

### 令和4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 2022
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	854,146 円 (うち支援金: 669,000 円)

### 事業内容

#### ●信州須坂健康スムージーフェス 2022 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30日(土)～10月2日(日)
- ・スタンプラリー参加店舗：23店舗
- ・スタンプラリー参加者：延べ443名

#### ○SNS 投稿イベント

・コロナ禍のため、集客を伴うイベントを中止し、「Instagram 一斉投稿イベント」を7月にインフルエンサー9名、8月日に2名が投稿した。コロナ禍により急遽不参加となったインフルエンサーがいたものの、イベント投稿には合計10,295個(投稿から1か月後の集計)のいいねがあり、2年連続で10,000個以上を達成するなどイベントを盛り上げた。

#### ○景品企画を3種類実施

① 専用チラシにスタンプ2個でもらえる先着300名へのプレゼントを実施した。(スムージードレッシング・スムージーオリジナルグッズ)

② Wチャンスとしてデジタルスタンプラリーを実施した。デジタルスタンプ3つで3つのコースを選び、その場で120名に当たる抽選で、スマートフォン使用になれた若年層をはじめ、幅広い層にお楽しみいただいた。3つのコースのうちの1つ「おうちでスムージーコース」では自宅でのスムージー製作を促し、健康習慣に結び付けることができた。

③ インスタグラムにて「#須スム 2022」をつけて購入したスムージーを投稿すると107名に参加店舗の商品が当たるトリプルチャンスを実施した。181投稿の応募があり、抽選を期間中に行ったことで店舗の引換えの際にスムージーを購入できる機会を作ったことが参加者・店舗ともに好評であった。

#### ○情報入手経路は折り込みチラシが最多

・昨年度の参加者アンケートで市内でも知らない人が多いとの意見を踏まえて、市内11,300世帯へ新聞折り込みチラシを実施した結果、昨年最多のSNSを抑えて折り込みチラシが最多の28.1%となった。



【Instagram 一斉投稿イベント】



【デジタルスタンプラリー】



【#須スム 2022 抽選】



【マタニティセミナー】

○参加店舗の約8割が効果を実感

・集客効果を81.0%の参加店舗が効果ありと回答し、参加店舗にも好評のイベントとなった。

●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正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、ちょい足しレシピなどのアレンジレシピを普及した。

・全4回開催し、69人の妊婦と配偶者の方にご参加いただき、スムージードレッシング1世帯1本の計45本を教材として配布した。

### 事業効果

●信州須坂健康スムージーフェス2022開催

・市内23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443人(昨年度351人)

・40代以下のフェス参加者は249人(昨年度197人)

・SNS投稿イベントのいいねの数:10,295個(令和3年度10,641個)

●健康スムージー健康意識向上事業

・参加者数は45世帯69人(全4回)

・アンケートでは「塩分控えめなのにおいしかった」、「減塩の大切さが分かった」などの声があり、スムージードレッシングの認知度・健康意識の向上を図ることができた。

### 【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】

専用スタンプ台紙を市内に新聞折り込みしたことやSNSでの発信を継続したことで、参加者数が443人で過去最多となるなど認知度が向上した。

参加店舗の協力を得ながらデジタルスタンプラリー等の新たな企画に挑戦した結果、参加店舗の8割以上が集客効果ありと回答しており、市内飲食店へのビジネス効果が向上した。

スムージーが健康習慣の1つとして定着するようにミキサーを景品とし、またミキサーを持たない方に向けてミキサー不要のスムージーレシピを提案するなど市民を中心に健康習慣の醸成を促すことができた。

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、「塩分控えめなのにおいしかった」、「減塩の大切さが分かった」などの声があり、スムージードレッシングの認知度・健康意識の向上を図ることができた。

### 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、来年度の「信州須坂健康スムージーフェス」開催を検討していきたい。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る取り組みを引き続き行いたい。

※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