

地域振興推進費事業計画・自己評価書 (実績)

提出区分	実績	整理番号	13	課題区分	C	令和8年4月30日
横断的な課題	収益性の高い農業・国際競争力の高い観光業の振興 雪国の暮らしを支える生活基盤の維持と確保					北信地域振興局
地域重点政策	北信州の自然を活かした、収益性の高い農業・国際競争力の高い観光業の振興 雪国の暮らしを支えるライフライン、地域医療など生活基盤の維持と確保					
実施機関	北信地域振興局		担当課	所属	企画振興課	
事業名	雪室利活用プロジェクト事業		電話	0269-23-0201		
			E-mail	hokuchi-kikaku@pref.nagano.lg.jp		
事業の概要	目的 (目指す姿)	雪を地域の特色として捉え、農業、商工業、観光、環境等、分野を限定しない雪の利活用を進める検討と研究を行い、雪のイメージアップ及び産業振興を図る。 また、雪室を効果的に活用することで、商業・農業の高付加価値化を図る。				
	現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> 雪の利活用について、観光資源としては、イベント(雪まつり、かまくら祭り等)等で活用が進んでいる。 一方、事業者等が、雪をスキー場、冬期のイベント以外で活用する機運は高くない。 雪の利活用についての関心を高める手段として、雪室や雪中貯蔵による農作物の高付加価値化は、全国的な成功事例もあり産業振興の大きな可能性を秘めている。 管内でも雪室貯蔵品(日本酒、そば等)の販売事例はあるが、取り組みは一部事業者に限定されている。 R5・6年度には、意見交換を目的に「雪室利活用プロジェクト会議」を開催し、事業者や市町村の感じている課題や意識を確認した。 雪室の認知度が低く、事業者が商売として踏み込みにくいことが課題。 				
概要	内容 (変更後の内容)	<p>雪室の有効利用を促すために、まずは雪室の認知度向上を図るため、以下の3事業を実施。なお、事業の実施に当たっては、雪室を所有する飯山市と山ノ内町、雪室を活用している飯山商工会議所の3者と連携・協力する。</p> <p>(1) 銀座NAGANOでの雪室商品テストマーケティング 都市部在住の長野県に興味がある方をターゲットとし、雪室について知ってもらい興味を持ってもらうことを目的に、北信管内の雪室商品のテストマーケティングを実施。 ○実施日: 11/6~8 ○実施場所: 銀座NAGANO 1F テストマーケティングのPRチラシは、長野美術専門学校と協力して作成。 また、ラジオ番組(文化放送「峰竜太とみんなの信州」)も利用し、雪室のPRとテストマーケティングの告知を行う。</p> <p>(2) 管内道の駅での雪室商品販売 長野県を訪れた観光客や地元住民をターゲットとして、雪室について知ってもらい興味を持ってもらうために、道の駅での雪室商品PR事業の打合せを実施。道の駅内の飲食店での雪室牛肉提供について課題の洗い出し、R8年度ゴールデンウイーク期間の雪室蕎麦販売の計画を行った。</p> <p>(3) 東京ギフトショーへの出展協力 管内の雪室商品を全国から参加する事業者へPRし、新たな雪室事業の展開を探る機会とするため、飯山商工会議所が東京ギフトショーへの出展に参加協力し、雪室のプロモーションを行う。 ○実施日: 2/5 ○会場: 東京ビックサイト</p>				
	事業期間	令和7年5月 ~ 令和8年3月				
事業費等	(単位:円)					
	事業を構成する細事業名等	実施内容	計画(実績)額	備考		
	雪室商品のテストマーケティング	雪室認知度向上のための雪室商品のテストマーケティングを銀座NAGANOで実施する。(11/6~8)	85,490	イベントチラシ作成謝金等19,000円、旅費59,410円(交通費(長野⇄東京)、宿泊費(1泊 2名分)、ラジオ番組キャンペーンプレゼント代4,440円、送料2,640円)		
	東京ギフトショーへの出展協力	雪室商品のプロモーション等のためのギフトショー出展協力参加(2/4~6)	62,680	旅費33,420円(交通費 2名分)、ポケットティッシュ作成費29,260円		
	合計		148,170			
指標及び達成状況	成果指標		目標値	成果	達成状況	
	雪室商品のテストマーケティング来場者数		100人以上	200人	● 達成	
					○ 一部達成	
					○ 未達成	
事業実績・成果	<ul style="list-style-type: none"> 銀座NAGANOや東京ギフトショー等のイベントで雪室や雪室商品のPRをおこなったことで、首都圏での認知度・関心度向上に寄与した。 長野美術専門学校と連携したことで、学生の視点を取り入れた情報発信に繋がった。 各種イベントを通じて、約750人程度に雪室の魅力を伝えた。(テストマーケティング:約200人、東京ギフトショー:約50人、商工観光課イベント:約500人) 雪室PR事業について8社の報道機関に取り上げられ、認知度向上につなげた。(テレビ3社、新聞4社、ラジオ1社) 					
今後の方向性	雪室商品に対する需要と供給する事業者の意欲を高めるため、引き続き関係市町村や団体、長野美術専門学校等と協力し、認知度向上に向けて取り組む。					