

平成30年度 地域振興推進費事業実績等一覧

佐久地域振興局

施策の柱	No	事業名	主な担当課・所	実績額	評価	成果目標	事業実績	事業の成果
さくっと「ずく出す」プロジェクト	1	さくっと「ずく出す」プロジェクト ～健康増進機器開発企業等と連携した「ロコモ」予防の普及～	佐久保健福祉事務所 商工観光課	469,612	期待どおり	○運動支援ボランティアの増加(68人→100人)、 ○運動支援ボランティアを活用する市町村の増加(3市町村→増加)	○5/28 さくっと「ずく出す」ネットワーク会議の開催 ○7/9、11/19「ずく出すサポーター」フォローアップ講座の開催(参加者(延べ)116人) ○7/31、8/23、9/13、10/10「ずく出すサポーター」養成講座(参加者(延べ)185人) ○3/13 さくっとずく出すフォーラムの開催(参加者79人)	○今年度のずく出すサポーター養成講座を43人が修了し、昨年度の修了者68人とあわせて111人のサポーターを養成することができた。 ○また、運動支援ボランティアを活用する市町村も4市町村となり、修了者を中心とした運動支援ボランティアのグループも複数設立され、地域の運動支援活動が広まっている。
	2	さくっと「ずく出す」プロジェクト ～働き盛りのための運動セミナー～	東信教育事務所	285,635	期待どおり	○講師派遣企業数 10社以上 <参考> 県民の成人週1回以上のスポーツ実施率(県平均)H28年度 49.3%(前年比+4.2%)	○企業等におけるスポーツ指導者養成講座を開催 ・第1回 6/13 参加者12団体、22人 ・第2回 10/17 参加者8団体、13人 ○企業等が開催するセミナーへの講師派遣 ・7団体、計14回(延べ14団体)、参加者423人 ○運動用具の貸出 15回 ○文化財ウォーキングマップ作成(8月)	○中部電力(株)佐久営業所で、昼休みを利用した「親睦ミニ運動会」と食育講座を行ったところ、健康講座に時間を割けない企業にお勧めのモデルを構築できた。(H31以降に普及) ○東信森林管理署と臼田町商工会青年部では、職場や集団組織の一体感が高まり、自身の健康を守る方法を身に付けるという意識を組織として醸成することにつながった。 ○南相木村では、公民館と連携して、ポールウォーキング講座を開催した。市町村との情報交換を活発に行い、運動セミナーを広く周知していくきっかけができた。
	3	市街地におけるウォーキングトレイル(散策路)や千曲川河畔ウォーキングコース等の整備	佐久建設事務所	793,800	期待どおり	基本構想の策定、H31以降の整備方針決定	○7/31ウォーキングコースの活用促進、情報発信について関係機関による検討会議を開催 ○整備及びPR方法検討業務委託の中で、管内市町村にある既存ウォーキングコースのコースマップを作成	○検討会議を行い、管内各市町村に事業内容についての説明・今後の予定を説明し、情報の共有及び連携を図った。 ○基本構想策定業務を通じて基本構想を策定し、H31以降の整備方針を決定した。
佐久「地消地産」プロジェクト	4	地域農産物小ロット流通モデル事業(「魅力満載!夢と未来ある佐久農業」PR動画作成事業)	農政課	799,999	期待どおり	管内の宿泊施設・教育現場等50か所にDVDを配布し、地元食材の価値や魅力に対する理解を深める。	○佐久地域の野菜・花きの生産過程及び食材等としての魅力を動画化しDVDを作製 ○軽井沢旅館組合を通じて軽井沢町内のホテル・旅館等(120施設)へのDVDの配布・活用について依頼 ○東信教育事務所を通じて管内小中学校(53校)へのDVDの配付・活用について依頼	○地元農産物の利用促進を図るためのツールとしてDVDを作製し、管内の宿泊施設・教育現場等において活用してもらうことにより、宿泊施設関係者や県内外の旅行者、佐久地域の小中学校の生徒等に対して、地元食材の価値や魅力を理解していただくための取組を推進した。
	5	上田・佐久北部地域食料自給圏消費実態調査	農政課 (上田地域振興局と連携実施)	250,000	期待どおり	○地域内循環の仕組みが構築され、地元農産物の利用が拡大する。(地元産に置き変わる) ○経済効果の試算により、農産物を地元で生産・加工・販売・消費する機運が高まる。	○大豆では、生産者・加工メーカー・スーパーの実態調査を実施 ○野菜関係では、軽井沢のホテル・旅館に対し、4品目の需要実態等を調査 ○12/21 中間検討会を開催 ○3/6 大豆に関する産地交流会を開催し、長野大学へ講演を依頼 ○3/11 県主催の検討会で報告を予定	○大豆を地域内循環する取り組みについて、経済効果試算ができたことで、地域貢献への見える化が図られた。 ○地域内循環のモデルとして、生産+加工+流通+消費の連携を進めるためのツールとして活用可能となった。
	6	日本酒産地SAKU情報発信事業	商工観光課	706,275	期待どおり	○銀座NAGANOにおけるトークライブイベントの集客率(来場数÷定員数)80%以上 ○新たに地元産品を利用する事業所数 2社	○5/25 銀座NAGANOでSAKU13のPRイベントを開催(参加者56人、うちマスメディア3社3人、集客率83.3%) ○11/9 外国語版佐久地域日本酒PRパンフレット(英語及び中国語)を試験作成 ○12/25 外国語版佐久地域日本酒PRパンフレットを、軽井沢駅構内観光案内所等、管内33箇所に試験設置し、消費量調査を実施 ○2/12 軽井沢旅館組合関係者を対象とした酒蔵はしご見学バスツアーを実施(参加者18人)	○ 外国語版佐久地域日本酒PRパンフレットを、236部(配布期間:1か月間)配布することができたことから、外国における日本酒の新たな市場を開拓できる可能性がある。 ○県外からの観光客が多い軽井沢の宿泊施設関係者が、佐久地域の日本酒を知り、平均4.8者が利用しようと思っていることから、県外消費者への消費拡大の可能性がある。

施策の柱	No	事業名	主な担当課・所	実績額	評価	成果目標	事業実績	事業の成果
佐久「地消地産」プロジェクト	7	さくさく野菜たべようキャンペーン	佐久保健福祉事務所	979,273	期待どおり	<p>○野菜摂取及び減塩の必要性を理解し、行動ができる人の増加</p> <ul style="list-style-type: none"> ・塩分チェックシートの総合点の減少(H29年度 男性14.6点 女性12.5点) ・塩分チェックシートの判定結果「塩分多め」+「かなり多め」の者の減少(H29年度 男性59.4% 女性37.2%) ・塩分チェックシート実施数 2,000人 ・野菜摂取量増加普及啓発用リーフレットの配布(佐久地域の小学生を持つ全家庭へ配布) <p>○キャンペーン協力店舗数の増加(H29年度 3つの星レストラン登録店舗 13、農産物直売所(通年営業) 11か所)</p> <p>○3つの星レストラン登録店の増加(H29年度 13店舗)</p>	<p>○さくさく野菜食べようキャンペーンの実施(普及啓発用ポスター、チラシ、野菜チェックシート等の作成・活用。3つの星レストラン(15店舗)、農産物直売所(11か所)、スーパー(9店舗)との連携。)</p> <p>○塩分チェックシートの実施 1,170人</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総合点の減少(男性14.5点 女性12.1点) ・判定結果「塩分多め」と「かなり多め」の者の減少(男性 59.3% 女性 33.5%) <p>○3つの星レストランの増加(13店舗⇒15店舗)、健康づくり応援券の増加(3店舗⇒4店舗)</p> <p>○3/6 佐久地域食育推進フォーラムの開催(参加者72人)</p>	<p>○野菜摂取の目標量、1日350g以上についてポスターやチラシ、広告などの媒体を活用し、地域に広く普及・啓発することができた。</p> <p>○また、地域の食育関係者をはじめ、3つの星レストラン登録店や農産物直売所、スーパーと協力し、キャンペーンを展開することができた。</p> <p>○塩分チェックシートの実施数は目標を下回ったものの、総合点の平均及び判定結果「塩分多め」と「かなり多め」の者の割合は、昨年度に比べ減少したため、概ね目標を達成することができた。</p>
いいざら佐久カラマツ活用プロジェクト	8	いいざら佐久カラマツ推進事業	林務課	594,710	期待どおり	<p>○イベントの参加、出展2回、森林フォーラムの開催1回</p> <p>○検討会・学習会の開催 3回</p> <p>○県民の佐久カラマツの認知度向上及び利用拡大を図る。(H30目標 主伐面積90ヘクタール)</p>	<p>○10/6 環境フェアin佐久においてカラマツ材等のPRを実施、11/23・24 東京スカイツリーにおいて上田地域振興局と連携しカラマツ等認証材のPRを実施</p> <p>○市町村担当者、財産区・区の役員、森林所有者、設計士や木材加工業者等を対象に検討会・学習会の開催(3回)</p> <p>○カラマツ家具、カラマツ小物製品等を購入し、合同庁舎内、イベント等でカラマツ製品のPRを実施</p> <p>○2/11 森林フォーラムIN佐久を開催、講演会によりカラマツ林業の推進、カラマツ製品のPRを実施</p>	<p>○カラマツ材製品のPRをし、利用拡大の契機とすることができた。</p> <p>○主伐及び再造林の推進に取り組み 資源の平準化を進めることができた。(主伐面積 99.7ヘクタール)</p>
星空・宇宙を学び、楽しむプロジェクト	9	佐久地域広域観光推進事業	商工観光課	818,838	期待どおり	佐久地域への観光客の前年以上の増加を図る(平成29年 15,402千人)	<p>○QRコード入り広域観光情報発信カードを4種類12,000枚作成し、軽井沢町内の商業施設等に配置した。</p> <p>○信州アフターDCのオープニング、クロージングに併せ、軽井沢駅で市町村と連携したイベントを実施し、PRを行った。(7/1、9/30)</p> <p>○東信州中山道関係者に向けて、魅力向上・情報発信のためのセミナーを開催。(1/24 参加者36人)</p> <p>○白駒の池・苔の森へのシャトルバス運行情報等を記載した案内チラシを9,000部作成・配布して周知を図った。</p> <p>○星空観賞会を4回開催(一般対象3回、地元小中学生対象1回)し、合計132人が参加。</p> <p>○「長野県は宇宙県」スタンプラリー2018に景品を提供し、宇宙や星空を活かした観光誘客を促進した。</p>	<p>○信州アフターDC等により、平成30年の軽井沢町をはじめ佐久地域への観光客は15,886.8千人(速報値、前年比3.1%増)となった。</p> <p>○広域観光情報発信カードは、当初の予定より短期間で配布ができたことから増刷を行い、軽井沢町へ訪れた多くの観光客に対する周遊観光のPRに繋がった。</p> <p>○星空観賞会に132人に参加いただき、佐久地域の星空の魅力を学び、観光地域づくりに取り組む機運が醸成された。</p>
高い晴天率を活かした青空の下で楽しむプロジェクト	10	ポールを使ったウォーキングによる健康長寿をめざすヘルスツーリズムの仕組みづくり	商工観光課	664,200	期待どおり	モニターを募集してポールを使ったウォーキングによる効果測定を実施しエビデンスを取得する。	<p>○ポールを使ったウォーキングによる健康増進効果について、ポールdeアクティブウォーキング技術研究会に調査を委託。</p> <p>○平成30年8月から被験者53名を対象にモニター調査を開始、10月22日、平成31年1月22日に被験者を集めて、効果の測定を実施した。</p> <p>○1月22日の効果測定までの結果を分析し、6か月(半期分)の健康影響評価の中間報告としてまとめた。</p>	<p>○健康影響評価では、「体の痛み」・「活力」など一部の健康に関する指標に改善が見られ、ポールを使ったウォーキングを活用したヘルスツーリズムの効果が期待できることがわかってきた。</p>
	11	小海線沿線や幹線道路周辺のビューポイントの発掘とその魅力発信、視点場の整備	佐久建設事務所	793,800	期待どおり	基本構想の策定、H31以降の整備方針決定	<p>○7/31 ビューポイントの活用促進、情報発信に関して関係機関による検討会議を開催</p> <p>○整備及びPR方法検討業務委託の中で、管内市町村にある既存のビューポイントの案内図を作成</p>	<p>○検討会議を行い、管内市町村及びJR、しなの鉄道に事業内容についての説明・今後の予定を説明し、情報の共有及び連携を図った。</p> <p>○基本構想策定業務を通じて基本構想を策定し、H31以降の整備方針を決定した。</p>

施策の柱	No	事業名	主な担当課・所	実績額	評価	成果目標	事業実績	事業の成果
佐久地域の移住スタイルの探求	12	佐久地域の移住スタイルの分析・類型化と情報発信	企画振興課	1,685,246	期待以上	セミナーやツアー参加者のアンケート満足度80%以上	<p>①11/4 銀座NAGANOにおいて信州「佐久地域」移住・教育セミナーを開催 ・参加者:10組計19名 ・参加者満足度:9割 ・参加市町村等:4市町村・2団体(佐久市、佐久穂町、北相木村、御代田町、(一財)佐久穂町イェナプランスクール設立準備財団、(一財)軽井沢風越学園設立準備財団)</p> <p>②2/9～2/10 移住体験ツアーを開催 ・参加者:5組10名 ・参加者満足度:10割 ・訪問市町 (1日目)立科町⇒小諸市(2日目)小諸市⇒御代田町</p> <p>③移住専門誌(TURNS)の誌面やWebで佐久地域のライフスタイルを発信</p>	<p>①セミナーの開催を通して、子育て世代を中心とした首都圏で移住を希望している方達に、佐久地域の魅力を知ってもらうことができた。</p> <p>②ツアーの開催を通して、移住後の生活をより具体的に描いてもらったことで、佐久地域への移住の心理的ハードルを下げることに寄与した。</p> <p>③移住専門誌への記事掲載を通して、佐久地域での魅力的な暮らしをより多くの方達に知ってもらうことができた。</p> <p>①～③いずれも、今後の移住者やつながり人口の増加に寄与したと考えられる。</p>
	13	高校生等を対象とした地域理解促進事業	企画振興課	597,461	期待どおり	本事業に対する管内高等学校による必要な取組としての評価 8割以上	<p>○高校生から募集したデザインにより「しあわせ信州創造プラン2.0佐久地域計画PR用クリアファイル」を作製(当初16,000部、追加7,500部、計23,500部)し、12月下旬から1月上旬にかけて管内の高等学校・中学校等に配付した。(全生徒分として約13,000部を配布)</p> <p>○佐久管内の高校生、中学生及びそのご家庭に、しあわせ信州創造プラン2.0佐久地域計画を認知してもらうための良い機会(ツール)となった。</p>	○管内高等学校へのクリアファイルの配布に際して、高校生等の地域理解の促進に資する、など多くの高等学校から必要な取組である旨の評価を受けた。
固有の資源としての活用	14	浅間山周遊登山魅力発信事業	商工観光課	1,171,174	期待どおり	県外の登山客及びマスメディアを通じて県内外の登山客に情報発信することで、浅間山登山客の前年以上の増加を図る(平成29年約2.9万人)	<p>○5/25 銀座NAGANOで浅間山周遊登山の魅力を発信するPRイベントを開催(参加者23人(うちマスメディア4社5人))</p> <p>○9/8・9 県外在住者を対象に浅間山周遊登山モニターツアーを実施(参加者16人)</p> <p>○9/7 信州産直市(JR大宮駅)、9/20・21 首都圏観光・物産PRキャンペーン(日本橋イベントスペース)で浅間山ガイドブックを配布(計500部)</p> <p>○8/31、10/22にヤマケイオンラインで浅間山のPR記事掲載、9/27～28に来シーズンに向けた取材を実施</p> <p>○情報交換会において関係者と今年度及び来年度の取組についての情報を共有</p>	<p>○首都圏の登山愛好家を対象に浅間山周遊登山の魅力について周知することができた。</p> <p>○浅間山周遊登山の魅力や周遊バスの利便性についてアンケートを実施し、「浅間山の魅力が倍になった」など高評価を得た。</p> <p>○浅間山噴火警戒レベルが引き下げられ、前掛山山頂まで登頂することができるようになったことから、機会をとらえて周知することができた。</p> <p>○平成30年の浅間山登山客数は前年を上回る41,700人(速報値)となった。</p>

【予算額】 10,700,000 【実績額計】 10,610,023 【執行残額】 89,977