

長岡食フォーラム事業（ながおか米の博覧会）

事業概要

本事業は、民間事業者が施行者となり、将来に中心市街地での空き店舗活用や新公共施設での自立運営を図ることを目的とし、食イベントでの実験を行い、民間事業者による中心市街地での活力や賑わいを創出する。また、中心市街地での事業実施が、市内の公共交通機関及び都市間交通の利用増大が図れることを期待する。

実験内容

食をテーマとしたイベントにより、地元食材や加工食品の関心を高め、地域食文化の再発見と地産地消について意識啓発を図る。前年度に行った「ながおか地酒市」で得られた課題を検証するため、新米の収穫時期に合わせた「ながおか米の博覧会」として開催し、お米・米菓・米粉などを中心に、お酒・肴・おかずといった地域固有の食文化、特産品、名産品を市内外に再認識してもらう機会の提供手法と中心市街地における効果的なイベントのあり方について実験する。

また、中心市街地での開催により、繁華街で営業を続けてきた飲食店等と連携を図り、中心市街地の活力や賑わいの創出手法についても検証する。

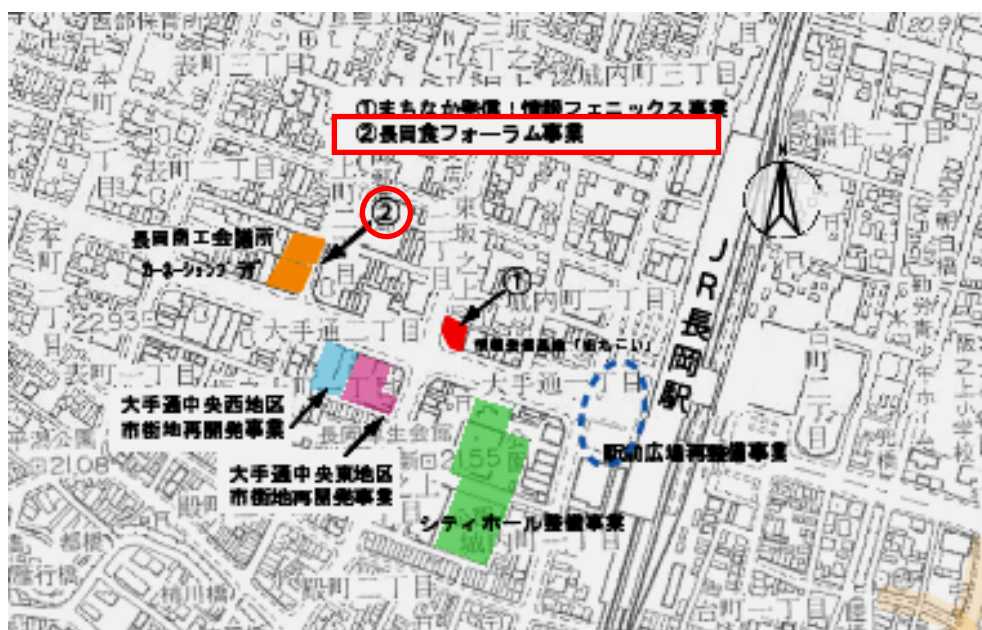
実施状況

実施日：平成22年10月2日（土）11:30～18:00、10月3日（日）11:30～16:00

実施団体：特定非営利活動法人 復興支援ネットワーク・フェニックス

実施場所：長岡商工会議所1F、カーネーションプラザ（旧大和デパート長岡店1F）、及び周辺道路

位置図：



▼状況写真



米の博覧会

& 秋の大収穫祭

ながおか
長岡市内酒造メーカーが大集合!

地酒市

(入場無料)

1,000円(白濁有)以上の酒蔵約30種類以上のお酒が
2,000円以上と堪能いただけます。

ながおか地酒市
オリジナルおちょこ
プレゼント!

ながおか
食フオーラム

「ながおか米菓まつり」
長岡の美味しい秋が
ここに集結!

ながおか
秋の大収穫祭

2日(土) 15時~19時
3日(日) 13時~17時

まぐろ解体ショー
(提供/長岡中央魚市場)

解体したマグロは、
新米の風情ながら、
魚市場の風情ながら、
威勢のよいセリも実施!

2010年 10月 2日(土) 11:30~18:00
3日(日) 11:30~16:00

会場/長岡市大手通旧大和1Fおよび
北越銀行と旧大和間の道路
長岡商工会議所 1F

秋の大収穫祭
旬の野菜販売

日本海旬の魚を使った海鮮丼
吉野寿司
新天街 大船

米の食楽座
米と旬の食材をつかった秋の味

長岡産新米、米麹、旬の食材を使った飲食コーナー
長岡市内の人気飲食店がお米を使った、
当日限りのオリジナル限定メニューを提供。

米百俵まつり
2日(土) 11:30~18:00
3日(日) 11:30~16:00

長岡市のメーカーによる「米」「米粉」を使用した加工食品の販売

- アイスデザート
- 大福
- おはぎ
- パン
- バウムクーヘン
- 長岡産新米、米麹、旬の食材をつかった秋の味
- すずもち
- ちいばら
- お米のちいばら
- 長岡産新米、米麹、旬の食材をつかった秋の味
- 飛騨風・三昇
- ホクショク

特別講演会 会場/長岡商工会議所 1F

10月2日 13:00~13:15
テーマ/「米」をめぐるとは何か
講師/新潟県産米総合研究所
副所長 長岡 祐道氏

10月2日 13:45~14:30
テーマ/「酒造り」とは何か
講師/新潟県酒造組合 代表 平澤 清一氏

お問合せ/ながおかの博覧会実行委員会事務局 (NPO法人 長岡産米ネットワーク・フェニックス)

TEL.0258-36-2537 <http://www.nagaoka-syoku.com>

主催: ながおかの博覧会実行委員会/ NPO 法人復興支援ネットワーク・フェニックス 共催: 長岡市
後援: 長岡商工会議所、長岡商工会議所青年部、長岡商工会議所女性会、未来を語るピナズネット、長岡ロータリークラブ、長岡東ロータリークラブ、長岡西ロータリークラブ、長岡南ロータリークラブ、
長岡ライオンズクラブ、長岡悠久ライオンズクラブ、長岡富葉ライオンズクラブ、長岡柏ライオンズクラブ、長岡長生ライオンズクラブ、長岡ベンチャークラブ、長岡市中心市街地活性化協議会、
長岡市商店街連合会、長岡市大手通商店街振興組合、長岡駅前商店街組合、協同組合新潟県農産物交流センター、新潟県米工業協同組合、新潟県酒造組合長岡支部、長岡小売店組合、
長岡米穀小売店組合青年部、長岡市飲食業組合連合会、長岡中央魚市場、米百俵まつり実行委員会、(社)長岡観光コンベンション協会、よつぎ学実行委員会、NPO まちなか考博、株式会社北越銀行、
株式会社第四銀行、株式会社大光銀行、朝日新聞新潟支局、読売新聞新潟支局、毎日新聞新潟支局、産経新聞新潟支局、新潟日報社、長岡新聞社、BSN 新潟放送、NST、ToNy テレビ新潟、UX 新潟テレビ21、
ケーブルテレビのエヌ・シー・ティ、エフエムラジオ新潟、FM ながおか 80.7、東ニュース・ライン、東生活情報新聞社(隔不隔)

検証結果

検証方法は、来場者、出店者それぞれにアンケート調査を行い、平成 21 年度食フォーラム事業「ながおか地酒市」の結果と照らし検証した。来場者アンケートの回答数は 10 月 2 日が 539 人、3 日が 442 人の計 981 人であり、出店者アンケートの回答数は 29 人（出店数 24 件）である。

1. 来場者アンケート結果について（回答数 981 人）

1) 集客、誘客、交流人口等の動向について

①来場者の性別

	H22 (%)	H21 (%)	前年比(ポイント)
男性	35.9	56.2	△20.3
女性	43.1	29.2	13.9
無回答	21.0	14.6	6.4

②来場者の年齢

	H22 (%)	H21 (%)	前年比(ポイント)
19 歳以下	9.7	4.1	5.6
20 代	5.2	7.8	△2.6
30 代	16.1	20.1	△4.0
40 代	15.1	18.8	△3.7
50 代	19.7	22.0	△2.3
60 代	22.5	17.1	5.4
70 歳以上	11.0	6.4	4.6
無回答	0.7	3.7	△3.0

③来場者の居住地

		H22 (%)	H21 (%)	前年比(ポイント)
市内	旧長岡地域	73.6	77.2	△3.6
	合併地域	7.0	5.7	1.3
県内		15.2	13.6	1.6
県外		3.2	2.9	0.3
無回答		1.0	0.6	0.4

④利用交通機関

	H22 (%)	H21 (%)	前年比(ポイント)
徒歩・自転車	43.9	38.0	5.9
自家用車	35.9	28.0	7.9
バス・電車・タクシー	19.6	29.6	△10.0
無回答	0.6	4.4	△ 3.8

来場者数は、初日の2日（土）が6,500人、2日目の3日（日）が3,500人の計10,000人が訪れ、前年度の6,200人（2日間）と比較し、来客者が増加した。来場者の内訳は男性が20.3ポイント減少、女性が13.9ポイント増加した。前年度に実施したフォーラムは地酒をテーマとしていたが、今年度は地酒と米菓等を組合せたことにより来場者の構成に変化がみられ、結果的に女性の比率が上回ることとなった。

来場者の年齢層は、50代、60代と比べて、20、30、40代の来場者が少なかった。このことから、高齢層の日本酒への関心の高さが改めて示されたと共に、若年層の関心をいかに日本酒へ向けさせるかが、今後の手法を考えるうえで重要である。また、前年度に比べ19歳以下の来場者比率が増加したことは、フォーラムのテーマを「地酒」から「米」としたことで対象範囲が拡大し、家族と一緒に参加できるイベントとなったためと思われる。

これらより、テーマの設定を変更したことで幅広い年齢層を確保することができ、前年度の課題を改善した結果が得られることとなった。

来場者の居住地は、市内からの来場者が多く見られる一方で、前年度と比較して僅かではあるが合併市町村や市外からの来場者比率が増加している。この結果は、数多くの広報手段を取ったことによる効果と思われる。市域も広域化し、このイベントをきっかけに地元食材への意識啓発を行っていく必要性を感じており、今後も長岡の食の魅力、ブランド力を広域的に発信していきたい。

交通手段は、徒歩・自転車の割合が増加しており、開催時期や会場設定が良好であったといえる。自家用車による来場者比率の増加は、多世代が楽しめる内容としたことにより、家族で自家用車に乗り合わせて来場することが多かったのではないかと思われる。今後はさらに遠隔地からの誘致を図ることが課題といえる。

2) 参加動機と広告効果について

①参加の動機（複数回答：1,327）

上位から	H22
イベントの内容	372
大手通りが会場だから	367
米百俵まつり（隣接地での同時開催）	269
イベントが好き	189
人に誘われてきた	94
特になし	17

②イベントをどのような方法で知りましたか

	H22 (%)	H21 (%)	前年比(ポイント)
市政だより	39.6	23.6	△10.1
チラシ		26.1	
ポスター	11.1	0.2	10.9
情報雑誌	11.5	17.7	△6.2

新聞	5.1	5.5	△ 0.4
ラジオ	1.9	2.2	△ 0.3
テレビ	14.5	7.7	6.8
ホームページ	2.1	4.0	△ 1.9
口コミ	7.8	10.3	△ 2.5
ビジョン	1.7	—	1.7
街頭広告 (のぼり等)	4.7	2.7	2.0

参加動機は「イベント会場が大手通りだから」が上位に位置し、約 3 割を占めている。また、初日のみであるが、隣接会場でのイベント「米百俵まつり」とのジョイント開催を行ったことは効果的であった。

イベント周知は、昨年度同様に市政日より、チラシ、ポスターによる広告が半数を占めている。その中では、チラシ類が約 4 割を占めており、配布物による影響力の高さが伺えた。

このほか、今年度に「まちなか発信！情報フェニックス事業」で社会実験・実証事業等を行っている長岡駅前
の大手通り交差点のビル壁面に設置した大型 LED ビジョンを利用して、当イベントの告知広告（写真 - 1）や開催当日のイベント上映（写真 - 2）を行った。今後も、大型 LED ビジョンによりイベント広報のサポートを行い、都市空間の有効利用を図っていく予定である。

イベントを開催するにあたっては、広報手段は非常に重要であることから、ポスター・チラシ等の紙面とテレビや大型ビジョン等の映像による多様なメディアを併用させながら、効果的な手法により、多くの人々への周知を図っていききたい。



写真 - 1 イベントの告知



写真 - 2 イベントの上映

3) イベント評価について

①来場者の満足度

	H22 (%)	H21 (%)	前年比(ポイント)
とても良かった	33.3	41.4	△8.1
良かった	51.7	42.6	9.1
どちらでもない	1.9	1.7	0.2
良くなかった	4.7	1.5	3.2
とても良くなかった	0.6	0.3	0.3
無回答	7.8	12.5	△4.7

②その理由

良かったと回答した理由の上位	良くなかったと回答した理由の上位
会場が良い(256)	地酒の種類が少ない(43)
子どもから大人まで楽しめた(197)	案内・誘導が不十分(18)
食べ物が美味しい(187)	食べ物が美味しくない(10)
イベントが良かった(158)	イベントがつまらない(9)
地酒に興味を持てた(140)	対象年齢が偏っている(9)
米粉製品の種類が多かった(112)	会場が悪い(8)
地酒の種類が多かった(110)	混んでいた(7)
米に興味を持てた(47)	
米粉に興味を持てた(34)	

③前回イベント「ながおか地酒市」(H21)との比較

	H22 (%)
とても満足	31.1
満足	45.9
どちらでもない	2.8
どちらかといえば不満	10.5
不満	1.4
無回答	8.3

④その理由

満足したと回答した理由の上位	不満と回答した理由の上位
会場の選択が良い(93)	会場が悪かった(15)
開催時期が良い(82)	内容が工夫されていない(14)
内容が工夫されている(46)	開催時期が悪い(7)
子どもから大人まで楽しめた(26)	案内誘導に不満(7)
案内・誘導が向上していた(8)	対象年齢が偏っている(4)

来場者の満足度は、「とても良かった」「良かった」の計が、前年度を若干上回り 85.0%という高い満足度を得ることができた。さらに、前回のイベント来場者に対して、今回のイベントとの比較調査を行ったところ、「今回のイベントの方が満足した」が 77.0%を占める結果となった。

「満足した」との回答理由の最上位が、「会場の選択」であったことは、中心市街地の賑わい創出の観点から評価できる結果といえる。また、開催時期については、冬の開催から秋へと変更したことにより評価が得られたと思われる。

「子どもから大人まで楽しめた」との回答が多かったことや来場者の幅広い年齢層から、多くの世代間や男女を問わずに歓迎されるイベントとなった。さらには「地酒、米、米粉に興味を持てた」との回答が多かったことから、米をベースとする地元食材や加工商品を利用することによ

り、地域食文化の再発見と地産地消についての意識啓発を図ることができた。

4) 食イベントの効果について

①出店の酒蔵は全て長岡市内の酒蔵ということを知っていましたか

	H22 (%)	H21 (%)	前年比 (ポイント)
知っていた	31.0	29.6	1.4
大体知っていた	29.6	45.1	△15.5
知らなかった	33.9	17.6	16.3
興味がなかった	2.4	0.6	1.8
驚いた	0	1.1	△ 1.1
無回答	3.1	6.0	△ 2.9

②食品・食材として「米」の可能性について新たな発見がありましたか

	H22 (%)
あった	38.4
なかった	28.2
無回答	33.4

③自由意見欄から

米が麺やパンなど、いろんなものに利用できることを知った。美味しいと思った。
米粉製品は米の需要拡大に重要であると思った。
アレルギーなので、米粉を利用した小麦粉の入らない食べ物に興味があった。
お米をもっと活用して食糧自給率をアップさせ、農家が豊かになればよい。
米とか野菜のイベントで食の原点に帰った気がする。米は本来こういうものだと思う。
米は日本の源であり、日本の食文化を救うと思う。

④今後、長岡市や新潟県の特徴ある地場産品で期待できるものは何だと思えますか

上位から	H22
米	98
酒	69
野菜	28
米粉製品	26
B級グルメ	16
魚	14
ラーメン	7

食のイベントとして、地産品の認知度を問う設問では、今回提供した酒蔵が全て長岡市の酒蔵であるということをおらかじめ知っていた来場者は約3割であった。また、米の可能性について

は、米や米粉からアイスクリーム、パン、パスタ等の加工食品がつくられているなどの「新たな発見があった」との意見は約4割であった。また、期待できる地場産品の最上位が「米」であったことは、食文化の再発見と地産品の重要性を再認識させられたものであった。

自由意見の多くは米粉に関する意見であり、「日本の源」「原点に帰る」「農家が豊かに」との意見からも、イベントの中心テーマとした「米」に対しては将来的にも非常に高い期待感がうかがえる結果であった。

2. 出店者のアンケート結果について（回答数 29 人）

①参加の経緯（複数回答）

上位から	H22
業界活性化に繋がると思ったから	12
協会組合からの案内・依頼があったから	10
企業PRになるから	8
所属組合からの案内・依頼があったから	8
地域の消費者の声が聞きたかったから	5
地域の活性化に繋がると思ったから	5
販売促進に繋がると思ったから	3

②開催時期は適当でしたか

ちょうどよい	14	(理由) イベントのシーズンであり、秋の食材をふんだんに盛り込めた。 同時期に業界のイベントが続き、準備などが楽であった。 年末商戦や冬期間の繁忙期に向け、商品のPRができたことは良かった。
よくない	10	(理由) 他のイベントと重なり、人手が足りず大変だった。 準備に時間が取れなかった。 日本酒としては新酒の時期ではない。
その他	5	

③開催場所（カーネーションプラザ及びその周辺）は適当であったか

ちょうどよい	9	(理由) 大手通りで実施できたことはよかった。 狭く感じたが、賑わいの演出にはちょうどよかった。 階段を上る必要がなくてよかった。（開催会場は全て1F） 米百俵まつりとの同時開催はよかった。
よくない	13	(理由) カーネーションプラザ、商工会議所の2会場ではお客様が分散

		<p>する。</p> <p>カーネーションプラザは狭かった。</p> <p>会場案内放送が商工会議所側にはなかったため、お客さんに伝わらなかったところがあった。</p> <p>地酒がメインだとすればこの場所ではどうかと思った。</p>
どちらともいえない	7	

④会場装飾はいかがでしたか

よかった	14	<p>(理由)</p> <p>和の雰囲気を感じられてよかった。</p>
よくなかった	8	<p>(理由)</p> <p>見栄えがしなかった。</p>
どちらともいえない	7	

⑤お客様に対してのご案内、誘導、動線はいかがでしたか

よかった	16	<p>(理由)</p> <p>大手通りの大型ビジョンでの中継があってよかった。</p> <p>(大型ビジョンの中継を見たことによってイベント開催を知り、訪れた人もいた。)</p> <p>誘導表示、大型看板があってよかった。</p>
よくなかった	5	<p>(理由)</p> <p>場所が分散しており、どこに何があるか分かりづらかった。</p>
どちらともいえない	8	

⑥イベントの内容でよかったもの、よくなかったものは何ですか

よかった	<p>(催し内容)</p> <p>もちつき</p>	<p>(理由)</p> <p>子どもが喜んでいました。</p> <p>米博覧会らしかった。</p> <p>雰囲気がよかった。</p> <p>威勢よく迫力があつた。</p> <p>見る機会がないから。</p>
	<p>マグロ解体ショー</p>	<p>これを目当てに来場する人が多い。</p> <p>目玉になっていた。</p> <p>集客に役立った。</p> <p>普段見ることができないため、楽しみに来場する家族が多い。</p>

よかった	講演会	なかなか聞ける機会がない。 日本酒に興味をもってもらえる。
	ガラポン抽選会	アンケートに答えるとガラポンができる案はよい。
	はさ掛け（装飾）	とても雰囲気よかった。 初めて見た人もいると思う。 解説用看板があってもよかった。
	競り	最も人が集まっていた。
	おつまみ販売	お酒と食との相性があることを感じてもらった。
よくなかった	(催し内容) もちつき	(理由) 無償で配った方がよかった。
	マグロ解体ショー	見えづらかった。
	講演会	場所がよく分からない人がいたのではないかと思う。
	ガラポン抽選会	景品目的にアンケートを書き、抽選していた人がいたと思う。
	はさ掛け（装飾）	意味がなかったと思う。
	競り	価格に疑問を感じた。

⑦その他（自由意見欄）

楽しみながら参加した。また機会があれば参加します。
地域の活性化活動に今後も協力させていただきます。がんばってください。
前回よりもゆっくりとお客様と話すことができた。
駐車場がしっかりしていてよかった。
地酒市は蔵元の協力が必要である。
地酒メインにしてはスペース、装飾が貧弱であった。
出店者への連絡徹底を強化してほしい。
寿司の販売は時間がたつと美味しくなくなったため難しかった。

子ども向けにも喜ばれるものがあつたらよかつた。
販売促進に繋がるものを考えてほしい。
アンケート結果を公表してほしい。
イベントの充実を図ってほしい。
準備時間がもう少し必要だつた。
来場者の増加目的と同様、商業活性化に繋がるイベントを期待する。
集客、告知の強化を図ってほしい。
設営スタッフに笑顔が足りなかつた気がした。

出店者からのアンケートでは、参加経緯の上位を占める「業界活性化に繋がると思ったから」や「協会組合、所属組合からの依頼があつたから」は企業間の協力関係が感じ取られ、今回のイベント実施を介してさらなる業界の連携を高めることとなつた。

また、「地域の消費者の声が聞きたかつた」や「地域の活性化に繋がると思ったから」との回答からは、イベント準備段階において実行委員会による打合せを重ねたことで、中心市街地に対する課題の認識等、地域（エリア）に関する行政と民間事業者、民間事業者相互での目標の共有化が図られたと感じる。

来場者アンケートでは、「よかつた」との回答が上位を占めた開催場所が、出店者アンケートでは、「よくなかつた」との回答が上回る結果となつた。今年度の開催は、二つの会場及び周辺道路を利用したため、面的に広がり、分散型となつたことから、各種の催し内容について広告案内時にわかりやすく表記しておくこと、また、場内アナウンスでの情報提供等の徹底を行うことが必要であつたと思う。

今後は、来場者、出店者が共に満足できるよう、イベント規模にふさわしい会場選択、イベントの催し内容についての詳細な案内についても、周知方法を十分に検討しておく必要がある。

また、開催時期を変更したことにより、年末商戦や冬期間の繁忙期へ向けての商品のPRができたとの回答があつた。来場者の満足度のみならず、出店者にとつてもイベント後の顧客獲得に効果的であつたことは今後の実施に向けて参考としたい。

なお、イベントの各催しについてのアンケート調査を行ったことで、効果的なイベント内容を把握することができた。また、数多くの自由意見を頂いたことで、今後のイベント継続実施にあたり参考となる貴重な意見が得られた。

3. 今後の課題等について

①イベントの開催にあたり特に考慮すべきものは何だと思ひますか。

上位から	H22
会場の選び方	274
イベントの内容	255
広報の手法	235
開催時期	197
その他	12

②その他の意見、感想、希望など

場所は良いがレイアウトを工夫すべき。
五・十の市*に合わせてはどうか。
休憩所が足りなかった。食べる場所が不足していた。
マグロ解体ショーの時間を告知して欲しかった。
会場が近くてよかった。

*五・十の市は長岡市の中心市街地で行われる露天市場。毎月 1. 5. 10. 15. 20. 25 日に開かれている。

昨年度の課題としていた来客者層の偏りについては、対象食材を工夫したことで、幅広い世代に歓迎されるイベントとなり改善できた。会場については、今年度は旧大型百貨店の空き店舗を活用したイベント運営となったことで、中心市街地の活性化に関する手法の社会実験としても効果的であったといえる。イベント内容についても、食をテーマとしたイベントにより、地産地消の啓発や地元加工食品の新たな可能性など、食文化の再発見を実験できたことは有効的であった。

集客に関しては、ジョイント開催を行った初日の来場者数が、単独開催となった 2 日目の約 2 倍となったことに関して、ジョイント開催の有効性と、単独開催時の集客減の課題との両面が検証できた。イベント内容、広報の周知の範囲、イベント会場や開催時期等の更なる検討を図り、より広範囲からの集客が得られるよう工夫し、適切な開催日程を調整する必要がある。また、民間事業者の継続的なまちづくり活動が定着するよう密接な協力体制を形成することが求められる。

今後は、イベントへの来場者がそのまま付近のスーパー等へ買い物に行く、あるいは飲食街へ立ち寄るなど、周辺店舗から「食のイベント時は来客が増加する」との声も聞かれたことから、中心市街地で行われるイベントの相乗的な効果として、来場者のイベントの参加後の流れについて追跡調査することも考えられる。