

望まれる21世紀の 新潟県像

——創造と交流で築こう 新ネットワーク——

平成7年5月

新潟経済同友会

望まれる21世紀の 新潟県像

——創造と交流で築こう 新ネットワーク——

平成7年5月

新潟経済同友会

発刊にあたって



代表幹事
永井 淳夫



代表幹事
鈴木 治輔



代表幹事
栗山 清

最近の政治・経済・社会での混乱をみるにつけ、大きな時代のうねりや大変革期という時代認識を持たざるを得ません。このような変化の時代にあって「現状でも対応できているので将来も何とかなる」といったスタンスは企業にとっても、地域にとっても最も危険なのかも知れません。こうした混沌とした時期こそ、現状や近い将来にのみこだわらず、遠い将来に目を向けるべきではないかと考えます。

そこで、昨年6月に発足した当会が初めて取りかかるテーマを「望まれる21世紀の新潟県像」といたしました。現段階でとかく見通しにくい未来を何とか見出し、そうと努力し、想像可能な2010年の自画像を描くことで、当会の会員が共通の認識に立って、次のステップに進むことが必要と考えたからです。

この提言では、これからの当会の目指すべきものを、多様なネットワークの構築と、その結節点、触媒としての役割を担うことといたしました。まだ発足したばかりですので、すぐにその役割を全うはできないかもしれませんが、ここに重点を置いてこれからの活動を充実していきたいと考えます。そうした新たな連携を考えたときのスタンスは、あくまで「提言を最優先に考えて、安易に陳情に走らない」という姿勢で貫きたいと思えます。

また、ここで提案したプロジェクトを「絵に描いた餅」で終わらせることなく、今年度より具体的なアプローチ方法と優先順位をつけて、必要な場合は県当局をはじめ関係機関の協力を得ながら、実現に向け努力していくつもりです。

2010年は現時点では遠い将来と思われるかも知れませんが、油断をしているとあっという間に時は過ぎてしまいます。21世紀を環日本海の時代、新潟の時代とするため、みなさんのご協力の下に一步を踏み出したいと思えます。

今後とも新潟経済同友会の活動に対して、ご支援ご協力をお願いいたします。

平成7年5月

新潟経済同友会

提言骨子

- われわれは、21世紀の世界に適合しリードする、活力あふれ魅力的な新潟県の実現のために、2010年までに達成すべき7つの戦略的な目標を設定する。
 - 1. 新製品・新サービスを的確に提案できる企業群を目指す
 - 2. 環日本海との交流が最も進んだ地域を目指す
 - 3. 環日本海諸国のビジネス情報が一番多く得られる地域を目指す
 - 4. 多くの人々が魅力を感じる個性的な都市を形成する
 - 5. 個人の能力が最大限に発揮できる地域を目指す
 - 6. 民間と行政との新たな連携の仕組みを構築する
 - 7. 新潟らしい自然・環境の保全と活用を図る

- 前項の戦略目標を達成するために、4つの戦略とプロジェクトを提案する。
 - 1. **新潟産業創造戦略** —新潟の「知」を結集した産業を創造する
 - ・マルチメディア・ネットワーク活用事業
 - ・産学官連携による事業創出プログラム
 - ・新農業実験村（農業テーマパーク）の整備
 - ・静脈産業の育成
 - 2. **グローバルビジネス交流戦略** —国、県境といったボーダーを越える
 - ・環日本海文化交流事業の促進
 - ・環日本海ビジネス交流プラザの整備
 - ・周辺県を含む広域交流構想の確立
 - ・広域中核都市圏の整備
 - 3. **新潟・楽しさ増大戦略** —新潟を積極的に楽しむ
 - ・新潟ドームの整備
 - ・国際級リゾートの整備
 - ・匠の国づくり
 - ・「新潟自慢」の店づくり
 - 4. **人づくり・新潟戦略** —新潟を活かす人づくり
 - ・社会人育成システムの充実
 - ・人材流動化サポート体制の整備
 - ・環日本海人材交流システムの構築
 - ・女性、高齢者の就業支援システムの構築

- われわれ新潟経済同友会は様々なネットワークの結節点として、また、その触媒としての役割を担い、民間と行政との新たな連携の仕組みの構築を行っていく。

望 ま れ る 2 1 世 紀 の 新 潟 県 像

新潟県の現状

(1)新潟県の広域的役割と地域構造

- ・北陸3県と並ぶ大きな県 ・恵まれた広域交通基盤(新幹線、高速道路、空港、港湾) ・環日本海交流基盤 ・首都圏に近接している
- ・広域的な拠点性がそれほど強くない
- ・都市の魅力、イメージが弱い

(2)新潟県の産業と企業

- ・食品や繊維・衣服、金属製品など地域から発生した産業集積に特徴はあるが、加工組立型工業の集積は弱い
- ・大手企業の拠点工場は少ない
- ・積極的な経営を行う企業が少なく、県外進出企業も少ない
- ・農業のウエイトは高いが、稲作の割合が高く、兼業・高齢化も進展するなど農家経営の脆弱さという問題があり、他産業との連携も少ない

(3)新潟県の人と生活

- ・勤勉で、実利的、控えめな県民性 ・高等教育への投資が弱い
- ・将来を担う人材の流失が進んでいる ・情報発信力が弱い
- ・リーダーとしての新潟、長岡、上越都市圏、しかし結びつきが弱い

(4)新潟県の自然、土地条件

- ・恵まれた土地・自然・資源 ・自然レクリエーション観光資源に恵まれている

2010年の社会と新潟県

(1)2010年の世界

- ・アジア、特に中国が成長し、輸出・輸入販売先としてのウエイトが高まる
- ・アジア経済圏が形成されアジア企業との交流、情報収集が一層重要化する
- ・環日本海地域が発展し、環日本海貿易の大幅拡大が見込める

(2)2010年の環境・資源

- ・地球環境問題に対応した様々な規制が強化される
- ・環境・資源面での制約や食糧不足の傾向が一層強まる

(3)2010年のわが国産業

- ・海外との競争が進み、国際分業体制への変化に伴って国内産業は再編され、知識集約型の産業、市場ニーズに密着した産業へと変化する
- ・企業経営は積極性が求められ、人材の育成、商品開発等が必要
- ・農地の集約化、高付加価値化、海外農産物の輸入・加工化が進む

(4)2010年のライフスタイル

- ・年代に応じたライフスタイル、高学歴社会が到来
- ・高齢化の進展、女性の一層の社会進出 ・個人の能力の重視化
- ・自由時間が増加する一方、生活の質が高度化する

(5)2010年の広域交流

- ・高速道路網の整備が全国的に進み地域間競争が激しくなる
- ・国際交流基盤の整備が進み、国際的な人的物流交流が日常化する
- ・情報インフラの整備が進み、その活用が重要となる

(6)2010年の地域社会

- ・地域においては人口減少 ・東京圏では生活・業務環境が悪化する
- ・地方分権化と民間活動の活発化

新潟県発展のための課題

- ①地域特色を生かした産業振興
 - ・地域の特色ある産業集積の活用
 - ・大企業依存型ではない産業発展の仕組みづくり
 - ・農業と他の産業との連携
- ②企業と産業の国際展開
 - ・国際競争に生き残るための海外との連携
 - ・県外・海外への積極的な進出
 - ・環日本海交流の基盤の活用
- ③広域から人・モノ・情報・カネを呼び込む仕組みづくり
 - ・広域交通網の活用と周辺県との連携
 - ・競争力のあるビジネス集積と広域経済圏の形成
 - ・機能集積と人をもてなす環境づくり
- ④魅力ある地域・都市づくり
 - ・都市の魅力・イメージの演出と集客力の強化
 - ・新潟、長岡、上越都市圏の機能充実
 - ・県内地域間の人的・物的交流の促進
- ⑤人材への投資、人材が活躍できる体制の整備
 - ・教育投資、ビジネス教育の充実
 - ・人材が活躍できる魅力ある生活・就業環境の提供
 - ・高齢者、女性が活躍できる環境づくり
- ⑥民間活動の活性化
 - ・民間セクターの地域づくりへの積極的参画
 - ・官依存体質からの脱却
- ⑦自然・環境の保全と活用
 - ・開発余地の大きさを活かした生活・就業の場の提供
 - ・米・魚介類など優れた食材のPR
 - ・自然環境の保全、観光レクリエーションによる地域振興

新潟県発展のための戦略目標

- ①新製品・新サービスを的確に提案できる企業群を目指す
 - ・市場ニーズに適合した新製品・サービスを開発
 - ・農業の構造変化の中での新たなビジネスチャンスの創出
 - ・環日本海諸国への市場展開
- ②環日本海との交流が最も進んだ地域を目指す
 - ・環日本海諸国での開発輸入の促進
 - ・環日本海諸国での現地生産、市場開拓
 - ・環日本海諸国との交流促進
- ③環日本海諸国のビジネス情報が一番多く得られる地域を目指す
 - ・環日本海諸国との交流に必要なビジネス支援機能の充実
 - ・環日本海諸国の情報交流地域
 - ・国際会議・イベントの積極的開催
- ④多くの人々が魅力を感じる個性的な都市を形成する
 - ・全国的な認知度を上げ住みたくなる地域を形成
 - ・新潟、長岡、上越都市圏の魅力強化
 - ・官民連携による都市開発プロジェクトの展開
- ⑤個人の能力が最大限に発揮できる地域を目指す
 - ・企業ニーズに即したスキルをもつ人材の育成
 - ・女性や高齢者の能力開発と就業支援体制の整備
 - ・地域社会レベルでの人材流動化の円滑化
- ⑥民間と行政との新たな連携の仕組みを構築する
 - ・民官連携による開発プロジェクトの展開
 - ・民間協力による事業展開
 - ・産学官の連携強化
- ⑦新潟らしい自然・環境の保全と活用を図る
 - ・地球環境に配慮した産業・システムの開発
 - ・資源循環の最大化
 - ・資源リサイクルのモデル地域の形成

目標実現のための戦略とプロジェクト

基本スタンス

- ・民間と行政との新たな連携の仕組みの構築
 - ①環日本海圏とのネットワーク
 - ②周辺県とのネットワーク
 - ③産学官のネットワーク
 - ④1・2・3次産業のネットワーク

4つの戦略とプロジェクト

(1)新潟産業創造戦略

【新潟の「知」を結集した産業を創造する】

- ①マルチメディア・ネットワーク活用事業
- ②産学官連携による事業創出プログラム
- ③新農業実験村(農業テーマパーク)の整備
- ④静脈産業の育成

(2)グローバルビジネス交流戦略

【国境、県境といったボーダーを越える】

- ①環日本海文化交流事業の推進
- ②環日本海ビジネス交流プラザの整備
- ③周辺県を含む広域交流構想の確立
- ④広域中核都市圏の整備

(3)新潟・楽しさ増大戦略

【新潟を積極的に楽しむ】

- ①新潟ドームの整備
- ②国際級リゾートの整備
- ③匠の国づくり
- ④「新潟自慢」の店づくり

(4)人づくり・新潟戦略

【新潟を生きる人づくり】

- ①社会人育成システムの充実
- ②人材流動化サポート体制の整備
- ③環日本海人材交流システムの構築
- ④女性、高齢者の就業支援システムの構築

目次

はじめに	1
1章 新潟県の現状(課題とポテンシャル)	3
(1) 新潟県の広域的役割と地域構造	3
(2) 新潟県の産業と企業	10
(3) 新潟県の人と生活	14
(4) 新潟県の自然・土地条件	18
2章 2010年の社会と新潟県	19
1) 予想される2010年の社会	21
2) 新潟県をめぐる環境の変化	22
(1) 2010年の世界=日常化する国際交流	23
(2) 2010年の環境・資源=環境の保全と資源供給の制約	27
(3) 2010年のわが国産業=産業構造の変革	29
(4) 2010年のライフスタイル=個性の重視	34
(5) 2010年の広域交流=広域交流の進展と交流圏の拡大	38
(6) 2010年の地域社会=地域の特性を活かした自立的展開	43
3章 発展のための課題と戦略目標	47
(1) 新潟県発展のための7つの課題	47
(2) 新潟県発展のための7つの戦略目標	49
4章 目標実現のための戦略とプロジェクト	62
1) 基本スタンス	63
(1) 戦略の必要性	63
(2) 4つの戦略の提案	63
(3) 戦略提案にあたっての基本スタンス	65
2) 4つの戦略とプロジェクトの提案	67
(1) 新潟産業創造戦略	68
(2) グローバルビジネス交流戦略	79
(3) 新潟・楽しさ増大戦略	92
(4) 人づくり・新潟戦略	104
おわりに	115

はじめに

新潟経済同友会ビジョンのポジション

① グローバルな視点

新潟県の経済人は、国際的な経済競争が激化するなかで、世界とのパイプをもち、海外動向を見据えながら、海外市場への進出、海外企業との競争・連携等を進めるべき立場にある。

新潟県の将来も世界の動向、地域の国際的な位置づけを踏まえて展望する必要があるという観点から、新潟の経済人が新潟県の国際化を主導する。

② 「民」からの視点

社会・経済が成熟化した現在では、行政主導の発展では限界があり、民と官が連携して地域づくりを行うことが必要不可欠である。

そのため、今回のビジョンは民と官との新たな連携の仕組みを具体的に示すものとして、民の立場から、県民全体、行政に提案を行うものである。従って、単なる行政への要望を集約したものではない。

本ビジョンは、

- ・ 県民としての経済同友会から県民全体への提案
- ・ 県民としての経済同友会から行政への共同の取り組みの提案
- ・ 県民としての経済同友会から会員企業、県内企業に向けた提案

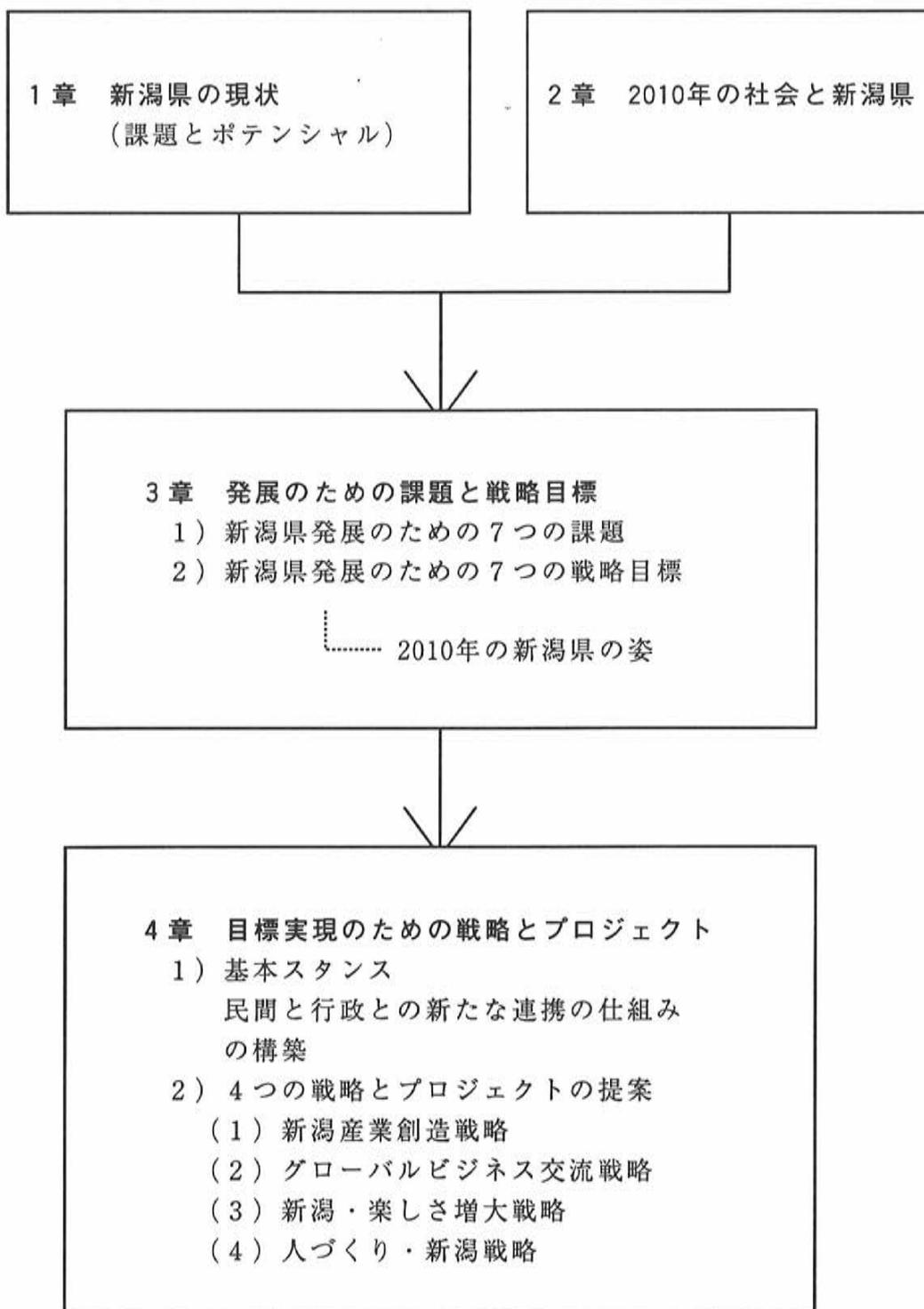
である。

③ 長期の視点＝転換期の意識

これまでの日本は基本的には欧米をモデルとして発展し、表層的には既に欧米にキャッチアップした。しかし、これからの時代にあっては、先進国をモデルとした発展では限界があり、日本自らが新しい仕組み、新しいニーズを掘り起こし、真のゆたかさを創造することが必要である。

現在は日本にとって戦後50年来、明治以降100年来の転換期にあることを認識し、従来の延長線上での発展ではなく、長期の視点から転換期以降の新潟を考える。

構成



1 章 新潟県の現状（課題とポテンシャル）

この章では、新潟県の現状を4つの視点から分析した。

新潟県の将来にとってプラスの条件 → (+) マイナスの条件 → (-)

（1）新潟県の広域的役割と地域構造

①北陸3県と並ぶ大きな県（十）

新潟県は大きな県で、可住地面積は北海道に次いで全国第2位、人口は全国14位（248.4万人、1994年）である。これより上位にある都道府県は、以下の各県だけである。

首都圏	：東京都(1,157)、神奈川県(810)、埼玉県(661)、千葉県(572)、茨城県(294)
近畿圏	：大阪府(854)、兵庫県(546)、京都府(254)
中京圏	：愛知県(671)
地方中枢都市	：北海道(567)、福岡県(485)、広島県(286)
その他	：静岡県(372)

（単位：万人）

これらの都道府県は、基本的には大都市圏に所在する都府県と地方中枢都市を抱える道県が中心で、それ以外は静岡県だけである。

なお、200万人を超える県は、その他に宮城県(229)、福島県(213)、長野県(218)、岐阜県(209)のみである。

ここで、新潟県と匹敵する地域をあげてみると、北陸3県全域、あるいは静岡県といった地域となる。これらの地域は経済力、生活環境等の面で優れたところがあり、新潟県の将来を考えるうえでの比較対象になりうるものとする。

「普通の県」としての地位にとどまることなく、北陸3県が北陸地方といわれるのと同じような意味で、「新潟地方」を構築することを目標とすべきである。

【新潟県の規模に匹敵する地域】

・北陸3県（全体）	面積12,619km ²	人口311.5万人	富山県、石川県、 福井県
・北関東3県（全体）	面積18,864km ²	人口689.6万人	群馬県、栃木県、 茨城県
・福島県	面積13,782km ²	人口213.0万人	
・長野県	面積13,585km ²	人口217.9万人	
・静岡県	面積7,779km ²	人口371.8万人	

(参考)

新潟県 面積12,852km² 人口248.4万人



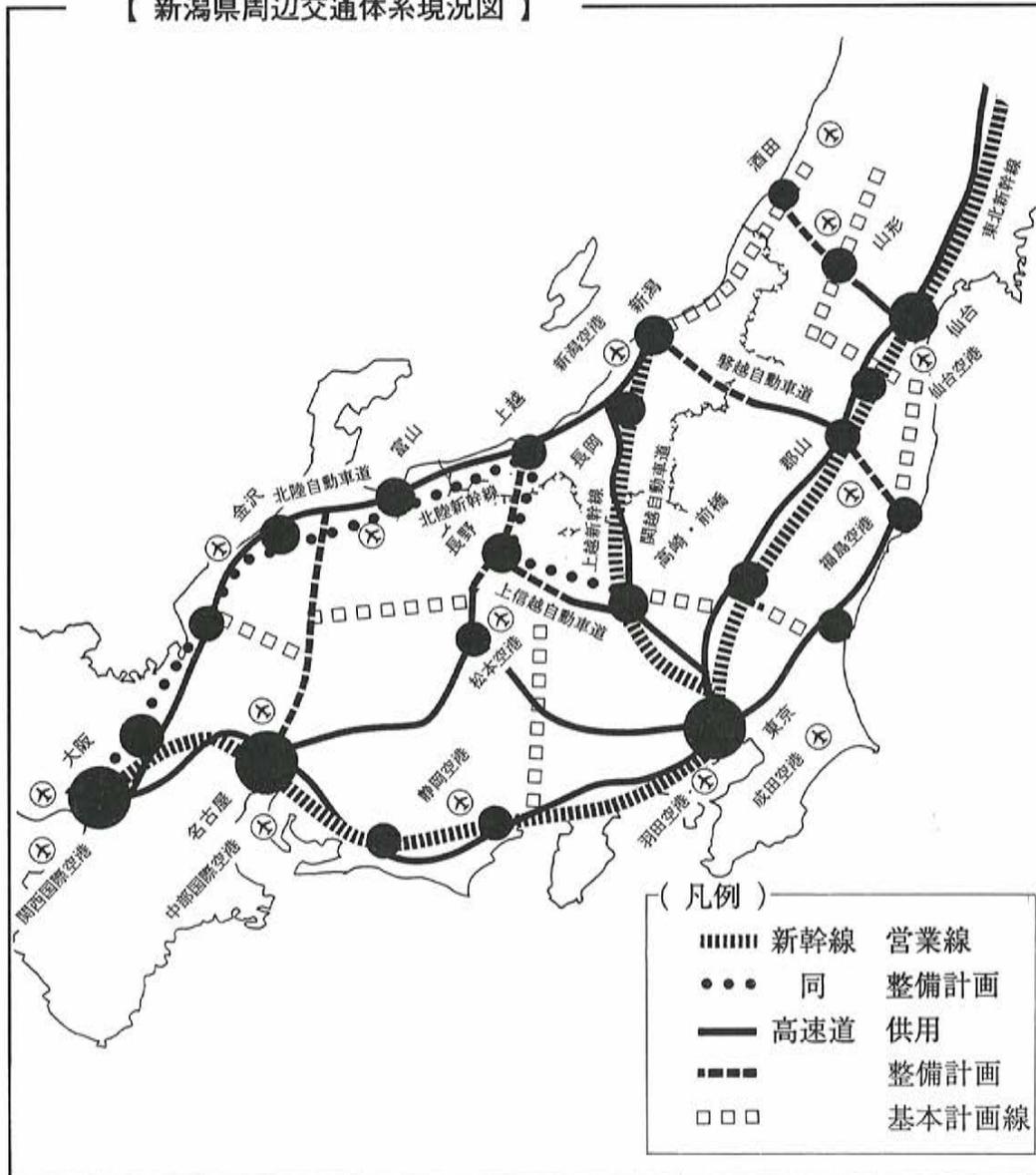
(面積：建設省 全国都道府県市区町村別面積調 (1992年10月))
 (人口：自治省 住民基本台帳人口要覧 (1994年3月))

②恵まれた広域交通基盤（十）

新潟県では、交通インフラの整備が日本海側の県としては先行的に進められてきており、上越新幹線や北陸・関越自動車道等が比較的早くから開通したため、首都圏とのビジネス交流、観光等の面で有利な条件を有していた。特に、ビジネスの面では新潟県が首都圏に直結している一方で、それ以外の周辺県（山形県、福島県、長野県、富山県）との交通基盤は整備が遅れてきたため、周辺県の企業との市場をめぐる競争もあまり厳しくはなかった。

しかし、今後上信越自動車道、磐越自動車道などの高速道路網や北陸新幹線の整備が進むと、他の都市・地域との競争は次第に厳しくなるものと予想される。

【新潟県周辺交通体系現況図】



【 拠点性をあらわす指標の比較 】

		単位	データ年次	新潟県	北陸3県	富山県	石川県	福井県	静岡県
基礎指標	総面積	km ²	1990	12,582	12,619	4,246	4,185	4,188	7,779
	可住地面積	km ²	1990	4,562	4,286	1,844	1,384	1,058	2,705
	住民台帳人口	千人	1994.3	2,484	3,114	1,124	1,167	823	3,718
カネ・情報	①卸/小売比率	倍	1991	2.71	2.89	3.10	3.16	2.23	2.84
	卸売業年間販売額	億円	1991	68,131	102,421	39,258	42,130	21,033	117,345
	小売業年間販売額	億円	1991	25,133	35,464	12,676	13,351	9,437	41,352
	②金融機関貸/預率			0.62	0.62	0.60	0.67	0.58	0.62
	金融機関貸出残高	億円	1993.3	87,448	134,275	48,232	51,346	34,697	147,850
	金融機関預貯金残高	億円	1993.3	140,845	217,176	80,612	76,577	59,987	238,298
	③全国銀行貸/預率			0.69	0.75	0.71	0.85	0.67	0.76
	全国銀行貸出残高	億円	1994.3	42,915	70,923	26,331	28,723	15,869	66,761
	全国銀行預金残高	億円	1994.3	65,218	94,386	36,833	33,927	23,626	87,411
	④情報サービス業 年間売上高	百万	1992	44,376	84,500	28,146	34,098	22,256	66,442
⑤上場・公開企業本社数	件	1994	31	47	18	22	7	51	
ヒト	①県内大学入学者のうち 県外出身者	人	1993.3	1,837	4,980 *	1,560	3,944	1,368	3,558
	県外出身者比率	%	1993.3	52.2	46.7 *	58.8	69.1	59.7	63.2
	県内大学入学者合計	人	1993.3	3,522	10,655	2,655	5,709	2,291	5,629
	②県外への旅客発生量	千人	1992	17,475	36,603 *	25,238	28,966	25,075	88,862
	県外からの旅客集中量	千人	1992	17,690	28,163 *	26,121	26,567	18,152	96,440
	③出国者数	人	1993	128,130	214,710	77,240	80,323	57,147	303,109
	④転入転出者の対人口比	%	1993	2.94	2.94	3.24	4.03	3.35	3.98
転入者数計	人	1993	36,541	45,586 *	18,251	23,381	13,642	73,823	
転出者数計	人	1993	36,567	46,074 *	18,189	23,626	13,947	74,029	
モノ	①県外への貨物発生量	万t	1992	1,656	2,178 *	1,192	598	1,004	3,829
	県外からの貨物集中量	万t	1992	2,147	2,906 *	1,377	1,045	1,102	3,387
	②港湾輸出貨物量	千t	1991	325	312	156	49	107	3,248
	港湾輸入貨物量	千t	1991	12,332	9,867	7,140	913	1,814	9,801
	③輸出金額	億円	1993	386	1,177	368	480	329	10,711
輸入金額	億円	1993	144	216	71	65	80	1,281	

(注) *印をつけた数字は北陸3県全体を1つの圏域とみなし、
圏域内での流動の部分を除いた数字である。
従って、3県それぞれの数字の合計よりは少なくなっている。

資料：カネ・情報＝

①「商業統計表」1991年

②, ③日本銀行調査統計局「都道府県別経済統計」

④通産省「特定サービス産業実態調査」

ヒト＝

①文部省「学校基本統計」1994年版

②運輸省「地域旅客流動調査」

③法務局「出入国管理統計年報」 ④総務庁「住民基本台帳人口移動報告年報」

モノ＝

①運輸省「地域貨物流動調査」 ②運輸省「港湾統計」 ③通産省「貿易業態統計表」

④都市の魅力・イメージが弱い（一）

新潟県の都市は歴史や文化を活かした魅力が弱く、金沢や仙台のような明確なイメージが形成されていないため、都市に人々を魅きつける集客力が弱い。新潟県の魅力はスキー場、海、海の幸など主に自然・レクリエーション系のものとして語られることが多いが、都市としての魅力は弱いと言わざるを得ない。これは、新潟県の都市が多くの人々に魅力を提供するほどの個性を持たないためだと考えられる。

「集客」ということを単に観光産業、観光事業として考えると、その直接的な効果は限られたものである。1,000万人の観光客を集め、1人あたり1万円の観光収入があったとしても、1,000億円にしかならないが、これは新潟県の工業出荷額約5兆円の2%に過ぎない。

しかし、観光により人が来るということは直接、地域を知ってもらうことであり、そこで良い印象をもってもらえれば、その後の様々なチャンスにつながるのである。人材の呼び込み（Iターン等）を考えてもまず、地域が知られなければ進むことはないのであり、「集客」という視点をもつことが重要である。

【 都道府県別暮らしやすさランキング 】

順位	都道府県	平均	回答数	評価の良い点	評価の悪い点
1	宮城	82.1	34	①自然②食べ物③都市基盤	①気候②買い物、教育
2	島根	81.1	8	①自然②人情味③食べ物	①病院福祉②文化娯楽③買い物
3	熊本	80.7	7	①自然②買い物、物価	①文化娯楽②気候③マナー
4	北海道	79.5	65	①自然②食べ物③都市基盤	①気候②買い物、教育
5	福岡	79.3	73	①食べ物②自然③物価、通勤	①マナー②都市基盤③文化娯楽
6	鹿児島	79.1	11	①自然②食べ物、人情味	①買い物、病院福祉
7	香川	78.0	22	①気候②通勤③買い物、自然	①文化娯楽、マナー③都市基盤
8	大分	77.9	14	①自然②気候、人情味	①文化娯楽②都市基盤③買い物
9	愛媛	77.6	23	①自然②気候③物価、通勤	①文化娯楽②買い物、都市基盤
10	石川	77.2	29	①自然②食べ物③通勤	①気候②買い物③物価、文化娯楽
11	兵庫	77.0	133	①通勤②自然③買い物	①物価②文化娯楽③マナー
12	長崎	76.9	18	①人情味②物価、自然	①都市基盤②文化娯楽③通勤
13	秋田	76.7	3	①物価、自然③通勤、住宅	①気候②都市基盤③通勤
13	富山	76.7	27	①自然②食べ物③通勤	①気候②都市基盤③文化娯楽
15	広島	76.2	63	①気候②自然③通勤	①物価、文化娯楽③都市基盤
16	福島	75.8	17	①自然②人情味③食べ物	①都市基盤②教育③買い物、気候
17	岡山	75.4	26	①気候②自然③食べ物	①都市基盤②文化娯楽③買い物
18	長野	75.1	39	①自然②人情味③教育	①都市基盤②文化娯楽③通勤
19	宮崎	75.0	4	①物価、自然、気候、人情味	①教育、文化娯楽③都市基盤
20	三重	74.8	24	①自然②買い物、気候	①都市基盤②文化娯楽③マナー
21	神奈川	74.5	289	①買い物②通勤③自然	①物価②通勤③自然
21	静岡	74.5	43	①気候②自然③通勤、食べ物	①都市基盤、文化娯楽③買い物
23	滋賀	74.4	25	①自然②住宅③通勤	①買い物②通勤、文化娯楽
24	群馬	73.8	30	①自然②物価、住宅、人情味	①通勤②文化娯楽③病院福祉
24	佐賀	73.8	8	①自然②物価③通勤、人情味	①都市基盤、文化娯楽③買い物
26	岩手	73.3	6	①自然②人情味③近所良好	①都市基盤②買い物、気候
27	愛知	73.1	132	①通勤②買い物③自然	①文化娯楽②買い物③マナー
28	福井	72.7	11	①自然②通勤③人情味	①気候②買い物、通勤、都市基盤
29	東京	72.6	523	①通勤②買い物③都市基盤	①物価②自然③住宅
30	徳島	72.5	10	①自然②病院福祉、気候	①都市基盤②文化娯楽③買い物
31	山形	72.0	5	①物価、自然、人情味	①教育、気候
31	新潟	72.0	20	①自然②食べ物③人情味	①気候②文化娯楽③買い物、通勤
33	埼玉	71.7	123	①自然②通勤③買い物	①都市基盤②通勤③文化娯楽
33	千葉	71.7	144	①通勤②買い物③自然	①通勤②都市基盤③文化娯楽

(日経地域情報 NO.200)

⑤環日本海交流の基盤がある（十）

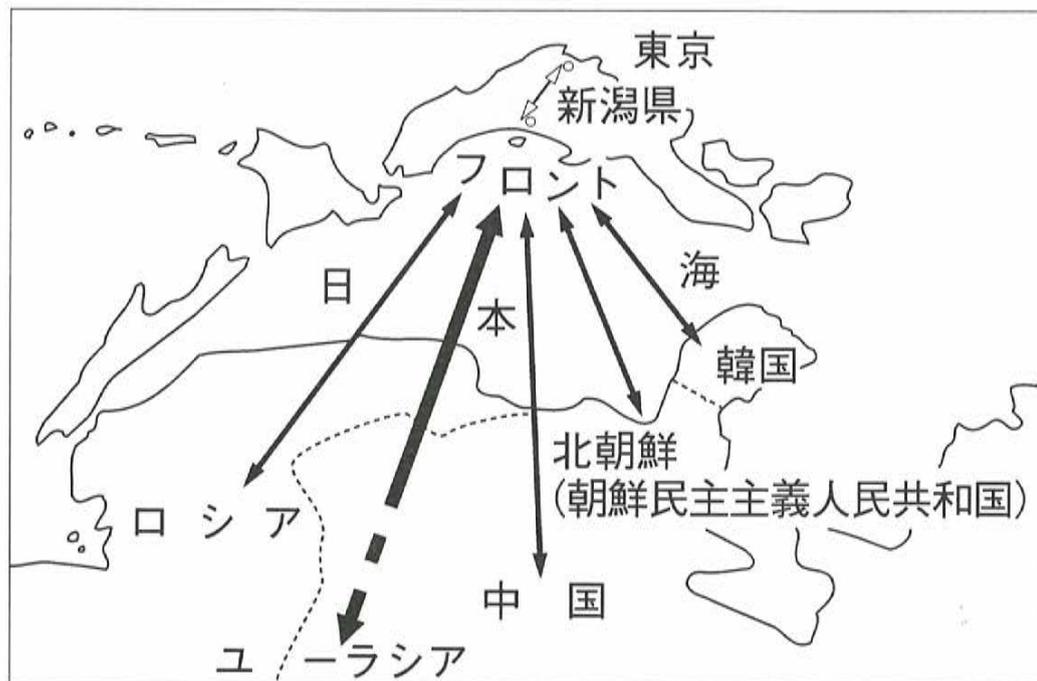
新潟県では貿易・海外進出を行う企業はそれほど多くないが、地理的な条件とこれまでの施策により環日本海諸国との交通は開けており、環日本海交流の面では他県に比べ一歩リードしている。

これから予想される対岸諸国の発展にあわせて、新潟県の発展へと活かす戦略を構想する必要がある。

⑥首都圏に近接している（十／一）

湯沢町から新潟市にかけての地域は東京から新幹線で1～2時間であり、東京からの集客、東京とのビジネス交流にとって非常に便利な条件にある。上越地域も北陸新幹線の開通により時間距離が縮まる。

こうした首都圏への近接性を活かし、工場等の誘致、観光客の呼び込み、首都圏の機能の一翼を担う役割など、積極的に首都圏の集積を活用することが必要である。



(2) 新潟県の産業と企業

①地域から発生した産業が盛んな県（十ノ一）

新潟県は、食品工業（菓子、清酒等）、繊維・衣服、金属製品などの地場産業が盛んな県であるが、他の東北各県のようにハイテク型の電機産業等の大工場が多く立地しているわけではない。

工業の業種別の構成をみても加工組立型業種のウエイトが低く、しかも低付加価値であるといった問題もある。また、加工組立型産業の集積が弱いために大企業のハイテク工場が立地しても地域の企業への技術移転・取引が発生しないというデメリットがある。

このような新潟県の産業（工業）の特徴は、将来に向けて有利でもあり、不利でもある。

メリット：国際分業が進んでも食品や生活関連製品の国内生産需要は残るので空洞化による決定的なダメージを受けにくい。
国内の先端的なニーズに対応できる体質を残していれば少量・試作型の製品群での競争力を保持することで生き残れる。

デメリット：好調時の加工組立型業種ような伸びは期待できない。
「ハイテク型」での高付加価値戦略は取りにくい。

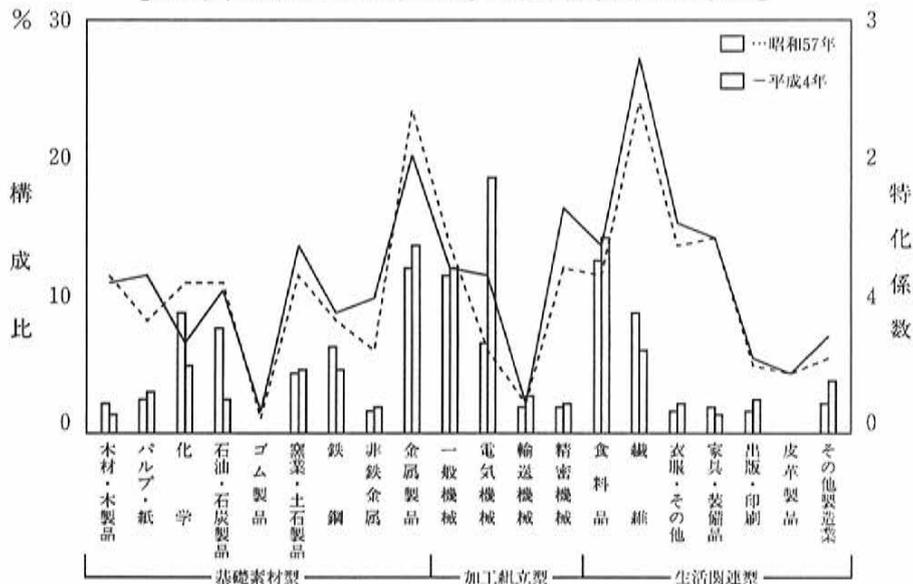
新潟県はこれらの特徴を活かして、基本的にはきめ細かい消費者ニーズ、企業ニーズに対応した製品を、ユーザーとの接触を密にしながら、作りこんでいくという生産スタイルを目指すべきであろう。

【各県の工業出荷額の推移】

(単位：億円)

	1986年	1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年
新潟県	37,500	37,464	40,837	44,475	48,368	52,310	50,651	48,389
宮城県	29,509	30,031	31,631	34,190	37,330	39,228	38,595	36,859
山形県	18,751	18,912	20,541	22,447	24,880	26,805	26,162	25,492
福島県	35,720	36,343	39,888	44,298	48,158	53,019	51,247	48,068
群馬県	61,462	62,595	68,151	74,676	81,066	86,769	85,407	81,181
長野県	50,446	49,871	55,215	60,158	65,457	69,025	65,852	62,270
富山県	28,892	29,745	32,556	34,961	37,488	38,693	37,793	36,154
石川県	17,450	17,717	19,792	22,232	24,785	26,292	25,638	23,440
福井県	15,740	15,821	16,727	18,192	19,588	21,290	20,675	19,246
(北陸3県計)	62,082	63,283	69,075	75,385	81,861	86,275	84,106	78,840
静岡県	127,223	128,640	139,301	152,027	162,652	172,187	168,105	158,540

【新潟県の製造品出荷額等業種別構成比の推移】(通産省工業統計表)



注：プラスチック製品製造業は、昭和59年以前の分類によりその他製造業に分類してある。
 資料：通商産業省「工業統計表（従業者4人以上）」(平成4年は速報) 図説にいがた
 「新潟県の経済と人口改訂版」
 1994年3月

【各県別の工業の状況（1993年）】

	従業者1人当り 現金給与額 (万円)	従業者1人当り 付加価値額 (万円)	事業所数 (件)	従業員数 (人)	製造品 出荷額等 (億円)	現金給与 総額 (億円)	付加価値額 (億円)
新潟県	337.1	727.3	10,659	268,832	48,389	9,062	19,552
宮城県	341.4	736.3	5,244	165,213	36,859	5,640	12,164
山形県	307.3	625.9	5,009	151,359	25,492	4,652	9,474
福島県	342.2	776.3	7,680	233,903	48,068	8,004	18,159
群馬県	413.0	1066.2	9,554	258,090	81,181	10,659	27,517
長野県	383.1	841.4	9,797	274,141	62,270	10,503	23,065
富山県	396.1	1017.5	4,731	151,940	36,154	6,019	15,460
石川県	363.6	760.0	6,294	122,160	23,440	4,442	9,284
福井県	369.6	782.9	4,630	99,828	19,246	3,690	7,816
(北陸3県計)	378.4	870.8	15,655	373,928	78,840	14,151	32,560
静岡県	433.6	1118.9	18,382	514,853	158,540	22,324	57,609

(通産省工業統計表)

②大手企業の拠点工場が少ない県（十／一）

近年、東北地方では南東北（福島、宮城、山形）と岩手県を中心に大手の電機メーカーの拠点工場が多く立地している。福島県や宮城県においてはさらに化学、自動車関連等の拠点工場も展開している。これらの県に多くの工場が立地したのは労働力確保という要因に加え、東北の主軸に位置する各県に工場を配置することにより各工場間の生産ネットワークを効率化させるためでもある。

一方、新潟県では電機部品の下請け工場等の立地はみられるものの、拠点工場が立地することは少なかった。これは、東北自動車道方向に比べて奥行きがない地域であることや、雪による（操業上の）影響があること等が理由である。

このような新潟県の特長にはメリットとデメリットの両面がある。

メリット：量産型工場においては、国際分業化にともない生産機能を海外シフトせざるをえない場合があるが、新潟県の場合には空洞化の可能性の高い大工場が少ない。

デメリット：バブル期に新設した工場は、事業所の統廃合を進める企業リストラにおいて新設工場に研究機能・試作機能等を集約させる動きもあり、そうした方向で地域が生き残ることも考えられるが、新潟県ではそのような器となるべき工場が少ない。

③積極経営を行う企業の少なさ（一）

新潟県の企業は従来、あまり積極的でない面があるとされている。例えば、県外市場への進出状況をみても消極的で弱い面が窺える。

しかし、実際には食品工業などでは個性的な展開をする企業も誕生しており、このようなユニーク企業を積極的に創出することが必要であり、民と官が連携しながら新産業・新企業を創出することが重要である。

【 各県企業の県外進出状況(1991年) 】

	県外事業所数	県外従業者数	進出先上位4県			
			東京都	埼玉県	長野県	山形県
新潟県	1,943	25,565	東京都	埼玉県	長野県	山形県
宮城県	4,053	62,552	福島県	岩手県	秋田県	青森県
山形県	970	14,682	宮城県	秋田県	東京都	福島県
福島県	1,288	17,619	宮城県	山形県	茨城県	新潟県
群馬県	1,962	27,747	埼玉県	栃木県	東京都	長野県
長野県	1,710	25,636	東京都	新潟県	山梨県	愛知県
富山県	1,943	35,875	石川県	東京都	新潟県	福井県
石川県	1,898	25,997	富山県	福井県	東京都	新潟県
福井県	1,175	12,891	石川県	大阪府	東京都	富山県
(北陸3県計)	5,016	74,763				
静岡県	4,605	65,105	愛知県	東京都	神奈川県	大阪府

(総務庁 事業所統計調査報告書)

④構造変化を強いられる農業（一）

新潟県は有数の農業県であり、特にコメを中心として発展してきた。新潟県のコメは高く評価されているが、兼業農業、高齢者による農業が中心となっており、現状のままの存続は難しい。

平地のコメは大規模経営化することになるが、それだけでは産業としての農業は縮小し、中山間地等の問題も解決できない。これからの農業は、流通ルートの開拓、加工分野への展開なども含めて高付加価値化を進める必要がある。

⑤農業と他の産業の連携が弱い（一）

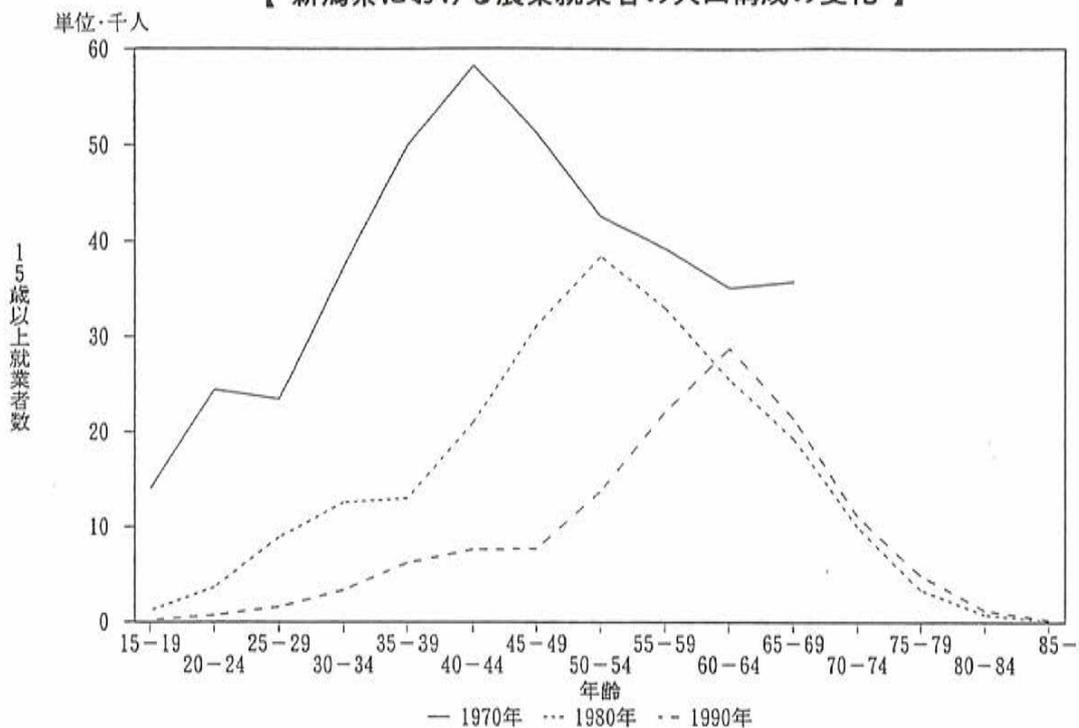
新潟県はかつて農業主体の県であったため、地域の産業も農業との関連が強かった。例えば、農閑期の労働力、あるいは兼業農家の労働力の活用などの点である。

しかし、酒造が盛んな県であるにもかかわらず、酒造米は県内ではあまり生産されていないとか、農業との連携が必ずしもうまくいっていない。

今後は農業の構造変化の動向を踏まえつつ、地域として産業面での連携を図ることが必要である。

また、農業と他の産業の間だけではなく、他の産業の相互の連携、企業間の連携を進める必要もある。

【新潟県における農業就業者の人口構成の変化】



(総務庁 国勢調査)

(3) 新潟県の人と生活

①新潟の県民性（十／一）

新潟県民は勤勉で、実利的、控え目であると言われている。また、官依存型の体質があると言われている。

これからの新潟県民は、県民としての個性、アイデンティティは保ちつつも、変化していく必要がある。例えば、新潟県の良さをもっと積極的にアピールするようなことがあっても良いのではないか。関西人のような強烈な個性、アピールを打ち出せるものではないが、もう少し自主的にダイナミックな変化があってもよいと考える。

②高等教育が弱かった（一）

新潟県の現役の大学進学率は全国でも最低のレベルであり、有名大学への入学者も富山県に比べて少ない。この理由としては、大学進学指導の弱さが考えられる。また、最近でこそ県内に多くの大学が設立されるようになったが、石川県等に比べて県内の大学数、学生数が少なかった。

しかし、これからの時代を考えると、従来型の有名大学の一般的な教育による人材育成では多様な産業のニーズを満たすことはできなくなっている。一定のスキルをもつ人材を育成することが必要となっていることや、最近県内に立地した大学はそれぞれ新しい仕掛けをもつ大学であり、むしろ先端的な取り組みができる場となる可能性もあり、有利な材料と言える。

このような特徴をいかし、今後新潟県では新しい人材育成プログラム、能力開発プログラムを整備することが必要である。

【 各県の大学等進学率（1994年4月） 】

新 潟 県	26.3%（全国45位）
宮 城 県	26.2%（全国46位）
山 形 県	30.2%（全国36位）
福 島 県	26.6%（全国43位）
群 馬 県	33.9%（全国28位）
長 野 県	32.6%（全国32位）
富 山 県	42.5%（全国 9位）
石 川 県	43.9%（全国 6位）
福 井 県	45.8%（全国 1位）
静 岡 県	40.4%（全国12位）
全 国	36.1%

（ 文部省 学校基本調査報告書 ）

③将来を担う人材の流出（一）

地元大学の卒業生の地元就職率は周辺の県に比べて高いが、依然として、若年層の県外への流出は続いており、こうした人材を県の財産として環流させることが必要である。

この背景としては、県内に有力企業が少なくことや大手の工場が少ないこと、県内大学での地場企業の認識の低さ（就職の際に薦めない）などがある。

今後は、生活環境の整備を図ることはもとより、学生が地域の企業の話（トップの考えなど）をより多く聞けるような環境を提供することも必要である。

④地域間の結びつきが弱い（一）

新潟県は大きな県であることもあって、従来から地域間の結びつきが弱い面がある。

県内には主要3市として新潟、長岡、上越市があるが、新潟市と上越市とは距離が離れていることもあって、連携が弱い。

今後は様々な交流を深める必要がある。

⑤地域のリーダーとしての3都市圏の存在＝新潟・長岡・上越（十）

新潟県は大きな県であるが、上中下越にそれぞれ都市圏が展開しているため、都市に集中する機能を周辺地域の住民も利用できることがメリットであり、これら3都市は今後とも県内の各地方の中心となっていくことが期待される。

新潟県は大きな県であることから實際上、新潟市への過度の一極集中による都市集積のパワーアップを図ることは難しく、それぞれの都市圏が強みを伸ばすような方策が必要である。

例えば、市町村合併を進めて都市圏としての一体的な行政を目指すことや政令指定都市への昇格を目指すことも考える必要がある。

また、上記の都市圏に限らず地域の行政組織の強化を図るため、市町村合併を進めることも検討すべきである。

【新潟県の主要3地域の特徴】

	上越	中越	下越
人口 (1993年) 住民基本台帳人口	上越圏 261,095人 糸魚川圏 56,089人 合計 317,184人	三条・燕圏 275,394人 長岡・小出圏 412,586人 柏崎圏 110,749人 六日町圏 74,584人 十日町圏 74,392人 合計 947,705人	村上圏 86,311人 新発田圏 154,085人 新潟圏 817,426人 五泉圏 79,340人 佐渡圏 77,724人 合計 1,214,886人
産業 (農業粗生産額 =1992年) (製造品 出荷額等 =1993年)	<ul style="list-style-type: none"> ●農業粗生産額はそれほど多くない。 農業粗生産額 453億円 ●工業は化学、電機等のウエトが高い 製造品出荷額等6,634億円 ●上越が商業核となっているが上越パワーセンターなどの新しい商業集積形成の動きがある。 	<ul style="list-style-type: none"> ●新潟県農業の主力地域であり平地でのコメ、ブランド化した魚沼のコメなどがある。 農業粗生産額 3,471億円 ●新潟県工業の主力地域であり従来から発達してきた金属製品、繊維に加えて、電機機械一般機械といった加工組立分野が発達してきている。 製造品出荷額等 2兆4,005億円 ●湯沢周辺にスキー場が多くあり観光客を集めている。 	<ul style="list-style-type: none"> ●中越に次ぐ農業地帯で岩船のコメが有名であり、その他にもチューリップ、果実、野菜などの多様である。 農業粗生産額1,797億円 ●新潟市を中心とした工業地帯であり、地域の産品を活かした食料品、港湾を活かした石油、金属製品などの業種がある。 製造品出荷額 1兆7,916億円 ●新潟県の流通取引の中心であり、金融業、卸売業、大手企業の支店等が集積。
地域	<ul style="list-style-type: none"> ●地域の核となるのは上越市である。 ●新潟市とは離れているが、長野や富山方向との交流がある 	<ul style="list-style-type: none"> ●地域の核となるのは長岡市であり、ほかに三条市、柏崎市などがある。 ●湯沢周辺ではスキー場が多い。長岡では住宅開発、レジャー開発が行われている。東京との結びつきも強い。 	<ul style="list-style-type: none"> ●地域の核となるのは新潟市で約50万の人口のある日本海側最大の都市となっている。 ●佐渡圏域は自然や歴史資源が豊富であり、佐渡観光として全国に有名で、年間100万人以上訪れる。
主な資源/ プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ・上越教育大学など ・北陸新幹線、上信越自動車道北越北線 ・直江津港 ・上越地方拠点都市計画 ・妙高の自然 	<ul style="list-style-type: none"> ・長岡技術科学大学、長岡造形大学、新潟工科大学、など ・スペースワールド、国営越後丘陵公園 ・信濃川テラホリス、長岡地方拠点都市計画 ・苗場、谷川連峰 	<ul style="list-style-type: none"> ・新潟空港／新潟東港、新潟西港 ・新潟大学、新潟国際情報大学、敬和学園大学など ・新潟県庁及び、各社支店・営業所の集積 ・佐渡のマリンリゾート

⑥情報受発信力の弱さ（一）

コンピュータや情報通信等の発達とともに、高度情報化社会が進展し、産業面に限らず社会生活のあらゆる面で情報が重要な役割を果たすようになっていく。地域内外や海外との交流においても、人的交流や物的交流と並んで、あるいはこれらの基盤として情報交流が不可欠となっている。

新潟県における主要な情報化の指標を見ると、例えば情報サービス業の年間売上高は全国14位にあるが、一事業所当たりの同売上高は28位、従業員一人当たりの同売上高は39位である。

したがって、新潟県の企業の事業規模は小さく、従業員一人当たりの生産性も低く、下請け業務が多いため、付加価値の高い業務が少ないことが指摘される（通産省 特定サービス産業実態調査）。

また、INSネット契約回線数全国比1.5%、自動車・携帯電話契約数同0.8%等、人口規模や産業活動の規模に比べてまだ格差が大きい（信越ニューメディア懇談会調べ）。加えて、インターネットと接続するための地域ネットワーク作りにおいても、他県と比べ大きく出遅れてしまっている。

このため、地域の内外や国内外との多様な連携・交流を展開しつつ、同時に自立的で広域的な経済文化交流圏を形成していくための手段かつ基盤として、情報の受発信機能を整備する必要がある。

今後さらに進展が見込まれる高度情報化社会においては、企業、行政、家庭、学校、地域社会等のあらゆる分野に情報通信ネットワークを整備し、「話す」「書く」「聞く」といった従来の分野だけでなく、「見る」「考える」「生産・創造する」といったより高度な領域に活用していく必要がある。

(4) 新潟県の自然・土地条件

①恵まれた土地・自然・資源(十)

新潟県は土地・自然・資源に恵まれた県である。
これは開発余地が大きいことであり、環境の容量が大きいということでもある。
このような新潟県の持つ自然・環境の有利さを活かすことが必要である。

②自然レクリエーション・観光資源に恵まれている(十)

新潟県は四季折々の変化が鮮やかで、春は新緑、夏は青い海、秋は収穫と紅葉、冬は雪景色など節目がはっきりとしており、スキー、海水浴、釣りなど自然レクリエーション機能に恵まれている。それに多様な自然景観、湯量豊富な温泉、史跡・文化財、コシヒカリに代表されるコメ、地酒、日本海の魚、ローカル色豊かな郷土料理等、観光ニーズに適合する多くの資源がある。また、新潟の海岸線は336.7kmと非常に長く、変化に富んだ海岸美を形成するとともに、砂丘の発達している所も多い。



2 章 2010年の社会と新潟県

これからの15年、2010年までの間は日本にとって非常に大きな転換期となると予想される。

これまでの戦後50年の間、わが国は戦後復興、高度成長、経済大国化のプロセスを経て、世界のトップレベルに達した。こうした成功は、産業育成に向けての資源の重点的な投入、日米安保体制に守られた経済への集中化配慮、勤勉な労働者が生み出す正確で低コストの家電や自動車による輸出大国への成長等といった、日本が最も得意とするパターンによって実現されたものである。

しかし、現在、日本の直面している状況はこれまで不得意としてきた分野であり、この歴史的な転換に成功するためには数多くの課題がある。この転機にうまく対応できなければ、今後の日本の「成功」はありえない。

【 戦後社会の完成期（1990年頃） 】

【 これからの時期 】

欧米へのキャッチアップ型の発展	→ モデルの喪失
日米安保・GATT体制に守られた 経済成長路線	→ 日本独自の外交・経済戦略
加工組立型工業を主体とする産業構造 (いいものを安くつくる経営)	→ ソフト分野の拡大、金融、知的 財産権など (独創性・創造的経営)
自動車、家電などのリーディング産業	→ 新しいリーディング産業の創出
勤勉な労働力、管理教育	→ 自由な発想・創造力、創造教育
年功序列・終身雇用（大企業）	→ 戦後雇用システムの崩壊 多様な雇用システムの出現

【戦後の社会経済環境の変化と地域・自治の変化】

	1945～59年	1960～74年	1975～84年	1985～94年	1995年以降
日本の位置	戦後キ、ャ、ツ、チ、ア、ッ、プ、期				モデル消滅期
地位	【戦後復興期】 敗戦国＝占領	【高度成長期】 先進国グループへ	【安定成長期】 日米欧3極体制	【バブル景気】 超大国化	【新社会模索】
戦略	復興、戦後改革 日米安保	所得倍増論	財政膨張 先進国サミット	貿易摩擦、民活 冷戦終了、アジア	小さな政府
産業・経済	【基幹産業】 鉄鋼、繊維	【基礎素材】 石油精製・化学 鉄鋼、造船	【加工組立】 乗用車、家電	【情報化機器】 コンピュータ、IC	【ソフト・サービス】 マルチメディア
基本要素	資本、労働力	資本、発電 港湾、技術導入	企業系列・下請 製品化技術	企業ネットワーク 海外展開	知識、デザイン 創造、基礎研究
産業政策	傾斜生産	インフラ整備、育成	省エネ	市場化、自由化	人材育成
社会・文化	【農村社会】 農村・農業	【都市化社会】 サラリーマン化、団地	【豊かさ時代】 エコノミックアニマル 中流社会論	【消費の飽和】 Hanako族 メンズノンノ	【創造的消費】
人の属性					
消費水準	○衣食住	○耐久消費財 白黒TV、冷蔵庫 洗濯機	○モータリゼーション カラーTV、ステレオ 自動車社会	○多品種少量 VTR、エアコン	○コミュニケーション コンピュータ 双方向通信
国土・基盤	【国土復興】 復員	【大都市集中】 大都市集中 過疎化	【地方の時代】 地方定住	【一極集中】 東京一極集中 遠距離通勤	【地域連携】 地方中枢都市
人口移動					
国土政策	産炭地域	1全総、新全総 新産業都市 太平洋ベルト地帯	3全総 定住圏構想	4全総 交流ネットワーク構想 テクノポリス	5全総 地域連携軸
インフラ整備	【国土保全】 国土保全 災害復旧 治水治山	【産業基盤】 工業用水 港湾、道路 東海道新幹線	【生活関連】 住宅、下水道 公園、公害対策	【基盤充実】 空港、高規格道 まちなみ 〔生活基盤の遅れ〕	【生活・情報】 景観形成 情報ハイウェイ
地域・自治	【自治体強化】	【自治の萌芽】	【主体性回復】 公共投資受け皿 住民運動の影響	【個性化競争】 アイデア、個性化	【権限と責任】 独自の枠組施策 ケースバイケース施策
地方行政					
地方制度	町村合併促進法 地方公布税制度 自治体警察廃止	広域市町村圏 (府県連合論)		広域的連携	広域ブロック制度 (連邦制) 基礎自治体強化

1) 予想される2010年の社会

2010年の社会について、企業、人、地域を概括すると次のようになる。

① 2010年の企業

2010年までには、日本産業の大規模な構造調整がほぼ完了している。海外との競争や規制緩和により、何らかの独自性、強みのない企業は淘汰される。業界として横並びの発想は全く無力となる。

企業の戦略の面では、海外、特にアジアへの展開が重要となっており、海外市場への進出、海外生産へのシフト、輸入品の活用、広く海外に人材を求めるといった方法に多くの企業が取り組むようになる。

社内的には、会社への貢献に応じた人事制度をとらざるを得なくなり、トップダウンも含めた大胆な意思決定が求められるようになる。人材については、高度な専門知識を持つ社員（新卒・中途）の採用、既存人材の有効活用や能力開発等の再教育が重要となる。

② 2010年の人

2010年の人の生活はまず、仕事の面で変化する。大企業における終身雇用年功序列制は崩れ、個人の能力、技術が重視される。そのため、能力開発が非常に重要になり、技術、ノウハウを身につける研修の場が求められるようになる。

家庭においては女性の就業の一般化にともない、男性の家事分担が行われ、家事・育児支援サービスが求められるようになる。

高齢者は、現在以上に活発で、様々な生活を楽しむようになっており、そうした層向けの製品・サービス、高齢者の就業を助けるための仕組みが求められるようになる。

レクリエーションの面では、帰省する場のなくなった都市住民のためのふるさととしての田園が評価されるようになり、家族全員で楽しむことのできるパカンス型の遊び方が多くなる。

人々の海外との交流も活発化しており、海外赴任、日本滞在外国人ビジネスマンとの交流を通じて、ごく日常的に外国人と接触しているようになる。

また、東京では生活環境がさらに悪化しており、都市的な機能・国際交流の機能は地方都市にも整備されるようになることから、東京に居住するメリットはなくなる。その結果として、東京脱出組の生活の場が地方都市や海外に求められるようになる。

③ 2010年の地域

2010年には海外との交流が、日常的に行われるようになっており、国際空港、外国人のための学校などの支援機関などが必要になっている。

また、多くの人々が交流し、議論しながら商品開発をしていくことが重要になることから、人々を惹きつける魅力的な地域づくりが求められている。

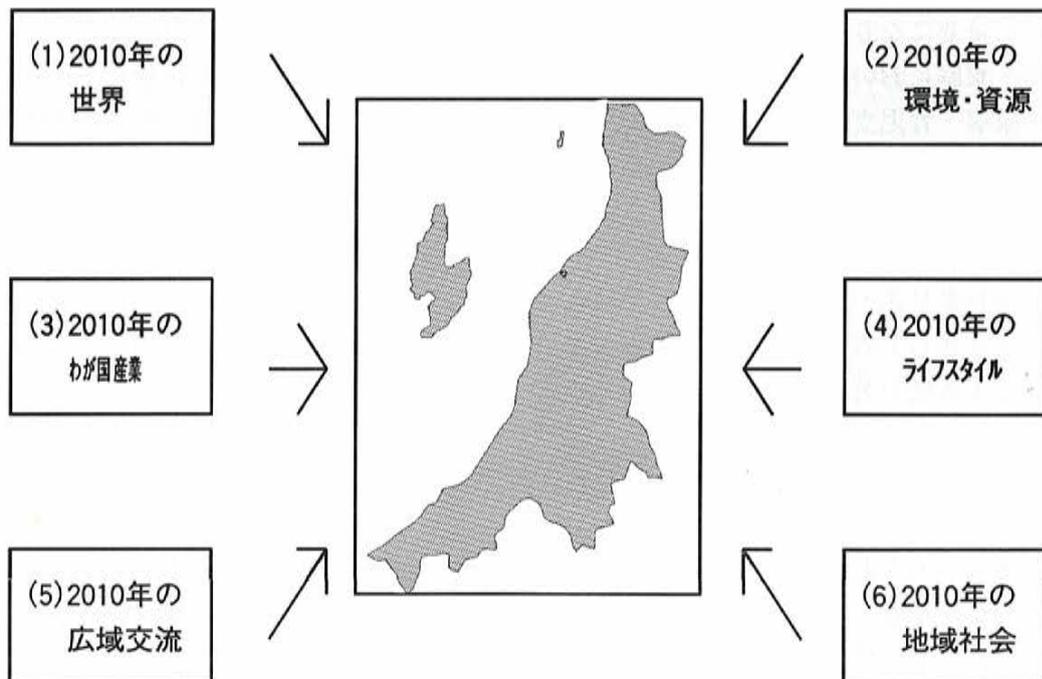
広域交流の面では、高速道路、新幹線などの整備によって、地域間の競争が激化しており、競争力のある地域に機能が集中する。

さらに、これまで個人の生活に関心が向きがちだった人々が、公共分野に関心を持ち、町並み形成、環境問題、教育問題などに対する活動を行うため、企業や行政との協力体制が求められるようになる。

地方自治体という面では、これまで以上に地域の創意工夫が求められるとともに、権限に見合うだけのチェック機能を備えるという課題が生じる。

2) 新潟県をめぐる環境の変化

前項を踏まえ、新潟県を取り巻く環境の変化や課題と対応方向、新潟県の持つ強みと弱みについて考えてみる。



(1) 2010年の世界＝日常化する国際交流

①アジアの成長とアジア経済圏の形成

(中国)

中国は日本の10倍の人口を擁しており、現在の国民1人当たり所得は日本の約100分の1であるので、GDP（国内総生産）は日本の約10分の1である。しかし、現在の中国経済の成長の速度、為替レートの変動を考慮すると、2010年には中国のGDPが日本を上回ることも十分考えられる。

今後、中国では自動車、家電等のもとより、情報機器等の生産においても拠点的な工場が立地し、世界の生産基地となることが予想される。なお、さらに低付加価値の分野はインド、アフリカ等に展開することが予想される。

また、中国は市場としての存在価値も高まるが、日本メーカーは中国政府や省政府によるローカルコンテンツ化（部品等の現地調達）で、現地進出を強いられ、また、製品の標準化の面で中国の力が強くなるなど、中国の交渉力が強まることにより不利な展開を強いられる可能性もある。

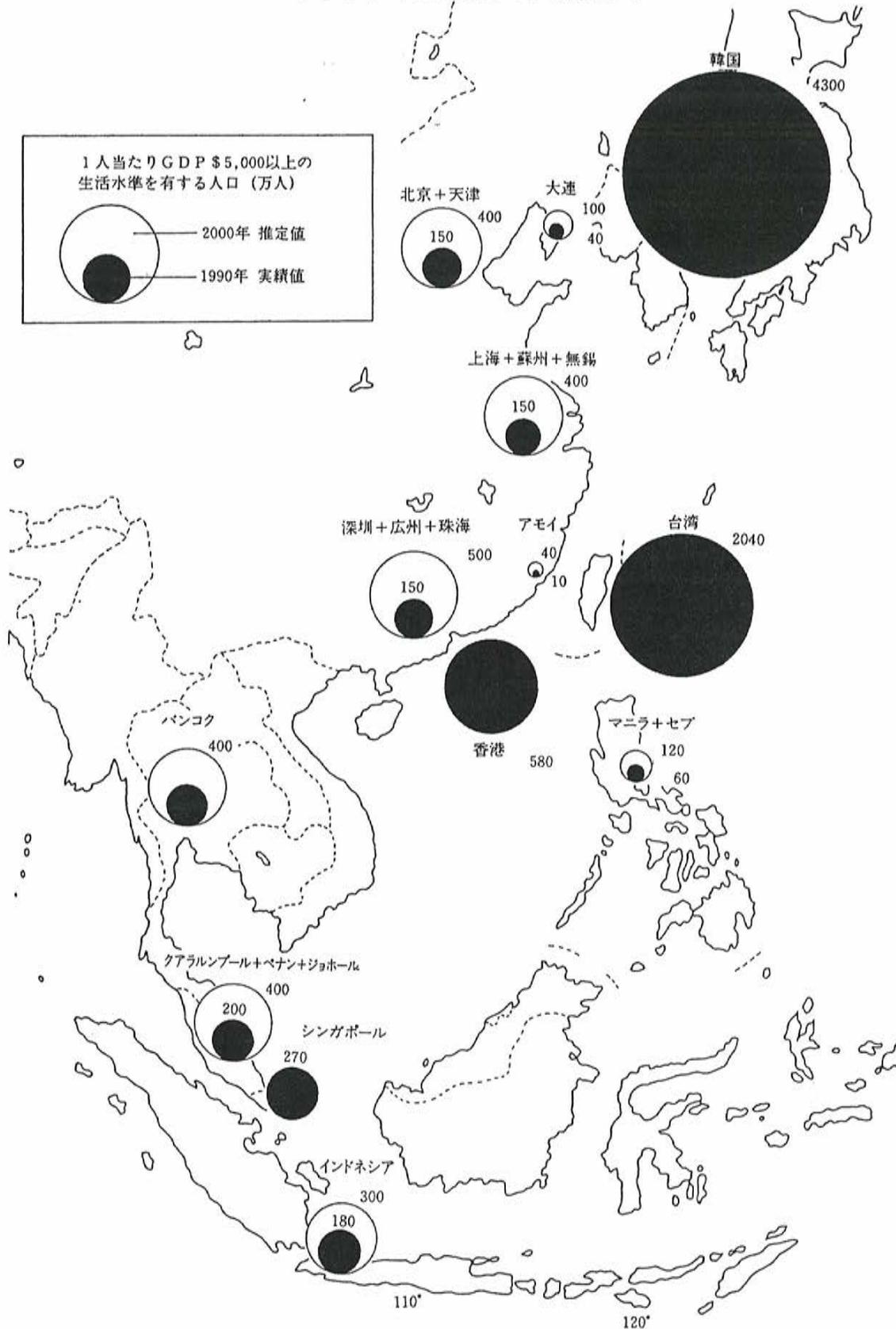
(アジア経済圏)

アジアでは、今後、日本企業ばかりでなく、韓国、台湾、中国、シンガポールなどの企業も国際展開を始めるようになり、さらには、アメリカ、ドイツ等の先進国も積極的に進出するものと予想される。この結果、アジアにおいては生産・取引はもちろん、人材や資金、情報が様々に飛びかうことになると予想される。また、海外旅行などの面でも、航空運賃を負担できる層が増加し、アジアの人々が広く、お互いに交流するようになる。

その結果、アジア諸国・地域のそれぞれが幅広く他の国・地域と交流するような交流ネットワークが生まれる。そうした場合、日本の経済力は絶対的な優位性を失っているため、アジアの「センター」としての役割を果たし得ないことも十分予想され、機能に比して業務コストの高さなどが敬遠された場合には、日本がアジアの「田舎」となることも考えられる。

こうした将来のアジア経済圏においては、中国や東南アジアの経済人との結びつきの強い華人や華僑のネットワークが重要な鍵となることが考えられる。従って、華人・華僑にとって活動しやすい環境を提供する都市がアジアの拠点となることも考えられる。

【 アジアの主要都市の経済規模 】



(通産省「創造的革新の時代」)

②環日本海地域の発展

中国東北部（特に吉林省、黒龍江省）は、開放経済の歩みのなかでは遅れてきた面があるが、重化学工業の面で発達してきた。2010年になれば、中国における投資の重点地域もシフトし、中国東北部の産業集積が高まることが予想される。特に、豆満江（図們江）においては、2010年までに港湾整備、工業開発等が進んでおり、日本海貿易の窓口になるものと期待されることから環日本海貿易の大幅な拡大が見込める。

朝鮮半島は、北朝鮮は世界に開放された経済体制に移行せざるを得ず、統一の可能性も期待され安定化し、経済が発展していると考えられる。よって、環日本海の各国の貿易が盛んになるものと考えられる。

さらに、極東ロシアでは、日本や韓国等の投資による開発が進み、水産物や木材、エネルギー等の供給拠点となることが予想される。

日本海側の各県では、それぞれ環日本海地域との交流を打ち出しており、経済面での結びつきが強くなる。

【 地方自治体が主導して設立した合併会社・交易会社 】

県・市	設立年	合併会社・交易会社
札幌市	1990年	市内企業50社で札幌貿易センター設立；市内企業8社、日中合併コンピュータソフト開発会社「4S 計算機技術有限公司」設立
函館市	1990年	函館極東貿易共同組合設立
釧路市	1990年	釧路市など6機関、釧路カムチャツカ水産振興協設立
小樽市	1990年	小樽市など73機関、小樽市対岸貿易促進協議会設立
青森県	1990年	青森県日ソ交易協設立、中古自動車輸出
新潟市	1988年	ハルビン市飲食会社と合併でレストラン「新潟餐厅」出店
	1990年	同「ハルビン餐厅」出店
新潟県、市	1991年	ソ連投資環境整備協設立
	1992年	ソ連投資環境整備協、ハバロフスクで情報サービス会社「インターメディアサービス」設立
富山県	1990年	光陽産業、日中合併で写真自動現像機製造「大連光陽電器製造有限公司」設立
	1991年	県内企業10社で富山県日本海極東交易協（TNK）設立
	1992年	県内企業13社、ウラジオストクに露日交易センター設立計画；伏木海陸運送、ナホトカで日ロ合併の自動車修理販売「ポストークオートサービス」設立、ウラジオストクで日ロ合併ホテル事業計画発表
石川県	1990年	石川県貿易共同組合、チタ州森林資源共同開発事業に参加
	1992年	石川県貿易共同組合、イルクーツクの外貨ショップに合併商社「イシカワ・イルクーツク・トレード」設立
福井県	1991年	TC 通商（敦賀市）、ナホトカ市に日ロ合併会社設立
鳥取県	1991年	大伸水産、ソ連極東水産物加工団と合併会社設立

（「地域情報」NO.139関西電力株式会社1993年2月）

■ 新潟県の課題と対応方向

新潟県の地域産業にとってはアジアの成長は脅威であり、海外との競合により、従来型の地場産業が崩壊する可能性もある。さらに、従来、活発に立地してきた電機部品等の量産工場の再編・淘汰も余儀なくされるおそれもある。

しかし、これからの企業経営を考えた場合、海外からの影響に対して受け身の姿勢ではなく、むしろ海外とのネットワーク強化により、メリットを引き出す積極的な展開を図ることが必要である。

なぜなら競争激化のなかで何もしなければ、ビジネスチャンスが失われ、明日の投資にあてるべき利益も縮小する懸念がある。

また、従来わが国が得意としてきた輸出志向型の発展では円高の進展にみるように限界があると思われる。

例えば、

- 海外輸入品を活用した加工産業の強化
- 地元産業の海外進出による企業の拡大・強化
- アジアの人材の発掘・活用（技術者や貿易の専門家等として）

等を進めることによって、ビジネスチャンスを創造していくことが重要である。

また、そもそも、地域の産業は高付加価値化、高度化を進めることが求められている。高付加価値化の戦略がなければ企業は淘汰されるだけである。

新潟県の強み	環日本海交流で先行している (航路、空路整備、環日本海シンクタンク)
--------	---------------------------------------

新潟県の弱み	海外進出している企業が少ない
--------	----------------

(2) 2010年の環境・資源＝環境の保全と資源供給の制約

地球環境問題や資源制約の問題は2010年までにはさらに深刻になっているものと予想される。

特に、中国では先進国の全てを合わせたような巨大な人口が自動車に乗るようになると（モータリゼーション）、地球温暖化ガスや排気ガスなど環境への負荷が加速的に増加することになる。そうした環境問題が顕在化した場合、先進国と発展途上国との間での環境をめぐる摩擦が拡大し、エネルギー利用や食糧生産などの面でも同様の摩擦が生じるものと考えられる。

その場合、将来的にはCO₂抑制のための炭素税導入問題等を含めて、資源・エネルギー利用に対する制約は厳しくなるものと予想される。

また、世界人口の増加、アジア等の経済発展にともなって、食糧需要面でも国際的に食糧価格が上昇し、食糧不足の傾向が強まることが予想される。

【世界のエネルギー需要】

	レベル (百万石油換算トン)				成長率 (% 年率)			
	1971	1990	2000	2010	1971-1990	1990-2000	2000-2010	1990-2010
一次エネルギー	4865	7768	9129	11476	2.5	1.6	2.3	2.0
固体燃料	1508	2286	2647	3283	2.2	1.5	2.2	1.8
石油	2325	3061	3558	4248	1.5	1.5	1.8	1.7
天然ガス	893	1678	1974	2785	3.4	1.6	3.5	2.6
原子力	29	524	608	690	16.5	1.5	1.3	1.4
水力	104	184	252	329	3.1	3.2	2.7	2.9
地熱/その他	6	34	91	143	9.3	10.4	4.6	7.5
最終エネルギー	3737	5503	6513	8179	2.1	1.7	2.3	2.0
固体燃料	810	962	1047	1275	0.9	0.9	2.0	1.4
石油	1884	2528	3021	3663	1.6	1.8	1.9	1.9
天然ガス	581	979	1133	1460	2.8	1.5	2.6	2.0
電力	461	1034	1311	1781	4.3	2.4	3.1	2.8
その他需要	557	862	982	1228	2.3	1.3	2.3	1.8
電力投入	1224	2773	3329	4344	4.4	1.8	2.7	2.3
電気出力 (Twh)	5311	11828	15282	20602	4.3	2.6	3.0	2.8
固体燃料	2142	4645	6279	8120	4.2	3.1	2.6	2.8
石油	1102	1385	1238	1305	1.2	-1.1	0.5	-0.3
天然ガス	714	1578	2365	4494	4.3	4.1	6.6	5.4
原子力	111	2011	2332	2647	16.5	1.5	1.3	1.4
水力	1209	2142	2927	3823	3.1	3.2	2.7	2.9
地熱/その他	32	67	142	214	4.0	7.8	4.2	6.0
炭素排出量 (百万トン)	4062	5877	6829	8606	2.0	1.5	2.3	1.9
注：								
1人当たりのエネルギー消費 (石油換算トン)	1.36	1.55	1.56	1.71	0.69	0.03	0.96	0.49
エネルギー原単位 (石油換算トン/千ドル)	0.46	0.41	0.38	0.36	-0.53	-0.74	-0.71	-0.72

(資源エネルギー庁「2010年の世界のエネルギー展望」)

■ 新潟県の課題と対応方向

新潟県では従来、天然ガス、石油などを産出し、水力発電所や原子力発電所の立地なども含めてエネルギー供給基地の役割を果たしてきた。また、新潟県は水資源、広い農地等自然資源に恵まれてきた。

これからの時代にあっては、環境・エネルギーの制約に対して産業面でも対応が求められる。そのため、環境負荷の少ない産業、環境問題の解決に寄与するエコロジー産業が求められている。新潟県にあってもこうした環境・エネルギー問題に対応した試みを早くから進めておく必要がある。

新潟県の強み	資源・自然に恵まれてきた地域 自然・レクリエーションが豊かな地域
新潟県の弱み	環境ビジネスの展開があまりなされていない

(3) 2010年のわが国産業＝産業構造の变革

①海外との競争の激化と国内産業の再編

自動車、家電、情報機器等も含めて貿易財の量産品等生産機能はコスト面やローカルコンテンツ対応のため、生産機能、技術の海外へのシフトが進み、2010年には、海外生産比率が20%になるとも予想されている。

2010年までには、国内産業のうち

- 自動車、家電、繊維等の輸出志向の量産型産業
(下請け工場等含む)
- その他保存・輸送期間の制約がない産業
(衣服、冷凍・冷蔵食品、飲料、家具等)

は海外との競争力を喪失し、これまで大幅な輸出超過により支えられてきた産業群、国境の壁に守られてきた産業群は空洞化することになる。

特に、物流コスト面での制約がなくなり、外航船のコストのほうが国内物流費よりも安いいため、国内の拠点港湾に水揚げして、国内各地に配送するよりも釜山から各港湾に配送したほうが物流費が安いといった事態が生じていることや、国としても輸入促進の立場を示していることを考えると、従来、国内型産業と言われていた食品、化学等の工業でも競争が激化し、価格低下が進むことが考えられる。

従って、内外価格差のある産業は再編されると考えてもよい。
この結果、今後、国内に残る産業は、国内で行う必然性の高い、

- 食品、建材などの最終加工（最終製品としては非貿易財）
- 少量特注生産・開発機能（ニーズを的確にとらえたもの）
- 高度に技術集約的な部品等の生産機能（液晶、半導体、金型等）
- 研究・開発機能に付帯した生産機能（開発工場）

などが中心となる。

②知識集約型産業「創造業」への展開

国際競争が激化するこれからの時代では、国内産業が優位性を発揮できるのは、

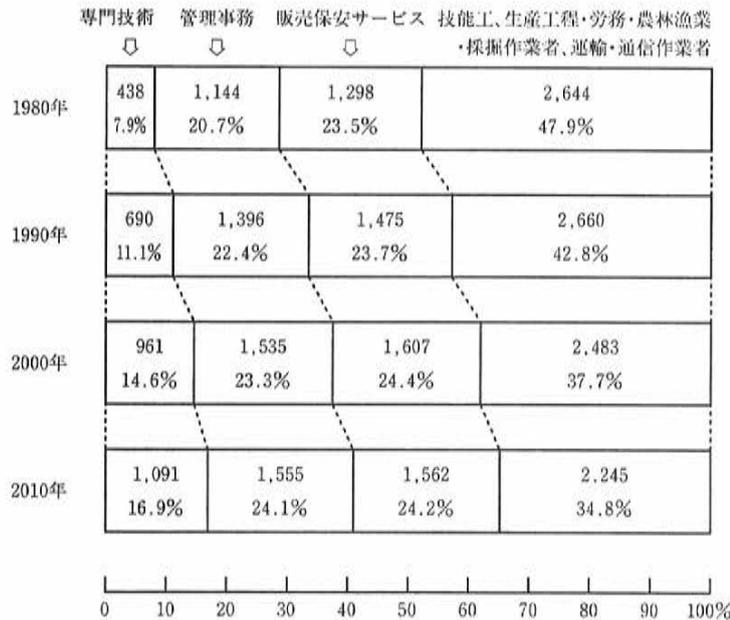
- 日本の高度で先端的な消費者ニーズ
(例えば医療福祉等の先進的なニーズ、新たなライフスタイルに基づくニーズ)
- 歴史的に形成されてきた産業ネットワーク(支援産業群)が優れているもの

となり、モノをつくりながらも知識集約型の「創造業」が日本の基幹産業となっていく必要がある。これからの国内産業においては、

- 研究開発、技術開発の強化
- 中小・中堅・ベンチャー企業による製品・サービスの開発
- 専門技術者・スペシャリストの能力の開発

などが求められる。また、世界の模範となる優れた生活スタイルの中から、ゆたかさの実現のために必要な商品・サービスを生み出すような展開が求められる。

【 専門技術者の増大 】



(備考) 1.総務庁「労働力調査」等をもとに経済企画庁総合計画局で推計。
 2.実数は万人。
 3.1980年については、「労務作業」は「単純作業」に、「採掘作業」は「採鉱・採石作業」に該当する。

③企業の経営スタイルの変革

国内の基幹産業が知識集約型にシフトしていくなかで、海外との競争の激化や規制緩和によって国内の非貿易産業の再編・効率化が進むことが予想される。例えば、卸売業、小売業、素材型の工業、電力、運輸、建設業等において企業の再編が進むことが予想される。

このような動きに伴い、地域に密着して営業してきた企業も大手企業や県外企業等との競争にさらされる機会の増加が予想される。しかも、今後は業界全体での右肩上がりの成長は困難であるため、一層厳しい競争になる。

このような状況にあっては、企業はどのような業種であっても積極経営をしなければ生き残ることはできない。そのためには、その企業なりの得意分野、得意の展開パターンを確立し、異業種・同業種の他社と分業体制をとりながら経営展開することが求められる。

【 変わる日本の経営アクション 】

作る	→	創る
<ul style="list-style-type: none"> ・コスト最重視 ・集団主義 ・量産量販 大企業優位 ・平等主義 ・画一型賃金 労働分配率重視 「カイゼン」重視 		<ul style="list-style-type: none"> 創造型技術力・最重視 個性主義 戦略ユーザーのしほり込み 個性派企業 公正き重視 人材評価主義にもとづく 賃金体系の重視 「改革」重視
<ul style="list-style-type: none"> ・ボトムアップ型行動決定 		トップダウン型意思決定
<ul style="list-style-type: none"> ・横並び産業体質 		競争原理の再確認 企業個性
<ul style="list-style-type: none"> ・護送船団型 官庁主導 		ユニーク企業づくり 市場オープンでの多面的競争
<ul style="list-style-type: none"> ・利益獲得最重視 		社会とのバランス 環境・地域
<ul style="list-style-type: none"> ・コスト積み上げの価格決定 		消費者・株主・従業員 「まず価格ありき」
<ul style="list-style-type: none"> 「頑張れ」 「他でやっていないからやめる」 		「ユーザーをほれ」 「他でやっていないから実行しよう」
{ 中間管理層 }		
<ul style="list-style-type: none"> ・指示待ち ・上・下のパイプ役 ・オペレーション型 	→	<ul style="list-style-type: none"> 戦略発信機能 職務の具体化と率先垂範 起業家タイプ 専門化タイプ 戦略グループのリーダー 競争・専門分化
<ul style="list-style-type: none"> ・ピラミッド型の中核 ・横並び 		

三菱総合研究所作成

④農業の変革

日本の農業は既に高齢化、兼業化が相当進んでいるが、現在の農業の担い手の主力が60歳代であることから、2010年までには担い手が激減するものと予想される。農水省のいわゆる「新農政」においては、コメの大規模集約経営を柱として経営体の育成を図ることとしているが、そうした担い手が育ちうるのか、農地の集約化が進められるのか、といった点が問題となるほかに、中山間地における耕作の場合、大規模化・効率化の限界があることが問題である。

これからの農業は、コメに偏らず可能であれば高付加価値の作物へと多様化した経営を行うとともに、農業を中心とする産業の付加価値増大のための食品工業との連携、農産物流通による付加価値の創出（出荷時期のコントロール、産直、契約栽培等）などの様々な展開を図ることが重要である。また、輸入農産品との国際価格競争に対応するためには、生産の効率化・高付加価値化だけでなく、自ら海外農産物を輸入したり、輸入・加工を行うような展開を進めることも考えていく必要がある。

【 農家人口、農業労働力、農家戸数の展望 】

(単位：万人、%)

	1975年	1980年	1985年	1990年	2000年	2010年
農 家 人 口	2,319.7	2,133.6	1,983.9	1,729.6	1,440	1,132
65歳以上比率	13.7	15.6	17.3	20.0	27.4	29.0
基幹的農業従事者数	488.9	412.8	369.6	312.7	230	166
65歳以上比率	14.1	16.7	21.5	28.8	40.0	37.6
農 家 戸 数	495.3	466.1	437.6	383.5	312	243
うち中核農家数	125.0	103.3	86.7	62.5	50	43
総人口に占める農家人口の割合	20.7	18.3	16.4	14.0	11.3	8.7
参 考 総 人 口	11,194.0	11,706.0	12,104.9	12,361.2	12,698	12,945
65歳以上比率	7.9	9.1	10.3	12.1	16.9	21.1

(備考) 1. 農林水産省「農林業センサス」、総務庁「国勢調査」

2. 2000年及び2010年についてはマルコフ・コーホートモデルにより経済企画庁総合計画局において推計したものである。ただし、総人口の1990年、2000年及び2010年は厚生省人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成3年6月暫定推計）」による。

(経済審議会2010年委員会報告)

■ 新潟県の課題と対応方向

海外との競争の激化によって国内の産業は再編を余儀なくされている。これからの国内産業は研究開発や技術開発に力を入れて他企業にはない強みの発揮が求められる。特に中小・中堅企業の機動性を活かした新しい製品やサービスを開発していくようなベンチャービジネスの創造などが求められるようになる。

このような状況にあって、新潟県の産業・企業の特徴を考えると、

○国内の拠点工場、研究開発拠点となるべき大企業の工場が少ない
(北関東や南東北には多くあり開発機能に転化してきている)

○積極経営を行う中小企業が少ない

○海外との競合にさらされる地場産業が多い(繊維、金属製品など)などが弱みとして考えられる。一方では

○大企業(特に加工組立型業種)の海外シフトによる空洞化の影響が少ない

○消費者ニーズと結びついた中堅企業の展開がある
(酒造、菓子、ニット等)

といった強みもある。

こうした産業構造の変化を考えると、これからの企業経営は同業者との横並びの発想では通用しないと言える。新潟県では従来から、消費者対応の製品群(食品、繊維、金属製品等)を対象としてユニークな企業が多いが、こうした展開を進めていく必要がある。

その場合に企業にとって何が課題になるかと言えば、

○積極展開のための人材育成(既存の従業員の再教育、投資を含む)

○新規展開のための投資力(人材の効率的活用、利益の確保等)

○商品開発を重視した市場対応力、生活ニーズ発掘力の強化

○地元対応型のサービス産業などの県外への積極的な進出

などがある。

新潟県の強み 首都圏に近接しており、首都圏の機能の活用と人の呼び込みが可能

地域の特色である産業群の存在

(消費者ニーズに敏感な産業)

産業空洞化の影響を受ける業種が少ない

新潟県の弱み 研究開発機能が弱い

(大手の拠点工場が少ない)

農業のウエイトの高い産業構造

(構造変化を強いられている)

(4) 2010年のライフスタイル＝個性の重視

①世代により変わるライフスタイル＝高学歴社会の到来

15年後＝2010年には、人も15歳、年をとっている。2010年の各年代のライフスタイルは現在の15歳若い年代のものの影響を受けて変化している。特に、現在45～50歳程度の団塊世代が60～65歳となり、組織のトップを構成する年齢となるため、世の中は大きく変わることが予想される。

さらに、団塊世代が高齢化していくに従い、現在とは違った非常に活発な高齢者層が出現する。

【 2010年の世代別ライフスタイルの変化 】

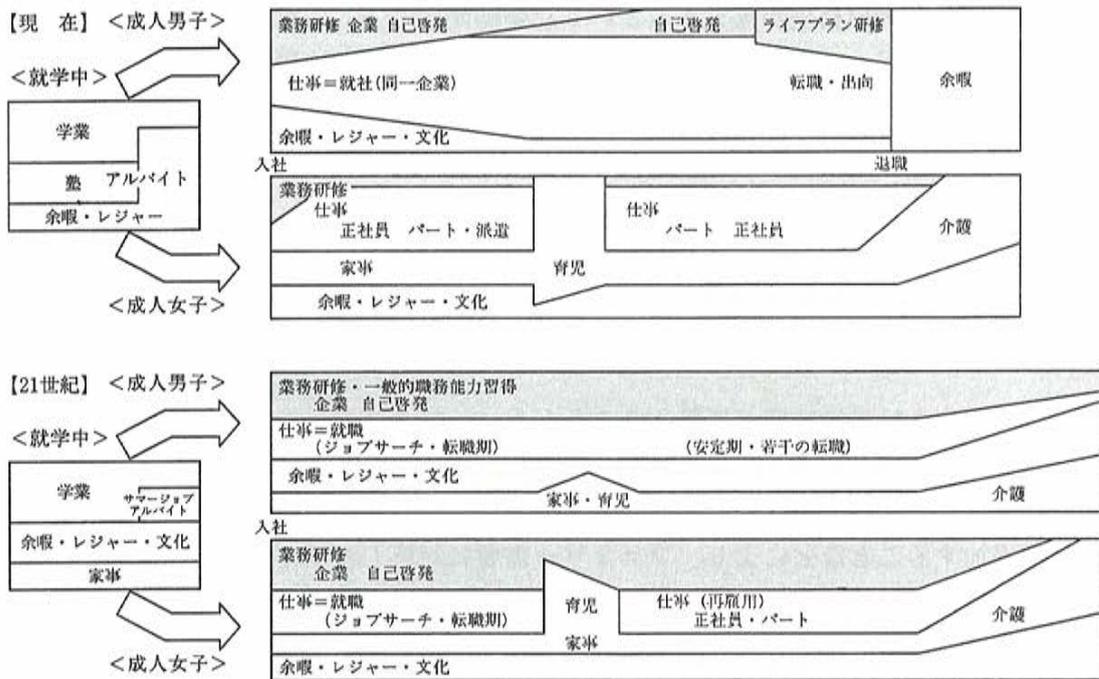
1995年			2010年		
少子化世代	0歳	・少子化時代の子供	→	15歳	・ヤング文化・市場の喪失
団塊ジュニア	15歳	・親子とも戦後世代の新感覚 ・子供のころから海外旅行をする生活	→	30歳	・英語とコンピュータを駆使するスペシャリスト ・夫婦別姓
「おたく」世代	30歳	・ソフトスーツを着るサラリーマン ・日常的に海外に出かける生活	→	45歳	・専門性を発揮する中間層 その一方での失業者の増大 ・趣味に合わせた生活
団塊世代	45歳	・騒々しい中間管理職 ・政権交代の演出 ・余暇を楽しむ都市生活	→	60歳	・経営スタイル、政治・行政スタイルの変革 女性社長の増加 ・マンガを読み、Gパンをはく高齢者が出現する (=新しいマーケット)
最後の戦前世代	60歳	・質素な社長、会社経営 ・儉約、勤勉を美德とするつつましい生活	→	75歳	・希少性を持つ戦前世代

②高齢化の進展、女性の一層の社会進出

今後は高齢化が進むとともに、高齢者の就業ニーズが高まることから、これに対応した就業支援システムが必要である。

また、女性の能力を活用する意味でも女性の就業を支援する取り組みが必要である。

【 21世紀のライフスタイル 】



(通産省「創造的革新の時代」)

③個人の能力の重視化

これからの産業は開発型、ベンチャー型のものとなり、非効率的な産業の淘汰も進むため、量産型・単純管理型対応の人材は不要となる。そのため、個人の能力を開発し、スペシャリストを育成するための研修・教育が従来にも増して重要となる。

企業では従来のような一律の教育・OJTにより社内で人材育成することは困難となり、より実務に即した研修・自己啓発の機会が必要となる。

一方、能力主義の浸透により、適材適所にめぐりあえない人々による失業者が増加し、所得格差が拡大するといった事態が生じる。これにより、社会不安が発生するが、一方では仕事以外に人生の価値を見いだす層が増加するという結果をもたらす。

④自由時間の増加、生活の質の高度化

これからは労働時間が短縮化するとともに、リタイアした高齢者と国民の自由時間が増加し、高齢者の自由時間に対応した活動の場が求められる。

また、現代の若者による新しい中高年のライフスタイルが普及し、都市二世が増加することなどにより、ファミリー需要に対応したグリーンツーリズム（疑似故郷として）、家族対応型スキー場など新たなタイプのレクリエーション機会も求められるようになると予想される。

さらに、個人の生活が量的に充実することから生活の質への関心が高まる。加えて、文化への関心や、まちの景観・都市の個性など公共分野への関心も高まる。

■ 新潟県の課題と対応方向

新潟県にあっても新しいライフスタイルに適応した生活支援システムを構築する必要があり、高齢者就業、介護、家事、育児等を支援する仕組みを提供する必要がある。

また、能力重視の時代に対応して、研修システムを再編するとともに、能力主義システムから外れた人々へのサポートも必要となる。

特に、教育では情報化教育、企業家精神を鼓舞する教育、ホワイトカラーの専門的なビジネス教育が必要となる。大学では外国人スタッフの強化などの国際化が必要となる。さらに、通信ネットワークによる教育の可能性も検討する必要がある。

また、都市住民のふるさととしてのグリーンツーリズム、家族対応型レクリエーション機会の提供が求められる。

加えて、新潟県の都市の風格を表す文化と個性のあるまちづくりが必要であり、地域を担う主体として民間非営利組織などへの着目も必要である。

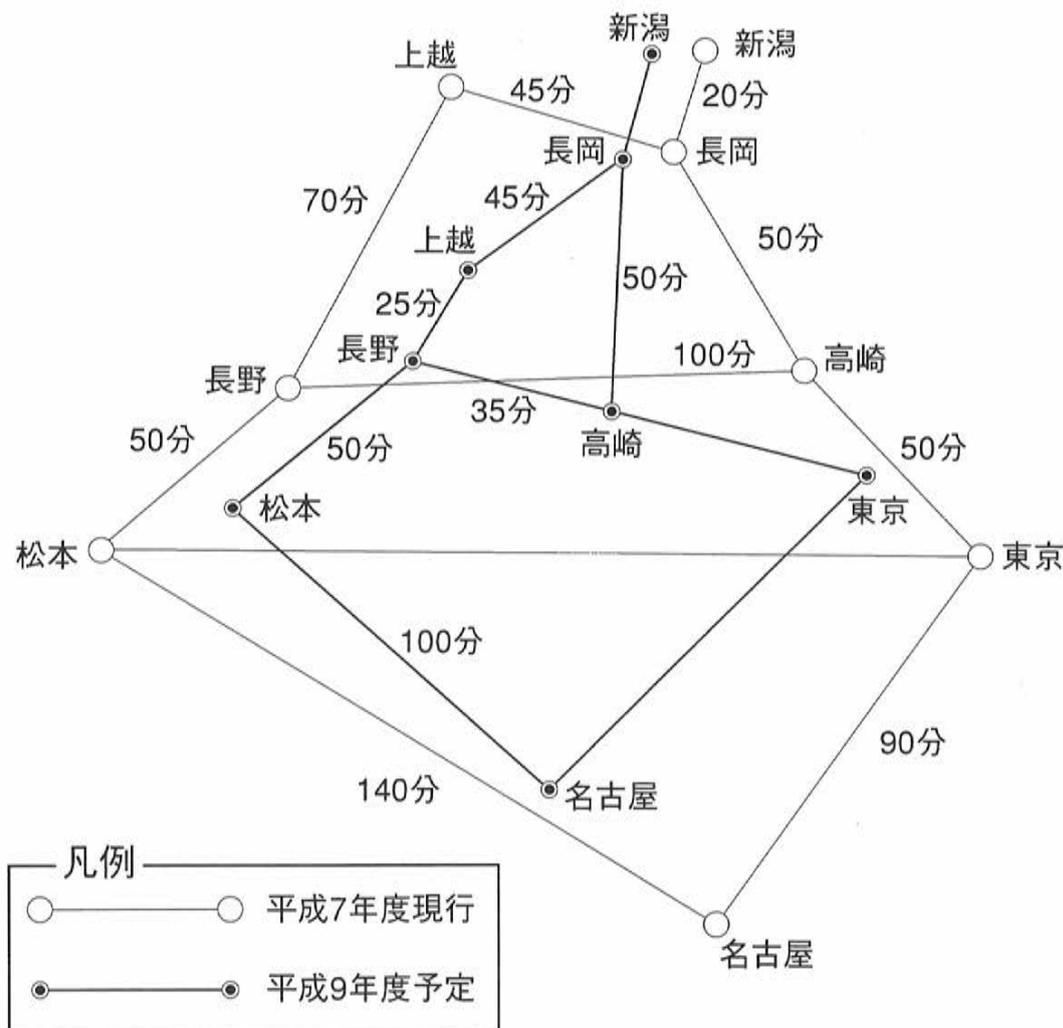
新潟県の強み	高齢者、女性が働いてきた地域 自由時間を過ごせる自然・レクリエーション 資源が豊富
新潟県の弱み	大学現役進学率が低い 民間主体の地域づくりの体制が弱い

(5) 2010年の広域交流＝広域交流の進展と交流圏の拡大

①高速交通網の整備の進展

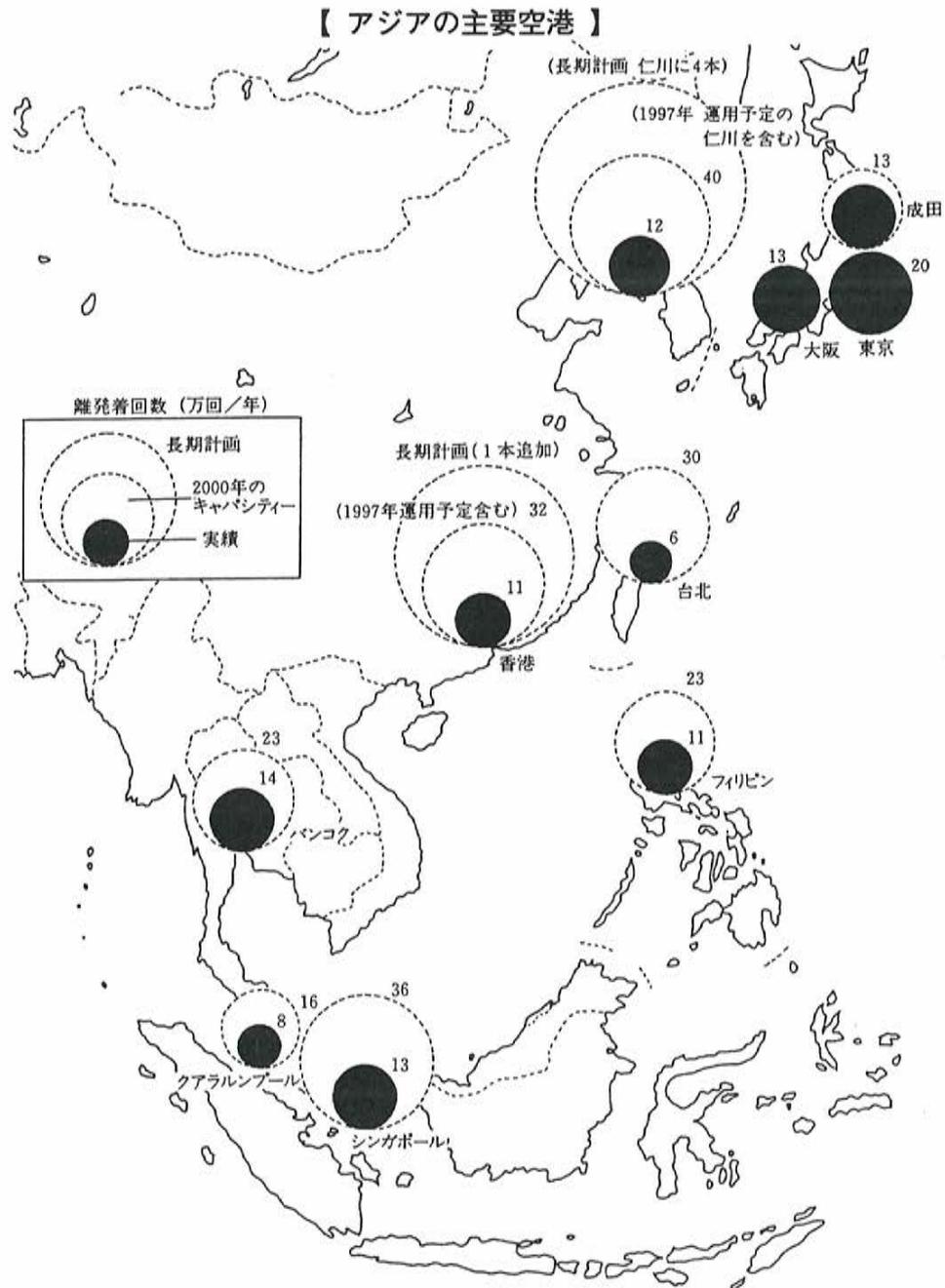
2010年には現在計画されている高規格道路の多くが開通しており、地域間交流が相当に活発化し、東京等の既存の大都市を経由しなくても地域間の連携がしやすい環境になっている。特に、新潟県周辺では北陸新幹線等の開通に加え、長野オリンピックの効果もあり、上信越・北陸が新たな発展の軸として注目を集めることになる。しかし、地域ブロックを統括する拠点（企業の支店・営業所）の立地をめぐっては高崎、前橋市や長野、富山市等との地域間の競争が激化する。この結果、新潟県は高崎、前橋市や長野市等によって県土がばらばらに他都市の影響下に入ることも考えられる。このようなことにならないためには、地域間競争に勝つための魅力ある業務・生活環境を提供することが一層重要である。

【 県内外主要都市との鉄道所要時間変化予測 】



②国際交流基盤の整備の進展

今後は地方圏においても国際空港の整備が進み、東京等を経由しなくても海外へのアクセスが容易になる。特に、ソウルなどのグローバルハブ空港へのアクセスは向上する。また、貨物輸送の面においても海外コンテナ航路の整備が進み、高速船の就航や輸送方式に変化が見られ、海外との貿易も容易となる。



③情報交流の進展

これからの時代にあっては、光ファイバー網や情報通信機器の普及により、コミュニケーションの幅が大きく広がることが予想される。これまではデータ処理やソフト開発、設計図面のやりとりなど比較的限られた場面では、通信の活用は行われてこなかったが、今後は日常のビジネスの場においてもコンピュータによる通信はコミュニケーション手段として普及し、電話、ファックスに次ぐ第3の電子コミュニケーションツールとなると予想される。

また、コンピュータ端末に多くの人々が日常的に触れるようになり、例えば、会議の場においても出席者が各自端末をもちながら議事を進めるようなスタイルに変化することが考えられる。このような時代にあってはコンピュータの操作知識は必須であることから、コンピュータの操作に関する教育・研修の機会が必要である。

さらに、インターネットの普及に見るように、情報のネットワークは世界的に広がっている。このとき、何らかの個性を持ち、魅力を備えた人にはキーパーソンとして様々な情報が集まってくることになるが、特に特徴のない人の下には情報は集まって来ない。そこで、情報ネットワークのコアとなれるような強みをもつことが重要となる。

これを企業について考えてみると、何らかの強みをもつ企業のもとには引き合い、問い合わせが多数来るのに対し、特徴のない企業の下には反応がないということになる。

このような情報技術の進展に対し、企業としては早期に対応を進めるとともに経営者自らが通信を利用して積極的にコミュニケーション、情報の活用を図るような展開が求められる。

【 光ファイバー網関連の技術動向と想定されるサービス実現時期 】

技術例	現在	2000年	2010年
映像符号化	マルチメディアパソコン	ビデオ・オン・デマンド	マルチメディアテレビ会議
	VTR品質 (~1.5Mbps)	高精細T (~60Mbps)	高効率符号化技術 知的映像符号化技術
データベース	マルチメディアデータベース検索 (電子新聞、電子図書館等)		
	大容量化技術 (新聞 500ページ) TV再生可能 キーワード検索技術	多重アクセス技術 HDTV再生技術	大容量化、高度化、マルチメディア化技術 〔容量 (新聞5000万ページ、映画2000本) あいまい検索、手書き図形検索 文書/動画/音声マルチメディア化〕
加入者系関連	高速デジタル専用線	加入者回線の光化	
	デジタル伝送技術、多チャンネル映像伝送技術	低価格光部品技術 加入者用高速伝送技術 建設/保守の省力化技術	全光通信技術 (電気に変換せず、光のまま通信を行う)
中継系関連	ATM	ATM専用線サービス	ATM交換サービス ATMを用いた 公衆網の広帯域化
		ATM交換技術	網管理・呼制御技術 マルチメディア制御技術 大容量化・光ATM交換技術
	超高速伝送	2.4Gbps 光伝送システム 光ソリトン伝送技術 (20Gbps, 1020km) 光周波数多重伝送技術 (100波多重)	10Gbps 光伝送システム 光ソリトン伝送技術 (大容量化、長距離化: 100Gbps, 1000km) 光周波数多重伝送技術 (1000波多重)

(電気通信審議会「21世紀の知的社会への改革に向けて」)

【 光ファイバー網関連の新規市場の内訳(当年価格、単位:億円) 】

項 目	1995	2000	2005	2010
a. 端末市場	554	11,215	38,948	52,400
b. ネットワーク事業	119	6,865	48,790	137,062
c. データベースサービス	9	515	3,018	8,211
d. 番組配信	9	591	7,563	24,580
e. テレショッピング	0	0	19,194	56,971
f. 電子新聞・電子出版	0	118	7,571	24,607
g. 余暇ソフト配信	1	254	9,734	35,153
h. 教育ソフト配信	1	203	12,330	61,165
i. その他 (部品等)	433	11,555	66,239	160,539
合 計	1,126	31,316	213,387	560,688

(電気通信審議会「21世紀の知的社会への改革に向けて」)

■ 新潟県の課題と対応方向

北陸新幹線や上信越自動車道の整備が進む新潟県においては、周辺県との拠点性における競争が激化する。したがって、新潟県のアイデンティティ確立のためにも拠点性を高める努力が必要である。

そのためにこれからは、新潟が南東北・関東・信越・北陸という中央部日本の拠点となることを目標にする必要があり、その場合の手段として、特に「環日本海」を背景にした拠点性の強化が必要である。

また、情報インフラの活用に対して、真剣に取り組むとともに、特色ある集積拠点の形成、情報インフラ活用型ビジネスの創造を行う必要がある。

新潟県の強み 環日本海との交流という点で特徴のある地域

新潟県の弱み 広域交通拠点としての優位性の低下
(周辺のインフラ整備による)

(6) 2010年の地域社会＝地域の特性を活かした自立的展開

①地域における人口減少傾向

厚生省の推計によると、日本の人口は2010年には約1億3千万人になる。このとき、新潟県は現在よりも人口が減少し、東京圏（1都3県）では人口が1割以上も増加すると予想される。

【厚生省推計による2010年の人口】 (千人)

	1990年人口	2010年人口	
		(移動率一定)	(移動率縮小)
新潟県	2,475	2,348	2,371
東京圏 (1都3県)	31,796	37,822	37,465

(厚生省「都道府県別人口推計」1992年)

②東京圏の生活・業務環境の悪化傾向

東京圏では人口増加が進み、2010年には1都3県で約3,700～3,800万人になるとの推計が示されている。

しかし、東京圏のインフラ整備は、圏央道などの幹線道路やある程度の都市計画道路の整備、鉄道の輸送力増強工事が行われても、投資額の肥大化、用地買収期間の長期化等により、人口増加には全く追いつかない。

また、家族の生活に耐えうる住宅の一次取得はほとんど不可能となっている。今後、東京圏は以下のような点で生活・業務環境の魅力を急速に喪失すると予想される。

- ・生活環境の悪化

- 長距離・長時間通勤

- レクリエーション機会の喪失（レクリエーション地帯までの渋滞）

- おいしくない水、おいしくない食材

- ・業務環境の相対的悪化

- 高い賃料、通勤・住宅の負担

- 地方における国際空港整備、アジアの都市の成長

- ・先端性の喪失

- 国際性という面での優位性の喪失

- ・関東大震災級の災害の発生可能性

- ・犯罪の多発、マナーの悪化

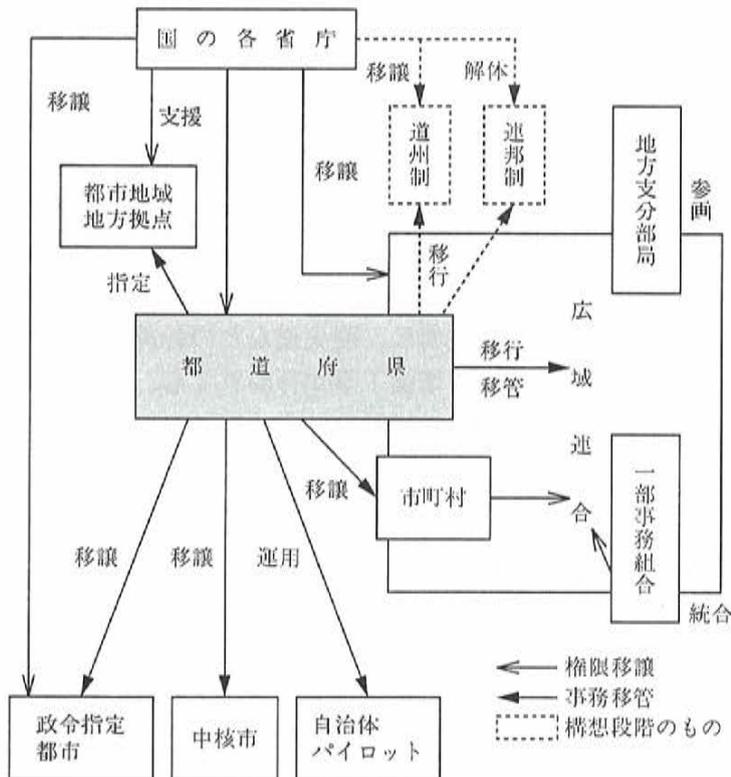
③地方分権化・民間活動の活発化

欧米へのキャッチアップという明確な目標が失われた現在、国全体が中央集権的に発展することは不可能であり、地方分権化、民間活動の活発化が進む。中央主導型の発展システムの崩壊に伴って、霞が関主導の体制は崩れていく。

地方分権化が進むと、地域における自己管理体制、政策形成能力を従来以上に高めていくことが求められる。自治体の活動をチェックしていた中央官庁の役割がなくなると、地域の住民（企業等を含む）がチェックすることが必要になってくる。

また、市民をベースとした「民」の活動や、個人の自発性をベースとした非営利組織などの活動を活発化させる必要がある。その場合、若者、高齢者、女性の役割を積極的に発揮させることが必要である。

【 多様化する地方自治制度 】



(集英社「imidas」1995年版)

■ 新潟県の課題と対応方向

新潟県は首都圏に近く、広大な土地があり、人口の受入れ能力に優れていることから、地域の魅力アップをはかり東京圏の住民が好んで移り住みたくなり、また、その働く場を提供することを考えることが必要である。

また、広域首都圏の一員として東京圏の機能の活用や、特に、首都圏機能の一部をうけもつことにより地域の拠点性を発揮することも必要である。

新潟県においては、地方分権化に対応した政策形成能力・地域内自己管理体制を従来以上に強化するとともに、自治体の活動をチェックすることや、市民主体の活動を活発化させることが必要である。

また、道州制の導入も考慮に入れて、新潟県は地域ブロックの端（広域関東、東北、北陸、甲信越の端）ではなく、新潟県が中心になるような広域的な地域を形成することが重要である。

新潟県の強み	首都圏に近接
新潟県の弱み	人口の減少傾向 民間による地域づくりの運動の弱さ 地域ブロックの端にある

新潟県の発展に向けた強みと弱み

新潟県の現状	新潟県の発展に向けて		2010年の社会
	新潟県の強み	新潟県の弱み	
<p>(1)新潟県の広域的役割と地域構造</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環日本海交流 ・業務活動や人・物の流動等の面で広域的な結節点としての機能が弱い。 ・恵まれた広域交流基盤(新幹線、高速道路、空港、港湾、) ・スキー、海、佐渡等の観光資源 ・都市の魅力、イメージが弱い 	<ul style="list-style-type: none"> ●環日本交流の歴史 (港湾、空港の存在と貿易・交流の歴史) ●恵まれた広域交流基盤(新幹線、高速道路、空港、港湾の存在) ●地域の発展をリードする新潟、長岡、上越都市圏の存在 ●首都圏に近接しており、首都圏機能の活用と人の呼びこみが可能 ●約250万人の人口を抱える地域市場があり、多様なサービスを提供しうる 	<ul style="list-style-type: none"> ●高崎、前橋、長野、富山、金沢等との都市間競争激化 ●新潟と上越間の連携、周辺各県との連携が弱い ●都市の魅力・イメージが弱く集客力が弱い ●地方ブロックの中心地ではなく、広域経済圏を形成しきれていない ●県外、海外に足がかりを持つ企業が少なく、国際展開が弱い(貿易等) 	<p>(1)2010年の世界</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アジア、特に中国が成長し、取引先(輸出、輸入)、販売先としてのウエイトが高まる ・アジア経済圏が形成され、アジア企業との交流、情報収集が一層重要となる ・環日本海地域が発展し、木材、エネルギー、農産物等の生産が拡大する
<p>(2)新潟県の産業と企業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品や繊維・衣服、金属製品などの集積に特徴があるが、加工組立型工業の集積は弱い。 ・工業の付加価値額は低い(生産性が低い) ・大手企業の拠点工場の展開は少ない ・農業のウエイトが高いが、米の割合が高すぎることや、兼業・高齢化など農家の経営の脆弱さといった問題がある ・積極的な経営を行う企業が少なく、県外進出企業も少ない。 	<ul style="list-style-type: none"> ●地域の特色である産業群の存在 {消費者ニーズに敏感な産業を中核とした産業集積形成の可能性 ●国内市場対応の業種が多く、産業の空洞化の影響を受けにくい ●「農」を中核とした産業コンプレックス形成の可能性 	<ul style="list-style-type: none"> ●大手の拠点工場が少ない {機械系の大手企業の拠点的な工場が少ないため、アセンブリメーカーを中心とした集積を形成しにくい ・大手企業の研究開発機能を中心とした、試作開発等の集積を形成しにくい ●地場産業における国際競争の激化 ●農業のウエイトが高く、構造変化を迫られている 	<p>(2)2010年の環境・資源</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地球環境問題に対応した様々な規制が強化される ・環境・資源面での制約が一層強まる <p>(3)2010年のわが国産業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外との競争が進み、国際分業体制への変化に伴って国内産業も再編される ・国内産業は、知識集約型の産業、市場ニーズに密着した産業へと変化する ・企業経営は個性化が求められ、人材の質、意思決定体制等が変化する ・農業の担い手は集約化が進む
<p>(3)新潟県の人と生活</p> <ul style="list-style-type: none"> ・勤勉で、実利的、控え目な県民性。 ・官依存型の体質がある。 ・人材の流出が進んでいる。 ・高等教育(大学)が弱い。 	<ul style="list-style-type: none"> ●豊かな生活を実感している県民の存在 	<ul style="list-style-type: none"> ●人材の流出と教育の弱さ 	<ul style="list-style-type: none"> ・様々なスキルをもつ人材の育成のための教育投資が重要となる ・高齢者、女性が活躍できる環境づくりが重要となる ・自由時間が増加する一方、生活の質が高度化する
<p>(4)新潟県の自然、土地条件</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然レクリエーション(スキー、海、島) ・広い土地と恵まれた資源(水、電力等) 	<ul style="list-style-type: none"> ●恵まれた土地・自然・資源を活かし、開発余地が大きい(産業、生活) ●米、魚介類などすぐれた食材を供給できる ●自然レクリエーションを活かして、観光客を集めている 	<ul style="list-style-type: none"> ●自然レクリエーションを地域振興に生かしきれていない ●観光サービスの評判が良くない ●民間主体の地域づくりの体制が弱い 	<p>(4)2010年のライフスタイル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・様々なスキルをもつ人材の育成のための教育投資が重要となる ・高齢者、女性が活躍できる環境づくりが重要となる ・自由時間が増加する一方、生活の質が高度化する <p>(5)2010年の広域交流</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高速道路網の整備が全国的に進み地域間競争が激しくなる ・国際交流基盤の整備が進み、国際的な人的・物的交流が日常化する ・情報インフラの整備が進み、その活用が重要となる <p>(6)2010年の地域社会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域における人口減少が進む ・東京圏の生活・業務環境が悪化する ・地方分権化と民間活動の高まり

3 章 発展のための課題と戦略目標

(1) 新潟県発展のための7つの課題

今まで検討してきた新潟県の強み・弱みを踏まえた上で、新潟県発展に向けての課題を整理すると次のようになる。

① 地域の特色を活かした産業振興

- ・地域の特色ある産業集積を活かす（消費者ニーズに敏感、農業を活かす）
- ・大企業依存型ではない産業発展の仕組みを目指す
- ・農業と他の産業との連携を図る

② 企業と産業の国際展開

- ・激しい国際競争に生き残るために海外との連携を図る
- ・県外、海外への積極的な進出を図る（輸入・輸出、海外生産、情報収集等）
- ・環日本海交流の基盤（空路、航路等）を活かす

③ 広域から人・モノ・情報・カネを呼び込む仕組みづくり

- ・恵まれた広域交通網を活かす（新幹線、高速道路、港湾、空港）
- ・周辺県との連携を図る（山形県、福島県、群馬県、長野県、富山県）
- ・都市間競争に負けないビジネス集積を形成
- ・新潟を中心とする広域経済圏の形成を目指す
- ・首都圏に近接していることを活かした機能の導入を図る
- ・観光サービスの質の向上、人をもてなす環境づくり

④ 魅力ある地域・都市づくり

- ・都市の魅力・イメージを演出し、集客力を高める（人的交流の促進）
- ・地域の発展をリードする新潟、長岡、上越の各都市圏の機能の充実を図る
- ・県内地域間の人的・物的交流を促進する

⑤ 人材への投資、人材が活躍できる体制の整備

- ・教育投資の充実
- ・スキルのある人材を育成するビジネス教育を充実させる
- ・人材が還流し、Iターンも活発になるような魅力ある生活・就業環境の提供
- ・高齢者、女性が活躍できる環境づくり（支援体制の整備）

⑥ 民間活動の活発化

- ・民間セクター（企業、住民）が積極的に地域づくりに参画する
- ・官依存体質からの脱却

⑦ 自然・環境の保全と活用

- ・開発余地の大きさを活かした生活・就業の場の提供
- ・米、魚介類などすぐれた食材のPR
- ・自然環境の保全
- ・観光レクリエーションを地域の振興に活かす

(2) 新潟県発展のための7つの戦略目標

われわれは、前項の新潟県の課題を解決するために、戦略的な目標として次の7つを設定する。

【 7つの戦略目標 】

- ① 新製品・新サービスを的確に提案できる企業群を目指す
- ② 環日本海との交流が最も進んだ地域を目指す
- ③ 環日本海諸国のビジネス情報が一番多く得られる地域を目指す
- ④ 多くの人々が魅力を感じる個性的な都市を形成する
- ⑤ 個人の能力が最大限に発揮できる地域を目指す
- ⑥ 民間と行政との新たな連携の仕組みを構築する
- ⑦ 新潟らしい自然・環境の保全と活用を図る

われわれは、この7つの戦略目標を2010年までに達成することにより、2010年の世界に適合しリードする、活力あふれ魅力的な新潟県の実現を目指す。

① 新製品・新サービスを的確に提案できる企業群を目指す
(地域の特色を活かした産業振興)

円高傾向が定着し、アジア諸国の企業が力をつけてきた現在、工業分野では国内で効率的な生産システムを構築しても、国際競争にさらされる量産型製品、輸出型製品であれば競争力を長期的に保持することは困難である。

国際分業の進展の中で大企業の基礎研究、商品開発機能は国内の拠点工場に残されるが、量産工場は統廃合が進んでいくため、下請企業の取引機会は減少することになる。新潟県以外の東北地方においてバブル景気崩壊までに多数立地してきた電機産業等の大手企業の中には統廃合せざるをえないものもある。

このような状況下においては、

- ・ 高度な要求をもつ国内の取引先、消費者との情報交換を進めながら市場ニーズにマッチした少量生産・開発型の製品（システム機器等）
- ・ 国内市場に迅速に商品を提供する内需型の製品（食品等）

が有利である。

一方、新潟県では、消費財関連では全国的にも特徴のある展開を行っている企業が多い。これらの企業では市場の動向に敏感でありながら、地域の産物や技術を活かした展開を進めている。東北の各県と違って新潟県ではこのような地元から育った企業が非常に多いということが有利な点である。上場・店頭公開企業数でみても東北各県には負けていない。

例えば、独自のブランドを築き上げた酒造メーカー、技術開発により包装生切り餅を成功させたメーカー、食材へのこだわりによって新潟土産として定着させた企業、織物の工程管理への取り組みによって成長したメーカー、スポーツ用品の分野を開拓し地位を確立したメーカー、ギフト家電や暖房機器の総合メーカーとして発展した企業、農水産業に関連した分野で事業を展開し急成長している企業等々がある。

今後、新潟県ではこのように地域の資源を活かして国内需要に敏感に対応しながら、市場のニーズに適合した新たな商品を開発していくことが重要である。また、地域特性を活かすという点では、特に、農業との連携を図ることが重要である。

農業は様々な構造変化のなかで、これまでにない多様な展開（企業的な経営の導入、消費者との直結、流通への取り組み、食品加工との複合経営等）を求められている。

一方、新潟県は農業県のイメージが強いが、食品工業と農業との取引上のつながりが弱いという状況があった。今後は農業の構造変化の中で、農業を特別視せず産業の一つと位置づけて新たなビジネスチャンスを見つけることは、県内企業にとっても課題であり、農業との連携を積極的に図ることにより新潟県産業の強化を図ることが求められる。

なお、新潟県では加工組立型産業の集積が弱かったが、電機産業の組立分野等の業務については淘汰が進むことから単純に加工組立型産業の集積を図ることは得策でなく、開発機能をもつ中堅企業、自社製品開発型企業が育つ環境、立地しやすい環境づくりが必要である。現在でも、高い自社技術をもつ企業があり、今後の展開のヒントとなる。

〔目標〕

- ・ 農業の構造変化のなかで新たなビジネスチャンスを見つける
- ・ 県内企業、産業間の交流を深め、新たな製品・サービスを生み出す
- ・ 開発した製品・サービスを環日本海諸国に売り出す

〔目標に関連した指標〕

- 上場・公開企業数で北陸3県合計を上回る
- 企業の開業率で宮城県を上回る

	新潟県	宮城県	富山県	石川県	福井県
開業率(1986-91)	3.4%	4.3%	3.1%	3.7%	3.1%
廃業率(同)	3.3%	3.9%	3.3%	3.9%	3.4%
上場・公開企業数 (1994)	31社	16社	18社	22社	7社
			(3県計47社)		

(事業所統計、四季報から作成)

② 環日本海との交流が最も進んだ地域を目指す
(企業と産業の国際展開)

国際競争が激化し、さらに日本の国内市場自体の成熟化(人口減少)により長期的には成長が見込めない状況にあって、企業が成長するには新鮮な製品・サービスを提供し続けていくとともに、海外からの原材料・製品の調達、海外市場への進出など海外展開が必要不可欠である。

例えば、自動車産業では国内生産力は国内市場の規模を大きく超え、輸出依存型の体質が強く残っており、円高の進展によって苦戦を強いられているように国内生産は国内需要に応じたレベルにまで減少せざるをえない状況である。

そのため、従来のように輸出の増加を目指すのではなく、基本的には国内市場を意識した展開、また、海外現地生産等を進めながらの海外市場開拓を進めることが必要となっている。

具体的には、

- ・品質が良く低コストの原材料や製品の輸入
- ・輸入品活用型企业の育成
- ・技術情報の交換、海外の人材の活用
- ・海外市場の開拓、海外現地生産

などを進めることにより企業と産業の国際展開を図ることが求められる。

新潟県の企業はこれまで、国際展開の面では遅れていた(これは食品工業など国内対応型の企業が多かったためでもある)。そのため、東南アジア・中国南部等の企業進出ブームにも出遅れ、海外との連携も進んでいない。環日本海(中国東北部、ロシア、北朝鮮がメイン)との経済交流は現状ではあまり進展していないが、これら諸国は2010年に向けて発展が期待できる地域であり、新潟県の地理的条件を考えても長期的に交流を仕掛けていくべき相手であると考えられる。

これまで、県が中心となって環日本海交流の基盤(定期航路、定期便、環日本海シンクタンク等)を整備してきても、実際に企業がビジネスとして活かしていかなければ成果が発揮されないものであり、具体的にビジネスとしての成果を新潟県企業が出していくことが求められている。

〔目標〕

- ・環日本海諸国での開発輸入（生産提携と輸入）を進める
- ・環日本海諸国での現地生産、市場開拓を進める
- ・環日本海諸国の技術者等の採用、技術研修等による人材交流を進める
- ・経済界、県による環日本海諸国（地方政府）との交流を進める

〔目標に関する指標〕

- 北陸3県並みの貿易金額
- 北陸3県並みの海外進出企業数

【各県の対岸貿易の通関金額(1993年)】

(単位：億円)

	新潟県	富山県	石川県	福井県	北陸3県計
輸出	162	130	83	115	328
輸入	326	353	94	87	534

(各税関資料)

【各県の対岸4か国への進出状況(1992年)】

(件)

国名	新潟県	富山県	石川県	福井県	北陸3県計
韓国	12	7	5	15	27
中国	27	12	10	12	34
北朝鮮	—	—	1	—	1
ロシア	10	7	2	1	10
計	49	26	18	28	72

(各県、会議所の資料を基に作成)

③ 環日本海諸国のビジネス情報が一番多く得られる地域を目指す
(新潟の拠点性の向上)

これからの時代にあっては、日本各地で人的なビジネス交流の基盤（新幹線、国際空港）、物流面での交流基盤（高速道路、国際空港、国際港湾）の整備が進むことから、東京にいなくても海外と直接交流できるようになる。

この場合、何らかの独自性（ユニークな技術・商品等）を有する企業は地方圏にあっても、営業の利便性が高まり優秀な人材の確保も可能となる。

また、ユニークな企業には優れたビジネス情報も多く集まることから、今後の展開はますます有利となる。

しかし、そうしたユニークさを持たず、地元市場への対応、地元にある企業との取引等によって存続してきた企業については、力のある企業（海外を含む）との競合によって、淘汰が進んでいく。

これを地域にあてはめて考えると、ユニークな企業が集まる地域にはビジネスチャンス求めて多くの企業が集まり、新鮮なビジネス情報も集まってくると考えることができ、ユニークな企業の集合体を目指すことが重要である。

ただし、県内企業の多くが優れたユニークさをもつことは難しく、現実的ではない。そうであれば、地域全体として特色を出し、新鮮なビジネス情報が集まる拠点となることにより企業の集積を図ること（企業の立地、ビジネスマンの出張）が望ましいと考える。ビジネスチャンスは人々の交流の中で生まれるものであり、地域に何らかの特色ある集積が形成されないと生産性の低い下請け的な仕事しかできなくなってしまう。

新潟でそのような特色を出すことを考えると、地理的条件やこれまでの実績、将来の環境変化から、ロシア等の環日本海諸国のビジネス情報が最も多く集まり、企業が取引・情報収集のために積極的に訪問するような地域を目指すことであり、環日本海諸国に関する人・モノ・情報・カネが集まるような仕組み、集積を形成することが重要である。

〔目標〕

- ・環日本海諸国との貿易を進めるにあたってのビジネス支援（通訳・翻訳、貿易アドバイス、資金調達、企業紹介等）が最も充実した地域を目指す
- ・環日本海の企業情報、政府（地方を含む）情報が最も多く集まる地域を目指す
- ・環日本海での国際的な会議・イベントが最も多く開催される地域を目指す。
- ・環日本海諸国の企業が最も多く立地する地域を目指す。

〔目標に関する指標〕

- 環日本海諸国から最も身近に感じられる県として評価される
- 仙台市並みの経済拠点性の確立
- 国際会議の開催件数で北陸3県を上回る
- 国のブロック機関、国際機関の誘致

【 各県別の外国人登録者数(1993年末) 】

(単位：人)

	総数	国籍別				
		中国	韓国・北朝鮮	その他アジア	ロシア	その他
新潟県	7,373	1,049	2,665	1,463	37	2,162
宮城県	8,339	1,761	4,132	877	35	1,534
山形県	2,726	677	984	502	3	560
福島県	6,405	1,172	2,201	1,452	9	1,571
群馬県	20,681	2,090	3,165	3,987	22	11,417
長野県	16,840	2,695	4,537	3,193	13	6,402
富山県	4,949	540	1,885	634	1	1,889
石川県	5,448	721	3,040	441	20	1,226
福井県	7,884	556	4,737	612	2	1,977
(北陸3県計)	18,281	1,817	9,662	1,687	23	5,092
静岡県	40,955	2,665	7,782	4,731	14	25,763

(法務省「在留外国人統計」)

④ 多くの人々が魅力を感じる個性的な都市を形成する

広域から多様な人、モノ、情報等を集めるような集積を形成することについては既に述べた通りであるが、そうした「拠点」がどこにあるかと考えれば、都市ということになる。様々な人々が交流し、商談を進め、情報交換を行うような場は人々の交流の結節点である都市しかありえない。

人を引きつけるためには、ビジネス情報が集まる場をつくるだけでなく、ビジネスマンが喜んで出張し、赴任するような魅力的な都市をつくる必要がある。既に他の都市ではコンベンションに注力し、観光資源とリンクしながら集客を図っているところもある。

また、人々の生活の志向性を考えた場合、かつてのように就業の場や高い賃金を求めて都市に人口が集中した時代ではなくなっている。

その背景としては、地方圏においても一定の就業機会が提供されるようになったことや東京等の都市の生活環境が悪化してきていること、少子化にともなって転出入が減少してきていることなどがあげられるが、一定のスキルを持っていればどこにいても仕事ができるような産業構造へとシフトしてきたという面もある（ソフト開発、研究所等）。

これからは、産業が人を引きつける時代ではなく、

「人が産業をつくる時代」

ということが出来る。「魅力ある就業の場がないから人が定着しない」という問題はこれまでどこの地方圏でも抱えている問題であるが、今後はその都市・地域に人が定着し、新しいビジネスをつくるという側面が強くなってくる。

例えば、東京集中のプロセスを考えてみても、「東京にビジネスチャンスがあったから企業・人が集中した」だけではない。かつて東京は工業地域であったが、地方圏の企業等との競合の中で、東京の工場群は試作開発・研究開発、本社機能への特化という方向に進んできたのである。それは東京に魅力を感じて定着した人々が、知恵を絞り工夫して競争に負けない新しい商品・サービスをつくってきたというプロセスであり、「東京の人々が新しいビジネスを創造した」ということである。

新潟県の魅力を考えると、自然のゆたかさ（海、スキー、山岳、島）、食材のおいしさ（魚介類、農産品）等の面で暮らしやすい地域を形成しているものの、全国的な認知度が低く、多くの人々が住みたがる地域になっていない。

ところが、仙台や札幌は東北、北海道にあり、気候的にも新潟と類似する部分があるものの、良好なイメージを形成し、住みたい都市としても人気を集めている。

新潟の認知度が低い理由としては、新潟が交通の終着点にあり、「どんづまり」の位置にあるために新潟に来る人が少なく、地域の実態が知られていない（及びPR不足）という理由に加えて、地域の顔となるべき都市のイメージ・魅力が明確に認識されていないことが考えられる。

例えば、新潟市は約50万人の人口を抱え日本海側地域では最大の都市となっているものの、都市の個性・特徴・魅力が認知されていない。長岡市や上越市についても同様である。われわれは、これからの新潟の発展のために都市の魅力を創造することが不可欠であると考え、目標として取り組むこととする。

〔目標〕

- ・全国的な認知度を上げ、多くの人々が住たがる地域を形成する
- ・新潟、長岡、上越の3都市圏の魅力、個性を再発見する
- ・民・官の連携により都市開発プロジェクトを展開する

〔目標に関する指標〕

- 長野県並みのイメージの良さ、知名度
- 仙台市、札幌市並みの都市のイメージアップ
- 札幌雪祭り並みの有名イベント開催

⑤ 個人の能力が最大限に発揮できる地域を目指す

日本が世界トップレベルの経済大国になった現在、世の中のトレンドや業界・政府の指導によって企業が一律に右肩上がりの成長を遂げることはもはや不可能である。今後、企業が成長を遂げるのは他社と同じ横並びの発想から脱却し、独自の発想・戦略を活かした「革新」によってである。

そこでは、企業は試行錯誤を繰り返しながら柔軟に方向を変えていくような経営をしていかざるを得ないが、その場合、人材の確保・育成・配置について、次のような問題が生じる。

- ・新しい経営のための優秀な人材をいかに確保するか、教育するか
- ・埋もれている人材の能力をいかに開発・発揮させるか
- ・経営変化による人材のミスマッチにどう対応するか

しかし、これらの問題に対し、個々の企業での対応では限界がある。例えば、企業にとって女性や高齢者の能力開発や就業支援や、経営リストラによる配置転換、再教育を行うことは大きな負担となる。

従って、われわれはこうした人材の問題については地域社会レベルでの対応が是非とも必要であると考え、

- ・企業のニーズに即したスキルをもつ人材の育成
- ・女性や高齢者の能力開発と就業支援体制の整備
- ・地域社会レベルでの人材流動化の円滑化（転職、出向に伴う問題の解決）

について、県民が一丸となって取り組むことを提案する。

ところで、新潟県では大学の現役進学率が低く、いわゆる有名大学への入学者数も富山県等に比較して少なく、この理由としては受験教育の不徹底が指摘されている。しかし、大学に入学しても「大学レジャーランド」では必要な能力を身につけることはできず、入学後の能力開発が重要である。また、今後はゼネラリスト的な人材の需要が少なくなることやビジネスセンスのある人材を確保・育成することが重要になってくることを考えると、いわゆる有名大学進学への受験競争の遅れもメリットに転じる可能性もある。

新潟県民は実利的といわれているが、そうした面でも実際のビジネスに強い人材を多く育成することの意味は大きいと考える。

〔目標〕

- ・企業のニーズに即したスキルをもつ人材を育成する
- ・女性や高齢者の能力開発と、就業支援体制の整備
- ・地域社会レベルでの人材流動化を円滑にする

〔目標に関する指標〕

- 県内大学での冠講座・寄付講座や、大学生の企業研修の受入数を増やす
- 県内から海外への留学生数、海外から県内への留学生数で北陸3県を上回る
- 女性、高齢者の就業率で全国第1位を目指す

【高齢者・女性就業率（1990年）】

高齢者就業率上位 (65歳以上)			女性就業率上位 (15～64歳、女性)		
1	長野県	34.4%	1	福井県	65.1%
2	鳥取県	31.8%	2	山形県	64.6%
3	山梨県	30.6%	3	鳥取県	64.5%
4	島根県	29.3%	4	長野県	63.9%
5	福井県	29.1%	5	島根県	63.5%
6	岩手県	28.9%	6	富山県	63.0%
7	静岡県	28.5%	7	石川県	62.5%
8	岐阜県	28.1%	8	岩手県	62.3%
9	東京都	28.0%	9	新潟県	62.3%
10	群馬県	26.7%	10	福島県	61.3%
11	岡山県	26.6%	11	静岡県	60.1%
12	山口県	26.5%	12	佐賀県	60.0%
13	広島県	26.4%	13	高知県	59.6%
14	栃木県	26.4%	14	宮崎県	59.3%
15	愛知県	26.2%	15	秋田県	59.1%
16	京都府	26.1%	16	岐阜県	58.7%
17	富山県	25.9%	17	熊本県	58.4%
18	香川県	25.9%	18	栃木県	58.2%
19	石川県	25.3%	19	山梨県	57.8%
20	茨城県	24.3%	20	群馬県	57.2%
21	福島県	24.1%	21	香川県	57.0%
22	愛知県	24.0%	22	三重県	56.2%
23	高知県	23.8%	23	徳島県	55.8%
24	徳島県	23.7%	24	青森県	55.8%
25	新潟県	23.6%	25	岡山県	55.7%
	全国	23.9%		全国	53.9%

（総務庁 国勢調査報告）

⑥ 民間と行政との新たな連携の仕組みを構築する

近代化のプロセスの中で長く発展途上国型のキャッチアップ・システムをとってきた日本では、「民」よりも「官」、「地方」よりも「中央」が主導して発展を進めてきており、行政が比較的明確な目標を立て、施策を展開してきた。

しかし、これからの時代にあっては社会の方向性も不透明であり、目標とする方向も実際の生活や企業活動の現場レベルでの営みの中からしか見つけられないような社会となる。

これからの地域づくりに求められる要素として、「美・感・遊・創」が言われているが、こうした分野に対して行政施策のみで取り組むことには限界がある。例えば、魅力ある都市づくりを進めるために商業開発を進める場合でも、企業と行政の連携が必要であるように、多くの分野で民間と行政の連携が強く求められるようになってきている。

また、地方分権ということ意識した場合、地域の自治体の権限が拡大しても、技術的分野や専門的分野に対してはノウハウが不足することはやむを得ず、地元の専門家（企業も含まれる）と協力して事業を進めることが必要となってくる。企業にとってみれば新しいビジネスチャンスにもなる。

新潟県では、従来から民間主体の活動が弱かったといわれており、行政との関係でも企業や業界からの要望を一方的に述べるが多かったが、これからは民間と行政との連携を従来以上に強化し、新しい関係を構築する必要がある。新潟経済同友会を発足させたのも、このような趣旨からであり、新しい民・官連携のモデルとして、積極的に活動を行う考えである。

〔目標〕

- ・ 民・官連携による開発プロジェクトの実現
- ・ 民間協力による事業の推進
- ・ 産学官の連携の強化

〔目標に関する指標〕

- 経済同友会提案のプロジェクトの実現件数増加
- 民・官協力プロジェクトの件数増加

⑦ 新潟らしい自然・環境の保全と活用を図る

これからの時代にあっては、環境・エネルギー面での制約が一層厳しくなることが予想される。

地球的な環境問題に対しては発展途上国等が成長を遂げるとともにこれまでの先進国の資源・エネルギー多消費型のシステムが問い直されることにもなる。また、エネルギーについても発展途上国等の成長に伴って需給バランスが将来的には厳しくなり、省エネルギー型の経済に移行せざるを得ないことが予想される。また、地域の環境という面でも環境の貴重さに対する認識が高まり、自然・環境の保全に対する取り組みが重要となる。

新潟は広い県土を有し、水資源は豊富であり、石油・天然ガス・発電等のエネルギー供給の面でも有利な地域であった。また、山岳、河川、海、島など様々な自然資源に恵まれている。こうした資源は新潟県のみならず、日本全体や環日本海圏の財産であり、これを保全し次世代へと引き継がねばならない。

このような資源を活かし、新潟県民は、これから環境に配慮した産業、環境に配慮した地域づくりのモデルとなることを目標とする。例えば、新潟県には多くの食品工業があるが、そこで発生した有機廃棄物を農業用の肥料として循環させること、あるいは、廃棄物・中古品等を再資源化・リニューアルして海外に輸出すること等が考えられる。

〔目標〕

- ・地球環境に配慮した産業、システムを開発し、世界に提案する
- ・県内で資源の循環を最大限に図る
- ・資源リサイクルのモデル地域を目指す

〔目標に関する指標〕

- 省エネシステム（例：コージェネレーション）普及率の先進県
- 大気汚染・水質汚濁の環境基準の達成
- ごみの再資源化率の向上と産業廃棄物の発生量の減少

4 章 目標実現のための戦略とプロジェクト

1) 基本スタンス

(1) 戦略の必要性

前章で提示した7つの戦略目標は、今後、新潟県民が協力して取り組むべき目標であり、県や市町村当局を始め、企業、諸団体・機関、住民等による具体的な活動を進めることが必要である。

もちろん、各機関等ではこれまでも様々な取り組みをしているが、今回のわれわれの提案は、

- 新潟の経済人として抱えている問題、考え方をベースとして、
- その上で戦略、プロジェクトを示し、
- 経済人・企業人としての主体的な取り組み方を示す

という点でこれまでにないものである。

こうした考え方に立って、7つの戦略目標を実現するための方法を提案する。

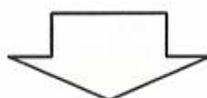
(2) 4つの戦略の提案

7つの戦略目標の実現のためには、それぞれ対応が必要であるが、実際には同じような取り組み方になる場合もあり、戦略目標に対応する戦略としては、以下のように4つに整理して示すこととする。

【 7つの戦略目標と4つの戦略 】

7つの戦略目標

- ①新製品・新サービスを的確に提案できる企業群を目指す
- ②環日本海との交流が最も進んだ地域を目指す
- ③環日本海諸国のビジネス情報が一番多く得られる地域を目指す
- ④多くの人々が魅力を感じる個性的な都市を形成する
- ⑤個人の能力が最大限に発揮できる地域を目指す
- ⑥民間と行政との新たな連携の仕組みを構築する
- ⑦新潟らしい自然・環境の保全と活用を図る



(1)
新潟産業創造戦略
新潟の「知」を結集した産業を創造する

(2)
グローバルビジネス交流戦略
国境、県境といったホーダーを越える

基本スタンス
4N・コア (New Network for New Niigata)
民間と行政との新たな連携の仕組みの構築

(3)
新潟・楽しさ増大戦略
新潟を積極的に楽しむ

(4)
人づくり・新潟戦略
新潟を生きる人づくり

(3) 戦略提案にあたっての基本スタンス

①「民」の主体性の明確化

新潟経済同友会の会員は企業人であり、新潟県の経済振興、雇用確保、商品提供などの面では地域に直接責任を負いながら日々活動を行っている。しかし、特に地域づくり、地域の産業振興という点では、企業としての個々の取り組みでは限界がある。

このような場合、企業・団体は行政に対する要望をその都度出してきたが、これからは単に行政に要望するだけではなく、民間（産業・企業）が主体的に活動を進め、行政に提案するような民・官の連携の仕組みが必要である。

例えば、環日本海交流を推進するにあたっては、行政単独でできることは一部の基盤整備だけであり、それも企業参加がなければ採算性確保等の問題で事業が進まなくなるものもあろう。逆に企業が単独で環日本海交流を進めることも情報収集、人材育成、基盤整備等の面で困難である。企業・経済団体・行政等がそれぞれの立場で役割を果たしながら、新潟県の未来を切り拓くことが必要である。

「はじめに」で述べたように、われわれの提案は単に行政への要望を集約しただけのものでもなく、「民」の立場に立って進めようとするものである。

今後も、新潟経済同友会は行政に対する提案、要望も述べていくが、本ビジョンでは今後のスタンスを示すためにも、

- まず、経済人として主体的に取り組むべきことを示し
- その上で行政当局への要望、連携・協力について提案する

というスタンスをとることとする。

「民間と行政との新たな連携の仕組みの構築」

は本ビジョン全体を貫く基本スタンスである。

②ネットワークの結節点・触媒としての新潟経済同友会の役割

民と官との新たな連携を提案したが、新潟経済同友会は連携の結節点としての役割、触媒としての役割を果たすことを主眼とする。

そして、民と官の連携だけではなく、地域間での連携、農業と工業など産業間での連携、周辺県との連携、産学官の連携など様々な連携・交流を促進することを目標とする。

新潟経済同友会は様々なネットワークの核（コア）になることを目指す。そして、新しい新潟のための新たなネットワークづくりを進めることを基本としながら、新潟県のポテンシャルを最大限に引き出すような事業・プロジェクトの芽を探っていく。

新潟経済同友会＝ネットワークの核 (4 N コア)

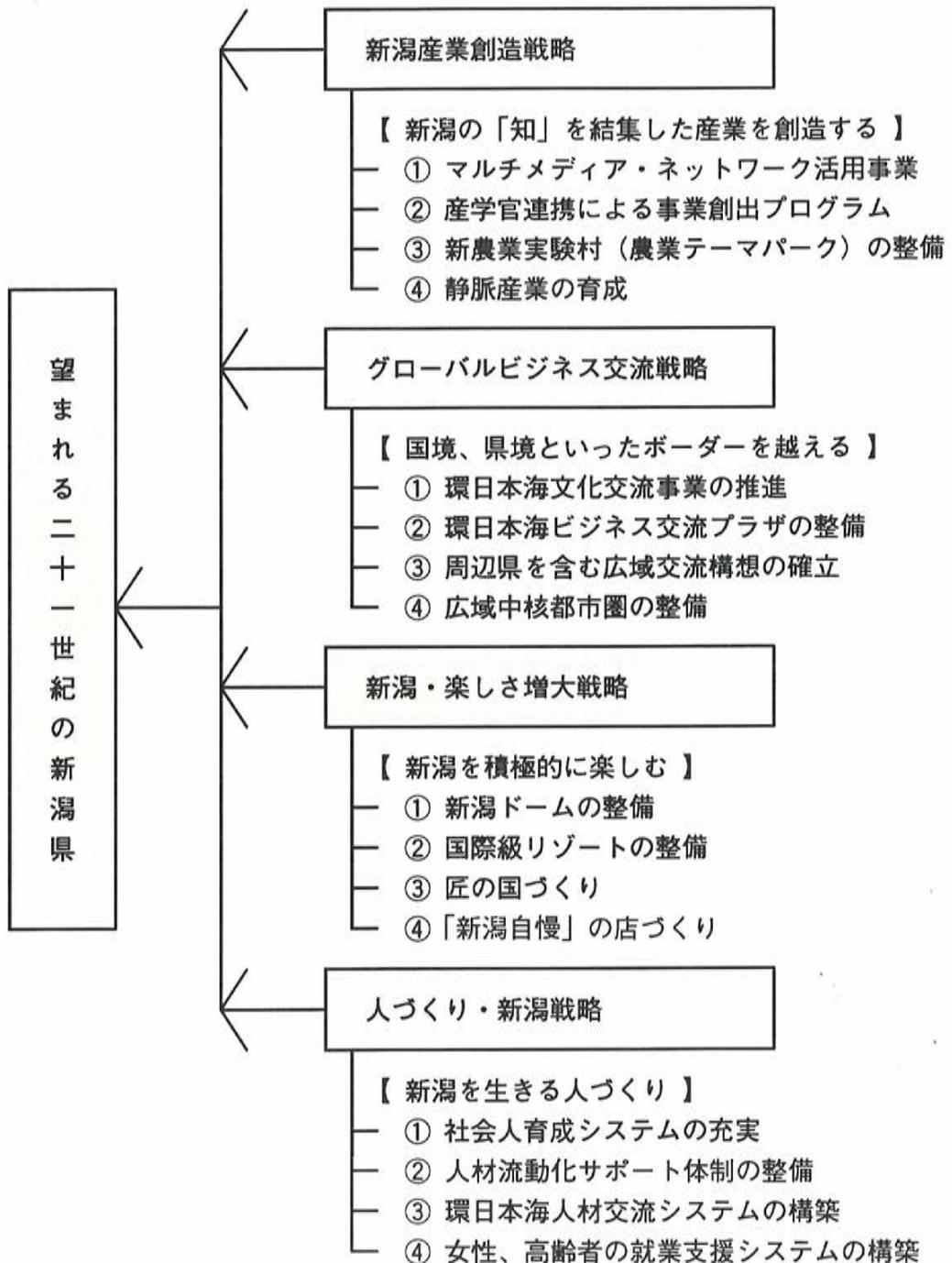
NEW NETWORK for NEW NIIGATA

- ①環日本海圏とのネットワーク
- ②周辺県とのネットワーク
- ③産学官のネットワーク
- ④1・2・3次産業のネットワーク

2) 4つの戦略とプロジェクトの提案

ここでは、以下のような構成に従って、それぞれの戦略に対応したプロジェクトを提案する。

○=プロジェクト



(1)新潟産業創造戦略

【戦略の考え方】

①背景

国際分業化が進んでいる今日では、自動車や家電など輸出志向・量産型の産業がリードして国内産業を支えることはもはや不可能となっている。そして、今後の国内産業は、

○少量の特注生産型でユーザーニーズに密着した機器の開発・製造

○国内消費市場に対応した質の高い最終消費財（食品、建材等）

等の分野にシフトしていくことになろう。今後の国内産業は、国内や海外のネットワークを活用した「鮮度」の高い情報をもとに、展開することが必要である。情報の活用ということで考えると、今日の情報・通信技術の進歩や、活用の多様化は著しく、これからの業務展開の上で不可欠なものとなっている。そのため、新潟県の企業においても積極的に情報・通信技術の活用に取り組み、ビジネスに利用していくことが求められる。

また、消費者ニーズへの対応ということで考えると、国内の高度な消費者ニーズに密着した食品産業や最終消費財関連産業は比較的、安定した成長が期待できる。これらの分野については、新潟県では農業が盛んであり、最終消費財が中心の地場産業も盛んであった（金属製品、繊維、衣服等）という強みがある。特に、農業の構造変化の中で、農業の周辺には新たなビジネスチャンスが生れるため、農業関連の分野で事業創出を図ることが重要である。現在でも、農業（林業分野）での新たな展開、新たな取り組みがなされており、新潟県のポテンシャルは大きい。

②ねらい

新潟県企業による情報・通信技術の活用による発展を目指し、マルチメディア・ネットワークの活用を進める。

また、産学官の連携の強化により、共同研究や起業化の支援等を進め、新しいビジネスを創造する。

さらに、新たな地域産業の構築を目指して、農業や、食品・繊維・金属など地域から生まれた産業・企業などを活かして、新潟の風土を活かした産業を創造する。そして、環境関連分野での新規事業の創出を図る。

【取り組み方策】

①現状における行政の取り組み

県当局においては「新潟テクノタンク構想」として、産学官の連携体制の強化を図ることとしている。

- 創業支援 : 起業化センター
- 高度技術開発 : 研究開発センター
- 技術支援 : 技術支援センター
- 商品開発支援 : デザイン・センター

信濃川テクノポリス地域においては、長岡技術科学大学を中核とした産学交流の取り組み、ハイブ長岡を核施設とする産業交流の場が整備されている。さらに、レーザー応用工学センターの機能強化なども構想されている。

農業について、県では経営感覚に優れた経営体の育成を図ることとしており、農業人材の育成のため農業大学校を核とした農業担い手センターの整備を進めることとしている。

食品工業については、新潟東港及びその周辺に港湾機能を活かした物流基地の整備、LNG冷熱を利用した食品産業などの立地を進めるとしているのが特徴である。

地域産業のデザイン化については、デザインセンターの整備、国際デザインフェアの開催などを進めている。

廃棄物対策としては、新潟県環境保全事業団による産業廃棄物の処理施設の整備（中越処分場：埋立面積16ha）を行い、市町村リサイクルセンターの整備を促進することとしている。

②今後の取り組みのあり方

情報・通信技術の進歩、情報活用方法の多様化に対応するため、新潟県の企業による情報通信ネットワークの活用を推進していく。情報通信網の整備とあわせて実際の活用の仕方が特に重要であることから新潟経済同友会の会員企業を中心にネットワーク活用事業を進めていく。

産学官の連携については特に重視して取り組むこととし、大学研究者側のメリットをもたらすような連携体制を構築し、商工施策、技術振興施策との連携も図る。

農業については新しいビジネスのチャンスの発掘を目指して、農業者との連携を図りながら、農業関連産業の成長を目指す。

環境関連ビジネスについては、新潟県の産業の特徴となるように取り組む。

【プロジェクトの提案】

① マルチメディア・ネットワーク活用事業

■プロジェクトの趣旨

情報・通信技術の進歩は著しく、活用方法もますます多様になっており、将来的にも、企業経営における情報・通信技術の活用はより重要になっていくものと予想される。

しかし、新潟県企業による情報・通信技術の活用は必ずしも活発ではないため、新潟県企業を中心にマルチメディア・ネットワークの活用事業として様々な取り組みを進める。

■事業内容

- 新潟経済同友会によるマルチメディア活用研究会の開催
- 企業経営者のパソコン通信による情報交換
- 情報・通信技術を活用した通信による教育や医療の提供システム構築

■事業主体

- 新潟経済同友会の会員企業が中心となって、非会員を排除することなくネットワーク化を進める。ネットワーク拡大対象としては学、官を含む。
- 教育、医療分野等については行政との連携により進める。

■参考事例

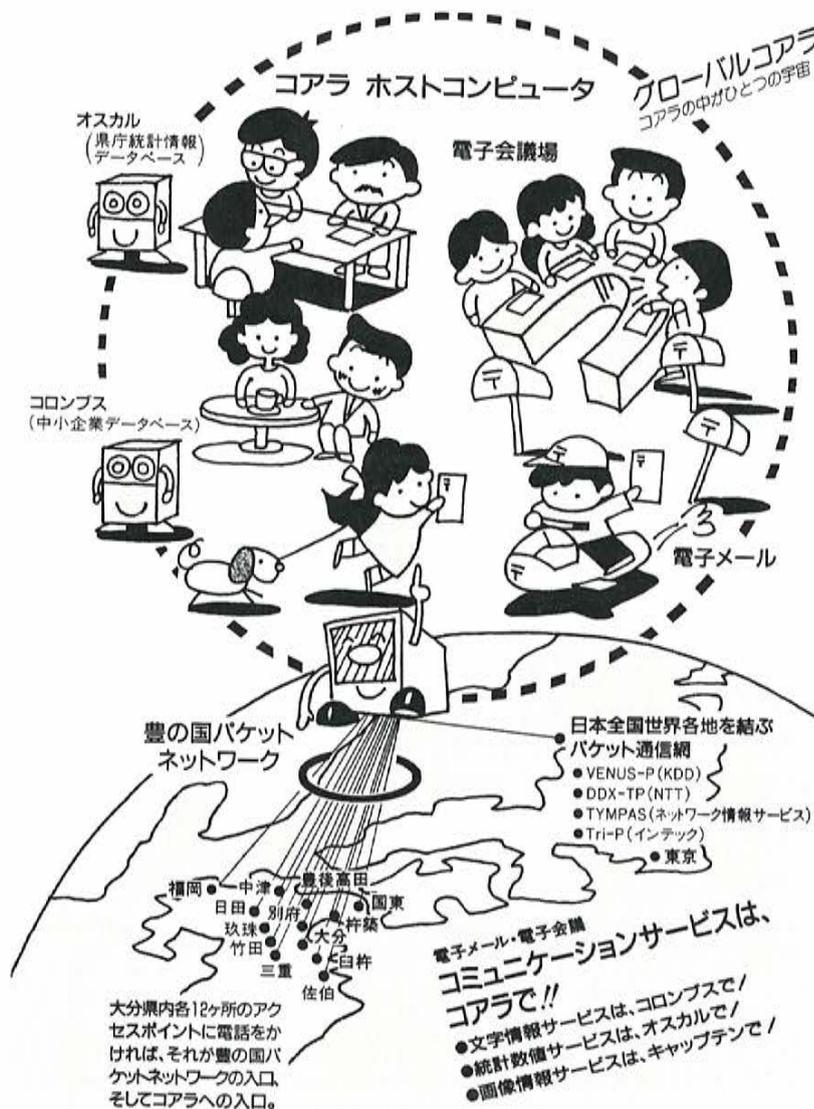
○大分県の情報ネットワーク「COARA」(コアラ)

大分県で始まったパソコン通信ネットワークで、2千人程度の会員を擁する。ネットワークは次第に進歩しており、各種データベースへのアクセス、インターネットへのアクセスが可能である。

○(株)北海道情報技術研究所での衛星通信教育

上記の企業は北海道江別市等が出資する民活法認定の第3セクターであり、衛星通信を活用して全国各所の専門学校に情報処理の講義番組を放送している。講義は電話回線も利用して生徒との双方向通信が可能である。

【情報ネットワーク「COARA」】



② 産学官連携による事業創出プログラム

■プロジェクトの趣旨

今後の国内産業の方向性として、ユーザーニーズに密着した商品開発が重視されるようになるが、そうすると技術・研究開発も一層強化する必要がある、高度な研究のための企業と大学との交流の必要性も高まっていく。しかし、新潟県ではこれまで産業界と大学との連携は十分ではなく、大学のもつポテンシャルが産業面ではあまり活かされてこなかった。

そこで、新たな事業、新たな企業創出のために、産学官の連携・交流による事業を進めていくことを目指す。その場合、大学側の研究者は理工系学部だけではなく、医薬系、農学系など多様な学部とし、それぞれの分野の強味に応じた研究開発を進めていく。

■事業内容

○産学官による研究交流事業

大学研究者を中心とする夕食会、交流サロン、共同研究プロジェクトなどを進める

○優れた大学研究者への支援

地元経済界として資金面、実験設備、スペース提供等を行うことにより、優れた研究成果を引き出す。

○起業化支援インキュベーション事業の推進

販路開拓支援、ビジネスパートナーの紹介、金融制度の紹介、低金利融資、管理・会計業務指導等による起業化の支援。コーディネーターとなる人材の発掘、県外・国外からの起業家志望者の募集。

■事業主体

○県内大学と企業との交流を活発化させることにより産学連携を進める。研究ニーズをマッチさせる研究コーディネーターとなる人材を確保する。

○起業化支援については県による資金・施設の提供を期待しながら、ビジネスパートナーとして既存企業が積極的に協力する。

■参考事例

○つくば研究コンソーシアム（茨城県つくば市）

民間企業が中心となつてつくった研究所の集積施設であるが、大学研究者等との交流を活発に行っている。科学技術庁出身の専任のコーディネーターが活躍している。

○豊橋サイエンスコアの事例（愛知県豊橋市）

豊橋技術科学大学をコアとして様々な研究会が行われている。サイエンスコアは研究交流のための中核施設である。

○かながわサイエンスパーク（神奈川県川崎市）

研究開発型企業のインキュベート事業として、研究室の低額での提供、資金支援、マーケティング支援などを行っている。

【 かながわサイエンスパーク 】

施設構成

イノベーションセンタービル東棟-A 1-6F

■研究開発型企業が生まれ、育つ場
 (主機能) ①研究開発型企業育成支援機能 ②R&D支援機能
 インキュベートルーム/スタートアップルーム/測定ラボ/研究開発ラボ

イノベーションセンタービル西棟-B 1-10F

■研究開発型企業が集い、交流する場
 (主機能) ①交流機能 ②人材育成機能 ③業務支援サービス機能
 スタートアップルーム/ホール/ギャラリー/常設展示場/会議室
 研修室/オフィス/ホテル/郵便局/銀行/レストラン/店舗

R&Dビジネスパークビル-C 1-12F

■研究開発型企業が成長する場
 (主機能) ①研究開発型企業向け賃貸スペース
 ②業務支援サービス機能
 研究・実験室(オフィス)



③ 新農業実験村（農業テーマパーク）の整備

■プロジェクトの趣旨

農業をとりまく環境変化の中で農業と農業関連産業は、農産加工の新展開、販路開拓、輸入加工、研究開発等々様々な取り組みを進めていく必要がある。そのような展開のためには農業者と企業との協力、農業者と消費者との密接な交流が不可欠である。

そこで、企業や農業者が連携・交流し、新しい事業を創造することを目指して、拠点的な施設として農業関連機能を集積させた農業実験村＝農業テーマパークを整備する。この施設は消費者との接触を図る意味で、地域の住民にとっての楽しみ場ともなり、県外からの集客も意識したものとする。

さらに、農業実験村での交流を足がかりとして、国際競争時代に対応した新しい農業経営体制を構築するための企業と農業者との協力体制を強化する。

■事業内容

- 「農業実験村」として以下の施設・機能を整備する。
 - ・農産品の直売、食品新製品の実験的な販売
 - ・農業関連、食品関連の試験研究機関の設置
 - ・農産品、食品関連の工業団地
 - ・農業体験、農産・食品加工体験ができる施設
 - ・農業の歴史と未来、農業技術・バイオ技術に親しむ農業博物館
 - ・レクリエーション施設（放牧場、スポーツ施設等）
- 営農会社の設立と企業の参加、フランチャイズ方式によるバックアップ
- 農業ビジネス研究会の開催

■事業主体

- 基盤整備としての公園の造成や農業関連の研究機関、博物館等については県や市町村等の公共側が整備する。
- 農産品・食品関連の販売施設、工場等については企業側が整備し、ソフト事業の実施にも積極的に関わる。
- 農業に新たなビジネスチャンスを見いだすため、県の農業者と連携しながら、新規事業の芽を探る。

■参考事例

○神戸農業公園

神戸牛、神戸ワインを核とした農業公園で、加工体験、飲食などに親しむことができ、神戸市の観光拠点の一つとなっている。最近、この種の農業公園の整備が全国的に盛んである。

○滋賀県での農業経営会社

従来の農業公社ではなく、農業経営を行う会社として設置されたものである。

【 神戸ワイン・農業公園 】



④ 静脈産業の育成

■プロジェクトの趣旨

地球環境問題の顕在化（地球温暖化、熱帯雨林の減少、オゾン層の破壊、砂漠化、酸性雨等）に伴い、環境問題への関心が世界的に高まっており、これからの産業は、環境に配慮したものにならざるを得ない。

一般にエコビジネスとしては、環境負荷を軽減させる装置（大気汚染防止装置等）、環境への負荷の少ない製品（低公害車）、環境保全に資するサービス（廃棄物処理サービス等）等があげられるが、エコビジネスに限らずとも製造工程や原材料・燃料使用面での配慮、廃棄・再利用面での配慮が必要となっている。

先進国では環境関連ビジネスが盛んになってきており、世界に通用するような環境関連技術・製品・サービスを確立する必要がある。新潟県においても、環境問題については積極的に取り組む必要がある。

■事業内容

○再資源化企業の設立

廃棄物、老朽化製品等を資源化・リフォームし、再使用できるような製品・材料を製造・加工する企業を設置する。

○リサイクル・資源化研究、情報交換体制の整備

企業、大学、県試験研究機関等の連携により、リサイクル体制の検討を進め、可能な限り再資源化できるサイクルを形成する。

○行政による中間処理施設、最終処理場用地の確保・建設

産業廃棄物処理施設の立地が円滑化するように、行政が介在することにより地元の不安感を取り除く。

■事業主体

○企業は再資源化企業の設立、リサイクル体制の整備に積極的に関わる。

○県、市町村は、リサイクル研究や処理施設の立地の円滑化を進める。

■参考事例

○リサイクル団地整備の事例

札幌市や神戸市、群馬県等では産業廃棄物処理業者を集めたりサイクル団地を計画中である。また、工業団地内に産業廃棄物の中間処理施設を立地させることを検討している県もある。

○環境関連ビジネス振興構想

埼玉県や愛媛県ではエコビジネス振興の構想を打ち出している。

【クリーンリサイクルセンター 草加市(埼玉県)】

規 模 敷地面積1,312㎡ 建築面積(延べ) 522㎡

構 造 鉄骨造・地上2階

総事業費 362百万円(工事費196百万円・土地購入費166百万円)

主な施設

- 選別棟(生びん手選別ライン→スチール缶磁力選別機→アルミ缶手選別→カレット類手選別ライン)
- 洗浄棟(回収容器自動洗浄機・中和設備)

処理方式 ベルトコンベアー手選別方式(一部機械)
 (処理能力) 1日当たり20t
 1基1日当たり20t 処理区域 2745ha
 処理人口201千人



(全国都市の特色ある施設集 第一法規)

【行政施策との連携のあり方】

「マルチメディア・ネットワーク活用事業」は企業だけではなく、行政の諸機関等とも接続することにより情報ソースが拡大するため、企業のみならず行政機関その他の多くの機関の協力を求める。モデル的な事業については、公的支援も要請する。

「産学官連携による事業創出プログラム」については、大学等の研究・教育機関と公設試験場、県当局等の参加を求めていく。県の「新潟テクノタンク構想」を具体化させる取り組みとして、協力関係を構築していく。

「新農業実験村（農業テーマパーク）」については、新しい農業を目指すというねらいのもとに、県の農業や商工関連部局の積極的な参加を求め、農業と工業、商業といった枠にとらわれない新しい産業創出の場としていく。基盤整備については県、市町村等による整備を要請する。

「静脈産業の育成」については、大学等や県当局との協力を進めながら、検討を進める。

以上の他、次のような行政施策が必要であると考ええる。

●頭脳集積団地の形成

ソフト開発、映像処理など情報・通信技術に関連した研究所、ソフト企業、デザイン、番組製作等の企業を集積させ、マルチメディア関連の企業集積団地とする。さらに、試験研究機器、マイコン関連機器の開発など特注型の試作開発機能の集積を図る。

●高度情報文化振興拠点の整備（マルチメディアセンター）

映像、コンピュータグラフィックス、情報通信、電子図書館、電子印刷等の振興を通じて関連産業の活性化を図るため、研究開発、人材育成、知識の普及・啓発、商品やサービスの流通・展示等の機能を備えた高度情報文化拠点を整備する。

●大学、教育機関の充実

大学や高校等において、情報・通信に関する教育機会を充実させる。また、情報・通信関連の研究体制、試験機器等のグレードアップを図る。

(2) グローバルビジネス交流戦略

【戦略の考え方】

①背景

ロシアや中国における市場経済化が進み、日本との経済交流も次第に増加することが期待されている。しかし、環日本海諸国はこれまで、経済が停滞していた国であり、しかも、日本海に面した地域はロシア極東、中国東北部、北朝鮮、韓国東部などそれぞれの国内においても立ち遅れた地域であった。従って、環日本海交流によってこれら地域が全体として発展することは、将来的には考えられても、当面は問題が山積していると考えざるをえない。

新潟県は日本海側に面し、ロシアとの定期便の就航、定期コンテナ便の運航などの交通基盤に加え、背後に首都圏の大市場を抱えるなど環日本海交流の面では、有利な条件を有しているが、これらの優位性は絶対的なものではない。

例えば、海上輸送についてみると、ウラジオストク、ポストチヌイ、ザルビノ、清津などへの海上輸送時間は太平洋側に比べれば絶対的に短いが、他の日本海側港湾に比べれば大差なく、そもそも、外航コストは国内輸送に比べて非常に安いことから、太平洋側地域の企業等にとって新潟を経由するメリットは多少の時間の節約という点しかない。また、航空便についても将来的にはロシア等との定期便が他の空港においても多くなると予想されることから、交通基盤という点での新潟県の優位性は薄らいでいくことになる。

このような状況のなかで、新潟県が将来的に環日本海交流の拠点を目指すためには、当面の困難な事情にもくじけることなく、現在の優位性を最大限に活かしつつ、他県に先駆けて様々な交流事業、交流基盤の整備を手がけ、環日本海交流の面での新潟県の優位性を一層強化していくことが必要である。

そのことにより、新潟県が、環日本海諸国からは日本へのアクセスポイントとしての地位、国内からは環日本海諸国への出発地としての地位（単に人、モノの移動でなく、そこからビジネスが始まるという意味で）の獲得を目指すことが、きわめて重要な課題である。

②ねらい

環日本海交流はまだビジネスとして本格化する段階には達していないことから、経済交流に先駆けて、できるところから交流を進めるため、文化交流事業

を行い、環日本海諸国との結びつきを強化する。さらに、環日本海交流をビジネスにつなげていくため、企業の貿易や海外進出の支援をすることによって、交流の活発化を図る

日本国内において新潟が人、モノ、情報、カネの交流拠点になることを目指して、「環日本海交流」を武器に、人やモノなどを新潟に呼び込むための仕掛けをつくる。そのため、周辺県との連携・交流構想を進めるとともに、新潟の都市集積の強化を図る。

【取り組み方策】

①現状における取り組み

県においては、第五次新潟県長期総合計画の中で、「日本海・関越ベルト地帯振興構想」を打ち出し、日本海沿岸地域の軸と首都圏から対岸へと至る軸とのクロスポイントとなること目指している。そこでは、以下の6つのベルトの実現を目標としている。

交通ベルト	物流ベルト	情報ベルト	産業ベルト
都市・文化ベルト	グリーンベルト		

自治体レベルでの友好関係として、新潟県は中国黒龍江省と友好県省であり、新潟市はハバロフスク、ウラジオストク、ハルビンと友好姉妹都市である。また、新発田市は韓国議政府、豊栄市はピロビジャン（ロシア）、柿崎町はソウル特別市冠岳區新林第八洞と友好姉妹都市となっている。

交通ネットワークの面では、新潟空港からロシア極東地域への航空便が充実しており、ハバロフスク、イルクーツク、ウラジオストク、ソウルに定期便が就航している。新潟空港について、県では2,500m滑走路の早期供用を進めることとしているが、さらに3,000m級滑走路の整備に向けた取り組みを推進することとしている。

港湾整備に関して、県では新潟西港に国際的な旅客・フェリーターミナルを整備し、内貿貨物ターミナルの整備を進めることとしている。また、新潟東港では外貿コンテナを扱うターミナルや一般外貿貨物を取り扱う多目的ターミナルを整備することとしている。なお、新潟港からは、定期コンテナ便が日本海側港湾としては多く就航している（釜山、東南アジア、清津、朝鮮、トランスシベリアコンテナ、ジャパン・ナホトカライン）。

環日本海に関する情報収集・分析については、新潟県のシンクタンクとして環日本海経済研究所が設立されている。さらに、県では日本海の海洋資源の研究や管理・活用のため、日本海海洋資源等研究開発機構の設立を進めることとしている。

また、対岸諸国との交流の面で、県では環日本海フォーラムなどの交流事業を進めており、さらに、環日本海合同見本市の開催や環境国際協力も進めることとしている。

人材育成については、国際化を担う人材育成として高等学校における国際理解、語学力養成に重点を置いた学科の設置を推進するとともに、ロシア語等の外国語教育を導入を図ることとしている。

②今後の取り組み

対岸諸国（特にロシア、中国東北部、北朝鮮）との交流は経済レベルでは未だ本格化しておらず、ロシア経済の混乱、中国東北部からの日本海側への輸送ルートの未整備、北朝鮮の閉鎖性などの問題があり取引ベースには乗りにくい面がある。しかし、情勢は次第に好転していくことが予想され、新潟の地理的な特性、産業的な特性を考えても対岸諸国との交流を進めることにより新潟県の長期的な発展を目指すことが重要である。

今後の新潟県の取り組みとしては、環日本海交流をビジネスにつなげること、及び環日本海を手がかりとして国内の人・モノ・情報・カネを新潟県に引き込むことが重要である。そのために、現在できる取り組みとして、経済交流に先駆けた文化交流を進めておくことが重要である。

そして、将来的には新潟県が人、モノ、情報、カネの多くの面で対岸諸国との交流の先進地域となり、県外からも対岸交流のチャンスを求めて人や企業が集まってくるような拠点となることを目指す。そのため、長期的な視点に立って、以下のような取り組みを進める。

【 環日本海との交流拠点としての新潟県のイメージ 】

- | | |
|----|---|
| 人 | ： 空路の充実
対岸諸国からの留学生の招聘、県内からの留学の支援
芸術家等の支援
文化交流事業 |
| モノ | ： 港湾機能の高度化
国際貨物空港の整備（中央日本の航空物流拠点を目指す）
フリートゾーンの整備（佐渡等のフリートゾーン形成） |
| 情報 | ： 環日本海経済研究所の拡充
外国領事館の誘致
国際機関の誘致（例：北東アジア開発銀行） |
| カネ | ： 環日本海ファイナンシャルセンターの整備（新潟証券取引所の拡充） |

【プロジェクトの提案】

① 環日本海文化交流事業の推進

■プロジェクトの趣旨

ロシアや北朝鮮、中国東北部などの環日本海諸国・地域は、従来の経済体制からの転換による混乱、インフラ整備の遅れ、技術的蓄積の乏しさなど新潟県の企業が取引先や業務提携先とするには問題が多い。

しかし、これら地域の発展可能性を考えると長期的な視点に立って、経済交流の足がかりとなる交流を進めることが必要である。そこで、文化交流事業を先行的に進めることによって、環日本海諸国の政府・地方政府の要人との接触の活発化、新潟における環日本海交流のムード醸成をねらいとする。

■事業内容

- ロシアからのバレエ公演、アイスホッケー試合の招聘等
- 中国、北朝鮮の民俗芸能紹介等

■事業主体

- 企業、民間団体等が主体的に交流を進めることとするが、行政レベルでの交流、交流に関する支援措置については県・市等による支援を要請する
- 将来的には教育・学術・文化・スポーツ交流機関の設立も検討する

■参考事例

○福岡県 多様な国際化施策

【 福岡市関連の主要な国際施策 】

文化交流関連	<ul style="list-style-type: none"> ●青年交流事業の推進 ●姉妹・友好都市交流事業 ●行政交流事業の推進 ●（財）国際交流協会の設立 ●よかトピア記念国際財団の設立 ●（財）福岡コンベンションビューローの設立 ●コンベンション施設整備 ●福岡アジア文化賞の創設
金融経済交流関連	<ul style="list-style-type: none"> ●ボルドー国際見本市への出展
イベント関連	<ul style="list-style-type: none"> ●アジア美術展 ●アジア太平洋博覧会 ●ユニバーシアード福岡大会 ●アジアマンス ●アジア太平洋子ども会議イン福岡
研究・研修・教育関連	<ul style="list-style-type: none"> ●福岡研究学園都市構想 ●九州北部研究学園都市構想 ●九州国立博物館誘致 ●アジア太平洋センター構想 ●国連大学研究機関誘致 ●福岡市博物館 ●福岡市新図書館の建設
外国人のためのまちづくり、 市民の国際性のかん養	<ul style="list-style-type: none"> ●外国人のためのサインシステム、情報システム整備 ●福岡インターナショナルスクール ●留学生の住宅援助、留学生会館 ●海外帰国子女教育の充実 ●ホームステイ、ホームビジットの拡充
都市開発関連	<ul style="list-style-type: none"> ●都心部ウォーターフロント開発 ●福岡ツインドーム計画 ●福岡ソフトリサーチパークの整備
交通・物流基盤の整備関連	<ul style="list-style-type: none"> ●博多港・福岡空港の整備 ●福岡総合貿易センター構想 ●香椎パークポート ●アイランドシティ整備事業 ●新国際空港の検討

資料：福岡市各種資料

② 環日本海ビジネス交流プラザの整備

■プロジェクトの趣旨

県内企業の海外進出・貿易取引はそれほど活発ではなく、環日本海諸国とのビジネスにも慣れていない。また、新潟県自体も環日本海とのビジネスで有利な地域とは認識されていない。

そこで、環日本海交流を県内企業のビジネスにつなげていくため、海外進出や貿易を進めるためのサポート体制の整備、県外企業にも魅力となるビジネス環境として対外経済交流に関連した機能・施設を充実させる。

なお、これらの機能・施設は環日本海交流に限らず、東南アジアや中国南部を始めとするアジア諸国との交流の基盤としても役立つものとなるが、新潟県の強味として環日本海との交流機能を特に充実させる。

■事業内容

○環日本海ビジネス支援会社の設立

通訳・翻訳、人材教育、ビジネス情報提供、貿易商社機能、人材紹介、企業紹介、現地におけるアドバイス、オフィススペースの提供等の事業を行う。

○環日本海ビジネス交流プラザの整備

輸出入商社、その他関連企業が集積し、技術交流、情報交換、商取引、見本市等を行う場としてオフィススペース、会議室、イベントスペースを備えた施設を整備する。万代島再開発の拠点施設の一つとする。

○環日本海フィナンシャルセンターとしての体制整備

対岸諸国のベンチャービジネスへの投資や県内企業の海外進出を促進するため、新潟証券取引所の機能強化による対岸諸国の債券・株式の取り扱い、保証制度の確立、低金利融資制度の確立を図る。

■事業主体

○ビジネス支援会社の設立は県内企業を中心に共同出資により設立する。

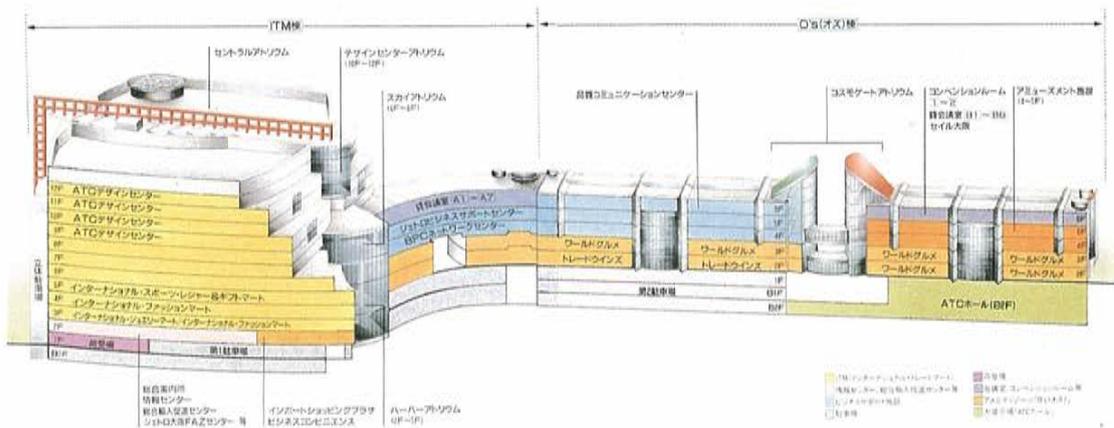
○ビジネスプラザの整備、フィナンシャルセンターについては県、証券取引所等との協力により事業を推進する。

■参考事例

○アジア太平洋トレードセンター（大阪市）

アジア諸国からの輸入品を中心とする卸売マートで、商品見本をみながら仕入れ業者が、海外メーカー、輸入商社と取引ができる。総合保税地域に指定されており、保税状態で商品に接することができる。

【 アジア太平洋トレードセンター 大阪 】



③ 周辺県を含む広域交流構想の確立

■プロジェクトの趣旨

近年、各地において広域都市圏構想や地域連携等の考え方が盛んであるが、新潟県は地方ブロックとしての位置づけがあいまいであり、東北、関東、中部、北陸のどの地域においても明確に位置づけられていない。しかし、今後は、新潟県の側から周辺県との連携のあり方を示し、新潟県と他県とが相互にメリットをもたらすような交流・連携のあり方を提案していくことが重要である。

そこで、新潟県の強味として「環日本海」を手がかりとして新潟県の役割を積極的にアピールしながら広域交流構想を確立する。

■事業内容

- 上信越トライネット構想の推進による群馬県、長野県との連携
- 磐越という新たな軸による福島県との連携
- 日本海国土軸構想による山形県、富山県等との連携
- その他、周辺県との様々な連携構想の推進

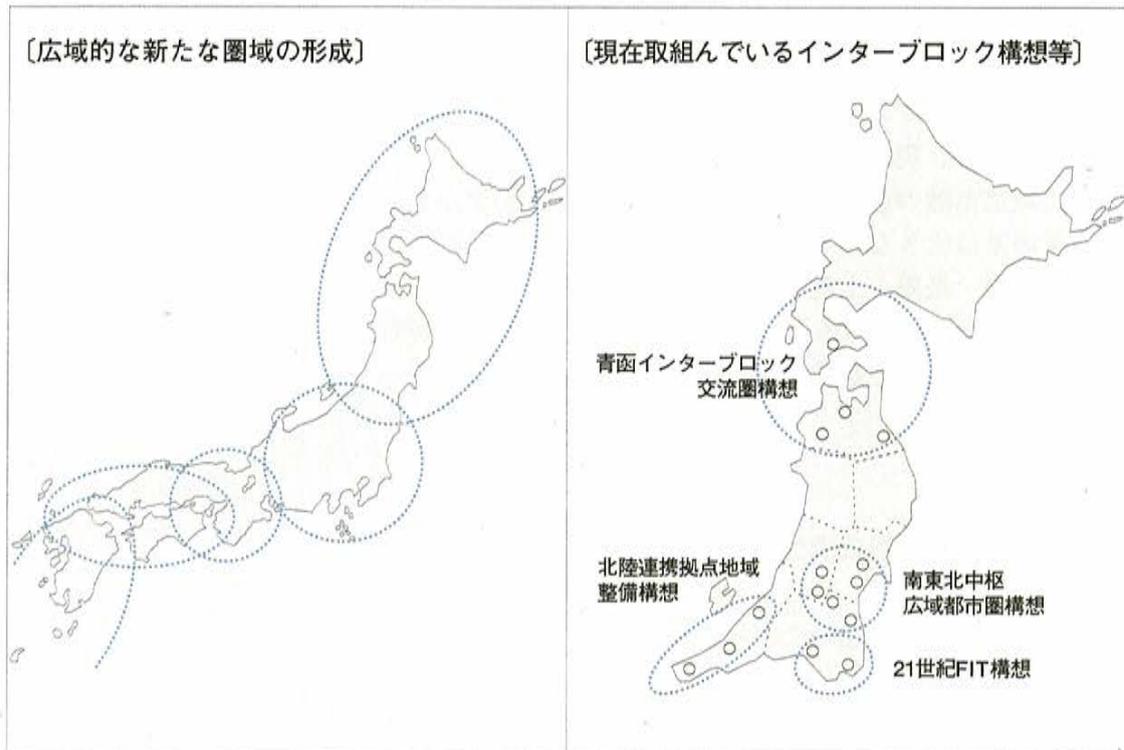
■事業主体

- 県、経済界等が周辺県を引き込みながら広域連携の構想を打ち出す。
- 県、経済界等が周辺県との共催で交流・連携に関わるイベントを開催する。

■参考事例

- 新潟県周辺の広域連携構想、実際的なまとまりとしては次のものがある。
 - ・南東北中枢広域都市圏構想（仙台市、山形市、福島市を核とする）
 - ・21世紀FIT構想（福島県、茨城県、栃木県）
 - ・東北インテリジェントコスモス構想（仙台が核だが、新潟県を含む東北各県が参加）
 - ・首都圏シフォンニック・アーク構想（北関東3県と山梨県との連携の提案）
 - ・北陸3県のまとまり
- 瀬戸内海周辺県では、香川県は岡山県と結びつき、徳島県は近畿圏と結びついていくという状況の中で、「瀬戸内経済圏構想」を提唱している。

【 広域交流圏の形成イメージ 】



(ほくとう銀河プラン)

④ 広域中核都市圏の整備

■プロジェクトの趣旨

今日の産業社会におけるビジネスチャンスは、人々が集まり情報交換を行う中で生まれる。情報発信源（企業集積や特色ある機能）のある都市には人々が訪れ、ビジネス情報の交換・商取引が行われる。

また、人々が求める利便性や都市的なサービス（文化・レジャー関連、対消費者サービス等）はある程度の人口集積、集積密度を前提として成り立つ。

こうした状況を考えると地域の核となる都市の機能を充実させ、都市が周辺地域をリードするような体制整備が求められ、ある程度広域での基盤整備等が必要となる。現在でも広域行政による対応がなされているが、より進んだ形での広域都市圏の形成、市町村合併等を進める必要がある。

新潟県は大きな県であり、県庁所在地だけで全県を支えるのは不可能であるが、新潟・長岡・上越の主要3市があるため、これらの都市がそれぞれの周辺地域の核とするとともに、個性的な集積を活かしながらより広域的な拠点としても整備することが重要である。

■事業内容

○新潟100万都市構想の推進

新潟市を中核に、環日本海交流の拠点となる100万都市としての基盤整備、都市機能整備を進めながら、政令指定都市を目指す。

○長岡50万都市構想の推進

地方拠点都市の指定を受けている長岡地域で、長岡市を中心に産業技術や学術に特色を持つ50万都市としての基盤整備、都市機能整備を進める。

○上越30万都市構想の推進

上越市を中心に、文化、学術に特色を持つ30万都市としての基盤整備、都市機能整備を進める。

■事業主体

○県、市町村、経済界等の協力により都市圏としての広域的な連携の土壌を形成する。

○都市圏としての基盤整備、都市機能整備等については県、市町村等が行う。

■参考事例

- 仙台市や広島市は周辺市町村の合併を進めながら、政令指定都市の条件（概ね人口100万人以上）を達成し、政令指定都市となり、郊外部の開発、都心整備等に取り組んでいる。
- 盛岡市や山形市では周辺市町村の合併を進めながら、中核的な都市の整備を図っている。

【 仙台における広域都市圏整備構想 】

■空と海が開くワールドシティ21(将来イメージ)



■仙台空港



■仙台港

(宮城県総合計画)

【行政施策との連携のあり方】

「環日本海文化交流事業の推進」については、県・市町村と企業・団体により共同で事業を進めていくが、資金面、施設提供、情報提供などの面での協力を行政当局に要請する。特に、自治体外交の部分については県、市町村による活発な活動を期待する。

「環日本海ビジネス交流プラザの整備」については、企業・団体等が中心となって事業を推進するが、事業が進捗した段階では、施設整備等の面で行政当局による支援を要請する。

「周辺県を含む広域交流構想の確立」については、県内・県外の各種団体と県、市町村が協力して気運を盛り上げることとするが、自治体同士の交渉については県、市町村による活発な活動を期待する。

「広域中核都市圏の整備」についても同様の取り組み方となるが、特に、広域都市圏の形成が住民にもたらすメリットをわかりやすく説得できるように注意する。

その他、次のような行政施策が必要であると考ええる。

●拡大する国際物流を支える港湾の整備

国際物流の増大に対応し、外貿コンテナ機能の整備を図るとともに、物流機能の高度化に向けて貿易機能の整備、陸海空の複合輸送基地の整備を推進する。また、テクノスーパーライナーの導入に向けて港湾や航路の整備を促進する。

●環日本海時代に対応した空港と航空ネットワークの整備

国際化や旅客需要の増大に対応した本格的な国際空港の整備を促進する。各空港間を結ぶ航空路の整備を図る。また、首都圏の国際物流機能の一翼を担う国際貨物空港の整備について検討する。

●広域ネットワーク基盤の整備

「多極分散型国土」の形成のため、また、環日本海時代の多様な交流の展開に不可欠な交通基盤、及び周辺地域における交通基盤の整備を促進する。新幹線の新潟空港乗り入れ、日本海沿岸自動車道の早期整備等を進める。

●国際的な経済・行政管理機能・機関の導入、誘致

環日本海経済機能の集積を図るため、環日本海経済圏の経済活動の中核を担う国際的な経済機関・行政機関の創設の提唱や誘致を進める。例えば、北東アジア開発銀行の創設、外国領事館の誘致、環日本海経済研究所の拡充などを進める。

●貿易振興拠点の整備

環日本海の技術者、商取引関係者が集まり、技術情報交換、訓練ができるようなトレーニングセンター、デザインセンター等の施設を整備する。また、日本海を中心に国際的なビジネスの拠点となるように佐渡等に自由貿易地域（現行類似制度としてはF A Z＝フォーリンアクセスゾーン）の設置を検討する。

(3)新潟・楽しさ増大戦略

【戦略の考え方】

①戦略の背景

人が定着し、交流するような地域をつくるためには、地域に生活する人にとって楽しみとなるような地域の魅力をつくとともに、ビジネス目的・観光目的の訪問者にとっての地域の魅力づくり、PRが重要である。

そこで、新潟県の現状をみると、地域に生活する人は暮らしやすさを評価しているものの、県外からはスキー場等としてのイメージしかなく、生活面や業務環境面での認識が弱くなっているため、住みたい地域としてはあまり人気がないのが現状である。

この理由としては、新潟県のイメージが希薄だということがある。特に、新潟県の顔となるべき都市のイメージが弱いため、金沢市や仙台市などのように観光面、都市づくりの面で人々にアピールするイメージを形成していないことが大きな理由である。新潟の都市は、日本海側最大規模を誇り幕末の開港5港をだった新潟市、産業集積のある長岡市、高田藩のあった上越市、点在する地場産業都市など都市の個性づくりの手がかりはあるものの、明確なイメージにつながっていない。今後は個性ある都市づくりを進めていく必要がある。

また、新潟県が誇る自然資源についても海などの資源を活かしきっておらず、リゾート地域整備の面では長野県に比べると洗練されていない面もあり、一層の質的向上が求められる。

②戦略のねらい

新潟県のイメージを形成し、魅力を高めるには、都市の魅力・イメージづくりが最も重要であり、新潟の顔となるべき都市の魅力、個性を創出し、アピールすることが必要である。

そこで、新潟市等において都市の魅力を高めるシンボル事業を展開する。また、地場産業都市における個性の演出方策として、地場産業をまちづくりに活かすことを目指す。

リゾート整備の面では、オリンピックを開催する長野県に負けない質の高い国際級のリゾート整備を進めることを目標とする。

さらに、新潟県の対外的PRを進めるため、大都市部において、新潟県の魅力のアピールの仕組みとして産品販売やPR等を進めることによりイメージの浸透を図る。

【取り組み方策】

①現状における取り組み

県内における都市開発、レクリエーション開発プロジェクトとしては、まず、新潟市周辺地域において、新潟駅南口地区開発、万代島再開発事業、鳥屋野潟公園、紫雲寺町海洋性レクリエーション基地整備事業などがある。また、長岡市周辺ではスペースネオトピア、国営越後丘陵公園、長岡芸術文化ホールなどの事業があり、リゾート関連としては、奥只見レクリエーション地域整備事業、マイ・ライフ・リゾート新潟構想などがある。さらに、上越市周辺では妙高山麓リゾートエリア整備計画、上越多目的スポーツ施設整備計画などがある。

【新潟県内の主なプロジェクト】

- ・紫雲寺町海洋性レクリエーション基地整備事業
- ・新潟駅南口地区開発（計画面積15.4ha）
- ・鳥屋野潟公園（全体計画面積261.7ha）
- ・新潟勤労者総合福祉センター
- ・奥只見レクリエーション地域整備事業
- ・マイ・ライフ・リゾート新潟構想
- ・県立歴史民俗文化館
- ・スペースネオトピア
- ・国営越後丘陵公園（計画面積約400ha）
- ・長岡芸術文化ホール（仮称）
- ・小出郷文化むら
- ・上越多目的スポーツ施設整備事業
- ・妙高山麓リゾートエリア整備計画
- ・フォッサマグナミュージアム（糸魚川市）
- ・佐渡中央文化会館（アミューズメント佐渡）
- ・佐渡温水プール

新潟県のイメージ戦略については、これまで県庁でC I事業を行っている。また、イベント開催について、県では新潟アジア文化祭などの国際的な文化イベントを開催することとしている。また、2002年ワールドカップサッカーの開催等に向けて、県立総合スポーツ施設を新潟市内に整備することとしている。

②今後の取り組み

新潟市等において都市の魅力を形成し、シンボルとなる事業を展開する。また、オリンピック開催でリゾート整備の進む長野県に負けない質の高い国際級のリゾート整備を進める。さらに、新潟県の対外的PRを進めるため、地場産業都市におけるまちの個性づくりや大都市部における新潟県のPRなどを行う。

【プロジェクトの提案】

① 新潟ドームの整備

■プロジェクトの趣旨

新潟県は雪国であるため、冬季間のスポーツや芸能イベントの野外での開催が困難である。近年、各地で大規模ドーム型施設の整備が進んでおり、特に日本海側地域における取り組みが活発であるが、新潟県にはまだ整備されていない。

新潟県において多目的ドームを整備することができれば四季を通じたイベント開催が可能となり、大型集客施設として県民の活動の幅が広がっていくことが期待できる。また、ドーム施設は大規模でデザイン的にも特徴的なことから、都市の個性を演出するまちの顔としての役割を果たすことも期待できる。

以上のような考え方に立って、新潟ドームを整備する。

■事業内容

○ドーム施設の整備

芸能やスポーツのイベント、見本市など様々な利用が可能な施設としてドーム施設を整備する。

○定期的なイベントの誘致

事業採算性が確保できるように、稼働率を高める工夫として定期的に開催されるイベントを誘致する。

■事業主体

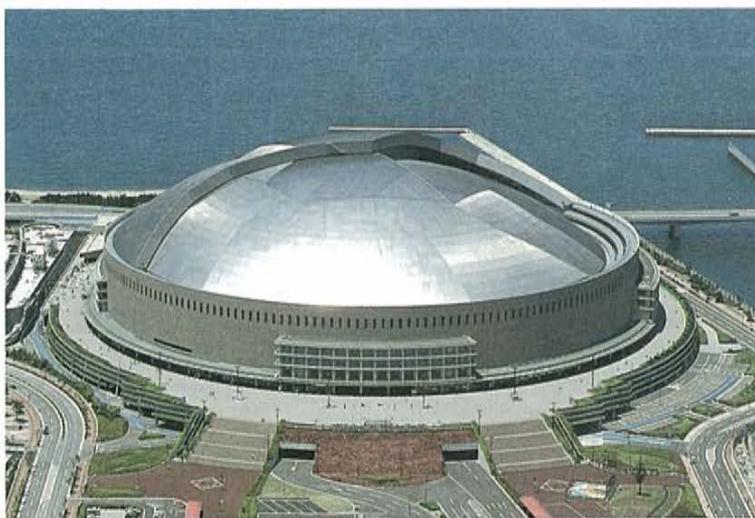
○県、市、企業参加による第3セクターを設立し、建設・整備する。

○基盤整備については県・市等の支援を要請する。

■参考事例

- 出雲ドーム（島根県出雲市、直径143m、高さ49m、野球可）
- 東京ドーム（東京都文京区、長辺201m、高さ60m、野球可）
- あきたスカイドーム（秋田県河辺郡、長辺135m、高さ32m、サッカー可）
- 福岡ドーム
- 前橋グリーンドーム

【 福岡ドーム 】



【 前橋グリーンドーム 】



（全国都市の特色ある施策集 第一法規）

② 国際級リゾートの整備

■プロジェクトの趣旨

新潟県にはスキー場、海岸、山岳など様々な自然レクリエーション資源があり多くの観光客を集めているが、質の高い国際級のリゾートと言えるものは少ないのが現状である。長野県では長野オリンピックの開催により、交通アクセスを始め宿泊施設、集客施設等の整備が進むことから、新潟県のイメージが相対的に弱まることも考えられる。

そこで、質の高いリゾート施設・サービス体制を整備することにより、国際級のリゾートを整備することを目指す。利用にあたっては、首都圏等からの観光客だけでなく、新潟県の経済人や従業者が自ら楽しむことができれば、県民にとっても直接メリットがあるため、県民が自ら楽しめる施設として整備する。

■事業内容

○山岳でのゲストハウスの整備、従業員福利厚生施設の整備

新潟県の企業が商用で使えるゲストハウスを整備する。また、新潟県の企業の従業員が家族で楽しめる福利厚生施設として整備する。

○マリンレジャー拠点の整備

新潟県民及び首都圏の北部の人々が利用できる施設として、マリーナ、フィッシング、ダイビング等に親しめる拠点とする。

■事業主体

○県内企業等が出資する開発会社により建設、運営する。

○基盤整備については県、地元市町村に補助・協力を要請する。

■参考事例

○クラブメッド（地中海クラブ）のシステム

フランスを本拠地に世界各地にリゾート施設を展開しており、日本ではサホロ（北海道）にある。ジェントル・オーガナイザーという遊びの指導者がいるため、家族で行っても親子それぞれが楽しむことができる。

○ラフォーレのシステム

企業が福利厚生の一貫として保養所として利用し、従業員が利用している。

○経団連ゲストハウス

経団連のゲストハウスとして富士に整備されている。

【 クラブメッド サホロ 】



<p>サホロ バカンス村でのプログラム&施設</p> <ul style="list-style-type: none"> ●メインダイニングルーム●アネックスレストラン●シアター●ジーオーショー●バー●ビアノラウンジ●ナイトクラブ●大浴場●大会議室(約150名収容)●小会議室(約30名収容)●プティック●キャッシャー(銀行)●医務室●ランドリー●プティック●ミニ&キッズクラブ ●テニス(屋外コート6面/屋内コート2面)●ゴルフ・レッスン●ピッチ&パット(9ホール、ケイマンゴルフ)●アーチェリー●子供用ミニサーカス●スカッシュ●スポーツジム●エアロビクス●バドミントン●バレーボール/バスケットボール●ソフトボール●ベタンク●卓球●ビリヤード●マウンテンバイク●アート&クラフト●室内温水プール●水球●水中エアロビクス●サウナ●ジャクジー●カナディアン・バス●ミニサッカー ●はジーオーがレッスンまたは同行します。 ●印のものは有料となります。 ●ほかにレンタカーのご紹介システムもあります(有料)。 	
--	--

(株)地中海クラブ

③ 匠の国づくり

■プロジェクトの趣旨

新潟県には地場産業集積型の都市が多いが、まちの個性づくりのために地場産業が活用されているケースは必ずしも多くなく、住民・来訪者にとっての魅力にはつながっていない。しかも、人材が魅力を感じて定着するような地域づくり、職場づくりを進めることがこれからの産業展開のためには必要である。消費水準が向上してきた現在、人は質の高いまちづくりを求めており、地域に住みつくのも単に就業の機会や賃金を求めてのことではなくなっている。

そこで、県内の地場産業都市（合織、ニット、暖房機器、洋食器、米菓、清酒等）において、地場産業のブランド化を図りつつ、観光やまちづくりとのリンクを進めながら、産業や技術に親しめる環境づくり、地場産業を活かしたまちなみ整備を行う。

ファッション性のあるまちなみや環境が、デザインマインドや商品開発のセンスを養うとも考えられることから、重点的に取り組んでいく。

■事業内容

- 企業による見学対応型の工場、小さな博物館、モデルショップ等の整備。
- 県、市町村、業界団体等による産業博物館、観光拠点施設の整備。
- 以上の施設間をつなぐ周遊ルートの整備、地場産業を活かしたまちなみづくり。

■事業主体

- 小さな博物館、見学対応工場等は企業が整備する。
- まちなみ整備、拠点的な観光施設は県、市町村が整備する。

■参考事例

○小布施の開発

菓子工場とその周辺の一角において、伝統的なまちなみの演出等を行い、観光拠点になっている。

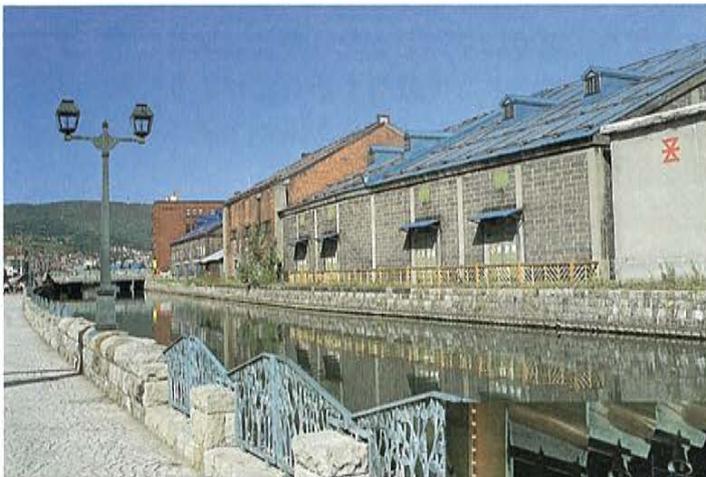
○京都府の新・光悦村

地場産業等を集積させた新たなタイプの工業団地として、日本家屋風の外観などを備えた工房、見学工場、ショールーム、店舗工房などを整備する計画。

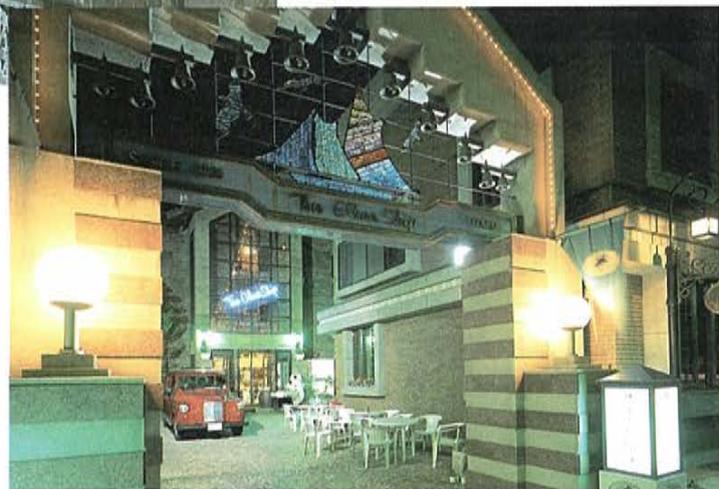
○小樽のまちなみ

小樽のまちなみの中にガラス工場が配置され、独特の空間を形成している。

【 小 樽 】



小樽運河の散策路には63基のガス灯が設置されている



ガラスショップ

④ 「新潟自慢」の店づくり

■プロジェクトの趣旨

新潟県のイメージは県外にはあまり認識されておらず、新潟県の企業による県外への進出はあまり活発ではないのが現状であり、新潟県の魅力を県外にもPRしていくことが必要である。

そのための一方策として、県内企業による県外進出の拠点となるとともに、新潟県のPRの拠点となることを目指して、新潟県の産品を販売する店舗を大都市圏に整備する。

これは、従来型のアンテナショップや一過性のイベントではなく、消費者が日常的に何度も訪れ、買い物を行うような場所として整備することにより、新潟県の魅力を知ることが可能とするものである。そして、新潟県への認識を深めることにより、新潟県への訪問を増加させることをねらう。

■事業内容

○店舗施設の整備（「新潟自慢」の店）

新潟県の新鮮な魚介類や農産品、清酒、米菓等の販売施設、新潟県の味に親しめる飲食店等を核に、観光・農村体験ツアー企画、イベント開催などを行う。新潟県方向にアクセスしやすく、人口増加の著しい埼玉県等の商店街やロードサイド、駅ビル等において整備する。

○大規模販売キャンペーンの実施

店舗展開とは別個の事業として、1年ごとに全県の重点PRテーマを決め、県、業界団体、企業等が一体となって宣伝を行う（例えば「今年は新潟地酒の年」として宣伝）。

■事業主体

○店舗選択・内装整備、販売・流通等の活動は企業が行う。

○新潟県のPR効果、地域産品の販路開拓効果があるため、事業が軌道に乗るまで、県当局による店舗確保に関する補助やPR面での支援を要請する。

■参考事例

○各地のアンテナショップ

各地の特産物を売り出すアンテナショップは東京都心部に多い。

○リンガーハット（長崎ちゃんぽんのロードサイド店）

○焼津さかなセンター

焼津市の新しいシンボルとしてのさかなセンターの建設を目的に、焼津市をはじめ、水産団体・金融機関・観光業界等による第三セクターを設立している。

【 焼津さかなセンター 】



形態	大型水産物販売センター (焼津さかなセンター)
タイプ	物産・味型
内容	<p>地場産品の直販</p> <p>敷地総面積 25,586㎡</p> <p>建物総面積 11,422㎡</p> <p>さかなセンター棟 (8,482㎡)</p> <p>食堂・催事棟 (2,010㎡)</p> <p>サービス棟 (930㎡)</p> <p>建物構造 鉄骨平屋建、一部2階建</p> <p>駐車場 乗用車600台、バス25台</p> <p>食堂 1000席</p> <p>魚料理教室、特産品、土産品、試飲・実演・展示コーナーなど</p>

【行政施策との連携のあり方】

「新潟ドームの整備」は都市開発、レジャー開発のシンボルプロジェクトであるが、これと併せて、従来から取り組んでいる都市再開発、まちの景観形成、文化・商業施設開発などの取り組みを進めていく必要がある。

また、「国際級リゾートの整備」の基盤整備等については行政当局による協力が求められる。

「匠の国づくり」では、拠点施設の整備、まちなみ形成等について行政が主導的に取り組む必要がある。

「新潟自慢の店づくり」については具体的な事業は企業が進めるものの、PRや初期投資負担については行政による支援が求められる。

その他、行政施策として次のような取り組みを進めることが必要であると考ええる。

●新潟県のイメージアップ作戦

総合プロデューサー制を採用して、新潟のトータルなイメージアップ作戦を展開する。とりわけ、1998年に開催される長野オリンピックを活用し、新潟県が積極的に協力を進めることによって新潟県をPRする。上越地域においては宿泊機能等の整備を進めてオリンピックによる波及効果をねらう。将来的には新潟県において国際的な大規模イベントを誘致し、新潟県のPR、基盤整備に役立てることを目指す。

●グリーンツーリズムの基盤整備

滞在体験型の農園や観光農園、観光漁業、農家での民泊等により都市住民が農山漁村の自然・文化・生産活動に触れ、交流を楽しむための体制を整備する。

●文化のネットワークづくり

県内出身の偉人、文学者、芸術家の記念館の整備とそのネットワーク化による回廊地域をつくり、それらの総合として歴史・民俗・芸術・文化会館を開設する。

●自然のネットワークづくり

都市を貫流する河川、幹線道路等に緑地を整備するとともに、都市に緑のネットワークを形成するなど、環境にやさしい都市（エコシティ）として整備する。河川浄化、緑化等について住民が主体的に参加しながら環境づくりを進める。

特に、住民・企業が参加した都市環境の改善の仕組みとして注目されているグラウンドワーク・トラストのような民・官連携の仕組みを整備する。

(注) グラウンドワーク・トラストとは、イギリスで1980年代から始まった都市環境整備のための行政、企業、市民の共同プロジェクト事業である。行政が出資し、企業スポンサーの支援を受けた組織（グラウンドワーク）が、専門家等を組織しながら、緑化事業や環境教育などを行う。日本でも1990年ころから紹介され始め、三島市などでの取り組みが進んでいる。

●健康をテーマにした地域づくり

老若男女を問わず、障害の有無に関わらず、社会との積極的な関わりの中で自己実現を果たすため、生涯のどの段階においても安心して暮らせる地域づくりを進める。そのため、医療・保健・福祉を一体化した事業を行うことによって住民の健康づくりを進め、医療・福祉関連の企業、研究機関等の誘致によって研究開発拠点づくりを進める。

(4)人づくり・新潟戦略

【戦略の考え方】

①戦略の背景

国際競争の激化や規制緩和の進展により、企業間の競争は激化し、企業経営は一層、流動的で知識集約的になっていく。このような時代に企業が必要とする人材は、従来以上に知識やノウハウを身につけた人材であり、人材ニーズは企業経営の変化によって流動的になる。

しかし、転職を含めた人材の流動化と企業内教育投資の充実をともに達成することは困難である。なぜなら、教育投資が回収されないうちに人材が転職、あるいは不要化すると人材への投資効率が悪くなるためである。従って、OJTを中心とした人材育成体制によって教育投資を長期的に回収することには限界がある。

そこで、人材育成についてはある程度企業外に求めることになり、新卒者が社会人として役立つスキル・知識を身につけたり、転職者が新しいスキル・知識を身につけるような教育機会が必要となる。さらに、経営環境変化の中で職種 mismatches を企業内で解決することはできないため、社会的に人材の流動化を図り、人材の適材適所を円滑に進めることが必要である（人材の流動化は決して人材の使い捨てではなく、仮に人材の流動化が進まなければ、新規雇用も発生せず、企業内余剰人材や大量の失業者が発生する）。

以上のような取り組みに加えて、人材の能力を活用するという観点から女性や高齢者が活躍することが必要であり、女性や高齢者の就業を支援する仕組みづくりが必要である。

さらに、環日本海諸国との交流を進めることが新潟県の重要な戦略となるため、交流に関連したノウハウをもつ人材の育成や環日本海諸国の人々との先行的な交流を進めることが必要である。

②戦略のねらい

人材の能力を発揮するための実践的な人材育成システムを整備するとともに、人材の流動化を円滑にすることを目指す。そのため、企業と教育界が協力し、社会人としての知識・ノウハウを身につける機会を提供し、また、企業の人材

の流動化を円滑にする体制を整備する。

さらに、女性や高齢者の就業を支援する仕組みを構築するとともに、環日本海交流の基礎となる人材の交流・育成を進める。

【取り組み方策】

①現状における取り組み

新潟県内では最近になって多くの大学の開設が進んでおり、これらの大学では先進的な教育カリキュラムを提供している。

新潟国際情報大学	(1994年4月開学)	定員250人
長岡造形大学	(1994年4月開学)	定員200人
新潟経営大学	(1994年4月開学)	定員190人
新潟県立看護短期大学	(1994年4月開学)	定員100人
新潟工科大学	(1995年4月開学)	柏崎市、定員240人

また、職業能力開発の面では、上越、三条テクノスクールを改築することとしている。

女性就業の支援のため、県では新潟県女性センターを設置し、情報収集、相談などを行い、婦人就業援助センターでは就業援助相談等を行うこととしている。さらに、乳児保育、延長保育などの特別保育を拡充することとしている。

Uターン促進のために、県では東京事務所内に「にいがたUターン情報センター」を設置するなどしている。

②今後の取り組み

学生・生徒に対して実践的な教育プログラムを提供するためには、企業と教育界との協力体制の整備が欠かせないため、講師の提供、企業における体験研修などを行う。

人材の流動化を円滑にするために支援体制を一層強化する。人材需給のマッチングに関する情報提供、再教育体制の整備、転職を円滑化するための体制（公共施策、企業内体制）の整備などを行う。

女性、高齢者の就業については、支援体制の一層の充実を図る。

さらに、環日本海諸国との人材面での交流についても先行的に進めていくことを目指す。

【プロジェクトの提案】

① 社会人育成システムの充実

■プロジェクトの趣旨

これからの時代にあっては、個人のもつノウハウ・知識が従来以上に重視され、人材の流動化も進むことから、企業で働く人は個人としてビジネスに役立つノウハウ、スキル、知識を身につけながら、職歴（キャリア）を形成していく必要がある。

しかも、企業によるOJTには限界があることから、学校等においてビジネスに結びつくスキル・知識を学ぶ場が必要であるため、企業と大学、学校等の連携により社会人として役立つ実践的な教育プログラムを提供する。

■事業内容

- 企業人、企業人OBによる学校での講座の開設
- 学生、生徒の企業での研修としての勤労（1か月～半年程度）
- 企業内研究者、大学研究者等の相互の人材交流
- 大学等における社会人講座、ビジネススクールの充実
- 自己啓発優遇税制の整備

■事業主体

- 企業は大学、高校等における講師として人材を提供するとともに、学生等の勤労体験を受け入れる。
- 県内大学、高校等は企業と協力しながら社会人として必要とされるスキルの確立を促進する。

■参考事例

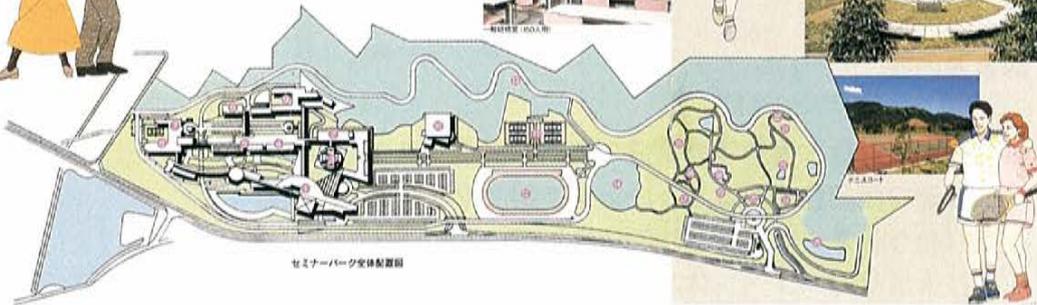
- 長岡技術科学大学における企業での研修システム
- 大学研究者と企業研究者の人材交流（各大学、主に理工系）

【 山口県セミナーパーク 】

ZONE GUIDE

恵まれた自然を、学びに、遊びに生かしました。

背後の陶ヶ岳などの自然環境を最大限に生かし、豊かな緑に包まれたキャンパスをイメージしています。交流や訪らの場ともなるフォーラム、プロムナード、自然ふれあいゾーンのエントランスには山口県産の石材によるモニュメントも設置し、四季の樹々の香りの中に憩いと潤いが感じられます。



建物施設関係

能力を高め、教養を深める
クリエイティブな環境

- ①管理 理科研修棟 エントランスホール、事務室、真室、ラウンジ、図書室、物産実験室、プラネタリウム
- ②一般研修棟 150人、90人、60人、30人、15人用各一般研修室
- ③講堂 客室300人
- ④社会福祉研修棟 言語実習室、リハビリテーション実習室、調理実習室
- ⑤情報、教科研修棟 情報研修室、マルチメディア室、音楽研修室、幼児教育研究室他
- ⑥技術研修棟 木工、金工機械実習室、電気工作室
- ⑦教育相談棟 プレイルーム、相談室、自習運動室
- ⑧発達相談棟 プレイルーム、水泳訓練指導室、感覚知覚訓練室、相談室他
- ⑨宿泊棟 研修者用4人、一般用196人、講義用5人
- ⑩体育館 バスケット1面、バレーボール2面、バドミントン3面

屋外施設関係

自然に親しみながら、心身ともにリフレッシュ。

- ⑪テニスコート 全天候型（硬式）4面（750後援明致体育会2面）
- ⑫運動広場 全天候型トラック300m
- ⑬タロスカントリーコース 全長2.5km、夜間3km
- ⑭芝生広場 多目的広場4,500㎡
- ⑮県水・市町村木展示園 県及び市町村の花木の展示、49種174本（株）
- ⑯万葉植物園 万葉集に載った古代の植物の展示、52種
- ⑰道徳展示園 県内古代道徳の発祥、出土実物の展示、出土品レプリカ15点展示
- ⑱渓道・水車小屋 水辺の憩意、つき口2基、ひまじ1基
- ⑲庭園 伊豆アジサイ、キヤブ等27種
- ⑳花壇・景観園 シバヤクサ等9種、ナツメクシ等1種
- ㉑桜石標本園 山口県産の桜石の展示、24種180種
- ㉒花木園 四季の変化を感じさせる花木70種約400株
- ㉓水中生物飼育池 魚類・淡水魚等小動物の飼育
- ㉔農作物栽培園 作物の増付け、収穫体験学習の場
- ㉕野鳥観察園 調整池と農作物を活用した野鳥観察園



② 人材流動化サポート体制の整備

■プロジェクトの趣旨

今日の企業経営はより高度になるとともに、激しい環境変化に対応して流動的になるため、企業にとっては質的に高度な人材をタイムリーに確保することが重要となっている。

流動的な状況の中では職種による労働需給のミスマッチが発生しやすいが、これらのミスマッチを企業内で解消することは難しく、さらに、社会的に適材適所を妨げることにより失業者（顕在的・潜在的）の増大を招きかねない。

そこで、企業内にとどまらず人材の流動化を円滑にし、適材適所を図ることで、企業経営にとっても、就業者のキャリア形成にとってもメリットを発揮できるような仕組みを目指す。

■事業内容

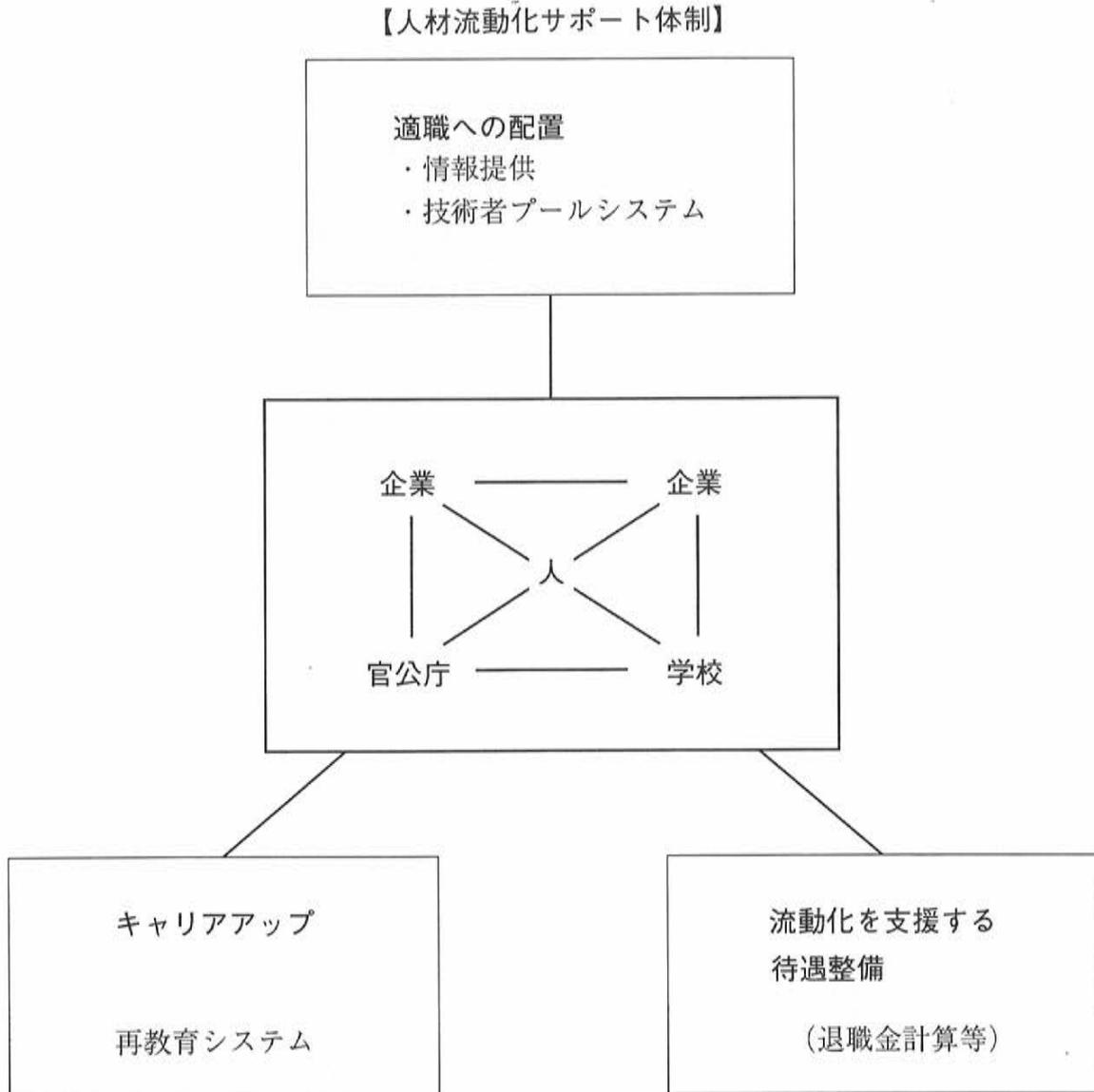
- 民間と行政・大学等の派遣の実施、企業間での出向
- 労働の流動性を阻害しない企業の制度や公共政策の実施
(給与体系の整備、保険制度等)
- 技術者登録・プール体制の整備
- 再教育システムの整備（民間ベース、公的支援の双方）

■事業主体

- 企業は相互の人材派遣、流動化のための情報交換を進める。
- 大学は企業との人事交流を進める。
- 県、市町村は流動化を支援する体制を整備するとともに、人材の相互派遣等を行う。
- 国には雇用調整企業から転職者を受け入れた企業に対する補助金の新設などを要望する。

■参考事例

- 労働者派遣事業
- 有料職業紹介事業



③ 環日本海人材交流システムの構築

■プロジェクトの趣旨

新潟県の今後の発展のためには、環日本海諸国との交流の拡大が戦略的に重要であり、交流を拡大するためには、経済交流や文化交流と併せて、それらの基盤となる人的交流の促進が重要である。

そこで、環日本海諸国との人的交流を進め、新潟県が様々な交流面で他県をリードすることをねらいとしたプロジェクトを進める。

具体的には、環日本海諸国の留学生や技術者の呼び込み、ビジネス等の専門家や芸術家・文化人等の呼び込みなどを行うことにより、長期的な視野に立って、環日本海諸国との交流を仕掛けていくこととする。

■事業内容

- 環日本海諸国からの留学生への奨学金支給、留学生会館の整備、制度のPR、ホームステイによる受入れ体制の整備
- 県民の環日本海諸国への留学に対する奨学金支給、制度のPR
- 環日本海諸国からの技術者の研修の受入れ
- 対岸諸国の語学、ビジネス情報、文化情報等に詳しい専門家の招聘
- 環日本海諸国を含む県内外の芸術家、文化人に対する支援
- 海外子弟の教育体制の整備（ロシア人学校、中国人学校）

■事業主体

- 基本的には県が中心となって整備する。
- 留学生、技術者等の企業での研修の受入れ、宿泊施設の提供等については企業が積極的に参加する。

■参考事例

- 湘南国際村
- 海外技術者の企業での受入れ
海外技術者研修協会による実施

【 湘南国際村 】



区分	種類	室数	備考
会議・研修	国際会議場	1	200人収容
	研修室	7	50～14人収容
	討議室	7	10～7人収容
宿泊	シングル	80	うち30はツイン仕様
	ツイン	12	
	メゾネット	3	応接、補助寝室、簡易キッチン付
飲食	カフェテリアレストラン	1	100人収容
	レストラン	1	30人収容
	コーヒーラウンジ	1	
その他	温水プール、サウナ、ジャグジー 談話コーナー、ポケットラウンジ、ランドリー 長期滞在者用自炊室、売店		

④ 女性、高齢者の就業支援システムの構築

■プロジェクトの趣旨

核家族化や高齢化が進むと、個人にとっての家事負担や介護負担、育児負担等が次第に大きくなる。そして、家事・育児・介護等について家族内だけで取り組むことになると、個々の家族にとって負担になるのみならず、女性や高齢者の就業が阻害される点で社会的にも大きな損失である。

従って、こうした分野に対しては社会的に支援体制を整備することが必要である。既に公的分野では保育所やデイサービスセンター、ショートステイなどのプログラムを用意しているが、今後とも充実させていく必要がある。また、民間ベースのサービスについても行政サービスのすき間を埋めるためにも充実させる必要がある。

本プロジェクトは、人材の能力の発揮という観点から、特に女性や高齢者の就業を支援する体制整備を進めることをねらいとする。

■事業内容

- 保育施設拡充、保育時間の延長
- 女性・高齢者の職業、技能訓練体制の充実、企業による協力
- 民間ベースでの職業教育スクールの充実
- 民間事業としての介護・育児サービス体制の整備
- 介護サービスのネットワーク化、ケア・サービスの提供

■事業主体

- 公的支援として行われてきた分野については県、市町村等が主体的に事業を進めながら企業が積極的に協力する。
- 民間ベースでの事業については、公共サイドと協力しながら事業化を図る。

■参考事例

- ケア付きマンション
 - 再就職紹介システム
- 民間ベースでの事業として行われている。

【しあわせ村 神戸市】

規 模	敷地面積2,050,000m ²
総事業費	40,000百万円（工事費38,500百万円・土地購入費1,500百万円）
主な施設	総合センター・神戸勤労者総合福祉センター・神戸リハビリテーション病院・保養センターひよどり・痴呆性老人保護施設・重度身体障害者授産施設・精神薄弱者通所授産施設・精神薄弱者通所更生施設・農園・果樹園・ローンボウルズ場・温泉健康センター・日本庭園・テニスコート・アーチェリー場・芝生広場・運動広場
利 用 者	平成元年度（延べ）約1,180千人
	神戸市総合福祉ゾーン「しあわせ村」・神戸リハビリテーション病院



（全国都市の特色ある施策集 第一法規）

【行政施策との連携のあり方】

「社会人育成システムの充実」については、企業と県内大学、高校等による協力が不可欠であり、先ず、産学官で人材育成に関して検討するところから始める必要がある。大学や高校等の側では企業による協力を円滑に受け入れることが求められる。

「人材流動化サポート体制の整備」については国、県等による支援制度の充実が求められるが、民間サイドでも具体方策について検討を進めることとする。

「環日本海人材交流システムの構築」については、留学生会館の整備、奨学金制度の充実等について県の協力を求める。

「女性、高齢者の就業支援システムの構築」については、公共による既存施設の機能強化を期待する。

その他の行政施策としては、以下のものが必要であると考える。

●知的ネットワークの整備

- ・新潟県のプレーンとしての各界のエキスパートのネットワーク
- ・行政、大学、シンクタンク、民間等からなる、実効的な組織として「新潟地域振興会議」（仮）を設置する。

●自己啓発優遇税制の導入

職業能力を高める目的で自己啓発による自己教育訓練投資を行う人々の投資経費を課税対象所得から一定の基準にしたがって実額控除する。

おわりに

— 今後の取り組みに向けて —

- 今回の提言は、新潟経済同友会として初めてのものであり、新潟県の経済人としての問題意識を踏まえ、未来を展望しながら新潟県のあるべき姿として、まとめたものである。

新潟県の将来方向については、県内の様々な主体による考え方があろうが、本ビジョンを一つの参考に、全県的に議論が活発化することを期待したい。

- 本ビジョンでは、経済同友会として考えた新潟県のあるべき方向性から発想したものであり、プロジェクトの実現に向けては、今年度以降、検討をさらに深めていくこととしたい。

具体的には、

- ・ 当面の重点プロジェクトの絞り込み
- ・ 重点プロジェクトの具体的な検討

を進めていく。

なお、プロジェクトの実現に当たっては県内諸機関との連携が不可欠であることから、各方面においても本ビジョンにおけるプロジェクト提案の検討をお願いしたい。

そうした活動を通じて、21世紀がより身近で活力のあるものとなることを願うものである。

以上

この提言は、一般行政委員会、情報委員会、環境委員会、企業経営委員会、事業化プロジェクト委員会、国際問題委員会から出された意見をもとに、地域委員会がとりまとめた。

地域委員会委員

委員長	有 沢 栄 一	[株]有沢製作所・取締役社長]
副委員長	有 田 浩 三	[東北電力(株) 新潟支店・常務取締役支店長]
	江 村 隆 三	[株]第四銀行・専務取締役]
	中 野 進	[新潟交通(株)・取締役社長]
	本 間 彰 弘	[佐渡汽船(株)・取締役副社長]
委 員	阿 部 大 爾	[阿部精麦(株)・取締役社長]
	飯 田 浩 三	[株]ホテル泉慶・取締役社長]
	石 原 弘 二	[北越メタル(株)・取締役社長]
	井 田 哲 生	[株]大光銀行・取締役頭取]
	市 嶋 健 吉	[柏崎信用金庫・理事長]
	梅 田 健 次 郎	[株]当間高原リゾート・取締役社長]
	荻 野 順 次 郎	[株]ホテルセンチュリーイカヤ・取締役社長]
	尾 崎 悌 二	[村上信用金庫・理事長]
	加 賀 谷 久 司	[株]新潟伊勢丹・取締役社長]
	風 祭 康 彦	[越後交通(株)・取締役社長]
	加 地 一 志	[鹿島建設(株) 北陸支店・取締役支店長]
	川 西 邦 夫	[北海道東北開発公庫 新潟支店・支店長]
	齋 京 稔	[直江津信用金庫・理事長]
	佐 藤 一 成	[越後ステーション開発(株)・取締役社長]
	佐 藤 実	[新潟県信用組合・理事長]
	茂 野 新 一	[蒲原鉄道(株)・取締役社長]
	島 田 繁 富	[株]島田組・取締役会長]
	清 水 正 之	[渡長建設(株)・取締役社長]
	菅 野 淑 夫	[日本海エル・エヌ・ジー(株)・取締役社長]
	高 木 二 三 男	[新発田信用金庫・理事長]
	高 澤 英 介	[菊水酒造(株)・取締役社長]
	高 田 瑞 夫	[株]大和新潟店・常務取締役支店長]
	高 野 宏 一 郎	[マルゴ味噌(株)・取締役社長]
	高 橋 作 衛	[協栄信用組合・理事長]

高橋 敏 [白瀧酒造(株)・取締役社長]
竹内 寿 [株イチコ・取締役社長]
竹村 好弘 [株フジタ 北陸支店・支店長]
近田 喜三郎 [高田信用金庫・理事長]
富山 貢太郎 [株日本興業銀行 新潟支店・支店長]
永野 勇 [永野司法書士事務所・所長]
西谷 昇 [株オークラホテル新潟・取締役社長]
野海道 保充 [株名古屋三越 新潟店・取締役店長]
野崎 正平 [一正蒲鉾(株)・取締役社長]
藤木 泰輔 [株藤木鉄工(株)・取締役社長]
船山 由喜男 [株会津屋・取締役社長]
古川 良二 [加茂信用金庫・理事長]
細川 恭一 [株中越興業・取締役社長]
本田 登栄 [株共栄建設(株)・取締役社長]
町田 仁 [日産プリンス新潟販売(株)・取締役社長]
松本 正雄 [株石橋組・取締役社長]
丸山 耕平 [株マルヤマ(株)・取締役会長]
丸山 秀二 [株丸山工務所・取締役社長]
水倉 征一 [株水倉組・専務取締役]
渡辺 秀樹 [株渡辺産商(株)・取締役社長]

[平成7年3月]

以上

新潟経済同友会

〒950 新潟市東大通2丁目1番18号 だいし海上ビル4階
TEL.025-241-1151 FAX.025-241-7100