

SóP

Sibata Orange Press

シバタ オレンジ プレス ■毎月25日発行 vol.59

特集 中国・台湾でトップセールス



「しばた」
を知って楽しみ、
「新しいしばた」
の町をつくる新聞

平成28年11月25日号

発行所／(有)アミックス

〒957-0018 新発田市緑町2-6-45-7号棟

tel 0254-20-7841 fax 0254-20-7851 http://sop-web.com

ルレクチエ
の美味しい
季節になりました。

ひとつひとつ
心を込めて
作っています。

大好評
販売中！

高橋農園 (新発田市横山1314) TEL.0254-29-2287
http://takahashinouen.com/
手作りジャムやジュース販売中！ 検索

新発田特産のみならず
阿賀北に拡大して販売

新発田特産のみならず
阿賀北に拡大して販売

6月24日(金)~同26日(日)に行われた台湾の台北市・台北駅での「日本観光物産博覽会」の成功に続いて、この11月17日(木)から台湾・板橋大遠百(デパート)で「阿賀北産大集合」と銘打った物産展に初出品して人気を博している。前回が新発田市のみの物産販売だったのに対し、今回は村上市・関川村・胎内市・聖籠町・阿賀野市を巻き込んで広域からの出品であるのが大きな特徴だ。したがって出品したものは今までの2週間のロングランだ。

新発田特産のみならず
阿賀北に拡大して販売

新発田特産のみならず
阿賀北に拡大して販売



台湾・中国でトップセールス、 百貨店で阿賀北の物産を販売

* 初日の17日(木)は平日にもかかわらず開店と同時に新発田ロータリークラブの友好会員約20人が訪れ、次々と物産販賣い求めていた。特に新発田産のコシヒカリは大人気で店頭に並んでいた2kg入りの米袋は展示用の一袋残して完売。大あわいで追加の米袋をストックヤードから運び入れた。15年来的民間交流の美を結んだ瞬間である。

日本の米の旨さは台湾でも認知済み。今後は他地区産との差別化が必要だ。一般客には前回同様、炊き立てるコシヒカリが振る舞われた。

孫連れて訪れた徐明仁さんと娘の徐祥馨さんは「普段は地元の米・花蓮を食べている。日本の米は噛み応えもあり、噛んでみると甘くなってきて美味しい」と上々の評価。仕事をすでに引退したという趙文達さんは「うちで食べている台湾の池上の米よりもずっと美味しい」と満足そう。食べながらしきりに頷いていた男性の王基政さんは「家では普段からいろんな種類のお米を食している。日本では「おおむね良い」と評価で、歓心がある。モチモチしている甘みが強いなどが共通した感想だ。そして20組24人に話を聞いたが、おおむね良い評価で、歓心がある。モチモチしている甘みが強いなどが共通した感想だ。そして24人中10人が日本に旅行したことがあると聞かれて、「日本には親しみがあるため知識・経験もかなり豊富だ。新発田産の米の輸出はそこまで簡単ではない。前回、今回の実証実験を通して、輪田土紹記・台湾の人好みやニーズなどは分かってきた。しかし、次の段階として現地で「日本のお米はおいしい」という評価が定まっているだけに、国内同様の激しい品質競争が待っているのだ。富山県ではすでに現地代理店と契約して、日常的に富山の物産販売を進めている。新潟県ではそのような取り組みはない。今回の物産展には石川県加賀市の山

のお米としての味は普通ですね」と辛口だ。もっと辛口のはたびたび日本に旅行する

という女性・胡淑晴さんで「日本の米が美味しいことは分かっている。昔は旅行したときに必ず買って帰って来ていました。しかし、この頃は台湾のどのデパート、スーパーでも売っているので、こっちで買います。便利になった。銘柄も昔は新潟の越光だったが、今は北海道の米も美味しいなって、そっちで十分です」。

ある女性は「これは新米ですか。新米にしてはあまり香りがないと厳しかった。

高温多湿の台湾では、米は劣化を防ぐため輸出するなら日本の紙パックは考え直さなければならないし、玄米のまま輸出する工

夫も必要だろ。

夫も必要だろ。

ある女性は「これは新米ですか。新米にしてはあまり香りがないと厳しかった。

高温多湿の台湾では、米は劣化を防ぐため輸出するなら日本の紙パックは考え直さなければならないし、玄米のまま輸出する工

夫も必要だろ。

ある女性は「これは新

中塗の店も出でていた。出店にあたって県から補助金が出でている。中塗のみならず、加賀市の特産の九谷焼や金沢市の金箔工芸品も販売していた。台湾の人にとっては金沢も加賀も一緒いものは売れます。うちでは新潟県の燕市の中物屋さんとコラボしたタンブラーが売れ筋です。ステンレスの表面に山中塗の漆を附した実用品です。どこもあるものは売れます」との弁だった。新発田の米については「パッケージがつても地味。お客さんの足を止めるにはパッケージや展示方法も大切です。今物産展で飛ぶように売れるのは熊本の米です。パッケージにクマモンが印刷されているからです」と付け加えた。

DMOは地域の観光・物産を販売しつつ、経済的にも独立して継続性を担保する組織の設立を目指した準備段階の取り組みである。

DMOとは、地域全体の観光マーケティング(販売促進)とマネジメント(経営)を一

体化して着地型觀光の王道となる組織を指す。組織の特徴は①広域性②多様性③

経営性にある。最終的にはDMO組織自体がある程度の利益を上げて、補助金に頼る割合を減らし、上がった利益は觀光資源などに再投資し、資源の魅力をさらに向上させるこれを繰り返すことで、地域の觀光や特産品を育てるのである。

本紙5月号に詳細した通り、スペイン・

バルセロナでは、DMOを立ち上げた。9

94年の収入約400万ユーロを20年後の

2013年には4千400万ユーロと、10

倍に伸びた。宿泊者数は4千50万人から

1千600万人と4倍弱の伸びだとの間

市の負担は200万ユーロから100万

ユーロに減っている。DMOが自分で稼ぐ

からこそ、継続できると言える。今まで

DMOと、地域全体の觀光マーケティ

ング(販売促進)とマネジメント(経営)を一

体化して着地型觀光の王道となる組織を指

す。組織の特徴は①広域性②多様性③

経営性にある。最終的にはDMO組織自体

がある程度の利益を上げて、

補助金に頼る

割合を減らし、

上がった

利益は觀光資源

などに再投資し、

資源の魅力をさらに向上

させるこれを繰り返すことで、

地域の觀光や

特産品を育てるのである。

本紙5月号に詳細した通り、スペイン・

バルセロナでは、DMOを立ち上げた。9

94年の収入約400万ユーロを20年後の

2013年には4千400万ユーロと、10

倍に伸びた。宿泊者数は4千50万人から

1千600万人と4倍弱の伸びだとの間

市の負担は200万ユーロから100万

ユーロに減っている。DMOが自分で稼ぐ

からこそ、継続できると言える。今まで

DMOと、地域全体の觀光マーケティ

ング(販売促進)とマネジメント(経営)を一

体化して着地型觀光の王道となる組織を指

す。組織の特徴は①広域性②多様性③

経営性にある。最終的にはDMO組織自体

がある程度の利益を上げて、

補助金に頼る

割合を減らし、

上がった

利益は觀光資源

などに再投資し、

資源の魅力をさらに向上

させるこれを繰り返すことで、

地域の觀光や

特産品を育てるのである。

本紙5月号に詳細した通り、スペイン・

バルセロナでは、DMOを立ち上げた。9

94年の収入約400万ユーロを20年後の

2013年には4千400万ユーロと、10

倍に伸びた。宿泊者数は4千50万人から

1千600万人と4倍弱の伸びだとの間

市の負担は200万ユーロから100万

ユーロに減っている。DMOが自分で稼ぐ

からこそ、継続できると言える。今まで

DMOと、地域全体の觀光マーケティ

ング(販売促進)とマネジメント(経営)を一

体化して着地型觀光の王道となる組織を指

す。組織の特徴は①広域性②多様性③

経営性にある。最終的にはDMO組織自体

がある程度の利益を上げて、

補助金に頼る

割合を減らし、

上がった

利益は觀光資源

などに再投資し、

資源の魅力をさらに向上

させるこれを繰り返すことで、

地域の觀光や

特産品を育てるのである。

本紙5月号に詳細した通り、スペイン・

バルセロナでは、DMOを立ち上げた。9

94年の収入約400万ユーロを20年後の

2013年には4千400万ユーロと、10

倍に伸びた。宿泊者数は4千50万人から

1千600万人と4倍弱の伸びだとの間

市の負担は200万ユーロから100万

ユーロに減っている。DMOが自分で稼ぐ

からこそ、継続できると言える。今まで

DMOと、地域全体の觀光マーケティ

ング(販売促進)とマネジメント(経営)を一

体化して着地型觀光の王道となる組織を指

す。組織の特徴は①広域性②多様性③

経営性にある。最終的にはDMO組織自体

がある程度の利益を上げて、

補助金に頼る

割合を減らし、

上がった

利益は觀光資源

などに再投資し、

資源の魅力をさらに向上

させるこれを繰り返すことで、

地域の觀光や

特産品を育てるのである。

本紙5月号に詳細した通り、スペイン・

バルセロナでは、DMOを立ち上げた。9

94年の収入約400万ユーロを20年後の

2013年には4千400万ユーロと、10

倍に伸びた。宿泊者数は4千50万人から

1千600万人と4倍弱の伸びだとの間

市の負担は200万ユーロから100万

ユーロに減っている。DMOが自分で稼ぐ

からこそ、継続できると言える。今まで

DMOと、地域全体の觀光マーケティ

ング(販売促進)とマネジメント(経営)を一

体化して着地型觀光の王道となる組織を指

す。組織の特徴は①広域性②多様性③

経営性にある。最終的にはDMO組織自体

がある程度の利益を上げて、

補助金に頼る

割合を減らし、

上がった

利益は觀光資源

などに再投資し、

資源の魅力をさらに向上

させるこれを繰り返すことで、

地域の觀光や

特産品を育てるのである。

本紙5月号に詳細した通り、スペイン・

バルセロナでは、DMOを立ち上げた。9

94年の収入約400万ユーロを20年後の

2013年には4千400万ユーロと、10

倍に伸びた。宿泊者数は4千50万人から

1千600万人と4倍弱の伸びだとの間

市の負担は200万ユーロから100万

ユーロに減っている。DMOが自分で稼ぐ

からこそ、継続できると言える。今まで

DMOと、地域全体の觀光マーケティ

ング(販売促進)とマネジメント(経営)を一

体化して着地型觀光の王道となる組織を指

す。組織の特徴は①広域性②多様性③

経営性にある。最終的にはDMO組織自体

がある程度の利益を上げて、

補助金に頼る

割合を減らし、

上がった

利益は觀光資源

などに再投資し、

資源の魅力をさらに向上

させるこれを繰り返すことで、

地域の觀光や

特産品を育てるのである。

本紙5月号に詳細した通り、スペイン・

バルセロナでは、DMOを立ち上げた。9

94年の収入約400万ユーロを20年後の

2013年には4千400万ユーロと、10

倍に伸びた。宿泊者数は4千50万人から

1千600万人と4倍弱の伸びだとの間

市の負担は200万ユーロから100万

ユーロに減っている。DMOが自分で稼ぐ

からこそ、継続できると言える。今まで

DMOと、地域全体の觀光マーケティ

ング(販売促進)とマネジメント(経営)を一

体化して着地型觀光の王道となる組織を指

す。組織の特徴は①広域性②多様性③

経営性にある。最終的にはDMO組織自体

がある程度の利益を上げて、

補助金に頼る

割合を減らし、

上がった

利益は觀光資源

などに再投資し、

資源の魅力をさらに向上

させるこれを繰り返すことで、

地域の觀光や

特産品を育てるのである。

本紙5月号に詳細した通り、スペイン・

バルセロナでは、DMOを立ち上げた。9

94年の収入約400万ユーロを20年後の

2013年には4千400万ユーロと、10

倍に伸びた。宿泊者数は4千50万人から

1千600万人と4倍弱の伸びだとの間

市の負担は200万ユーロから100万

ユーロに減っている。DMOが自分で稼ぐ

からこそ、継続できると言える。今まで

DMOと、地域全体の觀光マーケティ

ング(販売促進)とマネジメント(経営)を一

体化して着地型觀光の王道となる組織を指

す。組織の特徴は①広域性②多様性③

経営性にある。最終的にはDMO組織自体

がある程度の利益を上げて、

補助金に頼る

割合を減らし、

上がった

利益は觀光資源

などに再投資し、

資源の魅力をさらに向上

させるこれを繰り返すことで、

地域の觀光や

特産品を育てるのである。

本紙5月号に詳細した通り、スペイン・

バルセロナでは、DMOを立ち上げた。9

94年の収入約400万ユーロを20年後の

2013年には4千400万ユーロと、10

倍に伸びた。宿泊者数は4千50万人から

1千600万人と4倍弱の伸びだとの間

市の負担は200万ユーロから100万

ユーロに減っている。DMOが自分で稼ぐ

からこそ、継続できると言える。今まで

DMOと、地域全体の觀光マーケティ

ング(販売促進)とマネジメント(経営)を一

体化して着地型觀光の王道となる組織を指

す。組織の特徴は①広域性②多様性③

経営性にある。最終的にはDMO組織自体

がある程度の利益を上げて、

補助金に頼る

割合を減らし、

上がった

利益は觀光資源

などに再投資し、

資源の魅力をさらに向上

させるこれを繰り返すことで、

地域の觀光や

特産品を育てるのである。

本紙5月号に詳細した通り、スペイン・

バルセロナでは、DMOを立ち上げた。9

94年の収入約400万ユーロを20年後の

2013年には4千400万ユーロと、10

倍に伸びた。宿泊者数は4千50万人から

1千600万人と4倍弱の伸びだとの間

市の負担は200万ユーロから100万

ユーロに減っている。DMOが自分で稼ぐ

からこそ、継続できると言える。今まで

DMOと、地域全体の觀光マーケティ

ング(販売促進)とマネジメント(経営)を一

体化して着地型觀光の王道となる組織を指

す。組織の特徴は①広域性②多様性③

teamしぶもんの活動順調、月2回の通販につながる

昨年結成された新発田市の「意欲ある生産者グループ『しぶもん』はほんぼ、その後も地道に活動を展開。今年6月からは月2回、東京都文京区西片の人たちに農産物や加工食品の注文販売を始めた。野菜などのリストを西片に送ると、注文がファックスで入ってくる。受注した農産物などを段ボール詰められ、町内会館「西片会館」に送られ、注文した人は各自そろそろ取りに来るというシステム。野菜は季節ごとに採れるものが違うので、品目のメニューは毎月違う。野菜の中ではアスパラが人気があるが、山菜などの季節ものの需要も多いといふ。

teamしぶもんは、「なるべく多品種の農産物を届けたい」と意欲的に取り組んでいる。現在はメニューではない枝豆農家に参加して、もうべくアプローチしているのはteamしぶもんの会長・富島隆行さんだ。現地で注文の取りまとめをしてくれるのは地域コーディネーターの黒田万里子さんだ。「黒田さんは地域の女性の皆さんのがんばりがあっての事業です」と富島さんは感謝する。

農産物の「安心・安全」は当然として、何よりも「新鮮」でしっかりと味がするのが好評の理由である。また、西片は典型的な住宅街で坂道の多いまちで、スーパーは坂の下にある。重い買い物袋を抱えて坂を上るのはきつい。自宅近くの「西片会館」に新鮮な野菜が届くことを受けている。

きっかけは東京の「新発田育英会学生寮」、

昨年9月の「西片こども祭」への参加から

昨年9月19日(土)の地元の氏神・白山神社の祭礼に合わせて開催される「西片こども祭」に参加して、西片公園で「お米のすべくも祭」に参加している。



10月23日の直売会の様子



10月23日の直売会の様子



直売会のチラシ(左)と通販用のカタログ



西片こども祭直売会

西片こども祭金魚台輪パレード

西片こども祭お米すくい取り

西片会館

SóP

Sibata Orange Press

<http://sop-web.com>

新発田オレンジプレス

新潟県新発田市を題材としたオレンジプレス

バックナンバーは
SOP
ホームページ
でご覧ください!!

新発田オレンジプレス

TEL.0254-20-7841
FAX.0254-20-7851

Cena di Natale
ラジエンマのクリスマスディナー2016
12月22日(木)~25日(日)

お一人様 6,000円 (要予約)
(サービス料込・税別・乾杯ドリンク付き)

[UN POCO]	一口前菜
[ANTIPASTO 1]	冷 菜
[ANTIPASTO 2]	温 菜
[PRIMO PIATTO]	パ 料
[SECONDO PIATTO]	肉 料 理
[DOLCE]	デ ザ ルト

★自家製パン・カッフェ付き

TEL/FAX ● 0254-27-8080
住 所 ● 新潟県新発田市新栄町 3-3-28
定 休 日 ● 毎週月曜日と第2火曜日(祝日の場合は翌日)
営業時間 ● ランチタイム 11:30 ~ 14:00(L.O.)
ディナータイム 17:30 ~ 21:30(L.O.)
ホームページ ● <http://lagemma.cc>

Cucina Italiana
La Gemma ★

佐々木盛綱つながりで倉敷市と新発田市との民間交流が始まる

江戸時代の溝口氏以前の
新発田の統治者は佐々木氏一族

新発田は溝口氏の城下町であったが、溝口氏の治世になる以前、この地を治めていたのは佐々木盛綱に連なる佐々木氏一族の新発田氏である。新発田氏最後の大将は新発田重家。重家は佐々木盛綱の13代目の末裔、新発田長敦の弟だ。長敦は天正6(1578)年、上杉謙信の養子・景勝と景虎2人による跡目争いである御館の乱で揚北(阿賀北衆)を結集して武勲を挙げて景勝を勝利に導いた。しかし、そのときの褒賞を不服として、長教は景勝と不和となり、天正7(1579)年に病死。跡を継いだ重家は一時景勝を追い詰めながらも最終的には破れてしまつた。しかしそのときの褒賞を不服で佐々木盛綱以来の新発田氏の系譜は途絶える。つまり、溝口氏以前の統治者は佐々木氏だったといえる。

たごとへの焦りから「所業」というこの伝承を元に謡曲『藤戸』が世阿弥によって創作された。なお、歌舞伎の『盛綱陣屋』は戦国武将の真田信之・幸村兄弟を題材にした作品である。盛綱の史実とは直接関係ない。

鎌倉幕府成立後の建元(1201)年、越後国鳥坂城の城主盛・坂額御前の直では

上野国群馬県にいた盛綱が駆けつけ激

戦の末にこれを破った。以後、子孫は加地

氏・新発田氏・竹侯氏などに分かれて40

0年近くこの地を統治したのである。

加地氏は加地城を本拠とした。加地城は

櫛形山脈南端にある三つの山城の総称で

要害山頂の加地城、麓集落の裏山にある龍

涙を誘う倉敷市の『藤戸合戦物語』

近年、佐々木盛綱つながりで岡山県倉敷

市の交流が始まっている。

今年の5月に新発田市の藤戸神社祭礼に

倉敷市の「源平藤戸合戦保存振興会」一行が

訪れた返礼品として、11月13日(日)には新発田市か

ら今田修氏ら市議4名を含む11人が倉敷

市を訪ねた。多津美中学校で「源平藤戸合戦

保存振興会による『藤戸の浦物語』の歴史劇

を鑑賞後、佐々木盛綱にまつわる旧跡を巡

り、夜は地元新発田の小田圭一県議長や瀬原

翠源立藤戸合戦保存振興会会長ほか会員総

出の歓迎会が開かれた。

藤戸(海峡)は埋め立てられなくなった

瀬戸(海峡)は埋め立てられなくなった

瀬戸(海峡)は埋め立てられなくなった