

事例
B-②ひたちなか商工会議所
地域おこし（名産品開発）事業で観光振興

1. 面的支援の概要

(1) 支援のきっかけと商品化実現

① 観光振興の目玉となる地域おこし事業

ひたちなか市は、平成6年に勝田市と那珂湊市が合併して誕生した市である。勝田地域（旧勝田市）では、電機、機械、精密機器、紙製品などの工業を基幹産業として発展してきた。那珂湊地域（旧那珂湊市）では、古くから海産物の産地として知られ、近年はタコの加工品などの水産物加工業や日本一の生産を誇る干しいもの生産、観光業を中心に発展してきた。

ひたちなか商工会議所では、近年の高速交通網等の地域インフラ整備が進み、広域からの入込客増加の期待の高まる中で、産業観光の新たな観光ルート開発や積極的なイベント等誘致活動の展開、地域おこし等の取り組みを推進している。

観光振興の中でも平成18年度から取り組んでいるのが、地域おこし（名産品開発）事業である。これはひたちなか市の補助事業（1/2補助）を活用して実施されており、数々の新名産品を生んでいる。

② プロジェクト取組内容（抜粋）

平成18年度からの地域おこし事業の取組内容は以下の通りである。

- 平成18、19年度
名産品ガイドブック「一店逸品」を発刊した。商工会議所職員による取材や編集などにより、掲載料の軽減を図るとともに、会員との交流や職員の資質向上につなげた。このガイドブックにある食材やこだわりの技法を活かして以下のような名産品を継続開発している。
- 平成19年度
名産品開発スタート、名産品3つのコンセプトを設定した。
勝田パン菓子組合と連携して「勝った！の街の勝つサンド」を開発した。
- 平成20年度
那珂湊料飲業組合と連携して「みなとの多幸めし」を開発した。
- 平成21年度
勝田パン菓子組合と連携して「干しいもパイ・ほっしい〜も」を開発した。
- 平成22年度
那珂湊菓子商工組合と連携して「イチゴのダックワーズ・イチゴダッペ」を開発した。

(2) 支援内容

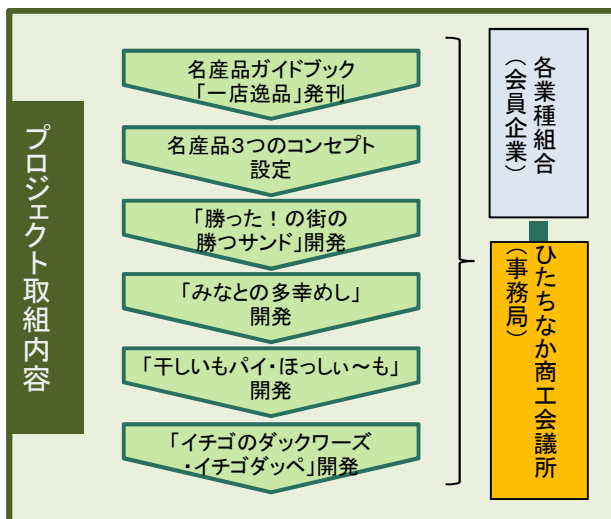
① 名産品開発のコンセプトを明確に設定

ひたちなか商工会議所は、名産品開発をスタートする前に、名産品開発について以下の3つのコンセプトを設定した。このコンセプトをベースに名産品開発を手がけている。

- ① 「美味しさ」 > 「地元食材」、観光客相手だけでなく、地域の消費者がリピーターになるような商品の開発。
- ② 「継続」= 「力」、「いいものが残る」のではなく、「残ったものがいいもの」という発想。
- ③ 「ネーミング」× 「インパクト・地域色」、イメージのいい「勝つ」「多幸」「星」や茨城弁「だっぺ」などを商品名に盛り込む。

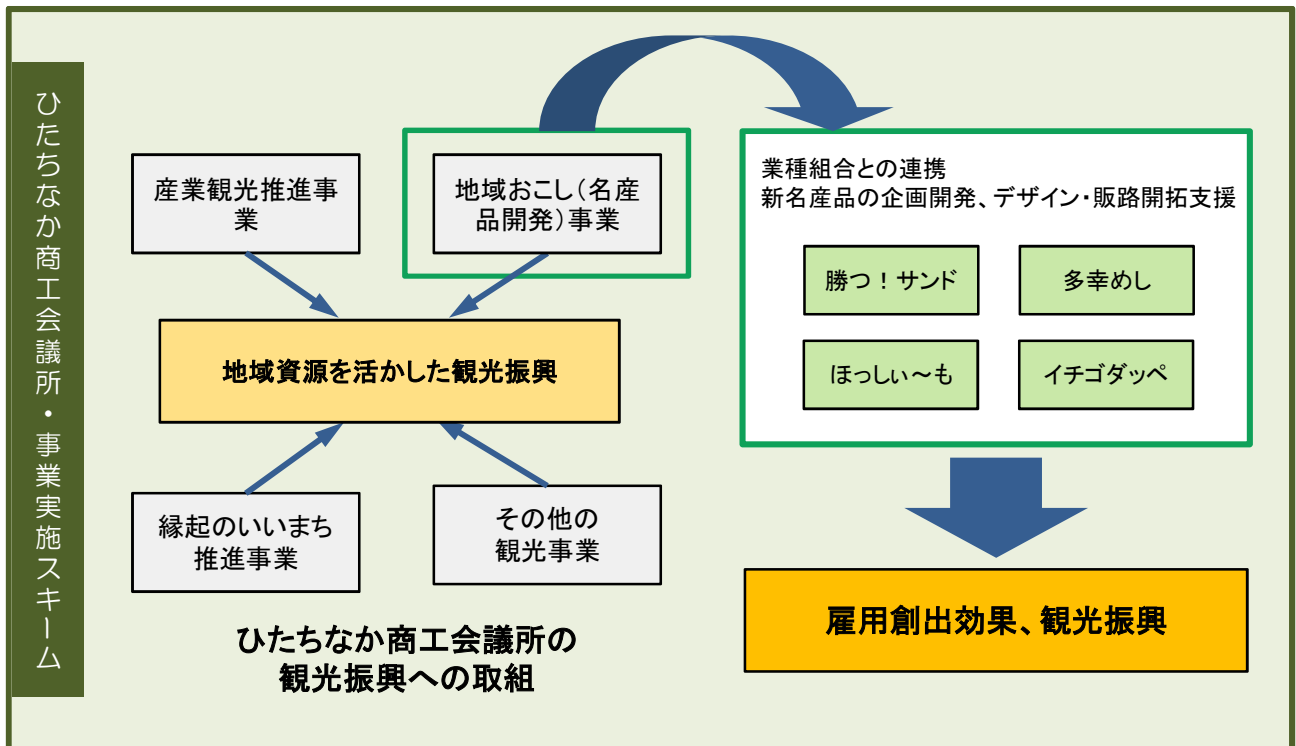
② 会議所が開発の初期費用と広報・PRを補完

小規模企業は、企画開発に係る費用や広報手段等の問題により、独自に開発することに躊躇するケースが多いことを考え、その負担分を会議所が補完することにより、名産品開発にスムーズに取り組めるようにした。これによって、参画事業者の開発意欲が高まり、様々なアイデアが出てきた。

名産品ガイドブック
「一店逸品」

ひたちなか商工会議所
地域おこし(名産品開発)事業で観光振興

2. 支援組織・連携スキーム



(1) 7割超の組織率を活用して商品開発

ひたちなか商工会議所の市内事業者の会員組織率は70%を超える高い数字を示している。市内には業種組合が複数あるが、業種組合の組合員は殆どが商工会議所の会員である。

このため商工会議所が業種組合に何か一声かけると、組合員=会議所会員が団結して集まって与えられたテーマに向けて事業推進していくという仕組みができています。

また、個別会員の利益追求ということにはならず、ひたちなか市の振興事業という視点で名産品を開発していることは、商工会議所の普段の会員との交流の証と評価できる。

(2) 会議所が商品デザインとPR支援

今まで開発された名産品はすべてひたちなか商工会議所がデザイン支援を行ってできたものであり、消費者から非常に親しみや好感をもたれている。

また、プロモーション活動には特に注力しており、ノベルティやのぼりの製作や各種イベント等での広報活動を積極的に進めている。茨城県と連携した販促キャンペーンも頻繁に行われている。

商品開発における補足的な費用をできるだけ商工会議所が負担することで事業の持続化を支援している。



煮(蒸)ダコ生産日本一の地で誕生した「多幸めし」



ヒット商品となった「干しいもパイ・ほっしい〜も」と全国菓子博覧会で名誉総裁賞を受賞したスイーツ「イチゴダッペ」



和洋菓子きくちで陳列販売される「干しいもパイ・ほっしい〜も」

ひたちなか商工会議所 地域おこし（名産品開発）事業で観光振興

3 成果

① ヒット商品「干しいもパイ・ほっしい〜も」

平成21年度に開発した「干しいもパイ・ほっしい〜も」は、勝田パン菓子組合と連携して開発された商品であるが、事業の中心となって開発を推進したのは(株)きくちの菊池社長である。

試行錯誤してやっと開発された商品であるが、現在では年間150万個を販売するヒット商品となった。干しいもの切甲（せっこう）という規格外の部分を利用して加工を工夫してパイにした商品は、関係者のアイデアの賜物である。現在、茨城県内に11店舗ある和洋御菓子きくちで販売されている。



県内に11店舗ある和洋御菓子きくち

② 雇用対策の波及効果

今までに4つの名産品が開発されたが、5つ目の商品も開発中である。前述の「干しいもパイ・ほっしい〜も」は典型的な例であるが、年間150万個の生産ということは、日産5,000個前後の生産が必要となり、当然新規雇用も生まれているのである。今後も名産品開発に伴った雇用発生が期待される。



(株)きくち・菊池社長(中)とひたちなか商工会議所・米川部長(右)、西連地主任(左)

4 今後の計画

① 取扱店組織の自立化

平成20年に販売開始された「多幸めし」は、その後取扱5社によって、多幸めしシンジケートが設立された。

この取り組みによってパッケージ等の一括購入、イベントでの共同販売など取扱店の面的な拡大が期待される。会議所は事業者が飛び立つまでの滑走路的役割としてシンジケート等の団体の運営支援を行っていく計画である。

② 宣伝活動による販路開拓

様々な名産品を開発支援しているひたちなか商工会議所であるが、やはり地元の消費だけではこれ以上の進展は難しい状況にある。

今後は更に会議所の強みや会議所間のネットワークを活かして、マスコミ対応、メディア・旅行者へのプロモーションを強力に推し進めていく計画である。

5 地域活性化のポイント

- ① 新たな地域の名産品開発のために明確な開発コンセプトを策定して商品の方向付けを行った。
- ② 小規模事業者ではねん出が難しい初期開発費用や宣伝費用を商工会議所が補完している。
- ③ 7割を超える高い組織率を活かして団結力のある開発組織をテーマ毎に構築している。
- ④ 開発された商品は、商品を開発したグループで販売していくことが仕組みされており、商工会議所はデザイン支援やPR活動に専念している。