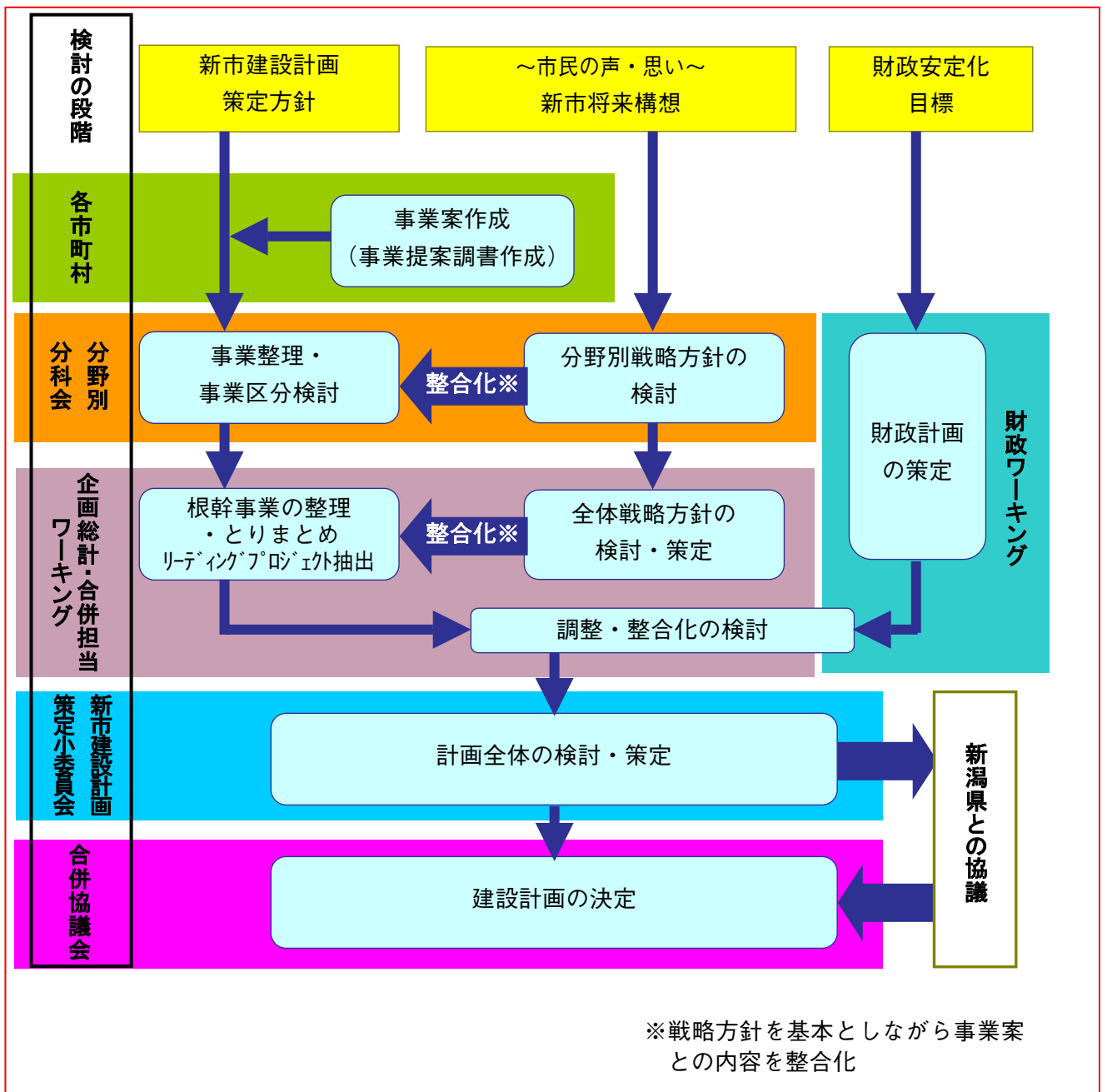


第3章 新市建設計画策定について

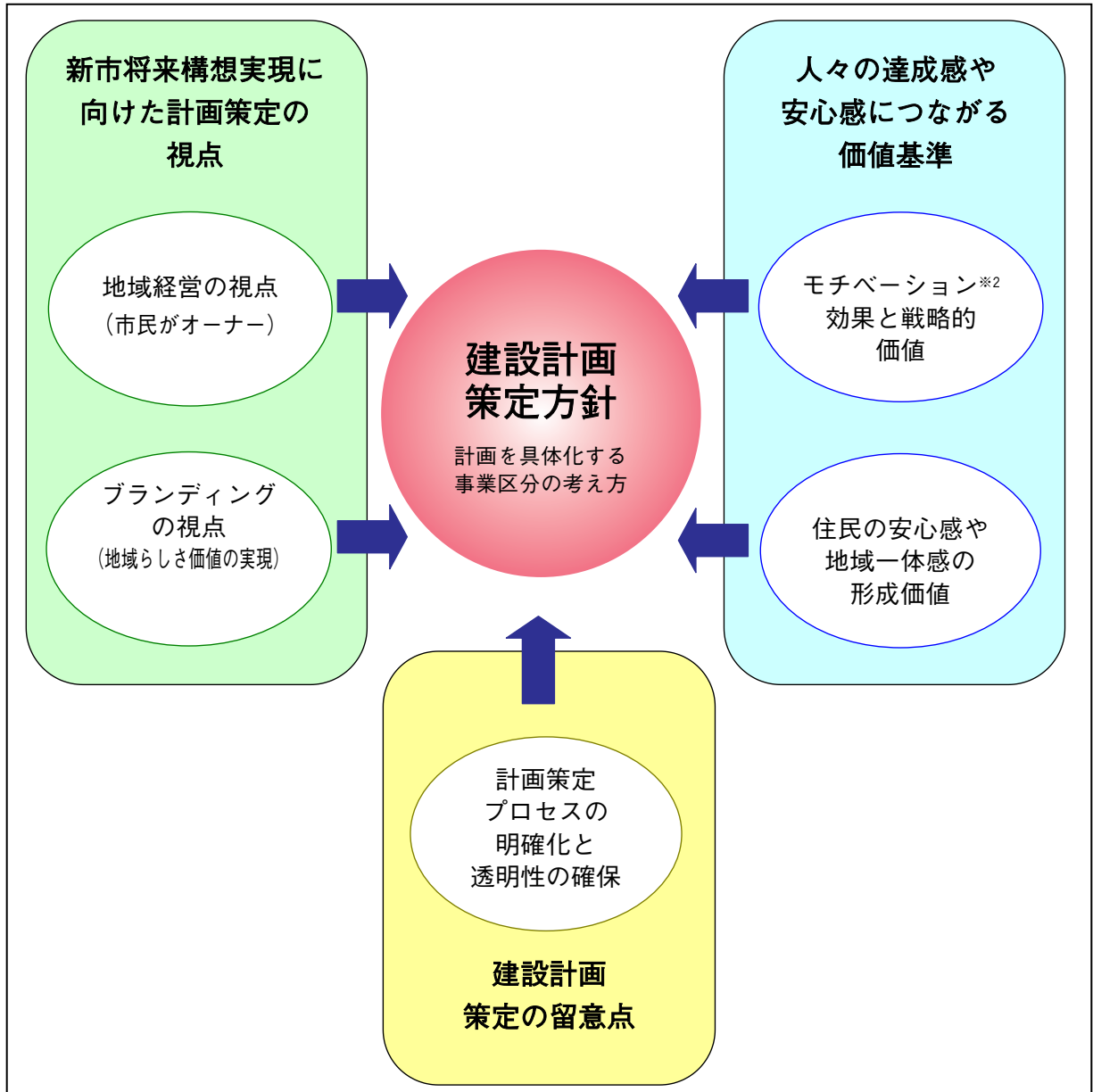
1. 建設計画策定のプロセス

新市建設計画は、新市のまちづくりに対する多くの市民の声・思いを材料として策定した新市将来構想を基本方針としつつ、その実現に向けた施策・事業の検討に当たっては、構成市町村、32の分野別分科会、企画総合計画・合併担当ワーキンググループといった多くの関係者による多重的な作業を通し、新市建設計画策定小委員会で検討を進めました。以下に、**<新市建設計画策定の全体フレーム>**を示します。



2. 建設計画策定方針

建設計画の戦略方針確立、具体的事業案の企画(事業調書の作成)や設定は、以下の基本となる視点や価値基準及び策定の留意点を定め、それに基づき行いました。



(1) 新市将来構想実現に向けた計画策定の視点

① 地域経営の視点（市民がオーナー）

新市の主役は当然ながら、そこに住む市民です。市民は新市のオーナーであり、一人ひとりの市民が、新市で何ができるかを考え、まちづくりに積極的に参画し、そこでの成果を享受する権利を持っています。一方、行政は新市を具体的に建設・運営するプロでなければなりません。市民に情報を提供し、コミュニケーションや市民参画の仕組みをつくることも行政の役割になります。

従来に依存した行政から脱却し、市民本位の視点で自己責任・自己決定によって新市を経営していきます。市民と行政がゆるぎないパートナーシップを確立し、将来構想実現に向けて協働すること。これこそが新しい地域経営のあり方です。さらに、経営という視点からは、その効率化と透明性を高めるために、民間の経営手法の良いところを積極的に取り入れ、効率的で有効な地域経営を推進していくことが求められています。たとえば、大きな投資を伴うハード事業においては、その計画段階で、市民の視点での需要や効果を見定めるマーケティング調査や検討をしっかりと行うこと、実施後は事業の評価を定期的に行い、その効果を測定することなどが必要となります。

建設計画では、こうした地域経営の新しい考え方や、市民の視点の重要性を踏まえた上で、市民参画や市民と行政の協働が可能であると考えられる事業を検討しました。

② ブランディングの視点（地域らしさ価値の実現）

「地域らしさ価値」とは地域のブランドです。地域ブランドとは、新市内外の人々が地域の価値（良いところ、誇るべきところ、競争力のあるところ）を共有し、その価値を確立し高めることによって、新市民が地域で生活することに誇りを持つと同時に、より競争力のある地域をつくっていくものになるものです。

建設計画は、「地域らしさ価値」を実現するための計画であり、地域ブランドを高めるためのブランディング計画ともいえます。そこでは当然ながら各事業計画が、こういったブランディング活動に貢献するものであるかが問われてきます。そのようなことからその事業を行うことによって、地域らしさ価値が高まるかどうか、また、地域らしさ価値に基づく重点実現項目が実現できるかどうかという視点から建設計画に登載する事業の設定を行いました。

(2) 人々の達成感や安心感につながる価値基準

現代の不確実な社会状況を乗り越え、新しいまちづくりにチャレンジするには、これまでの物的な面での機能性だけに注目せず、“人の心の充実”に着目し、市民一人ひとりや地域社会にとっての、精神的な面での効果や役割を考えた施策や事業を立案していく必要があります。

① モチベーション効果と戦略的価値

地域らしさ価値の実現に向けて着実に新市を建設することが大切です。この観点から上記

のブランディングに対する貢献度を正しく測定することが必要になります。そのため、事業設定においては重点実現項目別に具体的な「戦略方針」を定め、特に「戦略的事業」と考えられるものを設定しました。

一方、めまぐるしく変化する社会環境の中では、確実に成功するという計画の策定は不可能であることも事実です。今後の地方財政の見通しも不確実さがある中、10年間の計画事業を予めすべて確定することは大きなリスクを持つことにもなります。

そこで建設計画策定においては、戦略的事業の中でも特に戦略性が高く、2～3年でその成果が現れる可能性が高いものを「リーディングプロジェクト」として位置づけました。まずはこのリーディングプロジェクトによって、たとえ大成功ではなくても、小さな成功を積み重ね、確実に地域らしさ価値を高めていきたいと考えます。

そして、小さくとも着実な成果を実感することによって、新市の市民と行政が「自信を持って将来のために行動する」という気持ち（自己効力感）を共有し、まちづくりのモチベーション^{※2}を高めていくことが大切です。大きな成果・成功はその積み重ねの中で必ず生まれてくるものです。

② 住民の安心感や地域一体感の形成価値

市民と行政が一体となって進める地域経営という観点からは、そこに暮らす住民の生活に対する安心感や、地域の一体感醸成に向けた生活基盤整備などへの取り組みも重要といえます。また、合併するに当たっては、各市町村で行われているサービスや市町村によって異なる施策を統合していく必要があります。

地域らしさ価値の一つとして住民生活に関わりの深い〈世代がつながる安住都市〉がありますが、特に住民の生活に対する安心感を高める事業は「生活基盤整備（ナショナルミニマム）事業」として掲載しました。また、「合併に伴い必要となる事業」についても一体感醸成という視点から掲載しています。（特にナショナルミニマム事業については、新市発足後の総合計画によってさらに検討するものとします）

(3) 建設計画策定の留意点

計画策定プロセスの明確化と透明性の確保

ここまで建設計画策定のプロセスや策定方針について、詳しく紹介してきました。これは策定方針の一つとして、建設計画の結果だけではなく、そのプロセスを市民と行政が共有することが重要と考えるからです。

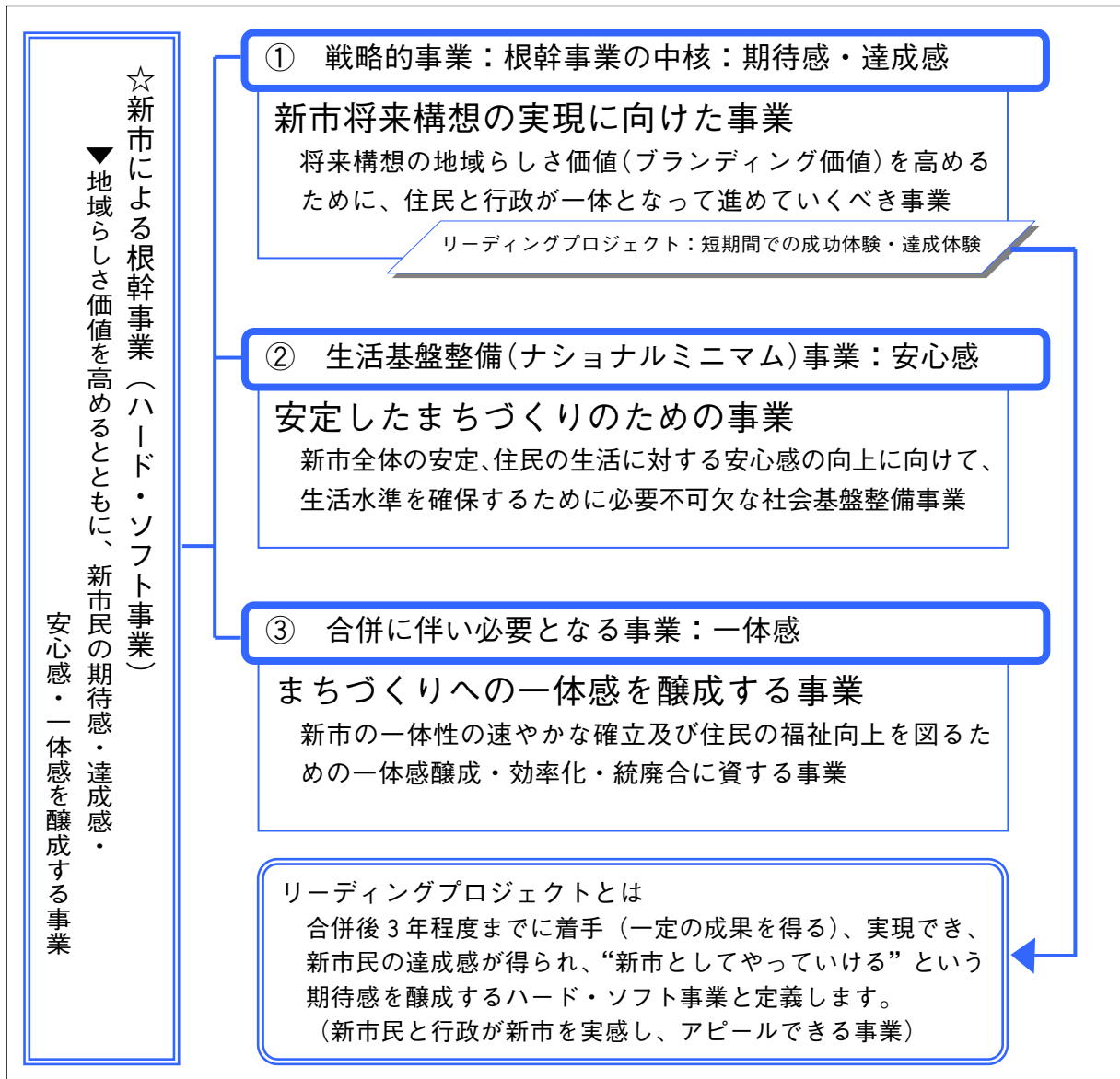
住民の意向を最大限に重視した「長岡地域新市将来構想」の実現に向けて、新市建設計画の策定作業を明確な方針とプロセスのもとで進めてきました。そして、地域経営とブランディングという2つの視点、モチベーション効果・戦略的価値と住民にとっての安心感・地域一体感形成価値という2つの価値、その4つの基準によって、建設計画は策定しました。

改めてこのことを示すことによって、「計画策定プロセスの明確化と透明性の確保」が、今後の新市建設・運営においても重要な方針であることを確認します。

3. 建設計画の事業区分の設定

新市建設計画に登載する根幹事業は、前記のプロセスと策定方針のもとに整理されています。その際、当該事業の価値が主として戦略的な価値なのか、安心感形成につながる価値なのか、一体感形成につながる価値なのかによって3つに区分しています。さらに主として戦略的価値を持つ事業の中から、合併後3年程度までに着手・実現でき、住民や行政が新市に対する期待感・達成感を醸成できる（モチベーション効果のある）ものを、リーディングプロジェクトとしました。

なお、新市の骨格・基盤形成上重要となる「新潟県が推進する事業」については、新潟県の「長岡地域振興計画」「戦略的社会資本整備プログラム」「農業農村整備事業管理計画」などの施策を基に、新市の戦略・安心感・一体感形成に横断的に高い効果を発揮するものを根幹事業としました。



4. 戦略方針

建設計画掲載事業のうち、特に「戦略的事業」は、「地域らしさ価値」の「重点実現項目」に対する戦略的価値に即して設定しています。そのため、事業の設定に先立ち、各分野別分科会で分野ごとの「地域らしさ価値」に対応した戦略方針を作成し、企画・総合計画ワーキンググループが取りまとめた重点実現項目別に「戦略方針」を検討しました。この「戦略方針」は、住民と行政が一体となって新市の「地域らしさ価値」を高めていくために、まず取り組んでいくべき《まちづくりの重要な指針》といえます。その内容は以下のとおりです。

地域らしさ価値・重点実現項目		戦略方針	
独創企業が生まれ育つ都市	新ながおかが誇る技と人をネットワークする匠の国を創り上げる	戦略方針1	行政が関連団体のコーディネート ^{*3} 役を担い、「技術」「人材」等のネットワークを構築する。
		戦略方針2	新技術や高付加価値製品の開発につながる機会創出や環境整備を行う。
		戦略方針3	高速大容量情報通信網の強化など、産業地域としてのインセンティブ ^{*4} を高める。
	新しいビジネスモデルで made in NAGAOKA の魅力を世界に発信する	戦略方針1	ビジネスモデル開発を促進するための行政の支援機能の発揮と、産学連携などの体制整備を図る。
		戦略方針2	価値創造型産業都市“NAGAOKA”としてプロモーション活動 ^{*5} の推進を図る。
	市民チャレンジャーの成功と雇用を支える新たな起業促進の風をおこす	戦略方針1	ベンチャー企業 ^{*6} や NPO などを含む新たな雇用を創出する起業家への支援強化を促進する。
未来のエジソンを生む人材教育・人材育成の推進	戦略方針1	「自分探し」を模索できる機会を提供し、開拓者精神と自立心の醸成を図る人材教育(アントレプレナー ^{*7} 教育など)の仕組みづくりを行う。	
	戦略方針2	再学習機会の創出など、どの年代層からでも産業革新に貢献できる人材を育成する社会システムを構築する。	
元気に満ちた米産地	「新ながおか元気印ブランド」の創造による「食の付加価値」の確立	戦略方針1	「元気印＝健康とおいしさ」という長岡農産物のブランド力を支える農家・生産組織の意識喚起や、土づくり活動などの推進を図る。
		戦略方針2	長岡特産農産物の「元気印＝健康とおいしさ」というブランド力の強化活動を行う。
	おいしさと安全・健康をキーワードとする「新ながおか料理」の発信	戦略方針1	地元食材を活用した長岡でしか味わえない新しい郷土料理や健康メニュー、特産品の開発を行う。
		戦略方針2	地産地消などを体系化し、安全・健康食材生産地域としての“ながおか”を発信する。
	蛸が舞い、人の豊かな営みが展開する「食」「農」のユートピアを生み出す	戦略方針1	潜在的な地域資源の宝庫である農村や中山間地域に対する意識の醸成と、農産物生産の人材ネットワーク形成を図る。
		戦略方針2	大都市圏からの来訪者受け入れ体制を整備し、来訪者を含めた地域全体で進める環境・景観保全活動の仕組みづくりを行う。

地域らしさ価値・重点実現項目		戦略方針	
世代が つながる 安住都市	「生きる楽しみ」「育つ喜び」が 実感できる生活環境の創出	戦略方針1	市民の声や想いを集める仕組みや地域社会などの 情報収集・情報交換の仕組みを確立する。
		戦略方針2	市民と行政の協働運営によるコミュニティの創出・育 成を図る。
	「元気に老いる」熟年力を活か したまちづくりの推進	戦略方針1	コミュニティスポーツや介護予防の推進など、元氣 に老いるために社会人が健康づくりをしやすい環境 を整備する。
		戦略方針2	熟年層からの職業意識形成や熟年の経験を活かし た活動場所づくりなどによる高齢者ライフの活性化 を図る。
	地球を想う「未来人」育成・発 信地域の創出	戦略方針1	小・中学生の才能を地域で伸ばす仕組みづくりと活 動を強化する。
		戦略方針2	若年層の豊かな発想を社会に反映させる仕組みづ くりを行う。
		戦略方針3	伝統文化を継承・発信し、未来人を育てる文教都市 づくりを推進する。
	「子育て・教育」の分野で日本 のモデル地域となる「21世紀 の米百俵プログラム」の開発・ 推進	戦略方針1	米百俵の精神に基づく地域住民による地域学校教 育プログラムの開発と実践を行う。 「21世紀米百俵プログラム」=学校と地域でつくるコ ミュニケーション(話し合い)教育プログラムの開発
		戦略方針2	安全・安心な子育てを追求する環境づくりを行う。
	世界をつ なぐ和ら ぎ交流都市	地域資源を活用した新ながお かコンベンション・シティ※ ⁸ の 創設	戦略方針1
戦略方針2			民間活力やさまざまな人材を活かしたコンベンショ ンの仕組みを強化する。
すべての市民が「新ながおか 親善大使」		戦略方針1	住民の地域に対する愛着・意識形成と、それに基づ く市民レベルの交流の活性化を促進する。
		戦略方針2	青少年活動を通じ“世界”へ“NAGAOKA”を発信す る。
「暮らしたい」「働きたい」「遊 びたい」・・・魅力あるまちを目 指す		戦略方針1	にぎわいを創出するための柔軟なまちづくりの仕組 みを開発する。(市民活力を誘発する社会資本整備)
		戦略方針2	市民参画による地域資源を活用した市民が愛着と 誇りを持てる景観形成の仕組みづくりを行う。

5. 建設計画掲載事業の考え方

新市建設計画に掲載する事業は、前述した明確な策定方針に基づき定められた事業区分ごとに策定しました。ただし、新市建設計画は事業計画であり、実施計画ではありません。ここに掲載されている事業は、新市建設のために取り組んでいこうとする事業の提示であり、今後の財政状況や社会状況などによって、柔軟に対応していく必要があります。

事業の実施に当たっては、費用対効果や戦略実現への有効性など、地域経営の観点から、その規模や内容についてもさらに検討していくことになります。

次章では下記の事業区分により、掲載事業を整理しました。なお、事業区分はあくまでも掲載事業の目的や位置づけによる区分であり、事業区分間で重要性の高低はありません。

① 戦略的事業

将来構想実現のための戦略的事業は、実現すべき「地域らしさ価値」と「重点実現項目」に即して整理し、事業名を掲載します。このうち特に合併後3年程度までに着手するリーディングプロジェクトについては、その概要を戦略方針ごとに区分して提示します。

② 生活基盤整備（ナショナルミニマム）事業

住民の安心感の向上、安定したまちづくりのための生活基盤整備（ナショナルミニマム）事業は、必ずしも将来構想の「地域らしさ価値」別には整理できないものなので、「居住環境」「道路整備」「福祉」などの分野ごとに整理し提示します。（この具体的な内容・時期については、合併後に策定する総合計画で明らかにしていくことになります）

③ 合併に伴い必要となる事業

10市町村合併に伴って必要となる事業及び合併を契機に行う施策を提示します。

☆新市建設の根幹となる新潟県事業

新市の骨格・基盤形成にとって重要となる新潟県が推進する事業については、新市を含むより広域的なレベルでの事業展開となることから、新市による根幹事業とは分けて事業種別ごとに提示します。

