シティプロモーション推進事業（地域ブランディング事業）

●地域ブランディングの最終目標

＝ **芽室町内外のファンづくり**

生涯顧客の獲得＝ 住み続けたい人・関わり続けたい人の増加

●芽室町内外のファンづくりのために重要な3つの視点

①地域の差別化＝【スイートコーン日本一のまち】

その地域の違いを明確化し、地域の中心的な産業を地域が一体となって打ち出すことで、その地域ならではの強みを醸成し、地域ブランドとして発信する。

②地域内経済循環と外貨獲得

・地域の中でつくり、消費する（地域内経済循環）
・地域に呼び込み消費してもらう（地域誘客による外貨の獲得）

③郷土愛の醸成と町民・来訪者の幸福度増加

町民が主役で郷土愛を育み、食（産業）を通じて、みんな（住む人・訪れる人）が幸せになること

今年度の主な取り組み

■ 今年度の地域ブランディング２つの目標

Ⅰ　事業化のための組織育成（具体的には、観光物産協会との連携）

Ⅱ　商品開発・編集（新たな商品開発と既存商品の編集）

1　今年度の動き

日にち	内容	目標項目
5/23	令和５年度事業と観光物産協会総会に向けた MTG	Ⅰ、Ⅱ
5/25	観光物産協会総会において下記講話を行い、地域ブランディングと協会の関わりを共有 ・前会長から「地域ブランディングにおける協会の役割」を講話 ・町（委託先：jeki）から「持続可能な仕組みづくり」を講話	Ⅰ
5/31	企業連携（㈱ルートートによるコーン専用バッグ製作の協議） ※昨年度の東京ギフト・ショーでの PR 時に繋がりが生まれた企業	Ⅱ
6/5 6/22	芽室町観光物産協会との勉強会 【内容】 北海道ホテルの売場における付帯商品の編集・販売について 【詳細】 ・サプライチェーン構築に関連する域外販売（売場・EC 等）構築に向けた実証実験（コーン関連商品を含む芽室町関連の付帯商品の販売）を実施	Ⅰ、Ⅱ
6/23	JA めむろ青果課に、地域ブランディングの動きを共有	Ⅱ
7/7	JA めむろ　生食スイートコーン生産組合に、地域ブランディングの動きを共有	Ⅱ
7/13	JA めむろ　クノールスイートコーン耕作者組合に、地域ブランディングの動き共有	Ⅱ
7/26,27	町内事業者訪問による、地域ブランディングの動きを共有 ・日本罐詰（冷凍ホールコーン） ・高野農場（コーン球場） ・川合農場（八列とうもろこし・タコス） ・ファーム・ミリオン（菊地農場）（激甘つぶこーん） ・尾藤農産 ・味の素食品北海道 ・芽室町観光物産協会理事会	Ⅰ、Ⅱ
8/4-6	※ 町民有志等実行委員会主催の「ONE PACK CORN PARK」（かちフェス×華音：芽室公園で開催）が、「スイートコーン」をテーマに開催	
8/20	コーンイベントの開催 ・コーン球場の設置･お披露目 ・トートバッグのお披露目 ・コーン関連商品の提供（八列とうもろこし、タコス、ラーメン、コーンアイス等）	Ⅱ
9/7,8 10/22,23 11/6 1/15 2/2	地域ブランディング MTG（町、観光物産協会、jeki、北海道ホテル） 【内容】 北海道ホテルにおける付帯商品の編集・販売 MTG	Ⅰ、Ⅱ
10/28	※ 白樺学園高校の探求事業において、「フレンチコーントースト」「黄金のコーンポトフ」を愛菜屋で提供 ～その後、フレンチコーントーストがあさひやにて商品化される	
11/23	JA めむろ　めむろ大感謝祭における出展 【内容】 ・取組内容の展示 ⇒ビジョンマップの作成から昨年度･今年度の取組、今後の展開を展示 ・開発商品の展示 ⇒ルートートのコーンパック ・アンケートの実施 ⇒コーンを軸にしたアンケート調査を実施。 ・北海道ホテルにおける付帯商品販売の PR	Ⅱ
12/22	商談会（ビジネスマッチング）実施内容と令和６年度事業の方向性確認	Ⅱ
1/26	令和５年度進捗確認、商談会（ビジネスマッチング）に向けた MTG、次年度実施事業の確認	Ⅱ
1/19- 2/18	北海道ホテルとのコラボ企画による宿泊付帯商品の販売 ・ホテルロビーにおける芽室町商品の編集展示・販売 ・宿泊との付帯商品（サイクルツアー）	Ⅰ、Ⅱ
2/21	首都圏企業との商談会（ビジネスマッチング）の実施	Ⅰ
2 月以降	企業連携：㈱メガハウス（バンダイグループ）によるコーンルービックキューブの完成・販売予定	

令和6年度　実施事業

①令和4年度から実施してきた事業の継続・強化

・商品開発の参加事業者の募集
・参加事業者に対し学習会を開催し、新商品（モノ・サービス）開発や既存商品（モノ・サービス）の改良・編集
・完成した商品の情報発信、域外マッチングの実施
・事業化に向けた組織育成

②誘客に向けた域外へのアプローチと域内の受入体制の土台作り

・既存販売販路等との連携・強化と域外マッチングによる複数販路の開拓
　【既存販路】首都圏レストラン事業、台東・墨田連携事業、ふるさと納税、宿泊付帯商品等
　【新規販路】首都圏アンテナショップ、首都圏スーパー、首都圏旗艦店等
・受け入れ体制の土台作り（組織・事業者等の育成）

	R 2	R 3	R 4	R 5
実施内容	理想の将来の姿を議論（町民ワークショップ）	理想の姿（ﾋﾞｼﾞｮﾝﾏｯﾌﾟ/VM）完成 ｼﾃｨｰﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ計画策定	VMの具現化（実現） 1 町民チームによる核となる「メインテーマ」の設定 2 町内合意形成・商品・サービス開発検討 3 ギフトショー出展	VMの具現化（実現） 1「メインテーマ」のステップアップ 2 メインテーマの商品・サービスの開発、トライアル、実施・販売、プロ　モーション、マッチング 3 2を担う組織の育成
ターゲット	地域内			地域内＋道内
主体組織等	町民組織			

	R 6	R 7	R 8
実施内容	VMの具現化（実現） 1「メインテーマ」のステップアップ 2 メインテーマの新たな商品・サービスの開発、トライアル、実施・販売、プロモーション、マッチング 3 2を担う組織・事業者等の育成 4 ターゲットの受入体制土台づくり	VMの具現化（実現） 1「メインテーマ」のステップアップ 2 メインテーマの商品・サービスの開発、トライアル、実施・販売、プロモーション、マッチング 3 2を担う組織・事業者等の育成 4 ターゲットの受け入れ	VMの具現化（実現） 1 R7の継続 2 新たな「テーマ」の設定、商品・サービスの開発、実施・販売
ターゲット	地域内＋道内＋国内		地域内＋道内＋国内（＋海外）
主体組織等	町民組織＋民間活力等		

テーマ（魅力）の重層化

テーマ①	テーマ②
テーマ③	テーマ④

▶ 地域のブランド・サプライチェーン構築（地域の差別化・稼ぐシステム）

▶ 稼ぎながら　自走・自立する組織