

2019年4月26日

交流人口拡大のための拠点性向上に資する  
ハード・ソフト両面整備に関する提言書

新潟商工会議所  
まちづくり委員会

## はじめに

新潟市の総人口は2005年をピークに減少の一途を辿っており、現在約80万人の総人口が2040年には約72万人にまで減少すると推計されています。年齢別人口では、2015年の実績値で老年人口比率が27.0%とすでに超高齢社会に突入しておりますが、2040年には36.8%にまで増えると推計されています。

このように人口減少かつ高齢化率の上昇が不可避である社会において、地域経済を発展させ、市民生活の質を維持、向上させるためには、域外から人を呼び込む、いわゆる「交流人口の拡大」が重要な鍵を握ると考えます。

交流人口の拡大は、その地域での産業振興や雇用創出に繋がる重要な経済活動のひとつであるとともに、定住人口の拡大にも繋がり得る地域活性化の希望の星といえます。その原動力として、従前より観光振興の必要性が多く語られていますが、熾烈な都市間競争の中で、多様化する観光ニーズに応えるためには、従来の観光振興のあり方を見直す必要があります。

新潟市は、様々な交通体系が充実しており、新潟県及び近隣県の玄関口としての機能を果たしていることに加え、食文化や花街文化など世界に誇れる「伝統・文化」を有します。

そこで今後は、これらを最大限活かして、インバウンドにおけるFIT(海外個人旅行)やMICE参加者によるビジネストリップなど、幅広い旅行需要を視野に入れた当地に相応しいマーケティングと受入態勢の強化が必要です。

新潟市の拠点性向上や交流人口拡大については、当所政策委員会が平成28年5月に「新潟市域版DMOの構築を柱とする新たな観光に関する提言書」を、当委員会が昨年6月に「新潟市の拠点性向上に向けた新潟駅及び周辺整備促進に関する提言」をそれぞれ取り纏めて、新潟市をはじめ各関係先に提言したところですが、新潟市がより一層の拠点性を発揮し、交流人口の拡大で賑わうまちづくりを推進するため、改めて、新潟駅周辺整備事業を契機として、観光・おもてなし拠点を整備していくこと、また官民挙げて観光振興に取り組む仕組みづくりを行っていくことを提言いたします。

## 提言 1 . 地域一体となった観光・おもてなし拠点の整備（ハード面）

### （1）新潟らしく魅力的な施設としての新潟駅新駅舎等の整備

新潟の玄関口である新潟駅は、一日の乗車人員約 37,000 人と多くの方が行き交う、新潟県内最大の交通結節点です。そこには、通勤通学で利用する新潟市民・近隣市町村の方もいれば、ビジネスや観光で新潟を訪れる県外からの旅行者、また東京などから新幹線で訪れる外国人観光客も、まだ数は少ないながら含まれます。このように多様な属性を持つ駅の利用者にとって、新潟駅は、単なる交通結節点ではなく、それ自体が人々を引き付ける固有の魅力を持つことが必要です。

そのために、本物としての風格を備えつつ、インパクトのある外観や新潟らしい特徴的なランドマーク、アミューズメント性を持った商業機能など、新潟市民が誇りと愛着を持って外に発信したくなるような、また来街した旅行者が新潟を感じ、旅が快適になってまた来たくなるような新潟駅新駅舎等が、J R 東日本との密な協力体制の下、着実に整備されることを強く望みます。

なお、当然のことながら、新潟駅が利用者にとって至便な交通結節点であることが基本であり、新潟市の拠点性向上の大前提となるため、新潟駅での乗り継ぎや、新潟駅から二次交通への乗り換えがスムーズに行えるよう、利用者への配慮が十分になされた便利で安全な動線が確保されることが最低条件であると考えます。

### （2）新潟駅新駅舎内一番の好位置への観光・おもてなし拠点の設置

新潟駅万代口の観光案内所に加えて、新たな情報発信の拠点として西側連絡通路に「CoCoLo 西 N+」が昨年オープンしましたが、観光案内所は来訪者と最初にコミュニケーションが図れる場所であることから、分かりやすい場所にあつて・より便利で・利用しやすい施設に変えていくことができれば、新潟のもてなし力の向上に繋がります。ついては、新潟駅の再開発に合わせて、新しい駅舎内の一番の好位置に、新潟の観光・おもてなしの中核となる拠点を設置されることを強く望みます。

ここでは、多言語対応、ピクトグラムの設置、視認性に配慮した施設の分かりやすさなど、構造面以外のユニバーサルデザインへの対応、閉塞感なく開かれているなど、多様な観光客にとって分かりやすく入りやすいことが求められます。また、窓口等では積極的な提案型の情報提供が行われ、新潟市内を中心に、佐渡をはじめとする県内全域（ここに来れば新潟県の全てが分かるという構成）のみならず、庄内エリアなど隣県の都市に至るまでの二次交通や、観光情報についてもワンストップで対応でき、各種サービス（※）もストレスなく提供される必要があります。

なお、現在の新潟駅では、観光案内所のみならず、飲食店や土産物店においても新幹線や特急の終電を待たずに早々に店を閉めてしまう店舗がありますが、ニーズと実態に即した営業時間の延長が求められます。

また、情報の双方向性が重要となっている昨今においては、来訪者に向けた情報発信だけでなく、来訪者からの情報収集機能も併せ持った拠点である必要があります。

このように、今の時代に求められる機能を十分に備え、また利用者とのコミュニケーションを通じてさらにニーズに対応していくことで、全国の他都市と比して類を見ない、オンリーワンの観光・おもてなし拠点となり、拠点そのものがコンテンツとしての機能を発揮し始めると考えます。

(※) 各種サービスの具体的内容

多言語対応・公衆無線 LAN や Wi-Fi 接続・外貨両替もしくは外貨対応 ATM・荷物一時預かり・宅配便・大小のコインロッカー・車いすレンタル・軽飲食を含む休憩スペース・土産物販売・着地型観光商品販売・個性的で新潟らしいベンチ・等々

### (3) 「新潟おもてなしターミナル/ステーション (仮称)」設置と連携強化

前項 (2) に記載の新潟駅舎内の中核拠点以外にもおもてなし拠点を拡充し、1 カ所でも多くの場所で来訪者に対して充実したサービスを提供していく必要があると考えますが、財源や体制には制約もあるため、効果的、効率的な展開を行っていくことが求められます。

そこで、既存の観光案内所をはじめ店舗や事業所、公共・公益施設の窓口などを有効活用した連携拠点を「新潟おもてなしステーション (仮称)」といった統一名称で指定し、既存・新規の中核拠点・連携拠点同士を有機的につなげていくことで、投資や経費を最小限に抑えつつ、比較的早期におもてなし環境の充実が図れ、きめ細かなサービスの提供に繋がると考えます。

特に駅や空港などの来訪者が最初に足を踏み入れる公共交通の主要箇所では拠点＝ターミナル (ハブ) を整備し、それ以外にはステーション (スポーク) を設けることで、ハブ&スポーク型のネットワークを構築し、各連携拠点となる施設での性格や設備・仕様、拠点に配置される人材の専門性に応じて、様々な機能や個性的なおもてなしが横断的に行われ、来訪者にとって分かりやすい動線を確認するとともに、広範できめ細かなおもてなし環境が構築できるものと考えます。

なお、新潟市における「都心軸」の形成において、新潟駅とともに重要な両極の一端を担うことになる古町地区においては、当所、新潟市、新潟古町まちづくり株式会社による「平成 29 年度古町地区活性化まちづくり調査報告」の通り、単なる観光案内所にとどまらない総合案内所の整備が必要と考えます。

## 提言 2. 官民挙げて観光振興に取り組む仕組みづくり（ソフト面）

### (1) 実効性のある観光政策の立案と実行に向けた官民一体の検討会議「<sup>にいがた</sup>新型観光（新・新潟／新・観光）プラットフォーム（仮称）」の立ち上げ

現在、新潟には、観光振興に取り組む組織・団体・企業や会議体等が多数存在しますが、都市間競争が激化する中で、十分な成果を上げているとはいえない状況です。

そこで、まずは官民の各組織等が観光振興についてのベクトルを合わせ、ビジョンを共有することを目的に、関係者が綿密な情報交換を行い、今後の取組を可及的速やかに進めるための議論や検討を行う場が必要だと考えます。

さらに、今後の観光政策立案については、多様化するニーズや時代の流れに対応するために、官民の知見を結集して取り組むべきものと考えます。

については、官民挙げて観光政策立案に繋がる議論を行う「<sup>にいがたかんこう</sup>新型観光（新・新潟／新・観光）プラットフォーム（仮称）」を新たに立ち上げることを提言します。

なお、同プラットフォームは、観光関係者はもとより、当所など多分野の人材が官民の垣根を越えて積極的に関与できる形とすることが望ましいと考えます。

### (2) マーケティング志向の民間主導による新しい仕組みに対する支援

昨今の観光振興や地域振興においては、民間主導で各地域に合ったビジネスモデルを構築し、事業の収益性と持続性を確保するという成功例が見られるようになりました。地域商社やDMC（DMO）など、呼称や仕組みは様々ですが、マーケティングの発想を持ち、各地域の強みを顧客目線で明確に発信しながら、営利事業としていかに収益化するかに注力している点で共通しています。

今後、観光や交流人口拡大に本気で取り組むためには、各地の成功事例の共通項を必須条件として、そこにさらに「新潟らしさ」を付加した、民間主導の新しい「仕組み」が立ち上がり、民間ならではの良さを活かしてスピーディかつ力強く動き始めることが必要と考えます。

新潟においても、（一社）新潟MICEサポートやブリッジにいがたなど、その萌芽といえるような組織が生まれ始めており、それらを含めた新しい「仕組み」が持続的に事業に取り組めるよう、新潟市をはじめ各観光関連団体等からの様々な側面支援、後方支援が望まれます。特に、前項（1）で述べたような、開かれた「場」を通じて、効果的、戦略的な観光マーケティングを進め、その恩恵を新潟の観光全体にフィードバックするためには、各種観光関連データや情報等を官民ともに積極的に開示していくことが重要であると考えます。

### (3) ユニバーサルデザインの考え方に基づく観光振興やおもてなしの取組強化

高齢者や障がい者、子どもや外国人など、全ての人にとって「訪れて良し」の新潟市を実現するためには、「誰もが使いやすいように設計されたモノ、サービス、環境、コミュニケーション」という、ユニバーサルデザインの考え方に基づいて、来街者に対するおもてなしが提供される必要があります。

単に施設・設備等のバリアフリー化にとどまらず、全ての人々が安心して訪れることができ、滞在を楽しんでいただけるようなモデルを提案、発信することで、ホスピタリティに溢れるユニバーサルデザイン都市として、新潟が全国から選ばれるまちになり得ると考えます。新潟市においては、ユニバーサルデザインに関する基本的な考え方として、「新潟市ユニバーサルデザイン推進指針」が策定されていますが、同指針に沿ったまちづくりはもとより、さらに観光振興やおもてなしの提供について、官民を挙げて取組を強化すべきと考えます。

### (4) シビックプライドとおもてなしの精神を醸成する仕組みや仕掛けの構築

観光客をはじめとした来街者に対するおもてなしは、その地域で長く育まれた郷土への愛着や地元自慢に因るところが多分にありますが、新潟市においては、特に若者が地元を誇る気持ちがやや希薄で、学校卒業世代などを中心に首都圏等への人材流出も目立っています。交流人口の拡大に向けて、若者たちが自らのまち新潟を愛し、誇りに思えることが重要だと考えます。

そこで、特に幼児や児童、生徒、学生など若年層を対象に、新潟の魅力に触れ、新潟を誇れるような仕組みや仕掛けを構築し、幼少のころから長い時間かけて継続的に積み重ねることで、新潟の若者にシビックプライドが醸成され、我がまちを誇る若者たちによって、新潟の魅力がさらに磨かれていくと考えます。さらに、市民の誰もがそのまちの魅力を来街者に伝えるには、「おもてなしの精神」を持って人と接する訓練が必要であり、シビックプライドと同様にその精神性が新潟の文化として醸成されるための取組が求められます。

例えば、産学官を問わず、教育関係者と観光関係者等が垣根を超えた意見交換の場を持ち、学校生活や家庭・地域社会における観光教育に関する認識を共有し啓発を行うなど、子どもたちのシビックプライドやおもてなし精神の醸成に向けた第一歩を踏み出すことが必要であると思われま

以 上

## まちづくり委員会委員名簿

(順不同、敬称略)

委員会役職名	氏名	事業所名	役職名
委員長	阿部正喜	(株)第一印刷所	常務取締役
副委員長	渡邊義彦	北陸ガス(株)	取締役営業部長
副委員長	高井俊幸	新潟交通(株)	事業部長
座長 (駅周辺)	佐藤孝一	(一財)新潟経済社会リサーチセンター	常務理事
座長 (UD)	中村美香	(有)ミカユニバーサルデザインオフィス	取締役社長
座長 (ICT)	飯塚智	東日本電信電話(株)新潟支店	新潟支店長
委員	本間龍夫	(株)エヌエスケイ	代表取締役
委員	加藤隆二	(株)北越銀行	ソリューション営業部 副部長
委員	高橋邦夫	開発技建(株)	取締役技術部長
委員	佐藤信康	東北電力(株)新潟支店	副支店長
委員	川上伸一	(有)港寿司 本店	代表取締役社長
委員	前川周作	(株)越路	常務取締役
委員	栗山靖子	(株)BBS新潟	代表取締役
委員	笹川清彦	(株)ジョイフルタウン	営業部統括部部長
委員	岡崎篤行	新潟大学 工学部	教授
委員	小嶋一則	(公財)新潟観光コンベンション協会	地域内連携推進担当部長
委員	三上敬太	(株)JTB 新潟支店	業務課長
委員	佐藤邦栄	(株)千代田開発	取締役
委員	南雲俊介	(株)BSNアイネット	代表取締役副社長
委員	漆山淳哉	(株)第四銀行	コンサルティング推進部 地方創生推進担当部長
委員	関尚久	(株)日本政策投資銀行新潟支店	次長