

内川未来戦略会議 報告書

2025年3月25日

- 前提：なぜ内川なのか？
- 内川周辺エリアの現状
- 内川未来戦略会議とその議論
- 内川未来戦略
 - 価値とビジョン
 - 4つの指針と体制
 - ビジョンのKPI
- まとめ
- 参考資料

前提：なぜ内川なのか？ 5つの理由

1. 内川エリアの魅力が関係人口の入口になる

- 独自の景観や、映画などのロケ地としての知名度が観光客・ファンを惹きつける
- 過去10年で30軒以上の新規出店があり、賑わい創出の起点となっている

2. 「関係人口」は射水市が掲げる人口戦略の柱

- 射水市は地方創生の目標として「関係人口132万人」を設定
- 定住人口の減少を補い、外から地域に関わる人を増やすことを政策的に重視

3. 地域経済の活性化に直結

- 関係人口はリピーターや長期滞在者になりやすく、継続的消費・交流が生まれる
- 起業・副業などによる地域内の雇用創出やビジネスチャンスの拡大にもつながる

4. 地域コミュニティの担い手を増やす

- 祭りや地域イベントへの外部参加者が担い手不足を補完
- 外部からの新しい価値観やアイデアが地域に刺激を与え、持続的な運営を後押し

5. 国および県の政策とも連動している

- 政府は「観光以上・移住未満」の関係人口創出を地方創生の柱に据えている
- 射水市の取組みは、国や県の支援制度やモデル事業と連携しやすい立場にある



「日本のベニス」として様々なメディアで紹介され、フォトスポット・ロケ地として注目を浴びている。

海王丸パークや魚市場など地域全体で連携することで、更なる観光可能性も眠っている。

明日新聞デジタル > 記事

佐藤美千代 2024年9月27日 11時00分



内川の両岸に設置された竹あかり=2024年9月12日、富山県射水市立町



高さ2.3メートルのあかり200本と、小型の
ぼんぼり90個が今月、川の駅新湊周辺の両岸
に設置された。11月下旬まで、午後6時半～



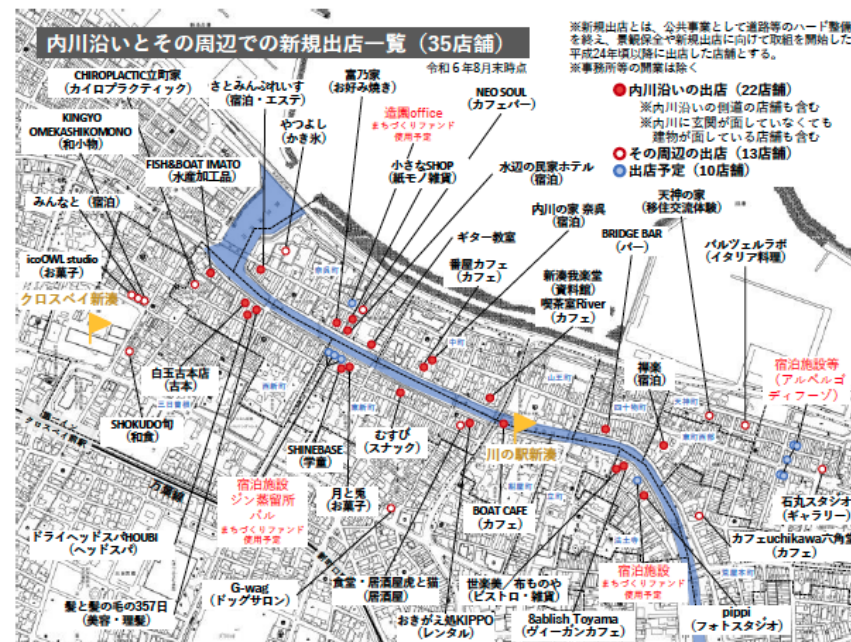
日本のベニスといわれる美しい港町・富山県射水市内川

日本海に面した射水（いみず）市の内川周辺は、19世紀に北前船の中継地として栄えてきた港町です。川の両岸に漁船が建ち、繁華を築きあげた風景は、どこか懐かしさを感じさせる。日本のベニスといわれており、近年映画のロケ地としても注目されています。



出典： <https://www.ana.co.jp/ja/jp/japan-travel-planner/toyama/0000016.html>

約10年で**35**店舗が新規出店



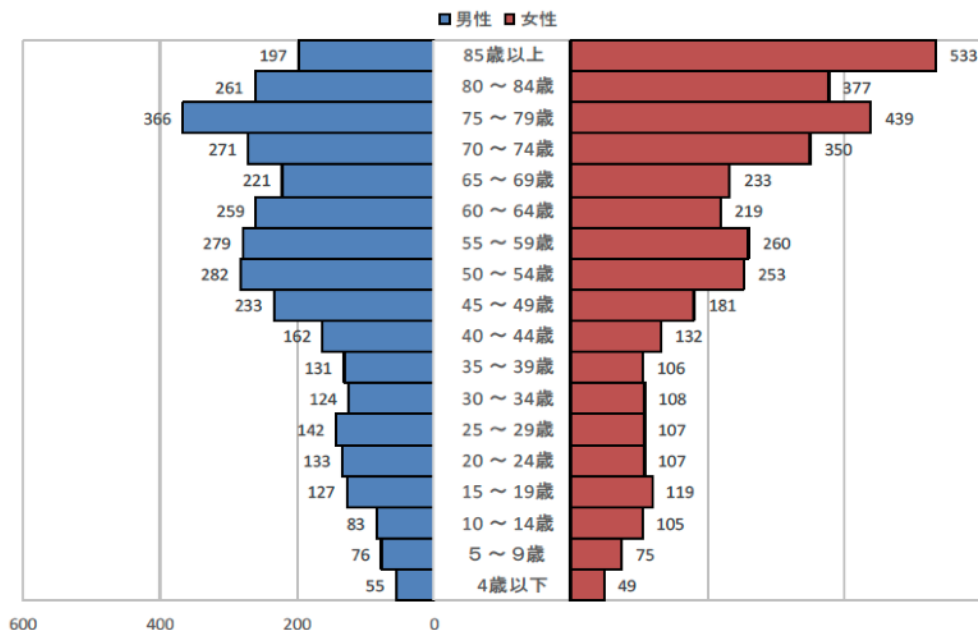
一方で、急速に進む高齢化と人口減少により、移住や新規出店を遥かに上回る速度で空き家が増加。

注目はされながらも、住民は急激に減り続け、この先地域としての維持が困難になりつつある。

今こそ、内川エリアの未来へのビジョンおよび大胆な打ち手が求められている。

85歳以上の女性が最も多い層

内川周辺エリアの人口ピラミッド



人口は10年間で約 **2割** 減少

2014.3.31

12,129人



2024.3.31

9,745人 (△2,384人)

空き家数は10年間で **27.2%** 増加

2011年

526戸



2021年

669戸 空き家率14.3% (+143戸)

内川未来戦略会議の概要

「価値ある内川をどのように未来へつないでいくべきか」を大きな論点として、
内川エリアのブランド価値を向上させ、戦略的打ち手を明確にするため、
「内川未来戦略会議」を立ち上げ、地域内外の専門家・プレイヤーと共に議論を進めてきた。

▼内川未来戦略会議 委員

氏名	役職	備考
青井 茂	株式会社アトム代表取締役	
明石 あおい	株式会社ワールドリー・デザイン代表取締役	
五十嵐 友輔	越中祭青年会副会長	
加治 幸大	株式会社imizutto代表取締役	
木村 広	株式会社新湊観光船取締役専務	
高木 新平	株式会社ニューピース代表取締役CEO	副座長
中川 めぐみ	株式会社ウオー代表取締役	
永谷 亜矢子	立教大学経営学部客員教授	
野口 和宏	富山湾しろえび倶楽部発起人	
福田 和則	株式会社エンジョイワークス代表取締役	
牧田 和樹	一般社団法人射水市観光協会会長	座長

▼会議開催状況

	開催日	テーマ
第1回	2024年7月29日	課題及び会議のゴール設定
第2回	2024年8月23日	稼げる観光と祭りの持続可能性
第3回	2024年9月20日	地域の価値を上げるエリアマネジメント
第4回	2024年10月15日	水産資源や水辺を活用した観光
第5回	2024年11月29日	移住や店舗開業における課題や可能性
特別会	2025年1月25日	加古川視察&目指す姿と戦略に関する議論
第6回	2025年2月13日	目指す姿と戦略に関する議論
第7回	2025年3月11日	目指す姿と戦略に関する議論

※会議議事録に関しては、参考資料に記載

実際に、地域の担い手不足による課題はすでに発生していて、
観光の受け皿も不十分であり、そもそも今の内川で「観光」を主要産業として掲げるべきか、
「内川」という地域の戦略設計から考えていく必要がある。

全国各地の祭礼が抱える地域課題

- ▶ 少子高齢化や過疎化による担い手不足。
- ▶ 維持管理における費用面の問題。
- ▶ コロナ禍における祭りの在り方の変化、また祭り離れの深刻化。
- ▶ 気候変動による祭りの開催時期の変更の検討など

(五十嵐委員プレゼン資料)

それでも難しい、内川単独での観光戦略

- ✓ 観光という視点では、観光客目線も受け入れ側目線としても内川のための戦略は良策とは言えない
- ✓ そもそも、今の内川で、「観光」を主要産業として掲げるべきか？高単価層が来たとしても、消費する場所がない。観光公害になりかねない
- ✓ まずは、地域の戦略設計においての観光を見つめるべきではないか

地域での観光戦略が重要

- ・ 近隣の、海王丸パーク、きっときと市場との連携をどう図るのが重要
- ・ つまり、「射水市の観光戦略」の一部としての「内川観光実行プラン」を考える
- ・ しかし！その他の地域も課題山積：
海王丸パークも観光消費額が乗船しなければほぼ0円
きっときと市場も魅力的と言えるか？かにが不在の春・夏は？

→まずは、射水市として、観光受け入れをどう戦略を立てるかが重要

(永谷委員プレゼン資料)

今は「内川」を誰に対してどう伝えたいか、見せていきたいかが不十分であるため、
景色の写真を撮るだけの観光客が増えていく情報発信となっている。

中川からのご提案①

“すでにある”素晴らしい魅力を
「誰に」「どう」見せたいか決める！

(中川委員プレゼン資料)

内川の情報発信：内川を知らない人たちから見た内川とは？

現在の内川の「見せ方」・「見られ方」

「内川 富山」検索mにて情報が掲載されてるコンテンツは4つ。
ほぼ内容が一緒

✓ 橋

✓ 着物で散策

✓ カフェ

✓ 遊覧船



- そもそも、内川を訪れてほしい人たちは、浴衣を着て、カフェに行き、写真を撮りまくる女子、で良いのか？
- オーバーツーリズムの典型タイプではないか？
- とはいえ、魅力的コンテンツである、白エビ、宿泊施設、ブリッジパーについては、情報発信するべきなのか？

内川として、
あるべき姿が描けていますか？

(永谷委員プレゼン資料)

内川の望ましい姿を考えたとき、主役は観光客ではなく住民であり、
地元の人たちは「変わらない内川であってほしい」と思っており、
「地元民も集う内川であってほしい」と願っている。

地元住民が願う「内川」の未来図について

地元民も集う「内川」であって欲しい

- ▶ 内川周辺は生活の場 … 住民は普段からの観光地化は望まない？
- ▶ 変わらない「内川」であって欲しい … 住民が守る意識付け
- ▶ 誰のための「まつん(祭り)」か … 「おわら」にはなって欲しくない

(野口委員プレゼン資料)

エリアマネジメントの主役を考える時、観光客になりがちだが、住民の方たちが第一の主役になるべきだと思う。住民の方々が望む先にマネタイズや、持続性を考えていくべき。(中川委員発言より)

内川は地元民の日常の生活空間であることを尊重し、観光との調和を図る必要がある。急速な変化に不安を感じる住民が多いと思う。住民も含めて会話をしながら時間をかけて変わっていったら良い(野口委員発言より)

ただし、住んでいる人、地域で活動している人も
共通認識、同じ未来像を持てておらず、ポテンシャルをいかせていない。

内川はエリアとして価値があるのに、今は個々人が別々に活動している印象。

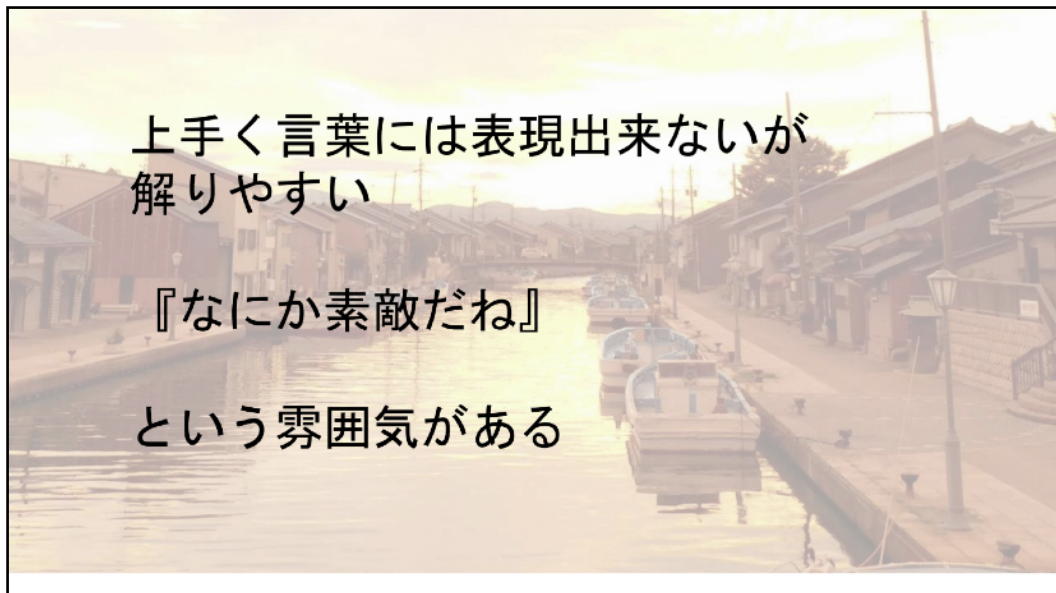
これから10年後、20年後、内川がどういうエリアになっていくのか、どういう景色を残し、どの部分を変えていこうとしているのか、キープレイヤーでも共通認識が持てていないと思う。

（高木委員発言より）

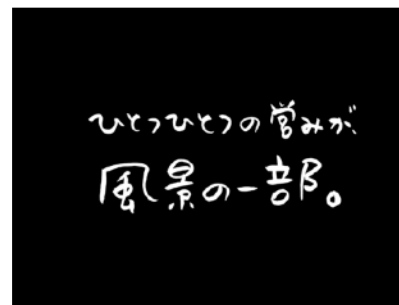
内川のポテンシャルをまだ活かしきれていないとも考えている。内川に集まった多様な人びとが同じ未来像を見ることができれば、内川のポテンシャルは更に発揮できると考えている。（明石委員発言より）

個性豊かな地域プレイヤーがいる鎌倉では暗黙の共通認識がある。海というわかりやすいコンテンツもあるが、それだけでなく潜在的な理解に基づいているんなかたちで表現し、発信している。（福田委員発言より）

現状は、景色でしか内川の魅力が伝わっていないが、
内川にある「なにか素敵だね」という雰囲気は漁師町の風情、営みが生み出すものであり、
風土的価値・文化的価値によるものである。



(木村委員プレゼン資料)



(明石委員プレゼン資料)



(青井委員プレゼン資料)

漁師町の風情が内川の魅力であり、景観は生活の結果として
存在するものである。(明石委員発言より)

内川で残すべき、守るべき景観とは建物ではなく情景である。
情景は住んでいる人（漁師町で暮らす人々）がいないと成り立たない。



富山県成長戦略カンファレンス「しあわせる。富山」
日 時：2024年11月23日（土） 10:30～11:55
登壇者：牧田座長、高木副座長、明石委員、永谷委員
場 所：クロスベイ新湊

【議論の内容抜粋】

- 内川の人口減少、空き家問題は深刻な課題
 - ここ10年でも失われていくものの多さを感じている
- 今は住民の善意で風景が保たれている
 - 何かしらの基準や景観条例を作った方がいい
- 住んでいる人が良質な時間を過ごせているが重要
 - 景観に力点を置くと住みづらくなってしまう
- 内川の景観＝建物ではなく、**守るべきは情景ではないか**
 - 住んでいる人がいないと成り立たない

ただ、現在は漁業や漁師の暮らしと生活者・消費者の接点がなく、
漁業の文化や暮らしを体験できる機会が足りていない。

水産資源や水辺を活用した観光 ③

内川周辺での鮮魚販売

- ▶ 定期的な鮮魚販売(マルシェ) 地元民にとっても「どこで地元の魚が買えるのか？」
 - ・行商文化の消滅、鮮魚販売店の減少
 - ・スーパーの魚揃えの画一化
- ▶ 大衆魚 = 身近な魚 の販売
- ▶ 漁業者と消費者の接点

ゆくゆくは、飲食店の出店・キッチンカーなども誘致し、
地元民も集う「内川」へ

(野口委員プレゼン資料)

特にやることが無いよね

途中で食べ歩き出来るところが無いよね



体験が足りないよね

(木村委員プレゼン資料)

今は住んでいる人たちの善意で景観が守られているが、
漁師の営みを守らなければ、内川ならではの景色の維持も難しくなっている。

漁業者にとっての内川とは ②

昔

職住近接

- ▶ 生活の場であり、船の係留地
- ▶ 海から奥まった係留地 → 波浪から船を守る

今

船の大型化にともない、係留地を内川の外へ

(野口委員プレゼン資料)

内川に停泊している漁船の補助をしませんか



(木村委員プレゼン資料)

一方で、過去を守るだけでは明るい未来を作ることとはできず、
足りないところは埋める、過去を生かして新たな魅力を作っていく必要がある。

今起きていることは「過去」の産物
「過去」では「明るい未来」はつukれない

必要なことは獲りにいく・足りないことは埋める
熱意・行動 外にでる

伝わらなくても感じとってくれる（共感）
内に秘めた力×外に溢れた力（イノベーション）
鉄は熱いうちに打つ（スピード）
何のために打つのか（デザイン）

人は人で磨かれ 街は住む人を映す

（加治委員プレゼン資料）

内川の未来

まずは、レストラン3店舗

- ・ **シェフの公募**
世界中から内川でシェフインレジデンスをしたいシェフを公募する。
富山県の豊かな海・山の幸を活かした料理や商品の研究開発、レストランでの提供を想定。
- ・ **宿泊施設**
シェフやお客様が滞在する場所づくり
シェフインレジデンス
- ・ **学校**
シェフが地元住民や子供たちに対し料理教室・食育をする学校

27

（青井委員プレゼン資料）

内川の魅力＝海業、漁師町であることを認識した上で、
海辺のエリア、市場などエリア全体で捉えて魚で人を呼び込むべきである。

観光は、「点」でとらえるのではなく地域で考える

観光戦略を広域でとらえ、内川としても射水市としても
分散化・周遊型で観光を考えるべき

■ 点としての内川のイメージと課題

内川のイメージ

- ✓ 「日本のベニス」＝水の街
- ✓ マスの観光地のイメージ
- ✓ カフェ+和装（コスプレ）＝「映え」

- ・ 既存情報で呼び込める人達を想定できていますか？
- ・ 「映え」を狙う若者で溢れるのは本意ですか？
- ・ カフェはあるが食事処も少なく、宿も少なく、お土産も少ないなか、撮影する以外の目的を提示できていますか？

■ 広域で観光を考えるとは？



広域観光戦略とは？

- ・ エリア全体での観光客が楽しめることを考える
- ・ 連携した体験コンテンツを提供する
- ・ 域内の周遊により観光消費額をUPする戦略

それが内川の観光戦略になり得るか？

(永谷委員プレゼン資料)

水産資源や水辺を活用した観光 ①

魚で人を呼び込む！

▶ 魚を売る ✕ 美味しいだけではダメ、美味しいのは当たり前

○ その魚にまつわるストーリーが肝心

- ・なぜ、富山湾のホタルイカは100%メスなのか
- ・なぜ、富山湾では冬にブリがあがるのか(ブリ起こし)
- ・なぜ、富山湾のカニは漁場が近く新鮮なのか
- ・なぜ、JF新湊のしろえびはMELを取得できたのか など

▶ 個別魚種の安易なブランディングは避ける

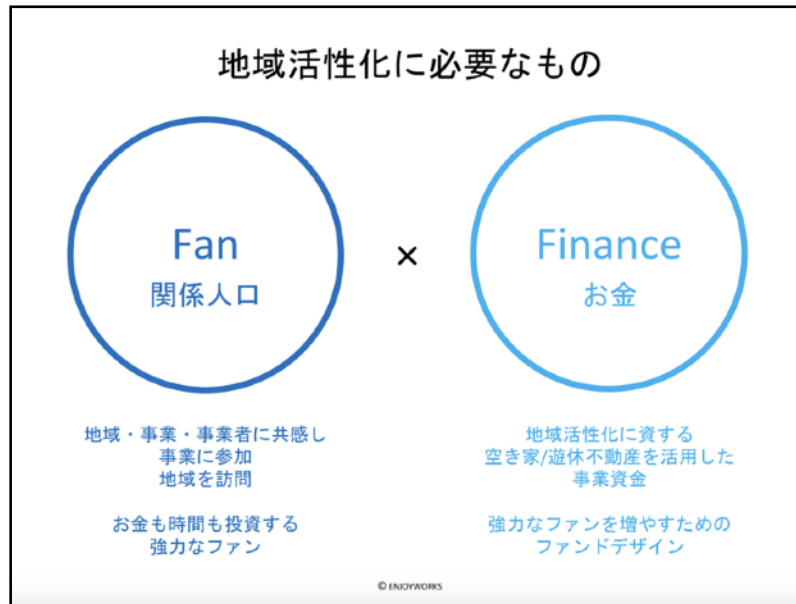
✕ ブランディングには供給量の確保が必須

○ 「富山湾産」「新湊産」がブランド

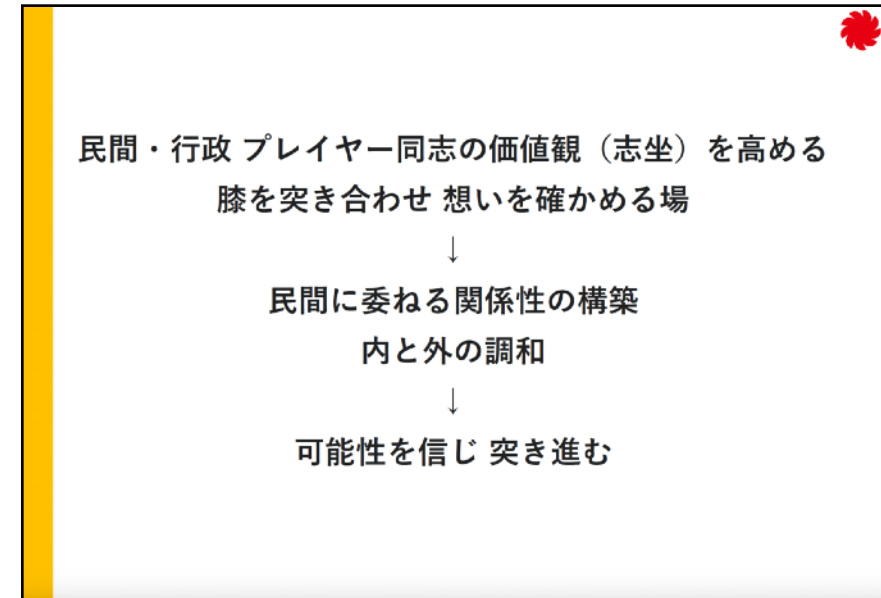
- ・幻の魚はいらない
一いつ食べれるの？そもそも漁獲されるの？
- ・食べたい時に食べられる魚が肝心

(野口委員プレゼン資料)

持続可能な地域を目指すためには行政、民間との連携は不可欠であり、
内川のことを理解し、お金も時間も投資する強力な外の力を取り入れていく必要がある。



(福田委員プレゼン資料)



(加治委員プレゼン資料)

朝市による地域活性化（加古川視察の報告）



加古川朝市（加古川市日岡山公園）

兵庫県加古川市内で毎週末開催される朝市。

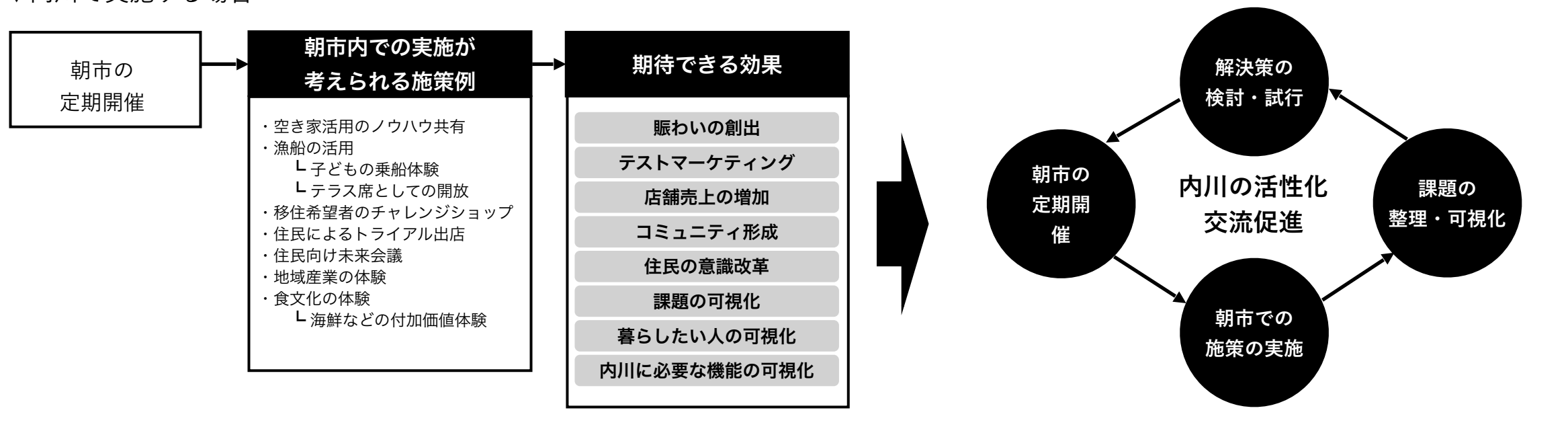
株式会社ムサシにより、人々のつながりと集いの場として開催。

できたての朝食や手作りの商品、新鮮な野菜や鮮魚などの店舗が集まり、
毎回700名程度の来場者が訪れる。

8年間で400回以上にわたる開催によって構築された

「ボランティアと出店者だけで朝市が運営できる仕組み」が評価されている。

▼内川で実施する場合



議論の中で見えてきた課題

価値が不明瞭

景色でしか魅力が
伝わっていない

域内消費が少ない

観光と暮らしの場の両立

空き家問題が深刻

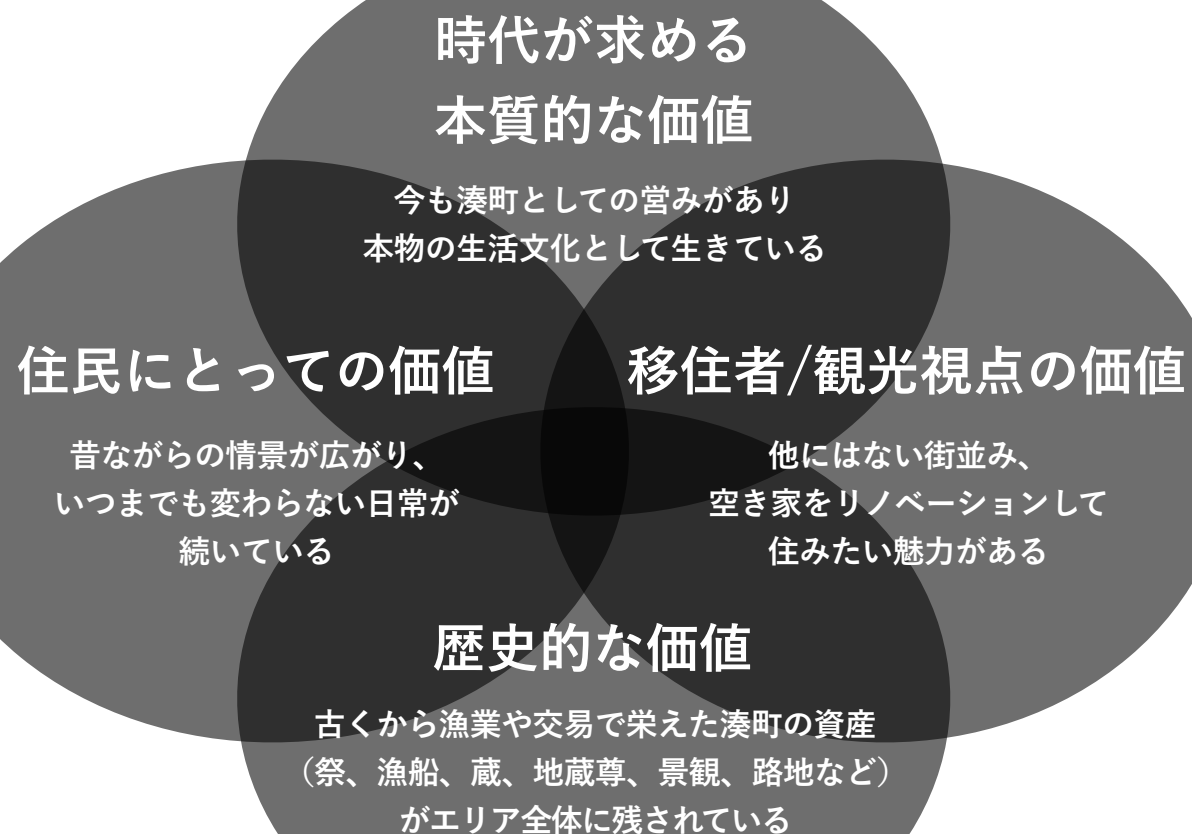
漁業・魚に触れる
機会が少ない

停泊漁船の維持が困難

地域産業、文化等
の担い手不足

様々な課題が取り巻く中で、10年後、内川がどのようなエリアを目指していくのか。
内川が持つ価値を共通認識化し、今打つべき施策を明確にするために議論を重ねた。





「4つの価値」が、 意図せずに重なり合っている 偶然の産物こそ、内川の価値

人口減少、空き家問題、産業衰退などの課題を抱えながらも、なお来街者や移住者たちを惹きつけるのはなぜか。

それは、内川周辺に、今なお人々が暮らし、なりわいが成り立っているなど「湊町としての営みが感じられる」点にある。

形を変えながらも、これからも内川周辺が「まちの営みが感じられる地域」であり続けることが、内川の価値を高め、未来へとつないでいく条件である。

この価値を未来に紡いでいくためのビジョンとは

—— 内川エリアのビジョン（目指すべき未来像）

わざわざ暮らしたい奇跡の湊町

—— 内川エリアのビジョン（目指すべき未来像）

わざわざ暮らしたい奇跡の湊町

↓

85歳以上の女性が最も多い層であり、深刻な人口減少、空き家問題、産業衰退など地域の存続が危ぶまれるなか、それでもここで暮らしたいという人が増え続けること。

↓

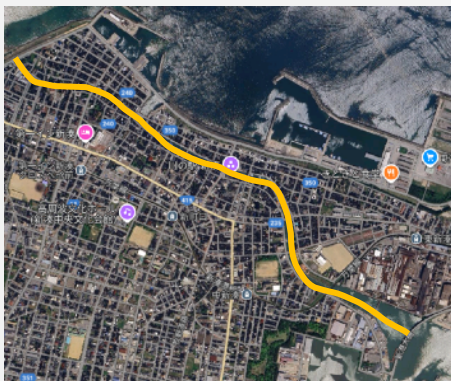
意図せず偶然の積み重ねで、文化、暮らし、営みが継承され、湊町らしい情景を保ちながら、時代が求める価値を体現していることが奇跡であり、未来に残すべき内川の姿。

※湊町…旧新湊市の地名及び大型の船舶が
出入りする港湾ではないことから「湊町」と表記

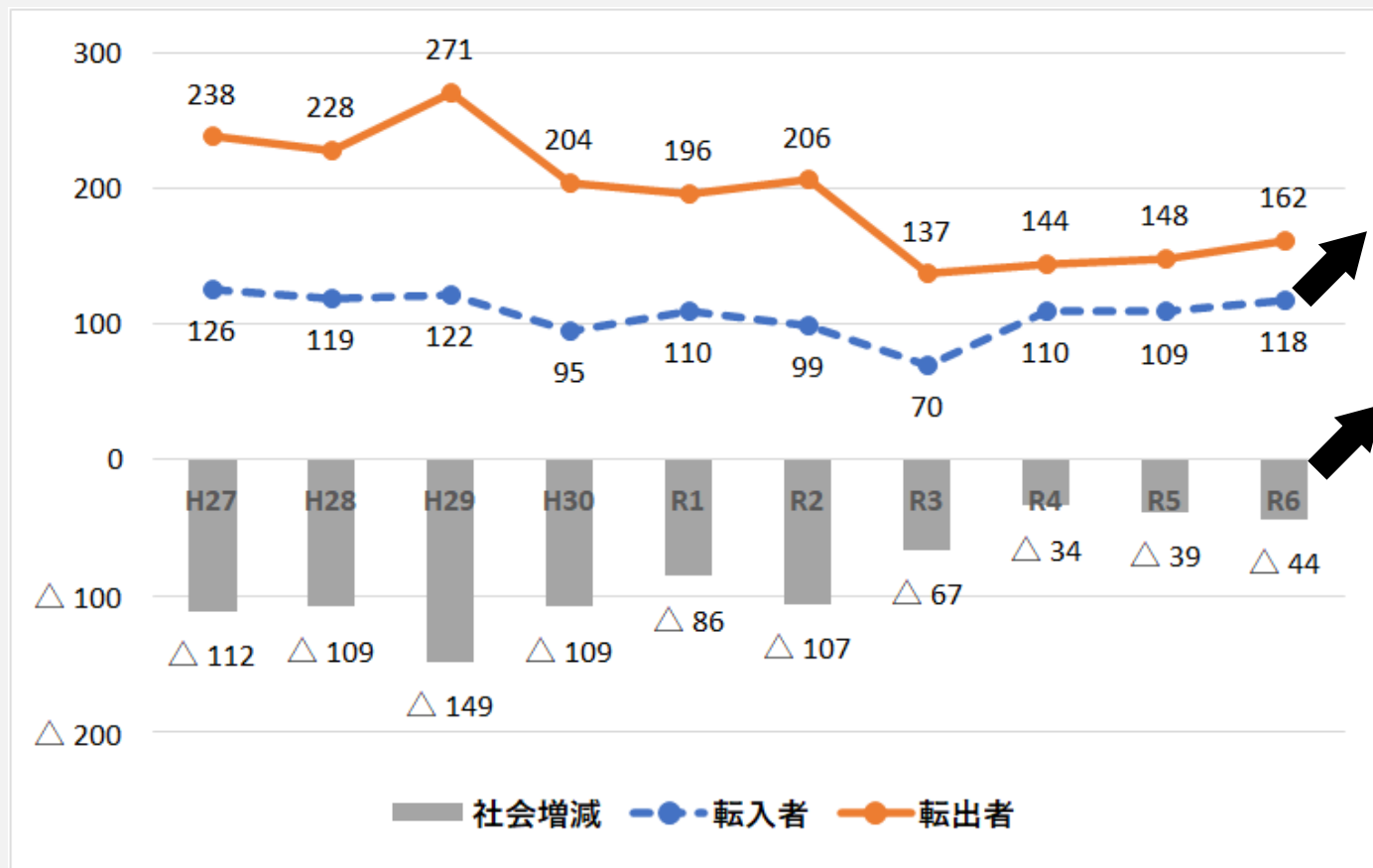
ビジョン	わざわざ暮らしたい奇跡の湊町、内川			
指針	(1) エリアの活性化 交流促進	(2) 内川の情景を 未来につなぐ	(3) 移住者等の 受入体制の強化	(4) まちに必要な 機能の可視化
アクション	朝市の定期開催 ↳ 暮らしたい人を見つけて増やす /マーケティング ↳ 地域住民と来訪者の交流	情景条例等の策定 ↳ 情景（≡ 景観）のルールづくり ↳ 漁船の維持・活用	空き家の徹底調査 ↳ 空き家の実態を把握 ↳ 暮らしたい人のウェディングリスト 作成	未来のまちの担い手が参 加する公開会議の実施 ↳ リノベーションスクールによる実践など リノベーションまちづくりの推進
射水市側の 担当	観光まちづくり課 ↳ 川の駅新湊などを活用し、 民間や市民を巻き込んだ共創	都市計画課 ↳ 景観（情景）のルールづくり 農林水産課、河川・港湾課 ↳ 漁船の維持・活用	建築住宅課 観光まちづくり課 ↳ 空き家の実態を把握 ↳ 暮らしたい人の順番待ちリスト化	観光まちづくり課 ↳ 内川の価値を理解し、意思を持って 暮らしたい人をコミュニティ化
サポート	未来戦略会議委員 ↳ 各施策の分析・助言			

ビジョンのKPI

10年間マイナスが続く
内川エリアの社会動態を
プラスに転換させる。
＝奇跡を未来につなげる。

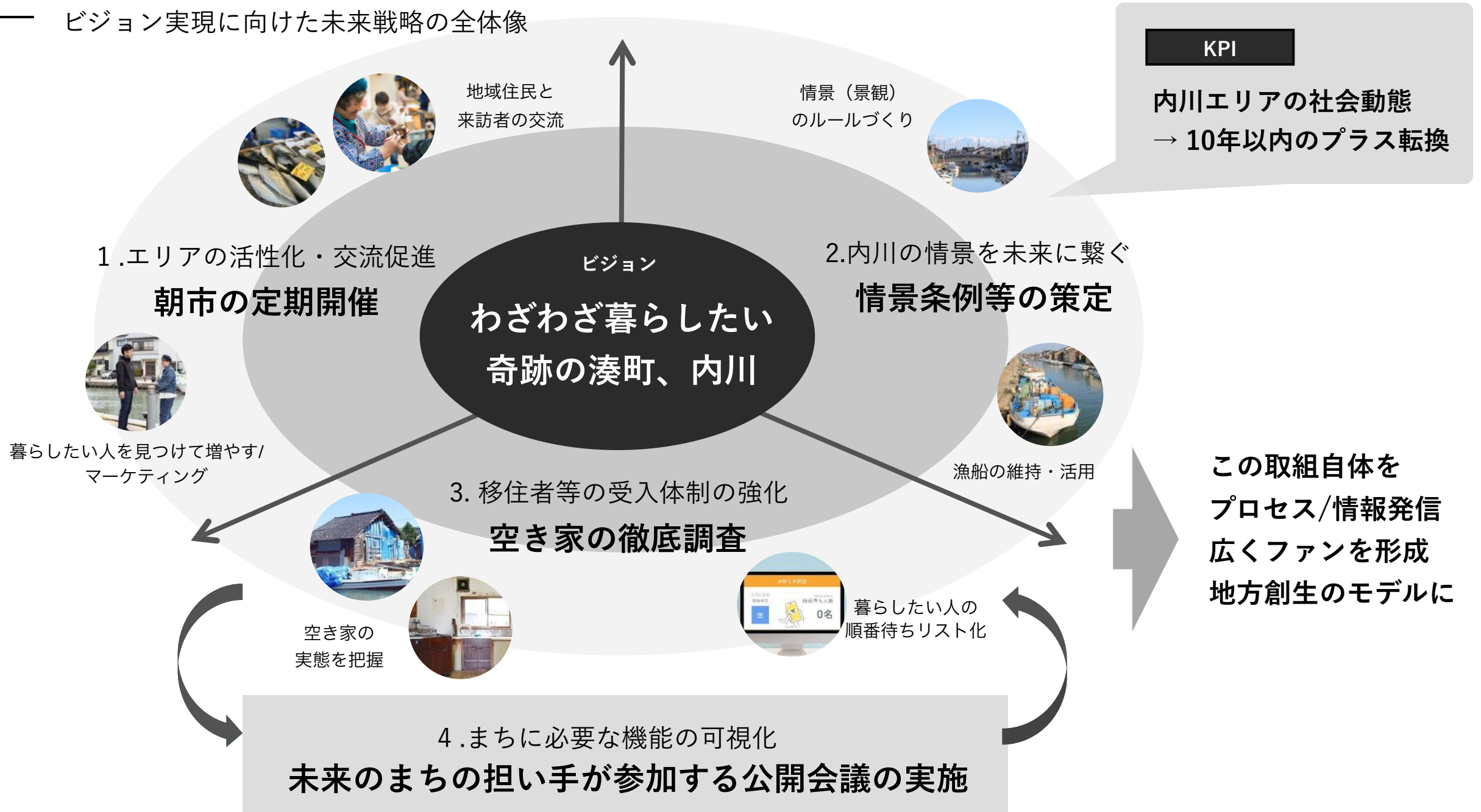


内川（黄色）に面した自治会が対象



過去10年の内川周辺エリアの社会動態

ビジョン実現に向けた未来戦略の全体像



参考資料

内川未来戦略会議の設定

内川の本質や、本来あるべき姿は何なのかを立ち返って議論する

内川の命題とは？

エリアとして価値があるのにも関わらず、内川が持つ価値の共通認識がなく、地元民、移住者や業界を超えた連携ができておらず、別々に活動している

今後10年後、20年後、内川がどういうエリアになっていくのか、
どういう景色を残し、どの部分を変えていこうとしているのか、
内川が持つ価値を共通認識できるようにしていくべき

内川未来戦略会議のゴール

内川の価値を言語化・可視化することで価値を見出し、共有する

その地域の「XXXXっぽさ」が醸成されると、それがいつの間にかブランドになる
住民にも違和感なく蓄積され、外から見るとつい憧れてお金を出したくなるものになる

(他地域の事例)

鎌倉

- 人生を自分らしく生きている人たちがいる
- 鎌倉っぽさの共通認識がある
- 価値が潜在的な理解に基づいて様々な形で表現し、発信されている

瀬戸内

- 穏やかな海に浮かぶ島々、しまなみ街道が通り、各スポットにアートがある
- 思い浮かぶ景色があり、国際的な観光地「SETOUCHI」として認識されている

〈価値を考えるにあたっての課題〉

- 観光に訪れた人は橋の写真をとる人が多いが消費につながっているのか
- 今の内川に大量に人が来ても迷惑ではないか
- どのような人に、どのくらい来てもらいたいのか、フェーズで考えるべき
- 観光なのか、移住なのか、どちらの方向を目指すのか
- 人がいないことを保っていくためには高付加価値をつけることを検討すべき
- 地元の人には自立心が強く地域を強く思うあまり、排他的に受け止められることも

〈内川の持つ魅力〉

- 人のいない時間の静けさと独特の空気感
- ずっと守られてきた川と海が身近にある生活
- 漁師と水辺の側での暮らし
- 空と海の開放感
- 町並み（橋、漁船のある風景、小道）
- 暮らしが感じられる「エモさ」
- 祭りごとに集まるパワー、爆発的なエネルギー
- 内川に暮らす地元への熱量を持った人びと
- 内川の歴史に敬意を持ち、実は初めて会った人にも分け隔てなく接してくれる
- 内川の人たちの日常（外の人にとっては非日常）

第2回テーマ：「祭りを稼げる観光と持続可能な形に」

委員による主な提言

- ・内川の観光ターゲットは適切か？観光客の受け入れ体制を整備すべき
 - ↳ ソフト：高単価な人ではなく対象が「映え」を狙う若者になっており見直すべき／ハード：空き家活用、観光船の活用など価値を上げる体験を作る
- ・観光戦略を点ではなく広域として捉え、分散型・周遊型で考えるべき
- ・射水市として内川の具体的な戦略（KPI・実施項目）を設計すべき
- ・祭りのマネタイズ化すべき（有料席やグッズ販売などのプログラム造成、情報発信、イベント出展などプロモーション）
- ・祭りの地域社会における役割を再認識すべき
 - ↳ 地域内外の持続的なつながりを作るなど、地域課題の解決策となる／地域を知ってもらうきっかけや貴重な観光資源となり、地域経済へ影響を与える

提言を踏まえた、委員による意見交換

あるべき施策の方向性

前提共有の重要性

戦略設計と価値の言語化が重要／祭りの意義や「祭りで稼いで良い」という共通認識を持つべき

内川だけでなく エリア一帯で考える

- ・海王丸パークまで含めたエリアで回遊性を上げる
- ・しろえび漁の充実と連携（マンパワー不足解消が必要）

祭りのガイドの整備、 楽しみ方の充実

- ・どう見ていいかわからない、どこを通るかわからない状態の解消
- ・ガイド役の整備と充実
- ・グッズの充実（推し色など）

祭りの受け入れ体制 の整備

- ・祭りが地域と外をつなぐ、知ってもらう機会という認識を持つ
- ・飲食店が空いておらず、外から来た人が食事ができないという状態の解消

ファクトベースの 祭りの分析と対策

- ・ファクトを分析して具体的な対策を議論する場を作る
- ・人手不足解消や持続可能な形にするためにまち全体で対策を検討する

第3回テーマ：「地域の価値を上げるエリアマネジメント」

委員による主な提言

世界の事例を踏まえても、まちづくりは時間がかかるもの

100年後に向け、まずは20年後の内川を想像し、
世界に誇れるものをつくる → レストラン3店舗を目指す

シェフインレジデンス

- └ 公募：世界中からシェフを公募
- └ 宿泊施設：シェフや客が滞在
- └ 学校：シェフによる地元住民への食育



地域活性化に必要なもの＝ファン（関係人口）×ファイナンス（お金）

人とお金を増やす取り組みを「点→線→面」で広げる

地域活性
ローカルファンド

人材育成と組織構築

点：つくるファンド →人口を増やす（運用期間1年未満）
面：育てるファンド →事業を増やす（運用期間3～5年）
線：持続するファンド→株主人口を増やす（運用期間5年以上）
地域で挑戦する人材の育成と中間支援組織の設立

交流人口→関係人口→株主人口を増やすことを目指す

意見交換の概要

提言を踏まえた、委員による意見交換

具体を決めて進めるべき

- ・何十年先のありたい姿に向かって、期間を区切ってアクションを決める
- ・いつから、どうやってやるのか具体を決めるべき

主役はまちの人

- ・風土や文化的価値について考え直し、住民を含めた会話をしながら変わっていくべき
- ・個人で頑張らず、その場にいる人たちで出来ることを束で見せていく

ファイナンスの重要性

- ・人を呼ぶだけではない戦略の必要性
- ・しろえび漁においても資金面の持続可能性が課題

中間支援組織の必要性

- ・ここ数年で水辺を活用した実証実験を行ってきたが、まちづくり会社や中間支援組織は必要だが、どう作っていくかは課題

第4回テーマ：「水産資源や水辺を活用した観光」

委員による主な提言

〈内川の漁業、水産資源が抱える課題〉

- 景観維持が難しくなりつつある
(船の大型化に伴い、係留地が内川の外へ)
- しろえび漁の観光船は赤字（運行者の手出し）
- 地元民が地元の魚を買えない
- 観光客がやることなく体験が足りていない
- すでにある魅力を「見える化」できてない

▼認知の仕組み、情報発信（誰に、どう見せていくか）

- 魚で人を呼び込む
 - ↳ 美味しいだけでなく、ストーリーが肝心
 - ↳ 幻の魚ではなく「富山湾産」「新湊産」がブランド
- 「ゆるい観光」で地元民も観光客も無理なく楽しむ

▼環境整備

- 小型屋台の貸し出し
- シェアキッチンの使用用途の制限緩和
- 停泊している漁船の補助

▼漁業とそれ以外との連携

- 周辺の飲食店で同じ魚種を使った料理の提供（定期的に旬を味わう）
- 内川周辺での鮮魚販売（定期的なマルシェ、飲食店やキッチンカー出店）
- 料理人と宿との連携（高付加&他付加価値、語り部、ガイド）

提言を踏まえた、委員による意見交換

意見交換の概要

内川の魅力は漁師町、漁業

- ・漁船が並ぶ風景に価値がある。漁師町の風情が魅力。
- ・今は景色でしか価値が伝わっておらず、歴史や文化を体験できる入り口が必要。
- ・漁業を観光資源に活用するなら持続可能な改善が必要。

「このままの内川が良い」と住民は思っている

- ・何もしなければ維持はできない。
- ・どのような場所を目指すのか、住民の意見のすり合わせが必要。
- ・等身大で内川の良さを表現する取り組みが、内川を守ることにつながる。

生活と観光のバランスを懸念

- ・内川は地元民の日常の生活空間。
- ・観光と生活は対立するのではなく、掛け算的な関係を築く必要がある。
- ・観光地化よりも地元の産業を盛り上げることが重要。

内川の価値を言語化、可視化できるのか？

- ・世代ごとに感じる内川の魅力は違う。
- ・魅力は風景や雰囲気などで伝わる部分があり、曖昧なところが多い。
- ・価値をどう決めるか、この戦略会議で決める必要がある。

第5回テーマ：「移住や店舗開業における課題や可能性」

委員による主な提言

内川への移住

- 人口減少でまちが「密」から「疎」になったから、空き家に住める、色々なものが丁寧に見える
- 一つひとつが風景で、その営みの中にいることが貢献だと思っている

移住で見えてきた課題

- 都会に出るより地方に戻る方がハードルが高く、関係人口的な関わりは移住のきっかけになる
- ハレの日の発信が多く、日常生活の情報発信が少ない（今は増えてきた）
- 移住したときの異物反応は必ずあるが、だんだん受け入れられるようになる

起業で見えてきた課題

- 行政に求めるのは精神的な応援。一番苦しい時に支援できないなら、起業時の資金は不要

起業や事業で外の人を巻き込むには

- 外の力を活かして、内に秘めたものを最大限に発揮する → イノベーションが起きる
 - 共感・身を委ねる関係が最大の力を発揮する
 - お互いに足りないところを補う関係性をつくる
- 今、起きていることは「過去」の産物。「過去」では「明るい未来」はつukれない
 - 必要なもの、ことは自分から獲りにいく → スピード感が大事
 - 足りないところは埋めにいく → 信頼関係が必要
- いかに美しく見せるか、デザインを入れるか → **人は人で磨かれ、街は住む人を映す**

巻き込みをさらに加速させるために

- 民間・行政 プレイヤー同士の価値観（志座）を高める、オープンな場づくりが必要

提言を踏まえた、委員による意見交換

意見交換の概要

プレイヤーの活動を 発信、支援していくべき

- 熱量とスピード感を持って活動している人がいることこそ奇跡であり、市として発信していくべき
- 活動する人たちを行政は徹底的に支援すべき

オープンでつながる場が必要

- 自分たちのまちをなんとかしたいという住民はたくさんいるため、話を聞ける場、混ざり合う場が必要
- 限られた関係性にならないようオープンなマインドであり続けることも必要（海外からの受け入れも）

行政は万能ではない

- 行政では解決できない課題、障壁を取り除く協議会や民間との連携が必要
- 行政だからできる支援や枠組み、条例の制定などを本気で考えるべき

いかに普段の姿を 良くしていくか

- 行政も民間も魅力の10を10で伝えきれていない
- 内川の間口が狭い住宅は子育て初期で活用して10年住んで次に譲る、というスタイルもあるはず

これまでの内川未来戦略会議の振り返り／目指す姿と戦略に関する議論（2025.1.25）

START

これまでの内川未来戦略会議を踏まえて、
内川が目指すべき姿、ゴール設定を考える

会議で出た主な問い

Q. 内川の魅力を「漁師町」と表現するのが
適切か？

Q. 内川を表す言葉は「日本のベニス」で
いいのか？

意見交換

Q. 内川の魅力を「漁師町」と表現するのが適切か？

▼実態との乖離

- 漁は行われているが漁師はほとんど住んでいない
- 北前船の時代も「漁師」ではない
- 以前は漁業が中心だったが、今は観光、飲食が主流に

▼内川のアイデンティティ

- 港町という言葉がしっくりくる
- 「港町」「漁港」よりも「湊町」
- 貿易港ではない、魚の美味しさ、船と共にある暮らし
- 魚がうまいまち是全国多数あるので「XXXな湊町」という表現が良いのでは？

Q. 内川を表す言葉は「日本のベニス」でいいのか？

▼メッセージの取り扱い

- メディアなどの発信、ハッシュタグの拡散は止められない
- 自分たちで発信する場合は適切な言葉を選ぶべき

▼伝えるべきこと

- 「日本のベニス」はフェイクっぽさを感じるが、本物と文化があることを伝えるべき
 - もらった魚で朝から刺身が食べられる暮らしがあった
 - 以前は魚屋が並んでいてうなぎ、どじょうが食べれた
- キャッチコピーではなく具体的な目標を掲げる必要がある

目指す姿

日本一暮らしてみたい湊町

- 日本一暮らしてみたい湊町を作るという目標
- 住民は誇りを持ち、外から来る人が憧れる街を目指す
- 住みたいまちランキングに鎌倉、吉祥寺がランクインするようなイメージ

これまでの内川未来戦略会議の振り返り／目指す姿と戦略に関する議論（2025.1.25）

START

「日本一暮らしてみたい湊町」をつくるため
必要なアクションとは？

会議で出た主な問い

Q. 湊町・内川が描くまちに必要な機能とは？

Q. 湊町や漁業を活かした「なりわい」と共に
暮らす人々を増やすためには？

Q. 消費額の向上につながる内川らしい体験を
どうつくっていくか？

意見交換

Q. 湊町・内川が描くまちに必要な機能とは？

▼住民が集う、人口増につながる店舗や施設

- ・ 魚関連の店舗（魚屋、フィッシュレザーの加工など）／銭湯・サウナ／宿（短期だけでなく、中長期滞在、お試し移住）／目的地となる飲食店（パン屋、鮎屋、イタリアン、定食屋、角打ち、クラフトビール） など

▼今後の対応

- ・ 住民の意向を踏まえた必要な機能の整理（エリアビジョン）、ブランディングサイト、情景計画・条例の策定が必要

Q. 湊町や漁業を活かした「なりわい」と共に暮らす人々を増やすためには？

▼空き家の利活用とプレイヤーの呼び込み

└ 空き家の活用

- ・ 空き家の要因は多種多様（使わないが所有していたい、相続や家財道具の整理が必要など）
- ・ 空き家を調査し、売りやすくなる支援や市で買い上げるなどの対策をとり、空き家をオープン化させることが必要
- ・ 目先の利益を重視しない不動産会社をつくるなど、空き家を面的にプールする機能が必要
- ・ 不動産の保有を目的とした会社の設立や資金調達の方法は今後検討する必要がある（SPC、三セク etc..）

└ プレイヤーの誘致、呼び込み

- ・ オープンした空き家を活用し、地域の魅力を高めるためには魅力的なプレイヤーの呼び込みが必要
- ・ 店舗を持たずトライアルで出店でき、地元とのつながりができる朝市はプレイヤー誘致に適している
- ・ 空き家に対して若者にプランを提案させるリノベーションスクール導入の試みを市で進めている

Q. 消費額の向上につながる内川らしい体験をどうつくっていくか？

- ・ 域内消費を増やす・地域経済を活性化させるため、一次産業の六次化による高付加価値の観光体験が必要
- ・ 観光と地域の暮らしの共存を目指した観光計画が必要
- ・ 国の補助金を活用し、宿や屋形船、船のテラス席を活用した体験価値の高いプランを官民で造成する
- ・ 市の直接販売ではなく、旅行会社やDMOに委託する形が望ましい

これまでの内川未来戦略会議の振り返り／目指す姿と戦略に関する議論（2025.2.13）

論点①

加古川合宿を踏まえた戦略のビジョン
「日本一暮らしてみたい湊町」の「日本一」
は違和感があるのでは？

意見交換

▼「日本一」と設定している意図

- ・今ある課題を解決するための目標としてわかりやすい「日本一」を設定している。
- ・外から見たときのわかりやすさを重視しているが、これが絶対ではない。

▼「日本一」への違和感

- ・内川はナンバーワンではなくオンリーワンのエリアなのでは？
- ・「日本一を競う」というのが古く感じてしまう。

→外からみた視点と目標としてのわかりやすさは必要だが、「日本一」ではない

論点②

内川の存続に向けて最大課題である
「空き家問題」と向き合わなければ、
戦略のサイクルを進められないのでは？

意見交換

▼空き家問題の深刻さ

- ・空き家を使って何かしようと思っても、地元民でも探す、見つける、借りるが難しいのが現状。
- ・10年前ならまだ間に合う物件も多く残っていたが、すでに遅い。待ったなしの状況。

▼空き家対策の現状について

- ・射水市の1600件の空き家のうち、4割が新湊・内川。
- ・要因は様々（所有者不明、所有者が施設にいる、ボロボロでもまだ売れると思っている…）
- ・危険な空き家の対策とこれ以上増やさない対応、使える空き家の活用などの軸の対策が必要。

→現状を把握した上で再度議論し、決定的な打ち手と空き家率10%を目指すなどの具体目標（KPI）が必要

これまでの内川未来戦略会議の振り返り／目指す姿と戦略に関する議論（2025.3.11）

論点①

前回の会議を踏まえた戦略のビジョン
「わざわざ暮らしてみたい奇跡の湊町、内川」
について

意見交換

▼「わざわざ」というワードについて

- ・ 誰しもにとって暮らしやすい場所ではないことを「わざわざ」という言葉が伝える。
- ・ ただ、それだけだと等身大の話になるだけなので、思い切って「奇跡」といっても良いのでは。

▼「奇跡」とワードについて

- ・ 内川の過去の価値を保ちながら、時代にシンクロしているこそが奇跡。
- ・ 意図して残したわけではないのに、結果的に文化や暮らし、営みが続いていることが奇跡。
- ・ 自分たちのまちへの自己評価は一般的に低い。奇跡と言うことで緊張感、未来への使命感が生まれる。

論点②

前回の会議を踏まえて、
まちの存続に向けた決定的な打ち手とは？

意見交換

▼ 空き家問題について

- ・ オープン化を進めることで情景条例が見えてくるものであり、同時並行ではない
- ・ 外から来る人たちの受け皿も同時並行で進めていかなくてはならない
- ・ 住民の意識改革も必要であり、関わりしろとして「朝市」が機能するはず
- ・ 空き家を使ってやりたいことがある人を可視化することが、所有者が空き家を解放することにつながる

▼戦略のセンターピン、決定的な打ち手について

- ・ 議論を踏まえると決定的な打ち手はなく、何か「コトを起こすこと」が重要
- ・ マーケティングの施策になるようなことを月1回実施する＝朝市の継続開催
 - ↳ チャレンジショップ的な要素、コミュニティ形成、川沿いの賑わいや漁船の活用などの機能を持たせる
 - ↳ 行政としてやるべき空き家の調査は続ける

▼空き家問題を含めた内川の活性化に向けて必要な施策

- ・ 朝市を通じて継続的な実施
- ・ 情景条例、計画の策定に合わせた内川のシンボルである漁船の維持・活用
- ・ 空き家のデータベース化、徹底調査と暮らしたい人の創造・可視化
- ・ 内川エリアに必要な機能を整理し、まちの意思として持っておくこと