

平成 29 年度「全国商工会議所きらり輝き観光振興大賞」

日本商工会議所は、平成 20 年に「全国商工会議所きらり輝き観光振興大賞」を創設し、地域の個が光り、他の商工会議所の模範となる観光振興活動に取り組む商工会議所を顕彰している。

10 回目となる今年度の受賞商工会議所による観光振興事業の概要は、以下のとおり。

◆大賞（1カ所）

▼上田商工会議所（長野県）

－ NHK大河ドラマ「真田丸」放送を最大限に活用した地域振興事業 －

【評価ポイント】

- 市民、行政、事業者、商工会議所が一体となり事業を展開
- 「真田丸」放送決定からその後の取り組みについて、商工会議所が軸となり事業を推進

上田商工会議所は、地域資源を活用した観光振興事業について、市民、行政、経済界が一体となって取り組むことが不可欠であるという観点から、NHK大河ドラマを最大限に活用した地域振興事業を“オール上田”で展開した。

平成 21 年に上田商工会議所会頭を会長とする「NHK大河ドラマ日本一の兵真田幸村公放映の実現を願う会」を結成し、市民の機運を高め、地域が一丸となって署名活動を全国に展開し、約 84 万人から署名を集めた。25 年に大河ドラマ「真田丸」の放送が決定した。26 年には会頭が会長となり、大河ドラマ「真田丸」上田市推進協議会を組織し、市民、行政、会議所が各々役割を果たしながら、多くの観光客の皆様をお迎えするために、当所女性



“真田 RED” に染まる上田市民～「真田丸」パブリックビューイングにて～

会が“おもてなし宣言”を行うとともに、関連商品開発、販路拡大、街なか回遊事業等を行いリピーターとなってもらう取り組みを実施した。その結果、28 年放送の「真田丸」効果による上田市での消費総額は 67 億 9 千万円となった。（29 年 2 月上田市発表）

放送終了後には信州上田の知名度が大きく向上し、このチャンスを活かし、現在も観光振興策を積極的に展開している。

29 年 4 月には、上田市により大河ドラマ館跡に「よみがえる上田城特別企画展」が開設され、10 万人超の来場者となっている。草刈正雄氏を信州上田観光プレジデントに委嘱するなど、上田への観光客の誘致を継続している。

28 年には、上越商工会議所との連携による、広域観光ルート「必勝祈願の旅～戦国武将真田氏・上杉氏ゆかりの地を巡る～」の商品化が実現し、29 年も継続中。30 年には武田信玄公ゆかりの地である甲府商工会議所とも連携し、観光事業の“三国同盟”を締結し、事業展開を予定している。また、6 次産業化事業「真田 RED アップルパイ」開発



新たな上田ブランド“組六紋”の商品

“組六紋”を活用した商品開発なども積極的に展開しており、上田商工会議所のチャレンジはこれからも続いていく。

◆振興賞（2カ所）

▼新庄商工会議所（山形県）

— 雪を活用した冬季観光商品・観光コンテンツ開発事業 —

【評価ポイント】

- 全国有数の豪雪地帯を逆手にとった観光コンテンツの開発
- 雪をモチーフにした着地型旅行商品やご当地グルメ開発に拡大



駅から徒歩3分の場所に誕生した子どもから大人までが楽しめる「雪国ワンダーランド」

山形県新庄市は、平成28年にユネスコ無形文化遺産にも登録された夏の「新庄まつり」が有名だが、2メートルの積雪に閉ざされる冬季は著しく観光客が減少し、年間を通した誘客が課題となっている。新庄商工会議所は、今まで地域のマイナスとされてきた雪に着目し、26年にJR新庄駅近くの公園を雪遊びのフィールドとして整備し、スノーモービル、バナナボード、そり滑りなどが体験できる「雪国ワンダーランド」を開設。27年に本格オープンしてからは雪遊びガイドの養成も始まり、きめ細やかなおもてなしに高い評価を得ている。29年の来場者数もオープン当初から10倍に増加し、雪が珍しい台湾の旅行エージェントや、旅行博への出展といったプロモーション活動も積極的に展開している。28年から、午前2時過ぎに大小様々な除雪車が一齐に出動する「真夜中2時の除雪車見学・かんじき体感ツアー」を実施。27年からは、山形さくらんぼ鶏、とりもつ、馬ガッキ（スジ肉やアキレス腱等の部位）といった冬に特化した新庄のソウルフード開発にも取り組んでいる。

▼鳥取商工会議所（鳥取県）

鳥取県は「星取県」に ～地域資源発掘とブランドイメージ構築～

【評価ポイント】

- 青年部が中心となり、地域資源を発掘。プロジェクト化
- 商工会議所、自治体、観光団体をはじめとする関係者との連携のもとプロジェクトを推進



鳥取市さじアストロパークと天の川

鳥取商工会議所は、「日本一美しい星空」（環境省の全国星空継続観測で日本一獲得回数1位）という地域資源に着目し、平成28年に日本全国及び鳥取県、鳥取市の住民に「日本一美しい星空」を認知してもらえるよう「星取県」と命名し、出版社・大手メディア等110社へのPRや、鳥取県・鳥取市への星空保全条約制定等の提言書を提出した。29年には商工会議所青年部、鳥取県知事、観光団体、天文学関係者、宇宙関連企業で構成される星取県推進会議が発足した。9月12日の鳥取県民の日には青年部と鳥取県主催でライトダウンイベントを実施し、テレビ6回、新聞5回（内1回全国版）とメディアに多数取り上げられ、星取県ラベルビール（サッポロビール）の発売や星取県切手の作成着手にもつながった。今後は全国と比較し、晴天日数が少ない中での更なる観光メニューの充実や星取県の世界への発信等、誘客に向けた取り組みが期待される。

◆観光立“地域”特別賞（2カ所）

▼函館商工会議所（北海道）

－ 青年部の提言による新幹線を生かした念願のフルマラソン実現 －

【評価ポイント】

- 青年部の発案を商工会議所がサポート、行政、警察等に働きかけ都市型フルマラソンを実現
- スポーツイベントにより、地域内経済循環はじめ大きな経済効果を創出



観光名所を駆け抜ける爽快なコース

函館市では、平成3年よりハーフマラソン大会が開催されてきたが、フルマラソン実施については、運営体制・費用面などから課題が多いことから実現が難しいとされていた。

こうした現状を打破するべく、商工会議所青年部が23年に「フルマラソン検討委員会」を立ち上げ、函館市教育委員会との協議を開始。函館商工会議所会頭とともに、函館市長や北海道知事への要望活動を展開。また、実現に向け、道路許可をはじめとする警察、地域住民・地元企業への説明、開催経費調達など商工会議所が主体的に粘り強く取り組んだ結果、北海道新幹

線開業3カ月後の28年6月にフルマラソン・ハーフマラソン同時開催により第1回大会が行われ、全国から7,935人がエントリーした。29年7月の第2回大会にも8,130人がエントリーし、日本陸連・国際陸連公認コース大会として函館市内近郊以外からの宿泊を伴う参加者も大幅に増加。経済波及効果は年約5.6億円とされ、初夏の国内スポーツコンベンションとして人気定着を目指している。

▼長浜商工会議所（滋賀県）

－ 戦国の舞台と観音の里のおもてなしの観光食とツアー開発 －

【評価ポイント】

- 昭和63年から観光振興に取り組んでいたが、課題を再整理し、新たな視点で再構築
- 商工会議所・観光公社・自治体・観光協会・商店街連盟等が連携して実施



観音の里巡りツアー

長浜市は商店街再生のため、歴史と芸術を活用した観光都市として名を馳せている。一方、再生モデルである黒壁ガラス館と周辺街並みへの日帰り観光が中心であり、市域の豊富な歴史、文化資源である観音の里・戦国の舞台のまちなどへの広域周遊観光につながっていないこと、長浜ならではの食が少ないこと、市民のおもてなしの気持ちの希薄化が課題となっていた。

長浜商工会議所では、事業連携するツアーの企画販売を行う「北びわこふるさと観光公社」を自

治体、観光協会等とともに平成25年に設立。26年には「湖北の食文化活用推進委員会」、28年には「北びわ湖国際観光推進協議会」を組織し、事業者・市民の意識啓発やインバウンド推進などに取り組んでいる。27年には、心を観光の“光”とした観音の里、戦国の舞台巡りの観光周遊コースと食文化を活用したさば寿司ご膳、ハレの日ご膳、報恩講ご膳などの食の開発を行い、29年にはPRと定着を目的として通年で27回のツアーを実施し、裾野の広い観光産業の経済効果を見込んでいる。

◆奨励賞・単会（5カ所）

▼美幌商工会議所（北海道）

— 通過型観光から体験・コミュニティを活かした滞留型観光客の創出 —

【評価ポイント】

- 地域の景観と美容と健康を結び付けた滞在型観光商品の開発



美幌峠を眺望しながらのYOGAプログラム

北海道美幌町の主要な観光資源である美幌峠の観光入込者数は、年間70～80万人程度でここ数年推移しているが、夏期集中と通過型から脱却できずならず体験型・滞在型観光への転換、街なかへの誘客が課題となっていた。

美幌商工会議所では、平成27年度に美幌ニューツーリズム開発委員会を設立。行政、物産協会など観光関連事業者、交通事業者などの関係者も加わり、着地型観光メニュー開発に向け、市場調査、地域資源の磨きあげに取り組んできた。

28年度に景観に恵まれた地域にある廃校を、「天体観測」「釣り」「登山」などの愛好者が集まる「部室」に見立てた、美幌部活動プロジェクト構想の一環として「地域景観等を活用したアウトドアフィットネス事業」を開始した。地域の景観と「美容」と「健康」に着目し、ヨガプログラムやノルディックウォーキングなどの事業を実施。SUPヨガ&SUP体験プログラムは、1週間で定員64名に達した。また、「美容と健康の町」としてのブランディングにも取り組んでいる。

▼浜松商工会議所（静岡県）

— 歴史的資源を活用した「出世」・「開運」を感じる観光都市づくり —

【評価ポイント】

- 地域の歴史的資源をフルに活用した多種多様な商品開発



宿泊・観光・直虎関連施設との展示商談会の様子

静岡県浜松市は、輸送用機器（オートバイ・自動車）、楽器、遠州織物等を中心としたものづくりのまちとして発展してきたが、リーマンショックを契機に、約3兆3,000億円あった製造品出荷額等が約1兆円強急減したまま、平成24年まで推移している。こうした状況から抜け出すために、第3次産業の発展が課題となっていた。

浜松商工会議所では、27年の「徳川家康公顕彰400周年」、29年放映のNHK大河ドラマ「おんな城主直虎」といった節目の年を契機とした歴史的資源を活用した観光まちづくりの取り組みを行っている。25年から開始した「家康・直虎 新商品開発プロジェクト」には、71社が参加。闘将・家康公カレーや、龍潭寺もなかをはじめ、145品の新商品が誕生した。地域内外のマスコミにも多く取り上げられ、販路開拓支援のためのイベント・商談会にも出展している。また、27年には、市民向け歴史資源啓発事業として「光と音で楽しむ家康公出世歴史探訪 やらまいか七夕ウォーキング」や、28年には、家康公・井伊家ゆかりの地を巡るツアーといった旅行商品造成にも積極的に取り組んでいる。

▼熊野商工会議所（三重県）

— 世界遺産「熊野古道」を活かし、観光客数増と観光消費額増 —

【評価ポイント】

- 地域の小規模事業者の商品を活用したツアーを旅行会社と造成し、観光消費に寄与



熊野古道散策とイベントをセットにしたツアー

平成16年に熊野古道（紀伊山地の霊場と参詣道）がユネスコの世界遺産として登録され、25年には高速道路ネットワークが熊野市に延伸されたことから、熊野市の観光入込客数は増加に転じている。一方で熊野古道を訪れる観光客は、宿泊、飲食、土産物購入等を伴わない場合も多く、観光入込客数の増加が地域経済活性化に結びつかない課題がある。

熊野商工会議所では、都市部の大手旅行会社と連携し、ツアー企画から商品提案（弁当、土産物等）、契約までを事業者代行し、通年で誘客と観光消費

の向上に寄与している。

28年からは、熊野独自の地域資源や伝統的な加工技術などを活かしたストーリー性のある特産物や加工品等を認定する「熊野ブランド認定事業」を開始。これまでに7品目を認定し、売り上げ向上の成果が出ている。

▼柳井商工会議所（山口県）

— 瀬戸内海の多島美を活かしたスポーツ観光振興事業 —

【評価ポイント】

- おもてなしの心を重視したサイクルツーリズムへの取り組み



提供：オールスポーツコミュニティ

瀬戸内海の美しい景観のなかを走り抜ける。
エイドステーションも充実

山口県柳井地域は、柳井市、周防大島町、上関町、田布施町、平生町で構成されている。小さい島々が点在する瀬戸内海に面し、雨が少なく冬でも温暖で美しい自然景観を楽しめる豊かな自然と歴史に囲まれた地域であるが、公共交通機関によるアクセスに時間を要し、観光客数は年々減少傾向にあった。

柳井商工会議所では、健康志向の高まりから近年注目を集めるサイクルツーリズムに着目し、近隣市町の行政機関や商工会、観光協会等に呼びかけを行い、平成26年から「サザンセット・ロングライド in やまぐち」を共同で開催。約152キロのロングコースと約70キロのショートコースで構成され、タイムは競わず、自分のペースで自然や景観を楽しみ、

コース途中で設けられる休憩所で地元産食材を使った料理が堪能できる工夫をしている。エントリー数は、26年の724人から年々増加。29年は1,503人となり、半数以上が県外から来訪している。参加者へのアンケートでは、約9割が「次回も参加したい」と回答。リピーター率の高さも特徴であり、今後の大会の発展も期待される。

▼西条商工会議所（愛媛県）

石鎚山を活用した事業 ～スターナイトツアー、秋・冬山における継続的イベント、チームビルディング事業～

【評価ポイント】

- 西日本最高峰である石鎚山への誘客を図るため、中腹にあるピクニック園地に注目
- 登山者ではなく、観光客をターゲットに通年型の観光イベントを展開



スターナイトツアー

西日本最高峰である石鎚山は全国的に知名度も高いが、石鎚山系を訪れる観光客や登山者は年間約 30 万人と同じ愛媛県にある道後温泉の三分の一程度にとどまっている。観光客が伸びない要因としては、修験道の山＝危険、疲れるといったイメージが強いことから、観光客には敬遠されていた。

西条商工会議所では、石鎚山中腹にあるピクニック園地に注目し、ロープウェイを利用すると市内から車で 50 分という手軽さや、そこから見える満天の星を観光資源として観光客をターゲットとした事業創生を行っている。スターナイトツアーは平成 25 年度のモニターツアーから継続的に催行され、29 年度には 2,000 名の集客を目指している。さらに四国でも雪を資源とした体験型イベントや企業や団体の組織力強化を図るためのチームビルディング事業として、石鎚山の活用も検討されており、今後の誘客が期待される。

◆奨励賞・広域連携（2グループ）

▼登別商工会議所（北海道）、室蘭商工会議所（北海道）、伊達商工会議所（北海道） － 室蘭・伊達・登別 魅力再発見プロジェクト －

【評価ポイント】

- 北海道新幹線開業を契機とした新たな観光開発の必要性を確認し、連携を開始
- 北海道の歴史文化・自然景観・産業技術を活かした広域周遊ルートの構築



北海道開拓ルートの拠点「室蘭」の工場群（夜景）

平成 28 年の北海道新幹線開業を背景に、国内外からの観光誘客拡大を目的に、25 年から「三商工会議所北海道新幹線連携会議」を設置。それぞれの地域が持つ北海道独自の歴史遺産や、自然環境、地域の文化から誕生した食文化などを広域的に結びつけ「エリア」としての魅力向上と活性化を目指している。

圏域内にある地域資源の発掘には、住民によるワークショップや、3市の自治体・観光協会などと連携し、地域全体を巻き込みながら3商工会議所が中心となり推進している。プロジェクトの取り組みにより、新たなツアー（伊達家臣ゆかりの開拓地めぐり）の商品化などの効果が見え始めている。今後は近隣市町村にも連携を拡大し、地域のブランド力のさらなる向上が期待される。

▼桐生商工会議所（群馬県）、太田商工会議所（群馬県）、館林商工会議所（群馬県）、足利商工会議所（栃木県）、佐野商工会議所（栃木県） － 「麺の里」両毛五市の会による両毛地区粉食文化の全国発信 －

【評価ポイント】

- 長年にわたる連携の取り組みでB級グルメブームやご当地グルメの開発の礎を築く



「おおた食と光の祭典」に出店している

「麺の里」両毛五市の会

所間の連携による広域経済圏の形成のための「両毛五市商工会議所協議会」を設立。それを母体とした「麺の里」両毛五市の会が平成 16 年に組織された。両毛五市を全国一の「麺どころ」とするべく、5商工会議所の連携によりB級グルメイベント等への出店、旅行会社・鉄道各社に対する旅行商品造成の働きかけなどが行われている。

群馬県南東部と栃木県南西部にまたがる地域は「両毛地区」と呼ばれており、古くから良質な小麦の産地としても知られ、粉食文化が栄えている。各地域では、桐生・館林のうどん、足利の蕎麦、太田の焼きそば、佐野のラーメンといった食文化が根付き、それぞれ独自の発展を遂げ、各地域で麺の振興団体が組織された。

桐生商工会議所、太田商工会議所、館林商工会議所、足利商工会議所、佐野商工会議所は、昭和 61 年に県境を越えた商工会議