

## ステップアップ観光アクションタウンミーティング

2020.2.10（月） 19：00～21：00

ふるさと交流研修センターさらい 研修室

○参加者 市観光戦略会議分科会委員 7名

○タウンミーティング議事録

### 【市長開会あいさつ】

本日は、大変ご多用の中ご参集いただき、また、アクションプラン、観光戦略の作成に対しご協力いただきお礼を申し上げます。2月1日に合併15周年を迎えた。昨年一年間を振り返ると、企業誘致、そして地元企業の増床、ビジネスホテルの進出決定、能美市ご出身者2名のオリンピック代表選手内定など、大変明るい話題が多い1年だった。

その一方で、昨年1年間では人口が37人減少し、日本人だけでは96人減少している。これは、社会増だが、大幅な自然減となっていて、生まれてくる赤ちゃんよりも亡くなった方が大幅に多かったということ。自治体の勢いというものを計る指標というものはいろいろあるが、私は、やはり人口を増やす、人口減少を止めるということが大変重要であると思っていて、能美市というのは人口を増やせるというポテンシャルを持っている自治体だと思っている。

能美市の予算の編成は7つの施策を持ってやっており、その全ての施策が移住定住の促進につながるものとなっている。この7つの施策のうちの大きな施策のひとつが、いわゆる交流人口の拡大である。この交流人口の拡大が、移住定住の促進につながるのは、例えば、魅力ある観光資源やお店ができれば、雇用の場が生まれ、そして、それを利用するために多くの方が能美市を訪れる。また、市民の皆様も魅力ある観光資源やお店を利用でき、喜ばれる。加えて、観光やビジネスで能美市に来られた方が、住みよい所で働く場所もたくさんあると感じて、移住定住の促進につながるということ。この交流人口の拡大、観光振興ということで、移住定住を促進し、人口増加につなげ、あるいは人口減少に歯止めをかけたいと考えている。

観光戦略、観光アクションプランのひとつひとつをしっかりと具現化し、PDCAをまわしていくということが、交流人口の拡大につながり、ひいては観光促進につながるという思いをしている。今日は、観光戦略、そしてアクションプランの中身を深掘りしていろいろご提言やご質問、あるいは叱咤激励を頂ければと思っている。よろしくお願ひします。

【意見交換】

1、知名度向上について

(参加者)

- 能美市は、住みよさランキングではいつも上位だが、認知度や知名度については、観光客の入込数などから見るとかなり住みよさランキングの順位とかけ離れている。分科会の中では、これからは九谷焼の知名度を利用して認知度を上げていかなければならないのではないかという話が合った。そのような中で、たとえば有田焼、瀬戸焼、清水焼、常滑焼、萩焼、益子焼など他の産地では、どこも地名になっている。朝のドラマにもなっているが、信楽町も以前はあった。残念ながら九谷町というのは現実にはないということ。駅名もインターチェンジ名にもなっていない。九谷焼業界も努力をして、また行政とも組んで力を頂きながら、九谷焼の知名度を上げることによって、能美市の知名度もあがっていくのではないかと思っている。

(市長)

- 今から市の名称、駅の名義等を換えるのは大変難しい。九谷焼の知名度をあげる、また、九谷焼を通じて能美市の知名度や魅力度をあげるための具体的な取り組みとして、小松市と一緒にKUTANISMというイベントを、今年度から2023年度の北陸新幹線県内全線開業をひとつの目途にして取り組んでいる。例えば、九谷焼は有田焼や益子焼とどう違うのかという点から、九谷焼の価値やブランドをどのように皆さんに認知してもらおうかということもとても大切である。安価なごはん茶碗が九谷焼ということではなく、やはり名工の作品や新進気鋭の作品などを、SNSやいろんな媒体を使って、その魅力を発信していくということが大事になってくる。業界の皆さんと一緒に九谷焼のブランド力を高めていくことに取り組んでいきたいと思っている。

2、ターゲットについて

(参加者)

- 旅行会社として、外から見るとしてお話しさせていただく。このアクションプランはよくできていると思う。旅行業者ではターゲットは細分化され100通り以上あり、さらに枝分かれしている。九谷焼の中でもどのカテゴリーが興味を引くのか、ターゲットごとに適した情報を発信することが大切。体験という形で九谷ネイルを紹介させていただいたことがある。また、ゆずの香りなどもインパクトがある。体験してみると初めてよさがわかるということで、いくらインスタで発信してもお客様に来ていただかないとわかってもらえない。最初にお客様を引っ張ってくるのが一番重要で、そのために

は広報活動が大切だと思う。能美市の場合はカテゴリーしていくと、いろんな施設があり、いろんな体験ができるのではないと思う。従来の観光と言えば、たくさん回りたいということで、能美市の場合、動物園、フィッシュランド、松井秀喜ミュージアム、九谷焼陶芸館を回るといものがあるが、今のお客様は、半日、半日を1箇所ずつ回るとい人が多い。館長さんのご説明を聞きながら九谷焼美術館を2時間かけてゆっくり回る。そして、九谷ネイルを体験する。お昼は、シェフのお話を聞きながら味わう。午後は、有名な化粧品メーカーがあるので、国造ゆずの香りを体験する。香りというのはとても重要で、五感に訴えることができ、香水作りに2時間かけ、それから、辰口温泉に行く。このように深い内容を求めるお客様が今主流になっている。この中に、市民の皆様、専門家の情報を入れてプランを作り上げていかなければならない。時間のかかることですが、情報を整理すること、そして説明をする人が必要になる。それをつくることで、一つ一つお客様にとってきらりと光る体験をしてもらえることにつながる。そしてSNSでハッシュタグをつけて発信していくことで、求めているお客様に届けられるということ。どのようなターゲットのお客様を呼び込むかによってやり方は変わってくる。体験するということでリピーターが増えていく。能美市には楽しみなテーマがたくさんあると思う。

(市長)

- まず、私が思うターゲットは年代層では子育て世代で、エリアでは北陸三県だと思っている。能美市が持っている観光資源として、いしかわ動物園、手取フィッシュランド、松井秀喜ベースボールミュージアム、古墳、新博物館がある。まさに、子育て世代の方々に選んでいただける観光資源が多い。そして、移住定住の促進に繋げるという意味でも、子育て世代の方々に能美市に来ていただきたいので、子育て世代の人達を対象にやっていきたい。そのため、我々は能美市の魅力の発信をするシティプロモーションに取り組んでいる。例えば、ふるさと納税返礼品の写真を1枚撮影するにも、素人よりもプロが撮影すると出来栄が全然違う。写真だけでなく、動画を作るとすると、やはり専門会社にやってもらうといいものができる。それを発信するために、SNSだけでなく、テレビ広告、パンフレット配布、さらに現地へ行って宣伝するとなるとそこにも大きな経費がかかる。投資しただけ見返りがあるわけだが、これが中途半端だと全然見返りが期待できなくなる。日本全国や首都圏にシティプロモーションをやっていくとなるととても経費がかかる。やはり、費用対効果というものを考えて、北陸三県をターゲットにした方が、費用対効果はしっかり得られるのではないかと考えている。全国や世界に向けてもプロモーションしていくが、メインターゲットとすれば、北陸三県に住む子育て世代としてやっていきたいと考えている。ちなみに、インスタグラムの人口当たりの登録数が一番多いのが富山県で、一番低いのが石川県と聞いた。能美市でも、ホームページをリニューアルしたり、写真や映像にも力を入れてやっているの、今教えて頂いたこ

とを具体的な施策に置き換えてやっていきたいという思いでいる。

### 3、能美市の自然について

(参加者)

- 能美市誕生以降、ずっと、里山エリアの地域づくりに携わってきた。このアクションプランを見ると、地元にながら気が付かなかったような能美市の資源がずいぶんたくさんあると感じた。観光としてみると、能美市が旗を掲げてやっても振り向いてくれるようなものはなかなかないと思う。一市民としても、どこか行こうかといった時はどうしても首都圏などになってしまう。我々がやろうとしているアクションプランでは、金沢を意識して、連動するのが有効だと思う。金沢は知名度もあるし、隣接した能美市へどのようにして呼び込むかということでは、里山の自然といっても他とどれほど違うかという点から、ツーリズム的なメニューの選択肢を設けることがいいのではないかなと思う。ハードだけでなく、市民が地元へ愛着を持って動くことで市全体としての雰囲気になると思う。市民一人一人の生活の中で、能美市の観光資源をなんとかしようというものを培っていくことが大切ではないか。

(市長)

- メインターゲットを北陸三県におきたいというもうひとつの背景に、首都圏には東京ディズニーランドがあり上野動物園があり、関西圏にはUSJもあるわけで、そういう方々に能美市の観光資源を伝えても、魅力を感じてもらえないということ。金沢に来た人に能美市に来てもらうためには、やはり能美市にしかないオンリーワンの観光資源を伝えていく必要がある。体験型の観光、例えば、自分の九谷焼を作りたいという方に能美市での体験を提供し、温泉、古墳、それから、柚子の栽培や果実の採取、食体験などができるような体験型プランをつくっていききたいと思っている。新博物館ができるが、他にない博物館にしたいということで、この博物館を玄関口にして、能美市の国指定の5つの古墳を巡ってもらうなどということも考えている。市民の皆さんのサポートも頂きたいと思っている。

### 4、魅力の創出とセールスについて

(参加者)

- 私は、県外や市外の知人友人に能美市に遊びにおいでとか、同窓会を能美市でやりましょうと声をかけるなど、市民一人一人がセールスマンであつたらいいと思っている。
- 昭和の年中行事の食をテーマに商品を出してくれるお店があつたら良いと思う。40年前に能美市に来た頃、年中行事のいろんな料理が各家庭で作られていたが、だんだん忘れられている。根上地区に大根ずしラーメンを作つて出してくれるお店があ

る。

- 市内には彫刻家や鉄のオブジェをつくる先生がたくさんいる。能美市まるごと美術館というようにいろんな場所に先生方の作品を飾ったらどうか。
- 温泉旅館は、明治の中ごろまでは11軒の旅館があった。昭和初期に4軒になって、昭和40年代には3軒になった。今は2軒になった。近くには足湯があって、石段を登っていくと福を集めるという集福寺がある。里山の湯もあって駐車場も整備されている。かつて、辰口競馬やモトクロスが行われていた場所で、これらの昔の写真は残っているので、大きな案内板をつくって紹介したらいいと思う。
- 第1次アクションプランにあった風景のベンチという企画はできなかったようだが、観光的に面白いと思う。
- 九谷焼資料館の近くにいろんな新しいお店があったら良いと思う。

(市長)

- まず市民一人一人がセールスマンにということは、おっしゃるとおりで、そのために、私はタウンミーティングなどで、常々、市民の皆さんにふるさと愛の醸成と市の魅力の発信をお願いし、また、「広報のみ」やホームページで魅力を発信している。市民の皆様や職員にもどんどん発信して頂けるように、今後もしっかり取り組んでいきたい。また、関係人口を増やしていくことも大切で、関東能美市の会の他に、関西能美市の会、東海能美市の会をつくっていただいた。観光大使・特使も10人から40人を超える方に増やした。ふるさと納税の返礼品を選んだ方々にもリピーターになっていただき、さらにいろんなことをしていきたいと思っている。ふるさと愛の醸成、関係人口を増やしていくことが今のご提言につながっていると思う。
- 昭和の年中行事の食については、市内にまだ残っている。それをどこに露出させていくかということが大切になっていく。新しいメニューを作っていくことも考えていきたい。2023年の北陸新幹線県内全線開業が一つのターゲットだと思うので、それに向かって6次産業化をさらに推進させ、そのプログラムの中で取り上げていきたい。
- 市内には彫刻家の作品などを飾るということについては、経費がかかると思う。やろうとするとそれなりの財源を準備してやらないと、なかなか来てもらえないと思っている。
- 辰口温泉の案内板の件は、何らかの形で考えてみたいと思う。しかし、市内には2000を超える案内サインがあり、まだ寺井駅と書いてあったり、能美根上スマートインターチェンジが書いてなかったり、古くなって傷んでいる物もある状況である。まずそれらを順次整備していかなければならない。その後新しいものに適宜適時に取り掛かりたいと思っている。また、辰口温泉の歴史の紹介は、例えば博物館のギャラリーや市役所の市民ホールで展示をするなど何らかの形で行いたいと思うので、検

討する。

- 風景のベンチについては、検討する。
- 九谷陶芸村に空き店舗が出た時に、お店の誘致に動いたが、残念ながら実現しなかった。引き続き働きかけていきたいと思っている。また、市内の飲食店で九谷焼をもっと使ってもらえるように勧めていきたいと思っている。

## 5、ウルトラアートの取り組みとオープンデータの活用について

(参加者)

- 能美市のウルトラアートという観光推進事業は、2013年からスタートし丸7年経ち、この4月になれば8年目を迎える。その中で、大きな手ごたえが二つあり、1つは参加体験型が本当に強いと思っている。アートに関しても参加体験型に勝るものは無いと考えている。珠洲市の奥能登国際芸術祭は見て回るといことが主流になっている。それとは一線を画した形で体験型をやるのは、とても強いと感じている。一例をあげると、去年で4年目を迎えた九谷ぬり絵コンテストで、主にインターネットでの告知で最近では900名近い応募がある。参加される方の最年少は2歳、最高齢は102歳。ぬり絵コンテストそのものよりも、やはり九谷焼というものの、能美市の地域資源がもつ力が大きいと思っている。今年から、参加して頂いた方に少しでも深いご縁を持てるように、入賞された方に入賞作をはがきにしてお返ししている。80歳代の入賞者から、それを年賀状にできないかという話を頂いたり、市役所で入賞作の展示をした際に、展示の最終日に、101歳の最高齢で入賞された方が記念に撮影をしたいということで、ご家族で来られた。つまり参加体験することで能美市と深い縁ができる。九谷ぬり絵コンテストは、九谷焼に対するいろんな思いが深くなっていくと感じている。実際に、上位入賞者は毎年応募される。アートでも参加体験型を用いることで強いご縁、つまり交流人口の拡大につながるアプローチができると思っている。
- もうひとつは、九谷焼資料館にお願いして九谷焼のオープンデータ化を2013年にスタートしました。当時で作品が60点、写真点数が300点のデータベースを作った。そしていろんなことをやってきて、ここにきて大きな手ごたえを感じている。九谷焼の紙皿は、国の地域創生推進機構が発表する2019年度のオープンデータ・ビックデータを活用した優れた取り組みで、日本の中の最優秀賞を受賞した。小学館やYahoo!の取り組みよりも上の賞で、名実ともに、今の日本のオープンデータでは一番というお墨付きがついた。実際に、このオープンデータの活用は他にもいろいろ進んでいて、九谷文様やシールもある。もちろん、本家本元は焼き物で、その芸術が高いことは間違いない。工芸の中では日本で一番最初にオープンデータ化したということを東大の教授からお墨付きを頂いている。世界の人達に対してのアピールという点でも、オープンデータというのは時代性や社会性ですごく認知度が上がっている。

て、今後ますます広まっていく。その中で、この地の九谷焼が先例となっているし、賞もいただいた。上手にいろんなものと組み合わせながら発信していくと大きな成果が得られるのではないかと思う。

(市長)

- まず、九谷ぬり絵は、年々作品の出来栄えがとてよくなっている。昨年、高校生が優秀賞を受賞され、京都から表彰式に来ていただいた。授業の一環でこの九谷ぬり絵をしたと聞いている。裾野がどんどん広がっている。優秀賞の副賞を考え直さなくてはならないと思っているので、アドバイスをお願いしたい。
- オープンデータの活用については、具体的に商品として展開されていて、有難いと思っている。これをもう一度、本家本元の九谷焼に活用できないかという思いをしている。実は、九谷焼というのは作るのに相当時間もかかり手間もかかる。品質が高いものを安価で安定的に出せれば、もっと九谷焼の業界に広がりができるのではないかと思っている。世の中の生活スタイルや輸入品が入ってくる中で、産業としての九谷焼は市場が縮小してきている。その背景に、九谷焼の製造工程があまりにも複雑で、手間暇がかかるということがある。データをうまく活用して型を簡単につくれないか、絵柄をもっと簡単につくってそれを製品化できないかということをしている。ご支援をお願いしたい。

(参加者)

- 小松市の5人の巨匠、若手作家のデザインで、200セットを5種類で1,000枚を作っている。能美市でも、ひぼ能んゆず美んを200枚単位で転写でできる。また、温泉で使っている器は、共同磁器を使っていると思う。これは九谷焼業界でも研究していかなければならない。

(参加者)

- 私も能美市へ来て知ったが、能美市の転写技術は圧倒的に高い。実際に凸凹しているとか、他の産地とは比べ物にならない。さらにガラスにも転写している。そういう技術は、九谷の本流とは外れるのかもしれないが、これもすごい宝だと思う。

## 6、女性からの視点について

(参加者)

- 観光戦略プランでは、ターゲットが広範囲にわたっていると感じていたが、さきほど、市長から北陸三県の子育て世代に絞られるとお聞きし、私も子育て世代というのはいいなと思った。もうひとつ、女性をターゲットにしたらいいのではないかと思う。以前の会で、丘陵公園といしかわ動物園をつなぐことができたらいいという発言があ

ったが、そんなことを考えていったらいいと思う。

- 昨年度、保渡田古墳を視察したが、古墳の周りにその地区の子ども達が粘土で作った埴輪がズラリと置いてあって、それには、何年に誰が作ったと書いてあった。新博物館ができるので、子ども達のそのような作品を並べて、集客につなげていくというのはいいのではないかと思う。
- 女性として、旅に一番望むのは、日頃のストレスを解消し疲れをとりたいという調査結果がある。多少高くても快適な宿泊ができ、美味しいものが食べられるところがいいというような希望がある。そして、もう一つは日常からの脱出で、非日常を味わえること。それは、ワクワクしたりドキドキするような体験ができること。九谷ネイルや絵付け体験も旅先でできる体験として、日常から脱出してワクワクできることだと思う。そして、新しいものに出会うことやここにはこういう文化があるというような新しい発見を女性は求めていると思う。そんなことを満たせるような仕掛けができればいいと思う。
- 九谷陶芸村に、例えば、パン屋やものすごく美味しいケーキ屋などの飲食店を誘致するなどして、陶芸村に人を寄せることができたらいいと思う。閑散としたイメージを払拭しなければならない。若い人などが列についてでも買いにくるようなお店があれば賑やかになる。ある社長さんから、能美市内だけで新商品を発売するそうで、能美市を安売りしないと聞いた。能美市を高く売るという発想も必要だと思う。

(市長)

- まず、いしかわ動物園と丘陵公園のアクセスを良くするという件については、昨年いしかわ動物園が20周年を迎えて、石川県でも真剣に考えている。能美市にも相談があったが、これはやはり、費用対効果の問題でなかなか難しい。しかし、石川県当局も、滞在時間を延ばすということでこの二つの施設をリンクさせるというのは有効だと考えている。引き続き我々も県へしっかりと要望し、協力してアクセスの向上について考えていきたい。
- 新博物館に体験エリアを設ける予定で、そこでは、勾玉や古墳クッキー、古墳衣装を作る企画も考えている。保渡田古墳のような取り組みを考えたいと思っている。
- 最近、能美市内にもおしゃれな食のお店やパン屋もできている。宿泊は2軒の温泉旅館も頑張っていて、能美市では旅館がさらに魅力を増すような設備投資に支援金を出すというメニューを設けた。それから産業観光をさらに推し進めるために、体験できる産業観光をしてもらえる企業を広めていきたいと思っている。
- 陶芸村に来てもらえるお店がなかなか無く、いろんな施策を打っているが実現していない。市として、九谷焼担い手支援工房をオープンした。それは、九谷焼技術研修所を卒業した方などが引き続き作陶活動をしたいと思った時に市外への流出を防ぐためにこの施設を設置した。また、首都圏や外国人が九谷焼を作っている現場を生で見

ることができ、九谷焼のファンになってもらえるような施設としても活用していく。

- 2019年8月15日の日経新聞に、2016年と2018年を比較した時に、訪日客の増加率が能美市は40.4%増加したとある。これは北陸三県の自治体の中で第7位。訪日客一人当たり使ったお金では、第1位が七尾市、第2位が能美市だった。これはJTBとあるマーケティング会社が分析したらしいが、能美市は伝統工芸品を買う人が多いから第2位になったと考えられる。

## 7. 文化活動との関連について

(参加者)

- 私ができることは文化を伝えていく活動ではないかと思っている。3年に1回、フラワーデザイン展が開催されていて、21世紀美術館を会場に何度か開催された。能美市の観光戦略会議に参加するようになって、地元愛を考えるようになり、やはり九谷焼を使わなければならないと思った。能美市にいい花器があるということをみんなにもっと知ってもらいたいと思うようになり、女性作家に作ってもらった花器を使った。その花展の期間は3日間ですが、その後もいろんな人に見てもらいたいと思って、金沢工大でもイベントをして展示した。また、フラワーデザイナー協会で石川県の伝統工芸をもっと発掘しようという取組みをしているので、私も能美市に来てもらいたいという思いで、能美市九谷焼資料館と九谷焼美術館で、体験型の九谷焼とフラワーデザインを融合させたイベントを開催した。今までいろんなところで開いてきたが、一番多くの会員の人が来てくれた。会員の皆さんは美術館にとっても感動されていた。
- トライアルで何かしたいという人は資金を使うとなると、採算が合うのかなど心配だと思うので、空いている店舗をそんな人に活用してもらい応援することもいいのではないかと思った。
- それから、子育て世代という点では、花育ということに取り組んでいる。私は能美市に住んでいるということもあって、今年は辰口中央小学校で、去年は能美市の中学校で花育の事業をやった。能美市の子ども達に九谷焼を知ってもらうために、九谷焼の紙皿を使って、花育をやっていきたいと思っている。

(市長)

- 九谷焼資料館や美術館をいろんなことで利用してもらえるということは大変ありがたい。実は、九谷焼資料館をリニューアルする時のひとつのコンセプトは、入口のところをオープンスペースにして、花や絵や書を飾ったり、そして九谷焼と一緒に飾ってもらおうということを考えた。それは、九谷焼のファンだけでなく、書や花の展示をやることでそのファンの方にも来ていただける。昨年開催したKUTANISMでも、九谷焼美術館（浅蔵五十吉美術館）で展示をしたが、同じ作品でもあの場所に展

示すると、圧倒的に作品の魅力が何倍にも増す。そこで花と一緒に見せることで、九谷焼が持っている魅力がさらに増すと思う。コラボレーションするということは大変重要なことで、新たなファン層や交流人口の拡大を生み出すと考えている。また、ぜひ引き続きやっていただきたい。

(参加者)

- 全国的には食育というのはよく知られている。花育は石川県の花卉振興会<sup>かき</sup>が取り組んでいて、私は能美市の学校で行っている。子育て世代の、小学3年、4年生のお母さん方はとてもおしゃれで、自分たちが習いたいということで、子どもと一緒に参加して、継続して、月に1回、私の店でやっている。

(市長)

- 我々も勉強させてもらおう。

(参加者)

- 子供たちに九谷焼を伝えていきたい。花器が高いとできないので、安いものが九谷焼にあるとよいと思う。

## 8. 九谷ネイルについて

(市長)

- 九谷ネイルを旅行商品として打ち出せないかと思い、旅行会社の方に聞いてみたら、常設ならできるが、たまにやるのでは難しいということだった。ネイルアートできる人が実は3人くらいしかいらっしゃらない。赤絵だけでなく、作家さんによってご自分の作風でネイルアートにしてもらっている、みなさんそれぞれ仕事を持っていて、ネイルアートばかりしているわけではない。九谷ネイルをやれる女性をもっと増やしたい。一般のネイリストとネイルアートを差別化したいので、そうすると九谷作家さんがやるというのがよいと思う。もともと九谷焼の振興になればということでやられているので、本業ではない。どうやって存続させていこうかと思っている。

(参加者)

- 担い手職人支援工房の若手の作家の方に声をかけるのはどうか。若い方は柔軟に取り組むのではないか。

(参加者)

- 旅行会社としては先生の指定をしたいところ。旅行商品としてよりも、体験メニューという形で考えてもよいかと思う。九谷ネイルの先生に会うツアーということでも

よいと思う。

## 9. レンタカーとの連携について

(参加者)

- ターゲットは北陸三県の子育て世代ということだが、当然、関東や関西の遠い所からもお客様がいらっしゃるので、レンタカーが注目されていくのではないかなと思う。能美市へのアクセスが非常に難しいこともある。能美市には、能美根上駅前駐車場は有料だが、他はどこへ行っても無料の駐車場が十分ある。レンタカーで能美市に来られた方が宿泊したら、ポイントを付与するとか、陶芸村で買い物をしたらレンタカーを返す時にポイントがもらえるとかはどうか。志賀町では、レンタカーを借りて志賀町で宿泊したら割引になるということをやっているそうだ。行政と業界とレンタカー会社がタイアップしたらどうか考えてみたいと思う。

(市長)

- そのような制度はすでにあるが、利用があまりないので、年々予算額を減らしている。我々のPR不足なのか、制度がいまひとつなのかかわからないが、首都圏からの観光客が能美市にどれだけ目を向けられているのかということもある。新幹線で来られた観光客が金沢から能美市へ行きたいという方が増えれば、今の制度の利用も増えるのではないかなと思う。もっと効率的に能美市の観光資源や利用できる制度があるということを発信していくことが大切。

## 10. 誘致企業との連携について

(副市長)

- 観光戦略とアクションプランができたことは、皆様方のご協力のおかげだと思っている。きちんと実施されるということが大切。この15のアクションプランと51の施策は、少なくとも100%着手できる、着手するという考えで設定しており、もうすでに60%を超える形で着手している。2019年度から2023年度の5年間でしっかり着手していく。そして、今日はタウンミーティングという形で、いろいろなアイデアやご意見を頂いたので、51の施策にさらに厚みを増すという形で取り組んでいければと思っている。観光戦略会議と部会については、戦略とアクションプランをつくるという会議だったが、これからも年に数回、会議を実施したいという市長の思いもあるので、皆様方には引き続きご協力をお願い頂ければと思っている。
- 私からも、市役所の立場ですが部会では委員だったので、ひとつだけ考えを言いたい。ターゲットについて、実は何もしなくても市外から能美市に来ていただける人がいる。それは、誘致企業で本社から訪れてこられる出張者の方。例えばその誘致企業

と市が連携、又は、協定を結んで、県外から出張で来られた方に一泊していただいて、能美市でいろいろなものを体験してもらえるように、企業に取り組みをしてもうなど、実現性の高いターゲットになるのではないかと思います。皆様方から頂いたアイデアや、我々もアイデアを考え、このアクションプランに厚みを増して、しっかりと皆様から選ばれる能美市に、そして、市長が目指している全ての施策が移住定住の促進につながるようにしていきたいと思っている。引き続きお願いします。

#### 【市長閉会あいさつ】

長時間の意見交換をありがとうございました。絶好調のクルーズ船で新型コロナウイルス感染が拡がるとはだれもが思わなかった。今、石川県は年間で50を超えるクルーズ船が来ていたが、大幅に利用者が減るかもしれない。我々もアクションプランをつくったが、冒頭申し上げたように、PDCAが必要だということは、まさに世の中のいろいろな変化に対してどう対応していくかということ。プランをつくったからいいわけではなく、これを活かしていくため、その変化に応じた施策、あるいはターゲットを変えていく必要もあるかもしれない。世の中の動きに敏感になりながら、先を読んで、この観光戦略、アクションプランをひとつでも多く具現化をしていきたいという思いで、皆様方には分科会のメンバーに就任をして頂いたが、引き続き、この観光戦略、アクションプランにご提言をして頂きたいと思っている。またご参画をお願い致し、ご意見ご提言を頂戴できれば幸いです。本日はどうもありがとうございました。