

## 1 事業概要・位置づけ

芽室町の魅力（自然・景観、農業、食、人）のうち、主に「食」を切り口に、魅力を発信し、芽室町の認知度向上、関係・交流・定住人口の創出に繋がるとともに、稼げる地域の実現に貢献する事業である **【資料2～3ページ】**

---

## 2 事業の背景

企業版ふるさと納税を財源に実施している事業であり、当該企業様の意向と、町の課題解決を考慮して事業推進しているもの

---

## 3 これまでの実施内容と成果

令和3年度、令和5年度に、企業版ふるさと納税を財源に、それぞれ実施している **【資料4～5ページ】**

---

## 4 令和6年度の予定

当該企業様から企業版ふるさと納税をいただくことになり、食の魅力発信事業を継続して実施する **【資料6ページ】**

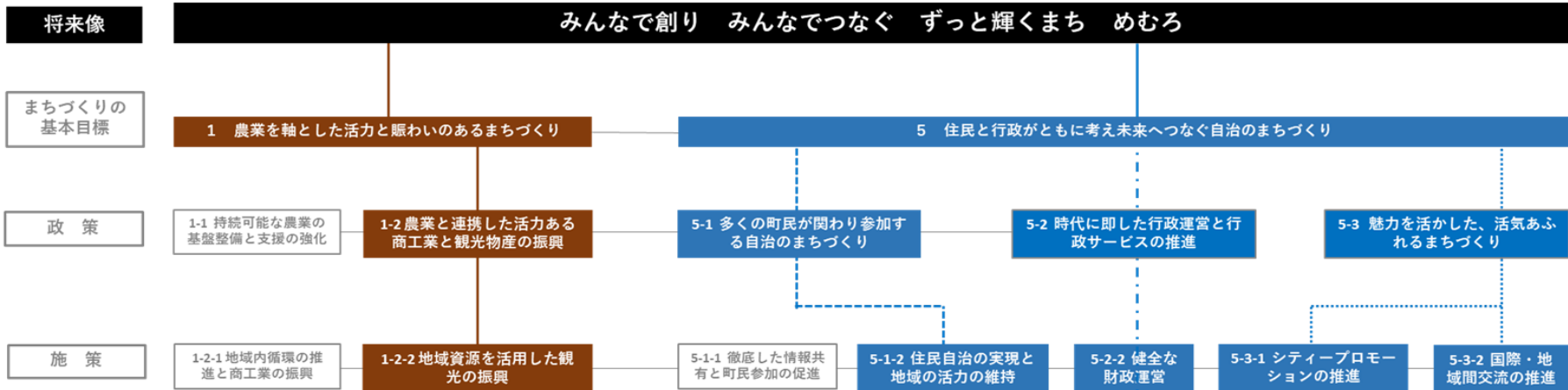
---

## 5 これまでの成果の課題

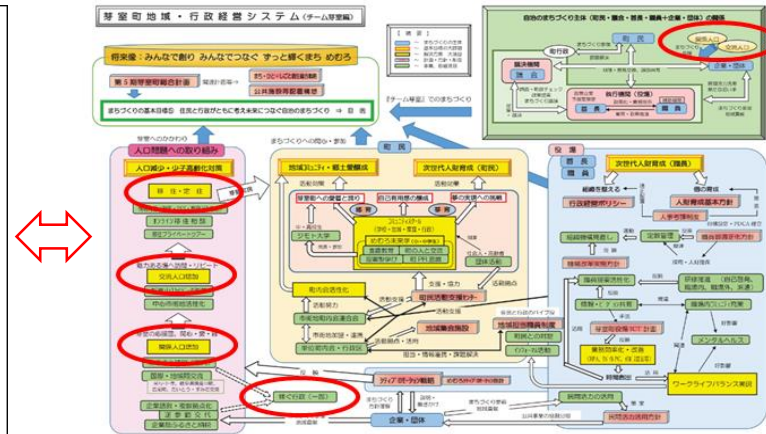
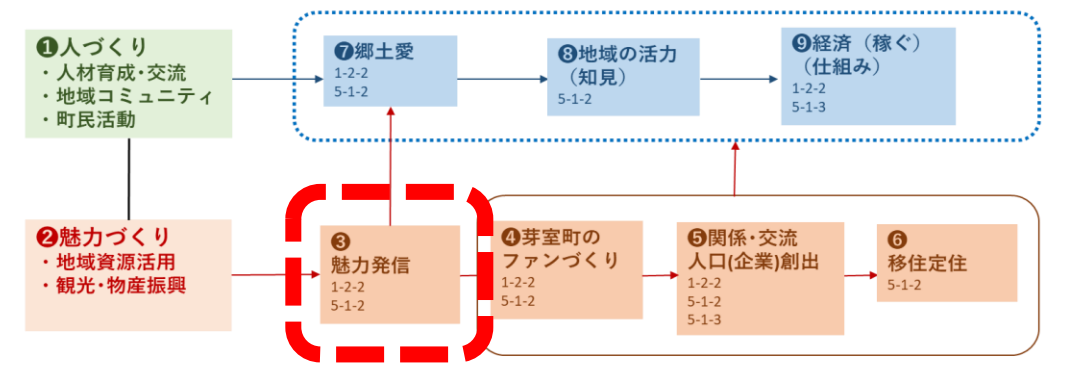
シティプロモーションの一環の事業であり、個別の成果は資料5ページのとおりであるが、様々な政策が重なり合い、**【資料7ページ】**の成果に繋がっているものとする

課題は、優先順位や町予算全体を考えると町単費予算での事業実施には至らず、企業版ふるさと納税の財源に頼っている面がある

---

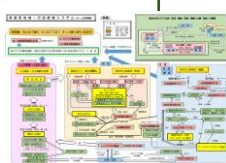
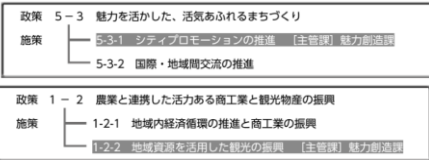


魅力創造課政策サイクルイメージ





第5期芽室町総合計画(基本目標1と5)



芽室町地域・行政経営システム



めむろシティプロモーション計画 (ビジョンマップ)



芽室町版サプライチェーン



成果

「郷土愛」を醸成する (地域を自慢・誇り)

「定住人口」を増やす

「関係人口」を増やす

「交流人口」を増やす

地域の「価値」を高める

「商品」「情報発信」等を増やす

「ふるさと納税」を増やす

手段

1. 地域をブランディングする  
～ 町民と一緒に魅力を創造し、発信する。芽室町版サプライチェーンを実現する。

2. まちなかを再生する  
～ 夢が生まれ 夢を応援しあい 人が人を呼び込み 夢が実現できるまちなか (まちなか再生ビジョン)

3. 観光を振興する  
～ 住む人も 訪れる人も 「いい気分」になる 観光まちづくり (観光ビジョン)

4. ふるさと納税を推進する  
～ 事業者・町民・寄附者・町の4者が幸せになるふるさと納税 (ふるさと納税改革プラン)

5. 地域コミュニティを活性化する  
～ 地域住民の連携による安心・安全の地域づくりと、地域への愛着と誇りづくり。

目的

1. 郷土愛の醸成【心】

2. 交流・関係・定住人口の増【人】

3. 稼げる地域の実現【金・夢】

解決策

シティプロモーション

課題

第5期芽室町総合計画及びめむろシティプロモーション計画内で(46項目の課題を)明確に課題を明記

背景

- 1. 人口減少
- 2. 少子高齢化
- 3. 地域コミュニティの希薄化
- 4. 地域の担い手不足
- 5. 税収の減少
- 6. 交通インフラの整備
- 7. 空き家・空き店舗の増加

# 令和3、5年度の実施内容

## 令和3年度の実施内容

### 1 生産現場体験

消費者と生産者を現地につなぐ

- ① 8月14日(土) 9:00-12:00
- ② 中捨農場 / ちいさな森のマルシェ
- ③ 21人参加 (大人17人、子ども4人 : うち道外から5人)
- ④ 収穫体験 (生産者からの話を聞きながら)  
新メニューの試食 (グリルドコーン)

### 2 オンライン事業

消費者と一次・二次産業者をつなぐ

- ① 9月1日(水) 20:00-21:00
- ② 講師: 坂東農場 (坂東氏) / 味の素北海道 (立川氏)
- ③ 32人参加 (道外28人、道内3人、十勝管内1人)
- ④ 事前にスイートコーン10本を参加者へ発送

オンラインによる、一次産業、二次産業の講義

### 3 飲食店による体験

消費者と一次・三次産業者をつなぐ

- ① 10月8日(金)、9日(土)
- ② 帯広市 (レストラン)
- ③ 16人×2日 = 32人
- ④ 芽室食材によるスペシャルディナーコース提供  
生産者同席 (6人) による食の魅力説明

## 令和5年度の実施内容

### 1 現地スタディツアー

芽室町に食のプロを呼び込む

- ① 10月13日(土)-14日(日)
- ② めむろワイナリー ~ Memuro Unite Base ~  
愛菜屋 ~ めむろ窯 ~ オークリーフ牧場 ~  
尾藤農産 ~ マリオンヌ ~ TOYO Cheese Factory ~  
自然菜園ふたば ~ 松久園 ~ ファームミリオン ~  
メムロピーナッツ ~ KAGURA
- ③ 8人参加 (道外から)

\* 料理本編集者、シェフ、料理研究家、ブランドコンサルタント、消費者など

### 2 首都圏セミナー

食のプロを通して魅力発信

- ① 1月20日(土) 13:30-17:00
- ② 3×3 Lab Future (大手門タワー)
- ③ 60人参加 (首都圏消費者、料理関係者)
- ④ 現地スタディツアー参加者による芽室町の魅力プレゼン  
「唯一無二をつくる、ここでしか出会えないワインと未来めむろうし」  
「ブランドの力 常識をひっくり返す! 北の大地の底力」  
「市民の企画の力 奇跡のまち 芽室町」  
「ロコミのカ インバウンドに紹介したい 豊かな自然に根付いた文化」  
「食材の力 開拓スピリットあふれる、大地に根づいた力強い食材」  
「飲食店の力 3か月経っても忘れられない美食の宝庫」  
生産者 (芽室町落花生生産組合 組合長)  
加工者 (TOYO Cheese Factory 取締役)  
町職員
- ⑤ 美食・物産販売  
・料理研究家による芽室産食材レシピの美食  
・各種物産販売を通じた魅力発信

# 令和6年度の予定

## 令和6年度の予定

芽室町の「食」の魅力をテーマに、町内生産者の想いを都市部の食の専門家や消費者に届け、相互理解を深めるとともに、継続した関係人口（芽室ファンコミュニティ）の構築につなげる。

### 1 開催時期

令和7年2月

### 2 開催場所

東京都内

### 3 ターゲット

都市部の食に関心の強い消費者及びシェフや料理研究家、美食家のインフルエンサー、食品メーカー等の関係者

### 4 内容（昼・夜の二部制で実施）

- ・芽室町の紹介 ～ 芽室ファンの方々、町職員
- ・芽室町生産者の想い（講話） ～ 生産者（JAとの連携）
- ・芽室産食材を使用したレシピ紹介 ～ シェフ・料理研究家
- ・調理実習
- ・実食、交流会

### 5 参加人数

25人×2回（昼の部と夜の部）

## 当事業の目標設定

- (1) 芽室ファン有志が立ち上げたファンクラブ登録者数を倍増する

**【現在】146人 → 【目標】300人**



- (2) 芽室町ファンクラブへの情報発信を増やす

令和7年1月～3月（事業実施の前後）の期間中  
**【10回】**の情報発信

- (3) ふるさと納税を増やす

令和7年1月～3月（事業実施の前後）の期間中  
**【前年比 200%】**の寄附額に繋げる

※短期的には上記3つの数値向上を目指し、中長期的には、他の政策等との成果が積み上がり、**【資料7ページ】**の成果に繋げていく

# 令和3、5年度の成果と令和6年度のイメージ

## 令和3年度の成果

一次・二次・三次産業者から

食の魅力を伝える

知ってもらう

認知度向上

※コロナ禍による実施

## 令和5年度の成果

一次・二次産業者と  
食のプロの視点から

食の魅力を伝える

知ってもらう

認知度向上

リピーターが再訪  
首都圏で芽室産を購入する  
ふるさと納税の利用  
自分ごとになる  
芽室ファンになる  
ファンサイト立ち上げ

## 令和6年度のイメージ

一次産業（生産者）（JA）と  
食のプロの視点  
食の団体・組織を通して

食の魅力を伝える

知ってもらう

認知度向上

リピーターが再訪  
首都圏で芽室産を購入する  
ふるさと納税の利用  
自分ごとになる  
芽室ファンになる  
ファンサイト継続

ファンの拡大  
継続的なつながり  
芽室町ファンコミュニティ形成

(今後)

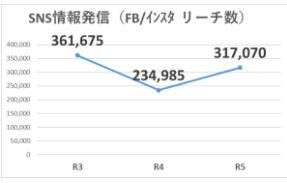
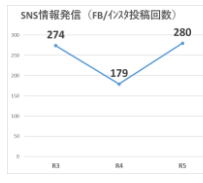
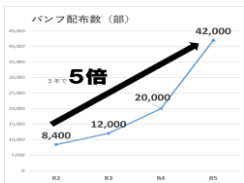
マーケティング戦略  
新商品開発  
交流・関係・定住人口へ

## 令和3、5年度事業実施による具体的な効果

- 1 芽室ファンになった方が繰り返し来訪
- 2 芽室ファンの方々が芽室町の魅力をSNS等で発信
- 3 料理研究家が芽室産食材を取り寄せ「芽室パーティー」を都内で開催
- 4 芽室町のふるさと納税を利用し、返礼品をSNSで発信
- 5 口コミによる、芽室町の魅力発信
- 6 フェイスブックを活用し「芽室ファンクラブ」を開設（ファン有志）

# I 移住・定住

## 1 情報発信

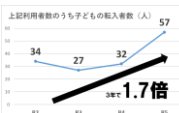
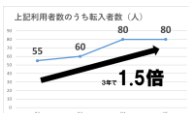
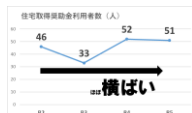
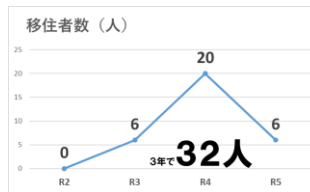
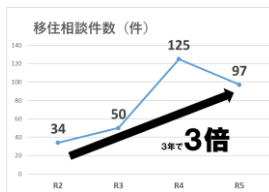


新聞掲載回数(R5)  
111回

PR番組制作 (R5)  
★視聴者数 **203,760人**  
\*世帯視聴率 3.9%  
\*北海道人口 5,224,614人

動画再生数 (R3-5)  
(魅力創造課関係分)  
**9,833再生**

## 2 移住相談/住宅取得奨励金利用数 / → 転入・移住者



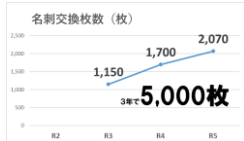
## 3 成果

人口動態 (社会増)  
**+84人**



# II 関係人口

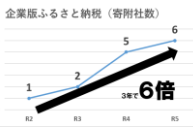
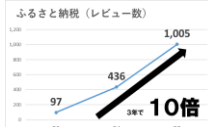
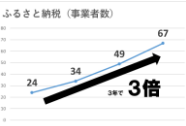
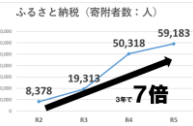
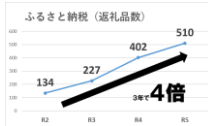
## 1 営業 (プロモーション)



## 2 企業等マッチング

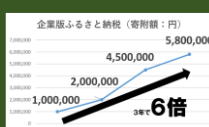
㈱ルートート	コーン専用トートバッグ
㈱メガハウス	コーンルービックキューブ
北海道ホテル	とうもろこしプリン
北海道ホテル	特産品ブース設置
北海道ホテル・十勝プラス	宿泊×サイクル商品
あさひや・白樺学園	フレンチコーントースト
㈱COMATSU・JA・MEMPIE	ポテト・茹で落花生メニュー化
㈱東急ホテルズ・なまら十勝野	朝食メニューに農産物
首都圏レストランシェフ	14店舗
かめばん	芽室産小麦100%使用パン
カメイ㈱	牛タンふるさと納税返礼品
東洋㈱	魅力発信ポータルサイト開設

## 3 ふるさと納税 (個人・企業)



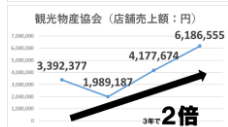
## 4 成果

ふるさと納税額  
個人版: 5倍 / 4.5億円  
企業版: 6倍 / 580万円

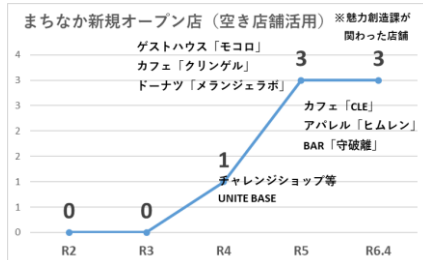


# III 交流人口

## 1 イベント・観光



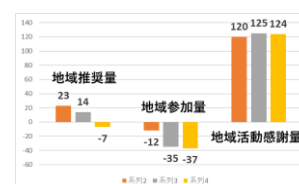
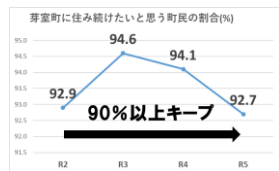
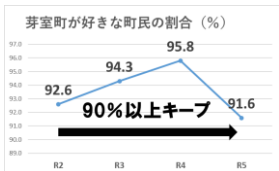
## 2 まちなか再生 (中心市街地活性化)



## 3 成果

新規出店数  
**7店舗**  
新設イベント数  
**2**

# IV 郷土愛



地域参加量

地域活動感謝量