

# 富山の魅力の自覚と発信のために

～ 「何も無いちゃ」はもうやめて、遠慮なく自慢しよう ～

## 提 言

平成16年3月

富山経済同友会

この指とまれ委員会

## ．はじめに

富山経済同友会「この指とまれ」委員会は、時々課題に機動的に対応することを目的としたいいわゆる機動部隊であり、平成10年の設置以来、富山の魅力を如何に広くアピールするかを主なテーマとして、提言「隠しておきたい小都会 - 富山」の発表、「立山大使」制度の立ち上げ、「立山大使ハンドブック」の発行などに取り組んできた。

地域を取り巻く環境がますます厳しさを増し、地域間競争が激化しつつある中、地域は自らの魅力を自覚し、国内外に積極的に発信する必要に迫られている。今や「何もないちゃ」の一言は謙譲の美德ではなく、地域の存立を自ら脅かしかねない危険性を内包している。

地方分権の潮流の中、我々は「国を分割したものが地域ではなく、地域の集合体が国であり、世界である」との認識に立ち、地域の将来に向けての存立基盤を確保することこそが現世代の大きな責務と考える。

そこで今回は、富山の魅力の自覚と発信を更に強化することを目指し、これまでの取り組みを踏まえつつ、今後の自らの行動を明確化するとともに関係各方面への要望やヒントを取りまとめることとした。

## ．問題意識

### 1．地域を取り巻く環境の変化 ～存立基盤の危機～

地域を取り巻く環境は急速に変化している。主なものだけでも、日本経済の成熟化（国内市場の拡大余地の縮小と需要構造の変化、生産拠点の海外移転など）、少子高齢社会の到来（総人口と生産年齢人口の減少、老年人口の急増など）、市街地の賑わいの衰退、更には地球環境問題への地域としての対応の必要性などが挙げられる。しかも、このような環境変化は、大都市よりも地方圏でより顕著に現れつつある。

例えば富山県についてみると、

1991年度から2001年度までの10年間の実質県内総生産の増加率は実質国内総生産の増加率よりも低い。また、県外需要である財・サービスの移出は1割減、移出入収支は6割の大幅減となっている。

常用雇用指数（平成 12 年平均 = 100）は一貫して低下傾向にある。2000 年の国勢調査では、県内人口は 35 年ぶりにおよそ 2 千人の減少（自然増 3 千人、社会減 5 千人）に転じた。

現在の社会移動状況などを前提とすれば、県内人口は 2030 年には 95 万人（2000 年 112 万人）まで減少するとともに、65 歳以上の人口割合は 32%（同 21%）に上昇する一方、生産年齢人口割合は 57%（同 65%）に低下すると予測されている。

自動車依存度が高く、住民が広く薄く分布（県の DID（人口集中地区）の人口密度は全国で最低クラス）しているため、公共交通機関利用者が減少傾向にあるほか、富山市などの市街地における住民数・商業販売額が減少し賑わいが失われつつある。

北陸新幹線開業のメリットとストロー効果（購買力流出、支店・営業所の撤退など）の差し引き結果への懸念。

多くの地域は程度の差はあれ、このような環境変化を地域の存立基盤を脅かす危機として深刻に受け止め、企業誘致などに注力している。

## 2. なぜ魅力の発信が必要なのか ~ 企業誘致・観光振興を超えて ~

各地域が目指していることは、煎じ詰めれば地域人口の確保である。つまり地域間競争とは、これから減少に向かう総人口を巡る地域の存立を賭けた分捕り合戦とも言える。

その地域に住む人々を確保するための経済面で必要な条件は、第一に地域内における雇用機会の創出と付加価値生産機能の維持・強化であり、各地域とも既存産業の活性化、企業誘致、新規産業創出、新規起業促進などに取り組んでいる。

特に近時は、観光振興が経済面での波及効果の大きさにより注目されているが、そもそもこれらの方策が功を奏するためには、単なる観光客のみならず、人的資源の育成・流出抑制、更には誘致（他地域からの移住）促進までを射程に入れた広義の交流人口の増加が極めて重要である。

交流人口を増加させるためには、まずはできるだけ多くの人に当地域を知ってもらい、「行ってみよう」という気にさせなければならない。ここにこそ地域の魅力を広く発信する、すなわち遠慮なく堂々と自慢すること

の必要性が存在する。

地域の魅力を発信するためには、住民自らがその地域の魅力を正確に認識することが先決である。知らないことを堂々と自慢することはできず、また、知っているだけでは「宝の持ち腐れ」であり、磨き上げてこそ初めて本当の「お宝」となることを銘記しなければならない。

#### ・ 魅力の発信に向けて ～自らの取り組み～

我々はこれまで、富山県は「隠しておきたい」ほど魅力ある地域であることを確認したうえでの提言、「立山大使」制度の立ち上げ、他地域から見える富山に関する講演会の開催、「立山大使ハンドブック」の作成など、富山の魅力の発見と発信に努めてきた。

これらの活動が大きな効果を発揮したか否かについては様々な見方があるが、富山の魅力を更に自覚し、広く発信するため、当面は従来の基本的方向性を維持しつつ、以下の事項に自ら取り組む。

#### 1. 「立山大使」制度の普及促進（現在の大使数 136 名）

- ・ 同友会会員、同 OB へのより積極的な広報と勧誘
- ・ 県内自治体、各地の富山県人会などへの積極的な広報と勧誘
- ・ 制度を紹介するためのインターネットサイトの開設（済） など

#### 2. 富山の魅力の再確認及びアピールに関する他機関との協働

- ・ 積極的に国内各地や海外に赴いて見聞を広め、富山の比較優位・劣位を客観的に認識する
- ・ 富山商工会議所（「富山市価値創造プロジェクト」）、他地域の大使制度、自治体などとの連携の模索 など

#### 3. ビジネスの相手方などに来富を呼びかける、泊める、観（魅）せる、飲ませる、食べさせる

- ・ 同友会会員一人一人が様々な機会を捉え、他地域の人に富山の魅力を体験してもらう場の設定に努める

- 4 . 富山を知るため・アピールするためのインターネットサイト開設
- ・インターネット上に、富山を知る・観る・遊ぶ・食べる・暮らすための大規模なリンク集を構築（リンク先数：300以上（16/3現在））
- ・名称：富山百科（富山経済同友会 HP <http://www.doyukai.org/>）
- ・内容：知る、観る・遊ぶ・食べる etc.、富山のお宝目録、富山関連ポータルサイト、立山大使、その他
- ・開設後もリンク先の拡大、リンク先説明の充実を継続

#### ・ 魅力の発信に向けて ~ ヒントと要望 ~

富山には、豊かな自然景観、豊富かつ清涼な水、安全でおいしい食、ユニークな祭り・イベント、歴史的・文化的資産など多くの魅力が存在することは改めて言うまでもないが、それらを更に磨き上げ広く発信する余地があることも事実である。

そこで、いくつかのヒントと要望を提示したいと思う。

#### 1 . 富山の魅力を更に増すためのヒント

富山の魅力をより自覚し更に広くアピールするためには、例えば以下の事柄に県民・企業・自治体などがそれぞれ又は一体となって可能な範囲で取り組むことが有効だと思われる。

自分の足で旅に出よう

- ・ 国内各地や海外を旅すると、富山の魅力がよくわかる

「富山の食」をもっとアピールしよう

- ・ 自分で食べてみよう

鰯やホタルイカはもちろんのこと、富山の米、蟹、鱈、鮫鱈、ゲンゲ、鮎、椎茸、梨、自然薯など地元の食材を自らもっと食べて、その豊かさやおいしさを実感すれば、他地域の人にも自信を持って勧めることができる

そのためにも地元食材がより簡単に手に入るようになることが必要

- ・ 駅、空港、商店街などにおける富山の食のお試し場設営

鱒寿司バー（カット売り）、岩牡蠣バー、海老バー、飲み物は県内酒蔵のお酒（グラス売り）主体

住みたくなる・訪れたくなる街を創ろう

- ・ 景観、歴史的資産、食などを活用した街づくりの展開（街づくりの具体的イメージ例については別紙参照）
- ・ 市街地における良質な住宅の供給

富山ブランドを活用して富山ファンを増やそう

- ・ 「薬の富山」の知名度、産業・研究機能集積などを最大限活用して、信頼性の高い健康食品などを開発し、売薬さんルートなどを通じて販売
- ・ 伝統工芸や技能の応用  
銅器、漆器、木彫りなどの技術を駆使して、現代の生活様式に合致した家具、照明器具、装飾品などを生産し、国内外へ販売

富山のものづくりを見せよう

- ・ 富山はものづくりの歴史と現場の宝庫。工場や製品展示室などを開放し、見学客を受入れ

## 2. 行政への要望

地域の魅力の自覚と発信は、地域住民全てが取り組むべきものであるが、各地域が存立を賭けて激しい競争を展開している状況においては、行政でなければ担えない事柄も多いことから、行政各方面には当面の取り組みとして以下の通り要望したい。

なお、取り組みにあたっては、対象の設定や具体策の立案・実行について県民や民間組織などとの情報・意見交換、協働が極めて重要である。

#### より戦略的な広報活動

- ・ 地域広報と観光広報のコンセプト統一、アピールすべき点についての広聴、県や市町村間での有機的な連携、集中的な予算投下、有効な広報媒体の選択、他地域との広域的な連携など

#### 基礎データの整備

- ・ 入込数や観光収支など、基礎的な計数をより迅速かつ正確に把握できるようにするための統計システム整備

#### 公共交通機関の振興

- ・ 路面電車やバスなどの効用（高齢者・来訪者など交通弱者の移動権確保、環境負荷の低減など）についての住民への周知及び利便性・快適性向上へのより積極的な関与・助成

学校や社会人教育の場などにおける富山の歴史や先達の活躍など郷土史教育の充実

- ・ 地域住民が地域をより良く認識するための基礎を固める
- ・ 住民や来訪者が富山の歴史や魅力に触れることができる施設の整備

#### 景観・街並みなどの保全・整備・活用

- ・ 富山の貴重な財産である景観の保全や街並み・建物などの整備・活用へのより積極的な関与・助成（具体的イメージ例については別紙参照）
- ・ 駅、空港、交差点などでの、富山の特徴や見どころなどを含む多くの人に分かりやすい案内板（漢字、ひらがな、ローマ字、中国語、ハングル等併記）の整備
- ・ 市街地などにおけるユニバーサルデザイン導入への関与・支援

. おわりに

地域の魅力を発信することの最大の意義は、住民が地域の魅力を自覚し磨き上げることによって、その地域を更に住み良くするための大きなきっかけになる点にある。

住民が住み心地に満足し誇りを持って思わず自慢したくなるような地域には、自ずと多くの人々が訪れ、当然の結果として大きな経済的効果が生じる。

我々は、富山には本物の魅力及びその可能性が豊富にあると信じ、今後もその発見と発信に積極的に取り組んで行く所存であるが、県民、企業、自治体などが様々な機会に富山の魅力を堂々と自慢することがより重要であることは言うまでもない。

富山の将来に思いを馳せる方々のご理解とご協力を賜れば幸いである。

以 上

## 景観・歴史的資産・食などを活用した街づくりの具体的イメージ例

### 【八尾町】

町全体を統一コンセプト(例:「坂の街」)に基づいて整備  
広告・電線類の規制、建物新築規制などの強化  
「おわら」の通年化の促進

### 【富山市岩瀬地区】

回船問屋屋敷・蔵などの歴史的建造物の保存と活用(例:アートスペース)  
フィッシャーマンズ・ワーフや魚介類レストラン、寿司屋横町などの集積  
マリーナや海釣り公園などマリンスポーツの基地整備

### 【富山駅北の運河地区】

集いの場として、フリーマーケットやコンサートを実施  
広い歩道を活用したオープンカフェや鱒寿司バーなどの展開  
バラ園、チューリップ公園などの花壇の充実とフェスティバルの開催  
江戸時代の富山名所、越中舟橋のレプリカによる再現  
運河沿いでの良質な住宅の整備促進

### 【松川・いたち川】

水質の更なる改善と稚魚の大量放流  
岸辺の桜並木の維持  
憩い・集いの場として、川岸にカフェ・ステージなどを整備

### 【富山市護国神社前通り】

大和デパートの移設を契機に、都市型遊歩回廊として演出  
並木整備  
おしゃれな店舗の立地勧奨・誘導  
休日は交通を規制

### 【砺波散居村】

田園空間整備事業(散居村ミュージアムとその発展形)の更なる充実  
無秩序な宅地化への公的・自主的規制の徹底  
外観を残した建物の建て替えの奨励、助成、税制上の優遇措置  
モデル観光ルートの設定や体験宿泊などの展開

実質総生産の増加率(1991年度 2001年度)

(単位：%)

(1995年度基準)	全 国	富 山 県
民間最終消費支出	14.5	10.7
政府最終消費支出	36.4	30.9
総固定資本形成	6.6	8.0
純輸出・移出	17.8	63.1
輸出・移出	35.6	10.4
輸入・移入	40.4	1.9
国内・県内総支出	10.9	2.3

近隣県等の実質総生産  
増加率

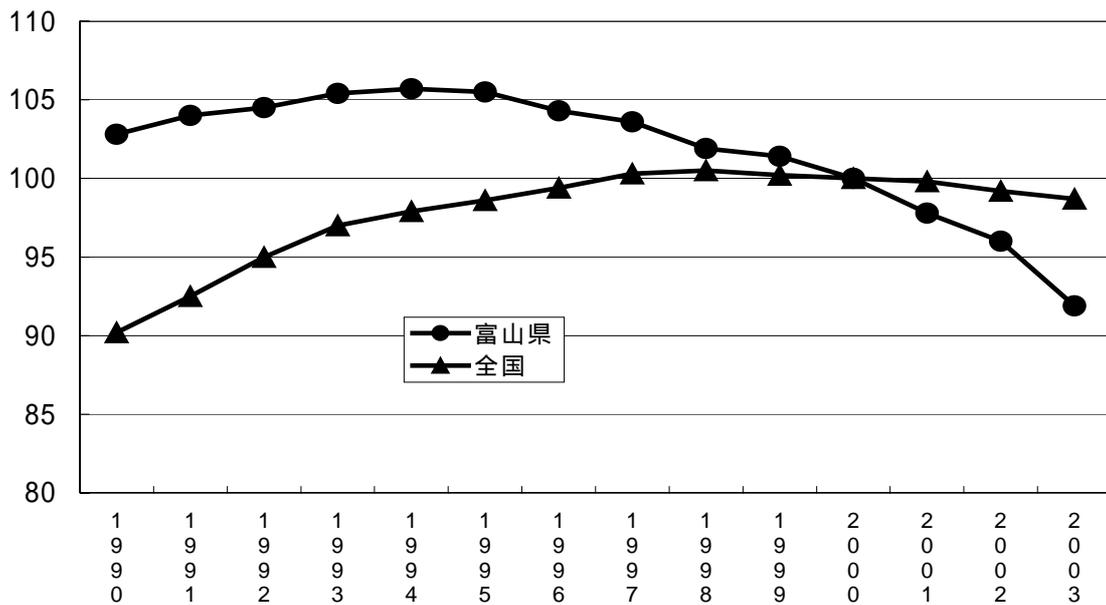
(%)

石 川 県	9.0
福 井 県	10.1
新 潟 県	7.1
長 野 県	19.6
岐 阜 県	6.2
東京・大阪を 除く全国	12.8

内閣府「国民経済計算」、各県「県民経済計算」

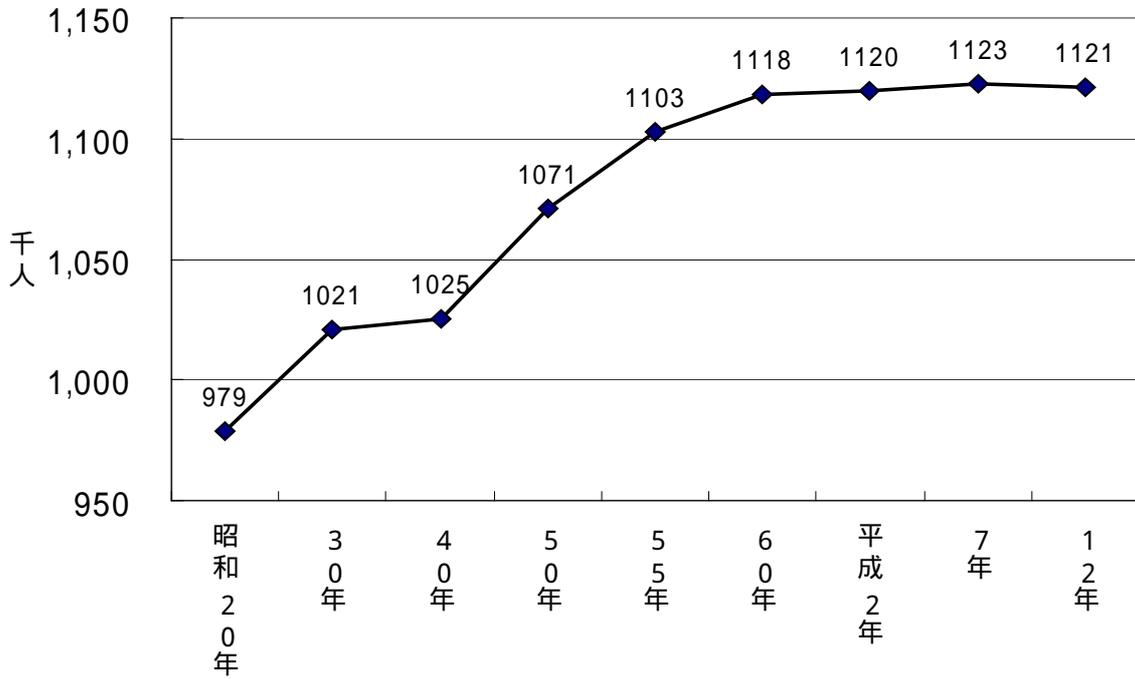
常用雇用指数の推移

(2000年 = 100、全産業、従業員5人以上)



厚生労働省「毎月勤労統計」

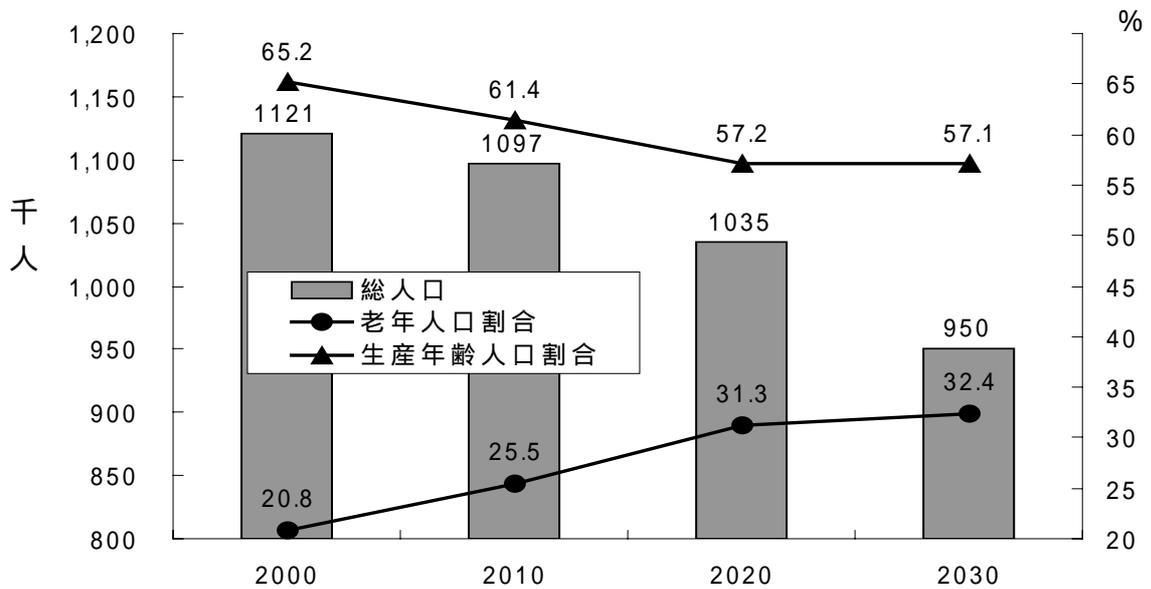
富山県の人口推移（国勢調査）



人口増減内訳（人）

	S50	S55	S60	H2	H7	H12
自然動態	52,449	37,633	23,675	12,961	4,635	2,676
社会動態	11,353	4,965	8,765	11,169	1,671	4,958
差引増減	41,096	32,668	14,910	1,792	2,964	2,282

富山県の将来人口予測



国立社会保障・人口問題研究所

## この指とまれ委員会

(五十音順)

区分	氏名	会社名	役職
委員長	岩崎 正敏	日本政策投資銀行	富山事務所長
副委員長	荒井 輝夫	(株)エーエヌエーホテル富山	取締役総支配人
副委員長	上部 昌之	商工組合中央金庫	富山支店長
副委員長	長津 克司	(株)みずほコーポレート銀行	富山営業部長
副委員長	牧田 和樹	(株)牧田組	代表取締役社長
副委員長	宮本 次郎	(株)宮本工業所	代表取締役会長
委員	浅野 公士	(株)チュリップテレビ	専務取締役
委員	阿部 武夫	富山化学工業(株)	専務取締役富山事業所長
委員	井沢 信一	(株)ジェイティービー	富山支店長
委員	市丸 正年	富山県信用組合	理事長
委員	稲葉 実	(株)三四五建築研究所	代表取締役
委員	上田 宗彦	富山テレビ放送(株)	代表取締役社長
委員	大石 順一	佐藤鉄工(株)	代表取締役社長
委員	大石 準一	(株)日立製作所	北陸支社長
委員	奥村 茂	(株)福光屋富山	代表取締役
委員	小野 正裕	助野靴下(株)	代表取締役社長
委員	金澤 正雄	(株)名鉄トヤマホテル	取締役相談役
委員	黒川 勲	(有)森本鉄工所	取締役社長
委員	黒田 昭	(株)三田商会	代表取締役社長
委員	古賀 淑道	(株)神戸製鋼所	北陸支店長
委員	小又 幸進	北陸電気保安協会	理事長
委員	齋藤 健	住友商事(株)	北陸支店長
委員	齊藤 恵三	(株)齊藤製作所	代表取締役社長
委員	酒井 鉄夫	(株)エーシージャパン	取締役社長
委員	鎮目 進二	野村證券(株)	富山支社長
委員	島 竜彦	(株)島石油店	取締役社長
委員	島田 良作	シマダパック工業(株)	代表取締役会長
委員	宗 和敏	中小企業金融公庫	富山支店長
委員	竹中 時造	(株)竹中製作所	代表取締役社長
委員	田村 明久	(株)タムラ建築設計事務所	代表取締役
委員	釣谷 圭介	サンエツ金属(株)	代表取締役会長
委員	土地 豊隆	(株)ユタカ産業	代表取締役
委員	中 島 修	日本生命保険(相)	富山支社長
委員	西澤 敬二	(株)損害保険ジャパン	富山支店長
委員	長谷 正克	北日本印刷(株)	代表取締役社長
委員	馬場 博	東海東京証券(株)	富山支店長
委員	浜田 政利	(株)延楽	専務取締役
委員	広崎 邦夫	(株)北國銀行	富山支店長
委員	福島 鉄雄	福島電工(株)	代表取締役社長
委員	藤井 裕久	(有)藤井産業	代表取締役社長
委員	堀井 清一	堀井鉄工(株)	代表取締役社長
委員	堀内 俊良	安田生命保険(相)	富山支社長
委員	松本 正毅	関西電力(株)	北陸支社長
委員	松本 祐二	電気化学工業(株)	北陸支店長
委員	松山 泰章	三井物産(株)	北陸支店長
委員	山口 昌広	北酸(株)	代表取締役社長
委員	渡辺 辰男	高岡地方交通(株)	代表取締役会長
委員	渡辺 淳司	大和証券(株)	富山支店長

(以上 48名)