

「新潟しゅぽっぽ」による 地域ブランド向上と観光流動創造

田園資源 × 交流

地域連携プロジェクト

代表者：(株)JR新潟ファーム

<取り組みの概要>

- ◆ JR東日本のオリジナル日本酒ブランド「新潟しゅぽっぽ」を通じて、日本酒文化・食文化の振興に寄与する活動を実施

【1】酒米生産から消費までの一貫通貫した酒づくりの取組み（6次産業化）

【2】新潟の魅力を発信する各種イベントの実施（12次産業化:田園資源×交流）

<取り組みの効果>

- ◆ 販売者、消費者を巻き込んで「地域連携プロジェクト」を立ち上げ、酒米生産から消費までの一貫体系で取り組んだことで、単なる酒米生産・日本酒製造に留まらず、新潟日本酒文化の発信、地域ブランドの向上や新潟日本酒の需要拡大、ツーリズムの創出に繋げることができた。

- ◆ **新潟市12次産業化優良事列表彰2018 奨励賞受賞**

<地域連携プロジェクト>

【酒米生産者】	【販売者】
・(株)JR新潟ファーム	・ぼんしゅ館 新潟驛店
	・(株)JR東日本リテールネット
【日本酒生産者】	・(株)トッキー
・今代司酒造(株)	・(株)JR東日本サービスクリエーション
・(株)越後鶴亀	・(株)ジェイアール東日本商事
・君の井酒造(株)	【消費者・情報発信】
・吉乃川(株)	・にいがた美醸
	【事務局・情報発信】
	・(株)ジェイアール東日本企画
	・東日本旅客鉄道株式会社 新潟支社

<代表者：(株)JR新潟ファーム>

- ◆ 概要 : 東日本旅客鉄道（JR東日本）が、新潟市の国家戦略特別地域の「農業生産法人の役員要件緩和」の特例を活用し、地域の農業者と「(株)JR新潟ファーム」を設立。新潟市内で新潟生まれの酒米「五百万石」を生産。



- ◆ ホームページ : <https://www.jrniigata.co.jp/shupoppo/> (新潟しゅぽっぽHP)



旅と食と地域をつなぐ日本酒

新潟しゅぽっぽ



<取り組みに至った経緯>

- ◆ 東日本グループは「地域に生きる」というコンセプトを掲げており、さらに新潟市が地方創生の一環として、農業分野の国家戦略特区に指定されたことを受け、これまで以上に新潟エリアの活性化に寄与してきたいという思いから農業参入をするに至った。
- ◆ 新潟日本酒のポテンシャルに注目し、JRのリソースを活かして、旅と食と地域をつなぐ取組みを開始した。

<今後の展望>

- ◆ 産地の農業者、酒蔵の作り手、販売者、消費者の繋がりによる地域連携プロジェクトの取組みを拡大し、JR東日本グループのネットワークを活用して新潟エリアへ人を呼び込みたい。
- ◆ 酒米以外の農産物の生産に取り組みきたい。

<取り組む際に生じた課題と対応方法>

- ◆ 各種施策が、新潟の地域ブランド向上、観光流動創造の拡大に寄与しているものになっているか、効果測定が難しい。
- ◆ インバウンド向けの効果的な情報発信が必要。
- ◆ JR新潟ファームの後継者育成が急務であり、それに伴う経営基盤強化が必要。

<活用した支援施策>

- ◆ JR新潟ファームの設立に関して、国家戦略特区の「農業生産法人の役員要件の緩和」の特例を活用

