

(様式第2号)

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	5	課題区分	C
横断的な課題	「佐久の産業は粒ぞろい」未来につなげる産業づくり				
地域重点政策	「佐久の産業は粒ぞろい」未来につなげる産業づくり				佐久地域振興局
実施機関	佐久地域振興局		担当課	所属	佐久農業農村支援センター
事業名	生食プルーンの美味しさを佐久地域から発信！			電話	0267-63-3145
				E-mail	saku-nogvo@pref.nagano.lg.jp
事業の概要	目的 (目指す姿)	・佐久ならではの身近な季節の果樹として地元消費(菓子などの加工品含め)が定着し活発となるよう、プルーンを味わうメニューが組み込まれたツアーやイベント等の企画・実施により、佐久地域果樹の魅力発信に寄与する。 ・需要に応える高品質なプルーンの栽培が盛んに行われ、特に県オリジナル品種の「オータムキュート」が県内の最大産地となるよう、生産振興に努める。			
	現状と課題	・佐久地域は生食プルーン生産発祥の地として、県と生産者が協同し、完熟収穫に必須である雨よけ栽培技術を確立する等「佐久特産くだもの」としてプルーンを産地化した歴史がある。 ・佐久地域内で昔からなじみのある果物である一方、支援センターで毎年実施しているプルーンの消費宣伝会では、若い人のプルーンの認知度・関心の向上が課題である。若い人の消費につながっていくよう、令和5年度作成のリーフレットの活用や新たな発信方法を考えていく必要がある。 ・一部市場関係者から生食プルーンの認知度が低いという指摘があることから、市場調査及び生産振興に加え認知度向上戦略が必要。 ・令和6年度のプルーン活用したケーキを楽しむスタンプラリーの実施に向け、参加するパティスリーを令和5年に募集し、応募したパティスリーが試作品を製作した。また佐久地域のプルーンの魅力伝えるリーフレットも作成した。佐久地域のプルーンの魅力発信や認知度向上をはかるため、リーフレットも活用しながら一般消費者にもPRできる効果的なスタンプラリー企画を実施することが課題。			
	内容 (変更後の内容)	生食プルーンの認知度向上と魅力発信に向け次の内容を実施。 ①佐久地域内のパティスリー等が参加するプルーンを活用したメニューを楽しんでもらうスタンプラリー形式イベントを開催 (イベント構想) ・9月下旬から10月上旬に、佐久地域のケーキ店5店舗で開催した。 ・佐久地域在住者がプルーンの魅力を見直し、地域外の方がプルーンの美味しさに気づき、また多くの方にケーキ店へ足を運んでもらえるような企画を実施する。事業者は公募型プロポーザル方式で選定した。 ・スタンプラリー達成者50名を目標とした。 ・スタンプラリーイベント用のリーフレットを増刷。またケーキ店が利用するプルーンの一部を提供。 ・アンケートによる効果測定の実施 ②プルーンリーフレットの増刷 市場関係者への配布のほか、市町村や道の駅、プルーン関連イベント等で一般消費者へ配布することによりプルーンの認知度向上に努めた。			
	事業期間	令和6年4月		～	令和7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	実績額	備考	
	①プルーン「オータムキュート」スイーツフェアの開催	佐久地域内のパティスリー等が参加するプルーンを活用したメニューを楽しんでもらうスタンプラリー形式イベントを開催	1,149,588		
	②プルーンPRアイテムの作成	リーフレットの増刷	99,000		
合計			1,248,588		
指標及び達成状況	成果指標		目標値	成果	達成状況
	①スタンプラリー達成者		50人	79人	● 達成
	①アンケートにおけるイベント満足度調査		回答者の6割が「満足」回答	91% ※大満足・満足合計	○ 一部達成
	②消費宣伝会におけるプルーンへの関心調査		回答者の5割が「プルーンへの理解深まった」回答	99%	○ 未達成

事業実績・成果	<p>①令和6年9月28日(土)～令和6年10月14日(月)、「オータムキュート」を使ったスイーツスタンプラリーを開催。スタンプラリー達成者は79人、そのうち抽選で当選した50人に特典を送付。同イベントにおいて実施した参加者アンケートの結果から、佐久市以外にも小諸市、上田市、東御市など東信地域の参加者が多かったことから、地元消費の定着に貢献したと考えられる。また、「オータムキュート」を知っていたかという質問に対して、68%の参加者が「知っていた」と回答しているが、「今回初めて知った」と回答した参加者が28%に上るため、今後はこの28%を減少させることが課題。</p> <p>②生産者、直売所等が使用する、リーフレットを1,000部増刷した。増刷したリーフレットは、支援センターで毎年実施しているブルーの消費宣伝会において、ブルーに関するクイズとともに配布した。同時に、参加者に対してリーフレットを見てブルーの理解が深まったかについてアンケートを実施したところ、99%の参加者から深まったと回答が得られた。引き続き佐久のブルーをPRする媒体の一つとして活用していく。</p>
今後の方向性	佐久地域のブルーの認知度を向上させるべく、スタンプラリーイベントの規模の拡大、掲示物やSNSを活用したPRなど、生食用ブルーの認知度向上と生産の拡大に取り組む。