



小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業

# 地域力活用新事業∞ 全国展開プロジェクト

成果報告書 [平成 29 年度]

[平成 29 年度]



**feel NIPPON**  
新しい食・旅、そして技  
日本商工会議所



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

平成 29 年度は、事業計画の策定を行う「調査研究事業」が 25 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 14 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 46 件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支援すべく、円滑な業務遂行をアドバイスする専門家の派遣や、商品改良から販売戦略の立案、商談のアドバイスまでを一貫してサポートする事業を実施したほか、地域振興を推進するためのコーディネーター能力や事業計画策定力の向上を図る商工会議所職員向け研修を実施しました。さらに、販路開拓を支援するため、共同展示商談会やテストマーケティングを開催するとともに、本プロジェクトで開発された商品について、冊子・ホームページを通じバイヤー向けの情報発信を行いました。

本書は、本年度に実施された 46 プロジェクトの事業内容や今後の展開など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・中小企業ならびに地域活性化に尽力される商工会議所の皆様の参考資料としてご活用いただければ幸いに存じます。

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担当者様、中小企業庁をはじめとする関係機関、各プロジェクトの推進に携わられた関係者の方々に対しまして、改めて厚くお礼申し上げます。

平成 30 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	
総社商工会議所「食」	006-007
岐阜商工会議所「技」	008-009
上田商工会議所「旅」	010-011
上越商工会議所	

## 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)		014
	「夜間観光サービス」開発事業		
	札幌商工会議所(北海道)		014
	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		
	稚内商工会議所(北海道)		015
	「日本最北端わっかない特産品開発プロジェクト」		
	紋別商工会議所(北海道)		015
JNO MOMBETSU～夏場の観光開発による観光の産業化～			
富良野商工会議所(北海道)		016	
富良野自然36景発掘調査事業			
登別商工会議所(北海道)		016	
「室蘭・伊達・登別 魅力再発見プロジェクト」			
東北	久慈商工会議所(岩手県)		017
	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		
横手商工会議所(秋田県)		017	
面積日本一の盆地と豪雪による特産品を活用した新商品開発事業			

東北	酒田商工会議所(山形県)		018
	南洲神社がある街のツアー商品造成事業		
	長井商工会議所(山形県)		018
「軟水の都ながい」の菊芋が織りなす6次産業推進事業			
北陸信越	十日町商工会議所(新潟県)		019
	火焰型土器のクニ 十日町 縄文ツーリズム プロジェクト		
	氷見商工会議所(富山県)		019
	商議所連携で相互の魅力を生かした新商品開発と販路拡大事業		
	珠洲商工会議所(石川県)		020
奥能登国際芸術祭活用 観光・特産品開発事業			
上田商工会議所(長野県)		020	
「真田REDアップルパイ」による地域連携型6次産業化の推進			
伊那商工会議所(長野県)		021	
南アルプス観光魅力創出プロジェクト～日本一のトレッキングコースづくり～			
ひたちなか商工会議所(茨城県)		021	
ほしいも魅力発信プロジェクト			
鹿沼商工会議所(栃木県)		022	
ユネスコ世界遺産登録 都市間連携新商品開発事業			
日光商工会議所(栃木県)		022	
二宮尊徳を活用したニューツーリズム開発と地域経済活性化事業			
桐生商工会議所(群馬県)		023	
「桐生マフラー・ストール」ブランド化事業			
関東	川越商工会議所(埼玉県)		023
	川越市郊外を活用した体験・学習型観光商品開発事業		
	蕨商工会議所(埼玉県)		024
	成年式発祥の地 埼玉県蕨市の大人の銘菓開発プロジェクト		
越谷商工会議所(埼玉県)		024	
「水辺のアーバンアクティビティ・シティ越谷」プロジェクト			
佐原商工会議所(千葉県)		025	
佐原の大祭を活用した通年型観光資源作成プロジェクト			
甲府商工会議所(山梨県)		025	
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			

**関東** **三島商工会議所(静岡県)** **旅 調** 026  
東海道「箱根八里」街道観光研究開発プロジェクト

**大垣商工会議所(岐阜県)** **旅 調** 026  
ローカル鉄道を活用した西美濃の観光に関する調査研究事業

**高山商工会議所(岐阜県)** **旅 本1** 027  
「飛騨の匠街道」街道観光事業

**東海** **名古屋商工会議所(愛知県)** **技 本2** 027  
名古屋の「匠土産(たくみやげ)」プロジェクト

**蒲郡商工会議所(愛知県)** **旅 調** 028  
働く人の健康づくりをサポート～健康デザインプロジェクト

**尾鷲商工会議所(三重県)** **食 旅 調** 028  
尾鷲市の目的化定着を目指すプロジェクト

**大野商工会議所(福井県)** **食 調** 029  
名水を活用した飲料新商品の開発に向けた6次産業事業化

**大津商工会議所(滋賀県)** **旅 本1** 029  
「みーつ びわ湖・大津」テーマ別体験・まちあるき事業

**関西** **福知山商工会議所(京都府)** **食 旅 調** 030  
福知山城と明智光秀の魅力再発掘調査研究事業

**北大阪商工会議所(大阪府)** **食 調** 030  
ふるさと名物「天の川」を活用した特産品開発に向けた調査事業

**伊丹商工会議所(兵庫県)** **食 本1** 031  
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

**備前商工会議所(岡山県)** **技 旅 調** 031  
備前焼を活用した、旧閑谷学校の来場者獲得のための仕組みづくり

**中国** **府中商工会議所(広島県)** **コ 本2** 032  
中心市街地から広がる賑わい・地域コミュニティ基幹店育成事業

**庄原商工会議所(広島県)** **旅 調** 032  
「しょうばら新発見!」観光資源等の掘り起し事業

**柳井商工会議所(山口県)** **コ 調** 033  
大型店との共存に向けた調査研究事業

**久留米商工会議所(福岡県)** **食 調** 033  
久留米の宝を磨く! 酒元氣ブランディング事業

**九州・沖縄** **飯塚商工会議所(福岡県)** **旅 本1** 034  
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)** **食 本2** 034  
八女の地域資源・技術を活かした、八女産オリーブ商品での全国展開事業

**朝倉商工会議所(福岡県)** **食 調** 035  
エディブルフラワーの加工商品開発に関する調査事業

**佐世保商工会議所(長崎県)** **コ 調** 035  
人口減少に対応したコミュニティビジネス創出のための調査研究事業

**松浦商工会議所(長崎県)** **食 調** 036  
インバウンド客も対象とした松浦市・青島の海産資源の特産品開発調査事業

**浦添商工会議所(沖縄県)** **技 旅 調** 036  
琉球王統の歴史を活かした「りっかりっか! 浦添(うらしー)」プロジェクト

**日本商工会議所 側面支援事業報告** ..... 037-045

**プロジェクト実施商工会議所連絡先一覧** ..... 046-048

# 「小規模事業者地域力活用新事業創出支援事業」の概要

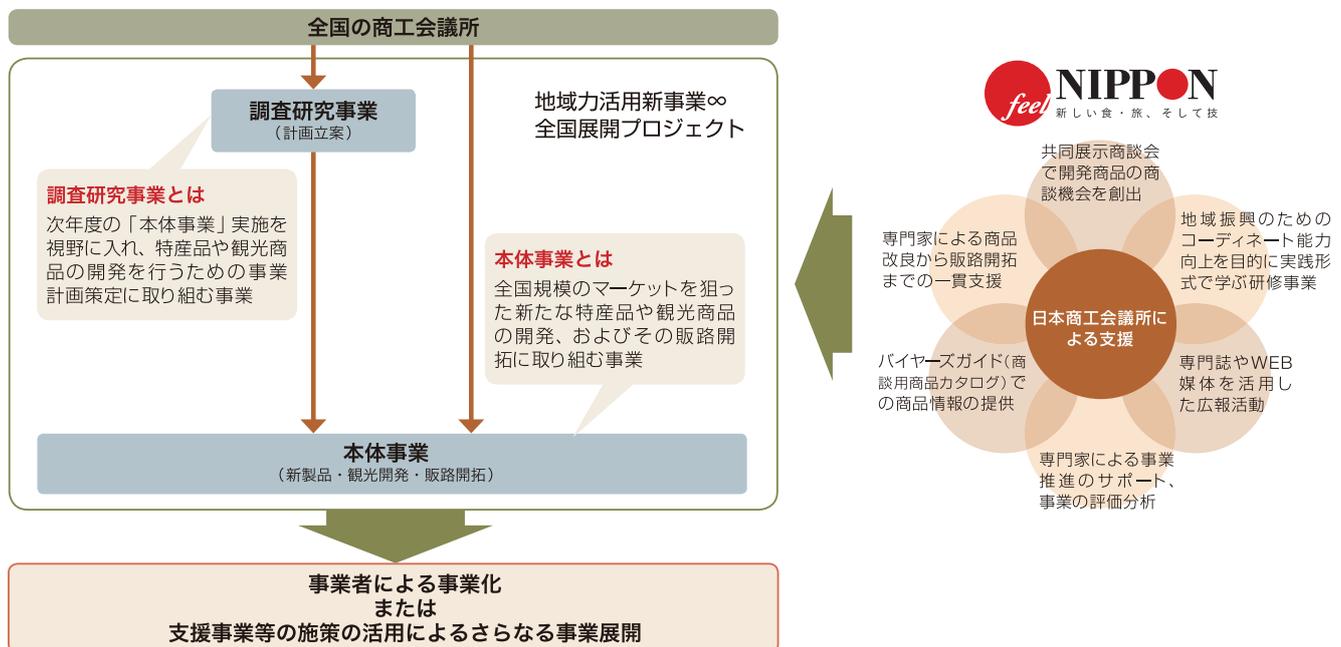
## 1 事業の目的

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事業「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」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）
平成29年度	46件（うち共同実施6件）
（内訳） 調査研究事業	25件
本体事業1年目	14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。

食

最初は自覚なかった“パンの街”。  
職人の魂が宿ったシューケーキが誘う  
総社商工会議所

技

地域の誇る素材をつめこんだ、  
“メイドイン岐阜”の逸品で地域を変える  
岐阜商工会議所

旅

武将をテーマにした観光開発で広域連携を推進  
点と点が線になり、面に広がる  
上田商工会議所・上越商工会議所



# 最初は自覚なかった“パンの街”。 職人の魂が宿ったシューケーキが誘う

総社商工会議所(岡山県)

〒719-1131 岡山県総社市中央6丁目9-108

TEL: 0866-92-1122 FAX: 0866-93-9699 URL: <http://www.soja-cci.sakura.ne.jp/cci/>



株式会社トングウ  
代表取締役  
吉田宣弘氏



ナンバベーカリー  
オーナー  
難波伸樹氏



総社商工会議所  
業務課課長  
坂本慎二氏



総社商工会議所  
指導課課長  
平田洋之氏



総社商工会議所  
総務課  
小野朋美氏

## 初年度の経済効果は年間1億円

平成29年11月12日、総社商工会議所(岡山県)主催の『プレミアム総社パンマルシェ』が開催された。同イベントは、オリジナルの創作ご当地パン『フルーツシューケーキ』発売1周年を記念したものだ。会場となったサンロード吉備路には、総社市内外から抽選で選ばれた約100人が参加。当日は秋の新作が振る舞われたほか、シンガーソングライターの嘉門タツオさんが駆け付けて、この日のために書き下ろした総社の応援歌『So-Ja! パンわーどど歌』を披露して花を添えた。平成28年10月に全国展開支援事業を終了してから既に1年が経過してもなお、この盛り上がりだ。

この活動は、ご当地パンをテコに地域を“パンの街”として盛り上げようという「パンわーどど総社/So-Ja! pan 事業」の一環。平成28年度の本体事業でフルーツシューケーキを完成させていたが、この日発表された集計によると、平成28年11月の発売開始から翌9月末までで経済効果9588万円、参加した事業者の売上は昨年比で平均39%増、市外からの新規誘客が同30%増に達したことが告げられた。

事業スタート当初、「こうなったらいいなと夢想はし



発表会では試作品を考案した店主自らメディアに出て商品を解説

ていたけれど、本当にここまで発展するとは」と、事業を企画した平田洋之氏さえ驚くほどの成果だ。いまでも事業者が自主的に季節ごとの新作パンを発表するなど、切磋琢磨しながら発展させている。地元のマスコミにもたびたび取り上げられ、認知度も継続的に向上。初年度の理想的なロケットスタートから、自立して歩みはじめ、補助事業を卒業した格好だ。

## “総社といえばこれ”というものがない

パンの街として新たな一歩を踏み出した総社だが、事業の背景には、どこの地域にも共通するある悩みがあった。

ある悩みとは何か？ 総社市は、古代にこの地方が「吉備」と呼ばれていた時代の中心地で、古い史跡が多く残され、豊かな自然が生み出す景勝地、昔話『桃太郎』のモチーフになったといわれる鬼ノ城など地域資源は豊富にある。一方、新産業都市の一角を占め、工場誘致も好調。人口も増加傾向にあり、市政は順調そうに見える。しかし、「地域の代名詞となるような、“総社といえばこれ”というものがない」のが悩みだった。

発展を続ける市政。けれども、東隣の岡山市、南隣の倉敷市に比べて全国的な知名度は低く、経済規模も小さい。知名度を上げる足掛かりになるものが欲しい。総社に注目してもらう方法はないものか、探していた中でたどりついたのがパンだった。

ヒントになったのは、創業90年の老舗パン店『トングウ』の油パンは市民なら誰もが知るソウルフードであり、その他にも多くのファンに支持される独創的な

パン屋さんが身近にあること。また、岡山県内で発行されるタウン誌が、総社を“パン王国”と位置づけていたこと。調べてみると県全体でパン食が盛んで、隣の岡山市はパンの消費量で全国3位。その岡山市に人口比換算で匹敵するパン店が総社にはある。大手製パン会社の工場もあって、生産量では総社が県下一だ。そういえばパンをよく食べるし、自分たちでは自覚しないうちに、パン食の文化が浸透していたことがわかった。そこで、パンを手掛かりに地域活性化を図る方法が検討されたのだ。



1周年記念イベントではオリジナルソングを発表

## 職人魂に火が付いた

平成27年度の全国展開支援事業（調査事業）に参加すると、早速、オリジナルのパン作りに取り掛かる。パン食文化の先進地である神戸市の視察などを通して、フルーツ系の白あんを使った「シューケーキ」というアイデアに行きついた。これに、総社特産の古代米「赤米」を混ぜることで地域の特色を出す。さらに、独自性のある素材として、無発酵で作るマフィンタイプのパン、ポップオーバーをベース生地を使うという基本路線が固まった。

翌平成28年度の本体事業で、趣旨に賛同してくれた市内のパン店など12店が参加し、それぞれにオリジナルのシューケーキを試作することに。ところが、これが思いのほか手間取る。誰もポップオーバーを作ったことがない上、パンが本職ではないカフェやレストランも含まれる。うまく膨らまなかったり、焦がしてし



個性豊かな味が楽しめるのも魅力のひとつ

まったり、苦戦する事業者が続出。ついには、「もう無理」というあきらめの声まで聞かれた。

2ヵ月後に予定されていた試作品の発表会まで時間が無い。プロジェクトは一気に暗雲に包まれる。しかし、何が奏功するかわからないもの。試作品に苦戦したことが、事業者同士の交流を活発にした。「うちはこうやってる」、「うちはこれでうまくいった」といった情報交換をするようになり、そうして交流が生まれると結束が強くなるのに加え、「負けたくない、よそと同じことはしたくない、という気持ちが強くなった」（難波氏）。

## 現状に満足せず新たな発信を続けていく

発表会ぎりぎりまで試作品のブラッシュアップを重ねただけあって評判は上々。メディアに大きく取り上げられると、事業者のやる気はさらにヒートアップし、本体事業の終了を待ちきれなくなった。そこで事業期間を途中で繰り上げ、平成28年11月に各店が製作したシューケーキの一斉発売に踏み切った。

販売数は順調に伸び、翌年になっても、春には「イチゴバージョン」、夏には「アイスパン」、秋には「秋バージョン」と新作が発表され、その勢いはとまらない。結果、発売から10ヵ月後の平成29年9月末までの累計で、フルーツシューケーキだけで1万7000個以上を販売。参加店の売上増加額は6384万円に達した。さらに県内の他市で出店を検討していた事業者が、パンわーどりの盛り上がりを見て、総社市へ切り替えて出店。この投資額などを含めて、経済効果にして約1億円という成果につながっている。波及効果まで含めると、そのインパクトは大きい。

委員の一人として活動するトングウの吉田氏も「パン屋さんが増えると経営が大変なのでは？」という声もあるけれど、逆。いろいろなパン屋さんができればお客さんの認知が広がり、売りやすくなる。するとさらにおいしいパンを求め、総社のパン業界がもっと盛り上がる」と総社パンわーどりの意義を強調する。

調査事業から数えて3年でここまで来たが、本来の目指すところは、パンをきっかけに総社に来てもらい、パン屋さんの売上を伸ばし、パン屋さんと共に総社地域を活性化させること。そのために、「現状に満足せず新たな発信を続けていく」（坂本氏）という。



次々と新たな発信をするのも重要。平成29年には11月6日を「パンわーどりの日」に制定

# 地域の誇る素材をつめこんだ、 “メイドイン岐阜”の逸品で地域を変える

## 岐阜商工会議所(岐阜県)

〒500-8727 岐阜県岐阜市神田町2丁目2  
TEL: 058-264-2131 FAX: 058-264-0336 URL: <http://www.gcci.or.jp/>



柏屋商事株式会社  
代表取締役

武藤昭成氏



プロジェクト  
コーディネーター

小林隆臣氏



岐阜商工会議所  
理事兼事務局次長  
中小企業相談所長兼  
振興部長

市村敦史氏



岐阜商工会議所  
中小企業相談所  
振興部振興課課長

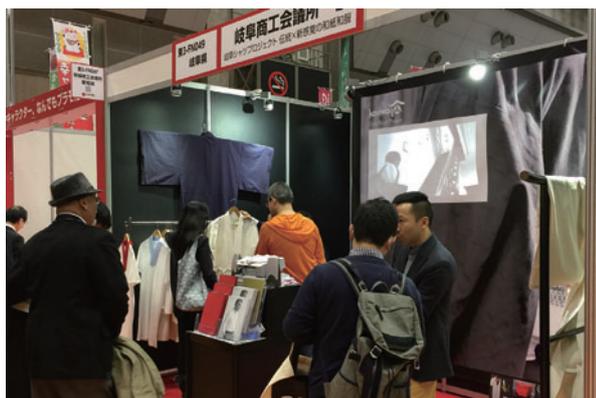
鬼頭貴士氏



岐阜商工会議所  
中小企業相談所  
振興部振興課

森島悠氏

## “メイドイン岐阜”のシャツを作ろう



展示会での出会いにより販路拡大への道が拓かれた

岐阜が繊維の街として発展を遂げたのは意外に新しく、戦後、満州からの引揚者が国鉄（当時）岐阜駅前の空き地に集まり、古着や軍服を売るバラックを建てたのが始まり。古着の在庫がなくなると、市内の生産者と協力してオリジナルの既製品を製造・販売するようになり、岐阜繊維問屋街が形成された。一般的な繊維製品の産地は、工程やパーツごとに生産地が分かれ、販売地も異なることが多いのに比べて、紡織から縫製、製品の販売まで市内で完結しているのが岐阜の繊維産業の大きな特徴。後に、国内有数のアパレル産業集積地として発達していてもこれは変わらなかった。

しかし、近年、繊維産業そのものが安い海外産品に押されて低迷していく中、岐阜のアパレル産業も徐々に活力を失い、問屋街からも人の波が消えていった。そんな状況を打破しようと岐阜商工会議所が呼びかけたのが「岐阜シャツプロジェクト」だった。

すべての原料の調達から、製造・販売まで岐阜県域で完結できるという特性を生かし、岐阜市でしかできない“メイドイン岐阜”を集結した究極のシャツを作り、岐阜産アパレルのブランド化を図ろうという野心的な試みである。趣旨に賛同してくれた事業者を集め勉強会が開かれるようになったのが平成26年のことだった。

## 目指すは地域発信のブランド



購入型のクラウドファンディングに挑戦。100着強を販売

最初に手を挙げたのは市内の繊維関連業者5社。話はすぐ盛り上がり、実際のシャツ作りに着手することになった。まず取り掛かったのは「岐阜らしさとは何か」を明確にすることだった。

伝統産業に現代風のアレンジを加え、流行りに乗った売れるものを作るという考え方もある。しかし、岐阜シャツプロジェクトが目指したのはそこではなかった。「ただ単に“国内で生産しました”ではなく、“岐阜を象徴するような、どこにもないオリジナルのシャツを一から創造する”がテーマだった」（市村氏）。

岐阜を象徴するシャツとはどういうものか、議論を重ねた結果、暑い岐阜の夏を快適に過ごせるクールビズを基本コンセプトにして、素材には地域を代表する伝統産業であり、ユネスコ文化遺産にも登録される美濃和紙を使い、デザインには地元の英雄、織田信長の陣羽織から着想を得たスタンドカラー（立て襟）を採用する、といったアイデアが固まっていった。そうして、1年かけて最初のモデルが完成。生地には和紙を50%混合した素材を使用、すっと立ち上がったスタンドカラーに七分袖という斬新なスタイルに仕上がった。

## いいものはできたがどう生かすか



岐阜シャツとはどうあるべきか勉強会で徹底して議論を重ねた

全国展開支援事業として事業を継承したのは製品が完成する少し前、平成27年のことだったが、実はこのときまで、「オール岐阜でいいものを作ろう」というスローガンだけがあって、売り先は決まっておらず、そもそも量産もままならない状態。確かにいいものはできたが、それをどうやって地域活性化につなげていくのかが大きな課題として残った。

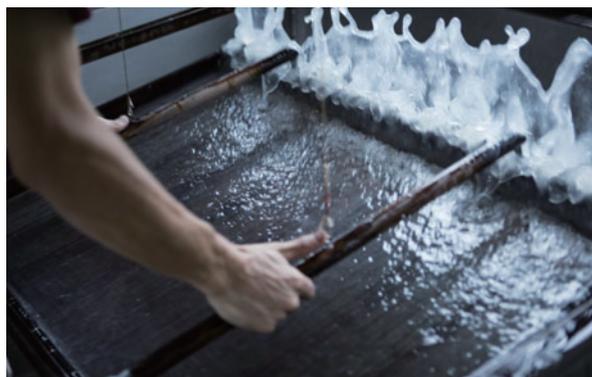
そんな暗中模索に光が差したのは、日本商工会議所が主催した『feel NIPPON 春2016』に出展したときの来場者の反応だった。「和紙を素材にした生地に強い関心をもっていただいた。岐阜のものでちゃんと作れば需要があるとわかり、自信になった」（森島氏）。

そこで、全国展開プロジェクトの本体事業1年目では、プロトタイプを改良して実際に売れる商品を作り、販売することを目標に新たな商品作りにとりかかった。

試作段階では耐久性や最終価格を考慮して和紙の混合率を抑えていたが、展示会で要望の多かった「100%和紙」にチャレンジすることに決め、七分袖を改め販売しやすい長袖と半袖の2タイプにした。製品化の見通しが立つと、購入型のクラウドファンディングを利用した販売計画を立案。和紙100%にしたことで製品の最終価格は1着2万5000円になったが、それでも200万円以上の出資が集まり、最初の製品は100着強

を売り上げる結果となった。

## 製品が出来上がるまでの物語がカギ



ユネスコ文化遺産にも登録された美濃和紙が原点になった

作業の進行とともに議論も深まり、「岐阜シャツ」を市内の事業者が開かれたブランドとして提供することによって、様々な派生商品が生まれ、岐阜を“シャツの産地”として盛り上げていくというゴールも見えてきた。例えるなら、「今治タオル」のような地域と一体になったブランドの確立である。

とはいえ、まだ最初の製品ができたばかりで知名度も実績もない。そこで、派生商品のテストケースとなるような取り組みとして、初期からのプロジェクトメンバーで、和装卸商を営む柏屋商事を中心に、和装バージョンに取り組むことになった。

和紙を生地素材に使用するという基本路線は変えずに、特徴として襟部を信長が好んだ赤色に染めた和装用インナーと、地域の伝統工芸である郡上染めをほどこした浴衣の2点を前年に続き『feel NIPPON 春2017』に出展すると、大きな反響を得ることができ、後の商品化に繋がっていった。

こうした結果を得ることができた背景には、製品の仕上がりは当然として、「岐阜という地域を前面に出し、製品が出来上がるまでのストーリーを見せられたのがよかった」（武藤氏）という。

素材から製法まで、「岐阜シャツとはどうあるべきか」を突き詰めて議論してきたため、なぜ和紙なのか、なぜ立て襟なのか、一つひとつに“そうでなければならぬ確固たる理由”があり、出来上がったときにはブランドストーリーが確立していた。多くの人がそこに納得感と価値を見出したのである。

全国展開支援事業としては、すでに平成28年度で完了したが、翌平成29年度にも新たにポロシャツを開発。市内のデパートで販売されて好評を博すなど、岐阜シャツプロジェクトはさらに次の段階に向かって発展している。

## 武将をテーマにした観光開発で広域連携を推進 点と点が線になり、面に広がる

### 上田商工会議所(長野県)

〒386-8522 長野県上田市大手1丁目10-22  
TEL: 0268-22-4500 FAX: 0268-25-5577  
URL: <http://www.ucci.or.jp/>

### 上越商工会議所(新潟県)

〒943-8502 新潟県上越市新光町1丁目10-20  
TEL: 025-525-1185 FAX: 025-522-0171  
URL: <https://www.jocci.or.jp/>



上田商工会議所  
総務課係長

山崎博昭氏



上田商工会議所  
総務課主事

三浦彩音氏



上越商工会議所  
総務課庶務係  
企画政策担当係長

秋山裕樹氏

### 北陸新幹線延伸を契機に連携



地元の慣れ親しんだ旧跡が観光客には新鮮に映る(上田市真田神社)

長野県東信地方の中心都市である上田市は、長野、松本に次ぐ県内第3の都市であり、古くは養蚕で栄え、現在では電機・自動車など工業が盛ん。半面、中心市街地は、上田城を中心とする城下町として発展し現在に至る。また、塩田平地域は鎌倉時代に北条氏の所領として発展し、多くの神社仏閣を有することから、「信州の鎌倉」と呼ばれ、古都情緒が漂う。中でも別所温泉地域は100% 源泉かけ流しの温泉と国宝や重要文化財などの歴史的建造物が数多く存在する。

一方の上越市は、新潟県上越地区の中心都市で、県内第3位の人口を擁する。国内では珍しく原油の生産が盛んで、これに関連して鉱業や機械産業が発達してきた歴史がある。さらに、上信越地域の海浜スポットとして人気があり、かつ、日本スキーの発祥地で現在もスキーが盛ん。夏・冬のアウトドアエリア、海の幸と山の幸に恵まれる土地柄だ。

そんな両市の商工会議所が広域連携事業として観光開発で協働することになったのは平成25年のこと。もともと距離も近く、民間の往来も盛んな両市は姉妹都市として各方面で交流しており、商工会議所においても定期的に正副会頭同士の経済交流会を開くなど関係が強い。事業開始時点で、北陸新幹線の延伸を2年後に控え、都心からのアクセスの向上、および両市間の移動時間が大幅に短縮することを受けて、連携事業への機運が高まっていった。

### 満足できなかった単独事業



真田家家紋「六文銭」のように硬貨を並べる観光客(上田市長谷寺)

早速、平成26年から、地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトとして両会議所協働で観光開発に着手すると、ほどなく上田は真田氏、上越は上杉氏という、それぞれ戦国最強と称される武将の出身地という共通点から「必勝祈願」というテーマが浮かび上がり、後は、それをどうやって形にするかを考えることになった。

こう聞くと、プロジェクトがとんとん拍子に進んだよ

うに感じるかもしれない。事実、プロジェクトはスムーズに進展して、2地点を結ぶ新たな観光商品が完成。これがきっかけとなり、平成29年には甲府商工会議所も加わり3会議所による観光連携の「三国同盟」の締結につながった。戦国3大最強武将「真田・上杉・武田」のタグ実現は大きな話題を呼び、露出が一気に増えた。まさに順調に進んだプロジェクトに思えるが、実は、ここに至るまでには試行錯誤の道程があった。

両商工会議所による広域連携事業の前段階で、上田は平成22年から、上越は同23年から、いずれも全国展開プロジェクトを活用した観光振興事業にそれぞれ単独で挑戦した経緯がある。意識調査や新たな観光ルートの発掘、関連商品の開発などを行い、一定の成果も上げた。それでも、何かが足りなかった。「確かに、何かしらの成果物は完成した。けれど、本当に地域の役に立ったと言えるのか。プロジェクトが終わって挫折感が残った」(上越・秋山氏)。

上田商工会議所でも思いは同じ。そんなところに持ち上がった広域連携事業の話に、単独では果たせなかった新たな可能性を感じ、両会議所は再び立ち上がった。

## 1 + 1が3にも4にもなる



武将隊との掛け合いも旅の醍醐味のひとつ(上越市春日山城跡)

観光振興の経験はある。何をすべきかもわかっている。とはいえ、同じことをやっても意味がない。連携による価値を最大化するための新たなプランが必要だった。そこで、上田・上越両市の内外の意識格差を分析するGAP調査、先進事例や旅行会社の調査など予備調査から改めて着手。そこから、武将隊による観光ガイドの常設化、両市を結ぶ周遊バスなどの二次交通の開通、食の提案といったポイントが浮かび上がる。

翌、平成27年の本体事業では、前年度に浮かび上がったポイントを形にし、真田氏・上杉氏由来の地をめぐる「聖地巡礼 必勝祈願の旅」が完成した。それぞれ、単独事業のときと比べて、明確なテーマ性、真田氏と上杉氏の関わりをたどるストーリー性のあるルート設定、武将隊によるパフォーマンスとガイド、そして食が一体になった観光商品にグレードアップした。

点と点の活動が線でつながったことで、新たな広がりを見せたわけだが、その効果が最大に発揮されたの

は、露出の増大だ。「単独でやっていたときと発信力がまるで違う。1 + 1が倍ではなく、3倍にも4倍にもなる」(上田・山崎氏)。

単独事業のときも、それぞれの地元紙に取り上げられることもあったが扱いは小さい。この点、両市の連携と2大武将というテーマ性が関心と呼んだ。加えて、上田は新潟県、上越は長野県の地元紙にも同時に取り上げられるので露出は単純に言って倍。全国紙の地方版などにも載るので実際にはもっと大きな効果が見込まれる。

## 結果を出したことが次の連携を生む



平成29年10月、甲府も加わり「三国同盟」を締結(左から上田・柳澤会頭、甲府・金丸会頭、上越・高橋会頭)

上田・上越とも広域連携事業は初の試みだったこともあり、当初は不安もあったというが、実際に始めてみるとメリットのほうが圧倒的に多かったという。前述した露出の増加もそのひとつだが、もうひとつはマンパワー。単純に人手が増えるのに加え、以下のような効果もあった。「内外の人や機関と話をするときに、『上田でもバックアップしてくれます。向こうの事業者さんもやる気ですよ』という後ろ盾があるとまるで反応が違う。それは上田も同じだったようです」(上越・秋山氏)。

2商工会議所が協力して結果を出したことで、その実績がさらなる可能性の土台になる。本体事業を終えた翌平成28年9月、日本商工会議所と共同出展した『ツーリズム EXPO ジャパン 2016』に上田・上越が共同で参加したことで、甲府商工会議所との出会いが生まれた。甲府は言わずと知れた武田氏の本拠地。その場で、「真田・上杉・武田で連携ができれば面白い」と盛り上がり、翌年、本当に連携が実現したのだ。これも、「単独でやっていたらおそらく話は進まなかった。上田・上越の連携でひとつの結果を出したことが呼び水になった」(上田・山崎氏)。

本体事業終了から2年間の過ぎたが、甲府商工会議所が当事業に新たに加わり、3地域を相互交流又は周遊する観光コースの商品化実現に向けて動き出している。さらに今後、3武将とそれぞれ因縁の深い徳川氏を加えた4拠点連携のアイデアも浮上するなど、次の夢に向かって走り出している。



# 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。



## 「夜間観光サービス」開発事業

### ◎活用した地域資源・素材

夜間観光施設、市内飲食店他



夜間観光地の街並み

### > 主な事業内容

札幌市内の商業・サービス消費を拡大するため、インバウンドと地元客で賑わう市内商店街を拠点として、夜間の時間帯におけるエンターテインメント等の商品・サービスを発掘し、札幌観光のコンテンツを商品化し、新たなブランドの構築を目指す。今年度は、国内・インバウンド観光客に対するニーズ調査並びに市内サービス事業者に対する国内・インバウンド受入状況調査を実施した。結果としては、夕食後の自由時間（20～24時）を使い、食べ歩きやエンターテインメント・体験観光などをしたいとの意見が多く、新たなコンテンツを検討し、商品開発の参考となる意見を得られた。

### > 今後の展開

核となるショーレストランを試行し、国内外の旅行会社やランドオペレーターを対象にアンケート調査を実施し、今後新たなコンテンツになりえるかを検証する。また、常設のナイトスポットが札幌の新たな魅力となりえるのかなど、ビジネスモデルを検討し、観光都市札幌における楽しみとして、夜間における観光施設巡りや街歩きなど新たなサービスを提案し、札幌の魅力向上・満足度・再訪意欲を高めることを目指す。

◎URL <http://www.sapporo-cci.or.jp/>

## 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

### ◎活用した地域資源・素材

- ・観光客への訴求力が高い北海道産食材
- ・札幌市内のプロパティシエの高い技術力



全体集合写真

### > 主な事業内容

札幌市内の複数の菓子店舗が「さっぽろワンハンドスイーツ」をテーマに商品を開発し、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29年度は、前年のアンケート結果や寄せられた意見を基に各店舗の商品をブラッシュアップし、9月21日～24日の4日間限定でモニターイベントを実施。札幌市民を中心に約850名が参加し、参加店の中から好きな3店舗を食べ歩き、スイーツの食べやすさや満足度に関するアンケートに協力いただいた。評価は概ね高く、商品化に近づくことができた。

### > 今後の展開

本プロジェクトを通じて「さっぽろワンハンドスイーツ」の認知度も徐々にではあるが高まっていることが実感できた。今後も参加店舗には、ワンハンドスイーツの製造を継続してもらい、当所が定期的なPRイベントを実施することで、市民や観光客に対する更なる認知度向上を図る。また、今回参加していない店舗も含め、市内全域の菓子店舗を対象に「さっぽろワンハンドスイーツ」の製造及び定番商品化を呼び掛けていきたい。

◎URL <http://www.sapporo-cci.or.jp/>

## 「日本最北端わっかない特産品開発プロジェクト」

### ◎活用した地域資源・素材

カニ殻、ホタテ、勇知いも、稚内牛乳



名鉄百貨店でのアンケート調査



カニのビスク



プロジェクト委員会の様子

### ＞主な事業内容

事業者間連携が乏しく全国への広がりや欠けていた商品作りを見直し、地域の漁協・農協や物産協会などが連携の下、日本最北の海と農地から獲れる素材を活用した「オール稚内の特産品」開発を進め、当地の食の魅力を全国に訴求し、誘客喚起による観光産業の活性化にも繋げることを目的としている。

委員会メンバーとして、比較的繋がりの薄い農協と漁協が参加し同じ目的の下で議論しており、それぞれ流通させたい素材等の思いが認識でき、また他のメンバーからは客観的な意見が出されるなど、消費者目線による商品開発を進めている。

### ＞今後の展開

新たな特産品として、カニの殻やホタテ、勇知いもなどを素材とした「スープや出汁」が候補のひとつに挙がったことから、委員会内で試食を行うこととした。

この試食後、本年度は他の地域資源と組み合わせたスープや、出汁として他の料理に活用するアイデアを出し合い、その可能性についてまとめていく。

次年度以降については、市内製造業者や飲食店と連携したメニュー作り、また、道内外のイベントへ参加し、一般消費者やバイヤーなどの専門家の意見に基づいた商品への改良を行い、売れる商品作りを進めていく。

## JNO MOMBETSU～夏場の観光開発による観光の産業化～

### ◎活用した地域資源・素材

アザラシ／旬の食材／紋別百景（自然や産業などの景観）



アザラシとの濃密な触れ合いができる国内唯一の施設



紋別の毛ガニは旬が2回来る

### ＞主な事業内容

紋別観光の強みは、国内ではこの地域でしか見られない「流氷」にある。しかし、一方であまりにも流氷のイメージが強すぎて、夏場の観光イメージを抱きづらいという弱みがあった。そこで本プロジェクトでは夏場の観光振興を課題に据え、既存の観光資源が魅力のあるものかを調査した。また、旅のトレンドを踏まえたペルソナ「高見希望（36歳女性）」を作成し、調査結果からアザラシと旬の食材を核とした観光商品の開発を行うこととした。さらに紋別市独自の産業連関表を作成し、より経済波及効果が大きくなるようなエッセンスを盛り込む。

### ＞今後の展開

「高見希望」さんに近い年代の方々にグループインタビューを行い、ペルソナの精度を高めた上で、観光商品の売り出し方やPRの方法を検討し、修正を行う。修正した観光商品のモニターツアーを行い、アンケートを取り再修正を行う。

経済波及効果が高めるためにはお土産などの消費が必要となるが、紋別市内で製造されているお土産が少ないため、経済波及効果も限定的となってしまうのが課題と考えられる。また、お土産品のパッケージ等についても紋別をイメージできるような統一されたものと購買に結び付くのではないかと考えている。

◎URL <http://www.mon-cci.or.jp>

## 富良野自然36景発掘調査事業

### ◎活用した地域資源・素材

自然・景観

### ＞主な事業内容

当市の観光産業は、夏・冬にピークを迎え春・秋は端境期となっている。またこれまでの当市の観光は、冬のスキーに始まりテレビドラマのロケ地巡りが主流であったが、アンケート調査の結果、自然・景観を巡る観光客が圧倒的多数となっている。また、人口減少に伴う生産労働人口の減少と極端な観光客入込時期が分散していることから、定常的な従業員の確保が課題となっている。こうしたことから、観光客が求めるニーズに合わせた着地型観光商品の開発が求められていると共に、端境期の解消による通年雇用による生産労働人口の確保を目的に調査事業を行った。

### ＞今後の展開

今回の調査事業の結果を踏まえ、着地滞在型の自然・景観を巡る写真ツアー商品の販売を行っていく。本商品の販売にあたっては、空き商業ビルがリノベーションされ、地元まちづくり会社が運営主体となり平成30年6月に観光案内・着地型観光商品の販売を行うこととなり、市・観光協会・当所が中心となってDMOによる当市観光の将来像の構築を行うと共に、まちづくり会社がDMCとして民間活力を活かした継続的な事業運営を行っていく。

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



京阪沿線街道めぐりフォトロゲイニング(京都府)を調査



チェックポイントや、まわる順番を確認の様子



公式時計の時刻と共に撮影し、フィニッシュ

## 「室蘭・伊達・登別 魅力再発見プロジェクト」

### ◎活用した地域資源・素材

登別市、室蘭市、伊達市のエリアに点在している北海道ならではの歴史や文化

### ＞主な事業内容

登別市、室蘭市、伊達市の3市に跨る地域を新たな圏域と捉え、圏域内に点在する北海道ならではの歴史や文化などの地域資源を統一したテーマで結びつけ、ストーリー化することで、面となる新たな広域的な観光圏の構築に取り組んだ。

地域を回遊する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」の開発は、3つの商工会議所が連携し観光開発に取り組むことで、各地域が一体となり、新たな広域観光圏の構築に向けた機運が高まっている。

### ＞今後の展開

登別市、室蘭市、伊達市の3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は、3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、地域の小規模事業者等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。

◎URL <http://mdn-hokkaido.com/>



ツーリズムEXPOジャパン2017に出展



情報発信パンフレット



モニターツアーを実施

## 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

### ◎活用した地域資源・素材

・久慈産琥珀の作業屑 ・十二支神社



久慈琥珀染めのスカーフ



POPアンバー試作品



参画事業者による情報交換会

### ＞主な事業内容

日本で唯一の産業採掘が行われている久慈産の「琥珀」。採掘時や宝飾品として加工する際に排出される、小さなかけらを使った新たな新商品の開発と、地域資源である「十二支神社」など、展示会を通じて全国への情報発信に取り組んだ。

また、久慈地方の観光に多大な影響を与えたドラマ「あまちゃん」の放映効果の持続も含め、同作品に登場した「琥珀」を汎用品に使用することで新たな価値を創出し、琥珀を身につけてPRする「こはくびと運動」の実施により、琥珀の街久慈としての地域ブランディングの醸成に取り組んでいる。

### ＞今後の展開

宝飾品との差別化を図るため、琥珀のかけら「POPアンバー」を活用した新商品の開発とブラッシュアップのための情報交換会の開催や専門家による指導を行いながら、地域資源を活用した観光商品について、関係団体等との協力のもとルートの策定やガイド養成など、受入体制の整備を行っていく。

また展示会出展や先進事例の情報取得による販路開拓や「こはくびと運動」の啓蒙活動を通じ、新商品並びに取扱店舗数の拡大と地元住民の意識醸成など「琥珀の街久慈」としての地域ブランディングを強化していきたい。

◎URL <http://www.kujicci-iwate.jp/>

## 面積日本一の盆地と豪雪による特産品を活用した新商品開発事業

### ◎活用した地域資源・素材

面積日本一の横手盆地と豪雪が育んだ横手の農産品  
(米、穀物類、スイカ、リンゴ、ぶどう、さくらんぼ、もも)



講師よりお土産開発のノウハウを学ぶ様子



試作品ブラッシュアップのための意見交換

### ＞主な事業内容

豪雪地帯である横手市は日本最大の面積を誇る盆地の中に位置しており、当所では、その水量豊かで肥沃な大地で育まれた農産物を活用した新商品の開発に取り組んでいる。事業としては、開発のノウハウやパッケージデザインなどについて学ぶ講習会を開催。横手盆地で育まれた発酵食文化を活用した新しい商品開発の研究を講習会を通して実施した。また、首都圏や地元行事において、お土産品に関するマーケティング調査を実施し、ブランディング計画を策定した。

### ＞今後の展開

首都圏で活躍する商品開発の講師に協力を仰ぎ、お土産品市場の動向などに関するセミナーや今年度開発した試作品のブラッシュアップを実施。併せてパッケージデザインやマーケティングに関する講習会を開催し、新商品開発を行う人材の育成を実施する予定。ブラッシュアップした商品は首都圏や地元でのテストマーケティングを行い、商品化支援を実施する。また、今年度策定した計画をもとに、販路拡大に向けた広報活動や商談会への参加等を進め、横手を代表するお土産品の開発を目指す。

◎URL <http://www.yokotecci.or.jp/>

## 南洲神社がある街のツアー商品造成事業

### 活用した地域資源・素材

南洲神社…西郷隆盛の雅号の「南洲」を冠した南洲神社は、全国に5社あります。鹿児島市、都城市、奄美大島、沖永良部島、そして九州地方以外で唯一あるのが、ここ庄内・酒田です。酒田の神社は、鹿児島市の南洲神社より分祀された西郷隆盛の御霊と、庄内藩の中老・菅実秀の御霊を合祀して祀っています。



西郷隆盛(南洲)と菅実秀(臥牛)の対話坐像



南洲神社



拝殿

### 主な事業内容

戊辰戦争で新政府軍に執拗に抵抗した庄内藩でしたが、戦後処理において西郷隆盛が下した処置は温情ある極めて寛大なものでした。酒田市の南洲神社は、南洲翁の遺徳をたたえて、昭和51年(1976年)に創建されたものです。

この南洲神社、及び周辺の観光資源をルートに組み入れたツアー商品を造成しました。

また、認知度が低いという課題に対応するため、南洲神社を組み入れたツアー商品をPRするプロモーションビデオを制作し、YouTubeにもアップしました。

### 今後の展開

現代に至るも多くの人の敬愛を受ける稀代の傑物・西郷隆盛。NHK大河ドラマで「西郷(せご)どん」が放送開始となったことから、西郷隆盛への注目が期待されます。

全国にいる西郷隆盛ファンの聖地巡礼の地として当地を訪れてもらうほか、大河ドラマを見て西郷隆盛に関心を持った方々がターゲットとなります。

日帰りバスツアーでは仙台発着のツアーの商品化を目指します。また、西郷隆盛ファンが多い鹿児島県との関係機関には、「なぜ、山形県酒田市に南洲神社があるのか?」をキャッチコピーとし、誘客を目指します。

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

## 「軟水の都ながい」の菊芋が織りなす6次産業推進事業

### 活用した地域資源・素材

菊芋 軟水



菊芋ホームページ

### 主な事業内容

平成28年度に実施した全国展開プロジェクト「軟水が育む『山形長井・菊芋の里』6次産業推進事業」での調査研究結果をもとに、長井産菊芋のブランド化を進めるため、菊芋乾燥チップと粉末を活用した加工食品の商品開発を進めた。特にパッケージ等のデザインに首都圏消費者の意見を反映させるため、専門家の指導を受け、東京都で開催された展示会に2回出展し、アンケート調査を実施した。加えて、まだまだ知名度の低い菊芋と山形県長井市の取り組みについて広く理解を求めるために、専用サイトを作成し、PRに努めた。

### 今後の展開

菊芋の商品化に取り組む有志が設立した「合同会社長井菊芋研究所」の商品開発事業が、山形新聞を中心に開始したクラウドファンディング事業の第1号プロジェクトとして話題になり、当地域を中心に認知されるようになった。今後は、高齢者はもとより、SNS等を活用した若年層への浸透を狙う。また、菊芋の地域資源法に基づく県の指定を促進し、参画事業者の商品開発を後押しするとともに、農家の生産体制整備を進め、6次産業推進の基盤を固める。農業体験等の旅行商品開発も並行し、健康と美容を訴求した地域ブランド化を図る。

URL <http://kikuimo-nagai.jp/>



しんくみ食のビジネスマッチング展



試作品

## 火焰型土器のクニ 十日町 縄文ツーリズム プロジェクト

### ◎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・観光等）」



女性にも大人気、縄文文化体験ツアー



とおかまち土器ドクロランタン



縄文服の着用体験

### > 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」はその造形美の美しさから「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。これら地域特有の資源を活用し、縄文文化と雪国文化を体験できるモニターツアーを実施し観光商品化を目指した。また優れたデザイン性をもつ火焰型土器をモチーフにした商品の試作品開発にも取り組んだ。

### > 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、本プロジェクトにより、具体的な観光商品開発と特産品開発に取り組むこととなり、地域資源としての明確化が図られた。

今後はモニターツアーや展示会でのアンケート結果等から明らかとなった課題や参加者の声を分析し、具体的な商品化につなげていくとともに、行政や観光協会、NPOなどの関係機関との更なる連携を図り、より幅広く地域全体で取り組む事業としていきたい。

◎URL <http://www.tokamachi-cci.or.jp>

## 商議所連携で相互の魅力を生かした新商品開発と販路拡大事業

### ◎活用した地域資源・素材

①氷見の鮮魚・魚介類、農産品等豊富な食資源②水産加工業や菓子製造業等独自の技術・特色をもつ地場産業③連携先各地の特産品等（川崎：氷見出身の実業家で「京浜工業地帯の父」といわれる「浅野総一郎翁」、美濃加茂：食の世界遺産といわれる「堂上蜂屋柿」、地場銘酒の「酒粕」、他「赤味噌」、「鮎」等、七尾：歴史的「城山」を共通テーマに商品開発 等



氷見七尾新商品コンテストの様様



「東京湾を変えた男」シリーズ第一弾のお菓子



「鮎のみりん干し」等氷見の技術が生きる

### > 主な事業内容

商工会議所の全国ネットワークを生かした“連携”による新商品開発により、“氷見の魅力×〇〇の魅力＝”で相互の地域に経済効果が生まれる仕組みを構築し、これを基盤に全国展開を図る。本事業では、川崎・美濃加茂・七尾との会議所連携から新しい魅力を創出、各地の特産品や歴史的背景と氷見の地域資源がコラボした新商品を開発、「東京湾を変えた男」（京浜工業地帯の父「浅野総一郎翁」・氷見市出身）のお菓子、美濃加茂特産品や七尾&氷見「城山」をテーマにした新商品を全国に発信する。

### > 今後の展開

今後も各地との連携により新たな魅力を創出し、連携先の地域資源とコラボすることで付加価値を高め、両地域を基盤に販路拡大を図る。このプロジェクトを契機に新商品開発を支援、更に商品力に磨きをかけ、全国市場に向けた製品に育て上げるとともに、小規模事業者自らが課題整理や分析に取り組むことで、経営力の向上に繋げていく。意欲ある経営者が増加することで、地域経済に好循環（域内消費の拡大）が生まれ、商議所としても、そのような事業者を丁寧に伴走支援し、地場産業の育成に繋げたいと考える。

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

## 奥能登国際芸術祭活用 観光・特産品開発事業

### ◎活用した地域資源・素材

土産品：塩、唐辛子 食：ヨバレの風習（地元農水産品の郷土御膳料理） 観光：芸術祭作品、珠洲の秋祭り（キリコ祭り）、里山里海体験



唐辛子塩

### ＞主な事業内容

奥能登国際芸術祭と連携し、世界農業遺産「能登の里山里海」の資源を活かした土産品の開発及び伝統に紐づく食文化の商品化、里山里海を借景しながら芸術作品を巡る観光プラン提案の総合開発事業。

土産品開発では、芸術祭に関係したデザイナーにデザインを依頼し付加価値を付ける。

食開発では秋祭りの際に客に振る舞う「ヨバレ料理」をモチーフとして地元農水産品の消費拡大およびブランド化を図る。

旅開発では、富裕層や希少な体験を望む旅行者に絞り込み、秋祭り体験などの、付加価値の高いオリジナルツアーを企画。

### ＞今後の展開

今回開発された商品は、奥能登国際芸術祭での販売を大前提としているが、そこをひとつのステップとして、会期終了後も今後の開発商品群を全国に向けて発信・販売していかねばならない。

また、同芸術祭は、2020年に再び開催される見込みであり、その際には更に磨き上げられた商品を提供していく必要がある。

補助事業の終了と商品群の実売開始は新たな幕開けということで、今後も引き続き事業者や関係者とともに協議を重ねながら、商品群のブラッシュアップを進めていく。



会議風景



まつり御膳

## 「真田REDアップルパイ」による地域連携型6次産業化の推進

### ◎活用した地域資源・素材

真田REDアップル

### ＞主な事業内容

JA信州うえだのオリジナルブランドりんご「真田REDアップル」の従来破棄されていたりんごを活用し、JA、地域事業者、行政、生産農家、会議所が連携し、「真田REDアップルパイ」の統一名称を使用した新たな地域の名産品を創出し、地域連携型の6次産業化を推進するためにスタート。10月の地域の産業展での試食とアンケート調査の実施、2月のfeel NIPPON出展とバイヤーへの試食、アンケート調査の実施により、「真田REDアップルパイ」の評価は高く、商品化が早期に実現できそうな感があった。

### ＞今後の展開

2月のfeel NIPPON出展等により、早期の商品化が図れそうなのがわかった。課題は、①統一名称を使用する参加店舗の拡大、②使用するりんごの確保と流通経路の明確化（生産農家、JA、事業者にとってメリットのある価格設定含めて）、③贈答品等に使える商品へのブラッシュアップとブランディング、④「信州上田ならではの」「真田REDアップルならではの」といったオリジナル感の演出、⑤「アップルパイ」というどこにでもある商品との差別化、⑥販路の開拓…など多岐にわたるため、継続的な取り組みが必要。

◎URL <http://www.ucci.or.jp/>



3タイプの「真田REDアップルパイ」



feel NIPPONで提供したアップルパイの試食



feel NIPPONでのブースの様子

# 南アルプス観光魅力創出プロジェクト ～日本一のトレッキングコースづくり～

## ◎活用した地域資源・素材

人気の高い南アルプスの麓にある入笠山と鹿嶺高原



ドローンで入笠山頂上を撮影



現地調査(鹿嶺高原のトレッキングコース)



現地調査(鹿嶺高原から望む中央アルプスに沈む夕日と伊那谷)

## ＞主な事業内容

登山者に人気の高い南アルプスの前衛には、標高2,000m級の山々が広がっている。特に伊那市にある入笠山・鹿嶺高原は車でのアクセスも可能で、360度の大自然パノラマやトレッキング、キャンプ等を気軽に楽しめ、ファミリーやアウトドア初心者でも南アルプスを満喫することができる観光資源としての期待も高い。実際に現地調査を実施し、観光資源としての魅力発掘やその周辺エリアの観光資源について探り、課題を抽出して解決に向けた取り組みを検討した。併せて専門家によるモデルプランを設定し、観光消費総額から経済波及効果を算出した。

## ＞今後の展開

キャンプやトレッキング等を盛り込んだ、気軽に南アルプスを楽しむことができる魅力ある観光コースを設定し、モニターツアーを実施してコースの具体化を目指す。首都圏や名古屋からちょうど中心地に位置することもあり比較的アクセスが良かったため県外からの誘客を図り、伊那の市街地とアルプスを結びつける観光事業を展開して地域経済の活性化に繋げる。また9年後のリニア中央新幹線の開通に合わせ長野県駅が近隣にできることから、新たな観光コースとして今からコース運営の体制づくりや情報発信を行い、将来の首都圏等からの集客を図る。

◎URL <http://www.inacci.or.jp/>

# ほしいも魅力発信プロジェクト

## ◎活用した地域資源・素材

ほしいも



国際オーガニックEXPO2017出展の様子



鈴木会頭自らほしいもの歴史を参加者に説明する



ほしいもツアーを実施し工場見学を行う

## ＞主な事業内容

将来、ほしいもビジネスが持続的に発展するために、ほしいもを使った商品開発・観光開発及び新市場開拓に向けた展示会への出展を実施した。

ほしいもは加工食品の位置づけであり商品化が難しい食材といわれていたが、洋菓子店の協力のもと試作品開発が実現する。観光開発は地域資源を組み合わせた観光ルートを開発し実施した。そして、新たな市場開拓としてオーガニック分野での販路を切り開くために国際オーガニックEXPO2017に出展し感触を確かめた。来場者の反応は良く今後はEU市場も開拓していきたい。

## ＞今後の展開

観光開発は好感触を得たので更なる企画を実施していくこととなっている。商品開発は難航しているがひとつの方向性は見えてきた。今後は更なる改善を行って魅力的な商品開発をしていきたい。

そして、従来はほしいも生産農家及び企業が自ら生産・販売を担っていたが、今後は農家の高齢化に伴う後継者不足で日本一の生産地としての地位を揺るがす危機があることから、若手起業家の育成や他業種からの進出を促進させ、当地がほしいもビジネス最適地と認知されるように地域の底上げを図りたい。

◎URL <http://www.hcci.jp>

## ユネスコ世界遺産登録 都市間連携新商品開発事業

### ① 活用した地域資源・素材

鹿沼秋まつり、那須烏山やまあげ行事

### ＞ 主な事業内容

ユネスコ世界無形文化遺産同時登録をきっかけに鹿沼市・那須烏山市の2市連携が有するポテンシャルを探るべく、外部機関に委託し調査研究、分析を行っている。本事業での調査結果を基に、双方都市共通の地域資源を活用した新たな特産品(商品)の開発や農商工連携による未利用資源を用いた新商品開発、並びに双方の「祭り」をテーマに、祭り以外の日も観光客を呼び込める新観光ルートの開発に繋げていく。

### ＞ 今後の展開

調査研究結果、専門家からの提案を基にモニターツアーの開催、双方の都市で継続的に提供できる「土産品」「ギフト商品」「ご当地メニュー」等の具体的な商品開発を実施。「鹿沼秋まつり」「那須烏山やまあげ行事」の開催時期が異なるため、どちらかを訪れた観光客に対しもう一方の文化資源をPR・案内できるしくみを作る。

② URL <http://www.kanumacci.org/>



商品開発に向けての会議風景



鹿沼秋まつり



那須烏山やまあげ行事

## 二宮尊徳を活用したニューツーリズム開発と地域経済活性化事業

### ① 活用した地域資源・素材

郷土の偉人である二宮尊徳翁、天然水、酒かす、湯波

### ＞ 主な事業内容

二宮尊徳翁を地域資源とした着地型観光プログラムの開発と、モニターツアーを通じて日光に縁ある特産品の開発を行い、これまでの取り組みを生かした新たな日光の魅力発信を行う。あまり知られていない二宮尊徳翁の功績を広めながら街の賑わいを創出することを目的とし、地元の観光客を迎えるための意識を向上させる。地元市民や地元以外の二宮尊徳翁ファン、歴史に強い関心を持つ歴史女子を始め、学習意欲の高い熟年層など幅広い世代をターゲットとする。

### ＞ 今後の展開

徳川家康に加え、もう一人の日光に縁深い偉人である二宮尊徳翁を中心とした着地型観光と商品・サービスの開発により、二社一寺だけではない隠れた魅力を発信する。既存の観光資源や地元イベントとの連携による新たな回遊性を構築することにより日帰りを考えていた内外の観光客に宿泊・延泊してもらい、日光市の滞在期間を延ばす。また回遊することにより地元特産品の認知度を上げて購買意欲を掻き立て、地域の観光収入の増加を目指す。

② URL <http://www.nikkocci.or.jp>



モニターツアーの様子



地域資源を活用した新商品の開発



モニターツアー(座学)の様子

## 「桐生マフラー・ストール」ブランド化事業

### ◎活用した地域資源・素材

繊維製品/マフラー、ストール等ネックファッションアイテム



オリジナルのマフラー・ストールの開発を目指す



専門委員会



ブランディングに関する勉強会

### ＞主な事業内容

1300年にわたり繊維産地として培ってきた技術や、戦後のマフラー生産による産地復興の経緯、さらに織り・編み・刺繍・染織・縫製・整経・意匠・機料・糸商といった織物生産各工程の職人が市内に残る点など、繊維産地として桐生だけが持つ要素を組み合わせ、世界的に標準化されたマフラー・ストールの製品開発に取り組んでいる。平成29年度は専門委員会を設置し、地域内繊維事業者が持つ技術や得意分野のシーズ調査、ブランド構築について勉強会を開催し産地発信の一環となる地域ブランドの創造や新製品開発の戦略策定を行った。

### ＞今後の展開

桐生が繊維産地として誇る生産技術の多様性を、ブランド構築にどう活かすかが課題となる。また、繊維産業は長くまちの発展を支えてきた基幹産業であり、繊維事業者の賛同と協働が事業を具体化するうえで不可欠だが、29年度に実施したアンケート調査では多くの事業者が事業への協力の意思を示している。今後、今回調査したシーズを十分に研究し、桐生ならではの多様性を活かしたオリジナルのマフラー・ストールの開発に取り組むたい。

◎URL <http://www.kiryucci.or.jp/>

## 川越市郊外を活用した体験・学習型観光商品開発事業

### ◎活用した地域資源・素材

川越百景コース



第1回委員会

### ＞主な事業内容

川越市の中心市街地から郊外への人の流れを創出し、活気ある地域づくりを目的に、川越市郊外を中心とした地域資源と小規模事業者を融合させた「学習型・体験型」旅行商品の提供に関する調査を行う。具体的には川越市郊外の地域資源の掘り起こしや、周遊ストーリーづくり、体験できる「食資源」「学習型観光プログラム」の有無、今後の可能性等を想定した小規模事業者の現状調査、学習体験型観光資源に対する来訪者ニーズ調査を行う。

### ＞今後の展開

(1)小規模事業者の意向調査 ①委員会メンバーに対する小規模事業者洗い出し調査：コース周辺事業者の掘り起こしに向けたヒアリング調査 ②郊外小規模事業者の意向調査：現地を実際にまわりながら、事業者の情報を収集し、可能性のある事業者への意向調査を行い、将来展望の可能性を探る ③資料調査：対象エリアの基本的な歴史情報、暮らし情報等地域資源を調達 (2)「学習型・体験型」にテーマを限定したニーズ調査：川越市郊外への流入ストーリー案と学習・体験型プログラムを作成、これらを現地来訪者に提示し、来訪意向度等を把握する。調査結果は次年度以降に活用する。

◎URL <http://www.kawagoe.or.jp/>

## 成年式発祥の地 埼玉県蕨市の大人の銘菓開発プロジェクト

### ◎活用した地域資源・素材

成年式発祥の地



委員会メンバー



委員会の様子



菓子のベンチマーク調査

### > 主な事業内容

日本一小さな市である蕨市。古くは中山道の宿場町であり、江戸時代末期からは綿織物のまちとして栄え、昭和21年には全国に先駆けて「成年式」を開催し、成人式発祥の地でもある。現在では、交通の利便性から都心のベッドタウンになっており、昔からの地元民と単身世帯やDINKsの比較的若い世代が入り混じっている。本事業では、「地元の土産品が何もない」というまちの要望に応え「成年式発祥の地」をキーワードに、地元の土産品「大人の銘菓開発」を企画した。

### > 今後の展開

本年度の調査研究事業の成果として、様々な調査を行った上で、地域資源を、歴史的ストーリーである「成年式発祥の地」を最大限に活用した商品を作るコンセプトが明確化された。今後は、「ホンモノ志向」をキーワードに、商品開発を行っていく。また、テスト販売を行い、消費者の声を第一に考え、一過性ではなく、100年後も愛される「ホンモノ」を目指す。核商品から準核商品へと商品展開も考えたブランド戦略を行っていく。

◎URL <http://www.warabicc.org/>

## 「水辺のアーバンアクティビティ・シティ越谷」プロジェクト

### ◎活用した地域資源・素材

・越谷レイクタウン大相模調節池及び周辺緑地・伝統工芸品等（越谷だるま、木目込み人形）・地場農産物（越谷ネギ）



こしがや水辺の祭典2017会場風景

### > 主な事業内容

年間5千万人が訪れるショッピングモール「イオン越谷レイクタウン」の顧客をターゲットとし、越谷の新たな魅力の提供、伝統工芸品・地場農産物のPRを目的に都市型観光ビジネスの構築に向けた検討委員会及び社会実験「こしがや水辺の祭典2017」を実施した。

平成28年度都市景観大賞を受賞した越谷レイクタウン大相模調節池及び周辺緑地を活用し、全国的にも新しい水上自転車やディンギー等の水上アクティビティ、越谷だるまや木目込み人形を活用した体験型アクティビティを組み合わせることにより越谷の新たな魅力を発信した。

### > 今後の展開

都心から25km圏内に位置しベッドタウンとして発展してきた越谷市は全国的に有名な観光資源が少なく、市民のシビックプライドも希薄であるため、「アーバンアクティビティ・シティ」を観光コンセプトに設定し、市内を流れる5本の一級河川や越谷レイクタウン大相模調節池等の水辺・水上空間を活用した都会型の観光モデルの構築を図ることで都心からの集客と市民のシビックプライドの醸成を目指す。

長期的には旧日光街道宿場町の街並みや越谷御殿跡地が残る中心市街地への送客システムを構築し地域経済への波及につなげたい。

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



だるまアート体験



カヌーツ体験

## 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

### ◎活用した地域資源・素材

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



山車の組み立て方を地元住民が解説している



和三盆の質・割合を変えて落雁の味を改良

### > 主な事業内容

【準備体験ツアー】佐原の大祭に向けて準備している山車蔵において、山車に飾る彫刻や大人形について地元ガイドが解説するモニターツアーを実施した。地元住民でも限られた人しかできない山車の準備を見学できたことから、マスコミの関心も高く、モニターツアーの様子は千葉日報、日本経済新聞等に掲載された。

【落雁】佐原の老舗和菓子店の職人の協力を得て、ユネスコ無形文化遺産・佐原の大祭に相応しいオリジナル落雁を試作した。試食を何度も繰り返し、舌の肥えた地元住民も納得の上品な落雁に仕上がっている。

### > 今後の展開

【準備体験ツアー】ツアーは参加者及び受入側双方に好評であり、更に内容を充実させ継続実施する。佐原の大祭と同様に、道路で山車を曳く体験を行ったり、佐原囃子の下座と連携したツアーにすることも考えられる。雨天時は準備ができないため、代替プログラムの検討が大きな課題である。

【落雁】落雁そのものの美味しさについては、アンケート結果を参考に試作を重ね、改良されている。次年度以降は味の改良を進めるとともに、パッケージデザインや、商品の物語性などの売り方を検証し、商品化を進めていく。

◎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

### ◎活用した地域資源・素材

人材：山梨県にゆかりのあるマンガ家、声優 産品：山梨県産酒、地場の食品 観光資源：甲府駅周辺の飲食店、施設



オリジナルキャラクター「舞鶴美果(左)、舞鶴エリ(右)」



山梨県にゆかりのあるマンガ・アニメを紹介した施設



マンガを題材にしたフットパスツアーの様子

### > 主な事業内容

「マンガ・アニメ」と地域資源である「甲府城を中心とした城下町文化並びに魅力的な地場産品」を融合させることで、新たな観光スポットや観光ルートの創出を図った。具体的な取り組みとして、山梨県のイメージを取り入れたオリジナルキャラクター「舞鶴美果&エリ」(絵：PAPA氏、声：三澤紗千香氏)を生み出し、県内にゆかりのあるマンガ・アニメを紹介した施設を運営。また、県産酒をキーワードに甲府駅周辺の飲食店・施設をマンガで表現した観光案内コンテンツを製作し、それを題材にフットパスツアーを実施した。

### > 今後の展開

「マンガ・アニメ」を活用した情報発信は、若年層だけでなく中高年齢層にも伝わりやすく効果的な手段であることを実感した。今後も引き続き、オリジナルキャラクター「舞鶴美果&エリ」を中心に地場産品や観光資源とのコラボ活動を進めていく。また、山梨県が舞台となっているアニメとの連携を図り、巡礼ツアーやPR活動を積極的に進め、アニメ聖地化を目指していく。さらに、将来マンガ家やアニメーターなどのクリエイターを志す人材を育成するために、マンガ教室などを開催し環境整備を図っていく。

◎URL <http://www.kofucci.or.jp>

## 北海道「箱根八里」街道観光研究開発プロジェクト

### ◎活用した地域資源・素材

北海道「箱根八里」の歴史や民俗・風習、伝説・伝承。沿道の景観や史跡、歴史的社寺や城跡。「箱根八里」を往来した歴史上の人物。沿線地域の伝統産業や特産物。



旧街道に思いをはせて

### ＞主な事業内容

「箱根八里」を地域資源間の連携や新たな観光開発のための有効なツールとしてとらえ、これまで資源の全体的な掘り起こしやストーリーの付加、一体的活用等が充分に取り組みされてこなかった「箱根八里」のブランド化を図り、日本を代表する『街道観光』を構築。全国的に知れ渡る「箱根」といえば「箱根八里」を連想するほどの知名度を目指します。また、自治体の枠にとられない「箱根八里」地域の一体感の創出と連携意識の醸成、それらを基盤にした街道観光推進のための体制と仕組みづくりを構築します。

### ＞今後の展開

2018年の箱根開宿400年、2019年の箱根開所開設400年等の機会を活用し、箱根旧街道（箱根八里）の観光ブランド化を図ります。また、旧街道に思いをはせ地域の歴史を歩いて巡ることができるウォーキングルートの造成のために、街道と並走する国道1号の横断箇所や安全安心に歩くことができる「箱根八里」公式ルートの策定を目指します。

「箱根八里」にまつわる物語や紀行文、史話や伝説・伝承、沿線地域の民俗・風習は各地にちりばめられています。それらを調査し、物語性を活かした箱根八里マップを作成したいと考えています。

◎URL <http://www.mishima-cci.or.jp/>



地域に眠る歴史の掘り起こし



箱根開所からの風光明媚な景色

## ローカル鉄道を活用した西美濃の観光に関する調査研究事業

### ◎活用した地域資源・素材

ローカル鉄道である、養老鉄道やその沿線地域の観光施設、祭り・イベント、食事処、お土産店、西美濃三十三霊場寺院。

### ＞主な事業内容

大垣市を中心とする西美濃地域の交流人口拡大をはかることを目的に、ローカル鉄道である養老鉄道を利用した観光の調査研究を行った。

地元高校生が調査員となり、養老鉄道沿線の市町で開催されているイベント（祭り）会場において、養老鉄道を活用して訪れてみたい西美濃地域内の観光施設についてのニーズ調査（アンケート調査）を行った。

これにより、養老鉄道の認知度も併せて測定することができた。

### ＞今後の展開

アンケートの実施によるニーズ調査の分析と検証を行い、改めて養老鉄道沿線にある、産業観光資源、ものづくり体験施設、農業体験等の観光資源の利活用を行う。

今後、観光ルートの商品化に向けて検討を行っていききたい。

また、訪れてみたい西美濃地域内の観光施設についてのニーズ調査と併せて実施した、西美濃地域に点在する西美濃三十三霊場の受入調査の結果を踏まえ、養老鉄道を活用した観光ルートの商品化に組み入れた、計画立案を行っていききたい。

◎URL <http://www.ogakicci.or.jp/>



いびがわマラソン アンケート調査



養老鉄道多度駅 アンケート調査

## 「飛騨の匠街道」街道観光事業

### ◎活用した地域資源・素材

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



飛騨の匠街道トレイル モニターツアーの様子



飛騨の匠街道



飛騨の匠街道 町並みショートトレイルの様子

### ＞主な事業内容

「飛騨の匠街道」は古代官道・東山道（飛騨支路）にあたり、飛騨地域と都を結び、宮都や寺院の建設に携わった『飛騨の匠』と呼ばれる人々がこの道をたどった。『飛騨の匠』たちが百年以上も街道を往来したことから、沿線には『飛騨の匠』に因む史跡や伝説が集積している。古代の道をロングトレイル化している例は少なく観光資源として独自性・稀少性が高い。モデルルートとして郊外で、古代道の活用によるロングトレイル、中心地で『飛騨の匠』の技を伝える町並みを巡るショートトレイルを設定。これら2ルートでモニターツアーを実施した。

### ＞今後の展開

モニターツアーの参加者からは「飛騨の匠街道」や『飛騨の匠』に関する資源について高評価をいただいた。『飛騨の匠』という新たなテーマでの誘客が観光客の回遊性向上や滞在時間延長につながり、地域全体に波及効果をもたらすことが期待される。町並みを巡るショートトレイルはルートマップ作成などにより商品造成が見込まれるが、ロングトレイルはコース設定はできるもののスタート地点とゴール地点が異なるワンウェイとなるため、市街地から現地まで、または現地から市街地までの交通という課題があり、その具体的な手法の検討が急がれる。

◎URL <http://www.takayama-cci.or.jp/>

## 名古屋の「匠土産（たくみやげ）」プロジェクト

### ◎活用した地域資源・素材

名古屋の伝統工芸や匠の技（「名古屋三宝」、「名古屋木象嵌」、「名古屋黒紋付染」）



IFFTの日本商工会議所ブースに出展



市内のレストランにてモニター調査を実施



試作品のブラッシュアップに向けた打合せ

### ＞主な事業内容

名古屋が世界に誇る「モノづくり」を観光の魅力へとつなげるため、国内外からの観光客を主なターゲットに、優れた「匠の技」を活用した新たな土産品「匠土産（たくみやげ）」の開発を目指すプロジェクト。

神具である「三宝」の伝統的加工技術を活かしたボトルクーラー「SANBOU ボトルクーラー」、ギター装飾に用いられる寄木細工の技術を使用した「名古屋木象嵌手鏡」、名古屋の3種の染物の伝統工芸により製作された手ぬぐいのセット「家康の旅道具」の3点の商品化に向け、展示会等を活用したテストマーケティングを行った。

### ＞今後の展開

商品化に向け、引き続き市場調査や競合商品調査、テストマーケティングを実施し、ターゲットの意識や実態を収集・分析することで、試作品の改良や有効な販売方法・ルートの確立を目指す。また、「匠土産（たくみやげ）」のブランド化を目指し、空港や高速道路、駅等の売店や百貨店等への販路に対してプロモーション活動を行うとともに、匠土産のアイテム数の拡大を図るべく、新たなアイデアの募集や既存製品の認定制度などの検討を進める。

◎URL <http://www.nagoya-cci.or.jp/>

## 働く人の健康づくりをサポート～健康デザインプロジェクト

### ◎活用した地域資源・素材

健康増進、疾病予防に効能がある温泉及び旅館に加え、三河湾を活用したクルージング、ノルディックウォーキング、タラソテラピー等のアクティビティ。



健康デザインプログラム イメージ画像



地域資源の再検証—海を眺めながらヨガ



先進事例の調査—マインドフルネスワーク

### ＞ 主な事業内容

蒲郡の魅力を活かしたヘルスケアツーリズムの開発に向け、働く人の健康づくりをサポートする健康デザインプロジェクトの事業戦略を調査研究した。調査研究のテーマとしては、地域の強みを活かしてレジャー感覚で楽しみながら健康増進を図るヘルスケアツーリズムの展開を目指すこととし、ターゲットとして従業員の健康管理に取り組む企業を想定。専門家を交えた地域資源の再検証・再評価、先進的なヘルスケアツーリズムやプログラムの調査、想定ターゲットに対するニーズ調査を行い、プログラムの検討を行った。

### ＞ 今後の展開

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

◎URL <http://www.gamagoricci.or.jp/>

## 尾鷲市の目的地化定着を目指すプロジェクト

### ◎活用した地域資源・素材

海、魚



専門家を交えての事業検討



シーフードショーでの情報収集



地域特性を活かした道の駅等の情報収集

### ＞ 主な事業内容

50年来の人口減少が続く尾鷲市では、近い将来に予定されている高速道路ICの開通によるストロー現象が懸念されています。そこで、当市を目的地化することで流入人口の増加、ひいては産業振興につなげる方策を検討するため、本事業に取り組んでいます。観光開発の面では、“まちなか”への誘客を図るためのニーズやシーズの調査を行い、特産品開発の面では、地域の伝統食に関する特産品の開発を進めています。具体的には今年度は調査事業のため、委員会での検討や、調査事業として各種展示会や道の駅などへの視察を行っています。

### ＞ 今後の展開

コミュニティの維持すらままならない中では、直近の施策と共に将来的な構想も重要となります。そこで観光面では、今年度の事業で描く予定となっている尾鷲市の将来像を基に、次年度は世界遺産熊野古道や食を活用した観光ルートの開発・作成に取り組む予定としています。また、特産品面では、市内飲食店での使用と、当市への誘客につなげるために尾鷲市出身者で都会で飲食業を営む事業者へ使用していただくことを目的とした、商品の開発を進める予定としています。

◎URL <http://owasecci.com/>

## 名水を活用した飲料新商品の開発に向けた6次産業事業化

### ①活用した地域資源・素材

越前大野の名水



商品開発部会委員会の様子



地サイダーの試作



名水百選「お清水」

### ＞ 主な事業内容

大野の名水は環境省より昭和60年、平成20年に「名水百選」に選ばれるなど、「名水」は大野の食文化の源である。しかし、酒蔵が醸す清酒以外に名水を活用した商品が意外と少ない。そこで名水を活かす新商品を開発し、年々増加する観光客をターゲットとした新たな特産品を確立させることを目的に調査事業を行った。今事業の最大の課題として、「名水」にどのように付加価値とストーリーをつけられるかが論点となった。メンバーからは飲料に拘らず幅広いアイデア出しを行い集約することによって、より良い商品を生み出すことを目標とした。

### ＞ 今後の展開

今事業の候補として、名水そのものを活用した「名水かき水」、地域特産品を活用した「赤芋茎(すこ)のサイダー」、冬に食べる風習がある名水で作られたでっちゃんを夏の甘味としてアイス化を図る「でっちゃんキャンディー」が絞られた。調査により商品の具現化は可能と確認できたが、事業化し展開するには各々にいくつかの課題がある。今後は具体的に事業化できるものをひとつに絞り込み、生産方法の確立や販路の開拓、商品提供におけるルール化などを確立し、新商品の具現化に向けて進めていきたい。

②URL <http://www.ohnocci.or.jp>

## 「みーつ びわ湖・大津」テーマ別体験・まちあるき事業

### ①活用した地域資源・素材

- ①大津三大祭(山王祭、船幸祭、大津祭) ②東海道大津宿(町人文化の豊かさ) ③源氏物語誕生地(石山寺) ④日本遺産(水と祈りの文化、近江の神仏)  
⑤びわ湖・近江の食の恵み ⑥日本一のびわ湖 ⑦かるたの聖地(近江神宮) ⑧大津近代産業(琵琶湖疏水)



坂本まちなみガイドツアー



大津祭ガイドツアー



老舗漬物店でのぬか漬け体験

### ＞ 主な事業内容

市内の回遊性を高めることと地域の隠れた魅力について認知度を上げることを目的に、地域事業所が主体的に実施する体験・まちあるきプログラムを約100種掘り起こし、8つのテーマに編集。Web媒体・紙媒体・プレスリリース・口コミ等、幅広い告知活動を展開して市内を中心とした告知手法・集客力のあるプログラムが一定確認できた。公共交通機関等でプログラムを繋げたモデルコースを3種作成しモニターツアーを実施、市内回遊性や観光地としての魅力度の検証も行った。参加者の満足度は5段階中4以上が97%と非常に高かった。

### ＞ 今後の展開

今年度の取り組みから、参加者(892人)の構成は県外:県内:市内=24%:16%:60%となっており、市内を中心とした告知手法・集客可能性の高いプログラムは一定確認できたが、今後は県外への告知手法や県外から集客できるプログラムを充実させたい。ガイドブックの質は事業を通じて改善することはできたが、プログラムの紹介方法が一律・網羅的であり、更なる改善の余地が残った。また、告知費用を抑える工夫も今後の課題である。モニターツアー以外のプログラムについて回遊を生み出す工夫が更に必要と感じている。

②URL <https://www.meets-biwako-otsu.com/>

## 福知山城と明智光秀の魅力再発掘調査研究事業

### ② 活用した地域資源・素材

・福知山城・明智光秀・城下周辺施設・地元農産品/畜産品



「続日本100名城(2017年)」に選定された福知山城



惟任日向守光秀(明智光秀公)



会議風景

### ＞ 主な事業内容

大規模小売店、大手外食店の進出、コンビニの進出により市内の小規模事業者や飲食店等の活力が失われており、特に旧市街地の疲弊は激しい。高架になったJR福知山駅、インフラが整った駅周辺道路網、北近畿一とされた交通利便性のもと、交流人口を増やし消費を促すため福知山に来る明確な目的を作る「誰に・何を・どう売りだす」か議論を重ねている。地域のシンボルである天守閣を持つ福知山城の美しさ、明智光秀が神となったエピソードや夫婦愛を深掘りし、様々なアイデア約40件出され、商品化イメージを固めている。

### ＞ 今後の展開

約40件の意見・アイデアは「光秀の夫婦愛・いい夫婦」や「夜の福知山」(ライトアップされた福知山城に象徴される)というコンセプトにまとまりつつあり、委員会の中で取捨選択や改良を加えながら、実施主体者にまで言及した新しい魅力的な観光商品を確認し、専門家の助言・支援を仰ぎながら情報発信の効果的手法まで固めていく。またイベントの立案にまで派生させ総合的な福知山観光商品を作り上げたい。委員会の合意として次年度の試作品製作、展示会等出店PRにつなげていきたい。

④ URL <http://www.fukuchiyama.or.jp/>

## ふるさと名物「天の川」を活用した特産品開発に向けた調査事業

### ② 活用した地域資源・素材

地域産業資源「天野川」に生息するセイタカヨシ



セイタカヨシの刈り取り風景



試作品のシフォンケーキ



試食会の様子

### ＞ 主な事業内容

枚方市・交野市には、京阪交野線に沿って一級河川「天野川」が流れており、地域資源として登録されているが、両市民以外にはほとんど定着しておらず有効に活用できていないため、新たな特産品開発に向けた調査事業を行った。

自生するセイタカヨシに対するイメージ調査や安土町商工会の視察を行い、9月にセイタカヨシを刈り取り、粉碎加工を経てヨシパウダーが完成した。ヨシパウダーを様々な観点から分析し、優れた栄養素を発見。クッキー・シフォンケーキ・パン・餃子等の試作品を試食し、様々な食品への加工が可能なが分かった。

### ＞ 今後の展開

次年度は、ヨシパウダーの量産を予定している。地域の事業者サンプル配布し、様々な加工食品を販売いただくことで、地域ブランド創出及び事業者の販路拡大を狙う。地域ブランドとして定着させるためにヨシパウダーを活用した商品のガイドブックを作成し、京阪交野線各駅等で配布を行う。

セイタカヨシは、食品というイメージがなく、これまで誰も目をつけなかった植物のため、地域の特産品として育てるハードルはとて高いが、ヨシパウダーを活用した加工食品を次々と生み出していくことで、地域の特産品として定着させていく。

④ URL <http://www.kitaosaka-cci.go.jp/>

## 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

### ◎活用した地域資源・素材

希少糖、酒粕、マイヤーレモン



希少糖入り老松丹水あまざけ



伊丹老松酒造

### > 主な事業内容

砂糖とでん粉の消化吸収抑制効果がある希少糖、アミノ酸豊富な酒粕、クエン酸とビタミンCが入ったマイヤーレモン、これら健康効果が高い素材を原材料に使用。

- ①希少糖入り老松丹水あまざけ  
米と米麴と酒造り用の地下水「老松丹水」を用い、昔ながらの製法で作った甘酒をベースに風味付けとして大吟醸の酒粕を使用。希少糖含有シロップを配合し、すっきりとした後味を実現。
- ②希少糖入りマイヤーレモン酒  
希少糖は柑橘系の味をひきたてる効果があり、マイヤーレモンの風味が美味。

### > 今後の展開

清酒発祥の地伊丹の酒造会社が製造した健康効果の高い新商品として、市内外にマスメディア等を活用して広く発信していきたい。

健康・美容の効果が見込まれる美味しい商品を、どのようにPRしていくのが課題ではあるが、健康や美容について関心が高まっている時代の流れに即して、feel NIPPON 2018でのバイヤーの皆様からのお声や専門家の助言をいただきながら、行政・観光物産協会・酒造会社と連携して引き続き情報発信していきたい。

◎URL <http://www.itami.jp/>

## 備前焼を活用した、旧閑谷学校の来場者獲得のための仕組みづくり

### ◎活用した地域資源・素材

旧閑谷学校、備前焼



委員会開催時の風景



イベント時のアンケート調査風景

### > 主な事業内容

備前市には国宝である旧閑谷学校がある。旧閑谷学校は平成27年に近世日本の教育遺産群として日本遺産第1号の認定を受けた。しかし、日本遺産に認定されても来場者数はさほど大きく増えていない。平成29年4月に備前焼が日本六古窯として日本遺産認定されたこともあり、日本遺産×日本遺産を実現させる特産品製作を検討する。

イベントや観光地で収集した旧閑谷学校についてのアンケートを分析することで弱み・強みを明らかにするべく事業進行中である。

### > 今後の展開

アンケートの分析結果より強みを活かすのか弱みをなくすのかなどを検討していく必要がある。

また、日本遺産×日本遺産の特産品を完成させ、人々に受け入れられるか把握するためできるだけ多くの人に特産品を見てもらい意見を取り入れ改善していく。

旧閑谷学校はアクセス面で他の観光地に劣っていると考えられる。メインターゲットを個人ではなく“団体”とし、観光客に土産として地域特産品（備前焼）の購入を促す。ただし、特産品には次回も来備となるリピート性を付加する必要がある。

◎URL <http://bizencci.or.jp>

## 中心市街地から広がる賑わい・地域コミュニティ基幹店育成事業

### ① 解決したい地域課題

中心市街地から広がる賑わい・地域コミュニティ基幹店育成



電器店で鳥の手羽先を購入する風景

### ② 主な事業内容

市民の多くが感じている「買い物の不便さ(駐車場問題や地域商店の情報が無い等)」、商店においては客数の減少、更には商店自体が減少するという現在の悪循環を打破し、「快適な生活環境の実現」のため、市民と商店双方にメリットのある事業創出を目指した。具体的に、移動困難な消費者を対象に、「消費者が動くのではなく、商店が基点となり、各々の商品を店舗間で動かし、必要とする方の近くまで届ける」という『府中まちなか商店』の運用を行い、併せて、「まちゼミ」や「一店逸品運動」の情報発信力を活かし周知を図った。

### ③ 今後の展開

現在25店の参加店で運用しているが、今後も店舗数・業種ともに拡大し、また、中心市街地から府中市内の全ての町に参加店を拡大・網羅することで、府中市内での買い物の利便性の更なる向上を目指し、事業を展開していきたい。また、この事業及び参加店が認知されるとともに、このような協力体制により、買い物難民の解消だけでなく、町の見守り活動や案内役等、「快適な生活環境の実現」のための役割を商店が担うことで、地域との繋がりを一層深め、商店の存続、都市機能の維持を図っていきたい。

④ URL <http://www.fuchucci.or.jp/>



府中まちなか商店一店逸品 BOOK(取扱い商品、利用方法など掲載)



利用手引を収録した動画を、市役所、道の駅などで放映

## 食 技 旅 庄原商工会議所(広島県)

### 調査研究事業

## 「しょうばら新発見!」観光資源等の掘り起し事業

### ① 活用した地域資源・素材

日本刀/太鼓/茶道/ご当地グルメ/国・県の天然記念物/文化財

### ② 主な事業内容

人口減少により地域経済が低迷する中、観光客は年間287万人が訪れるものの、その約9割が日帰り客で観光消費額は県内でも低い水準にある。この課題に対して、宿泊客へのアンケート調査・宿泊施設や各自治振興区のヒアリング調査を実施し、地元の人との交流ができる伝統文化体験など新たな切り口で観光ルート開発の調査研究を行った。モノよりコトを取り入れ、地元の自慢の食をプラスすることにより、滞在型で国内外旅行者が満足する新たな観光ルートを検討し、関係機関と連携し本体事業への準備を進めている。

### ③ 今後の展開

この事業による調査結果を基に滞在型・参加型の新たな観光ルートとして、地域住民との交流ができる各種体験、国・県の天然記念物や文化財など地域資源の観光、まちなみ散策など庄原らしさの魅力「豊かな自然や美しい景観」「人と人とのふれあい」をモニターツアーに取り入れる。観光・交流によるにぎわいづくり(地域活性化)につなげ、観光客数、宿泊客数、観光消費額の増加に向けて取り組み、観光誘致に向けた適切な情報発信の具体策を今後検討していく。

④ URL <http://www.shobara.or.jp>



県の天然記念物：大杉



モデルコースイメージ①(熊野神社)



モデルコースイメージ②(国営備北丘陵公園)

# 大型店との共存に向けた調査研究事業

## ① 解決したい地域課題

大型店の出店や後継者不足による地元商店の減少



先進地調査①



先進地調査②

## ＞ 主な事業内容

柳井市は小売業の吸引力が高く、域外資本のスーパーや大型店が相次いで出店しているため、地元商店は年々減少している。さらに、近隣住民は大型店で買い物をする比重が高いため、今後は地元商店と大型店が連携して、相乗効果のある事業案を検討し魅力ある地域を目指すことを目的とした。委員会では、50～60歳代女性向けの事業に絞り込み、消費者、大型店、地元商店へアンケートやヒアリング調査を行った。調査ではポイント事業の効果を期待する意見が多く、共同イベントの開催や共同販売促進事業の協力意識も確認することができた。

## ＞ 今後の展開

大型店や地元商店は地域貢献への意識は高い一方で、事業実施に対するコスト負担は容易にはできないという調査結果であった。また、先進地調査を通して行政機関と実施主体が両輪で事業を進めていく必要性を確認した。ポイントカードの発行等、ITを活用したポイント事業にかかる立ち上げ費用は高額になり、各店への負担は大きくなるため、段階的に事業を実施していきたい。さらに事業が自走型のビジネスモデルとなるよう今後さらなる検討を進める。

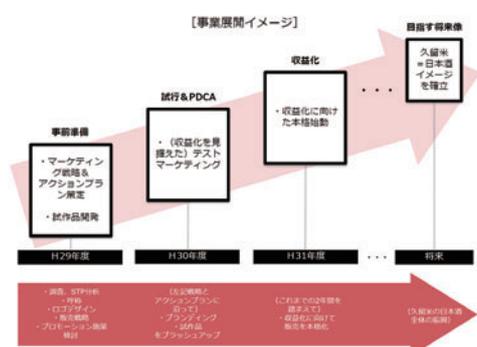
② URL <http://www.yanaicci.or.jp>

# 食 技 旅 久留米商工会議所(福岡県)

# 久留米の宝を磨く！ 酒元氣ブランディング事業

## ① 活用した地域資源・素材

久留米の多彩な食文化・筑後川流域の良質な軟水・筑後平野で収穫される上質な米・先人の知恵と蔵人の技から生まれた銘酒



「蔵ブランドから地域ブランド」への展開



昔から日本有数の酒造といわれ品質レベルも極めて高い



酒元氣プロジェクトメンバー会議

## ＞ 主な事業内容

これまで日本酒を飲まなかった若い女性をターゲットとした「発泡性清酒市場」が伸びており、更なるのびしろが期待できる。このようにターゲットにあわせた戦略展開は有効な商品開発や販路拡大につながる。シャンパーニュ地方のスパークリングワインがシャンパンであるように、「蔵ブランドから地域ブランド」への展開が久留米地酒のブランディングにとって重要な戦略となる。飲食のトレンドに敏感な女性にフォーカスすることにより潜在市場から新たなポテンシャル（お洒落な日本酒シーン）を生み出していくための調査研究に取り組んだ。

## ＞ 今後の展開

地域ブランドが全国の飲食市場にどう食い込んでいくかが重要な課題となっている。そのような中、和食は2013年に無形文化遺産に登録され、国内外で注目度が高い日本文化のひとつとなり、清酒市場のポテンシャルは高まりを見せている。このような市場を見据えながら、和食に留まらず“和洋中”の多彩な飲食シーンを演出する久留米ならではの発泡性清酒を商品化し、全国へ発信していくことを事業ドメインとした。久留米の酒蔵が協働し、多様なサポーターが集結した酒元氣プロジェクトで本体事業に向けたブランディングを展開していく。

② URL <http://www.kurume.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

## ◎活用した地域資源・素材

長崎街道（内野宿、飯塚宿等）及び八木山高原



ウォーキングイベント「長崎街道をワラジで歩く」チラシ

## > 主な事業内容

飯塚市の地域資源「長崎街道」「八木山高原」を活用して、まちおこし・地域活性化を図るため、委員会・ワーキング部会を開催し、事業の検討を行った。具体的には、長崎街道内野宿で、江戸情緒を醸し出したウォーキングイベント事業を実施した。また、旅行業者とタイアップして、想定しているターゲットである福岡都市圏の市民を対象に、長崎街道内野宿・飯塚宿、八木山高原、ひよ子穂波工場を巡るモニターツアー等を実施。実施事業の参加者にアンケート調査を実施し、その収集データの分析・検討を行い、旅行商品の造成に繋げた。

## > 今後の展開

今後も福岡都市圏からの観光客の拡大を目指して事業を行っていく。長崎街道内野宿・飯塚宿では、江戸情緒・宿場町の雰囲気を醸し出すイベントや、シュガーロードとして菓子製造事業者等とタイアップした事業を行っていくとともに、季節ごとに観光の見どころなどの情報発信を適宜行うことが重要であり、旅行商品の造成を図っていききたい。また、八木山高原は、福岡都市圏への玄関口として、自然を楽しんだり体験ができる場所、豊かな自然の恵みである農産品八木山ブランドの地として、福岡都市圏からの誘客拡大に取り組んでいきたい。

◎URL <http://www.iizuka-cci.org>



ウォーキングイベント「長崎街道をワラジで歩く」



長崎街道冷水峠石畳道

# 八女の地域資源・技術を活かした、八女産オリーブ商品での全国展開事業

## ◎活用した地域資源・素材

オリーブ、八女茶、八女ジビエ

## > 主な事業内容

八女市は八女茶をはじめあまおう・筍など農産物が豊富にあり、中でも八女伝統本玉露（八女茶）は平成27年12月に地理的表示保護制度の認定を受けるなど国内外からの認知度が高くなってきている。

一方、価格競争の激化や農業従事者の高齢化・後継者不足により耕作放棄地が拡大していたため、平成27年度から耕作放棄地の利活用と新産業創出を目的とした八女オリーブプロジェクトを開始した。feel NIPPON 春2018でオリーブ茶の色・香・食味共に大変好評で、石鹸についても保湿・美白効果などへの高評価を受けた。

## > 今後の展開

平成30年度からの商品化に向けた試作品及びパッケージデザインの改良を行い、八女産（国産）のオリーブと八女茶、八女ジビエなどの地域資源を最大限活用することで他地域にない商品で差別化を行う。同時に全国での市場獲得及び域内での産業の集積を図っていく。また、本事業を進める中で核となる人材育成に力を入れ、オリーブ事業をさらに発展させるための環境整備を行うことで、オリーブ商品群での産業化を目指した食・美容・健康・観光に繋がる取り組みを実施していく。

◎URL <http://www.yamecci.or.jp>



feel NIPPONでの商品写真1



feel NIPPONでのブースデザイン



feel NIPPONでの商品写真2

## エディブルフラワーの加工商品開発に関する調査事業

### ◎活用した地域資源・素材

エディブルフラワー（食用花）



事業推進のためのポスター



基調講演/丹羽真清氏(H29.07.14)



レシピ部会/石丸美穂氏(H29.10.19)

### ＞主な事業内容

九州の小京都と呼ばれ、自然豊かで風光明媚な朝倉市は「博多万能ねぎ」や「富有柿」などの農産物ブランドで全国的にも知名度がある。

地元の肥沃な土で生産される食用花を活用し、新たな地域ブランドとして商品開発を行い、生産体制を整えることで地域活性化と農工商連携に拍車を掛けることがテーマである。

昨年7月に発生した九州北部豪雨では生産拠点である農地への被害が危ぶまれ、事業推進に少なからず影響を及ぼしたものの、調査研究として市場調査や食用花の持つ効能などをテーマとした市場調査を実施した。

### ＞今後の展開

九州北部豪雨被害からの復旧復興が優先される中、生産農家でも事業の再開が第一とされ、エディブルフラワーを使った商品開発への動きが鈍化することが懸念される。

国や県などの支援もあり、復旧は概ね完了したが復興は未だ始まったばかり。

地域経済再興の足掛かりとなる地域発の商品開発ができることを望んでいる。

観賞用としての花ではなく、栄養価が高く、見た目にも彩りを添えることができる高機能食材として美と健康を志向する人々をターゲットとしている。

◎URL <http://www.asakuracci.com>

## コミュニティビジネス 佐世保商工会議所(長崎県)

## 人口減少に対応したコミュニティビジネス創出のための調査研究事業

### ◎解決したい地域課題

「日本一元気」と称される商店街を軸とした佐世保市中心市街地だが、高齢化や少子化の進展、居住地域の郊外化などに起因して居住人口は偏在し、それに伴って老老介護問題やリスクマネジメント能力の低下による犯罪被害の増大、移動困難性に伴う交流の途絶、子育て環境の悪化など多様な課題が溢出することが想定される。



まちなかコミュニティビジネス推進委員会

### ＞主な事業内容

人口問題に起因する多様な地域課題はひとつのソリューションでは解決しえないが、商工会議所の創業支援事業と連携して課題解決に資するコミュニティビジネスを連続的に創出し、総合力をもって「住む人」「働く人」「訪れる人」にとってよりよい環境をつくり出すべく、コミュニティビジネスを生み出す仕組みのビジネスモデル化を図った。

当該モデルの肝はニーズとシーズの把握であるため、本事業では居住地による住民のGAP調査、創業可能物件の把握、全国各地で実践されているコミュニティビジネスのポイントなど情報収集に時間を割き、それら情報を一元化してコンサルティングする仕組みを検討した。

### ＞今後の展開

調査の結果、内発的な創業サイクルを能動的に回していくためには、多様な人材や情報が交錯する場づくりが重要であることが確認された。

今後は事業の担い手となることが期待される一般社団法人させぼラボを中心に行政・建築・不動産・法律関係者とのアライアンスを構築し、まずは人と情報が集う場づくりに取り掛かる。今年度調査によって集められたニーズとシーズ、刻々と変化する生きた情報をその「場」でマッチングしながら、中心市街地の環境改善につながるコミュニティビジネスを創出していくことが見込まれる。

◎URL <http://www.sasebo-cci.or.jp>



宮崎県日南市「油津商店街」調査



油津コーヒー視察

## インバウンド客も対象とした松浦市・青島の海産資源の特産品開発調査事業

### ② 活用した地域資源・素材

松浦市青島の海産物全般（・アジ ・ブリ ・ヒラマサ ・カンパチ ・イワシ）



委員会風景 青島まる代表理事(右)

### > 主な事業内容

松浦市の複数ある離島の中から青島地区を対象に選択。同地区は地方創生関連の事業で「一般社団法人青島まる」を設立し、新たな事業のスタートをきった段階。しかし、新しい商品開発が進んでおらず、この点の進捗推進を商工会議所が中心となって支援する流れとなる。

具体的には有識者を招致した委員会を実施し、さらに専門家を投入し、調査、調査結果を踏まえたターゲットの設定、市場の設定、試作の実施と商品企画の確定までを支援。平成30年1月15日に実施の最終委員会で商品の方向性等企画を定めた。

### > 今後の展開

今回の調査事業で、ある程度のターゲット・マーケットを定め商品の方向性を確定。また、商品企画案もいくつかアップし、次年度は具体的な商品規格の確定、商品の開発に関わる試作と確定に向けて事業を実施する予定。青島まるにて設置予定の新加工施設の新しい商品、コアとなる商品として、地域商社の事業展開のモデルとなるように事業を推進する予定。



青島資源試食



試作 青島まるブリバーグ

② URL <http://www.e-matsuura2.jp/cci/>

## 琉球王統の歴史を活かした「りっかりっか! 浦添(うらしー)」プロジェクト

### ② 活用した地域資源・素材

おもてなしの歴史に関連する芸能・工芸・食・行事



神楽門前湯治村にて神楽の観光活用を学ぶ

### > 主な事業内容

県都那覇市に隣接した立地と、琉球王統発祥の地としての豊富な歴史資源を有するものの、観光産業の取り組みの遅れから交流人口拡大に向けた対策が急務である。今年度は「文化の産業化」をテーマに関連する芸能・工芸・食・行事のカテゴリーの視点から各種調査を実施し、その中で組踊や地域の伝統芸能、王統や城跡などのおもてなしにまつわる歴史資源がピックアップされた。開発部会のワークショップでは、城跡での行事の復活や歴史とエコツーリズムの掛け合わせ、歴史をモチーフにした土産品開発など、複数のアイデアが出された。

### > 今後の展開

平成31年春に迎える市内モノレール駅開通やコミュニティバスの運用、組踊誕生300年の節目などを誘客の好機と捉え、開発部会で出たアイデアを地元デザイナー等の協力を得てブラッシュアップし、モニターアンケートでニーズを探りながら歴史を活かした着地型観光のまちあるきプランや、特産品の新商品開発を推進する。また、複数のプログラムを取りまとめる実施主体の組織体制についても、先進地の事例を参考にしながら行政や企業、観光協会などと連携を図り、小規模事業者らが自立・自走できるスキームの構築を目指していきたい。

② URL <http://www.urasoe-cci.or.jp/>



琉球王国初期の王陵「浦添ようどれ」



事業者開発部会(WS)を実施

# 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 2018」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 人材育成事業
- 4 広報事業
- 5 担当者研修会の開催
- 6 地域資源活用セミナー(事業説明会)の開催
- 7 事業基盤強化の実施
- 8 販路開拓手法習得支援事業



## 取り組み 1 共同展示商談会 「feel NIPPON 春 2018」の開催

本事業で開発された商品のPRと販路拡大を目的に、東京ビッグサイトで行われた国内最大級の見本市「東京国際ナショナル・ギフト・ショー」および食の専門見本市「グルメ&ダイニングスタイルショー」に共同展示商談会「feel NIPPON 春 2018」を出展、22府県の42商工会議所が参加した。

イベント期間中に約2.7万人が来場。本共同展示商談会ブースでは778件の商談を実施し、7割以上が採用希

望もしくは継続商談となった。

### ◎Data

日程：平成30年2月7日（水）～9日（金）  
 出展数：42商工会議所  
 場所：東京ビッグサイト・東7ホール  
 来場者数：約2万7000人（同時開催のイベント来場者含む）



縦長とし回遊性を高めたブースには多くの来場者を集めた



新商品コンテストで大賞を受賞する商品も



試食とアンケートで情報を収集



商品とPOPでわかり易く説明



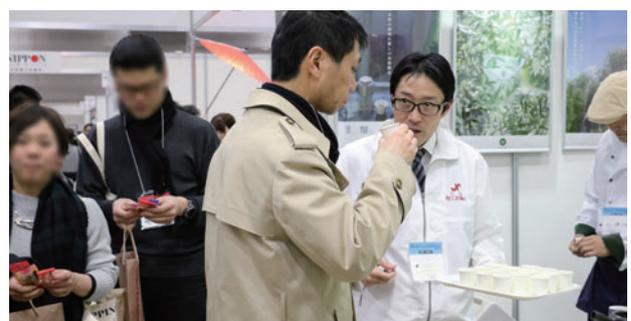
試飲で開けるパッケージに対する意見もポイント



地域の特色ある商品を求めるニーズが年々高まっている



展示方法にも工夫が沢山



商品説明にも熱がはい

取り組み

2

商品改良から販路開拓・拡大までの一貫支援の実施  
(食・技・旅)

食

## ヒット商品育成サポート事業

8商工会議所からエントリーのあった商品を対象に、自社が取引したい市場・販路のニーズを知るためのバイヤー品評会や、バイヤーからの評価・コメントを踏まえた専門家による個別指導を行い、商品改良や営業戦略構築について伴走支援した。

さらに、東京都内小売店舗でのテストマーケティングや「デリカテッセン・トレードショー 2018」への共同出展、バイヤーとの商談機会の創出を通じ、販路開拓支援を行った。

## 参加商工会議所

長井、いわき、伊那、福岡、伊万里、八代、津久見、竹田

## Data

## 〇築地テストマーケティング

日程：平成30年1月20日(土)～3月15日(木)

出展数：7商工会議所12事業者26商品

場所：(株)極東食材  
(東京都中央区 築地場外市場「築地魚河岸」内)

## 〇秋葉原テストマーケティング

日程：平成30年2月14日(水)～3月15日(木)

出展数：5商工会議所8事業者21商品

場所：日本百貨店しょくひんかん(東京都千代田区)

## 〇共同展示商談会「ニッポンまるしい」

(「デリカテッセン・トレードショー 2018」への出展)

日程：平成30年2月14日(水)～16日(金)

出展数：8商工会議所16事業者35商品

場所：幕張メッセ 4ホール

来場者数：約8万8000人(同時開催のイベント来場者含む)



最大のテストマーケティングの機会



四つのコーナーをアイキャッチに展示ブースを展開



展示会を変更し取引要件などがより支援事業の性格にマッチ



原材料と商品を同時に展示し、商品特性をPR



商品展示に加え、試食で商品特性を伝えることも重要



一般消費者向けテストマーケティングを築地で実施

## 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、13商工会議所が参加した。商業施設「まるごとっぽん」において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を支援した

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451件の商談が行われ、多くが採用希望もしくは継続商談となった。



開放的なオープンスペースの会場は様々な人が行き交う



消費者から直接意見を聞ける貴重な機会

### 参加商工会議所

久慈、燕、佐野、桐生、名古屋、桑名、鯖江、京都、泉大津、大和高田、府中、有田、八代

### ②Data

○テストマーケティング「技のヒット甲子園2017@まるごとっぽん」

日 程：平成29年8月18日（金）～20日（日）

参加者：6商工会議所7事業者61商品

場 所：まるごとっぽん（東京都台東区）

○共同展示商談会「技のヒット甲子園2017@ IFFT」

日 程：平成29年11月20日（月）～22日（水）

出展数：12商工会議所29事業者136商品

場 所：東京ビッグサイト 西1ホール

来場者数：約1万7000人（同時開催のイベント来場者含む）



「まるごとっぽん」は一般消費者向けのテストマーケティングの場



「IFFT/インテリア ライフスタイル リビング」に出展



来場者からの情報収集の絶好の機会



展示商品に注がれる視線は熱い



事業者が商品の特徴を来場者に伝える

## 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10商工会議所が参加し、専門家による現地指導と商談シートの作成支援、PR用VR動画の制作等を行った。その後、旅行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2017」に共同展示・商談ブース『『行きたくなる』が、いっぱいある ～ニホン旅いちば～』を出展した。本展示商談会では100件の個別商談を実施し、8割以上が採用希望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、弘前、久慈、酒田、新庄、上越、糸魚川、上田、塩尻、西条

## Data

〇共同展示商談会『『行きたくなる』が、いっぱいある ～ニホン旅いちば～』（「ツーリズム EXPO ジャパン2017」への共同出展）

日 程：平成29年9月22日（金）～24日（日）

出展数：10商工会議所

場 所：東京ビッグサイト 東5ホール

来場者数：約19万2000人（同時開催のイベント来場者含む）



全国の10商工会議所が共同出展



リアルな映像を体験できるVR設備を新導入



人気のワークショップ



混み合うfeel NIPPONブース



見て触れられる展示物の数々



甲冑の試着体験も人気



勇ましい武将隊のパフォーマンスも登場

## 人材育成事業

地域振興事業を推進するコーディネート能力の向上を図るため、地域資源を活用した新事業創出に成功した地域への訪問調査や有識者による講演、事例に基づくワークショップなどを交え、地域資源の発掘から商品開発・事業化・販路開拓に至るまでのノウハウ・手法を学ぶ実践形式の研修会を6回実施した。

## Data

## 【事業共創プロデューサー能力育成研修会（気仙沼）】

- 日 程：平成29年9月27日（水）～28日（木）  
場 所：気仙沼・海の市（宮城県気仙沼市）  
参加者：10名（8商工会議所）  
講演：  
○「気仙沼の観光の産業化の取り組みについて」  
気仙沼商工会議所 会頭、気仙沼観光推進機構 副会長、  
一般社団法人気仙沼地域戦略 理事長 菅原 明彦 氏  
一般社団法人気仙沼地域戦略 理事 森 成人 氏  
○「DMOを成功させる秘訣」  
山梨大学 生命環境学部  
地域社会システム学科 教授 田中 敦 氏  
実地調査：  
○「ちよいのぞき市場の復興物語」（気仙沼魚市場）  
○「ちよいのぞき取り組み説明」（気仙沼・海の市）  
アサヤ株式会社 専務取締役 廣野 一誠 氏  
○「ちよいのぞき魚の流通を学ぶ」（水産加工場・足利本店）

## 【事業共創プロデューサー能力育成研修会（出雲）】

- 日 程：平成29年10月10日（火）～11日（水）  
場 所：出雲商工会議所（島根県出雲市）  
参加者：10名（9商工会議所）  
講演：  
○「出雲“葉草×美活”プロジェクトにおける商品開発と  
首都圏での販路開拓について」  
出雲商工会議所 事務局長 石倉 敬久 氏  
有限会社あさつ／キッチンスタジオ夢の食卓  
代表 浅津 知子 氏  
○「売れるモノづくり、販路開拓と商品開発  
～地域資源を活かした商品開発のスキル～」  
島根大学 研究・学術情報機構  
地域包含ケア教育研究センター 助教 赤井 研樹 氏  
○「『ヒットは女子から』と『地域資源』  
～地域発ヒット商品開発の視点から」  
日経 BP 社 日経 BP 総研マーケティング戦略研究所  
上席研究員 渡辺 和博 氏  
○「RESAS（リーサス）を活用した地域分析・地域開発」  
日本商工会議所 地域振興部 主席調査役 鶴殿 裕  
実地調査：出雲大社、日御碕神社、日御碕灯台

## 【事業共創プロデューサー能力育成研修会（豊後高田）】

- 日 程：平成29年10月23日（月）～24日（火）  
場 所：豊後高田商工会議所（大分県豊後高田市）  
参加者：6名（6商工会議所）  
講演：  
○「『昭和の町』への取り組み」  
豊後高田商工会議所 会頭 野田 洋二 氏  
○「駄菓子屋の夢博物館」  
駄菓子屋の夢博物館 館長 小宮 裕宣 氏  
○「『ヒットは女子から』と『地域資源』  
～地域発ヒット商品開発の視点から」  
日経 BP 社 日経 BP 総研マーケティング戦略研究所  
上席研究員 渡辺 和博 氏  
実地調査：昭和の町、恋叶ロード

## 【事業共創プロデューサー能力育成研修会（名古屋）】

- 日 程：平成29年11月9日（木）～10日（金）  
場 所：メッセナゴヤ、名古屋商工会議所（愛知県名古屋）  
参加者：13名（10商工会議所）  
講演：  
○「変わるヒット商品～異業種コラボが新しい売れ筋を生む」  
株式会社東急ハンズ 新商品開発グループ  
バイヤー 泉 徳之 氏  
○「地域発ヒット商品開発のプロセスと市場背景  
～売れる商品づくりのために」  
日経 BP 社 日経 BP 総研マーケティング戦略研究所  
上席研究員 渡辺 和博 氏  
○「モノづくり、まちづくりにおける商品開発、事業連携手法」  
西脇プランニングオフィス代表、商店街コンサルタント、  
愛知学院大学 顧問／地域連携センター コーディネーター長  
西脇 正倫 氏  
実地調査：大須商店街

## 【事業共創プロデューサー能力育成研修会（高岡）】

- 日 程：平成29年11月28日（火）～29日（水）  
場 所：富山県産業高度化センター、株式会社能作（富山県高岡市）  
参加者：4名（4商工会議所）  
講演：  
○「伝統工芸の街、高岡のものづくりとまちづくり」  
高岡商工会議所 産業振興部 部長 大井 治幸 氏  
○「デザインで富山・高岡を元気に、富山県総合デザイン  
センターの役割～地域資源、伝統的なものづくりに  
デザインをどう掛け合わせるか～」  
富山県総合デザインセンター プロジェクトリーダー  
株式会社タグデザイン 代表取締役 デザイナー/  
デザインディレクター 岡 雄一郎 氏  
○「技術と素材を最大限に活かしてデザインを探索する能作の  
取り組み」  
株式会社能作 産業観光部長 広報担当 能作 千春 氏  
実地調査：富山県総合デザインセンター、  
高岡市工芸デザインセンター、株式会社能作

## 【事業共創プロデューサー能力育成研修会（東京）】

- 日 程：平成29年12月8日（金）  
場 所：日本商工会議所  
参加者：23名（21商工会議所）  
講演：  
○「東京で売れる商品、売れない商品」  
株式会社日本百貨店 代表取締役社長 鈴木 正晴 氏  
○「高島屋のインバウンド戦略」  
株式会社高島屋 営業推進部  
営業推進担当課長 小島 一喜 氏  
○「日経トレンドヒット予測～地域産品の可能性」  
日経 BP 社 日経 BP 総研マーケティング戦略研究所  
上席研究員 渡辺 和博 氏  
日経 BP 社 日経 BP 総研マーケティング戦略研究所  
主任研究員 石井 和也 氏  
実地調査：日本百貨店しよくひんかん、日本百貨店おかちまち

取り組み

4

## 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。新規ユーザーを公式ホームページへ誘導するため、新たにリスティング広告としてYahoo!「Yahoo!プロモーション広告」とGoogleの「GoogleAdWords」を利用した。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 (<https://buyersguide.jp/special/030/>)

## ▶ 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18～28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5,200名、技は約1,000名、旅は約7,600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。

## Data

## 【常設展示】

実施期間：平成29年10月20日(金)～平成30年3月16日(金)

## 【展示会】

実施期間：平成29年11月20日(月)～27日(月)  
平成30年2月12日(月)～19日(月)



スタッフがバイヤーに商品説明



feel NIPPONコーナー

## 取り組み

## 5

## 担当者研修会の開催

平成29年度のプロジェクト実施商工会議所の担当者を対象に、事業を実施するに当たっての留意事項や事務手続きなどについて説明したほか、商品の企画やブランディングに関する専門家による講演を行った。



全国のプロジェクト担当者に対して留意事項等を説明

## ⑤ Data

- 日 程：平成29年5月31日（水）  
 場 所：日本商工会議所 会議室A  
 参加者：36名（34商工会議所）  
 講演：  
 ○「その価値を欲しがるとはだれ？  
 必要なのは“消費者バリュー”を見極めるチカラ」  
 株式会社オレンジア 代表取締役 帆足 泰子 氏

## 取り組み

## 6

## 地域資源活用セミナー(事業説明会)の開催

平成30年度以降に本事業に取り組むことを検討している商工会議所の職員を主対象としたセミナーを開催。事業概要説明やRESASを活用した地域分析、プロジェクト組成に係る座学講習とともに、参加者によるプロジェクト立案・発表、それに対するフィードバックを行い、参加商工会議所における事業計画策定に向けた実践的な研修を実施した。

## ⑤ Data

- 日 程：平成29年12月7日（木）  
 場 所：日本商工会議所 会議室A  
 参加者：9名（9商工会議所）  
 講師：  
 ○「プロジェクト組成のポイントについて」  
 株式会社日本経済研究所 地域本部  
 主任研究員 前田 幸輔 氏  
 ○「RESAS（リーサス）を活用した地域分析・地域開発」  
 日本商工会議所 地域振興部 主席調査役 鶴殿 裕

## 取り組み

## 7

## 事業基盤強化の実施

## ▶ 専門家を派遣

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

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

## ▶ 平成18～29年度のプロジェクトを事業評価

平成18～29年度に実施したプロジェクトの調査・分析などを行い、成功要因や課題などの抽出、商流に乗せるための販路開拓の方策などを整理した。

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

## 取り組み

## 8

## 販路開拓手法習得支援事業

小規模事業者を対象に、実践研修型の販売促進事業を実施。専門家チームが商品審査を行った後、販売ターゲットを絞った商品のブランディング・PR手法等を指導。商品をブラッシュアップした後、都内で開催されたハンドメイド雑貨を集めた催事“Creema SPRING MARKET in 二子玉川ライズ”で、一般消費者を対象としたテストマーケティングを実施した。

## Data

- Creema SPRING MARKET in 二子玉川ライズ  
～ Local Select - feel NIPPON ～  
日 程：平成30年3月24日（土）～25日（日）  
出 展 数：15事業者  
場 所：二子玉川ライズ（東京都世田谷区）



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

#### 紋別商工会議所

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

#### 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>

#### 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/>

#### 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/>

### 東北

#### 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/>

#### 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>

#### 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/>

#### 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/>

### 北陸信越

#### 十日町商工会議所

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

#### 珠洲商工会議所

〒927-1214 石川県珠洲市飯田町1-1-9  
Tel: 0768-82-1115  
Fax: 0768-82-1608  
<http://www.suzu.co.jp/>

#### 伊那商工会議所

〒396-8588 長野県伊那市中央4605-8  
Tel: 0265-72-7000  
Fax: 0265-73-7766  
<http://www.inacci.or.jp/>

#### 氷見商工会議所

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

#### 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/>

### 関東

#### 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.hcci.jp>

#### 日光商工会議所

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

#### 川越商工会議所

〒350-8510 埼玉県川越市仲町1-12  
Tel: 049-229-1810  
Fax: 049-225-2101  
<http://www.kawagoe.or.jp/>

#### 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.kanumaccci.org/>

#### 桐生商工会議所

〒376-0023 群馬県桐生市錦町3-1-25  
Tel: 0277-45-1201  
Fax: 0277-45-1206  
<http://www.kiryuucci.or.jp/>

#### 蕨商工会議所

〒335-0004 埼玉県蕨市中央5-1-19  
Tel: 048-432-2655  
Fax: 048-444-1785  
<http://www.warabicc.org/>

関東

**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

**佐原商工会議所**

〒287-0003 千葉県香取市佐原1525-1  
Tel: 0478-54-2244  
Fax: 0478-55-1501  
http://www.sawara-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/

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/

**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/

**尾鷲商工会議所**

〒519-3611 三重県尾鷲市朝日町14-45  
Tel: 0597-22-2611  
Fax: 0597-22-2682  
http://owasecci.com/

**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/

**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.gamagorici.or.jp/

関西

**大野商工会議所**

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

**福知山商工会議所**

〒620-0037 京都府福知山市字中ノ7  
Tel: 0773-22-2108  
Fax: 0773-23-6530  
http://www.kyo.or.jp/fukuchi/

**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/

**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.otsucchi.or.jp/

**北大阪商工会議所**

〒573-8585 大阪府枚方市大垣内町2-12-27  
Tel: 072-843-5151  
Fax: 072-841-0173  
http://www.kitaosaka-cci.go.jp/

中国

**備前商工会議所**

〒705-8558 岡山県備前市東片上230  
Tel: 0869-64-2885  
Fax: 0869-63-1200  
http://www.bizencchi.or.jp

**庄原商工会議所**

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

**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.fuchucchi.or.jp/

**柳井商工会議所**

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

**久留米商工会議所**

〒830-0022 福岡県久留米市城南町15-5  
Tel : 0942-33-0211  
Fax : 0942-33-0933  
<http://www.kurume.or.jp>

**八女商工会議所**

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

**佐世保商工会議所**

〒857-8577 長崎県佐世保市湊町6-10  
Tel : 0956-22-6121  
Fax : 0956-25-8616  
<http://www.sasebo-cci.or.jp>

**浦添商工会議所**

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

**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>

**朝倉商工会議所**

〒838-0068 福岡県朝倉市甘木955-11  
Tel : 0946-22-3835  
Fax : 0946-22-5166  
<http://www.asakuracci.com>

**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/>

**平成 29 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 30 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/>

