

北陸として取り組むべき地域力向上策

～北陸経済連合会「北陸新幹線敦賀開業を契機とした北陸の地域力向上策の提言」より～

地域開発調査部 研究員
調査研究部 主任研究員

吉田 聡子
辻野 秀信



1. 北陸経済連合会の提言より

(1) 北陸新幹線敦賀開業を契機として 取り組むべき地域連携・地域力向上

2024年は、北陸地域が大きく2つのことで全国的に関心を集めた。

1つは、元日に発生した「能登半島地震」である。能登半島北部を中心に甚大な被害が発生し、現在も地域に大きな傷跡を残している。一時的な復旧だけではなく、本格的な復興・再生への取り組みが重要になってくるが、避難者を含め多くの人が地域を離れ、廃業

も相次いでいることから、今後のまちづくり、なりわい再建など「創造的復興」に向けて課題が山積する状況となっている。

もう1つ関心を集めた出来事が「北陸新幹線敦賀開業」である。3月16日に金沢－敦賀間125kmにおいて念願の延伸・開業を迎えることができたが、これは2015年3月の金沢開業から9年ぶりの延伸となり、再び北陸に社会的・経済的に大きなインパクトを与えることが期待されている。

新幹線開業日には、政府による観光振興支援「北陸応援割」も実施された。被災地側の負担を指摘する声もあるが、被災地支援という本来の目的を踏まえて活用されれば、新幹線延伸開業との相乗効果が生まれるだろう。今回の延伸開業を能登半島地震の復興への足がかりとし、効果を持続させるための取り組みも欠かせない。

現在、能登半島地震や北陸新幹線の敦賀開業によって「北陸」が大きく注目されており、復興や観光といったさまざまな取り組みで、一体となって発信していくことの意義も高まっている。こうした環境下で、北陸経済連合会が今年5月末に「北陸新幹線敦賀開業を契機とした北陸の地域力向上策の提言」を公表している。本報告では具体的な提言内容を紹介しつつ、あらためて北陸での地域力向上のため取り組むべき意義について考えたい。

図1 北陸新幹線敦賀開業当日の福井駅の様子



(2) 北陸3県における連携の考え方

北陸新幹線の敦賀開業による直接的な効果は、首都圏との移動が北陸新幹線で敦賀まで乗換え不要となり時間が短くなることである。東京～敦賀間は最短3時間8分で結ばれ、北陸周りで50分の時間短縮となる（東海道周りは、東海道新幹線と在来線特急で所要時間約2時間51分）。新しく沿線地域となる自治体は、大消費地との接点を求め、誘客アピールに早くから力を入れている。観光は裾野が広く雇用面での経済効果が大きいと、地方活性化の起爆剤となりうるからだ。

良い面の影響としては「交流人口の増加」「観光客の増加」につながり、悪い面では、「首都圏方面へのストロー現象」が考えられる。北陸経済連合会が2023年10月に会員企業に向けて実施した調査結果にはともに人流の変化が指摘されている（図2）。

一方で、北陸圏域内の移動時間も約25分前後短くなり、域内のアクセスも格段に向上する点も良い面の影響といえるだろう。敦賀開業により、北陸3県の県庁所在地である富山～金沢、金沢～福井ではそれぞれ約20分、富山～福井も最短44分と1時間以内で結ばれ（図3）、「日常行動圏」となることで、北陸圏域内の時間的・心理的な距離は一層縮まる。

北陸3県の県庁所在地が1時間以内で移動可能となることで、北陸3県があたかも1つの大きな接続した都市圏となり、地域力を向上させながら、新たな価値を創造する地域に発展するチャンスにもつながる。沿線の各都市間ともほぼ1時間以内で移動できるようになり、事実上、人口300万人規模の一体的な都市圏が

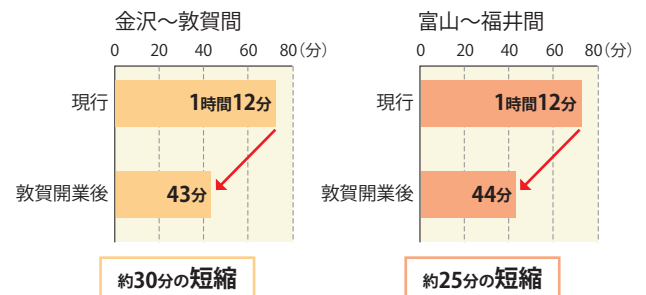
形成されることになるからである。これら新幹線沿線都市が積極的に連携・役割分担を図ることにより、大都市に比肩する都市機能を持つことが期待できる。

現状では、各県はそれぞれの特長や強みを生かした、あるいは課題や弱みを克服するためにさまざまな施策を独自で実施している。各県の実態に合わせて取り組みを進めていくことは重要ではあるものの、その一方で、共通する課題に対しては北陸が一体となって取り組むことでより大きな効果を得られると考える。

そこで、次頁の図4に示したように、北陸3県が一体となって取り組む連携の考え方を示したい。図の左側のように県が個別に取り組んだ場合は「創造される価値が限定的」な施策となるが、北陸3県が連携して取り組んだ場合には、右側のとおり「創造される価値の相乗効果」を得て、北陸のエリアとしての魅力を向上させ、発展につなげられる。

北陸経済連合会の提言では、さまざまな都市機能の効率化と高度化を目指すために必要な都市間の連携を提示したいとされている。北陸新幹線の敦賀開業は、

図3 北陸新幹線の時間短縮効果



（出典）「北陸新幹線がつなぐ北陸の未来-JR西日本」パンフレットより抜粋

図2 北陸経済連合会定例調査「景況などに関する会員アンケート」／調査時期2023年10月

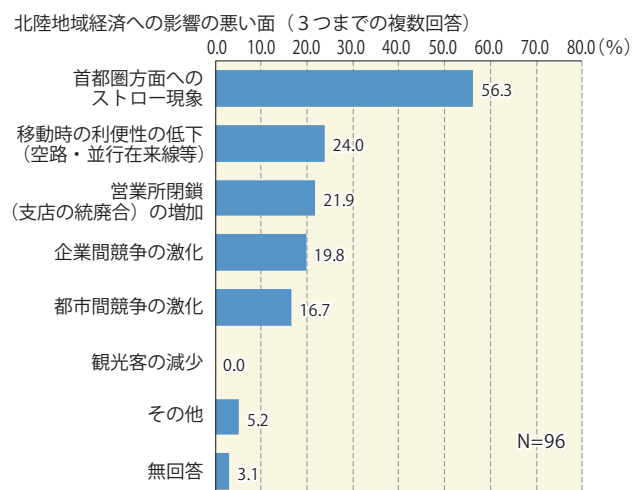
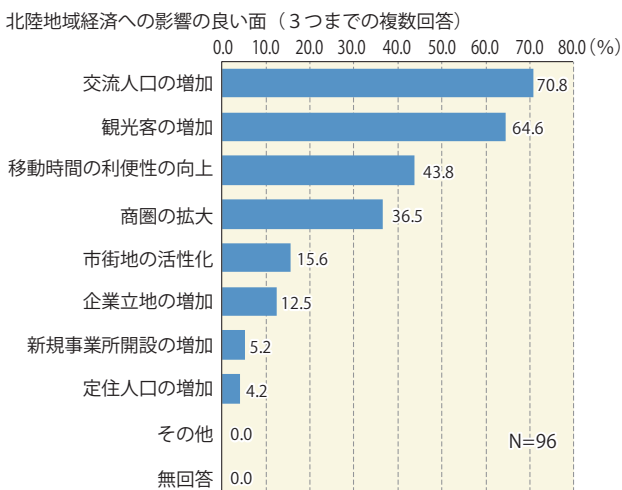
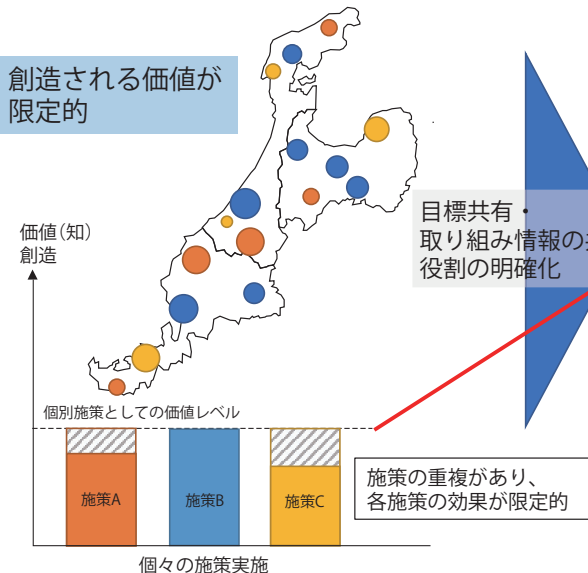


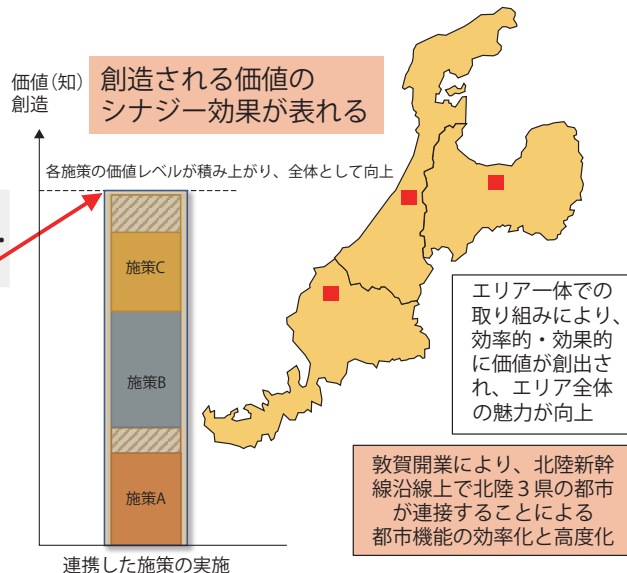
図4 「北陸新幹線敦賀開業を契機とした北陸の地域力向上策の提言」(北陸経済連合会)より抜粋

北陸3県における連携の考え方

【個別で取り組んだ場合】



【連携して取り組んだ場合】



富山・石川・福井が「ツナガル」ことで、時間的にも心理的にも距離が一層「チカヅク」ことができ、3県が「ヒトツニナル」好機となる。また、2024年元旦に起こった能登半島地震は、北陸に大きな傷跡を残し、今なお多くの人々が苦しみながらも復興に向け、力強く歩んでいる。こうした状況を踏まえ、北陸が一つになり、地域の豊かな未来を思い描く方策も併せて提言している。

(3) 3側面から整理した地域力向上策

提言では、「観光以外の産業」「観光」「暮らし」の3つの側面から現状と課題を概観し、必要な取り組みが取り上げられている。

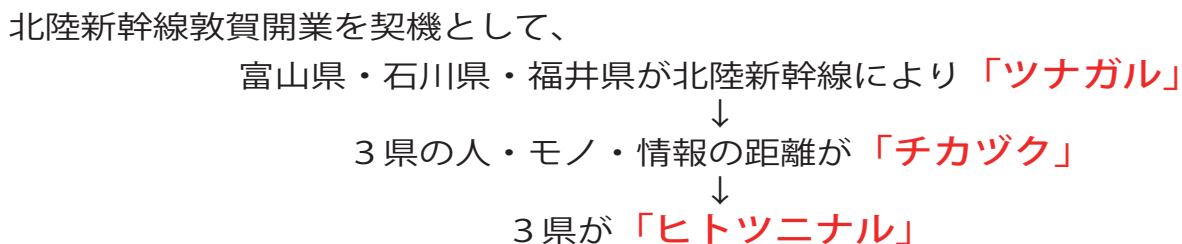
1点目「観光以外の産業」では、「北陸の産業がツナガル施策」として、北陸新幹線敦賀開業を機に北陸

域内の人・モノ・情報の行き来が活発化することで、「人々の行動範囲の広がり」「域内商圏の活性化」「域内調達の拡大」に資する施策に取り組むべきとされている。

2点目「観光」では、「北陸の観光がチカヅク施策」として、3県内の移動時間が短縮されることで一つの県だけでなく観光範囲が北陸3県へと広がるため、「北陸地域全体での滞在時間増による消費拡大」のための施策を取り上げている。

3点目「暮らし」では、「暮らしやすさで北陸がヒトツニナル施策」として、3県一体となった取り組みの拡大や、「ウェルビーイングを軸に北陸をブランド化」することで、新たな価値を創造できる施策に取り組むべきであるとしている。

図5 「北陸新幹線敦賀開業を契機とした北陸の地域力向上策の提言」(北陸経済連合会)より抜粋



2. 産業・観光・暮らしにおける施策案

提言



(北陸経済連合会「北陸新幹線敦賀開業を契機とした北陸の地域力向上策の提言」より)^{*}

(1) 産業面で求められる取り組み

北陸には化学、繊維、機械、アルミ産業など素材・部材などの中間財製造業が集積している。これらの産業集積の優位性を有するなか、域内産官学の連携促進等により新たなシーズを発掘し、成長産業を生み出すことが期待される。

また、地理的要因として伏木富山港、金沢港、敦賀港、富山きとときと空港、小松空港を擁する北陸は、東アジアのゲートウェイとして重要な位置を占めている。これに北陸新幹線延伸効果が加わり、首都圏との交通の利便性が向上し、東海道新幹線のバイパスの役割を担うことでビジネス面での効果も期待できる。

① 域内における技術の集積を活かした連携強化

a) 情報や知見の共有によるカーボンニュートラル先進地化

北陸の産業基盤である製造業を中心とした企業の持続可能性を図るため、新しい成長産業の創出やサステナブルな企業経営への転換が急務である。ESGやSDGs、脱炭素などへの取り組みが、資金調達も含めた企業の生き残りの条件になってきている。CO₂排出量削減要請や製品への排出量表示等、さまざまな対応が急務となるなかで、北陸の産業界が一体となり「ESG経営」を深化させることが必要である。

そのため、北陸圏域内の各業界団体等を中心とした、各種国際標準・規制・ルール等の情報収集、必要な対応の整理・周知、各種ノウハウの蓄積と横展開が期待される。さらに、地域の中堅・中小企業に対するESG・SDGs等を促進するための研修・勉強会の実施や、専門家派遣などの経営サポート、企業の脱炭素化への取り組み支援、規制・ルールへの対応等、行政を中心とする側面支援も必要である。

具体策

- ・アルミを中心としたサーキュラーエコノミーの北陸地域での実現に向けた取り組み

- ・カーボンニュートラルに資する人材育成の共同実施
- ・北陸におけるモーダルシフトへの移行
- ・義務教育課程のカリキュラムにおける、地域に根ざしたSDGs教育の実施

b) 産官学金連携をはじめ、人材育成等を協働できるさまざまな連携の構築・強化

地域が抱える課題や研究開発に対するニーズと、研究機関の持つ技術や研究成果のシーズとをマッチングし、実践的なプロジェクトにつなげる産官学連携は、地域の発展に欠かせないものであり、資金面から支援する金融機関の参画も重要である。

県単位にこだわることなく、知を集積する高等教育機関が中心となり、地域を支える多様な人々や団体が参画し、協働できるプラットフォームを構築することも考えていかなければならない。地域内調達を拡大させるためにも、情報共有のための交流や連携を進めることが有効と考えられる。

ほかにも、IoTやAI、ロボット、ビッグデータといった先端技術に対応できるデジタル人材の育成や、デジタル人材のシェアリング等による交流・連携が可能となる体制づくりも検討の余地があるだろう。

具体策

- ・北陸地域内における高等教育機関の連携による北陸圏域内での「知」の集積
- ・多様な人々や団体が参画し、協働できるプラットフォームの構築
- ・大学発ベンチャーも含めた積極的なプロジェクトの推進
- ・地域に研究者を集め、研究を推進できる資金面からの支援

② 北陸における産業の魅力の発信

a) 産業観光の充実（アルミ・繊維工場、クラフト工芸、酒蔵、魚市場等）

これまで北陸に集積してきた産業の魅力を発信し、地域の人材を育成する必要がある。北陸にはニッチトップ、シェアトップの企業が多数立地しているが、地域内外での認知が限られている状況も見受けられる。産業の現場や技術を一般公開する産業観光は、来訪者に企業の力をPRできる絶好の機会であり、積極

^{*}本稿では読みやすさを優先し、公表資料から内容の変わらない範囲で提言の順序や表現を変更して作成した。

的な発信が重要である。

北陸の風土や歴史を背景に多くの産業や伝統工芸が生まれていることから、それらが持つテーマ性やストーリー性を活かすことで、北陸の豊かさや多様性を示す産業観光の充実が期待できる。小・中・高生に向けた地域学習などで活用できるような産業観光に取り組み、地域に生きがいをもって働く場所があることを知ってもらう場を提供することも一案だろう。

また、能登半島地震との関連では、輪島塗など被災した伝統的工芸品の生産地を支える連携や合同イベントの開催による支援が期待される。

具体策

- ・産業観光を実施する企業・地域・業界について、情報を集約した上で、受け入れ状況を発信（図6）
- ・新たに産業観光に取り組みたい企業へのノウハウの共有等による横の連携
- ・北陸域内の各種学校との連携により、産業観光を活用した地域学習等のプログラムを実施
- ・産業観光を拠点とした地域づくり
- ・伝統的工芸品産地間の交流や協業

図6 富山県観光案内HP「産業観光 工場見学にいく」



（出典）（公益社団法人とやま観光推進機構）より引用

b) 3県合同イベントの開催（リアル・オンラインの活用）

毎年各県において、「ものづくり」や「先端技術」などをテーマに大規模な産業展示会が開催され、自社の商品や技術のアピールにより新たな受注につなげる場は提供されているが、出展は開催県に本社を置く企業が中心となっている。

県単位ではなく「北陸」という地域が一体となってPRできる産業展示会が、リアル、オンラインを問わ

ず開催されることが望まれる。例えば、福井のテクノフェアや大学の交流イベントなどを3県巡回にした大規模化開催等が想定される。

ほかに、新卒採用を含めた就職活動、新規販路の獲得や海外での事業展開を目的とする商談会等は、各県単独事業よりも3県合同開催とすることで、スケールメリットが得られる。

具体策

- ・リアル及びオンラインによる3県合同産業展示会の開催（ものづくり、先進技術、伝統工芸）
- ・3県合同商談会の実施（新規販路拡大及び海外展開、都市圏や海外での合同開催等）
- ・3県合同による海外展開のためのPR、マッチング拠点の設置
- ・交流フェア等小規模イベントの3県巡回実施
- ・3県合同就職説明会（新卒採用、中途採用、UIターン）

③ 域内経済循環の活発化

a) 大型テーマパーク、コンサートホール、外資系ホテル等の誘致

その場所やその空間でしか体験できないコトを求めて人々は行動しており、来訪自体が目的となる大型テーマパークや世界的な人気アーティストを招聘できるコンサートホールといった施設の誘致は、地域に人の流れを作る起爆剤になる。また、そのような体験をしたいと域外に流出する若者を、一定程度地域に留める可能性も出てくる。

敦賀開業を機に福井駅前にも大手外資系ホテルチェーンが進出し、北陸3県の新幹線主要駅前に外資系ホテルが立地することになった。いずれも世界的で強固な会員組織を有しており、既に営業開始した富山、石川ではインバウンド需要の掘り起こしにも一役買っている。一方、北陸で展開するのは外資系チェーンの中でも比較的利用しやすいラインであり、今後は北陸の地域資源を活かせる、ラグジュアリーラインの外資系ホテルの共同誘致も進めていくことが重要である。

具体策

- ・東京ディズニーリゾート、USJなどあらゆる年代において訴求力のあるテーマパークの誘致
- ・仕事体験を提供するキッズニアなど子供をターゲットとしたテーマパークの誘致

- ・ブルーノート、シルクドソレイユ、劇団四季などの常設公演施設の誘致
- ・外資系ホテルチェーンにおけるラグジュアリーラインの誘致

b) 並行在来線の連携による利便性拡大

北陸新幹線の開業により、3県それぞれに第三セクター方式の鉄道事業者が設置されることとなった。日常生活の足である一方、北陸新幹線の二次交通でもあることから、県境にこだわらない連携が期待される。「北陸3県2Dayパス」といった企画による連携のほか、路線バス等への接続、パークアンドライドなど、より利用しやすい環境を整えることも重要である。

3県の一部路線で取り組まれているサイクルトレインなどは、地域内の並行在来線全線に拡充することで利便性が向上するとともに、地域で同一の取り組みを行うことで一体感を示すこともできる。同じような切り口やテーマを持った企画を北陸全体に浸透させる展開を期待したい。

具体策

- ・北陸3県を対象とする企画切符の発売
- ・路線バス等への接続や、パークアンドライドなど利用しやすい環境整備
- ・通勤通学利用者への特典付与など、マイレール意識向上のための企画（駅周辺の飲食店等をお得に利用できるクーポンの発行）
- ・サイクルトレインなど、レジャー利用客獲得のための企画

(2) 観光面で求められる取り組み

北陸新幹線敦賀開業は、2015年の金沢開業以降、再び「北陸」が注目を集める好機である。その好機を最大限活かすために県単位の地域間競争ではなく、北陸エリアとして他の地域に対する競争力を高める必要がある。

① 観光地としての「北陸ブランド」の構築

a) サステナブルツーリズムの充実

「訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光（＝サステナブル・ツーリズム）」という概念が近年広がっている。コロナ禍を経て観光

を取り巻く状況が変化するなか、持続可能な観光が課題となっている。まずは、北陸新幹線や並行在来線などの利用や、宿泊施設等でのカーボンフリー化を推進するなど、環境に優しい旅行先として、北陸全体の知名度を高めていくことに取り組みたい。

地域コミュニティの持続のため、祭りの担い手やボランティア活動など、地域や社会に貢献もできる旅行先となるような受け入れ態勢を整備することも必要である。

能登半島地震で被害を受けた地域への応援旅行や、応援消費など観光面における被災地支援の実施などにも期待したい。

具体策

- ・鉄道利用の推奨やCO₂削減を掲げた、北陸におけるカーボンフリープラン充実
- ・旅行とボランティア体験をセットにした社会貢献度の高い施策の実施
- ・地域外からのお祭りの担い手の受入れ
- ・伝統工芸の生産地、産業観光など、地域資源のストーリー性を活用したプランの充実

b) 地域資源のブランド化

北陸への旅行で期待値の高いものにグルメが挙げられるため、「食」のブランド化を推進したい。越前ガニ、寒ブリ、ノドグロをはじめ、すでに認知されている食材はさらに価値を高めていく一方、寿司や海鮮丼など、3県どこでも提供が可能で、各飲食店の個性が出せるメニューでスタンプラリー等を実施するなど、北陸が一体となって楽しめる企画も興味をひくのではないかな。

敦賀開業により、北陸3県はいずれにも新幹線の「温泉」駅がある珍しい地域であることを活かし、「温泉地」のブランド化による集客が期待できる。北陸主要温泉のくらべ湯ツアーのプランニング、温泉地周遊につなげる「湯めぐりパスポート」などの発行によるリピーター客の掘り起こし、温泉地カードや女将カード企画など、各温泉地での企画を地域全体で連携して取り組むことで相乗効果を目指したい。

具体策

- ・共通の食材を使ったメニューの開発による食のブランド化（寿司、海鮮丼、カニ等）
- ・北陸3県の飲食店を巡るスタンプラリー
- ・北陸の農林水産物のブランド化及びPR（北陸の

特産品を集めた定期運搬など)

- ・温泉地のブランド化（デジタル版湯めぐりパスポートや北陸の温泉地で使用できる手形、「温泉地カード」「女将カード」の発行）
- ・北陸の温泉地ツアーや新しい湯治体験など、北陸での長期滞在を推進する温泉ツアーの造成

② 域内でのシームレスな移動の実現

a) 各種移動手段のコンテンツ化

北陸新幹線敦賀開業により最も期待できるメリットは、観光客の増加であろう。北陸圏域内の移動は、富山～福井間も1時間以内となり、周遊観光のアクセスが格段に向上する。一方でスムーズな周遊の実現には、新幹線駅や空港などから、観光地、宿泊施設に向かう二次交通の充実が必要である。北陸圏域内でのシームレスな移動を実現し、利便性を高めることが期待されている。

北陸新幹線及び並行在来線が利用できる「3県周遊キップ」を発売することで、北陸地域内での移動の活性化が期待できる。周遊するだけでなく、域内施設、飲食店等との連携を図り、利用特典などを付与することで、よりお得感を高めた企画を狙うのもよい。

3県の並行在来線が連携し、県を跨ぐ観光列車を増発・多様化することで地域の活性化が期待される。海鮮料理・地酒・地ビールといった各県の特産品をテーマとしたコースプラン、音楽やアート、謎解き列車や若者同士の交流を促進する企画列車、桜前線に沿って北陸を北上するお花見列車など、移動自体をコンテンツとして楽しませる視点も必要である。

マイカー利用の場合には、移動時に立ち寄ることの多い「道の駅」をさらに活用してもらうため、スタンプラリーといったイベント等を北陸3県全体で開催する。

具体策

- ・北陸新幹線と並行在来線や路線バス等の二次交通が連携した北陸3県周遊キップの発売
- ・3県を跨いだ観光列車の増発・多様化（お花見、料理やお酒を楽しむ、謎解き、音楽やアートをテーマにした企画など）
- ・「恐竜バス」など移動自体が観光資源になる取り組みの推進
- ・北陸3県「道の駅」スタンプラリーなど、「道の駅」をつないだイベントやフェアの実施

b) アプリ等を活用した域内での利便性の向上

自宅の出発から北陸新幹線による移動、並行在来線等を含む二次交通の利用、ライドシェアといったMaaS（マース：Mobility as a Service）の活用から、宿泊先での自動チェックイン、アプリの認証によるルームキー利用など、移動から宿泊まで北陸旅行のすべてがまとめられたアプリなどの活用により、利便性の高い旅行を提供する先進地を目指す。

現在、県・市町村単位で、「半日～2泊3日」といった日程や、「グルメ、ワーケーション、伝統工芸」などのテーマを選ぶと、モデルコースを提示するようなサイトが実装されているが、こうした地域ごとに案内している観光情報を一元化し、来訪者の利便性が向上するようなフォーマットでの情報提供が必要である。

具体策

- ・北陸域内の交通事業者、ホテルや温泉などの宿泊施設事業者、博物館・美術館・アミューズメント施設などの運営事業者など、幅広い主体の参画による、旅行や外出を楽しくするアプリの開発等を通じた新たなサービス提供
- ・北陸全体でのモデルコースの提案など、北陸の観光を一元的に網羅する観光支援情報の提供

③ 長期的・効果的な観光戦略づくり

a) アミューズメント施設の誘致（ディズニーランド、キッザニア、チームラボ等）

「イマーシブ・シアター（体験型演劇）」や五感でアートを楽しむ「イマーシブ・ミュージアム」が世界で注目を集めている。「イマーシブ」は「没入」と訳され、あたかも自分がその物語や世界のなかにいるかのような体験ができるものである。新たなエンターテインメント体験を積極的に誘致することで、新しい体験ができる地域として存在感を高めることができるだろう。

昨年秋に金沢城公園で開催された、世界的な人気を誇るアート集団「チームラボ」による夜の光のアート展は、約2カ月間（2023年9月30日～11月26日）で14万人を超える動員を記録した。

このことは、期間限定でさまざまな企画を各県で開催したり、常設で集客が可能なアミューズメント施設を誘致することで、新たに大きなランドマークを築いて人の流れを創出することが、北陸でも可能であることを示唆している。

図7 「ディズニー・アニメーション・イマーシブ・エクスペリエンス」の1シーンとポスター



海外ツアーの第1都市となった東京に次いで、大阪、メキシコ、シンガポール、タイを巡回し、現在日本3都市目として富山市で開催されている。



具体策

- ・ここでしかできない魅力的な体験ができる「トキ消費」につながる施設の誘致
- ・「イマーシブ（没入、没入感）」をテーマとした北陸3県の巡回展や季節イベントの開催（図7）
- ・地域資源を活用した謎解きイベントやリアル脱出ゲームの開催

b) 観光客アンケートのデータ活用による効果的な観光戦略の立案

3県共通の観光アンケート実施など、観光客の動向データの蓄積により、旅行者が北陸で求めているモノ・コトを把握し、北陸3県が一体となった効果的な観光戦略を立案することが重要である。

インバウンドに向けては、成田・羽田・中部国際・関西空港など北陸圏域外の空港から誘導するルートを整備し、北陸圏域内で長期滞在を可能にするモデル周遊ルートを検討する。

PR活動においては、北陸周遊のモデルコースの選定や機関紙発行を実施する。また、AI等を活用し、個人に最適な北陸周遊プランを提案するようなサイト、アプリなどを提供する。

北陸の地域資源を活かし、北陸周遊をパッケージ化した修学旅行を誘致することで、多感な学生時代から北陸に触れる機会を全国の学生に提供する。

具体策

- ・北陸3県にある港湾を活用した大型観光客船の定期ルート化
- ・他地域からのインバウンド受け皿ルートの確立及び長期滞在者向けモデルコースの検討
- ・北陸地域として誘客するための施策及び戦略策定（海外インフルエンサーに北陸を周遊してもらう「ファムトリップ（招待視察旅行）」の実施、北陸としての海外イベントへの出展）

(3) 暮らしの面で求められる取り組み

① 北陸への愛着や誇りを持てるきっかけづくり

a) 北陸地域への理解を深める機会づくり

北陸地域への理解を深めるために、義務教育課程における地域学習で、地域課題解決のためのフィールドワーク型プログラムを、地域のさまざまな主体とも協働しながら実施することが重要であるとする。具体的には域内交換留学や域内遠足、修学旅行など北陸への理解と愛着を深める学校行事を行うことである。

昨今では、富山県が独自の指標を設定するなど、3県ともにウェルビーイング推進の機運が高まってきていることから、北陸をウェルビーイング先進地として内外に示すことも有効だろう。北陸地域は、持ち家率、女性就業率、共働き率が非常に高く、待機児童率ゼロ

地域としても知られる一方で、そのような指標が必ずしも実感されていないとの意見もある。北陸が真に「暮らしやすく、働きやすく、子育てがしやすい」地域であるために、取り組みを推進する必要がある。

具体策

- ・幅広い年齢との交流による地域活性化プログラムの実施
- ・地域課題を学生の視点から解決策を提示するコンテスト等の開催
- ・北陸3県によるウェルビーイング会議等の開催など、ウェルビーイング先進地として北陸を発信する取り組みの実施
- ・さまざまな統計指標だけではなく、暮らし、働き方、子育てなど、北陸に住む人が実際に感じている本音を発信する場の創出

b) 3県一体感を表現するシンボルの創設

北陸では、高校野球やサッカー等の強豪校も存在し、メジャーリーガー（ニューヨーク・ヤンキースなどに在籍した松井秀喜、ボストン・レッドソックス在籍の吉田正尚）やNBA選手（テキサス・レジェンズに在籍した馬場雄大、ロサンゼルス・レイカーズ在籍の八村塁）を輩出している地域にもかかわらず、地域でのプロスポーツチームの存在感は高まっていない。

プロ野球球団など北陸域内でのスポーツチームの統合や拡大により、応援という形で地域に一体感をもたらす「スポーツを軸とした地域活性化」を目指したい。子供のころから地域に入団を目指すプロチームを創出することは、地域に愛着を持つきっかけともなる。

また、各県において定められていることの多い県民の日だが、地域としての意識を高めるため、北陸という地域単位で「北陸〇〇記念日」を設定する。例えば「文化記念日」であれば北陸域内の文化施設の3県民への無料開放や3県持ち回りでの文化的なイベントの実施などにより、新たな交流を生み、地域への帰属意識を高めることにもつながるだろう。

具体策

- ・プロ野球球団などスポーツチームを北陸3県で統合・拡大
- ・3県持ち回りの巡回イベントの実施
- ・スポーツや文化など、北陸としての一体感を感じられる北陸〇〇記念日の設定（図8）

- ・北陸が一つの地域としてまとまるための「北陸国民」宣言など、内外に向けたPR

図8 「北陸物語」HP（北陸経済連合会 北陸イメージアップ推進会議）より引用



② 学びやすく、働きやすく、暮らしやすい地域へ

a) 大学入学定員の地域枠設定・拡大、奨学金活用

国立大学の約6割では、定員の一部を大学が立地する都道府県の高校出身者に限定したり、卒業後に勤務する地域を指定したりする「地域枠」を設定しているが、北陸新幹線の敦賀開業で通学圏が広がっていることから、県単位の地域枠を「北陸地域枠」にまで拡大することを検討してもよいのではないかと。小・中・高校から北陸地域間での学校単位の交流を促進することで、域内での選択肢をイメージしやすくすることも有効だろう。

また、3県合同による大学PRや奨学金の活用により地域外から北陸に学生を呼び込み、北陸に進学する学生を増やすことも併せて行いたい。さらに、実家を離れて進学すると、学費の他に家賃や電気・水道代などの生活費がかかるため、学生の生活に関わる支援があると学生にやさしい地域としてのアピールも可能である。

具体策

- ・大学における北陸を対象とした地域枠の創設
- ・高校生等を対象にした北陸3県内に立地する大学進学フェア、オープンキャンパスツアーの実施
- ・大学進学や卒業後の就職を機に北陸に定着する人に対する奨学金の支給
- ・大学進学を機に地域に移住してきた学生とともに地域活性化に取り組む仕組みづくり

b) 県をまたいだ広域採用と先進的な働き方の推進、行政サービス提供

北陸新幹線の敦賀開業による通勤・通学圏の拡大を活かした、北陸3県における企業の積極的な広域採用を実現することを提案したい。

また、働き方においては、北陸圏内での通勤と合わせて、リモートワークの活用など先進的な働き方を実施し、生産性の向上も同時に実現することも併せて行いたい。コロナ禍を機にオンラインを活用した副業人材も地域との関わりを持ち始めており、仕事、趣味、ボランティアといった多様なきっかけから、北陸ファンを獲得していくことが必要である。

デジタル市民制度など、地域と緩やかにつながる仕組みづくりが効果を上げていることになり、「デジタル北陸圏民制度」など、気軽に参加できるバーチャルな空間を活用したコミュニティの創出を求めたい。

具体策

- ・リモートワークの活用など先進的な働き方の導入による働きやすさと生産性の向上に資する取り組みの実施
- ・副業兼業人材やプロボノ人材など、域外人材との交流が生まれるマッチングの仕組み作り
- ・北陸地域の内外と緩やかにつながる「デジタル北陸圏民制度」の創出
- ・能登半島地震などで地域外に出ざるを得なかった人と行政をつなぐシステムの構築

③ 域内の人が楽しめる魅力的な地域づくり

a) 魅力的な店舗（IKEA等）、世界各国のレストラン誘致

これまで地域外に向いていた消費を地域内に回帰・循環させ、また地域外から人を呼び込むためにも、地域にない海外資本の魅力的な店舗や世界各国のレストラン誘致を積極的に行うなど、域内での消費が活発になるようなまちづくりが必要である。

人々はその場所に訪れなければ味わえないもの、買えないもの、体験できないことに対して行動するため、北陸域内においてもわざわざ訪れたいと思わせるような場が必要である。昨今は地元の唯一無二な場所を域外の人が発見し、地元で再認識されるケースもある。域外からの魅力的な店舗を誘致する一方、地元資源を活かした新たな場の創出も重要である。

また、ソフト面では映画やドラマ等のロケ地誘致も有効である。地域資源の活用や、ロケ地に選ばれることによる地域への愛着、新たな観光資源が生まれることも期待できる。

具体策

- ・コアなファンがおり、世界各国で展開するハードロックカフェなどの誘致
- ・古民家や空き家などをレストラン、宿泊施設等に利活用することによる地域の活性化
- ・映画やドラマなどロケ地の積極的な誘致

b) 3県民が共通で楽しめるイベント・設備の充実

eスポーツ大会、サイクリング・マラソン大会など、各県での大型イベントについて、実施主体の横連携による運営面等のノウハウ蓄積や人材育成を加速化させ、イベントをブラッシュアップすることでの地域力向上が期待できる。例えばマラソン大会などは時期を調整し、北陸の3大会参加で特典を付与するなどの連携を図る。北陸は面白いイベントを実施する地域であることを発信し、イメージアップに繋げる。

コンサートホール等の施設設置については、設備のハード面にとどまらず、施設の有効活用などソフト面も重視した運用を徹底する。北陸で行われる大規模コンサートなどは域内割引を実施し、域内利用を促進する。また、音楽祭、芸術祭、映画祭など、地域住民も巻き込みながら作りあげられる共創イベントも企画・実施したい。

具体策

- ・マラソン等の各種大型スポーツイベントでは、プレイヤーとしての参加、ボランティアスタッフとしての参加など、3県のイベントに何らかの形で参加した人への特典や抽選によるプレゼント企画
- ・各種施設の利用料金において、県民割同様に3県に居住する人を対象とした「北陸割」の実施
- ・3年に1度開催されている「奥能登国際芸術祭」のように世界からアーティストを招聘できるような芸術祭を各県で実施し、毎年北陸3県内で実施する

図9 「富山マラソン」HP（富山マラソン実行委員会事務局）より引用



(4) 能登半島地震からの復興・再生において求められる取り組み

能登半島地震において大きな被害を受けた能登地区においては、その長を活かした地域づくりに取り組むとともに、北陸が連帯して被災地を応援・支援していくことで、復興・再生に向けた取り組みを推進していくべきと考える。

産業、観光、暮らしの3つの側面から、必要な具体的な施策案を挙げると、【産業面】では、伝統的工芸品や農林水産物等の地域をけん引する高付加価値産業の創出、【観光面】では、能登にある地域資源を最大限に活かした新しい観光スタイルの提示、【暮らし面】では、ボランティアを含めて地域に関わるさまざまな人達が誇りに感じられる地域へと持続可能性を高めていくことが求められる。

今回の地震で大きな被害を受けた能登半島は、高齢化が顕著に進む地域であり、以前の姿を取り戻すだけでは復興にはつながらない。その一方で能登はさまざまな地域資源を有する地域であり、それらの強みを生かすことで、次世代につなげられる創造的な未来を描くことが必要である。

具体策

産業面

- ・産学官金連携による能登の産業支援
- ・能登が有する産業や技術と他地域企業とのマッチング
- ・応援イベント等での販売機会の創出
- ・能登の一つの象徴である輪島朝市の復興（復興までの代替地開催やオンライン販売）
- ・北陸3県でのBCP策定
- ・能登の農林水産物、加工品の高付加価値ブランド化

観光面

- ・地域資源を活かした、能登でしかできない体験の提供（伝統工芸、食、祭り）
- ・ボランティアなどの支援と観光を融合させた新しい形のツアーの造成
- ・能登空港からの北陸インバウンドルートの検討
- ・復興イベントの開催

暮らし面

- ・デジタルを活用した住民サービスの整備
- ・ドクターヘリや災害支援の共同運用
- ・多様な関わりによる地域コミュニティの形成
- ・祭りやイベントを契機としたコミュニティの再生

3. 北陸における地域力向上策とは

(1) 提言作成の背景

前段までの具体的な提言（具体策）は、北陸経済連合会が5月末に公表した「北陸の地域力向上策の提言」に盛り込まれたものである。具体策の中には、観光誘客策や首都圏からの移住者数増加策などで、実現可能性が低いのではとの指摘がなされるかもしれない。

提言作成の際に目立った脅威として認識されたのは、全国平均より進む人口減少・少子高齢化の問題である。北陸では、就職をきっかけに、20代を中心とした若い世代の地域外への流出が続いており、特に若い女性は、希望する職種や条件に合った働く場を求めて、都市圏で就職する傾向が顕著である。各県、各経済団体でそれぞれ取り組みを進めているが、目立った実績はあがっていない。

実際に提言作成の段階においては、「楽しい要素が欲しい」「内容がワクワクしたものであってほしい」などの意見もあり、あえて実現可能性よりも、北陸新幹線敦賀開業により新たな価値が創造されるもの、かつワクワク感があるものという視点で、産業、観光、暮らしの分野から出来るだけ多くの施策を掲げたものとなっている。

(2) 「地域力」向上とは

あらためて、新幹線開業を契機とした「地域力向上」の意義について考えたい。

北陸新幹線延伸開業が能登半島地震の復興への足がかりとなればとの願いはすでに述べたとおりである。北陸新幹線は当初予定から1年延期となり2024年に敦賀開業を迎えた。復興と新幹線の関連でいえば、今年開業60年を迎えた東海道新幹線は、戦後復興の象徴ともされている。同じように、東北新幹線は2010年12月4日に八戸駅―新青森駅が開業し、整備計画決定から39年の歳月を経て全線開通となったが、観光客が押し寄せるはずの最初の春を目前にした2011年3月11日に東日本大震災が発生した。この時、新幹線が震災復興を後押しした要素は大きかったと思われる。ちなみに、東北新幹線が全線開業した2014年に青森県の青森、弘前、八戸の3市で行われた調査によると、観光振興にとどまらない「人のつながりや地域力の向上」が起きているとの報告があったとされる。

「地域力」とは、そもそも阪神淡路大震災の発生に際し、災害に強い地域を形成する上での原動力として神戸市在住のまちづくりプランナー宮西悠司氏により提唱された概念である。地域力の概念の提唱者である宮西氏によれば、地域力とは地域資源の蓄積力、地域の自治力、地域への関心力により培われるものであるという。

(3) 震災復興、新幹線開業に伴う「関係人口」増加を突破口に

北陸では人口減少、高齢化が全国を上回るスピードで進んでいる。そうしたなかで課題として挙げられるのは、「関係人口」の創出・拡大である。地域に変化をもたらす可能性を持つ「旅行以上・移住未満」と言われる「北陸に関わりを持つ人たち」の関心を集めることが必要である。

ブランド総合研究所（東京都港区、田中章雄代表）が2021年から毎年実施している「関係人口の意識調査」によると、2024年2月1～4日に全国の18～79歳までの男女を対象に行った調査では、前年から関係人口が増加したのは15県で、石川県を筆頭に北陸の3県が大きく伸びている。

このうち関係人口が最も多かったのは石川県の1831万人で、前年の96万人を大幅に上回った。増加率が最も多かったのも石川県で、前年比1815.4%増。以下、福井県が49.3%増、富山県が41.5%増となった。理由として考えられるものに、「能登半島地震の復興

支援以外に、北陸新幹線延伸によって北陸地方へのアクセスが向上し、観光面などでもクローズアップされたこと」が挙げられる。

こうした「関係人口」の増加で注目が高まっていることを念頭に、北陸を訪れるヒト・モノ・情報を、北陸域内で広く循環させるとともに、北陸地域が一体感を持って未来へアクセスしていくことが重要であると考えられる。

(4) 地域力向上に向けて1つになる「いいね！北陸」の姿

北陸経済連合会の提言では、富山・石川・福井の3県が北陸新幹線により「ツナガル」ことで、時間的にも心理的にも距離が一層「チカヅク」ことが可能となり、3県が「ヒトツニナル」ことによって、北陸が多種多様な新たな価値「いいね！」を創造する地域に進化する、こういった好循環が生まれる地域を目指す姿が重要であるとしている。

「いいね！」とは一般的に、SNSの投稿などで興味をもった相手に対し行うアプローチである。Instagramなどでは「いいね」をふやすことで、フォロワーが増え、影響力が増し、投稿に多くの「いいね」がつけば、その情報はフォロワーだけでなく、さらに広範囲のユーザーに届くことで波及効果が広がると期待できる。

能登半島地震からの復興に向けて北陸が一つになり、地域の豊かな未来を思い描くために、「ツナガル、チカヅク、ヒトツニナル。いいね！北陸」というキャッチフレーズに込めた北陸の姿を実現すべく、改めて「北陸は一つ」の意識を強く持ち、将来の北陸に向けて活動していくことが重要である。

ツナガル、チカヅク、
ヒトツニナル。
いいね！北陸



「北陸新幹線敦賀開業を契機とした北陸の地域力向上策の提言」
(北陸経済連合会) より