

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	北信エリア 地元産酒類のツーリズム資源化推進事業
事業主体 (連絡先)	北信エリア 地元産酒類のツーリズム資源化推進実行委員会 (TEL:026-227-2162 株JTB長野支店内)
事業区分	産業振興・雇用拡大に関する事業 その他地域の特色、個性を活かした産業振興・雇用拡大に資する事業
事業タイプ	ソフト
総事業費	5,600,000円 (うち支援金: 4,406,000円)

事業内容

①2021年北ながの酒蔵オープンデイ実施

「北ながの酒蔵大集合」

リアルタイムで酒蔵と視聴者をつなぐ、YouTube live 形式でオンラインイベントを実施した。全14蔵の杜氏や代表者を招き、各蔵自慢の酒を持ち寄り、「日本酒×〇〇」を紹介する内容で約3時間の番組を配信。昨年引き続き、東海オンエアのゆめまる氏と新山千春氏の2名が司会進行役として出演。番組で気になったお酒はECサイト「NAGANO マルシェ」から購入することができる仕組みとなっている。



【YouTube live 映像より】

【目標・ねらい】

- ①酒蔵の観光資源化
- ②豊富な酒銘柄の周知
- ③観光客による地域経済活性化
- ④地域の酒蔵の存続

事業効果

今回のイベント準備にあたって、各酒蔵には日本酒と合わせて紹介したいものを何でも考えて紹介してほしいと依頼したところ、想像を超えて酒蔵の様々な背景や個性を紹介することができた。(例: 信濃町の美しい田園から作られる酒米の紹介や、アニメソングを聞かせて醸した日本酒など) 当日のチャットコメントは大いに盛り上がり、「新たな長野の魅力を知った」という反応も多く成功裏に配信を終了することができた。

・再生回数

10,968回 (2022年3月18日時点)

・NAGANO マルシェ販売実績

18点 62,900円

※自己評価【 B 】

【理由】

昨年に引き続き酒蔵と目的・課題を共有しつつ、北信エリアの酒蔵と日本酒の魅力発信を行うことができ、反応も得ることが出来た。

今後の取り組み

本事業は新型コロナウイルスの影響でオンラインイベントを実施しているが、本来はリアルイベントでの交流と広告PRを組み合わせることで、観光客誘致や地域経済の活性化、さらに新たな日本酒ファンを獲得し、プラスの効果を最大化することが望ましいと考えている。新しい生活に合わせた酒蔵ツーリズムを検討し世の中に発信するために、これまでの事業での制作物を活用しながら来年度以降も活動していきたいと考えている。

※ 自己評価欄は、地域活性化に及ぼす事業効果について、以下から選択のこと。

「A」: 予定を上回る効果が得られた 「B」: 予定していた効果が得られた

「C」: 一定の事業効果はあったが事業実施方法や今後の活用等について、工夫や改善を要する点がある

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	鬼土間 (oni-doma) プロジェクト
事業主体 (連絡先)	鬼無里地区住民自治協議会 長野市鬼無里日影 2750-1
事業区分	(6) 産業振興、雇用拡大に関する事業 (オ その他) (8) その他地域の元気を生み出す地域づくりに資する事業
事業タイプ	ソフト
総事業費	1,515,306 円 (うち支援金 : 1,212,000 円)

事業内容

鬼無里地区住民自治協議会では、長野県神城断層地震の被害で使われなくなった鬼無里中学校旧特別教室棟の検討結果を踏まえ、移住定住を見据えた関係人口創出のため「鬼土間プロジェクト」により、学校施設の試行的な活用を実施している。

ワークスペースの設置運営、鬼無里にゆかりのあるテーマで、地区内外の方々が語りあう「きなさでお茶講」の開催、若い世代との持続的な関係構築に向けた市内高等教育機関(大学)との連携、地区内の認知度を上げるため「おすそわけ食堂」の開催を通して、持続可能な運営体制などの検討・検証を行う。



【活動の様子】

【目標・ねらい】

- ① ワークスペースの試行活用
- ② きなさでお茶講により、鬼無里に関心がある人と繋がる。
- ③ 高等教育機関(大学)と連携して、地域課題の解決に取り組む。
- ④ 交流人口・関係人口の創出、拡大

※自己評価 【 A 】

【理由】

コロナ禍で若干の内容変更はあったものの、イベント、施設の利活用の検証も概ね事業計画どおりに進めることができた。

事業効果

※地域活性化のための目標・ねらいに対してどのような効果があったか、項目毎に記載すること。

- ① コワーキングスペースは、コロナ禍の影響もあり利用は低調であったが、利用者から自然環境に満足したと意見があった。サテライトオフィスは、通年、(株)イーエムアイ・ラボが利用した。
- ② サイエンスカフェ形式により、鬼無里のソトの人とナカの人が対等な関係で交流した。参加者の満足度は高く、また訪れたいと意見があった。
- ③ 伝統・文化、暮らしの継承、里山の環境保全などの地域課題のリサーチをした。継続的に大学生が地域に関わる素地ができた。
- ④ 地区内外の延べ 829 人が鬼土間を利用してもらい、交流人口と関係人口の創出、拡大につながった。

今後の取り組み

※今後、事業効果をどうつなげていくか記載すること。

鬼土間プロジェクトは、今後も鬼無里中学校旧特別教室棟を活用して移住定住を見据えた、交流人口・関係人口の創出、拡大に取り組み、地域活性化を目指していく。

鬼無里の自然、教育、文化、里山暮らし、仕事などについて、関心や興味を持っている人が訪れるように、特色あるイベント開催や高等教育機関との連携を通して、鬼無里の外(ソト)と中(ナカ)をつなげる場づくりに今後も取り組んでいく。

※ 自己評価欄は、地域活性化に及ぼす事業効果について、以下から選択のこと

「A」: 予定を上回る効果が得られた 「B」: 予定していた効果が得られた

「C」: 一定の事業効果はあったが事業実施方法や今後の活用等について、工夫や改善を要する点がある

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	須坂を再発見！須坂産フルーツスイーツ発信事業
事業主体 (連絡先)	須坂市観光協会 026-215-2225
事業区分	産業振興、雇用拡大に関する事業
事業タイプ	ソフト
総事業費	3,741,800円 (うち支援金：2,649,000円)

事業内容

- ・果樹園とスイーツ店を「フルーツスイーツ」という新しい視点で冊子や SNS で紹介し、市内外から誘客し、果樹園やスイーツ店、観光スポットを巡り果物やスイーツの美味しさと観光を体感してもらう。
- ・「スタンプラリー」を実施。周遊や滞留時間を延ばし、地域活性化して商業や観光振興を図ります。
- ・果物狩り、大福作り・パフェ作りのような体験を通じ、この地域資源のフルーツをブランディング。
- ・須坂市産の果物やフルーツスイーツをPR・販売。新しいファンを増やして地域活性化に繋がります。
- ・「すぎ菓子ガチャ」設置。須坂市の菓子(スイーツ)、フルーツスイーツスタンプラリーを話題性でPR。



【 フルーツサンド作り体験 】

【目標・ねらい】

- ① 須坂フルーツやスイーツのブランド化の相乗効果
- ② 小売店舗等の収益増が図れるとともに、まちの賑わい創出
- ③ 農園と市街地商店と連携することにより、市街地等の店舗に周遊・滞在につなげる

※自己評価【A】

【理由】

須坂の強みであるスイーツとフルーツをスタンプラリーや各種イベントで店舗及び農園のPR、売上を創出できました。

事業効果

- ・スタンプラリー参加人員：870名(3店舗完成) 2,610店舗に来店 約800名(1~2店舗) 1,000店舗に来店(推計) 計1670名参加 計3,610店舗に来店(推計)
 - ・果物狩り(各観光農園) 約10,000人
 - ・大福作り体験 36名、パフェ作り体験 10名
フルーツサンド作り体験 26名
 - ・小布施ハイウェイオアシス(10/22~24) 約700人
 - ・「すぎ菓子ガチャ」…計1,313個
- コロナ渦でも各企画に大勢の人にご参加いただき、須坂市のフルーツとスイーツの振興を図れた。

今後の取り組み

※今後、事業効果をどうつなげていくか記載すること。

- ・来年度も須坂の強みであるフルーツ(シャインマスカット、クイーンルージュ等)を利用して新しいスイーツ開発をして須坂のフルーツ&スイーツを開発していきます。
- ・スタンプラリー、ガチャ、各種体験を通じて、市街地等の店舗に周遊・滞在につなげ、小売店舗等の収益増が図り、まちの賑わい創出していきます。
- ・須坂グリーンツーリズムと連携し、フルーツ収穫祭やフルーツピザ作り体験を実施して、農園との連携を強めて果物の振興に繋がります。

※ 自己評価欄は、地域活性化に及ぼす事業効果について、以下から選択のこと。

「A」：予定を上回る効果が得られた 「B」：予定していた効果が得られた

「C」：一定の事業効果はあったが事業実施方法や今後の活用等について、工夫や改善を要する点がある

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	須高地域サイクルツーリズム受入整備事業
事業主体 (連絡先)	須高地域広域観光協議会 026-215-2225 (須坂市観光協会)
事業区分	産業振興、雇用拡大に関する事業
事業タイプ	ソフト
総事業費	1,711,500 円 (うち支援金: 1,326,000 円)

事業内容

- ※ホームページ・SNSの機能強化
須高地域の自転車ならではの風景(隠れた地域資源)の
写真素材の撮影し、HP・SNS等で情報発信しました。
- ※予約システムの機能追加
ネット予約で機会損失を防止、予約のオペレーショ
ンコストの削減、予約の管理及び顧客管理の簡略化。
- ※サイクリングデジタルナビ(携行用マップ)の導入・
自転車ならではのルート制作 10台購入
- ※デジタルナビモニターツアーの実施
- ※地域住民向け e-Bike 体験試乗会の実施
- ※地域住民・事業者等を対象としたモニターツアー、
ワークショップの実施。

事業効果

※地域活性化のための目標・ねらいに対してどのような効果があったか、項目毎に記載すること。

- ・レンタサイクルで、e-BIKEの利用を促進することにより、観光客や地域住民の利便性を図りました。
(観光施設の点在、高低差に対する不満解消)
- ・試乗会(10/30・31)百々川緑地 60名体験
電動アシスト付自転車の快適性等を体感して頂く。
- ・サイクルコース作りとモニターツアーモニターツアー
を実施し、地元食材と地域住民との交流を図った。
- ※味噌蔵見学と地元野菜のピザ作り体験
- ※フルーツ街道でリンゴ狩りと須坂温泉・須坂味噌ラ
ーメン

今後の取り組み

※今後、事業効果をどうつなげていくか記載すること。

- ・須坂市を長野市内や湯田中温泉、野沢温泉等を中心とする北信エリア宿泊のお客様にとっての「e-bikeで楽しい立寄遊びスポット」として、HP・SNSを利用し観光誘客。
- ・北信地区内の主要宿泊エリア(須坂市から1時間圏内)の宿泊事業者との連携を高める施策をとる(台数の追加、乗り捨てなどの利用者の利便性の向上)
- ・以上のことを念頭においた e-bike 商品作りを行い、21年度事業で構築したシステムの活用を深める。・市内の観光資源を活用した商品作りを行う(フルーツ、スイーツ、発酵文化等)
- ・サイクリングガイドの養成し、受入体制の充実を図る。

※自己評価欄は、地域活性化に及ぼす事業効果について、以下から選択のこと。

「A」: 予定を上回る効果が得られた 「B」: 予定していた効果が得られた

「C」: 一定の事業効果はあったが事業実施方法や今後の活用等について、工夫や改善を要する点がある



【e-Bike 体験試乗会】

【目標・ねらい】

- ① ホームページ・予約の機能強化
- ② デジタルナビの導入
- ③ e-Bike 体験試乗会の実施
- ④ モニターツアーの実施

※自己評価【A】

【理由】

須高地域の「果物」「郷土食」「広域に点在する観光施設・素材」を e-bike を通じて、素材発掘、体験試乗会、モニターツアー等を実施して「地域の特徴を生かした広域観光」の推進ができました

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	モノづくりのまち坂城魅力発信事業
事業主体 (連絡先)	公益財団法人さかきテクノセンター 埴科郡坂城町大字南条4861-35
事業区分	主となる部分(6) オ その他 地域の特色、個性を活かした産業振興、雇用拡大に資する事業
事業タイプ	ソフト
総事業費	7,497,855 円 (うち支援金: 5,028,000 円)

事業内容

高度な技術力が集積した「モノづくりのまち坂城」の魅力情報を発信し、地域産業の発展、地域の活性化に繋げ、持続可能なまちづくりの実現を目的とした事業。さかきモノづくり展(10月)、WEB企業説明会(9月)夏休み親子体験教室(7月)を事業の3つの柱として、連携開催することで総合的な事業効果を図った。

特にコロナ禍での企業活動を支援するため、オンライン開催に注力し、事業目的の達成に取り組んだ。

《参加者数》 開催期間中のみのカウント数

- ・さかきモノづくり展(イベント) 2,190人
- ・WEB企業説明会(就活・リクルート) 11社 373人
- ・夏休み親子体験教室(人材育成) ゲームで体感SDGs 40人

事業効果

※事業実施目的(地域活性化)に対してどのような効果があったか、項目毎

- ①コロナ禍によりブース展示(リアル)開催は制限したが、13の多彩なプログラムをZoom、You-tubeのWEBやUCVの放送でのオンライン開催し2,000人以上の視聴により坂城町企業の認知度の向上が図られた。
- ②坂城町企業が持つ高度な技術力とゼロカーボン、SDGsの取り組みや優れた就業環境を広く町内外の企業関係者、学生及び地域住民に情報発信するとともに、産学連携による専門的見地からの企業関係者への技術支援に加えて、中学生や高校生などが事業参画することで、モノづくりの魅力を浸透させ人材育成の機会となった。
- ③WEB企業説明会、親子体験教室を連携して開催することで、総合的な地域産業の発展、地域の活性化に繋がり貢献する事業となった。

今後の取り組み

モノづくり展・WEB企業説明会、参加企業動画をアーカイブ化し、ホームページでの継続した情報発信を行う。モノづくり展で発出した「環境にやさしいモノづくりメッセージ」の共通ビジョンのもと坂城町企業及び関係機関が連携し、2050年ゼロカーボン、2030年SDGsの実現に向けて取り組みを進める。さかきモノづくり展は坂城町の工業発展を牽引するイベントとして、時代のすう勢を捉えたテーマを掲げ、3年後の2024年に開催する。

※ 自己評価欄は、地域活性化に及ぼす事業効果について、以下から選択のこと。

「A」: 予定を上回る効果が得られた 「B」: 予定していた効果が得られた

「C」: 一定の事業効果はあったが事業実施方法や今後の活用等について、工夫や改善を要する点がある



【さかきモノづくり展の様子】

【目標・ねらい】

- ① 高度な技術力と「環境にやさしいモノづくりのまち坂城」の魅力の情報発信
- ② オンライン開催によるアフターコロナを見据えた企業活動デジタル化推進
- ③ モノづくりの楽しさ大切さを伝える次代を担う人材育成、WEBを活用したUIJターンの促進

※自己評価【A】

【理由】

リアル開催はできなかったが、WEB等を活用し多様な媒体によるオンラインでの情報発信を行った。学生が積極的に事業に関わり次代のモノづくりへの技術伝承、人材育成の機会となった。町全体でゼロカーボン、SDGs達成に向けたビジョン共有の取り組みとなった。