

1 調 査 事 件

環境行政の充実及び地域産業の活性化について

2 調 査 概 要

(1) 一般社団法人金沢市観光協会

ア 観光まちづくりマネジメントについて

一般社団法人金沢市観光協会は、観光地域づくりのプラットフォームとして金沢市と協働で、地域全体の稼ぐ力を高めるために事業者と連携しながら観光振興に取り組んだことにより、金沢市の2024年の年間宿泊客数は、前年比26.4%増の約423万人に達し、コロナ禍前よりも多い宿泊客数となっている。外国人の宿泊客数も著しく増加しており、欧州からの宿泊客の割合が全国と比較して高い傾向にある。

「金沢市持続可能な観光振興推進計画2026」では「住む人と訪れる人が共感を深め、「ほんもの」を未来へと紡いでいくまち」を戦略テーマに掲げている。「住む人」の視点が入っているのが特徴であり、観光客に迎合するのではなく、金沢に住む人も訪れる人もともに金沢の個性や魅力を感じられる観光を目指している。

インバウンド誘客の面では、伝統工芸など「ほんもの」の資源を多く持つという強みを生かし、「ほんもの」の価値を受け入れ理解できる外国の富裕層をターゲットとしている。また、主要な観光スポットが直径2キロメートルの徒歩圏内にあるコンパクトシティも強みであり、オーバートーリズムにならないよう、量より質を重視したインバウンド戦略を取っている。

さらに、「文化観光」を推進しており、多様な金沢の文化に触れる観光コンテンツを提供し、文化都市・金沢ならではのストーリーや豊富なリソースを活用してツアーを実施し、長期の滞在型観光やリピーター拡大につなげている。例えば、伝統工芸士が多い土地柄を唯一無二の強みと捉え、作品ではなく、作り手の作家に焦点を当て、作家の先生を訪問し対話することで伝統工芸の魅力を直接体感できるプログラム「金沢一期一会」を実施している。

課題として、同市は春や秋に観光客が集中する一方、冬は観光客数が少ない閑散期であるという点があるが、その対策として、スキー客等で冬に観光客が多い長野県白馬村と連携協定を結んでいる。互いの閑散期に観光客を送り合ったり、周遊観光を促したりするとともに、増加する観光客によって深刻化するマナー悪化や公共交通の圧迫といった共通課

題にも連携して取り組むこととしている。

今後は、事業者同士の横の連携をさらに強めることが必要と考えていることから、意欲の高い事業者と運営する市全体のマーケティング力アップを目指す会議において、外部講師の講演を不定期で実施するほか、自社動向発表の機会を作り、参加者同士のコミュニケーションを促進していくこととしている。

(2) 株式会社富山市民プラザ

ア 富山市民プラザの事業について

株式会社富山市民プラザは、「生活価値創造」をコンセプトに、市民の暮らしをより豊かにする機会を提供するとともに、活気とにぎわいのあふれた都市空間づくりを目指し、様々な活動をしている。

富山市は、豊かな水があり、農地の利用状況は「田」が大部分を占める状況であるが、農家の高齢化と若手農家の人材不足が加速し、耕作放棄地と土地を持つ非農家が増えている。平成17年の周辺6町村との合併前は各地域で独自の地場産物の販売促進をしていたが、合併後は各地域の連携により、特色ある地場産物の販売促進等を一体的に展開し、地域農業の活性化と地域間交流を促進するものとして「富山とれたてネットワーク事業（地場もん屋総本店）」を立ち上げた。

同プラザが設立した地場もん屋総本店は、平成22年に開業し、定年帰農者などの小規模農家が少量から出荷可能な店舗で、市内全域の地場産物を購入できるアンテナショップとしての機能を有しており、まちなかに店舗を構えているのが特徴である。また、富山市内の農林水産物の情報発信と販売促進、中心市街地におけるにぎわい創出、地産地消の推進、SDGs「フードマイレージ・フードロス・持続可能な目標」を事業のテーマとしている。

令和7年度の会員数は464と年々増加傾向にあり、生産者が商品を納品する方法は、店舗へ直接納品する方法と、市内7か所に設置された集荷拠点へ納品する手法がある。また、令和3年には売り場面積を拡大し、リニューアルオープンしたことも要因となって、年々来客数と売上げも上昇し、にぎわい創出との相乗効果が生まれている。

一方で、商品不足、集客と販売促進、出荷会員への啓発という3点において課題を抱えている。商品不足は、生産者の不足や商品の種類が少ないこと、また、時間的・季節的に商品が不足していることといった原因から生じており、新規生産者開拓や若手育成に取り組むほか、今後は、

新商品開発及び県外直売所との連携といった対策を取っていくこととしている。集客と販売促進の面では、既存客の固定化や新規客の確保不足が課題であるため、品揃えの強化やSNSを活用したPRの強化をしていくとともに、販促イベントなど出荷会員と消費者の交流機会を創出していくこととしている。また、出荷会員への啓発の面では、作付けや施設園芸などの講習会の開催、先進地視察、マルシェやワークショップの実施、生産現場見学ツアーなど、啓発活動を今後も実施していくこととしている。

(3) 富山市（人口 400,264人）

ア 観光政策について

富山市は、アメリカのニューヨークタイムズ紙による「2025年に行くべき52か所」に選定されており、「混雑を回避しながら文化的な感動とグルメを味わえる」と評価されている。東京から約2時間、大阪から3時間と首都圏からのアクセスが良好であり、アジアの大陸側から見ると日本海側の中心的な立地にある。また、同市は深海1,200メートルから北アルプス3,000メートルまで、多様な自然環境があり、富山城を巡る戦国武将の歴史、薬売り文化と産業への影響など歴史的な魅力が豊富である。さらに、「天然の生簀」と呼ばれる富山湾の豊富な海の幸とおいしい米など、食の魅力も大きい。富山県全体の観光客数はコロナ禍以降、過去最大となっており、富山市内の外国人宿泊者数も増加傾向にある。

ニューヨークタイムズ紙の選定を受けて、同市は新たなインバウンド対策に取り組んでおり、まずは、富山市観光協会ホームページのリニューアル、英語版特設サイトの作成など情報発信を強化している。また、インバウンドセミナーと個別相談会を開催するなど、受入体制の整備が進められており、プライベートジェット機を受け入れられる数少ない地方空港の存在という強みを活かし、金沢市と連携して海外富裕層向けの受入体制も整備している。さらにオーバーツーリズム対策として周辺自治体との連携にも力を入れており、ウェブメディア「旅色」では富山市の観光情報に加えて県内近隣自治体や能登地域の観光情報も掲載し、観光客の満足度向上と分散化を同時に実現しようとしている。

富山らしい魅力の創出と戦略的プロモーションとして、2025年にニューヨーク市で開催された「ジャパンパレード&ストリートフェア」へ参加しており、現地での直接的なPRとして大きな効果を生み出している。

また、富山ならではの食材を生かした新たな取組として、「すしのま

ち とやま」ブランド化事業にも力を入れている。新鮮で多彩な海の幸を使ったすしという富山ならではの特性を生かし、観光客の誘致を目指している。富山ガラス工房とのコラボレーションによるガラスの寿司制作体験、富山ます寿し協同組合とのコラボによる「ます寿し食べ比べデキマスデー」など、体験と消費を融合させた取組が特に大きな反響を呼んでいる。英語版パンフレットの作成により、寿司用語やマナーを分かりやすく解説し、外国人受け入れ環境の整備も行っている。

今後も、こうした取組を通して、交流人口・関係人口の増加、雇用創出、稼ぐ力の向上を図り、総合力の高い都市を目指していくこととしている。

イ 富山市エコタウン事業について

富山市は、ある企業から排出される廃棄物をほかの分野の原料として活用し、あらゆる廃棄物をゼロにすることを目指す「ゼロエミッション構想」を基軸に、環境と調和したまちづくりを推進する「エコタウン事業」を実施している。

平成9年度に経済産業省と環境省により創設されたエコタウン制度は、自治体が策定したエコタウンプランを国が承認した場合、国からの総合的・多面的な支援を得ることができるものであり、富山市は平成14年5月に国の承認を受けており、当時は全国で16番目、北陸では初めての承認であった。既存の事業者・施設を個々にエコタウン事業拠点として位置つけたエコタウン事業が多い中、資源循環施設の拠点として「エコタウン産業団地」を新たに確保し、リサイクル施設を集約したことが富山市エコタウン事業の特徴である。

平成9年度のエコタウン制度創設や平成12年の「循環型社会形成推進基本法」公布といった、国の動きや世論の形成等を踏まえ、富山市でもそれまで行ってきた各資源物の分別回収に加え、各リサイクル法に対応する新たな施策について検討していたところ、平成11年度に市議会からエコタウン事業導入の提案を受けた。これを受け、平成12年度に各リサイクル事業の可能性調査を実施し、平成13年度には用地選定や進出事業者の検討、地元住民への説明、土地利用計画の策定等を行った。平成14年度には国からの承認を受け、平成15年度に4事業が操業に至った。現在は、7事業者が操業しており、サーマルリサイクルを含めた資源循環を推進している。なお、令和6年度において、廃棄物処理量は1年間で約7万3,000トン、廃自動車は約9,700台、雇用人数は100名以上を維

持しており、地域経済の活性化に寄与している。また、小学校の課外授業としての見学受け入れが定着しており、学齢期からの環境教育充実と廃棄物のリサイクルへの意識醸成に効果を発揮している。

事業開始時の課題は地元住民の理解を得ることであったことから、地元住民の安全と安心を第一に考え、意見を伺いながらエコタウン地区とその周辺的生活環境の保全、監視するための環境目標値や、事業者から排出される騒音、振動、悪臭などの排出目標値を設定した。これらの目標は、毎年度、市及び各事業者が環境測定を行い、結果を地元住民に報告しており、良好な関係を築いている。

今後は、最新の資源循環に関する政策に対応した、循環経済（サーキュラーエコノミー）への移行に貢献する新たな事業に取り組める産業団地にしていく必要があるとの考えから、今年度、富山市エコタウンプランを約 20 年ぶりに改定する予定である。今後も地元住民の理解を得ながら、エコタウン事業の持続的な発展を目指している。