



報道発表資料の配付日時 8月22日(月) 11時00分

発表項目 (行事名)	令和4年度地域絶品・デジタルマーケティング人材育成事業 食クラスター「地域フード塾～絶品コース～」開講式のお知らせ		
記者レクチャー のお知らせ	(実施日時)	発表者	
		発表場所	
概要	<p>○ 道では、道内で食品づくりに携わる方を対象に、デジタル技術を活用したマーケティング手法と地域資源を有効に活用した商品開発や地域資源を核とした地域ブランドの創出に関する研修及び「食品づくり」における経営力アップに関する研修を行う「地域フード塾～絶品コース～」を開催します。</p> <p>○ 平成25年度から開催し、今年度で10年目(10期生)となり、道内の食関連事業者30名が受講します。</p> <p>○ 今年度は、「コロナ禍において変化した消費者ニーズを的確にとらえ、デジタル技術を活用したマーケティング手法を身につける」ことを基本テーマとして設定し、全5回10日間の研修日程で実施します。</p> <p>○ 地域フード塾の開催にあたり、次のとおり開講式を開催します。</p> <p>【開講式】</p> <p>■日程 令和4年8月24日(水)</p> <p>1 開講式[9:00～9:15] 主催者挨拶：副知事 土屋 俊亮 共催者挨拶：北洋銀行 取締役 山田 明</p> <p>2 オリエンテーション[9:20～10:00]</p> <p>3 基調講義[10:15～11:30] 講師：地域フード塾顧問 三浦 功(流通問題研究協会元会長)</p> <p>■会場 北洋銀行セミナーホール (中央区大通西3丁目7番地 北洋大通センター4階)</p> <p>■主催 北海道</p> <p>■共催 (株)北洋銀行、大和証券(株)、帯広信用金庫</p>		
参考	(添付資料)・事業概要 ・地域フード塾 絶品コース カリキュラム		

報道(取材)に当たってのお願い	北海道の食のキーパーソンを育成する地域フード塾の「10期生」となりますので、積極的な取材をお願いいたします。		
他のクラブとの関係	同時配付	(場所)	
	同時レク		

担当 (連絡先)	経済部食関連産業局食産業振興課食クラスター係 課長補佐 工藤 和浩 TEL 011-204-5979 (内線26-132)		
-------------	--	--	--

令和4年度 食クラスター「地域フード塾～絶品コース～」

1 概要

北海道内で食品づくりに携わる者を対象に、デジタル技術を活用したマーケティング手法と地域資源を有効に活用した商品開発や地域資源を核とした地域ブランドの創出に関する研修、「食品づくり」における経営力アップに関する研修を開催し、地域において食関連産業をけん引する食のキーパーソンを育成することにより、北海道の食関連産業の振興を通じて地方創生につなげる。

2 主催 北海道

3 共催 北洋銀行、大和証券、帯広信用金庫

4 開催日程

内 容		開 催 地	開 催 時 期
第1回	全体研修	札幌市（北洋銀行セミナーホール）	8月24日（水） ～25日（木）
第2回	全体研修	札幌市（北洋銀行セミナーホール）	9月13日（火） ～14日（水）
第3回	地域研修	札幌市（大和証券ホール）	10月 3日（月）
		帯広市（帯広信用金庫中央支店）	～ 4日（火）
		函館市（港の庵）	10月 6日（木）
		旭川市（未定）	～ 7日（金）
第4回	全体研修	札幌市（北洋銀行セミナーホール）	10月27日（木） ～28日（金）
第5回	全体研修	札幌市（北洋銀行セミナーホール）	11月28日（月） ～29日（火）
成果発表会		札幌市（札幌パークホテル）	1月24日（火）

5 カリキュラム案 別紙のとおり

6 研修受講生 30名

《2022年度「地域フード塾 絶品コース」カリキュラム》

■第1回：8月24日（水）、25日（木）／会場：北洋銀行セミナーホール

【1日目】テーマ：『絶品マーケティングの基本戦略』（9:00～17:45）

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 10:00	オリエンテーション	1) 主催者挨拶(北海道経済部食関連産業局) 2) 共催者ご挨拶 3) 「地域食マーケティング人材育成塾」の狙いと進め方 4) 講師および道庁スタッフ紹介 5) 受講生自己紹介	食産業振興課 橋本佳往
10:15 11:30	これからの世の中と フード塾第2ラウンド	◆やってきてよかったフード塾、デジタル流通とハート塾 1) はじめに・・・地球の怒りに触れつつある 2) 世の中、これからの日本にとっては好機 3) できることは自分でやる、できないことは支え合う 4) 体験に勝るテキストなし、233人の体験 5) 9年9期のフード塾、地域生活者起点の実証 6) おわりに・・・理念と目的と目標を持つ、小さくてもビジネス	三浦 功
12:45 14:30	フード塾の マーケティング戦略 —高付加価値マーケティングへの挑戦—	◆目指すは「地域絶品ブルー・オーシャン」 1) なぜ、地域絶品マーケティングなのか 2) マーケティングの基本をおさえる 3) With コロナ時代の地域絶品マーケティング七か条 4) 小さな会社は「絶品ブルー・オーシャン」で勝負する。「これからのマーケティング」 5) 「絶品ブルー・オーシャン」のマーケティング 6) 皆さんがこれから塾で実践すること	青島弘幸
14:45 17:15	グループ討議	1) フード塾に来た目的 2) わが社の課題 3) コロナ禍の中でどんな苦勞と工夫をしてきたか 4) 今後目指すもの・・・作りたい絶品	各担当講師
17:15 17:45	全体交流セッション	1) 名刺交換 2) 自由交流	全体
18:00 	懇親会	◆新型コロナウイルス感染状況の様子を見ながら判断します。	全体

【2日目】テーマ：『地域絶品商品開発』（9:00～17:15）

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 10:45	事例研究 —林檎学校醸造所の取組み— 中小企業のDXの取組み	◆リンゴ農家の跡取りが立ち上げたシードル醸造所 1) 廃校を利用した林檎学校醸造所誕生の経緯 2) ITを活用した販売戦略 3) 会計財務処置のクラウド化による効率経営	小野 司
11:00 12:00	日本の流通システム	◆日本の流通構造を理解する 1) 日本の流通システム 2) 日本の流通・平成の30年間 3) 流通構造と価格 4) 日本型流通の変化 5) これからの流通 6) 自社にあった流通システムを考える	橋本佳往

13:15 15:00	絶品マーチャンダイジングと マーケティングチャネル	◆目標実現するマーチャンダイジングの実践 1) 小売業の売り場づくりのマーチャンダイジング 2) 製品と商品の違い、利用する時間と場所の価値を形にしたモノづくり 3) 強みを、業務用と家庭用の両輪で生かす営業戦略 4) 顔が見えるチャネルづくり 5) カタコト営業の実践 6) 絶品マーチャンダイジング (6つの要素とPDCA)	佐竹嘉廣
15:30 17:15	絶品開発・ 何といても商品力	◆なんといっても商品力 1) コロナ禍のモスの健闘とその背景 2) 変化対応力～何といても商品力～ 3) 絶品が持つ6つの条件 4) ブルー・オーシャン戦略は絶品開発が「柱」 5) 小規模事業の商品開発基本プロセス 6) 私の変化対応力「絶品開発」体験事例	田村 茂

■第2回目：9月13日（火）、14日（水）／会場：北洋銀行セミナーホール

【1日目】テーマ：『売れる商品づくりとは』（9:30～17:00）

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:30 11:00	売れる商品づくり	◆北海道の商品づくり事例 1) 旭川無双ビーフカレー 2) 缶つま北海道シリーズ 3) 旭川牛骨だしラーメン・・・	大谷武史
11:15 12:30	売れる商品は何が違うか —売り場視点から—	◆どさんこプラザの店頭データから見る 1) どさんこプラザの売れ筋商品 2) 売れる商品と売れない商品の違いは何か 3) 顧客が求めるものは何か 4) コロナ禍の中で変わった売れ筋 5) どさんこプラザの活用方法	吉岡史世
13:45 15:00	私が見た 絶品マーケティング —その共通点と学びのポイント—	1) 人の心を動かすポイントは？ 2) 女性目線で考えよう（編集力） 3) 地域フード塾発・絶品10	村澤規子
15:30 17:00	顧客が買いたくなる 良い商品とは	1) お客様が手に取りやすい商品の見せ方 2) 食品表示は生命線 3) お客様の立場に立った商品づくり	白田典子

【2日目】：テーマ『マーケティング財務』と『SWOT分析演習』（9:00～17:00）

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 11:00	絶品づくりのための マーケティング財務の 基礎知識 危機に強い財務と マーケティング	◆マーケティング財務 1) マーケティング財務とは 2) 財務諸表の見方と分析 3) 製造原価を求める 4) 損益分岐点、固定費と変動費と限界利益 5) マーケティングと生産性 6) リスク対策と資金繰り	前田直樹
11:15 12:00	絶品マーケティング3か年 計画作成ガイダンスと SWOT分析の進め方・	◆「絶品マーケティング3か年計画の概要」 「SWOT分析」の進め方の解説 1) 「絶品マーケティング3か年計画」の概要の理解 2) SWOT分析の進め方とポイント 3) 第1回宿題（SWOT分析）の説明	橋本佳住

13:15 15:00	絶品マーチャンダイジングと マーケティングチャンネル	◆目標実現するマーチャンダイジングの実践 1) 小売業の売り場づくりのマーチャンダイジング 2) 製品と商品の違い、利用する時間と場所の価値を形にしたモノづくり 3) 強みを、業務用と家庭用の両輪で生かす営業戦略 4) 顔が見えるチャンネルづくり 5) カタコト営業の実践 6) 絶品マーチャンダイジング (6つの要素とPDCA)	佐竹嘉廣
15:30 17:15	絶品開発・ 何といても商品力	◆なんといても商品力 1) コロナ禍のモスの健闘とその背景 2) 変化対応力～何といても商品力～ 3) 絶品が持つ6つの条件 4) ブルー・オーシャン戦略は絶品開発が「柱」 5) 小規模事業の商品開発基本プロセス 6) 私の変化対応力「絶品開発」体験事例	田村 茂

■第2回目：9月13日（火）、14日（水）／会場：北洋銀行セミナーホール

【1日目】テーマ：『売れる商品づくりとは』（9:30～17:00）

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:30 11:00	売れる商品づくり	◆北海道の商品づくり事例 1) 旭川無双ビーフカレー 2) 缶つま北海道シリーズ 3) 旭川牛骨だしラーメン・・・	大谷武史
11:15 12:30	売れる商品は何が違うか —売り場視点から—	◆どさんこプラザの店頭データから見る 1) どさんこプラザの売れ筋商品 2) 売れる商品と売れない商品の違いは何か 3) 顧客が求めるものは何か 4) コロナ禍の中で変わった売れ筋 5) どさんこプラザの活用方法	吉岡史世
13:45 15:00	私が見た 絶品マーケティング —その共通点と学びのポイント—	1) 人の心を動かすポイントは？ 2) 女性目線で考えよう（編集力） 3) 地域フード塾発・絶品10	村澤規子
15:30 17:00	顧客が買いたくなる 良い商品とは	1) お客様が手に取りやすい商品の見せ方 2) 食品表示は生命線 3) お客様の立場に立った商品づくり	白田典子

【2日目】：テーマ『マーケティング財務』と『SWOT分析演習』（9:00～17:00）

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 11:00	絶品づくりのための マーケティング財務の 基礎知識 危機に強い財務と マーケティング	◆マーケティング財務 1) マーケティング財務とは 2) 財務諸表の見方と分析 3) 製造原価を求める 4) 損益分岐点、固定費と変動費と限界利益 5) マーケティングと生産性 6) リスク対策と資金繰り	前田直樹
11:15 12:00	絶品マーケティング3か年 計画作成ガイダンスと SWOT分析の進め方・	◆「絶品マーケティング3か年計画の概要」 「SWOT分析」の進め方の解説 1) 「絶品マーケティング3か年計画」の概要の理解 2) SWOT分析の進め方とポイント 3) 第1回宿題（SWOT分析）の説明	橋本佳往

13:15 17:00	【グループ演習】 「北海道食のSWOT分析」	◆SWOT分析を実際にやってみる 1) 「北海道の食の分析」に取り組む 2) 課題の抽出 3) クロスSWOT分析 4) 発表 5) 相互検討	橋本佳往 村澤規子
---------------------	---------------------------	--	--------------

■第2回研修と第3回研修の間にメール、電話、ZOOMによる個別相談、個別指導

《個人指導》 SWOT分析個別指導	第1回宿題（SWOT分析）作成のための数回にわたる個別相談・個別指導	各担当講師
----------------------	------------------------------------	-------

■第3回：10月3日（月）、4日（火）（札幌、帯広）／10月6日（木）、7日（金）（旭川、函館）
テーマ：『地域資源の活かし方と先輩OBの取組みから学ぶ知恵と工夫』
【1日目】（12:30～17:30）

時間	テーマ	目的と内容	講師
12:30 13:30	なぜ地域別研修なのか	◆地域研修での狙い、進め方 ◆地域の資源（食材・観光・歴史・文化・風土など）こそが宝物 ◆なぜ大手資本流通が苦戦するのか、そこに地域で生きるヒントがある・・・顔の見える関係づくり	各担当講師
13:30 17:30	わが社の3か年計画 私の悩みとそれを、どう乗り越えたか。 その結果は・・・。 －フード塾OBに学ぶ－	◆地域内にあるフード塾OBの3か年計画とその後の展開事例を学ぶ 1) フード塾での学びは何か 2) 3か年計画とその後(成功と失敗) 3) 今後の夢、壁 4) 悩みの共有 5) コロナを乗り越える工夫	フード塾OB (E-ZO)
	企業視察	◆地域内の企業（参加者企業/塾OB企業）を訪問 ◆リアルな問題点の把握 ◆地域の資源をどのように活かしているか	講師/OB
18:00 	視察報告会 懇親会 (コロナの状況により開催を判断します)	◆視察報告 ◆仲間づくりとコミュニケーションづくり ◆講師とのコミュニケーション強化	全員

【2日目】（9:00～17:00）

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 15:00	グループ討議 《各自SWOT分析討議》	◆各自のSWOT分析結果を一人一人グループで議論し、内容を深める ◆他社のSWOTを考えることによって、再度、自社の強み・弱みを検討する	全員
15:00 17:00	個人相談(予備時間)	◆SWOTから3か年計画につなげるための個別アドバイス	各担当講師

■第3回研修と第4回研修の間にメール、電話、ZOOMによる個別相談、個別指導

《個人指導》 絶品テーマの検討	◆絶品づくりのテーマの決定	各担当講師
--------------------	---------------	-------

■第4回：10月27日（木）、28日（金）／北洋銀行セミナーホール
 テーマ：『デジタルマーケティングの実務』
 【1日目】（9:00～17:30）

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 10:50	地域絶品の デジタルマーケティング —売り方のオンラインシフト—	◆地域絶品のデジタルマーケティング 1) マーケティングの変化 2) 中小企業のDXとは 3) 暮らしのデジタルシフトが消費者行動と価値観を変える 4) デジタルマーケティングにおける4P 戦略 5) これからのデジタルマーケティングに必要なこと	橋本佳往
11:00 12:30	実践！デジタルマーケティング —地域絶品の売り方成功事例—	◆実践、デジタルマーケティング—地域絶品の売方事例 1) Twitter 活用 2) SNS の活用 3) 効果的 EC の組み立て方 4) 成功事例、失敗事例 5) その他	末広栄二
13:45 15:15	事例研究 SNS の活用による 顧客開拓と売上倍増 —お肉屋さんたどころの取組み—	◆お肉屋さんたどころ田所専務の SNS 戦略 1) 石の上にも3年、SNSの上にも3か月 2) 3か月間とことんSNSに取り組む 3) Instagram のフォロワーが130名から9000人に 4) ライブコマースで小さくても強い製造小売りを実践 5) 売り上げ増に直結するファン開拓	田所達朗 (4期生)
15:30 17:30	事例研究 「効果的なECの取り組み方」	◆道南地元市場におけるECの具体的展開 1) ものではなく人を売る、ストーリーを売る 2) 売れる商品と売れない商品の違い（表現、見せ方、差別化など） 3) EC 向きの商品とEC用商品開発 4) 顧客データの活用	中川真吾 (8期生)

【2日目】（9:00～17:00）

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 12:00	デジタルマーケティングの 実務 ～明日から使える実践～ リアル+オンライン解説	◆わからないこと、困ったことを全部解決しましょう 事前質問を受け、それに答える形で進める 1) ECサイトの選び方 ・モール型ECのメリット・デメリット ・自社ECのメリット・デメリット ・より良いサイトの選び方 2) 自社の商品にあったオンライン販売の効果的方法 3) SNSの活用の仕方 ・Twitter ・Instagram ・TikTok・・・ 4) お客様に「わあ！うれしい」と思わせる工夫 ・パッケージ ・「Thank You」カード ・ちょっとした心遣い 5) 顧客データの活用の仕方 6) 物流コスト低減の工夫 ・郵便局クリックポスト ・ヤマト運輸らくうるカート・・・ 7) オンライン商談の効果的進め方	橋本佳往 + 専門家 を アサインし オンライン も活用した 質疑応答

13:15 17:00	グループ演習と発表・解説	◆ある会社をモデルにしてデジタルマーケティングの戦略構築を立てる。 1) 狙いと姿勢 2) 事実に分析・チャンスの探索 3) SWOT分析 4) STP 5) 重点課題と達成目標 6) 戦略・戦術 7) 具体的実施スケジュール	橋本佳往 中川真吾 (8期生) 奥寺弘務 (9期生)
---------------------	--------------	--	--

■第4回研修と第5回研修の間にメール、電話、ZOOMによる個別相談、個別指導

<個別指導> 3か年計画づくり	◆最終課題の3か年計画作成の個人相談。個人指導	各担当講師
--------------------	-------------------------	-------

■第5回：11月28日(月)、29日(火) / 北洋銀行セミナーホール

テーマ：『わが社の3か年計画とマーケティング戦略の構築』

【1日目】(9:00~18:00)

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 10:30	品質と品揃えて、競争に勝つ店づくり ーラッキーの挑戦ー	◆ラッキーが目指すもの 1) ラッキーが求める商品品質とは 2) 消費者に支持される商品とは 3) ラッキーの差別化戦略 4) その他	北雄ラッキー 桐生宇優
10:40 11:00	ノーステック財団より	1) 活用の仕方 2) フード塾活用事例	ノーステック財団
11:00 18:00	地域絶品マーケティング 3か年計画の検討・作成	◆他社の分析を通して自分の「3か年計画」の課題・問題点の再整理を行う ◆それを受けて自分自身の3か年計画の完成に向けて講師の個人指導を受けながら完成させる。	各担当講師

【2日目】(9:00~18:00)

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 17:00	修了レポート発表と講評 (昼食を挟む)	1) 「絶品マーケティング3か年計画」プレゼンテーションと決意表明 2) 各講師からの講評	講師全員
17:00 17:30	まとめ	◆研修の修了に向けての総括	三浦 功
17:30 17:45	E-ZOからのメッセージ	◆E-ZOの概要・活動報告 ◆入会の案内	E-ZO 役員
17:45 18:00	北海道庁からの伝達事項	◆食クラスター連携協議体参画案内 ◆修了式について	食産業振興課

■修了式および報告会：2023年1月24日(火)

時間	テーマ	目的と内容	講師
3時間	決意表明	◆各自の3か年計画のテーマと決意表明(一人3分)	塾生
1時間	修了証書授与と 激励のお言葉	◆修了証書授与 ◆北海道知事(副知事)からの激励 ◆来賓ご挨拶 ◆E-ZO代表挨拶 ◆受講生代表挨拶 ◆記念撮影	北海道庁
E-ZO 交流会・総会・懇親会			

【講師候補者】

- ◆三浦 功（フード塾 顧問／一般社団法人流通問題研究協会 元会長）
- ◆橋本 佳往（一般社団法人流通問題研究協会 専務理事）
- ◆田村 茂（office igatta 代表）
- ◆青島 弘幸（創発コンサルティング 代表／中小企業診断士）
- ◆佐竹 嘉廣（合同会社廣龍 代表／一般社団法人流通問題研究協会 理事）
- ◆小野 司（一般社団法人日本シードルマスター協会 代表理事／中小企業診断士）
- ◆村澤 規子（北の旅レシピ 代表／一般社団法人流通問題研究協会 研究員）
- ◆大谷 武史（国分北海道(株) 元マーケティング部長）
- ◆桐生 宇優（北雄ラッキー(株) 代表取締役社長）
- ◆白田 典子（(有)良品工房 代表）
- ◆前田 直樹（前田直樹経営研究所 代表／中小企業診断士）
- ◆吉岡 史世（一般社団法人北海道貿易物産振興会 店舗・卸統括兼国内卸部長）
- ◆田所 達朗（お肉屋さんたどころ 専務取締役／4期生）
- ◆中川 真吾（(株)ロカラ 代表取締役／8期生）
- ◆奥寺 弘務（(株)グラッド 代表取締役／9期生）
- ◆フード塾OB会「E-ZO」会員