

令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	佐久七十二候 ～Saku's 72 fragments～
事業主体 (連絡先)	D39 0267-67-5564
事業区分	(6) 産業振興、雇用拡大 (ア 特色ある観光地づくり)
事業タイプ	ソフト
総事業費	4,815,804 円 (うち支援金 : 3,852,000 円)

事業内容

地域の魅力を再発見し、効果的に情報を発信するツールとして、佐久地域が誇る「美しい空」「暮らし」「風景」を七十二候で表現した写真書籍を製作。

- 発行部数：1,000部 ●ページ数：224頁
 - 写真点数：96点 ●サイズ：255mm×295mm
- 書籍の刊行に合わせて「佐久七十二候」展示会を開催し、皆様にご覧いただいた。

- 期間：令和3年2月28日(日)～3月14日(日)
- 会場：元麻布ギャラリー佐久平 ●来場者数：360名



【展示会の様子】

事業効果

- ① 今後の聖火リレー参加者やホストタウン事業など、オリンピックに関連する国際交流事業等に活用ができるツールが準備できた。自信を持って、市外・県外・国外の皆さんにご覧いただき、プレゼントできる。
- ② 展示会や書籍配布において、学校の授業での活用や、俳句の会等での活用、国際交流や移住交流での活用など、今後の書籍活用に有効な感想があり、活動の広がりが期待される。
- ③ 地域の皆さんが地域の魅力を再認識できるツールとして、長年使用できる、質の高い書籍を発行できた。展示会でも佐久の魅力を再発見できたという感想があった。
- ④ 佐久の風景や暮らしを伝えるツールとして図書館等に配布できた。

【目標・ねらい】

- ① 国内外に佐久の魅力発信
- ② 移住定住等の活動でのPR
- ③ 佐久の魅力を再認識
- ④ 地域の風景を保存し伝える

※自己評価【B】

【理由】
多くの方に関わっていただいたお陰で、魅力的な書籍を刊行できた。一方で、コロナ禍の影響もあり、予定していた活動に結び付いていない点もあり、今後結び付けたい。

今後の取り組み

コロナ禍の影響で、国際交流事業等における活用のための配布ができなかったが、今後のオリンピックや新型コロナウイルスの影響の様子を見ながら、自治体等と連携して効果的に書籍を配布・活用したい。

また、学校や団体での活用を検討して下さる感想も聞かれたことから、地域の魅力を認識していただく機会の提供を検討したい。

機会があれば、さらに掲載内容をブラッシュアップし、継続して地域の魅力を伝える媒体として、制作を継続していきたい。

令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	魅力あふれる天空の小海線を世界へ！小海線 PR 事業
事業主体 (連絡先)	小海線沿線地域活性化協議会 (佐久穂町役場 産業振興課 商工観光係 TEL: 0267-86-1553)
事業区分	(6) ア 特色ある観光地づくり (1)地域協働の推進に関する事業
事業タイプ	ソフト
総事業費	3,819,721 円 (うち支援金: 3,005,000 円)

事業内容

1.小海線からひとあしのぼして！小海線沿線地域映像化事業

【実施時期】

令和2年6月17日～令和3年2月16日

【内容】

本協議会で運営する Web サイトへ沿線地域の様子や各施設の見所を視覚的にわかりやすく伝えるため、小海線応援大使である関根梓さんにリポーターをお願いし、1 コースを 5 分程度で紹介する動画を 3 コース撮影し映像にまとめた。

2.海外向けプロモーション事業

【実施時期】

令和2年6月17日～令和3年2月16日

【内容】

小海線沿線に近い軽井沢には訪日外国人観光客が多く訪れていることから、軽井沢へ最も多く訪れる台湾からの観光客をメインに据え、言語を繁体字とその他欧米諸国の観光客への対応もできるように英語の記事を作成し、日本語も含めて計 3 言語の紹介記事を作成し情報発信した。



【小海線沿線地域の映像化】



【小海線沿線地域の映像化】



【海外向けプロモーション】

事業効果

1.小海線からひとあしのぼして！小海線沿線地域映像化事業

今回の事業により、これまで本協議会では整備できていなかった沿線地域の施設等の様子を映像化することができたことにより、視覚的にイメージを捉えやすくなった。また、英語の字幕を映像に加えたため外国人にも伝わりやすく、インバウンドへも対応することができた。

2.海外向けプロモーション事業

現在サイトへのアクセス数については、公開してすぐの現状であり数値に伸びは見えないが、今後多くの方に魅力を伝える環境が整えられたことはPR効果に繋がり大きな成果だといえる。

【目標・ねらい】

- 1.小海線の認知度向上
- 2.国内外に向けた魅力の発信
- 3.沿線地域の観光誘客
- 4.インバウンド対策の推進

※自己評価【 B 】

【理由】

新型コロナウイルスの影響により計画していた期間を延長することとなってしまった。

しかし、計画していた事業は全て完了し、小海線沿線地域の魅力が詰まった成果品が完成し、今後のインバウンド対策に繋がる環境を整備できた。

今後の取り組み

今年度の事業において、Web サイトへ小海線沿線地域の情報を国内外へ発信する体制を整えることができた。

来年度以降は、完成した小海線沿線地域の映像作品をできる限り各イベントなどでブースを設置し、PC やプロジェクターなどを利用して参加者へ小海線沿線地域の魅力を紹介し鑑賞していただく。

令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	KOMORO AGRI SHIFTプロジェクト
事業主体 (連絡先)	小諸市 (小諸市相生町 3-3-3 電話 0267-22-1700 担当：農林課 野崎)
事業区分	(6) イ 農業の振興と農山村づくり
事業タイプ	ソフト
総事業費	3,961,430 円 (うち支援金：2,971,000 円)

事業内容

- (1) 「土壌の健康診断 (土壌の生物性分析)」を100 検体実施。
- (2) KOMORO AGRI CAFÉ に専門家を招聘し、エビデンスに基づいた“小諸の土”産商品の販売戦略を検討した。
- (3) “小諸の土”産商品の EC サイトでの販売
“小諸の土”産商品を首都圏のバイヤーを通じて、EC サイトでの販売を行った。



【AGRI CAFÉの様子】

事業効果

- ① 土壌の健康診断実施者の増加
目標 100 検体
実績 100 検体
- ② “小諸の土”産商品の販売体制構築・EC サイトでの販売
H31 なし
R02 あり
- ③ 小諸基準 目標 策定
実績 策定まで至らず。

【目標・ねらい】

- ① 土壌の健康診断実施者の増加。
- ② “小諸の土”産商品のオンライン販売
- ③ 小諸基準の策定

※自己評価【C】

【理由】

プロジェクト立ち上げから、延べ300 か所以上の土壌分析を行った。

「土壌の健康診断」の実施により、広い範囲の農家が自分の圃場の健康状況を知り、今後の取組みに生かせることになった。また、EC サイトへの出品により、農産物の魅力を発信できた。しかし、コロナ禍では農家との意見交換が不十分と判断し、当初計画していた小諸基準の策定までに至らなかった。

今後の取り組み

今年度の取組みで構築した“小諸の土”産商品の流通体制と、これまでの土壌分析で積み上げてきたエビデンスを用いた商品のストーリー性を活かし、さらに多くの消費者に届けられるように取り組む。

また、コロナ禍で叶わなかった小諸基準の策定に向け、引き続き農家や関係機関との意見交換、調整を行っていききたい。

令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	「小諸の米」ブランド化事業
事業主体 (連絡先)	小諸市 小諸市相生町 3-3-3 農林課 0267-22-1700
事業区分	(6) イ 農業の振興と農山村づくり
事業タイプ	ソフト
総事業費	1,620,628 円 (うち支援金 : 1,296,000 円)

事業内容

- ①令和4年「第24回米・食味分析鑑定コンクール：国際大会 in 小諸」への協力体制を構築するために、大会実行委員会を組織化した。
- ②「令和2年米づくり学校・小諸」と題し、米づくりの勉強会を3回開催した。
- ③地域の機運の醸成のために以下の事業を実施した。
 - (1) 小諸市米飯官能鑑定士養成講座の開催
 - (2) 「第1回お米コンクールこもろ&第2回 JA 佐久浅間一番うまい米コンテスト」の開催
 - (3) 第22回米・食味分析鑑定コンクール：国際大会 in 富士山の小諸市からの出品 (米)



【お米コンクール】

【目標・ねらい】

- ①事業実施に向けた協力体制の構築
- ②小諸市及び地域の水稻生産者のスキルアップ
- ③ブランド化に向けた地域の機運の醸成

事業効果

- ①大会実行委員会 (以下構成)
小諸市、佐久浅間農業協同組合、小諸市農業委員会、小諸商工会議所、(一社) こもろ観光局、長野県佐久農業農村支援センター、小諸米スターズクラブ、小諸市農業青年クラブ
- ②登録者：43名。延べ85名が講義を受講。
- ③ (1) 養成講座：46名を鑑定士に認定
 (2) お米コンクール：生産者や農業関係者約200人を参集。佐久地域のお米のブランド化に貢献。
 (3) 国際大会出品：【目標】令和2年度45件 (令和元年度32件) 【実績】50件 (対目標比11%)

※自己評価【B】

【理由】
事業をきっかけに関係機関との協力体制が構築できたことと、地域の水稻生産者の機運醸成が図れたことが大きな成果である。

今後の取り組み

年度当初に関係団体の協力体制を組織化し、事業に取り組んだことで、着実に地域の水稻生産者のスキルアップと国際大会に向けての機運が醸成されつつあります。この気運を途切れさせることなく令和3年度も事業を継承し、裾野の拡大を目指したい。

令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	佐久穂町ブルーンのブランド化による地域活性化事業
事業主体 (連絡先)	佐久穂町 産業振興課 農政係
事業区分	(6) 産業振興、雇用拡大 (イ 農業の振興と農山村づくり)
事業タイプ	ソフト
総事業費	837,650円 (うち支援金: 670,000円)

事業内容

ブルーン (特にオータムキュート) のブランド化に向けて、品質基準づくり、独自のブランド名やデザインの検討、PR活動として販促イベントを開催した。

- ・プレミアムブルーンの品質基準づくりとして、新たに酸度測定が行えるようにした。
- ・独自のブランド名と販売用の化粧箱・ポスター等のデザイン案を、農家、JA、県、新宿高野等と協議しながら検討、作成を行った。
- ・一般的にはあまり知られていない、ブルーンの生食のおいしさ、プレミアムオータムキュートのおいしさを知ってもらうための販促イベントを、東京の新宿高野、銀座 NAGANO で開催した。122パック (3個入) 販売。

事業効果

- ①一般的には乾燥ブルーンの認知度が高いと思われる中で、販促イベントを継続して実施することにより、10月のイベントを楽しみにしているなどリピーターも増え、生食のブルーンのおいしさが徐々に広がりつつある。
- ②プレミアムオータムキュートに対する市場等 (新宿高野、仲卸業者) での評価は高く、通常1個あたり100円のところ令和2年度は1個当たり170円の出荷価格で取引されている。
- ③プレミアムオータムキュートの出荷農家はまだ3農家のみであること、令和2年度は新型コロナウイルスの影響により、イベントの開催方法等の見直しを行ったため、出荷量はほぼ前年度なみとなっており、栽培面積、生産者は前年度と同じである。ただし、市場等での評価は高いため、生産者が増えることにより、出荷量の増加が期待される。

今後の取り組み

より多くの方にプレミアムオータムキュートのおいしさを知ってもらうために、独自のブランド名や販売用化粧箱、ポスター等を活用しながら、新たな販路拡大に向けて効果的なPR活動を進めていく。

PR活動を行いながらブランド化を進めるため、プレミアムオータムキュートの生産者を増やしたり、栽培技術の向上に向けた勉強会を行いながら、関係者同士の情報共有を深め、意識の向上を図る。

町内一般住民の方や飲食店の方にプレミアムオータムキュートのおいしさを知ってもらうだけでなく、参画できる仕組みを検討する必要がある。

(活動写真)

【剪定勉強会の様子】

【目標・ねらい】

- ①生食のブルーンのおいしさを多くの方に知ってもらう
- ②オータムキュートの出荷価格の向上
- ③出荷量・栽培面積・生産者の増加

※自己評価【B】

【理由】

- ・新宿高野での小売販売量は前年度より7%増、出荷価格は通常より70%(目標より13%)高く取引されている。
- ・出荷量、栽培面積、生産者はほぼ前年度なみであるが、出荷量の増加の余地はある。

(別記様式第12号) (第3の8関係)

【新宿高野・銀座 NAGANO 販促イベントの様子】



令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	くっかけ食とまなびの街プロジェクト
事業主体 (連絡先)	軽井沢町商工会中軽井沢支部 〒389-0112 長野県北佐久郡軽井沢町中軽井沢4-1
事業区分	(6) -エ 商業の振興 (1) 教育及び文化の振興に関する事業
事業タイプ	ソフト
総事業費	1,069,330 円 (うち支援金 : 855,000 円)

事業内容

軽井沢町中軽井沢地区のまちづくりを推進するため、地域と住民をより知るための事業。コロナ禍でのまちづくり事業の推進を挑戦する事業になった。具体的には、以下のことを行った。

1. 中軽飯沢まちづくりアンケート 回収 56 部
2. くっかけヒストリア (オンライン郷土史講演会) 13 名
3. オンライン中軽井沢まちづくりワークショップ 2 回
15 名、13 名
4. 上記内容の報告書作成 400 冊作成

期間は令和2年10月10日～令和3年2月10日

事業効果

- ①くっかけヒストリアで郷土史を考えることができた。地域への誇りに結びついた。
- ②住民アンケート調査で住民の地域への思いとニーズを把握できた。
- ③中軽井沢まちづくりワークショップで、ワールドカフェ方式のワークショップでは多くの意見の収集ができた。参加者の意識が高まった。
- ④アンケートを除きオンラインで実施したが、オンラインによるコミュニケーションを実現できた。
- ⑤上記内容を報告書冊子で残すことができた。

今後の取り組み

今後は、この事業をさらに人数、アンケート回収数をさらに拡大して実行したい。オンラインでの実施は特に高齢者はリテラシーの問題でハードルが高かったが、この水準をあげることも事業の重要な役割だと思っている。当会は経済団体でもあるので、オンラインコミュニケーションは大変効率のよいコミュニケーション手段であり、アフターコロナでもその普及を拡大することは事業者の生産性をあげることに繋がるため、推進していきたい。また、コミュニティのコミュニケーション手段としてより活用できるようにしていきたい。



【ワークショップ会議の様子】

【目標・ねらい】

- ① 地域の歴史を知る
- ② 住民意識の調査
- ③ まちづくりを語り合う場の創出
- ④ コロナ下でのまちづくり事業を考える

※自己評価【B】

【理由】

- ・参加者数が目的を下回った。
- ・まちづくりの住民意識やニーズを把握できたことは有意義であった。
- ・コロナ禍でもまちづくり事業が推進できた。

令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	学生による地域課題解決事業「タテシナソン」
事業主体 (連絡先)	立科町企画課 (電話：0267-88-8403)
事業区分	(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	1,094,225 円 (うち支援金：875,000 円)

事業内容

地域経済の活性化を図るため、町内事業者が抱える経営的課題を、若者のアイデアを活用して事業化を図るための学生アイデアソン企画「タテシナソン-立科町をヤバくする学生アイデアソン。リアルガチの28時間-」を開催する予定としていた。

しかし、新型コロナウイルス感染症の拡大により、現地に全国や地元から若者が集まることは難しく、オンラインでの開催を検討したが、本事業の目的が達成できない可能性が高かったため、本年度の開催を中止した。

イベント自体は中止としたが、次年度以降もこれまでの成果を活かして事業継続を行っていくための取組みとして、これまでのタテシナソンの開催が、地域や住民にどのような効果や影響があったのかを関わってきた人たちにインタビューを実施し、ウェブページの改修と併せて発信することとした。

事業効果

[タテシナソン公式ウェブページ](#)に掲載されている内容が雑多であったことから、改修して整理されたことで、本事業の目的や成果へアクセスしやすくなった。そのことで、閲覧ユーザー数が前年比 175%、セッション継続時間が前年比 187%となった。

また、地域住民ガイドや課題提案事業者へのインタビュー記事では、タテシナソンが地域に与えている好影響について多角的に言及されている。これらの取組みが外部団体からの表彰（地方創生アワード最優秀賞）にも結び付いており、今後も事業を継続していく。

今後の取り組み

- 継続開催による町経済の底上げ
→R3年度は町一般財源を活用して実施予定。
- タテシナソン後のアイデアの事業化伴走型支援
→タテシナソン後に数多くのアイデアがブラッシュアップされて事業化に結び付くよう、事業者を継続的に支援する取組みを実施。
- タテシナソン民（参加学生）との長期に及ぶ関係の構築
→アイデアの事業化に向けたプロセスに学生が参加できる場を構築する。

【参加者集合写真】



【目標・ねらい】

- ①町事業者の課題を解決するアイデアを生み、実現を目指すことで町経済の底上げを図る。
- ②町と意欲ある学生・社会人達との関係を構築する

※自己評価 【B】

【理由】

当初予定していた学生アイデアソンイベントの実施が叶わなかったことが大変残念であった。

そのような状況において、次年度以降への取組みとしてこれまでの成果を取りまとめ、わかりやすい形で発信をしていく取組みができた。これまでの取組みや外部団体からの表彰により、タテシナソンの意義・魅力が地域で認知されてきており、今後の事業の発展に大きな期待ができる状況が用意できたため。

令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	ワーケーションや開発合宿による新しい働き方誘致事業
事業主体 (連絡先)	立科町企画課 (電話：0267-88-8403)
事業区分	(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	3,080,000 円 (うち支援金：2,310,000 円)

事業内容

当町の白樺高原エリアを中心に、数多くある宿泊施設を活かしたワーケーションや開発合宿の誘致に取組み、当町と企業の関係性を構築してサテライトオフィス等の誘致を狙い、町内に雇用を創出して今後の産業育成につなげることを目的とする。

取組内容として、ウェブページの掲載内容を見直し、住民や地域おこし協力隊と協力したコンテンツを掲載した。また、モニター企業を募集してプロモーション用動画を作成した。併せて、現地観光協会にコーディネート機能を依頼し、利用希望者からの問い合わせに対する調整や、関心の高い宿泊施設に個別訪問を行い、ワーケーションや開発合宿に対する地域の理解を深めた。

事業効果

ウェブページ「[立科 Work Trip](#)」の窓口を介して当町でワーケーションを行った企業は 12 社だった。観光協会が行ったキャンペーンと併せると、220 組 714 名が当エリアでワーケーションや開発合宿を行っており、地域活性化に対して一定の効果があつたと思われる。受入側の宿泊施設も 9 施設となった。

また、企業と住民との交流機会（グループディスカッション等）も複数回実現したことや、立科町テレワーク事業の住民ワーカーがウェブサイトへの取材記事執筆や情報発信を担ったことで、地域住民の活躍の場を創出することにもつながった。

今後の取り組み

今年度の実施で得た知見を活かして、主に以下のことについて取り組んでいく予定である。

○旅行エージェントや法人向け営業の開始

企業訪問や旅行商品の商談会に出展し、旅行エージェントとのコネクションを構築して、当地での開催とリピーター確保を狙う。また、営業のための資料作成も併せて行う。

○現地コーディネート機能の充実

これまでの開催実績から、問い合わせに対して適切なプランを提案するコーディネート機能は、ワーケーションの開催誘致を行うエリアにとっては最重要事項であることが確認できたため、一元的な窓口によるコーディネート機能の充実を図る。



【開発合宿にきた企業】

【目標・ねらい】

- ①ワーケーションの開催誘致
- ②観光業を中心とした産業振興
- ③企業との関係性構築
- ④町内雇用の創出

※自己評価 【 B 】

【理由】
今年度、急速に拡大したワーケーションの開催ニーズに対して、県内外に当エリアの取組みを周知することに成功した。しかし、実施実績はまだ少数であり、課題が確認できたことから自己評価をBとした。

令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	若者のUIJターン地元企業就職の促進事業
事業主体 (連絡先)	佐久商工会議所 (長野県佐久市中込 2976-4 TEL0267-62-2520)
事業区分	(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 (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	2,916,100 円 (うち支援金 : 2,112,000 円)

事業内容

進学を契機に若者の多くが県外に流出し、県内生産年齢人口は減少、企業では人材不足が深刻化しており、継続が困難な事業所も出始めている。そこで、コロナウィルス感染拡大により地方移住の流れもあり、高校生に地元企業を広く認知してもらうことで、将来UIJターンによる就職促進を目的に以下の事業を実施した。

- ・企業紹介ガイドブック「わーくらいふ佐久」制作
配布先：長野県名古屋事務所／長野県大阪事務所
／高校1～3年生／金融機関／銀座
NAGANO／佐久商工会議所 等計 5,000 部
- ・企業紹介サイト(スマホ対応)制作

事業効果

高校の進路指導の先生から「職業について学習する時間があり参考にさせていただきます」、地元企業からは「冊子の配布後に、高校生の子を持つ親から就職相談の連絡が数件ありました」と反響があった。また、県の出先機関やHPでの発信により若者に限らないUIJターンによる地方就職・移住の増加も期待される。

- ・以下の新聞に掲載されたことにより、東信教育事務所や佐久職業安定協会、一般市民から冊子を欲しい問合せが多数あり、当所でも全て配布をする事ができた。
- ・信濃毎日新聞 (R3.1.13(水)) 掲載 別紙のとおり
- ・佐久市民新聞 (R3.1.22(金)) 掲載 別紙のとおり

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。

今後は、現在掲載されている42社に加え、新たに掲載を希望する企業を募集、また現掲載企業の内容など、HPの情報を随時追加修正し、佐久地域での就職および佐久地方への移住希望者に対し、常に最新の企業情報や就職情報を提供できるようにする。

また、佐久職業安定協会やハローワーク、いきいきワーク佐久など職業紹介・職業派遣などの企業・団体とも連携し首都圏他への情報発信に務めることで効果を更に発現していく。

来年度以降は、求職者と採用企業のマッチングのシステムの実装を検討していくことで、更なる利便性の向上・サイトへのアクセス数を伸ばしていく。



【冊子の企業ページ】

【目標・ねらい】

- ①若年層の地元企業就職
- ②UIJ ターン促進
- ③地方移住促進
- ④地元企業の PR

※自己評価【B】

【理由】

首都圏への PR が長野県名古屋事務所、長野県大阪事務所、銀座 NAGANO 及び HP のみのため UIJ ターンによる就業促進の効果が限定的になってしまったため。

令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	わが町の文化芸術と資源で被災地を復興する元気づくり支援プロジェクト
事業主体 (連絡先)	佐久穂町 (南佐久郡佐久穂町大字海瀬 2570 0267-86-2041)
事業区分	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	ソフト事業
総事業費	3,098,773 円 (うち支援金 : 2,263,000 円)

事業内容

- 被災地に元気を届けるコンサート事業 (被災者支援事業)
町の文化芸術の3本柱であるスタインベルクピアノを用いたコンサートを開催した。
- 町の特産物による花展災害復興支援事業 (特産品復興支援事業)
花展「佐久穂恋華めぐり 2020」の開催
町の文化財である奥村土牛記念美術館を利用し、文化芸術の振興と特産品であるカーネーション、アルストロメリアや白樺を用いた花展を開催することにより、町内外の来場者に佐久穂の復興と活力、産業振興をPRすることができた。
- 歴史文化を後世に伝承する事業
書棚の移転
過去の災害等について記載された古い文書を収蔵、保管するための書棚を文化財保管施設 (旧八千穂中学校) に移転した。
講演会「戊の満水、その時佐久穂では」の開催
寛保2年に起きた大洪水「戊の満水」について最新の研究成果から、地域の災害の歴史について知り、その教訓を後世に語り継ぐ大切さを学ぶ機会を設けた。

事業効果

- 被災地に元気を届けるコンサート事業 : 参加者 285 名
- 町の特産物による花展災害復興支援事業 : 来館者 630 名
- 歴史文化を後世に伝承する事業 : 講演会参加者 203 名
「文化財収蔵館友の会」参加者 50 名

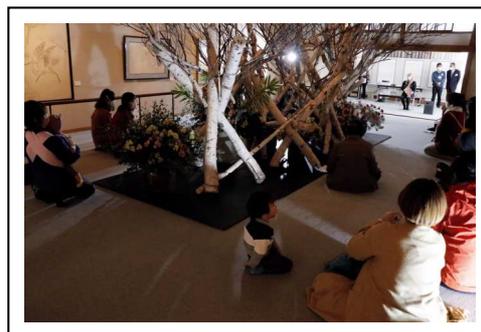
今後の取り組み

歴史文化を後世に伝承する事業では、過去の災害と台風災害を関連させた講座を開催し、町内外から約 200 人の参加があった。町の歴史や災害に関する講座を定期的に開催し、住民が地域の歴史について考える機会を設ける。
小学生を対象とした花育事業を今後も継続することで、子供たちの郷土への愛着を育てていく。また、特産の花弁を用いることで、町内外に佐久穂町の復興と特産品を発信し続けていく。

※ 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



【佐久穂恋花めぐり 2020 開催写真】

【目標・ねらい】

- 復興支援コンサートの観客動員
- 災害に関する講演会での参加者動員

※自己評価 【A】

町の災害に関する講演会では想定以上の地域住民に参加していただき、多くの方が過去の災害や歴史について考える機会となった。

令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	未来を拓く地域づくり推進事業
事業主体 (連絡先)	佐久広域連合 (佐久市取出町 183 佐久広域連合事務局庶務課企画係 電話 0267-62-7721)
事業区分	(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	5,277,800円 (うち支援金: 3,643,000円)

事業内容

①フォトコンテスト事業

佐久地域ふるさとフォトコンテストを実施

過去から現在に至るまでの佐久地域内の出来事・風景・人々の暮らしを写真やデータで募集し、時代ごとの多様な表情や変化を、多世代にわたって共有することを目的とし実施しました。

- ・応募作品数 1,001点 63点入賞
- ・表彰式開催: 10月25日 イオンモール佐久平



公募した審査員の皆さん

②講演会・パネルディスカッション事業

地域の価値を再発見し、地域づくりにできることを過去から学び、構想の事業化を実現させた田澤さんと、未来の担い手である地元高校生と一緒に佐久地域のこれからについて考えました。

- ・シンポジウム開催: 11月28日 佐久平交流センター
- 約130名参加



シンポジウムの出演者の皆さん

③未来へのメッセージ事業

10年後の自分や地域に向けてメッセージを送るイベントを開催。将来への期待や夢を考えることを目的に実施しました。

- ・タイムカプセル郵便: 佐久地域の小学4年生 1409名



手紙を参観日で発表している様子

事業効果

①審査員を公募し、高校生や住民の方に参加してもらうことで、普段は見ることの出来ない多くの作品も見てもらい、地域の魅力を再発見してもらうことができました。SNSでの宣伝を活用したことにより、地域外からの応募も多く、例年の2倍の応募が集まりました。

②パネラーに高校生3名をお願いしたことで、活気のあるシンポジウムになりました。実業家と佐久広域連合長と一緒に議論し協働的な取り組みとなりました。新型コロナウイルス感染症拡大防止のため人数制限となりましたが、佐久地域内のケーブルテレビでも放送し参加者以外の方にも発信できました。

③市町村教育委員会や学校を通じて、10年後に二十歳を迎える小学4年生に参加してもらいました。授業や参観日で取り扱った学校もあり、将来を考える良い機会になりました。

今後の取り組み

フォトコンテスト事業の入賞作品はオープンデータとして、市町村、関係団体等が二次利用できるようにして、住民の利便性向上や地域の活性化を図ります。タイムカプセル郵便は10年後の佐久広域連合の事業につなげていきます。

【目標・ねらい】

佐久地域を見つめ直し、地域にある価値を再発見するとともに、世代を超えてそれらを共有し、地域づくりの為に出来ることを考え、未来の担い手を育成することを目的としました。

※自己評価【A】

【理由】作品応募数2倍、小学4年生希望参加者1409名(全体の7割)と想定を上回る実績でした。全ての事業に住民の方や未来の担い手となる学生が関わり、活気のある事業となりました。