

(様式第2号)

地域振興推進費事業計画・自己評価書 (実績)

|          |   |   |                 |        |                              |
|----------|---|---|-----------------|--------|------------------------------|
| 提出区分     | 実績  | 整理番号  | 5               | 課題区分   | C                            |
| 横断的な課題   | 「佐久の産業は粒ぞろい」未来につなげる産業づくり  |   |                 |        |                              |
| 地域重点政策   | 「佐久の産業は粒ぞろい」未来につなげる産業づくり  |   |                 |        |                              |
| 実施機関     | 佐久地域振興局   |   |                 | 担当課    | 所属 佐久農業農村支援センター              |
| 事業名      | 生食プルーンの美味しさを佐久地域から発信！   |   |                 | 電話     | 0267-63-3167                 |
|          |   |   |                 | E-mail | saku-nogyo@pref.nagano.lg.jp |
|          |   |   |                 |        |                              |
| 事業の概要    | 目的<br>(目指す姿)  | ・佐久地域特産果樹としての生食プルーンの認知度が向上し、身近な果物として地元で消費(菓子などの加工品含め)が活発になっている。<br>・需要に応える高品質なプルーンの栽培が盛んに行われ、特に県オリジナル品種の「オータムキュート」が県内の最大産地となっている。<br>・佐久ならではの季節の果樹として、プルーンを味わうメニューが組み込まれたツアーやイベント等が定着し、佐久地域の魅力発信に寄与している。  |                 |        |                              |
|          | 現状と課題   | ・佐久地域は生食プルーン生産発祥の地として、県と生産者が協同し、完熟収穫に必須である雨よけ栽培技術を確立する等「佐久特産くだもの」としてプルーンを産地化した歴史がある。<br>・市場や直売で一定の需要がある中、佐久地域のプルーンの栽培面積は生産者の高齢化により減少しており、担い手の確保が急務。<br>・一部市場関係者から生食プルーンの認知度が低いという指摘があることから、市場調査及び生産振興に加え認知度向上戦略が必要。<br>・生食プルーンを新しい切り口とした佐久地域の魅力発信に向け、局(局内横断)、市町村、生産者が連携してツアーやイベント等を実施する。<br>・期待の県オリジナル品種「オータムキュート」の生産振興を図る。 |                 |        |                              |
|          | 内容<br>(変更後の内容)  | 生食プルーンの認知度向上と魅力発信に向け次の内容を実施。<br>①生食プルーンの市場調査及び発信戦略の策定<br>②プルーンPRアイテムの作成に係る素材撮影、リーフレット作成・配布<br>(一般消費者だけでなく市場関係者など、幅広い方に見ていただき認知度向上につながるよう、佐久地域のプルーン栽培の歴史や品種特徴等の情報が一つにまとまったものを作成する)<br>③イベント開催に係る参加店舗の掘り起こし及び商品試作、撮影  |                 |        |                              |
|          | 事業期間  | 令和5年6月  |                 | ～      | 令和6年3月                       |
| 事業費等     | (単位:円)  |   |                 |        |                              |
|          | 事業を構成する細事業名等  | 実施内容  | 実績額             | 備考     |                              |
|          | ①生食プルーンの市場調査  | 市場調査  | 22,700          |        |                              |
|          | ①発信戦略の策定  | 戦略会議の開催<br>発信戦略の策定  | 0               |        |                              |
|          | ②PRアイテム作成   | ポスター、リーフレット用素材の撮影、リーフレット作成  | 1,555,000       |        |                              |
|          | ③スタンプラリー形式による佐久地域内のパティスリーが参加するプルーンを活用したメニューを楽しんでもらうイベントの開催。(参加パティスリーの試作用サンプル提供含む) | 参加パティスリーの掘り起こしと開催に向けた計画等準備(開催はR6年度)   | 125,600         |        |                              |
| 合計       |   |   | 1,703,300       |        |                              |
| 指標及び達成状況 | 成果指標  |   | 目標値             | 成果     | 達成状況                         |
|          | ①発信戦略策定   |   | 1件              | 1件     | ● 達成                         |
|          | ②リーフレット利用者における満足度調査   |   | 回答者の7割以上が「満足」回答 | 86.7%  | ○ 一部達成                       |
|          | ③スタンプラリーへ参加予定のパティスリー店舗数   |   | 5件              | 5件     | ○ 未達成                        |

|         |   |
|---------|---|
| 事業実績・成果 | <p>①生食ブルーンの市場調査<br/>9月28日、29日に東京を中心とする首都圏におけるブルーン流通実態把握のため市場調査を実施。ブルーンの流通状況や認知度、市場関係者からの評価などを実際に確かめ、以下の知見を得た。<br/>(1)生産量が限られるブルーンは、現在の販売チャンネルをベースに、ターゲットを絞り、ファンやリピーターを徐々に獲得していく戦略を描くことが効果的。<br/>(2)(1)の戦略のために、ブルーンの情報発信媒体(リーフレット・カード、WEBなど)を整備するとともに、美味しいブルーンをお客様に届ける努力が必要。</p> <p>①発信戦略の策定<br/>ブルーン振興方針策定のため、関係機関との意見交換の場を設けた。<br/>首都圏での市場調査の情報共有や佐久地域の生産販売の状況、出席者のご意見等を踏まえ、今後の振興方針となる発信戦略を策定した。</p> <p>②PRアイテム作成・配布<br/>ブルーンPRアイテム作成にあたり、9月に素材写真の撮影、1月～3月にかけてリーフレットの作成を行い、関係各所に配布した。<br/>佐久地域におけるブルーンの魅力発信に効果的な媒体を作成することができ、令和6年度以降のブルーン振興に活用していく。</p> <p>③スタンプラリー形式によるブルーンスイーツイベントの令和6年度の開催に向け、準備を行った。<br/>参加店舗の募集により、5店舗が決定しと試作品の製作依頼及び試作品の撮影を行った(9～10月)。</p> |
| 今後の方向性  | <p>令和5年度に作成したリーフレットを活用し、イベント等による振興を図っていく。<br/>また、参加承諾をいただいたケーキ店で令和6年度スイーツスタンプラリーイベントを開催し、ブルーンの認知度向上やケーキ店・佐久地域の魅力発信に取り組んでいく。</p>   |