



国際交流都市新潟の都市デザインプロジェクト



エポペ創造研究所

BOM75
Build of Materials

国際交流都市 NIIGATAの「新しい顔」を創る！

産業・観光・物産、新潟には溢れる魅力があります。しかし、それらに気づかない人が多くいます。
新潟の魅力を集め、触れることができる場ができたなら、新潟のファンが生まれ、集客性も高まるはずです。
さらに、陸海空のインフラを活かせば、国内外からの来訪者も増加し、国際交流都市NIIGATAの活気が蘇ります。

BOM75※のネットワークを導入し、 新潟の魅力を国内外に発信する 新潟市の「新しい顔」をデザインします。

新潟駅前の一等地に新潟の魅力が集積するビルを建設。
新潟が誇る財産を幅広く網羅しPRするシンボルにします。
そこはリアルな体験が出来る場として運営し、
来訪者にとっては、ワンストップで新潟の魅力を知ることができる場にします。

さらに、BOM75のグローバルなネットワークを活かし、
海外の物産や食、観光に触れる場を構築し、国際交流を実現します。
新潟市の新しい顔の誕生です！



新しい顔には、新潟の魅力が一堂に集まります！

未だ多くの方々に知られていない新潟の魅力。
観光資源、地場産業、各種物産、そして食。
新潟の溢れる魅力を一堂に集め、PRを加速します。
ワンストップで、新潟のリアルな魅力に触れることができます。
それは、国内からの来訪者はもちろん、新潟県内在住者、
そして商用・インバウンド※の外国人来訪者にとって
新潟を理解する重要な拠点となり、
新潟ファンを一気に拡大することを目指します。



新しい顔には、アジアの魅力も集まります！

国際交流都市として発展が期待される新潟市。
新しい顔には、新潟の魅力に加え、
新潟と関係の深いアジア各国の魅力も集まります。
韓国、中国、ロシアをはじめ、
シンガポールまで、ネットワークを広げるBOM75の
スキームを導入し、新潟でアジア各国の魅力に
触れることができ、新潟から出発というメリットも訴求します。
新潟の魅力とアジアの魅力が融合し、
国際交流の色合いを強めることができれば、
集客性もさらに高まります。



新しい顔は、人混みを生み出します！

新潟の魅力が一堂に介した場。
アジア各国の文化や息づかいが感じられる場。
新潟駅前という一等地という環境も手伝い、
新しい顔には、多くの人が集まるでしょう。
それは、新潟の求心力の再興。

イベント開催を集中強化し、
いつきても面白い、楽しい場として集客性を高めます。

新潟の魅力に触れ、自ら観光・ショッピングへ動く人。
新潟でアジアの文化に触れ、新潟からアジアへ出発する人。
いつもエネルギッシュな空間となる場を求めて
何度も来訪する人々。

新潟の新しい顔は、
新潟の魅力と、アジア各国の魅力が交錯し、
人を集めるエネルギー源になります。

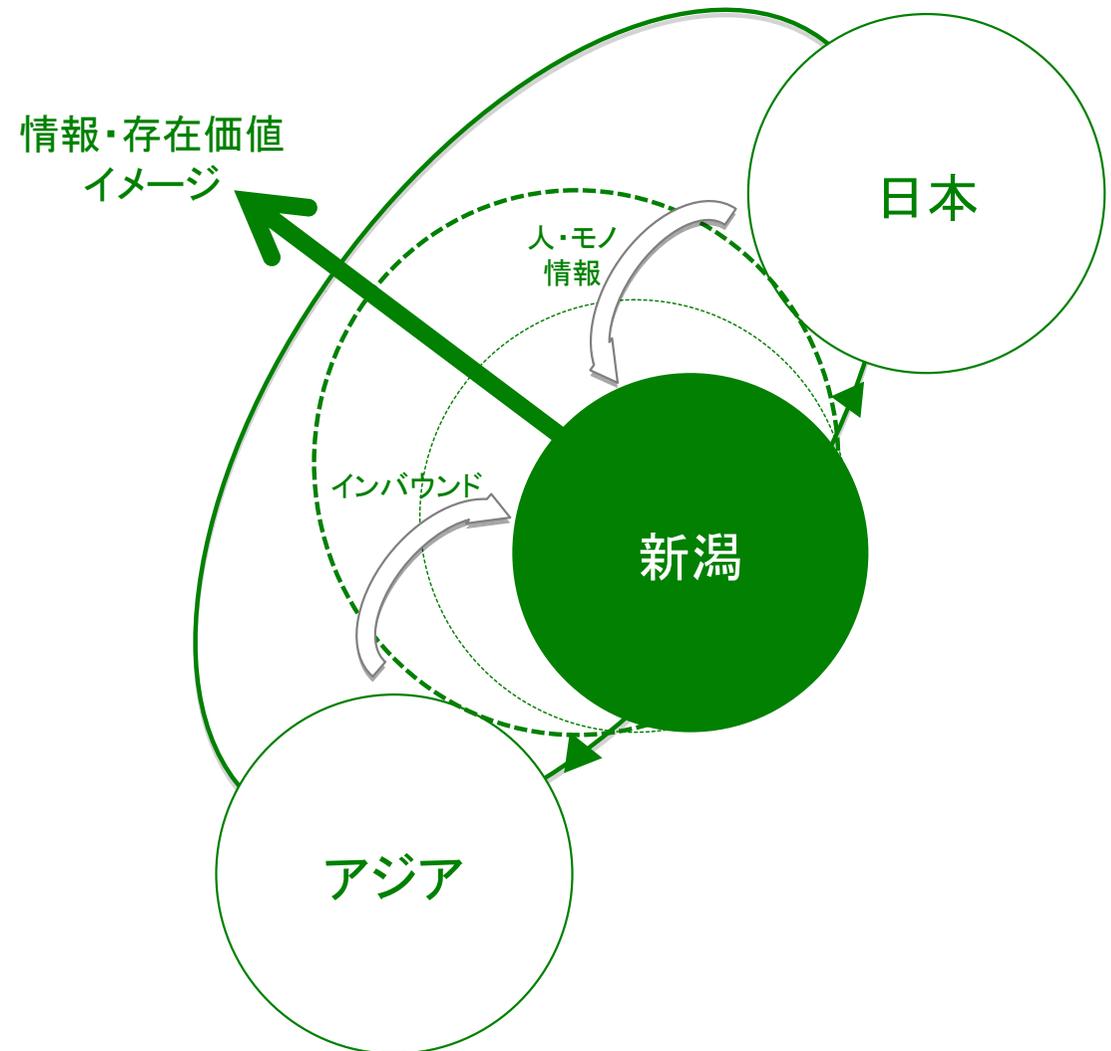


新しい顔は、新潟の発展を牽引します！

人を集めるエネルギー源となる新潟の新しい顔。
モノが集まり、人が集えば、コトが起きます。
新潟発の新たな仕掛けも生まれそうです。
日本と新潟、新潟とアジア、
両面でのアプローチを加速することで、
国際交流を実現する力が強くなります。

新潟のPRから、国際交流へ。
集客性の向上から、新たな展開へ。

新潟駅前の「新しい顔」づくりは、
地域創生というテーマも担っています。



第①段階 A塔

新潟市の新しい顔づくり

新潟駅万代口駅前に国際交流都市新潟に相応しいシンボリックなタワー型ビルを建設し、国際交流拠点としての施設とソフトの充実を行います。

第②段階 B塔

国際交流のゲートづくり

第①段階のタワー型ビルと同様のビルを対峙する場所に建設します。さらに国際交流の拠点性を高め、新潟TO世界、世界TO新潟のゲートとして機能と印象を高めます。

国際交流都市NIIGATAの シンボルタワー

新潟駅に降り立つと真っ先に目に飛び込んでくる立地に、
タワー型の集積ビルを建設します。
高層型のビルのテナントならびにソフトは、
官民の協力のもと充実を図ります。

国際交流都市 NIIGATAの交流拠点として機能し、
新潟県の観光・産業・食などの主要ブランドを招致。
すでに、韓国、中国、ロシアとの連携を深めている
エポベグループのネットワークを駆使し、海外からの出店を促進。
新潟の魅力とアジアの魅力は融合しながら
常にエネルギーを発するビル運営を実現します。



※写真はイメージです

マルタケビル＋COI新潟ビル A地区

現存するマルタケビルとCOI新潟ビルのエリアに、タワー型の集積ビルを建設します。

20階建ての高層タイプで、新潟駅前のシンボリックな存在感を発揮します。

新潟駅の高架によって生まれる駅からのアクセス性を活かし、商業施設を集中し、集客を実現します。



新潟ー日本、新潟ー海外の市民レベルの国際交流と、 BtoBの貿易拠点を開発！

新潟県内の魅力をPRするリーシングでは、実体験をもとに展開。

中国・韓国・ロシア・アジア諸国からの出店を実現します。

さらに、BtoBで、貿易などの交渉が進められるビジネス環境を用意。

自治体との協働体制を整え、新潟駅直近という絶好のロケーションで、インバウンド強化を促し、新潟の魅力を国内外に強力にPRすることを目指します。

市民レベルでの参加
企業・出店者の招致
文化・産業・ビジネス



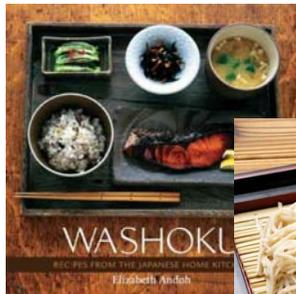
新潟の魅力アピール
インバウンド招致強化
産業・企業の貿易促進



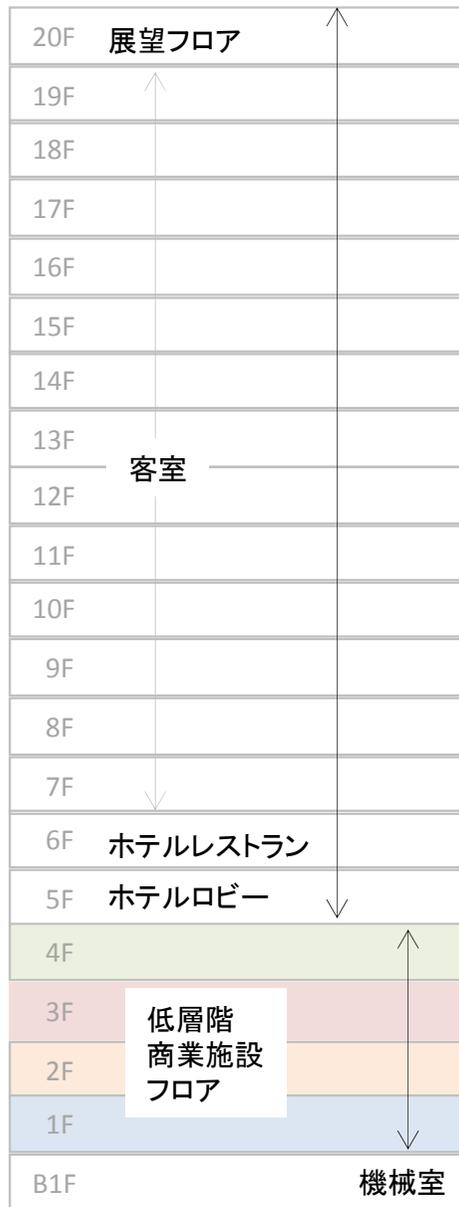
新潟のPR強化
国際交流拠点開発



制度・システムの開発
支援体制の構築



第①段階・A塔プラン概略



▶宿泊施設 高級ホテル ビジネスホテル

新潟の魅力発信・体験&グローバル・コミュニケーションをテーマに商業施設を開発！

低層階商業施設 展開企画案

- ▶国際ナショナルオフィス（中国・韓国・ロシアの領事館、出先機関、関係機関などを誘致）
- ▶国際ナショナル交流街（アジア各国の物産展示販売・交流拠点・貿易拠点・留学拠点）
- ▶新潟なるほどTOWN（文化・特産・観光・食材・加工品、新潟のPRをワンストップで叶えるフロア）
- ▶ツーリズムポイントNIIGATA（温泉・雪・スキーなど新潟でのツーリズム活性化させるポイントを構築）
- ▶国際ナショナル飲食店街（中国料理・韓国料理・ロシア料理・アジア屋台村など）
- ▶新潟「和食座」（和食・蕎麦・郷土料理・居酒屋 新潟で和食の楽しさを味わえる飲食店を集結）
- ▶国際ナショナル物販（旅行会社・DUTY FREE MALL・ファッション関連）

上記の要素からフロア面積に応じてアレンジを加え実施プランを作成します。

低層階は吹き抜け設計を施し、 回遊できる構造でエンターテインメント性と集客性を確保。

タワーの低層階は、吹き抜けの設計を導入。
空間を周回できる構造とし、エンターテインメント性と集客性を確保します。
見て回ることができる、気軽に入ることができる価値を創りだし
国際都市新潟の新しい顔としての機能を高めます。



第①段階・A塔展開イメージ

▶国際ナショナル物販（旅行会社・DUTY FREE MALL・ファッション関連）

インバウンド対策として国内でのオープンが激増する免税店(DUTY FREE)をエントランスフロアに開設。
韓国や中国などで躍進するファッション関連と合わせて、消費を促すフロアを構成。
さらに、アジア圏への旅行を提案する旅行代理店なども加え、国際色を強めます。



<内容案>

- 家電・消耗品免税店
- 韓国ファッション販売店
- 香港雑貨販売店
- 旅行代理店インフォメーションデスク
- 新潟ブランド免税SHOP

第①段階・A塔展開イメージ

BOM75の日本—中国の人脈を活かし、**SUNING 苏宁** / 中国商業的領先者 が運営する日本の電気小売店LAOXの免税店を新潟へ招くこともできます。日本国内のインバウンド市場に応え、全国で免税店を運営するLAOXの新潟進出は新たな新潟への期待づくりに大きく貢献してくれます。

LAOX



<東日本>

ラオックス 札幌店
ラオックス 新千歳空港店
ラオックス 千歳アウトレットモール・レラ店
ラオックス 秋葉原本店
ラオックス 銀座本店
ラオックス ヴィーナスフォート店

<西日本>

ラオックス 大阪道頓堀店
ラオックス りんくうシークル店
ラオックス 関西国際空港店
ラオックス 大阪上海新天地店
ラオックス 岡山空港店
ラオックス キャナルシティ博多店
ラオックス 長崎グラバー通り店
ラオックス 沖縄国際通り店
ラオックス 沖縄あしびなー店

<専門店>

AsoBitCity
WATCH

【中国店舗事業所】

<南京>

南京楽購仕生活広場銀河店
南京楽購仕龍江店
南京楽購仕金箔路店

第①段階・A塔展開イメージ

▶新潟「和食座」(和食・蕎麦・郷土料理・居酒屋 新潟で和食の楽しさを味わえる飲食店を集結)

刺し身・寿司といった和食から、蕎麦、郷土料理、居酒屋関係の有名店を集め、ワンストップで新潟和食が楽しめるフロアに。



富寿しグループは旬の日本海沿岸の豊富な漁場に恵まれた地域特産を生かし、新鮮な鮮魚を寿司・刺し身などいろいろなメニューにてご紹介いたします。



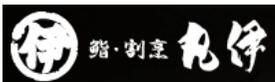
「新潟県農業総合研究所 食品研究センター」と「新潟県なまめん工業協同組合」が歳月をかけ開発した、柿渋入りなま麺。ラーメン激戦区新潟で人気の一店です。



日本海の幸を新鮮な海鮮料理で提供。炭を使った料理、創作和食なども多彩。ハイランクな居酒屋として県内で大きな人気を誇るグループです。



江戸そばの粹な味をゆっくりとした時間のなかで楽しめます。創業以来、変わらぬ製法の細切りの手打ち麺。ユズ、お茶などを練り込んだオリジナルそばも月替わりで登場します。



ネタの鮮度、おもてなしの鮮度、空間の鮮度。新鮮な日本海の幸をとびきりの美味でいただく寿司・和食の新潟の老舗。



新潟市内の焼き鳥の銘店。普段の暮らしに息づいた庶民の味。新潟市のサラリーマンの味方。その美味しさをいつも通りのお値段で。



新潟市のイタリアンの銘店。本場ナポリピッツアをはじめ、パスタ、本格イタリアンをワインとともに楽しむ。新潟発イタリアンのテイストを多くの方に。

第①段階・A塔展開イメージ

▶国際的な飲食店街（中国料理・韓国料理・ロシア料理・和食・アジア屋台村など）

韓国・中国・和食・ロシア料理など、国際的な食事が楽しめるフロアを構築します。



韓国に伝わる、嫁ぐことが決まった花嫁の家に、花婿が訪ねてくる一番大切なセレモニー。その日は最高の材料を用いてその家に伝わっている秘伝の味を披露し、花婿を歓待する習わしを再現する韓国の家庭料理を提供する料理店。東京をはじめ全国に展開する妻家房が新潟に初上陸します。



韓国家庭料理のSAIKABOが提案する前菜ビュッフェスタイル「パプサン」。「パプサン」と言うことばには、日本の一汁三菜のようにバランスの良い食事をしていただきたいという思いが込められています。からだにやさしく、女性に人気の韓国料理をお気軽にごゆっくりご堪能いただけます。

妻家房食品売場では、自社工場で製造されたこだわりの手作りキムチをお買い求めいただけます。白菜キムチはもちろんのこと、セロリキムチやネギキムチなど一般のスーパーでは手に入らない、専門店ならではのキムチをご用意しております。

第①段階・A塔展開イメージ

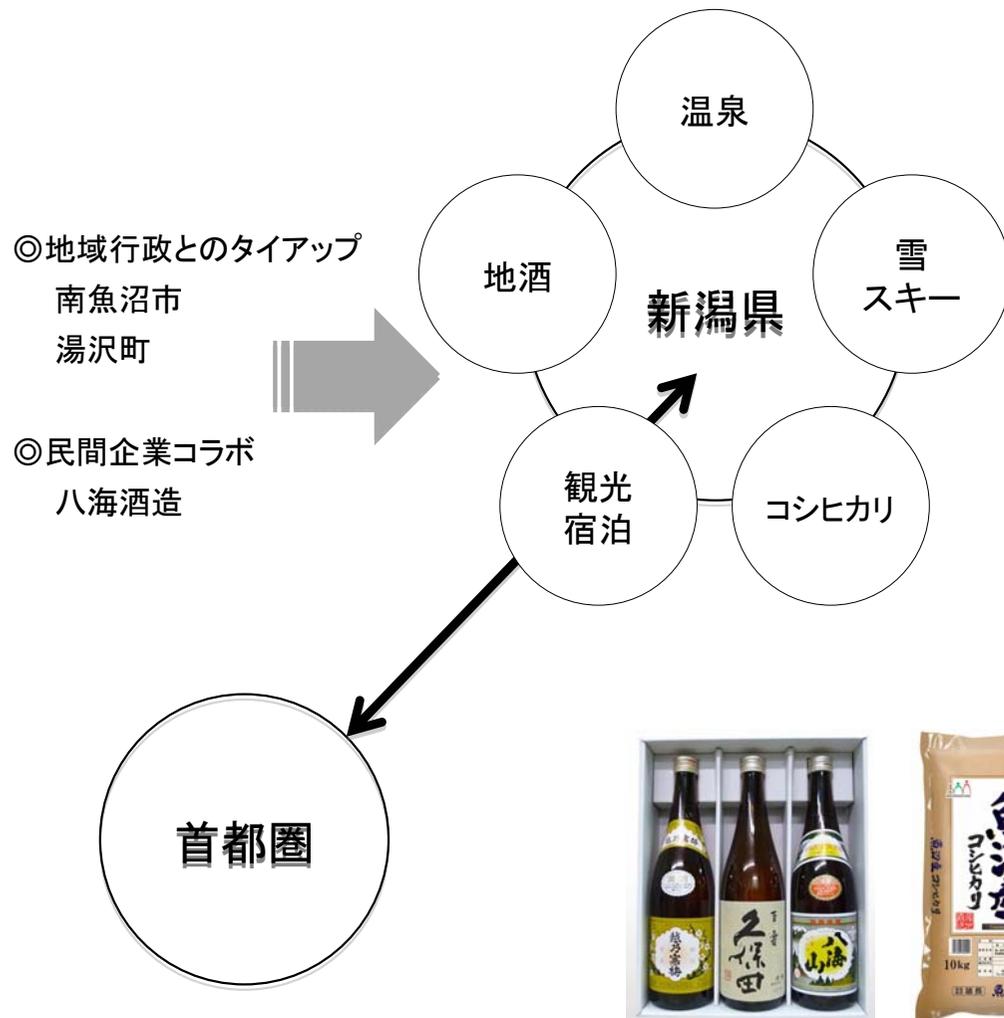
▶ツーリズムポイントNIIGATA(温泉・雪・スキーなど新潟でのツーリズム活性化させるポイントを構築)

新潟県内の観光資源をつなぎ、ツーリズムを活性化させるポイントを構築します。

六日町エリアの雪と温泉、Naebaに象徴されるスキーツーリズム、各観光施設と新潟県・南魚沼市・湯沢町との連携を深め、

新潟県内→首都圏、首都圏→新潟県内の周遊価値を創り出すことができます。

雪に関しては、中越・上越エリアにはゴールデンウィークまで残雪があり、南方からのインバウンド向けに有効です。



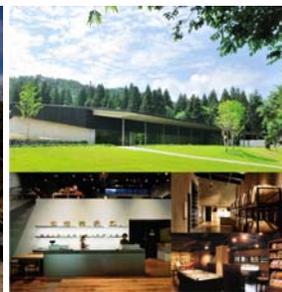
第①段階・A塔展開イメージ

▶新潟なるほどTOWN（文化・特産・観光・食材・加工品、新潟のPRをワンストップで叶えるフロア）

新潟県内の資源を集結。文化・特産・産業・観光・食材、新潟県を代表するモノ・コトが一同に集まり、ワンストップで新潟の魅力を理解できる場に。

<内容案>

- 新潟市／新潟県PRブース
- 新潟市／新潟県観光ブース
- 県内観光ツアー案内所
- 観光協会ブース
- 新潟県酒造組合ブース
- 県内産業ブース
- 県内企業ブランドブース



第①段階・A塔展開イメージ

▶国際ナショナルプレゼンテーションフロア（サムスン・LG、ハイアール・小米スマートフォンなどのアンテナshop）

デジタル関連や家電製品で機能とデザイン性で注目を集めるアジア圏のブランドを集結。
パイロットショップとしての機能を持たせ、世界の最先端を体験できる施設を用意します。

<内容案>

- SAMUSUNG アンテナshop
- LG アンテナshop
- ハイアール アンテナshop
- htc アンテナshop
- 韓国系スマホブランド アンテナshop
- 県内関連企業ブース



第①段階・A塔展開イメージ

▶国際ナショナル交流街（アジア各国の物産展示販売・交流拠点・貿易拠点・留学拠点）

新潟市の文化である「マンガ・アニメ」の文化発信、
韓国・中国・ロシアなどの物産を集め、交流販売できる拠点を構成します。

<内容案>

- 新潟市マンガ・アニメ博物館
- JETRO
- ALC(留学サービス)
- 韓国物産ブース
- 中国物産ブース
- ロシア物産ブース



国際交流都市NIIGATAの グローバルゲートを構築

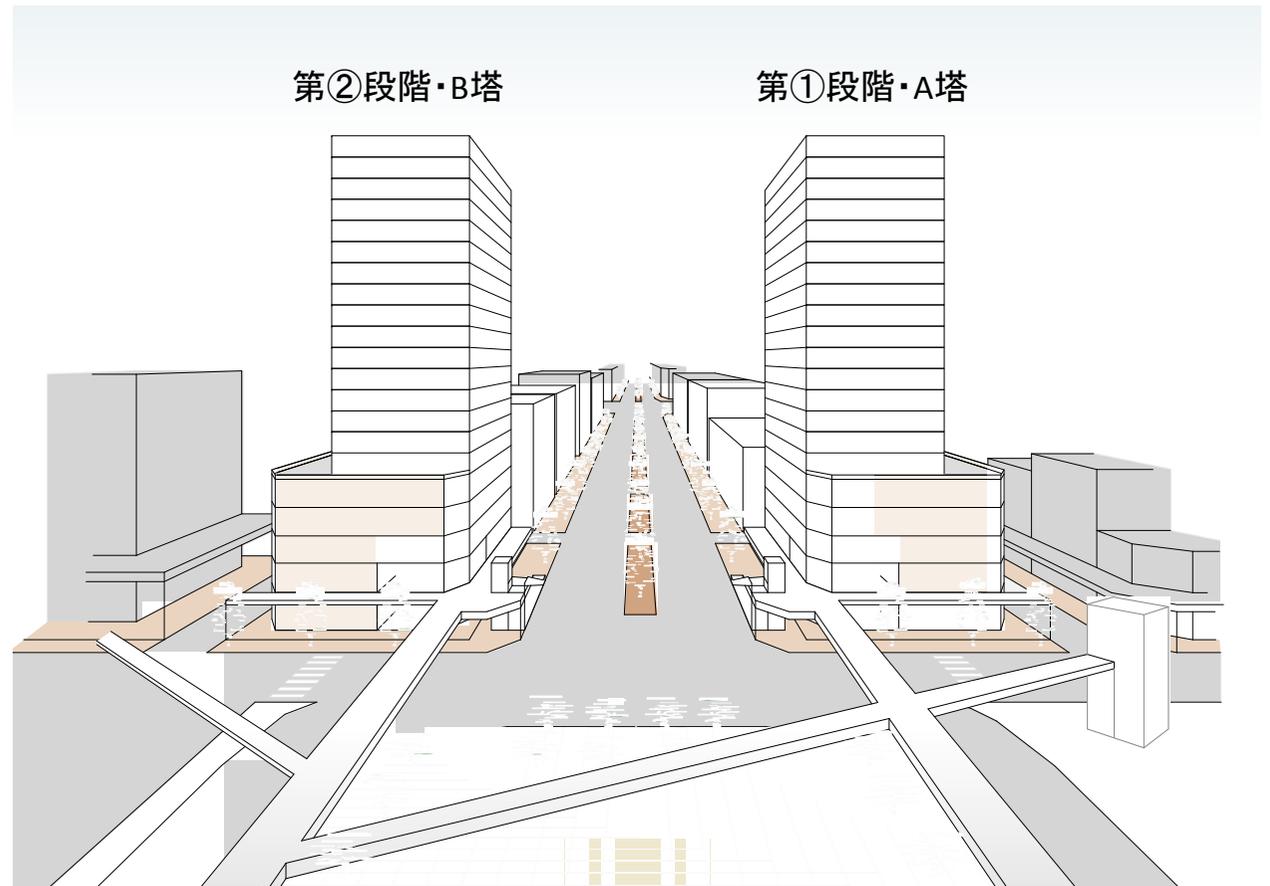
シンボルタワーの存在感をさらに強化するために、
通りを挟んだ地に同等の高層タワーを建設します。
これにより、新潟駅前にツインタワーが構成され、
新潟から世界へ、世界から新潟へ
人・モノ・情報が入り出す「ゲート」が完成します。

第一段階同様に官民が協力し、国際交流都市新潟の
存在意義を具現化するソフトを集積。
ワンストップで、新潟と世界の交流が図れる機能を持たせます。

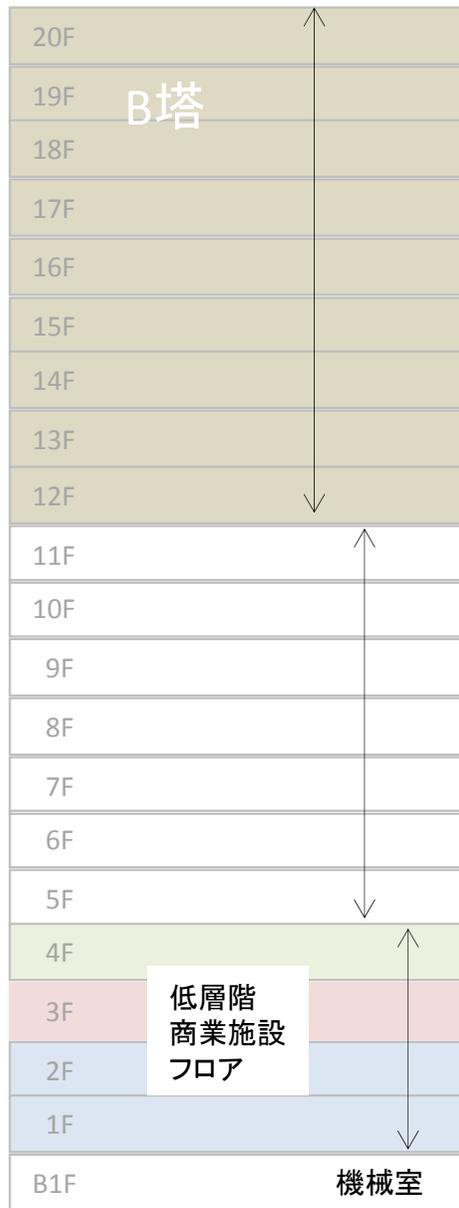


B地区

榎谷小路をはさみ、対面するエリアに同じようなタワー型の高層ビルを建設。
2棟により、門を構成するようなイメージで、その存在感をさらに強めます。



第②段階・B塔プラン概略



▶居住スペース
分譲マンション・賃貸マンション

▶賃貸オフィス
新潟県内の企業、周辺県の企業、
各国の企業向け賃貸オフィス



B塔

ゲートを構成する2つのタワーは共に同様のリーシング&ソフトを導入して運営。低層階のテナントに関しては、ゲートを構成する2つのタワーのバランスを調整しながら決定します。



A塔

万代口駅前高架広場の延伸

新潟駅の高架により、万代口から榎谷小路を挟んで、2本の高架歩道の建設が予定されていますが、A塔・B塔、ツインタワーが構成されることを活かし、榎谷小路を横断する建設を提案。歩道でなく広場としての機能を持たせ、回遊性を高め、賑わいづくりを促します。

この計画を推進することで、新潟駅前エリアの再開発にプラス効果を導き、駅前一帯の再開発の動きを加速させます。



■資料

BOM75プロジェクト
インバウンドの可能性

国際交流都市
NIIGATAの
新しい顔を創る
主体は
民間チームです

BOM75 とは

Build of Materials

BOM75は、民間による国際交流プロジェクトチームです



BOM75
コンセプト

- ✓ 極東アジア圏の交流を活性化する
- ✓ 極東アジア人の生活を刺激する
- ✓ 極東アジア内の個性を確認する

BOM75は、極東アジア圏において、民間主導の立場から

人・モノ・情報の交流を促すことを目指すプロジェクトです。

極東アジア圏における生活エネルギーと文化エネルギーを

積極的に融合させ、街と暮らしに新たな熱気を生み出す装置と仕組みを作ります。

極東アジア各都市へ展開するBOM75

BOM75は、国際交流のノウハウを持つ
多業種エキスパート集団です。

極東アジア圏における、拠点都市において、
物質・情報・人的交流を促す「拠点」を構え、
拠点都市における極東アジア圏への
注目を高める役割を果たします。

今後も極東アジア圏各国の拠点都市での拠点構築を進め
地域ニーズなどを踏まえて、コンセプトを維持しながら、
柔軟に内容を対応させ、
拠点都市エリアでの存在感を確保します。

ネットワークが生み出す 新たな価値

BOM75は、日本、韓国、中国、ロシアなど
日本海で結ばれる各国において
展開される拠点を通じて、その範囲を拡大。
香港、シンガポールなど東南アジア方面へも進出。
ネットワークの協力によって生まれる「新たな価値やしかけ」を
積極的に展開することで、スケールメリットを活かした
交流づくりに取り組んでいます。



■資料: BOM75の実績

BOM75では、新潟県のアジア向けPRをサポートし、韓国ソウル江南地区において、新潟県産品PRコーナー1号店「OGAの厨房(おかのちゅうぼう)」内「新潟倶楽部(にいかたくらぶ)」を設置。韓国と新潟の市民交流の場づくりに成功しています。さらに、県央の金属加工企業のアジア進出や飲食店の中国出店などのサポートを行っています。



卓越した磨きの技術で
網のノド越しを実現



急増するインバウンドの波をキャッチして国際交流を加速!

<<インバウンドのインパクト>>

2014年における、外国人の日本訪問人数は、1,300万人を突破。

外国人訪問者＝インバウンドによる経済効果は、無視できないものとなります。
政府は、将来的にはインバウンドの数を3,000万人とすることを目標とし、
2016年までに1,800万人、2020年まで2,500万人の目標を掲げています。

東京都/銀座

三越伊勢丹ホールディングスの2014年4～9月期連結決算の売上高は
96.5%の5816億円。主力店舗の売上高は、伊勢丹新宿店が同96.7%、
三越日本橋本店が同95.3%と苦戦したのに対し、
外国人観光客の利用率が高い三越銀座店は104.7%と唯一気を吐いています。

神奈川県/箱根

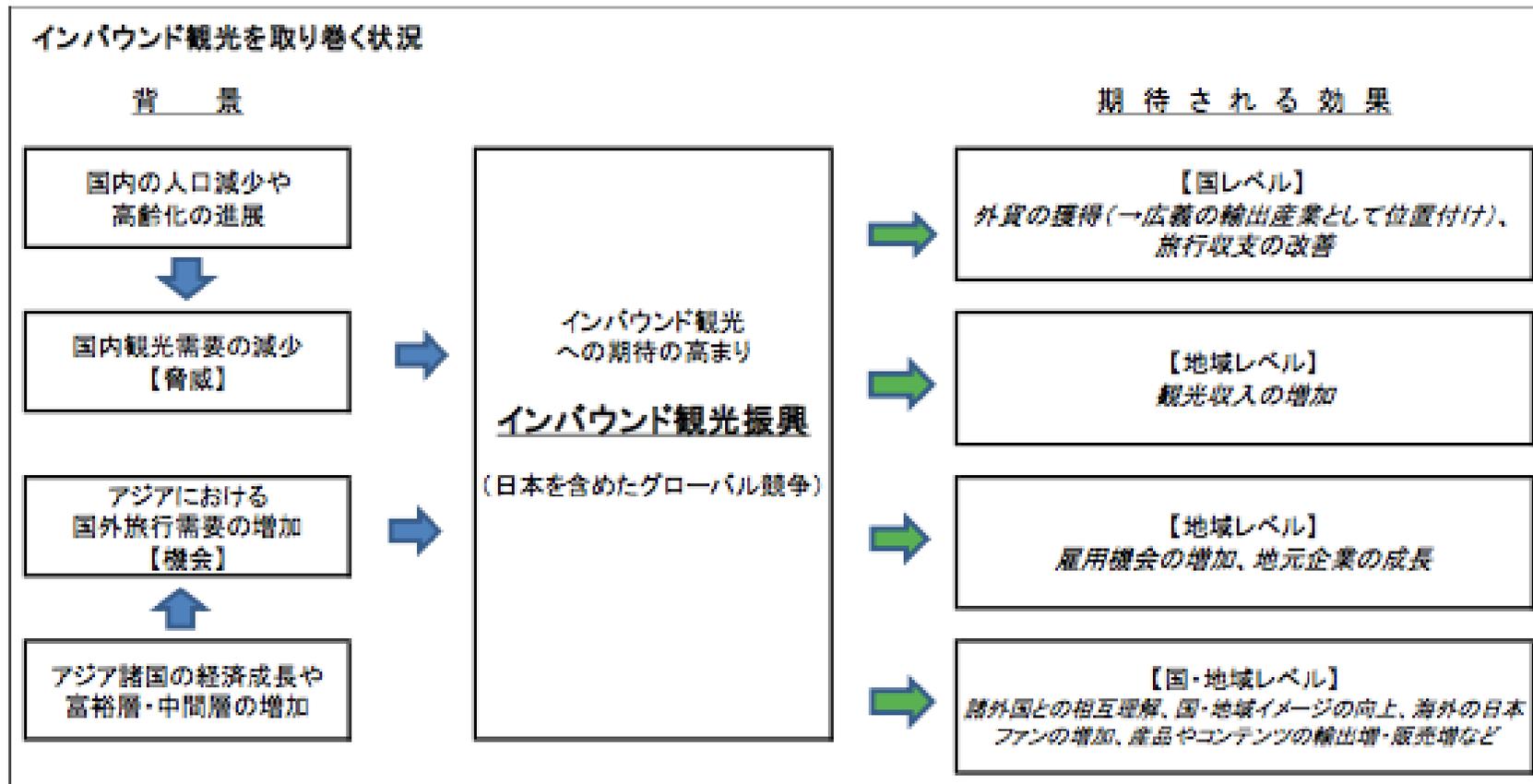
小田急グループではいち早くインバウンド強化に着手。
2009年からは「インバウンド協議会」のもと、旅行、運輸、ホテル、小売など、
一貫した取り組みによって相乗効果を高めています。
現在、各エリア・事業を代表する13社が参加し、国内外で積極的な広報活動を展開しています。



<<新潟の可能性>>

人口流出が続く新潟県、新潟市。市場が縮小方向に向かう中、
居住人口だけに頼らない市場を押し広げる力となるのが、インバウンドです。
海外から商用、観光を問わず、外国人を受け入れる仕組みを構築し、
温泉、食、ショッピング、スノーリゾートを組み合わせるオリジナルツアーを実施。
賑わいを再興することが可能です。

インバウンドは、観光雇用産業を刺激する大きな力！



インバウンド(観光振興)は、地域の観光収入の増加だけにとどまらず、雇用や、地元産業の活性化などに大きな可能性秘めています。

新潟市の「新しい顔」づくりにおいては、未来志向のインバウンド、国際交流を促進する仕組みが不可欠です。

観光+市民レベルでの国際交流を促すシンボルと機能を構築することは、インバウンドを皮切りに、新しい新潟市の可能性を広げることにつながります。