

## 産業労働常任委員会委員会調査報告書

令和6年8月20日（火）から22日（木）まで、一般社団法人 京都試作ネット外3か所において、次の事件について調査を実施したところ、その概要は別添のとおりでした。

### 【調査事件】

- ・ 産業に関する事項について

令和7年1月29日

神奈川県議会議長 柳 下 剛 様

産業労働常任委員会委員長 楠 梨恵子

## 1 調査の概要

### (1) 調査日程

令和6年8月20日（火）から22日（木）まで

### (2) 調査箇所

- ア 一般社団法人 京都試作ネット（京都府京都市伏見区南寝小屋町57番地）
- イ 京都国際マンガミュージアム（京都府京都市中京区烏丸通御池上ル）
- ウ おかげ横丁（三重県伊勢市宇治中之切町52番地）
- エ 多気町及びV I S O N（三重県多気郡多気町ヴィソン672番の1）

### (3) 出席委員（計12名）

楠梨恵子委員長、市川和広副委員長、  
ます晴太郎、いそもと桂太郎、森正明、河本文雄、平野みぎわ、市川よし子、  
作山ゆうすけ、おだ幸子、青木マキ、北井宏昭の各委員

### (4) 随行者

小栗グループリーダー（議会局議事課）、畠山主任主事（議会局総務課）、  
藤原副主幹（産業労働局総務室）

### (5) 行 程

- 8月20日（火） 新横浜駅（小田原駅）～京都駅～一般社団法人京都試作ネット  
～京都市内泊
- 8月21日（水） 京都市内～京都国際マンガミュージアム～おかげ横丁～伊勢市内泊
- 8月22日（木） 伊勢市内～多気町及びV I S O N～名古屋駅～新横浜駅（小田原駅）

## 2 一般社団法人 京都試作ネット

### (1) 調査目的

京都試作ネットは、平成13年に、製造業における下請け依存経営からの脱却を目指す中小企業10社が集まり立ち上げられた一般社団法人である。現在は、京都のものづくり企業50数社が集うネットワークとなっており、「顧客の思いを素早く形に変える」をコンセプトに、部品の加工試作で顧客の課題解決に取り組んでいる。

本調査では、京都試作ネットの取組を調査するとともに、同ネット参画企業の一つである株式会社クロスエフェクトを訪問し、同社が手がける医療用オーダーメイド臓器モデル等の試作品製作による取組を調査する。

以上の調査をすることにより、中小企業・小規模企業の活性化に関する今後の委員会審査の参考に資するものとする。

### (2) 一般社団法人 京都試作ネット出席者

一般社団法人 京都試作ネット代表理事、株式会社 クロスエフェクト代表取締役ほか

(3) 委員長挨拶



(4) 一般社団法人 京都試作ネット代表理事挨拶



(5) 株式会社 クロスエフェクト代表取締役挨拶



(5) 概要説明

次の内容等について、説明があった。

- ア 一般社団法人 京都試作ネットについて
  - (ア) 設立経緯について
  - (イ) 試作品製作に関する事業概要について
  - (ウ) メンバー企業との連携について

イ 株式会社 クロスエフェクトについて

(ア) 企業概要について

(イ) 光成形等による試作品作成について

(ウ) オーダーメイド臓器モデル等医療現場に提供する試作品について

## (6) 質疑応答

**質 疑** 具体的な試作品をお示しいただいたが、アイデアや創造性のある試作品の作製に打ち込んでおられて、これらの品質があれば、大手企業との競合も生まれそうだと感じた。

今後は、県外への進出など、もっと広がりをもって事業展開できると思うし、ものづくりの原点を示す中小企業団体として、国内のほかの中小企業も活性化することができるのではないかと思うが、その辺りをどう考えているか。また、これからのものづくりに関する人材育成についてどう考えているか、この2点について伺う。

**応 答** 2001年に試作ネットができた経緯として、ものづくりへの危機感があった。危機感があったからこうした中小企業同士のネットワークをつくった。

それから二十数年が経った中で、私は、ものづくりそのものが日本から消え失せてしまうのではないかとの危機感を持っている。その理由は、若い担い手がいないことである。それは、ものづくりという環境で、若い方々が働きたいかということにつながっている。

私自身、大学等々で話をさせていただくことがあるが、そこで必ず、ものづくりの会社に入りたいですかと聞いているが、誰一人として手が挙がらない。それはなぜかと言えば、やはりものづくりのイメージが、油まみれで、暑い中、重いものを持ってという3K仕事がたくさんあるというイメージがこびりついているからだし、実際のところ、おおむねのものづくり企業が、現状そうだからだと思う。私どもの地元、京都の伝統産業がまさにそれを証明しているという状態である。

そのため私は、ものづくりという分野が、今後、何らかの形で進化系のものづくりとでも言うような業態に発展することで、若い方々にもものづくりという仕事を志してほしいと思っている。このことは他府県でもぜひやっていただきたいと思っている。

よく他府県の方が視察などに来られるが、その辺りのことを包み隠さずお話ししている。決して、地元京都の中小企業だけというわけではない。それはなぜかと言えば、先ほど申し上げたとおり、日本からもものづくりという産業が消え失せてしまうかもしれないと言う危機感からやっているというのが現在の現状である。これから、ものづくりを何らかの進化系にしていくことが、我々が先輩から学んだことを後世に残せることだと考えている。

**応 答** 我々クロスエフェクトでは若い人材が働いているが、ここの場所に引っ越

しをしてきたのは、リクルーティングのためにこうした近代的なオフィス環境を整えたという経緯がある。先ほど試作ネット代表理事が述べたように、ものづくりという環境が悪いイメージがあるが、若い人たちに、そうではないんだよと、今の最先端のものづくりはクールだよと伝えたいと考えたからである。

また、人の役に立つなど、自分のものづくりの存在意義を感じられるようなものづくりをしようと考えており、それを若い方に伝えていくという意味で、若手の会社見学を実施している。一度会社見学をすると、入りたいと言ってくれる方が非常に多い。泥だらけのものづくりもあるが、最先端なものづくりもあるよと、我々が示していきたいと思っている。

我々の会社に就職していただいて、さらに定着をさせることはなかなか難しいが、近年は、新卒で就職していただいたうちの7割くらいは定着している。引き続き若手の人材育成は続けていきたいと思っている。

**質 疑** クロスエフェクトさんの試作品製造のお話は、創造的でわくわくする話を聞けたと思う。説明の中にあつたが、行政との連携について、私たちの神奈川県でも、社会課題解決型ベンチャー企業の支援を行っているが、行政との連携はしているかどうか、また、行政に求めるものがあれば教えていただきたい

**応 答** 行政に求めるものがあるかという質問について、いつも申し上げているのだが、もう十分だと、これから返さないといけないのは我々のほうだと言っている。それというのも、試作ネットができたときの経緯がそうなのだが、我々自身がものづくりへの危機感を持っていて、そこに寄り添っていただいているのが行政の方々だと思っている。

よく行政の方が、試作ネット参画企業の体験会に来られるのだが、どうやったら中小企業が活性化するのか、真剣に悩まれている。でも、当の中小企業の方は誰一人来ていない。だから、中小企業そのものが、今地域で抱えている問題とか、抱えている課題が何なのか、自分たちが何をしたらよいか、それらをまずは中小企業のほうで明確にするべきだと思う。

試作ネットを設立したのはそれが理由である。そこに行政の方が寄り添っていただいた。設立当時は、場合によってはまだB to B (Business to Business)の仕事で、ホームページすら立ち上げられていない企業が多々ありました。

そのため、行政のほうから、ホームページの立ち上げ費用を税金で賄いますかと、いろいろ支援をしていただいたと聞いている。そのように、それぞれの中小企業がやりたいことに寄り添っていただくことが、行政の本来の形だと思っている。京都府や京都市の方は、我々中小企業に対して、お前たちは何がしたいんだと、何がしたいのか分からないのでは手伝えないとおっしゃっている。明確にやりたいことを言ってくれるんだったら、いくらでも手伝うとはっきりおっしゃっている。そのように、行政ならではのこをやっ

ていただいているので、最初に申し上げたように、これ以上求めるものはない。

実際に私も京都の議会に呼んでいただいて、参考人招致というところに出させていただいたときに、議員さんから、何か行政に望むことはありますかと聞かれたが、何もありませんと答えた。やはり、我々、中小企業が考えて答えを出さないといけないという状態をつくっていただく、それこそが行政による伴走支援という役割なのかなと思っている。

**質 疑** 3Dモデルで製造した心臓モデルを見せてもらったが、非常に精巧にできていると思う。今後、中小企業によるオーダーメイド品として、実際に本物の心臓に取って代われるようなものとしていくような、将来的なビジョンはあるのだろうか。

**応 答** 京都には大学のiPS細胞研究所があるので、そこからもお話を頂くなどしており、我々も同じような考えで、将来的にはiPS細胞を活用して本物の臓器をつくれるのではないかと当初は思っていたが、先生方と調整する中で、やはり、本物の心臓をつくるには1万年かかるということをおられた。

そのくらい簡単にできるものではないという、これは比喻だとは思っているのだが、我々が思っている以上にとんでもなく難しい、まだまだ先になると。心臓血管外科の先生方は、非常に使命感を持ってやられている先生方が多く、厳しい先生が多くて、我々もiPSにチャレンジをしたいと言ったときに、そのような現状を知らされて、そんな簡単にできるものではないと言われた。

そんな簡単にできるようなものではないと言われて我々も目が覚めて、現在は、一部、大阪大学の教授と協働して、心臓モデルにパッチを貼り付けて動かしてみるということをしている。中小企業によるプロのものづくり集団としての原点に戻り、お客様の課題解決を目指すという誇りを持って進めていきたい。



## (7) 副委員長挨拶



## (8) 株式会社 クロスエフェクト内視察

オーダーメイド臓器モデル成形用の3Dプリンターによる製作の様子を視察

## (9) 調査結果

- 京都試作ネットは、ものづくりへの危機感を持った中小企業同士が、試作品加工に特化したネットワークをつくり、2001年の結成以来、京都を試作の一大集積地とすることを目標として活動してきたとのことであった。
- 大企業の下請けとしての中小企業ではなく、顧客からの依頼を試作ネットが直接受注し、参画企業が一点物の工具などの試作を請け負うとのことであった。また、日本のものづくり産業の振興のため、他府県においても同様の取組を望んでいるとの考えで運営しているとのことであった。
- 京都試作ネットでは、参画企業の各社長に対して、ピーター・ドラッカーの「現代の経営」をテキストとし、その思想を活用したマネジメントを徹底しているとのことであった。
- また、クロスエフェクト内のオーダーメイド臓器モデル製造工程を視察するとともに、実際に手に取って触感などを確認したところ、本物の心臓に近い質感を有しており、非常に精巧に作られていた。これは、心臓手術に臨む医師が、これまでは本番の手術前に練習をする機会がなく、開腹して初めて手術方法を考えるという状況であったことから、少しでも医師の負担を軽減するために手術前の練習用として、各患者ごとのオーダーメイド臓器を製作しているとのことであった。
- クロスエフェクトでは、オーダーメイド臓器モデルについて大学と連携して開発を進めるなど、大企業の下請けではなく、自らが主体となって活動する中小企業としての活動状況を確認することができた。
- これら一般社団法人 京都試作ネット及び株式会社 クロスエフェクトにおける取組を調査したことは、本県における県内中小企業・小規模企業の活性化に係る今後の委員会審査の参考に資するものとなった。

### 3 京都国際マンガミュージアム

#### (1) 調査目的

京都国際マンガミュージアムは、京都市(元京都市立龍池小学校の校舎を活用)と京都精華大学の共同事業として、世界から注目される日本のマンガ資料の収集・保管、マンガ文化に関する調査研究を行う、新たなコンセプトを持った文化施設である。同ミュージアムでは、マンガを、新産業を創出するための大きな可能性を秘めたコンテンツと捉え、マンガ活用モデルの研究・開発を推進している。

そこで、京都国際マンガミュージアムを訪問し、コンテンツ産業の振興による新産業創出に関する取組を調査することにより、今後の委員会審査の参考に資するものとする。

#### (2) 京都国際マンガミュージアム出席者

京都国際マンガミュージアム事務局長、同次長

#### (3) 副委員長挨拶



#### (4) 京都国際マンガミュージアム事務局長挨拶



#### (5) 概要説明

次の内容等について、説明があった。

- ア 京都国際マンガミュージアム開設の背景について
  - (ア) マンガ文化の継承・発展の必要性について
  - (イ) 新たな都市戦略の手段としてのマンガについて
  - (ウ) 京都とマンガ文化について

イ 京都国際マンガミュージアムの概要について

- (ア) 開設場所、施設内容及び収蔵内容等について
- (イ) 事業主体等について
- (ウ) 事業展開について
- (エ) 入場者数について

(6) 質疑応答

**質 疑** 新産業創出としてのコンテンツ産業は、クールジャパンということで、国内向け及び海外向けとある中で、今後の人材育成や商品開発等の面での国内向けの事業展開は理解したが、このマンガという産業は、さらに、海外の市場規模を見て、さらにギアをアップしていけないかと思う。その辺り、模索されているとは思いますが、いかがか。

**応 答** 漫画は、アメリカだとコミックス、フランスだとバンド・デシネ、略してベ・デ（B. D.）と呼ぶそうだが、そういったジャンルがあり、特にフランスのほうからは当館に多く来館いただいております、入場者数でもアメリカに次いでフランスが第2位となっている。昨年度は7万人以上の海外の方が来られており、そういう意味では、それぞれの国にコミックス文化、日本で言う漫画文化が根づいていると言える。最近では、フランスのアルザスのほうで、マンガミュージアムを造りたいという希望があり、当館の研究者がアルザスまで行き、マンガミュージアムの活動、特に関係者間のコーディネート活動をしていることを伝えた。

このようにフランスは、マンガを母国の漫画（バンド・デシネ）との関係性を含めて展開をしたいとの意向がある。フランスではJapan Expoやコミックマーケット等の文化も根づいており、そのような海外展開という意味では、非常に多くの協力要請を頂いている。また、フランス以外の国からも、マンガの展覧会を開催したいという要望は非常に多い。近年は国を問わず要望が多く、最近では中東の国からも要望を頂いた。

マンガを扱った海外での展覧会という点では、2019年に大英博物館でマンガ展があったのだが、そういった際にもまず、京都国際マンガミュージアムのほうに声をかけていただいた。また、海外から日本のマンガを活用したいということになれば、京都精華大学内に国際マンガ研究センターという機関があり、そこに研究者がいるので、そこを紹介することもある。さらに原画のことであれば、秋田県横手市にある増田まんが美術館を紹介するなど、海外からの要望へのマッチングというような対応も行っている。このような海外からの問合せは、今では1週間に1回くらいは何かしらの問合せがあって対応をしている。

国内からも、マンガミュージアムを造ろうと構想している行政の視察が非常に多い。

**質 疑** 予算的な部分を伺いたい。開設当時、京都市や国などから資金を集めたということだが、毎年の運営費や入場者数から、運営自体が赤字なのか黒字なのかをお聞きしたいのと、もう一つは、税金を使うことから、市民の理解を得ることができているのか、苦情等はないのかを伺う。

**応 答** 予算的なところに関しては、構造上は京都精華大学が、京都市から土地・建物を借りていて、当館の運営も大学が行っている。京都市にいくら支払っているかという、無償である。これは10年から15年単位で、定期的に契約している。それが発足時の条件であった。本来は市民のものである土地・建物を、無償とはいえ、間接的にお借りしているので、税金を使っているという意味でもあると思う。

また、京都市からは、公民館のような活用を継続できるようにすることが、ミュージアムを運営する上での条件だった。前身の龍池小学校自体は1995年に廃校になったが、廃校後も公民館的な機能は維持されていたので、それを継続するというのが条件であった。そのため、マンガミュージアムとして使うから、我々が優先して使えるかということそうではない。運営資金も大学が全て出すということで、一応、京都市会ではその旨、御理解をいただいたというのを伺っている。また、苦情について、ミュージアムがあること自体については御理解をいただいているので、今のところ特にないと伺っている。

赤字なのか黒字なのかという御質問だが、大体入場料収入が全体の運営費の3分の1程度であるため、残念ながら赤字である。ミュージアムというのは、対象物の保存やアーカイブをしていくことがミッションであるため、恐らく黒字のミュージアムはないのではないかと考えている。その要因は、人件費に加えて光熱費が多額になるからである。20万点、30万点の資料を保存しており、地下にある資料は全て温度・湿度管理をしている。火災の場合に水で消火すると資料が全て駄目になってしまうので、災害があれば空気を遮断して酸素をなくす設備を導入している。空調についても24時間365日、適温を維持するというのは実は大変である。保存資料が劣化をしたら購入もしている。ほとんどが寄贈ではあるが、修復する活動などを行っている限り、普段の活動ではなかなか黒字にはならないと思う。開設してから一度も黒字になったことはない。

**質 疑** 漫画の可能性ということで、原著作物の二次利用となる同人誌やコスプレはグレーであるという話があったが、二次利用における課題を解決していくには、国等が法整備をすることや、著作権法などが変わらないと解決が難しいのか、お考えを伺う。

**応 答** まず、著作権の問題だが、基本的に著作権は作者に帰属するので、次は出版社が関わることになる。出版社がそれを本にした場合に、出版社に権利が発生するので、出版社がそのキャラクターを使うとなると、作者の許諾があ

ればいいというのがまず大前提になる。

そこで、その出版された本を保管するマンガミュージアムと出版社がどのような関係かと言うと、これは物としての本を置いているという構造であるため、限りなくグレーですが、出版社も作者も認めていただいている。だが、その本の中の写真を撮って、広報的に使った段階で著作権法上はアウトとなる。コスプレのような二次利用は、先ほども少しお話ししたが、そのような活用があるからこそ、その文化が活性化しているということで、大目に見ていただいている部分がある。もしそれを法的にクリアにしてしまうと、ガチガチで駄目になってしまう。楽しめなくなってしまう。

ただ、著作権については、最近、作者の遺族の方であったり、初めてそのような状態になってしまった方であった場合に、残された原画などについて、これはアートなのか、だから原画は価値がある、原画に価値があると相続税がかかってしまうということになる。遺族からしてみれば、ただの紙切れではないのか、それは本になった段階で所得税として税金が納められている、なぜ、またその原画に税金がかかるのかということにもなってくるので、まだまだこれから議論が尽くされるべき状況である。

近年では、漫画家の著作物がそのような対象になり始めている。そのため、まだまだこれから著作権に関する課題はあると思う。ただ、構造上は、作者に著作権があるという点は変わらない。

**質 疑** 漫画家を目指す方が、今の時代、食べていけるのかといった状況の中で、これから漫画家を目指す方々に対して、行政ができるような手伝いがあるのか、どういったことが効果的なのか、あれば教えていただきたい。

**応 答** 以前は構造上、漫画家と読者の間に出版社がいたが、今は出版社を通さなくとも漫画家デビューできる時代である。今はデジタル漫画が普及していて、従来の紙の漫画よりもデジタル漫画のほうが売上げが多い。今は、デジタル漫画で人気が出て、後から紙の単行本になるという時代である。

そういう意味では、作者に入る金額というのは、出版社やその中で働いている方々に分配されていくが、今はデジタルで、編集部を通さない利益を得る方法も発生しているので、昔のように編集者とタッグを組んで進めていくという、本の出版を前提とした働き方は大分減っている。その時代からもそうだったが、今でも、アニメーターに比べたら、圧倒的に漫画家のほうが食べていける状況である。



## (7) 京都国際マンガミュージアム館内視察



## (8) 調査結果

- 京都国際マンガミュージアム開設の背景として、次のような経緯があったとのことであった。
  - ・ 日本のマンガ文化が海外に広く受容されるようになるにつれて、日本国内においても評価が進み、平成12年度教育白書ではマンガ、アニメーションを芸術分野の一つに位置づけるなど、新たな文化として認知されるようになった。
  - ・ 特にマンガについては、その多くが散逸、欠損している状況にあり、早急に体系的に収集、保存する必要性があった。
  - ・ 京都精華大学内の国際マンガ研究センターにおいても、平成15年当時において漫画の収蔵量が増加したため、京都市に相談したところ、京都市からは、図書館機能だけでなく、ミュージアム機能を持ったマンガ図書館の要請があり、設置について合意した（平成18年年11月25日開館）。

- ミュージアム開館後も公民館のように、地元の市民も活用できるような施設とすることについて京都市と合意したことから、旧龍池小学校のグラウンドについては、午後5時以後はゲートボールや少年野球用に開放するとともに、地元の老人クラブも利用する施設となっていた。
- ミュージアムの収蔵機能としては、主に巻本（紙の雑誌及び単行本）を収集、保管しているが、原画についても収集しているとのことであった。また、秋田県横手市にある増田まんが美術館と連携するなど、日本各地にあるマンガミュージアムと連携し、海外からの問合せにも対応しているとのことであった。
- コンテンツ産業振興による新産業創出としての日本のマンガ・アニメーションについては、近年はフランスをはじめとした海外からの問合せが多数あるとともに、平成31年には大英博物館でマンガ展が開催されるなど、芸術分野としても認知される実績がある分野であるとのことであった。
- これら京都国際マンガミュージアムにおける日本のマンガ・アニメーションを活用したコンテンツ産業の振興に関する取組を調査したことは、本県における新産業創出に係る今後の委員会審査の参考に資するものとなった。

## 4 おかげ横丁

### (1) 調査目的

おかげ横丁は、伊勢神宮の内宮門前町における 54 店舗から成る商店街であり、江戸時代の伊勢路の街並みを再現するとともに、名産品を体感できる商店街として、伊勢神宮への観光客のみならず、地域住民を含め、来客数の多い、活気のある商店街となっている。

前身となる「おはらい町商店街」では、モータリゼーションの進展や娯楽の多様化による影響もあり、シャッター街となった時期もあったが、株式会社赤福が中心となって再整備に取り組み、平成6年の整備完了以降は、全国有数の来客数を数える商店街となっている。

そこで、おかげ横丁を訪問し、地域社会の活力向上や発展に寄与する商店街活性化に関する取組を調査することにより、今後の委員会審査の参考に資するものとする。

### (2) おかげ横丁出席者

株式会社伊勢福 店舗運営部広報課長、同広報係担当者

### (3) 委員長挨拶



#### (4) 株式会社伊勢福 店舗運営部広報課長挨拶



#### (5) 概要説明

次の内容等について、説明があった。

ア おかげ横丁の設立と沿革について

(ア) おかげ横丁概要

(イ) 設立までの時代背景

(ウ) おかげ横丁の名前の由来

(エ) おはらい町との関わり

(オ) おかげ参りの頃の伊勢

(カ) 伊勢神宮への観光客の推移

(キ) おかげ横丁における過去10年間の主な外的要因

#### (6) 質疑応答

**質 疑** 伊勢神宮のバス駐車場から、こちらの会場まで歩いてきたところだが、大変多くの観光バスが停車していた。おかげ横丁では、バス事業者と連携して集客を図るなどの取組は行っているか。

**応 答** バスツアーのルートとして、おかげ横丁を組み込むということはしていない。大抵のバスツアーは、伊勢神宮がルートに組み込まれており、参拝後に自由散策となっている。そういう意味では、まだまだ広報が不足しているものと考えている。

**質 疑** 商店街を歩いているときに「朔日（ついたち）もち」というチラシを見かけたが、伊勢神宮と関連があるのだろうか。また、そういったお土産は、商店街の活性化に貢献しているか。

**応 答** 朔日もちとは、株式会社赤福が開発したお餅で、毎月1日に販売するお餅である。例えば、3月はよもぎ餅、8月は八朔栗餅、10月は栗餅をそれぞれ朔日もちとして販売するなど、月ごとの季節を感じられるお餅として販売している。

伊勢では毎月1日に伊勢神宮に参拝し、前の月の無事を感謝するとともに、今月の無事をお祈りする「朔日参り」の風習があったため、昭和53年当時、その風習に倣い販売を開始した。当初は参拝客のために伊勢の赤福本店のみで販売していたが、名古屋市や大阪市のデパートで販売するようにし

たところ、大変な数を売り上げるようになった。その意味では、デパートで認知していただいた上で、その本店というか、こちらのおかげ横丁で食べられるので、朔日参りの習慣とも相まって、商店街活性化に果たす役割は大きいものと考えている。結果論ではあるが、その商店街固有の名物をつくることは、商店街活性化にとって重要ではないかと考えている。

**質 疑** おかげ横丁には、商店街連合会はあるか。私たちの地元の神奈川県鎌倉市に「小町通り」という商店街があるが、地元ではない企業の出店が結構多い。その辺り、こちらの商店会等では何か取り決めなどはあるか。

**応 答** おはらい町は個人商店が多く、また、おかげ横丁は、伊勢市の関連企業の出店が多い。しかし最近では、おはらい町のほうではあるが、スターバックスが出店したり、すみっコぐらしやスヌーピーのグッズショップなど、今、巷間で流行している企業等の出店で変化し始めている。商店街自体の活性化という面では、にぎわいが創出されていると思う。

一方、おかげ横丁のほうは、伊勢に関わる店舗等のみとしており、伊勢に関係のない店舗の出店はなるべく避けている。

また、商店街連合会に当たるものとして、伊勢おはらい町会議というものがあり、おはらい町及びおかげ横丁の商店や法人を構成員とし、企業や行政とも連携して、風景づくりや観光防災に取り組むなど、商店街振興に貢献している。

**質 疑** これだけにぎわう商店街であるので、経済効果がどれくらいあるのかを伺う。また、行政との協力関係の有無と、行政に期待することを伺う。

**応 答** 行政と共に進めていることは、特に景観保護である。例えば、伊勢神宮が経営している神宮会館にかつては灯籠があって、町並みの景観をよくしていたが、灯籠が倒れる事故があったため、危険ではないかとの判断から撤去されてしまった。それまでは、町並みの風情をととてもよくしている建物だったが、行政としては危険と判断して撤去したということである。景観維持を優先するか、お客様の安全性・利便性を取るか、なかなか答えは出ないと思うが、私たちとしては景観が損なわれることに危惧を感じている。

また、経済効果であるが、この辺りは伊勢神宮の内宮により地域が発展している。今では、内宮の参拝者とおかげ横丁の来客者がほぼ変わらない数になってきている。伊勢神宮には、内宮のほうの駐車場と、内宮から離れたところに市営の駐車場がある。正確な金額は申し上げられないが、駐車場代金だけでも億単位の市の収益が上がっている。

この駐車場には紆余曲折があり、おかげ横丁が設立されたとき、株式会社赤福が社有の土地を一部市に寄附して、駐車場として利用できるようにした。その際、市は有料にすると考えていたが、こちらとしては、無料駐車場として提供したいと考えていたため、無料となった。しかし結果的には、無

料だと地元の人が停めてしまい、観光で来た方が止められなくなってしまうという事態になってしまった。そのため、有料にすることで、観光で来たお客様に駐車場を提供できるようになった。ただ、閑散期や雨が降ったときは地元の方も使えるようにするなど、地域のためにいろいろ提案をしていこうと思っている。

**質 疑** おかげ横丁の開業前は、日本一滞在時間の短い観光地と、やゆされていたとのことだが、どれくらいの滞在時間だったのか。また、おかげ横丁が開業した後は、どれくらいの滞在時間になったか。

**応 答** 以前は伊勢神宮のお参りだけ、または、お参り後にうどんを食べて帰るので、神宮以外の滞在時間はほぼなかったと言える。

現在は、3時間程度が標準的な滞在時間である。それは、駐車場が2時間まで無料であり、1時間分の500円は払うということだと分析している。



## (7) おかげ横丁視察



## (8) 調査結果

- おかげ横丁開業の背景として、次のような経緯があったとのことであった。
  - ・ 平成5年に開業する以前は、伊勢神宮内宮を参拝した観光客はすぐに駐車場へ戻り、ほかの観光地等へ移動していたため、「日本一滞在時間の短い観光地」とやゆされるほどであった。
  - ・ 株式会社赤福本店においても、平日では一日に客が一、二人ということもあった。
  - ・ このことを危惧した株式会社赤福において、地元市民の協力を得ながら、昭和50年代後半から商店街の活性化に向けて取組を開始した。
  - ・ 平成3年には住民への計画説明及び用地取得交渉を開始するとともに、鉄筋コンクリートで景観を壊していた株式会社赤福本社ビルを取り壊した。
  - ・ 平成4年3月に建設工事を開始し、9月にはおかげ横丁を運営する有限会社伊勢福（現株式会社伊勢福）を設立、平成5年7月に開業した。
- おかげ横丁の概要は次のとおりであった。
  - ・ 敷地面積：約4,000坪
  - ・ 事業主体：株式会社赤福
  - ・ 運営管理：株式会社伊勢福
  - ・ 営業時間：年中無休
  - ・ 施設構成：飲食・喫茶23店舗、物販24店舗、美術館・資料館・ほか4施設
- おかげ横丁とおはらい町の連携については次のとおりであった。
  - ・ 昭和54年に内宮門前町再開発委員会（現伊勢おはらい町会議）により「おはらい町再構想計画書」が策定された当初から連携を続けている。
  - ・ 昭和57年3月に「内宮門前町町並み保存についての要望書」を共同で伊勢市に提出した。
- 平成4年には伊勢市まちなみ保全条例が交付され、官民協働による景観保全活動が活性化したとのことであった。
- 平成6年8月に、内宮門前町再開発会議が伊勢おはらい町会議に名称変更し、現在も、株式会社伊勢福が同会議に参画し、景観保全活動、伝統的家屋の形態維持、渋滞対策等の観光施策に取り組んでいるとのことであった。
- おかげ横丁固有のお土産としての「朔日もち」のように、商店街固有の名物の存在が、商店街活性化に果たす役割は大きいということであった。
- 以前は、おかげ横丁では地元の伊勢に関連した店舗、おはらい町は主に個人店舗というように商店街振興を図り、観光客を大きく伸ばしてきたとのことであった。また、近年は、大企業等も出店するなどの変化も現れており、にぎわいの創出に貢献しているとのことであった。
- 景観維持を優先するか、観光客の安全性・利便性を取るかといった点について、困難な課題ではあるが、同横丁としては景観維持を第一と捉え、行政と密に連携しているとのことであった。
- 以上のように、これらおかげ横丁における商店街活性化に関する取組を調査したことは、本県の商店街振興に係る今後の委員会審査の参考に資するものとなっ

た。

## 5 多気町及びVISON

### (1) 調査目的

令和3年に、三重県多気町に開業した「VISON」は、敷地面積119ヘクタール（東京ドーム24個分）を有する商業施設であり、10エリアに約70店舗が所在している。

当該施設は、三重県多気町が地域の活性化のため、三重県内で温泉施設や飲食店の施設運営を手がける企業に声をかけたことを契機として、平成27年に三重故郷創生プロジェクト（三重県にゆかりのある企業4社から成る合同会社）が設立され、多気町や三重大学等とも連携し、開発が進められたものである。

また、多気町を含めた6町では、様々な地域課題の解決を、データ連携や規制改革を活用して進める「三重広域連携スーパーシティ構想」を推進しており、VISONは、中心的な存在となっている。

そこで、多気町における企業立地・企業誘致、特に商業施設（VISON）誘致による地域活性化の取組を調査することにより、今後の委員会審査の参考に資するものとする。

### (2) 多気町出席者

副町長、企画調整課長、デジタル戦略室長ほか

### (3) 委員長挨拶



### (4) 多気町副町長挨拶



## (5) 概要説明

次の内容等について、説明があった。

### ア 多気町とVISONとの連携について

- (ア) 多気町の概要について
- (イ) VISONの概要について
- (ウ) VISON誘致の経緯について
- (エ) 食と健康のまちづくり 薬草の活用について
- (オ) サンセバスティアン市（スペイン）との協定について
- (カ) 高速道路との連結許可について
- (キ) 新たな住所表示（多気町ヴィソン）の設定について
- (ク) 自動運転車の実証調査事業の実施について

### イ 広域連携で取り組むデジタルを活用した地域活性化プロジェクトについて

- (ア) 広域連携が始まった経緯について
- (イ) スーパーシティ構想「三重広域連携モデル」について
- (ウ) 美村プロジェクトについて

## (6) 質疑応答

**質 疑** VISONでの売上げの推移及び雇用人数を伺う。また、VISONを誘致したことによる観光面での効果についても伺う。

**応 答** 売上げは個々の店舗によって異なるため、詳細なデータはないが、VISONのほうからは、2021年の開業後、年間約350万人の来場者であったが、今年度について、全体としては当初の目標値の半分程度であると伺っている。これは、三重県ではインバウンドの取り込みが他県に比べて後れており、その影響もあり、来場者数が伸び悩んでいると思われる。

VISONの誘致により約700人の雇用を生み出したが、現在の課題としては、従業員の確保がなかなか難しい状況となっていることである。これはVISONだけではなく、本町内にある工業団地のほうでも同様である。

**質 疑** コロナ禍もあったが、その後、宿泊者数は、目標数を確保できているのか。

**応 答** 宿泊者数のほうは順調であり、宿泊施設の稼働率は7割を超えていると伺っている。ただ、若い年代層の客が多いため、宿泊施設以外の店舗であまりお金を使わないという面がある。

**質 疑** 長崎県大村市では、地域活性化策として「しあわせ循環コミュニティ」という事業があり、官民連携事業として、子育てアプリなどを市民に提供して、地域通貨を使えるようにするといった取組を行っている。しかし、市をまたいで地域通貨が使えないなどの課題があり、広域連携の必要性が求められているとのことである。また、市民や事業者が、なかなか登録してくれな

いという課題もあると伺っている。

他の自治体ではそういった課題がある中、美村PAY（多気町・明和町・大台町・度会町で利用できる4町共通キャッシュレス決済機能）の登録者数や活用状況はどうか、伺う。

**応 答** 美村PAYは、総務省のデジタル田園都市国家構想及び「三重広域連携モデル推進事業」の一環で、多気町、大台町、明和町及び度会町の4町が参加しており、全体で四、五千人の規模で使っていただいている。加盟店も4町で150店舗ある。なお、VISION内60店舗は全部加盟している。

課題は、大村市と同様に、登録者数や加盟店をさらに増やすことである。昨年度は、キャンペーンとして、多気町独自でチャージ金額の50%のプレミアム券をつけるということを実施した。その際は、多気町役場前に登録のための行列ができ、1週間で予算がなくなるくらいであった。そのとき、多気町登録者が200人増えたが、高齢者の方が多かったため、一人一人、役場職員が登録方法を教えるという対応をした。加盟店舗もVISION外で5店舗増えた。こういった地道な活動を官民連携で行い、VISIONを通した広域の地域振興に取り組んでいる。

**質 疑** VISIONを通した地域活性化という面で、地元の商工会などと連携しているか。

**応 答** もちろん連携しており、美村PAYに関しては、多気町商工会から各店舗に事業者向け説明会を行うことを周知していただき、過去に2回説明会を開催している。

**質 疑** 三重広域連携スーパーシティ構想では、VISIONを最大限に活用した地方創生を目指すということで、近隣の6町が連携しているとのことであった。しかし、美村PAYでは、同構想の対象地域である紀北町、大紀町が入っていないが、何か理由があるのか。

**応 答** スーパーシティ構想の段階で賛同していただいたのが紀北町、大紀町を含めた6町であったが、その後、デジタル田園都市国家構想に切り替わった際に、アプリなど具体的な取組を提示したところ、大紀町からは、先に高齢福祉の関係を進めたいという要望があり、現在は参加が保留になっている。なお、紀北町はスーパーシティ構想のみの参加となっている。

**質 疑** VISION内で自動運転バスを実証実験として走らせて、今後、自動運転レベル4（特定条件下での完全自動運転）を目指しているとのことだが、VISION内でのバスルートや、将来的に公道走行などへ広げていくのか。また、協議会の主体は多気町か、バスはどこのメーカーの物かを伺う。

**応 答** 昨年度はレベル2の運転をVISION内で行った。というのは、開業当初

からモビリティ専用レーンがあったので、それを使って安全に試験を行った。今年度は、V I S O N内でのレベル4を経て、公道でのレベル2を目指す予定であったが、国の補助金の関係でその予定は困難となったため、V I S O N内で完全にレベル4を達成できているかということの確認をしていくこととなった（令和6年10月25日に国土交通省中部運輸局から自動運転車（レベル4）の車両認可を取得）。

なお、協議会の主体は多気町であり、V I S O Nではない。バスはエストニアのA u v e T e c h（ウーヴテック）社製のバスである。



#### (7) 森委員挨拶



#### (8) V I S O N視察



#### (9) 調査結果

- 三重広域連携スーパーシティ推進協議会の設立経緯及び事業概要については、

次のとおりであった。

- ・ 令和2年10月に、多気町内に開業予定である大型リゾート施設V I S O Nを拠点としたスーパーシティ型国家戦略特別区域（三重県多気町、大台町、明和町、度会町、大紀町及び紀北町）において、地方自治体と企業が一体となって、高齢化や過疎化、観光振興、防災等地域の社会課題の解決を目指すことを目的に設立された。
  - ・ 同構想では、ブラウン・フィールド（既に生産施設等が開発されている土地を指す）としての6町連携と、グリーン・フィールド（自然のままで手つかずの土地をゼロから開発していく際の土地を指す）として開発されるV I S O Nが連携し、主にV I S O N誘致により先端技術を導入し、ブラウン・フィールドの地方創生を目指すものとなった。
  - ・ その後、総務省のデジタル田園都市国家構想事業として、令和4年度実施T Y P E 2採択（三重広域連携モデル事業）、令和5年度実施のT Y P E 3採択（美村－V I S O N－プロジェクト）がされており、V I S O Nグランドオープン（令和3年7月）以降においても、同協議会が自治体との連携の主体となって事業を推進している。
- 一般社団法人三重広域連携D Xプラットフォームの事業概要等については、次のとおりであった。
- ・ 周辺自治体5町（多気町、大台町、明和町、度会町及び紀北町）が広域連携し、魅力ある地域資源の活用による地域活性化や、人々が住みたくなる健康で安心なまちづくりを目指す事業である。
  - ・ 同プラットフォームは、内閣府地方創生推進局の補助金に基づき、自治体5町からの委託を受けるため、ヴィソン多気株式会社をはじめ、株式会社三十三銀行等6社により、令和4年9月に設立された。
  - ・ 同プラットフォームにより、住民・観光客用の共通地域ポータルサイトの作成、デジタル地域通貨（美村P A Y）の開発が行われた。
  - ・ 今後も、V I S O Nを鍵となる施設に据え、美村エリア5町のD X化による地域活性化を推進することとしている。
- V I S O NとのD X以外の分野における連携に当たっての、多気町における地域活性化の取組は、次のとおりであった。
- ・ 平成29年に世界一の美食の街とされるスペイン・サンセバスティアン市と「美食を通じた友好の証」を締結していたことから、同市からV I S O Nに3店舗が出店するとともに、V I S O N内の飲食店の通りを「サンセバスチャン通り」とするなど、V I S O Nと連携した地域振興に取り組んでいる。
  - ・ 全国初となる民間施設と直結する高速道路インターチェンジ（出口名「多気ヴィソン V I S O N」）の連結許可や、町内の新たな住所表示の設定（多気町ヴィソン）を通じた周知・広報に取り組んでいる。
  - ・ 国土交通省による自動運転による地域公共交通確保維持改善補助事業の採択を受け、V I S O Nと連携し、V I S O N内で自動運転バスを運行して実証実験を進めるとともに、自動運転レベル4の達成を目指している。

- 以上のように、これら多気町における大型リゾート及び商業施設VISIONの誘致による地域活性化の取組を調査したことは、企業立地・企業誘致に係る今後の委員会審査の参考に資するものとなった。