

報告第16号

第3回新市建設計画策定小委員会について

第3回新市建設計画策定小委員会について、別紙のとおり報告する。

平成16年5月28日提出

長岡地域合併協議会
会長 森 民 夫

(仮称)

なごか地域新市建設計画

(素案)

新市の地域らしさ価値を高める行動計画

平成 16 年 5 月 28 日

あいさつ

長岡地域合併協議会会長

序章	4
1.はじめに	4
2.私たちはなぜ、合併するのでしょうか（建設計画策定の背景）	5
（1）市町村の枠を越えた広域的な行政が必要になっています	6
（2）グローバル時代の地方分権を担う行政機能の強化が必要です	6
（3）地域を見つめ直し、新しい長岡新市を創ることが必要です	6
（4）住民と行政が連携・協力する新しい地域経営が求められています	7
（5）安定した財政基盤の確立が急務となっています	7
（6）建設計画の位置づけ	8
（7）建設計画が対象とする期間	9
（8）建設計画の構成	9
第1章 新市の概況からみた可能性	10
1.新市のフレーム	10
（1）位置・地勢	10
（2）人口・世帯	11
（3）人口動態の見通し	12
（4）気象	13
（5）面積	14
（6）土地利用	15
（7）都市計画区域	16
2.新市の競争力	17
3.新市の暮らしやすさ	20
4.新市の人を育てる力	21
5.新市の交流する力	22
第2章 新市将来構想の概要(基本方針)	25
1.新市将来像（基本方針）の考え方	25
2.新市まちづくりの基本方針	26
3.地域の夢	30
第3章 新市建設計画策定の概要	36
1.建設計画策定のプロセス	36
2.建設計画策定方針	37
（1）建設計画策定の視点	38
（2）建設計画策定の価値基準	38
（3）建設計画策定の活動留意点	39
3.建設計画の事業区分の設定	40
4.戦略方針	41
第4章 新市建設の施策（予定している構成）	
1.建設計画事業登載の考え方	
2.地域らしさ価値の確立 戦略的事業	
（1）戦略方針別事業一覧	
（2）リーディング事業の概要	
3.安心感の形成 生活基盤形成（ナショナルミニマム）事業	
4.一体感の形成 合併に伴う必要事業	
第5章 新市における新潟県事業の推進	
第6章 財政計画	

序章

1. はじめに

長岡地域新市建設計画は、新市の地域全体の人々が新しいまちづくりにおいて共有していきたい「新市の価値＝地域らしさ価値（ブランディング価値）」を高めるための活動であるということを、基本に考えて策定されています。

長岡市、中之島町、越路町、三島町、山古志村、小国町（以下「6市町村」という）の特徴、そこに生活する人々の「誇り」や「願い」を反映するためには、市民主導の地域経営、市民と行政が一体となった活動といったものを重視しなくてはなりません。自他共に誇れるまちづくりをするためには、その結果や目的だけでなく、どのようにつくっていくかという過程も重要なのです。

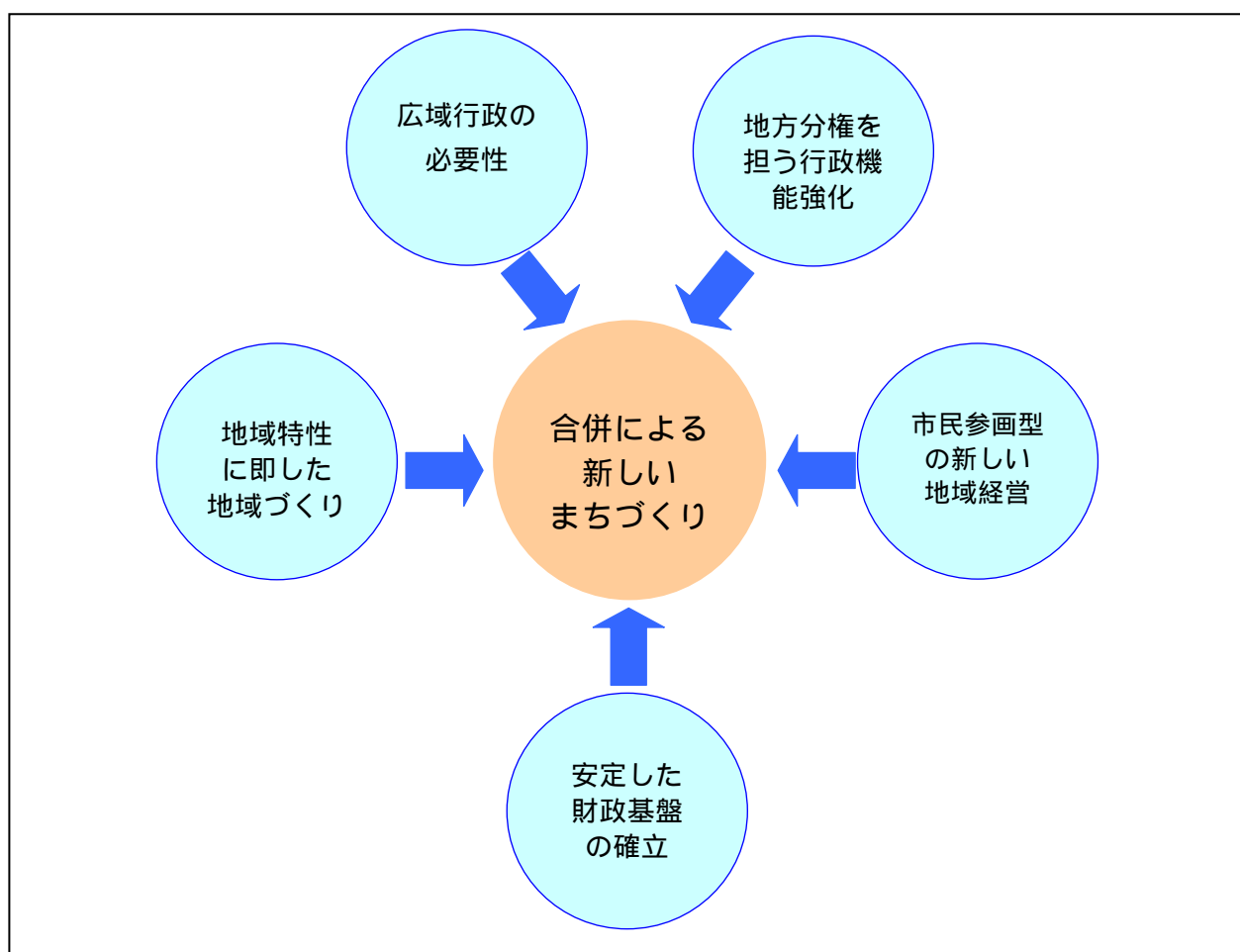
「長岡地域新市建設計画」は、市民と行政と一緒に新しいまちづくりを進めるための基本となる計画です。私たちは、ここにその計画を定め、将来構想実現に向けて市民・行政が一体となって行動することを呼びかけたいと思います。

2. 私たちはなぜ、合併するのでしょうか（建設計画策定の背景）

建設計画の紹介に先立って、なぜ6市町村の合併が必要になっているか、その背景をまとめてみました。

近年のモータリゼーションの進展、情報化、少子高齢化といった社会状況の変化により、日常生活圏や交流圏の広域化、ライフスタイルの多様化など、地域の人々の価値観や暮らし方は大きく変化しています。そういった中、最も身近な行政主体である市町村も自ら変化していかななくてはなりません。また、経済環境や国と地方の役割の変化、ますます交流が拡大する海外との関係といった大きな時代の変化は、長岡地域の自治体にこれまで以上の視野の拡大と行政機能の強化を求めています。

こういった変化に対応するためには、個々の市町村の行政改革などの努力に加えて、市町村合併による行政の対応力強化と機能強化が不可欠になっています。以下に、市町村合併による効果を踏まえながら、新市の市町村合併に向けての基本的な考え方を示していきます。



(1) 市町村の枠を越えた広域的な行政が必要になっています

交通や情報通信技術の発達により、長岡地域の住民の日常社会生活圏は、現在の市町村の枠を越えて拡大しています。隣の市町村に通勤したり、買い物に行くことは、普通のことであり、防犯防災や公共サービスのあり方についても各市町村個別の活動では、きわめて効率の悪い状況にもなっています。

すでに、長岡市を中心とした13市町村（「6市町村」を含む）は、平成5年2月に地方拠点都市地域の指定（地方拠点都市法）を受け、広域市町村圏として、広域消防体制整備や一部事務組合を組織化しています。また、地域間交流、広域観光、人材育成といったソフト事業も実施しています。

こうした背景から、今後、広域的な見地からの隣接市町村との一体的なまちづくり、行政サービスの充実といった事業を展開していくために、一つの自治体として総合的な行政主体としての意思決定を行い、住民ニーズに応えることが最適な方法となっています。

(2) グローバル時代の地方分権を担う行政機能の強化が必要です

地方分権の推進は、全国的に見ても実行段階に入り、地方自治体においては自己決定・自己責任の原則の下で、ますます大きな役割を果たすことが期待されています。また、国の枠を越えたグローバル経済の進展や、海外との交流の拡大は、地域においても、これまでの近隣地域や東京など中央との関係だけでなく、海外諸地域との関係も視野に入れていかなくてはなりません。

こうした状況変化は、市町村自治体に対しても高度な行政能力を求めています。合併によって、小規模自治体では困難なノウハウや優秀な人材を獲得・育成し、グローバル時代の地方分権を担う機能の強化が必要になっています。

(3) 地域を見つめ直し、新しい長岡新市を創ることが必要です

地域住民の価値観や行政サービスに対するニーズはますます多様化しています。また、一方で、市町村の枠を越えて自らのニーズを満たそうとする志向も高くなり、転入人口が拡大するなど、地域間の競争も激しいものとなっています。

こうした課題に対応していくためには、地方自治体が自らの地域の意味や役割を認識し、「本当に実現したいこと」「本当に大切なもの」は何かということ、住民の視点から真剣に考えていくことがとても大切になります。他の地域と違った地域の魅力や強みを見極め、それを基盤に住民自身が望む新しいまちづくりをしかなくてはなりません。

このような変化のなか、新市建設は長岡地域6市町村の特性を踏まえた持続力のあるまちづくりのチャンスにほかなりません。今回の将来構想や建設計画は、そういった視点から策定されたものであり、その実現のためには合併による一定規模の自治体形成、財政基盤整備が不可欠といえます。

(4) 住民と行政が連携・協力する新しい地域経営が求められています

行政の枠組みが大きく変化する一方、行政と住民の関係や、地域経営のあり方においても新しい考え方に基づく変化が進んでいます。

地域で行う活動のすべてを行政が担うのではなく、行政で行うべきこと、住民自身が行うべきことを明確にし、協力してまちづくりを進めること。NPOや民間企業の力も活用し、効率的な住民サービスを行うことが、今後の地域経営の基本となります。また行政が行う活動においては住民参加を積極的に進め、事業選定や評価においては、常に住民の声に耳を傾け、住民主導で事業を行うといった住民参画型の地域経営を実現するためにも、住民や民間企業・NPO等と活動領域を共有する広域的な取り組みが必要になっています。

(5) 安定した財政基盤の確立が急務となっています

新しい地域づくりのためには、地域自治体がしっかりと自立するとともに、活動を裏付ける安定した財政基盤を持たなくてはなりません。しかし、経済環境の変化や高齢化に伴う社会保障費の増大などにより、現在の地方財政はきわめて厳しい状況にあることも事実であり、特に小規模自治体ほど財政力は弱く、少子高齢化の進展の中で、基幹的なサービスにも支障をきたすこと恐れがある状況です。

厳しい財政状況の中で、長岡地域における行政サービスを維持しつつ、新しいまちづくりを進めるためには、一方で行政の効率化を図りながら、財政基盤を強化することが最優先課題となっています。6市町村の合併はそのためにも急務なのです。

建設計画策定に向けて

建設計画とは、新市の地域らしさ価値を高めていく計画です

(6) 建設計画の位置づけ

「長岡地域新市建設計画」は、合併して誕生する新しい市をどのように創っていくかを考え、市民と行政と一緒に新しいまちづくりを進めるための、基本となる計画です。

私たちはまず、新市をどのようなまちにしたいか、どのような価値を持つべきか、ということ、市民の皆さんと一緒に考え、「長岡地域新市将来構想」を策定しました。今回の建設計画では、その将来構想に基づき、「新市の価値＝地域らしさ価値（ブランディング価値）」を具体的にどのように確立し、高めていくかを明らかにします。

将来構想の策定においても住民の考えを第一にしてきたように、これからのまちづくりは、どのように創っていくかという過程も重要です。住民本位の新市を実際に建設するためには、市民本位の地域経営、市民と行政が一体となった活動を最優先に考えなくてはなりません。

「長岡地域新市建設計画」の策定に当たっては、そういった視点からの考察を重視しています。そして、ここに現段階の新市の位置づけを正しくとらえ、地域らしさ価値の向上に向けての方法と具体的活動を建設計画としてまとめるものです。

建設計画とは、

構成市町村が、新市において共存共栄を図りながら一体的な活動をするための計画です
新市将来構想を実現する（「新市の地域らしさ価値」を高める）ための具体的な事業計画です
住民と行政が協働で実施するまちづくりの活動計画です

注 1) 現 6 市町村の既往計画との関連について

これまでも 6 市町村では地域の状況、住民の要望などから総合計画を初めとする様々な計画を持っていました。新市建設計画は将来構想実現に向けた新たな施策の検討を行いますが、これら既往計画は、新市建設計画策定における重要な素材となります。既往計画の各事業は、新市の地域らしさ価値向上に向けた建設計画の一部として、新たに位置づけられることになります。

注 2) 新市の総合計画との関連について

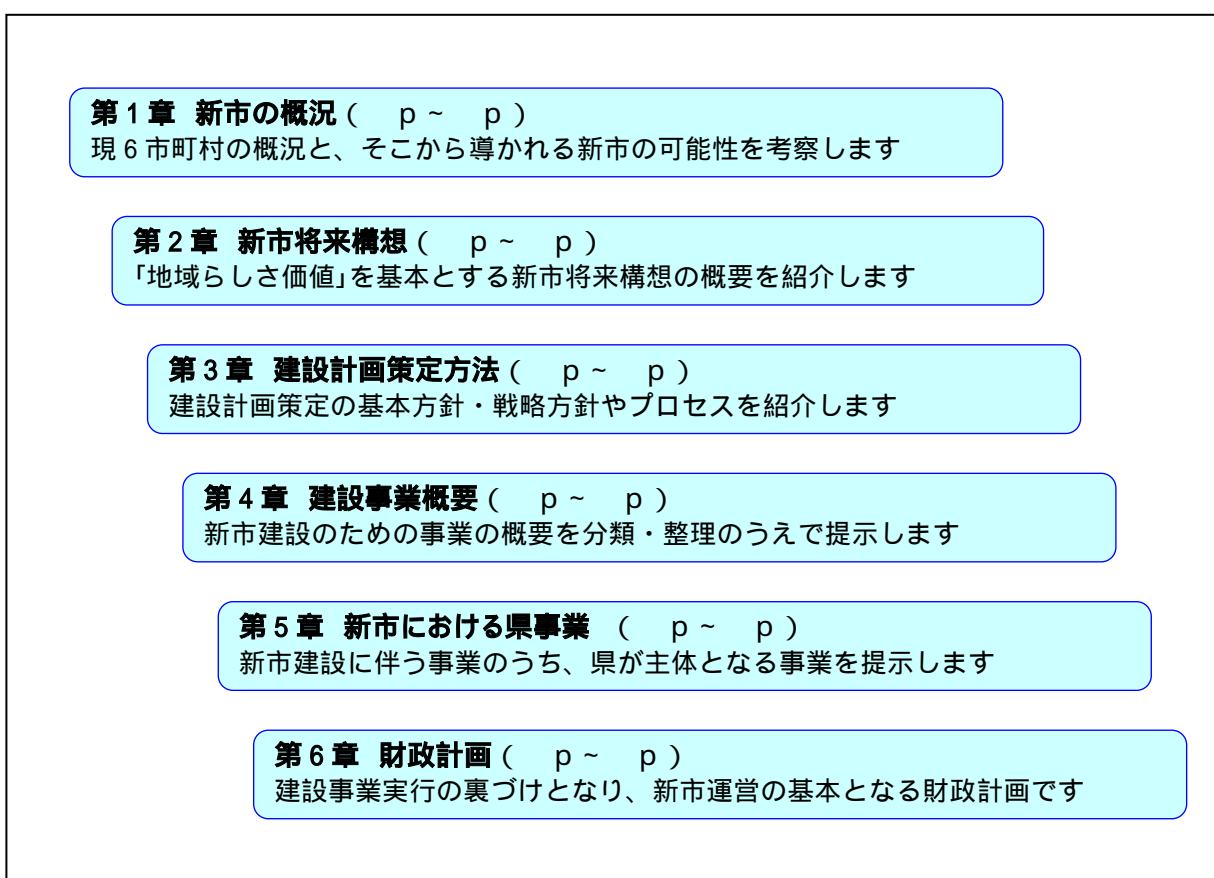
新市建設計画は、新市将来構想を実現するための根幹となる事業を明確にしていくものであり、新市の全分野におよぶ施策や事業を掲載するものではありません。一方、新市総合計画は新市実現後に、新市建設計画を基礎として、新市が目指すまちづくりの詳細な内容について、総合的に掲載するものとなります。

(7) 建設計画が対象とする期間

平成 17 年度～平成 26 年度

(8) 建設計画の構成

建設計画は第 1 章から第 6 章までの 6 章から構成されています。その関係を図示すると以下ようになります。



(第 2 章で紹介する新市将来構想はその概要のみの紹介です。詳細は別冊子「長岡地域新市将来構想」をご覧ください)

第1章新市の概況からみた可能性

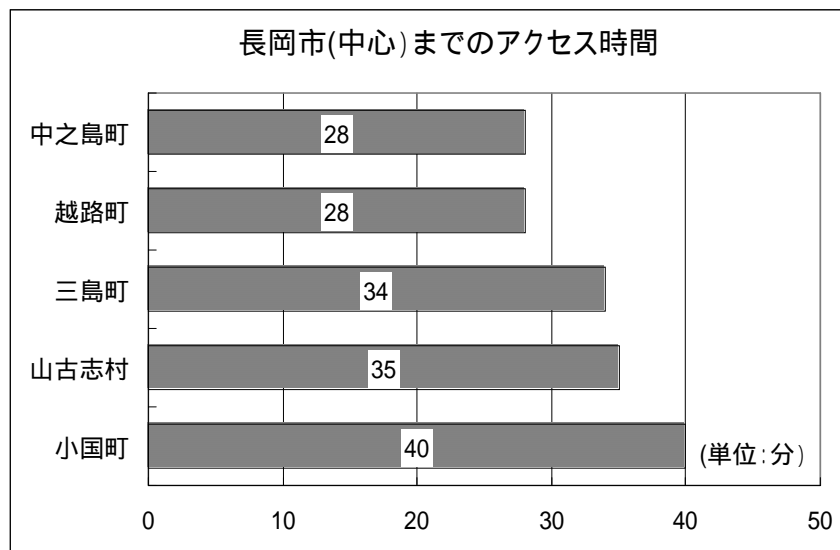
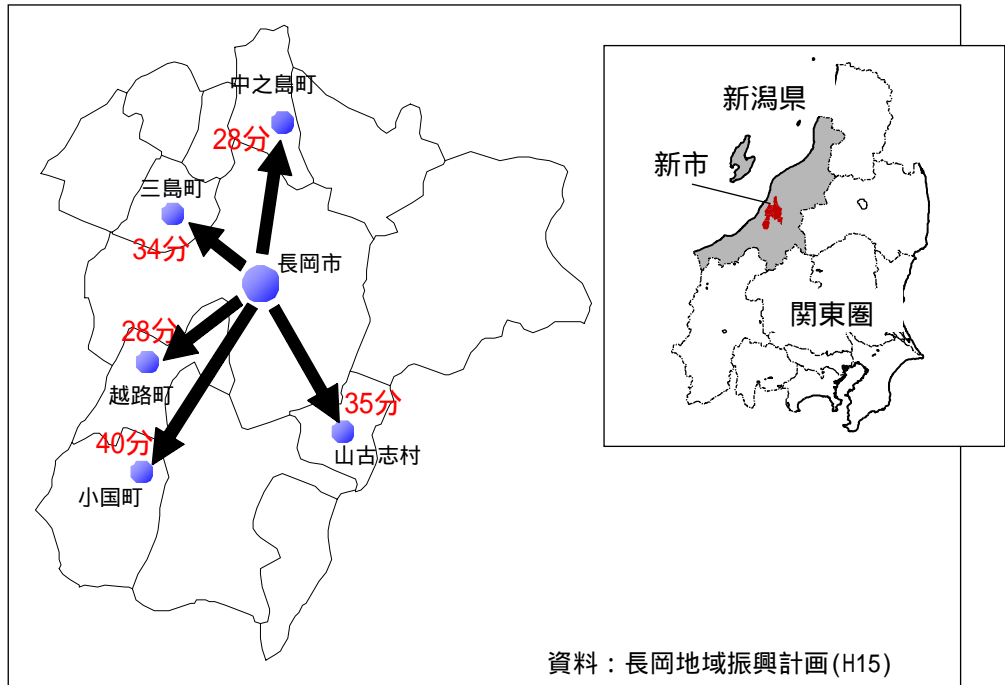
ここでは、新市の現状を概観しながら、新市全体の持っている特性や今後の可能性についての検討考察を行いました。

1. 新市のフレーム

(1) 位置・地勢

新市の中心部となる長岡市への各地域からの現在のアクセス時間をみると、全ての地域が30～40分圏域に含まれます。

モータリゼーションの進行に加え、対象地域のアクセス性の高さを活かし、人々の暮らしや地域交流の広域化に対応した、まちづくりを一体的に進めていくことができます。



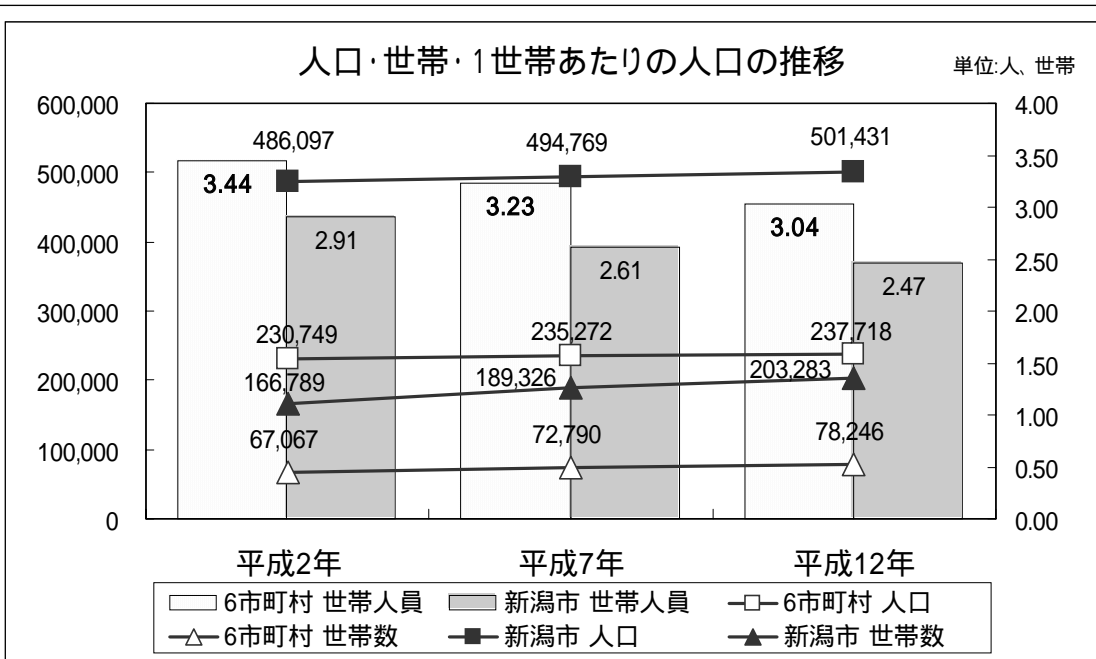
資料：長岡地域振興計画(H15)

(2) 人口・世帯

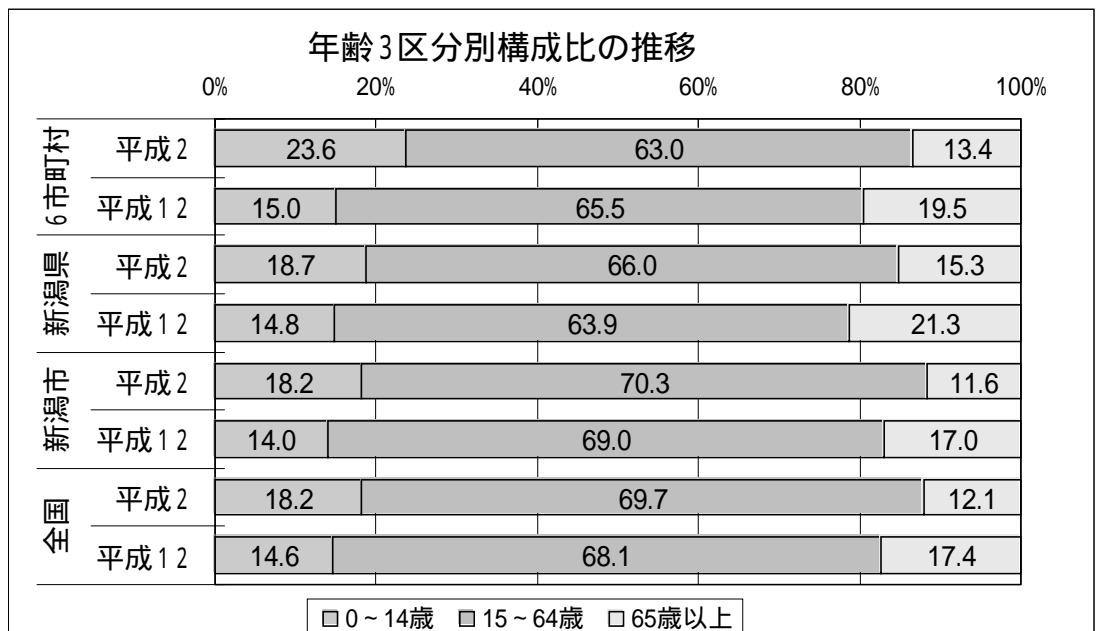
新市の人口は、平成12年の時点で、237,718人であり、新潟県総人口の約1割を占めています。

県全体では人口が減少傾向にあるのに対して、新市では、緩やかに上昇しています。また、1世帯当たりの人口も比較的多く安定しています。

また、老年人口構成比は、新潟県の平均を下回るものとなっています。



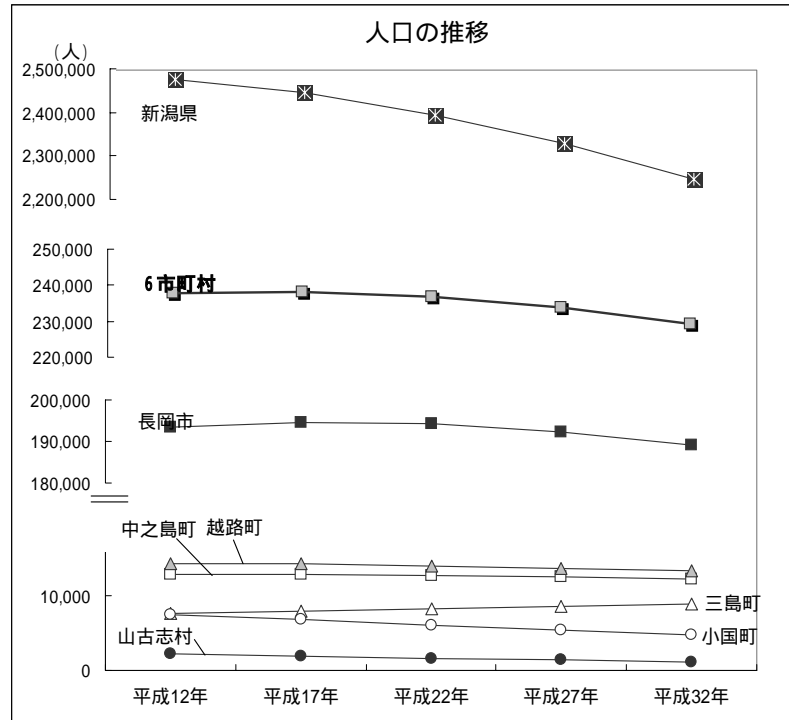
資料：国勢調査（H2、H7、H12）



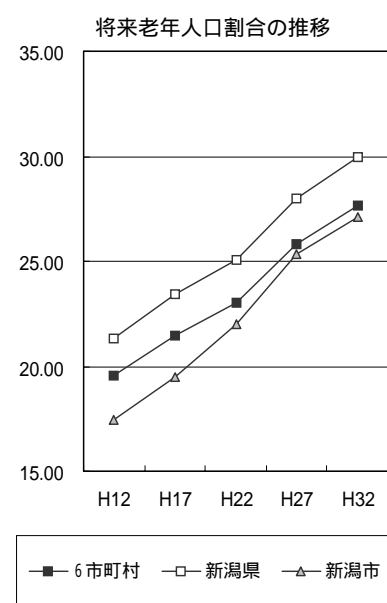
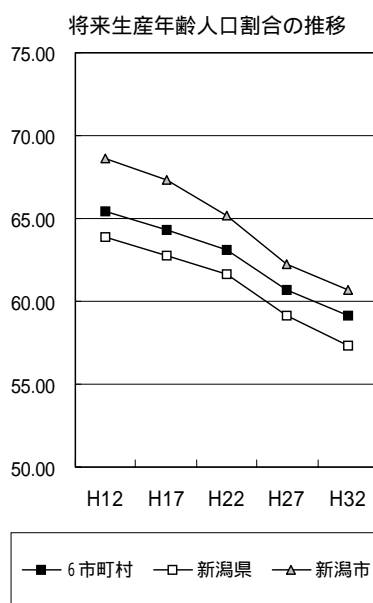
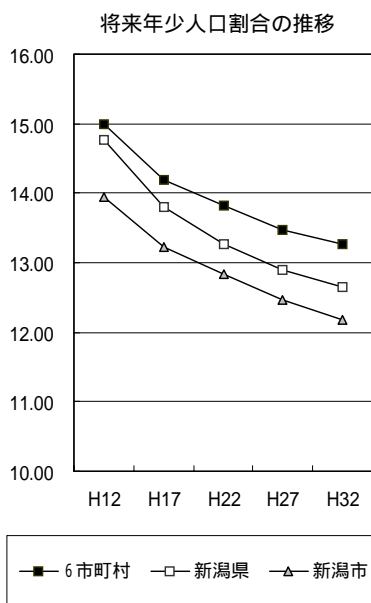
資料：国勢調査（H2、H12）

(3) 人口動態の見通し

人口動態の見通しでは、新市は平成17年から緩やかに減少していく見通しが示されています。
 年齢別の人口割合は、新潟県・新潟市とほぼ同様の傾向で、年少人口・生産年齢人口は減少、老年人口は増加していくものと予測されます。



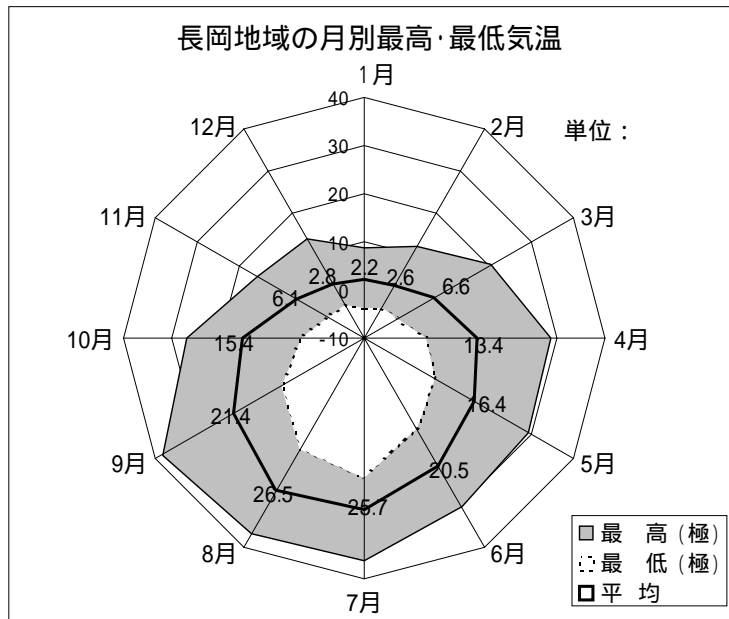
資料：日本統計協会 平成14年3月 「市町村の将来人口」



資料：日本統計協会 平成14年3月 「市町村の将来人口」

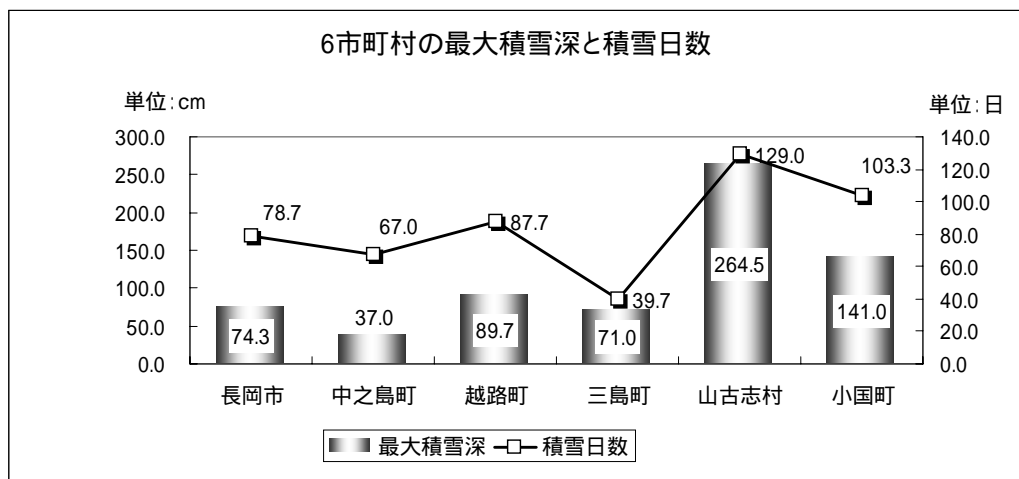
(4) 気象

新市は、冬期には積雪深の多い地域と少ない地域があり、また、夏期でも月平均の気温が25度前後です。
 こうした気象上の特徴を活かして、雪を利用した観光活動を提案することのできる地域です。



1 平均気温は毎正時(24回)の値を平均したもの(H14年度)

資料:新潟地方気象台(H14)



積雪深、積雪日数ともに平成12年度初雪時から平成14年度最終積雪時までの平均値
 積雪日数は、観測値が1cm以上の日数

中之島町・三島町の数値は、役場へのヒアリング結果

資料:新潟地方気象台(H14)

長岡市営スキー場・晴天率(H15年度実績)

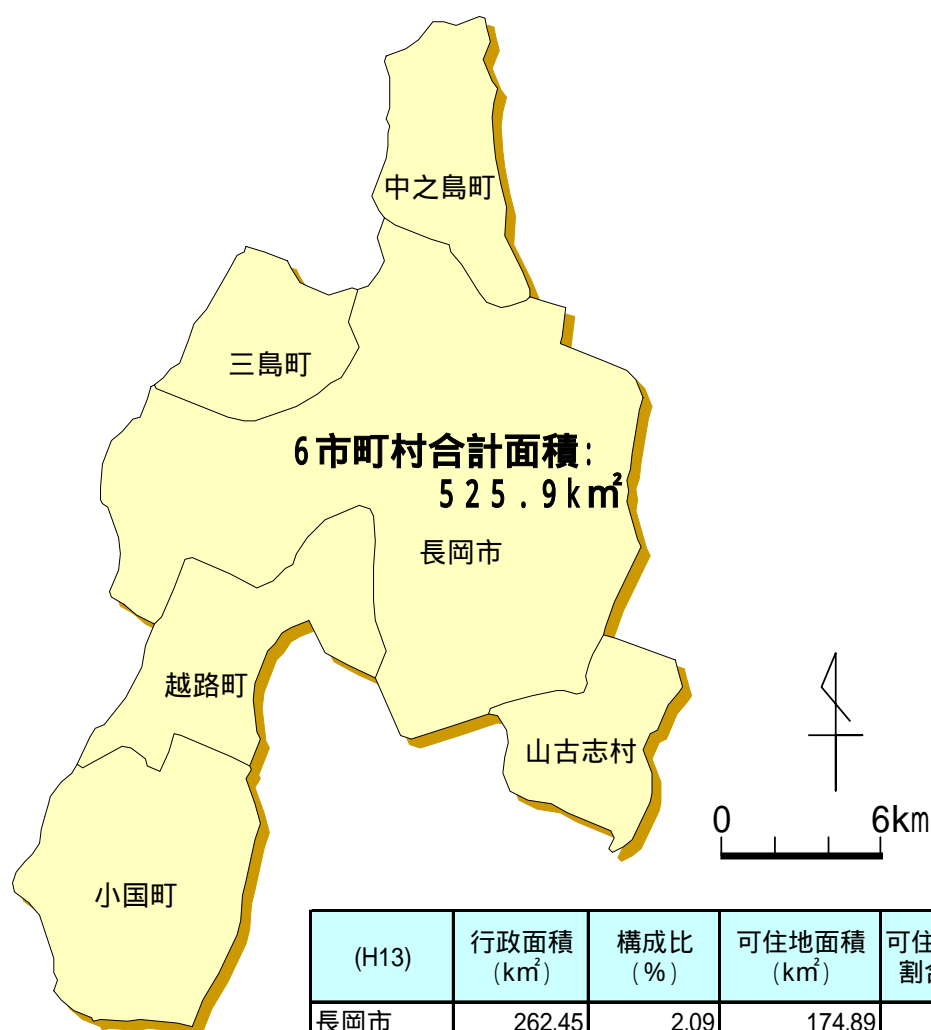
晴天率(%)	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	平均
	-	-	23%	42%	30%	-	-	32%

資料:市営スキー場ホームページ資料(H15)

(5) 面積

新市における行政面積では、長岡市が5割近くを占めることになります。

新市は、平地部の占める割合が高く、可住地面積の割合が、6市町村では6割以上となっています。



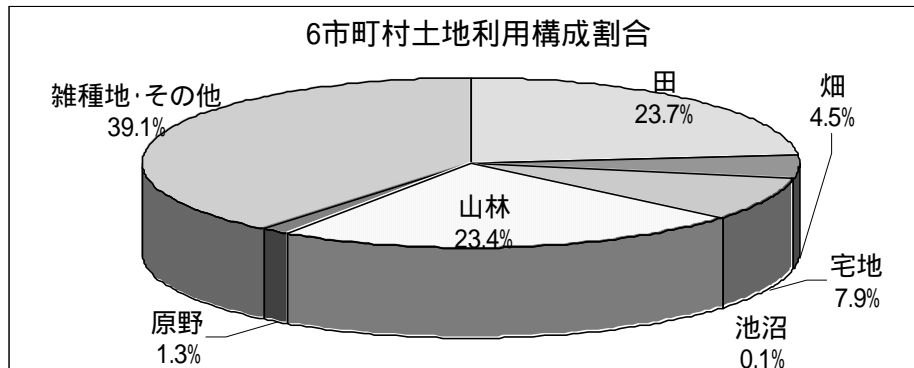
(H13)	行政面積 (km ²)	構成比 (%)	可住地面積 (km ²)	可住地面積 割合 (%)
長岡市	262.45	2.09	174.89	66.64%
中之島町	42.55	0.34	42.55	100.00%
越路町	58.44	0.46	33.72	57.70%
三島町	36.47	0.29	14.30	39.21%
山古志村	39.83	0.32	15.63	39.24%
小国町	86.15	0.68	29.41	34.14%
6市町村計	525.89	4.18	310.50	59.04%
新潟県	12,582.44	100.00	4,481.28	35.62%
全国	377,863.66		125,162.33	33.12%

資料：新潟県統計年鑑（2001）統計でみる市区町村のすがた（2003）

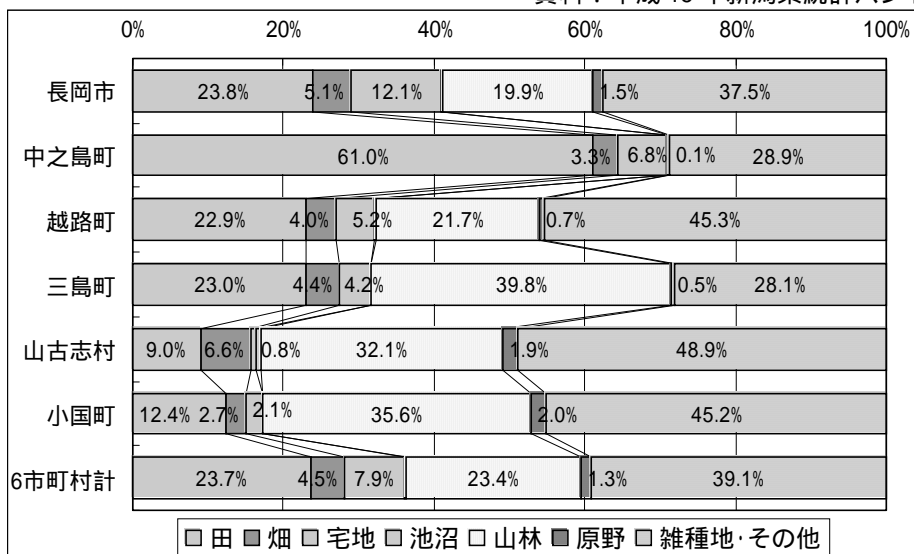
可住地面積は、行政面積より林野・主要湖沼面積を差し引いた面積
全国は、国土地理院による2000年のデータ（地域経済総覧2003）

(6) 土地利用

新市の土地利用の現況をみると、田が全体の23.7%、山林が23.4%を占めており、日本の原風景が残された、自然豊かな地域であることがわかります。
 また、地域ごとに特色が豊かで、多様な景観を楽しむことができることから、地域特性を活かしたまちづくりを進めていくことができます。



資料：平成15年新潟県統計ハンドブック



資料：平成15年新潟県統計ハンドブック

市町村名	田	畑	宅地	池沼	山林	原野	雑種地・その他
長岡市	23.8%	5.1%	12.1%	0.1%	19.9%	1.5%	37.5%
中之島町	61.0%	3.3%	6.8%	0.0%	-	0.1%	28.9%
越路町	22.9%	4.0%	5.2%	0.1%	21.7%	0.7%	45.3%
三島町	23.0%	4.4%	4.2%	0.1%	39.8%	0.5%	28.1%
山古志村	9.0%	6.6%	0.8%	0.6%	32.1%	1.9%	48.9%
小国町	12.4%	2.7%	2.1%	0.0%	35.6%	2.0%	45.2%
6市町村計	23.7%	4.5%	7.9%	0.1%	23.4%	1.3%	39.1%

H15統計データハンドブック

(県市町村課「固定資産の価格等の概要調書」H15.1現在)をもとに作成

雑種地・その他の内容

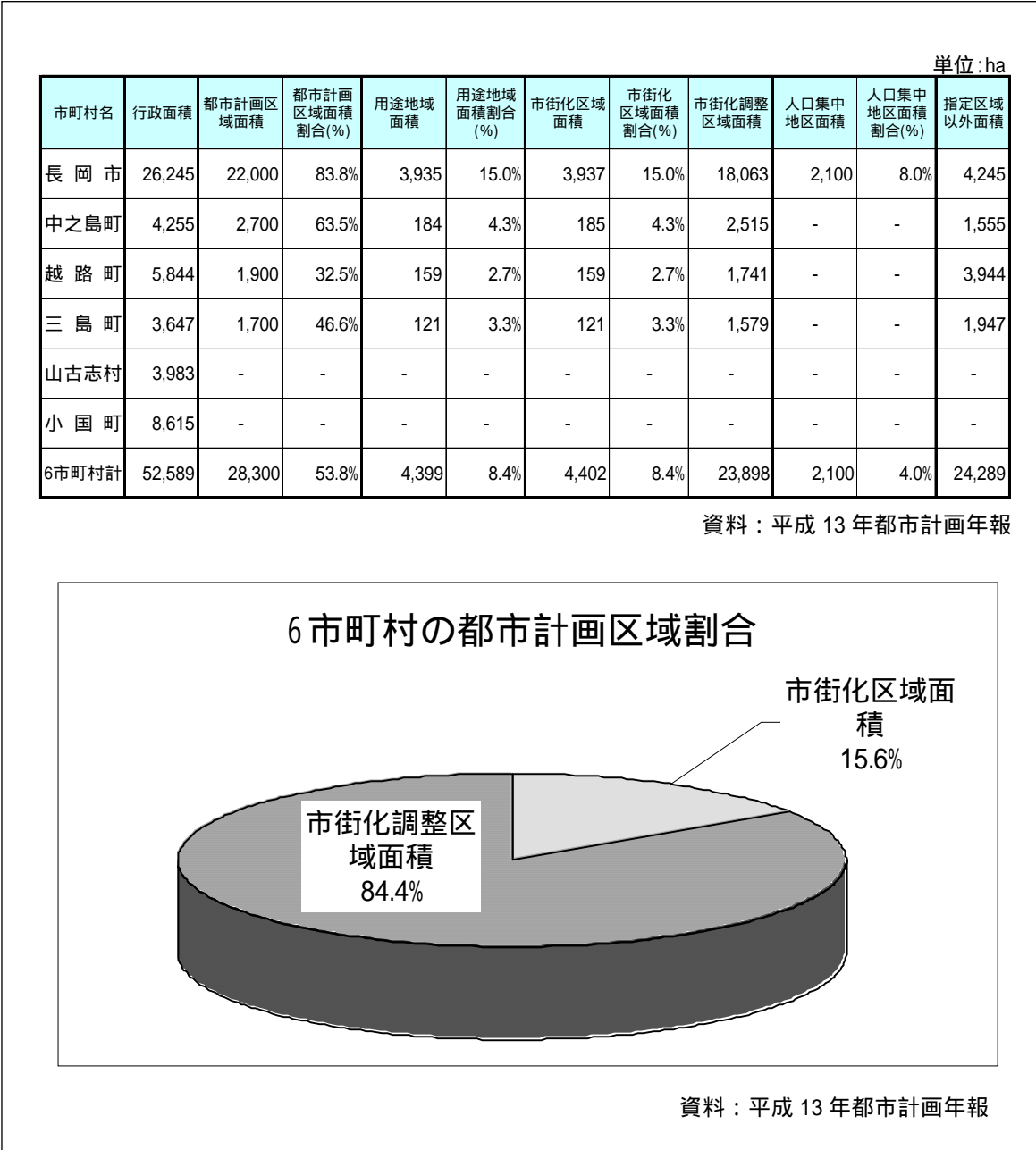
雑種地: ゴルフ場、遊園地、運動場、野球場、競馬場、他それに類する区分

その他: 墓地、境内、運河、水道用地、ため池、保安林(その他の6割を占める)、堤、公園、公衆用道路

資料：平成15年新潟県統計ハンドブック

(7) 都市計画区域

都市計画区域面積は、新市全体の53.8%にあたり、用途地域面積、市街化区域面積ともに8.4%となっています。
人口集中地区面積は、行政面積のうち4.0%にあたります。



2. 新市の競争力

新市の都市競争力：
新しい発想力やチャンスを支援する力

地域特性から生まれた匠の技と、新しい試みへの積極性から、新市独自の多様な力を発揮します

立地を活かした積極的な活動が行われています

新市における総事業所数の推移では、全般的には、減少しているものの、県全体の平均と比べると減少率は小さく、全国的な低迷の中で、企業努力が図られ健闘しています。

特に、中之島町では、平地部が広がる地域特性を活かし、順調に企業立地が進んでいます。事業所数の減少は、製造業における物流拠点統廃合や商業店舗の大型店舗化等、近年の企業活動動向から、一概に産業の不振を表すものではありません。

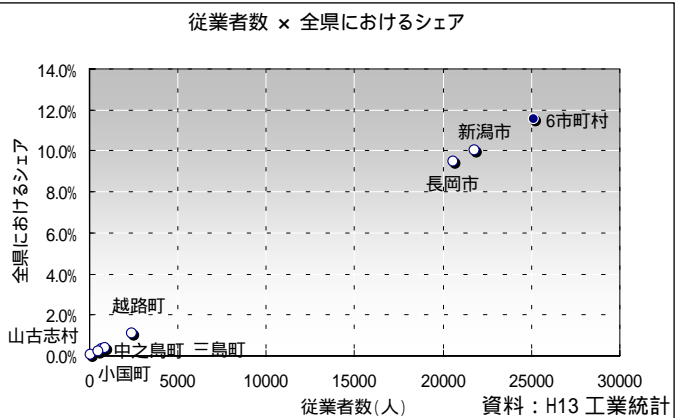
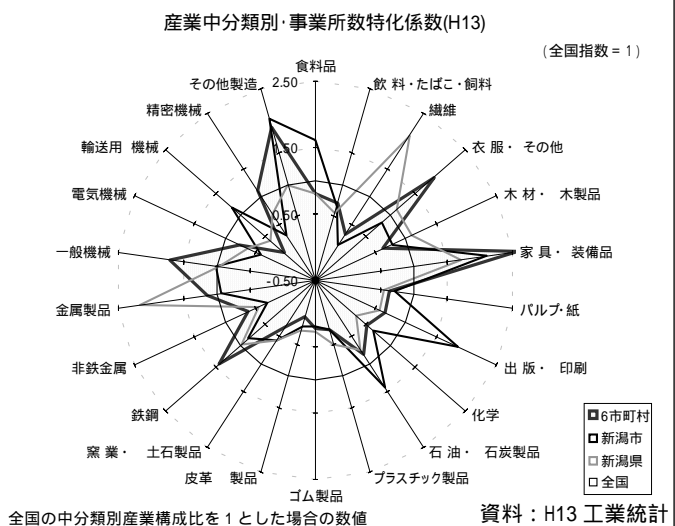
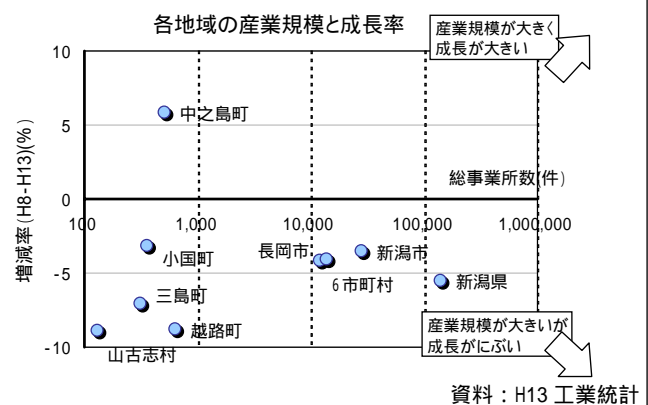
新市の製造業は多様性が高く、また、新たな産業分野への取り組みも活発に行われています

新市製造業の特徴では、精密機械、一般機械、鉄鋼、家具・装備品、衣服などの多分野で特化状況が高く、多様性の高さが見て取れます。

また、新潟市と比べても従業者数と県におけるシェアが高く、雇用の受け皿が大きいことが分かります。

「長岡デザイン研究会」などの異業種交流会では 20 社が参加して、新商品の開発・研究に取り組んでいます。多様化する生活者ニーズへの対応や新しい企業経営に向けた活動が、積極的に行われています。

「長岡産業デザイン研究会」での研究発表の様子



**新市の都市競争力 :
人づくり・まちづくりから
都市の魅力を高める力**

地域の暮らし視点からの発想は、
新市の人づくり・まちづくりにつ
ながり、まちの魅力を高めます

人が育てるから、まちづくりにつ
ながっていく、商業の魅力づくり
中心市街地では、魅力ある店づく
りを目指して、「一店逸品運動」が
人々の手で展開されています。女性
消費者の長岡逸品ふぁん倶楽部が
行うお買い物ガイドツアーなどの
活動は、まちづくりとも連動し、ま
ちのファンづくりにつながり、地域
の内外に幅広く、まちの魅力をPR
することにつながっています。

**新市の商業ポテンシャルは、非常
に高い可能性を持っています。**

新市の小売業1店舗当り販売額、
及び小売吸引力では、全県で高い位
置づけにあります。合併による一体
的整備や商圈の広域化、小売吸引力
の強まり等、現在でも高い吸引力を
示している長岡地域は、さらに求心
力が高まることが期待されます。

また、新市の販売額構成比では、
衣服や身の回り品といった身近な
商品の構成比が全国の平均を上回
っており、地域の小売業の特徴とい
えます。

小売吸引力とは、相対的にその地域が他の
地域から、どの程度購買力を吸引している
かを示す係数で、

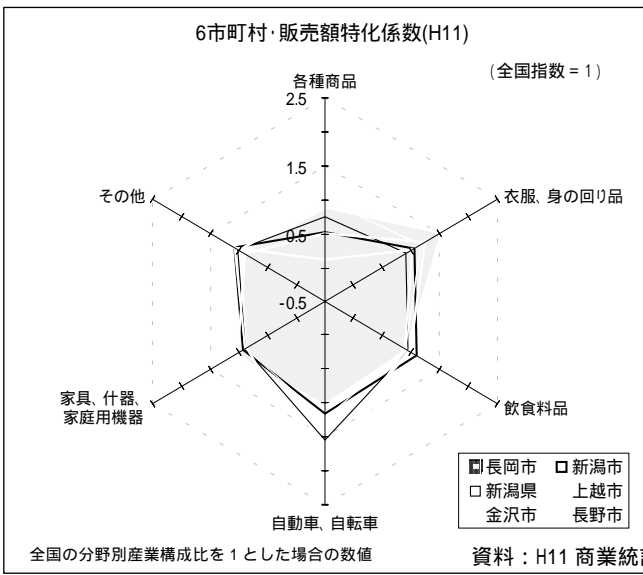
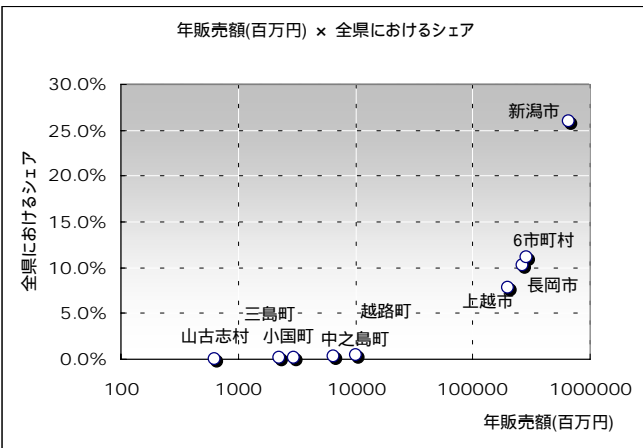
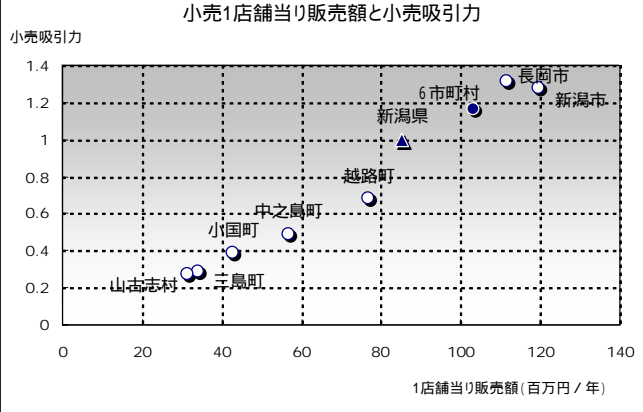
商業人口 > 行政人口の場合、1.0以上、
商業人口 < 行政人口の場合、1.0未満。

$$\text{小売吸引力} = \frac{\text{商業人口}}{\text{行政人口}}$$

$$\text{商業人口} = \frac{\text{各市町小売業年間商品販売額}}{\text{県の小売業年間商品販売額} \div \text{県の人口}}$$

県の小売業年間商品販売額 ÷ 県の人口

「1店逸品運動」での買い物ガイドツアーのようす



新市の都市競争力：
地域の底力、米の生産力は
地域ブランドを後押しする力

広く北陸を代表する産物でもある米の生産力の高さは、ブランドを育てるパワーの源となっています

地域を代表する農産物は、人々の交流や観光や食品産業などの他産業の振興にもつながっています

自然豊かな田園景観や地域資源を活かしたグリーンツーリズム事業等により、都市との交流が活発に行われ、体験交流による観光振興が積極的に展開、農産物ブランド育成や食材PRにつながっています。

新市で収穫される米は、東京都で全世帯の消費量の約1ヶ月分です

新潟県を代表する農産物である米の粗生産額は新潟市を上回り、新市を構成する市町村のうち5町村で県平均を上回っています。

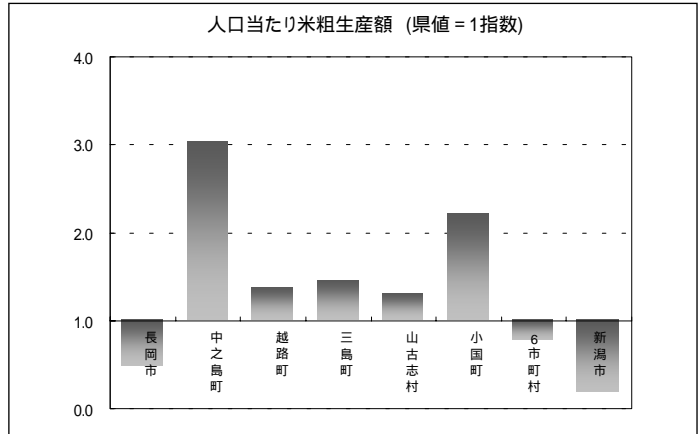
新市で収穫される米(水稻)の量は、1世帯当たりの年間消費量に換算すると、年間で約48.5万世帯の食卓に供給できる量です。

米を中心とした産地力の高さは、**地域の底力**

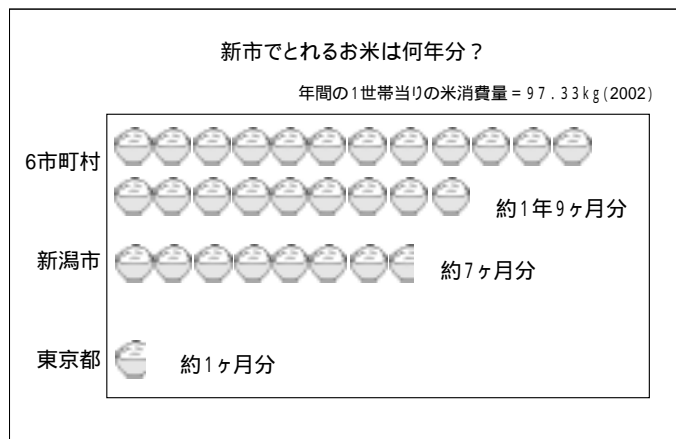
新市の農業生産額は、新潟市を上回り、一戸当たりの増減率でも新潟市を上回る地域があります。

また、カントリーエレベーターでは、人工衛星による食味分析結果から減農薬化学肥料の特別栽培米等をサイロ別に仕分け、低温貯蔵・水分調整を可能としており、米は、地域の底力として、地域らしさ、ブランド力を育てていく力となっています。

「グリーンリース事業」で都市と地域の交流

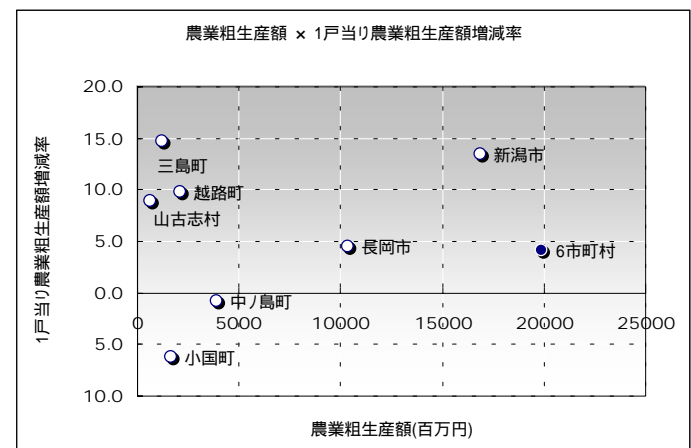


資料：H14 農業産出額及び生産農業所得（新潟）



米収穫量：北陸農政局新潟統計情報事務所「水陸稲生産統計及び耕地面積統計」(H14)

1世帯当たりの平均米消費量：食糧庁「米麦データブック」2002



資料：H10、H14 農業産出額及び生産農業所得（新潟）

3. 新市の暮らしやすさ

**新市の暮らしやすさ：
人と自然にやさしい環境を
地域で守り育てる力**

都市の利便性と自然の恵みを受けた新市は、暮らしやすさを、伝えていくことにも注目しています

**環境に対するやさしさは平均以上、
住民主導の取組みも進んでいます**

新市の環境に対するやさしさを見る指標として、汚水処理施設整備率をみると、全国の平均と同様のレベルに達しており、新潟県の平均を上回っています。

さらに、NPO 法人「地域循環ネットワーク」等では、学校や保育園などから出される調理残さをボランティアで収集し、家畜の飼料として再利用するリサイクル活動を行うなど、循環型社会の構築に向けての積極的な活動が住民主導で行われています。

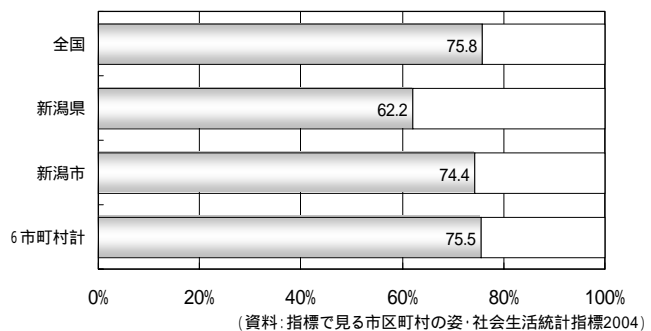
「犯罪」、「交通事故」で新潟県の平均を下回っています

新市の住民の「安全・安心できる暮らし」を支えていく力を「犯罪」、「交通事故」という住民生活を脅かす出来事からみると、新市の「犯罪」発生の度合いはとても低く、住民が安心して暮らせる環境にあります。また、「交通事故」の発生度合いは、全国平均、新潟県の平均を下回っており、住民の安全で、安心した暮らしを守る力、支える力はあります。

NPOによる環境への取組み「残さを家畜飼料に」

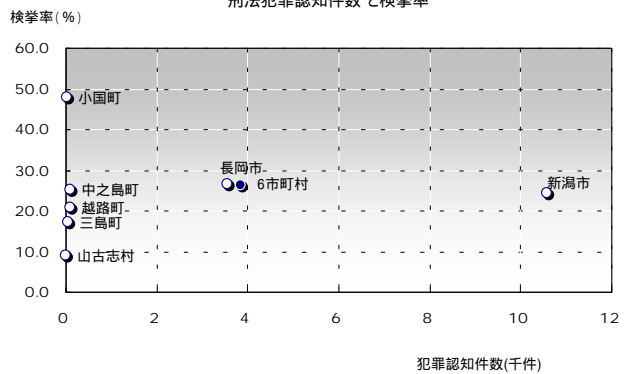


汚水処理施設整備率



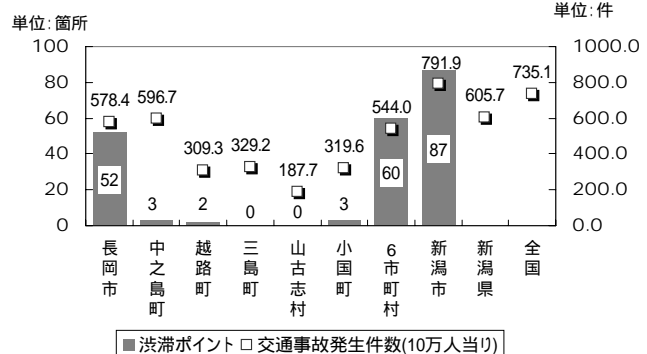
下水道、農・林・漁業集落排水施設、コミュニティ・プラント、その他集合処理施設及び合併処理浄化槽の処理人口の割合
資料 H14 国土交通省、農水省、環境省まとめ

刑法犯罪認知件数と検挙率



資料：新潟県統計年鑑、県警察本部「新潟県の犯罪」(H12)

渋滞ポイント数と10万人当り交通事故件数



資料：国土交通省北陸地方整備局資料、県警察本部「交通年鑑」(H14)

4. 新市の人を育てる力

**新市の人を育てる力：
地域の暮らし視点を大切にして
地域の中で広げる力**

地域の視点を、地域の中で、最大限に活かしていくから、継続力のある活動が着実に根付いています

**地域に根ざした、住民主導の活動
が特徴であり、強さです**

「咲かそう花を、育てよう緑を」をキャッチフレーズに、花と緑で住み良いまちづくりと心豊かな人材を育てる運動の輪は、年々広がり、現在では、100の地域ボランティアが市内の公園や学校・街路の花壇等に約7万本の花を植え管理し、定期的にフェアも行っています。

住民自ら、生涯教育を支え、人を育てることを重視しています

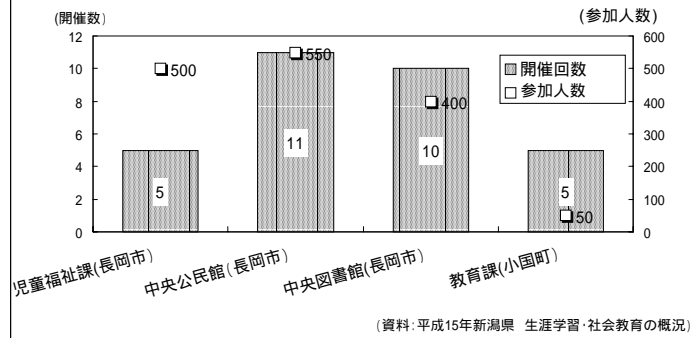
生涯教育を支える力となる、ボランティア養成講座の開設状況では、平成15年度実施予定回数で、長岡地域、小国地域において、26回開催されています。

また、現在の高齢者社会参加への支援状況として、施設ボランティアの開催状況をみると、平成14年度実績で開催回数26回ですが、出張講座をあわせると年間で100回ものボランティア活動支援が行われています。新市では、こうした、住民視点の、地域に入り込んだ活動が活発に行われています。

地域ボランティアによる「花いっぱい運動」



ボランティア養成講座(H15実施予定)



ボランティア養成講座の内容(H15実施予定)

市町村	主催	講座名
長岡市	児童福祉課	ファミリーサポートセンター会員養成講習会 サークルリーダー研修会
	中央公民館	ボランティア体験講座 紙芝居ボランティア講座
	中央図書館	読み聞かせボランティア養成講座
小国町	教育課	子育て支援ボランティア養成講座

資料:平成15年新潟県 生涯学習・社会教育の概況

行政出前講座の実施状況

市町村名	開始年度	H14 実施回数	内容
長岡市	H13	84	議会、市政、福祉、健康、子育て、救命、消防、生活、建設、文化、観光、産業、スポーツ、施設案内
小国町	H12	11	伝統文化、福祉、くらしと下水道、パソコン、ニュースポーツ
新潟県		776	

資料:平成15年新潟県 生涯学習・社会教育の概況

施設ボランティアの実施状況(平成14年度)

市町村	施設ボランティアの活用している施設と参加人数						合計 人数	ボランティア 養成講座 (H15実施 予定) 回数	行政出前講 座の実施状 況
	公民館 (人)	図書館 (人)	体育館 (人)	博物館	青少年 教育施設	その他			
長岡市	19	37			1	11	68	26	84
中之島町							0		
越路町	3						3		
三島町							0		
山古志村							0		
小国町		4					4	5	
6市町村	22	41	0	0	1	11	75	26	84
新潟市	357	510			24	11	902	143	
新潟県	968	1055	47	235	249	1173	3727	472	776

資料:平成15年新潟県 生涯学習・社会教育の概況

5. 新市の交流する力

新市の交流する力：
豊かさと多様性の高い地域資源
交通利便性の高さによる拠点力

広域交通の利便性が高く、地域の豊かで、かつ多様性の高い資源を最大限に活かせる環境があります

北陸において、新市の交通結節点、要衝としての位置づけは高い

関越道の長岡 IC、北陸道の中之島見附 IC の出入り交通量は、他の IC と比較して高い状況にあります。

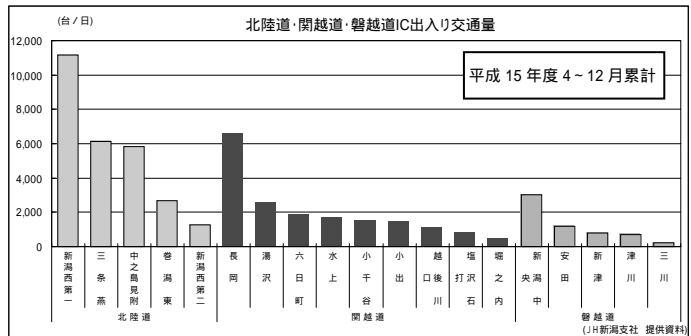
また、新市の各地域からの高速道路 IC へのアクセス時間をみると、約 20 分以内となっており、物流や観光活動等における、広域交通の利便性は高い状況にあります。

四季折々の自然景観から、多様性の高い観光活動を提供しています

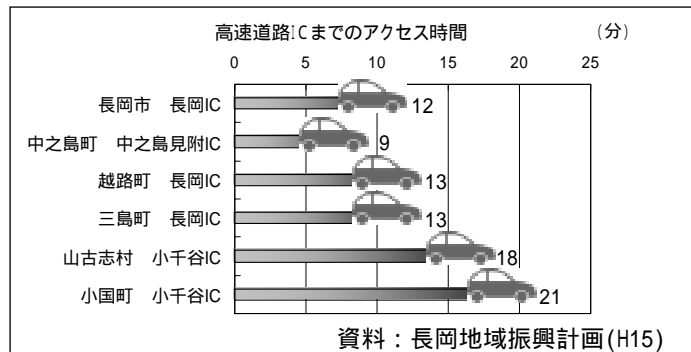
新市の観光は、入込み規模は新潟市の約半分程度ですが、近年、県外の訪問客が急速に伸び、ポテンシャルが向上している地域もみられ等、様々な地域特性、資源による多様な観光活動を提供しています。

四季折々に美しい景観美を見せる棚田の風景は、日本景観学界現地研修会会場にも選ばれるなど、学術的な評価も高いものです。

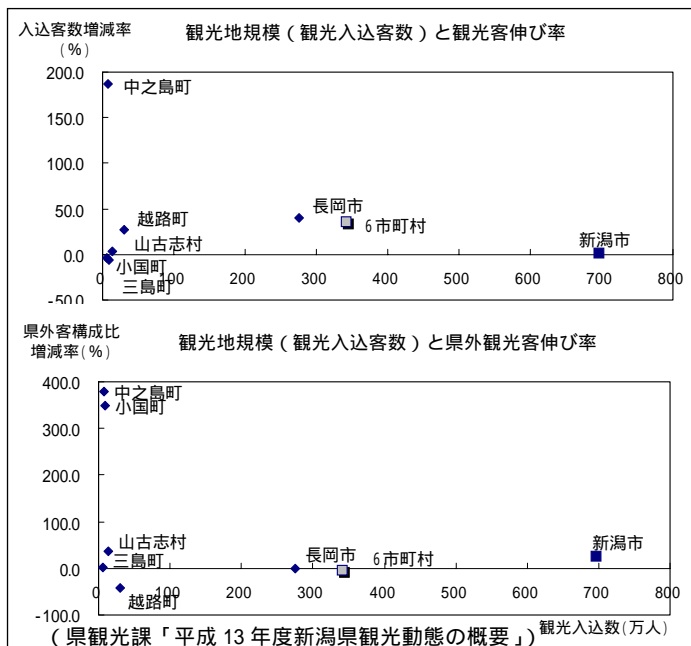
学術的にも貴重な「棚田の景観」



資料：JH 新潟支社、提供資料 (H15)



資料：長岡地域振興計画(H15)



新市の交流する力 :
人を育てる土壌と、
語り、伝えていく継続力

地域に伝わる知恵を、継続して語り伝えていく土壌は、世代間交流につながり地域に活力を育みます

地域に開かれた学校に代表される独自の高い交流は、人を育てる土壌となっています。

新市には、地域の人々が先生となり、自然や伝統文化などを教える総合学習を積極的に行っていく土壌があります。先人の知恵の重要性を理解し、次代を担う子どもたちへと継承していくことを大切にする心としくみが根付いているのです。

また、このような地域と学校が一体となった教育環境づくりは、世代間の交流も活発にしています。

新市では、他市区町村からの流入は減少していますが、地域内の交流は増加傾向にあります

新市における通勤通学流動では、構成6市町村の長岡市への通勤通学流入人数は増加する傾向にあり、地域内の交流は活発化しています。

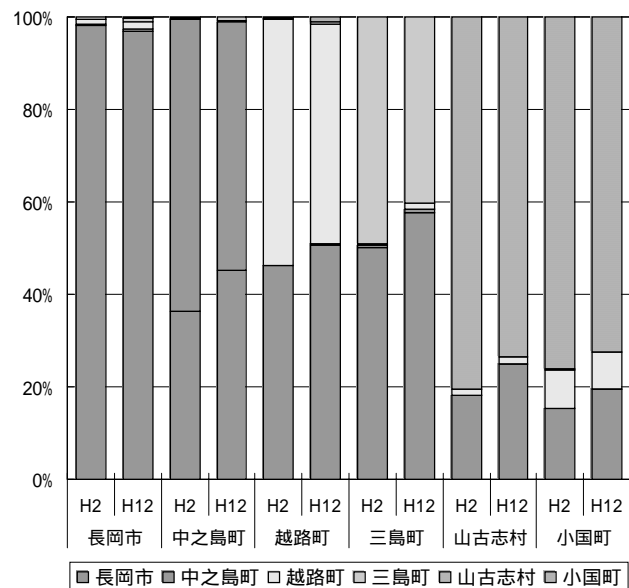
通勤通学圏域は、新市構成する6市町村を超えて広がりを見せており、新潟県において、雇用や教育の受け皿としての位置づけの高さを表しています。

新市では、地域全体が一体になり、広域を対象とした、事業や整備を進めることができることから、地域交流は、今後一層、広がりを持つ可能性があります。

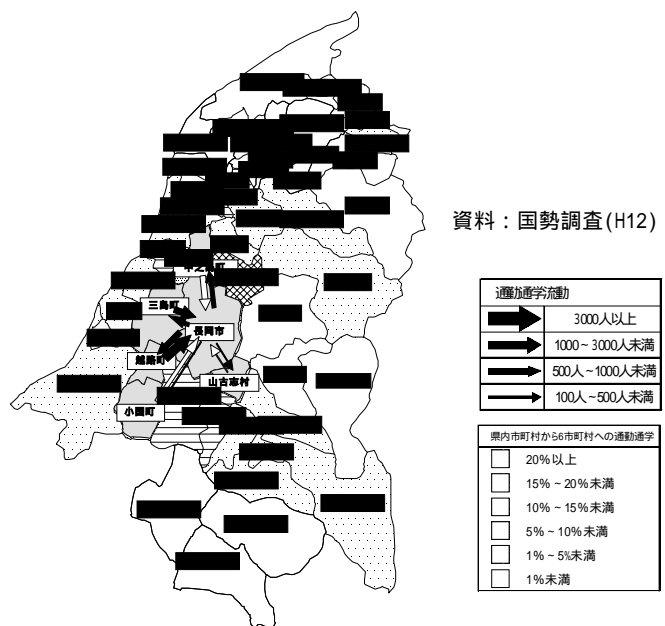
「地域に開かれた学校」は人を育てていく大切な財産



6市町村の通勤通学流動の状況 (H2-H12)



6市町村県内交流状況 (H12)



都市の交流する力
地域から、世界まで
新しい視点は新しい力を生む

地域の人を育てる心とパワーが、
 生活圏の拡大に伴い、新しい次元
 へと向かっています

新市になりさらに国際交流の幅が
 広がります。

新潟県における国際交流推進事業は、県内高校生を対象として、米国イリノイ州へホームステイの方式により25日間(平成12年度からは24日間)派遣するもので、昭和63年度から実施されています。当初は受入れよりも派遣人数の方が多かったものが、平成13年度には同数となり、受入れが増加しています。新市は、日本らしさを良い形で残している地域であり、新潟県を代表する都市として、今後、派遣、受入れを求める声も高まることとが予想され、さらに、積極的に国際交流を進める体制の充実が進むことが予想されます。

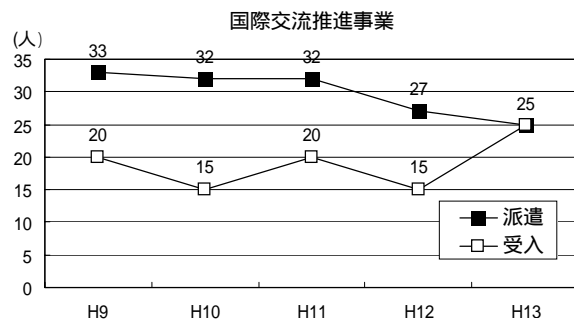
地域コミュニティの強さを活かした、全市的な活動への転換が期待されます。

新市は、地域コミュニティの強さを持っていることもあり、市民活動の積極性が、NPO等の活動に現れにくいという実態があります。地域間交流が高まり、地域社会が広域化している中で、地域密着型のコミュニティ活動を基盤とした新市の市民活動は、活動範囲も内容もさらに幅を広げていく可能性があります。

新市の「姉妹都市・友好都市」



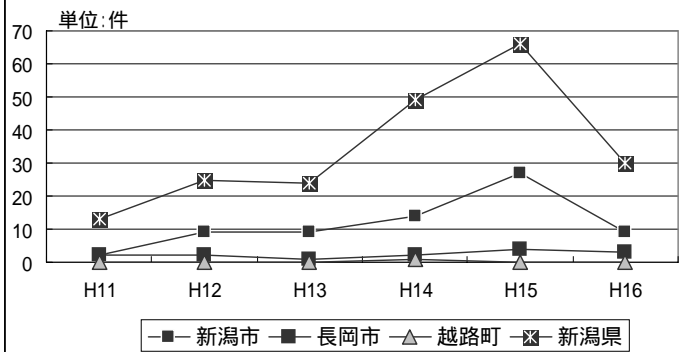
資料：各市町村 HP より作成



資料：新潟県統計年鑑 (H11、H12、H13)

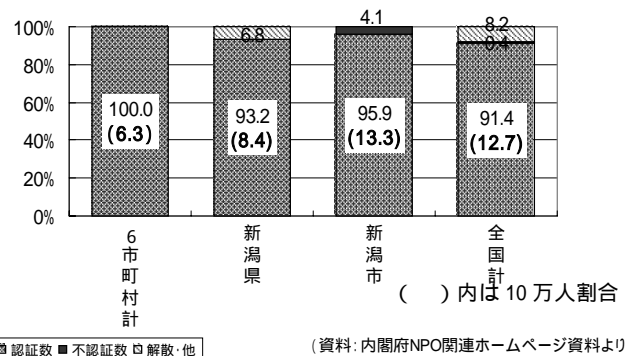
県内高校生を米国イリノイ州へホームステイの方式により25日間(H12から24日間)派遣(S63から実施)。受入事業は、イリノイ州の高校生を県内にホームステイの方式で15日間受け入れる(H1から実施)。

NPO認証推移



資料：内閣府 NPO 関連ホームページ資料より

NPOの認証状況



(資料：内閣府NPO関連ホームページ資料より)

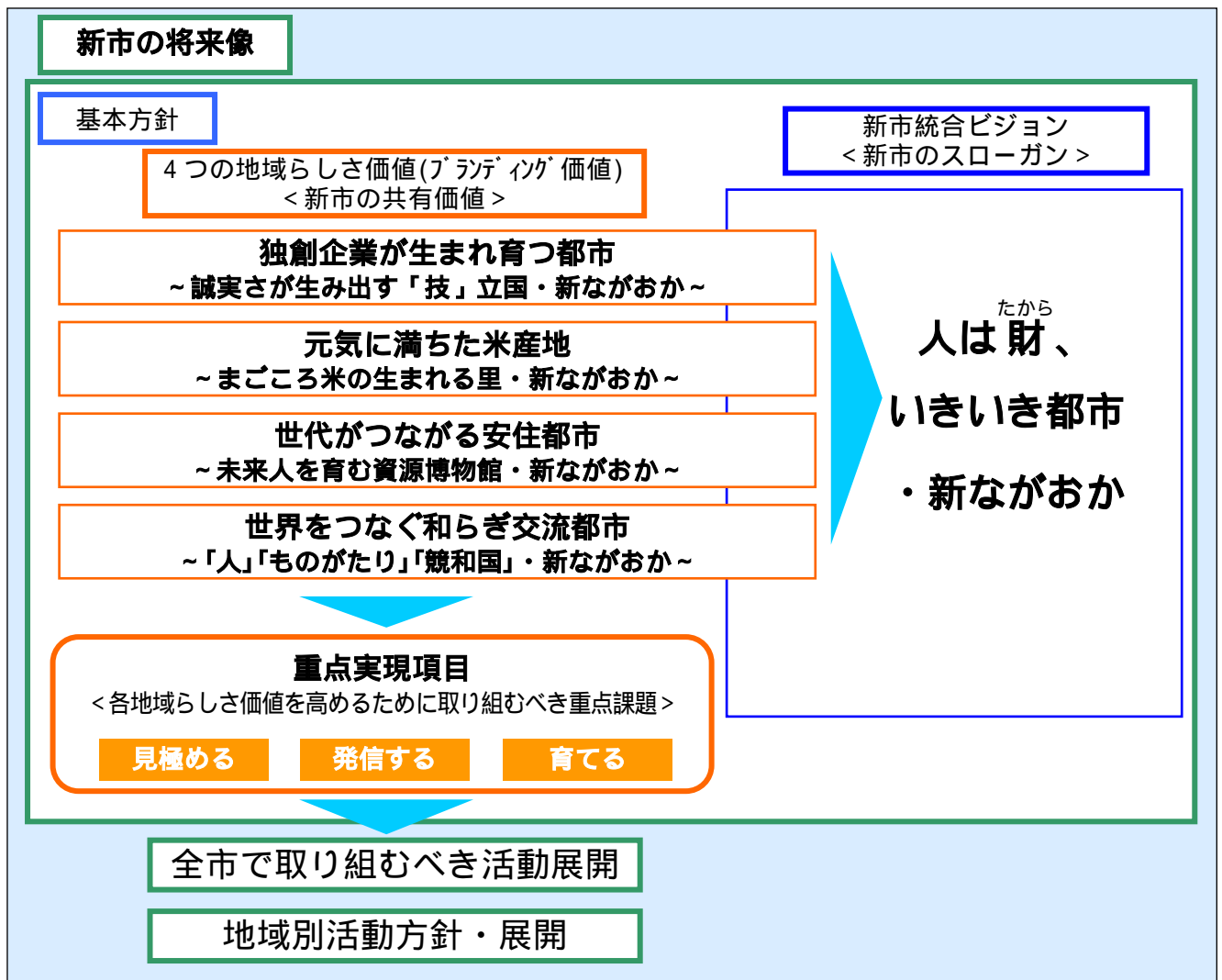
第2章 新市将来構想の概要(基本方針)

新市建設計画は、任意協議会で策定した新市将来構想を基本方針として具体化していくものです。ここでは、新市将来構想の概要について紹介します。(詳細は別冊子「長岡地域新市将来構想」をご覧ください)

1. 新市将来像(基本方針)の考え方

長岡地域では、まちづくりの基本方針となる将来構想を策定するにあたって、住民の声と意見をアンケート、ヒアリング、ワークショップなどを通し集め、それらを参考としてではなく材料として検討してきました。

この過程の中で浮かび上がってきた、新市民に共通するまちづくりの基本的な考え方、新市が目指すまちの将来像が「地域らしさ価値(ブランディング価値)」「統合ビジョン」として集約されています。



2. 新市まちづくりの基本方針

将来構想書では、「地域らしさ価値(ブランディング価値)」を高めていくために、地域・住民が取り組むべき【重点実現項目】を、“見極める”“発信する”“育てる”という視点で検討しました。「地域らしさ価値(ブランディング価値)」と同時に、「重点実現項目」は新市まちづくりの基本方針であり、建設計画で実現する新市の姿を示しています。

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～

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「起業精神」と「人材」の育成を、新市地域一体で推進する。

重点実現項目

見極める	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	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	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	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～

地域らしさ価値2：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踏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、都市が自然・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。

重点実現項目

見極める	「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	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	蛭が舞い、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～

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～

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。

重点実現項目

見極める	「生きる楽しみ」「育つ喜び」が実感できる生活環境の創設 ～すべての世代が住みたくなる住環境の実現～
発信する	「元気に老いる」熟年力を活かしたまちづくりの推進 ～身体のみ健康だけでなく、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	地球を想う「未来人」育成・発信地域の創出 ～子どもの力・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	「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～

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～

長岡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。

重点実現項目

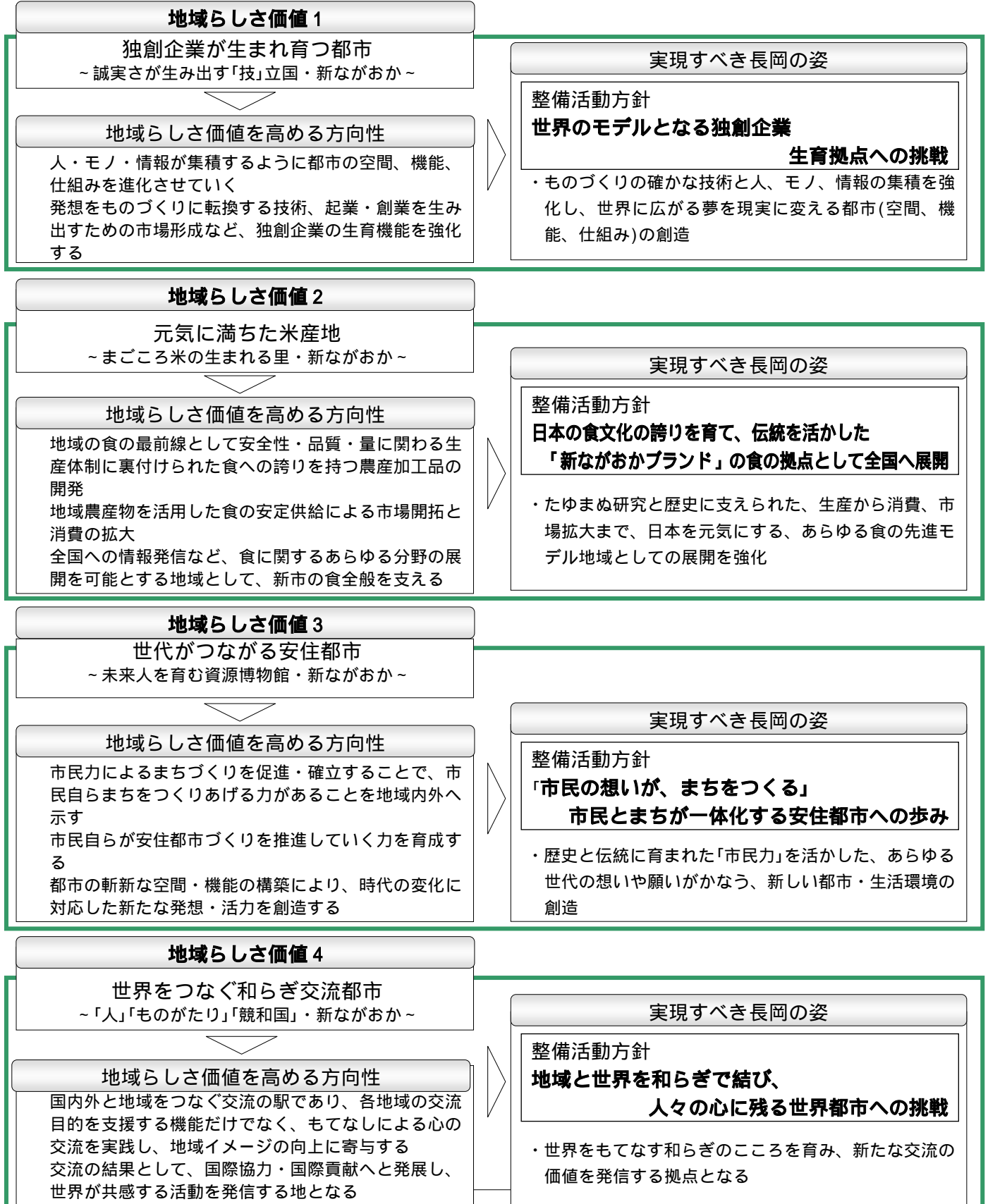
見極める	地域資源を活用した新ながおか コンベンション・シティの創設 ～ 地域資源・特性を活用した地域内外の交流機会の創設～
発信する	すべての市民が「新ながおか親善大使」 ～ 地域の伝統文化、魅力をテーマとしたイベントの開発と実施～
育てる	「暮らしたい」「働きたい」「遊びたい」・・・魅力あるまちを目指す ～ すべての市民が「新ながおか」に誇りを持てる都市の実現～

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

3. 地域の夢

将来構想書では、新市全体での【重点実現項目】のほかに、「地域別の活動方針・展開」も同時に定めています。

長岡地域



中之島地域

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～

地域らしさ価値を高める方向性

高速交通体系に立地した流通機能を最大限に活かしながら、流通拠点として独創企業の生育を支援する

実現すべき中之島の姿

整備活動方針

**抜群の広域アクセス性・立地環境を活用した
独創企業支援地域**

・抜群の流通機能と豊かな生活環境から生まれる豊富な労働力を活かし、生育する新産業等の独創企業を支える地域づくりを行う

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～

地域らしさ価値を高める方向性

広域なほ場で様々な良質な農産物生産基地を発進・PR
人材力が生産の源であることを強く訴求

実現すべき中之島の姿

整備活動方針

**若く元気な住民パワーによる
安全・安心・美しい食産基地**

・地域づくりに積極的に取り組む住民力(かあちゃんパワー)による、安全・安心・新鮮な農産物の供給地域

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～

地域らしさ価値を高める方向性

世帯員数が多く、高齢者単身世帯が少ないことのアピール
多くのボランティアなど、地域コミュニティの中で家族の基本形をつくりつづけ、家族・地域のつながりを強くしていく

実現すべき中之島の姿

整備活動方針

**家族・地域が一体となって、
子育てを応援する安心のまち**

・家族・地域の人とのつながりを大切にしながら更なる安らぎ住まいと子どもを育む地域づくりを推進

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～

地域らしさ価値を高める方向性

地域内連携による交流促進

実現すべき中之島の姿

整備活動方針

新ながおかをつなぐ広域交流発信地域の形成

・交通利便性を活用し、他地域の観光資源との連携を図り、広域交流の一翼を担う地域づくり

越路地域

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～

地域らしさ価値を高める方向性

環境と共生する産業の様々なあり方の模索
エネルギー産業の立地の可能性
天然ガス自動車の普及などの社会変化

実現すべき越路の姿

整備活動方針

**豊かな自然環境がつくる21世紀の
クリーンエネルギーに育まれるまちの創造**

- ・自然環境に育まれる地場産業の振興・支援
- ・天然ガスを活用したクリーンエネルギー産業の創出・育成

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～

地域らしさ価値を高める方向性

うまい米づくりに向けて生産技術の更なるチャレンジング
生産者、消費者ともに元気の出る米作りの模索

実現すべき越路の姿

整備活動方針

**最新技術と確かな技が生み出す
元気のあふれる米生産・技術導入拠点の創造**

- ・安心、安全、おいしい米生産の追求に向けた新しい栽培技術導入への挑戦
- ・安心な米生産と環境一体化の模索

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～

地域らしさ価値を高める方向性

あらゆる人々が尊重される社会の実現による人材育成、人間教育の重要性
ノーマライゼーションの更なるチャレンジング

実現すべき越路の姿

整備活動方針

**豊かな自然環境に育まれた個性尊重による
人づくり地域の形成と発信**

- ・心豊かな子どもを育て、すべての人々が支えあう地域の創造と発信

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～

地域らしさ価値を高める方向性

他地域との連携活用と情報発信

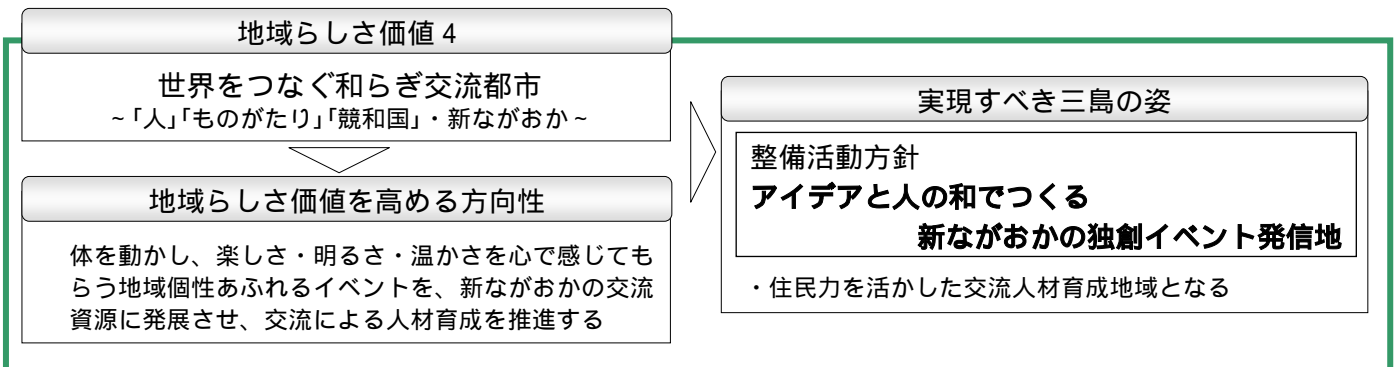
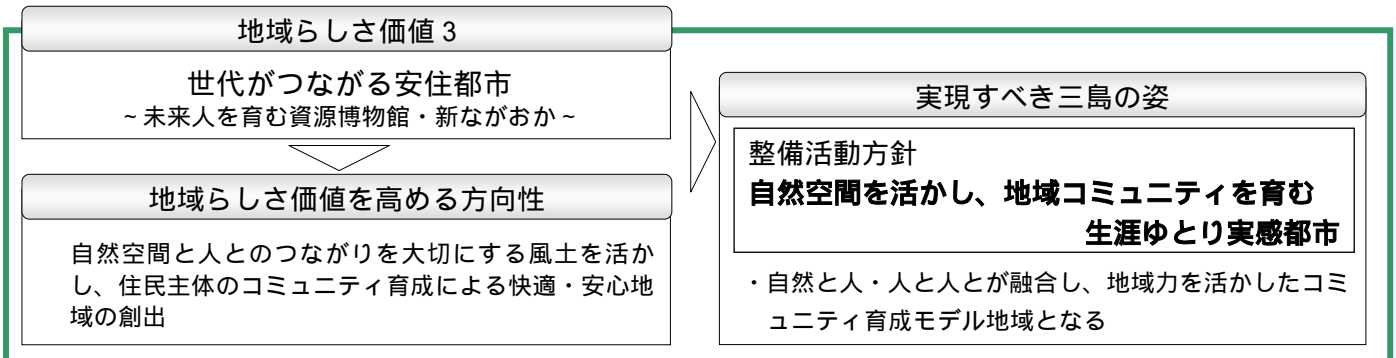
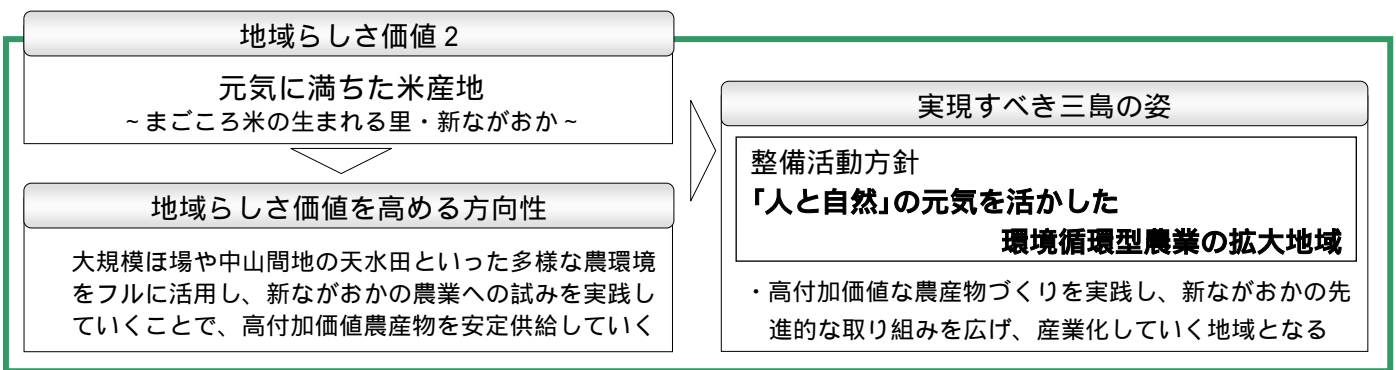
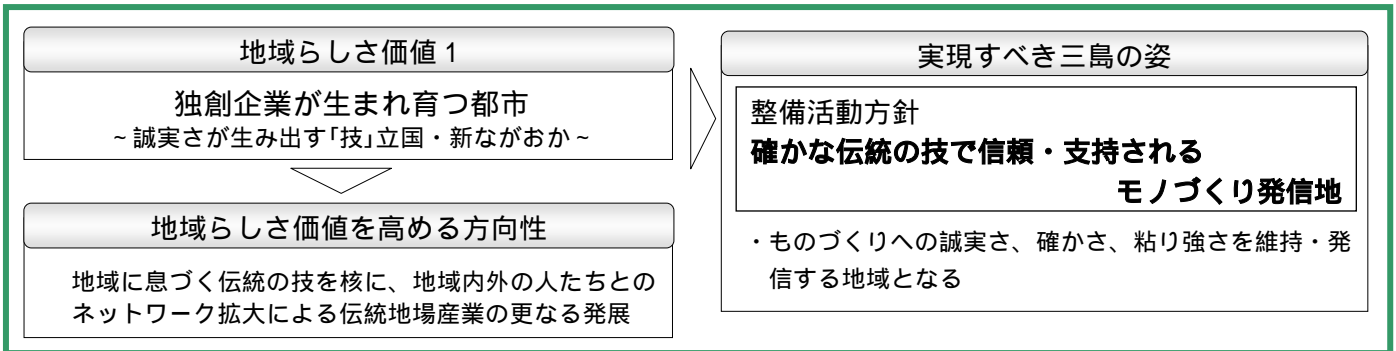
実現すべき越路の姿

整備活動方針

自然と歴史の広域交流をつなぐ地域の形成

- ・他地域の観光資源との連携化を図り、広域交流の一翼を担う地域づくり

三島地域



山古志地域

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～

地域らしさ価値を高める方向性

固有の技や誠実さの歴史を守り、伝えていくことで地域住民のこだわりの技への取り組みを広くアピールする
独創の精神に触れる場として、また、圧倒的な自然を通して分野にこだわらない新ながおかの独創企業人の育成を支援していく

実現すべき山古志の姿

整備活動方針

自然美、人間美から生まれる究極ブランドを守り、育て、独創企業に提供していく地域

・新ながおかのものづくりに対する“独創性”を歴史・伝統で裏付け、自然環境を活用し支援する地域となる

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～

地域らしさ価値を高める方向性

耕作地 100 パーセントの棚田・棚池を保全し、こだわりの食を発信する
地域を訪れた人が享受できる仕組みづくり
体験型の米産地としての地域づくりを進める

実現すべき山古志の姿

整備活動方針

自然にいただいた技と人の汗が創り出す、安心安全食の体験地域(来て、見て、食べて)

・伝統の食づくりを守り続け、人々に感動を与える地域イメージ発信地となる

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～

地域らしさ価値を高める方向性

自然と融合した生活、伝統を守り、未来人に伝えていく

実現すべき山古志の姿

整備活動方針

**未来人を育む地域全体
フィールドミュージアムの創出**

・生活から生まれた圧倒的な自然と燃え上がる体験を通して、未来人の感性を育む地域

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～

地域らしさ価値を高める方向性

地域の環境・伝統を守りつづけ、共感を持つリピーターの裾野を広げていく
オフシーズンも含めた地域住民とのおだやかな交流を展開する

実現すべき山古志の姿

整備活動方針

**何度でも来たくなる
“こころ”和らぐ資源特別区**

・都会の生活では触れることのできない原風景や文化、伝統を伝える地域となる

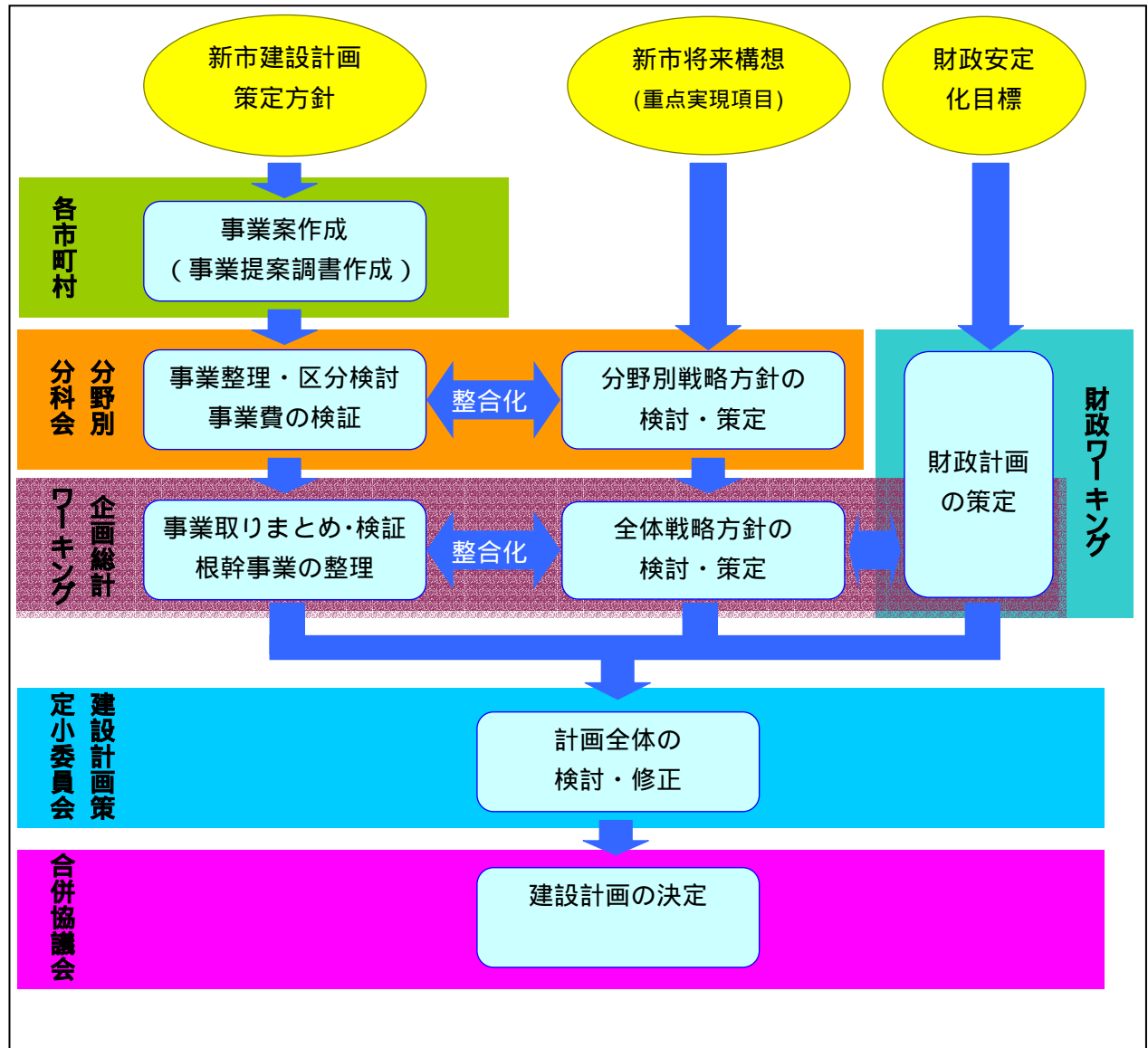
小国地域



第3章 新市建設計画策定の概要

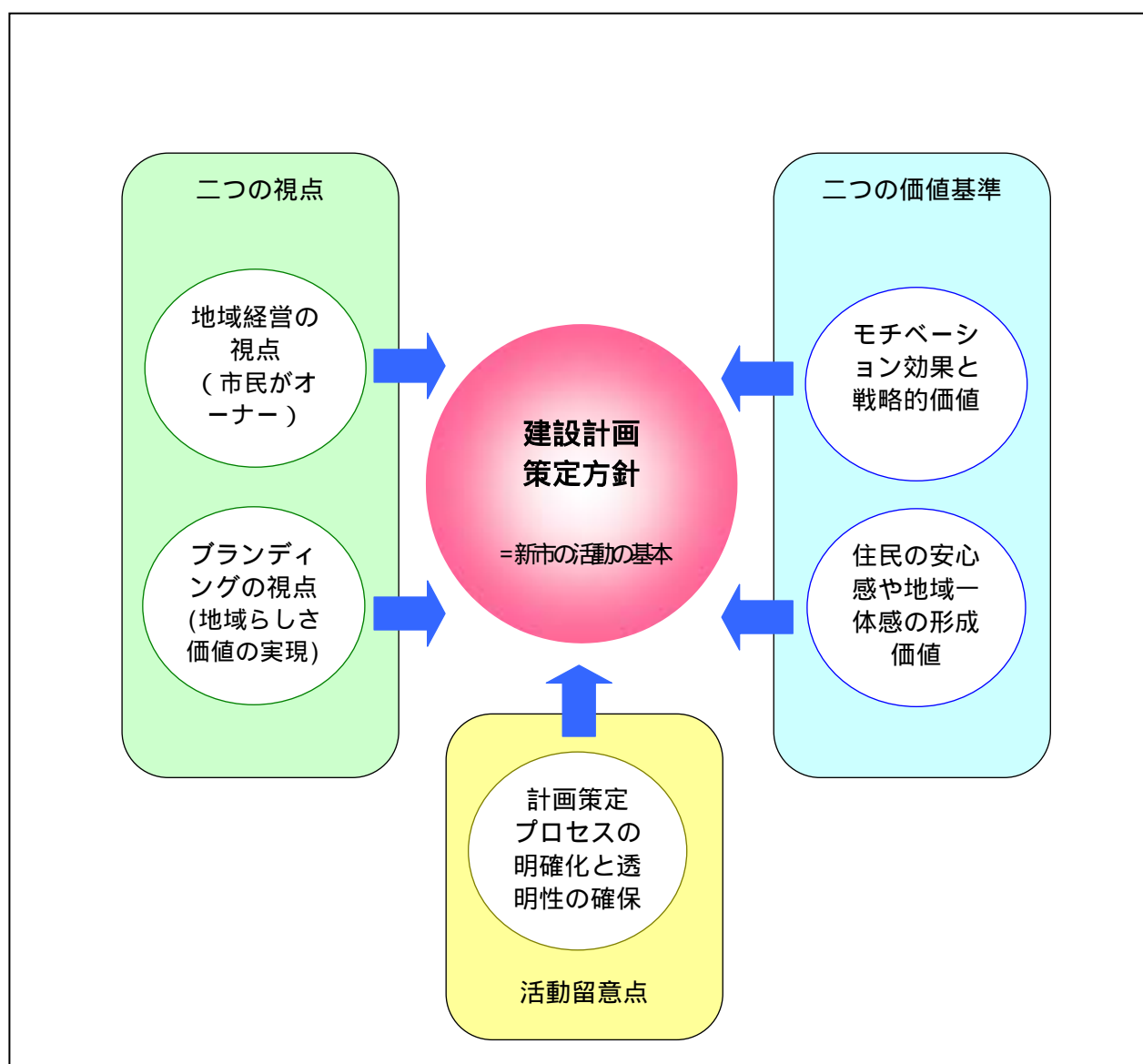
1. 建設計画策定のプロセス

新市建設計画は、すでに策定した新市将来構想を基本方針としつつ、その実現に向けた活動過程も非常に重要であるという認識のもと、下記の流れで策定されました。



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)や事業選定は、以下の基本となる視点や価値基準および活動留意点を定め、それに基づいて行われました。これらの方針は、建設計画策定と同時に、これからの新市建設に向けた活動展開の基本となるものです。



(1) 建設計画策定の視点

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、そこに住む住民（市民）です。市民は新市のオーナーであり、一人一人の市民が、新市で何ができるかを考え、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。従来、国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運営していきます。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作ること行政の役割になります。

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、民間の経営手法なども、良いところは積極的に取り入れ、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きちんと行うこと、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、などです。

建設計画では、こういった地域経営の新しい考え方を前提として、市民の視点が重要であり、市民参画や行政と市民の協働が可能であると考えられる事業を積極的に取り上げました。

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、新市住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となるものです。

建設計画は、地域らしさ価値実現のための計画であり、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、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、こういった視点から事業の企画・選定が行われました。

(2) 建設計画策定の価値基準

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のが建設計画です。そこでは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、事業選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「戦略事業」と考えられるものを企画・選定しました。

一方、めまぐるしく変化する社会環境の中では、100%確実に成功するという計画策定は不可能であることも事実です。今後の税収の見通しも不確実さが残る中、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「リーディング事業」として、特定することにしました。まずはこのリーディング事業によって、仮に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、小さくとも確実な成果を実感することによって、新市の市民と行政職員が「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を高めていきたいと思えます。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。

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、6市町村が合併するにあたっては、各市町村で行われているサービスを統合したり、現状では市町村によって異なる施策を統一していく必要があります。

地域らしさ価値の一つとしても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、特に生活基盤整備などで住民の安心感を高める事業は「ナショナルミニマム事業」として登載するものとししました。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登載しています。（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位置づけられます）

(3) 建設計画策定の活動留意点

計画策定プロセスの明確化と透明性の確保

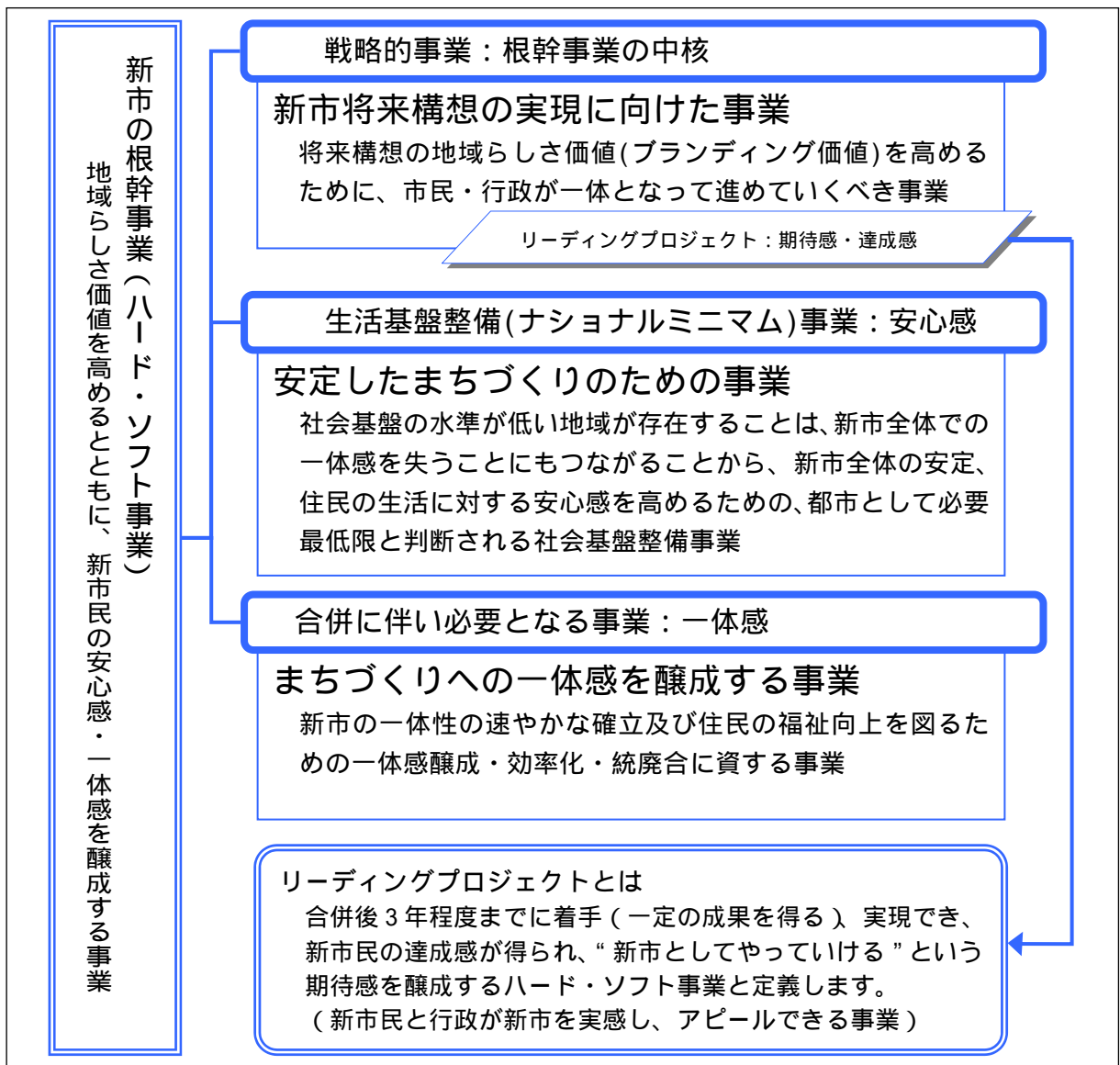
ここまで、建設計画策定のプロセスや策定方針について、詳しく紹介してきました。これは策定方針の一つとして、建設計画の結果だけでなく、その過程（プロセス）も重要であり、行政と市民がそのプロセスを共有することが重要だと考えているからです。

アンケート調査や住民ワークショップなどで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、新市の建設計画は明確な方針とプロセス設定のもとに進められてきました。地域経営とブランディングの二つの視点、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、二つの価値、その4つの基準によって、6市町村が一体となって策定されています。

改めてこのことを確認することによって、「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お伝えします。

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、当該事業価値が主として戦略的な価値なのか、安心感形成、一体感形成につながる価値なのかによって、3区分し、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、住民や行政の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。



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されています。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て重点実現項目別に「戦略方針」を検討しました。この「戦略方針」は、市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	行政が関連団体とのコーディネート役を担い、「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を高める。 <small>インセンティブ: 誘因。目標達成のための刺激</small>
	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(アントレプレナー教育など)の仕組みづくりを行う。 <small>アントレプレナー: 起業家精神の持ち主</small>
		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。

地域らしさ価値・重点実現項目		戦略方針	
	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。
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、元気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生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・シティの創設	戦略方針 1
戦略方針 2			民間活力や様々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。

地域らしさ価値・重点実現項目		戦略方針	
	「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。