

第3部

新しいまちの姿・地域で 共有したい価値

第3部では、新市将来構想の根幹となる3つの部分について取りまとめています。

- 地域全体の人々が共有すべき4つの「新市地域らしさ価値（ブランディング価値）」について
- 「新ながおか」の新しいスローガンとなる「新市統合ビジョン」について
- 4つの「新市地域らしさ価値」を高めるための重点実現項目（重点課題）について



冬の集落と洪水川（越路町）



新市地域らしさ価値1 (ブランディング価値)

独創企業が生まれ育つ都市

—誠実さが生み出す「技」立国・新ながおか—

第2部で紹介した具体化方針、「技が育む先端産業の地であること、高付加価値製造業の集積地であること」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、『独創企業が生まれ育つ都市～誠実さが生み出す「技」立国・新ながおか～』です。

ここには、私たちの地域が「技」の伝統を引き継いだ優れた製造業を持つ地域であり、これからも技術の進歩と優秀な人材によって、地域産業の核として育てていこうという思いが込められています。

この地域らしさ価値は、第1部で紹介したように、「地域の人々の期待・願望・ありたい姿 (WANT)」と「現状の強み (CAN)」を踏まえ、「実現すべき事柄 (WILL)」を明確にした上で策定されたものです。策定背景・理由と、その具体的な内容を以下のチャートで示します。

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-

- ・「ものづくり」*エグジビション都市を目指したい
- ・人と自然、伝統と最先端のバランスがとれたまち
- ・新潟県の中心になりたい
- ・「ものづくり」による産業振興を目指す
- ・新しい産業の創出
- ・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
- ・実証的・論理的な誠実さ



*エグジビション：展覧会・見本市など

ありたい姿

Will



-実現すべき事柄-

- ・製造業主体の産業振興
- ・産学官が連携した新高度技術産業づくり
- ・知識・技術の集約総合化への取組みを目指す
- ・10年先を見据えた人材づくり
- ・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
- ・各地域の文化・特性を活かす
- ・産学官連携によるものづくり
- ・独自の魅力を増進する
- ・地下資源の有効な活用
- ・製造業をきっかけに全産業への振興を目指す
- ・恵まれた交流空間を活かした新産業の育成
- ・安心で、安全で、潤う産業づくり
- ・新たな起業への支援体制の充実
- ・チャレンジャーに地域でエールを送るまち
- ・多様性と個性を大切にすま
- ・多くの分野、機関が連携するネットワークの構築
- ・誠実な率直性と確かさ
- ・伝統文化を守り伝える、粘り強さを誇りとするまち
- ・伝統と実績を広くアピール
- ・技を高める
- ・交通拠点を活かした流通業の拡充

強み

Can



-現状の強み-

- ・交通至便・技術の蓄積が誇り
- ・積極的に新しいものを取り入れる気質
- ・教育的環境・人材が育つ風土
- ・住民の自主的な動き
- ・協調性があり、慎重で粘り強い
- ・理論的実証的な性格
- ・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

- 閉塞状況を打ち破るベンチャービジネス・起業、高付加価値新産業(企業)への期待
- オリジナリティのあるビジネスモデル開発企業の成功
- 国立大学独立行政法人化などを背景とした、大学の「事業開発」への取り組み
- 少子高齢化・入学者減少の中での、大学教育と社会との接点拡大の必要性
- 中国をはじめとする国際競争の中で、高付加価値化・産業高次元化への取り組みは不可避
- 環日本海国際分業体制の可能性
- 自然に生まれ、豊かな感性と創造力を持つ人材(長岡地域の人材育成の実績)が、新世紀の「起業者」の条件
- 県内における都市活動中心のコアとしての新潟との差別化(製造業都市としての役割)
- 北イタリアのミラノ・トリノにおけるファッション・機械産業隆盛の事実(地場中小企業主体の高付加価値産業都市)

新市地域らしさ価値1 (ブランディング価値)

独創企業が生まれ育つ都市

～誠実さが生み出す「技」立国・新ながおか～

長岡地域の先鋭性を持った産業(高付加価値電子機械製造業、食料品製造業、醸造業など)は、「粘り強さ」「思慮深さ」の人間性と「起業の精神」や「人材」を育む伝統的な精神風土に由来する、たゆまぬ努力と果敢な挑戦の「技」から生まれている。この長岡地域らしさを市民自ら主体的な取り組みでさらに発展・推進(生育)させ、価値創造型の産業地形成を図ることで、地域の自信と安定を獲得する。

<行動や姿勢>

伝統と実績に基づく、分野や規模によらない
「価値創造型の産業地」としての長岡地域を推進・発信する。

風土や自然環境と一体化・共存化する
新産業のまちづくりの姿勢を明らかにする。

新たな価値創造を促す「起業精神」と「人材」の育成を、
新市地域一体で推進する。





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^{まい}米の生まれる里・新ながおか—

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〉やく地域の強み〉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



第3部 新しいまちの姿・地域で共有したい価値
◆新市地域らしさ価値2(ブランディング価値)

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^{まい}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。



新市地域らしさ価値3 (ブランディング価値)

世代がつながる安住都市

—未来人を育む資源博物館・新ながおか—

第2部で紹介した具体化方針、「知をつくる人材育成と高福祉・教育環境などによる「住みやすい」地域であること」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、『世代がつながる安住都市～未来人を育む資源博物館・新ながおか～』です。

ここには、市民と行政が一体となって、高齢者から子どもまで、全ての世代が「住みやすさ」「育ちやすさ」を実感できる都市づくりを進めていこうという思いが込められています。

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-

- ・高福祉のまち (子ども・高齢者)
- ・豊富な自然を活かしたフィールドミュージアムづくり
- ・自然環境保全と都市機能充実
- ・チャレンジ精神のある地域パーソナリティ
- ・地区の自立と相互の助け合い
- ・高齢者が元気になるまち
- ・住民主導・行政による支援

ありたい姿

Will



-実現すべき事柄-

- ・楽しく期待をもって子育てができるまち
- ・元気で長生きのできる暮らしを支える環境と高福祉サービスの充実
- ・老若が共働するまちづくり
- ・すべての世代が共働するまちづくり
- ・市民が主役への意識改革
- ・山のみどり(癒し)と生活のみどり(うるおい)が調和したまちづくり
- ・独自の魅力を増進する
- ・地下資源の有効な活用
- ・安心・安全に住めるまち
- ・高い交通利便性を活かしたまち
- ・住環境の一環として自然の保全が位置付けられるまち
- ・癒しのまち
- ・美しい河川、森林を次世代に残す
- ・豊かな自然の保全と積極的な活用
- ・身近な自然がうれしいまちづくり
- ・10年先を見据えた人材づくり
- ・グローバルな中に、伝統的な教えも大切にすまち
- ・多様性を許容する小単位コミュニティ
- ・身近なコミュニティ拠点の整備
- ・小コミュニティのネットワークがつながり交流するしかけをつくるまち
- ・行政と住民の役割分担
- ・個を大切にしつつ効率的な行財政運営の実現
- ・官民協力の時代にあった斬新な行政サービスの展開
- ・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
- ・伝統に根ざし各地域が調和する



強み

Can



-現状の強み-

- ・豊かな自然と都市基盤
- ・教育的環境・人材が育つ風土
- ・協調性があり、人情に厚い地域パーソナリティ
- ・元気な高齢者・優れた人材
- ・住民の自主的な動き



「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

- 急速な高齢化の中での老人福祉の重要性の増大
- 中高年世代の最大の不安要因は、老後の保障
- 少子化の中での出産・子育て支援の重要性の増大
- 次世代を担う育児・教育への関心の高まり
- 男女共同参画社会の実現、女性の社会進出における育児・教育支援の重要性
- 経済・雇用を拡大する21世紀型生活産業としての福祉・育児産業
- 雇用とともに福祉・教育環境を重視する定住地の選択傾向
(Uターン、セカンドライフ移住など)



新市地域らしさ価値3 (ブランディング価値)

世代がつながる安住都市
みらいびと
 ~未来人を育む資源博物館・新ながおか~

高速交通網の整備により首都圏へは至近な時間距離にありながら、信濃川の水系と東山や西山の山地で構成される長岡地域は、利便性、機能性と同時に水や緑の資源が豊かで、健全な生活環境を身上とした都市である。この生活環境と同時に「人材育成」の環境と実績から、高齢者や子ども(未来人=未来を生きる人)などの過去と未来の歴史をつなぐ人々にとっての「住みやすさ」「育ちやすさ」を志向することによって、世代がつながる安定と安らぎ住まい都市を発信する。

<行動や姿勢>

行政・市民が一体となって子育て支援や高齢者福祉を推進し、「住みやすさの代表地域」としての新市を発信する。

生活の背景となる川や森林を守り育てることで「住みやすさ」の恒久化を図る。

子どもを育むための、様々な体験を生み出す地域資源の多様さ(資源博物館)を活用した、「自分が育つ」地域づくりを志向する。



新市地域らしさ価値4 (ブランディング価値)

世界をつなぐ和らぎ交流都市

—「人」「ものがたり」「競和国」・新ながおか—

第2部で紹介した具体化方針、「自然・歴史・文化を活かした交流の地域となること」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、『世界をつなぐ和らぎ交流都市 ~「人」「ものがたり」「競和国」・新ながおか~』です。

ここでは、私たちの地域が誇るべき歴史と伝統を持ち、交通の要衝でもあることから、それらを資源に日本・世界の人々と交流し、相互に高めあいつつ調和していこうという思いが込められています。

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-

- ・「ものづくり」エグジビション都市を目指す
- ・新潟県の中心になりたい
- ・滞在型の観光資源
- ・豊富な資源を活かしたフィールドミュージアムづくり
- ・自然環境保全と都市機能充実
- ・それぞれの文化を結びつけてより大きな価値を生む
- ・住民主導と行政による支援
- ・ブランド食・観光・交流拡大
- ・観光資源として全国発信



ありたい姿

Will



-実現すべき事柄-

- ・地域に残る文化を結び、新たな文化を育むまち
- ・各地域の文化を尊重し、結びつけて保全活用
- ・誠実な率直性と確かさ
- ・行政と住民の役割分担
- ・各地域の文化・特性を活かす
- ・独自の魅力を増進する
- ・長岡独自の交通、都市機能ネットワークの構築
- ・高い交通利便性を活かしたまち
- ・癒しのまち
- ・美しい河川、森林を次世代に残す
- ・豊かな地域の個性をつなぎ、長岡らしさをつくる
- ・おいしい水と食で来訪者を迎えるまち
- ・「食」をキーワードとした地域の活性化
- ・山と里と都市の調和
- ・身近な自然がうれしいまちづくり
- ・山のみどり(癒し)と生活のみどり(うるおい)が調和したまちづくり
- ・多様性と個性を大切にすまち
- ・交通網の再構築
- ・グローバルな中に、伝統的な教えも大切にすまち
- ・地域文化と人的資源の活発な交流が見られるまち
- ・地域文化の保全と活用を図る仕組みとルートがあるまち
- ・小さいながら効率的な行財政運営の実現
- ・官民協力の時代にあった斬新な行政サービスの展開
- ・市民が主役への意識改革
- ・伝統と実績を広くアピール
- ・多くの分野、機関が連携するネットワークの構築
- ・食文化・食による地域活性化
- ・商店街の再生に向けての空店舗の有効活用
- ・各地の多様な価値を尊重する観光開発
- ・豊かな自然の保全と積極的な活用

強み

Can



-現状の強み-

- ・多様な産業と郷土文化が息づく
- ・個性的な地域、人と自然が共生してきた歴史
- ・長岡地域の力は豊かな資源
- ・古き良きもの
- ・恵まれた道路交通網と観光資源
- ・それぞれの地球文化資源
- ・住民の自主的な動き

「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

- 文化立国への取り組み、世界に向けての文化を資源とする産業の可能性
- 日本文化のアイデンティティへの関心の高まり
- 地域文化・郷土文化再評価の気運
- 滞在型観光の隆盛
- ありのままの自然・文化の評価の高まり
- 「癒し」ブーム
- 人間らしい、余裕を持った「スローフード」「スローライフ」の提唱
- おいしいもの、体に良いもの(食文化)や日本酒への関心の高まり
- 将来的な環日本海交流の拡大
- 北陸新幹線の延伸による近畿圏との時間短縮
- (時代的閉塞感のなかでの)近世史への関心の増加



新市地域らしさ価値4 (ブランディング価値)

世界をつなぐ和らぎ交流都市

～「人」「ものがたり」「競和国」・新ながおか～

長岡地域は古くから交通の要衝として栄え、様々な人々や物資が行き交った地である。長岡には、他地域との交流と融合の歴史がある。豊かな自然を背景にした各地の文化は独自性があり、日本各地、世界の人々をつなげる受信力と発信力を内包している。一方で長岡は戦火に遭いながらも、人の営み(ものがたり)によってつながれてきた心の歴史都市である。長岡地域が志向する交流とは単なる活況ではなく、精神文化や人間性が生み出す落ち着きや温かさのある和らぎの交流である。

<行動や姿勢>

新市各地の「技」「食」「人」を地域資源として活用・連携し、日本・世界の人や文化が交流するまちを推進する。

新市各地が、持ち味の競演を行いながら、より高水準の交流と融和の地域(競和国)を目指す姿勢を明らかにする。



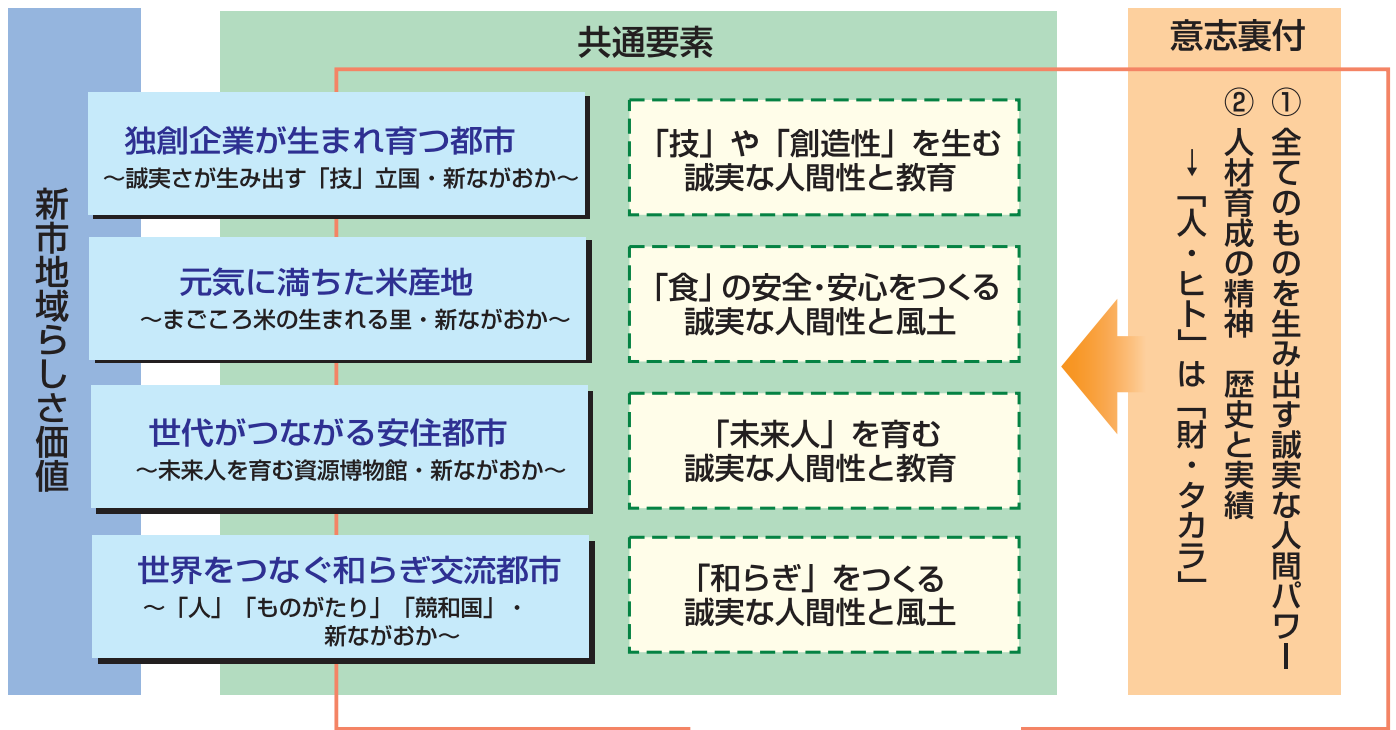
新市の地域らしさ価値を統合するビジョンは

「人は財、いきいき都市・新ながおか」です

新市統合ビジョン ～新市のスローガン～

4つの地域らしさ価値は、いずれも私たち長岡地域の住民の特性に即したものととして策定されています。そして、今後、「地域らしさ価値」を発揮し、実現するのは私たち自身に他なりません。私たち自身が力を発揮すると同時に、今後を担う次世代の人材を育成していくことも重要なことだと考えています。そこで4つの「地域らしさ価値」を統合し、新市の基本姿勢となるビジョン(新市を強くアピールするためのスローガン)を、「人は財、いきいき都市・新ながおか」としました。

ここには私たちの地域が、これまでも人材育成の歴史と実績を持ち、多くの人材を輩出したことを踏まえ、今後も「人・ヒト」こそ「財・タカラ」であり、私たち住民の活動によって、今後も長久の繁栄を獲得していこうという意志が込められています。



新市統合ビジョン

人は財、いきいき都市・新ながおか

長岡地域の全ての価値形成は、誠実な人間性と人材育成精神の歴史に裏付けられる。長岡地域にとって「人・ヒト」こそ「財・タカラ」(=人財)であり、地域の人々の可能性や才能を尊重し、人々の活動によって長久の繁栄を獲得する都市・新ながおかを標榜する。

まとめ 地域らしさの価値の体系

「地域らしさ価値」それぞれと、「統合ビジョン」の関係を図示すると以下ようになります。





新市地域らしさ価値を高める

重点実現項目(重点課題)検討の視点

「新市地域らしさ価値」を高める重点ポイントは、どこにあるかを考えます。

市民の思いを材料とした「新市地域らしさ価値」は、様々な活動によって高めていく必要があります。ここでは、価値を高めるために、特に重点を置くべき視点を考え、その視点に従った重点実現項目(重点課題)立案への流れを示します。

※地域ブランド構築が進んでいる自治体の事例

※地域ブランドについては16ページに説明があります。

湯布院町「湯布院＝温泉の町」

全国的に認知が高く、人気のある観光地
住民が誇りを持てるまちづくりを推進中

- 一貫したアイデンティティの発信
- 官民協働(民が主体)のまちづくり
- 既存の温泉まち「価値」からの差別化
- 他産業への具体的な波及効果



「湯布院映画祭」パンフレット

札幌市「さっぽろ＝IT都市」

IT都市の新しいブランドに確立
IT化による大幅な行政改革を推進中

- 新しい都市(地域)価値の創造
- 住民の暮らし重視・満足度評価の徹底
- 住民参加型のまちづくりと住民主体の運営管理
- 行政支援による地域ブランド育成



「札幌市IT経営戦略」愛称 www.city.sapporo.jp/city/

神戸市「神戸＝ファッション都市」

青山アンテナショップで神戸ブランドの靴を販売
医療福祉都市のブランドイメージ確立を推進中

- 都市の強みを活かす
- 継続的な事業と多様なしかけ
- 販売面強化策としてのアンテナショップを行政主導で展開
- 先端医療分野イメージによるイメージアップ戦略



神戸ものづくりセンター「神戸靴」

岩手県「特産ブランド構築＝岩手ブランドの町」

県のイメージアップ戦略を推進中
物産ブランドの構築を推進中

- 「銀河系いわて」をキーワードとした統一イメージの発信
- 複数県、農林水産業共同のPR
- 徹底した素材の掘り起こし
- ブランドを束ね、県レベルのコーポレートブランドの確立



岩手県観光シンボルマーク

新市地域らしさ価値・統合ビジョンと重点実現項目の関係

たから
人は財、いきいき都市・新ながおか

新市統合ビジョン
～新市のスローガン～

新市地域らしさ価値1

独創企業が生まれ育つ都市
～誠実さが生み出す「技」立国・新ながおか～

新市地域らしさ価値2

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～

新市地域らしさ価値3

世代がつながる安住都市
～未来人を育む資源博物館・新ながおか～

新市地域らしさ価値4

世界をつなぐ和らぎ交流都市
～「人」「ものがたり」「競和国」・新ながおか～

検討の視点

重点実現項目①

重点実現項目②

重点実現項目③

重点実現項目④

統合

具体化

先行事例やブランディングの考え方、小委員会意見からの視点整理(キーワード)

一貫したアイデンティティの発信(⇒アイデンティティ確立)

- ・コアとなる地域資源、都市(地域)の強みを生かす
- ・都市(地域)の歴史・文化的背景を大切にストーリー性の高さ
- ・住民が誇りを持てる価値の掘り起こしと差別化

多様な分野を束ねる統一コンセプト(⇒一貫性)

- ・都市(地域)レベルでのコーポレートブランドの実現(多様な産業への波及効果)
- ・ヒト・モノ・コトの多様な分野を束ねたコミュニケーション

多様なアイデンティティ発信の機会(⇒情報発信機会の多様性)

- ・都市(地域)の顧客(企業・観光客・通勤通学者等々)、ターゲットにあわせた情報接点
- ・直に触れることのできるアンテナショップ機能
- ・他地域との連携を含めた情報発信力の強化

ブランドを育てる機能(⇒育成)

- ・価値観の共有化と協働が育てる信頼と愛着
- ・開発、育成、生産、流通、販売の各分野を支援する場
- ・ブランド強化(イメージアップ)につながる新しい芽を育てる機能

継続的な事業・活動(⇒事業活動の継続性)

- ・民間主導の強いリーダーシップを育てる土壌
- ・継続的にCS(住民(来訪者)満足度)を評価する体制
- ・都市(地域)の住みやすさが地域の価値

見極める

アイデンティティの確立
都市(地域)価値の
見極めと確立

発信する

イメージアップ
情報発信力の強化
情報機会の多様性

育てる

ブランド育成
人材の育成と
継続的な事業・活動



「新市地域らしさ価値」を高めるための 重点実現項目①

実現すべき事柄 **Will**

見極める<アイデンティティの確立・一貫性>

- 製造業主体の産業
- 伝統ともものづくりの技を市のシンボルとして大切にするまち
- 各地域の文化・特性を活かす
- 製造業をきっかけに全産業への振興を目指す
- 安全・安心で、潤う産業づくり
- 多様性と個性を大切にするまち
- 誠実な率直性と確かさ
- 伝統文化も守り伝える、粘り強さを誇りとするまち

発信する<情報発信力強化・機会の多様化>

- 独自の魅力を増進する
- 恵まれた交流空間を活かした新産業の育成
- 多くの分野、機関が連携するネットワーク構築
- 伝統と実績をアピール

育てる<人材育成・ブランド育成>

- 産官学が連携した新高度技術産業づくり
- 産官学連携によるものづくり
- 知識、技術の集約総合化への取り組み
- 10年先を見据えた人材づくり
- 新たな起業への支援体制の充実
- チャレンジャーに地域でエールを送るまち
- 技を高める
- 交通拠点を活かした流通業の拡充

新市地域らしさ価値その1

誠実さが生み出す「技」立国・新ながおか
独創企業が生まれ育つ都市

現状の強み

Can

- 交通至便
- 技術の蓄積
- 教育的環境、人材が育つ風土
- 協調性があり慎重で粘り強い
- 住民の自主的な動き
- 理論的、実証的な性格
- 水や土とともに人が育む

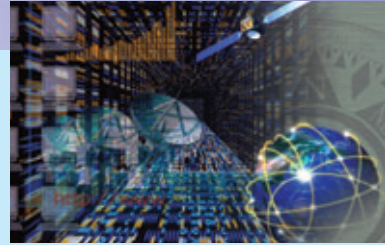
重点実現項目の設定にあたっては、各種調査で得られた、多くの住民の声や思い(実現すべき事柄、現状の強み)を検討の3つの視点(見極める・発信する・育てる)で再整理し、新市地域らしさ価値を高めるために取り組むべき重点課題としてとりまとめました。

見極める

重点実現項目:

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

～地域が誇る産業と技を核として地域と人とを連携する～



発信する

重点実現項目:

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

～社会を常にリードする価値創造型製造業の育成と振興～



育てる

重点実現項目:

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

～起業やベンチャー企業育成を支援するシステムの整備・充実～



育てる

重点実現項目:

未来のエジソンを生む
人材教育・人材育成の推進

～産業革新に貢献する人材育成を目指した教育と社会支援の実施～





「新市地域らしさ価値」を高めるための 重点実現項目②

実現すべき事柄 **Will**

見極める<アイデンティティの確立・一貫性>

- 各地域の文化・特性を活かす
- 安全・安心で潤う産業づくり
- 多様性と個性を大切にすまち
- 伝統文化も守り伝える粘り強さを誇りとするまち
- 伝統とものづくりの技を市のシンボルとして大切にすまち

発信する<情報発信力・機会の多様化>

- 「食」をキーワードとした地域(地産地消の推進)の活性化
- 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
- 独自の魅力を増進する
- おいしい水と食で来訪者をむかえるまち
- 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

育てる<人材育成・ブランド育成>

- 基盤整備による誇りある農業の継承
- 農業の幅を広げ食文化を含む総合アグリカルチャー産業の育成
- 10年先を見据えた人材づくり
- 技を高める
- 食文化・食による地域活性化

現状の強み



- 先進的農業基盤と優れた産物
- 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
- 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その2

元気に満ちた米産地

「まじころ米の生まれる里・新ながおか」

重点実現項目の設定にあたっては、各種調査で得られた、多くの住民の声や思い(実現すべき事柄、現状の強み)を検討の3つの視点(見極める・発信する・育てる)で再整理し、新市地域らしさ価値を高めるために取り組むべき重点課題としてとりまとめました。

見極める

重点実現項目:

「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

～地域農産物や酒、農産加工品、郷土料理を組み合わせた

新ながおかメニューの開発～



発信する

重点実現項目:

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

～おいしさに加え、健康増進、安全・安心等の生活価値観に即したブランドを開発し、全国に向けて強く発信することによって日本の食卓を変える～



育てる

重点実現項目:

蛍が舞い、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

～信濃川をはじめとする豊かな水や土壌を守り、その恵みによる米作りや新しい“食”のあり方を提案する「スローフード(風土)」の振興～





「新市地域らしさ価値」を高めるための 重点実現項目③

実現すべき事柄 **Will**

見極める<アイデンティティの確立・一貫性>

- 楽しく期待を持って子育てができるまち
- 元気で長生きができる暮らしを支える環境と高福祉サービスの充実
- 山(癒し)のみどりと生活(うるおい)のみどりが調和したまちづくり
- 安心、安全に住めるまち
- 高い交通利便性を活かしたまち
- 住環境の一環として自然の保全が位置づけられるまち
- 癒しのまち
- 豊かな自然の保全と積極的な活用
- 身近な自然がうれしいまちづくり
- 伝統とものづくりの技を市のシンボルとして大切にするまち
- 身近なコミュニティ拠点の整備

発信する<情報発信力強化・機会の多様化>

- 「市民が主役」への意識改革
- グローバルな中に、伝統的な教えも大切にするまち
- 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
- 伝統に根ざして地域が調和する
- 伝統と実績をアピール

育てる<人材育成・ブランド育成>

- すべての世代が協働するまちづくり
- 10年先を見据えた人材づくり
- 多様性を許容する小単位コミュニティ
- 個を大切にしつつ効率的な行政サービスの展開

新市地域らしさ価値その3

世代がつながる安住都市

未来人を育む資源博物館・新ながおか

現状の強み

Can



- 豊かな自然と都市基盤
- 元気な高齢者、優れた人材
- 協調性があり、人情に厚い
地域パーソナリティ
- 住民の自主的な動き
- 教育的環境、人材が育つ風土

重点実現項目の設定にあたっては、各種調査で得られた、多くの住民の声や思い(実現すべき事柄、現状の強み)を検討の3つの視点(見極める・発信する・育てる)で再整理し、新市地域らしさ価値を高めるために取り組むべき重点課題としてとりまとめました。

見極める

重点実現項目:

「生きる楽しみ」「育つ喜び」が実感できる
生活環境の創出

～すべての世代が住みたくなる住環境の実現～



発信する

重点実現項目:

「元気に老いる」熟年力を活かしたまちづくりの推進

～身体の健康だけでなく、精神的な活力を
活かす場を創り、すべての世代が元気なまち～



発信する

重点実現項目:

地球を想う「未来人」みらいびと育成・発信地域の創出

～子ども力・自立した活動を地域全体で伸ばし、発信する地域づくり～



育てる

重点実現項目:

「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

～地域の宝、子どもたちをみんなで育てるまちづくり～





「新市地域らしさ価値」を高めるための 重点実現項目④

実現すべき事柄 **Will**

見極める<アイデンティティの確立・一貫性>

- 長岡独自の交通、都市機能ネットワークの構築
- 高い交通利便性をいかしたまち
- 癒しのまち
- 各地の多様な価値を尊重する観光開発
- 山と里と都市の調和
- 身近な自然がうれしいまちづくり
- 山(癒し)のみどりと生活(うるおい)のみどりが調和したまちづくり

発信する<情報発信力強化・機会の多様化>

- 地域に残る文化を結び、新たな文化を育むまち
- 各地域の文化を尊重し、結びつけて保全活用
- 美しい河川、森林を次世代に残す
- 豊かな地域の個性をつなぎ、長岡らしさをつくる
- おいしい水と食で来訪者をむかえるまち
- 「食」をキーワードとした地域の活性化
- 豊かな自然の保全と積極的な活用
- グローバルな中に、伝統的な教えも大切にするまち
- 地域文化と人的資源の活発な交流が見られるまち
- 伝統と実績を広くアピール

育てる<人材育成・ブランド育成>

- 地域文化の保全と活用を図る仕組みとルートがあるまち
- 官民協力の時代にあった斬新な行政サービスの展開
- 食文化、食による地域活性化

新市地域らしさ価値その4

世界をつなぐ和らぎ交流都市

「人」「ものがたり」「競和国」・新ながおか

現状の強み

Can



- 地域文化の保全と活用を図る仕組みとルートがあるまち
- 食文化、食で地域活性化
- 協調性があり、人情に厚い地域パーソナリティ

重点実現項目の設定にあたっては、各種調査で得られた多くの住民の声や思い（実現すべき事柄、現状の強み）を、検討の3つの視点（見極める・発信する・育てる）で再整理し、新市地域らしさ価値を高めるために取り組むべき重点課題としてとりまとめました。

見極める

重点実現項目:

地域資源を活用した新ながおか
*コンベンション・シティの創設

～地域資源・特性を活用した地域内外の交流機会の創設～

*「コンベンション・シティ」= 種々の会議やイベントを開催する環境を整え、それらの開催をもって地域発展の基礎としている都市



発信する

重点実現項目:

すべての市民が「新ながおか親善大使」

～地域の伝統文化、魅力をテーマとしたイベントの開発と実施～



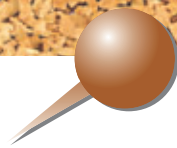
育てる

重点実現項目:

「暮らしたい」「働きたい」「遊びたい」…
魅力あるまちを目指す

～すべての市民が「新ながおか」に誇りを持てる都市の実現～





【地域らしさの芽 他地域の事例から】

21世紀型産業のキーワードは、健康、環境といわれています。また、コミュニティと緊密なつながりの上に機能するビジネスにも同様に期待の目が注がれています。会社設立の際の資本金規制の特例、地産地消の定着、NPO法人の設立、エコマネーの広がりといった動向が、市民起業や新ビジネスを後押ししています。

身近なところから発想したビジネスの事例に、独創企業のヒント、まちづくりの芽をみつけてください。

仲間づくりから生まれた特産品—滋賀県竜王町・そば振興会

地域の仲間の活動から起業したグループがあります。滋賀県竜王町の「竜王町そば振興会」です。休耕田でそば栽培を行い、加工・販売し、そば店も開業しました。竜王町に住むサラリーマンたちの副業で、会員と賛同者で運営をしています。

竜王町は肉牛や果樹栽培のまちで、そば産地としての知名度はありません。そもそもは仲間同士の思いつきはじまりで、自分たちで栽培したそばを自分たちで打って食べてみたいという遊び心でした。機械や技術も間に合わせでしたが、怖いもの知らずで体当たり。製粉や製麺も自前でできるようになりました。

特色の一つは、できる範囲でできる方法を考えたこと。多くの人たちにそばを食べてもらうため、県内のイベント会場にそば屋台を出したり、出前そば打ち教室を続けました。こうした活動が、竜王町とそばの認知度を高めました。

会の活動が活発になると、休耕田で会のそばを栽培する地元農家も増えました。そばをまちのブランド作物に育てようという気運も生まれつつあります。

古いだけの町並みがエコミュージアムに—大分県豊後高田市・昭和の町

現存する地域資産を活用してまちを活性化したのが、大分県豊後高田市の「昭和の町」の取り組みです。商店街の7割が昭和30年以前に建てられた建造物という点を活かし、徒歩と自転車で買い物やまちの散策を楽しんでもらうという趣向です。

江戸時代は天領だった豊後高田は、商業のまちとして栄えました。戦災にあわなかったことから、明治、大正のレトロな建築物も残っていて、補修のときにはかつての景観を再現するように配慮しています。

商店街全体を一つのミュージアムとして保全していこうという試みは、わずか7軒の商店からはじまり、次第に広がっています。

昭和の町は、商店街の外観を保存しているだけではありません。各店舗のショーウィンドウの一画には昔の道具や先祖代々の家宝が展示されていて、その由来や店のなりたちなどを店の人が説明してくれます。こうした店先での会話のやりとりも、まちの魅力になっています。

地方の商業スポットはより広い敷地を確保できる郊外へと移転し、旧来の商店街は衰退していますが、逆転の発想と地域の連携で新しいスタイルを確立できる可能性があります。

