

☆一般社団法人新潟青年会議所 8月例会

- ・事業の概要
一般社団法人新潟青年会議所 8月例会において、新潟の交流人口増加させるために、様々なアイデアを出し合っていただく協働ミーティングと銘打ったグループワークを行っていただきました。
- ・事業の内容
参加者の皆さんには、実例から交流人口増加のプロセスを紹介し、新潟の課題を提示して、協働ミーティングに臨んでもらいました。
- ・交流人口増加に向けたプロセスの順番と新潟の課題
プロセスの順番
①「地域の現状把握」→②「地域の課題抽出」→③「課題解決に向けた現状把握」→④「ターゲットと地域の強みの選出」の順で紹介していきました。

①「地域の現状把握」において、今後、新潟市の人口が減少します。そんな中、急激な定住人口増加が望めない現状を把握しました。
②「地域の課題抽出」において、急激な定住人口増加が望めない中、交流人口の増加から地域の活性化を進める必要性を訴えました。
③「課題解決に向けた現状把握」において、新潟県と比べ、新潟市の観光業は弱いこと、関東圏から新潟に多くの人々が訪れていること、新潟の産業で「農」がお金を稼ぐ力が高いことを提示しました。
④「ターゲットと地域の強みの選出」について、新潟市の観光業は弱いが逆に発展する可能性があること、「農」が人々を呼び込む魅力となること、そして、団体で動く傾向にある関東圏の女性をターゲットに交流人口増加を目指すことを参加者に提示し、これが今後の新潟の交流人口増加に向けた課題となることを参加者に提示しました。

以上を参加者の皆さんに提示し、各グループに分かれて協働ミーティングに臨んでいただきました。

- ・協働ミーティング
下記表にある項目①～⑤の順番に話し合ってもらいました。
まずは、「観光」「農」「関東圏の女性」をテーマに、交流人口に向けた目的をグループで話し合ってもらい、何をすることによって、交流人口増加を目指すのか、そして、新潟市のどこを拠点にするのか各チームで決めてもらいました。さらに、交流人口増加を目指す事業実施に向けて、どんな課題が生まれるのか、また、その課題を解決するために、どんな団体との協働が必要なのか話し合ってもらいました。様々な団体が協働することで、課題の解決を図り、ノベーションの創出つまり、新潟に人を呼び込む新たな可能性を参加者の皆さんに創出してもらいました。

下記表が参加者の協働ミーティングの内容になります。多くの多彩な意見が創出されたと感じています。今後も、このような多彩なアイデアを創出し、地域活性化に繋げて交流人口増加に向けた活動を展開していきたいと考えています。

ご参加、いただいた皆さまには、この場を借りて、改めて御礼申し上げます。

①交流人口に向けた目的 (何をやる?)	②拠点の選定 (どこでやる?)	③事業実施に向けた課題 (実現の為に解決すべき課題)	④協働による解決 (誰と誰が協働する?)	⑤イノベーションの創出
新潟の情報発信	岩室温泉	・温泉地までのインフラ整備。 ・果物のオフシーズン時はどうするのか。 ・いったい誰が商品開発するのか。	・JR・ハタタクシー・万代タクシー ・農協・温室・バーテンダー協会 ・新潟県酒造組合・県酒販	・「スパークリング日本酒×新潟のフルーツ」を岩室温泉で提供する ・東京の女性に対し、インスタなどのSNSでPRする
季節の果物狩りをして果実酒作り	南区の果樹園	・果実酒がすぐ味わえない ・管理する場所と人が必要	・その日は果実そのものを味わう ・空き家を利用し場所を確保	・年3〜4回季節の果物に合わせて開催。 1、まずは果物狩りを体験してもらい、果物を食べてもらう 2、果実酒づくりを体験してもらい、入れるボトルを選んでもらう 3、そのボトルに貼るラベルを選んでもらう
各地修学旅行を誘致する	長潟付近(温泉が湧けば)	・温泉が湧くか ・宿を考える ・金がかかる	・民泊(収穫時の人手不足解消) ・体験(郷土料理の試食・作成など)	・『越品』として収穫物の販売 ・西堀ローサにて朝市をする ・体験農家で収穫物の販売
農コン	西蒲区	・ターゲットの選定 ・差別化→マイワイン ・活動資金	・マッチングサイトの活用	
温泉×ル・レクチュ×独身女性 (40代以上)	新潟市中央区(長潟地区)	・温泉がない ・市街化調整区域 ・ル・レクチュは南区	・新潟市役所・温泉組合 ・農家・JR	
ツアー(関東で撮れない写真撮影) (体験と記念)		・収容方法	レアなもの限定	
内食で食の魅力発信	各家庭	・お母さんに自信がない ・本当に家族で食べている食卓があるのか ・後継者不足	・暮らしの場と農地に近い ・イケメン農業者 ・地元のスーパーマーケット	・空き家×地域の茶の間 ・おばあちゃん(お母さん体験) ・食卓体験ツアー(高齢者向け)
	南区と西蒲区	・時期・収益性 ・宣伝方法	渡辺ナオミ→インスタ広報 (ギャランティは農作物)	・アグリパーク×キッザニア・テラスファーム ×お金を持っている中高生の親
酒蔵ナイトツアー 市域から県域へ	県内の酒蔵 (雰囲気古風・歴史があるところ)	・宿泊施設の確保・食べ物(つまみ) ・衛生面の理解・交通手段・PR方法	・酒蔵と宿泊施設の連携 ・旅行会社 コーディネーター	・酒蔵×お酒×40代〜50代
学校の年間行事の中に、体験型の課外事業として、春夏秋冬、農業体験をしてもらう(保護者同伴)	江南区	・各種営業活動 ・学校・国・農家	・学校 ・国 ・農家	
出会い×美×独身女性=美人農家の誕生(農女)	温泉近く(美)の農家がいる所	・イケメン農家の発掘・育成(写真集作成) ・迎える側の人材(農作業・ダイエットのスペシャリスト)	・企業とのコラボレーション(ライザップ・街コン事業者)	
酒コン	酒蔵	・受け入れ側の人集め(地元農家や酒蔵など) ・集客		・米&酒×酒造り体験×独身女性(発信力が高い・酒好き・都会疲れ)=酒コン(地元農家独身男性) 酒米を作る過程から、新潟に年4回来てもらい、春夏秋冬を感じてもらい、最後は温泉で作ったお酒を飲む(最終的に新潟で結婚・定住してもらう)
経済活性化 地域活性化	姉妹都市からの外国人・子供を新潟に引き込む	・需要調査・多言語サポート・宿泊 ・渡航費・予算(県・市の補助金の利用) ・稲わらの利用(新潟との関連性)	・クラウドファンディングのPR ・国際交流協会の協力(多言語サポート)	・NGG(農業ガール)VS NGT48
家畜育成	古町+白根	・協力してくれる酪農家と土地		・まず、家畜の子供を買ってもらい育成を代理で行う。(エサ等も希望のものを与える) 家畜が育ったら購入者に連絡をして再度来ていただき、居酒屋にて食べていただく。 好みの食材を得られるとともに命の大切さを学ぶ。
週末限定で関東圏女子に農業体験してもらってその子たちのファンを作り(週末ヒロイン)観光促進させる。	ミズベリング:やすらぎ堤を中心に休耕田(畑)での女子の田植え、稲刈り	・広告・人選・マネー・マネジメント ・農業の指導・飲食店の指導 ・平日の畑や田んぼの見守り(ファンクラブ男性対応)	・クラウドファンディング ・農家との連携レストランの人 ・酒蔵	・NGTに対して週末ヒロインNNGを立ち上げ関東圏の若い女性を集めて観光促進させる。(働き方改革)
農業体験における婚活パーティー(20代〜40代の女性)	西区内野:酒蔵、農家、漁港全である	・行政とJAをいかに巻き込めるか	・新潟青年会議所のネットワークと頭脳をフル活用！！	・農業体験×婚活×結婚×出産=交流人口増加
非日常体験	新潟市全域	・交通機関の問題	・自動車販売業 ・タクシー会社	・高級車に乗って非日常を体験することでリセットする。そしてまた関東で働く！！
	新潟市内の酒蔵	・酒蔵までの交通手段 ・協賛してくれる酒蔵の選定	・酒の陣などで協賛を募る	・新潟市内の酒蔵に呼びかけ、新潟の農産品を使った果実酒を置いてもらう(ルレクチュや越後姫など)。酒蔵体験や新潟酒の陣とのコラボレーションにより商品のブランド化に繋げ、まちを活性化させる。
新潟の美味しいものと産業を知ってもらう	新潟市西区	・年齢に制限がある	・交流人口の増加により地域のブランドに付加価値を付け、経済の発展に寄与する。	・酒とつまみのマッチングツアー
農家体験、田植収穫体験 古民家の提供(空き家)×農家プレイ(お見合い)×未婚女性=過疎化防止	秋葉区、南区	・古民家 ・田んぼの取得 ・集客	・農家 ・広告代理店 ・行政	・定期的な農家体験を通して、愛を育み定住を図る。
	西蒲区	・告知 ・交通手段 ・協力関係	・広告代理店 ・旅行会社 ・行政	・日本酒の仕込み等のモノ作り体験、長期にわたる交流の仕組み
美人みがき×農業コンパ×25〜45才独身・シングルマザー=結婚!	インターネット	・お金	・市からの助成金 ・施設、店からの協賛金	・年2回、定期的なイベントを開催する ・温泉に入って、酒を飲み、米を食う。その後、農業体験しながらの婚活。結婚に繋がり、ひいては労働力、新潟市の人口増加。
米×農コン×20〜50代の未婚の女性=定住人口の増加	江南区	・集客 ・費用対効果 ・ツアープラン	・イケメンチラン作成 ・協賛 ・情報収集	・定期的告知して行う。定期的に開催する。田植えから食べるまで。
農業再建	新潟市西区	・認知度を上げられるか	・ユーチューブで宣伝	・雪・土・肉・米×農業体験 ・農業合コン×子供をいっぱい産みたい30才前後の女性=土作りは人作り
(観光)亀田×(農)米×(女性)高齢者	亀田、土地改良区	・新潟駅からのアクセス ・リピーターをどうするか ・オーガニックの供給	・亀田製菓が高齢者をターゲットにして企画する	・種まきから収穫までサイクルを使い、農家レストランで食べれる
ワイナリー(シェア) (所有と経営は別)	西蒲区	・新潟でのワインの知名度 ・経営者の人選	・インターネットを利用して人を集める ・区役所からの予算 ・マイラベル・インスタグラムの利用	・シャンパンを飲める