

第4部会 部会活動報告

歴史・文化／産業／まちなみ

若者をターゲットにした老舗紹介リーフレットの作成



部会で取り組みたいことはなに？



第8期第3部会「中央区市民アンケート」を活用しよう

【主な意見】

- ・中央区の文化・施設等の認知度について、40～50代ミドルシニア世代の意見が貴重となるのではないか。
- ・10～20代に楽しんでもらえるように新潟まつり自体を盛り上げていかないといけない。
- ・「中央区自治協議会として、**最も力を入れてほしいと思うもの**」について、「**観光**」（209/575人、36.3%）が**1番多かった**。この点に着目し、「ソト」から見た視点で話を聴く機会があると良い。



「ソト」から見た視点で
意見を聞いてみよう！



勉強会「ソト」から見た新潟市の観光

令和5年10月17日 

ゲスト：佐渡市から観光・国際交流部観光推進課に派遣されている職員



【主な意見】

- ・新潟市は、「コレ」といった目立ったものはないが、外からの中継地点として**買い物や食事**で利用されることが多い →新潟市に長く滞在してもらい、楽しんでもらえるかを考えていく必要がある。
- ・新潟市の強みである「**食**」に**焦点を当て**、その文化や歴史について掘り下げてみてはどうか。
- ・まずは市民一人ひとりが新潟市の観光資源について、**その背景（歴史）や魅力を正しく理解・認識**し、市民自身がPRすることが大切。

座談会「新潟市の観光について」



令和5年11月22日

ゲスト：新潟シティガイド 渡辺 博氏

【主な意見】

- ・ 県外客は、仕事や複数都市の周遊等で訪れた際にまち歩きに参加する傾向にあることが分かった
- ・ **新潟**といえば「**コレ**」といえるものを部会で調査・研究して提案してみてもどうか
- ・ 「ソト」からの目を見た**新潟市の良さ**を知ること、日常であったものの魅力に気づかされた
- ・ **古町花街**は全国的にも長い歴史があるため、もっと観光に役立てられるのではないかと



方向性を決めるワークショップ

食

- ・ 既存のまち歩きでは、コメや魚などの**食にあまり触れていない**ので、それらをアピールするようなコースがあってもいいのではないかと。
- ・ 新潟の**和菓子の文化も歴史**があるため、**北前船の寄港地であったという歴史**と絡めて、北前船の時代のスイーツを現代によみがえらせるコンテストみたいなものを作ってはどうか。
- ・ **米、魚、酒以外の食への認知度を高める**ため、食の歴史や食に関するクイズ・エピソードを盛り込んだマップを製作してはどうか。
- ・ **半世紀以上続く老舗だがあまり知られていないお店**を取材し、紹介チラシ等を作成してはどうか。

情報
発信

- ・ 美味しいお店がここにあるなど、**日常の情報**を発信しても面白いのではないかと。
- ・ **地元住民おすすめの普段使いの飲食店**について、SNSを活用し紹介することでリピーターの増加につながるのではないかと
- ・ 古町・本町エリアの食べ歩き**マップ製作**と食に関するアンケートを実施することで、**新潟の食文化の再発見**につながるのではないかと
- ・ 古町には学生がたくさんいるが、その多くがコンビニを利用し、お店で飲食することが少ない。**若者がお店を利用しやすくなるような仕掛け**ができないかと。

方向性を決めるワークショップ

観光

- ・これまで食や施設など様々な魅力的なものが挙げられてきたので全部紹介できるように、Instagramなどを活用してはどうか。
- ・観光循環バスにシティガイドが同乗して、**にいがた2 kmに限らず様々なスポット紹介**をするなどはどうか。

花街

- ・新潟は京都や東京の新橋に並ぶ**三大花街**であったので、それをもっと世界に向けてアピールできればいいのではないか。



キーワードは3つ

食

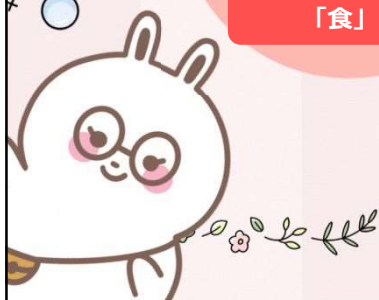
新潟といえば
「食」!

老舗

歴史・文化を受け継ぐ
「老舗店」!

若者

発信力がエグい
「若者」!



若者に老舗について聞いてみよう！

令和6年4月15日

ゲスト：専門学校や大学に通う学生3名

古町地区・万代地区のイメージ

- ・古町地区は **古くからのお店が多く、価格帯が高い**
- ・**上古町**は、比較的若者が行きやすい店舗が多い
- ・**万代地区は「ファッション」、古町地区は「食事」というイメージ**
- ・万代地区はお店の入れ替わりが多く、**流行に敏感なイメージ**がある

老舗のイメージ

- ・ **知る機会がなく分からない**
- ・家族や身内で経営している
- ・年配の中心
- ・ **外食はファストフードが多い**
- ・老舗は駐車場がない
- ・インターネットやSNSで検索しても出てこない

老舗の紹介方法について

- ・代表的なメニューなど一目でわかるとよい
- ・ **店主の顔、人柄等の情報があると親しみやすく、興味を持てる**
- ・学割情報があると行きやすい
- ・ **大学等に老舗紹介のリーフレットがあると手に取ってもらいやすい**

老舗紹介のリーフレットを作成しよう！！

取材開始！

さわ山



学生さんたちのインタビュー！

お店の方も答えるのに一生懸命！



ピーア軒

リーフレットを楽しむ ステップ 5 !



大学生が、突撃インタビューしてみた。

1 SHIMOMACHI AREA さわ山

2 SEKIYA/HAKUSAN AREA ビア軒

昭和を感じさせるネーミング!

QRコードで簡単検索!

学生のインタビュー!

リーフレットの推し!!

パンフレットの推し

コラムで学ぶ
中央区の歴史！

区内5か所から
老舗店を選出！

美味しそうな画像を
沢山掲載！

- 3,000部印刷、増版1,000部、合計4,000部
- 大学、専門学校などを中心に90か所以上に配布

活動を終えて

- 若くて地域に馴染んでいない方々に、敷居が高いと思われる**老舗が意外とフレンドリーでウェルカム**な存在であることを知っていただきたいとの思いで取材をした。
- 学生たちは「老舗」に抵抗を持っているとは感じられず、**チャンスがあれば利用したい**という気持ちが伺われたが、金銭的な面を考慮して「安価な店」「気軽に入れる店」を選ぶ傾向に見られた。
- どの老舗にも**歴史やエピソード**があり、それを知ることによって店への**いっそうの愛着**がわく。
- 普段何気なく行っていた**店の熱い思い**に触れることができ嬉しかったし、自分達にとっても**新潟の歴史・食・文化の再認識**と新たな発見になった。

反省点

- ◆ 中央区に限定したため、本来の新潟の食文化・歴史を深掘りできなかったように感じた。
- ◆ パンフレットの作成と配布を目的に2年間の活動を行ってきたが、早めにパンフレットを配布し、若者の来客が増えたかどうかのリサーチもしたかった。

まとめ



地域の歴史、文化を知るための道標として活用してほしい！

このリーフレットで、中央区の**食への認知度**が高くなると嬉しい！

若者にも中央区と言えば「これを食べたい！」「老舗と言えば、ここ！」と言えるものに**出会ってほしい！**

若者が持つ発信力は大きな力となり、食だけでなく中央区全体の魅力アップにつながる可能性がある！

食と歴史・文化をセットにして中央区の魅力を高め、**観光**の誘客につなげたい！

以上が第4部会の
活動報告となります
ご清聴ありがとうございました