２０２１年度

食文化創造都市推進プロジェクト支援事業報告

※2021年度は一覧の10事業が採択され、事業が完了しました。
情報は令和4年3月31日現在のものです。

2021年度食文化創造都市推進プロジェクト支援事業報告

No	プロジェクト名	実績写真	申請者	実施スケジュール	実施内容	事業実績	助成金メニュー
1	野菜ソムリエと行く！ 採れたて野菜でお料理教室バスツアー		株式会社フリーウェイツアー 代表　小林裕一	7月3日、11月6日 ツアー2回実施	野菜ソムリエ同行、農園や直売所等での収穫体験と収穫した野菜を使用した料理教室付きガストロノミーツアーの実施。	2回実施 参加者数 1回目　10人 2回目　11人	チャレンジ
2	たねをまく 量り売りマーケット＋商品開発＋ ネットワークを育てるプロジェクト		株式会社リトルライトストア 代表　豊島淳子	8月6日, 10月8日, 11月12日, 12月11日 ①量り売り4回実施 2022年2月15日 ②勉強会1回開催	①量り売りマーケットの開催 ②「レモングラス」商品開発 ③勉強会開催（オンラインまたは招聘）	マーケット4回実施 来場者数　220人 レモングラスサンプル 50個作成 勉強会8人参加	チャレンジ
3	親子で食育活動大作戦！		料亭　三笠屋 代表　本間丈晴	9月23日, 10月23日, 11月23日, 12月12日 計4回開催	親子を中心に ①季節の農産品、鮮魚の目利き活動 ②大正5年創業の老舗料亭の見学(歴史的地元伝統品の紹介) ③骨付きの魚料理をきれいに食べる活動 ④地産地消ランチメニュー（お弁当）の提供	4回実施 9月23日,10月23日, 11月23日,12月12日 計157人参加	チャレンジ
4	次世代型ガストロノミーツーリズム		Yui farm　project 代表　大越正章	7月21日 オンラインセミナー 12月4日,5 日　日大モニターツアー 12月19日, 26日 新大モニターツアー実施	次世代型ガストロノミーツーリズム事業のトライアルとして、 ・大学生へのオンラインセミナーの実施。 ・体験ツアーの開催とその様子を動画編集しPR動画として配信。	オンラインセミナー 156人参加 モニターツアー 各大学3人 計6人参加	チャレンジ
5	キッチンカーを連れて旅をする ～新潟秋のガストロノミーツーリズム～		株式会社e-table 代表　松井弘恵	10月3日開催	新潟の旬の食材を味わう、キッチンカーとともに生産者を巡るバスツアーを 9月～11月に開催。収穫体験とその場で料理人が調理した料理の提供。	1回実施　24人参加	チャレンジ
6	～なつかしいけど新しい～ 動画で旅する新潟土産＆商店街		株式会社ニール 代表　中澤真理子	6月中旬～動画撮影 11月23日動画公開	・新潟市を代表する土産3品の製造工程・歴史背景・作り手の思いを伝える動画と本町通・古町通・東堀通をバーチャルショッピングする動画を作成・公開し通販サイトと連動させ「新潟発R」の誌面でも紹介し、購売や来訪へつなげる。	Youtube 再生 計1419回（2月末）	チャレンジ
7	本町サワーで本町を盛り上げよう！		本町サワー実行委員会 代表　山田直隆	7月7日　サワー提供 スタンプラリー フォトコンテスト開始 11月　はしご酒実施 12月　あとはしご酒実施	・本町に店舗をもつ飲食店が独自で考えた「本町サワー」を提供し名物のひとつとする。 ・本町サワーマップを作成し本町はしご酒等のイベント開催。	スタンプラリー　150人 はしご酒　20人 フォトコンテスト応募なし	チャレンジ
8	本町お子様ランチ		#きーぼう do. 代表　近藤希以子	7月18日, 25日, 8月1日, 15日, 22日, 29日 本町まち歩き、お子様ランチ開発 5回開催 9月20日,10月31日,11月3日 お子様ランチ提供3回開催	小学生を対象としたお子様ランチ開発プロジェクト。 本町の町探検とお子様ランチメニューの考案。考案メニューは子供たちが店員となり本町(#きーぼうdo.)にて提供。	開発プロジェクト参加児童13人 ランチ提供イベント 3回実施計65人参加	チャレンジ
9	アフリカからにいがたへ コメ食文化を通じた国際交流		アフリカンベーカリーカフェナミテテ 代表　工藤知子	6月30日, 7月18日, 8月29日, 9月22日, 10月31日, 1月30日　講習会6回実施 11月21日 長岡アフリカイベント参加	・新潟大学のアフリカからの留学生を講師に招き、アフリカ文化紹介とパン作り講座の開催とスタッフの技術指導。 ・アフリカに広く伝わる米粉を使用したパン、菓子類を紹介しナミテテにて販売。	講習会　計6回開催 参加者数28人	チャレンジ
10	ミシュランガイド新潟2020特別版と巡る・ 新潟食文化と食材の旅プロジェクト		Yui farm　project 代表　大越正章	9月21日, 11月24日, 12月8日 オンラインセミナー3回開催	・ミシュランガイド新潟版2020掲載シェフを数人取材・対談したものを動画で流し、推進会議会員や学生と共有することで食文化の浸透を図る。 ・オンライン上で地域外のミシュラン掲載店シェフとの交流。	参加者数 第1回　110人 第2回　80人 第3回　70人	育成発展

レビューの自己評価①～④については
次の基準で判断しています

①企画書どおり目的が達成できた/期待した効果があげられた

②概ね企画書どおり目的が達成できた/概ね効果があげられた

③あまり目的が達成されたとはいえない/あまり効果があげられたとはいえない

④ほとんど目的は達成できていない/ほとんど目的は達成できていない

※掲載内容は申請者による実施報告書から抜粋しています
※各事業の詳細を掲載しています

野菜ソムリエと行く！採れたて野菜でお料理バスツアー

【実施日】2021年7月3日、11月6日

【会場】立寄り先：鈴木農園（見学）、ひなた薬局調理室（調理実習・ランチ）、
ベジランドにいつ（旬の農産品）、和カフェべじ家（野菜スイーツ）、
ナチュレ片山（旬の農産品）

【申請者】株式会社フリーウェイツアー 代表　小林裕一

【連携者・団体】鈴木農園

【内容】
新潟市内の農園・産直所・野菜スイーツ提供するお店等を巡るバスツアーです。
全行程、野菜ソムリエが同行して 野菜の解説を行い、参加者には野菜の知識を深めていただきます。
また農園では生産者の方、野菜スイーツ提供店ではオーナーの方からもお話を伺い、野菜と食への関心を更に高めます。メインイベントは、参加者が実際に新潟市で育った野菜を収穫し、その野菜を使って野菜ソムリエの実演とレシピで料理教室を行い、実際に全員で完成した料理を食べていただき、ツアー終了後、ご自宅に野菜のお土産も郵送し家庭でも継続して新潟市産の野菜を使った料理を取り入れていただきます。また、夏・秋2回ツアーを行うことにより、その季節で違う旬の野菜を楽しんでいただくことができます。

【新型コロナウイルス感染症対策】旅行ガイドラインに則った対策、ソーシャルディスタンスの協力のお願い。

レビュー
1）プロジェクトの目標達成度
①　企画書どおり目標が達成できた
【具体的な理由】
・11月６日の 秋ツアーには 、７月３日の夏ツアーのリピーター客の申込があった。夏ツアーで素晴らしさを感じていただけたからこその参加と認識。
・鈴木農園での野菜収穫体験や野菜ソムリエとの調理や野菜についてのレクチャーは地物野菜の素晴らしさとそれらを使った調理レシピを確実に学んでいただけた。
以上、2点より企画書通り目的が達成できたと考えます。

2) プロジェクトの効果等
②　概ね効果があげられた
【具体的な理由】
・ツアー中、野菜ソムリエからレシピの説明、及びツアー終了後鈴木農園から採れたての野菜を送ることにより、継続して新潟市産の野菜を使った料理を作っていただけるように案内できた。
・ツアーを夏・秋2回行ったことにより、その季節で違う旬の新潟野菜を学んでいただけた。
以上、2点より概ね効果があげられたと考えます。

3) 目標値と実績値について　参加人数、売上等
目標　10名様　×　2回ツアー　＝20名様
実績　10名様（夏）＋11名様（秋）＝21名様

4) 次年度以降の継続に向けた方策
・より新潟市産の野菜を知っていただくために調理無しなど一部経費を抑えたミニツアーの実施検討
・より多くのお客様に知っていただくためにリピーターの人数制限検討

たねをまく　量り売りマーケット+商品開発+ネットワークを育てるプロジェクト

【申請者】株式会社リトルライトストア　代表　豊島淳子

【連携者・団体】よへいろん、株式会社U・STYLE

【実施日程】2021年8月6日、10月8日、11月12日、12月11日

【会場】リトルライトシアター

【内容】
社会的共通資本としての食文化を新潟市で育むプラットホームを構築することを目指し、
３つの活動でプロジェクトを構築。
①量り売りマーケット「たねをまく」の開催　（全４回）
②量り売りマーケットを共同開催する農家が栽培するハーブ
「レモングラスの商品開発による次年度以降のマーケット」運営費捻出の仕組みづくり。
③食文化を育む人材同士のネットワーク構築のための勉強会開催。

【新型コロナウイルス感染症対策】
大型空気洗浄機稼働、窓、ドアの解放による換気、入場者数の制限、入場前のマスク着用、検温、アルコール消毒

レビュー
1) プロジェクトの目標達成度
①　企画書どおり目的が達成できた

【具体的な理由】
量り売りマーケットの評判が良く、回を重ねるごとに出店者、来場者とのコミュニケーションが深まっていった。
出店、来場者双方から開催頻度を増やしてほしいとのリクエストも多数あり、量り売りを通して食文化をやりとりする場として醸成していく手応えを得られた。
毎マーケット終了時のヒアリングと、今回のマーケット開催を踏まえて出店者を中心に開催した勉強会では、
新潟市のマーケット状況を俯瞰して情報共有、現状把握、これからチャレンジすべきことを、出店、主催、
来場者の角度それぞれに検証、議論することができた。またこうした共有と検証の場を継続することも不可欠であると認識できた。
マーケットの自立運営のための「レモングラス」商品開発は、「たねをまく量り売りマーケット」が目指す社会的共通資本としての食文化を支えるというコンセプトを土台に、畑と商品がそのままつながる世界観をパッケージデザインに託すことができ、次年度販売が具体的となった。

2) プロジェクトの効果等
①　期待した効果があげられた

【具体的な理由】
・マーケット開催来場者数→現会場ではほぼ最大値まで来場。量り売りにもほとんどの参加者が工夫をこらした容れ物や袋を持参。一般のマーケットよりも来場者の滞在時間が長く、ゆっくりと出店者とコミュニケーションを取っている。出店者からは客単価が高く他のイベントの客層とは異なるという意見も多数。
・毎回のヒアリングと勉強会→価値観の共有や農家、飲食店、来場者の視点や意見の共有、情報を交換する場として機能することができた。農家の現状に合わせ仕入れ打ち合わせや今後の商品開発、共同イベントのアイディア出しなど。出店者と来場者の家でどんなふうに野菜を料理、保存しているかをシェアする会話が多数生まれた。
・農閑期の販売農産物がない課題解決するための「レモングラス」商品開発化
→一つの商品にとどまらず、今後ブランドシリーズとして、発展性のあるプロダクトサンプルを作成することができた。

3) 目標値と実績値について　参加人数、売上等
目標値　マーケット来場者数　全４回　計　のべ　１００名、レモングラスサンプル作成　１００個
実績値　マーケット来場者数　全４回　計　のべ　２２０名、レモングラスサンプル作成　　５０個

4) 次年度以降の継続に向けた方策

＊初年度は出店者駐車場代を予算負担し、出店手数料も集めない形とした。
マーケット実績も形成され、出店者からも出店料を集める形で安定した継続開催をとの意見が集まっている。
また、会場規模の課題がある。

→大規模マーケットを開催するのではなくコミュニュケーションが十分に可能な現サイズの量り売りマーケットの
開催を多拠点（リトルライトシアターの他２、３箇所）に設け、定期開催を目指す。
今年度出店者を中心にマーケット運営チームを組織。会場費、駐車場代等の支出を出店料や商品開発した
プロダクト収入で自走可能にし、プロジェクト全体の基盤とする。

＊商品開発「レモングラス」

→育成、収穫、乾燥方法、選別、個包装の作業工程の整理が必要。
年間可能栽培量に合わせた、年間作業工程を組み立てる。
アンケートに基づき価格設定と微調整を行い販売する。「たねをまく」ブランドシリーズとして、
他のアイテムの試作も開始。

＊食文化ネットワークのための勉強会

→マーケットそのものを研究、勉強するチームの立ち上げ。新潟市のマーケット主催者から話を聞き、
知見を共有し、地域のマーケットそれぞれの役割や今後を議論する場を設ける。
新潟県外のマーケット開催者もゲストとする。勉強会の様子を紙媒体や音声、または映像コンテンツとして形にし、
新潟市内外に発信する。オンラインイベントでの収益化も目指す。
「たねをまく」を起点としたマーケット同士のコミュニティを広く形成する。

親子で食育活動大作戦！

【申請者】
　料亭　三笠屋　代表　本間丈晴

【連携者・団体】
　株式会社　ジェイアール東日本企画

【実施日程】
　2021年9月23日、10月23日、11月23日、12月12日

【会場】
　料亭　三笠屋

【内容】
「親子」を中心に食文化ミニ体験（大人同士でも参加可能）を実施。
　①新潟市を中心に旬の食材を題材にその場で実演しながら紹介
　②魚の上手な召し上がり方など、実演を交えて紹介
　③新潟市の食材を使用したテイクアウト弁当の提供
　④料亭建屋の見学

【新型コロナウイルス感染症対策】
　参加人数の２倍の定員の会場で開催、マスク着用、アルコール消毒、参加人数の制限、
　テーブルごとのアクリル板設置

レビュー
1) プロジェクトの目標達成度
　① 企画書どおり目的が達成できた
【具体的な理由】
　「魚」離れを解消しようと、召し上がり方や違い、旬はいつなのかなど実演を交えて紹介を行い、関心を集めた。
　「越の雫」や「越王」など地産品の紹介も行い関心を高めることができた。

2) プロジェクトの効果等
① 期待した効果があげられた
【具体的な理由】
　新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、実演時は集まっていただくかわりにプロジェクターとカメラを設置したリアル映像で紹介する。食事はテイクアウト弁当に切り替えるなどの対策を余儀なくされたが、お客様からの満足度を下げることなく実施できたため。

3) 目標値と実績値について　参加人数、売上等
　目標値　50名×4回開催。200名目標
　実績値　実施４回　計157名

4) 次年度以降の継続に向けた方策
　新しい体験コンテンツのスタートアップに繋がった。
　施策として地元異業種（農業者）と連携した食文化ミニツアーの企画、
　継続的な食育活動の講座開催、教育機関へ「修学旅行」の項目としてのPR

次世代型ガストロノミーツーリズム

【申請者】Yui farm project　代表　大越正章
【連携者・団体】株式会社　Bauhaus

【実施日程】
オンラインセミナー：2021年7月21日
体験ツアー：1回目　2021年12月4日、5日
2回目　2021年12月19日、26日

【会場】体験ツアー先：今代司酒造、C'sキッチン、armonia 、亀田製菓、峰村醸造、古町花街、太田農園、佐潟公園

【内容】
若者向け（大学生）新潟市ガストロノミーツーリズムの商品開発のため、本年度はモニターツアーを実施し、今後のツアー策定のためのマーケティングを行うと共にPR用動画を作成。次年度以降に向けた商品開発を行う。
モニターツアー希望参加者を募るにあたり、新潟市の歴史、食文化や街の取組などをオンラインセミナーを行い、本事業の趣旨と興味があるものを募り、モニターツアー終了後は参加者から合同報告会にて動画などを作成し報告してもらう。

参加予定者

1) 新潟県内大学生
㈱Bauhausと共に昨年からSIP（任意団体）と言う取組にて県内大学生とのコミュニティーを形成しており
新潟市内大学生を中心にオンラインセミナー並びに募集体験モニターの募集を行う。

2) 県外大学生
昨年からプロジェクト実施者が授業の一環で連携しており授業内にて新潟の食文化の取組と今回の参加者募集を行う。オンラインセミナー参加人数延べ150名。

【新型コロナウイルス感染症対策】
まん延防止期間を避けての開催、事前のPCR検査の実施、適正な参加人数の設定、マスク着用、アルコール消毒

レビュー
1）プロジェクトの目標達成度
②概ね企画書どおり目的が達成できた

【具体的な理由】
モニターツアーを予定していた開催時期にコロナウイルス蔓延防止対策などにより日程、
参加人数を変更したが、開催時期や参加人数を絞り、内容についてはほぼ予定通り開催できた。

2）プロジェクトの効果等
　①　期待した効果があげられた

【具体的な理由】
　若い世代（学生目線）による新潟市の食文化の楽しみ方や考えなどを知れた事と受入れ先の新潟の農園、
　飲食店などからも学生の目線で改めて考えさせられる気づきがあったと感想を頂いた。
　また、モニターツアー時に学生から頂いた農産物の加工、販売方法を飲食店が早速実践し、販売も好調に行っている。

3) 目標値と実績値について　参加人数
　目標値　参加者　学生3名×3チーム
　実績値　参加者　学生3名×2チーム

4) 次年度以降の継続に向けた方策
　今年度開催したモニターツアーにより、若者目線の新潟市の食文化の楽しみ方について、学生からアドバイス
　頂いた事をよりブラッシュアップし、若者が参加したいと思う新潟市ガストロノミーツアーを企画していきたい。
　また、２つの企画会社から本プロジェクトに問い合せも頂いているため、こちらの若者向けのガストロノミー
　ツアーを収益化し継続的に事業展開して行きたいと思う。

ミシュランガイド新潟2020特別版と巡る・新潟食文化と食材の旅プロジェクト

【申請者】　Yui farm project　代表　大越正章
【連携者・団体】株式会社 migiude
【実施日程】9月21日　11月24日　12月8日
【会場】オンライン
【内容】ミシュラン掲載シェフ達の対談セミナーを3回オンラインで配信した。
・ミシュランガイド新潟版2020掲載シェフを数人取材し、対談した動画をYoutubeサイトにupし、推進会議会員や会員の関係者（例：社員・学生達）にメールやSNSで配信する事で、食文化の浸透と人材育成/食文化向上の啓発を図った。

【新型コロナウイルス感染症対策】オンラインイベント

レビュー
1）プロジェクトの目標達成度
②概ね企画書どおり目的が達成できた

【具体的な理由】
・コロナ禍の影響（まん延防止等重点措置）を受け、各回シェフの日程調整等当初予定日程から変更があったが、実施回数・参加者（後日視聴数）も含めて概ね目標人数を達成できた。
・新潟市（運営側）にとっては、他府県（富山県・石川県・京都府・東京都・茨城県等）の食嗜好者に、今回の対談を通して、新潟のシェフやお店、食文化を伝え交流人口を増やすという施策目標は大いに達成できた。
・シェフ同士の交流、新潟のシェフへの好影響（学び・気づき・実践）等、定性的な目標（実施目的）は、設定以上に達成できた。

2）プロジェクトの効果等

①　期待した効果があげられた

【具体的な理由】

・参加者アンケートなどのからも「シェフの話に感動した」や「知らないお店だったが行ってみたい」と言った声が上がり、参加者にもシェフが感じる「新潟の食文化」について周知を広げ、支持者を増やせたように感じられる。

・特に今回、予想以上の効果を上げられた部分として新潟側の登壇した3名のシェフが対談を通して影響を受けたと語っており、新潟のシェフが対談したシェフのお店にも足を運んだりしながらより新潟の食材の活かし方や調理方法などを相談するなど、シェフ同士の交流に繋がった点が、新潟の食文化を発信するのみならず、食文化の向上に好影響を与えたと思われる。

・シェフや食嗜好の高い方だけでなく、シェフに食材を提供している農家の視聴も促せ。シェフ×関係農家、またこれから出荷したい農家に向けてもイメージを持ってもらうことができたように思われる。

3）目標値と実績値について　参加人数、売上等
　目標値　各回（後日配信含む）100名×3回＝300名
　実績値　1回目　110名　　2回目　80名　3回目　70名　合計　260名（86%）

4）次年度以降の継続に向けた方策
・オンライン対談もコロナ禍において最善の手法ではあったが、直接現地の店舗を訪問した。
　（又は事前に面談の機会をつくった）
　2回目が一番対談内容も深いものになったように思われる。（参加者アンケート・事務局振り返りより）
　そこで、次年度は参加者が各店舗に行き、その店舗にてシェフのトークを聞きながら実際に食事をしながら
　こだわりの部分、調理の仕方、シェフの考え方などを聞きながら食事をするスタイルで行い、
　リアルな体験、交流を行いながら今まで以上に消費者が新潟の「食文化を理解する」取組を想定している。
・今年度は参加者からは無料で実施したが、上記を実行する為にも有償で実施できるよう
　「キャッシュレス決済」の活用を検討している。

キッチンカーを連れて旅をする
～新潟秋のガストロノミーツーリズム～

【申請者】株式会社e-table　代表　松井弘恵

【連携者・団体】株式会社KOKK　ハミングツアー

【実施日程】2021年10月3日

【会場】ツアー立寄り先：堀内農園（越の雫）、笹祝酒造（酒造見学・ランチ）、
上堰潟公園（わらアート見学）、そら野テラス（旬の農産品ショッピング）

【内容】
新潟市が誇る特産品が市場に多く出回る秋の時期に、新潟の旬の食材を味わうことができるバスツアーを行う。通常のバスツアーとの違いは「キッチンカー（フードトラック）」を連れて旅をすること。生産者から直接話を聞いたり収穫体験をするだけではなく、実際にその場所で料理人が調理した料理を食べてもらう。食だけでなく、秋の新潟市を楽しめる、施設やビュースポットに立ち寄る。

【新型コロナウイルス感染症対策】
マスク着用、アルコール消毒、参加人数の制限

レビュー

1）プロジェクトの目標達成度

①　企画書どおり目的が達成できた

【具体的な理由】

旅行会社ハミングツアー様、料理人長谷川様、生産者の堀内農園様、食事場所を提供してくださった笹祝酒造様のご協力により、ツアーの参加者から高い満足度をいただくことができました。新潟の食の魅力を伝える新しい旅の形を提案することができました。

2）プロジェクトの効果等

①　期待した効果があげられた

【具体的な理由】

キッチンカーを利用した新しい旅の可能性を示すことができた。

生産者の声を直接消費者に伝えることができた。

生産者と料理人との繋がりによって、より味わいのあるメニューができお客様に喜んでもらうことができた。

3）目標値と実績値について　参加人数、売上等

目標値　ツアー参加人数 25人

実績値　ツアー参加人数 24人（１名キャンセル）

4）次年度以降の継続に向けた方策

新たな生産者、料理人との協力体制の構築をし、新潟市内各区の特色を生かしたツアー造成を行い実行する。

～なつかしいけど新しい～
動画で旅する新潟土産＆商店街

【申請者】株式会社ニール　代表　中澤真理子

【連携者・団体】合同会社アレコレ、竹徳かまぼこ株式会社、株式会社田中屋本店

【実施日程】8月25日～26日動画撮影（明治屋、ヒッコリー、竹徳かまぼこ、田中屋本店）
11月23日 土産動画3本（笹団子、南蛮エビしんじょう、ゆかり＆浮き星）
『新潟発R』YouTubeチャンネルで公開
『新潟発R』2021秋冬・17号トピックスにて記事掲載
12月17日 商店街動画3本「上古町商店街〈カミフル〉」「下本町市場〈フレッシュ本町〉」
「本町六商店街〈ぷらっと本町〉」YouTube公開

【会場】 明治屋、ヒッコリー、竹徳かまぼこ、田中屋本店
「上古町商店街〈カミフル〉」「下本町市場」〈フレッシュ本町〉」「本町六商店街〈ぷらっと本町〉」

【内容】
新潟市を代表する土産と、中心市街地の商店街を動画で紹介することで、
新潟市の食文化の豊かさを発信するとともに、土産の購入や新潟市への来訪につなげていく

【新型コロナウイルス感染症対策】
取材時のマスク着用、ソーシャルディスタンス

レビュー

1）プロジェクトの目標達成度
　② 概ね企画書どおり目的が達成できた

【具体的な理由】
　目的は達成できたが、商店街動画が『新潟発R』発売に合わせて公開することができなかったため。

2）プロジェクトの効果等
　① 期待した効果があげられた

【具体的な理由】
　動画をさまざまなところで活用していただけた。
　動画を見て実際に商店街へ足を運んだ、土産を購入した、という声を多数聞くことができた。

3）目標値と実績値について　参加人数、売上等
　目標値　YouTube再生回数　２０００回
　実績値　YouTube再生回数　６本合計１４１９回

4）次年度以降の継続に向けた方策
　土産も商店街も、まだまだ取り上げる要素はあるので、同じような展開をしていくことで新潟市の食の魅力を発信でき、来訪にもつながると考える。また、公の場で公開可能な内容を事前に確認し、制作していくことで、より多くの人の目にふれることができるので、その点をふまえた制作が必要だ。
　しかし、動画撮影・編集等にかかる費用をどうするかという問題を解決できないと、現実的には難しい。

本町サワーで本町を盛り上げよう！

【申請者】本町サワー実行委員会　代表　山田直隆

【連携者・団体】Bar Hero's⽥中広志、フリーライター 石坂智恵美

【実施日程】2021年7月7日～　本町サワー提供開始
　　　　　　　　　　　　　　　スタンプラリースタート
　　　　　　　　　　　　　　　フォトコンテスト
　　　　　　11月1日～　チケット販売＆はしご酒スタート
　　　　　　12月1日～　あとはしご酒

【会場】参加飲食店：本町界隈9店舗

【内容】

本町サワーを本町名物の一つとなるようなものとして位置付けていきたいと考えている。「本町サワー」のロゴと「結ぶ」というコンセプトを統一させて、各店舗オリジナル本町サワーを提供していく。
本町サワーマップを作成し、スタンプラリーや、SNSにハッシュタグをつけて投稿を促進するような取り組みや本町はしご酒等のイベントも開催した。はしご酒イベントでは各店舗が本町サワーセットを提供した。
本町サワーセットのおつまみはその日（旬なもの）のおススメの小鉢、自慢の一品であったり、新潟市内のパン屋さんのパンを使用したおつまみなど各店舗様々なセットとなっていた。

【新型コロナウイルス感染症対策】
参加店舗の「感染症対策推進宣言」「新型コロナウイルス感染防止対策認証飲食店」
認証取得の推進。

レビュー
1）プロジェクトの目標達成度
③　あまり目的が達成できたとはいえない

【具体的な理由】
実施内容は当初の企画通りに行う事ができたが、コロナ禍の中、飲食を伴うイベントへの集客に
苦労した。イベント開催の告知に躊躇をしたり、飲食店への来客数がただでさえ激減している中での
企画だったので集客に苦労した。

2）プロジェクトの効果等
②　概ね効果があげられた

【具体的な理由】
本町サワーの話題性という面では、日テレNEWS、Yahooニュース、全国商店街支援センターの商店街ニュース等
に取り上げてもらう事ができた。

3）目標値と実績値について　参加人数、売上等

目標値　　スタンプラリー　参加人数　100名　はしご酒　100名

実績値　　スタンプラリー　参加人数　 50名　はしご酒　20名

4）次年度以降の継続に向けた方策

今後も本町サワーが本町の名物となるようにこのプロジェクトを続けていきたいと考えている。

今後の課題として、参加店舗数が増える事で、事務局の負担が大きくなってしまうことや各店舗との連携も取りづらくなってきてしまったことが挙げられるため、今後の取り組み方を再検討していきたいと考えている。

本町お子様ランチ

【申請者】#きーぼう do. 代表　近藤希以子
【連携者・団体】地域賑わい創出 瀧川美樹
【実施日程】開発プロジェクト：　2021年7月18日、25日、8月1日、15日、22日、29日
試食会：9月20日、10月31日、11月3日
【会場】開発プロジェクト：クロスパル、#きーぼう do.
試食会：#きーぼう do.
【内容】本町の街を探検（散策）して、本町の特徴をとらえた「本町お子様ランチ」を子供たち（小学生）に考えてもらい、そのお子様ランチを一般のお客様に提供する。

【新型コロナウイルス感染症対策】
手洗い、マスク着用

レビュー
1）プロジェクトの目標達成度
②　概ね企画書どおり目的が達成できた

【具体的な理由】
子供主体でお子様ランチを考えてもらいたいというプロジェクトの目的はしっかりと達成できたと考えている。「探検→子供達が考える」というプロセスだったが「探検→専門家によるアドバイス→子供達が考える」という段階を踏めば、また違ったアイデアが出てきたのではないかと考えた。次回に活かしていきたいと考えている。

2）プロジェクトの効果等

①　期待した効果があげられた

【具体的な理由】

新潟市内の6校の小学校から子供達が集まってくれた。またテレビの取材、新聞、新潟情報等への掲載で、比較的広い範囲、年代の方々から興味を持ってもらえたと考えている。また管理栄養士、寿司職人、飲食店経験者等の飲食の専門家の方々に協力してもらった事により、子供達が「食」に関する興味や知識を持ってもらうキッカケづくりができたと考えている。

3）目標値と実績値について　参加人数、売上等

・当初の目標値	参加人数	60名	売上金額	30,000円（税込み）
・実績値	参加人数	52名	売上金額	26,000円（税込み）

4）次年度以降の継続に向けた方策

今後も子供向けのプログラムを定期的に開催していき、子育て世代の方々に注目してもらえる取り組みを続けていきながら、次年度以降もお子様ランチ開発プロジェクトを継続していきたいと思っています。

次回はすべて子供達で完結（開発＆調理）できるようなものにしていけたらいいなと考えています。

アフリカからにいがたへ　コメ食文化を通じた国際交流

【申請者】アフリカンベーカリーカフェ ナミテテ 代表　工藤知子

【連携者・団体】眞鍋朋子、阿部文絵

【実施日程】2021年6月30日、7月18日、8月29日、9月22日、
10月24日、11月21日、2022年1月30日

【会場】アフリカンベーカリーカフェナミテテ
クロスパル新潟
長岡アフリカンフェスタ

【内容】
コメ食文化を通じたアフリカと新潟の共生のためのプラットホームを構築することを目的とし、新潟大学で学ぶアフリカ人留学生や新潟在住のアフリカ人を講師として招き、新潟へアフリカの食文化や生活を紹介する。特に調理実習を通じてコメ食文化というアフリカと新潟の共通点を確認し、参加者のアフリカ理解を深める機会とする。日本ではあまり知られていないコメ粉を使ったアフリカの伝統パンや料理を新潟の米粉や食材を使用して調理することにより、米を特産品とする新潟に特化した取り組みとして、より地域に親しみやすい国際交流の機会とする。また、留学生である講師のネットワークを活用し、パンを販売、SNSにて広く全国へ新潟の米文化を周知する機会とする。

【新型コロナウイルス感染症対策】
マスク着用、アルコール消毒、飛沫防止シールドの活用

レビュー
1）プロジェクトの目標達成度
　②　概ね企画書どおり目的が達成できた

【具体的な理由】
　連携者の追加、11月の市外実施、これらの変更は必要不可欠なものであり、結果として事業をさらに
　活性化させる要因となった。
　予定していた毎月一回の講習会は、参加者の利便性と新型コロナ感染予防のため、会場を二か所とした。
　一か所は市街中心部（中央区クロスパル）と他は新潟市郊外（西区弊社ナミテテ）で開催した。
　また新型コロナ感染者の急増により感染防止の観点から第7回12月セミナーは中止としたが、その他のセミナーは
　実施できた事、参加希望者が多く人数制限した会があることを考えるとコロナ禍ではあったが地域住民の
　関心は予想以上に高かった。目標参加人数は24名であったが、実際の参加者は28名と目標以上は達成された。
　毎回のボランティアも加算すれば約40名の地域住民が関わってきた。
（全8回のうち7回開催実地された6月から1月まで）
　第6回のトーキングアフリカ参加においては、日本在住のアフリカ人に関わらず多くの外国人の来訪があり、
　コメ粉菓子パンに興味を持っていただき、当日30袋（100個）以上の「マハンリ」は短時間で完売となった。
　毎年行われているアオーレ長岡で開催されるイベント参加で、
　正確な来場者数は不明であるが少なくとも数百人、多くて千人は来場したと運営企画担当者は予想していた。

毎回の講習会セミナーでは、講師から調理の仕方を体験するのはもちろんであるが、調理実習後のアフリカ諸国の国事情や食文化に関しての講演があり、活発に質問があり意見交換で毎回時間が不足する状態であった。
アフリカに関して興味関心が上がり、アフリカ理解を深め、特にこれまであまり共通点を見いだせなかった食文化の共通点を発見できたことは本事業の目標に則したものであった。
これまで弊社には販売提供していなかった米粉パンをアフリカコメ粉菓子パン「マハンリ」の販売が可能になり、また自社内での製造も可能となった。

2）プロジェクトの効果等
② 概ね効果があげられた

【具体的な理由】
本講習会やナミテテ店内の米粉菓子パン「マハンリ」の販売などを通じ、本事業の認知度は確実に上がってきていると感じている。
特に講習会では、初めて作るアフリカのお菓子やお料理体験は参加者に強いインパクトを与え楽しんでいた。
講習会終了後のアンケートによると、ほぼすべての回答者が、総合的に「非常に満足した」と回答している。
またコメ文化という共通点を確認し、アフリカ理解が深まったとも回答している。コロナ禍に置いて、参加者には親子での参加者希望者が多く、調理実習は家族で楽しめる、家庭でも再現性のある内容であった。
また新潟の米粉を使ったアフリカ菓子パンの人気は予想以上に高く、店内販売時は毎回完売で、売り上げにも貢献している。

自社通販サイト
（stores　https://namitete.stores.jp/items/6109e2152b2d3d2a65d725d1）やSNSへ
コメ粉パン菓子のお問い合わせが県外から増えてきている事は本事業の効果として特筆すべき点である。
（参照スクリーンショット添付01・02）
コメ粉パン菓子「マハンリ」の販売が可能になったことは、アフリカ人講師から弊社社員へ技術移転がなされ、
製造技術が上がり人材育成されたことで、米粉の可能性が大きく広がった。他店にはない特異性が企業の強みとなった。
これに伴い弊社ではコメ粉を使った菓子パンの開発が始まっている。

弊社で販売することで、これまでになかったアフリカの食文化と新潟の食文化の共通性と新規性を分かりやすく
周知できたと思う。また、コメ粉パン菓子のバリエーションが広がって、弊社のさらなる発展と進化にも
寄与している。

最後に、アフリカ人講師と関わったおかげで、日本在住のアフリカ人コミュニティーと繋がって外国人の来店が
増えたのは確実であり、多様性のある共生社会の実現に、この国際交流は大きく寄与していることは、期待していた
効果である。

3）目標値と実績値について　参加人数、売上等

・当初の目標値：参加者２４名
・実績値：２８名
・売上：14,000円（500円×28人）
＊目標参加人数３名/回であったが、開催日は目標値を上回った。
売上一人500円小学生以上（参加費）は参加人数に連動する。

4）次年度以降の継続に向けた方策

・本プロジェクトにて構築されつつある米粉文化を通じたアフリカと新潟の共生プラットフォームをさらに多様化するため、開催頻度など内容を少し調整し引き続き継続していく予定である。
・現時点ではコロナ感染状況が予測できない状況下なので、持続可能性を念頭に置くと開催頻度を三か月に一度程度に減らし、状況を見て開催したい。また参加費を値上げする予定である。
・アフリカ人講師には新潟大学留学生に限らず広く協力者を募りさらなる国際交流を展開していく。
・次年度は米粉に限らず、新潟の食材（紅はるか、枝豆、魚介類など）を広くつかったアフリカ料理を実習メニューに加えたい。
・本事業をSNSやHP・通販を通し、市外、県外に広く情報を発信するとともに、米粉を使ったパンの販路を広げる。