

「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー」について

平成 27 年 7 月 1 5 日

1. 主旨

雑誌、新聞、旅行事業者など地域の名品を取り扱う事業者が力を合わせて、様々な角度から、地域に眠る名品とそれを支える取組を発掘・表彰し、地域の将来を支える名品とその市場開拓を支援する。

2. 主催

(1) 主催

「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー実行委員会」

実行委員：ヤフー、JTB、楽天、電通、トリステージ

(2) 公式サポーター

優れた名品を表彰する部門賞を企画・運営、受賞商品の販促機会の提供を行う（別紙参照）。

(3) 内閣府後援（予定）

「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー」に参加する部門賞の候補名品のノミネート、受賞など様々な機会を通じ、政府の地方創生の取組もアピールする。

3. 賞典

(1) 部門賞

各実行委員や公式サポーターの知見を生かし、様々な角度から発掘し、地域の将来を支えるポテンシャルが高い名品を表彰する。

検討中の例：「ご当地グルメ部門」、「女子旅部門」、「ソフトパワー部門」、「ご当地カード部門」、「自治体推奨の逸品部門」、「Next History 部門」など

(2) 地方創生賞

それぞれの名品や、名品をめぐる人材、取組が、どれだけ地方に変革に向けた機運を醸成し、その変革を実現することに成功したかという観点から、選考する。

4. 表彰制度の骨格

(1) 第一次選考

本年12月頃までに、地域の特徴を生かした、最近3年間に新たに販売・発表された名品の中から、各部門賞の候補に相当するものを、各部門担当事業者がノミネートする。

(2) 第二次選考

各事業者が推薦する審査委員が、相互持ち点配分方式により、各部門賞及び地方創生賞を選考する。全体の共通の表彰式を来年2月頃に、内閣府講堂において執り行う。

(3) 受賞者の権利

- ① 受賞名品は、販促機会に受賞ロゴ（検討中）を使用できる
- ② 部門賞ごとに、担当事業者の特徴を生かした販促機会の提供（ECサイト無料掲載など）が与えられる
- ③ 政府後援の民間表彰制度の受賞作品として、政府も紹介する

5. 今後の予定（案）

7月15日	第3回協議会にて、制度概要を公表 一部の部門賞で募集開始
9月	制度全体詳細を公表 全ての部門賞で募集開始
12月まで	第一次選考。ノミネート名品の決定
2～3月	第二次選考。全体授賞式の実施

以上

ふるさと名品オブ・ザ・イヤーが選ぶ25の名品部門と それを支える公式サポーターの概要

H27. 7. 15.

(部門名は一部仮称です)

(＜自＞：特に自治体からの推薦・応募を期待している部門です)

1. 商品に込められた工夫・伝統・地元の取組などを表彰するもの

- (1) ベスト・ネットセールス部門 Yahoo! JAPAN
➤ 「ふるさと割」対象商品のうちYahoo! ショッピングで購入者の多かった商品
- (2) ベスト・アイデア部門 (株)電通/ (株)47CLUB
➤ 全国の地方紙が選ぶ「こんなのあるんだ」というアイデアと創造性に富んだ商品
- (3) ローカル・ベンチャー部門 (仮称) 楽天(株)ノソトコト編集部
➤ 楽天市場の商品群のなかから、「ローカルベンチャー」「ソーシャルグッド」「ソーシャルプロジェクト」等をキーワードに選出
- (4) Next History 部門 マガジンハウス*トライステージ(株) <自> 後日配布
➤ 古くからの伝統技術を現代の技術と感性で蘇らせた商品
- (5) 名品アーティスト部門 樫出版社 (Discover Japan)
➤ 地域を支えるアーティストの貢献により生み出された商品
- (6) 自治体が勧める地域の逸品 (まちの逸品) 部門賞 産経新聞社 <自>
➤ 自治体が勧める地域の逸品
- (7) おもてなしアイデア部門 サニーサイドアップ*トライステージ(株)
➤ 地域固有の伝統素材・技術をもとに、使い手を想うおもてなし心による術をもとに、使い手を想うおもてなし心による優れた創意工夫のアイデアで生み出された商品

2. 地元の食材や美味しい食べ物を表彰するもの

- (1) 未来のお取り寄せ逸品部門 アイランド <自>
➤ これからの「お取り寄せ市場」で活躍する未来のお取り寄せ逸品
- (2) フードアルチザン部門 イオン・グループ
➤ 地域の匠による食材として取り扱ってきた商品のうち評価の高いもの
- (3) ご当地レシピ部門 クックパッド(株) <自> 後日配布
➤ 最も魅力的な地元料理のレシピを表彰
- (4) 婦人画報のおかいもの部門 ハースト婦人画報社 (婦人画報のおかいもの) <自>
➤ 地方の特産を活かして開発された名品
- (5) 美味遺産部門 世界文化社 (家庭画報)
➤ 美味遺産として評価の高い、伝統に裏打ちされた地元のうまいもの
- (6) 昼膳部門 リクルートライフスタイル
➤ 地元の誇る美味しい昼膳
- (7) うちの食が一番部門 (株)ローソン
➤ 毎月テーマに沿ったカテゴリー商品 (レトルトカレー、ジュース等) を特集で展開し、販売数が多いもの

3. 旅にまつわる表彰

- (1) 交流文化部門 (株)ジェイティービー <自> 資料は別添
➤ 地域資源を活用し、新たな知恵や特性を活かした観光交流、地域活性化の取組
- (2) コンテキストツーリズム部門 (株)ゲイン
➤ 検討中
- (3) 女子旅部門 スターツ出版 (株)
➤ 女子旅として最も人気の高いもの

4. 外国人から評価の高かったもの

- (1) 世界のアキバ部門 日本百貨店 <自>
➤ 世界から観光客の集まる秋葉原で試食して最も評価の高かったもの
- (2) 外国人が選ぶお土産部門 (仮称) (株)ジェイティービー
➤ 日本好きの外国人が選ぶ“日本ならではの”の体験を生む商品やサービス

5. 地元を売り出す工夫を表彰するもの

- (1) ベスト・地元パンフ部門 H. I. S. (株) <自>
➤ 最も魅力的な発信を地元から行うパンフレット
- (2) ソフトパワー部門 (株)ソニー企業 <自>
➤ マンガ・アニメの聖地としての地元の魅力を最も効果的に活用したもの
- (3) ふるさと名物ネーミング部門 (株)博報堂
➤ 地元の名品に対して最も魅力的なネーミングをつけているもの

6. 地方創生賞

- それぞれの名品や、名品をめぐる人材、取組が、どれだけ地方に変革に向けた機運を醸成し、その変革を実現することに成功したもの

7. その他の公式サポータの動向

- (1) 部門賞検討中
➤ 三越伊勢丹(株)
➤ (株)ゆらゆらキック
➤ イオンリテール/フェリカポケット (株)
➤ (株)アサツー ディ・ケイ
- (2) 受賞作品への販促機会の提供等を実施
➤ (株)朝日新聞社
➤ (株)ジャパン・エフエム・ネットワーク
➤ 女性セブン編集部
➤ DNP メディアクリエイト
➤ (株)日本経済新聞社

ふるさと名品オブ・ザ・イヤー 部門表彰について



名称 **“自治体が勧める地域の逸品(まちの逸品)”部門**

※ふるさと割指定になっている自慢の名品を自治体から推薦してもらい表彰する

※ふるさと名品の販売強化支援

【実施要項】

主催	ふるさと名品オブ・ザ・イヤー実行委員会
共催	自治体が勧める地域の逸品(まちの逸品)部門実行委員会
後援	内閣府まち・ひと・しごと創生本部 産経新聞社(当該部門のみ)
協力	ハピキラFACTORY(当該部門のみ)
募集期間	2015年9月1日から9月30日(予定)
第1次選考	約10点のふるさと名品を運営事務局側でノミネート ※10月下旬の産経新聞紙上で発表、販売促進を誘引
第2次選考	事業者会議メンバーによる選考 最優秀1点、優秀賞2点を決定 ※産経新聞紙上で発表、販売促進を誘引
推薦基準	自治体担当者より将来、地域をリードするブランド品を推薦 原則、自治体(県・市・町・村) 1名品の推薦 推薦名品は、1次選考でノミネートされたもの以外は、非公開
審査基準	①ふるさと割対象の名品(3年もしくは5年以内に開発・販売された商品) ②ふるさと割がスタート後、販売金額上位商品 ③将来、自治体のブランド商品に成長させたい名品 ④商品企画コンセプトがわかりやすい ⑤ストーリー性 事業者(生産者)の商品にかける情熱
募集方法	第3回ふるさと名品開発促進協議会にて概要発表(7月15日) 自治体(県市町村)のふるさと名品担当者に直接告知(メール) 自治体のアドバイザーなどからの推薦
発表	内閣府HPに掲載 産経新聞特集面、県版に掲載 最優秀賞は、内閣府後援の“ふるさと名品オブ・ザ・イヤー”へ推薦
特典	優秀賞以上は、産経ネットショップにて取材、ページ制作、販売支援 最優秀賞は、パッケージなどの商品企画や制作協力(資料参照)
運営事務局	産経新聞社新プロジェクト本部 問合せ先: 赤崎・義家・岩崎 03-3243-8325/8512 アドレス: furusato@sankei.co.jp 平日: 午前9時から午後6時

1. 産経新聞グループのECサイトの販売事例

2. ふるさと名品、事業者の紹介例

3. 最優秀賞の特典イメージ

(株) ハピキラFACTORYとは

(株) ハピキラFACTORYは、地方にある魅力的な素材を18～25歳の女性向けにプロデュースし、販路を拡大することで、都市を中心に地方の魅力を発信していく会社です。

プロデュースした地方の素材を入口に、

- ① 地方に興味のなかった若者が地方に興味を持ちきっかけをつくること
- ② 地方の老舗企業・中核企業を再活性化させることを実現していきたいと私たちは考えております。

業務内容は、
 調査・企画・コンセプト提案・デザイン・販売拡大・販売・事後調査となっております。

老舗の「栗鹿の子」をバレンタインギフトに



今までのプロジェクト

<p>新潟PARCOにて2000個発売</p>	<p>伊豆観光にて販売中</p>	<p>全道酒販にて累計1000単位販売 2015年6月1日より発売</p>	<p>全国酒販にて累計500単位発売</p>
<p>セゾール百貨にて限定5000ケース発売</p>	<p>セゾール百貨にて限定5000ケース発売</p>	<p>2015年6月より発売開始</p>	

“自治体が勧める地域の逸品(まちの逸品)”部門 推薦書



事業者情報

会社・団体名		会社・団体住所	
商品名		連絡先	
参考売価	(税抜・税込)	量目・サイズ	
分類	1.農水産物 2.加工品 3.化粧品・雑貨 4.その他	商品説明	
販売温度	1.常温 2.冷蔵 3.冷凍	紹介ウェブサイトの有無 有・無 URL: http://	
認定・推奨商品・パンフレット掲載の有無			
有・無 【認定・推奨・パンフレット名掲載の詳細】			
商品写真(320*240 pixel程度に縮小)		自治体記入欄	
		推薦自治体名	
		担当部署名	
		担当者名	
		電話番号	
		アドレス	

事務局記入欄

受付担当者		受付月日	
-------	--	------	--

「未来のお取り寄せの逸品」賞 出品募集！

～地域の“新・美味しい逸品”を
 お待ちしています！～

2015年のお取り寄せ品ナンバー1を決定する「ベストお取り寄せ大賞」にて、未来のお取り寄せを代表する“逸品”を募集いたします！

今年で
 9回目！

■こんな商品を募集します！

！ 地域の新しい銘品を
 目指している

(2012年8月～2015年7月に発売された商品に限る)

！ オンラインショップ
 で販売している

！ とにかく美味しい！
 味に自信がある！

年間数十件しか注文なかったショップが、
 ベストお取り寄せ大賞を受賞後、テレビや
 雑誌などのメディアで紹介され、月間100件
 を越える注文を受けるようになった例も！



【昨年のベストお取り寄せ大賞発表ページ】
<http://www.otoriyose.net/best/>

詳しくは裏面へ！



「未来の
お取り寄せの
逸品」賞とは…

各地の自治体様、商工会議所様および、おとりよせネット
にご登録いただいているショップ様から、これからの地域
商品を担う商品を公募で受け付ける部門です。

エントリーは下記ページから！

<http://bit.ly/1LVQkAe>

- ※ 「2015年7月31日正午」受付開始（先着10店舗まで受付）
- ※ 2012年8月から2015年7月の間に発売された商品（食品）に限ります
- ※ ページの注意事項をよくお読みの上、お申込みください

自治体様、商工会議所様からの推薦商品は、無料でエントリーしていただけます！

「お取り寄せ」
で検索すると、
常に上位表示！

【昨年のベストお取り寄せ大賞発表ページ】
<http://www.otoriyose.net/best/>

おとりよせネットは、主に女性をターゲットにした日本最大級の「お取り寄せ」の口コミポータルサイト。オススメお取り寄せ品の情報をはじめ、「お取り寄せの達人」と呼ばれる食のプロの方々による厳選情報、お中元や敬老の日、帰省時やホームパーティ用の手土産などの季節イベントに合わせた特集、全国のグルメやスイーツの人気ランキングなどをご紹介します。

<お問い合わせ>

担当：笹田 (info@otoriyose.net)
<http://www.otoriyose.net/>
 TEL：03-5413-7077



「婦人画報のおかいもの」賞

概略について

婦人画報の通販カタログ「婦人画報のおかいもの」は、今年創刊110周年を迎えた月刊・婦人画報の別冊付録で、2011年から展開し、好評を得ています。各地方にうもれる名品を独自のネットワークで探し出し、毎回、美しいビジュアルで紹介。以下のサイトでWeb販売もしています。

<http://fujingaho.ringbell.co.jp/>

今回、「ニッポン甲子園」(仮称)の部門賞として、以下の要領で、各自治体様方からの推薦を募集、弊社、通販事業部で選考の上、事務局にノミネートします。選考された優秀名品は、取り扱い条件等をクリアした後、カタログで紹介、販売します。

概要

名称:「婦人画報のおかいもの」賞

対象商品:地方の特産を活かして開発された名品(スイーツや、籠、器等の生活具)

応募要項:下記通販事業部あてにメールで、商品の写真、特徴、上代等を添付、記入し、送って下さい。

締め切り:2015年11月30日(月)

toyozumi.nonoyama@hearst.co.jp

電話 03-6384-5022(通販事業部代表)

お問い合わせ:ハースト婦人画報社 通販事業部・野々山豊純

toyozumi.nonoyama@hearst.co.jp

電話 03-6384-5092(直通)

「婦人画報のおかいもの」展開例

下記webでもご確認いただけます。

<http://fujingaho.ringbell.co.jp/>

2015年5月号表紙



2015年7月号表紙



2015年8月号表紙



中面紹介例



【世界の秋葉原から発信！！】

ふるさと名品オブザイヤー 世界のアキバ部門

日本のみならず、世界中からたくさんのヒト・モノ・コトが集まる秋葉原。日本のカワイイ、クールはここから生まれました。いわゆる「オタク」の街で、食オタクの聖地、日本百貨店しょくひんかんCHABARAは、海外からも評価される、未来のふるさと名品を発掘します。

<<ふるさと名品>>
自治体・事業者からの推薦・応募



優秀商品5点をノミネート



部門賞の決定！！
→日本百貨店各店での販売開始！

秋葉原店舗で試食・投票！
※日本人も、外国人も！



SNS発信！

【日本百貨店とは??】

テーマは日本のモノづくりとスグレモノ。2010年御徒町、2k540にオープンした日本の雑貨と食品を扱う小売店舗です。店舗で作り手＝生産者と使い手＝消費者が直接触れ合える「出会いの場」を目指しています。現在都内近郊に6店舗を運営。2013年7月、秋葉原駅前ちゃばら内にオープンした「日本百貨店しょくひんかん」では、300坪の中に全国各地の食品がギュッと詰まっています。特に毎週末、各地域から作り手が直接店舗で行う実演販売・試食販売が名物になっています。地方自治体のアンテナショップの役割も果たし、オタクの街、秋葉原から、日本の食の文化を発信します。



【日本百貨店しょくひんかん】

集客

- 平日1,000名、土日祝日2,500名の来館
- 国内外観光客、地元客、近隣のサラリーマン層、“食”にこだわりをもつ常連層
- 常設コーナーに加え、町おこしや新商品発表などイベントも多数。
- 注目のあつまる東東京の玄関口として、国内外からたくさんの観光客が集結中！

【応募～ノミネート、受賞、その後。】

- 自治体・生産者に広く参加を募ります。
- ※試食商品の提供をしていただける商品に限ります。
- 集まった商品の中で10～20品目を日本百貨店で選出、店舗内外で試食を行い人気投票。投票方法は検討中。
- 上位5品目を世界のアキバ賞候補としてノミネート。
- 審査委員による選考で部門賞を決定。
- ノミネート商品は日本百貨店各店で販売。



H.I.S. 社内ベンチャー事業 観光“2,300”施設を掲載「H.I.S.クーポン」観光アプリ

月間“1万人”集客の施設も！
「ふるさと名品デジタル観光パンフレット」「販売店舗」ご紹介募集ご案内

株式会社エイチ・アイ・エス 本社 新規事業開発室 室長 村松
 TEL:03-5326-1058 muramatsu.tomoki@his-world.com
 電子パンフレット企画書：<http://img.his-j.com/kokunai/kanto/download/machiaruki.pdf>

年間“100万人”が利用する観光 2,300 施設アプリ「H.I.S.クーポン」。各地で発行している「ふるさと名品」パンフレットを電子化し、販売店舗と一緒に紹介してクーポンで集客までを一環サポート！
 表彰エリアではプロモーション枠を無料ご提供しますので、皆様のご参加をお待ちしております！

1. 観光地・名品パンフレットの課題の改善ご提案

- ① 「来てから配布」を、国内・海外「来る前にスマートフォンで事前に見る」へ
- ② 観光パンフレット印刷代の**費用対効果の可視化・閲覧者データ分析**
- ③ 自然環境への配慮。年度末に大量廃棄される**観光パンフレット予算の検証**

2. スマートフォン「H.I.S.クーポン Lite(無料)」アプリをインストール

※パソコン・スマートフォンもありますが、マップ連動なのでアプリがお勧めです。

3. アプリの使い方

▼ 現在地「位置情報」、又は、エリア検索から観光地を選択、観光施設の詳細



▼ 地方空港のレストラン・お土産 10%割引など紹介中、カーナビとも連動



4. 電子パンフレット事例（沖縄・名護市）

- ① すでに発行している観光・名品パンフレットを電子化して全国・海外へ配信
- ② 観光協会の会員なら掲載料無料。（別途：印刷費など）
- ③ 格安で翻訳サービス。（通常1ワード12円～15円相場 → 6円～）

▼ 沖縄→沖縄本島→名護・沖縄北部エリアから「名護のツボ」のURL をクリック



5. 費用対効果レポート・47都道府県別のパンフレットラック(イメージ)

お世話になっております。H.I.S.クーポンです。
 月間のデータ集計ご査収いたします。

PC、スマートフォン、携帯の閲覧者数、ダウンロード数です

- ◆一覧表出回数合計 9379
- ◆詳細表出回数合計 2893
- ◆ダウンロード回数合計 885

- 茨城県 10才～20才 女性 18件
- 千葉県 20才～30才 女性 283件

※一部開発中



※「旅パン」イメージ



6. H.I.S.国内・海外店舗プロモーション

▼ 国内 309 店舗 / 海外 129 都市 192 拠点 ※2015年7月現在

例：H.I.S.タイ 営業所 25 店舗スタッフ 400 名 facebook 35 万人！



国内・海外のH.I.S.店舗のタブレットでご紹介いたします！ご参加お待ちしております！

“ふるさと名品オブザイヤー”

地域活性ソフトパワー部門 募集要項

ふるさと名品オブザイヤーの一つの部門として、コンテンツ（マンガ・アニメ・ドラマ等）を“ストーリー”として活用した地域活性の取り組みを募集いたします。

本部門では、地域とコンテンツを組み合わせ合わせたユニークな取り組みや、各地に展開できる手法などを評価し表彰を行います。

特に優秀な取り組みについては、内閣府の後援と共に、ソニー企業が行っている

★地域活性コンテンツツーリズムアプリケーション「舞台めぐり」
を活用した全国・世界へのPRを実施させていただきます。

各地域で活用されている事例をご紹介いただきエントリーいただけますと幸いです。

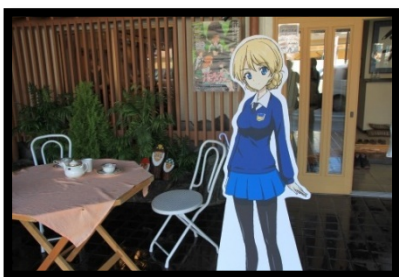
事例：

■ アニメのキャラクターパネルを地域商店街に設置し、そのパネル活用した 周遊ラリーなどを実施して、年間1万人の参加者を達成した

■ アニメに登場した食事を再現し、地域の名物として売り出し、年間1万食の売り上げを達成した

■ アニメを活用した 地域のお祭りを実施し、当初2万人だった参加者を5万人に増やすことに成功した

■ アニメを活用した 地域オリジナルツアーを実施し、2000人の集客に成功



エントリーは、各地域のエントリーの他、事務局での推薦を含む形で選考を行い、2次審査へと進

みます。

☆エントリーフォーム

地域名	
代表者所属名	
代表者名	
代表者連絡先(メール)	
作品名(コンテンツ)	
取り組み内容	

問い合わせ先：ソニー企業株式会社

担当：安彦(あびこ)・山岸

TEL: 03-5159-2294

Mail: Tsuyoshi.abiko@jp.sony.com