

二宮ブランド戦略

はじめに

二宮町は、町の産業全体が衰退する中で、経済の源となる産業の活性化はもとより、団塊世代が退職を迎え、雇用の場を確保する意味からも、二宮ブランドを構築し、町の経済を活性化するために、二宮ブランドを推進することとした。

そこで、平成 19 年 6 月 26 日に、二宮ブランド開発研究推進協議会が立ち上がり、第 1 回目の協議会を開催した。

平成 19 年度における二宮ブランド開発研究事業の取組みは、二宮の現状と課題の整理、ブランド化の可能性について調査研究を行った。また、二宮ブランド構築のため、協議会委員をはじめ、各種団体、町民の参加を得て、地域ブランドに対する理解と認識を深めるための、二宮ブランドフォーラムを開催した。

平成 20 年度においては、町民を対象にした二宮ブランドのアイデア募集を行い、76 点ものアイデアが応募された。応募されたアイデアは、町民参加によるワークショップにおいて、大いに役立った。

町民参加によるワークショップでは、それぞれの意見・アイデアを総合的に捉え、地域資源の整理と評価、二宮ブランドのプロジェクトの検討などを行い、その結果を二宮ブランド戦略策定の基礎とした。

二宮ブランドは、二宮の先人の方々が築き上げてきた、歴史や文化、恵まれた自然、これらの地域資源を最大限に活かし、二宮らしさと付加価値をつけたブランドを生み出すことで、町の産業を活性化させることが大切である。

二宮ブランド戦略においては、各プロジェクトが、①売れるものづくりとして、新商品を開発する。②町のイメージアップをはかり、町内外に情報を発信し、外から人を呼び込む。③観光開発により外から人を招き、観光交流を促進する。この 3 つの視点で実践することで、二宮らしいブランドを構築することをねらいとしている。

今後は、二宮ブランド開発研究推進協議会が 2 年間の取組みによりまとめた「二宮ブランド戦略」を指針として、農業、漁業、商工業、観光の各産業が連携し、二宮ブランドを推進する。

1. 二宮町の地域資源の整理と評価

(1) 地域資源の整理と評価

二宮町の地域資源については、平成 19 年度の「協議会における調査研究のまとめ」、平成 20 年度の「町民アンケート調査」と町民参加による「ワークショップ」の 3 つの成果をもとに整理した。また、地域資源と活用アイデアの評価についてはワークショップの参加者により実施した。評価欄の点数が参加者の評価投票を示している。

①農業・加工品

「農産物を使った加工商品づくり」と「農業観光（グリーンツーリズム）」がともに 12 点と最も高い評価を得た。

| 事業 | 地域資源、活用アイデア | 評価 |
|----------------|---|----|
| 新品種の栽培 | ミニトマト、アピオス、そば、びわの木、湘南にのみやレモン | 5 |
| みかん産業の再興 | 摘果みかんの活用、農業公園化、二宮みかん復活、みかんオーナー制 | 3 |
| 農産物の二宮ブランド化 | みかん、しいたけ、たまねぎ（湘南レッド）、たけのこ（促成栽培）、落花生、蜂蜜、牛乳、乳製品、有機栽培農産物、梅干、苺、エシャレット（らっきょうのなかま） | 6 |
| 農産物を使った加工商品づくり | みかん、しいたけ、粉末しいたけ、たまねぎ（湘南レッド）、たけのこ、落花生、蜂蜜、しょうが、牛乳、乳製品、みかんパン、みかんゼリー、みかんケーキ、みかんジャム、レモンジャム、菜の花弁当、菜種油、菜の花ゼリー&ソフトクリーム、菜の花せんべい、ピーナッツバター、ピーナッツクッキー、落花生まんじゅう、洋菓子の製造販売、ハーブ、生薬、梅ジャム、鶏のみかんソース、湘南健康酒、ドクダミ茶のブレンド品、湘南レッドの蓮花、湘南りんご、にんにく、みかんの里（みかん牛乳プリン）、二宮ア・ラ・カルト（お好み焼き風）スリー | 12 |

| | | |
|-----------------|---|-----|
| 農業観光（グリーンツーリズム） | レジャー農園、みかんの農業公園化、一色地区の山道、山野草摘み（ふき、みょうが）、自然を楽しんでいただき将来に希望を持つ運動（たまねぎ）、山野草を自生する里 | 1 2 |
| 昆虫の生産 | 明るく輝くホタル、大型カブト | 1 |
| 農産物と加工品の直売所づくり | 朝市、道の駅 | 3 |
| 山林、農園に宿泊施設をつくる | | 0 |
| 生ごみを利用した農業の推進 | 堆肥、バイオガス、 | 7 |
| 落花生の染色 | | 0 |

②水産業・加工品

「漁業観光（ブルーツーリズム）」が9点と最も高い評価であった。

| 事業 | 地域資源、活用アイデア | 評価 |
|----------------|---|----|
| 鮮魚の二宮ブランド化 | 黄金のアジ、石鯛、平目、カワハギ、「瀬の海」、アンコウ料理 | 4 |
| 生シラスの宅急便 | 究極の贅沢 完全前金予約制の「生シラスのクール宅急送システム」 | 4 |
| 天然養殖場 | 人工リーフ（珊瑚礁）を取囲む巨大天然養殖場「瀬の海牧場」 | 3 |
| 水産物を使った加工商品づくり | 相模湾の干物、シラスせんべい、長寿のひもの | 3 |
| 漁業観光（ブルーツーリズム） | 観光地引網、子どもたちの体験地引網、つり場、つり船、海釣り公園、海の駅の整備、遊覧船、釣り人サポーター船、前泊民宿 | 9 |
| 水産物直売の複合施設 | 瀬の海の館 | 2 |
| 栈橋付き漁港 | 瀬の海の駅 | 0 |

③商工業

「商店街の特産品づくりと販売所づくり」が5点と最も高い評価であった。

| 事業 | 地域資源、活用アイデア | 評価 |
|-------------------------|---|----|
| 個々の産業が相互に連携した「癒しブランド」開発 | 年間100万人の来町者、菜の花まつり、落ち着いた佇まい、海の新鮮な幸、温暖な気候、長寿の里のイメージ、 | 3 |
| 商店街に休憩所をつくる | 町の駅、昼の食事所 | 3 |
| 商店街を土日は歩行者天国にする | | 0 |
| 商店街の特産品づくりと販売所づくり | 高級イメージ化をめざしたブランド商品、売店、ガラスのうさぎ水まんじゅう、吾妻山ゴーファー | 5 |

④観光

「吾妻山」が19点と、他分野も含めて最も高い評価であった。ついで「駐車場整備」が12点、「日帰り観光」が9点で、全般的に観光の評価は高いといえる。

| 事業 | 地域資源、活用アイデア | 評価 |
|-------------------------|---|----|
| 周遊型観光基本動線の整備 | 二宮散策コース、縄文の小径ウォーキングコース | 5 |
| 吾妻山観光 | 吾妻山の眺望、吾妻山物語、12月まである菜の花、四季の花めぐり、紅葉の杜づくり、葛川土手遊歩道、ウォーキングコースの整備、吾妻山の環境整備、吾妻山宇宙観測 | 19 |
| 景観のよさをアピール | 富士山の絶景ポイント、花めぐり、山百合の群落、勝手に10選 | 2 |
| 温泉の復活 | | 4 |
| 日帰り観光 | JR、東海道線、駅からのアクセスの良さ | 9 |
| 観光ホームページの立ち上げ | | 0 |
| 目的別観光マップの整備とプリントアウトサービス | 貸し出し自転車、サイクリニストサポート | 5 |

| | | |
|-------------------|---|-----|
| 駐車場整備 | 動線パーキングの開発と運営 | 1 2 |
| イベント | 箱根駅伝の見学場所の整備、ビーチマラソン | 1 |
| 間の宿にのみや | | 2 |
| 観光振興事業によるまちの活性化運動 | 「〇〇物語」の連携、瀬の海物語、二宮トレーニングプロジェクト、自然を利用して観光名所を作る運動、星観測の展望台を作り自然観測の運動 | 1 |

⑤自然・歴史・文化

高い評価の項目はなかった。

| 事業 | 地域資源、活用アイデア | 評価 |
|------------|--|----|
| 郷土の文化人にふれる | 吉田五十八邸、山川方夫、徳富蘇峰記念館 | 0 |
| ガラスのうさぎ | 二宮から全国へ発信 | 1 |
| 軽便鉄道 | | 1 |
| 自然を残す | 自然を後世に残す運動、「地球市民二宮」(響きあう ECO 響働システム)、町内みんなでバイオマス | 1 |

⑥人・湘南・環境

「愛、癒し、安全、環境をキーワードに新しい湘南イメージ展開」が10点と高い評価であった。

| 事業 | 地域資源、活用アイデア | 評価 |
|---|--|-----|
| 愛、癒し、安全、環境をキーワードに新しい湘南イメージ展開 (湘南の田舎) (長寿の里にのみや) (住みたい町「湘南にのみや」) | 水車、萱葺の民家、東海道宿の再現、葛川流域の親水ブルムナード化、葛川遊歩道の開通、桜並木、桜の木のオーナー制度、一業種だけでなく町全体として取り組めるもの、 | 1 0 |
| 自分の健康は自分が作る運動 | フラダンスとハワイアンの街二宮 | 0 |
| 甲子園に送る応援団の結成 | 二宮高校 | 0 |

全体のランキングは以下のように、吾妻山観光が最も高い評価で、ついで、農産物を使った加工商品づくり、農業観光、駐車場整備となり、第 5 位として、新しい湘南イメージ展開、第 6 位として、漁業観光、日帰り観光であった。

第 1 位：吾妻山観光（19 点）

第 2 位：農産物を使った加工商品づくり（12 点）

農業観光（グリーンツーリズム）（12 点）

駐車場整備（12 点）

第 5 位：愛、癒し、安全、環境をキーワードに新しい湘南イメージ展開（10 点）

第 6 位：漁業観光（ブルーツーリズム）（9 点）

日帰り観光（9 点）

（2）二宮ブランドのプロジェクトの検討

ワークショップ形式で、二宮ブランドのプロジェクトを検討した。

① 8 月 3 0 日（土）二宮ブランドワークショップ

グループ 1

表題 ・食べちゃおう、遊んじゃおう、わくわくしちゃおう！

内容 ・町の駅を作る（ちょっとした休憩所）

・瀬の海を生かすために、つり船を出す（漁港が整備されたら）

・黄金のアジ

・勝手に 10 選（富士山に見える場所、菜の花、ホテルなど）

・財産を見直して発信する

グループ 2

表題 ・ハイ！いらっしやい にのみや

内容 ・商品をつくる（お客さんをお呼びするために流れをつくる）

・特産物としては、牛乳・落花生・しいたけ・たけのこ・みかん（ハウスみかん）

・菜の花を使った製品をつくる（油などを使った商品開発）

・農産物を売る建物を作る

・居酒屋などに昼間は食事所になるように協力してもらう

・山林、農園に宿泊施設を作る

・商店街を土日は歩行者天国にする

・つり場の整備

・吾妻山を菜の花だけではなく一年中花を咲かせていたい

- ・箱根駅伝が通るので見学場所の整備をする
- ・ビーチマラソンを行っていたが、今はないのが残念。人がたくさん来るのでこれも一つのブランドではないか。

グループ3

- 表題 ・豊かな「自然」と「歴史」
- 内容 ・軽便鉄道を使ったブランド
- ・長寿の里にのみやなので健康長寿に町にする
 - ・瀬の海のアジやシラスを使った商品をつくる
 - ・遊覧船（遠浅でない海岸なので逆に自然の維持をできるのではないか）
 - ・温泉の復活、徳富蘇峰記念館

グループ4

- 表題 ・ちょっと一息 間の宿にのみや
- 内容 ・元々、大磯に宿泊施設があり二宮は小田原までの休憩所であった。
- ・農業ではいらぬみかん（摘果したみかん）を使ってライムの代わりなどに使ったらどうか。
 - ・レモンを作る（気候が温暖だと作りやすい レモンジャム等）
 - ・観光については12月まで菜の花があるので吾妻山をアピール
 - ・JRや東海道線があるので、日帰り観光をできるようなものをつくる（中里や一色の里山散策）
 - ・桜の木がきれい（写真に撮ってインターネットに載せる）
 - ・町全体を公園化する（どこからでも来れる町）
 - ・ゴマメ、アジ、シラスなど海づくり公園
 - ・落花生染色

グループ5

- 表題 ・二宮最高！
- 内容 ・びわの木（薬として使う）
- ・ミニトマトの栽培
 - ・ハチミツ（菜の花を使ったもの）
 - ・吾妻山の観光ルートの整備
 - ・駐車場が全体的に少ないのでどうにかしたい

グループ6

表題 ・住みよい町二宮（エコタウン）

- 内容 ・生ゴミを利用した町づくり（堆肥化、生ゴミ有料化、バイオガス化）
- ・くず川の散策整備
 - ・道の駅や海の駅の整備
 - ・吾妻山の菜の花
 - ・吾妻山南側に昔は松があったが病害虫にやられて何も無い。桜の木を植えてオーナー制度にする
 - ・山ゆりの群落
 - ・朝市をもっとする
 - ・一色地区の山道（ミニグリーンツーリズム）
 - ・山野草を摘む（ふき、みょうが）
 - ・みかんの農業公園化
 - ・アピオス（他市町村にないもの）

②9月13日ワークショップ

以下の6つのプロジェクトテーマが選ばれて、参加者による討議が行われた。

- ・農産物を使った加工商品づくり
- ・農業観光（グリーンツーリズム）
- ・生ゴミを利用した農業の活性化
- ・漁業観光（瀬の海）
- ・商工業
- ・吾妻山を中心に街全体を歩けるようにする

③10月4日ワークショップ

以下の6つのプロジェクトテーマについて議論を深めた。

- ・農産物を使った加工商品づくり
- ・農業観光
- ・目指せバイオマスター
- ・漁業観光
- ・二宮の情報と特産品を紹介する場づくり
- ・吾妻山を24時間・365日楽しめるようにする