

HALCC in 津別町

特産品班

北海道大学

西恵里佳 桑山和也 竹澤輝

今井駿司 村越佳奈 吉田匡克

特産品班の目的

特産品班の目的

津別町の良さを知ってもらいたい。

- ・道内と比較しても強い産業
- ・高品質な製品の多さ

津別町の現状

津別町にはこんな特産品が



クマヤキ

ぬくもりを感じる木材加工品



つべつ和牛

安全・安心で美味しい野菜



でも全然知られてない！

では、なぜ

津別の良さが伝わらないのだろうか。

ヒアリングで見えてきたこと

ヒアリングで見えた課題

- 宣伝力、発信力の不足
- 人材確保の難しさ
- 連携不足、連携の難しさ
- 町の潜在力の認識不足

今回の提案

提案

1. 「PR戦略の改善」

2. 「連携強化」

提案①

PR戦略の改善

提案①

- ・既存のモノ・サービスの活用
- ・PR方法の改善により宣伝力を上げる

効果

- ・知名度、認知度UP
- ・地元民の気づき、内部からの活性化

具体案-1

農作物のディスプレイ、パッケージの改善

→商品の配置、生産者「見える化」のための

POP広告作成

→津別認定マークの付与



(参考：美幌町)

具体案-2

学生主導の「クマヤキ」販売

→それに伴う農産物・加工品の販売

例)札幌駅、北大マルシェ、北大祭



提案②

連携強化

ヒアリングで見えた課題

- 人材不足による各事業主体の孤立
- 町民がまちおこしに参加する動機づけがない
- 協力的人間関係の不足
- さらなるニーズの引き出しの必要性

対策

- ①外部からのファシリテーターの導入
- ②個々のニーズを満たすプロジェクト提案

具体例：デモンストレーション

人材の投入

ニーズの引き出し

プロジェクト立案

人の投入



地域おこし協力隊
(24歳札幌市出身)

ニーズの聞き出し

- **特産品を生かしてまちをPRしたい(町役場)**
- **年金以外の収入源確保(高齢者)**
- **加工品の販路拡大(農家)**
- **安くて新鮮なものが近くで手に入る(主婦)**
- **人材育成をしたい(企業)**
- **学問の実践の場がほしい(大学生)**

計画提案：直売所の設置



- 観光客へのPR
- 高齢者の雇用
- 加工品の販売
- 地産地消の推進

つまり、

- ・地域おこし協力隊の有効活用・見直し
- ・大学機関(HALCC)との長期的な協力

まとめ