工会議所
経営支援部主査
江田哲也氏

幕末の江戸で一大ブームを作った織物



粋な縦縞が江戸っ子の心
をとらえた川越唐棧

埼玉県川越市はその昔、大都市・江戸で消費される大量の物資の供給基地として繁栄し、“小江戸”と呼ばれていた頃の風情を残す蔵の街並みや徳川家由来の喜多院、川越まつりなど歴史の面影をいまに残す街だ。

そんな古い文化の残る川越市で、貴重な歴史遺産が消滅の危機にあった。その名も「川越唐棧(かわごえとうざん)」という。綿なのに絹のような光沢と手触り、粋な縦縞が江戸っ子の心をとらえ、幕末に一大ブームを巻き起こした川越特産の織物だ。

江戸の粋を今に伝える織物だが、すでに生産は途絶え、市内の呉服店などでわずかに残る在庫が尽きれば、その歴史に幕を下ろしかねない瀬戸際にあった。そこで川越商工会議所が提起したのが、「川越唐棧 Reborn プロジェクト」だった。

高校生のアイデアが 新たな息吹を与えた

調査事業としてスタートした平成25年、まず取り組んだのが、川越唐棧の新たな活用の道を探ること。着物市場そのものが縮小しているため、既存の粋を超え

る発想が求められた。

ここでカギになったのが、委員として参加した県立川越工業高校の存在である。明治40年に川越染織学校として開校し、現在もファッション業界で働く人材を育てる同校では、川越唐棧の新たな活用のアイデアを、生徒への夏休みの宿題にした。この結果、140件ものアイデアが集められた。

委員の一人で、現在も川越唐棧の取り扱いを続けている呉服笠間の四代目笠間美寛氏は、「私たち大人がどれだけ議論しても決して出てこない発想を、川越工業高校の先生が高校生たちから引き出してくれた」と振り返る。

寄せられたアイデアを委員会で選考し、優秀な作品を表彰。さらに、アイデア案を市主催の産業フェスタに出展し、訪れた人に意見を求めた。この中に、後に



高校生たちが考えた川越唐棧の活用アイデア

実際に製作された、川越唐棧を使ったエプロンの原型といえるアイデアが出ていた。高校生たちの斬新なアイデアが伝統の特産品に新たな息吹をもたらした。

川越商工会議所は、幅広い層の意見を集めるため、川越唐棧とは直接関係ない事業者、川越市、観光協会、地域活動を行うNPOなどあらゆる立場の人に参画してもらい、当初から、産学官の参加を意識したプロジェクトを志向していた。

JR東日本の豪華列車に採用が決定

調査研究事業によって、川越唐棧復活のカギは認知度にあるとらんだ。歴史の表舞台から姿を消して久しく、市民に対する調査でさえ認知度は10%を切るのが現状だ。そこで、本体事業に入った平成26年からは、新商品開発による川越唐棧の認知度の向上をテーマとし、その具現化の一步として、川越唐棧を素材とするエプロンの製作に着手した。

エプロンの試作品は、本体事業2年目の平成27年度にも改良版を製作。それぞれ、市の産業フェスタや平成28年2月に日本商工会議所と共同出展した「feel NIPPON 春 2016」(於：東京ビッグサイト)などの機会を活用して商品をアピールした。

「目で見て、手で触ることのできる実物ができたのは大きなインパクトだった。反物だけだったらここまでの展開になったかどうか分からない」(笠間氏)。

来場者は、呉服業界の関係者ではなく唐棧自体を見るのも聞くのも初めての人ばかり。素材を見せられただけではイメージがわからなかったかもしれないが、商品のサンプルができたことで現代風のテイストにも合うことをアピールできた。結果的に、試作品のエプロンは、原料費や製作費がかさみ、市販するには高価すぎ、一般販売する計画は断念せざるをえなかった。

ところが、同プロジェクトは思わぬところに波及していった。共同展示商談会「feel NIPPON 春 2016」に出展した際、JR 東日本の関係者の目に留まったことがきっかけとなり、豪華列車「TRAIN SUITE 四季島」の乗客が着る浴衣として川越唐棧の採用が正式に決定した。列車の運行開始は平成29年5月の予定で、その



「feel NIPPON 春 2016」での模様がNHKで放映された

前後には露出度が一挙に高まることが予想される。

特産品への思いが時代を動かした

こうした実績の背景には2つの大きな要因があった。

一つは、委員としても参加する地元の老舗デパート丸広百貨店が、川越唐棧をワンポイントに使ったオリジナルのワイシャツを同時期に売り出したことだ。プロジェクトとは別に動いていたものだが、うまくタイミングが一致。平成26年4月に商品が発表され、話題になっていた。

丸広百貨店側は、プロジェクトを通して、商工会議所、市役所、観光協会と連携ができ、ワイシャツの発売時には、川越市長をゲストに招いて「川越フェア」として大々的な催事を打ち出したことで、マスコミなどで大きく報じられた。川越唐棧使いのワイシャツはヒットし、毎年、新作を発表する定番商品に育っている。

「当社としても時期が非常によかった。商工会議所が中心になってくれたことで、行政や商工業者など市全体で特産品を盛り上げていこうという機運が盛り上が



ワイシャツや財布、帽子などアイテムが増え特産品として復活しつつある

った。いち百貨店がオリジナル商品を出したというだけでは、ここまで注目されなかったでしょう」(伊藤氏)

こうした相乗効果で一気に川越唐棧の露出が増した結果、川越唐棧の認知度は、平成27年に市の産業フェスタで行ったアンケートでは60%と、3年前に同じ会場で調査したときより大幅に向上していた。

もう一つ、カギになったのが、同プロジェクト委員会の意識が一致していたことだ。

「かかわった委員全員が、地元の特産品を絶やしてはいけないというところにフォーカスしたことで、いろいろな事柄を動かす原動力になった」(江田氏)。

中でも大きかったのが、懸案だった川越唐棧の生産再開に向けて目途がたったことだろう。それも、川越工業高校の卒業生のネットワークからとりつき、プロジェクトの意義に共感した織元が現われたからだという。

今後は、プロジェクトの成果を呉服業界だけではなく、他の産業につなげていくことを次の課題として取り組んでいく考えだ。

地域住民にとって迷惑な雪を、逆転の発想で観光資源化。持続性ある事業を確立へ

新庄商工会議所 (山形県)

〒996-0022 山形県新庄市住吉町3番8号
電話：0233-22-6855
FAX：0233-22-6857
URL：http://www.sjcci.or.jp/



有限会社トランス
オーシャンツーリスト
専務取締役
鳥村成実氏



新庄観光協会
事務局長

大類好一氏



株式会社もがみ
物産協会
常務取締役

津藤真知子氏



新庄商工会議所
総務課長

佐藤亜希子氏

最初は誰もが無理だと考えた



大人も楽しむ雪遊び。スノーモービル体験の様子

山形県北部に位置する新庄市は、日本有数の豪雪地帯として知られる。寒さの厳しい1月から2月になると積雪量は平均1メートルを越え、4月中旬ごろになってやっと土が顔をだす。1年の3分の1が雪の中だ。現在では除雪車や融雪設備などが配備され、状況は改善されたものの、ひと昔前までは、冬になると交通機関は機能せず、人々は春がくるまで家の中でじっと耐えるしかなかった。

そんな新庄市で、雪を観光資源として利用しようという逆転発想のプロジェクトが立ち上がったのは、平成26年のことだった。

この案が商工会議所内で最初に発表されると、みな唖然とした。地域に住む者にとって、雪は自分たちを苦しめる厄介な存在でしかない。雪に覆われている間は、どこにも行けず何もできない。そんな地域に観光客が来るはずがない、と。

なぜ雪を観光資源にしようと考えたのか。新庄市には、ユネスコ無形文化遺産にも登録された、日本一の山車行列と称される夏の風物詩「新庄まつり」や国指定名勝の八向楯（やむきたて）など観光資源はある。しかし、宿泊施設が圧倒的に足りないうえ、雪に閉ざされる1年の3分の1は観光資源に乏しく、営業すらできないことがネックだった。この点が解消されれば宿泊業が育ち、地域の活性化にもなると考えたのだ。

自分ごととして 自ら主体的に動ける委員会を

何とか動き出したプロジェクトだったが、有識者に意見を求めても、みな一様に否定的。旅行会社に相談しても、「冬の新庄で観光は無理」と取り付く島もない。事務局を託された佐藤氏は、「これは委員の選定がカギになると思った」という。

新庄商工会議所で過去に行ってきた委員会は、業界のトップを招いて商工会議所が提起した案を承認してもらう、というパターンのものが多かった。今回の案件は、それでは何も進まない。自分ごととしてとらえ、自ら主体的に動ける委員会にする必要がある。そのために、佐藤氏は「委員を自分に決めさせてほしい」と直談判した。

知己を得た観光業者や市外で活躍した経験のある若手クリエイター、市外から嫁いできた子育て情報誌の編集長など、「これは」と狙い定めた人材を一人ひとり口説き落とした。

そうして集まった委員による会合が開かれたとき、意外なことが起こった。それまで誰に聞いても雪に対



かまくら体験の様子。モニターツアーの成功で雪観光の実現を確信した

して否定的な意見しか聞かれなかったのに、その場では、「そういえば、子供のころは雪遊びが楽しかった」という話題で盛り上がった。ゲタに竹を打ち付けてスキー替わりにする「竹ゲタ」、手製の箱型ソリで雪原をすべる「箱ソリ」、建物の2階まで降り積もった雪の段差を利用した「雪すべり」はもちろん、新雪をかき分けて人道をつくる作業「はでやら漕ぎ」でさえ子供たちにとっては楽しい遊びだった。

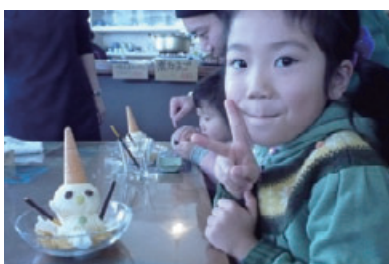
委員長を務めた鳥村氏は、「大人になると嫌な雪も、子供のころは楽しかったし、雪の降るのが待ち遠しくすらあった。いまの子供たちだってきっと楽しんでくれるに違いない」と考えるようになった。

その後、雪観光の先進地を実地調査するなどの活動を行う中で、自分たちが勝手に否定してただけで、雪は観光資源になるという理解が周りにも広がり、プロジェクトに注がれる視線も変化していった。

困難を克服し雪観光を実現

とはいえ、本当に観光客がきてくれるという確信が欲しい。そこで、本体事業に入る前に、新庄商工会議所の自主事業として、首都圏と宮城県に住む家族を対象とした、「雪国の暮らし親子体験ツアー」を実施した。結果は好評で、特に印象的だったのは、子供だけでなく大人まで楽しんでる姿だった。

観光物産店を通じて地域の情報を発信してきた津藤氏は言う。「それまで半信半疑でしたが、あれで確信に変わりました。こんなに喜んでくれるのならやる価値はある」。



ふるさと歴史センター内の喫茶コーナーでの「雪だるまアイスづくり体験」



平成27年度の雪国ワンダーランドは2カ月間の週末だけで200人の観光客が訪れた

平成27年、本体事業に入ると、冬でも楽しめる観光スポットと雪遊びを組み合わせたツアー企画の立案、商品化といった事業に着手する一方、シンボリックな活動として「雪国ワンダーランド」の構想が持ち上がった。新庄駅から徒歩3分という立地にありながら、冬の間は閉鎖されていた公園を会場に、スノーモービルやバナナボート、雪滑りなどを体験できる雪遊びの殿堂とも言うべき場だ。

さっそく施設の営業許可や用具の調達に動いたが、難問だったのは人材の調達。期間は2カ月のみ、週末だけの営業のため、単体での事業化が難しく、継続して運営に携わるスタッフがいなかった。ここで立ち上がったのは、大類氏を中心とする平均年齢70歳の有志4人。自ら雪遊び指導スタッフを買ってでて、スノーモービルインストラクター資格を自主的に取得した。

こうして雪国ワンダーランドの開催が決まると、福島～山形・新庄を走る JR 東日本のリゾート列車「とれいゆつばさ」との連動企画としてさっそく採用が決定。「冬の新庄で観光は無理」というレッテルをはねのけ、雪観光の商品化が実現したのである。

原動力になったのは危機感

誰もが無理だと言ったプロジェクトを成功に導いた原動力は何か。大類氏は「この新庄を何とかしなければという危機感にあった」と話す。

調査研究事業の際、都内で新庄市のイメージ調査を行ったところ、そもそも新庄市の存在を知らない人が8割近くに上り、「ここまで知られていないのか」と愕然とした。そのショックが委員会を奮起させ、モニターツアーの実施を後押しし、モニターツアーの成果が雪国ワンダーランドを実現させ、JR 東日本のツアーへの採用とつながった。さらに、本体事業を卒業した平成28年度にも、自主事業としての継続開催へとつながり、前年度の倍以上の、500人ほどの観光客が国内外から訪れるなど、さらなる盛り上がりを見せている。

一つの結果をだしたが、道はまだ半ば。観光開発によって地域を盛り上げるという目的を達成するまで、新庄商工会議所は歩み続けるという。



各地商工会議所 事業成果報告

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



さっぽろワンハンドスイーツを核とした食べ歩き観光プロジェクト

② 活用した地域資源・素材

砂糖／小豆／小麦／生乳

＞ 主な事業内容

札幌市内の複数の菓子店が“ワンハンドスイーツ”をテーマに新商品を開発し、それを食べながらまち歩きをする新たな観光スタイルの創造を目指す。平成28年度は、市内で開催された菓子イベントにてワンハンドスイーツ試作品のアンケート調査を実施。調査結果を基に試作品を改良し、食べ歩きイベント「さっぽろワンハンドスイーツ食べ歩き体験」を10月29日、30日の2日間実施し、市民や観光客約1,000人が参加した。「観光の魅力になる」「話題性がある」など好意的な意見が寄せられた一方、食べ歩きに関するマナーやごみの問題など、課題も見つかった。

＞ 今後の展開

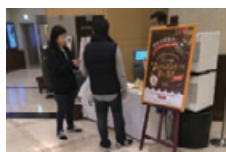
アンケート結果や寄せられた意見を基に、スイーツのサイズや形状、包装の見直しや、効率的なごみ処理方法、飲食エリアの創出等、より食べ歩きしやすい仕組みづくりを目指す。また、平成28年度に実施したワンハンドスイーツ食べ歩きイベントを、課題を修正したうえで今後も実施する予定。来道者が多い観光シーズンに行い、前回よりも多くの菓子店を巻き込むことで、スイーツ食べ歩き文化の定着、菓子店でのワンハンドスイーツの定番メニュー化を目標に取り組みきたい。



菓子イベント出展の様子



各菓子店のワンハンドスイーツ試作品



さっぽろワンハンドスイーツ食べ歩き体験

オホーツクの魅力を集めて認知度アップ! ～地域連携事業

② 活用した地域資源・素材

オホーツクの食材／遺跡／女満別／オホーツク紋別空港

＞ 主な事業内容

オホーツクという広大なエリアにおいて、管内6商工会議所の広域連携のもと、地域内のみならず、域外にも市場を創り出し、観光資源の掘り起こしと空港における観光客ニーズ調査、市場事例調査、WEB調査、さらに、旅程プラン検討、効果的な情報発信についての調査研究を行う。現状課題の検討、それぞれの商工会議所を中心とする広域観光周遊ルートの検討、観光メニューの創出を行い、オホーツク観光売り込みの視点を整理した。ワークショップ形式で委員の意見交換は、委員の豊かな経験と事業化への意欲により、短い時間での実施にもかかわらず有効なネットワーク構築を図ることができた。

＞ 今後の展開

オホーツクの魅力は食材にあり、オホーツクの食文化、習慣などをさらに深掘し情報発信ツールの整備、利用者目線＋儲かる観光目線を改めて検討しなければならない。また、これまでの観光振興体制の見直しの必要性があると各委員から声があがっており、包括的、統一的に観光地経営にあたる専任組織を整備し、オホーツクを一つの塊としてオホーツク観光の振興を推進していかなければならない。今後、オホーツク総合振興局や各市町村、観光協会などの民間組織と連動し、将来的にはDMOの立ち上げを目指していきたい。

② URL <http://kitamicci.or.jp/>

地域連携事業

まち歩きナビゲーション開発事業

④活用した地域資源・素材

中心市街地内観光資源



沖縄県久米島ARアプリFreeWi-Fi調査



沖縄県南風原町ARアプリFreeWi-Fi調査



沖縄県南風原町ARアプリ調査

＞主な事業内容

観光客などの流入人口に対して、まちなか観光を促すための仕掛け作りが欠落しており、まちなか観光施設や地域食材を活用した飲食店の紹介、様々なイベント情報の周知などガイド機能を持った観光客が求めるホスピタリティの向上が急務となっている。この状況を改善するため、ARアプリを活用した「まちなか周遊ナビゲーション」の開発準備として、国内外の観光客に対するニーズ調査、各商店の外国人客の受け入れ状況を調査すると共に、東京都・沖縄県のアプリ開発の先進事例調査を行った。

＞今後の展開

次年度以降、まち歩きナビゲーションのアプリ開発を行う。これにより、国内観光客へのホスピタリティの向上が図られ、より一層のまちなか回遊の促進がはかれる。外国人観光客にも同様の効果がもたらされるが、日本に来訪の際、スマートフォンなどの通信料の負担が大きくなることから、アプリの提供以外にFreeWi-Fiの導入を行うなど、より一層のホスピタリティ向上に向けた取り組みが課題となることが調査によって判明した。

体験・コミュニティを活かした滞留型観光客創出事業

④活用した地域資源・素材

美幌峠／美幌町の豊かな自然



ルディックウォーキングモニター事業参加者



モニター事業(美幌峠でのパノラマ星空観測会開催風景)



モニター事業(美幌峠眺望ヨガプログラム風景)

＞主な事業内容

人口減少による地域経済低迷の中、美幌峠には年間約70万人の観光客が訪れる。その大半が通過型となっており、小規模事業者の持続的発展のために交流人口の増加が地域の課題となっている。その課題に対して、地域資源の掘り起こしを行い新たな体験とコミュニティを活かした美幌峠でのヨガプログラムや星空観測会のモニター事業を実施。参加者から大変喜ばれた。また、多様化する観光客のニーズへの対応と本町の魅力を再発信する目的で30種の観光プランの開発に着手し、今年度中には10のプランを試作開発する。

＞今後の展開

体験・コミュニティを活かした滞留型観光プランの更なる開発と、モニター事業の実施と継続による観光プランのブラッシュアップに取り組んでいく。また、観光客を呼び込むための情報の整理や発信について、より一層関係機関と連携を図りながら、新たな情報発信方法、体制の確立を目指していきます。あわせて、DMOも視野に入れた観光まちづくりを目指した組織体制の構築に向けて取り組み、新たな滞留型観光客の創出による小規模事業者の持続的発展による地域経済の活性化を目指していく。

④URL <http://ccib.or.jp/>

地域間連携事業「室蘭・伊達・登別魅力再発見プロジェクト」

⑤ 活用した地域資源・素材

登別市、室蘭市、伊達市の三市に跨る地域に凝縮されている北海道開拓の足跡



情報発信パンフレット



ツーリズムEXPOジャパン2016に出展



モニターツアーを実施

＞ 主な事業内容

登別市、室蘭市、伊達市の三市に跨る地域を新たな圏域と捉え、圏域に凝縮されている古代から現代に至る北海道開拓の足跡を地域資源として活用することで地域の魅力を高めることを目指して、回遊型、滞在型の体験型観光ルート「まるごと体験 北海道開拓の足跡めぐり」の開発を行った。三つの商工会議所が連携し事業に取り組むことで、各地域に点在する地域資源を集約し、一体的な面としての新たな広域観光圏を構築することができるため、圏域全体の魅力向上に期待が寄せられている。

＞ 今後の展開

登別市、室蘭市、伊達市の三市に跨る地域を新たな観光圏域と捉えたこれまでにない視点で行った取り組みで、三市の地域資源を持ち寄り補完し合うことで総合的な観光地としての魅力向上を図ることができた。今後は、事業で開発した新たな観光資源の基盤をより一層強固なものとするために地域資源の磨き上げを続けていくとともに、商工会議所が中心となり、域内の観光消費を地域の産業振興に最大限波及するよう、小規模事業者などと連携し地域全体の活性化のための仕組みを構築していきたい。

⑤ URL <http://www.noboribetsu.cci.or.jp>

「VISIT MORIOKA」プロジェクト

⑤ 活用した地域資源・素材

盛岡芸妓／歴史的建造物／中津川河畔などの豊かな自然／わんこそばを始めとする食文化／市内循環バス「でんでんむし」など



＜秋モニターツアー＞昼食は盛岡三大種のわんこそば。100杯以上食べた方には手形進呈



＜冬モニターツアー＞盛岡芸妓のお座敷遊び体験



「盛岡芸妓」によるプロモーション動画撮影

＞ 主な事業内容

昨年行った「まちなか調査」の結果を踏まえ、中心市街地において、豊かな時間の過ごし方を提供できる仕組み作りを目的とした。そこに暮らす人々が愛する、盛岡ならではの「ほっこり」とした楽しみ方や盛岡に立ち寄った人が「2～3時間滞在を延ばし、盛岡市内を周遊してみよう」と思わせる「小さな旅」を提案するためのモニターツアーを実施した。既存の観光商品では紹介できなかった「盛岡芸妓」を切り口としてツアー内容に盛り込み新たな旅の提案を行った。併せてプロモーション動画を撮影し、まち歩き魅力を動画サイトにて発信した。

＞ 今後の展開

出張者、温泉客やスキー客、祭り観覧者など盛岡市内で2～3時間の過ごし方を求める声は多く、中心市街地への流入人口拡大は、商店街の賑わいに大きく寄与し、経済効果の増大につながるものである。今回は秋と冬の実施であったが、今後は四季ごとのまち歩きツアーや外国人向けのまち歩きツアーなどを目的別、ターゲット別にコース設定など検討する必要がある。参加者からは、新しい発見、初めての体験ができたこと概ね好評であったが、周知方法や観光客目線での受入れ体制不備等の課題が浮き上がったため、効果的な方策を継続して考えていきたい。

⑤ URL <http://www.ccimorioka.or.jp>

伝統的工芸品「岩谷堂筆筒」の技術をいかした 新商品開発・普及事業

④活用した地域資源・素材

岩谷堂筆筒



現在の岩谷堂筆筒(整理筆筒)



現在の岩谷堂筆筒(階段筆筒)



岩谷堂筆筒全国展開プロジェクト事業委員会

＞主な事業内容

岩谷堂筆筒は、芸術的な工芸品としての高評価は得られているものの、家具としての位置付けは、昨今の住宅事情からみると消費者ニーズからかけ離れてきている。そこで、当地に受け継がれてきた岩谷堂筆筒製造の伝統的技術をいかしながら、現在の消費者のニーズに合う岩谷堂筆筒ブランドの主力商品となり得る新商品の開発を目指した。デザイナーや市場関係者、生産者との意見交換を行い、合わせて家具の市場調査を実施し、現在の伝統技術で作り上げることができる消費者ニーズの高い家具、販売チャネルとは何かを調査した。

＞今後の展開

この事業による調査結果を基に新デザインを取り入れた新商品の試作を行い、消費者アンケートなどで意見を集約しながら開発を進めるとともに、和風旅館などへのB toBの販売も視野に入れながら取り組んでいきたい。岩谷堂筆筒は、東日本では伝統工芸品としての理解があるものの、西日本では知名度が高くないことから、全国展開を目指して、さらなる高品質を追求した生産体制の確立を行いたい。また、将来的には海外輸出のための商品開発を同時に取り組みながら、岩谷堂筆筒産地としての活性化に繋がるものとしていきたい。

④URL <http://www.oshucci.com/>

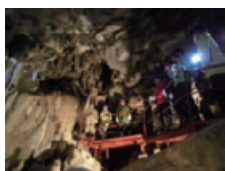
久慈産「琥珀」を活用した新商品開発及び地域ブランディング事業

④活用した地域資源・素材

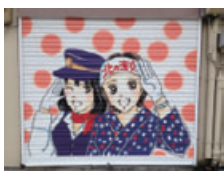
連続テレビ小説「あまちゃん」/琥珀/十二支神社めぐり



久慈産「琥珀」の原石



内間木洞窟を活用したヘルスツーリズム



中心商店街の「あま絵」シャッターアート

＞主な事業内容

NHK朝の連続テレビ小説「あまちゃん」のロケ地として多くの観光客が訪れた久慈市。現在の観光客数減少を食い止めるため、「あまちゃん」にも登場し知名度が上がった「琥珀」の削り屑を装飾材料としたろうそく、ボタンなど新たな特産品開発について企画事業所と検討を行った。また、地域ブランディングワークショップでの先進地事例紹介や地域資源の掘り起こし、先進地視察を通じた人的ネットワークの構築を通じて、ロケ・ヘルスツーリズムなど新たな観光ルートの提案に資するため、関係機関と協力し本体事業への準備を行った。

＞今後の展開

今後も、近隣町村など関係機関と連携し、新たなロケ誘致活動の活性化、豊かな自然環境と十二支神社などの地域資源を活用したヘルスツーリズムなどの体験プログラム確立と、誘客推進に係るモニターツアーの実施、琥珀の知識や価値を共有する勉強会の実施による、「琥珀の街」としての地域ブランディング化を推進していきたい。また事業実施による経済的効果についても精査し、地元商店街との相互協力できる仕組みと体制づくりを行うとともに、プロジェクト周知を徹底することと、地元住民の意識醸成を図っていく。

蔵王山麓の素材とeコマースによる「白石三白」ブランド化事業

② 活用した地域資源・素材

温麺・乳製品・野菜などの白い食材／和食に牛乳を使う減塩乳和食



商品開発分科会での試食風景



うーめんバーガー試作
(野外イベントでの提供を想定して作成)



ホワイトスープカレー試作
(温麺と一緒に提供実績があるカレーのレトルト化)

＞ 主な事業内容

かつて白石には、温麺・和紙・葛という「白石三白」が存在していた。それは地域に愛され親しまれた、白石の伝統・文化・産業を象徴する地域ブランドだった。しかし、時代とともに「葛」は消失し、いままさに「和紙」が姿を消そうとしている。白石三白プロジェクトは白石三白を再構築し、白石のイメージにこだわった商品開発により、新たな地域ブランド白石三白を創出しようという、白石商工会議所のプロジェクトである。白い食材による10数点の商品開発をしたほか、和食に牛乳を使う「減塩乳和食」の考えも市内外に普及させた。

＞ 今後の展開

商品開発を進めた結果、関連商品ごとのカテゴリーをつくる必要性が出てきたので、①歴史ある白石三白であり約400年の伝統を受け継ぐ「温麺」②蔵王山麓で育った乳牛から搾った新鮮な「牛乳」③蔵王の良質な水に育まれた農産品である「野菜」を掲げ、その三つの「白」のカテゴリーを設定して開発商品や既存商品を落とし込み、新たな「白石三白」ブランドとして再定義する。そして今後地域業者の参入しやすい環境を整え、コンセプトに合った白石産品であれば商品数を限定せず、新しい視点から商品化を目指し白石三白ブランドで販売する。

④ URL <http://www.shiroishicci.or.jp/sanpaku/>

海外にも通用する工芸ブランド化～芸術と文化の街あきた～

② 活用した地域資源・素材

秋田銀線細工／杣目銅／ガラス等の工芸品



参画事業者の現状ヒアリング調査



0.2mmの細い純銀を繊細な技法で様々な形に加工する秋田銀線細工



検討会の様子

＞ 主な事業内容

秋田市では、昭和26年に工芸相談所を設置、翌年には技術者育成のため市立工芸学校（現：秋田公立美術大学・秋田公立美術大学附属高等学院）を開校し、工芸産業の育成を図ったほか、芸術・文化が薫るまちづくりの具現化を図っている。全国で最も少子高齢化が進行している本県において、地域資源の価値を再度見直し、磨きをかけることができる素材として工芸技能に着目。検討会を設置し、現状調査、市場ニーズ調査、先進地調査を行い、新たな商品開発及び需要・販路開拓の推進、技能・文化の伝承に向けた戦略策定を行った。

＞ 今後の展開

城下町であった本市は、銀線細工や杣目銅、木工品、打刃物、陶器・漆器、染織物、人形、ガラスなどの多くの工芸品が存在し、多様な作り手がいる一方で、産地集積はしていない。そのため、各作り手における作品としての要素が強い商品開発や、流通・プロモーションなど、企業活動に係る仕掛けや体制が十分とは言えない。そのため、本市の特徴的な工芸技能である秋田銀線細工を中心に、デザイナーや流通業者とのマッチングによる新たな商品開発や販路開拓の推進を目指し、各関係機関や関連企業等との連携体制の構築を図っていく。

④ URL <http://www.akitacci.or.jp/>

豪商の面影を残す歴史的資源等を活用した体験企画発信事業

④活用した地域資源・素材

「庄内刺し子」／北前船による歴史、文化、交易（傘福、絵ローソク）



傘福



庄内刺し子制作体験



絵ローソクへの絵付け

＞主な事業内容

北前船による歴史、文化、交易に関連する既存施設である、旧鍛屋、山王くらぶ、山居倉庫などを活用して、「庄内刺し子」や「傘福」、「ローソクへの絵付け」の製作体験をプログラムとして取り入れた、魅力的な旅行商品を開発した。「庄内刺し子」、「ローソクへの絵付け」の体験会を実施し、課題抽出した。また、製作体験プログラムの広報物として、その歴史的、文化的背景も共に伝えるプロモーション映像（7分版、3分版、1分版）を制作し、展示会で上映したほか、YouTubeで公開し商品のPRを行った。

＞今後の展開

平成27年度から実施しているまち歩き事業と今回の制作体験プログラムを組み合わせ、北前船による歴史、文化的背景を伝える旅行商品にしていく。また、酒田港に入港する大型クルーズ客船の乗客やクルーにPRしていくことも検討する。山居倉庫は、酒田市の観光の拠点であることから、複数の制作体験プログラムを開発していく。「ローソクへの絵付け」は、指導者や設備の関係で、1回の受け入れ人数が8名程度と少人数であることから、受け入れ人数の拡大に取り組んでいく。

④URL <http://www.sakata-cci.or.jp>

城下町×食文化×シルクによる鶴岡観光価値開発プロジェクト

④活用した地域資源・素材

城下町・鶴岡の歴史と文化／「キビソ」（蚕が繭をつくるときに最初に吐き出す糸）



ネクタイ

＞主な事業内容

鶴岡市には、城下町の歴史と文化を感じることができる歴史的建造物などの観光資源や、国内で唯一ユネスコにも認められた豊かな食文化、戊辰戦争後に武士が刀を鋏に替えて開墾したことに始まり今に受け継がれてきたシルク産業など、数多くの地域資源がある。これらを活用して、ARによるバーチャルな歴史・文化体験ができるまちなか観光メニューや、新たなシルク特産品の試作品開発などに取り組んだ。

＞今後の展開

旅行会社や各種媒体を活用してまちなか観光メニューの浸透を図っていくとともに、試作したシルク特産品の商品化やラインアップの拡充により、土産品・百貨店・ネット通販などの販売チャネルを通じた販売拡大とブランド化、産業ツーリズムのブラッシュアップに取り組んでいく。

④URL <http://www.trcci.or.jp/>

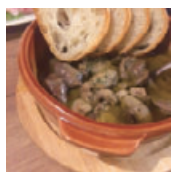
新庄SOUL風土 食開発プロジェクト

② 活用した地域資源・素材

山形さくらんぼ鶏／とりもつ／馬ガッキ



山形さくらんぼ鶏のコンフィ



とりもつのアヒージョ

＞ 主な事業内容

交流人口拡大による地域活性化を図るため、観光客をターゲットとした新庄の定番となるソウルフードの確立を目指し試作品開発を行った。事業推進のために発足した委員会は女性を中心に構成し、食にフォーカスした古き良き地域文化を再評価するとともに、新しいニーズに対応した新商品の可能性を模索した。祝い事があると自宅で飼っている鶏をまるごと一羽さばいて食するという昔ながらの食文化に着目、地元産の「山形さくらんぼ鶏」を素材とした「スペシャル（ハレ）」と「スタンダード（ケ）」の視点で商品を開発、テストマーケティングを実施した。

＞ 今後の展開

本事業を通じて、地域に根ざした食文化を形にし地域外に発信することの重要性を実感している。今後は、地域の食文化に着目し開発した試作品を「スペシャル（ハレ）」と「スタンダード（ケ）」にカテゴライズしシリーズ化していくことを目指す。商品スタイルとしては缶詰化などを検討しているが、地域内に製造工場がないことが大きな課題である。今回の試作品についてはテストマーケティングで得た成果を反映させレシピ化し、地元の飲食店で提供できるようにしていく。

④ URL <http://www.sjcci.or.jp>

軟水が育む「山形長井・菊芋の里」6次産業推進事業

② 活用した地域資源・素材

菊芋／軟水



委員による農作業体験モニターツアーを実施



機能性、生産性、汎用性に優れた地域資源「菊芋」



委員会に専門家を招聘し先進事例を学んだ

＞ 主な事業内容

山形県では近江商人が伝えたといわれる漬物・おみ漬けに使われることで有名な「菊芋」に着目し、天然のインスリンと言われるイヌリンを多く含む「機能性」、栽培が極めて容易であるという「生産性」、応用範囲が広い「汎用性」を活かし、耕作放棄地での無農薬・化学肥料不使用での栽培により、健康・美容、生活・食育、外食・食材、土産物・観光などの各分野において、試作、成分分析、マーケティング等の調査を重ねながら、当地域で栽培された菊芋の特性を最大限に活用し売り込める商品開発に取り組んだ。

＞ 今後の展開

菊芋の商品化に取り組む有志により平成28年11月に「合同会社長井菊芋研究所」が設立され、県内スーパーや首都圏の販売店と飲食店に当地域で栽培された菊芋を販売する流通経路を構築した。今後、その販路を活用して本事業により開発した加工商品の流通経路拡大を図り、6次産業化を推進する。加えて、機能性表示食品の届出や地域団体商標の登録等により付加価値を向上させ、他地域との明確な差別化を図る一方、日本版DMOであるやまがた長井観光局と連携し、農作業体験などの旅行商品化を促進し、交流人口の拡大を目指す。

④ URL <http://www.nagai-cci.or.jp/>

天童の歴史・人物・文化を活用した誘客増の調査研究

④活用した地域資源・素材

全国に3つしかない織田信長公を祀る建勲（たけいさお）神社／織田信長公の肖像画を保存する三寶寺／天童市立旧東村山郡役所資料館／広重美術館／天童市将棋資料館／グリーンモール天童商店街 など



建勲神社神前で、宮司より神社の由緒などをお聞きした



織田信長公を祀る建勲神社



マップ兼包装紙のサンプル

＞主な事業内容

織田信長公を祖とする織田藩がなぜ天童にあるのかという意外性と観光客の興味から、それを観光資源として活用したまち歩きを提案し、商店街の賑わいと交流人口の拡大を図り地域活性化に結びつけることを目的とした。今年度は、天童織田藩ゆかりの施設を視察し、意見交換を行った。観光資源として活用するには、①地域の人々に地元の歴史を理解してもらうこと②ただ歩くだけではつまらない。途中で休憩ができ、おいしい物を食べる所がほしい③案内標識や誘導看板がほとんどないなどの意見が出された。

＞今後の展開

「まち歩き」と「商店街の活性化」を結びつけるツールとして「天童織田藩」を活用し、マップ兼包装紙を作成する。マップは市内在住の元漫画家に依頼し、手書き風の仕様にし、包装紙は将棋駒の花のように並べたデザインの予定。マップには、周辺の食に関連した店舗を掲載し、包んで、見て、歩いて、楽しいマップにしたい。また、地域の人々に「天童織田藩」について理解を深めてもらうため、関係団体で行う歴史講座などを活用し、商店街やタクシー運転手の方々にも理解を深めてもらう。この事業を進めるにあたり、行政との連携が不可欠である。観光に関する要望書を提出し、振興を図りたい。「ツーリズムEXPOジャパン2017」へ参画し広くPRに努める予定。

⑤URL <http://www.tendocci.com/>

食 技 旅 小千谷商工会議所(新潟県)

本体事業1年目

今が旬! おぢや観光プロジェクト ～新たな魅力の創造と発信～

④活用した地域資源・素材

錦鯉／絵紙／牛の角突き／魚沼産コシヒカリ／北越戊辰戦争史跡／歳時記



おぢやの観光ポスター「ほんやら洞まつり」



おぢやの観光戦略チラシ



江戸の雅 雛祭りの時に飾る 錦絵「絵紙」

＞主な事業内容

小千谷市は信濃川と谷に囲まれた豊かな自然に恵まれ、古くから交通の要所として栄えてきた。また、小千谷は縮の生産地として、縮商人が江戸の文化を持ち運んだことから独特な文化を育んできたが、観光資源は祭のみとなっていた。本事業では、雅な郷小千谷が保存している旅・食・伝統文化・産業を新たな切り口で観光商品として開発。千の谷の物語と雅な郷イメージポスターの制作や、錦鯉の模様をデザインした酒器の開発を実施した。また、錦絵である絵紙をデザインしたバッグや、おぢやの「おじや」おぢやリゾットのレトルト商品の開発を進めている。

＞今後の展開

旅では、小千谷独特の伝統文化を冠した五節句「人日・上巳・端午・七夕・重陽」に光をあてた小旅行を「千の谷の物語」として展開していく。また、四季折々の観光PRポスターも制作。食では、「魚沼産コシヒカリ」の産地であり新潟県中越地震の経験もあるため、昔から小千谷の家庭で食されていた地名と同じ「おじや」を非常食「おぢやリゾット」として開発し日本のリゾットの発祥地として展開していく。また、小千谷独特の文化である雛祭りの時に飾る錦絵「絵紙」を用いたお土産バッグを製作する。

⑤URL <http://www.ojiyacci.org>

古代浪漫・賢く美しい「奴奈川姫」ブランド化プロジェクト

② 活用した地域資源・素材

「奴奈川姫（ぬながわひめ）」にまつわる史実（今まで地域と深く結びつきながら注目されてこなかった「奴奈川姫」を活かしたブランド化を目指す）



ヒスイの勾玉



奴奈川姫像



天津神社にて成功祈願

＞ 主な事業内容

地域と深く結びつきながら、あまり注目されてこなかった「奴奈川姫」を活かし、具体的なストーリー性を持たせた新たな地域ブランド「結糸（むすびいと）」の商品開発を通じ、多様な業種が新たな発想のもとで関わりをもち、共通認識の中で地域資源を活用し、統一ブランドとしての発信を図るとともに、話し合いを行い、制作した商品の販路開拓に向けて進めた。また、平成28年12月22日に発生した糸魚川駅北大火の復興のシンボルとして「奴奈川姫」のイメージを商品化しアプローチしていく。観光も商品の一部と考え、ルート開発の検討や意見交換を行った。

＞ 今後の展開

目的および目標は、1.「古事記」に登場する日本最古のラブロマンスの活用2. 国を治めた「奴奈川姫」の強く、賢く、美しい女性のイメージを活用3. 島根県「出雲大社」、長野県「諏訪大社」の事例を踏まえた商品開発4. 上記を活かした「奴奈川姫」によるイメージづくり・ブランド化である。1～4をふまえて、新たな糸魚川のイメージ化とブランド化や、「奴奈川姫ブランド」の確立による関連商品の開発、関連観光コンテンツのストーリーづくりによるイメージアップと情報発信、「奴奈川姫」というコンテンツを活かした女性向けプロジェクトの推進による地域活性化を行っていく。

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

「火焰型土器のクニ 十日町 縄文ツーリズム」プロジェクト事業

② 活用した地域資源・素材

日本で唯一の縄文期土器の国宝「笹山遺跡出土品群・火焰型土器」と日本最大級の豪雪地に育まれた「雪国文化（産業・食・観光など）」



国宝・笹山遺跡出土品群(十日町市博物館提供)



火焰型土器がモチーフの雪まつりステージ(©十日町雪まつり実行委員会)

＞ 主な事業内容

十日町市博物館が所蔵する縄文期の土器では唯一、また新潟県でも唯一の国宝「笹山遺跡出土品群・火焰型土器」はその造形的美しさから「縄文の華」といわれている。また当地は、人口5万人以上の都市としては世界一といわれる豪雪地であり、雪との共存の中で育まれた文化は地域の大きな財産となっている。雪溶け水が育んだ魚沼産コシヒカリや地酒、海藻の布のりをつなぎに使った「へぎそば」、山菜などは地域固有の特産資源として大きな魅力となっている。これらの当地固有の資源を活用した着地型観光開発と特産品開発の調査研究に取り組んだ。

＞ 今後の展開

新潟県唯一の国宝である「火焰型土器」は、これまで観光面や産業面で十分な活用ができていなかったが、平成28年4月に当市を含む5市町で構成されるエリアで申請したストーリー『「なんだ、コレは！」信濃川流域の火焰型土器と雪国の文化』が日本遺産に認定され、今後はインバウンドなども見越した縄文文化や雪国文化を活用した観光開発や特産品開発が求められている。この地域資源を活かし、当地域ならではの縄文文化、雪国文化の「学び」や「体験」等の観光プログラムや特産品開発を進めていきたい。

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

加茂 SAKEプロジェクト ～ 酒と鮭を活用した観光開発

①活用した地域資源・素材

酒蔵／地酒／加茂川／鮭



毎年11月頃になると、鮭が上ってくる加茂川



200年以上の歴史を持つ酒蔵



加茂市内の3銘柄

＞主な事業内容

当商工会議所がこれまでに取り組んできたまち歩きツアーやハイキングは、いずれも春～秋がオンシーズンとなっており、天候が不安定な12月～3月の集客イベントが不足しているため、年間を通じて集客できるような仕組みづくりが必要である。そこで、冬でも市外からの観光客を誘致するキーワードとして「酒」と加茂川に遡上する「鮭」をテーマに酒蔵見学を組みこんだモニターツアーを実施したほか、鮭を使った新メニューなどの研究、開発に取り組んだ。

＞今後の展開

本年度の事業実施の中で、日本海から離れた加茂川まで上ってくる鮭は表面の損傷が激しいだけでなく身まで傷ついており、食用として活用するのが難しいことが分かった。食の提供は欠かせないので、今後は市内飲食店とタイアップした仕掛けづくりやメニュー開発に取り組む。まち歩きツアーについては、酒蔵見学や試飲だけではリピーターを増やすことが難しい。例えば、酒米の田植えや稲刈り体験、酒瓶に貼るラベルを作るなど、参加者が体験できるような内容に改良していきたい。

②URL <http://www.kamocci.or.jp/>

能登七尾の地域資源を活用した商品開発と普及による販路開拓事業

①活用した地域資源・素材

能登ふぐ（天然ふぐ類漁獲量 全国1位）／能登の農業・水産資源／他



牡蠣養殖漁場体験クルーズ 2016年12月



魚の鮮度を長持ちさせる技術「鮮魚神経締め」を体験



試作品の「能登ふぐ押し鮓(冷凍寿司)」

＞主な事業内容

天然ふぐ類漁獲量は全国1位を継続中。能登近海ではたくさんの天然ふぐが漁獲されている。地域団体商標に登録された「能登ふぐ」を活用し“北陸新幹線開業効果”をテーマに新商品を開発し、信越地区における七尾の地域ブランド力向上を目指す。同時に、長野商工会議所などとの連携により、着地型観光「能登の里山里海“人・食材”交流の旅」を実施。長野市内の事業者を招き、ビジネスのマッチングの場を提供。参加者から、「早速仕入れたい」「七尾の魅力がよく理解できた」「商品だけでなく、人と人との交流も深めたい」などの好反応が得られた。

＞今後の展開

本事業を通じ、平成27年度・平成28年度と長野市を中心とする信越地区のホテル・レストラン関係者などとの交流が深まった。七尾市の事業者も、魚の鮮度を長持ちさせる「鮮魚神経締め」の技術向上により付加価値を高め、能登ふぐ押し鮓(冷凍寿司)の試作につなげることができた。今後も、長野市を中心に信越地区と交流を深め、深掘りすることで、長野県内における能登(七尾市)の認知度を高め、販路開拓と交流人口開拓の可能性を広げる。

②URL <http://www.nanao-cci.or.jp/>

酒蔵とパワースポットとまち歩きのコラボによる観光商品開発

④ 活用した地域資源・素材

酒蔵とパワースポット



下諏訪のパワースポットを巡るコース



パワースポットを巡るコース募集チラシ



玉造温泉にて、姫神プロジェクトの説明を聞く委員

＞ 主な事業内容

近年、若年層から支持を集めているパワースポットを地域として開拓し、継続的な魅力の発信地である酒蔵との連携を図りながら、新たなモデルコース提案を実施した。SNSやWEBを活用して「パワースポット総選挙」を行い、パワースポットの興味度調査を行った結果を踏まえ、観光協会との連携によるモデルコース作成を実施。観光客やエージェントに提案しながら販路へ結び付ける。また、地酒と同じ名称の商標（菓子類）を当所で所持しているため、商標を利用した土産品開発を地元菓子店などへ提案した。

＞ 今後の展開

パワースポットという切り口から各種調査を実施し、開催中止にはなったがモニターツアーの企画などにつながった。今後は、調査結果を踏まえて、観光協会との連携をさらに強化しながら、毎年モデルコースを3～5つ程度組み立てられるように情報の共有を進めていく。また、作成したモデルコースについては、観光客のニーズを把握しながら、取捨選択を進め魅力的な街歩きコースが将来的に残るような提案を継続して実施していきたい。また、当所の所持している商標について積極的に活用いただけるように働き掛けていきたい。

④ URL <http://cci.shimosuwa.nagano.jp>

飯山仏壇「新スタイル仏壇」開発プロジェクト事業

④ 活用した地域資源・素材

経済産業大臣指定 伝統的工芸品「飯山仏壇」



飯山仏壇の特徴である宮殿と弓長をモチーフに



何度も繰り返した試作品の検討



長野県庁での試作品完成記者発表

＞ 主な事業内容

国指定の伝統的工芸品「飯山仏壇」は、雪国ならではの気候を活かした製法で、江戸時代から受け継がれてきた技術と伝統を守り伝えてきたが、人口の減少や住宅事情の変化により、従来の大型で豪華な仏壇から、小型（省スペース）で洋間にも溶け込むデザインやスタイルが求められている。このような背景から、「仏間からリビングへ」の商品コンセプトで、変化している住宅事情や現代生活に適合する新しいスタイルの仏壇の開発に取り組んだ。仏間という空間から離れて、仏壇をより身近に生活の中に取り入れてもらえることを目指している。

＞ 今後の展開

伝統技術を重んじることが優先され、住宅事情や顧客ニーズの変化に敏感に対応できなかった飯山仏壇のコンセプトを見直したことにより、ターゲットとする年齢や地域の枠が広がられた。さらに、展示会出展により外国人の反応が良いこともわかったので、海外展開においても目標を定めて取り組みたい。また、「飯山仏壇」の伝統技術を活かしたデザインであることから、職人の伝統技術と技の工夫の継承を行い、専門職人の後継者育成や新しい小物商品の開発など、幅広い切り口で飯山仏壇ブランドの販路開拓を検討したい。

④ URL <http://www.iijamamade.com/>

杏都「アプリコット・ドリンク」プロジェクト

① 活用した地域資源・素材

杏



委員会の様子



アプリコット・ワインクーラー (Love&Liberty)



あんずラッシャー (チューリップの家)

＞ 主な事業内容

信州・千曲市特産の杏を活用した「アプリコット・ドリンク」を開発した。過年度では、お土産や工芸品などの加工品、料理・スイーツ開発を行ってきたため、本プロジェクトでドリンクを開発することによって、杏商品を一通り網羅することができた。千曲市内の飲食店を中心としたプロジェクトであるため、飲食業組合とも連携して取り組んだ。検証を重ねて開発を進めた結果、各参画事業者の特徴と店舗の雰囲気を活かした「アプリコット・ドリンク」が完成した。

＞ 今後の展開

千曲市で毎年4月に開催される「あんずまつり」に合わせて、参画事業者の各店舗で一斉販売を開始する。また、過去に開発した商品も同時にPRし、「千曲市＝杏の都」を全国に向けてアピールする。生の杏は収穫期間と保存可能時期が短いため、その欠点をカバーするために杏商品の開発・販路開拓は継続していく。本プロジェクトによって様々な杏の可能性と活用方法を周知し、杏へのニーズと人気を高め、地域が盛り上がるよう取り組んでいきたい。

② URL <http://www.chikumacci.jp/>

「ほしいも」魅力発信プロジェクト

① 活用した地域資源・素材

ほしいも



モニターツアーでコーヒーとほしいものコラボについて説明する鈴木会頭



モニターツアーで参加者に地域の説明をする鈴木会頭



モニターツアーの参加者達

＞ 主な事業内容

地域食材であるほしいものブランド化を図るため、従来の流通とは違った新規性のある方法で商品及び観光振興を開発する。事業の方針は委員会を中心に進める事とした。委員会は、ほしいも生産者だけでなく、異業種の経営者、行政、消費者と幅広い層から委員を構成し、中でも女性を数多く委員に迎える事で新たな発想と着目点を得る事に重点を置いた。委員会では、毎回テーマを設け専門家を招聘しセミナー形式で実施、専門家を交えた意見交換会を実施する事で、方向性を誤らない事に注意した。

＞ 今後の展開

委員会内での意見交換、先進地調査、事業の開催で得た方向性の一つとして、ほしいもビジネスの仕組みを作り上げる構想を練っている。具体的には、プロジェクト委員会を別の組織（〔一社〕ほしいも学校など）に移行し、多種多様な企業と連携し、「ほしいも」というキーワードを絡めたビジネスを仕掛けたいと考えている。一つの可能性として、ほしいも畑で行う“ほしいも婚”、フランスのボージョレヌーボーのような、初物を祝うイベントで“ほしいも初物祭”など、発想の転換によるビジネスチャンスは無限の可能性を秘めているといえる。

② URL <http://www.hcci.jp>

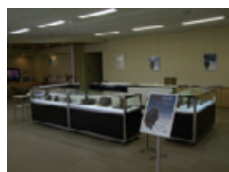
天明（てんみょう）鋳物を資源とした体験型産業観光ルートの開発

② 活用した地域資源・素材

現存する鋳物産地の中では最古の歴史をもつ天明鋳物の工芸技術



出展した「銚子」(IFFT展)



「鋳物style」展示会



天明鋳物の砂型を作る参加者(散策・体験ツアー)

＞ 主な事業内容

天明鋳物は、現存する鋳物産地の中で最古の伝統を誇る。しかし、明治以降は社会の変化により、佐野の鋳物業は衰退の一途をたどっている。今回は、優れた技術をもつ、現代生活にマッチしたモダンな日用品の開発に応用することを目的に、昨年度試作した「銚子」の改良を行い、商品化に向けて、IFFT/インテリアライフスタイルリビングに出展した。また、観光事業の取り組みとして、天明鋳物の工房などを取りまとめた回遊マップの作成、鋳物の工房見学、鋳物製作体験などを盛り込んだモニターツアー、地元鋳物師の作品を集めた展示会「鋳物style」などを開催した。

＞ 今後の展開

天明鋳物全体をツールとした地域づくりに向けて、「銚子」に続く新商品企画の検討、市内に現存する鋳物製品の掘り起こし、まちづくりや産業観光への展開を考え、市民に広く鋳物の良さを再認識してもらうように発信・周知していく。また、天明鋳物に携わる鋳物師と接点を持ちながら、鋳物産地としての新しい体制づくりを図るとともに、伝統ある鋳金の文化を継承する鋳物師の育成にも結びつくとともに、官民一体となって天明鋳物をサポートしていきたい。

④ URL <http://www.sanocci.or.jp>

都市観光の推進による域外資金獲得に向けた新観光ルートの発掘

② 活用した地域資源・素材

高崎アリーナなどの都市集客施設／榛名湖などの自然・歴史・文化的観光施設



高坂SAで行った「観光地来訪者(旅行者)調査」の様子



平成29年4月に本格移動する「高崎アリーナ」



高崎駅構内で行った「高崎市内来街者調査」の様子

＞ 主な事業内容

中山道と三国街道の分岐点である高崎市は、古くから交通の要衝となっており、商業都市として北関東有数の規模を誇る。また、合併により自然・歴史・文化的な観光資源も点在する広大な市域を持つようになった。高崎駅周辺では高崎アリーナや高崎文化芸術センター(仮称)といった新たな都市集客施設の整備を行なっているが、これらの観光資源の魅力を活かし、市内の活性化を目指した流動人口の増加を主な目的とし、アクションプランを作成するため高崎駅を利用する人の目的などを調査した。また高坂サービスエリアでは、高崎のイメージや特産品の認知度調査を行った。

＞ 今後の展開

首都圏からのお客様が、国内有数のリゾート地・軽井沢や草津温泉、世界遺産の富岡製糸場へアクセスするためには、高崎市を通過して行くケースが多量多い。今回の調査結果を基に、高崎市の強みや課題を再認識し、高崎市内の観光資源を活用し観光の一部として市内周遊を取り込んでいただけるよう、高崎市が持つ魅力を各地に発信しなければならないと考えている。新たな観光ルートの検討や、名産品の開発に寄与するよう、行政とも連携しながら仕組みづくりを進めていきたい。

④ URL <http://www.takasakicci.or.jp/>

深谷『渋沢栄一のまち物語』プロジェクト

⑤活用した地域資源・素材

渋沢栄一翁生地と周辺（生誕地、関連産業遺産など）／深谷カレー焼きそば



深谷モニターツアー①



深谷カレーやきそば



深谷モニターツアー②

＞主な事業内容

「渋沢栄一のまち物語」プロジェクト推進のための定例会開催を基軸としながら、近代日本の経済の父で郷土の偉人「渋沢栄一」の出身地として、人となり経営に関わる真髓を柱に、経営者、観光客をターゲットに観光振興に取り組んだ。渋沢栄一翁を中心に地域資源を組み合わせ「渋沢栄一のまち物語」としてストーリーを描くことを目指し、①観光ルートの選定②お土産品ラベルの開発③ロゴの開発④新ご当地グルメの先進地調査・開発・PR⑤ご当地グルメマップの制作⑥「渋沢栄一のまち物語」のPR動画の制作に取り組んだ。

＞今後の展開

制作した「渋沢栄一のまち物語」の動画やロゴ、グルメマップなどを活用しながら、ギフトショー、FOODEX JAPANなどへの出展や共同商談会参加などPR活動を強化していき、渋沢栄一翁を核とした深谷地域の明確なイメージの定着、認知度UPを目指していく。また、経営の神様と言われる渋沢栄一翁と深谷宿の「おもかげ」と「おもてなし」を実感できるメニュー開発、人材育成に今後一層力を入れて取り組んでいきたい。そして、交流人口の増加により賑わいを創出し、渋沢栄一の真髓を踏まえた企業再生、産業の活性化につなげていきたい。

⑤URL <http://www.fukaya-cci.or.jp>

コミュニティビジネス 越谷商工会議所(埼玉県)

調査研究事業

レイクタウンのシャワー型拡散を通じた集客交流ビジネスの創出

⑤解決したい地域課題

越谷市内を流れる河川及び大相模調節池の水上、水辺エリア／AEON MALLのあるイオンレイクタウン／バーベキューなど野外のアウトドア施設／「越谷だるま」や「越谷手焼きせんべい」など伝統的地場産業／越谷ねぎなどの地場農産物や体験農業施設「越谷いちごタウン」



ワークショップ「水上アクティビティ」



ワークショップ「クッキング&レクチャー」



越谷レイクタウン地区大相模調節池周辺風景

＞主な事業内容

年間約5千万人が訪れるショッピングモール「イオンレイクタウン」の顧客を拡散しうる新たなビジネスの創出を目的として具体的な事業の検討及び潜在可能性を探るための調査を実施した。今年度は、平成28年度都市景観大賞を受賞した大相模調節池及び周辺緑地の水上、水辺エリアを事業エリアとして設定し、地域資源を体感できる都市型の野外アクティビティ事業として、「アーバンアウトドアシティ越谷」を地域ブランドとして想定。レイクタウン来訪者、市民に対する意識調査を実施した結果、特に子育てファミリー層から高い評価を得た。

＞今後の展開

「アーバンアウトドアシティ越谷」をブランドコンセプトとして、さらに具体的に事業を実証したい。具体的には、市内の豊富な水辺エリアを活用した都会的なキャンプ（グランピングなど）や越谷ねぎなどの地場産品を活用した新メニュー開発や地産地消バーベキューの実施、河川や池でのヨットやカヌーなどのアクティビティや舟運事業、平坦な地形を有効活用した自転車やジョギング等の健康づくりや2次交通事業開発を行いたい。そのためには、事業展開地域の法令対応や専門家による安全対策、顧客獲得のための運営ノウハウなどが求められる。

⑤URL <http://www.koshigaya-cci.or.jp/>

佐原の大祭を活用した通年型観光資源作成プロジェクト

② 解決したい地域課題

「佐原の大祭」の歴史的文化的意味合いについて／「佐原の大祭」に携わる関係者とのネットワークについて／佐原囃子・手踊りといった大祭に関する芸術活動について／山車や彫刻などについて



佐原の大祭のイメージ①



日本橋三越で実施した佐原の大祭イベントの様子



佐原の大祭のイメージ②

＞ 主な事業内容

「佐原の大祭」を開催期間のみの集客で終わらせないだけでなく、それを佐原ブランドの構築とリピーター育成にも繋げて、満足度向上ならびに交流人口拡大を図るための道筋を検討した。今年度は、佐原の大祭に関する地域資源の整理、市民団体に対するヒアリング調査、祭礼などの無形文化財を活用した体験プログラムの事例調査及びニーズ把握調査、体験プログラムに関する情報収集・整理、「佐原の大祭」を活用した体験プログラムの検討、プラットフォーム会議の支援などを実施した。

＞ 今後の展開

現在の課題として、祭りを通年的に活用していく事例が少ないことから、調査結果を見ながらさらに精緻にマーケティング施策を進めていく必要があると思われる。それを踏まえて今後の展開としては、佐原の大祭を通年資源化していくために、祭りを活用した旅行プランやグッズをはじめとした商品化を検討していく。また、この事業を通じて広く地域においても佐原の大祭を通年的に商業振興に活用していくモデルケースとして示し、町全体で佐原の大祭のブランド価値を更に高めていくことを目指す。

④ URL <http://www.sawara-cci.or.jp/>

食 技 旅 佐原商工会議所(千葉県)

本体事業2年目

伊能忠敬翁の地域経営手法を範にとる 佐原地域ぐるみビジネス展開プロジェクト

③ 活用した地域資源・素材

伊能忠敬翁の地域経営手法



現在に残る伊能忠敬が作った佐原のまちなみ



ツアー商品の実施されている様子



＞ 主な事業内容

佐原の郷土の偉人であり、世界的にも知名度が高い伊能忠敬を、地図作りではなく佐原の地域経営者として再評価することで、現代の佐原に息づくまちづくりの精神との繋がりを発見できる。また、佐原の地域ぐるみでの取り組みの独自性を高めると同時に、他地域でも活用できる手法を開発。その成果を完全オーダーメイド型のスタディツアーとして商品化した。また、佐原地域経営指南書を更に具現化した冊子【伊能忠敬翁編】【町並み編】【集客編】を作成した。「忠敬翁」の冠を付した物販商品として伊能忠敬記念館の所蔵作品を活用したポストカードを作成した。

＞ 今後の展開

佐原観光において伊能忠敬と関連している分野は多いが、まだ全てにまでは波及できていない課題がある。例えば、ユネスコに登録された佐原の大祭においても、伊能家が果たした役割は大きいといわれているが、伊能忠敬と佐原の大祭との関連性はあまり知られていない。伊能忠敬の知名度は今や日本のみならず世界的なものであるし、2018年には没後200年の節目を迎えるので、更に佐原観光と伊能忠敬の関連性を強調していくことで、伊能忠敬の知名度を佐原観光に還元させるための取り組みを大きく推進していきたい。

④ URL <http://www.sawara-cci.or.jp/>

マンガ・アニメと地域資源を融合したコンテンツ活用による新観光創出事業

①活用した地域資源・素材

山梨県出身・在住の漫画家及びその作品／山梨県の地場産品であるジュエリー・ワインなどの県産酒／特産品であるぶどうや桃などの果物



試作マンガ「甲府でもノムリエール」トップページ



実験店舗「発見！発掘！山梨マンガ・アニメラボ」PRチラシ表紙



「まるごとやまなし館」の店舗外装をイメージキャラクターで装飾

＞主な事業内容

マンガ・アニメ、特に山梨県出身・在住の漫画家などを活用し、地域資源であるジュエリーやワインとの融合により新たな観光スポットなどの創出を図ることを目的に、実験的な取り組みを行った。具体的には、山梨県産酒特に甲州ワインをキーワードにワインを楽しみながら甲府の街を散策できる「試作マンガ」を作成して、新たな観光ルートの構築を図った。また、新たな観光スポット構築のため、カフェとコラボして、漫画作品や県内ゆるキャラを展示した実験店舗「発見！発掘！山梨マンガ・アニメラボ」を期間限定でオープンした。

＞今後の展開

甲州ワインなどの山梨県産酒をキーワードにした試作マンガを更にバージョンアップして、マンガを読みながら、ワインを楽しみながら甲府の街が散策できるコース設定を増やしてゆく。また、実験店舗「発見！発掘！山梨マンガ・アニメラボ」についても、今回制作したイメージキャラクターを活用して、山梨県のアニメCM制作やジュエリーやワインなどの地場産品とコラボした新製品開発に取り組み、観光スポットとして聖地巡礼の候補地になるような仕掛けを行っていきたい。

②URL 試作マンガのスマホ対応サイト <https://nomuca.com/>

富士山を活かしたブランド商品作り

①活用した地域資源・素材

富士山／織物／食料品



デザイナーと打ち合わせ



委員会の様子



作業部会の様子

＞主な事業内容

富士山が世界文化遺産に登録され注目を浴びる今でも、地域としてその効果を感じられていない。多くの観光客が訪れるが、デザインが洗練されたもの、土産品に名の売れたものが少ない。潜在的な力はあるが、デザイン性が弱い、発信力・吸引力に欠けている。本事業では人々を魅了する富士山と富士吉田市がもつ伝統的な歴史や文化を活かした地域ブランドを新たに確立するため、デザイナー、地域事業者、行政及び関係団体との打ち合わせを実施、地域に新たな価値を持った特産品の開発を行った。試作品も作成し、製品化、流通化へ向けた活動を継続する。

＞今後の展開

本事業を通じ、デザインの重要性、地域の特性を見つめなおすことができた。今後も富士吉田地域の潜在的な力に磨きをかけることで、地域産業が自信をもち、自らが動きだし新しい挑戦ができるよう支援を続けていく。今後は今回の事業で誕生した商品を継続的に販売できるよう展示会への出展支援などに力を入れ、後方支援を続けていく。

②URL <http://www.fyoshidacci.or.jp>

富士山まちなか文化遺産を活用した観光商品開発

⑤ 活用した地域資源・素材

織物産業の最盛期に開発された昭和のレトロな市街地中心と食文化など



富士山はしご祭り

＞ 主な事業内容

富士山が世界文化遺産に登録され、当地の周辺地域には多くの観光客が訪れているが、富士吉田市は通過地点に甘んじている現状がある。そこで昨年度、まちなかへの誘導施策を整え、富士山来訪者の多角的なニーズに応えるため、観光戦略の具現化に取り組んだ。その一環として行った「富士山はしご祭り」では、富士山が育んできた歴史を持つまちなかへ誘導する仕掛け作りを行い、一つの「型」を示すことができた。今年度は昨年度のブラッシュアップを図り、ホテルなど観光に携わる方、他、地域住民にも多く知ってもらうことができた。

＞ 今後の展開

富士吉田市にとって観光客の誘致は、今後の当市の経済に鑑みて非常に重要な位置づけになっているため、地域資源や人材など総合力を結集して取り組んでいく。そのためには民間の活力を引き出すことが必要不可欠であるとともに、それをバックアップする行政の支援体制を整えていく必要がある。具体的には、当事業を継続的に実施する意思のある民間、地域の若い力や女性の観点と商工会議所や行政が一体となって取り組んでいくことが望まれる。

⑤ URL <http://www.fyoshidacci.or.jp>

新四ツ辻文化の街・三島 温故創新プロジェクト

⑤ 活用した地域資源・素材

三島甘藷／箱根八里



ぼてと縁

＞ 主な事業内容

話題性と美味しさを両立させた三島を代表する土産品の作成に取り組み、三島甘藷（紅あずま）を使用したスイートポテト菓子を作成した。最中で挟む事で食べやすさと美味しさの両立を図った。試作の段階では、焼き上げの工程でスイートポテトから出る蒸気により、最中の皮が柔らかくなり独自の食感が損なわれてしまったが、最中を食べる直前に挟む形にすることで解決に至った。また、江戸と西南諸国との境とされ、日本の歴史の転換点に数多く登場する旧東海道一の名所「箱根八里」の観光ブランド化の可能性を探るため、モニターツアーを実施した。

＞ 今後の展開

今回の試作により洋菓子和菓子の組み合わせ、最中のパリッとした食感と、スイートポテトのしっとり感が見事に合わさった、地域を代表する新土産品の形が見え、人と人との縁を繋ぐお菓子になってほしいと「ぼてと縁」と名付けた。課題としては、三島甘藷本来の風味を生かすために、保存期間が短い仕様となっている。今後、販路について検討を進めていく中で、どの程度の保存期間が求められ、価格帯のニーズと生産コストとの折り合いをつけられるかなど、地元菓子店との協議を重ね商品販売に向け進めていきたい。

⑤ URL <http://www.mishima-cci.or.jp/>



ぼてと縁試作品

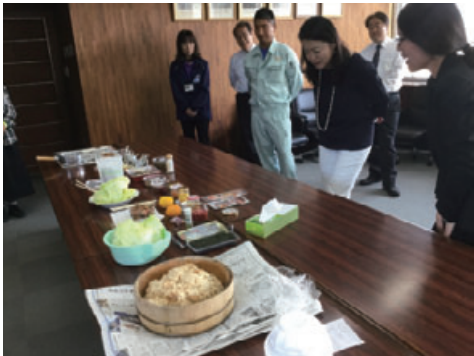


箱根八里モニターツアーの様子

島田ふ〜ど（風土×FOOD）プロジェクト

④活用した地域資源・素材

東海道の宿場町として栄えてきた歴史や文化／地元農産畜産物（茶、醤油、塩、地酒など）



島田市で食べられる「さくらめし」の試食会



地域資源の抽出作業



プロジェクト委員会の様子

＞主な事業内容

「食」を通じた地域活性化が全国的に進む中、島田市には、名物料理と呼べるものがない。そこで、当地の風土（歴史や文化）にマッチした名物料理の開発推進を目的とした調査研究を行った。調査研究に当たり、プロジェクト委員会を設置すると共に、地域における課題の抽出を行い、地域資源の掘り起こしなどの調査及び課題の顕在化を行った。その結果、風土としては「焙^{ほいろ}上げ（打ち上げ）」が、食（FOOD）としては「さくらめし（具の無いしょうゆ味の炊き込みご飯）」が浮かび上がってきた。

＞今後の展開

本年度の調査研究事業の成果として、島田ふ〜ど（風土×FOOD）として、「焙^{ほいろ}上げ」と「さくらめし」が絞り込まれた。しかし、両者の認知度については、十分なレベルには達していない。そこで、今後は、飲食店との連携強化や市内外での普及活動を行っていく。具体的には、市内飲食店と連携したメニュー開発や提供方法のルール化を図っていく。併せて、レシピコンテストや各種のイベントを開催することで、市内外への認知度向上に努めていく。

④URL <http://www.shimada-cci.or.jp/>

「花火のまち袋井」エリア観光で賑わうまちづくりプロジェクト

④活用した地域資源・素材

ふくろい遠州の花火／遠州三山（法多山・可睡齋・油山寺）／静岡県小笠山総合運動公園エコパ



ふくろい遠州の花火2016



モニターツアー募集チラシ

＞主な事業内容

東海道五十三次の中心の宿場町である袋井には、遠州三山と呼ばれる「法多山」「油山寺」「可睡齋」の古刹があり、その参拝客や静岡県静岡県小笠山総合運動公園「エコパ」へのスポーツ観戦者、また観覧者40万人の「ふくろい遠州の花火」などで年間400万人の観光客が訪れている。しかし日帰りの方が多く、交通の利便性が高い半面、通過点となってしまっている。本事業では「花火のまち袋井」をキーワードに、地域観光資源と連携した日帰りモニターツアー「ふくろい新発見体験バスツアー」を企画・実施した。

＞今後の展開

今回のモニターツアーでは、花火鑑賞士による「花火の見方・楽しみ方」の講義や、手筒花火保存会による「手筒花火手作り体験」、古刹法多山尊永寺での「パワースポット巡り」、ふくろいが世界に誇る「クラウンメロン」の栽培現場視察と試食会を行った。参加者のほとんどが袋井市内の方であったが、地元の新しい魅力を感じて頂いた。この魅力を、市外・県外・国外に発信し、滞在型・参加型のリピーターが生まれる事業としていきたい。

④URL <http://www.fukuroi-cci.or.jp>

岐阜シャツプロジェクト 美濃和紙を活用した和装製品の販路開拓

④ 活用した地域資源・素材

岐阜アパレル／美濃和紙



抗菌防臭された和紙素材とTシャツ＋襦袢の融合が、これ以上なく快適な新感覚インナー



重要無形文化財(図上本染め)が、古い織機を使った和紙素材のオリジナル柄に染められている



有識者、旅館、料亭、行政職員が集まり和紙からできた浴衣をチェック

＞ 主な事業内容

好評だった和紙を使ったコンセプトの「岐阜シャツプロジェクト」を呉服屋が展開。コンセプトを継承しつつエレガンスの中に着心地と遊びを同居させた。織りや染色、縫製のディテールに拘りモノづくりにチャレンジ。繊維のまち岐阜の歴史を繙き、そこに現代的なアレンジを施し、美濃和紙を織り込んだ糸を作り、昔ながらの織機を使い生地を制作。そこに重要無形文化財郡上本染めや伝統的工芸品指定紋付黒染めを施し、さらに洋装にも溶け込むバランスや和装の垣根を越えた機能性インナーなど、拘りの和装の商品にチャレンジした。

＞ 今後の展開

今回出展する和装をはじめとした「岐阜シャツブランド」をグローバルブランドとして認知してもらうことを目標に、和紙を使ったアパレル製品を国内外に発信していく。また岐阜市全体にプロジェクトの効果を波及させるため、市内の多くのアパレル事業者がブランドを使える仕組みを構築する。それにより岐阜市のアパレル産業の活性化はもとより、市内全体の活性化に繋がるような、新しい「岐阜ブランド」のシンボルとなるプロジェクトに発展させたい。

④ URL <http://www.gcci.or.jp>

「飛騨の匠街道」街道観光事業

④ 活用した地域資源・素材

飛騨の匠街道



飛騨随一の古刹の名にふさわしい飛騨国分寺の三重塔



飛騨の匠の技が息づく町家建築



かつて都の造営のために飛騨の匠たちが歩いた道

＞ 主な事業内容

本事業では、地域資源間の連携や観光商品開発に有効なツールとして、これまで資源の掘りおこしや活用が図られてこなかった「飛騨の匠街道」による魅力ある「街道観光」を構築し、広域観光の推進と低迷する観光地域の再生を目指す。「飛騨の匠」ブランド開発事業委員会が中心となり、専門家を交えた勉強会を実施した。また、ワーキングを行いながら、新たにトレイル（歩道）ルートとして沿線の資源を調査・整理するなど、「飛騨の匠街道」のロングトレイル化を図り「街道観光」に活用していくための調査研究を行った。

＞ 今後の展開

様々な分野に存在する「飛騨の匠」の直接的資源とその背景にある間接的資源を上手くリンクして「飛騨の匠街道」ブランドの付加価値を向上させ、着地型観光開発を目指す。そのために、6分野(①道②町並③産④食⑤伝統行事⑥物語)の資源の調査・整理を行い、他のロングトレイルにはない、「飛騨の匠」のブランド性と背景となる物語性を持たせ、観光関連産業だけでなく、「飛騨の匠」に関連する地場産業への経済波及効果も期待したい。

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

リサイクル陶磁器による美濃焼の新たなブランド展開プロジェクト

④活用した地域資源・素材

リサイクル陶磁器（美濃焼）



リサイクル陶磁器



リサイクル陶磁器の試作品



展示会の様子

＞主な事業内容

美濃焼をはじめとする陶磁器は中国からの輸入品に押されている状況にあり、職人の高齢化による後継者不足や原料確保の問題等の構造的課題から、産業として発展性に乏しい状況にある。そこで、昨年度に実施したマーケティングにかかる基礎的調査、陶磁器の先進事例調査、情報発信に関する調査などの結果を踏まえ、これまで地域で取り組んできたリサイクル食器製造のシステムをベースとし、環境性に加えて新たなデザイン性、機能性を持ったリサイクル陶磁器を開発し、市場性のあるオンリーワンの製品を国内のみならず世界に向けて発信していく。

＞今後の展開

平成28年度はマーケティング調査の継続を行うとともに深掘りを図り、具体的なアイテムを試作・評価し、情報発信体制の構築、販路の整備、試作品の製作、イベントなどでの来訪者による評価、製品開発の本格的展開、取り組みの評価・改善を行った。平成29年度は市場投入を図る前提で、マーケティング調査の継続、製品のプロモーション、本格的な製造・販売の体制整備、周知と購買促進の情報発信、PDCA（評価・改善）の自立的展開を目指す。

④URL <http://www.mzcci.or.jp>

産業観光を核としたビジネス客誘致促進プロジェクト

④活用した地域資源・素材

厚いモノづくり中小・小規模企業の集積や産業観光施設



ビジネス客のオフ時間の観光の様子



委員会の様子



名古屋の外国人旅行者の大半を占めるビジネス客

＞主な事業内容

工場見学が可能な企業をネットワーク化（NAGOYAモノづくり視察ネットワーク）することによって、受け入れの実態を正確に把握するとともに、企業間連携の促進と受け入れ態勢の向上を図った。企業視察を積極的に受け入れる企業27社のネットワークを構築できた。併せて、当地域の産業を支える「モノづくり技術」を活かした新たな特産品の開発に向け、「匠土産（たくみやげ）アイデアコンテスト」を実施。3点のアイデアを選考し、試作品の開発を行った。

＞今後の展開

企業視察を積極的に受け入れる企業ネットワークの構築を図り、約20社からなる企業ネットワークが構築できた。今後は見学受け入れ企業の拡大と、受け入れ環境の向上、並びに相互連携による新たな観光コンテンツの創出を図る。併せて、当地域のモノづくり企業の技術を活かした新たな特産品のアイデアを募集するため「匠土産（たくみやげ）アイデアコンテスト」を行い、特産品候補を選定。今後は商品化と販路拡大に向けて具体的事業を展開していく予定。

④URL <http://www.nagoya-cci.or.jp/>

自動車部品の廃材や端材を活かしたアップサイクルプロジェクト

⑤ 活用した地域資源・素材

自動車関連企業各社から排出される自動車部品の廃棄物・端材



自動車内装部品加工後に発生する端材

＞ 主な事業内容

自動車部品の廃材や端材を素材として活用し、新しい製品に生まれ変わらせる「アップサイクルプロジェクト」を特産品とする事業を地域の中小・零細事業所へ投げかけ、これまでのBtoBからBtoCへの新たな展開・販路拡大に繋げる。こうした取り組みに地域事業者を巻き込み意識醸成を図るに当たり、本事業のイメージ戦略も重要と思われるので、ブランディングの構築についても事業の可能性と併せて調査を行い、地域ぐるみでの事業とすべく推進中である。

＞ 今後の展開

どの企業にどんな端材・廃材があり、どれくらいの量が発生するか、発生する端材・廃材が加工・活用できるものかを把握することが本事業の当面の課題であるため、工業部会役員事業所へアンケートを実施。アンケートの回答を基に数社をピックアップし、専門家・当事業参画事業者・事務局で工場見学（実施中）を行い、製品化への可能性を協議した。課題としては、活用出来そうな端材はあるものの、当該事業所は現状の業務が最優先で、アップサイクルプロジェクトの加工までは余力がないため、加工工程を担う事業所のリサーチが必要。

④ URL <http://www.toyota.or.jp>

健康ちよい旅inおおぶ

⑤ 活用した地域資源・素材

あいち健康の森公園／ウェルネスバレー（あいち健康の森周辺）／大倉公園／ハツ屋神明社（金メダル神社）／薬草園（あいち健康の森）／普門寺／ぶどう／なし／みか／お牛／たまねぎ／にんじん／かぼちゃ／きゅうり



健康度チェック（体力診断）の様子

＞ 主な事業内容

大府市は「健康都市おおぶ」として健康を標榜しているまちであることから、健康と観光を融合させたモニターツアーを通じて、大府市の特色・魅力を近隣市町の人たちに知ってもらい、将来の観光人口増加に繋げようと「ヘルスツーリズム・健康ちよい旅」を企画した。簡易健康診断＋観光体験できるツアーはあまり市場にないことから、参加者からは「自分の健康チェックのために年に1回は参加したい」「普通のツアーでは経験できない一連のコースメニューだった」との好意的な評価を得ている。

＞ 今後の展開

これまで2年にわたって実施したモニターツアーを通じて、大府市には事業で取り上げた以外にも四季折々の食（農林水産物）と観光スポット（観光資源）の地域資源があり、それらの資源を組み合わせた四季を通じたコースの作成が可能であることがわかった。これらの資源を活用し、今後は、どこかに行きたくなくなったときに「大府に行こう！」と動機づけされるよう、個人旅行向けのメニュー（コースなど）の開発を目指す。個人旅行の際、気軽に訪れることが出来る“行きたくなる まち・大府”となるよう発展させたい。



ナチュラルリースづくりの様子



心を整える「座禅」の様子

遊休資産を活用した創業促進と雇用創造による地域の活性化

⑤ 解決したい地域課題

市内遊休資産（空き店舗、空き地、空き倉庫、空き工場など）

＞ 主な事業内容

現在、当市には創業予定者や市内出店希望者に対し、空き店舗などの紹介や提供できる情報の管理がされていない状況にある。そこで、市内にある遊休資産（空き店舗、空き地、空き倉庫、空き工場など）の情報を収集するとともに、その活用策について調査を行い、創業予定者や小規模事業者（市内出店希望者）などの支援を通じて、地域の活性化と中長期的には市内全域の空き店舗や空き倉庫などの減少と市内事業者を増加させるためのシステムの構築を行い、その結果をもとに次年度以降に繋げていく。

＞ 今後の展開

今回の調査では、事業所（創業予定者含む）や団体（コミュニティビジネス含む）などへアンケートにてニーズ調査をし、貸し手と借り手（希望者）の実態調査と分析を行った。加えて、先進地視察調査も行い、対策面やこれまでの経緯等について意見交換も行った。今後は今年度の調査事業で集まった情報などを活用し、遊休資産の情報提供に伴うシステム構築と併せて、より有効な制度策定に向けての準備などにも取り組んでいきたい。



先進地視察調査①



先進地視察調査②



調査事業特別委員会

食 技 旅 鳥羽商工会議所(三重県)

本体事業2年目

みんなを元気にするワンハンド和食とスイーツ全国発信プロジェクト

⑤ 活用した地域資源・素材

やまとたちばな／はちみつ／きんこ／海女



鳥羽市の木「やまとたちばな」



輝きつづける海女たち



鳥羽湾

＞ 主な事業内容

本事業では、当所が早くから着目してきた「海女」を意識し、80歳代の高齢になっても素潜り漁をつづける海女たちを「アクティブで、いつまでも輝きつづける女性たち」と捉えている。加えて、「食」は健康に直結するとの考えから、旬の食材がもつパワーを生かした「食べて元気になる和食やスイーツ」の開発と合わせ「九鬼水軍の足跡を辿るコース」、「港町を感じるコース」、「御食国（みけつくに）を楽しむコース」、「海を感じるまったりコース」の4つのコースを創設。特産品の開発と観光商品の開発の両面から事業を推進した。

＞ 今後の展開

特産品開発（鳥羽ワンハンド和食&スイーツ）と観光商品（上記4コース）を合わせた「ワンハンド&観光コース」に特典（手づくり体験or鳥羽ドレッシング（牡蠣エキス入り）+江戸川乱歩館の入場券）を付けて平成29年3月以降、チケットの販売を行う。マップを片手に市内飲食店等を食べ歩くことにより、来訪者にまちなかの回遊を促し、飲食店、みやげ物店への来店者の増加と市街地等の活性化につなげていく。

⑤ URL <http://www.toba.or.jp/>

「(仮称)み一つびわ湖・大津」開催に向けた調査研究事業

⑤ 活用した地域資源・素材

大津三大祭(山王祭・船幸祭・大津祭)／琵琶湖／延暦寺／西教寺／近江神宮／三井寺／石山寺／旧東海道／船／京阪電車石山坂本線など

＞ 主な事業内容

大津三大祭を集客の要として、事業所などへ大津の歴史・文化・風土・生活・祭事などが感じられる体験・まちあるきメニューの提案を呼びかけた。その案を「町人文化の豊かさを感じる」「源氏物語生誕地」など、大津の魅力を表現するテーマ別に分類。そして公共交通機関を利用した観光モデルコースを作成し、所要時間やコースに組み込める地域資源を調査した。JR大津駅・琵琶湖最大の港がある中心市街地を大津市への玄関口として重点活動対象とし、ここから、京阪電車石坂線や湖上交通で繋ぐことができる石山寺・瀬田川流域～坂本・おごと温泉へ広がりを持たせることも狙い。

＞ 今後の展開

大津市は観光資源が広範囲にわたるため連携が不十分であり、土産・飲食店、体験メニューなど、来訪者の滞在時間を延ばし、地域との交流を生み、経済効果に結び付けるための受け入れ態勢も不十分である。それらを克服するため「大津の独自性が感じられるもの」「知名度の高いテーマでのストーリーの組み立て」「来訪者の回遊ルートを想定した地域間連携」「一過性のイベントではなく観光客受け入れ体制として根付くもの」などを基本方針とし、観光・交通・小売・サービス・製造事業所、市民団体等と連携し体験・まちあるきメニューを整備したい。

④ URL <http://www.otsucci.or.jp/>



大津三大祭(山王祭)



大津三大祭(大津祭)



調査研究委員会の様子

ひこねアスパラガス・プロジェクト(美食体感&プレミアム)

⑤ 活用した地域資源・素材

国宝彦根城／伝統的砂地農法等で生産される彦根産4色アスパラガス(ホワイト・グリーン・パープル・ピンク)

＞ 主な事業内容

アスパラガスは全国各地で生産されるが、滋賀県内・周辺では突出した産地がなく、遠方や外国に供給を頼っている状態である。彦根では有名産地に負けない品質と比較的安価なものを古くから栽培しているが、知名度が低いため、ホワイト・グリーン・パープル・ピンクの4色のアスパラガスを活用して特産品・観光商品の開発に取り組んだ。特産品として「ひこねアスパラガス・ピクルス」の試作品を開発。観光商品では「朝採れアスパラガス体験ツアー」の開発に取り組んだ。また、事業プロモーションとしてパンフレット制作にも取り組んだ。

＞ 今後の展開

アスパラガスは収穫時期が3～5月と限定され本事業実施時期と合わず、新鮮なものを使った展開ができない。そこで今後は時期外にできる取り組みとして、今年度開発した特産品試作品の改良を中心に展開する(ロゴ・パッケージ・デザインなどのブランディング強化も含む)。また、アスパラガス単品ではインパクトも弱い。そのため、全国的知名度がある彦根産品(近江牛、鮎寿司、日本酒など)とのコラボにも取り組む。また、その他プロモーション展開、行政・他団体との連携も深めて、特産品生産・加工・流通・販売の新しいシステムも構築する。

④ URL <http://www.hikone-cci.or.jp>



ひこねアスパラガス・ピクルスの試作品



先進地調査研究



彦根産アスパラガス

ひこねプレミアム甲冑プロジェクト ～戦国・江戸産業復活～

④活用した地域資源・素材

国宝彦根城／彦根仏壇／井伊直政公を初代とする彦根藩14代の歴代当主／徳川最強と呼ばれた「井伊の赤備え」



金箔押師による天衝の金箔押し



漆塗師による本漆塗り



甲冑の部品

＞主な事業内容

彦根市の地場産業である彦根仏壇の起源は、江戸時代まで武具や武器の製造に携わっていた職人が平和産業として仏壇製造に転向したのが始まりといわれている。昨年度、本体事業1年目として、この歴史的背景を活用し、歴代当主の甲冑の中で最高傑作と称される彦根藩2代当主・直孝公の甲冑の製作に取り組んだ。本年度では昨年度製作した甲冑試作品を見直し、部分的な形状改良と製造工程の見直しによる改良品の製作に取り組んだ。これにより、製造時間短縮によるコスト削減と、販売を視野に入れた製造体制の確立を目指した。

＞今後の展開

今後は甲冑の製造数を増やすとともに彦根仏壇伝統工芸士の伝統技術を活用した彦根ならではのプレミアムな赤備え甲冑を全国に発信していく。甲冑は国内のみならず、海外においても人気が高いため、海外での可能性を本格的に調査し、マーケットの拡大を行いたい。また、ひこねプレミアム甲冑として今回製作に取り組んだ直孝公甲冑のみならず、井伊家歴代当主の甲冑やミニチュアサイズの甲冑などの製品バリエーションを増やし、彦根全体のブランド化を図っていきたい。

④URL <http://www.hikone-cci.or.jp>

大阪繊維産地活性化プロジェクト

④活用した地域資源・素材

毛布・毛織物・セーターを中心とした繊維製品



ギフトショー出展風景



JFWジャパンクリエーション出展風景



開発商品代表例

＞主な事業内容

大阪は毛布や毛織物、セーターなどの日本が誇る繊維産地の集積地である。ただ、OEM生産が中心であったため、知名度がない。そのため、繊維にかかわる業種を集め、その製品や技術をPRするために展示会に出展した。まず、ターゲットとする消費者に対し、アンケートを取った結果、機能性や心地よさ、見た目などを求めていることが見えてきた。もともと機能性がある商品を作ってきた産地なので、今年は「Comfort（快適さ、心地よさ）」をキーワードに新製品を開発。パイヤーなどには全体的に好評で商品化に至る製品が多かった。

＞今後の展開

今後は消費者のニーズを活かした新製品を開発し、より消費者に近い所に販路を求めていくが、プロジェクトとしては、新製品を作って完了ではなく、その製品が売れるようになり、独り立ちできるようになって、初めてプロジェクトの完了となる。製品のコンセプトと技術背景をどう消費者に伝えるか、また、消費者のニーズに答えられるような品質・価格・機能性をうまく備えた製品が作れるか、そして、物があふれている今の市場にどう販路を見つけるかが課題である。

地域資源(希少糖・酒等)を活用した特産品開発プロジェクト

② 活用した地域資源・素材

酒／酒粕／希少糖／たみまるレモン



希少糖



たみまるレモン



小西酒造



伊丹老松酒造

＞ 主な事業内容

1. 原材料・商品調査の実施 伊丹の地域資源(希少糖、酒、酒粕、たみまるレモン)について、調査により、健康増進的視点からの効能や特長などを整理した。また、商品開発にあたって、他地域の類似商品と比較した強みや弱み、伊丹ならではの特長を明らかにするための商品調査を実施した。

2. 商品企画の検討 すでに商品化されている商品の特長、販路、販売実績などを整理するとともに、事業化を検討する新商品について、そのコンセプト(購入や飲食のシチュエーション、ターゲット等)を明らかにし、複数の新商品候補を設定した。

＞ 今後の展開

1. 試作品開発と次年度以降の展開方策の整理 調査研究データを活用し、上記原材料の含まれる試作品を開発し、商品化の可能性をまとめ、次年度以降の事業化に向けた課題やスケジュールをとりまとめる。

2. 進捗管理・意見交換 各調査・商品企画・試作品開発について、年間3回(予定)の会議により各委員に進捗状況を報告・意見交換する事で事業精度を高めると同時に、新商品開発のプロセスを実際に体験する事により人材育成にも努める。

② URL <http://www.itami.jp/>

「フルーツシューケーキ」を核にパンわーど総社を確立する事業

② 活用した地域資源・素材

古代より国内3か所(長崎・対馬・鹿児島・種子島・岡山・総社)のみ栽培が続けられてきた、古代米「赤米」/本市が、パンの製造出荷額が県内No. 1であることに象徴されるように、総社に根付いていたパン文化

＞ 主な事業内容

地元のパン屋さんをつなぎ、地域外からの誘客をはかる商品として考案した「フルーツシューケーキ」、そのコンセプトを市内事業者の説明し意欲ある12店舗が集まった。専門アドバイザーや委員会の指導を受け、アイデア豊かに開発に取り組み、マスコミへのプレス発表、更にブラッシュアップし市民への試食会を開催。さまざまな声を参考に売れる商品へと仕上げ、11月6日「総社パンマルシェ」を開催し一斉に発売した。発売を前に、話題の情報発信を行うため、マスメディアに取り上げて頂くことに努めた。また、補助事業終了後の11月から1月にかけて、12店舗を巡る「スタンプラリー」を実施した。

＞ 今後の展開

専門アドバイザー、委員会が中心で事業を進めてきた中で、事業者へ意識の共有を図るため、発売後、月1回のペースで、参加店会議・交流会を開催。事業者から現場の意見を吸い上げながら、意識の高揚も図り、事業の発展を目指したい。更に、新規事業者の参加を募り、一層の面的広がりを図りたい。引き続き、マスメディアに取り上げて頂くことに努め、また観光事業者とのタイアップにより、市外への周知や、県内はもとより全国からの誘客を促進し、「パンの街総社・パンわーど総社」のブランドの定着を図り、地域経済の底上げ・活性化につなげたい。

② URL <http://www.kibiji.ne.jp/so-japan/>

来賓・マスコミを招き、事業発表会



発売日に12店舗一斉に「総社パンマルシェ」を開催



各店オリジナルの「フルーツシューケーキ」

ばらの酵母菌で瀬戸内・福山の六次産業を醸すプロジェクト

④活用した地域資源・素材

福山市花である福山産のばらの花から分離した有用酵母菌／地元産のブドウ



「さんぞうの赤。」福山大学のばら酵母菌を活用し、セラワイナリーで醸造した赤ワイン



ばら酵母でもちもち食感のパン



12月16日開催委員会でワインの試飲

＞主な事業内容

福山大学生命工学部生物工学科が研究している、福山特産のブドウ「マスカット・ベリーA」などを活用した福山オリジナルワインを造り、品質の安定化を課題に取り組んだ。また、福山市の花「ばら」から分離した有用酵母菌を活用したワインにあう新食感のパンを産学官連携の下で開発し、製パン用ドライ・イーストの製品化に向けて研究を続けている。ワインとばらの酵母パンの試飲・試食会も開催し、さらに、地域の特産品としてワインとばらの酵母パンの広報活動を展開することで、新しい特産品のブランドを確立すると同時に、地域文化の向上を図った。

＞今後の展開

1)福山オリジナルワインとしてブランド化を図るため、福山産ブドウのマスカット・ベリーA、シャイン・マスカット及びキャンベル・アーリーなどを原材料とするワインを醸造・生産し、地域特産の日本ワインとして消費者に提供。製造プロセスの確立並びに事業化に向けた取り組みを行う。2)ドライイーストの商業的供給に道をつけると同時に、福山市内の小規模ベーカリーショップ事業者への「ばら酵母」普及に向け、講演会・試食会・勉強会を開催し、市内で一般市民がばら酵母パンを入手可能な環境を整えたい。3)ワイン、パンのコロナボレーションによる地域特産品の普及には、広報活動を推進するため、FMラジオを通じて、CM製作や番組出演により周知活動を行う。また、レストランの参画事業者にワインに合う料理などを提案いただき、ポスター掲示やリーフレット配布などを展開する。

④URL <http://www.fukuyama.or.jp/>

コミュニティビジネス 府中商工会議所(広島県)

本体事業1年目

中心市街地賑わい・地域コミュニティ基幹店育成事業

④解決したい地域課題

中心市街地の空洞化の原因である高齢化及び大型店への消費流出／中心市街地の情報（店舗の魅力、駐車場、アクセスなど）が認知されていない状況



ハロウィンアンケート回収風景



ハロウィン会場



会報誌「まちゼミ」中面

＞主な事業内容

中心市街地における魅力・求心力の低下に歯止めをかけるべく、商店が主体となり、地域の店舗ならではの魅力や、まちなかの移動手段等の情報発信を、「一店逸品運動」や「まちゼミ」「ハロウィン企画」と関連付けて行った。中心市街地は、これまで商業ゾーンとして存在してきたが、上記のような取り組みを行ったことで、個々の商店が賑わい・交流の場、まちを活性化する存在であるというイメージづくり、また、コミュニティゾーンとしての求心力を培うことができた。

＞今後の展開

府中まちなか繁盛隊の店舗が中心となって取り組む「一店逸品運動」や「まちゼミ」等に加わる店舗が10店以上増えた。この連携の輪を拡大し、大型店に対抗できる個店集団の形成を目指す。内容としては、商店が協力して、それぞれの魅力を発信する一店逸品運動で、他店の逸品の紹介だけでなく、実際に逸品となる商品の販売を商店同士が相互に行うことで、交通手段のない方でも、身近な商店で他店の魅力ある商品を購入できるような仕組みづくりに取り組む。この取り組みを通じて、今後、増加が予想される買い物弱者問題の解決策確立を目指す。

④URL <http://www.fuchucci.or.jp/>

学習意欲の高い女子を中心とした新!『産業観光』ルートの構築

⑨ 活用した地域資源・素材

【工場見学】市内工場（醤油蔵、練り製品）／航空自衛隊防府北基地【産業遺産】三田尻塩田記念産業公園【体験学習】塩づくり／カレンダー製作／鋳物づくり／外郎づくり／工業ミシンの体験【地域ブランド】防府天神鰯／自然薯／幸せますブランド

＞ 主な事業内容

昨年度までに検討・検証した地域資源を活用し、本事業の主なターゲット層である学習意欲の高い女子への訴求を高めるために「『知る・創る・食べる・プロの指導で体験』にて知識美人になる旅」を提案。大型バスでは行けない、ジャンボタクシーやタクシーで巡るツアー先を中心に検証した。ツアーでは、防府の新たな観光ツールとして注目度が高まりつつある「幸せよくバル」も同時開催して魅力づくりを図った。バルの開催に向けて、「車海老」「自然薯」「鰯」の新防府三白を組み合わせた防府ならではの特産品新メニュー開発にも取り組んだ。

＞ 今後の展開

調査研究から本体事業2年目を実施したことで、防府ならではの明確なテーマ性があり、また、女性が魅力を感じる「見る・食べる・買う・体験する・感じる・知る」をバランス良く組み込んだ訴求力の高い着地型観光ツアー商品を創り上げることができた。今後も、行政や観光・旅行・飲食事業者の協力を得て事業を継続させ、より交流人口と滞在時間の増加に繋がるものとするよう精査していき、クルーズ船誘致等へも本事業で得た成果を活用していく。



昼食は桑華苑の天神鰯料理・じねんじょ料理



MY 鋳物づくり体験・アボンコーポレーション(株)

自然酵母ベーカリーの試作研究及び地域資源フル活用ネットワークの構築

⑨ 活用した地域資源・素材

海水（大日比海岸、さわか海岸）／ゆずぎち（果皮）／夏みかん原樹（果皮）／しゃくなげ（つぼみ）／こしひかり（もみから）／ブラックベリー（果実、花）／ラズベリー（花）／海藻（仙崎湾）

＞ 主な事業内容

平成29年秋に長門市初の道の駅「センザキッチン」がオープンし特色のあるベーカリー店舗を設ける計画となっている。地元の農水産品から取れた自然酵母を活用し特産品の事業化に向けて調査。地元農水産品の掘り起こしと供給体制の調査と合わせて道の駅を起点とした着地型観光の事業化に向けた調査事業に取り組んだ。同時に福祉施設の入所者が将来社会に接する場を提供できるよう参画事業者に通識をもつ機会を設けた。これは、地域社会の新たな取り組みとして行政関係者から注目されている。

＞ 今後の展開

道の駅「センザキッチン」のベーカリー店舗のコンセプトと着地型観光に向けて、参画事業者、行政担当者が共通認識をもつことができ、各業界で今後の事業展開の資料として活用することとなった。自然酵母（天然酵母）に対する考え方が、純粹に自然酵母を追求した事例、単に科学的に自然酵母を使っていることをひとつの「売り」にしている事例など多くの取り組みについて実地に調査することにより、いずれの事例も、積年の経験とノウハウが必要だということが理解された。今後、参画事業者は、この成果を各自の事業展開に生かし、次の段階に進む予定。

⑨ URL <http://www.ncci.or.jp>



自然酵母を使ったパンを試作



ブラックベリー採取



夏みかん原樹

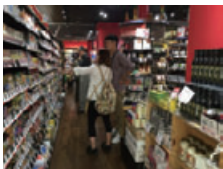
高知県須崎発! ウツボ全国展開商品開発プロジェクト

①活用した地域資源・素材

うつぼ



うつぼ商品開発会議



都内店舗視察調査(北野エース玉川店)



開発商品写真(うつぼジャーキー)

＞主な事業内容

古くから須崎市で食されている「うつぼ」。食されている地域は全国的にも限定されていて一般的ではないが、うつぼの美味しさ・栄養面をPRしていくことで地域活性化の起爆剤とすべく活動を行ってきた。昨年度の調査研究結果を踏まえ、本年度は都内店舗調査を実施し、全国展開できる商品開発に取り組んでいる。開発商品は「うつぼジャーキー」「うつぼの蒲焼」「うつぼのすき焼きセット」の3種類。試作品を平成29年2月に東京ビッグサイトで開催される「グルメ&ダイニングスタイルショー」に出展し、パイヤーの反応・声を収集した。

＞今後の展開

収集した声をもとに、パッケージや価格、味などをブラッシュアップし、平成29年度より本格的な商談が行えるようにしたい。また、コラーゲンを多く含有する強みと地域を強調した商品パンフレットを作成して、「うつぼ」と「須崎市」の両方を売り込んでいきたい。原材料のうつぼが高価であるため、どこまで価格を抑えることができるか。また、消費者にとってのうつぼの印象をどこまで変えることができるか。本格的な販売を実施する際の組織体制はどのようにするかが今後の課題となる。

②URL <http://www.cciweb.or.jp/susaki/>

宿毛旅がきっかけ「体感」健康増進プロジェクト

①活用した地域資源・素材

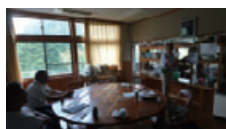
だるま夕日／郷土出身の偉人／食／地域の人／出井の甌穴／文旦／直七



沖の島七つ洞



「街」コンテンツ



「山」コンテンツ

＞主な事業内容

高知県西南部に位置する宿毛市への着地型観光に対応した「ニューツーリズム」「ヘルスツーリズム」の体感型プログラムの作成。宿毛市の山・川・海を活かしたコンテンツを3つ。産業クリエイティブツアーとして、エネルギーの域内循環を目指した新産業などの見学ツアー及び循環型のモデル事業を3件設定。これらは、滞在コンテンツ(旅行商品、体験型・交流型滞在プログラム)として、次年度以降、モニタリングツアーを実施予定。特産品については、昨年度調査などを踏まえ、商品化を検討。「万次郎かぼちゃ」のペーストや、循環型の商品として「フォレストアッシュ」を開発。

＞今後の展開

観光事業を意識した場合、メニューを常時提供できる状況を確保する必要がある。当市における体制の実現には、地元飲食業者や宿泊事業者などの地元メンバーを中心とした協力体制が欠かせない。進め方としては、既に地元で親しまれている地域素材・地域食材を活かしていきける様な新たな仕組みづくりの調査や、専門家による人材育成を目的としたセミナーについても開催していき、当市内における普及の可能性を探り、モニタリングツアーに繋げていきたいと考えている。本体事業1年目の取り組みにより、より明確な商品を作成することができ、「環境の良さ」を食・人柄・歴史・気候を通じて体感して頂くことが可能となった。

②URL <http://www.sukumocci.or.jp/>

長崎街道、八木山高原を活かした まちおこし・地域活性化プロジェクト

④ 活用した地域資源・素材

長崎街道（冷水峠石畳道、内野宿、飯塚宿など）／八木山高原（八木山展望台、八木溪流公園、農楽園八木山、ふれあい動物園ビクニカ共和国、八木山花木園など）



長崎街道内野宿での現状説明



長崎街道飯塚宿の現地調査の様子

＞ 主な事業内容

飯塚市の地域資源「長崎街道」「八木山高原」のブラッシュアップを行い、これらの資源を活用して、まちおこし・地域活性化を図るため、委員会・ワーキング部会を開催し、検討を行った。また、地域資源の現状確認・調査会や研修会を実施し、観光誘客を図る上での課題の抽出を行った。その他、想定するターゲットである福岡都市圏の観光ニーズを探るため、福岡市及び参拝客など120万人が訪れる篠栗町南蔵院周辺にて市民、観光客、インバウンドなどを対象にしたヒアリング・アンケート調査を実施し、その収集データの分析・検討を行った。

＞ 今後の展開

長崎街道飯塚宿は、現存する建造物などはほとんどなく、点在する石碑に案内看板を設置するなどわかりやすく説明し、宿場町をアピールすることが必要である。一方、内野宿には建造物や冷水峠の石畳道など、街道・宿場の風情が多く残っており、有効な活用方法や誘客事業の具体策を今後検討していく。また、八木山高原については、構成する資源の連携の強化（地域一体となった誘客事業の実施など）を図り、福岡都市圏からの観光誘客の拡大に取り組んでいきたい。

④ URL <http://www.iizuka-cci.org>

八女産オリーブを活用した高品質商品の開発

④ 活用した地域資源・素材

オリーブ／八女茶



事業推進委員会会議の様子



試作品(オリーブ石鹸)

試作品(オリーブ茶)

＞ 主な事業内容

八女地域は八女茶をはじめ、あまおうや筍などの野菜、ぶどう・梨などの果樹、アユ、イノシシ肉といった魅力的な地域資源が多数存在する。しかし価格競争の激化や生産者の高齢化により耕作放棄地が拡大しているため、高付加価値化できるオリーブを有効に活用したオリーブ茶やブレンド茶、オリーブ石鹸を試作し、共同展示商談会「feel NIPPON 春 2017」に参加し外部評価を受けた。オリーブ茶は「生まれて初めて試食する」という方が多く、国内での流通がこれからであると実感した。また石鹸やデザインについても高評価を受けた。

＞ 今後の展開

八女産オリーブによる新たな産業おこしを行い将来の地域形成に必要な人材を確保すると共に全国市場をターゲットに各分野連携のもとオリーブ関連商品群で食・美容・健康・観光に繋がる取り組みを実施していく。オリーブの生産にあたり生産技術の蓄積やノウハウを持った生産者がいないため、今後も(一社)日本オリーブオイルソムリエ協会から専門家を招聘し、生産・加工・販売について支援をして頂き、全国規模の商談会への出展を通して全国展開を目指す。

④ URL <http://www.yamecci.or.jp>

水郷柳河「さげもん舟」運行とまち歩きモニターツアー事業

④活用した地域資源・素材

掘割／さげもん



「どんこ舟」に「さげもん」を組み合わせた「さげもん舟」



名勝などを巡る「まち歩き」



委員会にて企画内容の協議

＞主な事業内容

当地域の地域資源である掘割を活かした「川下り（お堀めぐり）」と江戸末期に始まったとされる工芸品「さげもん」を組み合わせ、「柳川雛祭り～さげもんめぐり～」期間中に、雛祭りの雰囲気を出し出す「さげもん舟」の試験的運航について検討を行った。また、滞在時間の延長や観光消費額の拡大を図るため、外国人観光客にも人気のあるレンタル着物の着付け体験や野点体験、国指定名勝「御花松溝園」など沖端地区を巡る「まちあるき」を組み合わせたモニターツアーを実施した。

＞今後の展開

現状の取り組みでは、沖端地区に集中しているため、徒歩だけでなくタクシーやバス、サイクルなどの移動手段を取り入れて、二次交通の問題を解決した広域的に周遊するような展開を図りたい。また、運営主体を観光協会や観光事業者へ移行していくことを想定し、アンケート結果を基に、適正な価格設定を行う。今後の展望としては、滞在時間や旅行予算に合わせた商品選択ができるように、組み合わせ可能なプランの充実に繋げる。

④URL <http://www.yanagawa-cci.or.jp/>

きになる小城的きになる魅力発見事業

④活用した地域資源・素材

小城羊羹／鯉料理／羊羹アイス／鯉コラーゲン



特産品開発部会の様子



モニターバスツアーの羊羹作り体験



清水の鯉料理と鯉コラーゲン入りみつぜ鶏のとりすき

＞主な事業内容

特産品開発事業で「羊羹アイス」と「鯉コラーゲン」を試作。観光開発事業では、小城の新観光コース作成にあたりモニタリングバスツアーを実施し、小城羊羹作り体験、パワースポット巡り（神社）、村岡総本舗資料館にて羊羹の歴史を学び、夕食は清水で鯉料理、鯉コラーゲン入りみつぜ鶏のとりすき、デザートに羊羹アイスクリームを堪能していただいた。その後、11月の中旬に開催された「清水竹灯り」会場を散策、最後にアンケートを記入いただき、羊羹作り体験で作った羊羹をお土産としてお持ち帰りいただいた。

＞今後の展開

特産品開発事業では、試作した小城の特産品小城羊羹をアイスクリームにした「羊羹アイスクリーム」を羊羹店へ気軽に入店してもらうための導入商品として取り組み、小城清水の鯉料理の副産物「鯉コラーゲン」を小城の飲食店で活用。新商品の特産品として観光コースとマッチングさせて、観光客にさらに魅力ある観光地として、集客へと繋げていきたい。そのためにも「小京都と小城」の名所旧跡と食を結び付け、散策できる観光地として小城の魅力を発信するとともに、試作品を新商品化、販売するためにも展示会、物産展へ出店していきたい。

④URL <http://www.ogi-cci.or.jp>

技術力の見える商品開発とブランド化を目指したファッションプロジェクト ～素材の品質とデザイン性だけでなく着心地と機能性の追求開発～

④ 活用した地域資源・素材

縫製工場／技術力（裁断・縫製等）／職人



市場調査、テスト販売先としての可能性調査（日本橋長崎館）



人材育成研修会風景



アンケート調査内容の報告会

＞ 主な事業内容

近年、繊維業界を取り巻く環境は一変し、国内縫製工場は閉鎖・縮小を辿り、国内輸入浸透率が増加。現在、3%のみがメイド・イン・ジャパンという絶滅危惧種の産業に陥っている。こうした現状の中、長崎県北部には40年以上にわたり高い技術力を基にOEM生産を行っている工場がある。その工場が集結し、それぞれの強みを活かしたオリジナルブランド開発を企画。本年度は、ビジネスパーソンに対する意向調査、市場調査などを行い、自分たちがターゲットにすべきクラスター分析を実施。データを基に、技術力を兼ねた商品開発を行う。

＞ 今後の展開

本年度は、ビジネスパーソンに関する意向調査、商品開発に向けた市場調査を行った。集計結果を基に、クラスターを分析。ターゲット層の割り出しを行った。今後は、販路を開拓するにあたり、消費者のニーズなどの調査が必要。試作したものを展示・テスト販売し、お客様の評価をリサーチし、改良を重ねながら、販路開拓に向けた取り組みを考えている。また、地域に愛されるブランドとして、長崎・九州でのアンテナショップを設置する。更に、メイド・イン・ジャパンの技術などを結集した本格的な商品を作り出す。

④ URL <http://www.e-matsuura2.jp/cc/>

コミュニティビジネス 水俣商工会議所（熊本県）

本体事業1年目

「みなまたキッチン」を中心とした食ビジネス創出プロジェクト

④ 解決したい地域課題

市内で事業者や一般市民との連携の試みを進めている小規模事業者／その他、市内の飲食店、食品製造・加工業、1次生産者等を中心とした小規模事業者／女性（主婦層）、若者（Uターン者、移住者）、高齢者（元気高齢者）等で小規模事業（小商い）を立ち上げようとする人材／中山間地域の食を含む伝統的な生活スタイル／水俣市産業育成プラットフォーム（行政、産業支援機関、金融機関等により構成）



加工食品製造専門家による技術指導



事業者・生産者・一般市民の新たな関係づくりへの模索

＞ 主な事業内容

多様な人々が活躍できる場づくりを行うことで“食のしごと”が創出されることを目的とする「みなまたキッチン」のハブ拠点設立に向け、必要とされるソフト面・ハード面での機能検証を試験的に2カ月間実施した。2カ月の試験運用期間中には、いかに訪れやすい環境・空間づくりとメニュー作りを行い、いかに事業者側が主体を持ち、参画しやすい雰囲気づくりができるのか、という観点に基づき、連携促進（異業種、生産者、市民）・創業創出の基盤づくり・新たな事業展開へ向けたアイデア創出の場等々という要素を持った様々なメニューを実施した。

＞ 今後の展開

次年度以降、改めて拠点設置検討も含め活動を続けていくが、当面は下記活動により「みなまたキッチン」活動を存続する。①パイロット事業の具体化⇒拠点実験で芽生えた事業者連携の実践②定期的なミーティング⇒今後のみなまたキッチン活動の存続模索（実証実験結果・拠点のあり方検討、仮拠点での活動、発酵食クラブ等々）③メンバー、関わる人の拡充⇒地域の資源を組み合わせた事業を生み出し続けていくため、幅広く事業者や市民を巻き込む必要性がある。

④ URL <http://www.minamata-cci.or.jp>

地域商社たけたマルシェの食開発事業

①活用した地域資源・素材

米／サフラン／かぼす／大豆（岡大豆）



委員会及びプロジェクト会議



委員会（試食会）及び相談会



九州イオン直方店 市場アンケート調査

＞主な事業内容

竹田市の農業産出額は県内トップクラスであり、代表する生産物としてかぼす、しいたけ、サフラン、トマト、米などのある竹田ブランドとしての魅力が豊富な地域である。これらの資源は、加工食品として開発時から手を加えている商品が少なく、ニーズに沿った新商品の開発や改良が急務となっていた。その地域資源を活用し、地域、商店街の歴史と文化を取り入れた魅力ある加工食品の新商品開発の研究調査を実施した。食の開発、流通、デザインの各専門家を招聘。現状の課題や問題を把握したうえで、試作品開発や事業フローなどの研究を行った。

＞今後の展開

地域商社たけたマルシェを設立し、市内の商品、加工品の新開発を図る。そのため、主な販売商品、商品調達方法、集客及び売上向上策、出品事業者に対する支援調査、共同販売拠点による地域産品などの新規開発方策を調査研究し、効果的に必要なニーズを探りながら、地域資源を活用した農産物、加工品の新商品開発を推進する。また、竹田商工会議所を核として地域資源を活用した農産物、加工商品、地元の野菜などを活用した料理など、生販食一体型の質の高い付加価値のある商品作りを目指し、全国、更には海外へと展開していきたい。

②URL <http://www.taketa-cci.or.jp/>

異業種連携による「宇佐のチカラ」発信事業

①活用した地域資源・素材

宇佐産小麦（ミナミノカオリ）／味一ねぎ／国宝宇佐神宮



クロダマル販促用パンフ表紙



クロダマル収穫体験



クロダマルの収穫前

＞主な事業内容

宇佐市では平成27年3月に北部九州を循環する東九州自動車道の豊前IC～宇佐IC間が開通し、国東半島・宇佐地域が世界農業遺産に認定された。観光資源として国宝宇佐神宮、東西の四日市別院などを有し、また県下随一の穀倉地帯としても知られ、米・麦・大豆・ネギ他、様々な農作物が生産されている。これら地域資源を活かした6次産業化に取り組んでおり、その一環として本プロジェクトでは当地を取り巻く外部環境の変化を好機と捉え、観光客誘致能力の高い魅力ある「食ブランド構築」、地域資源を活用した「新商品開発」を行った。

＞今後の展開

「宇佐ブランド」を確立させるため、今後は生産者、加工業者、流通業者、飲食業者、観光施設などが相互に連携し、異業種連携を更に強化する一体的な取り組みが必要である。また、「宇佐ブランド」を全国に向けて情報発信し、食ブランドを構築することで、これまでの通過型観光から脱却し、滞在時間を長くする観光ルートの確立、リピーターの増加を図る。更には近隣市町村との連携、地元実業系高校家庭科の生徒とも連携し、地域資源を活かした商品開発を継続実施する。

②URL <http://www.twinpia-usa.or.jp>

名瀬まち商店街観光まちづくり委員会観光商品・特産品開発事業

② 活用した地域資源・素材

名瀬まち商店街の店舗・施設・人材・文化など



「まちあるきツアー」10数名の参加者



ガイドによる参加者への説明の様子



試食会の様子

＞ 主な事業内容

かつては、奄美全土から人が押し寄せ、活気のあった名瀬まち商店街も、現在では空き店舗の増加・後継者不足など厳しい状況にある。かつての賑わいを取り戻すべく、名瀬まち商店街を中心とした市街地の資源を活用し、観光客の来訪を目的として「名瀬まち商店街まちあるきツアー（仮称）」や、奄美の伝統食から着想を得た「新規特産品」の開発を行っている。委員会内で協議するほか、モニターツアーや試食会を開催し、参加者からの声、アンケート結果をもとに試作品のブラッシュアップに取り組んだ。

＞ 今後の展開

奄美・琉球世界自然遺産登録への動きや、LCC就航により奄美大島への観光客は増加傾向にあり、名瀬まち商店街においても、観光客に魅力のある商品を提供していくことが重要となってくる。更なる商品のブラッシュアップはもとより、商品の知名度向上のために島外への広報戦略や、島内の行政、その他関連団体との密な連携関係を構築していくべきである。また、本プロジェクトで開発した観光商品・特産品を提供する組織・団体の選定も重要となってくる。

② URL <http://www.amami-cci.or.jp>

琉球王朝大交易の歴史を資源とする那覇市の地域ブランディング

② 活用した地域資源・素材

首里織（織物名）／那覇市の市場通り風景（国際通り、浮島通り等）／沖縄神前儀式（神人入魂儀式）

＞ 主な事業内容

過年度の調査研究事業では、本体1年目の事業方向性を、那覇新ブランド「ナハイズム」、ブランドコンセプト「那覇気質」で新たな価値を創造し続ける仕組みと結論付けた。その結論をベースに、本体1年目は複数の商品開発を手掛けた。その商品とは①沖縄をイメージした沖縄初のボードゲーム②那覇の商店街にフォーカスした商店街写真バッグ③首里織を使用したソファ④沖縄の神人の祈りを込めたチャーム⑤沖縄独自の模様をモチーフにした紙アイテム⑥琉球紅型染めを使用したクッションである。他に「ナハイズム」のブランドロゴも作成した。

＞ 今後の展開

那覇新ブランドである「ナハイズム」、ブランドコンセプト「那覇気質」で新たな価値を創造し続ける仕組みの基本構想を基にし、近い将来1,000万人に届くといわれる沖縄の観光客が魅力を感じる新たな商品・サービスを、基本コンセプトから次々に発掘する。そして、それを商品・サービスとして具現化し、マーケティング発信する純然たる民間の事業組織の設立と、その運営方法を確立する。

② URL <http://www.nahacci.or.jp/>



那覇新ブランド試作品開発会議風景



試作品の沖縄初のボードゲーム「琉球連珠」



試作品の魔除け・厄除けチャーム

日本商工会議所 側面支援事業報告

日本商工会議所では、本事業の普及促進や各地の商工会議所が実施するプロジェクトの支援を目的に各種事業に取り組んでいる。

項目

- 1 共同展示商談会「feel NIPPON 春 2017」の開催
- 2 商品改良から販路開拓までの一貫支援の実施(食・技・旅)
 - ・ヒット商品育成サポート事業(食)
 - ・ヒット商品育成サポート事業(技)
 - ・ヒット商品育成サポート事業(旅)
- 3 広報事業
- 4 担当者研修会の開催
- 5 事業基盤強化の実施



取り組み

1

共同展示商談会 「feel NIPPON 春2017」の開催

本事業を通じて開発された商品のPRと販路拡大を目的に、東京ビッグサイトで行われた国内最大級の見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー」と同時開催の「グルメ&ダイニングスタイルショー」に共同展示商談会「feel NIPPON 春2017」を出展、24府県の50商工会議所が参加した。

また、本年は熊本県復興支援として「がんばるけん！くまもとけん！」エリアを設け、熊本県商工会議所連合

会から8商工会議所が、熊本産の優れた地域産品を出品した。

イベント期間中に約3万人が来場。本共同展示商談会ブースでは約1,100件の商談を実施し、約75%が成約もしくは継続商談となった。

◎Data

日程：平成29年2月8日（水）～10日（金）

出展数：50商工会議所

場所：東京ビッグサイト・東3ホール

来場者数：約3万人



24府県の50商工会議所が出展



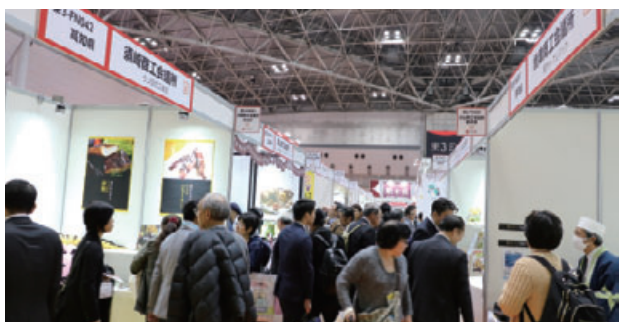
熊本県からは8商工会議所が参加



地域の特徴を展示ブースで表現



試食を通して地域食材の魅力をお伝え



数多くの来場者が訪れた



各出展者のカタログを配布



インパクトのある地域産品で来場者にアピール



商品の特徴を丁寧に説明

取り組み 2

商品改良から 販路開拓までの一貫支援の実施(食・技・旅)

食

ヒット商品育成サポート事業

商品の開発・販売に精通した専門家によるチームを設置し、10商工会議所（22事業者、2プロジェクト）からエントリーのあった商品を対象に、地域資源を活かした商品の見せ方や売り方、販路別に見た取引の特徴などを学ぶ研修会や、プロジェクトの活性化・発展に向けた意見交換、専門家による個別指導を行い、商品の改良や事業展開を伴走支援した。

さらに、東京都内小売店舗でのテストマーケティングや「スーパーマーケット・トレードショー 2017」への共同出展、小売業などのバイヤーとの個別商談といった機会を創出し、販路開拓を支援した。

参加商工会議所

小樽、岡谷、下諏訪、伊那、鹿沼、竹原、福岡、伊万里、八代、竹田

② Data

【テストマーケティング

「ニッポンまるしい@となりに。日本百貨店」

日 程：平成28年12月1日（木）～14日（水）

出 展 数：10商工会議所60商品

場 所：となりに。日本百貨店（東京都町田市）

【共同展示商談会「ニッポンまるしい」

（「スーパーマーケット・トレードショー 2017」への出展）

日 程：平成29年2月15日（水）～17日（金）

出 展 数：10商工会議所42商品

場 所：幕張メッセ 9ホール

来場者数：約8万7,000人



「となりに。日本百貨店」でのテストマーケティング



ポップで商品の魅力をアピール



「スーパーマーケット・トレードショー」に出展し、42商品を紹介



パネルやサンプル展示、試食提供を実施



事業者から来場バイヤーへ商品を直接説明



「スーパーマーケット・トレードショー」会場別室にてバイヤーとの商談も実施

技 ヒット商品育成サポート事業

エントリー商品の募集を行い、17商工会議所が参加した。「まるごとにつぼん」で一般消費者向けのテストマーケティングを実施し、その結果を踏まえ、専門家チームによる現地指導を行い、商品改良や販路開拓に関する個別指導を行った。

また、バイヤーを対象とした展示会「IFFT / インテリア ライフスタイル リビング」に共同出展した。本共同展示商談会ブースでは493件の商談が行われ、ほぼ全件が継続商談となった。



「まるごとにつぼん」にてテストマーケティングを実施



消費者と生産者が直接触れ合う貴重な機会



「IFFT / インテリア ライフスタイル リビング」に出展



来場者へ商品の特徴を担当者から説明

参加商工会議所

青森、燕、加茂、下諏訪、飯山、鹿沼、佐野、桐生、秩父、富士、桑名、鯖江、京都、府中、大川、有田、八代

② Data

【テストマーケティング

「技のヒット甲子園2016@まるごとにつぼん」

日 程：平成28年9月9日（金）～11日（日）

参 加 者：9商工会議所104商品

場 所：まるごとにつぼん（東京都台東区浅草）

【共同展示商談会「技のヒット甲子園2016@ IFFT」】

日 程：平成28年11月7日（月）～9日（水）

出 展 数：13商工会議所182商品

場 所：東京ビッグサイト 東5ホール

来場者数：約2万人



メガネフレームを使ったアクセサリー作りのワークショップ



13商工会議所182商品を紹介。約2万人が来場した



出展商品を紹介するカタログを配布

旅

ヒット商品育成サポート事業

旅行商品の改良、販路拡大を希望する13商工会議所が参加し、専門家による現地指導と商談シートの作成支援、PR動画の制作を行った。その後、旅行業者などへの商談機会の創出、各プロジェクトのPRを目的に、東京ビッグサイトで開催された「ツーリズム EXPO ジャパン 2016」に共同展示・商談ブース「あなたのココロとニホンを結ぶ、魅力満載ニホン旅 ～結旅～」を展出した。本展示商談会では87件の個別商談が行われ、7割強が当日成約または継続商談となった。商談結果を踏まえ、参加商工会議所に対するフォローアップコンサルティングや、バイヤーへのヒアリングなどを実施し、商談成約に向けた継続支援を行った。

参加商工会議所

登別、久慈、酒田、新庄、上越、糸魚川、加茂、上田、下諏訪、塩尻、静岡、柳川、八代

② Data

【共同展示商談会「あなたのココロとニホンを結ぶ、魅力満載ニホン旅 ～結旅～」
（「ツーリズム EXPO ジャパン2016」への出展）】
日 程：平成28年9月23日（金）～25日（日）
出 展 数：13商工会議所
場 所：東京ビッグサイト 東2ホール
来場者数：約18万6,000人



「ツーリズム EXPO ジャパン2016」へ出展



ワークショップを実施



来場者による甲冑の試着体験



地域産品の試飲



各地の代表商品を集めて展示



各種資料で地域の特徴を紹介



会場を賑わせた殺陣のパフォーマンス

取り組み

3

広報事業

▶ 公式ホームページへの商品情報掲載、Facebook・メルマガなどでの情報発信

本事業の認知度向上、実施プロジェクトから誕生した商品プロモーションの支援を目的に、公式ホームページの情報更新を行なった。同時に、Facebook ページを活用した情報発信も実施した。

また、バイヤー向け仕入れサイト『バイヤーズ・ガイド』内で『feel NIPPON』特集を設けたり、メールマガジンを活用したり、各種メディアへ広告掲載をしたりと、本事業についての PR および販路開拓支援を行なった。



◎Data

WEB サイト URL : <http://feelnippon.jcci.or.jp/>

Facebook URL : <https://www.facebook.com/feelNIPPON/>

バイヤーズ・ガイド feel NIPPON 特集 :

特集ページ (<http://buyersguide.jp/special/030>)

メルマガ配信 : 日本食糧新聞社、バイヤーズ・ガイド、
FABEX INFO、Retailers.jp、流通ニュース
広告掲載 : 観光経済新聞、観光経済ドットコム、Retailers.jp、
流通ニュース

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

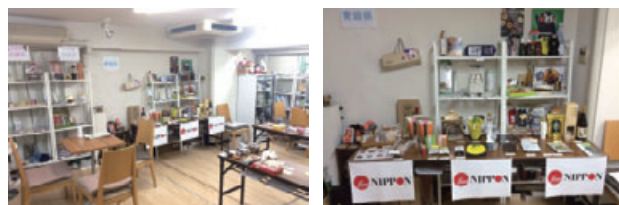
平成18～27年度に本事業で開発された商品（特産品・観光商品）について、商品データの精査と商談シートの作成・提供を行った。

紙媒体の商品カタログ「BUYER'S GUIDE ～商談サポートシート～」は、食は約5,000名、技は約500名、旅は約5,000名のバイヤー・仕入担当者・企画担当者に配付。バイヤーへの PR を行い、マッチングの促進を図った。



▶ 食のショールーム「パルズ」への常設展示

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



小規模展示会の様子

feel NIPPON コーナー

◎Data

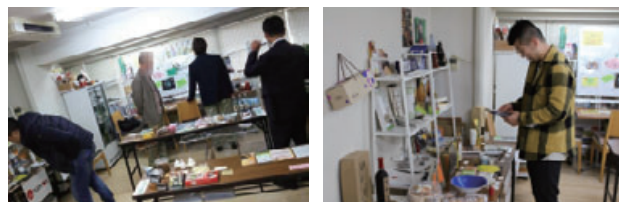
【常設展示】

実施期間 : 平成28年9月15日 (木) ～平成29年3月17日 (金)

【展示会】

実施期間 : 平成28年11月21日 (月) ～28日 (月)

平成29年2月13日 (月) ～20日 (月)



首都圏のバイヤーが来場

展示会スタッフが商品を丁寧に説明

取り組み

4

担当者研修会の開催

平成28年度のプロジェクト実施商工会議所の担当者を対象に、事業を実施するに当たっての留意事項や事務手続きなどについて説明した。また、商品づくりやブランドづくり、地域づくりに関する専門家の講演の他、都内小売店の実地調査を行った。

② Data

日 程：平成28年5月30日（月）～31日（火）
 場 所：全国町村議員会館「2階会議室」
 参 加 者：74名
 講 演：
 ・「F C Pを活かした地域特産品の開発と販路開拓」
 千葉銀行 法人営業部 地域情報グループ
 ビジネスマッチング担当 主任調査役 渡辺 勝美 氏
 ・「販路を見据えた地域観光商品開発の重要性」
 WILLER ツーリズム&コンサルティング株式会社
 代表取締役 小高 直弘 氏
 ・「そごう西武のオムニチャネル戦略と地域との商品開発」
 株式会社そごう・西武 商品部
 オムニチャネル商品プロジェクト部長 藤井 昇 氏
 商品計画部 商品開発担当 飯田 和広 氏
 実地調査：日本百貨店しょくひんかん（東京・秋葉原）



全国のプロジェクト担当者に対して留意事項などを説明

取り組み

5

事業基盤強化の実施

▶ 専門家を派遣

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

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

▶ 平成18～28年度のプロジェクトを事業評価

平成18～28年度に実施したプロジェクトの調査・分析などを行い、成功要因や課題などの抽出、商流に乗せるための販路開拓の方策などを整理した。

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

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
Tel : 011-231-1332
Fax : 011-222-5215
<http://www.sapporo-cci.or.jp/>

富良野商工会議所

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

登別商工会議所

〒059-0012 北海道登別市中央町5-6-1
Tel : 0143-85-4111
Fax : 0143-85-4199
<http://www.noboribetsu.cci.or.jp/>

北見商工会議所

〒090-0023 北海道北見市北3条東1-2 北見経済センター
Tel : 0157-23-4111
Fax : 0157-22-2282
<http://kitamicci.or.jp/>

美幌商工会議所

〒092-0004 北海道網走郡美幌町字仲町1-44 美幌経済センター
Tel : 0152-73-5251
Fax : 0152-73-5253
<http://ccib.or.jp/>

東北

盛岡商工会議所

〒020-8507 岩手県盛岡市清水町14-12
Tel : 019-624-5880
Fax : 019-654-1588
<http://www.ccimorioka.or.jp/>

久慈商工会議所

〒028-0065 岩手県久慈市十八日町1-45 久慈商工会館
Tel : 0194-52-1000
Fax : 0194-52-1051
<http://kujicci-iwate.jp/>

秋田商工会議所

〒010-0923 秋田県秋田市旭北錦町1-47
Tel : 018-863-4141
Fax : 018-862-2101
<http://www.akitaccci.or.jp/>

鶴岡商工会議所

〒997-8585 山形県鶴岡市馬場町8-13
Tel : 0235-24-7711
Fax : 0235-24-6171
<http://www.trcci.or.jp/>

長井商工会議所

〒993-0011 山形県長井市館町北6-27
Tel : 0238-84-5394
Fax : 0238-88-3778
<http://www.nagai-cci.or.jp/>

奥州商工会議所

〒023-0818 岩手県奥州市水沢区東町4
Tel : 0197-24-3141
Fax : 0197-24-3148
<http://www.oshucci.com/>

白石商工会議所

〒989-0256 宮城県白石市字本鍛冶小路13
Tel : 0224-26-2191
Fax : 0224-26-3222
<http://www.shiroishicci.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/>

新庄商工会議所

〒996-0022 山形県新庄市住吉町3-8
Tel : 0233-22-6855
Fax : 0233-22-6857
<http://www.sjcci.or.jp/>

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/>

北陸信越

小千谷商工会議所

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

十日町商工会議所

〒948-0088 新潟県十日町市駅通〇17
Tel : 025-757-5111
Fax : 025-752-6044
<http://www.tokamachi-cci.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/>

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://www.iyamaccci.jp/>

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/>

加茂商工会議所

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

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://cci.shimosuwa.nagano.jp/>

千曲商工会議所

〒387-0011 長野県千曲市杭瀬下3-9
Tel : 026-272-3223
Fax : 026-272-3633
<http://www.chikumaccci.jp/>

ひたちなか商工会議所

〒312-8716 茨城県ひたちなか市勝田中央14-8
Tel : 029-273-1371
Fax : 029-275-2666
http://www.hccij.jp/

高崎商工会議所

〒370-8511 群馬県高崎市問屋町2-7-8
Tel : 027-361-5171
Fax : 027-362-3550
http://www.takasakicci.or.jp/

越谷商工会議所

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

甲府商工会議所

〒400-8512 山梨県甲府市相生2-2-17
Tel : 055-233-2241
Fax : 055-233-2131
http://www.kofu-cci.or.jp/

三島商工会議所

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

袋井商工会議所

〒437-8691 静岡県袋井市新屋1-2-1
Tel : 0538-42-6151
Fax : 0538-42-9871
http://www.fukuroi-cci.or.jp/

佐野商工会議所

〒327-0027 栃木県佐野市大和町2687-1
Tel : 0283-22-5511
Fax : 0283-22-5517
http://www.sanocci.or.jp/

深谷商工会議所

〒366-0823 埼玉県深谷市本住町17-1
Tel : 048-571-2145
Fax : 048-571-8222
http://www.fukaya-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/

富士吉田商工会議所

〒403-0004 山梨県富士吉田市下吉田7-27-29
Tel : 0555-24-7111
Fax : 0555-22-6851
http://www.fyoshidacchi.or.jp/

島田商工会議所

〒427-0029 静岡県島田市日之出町4-1
Tel : 0547-37-7155
Fax : 0547-37-5250
http://www.shimada-cci.or.jp/

岐阜商工会議所

〒500-8727 岐阜県岐阜市神田町2-2
Tel : 058-264-2131
Fax : 058-264-0336
http://www.gcci.or.jp/

瑞浪商工会議所

〒509-6121 岐阜県瑞浪市寺河戸町1043-2
Tel : 0572-67-2222
Fax : 0572-67-2230
http://www.mzccci.or.jp/

豊田商工会議所

〒471-8506 愛知県豊田市小坂本町1-25
Tel : 0565-32-4567
Fax : 0565-32-1000
http://www.toyota.or.jp/

高山商工会議所

〒506-8678 岐阜県高山市天満町5-1
Tel : 0577-32-0380
Fax : 0577-34-5379
http://www.takayama-cci.or.jp/

名古屋商工会議所

〒460-8422 愛知県名古屋市中区栄2-10-19
Tel : 052-223-5611
Fax : 052-231-6768
http://www.nagoya-cci.or.jp/

大府商工会議所

〒474-8503 愛知県大府市中央町5-70
Tel : 0562-47-5000
Fax : 0562-46-9030
http://www.obu-cci.or.jp/

亀山商工会議所

〒519-0124 三重県亀山市東御幸町39-8
Tel : 0595-82-1331
Fax : 0595-82-8987
http://kameyama-cci.or.jp/

大津商工会議所

〒520-0806 滋賀県大津市打出浜2-1 「コラボしが21」9階
Tel : 077-511-1500
Fax : 077-526-0795
http://www.otsu-cci.or.jp/

泉大津商工会議所

〒595-0062 大阪府泉大津市田中町10-7
Tel : 0725-23-1111
Fax : 0725-23-1115
http://www.izumiotsu-cci.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/

彦根商工会議所

〒522-0063 滋賀県彦根市中央町3-8
Tel : 0749-22-4551
Fax : 0749-26-2730
http://www.hikone-cci.or.jp/

伊丹商工会議所

〒664-0895 兵庫県伊丹市宮ノ前2-2-2
Tel : 072-775-1221
Fax : 072-775-1223
http://www.itami.jp/

中国

総社商工会議所

〒719-1131 岡山県総社市中央6-9-108
Tel : 0866-92-1122
Fax : 0866-93-9699
<http://www.kibijine.jp/scci/>

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/>

長門商工会議所

〒759-4101 山口県長門市東深川1321-1 長門商工会議所会館
Tel : 0837-22-2266
Fax : 0837-22-6490
<http://www.ncci.or.jp/>

福山商工会議所

〒720-0067 広島県福山市西町2-10-1
Tel : 084-921-2349
Fax : 084-922-0100
<http://www.fukuyama.or.jp/>

防府商工会議所

〒747-0037 山口県防府市八王子2-8-9
Tel : 0835-22-4352
Fax : 0835-22-4763
<http://www.h-c.or.jp/>

四国

須崎商工会議所

〒785-0012 高知県須崎市西糺町4-18
Tel : 0889-42-2575
Fax : 0889-43-2696
<http://www.cciweb.or.jp/susaki/>

宿毛商工会議所

〒788-0001 高知県宿毛市中央2-2-18
Tel : 0880-63-3123
Fax : 0880-63-4436
<http://www.sukumocci.or.jp/>

九州・沖縄

飯塚商工会議所

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

八女商工会議所

〒834-0063 福岡県八女市本村425-22-2
Tel : 0943-22-5161
Fax : 0943-22-5164
<http://www.yamecci.or.jp/>

柳川商工会議所

〒832-0045 福岡県柳川市本町117-2 柳川商工会館
Tel : 0944-73-7000
Fax : 0944-73-3030
<http://www.yanagawa-cci.or.jp/>

小城商工会議所

〒845-0001 佐賀県小城市小城町253-21 ゆめぶらっと小城3F
Tel : 0952-73-4111
Fax : 0952-72-4120
<http://www.ogi-cci.or.jp/>

松浦商工会議所

〒859-4501 長崎県松浦市志佐町浦免1807
Tel : 0956-72-2151
Fax : 0956-72-0199
<http://www.e-matsuura2.jp/cci/>

水俣商工会議所

〒867-0042 熊本県水俣市大園町1-11-5
Tel : 0966-63-2128
Fax : 0966-63-6474
<http://www.minamata-cci.or.jp/>

竹田商工会議所

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

宇佐商工会議所

〒879-0456 大分県宇佐市大字辛島198-2
Tel : 0978-33-3433
Fax : 0978-32-4060
<http://www.twinpia-usa.or.jp/>

奄美大島商工会議所

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

那覇商工会議所

〒900-0033 沖縄県那覇市久米2-2-10
Tel : 098-868-3758
Fax : 098-866-5728
<http://www.nahacci.or.jp/>

平成 28 年度

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

発行日 平成 29 年 3 月

発行 日本商工会議所

〒100-0005 東京都千代田区丸の内 2-5-1

丸の内二丁目ビル 5 階

電話 : 03-3283-7874 FAX : 03-3211-4859

URL : <http://feelnippon.jcci.or.jp/>

