

はじめに

二〇一〇（平成二二）年は新潟にとっても、そして日本にとっても正念場の年となるのではないだろうか。サブプライムローンの破たんしに端を発した一〇〇年に一度ともいわれる大不況から日本経済が立ち直る兆しはまだ見えない。一方で、GDPでは日本を抜いて中国が世界第二位の経済大国となることが確実視されている。さらには、世界に類を見ないスピードで高齢化が進行して人口減少社会に突入し、年金や介護、医療分野のサービスに対する信頼が揺らいでいる。貧困層の割合は先進国の中でも高く、派遣切りといった言葉に象徴されるように雇用不安が渦巻いている。

地方の状況はさらに深刻だ。新潟も例外ではない。二〇〇九年には、新潟市、長岡市、上越市に店舗を構えていた大和デパートが県内からの撤退を表明し、中心市街地の空洞化はますます加速している。公共事業への依存度が高い新潟経済にとっては、政権を奪取した鳩山内閣の、「コンクリートから人へ」の政策転換によって受ける影響は計り知れないものがある。大きな変革のうねりの中で、手をこまねいては新潟というブランド

そのものが地盤沈下し、その他大勢の中に埋没しかねない。その意味では、この一、二年が新潟にとつての正念場ではないだろうか。

本書は、「新潟をめぐる7つの課題」と題されて刊行されたブックレット新潟大学51『2025年の新潟を展望する』の内容を踏まえ、さらに五つの課題を加えて書き下ろしたものである。少子高齢化、地球温暖化、災害への対応、観光政策、新潟ブランド、二〇一四年問題、道州制議論といった課題に加えて、大学の生き残りや環日本海交流、食による地域振興、公共事業の削減、さらにはコンパクトな街づくりについても現状と課題を整理し、今後の方向性を提示したものである。

これら一二の課題は全国共通のものもあれば、新潟特有のものもある。そして短期的に取り組むべき側面もあれば中長期的にじっくりと戦略を練って取り組むべき側面もある。いずれにしても、行政や経済界などだけでなく、住民一人一人が自らの問題として捉え、一緒になって解決策を模索し、実践していかなければならないものばかりだ。

困難な課題が数多く直面しているからこそ、これらから目を背けることなく、問題を理解することから始めることが問題解決の第一歩となるだろう。本書を読むことで多くの方がこれらの政策課題に関する問題意識を共有してもらえれば幸いである。

目次

はじめに 3

プロローグ 一八八八年の新潟 11

新潟が最も輝いていた頃 11

第一章 人口減少社会の行く末 15

日本全体が人口減少社会に 15 / 新潟県の人口の推移 16 / 全国平均を上回る少子・高齢化 17 / 高齢化が地域に及ぼす影響 18 / なぜ長野県の高齢者は元気なのか 19 / 沖縄県を反面教師に? 21 / 外国人住民の増加と地域社会の変化 23 / 多文化共生社会の構築 24

第二章 地球温暖化と新潟 26

地球温暖化の及ぼす影響 26 / 二二世紀末の新潟は東京並みの気温に? 28 / 新潟の暮

らしはどうか？ 30／新潟の第一次産業はどうか？ 31／新潟のスキー場はどうなる？ 32／温暖化対策をどのように進めるべきか 33／新潟市は政令指定都市の中で二酸化炭素の排出量が最も多い 36／温暖化への対応策 38

第三章 災害への備え 40

新潟の災害 40／近年の度重なる災害 41／地震はもう起きないか？ 44／温暖化・都市化と水害 45／自助・公助・共助の連携 47／共助の検証・新潟県中越沖地震のアンケートを中心 49／耐震補強の勧め 51／災い転じて福となす取り組みを 53

第四章 環日本海交流、波高し 56

近代以前から海運が盛んだった日本海 56／日露戦争後、再び脚光を浴びる 57／三たびクローズアップされた環日本海交流 57／新潟県の動き 58／ライバル県の動き 59／先の見えない朝鮮半島情勢 60／日本海横断航路、波高し 61／環日本海構想は幻想か？ 63／東アジア共同体構想への期待と不安 64

第五章 大学冬の時代 67

新潟県教育事情 67／全国最下位レベルからの脱却 68／一八歳人口の減少と大学冬の時代の到来 71／新潟県内の大学は大丈夫？ 72／新潟県立大学の開学 73／法科大

学院の落日 74／大学が生き残るために 76

第六章 正念場を迎えた新潟の観光 80

新潟県は全国有数の観光地 80／観光客の減少が与える地域への影響 81／巻き返しの年だった二〇〇九年 82／新潟県の観光をめぐる諸課題／佐渡を例に 84／新潟県の観光の顔は何か？ 88／水と土の芸術祭を振り返る 90／海外からの観光客を増やすために 91

第七章 B級グルメは新潟を救う？ 94

新潟の食をめぐる諸課題 94／B級グルメを全国区にしたB-1グランプリ 97／全国各地でB級グルメのイベントが 98／新潟のB級グルメ 100／新潟のB級グルメを盛り上げるために 102／イベントに一工夫を 104

第八章 公共事業は誰のため 108

新潟県と公共事業 108／公共事業と建設業 109／新潟県内のインフラ整備の状況 111／公共事業の削減は新潟をどう変える 113／地域産業の大転換を図る 116

第九章 二〇一四年問題を超えて 119

- 二〇一四年問題とは？ 119 / 上越新幹線がミニ新幹線に？ 120 / ほくほく線はどのような？ 121 / 懸念される新潟経済への影響 122 / 北陸新幹線の建設負担金をめぐる対立 125 / 北陸新幹線延伸のプラス面 129 / 上越新幹線の乗客数増は可能か？ 130 / JR九州の取り組み 131 / 新潟の地盤沈下を防ぐために 133 / もう一つの二〇一四年問題 134

第一〇章 道州制で新潟は消滅する？ 136

- 道州制とは 136 / 加速する道州制の議論 137 / 道州制導入で大きく変わる国と地方の関係 139 / 市町村合併が日本一進展した新潟県 140 / 新潟県と区割り 142 / 道州制実現に向けた課題 144 / 道州制議論の行方 145

第十一章 目指せ、コンパクトな街づくり 149

- コンパクトシティーの時代 149 / 郊外化の何が問題か 150 / 青森市の取り組み 151 / 富山市の取り組み 152 / 長岡市の取り組み 154 / イギリスのコンパクトな街づくり 156 / 新潟市は時代に逆行した 158 / どうなる新潟市 160

第十二章 試される新潟のブランド力 163

- 地域もブランド力を競う時代 163 / 新潟の強み／コシヒカリブランド／ 164 / 新潟の弱点／情報発信力の欠如／ 166 / M A N G A を新たな新潟のブランドへ 167 / 景観という名の地域資源 170 / 新潟駅の再生 172

エピソード 二〇二五年の新潟 174

- 過去から何を学ぶべきか 174 / 二〇二五年の新潟は？ 175 / 今何を始めるべきか 176

おわりに 178

参考文献 180

日本海で取れる海の幸。しかし、素材の良さに頼りきっているだけでは他県との競争に勝ち抜くことはできない(写真/新潟観光コンベンション協会)



いるようだ。

新潟の弱点／情報発信力の欠如

それでは、新潟のブランド力に関する弱点は何だろうか。研修の講師などで全国各地を訪れ、様々な方と地域が抱える課題について意見交換を行っているが、どうも他地域に比べて、新潟は総じて現状に満足している人の割合が高いように感じられるのだ。別の言い方をすれば、自分の住んでいる地域を愛する人の割合が高いのではないだろうか。

自分の住んでいる地域を愛することは、このこと自体はとても素晴らしいことではあるが、時に「Love is blind」になっている可能性も否定はできない。すなわち、自分の住んでいる地域やそこでとれるブランドについて自信を持っているがために、これまでより良くしようというインセンティブがあまり働いていなかったように感じられる。

また、県外の人からは、「新潟というのは海の幸、山の幸に恵まれていて様々なブランドがあつて羨ましいですね。うちの地域は、とにかく必死になって、地域のブランドやイメージを情報発信しようと背伸びして頑張っていますから。そこまでしなくてもいい新潟は本当にうらやましい限りですね」と言われることがある。しかし、このことは新潟が他の地域に比べ

ると既存のブランド力にあぐらをかいて、あまり努力を行ってこなかったということの裏返しではないだろうか。

あるいは、コシヒカリ、新潟の酒と戦後ブランド化がうまくいったという成功体験が大き過ぎて、地域間競争が激化している現代にかえってマイナスに影響しているのかもしれない。

いずれにしても新潟のブランド力に関する最大の弱みとは、情報発信力の欠如にほかならないのではないだろうか。ここ数年、新潟県や新潟市などでブランドの開発や地域の情報発信が活発化してきたが、これまでの取り組みが不十分だったこともあり、他地域よりかなり後手に回っているのは否めない。

ミシュランの観光地評価でも佐渡以外の観光地は取り上げられることすらなかった。これも情報発信の少なさといった面も影響しているのだろう。

MANGAを新たな新潟のブランドへ

最近、漫画やアニメ、ゲーム、フィギュアといったいわゆるサブカルチャーに対して国内外から熱い視線が向けられている。特に新潟県は全国的に見ても有名な漫画家を多数輩出した土地柄で、「ドカベン」の水島新司

新潟市が開催しているいがたマンガ大賞。受賞作は冊子になり、書店でも一般販売されている(写真/いがたマンガ大賞実行委員会)

