

### 平成25年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	信州上田地域発 地産地消と食の連携の推進及び 地元農産物、加工品のブランド化と発信
事業主体 (連絡先)	信州上田奏龍の会 (代表 柿蔭洋一 電話 090-4664-8491)
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	3,188,936円 (うち支援金: 2,332,000円)

#### 事業内容

① 信州上田奏龍(なきりゅう) イベント開催  
 <ラーメン、スイーツ>を中心としたイベントの  
 更なる定着化、ブランド化により、一層の地産地消  
 と飲食店レベルの向上、名物として確立させ、  
 信州上田への集客力UPを目指す。  
 また新しい飲食店との次なる連携を模索する。

② 事業の首都圏発信と認知度のベースアップ



【奏龍のPR】

※1 自己評価 (事業実施率) 【 A 】

#### 【目標・ねらい】

- 奏龍イベント集客 前年比20%増
- 奏龍味噌 販売実績 前年比20%増
- 農産物 等級1等級 up、出荷量 up
- 飲食店数増加による普及効果、知名度 up

#### 事業効果

① ラーメン店は3回目となり、クオリティを精査した為、昨年度より店舗数が減らしたが、目玉であるスイーツ店は9店から15店と大きく伸ばした。これにより、知名度も格段に上がり、上田市を上げてのイベントたる規模に成長することができた。菓子店専用の奏龍みそに関しては対前年150%、集客も概ね20%程 up を感じられた。

② 首都圏発信に関しては商店街等でのPRの他、池袋サンシャイン、東京ドーム等の大型イベント参加を達成し、当初の予定を上回るPRが出来た。地元での知名度 up に関しては折込チラシの他、信濃毎日新聞での記事、「3時ららら」で特番を放送して頂いた等、メディア等にもうまく乗れ、200%以上の手ごたえがあった。

※2 自己評価 (事業効果) 【 A 】

#### 今後の取り組み

H25の反省とH26年改善の詳細は別紙A-1,2に添付するが、信州上田を地産地消、食の面から盛り上げるという大枠を維持し、その実現のためにイベント、PR活動を推進する。

- 軌道に乗せられたイベントの更なる発信、魅力 up を行なうと共に、ブランド力強化に繋がる新規イベントの立ち上げ。首都圏、地元への更なる知名度向上を図る。
- 今後も広く仲間を募集し、ジャンルに捉われる事なく、地産地消、食を中心とした地域を元気にする様々な可能性を考え、発信していく。

## 信州上田奏龍の会

### 平成25年度事業の反省と平成26年度事業への発展について

#### ◆周知の拡大について

- ・おかげさまで上田地域での認知度はかなり上がっている。マスコミ、メディアの取材も頂けるようになり、参加件数増加により、特集も組んで頂ける所まで来た。一方で、まだ存在を初めて聞いた、等という意見も頂戴している。

⇒更なる周知徹底を目指す。地域では知らない人がいないレベルを目指す。

⇒当ブランド力の根源であるクオリティーの維持に努め、市民の記憶に残り、満足度の高い物の提供を継続していく。

#### ◆ラーメン、スイーツイベントについて

- ・3回目を迎えたラーメンイベント、2回目を迎えたスイーツイベント共に年々知名度は上がり、お客様の周遊もかなり実感できた。
- ・スタンプラリーに際し折り込みチラシを活用したことで、チラシとしての効果は絶大だったが、スタンプ台としては持ち歩きにくい等の意見を頂いた。
- ・今回は景品をTシャツのみに絞ったが1 今年のどんぶりと T シャツ 2 本立ての方がお客様からの反応が良かった。
- ・特にどんぶりを集めたい熱烈的なラーメン愛好家が地元にも多数いることが分かった。
- ・ラーメンイベントしかスタンプラリーが無い。スイーツにはスタンプラリー的な物がないかと消費者からの声を頂き、スイーツ店も興味を示している。

⇒スタンプラリーをラーメンとスイーツの合同で行う

⇒スタンプラリー用にポイントカードを作成し活用する

⇒ラーメンは T シャツに加えてどんぶりを復活させ、スイーツは新たなる女性客に興味を持ってもらえる様に、上田市在住の女性陶芸家によるティーカップ、オリジナルコラボ皿を用意する。

(会としての広がりを模索する中で地元で若い女性陶芸家との出会いがあり、地元発信の一環として賛同いただけるようになった)

◆平成24年度事業に対し、ラーメン店のイベント参加店舗が減少した事について

- ・参加店の都合により2店が閉店した。
- ・新たに一生懸命にラーメン作りをしている3～4軒のオファーを出し、感触も良かったが、間際のイベント参加について折り合いが合わず、新規の顔ぶれが1軒に留まった為、11軒⇒8軒となった。
- ・こだわりのラーメンを追求するあまり、ラーメン店同士の目指す味や展開の方向性を揃えることが難しかった。
- ・繁忙時のスタンプラリー対応の簡略化を提案された。

⇒イベント参加店舗を増やすために、より参加しやすい環境を作る。

(参加要件見直し、他ラーメン店とのコミュニケーションの場提供など)

⇒イベント参加するメリットを感じてもらうための説明をしっかりと行う

⇒スタンプラリーのシステムの簡略化を行う

◆首都圏への発信について

- ・予定出来得る物産展、PR活動については過去最大限に発信出来た。  
また、当会の広報活動により上田に遊びに来てくれた方々を複数確認できた。
- ・口頭での直接PRは出来たものの、
  - ・物産展などにPR冊子やチラシの作成が間に合わなかった
  - ・会のホームページなどを見て貰う機会を逃してしまった
  - ・参加する物産展などの日程などの案内が出来なかった

⇒PR冊子やチラシを日程に間に合わせるために、余裕をもって作成させる

⇒ホームページと共にフェイスブックなどのSNSを活用する

⇒本年手ごたえを感じた部分について、(物産展、東京の商店街でのPR)26年度以降も継続していく事で更なる発展性を感じる。

事業のPRとともに地元周遊に繋がる信州上田全体のPR発信が重要。