

独自戦略1	地域資源である食と観光の魅力に着眼した潟上経済活性化
-------	----------------------------

施策7	“食”のブランディングによる魅力度向上支援の強化
-----	--------------------------

1 令和4年度 施策の方向性	
潟上市は、佃煮製造業や味噌・醤油等発酵食の醸造元など食料品製造業の集積地であり、加工及び発酵等の独自技術から多くの魅力ある商品が誕生している。このような地域資源や独自技術を駆使して開発・改良された魅力ある商品をブランディングし、認証特産品として発信することで市外への販路拡大を目指す。	

2 事業概要	
※ ( ) は活動目標値	
<p>(1) 商工会認証制度導入事業                  地域資源や技術を活用した商品に対して、商工会独自基準による認証制度を設けることで、商品に対する付加価値及び信頼性を向上させ、ブランディングを支援した。                  ■活動内容 ・ 専門家及び関係団体で構成された特産品認証委員会の設立                  ・ 専門家によるブラッシュアップのための提案                  ■達成状況 ・ 特産品認証委員会の開催：2回 (2回)</p> <p>(2) 認証特産品PR強化事業                  商工会の認証を受けた商品は、開発費用の一部補助や市内観光拠点へ納入等のメリットを提供するなど認証特産品として販路拡大を強力に後押しした。                  ■活動内容 ・ ホームページによる認証特産品情報の発信                  ・ 展示商談会への出展                  ・ 認証特産品への開発費等一部補助制度の実施                  ■達成状況 ・ ホームページによる認証特産品情報の発信：27商品 (10商品)                  ・ 展示商談会への出展事業者数：4社                  ・ 認証特産品PRイベント：1回                  ・ 「稼げる力」応援助成金の活用：2件</p> <p>(3) 商品魅力度向上支援事業                  専門家を活用し、商品パッケージ等のブラッシュアップに取り組むことで、商品の魅力度を向上させ、PR強化へとつなげた。                  ■活動内容 ・ 専門家派遣制度の活用                  ・ 展示商談会出展に伴う販促ツールの作成                  ■達成状況 ・ 専門家派遣等活用による課題解決件数：5件 (3件)</p> <p>(4) ふるさと納税返礼制度活用事業                  認証特産品をふるさと納税返礼品のレパートリーへ登録することにより、行政と連携して市外への販路拡大を支援するための情報提供を行った。                  ■活動内容 ・ ふるさと納税返礼品登録を促進するための情報提供                  ・ 潟上市と連携した登録申請状況の共有                  ■達成状況 ・ ふるさと納税返礼制度への登録：0商品 (3商品)</p>	

3 施策目標及び達成状況					
施策目標	実績値 (目標値)				
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
(1) 商工会認証特産品数 「商工会認証制度」によって認証を受けた商品数	27個 (10個)	(10個)	(15個)	(15個)	(20個)
達成状況	達成				
(2) ふるさと納税返礼制度新規登録商品数 新規商品登録数	0個 (3個)	(4個)	(5個)	(6個)	(7個)
達成状況	未達成				

4 施策目標に関する検証	
(1) 商工会認証商品数	
≪効果があった事業及びその内容≫	何が良かったのか ・ 商工会認証制度導入事業 認証特産品については、商工会でのPRや専門家によるブラッシュアップ、展示商談会への出展などのメリットを提供し、販路開拓や売上の増加につなげることができたこと。
≪検討の余地がある事業及びその内容≫	何が悪かったのか ・ 認証特産品PR強化事業 認証特産品を市内観光拠点へ納品・販売することについては、委託契約上の課題があり専用の売り場を設けるなど通年販売につなげることができなかった。
(2) ふるさと納税返礼制度新規登録商品数	
≪効果があった事業及びその内容≫	何が良かったのか ・ ふるさと納税返礼制度活用事業 潟上市でも促進している事業であり、ふるさと納税返礼品の登録状況や申請予定商品等について、相互に情報共有したこと。
≪検討の余地がある事業及びその内容≫	何が悪かったのか ・ ふるさと納税返礼制度活用事業 当該申請要件に基づく基準を満たす必要があり、要件緩和の提案も必要であること。

5 次年度への改善点	
(1) 認証特産品PR強化事業 市内観光拠点における販売会や展示商談会等へ出展し、事業者自らが商品PRすることで地域外からの資金獲得を実現する。	
(2) ふるさと納税返礼制度活用事業 潟上市及び担当する委託事業者へ積極的に認証特産品を売り込みながら、返礼品登録に推薦していく。	