

平成２２年度産業建設常任委員会所管事務調査（研修視察）報告書

○視察年月日 平成２２年１１月１５日（月）～１７日（水）

○目 的 本委員会が所管する農業・観光に関する事項について、先進地の取り組みを研修するため

○視察先 （１）富山県南砺市
（２）新潟県糸魚川市
（３）富山県黒部市

○視察者 三崎委員長、中村副委員長、足達委員、大同委員、田中委員、松本経一委員、松本聖司委員、吉岡豊和委員

【富山県南砺市】

１ 視察日時 平成２２年１１月１５日（月）午後１時３０分～５時

２ 視察内容 南砺市におけるインバウンドの推進など観光振興及び富山米ブランドの取り組み

３ 南砺市の概況

南砺市は、富山県の南西端に位置し、北部は砺波市と小矢部市、東部は富山市、西部は石川県金沢市と白山市、南部は１０００～１７００メートル級の山岳を経て岐阜県飛騨市、白川村と隣接している。面積は６６８平方キロメートル、約８割が白山国立公園を含む森林である。また、岐阜県境に連なる山々に源を発して庄川、小矢部川の急流河川が北流するなど豊かな自然に恵まれ、平野部では、水田地帯の中に美しい「散居村」の風景が広がり、独特の集落景観を形成している。山間部では積雪が３メートルを越える。

南砺市は、旧城端町、旧井波町、旧福野町、旧福光町と旧平村、旧上平村、旧利賀村、旧井口村の４町４村が平成１６年１１月に合併して誕生し、人口５８１４０人（平成１７年国調）である。南砺市総合計画では、地域特性を生かした企業誘致や新産業創出、子育て支援、居住環境の整備により、若年層を中心とする定住化とＩＪＵターン促進を図るものとし、平成２８年の目標人口を５６０００人と設定している。

４ 内 容

(1) 観光の取り組みについて（インバウンド、世界遺産等）

平成5年にユネスコ世界遺産に登録された「五箇山の合掌造り集落」をはじめ、平家の落ち人の哀愁を奏でる「麦屋節」や、1400年前から歌い継がれる「こきりこ」などの「五箇山民謡」、家並みが美しい「越中の小京都・城端」、版画家棟方志功の住居「愛染苑」と氏の作品が展示される「福光美術館」、そして端泉寺門前の古い街並みから木槌の音が響く「信仰と木彫りの里・井波」など、香り高い歴史・文化遺産に、年間を通して多くの人々が訪れている。

夏には、世界の演劇人が集う「利賀フェスティバル」や、五穀豊穡を祈って行われる「福光ねつおくり七夕祭り」、スチールドラムの音色がまちに溢れるワールドミュージックの祭典「スキヤキ・ミーツ・ザ・ワールド」が夏の夜を熱くし、秋には、踊りの広がる「むぎや祭り」、「こきりこ祭り」が開催されるほか、愛好家の力作が揃う「南砺菊まつり」が、冬には、世界遺産のライトアップや巨大石像と伝統の味「南砺利賀そば祭り」、多彩なコースが自慢の市内5スキー場など、雪を生かした多彩なイベント・レジャーが楽しめる。

そのほか、サービスエリアから利用できる「桜ヶ池クアガーデン」や庄川・小矢部川水系の温泉施設、特産品を使った郷土料理など、四季を通じておもてなしの心で迎えている。

①アクセス環境の変化に対応した観光

富山空港から国内・海外の入り込みや北陸自動車道に加えて、東海北陸自動車道の開通で高山・五箇山・金沢とつながる交差点の地として南砺市の環境が大きく変化している。北陸新幹線が平成26年度開業するなど誘客条件が広がりつつある。

また、ミシュラングリーンガイドで世界遺産の五箇山が三つ星に格付けされ、NHKの「鶴瓶の家族に乾杯」で取り上げられるなどマスコミの影響も大きく観光客が増加している。

②飛越国際観光都市連合の取り組み

国際観光の推進のために南砺市及び富山市、飛騨市が連携して、国外からの観光客を誘致するために平成17年9月に飛越国際観光都市連合を設立しインバウンド事業を展開している。

・これまでの取り組み

平成17年度

韓国誘客訪問（韓国・ソウル市）、大手旅行エージェント・マスコミ訪問、説明会・商談会（32社）

韓国旅行エージェント招聘（10社）、現地視察と商談会・懇談会

平成18年度

韓国誘客訪問（韓国・ソウル市）、大手旅行エージェント訪問、観光説明会商談会（31社）観光旅行エージェント招聘、現地視察、商談会・交流会
飛越伝統芸能公演（韓国・ソウル市）、保存会による伝統芸能披露、物産展、

レセプション（９０人）

平成１９年度

韓国旅行エージェント招聘（５社）、現地視察、商談会・交流会
韓国誘客訪問、大手旅行エージェント訪問、観光説明会・商談会
飛越伝統芸能公演、保存会による伝統芸能披露、物産展、レセプション
（１００人） 「日韓交流おまつり２００７」出展（韓国・ソウル市）
ブースで観光ＰＲ、物産展・領布

平成２０年度

韓国旅行エージェント招聘（９社）、現地視察、商談会・交流会
韓国誘客訪問（韓国・ソウル市）、大手旅行エージェント訪問、観光説明会
商談会
飛越伝統芸能公演、保存会による伝統芸能披露、物産展、レセプション
（１００人）

平成２１年度

韓国マスコミ等招聘（５社）、現地取材、回転寿司、館山黒部アルペンル
ート、五箇山合掌造り集落等
韓国誘客訪問（韓国・ソウル市）、大手旅行エージェント訪問、観光説明会
商談会飛越観光プロモーション事業（韓国・ソウル市）、ソウル駅 IPTV に
よる観光ＰＲ映像の放映等

平成２２年度

韓国マスコミ等招聘（６社）、現地取材、南砺市井波の町並み、世界遺産相
倉合掌造り集落、立山室堂等、韓国誘客訪問（韓国・ソウル市）、大手
旅行エージェント訪問、商談会（１３社）、飛越観光プロモーション事業
（韓国・ソウル市）、ソウル駅 IPTV による観光ＰＲ映像の放映等
韓国語版ＰＲパンフレットの作成、３市紹介とアクセス情報パンフを大手
旅行エージェントへ配布

③高岡南砺郡上台湾誘致協議会について

平成１９年１０月に高岡市と郡上市が共同で実施した台湾旅行業者招聘事業
が好評で誘客の足がかりを築いた。東海北陸自動車道の全線開通にともない広域観
光をめざす南砺市を含む３市が連携し、台湾に対象地域を絞った効果的な誘客を図
るために平成２０年４月に協議会を設立した。

・これまでの取り組み

平成２０年度

台湾旅行博覧会出展及び台湾誘客訪問、博覧会で郡上踊り披露、観光説明会
商談会等
旅行エージェント等招聘（９社）、３市の観光施設を視察、交流会

平成21年度

台湾誘客訪問（台北市内）、大手旅行エージェントを訪問（14社）

台湾誘客訪問、大手旅行エージェントを訪問（13社）

冬季販売強化事業、現地旅行エージェントとの業務提携、協議会内を巡る
旅行商品に対する助成

春期販売強化事業、現地新聞広告（4回）現地バスへの広告（全35台に実施）

平成22年度

台湾誘客訪問（台北市内）、大手旅行エージェントを訪問（31社）

現地旅行エージェントとの調整

秋季販売強化事業、協議会内を巡る旅行商品に対する助成

台湾誘客訪問（台北市内）、大手旅行エージェントを訪問（21社）

冬季販売強化事業、協議会内を巡る旅行商品に対する助成

（2）富山米ブランドの取り組みについて

南砺市の農業は、良質な富山米の産地であると同時に、干し柿、里芋、そば、赤かぶ、チューリップ球根などの特産品作りに取り組んでおり、市場性の高い農畜産物の生産・安定供給と、地産地消を基本とした流通・販売体制の構築に努めている。

①「美味しい富山・土への愛情」元気な土づくり宣言（富山県土づくり推進協議会）

富山米の一等米比率の向上、食味向上、倒伏に強い、枯れ上がりが少ない米作りのために「秋の土づくり運動」を展開している。

- ・土づくり資材の散布、共同作業や受委託により、ケイ酸質資材などの施用をすすめる。
- ・有機物の施用、稲わら、粃殻のすき込み、たい肥や醗酵鶏糞の施用や緑肥作物の作付けなど。
- ・深耕（ふかおこし）、秋耕と春耕の二回掛けで、深耕15センチ以上を確保、排水溝を設ける。

「土づくり」への県単独助成制度

水田営農活性化対策事業

水稻作付け前後のケイ酸質資材などの散布に対する助成、散布面積に
対して200円／10a

大豆作付け前の有機物などの散布に対する助成、散布面積に対して
500円／10a

水田利活用推進県単独助成事業

大麦や球根作付け前の緑肥作物のすき込みやたい肥の散布に対する助成、
散布面積に対して3000円／10a

②「元気な富山米ブランド」の確立～ほおぼる幸せ・富山米～

平成22年産水稻の生産振興基本方針

富山米の品質の高位安定、生産コストの低減、安全・安心の確保のため富山米の競争力の向上を図る。

・推進目標、作付け方針

イ) 高品質・良食味な米づくり、うるち米1等比率90%以上

ロ) 低コストな米づくり、水稻直播栽培面積2000ha

「てんたかく」「てんこもり」の積極的な生産拡大による品種構成の適正化や、コシヒカリの直播栽培の拡大によって、作期の分散と高品質・良食味米の安定供給をはかる。

(作付け比率の中期的目標、早生2：中生7：晩生1)

ハ) 「安心・安全」な米づくり、出荷米の生産履歴記帳率100%

・重点推進事項

イ) 高品質・良食味な米づくり

元気な土づくり、高温登熟の回避、適正な生育量への誘導と稲の活力維持
病虫害防除の徹底、適切な収穫・乾燥調整。

ロ) 低コストな米づくり

担い手への土地利用集積により設備・機械の効率利用の推進、直播栽培による低コスト・省力化の推進、土壌診断・生育診断による効率的な施肥の推進。

ハ) 「安全・安心」な米づくり

化学肥料の使用低減を推進、栽培基準の策定と農業生産工程管理手法の徹底。

ニ) 多様なニーズに対応した米づくり

需要に応じた新規需要米や加工米等の作付けの推進、地域の特性を生かした付加価値の高い米づくりの推進。

・推進対策

イ) 県の重点推進事項に基づく対策を確定し現地で生産部会を開催、地域の技術者協議会などを中心に地域対策を定め適切な指導と支援に努める。

ロ) 各種情報や分析機器を活用しての実態調査に基づき検証・改善指導など「元気な富山米」の総点検運動を展開する。

ハ) 地域条件に合わせた米づくりのパワーアップを推進し、「元気な富山米ブランド」の確立で、競争力の向上を図る。

ニ) 関係機関・団体と連携し、県外の消費地の動向掌握と富山産米のPRと市場での評価向上を図る。

③南砺市独自の農業施策、農地集積など

- ・土づくり対策事業、水稻・麦・大豆に、堆肥、醗酵鶏糞の散布へ補助
畜糞堆肥 1000円／10a、醗酵鶏糞 500円／10a、(認定、

- 集落営農、生産組合）・特産振興補助事業、（地域特産ブランドの新規開拓支援・飛躍支援・推進支援を営農集団へ補助）３戸以上の営農集団、その他条件４０万、２０万円、１００万円、（事業費の２分の１）
- ・地域農産加工食品開発支援事業、農業者と商工業者が連携した加工食品開発へ補助、２０万円、（事業費の２分の１）
- ・農地の集積
南砺市における農地の集積は、県の補助金（１０a 当たり１００００円）も活用し、認定農家と集落営農組織等に約７０％の農地が集約されている。
集落面積７３１９ha、集積面積５１１７ha（認定農業者１４９、集落営農組織１２０）
- ・農業協同組合の役割
一等米比率で９５％以上めざす、認定農業者の育成などそれぞれの特長を生かした３つの農協が農家と対応している。「南砺農協」「となみ野農協」「福光農協」の３つの農協がある。
- ・鳥獣被害防止総合対策事業（県）
ソフト事業、捕獲技術講習会、指導、緩衝帯の整備、生息調査など２００万円／一協議会当たり、ハード事業、イノシシ進入防止電気柵の設置
８５％程度の補助率、平成２２年度の電気柵設置実績は、１１０km、地域協議会での設置、３戸以上もしくは３筆以上、平成２２年度の捕獲実績はイノシシ６６頭、処分で苦慮している、サルやシカは出ない。

５．所見

観光振興とインバウンド事業について

南砺市の観光振興にとって空港をはじめ高速道路、北陸新幹線（平成 26 年開通）など交通網の整備が大きく影響している。京丹後においても京都縦貫道や高規格道路などの整備が急がれるが、そういった変化に対応して通過の町でなく滞在・宿泊の観光地としての振興策が重要である。

観光事業への職員体制は、本年４月に合併した南砺観光協会の職員と市観光課職員が対応して事業にあたっている。飛越国際観光都市連合など３市の取り組みは市観光課主体で行っている。今年からＪＴＢの支店長クラスの方を観光協会の企画部長として迎えている。また、インバウンドの取り組みに富山県の職員が配置されるなど、県が専門家を配置し、人的にも観光に力を入れていることは重要である。

富山空港での韓国便就航にともない誘客訪問や旅行エージェント招聘の取り組みが早くからとり組まれてきた。そういった事業の中で、旅行会社だけではなく雑誌などのマスコミ関係者への働きかけが効果を上げていることである。インバウンドをすすめる上で留意すべき点である。

「南砺里山博」は、7月24日から100日間とり組まれた。93の体験メニューを企画した体験主体の取り組みで5年間続ける予定である。特に和紙、紙すき体験に人気があり、今でも日程の空いた日がないほどである。台湾では雪がないので雪とのふれあいその物が商品となっている。国内外を問わず旅行での体験メニューは必要不可欠になっている、地域のあらゆる祭りやイベントを旅行者とのふれあい・体験として生かす南砺市の積極的な取り組みは教訓的である。

富山米ブランドの取り組みについて

南砺市では、全国的に先駆けて集落営農組織を立ち上げるなど積極的な農業施策が行われている。富山県が「元気な富山米ブランド」の確立へ基本計画を立てて積極的な役割を果たしている。また、認定農業者や集落営農組織へ70%の農地を集積している。3つの農協があるがそれぞれの特徴を持ちながら農家と結びつき、米の集荷率も7～8割に達している。しかし、大規模な集落営農組織においても、米価の下落や農機具の更新など営農状況は厳しいと報告があったが京丹後でも共通した問題である。

有害鳥獣被害は、イノシシのみであり捕獲頭数も少ないが前年度比でも急増している。電気柵の設置への補助率が高く、農家負担は15%（京丹後は30%）など手厚い対策が行われている。京丹後においても補助や条件を含めた抜本的な有害鳥獣対策が求められる。



南砺市研修



合掌づくり民宿（世界遺産）

【新潟県糸魚川市】

1 視察日時 平成22年11月16日（火）午前9時30分～午後4時30分

2 視察内容 糸魚川ジオパークの取り組みについて

3 内 容

（1）糸魚川ジオパーク特徴と魅力

糸魚川ジオパークは、新潟県の最西端にある糸魚川市（面積は746平方キロメートル、東西42.5km・南北42.2km、海岸線、約45km）にあり富山県と長野県に接している。平成17年3月に旧能生町、旧糸魚川市、旧青梅町の1市2町が合併し新糸魚川市となり、新市エリアがそのままジオパークエリアとなっている。このことは、世界ジオパーク認定を起源とする各種の地域活性化事業を全市的に取り組むことや新市としての一体感の醸成に寄与できるものである。

全市域に24ヶ所のジオサイトを設定しており、5億年前に誕生したヒスイから3000年前に誕生した活火山（焼山）まで、幅広い年代差の地質や海拔0メートルから2000メートル後半の標高差のある地形を形成している。フォッサマグナの西側の断層「糸魚川-静岡構造線」が通るなど日本列島の形成を示す貴重な地質や特徴的な地形を見ることができる。また、世界最古のヒスイ文化遺跡や断層に沿って東西日本の習慣、風俗等の混在地域となっており興味深い。

（2）世界ジオパーク認定前の取り組みについて

- ・1989年に「フォッサマグナと地域開発構想を」策定して、地学資源でまちづくりを推進する「世界ジオパーク」考え方を先取り
- ・1989年に「糸魚川市立博物館構想」を示し、見学地を屋外博物館と呼び屋内博物館と結びつけることを提言
- ・1990年に「フォッサマグナパーク（断層露頭）」完成
- ・1991年に「野外博物館」を世界ジオパークに先駆けてジオパークと命名
- ・1994年に「フォッサマグナミュージアム」開館（総工費17億円）
- ・2007年9月に「世界ジオパーク」加盟を表明。12月に日本ジオパーク連絡協議会の設立時に糸魚川市長が会長に就任。

（3）平成20年度の取り組みについて

- ・4月に企画財政課にジオパーク推進室設置（職員2名）
5月よりガイド養成講座等を開設（6回、196人）
- 2008年10月に「糸魚川ジオパーク協議会」設置。その3ヶ月前の7月に「糸魚川ジオパーク市民の会」発足。

市内全域にのぼりの掲出やジオサイトに向かうための解説板等の発注やサイトごとのイベントを開催

- ・学習支援等の実施状況については、出前講座が83回の2640人、学習支援が27回の760人、視察が23件の330人、マスコミ連携は、TVが16回放映、新聞報道が126回である

(4) 平成21年の取り組み（8月22日、世界ジオパーク認定）

ガイド育成のためテキストブック発行しジオパーク検定を実施。また、副読本も発行し総合学習を実施。この取り組みについては、上越教育大学との連携で行っている香港ジオパークとの姉妹提携

世界ジオパークのブランドを活用した「交流人口拡大プラン」の作成

糸魚川ジオパーク切手発売 1000部

糸魚川ジオパークマスコットキャラクター完成（愛称はジオまる、ぬーな）

外国人をターゲットにした取り組みとして5カ国語別の説明パンフレット、外国人観光客接遇マニュアル、音声ガイドシステムも4カ国語対応など取り組んでいる

学習支援等の実施状況については、出前講座が114回の4084人、学習支援が47回の2094人、視察が38件418人。ガイド養成講座は7回で290人、ジオパークセミナーで693人が参加。

(5) 交流人口拡大プランについて（平成21年11月作成）

プラン策定の趣旨は、①市民に糸魚川ジオパークを知ってもらい学習機会の創出と来訪客を迎え入れる「おもてなしの心」を醸成する ②国内外の訪問客に満足してもらう受入体制と環境整備 ③ジオパークを活用した魅力的なツアー開発実施と関連する産業の活性化 ④ジオパーク情報や観光・文化・歴史情報を発信し交流人口の増加を図る。の4点である。

計画は、「基本構想」と「実施計画」で構成されており、計画期間は平成21年度から平成25年度までの5年間である。特に実施計画については、実施主体が国・県から市・観光協会・各種企業まで明確であり、ジオパーク推進室が庁舎内の連携はもちろんのこと外部団体との意思の疎通に努めている。

数値目標については3点を設定している。

観光入込み客数：約240万人（H20：約187万人）

宿泊客数：約26万人（H20：約20.7万人）

フォッサマグナミュージアム入館者数：約6.3万人（H20：約4.6万人）

観光入込み客数の推移については、平成14年が26.9万人から平成19年には18.5万人へと毎年減少から横ばいへ特にジオパーク関連の自然景観、文化施設、産業観光、祭り・イベントについては、平成20年、21年と順調に入込み客を増やしており海水浴、スキーの大幅な変動を補っている。また、宿泊客数も、平成18年まで

毎年５％前後減少していたが平成１９年から２１年については増加傾向である。また、入込み客数については目的別観光客数等の推計で１０に分類しており原因分析や個別対策が執りやすいよう工夫してあった。実施計画と①から③の推移については、参考資料として添付する。

（６）フォッサマグナミュージアムについて

平成６年４月に糸魚川市美山公園内に開館したフォッサマグナミュージアムは、石の博物館として、ジオパークの教育、また、ジオスポット情報発信拠点として中心的な役割を果たしている。展示内容は、フォッサマグナにかんする展示、糸魚川やその周辺地域から産するヒスイや色々な鉱物・化石・岩石の展示、世界中の鉱物・化石の展示である。なお総工費は、１７億円（建築１１億円、展示工事・展示物購入・分析機器購入等６億円）で年間の維持管理費は約４０００万円（Ｈ２２年度）である。ただし正職員人件費は除く（館長以下６名）。

入館者数の推移は平成１４年が約４．９万人、平成１９年が約４．０万人まで減少していたが、平成２１年度は、１９年度比４６．５％増の約６万人で、平成２２年度も１０月時点で前年度を大きく上回っている。この変化は、糸魚川市がジオパーク認定に向けて取り組みの強化、認定後の情報発信の効果の現れである。なお、公設の博物館の評価基準のひとつとして、年間の入場者数が設置自治体の人口（糸魚川市は約４．９万人）を超えれば健闘していると話しもあった。

また、早い段階から専門性を有する学芸員３名（Ｈ３に２名、Ｈ１３年に１名、地学）を糸魚川市で本採用し、糸魚川ジオパークの学術的価値を高める努力をしている。具体的には、フォッサマグナミュージアムと国立科学博物館の共同研究により、糸魚川産ヒスイより新鉱物（糸魚川石、蓮華石、松原石）の発見や日本新発見となる石などの希少石を発見している。それ以外にも考古学の学芸委員２名も採用しており地質と考古学の融合にも力を入れており新しい価値の創造に努めている。

（７）その他の取組み及び予算

食についてのイベントも多く観光客が視覚や味覚、話題性も考えて商品開発をしている。具体的には、「糸魚川うまいもん会」と名づけて「糸魚川レッド（南蛮えび）」・「糸魚川ホワイト（メギス）」・「糸魚川ブラック（イカ墨焼きそば）」のＢグルメの食彩キャンペーンや「糸魚川ジオパーク丼」は各店自慢の料理で大いに盛り上がっている。

なおジオパーク予算（当初）については、平成２０年度が４０００万円、平成２１年度が４０００万円、平成２２年度が６０１４．５万円である。ちなみに糸魚川市の一般会計予算（平成２２年度）は、２９３億６２００万円であり京丹後市と同規模である。

4. 所見

糸魚川ジオパークは、糸魚川市域が対象エリアであるが、「フォッサマグナと地域開発構想」を策定し、地学資源で地域振興をとの考えで、「世界ジオパーク」の考えを先取りし、1980年代より取り組んでおり、糸魚川市の強いリーダーシップと先見性により、ジオパークの目的に沿った調査研究及び情報収集を行い、積極的に報道機関との接触もち情報発信や周知に取り組んでいる。特に、行政の刊行物には必ず糸魚川ジオパークの名称を使用、民間でもトラック協会が車用ステッカーを貼り出すなど官民一体となった協力体制が目をつけた。このことは市域イコール、ジオパークエリアという他地域にない特性ということもあるが、長年にわたる取り組みが地域住民へ理解と協働の現れであると考えられる。

山陰海岸ジオパーク構想の目的は、「山陰海岸に存在する地質遺産を地域住民、行政、民間企業が協働して保全するとともに、教育への活用、地域の歴史文化資源とあわせ、特徴的で魅力的なジオツーリズムを構成し、そして、地域経済の活性化と地域保全・教育の推進を図り、持続可能な地域社会の発展につなげていくことを目的とします。」とある。

「持続可能な地域社会の発展」を確かなものにするためには観光は大きな柱であり、現在、京都府が策定した「ゆっくり ぐるり ほっこり 丹後」観光圏整備計画のもと観光力強化に向けた具体的な取り組みが進められているが、「山陰海岸ジオパーク」エリアを明確に観光圏と位置づけ、交流人口拡大へ向けたプランを策定すべきである。2つの観光圏がクロスすることにより、二季型観光から四季型観光へ、一泊から滞在型観光の可能性が広がると考えている。

糸魚川市を例にすると平成19年から20年21年との観光入込み客を観光地点別に分析してみるとスキーは10.0%、海水浴は33.0%の減になっている。このことは、気象的要因による増減、観光の志向による減少傾向が原因であり京丹後市も同じ傾向といえる。それに反しジオパークと関連が深い自然景観は8.4%、文化施設は18.4%、産業観光（ヒスイ王国館、マリンドーム能生、親不知ピアパーク）は7.8%、祭・イベントは3.0%の伸びを2年間で示しており四季型観光の可能性を示すものである。また、滞在型観光に体験観光メニュー開発は不可欠であり、一次産業との連携が必要であるが、コーディネートする上で付加価値があるものを探し出す作業が大切であり、あわせて地域や時間限定の付加価値を切取って示したり、高度な知的好奇心を満足させることができるガイドの養成も大切である。

今後の取組みとして外国人観光客の対策は大きな柱である。4～5ヶ国程度の観光パンフレットの製作は当然として、外国人観光客接遇マニュアル、主要な観光施設については外国語の音声ガイドシステムは最低でも必要である。

食については観光の大きな要素であり糸魚川市では、B級グルメが大変な評判で、結果として大きな集客力と情報発信力を誇っている。しかし、最初から成功したのではなく多くの企画のなかで、味だけではなくネーミングや調理の奇抜さで、予想外に

ヒットした「黒焼きそば」はその代表選手である。京丹後市では、ブランド力のある「間人がに」・「たんご米」はあるものの誰でも手軽に食すことのできるB級グルメメニューやこれが丹後土産の定番というものがないように感じる。エースを開発し育成することは大変なことではあるが今後も取組みの強化が必要である。

最後に「山陰海岸ジオパーク」のエリアは3府県・3市・3町であり、推進協議会の加盟団体は38団体であるが、今まで以上の協力体制の構築は勿論のこと「糸魚川ジオパーク市民の会」のような草の根の組織も必要ではないか。また、地質学的な理解やジオパークの目的を地域住民に理解してもらうことがもっとも大切である。そのためにも、糸魚川がそうであったように高等教育機関との連携強化が必要であり効果的な学習教材を開発し、子どもから大人まで学習機会を提供すること。また、学術的な価値を高め歴史文化遺産を再認識して両方を融合することは圏域外の人に対し観光の魅力を高め、圏域内の人々の一体感を醸成することになり大切な視点である。



糸魚川市役所研修



ヒスイ郷（糸魚川ジオパーク）

【富山県黒部市】

1 視察日時 平成22年11月17日（水）午前9時30分～3時

2 視察内容 観光の取り組みについて
宇奈月麦酒館の取り組み（現地視察）

3 黒部市の概況

（1）沿革・地勢

黒部市は、富山県の東部に位置し、西は日本海に面し、北は長野県の県境に、南は立山連峰をはじめとする中部山岳国立公園が広がっている。

日本一のV字峡として知られる黒部溪谷、急流黒部川がもたらした肥沃な扇状地など豊かな自然に恵まれている。

北陸ブロックの入口で、三大都市圏からは、ほぼ300Kmと広域交通の要衛の位置でもある。

昭和29年4月に近隣各町が合併して黒部市になり、更に平成18年3月宇奈月町と合併して新しい「黒部市」になり現在に至る。人口は42,930人、世帯数は14,478世帯（平成20年12月31日現在）で、人口は減少傾向にあるが、世帯数は微増傾向にある。面積は、427.96Km²で、富山県全体の約10%を占めている。

4 内容（観光）

（1）観光の背景

黒部市には日本一のV字峡として知られる黒部溪谷、多くの登山客で賑わう北アルプスの雄大な山岳観光、悠久の歴史の中で黒部川のもたらした肥沃な扇状地、こんこんと湧き出る清水が楽しめる生地の町並みなど豊かな自然に織り成す多彩な四季の表情があり、黒部川の流域が育んできた水の歴史と文化が息づいており、これらの自然や北陸を代表する名湯宇奈月温泉などの豊富な観光資源を有している。

電源開発のドラマである黒部ダムや黒部溪谷鉄道（トロッコ列車）、日本有数の高温の温泉宇奈月温泉があり、そして近代工業の先駆けYKKをはじめとする地場産業があり、そのおかげで国際交流も含め、産業観光も進められている。

（2）観光の現状と課題

黒部市には、豊かな自然を活かした観光資源や施設があるが、平成14年度以降平成19年度までの観光入込客数は、220万人前後とほぼ横ばいで推移しており、平成20年度は263万人と微増となっている。しかしながら、旅行者のニーズやスタイルには、従来の「団体旅行・物見遊山型」から「個人旅行・参加体験型」へ変化し

てきているにもかかわらず、従来同様に集客は旅行会社が造成するツアーに委ね、受け身的に対応する地域が多く、ニーズに対応し、自立した観光地づくりに至っている地域が少ないとしている。

外的要因としては、富山空港のチャーター便の減少、外客誘致の競合激化、通過観光客の増大、宿泊客の減少、黒部溪谷鉄道の駆け足観光化などを上げており、内的要因としては、温泉集客の団体依存・ニーズ変化への対応の遅れ、宇奈月温泉の基本コンセプトの不鮮明さ、観光地の景観・休憩施設(トイレ・食事処等)整備の遅れ、観光資源相互の連携が不十分(テーマコース・交通等)、市民ホスピタリティの未開発、観光ボランティアガイド等の不足等々を上げ、今見直しが図られている。

そして、本市の「観光まちづくり」を推進するための課題として、

地域の魅力の向上

情報の発信

来訪者満足度の向上

推進体制の強化

新たな観光振興計画の考え方

(3) 新たな観光振興計画の考え方

従来の観光地である宇奈月温泉、黒部溪谷と観光開発段階にある生地地域との山・川・海を結びつける一体的な観光と平成26年に予定の新幹線開業に向けた観光地開発のビジョンやさらに、これからの個人観光が台頭する国内観光やビジットジャパンとして進展する国際観光、YKKが取り組む産業観光など社会変化に対応できる観光開発、観光ビジネスに取り組むための重点施策、到達目標を明確にしたより戦略的かつ実践的な観光振興計画(短中長期的な取り組み)を目指すとしている。(別紙1 黒部市観光振興計画の考え方 参照)

これらの観光振興とまちづくりを一体的に推進するため、黒部市観光協会、観光事業者、観光関係団体、市民の連携による観光まちづくり推進協議会(仮称)の設立や全国的な観光行動の広域化に加えて、新幹線の開業に対応するための広域観光推進体制の確立を図ることが検討されていた。

そこで浮上したのが観光局構想である。

(4) 観光局構想について

国内観光客の頭打ちによる競争激化、旅行形態の個人旅行への変化など観光ニーズの多様化、高度化への対応、高速交通網の整備充実による観光ルートの広域化に対応する必要があり、それらに対応する観光の推進を成功させる鍵として、地域(旅館・観光事業者・商工・地元企業・J A・漁協・民間団体(N P Oなど)・行政・住民・自営業者など)と市場(旅行者・消費者・流通(旅行会社))を相互に結ぶ主体性を持ったワンストップの窓口組織としての観光地域づくりプラットフォームの重要性

を説く。すなわち新たな組織として観光局設立の必要性が提唱された。

観光局は、役割としては観光協会の発展・強化形とされているが、従来の観光協会では、主に関係団体・企業の調整機能や限られた人員の中で、イベントなどの実施に労力をさかれ、また行政のひもつき補助金、会員の委託金を頼りに運営されており、発展性が望めない中で、観光局は、関係団体・企業が新たな目的で参加する新組織として、主体性を持ちながら組織を担う専従・専門の人材を確保、そして自主財源の確保を目指しながら、強い推進力と実行力の強化を図るものとしている。

観光局の領域と行政領域の棲み分けについて、観光局の領域として観光プランニング・観光ソフトの企画・実施であり、行政の領域としてはインフラの整備と観光行政としている。

組織構想としては、観光局長を中心に重点施策ごとの部門を設け、全体で10名～15名位の人員を配置し、観光戦略会議においては、そのサポート役として、観光局の運営を大局的に推進する会議体の理事会（15名位配置）と外部アドバイザーが考えられている。また、会議趣旨に応じた非常勤戦略メンバーの招聘も有るとしている。

現在、この構想の実現に向かって動いており、平成23年4月の設立を目標に目指すとしている。当初予算は、1億円位を想定している。

（別紙2 一般社団法人 黒部・宇奈月温泉観光局（仮称）の設立について 参照）

（5）所見

一番強く印象を受けたことは、観光局構想についてである。

おそらく県や市は、新幹線開業を26年度に控えて広域観光の推進を図ることを重要視する中で、従来の県や市の行政組織の対応では、中々前に進まないことを予測し、広告代理店博報堂に声をかけ、立案し、実行に移すことを考えたものと思われる。

現在、博報堂から3年契約で派遣され、観光マネージャーとして黒部市の産業経済部の観光振興を任されている村山理事に観光局構想を企画・立案させたものと考えられる。

内容的には、従来の市の観光推進計画にそったものであるが、なかで目を引くことは、新しい観光局の設立の発想と組織編成のあり方である。

市の方では、おそらく設立に向けての準備室を立ち上げていると思われるが、旧態化する観光協会等の理解が中々得られず、計画どおり23年4月発足が困難ではないかと予測する。

しかし、村山理事は、ねばり強く説得、理解を得ながら推進していくとしており、この点が外部から行政に入っている人と根っからの行政マンとの違いを感じ、本市においても、ただ計画作成のときの有識者のコンサルを受ける形とは推進効果に開きがあると感じ一考する必要があると認識した。

次に、観光産業・観光インバウンドについてであるが、黒部市には、YKKという

世界数十箇所に拠点を持つ代表的な大手企業があり、自らも産業観光施設を持ちながら旅行社も運営している。その力で、黒部市は今までより多くの外国人を受け入れており、恩恵を受けているが、本市においては、今までそのような観光に熱心な企業は見当たらず、その点黒部市と異なるが、今の観光を取り巻く社会状況の変化に対応するためにも企業へのアプローチは大変必要である。

さらに、村山理事の説明の中で、観光客を増やすためのひとつの施策として、着地型観光は重要であり、来客がその地で何か体験・実感することでその地の良さが解る。

中でも効果があるのか朝食で食材とメニューに工夫・力を入れることで印象に残り、リピーターになる可能性が高いと云われたことは一考に値する。

最後に結びとして、本市としては、海・山・温泉などの豊かな自然と古代丹後王国のロマンあふれる歴史遺産や世界ジオパークに認定された地質遺産に恵まれ、他に負けない魅力ある観光資源を有している。また、農林漁業をはじめ織物・機械金属業など地場産業と観光振興とを結びつけ、これまで培ってきた観光ノウハウと黒部市の進める観光局構想に学んで、新しい視点と発想で観光のまちづくりを進めることが必要ではないか。



黒部市役所研修

5 内容（宇奈月麦酒館）

（１）施設の目的

地元産業の二条大麦を使った「地ビール」の醸造工場とできたての地ビールをその場で味わえるビアレストラン、地元の特産物を販売する特産品直売コーナー及び宇奈月町や近隣市町を紹介するふるさと情報の発信基地が一体となった施設で、安定的な就業機会の確保と都市住民との交流を図り、町の農業・観光の振興と生活文化の向上を図るとしている。

（２）規 模

①構造 鉄骨造 2階建 1, 158㎡

1階 899㎡ ビアレストラン（160席）
特産品販売コーナー
地ビール醸造プラント

2階 259㎡ ビアレストラン（40席）
ミュージアム

②地ビール生産量 目標は100キロリットル 現在は110キロリットル

（３）補助事業名

山村振興等農林漁業特別対策事業（生産物直売・食料供給施設）

事業は平成8年3月着手 同年12月完成

（４）事業費

705, 450千円（うち補助対象事業費 664, 200千円）

〈財源内訳〉

国庫補助金 332, 100千円

県補助金 66, 420千円

一般財源 306, 930千円

（５）管理主体

宇奈月ビール株式会社（第3セクター）

①資本金 98, 000千円（196株 55名）うち市 40, 000千円

②役員 8名

③従業員 10名 支配人（フロント兼務）1名

フロント 1名、フロア 2名、製造 3名 厨房 3名

④パートタイマー 13名

（６）設立の背景

旧宇奈月町の産業は、黒部溪谷と宇奈月温泉を主とした観光のほかに農業しかなく、特に農業が兼業化と高齢化の進展により弱体化が目立っていた中で、平成6年旧宇奈月町の商工会から「町でも地ビールに取り組めないか」との提案があり、単なるビールビジネスでなく、地域に根ざした自然食品加工食品業としての地ビール事業という考えのもと、地元産ビール麦を活用した地ビール醸造計画が動き出す。

当時雪深い地方でのビールの原料になる二条大麦は栽培が難しいとされたが、町農林課職員の献身的な努力により克服、町のコメの減反対策として、ビール麦を特産物に指定し、生産組合を作ることを提案。また県もビール麦の試験栽培を全面的にバックアップした。

平成7年5月に、温泉旅館経営者や商店主が発起人となり、宇奈月ビール(株)を設立。丁度、その当時集中豪雨でトロッコ列車が不通となり、トロッコ列車だけに頼らない魅力づくりに取り組まなければ宇奈月は残れないという危機感が、町民の意識を変え町ぐるみで地ビール計画を推進する気運が生まれたとしている。

そして、平成9年4月に、観光と農業の活性化を目指した融合施設が誕生し、人が集う新たな観光の拠点（道の駅）としてスタートし今日に至っている。

さらに、平成21年には、隣接に農山漁村活性化プロジェクト支援交付金事業として、事業費約4,800万円うち補助対象事業費約4,500万円で、農林水産物直売・食材提供施設「うなづき食彩館」を設立し、地ビールをはじめ関連商品、地元特産物の直売を行っている。

（7）所見

宇奈月麦酒館は、平成9年のオープン時の来館者数169,457人より5年間減少を続け、それに比例するかのように売り上げが減少、赤字経営を続けていたが、平成14年度より来館者数も徐々に増えつつあり増収に転じ、現在は6期連結黒字経営を続けている。（但し、累積赤字は1億4千万円有り）

この施設は、3つの部門（ビール部門、レストラン部門、売店部門）から構成されており、売上構成は、レストラン部門の売上が横ばいであるが、ビール部門、売店部門がここ数年伸びている。

ビール部門は、品質の向上と国際ビールコンペの数々の入賞による話題性、そして缶ビールの発売は、ビール部門の売上増に寄与し、また売店への顧客誘引の要因になっている。また売店部門は、地ビールをもとに作られたビールカレーやビール餃子などのオリジナルメニューのお土産品の充実で、来館者の購入比率と顧客単価アップを図っている。

まとめとしては、黒部の名水と地元産の麦にこだわり、製品の品質の向上に取り組み「宇奈月ビール」というブランドを創りあげ、さらにこのブランドにこだわりつけながら明確なコンセプトに基づいたオリジナル商品開発や目標達成に向けた販売戦略を次々と実行していく現場を統括する支配人の気がいを強く感じるものである。

丹後あじわいの郷の管理者も一度見学されると良いと思う。



ビール製造過程



宇奈月麦酒館



直売所