

### 受賞者概要

- ひたちなか産「ほしいも」は、国内生産量シェア約9割を誇る地域資源となっている。しかしながら近年原材料である芋の品種改良や機械化など農業技術の進歩により、全国的にほしいも生産が拡大するなか、シェアの減少に危機感を抱いていた。
- ひたちなか市の観光は、国営ひたちなか公園の「死ぬまでに行きたい！世界の絶景100選」選出（著名ブロガーによる）や、33万人超動員した夏フェス「ROCK・IN・JAPAN」の開催、常陸那珂港への大型クルーズ船の来航など、国内のみならず外国からの旅行者の増加に拍車がかかり年間392万人の来市がある。これを好機と捉え、ひたちなか商工会議所では地域資源である「ほしいも」を活用して、観光関連商品の開発やインバウンド誘客に取り組んできた。



豊富な地域資源を有する  
ひたちなか市



古からの伝統を引き継ぐバイブル  
(書籍 ほしいも学校)

### 功績点

#### 1. 地域農作物を起点とした観光振興

- ・ひたちなか商工会議所は、農家ごとに異なる門外不出の製法や地域の風土を生かして製造された他地域には無い「ほしいも」の歴史をストーリー化するなど、ブランディングに取り組んだ。地域の文化的資料として発刊した書籍「ほしいも学校」は、後世に歴史を引き継ぐための重要なツールとなっている。
- ・ほしいも生産のシェア維持のみならず、販路拡大に向けた取り組みとして当所と菓子組合との連携により企画開発した観光関連商品「ほしいもパイ“ほっしい〜も”」は高速道路SAで人気No.1の大ヒット商品となり、年間160万個を売上げほしいも消費の拡大とブランド向上に貢献している。



S A 売上 No 1 さらに人気上昇中

#### 2. インバウンド誘客への戦略

- ・ほしいもの海外展開とインバウンド誘客に向けては、台湾への観光プロモーションの実施や、ひたちなか商工会議所アメリカ・ロサンゼルス事務所を拠点としたPR活動、海外展示会への出展など積極的に行い好評を博している。
- ・当所が2015年度に実施した「世界ほしいも大会」では、日本全国のほか、韓国・中国・タンザニアから400名の参加があり、ほしいもを世界に広めるとともに知名度向上の機会を創出した。
- ・また、インバウンドの受入整備として、地元高校生などによる通訳ボランティアの配置、自動両替機の設置、wi-fi整備、キャッシュレス化、英語版のパンフレットおよびウェブサイトを充実させるなど、外国人旅行者に快適な観光をしていただけるよう取り組んでいる。今後、ほしいもを地域ブランド化して一層認知度を高めるとともに、ほしいもをテーマとした観光拠点を整備していく方針。



インバウンド対策で  
外国人観光客をおもてなし



海外へもプロモーション

## ～「飛騨の匠」ブランド開発事業～

### 受賞者概要

- 飛騨高山は、森林王国・飛騨で培われた木材加工の技術を用いて奈良や京の都の造営に携わった技術者『飛騨の匠』の技と精神が受け継がれてきた地域である。
- 高山商工会議所は、これまでまちづくりや観光振興に十分活用されていなかった地域の人的資源である『飛騨の匠』を活かすべく、技術者や観光関連事業者などに広く呼びかけブランド開発事業に着手。市内に点在する『飛騨の匠』関連資源を活用し、市中心部に集中する観光客の周辺部への分散化や飛騨高山の新たな観光の魅力創出を図った。

### 功績点

#### 1. 地域の人的資源を活用した観光振興

- ・高山商工会議所は『飛騨の匠』を軸とした観光振興事業を展開。「飛騨高山」町並博覧祭事業では、重伝建地区の町並や町家に伝統的工艺品等を展示したり、伝統産業である家具の曲木技術の体験や特産品マーケット・カフェを実施。『飛騨の匠』ゆかりの製品・商品を結びつけることで、地域の魅力を外国人を含めた観光客にアピールするとともに観光消費拡大につなげた。
- ・「飛騨の匠街道」街道観光事業では、『飛騨の匠』が歩いた道を活用してウォーキングツアーを造成。『飛騨の匠』ゆかりの町並歩きを組合せた旅行商品を販売し、特に健康と歴史に関心がある女性客から好評を得た。

#### 2. 市内広域への誘客とオーバーツーリズムの解消

- ・高山市中心部は多客期にオーバーツーリズムの状態が見受けられる課題を抱えている。課題解決に向けて市内に広く点在する『飛騨の匠』関連の資源を活用し、体験コンテンツの開発・提供などにより観光客の分散を促すことで、中心部以外への誘客とオーバーツーリズム解消に大きく貢献している。

#### 3. インバウンド旅行者の満足度向上への取組み

- ・年間50万人超の外国人観光客へ『飛騨の匠』関連資源の魅力を訴求するため、地域限定案内通訳士やゲストハウスの経営者などを対象に『飛騨の匠』に関する外国語ガイド研修会を実施し、インバウンドの満足度向上に寄与した。



飛騨の匠が歩いた東山道飛騨支路



町並博覧祭での曲木体験



古道トレイルを旅行商品化



## ～ 体験交流型観光イベント「オープンたかつき」～

### 受賞者概要

- 高槻市は、大阪駅・京都駅からそれぞれ鉄道で15分以内の好立地にあり、また、南北に細長く伸びる地勢から、田園風景、商店街、工業地帯、里地里山など地域ごとにさまざまな表情を見せている。
- 高槻商工会議所では、市や観光協会との連携強化を図り、こうした高槻の魅力をただ「見る」のではなく、体験し、地元の人と交流することで街の良さを発見してもらおう新しい観光スタイルを「体験交流型観光・オープンたかつき」と名付けて推進している。

### 功績点

#### 1. 「オープンたかつき」の多様な観光プログラム

- ・2016年に商工会議所、市、観光協会の3者による「オープンたかつき」運営協議会を立ち上げ、季節ごとにさまざまな地域資源を活用し、年間100本を超える観光プログラムを実施。
- ・大企業、中小企業と連携した工場見学、JRの車庫や高速道路工事現場の見学、「古墳や溪谷でのヨガ体験とランチ」「相撲の朝稽古見学とちゃんこ」といった体験とグルメを組合わせたツアーなど、多種多様なジャンルの資源をフル活用したメニューにより、プログラム全体の定員9,918名に対し8,902名と参加率は約90%、参加者から90%近くの高評価を得ている。

#### 2. 自治体連携による広域的な取組み

- ・神戸市、西宮市等の観光PRサイトとの相互バナーリンクや、奈良県明日香村との連携による藤原鎌足の足跡をたどるツアー、大阪府島本町との同町のサントリー山崎蒸留所へのテイastingツアーなど、周辺エリアとの協働による広域観光ツアーも実施している。

#### 3. 高槻市の観光の底上げ

- ・「オープンたかつき」のスタート以来、観光協会のHPビューは実施前の5倍に達しており、また、購入意欲に関するアンケートでは、市内観光の際に「何か購入した」「購入する予定」と回答した割合が、16年度58%から18年度83%と飛躍的に伸びており、地域の認知度向上のみならず、購買意欲の高まりを受けて観光消費の増加にも大きく貢献している。



JR高槻駅で場内アナウンスなどの小学生駅員体験



連携先の奈良明日香村を巡る旅行プログラム/石舞台古墳にて



ポンプのパイオニア企業の工場見学プログラム

### 受賞者概要

- 弘前市は、商工会議所、行政、観光コンベンション協会、物産協会と連携して「弘前さくらまつり」「弘前ねぶたまつり」「弘前城菊と紅葉まつり」「弘前城雪灯籠まつり」を弘前四大まつりとして開催し、広域からの誘客を図っている。
- 弘前商工会議所は、新たな魅力を創出することを目指して、2005年から全国的にも知名度の高い津軽三味線を主軸に地域の伝統芸能を集結した事業を展開し、観光振興に取り組んでいる。

### 功績点

#### 1. 伝統芸能を再興した観光振興

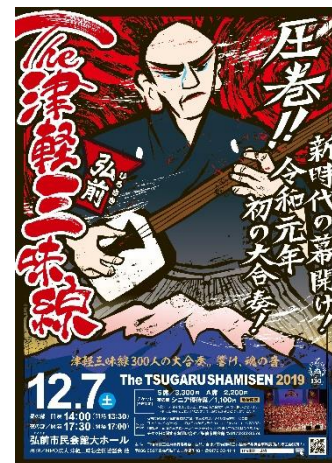
- ・弘前商工会議所では、津軽の伝統芸能である津軽三味線に焦点を当て、奏者300人による大迫力の合奏と津軽民謡、手踊りなど地域の伝統芸能を集結した「The津軽三味線」のステージを展開し2回公演で1,600人を集客した。集客による経済効果は関連する宿泊・飲食・土産など多岐にわたり、観光消費に大きく貢献した。
- ・ステージでは、普段目にするのできない津軽の伝統芸能が一堂に集まるほか、津軽三味線と現代楽器との音楽セッションや地域芸能と弘前ねぶたとのコラボレーションを実施するなど、新たな魅力を発信し続け、日本の老若男女はもとより外国人の旅行者からも好評を得ている。
- ・2016年度にはJR東日本の青函ディスティネーションキャンペーンのメイン事業として開催され、津軽三味線事業の知名度向上につなげている。

#### 2. 多角化する伝統芸能活用事業

- ・「津軽三味線の本場：弘前」の地位確立のため、関連ツアーの企画や観光関連グッズの販売、津軽三味線ライブハウスの増設、演奏体験の実施、本場での演奏希望者の誘客、伝統文化の育成など多角的に事業を拡大し続け、通年で楽しめる仕組みづくりや地域観光の魅力増大に取り組んでいる。



圧巻！300人大合奏



告知ポスター・チラシ



創作ダンスとのコラボレーション



# 福山商工会議所（広島県）

～ 福山をワインの街に！ ～

きらり特別賞

（地域文化創造）

未来を拓く  
商工会議所

## 受賞者概要

- 福山商工会議所は、2015年に地域資源であるバラとブドウを活用し産学官民連携で「ばらの酵母菌で瀬戸内・福山の六次産業を醸すプロジェクト委員会」を立上げ、さらに、これまでのプロジェクトを継承し、2018年に「備後福山ワイン振興協議会」を設立。“福山をワインの街に！”を合言葉に、ワインを用いた地域振興に取り組んでいる。
- 福山市は2015年に構造改革特別区域として、「ふくやまワイン特区」が認可され、2016年には備後圏域6市1町の申請による「備後ワイン・リキュール特区」の認可により、ワインによる観光振興が始まった。



ワインを核とした地域活性化に取り組む協議会推奨の福山ワイン

## 功績点

### 1. ワイン醸造から観光振興へ

- ・福山商工会議所は、2016年の福山ばら祭への福山ワインのブース出店を経て、さらに事業を拡大しワインフェスの開催や地元鉄道である井原鉄道の列車を貸し切ったワイン列車を運行（定員36名に対し78名参加）するなど、観光の魅力増大とワインの製造販売などの増加により観光関連の消費が伸長した。
- ・2018年からは福山ワインのブランド化を図るために「備後ワインクラブ」を開催。ブドウの収穫から始まる醸造体験やワインを学ぶ「ワイン塾」の開催などを通じて、福山ワインの認知度向上や消費拡大に寄与した。
- ・食による観光振興事業として、ワインとワインに合う料理を掲載した「福山ワインを飲める店MAP」を作成し、観光客から好評を得ている。

### 2. 特産品の販売による観光消費額の増大

- ・ワインの製造販売は2018年に21,300本に達するなど、地元を代表する観光土産品の1つとしての地位を固めるとともに、商談会をきっかけに海外バイヤーからも引き合いがあり海外へも販路を広げている。今後、MICE活動として、2024年に福山で開催される世界バラ会議で当地のワインを振舞い更なる認知度向上を狙う。



福山ばら祭にワインブースで出店し福山ワインをPR



ワイン列車でのクイズ大会と備後圏域の5種類のワインを飲み比べ

### 受賞者概要

- 地域の工芸品「さげもん」は、女子の初節句に雛壇の周りに吊り下げて華やかさを演出する飾り物である。柳川商工会議所などが20年前にこれを観光に活用すべく観光施設や店舗に装飾したさげもんを見て回る「さげもんめぐり」を開始し、現在は期間中に約12.7万人を集客している。
- 商工会議所や行政、観光協会などで構成する柳川雛祭り実行委員会では、伝統工芸である「さげもん」の継承と地域産業の発展を目的に、「おひな様始祭」「おひな様水上パレード」などの事業に取り組んでいる。

### 功績点

#### 1. 「さげもん」を最大限に活用した観光振興

- ・さげもんめぐりの期間中は「おひな様始祭」「おひな様水上パレード」「柳川きもの日和」など多くのイベントが開催され、地域の誘客と魅力向上に大きく貢献。また、商工会議所は事業者と協力して、さげもんに関連する観光土産品の開発や体験型プログラムなどの提供をしており観光消費の拡大に一年を通じて寄与している。
- ・昔ながらの風情が残る小路を活用した「恵美須ひな小路事業」は、民家の軒先や寺院、古蔵などをさげもんなどで装飾し、雛祭りの雰囲気を感じられる空間を創出しており2週間で1,000人が訪れるなどの集客効果がある。
- ・商工会議所は主催事業として、柳川観光の定番である川下りのどんこ船にさげもんを装飾した「さげもん舟」の試験運行に取り組み、地域資源の磨き上げと魅力向上に積極的に取り組んでいる。

#### 2. インバウンド旅行者拡大に向けたプロモーション

- ・商工会議所とフィルムコミッションが連携して誕生した地域アイドル「さげもんガールズ」の観光PRビデオは、動画視聴回数が1,000万回を超え大きなプロモーションの効果が期待される。第2弾の撮影は地域がターゲットに定める台湾で撮影を行い更なるインバウンドの拡大を図っていく。



伝統工芸品「さげもん」



地域と連携した「恵美須ひな小路」



さげもんガールズとさげもん舟



# 伊那商工会議所（長野県）

～ 南アルプス観光魅力創出プロジェクト 天空のキャンプ場と伊那まち周遊観光～

奨励賞 **未来を拓く**  
商工会議所

## 受賞者概要

- 伊那市の賑わいをけん引してきた中心市街地商店街は、高齢化や後継者不足から空き店舗が目立つ等衰退が加速していた。また、伊那市は、南アルプスや高遠（たかとお）の桜といった観光資源を保有するものの、目的地のみの観光であり観光消費が街なかまで波及することが少なかった。
- 伊那商工会議所は、近年宿泊者が増加する約1,800mの鹿嶺（かれい）高原キャンプ場「天空のキャンプ場」を核として、キャンプ場と中心市街地を結ぶ新たな観光コースを創出し、地域の魅力向上や観光消費額の増加につなげるための事業に取り組んでいる。

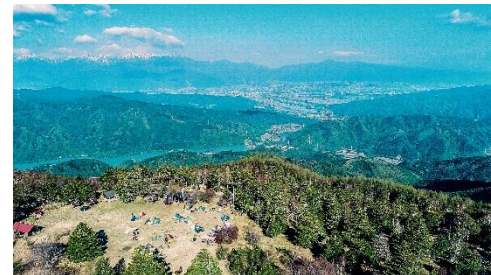
## 功績点

### 1. 観光を切り口とした中心市街地商店街の活性化

- ・伊那商工会議所は観光消費につなげるため天空のキャンプ場とそば打ち体験や酒蔵見学等をマッチングさせた体験型観光ルートを開発。2019年度には、観光コース「朝マルシェ×伊那まち×鹿嶺高原周遊ツアー」を創設・提供したところ、市内の回遊性が高まったことから観光消費額も増加した。
- ・観光コースと観光資源の魅力が伝わるチラシやポスター、PR動画を作成・活用し、鹿嶺高原キャンプ場と商店街の双方で情報をPRすることにより、目的外の来訪者の誘導に寄与している。

### 2. 地域の事業者を巻き込んだ観光振興

- ・2018年に実施した天空のキャンプ場と中心市街地商店街での体験型観光コースを結ぶモニターツアーにおいて、伊那商工会議所の呼びかけにより、商店街での体験コースは商店街が主体となって策定。ツアーの満足度の高さから自信が深まり、新たなツアーの策定に積極的に取り組んでいる。
- ・また、鹿嶺高原キャンプ場（天空のキャンプ場）にて伊那市内の地酒や食材を持ち寄る一夜限りのBarイベントを開催。キャンプ場宿泊者をはじめ行政、観光事業者、地元商店主など多くの関係者が参加し、鹿嶺高原の魅力を発信する機会を創出した。



天空のキャンプ場「鹿嶺高原」より  
伊那市街を望む



商店街で購入した食材を高原で  
調理するツアー参加者



浴衣で街歩きモニターツアーを  
楽しむ外国人

# 鹿沼商工会議所（栃木県）

奨励賞

未来を拓く  
商工会議所

～鹿沼自転車応援団事業、鹿沼サラダそば事業、ものづくりのまち鹿沼ブランディング事業～

## 受賞者概要

- 鹿沼市は東京から100km圏に位置し、高速道路ICや私鉄とJRの駅があり交通は充実しており恵まれた自然環境も有しているが、観光客の入込は少ない状況が続いていた。
- そうした中、鹿沼商工会議所は2015年から自転車を核としたサイクルツーリズム事業を展開。鹿沼の起伏に富んだ地形を生かしてアップダウンのコースを好む自転車愛好家などを呼び込み、サイクリングに「食」や産業観光などの地域資源を組み合わせ、通年での観光客誘致に取り組んでいる。

## 功績点

### 1. サイクルツーリズム展開のための取組み

- ・鹿沼商工会議所はサイクリストの視点に立ち、市内120店舗へのサイクルスタンドの設置や回遊性向上のためのコースマップの作成、109か所にオリジナル距離プレートを配置するなどサイクリストの受入整備を行った。
- ・本事業をきっかけにスタートした関東一円の神社10か所を巡る「ツール・御朱印」は、1,000冊の御朱印帳が完売し増刷するなど好評を得ており、広域からの誘客につながるとともに、サイクリストからSNSによる観光情報の発信が行われるなど地域の観光振興に寄与している。
- ・観光客が安全に安心してサイクリングを楽しめるよう、行政とも力を合わせ注意喚起の看板設置や自動車専用道路の整備を進めている。

### 2. サイクリングから「食」の観光へ

- ・当所が開発した「サラダそば」は鹿沼市内で栽培した玄(げん)そばと地元産の野菜やドレッシングを使用。市内14店舗で提供されサイクリストや女性客に好評で、客単価の増加を受けて店舗の観光への意識も高まっている。

### 3. 地域資源の組合せによる新たな観光振興

- ・会員企業によるレンタサイクルやEバイクでの里山ツアーは、当所が実施している産業観光「かぬまオープンファクトリー」と連携。サイクリングと産業を組み合わせることで魅力向上や滞在時間の延長につながっている。



店頭受け入れ態勢の整備



お店の逸品を網羅した  
サイクリングマップ



鹿沼サラダそば



# 横須賀商工会議所（神奈川県）

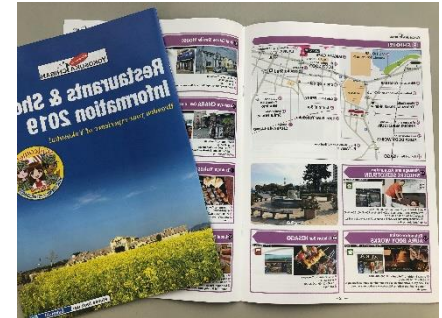
奨励賞

未来を拓く  
商工会議所

～ 英語版YOKOSUKA 1chiban（ヨコスカイチバン）～

## 受賞者概要

- 横須賀市は、米海軍横須賀基地のみならず、国内外の企業の研究所が集積した横須賀リサーチパークなどがあり、外国人が多く在住する環境にある。
- 横須賀商工会議所が2003年度から取り組んでいる英語版YOKOSUKA 1chiban事業は、市内在住の外国人や横須賀を訪れる外国人旅行者に店舗情報やイベント情報などを提供し、地域経済の活性化につなげている。
- 事業者向けのサービスとして、Webサイトやガイドブック等への店舗情報の掲載やメニュー等の翻訳、そのほか外国人の受け入れに必要な支援を適宜提供している。



YOKOSUKA 1chiban  
ガイドブック

## 功績点

### 1. 豊富な外国人居住者を活かしたインバウンド誘客

- ・米海軍横須賀基地を重要なプロモーション先ポイントと捉え、月に1～2度訪問して冊子の配布やニーズ調査を行っている。米海軍横須賀基地のみで20,000人の外国人居住者を有する優位性を活かし、その家族や友人を訪ねて来訪する外国人旅行者へ観光情報や店舗情報などを提供することにより、消費額増加につながる仕組みづくりと地域の魅力発信に貢献している。
- ・外国人によるモニターツアーを実施し、英語のチェックや購買意欲を高めるためのPOP（平置きの店頭広告等）作成のポイントを直接伝授するサービスを行うなど、外国人の視点を重視した受入環境整備を行っている。

### 2. 利用者数の増加による地域情報のPR

- ・平成28年のウェブサイトの月間アクティブユーザーは200人であったが、直近では600人と3倍になり、facebookへの登録は平成26年の100から直近で760と大幅に増加している。また、ウェブサイトは年間約22,000のページビューの閲覧があり、地域情報の拡散が実現している。
- ・店舗側からは、英語版YOKOSUKA 1chibanに登録したことで外国人の来店客が増加したという声が聞かれ、集客効果が確実に現われている。



外国人を招待したおもてなしツアー



外国人によるインバウンド  
対策店舗訪問

### ～ 富士山駿河湾観光ポータルサイト「NEXT FUJI」～

#### 受賞者概要

- 富士市では、観光誘客のため民間事業者や市民ボランティアが「富士つけナポリタン」「工場夜景」「田子の浦しらす」「岳南電車」など、観光資源の掘り起こしや磨き上げを活発に行っている。
- 富士商工会議所では、そうした市の動きを後押しするため、着地型観光を意識したオリジナル観光ポータルサイト「NEXT FUJI」を開設。同サイトでは、観光資源の空撮動画やイベント情報などを8か国語で発信し、国内外の観光客に向け富士市を訪れる動機付けを行っている。

#### 功績点

##### 1. 多言語に対応した観光ポータルサイト「NEXT FUJI」

- ・市民にアンケートを実施して富士市の観光資源をピックアップ。選ばれた観光資源をドローンから空撮し、これまで見たことのない映像を動画化し配信。作成した動画は、市内の企業・団体・関係機関などにも無償提供し地域全体で魅力発信を行っているほか、NHKやキー局による利用などもあり富士市の魅力拡散に大きな成果が上がっている。

##### 2. 着地型観光ツアー事業

- ・ポータルサイト開設に伴い、地域ならではのストーリーを訴求し、ローカル電車×ご当地グルメなど地域資源を掛け合わせたツアー、御朱印巡りや工場夜景撮影などの地域資源掘り起しツアーを企画・実施。一部のツアーでは定員30名に対し300名を超える申込があるなど好評を博している。

##### 3. Instagramによるフォトコンテスト

- ・観光資源の発掘や地域の魅力発信を目的に、Instagram上で行うフォトコンテスト#キャンペーンを実施。審査員には、地元ローカルの新聞記者や地元公立高校の新聞部・カメラ部の高校生が加わるほか、賞品のスポンサーとして地元飲食店や洋菓子店等から協賛を受けるなど着地型を意識。
- ・フォトコンテストには目標投稿数1,000件に対し1,500の投稿があり、なかには外国人による投稿も多く世界への観光情報発信に寄与している。



ドローンから茶畑・富士山を空撮



富士夜景撮影ツアーの様子



フォトコン最優秀作品「進撃のぼく」



## ～ 養老鉄道を活用した魅力発見事業 ～

### 受賞者概要

- 養老鉄道は、年間600万人が利用する地域交通機関で、通勤・通学のほか大垣市内の観光施設や中心市街地の集客、市の活性化に不可欠な存在だが、年々乗降客数の減少が止まらず廃線の危機が迫っていた。
- 大垣商工会議所では、存続に向けて観光協会等4団体で市に対し要望活動を行ったほか、養老鉄道を観光資源として活用すべく、利用客のターゲット選定や観光商品化に向けた調査研究やモニターツアーを実施。養老鉄道を活用して西濃地域等の魅力を発信するツアーの商品化に力を注いでいる。



存続に向けた要望活動

### 功績点

#### 1. 地域資源・地域特性を活用した養老鉄道の活性化と利用促進

- ・モニターツアーとして親子層をターゲットとしたハロウィン列車では3便で510名の家族連れが参加し、鉄道の集客に大きく貢献したほか、野外に比べて保護者の負担が少ない新たな子どもの遊び場を創出し、地域の魅力向上に貢献した。
- ・養老鉄道は自転車の乗り入れができるという他の鉄道にはない特徴と沿線にサイクリングコースが多い特性を活かし、サイクルトレインでサイクルツアーを実施。コースに6つのチェックポイントを設けたスタンプラリーを行うとともに、観光スポットの回遊や地域の特産品およびグルメを堪能する機会を提供し、消費機会の創出につなげた。

#### 2. 広域連携による観光振興

- ・養老鉄道沿線上にある2市9町の商工会議所・商工会等関係機関が連携し「交流産業戦略推進会議」を組織。観光振興に関して広域で議論を展開。

#### 3. おもてなし強化による外国人観光客誘致

- ・大垣地域は近年外国人観光客の宿泊地としての利用が増え、養老鉄道でも車両内や駅構内の案内看板、地図、観光パンフレットを多言語で表示。商工会議所はじめ行政や観光協会、商店街など地域全体で外国人観光客が快適に滞在できる環境づくりに寄与している。



養老鉄道ハロウィン列車車内



サイクルトレイン車内