

羊のまち士別「サフォークラム」ブランディングビジョンについて

【短・中期ビジョン（R2年度～R7年度）の効果・検証】

1. 事業概要（経過）

「地域未来構想 20」で掲げる、感染症にも経済危機にも強い、強靱かつ自律的な地域の社会経済の構築とまちの顔である「サフォーク羊」を活用した未来につながる取り組みを実施するため、羊のまち士別「サフォークラム」ブランディングビジョンを策定した。

高品質なブランド羊肉「士別サフォークラム」をキーワードに、安定供給を行う「士別めん羊生産組合」の中核を担う羊と雲の丘観光(株)と情報発信とまちづくりの拠点施設である「まちなか交流プラザ」を運営する「まちづくり士別（株）」と、士別市の3者が連携し、高品質で美味しい「士別サフォークラム」を全国の消費者に広く届ける事を目指した。

2. 総括的な効果の検証について

羊のまち士別「サフォークラム」ブランディングビジョンは、まち・ひと・しごと創生総合戦略会議において、効果の検証を実施してきた。

市では、総合戦略を第2次まちづくり総合計画へ包含し、一体化を図る方向で策定を進めていることから、総合計画の期間にあわせ、今年度総括的な効果の検証を行うこととした。

3. 数値目標（別表3）

羊のまち士別「サフォークラム」ブランディングビジョン数値目標

数値目標	基準値	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	目標値 R8年度
成雌めん羊飼養頭数	614頭 (H30年度)	655頭	649頭	641頭	678頭	695頭			1,000頭
新規めん羊飼養者数	—	1人	1人	1人	2人	2人			延10人
交流人口	334,312人 (H30年度)	290,000人	616,078人	586,009人	560,428人	520,497人			460,000人/年
士別サフォークラム取扱店舗数	4店舗 (H30年度)	5店舗	6店舗	6店舗	6店舗	6店舗			6店舗/年
ふるさと納税額	60,676,367円 (R元年度)	73,472,026円	66,185,000円	68,620,000円	72,198,385円	120,339,900円			2.5倍 (約1.5億円)

〈数値目標〉5項目

- ・交流人口 460,000 人/年
- ・士別サフォークラム取扱店舗数/6 店舗
- ・ふるさと納税額 1.5 億円
- ・成雌めん羊飼養頭数 1,000 頭
- ・新規めん羊飼育者数延 10 人

(R7 年度見込)

達成見込

達成見込

達成見込

未達成見込

おおむね達成見込

4. ブランディングビジョンの各取り組みにおける効果と検証（R6 年度）

①士別サフォークラムの販路拡大

令和2年度1店舗、令和3年度1店舗の増加により **達成**

②交流人口の拡大

道の駅の建設に伴い、まちなか交流プラザの入込客数増により **達成**

③ふるさと納税における寄附額の増

ふるさと納税寄附件数増加により **達成**

④士別市の知名度向上

ふるさと納税寄附件数増加により **達成**

⑤まちなか交流プラザを核とした中心市街地の活性化

道の駅の建設に伴い、まちなか交流プラザの入込客数増により **達成**

まちなか交流プラザ来館者数

	2020	2021	2022	2023	2024
人		387,099	294,586	273,660	266,578

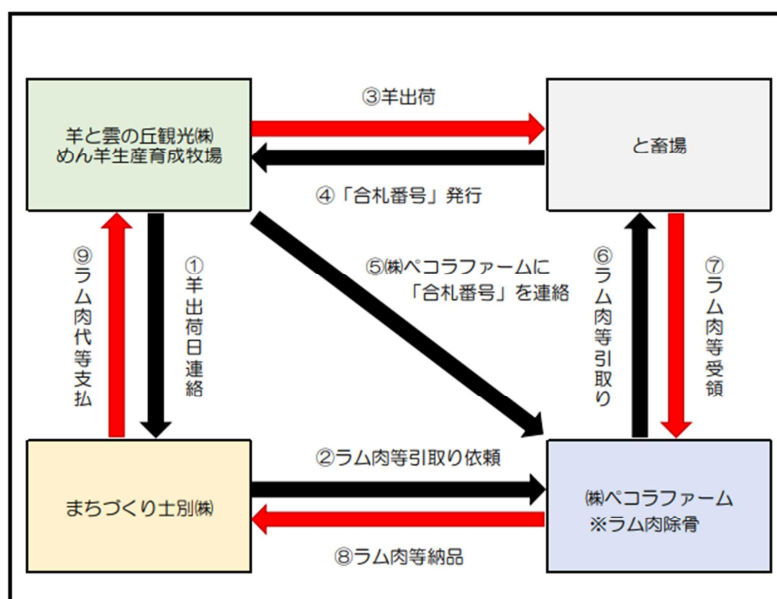
↑ 道の駅完成

⑥「士別サフォークラム」の生産体制・安定供給の確立

羊と雲の丘観光(株)が中心となり、高品質のサフォークの育成

羊と雲の丘観光(株)、まちづくり士別(株)、(株)ペコラファームとの連携により「サフォークラム肉等販売スキーム」を確立。

めん羊生産育成牧場「ラム肉等販売の流れ」



一方、労働力確保不足により、めん羊生産育成牧場の維持が困難となり、羊と雲の丘観光(株)へ機能を統合させ、サフォーク種の飼育を実施。**未達成**

⑦生産技術を継承した飼養者の確保

羊と雲の丘観光(株)や(株)ペコラファーム等で研修を受けた新規飼養者が増加したことにより、**おおむね達成**

⑧強い農業基盤の確立

羊の生産技術を継承した生産者から、羊耕連携による新規就農が誕生予定により**達成**
※①～④、⑦の年度別推移は、別表3のとおり

5. これまでの取り組みについて（考察）

羊のまち士別「サフォークラム」ブランディングビジョン実施の結果、数値目標の5項目中3項目達成見込み、1項目がおおむね達成見込み、1項目が未達成見込みとなった。

また、各取り組み状況については、8項目中、6項目達成、1項目がおおむね達成、1項目は達成まで至らなかったが、販売スキームを確立することができた。

本事業の実施により、ブランディングビジョンの効果はあったものと評価している。

6. 今後の羊のまち士別「サフォークラム」ブランディングビジョンについて

羊のまち士別「サフォークラム」ブランディングビジョン（短・中期ビジョン）は、令和2年度から令和7年度までの6年計画で、本年が最終年度となる。

高品質サフォークラムの活用連携により、「士別サフォークラム」の安定供給、「ブランド価格」による定量買い取り、サフォークラム肉等販売スキームを確立し、羊と雲の丘観光(株)まちづくり士別（株）が一体となり、取り組みを推進してきた。

本事業の推進が、士別市の知名度の向上、ふるさと納税寄附件数及び寄付額が向上にも寄与したものと推察している。

一方で、高品質の羊の飼育頭数を増加させることは、羊飼育者の従事者確保や羊舎の拡張・拡大等の課題も生じることとなった。

また、まちづくり懇談会や地域循環分析グロースアップミーティングにおいて、士別市の特産品については、「サフォークラム」だけではなく、地域の農産物を含めた特産品をPRすべきとの意見があった。

今後についても、士別ブランドの「サフォークラム」の生産・育成を安定させ、高品質のサフォークラムを供給できる体制を継続させることが重要であり、地域資源である羊、景観を生かした体験型観光、特産品や地元食材を活用したメニューの提供など、本市のプロモーションを行い、羊のまち【サフォークランド士別】で、観光客の増加やホームページ、SNS等のさまざまな媒体を活用し、民間活力も生かしながらPRを実施していく。