

包括連携協定等に基づく協働事業の実績について

概要

- 道では、民間企業等から公共サービスの充実に資する事業企画や協力・支援に関する提案を募集し、民間企業との協働による政策企画・事業化を推進。
 - ・ 包括連携協定事業 協定を締結し、複数事業を実施
 - ・ タイアップ事業 1事業を実施
- 「道産食品独自認証制度」についても、道産食品のPR・販路拡大等を内容とする協働事業に積極的に参画し、本制度や認証品のPR、ギフトカタログでの特集頁の掲載、認証事業者と連携した認証品の試食・販売、懸賞賞品としての認証品活用などの事業を実施。

平成24年度事業の内容

■ 包括連携協定に基づく主な協働事業

○ イオン北海道(株)

(平成21年12月4日に協定締結
平成23年7月25日にイオン(株)との協定に拡大)

平成23年度に引き続き、お歳暮カタログに「きらりっぶ」等の特集頁(2頁)を設け、道産食品独自認証制度の概要の紹介、道産食品独自認証制度の認証品、道産食品登録制度の登録品を掲載。

The flyer is titled '安心・安全な商品をお届け 道産食品独自認証制度 認証商品'. It lists several products with their prices:

- オムライス 3,000円
- トモエごぼう漬物 3,150円
- オーソープアグリーフミート 5,250円
- 新選物 3,780円
- 小鉢 4,600円
- お歳暮 5,000円
- 道産食品登録商品 3,500円
- キッコーマン 2,830円
- 八丁味噌 4,200円
- 八丁味噌 5,250円
- お歳暮 2,800円
- お歳暮 7,500円
- アヒマハム 8,400円

○ 生活協同組合コープさっぽろ

(平成20年11月25日に協定締結
平成25年2月7日に新協定締結)

平成25年2月に新協定を締結し、新規項目「安全・安心な食の振興に関する事項」における「北海道の食の販路拡大の取組」、道施策商品の取扱いや認証制度等の普及への協力などの協働事業を実施予定。今後、具体化に向けた協議を実施。

■ タイアップ事業による協働事業

○ (株)ラムラ

(平成23年11月から事業を開始し、現在も継続中)

首都圏で展開する飲食店「北海道はでっかい道」の3店舗において、「きらりっぷフェア」を開催し、道産食品独自認証制度のPR及び認証品の提供・販売を実施中。



北海道が認めた「安全・安心・こだわり」の道産食品の証

きらりっぷフェア

道産食品独自認証制度は、北海道ならではの自然環境や高い技術力を活かして生産される、安全で優れた道産食品を認証する制度です。原材料や生産工程、衛生管理、製法など、独自に設定した基準をクリアしたものをだけ認証します。自然豊かな北海道生まれのこだわりの証です。

飛のこごとく遠くまで届く。純米吟醸「大雪の蔵 相雪」
純米酒「大雪の蔵 相雪」

【アラス】 500円 (税込550円)
【白合瓶】 1,850円 (税込2035円)

北海道の「安全・安心」をご家庭にもお持ち帰りに 店内販売を是非ご利用ください

自家製小麦粉を使用した北海道産小麦粉 純米酒 330円 (税込363円)
自家製小麦粉、選りすぐれた北海道産小麦粉 トモエ 北海道の恵み 600円 (税込660円)

北海道産小麦粉を使用した北海道産小麦粉 北海道新得 八割そば 360円 (税込396円)
北海道産小麦粉を使用した北海道産小麦粉 ナチュラルチーズ おこっぺ大塊 800円 (税込880円)

北海道はでっかい道



○ (株)JR東日本リテールネット

(平成21年度に事業を開始し、今回が3回目)

平成24年7月の約1か月間、首都圏を中心とする駅内コンビニ等 908店舗において「北海道ナツキタキャンペーン」を実施し、パンフレットによる道産食品独自認証制度のPRや、懸賞商品としての認証品プレゼントを実施。

夏の北海道

キャンペーン ナツキタ2012

期間：2012年7月3日(水)～30日(月)

～北海道デスティネーションキャンペーンを応援しています～

列車で行く旅 函館 2泊3日の旅—2組4名様

北海道の特選土産を当てよう!

北海道デスティネーションキャンペーン開催中! 2012/7/1(日)～9/30(日)

北海道 HOKKAIDO

Campaign title: 夏の北海道キャンペーン ナツキタ ~NEW DAYS・KIOSKは北海道DCを応援します~

Campaign Concept: 同時期に開催される北海道DCと連動することにより、鉄道との相乗効果を図り、更なる集客へと繋げる

Campaign Scheme:

【期間】:2012年7月3日～7月30日 28日間
【実施箇所】:ND・NDミニ(451箇所)・KIOSK(470箇所)

【目標効果】:客数・売上高3%UP
【CP商品売上高】:約4億2千万

POINT

- 夏の大型キャンペーンとして徹底した増収(客数対策)施策として展開
- 北海道DCを公に応援することにより、鉄道ならではのキャンペーンとする
- DCを活用したオールレール商品の展開
- 商品に加え、景品へ北海道旅行・土産を用意して販促効果を高める
- DCと連動したイベントによる商品・販促展開も検討