



食文化創造都市
にいがた

令和5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6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なかったとはいえない／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	実施事業者名	事業概要
1	新潟ラーメン支出促進プロジェクト	三上 正行	唐辛子「鬼殺し」を使用した辛いラーメンを提供するラーメン店を募集し、インフルエンサーを活用した情報発信により新潟市のラーメン消費量を上げる
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	【9、12月に新潟駅直結施設「MOYORe:」で量り売りマーケットの開催】 前年度開催した「量り売りマーケット」を超える動員で開催し、昨年度の課題を解決するためにデザインツールデータを製作し、来年度以降も継続開催できるようプラットフォームを構築する
3	親子で食育活動大作戦	有限会社 三笠屋	【親子を中心とした食文化ミニ体験の実施】 地物を使用した料理と空間を提供している「料亭三笠屋」で、魚の食べ方の伝授や、旬の農産物を活かした美味しいランチの提供、大正5年創業で歴史的な地元伝統品の数々がある館内めぐりの開催



新潟ラーメン支出促進プロジェクト



【販売期間】R5年9月23日～12月末（鬼殺しがなくなり次第終了）

【会場】新潟市内7店舗、三条市・五泉市・聖籠町で各1店舗

【実施事業者】三上 正行

【連携事業者】柴沢 亮

【助成金メニュー】チャレンジプロジェクト

【内容】新潟市7店舗、五泉市1店舗、三条市1店舗、聖籠町1店舗の計10店舗にて、大祐の激辛唐辛子「鬼殺し」を使用したラーメンの販売で、新潟市ラーメン支出の促進と、店主同士の交流を促す。

【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

- ・ラーメン支出額は上昇したが、1位にはなれなかった。
- ・動画は、スケジュールの調整等が難しく、また閲覧数は伸び悩んだ。
- ・インフルエンサーとラーメン店の交流について、動画以外でもSNS等で交流が増え、鬼ラーメンでも、鬼ラーメン以外でも発信してもらう機会が増えた。
- ・ラーメン店同士の交流は、主にLINEで行われ、味の共同研究や、周年イベントの情報共有など、多くの交流が生まれた。
- ・プロジェクトSNSや各店舗SNSでの発信や、メディアによる取材の影響で、販売数が想像以上に伸び、特にテレビで特集された店舗は、放送後の杯数が非常に伸びた。



2)プロジェクトの効果等：② 概ね効果があげられた

- ・動画での再生数は、スケジュールの調整等もあり、発信が遅くなり、期待ほど伸びなかった。
(平均再生730回、最高再生回数1310回 ※R6.3.11時点)
- ・プレスリリースの効果が非常に大きく、多くのメディアに取り上げられ、特に個々の店舗で特集された店舗は、直後から行列ができ、普段とは違う客層や新規顧客の獲得につながった。
- ・2月の結果発表後に、特に全国ニュースなどで多く取り上げられ、鬼ラーメンと新潟ラーメンの知名度を上げることができた。

3)目標値と実績値について ※参加人数、売上等

<目標> 鬼ラーメン販売数 800杯

<実績> 鬼ラーメン販売数 5,105杯

4)次年度以降の継続に向けた方策

次年度は鬼殺しの他に、特に夏に人気が出るようなメニュー開発を行い、また参加店舗を増やし、発信力を強めるとともに、今回の参加店舗と協働で新唐辛子の開発などで事業収入を得ながら、ラーメン販売以外でも、新潟市のラーメンを県内外に発信していく。



たねをまく ちいさな量り売りマーケット



【開催日】R5年9月3日、12月3日

【会場】MOYORé:

【実施事業者】株式会社リトルライトストア

【連携事業者】株式会社U・STYLE

【助成金メニュー】育成発展プロジェクト(3年目)

【内容】今年度も「つくる人も食べる人も工夫しながらみんなで楽しむ」を掲げ、つくる人「農家」、あつかう人「飲食製造小売店」、受けとる人「生活者」間をつなぐコミュニケーションツールとしての「量り売りマーケット」を開催する。また、次年度以降も社会的共通資本としての新潟市の食文化体験を深めるプラットフォームの構築を目指す。適正なコミュニケーションを維持した規模拡大を目指すために、「マーケットサポートガイドスタッフ」の試験導入を行う。

【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

- ・中央区外ではじめての開催を行い、「たねをまく」の取り組みを知り、足を運ぶ人が増えていることを実感した。
- ・マーケットサポートスタッフの運用がはじまり、多様な社会的立ち位置の人たちの視線と行動が集まり、「たねをまく」の可能性が広がった。また、マーケットを知らない人が立ち寄る際のガイドとして、マーケット周知の課題が具体的に解決した。
- ・助成事業でこれからの継続に必要なデザインツールや追加の検定付きはかりを導入し、予算時に計上した自社負担分を自社事業で行った「たねをまく」プロジェクトからの収益で充当することができ、自走継続が現実的になった。



2)プロジェクトの効果等：① 期待した効果があげられた

- ・MOYORE開催も3年目になり、来場、出店共に増加傾向。
協同組合人田畑の「米フェス」と共同開催した12月では、お米の食べ比べとマーケット開催の親和性が高く、より満足度の高い経験を提供することができた。
また、会場費等のサポートも受け、農家とマーケットという相性の良い取り組み同士で大きなことを協力して行う枠組みが育っている。
- ・マーケットサポートスタッフの育成（重複除くと11名）
小学生から、学生、社会人、性別、年齢、社会的にも多様な人たちがマーケットの運営にあたった。
スタッフであると同時に、お客さんとしても積極的に「たねをまく」に参加し、「自分のアイディアが試せる場所」「自分のおすすめの場所」「自分の場所」として関わってくれる人が多く、心強い。
- ・プロジェクトを周知し、継続して使用可能なデザインツールの作成
- ・自社開催の「たねをまくプロジェクト」との伴走による自走運営。助成事業を行うために、予算時に計上した自社負担分を自社事業で行った「たねをまく」プロジェクトからの収益で充当することができ、自走継続が現実的になった。



3) 目標値と実績値について ※参加人数、売上等

	目標値	9月開催実績	12月開催実績
マーケットサポートスタッフ数 (重複を除く)	10名	11名	
動員数	250名	200名	250名
マーケットサポートメニュー販売数	100個	70個	47個
レモングラス販売数	20個	5個	10個
マーケット出店 (本部・共催を除く)	10店舗	8店舗	8店舗



4)次年度以降の継続に向けた方策

- ・「量り売りマーケット」「レストランイベント」「季節の手仕事教室」をいずれか一つ、毎月1度開催する頻度をベースに継続していく。
- ・「量り売りマーケット」は、昨年の西区内野での開催がとても好評で、中央区だけでなく、他地域での開催の打診もあり前向きに準備を進めている。
- ・「レストランイベント」は、食文化と新潟の歴史文脈を定期的に繋げる場として継続。
- ・「季節の手仕事教室」は、3月に「味噌しごと」の会を開催し、その後「梅しごと」「栗しごと」「土しごと」と展開をしていく。
- ・「外部マーケットへの出店」 大きなマーケットに出店することで、「たねをまく」の周知を広げ、「たねをまくプロダクト」のアイテムを増やし、販売することでマーケット運営費の強化を目指す。
- ・マーケットサポートスタッフは、これからできることを具体的に企画として考えてくれているスタッフでもあり、そういったアイデアを育てる場にしていきたい。



親子で食育活動大作戦

【実施日】R5年9月10日、10月29日、11月26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(3年目)

【内容】料亭のお座敷(広間)で参加者(親子、家族、グループ)に向け、地元食材や旬食材を実際に料理として提供しながら紹介をする。



【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

- ・今年度から司会を置き、進行と料理食材の解説と分け、スムーズに実施できた。
- ・今回は一昨年、昨年と行った新聞折込でのチラシ配布に加え、西蒲区内の小学校7校へのチラシ配布を行った。
- ・学校へのチラシ配布により一昨年、昨年に比べ親子での参加がふえた。
自走に向けて、開設したLINE公式アカウントへの登録を当日ボランティアスタッフに勧めてもらった。
- ・柿の回では、昨年に続き、地元生産者に柿の紹介や柿の渋抜きの仕方を教えていただき、参加者にも体験してもらった。見慣れた地元食材(無花果、柿、里芋)をそのままではなく「料亭、日本料理店の料理の一品」に仕立てて賞味してもらう事で「地元食材」と「和食」への参加者の関心を高めることができたと思う。



2)プロジェクトの効果等：① 期待した効果があげられた

各回とも満席でアンケートもおおむね好評だった。

【アンケート回収結果(回収:9月23件、10月28件、11月31件 計82件)】

・参加者居住地

西蒲区31件(37%)、市内他区41件(50%)、市外10件(13%)

・何で知ったか

知人の紹介33件(40%)、SNS20件(25%)、チラシ23件(28%)、LINE 2件(2%)、市報4件(5%)

・感想(一部抜粋)

魚の食べ方など、大人も子供も勉強になりました。
旬のもの、県産のものを食べる・選ぶきっかけになりました。
新しい発見があった。興味深くいい体験でした。



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 各回40名×全3回=120名

<実績>参加人数 計142名 全回定員を超え第二回三回ではキャンセル待ちもでた。

【各回参加内訳】

第一回:44名(大人33名 子供4名 未就学児7名) ※参加14組中 親子連れ8組(57%)

第二回:49名(大人34名 子供11名 未就学児4名) ※参加22組中 親子連れ9組(40%)

第三回:49名(大人35名 子供9名 未就学児5名) ※参加15組中 親子連れ12組(80%)

4)次年度以降の継続に向けた方策

- ・三年間の実績を開示し、地元企業や生産者に協賛、協力を仰ぎ継続していきたい。
- ・来年度はJA新潟かがやき他一社と共催で(年二回)開催が決定。
- ・旅行会社と提携し、「バスツアー」を催行していきたい。