第6回新市将来構想策定小委員会次第

日時：平成１５年6月２５日（水）
午後6時30分から8時30分まで
場所： 長岡市役所大会議室

1　開会

2　新市地域らしさ価値について

3　その他
（1）次回小委員会の日程について

4　閉会

資料No,1

新市地域らしさ価値（案）
（ブランディング価値）
検討資料

2003年6月25日

長岡地域任意合併協議会事務局

地域らしさ価値の具体化方針

まちづくりブランディング

それまでの各種調査結果に基づく「地域らしさ価値」キーワードから、
小委員会での討議結果に基づき、重要性をピックアップします。

具体化イメージ

各種調査結果 → 「地域らしさ価値」キーワード

前回までの検討内容

→ 小委員会での討議内容 → 重点となる「地域らしさ価値」の具体化方針 → 「新市地域らしさ価値」具体化

今回討議内容

具体化・言語化方針

地域らしさ価値キーワード

新市イメージに関するビジョンのキーワード（判断基準）

多様性　調和（個性・過去と未来・人間と自然）
独自性　住みやすさ　ゆっくリズム・癒し・ものがたり

生活ハード（産業・都市基盤）ビジョンのキーワード（判断基準）

製造業の再生　食による活性化　観光振興
新産業育成　自然と都市の共存

生活ソフト（ソフト・行政運営）ビジョンのキーワード（判断基準）

人材育成　コミュニティとネットワーク
地域文化保全活用　老若共働　官民の協力

新市マインド（人間像）に関するビジョンのキーワード（判断基準）

■現在の協調性、人情深さを維持しながら、自主性・責任のあるリーダーとしての向上の希望。

ビジョン表現：元気さ、おおらかさ、はつらつさをイメージさせる

■現在の慎重、粘り強さを希望である積極向上性から見た、誠実、思慮深い、行動・姿を訴求。

ビジョン表現：誠実さ、確かさをイメージさせる

地域資源活用に関するビジョンのキーワード（判断基準）

地域価値＝自然と人間の共創物
＝自然資源「水」「土」「火」　×文化資源「技」「路」「食」

（小委員会発言中心）

WANT -期待・希望・ありたい姿-

■人口増加
■産業振興と雇用の確保
■農業の活性化
■新産業・新事業創出
■育児·医療·福祉の充実
■自然の保全と共生
■防災に強く安全な住みよいまち
■地域内外の交流の拡大
■住環境インフラの維持·整備

WILL -実現すべき事柄-

■産学（産学官）共働による産業振興·新産業の創出
■基盤整備を活かした新しい農業の位置づけと活性化
■「すみやすさ」の実現
■育児·安全·予防医療·福祉·住環境の充実
■自然·文化·歴史の尊重と活用
■内外の交流人口の拡大
■若者を始めとする人口の増加

CAN -現状の強み-

■機械·織物・食品などの製造業
■昔からの治水·土壌改良による農業改良・基盤整備の実績
米作地域としての実績と知名度
■首都圏·北陸地域との交通アクセスのよさ（交通の要所）
■多様な自然·伝統·文化の存在
■米百俵に象徴される人材育成·教育環境·教育施設
■誠実で協調性があり、人情に厚いパーソナリティ

「地域らしさ価値」具体化方針

1.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

2.体をつくる優れた「食」産地であり続けること

3.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

4.自然・歴史・文化を活かした交流の地域となること

□上記4項目を主要な内容骨子として、「地域らしさ価値」の言語化を行う（人口増加については、上記4項目の結果として実現するものとして捉える）

□言語化においては、上記の内容に加えて、「元気さ」「はつらつさ」「誠実さ」などのイメージを加え、言葉としてのパワーを持つものとする

□総合計画とは異なり、行政施策全般やあり方全てに配慮するのではなく、特徴となるものを強調して長岡地域を表現するものとする

新市地域らしさ価値　その1
（ブランディング価値）

具体化方針に基づく調査結果整理

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めざす
・人と自然、伝統と最先端がバランスするまち
・新潟県の中心になりたい
・「ものづくり」による産業振興をめざす
・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

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
■ 中国を始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
■ 自然に育まれ、豊かな感性と創造力を持つ人材（長岡地域の人材育成実績結果）が、新世紀の「起業人の条件
■ 県内における都市活動の中心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）

ありたい姿

認識

Will -実現すべき事柄-

・製造業主体の産業
・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めざす
・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るまち
・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めざす
・恵まれた交流空間をい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るまち
・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、粘り強さをほこりとするまち
・伝統と実績を広くアピール
・技をたかめる
・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
・水や土とともにひとが育む

確立すべき新市地域らしさ価値 1
（ブランディング価値）

独創企業生育都市
～誠実さが生み出す「技」立国　・新長岡～

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、ファッション産業、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更に発展・推進し、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。

- 伝統と実績に基づく、分野や規模に寄らない「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「企業精神」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　その2
（ブランディング価値）

具体化方針に基づく調査結果整理

Want -期待・希望・ありたい姿-
・農産物の産直販売・食品加工開発をめざす
・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むかえるまち
・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るまち
・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
・技をたかめる
・伝統のものづくりの技を市のシンボルとして 大切にするまち
・引き継がれた技を誇り高くアピールするしくみと、 機会の創出

強み

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
■ 日本の穀物需要率は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

認識

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
・水や土とともにひとが育む

確立すべき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
～ひたむき米（まい）の生まれる里 ・ 新長岡～

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いなるエネルギー（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持っている。

「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」として位置づける。

「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　その3

（ブランディング価値）

具体化方針に基づく調査結果整理

Want -期待・希望・ありたい姿-

- 高福祉のまち（こども・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
- 老人が元気になるまち
- 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
- 市民が主役への意識改革
- 山のみどり（癒し）と生活の緑（うるおい）がバランスしたまちづくり
- 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
- 高い交通利便性をいかしたまち
- 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
- 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るまち
- 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繋がり交流するしかけをつくるまち
- 行政と住民の役割り分担
- 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

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）

認識

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

確立すべき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（みらいびと）を育むフィールドミュージアム ・ 新長岡～

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豊富な
健全な生活環境を信条としている。この生活環境と同時に「人材育成」の環境と実績から、
高齢者や子供などの世代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、
安定と安らぎ住まい都市を発信する。

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。

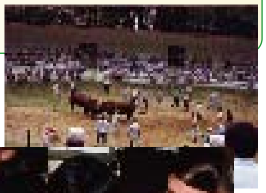
生活の背景となる川や森林を守り育てることで「住みやすさ」の恒久化を図る。

新市地域らしさ価値　その4
（ブランディング価値）

具体化方針に基づく調査結果整理

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めざす
- 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
- 行政と住民の役割り分担
- 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
- 高い交通利便性をいかしたまち
- 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むかえるまち
- 交通網の再構築
- 「食」をキーワードとした地域の活性化
- 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
- 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
- 山のみどり（癒し）と生活の緑（うるおい）がバランスしたまちづくり
- 多様性と個性を大切にするまち
- 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
- 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
- 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
- 伝統と実績を広くアピール
- 商店街の再生に向けての空店舗の有効活用

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、体にいいもの（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

強み

認識

Can -現状の強み-

- 多様な産業と郷土文化がいきづく
- 個性的な地域、人と自然が共生してきた歴史
- 長岡地域のちからは豊かな資源
- 古き良きもの
- 恵まれた道路交通網と観光資源
- 豊かな自然と都市基盤
- それぞれの地域文化資源
- 住民の自主的な動き

確立すべき新市地域らしさ価値 4
（ブランディング価値）

世界をつなげる和らぎ交流都市
～人「ものがたり」競和国・新長岡～

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、世界の人々とつなが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、人の営みによってつながれてきた心の歴史都市である。長岡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。

新市各地の「技」や「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、持ち味の競演を行なうことで、より高水準の交流地域を目指す姿勢を明らかにする。

新市地域らしさ価値の展開例
（ブランディング価値）

新市地域らしさ価値(案)
(ブランディング価値)

独創企業 生育都市
～誠実さが生み出す「技」立国・ながおか～

元気に満ちた 米産地
～ひたむき米（まい）の生まれる里・ながおか～

世代がつながる 安住都市
～未来人（みらいびと）を育むフィールドミュージアム・ながおか～

世界をつなげる 和らぎ交流都市
～人「ものがたり」競和国・ながおか～

対外的展開の例　→　市外生活者・企業

総合地域イメージ訴求
- o「多様な産業」と「人間らしい暮らし」と「豊かな自然」が共存する新長岡
- o新潟・首都圏・日本海圏のさまざまな人や物、心が交流するところ
- o新長岡市は製造業などの産業が盛んで、新しい活力に満ちている

地場産品ブランド活用
- o「米どころ・ながおか」の米や農作物は安全でおいしい
- oおいしい食べ物や酒、優れたファッション製品の産地である

観光ブランド活用
- o豊かな自然と由緒ある歴史、そして多様な伝統文化や観光資源がある
- o自然と調和した人の暮らしがあり、ゆっくり滞在するのに相応しい地

その他の活用
- o新産業を含む産業基盤整備による起業促進・企業誘致への活用

対内的展開の例→新市住民（潜在的住民／U・Iターン）

地域アイデンティティ価値
- o自然と歴史・地域文化に育まれ、人間らしい暮らしができる街
- o人を育てる伝統を基に、明日を担う元気な人が育つ街

暮らしの地域価値
- o「働く場」と「豊かな自然」が共存し、住環境が整備されている新長岡

福祉・教育・医療
- o老人福祉、子育て支援、教育・医療の環境・施設が充実した安心の街

働く場としての価値
- o元気な農業・工業・新産業がある働きやすい街