

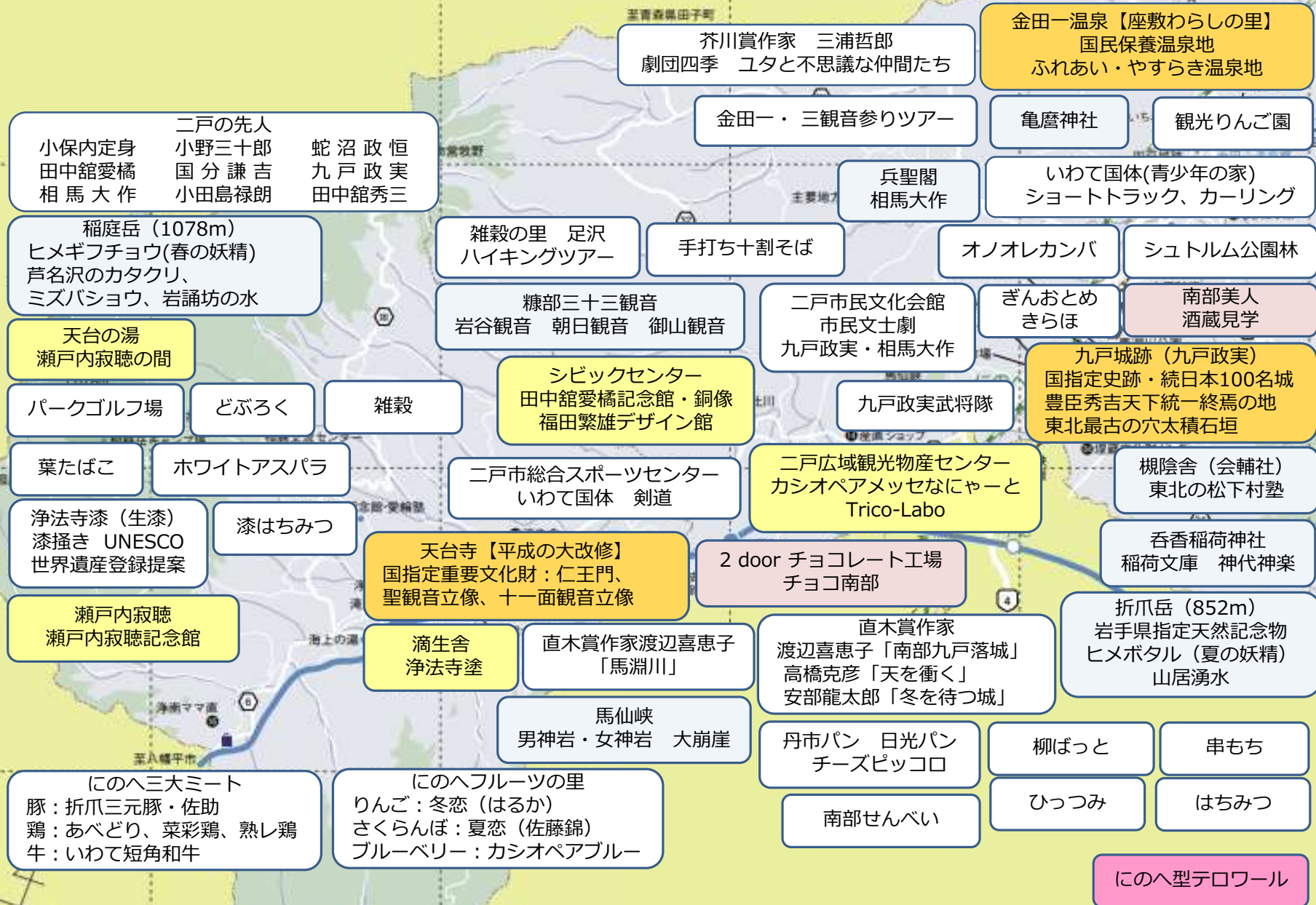
二戸の宝を誇り、伝え、興す。そして繋げる。

にのへ型テロワールの概要

～産業体験型観光による稼ぐまちづくり～



にのへの宝



宝「さがし」から宝「おこし」、そして地方創生へ

○二戸市の「宝を生かしたまちづくり」（平成4年～）、宝を生かしたまちづくり条例（平成12年）

①宝を「さがす」

地域が持つ自然や文化、産業、人などの資源を住民自らが発掘、再発見する

②宝を「みがく」

発掘、再発見した宝を、保存、伝承、発展させる

③宝を「ほこる」

宝の価値を認識し、地域の中でその価値認識を共有する

④宝を「つたえる」

地域の外に向かって、宝を発信する

⑤宝を「おこす」

宝を活用して、産業に結びつける

宝をおこして、
さらに発展させる！
ために…

宝を「つなげる」

にのへブランド
海外発信事業

二戸型
テロワール
推進

漆産業の
振興

公民連携
まち再生

稼げる
地域へ!!

にのへの宝を生かした事業展開【漆、文化・食・人、物語】

・ふるさと名物応援宣言

平成27年9月14日、東北で初（当時）となる「ふるさと名物応援宣言」

多様な事業者を巻き込みながら、地域ぐるみの継続的な取り組みを通じ、「地域ブランド」の育成・強化を図り、地域の売上や雇用の増大、地域経済の好循環につなげるもの

「漆」を核として、二戸ならではの文化・食・人を紡いだ「二戸の物語(STORY)」を国内外に発信し、市民がふるさとを誇りに思い、さらに後世につなぐ「宝」に磨き上げていくことを目的

事業展開

- 漆 (japan)の郷創り プロジェクト
- にのへ食観連携 プロジェクト
- にのへ型テロワール プロジェクト



中小企業地域資源
活用促進法に基づく



ふるさと名物
Furusato Meibutsu

わが市町村の
ふるさと名物は
これ!



岩手県二戸市
が応援するふるさと名物

「浄法寺漆」
～漆と地酒(W-japan)と伝統食～
五感で堪能する
二戸物語(Story)



にのへの宝の発信 【にのへブランド 海外発信事業】

～小さなまちの大きな挑戦～

平成25年～29年 世界の中心都市
ニューヨークでシティプロモーション

浄法寺漆と日本酒をテーマに、セミナー、
商談、プロモーションを展開

メトロポリタン美術館との連携

世界の漆芸品が和多く収蔵されているメトロポリ
タン美術館の学芸員と連携し、二戸の漆生産の
現場視察や生産者との意見交換

メトロポリタン美術館の自主事業である
SUNDAY at The METにおいて、日本の漆文
化を支えてきた浄法寺漆の魅力を伝える講演



にのへの宝を活かす 【公民連携まち再生事業】

3つの重点地区で
民間力を活用した
公民連携事業を実施

金田一温泉地区では
公園と温泉施設を一体的に
整備

○九戸城跡周辺地区



「続日本100名城」
選出 !!

○天台寺周辺地区



天台寺：平成32年3月
保存修理完成見込

○金田一温泉周辺地区



新しい手法（PPP/PFI）による活性化
【稼ぐ都市公園】



への型テロワール 事業の展開

これまで続けてきた、地域の魅力を発信する取り組みを
引継ぎ、連携しながら、新しい視点により
にのへ型テロワール事業を展開

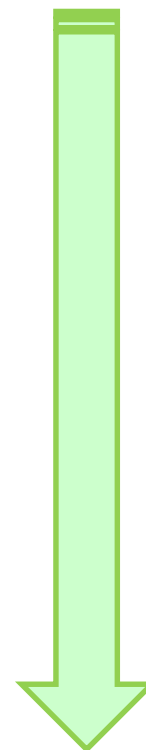
平成 4 年～ 宝を生かしたまちづくり

平成 2 5 年～ 小さなまちの大きな挑戦
(にのへブランド海外発信事業)

平成 2 7 年～ ふるさと名物応援宣言

平成 2 8 年～ 公民連携まち再生事業

平成 3 0 年～ にのへ型テロワールプロジェクト



にのへ型テロワールとは・・・

二戸の風土や歴史、文化を地域の物語（ストーリー）として伝えながら、「二戸の宝」を五感（味覚、嗅覚、視覚、聴覚、触覚）で堪能（心おきなく味わい満足して）いただく「産業体験型観光」を、キャッチフレーズとして表現したもの。

二戸の宝を体験する満足度の向上のためのストーリー作り、つながり作り、仕組み作りを通して、域内の拠点をつないで誘客を図っていく取り組みです。

テロワールの由来

テロワール (terroir) とは

- 「土地」を意味するフランス語 terre (テレ) から派生した言葉
- もともとは、ワインやコーヒー、お茶などの品種における、生育地の土壌や気候・地勢による特徴を意味
- フランスでは、土壌や気候、作り手など、ワインができるまでの背景を理解しながらワインの個性、特性の違いを楽しんでいる

二戸市の観光の分析

弱み

- 集客力のある大きな観光資源を有していない
- 産業は、中山間地域での農業や食産業が基幹で、大規模な生産が困難

強み

- 漆や地酒、果樹など、この地域の気候風土の中で丁寧に育てられた原料で、生産工程にもこだわって作られた商品が多い
- これらの商品が世界・国内で高い評価を得ている
- 地域の風土や伝統、歴史文化が継承され、輝き始めている

にのへ型テロワール事業が目指す方向性

二戸市の交流人口の増加により、地域にお金が
落ちる仕組みづくり



地域の宝、資源や産業を体験する満足度が
高く、滞在時間の長い産業体験観光の実現

事業展開イメージ

- 重点3地区（九戸城周辺、金田一温泉、天台寺周辺）を拠点に誘客を図る
- 季節の旬な自然、食、イベント、体験を組み合わせる
- 拠点をつないで周遊する

推進体制



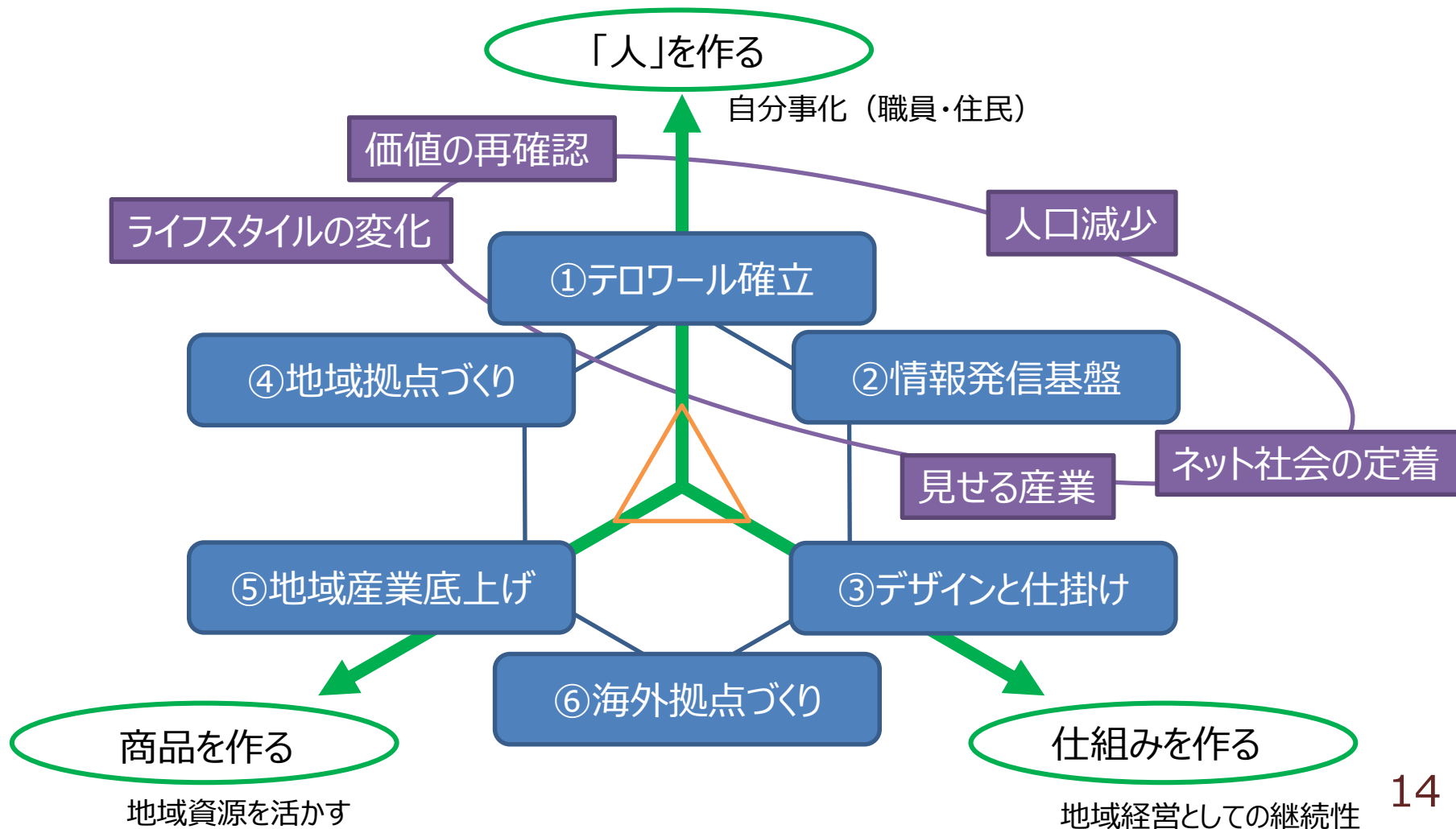
プロジェクトの目的、背景、手段

稼ぐ体験観光産業

プロジェクトの目的は、3つ軸（人、商品、仕組み）

● 社会的背景は、5つ（人口減少、価値の再確認、ライフスタイルの変化、ネット社会の定着、見せる産業）

● 手段は、6つ（テロワール確立、情報発信基盤、デザインと仕掛け、地域拠点づくり、地域産業底上げ、海外拠点づくり）





ブース全体



滴生舎



南部美人



久慈ファーム



滴生舎

そばえ庵



南部美人



おほない旅館

インバウンド誘客促進

H30年度の事業展開で見えてきたこと

- 思いのある人と対話できる施設は満足度が高い
(そばえ庵、おぼない旅館、馬場園芸)
- 産直ふれあい、シビックセンターが高評価
- 拠点を巡る2次交通が課題
- 台湾誘客では宿泊施設のトイレ、風呂が課題。
一方で、個人旅行者はおぼない旅館などの評価が高い。

平成31年度の主な動き

- JR東日本グループで、岩手県に集中的に誘客を図る重版プロモーションを展開。(4～6月)
- JRバス東北(株)による二戸駅発着の定期観光バス運行
- JR東日本盛岡支社で6/1に日本酒列車を運行(二戸駅～一ノ関駅間)
- エバー航空が青森空港に定期便就航(7月)
青森から南下する台湾旅行客が増加見込み

平成31年度のテロワール事業の予定

- 多くの人に伝わるテロワールイメージの作成
- 情報発信のしくみづくり
(HP、SNS、雑誌ほか)
- 各種研修会の開催
(情報発信、インバウンド、おもてなしなど)
- 観光受け入れ基盤整備
(ガイドなど人材、周遊ルート、体験メニューなど)
- インバウンド誘客促進
(台湾、ニューヨーク)
- リノベーションワークショップ開催