



事例
C-②

糸魚川商工会議所 ヒスイの聖地・糸魚川での観光振興支援

1. 面的支援の概要

(1) 支援のきっかけと商品化実現

① 「ヒーリングスポット・ヒスイの聖地 糸魚川」プロジェクト発足

平成24年、糸魚川商工会議所では、来る平成27年の北陸新幹線開業を機に、交流人口の拡大と地域経済の活性化に向けて「ヒーリングスポット・ヒスイの聖地 糸魚川」プロジェクトを発足することを決定した。

平成24年度地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトの採択を受け、プロジェクトをスタートさせた。ヒスイの持つ効能やイメージをキーワードとして、その観点から地域資源を束ねることで、地域全体がヒーリング・スポットであることを印象付けることがプロジェクトのねらいであった。

地元の会員企業を中心に参画事業者を募集し、糸魚川商工会議所の総務課・野本係長が事務局の中心となって、外部地域プロデューサーのアドバイスを受けながらプロジェクトが進められた。

プロジェクトの目的は「特産品開発事業」と「観光開発事業」の双方の可能性を探ることであった。事務局では、ヒスイで考えられる商品カテゴリーを探るため「特産品開発」「美容・グルメ」「パワースポット、その他」の3グループに分けてアイデア出しを行うことからプロジェクトをスタートした。

② プロジェクトの取組内容

平成24年度の調査研究事業、平成25年度の本体事業で行った取り組みは以下のとおりである。

- 平成24年度（調査研究事業）
 - ・ミニワークショップで商品カテゴリー出し
 - ・「ヒーリング」をテーマとした地域資源の棚卸
 - ・カテゴリーごとの商品コンセプト設計
 - ・ターゲット設定
 - ・着地型観光商品の骨子案作成
 - ・認知度、興味度調査実施
 - ・認知度、興味度調査を踏まえた商品案の精査と検討
 - ・今後の展開検討
- 平成25年度（本体事業）
 - ・ヒスイを活用したネイルの商品化懇談会
 - ・ヒスイネイル施術講習会開催
 - ・ヒスイネイル技術審査会
 - ・ヒスイネイル・谷村美術館モニター体験
 - ・東京発団体バスモニターツアー実施
 - ・最終プロジェクト委員会での事業まとめ

(3) 支援内容

① プロセスを踏んだプロジェクト推進

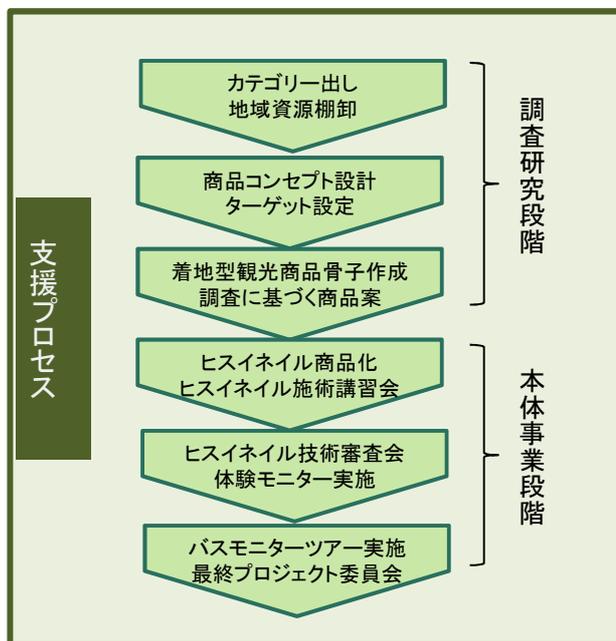
糸魚川商工会議所が行った支援の特徴は、プロジェクトをしっかりとスケジュール化し、そのスケジュールに沿って商品開発を行ってきたことが、最大の特徴と思われる。

プロジェクトの進行過程で、外部の地域プロデューサーのアドバイスを受け、参画した事業者の意見を尊重しつつも設定したテーマに合致した商品を作り上げるという支援を行ってきた。

② ヒスイネイル商品化と結びつけた着地型観光事業確立へ

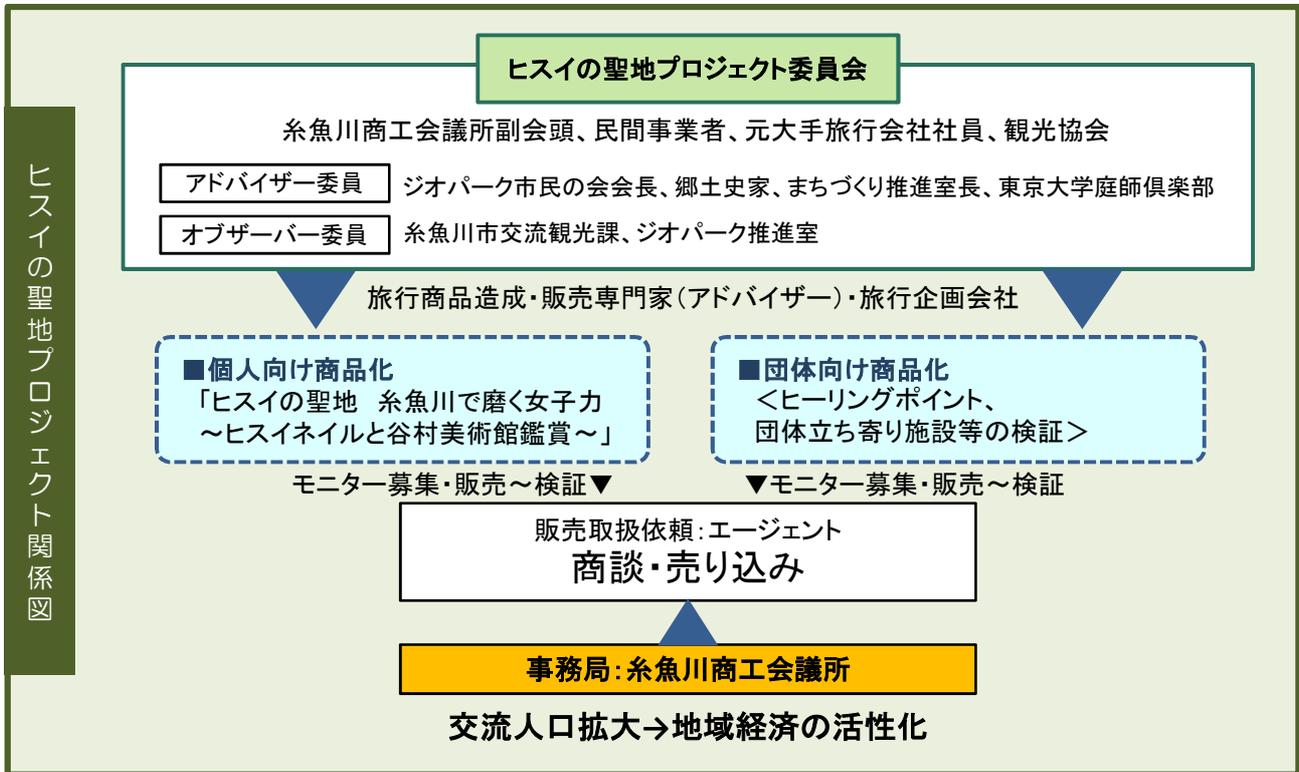
ヒスイネイルという地域資源を活用した新事業を開発支援したが、その商品と既存観光資源（谷村美術館、玉翠園）とを結び付け、更に商品の付加価値（パワースポット、カラーセラピー等）をつけてオリジナルの着地型観光事業という商品を作り上げ、エージェントへの営業活動をおこなってきた。

このような商工会議所による販路開拓支援があって地域外需要を取り込むことができる仕組みが構築されてきた。



糸魚川商工会議所
ヒスイの聖地・糸魚川での観光振興支援

2. 支援組織・連携スキーム



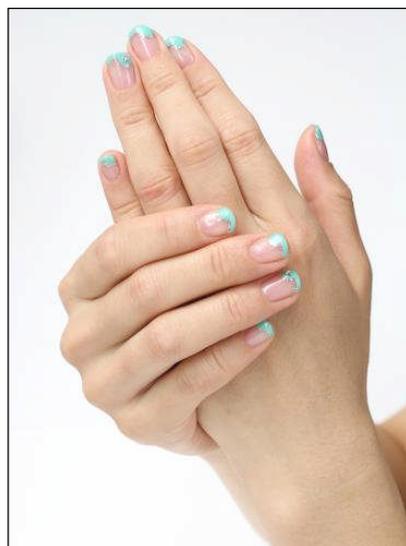
(1) 商工会議所が市内事業者をマッチング

糸魚川商工会議所は、プロジェクトを進める過程で、今までに繋がりのなかった美容業7事業者とヒスイ加工業1者、観光関連施設などをマッチングさせて、プロジェクトのテーマとなる「ヒーリング」につながる6色のヒスイネイルを生み出すことをコーディネートした。

また、一定レベルの技術をもったネイリストを育成するためヒスイネイル技術審査会を立ち上げて、11名のヒスイネイルネイリストを誕生させた。

このネイリスト達が市内の複数の美容室やエステサロンなどで業務従事しており、今まであまり繋がりのなかった市内の美容業界に連携効果をもたらしているのもマッチングの産物である。

更に、ヒスイネイルネイリストの発案により、平成26年7月には、市内の5つの酒蔵の地酒と地元ぶどう園のぶどうジュースをマッチングしてヒスイカクテルを開発し、観光事業に繋げている。



ヒスイネイル (カラー: ジェード)

(2) 外部機関を活用して旅行商品開発

プロジェクトで開発された商品を観光事業に結びつけるための仕組みを旅行企画会社を活用して作り上げた。

個人向け商品として「ヒスイの聖地 糸魚川で磨く女子カ～ヒスイネイルと谷村美術館鑑賞～」、団体向け商品化に向けて、ヒーリングポイント、団体立ち寄り施設等の検証を行い、モニタリング調査を行った。



温泉宿を含め10店舗が提供する「ヒスイカクテル」

系魚川商工会議所
ヒスイの聖地・系魚川での観光振興支援

3 成果

① 新商品の開発

以下のような開発・検証が行われた。

- ・ヒスイの切削粉を活用したヒスイネイル
- ・美容関連会員7事業所によるヒスイネイル事業の推進・試作品造成
- ・ヒスイネイル開発検証（モニタリング32件）
- ・新商品と連携規格の造成・検証（モニタリング5件）
- ・市内施設、観光商品等を繋げた旅行商品の造成
- ・団体バスツアーの誘客・検証



プロジェクトで誕生したヒスイネイル公認ネイリスト

② 売れ行き好調な開発商品

ヒスイネイルは、平成26年3月発売以来、徐々に売り上げも拡大している。

続いて、市内の酒蔵や、ぶどう園が提供する材料を使って、温泉宿を含めた10店舗が開発した「ヒスイカクテル」も7月から1杯1コインの500円で販売開始した。「1ヶ月で1,000杯売れた」という。

さらに、平成27年春からガイド付きの「ヒスイ拾いバスツアー」も開始され、いよいよ北陸新幹線開通に合わせた取り組みが本格化した。



エステサロンJade(ジェイド)代表・川名さん(左)と系魚川商工会議所・野本係長(右)

4 今後の課題と計画

① 着地型観光事業の価値創造

旅行会社は利益が出ないと対応しない。観光地、観光施設での観光客の土産物の購入などによる利益の還元など旅行商品に工夫をすることが今後課題である。

地域発の着地型観光事業を成功させるためには商工会議所、行政、観光協会、宿泊事業者、地域住民、旅行会社などの更なる連携が必要不可欠と思われる。

② 消費者への情報発信

小都市ほど情報発信は大きな課題である。既にFacebookでの発信は行っているが、更にソーシャルメディアを活用することにより、うまく「口コミ」に載せて集客を図ることも今後必要と思われる。会議所、行政の支援による粘り強い「営業」と旅行会社との連携が今後期待される。

5 地域活性化のポイント

- ① 商工会議所はあくまで事務局として黒子に徹し、参画事業者の意見を積極的に出す場づくりを行った。
- ② 地域を持つ魅力をテーマ設定し、そこに地域資源を繋ぎわせるコーディネーションを商工会議所が強力に推進した。
- ③ 外部専門機関をプロジェクトの進行段階でうまく活用し、参画した事業者のベクトル合わせを行った。
- ④ プロジェクトの過程で掘り起こされた地域資源を結び付けて新たな商品を作り上げるため、市内事業者のマッチング、連携を会議所のネットワークをフル活用した。