

～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。

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、首都圏において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

(株)JR東日本リテールネット

- 首都圏を中心としたCVS等を展開
店舗数 886店舗

タイアップ

「夏の北海道キャンペーン ナツキタ2013」 の実施 (7月2日～8月5日)

- ◎キャンペーンの懸賞賞品に道産食品独自認証制度「きらりっぷ」と「北のハイグレード商品」を採用し(120名にプレゼント)、同制度についてリーフレット等でPR。
- ◎「さっぽろオータムフェスト2013」情報をリーフレット等に掲載し「観光」をPR。



北海道認証
Hokkaido Food Product



北のハイグレード食品

KIOSK

NEWDAYS

首都圏における「北海道の産業情報(食・観光)」の発信