

にいがた2kmが新潟市全体のまちづくりに果たす役割

人口減少時代のなか「選ばれる新潟市」を実現するためには、地域外から稼ぐ戦略が必須

資料 1

① ギャップ(地域課題)

- 低位な市民所得
- 地域産業の高付加価値化
- 多彩な農水産品や食文化など地域資源のブランディング

さらなる取り組みへ

⑤ ゴール(達成したいこと)

市民所得、住民福祉を向上



② 新潟市総合計画(2023~2030)

< 重点戦略 >

にいがた2kmの強みをフル活用

にいがた2kmの強み・機能

- ◆ 人・モノ・情報が行き交う新潟の拠点
- ◆ 日本海側最大の飲食・宿泊・商業集積
- ◆ 国内外とつながる企業の集積
- ◆ 加速するデジタル関連企業の集積
- ◆ 充実したオープンイノベーション機能
- ◆ 古町花街・みなとまちの歴史文化

にいがた2kmがまちづくりに果たす役割

ビジネスを創出

賑わいを創出

新しい価値を創出



③ アクション(取組)

戦略的な企業誘致の展開

デジタル技術等により新しい付加価値を創出

ターゲットに訴求できるビジネスモデルへ変革

④ インパクト(効果)

企業進出や産業創生による魅力的ある就業機会の獲得

新しいマーケットの獲得

来訪者増による消費の獲得

地域外から稼ぎ
域外収支を改善

国内外

プロジェクトの背景・狙い



- ✓ 新潟経済の底上げには、新潟の基幹産業である「食関連産業」において、さらなる付加価値が必要
- ✓ 観光面でも新潟の「食」の魅力をさらに活かすことが課題
- ✓ そして、若者が自らの力を発揮できる新潟にしたい!

そこで!

- ◎ 「にいがた2km」には、日本海側最大の飲食・宿泊・商業集積に加え、IT産業の集積が進んでおり、この「にいがた2km」を起点として、
- ◎ 新潟大学、(株)メビウスを中心とする地元企業、新潟市が、AI等デジタル技術の活用により、上記課題の解決に向けて取り組むのが、『**おいしさDX共創プロジェクト**』です!!