

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	標高2000m「高峰高原」で愉しむリアルとバーチャルを融合させた星空観賞会
事業主体 (連絡先)	浅間・高峰観光協議会 (0267-23-3124)
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	1,418,780円 (うち支援金:1,135,000円)

事業内容

令和4年2月5日(土) 高峰高原で開催した星空観賞会にてVR体験会を実施(参加者は20名)。今年度は、撮影が遅れ体験会は1回のみとなったが、協議会加盟の宿泊施設日帰り利用者にも体験いただけるよう展示をし、無料体験できる形を構築。登山やスキー後の利用者に体験だけした。お子様から大人様まで体験いただき、未だVR体験をしたことが無かった方が多く、初めての体験であったこともあり、楽しんでいただけた。

今年度は冬の星空のみの撮影となったが今後も会として継続撮影していくことにより、四季を通じた高峰高原の星空を楽しめるコンテンツ作りをしていく。

事業効果

星空観賞会時の参加者は小諸市民を中心に20名・日帰り体験者は20名で計40名の利用となった。計画遅延などもあり計画時の数値には達しなかった。

その中で、参加者の声としては、宿泊参加者には満天の星空までは見られない中でも映像をみて「実際にこんなに綺麗な星が見えるだ、ぜひまたリベンジしたい。」等の声もあり、当事業の目的でもあった、悪天候時の楽しめるコンテンツである実証ができた。

今後の取り組み

今年度は、撮影の再調整を幾度となく天候の影響で余儀なくされ、計画通りに進まなかった。

そのため、冬の星空のみの撮影となったが、会として四季を通じた高峰高原の星空の撮影を継続し、天候に左右されない星空コンテンツ作りを継続していくことにより、小諸市・高峰高原の星空を更に露出していくことで地元住民が自慢できる場所となっていくような取り組みをしていく。



【VR実施中の写真】

【目標・ねらい】

- ①コンテンツ制作
- ②地域民周知
- ③地域民体験
- ④今後への足掛かり

※自己評価【 C 】

【理由】

撮影計画が天候の影響もあり、予定通りにいかなかった。そのため全体の計画が後手後手に回ってしまい遅延もしたため。

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	佐久地域の枢要な地域資源「中山道」街道観光の推進事業
事業主体 (連絡先)	佐久商工会議所 (0267-62-2520)
事業区分	(6) ア特色ある観光地づくり
事業タイプ	ソフト
総事業費	760,300円 (うち支援金: 598,000円)

事業内容

- ①佐久甲州道野沢宿パンフレットの制作 5000部
- ②野沢宿紹介HPの制作
- ③野沢宿ガイドツアーの実施
- ④渋沢栄一パンフレットの制作 5000部
- ⑤パンフレット紹介講演会の実施



【野沢宿ツアーの様子】

【目標・ねらい】

- ①中山道と併せて街道を通じた地域観光資源のPR
- ②NHKの大河ドラマ「青天を衝け」の放送に併せ、佐久地域との関係性や歴史を掘り起こしPR

事業効果

■オリジナルマップ「野沢宿」「渋沢栄一」の制作
5,000部作製し、ガイド実施時や市内観光所等に設置。実際のガイド経験を活かし地域住民とガイド目線で作る佐久の魅力の掘り起こしに繋がった。

■モデルコース策定と紹介ホームページの作成
HP上で公開することで佐久地域を訪れるきっかけ作りとなった。また、信州佐久中山道の魅力を存分に知ることができるHPとなり、コロナ収束後の交流人口増加に繋げる。

今後の取り組み

今後はさらに中山道や関連する街道などのマップやホームページを同様に制作を計画。アフターコロナを見据え、パンフレットやホームページを拡充しておくことで将来の地域住民の観光資源への認知度アップと佐久市を訪れる歴史・文化に興味のある観光客数が増加に繋がっていく。

※自己評価【 B 】

【理由】

- ・大河ドラマの実施と併せて「渋沢栄一」と佐久のつながりを掘り起こしたこと。
- ・佐久甲州道「野沢宿」に新たにスポットを充てたこと

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	キャンプ場から広がる持続可能な観光地域づくり
事業主体 (連絡先)	佐久市観光協会 長野県佐久市中込3056
事業区分	(6) 産業振興、雇用拡大
事業タイプ	ソフト
総事業費	5,960,350円 (うち支援金: 4,768,000円)



事業内容

佐久地域の自然豊かなキャンプ場の魅力を伝え、地方創生の取り組みを推進することを目的として、「キャンプ」をテーマとしたフリーペーパーの発行と、キャンプ場で環境問題をテーマとした自然体験イベントを実施。

- フリーペーパーの発行
発行: 8月25日(創刊準備号)、10月22日(創刊号)
部数: 各4,000部
- ワークショップの開催
開催日: 10月30日(土)から31日(日)1泊2日
場所: 内山牧場キャンプ場
- YouTubeにて映像・音声配信
配信日: 8月12日、10月1日、12月16日 計3本



【ワークショップの様子】

【目標・ねらい】

- ①佐久市内の自然豊かなキャンプ場が持つ魅力を発信
- ②キャンプを契機に、ゼロカーボンに向けた機運醸成
- ③佐久市キャンプ利用者数の増加

事業効果

- ①フリーペーパー(配布100施設以上、部数計8,000)及びYouTubeを活用したweb配信により、佐久に訪れるキャンパーのみならず関東圏キャンプ愛好者や潜在的キャンプ愛好者など多様なニーズへ佐久の自然豊かなキャンプサイトを情報発信することができた。
- ②気候非常事態宣言をしている佐久市が「持続可能な社会」実現のための具体的な行動として発信し、ゼロカーボンに向けた意識の醸成を図ることができた。
- ③佐久地域の年間キャンプ場利用者数が前年比175%増加した。

※自己評価【B】

【理由】
キャンプシーズン中にフリーペーパー発行(計8,000部)やweb配信により佐久市の魅力を伝えたとともに、ワークショップでは、参加者へ環境問題への意識の醸成を図ることができた。

今後の取り組み

- キャンプをテーマとしたフリーペーパーを発行し、佐久地域の自然豊かなキャンプ場の魅力を一体発信する事で近隣市町村、首都圏キャンプ愛好者へ伝え、関係人口の増加を促す。
- 広域観光資源の共有と周遊コンテンツの開発に取り組むことで、選べるキャンプ場の増加、複数回の来訪により、地域内の観光周回を促進し、地域経済の活性化へつなげるとともに、キャンプを通じて多様な人材が行きかう観光地域づくりを行う。
- キャンプ場でワークショップ、マルシェなどの自然体験イベントや非日常体験イベントを開催することで、持続可能な循環型社会の構築、ゼロカーボンに向けた意識の醸成を図る。

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	旧中込学校マイクロツーリズム推進事業
事業主体 (連絡先)	佐久市観光協会 長野県佐久市中込 3056
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・ハード
総事業費	756,150 円 (うち支援金 : 594,000 円)

事業内容

- 旧中込学校保存会から中込小学校の児童への講演会
11月11日、旧中込学校講堂、参加者30名程度
- 藤棚の説明看板の設置
10月7日
- 旧中込学校観光大使に任命された来館者へ、オリジナル絵馬配布
9月～12月
- 旧中込学校観光案内パンフレット作製
10,000部作製
- 旧中込学校保存会の活動、中込小学校の児童の活動等をSNSで発信
月3回程度



【講演会の様子】

【目標・ねらい】

- ① 地域の魅力再発見
- ② 地域内のつながり強化
- ③ 地域内観光の推進

事業効果

- ①事前勉強会において、樹齢150年を誇る藤棚の歴史を学び、講演会にて後世に伝えられた。
- ②講演会の講師は旧中込学校保存会役員が務め、地元の中込小学校の児童を招いた。講演会を通し、活発な意見交換がなされ、地域内の幅広い世代間での交流が深まった。
- ③オリジナル絵馬を求めて訪れる来館者も見受けられ、来館者数が増加した。(前年比155%)

※自己評価【 A 】

【理由】

- ・地域の高齢者と、小学生の世代間交流が行われたため。
- ・英文の訳付きの藤棚の説明看板を設置したため。
- ・旧中込学校保存会が、藤の来歴を再発見できたため。

今後の取り組み

講演会で幅広い世代間での交流が行われたことをきっかけに、近隣の小中学校との交流に繋げる。講演会において講師は、旧中込学校で過ごした思い出などを、笑いを交えて語った。とくに、敗戦後に米軍が旧中込学校に調査に来た話や、小学生時代に先生から叱られた話などは小学生に好評であり、質疑応答の時間を計3回設けたが、小学生から質問の手が嵐のように挙がり続けた。

このことから、小学生にとって、何十年も前の話や、自身の知らない世界の話は非常に興味深いものであると感じた。

今後は、講演会に参加できなかった中込小学校の児童や、他の小中学生にも、旧中込学校保存会の貴重な話を伝える場を設けたい。具体的には、講演会の動画を視聴してもらい、旧中込学校に興味を持ってもらい、足を運んでもらえる仕掛けを作っていく。

令和 3 年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	イベント開催「手ぶら de 星空観賞会」
事業主体 (連絡先)	南牧村観光協会 (0267-96-2211)
事業区分	(6) 産業振興及び雇用拡大に関する事業
事業タイプ	ソフト
総事業費	1,192,880 円 (うち支援金: 645,000 円)

事業内容

野辺山高原の星空の魅力をアピールするイベントとして、例年ベジタボールウィズで実施しているが、コロナ禍でキャンプや焚火といったコンテンツの人気の高まっていることから、滝沢牧場に場所を移し令和3年11月6日(土)滝沢牧場にて。野外でのステージイベント、ライブ、ワークショップ、キッチンカーでのテイクアウト飲食、花火、焚火を囲んだ星空観賞会と盛りだくさんの内容を楽しんでいただいた。地元の野辺山星の会会長に星空案内をお願いし、夜は楽しく丁寧に野辺山の星空を案内していただいた。日中は、八ヶ岳高原ロッジ周辺散策や、絶景めぐりサイクリングツアー、国立天文台ガイドツアーも実施し、これまでにないアクティビティも実験的に行ってみたいところ、大変好評をいただいた。

事業効果

- ① これまでのイベント参加人数 概ね 250 名 コロナ対策として、連絡を記載いただいた人数延べ 1,178 名 ② うち県外参加者 364 名 南牧村・川上村・佐久市からの参加者 605 名 ③ 県外参加者うちリピーター 22 名 南牧村・川上村・佐久市参加者うちリピーター 28 名
- ①・②の目標を達成することができた。③については、これまでが 250 名程度の参加者であったことから例年参加者の 2 割程度がリピーターとなっている。新規参加者の増加からさらに増えることが予想される。

今後の取り組み

多くの方に楽しんでいただくイベントを開催することができた。今後は、さらに天文台と連携した取り組みにより、野辺山にしかないコンテンツを有効に活用したい。また宿泊誘客につながるようなイベントとして実施したい。今回地元の飲食業の参加が 2 店舗となってしまったが、今回のように 1,000 人を超えるお客が見込めるイベントとして認知されるようになれば、地元からの参加を増やすことができ、ひいてはさらなる誘客コンテンツを広げることが可能となる。

なお、来場者全体の約 35% が星空観賞会を楽しみにしていることから、観賞会の雰囲気づくりの精度をあげることが必要だと考えている。観賞会の雰囲気を盛り上げることで、お客様の満足度や、野辺山星空のファン獲得につながると考える。



【フィナーレ花火】

【目標・ねらい】

- ① イベント参加人数を増やす
- ② 新しい顧客層の開拓
- ③ リピーターの獲得

※自己評価 【 A 】

【理由】

参加者を大幅に増やすことができ、また、これまであまり目を向けてくださらなかった地元の方に来場していただいた。With コロナのイベント開催として成功したといえる。

令和3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	(1)⑥ア 特色ある観光地づくり (1)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	2,898,500 円 (うち支援金: 2,318,000 円)

事業内容

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3年6月22日～令和3年12月24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分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3～4分程度で紹介する動画を3コース撮影し映像にまとめ情報発信した。



【小海線沿線地域の映像化】

事業効果

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

今回の事業により沿線自治体の観光施設等の見所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る。

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サミットが中止となり映像をPRすることができなかった。しかし、計画していた映像化事業は新型コロナウイルス感染症防止対策を応じて全て完了することができ、小海線沿線地域の魅力が詰まった成果品が完成した。

今後インバウンド対策にも繋がる環境が整備できた。

今後の取り組み

今後も小海線沿線地域の映像化をバージョンアップさせ、小海線沿線地域の観光施設等の見所を国内外へ魅力を伝えるためWebサイトで情報を発信する。また、Webのほかに映像化した動画をPRするため、高原鉄道小海線観光ガイド「沿線ぶらり旅(パンフレット)」を利用して周知を行いたい。

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	令和3年度「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	1,751,895 円 (うち支援金: 1,401,000 円)

事業内容

- ①「令和3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。
- ②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) 炊飯講習 (出前講座)
 - (3) 第23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団体出品 (米)
- ③長野県農政部 (風さやか推進協議会) との協働により、第2回お米コンクールこもろ&第3回JA佐久浅間一番うまい米コンテスト同時開催 「風さやか」食味コンテストを開始した。



【お米コンクール】

【目標・ねらい】

- ①小諸市及び地域の水稲生産者のスキルアップ
- ②ブランド化に向けた地域の機運の醸成

事業効果

- ①「令和3年米づくり学校・小諸」
登録者: 45名。延べ87名が講義を受講。
- ② (1) 養成講座: 23名を鑑定士に認定
(2) 炊飯講習 (出前講座): 29名参加
(3) 国際大会出品: 39件
- ③お米コンクール: 約400名が参加。

※自己評価【B】

【理由】

農業者 (米生産者) 以外にも事業効果の裾野の拡大がなされた。また、長野県との協働事業で、信州ブランドの普及促進に大きく寄与したと考える。

今後の取り組み

事業2年目を迎えて着実に地域の水稲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。集大成となる令和4年度は、米・食味分析鑑定コンクール国際大会で管内生産者の入賞を果たすことを最大の目標に、小諸の米のブランド化を力強く推進していきたい。

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	佐久鯉ブランド振興事業
事業主体 (連絡先)	佐久市 長野県佐久市中込3056番地
事業区分	204 収益性と創造性の高い農林業の推進
事業タイプ	ソフト
総事業費	907,700円 (うち支援金: 726,000円)

事業内容

佐久鯉は佐久市の古くからある特産品だが、食の環境の変化により需要が減少し、それに伴い生産者・生産量も減少している。

佐久鯉の消費量を増加させ、佐久鯉の持っているブランド力を高め、生産量の向上につなげるため、佐久鯉の情報のPRや「佐久鯉の低温熟成」という調理法の周知を実施した。

- ・東日本連携センター「まるまるひがしにほん」(大宮)で「佐久鯉」のPR活動: 2月4日~2月6日
- ・熟成鯉の情報を市内飲食店へ周知: 198店舗へ通知
- ・佐久鯉の熟成鯉について、冷凍品の食味検査を実施
- ・情報誌2誌での広告の掲載
- ・ガイドブックの作成および配布

事業効果

- ① 「まるまるひがしにほん」にてPR活動を行うことにより、3日間で6,087人の来館者の方にPRすることができた。
- ② 198店舗の市内飲食店に熟成鯉の情報を周知することにより、佐久鯉を使ったメニューの検討を促すことができた。
- ③ 佐久鯉の熟成鯉について、冷凍品の食味検査をすることで、佐久鯉の知見を獲得できた。
- ④ 広告への掲載や佐久鯉ガイドブックを作成することで、佐久鯉の情報や提供店舗情報をまとめることができるようになった。
- ⑤ 熟成鯉提供店舗はR元年の8店舗から4店舗増加、R3年は12店舗となった。

今後の取り組み

生産者と市内飲食店、佐久市農政課、長野県水産試験場佐久支場がメンバーとなっている「佐久koi研究会」と協力していきながら、イベントおよびメニュー開発を引き続き実施していく。

まるまるひがしにほんでのアンケート結果より、鯉を食べたことがない方ほど鯉に対してよくないイメージがあった。食の環境の変化により、鯉自体を一度も食べたことが無いという方が増加していくことが予想されるため、食べる経験につながるPRを継続して実施していく。



【まるまるひがしにほんの様子】

【目標・ねらい】

- ① 市外者に佐久鯉を周知
- ② 市内飲食店への情報の提供
- ③ 熟成鯉の知見の獲得
- ④ 佐久市民への周知
- ⑤ 熟成鯉提供店舗の増加

※自己評価【B】

【理由】

- ・市外者に対して、延べ6,087人に周知することができた。
- ・佐久鯉ガイドブックを作成することで佐久鯉の情報をPRしやすくなった。
- ・熟成鯉提供店舗が4店舗増加した。

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	川上村レタスフリーズドライ事業
事業主体 (連絡先)	川上村 (南佐久郡川上村大深山 525 番地 電話 0267-97-2121)
事業区分	⑥イ 農業の振興と農山村づくり ⑥オ 個性を活かした産業振興
事業タイプ	ソフト
総事業費	2,200,000円 (うち支援金: 1,760,000円)

事業内容

川上村で生産される高原野菜の中でも、生産量日本一を誇るレタスの普及促進、ブランド力の向上を目的に川上村産のレタスをフリーズドライ化しました。

レタスのフリーズドライはインスタント食品などにも活用することができ、生食以外の新たな需要の創出を見込んでいます。

また、フリーズドライにすることで、夏季にしか食べることでできなかったレタスを、一年を通して消費者に届けることが可能となりました。



【レタスのフリーズドライ】

事業効果

マルシェかわかみでは、フリーズドライレタスを活用したみそ汁やスープを販売しています。

また、今回作成したフリーズドライレタスを基に、複数の一般企業と商品化に向けた協議を行っています。

【目標・ねらい】

- ①レタスの新たな需要の創出
- ②川上村産レタスのブランド化

今後の取り組み

今年度で作成したフリーズドライレタスを基に、今後もあらゆる事業者に働きかけ、販路の拡大を図っていきます。

また、レタスの出荷量増加に繋がるよう、村内の出荷組合等にもレタスのフリーズドライ化を提案し、積極的に協力していきます。

※自己評価【 B 】

【理由】

レタスのフリーズドライ化によって、新たな需要の創出の可能性は認められ、マルシェかわかみでは商品化しているが、市場流通までには至っていない。

令和3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	2,120,800円 (うち支援金: 1,696,000円)

事業内容

ブルーのブランド化に向けて、最高級のオータムキュートを『紫稀』としてお披露目し、併せて販促・PRイベントを開催した。

- ・『紫稀』の品質基準と測定精度の向上を図るため果実非破壊測定器の補正業務を行った。
- ・『紫稀』にふさわしい販売用パッケージとレコメンドカードを作成した。
- ・『紫稀』のおいしさをより多くの方に知ってもらうための販売戦略や販売プロモーション等の検討、ブランド力を高めるための取組を一般社団法人の支援を受けながら実施した。
- ・昨年に引き続き販促イベント等を行ったが、新たに新宿高野本店以外の店舗での販売や試食会等を実施した。又、販路開拓を行い、ECサイトやふるさと納税への出荷を開始している。

事業効果

- ①一般的には乾燥ブルー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、イベントを楽しみにしているなどリピーターも増え、生食のブルーへの評価は高く、着実に浸透していく期待が感じられる。又、出荷期間が伸びることで、さらにブランド力を高めることが期待される。
- ②『紫稀』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3年度は1個当たり500円の出荷価格で取引されている。
- ③『紫稀』の出荷農家はまだ6農家のみであること、令和3年度は凍霜害等の影響により出荷量を増やすことは難しく、ほぼ前年度なみとなっており、栽培面積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

ブルーは旬の期間が短く、出荷期間が限定される。そこで、令和3年度にブルーブランド研究会において、「氷感庫」という特殊な冷蔵庫を使用し長期保存の実証実験を行い、一定の効果があることが確認されている。そこで、「出荷調整ができる」という強みを活かしたブランディングや販路拡大に向けて、令和4年度に本格導入を目指す。

販路拡大に向けて、販売期間の延長(1ヶ月程度)を図りながら、複数の販売チャネル・イベント等への展開、それに合わせた販売プロモーションなどを実施していく。

推進体制の構築に向けて、佐久穂町『紫稀』推進協議会の設置に向けた検討を進める。



【ブルーブランド会議の様子】

【目標・ねらい】

- ①生食のブルー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【A】

【理由】

- ・最高級のオータムキュート『紫稀』を新しいパッケージとレコメンドカードとともにお披露目することができた。
- ・『紫稀』の出荷価格は1個当たり500円で取引されており、生産者の意欲等の向上につながることが期待できる。

(別記様式第12号) (第3の8関係)

【新宿高野販促イベントの様子】

