

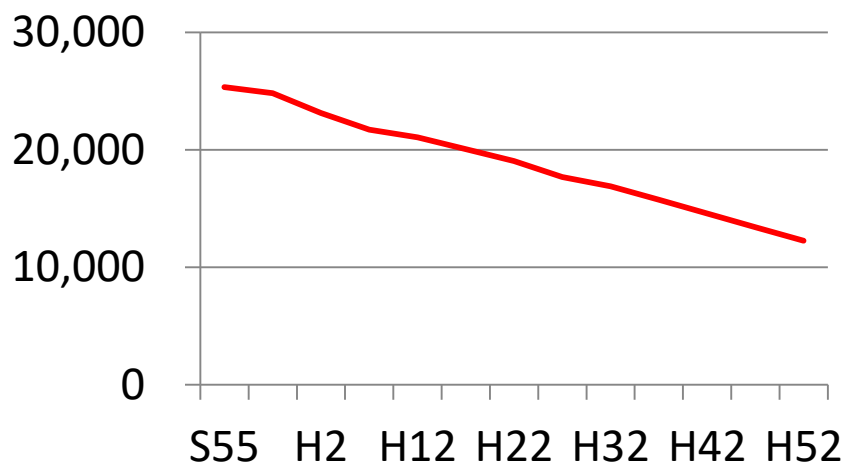


TEAM “SUNAGAWA” BRANDING PROJECT

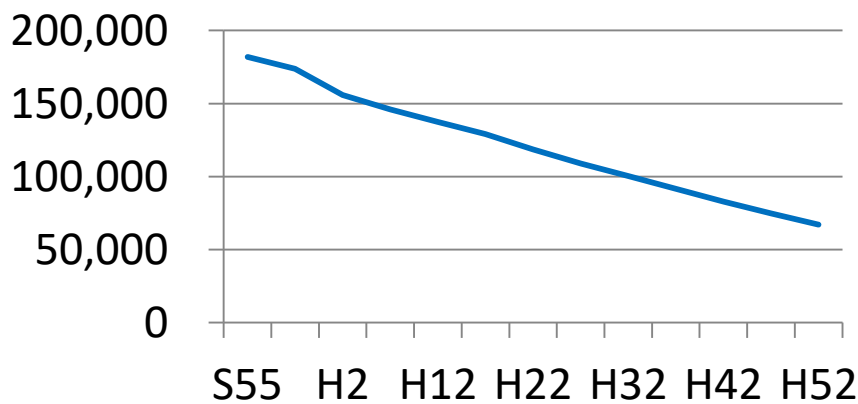
砂川市地域ブランド構築事業

ブランディングプロジェクト取組みの背景

砂川市



中空知



- 人口減少
- 少子高齢化による加速

	S55	H29	差異	H52
~14歳	21.4%	9.6%	△11.8%	8.4%
65歳~	9.4%	37.6%	28.2%	41.6%



マーケットが縮小



市内企業の経営
に直接影響する

砂川の地域資源

安心子育て 高齢者見守り 砂川市立病院

緑豊かな公園（子どもの国・オアシスパーク・北光公園など）

スイーツ カフェ グルメ（ポークチャップ・ラーメンなど）

ハイウェイオアシス スマートインターチェンジ 地域交流センターゆう

各商店街（特色ある商品やサービスなど） 街頭もちつき・義士祭・ジャリンバ

農畜産物（お米・たまねぎ・トマト・ミニトマト・きゅうり・上原ポークなど）

製造業や土木建設業（こだわりのものづくりや技術など）

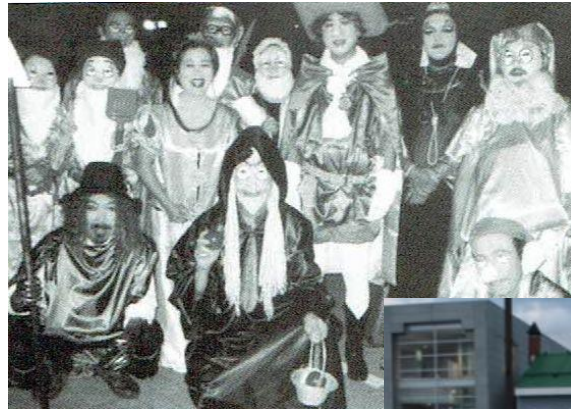
全国で有名な砂川産の商品など etc.

これまでの取組み（歴史）



「中心街盛り上げよう」
砂川 活性化協議会が発足

【砂川】砂川市議会は、八月中心街盛り上げよう協議会発足記念として、八月十日、市庁舎第三会議室で、中心街活性化協議会設立大会を開催した。出席者は、市議会議員、市幹部、関係者など約五十人参加した。協議会の会長は、市議会議員の田中義之が就任した。協議会の目的は、中心街の活性化を図ることである。協議会が発足すると、中心街の活性化を図るための取り組みを実施する。中心街活性化協議会が中心街の活性化を図るための取り組みを実施する。中心街活性化協議会が中心街の活性化を図るための取り組みを実施する。



大阪での出店大盛況
すながわスイートロード協議会
「お菓子のまち」イメージアップ

【砂川】お菓子の魅力が詰め掛け、売切れる。子時、ほんだ、北菓などのイメージアップ。お菓子も売れる。盛況。岩瀬牧場、吉川食品を誇る。すながわスイートロード協議会が中心街の活性化を図るための取り組みを実施する。中心街活性化協議会が中心街の活性化を図るための取り組みを実施する。



収穫が待ちどおしいね

買わなくてOK 冷やかしく歓迎

25日に砂川スタンプラリー

参加45店「まず来店を」

砂川商會連合会主催の「砂川スタンプラリー」は、八月二十五日に開催される。この日は、市内の主要な商業施設や観光地をめぐり、スタンプラリーに参加する。参加店舗は45店舗に達している。このイベントは、市内の活性化を図るための取り組みとして実施される。参加店舗は、市内の主要な商業施設や観光地をめぐり、スタンプラリーに参加する。参加店舗は45店舗に達している。このイベントは、市内の活性化を図るための取り組みとして実施される。

砂川の名産大集合

4日に初の「まるかじり」
農家ら自慢の品販売

【砂川】砂川産の農産物、十七日地元の名産大集合。砂川産の農産物が、市内の主要な商業施設や観光地をめぐり、販売される。このイベントは、市内の活性化を図るための取り組みとして実施される。農家ら自慢の品販売。このイベントは、市内の活性化を図るための取り組みとして実施される。

地域資源・これまでの取組み を踏まえて

- 魅力的な地域資源が数多くある
- 砂川を元気にしようと様々な団体がイベントや事業を実施
- 砂川を元気にしようと志を持った多くの担い手が活躍



- ▲地域資源やイベント、事業が繋がっていない

それぞれが魅力的な『点』ではあるが、『線』・『面』になっていない

- ▲担い手の息切れ・高齢化、地域資源の維持困難、イベントや事業の中止の危機



- これが砂川の歴史と現状

これまでの取組みは『失敗』ではない

⇒ 未成功（まだ成功していないだけ）



- ★繋がっていないモノ・コト・ヒトを繋げる、全てを繋げる目標が必要



それが、『チーム “SUNAGAWA”』

砂川の地域資源の振り返り

安心子育て 高齢者見守り 砂川市立病院

緑豊かな公園（子どもの国・オアシスパーク・北光公園など）

スイーツ カフェ グルメ（ポークチャップ・ラーメンなど）

ハイウェイオアシス スマートインターチェンジ 地域交流センターゆう

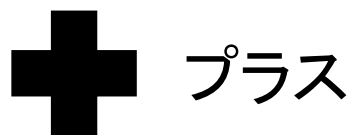
各商店街（特色ある商品やサービスなど） 街頭もちつき・義士祭・ジャリンバ

農畜産物（お米・たまねぎ・トマト・ミニトマト・きゅうり・上原ポークなど）

製造業や土木建設業（こだわりのものづくりや技術など）

全国で有名な砂川産の商品など etc.

これら全てに歴史があり、これら全てが大切な宝物



みなさん ※これが一番大切な資源



みんなが無理なく繋がる
※無理をすると疲れてしまう・長続きしない

それが『チーム“SUNAGAWA”』

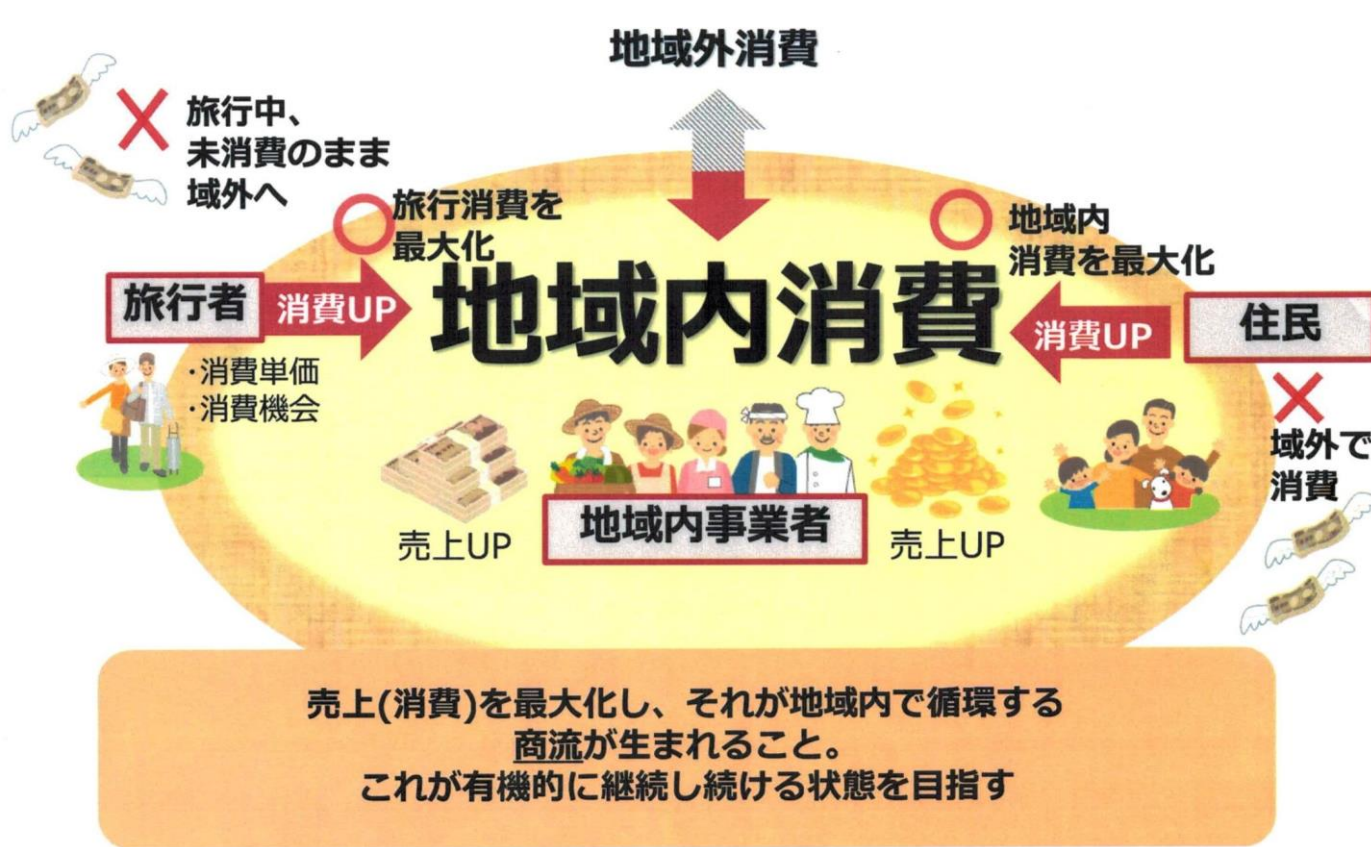
ブランディングプロジェクト取組みの目的

砂川の定住人口
にこだわる発想

転換

- ①砂川に関心を寄せる関心人口
- ②砂川を応援する応援人口
- ③砂川に実際に訪れる交流人口

の拡大



砂川の魅力を
どんどん高めて

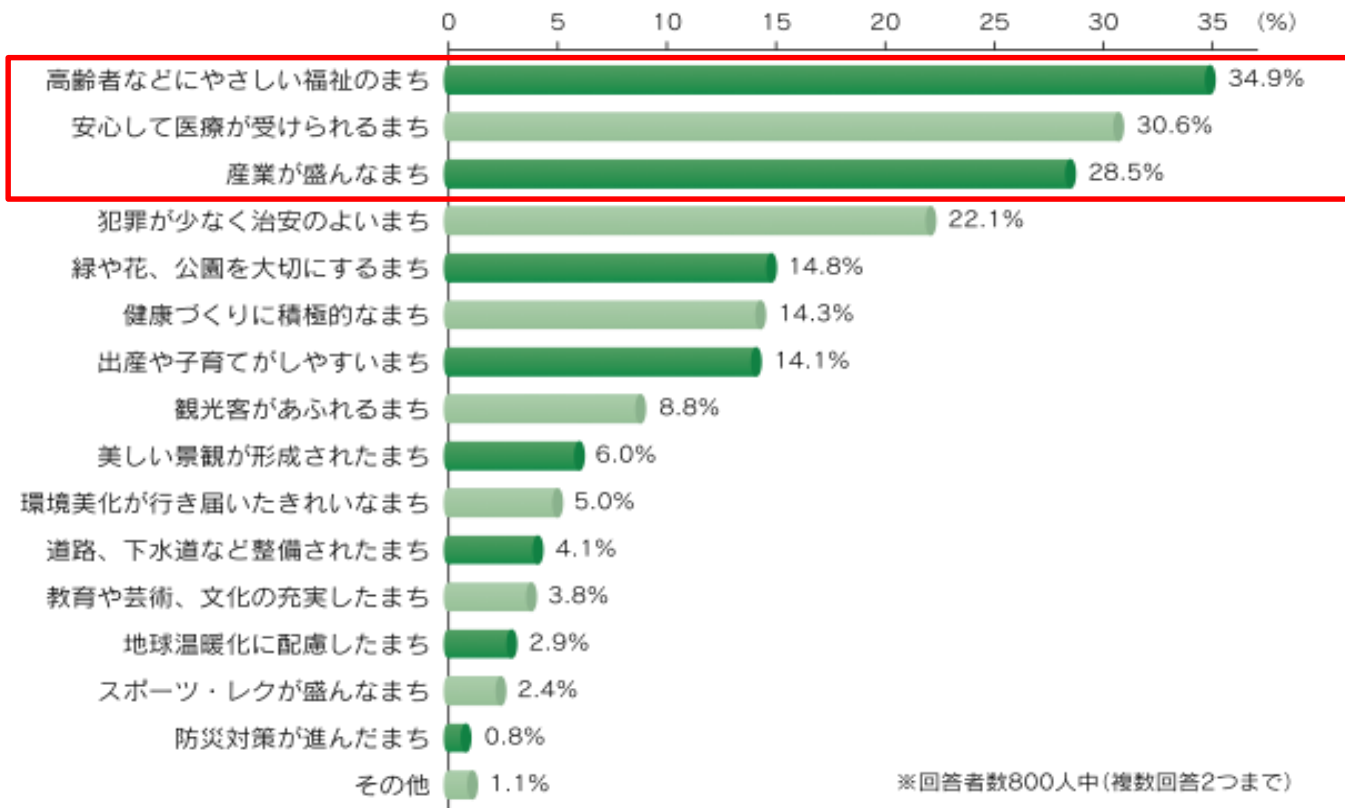
地域内
消費の
最大化
を目指す

人口減少社会をみんなで乗り越えたい

市民の願い 第6期総合計画市民アンケート

砂川市の将来像について ～市民アンケート調査から～

市民の皆さんが、将来、砂川市がどんなまちになることを望んでいるのかを伺いました。



1位:福祉

2位:医療

3位:産業

ブランディングプロジェクト 今年度の取組み①

1位!

福祉



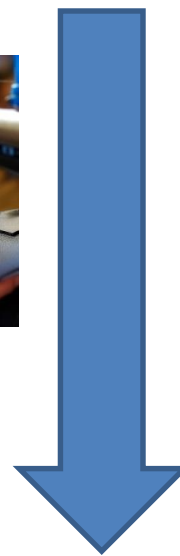
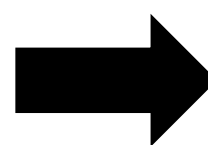
2位!

医療

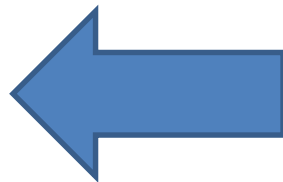


3位!

産業



これをみんなで
考える1年にし
ます!!



これが
『砂川ブランド』
になるのでは?

ブランディングプロジェクト 今年度の取組み②

福祉 × 医療 × 産業 = 『砂川ブランド』をみんなで考える

・7月5・6日

第3回チーム“SUNAGAWA”団結セミナー
& ワークショップ & 事業所訪問

・10月 ワークショップ & 事業所訪問

・11月 ワークショップ & 事業所訪問

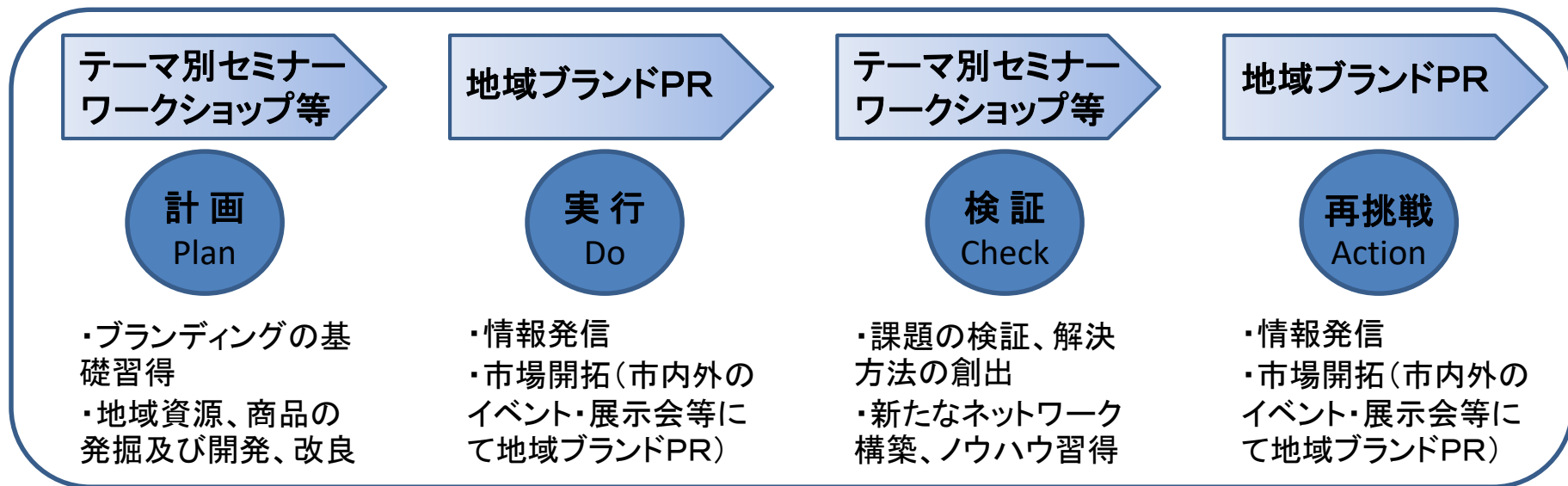
福祉 × 医療 × 産業 = 『砂川ブランド』をみんなで決定

・2月 第4回チーム“SUNAGAWA”団結セミナー
& ワークショップ & 事業所訪問

ブランディングプロジェクト 来年度の取組み

“地域ブランド”構築 → 情報発信、市場開拓

個社×個社×地域資源＝面(砂川市)



セミナー・ワークショップ等でブラッシュアップしたモノ・サービスを市内外にコト(イベント・展示会等)を通じてPRすることで、砂川を知ってもらい、市外からの誘客を促進

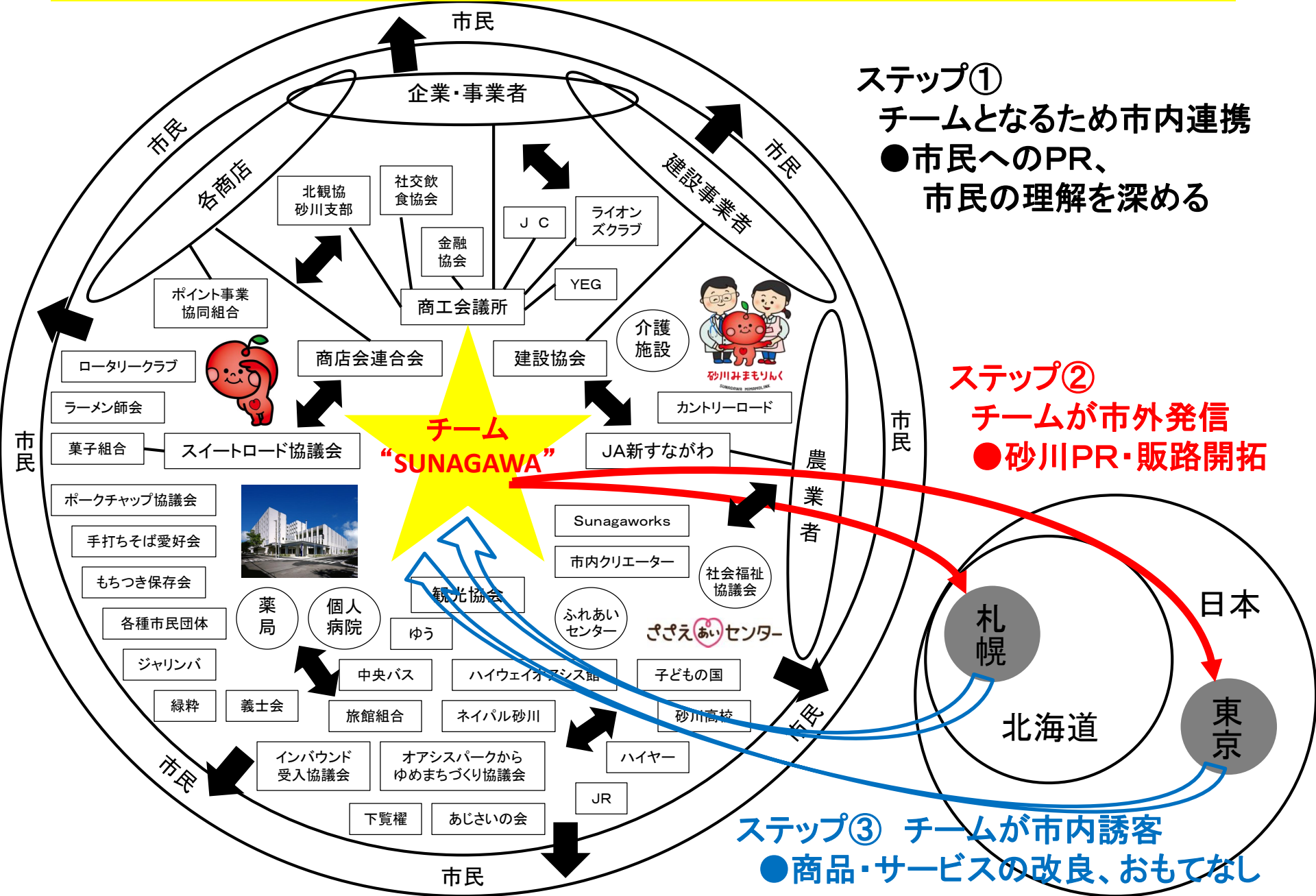


砂川市への誘客促進・着地型消費の実現

市内事業者及び市内経済に好循環を生む

地域内消費の最大化

ブランディングプロジェクト イメージ図



ステップ①
 チームとなるため市内連携
 ●市民へのPR、市民の理解を深める

ステップ②
 チームが市外発信
 ●砂川PR・販路開拓

ステップ③ チームが市内誘客
 ●商品・サービスの改良、おもてなし

