

～民間企業とのタイアップ事業～

首都圏のコンビニエンスストア等と連携した北海道の「食」と「観光」のPR

地域の特性を活かした「食」や「観光」のブランド化とその発信

▼北海道では、地域の特性を活かした道産食品の付加価値向上による「食」ブランドの競争力強化を図るとともに、国内・海外へ販路の拡大に積極的に取り組んでいます。

▼また、北海道の「観光」のブランド化を加速するために、地域の特性を活かした個性重視の地域観光の振興を図り、観光客の満足度を高める受入体制づくりに取り組むと共に、北海道観光の戦略的な発信に取り組んでいます。

▼今後も、北海道洞爺湖サミット開催による知名度の向上などを活用して、ますます北海道の「食」や「観光」について国内外に発信する機会を創造していく必要があります。

事業概要

JR東日本の駅構内のコンビニエンスストア(CVS)「ニューデイズ」や「キオスク」を展開している(株)JR東日本リテールネット、並びに、首都圏でCVS「スリーエフ」を展開している(株)スリーエフと、北海道の「食」と「観光」をテーマとしたキャンペーンでタイアップして、首都圏における道産食材や観光資源のPRを実施します。

北海道

● 北海道の「食」のPR

- ・道産食品独自認証制度「きらりっぷ」のPR

● 北海道の「観光」のPR

- ・道内各地域の観光資源のPR
- ・「Real Hokkaido」のPR



(株)JR東日本リテールネット、(株)スリーエフ

- 首都圏を中心としたCVS等を展開

店舗数 約1,600店

タイアップ事業

「ナツキタキャンペーン」の実施 (7月1日～7月23日)



◎道が推進している、道産品販売促進キャンペーン「満足いろいろ北海道キャンペーン」に位置づけ、懸賞賞品に道産食品独自認証制度「きらりっぷ」商品を採用して(200名にプレゼント)、北海道の「食」をPR。

◎道内各地域の旬な画像と観光情報を掲載したリーフレット(70万部)の店頭配布やポスター掲示、店内放送など、首都圏を中心とした各店舗で北海道の「観光」をPR。

民間企業のインフラを活用した「北海道の産業情報(食・観光)」の発信