



新市地域らしさ価値2 (ブランディング価値)

# 元気に満ちた米産地

一まごころ<sup>まい</sup>米の生まれる里・新ながおか一

第2部で紹介した具体化方針、「体を作る、優れた『食』産地であり続ける」に基づく「新市地域らしさ価値 (ブランディング価値)」として策定したのが、『元気に満ちた米産地～ まごころ米の生まれる里・新ながおか～』です。

ここには、私たちの地域が日本有数の米産地であり、日本の文化を創ってきた「米作・農業」の伝統を大切に、日本人の元気の素である「米」に託して、日本を元気にする地域でありたいという思いが込められています。もちろん、この地域らしさ価値も、「地域の人々の期待・希望・ありたい姿 (WANT)」と「現状の強み (CAN)」を踏まえた「実現すべき事柄 (WILL)」から策定されています。

## 具体化方針に基づく調査結果の整理

Want



-期待・希望・ありたい姿-

- ・農産物の産直販売・食品加工開発を目指す
- ・チャレンジ精神のある地域パーソナリティ
- ・住民主導・行政による支援
- ・情報に敏感かつ挑戦的に活動
- ・ブランド食・観光・交流拡大

ありたい姿

Will



-実現すべき事柄-

- ・基盤整備による誇りある農業の継承
- ・「食」をキーワードとした地域 (地産地消の推進) の活性化
- ・農業の巾を広げ、食文化を含む総合アグリカルチャー産業の育成
- ・こだわりと誇りのある農業がまちの活気の糧をつくるまち
- ・各地域の文化・特性を活かす
- ・独自の魅力を増進する
- ・おいしい水と食で来訪者を迎えるまち
- ・安心で、安全で、潤う産業づくり
- ・10年先を見据えた人材づくり
- ・多様性と個性を大切にすまち
- ・グローバルな中に、伝統的な教えも大切にすまち
- ・元気そしておおらか
- ・多くの分野、機関が連携するネットワークの構築
- ・伝統文化を守り伝える、粘り強さを誇りとするまち
- ・食文化・食による地域活性化
- ・伝統と実績を広くアピール
- ・技を高める
- ・伝統のものづくりの技を市のシンボルとして大切にすまち
- ・引き継がれた技を誇り高くアピールする仕組みと、機会の創出

強み

Can



-現状の強み-

- ・先進的な農業基盤・優れた産物
- ・積極的に新しいものを取り入れる気質
- ・豊かな自然と都市基盤
- ・住民の自主的な動き
- ・協調性があり、慎重で粘り強い
- ・おいしい水の恵み
- ・水や土とともに人が育む



「新市地域らしさ価値(ブランディング価値)」は、地域の多くの人々の  
<まちの将来に対する声・思い>や<地域の強み>から導き出された、未来に向けて共有し、  
高めていくべき価値といえます。

### 社会的背景・環境

- WTO米関税引き下げ協議
- 米価格の流動化・自由化
- 消費者は国産米・新潟米を好む
- 米の最大の消費地は首都圏(交通アクセスのよさ)
- 米は日本の主食であり、伝統文化の基盤でもある
- 食の購買心理=味に加えて、安心安全さが関心事
- 日本の穀物需給率は30%弱
- 農業技術の海外流出、食体系の崩壊不安
- グリーンツーリズム・体験型観光の根強い人気



### 新市地域らしさ価値2

(ブランディング価値)

## 元気に満ちた米産地

～まごころ米の生まれる里・新ながおか～

安全でおいしい米や野菜は、自然と調和した長岡地域の人々の誠実な営みの産物(まごころのこもった米など)である。米に象徴される長岡の農産物(=食材)は、日本人の食を支え、活動の源となってきた。

これらを生み出す自然と人間の大きいエネルギー(棚田の原風景や各種伝統芸能・祭りなども含まれる)は、生産という分野に留まらず、農産物から地域文化をふまえた観光や交流へと波及し、日本人を元気にする可能性を志向する。

### <行動や姿勢>

「米=主食=元気の源」として、  
新市を「日本を元気にする活力の発信地」として位置付ける。

「米=日本の文化」として、新市が自然・文化・心を  
尊重した地域づくりの姿勢を明らかにする。

環境や文化的側面まで一体化した施策推進により、  
米の付加価値を高め、新市産出米の競争力を強化する。