

平成30年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	雪室スノーパル利活用促進事業
事業主体 (連絡先)	山ノ内町雪室利活用協議会 (0269-33-3111)
事業区分	環境保全及び景観形成に関する事業 ⑤雪対策と利雪の推進、⑧農産物の生産・販売の強化と魅力の発信
事業タイプ	ソフト
総事業費	2,997,776円 (うち支援金: 2,380,000円)

事業内容

昨年度実施した雪室コンビニを起点とし、さらなる雪室施設の認知向上、利活用促進を図るために首都圏購買層へのアプローチを実施した。

1. 雪室コンビニ
(7~8月の週末3日間×3回)
2. ブランド企業松屋銀座との連携
(特設ブースを設置し、対面販売等を3回実施)
3. 貯蔵品のブランド化
(貯蔵品を使用した新商品、パッケージのリデザインを実施)



【7/28 雪室コンビニ来場者】

【目標・ねらい】

- ①雪室の認知度向上
- ②貯蔵品のブランド化
- ③地域資源の魅力向上
- ④雪室利用者の呼び起こし

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. 雪室コンビニ
チラシ6万枚を北信地域に配布、SBC ニュース、信毎等で取り上げられた。来場者は9日間で1004名、売り上げは約47万円だった。
2. ブランド企業松屋銀座との連携
3回のイベントを通し、りんごジュース約70本、りんごチップス約25袋、法印そば6袋を販売。バイヤーからの評判も良く、松屋銀座でも販売できる商品ではあるが、ロット数等の問題を認識。
- 3 貯蔵品のブランド化
無地包装から化粧箱にすることで目に付きやすく足を止めてもらえる。

※自己評価【 C 】

【理由】

雪室コンビニをツールとした認知度向上は一定以上の成果を収めたが、ブランド化事業については、抜本的な訴求方法の変更等を考える必要がある。

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。

2年目となる雪室コンビニを行ったことで、特に町内の方に対しては「雪室というものが須賀川地区にある」、「どうやら農産物を天然雪で貯蔵している施設がある」ことを周知できた。町外の方に関しても、イベント終了後に問い合わせ電話をいただくなど周知部分に関しては一定の成果があったと実感している。

一方で、ブランディング強化を狙って実施した松屋銀座との連携事業、雪室商品の訴求については小ロットゆえの高単価、ストーリー性を伝えきれない等の問題を認識した。

「雪室」の規模やストーリー性を把握しつつ、ブランド化やさらなる利活用推進にあたっての訴求相手をしぼる。

※ 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