

「地域資源∞全国展開プロジェクト」
平成20年度採択案件一覧表（商工会分）

No.	事業実施者 (都道府県)	実施概要
1	北海道商工会連合会 (北海道)	【北海道の味を全国の食卓へ ～北海道から”出前便”プロジェクト～】 製造業の振興による本道経済の活性化が課題となっている中、食に関連する産業は観光関連産業と並んで北海道が優位性を有する産業分野である。特に食料品製造業は、道内で生産される良質で豊富な食材や北海道ブランドを背景として、期待されているものの伸び悩んでいる。当会では、自律的な地域経済の活性化を図ることを目的に”安全・安心”な道産食品を供給する活力ある食産業の構築を目標に事業を実施する。
2	厚沢部商工会 (北海道)	【子供と大学生が過疎地域で学ぶ、新たな”滞在型教育観光”創出プロジェクト～自然環境等の魅力を活用するだけでなく、地域の”課題”を”資源”に変える過疎地域の新たな挑戦～】 過疎地域である当町における福祉関係等の諸般の課題を逆に資源にする、“教育”と”観光”を組み合わせた新たな滞在型観光プログラムを開発し、ビジネスモデルの構築を目指す。初年度は、①中学受験を目指して塾に通う小学4～5年生、②過疎地域における超高齢化社会における地域課題の研究をする大学生の2つにターゲットを絞って、新たな”教育観光”を創出し、以って、町に対する深い認識と愛着が醸成された”根強い厚沢部ファン”の創出と交流人口の増加を図る。この新たな交流の発生は、短期的な経済効果に止まらず、中長期的観点からも地域経済に与える波及効果が継続して生み出されるとともに、関係機関と企業が連携して受入体制を整備し、実績を積み上げ、町内企業における完全なビジネスへの展開を目指すことにより、地域経済の活性化を図る。
3	奥尻商工会 (北海道)	【震災15周年シンボル事業】奥尻島しまじカラ育成事業】 奥尻島は平成5年北海道南西沖地震で壊滅的被害を被害を受けたが、全国の暖かいご支援により平成10年度に完全復興宣言をすることができた。しかし基幹産業でもある観光は平成15年をピークに回復してきたが以後3年減少している現状にある。こうした背景から地域経済が厳しさを増しており、震災15周年シンボル事業として”人”や”食”、観光資源等の総合力を”島じカラ”と称して最大限活用した地域づくりを目指す。
4	南富良野町商工会 (北海道)	【エゾシカ肉と地元農産物を活用した”なんぶブランド”プロジェクト】 南富良野町は北海道のほぼ中央に位置し、四方を山に囲まれた自然豊かな地域であり、そのためエゾシカの生息数も多く、農作物の被害が増大しているところで、毎年600頭近い数を駆除しているが、その駆除された鹿肉のほとんどが消費流通にはならず、ハンターが自分たちで消費しているのが現状であり、北海道が平成17年度に”エゾシカ有効活用マニュアル”を作成していることから、当町においても、養鹿・解体・流通・提供といった一環システムを確立し、鹿肉と地元で採れる野菜を活用した新たな商品開発に取り組み、エゾシカ肉の商品を町振興公社や北海道物産振興公社を活用しながら広く全国に発信していく。
5	下川町商工会 (北海道)	【下川発(北海道発)ニューツーリズム創造事業】 下川町の優位性を秘めている産業資源である、林業資源や農業資源、また、木質系バイオマスエネルギーへの取組みなど地域の特性と産業を活かした、新たなツーリズムの創造を目指す事業である。 事業内容は、①産業観光、②ヘルスツーリズム、③体験観光、④イベント観光の4種類の分野に集約し実施する。これらのニューツーリズムを創造するために、観光パンフレット等の作成を行うことで、地域観光資源を地域外へ発信、また、観光コンシェルジュ育成やホスピタリティ向上のための研修事業などの実施と調査を行い、下川町の交流人口の増加と観光客一人あたりの消費額の増加により、観光産業を育成し、観光関連事業者の経営安定と新規創業等事業機会を創出する。
6	天塩商工会 (北海道)	【手塩にかけた響生天塩まちづくりプロジェクト】 観光客は年々増加しているが、通過型の観光となっている。滞在型の観光をすすめるためにオロロンラインの中継地点の機能を高める必要がある。本事業では、地元食材による統一メニューを作成し、観光客のお食事の立ち寄りを増やすとともに、まちかど資料館の展示により商店街への回遊性を高め、にぎわい作りを行う。春秋観光の取り組みとして修学旅行生をターゲットとしての体験観光メニューの開発を行い観光シーズンの長期化を図る。また、新たな試みとして、空き家を活用して、田舎暮らしを望む若者に酪農体験をさせ移住と交流の促進を図る。以上の事業により人材育成を行い、観光ビジネスが雇用の創出に繋がり、天塩町の付加価値の高い独自観光を目指して実施する。
7	大空町女満別商工会 大空町東藻琴商工会 (北海道)	【大空町大地の恵み特産品開発・全国展開プロジェクト】 大空町は、平成18年3月に女満別町と東藻琴村が合併して誕生した町である。オホーツクの空の玄関女満別空港を擁し、オホーツク海と阿寒・知床連山に挟まれた肥沃の田園丘陵地帯に位置し、第一級の農畜産物を数多く生み出している。女満別、東藻琴両地区とも、これまで様々な手法で特産品の開発を進めて、チーズやハムソーセージ、お菓子、野菜ジュースや味噌など市場に送り続けてきた。第一次産品としてブランド化されながらも付加価値化されていない地域資源を活かした新たな特産品を開発、大都市圏の流通業者や消費者の評価等を調査研究し、品質の向上や販路拡大、ひいては地域小規模事業者による起業、企業収益の拡大などに結びつけたい。
8	清里町商工会 (北海道)	【花と緑と交流のまち・北海道きよさと”ちよっと暮らし大作戦！！”】 清里町は過疎化傾向にあり、需要の縮小や活力の低下が懸念されている。定年を迎える団塊の世代や40歳代で田舎暮らしを求めている方達が移住先を探している状況の中、広大で豊かな自然環境を備えた当地域は、移住希望者の多様なニーズを満足させる地域資源が豊富である。田舎暮らしを体験する”ちよっと暮らし”を軸に”モニターツアー”「シーズンステイ」などを実施する他、情報発信として大都市圏での移住相談会への出席、ホームページ及び各種媒体による情報発信を行う。また移住者支援として、受け入れ体制の構築を図る。次年度以降は商工会、観光協会、農業者、行政などで組織した”移住・定住を推進する会”が本事業を継続していく。本事業による交流・滞在人口の増加と定住により、関連サービス産業などのコミュニティビジネスを創出し、地域の活性化を図る。
9	新得町商工会 (北海道)	【”北海道地鶏Ⅱ”を活用した特産品開発事業と販路開拓事業】 新得町は、国内外から年間100万人を超える観光客が来訪する農業と観光の町である。 町内所在の道立畜産試験場で試験研究されていた”北海道地鶏Ⅱ”が、このほど地域振興の切り札として生産実証と販売実証に移行し、町内でも飼育されることになった。町では、この地鶏の生産・供給の安定と産地化を目指しており、産学官連携による”北海道地鶏Ⅱ”を活用した特産品の開発を行い、広く国内の販路開拓を行うことにより、北海道地鶏Ⅱ関連商品のブランド化を図り、地域力の増進と活性化に寄与する。
10	陸別町商工会 (北海道)	【鉄道と星空を生かしたロマンある観光開発事業】 日本一寒い町である陸別町は、昭和62年度に環境庁より”星空の街”に選定され、平成9年度に”星空にやさしい街10選”に認定された。陸別町商工会は、平成20年4月より陸別町から、北海道ちほく高原鉄道の旧鉄道施設の管理運営の委託を受け、旧陸別駅構内での体験乗車・体験運転による動態保存と車輛等の展示による静態保存を実施する。本商工会は、鉄道施設を観光開発事業の拠点と位置付けて、銀河の森天文台等の観光資源を組み合わせ、新しい観光事業の創出を図り、本町の活性化を推進するものである。本町の観光資源を総合的に活用するために、北海道内外へのPR活動を積極的に実施し、鉄道と天文台を生かしたファン向け体験ツアーとイベントに併せた体験型ツアーの実施、及び鉄道と星空フォーラム等を開催し、本町の知名度を上げながら、また先進地における視察調査を実施して本町の中長期に亘る観光開発事業の基礎を構築する。
11	弟子屈町商工会 (北海道)	【エコでスローで美味しい”てしかが”活性化プロジェクト】 北海道の東部に位置する弟子屈町は、世界有数の透明度を誇る摩周湖や屈斜路湖、川湯硫黄山など有数の自然資源を有するとともに、様々な温泉が湧出し、年間約100万人の観光客が訪れている町である。しかし、本町への観光入込は年々減少しており、個人型観光への対応、通過型観光から滞在型のスローな観光への転換、自然資源の保全と観光資源としての活用の方策の検討といった課題を抱えている。 弟子屈町には、雄大な自然や温泉のほかにも、あまり知られていない魅力ある自然スポットや美味しい食材など、活用できる資源がまだまだたくさんあると考えている。弟子屈町商工会では、本町の地域資源を最大限に活用した”エコでスローで美味しい”てしかが”活性化プロジェクト”として事業を実施し、個人型・滞在型観光への対応に向けて、地域資源の可能性検討、地域課題の抽出、体制の整備等を進めていくものである。

No.	事業実施者 (都道府県)	実施概要
12	深浦町商工会 (青森県)	<p>【「食の町のづくり」で地域革新！～雪中にんじん七変化、私もやるぞ商品開発～】</p> <p>深浦町は基幹産業である第1次産業の衰退化で地域経済は厳しい状況にあり、地域資源の高付加価値化による産業基盤の建て直しが喫緊の課題である。当地の地域資源である雪中にんじんは、減農薬・減化学肥料、有機質肥料でじっくり育てているうえ、当地の気候を生かしてあえて冬掘りにして糖度を高めた他に類を見ない高品質の完熟にんじんである。そこで、①雪中にんじんを活用した加工品開発を行って、その製造技術を町内事業者へ供与するとともに、地域外での販売・ブランド拡大に取組む②雪中にんじんを素材とした多用途に使用できる中間原料を開発して、地域を挙げて新規料理メニューや加工品づくりを行う体制を構築する。これらを契機・土台として「食品加工業のまち」の実現により、創業と雇用の場の創出を図るとともに、農水産業と加工業の連携による生産から加工までの一貫体制を構築することで、域内経済の循環を高めていくことを目指すものである。</p>
13	大間町商工会 (青森県)	<p>【マグロを超える100億円観光実現への挑戦】</p> <p>ドラマ「私の青空」放映以来、大間マグロが一躍全国的に有名になり、その影響で、観光客が大幅に増加している。しかし、受け入れ態勢は万全ではないのが現状である。他地域と異なり、ブランドとなった「大間マグロ」で地域の名は売れたが、集客数の増加を地元事業者の経済効果・収入増に結びつけていない。新幹線の延伸、ブランドマグロの産地である津軽海峡圏の広域観光の可能性など、交流人口の増加は期待される。協議会の設立により町ぐるみの連携をはかり、メディア発信力のある漁師文化を軸として①情報・観光窓口の一元化②漁師町ガイドの育成・戦力化③飲食店・宿泊施設のブラッシュアップ④漁師町ならではの商品の開発に取り組む。大間マグロの水揚げ高は約23億円。地元事業者の徹底した受け皿強化を行うことで、マグロを超える100億円観光の実現を目指す。</p>
14	平泉商工会 (岩手県)	<p>【世界文化遺産・平泉発！古き新しき“五感浄土”の新商品開発とブランド化テストマーケティング事業】</p> <p>奥州藤原三代の古都“平泉”は、中尊寺や毛越寺等多くの文化財や史跡を有している。これらの文化遺産は、本年7月「浄土思想を基調とする文化的景観」をテーマに世界遺産登録が予定されており、国内はもとより世界から多くの方が訪れることが予想される。これを機に、地元商工業者が来訪者の心に響く本物志向の土産品の開発を行うこととし、平泉の思想の骨格をなす“浄土”をわかりやすく伝えるため、本物志向で五感に訴える商品群、すなわち「視る、聴く、香る、味わう、触れる」から成る“五感浄土”として提供するものである。また、町内施設等を活用した国内外来訪客へのテストマーケティングやブランド化マーケティングを並行して行い、平泉ブランドの確立を目指す。</p>
15	石巻かほく商工会 (宮城県)	<p>【雄勝石を活用した新しい地域ブランドづくり】</p> <p>600年の伝統を誇る雄勝硯も年々「書離れ」が進み、硯工人の減少とともに販売高も下降の一途を辿っている。このような状況のもと、国の伝統的工芸品である雄勝硯を始めとする雄勝石産業全体の活性化を図るため、新分野商品の開発及び販路の開拓に向けた事業を実施する。</p>
16	丸森町商工会 (宮城県)	<p>【「食と匠のテーマパーク」丸森町における「農商工連携」による「丸森ブランディング・ツーリズム」創出事業】</p> <p>宮城県丸森町は、年間を通じて季節ごとに多種多様な農林産物が採れ、農林加工品、工芸品等の匠が多数存在している。今回の事業は、「丸森町のもの」を地域資源と位置づけ、丸森町の資源全てを活用する。</p> <p>また、丸森町の長期総合計画の重要プロジェクトである「丸森ブランドづくりプロジェクト」を実現するために、今回の事業では「まるもりブランディング・ツーリズム」と名づけた、ロングステイ・交流居住・地域居住に焦点を当てた新しい形態のツーリズムを開発する。本ツーリズムは、丸森ブランド×丸森ツーリズムの同時実現を目指し、町内の農・商・工・観光事業者、8つの地区が連携し、東北大学大学院農学研究科等の協力も得ながら進めていく。</p>
17	南三陸商工会 (宮城県)	<p>【「おっ！カキ」で歩こう 魚(ウオー)キングストリート】</p> <p>①南三陸町食材資源の「カキ」を活かした食の開発事業 岡山県備前市日生町との連携等により「カキお好み焼き」等食メニュー開発による新たな「カキ需要」の掘り起こし。ホテル・民宿等による「カキ」薬膳料理等メニュー開発</p> <p>②観光客等誘致交流事業 仙台・宮城ディステーションキャンペーンとの協働による受け入れ体制づくりを基本とする観光モデル事業実施。 ○カキ養殖・海藻おしぼ体験・クチバシカジカウオッチング等南三陸ダイビング体験モデル事業による滞在型観光メニュー開発 ○おさかな通り商店街での「カキお好み焼き」等によるご当地グルメサミットによる交流事業</p>
18	男鹿市商工会 (秋田県)	<p>【来てけれ！見てけれ！おが西海岸「夕陽と絶景」全国発信】</p> <p>秋田県の代表的観光地である男鹿への観光客が減少傾向にある中、「なまはげ」に依存した体質を見直し、地域全体への経済波及効果をもたらすために、通過型観光から滞在型観光へ転換させるための事業を実施する。特に、男鹿西海岸には「絶景の夕陽」やなまはげ伝説の地「五社堂」など、観光化されていない未利用資源がたくさん埋もれており、本事業にてスポットライトをあてることで男鹿地域全体への観光の知名度向上を図る。</p>
19	二ツ井町商工会 (秋田県)	<p>【きみまちの里「恋文街道」観光開発、特産品開発プロジェクト】</p> <p>明治天皇が東北ご巡幸の際、皇后の便りを受け、一帯の風景と合わせて感動され、この地を「きみまち阪」と名づけられたエピソードから「きみまちの里」「恋文」をキーワードにしたカッパル向けの滞留型観光ルートの設立を図る。従来の旧所・名跡にもとのづくり体験コースを組み込み、カッパルでの作業を通して人に優しい、ロマンチックな気分には浸ってもらえる。</p> <p>同時に、地元資源や素材を活用して、この地を訪れる人に感動を与えられるような新商品の開発を手掛ける。これまでの地元商品からの脱却を図っていくため、イメージキャラクターや包装紙の統一などによって地域のイメージアップを図るとともに「恋」に特化した二ツ井のブランド化を図る。</p>
20	大仙市商工会 (秋田県)	<p>【「火花のまち秋田県大仙市」復興プロジェクト】</p> <p>平成の大合併により人口10万人弱の大仙市が誕生した。しかし、旧行政区での地場産品・観光地としてはそれぞれ優れたものがあっても、それが大仙市の知名度アップに結びついていないのが現状である。本商工会は大仙市をリードする経済団体として、これらの地域資源を洗い出し、県内はもとより全国に向けて「秋田県大仙市」の知名度アップを図ると共に大仙市内商工業の活性化に繋がる事業とする。</p>
21	増田十文字商工会 (秋田県)	<p>【～みちのくの蔵史、味わいませんか～】</p> <p>家の中に贅の粋を凝らした切妻造りの「内蔵(うちぐら)」が当地域の商店街の中に数多く残っており、独特の歴史的な街並み(商店街)を形成している。この古い街並みと歴史的な文化遺産を活用した「商業と観光の街づくり」をコンセプトに全国に当地域をPRしていきたいと考えている。これらにより、①地域の活性化の足掛かりとする②地域住民が歴史と伝統に培われた地域財産として「内蔵」文化の重要性を再認識する③街並みや「内蔵」の保存維持に繋げると同時に、経済効果の伴った持続性の高い地域発展へとつながることなどが期待できる。</p>
22	羽後町商工会 (秋田県)	<p>【西馬音内「若返り舞プロジェクト」】</p> <p>当町は、日本三大盆踊りの一つに数えられる国指定重要無形民俗文化財の「西馬音内盆踊り」で有名な地域がある。この盆踊りは、長時間(3時間休みなし)に渡って踊ることから体力と気力の充実が求められ、優美に踊ることが若返りの原点と言われている。昨今の健康や安全安心への社会的ニーズの高まりに対して、当地域が全国に誇るこの盆踊りと地域の良質なブランド米「若返り米」や「羽後牛」等々を組み合わせさせた特産品を開発改良し、地域ブランドの確立を目指す。</p>
23	出羽商工会 (山形県)	<p>【出羽の古道「六十里越街道」歴史資源観光振興事業 歴史資源活用「光」プロジェクト】</p> <p>鶴岡市朝日地域には千二百年の歴史を有する「六十里越街道」が現存し、ほとんど手付かずの歴史資源の状態でもほとんど活用されないまま現在に至っている。当地域の産業構造は農業を中心としながらも合併前から観光立村として、出羽三山のひとつ湯殿山を中心に国道112号線沿線の観光施設が当地域の活性化の核としてその役割を大きく担っている。観光客のニーズに対応したシステムの確立、官民一体となった受入体制の強化、六十里越街道の物語性を活かした付加価値づくりによるインパットの創出等を通じ、具体的に仙台圏・首都圏への販路開拓を目指す。</p>

No.	事業実施者 (都道府県)	実施概要
24	南陽市商工会 (山形県)	【地域の食材を活かした温泉旅館の新たな取り組み 温泉旅館と地域飲食店との連携(泊食分離型)による赤湯温泉活性化事業】 開湯900年の歴史を誇る赤湯温泉。山形県置賜地域の中心的温泉地ながら、年々観光客の減少が続いてきた。その赤湯温泉の活性化を図るため、温泉旅館と飲食店が市街地周辺に集積されているという特徴を活かして、旅館と飲食店とが互いに連携し、温泉と地域の食材等の地域資源を活用して、泊食分離型メニューを導入するシステムを構築することにより、これまでの温泉旅館の従来型の宿泊における、固定メニュー提供の概念からの脱却を図ることで、宿泊客の食における選択肢の多様化と低料金の実現等が可能となり、ライバルとなる他の温泉地との差別化が図られ、南陽市を訪れる観光宿泊客の増加等が期待でき、南陽市観光基本計画に基づくアクションプランが示す、赤湯温泉観光を軸とした、元気で活力ある温泉街づくりを目指す。
25	本宮市商工会 (福島県)	【本宮ブランド“健康特産品開発”プロジェクト】 本宮市は、福島県のほぼ中央、陸上交通の要衝として物流に恵まれた位置にある。また、あだたら山や阿武隈川などを有しており、水、緑豊かな自然環境に恵まれ、肥沃な土地から良質な農作物が生産される。本事業では、地域の強みを活かして生産される健康食品素材の「本宮烏骨鶏」「白沢とろろ」を中心とした農畜産物を活用し、それぞれの素材の特性を活かして、健康をテーマとした独創性あふれる特産品を開発する。また、その商品の販路開拓と情報発信、地域提供サービスの向上に取り組み、商品・サービス・地域イメージの連続的向上を図りながら地域ブランドの構築と地域産業の振興を目指す。
26	下郷町商工会 (福島県)	【「茅葺屋根のある駅舎in下郷」田園オーナーズ推進型観光開発プロジェクト】 「茅葺屋根のある駅舎」や日本の原風景である田園が多く残る下郷町の景観・文化財・食材・人情等の資源を十二分に活用した事業を開発する。「大内宿」「塔のへつり」等を有する魅力ある観光と、安心安全な食材を提供する「田園オーナーズ制」を連携させ、観光と商工業、農林業、製造業等が一体となり協働で取り組む新事業の開発で全国展開を図る。
27	只見町商工会 (福島県)	【水源のエコミュージアム「雪と緑と紅のオアシスリゾート只見」 地域が一体となって取り組む「自然首都宣言のまち」の新只見観光公社の設立へ】 本事業を実施することで本町の課題である観光振興の中核的な役割を担う「着地型旅行会社」新只見観光公社の設立に向けて動きだせることになる。本年度は事業の方針をまとめることになる。 現在の只見町における観光では、ブナ林を散策するだけでは、滞留時間が短く、地元にお金落ちていく仕組みがない。そのため観光客が、積極的に回遊していくための施策をモニターツアーを実施することで練ることができる。また回遊させられる仕組みを構築することで、利用者が楽しみながら只見町でお金を使ってくれるようにでき、地域の経済振興という大切な目的達成につなげることができる。本事業は、貴重な自然環境等の保全にもつながる事業である。持続可能な観光地づくりに向けて地域が一体となって取り組める機会となることも重要と考える。
28	北塩原村商工会 (福島県)	【太古よりよみがえる「会津山塩」再生プロジェクト】 福島県耶麻郡北塩原村の会津大塩裏磐梯温泉は、開湯千二百年の歴史を誇る。 その塩分濃度の高い温泉水を薪釜で煮詰める昔ながらの製法でつくる「会津山塩」。この塩は、太古、海底が隆起し、山となった時に海水の塩分が閉じ込められたもので、海水などの他の天然塩と比べミネラル、カルシウムが豊富であるという特長がある。昔、海のない会津地方では、塩は大変貴重なもので、ここで取られた塩は会津藩、天皇に献上されるなど地域に流通していた。しかし、物流が整備され、海水からの塩が流通するようになると、塩づくりは行われなくなった。平成19年、山塩を復活すべく12名の有志により会津山塩企業組合が創設され、約60年ぶりに会津山塩の製塩がよみがえった。その山塩を地域資源として次の事業を展開することにより、観光産業との間に相乗効果を生むことができる、北塩原村の第二の産業の柱として確立していきたい。
29	茨城県商工会連合会 (茨城県)	【馨(かお)る茨城！プロジェクト】 地域の資源を生かした香製品を開発し、イメージアップとブランディングを図る事業であり、これまでのカテゴリーにない地域産品としての定着を目指す。県内各地域の農作物、観光、歴史資産をイメージ化し、実際に生産品などはそのエッセンスなどを最大限用いて茨城を感じる製品をつくる。販売展開として地域での単品販売だけでなく「馨り7選」など組み合わせによるパッケージング販売も行い全県的な製品販売により将来的には全国を対象とした販売展開を視野に入れる。また、これまでの地域産品(焼き物や染物など)との組み合わせ販売展開による相乗効果も期待する。将来的には今回の開発基盤を元に他地域の香製品開発のノウハウを提供し協力支援することにより「茨城の馨りシリーズ」的展開も構想している。
30	行方市麻生商工会 (茨城県)	【行方市「武湖」輝きプロジェクト～「大地と湖」常世の恵み活性化農工商官学連携チャレンジ事業～】 行方市で生産される農産物の多品目性と周年出荷を活かす形で加工等にバリエーションを持たせることに努める。また、水産物についても淡水魚の特性により加工にも限界があり、鮮度保持が難しく小骨が多い等の課題もあることから伝統的な簡易加工の域をでなかつたため、新しい産業としての取り組みができない状況にあった。このような地域の地場産業の殻を突き破るためにも、量販できる農産物及び水産物の加工品の開発を行い、「行方」ブランドとして全国展開に結びつく特産品開発の基盤づくりを行うものである。
31	沼田市東部商工会 (群馬県)	【老神の女将“あったか”おもてなし事業】 当地には老神温泉や吹割の滝などの地域資源があるが、観光産業によって地域全体に経済効果をもたらす活力を向上させるには至っていない。こうしたなか、商工会とともに地域づくりに貢献しようとする老神温泉の女将の会が、閑散期の集客を図るためのイベントを開催するなどの取り組みを行ってきたところである。こうした芽を開花させ、集客を図る基盤づくりを行うため、当地ならではの「紫にんじんリキュール」の開発、冬季のおもてなし料理となる山菜等を活用した「おいがみ汁」の試作とレシピ開発を行う。また、首都圏のスーパー銭湯には温泉愛好者が集まることから、このマーケットに特別メニューを提供して当地への集客を図る仕組みを構築する。
32	昭和村商工会 (群馬県)	【昭和村「子育て観光農園」プロジェクト】 昭和村は農業を基盤とした地域であり、東京から新幹線で1時間、車で2時間圏内の緑豊かな景観を有した地域である。農業者の一部には農産物の出荷とともに観光農園を展開している事業者がでてきている。さらに、時代の要請で安心・安全な農作物が求められており、食育の必要性も叫ばれている。こうしたことから、社会的意義を有しつつ、新たなマーケットを囲い込み、流入人口の増加を図ることを目標とする。具体的には、子供マーケットを顧客としているミキハウスグループと連携して「子育て観光農園」を育成し、その観光農園をターゲット層にPRすることで話題性を高め、集客を図るものである。
33	大泉町商工会 (群馬県)	【大泉町「ブラジル横丁」で町おこし】 大泉町の人口の1割を占めるブラジル系日系移民は、いまや大泉町を特徴付ける最大の要素である。彼らの存在と彼らがつくりだす日伯(ブラジル)融合の文化・風俗を地域資源として活性化し、年間を通じて町外観光客を呼び込める個性的な町の創造をする。初期の取り組みとしては、ブラジル人事業者・商工会登録事業者を組織化し、独自の食文化にスポットをあてた新型プロモーションと街の基盤づくりに着手。プロモーションではWEB事業者や旅行者との事業提携をすすめ、街づくりでは既存40店舗のブラジルストアを新たな視点で利用し、それと併行して露天式の宣伝店舗を町内やPRイベントに設置する。また、ブラジル文化・風俗の体験空間となる大型イベントを創造し事業の柱のひとつとする。これらの取り組みを経て、大泉町にミニブラジル、すなわち「ブラジル横丁」を創出し、観光・商業の永続的な振興を期するものである。
34	皆野町商工会 (埼玉県)	【関東一の俳句のまち 民謡踊りと創作体験観光プログラム事業】 皆野町は特産品づくりに取り組んだが、さらに観光集客力を図るため「関東一の俳句のまち」をPRし、当町出身の「スター俳人」である金子兜太氏ファミリーの俳句+民謡、また皆野町に縁のある「小説&エッセイ家の北杜夫氏」、そして今話題の人気漫画「のだめカンタービレ」原作者である「地元出身漫画家の二ノ宮知子氏」の資料ギャラリーをつくり、俳句・民謡・創作の体験観光のまちづくりに取り組む。

No.	事業実施者 (都道府県)	実施概要
35	荒川商工会 (埼玉県)	【花の絵、花の畑、花の道、花の駅、花の宿場と花そば&スイーツで歴史ある花の村荒川づくり】 秩父市との合併を好機に”北斎の花の絵”と”秩父市施設の花見の里”をPRする。秩父花の観光客100万人がリピートしたくなる、花の絵、畑、宿場、駅を見て花グルメや花の体験ができる”花の村荒川”を訴求する。市と花の村荒川NPOが共同して多様、多分野の花観光をまとめ市内の温泉旅館・民宿、飲食店、観光農園から花の駅、荒川ビジターセンターなどに回遊するしくみをつくる。秩父市と花見の里の集客を共同しながら秩父から荒川への回遊をはかる、リピーター客づくり。情報発信は廃線防止の市民グループとの花の駅づくりを全国にPRして、花の村荒川を訴求。これまでまとまらなかった温泉旅館、飲食店、観光農園が共同し、いかせなかったビジターセンターのエコツアーも入れた多様な観光プログラムを作成、リピーター観光客に対応する。
36	白子町商工会 (千葉県)	【健康と出逢うまちづくり】 テニスのメッカとしての「ブランド力」を活かし、スポーツを楽しみながらの温泉保養・美容・特産品等を利用した「健康指向」の観光地づくりに取り組む。具体的には、「健康と出逢うまち」をコンセプトに、幅広い年齢層の顧客拡充を図るため、地域資源を活かしたモデルツアーの構築、地域の特産品であるたまねぎ・青のり・イワシ等を使った名物料理の開発、情報発信基地のシステムづくり、観光ボランティアガイドの発掘と育成を行う。また、地域情報の発信、観光・宿泊情報の提供、観光地として各種事業の企画立案実施等を行うニュー・エリア・ツーリズム・エイジェンシー組織の設立を目指す。
37	三鷹商工会 (東京都)	【三鷹都市農産物を使った名物開発プロジェクト】 東京都の中堅住宅都市における、「都市型農業の充実」という意外性に着目した。かねてより消費者から品質評価の高い三鷹の農産物を活かした、クオリティの高い三鷹を代表する新しい商品(名品)の開発プロジェクトを立ち上げる。最終的には、そのブランドを守り続けるシステム及び地域名産品としての周知宣伝及び持続的な開発を続ける体制作りを主眼に置きながら、商品宣伝・販売に取り組む。商品開発におけるプロセスを重視し、地域生産者、製造者、販売者、住民が一体となって商品を作り上げる機運を醸成する。海外からの来訪も多い地域特性もあり、地域観光資源と組み合わせ、三鷹の特産物を広くPRするなど情報発信を積極的に行い、プレミアムな地域イメージ(三鷹ブランド)を構築しつつ産業全般の活性化をめざす。
38	栃尾商工会 (新潟県)	【「謙信の里・とちお」～地域発信映画で築く地域ブランド～】 上杉謙信公の遺構や遺品など先人が築き残してくれた栃尾の歴史・生活・文化を映画として映像に残し全国で上映し、映画という新たな形で地域の魅力を多くの人々の視覚にアプローチすることで栃尾の風土が醸し出す「やさしさ」と「懐かしさ」をより身近に感じてもらい、歴史を感じる地域ブランドを構築する。そこから生まれ育つ地域ブランドを有効的に活用して観光誘客し、来訪者がもたらす経済効果と地域が忘れかけた魅力を映画制作を通して再認識すると共に地域振興の意識を高め小規模事業者並びに地域の活性化を図る。
39	紫雲寺商工会 (新潟県)	【しばた紫雲寺ブランド全国展開事業】 地域内では名も知れ流通もしているが、今一步外に出て行ききれないがため、「特産品」になりきれない特産物を加工、販売、PRすることで「食のまちづくり」を推進する新発田市における紫雲寺地域の「特産品」として育てあげ、「農業」と「商工業」とが連携した地域振興事業として取り組む。初年度は細々とではあるが継続して生産、加工販売されている「紫米」、生食用だけでなく加工にも挑戦し始めた「西洋なし(ルレクチェ)」、紫雲寺の名を伝えた連翹を原料とした「レンギョウ茶」の3品目に絞り、商品製作、市場調査、PRを中心に「しばた紫雲寺ブランド」の確立に向けた調査研究を展開し、近い将来には生産加工場の新規創業により、雇用拡大、地域活性化に結び付けていきたい。
40	宇奈月町商工会 (富山県)	【宇奈月温泉街のにぎわい創出に向けた名水街道の構築事業】 合併した黒部市の名水資源と組み合わせ「名水街道と名水料理」でリピーターをつくる。日本にこれまでなかった「名水を見る飲み食べる入浴の4楽体験が楽しめる「名水街道」」のコンセプトで回遊コースや名所体験プログラムを創作する。特に日本一甘い名水カニを訴求し「名水+名物」の組み合わせで温泉リピーター客をつくる。商工会だけの取り組みから、黒部まちづくり協議会や生地漁協、名水名物企業と協働して黒部川の上流から河口まで「名水資源を楽しむ名水街道」のテーマで市民や企業家の多様な企画力をいかしてまず温泉利用客を増やしたい。
41	庄川町商工会 (富山県)	【「鯉(恋)の厄払い」Jdeらんかやす!】 庄川峡観光協同組合・水記念公園カンパニーは、昨年4月より、砺波市の指定管理者として「庄川水記念公園」内の3館の建物を管理・運営することとなった。既存の施設内容では収益確保が難しいとの考えから、独自に飲食設備を整え、特産の「ゆず」を使ったオリジナルな「ゆずソフトクリーム」等を開発。又、地場の「庄川清流温泉」を使った「足湯」(無料)を設置し、誘客効果も上げ、右肩下がりがりだった公園入場者数に歯止めをかける事に一定の成果をあげた。ただ、中長期的に見た場合、もつと、お客様の滞在時間、来客数を増やす工夫や地域との連携努力が必要と思われます。そこで、既存のイベント・観光資源の見直しを考えている。 ※「らんかやす!」はこの地方の方言で、「大騒ぎする、賑わう」の意味がある。
42	井波商工会 (富山県)	【国指定伝統的工芸品「井波彫刻」のリノベーション事業】 南砺市井波地域は、名刹瑞泉寺の門前町として栄え、日本一の規模を誇る木彫刻の産地である。長年に亘り地域産業にとって雇用・販売額等において大きな活力の中心的な役割を果たしてきた。しかし、生活様式の変化(洋風化)、新素材の登場、外国製品との競合、消費の停滞と地場産業を取り巻く環境は、大変厳しさを増してきている状況である。事業を実施し今後の地場産業のあり方を求め、地域資源である井波彫刻をリノベーションし、新商品開発に取り込み「井波」地区の活力化(経済基盤の強化)を図る。
43	白山商工会 (石川県)	【白山麓・賑わい創出事業 ー白山伏流水を活用した交流人口拡大事業ー】 当地域は日本3名山・白山の麓に位置しており、白山登山や白山スーパー林道、多くの天然温泉、豊かな水資源を利用した特産品や郷土料理などが楽しめる観光地である。日本3名山・白山の雪解け水が地下を流れる「白山伏流水」は、地域の特産品や料理、白山温泉郷の源泉等に活用されており、地域の観光資源として非常に重要な位置を占めている。また近年、健康志向の観光客が白山麓に点在する湧き水を汲みに来るなど、「白山伏流水」自体も地域の宝物として認識されつつある。「白山伏流水」をテーマに設定した『地域のブランド化』に地域一体となって取り組むことにより、白山麓への交流人口の拡大を図り地域の賑わいの創出を目指す。
44	南都留中部商工会 (山梨県)	【標高1,000m富士山麓の地域資源を生かした、企業研修プログラムの開発事業】 山中湖・忍野地域ならではの地域資源を活かした企業の宿泊型社員研修の誘致と研修プログラムの開発2. 地域内事業者の観光逸品開発運動の展開3. 地域事業者による「(仮称)まちかど観光交流案内所」の設置4. 観光関連組織の連携体制の強化5. 新たな事業機会の創出
45	木曾町商工会 (長野県)	【伝統的乳酸菌発酵食品とバイオ技術・グルメ達人の連携による新価値創造】 当地の伝統的食品であり「乳酸菌食品」「スローフード」としての特徴をあわせもつ「すんき漬け」を地域産業資源として活用し、現代市場にマッチした独自性の高い新たな価値創造に取り組む、雇用の担い手となる新産業分野の開拓を目指す。事業項目は下記の通り。①「すんき漬け」に付着する乳酸菌の分析・知的財産としての登録、②「すんき漬け」に付着する乳酸菌の活用の方向性、商品化の可能性研究、③「すんき漬け」のグルメ食材としての活用、④「すんき漬け」の情報発信、⑤「すんき祭り」の開催
46	東白川村商工会 (岐阜県)	【200年使用できるゾ! 「東白川の家」ブランド化・新商品開発事業】 森林資源が豊富な東白川村は、古くから地場産材を利用した在来工法の木造建築が、基幹産業として村内景況を牽引してきた。しかし、施主がコストパフォーマンスや省エネ機能を求める傾向が強まり、高価になり過ぎた「東濃ひのき」や地場産材が敬遠されがちになった。このため、比較的低コストで、コンセプトが明確な大手ハウスメーカーとの競合が激化し、受注難に悩む中で、改めて共通のブランド化に、活路を求める声が強まっている。まずブランド化の前提となる「東白川の家」の基本仕様を明確にし、併せて、現在の取組を一步進め、一定期間、村が品質を保証する制度の導入を目指す。次に基本仕様に基づく在来工法のエコ住宅のモデルプランをまとめ、小型住宅を地場産材を使って開発したい。小型住宅は、茶室、離れ、書斎に利用できる構造とし、都市の話題性があるスポットに運び、見本展示、「東白川の家」のブランド化に寄るとともに、手離れの良い各社共通の新商品として普及を図る。リフォーム受注の伸びや、複数世代同居家庭の増大等、マーケティング上有利な材料がある。

No.	事業実施者 (都道府県)	実施概要
47	下呂商工会 (岐阜県)	【下呂温泉：地域食文化コンテンツ発信事業(下呂温泉まるごとキッチンスタジアム)】 下呂市の中心温泉地である下呂温泉では、交流人口の増大が最大の地域目標で観光客宿泊数130万人、観光入込客数250万人を目指し関係団体等が必死で取り組んでいる。又、観光客のニーズが多様化して「温泉」「癒し」だけでなく「食」に対する関心が非常に高まっているが、今回の事業で安全で安心な地元食材、飛騨牛、トマト等が有名であるが、その食材を活用して新しいメニュー開発を行うと同時に、下呂温泉のファンクラブの会員を募り特産品の販路拡大等も行うことにより顧客満足度を高めりピーター客、連泊客等の増大に繋げていく。
48	白川村商工会 (岐阜県)	【オーリーワン・ショート・スティン白川郷ホノモノ推進プロジェクト】 継続的な商品開発と新たなサービスの提供を構築し販売戦略に乗せて、世界遺産合掌造り集落の地域イメージにふさわしい地場産業の育成並びに事業者意識の向上と自然環境の保全を含めた歴史文化の継承により、持続可能な産業構造の根幹づくりを行う。特産品の開発については、地域の農林産物や合掌造りの廃材となる固有の資源の活用での商品開発を実施し、販路の開拓や消費者への普及を実験的に行い、長期的な視点に立って地域ブランドとして確立を目指すと共に、地場産業の振興、地域雇用の創出に向けて「白川村の持続・継続的な発展」を目標とする。また、料理の新メニュー開発による一宿一品を実施し事業所間での特化したサービスの提供に向けて創出を行い差別化を提案する。更に、息づいてきた文化に触れあう機会のある場として、事業者自らが歴史・風土・文化を語り合える【語りべ】の育成を行い、伝統的文化の重みを感じていただくと同時に文化伝承に向けて協力を促す。また、一般観光客の滞留時間の伸長に向けて、自然資源を活用し四季折々の体験プログラムや情景映像を策定、提案し、自然環境の保全された景観を味わっていただくに伴い今後の文化の保全の啓発に努める。こうした取組みにより、地域内において生産供給システムが確立し、人・資金・モノが循環する持続的発展可能産業経済を目指す。
49	静岡県商工会連合会 (静岡県)	【しずおか・うまいもの創生事業～静岡県産フルーツを活用した新たなチョコレート商品の開発～】 静岡県5商工会地域と連携して地域の「強み」である静岡県オリジナルの農業資源を活用し、消費者に支持される安心・安全な静岡県産フルーツ等を使用した新たなチョコレート商品の開発を実施する。本事業の取組みは、農業者と小規模事業者の農工商連携と小規模事業者による企業間連携により、広範囲に点在する優れた農業資源の融合を図り、東西に長い静岡県の5つの特色ある地域の「食」、「文化」、「産地情報」が一度に堪能できる高品質の商品として、消費者に指示される産地ブランドの育成を図り、当該地域における産業の活性化、雇用の創出をはじめ魅力的な情報発信により観光客の誘客等による広域的な産業振興にも繋げていきたいと考えている。
50	庄内商工会 (静岡県)	【浜名湖の資源を活用した誘客センター整備事業】 浜松市は、遠州灘・天竜川・アルプス山脈そして当商工会が隣接する浜名湖に囲まれ、自然、気候、アクセスに大変恵まれた地域である。行政的には、製造業の町としてのウエイトが高く、館山寺温泉という観光中心地を抱えるとともに、大半が農業・漁業といった一次産業が盛んな当地域において、一次・二次・三次産業が観光という切り口によって連携する横断的プロジェクトの実施を目指している。そのためには、観光需要の創出のための体験プログラムの商品化、受け入れ態勢の確立が急務であり、そのためのツアーセンター&ビジターセンター機能の整備が必要である。また、観光需要の取り込みは、消費者と生産者の相互交流、担い手人材の不足、商品化や付加価値付けの課題、ブランド化など副次的に一次産業が抱える課題を克服する提案にもつながり、観光と各産業の両輪の活性化に役立つビジネスモデルを構築することができる。
51	鷹岡商工会 (静岡県)	【「紙」の食感。美味「ひらひら汁」の全国発信事業】 富士市鷹岡地区のシンボルであり、次代に継承したい地域資源である「紙」と、隣接する甲斐の国の食文化の象徴である「ほうとう」を組み合わせた「ひらひら汁」を数年前から考案し、地域での周知を図っている。「ひらひら汁」は地域の食材を利用して「紙」のようなやさしい食感の具を汁に入れて食する地域食であり、地産地消の健康食である。地域内での普及定着を進め、広域的に知名度を上げ、富士市鷹岡地区の特産品としての地位を確立することを目指す。また、製造業を中心とした地域産業を活性化し、小売業、飲食業、観光サービス業等の第三次産業にシフトすることを目指す。
52	伊豆の国市商工会 (静岡県)	【情熱大陸「伊豆「真っ赤ないちご」と「真っ赤な野菜シリーズ」活用プロジェクト】 伊豆の国市の収益源は、観光サービス業、農業であるが、首都圏とのアクセス向上とともに、通過点、日帰りとしての利用をされるようになり、観光業は減少傾向にある。農業においても、いちごなどは、売上14億といちご生産高、全国5位の静岡の中でもNO2の生産量は誇っているが、減少傾向にある。そこで、地元農産品を活用した、商品開発を行い、新加工業者の創出、観光業での売り上げ向上を目指します。地元名産品である「真っ赤ないちご」と現在試験段階の「真っ赤な大根」を活用する。使用する農産物は地元から、アイデアを地元学校、研究所から、企画は、都内の専門パティシエ、生産は新規地元加工業者、販売は、企画に賛同いただいた料理人ルートからと、各専門家、賛同者との分業体制を敷くことにより、早期商業ベースに乗取った、売れる販路見込みを付けた、農工商連携のビジネスモデルになると考えている。
53	祖父江町商工会 (愛知県)	【発信・元気印の「ぎんこなっちゃん」】 銀杏の生産量日本一を誇る銀杏の里として知られている。当商工会は、銀杏を使った各種特産品を開発以降、商品の改善改良を図ってきた。その特産品開発が5～6年前より再び活性化し、新しく開発した「ぎんなんきしめん」や「ぎんなんラーメン」などの商品が度々テレビや新聞などマスコミに取り上げられている。そこで、銀杏を素材にした既存商品の改良と新商品開発に取り組み、生産量、品質日本一の「そぶえ銀杏の全国ブランドとしての地位を確立」とともに、開発した特産品を全国に向け発信し、「参画事業者の収益拡大と新たな雇用の創出」等によって地域と小規模事業者により元気を取り戻す。
54	豊浜商工会 (愛知県)	【ニューツーリズム「豊かな浜の町、豊浜の観光開発プロジェクト】 知多半島南部に位置する豊浜は、東に三河湾・西に伊勢湾を控え、県下一の水揚げ量を誇る豊浜漁港を持つ港町として栄え、港町特有の景観・眺望や新鮮な魚介類・干物・えびせんべい等の特産物をはじめ、魚ひろば・花ひろば・貝がら公園等の観光施設、そして奇祭として有名な「鯛まつり」といった地域資源がある。しかし、観光産業を取り巻く環境の変化と、一つ一つの魅力ある資源が豊浜全体としての相乗効果に繋がらない課題を踏まえ、青年部を中心とし従来型の宿泊観光型ではなく、地域資源を生かし交流人口を増やす滞在型の新しい観光開発に取り組み、地域活性化を図りたい。将来的には、豊浜ブランドに結びつけていくよう推進していく。
55	吉良町商工会 (愛知県)	【吉良ワイキビーチを活用した地域活性化事業の推進～吉良ワイキキ度UP作戦 アロハキャンペーンで集客力向上を～】 吉良町では数年前から実施されている「ハワイアンフェスティバル」や宮崎海岸や恵比寿海岸の総称でもある「吉良ワイキキビーチ」を活用し、吉良町の観光開発事業を実施する。 今回の事業については、宮崎地区にある吉良温泉だけでなく、「吉良に行けばハワイの雰囲気味わえる」というハワイアンイメージの定着化を図るため、アロハキャンペーンとして、地元の住民や商工業者にアロハシャツの着用、幟の設置などに対する協力を要請し、地元住民の誇れる観光施設作り、観光客の誘客については専町者の増加、吉良町の活性化を図っていきたいと考えている。
56	鳳来商工会 (愛知県)	【『やなぎまつたけのふるさと 鳳来』地域ブランド化展開事業】 『やなぎまつたけ』は、当地に拠点を置く愛知県森林・林業開発センターで育種された、鳳来ゆかりのきのこである。菌床での栽培技術が開発されて以来、長く地域の技術者により生産・安価で出荷され、産直施設の利用者に愛されてきた。しかし、当種は雑菌や温度変化に極度に弱く、栽培が非常に難しいことに加え、生産技術を持つ人材の高齢化が進み、供給が絶たれようとしている。そこで、本事業では、菌床での栽培技術継承、品質向上を目的とした原木栽培技術の開発等、生産面での課題を洗い出し解決するとともに、生産を支え産業として活性化させる為、安定的需要の創出、販売ルートの開発、適正価格での流通を目指した付加価値添加など、流通面における課題についても取り組み、地域内は勿論全国の消費者の評価を得られる商品にしていきたい。 また、地域を元気にするため、メニュー開発や催事を通して『やなぎまつたけ』を一つの食文化に高めると共に、将来的には、第二次、三次産業への波及効果も狙いたい。

No.	事業実施者 (都道府県)	実施概要
57	明和町商工会 (三重県)	<p>【王朝ロマンの町“明和町”の特産品・名物・体験型観光の全国発信】</p> <p>明和町には、天皇に代わって伊勢神宮に仕える皇女「斎王」が住んだ国史跡『齋宮跡』が存在するにもかかわらず、そのポテンシャルを十分に活用できていない。そこで『齋宮歴史博物館』『いつきのみや歴史体験館』等の歴史的観光資源を活用しつつ、大学との連携による『産業観光』『体験型観光』等新たな観光資源の調査・発掘・商品化を行ない、地域資源を活用した『特産品』・地域食材を活用した『名物』を開発することにより、小規模事業者等の事業機会を増大させ、地域経済が活性化することを目的とする。</p> <p>こうして、『既存の歴史的観光資源』に『新たな観光資源』『特産品』『名物』を組み合わせることで、『点』ではなく『面』として、最大限にシナジー効果を発揮させ、王朝ロマンの町“明和町”を全国に発信していく事業とする。</p>
58	玉城町商工会 度会町商工会 (三重県)	<p>【日本一の清流・宮川からの恵みを生かした食文化ルネッサンス】</p> <p>三重県の東南部に位置する玉城町と度会町が清流日本一の宮川流域の自然の恵みを生かした健康食品づくりに取り組み、内発的な健康食品産業おこしをおこなうことである。健康食品産業は、健康食品に関する原料生産一調達一加工一流通販売といった一貫体制による6次産業として創出していく。また、商品開発が技術などの生産基盤にのみ注力するだけでなく、消費者や市場を重要視し商品開発を行っていく。このことにより、「売れる特産品」が開発される。さらに、「売る仕組み」としてインターネットによる通販などの流通革新にも取り組んでいく。さらに、特産品づくりにとって最も重要な人的資源を確保するため、人材育成にも取り組む。このような取り組みにより、宮川中流域産の健康食品が地域ブランド化し、全国販売へと発展し、さらにこの特産品を求めて消費者がこの地域を訪れることとなり、地場産業が発展し、地域経済の自立化とし雇用の安定がはかれることになる。</p>
59	紀北町商工会 (三重県)	<p>【地域をつなぐ『“まち中”循環観光』】</p> <p>「観光」と「交流」をキーワードに、合併した旧紀伊長島町と旧海山町の地域資源を活かし、“つなぐ”観光力で「紀北町」を活性化させる事業である。①泊食分離で“つなぐ”『“まち中”循環観光』。②地場産業で“つなぐ”二つの町の体験観光。③地域ネットワークをカードで“つなぐ”魅力ある観光地。(衣・食・住)</p> <p>多様化する観光誘客において、地域(地元)でしか“出会えない”“体験できない”「食・風土」が満喫できる宿や店が多く点在して、紀北町が旧紀伊長島町と旧海山町の宿・飲食店で“つなぐ”ことで「観光旅情のまち」となる。</p>
60	紀宝町商工会 (三重県)	<p>【海、山、川がもたらす恵みと人々が交歓する食の「ウミガメブランド」特産品づくり】</p> <p>日本の源郷「熊野」に位置する紀宝町の魅力ある多くの地域資源の中でも特に「熊野」にこだわった素材を海山川の産物から選りすぐり、売れる特産品作りを目指し事業を実施する。熊野灘の恵み・海の幸、熊野の森の恵み・山の幸、熊野川の恵み・川の幸と地域の先人達から受け継いできた生産加工技術から作られる味とをコラボさせ、熊野灘恵み丼(しらす丼)、熊野灘恵み御膳(しらす御膳)、郷土寿司(四季の地魚寿司)等を地域にこだわった売れる特産品として開発する。また、東京や大都市圏等において、開発した特産品の展示・試食アンケートによる情報収集を行い、そこで把握された消費者の嗜好やニーズにより特産品の品質改良や新たな開発につなげる取り組みを行う。</p>
61	甲南町商工会 (滋賀県)	<p>【“忍の里 甲南”観光・特産品開発プロジェクト2008】</p> <p>「忍」にも有名である“忍”の発祥の地であることや豊かな農村・牧場などを活用した参加体験学習型観光プログラムの開発と地域資源を活用し地域内生産の売れる・売り込める特産品開発を行い、近隣都市圏等で観光キャンペーン開催などの観光PR活動による顧客開拓を行うことで、「忍の里 甲南」をブランドとして確立させることにより、地域外からの外貨を取り入れ、地域純利益の増加に繋げていきたいと考える。</p> <p>顧客が求める観光地の形成を目指し、商工会をコーディネーターとなり産学連携などを取り入れた新連携体制により、他の地域にみられない個性的な観光サービスと特産品を開発させ、また観光ボランティア育成などによる観光客を受け入れるための体制作りを行う。</p>
62	高月町商工会 (滋賀県)	<p>【薬食同源 近江高月 特産物語】</p> <p>豊食の時代にあつて、私達が日常生活を送る上で、基盤となる食について安全・安心の観点から、食の原点に返り四里四方の重要性を認識し、地産近江米、そばを使った薬食同源からの「美と健康」を提案できる観音の里近江高月に相応しい特産品開発を以下の3つのポイントから実施する。1. 地産近江米に適した砂地の土壌を有した田が豊富に有していること。2. 国宝十一面観音をはじめとする、多くの観音様がおられ「観音の里」としての資源を有していること。3. 江戸時代に朝鮮との外交に活躍した、雨森芳洲氏の生誕の地であること。本特産品開発は、地元農業者と商工業者の連携によるまちおこしにつながり、地域経済が活性化される。</p>
63	余呉町商工会 (滋賀県)	<p>【「水と緑 天女のまち余呉」観光開発事業】</p> <p>余呉町は9割が緑豊かな山林であり、余呉湖、高時川など豊かな自然を擁している。また、賤ヶ岳等の史跡や天女伝説など歴史的資源も多く存在する。「水と緑 天女のまち 余呉」をキャッチフレーズに、住みたい・住み続けたいまちを創るため、ふるさとの景観を守りながら、自然と歴史ロマンを活かした余呉ならではの観光交流産業の創造を図る。それには多くの方に余呉の素晴らしさを知って頂き、将来的にはセカンドハウスや定住者を増やし、加速する過疎化に歯止めをかけていく。</p>
64	福崎町商工会 (兵庫県)	<p>【「民俗学ともちむぎパスタの町：福崎」による集客・交流事業】</p> <p>喜多方ラーメン、盛岡の冷麺、宇都宮の餃子、広島のお好み焼きなど、単品料理が観光客を集めている地域は数多い。海外においてもドラマ「冬のソナタ」の舞台となった春川(チュンチョン)が、ダッカルビ(鳥カルビ)の町として多くの観光客を集めるなど、枚挙に暇がない。この事業は、地域ブランド料理の持つ集客力に注目し、福崎町の伝統的栽培穀物「もちむぎ」を使った単品メニュー＝「もちむぎパスタ」の開発と「集客システム」を構築するものである。「民俗学ともちむぎパスタのまちづくりの会」を設立し、福崎町の伝統的栽培穀物である「もちむぎ」を使った単品料理の開発を行うとともに、日本の民俗学の祖である柳田國男にかかわる知的資源で福崎町の集客のシナリオを創造すれば、地域経済に寄与する効果は大きい。</p>
65	竹野町商工会 (兵庫県)	<p>【「TAKENO-STYLEツーリズム」による教育旅行などの誘致】</p> <p>交流温泉施設「北前館」を63軒の民宿の核とし、「北前館」で食事と温泉を提供する泊食分離の新しい業態「TAKENO-STYLE 民宿」により、課題である民宿経営者の高齢化を克服する。</p> <p>また、全国から注目される「コウノトリ」の生態学習を遠距離地からの集客戦略とし、竹野浜の自然・環境資源(景観・生態・漂着物等)や漁村ならではの「暮らしと食」などの地域資源を有機的に結びつけた教育旅行やアクティブシニアを対象とした滞在型ツーリズム商品を開発する。さらに、商工会、観光協会の収益法人化策として、商品開発機能と集客機能を持つATA(エアーツーリズム・エージェント)の設立を目的としたフィジビリティ・スタディ研究会を実施する。</p>
66	御所市商工会 (奈良県)	<p>【古代鴨族、役行者(えんのぎょうじゃ)の偉業に包まれた歴史的遺産、町並みを活かした集客・交流プロジェクト】</p> <p>御所市は「おん(御)・ところ(所)」と書いて「ごせ」と読み、奈良盆地の西南端に位置している。現在ある「葛城山」「葛城古道」「巨勢の道」周辺の神社仏閣を巡る観光ルート来訪者のさらなる増加とそれら来訪者に「御所まち」を巡るきっかけづくりや意識の高揚を行うことにより、周辺散策ルート来訪者と来街者の相互交流を図り、「周辺散策ルート」「御所まち」相互の観光的発展につなげていきたい。そのために御所市の歴史や文化を全国に認知していただくこと、モデル散策ルートの開発と環境整備、入居態勢の充実、特産品の開発を主たる事業として展開し、交流人口の増加と共に、地域経済の発展に寄与できるよう本事業を行う。</p>
67	宇陀商工会 (奈良県)	<p>【「漆部の郷(ぬるべのさと)」再生による地域産業創出と曾爾村観光産業構造の変革】</p> <p>曾爾村は、昨年、「第4回オーライ！日本大賞(農水省等)」と「第14回優秀観光地づくり賞(日本観光協会)」を受賞し、前年の総務省「全国過疎地域自律促進連盟会長賞」の受賞と合わせ、地域づくりの三賞を達成した。しかし、すすきの名所曾爾高原を中心に、年間60万人の観光客が訪れるものの、地域への経済効果や冬場の集客など、観光事業が抱える課題は大きい。この事業を通じ、民宿、旅館業、土産品製造業などを営む商工業者や地域住民が中心となり、平安時代の古書「和名類聚抄」に記された「漆部(ぬるべ)の郷」を復活させ、新たな地域産業の創出と観光産業構造を変革する。</p>

No.	事業実施者 (都道府県)	実施概要
68	黒滝村商工会 (奈良県)	【古都の食材供給基地 黒滝の伝統食「いのしし」と山里グルメの全国発信】 当地では全国的にほとんど見られない「食肉用イノシシの飼育」が行われており、イノシシ料理が伝統食として定着、村内にもイノシシ料理を提供する飲食店が数多く立地している。「特殊な食材」「クセが強い」といった評価もあるが、一部には「高級食材」として扱われており、成長の可能性は高いと考えられる。こうしたことから、当地の持つ山里としてのイメージや「山の幸」とあわせ、当村の独自性高い資源であるイノシシを中核的な地域資源としてとりあげ、新製品の開発を行うことで新産業創出の実現を目指す。事業推進にあたっては、地元のイノシシ生産者、飲食店の調理人、食品加工業者、小売商業など1・2・3次産業が連携して取り組む体制を構築し、あわせて、都市部飲食店のシェフ等専門家の参画をいただき、市場性の高い製品開発に取り組むこととした。
69	白浜町商工会 (和歌山県)	【白浜名物郷土料理 日本一への挑戦】 小規模事業者の活性化 1、生活の現状 ①IT普及により、仕事、生活スピードが速くなる②食の欧米化や運動不足により成人病が進み健康が社会問題化となる③人とのつながりが希薄になる。④それらにより、精神的ストレス負担が大きい。 2、求められているもの ①健康、安全・安心をコンセプトにした事業展開②食生活の改善③交流の場の提供④癒し 3、本事業で目指すもの ①健康、安全・安心をコンセプトにした事業展開②食、温泉、運動、医療と連携した滞在型観光メニューの提供③地元の食材を活用した郷土料理日本一(クエブランド化)④異業種交流による小規模事業者の活性化
70	すさみ町商工会 (和歌山県)	【「イノブータン王国」活性化プロジェクト】 すさみ町を発祥の地とするイノブタ(猪と豚のハーフ)を活用した特産品開発、イノブタ民間飼育の促進、並びにイノブタを活用した観光開発事業を実施することにより、新たなビジネス展開を図り、地域経済への波及効果を高める。観光イベント「イノブタダービー」やパロディ国家「イノブータン王国」の運営などを通じて、イノブタの町として県内外に知られているところですが、イノブタの民間飼育が少ないなど、地域経済への波及効果は十分とは言えず、専門家の協力も得て本事業で戦略の見直しを行い、パロディ国家「イノブータン王国」建国の精神にもあるように、「遊び心」あふれる事業を全国展開する。
71	鳥取県商工会連合会 (鳥取県)	【「食のみやこ」鳥取ブランド推進プロジェクト】 平成21年度に鳥取自動車道が開通し、鳥取砂丘を中心に、1年間に渡って鳥取県東部で「鳥取・因幡の祭典」が開催される。期間中、県外観光客の増加が見込まれることから、とっとり自慢認証事業者、意欲ある小規模事業者とともに、全国トップクラスの生産量、漁獲量を誇る二十世紀梨、砂丘らっきょう、松葉菜など鳥取県の優れた地域資源を活用して、農工商連携による新商品開発、販路開拓を推進する。また、平成20年7月に東京・新橋にオープンする鳥取県のアンテナショップで新商品、とっとり自慢認証商品のテストマーケティング、首都圏モニタリング調査を実施し、消費者の視点に立った商品づくりを進める。本事業を活用して「食のみやこ」鳥取ブランドを構築し、地域経済の基盤である中小企業の育成と雇用創出、地域産業の振興発展に努める。
72	大山町商工会 (鳥取県)	【「大山」を「だいせん」と読ませるプロジェクト～オリジナルご当地商品の活用による地域経済の活性化～】 国立公園大山は西日本ではそれなりの知名度があり、観光客数も県内有数のものではあるが、現況は通過型観光地の典型で閉鎖店舗が目立つようになっており、誇るべき自然があるものの中部圏以東では「だいせん」ではなく、「おおやま」と混同されているのが現状となっている。そこで、鳥取県の「大山」は「だいせん」であることを遊び心の中で取り組みを行うことにより、話題性を高め、観光客誘引の強力なツールとしていく。その際、大山ならではの土産物として手にとってもらえるような商品がなく、大山の印象そのものを薄めている現状を改善するために、全く新しい商品、それも地場産品を使用した高品質・高付加価値・高話題性な商品を開発し、この商品を販路していくことで、「だいせん」をも売り込んでいくこととする。併せて、「大山」と題した曲を歌う大山町にゆかりのある歌手、「大山」姓の著名人などを巻き込んだ総合的なプロモーションを行うことで、その効果をより大きなものとしていくという取り組みを行うこととする。
73	伯耆町商工会 南部町商工会 (鳥取県)	【「伯耆富士」大山:天空のリゾート活用プロジェクト】 当地域は、国立公園大山の西麓に位置し、自然や景観、飲食・体験・宿泊施設、遺跡や史跡など豊富な観光資源に恵まれている。また大山は別名「伯耆富士」とも呼ばれその美しさや眺望の良さは、まさに天空のリゾートと言える。本事業を通して大山や当地域の資源を活用して観光開発を行い、誘客、交流人口の増加を図り、当地域を日本一の観光リゾート地として全国に情報発信し、地域ブランドを確立することを目指す。
74	まつえ南商工会 (島根県)	【「神話のふるさと 姫神の湯 日本最古の美肌温泉」ブランド化事業】 玉造温泉は、近年観光入込客数が減少の一途をたどり旅館、土産品店、飲食店の廃業による空店舗も多く出て温泉街区としての魅力が薄れてきている。このため、松江市は玉造温泉街区の基盤整備事業を平成20年度から開始する。商工会は、行政によるハード整備事業に併せてソフト事業を実施して玉造温泉への集客増加を図ることとした。「歴史ある温泉」のテーマしかなかった玉造温泉に新しいコンセプトを与えることによって、旅行者のニーズを満たすとともに新しい旅行需要を創造していく。受入態勢の充実や玉造温泉のブランド化戦略によりターゲット市場への認知度向上、魅力ある旅行テーマの提案とテーマが実感できる仕掛けづくりを通じて集客増加を図っていく。
75	飯南町商工会 (島根県)	【地域資源が生み出す企業と農村の新たな関係の創造(森林セラピーの癒し)】 島根県飯南町は、緑豊かな森林と斐伊川・神戸川など清らかな源流があり、この清流に広がる農耕地で安全安心の農産物を生産する農業を中心とした町である。当町はこの豊かな自然を活かした「森林セラピー」を推進している。森林セラピーとは、森林浴を科学的・医学的に解明し、根拠に基づくプログラムで、人の心と体を癒す取組である。近年、ニューエルダー、ロハスなど象徴されるよう健康意識が高くなった。特に、定年を迎えた団塊世代などは資金的なゆとりから、健康への関心はかなり高くなっている。これに対応するため、健康料理の開発や楽しく森林散策するためのガイド養成を行ない、そして健康を求める中高年世代をターゲットにニーズを調査し、森林セラピーを核とした観光事業を行なっていく。
76	岡山県商工会連合会 (岡山県)	【岡山発「地域特産品」と「伝統」の出会い! 融合! 推進プロジェクト】 岡山県商工会連合会の運営するアンテナショップ「さんさん岡山」には、県内の地域資源や技術を活用した特産品が常時700~800種集まっている。これらに改良・改善を加えることにより全国に通用する特産品として生まれ変わる可能性のものが数多くある。これら特産品について専門家等のアドバイスによりブラッシュアップを図り、全国に通用する「売れる商品づくり」に取り組み小規模事業者を支援する。また、新たに「伝統」のキーワードに着目し、昔から地域で親しまれてきた食べ物、また、失われつつある工芸品・伝統的な技法など、次代に受け継いでいかなければならない「技術・習慣・様式・しきたり等」と、既存特産品のコラボレーションを推進し、双方の商品価値を向上させ、さらには「伝統」の保存・継承への取り組みを支援し、地域産業全体の振興発展を図る。
77	作州津山商工会 (岡山県)	【「マーケットイン型」特産品開発プロジェクト】 当地にある特産品は、市場・消費者が曖昧なまま製品開発が行なわれ、完成した製品の多くは、良品ではあるが販路の定まらない「地域のPR品」に留まっているのが現状である。 今回、これら地域に埋もれている良質の特産品・地域資源を「売れる特産品・求められる特産品」へと生まれ変わらせるため「市場ニーズ・顧客の欲求」を取り入れた、マーケティング重視の再構築を行ない、短期的ではなく、長期に亘って消費者に愛され、購入を続けてもらえる特産品の開発をする。
78	総社吉備路商工会 (岡山県)	【吉備路ロマンチック街道の情報構築、野菜・果実などの地産地消によるビジネスモデル作り】 総社市東南部地区は、吉備路のシンボルとなっている備中国分寺を中心に、数々の古墳や史跡、旧山陽道の面影があり、「古代吉備から江戸時代、現代を結ぶロマンチック街道」を目指している。こうした史跡に秘められたロマンスを脚色し、ストーリー化して、観光客や全国に発信する観光・情報発信事業を周辺関連団体と連携して行いたい。 さらに、ここは高梁川の堆積原で、野菜・果物栽培、古代米作付けが盛んであり、これらの地域資源を活用した特産品を開発し、観光産業の6次産業化による地域活性化を行いたいと考えている。この事業によって、岡山県南部の広域観光ゾーン作りに貢献できると考えている。

No.	事業実施者 (都道府県)	実施概要
79	備前東商工会 (岡山県)	【既存観光資源を組み合わせ「ウォーキングコース」づくりによる観光開発事業】 活用する資源を①「観る」日生、三石、吉永のビューポイントを備える観光資源 ②「動く」全国レベルの充実したスポーツ施設 ③「食す」豊富で個性ある農海産物及び名物料理 に分類し、この3資源をさらに特徴あるものとするために「ウォーキング」を核に据えて、発信力ある体系的なプログラムを組み積極的にプロモーションを行い、中長期滞在型の観光客誘引を行う。具体的には平成18年度年間観光客434千人を1年後10%増、3年後20%増を実現することにより地元小規模事業者(運送、飲食、宿泊、小売等)の売上増加を図る。
80	祇園町商工会 (広島県)	【踊って！歩いて！喜んで！「武田山のお殿様」産学官民連携祇園地区まちおこしプロジェクト～武田山お宝伝説～】 祇園地区は、年間1133万人の観光客が訪れる広島市の中心部に隣接する歴史ある下町。約300年の長きにわたり堅牢な山城、銀山城から安芸の国を守護した武田氏が名前の由来となった武田山は、住民から愛されるシンボルであり、整備された登山道や名水、埋蔵金伝説のある地域の資源である。本事業では整備されてきた史跡めぐり・自然体験・特産品に統一したブランド・イメージを付加、また広島経済大学との産学連携、武田山を歌った祇園音頭を使ったPR隊の結成や、フェスティバルを用いて「武田山のお殿様」をキーワードに地区が一丸となった誘客促進PR戦略を展開し、広島県内をはじめ全国に発信。県内観光客誘客促進、ひいては全国から広島市に訪れる観光客の来町促進を図る。
81	呉広域商工会 (広島県)	【地域資源から出るゴミ(廃材)を有効活用した儲かる特産品づくり】 地域的には海産物や柑橘類は知名度が高い。とりわけタチウオは以前から、「一本釣りタチウオの一夜干し商品」を開発し、地元業者が現在も製造・販売している。しかし、これらの特産品を作る過程において、大量の産業廃棄物(以下、廃材)が生じる。これらの廃材(内臓や頭や骨)を有効活用した商品開発を行い、魚醤(ナンブラー)やダシ(炊き込みご飯)などをシリーズ化した商品開発を地域ブランドとして定着させたい。次に、柑橘類だが、地場産業であるみかんやレモンを組み合わせた新たな商品開発にもチャレンジしたい。島嶼部では農家や漁業者は後継者不足の問題を抱え、少子高齢化が顕著に進んでいる地域であるため、当事業を通じ、かつての賑わいのある島を取り戻すべく、魅力的な地域の再生化に努めたい。
82	沼隈内海商工会 (広島県)	【沼隈町特産品ぶどう・ニューベリーA(県・地域産業資源指定)のノンアルコール・ワイン(高級ぶどうジュース)の開発】 沼隈町の特産品で、全国で最高品質のニューベリーAは、沼隈町のぶどう植栽面積62 haの内30haが植栽されている。近年、植栽者の高齢化が進む中、出荷用ぶどう生産は高技術・多工程を要し空ぶどう園の増加要因にある。高級ぶどうジュースを開発することにより、工程のわからない加工用ぶどう生産は、将来の生産能力に現実的な対応と就労機会の創造を促す。一次産業(加工用ベリーAの生産)から二次産業(高級ぶどうジュースの製造)、三次産業(町内外での販売)まで、付加価値を高め地域の人の中心に、町内観光入込み客、飲食用、贈答・土産品に供することにより、地域の活性化を図る。
83	佐伯商工会 (広島県)	【津和野街道ブランド化事業】 津和野街道ブランド化事業は、古よりの「石畳の残る」津和野街道を、ブランド化(広く社会認知)することにより、名前(ブランド)の利用をもって、地域の活性化を図ることを目的とする。ブランド化事業は、津和野街道の名前を利用した集客、商品・特産品の提供により売上増加を図る。津和野街道は江戸から明治にかけて、石州(津和野、吉賀)、山代(岩国市北部)、山里(廿日市市佐伯)の良質な和紙の交易で大変栄えた道であった。その道を、再度交易の道として認知活性化させる。また、津和野街道沿線地域との交流も深め、人の交流、物の交流による地域経済の活性化を行う。このブランド化事業を通して、観光や、販売によるベンチャービジネス(LLP等)に結びつける。
84	江田島市商工会 (広島県)	【地域活性化のための新野菜プチヴェールを牽引役とし江田島特産品の開発・販路開拓事業】 江田島市は、広島湾のほぼ中央に位置し、気候温暖で自然豊かな島である。主な産業は、水産業と農業である。しかし近年は、人口減少等による後継者不足や耕作地の放棄等による不作、減産により地域経済は衰退の一途をたどっている。そうした中で市内休耕地の有効利用・雇用創出による就業人口の増加を狙い、また市内特産品の創出を考え3年前より新野菜プチヴェールの栽培を開始した。本事業は、この新野菜プチヴェールを使い、青汁を使ったクッキー「プチヴェールクッキー」の商品開発を核に、地域産品を使ったシリーズクッキーの商品開発を行う。地域産品の掘り起こしを行うことにより、農水産業の回復を得、地域の雇用・後継者の確保、人口減少への歯止めとなり、ひいては地域全体の活性化を図るものとする。
85	安芸津町商工会 (広島県)	【『万葉～広島杜氏』魅力満載プロジェクト】 安芸津町の特性である歴史的資源と地域特産を活用して地域活性化に繋げることを目的として本事業を行う。歴史的資源は万葉歌2句詠まれた地としての自然景観を新たな観光ルートとして開発し、交流人口を増加させ観光入り込み客を増やすこと、また地域特産である丸赤じやがいもやびわ、牡蠣を使った新商品の開発と広島杜氏氏による新酒等を開発することによる新たな事業の創出とそれに伴う雇用の拡大を行う。安芸津町のこれら地域資源の活用により次の事業を実施して長期的に継続できる方向性で進める。事業を実施することにより交流人口の増加がはかられそれに伴い地域小規模事業者の事業機会の拡大と雇用拡大につなげる。
86	徳地商工会 (山口県)	【健康茶の原材料「カワラケツメイ」を活かした特産品づくりと徳地に活躍できる場を創出する】 21年間、個人事業で取組のカワラケツメイによる健康茶作りを徳地づくり達人塾の有志で引き継ぎ平成19年2月より活動を開始し、とくち健康茶企業組合を設立した。過去100軒の農家の栽培があったが、平成20年は活動初年度と位置づけカワラケツメイを33軒の農家が参画し、平成21年度は100軒が参画、5haを計画している。東大寺の千年ヒノキを育てた中山間地で、カワラケツメイの優れた健康茶としての機能性を安全・安心・高品質で全国に提供する。大学や公設試及び首都圏人脈の協力を得て顧客ニーズを分析し、各客層にあったブレンド品及び健康茶のファンづくりのためにカワラケツメイ栽培・加工キットや健康茶の専用ドリッパーも試作する。
87	秋穂商工会 (山口県)	【ルネッサンス！！えびの町・秋穂】 秋穂は、日本で初めてクルマエビの養殖事業が始まった地であり、かつて日本のクルマエビ養殖をリードする立場にあった。しかし、国内に輸入ものが溢れるに至り、往時の姿を徐々に失っていった。秋穂の「クルマエビは美味しい」。こうした評価は依然強いが、その認識は一部の食通家に留まっており、内外の情勢から生産量を急拡大することは困難と認めざるを得ない。幸い、最近、消費者の食に対する安全認識が高まり、国内産は輸入勢力に対するメッセージ性を持つに至った。老舗の血統を高らかにうたいあげ高品質商品を開発する。
88	藍住町商工会 (徳島県)	【廃食用油と廃すくも藍を利用した商品研究と全国販売展開】 藍住町内の家庭から排出される廃食用油と、町内染色工房から出される藍の廃すくもを主原料とし、地域で採れる天然素材などを組み合わせることで、化学物質の添加物を使わない人と環境にやさしいキャンドルの改良や石鹸の開発・商品化、さらには、災害時に役立つキャンドルなど実用的な商品の開発に取り組む。また、首都圏、近畿圏、圏内を中心とした商品の販路開拓に取り組む。この取り組みを継続・発展させることで、エコタウン藍住町の認知度向上と定着を図るとともに、地域環境の保全や住民の環境保全意識の向上を図る。さらには、地元小売業者を中心とした地元商業の再生および活性化を含め、地域経済の振興・発展並びに町民所得の向上を目指す。
89	美郷商工会 (徳島県)	【「美郷・春夏秋冬365の体験メニューづくり推進事業」～私たちに会いに、美郷に来ませんか。生活の知恵、農林業の技、暮らしを楽しもう～】 「美郷・春夏秋冬365の体験メニューづくり推進事業」では、美郷地域にある自然環境や日々営みの中で培ってきた農業や林業の技術、先人が伝えてきた生活の知恵、そこに住まう人々そのものを資源として活用し、それを活かした春夏秋冬365アイテムの体験メニューを掘り起こし、開発、整備する。他所には無い「日常の体験メニュー」の豊富さと、カラダにやさしい料理によって、ターゲットと考える「田舎暮らし・オーガニックなどの健康志向の個人や小グループ客」の個別ニーズに応えることにより集客力を高め、他地域との差別化を行い、「美郷ブランド」としての確立を図り、これによる交流人口増加による地域所得を増やすシステムを構築する。
90	東かがわ市商工会 (香川県)	【～引田歴史町並みを巡りながら地場産業「手袋」の魅力に出会う～「東かがわ まちなか手袋MUSEUM」事業】 日本の中でも90%以上のシェアを誇り、東かがわ市の中心的な地場産業である「手袋」に関連するファッションの歴史やデザイン等を、引田の古い町並みの中でアートとして展示する「東かがわ まちなか手袋MUSEUM」の実施。地域特有の歴史の町並みと、既存の地場産品「手袋」との融合による新たな観光資源を開発することで、広く情報発信を行い来訪動機につなげ観光交流の促進を図るとともに、『手袋』のさらなるイメージアップを図り、地域の経済活性化に結びつけようとするものである。

No.	事業実施者 (都道府県)	実施概要
91	三豊市商工会 (香川県)	【浦島伝説とスローライフの中で時を紡ぐ観光プロジェクト】 三豊市の荘内地域は、瀬戸内の穏やかな燦灘の海と多島美の中で、古くから浦島伝説を育みながら時を紡いでいる。また、この地域には、浦島伝説による郷土料理などが多く残っている。 本プロジェクトは、この浦島伝説と瀬戸内の多島美・郷土料理を観光資源や物産資源として活用し、団塊の世代をターゲットにして新たな浦島伝説観光を提案し、安らぎと憩いの空間を提供することにより、地域のイメージアップを図るとともに地域の経済活性化に結びつけようとするものである。
92	土庄町商工会 (香川県)	【小豆島 オリーブふるさと品 開発プロジェクト】 地域が活性化するには、そこにある資源を磨いて、全国に向けて販売することにあると考える。町興しとして、土庄町では、「村里づくり」を進めている。これは、土庄町を10地区に別けて地域の住民と共に新しい産物・観光の開発の取り組みである。オリーブ植栽100周年を本年(平成20年)迎えるにあたって、県・町を上げてのイベント事業が行われる。この機を生かして、商工会と「土庄町村里づくり」が協力して、オリーブと地域の産物を生かした「オリーブふるさと品」の開発を行い、全国に向けて発信し、小豆島地場産業の活性化を図る。
93	中芸地区商工会 (高知県)	【魚梁瀬杉「ものづくり文化」創造プロジェクト】 日本三大美杉で名高い魚梁瀬杉の森林資源を活用し、当地域の基幹産業として見直し資源循環型産業を基盤とした単なる素材提供ではない付加価値創造(ものづくり産業)を目指す。試作段階から参画事業所とデザイナーが伴い取り組み、商品力を高め消費者にアピールする「商品物語」を創造する。将来的には、「太くて節のない木材が得られる」「特有の香りがある」「高級銘木として珍重される淡紅色を有する」「変化に富んだ杢目が見られる」などの特徴がある木材の活用により魚梁瀬杉をシンボルに木材産業の集積地としての確立を目指す。
94	中土佐町商工会 (高知県)	【土佐の一本釣りの町『かつお』まるごと商品開発プロジェクト】 高知県中土佐町は、土佐の一本釣りのまち。水産業、商業、観光業が町の中心産業である。本事業では、産地発の「かつおの町の新しいスローフードづくり」をテーマに、鰹を頭から骨までまるごと活用し、魚消費の次世代層を対称とした新しい料理を提案し、商品開発に取り組む。広報では、顔の見える情報発信を行い、ネット販売等と飲食店への食材供給で販路拡大を図る。この事業は、地元事業者の共同経営による企業組合が核となり、生産者、小規模事業者、専門家等と連携し、地域ビジネスの基盤づくりと拡大、生産者支援等を行う。
95	鞍手町商工会 (福岡県)	【「おいしいぶどう(巨峰)のまち くらて」ブランドの構築】 「おいしいぶどう(巨峰)のまち くらて」のブランドを構築し、知名度向上を図りながら、購買客を中心とした町外からの流入客数を増やし、地域経済の発展を図っていくものである。当面の事業の中心は「摘果ぶどう」を材料とした健康に役立つ商品群の開発・販売である。摘果ブドウを活用することは、廃棄していたものの活用ということで、エコという現代的なキーワードに込められている。さらに成分調査の結果、ポリフェノール含有量が成熟ブドウより多いことがわかったため、ヘルシー(健康)志向な都会の女性を中核ターゲットとした販売促進を展開して、他産地と差別化を図った展開を進めていく。
96	杷木町商工会 (福岡県)	【『筋肉温泉復活プロジェクト』～ツルへの恩返し～】 「原鶴温泉」は、かつて県内外に名が知れた温泉地であった。しかし平成8年11月に大分自動車道が全面開通したことで素通りの温泉地となってしまった。宿泊客は5年間で約10万人減少し、ピーク時28軒の旅館は22軒に、10軒あった土産物店は今ではたったの2軒である。このままでは日本の伝統文化で、筑後川の風物詩でもある鶴飼いが、この原鶴から消滅してしまう可能性も出てきた。ところが最近になって原鶴温泉の泉質にW美肌効果があることがわかり、フルーツの里との連携の可能性も生まれ、温泉地復活に向けての光が見えてきた。傷ついた鶴が水浴びをしている姿を漁師が見て温泉は発見された。原鶴温泉は鶴によって誕生した温泉。これからはお客様を鶴に例え、鶴への恩返し宣言にもつぎ、W美肌効果を前面に打ち出しながら、関連する商品開発を併行して進めるなど、原鶴温泉のブランド化の構築に努める。
97	東峰村商工会 (福岡県)	【小石原ボタリー(陶器)ブランド化事業～「小石原の食器棚」を全国に届けよう～】 国指定伝統工芸品である小石原焼は、昭和40年代の民芸ブームに端を発し、九州の民芸陶器の代名詞として広く知られるようになり現在に至っている。当初11軒から始まった窯元数も現在では50軒を超え、窯元への来訪客も年間70万人に及ぶ基幹産業となっている。 しかし、これまで従来の伝統産業の枠組みの中でしか製品づくりが展開されてきておらず、しかも各窯元が独自の販路による営業活動を行ってきたため、昨今においては消費者ニーズを掴みきれないまま売上が伸び悩み、販路拡大が出来ずに低迷を余儀なくされている。 本事業は、民芸運動において「用の美」と称された小石原焼の価値(技法・意匠)の再発見と集約を行い、現代の消費者が食卓に求める「製品開発」にリ・デザインし、さらに東京や大阪などの大消費地へのチャネル開拓を行うことで、小石原焼ブランドの確立を全国レベルで達成しようとするものである。
98	唐津上場商工会 (佐賀県)	【「唐津上場未来鉄道の旅・創生事業」～鉄道のない唐津上場エリアに携帯・ICロードをひこう～】 ■アムニースメント機能創生で観光客満足度を高めよう ～ふるさとケータイ情報発信、IT活用による販売促進、付加価値の創造、～①「食べる・泊まる・観る・遊ぶ」の都市圏観光客が欲しい情報をタイムリーに発信すると同時に、事業者が観光客へ「今」提供したいサービスを発信。②モバイルマーケティング：携帯電話をマーケティングツールとして活用。(都市圏観光客へ確実に低コストで情報発信)③呼び子の100万人観光客へ観光パリエーションの提供によりエリア内回遊を促す。④ポイントサービスを付与する事で観光客増加を図る。(ポイントラリー、QRコード)⑤農工商連携(観光商業、農業、漁業)等新たな付加価値の創造を図る。⑥近年急速に普及している携帯・ICカード社会への対応。
99	牛津芦刈商工会 (佐賀県)	【「ALLWAYS おぎの夕日」実現プロジェクト！スローライフ活動を通じた「子どもブランド構築」事業】 過去数年、小城市として「スローライフ」の掛け声の下、経済の復活と「質の高い美しいまち」作りに取り組んできたが、すべての活動が運動することなく、小さな活動で終わっているため、この度は、一連の活動を継続させるための「独自ブランド」構築が必要条件であると判断している。そのために、実績のある、「スローライフ」な街づくりのコンセプトを継承しつつ、スローライフの中でも特に「スローフード」に注力し、その視点から「子どもへの食育」という観点で、地元農産物を活用した「子どもブランド」商品の開発及びその構築を通じた、地域ブランドの確立を目指す。本事業は高い新規性及び独自性を持つと考え、地方発、産学官連携のブランド化戦略のモデルケースになりえようと考えている。
100	神埼市商工会 (佐賀県)	【伝統創造！食と歴史が織りなす「悠久の都ブランドづくり」事業】 神埼市は、国営吉野ヶ里歴史公園をはじめ、古代～中世～近世の歴史が重層する歴史文化の宝庫である。また、370年の伝統を誇り地域ブランド認定の神埼そうめんをはじめ、豊かな農海産物がある。食の安全安心が重視され本物が求められる今日、食と歴史文化を融合させ、悠久の時を体感できる新たな戦略的観光地づくりを目標に掲げる。
101	川副町商工会 (佐賀県)	【高級和食市場へ切り込み！「和チーズ」と「和タバスコ」開発事業～競争のない市場を開拓する・私たちの有明海ブルーオーシャン戦略】 全国展開可能な市場競争力の高い地域資源商品を提供する食品メーカーグループを川副町に作り上げる。今回の事業において当地を代表する「粕漬け」技術と「ゆず」という地域資源に焦点を当て商品の開発およびマーケティング活動を行う。高級和食市場にターゲットを絞り、料理人の意見・ニーズを製品開発および製品改良に反映させながら商品づくりを行う。一流の料理人との連携によるブランド化を最優先し販路拡大を行っていく。市場における競争優位性を高く維持していくために、市場の潜在ニーズを汲み取った「これまでにない商品づくり」を本事業の商品開発コンセプトに掲げ、これを「私たちのブルーオーシャン戦略」と名づける。この成功事例をもって域内地域資源の新製品化へ波及させ川副地区全体の製品開発力の底上げを行い、独自性のある地域資源商品を生み出すメーカー集積地として確立させたいと考えている。
102	白石町商工会 (佐賀県)	【たまねぎの町白石の挑戦・海拔0mからのバリューアップオニオン計画2008～農工商連携成功への道。都市流通対応型農産加工品事業プロジェクト第一弾～】 白石町は佐賀平野の中心に位置し、佐賀県きっての農業地域である。当地区は県産第一位のたまねぎ供給産地であり、「白石たまねぎ」は国産たまねぎの中でも美味しさ、品質ともに市場に高い評価を受けている。全国有数のたまねぎ産地である生産能力と、長年培い市場に評価されてきた品質、そして昨今注目度が増している「たまねぎの健康美容機能」を相乗的に活用し、都市流通を念頭に置いたたまねぎ加工品を開発し流通拡大を推進することで、白石たまねぎの知名度を向上させ、ひいては、レンコン、イチゴ、大豆など白石地区のその他の主要農産物にも良い影響が波及していくことを期待している。まずは、たまねぎに焦点を絞り、白石地区の農工商連携の道筋をつくりたいと願っている。

No.	事業実施者 (都道府県)	実施概要
103	五島市商工会 (長崎県)	【癒しと祈り・五島列島教会巡り―長崎の教会群とキリスト教関連遺産を活用した観光開発事業―】 五島市の主な産業は農業・漁業であるが、人口の過疎化等の進行と産業の低迷などにより地域活力は著しく衰退している。観光人口についても年々減少傾向にある。アイアンマンなど様々なイベントにより観光客の増大に努めているが、ターゲットを絞ったものや五島のイメージの創出には弱いものがあり、今後の観光交流人口増加対策には課題を残していた。離島のハンディはあるが、反面、まだ汚されない空間、癒しの空間が色濃く残している強みがある。 昨年「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」が世界遺産に暫定登録され、長崎県や五島市はそれに関するシンポジウムを開催するなど、その普及啓発に努めている。今までは、宗教との関係から、教会巡りを観光客誘致の柱とすることには、教会側の理解を得るのが難しい部分もあったが、巡礼あるいは癒しと言う視点での誘致について一定の理解を得られるようになった。五島には50の教会があり、その教会巡りは根強い人気がある。五島市の将来は交流人口の増加に頼る以外方法が見付からない。この事業をテコにして、教会巡りあるいは癒しをテーマとした観光客誘致を、教会を中心に据えて行うことにより、また、それに関連しての特産品開発により将来の発展を期したい。
104	七城町商工会 泗水町商工会 (熊本県)	【「湧水の郷・豊穡の大地」の“恵み”ブランド育成事業】 本事業は、豊かな湧水と米、メロン、牛乳等の農産物を利用して特産品開発を行い、地域ブランド化を目指すものである。新たな地域ブランドを冠した商品群に対する顧客の評価が、農業から商工業、観光へと地域経済に波及し、活性化していく姿を目指す。 そこで、単に土産品に留まる商品ではなく、より「お客様の視点」「販売先の視点」に立った商品開発を行うため、都市圏生活者参加型の地域ブランド開発を展開する。当地域の自然や文化等に深く関心を持つターゲットユーザーが商品開発に参加する地域ブランド開発モニター制度を発足させる。地域を知るモニターが後々には当該商品のメインユーザーとなり、そして地域ブランドを育む状況を創り出す。
105	南小国町商工会 (熊本県)	【農業生産者と観光産業の連携による南小国町エコブランド化支援事業】 南小国町では、九州屈指の人気の温泉地であり、町商工会と黒川温泉旅館協同組合、並びに行政や地域住民が一体となって、植林を行うなど自然景観をつくり、環境に配慮した温泉地としてのブランドをつくってきた。今後は更に地域生産者との連携による地産地消・ゴミ資源の有効活用など、持続可能な地域循環型産業の育成を目指し、「人にも環境にも優しい町＝南小国町・エコタウン」としてのイメージを確立していく。また、農業と観光産業が一体化して、地域の食資源を有効活用した新たな料理メニューや加工品の開発を行うことで、黒川温泉のみならず、各温泉旅館毎の付加価値高めると共に、南小国の食資源のブランド化も推進する。
106	小国町商工会 (熊本県)	【「小国ジャージー牛乳の里」づくり支援事業】 小国町は杖立温泉や、わいた温泉郷などの豊富な温泉資源を抱え、入り込み客数は年々増加傾向にある。しかし、観光客への土産として提供できる特産品が少なく、主産業である観光にいかにか繋げるかが、大きな課題である。また、全国的に有名なジャージー牛乳総集乳量の約15%は余剰乳として有効な活用が見出せておらず、余剰乳の活用が大きな課題となっている。本事業ではジャージー牛乳の余剰乳を活用した特産品の開発を推進することで、「ジャージー牛乳」のブランドを再認識させると共に、開発した商品を中心市街地の商店街や温泉旅館などで販売することで新たな「小国ブランド」を形成する。更に都市部の商業施設および民間企業と連携することにより、新たな地域経済を創出する。
107	南阿蘇村商工会 (熊本県)	【南阿蘇村産食材(農産物)ブランド化実践事業(仮称)】 農業者、商業者、観光業者などが参画する委員会を設置し、南阿蘇村の素材を活用する地域内の食文化(調理法)の検証を行い、委員会においてモニタリングし、村内に154店舗ある事業者(旅館業・飲食業)に対し、「お土産食品」「B級グルメ」の提案を行う。事業者は、独自の技を加味し地域内素材を使った料理を特産品として商品化する。商品化された料理等は委員会が作成するMAP等を媒体に福岡都市圏を中心にPRを行う。本事業を通じ、生産者(農業者)と事業者双方の情報が公開されることにより、域内の食材流通が活性化し、南阿蘇村らしい料理がブランイメージを高め、さらなる集客効果をもたらす。
108	御船町商工会 (熊本県)	【御船町地域資源掘り起こし活用事業】 当町は海運の要衝として発展し、歴史的な史跡や名所が点在するものの、系統的な整備がなされておらず、観光入り込み数は横ばいを続けている。更に近隣大型店の新設や増床計画、国道の整備に伴う町外資本の導入も計画されている中で、当町が単なる通過地になってしまう懸念がある。平成19年度には2年の準備を経て、県町の補助を頂き『まちの駅』事業を実施した。今回の事業で『まちの駅』としての情報発信の基礎となる地域資源を体系的に整理すると共に、新しい視点で再発見することにより、御船町の観光を振興する。
109	山江村商工会 (熊本県)	【「九州山江村」の宝物ブランド化プロジェクト～やま栗ブランドの復活を目指して～】 熊本県球磨郡山江村では、過疎高齢が進み今後地域活力の脆弱化が懸念される現状を踏まえ、農業・商工業・観光の連携による「九州山江村」の宝物ブランド化を進める。 山江村の宝物は、美しい自然資源をはじめ、この地で育まれる安全・安心な農産物や明るく人情に厚い村民たちである。このような村の宝を積極的に活用し「九州の山江村」として全国に発信し、村の経済活動の活性化を目指す。一方、本村で展開されているグリーンツーリズム活動と協働することで、「九州の山江村」を全国に発信していく仕組みづくりに努める。
110	杵築市商工会 (大分県)	【千三百年の感謝を受け継ぐ九州唯一のどぶろく(祭り)の里づくり事業】 平成の大合併により新杵築市となったが、旧大田村では和銅3年(710年)から約1300年続く「どぶろく祭り」が毎年開催され、わずか1,700人余りの小さな集落に30,000人の参拝者が訪れる。特区以外で昔から「どぶろく」づくりが行われているのは、岐阜県白川郷と旧大田村の2箇所だけである。 西暦2010年には1,300年を向かえることになり、多くの参拝者に訪れてもらえるように、PR活動を行うと共に、地域の特産品開発に取り組み、全国的に通用する商品開発を行う。こうした1,300年祭の取組みにより、地域を多くの人々に周知することで、継続的な観光振興、特産品販売を中心とした産業振興により地域活性化を図る。
111	豊後大野市商工会 (大分県)	【紙粘土人形が伝える農村ツーリズム】 緒方町の故・後藤絹さんの手づくりによる約300点の紙粘土細工には、米作を中心にした農作業や伝統行事に興じる子どもたち、家族総出の餅つき、草屋根や水路の修復作業などの昭和初期の農村の風俗・風習が忠実に表現されており、時代の様子が海明に記録されている。また、豊後大野市では、地域に残る豊かな自然環境、農村の暮らし、景観、伝統行事などの文化、郷土料理などを地域資源として活用した新しいツーリズム「ライブ・ツーリズム」の推進をテーマとしている。紙粘土細工には、地域として飽和した時代を生き抜くためのヒントや、これから求められる姿が存分に詰まっており、これらを具現化することで「ライブ・ツーリズム」の推進が図られるものと考え、紙粘土細工作品の冊子制作や展示、体験交流プログラムの開発及び食の開発を行う。
112	香々地町商工会 (大分県)	【着地型観光商品と特産品の開発による香々地ツーリズムの推進】 風光明媚なりアス式海岸を持つ海辺のまちとしての香々地は、海・山・温泉などの観光資源がコンパクトに詰まった地域である。また地域おこしグループを数多く持つ住民の結束力の強い地域性を持っている。地域に対する「人の想い」と「豊富な固有の地域資源」を有機的に結び付け、固有のライフスタイルの提案をはかるべく、観光のまちづくりの推進組織と地域住民によるワークショップを実施し、JTBと協同したプロモーションを展開することで、香々地ブランド創出の為に、新しいツーリズムコンセプトを持った観光コースを構築する。さらに、地域産品を活用した特産品の開発と試験販売を実施し、香々地のイメージの確立と浸透を推進したい。また、これらの取組みにおいては、広く市民参加の場づくりを行い、地域の活力創造につなげたい。本事業の取組みによって、交流人口や滞在時間の増大を通じ地元商工業者に対する経済的な波及効果も高めていきたい。
113	姫島村商工会 (大分県)	【「姫島車えび」等を活用した新商品開発プロジェクト】 塩田跡地でまるまる大きく育った車えびは、「姫島車えび」として全国区となり、村の活性化のシンボルとなっている。その養殖施設では「姫島車えび」のブランド維持と、良質の車えびの安定供給ため、間引き作業を行っており、活えびの贈答用を中心とする高価販売に対し、それらは冷凍保存され、安価な商品として島内のみで販売、消費されている。そこで間引きしたえびを活用し、加工という付加価値を施すことで、新たな島の特産品として全国展開を行い、新たな島の経済効果の創出を図る。さらに姫島村をPRするための商材としても活用していく。また、これら商品化の取り組みは、地域住民が主体となって行い、将来的には島民による自立継続した取り組みとなることを目指す。

No.	事業実施者 (都道府県)	実施概要
114	綾町商工会 (宮崎県)	【こだわり綾の新商品開発と都市圏市場への販路開拓】 綾町は、共生と循環の思想を基調として有機農業の推進や照葉樹林の保全、観光振興等を進め、農業や工芸を目指す転入者を生み、過疎地域指定からの脱却や人口維持につなげてきている。こうした転入者を生む背景には、モノの豊かさや都市の利便性のみでは計れない、その地に生きる価値観が存在すると考えられる。当事業は、都市圏のバイヤー等と上記綾町の基本姿勢を共有し、モニターツアー形式の顔の見える関係で共同し、素材から製法、商品パッケージまでこだわった新商品開発及び販路拡大に取り組む。スタートは加工食品を核に展開するが、工芸品等をセットしたギフト販売も視野に入れ、将来的には都市圏店舗での「綾コーナー」の設置や消費者との交流拡大、ひいては綾町経済の発展を目指す。
115	川南町商工会 (宮崎県)	【軽トラ市を全国へ！ トロントロン軽トラ市観光展開事業】 川南町には、トロントロン軽トラ市、イルミネーション事業、モーツアルト音楽祭など、町の活性化を目的とした、県内を中心とした観光客が訪れる催しは数多くあるが、全国的な観光地としては、認知、位置づけはされていない。日本の3大開拓地といわれる川南町は、歴史的建造物や伝統的な催し等は少なく、商工業をはじめ、農業や漁業などすべての産業が整い、県内町村では町の元気さではトップクラスであるが、観光においては、観光資源は豊富であるものこれまで特段の取組みがなされていない。この第1ステップとして、トロントロン軽トラ市を全国的な観光スポットとして、さらに軽トラ市を核として町の観光ネットワークの確立を目指す。
116	諸塚村商工会 (宮崎県)	【宮崎「もろつか」山里ブランド開発 山村から全国展開プロジェクト】 本村はその地形条件等の要因により産業構造の主体を農林業が担っており、また人や物における交流・物流が非常に困難なインフラ状況は観光客等の入込み客数も減少の一途を辿るなど大きな障害となっている。そのような中、「生産(農林業)」、「加工(製造業)」、「販売(商業)」の3つの生業の連携を目指す特産品を活かした資源開発に本村の生き残りを図ろうとする。主体となるのは村内6つの製造加工グループである。本事業で意識する東京市場への展開は、既存商品のリニューアル、新商品開発の機会を得て各事業者の大きな活力となることが期待され、引いては地域全体の産業振興に大きく貢献しうること狙いとする。当該事業遂行に当たっては村役場との綿密な連携が約束されている。
117	あまみ商工会 (鹿児島県)	【皆既日食カウントダウン・アクティブアイランド事業】 当地では、平成21年7月に今世紀最大級の皆既日食が観測できる。この時期は、世界中のフリークが押し寄せる状況にあり宿泊予約はすでに満員である。県・市ではこれを活用しカウントダウン事業を検討するなど、観光振興を図る二度とない機会となっている。また、当地は、亜熱帯気候のもと、海、山の自然はもとより、これを背景としたスポーツが年齢層にかかわらず支持されている。こうしたことから、スポーツを中心としたアクティブメニューを再構築し、東京のスポーツ好きが集まる店舗等と連携(予定)し、ターゲットを絞ったキャンペーンを行い継続的に誘客する仕組みを構築する。
118	屋久島町商工会 (鹿児島県)	【古代屋久杉をまとう！ ～世界遺産屋久島の素材と伝統でファッション市場に挑戦】 世界遺産に指定される屋久島の自然は、多くの人々の関心を集め、観光客数も、ここ数年増加傾向にある。しかし観光消費は特産品開発の遅れ等の要因により期待ほど増加しておらず、さらに少子・高齢化の進展に伴い経済活力は低下しつつある。こうした状況に対応するため、屋久島のもつ独自性の高い素材、屋久島を持つストーリーやイメージを活用した新たな価値の創造に取り組む。固有の技術や素材に、屋久島を持つ神秘的なイメージ等を活用し、トレンドの先端を把握しているデザイナーや流通業者との連携により、市場に受け入れられる製品の開発を行っていきたい。
119	与論町商工会 (鹿児島県)	【美容観光プログラム「与論式エステ」の開発と実験的提供】 「美容の提供」をテーマとして、当町の持つ資源を活用した観光プログラムを開発し、新たな顧客層の開拓を図る。町の掲げる目標である年間入込み客数10万人に貢献したい。
120	国頭村商工会 (沖縄県)	【クイナの里「TREASURE」プロジェクト】 本村は、沖縄本島最北端に位置し国内でも生物の多様性が高く、世界的にも重要な地域として注目を浴びている亜熱帯地で、平成19年度に沖縄県で唯一の森林セラピーの認定を受け、現在協議会が設立されこれらのプログラムを開発中である。そのプログラムを活用し宿泊事業等々のガイドとしての「人材育成」と情報発信による滞在型入客を推進する。更に、豊かな自然を活用し「癒し」又ヤンバルの大自然は薬草の宝庫、県民の水がめ、希少種の生殖地として「宝」をキーワードに環境学習等を含めたツーリズム、特色ある特産品開発と同時に、現在、行政を中心に取組んでいるスポーツを通じた交流人口の推進を図る。また、観光と特産品の一体化を目指し、新たな特産品開発として、イノブタ生産協議会が設立されイノブタ生産に取組んでいる。また、パパイヤの酵素に着目しパパイヤの加工品開発。露地栽培では日本一早く茶摘みができる「おくみどり茶」を活用した新たな製品開発に取り組み、これらの新規産業と雇用の創出を図り、持続可能な地域活性化を目指す。
121	伊江村商工会 (沖縄県)	【全国に羽ばたけ！ 伊江島産シモン合鴨(仮称)】 地域産業の低迷が続く中で、地域の新規産業育成と雇用促進の為に、地域ぐるみで支援していく。機能性食品で知られているシモン羊やツルナを飼料に配合し、50日前後の若鳥肥育日数を条件にしている。肥育、飼料、解体、パッキング状態など全て情報公開し、食の安全を訴えながら地産地消も推進する。昨年度はJapanブランド育成支援事業(戦略策定事業)で事業戦略をまとめた。この事業方針と販売計画を基に、まずは国内ブランド化することを目的としている。
122	久米島商工会 (沖縄県)	【食物アレルギー対応型 観光事業】久米島では、観光産業の長期停滞を打開するため、「久米島しか提供できない」特殊ニーズ対応の旅行商品群を取り揃えることを、中長期の目標としている。これにより、魅力的で明確な久米島訪問理由を創出する。第1弾として、最も難易度が高い「食物アレルギー対応」旅行商品を事業化する。従来より久米島には、沖縄の離島ならではの気候・自然環境など、食物アレルギー対応に適した地域資源があり、これに除去食を提供するノウハウが加われば、他地域では出来ない食物アレルギー対応が可能になる素地があった。昨年度、全国初の取り組みとして、食事対応・顧客対応を中心とした、食物アレルギー対応ノウハウを、地域ぐるみで培ってきた。今年度は、その素地を活かした「食物アレルギー対応」旅行商品の開発に取り組む。