

平成28年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	信州松本味噌普及プロジェクト
事業主体 (連絡先)	松本食堂サミット (事務局：山崎 悠／電話番号：090-2140-8797)
事業区分	(6) エ 商業の振興 (3) 教育、文化・スポーツの振興に関する事業
事業タイプ	ソフト
総事業費	2,844,774円 (うち支援金：602,000円)

事業内容

信州松本の味噌の普及と地域活性化を目的とした当事業は、松本地域の皆さま、長野県内外の皆さまに松本産の味噌の歴史文化の周知、普及とブランディングを行い地域活性化につなげることを意図した。松本市は味噌という調味料の日本味噌文化の基となるストーリーを持ちながらそのことを発信できていない。また超少子高齢化社会を迎える本国にとって全国1位の長寿県を誇るその礎となっている健康食としての味噌の魅力を更に高めていくことも目指した事業である。

(1) 松本味噌バル

JR松本駅周辺飲食店舗にて期間中松本地域12歳の味噌蔵で製造された味噌を使用して、味噌オリジナルフードを各店舗に開発頂いた。その料理をオリジナルクーポン購入の一般市民の皆さまに各店舗を回遊頂きながら店舗毎のオリジナル味噌フードを堪能して頂いた。

(2) 松本味噌マルシェ

松本市花時計公園(第1部)と第3回ビアフェス信州会場(第2部)にて松本醤油味噌工業協同組合各味噌蔵にブース出展の上、自慢の味噌を一般市民にきき味噌としてふるまった。こちらはクーポン購入者以外の一般市民の皆さまにも発信をする設えとして行った。

(3) 松本味噌普及パンフレット配布事業

同プロジェクトの9月1か月間随時パンフレットを配布し、松本の地域資源としての味噌の発信を行った。

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。

- ①生産消費量全国トップという地域ブランドとしての認知向上
- ・上記「事業内容」の(1)～(3)を総合的に行うことにより、延べ人数として6,600名に発信す



【松本味噌バル】



【味噌マルシェ】

【目標・ねらい】

- ①生産消費量全国トップという地域ブランドとしての認知向上
- ②健康食としての認知向上
- ③松本味噌の歴史認知向上
- ④松本味噌の地域文化や資源としての認知向上
- ⑤現代社会の食育としての提唱

※自己評価【C】

【理由】

- 評価に値した点
各事業を通して意図する5項目のある程度の周知ができた点。
- △評価に値しない点
もっと多くの方々に知ってもらう運営・手法が取れなかった点。

(別記様式第12号) (第3の8関係)

- ることができ、地域の宝としての存在を発信できた。
- ・ イベント案内ブース等で来場のお客さま等に説明をさせて頂くと、ほとんどの方が全国で長野が味噌生産消費量全国トップのことを知らず、今回知って頂けたことは大きな効果であった。
- ②健康食としての認知向上
- ・ 上記3事業を通して健康食の認知をはかれたと考えられる。特に味噌マルシェとパンフレット配布事業では、マルシェでは味噌の蔵元さんから直接効能を来場のお客さまにお話してもらい、パンフレットにおいても効果効能を細かく触れており、お客さまの反応も上々であった。
- ③松本味噌の歴史認知向上
- ・ こちらも3事業を通して松本が日本に味噌をもたらした「法燈国師」生誕の地であること、また宋から帰国後松本に帰られたところから全国に先駆けて味噌文化が広まっていったことは、お客さまと話す中で認識として皆無であり、ご説明する方々皆驚嘆されていた。
- ④松本味噌の地域文化や資源としての認知向上
- ・ 松本味噌醤油工業協同組合と全面的にタイアップさせて頂いたこともあり、3事業で松本地域に14蔵の蔵元(当プロジェクトには12蔵参加)があることを知って頂き、大量生産ではないが鎌倉時代から地域に根差している味噌文化を脈々と受け継いできている蔵元という宝と、そこから生まれる味噌としての地域資源の可能性を皆さまに知って頂けた。
- ⑤現代社会の食育としての提唱
- ・ 3事業を通じて味噌を使った料理種類のバラエティーと楽しみ方を感じて頂けた。またパンフレットには家庭でできるおいしいレシピを取り上げ、気軽に家でも味噌料理を味わえることを発信できた。

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。

提出済の3ヶ年事業計画に則して、上で掲げるねらいを更に多くの人々に知って頂くべく味噌の文化歴史・効果効能・地域ブランドの可能性を発信していく。具体的には上記事業の参加人数の拡大、味噌ギフト等の開発による味噌の地域へのマルチな展開と更なる楽しみ方の提案を行っていく。

※ 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