

第14回新潟活性化サロン

- ◇ 開催日：令和8年5月26日
- ◇ 講演者：新潟市都市政策部 政策監 宮崎 博人 氏
- ◇ 講演内容：新潟市都心のまちづくり 「にいがた2km」の取組について

1. 「にいがた2km」の概要

- ・「にいがた2km」とは、新潟駅の60年ぶりのリニューアルを契機に、万代・万代島・古町まで開発の勢いを波及させ、駅と古町を結ぶ主軸約2kmを活性化させて新潟市の成長のエンジンとする取組である。
- ・新潟市の1人あたり市民所得は他の政令指定都市と比較して低いという現状がある中、「にいがた2km」の大きな意味は「ヒト・モノ・情報の中心拠点となる稼げる都心づくり」にある。「稼げる都心づくり」のために、現在①投資の呼び込み、②賑わいの創出、③ビジネスの創出の3つを柱に取り組んでいる。

2. 「にいがた2km」活性化に向けた取組

- ・投資呼び込みのため、オフィスビル建替促進に向け容積率/建蔽率を緩和したり、交流スペース等を設ける高機能オフィスビルを建設する場合には市が建設費補助を行ったりしているが、現在進行中の開発が一段落すると新規の開発計画が現状ほとんど無い状態である。
- ・そこで新たな投資呼び込み・賑わい創出に向け、新潟駅万代広場から約180mの道路空間再構築（歩道の拡張）を検討している。駅前空間を整備し市の玄関口としての機能を高めることで、都市の価値向上を目指すとともに、歩道空間を拡張させることでオープンカフェなどの利用も可能となり、民間投資の誘発や歩行者増加による地域消費の拡大から地域経済の活性化も期待できる。
- ・にいがた2kmではDXを活用した実証実験にも積極的に取り組んでいる。無人店舗や無人販売の実証を行っているほか、最近ではデジタルツイン技術を活用し、現実世界では検証困難な事柄に対し、仮想空間上でにいがた2kmを再現させることで様々なシミュレーションを行っている。また単純なアンケートでは漏れてしまうような社会の声について、AIを活用し、より広範に深くとらえることができる手法であるブロードリスニングも導入予定である。
- ・今後、デジタルツインとブロードリスニングを掛け合わせて駅前商店街で実証実験を行う予定であるが、その結果を有効利用してもらうためにも、民間事業者のDXに対する理解増進が必要である。

3. 「推し活応援プロジェクト」と「おいしさDX産学官共創プロジェクト」

- ・キャッシュレスデータを分析した結果によると、新潟市は東北や北陸の他の観光都市と比較して県外来訪者数やインバウンド数が非常に少なく、また市として食をアピールしているものの来訪者の食への支出割合も低水準であることが判明した。一方新潟市への来訪者のほとんどが中央区を訪れているというデータもあり、中央区が新潟観光の玄関口となっていることを再認識できた。
- ・上記分析結果を踏まえ、新潟市の魅力を効果的・効率的に伝えるアプローチとして「推し活」に着目している。新潟市は他の地方都市と比べコンサート・ライブの開催頻度が高いことに注目し、推し活のために新潟市を来訪するファン向けに「推し活応援プロジェクト」として様々な実証を行った。例えばアイドルグループの推しカラーによるライトアップ、フォトスポットや歓迎ボードの設置などを行ったところ、そこに民間の飲食店や土産店も続き、結果として来訪したファンの滞在時間も増え、新潟市内での消費行動の活発化につながった。本取組は首都圏企業からも注目を得ており、現在複数の都内企業と「推し活ビジネス」の事業化の話が進んでいる。
- ・また食の魅力が伝わっていないという課題に対し、「おいしさDX産学官共創プロジェクト」に取り組んでいる。本取組では枝豆や南蛮エビなど新潟市のグルメが何故美味しいのかについて、新潟大学がその特徴を分析の上数値で表しグラフにすることによって、おいしさの可視化を行った。市内の複数の飲食店でその結果を顧客に提示したところ、どの店舗でも当該商品の売上が向上する結果となった。おいしさが可視化されることによって、消費者は素材への興味が増すとともに、「味わう体験」が加わることでモノからコト消費となり記憶にも残りやすくなる。また調理人にとっても、素材への新たな気づきを得られることで新メニュー開発につながったり、自分の伝えたい想いを調理表現しやすくなる。

4. まとめ

- ・新潟市を他都市と差別化し、稼げる都心づくりをしていくためのカギはDXにある。「にいがた2km」としての取組も重要であるが、地域企業の皆様にも本取組の目的を意識していただき、DXに向けた対応・人材育成をお願いしたい。