

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

総事業費	3,055 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。 首都圏での新たな情報発信施設として「離島百貨店」の会員に加入。
	成 果	PR活動等積極的に取り組んだが、新型コロナウイルスの影響などもあり、PR効果としては十分ではなかったと考える。 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)	・本市でブランド化を推進するためにデザインした「たねがしまる」を活用してPRを図るため、物産展への参加やバイヤー等の招聘を行い、本市特産品のPRを図るとともにニーズの把握や商品のブラッシュアップを行い、新規取引件数を増加させる取組とふるさと納税額アップつながる取組が求められている。 ・大崎マルシェでは特産品や観光PRを行うとともに、大崎と西之表市をオンラインでつなぎ、首都圏の消費者の生の声や生産者の想いを届けるなど、今後の商品の開発・内容充実を図る取組が行われた。オンライン交流では種子島高校「パッションフルーツジュース」のパッケージデザイン変更に伴い、新旧パッケージのモニタリングを行った。今後もこのような取組を通じて「売れる商品」とはどのようなものなのか、どういう商品なら消費者に選ばれるか、「消費者目線」での事業者・生産者の主体的な動きに結び付けていきたい。 ・新型コロナウイルス感染症対策として実施したエール事業において、本市の特産品振興にご協力いただける西之表市応援モニター373名に対し、各種イベント情報等の発信を定期的に行い、西之表市のファンを増やす取組で特産品振興につなげていただきたい。

④ 改善 (Action)

2023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。
-----------	---