

長崎経済同友会／長崎商工会議所 合同
金沢視察 報告書

平成26年8月25日（月）～26日（火）



平成26年9月

長崎経済同友会（まちづくり委員会、広域交流委員会）
長崎商工会議所（都市問題委員会、新幹線建設推進特別委員会）

■ 目 次 ■

金沢視察参加者名簿	1
金沢視察スケジュール	2
視察目的	3
1. 金沢市の取り組み～金沢魅力発信行動計画～	4
2. “～新幹線プロモーションイベント計画～	5
3. “～金沢駅東広場（もてなしドームおよび鼓門）視察～	7
4. 金沢商工会議所の取り組み	9
5. 石川県の取り組み～アクションプラン STEP21～	12
6. 金沢経済同友会の取り組み	15
7. (株)金沢商業活性化センター概要～商業施設プレーゴ 視察～	16

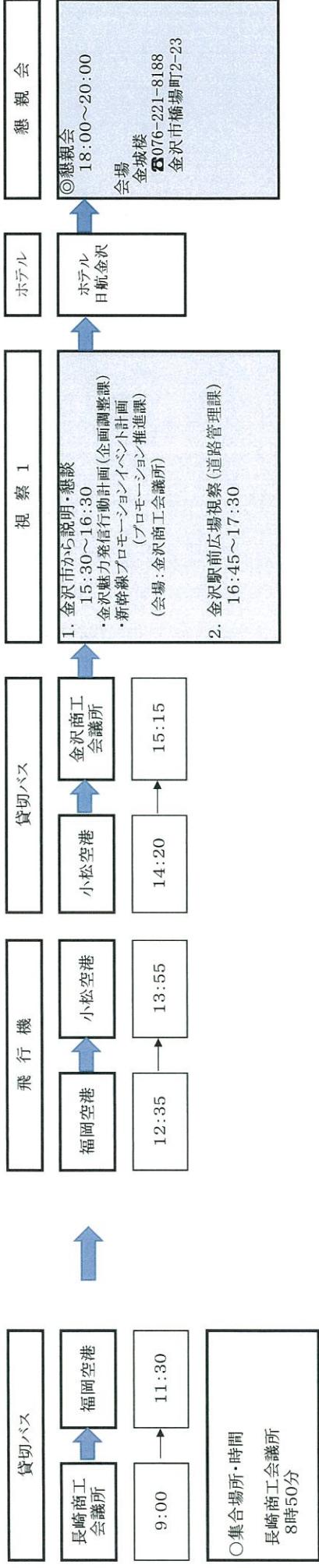
長崎経済同友会 / 長崎商工会議所合同金沢視察参加者名簿
(平成26年8月25~26日)

順不同・敬称略

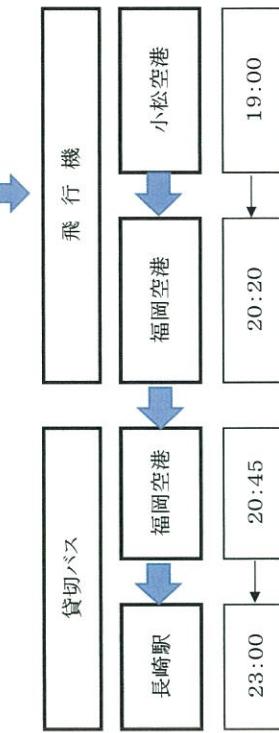
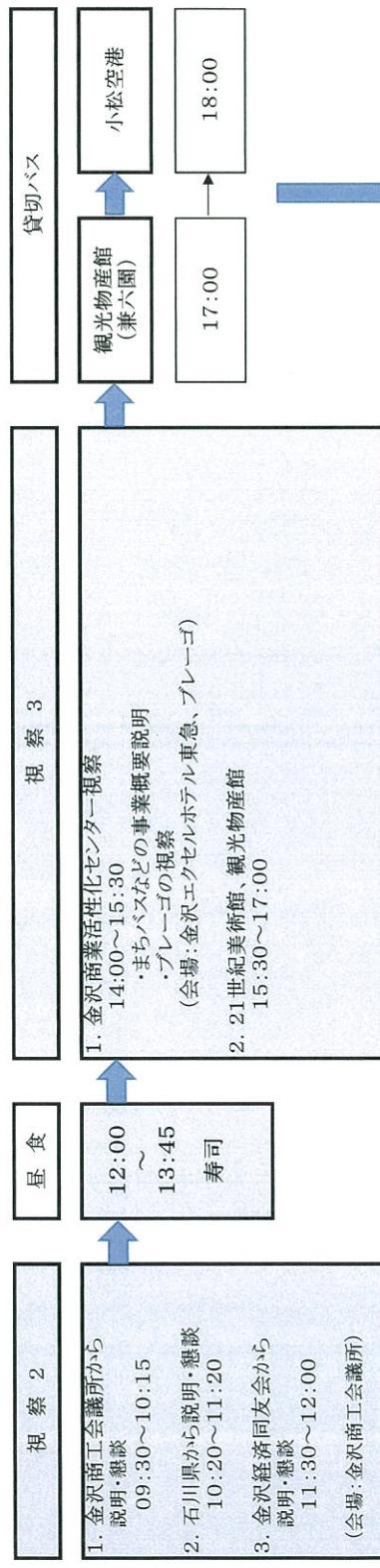
No.	No.	氏名	所属名	役職名	長崎経済同友会役職	備考
1	1	宮脇 雅俊	株十八銀行	代表執行役会長	代表幹事	
2	2	坂井 俊之	協和機電工業(株)	代表取締役会長	同上	
3	3	上田 良樹	長崎放送(株)	代表取締役会長	副代表幹事	
4	4	中牟田 真一	株浜屋百貨店	代表取締役会長	同上	
5	5	扇 道徳	扇精光ホールディングス(株)	代表取締役会長	恒久幹事	
6	6	中川 信治	株JTB九州 長崎支店	支店長	まちづくり委員会 委員長	
7	7	殿村 育生	株カステラ本家福砂屋	代表取締役社長	広域交流委員会 委員長	
8	8	佐々木 達也	株東美	代表取締役社長	県内地域交流委員会 委員長	
9	9	山田 晃	山電(株)	代表取締役	国際交流委員会 委員長	
10	10	篠原 俊一	株長崎経済研究所	代表取締役社長	総務委員会 委員長	
11	11	山口 邦久	オリエンタル エアブリッジ(株)	代表取締役社長	企画委員会 副委員長	
12	12	横瀬 信一	株日本旅行 長崎支店	支店長	広域交流委員会 副委員長	
13	13	三縄 周治	長崎経済同友会	事務局長		
14	14	荒木 義文	長崎経済同友会	事務局次長		
No.	No.	氏名	所属名	役職名	長崎商工会議所役職	備考
15	1	里 隆光	株十八銀行	顧問	副会頭 長崎都市経営戦略推進会議議長	
16	2	前原 晃昭	長崎文化放送(株)	代表執行役社長	副会頭	
17	3	平松 喜一朗	ヤナセ産業(株)	代表取締役社長	新幹線建設推進特別委員会 委員長	
18	4	本田 時夫	株梅月堂	代表取締役	都市問題委員会 副委員長	
19	5	木庭 健二	西日本菱重興産(株)	取締役社長	都市問題委員会 副委員長	
20	6	谷川 喜一	株谷川建設	代表取締役	新幹線建設推進特別委員会 副委員長	
21	7	市川 雅夫	アイテーアイ(株)	代表取締役会長	前長崎駅周辺整備問題特別委員長	
22	8	石丸 忠重	株石丸文行堂	代表取締役	都市問題委員会委員	
23	9	中嶋 恒治	株中嶋屋本店	代表取締役	都市問題委員会委員	
24	10	寺澤 律子	株西海建設	代表取締役	都市問題委員会委員	
25	11	松永 安市	長崎商工会議所	専務理事		
26	12	小川 清志	長崎商工会議所	商工振興課長		
No.	No.	氏名	所属名	役職名	団体役職等	備考
27	1	川口 晴寛	長崎都市経営戦略推進会議	事務局長	長崎都市経営戦略推進会議事務局長	
28	1	山田 伸裕	長崎県企画振興部	部長	都市再生委員会事務局	
29	2	前川 謙介	長崎県まちづくり推進室	室長	同上	
30	1	岡田 輝彦	長崎市	副市長	同上	
31	2	吉田 安秀	長崎市建設局都市計画部	理事	同上	
32	1	岡本 均	長崎県新幹線・鉄道交通班	参事	長崎新幹線・鉄道利用促進協議会	
33	2	山本 翔	長崎県新幹線・鉄道交通班	主事	同上	

『長崎経済同友会／長崎商工会議所 4委員会合同金沢視察スケジュール』

8月25日(月)



8月26日(火)



視察目的

九州新幹線西九州（長崎）ルートの開業を8年後の2022年に控え、開業に向けた準備活動に本格的に着手すべき時期が到来している。

定住人口が加速度的に減少している当地に於いて、この新幹線開業を基軸に観光客を中心とした交流人口拡大は喫緊の、最大の課題であるとさえ云える。

そこでこの交流人口拡大策を検討してゆく活動の始動にあたり先進地の取り組みを参考にすることも重要なことであると考え、その第一弾として来年春に北陸新幹線の開業となる金沢市の開業に至るこれまでの取り組みを視察することとした。

視察（ヒアリング）先としては、金沢市に於いて活動の中心となっている行政（石川県、金沢市）経済団体（金沢商工会議所、金沢経済同友会）及びまちづくりの観点で金沢商業活性化センターにお願いした。

尚本企画は長崎経済同友会（まちづくり委員会、広域交流委員会）長崎商工会議所（都市問題委員会、新幹線建設推進特別委員会）で長崎県、長崎市よりもオブザーバー参加があり総勢33名の視察団となった。

1. 金沢市の取り組み～金沢魅力発信行動計画～

説明者 金沢市 企画調整課 課長補佐 新保 博之 氏

この計画は7年前に、新幹線開業までに何をしないといけないかということで作成された。

金沢市の人口は463千人、平成22年国勢調査(462千人)以降も人口は増加。(金沢市と付近のまちは人口増だが、県全体では人口減)。歴代の藩主は争いを避け学術・文化を尊重してきたので、現在も学術的・文化的のもの、伝統工芸が残っているまち。

まちづくりは「保存と開発の調和」を基本概念に取り組んできた。残すものと新しくするものの区分けをしっかりした。

まちなか(香林坊、片町)～金沢駅～金沢港間を「都心軸」と呼び開発した。駅西地区も開発し、石川県庁がそこに移転した。金沢城を中心とした地域の古い街並みは保存する地域だ。金沢駅から片町の都心軸の周辺は近代的な建物が立ち並び、一方ひとつ後ろに入ると、金沢城、兼六園、ひがし茶屋街等あり保存優先の区域。

金沢は歴史都市・創造都市だ。歴史都市としては、重要伝統的建造物群保存地区(まちなかの文化財)が金沢市内に4カ所(東山ひがし、主計町、寺町台、卯辰山麓)あるが、市内にこれだけある自治体は、京都、萩、金沢だけだ。金沢城周辺を含めた地域は「重要文化的景観」としてまちなみ全体を文化財として文化庁から指定されている。瓦の屋根、兼六園の雪吊り、浅野川の友禅流し、長町武家屋敷のこも掛け、これらは景観の文化財として残していく。

創造都市とは、創造的な文化活動と革新的な産業活動の連環により、まちを元気にしていくという考えだ。ユネスコでは2004年に創造都市ネットワークが創設された。固有の文化を生かした創造的な産業を発展させることによって、文化の多様性を保護する考えだ。金沢市は工芸(クラフト&フォークアート)分野で登録を受けている。日本では、名古屋市、神戸市がデザイン都市、札幌市がメディアアート都市で、4都市のみが登録されている。2015年5月には日本で初めてユネスコ創造都市ネットワーク会議が金沢で開催される。これは新幹線開業に向けて誘致したもの。

現在、東京・金沢間は3時間50分、開業後は2時間30分に短縮される。金沢から長野市では、2時間20分が1時間5分になり、長野との連携も進めている。現在、試験運転中で9月には駅舎が完成予定だ。特徴的なのは、金沢駅の中に石川県の伝統工芸を使うこと。経済界、石川県、金沢市が連携するステップ21会議から「本物の伝統工芸を使わないと意味がない」との提言があり、県と市がお金を出して本物を使った駅舎にする。

ホーム階は、約60本の柱に金箔を巻き、11cm角の金箔を25,000枚使用。2階の待合室は、能登ひばの壁の中に直径13cmの穴をあけその中に伝統工芸のミニチュア版を置く。中2階のトイレは本物の加賀友禅を合わせガラスの中に埋め込む。改札口は、柱に和紙を巻きこみ合わせガラスにした。

観光入込客数は、最近は約800万人で上昇傾向だ。最近は特に外国人が12～13万人に増え



てきた(平成14年は28千人)。新幹線の石川県内への経済波及効果は、年間約124億円。首都圏からの来県者数は観光・ビジネスとも約3割増加(各々約18万人と約14万人)。新幹線開業により懸念される影響対策会議を平成22年に立ち上げた。開業により懸念される影響と対策は次のとおり。

(1) 活力・拠点性の低下(ストロー現象、ビジネス客等の日帰り化、発展のアンバランス)への対策

- ①企業への多様な働きかけ(拠点性向上ネットワークの形成)
- ②MICE誘致の推進、滞在型観光の促進
- ③金沢ブランドの発信強化

(2) 金沢らしさの喪失(ミニ東京化、まちの文化・風情の変化、都市環境の悪化)への対策

- ①金沢文化・情緒の再発見
- ②郷土心の醸成・市民が主役のまちづくり

金沢魅力発信行動計画は8年前から検討し7年前に策定した。これは行政計画で、基本的に市役所が作ったもの。開業効果を最大限引き出すため各種施策をとりまとめ実践するもの。平成19年度から平成25年度(開業前年度)まで。開業年度は別途策定する。特徴としては、予算に特別枠を設け財政面で配慮。6年間新幹線のことをやっていくので、息切れしないように、まずは魅力あるまちづくりに重点を置いた。新幹線を迎える時にどんなまちであるべきか、新幹線開業のための計画ではあるが実質的にはまちづくり計画に重点を置いている。本計画の6つの柱は以下のとおり。

(1) 金沢が培ってきた文化の継承・活用・育成

ひがし茶屋街、鈴木大拙館(欧米の観光客が多い。建築物自体も有名)

(2) 豊かな都市環境の維持・整備

屋外広告物の規制強化や無電柱化の推進ほか、

(3) まちの賑わい創出・ものづくり基盤の強化

近江町市場の再整備、ブレーゴのリニューアル

(4) 沢駅・2次交通の利便性の向上

公共レンタサイクル「まちのり」(19箇所155台、30分以内返却なら1日200円で何度でも利用可、年10万人利用)、バス発車案内システム

(5) プロモーションの強化

(6) 市民との協働によるもてなし力の向上

2. 金沢市の取り組み ~新幹線プロモーションイベント計画~

金沢市 プロモーション推進課 課長補佐 古谷 健 氏

本計画はプロモーション強化と市民の意識啓発(開業気運の啓発)の2つを掲げ、昨年(平成25年)4月に開設された。カウンドダウンミッションの具現化策の一つであり、計画期間は平成25年度～平成29年度の5年間で、金沢側の受入環境の整備(最初の3年間)と首都圏側のプロモーションの強化を図る。計画は以下の7つ。

(1) 首都圏プロモーションの強化

- ・JR東日本との共同プロモーションの展開
- ・首都圏旅行代理店への商品造成の働きかけ
- ・首都圏有力広告媒体の活用、首都圏でのPRイベント等の開催

(2) 滞在型観光の促進

- ・プレミアム旅行の造成、・ナイトカルチャーの創出、・食の魅力発信、・アーキテクチャーツーリズムの発信

(3) リピーター拡大に向けた展開

- ・金沢版「クラフト・ツーリズム」の発信、・観光資源発掘とモデルコースの整備、・MICEの推進、・修学旅行の誘致

(4) 都市間交流・連携によるプロモーション推進

- ・北陸新幹線沿線都市との連携、・北陸飛騨3つ星街道広域観光連携、・金沢・富山県西部広域観光推進、・国際観光誘客宣传

(5) 開業気運醸成と開業記念イベントの開催

- ・市民への開業気運の醸成、・開業カウントダウンイベント、・開業時イベント、・開業後イベント

(6) おもてなし環境の整備

- ・石川県金沢観光情報センターの機能強化、二次交通案内の充実

(7) ICTを活用した情報発信

- ・スマホ対応観光情報の充実と多言語化、・観光客向けバス検索システム開発、・金沢市HPのスマホ対応、・ICTを活用した観光情報の発信、・観光客向けメールマガジンの発信



質疑応答

Q. 金沢市観光戦略で年間入り込み客を1,000万人(平成27年)の目標で現在800万人の状況だが、目標管理は戦略を持ってやっているのか？

A. 観光戦略は新幹線がきたらどうなるかということで県と一緒に数字を見直した。三大都市圏からの入込客数目標1000万人(平成23年度 700万人)に増やした。エリア別にきめ細やかに管理している。

	エリア人口	H23実績	H27目標
首都圏(1都6県)	4,100万人	232万人(5.7%)	500万人(12.2%)
関西圏(2府4県)	2,000万人	252万人(12.6%)	500万人
中京圏(4県)	1,500万人	213万人(14.2%)	

Q. 中心市街地とのアンバランスな開発を危惧されているとのことだが、現状はどうなっているのか。

A. 県庁が平成14年駅よりかなり港側の場所に移ったが、近辺にお店は少ない。駅周辺は中心市街地を含め店が次々に出店し昼夜とも賑わいが出て、2極化が進んでいる。この部分を考慮しながら市街地の活性化を図っている。

Q. MICEは新しい施設を作る予定があるのか、どのような会議・規模を受け入れる予定か。

A. MICEについては、新しい施設を作る計画は無い。金沢市文化ホールが老朽化しているので、そこを改築・整備する計画はある。新幹線開業1・2年目は様子を見て、3年目以降に改築する。その際は、国際会議の機能強化が目的だ。

Q. 金沢駅の2次交通利便性の向上について、具体的な施策と効果は。

A. 2次交通については、金沢駅からまちなかまでバス1本で行けるように、まちなかシャトルというものを交通事業者と実験事業を行っている。土日はショッピングライナーという買い物に特化したシャトルバスをTMOが運営している。普段の観光客および買い物客の足としては、駅を出発し、まちなかを回る2コースのシャトルバスを20分ごとに走らせている。

Q. プロモーションCMはどこで作ったのか。

A. CMはプロポーザル方式で、北陸博報堂が製作した。

Q. 金沢魅力発信行動計画等のコンセプト作りでは、金沢市だけの特別のセクションがあったのか、外部の方をいれて展開されたのか。

A. 同計画は当時の金沢市長の思い入れが強かった。市長はもともと観光ということは好きでは無かった。結果としての観光ならいいという考えだった。観光客に媚びるようなまちづくりはしたくない、新幹線開業に向けて何をするかということで、金沢の個性と魅力を高めることに取り組んだ。まちづくりをきちんすることによって人がきてくれる。市長がトップになって都市政策セクションのなかで作った計画。

Q. ひがし茶屋街の開発・運営について

A. 全てが行政所有ではない。1つ1つが文化財のものもあるので、外観保存は金沢市が対応する。利用に関しては、所有者がまちづくり協議会を作った。同協議会で特徴的なのは、金沢にゆかりの無いものは売らないことにしたこと。

Q. 屋外広告物の規制強化や無電柱化の促進において、行政として財政的なバックアップは？

A. 景観に関しては金沢は昔から力を入れている。(昭和43年に条例を作った)。屋外広告物の規制強化は罰則ではなく、お願い条例だ。企業側も金沢の土地柄を理解。大きな物を除去する場合は補助があるが、ほとんどは企業で負担している。無電柱化は、国交省の補助事業も使いながら進めている。

Q. 金沢駅の駅舎デザインのプロデュースはどうしたのか？どんな手続きで進めたのか？

A. ガラス戸と鼓門は金沢市が施行した。駅舎のデザインは鉄道運輸機構から3案提示され、市民アンケートをとって一番いいのものを採用した。

3. 金沢市の取り組み～金沢駅東広場(もてなしドームおよび鼓門)視察～

説明者 金沢市 土木局道路管理課 課長補佐 北山 直樹 氏

平成6年に基本構想をまとめ、平成10年工事着工平成17年竣工した。約8年弱かかった。有名な設計者が設計したのもではなくて、地元有識者を中心とした懇話会でまとめられたもの。もてなし

ドームの特徴としては大きなガラス戸だ。もてなしドームと鼓門を中心にはバスのロータリー、右側にはタクシー乗り場と一般車の駐車場がある。昭和60年頃高架が始まる前のバス停留所は、そこまで横断歩道を渡ったり等歩行者に少し危険だったので、歩行者に優しい、歩行者優先の駅前広場にした。金沢のおもてなしの心を表現したもので、利用者が雨に濡れずにバスやタクシーを利用できるよう設計されている。総事業費は172億円。もてなしドームの下物は付帯物含めて50億、上物は40億、鼓門は3億を要した。世界で最も美しい駅14駅の1つ(日本では金沢駅のみ)。



4. 金沢商工会議所の取り組み

説明者 金沢商工会議所 副会頭 北村哲志 氏

〃 新幹線対策特別委員長 浅田裕久 氏

〃 専務理事 宮本外紀 氏

〃 地域振興部長 西田哲次 氏

〃 産業振興課長 高田 成智 氏

開業に伴う地域への影響を知るべく平成16～17年度に市内企業へのアンケート調査を行い、金沢商工会議所としてどのように対応すべきか？をとりまとめ、その第1弾として8年前に新幹線対策特別委員会の設置となった。

これまでの取組み

- (1)JRディスティネーションキャンペーンの誘致
- (2)もてなしの心の醸成
- (3)金沢駅構内や金沢駅前バスターミナル等の案内や表示の改善

現在の取組み(課題と対策)

課題

- (1)開業翌年度にはコンベンション開催予定が 1/4に激減
- (2)開業翌年度には北海道新幹線の新青森～新函館北斗が開業
- (3)開業により、東京間がほぼ同じ所要時間となる京都とは現状対比、観光客が1/10
- (4)バス・タクシー・宿泊施設で人手不足対策



対策

- (1)開業効果の最大化を目指す
- (2)開業による影響をアンケートなどで詳細に把握し、開業後に打つべきことを模索
- (3)北海道や京都を競合とした場合、金沢単独では力不足のため、北陸・北信越など広域連携を強化する。

新幹線開業に向けてH19. 10『新幹線対策特別委員会』設置、H20. 10おもてなしの心を醸成しようと『ようこそ金沢推進協議会』設立、H25. 10正副会頭及び委員会で『高崎・長野観光誘客キャンペーン』等を行った。手始めに、委員会で外人観光客が非常に多い高山市を視察し、多言語HPなどおもてなしを学んだ。続いて仙台を訪れ、JR6社が地域と連携して概ね3ヶ月間実施するDC(デスティネーションキャンペーン)の効果を知ることができた。期間中360万人の動員を得られたとの事で、近年は費用対効果の良さから激烈な誘致合戦になっている。DCについては効果が絶大であるとの視察結果を受け、早くから県に対し誘致要請をおこなってきた。来年の秋、北陸3県のDCが決定した。

新幹線を降り立って、どういう風に目に入るのかお客様目線で、表示看板や統一性、インフォメーション機能のチェックを実際に委員会メンバーが出向いて行い、西口と東口があるが、観光名所への案内が抜けていて「兼六園口」「お城口」などすぐわかるように施設管理者の県やJRに改善点について働きかけを行った。まだ、駅舎が整備中であるので引き続き安全・安心な旅ができるよう今後ともチェックしていきたい。

現在は開業後2年目、3年目も効果が続くような施策を検討している。観光列車を走らせている九州新幹線を参考にしており、能登にも観光列車が走るようになった。

独自の取組みとしては地域連携として会議所レベルでも開業後を見越して「沿線都市交流会」を実施している。JR九州や東日本から講師を呼んで対策を勉強中であるが、金沢だけでは他地域と太刀打ちできない。すでに「新幹線ルート間の競争」になっており、沿線全部が魅力的にならなければならない。交流人口の拡大もさることながら、ストロー効果にも注目しており、市内の県外支店の動向調査を今秋と開業後に行い、結果によっては対策を講じたい。

金沢の3つの茶屋街に合計43名の芸妓がいる。貴重な都市の魅力であるので、商工会議所を中心になって設立した『金沢伝統芸能振興共同組合』で応援していきたい。

老舗もどこにでもある魅力ではない。長崎しにせ会に教えを請うて設立し、今年創立30周年を迎える『金澤老舗百年會』を通じて振興したい。イベントとしては金沢市と共に『金澤100万石まつり』を毎年6月に実施している。

今年で30回目の『フードピア金沢』を冬に開催する。沢山の人を集めましょうというのではなく、文化人を招いて食談を行い、それぞれの分野でエッセーを書いてもらったりして、テレビで話してもう際に、金沢の食についてかたってもらうきっかけになればというもの。

※これを参考に長崎俵物を生かした長崎食談を長崎県が開催



質疑応答

Q. 鹿児島時における葉書の送付など、金沢商工会議所独自の開業対策は？

A. まだ、その段階にはいたっていない。

Q. 広域連携はどのようなものを、どこが主体でやっているか？

A. 前市長が中心になって、JRのみならず、道路でつながっているところとも仲良くしようということだった。前橋や富山とは締結している。東海・北陸道でつながった昇竜街道（名古屋～富山）沿いの自治体と連携している。その各地の旅行業者に2～3年後に送客してもらえるようにしたい。全社的な支店をもっている会社の全社会合などを誘致したい。金沢だけでなく周辺地域一体となって、北関東から送客してもらえるような取組みをつくっていかなければならない。

Q. インバウンドで多くの台湾人が訪れるのはなぜ？

A. 台南にある烏山頭ダムがあるが、この完成に伴い安定した穀倉地帯へ変貌した。建設した八田與一技師は今でも多くの国民に尊敬されており、金沢出身であったことから直行便があり、交流が続いている。多いホテルだと1年に25,000人の宿泊がある。とにかく台湾人は日本が好きである。ずっと台湾からの訪日客が増えている。本土からはほとんどない。台湾語の案内看板標記が遅れており、行政に指摘しているところ。

5. 石川県の取り組み～アクションプラン STEP21～

説明者 石川県企画振興部企画課 主幹 小林 匡 氏

北陸新幹線(東京～北陸～大阪)、最高時速260km※で東京～金沢間を結ぶ。「和の未来」をテーマにデザインされ、グリーン車に加え、グランクラスも設けられる。12両編成の定員934席、年間1800万席(上下54本×365日)の輸送能力がある。列車名は東京～金沢速達タイプは「かがやき」、停車タイプは「はくたか」、富山～金沢間のシャトルタイプは「つるぎ」、コンコースの柱に金箔を貼るなど、駅舎自体も伝統工芸品を活用している。

※(現行) 3時間47分 ⇒ (開業後) 2時間28分 (▲79分)

全国商業地における金沢駅西口の地価上昇率が、3大都市圏を除くと全国トップ(+11.4%)となっており、開業期待が高まっている。アクションプラン STEP21※は、新幹線の開業効果を最大限に引き出すために県が策定した計画。※STEP:Shinkansen Two-way Exchange Plan の略

アクションプラン STEP21 全体概要

3つの基本戦略、11の戦略の方向性、
38(割愛)の施策の柱

1. 観光誘客拡大

- ①魅力ある観光地づくり
- ②戦略的な情報発信
- ③受け入れ体制の整備
- ④広域連携の推進

2. 魅力ある交流基盤づくり

- ⑤回遊性の向上
- ⑥まちの魅力を高め、交流拡大につながる拠点の整備・充実
- ⑦にぎわいのあるまちづくり

3. 産業・地域づくり

- ⑧地場産業等の新ビジネス展開
- ⑨企業誘致等による産業基盤の強化
- ⑩農林水産業の振興
- ⑪地域づくり

3つの重点プロジェクト

おもてなしの向上プロジェクト

- ・県民のホスピタリティ意識の向上
- ・観光案内と地域情報の充実
- ・観光客にやさしい観光地づくり

食文化の魅力向上プロジェクト

- ・石川ならではの食文化の魅力発信
- ・県産食材の魅力向上と普及促進
- ・食文化の魅力を高める食空間の演出

歴史・景観を活かした地域づくりプロジェクト

- ・歴史・自然景観の魅力向上
- ・観光地等の環境保全
- ・地域の魅力向上

県庁内に企画振興部内に『新幹線・交通対策監(H21. 4)』を置き、室もつくった。また部局長による『STEP21推進本部(H21. 5)』をつくった。会長を経済同友会代表幹事、事務局は県による民間レベルの『STEP21県民推進会議(H22. 7)』をつくった。『STEP21推進本部』の下に、『開業PR戦略実行委員会』を作り、ファンド120億円の運用益でPRしている。

歴史的に関西圏(2府4県)、中京圏(4県とつながり強かった。両地域からは概ね2時間半、首都圏(1都6県)からは4時間かかった。首都圏戦略を強化しパーセンテージを上げ、首都圏を倍増の500万人、関西・中京圏を500万人の計1,000万人がH27年目標。

新幹線の輸送能力は年間1,800万席(12両=934席)、飛行機(小松／羽田便)は300万席、上京時に利用する特急「はくたか」(金沢／越後湯沢)480万席で、能登空港など併せてだいたい800万席なので大量輸送が可能になる。

「食文化の魅力向上(食を活用した地域活性化)」としては、「能登丼」や白山麓では歴史的にお寺で一緒にご飯をたべる慣わしがあり、それをモチーフにしている「白山百膳」などご当地食文化を振興している。また、「いしかわ食のてんこもりフェスタ」を実施し、批評をアンケートでとってメニューの改良に役立てている。

「歴史・景観を活かした地域づくり」としては、金沢城公園の復元整備を行っている。同公園は、金沢大学の移転跡地にH13にお城を建てて作られた。H22には「いもり堀」と「河北門」をつくった。H26には「橋爪門」が完成し、三御門が完成する。

二次交通アクセス強化対策としては幹線をしっかりとさせようとしている。末節は市町村しっかりやって下さいというのが県のスタンス。能登は新幹線開業までに、快速乗り継ぎなどいろいろな実証運行をしている。特急は1日6往復がシャトル特急という形で残ることになった。のと鉄道(3セク)や七尾線で観光列車も運行。七尾線は土日繁忙期 150日間・1日2往復となり、豪華絢爛な列車になることになった。加賀は特急がすでにたくさんあるので、割引クーポンをつけたり、宿泊を組み合わせたり金沢駅を起点としたモデル運行を行うなどバスを強化しようとしている。

県は併せて、市町・観光団体とエージェントの旅行造成責任者を集め「いしかわ旅行商品プロモーション会議」を開き、県内全域にわたる旅行商品化の支援を行っている。

石川県のアンテナショップはこれまで小さくわかりづらいところだったが、銀座2丁目に大通りに面して新築される10F建てビルの地下1Fから2Fまでを借り、面積も3倍になりイートイン・カフェも併設し10月8日に移転オープンする。



STEP21 県民推進会議のこれまでの取り組み

- ・新幹線金沢駅舎及び金沢駅のコンコースへの伝統工芸品の活用
- ・新幹線開業PR戦略実行委員会の立ち上げ
- ・ロゴマークの作成
- ・地方自治法施行60周年記念貨幣、記念切手の発行
- ・石川県北陸新幹線開業PRマスコットキャラクター「ひやくまんさん」の作成
- ・小中高生向けの新幹線出前教室等の実施
- ・開業までの経緯、開業効果をわかりやすく解説した映像の作成
- ・カウントダウンフォーラムの開催 等

「ひやくまんさん」



今後は、県民の意識を盛り上げるために、県民参加による、カウントダウンフォーラムや開業カウントダウンボードの設置など開業カウントダウン運動を展開していきたい。
北陸人は引っ込み思案。県民には「自分の友人・知人を案内するとしたらどこに案内するかしっかり考えてみてください」「できることをやってください」と呼びかけている。

質疑応答

Q. アンテナショップはどういう経過で中心地に移転できたのか？

A. 以前のアンテナショップは、能登空港のアンテナショップで県としては関与していなかった。その後、県のショップに衣替えしたが、運営は物産協会のままだった。経緯は伏せるが、結果的には①新幹線が開業するのにこんな小さい店でいいのか？②北陸3県（石川・富山・福井）はお互いを見ながらやっており見劣りする。ということで、シダックスに運営を委託してリニューアルした。

Q. 海外向けに特化したHPを活用して、内容も面白いが、発信内容は検証しているのか？また、インバウンド客数にはどんな結果がでているか？

A. 観光戦略推進部マターで、承知していない。

Q. 金沢市の人口は増え、他地区は減少している、県としてどうするか？

A. 加賀や能登から金沢の一人勝ちじゃないかとよく言われる。鹿児島市より指宿市が伸びた事例があるように地元の取組みが奏功しているところもある。がんばれば波及効果は得られるんだと申し上げている。二次交通をしっかりとやっていくが、それは幹線にとどまるので、旅行商品造成するようにしている。それには地元の人とエージェントといっしょになってやっている。

6. 金沢経済同友会の取り組み

説明者 (一社)金沢経済同友会専務理事 村浜 肇 氏

金沢経済同友会はこの10年「すべての道は2014年に通ず」で事業を組み立ててきた。

(1)「金沢創造都市会議」「金沢学会」

- ・県と市と金沢創造都市会議開催委員会を組織毎年交互に開催している。ユネスコの創造都市ネットワークのクラフト(工芸)分野で世界初の登録としてなるなど成果がでている。

(2)「城下町金沢」「靈峰白山」の世界遺産登録運動推進

- ・本会を中心となり「石川県に世界遺産を」推進会議を組織して運動をスタートした。まだ、候補どまりだが、国史跡指定化などふるさと磨きが大いにすすんでいる。

(3)「金沢検定」の実施

- ・2005年11月から実施し、今年で10回目毎年3,000名前後が受験。各級とも合格率10%未満。当初の趣旨がテキストを読んだだけで合格するような検定では意味がない。もっともと故郷を勉強してもらって誇りをもってもうおうという狙いだった。よって公式テキストもつくっていない。第2回から市教委が小中学生を対象に、ジュニア金沢検定を実施し、成績優秀者が受験してくるようになり好循環となっている。

(4)「企業市民宣言の会」による企業市民意識の醸成

- ・「企業市民意識の必要性」を具現化するため、地域貢献を旗印に2007年に結成。現在1,600社で地元スポーツの応援などに取り組んでいる。入会金1万円会費無し。活動費は上記の3つ併せ本会負担は1,500万円

(5)新幹線対策委員会の設置

- ・英語での道案内など、企業、個人いろんな立場で活動してもらっている。

(6)「ふるさとへ輝きを」バッヂの作成

- ・1個300円で現在3000個販売。追加製作中。

(7)「第28回全国経済同友会セミナー」の開催

- ・来年4月16、17日、金沢では第3回目の開催となる。3回目の開催実績地は福岡のみ。



7. (株)金沢商業活性化センターの事業概要

説明者 (株)金沢商業活性化センター 代表取締役 篠田 健 氏
ゼネラルマネージャー 高本 泰輔 氏

中心市街地面積は860ha でほぼ、天保14年当時の城下町と一致するのが特徴。中心部は武蔵地区と香林坊・片町地区が2大商圈で、金沢駅から如何に両地区へ回遊させるかという目標をもとに本社は設立され、商圈拡大策、まちなかの回遊策、魅力ある商店街形成を事業内容としている。

郊外型大型SC(16,000m²以上)は、イオン系だけで7、全部で12店に中心市街地が取り囲まれ、まちなかは厳しい状況で、商店は減り、大型店が増えている、売り場占有率も同様の状況。



商業施設プレーゴ <物販6店、飲食2店>
(事業用定期借地権契約のさけがけ)

敷地面積 1,700m²、事業費4億円(国2億、県1億、市1億)リノベーション補助金を利用、すべて補助金で建設。※市が50%に増資し、国の補助率をアップ。平成13年開業し、24年3月リニューアル。

まちP

別々に運営されていた武蔵・香林坊地区の1時間無料駐車サービスネットワークを、まちなかすべて使えるサービスに転換することにしたが、駐車場相場が違うことから、金額券(100、200、400円券)に変えた。現在、29の駐車場(4,200台)、加盟店舗は350店が利用している。金額券にすることで100円から使えるようになり、利便性が向上している。なお、運営原資は駐車場と加盟店舗早々から利用額に応じて負担金を徴収している。

まちバス

平成18年の大型店出店に危惧を抱き、平成19年試験的に駅↔武蔵↔香林坊を結ぶ無料バスを運行、好評を受け平成20年より土日祝限定の路線バスとして有料(100円定額)運行を開始。年間24万人(県外半分)が利用し、1台(4台借り上げ中)200万円の広告料とあわせ、市や商店街の負担金は不要となっている。車内アナウンスは6ヶ国語対応、GPSによる運行状況も公開している。案内スタッフも配置している。

これらの収益事業があるから、プロパー社員を雇用できるし、あらたな事業に投資できている。

マップス

会場や音響設備をこちらがおこない。パフォーマーや出場者は無料で利用できる仕組み。まちなかの広場に賑わいを創出している。

金沢まちなかショッピングマップ発行事業(新幹線対策)

昨年10万部作成。この分は費用負担をいただいている。

質疑応答

Q. 無料駐車券事業をしているが利用ができない無人型が多くなって、利用が激減している。なにか対策は？

A. 駐車券はAMANO、三菱プレシジョン、日本信号の機械メーカー3社で共通化した磁気カードで、有人無人かわらず利用可能としている。ただ、非ゲート式フラット版の駐車場は駐車を証明できるものがないことから、これら加盟店にいたっていない。

Q. まちバス成功の要因は？

A. 週末だけの運行については金沢市と陸運局とかなり折衝して認可をもらった。平日・早朝・深夜は除きボリューム帯の土日祝限定で運行できていることが大きい。

※当初、北陸鉄道バスに依頼したが、断られたためJR西日本バスに委託している。しかし、結果的に北陸鉄道バスは、まちバスと同区間を土日祝限定で200円を100円に値下げして運行している。

Q. まちづくり会社で欠けてはいけない視点は？

A. 市が50%出資し、社長は市から2人の専務は商店街から、経済界・商店街一緒にやらないとうまくいかない。金沢では武蔵と香林坊・片町が敵同士で敵対していたが、別々のシステムだったものがまちPなどで1つになり、連けいの形もでてきた。これまで町VS町だったが、これからは自治体間対決。みんなでやるのが大切。まちの持っている良さを活かさないと商業も観光もだめ。

Q. ソーシャルビジネス的なのに株式会社であるご苦労は？

A. 会社設立時にプレーゴの賃貸収入の目算があったので株式会社の形態がとれた。プレーゴの地主にも法人格をちゃんともっているかどうかも問われたし、実行委員会方式ではじめたまちバスも、いざ料金を徴収しようとすると法人格が必要になった。

ただし、まちづくり会社でも通常の会社同様きっちり徴税されるのは腑に落ちない。株式会社であるが配当はない。収益を事業費やスタッフを増やして人件費に充てている。

Q. 観光とショッピングと商店街の連動は？

A. 5期務めた前の市長は、観光と聞くと目くじらを立てられた。「いいまちづくりをしよう、まちを良くしたら自然に人は集まる」が持論だった。観光はかなり後で交流人口拡大の観点からでてきた。景観、町家、用水等の維持活用に努めてきた。

平成10年 「まちづくり三法」制定

(大店立地法・中心市街地活性化法・改正都市計画法)

第1次基本計画(平成10~15年)

⇒ 株金沢商業活性化センター(TMO)の設立

平成15年 第2次基本計画(平成16~20年)

平成18年 中心市街地活性化法改正

平成19年 認定第1次基本計画(平成19~24年)

⇒ 金沢市中心市街地活性化協議会の設立(11の企業・団体H19. 01. 29)

平成24年 認定第2次基本計画(平成24~29年)