

# 地域の隠れた魅力活用事業 事業レポート

2025 年 10 月

公益社団法人日本青年会議所

北陸信越地区新潟ブロック協議会

持続可能な地域開発委員会

## 0. はじめに

このレポートは、公益社団法人日本青年会議所 北陸信越地区新潟ブロック協議会 持続可能な地域開発委員会が2025年度に実施した地域の隠れた魅力活用事業の報告書になります。本事業の目的は地域の隠れた魅力を活用した好循環モデルを研究することであり、実施した後も各地域へ伝播していくことが重要と考え、本レポートを作成しました。

## 1. 事業目的と概要

新潟県内には多種多様な魅力があり、食材もその一つですが、その活用方法はまだ改善の余地があります。例えば、県内外から多くの人が訪れるイベントや会場で様々な露店が立ち並びますが、そこに並ぶのはたこ焼きや焼きそば、かき氷など、地元の食材を生かしたものはまだまだ少ないです。多くの人に魅力を伝えられるこうした機会を有効に活用することも重要ではないかと考え、大規模イベントで地元食材を使った出店を行い、その有効性を示すことを目的として事業を企画しました。

具体的な実施内容としては、2025年9月15日(月・祝)に新潟市中央区万代地区他で実施されたにいがた総おどりにて、新潟県の名産品であるイチジクをキッチンカーで販売し、その評価をアンケートで調査した。令和4年度の農林水産省の調査で、新潟県のイチジク出荷量は甲信越地方以东の東日本ではトップとなっています。イチジクは、カットしただけの状態のものと、添加物をあまり加えずに飲料にしたものの2種類で販売を行いました。

実際にイチジクを食べた方へのアンケートの結果、アンケートボードで「イチジクをまた食べたい」と答えた方は78名中76名で97.4%と非常に高い割合でした。Googleフォームでのアンケート結果を見ると、県内在住の方で「イチジクを県外の方に勧めたいと思った」と答えた方は78.6%、県外在住の方で「イチジクを食べるために新潟に来たい」「またイチジクを食べたい」と答えた方は合わせて80%と、どちらも肯定的な反応でした。自由記述を見ても、「もっとアピールするとよいかもしれません」「初めて食べたが、意外と食べやすかった」等、新潟の隠れた魅力をより広くPRすることの有効性と重要性を感じることができる結果となりました。

本事業ではイチジクを題材としましたが、新潟県内にはほかにも魅力あふれる食材が多くあります。県内外の人が多く訪れる場所やイベントで、そうした魅力を手軽に味わえるような露店やキッチンカーを活用することは有用と考えられます。



実際のイチジクの販売の様子

### 3. 素材の選定方法・着目点

イチジクは世界最古の栽培果樹といわれ、県内では新発田市で大正初期に導入されました。米の転用作物として県内各地で栽培面積が増えつつあり、現在では県全体で約 250t の出荷があります。出荷量は全国では 9 位(出荷量 242.6t。2022 年)ですが、12 位の千葉県(出荷量 146.5t。2022 年)を抑えて甲信越地方以东の東日本においてはトップとなっています。関東圏からの交通の便もよく、他の主要産地より北に位置するため比較的遅い時期まで出荷できるという強みも相まって隠れた市場競争力があると考えられています。また、イチジクは北アフリカや中東がメインで栽培されており、東アジア・東南アジアでは日本を除いて栽培があまりされていない※ため、近隣諸国からのインバウンド促進にも有力と思われます。

※中央アジアに近い中国の新疆ウイグル自治区は除く

#### 【参考文献等】

- ・農林水産省\_特産果樹生産動態等調査(令和 4 年産)
- ・にいがた経済新聞「【瑞々しい秋の味覚】新潟県産イチジク「越の雫」の出荷が最盛期、生産者と生産量も年々増加中」 <https://www.niikei.jp/1180512/>
- ・イチジクの国別生産量（国際連合食糧農業機関より）
- ・技術と普及：全国農業改良普及職員協議会機関誌「生産基盤の強化と人の確保による停滞していたイチジク産地の再成長」

### 4. 販売の方法

本事業では、イチジクをカットしただけの状態のものと、添加物をあまり加えずに飲料にしたものの 2 種類で販売を行いました。

#### ① カットイチジク

イチジク（榊井ドーフィン）を概ね 8 等分にして、プラカップ 1 つにイチジク 1～1.5 個分（約 90g 程度）を入れて販売した。

#### ② イチジク飲料（イチジクハニーソーダ）

次の通りの調理法で作りました。

- (1) イチジク（蓬莱柿）1 パック(約 500g)と炭酸水、はちみつ、レモン汁、ロックアイスを用意する。  
またそれとは別にイチジク 1 個を概ね 8 等分にして、凍らせておく。
- (2) 皮を剥いたイチジクを 15 秒程度ミキサーにかけてペースト状にする
- (3) 変色など防ぐために、レモン汁小さじ 2 を加える
- (4) はちみつ約 30g を加えて混ぜる
- (5) イチジクペーストを容器に入れ、冷蔵庫で冷やす ※このとき 4 食分のペーストができています。
- (6) イチジクペーストが冷えた後取出し、ペースト約 130g とロックアイス 2, 3 個をプラカップに入れ、強炭酸水を 200ml 程度加えて少し混ぜる。
- (7) 切って凍らせていたイチジクを 3, 4 個程度入れて完成。

## 5. 事業を通じての販売・収支状況

カットイチジクとイチジクハニーソーダの販売実績、収支状況は次の通りでした。完売に近い状態であり、魅力の有力性は示せましたと考えられます。収益率が45.9%程度でしたので、商品開発にまだ改善の余地のある可能性があります。なお、他にも販売商品があったため、下記の収支計算には出店料11,000円は計上しておりません。

### 【販売実績】

販売品目	カットイチジク	イチジクハニーソーダ
仕入数量	イチジク 16 パック	イチジク 24 パック
販売数量	14 パック	24 パック

※1 パック当たり約 500g

### 【収支実績】

収入	カットイチジク	イチジクハニーソーダ	左記 2 つのセット販売
販売数量	40 食	23 食	40 セット
販売単価	500 円	800 円	1000 円
販売金額	20,000 円	18,400 円	40,000 円
販売金額合計	78,400 円		

支出	金額
イチジク代金	22,000 円
炭酸水 500ml×30 本	2,400 円
県内産蜂蜜 500g×2 個	5,000 円
容器等（ストロー、カップ、竹楊枝）	13,000 円
合計	42,400 円

収益＝収入－支出＝36,000 円

収益率＝収益÷収入＝45.9%

## 6. アンケート結果

事業の効果を図るため、アンケートボードへのシール貼付けによる方法と、店頭に掲示した二次元バーコードから Google フォームにて回答してもらう方法で聞き取りを行った。

### ① アンケートボード

アンケートボードの実物と貼付け結果は添付資料 1 の通りです。全 78 名の回答のうち、肯定的な回答が 76 名 (97.4%) ありました。

### ② Google フォームによる回答

添付資料 2 の内容のアンケートを実施し、19 名の方から回答を得ました。回答結果は添付資料 3 の通りです。県内在住の方で「イチジクを県外の方に勧めたいと思った」と答えた方は 78.6%、県外在住の方で「イチジクを食べるために新潟に来たい」「またイチジクを食べたい」と答えた方は合わせて 80%と、どちらも肯定的な反応でした。自由記述を見ても、「もっとアピールするとよいかもしれません」「初めて食べたが、意外と食べやすかった」等、新潟の隠れた魅力をより広く PR することの有効性と重要性を感じることができた結果となりました。



アンケートボード及び Google フォームアンケート

## 7. 事業実施の振り返り及び提言

本事業ではイチジクを題材としましたが、新潟県内にはほかにも魅力あふれる食材が多くあります。県内外の人が多く訪れる場所やイベントで、そうした魅力を手軽に味わえるような露店やキッチンカーを活用することは有用と考えられます。

## 8. 事業レポート作成者連絡先

公益社団法人日本青年会議所 北陸信越地区新潟ブロック協議会

持続可能な地域開発委員会 副委員長 佐久間陽

TEL : 080-5436-5675 Mail : ysakuma1234@gmail.com