

# 行政視察報告書

この度、福井県鯖江市、大野市及び石川県金沢市を視察した結果について、別紙のとおりご報告いたします。

資料その他については、事務局に保管してありますので、ご高覧ください。

平成24年8月13日

## 産業経済常任委員会

委員長	佐藤 誠洋
副委員長	小野 正伸
委員	堀田 賢逸
委員	高橋 勝義
委員	佐々木 誠
委員	塩田 勉

横手市議会議長 佐藤清春 様

## 【 報 告 書 】

7月10日（火）

### 福井県鯖江市

《プロフィール》 人口6万8千人、2万2千世帯、面積84.75k㎡。住みよさランキング全国810市区中54位。眼鏡・繊維・漆器が3大地場産業の田園工業都市。100年の歴史を誇る眼鏡フレームの生産シェアは国内96パーセント、世界20パーセントであり就業者の6人に1人が眼鏡産業に従事。越前漆器は国の伝統的工芸品で、業務用漆器は全国シェア8割を占める。

#### 「作って売る眼鏡産地の創出事業について」

##### 《背景・現状》

- ・ 眼鏡産業はイタリア、中国と並ぶ世界3大産地のひとつ。デザイン力とブランド力のイタリア、低コストで大量生産の中国、高技術と高品質の鯖江。
- ・ 冬場は雪深く、農閑期工業として1905年頃から眼鏡枠製造が導入された。チタン製眼鏡フレーム発祥の地。
- ・ OEM依存度が高い下請加工産地。OEM受注比率はおよそ8割。
- ・ 眼鏡関連事業所数は約600社。半数以上は4人以下の事業所。
- ・ 1990年代に一部メーカーが安い労働力を求めて中国に工場進出した結果、製造技術が中国に流出し、産地は窮地に陥った。
- ・ 工業人口・工業事業所数の約2分の1、製造品出荷額の約4割、就業人口の約6分の1、法人市民税の税収の約2割を眼鏡産業が占めている。
- ・ 出荷額のピークは1992年。2005年と比較すると出荷額で約4割減、従業者数・事業所数は約3割減。衰退の要因として、国内不況による消費の低迷とライフスタイルの変化、OEM依存型の産地形態、イタリアや中国の台頭が考えられる。

##### 《事業導入の目的》

- ・ 産地企業の企画開発力、販売力等の強化と「ヤル気」の創出によるOEM依存度体質からの脱却。
- ・ 後継者育成体制の整備による世界トップレベルの眼鏡製造技術の維持と職人の確保。
- ・ 産地情報の積極的発信による産地と製品のイメージアップと異業種進出の機会創出。
- ・ 産地観光の促進による産地イメージの向上と観光客の増、製品の付加価値向上によ



「鯖江市役所にて」

る出荷額の増。

- ⇒ ・「作るだけの産地」から「作って売る産地」への転換によるOEM依存体質からの脱却。
- ・産地観光の促進による「楽しめ・愛される産地」の実現。

《取組》

- ・各種の実証実験を行う。「オリジナルブランド構築」「後継者育成に向けた『ものづくり教育』」「ICT活用による産地情報発信」「産地観光の環境整備」「情報媒体活用による産地情報発信」etc.

《課題》

- ・産地として「ものづくり」のみに特化してきたことから「売る」ことが苦手。
- ・中国製品の技術・品質向上に伴う差別化。
- ・熟練工の高齢化と後継者不足による産地内の技術継承への不安。

Q 現在の経営者への引継ぎは。

A 次のステップで世代交代を迎えようとしている。過渡期にあり、ブランド化に向けた取組みもしていこうという動きがある。この産地に欠けているものは何か肌で感じていただいて、業界を中心に産地全体へ広がっていけばと思っている。

Q 円高であり努力以上のものが求められている。株式、為替相場を含めた行政としての対応は。

A 市レベルで直接的に関与することは現状では難しい。

Q 外に発信して売る体制を作っていくための芸能人やプロダクションへの接点についてどう展開しているのか。

A 内閣府とのつながりで東京ガールズコレクションを紹介してもらい急展開し、様々なアパレルなどから声がかかるようになった。ウェブで情報を発信したことでタレント事務所がたまたま見て問合せがきた。タレントも水物でありリスクはある。試作費用や初期にかかる費用は事業の中で支弁していく。少しずつ側面支援していく中でタレントがいいのか、ブランドがいいのかはわからないが、それをキッカケにブランド化していくプロセスが必要だと思っている。経営者や眼鏡協会の幹部の方々も高齢化しておりそれを理解してもらえなかったり、元々職人なのでものづくりにはお金をかけてもソフト面にはお金をかけないので意見が合わないことが多いが、何かキッカケづくりはしたい。行政はリスクを負えないので、あくまでも民間のリスクの中で進めてもらいたいと伝えてい。

Q この取組みの中で価格形成への影響はあったか。

A 中国製品との価格競争に巻き込まれ製造単価が抑えられている。それで利益が上

らなくて倒産するケースも出てきている。新たな分野に進出するからには利幅が大きな仕事をしていかなければならない。眼鏡の流通は原価率が低い。タレントとのコラボレーションは通常のOEMの倍以上の単価でやっている。そういった価格帯を作っていく。一方で過当競争に走るメーカーもあり、中国並みの単価でやるメーカーも出てきている。結局自分の首を絞めることになるので、ブランドやデザインの付加価値によって上げていき、小売がいくらでも買いたいと言われるような商品作りをしていかないと産地は残せないだろうというのが今回の実験のひとつだ。

A 眼鏡はフレームとレンズが揃って初めてひとつの商品になるが、レンズの研磨メーカーと一体となった取組みはしていないのか。

Q 1億円や2億円の機械が必要で、更に優秀なスタッフが設計するので、資本のかかる産業であり、なかなか資本参入できなかったという実情がある。大手企業では粗利で低い商売、労働集約型の産業で大手企業ではできない仕事であり、小回りがきく小規模の企業しかできないので協力関係を保てないのが現状だ。ニコンやシチズン、ホヤ等は安い製品を求めて中国に進出し産地と乖離してしまっている状況だ。

A 製品出荷額は700億円あるが。

Q 2000年あたりから技術を活かして異業種に進むメーカーが出てきた。デジタルカメラやスピーカーパネル、電子部品のネジを作ったりしており、それらを含めての700億円だ。おそらくフレームだけだと400億円くらいにしかならないと思われる。年々出荷額は落ち込んでいる。

A 家内工業的にやっているようだが。

Q 完成品までの一環した生産メーカーは数社しかない。特にメタルフレームでは、プレスや接合や最後の組立まですべてを一環してやっているメーカーは市内50社中、100人超は3社。中堅で70人規模くらい。月産で2万枚くらいの製造キャパシティの会社。大量生産ができるのはすべて中国の会社。2,000から3,000人の従業員で月に10万枚から100万枚を作る会社もあるのでそこには勝てないと思っている。

### 「グリーンツーリズムについて」

- ・ グリーンツーリズムにより農家の副収入や、女性・高齢者の生き甲斐などのメリットが持たされている。都市農村交流を更に促進するために、グリーンツーリズムを受け入れてみたい方や、都市・農村交流に係わる団体等を横断的につなぎ、情報を共有化し、地域資源を活かして魅力的な体験メニューを構成し外部に発信していく必要がある。そのため、都市住民の田舎暮らし志向、食の安全安心志向などの意識の高まりをチャンスとして捉え、農業体験、地場産業体験、自然観察と食体験を連動させながら農村に大都市圏から人を呼び込むため、点的に活動を行っていた団体、

事業者をネットワーク化し、鯖江型のエコ・グランツーリズム戦略、団体同士の情報共有、情報発信を行う組織を構築するもの。

### 鯖江市河和田地区を視察

- 今年3月にオープンした体験型の交流施設で民間の方が自ら企画し地域と共同で作っている体験施設。市役所から10キロほど東に走った河和田地区にある。越前漆器の産地であり、福井県の漆器産地で最大規模、蛸も出る。1990年は140億円の出荷額だったが現在は40億円程度に落ち込んでいる。蒔絵、沈金の職人も減少してきており、30歳代は皆無で、60、70歳代が年金をもらいながら続けている状況だ。「職と農、鯖江ブランド化プロジェクト」を立ち上げ、人の増える町、交流人口を増やすために、米や茄子などのブランド野菜を作っていこうということで、6次産業化を推進し、都市と農村の交流によって都市部の富裕層を鯖江に招く取組みをしている。農業規模は小さいが、減農薬で農業を行っている地域。地域資源をうまく利用しながら農村部を高めていこうというプロジェクト。河和田地区は2004年に福井豪雨があり漆器職人の道具や漆器が全部流された地域。20年前は人口は5,700だったが、現在は4,700人まで減少している。そのときの被害が縁で京都の学生が入ってきている。2005年から河和田アートキャンプ事業で、8月には京都を始め全国から100人が河和田の空き家（古民家）に住み創作活動をする事業。OB、OGも含めキャンプの最終日には130人規模になる。アートキャンプを経験して鯖江市に住むようになった方も現在4名いる。

現地視察したのは、内閣府の事業で「iSB 公開未来塾」（民間の企業に委託してふるさと企業を育成する事業）を受けて出した企画の一つが「椀 de 縁」事業。実家を使いながら近所にある沈金で名の通った家と漆器で名の通った家とタイアップし、



漆器体験と食の体験をしてもらう。自主的な取組みで自ら企画していくのはまだ難しい面があるが、行政と一緒に公共施設を使いながら楽しんでもらうということで都市と農村の交流を進めていく動きも出ている。これからグリーンツーリズムをビジネスとして展開していくために行政としてどう関わっていくのか試行錯誤しながら検討を重ねている。

「日本美術展覧会作家・富田立山さんから漆器の装飾技法・沈金について説明を受ける」

《グリーンツーリズムネットワークの整備》

- ・ 鯖江市内には、食を中心とした都市と農村部の交流を行っている団体が活発に活動している。
- ・ 民家を利用し、地域の食材と資源を活用した体験の場を設けるグループができ、農家民宿も。



「野菜栽培ができる体験農園」

- ・ 地域団体や公営の温泉、農家、地場産業界、環境団体等の緩やかなネットワーク化を図り、地域資源や地場産業とコラボしたグリーンツーリズムを推進し、住む人、訪れる人に「食アメニティ」を提供するために、地域自らが取り組む情報発信や連絡体制づくりなど、組織体制づくりを支援していく。⇒「食と農・さばえブランド化プロジェクト」との係わり。

7月11日（水）

## 福井県大野市

《プロフィール》 人口3万6千人、1万2千世帯、872.3k㎡。住みよさランキング全国810市区中369位。石川・岐阜の両県に隣接する奥越の中核都市。基盤目状の街並みから北陸の小京都と称されている。かつては繊維産業が主体だったが、近年は電子部品などの新たな製造業が伸びており構造が変化しつつある。日本酒、味噌、醤油の醸造所があり、自慢の水を活かした味づくりをおこなっている。高級酒米の五百万石の生産量は日本一。

### 「まちなか観光拠点施設『平成大野屋』について」

《概要》

- ・ (株)平成大野屋は、商業観光を展開する市民参加型の第3セクター方式による地域おこし会社。それまでに大野市が行ってきた「平成大野屋事業」から新たに経済部門として「地場産品の全国販売や土産品の開発・提供」「市民と観光客のネットワークづくりの場を提供」「大野ファン拡大」などを経営方針に事業を展開している。
- ・ 経営方針は、「地場産良品を全国に向けて販売することに全力をあげる」「全国の大野ファンと市民の交流の場を創出する」「地元と共に栄えることを目指す3セク  
の会社」etc。

Q 特産品の販路開拓への取り組みはいつ頃からか。

A 平成 11 年に平成大野屋ができ、最初はレストランを開店しそこで販売していた。商店街とのつながりの中でどんどん特産品が出てきた。

Q 生産者から店に置いて欲しいという要望があったのか。

A 両方向からの要望がある。初めは小さなスペースだったが、どんどん大きくなっていった。物販は割高だが P R としては強いと思っている。どちらから要望があったかで利幅は変わってくる。

Q 平成 12 年、17 年、22 年の営業外収益については他より大きいが。

A 緊急雇用での人を受入れたことによる。

Q 市の指定管理料などの補助金は入っていないのか。

A 補助金的な支援になっている部分がゼロではないが、説明がつかないものもあり、委託部分のすべてが補助というものではない。補助金ではないので経営に対しては微妙なところがある。会社を維持するための補助金というかたちではない。黒字とはいつつもこれまでは指定管理料を投入しての黒字だ。管理料を入れなくて会社として黒字でなければ市民は赤字と認識しているので、少しでもなくすようにしてきた。

Q 平成 22 年度に入場者数が倍増しているが。

A 5 年間の中心市街地活性化計画の認定を受けている。主な設備として結ステーションが完成したが、それにより物販も専用スペースもでき、430 年祭の記念事業などの年間を通じたイベントも行ったことによるところが大きい。



「地場産品販売の拠点となる物産所(結ステーション)」

Q 今年は新しいイベントを企画しているのか。地場産品を売る場合は付加価値をつけていかないと客のニーズに合わないと思うが対策についてはどうか。

A 5 つの商店街の共催によるイベントを企画していきたい。市民参加型にこだわりアイデアを市民に提案してもらっている。上限 100 万円で補助金を出したこともある。商品 P R の一つの方法になっている。

7月12日（木）

## 石川県金沢市

《プロフィール》 人口44万5千人、18万9千世帯、467.77k㎡。住みよさランキング全国810市区中65位。北陸の中核拠点。加賀藩前田家の城下町として栄え、伝統工芸や伝統芸能を受け継ぐ。手仕事の技を活かしたものづくり産業も特色。大学が周辺立地する環状大学都市で1996年に中核市に指定。コシヒカリの主要な産地のひとつで、小規模でも生産できる付加価値の高いさつま芋や蓮根などの加賀野菜、梨などの果実の生産に移行する動きが見られる。

### 「金沢ブランド農産物の認証制度について」

#### 《金沢農業の特徴》

- ・ 石川県内を代表する園芸産地。
- ・ 多種多様な園芸作物を生産。
- ・ 卓越した技術を盛る篤農家の存在。

#### 《加賀野菜への取組の経緯》

- ・ 藩政時代からの季節感に富んだ豊かな特産物の存在。
- ・ 料理、菓子、器など伝統的食文化の継承。
- ・ 地場産農産物の生産振興・消費拡大への積極的な取組。
  - ・ 地場農産物生産安定懇話会の設置（H2年～4年）
  - ・ 農産物販売促進検討委員会を設置（H7年～8年）
- 農産物ブランド協会の発足（H9年）

#### 《支援策》

- ・ 直営、金沢市農産物ブランド協会へ委託、金沢市農産物ブランド協会独自、それぞれで支援事業を実施。

#### 《効果》

- ・ 生産面・販売面→知名度が高まり消費が拡大した。農家の生産意欲が向上した。伝統野菜の復活と種の継承につながっていること。
- ・ 食育・地産地消・加工面→給食食材としての利用拡大。加工品の原料としての需要拡大。

#### 《課題・展望》

- ・ 担い手の確保と育成。→（生産ロットの確保）
- ・ 品質の向上。→（品質管理体制の強化）
- ・ 価格の安定と維持。→（差別化）
- ・ 加工食品業界との連携強化。→（販路開拓・拡大）

- ・ ブランド化の維持と向上。

《新たな展開》

- ・ 金沢農業大学校の開設・運営（H18年～）
- ・ 加賀野菜の取扱店の登録制度（H21年～）
- ・ 加賀野菜加工品認証制度（H21年～）

《「金沢そだち」ブランド立ち上げの経緯》

- ・ 加賀野菜以外にも優れた農産物が存在しており、それらの振興と消費拡大を図るため、新たなブランドとして『金沢そだち』を立ち上げた。
- ・ 加賀野菜の成功。
- ・ 加賀野菜以外の生産者からの要望。
  - ・ 金沢ブランド農産物加工・流通推進会議を設置。（H19年度）
  - ・ 加賀野菜研究会を設置。（H20年度）
  - ・ 金沢ブランド農産物認証制度研究会を設置。（H21年度）
- 金沢市農産物ブランド協会において制度運用開始。（H22年）

《支援策》

- ・ 直営、金沢市農産物ブランド協会独自事業のそれぞれで支援事業を実施。

《課題・展望》

- ・ 更なるPRの推進。
- ・ 品目の拡大。
- ・ 認証生産者の増加。
- ・ 加賀野菜とのコラボレーション。



Q 地産地消するなら認証制度は重要でないと思う。認証制度によって生産量や都会への出荷量は向上しているのか。 「甘栗かぼちゃ、加賀太きゅうり、ヘタ紫なす

A 東京方面には名前を売りに行っているなど、加賀野菜を手に」  
 だけであり、地産地消に力を注いでいる。地元の伝統野菜であることを再認識してもらおう。一過性のブームではダメ。まずは地元での消費を固めて、それから余分な分を他へ出荷するという考えだ。

Q トレサビリティ（流通）について。

A 栽培記録をしっかりとつけるよう農協が農家に指導している

Q ブランドシールの添付による価格への跳ね返りについてはどうか。

A 信用のもとシールは小売業者に貼ってもらっている。何よりも信用が命綱なのでブランドを守るように協力的に対応してもらっている。

- Q ブランド化していながら生産者が増えていかないのはなぜか。
- A 適地適作できるほど農地がたくさんあるわけではないことによる栽培の難しさがあると思う。さつまいもと蓮根は後継者がいる。蓮根は販売価格が高く、出荷期間も長いので若い就農者の新規参入が見られる。
- Q 農業センターについて。
- A 試験栽培と栽培指導がメイン。種の保存も行っている。
- Q 横手でもブランド力と付加価値をつけながら売りたいと思っているが。
- A 米やスイカも石川産でなく金沢産として売り込みたいが、規模の問題になると全農が出てくるので難しく、それに対して行政がどうこうすることはできない。小さな品目でも少しずつPRして行って作ってきている経緯があるので、そこは大きいかなと思っている。これは大事だという関係者の思いと、それをみんなで頑張っけて守っていこうというのが根底にある。作る側と売る側は立場が違うので、どうしても一致しないことが多いが、「これは大事だから残していかなければいけない」という思いがあったから今までうまくきているのだと思う。それを受け継いでいかなければならないし、子供たちにもそれを伝えていきたいと思っている。農業人口が減少してきているのでその維持は大きい問題だが、その中でも加賀野菜は何とかして残していきたい。

#### [所感]

各視察地とも、工業製品や農産物にかかわらず、自分たちが作ったものに誇りと自信を持っており、行政マンの前向きな姿勢も印象深かった。中でも鯖江市に於いては市長がリーダーシップを発揮して自ら上京し、国から情報を得て、内閣府などの事業を職員に指示し、補助事業で、市を活性化しようとしている姿勢と、さらにこれに添えて、職員が生き生きと、与えられた仕事、責任を成し遂げようとしている姿、お互いに職員同士が相談、協力して、目的を達成しようとしている姿勢、組織が素晴らしかった。ぜひ見習いたいし、見習うべきだ。どこに向かうのか、どこに向かおうとしているのか、横手市の将来の姿は、職員に何をしてほしいのか、何を期待しているのか、リーダーはそのメッセージを明確にすべきであり、リーダーシップの必要性も再認識した。また、今回の視察を契機に、限られた財源を最大限活かし、国や県ともタイアップしていきながら、議会としても我が横手市の産業振興に寄与していきたいと強く感じた。