

## 地方創生推進交付金を活用した事業

### 中小事業者の稼ぐ力創生と稼ぐ力を高めるための観光・産業活性化プロジェクト（令和2年度～令和4年度）

#### 1. 地方創生推進交付金の概要・目的

■地方創生推進交付金は、地方公共団体が、まち・ひと・しごと・創生法に基づき策定したまち・ひと・しごと創生総合戦略に位置付けられた自主的・主体的で先導的な事業の実施に要する費用に充てるため、国が地方公共団体に対して交付金を交付することにより、地方公共団体による、それぞれの地域の実情に応じた地方創生に資する事業の効率的かつ効果的な実施を図ることを目的とする。

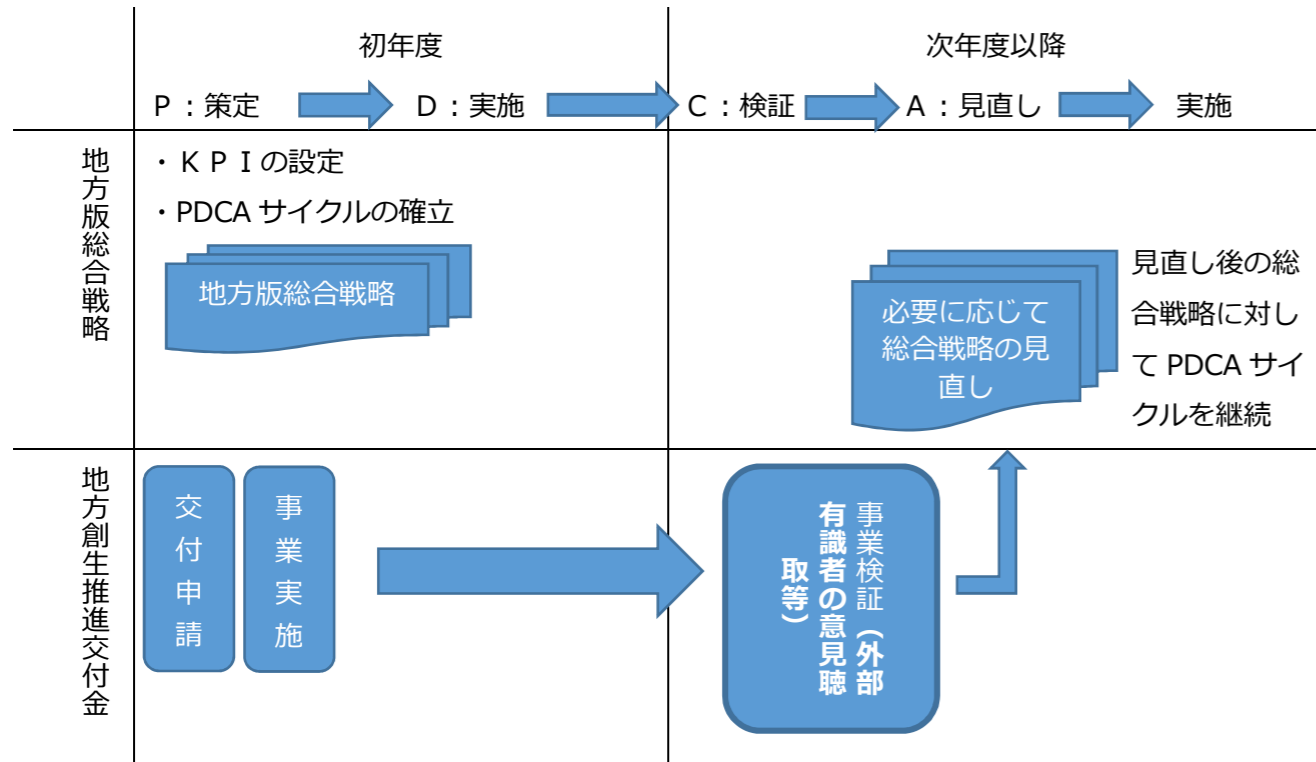
#### 2. 交付対象事業

- ① 結婚、出産又は育児についての希望を持つことができる社会環境の整備に資する事業
- ② 移住及び定住の促進に資する事業
- ③ 地域社会を担う人材の育成及び確保に資する事業
- ④ 観光の振興、農林水産業の振興その他の産業の振興に資する事業
- ⑤ ①～④までに掲げるもののほか、地方公共団体が地域再生を図るために取り組むことが必要な政策課題の解決に資する事業

#### 3. 地方創生推進交付金における PDCA サイクルの基本的な考え方

■地方創生推進交付金においては、PDCA サイクルを通じて、地方公共団体が自主的に設定した K P I に基づく客観的な効果検証を実施する。

##### ■イメージ図



#### 4. 清須市における地方創生推進交付金を活用した事業

■清須市では総合戦略で位置づけた基本目標②『市の「強み」を生かして経済効果を生む』を達成するため、地域再生計画「中小事業者の稼ぐ力創生と稼ぐ力を高めるための観光・産業活性化プロジェクト」を策定し、事業を実施する。

#### 5. 事業概要

■本市の地方創生の実現における構造的な課題である、「中小事業者の活動の衰退」・「市内での観光消費の低迷」・「観光地域としての魅力の不足」を解消するため、観光協会の機能を強化し、日本版 DMO※の登録を目指す。具体的な事業は以下のとおり。 ※地域の多様な関係者を巻き込み、観光地域づくりを行う舵取り役のなる法人

事業内容	令和2年度	令和3年度	令和4年度
①観光・産業きよす会議（仮称）の開催 (a)観光部会の開催 (b)産業部会の開催	会議の設置・運営 ②・⑥の詳細検討 ④・⑤の詳細検討	会議の設置・運営 ②・③の詳細検討 ④・⑤の詳細検討	会議の設置・運営 ②・③の詳細検討 ④・⑤の詳細検討
②清須市観光協会の事業実施体制の強化	事業戦略の確定	戦略に基づく情報発信機能の強化	前年度の検証・発展的展開
③清洲ふるさとのやかたの情報発信機能の強化	—	展示検討・画像等編集	リニューアル整備
④「きよす異業種交流フェス」の開催	—	試作品のマーケティング・情報交換	特産品販売・サービス体験
⑤特産品開発の支援	特産品の開発	特産品開発・販路開拓	特産品開発・紹介冊子
⑥周遊観光レンタサイクルのポート整備	サイクルポート設置・運営	—	—

#### 6. K P I（重要業績評価指標）

	事業開始前 (現時点)	令和2年度末 目標値 (実績値) (1年目)	令和3年度末 目標値 (実績値) (2年目)	令和4年度末 目標値 (3年目)	総合戦略に おける目標値
清洲城(有料)及びあいち朝日遺跡ミュージアムの入場者数	66,007人	85,000人 (42,930人)	118,000人 (70,729人)	133,000人	135,000人
清洲ふるさとのやかたにおける中小事業者が製造した土産品の販売額	10,736千円	11,000千円 (7,185千円)	12,000千円 (10,553千円)	12,400千円	13,000千円
特産品開発支援を通じて中小企業者が開発した特産品	2品	2品 (2品)	2品 (7品)	2品	毎年度2品を継続
清須市観光協会ホームページのアクセス件数	82,082件	87,000件 (94,164件)	99,000件 (76,720件)	114,000件	120,000件

#### 7. 効果検証の方法

##### ■検証方法

毎年度、3月末時点の K P I の達成状況について、事業実施年度の翌年度に市が取りまとめた上でまち・ひと・しごと創生総合戦略推進会議で本事業が総合戦略の K P I 達成に有効であったか否かの検証を行う。

令和3年度 観光部会における検討成果の報告

1 課題と方向性の整理

■ 清須市観光協会による観光情報発信事業について、以下のリニューアルにより情報発信力を強化する予定。

リニューアル前

【情報発信ツール】

ツール	
ホームページ	●
ルートマップ	●
動画	—
観光情報冊子	—

【情報発信の基本スタイル】

対象	(1) 既に歴史（信長公など）に関心のある方 (2) 市民等、既に清須のまつりイベントを知っている方
編集の特徴	(1) 歴史や市のイベント情報に係る記事が中心 (2) 文字情報が中心 ⇒ 清須を知らない人や興味のない人に対して、興味をもってもらうための工夫はあまり意識されていない。（興味のある人に向けて一定水準の情報を提供する内容）

実際のレイアウト（文字情報の羅列）

ホームページ	ルートマップ

リニューアル後 [令和4年3月～]

【情報発信ツール】

ツール	
ホームページ	★
ルートマップ	●
動画	★
観光情報冊子	★

令和4年3月から★の供用を開始する予定。

【情報発信の基本スタイル】

対象	(1) 清須市にまだ関心を抱いていない特に若年層（SNS世代）の方 (2) 県内・近隣県在住者で、 <u>ショートトリップを検討中</u> の方
アウトプット	(1) 観光協会ホームページの全面リニューアル（旧サイトは、新サイト供用に合わせて閉鎖） (2) ショートムービーの製作 (3) 観光情報冊子の製作 ⇒ 観光だけでなく、観光協会会員の企業情報からシティプロモーションまでも包含する内容

清須観光のコンセプト：「**英気充実 きよスポット**」 [令和2年度観光部会で設定]

英気	何かをはじめするための元気のこと。かつての戦国武将が、清須で英気を養い羽ばたいていったように、街並みやグルメ等で元気になってほしいという願いが込められている。
きよスポット	清須市内のスポットや店舗・事業者情報の総称。

↓

発信内容は、歴史だけに隔たらずに、“街の情報”からストーリー（特集記事）を見出す。英気の充実というエモーショナルな経験をセールスするための特集記事で構成する。

↓

(1) **話題性** / (2) **来訪（周遊）動機** / (3) **清須ブランドへのロイヤリティ** 等を喚起し、最終的には**市内事業者が潤うこと（観光消費）**につなげることを志向

## 2 情報発信コンテンツの基本構成

■ 情報発信コンテンツは、次のような構成です。

Web 媒体（全国へ配信）	アナログ媒体（戦略的に配架）
<b>ホームページ</b> ：全ての情報発信の基幹コンテンツ	<b>情報冊子</b> （ホームページで紹介する内容を要約又は一部省略して掲載）
<b>ショートムービー</b> ：話題性の喚起を担うコンテンツ	今後、県内外の人が集まる場所で配架を予定 （たまたま冊子を手にとったら、“清須が面白い”ことに気づくという体験を仕掛ける）




清須観光コンセプトの公式ロゴ

↑こちらから実際のホームページをご覧ください。

コンセプト	<b>英気充実キヨスポット</b> 英気が充実するスポット、グルメ、商品等の紹介を通じて、清須での過ごし方や清須産アイテムの使い方を提案
-------	--

特集の切り口は、**観光部会委員**や**情報発信事業委託事業者（クリエイター）**の意見によって作成。

特集タイトル	(1) キヨス de コトハジメ	(2) 清須 de おうちパー入門	(3) KIYOSU CRAFTMAN PRIDE	(4) ご当地グルメ 清須からあげまぶし	(5) マイベスト清須	(6) 天下へはばたく登龍門	(7) 市場繁栄の秘密	(8) きよす のらもじ
掲載	H P	○	○	○	○	○	○	○
	冊子	○	○	○	○	○	○	—
特集記事の要旨	清須産アイテムで、心豊かな生活を彩る新たなこだわり方を提案	有名な酒造メーカーを擁する本市の特性を活かし、醸造担当者オススメの宅飲み講座	製造業の街・清須で、モノづくりに取り組む社長をクリエイターとして捉え、その思いやこだわりを紹介	令和3年度に誕生したご当地グルメ、清須からあげまぶしの開発者取材し、その思いやこだわりを紹介	市民が選出したトリビア（雑学）が潜む市内のお気に入りスポットを紹介	市内散策のモデルコースを紹介 （北部：古代～中世） ・三英傑の出世舞台 ・弥生時代の大都会 ・開運スポット	市内散策のモデルコースを紹介 （南部：近世～現代） ・美濃街道の賑わい ・町屋と文化人 ・絶景スポット	屋外看板を「のらもじ（野良文字）」として注目するHPオリジナル記事 ・レトロ感（若者目線） ・フォトスポット

ショートムービー	上記の「きよスポット特集記事」に関連する内容をストーリーに沿って横断的に紹介していく内容で構成。	
	主人公	須田篤元：織田家の武将。今川軍の侵攻が始まった尾張国清須からタイムスリップ。 須田みのり：東京在住で清須出身の女性。仕事で躓き、一時帰省中に篤元と出会う。 [堀尾宣彰（ブリッジプロモーション所属）] [高倉レナ（アリスインワンダーランド所属）]
	あらすじ	清洲公園で偶然出会った二人。篤元はみのりのサポートを得て、帰り道を探しつつ、400年後の社会での見聞を深めて主君へ報告するための清須めぐりを出発する。 全5話で構成（1話：5分～7分程度）。清須市観光協会のホームページ・YouTubeで配信中。



【第1話】出会い



【第2話】感謝



【第3話】決意




【第4話】予感





【第5話】別れ

### 3 デジタル周遊コンテンツ

■ 清須市内で観光周遊を促進するためのコンテンツとして、デジタルマップを製作・導入する。

目的	(1) 市内周遊の契機を創出すること。 (2) 周遊者の手元端末（スマートフォンを想定）で気軽に観光の情報収集ができること。 (3) 清須観光の満足度向上に寄与すること。	契約先事業者サービスの仕様（概要）	
機能	① デジタルマップ ② スタンプラリー ③ web サイトで供用（ダウンロードが不要） ④ ①～③以外で、見積事業者が自社の強みをPRできる機能	サービス名 イラストマップ ambula（アンブラ） 事業者名（本社） 株式会社コギト（京都市）	
		主なサービス <ul style="list-style-type: none"> <li>・ マップをコンパクト（スマホ）に携帯でき、マップ上で、現在地を表示できる。</li> <li>・ ポップアップ情報で、周遊ポイントの情報を表示できる。</li> <li>・ 既に作成済みのイラストマップを画面上で表示できる。</li> <li>・ オプションで、スタンプラリー機能あり。（GPS 機能）</li> </ul>	



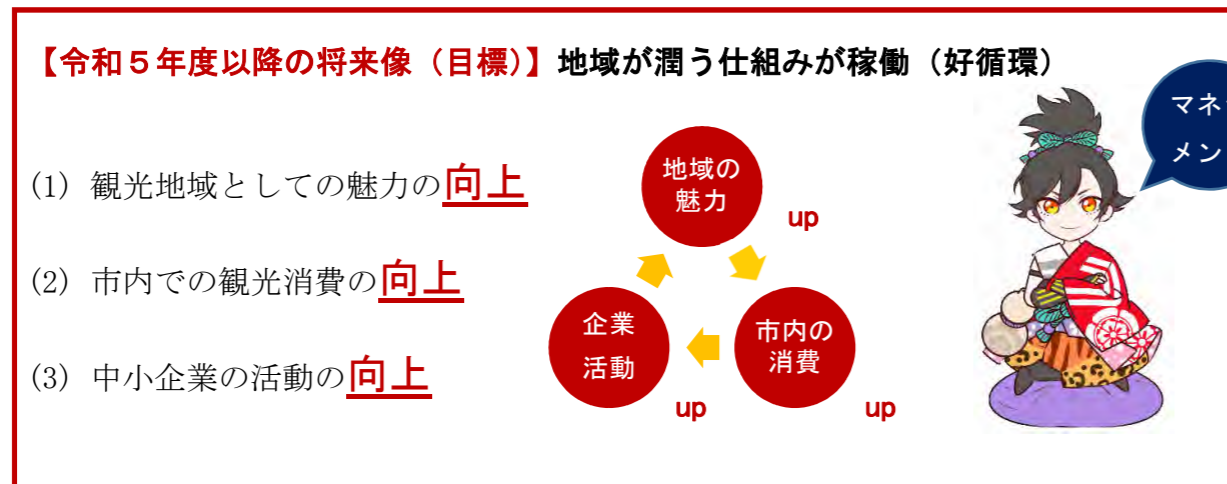
名 称	清須観光デジタルマップ	供用開始	令和4年3月～（日付詳細未定）
概 要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 清須周遊のウェブサイトサービス（アプリではないので、ダウンロード不要。チラシやポスターなどのQRコードを読み込むか、検索してサイトへアクセス）</li> <li>・ 下記①～③のマップ上に、オススメスポットの情報やご当地グルメ「清須からあげまぶし」の提供店舗等を表示</li> <li>・ デジタルスタンプラリーを期間限定で実施予定。春の行楽期は、清洲城の年間入場者の3分の1近い人出がある。コロナ禍にあっても、自身のスマホで非接触方式で周遊可能</li> </ul>		
① 全体マップ 【スタンプラリー期間中はスタンプラリー用画面】	② 北部エリア イラストマップ	③ 南部エリア イラストマップ	
			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ②③のイラストマップは、令和3年度の観光情報発信事業（観光協会事業）で、ウェブサイト及び冊子用に製作したもの。（②③のマップは、縮尺が実際の距離感とは合わない）</li> <li>・ デジタルコンテンツ上でも、周遊マップの世界観やスポットについて統一感を持たせるため、同じ素材を活用。</li> </ul>			
デジタルスタンプラリーの概要			
期 間	令和4年3月の供用開始日 ～ 令和4年5月8日（日）		
ル ー ル	周遊スポットの内、3箇所以上でデジタルスタンプ（GPS方式：登録座標の四方10m）を取得するとラリー達成。達成者は、アンケートに回答後、プレゼントに応募可能（抽選100名）		
周 遊 ス ポ ッ ト (17箇所)	誘客施設（有料・無料）：① 清洲城、② 清洲ふるさとのやかた、③ 飴茶庵、④ 一休庵、⑤ キリンビール名古屋工場、⑥ 日吉神社、⑦ あいち朝日遺跡ミュージアム、 ⑧ 清須市はるひ美術館、⑨ 西枇杷島問屋記念館 清須からあげまぶし店舗：⑩ まつ寿司、⑪ カフェ&レストラン田園、⑫ 八百菰、⑬ コーヒーとパンの店モカ、⑭ 中華食堂桜華、⑮～⑰ カレーハウス CoCo 壺番屋（市内3店舗）		

#### 4 清須市観光協会の組織強化方針（DMO化を見据えた検討結果に係る報告）

- 本事業は、令和2年度から令和4年度までの3箇年で、**地域が潤う仕組みを構築することを目的に取り組んでいるが、令和5年度以降、本事業の成果を引継ぐ主体や体制強化が不可欠。**  
 ※ 行政主導の観光振興は公益の追求が前提であり、（義務的経費ではない）**観光振興施策に長期間にわたって多大な予算投入を継続することは不可能。**



- そこで、頑張る事業者、魅力ある事業者と共にマーケティング活動を行い、観光消費の地元波及、事業者や市民の所得増加を図るには、踏み込みこんだ体制強化が必要。
- このとき、**観光を通じた地域経済の活性化を牽引する観光地域づくり主体として、清須市観光協会に代わる組織は本地域に存在しないことから、観光協会の組織強化が求められている。**



**清須市観光協会の組織強化に向けた3ステップ** [時期は目標の目安]

**ステップ1 [令和4年度]** 法人格の取得、組織の収益性（物販）の強化 現時点の立ち位置

※ 法人形態は、一般社団法人とする旨、清須市観光協会役員会です承済み。

↓

**ステップ2 [～数年以内]** 専門人材（マーケティング人材等）の確保 [課題：収益性を高めて人件費を捻出できるか]

※ 専門人材の雇用は、DMO登録申請の要件

↓

**ステップ3 [～5年以内]** 日本版DMOへの登録（観光庁や全国のDMOと情報ネットワークを構築可能）

日本版DMOとは？（出典：観光庁ホームページ）

地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的なアプローチを取り入れた観光地域づくりの舵取り役となる法人

- 観光庁によるDMO登録制度では、DMOを次の3種類に分類し、その登録のステップも初期登録の「候補DMO」と、実績を認定されてからの「認定DMO」の2段階に分かれる。  
 ※ DMOに登録申請できるのは、観光まちづくりを担いたい法人であって、自治体は登録主体にはなれない。ただし、登録申請時に当該申請者が担当したいエリアの自治体と連名で申請することとされている。

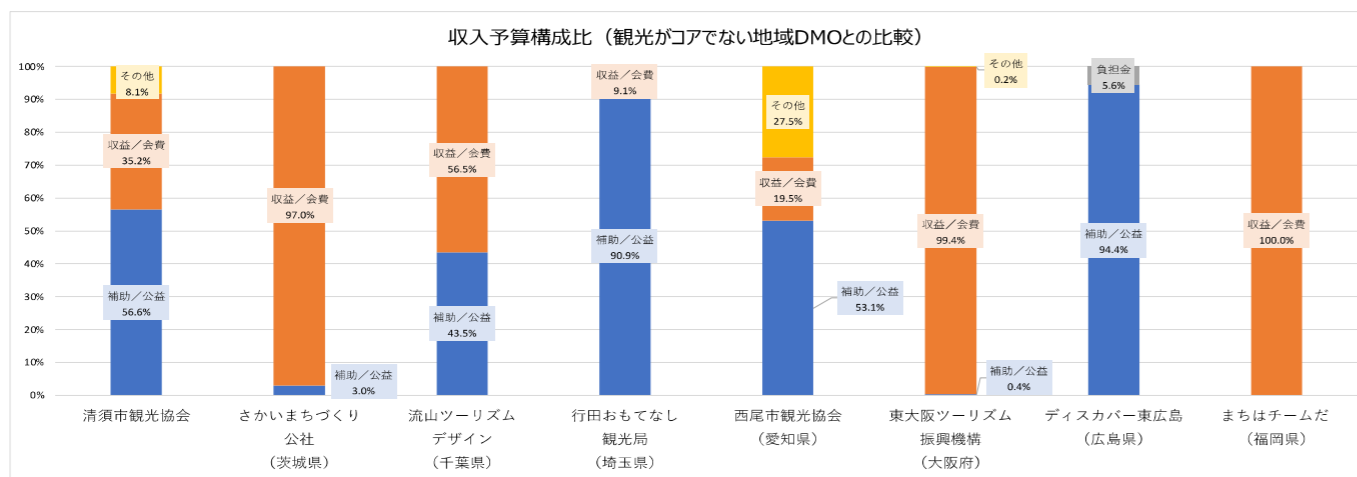
分類	DMOの種類	特徴
分類	(1) 広域連携型 DMO	複数の都道府県エリアをカバー
	(2) 地域間連携型 DMO	複数の市区町村エリアをカバー
	(3) 地域型 DMO	単一の市区町村エリアをカバー

段階	候補 DMO
段階	まずはこちらに登録される ※ 随時受付。登録のタイミングは年数回。



認定 DMO
候補 DMOのうち、数年間の運営実績をPRできる法人が、認定 DMOへ登録を申請できる。

- 現在の清須市観光協会の財務状況は、下表に示すとおり一定程度の自主財源があり、概ね自立。



表は本市と同じく観光業が主産業ではない地域の観光まちづくり法人の財務状況を比較する趣旨で作成（清須市観光協会および東大阪ツーリズム振興機構は令和2年度、西尾市観光協会は令和4年度。その他は令和3年度の予算構成）  
 出典：JTB名古屋事業部作成資料（清須市によるDMO化検討支援委託業務の報告資料）

- 想定される専門人材の役割及び獲得方法

役割	・ 観光協会会員（地元事業者）を中心に、多様な地域人材をつないで、地域が潤うための仕組みを稼働させるような企画を立案、実施していくこと。
獲得方法	・ 旅行業や経済系シンクタンクから現役の人材を一時的にスカウトする場合、高額な報酬を用意する必要があるため、本市には馴染まない。 [よくある事例] 1,000万円（報酬額）＝ 受入法人（500万円）＋ 送出法人（500万円） ↓ ・ 地元人材を雇用し、先進事例の情報収集力・分析力等の専門的知見よりは、地元関係者と良好な関係を構築して、本地域に即した企画を提案できる人材を確保

- 観光協会の収益性を高める上で、必要な取り組み
  - ① 自ら稼ぐ安定した財源の確保 / ② 地域（会員）に稼いでもらうための企画 ⇒ 会員増加
- 観光まちづくり法人として、観光協会に求められる主な機能
  - ① 誘客・周遊施策の実施 / ② 会員の販路拡大 / ③ 新規特産品の開発
  - ④ ご当地グルメのブランディング（地域団体商標登録）

令和3年度 産業部会報告

1 ご当地グルメ「清須からあげまぶし」の開発経緯・基本情報について

■ 令和2年度の産業部会によるご当地グルメ開発の建議を受けて、令和3年度は、以下のようなフローでご当地グルメ開発を推進した。(産官学民による市民協働手法で完成)

メニューのアイデア出し	産業部会
↓	
メニューの試作・ご当地グルメ基本ルールの素案作成	愛知文教女子短期大学 栄養学科 (有尾ゼミ)
↓	※ 市と連携協定を締結していたことから協力を依頼
メニューアイデアの収斂・改訂	観光協会・有志事業者
↓	
<b>メニュー・基本ルールの決定</b>	観光協会・有志事業者
↓	
参加店舗の募集 (9月)	観光協会：参加店舗の承認は観光協会役員会で議決
↓	
提供開始 (令和3年12月1日)	参加店舗 (7事業者9店舗)

清須からあげまぶしの定義 (ルール3箇条)

- 1 清須産の味噌を使用した鶏の唐揚げを盛り付けること  
(下味 or タレで味付けをすること)
- 2 ひつまぶし形式で提供すること  
(①そのまま → ②薬味 → ③出汁)
- 3 愛知県産の野菜を使用すること



→ 清須からあげまぶしシールラリーの開催 (12/1~1/31)

詳細は2~3ページ

事業者名	まつ寿司	カフェ&レストラン田園	信長食堂	八百屋	コーヒーとパンの店モカ	中華食堂 桜華	カレーハウス CoCo 壱番屋
写 真							
値段 (税込)	1,200 円	1,180 円 (定食 1,480 円)	1,628 円	1,320 円	950 円	1,000 円	950 円
こだわり	戦をイメージした味噌ベースと醤油ベースの2種類の唐揚げと特製タルタルソース	オール清須にこだわり一番搾りや鬼ころしを配合した甘辛味噌ダレと種類豊富な薬味	ナカモ味噌と太陽ソースをブレンドしたタレと、あっさりかつ旨味たっぷりの卵出汁	唐揚げの味噌ダレとご飯にかかった自慢の継ぎ足し醤油ダレ	自家製食材や野菜をふんだんに使用したヘルシーさと石鍋のおこげ	マスカン醤油とナカモ味噌の配合バランスにこだわったオリジナルの味噌ダレ	ナカモ味噌と太陽ソースで味付けした唐揚げと通常とスープの2種類のカレー (市内3店舗で提供)

2-1 清須からあげまぶしシールラリーの開催結果（報告）

開催期間	令和3年12月1日（水）～令和4年1月31日（月） ※ 応募期間は令和4年2月6日（日）まで	参加店舗数	9店舗 まつ寿司・カフェ&レストラン田園・信長食堂・八百菰 コーヒーとパンの店 モカ・中華食堂 桜華 カレーハウス CoCo 壱番屋（西枇杷島店・愛知清洲店・春日店）
開催方法	(1) 開催期間中に参加店舗で「清須からあげまぶし」を食べる ↓ (2) 1食につき1枚市観光協会公式キャラクターシールをもらう ↓ (3) 応募台紙にシールを2枚以上貼り、Webアンケートに答えて応募する ↓ (4) 応募者全員に市観光協会キャラクターシールセットをプレゼント ↓ (5) 抽選後、当選者に賞品が届く	賞品	市観光協会特産品セット・協賛企業商品の詰め合わせ キリンビール(株)名古屋工場、清洲桜醸造(株)、ナカモ(株)、太陽食品工業(株)、(株)尾張屋、(資)宮崎商店
		P R	・市広報やホームページへの掲載（市観光協会HPにも掲載） ・チラシ、ポスターの作成（市広報折込み・市内各所への掲出等） ・市内小中学校の給食として採用（「清須からあげ」として味噌味の唐揚げが献立化） ・LINE 広告へ掲載（トーク画面やタイムライン面等）⇒ 市のLINE でもPR ・参加店舗による積極的なSNSでの情報発信 ・マスメディアへの掲載、放送 … CBCラジオ、CBCテレビ、中日新聞尾張版 クローバーテレビ、中京テレビ、東海テレビ等

※ 清須からあげまぶしシールラリー開催内容の詳細は別添シールラリーチラシを参照



清須からあげまぶし販売数		
No.	事業者名	シール配布数
(1)	カレーハウス CoCo 壱番屋（西枇杷島店・愛知清洲店・春日店）	1,419 枚
(2)	信長食堂	738 枚
(3)	カフェ&レストラン田園	574 枚
(4)	まつ寿司	303 枚
(5)	八百菰	256 枚
(6)	中華食堂 桜華	146 枚
(7)	コーヒーとパンの店 モカ	115 枚
合計		<b>3,551 枚</b>

配布シール	シールセット
台紙（表）	台紙（裏）

※ シールの配布枚数で換算しているため、実際の販売数は上振れする。 ⇒ カレーハウス CoCo 壱番屋の実際の販売数は、**2,204 食**。

【参考】 清須からあげまぶしの2ヶ月間（12/1～1/31）の売上は、きよすフェス 1,000 食 + シールラリー 3,551 食 = **4,551 食**

## 2-2 清須からあげまぶしシールラリーに関するアンケート結果（報告）

■ 清須からあげまぶしシールラリーにおいて、以下のとおりアンケートを実施した。

### アンケート概要

目的	清須からあげまぶしの現行のルールや提供方法などがイベント参加者にどのように受け取られているかを検証し、定番グルメとして更なるブラッシュアップを図るため
手法	アンケートへ回答することをシールラリーへの応募の必須条件とした。（Web アンケートかアンケート用紙で回答（選択は任意））

### 集計結果

有効回答総数は 324 件（Web アンケート：282 件・アンケート用紙：42 件）であった。 ※ 令和4年2月4日（金）集計時点

設問内容	回 答																		
参加者情報	性別 男性：148人 女性：165人 無回答：11人																		
	住所 市内：266人 市外：58人 ⇒ [県外] 岐阜県：3 [県内] 名古屋：28 稲沢：5 北名古屋、江南：4 一宮：3 日進、あま：2 豊山、大府、安城、東海、 東郷、阿久比：1																		
	年齢 9歳以下：6人 10代：17人 20代：42人 30代：75人 40代：64人 50代：64人 60代：26人 70代以上：29人 無回答：1人																		
美味しかった店舗 (複数回答可)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>店舗名</th> <th>回答数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>無回答</td><td>1</td></tr> <tr><td>中華食堂 桜華</td><td>21</td></tr> <tr><td>コーヒーとパンの店 モカ</td><td>51</td></tr> <tr><td>八百菰</td><td>54</td></tr> <tr><td>信長食堂</td><td>81</td></tr> <tr><td>カレーハウスCoCo壱番屋</td><td>86</td></tr> <tr><td>まつ寿司</td><td>87</td></tr> <tr><td>カフェ&amp;レストラン田園</td><td>119</td></tr> </tbody> </table>	店舗名	回答数	無回答	1	中華食堂 桜華	21	コーヒーとパンの店 モカ	51	八百菰	54	信長食堂	81	カレーハウスCoCo壱番屋	86	まつ寿司	87	カフェ&レストラン田園	119
店舗名	回答数																		
無回答	1																		
中華食堂 桜華	21																		
コーヒーとパンの店 モカ	51																		
八百菰	54																		
信長食堂	81																		
カレーハウスCoCo壱番屋	86																		
まつ寿司	87																		
カフェ&レストラン田園	119																		
ルール改善 の必要性	あり：43人 なし：283人																		

■ 自由意見は主に、コストパフォーマンス（価格、ボリューム）・調理方法（ルール、提供の仕方）・事業に関すること（店舗数、ラリーそのもの）の3種類とその他に分類することが可能。

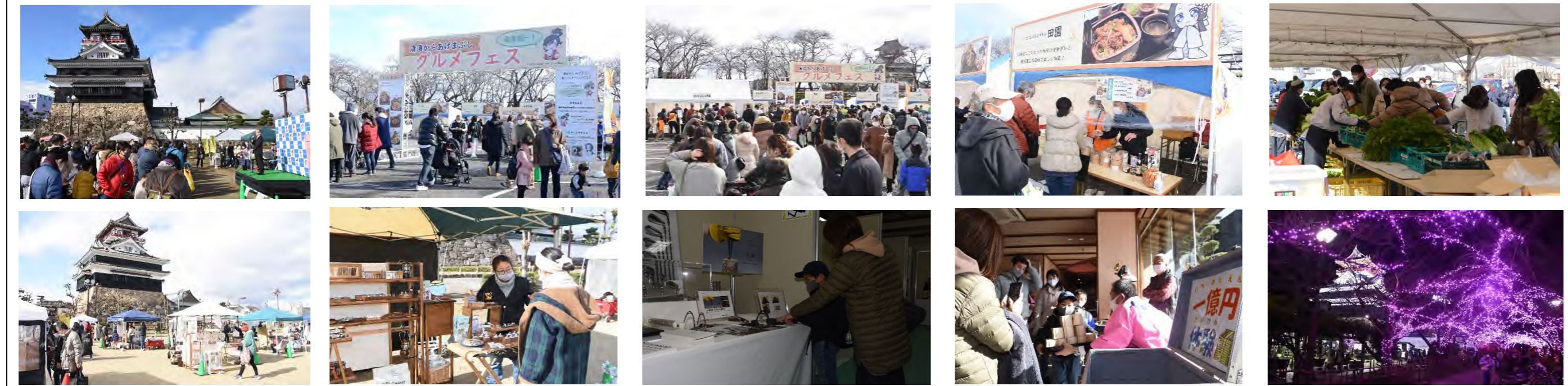
自由意見（一部抜粋）		
	価格について	ボリュームについて
コ ス パ	<p>■ 安い ■ ほどよい ■ 高い</p>	<p>■ 少ない ■ ほどよい ■ 多い</p>
調 理 方 法	<b>【ルール】</b> ◆ 出汁の必要性（価格上昇の一因） ◆ 野菜が少ない（愛知県産野菜） ◆ 地元食材へのこだわりが素晴らしい	<b>【提供方法】</b> ◆ からあげをスライスしてほしい ◆ 料金に差がありすぎる ◆ 薬味の量に差がありすぎる
事 業	◆ 店舗数をもっと増やしてほしい ◆ 日頃行かないお店に足を運ぶきっかけとなった ◆ 店舗のアレンジがよく食べ比べが楽しいため、今後も同様の事業を継続してほしい ◆ どの世代にも愛されるメニュー	
そ の 他	◆ ボリュームの調節ができるといい（女性には多い・子ども用があるといい等） ◆ テイクアウトができるといい ◆ からあげ、からあげ丼のイメージが先行するため、ランチでは高く感じる ◆ 美味しい、続けてほしい等前向きな意見多数	



3-1 きよすフェス（グルメフェス・ハンドメイドマルシェ・産業見本市）の開催結果（報告）

	グルメフェス（食育エリア）	ハンドメイドマルシェ	産業見本市
開催日	12月18日（土）	12月18日（土）	12月14日（火）～19日（日）
開催時間	11時～14時 ※ 1,000食（333人）分が開始から1時間程度で完売したため、予定時刻より2時間程繰り上げ終了	11時～20時 ※ 10時30分よりイベント全体のオープニングセレモニーを実施	9時～17時 ※ 18日のみワークショップを開催（11時～17時） ※ 18日のみ20時まで延長
開催場所	清洲公園駐車場	清洲城広場	清洲城芸能文化館内
開催内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 清須からあげまぶし販売店のうち6店舗が出店 まつ寿司・田園・信長食堂・八百屋・モカ・桜華</li> <li>◆ 1食500円のからあげまぶし弁当をテイクアウト限定で販売 ⇒ 本部でチケット綴り（3枚/綴り）を1,000円で販売 ⇒ オリジナルエコバッグ・土田かぼちゃマドレーヌシールラリーのシールを特典としてプレゼント</li> <li>◆ 食育エリアも併設し、食品ロス削減の啓発や地元産野菜を販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ ハンドメイド作家によるエコバッグを始めとしたハンドメイド作品の販売（全21ブース）</li> <li>◆ イベント全体のオープニングセレモニーを実施 ⇒ 市長・市観光協会会長あいさつ ⇒ 市観光協会新商品発表 土田かぼちゃうどん・公式キャラクタークリアファイル ⇒ 緑化木・土田かぼちゃマドレーヌの無料引換券配布</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 市内企業・事業者の技術や製品をブースにて展示紹介 （株）明電舎・（株）ツジ薬局・太陽食品工業（株）・ナカモ（株） （株）エムエス製作所・（株）服部通商・三和梱包運輸（株） （株）尾張屋・キリンビール（株）名古屋工場・東海染工（株） Café&amp;gallery みどりや（全11ブース）</li> <li>◆ ワークショップを実施 しずはり治療院・中日信用金庫・東海染工（株）</li> </ul>

当日の記録写真



### 3-2 グルメフェスに関するアンケート結果（報告）

■ きよすフェスの開催効果を検証し、次年度以降の開催に向けた検討材料を洗い出すため、グルメフェス会場において以下のとおりアンケートを実施した。

#### アンケート概要

目的	◆ 清須からあげまぶし弁当の販売手法を検証するため ◆ ご当地グルメとしての清須からあげまぶしに対する評価を検証するため
手法	からあげまぶし弁当チケット購入者全員にアンケート用QRコードを記載したチラシを配付 ↓ 回答はチラシを受け取った方の任意
期間	令和3年12月18日（土）～ 令和4年1月31日（月）まで

#### 集計結果

有効回答総数は 45 件であった。（購入者数：333 人）

設問内容	回 答														
参加者情報	<table border="1"> <tr> <td>性別</td> <td>男性：14人</td> <td>女性：31人</td> </tr> <tr> <td>住所</td> <td>市内：41人</td> <td>市外：4人（小牧・名古屋(中川区、西区)・稲沢)</td> </tr> <tr> <td>年齢</td> <td>10代以下：2人</td> <td>20代：0人</td> <td>30代：17人</td> <td>40代：11人</td> <td>50代：11人</td> <td>60代：2人</td> <td>70代以上：2人</td> </tr> </table>	性別	男性：14人	女性：31人	住所	市内：41人	市外：4人（小牧・名古屋(中川区、西区)・稲沢)	年齢	10代以下：2人	20代：0人	30代：17人	40代：11人	50代：11人	60代：2人	70代以上：2人
性別	男性：14人	女性：31人													
住所	市内：41人	市外：4人（小牧・名古屋(中川区、西区)・稲沢)													
年齢	10代以下：2人	20代：0人	30代：17人	40代：11人	50代：11人	60代：2人	70代以上：2人								
テイクアウト販売	よい：35人　ふつう：7人　わるい：3人														
グルメの清須らしさ	(a) 感じる事ができた：25人　(b) 感じる事ができなかった：20人														
上記の理由（一部抜粋）	<p>【(a)の理由】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元の味噌や野菜を使用していたため</li> <li>・信長の天下取りにあやかっていたため</li> <li>・土田かぼちゃやかりもりの漬物が入っていたため</li> <li>・地元企業とコラボしていたため</li> </ul> <p>【(b)の理由】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・そもそも清須らしさが分からない</li> <li>・清須とからあげ（ひつまぶし）がリンクしない</li> <li>・清須の特産品と結びつかない、使用しているとは思えない</li> </ul>														
各店舗のこだわり	楽しめた：37人　ふつう：8人　楽しめなかった：0人														

きよすフェス全体に関する自由記述（一部抜粋）	
プ ラ ス 意 見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今回のようなイベントを定期的で開催してほしい</li> <li>・鶏のからあげは一般的であり親しみやすい</li> <li>・清須からあげまぶしを初めて知ったが、とても美味しかった</li> <li>・ひつまぶしが愛知との繋がりを感じられる</li> <li>・販売するお店それぞれの熱意（清須への想い）を感じた</li> <li>・美味しかったので定番グルメにするのはいいと思う</li> <li>・地域活性化への前向きな取り組み</li> <li>・まだ定着していないため、今後に期待したい</li> <li>・老若男女楽しめるメニュー</li> <li>・他にはなく、珍しいグルメなのでいいと思う</li> <li>・定番グルメとして親しみを感じる</li> <li>・販売店舗が一か所に集まってもらえたことで、気軽に食べ比べることができた</li> <li>・1,000円で3種類の食べ比べができてよかった、出店数を増やしてほしい</li> </ul>
マ イ ナ ス 意 見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パツとしない</li> <li>・ひつまぶしに拘らずからあげ丼でいいのではないか</li> <li>・温かい状態で食べたかった（再加熱すると米とからあげが固くなってしまう）</li> <li>・販売開始時刻が遅い（持ち帰って食べる時には昼過ぎになっていた）</li> <li>・グルメの数が少ない</li> <li>・事前販売をしてほしかった</li> <li>・販売方法を検討してください</li> <li>販売窓口が少ないために行列となっていたこと</li> <li>当初整理券が無く、案内係も少なかったため、購入できない人まで列に並んでいたこと</li> <li>チラシに1人何枚まで購入ができ、何名まで購入できるか記載が無かったこと</li> <li>オープニングセレモニーに参加するとグルメが購入できないこと</li> </ul>
そ の 他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・もっとクセの強いオンリーワンなものを目指したらどうか</li> <li>・宮重大根、土田かぼちゃ、鬼ころし、守口漬、西牧にんじん等を全面にうちだした、からあげまぶしにしたらどうか</li> </ul>

### 3-3 産業見本市に関するアンケート結果（報告）

■ 産業見本市会場において以下のとおりアンケートを実施した。

#### アンケート概要

目的	◆ 産業見本市に出展している市内企業・事業者の認知度を調査するため ◆ 出展内容・ワークショップの開催内容を検証するため
手法	産業見本市会場の出口にて、アンケートへの協力の声掛け ↓ 回答は参加者の任意
実施日	令和3年12月18日（土）

#### 集計結果

有効回答総数は27件であった。

設問内容	回 答
参加者情報	性別 男性：10人 女性：17人
	住所 市内：19人 市外：6人（稲沢・名古屋(守山区)・あま・春日井)
	年齢 10代以下：4人 20代：1人 30代：5人 40代：10人 50代：2人 60代：2人 70代以上：3人
初見企業	あり：24人 なし：3人
上記の回答企業数	1～3社：16人 4～6社：7人 7～11社：1人
印象的な企業・展示品	あり：17人 なし：10人 ナカモ(株)：つけてみそかけてみそ・エムエス製作所：緩衝材等 太陽食品工業(株)：太陽ソース・麒麟ビール(株)：ビール 明電舎・Café&gallery みどりや
自由記述	・清須に色々な企業があることが知れてよかった ・清須には有名な企業がけっこうあることに驚いた ・市にある企業に親しみを感じた。街でみかけたら利用したい ・参加者が多く特にファミリーが目立ちよかった ・コロナ禍ですが、子どもと一緒に楽しめました ・中日信用金庫のワークショップを子どもが気に入りました

きよすフェス全体に関する自由記述（一部抜粋）	
プ ラ ス 意 見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・定番グルメとして親しみを感じる</li> <li>・鶏のからあげは一般的であり親しみやすい</li> <li>・清須からあげまぶしを初めて知ったが、とても美味しかった</li> <li>・ひつまぶしが愛知との繋がりを感ぜられる</li> <li>・販売するお店それぞれの熱意（清須への思い）を感じた</li> <li>・美味しかったので定番グルメにするのはいいと思う</li> <li>・地域活性化への前向きな取り組み</li> <li>・まだ定着していないため、今後に期待したい</li> <li>・老若男女楽しめるメニュー</li> <li>・他にはなく、珍しいグルメなのでいいと思う</li> <li>・今回のようなイベントを定期的で開催してほしい</li> <li>・1,000円で3種類の食べ比べができてよかった、出店数を増やしてほしい</li> </ul>
マ イ ナ ス 意 見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パツとしない</li> <li>・ひつまぶしに拘らずからあげ丼でいいのではないか</li> <li>・温かい状態で食べたかった（再加熱すると米とからあげが固くなってしまう）</li> <li>・販売開始時刻が遅い（持ち帰って食べる時には昼過ぎになっていた）</li> <li>・販売方法を検討してください</li> <li>行列になっていたこと、販売窓口の少なさ、案内係の少なさ、当初整理券が無かったこと、1人何枚購入できるか記載が無かったこと、何名まで購入できるか記載が無かったこと、オープニングセレモニーに参加するとグルメが購入できないこと etc</li> </ul>
そ の 他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・もっとクセの強いオンリーワンなものを目指したらどうか</li> <li>・宮重大根、土田かぼちゃ、鬼ころし、守口漬、西牧にんじん等を全面にうちだした、からあげまぶしにしたらどうか</li> </ul>

#### 4 産業部会による事後検証（書面会議の結果）

■ 回答シートの集計・整理結果は、以下のとおり。（意味合いの似た意見をまとめ要約し、「**収穫（良かった点）**」「**課題（反省点）**」「**今後の取組案**」の分類整理を実施。）

産業見本市	
<b>収穫</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 展示した商品の評判が良く、商品とは直接関係のない技術に関しても称賛された。</li> <li>◇ 市民に市内企業を知ってもらう良い機会であり、参加した意義が大いにあった。 ⇒ 認知度の向上だけでなく、雇用等さらなる効果が期待できる。</li> <li>◇ ワークショップは、ファミリー層を中心に好評であった。</li> </ul>
<b>課題</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 初開催のイベントであったため参加者数の想定が難しく、ワークショップにおける材料管理や順番待ちに課題を感じた。</li> <li>◆ イベントが盛況だったことに伴い、会場が狭くコロナ対策が不十分であった。</li> </ul>
<b>今後の取組案</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 企業紹介だけでなく、事業者同士でのグッズ開発や市公式グッズの開発を試みる。 ⇒ 開発したグッズの展示や開発背景を展示する。</li> <li>◆ 市内で企業や創業したい若年層等をサポートできる体制をつくる。 ⇒ 外部から招聘した専門家による講演会や、若年経営者の交流会を実施するなど。</li> <li>◇ 市内に本社がある事業者を中心にするすることで、より地元色を感じることができる。</li> <li>◆ SDGESに絡めた、市内企業のアウトレットや廃材などを販売するイベントの開催。</li> </ul>

グルメフェス	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ からあげまぶしを多くの人に知ってもらうきっかけとなった。 ⇒ からあげまぶしを目当てに来ている方が多く、市民に受け入れられた。</li> <li>◇ 一度に複数店舗を楽しめたことで、実店舗へ足を運んでもらうきっかけとなった。</li> <li>◇ 店舗スタッフとコミュニケーションが取りやすく、店舗自体の知名度の向上に繋がった。</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 開催日が飲食店の繁忙期であったため、参加店舗の負担が大きかった。 ⇒ 開催時期の再検討が必要。</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 整理券を配布する。販売数を増やす。また、イベント期間中の売上数などを参考に販売店舗を2グループに分け、2日間に分けてイベントを開催するなど。 ⇒ より多くの方が購入できるようにする。</li> <li>◆ 参加店舗を増やす。</li> <li>◆ メディアに取り上げられた意義は非常に大きいため、継続的な宣伝を行うべき。</li> <li>◆ 先行予約を実施する。店舗でからあげまぶしを食べた人は先行予約が可能になる等。</li> </ul>	

清須マルシェ	
<b>収穫</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ ハンドメイドマルシェを目的に来場されたお客が多かった。</li> <li>◇ ほぼ完売に近い売れ行きで大変好評であった。 ⇒ 市内にハンドメイド作品を好きな方が大勢いることが実感できた。</li> </ul>
<b>課題</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 開催場所が清洲城広場であり休日開催であったため、広場を利用する子どもが多かった。 ⇒ 放送設備を活用して注意を促す</li> </ul>
<b>今後の取組案</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 市のPRのためにも、定期的にマルシェを開催する。</li> </ul>

清須からあげまぶしシールラリー	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ コロナ禍にも関わらず多くの参加者がおり、市内店舗を知ってもらうきっかけとなった。 ⇒ 清須からあげまぶしの知名度の向上に繋がった。</li> <li>◇ 今まで利用したことのない店舗に行きやすくなる。また、このイベントをきっかけにからあげまぶし以外のメニューも食べに行こうと思える。</li> <li>◇ シールでのラリー方式が容易で、参加者に好評であった。</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ シールラリーのみではPRとしては弱く、市全体に浸透しきっていない。</li> <li>◆ ファミリーで短期間に3店舗を回ることが容易ではない。（金額が高いため）</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ からあげまぶしの基本的なレシピを公開し、自宅でからあげまぶしを調理してもらう。 ⇒ 「おうちでアレンジ！からあげまぶしグランプリ」などイベントを開催しPRを図る。</li> <li>◆ 市外の方に参加してもらえる企画を実施する。 ⇒ 各店舗のグルメの特徴を当てる「からあげまぶしクイズラリー」を開催しPRを図る。</li> <li>◆ さらなるPRを図るため、新たな情報発信ツールを利用する。</li> <li>◇ 「清須ワングランプリ」を復活させる。</li> <li>◆ 参加店舗を増やし、イベントチラシに参加店舗のマップを掲載する。</li> <li>◆ お子様サイズやハーフサイズなど、手頃なサイズと価格設定ができると良い。</li> </ul>	

総括	からあげまぶし	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 販売価格を見直すべきではないか。</li> <li>⇒ 観光客に食べてもらうことはもちろんだが、市民にも清須名物として愛してもらうため。</li> <li>⇒ 1,000円前後だとランチでも食べやすい。</li> <li>⇒ 量や価格を調節できるといい。(田園みたく、単品と定食を選ぶことができるシステム等)</li> <li>◇ きよすフェスのようなスポット的なイベントでのPRも大切だが、地道にファンを増やしていき定着を目指すことも良いのではないか。</li> <li>⇒ 定義を固め過ぎず清須産の「みそ唐揚げ」として販売することで、より多くの方が受け入れやすく、販売を希望する店舗も増える。</li> </ul>
	きよすフェス	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 朝市と連携することで、朝から夜まで楽しむことが可能なイベントになるのではないか。</li> <li>⇒ 午前：朝市、午後：フェス、夜間：イルミネーション</li> </ul>
	情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 観光グルメやグッズの開発後、どのようにPRしていくかが重要である。</li> <li>⇒ SNS (Twitter・Instagram・YouTubeなど) の活用は必須。</li> <li>⇒ ありきたりの方法だけでなく、今年度作成した観光協会公式キャラクター「信長、濃姫」をV-Tuber (バーチャルユーチューバー) としてSNS上でPRを行う。</li> </ul>

【鈴木座長 講評 (一部抜粋)】

- 昨年度の部会で検討した「定番グルメ開発」や「特産品フェス (グルメフェス、マルシェ、見本市)」のスキームの具体化と実施が今年度目標であり、コロナ禍ではあるが各イベント開催方法に注意を払いつつ、無事に開催できたことは高く評価できる。
- 新たに清須の定番グルメとなる「清須からあげまぶし」を多くの事業者に賛同いただき開発できたことは、今後清須市の活性化となる「種」を作り出すことにつながった。
- きよすフェスを市のランドマークと言える清洲城及びその周辺で開催したことは、市の賑わいの「場」としての清洲城の有効活用につながっている。
- 各イベントの実施において、市や産業部会だけでなく、有志事業者、商工会、観光協会が協力して「オール清須」で取り組んだことにより、多様な視点での地域活性化に資する情報を共有できた。
- 産業見本市にあっては、市内事業者の交流及び市民の事業者認知度が高まった。
- 次年度は、きよすフェス、グルメラリーの課題を整理し、その改善を検討してより集客ができるよう取り組まれることを望む。特に、産業見本市はビジネス拡大につながるような事業者の交流や市民認知度の向上に重きをおいた議論が必要。また、観光部会の成果もイベントに取り入れることや、各イベントが今後も継続し、定着するような仕組みづくりにも取り組まれることを望む。



事務局の整理欄
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 鈴木座長の講評のとおり、次年度は、<u>各イベントの課題を整理しイベント開催に向けた改善方法を検討する必要がある。</u></li> <li>● また、<u>産業見本市は、事業者の認知度向上だけでなく、新たな特産品開発に繋がるような交流を行うことができる場にすべきである。</u></li> <li>● 来年度は本プロジェクトの最終年度であるため、<u>観光部会の成果「新たな情報発信コンテンツ」を活用しながら、清須からあげまぶしのPRを進めたい。</u></li> </ul> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>上記◆マークを次年度の展開に向けたより重要な意見と見定め、次年度活動を推進していく予定。</p>