

令和4年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	FM ラジオを活用した佐久地域PR事業
事業主体 (連絡先)	佐久広域連合 (佐久市取出町 183 番地 佐久広域連合事務局庶務課企画係 電話 0267-62-7721)
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	4,499,000 円 (うち支援金 : 3,599,000 円)

事業内容

ラジオ放送を活用して全国および首都圏へ向けて佐久地域の魅力を発信する。

- ①全国コミュニティ FM 局に向けた公開生放送
 - ・R4.6.4(土)13:00~15:55 小諸市動物園より公開生放送を行う。佐久地域の魅力発信のため、リニューアルオープンした小諸市動物園の魅力、佐久地域の農産物、ワイン(千曲川ワインバレー)などを小諸市動物園スタッフ、JA 職員、ワイナリー関係者が出演して佐久地域の魅力を発信した。
- ②首都圏の 20 代から 40 代に向けた情報発信
 - ・R4.9.21(水)、R4.9.28(水)9:30~9:40 に首都圏で放送されている「TOKYO FM BlueOcean」にて今が旬の佐久地域のプルーンと佐久地域の星空について紹介。放送後に放送内容を WEB 記事化し全国へ発信。



①公開生放送の様子



②WEB 記事

事業効果

- ①全国コミュニティ FM 局に向けた公開生放送
 - 放送日の小諸市動物園入園者数 : 1,023 人
(6 月土曜日入園者数のうち最大値)
(6 月土曜日入園者数平均 719 人)
 - 番組に寄せられたメッセージ数 : 140 件
(リスナー居住地 : 県内、東京都、大阪府等)
 - YouTube 再生回数 : 2,295 回
- ②首都圏の 20 代から 40 代に向けた情報発信
 - 番組に寄せられたメッセージ数 : 合計 238 件
(リスナー居住地 : 東京都、神奈川県等)
 - WEB 記事 PV 数 : 10,217PV (目標 4,000PV 以上)

【目標・ねらい】

- ①佐久地域の認知度向上
- ②観光誘客の拡大や移住の促進

※自己評価 【B】

【理由】

全国及び首都圏に向けて情報発信を行い、全国各地からメッセージが届いたことから佐久地域への関心を高めることができました。

今後の取り組み

発信した情報は、YouTube や WEB 記事が残っているため、視聴回数が増えるよう今後もホームページ等で PR していく。

今後も佐久地域の魅力がより伝わる方法を検討しながら、情報発信をしていく。

令和4年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	野辺山グラベルフォンド事業
事業主体 (連絡先)	野辺山グラベルフォンド実行委員会 長野県南佐久郡南牧村海ノ口 966-17 電話：0267-96-2134
事業区分	(6) 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	6,234,000 円 (うち支援金：3,464,000 円)

事業内容

第2回野辺山グラベルフォンドを開催した。
※グラベルフォンドとは…欧米を中心に人気の高い自転車による長距離ツーリングイベントあり、グラベルロード(砂利道、林道などの未舗装路)を利用したレース等の競技ではなく、スタートとフィニッシュのタイムをマラソンなどと同じように個人の記録として計測する競技。第2回野辺山グラベルフォンドではDAY1は南牧村・小海町・南相木村・川上村の広域的な約80kmのコース設定、DAY2は南牧村内のみの約60kmのコースを設定した。天候にも恵まれ参加選手は普段走行することができない自然の中を颯爽と走行し大変好評をいただいた。同時にランニングイベントも開催した。

事業効果

村内への宿泊者の増加や飲食店・小売店への売上増加への寄与を図るため2日間の開催としたため本イベントを開催した週末は村内の宿泊施設はほぼ満室になった。宿泊客が増加することによって村内の飲食店・小売店などの売上増加に寄与することができ、南牧村内へ経済効果をもたらすことが出来た。また広域的なコースを設定したことにより南佐久地域全体の観光へ結びつくPRになった。本イベントの参加者は自転車カテゴリーで274名、ランニングカテゴリーで20名の計294名であった。

今後の取り組み

来年度以降も内容をアップデートさせ更に集客力があるイベントに成長させていきたい。今年度新たにランニングイベントを同時開催したが、参加者が目標人数に達しなかったため、次年度はランニングイベントにも力を入れていきたい。今後も本イベントを通し、南牧村及び周辺町村の素晴らしさを県内外へ発信していきたい。



【野辺山グラベルフォンド】

【目標・ねらい】

- ① 観光振興・地域経済への寄与
- ② 南牧村及び近隣町村のPR
- ③ 自転車イベントの先進地化
- ④ グラベルイベントの定着化

※自己評価【A】

【理由】

前回大会より参加者数も増加し、イベント前から注目を集めることが出来た。南牧村及び近隣町村のPRと南牧村内の経済効果をもたらすことが出来た。

令和4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 (佐久市役所 観光課 観光振興係 TEL: 0267-62-3285)
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	3,041,500 円 (うち支援金: 2,433,000 円)

事業内容

小海線からひとあしのばして！小海線沿線地域映像化事業

【実施時期】令和4年7月1日～令和4年12月23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5～6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。

また、小海線沿線へ訪れる観光客の皆さんが予期せぬ自然災害に見舞われた場合に備えていただくため、動画内、またパンフレット内に施設周辺の避難場所等の情報を盛り込んだ。

事業効果

今回の事業により、本協議会に加盟する沿線自治体の観光施設等をめぐる周遊コースを映像化することができ、遠方に住む方でも視覚的に現地の様子をイメージしやすくなることができた。動画配信サイトで公開することで広く目に触れやすい環境となるため、国内だけでなく海外にも情報を発信できるほか、本協議会が運営している Web サイトへのアクセス数の増加に期待できる。

また、動画内に英語の字幕を加えたことにより外国人にも見てもらうことができ、今後のインバウンド対応へも活用することができる。

今後の取り組み

今後も小海線沿線地域の観光施設等の見所を国内外の観光客へ伝えるため、Web サイトでの情報発信や高原鉄道小海線観光ガイド「沿線ぶらり旅 (パンフレット)」を活用し、小海線の認知、沿線地域の観光誘客につなげていきたい。

加えて、小海線沿線地域に訪れている観光客が、万が一の有事の際に、本事業で作成した動画や沿線ぶらり旅 (パンフレット) が活かされるよう、広く周知していきたい。



【小海線沿線地域の映像化】

【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】

計画していた映像化事業はすべ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つながる環境が整備できた。

令和4年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	ビーナスライン・スノーリゾート活性化プロジェクト
事業主体 (連絡先)	ビーナスライン・スノーリゾート協議会 北佐久郡立科町芦田八ヶ野 743 電話：0904522-6001 事務局：日向真樹
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	6,215,000 円 (うち支援金：4,972,000 円)

事業内容

- ① 観光看板・案内板のユニバーサルデザイン化事業
ユニバーサルデザイン化に向けたガイドラインの策定
- ② プロモーション素材の制作事業
 - ・エリアの PR 動画および PR 写真の素材集の制作
 - ・海外向けエリアパンフレットの制作
 - ・エリア PR 用ポスターの制作
- ③ 国内外へのプロモーション事業
 - ・海外プロモーションの実施 (豪)
 - ・国内プロモーションの実施
 - ・ノベリティーグッズの制作
 - ・展示会用タペストリーの制作

事業効果

計画した事業において概ね実施することが出来ました。今回の海外プロモーションをきっかけに、当エリア内でオーストラリア向けのモニターツアーを開催するなど、エリア全体での活動が活発になってきています。それ以上に、観光看板のガイドラインづくりという同じ目的をもった取組みを行政区の違うスキー場や観光協会で行うことで「情報の共有」「方向性の統一」など次のステップに向かうために必要なエリア活動の基盤ができたことは大きな成果だったと思う。ただし計画した SNS の活用や各エリアの HP などへの波及効果を出すことが出来て無く次年度の課題となっています。

今後の取り組み

本事業をきっかけに連携が取れ始めた地域関係者と、ひきつづき情報交換と目的の共有を図ります。その中で各々が取り組んでいるイベントやキャンペーンなども情報共有を図りエリアの知名度を高めるとともに集客力を高める活動を継続していきます。
インバウンドについては、オーストラリアでの手応えを『刈り取り』に向けたプロモーション活動に繋げる。また、1カ国だけにとどまらず、マレーシア、シンガポールなどの市場に対して、オーストラリアでの経験を活かして新規にアプローチをかける取り組みをしたいと考えます。これからも夏冬とうして大きな集客力をもつスキー場が中心となり、エリアへの波及効果をだせるよう取り組んで参ります。

(活動写真)



【キックオフミーティングの様子】

【目標・ねらい】

- ① エリア内の連携強化
- ② 国内へのプロモーション強化
- ③ 海外へのプロモーション強化
- ④ 客単価の向上

※自己評価 【 B 】

【理由】

1年目の活動としてエリア内での連携強化が図れ、3年計画の中では概ね予定した状態になった。ただし、数値に現れるような効果はまだなく、次年度や将来に期待もありません。課題を残しているため。

令和4年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	令和4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	14,185,198 円 (うち支援金: 5,000,000 円)

事業内容

- ①「令和4年米づくり学校・小諸」と題し、米づくりの勉強会を6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24回米・食味分析鑑定コンクール:国際大会 in 小諸を開催した。



【米・食味分析鑑定コンクール:国際大会】

【目標・ねらい】

- ①小諸市及び地域の水稻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
- ③国際大会への市内生産者の入賞

事業効果

- ①「令和4年米づくり学校・小諸」
登録者: 49名。延べ89名が講義を受講。
- ②(1) 養成講座: 36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: 35件
- ③第24回米・食味分析鑑定コンクール:国際大会 in 小諸
 - ・出品点数: 5,280
 - ・来場者数: 3,000人(2日間合計)
 - ・市内生産者4名(3名+1校)が入賞

※自己評価【A】

【理由】
最大の目標としていた国際大会での管内生産者の入賞が叶ったと共に、長野県勢の躍進に大きく貢献。信州ブランドイメージの訴求に大きく貢献することができた。

今後の取り組み

事業3年目の集大成を迎えた今年度は、米・食味分析鑑定コンクールを招致し、3年越しの悲願としていた大会での入賞を果たすことができた。大会を一過性の盛り上がりで終わらせることなく、これまで培ってきた関係機関との連携そのものをレガシーとして、「地域のブランド米」を立ち上げ、今後も小諸の米のブランド化を力強く推進していきたい。

令和4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	(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	523,460円 (うち支援金: 418,000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と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
令和5年2月10日～2月11日
- ・週刊さくだいら広告欄で佐久鯉のPRおよび佐久鯉料理のレシピを掲載。
令和4年12月22日

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、2日間で2,200人の来館者の方にPRすることができた。
また、延べ300人に熟成鯉の刺身を試食してもらい136名からアンケートを回収した。
- ② 12月22日に佐久鯉の歴史や栄養価、佐久鯉料理のレシピを掲載することで、佐久市民へ佐久鯉の情報を周知することができた。
- ③ 熟成鯉提供店舗はR3年の12店舗から2店舗増加、R4年は14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、2割ほどの人はそもそも食べれるものと認識しておらず、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 佐久市民への周知
- ③ 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2,200人に周知することができ、300人に佐久鯉を食してもらった。
- ・佐久鯉の情報やレシピを周知したことにより、家庭での需要を喚起することができた。
- ・熟成鯉提供店舗が2店舗増加した。

令和4年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	佐久穂町ブルーン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・ハード
総事業費	4,748,900円 (うち支援金: 3,691,000円)

事業内容

- 昨年お披露目した最高級のオータムキュート『紫稀』のブランド力を強化するため、引き続き販促・PRイベントを開催した。
- ・『紫稀』の品質基準を守りつつ、出荷する生産者を増やすため、非破壊糖度計の導入支援(レンタル)を行った。
 - ・『紫稀』にふさわしい販促用ポスターとチラシを作成した。
 - ・『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。
 - ・販売期間の延長によるブランド力と強化と、保管による出荷調整を行い生産者の負担と出荷ロスの低減につなげるため、氷感庫を購入した。
 - ・地域全体でブランド化を進めるため、一般住民向けPRイベントを開催した。



【新しく導入した氷感庫】

【目標・ねらい】

- ①生食のブルーン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

事業効果

- ①新宿高野での販売等昨年同様の取組に加え、新規開拓のパーラーやECサイト、加工品の販売を実施した。より多くの方にブルーンの美味しさを知っていただくことができ、新規取引業者からも高い評価を得ており、生食のブルーンが着実に浸透しブランド力の強化が図られていると考えている。
- ②令和4年度は『紫稀』の出荷農家は7農家、紫稀以外のオータムキュートは16農家に増加した。栽培面積は前年度と同じであるが、栽培面積の増加に向けて果樹苗購入の支援を強化している。市場等での評価は高いため、生産者及び出荷量は増加し、イベント等への出荷量は昨年の3倍増となっている。
- ③氷感庫の導入により、生産者の負担軽減だけでなく、出荷調整が可能となり、様々なイベント等への出荷することができた。特に11月の文化祭と一般住民向けイベントを併せて実施することが可能となり、地元の方に、オータムキュートの美味しさを知ってもらうだけでなく、カルチャー教室・パフェ販売を通して、生食以外のブルーンの楽しみ方を知ってもらったり、愛着を持つ機会となり、地域全体でのブランド化に向けて進めることができた。

※自己評価【A】

【理由】

- ・氷感庫を活用しながら様々なイベント等に対して昨年以上のブルーンを出荷することができ、ブルーンの認知度が着実に浸透、ブランド力の強化が図られている。
- ・より多くの住民の方び新しいブルーンの楽しみ方を知っていただくためのイベントを開催することができ、地域全体でのブランド化を進めた。

今後の取り組み

ブランド化への取組が着実に進んでいることは、店舗・市場関係者からも評価を受けているが、生食のブルーンの知名度はまだ低いと思われるので、地道に普及を努めていく必要がある。また、知名度を上げるため、新たな販売チャンネル(店舗・パーラー・マルシェ)の開拓、氷感庫を活用しながら販売期間の延長を図ることにより、PR力の向上と消費者との接点を増やしていく。

実際に食べてもらうまでのアプローチ(PR、価格、試食等)を工夫しながら展開していく。

ブルーンのブランド化を進める一方、生産基盤の強化を図るため、技術対策だけでなく、新規就農者の確保に向けた取り組みを進めていく。

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。

(別記様式第12号) (第3の8関係)

【新宿高野・銀座NAGANO 等販促イベントの様子】



令和4年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	有機堆肥で環境に優しい農産物作り
事業主体 (連絡先)	山の中ガーデン小径 長野県佐久市根々井405-7 080-6937-2359
事業区分	(5) 環境保全、景観形成に関する事業 (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	418,342 円 (うち支援金: 332,000 円)

事業内容

気候変動を抑制する環境再生型農業の実践によりカーボンニュートラルを目指すため環境に優しい農産物作りを実践する。

- ・有機堆肥で環境に優しい農産物作りコンテスト
6月～8月土づくりと野菜・大豆作りを行ない育てた野菜で馴染み深い給食のレシピを考えコンテストに参加
- ・フランスの給食たべてみる？講演会&ワークショップ

オーガニック給食を成功させた講師から給食レシピを学ぶ。環境に優しい農産物作りをどのように給食に取り入れることができるか。

- ・有機堆肥で元気づくり講演会

科学肥料を使わず元気な野菜を育てる菌ちゃん農法を実践しながら伝えている先生から元気な土づくりの方法や土と同じ人間の体を元気にする秘訣を学ぶ。



【学校で有機堆肥作りの様子】

【目標・ねらい】

- ①環境に優しい農産物作りの参加者を増やしカーボンニュートラルの取組を増やす
- ②食と農への関心や知識を深める
- ③環境について考える

事業効果

- ・有機堆肥で環境に優しい農産物作りコンテスト
参加者が目標を上回り、10人から150人、1400%増という喜ばしい結果で環境に優しい農産物作り人口が増えたことは大きな成果と言える。
育てた野菜でなじみ深い給食レシピを考えることで親子で楽しく食育ができ、食と農について深く考えることができた。

- ・フランスの給食たべてみる？講演会&ワークショップ
フランスでオーガニック給食を成功させた講師を呼び日本の給食にどのように取り入れられるかを学び、参加者同士で考えた。食と農の関わりを大切にしながら子供も大人もみんなで考えることができた。

・有機堆肥で元気づくり講演会
元気な土づくりをどのようにできるのかわかりやすい説明を受けて、春からの畑づくりが楽しみになった。また体を元気にするための方法はすぐに実践できるもので明日からやってみたいと参加者は意欲を示した。

※自己評価【 A 】

【理由】

環境に優しい農産物作り人口が増加し、さらに増える見込みであること。
畑講習やコンテスト、講演会を通して参加者の知識や意欲が高まり今後の環境活動へと繋がりや広がりを見せている。

今後の取り組み

春から環境に優しい農産物作りを始めたいという人に向けて説明会を開きながら参加人口を増やしながら学校や地域で多くの参加者と環境について、食と農について深く理解を深めていきたい。コンテストは親子で期間中有意義な時間となり、佐久市長からこのようなコンテストを続けてほしいという力強い言葉もいただいたので継続して行う事業にしていきたい。

引き続きフランスのオーガニック給食について学びを得ながら環境に優しい農産物作り方法について講演会を行ないながら畑人口を増やし、カーボンニュートラルの実践をしていきたい。コンポストのワークショップを行なうことでさらに環境への関心を高めて学びを深めていく。

令和4年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	コロナ禍を乗り越える新たな直売所づくり
事業主体 (連絡先)	小海町農産物加工直売所の会 0267-92-4460
事業区分	(6) イ 農業の振興と農山村づくり (5) 環境保全、景観形成に関する事業
事業タイプ	ソフト・ハード
総事業費	2,123,854 円 (うち支援金: 1,661,000 円)

事業内容

- ・コロナ禍においても気軽に買い物ができる環境づくりを行う。地産地消、生きがいつくり、地域を守っていく。
- ・鮮度保持設備の導入によって更においしい野菜を子供たちへ届け郷土愛を育むことで次代の地域活性化へ繋げていく。
- ・町民の声をより小海町直売所へ反映させ地域密着型の直売所となるよう組織づくりを行っていく。



【目標・ねらい】

- ① 町民の生きがいつくりによって、遊休農地解消や地産地消、地域の活性化を目指す。
- ② 更に鮮度の高い地場産の野菜を提供する。
- ③ 地域直売所の重要性を広く発信し地域活性化へ向けた組織づくりを行う。

事業効果

- ① ECサイトの構築により、来店しづらい状況であっても商品を購入できるようになった。コロナ禍においても直売所で買い物をしていただいたことで、売り上げを維持し生産者の生きがい失うことなく地域を活性化できた。
- ② 鮮度保持設備として「DENBA」を導入した。学校給食へ鮮度の高い野菜を届けられたとともに、鮮度が維持されたことで普段難しい冬場に葉物野菜を提供することが出来た。
- ③ 講演会により直売所の重要性を広く発信することが出来た。また、地域生産者が一丸となって直売所へ関わられるよう一般社団法人化し組織強化を目指すことが決定した。

※自己評価【A】

【理由】

- ① ECサイトの設置、組織づくりにより登録生産者が24名増加した。
- ② DENBAの設置により、鮮度を維持したシャキシャキの野菜を届けることが出来た。また、冬場の蔵出し野菜に効果があり、約1.5t葉物野菜の取り扱いが増加した。
- ③ 講演会により町内外の42名の参加者へ直売所の重要性を伝えることができた。

今後の取り組み

ECサイトで小海町の特産品をPRしていき、ただ商品売るだけでなく栽培→加工→販売の六次産業化のサイクルを動かし更なる地域活性化を目指す。

DENBAによる鮮度保持は夏場だけでなく、冬場の商品展開にも有効であることが分かったため、生産者、加工へ従事している町民のやりがいつくりを活用していく。一般社団法人として、町民である生産者が一致団結して地元野菜による小海町の活性化を担っていきたい。

令和4年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	みんなで作る!安心・安全・楽しい! 中込手書きまっぷ活用事業 デジタルアップデート版
事業主体 (連絡先)	中込商店会協同組合 (Tel 0267-62-5714)
事業区分	(6)産業振興、雇用拡大 (エ 商業の振興)
事業タイプ	ソフト事業
総事業費	2,676,935 円 (うち支援金: 2,141,000 円)

事業内容

商店街のイラストマップに各個店情報をリンクし、ナビとしても使えるサイトを構築した。
商店街の公式サイトをリニューアルし、個店情報を掲載した。
中込地域全体の情報を載せたお役立ちサイトを作成。
中学生の書いたスケッチとコメントを掲載したイラストマップを作成した。
高校生を交え、世代を超えたブレインストーミング形式のゼロカーボン推進ワークショップを開催した。



【ゼロカーボンワークショップ】

【目標・ねらい】

- ① 個店の情報提供
- ② 商店街の情報提供
- ③ 中学・高校生の商店街回帰
- ④

事業効果

個店の情報提供は、今まで 30 店舗程度の掲載だったが、飲食店を含めて 200 店舗を掲載した。
商店街の情報提供は、公式サイトをリニューアルし、地域まとめサイトをオープンして各種情報を掲載した。
中学・高校生の商店街回帰については、商店街の各種イベントへの参加やお手伝いいただくなどのつながりができている。

※自己評価 【C】

【理由】

新設したデジタルマップサイト、商店街公式サイトなどが十分活用されていない。

今後の取り組み

デジタルマップや商店会公式サイト閲覧数はまだ不十分で、今後このデジタルマップや中学生によるイラストマップを活用したスタンプラリー、ポイント進呈イベントなどを企画し、サイトの周知・利用促進を進める。