

【報告様式①】

担当課	企画財政課 まちづくり推進班
交付対象事業名	地域名産等のブランディング及び商品開発支援事業
事業概要	町は、全域で農業が盛んな地域であり、また、町中心部市街地には、H26年度に選定された重要伝統的建造物群保存地区（商家町）を有する。今後、これらの地域資源を活用したブランド創出を支援し、商品開発及び販路拡大に関する事業を推進する。

本事業における重要業績評価指数（K P I）に関する成果及び検証

平成26年度に実施した「まちづくり推進事業」により、地域内の民間事業者や各種団体と意見交換を行い、まちづくりにおける課題の分析、これから必要とされる活動組織体のあり方及び地域産品開発等についての方向性が提示された。

これを踏まえ、平成27年度は地域特産物を活かした地域ブランドづくりや地域資源を利用したPR方法、産業振興支援策等についての相談及び意見交換会を開催した。この相談及び意見交換会を進めて行く中で、同業種のみならず、他業種連携や官民連携による新組織「(仮称)まちづくり推進協議会」の設立に向けての体制作りを行った。

また、事業者の自立支援、販路拡大及び商品開発意欲を醸成するため、商品開発支援事業セミナーを開催し、東京においてテストマーケティングを行った。その結果から販売する際のパッケージや容量、価格設定などの改善すべき点を明らかにするなどの課題調査もでき、今後の首都圏に向けての販路拡大の可能性を見出した。

実施計画記載の重要業績評価指数（K P I）	成果及び検証とその根拠について
商品開発及び販路拡大に関する相談案件：2件	実績件数：4件 根拠：意見交換会開催件数
商品開発または販路拡大セミナー開催：3回	実績件数：5回 根拠：セミナー開催3回、東京でのテストマーケティング2回

村田町地方創生推進委員会からの主な意見

●首都圏に向けての販路拡大の可能性が見いだせたことは良い。が、東京でのテストマーケティングだけでは全国から商品が集まり、「村田町」が目立たない。その場では「おいしい」「きれい」などの評価を得られるが、首都圏と併せて仙台圏でのPRも実施すると効果が出ると思う。

●メディア戦略が必要である。「道の駅 村田」の名前はメディアに出るが、「村田町産」や「ここで買える」といったワードをもっと広報していくとよい。