



南 場 智 子 さん 新潟市出身
株式会社ディー・エヌ・エー 代表取締役会長

出来上がった観光地というよりも、そうないない良さがあると思います。知人が魚沼に大好きな場所があって週末のたびに來るんです。普通の田園風景なんですよ。そこで子どもが走り回ったり、古い民家が宿に改装されたようなところに泊まる。まさに普通の風景で観光地化されていないので、最高だと言うんです。

ほかにも新潟の山は、けっこう有名な山でもそんなに整備されていない。標識らしきものはあるけれども、小屋に行っても人がいないところがあったり。でも、そこが非常に良かったりする。そんな良さが随所にあると思います。



北 川 フ ラ ム さん 上越市出身
アートディレクター

新潟県は大陸にもっとも近い県です。このインセンティブの使い方がインバウンドの鍵です。世界と繋がりやすい場所にあるという地形学から見た普遍的な価値をしっかりと考えるべきです。そのひとつが新潟県に接する日本海です。沈む夕陽と合わせて、決定的なコンテンツです。冬の荒波も印象的です。この海岸線の長さは、うまく武器にできるはず。あとは雪。東南アジアからオーストラリアなど訪日客への有効な観光資源になります。

出来上がった
観光地にはない、
整備されすぎて
いないよさが、
新潟にはある。

長い日本海の
海岸線と山脈。
新潟の地形学的な
インセンティブをいま、
活かすべき。

「新潟の魅力」 見つけてください。 見つけてください。

新潟にゆかりのある
4人の方から
思いを語っていただきました



吉 川 真 嗣 さん 村上市出身
千年鮭きかわ 代表取締役社長(国交省認定 観光カススマ)

元からある魅力は、もう既に光っているわけですよ。これからは新しい魅力を発掘していく。その魅力が積み重なって、「新潟というところはおもしろい県だな」と思われるようになってほしいわけですよ。そのためには眠っていたものに何かの切り口を設けて、それを光輝かせていく、磨きをかけていく、ということです。それを今私がやっているのが「にいがた庭園街道」です。これは新潟観光の切り札だと言いながらやっています。

眠っていたものを磨いて
光り輝かせていく。
それこそが
新潟観光の
切り札になると
信じています。



尾 畑 留 美 子 さん 佐渡市出身
尾畑酒造 専務取締役

グローバル化という時代においては“ここにしかない魅力”を磨くことが大切。佐渡は離島だからこそ独自の多様性ある自然や文化、歴史が育まれ、朱鷺がいる。加えて、住んでいる人に佐渡愛が溢れているんですよね。地域の魅力は住んでいる人が醸し出す熱量もあって、訪れる人はそこにも反応するんです。最近、海外から來島した人たちがたくさん佐渡愛という“ここにしかない魅力”に触れて、観光を越えたつながりが生まれています。

「ここにしかない」
ローカルな魅力や
住んでいる人たちの
地域への愛が
グローバルに通じる。

COOL NIIGATA 宣言



新潟県は、先人たちから受け継いだ、豊かな水や雪に育まれた県土に広がる美しい自然や多様な地域資源、恵まれた農林水産資源と豊かな食文化を有するとともに、世界に誇り得る伝統文化・郷土の歴史が多数存在しています。

また、ものづくりをはじめとした厚みのある産業基盤・産業技術の蓄積、日本海側の表玄関としての地理的特性と整備された交通網など、これからの本県の成長・発展に資する様々な基盤や潜在力を有しています。

今、新潟に必要なことは、こうした豊かな資源の魅力に、そこに住む人々が気づき、世界の視点を意識しつつ、様々な発信手段を用いて、積極的に発信していくことです。

そのことが、そこに住んでいることを誇りに思い、これからも住み続けたいと思える新潟県、そして国内外の方々が魅力を感じ、訪ねてきていただける新潟県を創っていくことにつながると考えます。

本日の「クールジャパン推進会議in新潟」の開催を契機に、本県発祥の錦鯉、新潟清酒、豊かな食文化、スノーリゾート、アニメ・漫画など、世界に誇れる多様な魅力「COOL NIIGATA」コンテンツを再認識し、それらを育み、組み合わせ、そして自信をもって発信することで、「住んでよし、訪れてよしの新潟県」の実現に向けて、県民一丸となって取り組んでまいります。

令和元年6月15日 新潟県知事 花角 英世

クールジャパン推進会議 in 新潟パネリスト

発酵が物語る美食学のメッカ新潟。
熟成と組み合わせることで大きな魅力に！



新潟の雪は独自の食文化を生み出しました。美食学(ガストロノミー)的にも恵まれた地です。その中でも外国人が注目するのが発酵食です。欧州では、機械を使った発酵食づくりがありますが、人の手で発酵させる独特の旨味は、有名シェフがわざわざ足を運ぶほどです。雪室の熟成と合わせて、貴重な観光資源になります。

岩 佐 十 良 さん (株)自遊人代表取締役

新潟の魅力は「人」に息づくもの
商品ではなく文化として新潟の魅力を伝えたい！



関川村に移住して10年以上になりますが、住むほどに新潟の素晴らしさには感心させられます。それらを支えているのは人の力です。雪深い環境での暮らしの中で、人々には「めげない精神」が息づいているのでしょう。そんな人たちが紡いできたものが、新潟の魅力だと思います。商品としてではなく、文化として伝えていきたいですね。

川 崎 パ ト リ シ ア さん Sparkle編集者

米どころ新潟だからこそこだわりたい。
何と言っても、おにぎりは日本の原風景です！



お米は新潟の財産であり、貴重な観光資源です。そのお米に味噌や醤油といった発酵食品で味付けた具を入れれば「おにぎり」が出来上がります。バリで行った「おにぎりワークショップ」は大盛況でした。新潟にストーリーのある発酵文化とおにぎりを「日本の原風景」として発信すれば、外国人も注目すると思います。

佐 藤 智 香 子 さん 料理研究家/ワイオリキッチン主宰

人気ゲームとコラボレーションすれば
スマホで錦鯉を世界へプロモートすることもできる！



個人的には錦鯉のプロモーションをスマホアプリで行うのは面白そうだなと考えています。ユーザーが楽しいと感じる仕組みを組み込めば、大きな波及効果が生まれるのではないかと。人気ゲームとコラボレーションするのも手段のひとつです。スマホならリアルタイムで錦鯉の魅力を世界に伝えることも可能だと思います。

浜 谷 修 太 さん フラー(株)代表取締役CEO

クールジャパンにはつながりや物語が大切。
それぞれをつなぐことで感動をさらに大きく！



これまで、個々に発信されてきた新潟の魅力。これからは地域の文化という軸のもと、つないで発信していくことが大切だと考えます。ここ小千谷周辺で言えば、錦鯉が育った田んぼ、そこに実る米、米で醸される日本酒、つながることばかりです。そんな物語が新たなクールジャパンになるのではないのでしょうか。

菅 豊 さん 東京大学東洋文化研究所教授

組み合わせでハーモナイズできれば
きっと新たな感動が生まれるはずです！



新潟大学では「日本酒学」という学問に取り組み、多くの学生が学んでいます。人気の秘密は、日本酒学には、発酵科学や、経済学、自然環境など、様々な学問が調和していること。ひとつから多くを学ぶことができるのです。新潟についても同じです。コンテンツをハーモナイズさせることで、新たな発見が生まれそうです。

高 橋 均 さん 新潟大学理事(研究担当)・副学長/新潟大学日本酒学センター長