

地域振興推進費事業計画・自己評価書 (実績)

令和7年4月28日

提出区分	実績	整理番号	13	課題区分	C
横断的な課題	雪国の暮らしを支える生活基盤の維持と確保				
地域重点政策	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				北信地域振興局
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"> <li>・昨年度、情報・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。</li> <li>・観光面での雪の利活用は、イベント（雪まつり、かまくら祭り等）等で進んでいる。</li> <li>・事業者や地域住民の、雪をスキー場や冬期のイベント以外で活用する機運は高くない。</li> <li>・雪の利活用についての関心を高めるためには、真夏の雪イベントなどエコ（自然エネルギー事業）からのアピールがわかりやすい。</li> <li>・中でも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が、管内ではほとんど取り組みが進んでいない</li> <li>・雪室貯蔵による効果、適した貯蔵方法等の正しい知識が地域に不足しており、有用性を感じる者が少なく活用が進まない。</li> <li>・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る。</li> </ul>			
概要	内容 (変更後の内容)	<p>(1) 雪室の利活用に関する会議の実施 雪室の活用について情報共有・意見交換・取組方針の検討等を行い、北信地域での雪室活用の気運を醸成した。7月18日の会議には事業者や市町村担当者、局内関係者計13名が参加し、先進事例の紹介や雪室商品の情報共有を中心に行い、今後の取組について意見交換を行った。会議で出た意見をもとに、現状把握と具体的な取組内容の検討する会議を、市町村担当者と飯山商工会議所、有力な事業者とともに計4回実施（11/8, 19, 1/21, 3/11）。雪室商品の認知度向上に向けて、銀座NAGANOを利用したテストマーケティングを実施することが決まった。</p> <p>(2) 雪室の先進事例視察（新潟市、南魚沼等） 雪室の特徴を活かした商品化やブランディング、雪室貯蔵による効果のデータ、事業者と行政の関係性等を学ぶ現地視察を実施する。視察先：越後雪室屋（新潟市）、吉兆楽（南魚沼市） 視察日：5/13, 14 「雪の市民会議（7/26 神奈川県海老名市）」に参加し、雪室活用の第一人者による講演やトークセッションを聞くことにより、優良事例や新規事業等の情報収集を行う。</p> <p>(3) 雪室の魅力発信（データ・情報収集） 雪室への関心を高め、積極的に関わる者を増やすため、雪室のメリットやデメリット、具体的な効果、適した農産物や貯蔵方法等の既存データを大学等の論文から収集し、会議等を通じて事業者に共有した。</p>			
	事業期間	令和6年5月 ~ 令和7年3月			
事業費	(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	
	雪室の利活用に関する会議の実施	雪室活用について、事業者・市町村担当者・県担当者との意見交換・情報交換を行う。	3,916	コピー使用料3,916円	
	雪室の先進事例視察	雪室利活用の先進事例を持つ越後雪室屋（新潟市）と（株）吉兆楽（南魚沼市）を視察する。雪の市民会議（神奈川県海老名市）に参加する。	61,778	旅費49,214円（①新潟視察宿泊費7,737円×2人、駐車代1,100円） 雪の市民会議 長野→厚木8,160×2（往復）×2人、 公用車燃料費5,144円（合庁→新潟市→南魚沼市→合庁）、 ETC 7,420円	
	合計		65,694		
指標及び達成状況	成果指標		目標値	成果	達成状況
	雪室利活用に関する会議の満足度（5点満点）4点以上の割合		6割以上	66%	● 達成
					○ 一部達成
					○ 未達成
事業実績・成果	<p>&lt;会議&gt; ・先行事例の取組内容や雪室についての基礎データ(大学等の研究論文から整理)を共有できた。 ・事業者によって雪室事業への温度差があることが分かった。また、そのことが共有できた。 ・既存の雪室商品(ブランド)を活用し、まずは雪室の認知度を地域内外に広めていくことが必要だという結論に至った。 ・認知度が上がり「雪室商品が売れる」ということが分かれば、地域の事業者が本格的に雪室事業に取り組むということが分かった。市町村や商工会議所と連携し、まずは認知度の向上のための取組を行うことで合意ができた。</p> <p>&lt;先行事例視察&gt; ・先行事例を視察し、これまでの経過と現在、今後の展望を知ることができた。 ・実際の様子を見て話を聞き、事業者へも情報を提供することで、ビジョンの共有が図りやすくなった。 ・雪室の有効な活用方法を知ることができ、北信での活用方法の参考になった。</p>				
今後の方向性	事業者が雪室事業に本格的に取り組めるように、雪室商品の認知度向上のための、テストマーケティングやPR活動を行う。				