

1 PR・販売促進の機会の提供【強化】

	市 HP SNS	市広報	イベント時 PR(市内外 含む)	ふるさと納 税返礼品	しゅうなん メール	データ 放送	デジタル サイネージ
認定品	○	○	○	○			
登録品 選考品	○	○	○	○	○	○	○

情報発信ツールの拡大・内容の充実

2 販売促進【新】

選考品については、事業者と連携して積極的に販売促進に取り組む
具体的な取り組みは、以下のとおり

- 販売に効果的な場所において商品の取扱いに関して働きかけを実施

例 ①道の駅

道の駅ソレーネ周南で特設ブースを設置

②直売所や量販店

協議会委員店舗・地産地消推進店に特設ブースを設置

③徳山駅

駅の販売所への出品

- 市による積極的利用、地元企業での利用依頼

例 ①市による積極的利用

市長の手土産や市の部局で積極的に利用

②地元企業への利用依頼

地元企業で利用(手土産、企業内外の懇親会の景品など)をしていただくよう依頼

3 支援制度

実施主体	支援メニュー	主な対象者	対象事業
市	6次産業化等支援 (ハード・ソフト)	・農林漁業者 ・農林漁業者で構成する団体等	新商品開発、ブラッシュアップ、販路開拓、販売促進
周南地域地場産 業振興センター	ものづくり支援 (ソフト)	・市内の事業者等	

4 ブランディング

- ①登録品、選考品の愛称及びデザインの作成
- ②売り込みのために有効なツールの作成

5 推進体制

地域産品の PR や販売促進を市や関係機関と連携して実行する組織へ体制を整備