山村活性化交付金事業委託業務

食と観光が連動した 「香り」のブランディング

事業主体:八幡市山村活性化地域協議会 実施地域:岩手県八幡平市

実施年度:平成27年度(2015年度)~平成29年度(2017年度)

岩手県八幡平市

TAISHIの役割

行政、商工会、農業者、観光事業者、民間事業者等で組成する協議会が推進する事業の事業推進ディ レクションを実施。

分野		戦略・計画 地域活性化 事業開発 観光振興			・研究		マーケラ	ティング		その他			
テーマ	地域活性化	事業開発	観光振興	市場調査	専門家協力	商品開発	販路開拓	プロモーション	デジタル マーケティング	クリエイティブ	人材育成	研修・セミナー	
該当	•	•		•	•	•	•	•		•			

背景・ねらい

八幡平市の基幹産業である農業は、担い手の確保による生産量の維持が課題となっており、新食材の開発や大都市圏でのイベントに取り組んでいたものの、収益性が低く、効果も一過性でした。 しかし、八幡平市は安比高原を中心とする岩手県の代表的観光地であり、観光と連携した農林畜産業振興の可能性がありました。

そこで、本事業において、①農林畜産業の新規就農・後継意欲を高める新たな収益構造の構築 ②地域一体型の6次産業化に向けた垂直・水平連携の強化 ③未活用資源の発掘・活用による第一次産業の再 活性化を目指すこととしました。

プロジェクトの概要と獲得成果

・地域資源の賦存状況・利用形態等を調査

重点推進作物(山菜、山ぶどう、安比まいたけ、八幡平マッシュルーム、八幡平サーモン)を中心とした 生産・加工・販売情報を整理。松尾鉱山等の観光資源化と食資源との連携で、経済効果が高められる可能性 があること、課題は量産化、加工技術であることを明確にしました。

●「食」「体験」そして「歴史」の調査研究をベースに地域の新たな魅力をプロデュース





・生産量日本一の山ぶどうのワインづくりによる6次化事業モデルを策定

【6次産業化モデルの水平展開イメージ】

STEP1:拠点形成 ワイナリーを中核とした 6次化拠点の開発

地域資源「牛産量日本一の 山ぶう」に着目してワイナ リーを設置。農観連携の6 次産業化を推進。

STEP2:ブランド展開

多機能型 6次化拠点として展開

生産・加工・販売(マーケティン グ&プロモーション)・交流(体 験)を一元化した八幡平市ブラ ンディングをリードする多機能 型6次産業化拠点として展開。

STEP3:拡大・発展

多彩な八幡平市 農産物への活用

八幡平市重点作物の6次化 モデルへ拡大。農業・食・ 観光連携による6次産業化と ブランディングを推進。

「香り」のブランディング効果をテストマーケティングで実証。 東京都内の小売店舗にて八幡平フェアを開催(2回)。

首都圏にて八幡平市農産加工品へのニーズやパッケージデザインの評価等を検証。 大都市圏での販路獲得や地域ブランド形成の可能性を把握できました。

京都内食品店でのイベント開催により「八幡平ブランド」形成の可能性を実証









【第1回八幡平フェア(チラシ)】

【第2回八幡平フェアディスプレイ】

獲得成果

- ・地域資源の効果的な差別化と高付加価値化を推進する「香り」をテーマとしたブランデ ィング戦略の市場可能性が把握できた。
- ・山ぶどうワインの6次産業化モデルの事業化による地域の新たな魅力づくりができた。

構成主体:八幡平市、八幡平市商工会、八幡平市観光協会、八幡平ホテル協議会、農業関連団体、交通事業者、体験型観光サービス提供事業者

インカレねむろ事業推進協議会 平成30年度モデル事業

人口集積地の大学との連携で 将来の担い手確保や顧客確保、 都市部での情報チャネル開発を推進



事業主体:インカレねむろ事業推進協議会 実施地域:根室市・羅臼町・標津町・中標津町・別海町

実施年度:平成30年度(2018年度)

TAISHIの役割

根室市、中標津町、別海町、標津町、羅臼町で構成される協議会が運営するインカレねむろ事業のモデル事業構築を支援。

分野	1	戦略・計画 地域活性化 事業開発 観光振興		調査	・研究		マーケラ	ティング		その他		
テーマ	地域活性化	事業開発	観光振興	市場調査	専門家協力	商品開発	販路開拓	プロモーション	デジタル マーケティング	クリエイティブ	人材育成	研修・セミナー
該当	•	•										•

背景・ねらい

「インカレねむろモデル事業」は、インカレねむろ事業の持続化の確立に向けたモデルプログラムとして位置付けられ、①専従組織の設置、②サービス開発による持続的な収益確保、③1次交通コスト の圧縮による立地不利の克服等が課題となっていました。

そこで、地域と学生が繋がることで双方の課題を解決するWin&Winモデルを推進する仕組みとサービスの提供を「中央大学FLP地域・公共マネジメントプログラムのモデル事業として、大規模ゼミ受入 の試みから、ゼミメッカ根室エリアの持続的発展の可能性を探りました。

プロジェクトの概要と獲得成果

根室エリア水産業の可能性提言 【中央大学FLP地域・公共マネジメントプログラム(学生109名・教授5名)】

- ①オリエンテーション
- ②北方領土学習
- ③施設訪問
- 4) 講義
- ⑤ 歯無漁協渚泊
- ⑥フィードバックプログラム
- ⑦プレゼンテーション

獲得成果

レンタルバイク事業、相乗り体験、キャンピングカーレンタル、アウトドアスポーツ ツーリズム、マルシェ等、地域の観光振興に関する、地域の特色を活かした今までに ないビジネスモデルの具体的な提案が得られた。

ゼミ	人数	ゼミテーマ	対象地域
Α	9名	子どもの独立を防ぐ	別海町
В	9名	別海町蕎麦のブランド化に向けた取り組み	別海町
С	7名	子育て支援と男女共同参画社会	根室市
D	8名	根室地域の漁業における売上(所得)の向上	根室市
E	11名	当該地域における地域スポーツ振興事業の課題と実態	中標津町
F	10名	中標津地域の地域資源の発見及び産業の活性化	中標津町
G	9名	地震・津波時の根室地域の防災・復興リーダーとしての中標津町	中標津町
н	12名	子どもを持つ女性と家族	羅臼町
ı	23名	つながる つなげる 羅臼町	羅臼町
J	11名	インバウンド観光	標津町

構成主体:後援・北海道根室振興局 協力・中央大学

観光振興 • 組織強化推進事業委託

「手ぶらDEキャンプ」事業から見る 新たな道東観光の可能性

事業主体:別海町 実施地域:別海町

実施年度:平成27年度(2015年度)~令和元年度(2019年度)

TAISHIの役割

「観光専門家」として別海町の観光振興施策の推進を支援

分野	1	戦略・計画 地域活性化 事業開発 観光振興			・研究		マーケラ	ティング		その他		
テーマ	地域活性化	事業開発	観光振興	市場調査	専門家協力	商品開発	販路開拓	プロモーション	デジタル マーケティング	クリエイティブ	人材育成	研修・セミナー
該当	•		•	•	•	•		•		•		

背景・ねらい

観光は、外需を多面的に取り入れ、ヒト・モノ・カネの循環を促し、異文化との交流を促進します。第一次産業の代表的課題である担い手確保の問題にも効果が期待できます。 そこで、観光開発公社の収益拡大モデルを確立して、別海町内における観光の経済波及効果を「見える化」し、観光事業への再投資の循環サイクルを創出して観光の産業化を目指すこととしました。

プロジェクトの概要と獲得成果

- ①ワーキング会議、プロジェクト会議による観光モデル事業の具体化と関連事業者との共有 主に観光プロモーションに携わる別海町観光協会と観光船やキャンプ場を運営する別海町観光開発公 社の連携による、新たな観光モデル事業の立案、持続発展的な運営体制等について協議、検討。
- ②手ぶらDEキャンプ事業の実施

キャンプ場を拠点とした新たな滞在型観光モデルを構築し、コールマンジャパン、ニッポンレンタ カー、ピーチアビエーションと連携したモニターツアーを実施して創出経済効果を検証、試算。

③別海町観光アンケート調査の実施

友好都市・大阪府枚方市の一般消費者を対象に、北海道や別海町への旅行意向、町の認知度や関心、 旅行ニーズ等を把握し、都市部消費者の観光需要を把握(N=450)。

④別海町観光船利用実態把握調査の実施

観光船と周辺観光スポットの相互利用による別海町の観光振興の可能性を検証。(N=66)

- ・手ぶらDEキャンプは潜在的ニーズが大きいこと、氷平線は満足度が高い観光資源であ ることが検証できた。
- ・観光船は満足度が高く、(温泉)宿泊との連携により利用客の増加だけでなく、裾野の広 い波及効果が期待できることが把握できた。
- ●手ぶらDEキャンプを基点とした町内回遊性向上の事業イメージ



●手ぶらDEキャンプ モニターツアー募集バナー



●町内回遊性と消費を促進する「手ぶらDEキャンプ店舗紹介パンフ」(A5×8P)





Change→Chance フードアクションカワネプロジェクト

「ジビエ」を観光に活かし、 どこにもない地域のステキづくり

事業主体:川根本町商工会 実施地域:静岡県川根本町

実施年度:平成28年度(2016年度)~平成30年度(2018年度)

静岡県川根本町

TAISHIの役割

調査及び実証実験に係る企画・実施・とりまとめ。イベント等のディレクション。

分野	1	戦略・計画 地域活性化 事業開発 観光振興		調査	・研究		マーケラ	ティング		その他		
テーマ	地域活性化	事業開発	観光振興	市場調査	専門家協力	商品開発	販路開拓	プロモーション	デジタル マーケティング	クリエイティブ	人材育成	研修・セミナー
該当	•	•	•	•		•						

背景・ねらい

川根本町には多くの優れた観光資源がありながらも十分に活用されていませんでした。

そこで、それら観光資源の"もったいない"を払拭して、観光振興による地域活性化を達成するための営業機能・情報収集機能戦略的立案機能等、地域マネジメント組織の構築と持続可能な推進体制づく りを中長期な視点で推進することとしました。

プロジェクトの概要と獲得成果

①マーケティング・コーディネイト

観光資源調査、宿泊客アンケート調査、地域住民・飲食店ニーズ調査を実施して、里山 文化を体現するジビエ料理による地域経済の活性化モデル構築の方向性を抽出。

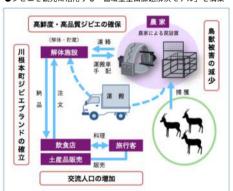
②ジビエによる「循環型里山課題解決モデル」の事業化を推進。

「わな猟」捕獲有効性の実証実験。飲食店・宿泊施設でのジビエ料理の開発・提供、試食会「ジビエ・フェア」の開催。地域住民への理解促進とビジョンの共有により、鳥獣被害の減少と交流人口の増加を地域一体で推進するジビエの観光ブランド化事業を構築。

獲得成果

ジビエ料理は、地域住民の旧来のイメージを一新し、川根本町の新たなブランドとして確立できる可能性が検証できた。

●ジビエを観光に活用する「循環型里山課題解決モデル」を構築



●ジビエプロジェクトで開発されたメニュー







●防ぐ・守る・活かす「川根本町いのしかマニュアル」を作成



Hosting→Sharingカワネフリーアクティブ戦略調査研究事業

地域が一体となった 「観光産業化」の可能性を推進

事業主体:川根本町商工会 実施地域:静岡県川根本町



実施年度:平成29年度(2017年度)~令和元年度(2019年度)

TAISHIの役割

「観光専門家」として川根本町の外需獲得、観光振興の推進に係る調査を支援。

分野	1	戦略・計画 地域活性化 事業開発 観光振興			・研究		マーケラ	ティング		その他			
テーマ	地域活性化	事業開発	観光振興	市場調査	専門家協力	商品開発	販路開拓	プロモーション	デジタル マーケティング	クリエイティブ	人材育成	研修・セミナー	
該当	•		•	•		•		•					

背景・ねらい

川根本町の観光は日帰り客が中心で、地域経済の活性化につながっていませんでした。また、人口の減少や少子高齢化が進み、生活行動圏の縮小による鳥獣被害の増加や、後継者不足によるブランド茶 「川根茶」の生産量低下等の課題を抱えていました。

そこで、地域全体の観光産業化に向けた体制づくりとインバウンド観光客への基本的なサービスとなるキャッシュレスシステム・民泊・カーシェアリング等のシェアエコサービスに対するニーズや導入 課題等を把握するための調査研究事業を実施することとしました。

プロジェクトの概要と獲得成果

①キャッシュレスシステム導入による地域内消費効果調査

町内の飲食店・小売店に一定の期間決算システム端末を設置して、キャッシュレスシステム利用店舗の増加によるインバウンド誘客及び町内消費効果を実証的に調査。

②カーシェアリングのサービスモデル調査

宿泊先と鉄路の接続や二次交通の利便性向上を図り、ウォーキング観光、ハイキング 観光を促進するカーシェアリングサービスの可能性を調査研究。

③インバウンド観光客における民泊ニーズ調査

民泊サービスに対する観光客の関心やニーズを把握し、インバウンド誘客戦略におけるターゲットや効果的な体験サービス等の方向性を検討。

獲得成果

- ①川根本町のキャッシュレス導入店舗および利便性の拡大は観光の産業化に向けた基本的な施策となる可能性が見出せた。
- ②個人間カーシェアリングサービスに向けたシステムと体制(プラットフォーム)の構築により、県外・海外からの観光客の利便性、満足度を高められる可能性を検証できた。
- ③インバウンド観光を推進する上で「無料WiFi」と「キャッシュレス決算」が基本的なサービスであることが明らかになった。

●研究調査を重ねながら、中長期の視点で事業を展開

 【令和元年度】
 【令和2年度】
 【令和3年度】

 STEP1: 調查研究
 STEP2: 短期整備
 STEP3: 中長期整備

- ・キャッシュレス システム導入の 課題と可能性
- 課題と可能性
 ・シェアリングエ コノミーの導入 課題と可能性
- ・広域観光ルートの開発
- ・多言語コミュニ ケーションツー ルの開発 ・シェアエコサー

ビスの開発

と共有 ・多言語インフォー メーションセンタ ーの設置

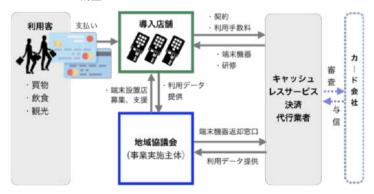
地域理解の浸透

・通訳・ガイド育成・サイン整備

地域全体の観光産業化

日標

●キャッシュレスサービス調査のフロー



札幌市児童会館の将来構想における調査・分析及びモデル事業構築業務

「遊び」から子どもの個性を 伸ばす仕組みづくり



事業主体:公益財団法人さっぽろ青少年女性活動協会 実施地域: 札幌市

実施年度:平成29年度(2017年度)~令和元年度(2019年度)

TAISHIの役割

札幌市内の児童会館運営を受託する青少年女性活動協会の事業モデルの仮説提案とモデル構築に向け た調査を実施。

分野		戦略・計画 地域活性化 事業開発 観光振興		調査	・研究		マーケティング			その他			
テーマ	地域活性化 事業開発 観光振興		市場調査	専門家協力	商品開発 販路開拓 プロモーション デジタル マーケティング				クリエイティブ	人材育成	研修・セミナー		
該当	•	•		•							•	•	

背景・ねらい

公益財団法人さっぽろ青少年女性活動協会の職員総数は1.800名を超え、中でも児童会館部門は204館、延利用総数約400万人。協会で一番大きな組織となっていますが、各館の事業計画は前年度踏襲型 になりがちであり、取り組みの「見える化」による職員の意識改革が課題となっていました。

そこで、これまでの事業検証やステークホルダーへの調査を実施してモデル企画を策定。児童会館のビジョン、ミッション等の職員の共有を図り①遊びを中核とした児童会館評価の拡大、②職員自らが 主体性を持って進化を続ける児童会館、というポジショニング獲得を図ることとしました。

プロジェクトの概要と獲得成果

①児童会館の現状把握調査を実施

地域との交流が活発な児童会館と停滞気味の児童会館の要因・差異を探り児童会館活 動の底上げを図ることを目的に、モデル3ブロック計9館の既存事業・地域連携等に 関するヒアリングを実施。

②家庭(保護者)の実態把握調査を実施

札幌市内の小学児童がいる500世帯を対象にWEB調査を実施。

「遊び」をキーワードにしたアプローチは、家庭と児童会館のイメージやニーズの ギャップを解消する大きな可能性があること、「遊び」の効果を評価する世帯層ほ ど、児童会館の利用を推奨する意向が強い傾向にあることが確認されました。

③地域(町内会等)の実態把握調査を実施

児童会館との連携による子ども育成の課題や可能性、期待等について、6地域の町内 会等へのグループインタビューを実施。

④学校(教職員)の実態把握調査を実施

2校10名の小学校教員へのグループインタビューを実施。 児童会館との連携の必要性が強く認識されていることが検証。

⑤ワークショップの企画・運営

モデル児童会館職員により、児童会館の「目指す姿」の実現に向けたモデル企画の実 施や地域連携の仕組み化を立案し、次年度事業計画への反映を図りました。

調査・ワークショップにより、モデル事業の企画提言と共有を図りました。

【企画案1】共有の仕組み

【企画案2】能動的な連携

- ・児童の個性を共有化する仕組み(仮称)
- ・子ども育成のテーマづくりと地域協働のコーディネイト(仮称)
- ・子どもの「やりたい」を実現できる児童会館・子どもの成長を支援するコーディネーターとしての児童会館

児童の個性を共有化する仕組み (仮称) 子どもの「やりたい」を実現できる児童会館 子どもの得意なこと、好きなことを発見。 児童会館 ・家庭や学校では発揮できない(しづらい)能力の発掘や発揮の支援 学校での子どもの様子を観察、共有 MAIL PEROMES ・子どもの活躍の場の提供、子どもの観察 **支援、多世代交流。** 発表の場の提供、体験講師(地域住民) ・子どもの個性・特別! 野を磨く具体的なミッ ションを各ステータホル ダーにフィードバック。 ・実度での子どもの様子を観察 共有



■第1回ワークショップ





共同。協業販路開拓支援事業補助金

「アイヌ伝統文化・感動体験什組構築事業」

地域の賑わいをみんなで分かち合う 仕組みづくりと効果の実証

事業主体:白老アイヌ伝統文化・感動体験仕組構築事業推進協議会

実施地域:白老町

実施年度:令和元年度(2019年度)

TAISHIの役割

JTB総合研究所と連携し、白老町におけるアイヌ文化の体験観光サービスの提供方法を提言し、補助 採択の上実施。

分野		戦略・計画	ī	調査	・研究		マーケラ	ティング			その他	
テーマ	地域活性化	事業開発	観光振興	市場調査	専門家協力	商品開発	販路開拓	プロモーション	デジタル マーケティング	クリエイティブ	人材育成	研修・セミナー
該当	•		•	•		•		•		•		

背景・ねらい

ウポポイの開業に向けて白老に関心が高まっていることから、白老町を訪れる人々へアイヌの多様で豊かな文化や哲学を発信。アイヌが培ってきた伝統文化や知恵に触れ、アイヌ思想との共存共栄を体 感し、高い満足度を享受することのできる受入体制を整え、参画事業者の所得の向上を図ることを目的に事業を実施しました。

プロジェクトの概要と獲得成果

- ①アイヌ文化、伝統工芸等に関わる市場認識調査
- アイヌが育んできた文化への一般消費者の認知や関心・ニーズ等の把握。WEB調査(N=500)
- ②体験プログラムの仕組み化(事業化)

体験プログラム開発のワーキング及びモニターによる実証調査より、体験プログラムの什組 み化の方向性と課題を把握。

③商品・サービスの開発支援

アイヌ文化に関連した商品やサービス・店舗環境等のヒアリングにより、その実態・改善の 方向性等を把握。(N=11)

④アイヌ伝統知財の商品化検討

ホテル等の町内事業者を対象に、衣料品メーカー等とのコラボレーションによるアイヌ伝統 知財の商品化の可能性のヒアリングを実施(N=7)

⑤白老回遊性向上プロモーション

ウポポイへの入込みを町内の飲食店・土産品店・体験提供事業者・宿泊事業者等とし、地域 が一体となった売上向上の仕組みとしてスタンプラリーを展開。

⑥首都圏における伝統工芸&アート展示プロモーション

東京シティアイにて「白老アイヌ伝統文化・感動体験」イベントを開催。 支援11事業者のPRと販売促進を実施。

- ・市場認識調査、体験プログラム実証調査により、ウポポイ開設向けて開発・改良すべき 商品・サービスの方向性や、飲食業における料金や体験プログラムの時間設定等につい ての目安を示すことができ、具体的な事業計画の立案が可能になった。
- ・スタンプラリーの実施により回遊効果・消費効果等が具体的に把握・資産ができた。

ーキング会議により体験プログラムを聞発



●体験プログラムの実証実験で効果を実証





【アイヌ衣装着付・撮影】



●同游促進MAPを作成して「スタンプラリー」を実施



●アイヌ伝統文化を伝える展示・体験イベントを東京シティアイで開催





構成主体:ミナパチセ、GREEN OWL、ウイマム文化芸術実行委員会、(株)JTB総合研究所、(株)TAISHI

おもてなしガイド人材育成業務委託

有償観光ガイドのための人材育成 講座の企画・運営

実施地域:白老町 事業主体:白老町



TAISHIの役割

- ①おもてなしガイド人材育成講座の企画立案(講座スケジュール、講座内容、特別講師の選定・連絡調整等)
- ②おもてなしガイド人材育成講座の運営(準備・司会)
- ③営業ツール制作に向けたディレクション、連絡調整
- ④報告書作成(ガイド人材育成の仕組み構築に向けた提言)

分野		戦略・計画 地域活性化 事業開発 観光振興		調査	・研究		マーケラ	ティング		その他			
テーマ	地域活性化	事業開発	観光振興	市場調査	専門家協力	商品開発	販路開拓	プロモーション	デジタル マーケティング	クリエイティブ	人材育成	研修・セミナー	
該当			•								•	•	

背景・ねらい

白老町では、ウポポイの開業効果を全町に波及させるべく、白老町にある豊かな観光資源の魅力を観光ガイドとして発信できる人材を育成。賑わい創出や観光客の回遊性・満足度の向上を図ることを目 的に令和元年度から2ヶ年にわたり、観光ガイドを育成する人材育成講座を開講しました。

この過去2ヶ年で行われていたガイド育成の取り組み成果を踏まえて、3年目は有償ガイドサービスの本格事業展開に向けた実践的な研修とガイド人材育成の仕組み構築を目的に、人材育成講座の企 画・運営を行いました。

プロジェクトの概要と獲得成果

①おもてなしガイド人材育成講座の企画立案

今後の有償ガイドサービスの販売に向けて、質の高いガイドサービスを提供し続ける ためのガイド育成の仕組みを構築する企画立案を行いました。

②おもてなしガイド人材育成講座の運営

中級コースと初級コースの2コースに分け、ガイドの専門家を招聘し、中級コースは 実践的な研修を、初級コースは座学形式の講義を開催しました。

③営業ツール制作

有償ガイドサービスの本格的始動に向けて、中級コースの受講者で構成された「白老 おもてなしガイドセンター」をPRする営業用パンフレットを5,000部作成しました。

④ガイド人材育成の仕組み構築に向けた提言

今後のガイド人材育成の仕組み化に向けて、運営体制の構築とコースごとのガイドの 内容、講師に関する講座資料を報告書にとりまとめました。

- ・本事業をモデルとした継続的な講座運営を提案
- ・講座内でオリジナルのガイドコースを作成
- ・フィールドワークの批評ポイントをまとめたチェックシートまとめを作成
- ・講座内容を録画し、いつでも視聴できるようにDVD化
- ・有償ガイドサービスの本格的始動に向けて、白老おもてなしガイドセンターをPR する営業用パンフレットを作成。5000部印刷

プロジェクト実施後の状況

・白老おもてなしガイドセンターが今後の人材育成講座の運営を担っていくことになりました。

●白老おもてなしガイドの魅力を伝える営業用パンフレット





価し合うことが成長につながるというコンセプトでフィールドワークを実施









●グループ別にオリジナルのガイドコースを設計する座学を開催







Copyright(C). 2023 TAISHI Co.ltd All Rights reserved.

競走馬文化のブランド醸成に向けた 独自性の高い交流人口拡大モデルの構築事業

世界屈指の馬産地を基盤とした 観光ブランドの創造

新冠町

事業主体:新冠町観光振興推進協議会 実施地域:新冠町

実施年度:令和元年度(2019年度)~令和3年度(2021年度)

TAISHIの役割

馬産地観光プロデュース(UMAJO)、体験プログラム開発、ツアー開発

分野		戦略・計画 地域活性化 事業開発 観光振興		調査・研究			マーケラ	ティング		その他			
テーマ	地域活性化	事業開発	観光振興	市場調査	専門家協力	商品開発	販路開拓	プロモーション	デジタル マーケティング	クリエイティブ	人材育成	研修・セミナー	
該当	•		•	•		•							

背景・ねらい

- ・女性競馬ファン(UMAJO)が年々増加していることから、女性競馬ファンをターゲットとした「馬産地観光」を、北海道観光の新たなコンテンツとして確立する可能性と課題を検証。
- ・首都圏での女性競馬ファンを対象とした調査を実施して、関心のあるコンテンツや馬産地観光ニーズ等を把握し(N=552)、新たなサービス・グッズの開発、プラットフォーム構築による収益 事業化、 広域モデルルートの開発により、馬産地観光の地域ブランド化に取り組むこととしました。

プロジェクトの概要と獲得成果

①馬産地観光ニーズに関するWEB調査の実施

コアターゲットは、首都圏に約16.2万人と推定される「20代女性競馬ファン」。競馬を自分の趣味と 社交に取り入れ、馬産地への関心も強いことが把握され「馬産地観光」のアクティブなマーケット・ リーダーになる可能性を持っていることが検証されました。

②馬産地体験プログラムの造成・販売

- ・馬のお世話体験&プチ乗馬体験
- ・競走馬生産牧場満喫ツアー(UMAガイド付)
- ・デビュー前競走馬の調教見学ツアー

③馬産地観光プログラムモニターツアーの実施

WEBサイト「UMA女旅」にてプログラムモニターを募集して、開発した馬産地観光プログラムの市場性を検証

獲得成果

- ・女性競馬ファン(UMAJO)をターゲットとした新冠町の「馬産地観光」は、観光コンテンツとして成り立つ市場規模が見込まれることが検証できた。
- ・コアターゲットのニーズ、ライフスタイル等が具体的に把握されたことにより、新たな サービスコンテンツ開発の方向性が定まった。
- ・「UMA女旅」サイトを構築して馬産地観光の市場性を実証することができた。

●WEBサイトで「馬産地観光プログラムモニター」を募集して市場性を検証









●プログラム案内













伝統農産物(茶・とうがらし)のリバイバルプロジェクト

市場のニーズにフォーカスした 持続可能な農山村事業モデルを構築

事業主体:大田原里山ユニバーサル&オーガニック農業推進協議会

実施地域:栃木県大田原市

実施年度:令和元年度(2019年度)~令和3年度(2021年度)

TAISHIの役割

予算獲得、商品開発・販路拡大、ウェブサイト等クリエイティブ制作ディレクション、 耕作放棄地再生プロジェクト

分野	1	戦略・計画 地域活性化 事業開発 観光振興			研究	マーケティング その				その他	-の他	
テーマ	地域活性化 事業開発 観光振興		市場調査	専門家協力	商品開発 販路開拓 プロモーション デジタル マーケティンク			デジタル マーケティング	クリエイティブ	人材育成	研修・セミナー	
該当	•			•	•	•	•			•		

背景・ねらい

県内随一の米作地帯として知られる大田原市は、かつて生産量日本一の唐辛子や、室町時代から続くお茶の栽培など、歴史と伝統のある食資源を有しています。しかし、農業従事者の高齢化や担い手不 足、福島第二原発事故による出荷停止などから耕作放棄地が増え、その伝統が消滅の危機に立たされていました。

栃木県大田原市

そこで、地域の伝統野菜である唐辛子と茶の高付加価値化や障がい者等を活用した農業の担い手づくりなどにより、美しく、幸福感に満ちた農山村の持続的発展モデルの形成を目指すこととしました。

プロジェクトの概要と獲得成果

①マーケティングプロモーション

- ・オーガニックをキーワードに首都圏における需要調査を実施
- ・耕作放棄地の実態把握と他地域の先進的取り組みの研究を実施
- ・地域飲食店と連携した茶(三年晩茶)のテストマーケティングを実施

② 生産・加工開発

- ・地域資源調査による唐辛子及びお茶(三年晩茶)の商品開発。伝統農業の継承の可能性を実証的に実験
- ・障がい者ネットワークを活用した農業の6次産業化の取り組み

③販路開拓

・ECコマースに向けた協議会WEBサイトの構築と展開

獲得成果

- ・首都圏需要調査(WEB調査: N=300)や先進事例調査などによりオーガニック商品の開発の方向性、購買行動や差別化要因、ターゲット特性などが明確になりました。
- ・その結果、新たに唐辛子の地産地消オーガニック商品とその新たな食べ方の提案として 新商品を開発。
- ・また、耕作放棄茶園をパイロット圃場とする自然栽培・三年晩茶の焙煎場を建設し、地元の飲食店と連携したテストマーケティングを実施して事業化の可能性を検証することができた。

プロジェクト実施後の状況

【継続実施】

- ・唐辛子の継続的な品種改良とレシピの多様化
- ・大田原「三年晩茶」のブランディング
- ・商談会などへの積極的な参加による商品認知の向上

●耕作放棄地活用の市民参加型ワークショップを開催。三年晩茶づくりの体験講習も実施して地域への理解を推進



●「大田原三年晩茶」づくりの拠点となる焙煎加工場を建設 ●「大田原三年晩茶」試飲用POPを制作。味・香りだけでなく事業のビジョンも訴求







●地元飲食店として連携して「大田原三年晩茶」のテストマーケティングを実施







●「大田原三年晩茶」試飲用POPを制作。味・香りだけでなく事業のビジョンも訴求







あまから「日光とうがらし醤油漬け」 大田原市須賀川の出山で栽培した無農薬 熱化学肥料の日光曲辛子の醤油漬に白家

りまから「国産ハラペーニョビタルス」 須賀川の里山で栽培した無農薬無化学駅 料のハラペーニョのビタルス。

いすみ市商工会働き方改革推進支援助成金事業

Googleを活用した新たな デジタルマーケティングを展開



実施年度:令和3年度(2021年度)

事業主体:いすみ市商工会 実施地域:千葉県いすみ市

背景・ねらい

いすみ市は毎週日曜日の午前中開催の朝市など、各種イベントを催行していますが地域住民の消費だけでは市内事業所の存続が厳しく、デジタル広告宣伝活動による観光客の消費促進の取り組みが求め られました。そのため、市内事業所の誘客及び売上の向上を目的としたデジタルマーケティングへの取り組みを実施。

また、人口は約3万7千人ですが、年々人口減少が進む超高齢化地域であり、 後継者不足や事業存続の危機に瀕することが明らかです。そのため、人材確保を目的に、求人情報をとりまとめたランディン グページを作成しました。

プロジェクトの概要と獲得成果

①会員事業所の経営状況把握のためのアンケート調査

働き方改革関連法の施行に向けて、構成事業主における労働時間や賃金水準についての現状および、効果的な支援を行うための課題把握を目的としました。従業員のスキルアップのための 持続的な支援体制が求められていることがわかりました。

②スマートフォンを活用した店舗情報のインターネット最適化

飲食店、小売店等のサービス業の労働者の賃金引き上げを図ることを目的に、会員111事業所の店舗情報のインターネット検索最適化に取り組みました。店舗情報の閲覧数と検索数は上昇し、売上拡大につながる新たなビジネスモデルとしてその効果を検証し、拡大・定着を図りました。

③人材不足に陥っている事業所の求人ページの作成・掲載

会員事業所の人材不足の解消を目的に、求人情報や紹介を発信するランディングページを構築しました。求人情報の掲載を希望した20事業所の求人確保を支援しました。

獲得成果

【Googleマイビジネス】

- ・Googleマイビジネス登録、運用事業所:111事業所
- ・店舗情報の閲覧数:前年比の約1.4倍増加
- ・店舗情報の閲覧後に行動を起こした合計反応数:登録後約2倍増加 (ウェブサイトへのアクセス、通話数、ルートの照会数)

プロジェクト実施後の状況

- ・Googleマイビジネスの運用マニュアルを提供
- ・自身で運用できるデジタルツールの活用推進

●Googleマイビジネスの有効性、 必要性を示す説明会を開催

TAISHIの役割

地博活性化

分野

テーマ

該当

①アンケートの設計・集計、分析、とりまとめ

戦略・計画

車業問条

②Googleマイビジネスの登録、運用(説明会・取材・写真撮影など)

調査・研究

専門家協力

商品問金

③求人事業所の募集、とりまとめ、ランディングページ掲載



●事業者の個性や魅力を宣伝する店舗情報(飲食事業者のGoogleマイビジネス)

マーケティング

脲路照折

その他



●求人ページ(いすみ市商工会求人サイト)



 $Copyright(C).\ 2023\ TAISHI\ Co.Itd\ All\ Rights\ reserved.$

登別商工会議所働き方改革推進支援助成金事業

Googleビジネスプロフィール を用いた集客支援



•

事業主体:登別商工会議所 実施地域:登別市

実施年度:令和5年度(2023年度)

背景・ねらい

今やスマートフォンは我々の生活に欠かせない存在となっています。ネットで検索して店舗を訪れることも当たり前となり、その中でもGoogleが提供する「Googleマップ」は利用率が80%を超えるサービスとして多くの人に利用されています。本事業では、誘客に最適なGoogleマップ上での情報提供を可能にする「Googleビジネスプロフィール」サービスを活用し、BtoC会員事業者の商業部会・飲食業部会を中心にビジネス情報のインターネット検索の最適化を行い店舗の集客UP・収益増加を目指します。

プロジェクトの概要と獲得成果

①Googleビジネスプロフィール登録・運用代行による誘客支援

登別市にある飲食店やサービス業を中心に、Googleビジネスプロフィールの登録及び、取材を行い、ビジネス概要・サービス紹介・写真掲載・その他営業情報の掲載を支援しました。

②誘客パンフレットの制作

会員事業者のGoogle ビジネスプロフィールにアクセスできるパンフレットを作成し、アナログとデジタルの両面から情報や魅力を発信しました。

観光集客施設に本パンフレットを設置し来訪客の回遊を促進しました。

③誘客効果の効果検証・会員事業者への周知

Googleが提供するビジネスプロフィールインタラクションデータをもとに、実施前後、前年度の 誘客数の変化を比較検証した報告書を各事業者に配布しました。

獲得成果

・Googleビジネスプロフィール登録、運用事業者:132事業所

・店舗までの経路案内数:前年比の2倍以上増加

・Googleマップ検索数:登録後1.2倍増加

プロジェクト実施後の状況

- ・Googleビジネスプロフィールの運用マニュアルを各事業者に提供
- ・自身で運用できるデジタルツールの活用推進

●Googleビジネスプロフィールの有効性、 必要性を示す説明会を開催

TAISHIの役割

②パンフレット制作

地博活性化

③効果検証

分野

テーマ

該当

①登録説明会・取材・運用代行

戦略・計画

車業問条

調査・研究

車門安協力

商品問金





マーケティング

脲路照折

その他

●事業者の個性や魅力を宣伝する店舗情報



●実際の店舗での取材の様子

