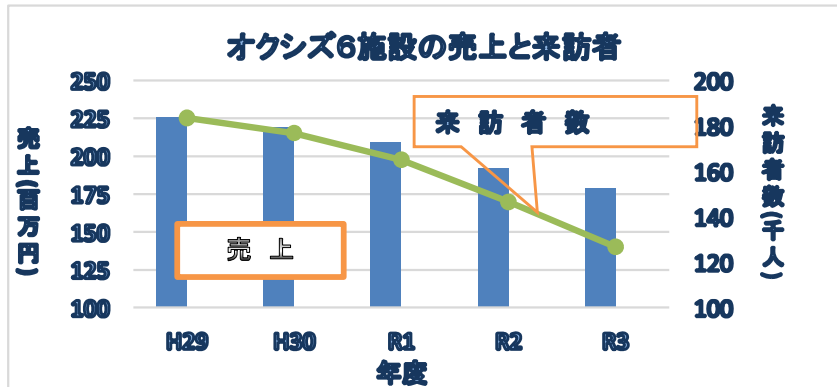


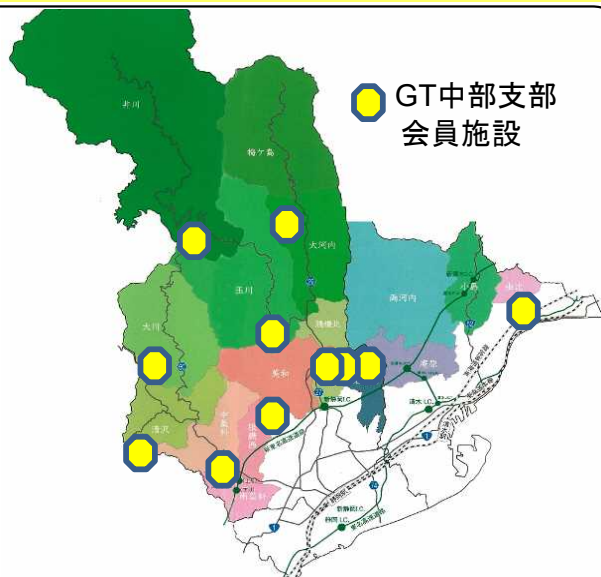
地域資源の保全と有効活用によるオクシズの活性化

活動期間：令和4～5年度

○ 取組の背景



水見色きらく市、きよさわ里の駅、真富士の里、うつろぎ、笑味の家&たけのこ、魚魚の里(R5退会)の合計

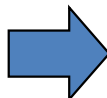


GT中部支部
会員施設

○ 課題・目標

課題

来訪者数、売上とも減少
担い手の高齢化(一部施設)



目標

地域の中核施設として
維持し、活性化を支える

目標達成に向け、施設の運営力強化を図る

指標 売上 192,354千円 (R2)→211,589千円 (R7)

普及指導員の活動

○ 推進方向1 「事業継続に向けた運営改善」

■ きよさわ里の駅: 世代交代に向けた支援(R4: 5回)

施設を運営する担い手が高齢化→「清沢レモン部」への運営権移譲に向け協議。課題の洗い出し。

■ 真富士の里: 改善効果の検証(R4: 2回、R5: 3回)

令和3年度に作成した「運営改善指針」の実現を支援。

冷凍技術の実用性(作業効率化の効果)を検証

→ 定休日の確保へ(施設運営者の負担軽減)

■ 水見色きらく市: 経営方針の再構築(8回)

月例会議を毎月開催し、経営分析、課題抽出、実効策を検討。



水見色きらく市での月例会議

○ 推進方向2 「地域特産品の開発」

■ 新商品の開発

既存商品に”一手間” 加えた商品を開発支援。

・”ぶっかけレモン”を使ったメニューの開発(きよさわ里の駅)

・ソフトクリームに別の商品をプラスし、商品アイテム数を増やす(真富士の里)

・ソバやまんじゅうを冷凍化し、宅配販売を実行(真富士の里)

・調理工程、材料を見直し、コスト削減を図ったカレーレシピの開発(NPO法人複合力)

等

■ 施設間で連携した商品の検討

3施設の味噌をセットにした商品を提案。イベントで試験販売を実施。

○推進方向3 「施設間の連携による交流促進」

■しずぐりスタンプラリーによる交流人口の増加

会員及び協賛施設の拡充に向け、働きかけ。

スタンプラリー参加施設数

R3 R4 R5

10→10+2(協賛)→11+2(協賛)

スタンプラリーに掲載する周遊マップを決定。



■SNSを上手に使った情報発信

各種SNSの特徴に関する研修会を実施。

真富士の里、やませみの湯で、写真の撮り方、掲載ポイントを個別指導。

やませみの湯での指導

スタンプラリー台紙

に使用した周遊マップ

具体的な成果

○「事業継続に向けた運営改善」

■<きよさわ里の駅>

「清沢レモン部」が将来の担い手になることを現運営者、レモン部、NPO法人が確認。現状の業務棚卸しを実施。課題を整理し、レモン部による事業継承の際、業務を取捨選択できるような態勢を整えた。

■<真富士の里>

運営者の定休日を確保。

R5市単事業を活用し冷凍機等を購入。秋～年末に冷凍まんじゅうや冷凍そばの販売を開始。

■<水見色きらく市>

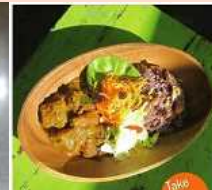
月例会を継続中。1つ1つの課題を数値化、見える化で整理し、PDCAサイクルで改善策を検証中。

○「地域特産品の開発」

■「新商品、続々誕生」

開発された商品：

餡ソフト、梅ジャムソフト、スイートポテト、西里雑穀カレー、冷凍ソバ、冷凍饅頭、ぶっかけレモン付き焼肉定食 など



左：梅ジャムソフト

右：餡ソフト

■「味噌食べ比べセット」の試験販売

味噌セットは売行き好調。市中で売れることを再確認

R5年度は、各施設の食材を組み合わせた常温で長期保存が可能な漬物を開発中。



味噌食べ

西里雑穀

カレーチラシ

比べセット

紹介チラシ

○「施設間の連携による交流促進」

■「しずぐりスタンプラリーで交流人口の増加へ」

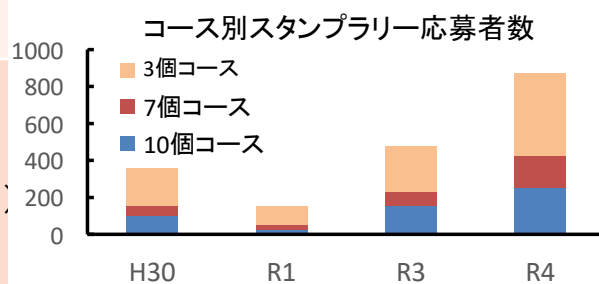
スタンプラリーが定着。交流人口増に貢献。(R4/H30:2.4倍)

■SNSの活用

各施設の状況に応じた活用策を提案し、個別に指導。

一部施設は、X(旧Twitter)、Instagram等の使い分けて投稿、投稿数も増加。

これらによりフォロワー数が増加。



■来訪者数、売上の変化

	来訪者		売上	
	R4/R2		R4/R2	
水見色きらく市	79.9%		91.4%	
きよさわ里の駅	89.0%		111.8%	up ↑
真富士の里	98.4%		103.6%	up ↑
西里温泉やませみの湯	122.20%	up ↑	109.50%	up ↑

R5の見込み

一部施設を除き、移動制限が解かれ、来訪者・売上ともUPの傾向