

オーガニック SHIBATA プロジェクト
(地方創生推進タイプ)

《実施内容》

【オーガニック米産地形成】

・実証ほの拡大、研修会の開催により、新規栽培者の獲得を図った。また、新たな担い手として、地域おこし協力隊を登用し、オーガニック米の栽培や鳥獣害対策に取り組んだ。長岡技術科学大学と開発を進める除草ロボットに関しては、ほ場での走行試験を実施した。その他、販路確保に向け、海外における新発田産オーガニック米のPRを実施した。

【農産物等輸出促進及び国内販路拡大】

・越後姫は、キャンペーンやSNSを活用したPR事業、「姫のてまり」のインパクトを活かしたスイーツの販売など、更なる認知度向上、消費拡大を図った。また、新発田牛は、市内外のイベントへの出店や様々な雑誌等への掲載により認知度の向上、消費拡大を図るとともに、和牛の人気の高まっているタイへのトップセールスや日本博でのPR等を行った。
・オーガニック米の販路拡大を目指し、輸出先として強化するためハワイへのトップセールスを実施した。

【加工品、特産品製造と販路拡大】

・市内のスーパーマーケット等と連携し、特産品、加工品を集めた「しばた大物産展」を開催し、地域経済の活性化を図るとともに、製造事業者とバイヤーの展示会、商談会を開催することで販路拡大につなげた。また、「全国うまいもの横丁」や友好都市等におけるイベント、大型クルーズ船の来航の機会を捉え、商品のPRと新たな販路の開拓を進めた。
・オーガニック米を使用した商品や低糖質など健康志向の高付加価値商品の開発や、新発田産の特産品のリブランディングを支援することで、新たな商品を市場へ流通させる支援を行った。

《課題・分析》

【オーガニック米産地形成】

・除草の問題により、オーガニック米の新規栽培者の収量が良くなかった。除草作業の指導や除草ロボットの実用化が急務であるが、除草ロボットの走行試験では、ほ場内を走行できなかったため、早急に改良を進めるよう大学へ働きかける。

【農産物等輸出促進及び国内販路拡大】

・越後姫の果肉の柔らかさから長期輸送はとても困難であるが、販路拡大のためには首都圏等へのPRは必須である。
・新発田牛のバンコクでのテストマーケティングでは、品質は高評価であったが、価格や安定供給の面で課題が残った。
・令和5年産米は高温少雨の影響から品質が低下してしまい、海外における新発田産米の評価の低下が懸念される。

【加工品、特産品製造と販路拡大】

・「しばた大物産展」については、製造事業者、小売店ともに開催継続に意欲的ではあるが、開催時期について調整が必要である。また、「銀座・新潟情報館 THE NIIGATA」が開館することから首都圏における販路拡大も目指していく。
・市内での商品PRから発展し、市外への販路拡大を目指す製造事業者が出てきていることから、市外展示会、商談会等への参加に対する補助制度等の整備も検討するとともに、健康志向の高い地域でのPRや更なる商品改良も必要である。

《今後の取組》

【オーガニック米産地形成】

・引き続き、実証ほにより栽培技術の確立を目指すとともに、研修会の開催等により新規栽培者の確保に努める。また、開発を進める除草ロボットが完成するまでの間、他の除草用機械等により除草作業の支援を行う。その他、市堆肥センターの堆肥の活用に向け、畜産農家との調整を進める。

【農産物等輸出促進及び国内販路拡大】

・輸出事業に関しては、引き続き輸出事業者と連携してニーズに基づいたターゲット国へのアプローチを進めていく。
・インバウンド誘客と絡めた米のオーナー制度事業を展開する。

【加工品、特産品製造と販路拡大】

・現代の消費者に訴求するためにリブランディングを検討する製造事業者が多いことから、開発に係る経費の支援を継続するとともに、新たに開発した商品とあわせてPRを進めていく。
・近隣圏域向けの「しばた大物産展」に加え、首都圏への販路拡大として「銀座・新潟情報館 THE NIIGATA」を活用した事業を展開していく。

大倉喜八郎別邸「蔵春閣」復元・公開を契機とした～新発田の歴史・文化・食～発信プロジェクト
(地方創生推進タイプ)

《実施内容》

○大倉喜八郎&食文化の発信事業

- ・東公園内での「プレ雑煮合戦」やフードマルシェなどの「食」を活用したイベントを開催したほか、イクネスでの大倉喜八郎に関連する企業と連携した料理教室開催など、市内外問わず広く新発田の食文化を発信した。
- ・蔵春閣や周辺施設を会場とした「市民茶会」、「呈茶席」を開催し、伝統文化の発信や市内回遊を図った。

○動態保存による「蔵春閣」の積極的利活用事業

- ・蔵春閣閉館に合わせ、各種媒体を活用したPRや、閉館記念式典・祝賀会及びイベントを開催し、蔵春閣への入館促進、利活用促進を図った。
- ・まちなか回遊を促進するため、新発田駅から新発田城までの間などに標柱を設置した。また、標柱に備え付けた2次元コードを通じて、標柱周辺の情報を多言語文字で発信し、外国人観光客の利便性向上に取り組んだ。
- ・「城下町しばたま祭り」において、東公園及び周辺施設で「大倉喜八郎」や「当市の歴史・文化」を学べるスタンプリヤーを実施したほか、「蔵春閣」を起点とした当市の観光振興を図るPR映像を作成した。

○「蔵春閣」を核とした中心市街地活性化事業

- ・蔵春閣への誘客を図るため、新潟市を中心にラッピングトレイン・バスを運行したほか、蔵春閣の周辺施設や民間団体と連携したイベントを開催し、中心市街地の回遊を図った。
- ・蔵春閣と月岡温泉を結ぶ周遊バスを運行し、月岡温泉の観光客を市街地に送客することで、蔵春閣への誘客及び市街地の回遊促進を図った。

○大倉喜八郎スピリット～進一層～の伝承事業

- ・多くの企業を創業した大実業家である大倉喜八郎の精神にあやかり、蔵春閣において新規起業を目指す方を対象とした勉強会を開催し、創業マインドの醸成を図った。
- ・大倉集古館の学芸員を講師として、大倉喜八郎をテーマとした講演会や企画展の開催や、大倉集古館、東京経済大学が所蔵する大倉喜八郎に関連する調度品展示を行い、市民への周知啓発を図った。

《課題・分析》

- ・蔵春閣への来館及び利活用を促進する各種イベントや仕組みづくりにより、目標とする入館者数、貸館件数を大幅に上回り、蔵春閣及び周辺施設への新たな人の流れや、それに伴う経済波及効果の創出につながった。一方で、商店街等の中心市街地への事業効果は限定的であり、面的なにぎわいの創出を図る必要がある。
- ・新規来館者やリピーターの獲得に向け、継続的な誘客促進を図るとともに、効果的な観光プロモーションの手法を検討する必要がある。

《今後の取組》

○大倉喜八郎&食文化の発信事業

- ・四季ごとの食を活用したイベントや料理教室
- ・民間団体等と連携した食文化イベントの開催

○動態保存による「蔵春閣」の積極的利活用事業

- ・蔵春閣を活用したアートイベントや企画展の開催
- ・将来的な文化財指定を見据え、蔵春閣の移築・復元工程を記録する報告書の作成

○「蔵春閣」を核とした中心市街地活性化事業

- ・市街地への観光ツアーの造成、来訪促進プロモーション映像の制作
- ・周辺施設、民間団体等と連携したマルシェ等の開催

○大倉喜八郎スピリット～進一層～の伝承事業

- ・創業塾等によるスタートアップの支援
- ・大倉喜八郎を顕彰する展示会、講演会の開催

人材・学・企業の結集「課題先進地からのデジタルイノベーション戦略」
(地方創生推進タイプ)

《実施内容》

- ・市内企業へのヒアリング等を通じて、ニーズの把握を行った。
- ・ヒアリングの結果、DXに係る経費の補助を希望する声が多かったことから、新たにDXに係る補助金制度を創設し、商工会議所を通じて市内事業者へ周知・募集し、応募のあった6社へ交付した。
(補助金予算2,000,000円/交付総額1,949,000円)
- ・補助金によって行われたDXの一例：
経理システム導入、顧客管理システム導入、生産管理システム構築、ECサイト開設
- ・市内事業者が無料で利用できる「DXあれこれ相談会」を実施し、経営課題の洗い出しや課題に適したデジタルツールの紹介など、事業者のDXのお悩みに対応した。(相談会講師は、デジタル分野に精通するキネス天王入居企業が担当した。)

《課題・分析》

- 分析
 - ・市内企業のDX進捗は、以下に大別できると考えている。
 - ①DXを進めている企業
公的支援を待たずに必要に駆られた段階で、自力でDXを進めている。(自力で進められる人材、資金力がある)
 - ②DXを進められていない企業
進められていない理由としては、人材・資金の不足や「何から始めて良いかわからない」といった状況が見られる。
 - ③過去、DXに着手したことがあるが、社内定着に至らなかった企業
過去の経験が原因で、DXに否定的になっていたり、再チャレンジ出来ないでいる。
- 課題
 - ②③の企業にDXに取り組んでもらうため、
A. 既存のDX相談会を利用してもらい、経営課題の洗い出しを行い、デジタルツールが活かせるもの・そうでないものを整理するなど、その企業に合った、有効な・効果的なDXの形を、見出してもらう。
 - B. 補助金制度を継続し、DXのコストハードルを下げることで、DXに取り組む企業を増やす。
- その他の問題
 - ・DX自体の特性・問題として、掛けたコストの回収が不透明である。
(直接利益を生むものばかりではないため、効果が見えづらく、社内理解が進まず、合意形成が図りにくい)

《今後の取組》

- ・DXに係る補助金制度や、DX相談会を継続することで、DXに踏み出しやすい環境をつくり、DXに取り組む企業・事業者を増やしていく。
- ・キネス天王入居企業とも連携し、DXに取り組む事業者の伴走支援を行う。

道の駅加治川リニューアル整備計画
(地方創生拠点整備タイプ)

《実施内容》

○令和4年度

・改修工事が完了した道の駅加治川のリニューアルオープンに向けた準備を進めるとともに、円滑な施設運営及び集客を行うため、指定管理者の事業計画を基に連携した取組を進めた。

○令和5年度

・指定管理者や地域おこし協力隊と連携し、リニューアルオープン1周年イベント等の各種取組について、SNSやホームページ等により積極的に情報発信し、入込客数及び販売売上額の増加につなげた。

・農家との連絡を密にし、農家同士のつながりから契約農家数の増加を図った。

《課題・分析》

○令和4年度

・道の駅加治川のリニューアルオープンに伴う式典や周知等を行うとともに、指定管理者と情報共有を図りながら、円滑な施設運営を行うことができた。令和4年度は、リニューアルオープンの話題性から、入込客数及び販売売上額ともに当初の目標を達成できた。

・農産物直売所の契約農家数については、高齢化による離農で契約農家数が減少したため達成できなかった。今後は季節に合わせた農産物を充実させるために農家への働きかけを早期に行っていく必要がある。

○令和5年度

・令和4年度と比較して入込客数及び販売売上額ともに減少したが、当初の目標は達成している。しかし、レストラン・パン工房を運営していた事業者が令和5年11月末で撤退したため、その後は指定管理者が直接運営することとなり、集客を図るための新たな商品開発等の魅力づくりが課題となっている。

《今後の取組》

○令和4年度

・リニューアルオープン1年目であり、話題性やテレビCM・新聞折込チラシ等によるPR効果が大きく、目標を上回る入込客数及び販売売上額の達成に寄与したが、令和5年度以降は、客層や運営管理の分析をしっかりと行ったうえで、指定管理者が主体となって事業を運営していく必要がある。

・契約農家数を増加させるため、農家からの紹介などでコミュニティを広げていく。

○令和5年度

・利用者の滞在時間の延伸や新規客層の獲得等により入込客数及び販売売上額の増加につなげるため、魅力的な新サービスの提供や新商品の開発について、指定管理者と協議していく必要がある。

・契約農家数を更に増加させるため、農家からの紹介などでコミュニティを広げていく。

天王小学校空き校舎リノベーション事業
(地方創生拠点整備タイプ)

《実施内容》

- ・前年の開館以来、随時誘致活動を行いながら、令和5年度末時点の入居企業は9社となった。
(以下スタートアップ1社を含む)
- ・スタートアップ企業用の小規模な貸出ブースを新設。1社が入居。
- ・大学、入居企業、市の連携強化を目的に「キネス天王連携会議」を令和5年5月、令和6年2月に開催。

《課題・分析》

【分析】

- ・長岡技術科学大学と入居企業の共同による「有機農法に向けたロボット開発」や「高機能きのこ栽培」が事業化するなど、入居企業間の交流が生まれている。
- ・入居企業は増加しているが、地元人材の採用が多く UJI ターン移住者の増加には結びついていない。

【課題】

- ・入居企業間の交流、連携、協業、事業創造の促進による魅力的な産業育成
- ・市内事業者からの DX の相談を、キネス天王入居企業に繋げることで、それをきっかけとした市内での受注獲得と市内進出を後押しする。

《今後の取組》

- ・入居企業を増やすよう、誘致活動を継続する。
- ・「キネス天王連携会議」を継続開催し、入居企業同士の交流を促進し、新たな事業創造に繋げていく。
- ・企業誘致と新たな事業創出により、若者の UJI ターンや地元定着を図っていく。
- ・DX 補助金案件とキネス天王企業を繋ぐことで、市内での受注獲得と市内進出を後押しする。

大倉喜八郎別邸「蔵春閣」移築及び利活用による新発田駅前エリア活性化プロジェクト
(地方創生拠点整備タイプ)

《実施内容》

【大倉喜八郎&食文化の発信事業】

- ・東公園内での「ブレ雑煮合戦」やフードマルシェなどの「食」を活用したイベントを開催したほか、イクネスでの大倉喜八郎に関連する企業と連携した料理教室開催など、広く新発田の食文化を発信した。
- ・蔵春閣や周辺施設を会場とした「市民茶会」、「呈茶席」を開催し、伝統文化の発信や市内回遊を図った。

【動態保存による「蔵春閣」の積極的利活用事業】

- ・蔵春閣開館に合わせ、各種媒体を活用したPRや、開館記念式典・祝賀会及びイベントを開催し、蔵春閣への入館促進、利活用促進を図った。
- ・まちなか回遊促進のため、新発田駅から新発田城までの間に標柱を設置した。また、標柱に備え付けた2次元コードを通じて、標柱周辺の情報を多言語文字で発信し、外国人観光客の利便性向上に取り組んだ。
- ・「城下町しばたま祭り」において、東公園及び周辺施設で「大倉喜八郎」や「当市の歴史・文化」を学べるスタンプラリーを実施したほか、「蔵春閣」を起点とした当市の観光振興を図るPR映像を作成した。

【「蔵春閣」を核とした中心市街地活性化事業】

- ・新潟市を中心にラッピングトレイン・バスを運行したほか、蔵春閣の周辺施設や民間団体と連携したイベントを開催し、蔵春閣への誘客や中心市街地の回遊を図った。また、蔵春閣と月岡温泉を結ぶ周遊バスを運行し、月岡温泉の観光客を市街地に送客することで、蔵春閣への誘客及び市街地の回遊促進を図った。

【大倉喜八郎スピリット～進一層～の伝承事業】

- ・多くの企業を創業した大実業家である大倉喜八郎の精神にあやかり、蔵春閣において新規起業を目指す方を対象とした勉強会を開催し、創業マインドの醸成を図った。
- ・大倉集古館の学芸員を講師として、大倉喜八郎をテーマとした講演会や企画展の開催や、大倉集古館、東京経済大学が所蔵する大倉喜八郎に関連する調度品展示を行い、市民への周知啓発を図った。

《課題・分析》

- ・蔵春閣への来館及び利活用を促進する各種イベントや仕組みづくりにより、目標とする入館者数、貸館件数を大幅に上回り、蔵春閣及び周辺施設への新たな人の流れや、それに伴う経済波及効果の創出につながった。一方で、商店街等の中心市街地への事業効果は限定的であり、面的なにぎわいの創出を図る必要がある。
- ・新規来館者やリピーターの獲得に向け、継続的な誘客促進を図るとともに、効果的な観光プロモーションの手法を検討する必要がある。

《今後の取組》

【大倉喜八郎&食文化の発信事業】

- ・四季ごとの食を活用したイベントや料理教室
- ・民間団体等と連携した食文化イベントの開催

【動態保存による「蔵春閣」の積極的利活用事業】

- ・蔵春閣を活用したアートイベントや企画展の開催
- ・将来的な文化財指定を見据え、蔵春閣の移築・復元工程を記録する報告書の作成

【「蔵春閣」を核とした中心市街地活性化事業】

- ・市街地への観光ツアーの造成、来訪促進プロモーション映像の制作
- ・周辺施設、民間団体等と連携したマルシェ等の開催

【大倉喜八郎スピリット～進一層～の伝承事業】

- ・創業塾等によるスタートアップの支援
- ・大倉喜八郎を顕彰する展示会、講演会の開催

《実施内容》

○蔵春閣開館後の誘客促進、駅前エリアの賑わい創出

大倉喜八郎生誕祭「闇びらき」の企画運営（日時：令和5年10月22日 会場：蔵春閣、東公園）

蔵春閣への誘客、利活用促進に向け、まちづくり団体と連携して、マルシェ、講演会、音楽演奏会、プロジェクションマッピングなど、施設の活用事例を示す複合型のイベントを開催し、約2,000人の来場があった。（うち、蔵春閣入館者は540人）

若者世代（20代～40代）の来場が多く、蔵春閣や大倉喜八郎を知ってもらう機会を創出し、好評であった。

○情報発信・PR事業

令和6年2月・3月にターゲットとするエリアや年齢層に対して、発信方法を区別しながら蔵春閣への誘客促進を図った。

・圏域内

多くのフォロワーを有する地域情報ウェブサイトにおいて、インフルエンサーによるブログ形式で情報を発信（記事閲覧件数：23,854件）

・圏域外（上中越、福島県、山形県の25歳～49歳）

主なWeb広告である「SmartNews」広告（8,906クリック）「LINE」広告（6,620クリック）を活用した情報発信

《課題・分析》

○蔵春閣開館後の誘客促進、駅前エリアの賑わい創出

「闇びらき」では、蔵春閣及び近隣施設における賑わいを創出することができた。一方で、市全体の観光入込客数は回復傾向にあるものの、コロナ禍前の水準まで至らなかったため、今後は、周辺施設や複数のまちづくり団体と連携して賑わいのエリアを駅前エリアから市街地全体へ拡大させ、また月岡温泉との送客も図りながら、面的な賑わい創出に向けた取組を進める必要がある。

○情報発信・PR事業

蔵春閣の入込は目標を大きく上回ったものの、その多くは市内や近隣からの年齢層の高い方々であったことから、引き続きターゲットを絞ったWeb広告やインフルエンサーを活用し、新たな来館者・リピーターを獲得する取組が必要である。

《今後の取組》

・「闇びらき」を周辺の複数イベントと連携させて開催することで、個性あふれる各イベントとの相乗効果により、賑わいを駅前エリアから商店街まで広げるとともに、まちづくりに取り組む団体とのつながりを構築する。

・まちづくり団体や市内小学校と連携し、大倉喜八郎について学ぶ取組を行い、「大倉喜八郎」及び「蔵春閣」の市民認知度向上を図るとともに、喜八郎スピリットを伝承し、将来の起業家や地域の担い手育成につなげる。

《実施内容》

○公共交通の充実

- ・市街地循環バスについて、市民の移動ニーズに応え平日のみ運行していた外回りの1便を毎日運行に切り替え、それに伴い、土曜・日曜日、祝日の始発時刻を約1時間早めた。また、JRとの乗り換えの利便性向上のためダイヤ改正を行った。

○起業・創業支援の充実

- ・新規起業者は増加傾向にあり、新規創業支援事業で24件（うち、中心市街地6件）の助成を行った。
(参考：令和4年度13件、令和3年度12件)

○中心商店街周辺のにぎわい・活性化

- ・まちなみ環境整備事業に基づく「水のみち構想」の一環として、市街地に市民の憩いの場となる「新発田川親水広場」を整備した。
- ・新発田の銘品、逸品を集めた物産展をヨリネスしばた札ノ辻広場で開催し、中心市街地のにぎわい創出を図った。

《課題・分析》

○公共交通の充実

- ・市街地の変化に対応するため、住宅地や商業地の開発状況、市民の移動ニーズを踏まえながら、適宜、市街地循環バスの運行方法について見直しを検討する必要がある。特に、運転手不足により増員を伴う路線の新設や変更は難しい状況であり、新たな運行手法や事業者を検討する必要がある。

○起業・創業支援の充実

- ・起業者は増加傾向にあるが、中心市街地での起業が少ないため、中心市街地での起業へとつながる取組が必要である。

○中心商店街周辺のにぎわい・活性化

- ・民間のエリアマネジメント団体やまちづくり団体が積極的な事業展開（空き地を活用した賑わい創出イベント、空き店舗調査、空き店舗の軽修繕による新規創業者とのマッチング等）を進めているため、事業計画等を把握し、市として必要な伴走支援を行う必要がある。

《今後の取組》

○公共交通の充実

- ・市街地循環バスについて、令和6年度に一部運行ルートを変更し新栄町商業地域付近に新たなバス停を新設することで利便性の向上を図る予定。これまで公共交通バス運行の空白エリアとして課題となっていた新発田駅東及び西新発田駅西エリアをカバーする新たな路線の検討を行う。また、運行ダイヤやルートの見直しなどの検討を継続していく。

○起業・創業支援の充実

- ・中心市街地での起業者増に向け、スタートアップに係る経費補助のほか、エリアマネジメント団体等と連携した空き店舗とのマッチングやリノベーション事業に取り組む。

○中心商店街周辺のにぎわい・活性化

- ・遊休地や空き店舗の利活用を促進するための補助制度を整備し、エリアマネジメント団体等と連携して、にぎわい創出と出店を図り、エリアの価値向上を目指していく。