

派遣結果報告

1. 富山県における地域振興策について

- 調査日時 令和元年10月23日（水） 15:30～17:00
- 調査場所 富山県総合政策局
- 応 対 者 移住・U I J ターン促進課 課長補佐 森本 佳彦ほか



- 概要 富山県では、県内における起業や事業承継・継業、新事業の展開など、地域課題の解決や地域活性化を図るため、「クラウドファンディング型ふるさと納税」を活用し、新たな事業プロジェクトを支援する「クラウドファンディング活用 発展型継業・起業支援事業」を実施している。

この事業は、事業承継のための移住やU I J ターンの促進を狙いとして創設された事業とのことであるが、この事業を通じての移住者やUターンはまだ例がないとのことであった。（富山県は、昨年の移住者が905人、Uターン率が55.3%）今回、今年度2回目の県が支援するプロジェクトとして次の3件の事業プロジェクトを決定し、10月23日（水）から寄附金の募集を順次開始している。

対象事業プロジェクト

- （1） 売薬一家が暮らした古民家を、記憶を紡ぐ「泊まれる資料館」に！
シェアライフ富山 代表 姫野 泰尚
- （2） 富山発！音ぶどうのヴァンナチュールを生産し続けたい！
オーガニックキッチン 代表 湊 泰樹
- （3） すべての子どもたちに未来が広がるキャリア教育を届けたい
L X D E S I G N 代表取締役社長 金谷 智

- 成果 ふるさと納税について、今般、そのあり方、手法が議論されることが多いが、富山県のクラウドファンディング型ふるさと納税は、本来の意義を形にしているものとする。地域の資源を活用し、地域の未来を考えた取組に共感する人が支援するこの取組を、青森県でも取り組んでいけるよう、議会活動をしていこうと感じた。

2. 石川県における伝統産業の振興と後継者不足対策について

●調査日時 令和元年10月24日（木） 11:00～12:00

●調査場所 石川県立伝統産業工芸館

●応 対 者 副館長 瀧山 英真

●概 要 ①全国からみた石川県の伝統的工芸品産業

○国指定伝統的工芸品数：全国第6位（10品目）

○国指定伝統的工芸品生産額：全国第4位（H24：262億円）

○国指定伝統工芸士数：全国第2位（409名）

○人間国宝数（工芸技術の部）：全国第2位（9名）

○日本伝統工芸展入選者数は18年連続全国第1位

②石川県の伝統的工芸品（36品目）

国指定 九谷焼、加賀友禅、輪島塗、山中漆器、金沢仏壇、金沢箔、七尾仏壇、金沢漆器、牛首紬、加賀ぬい {10品目}

県指定 和紙、美川仏壇、桐工芸、檜細工、珠洲焼、加賀毛針 {6品目}

未指定 大樋焼、加賀竿、加賀獅子頭、加賀象嵌、加賀提灯、加賀水引細工、金沢表具、金沢和傘、郷土玩具、琴、三弦、太鼓、竹細工、茶の湯釜、鶴来打物、手捺染型彫刻、銅鑼、七尾和ろうそく、能登上布、能登花火 {20品目}

③石川県内伝統的工芸品産業の生産額

ピークは、平成2年で1067億円。平成30年は241億円でピーク時の約25%に減少。

④石川県内伝統的工芸品産業の従事者数

ピークは、平成4年で14、094人。平成30年では5137人でピーク時の約3分の1に減少。平成10年ごろから後継者不足を認識したとのことであった。

⑤伝統的工芸品産業を取り巻く環境の変化

○生活様式の変化（生活の様式化、祭りの需要減等）

○消費者の嗜好の変化

○安価な製品の供給（100円ショップ、中国製品等）

○流通構造の変化

（産地問屋・消費者問屋の弱体化、セレクトショップ・雑貨等、ネット市場など）

○原材料（金、中国産漆等）の高騰

○消費税率の引き上げ（価格に転嫁できない）

⑥伝統的工芸品産業の今後の見通し

○東京オリンピック・パラリンピック

○石川県で開催する国際北陸工芸サミット（仮）

○東京国立近代美術館工芸館の金沢移転（来年度予定）

これらを国内外に石川の伝統的工芸品の魅力を発信する千載一遇のチャンスと捉えている。

⑦石川県における伝統的工芸品産業振興策の3本柱

「新商品開発」

宿泊施設の二一ズに応えるオーダーメイド型の商品開発の支援という

ことで、県内伝統産業事業者と、県内宿泊施設を県がマッチングし、アドバイザーを配置し、商品開発の助言や指導を行う。

さらに伝統工芸とファッションの融合による新市場創出支援ということで石川県の伝統的工芸を高く評価するファッションの専門家と連携し、伝統工芸とファッション分野が融合したこれまでにない商品の開発を支援している。

「販路開拓・情報発信」

石川伝統工芸フェアとして県内36品目の伝統的工芸品を一堂に集め、バイヤーはもとより一般消費者も対象に展示・販売を実施している。

さらに富山県・福井県と連携し北陸三県の工芸の魅力を世界に発信するために東京で行われるテーブルウェア・フェスティバルに出展することであり、今回訪問した伝統産業工芸館もその一つである。

「後継者育成」

伝統工芸の後継者育成のために3つの施設を設置している

○石川県立山中漆品産業技術センター

○石川県立九谷焼技術研修所

○石川県立輪島漆芸技術研修所

ともに人間国宝の人がはりつき、指導しているとの事である。

●成果 石川県では金沢市を中心に伝統工芸が発展し、人間国宝等が多くいるため、他県とは違い伝統工芸を前面に出して取り組んでいる。

本県でも津軽塗やこぎん刺し、南部裂織などの伝統工芸があるが、しっかりと後継者育成もふくめ、石川県に負けられないように頑張っていく必要を感じた。



3. 石川県における海外誘客強化の取組について

(1) 金沢城・兼六園における外国人観光客誘客のためのインバウンド対策及び金沢城ARアプリについて

- 調査日時 令和元年10月24日(木) 13:30～15:00
- 調査場所 石川県金沢城・兼六園管理事務所
- 応 対 者 所長 藤村 秀人、金沢城調査研究所 副所長 栃木 英道ほか



●概 要 ①入園者の推移

北陸新幹線が開通した平成27年度の金沢城の入園者数は約238万人で、前年度の約136万人から約102万人の増加があり、平成30年度は約220万人となっている。

また、兼六園の平成27年度の入園者数は約308万人で、前年度の約203万人から約105万人の増加となり、平成30年度は約275万人となっている。そのうち外国人の入園者数は約44万人で、平成25年度から比べると約2倍以上になっており、年々増加している。

国別外国人入園者数は台湾が約16万人でダントツの一位で、第二位は中国で約4万人となっている。

②インバウンド対策

案内看板、ホームページの多言語対応。(日本語、英語、中国語、台湾語、韓国語)パンフレットは9カ国語版を作成して、多くの外国人入園者に対応できるようにしている。

外国語対応のボランティアガイドも常時駐在させ、外国人入園者に対応しており、平成30年度の案内等の実績は約1万4千件となっている。

また、公衆無線LANが全域をカバーしているので、どこに行ってもネットが繋がる環境となっており、さらには、多くの店舗でキャッシュレス化が進んでいて現金がなくても支払いができる体制ができている。

③金沢城ARアプリ

金沢城と兼六園の歴史について詳細に分かるように「金沢城ARアプリ」を開発し提供している。

ARとは拡張現実ということであり、調査研究の成果や貴重な絵図などを「歴史・文化プレミアム情報」として配信しているとのことである。

詳細情報は現地でしか閲覧することができないようになっており、日

本語のほか英語、中国語、韓国語に対応しているため、これを外国人誘客促進の一助としているとのことである。

- 成果 今回、金沢城そして兼六園を実際に歩き、入園者の状況を確認した。外国人の多さに驚いたのはもちろんであったが、特に欧米人の多さが目立っており、他県の観光地との違いが顕著であった。

全体的に外国人入園者がストレス無く、リラックスして園内を見学できる環境づくりが徹底しているのが外国人の来訪につながっていると感じた。

金沢城ARアプリを実際に登録して歩きながら、スポット、スポットで開いてみると、人工音声ではあるが場所の見所などが聞けて、より歴史を理解することができた。

今後は、弘前城や県内各地の名所にこのようなアプリを導入できれば、来訪者増につながると感じた。

(2) 観光・文化・産業等の資源を活用した外国人観光客の誘客強化について

- 調査日時 令和元年10月24日(木) 15:30~17:00
- 調査場所 公益財団法人 金沢コンベンションビューロー
- 応対者 事務局次長 中田 栄、マネージャー 平 智宏
- 概要 ①金沢コンベンションビューローとは

公益財団法人 金沢コンベンションビューローは石川県及び金沢市の有する文化的・社会的・経済的優位性を生かし、コンベンションを積極的に企画・誘致・支援することにより、地域経済の活性化と文化の向上に寄与することを目的として、1985年に設立された。

②コンベンション等誘致活動

コンベンションの誘致については国内外の大学や学会・大会主催者などを対象に石川県金沢市での開催を誘致することを目的に活動しており、会議や大会に参加する方の宿泊施設や開催会場の情報や手配などのサービスを実施している。

平成30年は250名が参加した国際会議や1,500人が参加した全国集会などの誘致に成功しており、経済効果は年間約52億円になっている。

また、コンベンション開催支援事業として駅前や繁華街を中心としたデジタルサイネージや歓迎ポスター、歓迎ステッカーなどのサービスの提供やコンベンション開催準備金の資金貸付制度や参加者数の単位での補助金の支給制度を作り誘致活動を行っている。

③外国人観光客の誘客強化

海外からのインバウンド拡充については、日本政府観光局(JNTO)が実施する国際会議誘致のため海外キーパーソン招聘事業に参加し、キーパーソンの地方視察や商談会を通じて、石川・金沢への国際会議開催を働きかけているとのこと。(平成30年度 商談件数 7件)

また、国際MICEエキスポやVISIT JAPAN トラベル&MICEマートに出展し、コンベンション主催者や旅行会社との商談を行い、誘致活動を行っているとのことである。

- 成果 金沢コンベンションビューローより説明を受け、金沢に欧米人が多い理由が理解できた。国際会議や学会等を誘致すると、各国を代表するような意識や経歴の高い方々が来訪するため、文化施設や歴史施設等を巡り、帰国後に家族等に話をする。そうすると、家族等を連れてまた来日するというような仕組みである。

我が青森県でも、学会や国際会議を開催するような仕組み作りが必要であると感じた。

(3) 金沢港におけるクルーズ船誘致の取り組みについて

●調査日時 令和元年10月25日(金) 9:30~10:30

●調査場所 石川県商工労働部

●応対者 港湾活用推進室 次長 久保 光夫、主事 村本 成守

●概要 ①金沢港の魅力

ア 地理的な優位性

○日本海側の中央に位置しており、日本海クルーズの拠点としやすい。

○韓国、中国からほどよい距離に位置しており、コースに組み入れやすい。

イ 豊富な背後観光地

○金沢港からわずか5km圏内に魅力的な観光地が集積

ウ 質の高い伝統工芸と食文化

○加賀百万石の古い歴史に育まれた伝統工芸・食文化などの観光資源が揃う

エ 北陸新幹線開業による首都圏からの容易なアクセス

○観光客は3倍。外国人は1.5倍

②金沢港のクルーズ船誘致の取組

ア 海外見本市への参加（クルーズキーマンとの人脈作りと知名度アップ）

イ クルーズ船社の寄港地決定責任者の石川県への招聘

ウ 大型クルーズ船の受入体制づくり

エ 横浜港との連携

○横浜港の強み

約160年の歴史と世界的知名度を誇る日本を代表するクルーズ港

○金沢港の強み

富裕層が利用する海外ラグジュアリー船の寄港数は横浜港を上回る両港の狙いは、それぞれの強みを連携することで、横浜港、金沢港に誘致できることである。

③クルーズ船の受入体制の整備

継続寄港やリピーターを増やすために、クルーズ船の乗客に対し、石川県らしい「おもてなしの心」あふれる歓送迎行事を行う。

ア 金沢港クルーズ・ウェルカム・クラブ

クルーズ船寄港時の入港歓迎及び見送りイベントへの参加

現会員7,000人を突破。会員限定でクルーズ船内の見学ができ

る

イ 石川県らしい和装（加賀友禅でのお出迎え）

ウ YOSAKOIソーランメンバーによる壮大な旗振り

エ 大勢の県民によるお見送り

④金沢港の機能強化整備

ア 金沢港クルーズターミナルの整備

イ アクセス道路、駐車場緑地の整備、船だまりの埋立

ウ 点在するコンテナ上屋の移転・集約

計８０億円

すべて、東京オリンピック・パラリンピックの開催前年度（２０１９年度）の完成を目指している。

●成果 今回、金沢港の取組を学ばせていただき、青森県でできることを進めていくべきと感じた。

①海外ラグジュアリー船の誘致

②クルーズ・ウエルカム・クラブのようなおもてなしをしてくれる人たちを
１つの団体として、さまざまなイベントを企画してもらう

③入船地だけでなく、県内各地に経済効果を広げるために、入船地以外の宿泊に補助を出す

上記を取り組めるように、議会で提案していく。



（４）石川県における海外誘客について

●調査日時 令和元年１０月２５日（金） １０：３０～１２：００

●調査場所 石川県観光戦略推進部

●応 対 者 国際観光課 担当課長 木村 忠明

●概 要 ①石川県の外国人旅行者の動向

外国人延べ宿泊者数

２０１４年 約２９万人

２０２５年 １００万人（目標）

2015年に北陸新幹線が開業し、JR外国人用パス（ジャパンレールパス）を利用する外国人が急増

②石川県内の外国人旅行者の入り込み状況

金沢で外国人が必ず行くところである兼六園の入園者数が多い月は4月、5月、（理由：桜、立山黒部雪の大谷）10月（理由：秋の紅葉）となっている。

国別の兼六園入園者割合

台湾 37%

香港 9%

中国 8%

米国 6%

この他、ヨーロッパから15%

オーストラリア 4%

韓国 3% である

③石川県の今後の海外誘客の取組

ア 海外に向けた積極的な観光PR

動画サイトを活用した石川県プロモーション動画「For Tourism Ishikawa」の配信（視聴回数1,000万回を超える。予算は1,000万円弱）

現地アピールする観光PRレップ等の設置

イ 石川県のネットワークを活かしたPR

留学生や石川県観光大使を活用した情報発信

ウ 多言語情報発信ツールの充実

- ・SNSを活用した情報発信

- ・ホームページやパンフレットの多言語化

- ・DVD等

エ 交通インフラを活用した周遊観光の促進

- ・新ゴールデンルートの定着

- ・小松便を活用した旅行商品造成支援

- ・小松－香港便就航周知

オ 各国のニーズに応じた戦略的な取組

- ・スポーツ、レジャー誘致

- ・アフタースキー誘致

- ・ラグビーW杯団体ツアー誘致

- ・東京オリンピック・パラリンピックに向けた誘客

●成果 今回の調査で、多くの取組で石川県が誘客に成功していることが分かった。特にラグビーW杯では、2年も前から試合と試合の間に石川県に観光するツアーを22本も造成・販売するなど先を読み、誘客することで成功できる例を学べた。

青森県でも目先のことにとらわれず、先を見据えて長期計画を立てることが大切であると感じた。