

平成28年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	BYOを利用した地産地消事業
事業主体 (連絡先)	地域ブランド推進活動協議会 (事務局：塩尻市役所産業振興事業部ブランド観光商工課内)
事業区分	(6)
事業タイプ	ソフト
総事業費	462,953 円 (支援金 341,000 円)

事業内容

飲食店に自分の好きなワインを持ち込める『BYO (持ち込み)』制度を活用し、地域の特産品である塩尻ワインの地産地消を目的に事業を実施しました。

まずは、市内の飲食店や酒販店にヒアリングをしながら、BYO制度を利用するときのルールをまとめました。

次に、このルールを周知するため、「塩尻産ワインを楽しもう！BYOスタンプラリー」を実施し、スタンプ欄を設けた台紙を製作、配布し、各店舗がPRに活用しました。

また、このスタンプラリーで得た反省を集約し、制度の見直しをした後、市内で塩尻産ワインを購入または飲食のできる店舗を一覧にしたパンフレットを製作、配布しました。



BYOスタンプラリー参加者の様子

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。

- BYOに関しては、これまで統一したルールが存在せず、持ち込み制度の利点を飲食店が感じられず、負担が大きいという課題があったため、お客様へのお願いを5つのルールにまとめ、明確化しました。
- このルールを市民に周知させるため、スタンプラリー形式のキャンペーンを実施したところ、55件の利用がありました。キャンペーンを通じた反省内容は、店舗ごとで異なり、地産地消のPRに対して、店舗自ら考える良いきっかけとなりました。
- 「塩尻ワインを飲める店・買える店」パンフレットを製作するにあたり、塩尻産ワインを扱う飲食店が12件増加し、さらに、塩尻版BYO制度(20日に限り、塩尻ワインの持ち込み料無料サービス)の実施店舗が9件増加しました。
合計53件の店舗やワイナリー、施設6件にパンフレットを配布し、地産地消のPRに活用しました。

【目標・ねらい】

- BYO制度の内容見直し
- キャンペーンによる周知
- 塩尻産ワインを扱う店舗増

※自己評価【 A 】

【理由】

- 行政主導ではなく、複数の店舗の意見を聞きながら事業を行った結果、店舗独自でPR方法を工夫するなど、制度の周知に積極的な姿勢が見られました。
- 地元の特産品を地元でいただくことを推進するには、消費者への周知も必要ですが、まずは、消費者へ販売や提供をする店舗に理解してもらい、自らPRをしてもらうことが重要でした。今回の事業により塩尻産ワインを取り扱う店舗件数が増え、事業効果を得ることができました。

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。

信州ワインバレー構想本文中にあるとおり、『BYO』の周知は課題となっています。BYOの利点を理解してもらうには時間が必要な店舗もあることが判明しましたが、それらの店舗の意見を尊重し、最終的には店舗が自らワインイベントを企画するなど、地域を盛り上げる一端を担っていただけるよう、今後も後押ししていきます。

※ 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