

地域資源発掘型 プログラム事業

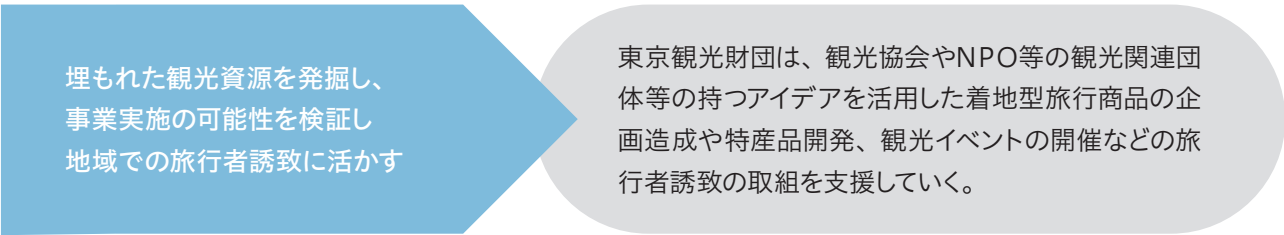
(令和5年度募集事業)

TOURISM ACTIVATION FORUM TOKYO 2025



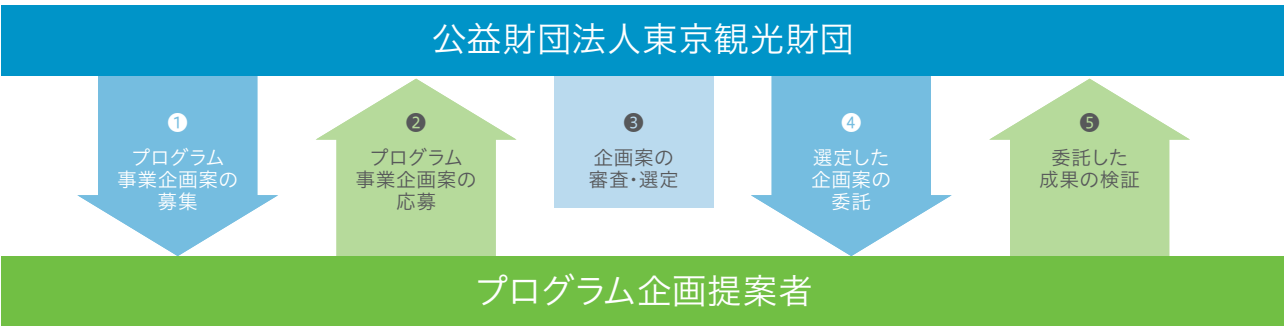
地域の現状と事業の必要性

地域資源の観光への活用は、地域によって温度差があり、隠れた資源が十分に活用されず埋もれていることがある。埋もれた地域資源は、活用の仕方によっては観光振興に大いに役立つ可能性を秘めている。



事業スキーム (令和5年度)

- 1 地域で活動する観光協会や民間企業、NPO法人、大学などの多様な主体が共同で実施する観光資源の発掘や既存の観光資源の磨き上げの取組による特産品の開発や旅行者イベント等の企画案を選定
- 2 選定された企画案について業務委託し、その実現を図っていくとともに、得られた成果を検証することにより、地域の取組を促進



- 観光協会
- 民間企業
- NPO法人
- 大学など

多様な主体が共同で応募

企画事例

- ・着地型旅行商品の企画・造成
- ・地域における特産品の企画・開発
- ・旅行者誘致のイベント企画・実施

- 3 採択された企画案について、検証後の2年目・3年目の事業の継続を支援する目的から、補助制度を設けている。

目次 contents

01

『ヤマメ廃魚を活用した「やまぼこ」観光商品化事業』(奥多摩町)

16

02

『神津島樹木ツアーの開発～神秘的樹木と共に～』(神津島村)

18

『ヤマメ廃魚を活用した「やまぼこ」観光商品化事業』

- 主たる企画提案者 一般社団法人奥多摩観光協会、小河内漁業協同組合、奥多摩総合開発株式会社
- 対象地域 奥多摩町



現状・課題

少子高齢化が進んでいる奥多摩町では、地域経済の活性化による雇用の維持・創出が求められており、観光面では観光誘客の周年化や地場産品を活用した六次産業化を図ることで、地域資源の付加価値を高めることが課題となっている。また、奥多摩町の観光は日帰りの割合が高く、一人当りの観光消費額が低いため、日帰り観光でも高収益を上げられるように内水面漁業との連携を図り、町内で生産・加工・販売できる付加価値の高い特産品を開発する必要がある。さらに、町の全域が美しい国立公園内に指定されている奥多摩町では、環境問題に配慮した循環型社会を目指しており、これまで焼却処分していた採卵後のヤマメ廃魚を地域資源として有効活用することが求められている。本事業は、これらの課題解決に資する取組として実施するものである。

実施内容

- ①連携協議会の運営：6回開催 令和6年3月5日（火）、4月25日（木）、5月28日（火）、7月16日（火）、9月3日（火）、10月28日（月）
- ②ヤマメ料理発掘調査
 - ①町内飲食店・宿泊施設調査 【実施期間】令和6年3月15日（金）～4月15日（月）【回答数】32事業者
 - ②全国の内水面漁業組織調査 【実施期間】令和6年5月～9月【対象者】内水面漁業組織、企業等8団体
- ③「やまぼこ」を活用した特産品の開発
 - ①特産品開発検討会

回数	内容	講師	開催日	参加者
1回目	食品パッケージデザイン講座	(株)オズクリエイション 麻生氏、遠藤氏	6月17日（月）	10名
2回目	レトルト加工講座	パナソニック産機システムズ(株) 後藤氏	7月29日（月）	6名
3回目	アレンジレシピ講座	Foodist Link (株) 高田氏	9月 3日（火）	9名

②開発商品	魚肉ソーセージ	だしパック	すり身・揚げかまぼこを使った料理（15種）
-------	---------	-------	-----------------------

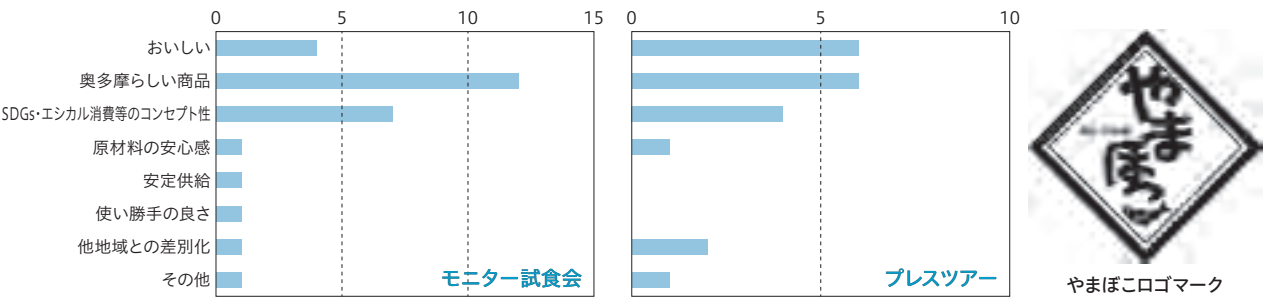
- ④「やまぼこ」を活用した体験コンテンツの造成
 - ・奥多摩地域の川魚とその背景にある自然や養殖技術、地域の歴史文化、他の食材等と組み合わせによってツアー造成するためのオプションツアー及び「やまぼこ」を使ったオリジナル料理の開発を行った。

- ⑤モニター試食会及びモニターツアーの実施

①モニター試食会	※現地開催で新商品を試食・評価した人数（15名）を含む			
回数	実施方法	講師	開催日	参加者
現地開催	試食会	やまぼこアレンジ料理の試食と評価、商談	9月19日（木）	15名
モニタリング	開発商品の試食	魚肉ソーセージ、だしパックの試食と評価	9月～10月	43名※

②モニターツアー	対象者	内容	ツアー料金	開催日	参加者
	観光客	白丸駅～奥多摩駅までのガイドツアー（徒歩）	3,000円	9月26日（木）	11名
	メディア等	奥多摩駅から小河内地区までのバスツアー	無料	10月20日（日）	7名

- ⑥事業効果の把握 モニター試食会及びモニターツアー2種（観光客、メディア）でアンケート調査を実施した。
 - 「やまぼこ」を取り扱いたいと感じる理由（商品力・訴求力があると感じる点）



種類	内容
ロゴマーク・ロゴシール	「やまぼこ」のロゴマークを制作し、パッケージ、PRサイト、販促物に使用
PRサイト	小河内漁業協同組合のサイトリニューアル（「やまぼこ」及び「鮮魚卸し」のページ追加等）
販促物	販促イベント等に使用するテーブルクロス（4枚）、のぼり（10枚）、卓上のぼり（20枚）を製作

成果

- ①既存商品（すり身・揚げかまぼこ）のポテンシャルの再発見
 - ・既存のすり身と揚げかまぼこの使い方を、料理人や専門家にアレンジレシピやオリジナル料理として考案してもらったことにより、試食会等を通して地元事業者やメディア関係者、近隣バイヤーに、「やまぼこ」のポテンシャルの高さをアピールすることができた。
 - ・川魚の供給難が続く中で、汎用性が高く、冷凍保管できる「やまぼこ」の利便性が高く評価された。
- ②新商品開発の方向性を確認・共有
 - ・新商品開発として進めている魚肉ソーセージとだしパックについて、各種モニター調査により、市場性や商品化に向けた方向性（味、食感、価格等）を明らかにすることができた。
 - ・また、品質やコストを考えた場合に、製造設備の拡充の必要性も明らかとなり、OEM[※]も視野に入れた生産体制について、関係者間で共有することができた。

（※）Original Equipment Manufacturer（他社ブランドの製品を製造すること）
- ③「やまぼこ」を活用した体験コンテンツ、ツアーの造成
 - ・一般観光客向けモニターツアー及びプレスツアーでの総合評価は、「満足」の回答が9割以上と、高い評価を得ることができた。ツアーに組み込んだオプションツアーややまぼこ料理も総じて高評価を得ており、SDGsの取組につながる新たなテーマを創出できた。
- ④奥多摩・青梅地域、西多摩地域との連携強化
 - ・商品開発ワークショップや試食会を通じて、町内事業者との連携が強まった。開発商品への食材提供や、やまぼこを使った料理開発など、事業者からの関心の強さがうかがえる。
 - ・青梅市と連携して行っている「青梅・奥多摩ごぜん」の取組との連携として、プロモーションややまぼこを食材として取り扱う事業者の紹介なども進んでいる。

課題

- ①流通増に対応した在庫商品の確保
 - ・本事業の推進により、「やまぼこ」関連商品の流通増加が期待されるため、需要に対する供給体制の強化が必要である。
- ②実売に向けた開発商品のブラッシュアップ
 - ・新商品となる「魚肉ソーセージ」及び「だしパック」の実売に向けて、商品規格、パッケージ、食品衛生検査、パッケージ等を整えていく必要がある。
- ③体験コンテンツ及びツアーの価格設定
 - ・本事業で改善すべき点の一つにツアーの価格設定があり、調査で得られた価格と、食事や体験コンテンツで各事業者の価格設定に格差がある場合には、事業者とも協議した上で、価格調整を行う必要がある。
- ④効果的なプロモーションの実施
 - ・各種調査を通して、「やまぼこ」に対する一般観光客、バイヤー、メディア及び地元観光事業者の関心や注目度が高いことが把握できたため、積極的に情報発言することで、チャンスロスを生まない工夫が必要である。



今後の展開

- ①OEMも視野に入れた効率的な商品生産
 - ・既存の冷凍商品の製造を進めるとともに、新商品のOEM製造を検討し、効率的な生産スケジュールを構築する。
 - ・OEMを取り入れることにより、未利用部位の消費や、親魚の焼却処分量のさらなる削減につながる。
- ②商品規格、パッケージを検証するためのテスト販売の実施
 - ・新商品の販売に向けた商品規格とパッケージ製作を進めるとともに、テスト販売により商品のブラッシュアップを行う。
- ③ツアー及び体験コンテンツの販売
 - ・性別や志向など、ターゲットに合わせて、オプションツアーの組み合わせや価格設定を行ったツアー販売を行う。
- ④青梅・奥多摩地域、西多摩地域でのプロモーション活動
 - ・「青梅・奥多摩ごぜん」をはじめ、西多摩地域で「やまぼこ」を知ってもらうためのプロモーション活動を行う。
 - ・「やまぼこ」の名称、ロゴマークの商標登録、キャッチフレーズの作成など。

『神津島樹木ツアーの開発 ～神秘の樹木と共に～』

- 主たる企画提案者 特定非営利活動法人神津島観光協会、フルアース、丸一建材
- 対象地域 神津島村



事業目的

島の観光客は夏季に集中し、観光客の分散化及び閑散期の観光需要の掘り起こしが課題である。また、島は国立公園に属しており観光資源に溢れ、島民の暮らしは樹木を中心とした自然と密接にかかわっているが、樹木の価値や文化を旅行者に伝えられていない。本事業では、閑散期における来島促進および観光消費を促すこと、さらには島の観光資源を有効に活用することを目的として、島内の樹木に焦点を当てた観光資源の価値、歴史、文化を調査し、その魅力を伝える着地型体験ツアーを造成する。

実施の概要

【島内の観光資源に関する情報収集・ヒアリング・選定】

実施日：令和6年3月30日（土）～31日（日） 調査対象者（島民2名、島のネイチャーガイド1名）
島民ヒアリングに加え、神津島郷土資料館や島民の方々からのお話をもとに、約50件の文献調査を行った。
以下のヒアリング、樹木調査及び他地域の情報収集の結果を、ツアーのルートやガイドの案内ストーリーの作成に活かした。

島民へのヒアリング結果

自然環境：植物多様性や固有種、火山活動による植生遷移が見どころ。神津島の独自の生態系が大きな魅力。
文化と歴史：サカキやシキミ、またはモッコクなど、宗教や信仰に根差した植物を観光に活かすことが重要。

島民へのヒアリング結果

二十五日様の儀式：シノダケを神聖な役割として玄関に飾る習慣がある。
カツオ釣り：より太い「マダケ」が使われ、神津島では貴重な存在である。
モッコク：染料や建材として使われ、特に床柱として島の伝統的建築に取り入れた。

ネイチャーガイドへのヒアリング結果

天上山のスダジイ：低木で花をつけている珍しい現象が見られる。
謎の石立：地衣類による模様が特徴で、学術調査を実施すると良いのではないかと。
多幸の猫又伝説：普段のツアーでは紹介しないので、新たな観光資源として注目される可能性がある。

【樹木医による樹木調査】

実施日：令和6年4月23日（火） 調査者（樹木医2名）
物忌奈命神社のご神木イチヨウは推定樹齢169年で、4本の樹幹が癒合した珍しい「合体木」である。
・物忌奈命神社の大フジは、新旧の樹幹が複雑に編み込まれており長い年月育ち続けた古木である事が分かった。
・物忌奈命神社のイブキは、幹周が382cmで巨樹・巨木林の要件を満たしている。
・天上山黒島登山口のスダジイは強風により成長が制限されて風衝樹形を成すなど、天上山の植生は稀である。
・謎の石立の樹木は火山岩の一種である流紋岩を割って成長しており、神津島の成り立ちと豊かな自然が成す稀な樹木景観である。

【他地域の情報収集・視察・意見交換】

実施日：4月17日（水）～18日（木） 南信州観光公社・南信州山岳文化伝統の会
・長野県全体で観光立県としての意識が強く、立ち寄り型観光が中心だったが、近年は体験型観光へシフト。
・巨木ツアーの魅力、南アルプスには巨木が生えており、参加者に自然の壮大さを感じさせるツアーが人気。



調査風景

【オンライン意見交換】

実施日：令和6年5月1日（水） 岐阜県飛騨市 株式会社飛騨の森でクマは踊る
・地域の自然環境を活かした体験型観光を提供し、持続可能な観光モデルとして、地域の魅力発信と環境保全の両立に成功。

【オンライン意見交換】

実施日：令和6年5月23日（木） 沖縄県 樹木医 樋口純一郎氏
・多様な国有種が生息する特異な生態系を持ち、山菜ツアーが自然教育や食文化体験に貢献。



南信州視察の風景

【有識者を招いたモニターツアー実施】

実施日：令和6年7月19日（金） 所要時間：移動含め約2時間40分
有識者 ①有識者：三浦晋哉氏（イベントプランナー、編集・ライター）
②アドバイザー：上垣真子氏（まちづくりラボ・サルベージ）



謎の石立散策

ツアー実施の流れ：出発地→徒歩で、①物忌奈命神社（滞在40分）～車移動～②天上山エリア（滞在20分）～車移動～③謎の石立（滞在20分）～車・徒歩移動～④多幸キャンプ場の遊歩道・⑤日向神社（滞在35分）～徒歩移動～⑥多幸湧水（滞在20分）～終了

■ツアー後のヒアリングからわかったこと

- ・喧騒を離れた非日常感や、デトックス感が魅力。都会の喧騒を離れて自由を感じられる。
- ・Google検索やYouTubeの活用、若者にはSNSの活用も有効。また、離島は紙媒体のガイドブックも有効。
- ・自然が好きな人には興味を引く内容だが、現段階では癒しよりもインプットが多い。五感を活かし、リラックスできる体験や、島のリアルな生活体験を入れられると良い。人数は2～8名で、ハイエース1台に収まる規模が最適。

上記フィードバックを踏まえ、島の「森」に焦点を当て五感を使って自然を楽しむことをコンセプトに、都会の喧騒から離れた人々のニーズに応え、手軽に参加できる一方で、島の歴史や文化も体験できる内容のプランを検討した。結果、具体的には、メジャーでビュッシンの計測体験や聴診器で木の鼓動を聴く体験を取り入れた。また1名から催行出来るツアー形態を考えた。

【PR媒体の制作および広報】

制作物：①ツアーホームページ（<https://kozushima.com/jyumok/>）
②ツアーA4チラシ（両面1枚）
③リーフレット（小冊子）※データ納品
広報活動：SNS（Facebook、Instagram、X）でホームページ公開のお知らせ記事を投稿

WEBサイト
TOPページ



成果

実施概要を踏まえ、着地型商品として以下の方向性を決定した。

区 分	内 容
ツアーのターゲット	神津島のアナザーサイドを知りたいと思う30代～50代の男女リピーター層
効果的な情報発信方法	チラシ配架（まちゅーれセンター、神津島空港、調布飛行場、東海汽船各港、民宿、飲食店など）SNSプロモーション（HP、Facebook、Instagram、Xなど）
コンセプト及びツアー内容	「神津島のアナザーサイド「森」を散策してみよう！」気軽に参加しディープに楽しむ、五感で感じる体験型自然ツアー 所要時間3時間、ガイドストーリー30編、サイドストーリー20編から抜粋しツアー内で案内。
ツアーの価格帯	6,000円～41,000円（ツアーの催行形態及び最少催行人員による）
樹木や古木を活用した特産品案	椿の枝の箸、木の御朱印、精油・木のストロー・木のシールなど

今後の展開

①樹木ツアーの販路拡大

〔販売チャネルの多様化〕

- ①協会HP等を通し、ツアーの認知度向上を図る。
- ②SNSやデジタルマーケティングで若年層にアピールし、口コミを促進する。
- ③宿泊施設にパンフレットを設置し、宿泊者へ直接訴求する。
- ④島民への認知度拡大を図る

〔ターゲット層に合わせたツアー差別化〕

- ①ファミリー向け：親子で楽しめる体験型ツアーを提供し、SNSや観光サイトで訴求する。
- ②リピーター向け：ガイドとの交流を深めたプレミアムツアーを展開し、ターゲットにリーチする。

〔オペレーションの複雑さと費用負担〕

- ①樹木ツアー一部分を切り取ったツアーを催行
- ②HPやチラシを活用し、自分自身で巡ってもらう。
- ③他のツアーのガイドからの案内に、樹木に関するストーリーを組み込む。

②ツアー運営体制の強化

〔ガイド育成と運営の効率化〕

- ①ガイド研修を通じて自然や地域文化の知識、接客スキルを強化する。
- ②フィードバックを活かし、ツアー運営を改善して満足度の向上を目指す。