

⑤ 都市イメージの発信

新潟から全国へ世界へ、まちの魅力を

食と花、みなとまちを核として、新潟市らしさを伝える文化、歴史などを国内外にアピールし、都市イメージの確立を図ります。

現況・課題

- 国際化・情報化の進展や経済状況の変化などによる「都市間競争」の強まり
- 首都圏などにおける本市の知名度の不足
- 豊かな自然や食と花など、本市が持つ魅力の発信による都市活性化の必要性の高まり

都市イメージの確立 都市のアピール



みなとびあの活用

開港140周年記念イベント

みなとまち

- 萬代橋～古町～下町の観光定番コース化

食と花

- 多様で上質な農産物
- 日本海の水産物
- 四季折々の豊かな花



にいがた食の陣

まつり・イベント

- 新潟まつり
- 白根大凧合戦
- 新潟縮おどり祭
- にいがた冬食の陣 etc.

おもてなし

- 市民一人ひとりのおもてなしの心・交流産業従業者のサービスの向上

リピーターの増加

にいがた文化

- 會津八一・坂口安吾
- Noism
- マンガ文化 etc.

地域のたから掘り起し

- にいがた地元学



古町芸妓

交流の拡大

幅広いコンベンション誘致の展開

コンベンション開催助成制度の活用

コンベンション参加者への観光情報の事前提供

田園体験やグリーン・ツーリズム等のプログラムの充実

発信し交流のネットワークを広げます。

海外観光の振興

- 中国、台湾、韓国等に向けた観光PRや旅行代理店の招致を進めます。
- 国際観光展への出展、市内宿泊ツアーへの支援、国際観光ボランティアの育成を進めます。

北京事務所

国内観光の振興

- 四季折々の食と花、みなとまちの魅力を活かした「宿泊型プログラム」を策定します。
- ターゲットを絞った効果的な宣伝広告を展開します。
- 佐渡や庄内、会津などとの連携による集客の拡大を目指します。

情報の発信

- 外国プレスへの活用
- 様々な媒体の活用
- 情報発信誌の発刊

東京事務所

H26
の目標

市民が誇り、多くの人が集い交流するまちを目指します。

指標

外国人観光客入り込み客数
18年度末 → 26年度末
4万人 → 8万人
観光客入り込み客数
18年度末 → 26年度末
1,150万人 → 1,500万人

⑥ みなとまち新潟の魅力づくり

みなとが賑わう。歴史が賑わう。

新潟市は、開港5港のひとつという歴史を有しています。そんな本市の特色を大切に活かすよう、みなとまちのゆたかな歴史情緒、活力と賑わいのあるまちづくりを行うことによって、「みなとまち新潟」のアイデンティティづくりを進めます。

万代島賑わい 空間の創造

- 万代島エリアで港を活かした日常的な賑わいを創出し、多くの人が行き交う「みなとまち新潟」を内外にアピールします。



万代島賑わい空間

歴史と利便の まちなか形成

- みなとまちの歴史や文化を活かしたまちづくり、中心市街地の利便性を活かした回遊性の高い快適なまちづくりを推進します。



旧小澤家住宅整備, まちなかお宝解説板の整備 など

堀と柳を活かした まちづくり

- みなとまち新潟の歴史ある堀などの再生を推進し、賑わいのある水辺空間の形成を目指します。



堀割整備のイメージ

“新潟もん”のアイデンティティづくりを進めます。

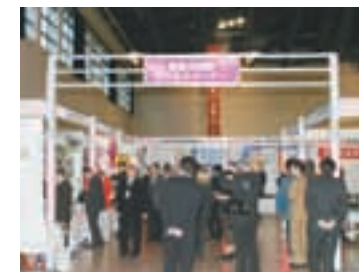


⑦経済の活性化

産業が生まれ育つ新潟のさらなる

産業の振興は、雇用の場を創出するとともに都市の活性化に欠かせない要素であることから、製造業をはじめとした産業全般について、内発型産業の育成などと優良企業の誘致を組み合わせながら、「既存産業の高度化」「新産業の創出」に努めるとともに、東アジアをはじめとした海外とのビジネス交流を促進していきます。

充実を目指します。



現状

- 活力ある地域産業は市民に雇用の場を提供するだけでなく、中長期の市政経営にとっても重要なことから、産学官が連携して新産業の創出に努めるとともに、既存産業の高度化を図る必要があります。
- 本市の製造業事業所数、従業者数は減少で推移していますが、「ものづくり」は経済波及効果における裾野の広さなど、経済の活性化に果たす役割が大きいことから、製造業を中心とした産業の活性化が必要となっています。
- 経済のグローバル化はますます進展しており、市内企業においても国内だけでなく、海外に目を向ける必要性が高まっているなかで、市内企業のニーズに応えた支援を講じていくことが重要となっています。

内発型産業の育成

産学官連携による総合支援

- 経営、技術相談窓口の一本化
- 商談機会の提供

新たな活力を生み出す産業の創出

- バイオリサーチパークの形成と新技術の活用
- ベンチャー企業や新規事業創出への支援

国内外企業の誘致

都市のポテンシャルを活かした企業誘致の推進

- 東京事務所を活用した積極的な企業誘致
- 企業立地への優遇措置

外資系企業の誘致推進

- 海外での投資説明会の開催
(進出企業の発掘とセールスの展開)

海外とのビジネス促進

海外市場との交流促進

- 新航路・新航空路の開設
- 輸出入の拡大

農産物輸出の促進

- 東アジアなどでの現地情報の収集と展示会・試食会の開催

H26の目標

- 地域に内在した技術・知識・人材などの育成・充実と地域外のヒト・モノ・情報などの交流により、経済の活性化を目指します。

指標

製造品出荷額
(H16 工業統計調査)
8,967億円
↓
(H26) 1兆1,500億円

⑧ 拠点性の強化

東アジアに開かれた国際拠点都市と

して一層の飛躍を目指します。

基本計画

1

総論

2

重点
プラン

3

施策別
プラン

4

区別
基本方針

空港・港湾の機能強化

空港・港湾施設の機能強化と新たな需要の創出に取り組みます。

- 3,000m級滑走路の整備促進
- 空港アクセスの改善，将来的なアクセス方策の検討
- 国内及び対岸諸国などとの航空路及び航路拡充
(トロイツァ港との新規航路，北京・天津との新規航空路 など)



拠点地区の整備

拠点地区の整備に取り組み都市機能の強化を図ります。

- 鳥屋野潟南部開発計画の推進



新潟駅周辺の整備

新潟の陸の玄関口にふさわしい機能的で魅力ある都市空間の整備と利便性の高い交通ターミナル機能の強化・充実を推進します。

- 周辺市街地の整備，連続性のある都市軸の形成
- 新潟駅の連続立体交差化，ターミナル機能の強化



駅前広場の整備イメージ

道路網の整備

広域的な地区間の交流・連携のため，道路網の整備と活用を推進します。

- 高速道路の整備促進
(日本海東北自動車道，磐越自動車道，スマートIC等)
- 幹線道路の整備



上越新幹線の活性化

県や沿線市町村など関係諸団体と連携・協力し，上越新幹線の利用拡大に向けて，諸施策の展開に取り組みます。

- 2014年問題への啓発活動
- 関係諸団体との連携・協力
(羽越本線高速化の促進など)



H26
の目標

人・ものが行きかう
活気あるまちを
目指します。

指標

空港アクセスの改善
新幹線から空港アクセス
バスへの乗換え距離の
短縮を目指します。

基本計画

1

総論

2

重点
プラン

3

施策別
プラン

4

区別
基本方針