

事業名	たねがしまるブランド推進事業
-----	----------------

総事業費	10,622 千円
------	-----------

### ① 計画 (Plan)

長期振興計画 の位置づけ	施策名	商工業の振興
	基本事業名	地場産品の振興

### ② 実施 (Do)

事業の意図	特産品のブランド化を図り、特産品振興につなげる。	
事業の実績 と成果	取組内容	九州圏内や首都圏で物産イベントを実施し、本市の特産品・たねがしまるブランドの認知度向上を図る。また市職員だけでなく各事業所にもイベントに参加してもらい、接客技術の向上や商売に対する意識の醸成を図る。
	成果	SNSやインフルエンサーを介してPR活動等積極的に取り組み、若い世代から年配の消費者への情報発信を図っていききたい。 特産品等の生産者がイベント等へ参加し、消費者と直接交流できる場面を多く増やしていきたい。今後も引き続き、さまざまな機会を精査しながら、生かしていきたい。

### ③ 振り返り (Check)

事業実施上の課題 (事業担当者記入)	特産品等の生産者と一緒になった取組が少ないため、一体となって盛り上げていく必要がある。
評価結果の根拠 及び今後の課題 (担当課長記入)	九州圏内や首都圏で物産イベントを実施し、本市の特産品・たねがしまるブランドの認知度向上を図った。また、新たなPR要素として、牛肉に特化したプロモーションを実施し、JALLの発信力を活用した展開、SNSによるインフルエンサーを活用したブランディングを実施した。前年登録した返礼品(にしのおもて市生まれの黒毛和牛)の寄付額が対前年〇〇倍になったことから、PR強化することでの効果を確認できた。 今後も、ふるさと納税の仕組みを最大限活かした取り組みが重要であり、Eコマースを意識した、情報発信のあり方、ブランディングを継続して実施していく必要がある。このことで、他の特産品への波及効果を高め、全体的な特産品振興に繋げていきたい。

### ④ 改善 (Action)

2025年度 方向性	関係団体等一体となったPR活動や特産品開発を行い、「もの」を通じて「人」のつながりを作る。
------------	---