

新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金活用「地域未来構想 20」

羊のまち士別「サフォークラム」 ブランディングビジョン

令和2年10月

まちづくり士別株式会社

羊と雲の丘観光株式会社

士 別 市

目 次

第1章：はじめに

- ① ブランディングビジョン策定の背景
- ② ブランディングビジョンのめざす姿
- ③ ブランディングビジョンの遂行がもたらす地域への波及効果

第2章：官民連携によるブランディングビジョンの遂行

- ① ブランディングビジョンにおける各機関の役割
- ② ブランディングビジョン遂行のための連携

第3章：【羊と雲の丘観光株式会社】の取り組み

- ① めん羊生産・飼育の現状とめざす姿
- ② 安定生産体制確立の具体的な取り組み
【生産育成牧場の整備成・飼育体制の確立・関係機関との連携】

第4章：【まちづくり士別株式会社】の取り組み

- ① めん羊販売の現状とめざす姿
- ② マーケティング戦略の具体的な取り組み
【商品開発、販売戦術、宣伝広告、価格設定・自走可能なプロセス】

第5章：【士別市】が期待する効果

- ① 羊のまちサフォークランド士別の取り組みとして期待する効果
- ② 他の施策との連携

第6章：地域未来構想 20 との関連と波及効果の検証、SDGs への貢献

- ① 地域未来構想 20 との関連
- ② ブランディング波及効果の検証
- ③ SDGs ターゲットへの貢献

第1章：はじめに

① ブランディングビジョン策定の背景

これまで士別市では、「羊によるまちづくり運動」として様々な取り組みを実施してきたが、コロナ禍により、多くのイベントが中止となり移動規制による観光施設の入込減など交流人口の減少が顕著となっている。今後は新型コロナウイルス感染拡大防止を図る「新しい生活様式」への対応が必要不可欠であり、その取り組みと併せて新たな視点による事業展開により交流人口の減少を回復させなくてはならない。

このような人の流れが停滞し、地域経済全体が低迷する状況を打破するためには、本市のまちづくりの柱の1つである「サフォーク羊」を生かした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に向けた取り組みの実施が必要であることから、安定供給を行う「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)」との協力・連携による羊のまち士別「サフォークラム」ブランディングビジョンの策定となった。

② ブランディングビジョンのめざす姿

ブランディングのキーワードとなる「士別サフォークラム」は、早熟早肥で大型の肉用種であるサフォーク種羊に士別産の小麦、大豆、ビートパルプ等のエコフィードを与えて肥育し、ラム肉として出荷する子羊の肉である。その肉質は、適度なサシがあり、歯ごたえはあるがしっかりと噛み切れるほどの柔らかさ、羊独特の匂いが少なく食べやすいのが特徴で、全日空国際線ファーストクラス機内食のメインディッシュやAPEC首脳会議レセプションの食材として採用されるなど、日本を代表する最上級のラム肉と称されている。

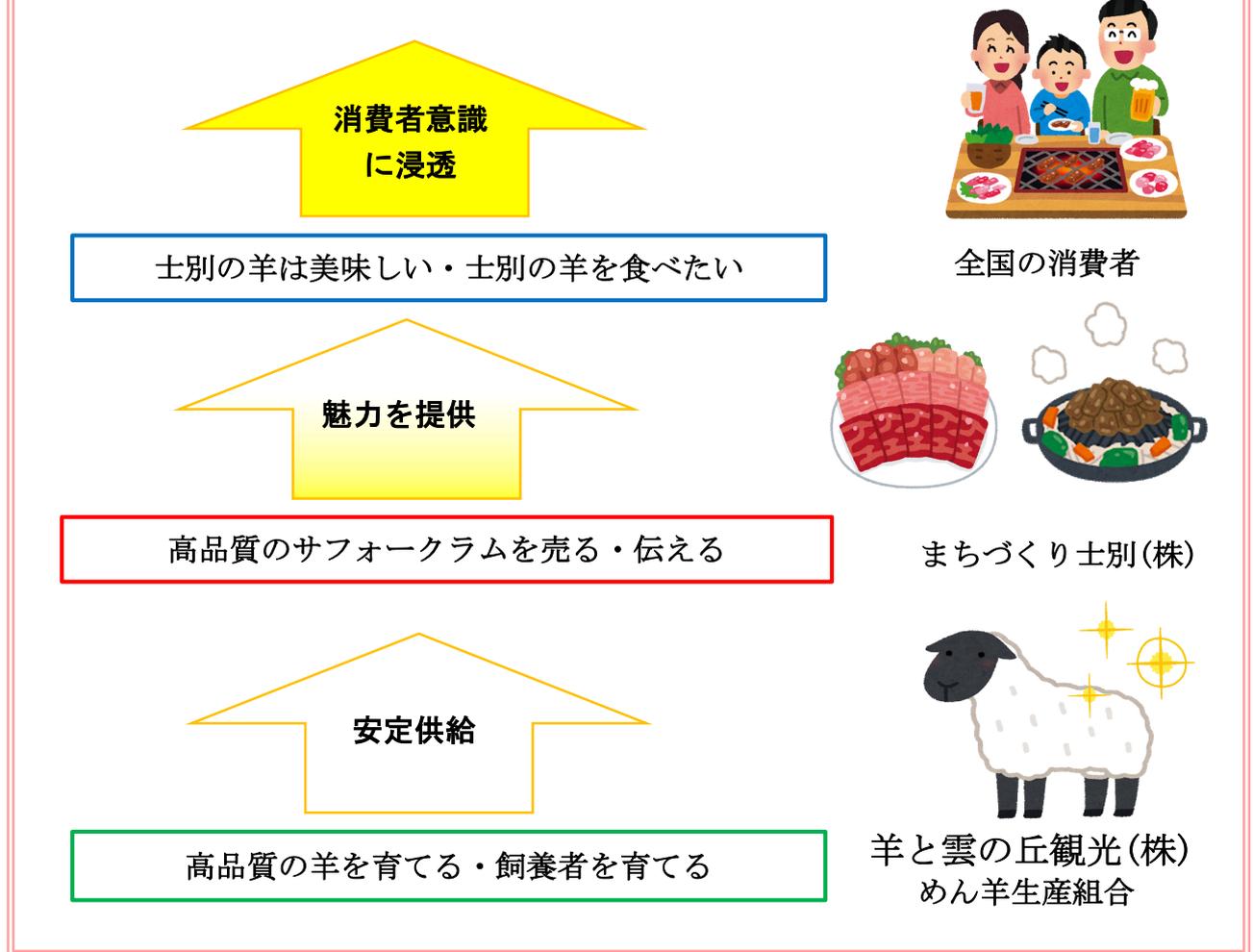
その「士別サフォークラム」を育てる飼育農家で構成する士別めん羊生産組合の中心牧場が「羊と雲の丘(株)」であり、今後は飼養技術の継承や種の保存により次世代の人材育成・確保の取り組みや経営基盤の安定確立に向けた耕種農業との複合など農業全体での連携により「士別サフォークラム」の更なるブランドに向けた取り組みを進めていく団体である。

また、まちづくり士別(株)は、「まちなか交流プラザ」を運営し、本市の観光拠点である「羊と雲の丘」や「天塩岳」「水郷公園」など様々な観光施設の情報発信拠点であるとともに、中心市街地・商店街などへのハブ施設の役割を有している。

このビジョンは両者が両輪となり、with コロナ時代を生き抜くために士別市全体を実施主体とした取り組みを進め、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で、安定した「供給体制」と「販売体制」の確立により、地域の活性化をめざすものである。

◎ブランディングビジョン全体イメージ◎

更なる「士別サフォークラム」のブランド化！



③ ブランディングビジョンの遂行がもたらす地域への波及効果

本ブランディングビジョンの遂行により、生産年齢人口の増と交流人口の拡大により地域への波及効果となる。

まず、良質な「士別サフォークラム」の生産・育成体制において、「羊のまち士別」としての認知度がさらに上昇し、これまで以上に道内外から羊飼育の研修生を受け入れることにより、生産法人への就労や地域おこし協力隊としての活動など、次世代の飼育・生産者を育成することができ、飼育頭数の増、飼育者・飼育戸数の増加につながり、羊のまち「サフォークランド士別」として、日本の羊飼いを牽引する地域への足がかりとなる。

次に、「士別サフォークラム」が消費者意識に浸透することで、ふるさと納税の主力返礼品としての役割を發揮し、地方財政への寄与や、人の流れの回復が見込まれる時期においては、「自然豊かな北海道に来て、知名度の高い高品質なサフォークラムを産地で食べる」を目的とした、観光客の増加やアウトドアブームとの相乗効果など、交流人口の拡大への波及が見込まれる。

第2章：官民連携によるブランディングビジョンの遂行

① ブランディングビジョンにおける各機関の役割

めざす姿である高品質な羊肉「士別サフォークラム」の更なるブランド化のために、全国の消費者に広く届けるためには、官民連携による、今日まで実践してきた歴史やそれぞれの長所を活かした一体感のある取り組みが必要であり、それぞれの基本的な役割を明確化する。

「羊と雲の丘観光株式会社」

《 ビジョンにおける役割：安定生産・品質管理・技術継承・関係団体との連携 》

- ・「士別サフォークラム」の安定生産体制を確立するため、生産育成牧場の整備を行う。
- ・全生産者が加盟するめん羊生産組合として、これまで同様にサフォークランド士別プロジェクトや士別観光協会と連携し様々な取り組みを実施しながら、コロナ禍に対応する新たな販売方法・情報発信を実践する「まちづくり士別株式会社」との協力連携
【生産育成牧場の整備成・飼育体制の確立・関係団体との連携】

「まちづくり士別株式会社」

《 ビジョンにおける役割：販売戦略・消費拡大・意識醸成 》

- ・「士別サフォークラム」マーケティング戦略による効果的な販売形態の構築を行う。
【商品開発、販売戦略、広告宣伝、価格設定・自走可能な販売プロセス】

「士別市」

《 ビジョンにおける役割：資金投資・連携調整・効果検証 》

- ・地域未来構想 20 および「まち・ひと・しごと創生総合戦略会議」において本ブランディングによる効果の検証を担う。

【交付金活用、数値目標検証】

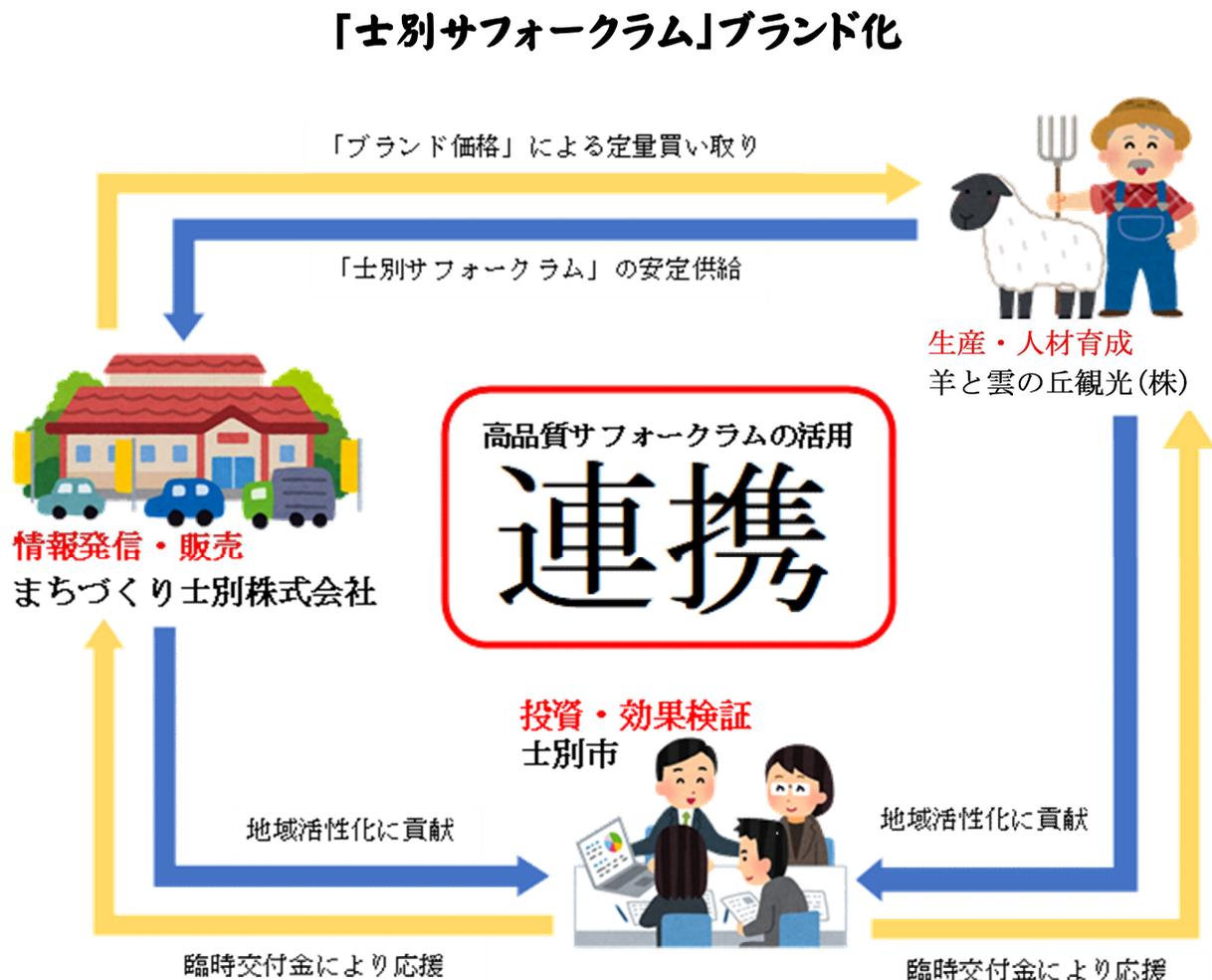
「協力・連携」

《 取り組み手法等の共有・事業実施における協力連携 》

- ・これまでの取り組みを活かした新たな協力・連携体制による事業実施。
【事業実施における協力連携・ノウハウの共有・目的達成における役割分担】

② ブランディングビジョン遂行のための連携

新型コロナウイルス対応地方創生臨時交付金を活用し、コロナ禍における「新たな生産・販売モデル」を構築することで、めざす姿である高品質で美味しい「士別サフォークラム」の更なるブランド化に向けた、能動的つながりをもってブランディングビジョンを遂行する。



上記連携においては、これまで羊のまち「サフォークランド士別」としての取り組みを継続するとともに、コロナ禍に対応する新たな取り組みを実施していく。

「羊と雲の丘観光株式会社」と「まちづくり士別株式会社」を中心に士別市全体を実施主体とする取り組みとして、サフォークランド士別プロジェクトや士別観光協会と連携したPR・プロモーションの実施や各種イベントの開催など、様々な取り組みを実施し、コロナ禍におけ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未来につながるまちの活性化に繋げていく。

第3章：【めん羊生産組合】の取り組み

① 士別市のめん羊生産の現状とめざす姿

本市のまちづくりの柱の1つであるサフォーク羊を生かした多面的な取り組みは、長い歴史を誇る本市ならではの特徴であるが、生産者数・生産戸数の伸び悩みから生産頭数についても需要に追いつかず「士別サフォークラム」の通年出荷が出来ていないが現状である。

今後においては人材確保・育成を図り、飼育頭数の拡大、高付加価値化を図る。さらに羊肉に限らず「羊毛」「羊皮」「羊骨」などこれまで以上に余すことなく活用するなど新たな展開が必要である。そのためには、「士別サフォークラム」の更なるブランド化に向け、生産体制の強化、生産者が安定して継続的に自立した経営体制の確立を図ること、そして新たな展開に向けて様々な企業等との協議検討が重要となる。

そのため、これまで培った飼養技術をしっかりと次世代に継承し新たな飼育者・生産農家を育成する必要があり、「生産育成牧場」を設置する。

そして、良質なサフォーク種の維持・保存、士別産サフォーク種雄羊の精液を凍結保存や士別産サフォーク純粋種の種畜生産と供給により羊のまち「サフォークランド士別」が日本の羊飼いを牽引する地域をめざす。

② 安定生産体制確立の具体的な取り組み

【生産育成牧場の整備】

「羊飼養者の人材確保・育成」の目的達成に向け、長年にわたり培った飼養技術を次世代に継承し、全体で5戸（法人）となった生産者戸数の増加に向け、飼育技術指導を行う中で、日常的な飼育を実践出来る場や規模拡大・増頭を進める法人企業への就労では即戦力となる人材を送り込むことにより、生産法人の経営安定を図るため「生産育成牧場」を整備し、成雌50頭程度を導入する。

【飼育体制の確立】

「生産育成牧場」の飼育体制は「羊と雲の丘観光(株)」が管理指導をしっかりと行う中で飼育は羊の地域おこし協力隊が中心的に担う。成雌 50 頭程度を飼育し令和 4 年の出産・出荷をめざす。

また、羊の農業応援アドバイザーである平山氏・河野氏の指導アドバイスのもとさらなる飼育技術の向上・施設運営の安定化を求めていく。さらに、羊肉に限らず「羊毛」「羊皮」「羊骨」などこれまで以上に余すことなく活用するなど新たな展開が必要である。

羊毛はこれまでも「めん羊工芸館くるるん」が士別サフォーク羊毛として活用していただいているが、市内全体での増頭計画においては新たな活用・販売先を求めていく必要がある。

羊皮は近年、「士別サフォークレザー」として羊の革製品が販売されるなど活用されている。今後もプロモーション活動を通じてさらに広めるとともに、様々な企業から羊毛と羊皮を使用するムートンや手袋などの新製品活用の相談もあることから、関係団体と連携し進める。

羊骨は「スープ」として様々なメニューを市内外のレストラン・関係者により検討されている。

このように羊肉の高付加価値化と合わせて羊毛・羊皮・羊骨などの活用により生産者の安定した継続的な運営に結び付けていく。

【関係団体との連携】

羊と雲の丘が中心的な構成員であるめん羊生産組合が加盟するサフォークランド士別プロジェクトや士別観光協会とこれまで同様に連携する。具体策としては、羊肉を通じた羊のまち士別のプロモーションや羊毛・羊皮・羊骨など新たな活用に向けた関係企業との商談など。

また、コロナ禍に対応する新たな販売方法・情報発信を実践する「まちづくり士別株式会社」との協力連携を進める。

マーケティング戦略 全体イメージ

士別市

連携によるブランディングビジョンの遂行

羊と雲の丘観光(株)
めん羊生産組合

- ・安定生産体制の確立
- 【生産・育成牧場での飼育、成雌の導入、飼育体制の確立】



高品質の羊を育てる・飼養者を育てる

まちづくり士別(株)

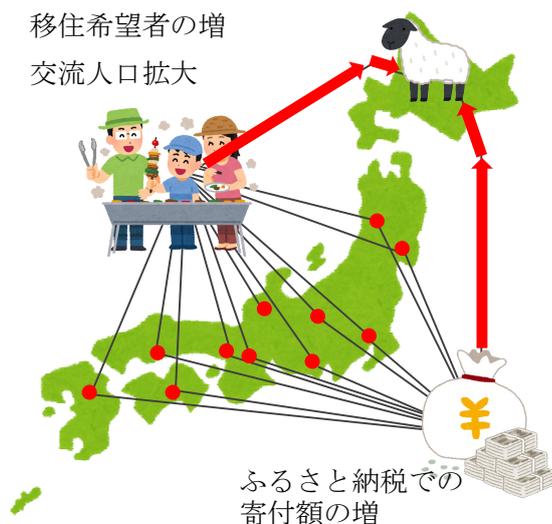
- ・マーケティング戦略
- 【商品開発、販売戦術、広告宣伝、価格設定・自走可能な販売プロセス】



高品質のサフォークラムを売る・伝える

地域への波及効果

移住希望者の増
交流人口拡大



ふるさと納税での
寄付額の増

全国の消費者



- ・口コミの広がり
- ・インフルエンサーの出現



ファンベースの拡大



士別への興味拡大

① 士別市のめん羊販売の現状とめざす姿

本市においても現在、新型コロナウイルス感染拡大防止のため外出を控えたり、外出をしたとしても時間を短くするなど工夫をしている人が多い状況において、販売スタッフによるデモ販売や試食販売は、試食や対面接客の感染リスクから自粛を余儀なくされるなど、これまでの商品販売方法や買い手に対するPR方法が効果的ではなくなってきている。長期間にわたって感染拡大を防ぐために、飛沫感染や接触感染、更には近距離での会話への対策をこれまで以上に日常生活に定着させ、持続させなければならない「新しい生活様式」への対応が必要不可欠であり、その対応に合わせた商品販売戦略を講じなくてはならない。

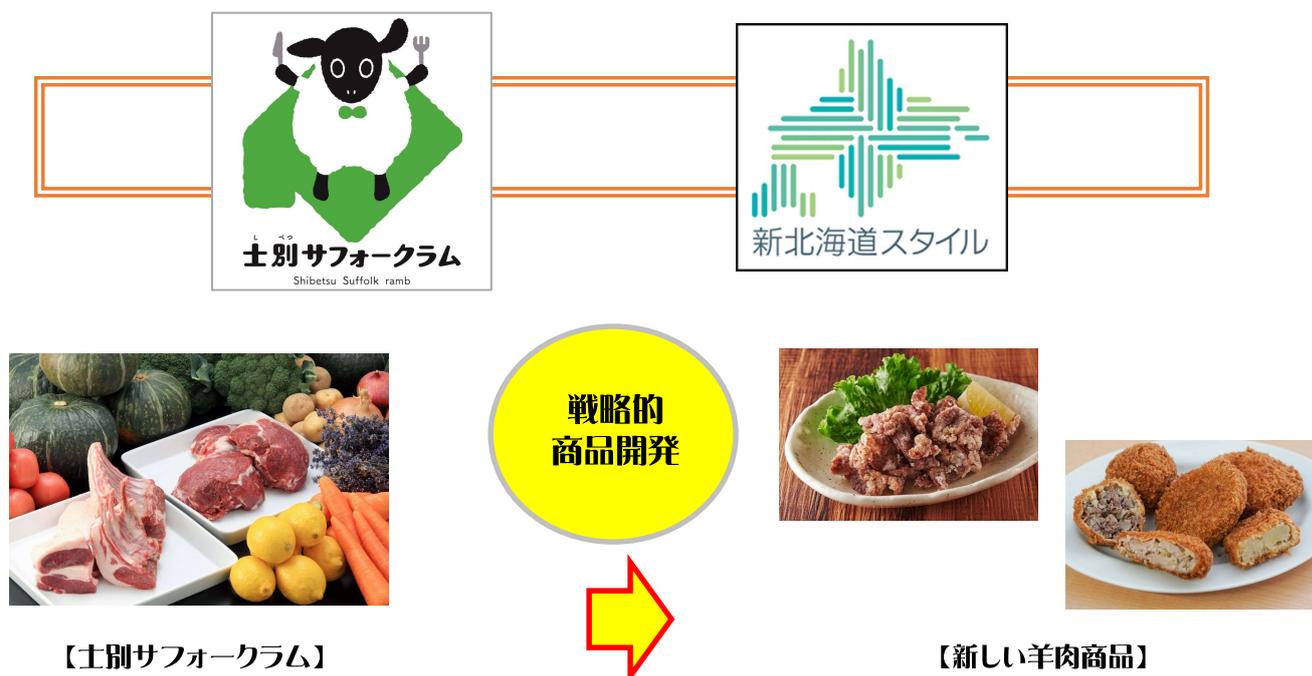
士別市がこれまで販売してきている地域ブランド羊肉「士別サフォークラム」においても、様々な商品を開発し、広くPRしてきたが、新型コロナウイルス感染拡大防止のため本市に訪れる人が激減する中、「新しい生活様式」に対応したこれまでと違った手法を用いて「士別サフォークラム」をPRしていく必要がある。

これまで連携協力してきた関係団体によるPR・販売戦略に加え、このブランディングビジョンの取り組みで、幅広い消費者層に好まれる新商品を開発し、新たな販売戦術を展開していく。

② マーケティング戦略の具体的な取り組み

【商品開発】

これまで士別市では、「羊によるまちづくり運動」として様々な新商品開発を進めてきた。完成した商品は道内外のイベントなどで販売され、「士別サフォークラム」を広くPRしてきたが、このコロナ禍における地域経済が低迷し人の流れが停滞する状況を打開するため、地域を活気づけられる商品として羊のまち士別ならではの「新しい羊肉商品」や、低価格で買い求めやすい「テイクアウト商品」などの開発を検討する。



【販売戦術】

主な販売方法としては、このコロナ禍における状況からもインターネットを活用した販売方法が効果的と考え、オンラインショップの活用及びふるさと納税の活用とする。その上で、現在ふるさと納税で北海道ランキング上位にいる市町村の中に、海鮮物ではなく「羊肉商品」が人気の返礼品である士別市をめざす。



テイクアウト商品についてはまちなか交流プラザにて販売するほか、キッチンカーを活用したイベント等においても販売していく。場所を問わないコロナ禍における密を避けた販売方法として、まちなか交流プラザに来る消費者を対象とするだけでなく、地域へ出向くことでこれまで以上に商品の消費拡大に繋がる。



【キッチンカーの活用販売】



【キャンプ場などによる郊外販売】

また、販売の取り組みとして、観光拠点である「羊と雲の丘」とも連携したイベントを実施することや、各団体が行うプロモーション活動やイベントとも協力・連携して進めることで、販売効果の向上が図られる取り組みとする。

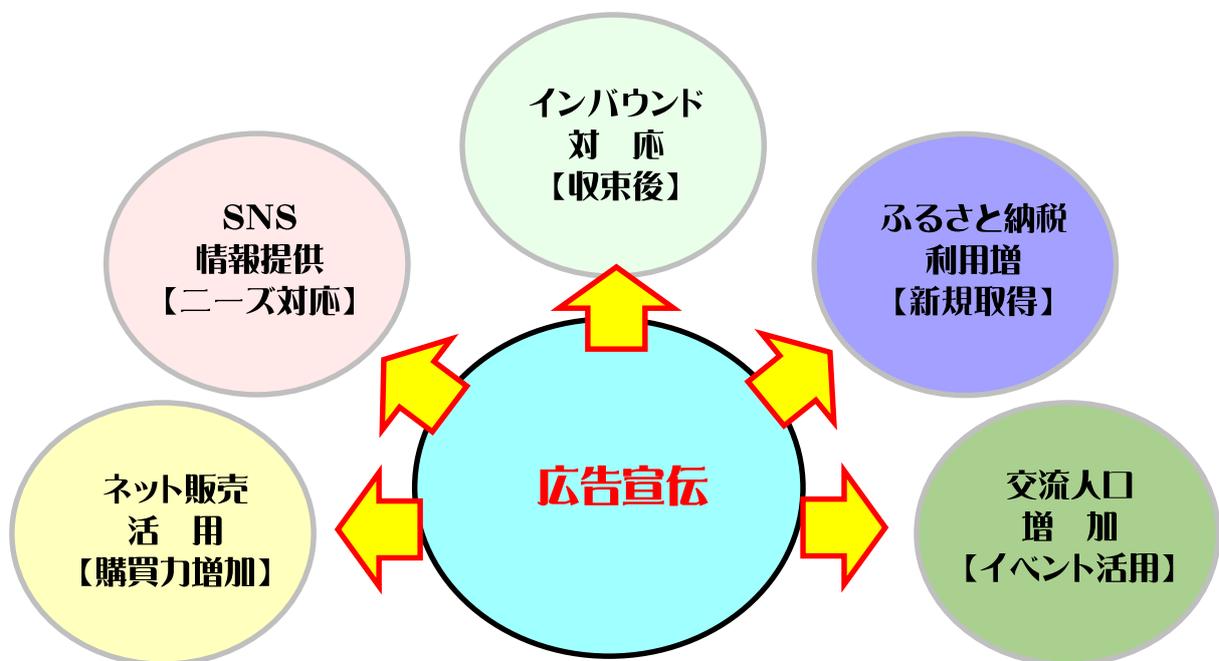
このほか、中心市街地の活性化の取り組みとして、各関係組合等とも連携して事業を実施し、情報発信・市内各所へのハブ機能施設としての役割を果たす。

【宣伝広告】

効果的な販売戦略からオンラインショップを利用したとしても、星の数ほどあるインターネット空間から「士別サフォークラム」など士別ブランドを見つけるためにはPRが必要不可欠であることから、「士別サフォークラム」の魅力強く発信できる新たな映像等の製作に必要な機材を用意し、独自で製作、周知を行う取り組み、体制を構築する。

また、紙面によるPRや、観光拠点施設である「羊と雲の丘」への誘導も合わせて行い、オンラインショップの開設など、インターネットを活用したコロナ禍における販売戦略と連動した取り組みとする。

宣伝広告の取り組みによる効果



【価格設定・自走可能な販売プロセス】

「士別サフォークラム」の販売において、今後自走可能な形で販売を続けていくためには、付加価値を付けるためのブランディングは必要不可欠と考える。商品価値を向上させ、高価格でも消費者が絶えない商品を作り、商品価値が分かってくれる人に印象づけることが出来るメッセージを設定する。

情報のアンテナをSNS等で張り巡らせ、市場や顧客のニーズに合ったサービスの提供を構築し、独自の価値を付け加えることで、プレミアムの高価格の商品を欲する人をターゲットに「士別サフォークラム」の新たな消費者（リピーター）として拡大していく。

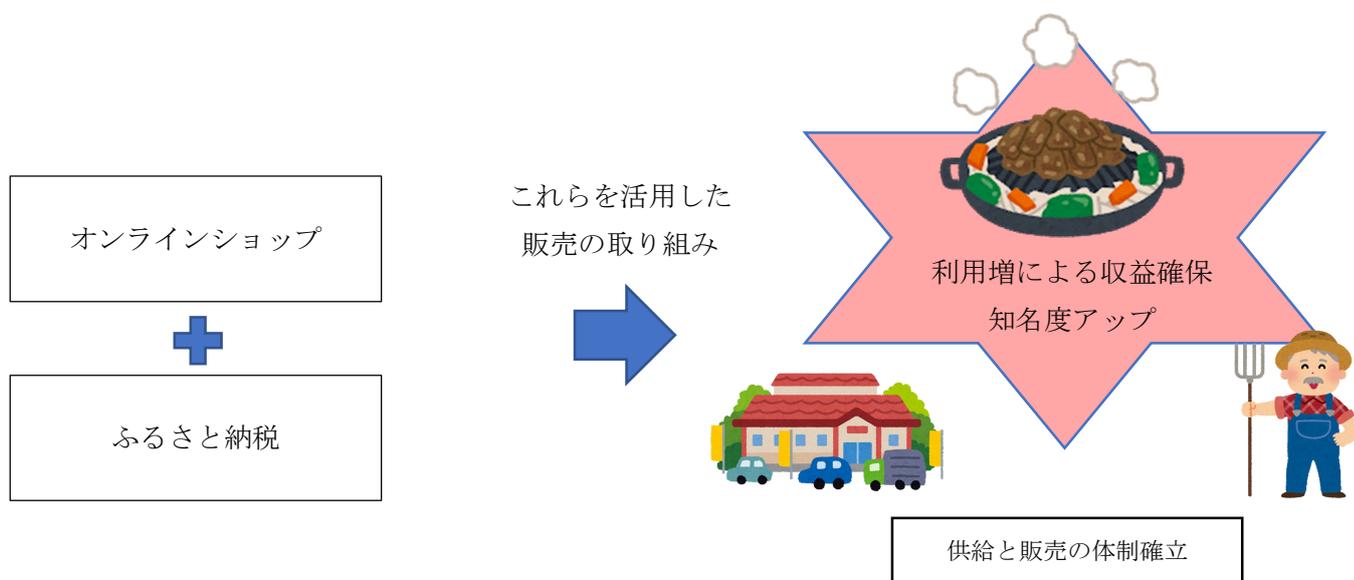
③ マーケティング戦略がもたらす効果

士別市においても市内での販売はもとより、各事業者がインターネットを活用した販売を行ってきており、ふるさと納税においても返礼品リストには多くの「士別サフォークラム」商品がラインナップされている。

このような販売展開において、これまで以上に「士別サフォークラム」商品が購入される取り組みとして、ふるさと納税においては返礼品数を増やし、ニーズに合わせた商品提供を進め、更なる販売増加をめざす。

この取り組みがもたらす効果としては、主な羊肉商品として知名度の高いジンギスカンなどにスポットを当て、購入し食してもらう機会を増やすことで士別市の羊肉商品の良さを知ることが始まり、新たな消費者（リピーター）となることで、高品質な「士別サフォークラム」への購入者となっていく仕掛け作りが展開されることが狙いである。

こうした取り組みを進めることで、ふるさと納税利用者が増加し、寄付金額が高まることで、「士別サフォークラム」の安定した「供給体制」と「販売体制」が確立され、地域経済の活性化が図られるといった効果が得られる。



また、新商品の開発にて、まちづくり会社を中心とした新たなメニュー開発・レシピ提供により「士別サフォークラム」提供店舗が現在の4店舗から6店舗に増加することで、更なる消費拡大や知名度向上が図られる。



【羊飼いの家】



【ランドホテル】



【翠月】



【しずお農場】

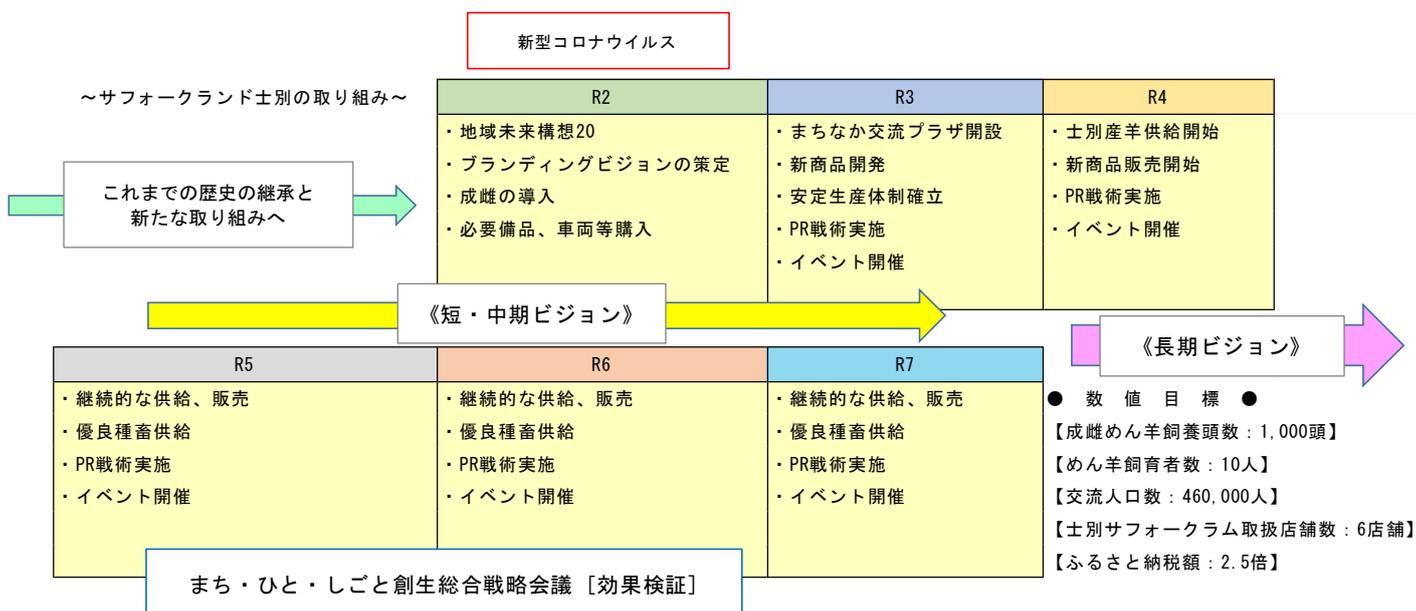
第5章：【士別市】が期待する効果

① 羊のまちサフォークランド士別の取り組みとして期待する効果

1. 士別市の知名度向上
2. 交流人口の拡大
3. まちなか交流プラザを核とした中心市街地の活性化
4. 「士別サフォークラム」の生産体制の確立
5. 「士別サフォークラム」の販路拡大
6. 強い農業基盤の確立
7. ふるさと納税における寄付額の増
8. 生産技術を継承した稼ぐ飼養者の確保

② 他の施策との連携

- ・まち・ひと・しごと創生総合戦略（目標値及びめざすべき姿）

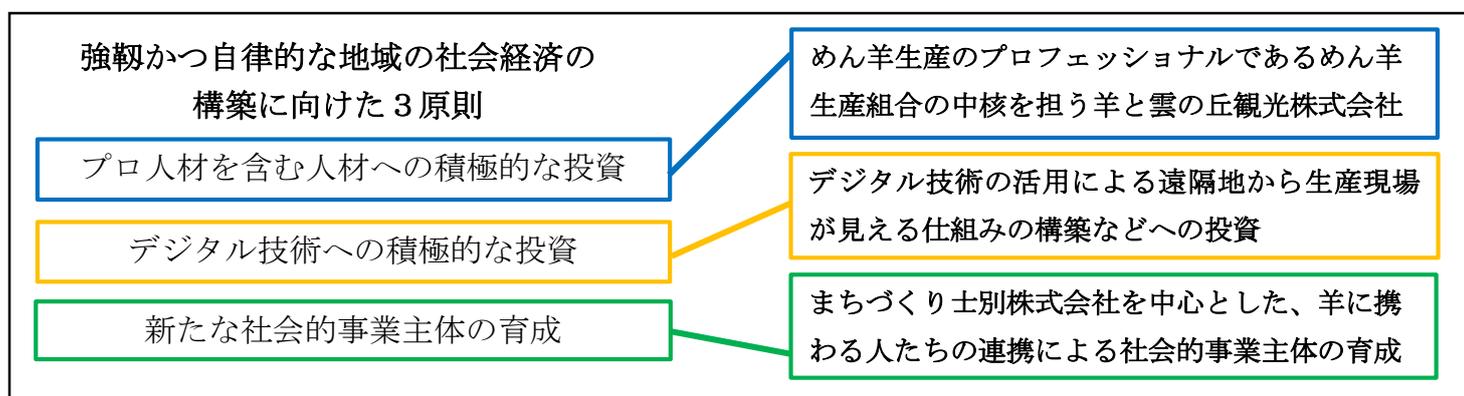


第6章：地域未来構想 20 との関連と波及効果の検証、SDGs への貢献

① 地域未来構想 20 との関連

国が例示する「地域未来構想 20」は、新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金を活用し、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に向けて、取り組むことが期待される政策分野を例示したものです。（内閣府肥料より抜粋）

また、強靱かつ自律的な地域の社会経済の構築に向けた3原則として【プロ人材を含む人材への積極的な投資】、【デジタル技術への積極的な投資】、【新たな社会的事業主体の育成】が掲げられており、本ブランディングビジョンにおいては、【めん羊生産のプロフェッショナルであるめん羊生産組合の中核を担う羊と雲の丘観光株式会社への投資】、【デジタル技術の活用による遠隔地から生産現場が見える仕組みの構築などへの投資】、【まちづくり士別株式会社を中心とした、羊に携わる人たちの連携による社会的事業主体の育成】がそれぞれに対応しています。



② ブランディング波及効果の検証

本ビジョンの遂行による波及効果は、第2期士別市まち・ひと・しごと総合戦略に掲げる数値目標の達成状況を士別市まち・ひと・しごと創生総合戦略会議において効果を検証する。

〈関連数値目標〉

◎重点プロジェクト：まちの未らい創造

数値目標：交流人口 460,000 人/年(2026 年度)

◎重点プロジェクト：農業未来都市創造

数値目標：成雌めん羊飼養頭数 1,000 頭(2026 年度)

③ SDGs ターゲットへの貢献

SDGs は、発展途上国のみならず先進国を含む国際社会全体の開発目標として、持続可能な世界を実現するための包括的な 17 の目標及び細分化された 169 のターゲットから構成され、地球上の「誰一人として取り残さない」社会の実現をめざし、経済・社会・環境をめぐる広範囲な課題に対する統合的な取り組みが示されています。本ビジョンの遂行が貢献する SDGs 17 のターゲットは、以下のとおりです。

