

食文化創造都市  
にいがた

# 2022年度 新潟市食文化創造都市推進プロジェクト支援事業 実施報告

---

※令和5年3月31日現在

## <助成金額・助成率について>

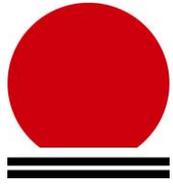
メニュー	助成率	上限額	内容
チャレンジプロジェクト	全額	30万円	過去に採択されていない取り組み
育成発展プロジェクト	2分の1	50万円	過去に1～2回採択された取り組み

## <レビューの自己評価①～④の基準について>

- 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あまり目的が達成できたとはいえない／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／ほとんど効果があげられなかった

※掲載内容は実施事業者による実施報告書から抜粋しています

No.	プロジェクト名	事業者名	事業内容
1	広がる「浮き星」プロジェクト	合同会社アレコレ	新潟市の伝統菓子である「ゆかり」をリデザインし、話題となった「浮き星」の認知度を全国的に高めるために、東京の展示販売会に出店
2	たねをまく ちいさな量り売りマーケット	株式会社リトルライトストア	量り売りを通して、生産者と買い物をする人とのコミュニケーションを促進し、それぞれの視点や意見を共有、交換できる場所を醸成、考察する機会をつくる（量り売りマーケットの開催、マーケットバルの開催、マーケットリーフレットの制作）
3	次世代型ガストロノミーツーリズム	Yui farm project	県内外大学生へ新潟の食文化を知ってもらい、市内の生産者・料理人・市民との交流をしながら地域の問題や新潟食文化発展のため、若者目線で地域課題を共に解決するガストロノミーツーリズム交流事業を行う ①オンライン形式での事前セミナー開催（日本大学・新潟大学学生対象） ②ガストロノミーツーリズムの開催（新潟大学学生のみ開催）
4	新潟市ガストロノミーツーリズム 観光基礎知識・情報発信セミナー	GOTO PR	すでに魅力ある食文化・コンテンツがある新潟市を各事業者の一人ひとりの発信力を高めることで発信することを目指し、食文化創造都市推進会議会員、新潟市の事業者、飲食店限定のセミナー開催 <セミナー内容> 観光業界の基礎知識、観光の情報発信、動画やSNSの発信
5	家族で食育大作戦	有限会社三笠屋	地元の旬の食材を使い、地元食材の魅力や味わいを伝え、合わせて和食とは何かを伝える「食育」をお子様から大人まで楽しめる形で実施(食文化ミニ体験) <開催内容> 市内・県内の食材紹介、鮮魚の目利き活動、骨付き魚料理をキレイに食べる活動、地産地消ランチメニューの提供、建屋散策活動
6	西蒲食材を通じた都内シェフ× 生産者交流と地域プロモーション事業	マドリ	メニュー提供やイベントによる都内シェフと生産者の交流で終わらずに、お客さんと現地との交流や、継続した関係性を生むためのモデルを構築 ①現地での取組:委託先の事業者向けに、現地アテンド・交流会 ②イベントでの取組:首都圏で西蒲食材を使ったメニューの提供、新潟で取組紹介
7	新潟市の酒蔵物語 体感セミナー&イベント	株式会社ニール	酒蔵セミナー+酒の会で、新潟市の酒蔵の魅力を発信する一体型イベントの開催 ①塩川酒造の製造者による酒蔵の歴史、こだわり、特徴を伝えるセミナー ②地酒と新潟食材の料理を楽しむイベント(後日、Youtubeで動画配信)
8	【中止事業】 新潟郷土料理セミナー ～郷土料理を知って、作って、伝える～	株式会社e-table	<開催予定内容> オンラインと対面のハイブリッド型セミナー開催 郷土料理(のっぺ)を作り、のっぺの歴史や背景が詰まったテキストで知識を深めていく オンライン参加者には事前にのっぺをお届けし、みんなで一緒に食べる



# 広がる「浮き星」プロジェクト



【実施日】R4年6月1日～3日

【会場】東京青山スパイラル

【実施事業者】合同会社アレコレ

【連携事業者】明治屋ゆかり店

【助成金メニュー】チャレンジプロジェクト

【内容】東京で開催される「作り手、売り手、伝え手」を大切にしている「ててて見本市」という展示会に、新潟特有の伝統菓子「浮き星」の特徴やこだわりをバイヤーさんやメディアの方に伝え、お取引につなげ、浮き星の製造量のUPを目指す。先日完成した、浮き星の魅力をまとめた「浮き星本」も合わせて紹介し、文化的な魅力や楽しみ方を知っていただく。

## 【レビュー】

### 1) プロジェクトの目的達成度 : ② 概ね企画書どおり目的が達成できた

- ・展示会を通じてウイズコロナにあわせて浮き星の販売先を獲得できた。  
また、浮き星を伝え、お客様の反応をえることもできた。
- ・浮き星のことを本やポスターを活用して紹介することで、これまでよりも特徴が分かりやすく伝わった。  
直接バイヤーさんとお話をすることで理解が深まった。  
また、食べ方を多数紹介しているため、面白がっていただくことができた。
- ・久々の展示会で、バイヤーさんの担当変更などもあってか、浮き星を知らない方も多く、展示会では、新潟以外の方に紹介する良い機会となった。

### 2) プロジェクトの効果等 : ① 期待した効果があげられた

- ・原価が上がることについて、バイヤーさんや既存取引先の感想を聞くことができた。  
おおむね致し方ないという感想だった。それよりも商品を応援してくださっている印象だった。
- ・浮き星の説明の店頭用のPOPのリニューアルやリーフレットのイラストをわかりやすく作り直した。



### 3) 目標値と実績値について ※参加人数、売上等

<目標> ててて商談会来場者 2,000人 新規受注8件

<実績> ててて商談会来場者 2,200人 新規受注13件



### 4) 次年度以降の継続に向けた方策

・継続して取引してもらえるような取り組みや、プレスリリースなどを強化して認知度向上やコラボレーションの商品づくりにとりくみたい。

- SNSの強化を実施
- 浮き星の動画などの強化
- 子供たちに楽しんでもらえるようなシリーズの開発



# たねをまく ちいさな量り売りマーケット



【実施日】R4年7月15日、9月17日、10月16日、11月19日、25～26日、12月10日、  
R5年1月29日、2月4日、2月23日

【会場】リトルライトシアター、マウンテン△グロサリー、ピアットジオルニ、nid、MOYORe:、旧小澤家住宅

【実施事業者】株式会社リトルライトストア

【連携事業者】よへいろん、株式会社U・STYLE

【助成金メニュー】育成発展プロジェクト(2年目)

【内容】量り売りを通して、生産者と買い物をする人とのコミュニケーションを促進し、つくる人「農家」、あつかう人「飲食小売店」、伝える人「デザイナー」、受けとる人「生活者」、それぞれの視点や意見を共有、交換できる場所を醸成、考察する機会をつくる。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フォームを構築することを目指し、【量り売りマーケット+自立持続可能な運営費構築+食文化ネットワークを育てるためのリーフレット製作】で構築。

## 【レビュー】

1)プロジェクトの目的達成度：① 企画書どおり目的が達成できた

量り売りマーケット、レストランイベントの開催。

プロジェクト自立運営のためのオリジナル商品の販売と「サポートメニュー」の運用開始。

プロジェクトを広く、深く周知していくための「マーケットガイド」リーフレット製作を全て実施することができた。

開催場所も増え、プロジェクトに関する場所、人も多様になり各拠点の個性と集まる人々を循環させることができた。

2)プロジェクトの効果等：① 期待した効果があげられた

・オリジナル商品の販売やマーケットサポートメニューの出店料の運用がスタートし、売上促進を無理なく進めていくことで自立したプロジェクト運営が可能になってきた。

・来場者の意識も高く容器の準備やマーケットを丁寧に紹介してくれる人も多く、主催、出店者、来場者間のコミュニケーションが豊かになってきており、イベントから日常の食生活へ取り組みが伝わっている実感を得ている。沼垂テラス商店街、新潟駅直結施設MOYORe:、旧小澤家住宅での開催により、これまでより幅広い人たちに取り組みを周知することができた。

・今後こういった取り組みの可能性はあるか、開催場所や出店者から意見やリクエストも活発に生まれている。また、出店希望や開催リクエストも集まって来ており、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フォームを構築するプロジェクトとしてニーズを感じることができるようになった。

### 3) 目標値と実績値について ※参加人数、売上等

<目標> マーケット全7回 280人(延べ)、レストランイベント全3回 50名

レモングラス商品「よへいろんのレモングラス」販売数50 等

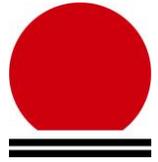
<実績> マーケット全7回 680名(延べ)、レストランイベント全4回 60名

レモングラス商品「よへいろんのレモングラス」販売数45 等



### 4) 次年度以降の継続に向けた方策

- ・中央区での開催場所を増やすことができたため、中央区外での開催を企画する北区、秋葉区、西蒲区、西区の事業者からの開催リクエストを受けている。京都からも出張リクエストがあり、出張開催を準備している。
- ・マーケット開催については出店料などで自立開催が可能になってきたため、適切で丁寧なコミュニケーションが可能な規模感保持しながら、新潟駅など多くの人へ周知ができる大きめの開催も行っていく。そのための会場の確保や出店者、開催数増加のための検定済みはかりの追加購入を検討している。
- ・レストランイベントが好評のため、文化財との協働も継続しながら、料理教室なども視野にいれながら、より新潟の食文化を深く伝えるための企画を進めていく。



# 次世代型ガストロノミーツーリズム

【実施日】R4年9月29日～30日

【実施場所】新潟市内

【実施事業者】Yui farm project

【連携事業者】株式会社バウハウス

【助成金メニュー】育成発展プロジェクト(2年目)

【内容】県内外大学生へ新潟の食文化を知ってもらい、新潟市内の生産者・料理人・市民との交流をしながら地域の問題や新潟食文化発展のため若者目線で地域課題を共に解決するガストロノミーツーリズム交流事業を行う。

- ①県内外大学生へ向けた新潟市の食文化・歴史・生産者の取組などのセミナーを開催
- ②ガストロノミーツーリズムの開催(生産者、料理人、市民との交流)
- ③地域課題の発見・課題解決策の模索



## 【レビュー】

### 1) プロジェクトの目的達成度 : ② 概ね企画書どおり目的が達成できた

- ・オンラインセミナーを通じて、県内外の大学生へ新潟市の食文化を発信出来た。
- ・8月末に開催を予定していたガストロノミーツーリズムは、コロナ陽性者が急激に増えた為に開催を中止した。そのため、当初2回のツアーを実施する予定が1回になったが、1回のツアーを通じて学生と地域の人たちとの交流は、予想以上に行えた。
- ・今回の事業を通じて出会った地域の人たちと関係交流を深め、学生が地域へのイベントにて出店したり、学生自らがSNSを通じた新潟食文化のPRなどを積極的に行えた。

### 2) プロジェクトの効果等 : ① 期待した効果があげられた

- ・特に効果を上げることが出来た部分は、ガストロノミーツーリズムを通じて新潟市内の農業や食文化の課題などに学生が着目し、参加学生が主体となり、新潟の食文化の発信とマーケティングを行うサークルを学内にて発足し今後、サークル活動として新潟の食文化に関わって行く事により新潟市食文化の発展が期待できる。
- ・また、事前オンラインセミナーを通じて、新潟の食文化を学んだ学生が地域課題解決のプロジェクトを発足し、10月に新潟市内で開催されたイベントにブース出展をし、その取り組みを11月に開催されたアグリカルチャーコンペティション2022にて、研究発表を行い、「審査委員特別賞」を受賞した。また、ガストロノミーツーリズムで出会った生産者へ4名の学生がインターンシップを行った。
- ・以上の様に、今回のガストロノミーツーリズムを通じて新潟市内の食文化について、学生自らが現状の課題を発見し、学生らしい観点と行動力で新潟市の食文化の発展のため、新たな取り組みが立ち上がり、今後の新潟市食文化の発展の一步になった。

### 3) 目標値と実績値について ※参加人数、売上等

<目標> 参加人数 15名×2=30名

<実績> 参加人数 17名 (※日本大学学生対象ツアー中止)



### 4) 次年度以降の継続に向けた方策

- ・今年のように、コロナウイルスの拡大時など予定していたツアーが開催出来ない事があり、今後は年度計画時点で候補時期を2～3候補予定し運営を行う。
- ・今年度、学生が主体となって新たに立ち上がったプロジェクトやサークルには、連携事業者と共に継続するためにフォローして行き引き続き学生との交流を続けていく。
- ・また、大学側から今回のような地域課題の発見と問題解決のプログラムを授業の一貫として行いたいと依頼があり、来年度はより大学との連携を強化しガストロノミーツーリズムを通じた新潟市の食文化を発信、発展させるプロジェクトへ変化させていきたい。
- ・次年度以降、自走に向けて旅行業に必要な交通、宿泊等の手配は実施大学側より旅行業者へ委託し、現地での交流イベントを弊社主催にて実施する。この「次世代型ガストロノミーツーリズム」はオンラインセミナーや現地での交流事業を主体として地域(新潟市)と学生の交流の場を設けていく入口を作っていきたいと思う。



# 新潟市ガストロノミーツーリズム 観光基礎知識・情報発信セミナー

【実施日】R4年8月23日、30日

【実施事業者】GOTO PR

【連携事業者】阿部 憂子

【助成金メニュー】チャレンジプロジェクト

【内容】SNSが普及し、情報収集もWEBでの情報発信がカギとなっております。

オンラインで情報をキャッチした方が、現地へ足を向け体験し 口コミもリアルではなく、SNSで“バズる”ことか増えてきました。すでに魅力ある食文化・コンテンツがある新潟市を各事業者の一人ひとりの発信力を高めることで、発信していくことです。

オンラインは世界中の人と繋がれるのがメリットです。このプロジェクトを通して、世界中から新潟市へ足を運んでくださるよう発信力を高めていきます。

新潟のガストロノミーツーリズム  
新潟旅行者が選ぶ食のランキング



日本酒



海鮮



笹団子



へぎそば

## 【レビュー】

1)プロジェクトの目的達成度 : ② 概ね企画書どおり目的が達成できた

2)プロジェクトの効果等 : ③ あまり効果があげられたとはいえない

- ・夏休み、2回開催ということもあり、集客が厳しかった。
- ・ガストロノミーツーリズムの認知度が低く、飲食店関係者には響かなかったと思う。
- ・セミナーの内容については、良かったと思うが今後市場調査をして別途自主事業として実施したい。

3)目標値と実績値について ※参加人数、売上等

<目標> 集客数 50名

<実績> 申込数 21名

4)次年度以降の継続に向けた方策

- ・企業や自治体向けの観光やガストロノミーツーリズムの情報発信セミナーやSNSやWEBコンサルティング事業について現在ビジネスを構築中である。
- ・企業や自治体向けの研修スクール「キャリアデザイン研究所」を12月頃リリース予定。

新潟のガストロノミーツーリズム  
新潟市の体験できるもの





# 家族で食育大作戦

【実施日】R4年9月25日、10月23日、11月23日

【実施事業者】有限会社三笠屋

【連携事業者】株式会社ジェイアール東日本企画

【助成金メニュー】育成発展プロジェクト(2年目)

【内容】地元の旬の食材を使い、地元食材の魅力や味わいを伝え、合わせて和食とは何かを伝える「食育」をお子様から大人まで楽しめる形で実施



## 【レビュー】

1)プロジェクトの目的達成度 : ② 概ね企画書どおり目的が達成できた

- ・1回目、2回目は目標の募集40名には届かず、顧客へのDM発信に加え、地元の小学校へ児童分のチラシのご案内、SNSの発信や口コミで最終回でなんとか参加者は目標超えできた。
- ・講習につく半月弁当は好評をいただき、参加の他に弁当の発注も何件がありました。

2)プロジェクトの効果等 : ② 概ね期待した効果があげられた

- ・第一回目では地元の「あべ農園」から朝採れのいちじくを納品していただき、地元生産者とのかかわりにより深い繋がりができました。
- ・第二回目は地元巻の生産者様が来店し、参加者は渋抜き体験をしました。
- ・第三回目は鮫鱈の吊るし切りをお座敷で披露、ただ食するだけでなく、部位の紹介と共に命をいただくという事なども学べたと思います。



### 3) 目標値と実績値について ※参加人数、売上等

<目標> 参加人数 40名×3=120名

<実績> 参加人数 計101名 (各回の参加者:27名、30名、44名)

### 4) 次年度以降の継続に向けた方策

- ・新型コロナウイルス感染症が子供を中心に蔓延していた時期でしたので、告知・集客をためらい、周知が遅れました。今後は早めの情報発信を行いたいと思います。
- ・店主の進行では、なかなかスムーズにいかず、次回は司会進行を他者をお願いし、店主は調理と説明に専念できるようにしたい。今後は説明は落ち着いて丁寧に。店主調理中、参加者食事中の間を保つべく、司会にお願いするやBGMをかけるなど改善していきたい。
- ・現在、秋にのみ実施しておりますが、春・夏・冬にも開催ができないか検討しております。
- ・バスツアーに組み込んでもらえないかなど地元ツアー会社などに相談しています。
- ・続けて欲しい、もっとPRして欲しい、などの声が多数。広報の仕方、など含めよりPRできる方法を考えます。



# 西蒲食材を通じた都内シェフ× 生産者交流と地域プロモーション事業



【実施事業者】マドリ

【連携事業者】りゅうのひげ会、そら野ファーム、いわむロックFESTIVAL

【助成金メニュー】チャレンジプロジェクト

【内容】メニュー提供やイベントによる都内シェフと生産者の交流で終わらずに、お客さんと現地(または生産者)との交流や、継続した関係性を生むためのモデルを構築していきます。



## 【レビュー】

### 1) プロジェクトの目的達成度 : ① 企画書どおり目的が達成できた

- ・委託先の都内シェフや運営者、顧客に対して生産者見学会を実施し、生産者との西蒲食材を使った調理交流会も開催できた。
- ・西蒲食材を使ったフェアを都内で開催。西蒲食材の店頭販売も行なった。
- ・レシピや食材の新たな使い道、課題等の意見交換でき、フードメッセで取り組み紹介と新商品の発表ができた。
- ・商品の販売までは至らなかったが、次年度取り組めるところまで仕込みできた。(東京・新潟)
- ・にしかんアテンドから一連の取組に関してはSNSで各自発信された。

### 2) プロジェクトの効果等 : ① 期待した効果があげられた

- ・昨年度に引き続き、東京でのフェアを開催し、生産者と交流を深めた。
- ・西蒲食材の定期的な仕入れも促すことができ(仕入れ先:elab、銀座ウエスト)、また切り干し大根の特性を活かした協働商品も開発できた。
- ・9月のにしかんアテンドの実績で、11月はさらに3組をアテンドできた。

浅草「elab」と未利用素材をひらく  
カレー県に贈る切干大根の福神漬け



地域の未利用可能素材を織り交ぜた季節ごとに組み合わせが変化していく福神漬け商品の提案。

切り干し大根のほかに、干し柿、地元蔵の日本酒、下田産ウコン、蜂蜜、米麴など、福神漬けの背景からさまざまな食材を材料に保存食をつくることを目指します。

<商品詳細はお問合せください。>

### 3) 目標値と実績値について ※参加人数、売上等

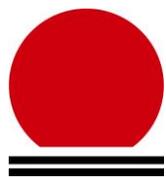
- <目標>
- 1.提供メニューやフェアによる新潟市西蒲区への認知・交流の拡大
  - 2.継続した食材の仕入れ、協働商品の開発における持続的な取り組み
  - 3.生産者との提供したメニューの紹介等の交流

- <実績>
- 1.循環レストランelabによるにしかんフェアの実施(10/26-30 来場者96名)
  - 2.継続した食材の仕入れ(切り干し大根、柿チップ、新規:宝山酒造酒母瓶など)、協働商品「干し大根の福神漬け」の1開発
  - 3.生産者との交流会(1回)、波及して、にしかん視察の実施(計4回の機会に)



### 4) 次年度以降の継続に向けた方策

- 1.西蒲食材を活用の可能性 →食材仕入れ支援、開発した協働商品の販売
  - ・次年度では、協働開発商品の販売します。マドリ・elab・そのほか地域業者のいずれかから製造および販売を計画中です。
- 2.交流者の継続した来県 →生まれた繋がりによる交流イベントの開催
  - ・飲食店ー生産者が繋がったところには、マドリが定期的に連絡を取り合い、必要に応じてフローのサポートに努め、個別対応を継続します。
  - ・それぞれの関係で顔の見える関係性を重視しています。会いにいきたくなる持続的交流の創発を促すからです。
- 3.西蒲アテンドの可能性(興味・関心) →魅力周知・次の参加者獲得
  - ・上記の流れのなかで、現地視察の要望の際には地域アテンドを担い、目当ての生産者だけでなく周辺への紹介も実施し、広げる可能性を探っていきます。



# 新潟市の酒蔵物語 体感セミナー&イベント



【実施日】R4年9月11日

【実施事業者】株式会社ニール

【連携事業者】スタジオママクワンカ、#キーぼうdo.、株式会社e-table、鈴木 希望

【助成金メニュー】チャレンジプロジェクト

【内容】新潟市内にある15の酒蔵と、隣接し発信の取り組みを共に行っている弥彦酒造。

16の酒蔵の歴史や酒造りのこだわり、思い、これからのチャレンジなどを、本町の交流スペース「#キーぼうdo.」で開催したセミナーと地酒の会により参加者に体感してもらう。

さらにイベントに関連付けた新潟市+弥彦村=16歳の酒蔵紹介映像を制作し、『新潟発R』YouTubeチャンネルで公開することで、県内外に〈新潟市の地酒ファン〉をつくり、購入や、酒蔵ツーリズムなど、さまざまな形で新潟市の地酒の魅力を伝える。

## 【レビュー】

### 1)プロジェクトの目的達成度 : ② 概ね企画書どおり目的が達成できた

- ・セミナーとイベントは定員には達しなかったものの、塩川酒造の海外の取り組みや15歳の飲み比べなど、参加者は今までに経験したことのない新たな酒の楽しみを体験し、満足度は高かった。
- ・新潟市の酒蔵、および弥彦村を加えた酒蔵の取り組みは知っているようで知らない部分が多いので、イベントで実際にその魅力に触れてもらうことは意味があると感じた。
- ・映像は公開してからまだ日が浅いが、SNSを通して、新潟市の酒蔵を再発見できた、わかりやすい、などの感想を一般の方および酒蔵関係者からもいただいている。今までありそうでなかった映像という声も多くいただいている。

### 2)プロジェクトの効果等 : ② 概ね期待した効果があげられた

- ・日程の遅れにより、映像による効果測定が数か月しかできなかったが、順調に動画再生数はのびており、正式にはないが、酒蔵から活用希望の声も出てきている。

### 3) 目標値と実績値について ※参加人数、売上等

<目標> 参加人数 25名

<実績> 参加人数 17名



『新潟発R』YouTubeチャンネルで  
「新潟市・酒蔵物語」公開中

本間文庫の紹介や、本間伸夫先生にアドバイザーを務めていただいた「のっぺセミナー」、「発酵セミナー」などの動画を公開している「新潟発R」YouTubeチャンネル。  
今年1月には、新潟市内の全酒蔵を案内する動画「新潟市・酒蔵物語」もアップしました。  
動画を参考に、新潟市の地酒を味わってみてください。

YouTube  
「新潟市・酒蔵物語」



### 4) 次年度以降の継続に向けた方策

- ・「新潟市・酒蔵物語」というブランドをより効果的な方法で伝えていく方法として、イベントや映像制作は、継続していく価値はあると思う。今回の映像はスチールがほとんどで動画は一部だったので、動画でコンパクトに紹介できるとより効果的だと考える。課題は制作費用の捻出。
- ・また今後、弊社をはじめとした本プロジェクト実施者のみならず、新潟市全体で、市内で開催されるイベントや学会、パーティーなどで映像を活用していただくことで、より多くの方たちに新潟市の酒蔵の魅力を伝えることができるのではないか。より多くの関係者が知ることで、新たな連携が生まれ、新潟市流の酒蔵ツーリズムが構築されていく可能性が広がると考えている。