

2010年度 社団法人 糸魚川青年会議所 事業計画・報告書

協議[ ] 審議[ ] 中間報告[ ] 決算審議[ ] 報告[○]

議案名	5月担当例会「エビ1グランプリ」	担当副理事長	専務理事
ファイル名	創造 05 例会 報告 06	岩崎 智	木島 一
文書作成者	東野 恭行	2010/07/19	2010/07/19

上程スケジュール

3月	理事会	2010年	3月	19日	審議・協議・報告
4月	理事会	2010年	4月	20日	審議・協議・報告
5月	理事会	2010年	月	日	審議・協議・中間報告
6月	理事会	2010年	7月	20日	決算審議・協議・報告
6月	理事会	2010年	7月	20日	審議・協議・報告

(委員会名)

(委員長氏名)

ハイパーレジャー創造委員会

伊井浩太

1. [事業名] 5月担当例会 「エビ1グランプリ」

2. [事業実施に至る背景]

ジオパークの地形故に新鮮な南蛮エビが入手できる糸魚川。このおいしさに気付いている市民は多くいます。

しかし、この南蛮エビが国内でもトップクラスの品質であると認識している市民はどれくらいいるのでしょうか。当たり前すぎて、ほとんどの人がその品質の良さに気付いていないのではないのでしょうか。

また、市内における南蛮エビの食材（食の可能性）としての現状はどうでしょうか。家庭（市民）の食卓においても、民間企業（飲食店）のメニューとしても、まだまだ可能性はあるように感じます。「越後・糸魚川 南蛮1エビ プロジェクト」このプロジェクトにおいて交流人口の拡大をはかるにあたり、市民の盛り上がり（愛着心）と民間企業や団体の協力（協働・協同）が不可欠であり、重要であると考えます。

そこで、当委員会では糸魚川の南蛮エビが輝ける食材であることをより市民に理解してもらい、愛着心をもってもらおうと共に、「糸魚川＝南蛮エビ」のまちという意識を持ってもらいたい。そして、民間企業においても南蛮エビの料理をより多く扱っていただき、観光の礎を築きたいと考え、本例会を企画いたしました。

3. [事業目的]

糸魚川市民に対し「糸魚川＝南蛮エビ」のまちという意識の向上をはかると共に、今後の観光客の受け入れを視野に入れ、観光の礎を築くことを目的とする。

4. [実施日時] 2010年 5月 9日(日) 15:30 ～17:10

5. [実施場所・会場] ビーチホール まがたま

6. [決算総額] 計 ¥200,965 (¥268,000-)

7. [外部協力者・協力種別]

(特別審査員) 上越漁業協同組合 糸魚川うまいもん会

(取材協力) 上越タイムス社 新潟日報社 毎日新聞 読売新聞社

新潟総合テレビ (株) 新潟放送

(参加協力) 糸魚川市 糸魚川市民

戦略会議メンバー・地元企業

8. [参加員数計画／結果]

総員数(計画) 184名(内訳) 委員会 10名、ロム 48名、その他 126名

総員数(結果) 150名(内訳) 委員会 8名、ロム 29名、その他 113名

9. [実施組織・体制]

実施統括責任者 岩崎 智(副理事長兼 NEXT まちづくり室室長)

実施委員長 伊井浩太(ハイパーレジャー創造委員会委員長)

実施委員会 ハイパーレジャー創造委員会

実施体制 NEXT まちづくり室 合同事業体制

10. [事業内容、及び、タイムスケジュール]

15:00 受付

15:30 例会アワー開会

15:32 (社) 糸魚川青年会議所 理事長挨拶

15:37 ハイパーレジャー創造委員会 委員長挨拶

15:40 審査員 紹介

15:42 『糸魚川 南蛮エビのまち』 ～エビ1グランプリ～

15:43 プレゼン 『本当に、糸魚川産南蛮エビは日本一を目指せるのか?』

15:48 スライドショー+ベスト5選考説明

15:50 『最高峰の甘エビ 糸魚川南蛮エビレシピ』ベスト5の発表（事前審査）

① 来賓審査員&観覧者によるベスト3（5レシピ）の選考

（1位1人・2位1人・3位2人）

PVを使用して、料理実況風審査。

（5分×5品）

16:20 審査

16:23 審査用紙回収

16:25 集計

今後の活動紹介

糸魚川の飲食店『南蛮エビ料理』の取り組み事例紹介

16:45 エビ1グランプリ表彰式

16:55 来場者 南蛮エビおたのしみ抽選会

17:10 グランプリ閉会

17:30 例会セレモニー

18:20 監事講評

18:25 閉会

18:26 臨時総会

18:56 閉会

18:57 撤去

19:15 第2例会（傳兵）会費 4,000円

1.1. [報告のポイント]

資料④ 10 創造 05 例会検証チェックシート

1.2. [前回理事会・審議での質問・意見への回答・経過]

① 資料⑤ 前回理事会・審議での質問・意見への回答・経過

1.3. [本年度の工夫と期待される効果]

たった一つの強烈な魅力を「南蛮エビ」として、観光の礎と意識を定着させる為には、行政、団体、企業、市民が一体となって活動していく必要があると考え、当委員会は1月、2月と各団体との意思の疎通、意識の向上、南蛮エビの根拠を動機づけていきたいと考えています。

それらを受け、本事業では、活動報告、根拠を明確にして更なる意識の向上を図りたいと思います。その為、実際に南蛮エビの「食」の可能性を体験していただきたいと考えます。その上で、「南蛮エビのまち糸魚川」として、市内はもとより、全国に打って出る自信に繋げていきたいと考えます。

#### 1 4. [依頼事項]

本事業を迎えるに辺り、ロムメンバーに演出のご協力を頂きました。皆様が「たったひとつの強烈な魅力」の印象を来賓者の皆様に伝える事が出来ました。

#### 1 5. [添付・配布（回覧）資料]

資料① 決算書（添付）

資料② 決算審議のポイント（添付）

資料③ 参加者リスト（添付）

資料④ 10 創造 05 例会検証チェックシート（添付）

資料⑤ 前回理事会・審議での質問・意見への回答・経過（添付）

資料⑥ レシピ配布リスト（添付）

資料⑦ 南蛮エビ受賞者&南蛮エビ景品獲得者リスト（添付）

資料⑧ 南蛮エビ新聞（添付）

資料⑨ レシピ製本（回覧）

#### 1 6. [報告]

委員会活動として、これまでに糸魚川市内スーパーにご協力を頂き「我が家のお手軽エビレシピ」と称し、レシピの募集を行いました。対外に公募する以前に、まちづくり室にてレシピの収集を行った上で LOM メンバーへの募集。その行動の意味は、率先して室メンバーがレシピを作成し示すことが、メンバーの皆様をお願いする礼儀であると考えたからです。そのかいあって、LOM メンバーの方々やそのご家族などが快くレシピの作成を引き受けてくださいました。100 選のレシピを製作できたのも、この活動が肝になったと考えます。対外ではスーパーでの PR やビラ配り、糸魚川を日本一のまちへと導く「糸魚川・南蛮エビ」を糸魚川市民の皆様へ周知活動を行いました。事業を迎えるまでの一連の PR 活動こそが間接的に「糸魚川・南蛮エビ」の周知活動になったと考えます。ビラ配りについては合計で 1,500 部ほど配布しました。ありとあらゆるイベントに、エビちゃんの着ぐるみ、ノボリ、ビラの三種の神器を持参し活動しました。GW 期間中には、筒石漁港にて PR をし、フォッサマグナミュージアムにて PR をし、糸魚川ハイヤー協会のご協力を頂き、車両にステッカーを貼ることもできました。事業前日にはビラを持って近隣地域でのローラー作戦も敢行しました。私たちが作り上げた事業を見て頂くにあたり、目標員数を達成しようという委員会メンバーの強い思いと、ビラ配りなどを通して糸魚川南蛮エビが『これでもか！』というくらい参上することで、必ず糸魚川青年会議所のプロジェクトへの認識を持ってもらえると信じ、活動してまいりました。

そして、当日を迎えるにあたりメンバーの皆様、糸魚川市民の皆様のご協力で 1 0 0

レシピが集まりました。エビワングランプリの内容としては、来場者の皆様が楽しんでいただくことを考え、司会者の服装、メンバーの服装（赤いエプロン）、BGM、子供向けのエビちゃん作成ブース、審査員を会場から選考した点、実際に作っている風景をライブ風上映、南蛮エビを使った料理の取り組み事例紹介、そして、お楽しみ抽選会の開催等を行い「飽きさせない工夫」「演出」にこだわりました。ライブ風の撮影に関しては、夜半から始まり、空が明るくなるまで行われましたが、新入会員の皆様にも楽しんで活動してもらえました。細かいことですが、これらの委員会活動も会員相互の信頼関係を成就する良い機会になったと考えます。取り組み事例については、事前の取材において参加店様の糸魚川南蛮エビに対する関心度や、料理に対する情熱が伝わり、今後の委員会のプロジェクトにも力強い材料になっていただけたと感じました。5月例会の事業構築の過程が、創造委員会を育ててゆく良い機会になったと感じております。

グランプリに輝いた『南蛮エビカレー』に関しては、発信委員会の協力もあり新聞紙面や雑誌などで報道されており、参加された松木亜希子さんもこういった形で脚光を浴びることで、青年会議所の活動に深い理解を示していただいたと考えます。南蛮エビカレーについては、すでに『まちの駅ぷらっと』にてメニュー化されており、波及効果の意味でもエビワングランプリの効果が少しずつ現れております。今後は1人でも多く、糸魚川南蛮エビに関心を持っていただくために、皆様とともに苦勞して作り上げた『レシピ』を有効活用して糸魚川南蛮エビの『輪』を広めて行きたいと考えます。

皆様の糸魚川への「愛着」こそが、日本一のまち糸魚川に繋がるのだと考え、その思いこそが、交流人口の拡大に繋がっていくのだと実感できる内容だったのではないかと考えます。

反省点といたしましては、目標人員に達しなかったことです。開催日・曜日・時間帯に問題はあったかも知れませんが、どんな日を選考しても必ずお客様にとって『都合の悪い日』が出てくると思うので、今後は集まらなかった理由を『日時の設定:』や『時間帯』をいい訳にすることなく、「どのようにしたらこの日に〇〇人集めることが出来るのか?」「なぜ〇〇人集める必要があるのか?」を考え、活動をしていきたいと考えます。また、打ち合わせ不足や『母の日』だったという事がメンバーの皆様にとってもご迷惑をおかけしたと反省しております。一人でも多くの人に参加していただきたい内容であったので、今後は、日時等も情報を十分に集約したうえで設定したいと考えます。レシピを製本してからのスーパーPRやメディアでの紹介等当日参加できなかった来場者の方々にも「愛着」をもってもらう為、今後とも委員会での戦略を練っていききたいと考えます。

最後に、当日までご尽力いただきました、メンバーの皆様大変ありがとうございました。会全体でできた「エビ1グランプリ」です。まちづくり室を代表して感謝申し上げます。

# 担当委員会・事業評価チェックシート

チェック項目	検証のコメント	評価 (3段階)
	委員会/副理事長・委員長・委員会メンバー	○ △ ×
実施日時、場所は適切だったか？	実施日時が「母の日」と被ってしまい適切ではなかった。 場所に関しては、演出等を考え適切でした。	△
実施組織、体制は適切だったか	NEXTいといがわ発信委員会にもご協力いただき、室合同体制で行えたため、準備、進行ともスムーズに行えました。また、メンバー全体のご協力を頂け、スムーズな進行が出来ました。	○
参加人員計画に対する実績参加人員の割合は	総員数(計画) 184名(内訳) 委員会 10名、ロム48名、その他 126名 総員数(結果) 150名(内訳) 委員会 8名、ロム29名、その他 113名 81.5%	△
参加人員計画が適切であったか	スーパーキャンペーン、ポスティング、新聞告知、お声掛けを行い適切であったと考えます。 日時に関してもう少し計画を練るべきでした。	△
実施計画、スケジュールリングは適切だったか	当初の計画より、演出にこだわり、皆様にとっても苦労をおかけしましたが、当初の計画にプラスαを付け加える事が出来たかと思えます。	○
目的に沿った事業内容だったか	出席者の反応、TV放映、新聞記事等により、糸魚川＝南蛮エビの意識が向上されたかと思えます。	○
タイムスケジュールは適切だったか	皆様のご協力の賜物で、時間内に終わりました。	○
広報計画は適切だったか	メディアの活用。ポスティング。スーパーPR。行政、企業、団体へのお声掛けをしました。 メンバーの皆様にもご協力を頂き、適切だったと考えます。	○
予算編成は適切であったか	会場費の面で予算と決算で差異が生じた。委員会側と会場側の打合せ不足であったので、以後はしっかりとしたい。	×
安全計画が適切であったか	審査試食を行うという事で、保健所への申請を行いました。 来場者に関しましては、子供ブースを会場の外に作る事により目の届く範囲でしたので適切であったと考えます。	○

山本Q

目標が 100 品なのでそれを上回るぐらい一般の方からの応募が来るように努力して頂きたいと思います。また、会全体でエビを売っていくという意識で、キャンペーンのお手伝い等出来ることがあればメンバーへ告知をお願いします。

小川Q

新聞広告等にレシピの簡易版等を掲載することによって、より不特定多数の方に興味を持って頂くことができ、活動の幅も広がるのではないかと思います。

綱島Q

現在市民の方からのレシピ募集が 2 品だけということであれば、残り日数を考えると現状の取り組みで本当に 100 品集まるのかなと思ってしまいます。協議の際、インパクトのある賞品をと意見しましたが、単純に声を掛けて募集しますということではなく、具体的に違う手法も取り入れて頂きたいと思います。

A

当日までに、新聞での告知、ビラ配り、ポスティング、メンバーの皆様、行政、企業、団体へのご協力をお願い等を例会前日まで努力いたしました。当日メンバーの皆様のご協力は「会全体でのまちづくり」だったかと思います。ご協力いただきました皆様大変ありがとうございました。

皆様のご協力、お力添えで南蛮エビレシピ 100 選が完成致しました。

	配 布 先	備 考
1	糸魚川市商工農林水産課	戦略会議メンバー
2	糸魚川市交流観光課	戦略会議メンバー
3	糸魚川市議会	戦略会議メンバー
4	糸魚川市健康増進課	戦略会議メンバー
5	新潟県糸魚川地域振興局	戦略会議メンバー
6	新潟県農林水産部水産課	戦略会議メンバー
7	糸魚川市観光協会	戦略会議メンバー
8	青海町観光協会	戦略会議メンバー
9	能生町観光協会	戦略会議メンバー
10	上越漁業協同組合	戦略会議メンバー
11	新潟南蛸エビブランド化推進協議会	戦略会議メンバー
12	糸魚川水産物商業組合	戦略会議メンバー
13	糸魚川うまいもん会	戦略会議メンバー
14	糸魚川信用組合まちづくり推進室	戦略会議メンバー
15	糸魚川商工会議所	戦略会議メンバー
16	新潟県立海洋高等学校	戦略会議メンバー
17	まちの駅 糸魚川ぷらっと	南蛸ワンエビ決起集会参加
18	糸魚川ハイヤー協会	エビステッカー添付協力
19	上越タイムス社	マスコミ・報道関係
20	新潟日報社	マスコミ・報道関係
21	読売新聞社	マスコミ・報道関係
22	朝日新聞社	マスコミ・報道関係
23	毎日新聞社	マスコミ・報道関係
24	サンエー(能生)	スーパージャック協力店
25	サンエー(厚田)	スーパージャック協力店
26	原信	スーパージャック協力店
27	ナルス	スーパージャック協力店
28	ハピー	スーパージャック協力店
29	スーパーマル二	スーパージャック協力店
30	いちこ	スーパージャック協力店
31	道の駅(市振)(株)タブの木	南蛸ワンエビ決起集会参加
32	親不知 道の駅 漁火	南蛸ワンエビ決起集会参加
33	フェルエッグ	南蛸ワンエビ決起集会参加
34	糸魚川カントリー	エビワングランプリ協力
35	ポッチャリーノ	エビワングランプリ協力
36	松木亜希子	エビレシビ 受賞者
37	吉田直樹(すし廣)	エビレシビ 受賞者
38	松木由香里	エビレシビ 受賞者
39	田村久子	エビレシビ 受賞者
40	駒崎美恵子	エビレシビ 受賞者
41	糸魚川青年会議所	保存用
42	糸魚川図書館	3部
43	青海図書館	3部
44	糸魚川中学校 栄養教諭 牛木功介	
45	フォッサマグナミュージアム	
46	青海自然科学博物館	
47	マリンドリーム能生	
48	中野市観光課	
49	高橋真理子	フリーライター
50	日本JCローカルファースト	



### ◆エビ 1 グランプリ受賞者◆

第 1 位      南蛮エビカレー  
作成者      松木 亜希子  
商品      採れたて南蛮エビ 1 0 0 匹

第 2 位      南蛮エビ入りお好み焼き  
作成者      駒崎 美恵子  
商品      採れたて南蛮エビ 1 0 0 匹

第 3 位      南蛮エビ丼  
作成者      松木 由香里  
商品      採れたて南蛮エビ 5 0 匹

第 3 位      南蛮エビあんかけかた焼きそば  
作成者      吉田 大樹  
商品      採れたて南蛮エビ 5 0 匹

第 3 位      南蛮エビのサラダ  
作成者      田村 久子  
商品      採れたて南蛮エビ 5 0 匹

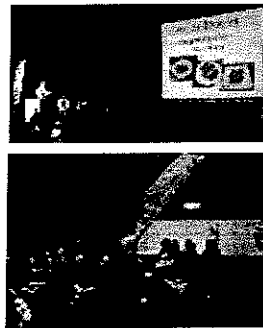
### ◆お楽しみ抽選会獲得者◆

※採れたて南蛮エビ 5 0 匹

○森 玉恵    ○水澤 六郎    ○霜越 海里    ○藤巻 美香

○松下 朋美

## エビ・1 グランプリ 王者は南蛮エビカレー



### 糸魚川JCI 5月例会

5月9日(日)にビーチホールまがたまにて開催した(社)糸魚川青年会議所の5月例会エビ・1グランプリ。市民より募集した南蛮エビカレーのグランプリを決めようという内容。糸魚川南蛮エビの市民への周知や市内の消費拡大、また、飲食店などにおけるメニューの開発や普及などを目指した企画で会場には約130人ほどの市民が集まった。

### レシピ100種類も!

レシピは市内のスーパーにも協力してもらいJCIメンバーをはじめ市民から募集。集めたレシピの数はなんと100種類。その中から5レシピを担当委員会「ハイパーレジャー創造委員会」が厳選。さらに最優秀作品を決定する企画。特別審査員には上越漁業協同組合や糸魚川うまいもん会など、選後糸魚川南蛮エビプロジェクトに参加している団体のみならず、会場からも抽選で選考。普段の例会ではスツ姿が基本であるJCIメンバーも、今回は三角帽子を身につけ、さらにBG Mや映像などにも趣向を凝らし、まるでバラエティー番組のような演出で会場を魅了した。担当委員会のハイパーレジャー創造委員会の伊井委員長は「エビと言えば主婦に美味をひいてもらえる分野。いかに主婦層や家族連れに受け入れられやすいかをメンバーで考え演出し、市民への周知を追求した」とのこと。

### 南蛮エビの 大抽選会

来場者には5レシピを配布したり、子供たちには木製のエビパッチをプレゼントしたり、さらには抽選で南蛮エビが当たるお楽しみ企画も開催し会場はおおに盛り上がった。



### 厳選 南蛮エビレシピ

グランプリに輝いたレシピも含め厳選された5レシピは以下のとおり。

第一位「南蛮エビカレー」  
松木亜希子さん(一の宮)

第二位「南蛮エビ入りお好み焼き」  
駒崎美恵子さん(寺地)

第三位「南蛮エビのサラダ」  
田村久子さん(平牛)、南蛮エビあんかけかた焼きそば(吉田直くん(横町)、南蛮エビ丼(松木由香里(真光寺))



## 走る広告塔で エビの街をPR

GWを目前にした某日。市内を走るタクシー側面に、最近巷を騒がせているギョクスター「エビちゃん」が！

実は、以前より快いお返事をいただいていた糸魚川ハイヤー協会様のご協力により、糸魚川のタクシー全ての車輌に、選後糸魚川南蛮エビのステッカーを貼ることに。タクシーは市内を走る広告塔。観光客のみならず、市民周知も考えた作戦のひとつ。現在は南蛮エビを扱う飲食店や宿泊施設などの受入体制の整備が必要で、準備に取り掛かっている。



### 「南蛮エビカレー」の作り方(グランプリ★レシピ)

#### 【必要な材料】

南蛮エビ.....10尾  
バター.....30g  
エリンギ.....大1本  
白ワイン.....大さじ3  
水.....2カップ  
トマトピューレ.....1カップ  
酢、砂糖.....各少量  
カレー.....6かけ  
生クリーム.....1/2カップ  
ごはん.....適宜



#### 【作り方】

- STEP1 エビは頭と尾を残して殻を剥き、水洗いしてキッチンペーパーで水気を拭き取る。  
STEP2 フライパンにバター10gを熱し、エビ、エリンギ、白ワインを加え軽く火を通す。  
STEP3 鍋に水、トマトピューレ、酢、砂糖を入れて火にかける。  
STEP4 煮立ったらフライパンの具を加え、一煮立ちさせる。  
STEP5 カレー、生クリーム、バター20gを加えて混ぜる。  
STEP6 ごはんをお皿に盛り、カレーをかけて出来上がり。

POINT エビの頭を使う事で、良いだしが出て、生クリームがまろやかさを、酢がさっぱり感を出す独特な味です。

【レシピ提供のご協力】 松木亜希子様(一の宮)

### 活動報告

- 1月 TV番組の撮影  
第1回 プロジェクト戦略会議  
2月 東京視察  
富山 射水へ白えびの視察  
第2回 プロジェクト戦略会議  
地域ブランドの講演会参加  
3月 メンバーからレシピ募集開始  
新潟県水産海洋研究所 調査ライターやTV関係者と調整  
着ぐるみの作成  
市内イベントに参加。PRと調査  
南蛮エビブランド化協議会に出席  
第3回 プロジェクト戦略会議  
糸魚川南蛮エビ決起集会  
4月 市カルメデアからのHASSINスパーJACK PR大作戦  
市民からレシピ募集開始  
TV取材・ラジオ出演  
新潟市での料理教室参加

## 南蛮エビ豆知識

### ～ 健康編 ～

南蛮エビの赤い色の正体は、最近注目を集めている、アスタキサンチンという成分。お肌の老化防止やコレステロールを抑える作用があります。糸魚川に美人が多いのもそのはずです☆美容と健康に、糸魚川南蛮エビを食べよう！



最高峰の日えび  
糸魚川  
南蛮エビ

エビちゃん  
ブログは  
こちらだよ

集まれ！ 元気な若者たち！  
(社) 糸魚川青年会議所では随時会員を募集しております。  
NEXTプレーン拡大委員会 TEL 025-552-9343  
Junior Chamber International Niigawa  
社団法人 糸魚川青年会議所

# 幕張メッセ(千葉)で大暴れ!

**【ご当地グルメに勝負】**  
会場には様々な地域が出演して、富士宮の「やきそば」や「佐世保バーガー」宇都宮の「うざ」三条のラーメンなどご当地グルメコーナーや各県単位での出展に加え、大手旅行代理店や航空会社なども、飲食のみならずキャキヤルや着ぐるみなどを用いて様々な方法でPRが繰り広げられている中、我々糸魚川JCIもブースを、南蜜エビのまち糸魚川が全面に出るよう、に装飾し、のぼり旗や着ぐるみも使って演出。メンバーは専用のピンク色のTシャツと真赤なつなぎとエビ帽子を着飾り、声を出して来場者へ意識付けをはかった。PR用にアビールカードも用意。また、会場には首都圏近郊の一般客のみならず、

**旅フェア2010 (幕張)**  
5月28日(金)・30日(日)に千葉県幕張メッセにて開催された旅フェア2010に出展された社糸魚川青年会議所。会場には3日間、1万人もの来場者があるとのことで、気合いを入れて出陣。B級グルメのチャビ、ピジョン、観光先進地も出展する中、南蜜エビのまち糸魚川を若者らしく元気にPRしてきた。



旅行代理店などのいわゆる千ジェントの方や百貨店などのバイヤー、メディアなどのプレス関係者も顔を出すと、関係者専用のファ

イルブースが概要。旅行プラン、飲食店一覧、宿泊一覧、観光パンフレットも準備。さらには糸魚川への意識アンケート調査も行った。そもそもこの旅フェアに参加した目的が来場者へ南蜜エビのまち糸魚川を周知することのみならず、旅行業界関係者など接点を持ち、意見を賜うことで次のステップに繋げることも視野にあった。実際に多くの業者の方々と接点を持つことができた。収穫の大きい内容だった。

**恒例の「バーガー・おかき」**  
ブースでの販売においては、南蜜エビの塩焼き「南蜜ABCバーガー」「エビの素」「南蜜エビかけ」南蜜エビおかきなどを販売。食べ物販売することで、より多くの人々を集客できた。全体のブースと比較してみると、知名度はまだないものの、元気の良さが突出しており、とても目立っていたように、主催者側や他地域、新聞関係者やTV関係者からも取材を受けるシーンが多かった。県内からは新潟県観光協会、各市町村、三条JCIのメンバーなども積極的に参戦。新潟のPRステージはBSNの伊勢みずほアナウンサーが司会を務めており、糸魚川のブースにも登場。メンバーはその美貌に惚れ惚れしていた。担当委員会の恩田委員長は、何事も現場が大事。まずは自分たちがターゲットにしている首都圏近郊に直接伺い、自分たちでPRしたり調査して、どうにか需要を熱く語り、現場でも汗を流していた。糸魚川の交流人口の拡大に向け、プロジェクトは今後も進む!

旅行代理店などのいわゆる千ジェントの方や百貨店などのバイヤー、メディアなどのプレス関係者も顔を出すと、関係者専用のファ



旅フェア 2010



旅フェア 2010



旅フェア 2010



旅フェア 2010

1月より活発に動いている。趣後、糸魚川南蜜エビプロジェクトもようやく半年の月日が経とうとしている。各メディア関係者も大変注目を集めており、新聞、ラジオ、テレビ、機関紙、インターネットなど様々な媒体でプロジェクトが紹介されている。メディアに登場する機会が増えるほど、取材の数も増えてきているが、自然発生的に増えたばかりではなく、委員会が戦略、戦術を立てての結果である。ことを忘れてはいけない。

**『ラジオ』**  
ラジオではFAM AMにも登場。FM新潟定時ニュースFM the 7でエビのレシピBSN アリナミンVCM「エビBSN」  
**『新聞』**  
新聞は既に社30記事にも上り、中にはインターネットで全国配信されたケースもある。糸西タイムス  
新潟日報  
読売新聞  
毎日新聞  
朝日新聞  
**『テレビ』**  
ニッパスや旅番組など現在4社が取材済みで、今後も期待できる。テレビ東京 ドライブアールー  
NST ニュース 33059  
NST グッドス CM 424  
TBS ニュース 27421  
日テレ11 NEWS 2459  
今後各メディアとの連携をはかり、糸魚川のことが扱われることが増えるよう、戦略をたてて行動することが大事である。

1月より活発に動いている。趣後、糸魚川南蜜エビプロジェクトもようやく半年の月日が経とうとしている。各メディア関係者も大変注目を集めており、新聞、ラジオ、テレビ、機関紙、インターネットなど様々な媒体でプロジェクトが紹介されている。メディアに登場する機会が増えるほど、取材の数も増えてきているが、自然発生的に増えたばかりではなく、委員会が戦略、戦術を立てての結果である。ことを忘れてはいけない。

**メディアに人気のプロジェクト**  
糸魚川南蜜エビプロジェクトもようやく半年の月日が経とうとしている。各メディア関係者も大変注目を集めており、新聞、ラジオ、テレビ、機関紙、インターネットなど様々な媒体でプロジェクトが紹介されている。メディアに登場する機会が増えるほど、取材の数も増えてきているが、自然発生的に増えたばかりではなく、委員会が戦略、戦術を立てての結果である。ことを忘れてはいけない。

中央突破には何が必要か。プロジェクトを中央に据えようとするのは通りある。1つ目は多額なお金をかける。もう1つは地方メディアにいかにか扱ってもらえるか。地方が扱っていないものは中央も扱わないという理論。メディアにおける中央突破には、ローカルメディアの攻略が重要である。その情報とは何か。7月に東京や富山、行方調査してきた。広告代理店や観光物産関係者、地域ブランドの先生など、とにかくいろんな方々に会って得た情報で委員会のターニングポイントはその時だと思おう。

中央突破には何が必要か。プロジェクトを中央に据えようとするのは通りある。1つ目は多額なお金をかける。もう1つは地方メディアにいかにか扱ってもらえるか。地方が扱っていないものは中央も扱わないという理論。メディアにおける中央突破には、ローカルメディアの攻略が重要である。その情報とは何か。7月に東京や富山、行方調査してきた。広告代理店や観光物産関係者、地域ブランドの先生など、とにかくいろんな方々に会って得た情報で委員会のターニングポイントはその時だと思おう。

中央突破には何が必要か。プロジェクトを中央に据えようとするのは通りある。1つ目は多額なお金をかける。もう1つは地方メディアにいかにか扱ってもらえるか。地方が扱っていないものは中央も扱わないという理論。メディアにおける中央突破には、ローカルメディアの攻略が重要である。その情報とは何か。7月に東京や富山、行方調査してきた。広告代理店や観光物産関係者、地域ブランドの先生など、とにかくいろんな方々に会って得た情報で委員会のターニングポイントはその時だと思おう。

中央突破には何が必要か。プロジェクトを中央に据えようとするのは通りある。1つ目は多額なお金をかける。もう1つは地方メディアにいかにか扱ってもらえるか。地方が扱っていないものは中央も扱わないという理論。メディアにおける中央突破には、ローカルメディアの攻略が重要である。その情報とは何か。7月に東京や富山、行方調査してきた。広告代理店や観光物産関係者、地域ブランドの先生など、とにかくいろんな方々に会って得た情報で委員会のターニングポイントはその時だと思おう。