

## 新発田市 令和7年度 第2回定例記者会見

1 日 時 令和7年5月8日(木)午前11時～

2 場 所 ヨリネスしばた502会議室

3 内 容

### 【市長発表項目】

○「ももクロ春の一大事2025in 新発田市」の経済波及効果について  
全国から来場した大イベントの経済効果、影響について周知したい。

○新発田市初となる大型教育旅行の開催について  
戦略的に取り組んでいるスタディーツーリズムの成果事例をPRしたい。

○ハワイから米オーナーが来日します！  
オーガニック SHIBATA の一環として展開されるイベントをPRしたい。

○『闇びらき』の開催について

○イクネスしばたでビギナー向け謎解きイベント開催！  
官民連携による市街地活性化イベントについてPRしたい。

○新発田の魅力を世界に発信！！まだまだ続く「新発田新発見！？」  
新たに作成した「新発田を知ってもらおう」動画について周知したい。

○公共施設のネーミングライツパートナーを募集します！  
当市初の試みについて広くPRしたい。

### 【その他】

○佐々木地区で「ささき路線」の運行を開始します！

○みてみて★私の自慢展

○「食のアスパラ横丁、味めぐり」with 新発田牛イベント

○グリーンカーテンプロジェクト2025in しばた 苗植え式

○グッピーアプリ de ウォーキングチームチャレンジ(第1弾)

○しおかぜウォーク

○令和七年度 市民茶会

○ライトミュージックコンサート2025

○箏・三絃・尺八演奏会

## あいさつ

- 今日は春らしい天候ですが、昨日までは寒く、農家の皆様方は連休中に田植えの大部分を終えるはずが、なかなか思うように進まなかったのではないかと心配をしていました。こういった天候が続くことで、一気に田植えが進むのではないか思っているところであり、早く本物の春になってほしいと思います。
- 新年度早々、ももクロのライブを先月開催させていただきました。後ほど経済効果について発表しますが、一番驚いたのは、ももクロのファンの皆さんを「モノノフ」と呼ぶそうで、モノノフは「侍」や「武士」といった意味であり、なぜ、アイドルのファンに物々しい名前が付くのか不思議に思っていました。あれだけ多くの人移動する際にも、道路を占有することもなく整然と移動をし、13日は残念ながら中止となってしまいましたが、地方を元気にすることが自分たちの使命ということで、まち歩きや新発田の物産を購入していただき、そういった姿や行動、立ち居振る舞いを見たときに、正に「モノノフ」であると感じました。
- 中止になり一日分損をしたという失礼になると思いますが、このような素晴らしいライブとなるももクロであれば、中止となった13日分を何らかの形で実施していただきたいと思っております。東京へ行く機会がある時に、プロダクションの責任者にお会いしたいと思っております。
- 4月はももクロで明けましたが、来月には全国あやめサミットがあります。これは、あやめを市花、町花としている全国の市町が一堂に会してサミットを開くというものです。当市は五十公野公園が日本4大あやめ園の一つとなっておりますので、ぜひ取材をしていただけるとありがたいと思っております。

それでは、会見項目を説明いたします。

はじめに、『ももクロ春の一大事 2025 in 新発田市』の経済波及効果についてです。

- このイベントでは、ももいろクローバーZのメンバーをはじめ、全国から多くのモノノフの皆さんにお越しいただき、新発田市の活性化に貢献していただきました。改めて感謝申し上げます。
- 初日は、ライブ会場に約1万2千人、外周パークには約2千人もの方にご来場いただきました。2日目は中止となりましたが、朝から多くの方にお越しいただき、物販ブースでは買い物を楽しむ方や、中止の発表以降は、市街地へ移動し、新発田城や蔵春閣を見学のほか、飲食店やお菓子屋さんには長蛇の列ができ、約千人ものモノノフの皆さんが観光を楽しんでおられました。
- この経済波及効果を測定するため、来場者のうち1,068人の方にアンケートをお願いし推計した結果、イベントによる全体消費額は約6億4千8百万円、市内消費額は約3億5千2百万円、一人当たりの消費額の平均は、日帰り客で約1万5千円、宿泊客は約6万6千円となりました。
- 昨年の亀岡市と比較しても、イベントを2日間開催した効果を上回る市内消費額であり、全体消費額については約2億円の差があるものの、仮に2日間開催できていれば、昨年を大きく上回ることはできたものと考えております。
- 今回の成果は、当市が首都圏など都市部から離れており、公共交通を利用して宿泊される方が半数以上おられたことや、ももいろクローバーZの皆さんが、イベントに先駆けて訪問した観光スポットをはじめ、お土産としてメンバーにお渡ししたお菓子や特産品を、SNSやホームページ、聖地巡礼マップなどを通じて、モノノフの皆さんにお伝えできたほか、多くの市内事

業者がコラボ商品の開発に参加し、出店していただいた結果であると考えております。

- このイベントを通じて、新発田の知名度や魅力を全国に発信することができました。春の一大事は終演いたしました。引き続き、モノノフの皆さんの聖地として、是非、お越しいただくために、さらなる魅力づくりと情報発信を行い、新たな魅力を発見していただけるよう努めてまいりたいと思います。

## 次に、新発田市初となる大型教育旅行の開催についてです。

- この度、東京都足立学園高等学校の1年生約360人の教育旅行の誘致に成功いたしました。一同は、2班に分かれ（1日ずらして）、2泊3日の行程で、防災キャンプや田植え体験をはじめとする、当市オリジナルの体験型学習プログラムに御参加いただきます。
- 教育旅行は、かつての物見遊山的な内容から、探求学習型へとシフトする学校が増えております。当市では、そのトレンドをいち早く掴み、関東圏の学校を対象に誘致を進めるとともに、全国に誇る月岡温泉にも宿泊していただき、新たな顧客獲得に向けブレイクスルーを図ります。
- 初日の防災キャンプでは、あかたにの家を会場に、避難所体験を行います。ハザードマップなどによる防災体験学習を行いながら、銀マットと段ボールで夜を明かし、もしものときにリーダーとなって行動ができるよう一人ひとりの成長を促します。
- 2日目の田植え体験では、各クラスが田んぼのオーナーとなり、手植えに挑戦していただきます。普段口にする御飯がどのように作られるのか身をもって農家の御苦勞を体験します。
- 3日目は、今回の旅行で排出したCO2を題材に、カーボンオフセットの取組を学びます。また、食事では、米どころ新発田を丸ごと味わうため、環境にやさしい栽培方法で作った米のおにぎりや車麩のたれかつなどを食べていただきます。
- この度の誘致を好事例とし、同規模の学校等を中心に更なる誘致を図り、教育旅行を新たな観光誘客の柱とするべく、今後も力強く進めてまいります。

## 次に、ハワイから、米オーナーの来日についてです。

- 昨年、世界初となる有機米による米オーナー制度を実施しました。これが好評を博したことから、今年は、取引数量を倍にして取組を進めます。
- 今年は、ハワイからのツアーを3本予定していますが、この1本目として、このたび、有機米オーナー16名が当市を訪れ、田植え体験やおにぎりづくり体験のほか、市内を観光します。
- 御一行は、月岡温泉に宿泊し、良質な泉質と新発田の食を堪能するほか、市内観光を楽しみながら、オーナーとなった田んぼで田植えを行います。秋に収穫されたお米は後日ハワイに送られ、家族で食べたり、贈り物に使うことができます。
- 当市ではインバウンド誘客のため、令和5年度にトップセールスを行い、令和6年度は33名のオーナーが収穫体験をお楽しみいただいたところですが、田植え体験で米オーナーが訪れるのは今回が初めてです。
- ハワイへの出荷量は、合計で年間約30トンを輸出しており、近年新発田産米を使ったビールが作られるなど、新たな広がりを見せています。今後も「人のインバウンド、物のアウトバウンド」の相乗効果を計り、輸出増加とインバウンド獲得の両面で、好循環につなげてまいります。

**次に、「闇びらき」の開催についてです。**

- 「蔵春閣」の開館を契機に始まった「闇びらき」を今年度も東公園で開催いたします。
- 荘厳な蔵春閣を背景に、市内で活動する団体のダンスや吹奏楽の野外パフォーマンス、今年度も市民をあげて蔵春閣を盛り上げます。
- また、謎解きゲーム体験やキッチンカーが出店するほか、闇びらきの活動に賛同する市民団体の皆さんが、大型トランポリンやパドルボートなどを楽しめる「キッズパーク」を自主運営していただくことになりました。
- ご家族皆さんでお越しいただき、特にお子さんは身体と頭を使って大いに楽しんでいただきたいと思います。
- さらに、当日は寺町界隈を代表する大人気イベントの「寺びらき」、諏訪神社では「社<sup>やしろ</sup>びらき」、王紋酒造さんでは「蔵びらき」、ヨリネスしばた札の辻広場では「スマイルマルシェ」、イクネスしばたでは謎解きイベント「探し出せ！海賊の秘宝」を同時開催いたします。
- 個性と魅力あふれる様々なイベントがつながり、しばたの街じゅうが「ひらかれ」、活気あふれる2日間に、新発田駅前から市街地中心部までのまち歩きを存分に満喫していただきたいと思います。

## 次に、新発田市のプロモーション映像の制作についてです。

- これまで数多くの場所で、私が自らセールスを行ってまいりました。その中で、新発田産米や新発田牛のおいしさには皆様から大変高い評価をいただきましたが、特に海外や関西方面では、残念ながら、新発田の知名度がまだ高くないことを肌で感じてまいりました。そこで、「新発田を知っていただく」あるいは「まちのイメージを持っていただく」ことを主眼としたプロモーション映像を制作することとし、先日、完成いたしました。
- 映像は2種類あります。1本目は『PR編』とし、新発田の四季の表情や歴史・文化の魅力などを、テンポよく紹介し、国内外を問わず多くの方に「新発田」を視覚的に印象付けるものとなっております。こちらはトップセールスや各種式典・イベントでの活用や、SNS でショートフィルムとして御覧いただくことを想定しております。
- 2本目は『まちの魅力編』とし、当市のまちづくりの柱である「子育て」「産業振興」「教育」などに基づく、各種の特徴的な取組を紹介する内容となっております。「まちづくり」というと大仰おおぎょうに聞こえますが、映像は喫茶店での茶飲み話といった、軽いタッチに仕上がっており、肩ひじ張らずに御視聴いただけます。市外からの移住や、充実した子育て環境をお求めの方はもとより、市内の子どもたちや、市民の皆様にも御覧いただき、先日開催されました「ももクロ春の一大事」のテーマのとおり、新発田の魅力を新発見し、郷土への愛着を深めるツールとして活用していく予定です。
- 映像は既に YouTube にアップし、いつでも御覧いただけますが、本日の会見後に、この場でも放映いたします。是非御覧いただき、各場面で取り上げていただきますようお願いいたします。

## 最後に、公共施設のネーミングライツパートナー募集についてです。

- この度、当市の公共施設では初めて、ネーミングライツパートナーを募集することといたしました。
- まずは若者が多く集まる3つの施設、ここ市役所本庁舎の「1階札の辻ラウンジ」、「7階市民ギャラリー・飯豊<sup>いいで</sup>ラウンジ」、新発田駅前の「イクネスしばた 多目的室1」を対象といたします。特に学校のテストが近くなると、多くの生徒・学生が利用していますので、企業の皆さんには、若者へのPR・イメージアップに活用いただけたらと思います。
- 命名権料は施設の維持管理費用に充てる予定です。今回は3つの施設のみですが、今後は、他の公共施設にも対象を広げていきたいと考えております。
- これまでは、「当市の規模では、募集してもなかなか応募がないだろう」という勝手な思い込みがありました。しかし、ある企業から御提案をいただき、施設全体では命名権料が高くなるので、応募しやすくするため、部屋ごとに金額を設定し、「まずはやってみよう」ということで、募集に至ったものです。
- 人口減少が進み、どこの市町村でも公共施設の維持が課題となっています。ネーミングライツ制度は、自治体にとっては財源確保、利用者にとっては施設の適切な維持管理による利便性確保、企業・団体にとってはPR・地域貢献など、「三方<sup>さんぽう</sup>よし」の制度として期待されております。
- ぜひ多くの企業・団体の皆さんから応募いただきたいと考えています。

本日お知らせする情報は以上になりますが、他にもお配りした資料のとおりイベントなどを予定しております。

報道各社の皆様におかれましては、一つでも多く記事に取り上げていただき、新発田市をご支援いただきますよう、よろしくお願いたします。