

くしろ食のブランディング戦略

～ 知らないと損？支援策活用でブランド化！ ～



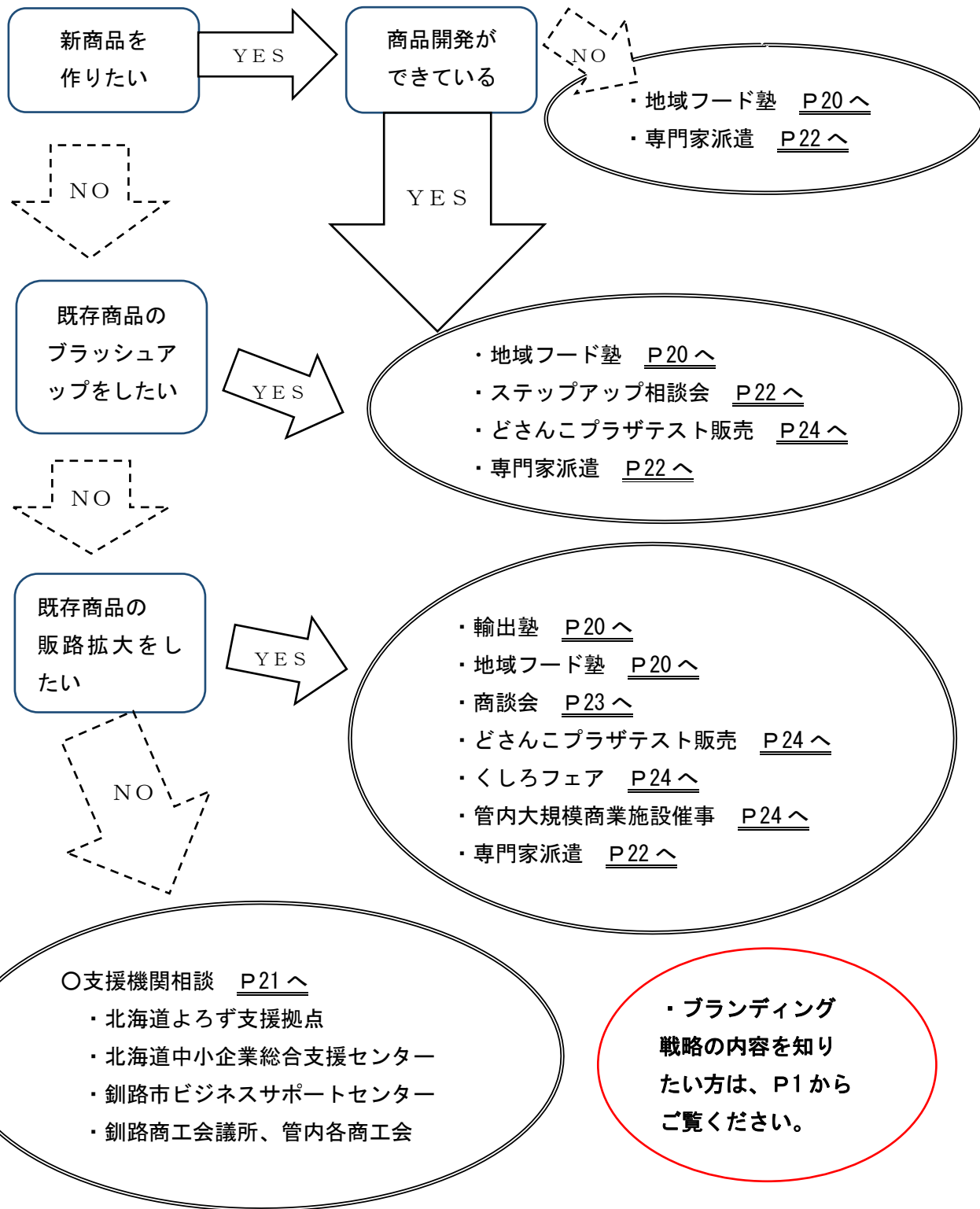
令和3年12月

北海道釧路総合振興局

◎支援策マッチングフローチャート

本戦略では様々な支援策を紹介しています。
当てはまる支援策のページをご覧ください。

START!!



◎お悩み事例フローチャート

本戦略で紹介する支援策を活用するとお得に事業を進められるかもしれないシミュレーションです。

こんなお悩みは
ありませんか？

新商品の開発をしたい

どんな人（ターゲット）に売りたいですか？

まずは地域の
人かな？

HELP

- ・北海道よろず支援拠点
- ・中小企業総合支援センター
- ・釧路市ビジネスサポートセンター
- ・商工会議所、商工会

相談がタダ！

（コンサルティング
を受けると通常 5～
10 万円以上の費用）

どんな商品に売りたいですか？

チーズのお菓子
はどうか？

HELP

- ・地域フード塾
- ・支援機関相談
- ・専門家派遣

派遣費受講費がタダ！

（個人コンサルティング
を受けると通常 10～
100 万円以上の費用）

実際に売れるかチェック！！

どうやって
テストしよう？

HELP

- ・どさんこプラザテスト販売
（札幌、有楽町、名古屋、大阪）
- ・くしろフェア
（管内、札幌、道外）

手数料が安い！

（通常の什器代、出店料
など諸費用 5 万円以上）

ブラッシュアップ&ブランド力を上げたい

ブラッシュアップ、
ブランド力
どうしよう…

HELP

- ・北のハイグレード商品
- ・商談会
- ・地域フード塾

北のハイグレード商品
に選ばれると一気に
全国区！！
（雑誌テレビの広告費
10 万～100 万円以上）

道外・海外にもチャレンジしたい！！

輸送費や販売
先がないよ…

HELP

- ・輸出塾
- ・オンライン商談会
- ・どさんこプラザテスト販売
（シンガポール、バンコク）

輸出費やサポートが万
全！

（輸出費用等
5 万～20 万円以上）

トータル

30 万円～200 万円以上もお得に
なることも！！

※金額は目安です。

目 次

1. 戦略策定の趣旨	1
(1) 戦略策定の背景	1
(2) 食と観光の魅力創造推進室の取組	1
(3) 本戦略の位置付け	2
2. くしろ管内の食関連産業の現状と課題	3
(1) 管内食関連産業の現状	3
① 統計資料における食関連産業	3
② 管内食関連事業者への調査結果	6
③ 北海道どさんこプラザにおける販売状況	8
④ 管内市町村、商工団体からのご意見	11
⑤ 管内のブランド化の取組やブランド製品に関する現状	11
(2) 管内食関連産業の課題	12
3. 目指すべき方向性	13
(1) 知名度向上に向けた事業者支援	13
(2) ターゲットを明確にした施策展開	13
(3) 地域が一体となった推進	13
4. 取組内容	14
(1) 事業者のニーズに応じた支援	14
① 希望する様々な販路へのサポート	14
② 事業者へのハンズオン支援の実施	15
(2) 関係機関と連携した販路開拓	15
① 道の包括連携協定の活用	15
② 各地域におけるイベント等への協力	16
(3) 新たなプロモーションの展開	16
① 観光と食を合わせた PR イベントの実施及び参加	16
② 様々な媒体、手法による周知 PR	17
5. 更なるレベルアップに向けて	18
関連施策一覧	20

1. 戦略策定の趣旨

(1) 戦略策定の背景

くしろ地域は、南は太平洋、内陸は広大な酪農地帯を有し、サンマやイワシなどの水産物、牛乳乳製品などの農畜産物が生産される恵まれた食の宝庫となっています。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大による影響が長期化し、飲食・観光業などをはじめとした消費の落ち込みが続く中、「くしろの食」をより一層、地域振興に活用していくためには、第一次から第三次産業までの幅広い事業者や産業分野・市町村行政区域の枠を超えて、「くしろ地域の食のブランド化」を見据えた取組の方向性を整理した上で、施策を推進する必要があります。

こうしたことから、釧路総合振興局では、令和2年（2020年）4月、管内の「食」を横断的に推進する組織として、商工労働観光課内に「食と観光の魅力創造推進室」を設置し、「食のブランド化」に向けて、管内食関連事業者等の課題を整理し、振興局として取り組むべき方向性を「戦略」として策定することとしました。

(2) 食と観光の魅力創造推進室の取組

振興局では、「食のブランド化」に向けて、本庁の事業に加え、これまで次の事業を行っています。

○くしろフェア in 北海道どさんこプラザ札幌店（商工労働観光課）

道央圏の消費者等への認知度向上と消費者ニーズを把握するため北海道どさんこプラザ札幌店にてくしろ製品の販売、PRをしています。

○くしろ地域8市町村フェア（商工労働観光課）

くしろ地域の消費者当への認知度向上と消費者ニーズを把握するため、イオン釧路昭和店にてくしろ製品の販売、PRをしています。

○マイワシフェア（水産課）

近年水揚量が増加しているマイワシの消費拡大のため、釧路管内の飲食店において、道東産のマイワシを使用した特別メニューを提供しています。

○チーズフェア（農務課）

釧路管内のチーズ工房で生産された美味しいチーズを使用した特別メニューを釧路管内飲食店で提供しています。特別メニューは期間限定で

提供しています。

○通販ポータルサイトの開設（商工労働観光課）

釧路の魅力を発信しているサイト 94646 の「くしろお取り寄せガイド」及び振興局 HP 内「美味しいくしろ」において、通販事業者を紹介しています。

○メールマガジンの配信（商工労働観光課）

くしろフェアの参加募集などの事業紹介や食関連事業者が活用できる補助金などの情報を毎月 1 回事前に登録いただいた食関連事業者に配信しています。

（３）本戦略の位置付け

「食と観光の魅力創造推進室」では、「食のブランド化」に向けて、地域と連携しながら取り組むべき方向や今後の展開のより所とするため、戦略を策定するものであり、今後策定した戦略に基づいて、管内のくしろ地域の食のブランド化に資する施策を展開していきます。

なお、本戦略では、「２．くしろ管内の食関連産業の現状と課題」として管内の食関連産業の状況を考察し、「３．目指すべき方向性」として、本戦略の方向性を明示し、「４．取組内容」として、今後実施する具体的な取組内容を記載しています。

2. くしろ管内の食関連産業の現状と課題

(1) 管内食関連産業の現状

① 統計資料における食関連産業

国勢調査結果や工業統計確報から管内の食関連産業の現状を考察します。

管内の産業別就業者数

【図表 2－1】

(単位：人、%)

区 分	釧路管内		全道
		構成比	構成比
第 1 次産業	8,834	8.2	7.0
農業・林業	4,911	4.6	5.7
漁業	3,923	3.6	1.3
第 2 次産業	19,919	18.6	16.9
鉱業・採石業・砂利採取業	539	0.5	0.1
建設業	9,361	8.7	8.4
製造業	10,019	9.4	8.4
第 3 次産業	73,572	68.6	70.6
電気・ガス・熱供給・水道業	627	0.6	0.5
情報通信業	608	0.6	1.8
運輸業・郵便業	6,859	6.4	5.4
卸売業・小売業	17,166	16.0	15.5
金融業・保険業	2,156	2.0	2.0
不動産業・物品賃貸業	1,348	1.3	1.9
学術研究、専門技術サービス業	2,192	2.0	2.6
宿泊業・飲食サービス業	6,712	6.3	6.0
生活関連サービス業・娯楽業	3,910	3.6	3.7
教育・学習支援業	4,559	4.2	4.3
医療・福祉	13,915	13.0	13.4
複合サービス業	1,390	1.3	1.3
サービス業	6,714	6.3	7.0
公務	5,416	5.0	5.2
分類不能の産業	4,975	4.6	5.5
総 計	107,300	100.0	100.0

出典：国勢調査（2015 年）

2015 年国勢調査によると、管内の製造業従業者数は、10,019 人、管内産業全体に占める割合は 9.4%となっています（※また、農林水産業が 8,834 人、8.2%）。

管内の製造業従業者数

【図表 2 - 2】

製造業の従業者数
(従業者4人以上の事業所)

市町村	従業者数(人)
釧路市	4,651
釧路町	508
厚岸町	641
浜中町	499
標茶町	138
弟子屈町	101
鶴居村	41
白糠町	1,858
管内計	8,437
全道	170,662

出典:工業統計確報(2019年)

製造業のうち、食料品製造業の従業者数
(従業者数4人以上の事業所)

市町村	従業者数(人)	製造業全体に占める割合(%)
釧路市	1,936	41.6
釧路町	203	40.0
厚岸町	483	75.4
浜中町	415	83.2
標茶町	113	81.9
弟子屈町	81	80.2
鶴居村	7	17.1
白糠町	1,577	84.9
管内計	4,815	57.1
全道	79,096	46.3

出典:工業統計確報(2019年)

2019年の工業統計確報によると管内の製造業全体の従業者数は8,437人となっており、食料品製造業従業者数の管内合計は4,815人、製造業全体に占める割合は57.1%と、食料品製造業が半分強を占めています。

管内の製造業事業所数

【図表 2 - 3】

製造業の事業所数(従業者4人以上の事業所)

市町村	事業所数
釧路市	157
釧路町	30
厚岸町	30
浜中町	17
標茶町	5
弟子屈町	5
鶴居村	3
白糠町	24
管内計	271
全道	5,063

出典:工業統計確報(2019年)

製造業のうち、食料品製造業の事業所数
(従業者数4人以上の事業所)

市町村	事業所数	製造業全体に占める割合(%)
釧路市	58	36.9
釧路町	9	30.0
厚岸町	17	56.7
浜中町	10	58.8
標茶町	3	60.0
弟子屈町	3	60.0
鶴居村	1	33.3
白糠町	14	58.3
管内計	115	42.4
全道	1,747	34.5

出典:工業統計確報(2019年)

製造業の事業所数は271であり、このうち食料品製造業は115となっており、製造業全体に占める割合は42.4%となっています。

管内の製造業の製造品出荷額等

【図表 2－4】

製造業の製造品出荷額等
(従業者4人以上の事業所)

市町村	製造品出荷額(百万円)
釧路市	239,619
釧路町	11,369
厚岸町	18,008
浜中町	42,867
標茶町	28,806
弟子屈町	1,738
鶴居村	535
白糠町	45,771
管内計	388,714
全道	6,327,627

出典:工業統計確報(2019年)

製造業のうち、食料品製造業の製造品出荷額等
(従業者数4人以上の事業所)

市町村	製造品出荷額等 (百万円)	製造業全体に 占める割合(%)
釧路市	72,588	30.3
釧路町	2,387	21.0
厚岸町	14,368	79.8
浜中町	40,404	94.3
標茶町	×	×
弟子屈町	×	×
鶴居村	×	×
白糠町	36,215	79.1
管内計	195,562	50.3
全道	2,210,705	34.9

出典:工業統計確報(2019年)

製造業全体では3,887億円であり、このうち食料品製造業は1,955億円、製造業全体に占める割合は50.3%となっています。

管内の製造業の付加価値額

【図表 2－5】

製造業の付加価値額
(従業者4人以上の事業所)

市町村	付加価値額(百万円)
釧路市	69,721
釧路町	3,625
厚岸町	3,534
浜中町	8,776
標茶町	8,501
弟子屈町	502
鶴居村	334
白糠町	11,318
管内計	106,311
全道	1,691,669

出典:工業統計確報(2019年)

製造業のうち、食料品製造業の付加価値額
(従業者数4人以上の事業所)

市町村	付加価値額 (百万円)	製造業全体に 占める割合(%)
釧路市	12,410	17.8
釧路町	679	18.7
厚岸町	2,682	75.9
浜中町	7,773	88.6
標茶町	×	×
弟子屈町	×	×
鶴居村	×	×
白糠町	9,497	83.9
管内計	41,614	39.1
全道	605,311	35.8

出典:工業統計確報(2019年)

付加価値額(売上から原材料費などを引いたもの)は、製造業全体では1,063億円であり、このうち食料品製造業は416億円、製造業全体に占める割合は39.1%となっています。

② 管内食関連事業者への調査結果

管内の食関連事業者の現状について、振興局が発信する食関連情報等を掲載したメールマガジンの登録食関連事業者 144 社にアンケート調査を行いました。

第 1 回調査 調査期間 令和 3 年 2 月～3 月
144 社のうち 27 社より回答

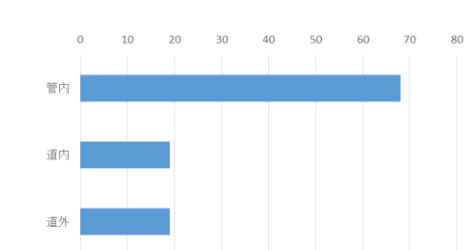
第 2 回調査 調査期間 令和 3 年 5 月
追加で 24 社より回答

合計 51 社の回答結果（回答項目抜粋）

◎主な販売先（複数回答）

○管内 68
○道内 19
○道外 19

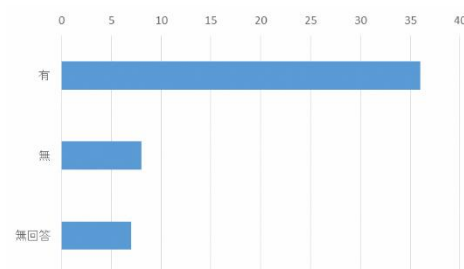
【図表 2－6】



【図表 2－7】

◎新商品開発やブランド化を進める意向の有無

○有 36
○無 8
○無回答 7



新商品開発やブランド化の課題

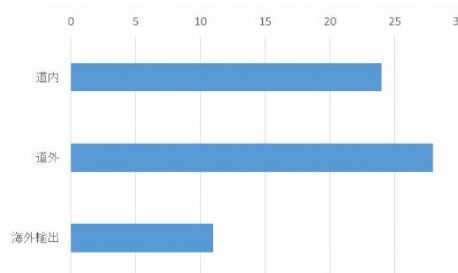
- ・ 時間と経費がかかる。
- ・ 商品数を増やしても購入数は増えない。
- ・ 販路先の確保。
- ・ 機械の導入が難しい。
- ・ 人員不足。
- ・ 工場のスペースが狭い。
- ・ 地元産食材を使用するための仕組みづくり。
- ・ 現状で手一杯。

など

【図表 2－8】

◎今後希望する販路（複数回答あり）

○道内	24
○道外	28
○海外輸出	11



◎道の施策に関するご意見・ご要望

- ・ どんさんこプラザの様な店舗を各地域に展開してほしい。
- ・ ネット通販では、道内地域や商品の種類による住み分けをして販売しないと、目当ての商品にたどり着かず、埋もれてしまう。
- ・ どんさんこプラザでは安価なものしか売れない。
- ・ 農業の6次化は加工、販売等の本業以外の仕事が多く、維持が大変。
- ・ くしろフェアに参加したことがあるが、距離的な問題で販売員の派遣が難しい。
- ・ 地産地消の推進。
- ・ 道民、道内への周知。
- ・ 交付金事業の補助率を上げてほしい。
- ・ 今後どのようなニーズがあるのか、どのようなノウハウが必要なのかの手助け。
- ・ 小売業も助成金の対象にしてほしい。

◎その他ご意見・ご要望

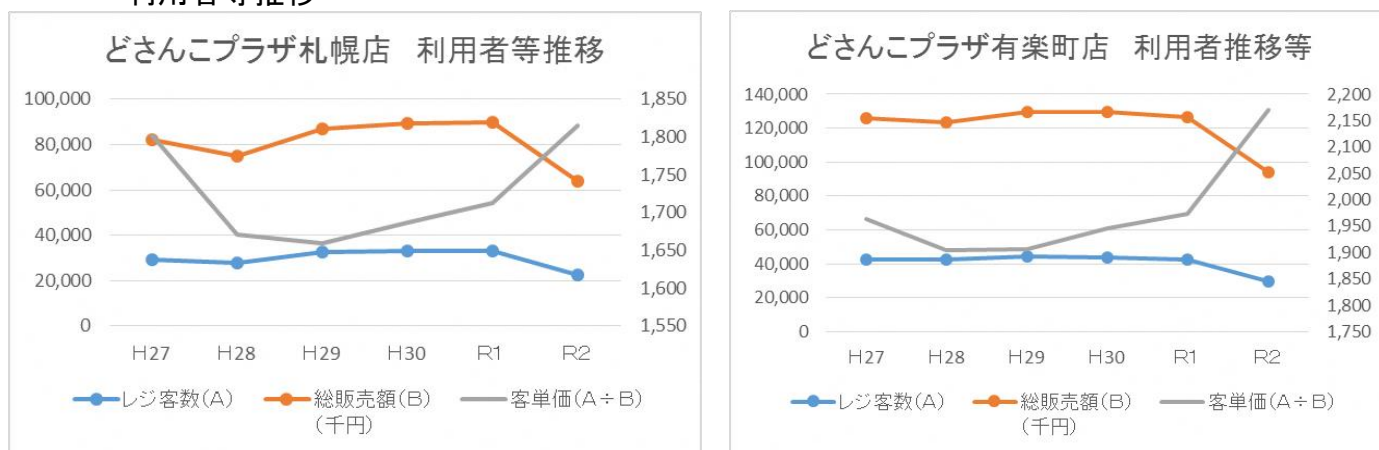
- ・ インバウンドも見込めず、昨年3月～5月の自粛要請や緊急事態宣言の時のような落ち込みが予想されるのでネット通販等を検討していただきたい。
- ・ 他工場との商品開発に係る研究費等の補助金を活用したい。
- ・ マイノリティーな畜産物はその生産のためのノウハウや試験研究が十分ではなく、生産の規模拡大を躊躇させる要因となっている。
- ・ 釧路市内での販売企画。
- ・ SNSでリアルタイムの情報を発信できるようになったが、同時にリスクを伴うため難しく、リアルタイムの情報を届けるようにしている。
このような事例があれば教えてほしい。
- ・ 地域内で循環できる仕組みづくりを支援してほしい。

③ 北海道どさんこプラザにおける販売状況

道産品を販売している「北海道どさんこプラザ」における売り上げ状況等について、各店舗から入手した資料に基づき考察します。

【図表 2－9】

利用者等推移



- ・ 令和2年度は利用者、販売額ともに減少しているが、客単価は平成29年度以降上昇している。

【図表 2－10】

売り上げ（数量）状況

R2.4～R3.3 売り上げ（数量）ランキングベスト10件数
（札幌店）

10部門計	石狩	27	日高	3
	渡島	3	十勝	9
	桧山	3	釧路	3
	後志	10	根室	3
	空知	7		
	上川	6		
	留萌	3		
	宗谷	3		
	オホーツク	18		
	胆振	2		

（有楽町店）

11部門計	石狩	47	日高	2
	渡島	8	十勝	15
	桧山	0	釧路	1
	後志	2	根室	3
	空知	6		
	上川	5		
	留萌	1		
	宗谷	1		
	オホーツク	17		
	胆振	2		

※10 部門…①水産類、②畜産品、③農産類、④乳製品
⑤菓子類、⑥日配品（パン等）、⑦麺類
⑧飲料、⑨酒類、⑩雑貨・コスメ）

※11 部門…①水産加工品、②畜産加工品、③農産一次産品、
④農産加工品、⑤乳製品、⑥菓子類
⑦グロサリー（食料雑貨）⑧麺類
⑨非アルコール飲料、⑩酒類、
⑪工芸品・クラフト類

- ・ 札幌店、有楽町店ともに石狩振興局管内商品の販売数が多い。
- ・ 有楽町店では、知名度のある地域、商品の販売数が多い。

・ 札幌店で売上上位の各振興局商品 【図表 2-11】

釧路	さんま丼、釧路ラーメン阿寒ポーク 等
石狩	えびそば一幻えびみそ、じゃがポックル 等
渡島	かなやのかにめし、燻製たまご函館物語 等
檜山	五勝手屋ミニ丸缶羊羹、めかぶとろちゃん 等
後志	ニセコのむヨーグルト、小樽ビール 等
空知	美唄やきとり、「復刻版」角屋のやきそば 等
上川	幌加内 半生そば、くまさ茶 等
留萌	カズチー、鯧やん衆漬け 等
宗谷	利尻昆布ラーメン、利尻の水リシリア 等
林-ツ	天然ハッカ油スプレー式、赤いサイロ 等
胆振	はやきたモッツアレラチーズ、さけるチーズ
日高	グリーンアスパラ、ニシパの恋人トマトジュース有塩 等
十勝	マルセイバターサンド、切干大根 等
根室	鮭とば、べつかいの牛乳屋さん 等

※札幌店の取扱商品数 約 2, 000 商品 うち釧路管内商品は約 200 商品。

・ 有楽町店で売上上位の各振興局商品 【図表 2-12】

釧路	さんま丼
石狩	マルちゃんやきそば弁当、じゃがポックル 等
渡島	コアアップガラナ、いか森っ子めし2尾 等
檜山	ー
後志	マロンコロシ、小樽ビール
空知	ピュアホワイト(トウモロコシ)、角屋のやきそば 等
上川	オオカミの桃無塩、ビタミンカステラ 等
留萌	カズチー
宗谷	利尻昆布ラーメン
林-ツ	天然ハッカ油スプレー式、赤いサイロ 等
胆振	王子サーモンチーズ、カチョカバロピッコロ
日高	グリーンアスパラ、ヨーグルッペ
十勝	マルセイバターサンド、メイクインじゃがバタ 等
根室	つまみたら、べつかいコーヒー牛乳 等

※有楽町店の取扱商品数 約 1, 200 商品 うち釧路管内商品は約 50 商品。

くしろフェア（どさんこプラザ札幌店における物販）販売状況

【図表 2－13】

R 2 くしろフェア@札幌店の売り上げ状況

6月 結果	商品内訳	乳製品	お菓子	食品	食材
		4	15	22	4
	売上10位以内数	2	6	2	0

※販売商品数 45

11月 結果	商品内訳	乳製品	お菓子	食品	食材
		7	22	18	4
	売上10位以内数	1	8	1	0

※販売商品数 51 品

- ・ お菓子の販売数が多い。
- ・ 出品商品数に対して、販売数が多いのはお菓子と乳製品。

くしろフェア参加状況

【図表 2－14】

年度	参加事業者数	出展商品数
H30 年度 (6 月 13 日～19 日)	26 社	144 品
R1 年度 (6 月 26 日～7 月 2 日)	20 社	81 品
R2 年度 (6 月 24 日～30 日)	15 社	45 品
R2 年度 (11 月 25 日～12 月 1 日)	20 社	51 品
R3 年度 (7 月 7 日～13 日)	10 社	37 品

- ・ 新型コロナウイルスの影響もあり、参加事業者、出品商品数は減少している。

④ 管内市町村、商工団体からのご意見

管内の食関連事業者の現状について、市町村や商工団体の担当者より意見を伺った結果は以下のとおりです。

- ・ 市内の事業者は小規模事業者が多く、大量生産や新商品開発が厳しい。
- ・ 人員が少なく、イベントへの参加も苦慮する。
- ・ 生産者の抱える問題としては、生産農家が少ないために量産が難しいことや担い手不足が挙げられる。
- ・ 地域でしか食べられない商品とすることや高級スーパーのみで販売することなど販売戦略を検討している。
- ・ 付加価値のあるブランディングは重要だと考えている。

⑤ 管内のブランド化の取組やブランド製品に関する現状

管内で既に進められているブランド化の取組や、ブランド製品として販売されている商品として、以下のようなものがあります。

○ブランド化の取組

- ・ ひがし北海道ブランド化推進協議会
- ・ 釧路町村会「海の幸」新ブランド化推進プロジェクトチーム

○ブランド製品

産品名	推進主体
北釧鯖	一般社団法人 釧路水産協会
阿寒ポーク	大栄フーズ
釧路ししゃも	釧路市漁業協同組合 平成25年3月29日地域団体商標登録取得
仙鳳趾の牡蠣	昆布森漁業協同組合
厚岸ブランド牡蠣 (マルえもん、カキえもん、弁天かき)	厚岸漁業協同組合
大黒毛がに	厚岸漁業協同組合
摩周そば	摩周湖農業協同組合 令和元年12月20日地域団体商標登録取得
摩周ルビー	弟子屈町
星空の黒牛	株式会社エフシーエス
鶴居・三恵豚	大栄フーズ

(2) 管内食関連産業の課題

これまでの現状から、次の課題が考えられます。

- 管内での販路開拓、販売の希望があるが、管内での販売催事等はあまり行われていない。
- 事業者が希望する今後の販路や新商品開発への課題、求めている支援は様々な内容となっている。
- 小規模な事業者にとっては、遠方での催事に参加することが難しい。
- 「商品に地名が記載されていない」、「パッケージが大容量のものしかない」など、他の地域で売っていく上では工夫が必要な商品がみられる。
- どさんこプラザにおいて、くしろ産品の売れ筋商品は少ない。
- 管内の自治体、団体において、既に多くのブランド産品があり普及の取組が行われているが、管内で相互の連携を進める必要がある。



令和3年（2021年）7月実施 「くしろフェア」 in どさんこプラザ札幌店

3. 目指すべき方向性

これまでの調査結果や「くしろ食のブランディング有識者懇談会」においていただいたご意見、関係団体へのヒアリング結果を踏まえ、以下の方向性に基づき、施策を進めていきます。

(1) 知名度向上に向けた事業者支援

「ブランディング戦略」は抽象的な概念なので、人によって受け取り方も異なりますが、「食と観光の魅力創造推進室」の施策としては、「くしろ」という地域名からイメージ出来るような商品の増加や既存のブランド商品も含めた商品の知名度の更なる向上に向けて、様々な販路拡大や販売促進の機会の提供などにより事業者を支援していきます。

(2) ターゲットを明確にした施策展開

商品開発や様々な支援策を行うに際し、どういった方々をターゲットに行うのか、それを明確にするとともに、支援策も含めて、対象や地域を意識して取り組む必要があります。

商談会やプロモーションについては、地元志向、地産地消をまずは目指す事業者もあれば、道外や海外への販路開拓を求めている事業者など、事業者によって様々な志向があるので、事業者への実態調査による状況把握などを行い、それぞれの成長段階やニーズに応じて支援を行っていきます。

(3) 地域が一体となった支援の推進

地域でブランディングに取り組む事業者・団体のネットワーク化をさらに進めながら、訪問等による事業者ヒアリングや市町村、商工団体、支援機関連携により、事業者の志向性、目指す方向性をきめ細かく把握し、対応していきます。

4. 取組内容

(1) 事業者のニーズに応じた支援

事業者が志向する様々な販路に応じたサポートを進めていきます。

例えば、これまでどさんこプラザ札幌店で開催した「くしろフェア」では、札幌の催事に人を派遣できない、そこまで余裕がないという事業者もいることから、地元向けの販売機会構築などの本庁事業では手が届かない販路拡大事業や、商品開発支援、人材育成に注力していくとともに、札幌などの道内の販売、道外の販売機会の構築や、本庁等と連携した商談会、商品開発・磨き上げ、人材育成等の事業者支援策の情報をニーズに合わせて提供します。

また、各事業者の志向を把握するため、定期的な事業者訪問等も実施していきます。

① 希望する様々な販路へのサポート

- ・管内、道内、道外における物販、食材イベントの開催及び情報提供
- ・道内、道外の「どさんこプラザ」における販売支援
- ・各種商談会等情報提供

実施例

物販イベント

- ・アリオ札幌「北海道のうまいもの見つけた」
- ・北海道ウェルカムパークグルメフェア
- ・くしろ地域8市町村フェア

「どさんこプラザ」販売支援

- ・「くしろフェア」の開催
(札幌店で実施するくしろ管内産品販売イベント)
- ・テスト販売支援
(札幌店、有楽町店、羽田空港店、名古屋店、あべのハルカス店等のテスト販売制度への参加支援)
- ・マーケティングサポート催事支援
(札幌店、有楽町店、羽田空港店、あべのハルカス店の催事スペースを活用した販売イベントへの参加支援)

各種商談会等情報提供 ※メールマガジンで情報発信

- ・北海道産品取引商談会等各種商談会

- ・管内のブランド、ブランド化の取組紹介
- ・北のハイグレード食品
- ・地域フード塾、ワインアカデミー等人材育成事業



令和3年（2021年）10月1日～3日 くしろ地域8市町村フェア

② 事業者へのハンズオン支援の実施

- ・支援機関との連携
- ・事業者訪問等による状況把握
- ・事業者への実態調査

支援機関例

- ・北海道よろず支援拠点
- ・（公財）北海道中小企業総合支援センター
- ・釧路商工会議所、各商工会
- ・釧路市ビジネスサポートセンター（k-Biz）

（2）関係機関と連携した販路開拓

本庁（食産業振興課）事業のほか、道の包括連携協定を活用した販路開拓や各地域と連携したプロモーション等を実施します。

① 道の包括連携協定の活用

- ・包括連携協定締結事業者との連携事業

実施例

- ・イオン釧路昭和店「くしろ地域8市町村フェア」
（イオン北海道との連携による事業の実施）

② 各地域におけるイベント等への協力

実施例

- ・北海道ウェルカムパークグルメフェア等への食材情報提供
- ・食と観光おもてなしフェア（標茶町、弟子屈町、鶴居村による催事）
- ・しらぬかグルメと道産ワインのタベ
- ・しべちゃフェア
- ・あっけし桜・牡蠣まつり
- ・あっけし牡蠣まつり

（３）新たなプロモーションの展開

プロモーションについては、SNSの活用やマスメディアの活用、PRイベントが考えられますが、さまざまな機会を活用したプロモーションを進めることで、地域の知名度を上げるとともに、「釧路といえば〇〇」というものを一つでも増やしていきます。

① 観光と食を合わせたPRイベントの実施及び参加

実施例

- ・北海道ウェルカムパーク in 羽田空港
- 「北海道ウェルカムパークグルメフェア」
- ・イオン釧路昭和店「くしろ地域8市町村フェア」



令和3年（2021年）7月16日～29日
北海道ウェルカムパーク in 羽田空港
開催チラシ

（北海道産食材を使ったメニューを空港内の4店舗で提供するイベント）

くしろ産食材の情報提供を行い、釧路市の阿寒ポークが4店舗中2店舗の提供メニュー食材として使用されました。

② 様々な媒体、手法による周知 PR

媒体例

- ・ 振興局 Facebook（日本語・英語・中国語）
- ・ 釧路観光連盟【公式】Twitter
- ・ 北海道庁のブログ「超！！旬ほっかいどう」
- ・ 報道機関への周知

■ 関連施策マップ

【図表 4－1】

	目指す販路	食のブランディングを担う人材育成	商品開発・磨き上げ支援	商談機会の提供	販路拡大プロモーション
事業者／経営成長段階の蓄積	海外	・輸出塾	・北のハイグレード食品	・オンライン商談会	・北海道どさんこプラザテスト販売（シンガポール、バンコク）
	道外	・地域フード塾	・ステップアップ相談会	・北海道産品取引商談会（札幌・東京・大阪）	・くしろフェア@どさんこプラザ
	道内	・ワインアカデミー	・専門家派遣		・北海道どさんこプラザテスト販売等（札幌、有楽町、名古屋、羽田空港、あべのハルカス）
	釧路管内	・地域ワークショップ	・北海道LFP ・関係機関と連携した商品開発	・伴走支援型オンライン個別商談会	・大規模商業施設での催事
経営基盤の強化・底上げ		①食関連事業者へのヒアリング（支援機関と連携） / ②管内市町村、商工会との連携 / ③中小企業支援施策の活用・促進			

5. 更なるレベルアップに向けて

当地域は、国立・国定公園など素晴らしい景観を有する我が国有数の観光地となっているとともに、太平洋に面し、広大な酪農地帯を背景に、水産物、牛乳乳製品などの農畜産物が生産される恵まれた食の宝庫となっています。

振興局としては、この優れた食材そのものだけでなく、加工品なども含めて「くしろ地域の食のブランド化」を進め、当地域の知名度・認知度向上につなげていきます。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により生活様式や消費者の需要傾向が変化したように、食を取り巻く環境は今後も変化していくと考えられるため、今回作成した戦略については、状況にあわせて適宜見直し、更なるレベルアップを図っていきます。



策定経過

日程	「くしろ食のブランディング戦略」有識者懇談会概要
第1回懇談会 令和3年3月24日	①懇談会趣旨説明 ②管内食関連事業者への調査結果説明 ③各構成員からの話題提供 ④意見交換
第2回懇談会 令和3年7月30日	①前回会議の概要・意見 ②管内食関連事業者の概要 ③戦略のイメージ ④意見交換
第3回懇談会 令和3年10月25日	①前回会議の概要・意見 ②戦略（素案）の説明 ③意見交換

「くしろ食のブランディング戦略」有識者懇談会 名簿

区分	氏名（敬称略）	役職名
座長	中村 研二	釧路公立大学 地域経済研究センター長
構成員	根津 真枝	プランナー
	服部 大地	株式会社丘の上わくわくカンパニー 取締役・シェフ
	蒔田 義一	北海道よろず支援拠点 コーディネーター
	渡辺 隆幸	有限会社渡辺体験牧場 代表取締役
オブザーバー	加来 光輝	公益財団法人北海道中小企業総合支援センター 釧根支部長
	田辺 貴久	釧路市ビジネスサポートセンター 副センター長

関連施策一覧

■食のブランディングを担う人材育成

○道産食品輸出塾

概 要	自律的な海外販路開拓ができるよう、輸出手続きや商談に必要な知識や能力の習得を支援し、海外企業との商談機会を提供します。
実施主体	ジェトロ北海道 北海道 (一社) 北海道食産業総合振興機構 (一社) 北海道貿易物産振興会
募集時期	5月～6月

○食クラスター「地域フード塾」

概 要	全道各地で食に携わるキーパーソンにマーケティング戦略を身につけていただくことにより、魅力ある商品の開発に取り組むとともに、研修で構築したネットワークを活用し、地域のプロジェクトを展開して、「食クラスター」活動を今後より一層推進させていくことを目的としています。
実施主体	北海道経済部食関連産業局食産業振興課
募集時期	6月～7月

○地域ワークショップ

概 要	地域フード塾修了生の取組について地域で共有するとともに、地域資源を有効に活用した商品開発や地域資源を核とした地域ブランド創出について、フード塾・地域フード塾修了生等との連携を図り、地域における食のキーパーソンを中心とした取組を実施します。
実施主体	北海道経済部食関連産業局食産業振興課 北海道釧路総合振興局産業振興部商工労働観光課
開催時期	時期未定（R3は12月実施）

○ワインアカデミー

概 要	北海道内でワイン造りに携わる者に対して、栽培・醸造技術及びマーケティングを中心とした経営力のレベルアップにつながる研修会を開催し、道産ワインの品質向上を図ることを目的としています。
実施主体	北海道経済部食関連産業局食産業振興課
募集時期	4 月

■商品開発・磨き上げ支援

○北のハイグレード食品

概 要	各振興局を通じて応募された食品の中から、一流シェフやカリスマバイヤーなど「食」分野の第一人者が集う北海道「食のサポーター」等による選考を経て、毎年選定されます。 「北のハイグレード食品」が持つ“Only 1”の魅力を広くPRし、道産食材の販路拡大につなげるとともに、食材や製法に対する生産者の「こだわり」等を発信することで、道産食品全体の更なる魅力アップを目指します。
実施主体	北海道経済部食関連産業局食産業振興課
募集時期	8 月

○支援機関相談

概 要	商品開発相談や経営支援、活用できる補助金などの相談を受け付けています。
関係機関	北海道よろず支援拠点（商品開発相談、経営支援等） （公財）北海道中小企業総合支援センター（経営支援等） 釧路市ビジネスサポートセンター（商品開発相談等） 釧路商工会議所、管内各商工会（各種相談）
募集時期	随時（ただし国等補助金については6月頃で募集締切となる場合があります。）

○ステップアップ相談会

概 要	道内外のバイヤー、シェフ、百貨店等の「食の専門家」と地域の食に携わる事業者との対面式相談会です。 商品開発・改良、販路拡大、デザイン、6次産業化、経営相談、商談などを行っており、毎年道内6地区程度で開催します。
実施主体	北海道経済部食関連産業局食産業振興課 各（総合）振興局産業振興部商工労働観光課
募集時期	7～11月頃

○専門家派遣

概 要	商品開発や品質管理、製造・流通・販売の手法など、様々な問題解決に向けて、それぞれの専門家を派遣してサポート等を行う事業です。
実施主体	一般社団法人北海道食品産業協議会（北海道経済部食関連産業局食産業振興課委託） 公益財団法人北海道中小企業総合支援センター（地域伴走型支援事業）
募集時期	4月～翌年2月

○北海道LFP

概 要	地域の農林水産物が地域産業の中で有効活用されるように、地域の食と農に関する多様な関係者が参画した地域食農プロジェクト（LFP＝ローカル・フード・プロジェクト）により、地域の関係者が自発的に企画・実行する持続的なビジネスの創出を支援する事業です。 北海道産の豊富で良質な原材料を活用した商品の開発など、地域における新たな価値を生み出すビジネスモデルづくりを支援するとともに、地域のプロジェクトに対して、補助金を交付することとしています。
実施主体	一般社団法人北海道食品産業協議会（北海道経済部食関連産業局食産業振興課委託）
募集時期	11月（R3締切）

■商談機会の提供

○オンライン商談会

概 要	海外のバイヤー等とオンラインで商談する商談会です。 事前に商品送付など通常の商談会とは異なる点もありますが、遠方のバイヤーと商談することができます。
実施主体	ジェトロ北海道など
募集時期	7月頃など

○北海道産品取引商談会（札幌・東京・大阪）

概 要	道内で生産、製造された農産・水産・畜産物並びに加工品、菓子、飲料等の食品の商談会です。 上記食品を製造、加工する道内に本社のある事業者及び取扱企業団体を対象として毎年札幌、首都圏、大阪で開催しています。
実施主体	北海道、（一社）北海道貿易物産振興会、（株）北洋銀行
募集時期	（札幌）4月頃 （東京・大阪）10～11月頃

■販路拡大プロモーション

○北海道どさんこプラザテスト販売

概 要	売れる商品づくりを支援するため、道内企業が製造・加工した新商品を店舗にて3～6ヶ月試験的に販売できます。 販売終了後には、店舗からの販売情報の分析と商品開発、改良の参考に役立つアドバイスをフィードバックします。
実施店舗	国内：札幌店、有楽町店、名古屋店、あべのハルカス店（大阪）、羽田空港店 海外：シンガポール店、バンコク店
募集時期	年4回 4～6月販売 2月20日（20日が土日祝日の場合は前日） 7～9月販売 5月20日（同上） 10～12月販売 8月20日（同上） 1～3月販売 11月20日（同上）

○くしろフェア@どさんこプラザ

概 要	道央圏等の消費者からの認知度向上と消費者ニーズの把握を目的として、どさんこプラザにおいて、くしろ製品の販売及びPRなどを実施します。 販売方法はどさんこプラザ店頭での対面販売の他、陳列販売（会場への来場はなく、商品の郵送のみ）による販売も可能です。
実施主体	北海道釧路総合振興局産業振興部商工労働観光課
開催時期	6～7月（募集時期は3～4月）※札幌店実施の場合

○管内大規模商業施設催事

概 要	釧路管内の消費者への認知度向上と消費者の把握を目的として、管内の大規模商業施設において、くしろ製品の販売及びPRなどを実施します。
実施主体	北海道釧路総合振興局産業振興部商工労働観光課
開催時期	9月～10月（募集時期は7～8月）

くしろ食のブランディング戦略
令和3年12月

発行 北海道釧路総合振興局

編集 産業振興部商工労働観光課／食と観光の魅力創造推進室

TEL 0154-43-9184

URL <https://www.kushiro.pref.hokkaido.lg.jp>