

令和6年6月12日

能美市議会

議長 田中 大佐久 様

総務産業常任委員会

委員長 卯野 修三

総務産業常任委員会行政視察報告書

令和6年5月22日から23日に行政視察を行ったので、その概要を報告します。

1. 日 時 令和6年5月22日（水）～5月23日（木）
2. 視察先 22日 福井県鯖江市（一般社団法人 SOE）、
23日 富山県砺波市（一般社団法人 富山県西部観光社 水と匠）
3. 参加者 委員長：卯野 修三
副委員長：荒井 昌宏
委 員：杉田 隆一、東 正幸、山本 悟、今尾 晃司、澤田 貞
執行部：中川 真 産業交流部長、末政 十紫子 観光交流課長
中出 真弓 能美市観光物産協会事務局長

計10名

4. 視察内容

【一般社団法人 SOE】

（1）運営状況

越前鯖江地域（鯖江市・越前市・越前町）で産業観光をメインとした、持続可能な地域を作る観光地域づくり法人で、越前鯖江を通年で楽しめる産業観光を推進するために、観光コンテンツ開発や宿運営、スクール開校など新たな事業を展開している。

越前鯖江地域は半径10km圏内に7つの産業（漆器、和紙、打ち刃物、箆笥、眼鏡、繊維）という点を線で結び、福井の伝統工芸を美術工芸より産業工芸へと時代に合わせたものづくりで、変化を受け入れ力にし続けてきた。

技術を継承しながらこの地のものづくりはアップデートし、新たな挑戦を続ける職人がいるからこそ、この街には多様なものづくりが根付いており、物や事に対して前を向いて挑戦をし

続ける街である。

現在、SOE の副理事であり、デザイン事務所 TSUGI 代表の新山直広氏が越前鯖江エリアを「日本一の産業観光地域にする」と目標のもと、自主イベント（RENEW）を立ち上げ、50 名の雇用創出、機会創出の増加、参加企業の機運醸成、地元民の郷土愛が上がるなど、産地の意識変化につながり、主役であるものづくりの職人、担い手を一番に考え、これまでになかった産業観光という産地の柱をつくり、持続可能な地域、越前鯖江を目指している。また、最近では国内最大規模の工房一斉開放イベント「オープンファクトリー」の開催に伴い、福井に訪れた方と直接交流を図れるようになったことで、産地内教育、通年での産業観光推進など、産地の熱量を上げる様々なプログラムを展開により「ものづくり」から「まちづくり」「ひとづくり」といった、産地の未来を醸成する好循環を生み出している。人が来てくれることで、産地全体が「できるという確信をつくること」つまり、内側から変化の基盤を作っていくことが大切だと思った。

今後、越前鯖江地域のにぎわい創出に向けて、まちづくり推進協議会、地域集会所設置費補助、市民企画提案事業などへの支援が始まっている。

（２）委員長所感

一般的に、産地には、「ものづくりの人」と、「じゃない人」に分かれていて、融合が難しいと言われるが、デザイン・販売・マネジメントできる「じゃない人」の存在も大事と、産業観光イベントを通じて、地域みんなが実感したことが大きな変化であったと思えるので、能美市としても九谷焼という伝統工芸を活用して、産業観光への道筋をつけ、通年型観光に結び付けたと思った。ただし、そのためには、熱量のあるプロデューサーが欠かせない。

尚、もう一つの視察先の日本六古窯の一つ、越前焼の越前陶芸村へ行き、越前焼の館で、事務局長から、越前焼の歴史と現況をお聞きし、さらに、工房の見学をした。帰り際、オカリナで、宮崎駿作品の曲を聞かせていただき、能美市で実施する工房見学では、それぞれの工房で、このような何か一つセールスポイントがあると楽しいと感じた。

（３）参加議員所感

- ・ イベント RENEW のボランティア運営から始まっているのが特徴的である。
- ・ 活動が持続し発展するためには、やはり核となる人物が必要と感じた。
- ・ 単独の自治体ではなく、越前鯖江地域（福井県鯖江市・越前市・越前町）というエリアを自ら作っていること、そこに集積する 7 つの産業観光メインにしている取り組みを知り知見を広めた。

- ・新たな担い手となる移住者層の着眼点はおもしろい、特に第4世代：じゃない人は興味深い。
- ・SOEのように、「ボランティア」ベースで若者が観光と交流を盛り上げる機会も一考に値する。近年、開催が増えているマルシェのように。
- ・地域資源に気付き、深掘りして活用していく。
- ・通年観光の下地をプロの写真家に託し、エリア3都市で楽しむ仕掛けをデザインする。
- ・法人化で収入の安定化が図られ、観光・宿泊に力を入れていきたい。
- ・伝統工芸品という言葉だけでは業績も悪く、厳しい事態で、この地の職人たちは伝統に縛られすぎることなく、手と頭を動かし続けて変わりゆく時代の中で「今求められているものは何か」と思考を巡らせて、歴史や時代の中で培われてきた技術、ノウハウを駆使した柔軟なものづくりをしています。

【一般社団法人 富山県西部観光社 水と匠】

（1）運営状況

富山県西部に含まれる豊かな地域資源を最大限に生かし、観光振興による地域経済の活性化と、「富山」での誇りある豊かな暮らしの実現のため、高岡、射水、氷見、砺波、小矢部、南砺6市の行政と約80社の民間企業・団体により設立される観光法人である。

（一社）富山県西部観光社は、ビックデータを活用するマーケティングに基づいたターゲット設定、多様なものづくりが集積した地域ならではの「産業観光」を軸とした旅行商品の開発など観光事業をベースに、地域産品の開発・販売や空き家の利活用まで、域内外の関係者をつなぎながら、さまざまな事業を展開していくプラットフォームとなることを目指している。

富山県西部地区において、マーケット戦略とマネジメント能力を有する「地域連携DMO」を形成、観光客を誘引し、エリア内での宿泊・消費を促し、金沢・能登・飛騨等近郊地域へとつなぐ仕組みを作っていく。「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた観光地域づくり法人である。

マーケティングに基づいたターゲットを設定し、ターゲットに向けた事業を展開している。

第1ターゲット層：国内大都市圏30代以上の「クリエイティブ・クラスター」

第2ターゲット層：首都圏40代～シニア層の男女

第3ターゲット層：欧米、アジアの中間層・富裕層個人客（モダン・ラグジュアリー層）

富山デスティネーションPR in ロンドン（富山県共催）でロンドンの富裕層向けの旅行代理

店を通じて、ジャパン・ハウス ロンドンのPOP-UP ショップ（物販売上）1週間で5,645,690円を売り上げた。（高岡銅器、和菓子）

水と匠は、富山県西部地区において、主に6つの事業（データ分析・マーケティング、観光商社、地域商社、デベロップメント、エリア・プロモーション、コンサルティング）を展開して、域内の観光や産業の状況把握と分析、地域及び来訪者のニーズの把握とマッチング、古民家・空き店舗の再生やサブリース等によるエリアマネジメント、宿泊・飲食施設、シェアオフィス、等の整備により観光客・関係人口増加など、地域活性に関わる業務のコンサルティングやプロジェクトの企画を実施している。

2022年、富裕層を狙い、砺波市の散居村に古民家を改装した自然素材とアートにこだわった楽土庵（2人連れの3部屋で一人5万円）と、併設したイタリアンレストラン（昼食5500円～9000円）を開業した。他方、多彩な工芸の技、豊かな自然、海と山の幸に感謝し、この地域にある「土徳」（土地とそこに暮らす人々からのいただきもの、思想家の柳宗悦が提唱）を伝えるというミッションを実現していきたいとのことである。

（2）委員長所感

富山県西部には、古くより鑄造、木工品、和紙づくりといった職人文化が息づき、風土、食、工芸から民芸まであり、産業観光には最適の土地であった。

また、かつて、この地域が好きになり数年間滞在した思想家・柳宗悦が土地が持つ価値を「土徳」（土地とそこに暮らす人々からのいただきもの）と言葉にしたが、この「土徳」の「土」は人が暮らす土地や地域。「徳」は恩恵・品性との意味で、他者に対して何も求めない品格が宿る土地とのこと。浄土真宗の盛んな富山県西部ならではの表現といえよう。改めてみると、そんなに高額の何かを作ったり、建てたりではなく、多彩な工芸の技や豊かな自然、豊かな水と匠の技という地域資源を最大限に生かし、観光を軸に地域振興に取り組むというのが重要だと私は感じた。

能美市にも相通ずるものがあり、照らし合わせていきたいと感じた。能美市にとっても、観光プログラムを作成する際は、まず、土地を知り、土地の人との関係性をつくらなければ、真の魅力を知ることが出来ず、表層だけのクリエイティブでは、その土地に住む人々の想いも伝わらないということを理解した。

（3）参加議員所感

・大窓からの長閑な田園風景とイタリア料理は極上で、ターゲットとする富裕層の感性を揺す

振る見事な演出であった。富山の『土徳』を彷彿させる極みだった。

- ・各地域にある豊かな資源を深掘りし、オーバーツーリズムではなくリジェネラティブな地域ー観光ー来訪者への観光地域づくり法人（DMO）の存在が重要だ。
- ・訴求対象を明確に絞っていること、特に「モダンラグジュアリー層」の獲得は新たな知見を得た。
- ・BtoB、BtoCの活動では「ポスター、動画では相手に全く響かない」と言い切っている。例えばロンドンでは現地スタッフを雇い、多くのメディア取材を受ける戦略をとり、「英語圏」へのPRを重要視したことが、2023年のイギリスからの宿泊者数増大につながり、実績を出している。
- ・もともとその地域にある観光資源を見つけ出し、それをみがき上げ、国内のみならず海外にも発信をして、来訪者の増員につなげていることが成功の秘訣である。能美市内にも必ず存在する豊かな観光資源を改めて発掘し、それらをみがき上げ、海外も含め広くプロモーション活動を実施し、インバウンドも含め移住人口の増加につなげる必要がある。
- ・自然と人がともに作り上げてきた品格「富山の土(ど)徳(とく)」を伝える。多彩な工芸の技、豊かな自然、豊かな水と匠の技をめぐり、ものづくり、職人技と経験値と発想の出会い。 寺社・仏閣、文化・民芸、土地と結びついた生業のある場所、目の前にあるものの奥行き、 自然と人の在り方など、多くのことを感じた。