

食文化創造都市にいがた推進計画 令和2年度進行状況報告書

令和3年 食と花の推進課

1. 本計画について

「食文化創造都市にいがた推進計画」は、食で選ばれるまち・にいがたを目指すため、本市の強みである食や食文化の素晴らしさに目を向けると共に、これらを産業の活性化や交流の拡大などにつなげることを目的に平成29年3月に策定された。

本計画の達成状況を委員へ報告、点検・評価頂く進行状況の報告は4回目となる。

2. 本計画の進行状況に関する参考指標について

本計画は事業ごとに達成目標を設定し、達成状況を調査しているが、計画全体の社会への影響等を確認するため参考指標を設定し、毎年度数値を調査することとする。

なお、参考指標は、関連計画の成果指標から選定した。

3. 令和2年度各施策別・評価別事業数及び評価について

計画策定時（平成30年3月）の事業数は86事業、令和2年度に実施した食文化関連事業は65事業で各施策別の内訳は表1のとおりである。

また、評価別の事業数の内訳は表2のとおり、「A:目標を上回った」が13、「B:目標通り実施できた」が17、「C:目標を達成できなかった」が21、「D:実施しなかった」が10、「その他」が4となった。また、表3のとおり新型コロナウイルスの影響を受けた事業数も24と全体の37%となった。

目標を上回った、及び目標通り実施できた事業の割合は全体の46%であり、前年の令和元年度と比較して9%減少したが、37%の事業が新型コロナウイルスの影響を受けている中において、軽微な減少に留まったものと認識している。

4. 所見

本計画の指標となる事業は、食や食文化の普及に関するイベント的なものが多く、コロナ禍での通常どおりの実施は難しかった。中止が多かったことも、緊急事態宣言や警報発令下では開催できないというやむを得ない事情であったと考える。

その中でも、感染対策をした上での定員を減らしての開催や、販売促進イベントの代替としての消費拡大キャンペーン(割引券の発行やTV・ラジオ番組、民間企業とコラボした農産物のプレゼント)など、工夫をしながら事業を実施するものが見受けられた。

また、新たな試みとして、セミナーや商談会のオンライン開催も行っていった。

今後は対面型の集客事業のみならず、これらのキャンペーンやオンラインも活用、併用しながら事業展開をすることで、さらに本計画の推進が図られると考える。

表 1 事業数(各施策別)

施策 No. (将来像-施策)	施策名	事業数 (計画策定時)	事業数 (H29実績)	事業数 (H30実績)	事業数 (R01実績)	事業数 (R02実績)
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						
1-1	食への理解の促進	15	13	15	12	11
1-2	食を生かした健康づくり	8	5	4	5	5
1-3	食文化の次世代への継承	13	9	7	7	7
将来像 1 小計		36	27	26	24	23
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						
2-4	地域の魅力の向上	11	11	11	9	10
2-5	ガストロノミー ツーリズムの構築	5	5	5	5	5
2-6	他都市への発信と 都市間連携	5	4	5	4	4
2-7	国際交流の促進	6	6	5	5	5
将来像 2 小計		27	26	26	23	24
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						
3-8	新たな挑戦への支援	16	14	12	12	13
3-9	さまざまな分野への 食の活用	7	7	5	5	5
将来像 3 小計		23	21	17	17	18
事業数計		86	74	69	64	65

表 2 令和 2 年度事業数(評価別)

評価	事業数
A:目標を上回った	13
B:目標通り実施できた	17
C:目標を達成できなかった	21
D:事業を実施しなかった (新型コロナウイルスで中止した場合を含む)	10
その他:実施したものの、新型コロナウイルスの影響で目標設定ができ ず、評価できない	4
事業数計	65

※施策 1~9 の合計値。

表3 年度・影響度別 新型コロナウイルス感染症影響事業数

一部影響（延期・一部中止・内容を再検討した等）*	14
中止（今年度の開催を完全に中止）	10 (=表2：D評価)

※ヒアリング結果に基づいて計上。

※複数施策にまたがる事業の重複は除く。

※*一部影響事業数は、内容を変更して実施した事業や延期した事業を含むため、表2：A評価・B評価・C評価・その他が混在している。D評価は含まない。

新型コロナウイルス感染症影響事業に関するヒアリング内容の一部抜粋

（事業内容の再検討）

- ・ コロナ禍により人を集めた仕事を実施できなかったため、メディア等を活用した。
- ・ コロナ感染の関係で、第1会期は収穫体験のみとし、第2会期は定員を少なくして実施した。
- ・ コロナ禍による食と健康をテーマでウェブ配信。
- ・ 新型コロナウイルス感染症の拡大により、イベントの回数を減らしたため、目標達成できなかった。
- ・ すいかまつりや茶豆まつりの代替として、消費拡大に資するキャンペーンなどを実施した。
- ・ コロナ禍で失われた商談の場を提供。併せてオンライン商談を試行。
- ・ テレビやWEB等への広告掲載は、感染症の拡大状況を鑑み休止したが、新潟市公式観光情報サイトをリニューアルし、掲載内容の充実を図るとともに必要な情報を提供した。

5. 各施策の進行状況

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

施策1	食への理解の促進
主な取組	若手料理人の育成支援、新潟発わくわく教育ファーム推進事業など
進行状況	本施策では、地産地消や食育教育など、学校・市民団体・小学生等を対象にした事業を継続して進めている。「新潟発わくわく教育ファーム推進事業」では、市内全小学校において「アグリ・スタディ・プログラム」を実施しており、児童らの農業や食への理解の向上を促した。
目標の達成度	令和2年度の事業数11事業に対し、「A:目標を上回った」事業は1事業、「B:目標通り実施できた」事業は3事業、「C:目標を達成できなかった」事業は2事業、「D:事業を実施しなかった」事業は5事業だった。
目標を上回った事業、達成できなかった事業について	A評価の事業のうち、「いもジェンヌの生産拡大及び商品開発に関する支援」は、コロナ禍により人を集めたイベント等が実施できなかったため、メディア等を活用して市内及び首都圏向けのPRを行った。D評価の事業「料理人×生産者マッチングツアー」はバスの利用が新型コロナウイルス予防上の懸念となったため事業を中止した。

施策2	食を生かした健康づくり
主な取組	新潟市健幸づくり応援食品認定制度、ちょいしおプロジェクトなど
進行状況	<p>新潟市は全国と比較すると、脳血管疾患および胃がんによる死亡率が高い[*]。原因の一つとされる食塩の過剰摂取について、保健所が主体となり、「ちょいしおプロジェクト」、地域住民の健康づくりに関わる「食生活改善推進委員養成講座・研修会」等、さまざまな減塩の取組を行った。</p> <p>農業・食品産業では「農産物高付加価値化推進事業」を通じ、機能性に関する科学的な報告がある成分を含む食品の開発支援を行った。また、「新潟市健幸づくり応援食品認定制度」では、健康づくりに配慮されている食品に対して市独自の認定を行った。</p> <p><small>※新潟市健康・栄養調査 結果の概要(平成29年3月、保健所健康増進課)より引用</small></p>

目標の達成度	令和2年度の事業数5事業に対し、「B:目標通り実施できた」事業は2事業、「C:目標を達成できなかった」事業は3事業だった。
目標を上回った事業、達成できなかった事業について	<p>C評価の事業「ちょいしおプロジェクト」では、食育・健康づくりに関する市民アンケート調査では「減塩を意識しているし、できていると思う者の割合」は目標51%に対し実績48%だった。市民全体への減塩意識の向上までには至っていない。関係機関の主体的な取組へつなげていく必要がある。今後は新潟県類似事業との整理を行っていく。</p> <p>また、C評価の事業「新潟市健幸づくり応援食品認定制度」では、新規認定数の伸び悩みと市民への食品認知度向上が課題として挙げられる。令和2年度の実績改正に基づき、新規認定数増加を目指して制度運用を継続していく。</p>

施策3	食文化の次世代への継承
主な取組	地場産学校給食推進事業、レシピ集の活用など
進行状況	郷土料理や行事食、伝統野菜の栽培など、農村地域で培われた食文化は高齢化・人口減少により失われつつある。これを次世代へ伝えるため、郷土料理のレシピ集をさまざまな事業で活用するなど、食文化の収集・編纂・発信を行った。また、新規事業として「発酵食PR事業」では、中央区の伝統的産品である発酵食の魅力を再発見してもらい、次世代への普及促進と産業の振興を図る。
目標の達成度	令和2年度の事業数7事業に対し、「A:目標を上回った」事業は2事業、「B:目標通り実施できた」事業は2事業、「C:目標を達成できなかった」事業は2事業、「D:事業を実施しなかった」事業は1事業だった。
目標を上回った事業、達成できなかった事業について	<p>A評価の「レシピ集の活用」では、希望する区役所に配布し、市民向けの講習会で活用した。また、食育の日協力店に設置し、本市の郷土料理について発信した。その他、食育・花育センターの食育ミニ体験でレシピ集掲載の「けんさ焼き」と「ぽっぽ焼き」作り体験を実施した。</p> <p>C評価の「地場産学校給食推進事業」では、供給側と現場での認識の違いや供給体制の課題など地域や施設ごとに抱える問題が異なることから、地場産率の向上のために統一した方策がとりにくい。引き続き関係者と連携しながら、現状の課題に</p>

	対して新たな施策を検討していく。
--	------------------

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

施策4	地域の魅力の向上
主な取組	農家レストランの設置、農業体験観光ツアーなど
進行状況	<p>広大な農地を持つ本市は、各区によって名産品が異なることから、各区が主体となって地域の名産品のPRを行っている。西区農政商工課では「農業まつり」の代替として、消費拡大に資するキャンペーン等を実施した。北区産業振興課では「キテ・ミテ・キタクとまとキャンペーン」として、ラジオで5～6月の毎週火曜日に全6回、豊栄とまと「桃太郎」とにごりかわトマト「麗容」をPRした。</p>
目標の達成度	<p>令和2年度の事業数10事業に対し、「A:目標を上回った」事業は2事業、「B:目標通り実施できた」事業は3事業、「C:目標を達成できなかった」事業は3事業だった。また、「D:事業を実施しなかった」事業は2事業だった。</p>
目標を上回った事業、達成できなかった事業について	<p>B評価だった「キテ・ミテ・キタクとまとキャンペーン」では、上記PRのほか、売り場で消費者に気付いてもらうための店頭用ポップを作成し、北区トマトを広くPRするためのポスターを増刷した。</p> <p>D評価だった「満願寺稲架木並木を活用した観光交流事業」では、24世帯74人の参加申込があったが、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、中止とした。</p>

施策5	ガストロノミーツーリズムの構築
主な取組	レストランバスなどを活用したコンテンツ開発など
進行状況	<p>「魅力発信・誘客推進事業」では、新型コロナウイルス対策を施し、「新潟花街茶屋」、「宙バス運行」等の事業を実施した。</p> <p>「観光客おもてなし態勢促進事業」では、新潟ストーリープロジェクト対象エリアのPRや着地型観光コンテンツへの補助など受入態勢整備を実施した。</p>
目標の達成度	<p>令和2年度の事業数5事業に対し、「C:目標を達成できなかった」事業は1事業、「D:事業を実施しなかった」事業は1事業だった。新型コロナのために評価できなかった事業は3事業だった。</p>

目標を上回った事業、達成できなかった事業について	<p>魅力発信・誘客推進事業(観光コンテンツ、旅行商品等の情報発信)では、テレビや WEB などへの広告掲載は、感染症の拡大状況を鑑み休止したが、新潟市公式観光情報サイトをリニューアルし、掲載内容の充実を図るとともに必要な情報を提供した。</p> <p>D 評価だった「レストランバスなどを活用したコンテンツ開発」では、新型コロナウイルス感染症の影響により、催行を断念した。今後はアフターコロナにおける戦略的なガストロノミーツーリズムの実施に向け、人材育成・異業種連携を推進する。</p>
--------------------------	--

施策 6	他都市への発信と都市間連携
主な取組	食と花の銘産品事業、特産品・土産品の振興など
進行状況	「特産農産物の PR・情報発信」では、コロナ禍により人を集めたイベントなどができなかったため、メディアなどを活用し実施した。
目標の達成度	令和 2 年度の事業数 4 事業に対し、「A:目標を上回った」事業は 1 事業、「B:目標通り実施できた」事業は 2 事業、新型コロナウイルスのために評価できなかった事業は 1 事業だった。
目標を上回った事業、達成できなかった事業について	<p>A 評価だった「特産農産物の PR・情報発信」では、コロナ禍により人を集めたイベント等が実施できなかったため、メディア等を活用し実施した。</p> <p>「特産品・土産品の振興」では、市産品などを全国に紹介・宣伝し、販路拡大を図るとともに誘客につなげるため、新潟市名産会などと連携し、全国の百貨店などで「観光と物産展」を開催予定だった。新型コロナウイルス感染症対策のため、予定していた物産展は全て中止となった。</p>

施策 7	国際交流の促進
主な取組	食の国際見本市「フードメッセ in にいがた」など
進行状況	「にいがた食の輸出商談会 2020」を(公財)にいがた産業創造機構を共催し、JETRO に委託してオンライン商談会として実施した。ベトナム及びオーストラリアの食品関係バイヤー14 社及び県内企業 31 社(うち市内企業 9 社)が参加した。

目標の達成度	令和2年度の事業数5事業に対し、「B:目標通り実施できた」事業は1事業、「C:目標を達成できなかった」事業が4事業だった。
目標を上回った事業、達成できなかった事業について	「農産物輸出促進事業」では、当事業の補助金制度を活用し、市内商社が市内サプライヤー(8社)を招いて外国企業とオンライン商談会を実施した。新型コロナウイルスの感染拡大により従来の手法での販路拡大が困難となった。オンライン商談ツール等、新たな販路拡大ツールの活用ならびにスキルの向上が求められる。

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

施策8	新たな挑戦への支援
主な取組	食のマーケットイン支援事業、6次産業化サポート事業など
進行状況	<p>農業活性化研究センターの「6次産業化サポート事業」では、6次産業化・農商工連携に取り組む農業者などを対象に加工機械・施設などの導入および販路拡大への支援を行った。</p> <p>また、北区産業振興課では産官学の連携を通じた「『しるきーも』」特産化事業、西区農政商工課では「くろさき茶豆の消費拡大及び生産地域の活性化に関する支援」など、産地毎に特産品のブランディングに取り組んだ。</p>
目標の達成度	令和2年度の事業数13事業に対し、「A:目標を上回った」事業は5事業、「B:目標通り実施できた」事業は4事業、「C:目標を達成できなかった」事業は4事業だった。
目標を上回った事業、達成できなかった事業について	<p>A評価の事業「6次産業化サポート事業」では、農業者の新事業展開を支援するため、相談やセミナーを実施するとともに、加工機械・施設などの導入および販路拡大に助成を行った。食品加工支援センターと連携し年間8件の開催となった。今後も食品加工支援センターやJPCなどの関連団体と連携し、6次産業化の取り組みを支援していく。</p> <p>C評価の事業「農業分野の規制緩和活用」では、新たな農業関連事業の展開を希望する事業者を支援するため、国家戦略特区の規制緩和などの制度を最大限活用し、企業参入の拡大、農家レストラン設置の支援などを行っている。令和2年3月に革新的農業実証支援ワンストップセンターを開設し、規制のサンドボックス制度も使えるようになったが、実証実験の相談が少</p>

	ない。新たな事業者の開拓が課題となっている。
--	------------------------

施策 9	さまざまな分野への食の活用
主な取組	12 次産業化推進事業、農・福連携事業など
進行状況	<p>食と花の推進課では、農福連携事業として、農業分野への就労を目指す障がい者の農業適性を判断するとともに、作業能力の向上を図るため、アグリパークで農業作業訓練を行っている。</p> <p>また、スポーツ振興課が実施する「新潟シティライド」「新潟ヒルクライム」では、地域の食材を使用したエイド食を提供し、参加者へ本市の食の魅力を発信した。</p>
目標の達成度	令和 2 年度の事業数 5 事業に対し、「A:目標を上回った」事業は 2 事業、「C:目標を達成できなかった」事業は 2 事業、「D:事業を実施しなかった」事業は 1 事業だった。
目標を上回った事業、達成できなかった事業について	<p>A 評価の事業「新潟ヒルクライム」は、コロナ禍での開催となったが、参加者にマスクの着用や手指消毒のお願い、また食事提供はテイクアウトメニューを増やすなど、感染症対策をとり開催した。感染症対策について、参加者からはおおむね評価する声があった。</p> <p>C 評価の事業「新潟シティライド」は、エントリー受付開始前に中止した。</p>