

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	信州須坂健康スムージーを通じたまちなぎわいづくり 2021
事業主体 (連絡先)	信州須坂健康スムージー推進協議会 (事務局:須坂市健康づくり課内 電話 026-248-9018)
事業区分	(6) 産業振興 雇用の拡大 (エ 商業の振興) (2) 保健、医療、福祉の充実
事業タイプ	ソフト
総事業費	633,064 円 (うち支援金: 400,000 円)

事業内容

●信州須坂健康スムージーフェス 2021 開催

須坂市で豊富に栽培されている果物、野菜などを健康スムージーとして、果物・野菜の摂取量の増加を図り、市民の健康増進、また飲食店等での提供を通じ、誘客へとつなげていくことを目的としたフェスを開催。

- ・開催時期: 7月22日(木・祝)～10月3日(日)
- ・スタンプラリー参加店舗: 18店舗
- ・スタンプラリー参加者: 延べ315名

○SNS イベント

・新型コロナウイルス感染拡大防止のため、集客を伴うイベントを中止し、「Instagram 一斉投稿イベント」を7月22日、23日開催インフルエンサー6名2団体により開催。

・イベント投稿には合計10,641個(令和3年8月22日現在)のいいねがあり、イベントを盛り上げた。

○景品企画を3種類実施

- ・スタンプ2個でもらえる先着300名へのプレゼント(スムージードレッシング・オリジナルトートバック)
- ・アンケートに回答すると地元の特産品が50名に当たるダブルチャンス

・Instagramにて「#信州須坂健康スムージー」をつけて店舗のスムージーを投稿すると参加店舗の商品が当たるトリプルチャンス

○情報入手経路は SNS が最多

- ・SNS の割合
3.6% (2020年度: 6位) →30.9% (2021年度: 1位)

○SNS 効果で年代構成に変化

・20代未満から40代のすべての年代で割合が過去最多となった。

●銀座 NAGANO イベント

「信州須坂スムージードレッシング」の認知度向上と市外県外へと販路を広げていくため、「銀座 NAGANO」を活用したイベントを開催する予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大防止のためオンラインイベントを実施。

○YouTube 銀座 NAGANO 公式アカウントによる動画公開

・スムージードレッシング3種類と須坂市の伝統野菜3種類を使用したスムージードレッシング活用レシピ



【Instagram 一斉投稿イベント】



【トリプルチャンス】



【スムージードレッシングレシピ動画】



【マタニティセミナー】

の動画を3本公開した。

●健康スムージー健康意識向上事業

妊婦期、授乳期の食生活を学ぶ講座で、野菜や果物から摂れる栄養素と適量を伝えるとともにスムージーを取り入れたマタニティレシピを紹介した。教材として、スムージードレッシングを配布した。

・新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、オンライン開催2回を含む全4回開催(計42人参加)。

事業効果

●信州須坂健康スムージーフェス2021開催

・市内18店舗でスタンプラリーを実施したことで、飲食店の誘致と合わせ健康スムージーのPRができた。

・スムージーフェス参加者数は351人(昨年度221人)

・SNS効果により若年層(20代未満~30代)のフェス参加者は126人(昨年度48人)

●銀座NAGANOイベント

・3本のレシピ動画の総視聴数は446回(令和4年3月22日現在)

・銀座NAGANOアカウントフォロワーにスムージードレッシングを広く認知してもらうことができた。

●健康スムージー健康意識向上事業

・参加者数は42人(全4回)

・健康意識が高まっている妊婦の皆さんに食塩・添加物不使用というスムージードレッシングの特徴を効果的にPRでき、講師からも反応が非常に良かったという声をいただいた。

今後の取り組み

野菜・果物の摂取の増加については、生活習慣病予防につながることから、今後も積極的に推進していく。須坂市の農産物の強みである果物と野菜を気軽に摂取できる「健康スムージー」は、コロナ禍でもテイクアウトで購入できることから、市内飲食店と連携し、来年度も「信州須坂健康スムージーフェス」を開催したい。開催にあたっては、スムージーの関心をイベントで完結させないために、自宅でスムージーを作る企画等により健康習慣に結び付けよう取り組みたい。

また健康スムージー健康意識向上事業では、健康意識が高まっている妊婦の皆さんに食塩・添加物不使用というスムージードレッシングの特徴を引き続き効果的にPRしていきたい。

※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

【目標・ねらい】

- ①果物・野菜の摂取の推進
- ②健康増進 ③食生活の改善
- ④飲食店への誘客

※自己評価 【 A 】

【理由】

SNSによる情報発信を強化したことで、昨年度の課題であった若年層にフェス参加を促すことができ、若年層の参加者数は前年比2.6倍となった。コロナ禍であったが、店舗による感染対策の徹底の効果もあり、延べ315名もの参加者に健康スムージーを知ってもらうことができた。

銀座NAGANOイベントでは、24名定員の料理教室を予定していたが、オンラインイベント実施により延べ446人にスムージードレッシングのレシピ動画をご視聴いただけた。認知度向上の観点では当初より18倍もの効果を得ることができた。

健康スムージー健康意識向上事業では、後日回収したスムージードレッシング使用に関するアンケートで、使用した人のうち87.5%が「良かった」と回答し好評を得た。