

## (別紙3-1) 重点戦略② 「多業種の連携による地域特性を生かしたビジネスモデル及び商品開発への取組」

### 地域資源

- ・幅広い業種(※1)の魅力的な人材、優秀な技術者
  - ・はっきりとした四季がある恵まれた自然環境、四季折々の豊かな食材
  - ・北海道の拠点、アクセスの良さ(空港等)、家具、動物園等既にあるブランド力
- (※1)農業、建設業、製造業、情報通信業、卸売業、小売業、宿泊業、飲食サービス業、医療、福祉、観光、食品加工業、観光業、旅行業、教育機関(学生)、試験研究機関、市民、官公庁等

### 顧客ニーズ・ターゲット

事業ごとに設定(ものづくり製品、食、観光、文化、暮らし、企業誘致等)

### 施策・事業

#### ●旭川ビジネスワーキングチーム(WT)の設立・運営

地域特性・メリットを最大限に活用して旭川全体として最大の価値を発掘、ビジネスモデルとして提案

- ①ブランド強化・商品開発WT：ものづくり製品、住宅、食品、観光、イベント(祭り、花火等)、店舗等
  - ・産業の高度化、情報発信力の強化により、旭川地域ブランド醸成を強力に進める  
素材の良さは誰もが認めており、付加価値の高い製品としてブランド化する
  - ・「よいものを作れば売れる時代」からの脱却  
→発想力+パッケージやマーケティング戦略の高度化を重点的に図る
  - ・業種間や地方企業と大都市を結びコーディネーターの育成、雇用の確保  
※海外との事業連携やビジネスマッチングも視野に
  - ・地域の主要産業となるべき「農業」及び農業から展開される食品加工・飲食業界、関連産業の意識を再認識
- ②医療/福祉WT：地域間ネットワーク、医療と福祉・介護・その他との連携の仕組み
  - ・医療・福祉・企業・学校をリンクした循環型事業モデル(社会のつながり)の創出
  - ・地場の食材を安価に収穫、加工・調理、提供する体制の構築(第6次産業の展開)
  - ・高齢者や障害者との協働により生きがい、喜びの創出
- ③移住/定住促進WT：短期・長期、熟年層・若年層等
  - ・重点戦略①資料参照

### 現状・課題

- ・ビジネスをつなぐ人を大切にしない、育てない
- ・企業、組織間での連携、情報共有が下手
- ・ブランド力、発信力の弱さ
- ・様々な事を市を巻き込んでリードする企業が少ない
- ・産業界間の交流、認識不足(連携が取れていない)
- ・地場産の活用が乏しい
- ・新たな業種、地方出身者の受け込みにくさ
- ・恵まれた条件を上手に生かしてPR、利用するのが下手

### その他

- ・旭川の工場で生産した商材を積極的に海外へ輸出(空港エリアに食品工場・倉庫を建設)
- ・国際便を活かしたインバウンドで観光等を通じた人の往来が盛んになり、地域経済が活性化
- ・過去事業をデータベース化、事後分析により今後役に立てる情報ソース作りを行う
- ・旭川にいる各分野の人材マップの整理(一次、二次、三次産業)

### 発展イメージ

- ・市域、道北の他業種ネットワーク化を図り、人材、業務内容、地域資源等の共有化を図る
- ・フットワークの軽い発想集団として組織の法人化、ブランド化等