

|                  |  |  |                        |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
|------------------|--|--|------------------------|---------|---------|--|-----------|--------|-------------------------------------|------------|----|----|--|
| 事務事業名            | ツーリズム連携による地域農産物ファン創出事業   |  |                        |         | 会計      | 一般会計   |           | 事業種別   | 政策                                  | 開始         | 21 | 終了 |  |
| H27担当課等名         | 農業課  |  | H27係等名                 | 生産振興係   |         | H26係等名   |           | 生産振興係  |                                     |            |    |    |  |
| 基本計画上の位置づけ       | 政策   | 1  | 多様な産業が発展できる経済力の強いまちづくり |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
|                  | 施策   | 13   | 新しい力による新しい産業づくり        |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 目的               | 対象(誰・何を)   | 都市部の消費者  |                        |         |         | 対象指標   | 指標名及び単位   |        |                                     | 26年度数値     |    |    |  |
|                  | 意図(どうい状態にするか)  | 農産物を通じて飯田のファンになってもらう   |                        |         |         |  | 中京圏人口(万人) |        |                                     | 744        |    |    |  |
|                  | 向上させたい上位施策の成果指標  | 開発された観光プログラム数(累計)  |                        |         |         |  | 首都圏人口(万人) |        |                                     | 1339       |    |    |  |
| 目標               | 種別   | 指標名及び単位  |                        |         |         | 26年度計画   | 26年度実績    | 27年度計画 | 28年度見込み                             | 備考(指標変更など) |    |    |  |
|                  | 成果指標   | 産地ツアーで来飯した都市部消費者(累計人数)   |                        |         |         | 600  | 611       | 700    | 800                                 |            |    |    |  |
|                  | 成果指標   | いいだファンクラブメルマガ登録、フェイスブックいいね押下   |                        |         |         | 600  | 784       | 700    | 800                                 |            |    |    |  |
| 定性目標             |  |  |                        |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 事業概要             | <p>農のある風景などを中心に本市の魅力を発信しつつ、本市のファンづくりを進める場として「いいだファンクラブ」ウェブサイトを整備する。さらに、農産物の通販サイトを併設し、情報発信の中でなぜ「良いモノ」なのか、どう「良いモノ」なのかという「物語」も発信していく。また、観光誘客マーケティングの一環として、人気の高い農産物の生産現場をステージにした収穫・食体験と農家交流をメインプログラムとした産地ツアーを南信州観光公社と連携して実施する。適正原価を基にした料金設定で、交通費、体験料、土産代、手数料等が全て地元で落ちることを基本とし、プログラムの充実を図ることで顧客満足度を高め格安ツアーとの差別化を図る。『プレミアム農産物を起点とした高付加販売展開、産地誘客による地域消費の拡大、物語のある魅力発信等による「いいだのファン」づくり』</p> |  |                        |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 事業内容             |  |  |                        |         |         | 名称   |           |        | 活動指標                                |            |    |    |  |
| 26年度事業内容         | 1 産地ツアー(有料参加型)の本格実施<br>ツアーの企画・実施   |  |                        |         |         | 1 ツアーの実施回数   |           |        | 1 3回                                |            |    |    |  |
|                  | 2 いいだファンクラブの運営<br>(1)フェイスブック運営の取材<br>(2)メールマガジン配信<br>(3)ファンクラブ加入促進   |  |                        |         |         | 2<br>(1)フェイスブックいいねの数<br>(2)メールマガジン登録数<br>(3)会員特典等の企画 |           |        | 2<br>(1) 567件<br>(2) 246人<br>(3) 2回 |            |    |    |  |
|                  |  |  |                        |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 事業コスト            |  | 25年度決算額  | 26年度予算額                | 26年度決算額 | 27年度予算額 | 特定財源内訳、補足  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 事業費計(千円)①        |  | 175  | 407                    | 282     | 338     |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 国庫支出金            |  |  |                        |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 県支出金             |  |  |                        |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 起債               |  |  |                        |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| その他              |  |  |                        |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 一般財源             |  | 175  | 407                    | 282     | 338     |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 人件費計(千円)②        |  | 443  |                        | 1,860   |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 正規職員所要時間         |  | 124  |                        | 520     |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 臨時職員所要時間         |  |  |                        |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 総事業費①+②          |  | 618  | 407                    | 2,142   | 338     |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 事業内容・目標達成状況の振り返り | <p>いいだファンクラブの運営では、フェイスブックにおいては1つの記事での平均閲覧数は300を超えることや、メルマガの購読者やフェイスブックいいね押下も増加しており、着実にファンが増加している。産地ツアーについては、旅行会社等で同種のツアーが多く催行され先行メリットが無くなってきたが、市田柿体験などこの地域ならではのツアーにニーズが強くある。</p>   |  |                        |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
| 改革改善の考え方         | ①問題点   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・農業分野に限らず、農商工連携等による他の観光ツアーと差別化できるプログラムの充実</li> <li>・情報を届けるための効果的なPRルートの更なる開拓</li> </ul> |                        |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |
|                  | ②改革提案  | <p>ターゲットの絞り込みと収穫体験と食事を連動させた南信州やこだわりのイメージを追求したプログラムの開発と実施と併せ、いいだファンクラブやメールマガジン等を利用し周知活動を行う。</p>                                 |                        |         |         |  |           |        |                                     |            |    |    |  |