

平成21年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」
 本体事業 採択案件一覧(商工会議所分)

No.	実施事業者 (都道府県)	事業概要
1	札幌商工会議所 (北海道)	【ライス 愛すプロジェクト】 豊かな自然環境で生産される安全な北海道米の普及促進を目的として、大消費地札幌に集積する優れた食品加工技術を活かした米粉製品の開発を実施する。これらを首都圏の展示会などでPRすると共に、生産現場の体験ツアーを実施し、消費者理解を深める。
2	留萌商工会議所 (北海道)	【水産品と農産物を融合させた特産品開発による地域ブランド形成事業】 自前調達できるメリットがある留萌の地域資源であるエビ、サケ、ホッケ(水産品)と漬物、小麦粉、米粉(農産品)を活用し、健康志向、簡便嗜好の消費者ニーズに沿った安全・安心の独自商品・エコ商品を開発してブランド商品に育てあげ、地域経済の活性化、安定化の糸口を開く。
3	網走商工会議所 (北海道)	【網走産イチゴを活用した商品開発事業】 地域資源としてイチゴを活用した商品づくりを行うことで、生産者と小規模事業者らをつなげる農商工連携を率先する。持続的な事業とするため生産体制の構築、販路開拓などに努め、物産展などを通して広く全国にPRする。
4	富良野商工会議所 (北海道)	【フラディッシュブランド商品開発事業】 富良野市の地域資源である農畜産物を活用し、「総菜」として新たな商品開発を行い「フラディッシュブランド」として構築し、このブランドを他のブランドと一緒に富良野の統一ブランドとして「フラノ・マルシェ」の運営を目標に中心市街地の賑わいの再生を行う。
5	千歳商工会議所 (北海道)	【ハーベスト・ステイ・プログラム推進事業】 新千歳空港周辺に点在する酪農業体験施設の情報発信と受入環境整備を目的に、地域の関係機関団体が連携する体系づくりと、教育旅行をはじめとする滞在型観光の推進を目指し本事業を実施する。
6	恵庭商工会議所 (北海道)	【えにわ農産物と観光資源を活用した「えにわブランド」開発事業】 恵庭市特産の農産物を利用した恵庭ブランドの新商品・新メニューを開発。花のまち恵庭のガーデニング産業・観光資源を活用し来道客の集客PRを行い、通過型都市からの脱却を図る。
7	弘前商工会議所 (青森県)	【弘前地域資源「木材加工ブランド化戦略」プロジェクト】 弘前地域は、白神山地等森林資源が豊富であり、材料供給地であるが昨今は安価な外材に押されている。特に杉は豊富であり、ヒバやブナをはじめ針葉樹・広葉樹ともに出荷している。この資源の高付加価値化を図り空間デザインを提案する。
8	十和田商工会議所 (青森県)	【全国対応！十和田市民観光ガイド認定制度確立事業】 市内の地域観光資源を発掘・整理したテキストを作成し、それに基づく「(仮称)十和田市民観光ガイド」の認定制度を確立する。なお、東北新幹線が延伸される平成22年12月までに全国からのお客様に対応できる100名の認定を目指す。
9	盛岡商工会議所 (岩手県)	【盛岡市産アロニアを活用した商品開発プロジェクト】 盛岡市の新たなブランド農産物の創出と今後の地域内における農商工連携機運を促進するため、アントシアニンやβカロチンの含有量が多いことから、近年その機能性が注目されているアロニア(果実)を活用した商品開発、販路開拓等を実施する。
10	花巻商工会議所 (岩手県)	【花巻地産率100%“もっさりカレー”(仮称)の開発と地域ブランド化】 生産量日本一の雑穀に代表される豊富な食材を活用した花巻特有のカレー商品を開発し、新たなビジネスモデル構築と、農工商連携型第6次産業の形成を図り、地域ブランド化や全国展開を目指した取組へ展開する。
11	塩釜商工会議所 (宮城県)	【～塩・海 あらたな船出～ しおがまるネッサンス 塩釜資源活性化推進プロジェクト】 「塩・海」の資源を利活用し、塩釜ならではの、島々を巡り島民との交流を通し島の生活や海との関わりを体験できる海遊観光モデルを開発し、併せて特産品(郷土料理・水産加工品開発等)や民芸品(お土産品)を結びつけ全国展開を図る。
12	米沢商工会議所 (山形県)	【心に触れる新たな滞在型観光『米沢おかえりプロジェクト』】 観光プロモーションやPRによる量的・短期的な誘客から脱却し、地元人の心や技・味等の本質にふれ、地域のよさを再認識していただく、交流を通じた滞在型・居住型の新たな観光形態へのチャレンジを行う。

No.	実施事業者 (都道府県)	事業概要
13	加茂商工会議所 (新潟県)	【新名物『マカロニ料理』開発事業】 加茂市は「マカロニ」国産製造発祥の地と言われ、大正初期頃から製造され海外へ輸出されていた。この「製造発祥の地」を地域資源として、マカロニ料理を加茂の新名物として開発し、全国PRするとともに、加茂で生産された米(米粉)を原材料としたマカロニ製造の研究に取り組む。
14	小松商工会議所 (石川県)	【「新・食紀行南加賀」～育て、学べ、遊べ～】 低迷を続ける当地の旅館・観光業界の底上げのため、新たなリピーターが多く見込める親子農業体験型観光メニューを開発する。また、宿泊施設、地元企業などを媒体にした、地場産品の通信販売なども試行し、当地来訪への動機付けとする。
15	輪島商工会議所 (石川県)	【寿司で伝える輪島の心と技 ～輪島の寿司PR発信事業～】 輪島は、いわし寿司、なれ寿司、そば寿司等地域独特の物や一般的な寿司まで多岐に渡り寿司文化が根付いている。さらに、米、塩、醤油、新鮮魚介類等の良質素材を豊富に仕入れることができ、伝統工芸品の輪島塗や酒蔵の歴史もある。これらを市内に点在する寿司屋を介しPRする。
16	珠洲商工会議所 (石川県)	【地元食材を使った漬物特産品開発事業】 日本3大魚醤(いしる)があり、天然塩、味噌、酒粕、いしるなど調味料も豊富な土地柄。これらの調味料と、海、里、山の数々の恵まれた産品を使って、健康に配慮した食をテーマにした漬物の特産品開発に取組み、コミュニティービジネスを図ることで地域の産業化を育てて行きたい。
17	長野商工会議所 (長野県)	【信州おやきブランド化事業】 地元産の食材でつくった地産おやきなど「付加価値」をつけた新商品の開発、また歴史的背景や製法などおやきの「物語」を紹介しておやきのブランドを再構築し、おやき店巡りツアーなどを提案して伝統的食文化を観光資源に転化させる。
18	飯田商工会議所 (長野県)	【南信州ブランド開発事業(南信州版朝食ライフスタイルの提案と朝食体験型観光開発)】 南信州版朝食ライフスタイルの提案、地域資源活用型朝食普及事業の実践により、産地と生活者連携による新観光モデルの創出と南信州朝食応援団ネットワークの構築を図りたい。そして地域内農商工連携強化と中京圏、首都圏市場開拓による外貨獲得戦略を構築する。
19	岡谷商工会議所 (長野県)	【おかや産業観光ツアーものづくり体験特産品開発推進プロジェクト(仮)】 岡谷は、精密機械製造業等の分野で高い技術力を有し、産業集積の進んだ地域である。最近子供達のものづくり離れが叫ばれている中で、ものづくり体験のできる特産品を製品化するために市内事業者の技術力を結集して特産品の開発事業を展開する。
20	諏訪商工会議所 (長野県)	【すわ「通」リズム(すわツーリズム)宣言！ 事業】 H18より当所が調整役となりスタートした2市1町の観光振興事業の集大成の年。地域の官民一体となった「地域総力戦」体制で、エリアの持つ課題を整理、解決し、ニューツーリズムへの脱却宣言“すわ「通」リズム”宣言を行う。
21	下諏訪商工会議所 (長野県)	【世界に一つだけのオルゴール開発事業】 認定地域資源であるオルゴールを集中的に支援し、地域資源と併せた新商品開発を行うことにより、観光を含めた地域おこしを図る。また、全国の地域資源活用を図っている商工会議所・商工会との連携を密にし、各地で行っている地域資源とのコラボ商品の開発を進める。
22	茅野商工会議所 (長野県)	【日本最長ハケ岳山麓スーパートレイル(200km)整備事業】 ハケ岳山麓に点在する地域資源(歴史・文化・伝統・食)を広域連携(12市町村)によるトレイル整備で繋ぐことにより、各人のライフスタイルに合ったメニュー開発、体験ができる新しい「歩く旅」を提案し、観光業の活性化を目指す。
23	佐久商工会議所 (長野県)	【健康ブランド構築に基づく都市宣言と健康旅行プログラム開発事業】 国内No.1となった「長寿」を戦略的に活用すべく健康ブランド「佐久」を確立し、新たな健康観光事業モデルを創出する。この健康観光サービスにより、対外的に優位性のある地域資源を活用しながら観光事業者はもとより多くの地元産産業を巻き込み、地元産産業全体を活性化させる。
24	足利商工会議所 (栃木県)	【「足利大陶器まつり」観て・学んで・体験して・楽しむ観光プロジェクト】 史跡足利学校(世界遺産暫定候補申請)を中心に「まちじゅう学校」(論語学校・足利の歴史塾など)を開校し、足利秋の観光イベントとして、郊外観光施設の栗田美術館(日本一の足利三名所)との連携による「足利大陶器まつり」と農商工連携活用の「足利農産市」との共同開催により、足利の魅力を観て、学んで、体験する戦略的な観光振興を推進し、戦略的な全国展開を図る。

No.	実施事業者 (都道府県)	事業概要
25	千葉商工会議所 (千葉県)	【千葉市ほかを舞台としたコンテンツ活用、ニューツーリズム・プロジェクト】 コンテンツツーリズム＝地域にコンテンツを通して地域固有の雰囲気・イメージに「物語性、テーマ性」を付加させ観光資源として具現化させる。①ユニークな新しい観光ルートの発掘②地元FM局を使いリスナーを巻き込んだ「新千葉観光ルート」の構築・訴求を創出する。
26	沼津商工会議所 (静岡県)	【「さあ来い、ハリウッド！大作戦」ロケでまちが元気になるプロジェクト】 過去8年間で160本の映像作品誘致を実現した地元NPO組織の企画運営力を活用し、沼津御用邸、沼津港魚河岸をはじめとする地域資源を掘り起こし、より観光振興に貢献しうる映像制作者を誘致すべく「ロケーション情報ライブラリー」を構築し、新たな産業観光ルートを開発する。
27	富士宮商工会議所 (静岡県)	【牛と草原と富士山と…地域内連携で作る朝霧高原ブランド事業】 人と地域資源の連携により「朝霧高原ブランド」を構築。「富士宮やきそば」のブランド力との相乗効果から既存の産業を押し上げ、新たな産業を立ち上げるまちの総合力を作り出す。
28	岐阜商工会議所 (岐阜県)	【古の川湊「川原町」の歴史的景観を活かしたにぎわい創出によるまちおこし観光推進事業】 川原町は戦国時代より川湊として栄え、岐阜市の基礎となった地である。周囲には長良川・岐阜城・岐阜大仏などの観光地がある。それらと連携するとともに、定期的にイベントを開催するまちおこしを推進し、全国から観光客を誘致する。
29	大垣商工会議所 (岐阜県)	【『ものづくりとITの拠点』西美濃地域産業観光促進事業】 西美濃地域は、東海道・中山道・美濃路・伊勢街道など、交通の要衝として栄えてきました。地域の魅力をさらに引き出すため、産・官・学・民が協力し、観光地と地域の事業所とが連携して大垣の産業・観光ルートのPR活動を行い、地域の魅力を周知しながら全国からの集客を積極的に推進する。
30	多治見商工会議所 (岐阜県)	【環境配慮型タイルの販路開拓と地場産業の活性化】 都市・地球温暖化対策の打開策として、多治見商工会議所を中心に、産学官によってタイルに太陽熱反射機能を付加する商品の開発が当面最善である。開発商品を温暖化緩和、省エネルギー、人材育成等に貢献する地域産業活性化に繋げていく。
31	可児商工会議所 (岐阜県)	【特産里芋・新規里芋焼酎等開発、歴史文化を結びモニタリング】 地域力は地域顕在力・地域潜在力の発見・開発による地域情報発信。地域格差・少子高齢化、地域を過疎化させてはならない。地域振興・地域おこし。地域の宝・特産品里芋焼酎等開発。歴史文化を線で結びモニタリングする。
32	一宮商工会議所 (愛知県)	【一宮モーニングプロジェクト】 一宮市で長年にわたって育まれた全国でも類を見ない食文化を多くの人に再認識していただくこと。さらに、一宮モーニング博覧会の成功をきっかけに、『一宮＝モーニングのまち』というイメージを固め、知名度アップと活性化に資する。
33	蒲郡商工会議所 (愛知県)	【ECHO TOURISM in 三河湾 プロジェクト】 三河湾エリア周辺の地域資源を広域的展開し交流人口の増加に取り組む。キャッチフレーズは環境 (Ecological) の共同による (Cooperated) 主体的な (Our Original)、健康的 (Healthy) ツーリズム (Tourism) [エコツーリズム]。
34	常滑商工会議所 (愛知県)	【2009常滑発、知多半島ゲートウェイ(入口出口)プロジェクト】 知多半島観光のゲートウェイとして常滑の環境整備と認知促進を図る。①やきもの散歩道と中部国際空港の連携②常滑の新しい観光資源の開発③モニターツアー実施④散歩道限定弁当の開発⑤散歩道内観知多半島光案内所の試行
35	伊勢商工会議所 (三重県)	【外宮さんにちなんだ「どんぶり」を創ろう！】 天照大御神のお食事を司る外宮さん(豊受大神宮)は食の神様であり、その神話から日本人の食の原点とも言える「米」とそれを基本として利用する「どんぶり」に注目し、「食の聖地・伊勢」として新しい地域ブランドイメージを確立する。
36	熊野商工会議所 (三重県)	【世界遺産を結ぶ旧街道の復活事業による観光開発】 世界遺産を結ぶ旧街道(木本古道)を整備、復活させ、観光客が散策や買い物、憩いができるようバランスよく商店が配置され、昔懐かしさが彷彿されるような商店街作りを目指し観光開発の拠点となりえる商店街の形成を目指す。
37	鯖江商工会議所 (福井県)	【鯖江ブランド創造発信事業】 眼鏡・繊維・漆器を中心にものづくり産地として発展してきた鯖江の伝統や歴史、精神(スピリッツ)そして技術を融合させ、新たな生活シーンを提案する商品(SABAE Style)を創作し、鯖江ブランドとして情報発信していく。

No.	実施事業者 (都道府県)	事業概要
38	大阪商工会議所 (大阪府)	【「水の都・大阪」の“食”を楽しむ～「上質の大阪」ブランド発信による観光振興】 「水の都・大阪」が、“天下の台所”として江戸時代から育んできた「食」の多様な魅力を発掘・体験する観光商品を開発するとともに、全国初の常設川床「大阪川床」などの新たな風物詩づくりや料理人の独立支援を通じた繁華街の再生など、“上質の大阪”ブランド発信をめざす。
39	和泉商工会議所 (大阪府)	【和泉市「人造真珠硝子細貨」におけるサイクル型新定番商品づくりおよび流通・販売体制構築事業】 平成20年度に実施した全国展開プロジェクト調査研究事業結果から、和泉の伝統産業である人造真珠硝子細貨を全国展開するために、人造真珠硝子細貨の新たな「定番商品」の開発と、それを風化させないための「流通・販売体制」の構築を目的に事業を展開する。
40	神戸商工会議所 (兵庫県)	【デザイン都市・神戸 活性化事業】 これまで神戸で実施してきた「デザインを活かしたまちづくり」を推進し、観光客が街の魅力そのものを肌で体感できる街づくりを目指すきっかけづくりとして、コンベンションや地場産業の振興イベントを行う。
41	姫路商工会議所 (兵庫県)	【農商工が連携した姫路産砂糖復活による特産品(菓子)開発】 菓子関係業者・農業関係者・研究機関等・地域住民が有機的に連携し、地元産さとうきび(竹糖等)から製糖する姫路産砂糖を用いて、姫路城と並ぶ特産品(菓子)の開発を行う。
42	洲本商工会議所 (兵庫県)	【御食国プロジェクト ～ 彩食兼美・淡路島 ～】 本事業は淡路島ならではの『御食国(みけつくに)』をテーマに多彩な食材を用いた新たな観光資源づくりを行うことを目的とする。同時に、体験型交流ツーリズムの確立に努め、全国的な観光PRを推進ものとする。
43	田辺商工会議所 (和歌山県)	【紀州梅のまち田辺・農商工連携「田辺サンド」開発事業】 地元農業者と商工業者が連携し、日本一の梅を活用し、地域の新たな名物サンドイッチを開発する。複数の事業者が一定のテーマで商品・サービスを開発・提供し、地域をあげた展開を図る。全国的なブランド「紀州梅」を有するまちとして、田辺市のイメージづくりを目指す。
44	岡山商工会議所 (岡山県)	【「フルーツパフェの街おかやま」ブランド開発と全国PR事業】 岡山県産の旬の果物(地域資源)を活用した独創性あるフルーツパフェを、岡山市内の多くの店に作って販売してもらうことで、食べ歩きや集積地としての魅力を作り出していく「フルーツパフェの街おかやま」ブランドを開発して全国に発信していく。
45	倉敷商工会議所 (岡山県)	【「倉敷レシピ」の開発と地域ブランド力強化事業】 地元食材等をベースにして、国内有数のプロの料理人技術を活用した「倉敷レシピ」を開発し、地域の定番メニュー化することによって、地産地消の促進と集客交流人口を増加させ地域経済の活性化を目的としている。
46	笠岡商工会議所 (岡山県)	【「ラーメンのまち笠岡」全国展開プロジェクト】 地域の食文化である笠岡ラーメン(煮鶏・トリガラスープ)を核とし、ラーメンの歴史やバリエーションを前面に打ち出した「ラーメンのまち笠岡」を情報発信し、新たな全国区の食エリアとして確立させ、飲食・観光での新規入込客を創出する。
47	高梁商工会議所 (岡山県)	【備中高梁ブランド開発・販促推進事業】 多種・多様で美味しい高梁の農産物を活用した特産品を開発し、備中高梁ブランドとし、農商連携で農産物も含めセットで販売を促進し、農業・商業の一体的振興を図る。過疎化により市内での消費規模が縮小しており、交流人口の増大による消費者拡大と大消費地での販売を促進する。
48	新見商工会議所 (岡山県)	【日本最古の蔓牛「竹の谷蔓」の系統「千屋牛物語」ブランド戦略】 「千屋牛のブランド化」という統一目標に向けて行政と会議所が連携を取り、お互いの役割分担を明確にしながら推進する。本事業では「千屋牛物語」として新商品の開発に取り組み、地域に点在する観光資源をつなぐためのツールとする。
49	広島商工会議所 (広島県)	【「路面電車」を活用した滞在型・都市型観光による観光関連産業振興事業】 地域資源コーディネート活動支援事業(H20年)で研究した路面電車を活用したテーマに、広島ならではの「食」文化を加味した滞在型商品を開発するとともに、路面電車そのものの機能を活用した商品の実証実験を通じ、広島市の観光産業における課題の解決を図る。
50	下関商工会議所 (山口県)	【「語り部」下関物語創作プロジェクト】 市内広域観光の現状把握(調査)と観光知識の共有化(テキスト作成)を通じ、効果的な観光ガイドシステムの構築を図る。また、地域の住民(観光ガイド「語り部」)が相互連携のもと、自らの創意工夫により地域資源を活かしたツアー(下関物語)を創作する。

No.	実施事業者 (都道府県)	事業概要
51	萩商工会議所 (山口県)	【頑張れ！萩の金太郎プロジェクト】 全国トップクラスの産地でありながら、産品としては未開発の地域資源「萩の金太郎」を、関係団体が一体となって、新規加工商材の開発などブランド化に向けた具体的施策を講じ、5年後の生産者魚価を現状の35%アップとする。
52	柳井商工会議所 (山口県)	【柳井地域で生産される「自然薯」を用いた特産品開発事業】 地域としてアピールできる「食」の開発は未だ手つかずの状況といえる中で、“自然薯栽培の発祥の地”としての地域資源を活用した「自然薯の料理開発」をもって、生産者、加工業者、販売・サービス業者が互いの資源を活かしつつ地域の活性化を図る農商工連携による自然薯料理メニューを開発する。
53	松山商工会議所 (愛媛県)	【松山市特産の中晩柑かんきつ等を活用した特産品開発プロジェクト】 松山市が全国でも有数の生産を誇る中晩柑かんきつ(伊予柑)等を原材料とした、フルーツソース並びに通年で多用途に使用できる濃縮ジュース、ピューレ及びパウダーを新たに開発することにより、農商工連携の促進を図り地域経済の活性化と新たな雇用機会の創出を目指す。
54	伊予商工会議所 (愛媛県)	【伊予市特産「びわ」及び「びわ葉茶」を活用した特産品開発プロジェクト】 「農商工官学」連携を促進し、品質・味ともに全国ブランドである伊予市特産「唐川びわ」の規格外品や、生産者が製造・販売している「びわ葉茶」の活用による特産品開発等に取り組み、地域経済の活性化を目指す。
55	北九州商工会議所 (福岡県)	【長崎街道：シュガーロードプロジェクトによる地域振興と地域ブランドの推進】 長崎街道は江戸時代、オランダから輸入した砂糖、お菓子を運ぶルートだったこともあり、街道沿いの宿場町には飯塚、小倉といった菓子製造業が立地した。このような伝統・文化に基づく地域の振興と関連産業の育成を図るため、長崎街道シュガーロードプロジェクトを実施する。
56	大牟田商工会議所 (福岡県)	【大牟田の農産物を活用した地域ブランド創出事業】 知名度はないが優れた農産物や加工品を活かし、新感覚特産品の開発を行うと共に、売り込みのためのツールを作成し、地域特産品の全国展開への素地づくりとする。
57	大川商工会議所 (福岡県)	【食と木のコラボレーション事業】 木が身近にある食生活のライフスタイル提案＝木を使った食関連のグッズ、玩具等の開発および地域食材を活用した郷土食の開発とメニュー化。この「木」と「食」のコラボレーションにより、食卓シーンの生活提案を行う。
58	筑後商工会議所 (福岡県)	【船小屋温泉郷再生プロジェクト事業】 九州新幹線鹿児島ルート「筑後船小屋駅」の開業に向け船小屋温泉郷の観光ブランド化を図る。①船小屋鉱泉(高濃度炭酸泉)を加温する技術の確立。②加温した高濃度炭酸泉の治療的効果の実証。
59	伊万里商工会議所 (佐賀県)	【伊万里名物プロジェクト・伊万里牛や梅などの農産物加工食品開発】 伊万里を代表する特産品として、国産和牛で高品質を誇る「伊万里牛」があり、また佐賀県内で最大の耕作面積を持つ梅やねぎ等がある。これらの農産物を加工して新たな伊万里名物の特産品(例えば高級ふりかけ等)となる新商品開発を行う。
60	長崎商工会議所 (長崎県)	【携帯電話による音声観光ガイド「聴かんネ」実用化事業】 NHK大河ドラマ「龍馬伝」の放送を機に、携帯電話を利用した観光名所の音声案内サービスシステムを構築することにより、若年層(20～30歳代)の観光客の取り込みと観光地サービスの強化に加えて、地域観光振興のツールとして普及を図る。
61	玉名商工会議所 (熊本県)	【玉名ブランド確立プロジェクト～玉名ブランド提供の仕組みづくりと商品磨き上げ】 玉名ブランドを商品として磨き上げ、「売れる」ものとして仕上げる。また、これを全国に発信するとともに地元での提供の仕組みを作り観光業と一体となった地域振興を図る。
62	豊後高田商工会議所 (大分県)	【産業連携による昭和の町を「ハレの場」とした特産品プロジェクト】 農・商・工・観の産業連携により、本地域ならではの特産品開発とその特産品を地域ブランドとして認定制度を確立し、年間36万人を超す観光客が来訪する「昭和の町」商店街でショールーム機能を展開する。
63	宮崎商工会議所 (宮崎県)	【～温暖な気候を生かした～「まるごとブーゲン青島再勢】 市民と行政の協働による青島地域活性化基本構想のブーゲンロードプロジェクトの推進を核に、神話、歌碑が伝える文化、漁港の文化と軽便鉄道軌道敷き跡など豊かな資源の物語を紡ぎ、ブーゲンビリアが彩る街を歩く「まるごとブーゲン青島まち歩き」を新たな観光資源として創出する。

No.	実施事業者 (都道府県)	事業概要
64	南さつま商工会議所 (鹿児島県)	【南さつま新プロモーション】 「焼酎を中心とした地域資源を活かした特産品を最大限に活用し、南さつま市が活性化する仕組みや商品・サービスを産み出す一貫した流れを作る」、商品を起点とした人々の交流、それを源泉にしたリピーター獲得に繋がる街づくり・人づくりを行っていく。
65	いちき串木野商工会議所 (鹿児島県)	【食の街いちき串木野ブランド推進事】 『食の資源を中核として6次産業の推進による地域ブランドづくり』を基本目標に地域産業が一体となって①ブランド戦略の核となる新特産品の開発、②見て、触れて、味わう「体験型産業観光」の推進、③いちき串木野型「安全・安心」ブランドづくりへの参画に取り組む。
66	霧島商工会議所 (鹿児島県)	【南の国から～きりしまの情報発信事業～】 合併前の旧自治体の枠を超えた観光ルートや移動手段、旅行商品、特産品、宿泊施設、観光イベント等を集約した情報発信を行い、平成22年度末の九州新幹線全線開通時を見据えて県内外に観光地霧島のイメージ定着を図る。