

新潟市中央区自治協議会 第9期 第1部会 活動報告 「にいがた推しメシプロジェクト in 古町・本町」

～活動の振り返りと、より効果的な取り組みの提案～



第9期
新潟市中央区自治協議会
第1部会

1 「にいがた推しメシプロジェクトin古町・本町」 に至るまで

- ▶ 取り上げたいテーマについて意見交換。各委員が選出母体や知り合いなどにも聞き取りし、「扱うエリア」と「そのエリアで部会としてやりたいこと」を決めることに。
- ▶ テーマを「にいがた2km+PLUS」と一旦は決定したが・・・
市が作成した「にいがた2km」の計画に自治協議会の意見を反映させることを目的とする。各委員が「にいがた2km」計画を読み込み、さらに具体的な施策を検討することにしたが…
⇒エリアが広範囲で、限られた期間での深掘りは難しい。そこで、**古町エリアに絞る**ことに！
- ▶ テーマは？どのコンテンツを活かす？常時、持続的に人を呼び込む仕組みは？
⇒テーマを「**食を活用した古町地区の活性化**」に決定。
- ▶ 令和5年12月古町と本町をまち歩きし、現状と課題を探る。
初めて行くところが多い。神社、橋など歴史がある。
⇒**地元民が気づいていないことが課題**。
良さそうな店はたくさんあった。**PRが課題**。

令和5年12月 古町・本町エリアまち歩きの様子



2 なぜ「にいがた推しメシプロジェクトin 古町・本町」を立ち上げたのか？



1, 「食」というコンテンツをどう生かす？

始め、参加店舗に新潟食材を使ったメニューを考案していただくこととし、

形式は一汁三菜の定食方式に決定した。

しかし、新潟中心商店街協同組合理事をアドバイザーとして招き、事業内容について意見交換を行った結果、「参加のハードルが高い」との助言を受けて内容を変更。

現在各店舗で提供している「看板メニュー」の情報を発信し、集客と賑わい創出に努めることに決定した。

2, 要点は？

一過性のイベントをやって終わりではなく、**将来に効果が続く企画にしたい**ということが大前提。

新潟中心商店街協同組合さんから「本町」も入れた方が良いと助言⇒取り入れることに。

2 なぜ「にいがた推しメシプロジェクトin古町・本町」を立ち上げたのか？

3, なぜ「Instagram」？

	メリット	デメリット
紙ベース 	<ul style="list-style-type: none"> ・SNSが苦手な高齢者でも見られる。 ・一度制作し発行すれば、その後更新にかかる労力や時間がかからない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・制作・印刷・配布の費用がかかる。 ・一度発行されると、その後の情報更新ができない。 ・配布範囲が限定されるため、広範囲に情報を伝えるのが難しい。
Instagram 	<ul style="list-style-type: none"> ・自前でアカウント立ち上げ、写真加工、投稿することで費用負担がない。 ・SNSに繋がる人なら全国・全世界に情報を届けられる。 ・情報の更新が可能。 ・店のInstagramと相互フォローすることで情報を拡散しやすくなる。 ・若い人に情報を届けやすい。 ・フォロワー数や「いいね」の数から興味関心の程度を数値化することができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ネットに接続できる環境でないと見られない。 ・スマートフォンが苦手な高齢者には障壁となる。 ・継続的にコンテンツを制作・投稿し続けることが求められ、労力や時間がかかる。

3 「推しメシプロジェクト」の要点

- 1, Instagramに専用アカウントを立ち上げる。
- 2, 担当範囲は「古町・本町」及び周辺地域とする。
- 3, 各お店の自薦により申込みされた「看板メニュー/イチオシ商品」をPRする。
- 4, 各お店からの申込情報をもとに、ユーザー（Instagram利用者）の興味を惹きつけ、「にいがた推しメシプロジェクト」と他グルメ系アカウントとの差別化を図るため、**写真を装飾加工してInstagramに投稿**する。
- 5, **英語訳もつけてインバウンド需要にも対応**する。
- 6, **メニューに縛りは設けない**。（スイーツ・ドリンクなども可）
- 7, 対象店舗は店内で飲食できる店とする。⇒ 9月～条件緩和により**テイクアウト専門店も参加可能**に。
- 8, お店への直接訪問のほか、商店街組合など関係団体の協力も仰ぐ。
- 9, **参加店にはグッズを進呈**。こちらにもInstagramの二次元コードを載せて情報拡散を促す。
- 10, 区だより、新聞、地域情報サイトに記事を掲載しPRする。



参加店を募るため各委員が直接お店を訪問

訪問店数はなんとっ！ **160店舗っ！！**

暑〜い夏から寒いっ！冬まで。プロジェクトの目的や意義を心を込めて説明。委員の皆さんお疲れさまでした！



ステッカーとポケットティッシュを作製

参加店には
オリジナルグッズを
贈呈♪



参加店にグッズをお渡し！

4 古町・本町地区を回った感想

1, 期待

- ①チェーン店は少なく、個人経営の個性的な店が多い。食の種類も多種多様。(例：加賀料理専門店、伊達地鶏専門店)
- ②人通りは少ないが、お店はにぎわっている。
- ③新規の出店も多い。(コロナ禍で閉店した空き店舗の活用等)



2, 不安

- ①お店側の熱意が感じられないことも。
(店主が高齢であるなどの理由で新規客を求めている、という声も聞かれた。)
- ②若い人が入りやすそうな店が少ない。
- ③古町は敷居が高いという偏見がある。(商店街組合からも同様の指摘あり。)
Instagramで実際のメニューや店内写真を投稿する「推しメシプロジェクト」は、若者が来店するきっかけとなるのでは？



5 プロジェクトの進行について効果と課題

【効果】

- 1, 日常的にSNSを活用している若い世代に古町・本町の「食」の魅力を発信することができた。
- 2, 自らInstagramで発信しているお店も多く、相互フォローや投稿をシェアすることで新たな繋がりが（コミュニティ）が生まれるとともに、より多くのユーザーに情報を発信することができ、フォロワーの増加にもつながった。
- 3, 個人のお店は訪れる心理的な壁があるが、当プロジェクトで敷居を下げる効果があった。
- 4, 参加店舗数、Instagramフォロワー数はじわじわと増えている。継続してやっていくことでさらなる効果を期待できる。（R7.2.20現在 参加店舗数：25店舗、フォロワー数：454人）



5 プロジェクトの進行について効果と課題

【課題】

- 1, 高齢者はInstagramを忌避する人が多い。
- 2, SNSは競争が激しい。「動画」など作り込む「プロ」との勝負となる。
- 3, 当初立てた「8月末までに100店舗」という目標は達成できなかった。実際に店舗に足を運び、熱意をもって事業説明をするほか、**申込を簡易なものにしたり、電子申請に慣れていない店舗には入カフォローをする**ことで申込へのハードルを下げることができると考えられる。
- 4, 専門業者等と連携して、**画像だけでなくショート動画等も制作**することで、より多くのユーザーを惹きつけることができたのではないかな。
- 5, お店だけでなく、「**やってくる**」人（お客様）を意識した働きかけも必要。Instagramマー等を活用した情報発信も効果的ではないかな。



6 プロジェクトを更に進化・深化させるためには？

【提案】

- 1, 当プロジェクトが独り立ちして歩き出していけるよう、第10期自治協部会に引き継いで、**事業を発展させていけると良い。**
- 2, インスタグラムの活用方法を更に深め、**より「見てもらえる」アカウントにする。**
(タグ付け、シェア、ハイライト機能、動画投稿・・・など)
- 3, お店に来店した人が料理を撮影して、**「#にいがた推しメシ」で SNS に投稿・拡散**していけるような仕組みを考える。
- 4, デジタルマップへ誘導し、**より訪問しやすい環境**をつくる。



6 プロジェクトをさらに進化・深化させるためには？

【提案】

- 5, 関係団体との連携や様々な広報媒体の活用により **PRを強化**し、お店だけでなく、その地域への訪問者・来店者にも「にいがた推しメシ」の取組が浸透するよう、SNSだけでなくテレビや新聞、雑誌などのマスメディアに働きかけたり、観光案内所や公共施設等にポスターを掲示してはどうか。
(第9期でつくりあげた「にいがた推しメシ」のブランドカラーを大切に。)
- 6, 各店への訪問説明は営業時間内に行っているため、店主が忙しい等の理由で詳しい説明ができなかったり、当プロジェクトの趣旨・熱意が伝わりにくいことがあった。**商店街組合の協力のもと、組合員を集めて説明会を実施**してはどうか。
- 7, 電子申請が難しいお店へは個別に入力支援をしてはどうか。
- 8, **「食」に「古町芸妓」や「アニメ」といったコンテンツを組み合わせると、さらなる魅力向上を図ることができるのではないか。**



↓ 地域情報サイトへの掲載例



ご清聴ありがとうございました！



→フォローしてねっ！

各委員さんの奮闘及び、事務局の皆様の的確な助言、仕事のおかげでここまで来ることができました。ありがとうございました！

第9期第1部会
部会長 松川由人

SPECIAL THANKS !

ご協力、ご登録いただいたお店の皆様

上之山剛委員 鈴木房子委員 田中晴菜委員 土田菜々子委員
野澤修委員 長谷川文子委員 樋口悦雄委員 若木立也委員

事務局

荒井係長 伊藤副主査 川崎主事