

食文化創造都市にいがた推進計画



平成 29 年 3 月
新潟市

はじめに



新潟市は目の前に広がる日本海とまちの中を流れる信濃川、阿賀野川と共に歩み発展してきました。かつて信濃川と阿賀野川はたびたび氾濫し、広大な低湿地帯を作り出し、先人たちは湿原に腰までつかる過酷な農作業を強いられていました。しかし、先人たちは不屈の精神と創造性を発揮し、世界レベルの排水技術により湿原を美田へと変貌させました。現在では、砂丘列と低湿地帯が織りなす特徴的な地形を生かして、米をはじめ、全国に誇る魅力的な農水産物が産出される全国有数の食の生産地となりました。

一方で、本市は17世紀ごろから港町として栄えてきました。交易を通じて入り込んださまざまな文化に創造性を刺激され、外来の人々をもてなす料亭文化などが発展しました。その他にも、豊かな農水産物を活用する食産業も発展し、古くから、日本酒、みそなど醸造・発酵食関係の蔵や店舗が数多くあるほか、米菓、切餅・包装餅の出荷額は全国トップレベルにあるなど、日本を代表する企業が新潟に集積しています。

新鮮な食材を提供する各地の市や直売所、農家レストラン、多彩な農水産物とそれらを生かす郷土料理、江戸時代から続く料亭・芸妓のもてなしの文化、日本酒、みそ、米菓などをはじめとした食品製造業など、本市には水と土、港町により育まれた多様で豊かな食文化が満ちあふれています。

近年では、平成26年5月の農業分野での国家戦略特別区域への指定や、平成27年10月のイタリア・ミラノ万博への出展を経て、平成28年4月にはG7新潟農業大臣会合が開催されるなど食と農で注目されてきました。また、同年4月には日本初の「レストランバス」の最初の運行地に本市が選ばれるなど、食の魅力が高く評価されています。

このたび、本市の強みである食や食文化の素晴らしさに目を向け、これらを産業の活性化や交流の拡大などにつなげ、創造的まちづくりを進めるため「食文化創造都市にいがた推進計画」を策定しました。

今後は食と農と文化を融合する「食文化創造都市にいがた」の取り組みを推進することで、地域経済の活性化を図るとともに、市民が食への誇りを持ちながら生き生きと暮らし、食で選ばれるまちの実現を目指します。

新潟市長 篠田 昭

目次

第1章 策定の背景 1

- 1 食への関心の高まり 2
- 2 新潟市の現状と課題 4

第2章 基本的な考え方 13

- 1 計画の位置づけ 14
- 2 計画期間 14
- 3 基本理念 15
- 4 目指す将来像 16

第3章 実施計画 17

- 1 将来像実現のための施策 18
 - 将来像1 食を通じて「人」がつながり活気あふれる元気なまち 19
 - 将来像2 食を通じて「地域」がつながり新たな交流を生み出すまち 29
 - 将来像3 食を通じて「産業」がつながり新たな魅力を創造するまち 40
- 2 発信の強化 47

第4章 推進体制と進行管理 48

- 1 推進体制 49
- 2 進行管理 49

参考資料 50

- 1 策定の経過 51
- 2 用語説明 53

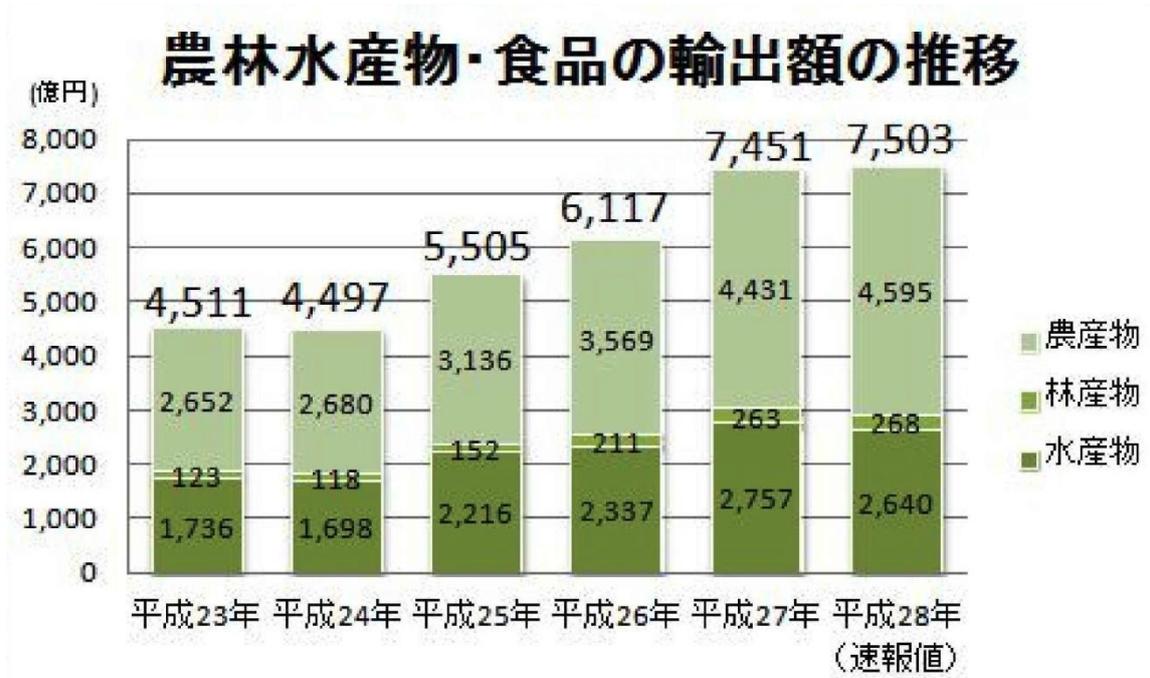
第1章 策定の背景

1 食への関心の高まり

平成 25 年 12 月、日本の伝統的な食文化である「和食」がユネスコの無形文化遺産に登録され、「和食」を中心とした日本食への注目が高まっています。豊かで多様な恵みをもたらす自然に育まれてきた日本独自の食文化は、料理や加工技術などさまざまな要素から成り立っています。風土が地域により異なることで地域ごとの多様性が生まれ、食材、郷土料理などが継承されてきました。日本の多様な食文化は、海外からの観光客のおもてなしや日本食の海外展開への活用が期待されています。

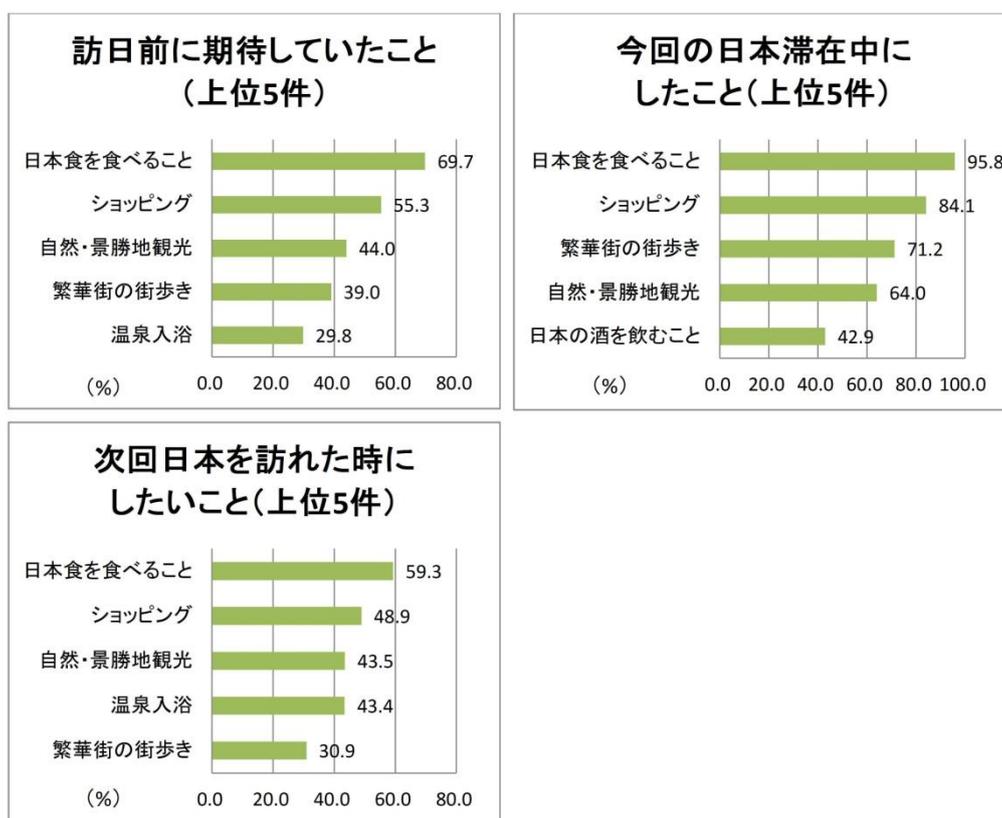
一方で、日本の食生活の変化により、伝統的な食文化は現代の日本人にとって当たり前前に存在する文化ではなくなりつつありますが、「和食」の無形文化遺産認定を契機とし、日本人が自らの食文化を見つめ直し、次世代に向けた保護・継承の動きとなることが期待されています。また、栄養バランスを欠いた食事や朝食の欠食の増加など、食生活の変化がもたらす健康への影響が懸念されており、「食」に関する知識と「食」を選択する力を身に付ける食育の重要性が増しています。「食」の安心・安全に対する消費者の関心は一層高まっており、地産地消などの取り組みが全国で展開されています。

こうした中、国は和食文化の保護・継承や食育の全国的な取り組みを支援しているほか、地域の食文化を輸出や観光に活用するよう促しています。近年では、海外においても安心・安全な日本産農林水産物や食品のニーズが高まっており、日本食ブームも追い風として、輸出額は増加傾向にあります。平成 28 年の農林水産物・食品の輸出額は 7,503 億円となっており、国は平成 31 年の輸出額目標を 1 兆円としています。



農林水産物・食品の輸出額の推移 出典：「貿易統計」(財務省)

また、訪日外国人旅行者が訪日前に期待するものとして、「食事」が上位に挙がっており、実際に日本を訪れた外国人のほとんどが「日本食」を楽しんでいます。国も訪日旅行促進事業を展開するなど訪日外国人旅行者の誘客を推進しており、平成 28 年の訪日外国人旅行者数は 2,404 万人(推計値)となっています。平成 32 年には 4,000 万人を目標としており、訪日外国人旅行者の誘客にあたり、地域の食文化が大きな魅力として期待されています。

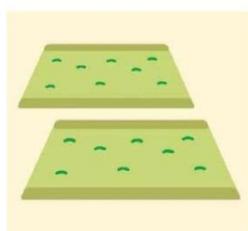


外国人旅行者が日本に期待すること

出典：「平成 27 年度 訪日外国人消費動向調査」(観光庁)

食文化の可能性に着目し、国では食文化を活用した商品開発やまちづくりといった事例を紹介するなど、地域活性化の取り組みを促しています。食には農業、漁業、食品製造業、飲食業、観光業など、さまざまな人の営みが関わっています。地域の数多くの産業が食文化に支えられており、地域おこしを食で行うことは、地域の人が元気になることにつながります。多くの成功事例が生まれており、食文化は地域活性化と伝統文化の継承を両立させる可能性を秘めている大切な地域資源であると言えます。今後は食文化の素晴らしさに目を向け、まちづくりへのさらなる活用が求められています。

本市では豊かな農水産物を活用する食産業も発展してきました。市内の酒蔵で造られる地酒は、淡麗辛口に代表される新潟清酒として市民に親しまれているほか、古くから、みそ、しょうゆなど発酵食品関係の工場や蔵、店舗が数多くあります。さらに、米菓、切餅・包装餅の出荷額は全国トップレベルであり、日本を代表する企業が新潟に集積しています。また、300年以上の歴史を持つ料亭や豊かな水産物を生かした寿司屋など、多様な飲食店が訪れる人たちをもてなしています。



水田耕地面積
全国第1位(2015)
 28,500 ha



水稻作付面積
全国第1位(2015)
 22,589 ha



水稻収穫量
全国第1位(2015)
 137,000 t



農業就業人口
全国第1位(2015)
 15,257 人



食品製造業出荷額
全国第6位(2014)
 2,517 億円



食品製造業事業所数
全国第11位(2014)
 349 事業所

全国トップクラスの農業力、全国有数の食品製造力

出典：「平成 27 年 面積調査」、「平成 27 年産 作況調査」、
 「2015 年 農林業センサス」（農林水産省）、「平成 26 年 工業統計調査」（経済産業省）、
 「平成 26 年 経済センサス - 基礎調査」（総務省）

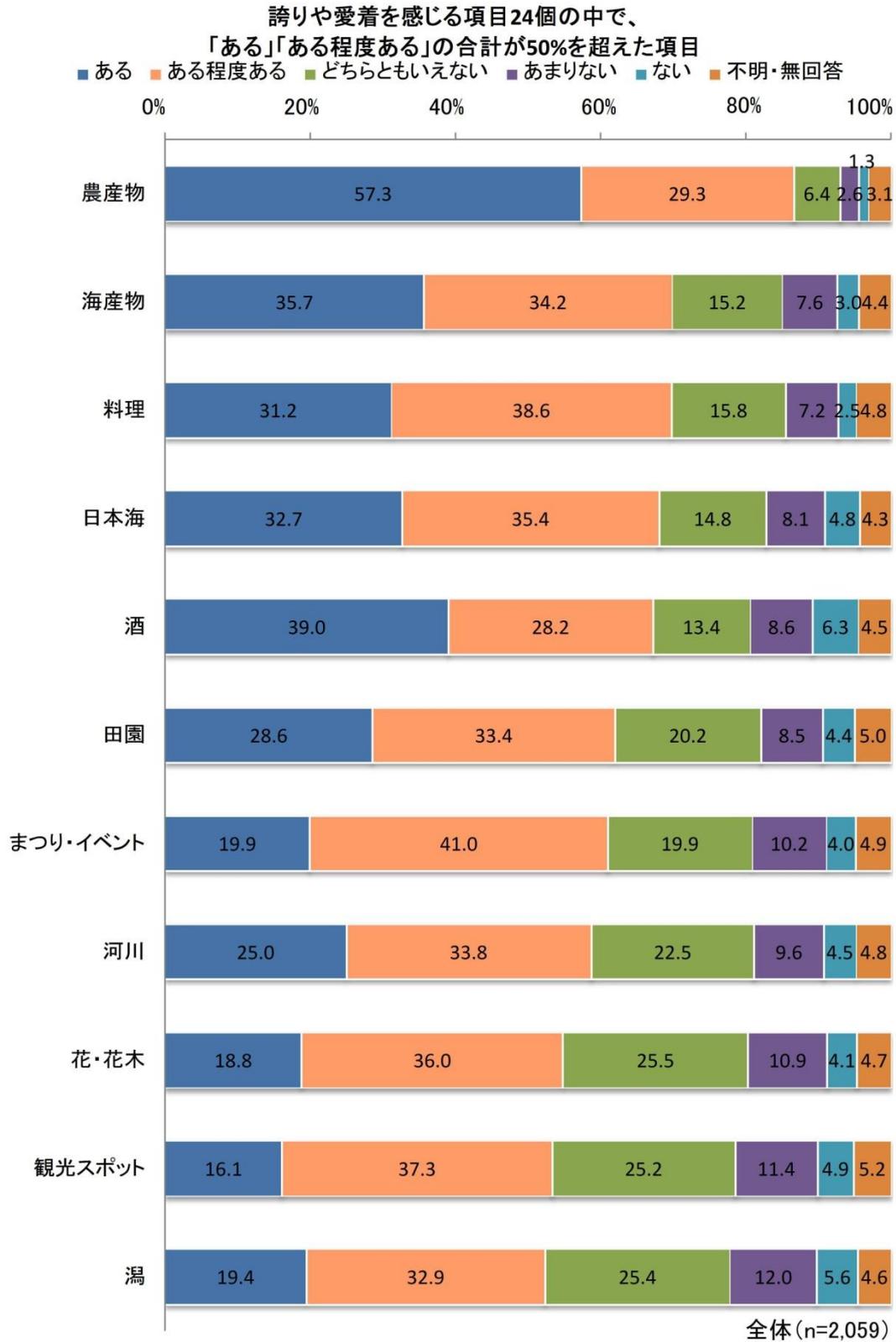
(2) 食文化の背景

本市の食の原点には先人たちの努力と港町として栄えた歴史があります。かつて信濃川と阿賀野川はたびたび氾濫し、先人たちは湿原に腰までつかる過酷な農作業を強いられてきましたが、世界レベルの排水技術により湿原を美田へと変ぼうさせました。一方で、本市は 17 世紀ごろから江戸や大坂などに米や酒を運ぶ北前船航路の拠点となり栄え、交易先から運ばれてくるさまざまな文化は本市の食文化と融合し、外来の人々をもてなす料亭文化などが発展しました。また、繁栄する港町と農村部は舟運で結ばれ、その要所には市（いち）が開かれ、その結果、野菜や果物など商品作物の栽培や織物などの手工芸品の生産が盛んになり、都市部と農村部が共栄する原型ができました。本市の食文化は主食であり日本酒の原料でもある米を中心に、港町の交易を通じて入り込んだ文化が織りなして育まれています。

(3) 食に対する意識

本市には農業体験ができる農園や直売所など、生産者と消費者が触れ合う場が多くあります。また、本市では農業が身近にある恵まれた環境を生かし、子どもたちの農業や食への興味・関心を高めることを目的に、学校の授業に農業体験を取り入れた「アグリ・スタディ・プログラム」を柱に「新潟発わくわく教育ファーム」を推進しています。本取り組みは地域課題の解決や、新たな可能性の創造に向けて、先進的な取り組みをしている自治体などを表彰する「第 4 回 プラチナ大賞（平成 28 年）」において優秀賞を受賞するなど高く評価されています。さらに、地域には食に関する豊富な知識を有する人材がたくさんおり、意欲ある料理人たちが技術を高め、本市の食の魅力を発信しています。

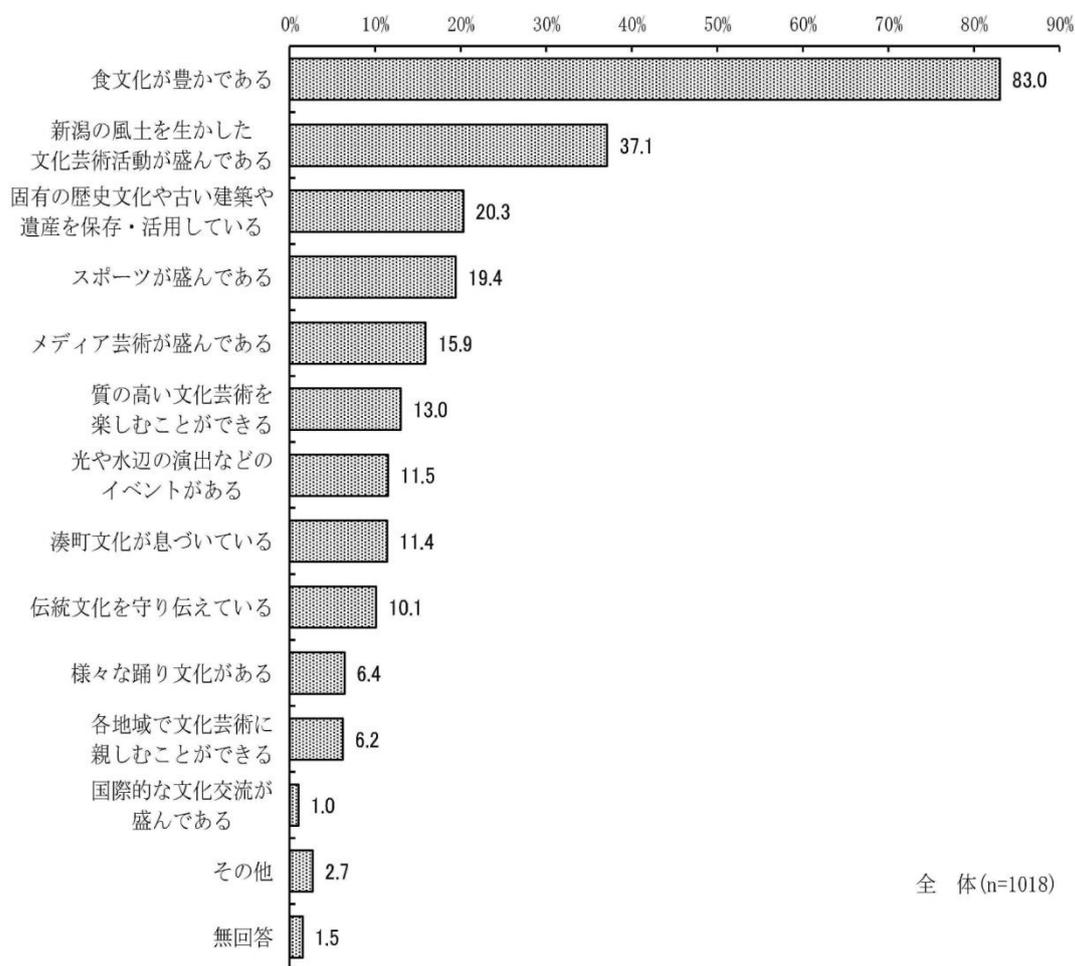
近年は消費者の食への関心の高さから、安心・安全や生産者の顔が見える関係づくりが求められています。食生活の変化がもたらす栄養バランスや健康への影響が懸念されており、食のあり方を改めて考える食育などの重要性が増しています。このような中、平成 28 年度に実施した「市政世論調査」によれば、本市に対する誇りや愛着を感じているものとして「農産物」、「海産物」、「料理」など食に関わるものを回答している人が多くなっています。また、同年度に実施した「文化に関する市民アンケート調査」によれば、本市の文化の特徴として 8 割以上の人々が「食文化が豊かである」と回答し、最も多くなっています。今後は生産者と消費者のみならず、食に関わるさまざまな人たちが交流し、相互理解を深めるための場を一層増やすなど、市民の食への誇りをさらに醸成していく必要があります。



市民が誇りや愛着を感じているもの

出典：「平成 28 年度 市政世論調査」(新潟市)

問 あなたが新潟市の文化の特徴だと思うものはどれですか。（〇は3つまで）



市民が新潟市の文化の特徴だと思うもの

出典：「平成 28 年度 文化に関する市民アンケート調査」（新潟市）

(4) 食を通じた交流

本市では各地域で食を生かした取り組みが実施され、地域のつながりやコミュニティ形成が進んでいます。最近では平成 26 年 5 月に指定された国家戦略特区の規制緩和を活用した農家レストランもオープンし、首都圏などに向けて農村と都市の良さを併せ持つ本市の魅力を発信しています。また、山形県鶴岡市など他都市との食を生かした観光連携に取り組んでいるほか、平成 27 年 10 月のイタリア・ミラノ国際博覧会、平成 28 年 4 月の G7 新潟農業大臣会などを通じて食の魅力を世界へ発信しています。

本市においても人口減少が進行し、地域経済の縮小が懸念される中、まちの活力を維持していくため、交流人口の拡大を図ることの重要性がさらに高まっています。本市は飲食・宿泊などサービス業をはじめ第 3 次産業の割合が高く、交流人口の拡大はさまざまな経済波及効果が期待できます。本市の魅力である食を通じた観光交流をさらに推進するため、食や農に関する地域資源を活用した観光コンテンツのさらなる充実を図るとともに、プロモーションを強化し、本市の認知度を高める必要があります。また、日本の食への国際的な評価や消費ニーズの高まりを好機と捉え、輸出促進やインバウンドの増加を図るため、本市の高品質で多様な食を広く世界に発信する取り組みが必要です。

(5) 食の産業への活用

本市は農業と食産業の連携と一体的発展を図る新潟ニューフードバレー構想を推進しており、国家戦略特区による規制緩和などを最大限活用し、企業の農業参入や農家レストランの開設などの成果が次々と現れています。また、アグリパークおよび農業活性化研究センターにおいて 6 次産業化・農商工連携を支援しているほか、新潟市産業振興財団（新潟 IPC 財団）では農業者の 6 次産業化支援や、食品製造業者の商品開発、販路拡大支援、流通事業者とのマッチング支援などを行っています。また、各区でも農業・商業団体などと連携し、地域の特色ある農産物などを生かした新しい商品開発などが進められています。

時代の急激な変化と文化の多様化などに的確に対応していくためには、今後もさまざまな産業が連携していくことが重要です。農業者自らによる加工・販売への支援のみならず、商工業者、大学などと連携して商品開発や販売に取り組むためのネットワークの形成や異業種連携のきっかけづくりとなるセミナーの開催など、民間事業者などの取り組みが活性化し、継続して発展していくような支援をさらに進めることが必要です。また、さまざまな分野において食を活用するなど、食の魅力を発信する機会を増やすことが重要です。

(6) 食の魅力の発信

本市では自慢の農水産物 27 品目を「新潟市食と花の銘産品」に指定し、情報発信や消費拡大に取り組んでいます。また、いくとぴあ食花でのさまざまな体験と交流や、アグリパークでの農業体験などを通じて、訪れた人に食と花の魅力を伝えています。県外での物産展や観光情報サイト、観光ガイドブックなどでも食の魅力を伝えているほか、インバウンドの拡大を目的に本市の食を海外へ紹介し、認知度向上を図るなど国内外に向け食の魅力を発信しています。



新潟市食と花の銘産品

出典：新潟市農林水産部

食関連のイベントによる発信も盛んで、食をテーマに、まちなかの賑わい創出、誘客促進を図る「にいがた食の陣」や新潟県内の約 90 の酒蔵が集う酒の祭典「新潟淡麗 にいがた酒の陣」などが開催され、交流人口の拡大に寄与しています。また、平成 28 年 4 月には日本初の「レストランバス」の最初の運行地に新潟市が選ばれ、本市の食の魅力が発信されました。合併によりさまざまな地域が一つになった本市では、各地域の特産品などの地域資源を生かした取り組みも進められており、多彩な食の魅力が発信されています。

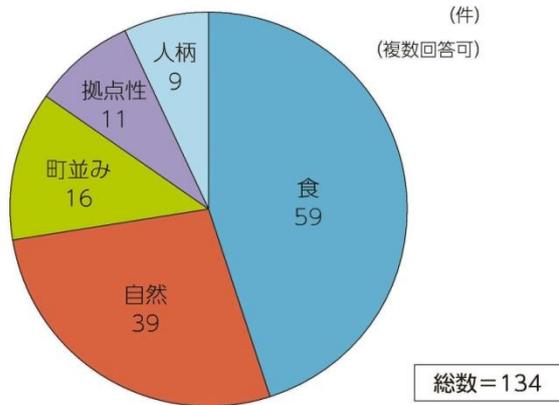
区	主な取り組み	内容
北区	キテ・ミテ・キタクバスツアー	収穫体験、農家レストラン、酒蔵見学などを巡るバスツアー
東区	円筒埴輪バウムクーヘンの開発	区内の牡丹山諏訪神社古墳にちなんだバウムクーヘンの開発・販売
中央区	料亭の味と芸妓の舞	古町芸妓の舞や唄の鑑賞と料亭での食事を気軽に堪能してもらう催し
江南区	かめだ梅まつり	梅畑を活用したスタンプラリーや梅加工品などの販売
秋葉区	にいつ食の陣	飲食店で地域食材（プチヴェールなど）を利用したメニューなどを提供
南区	南区“食”合戦	区内各地域の特徴を出し合ったメニューを観光客向けに提供
西区	すいかまつり	新潟すいかや農産物加工品の販売を地元JAなどと連携して実施
西蒲区	かもん！カモねぎまつり	潟東地区で盛んなカモ猟にちなみカモ肉を活用した催しを実施

各区の食に関する取り組み

出典：新潟市

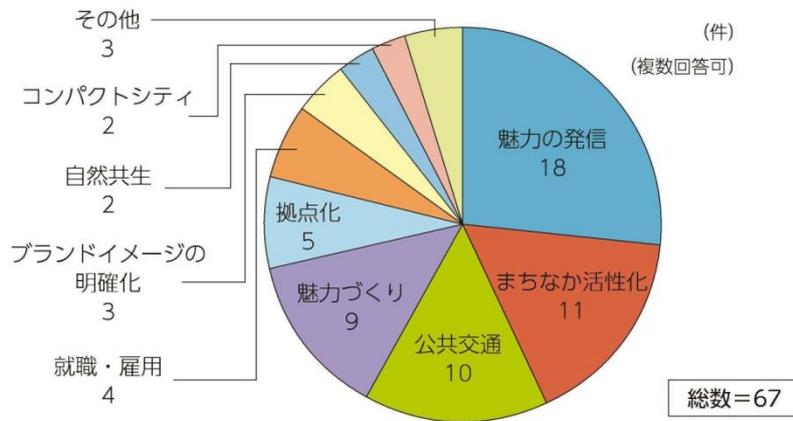
市外在住者へのアンケートによると「本市の魅力」として「食」と回答している人が最も多くなっている一方で、「本市の改善すべきこと」として「魅力の発信」と回答している人が最も多くなっています。食と花の銘産品についても品質は高いにもかかわらず、全国的には知名度が低く、販路も限られているため、農水産物と本市のイメージを結び付ける必要があります。さらに、本市の持つ食と農の魅力を一層磨きあげるとともに、背景となる自然や歴史、文化などと一体的に発信することも必要です。

市外在住者が思う本市の魅力



本市の魅力は「食」と回答している人が多くなっています。

市外在住者が思う本市の改善すべきこと



本市の改善すべきことは「魅力の発信」と回答している人が多くなっています。

※新潟市サポーターズ倶楽部会員をはじめとした県外に在住の新潟市に愛着のある人を対象に実施したアンケート(65人が回答)

市外在住者が思う本市の魅力および改善すべきこと

出典：「平成 25 年 県外にお住いの新潟市サポーターアンケート調査」

(新潟市)