

### 令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	北信エリア 地元産酒類のツーリズム資源化推進事業
事業主体 (連絡先)	北信エリア 地元産酒類のツーリズム資源化推進実行委員会 (事務局) 長野市南千歳 1-12-7 新正和ビル1階
事業区分	産業振興・雇用拡大に関する事業ー (オ) その他地域の特色、個性を活かした産業振興・雇用拡大に資する事業
事業タイプ	ソフト
総事業費	5,386,679 円 (うち支援金: 4,308,000 円)

#### 事業内容

(主な事業)

- ① 2020年「北しなの酒蔵オープンデー」実施 (10月24日(土)25日(日)2日間)  
オンラインでの YouTubeLive 配信という形態にて実施。  
日本酒や長野県、交通機関にゆかりのあるタレントが北信濃エリア 15 蔵を実際に訪れ、それぞれの蔵と酒を味わっていただきそのリアルな様子を生配信という形で全国に発信。  
また、酒蔵や商品・蔵人紹介だけでなく、地元の公共交通機関を利用し、移動風景も含めて沿線の美しい風景と共に酒蔵周辺の魅力も合わせて伝えることで、コロナ終息後にこの地を訪れてみたくなる構成とした。さらに、実際に巡った様子を収めた YouTube ライブをアーカイブ版にし、当日以降いつでも誰でもが視聴できるものにした。
- ② ながのエールフェスタ 2020 ながの市「新そばと食の市」へのブース出展 (11/7(土)8(日))  
全 18 蔵それぞれの酒の特徴や味覚を直接的に PR するとともに、リアルイベント未開催となった代わりとして、少しでも実際の酒や蔵人に触れていただける機会を作り、この地域の魅力を発信する場とした。

活動写真は別紙参照

#### 【目標・ねらい】

- ① 酒蔵を基点とした交流人口増加
- ② 北信濃の地酒、認知度向上
- ③ エリア内の経済貢献

#### 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。

オンライン形式にしたことで、これまで県内と東京中心の顧客層だったものから関東一円から東海圏、さらには全国にまで当地の酒蔵と北信濃の魅力を発信でき、若い方や女性層、またこの地域を知らなかった層にまで訴求ができた。

- ・ YouTubelive 視聴回数 (アーカイブ再生含む)  
1 日目 12,536 回再生、2 日目 6,795 回再生(2021/1/27 現在)
- ・ 「新そばと食の市」来場者 5,000 名

#### ※自己評価 【A】

【理由】  
YouTubelive 視聴回数は、想定以上の結果となり大好評。また新たな顧客層を開拓できたことが今後にとって大きな成果。

#### 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。

新型コロナウイルスの状況が見通せない中、当地へのリアルな来訪はまだ先になる可能性がある。今回の取り組みを一過性のもので終わらせないために、内容を工夫し継続的に実施することで、当地の魅力をさらに広い層にこの地を PR し、アフターコロナにおいて本当に来訪してくれるファン層を開拓することが必要と考えている。また、台風 19 号、コロナからの復興の一助となり地域の元気を発信する取り組みにする。

※ 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

北ながの酒蔵オープンデー-2日目

北ながの酒蔵オープンデー ~ゆるゆる酒蔵放浪旅~

<https://sake-njt.com/>

5:21:12 / 5:22:35

スクロールして詳細を表示



### 令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	戸隠地区ユニバーサルツーリズム推進事業
事業主体 (連絡先)	一般社団法人 戸隠観光協会 長野市戸隠 3517 (戸隠観光情報センター) 026-254-2888
事業区分	産業振興、雇用拡大に関する事業
事業タイプ	ソフト、ハード
総事業費	1,260,294 円 (うち支援金 : 974,000 円)

#### 事業内容

何らかの理由で旅行が困難な、旅行弱者に対しての受け入れ態勢を整えることを目的とし、今年度は主に障害者と外国人旅行者への受け入れ態勢を整えた。

実施内容

- ① 福祉用品のレンタル品の拡充
- ② 案内板の設置・改善 (車椅子用案内板の設置、英語案内板の調査、改善の為に素案作成)
- ③ 観光案内ホームページの改善 (英語版ホームページ作成準備、古道マップの作成)
- ④ 人材の育成 (デュアルスキーパイロット養成講習の開催)

#### 事業効果

- ① お年寄りや女性にも操作できるように電動アシスト車椅子の導入や、車椅子用のけん引具を拡充した。今年度レンタル用品貸出し件数は17件であった。
- ② 一目で車椅子用駐車場が分かるように案内板を4カ所に設置した。また、地区内遊歩道の英語案内表記に関する調査を行い、案内板のデータベースを作成した。現状を把握し改善の為に検討を行った結果、来年度に新規案内板を9カ所設置するための素案を作成した。
- ③ HP掲載の為に英語版古道マップを作成し、戸隠古道を世界に広くPRする準備を行った。
- ④ 常駐スキー学校教師を対象にデュアルスキーパイロットの養成を行い、デュアルスキーの常時運用が可能になった。

#### 今後の取り組み

福祉用品のレンタルや専用案内、サポーターの育成によって、障害者の観光をサポートする体制が整ってきたので、今後はPRを広く行い、当事者や学校関係者への認知を進めていきたい。

車椅子用案内板は、全13カ所の新設を計画しており、今年度までに10カ所設置した。残りの施設への設置を進めるとともに、改善点の洗い出しを継続していく。

英語表記案内板は、改善の必要カ所が調査件数98カ所中48カ所にも及び、単年度で対応するのは困難であることが分かった。来年度は緊急に対応が必要な9カ所に、新規で案内板を設置する。また、既存の案内板の改善にも着手していく。

来年度は、英語版古道マップを活用して英語版のホームページを作成する。外国人に新たな情報を提供するとともに、戸隠古道を歩く滞在型観光を広くPRしていきたい。

デュアルスキーやアウトドア用車椅子の運用に必要な、スキー教師やガイドの人材育成を引き続き行っていく。キャンプ場やスキー場での学習旅行に必要な、インクルーシブ野外活動指導員も増やしていきたい。



【デュアルスキーパイロット養成講習】

#### 【目標・ねらい】

- ① 車椅子観光客の受け入れ体制強化
- ② 障害者や外国人観光客への案内板の改善
- ③ 外国人観光客への観光案内の充実
- ④ デュアルスキーの常時運用化

#### ※自己評価【B】

コロナ禍の影響で、外国人観光客や障害者の訪問、ふれあいは減り、実際の声を聴くことが少なかった。今後の準備の為に事業が多くなったが、縮小した中での予定事業は全て実施し、ユニバーサルツーリズム推進を進めることができた。



## 令和2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
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	680,940 円 (うち支援金: 404,000 円)

### 事業内容

#### ●信州須坂健康スムージーフェス 2020 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: 8月22日(土)~11月3日(火・祝)

○スタンプラリー参加店舗: 18店舗

○景品受渡場所: 須坂市観光協会ほか2か所

○スタンプラリー参加者: 延べ221名

○ミニイベント

「フルーツハーバリウムを作ってみよう」全2回  
9月20日(日)参加者9名、10月25日(日)参加者14名 講師: 花のミヤザキ 店長 宮崎弘美氏

○参加者内訳

延べ221名(市内153名、市外63名、県外5名)

#### ●健康スムージーを通じた健康意識向上事業

セミナーにおいて、食生活改善の講座を開催し、減塩、野菜・果物摂取の増などの食生活の改善、各従業員の健康意識の向上を図った。

「働きざかりいきいきセミナー(オンライン)」の開催

○日時: 9月4日(金)午後7時~8時30分

○受講者: 9事業所13名

○講師: 健康づくり事業団 川上佳織先生

### 事業効果

#### ●信州須坂健康スムージーフェス 2020 開催

市内18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(スタンプラリーコンプリート者数)延べ221名(市内153名、市外63名、県外5名)

・アンケート実施(回答数221名)

・スムージーフェスミニイベント参加者全2回(23名)



【スムージーフェスミニイベントにて】

#### 【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】

コロナ禍の中、テイクアウトが出来ることをPRするなど工夫を凝らし、フェスを開催したことで、延べ221名もの参加者に健康スムージーを知ってもらえた。また、企業の従業員に向けた健康セミナーを実施することで、食生活改善について学ぶことが少ない従業員に対して健康意識の向上が図れた。

(別記様式第12号) (第3の8関係)

●健康スムージーを通じた健康意識向上事業

「働きざかりいきいきセミナー(オンライン)」により9企業(13名)に講習会を通じ野菜・果物摂取の増などの食生活の改善、塩分不使用の信州須坂スムージードレッシングを減塩の方法の一つとして紹介できたことで、参加者ご自身と各ご家庭での食生活改善の意識向上が図れた。

### 今後の取り組み

野菜・果物の摂取の増については、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、コロナ禍の中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、来年度も「信州須坂健康スムージーフェス」を開催したい。開催にあたっては、今年度のアンケート結果を踏まえ、参加者が少なかった若年層向けにSNSを活用したPR、オンライン参加型健康スムージーづくりなどで参加者の増加を目指す。

また本年度実施できなかった「信州須坂スムージードレッシング」の認知度向上と市内外県外へと販路を広げていくため、長野県の首都圏総合活動拠点「銀座NAGANO」を活用し、スムージードレッシングを使った減塩レシピを健康長寿食として、イベントを開催しPRしていきたい。

※ 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

### 令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	須高担い手就農支援事業
事業主体 (連絡先)	須高農業振興会議 (須坂市農林課 026-248-9004)
事業区分	⑥ 産業振興、雇用拡大に関する事業
事業タイプ	ソフト事業
総事業費	831,270円 (うち支援金 554,000円)

#### 事業内容

- ・「長野県一就農しやすい須高」を実践するため、農業経営者をめざす若者に向けて農業の魅力を発信するため、ガイドブックを作成し、農業高校に1000部、須坂市・小布施町・高山村・JAながのに各750部3000部、合計4000部を配布した。
- ・ガイドブックを用いて、就農相談会や相談機関の窓口で希望者に農業の魅力、就農に向けた手順などを説明し、担い手の確保に努めた。
- ・同じく、地域の農業者へ担い手の確保の必要性を説明し、里親農業者への登録を促すなど、研修機関等、受け入れ体制の充実を図った。



#### 【就農体験の様子】

#### 【目標・ねらい】

- ① 新規就農者の確保
- ② 農村の活性化
- ③ 農業の振興
- ④ 遊休農地拡大抑制
- ⑤ 樹園地の継承

#### 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。

- ・ガイドブックを作成したことで、就農希望者に地域の実情や農業の実態を理解していただくことができた。
- ・須高地区で令和3年から就農に向けて、7名が新規就農者里親研修に入る見込みである。このうち、新たに移住する人は家族を含めると7名であり、人口増が見込まれている。
- ・里親農業者として、4名が新たに登録する見込みであり、受け入れ体制が充実した。

#### ※自己評価【B】

#### 【理由】

研修生を7名確保することができたため。

#### 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。

- ・研修に入る方や新規就農者が須高地区に確実に定住できるように、各機関で連携して、支援を実施し、就農しやすい地域を目指す。具体的には、早期に経営が安定するように、講習会の充実、経験が浅い方でも理解できるような教材の充実を図っていくとともに、今後営農をやめる意向の農業者から樹園地を円滑に継承できる仕組みを研究していく。
- ・令和4年度からの研修開始を希望している方もいることから、ガイドブックでの説明に加え、現地の案内や相談、農業体験を実施していき、担い手の確保に努めていく。

※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

### 令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	臥竜公園一帯を活用したアウトドアイベントによる観光誘客事業
事業主体 (連絡先)	アウトドアライフスタイル推進協議会 090-1486-3460
事業区分 重点テーマ	産業振興、雇用拡大 (ア 特色ある観光地づくり) 令和元年台風19号災害からの復興の推進
事業タイプ	ソフト
総事業費	4,011,984円 (うち支援金: 3,189,000円)

#### 事業内容

先般の台風19号の際は、千曲川の越水、八木沢川の内水氾濫などが発生し、須坂市も家屋や農地、道路など公共施設などにも甚大な被害を受けた。その際には信州須坂ハーフマラソンの中止など観光面の影響もあり、現在は「one for All, all for One」「オール須坂+α」をスローガンに、復興に努めている。

そのような中、市民に親しまれている「臥竜公園百々川緑地」で復興への旗印になるイベントを新たに立ち上げ、「オール須坂+α」の実現に向けて動き出すため本イベントを開催した。

#### 1 アウトドアフェスティバル in 須坂

日時: 10月10・11日 10時~16時

場所: 臥竜公園百々川緑地

来場: 2500

#### 【コンテンツ】

- 1、アウトドアライフスタイルゾーン・・・ライフスタイル提案&アウトドア関連用品等の展示・販売ゾーン。
- 2、マルシェゾーン・・・地域の店舗での販売&各種クラフト・ワークショップが体験できるゾーン。
- 3、食ゾーン・・・移動販売など買い物をして頂けるゾーン。
- 4、観光PRゾーン・・・須坂市観光協会さん・峰の高原観光協会さんなどのPRゾーン。
- 5、防災ゾーン・・・アウトドア防災を学べるゾーン

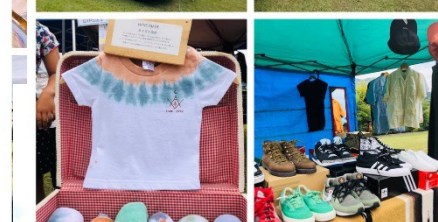
#### 【出店ブース】

協賛企業 (1~5計) : 26、観光・行政ブース : 2、フリーマブース : 14

#### 【協賛・出店費】

協賛企業 GOLD(30万円)×0=0万、協賛企業 SILVER (15万円)×0=0万、協賛企業 BRONZE (5万円)×5=19.8万、飲食企業 (2.5万)×3=5.5万、協賛企業一般(1日0.6万、2日1万円)×18=11.44万、フリーマーケット: (2日3000円、1日2000円)×14=2万、テントサイト: (5000円)×0=0万円

計: 38.74万円



## 事業効果

- ◆来場：2500名  
交流人口約2500名 日帰り旅行費用が1名約1.6万円、  
宿泊を伴うと5.7万円(観光庁)。想定経済効果は  
約4000万円。
- ◆市民参加型のイベントで、地域が一体となり、  
復興の後押しになった。
- ◆臥竜公園一帯の認知度を高め、多くの誘客効果に  
つながった
- ◆イベントを通じて集まった参加者が臥竜公園・百々川  
の魅力を体感し、地元の方と交流してもらったことで、  
交流人口が増加した。また再訪へのきっかけ作りがで  
きた。

## 今後の取り組み

- 1、復興に向け、変わらず須坂市の魅力発信、交流人口の増加を図る
- 2、他市内のイベント等との連携
- 3、集客コンテンツの増加
- 4、市内の方々への認知活動の継続

※ 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



## 令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	長野県産ドローンを活用した有害鳥獣の捕獲事業
事業主体 (連絡先)	小布施町農作物有害鳥獣駆除推進協議会 (上高井郡小布施町大字小布施 1491 番地 2 小布施町役場 産業振興課内)
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	ハード
総事業費	584,496 円 (うち支援金: 358,000 円)

### 事業内容

遠赤外線サーマルカメラを搭載したドローンを導入することにより、省力での鳥獣の追い払いや位置把握、捕獲等を実施しました。

- ① 先進地視察 (2月20日)
- ② 操作方法研修会及び実技講習 (1月31日)
- ③ ドローンを用いた鳥獣等対策事業 (1月～)



【 飛行の様子 】

### 【目標・ねらい】

集落への有害鳥獣の出没を防ぐとともに、農作物の被害を減少させる

### 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 先進地で取り組み状況について視察しました。
- ② 操作方法や関連法令に関する講義を受講するとともに、操作方法についても実技講習を行い、操作技術を習得しました。
- ③ 付属のスピーカーを通じ、音声や発砲音を発し飛行することにより、ほ場や山林から有害鳥獣を追い払いました。サーマルカメラにより生息エリア及び獣道を調査しました。

### ※自己評価【B】

#### 【理由】

コロナ禍の影響により、最も効果が得られる期間での活動が大幅に制限されてしまったが、計画時の事業効果は得られたと思われるため。

### 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。

定期的に操作研修会を開催することで、操作技術の向上につなげたり、事業従事人数の確保に努めたりする。

追い払いや生息エリア等の調査を継続することにより、集落への有害鳥獣の出没を防ぐとともに、農作物の被害減少を図っていく。

※ 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

## 令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	2020 ナガノシードルマンズリー
事業主体 (連絡先)	いいづなシードルガーデン実行委員会 事務局長：カシヨ(株)FC 開発課内/内山俊樹 080-3916-3275
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	3,190,250 円 (うち支援金：2,552,000 円)

### 事業内容

長野県はリンゴ生産が全国第2位だが、栽培面積・栽培量とも減少の一途。一方リンゴを原料とするシードルは若い女性を中心に注目を集め市場は拡大している。長野県内ではりんごの新たな付加価値商品としてシードルを手掛ける農家や事業者が増えている。いいづなシードルガーデン実行委員会ではシードルをりんご農家の追い風にすべく、更にりんごとシードルが観光資源にもなる可能性を広げるためナガノシードルマンズリーとして以下3つのイベントを開催した。

- 1.プロ向けシードルセミナー
- 2.ナガノシードルマンズリースタンプラリー
- 3.YouTube にナガノシードルチャンネル開局・番組配信

### 事業効果

- 1.プロ向けシードルセミナー4回を実施、20社39人が参加し、長野県産シードルの価値観や販売のコツを聴講。
- 2.ナガノシードルマンズリースタンプラリーでは26店舗が協賛し、シードル全体の拡販に協力をいただいた。
- 3.YouTube ナガノシードルチャンネルでライブ配信4回+アーカイブ配信2本、合計6本の番組を配信。視聴者数は11/16時点でのべ1913人に達した(その後も視聴者数は日々増えている)。番組へは26社のシードル事業者が出演。番組は毎回テーマを変えて配信することで、ナガノシードルを様々な角度からその価値観を伝えることができ、長野県産シードルの認知拡大につながっている。

### 今後の取り組み

いいづなシードルガーデン実行委員会では、7年前から飯綱町サンクゼールワイナリー本店で、毎年5月にシードルのイベントを実施してきた。今年はコロナ過でリアル開催は叶わず、オンラインイベント=ナガノシードルチャンネルを核としたイベントを実施したが、オンラインで実施することでリアルでは距離・時間的に参加できないユーザーを取り込むことができた。今後はリアルとオンラインを組み合わせたイベントを企画し、認知層をさらに拡大し、深堀していきたいと考える。

具体的には、ナガノシードルチャンネルで長野県産シードルをテーマにした番組を配信することで認知層を広げ興味を喚起させる。そこをきっかけにりんご産地やシードル醸造所をリアルに訪問するといった導線を企画・設計したい。

※ 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



### 【YouTubeでの番組配信】

#### 【目標・ねらい】

- ①ナガノシードルの認知拡大・普及とリンゴ農家の活性化
- ②「りんご&シードル」が訪問動機となる観光資源づくり

#### ※自己評価【B】

##### 【理由】

・各事業の当初目標数には達することはできなかった。一方オンラインイベントの新たな可能性が発見できたので、リアルとの併用で更に効果を上げられる企画を設計したい。

## 令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	ふるさとの食材を使用した信州ワインブレッドの普及啓蒙活動
事業主体 (連絡先)	信州ワインブレッド研究会 長野市篠ノ井会 30-2
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
総事業費	99,550 円 (うち支援金 : 79,000 円)

### 事業内容

長野地区は、北陸新幹線の駅があり観光客が多いことから、信州ワインブレッドが新しい特産物として根付くのに適した地域である事、長野県は小麦粉の購入量が全国でも高く、パンといった粉ものに馴染みがある点から地域での信州ワインブレッド PR 活動を強化し、知名度向上、取扱店舗増加を目的とした事業を行った。

- ・記念日認定リーフレットの作成



【記念日認定リーフレット】

### 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今までリーフレットはイベントや商談会等で配布することが主だったが、各販売店舗へ配布することで、商談会に参加をしないようなパン屋利用客にも信州ワインブレッドに興味をもってもらうきっかけになった。

(高原のパンやさん曰く、リーフレットを見て興味を持ち、話を聞いてくる利用客も複数いた。目にとどまるのか若干売れ行きも良い印象だったとのこと。)

※パン講習会・試食会、イベントを予定していたが、新型コロナウイルスの影響にて中止とした。

### 【目標・ねらい】

- ①信州ワインブレッド知名度向上
- ②製造、販売、取扱い店舗増加
- ③地産地消への寄与

### ※自己評価 【 C 】

#### 【理由】

リーフレットの作成、配布等できることは行い、会員の皆様にも店舗に置いていただくなどご協力頂いたが、コロナで中止になったイベントの挽回を行えず、研究会全体としては活動があまりできなかった1年だったため。

### 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。

来年も引き続き販売店にご協力頂き、リーフレットを店舗に置いてもらい、利用者の方に更なる PR 活動を行う。また、新型コロナウイルスの影響で人が集まるようなイベントができないと予想されるため、レシピの開発・配布を適宜行い、SNS 等で情報を発信し、少しでも信州ワインブレッドの周知になるよう努める。

※ 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



### 令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	黒姫高原エコスクールを軸とした観光誘客事業
事業主体 (連絡先)	CHILDHOODBASE KUROHIME, 090-1486-3460
事業区分	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	1,441,000円 (うち支援金: 1,080,000円)

#### 事業内容

当会が考える信濃町の資源を活かした以下の4つの観点でワークショップを開催。

さらには、住民と座談会や参加者の感想などから次年度の本格的なプログラムづくりをする。

ワークショップへの広範な集客を目的としたホームページを制作。そこには、各ワークショップの内容、講師の紹介を写真、動画や記事を掲載。関係する講師を増やすことで、ワークショップが増え、それを目的とした観光誘客ができる。

#### 【GAME s Vol.1】

☆生態系といのちの大切さを学ぶ

木育、食育、猟育などの自然を題材にしたプログラム  
本年度は、「木育をテーマ」 木育インストラクターによる、座学での木の学びと木のペンダント作りワークショップ

★7月23日 親子10組参加

#### 【GAME s Vol.2】

☆自分で自分の身を守る力を学ぶ

アウトドア&サバイバル防災。講師を招き、防災キャンプワークを開催。キャンプ体験を通して災害時にも役立つ知識や技術を学ぶ

★10月4日開催 親子15組参加

#### 【GAME s Vol.3】

☆もののかちについて考え、経済を学ぶ

★10月11日開催 親子3組参加

VOL.1と同様のペンダントセットをワークショップと合わせて300円で販売。50セット販売

※コロナ対策としてペンダント販売なくキット&ワークショップに内容変更

#### 【GAME s Vol.4】

☆安心安全な社会の仕組みを学ぶ

未就園児を対象とした交通安全教室。

★9月26日 10時~15時 親子35組参加  
(子供42人)

【GAME s Vol.1】



【GAME s Vol.2】





## 事業効果

- ☆各ワークショップ参加組数計：63組
- ☆交流人口約300名 宿泊旅行に伴う1回の旅行費用が1名約5.7万円、宿泊を伴わない旅行費用は1.7万円（観光庁）経済効果は750万円（20%程度が宿泊想定）
- ☆信濃町の魅力を深く体験することで、年に数回訪れ、ファンになり県外参加者の移住定住のきっかけとなる。
- ☆地元住民は地域理解と地元への愛着がわく

- ① 交流人口の増加
- ② 集客方法の確立
- ③ プログラム検証

※自己評価【 B 】

【理由】HPを使用しての告知⇒集客の流れを作り上げたが、目標の6割の集客にとどまった。火おこし体験などアウトドアの需要が高く来期に向けてのコンテンツ作りの参考にできた。

## 【GAME s Vol.3】



## 【GAME s Vol.4】



## 今後の取り組み

HPの認知度をもっと上げて、多くの方に利用していただき、イベント数を多くし、交流人口の増加を図る。来期に向け、テーマ設定をし、講師等プログラムの開発を進める。

- ※ 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

## 令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	鬼土間 (oni-doma) プロジェクト
事業主体 (連絡先)	鬼無里観光振興会 長野市鬼無里日影 2750-1
事業区分	(6)産業振興、雇用拡大 (オ その他) (8)その他地域の元気を生み出す地域づくり
事業タイプ	ソフト
総事業費	988,775円 (うち支援金: 730,000円)

### 事業内容

地区住民が中心となり組織した「鬼土間プロジェクト」では、長野県神城断層地震の被害で使われなくなった鬼無里中学校旧特別教室棟の活用を検討。ワークスペース（コワーキングスペース・サテライトオフィス）の設置運営、地域資源を生かしたイベントとワークスペースを組み合わせたワーケーションの実施、地域住民の協働による地域課題の解決などに試行的に取り組むとともに、持続可能な運営体制などの検討・検証を実施。

- ワークスペース試行活用 7/1～12/28 利用者 51人
- 地域課題解決ワークショップ 3回 参加者 84人
- 鬼無里ワーケーション 10/19～21 参加者 38人延べ
- ワークスペース、ワーケーションのチラシ等制作

### 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地域課題解決ワークショップが3回、ワーケーションは2泊3日で行うほか、サテライトオフィス利用企業によるイベントなども行われ、鬼無里内外の多くの方に参加いただき交流人口が増加した。参加者：延べ266人
- ②鬼土間（ワークスペース等）の利用者を広く募集し、様々な活用方法を検証。見学38人、交流スペース248人、ワークスペース51人、校庭219人
- ③地区人口の減少数改善（社会増減数 対令和元年度比で減少数抑制）5人減の微減で、一定の効果があつたと思われる。

### 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。

鬼土間プロジェクトは、今後も鬼無里中学校旧特別教室棟を活用し、関係人口、交流人口を創出し、地域の活性化を目指す取り組みを実施していく方針。

今年度実施した事業内容を基に、鬼無里の外（ソト）と中（ナカ）と鬼無里の未来（ミライ）に「つながる」拠り所となるよう、定期開催の勉強会や交流会など地元の人にもっと鬼土間を知っていただく企画や、高等教育機関と連携したイベント等を実施していく。

※ 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つ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



【活動の様子】

### 【目標・ねらい】

- ①地区における交流人口の増加
- ②コワーキングスペース、サテライトオフィスの導入に向けた実証実験
- ③地区人口の減少数改善

※自己評価 【 A 】

### 【理由】

コロナ禍で若干の内容変更はあったものの、ワークショップやイベント、施設の利活用の検証も概ね事業計画どおりに進めることができた。

## 令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	信州ワイン普及振興事業
事業主体 (連絡先)	一般社団法人ユズリハ 長野県上高井郡高山村大字高井6325-21
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	3,104,347 円 (うち支援金: 2,066,000 円)

### 事業内容

- ・ワイン会の開催
- ・会員制サイト制作運営
- ・動画制作
- ・リーフレットの配布
- ・オリジナルモバイルクリーナーの配布

### (活動写真)



### 【 ワイン会の様子 】

### 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。

ワイン会成果は以下のとおりである。  
→ 全参加者数 118 名平均 13.1 名 (複数参加者も含む)  
ワイン会に参加していただいた方々にはワイン初心者が多く、飲み方がわからない方々がほとんどだったのでワインを飲み始めるきっかけ作りにはなった。さらに、ワイン会直後に業者からワインを購入してくれた方が数名いた。また、参加者が SNS でワインを購入したという投稿が見られた。  
会員制サイト登録は 17 名であった。登録者の中の 4 名がワイン会に参加した。  
事業開始前よりも協力してくれる仲間や団体が思っていたよりも増えた。

### 【目標・ねらい】

- ① 各ワイン会で平均 30 集客
- ② ワイン会後にワインを購入
- ③ 会員制サイト登録人数 100 名

### ※自己評価 【 C 】

#### 【理由】

新型コロナウイルス感染症の影響で、広報のスケジュールが遅れたり、勢いに乗り始めたワイン会事業が一気に集客困難になったりしたから。

### 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。

ワイン会は少しだけた雰囲気になってしまうので、NAGANO ワインのためのワイン塾も行っていく。ワイン会自体もいろいろなお店からリクエストをいただいているので継続していく。コロナ禍が収束後、高山村産のワインに関わるたかやしろワイナリーやサントリーの塩尻工場や高山村のワインぶどう研究会の方々や角藤農園の研修生の方々と協力をして、長野市セントラルパークでワインの収穫祭を行う予定である。また、高山村の旅館関係者を巻き込み、ワイナリーを回るツアーも企画している。対象者は関東圏の経営者層であり、既に 15 名程度は参加依頼をいただいている。

※ 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



## 令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	信州須坂フルーツエールによる果実振興とまちの賑わい創出
事業主体 (連絡先)	信州須坂フルーツエール推進協議会 (事務局：須坂市産業振興部産業連携開発課 TEL026-248-9033)
事業区分	⑥産業振興、雇用拡大に関する事業
事業タイプ	ソフト
総事業費	631,320円 (うち支援金： 502,000円)

### 事業内容

須坂市は、りんごやぶどう、桃などの果樹栽培が盛んであり、農業生産額のうち果樹が占める割合は8割を超える。しかしながら、全国的には須坂市自体の知名度があまりないため、須坂の代表的な地域資源をいかしきれていない。

須坂産フルーツを活用した信州須坂フルーツエールの販売及びイベントを行うことで、須坂産フルーツのブランド化を図り、須坂産フルーツ及び須坂市自体の知名度向上につなげ、さらには誘客へとつなげる。

・長野電鉄長野駅コンコースイベント 2020年12月18日(金)～21日(月) ※物産品自体の販売は12月11日(金)～27日(日)

### 事業効果

・長野電鉄長野駅コンコースイベントでは、約1,000人の方に来場いただいた。

・イベントでは、信州須坂フルーツエールの販売のほか、須坂産農産物加工品もあわせて販売し、相乗効果を図った。期間中、フルーツエールは130本を売り上げ、その他商品の中には完売した品もあり、好評をいただいた。

・事業の目的である、信州須坂フルーツエールの認知度向上、また須坂産フルーツを始め農産物の魅力向上にもつながった。

・須坂市への観光案内も行ったことで、誘客促進にもつながった

### 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。

・今年度の主イベントであった「信州須坂ビアフェスティバル」が新型コロナウイルス感染拡大のため、実施できなかった。来年度については、感染防止対策を徹底し、実施したいと考える。

・フルーツエールに認知度向上につながる取り組みを引き続き実施し、須坂産フルーツのブランド化をさらに推し進める。また、信州須坂ビアフェスティバルの開催により、須坂のまち中を回遊するような仕掛けを実施し、まちの賑わい創出、須坂市への誘客へとつなげていきたい。

・新型コロナウイルス感染防止対策を講じたイベントを実施し、ウィズコロナ、アフターコロナの新たな生活様式・価値観を踏まえたイベントのあり方を構築していきたい。

※ 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



【抽選会の様子】

### 【目標・ねらい】

- ① 信州須坂フルーツエールの販売及び認知度向上
- ② 須坂市産フルーツのブランド化
- ③ 須坂市への誘客

### ※自己評価 【B】

#### 【理由】

・当初の主目的であった信州須坂ビアフェスティバルの開催が開催できなかった。

・コンコースイベントを通じ信州須坂フルーツエールの認知度向上につながった。