

経済・産業振興特別委員会県外調査報告書

平成30年11月7日(水)から9日(金)まで、「産業振興・国際ビジネスの振興について」、「さがみロボット産業特区について」及び「観光振興について」について調査を実施したところ、その概要は次のとおりでした。

神奈川県議会議長 桐生秀昭 殿

経済・産業振興特別委員会 委員長 いとう 康 宏

経済・産業振興特別委員会県外調査報告書

平成30年11月7日（水）～9日（金）

1 調査の概要

- (1) 調査箇所 (公財)阿蘇地域振興デザインセンター、(株) コッコファーム、(株)安川電機、大牟田市役所(三池炭鉱関連世界遺産)
- (2) 出席委員 いとう委員長、川崎副委員長
田中(信)、藤代、細谷、長田、嶋村、竹内、赤野、松崎、赤井、さとう(知)の各委員
- (3) 調査日 平成30年11月7日(水) から 9日(金) まで

2 (公財)阿蘇地域振興デザインセンター

(1) 調査目的

熊本県や旧阿蘇郡町村等の出資により平成2年に設立された(公財)阿蘇地域振興デザインセンターは、中期計画の中で「広域連携による競争力のある観光地づくり」等を掲げ、市町村や関係機関とも連携して阿蘇管内の様々な情報の一元化を図り、インバウンドも含む観光客誘致を推進するべく、各種広報媒体を活用して阿蘇の景観・自然・食・温泉などに係る情報発信を行うとともに、地域ブランドを活かしたイベントの開催等を通じて情報提供を行い、あわせて、熊本地震など、災害情報、復興・復旧に関する現地情報・交通インフラ情報などを地域住民と観光客に役立つように発信している。

本県では、神奈川県観光振興計画における基本施策「魅力ある観光地の形成」の中で、「観光資源の発掘・磨き上げ」として「多様な資源を活用した観光魅力づくり」、「戦略的プロモーションの推進」として「神奈川の魅力を伝えるプロモーションの実施」「多様なツールを活用した情報発信」、「受入環境の整備」として「観光客を迎えるおもてなしの向上」「観光客の安全・安心の確保」等を挙げ、様々な観光振興施策への取組を推進しており、同センターの観光振興への取組を調査することにより、今後の委員会調査の参考に資する。

(2) 主な説明事項

阿蘇地域は、平成28年4月の熊本地震により、阿蘇大橋が崩落した南阿蘇村をはじめとして甚大な被害を被り、国道、JR等はいまだ不通のままで、復興が進められている。阿蘇大橋については、下流に新しい橋を架ける予定で、開通まで2年ほどかかる。熊本市から阿蘇を抜け別府に至る、九州における観光のメイン道路であり、阿蘇の温泉地などでも入込客数は震災前水準までは回復していない。九州には東アジア圏からの観光客が多く、ここを通過して阿蘇山頂へ向かう観光コースだったが、現在、厳しい状況である。南阿蘇村では、東海大学阿蘇キャンパスの校舎が全壊し約500人の学生がいなくなるなど、村全体で1,500人の流失があり過疎化に拍車がかかっている。観光資源の阿蘇神社は楼門・拝殿等が倒壊破損

しており、元の部材を可能な限り使用して復旧工事が進められている。地震の被害は確かに大きかったが、阿蘇地域全体、九州全体が駄目になったかのように思われて観光客が激減してしまい、風評被害の払拭が大きな課題となっている。

(公財)阿蘇地域振興デザインセンターは、主に阿蘇の環境保全のため3億円の出捐金でスタートし、平成14年に、阿蘇全体の観光振興・地域振興・環境保全を担うため、熊本県15億円、12町村(当時)が各1億円、計30億円で財団を設置し、その後、公益財団法人に移行している。「地域の元気再生による地域力の向上」「豊かな自然による世界ブランドの確立」「広域連携による競争力のある観光地づくり」の3つの取組を主たる公益事業とし、人口減少や熊本地震等により地域の力が衰えつつある中、阿蘇の根っこをもう一度育てていく取組をしている。

「広域連携による競争力のある観光地づくり」として、まず、「震災後の景観形成とASOフラワーツーリズムの展開」、荒廃した農地や観光地等に色彩豊かなチューリップの花等をとということで、各市町村管内の代表的な観光地等に植栽してもらう取組を実施している。また、「あそ花旅スタンプラリー」として、スマホにアプリをインストールして花の名所を巡り、各地に出現するくまモンスタンプをゲットし、3種類集めるとプレゼントがもらえるというイベントも行っている。このイベントを通じて、観光客に関するデータも収集することができ、例えば、福岡県からの訪問が多いといったことがわかっている。このほか、観光関係の人材育成のため、観光地域づくりセミナーなどを開催し、「住んでよし、訪れてよし」のブランド観光地域の実現に向けて観光地域づくりマネージャーの育成や戦略会議の開催等をおこなっている。さらに、新たな阿蘇づくりとして、ベンチャー企業や大学との連携も進めており、熊本大学及び(株)ヤママップと包括協定を結んでいる。(株)ヤママップは登山地図アプリのトップ企業で、社長は阿蘇出身であり、今後、観光振興について連携を深めていく。

当センターは阿蘇くじゅう観光圏における観光振興への取組の主体となっており、日本版地域連携型DMO法人として、UNDISCOVERED JAPANを掲げ東京・大阪・京都以外にも魅力的な場所があることを世界に向けて発信している。日本の宿泊施設は非常に分かりにくいと言われ、ホテルや旅館等の宿泊施設を中心とした観光品質認証制度「SAKURA QUALITY」の認証への取組が全観光圏で進められている。各宿泊施設等に調査員が訪問して評価をするもので、阿蘇くじゅう観光圏では、簡易宿泊施設を含め301件の宿泊施設があるが、昨年15件、今年4件の認定で、まだ20件に達していない。長崎や新潟では県をあげて取り組んでおり、世界で認められるには質の高い観光サービスや安全安心等をアピールする必要がある、今後、この取組は重要になっていくと考えている。

このほか、ビジネスプランコンテストの共催等も行っており、最近では、高校生などから観光アプリ開発などの話があったりする。

(3) 主な質疑応答

質 疑 どこも人口減少社会の問題に悩んでおり、横浜などでも今年度から人口減少に転じると予測されているところだ。人口減少社会への対応として、地域の特色等も把握しながら、街づくり等も含め、移住・定住施策を実施していく必要がある、そのためには、キーマンを探したり育成したりすることが重要だと思うが、大変難しい。貴センターでは、どのような視点からキーマン探しをしているのか。

応 答 最近タテ方向の組織を作るのは難しく、どうしても横断的な組織が中心になる。当センターで様々な研修や講座等を開催しているが、その中からキラリと光る人をピックアップしたりしている。

地域で、担い手不足に積極的に取り組んでいるのは竹田市で、古い城下町で空き店舗がたくさんあったが、国の制度の「地域おこし協力隊」とOB・OG等が中心となって取組を進めており、ゲストハウスや小さな店舗等が次々と作られるなど、町を動かす人材になっている。主催の(一財)地域活性化センターから報告書等が出る予定である。

また、事業継承も大きな課題で、高校生に地元を見てもらう取組や、地域おこし協力隊のように外部の人材に来てもらう取組などがあるが、行政が窓口になっているところでは、平等が原則なので、思い切ったことはできない。民間が窓口になっている場合は、例えば、子育て世代を対象を絞って移住を働き掛けるといったことも行われている。南阿蘇村では震災復興の関係で、ボランティアが1年間滞在し村の人達と過ごしたということがあり、移住希望者が100人ぐらい待機している。

様々な形で取組が行われているが、重要なのは口コミで、前に行った人がいいと言うか悪いと言うかに左右される。一番初めに会った行政担当者がすごく良かったからここに決めたという人もいた。このように最初に誰と出会うかということが重要だと思うので、先ほども触れたように、最初に出会う人をきちんと作っていくことに尽力している。

質 疑 インバウンドについて、東アジアが多いということだが、国でいうとどこから多く来ているか。

応 答 中国が一番多く、次が韓国、そして台湾、香港、タイといったところである。熊本県では欧米等からの観光客は少ない。ヨーロッパからの直行便がフィンランド航空しかなく、成田経由で来なければならないといった航路の問題が大きい。欧米人は滞在期間が長く消

費額が多いということがあり、特に、最近はFITが増えており、農家民宿に泊まって九州を回るという人も多い。これまで農家民宿は伸び悩んでいたが、これからは、インバウンド対応に向けて農家民宿が大きなポイントになるのではないかと思う。ただ、担い手の高齢化が懸念材料である。

質疑 自分も修学旅行は阿蘇だったが、飛行機内で修学旅行生を大勢見かけた。修学旅行生の受入実績と、先ほど南阿蘇村で100名ぐらい希望者が待機していると伺ったが、移住の具体的な数字の実績はどれぐらいか。

応答 修学旅行生は地震後には他地域にシフトして激減してしまっているが、現在、阿蘇の修学旅行生受入は大きく二つあって、一つは、子ども農山村交流プロジェクト等の関係で、草原の保全等の活動をしている(公財)阿蘇グリーンストックが中心となり、修学旅行生を2,000人~3,000人受け入れている。もう一つは、小国町の財団法人で、特定の学校とのつながりがあり、約6,000人を受け入れている。計では約10,000人程度が目安の数字になると思う。

移住については、南阿蘇村が一番多いが、全体では1,000人に届いていない。団塊の世代の退職者が大勢来るのではないかと期待していたが、そうはならなかった。今、一番多く来ているのは団塊ジュニアの人達で、ボランティアなどに多い。全国の市町村で取り合いのような状況である。

質疑 DMOとして高校へのアプローチは行っているのか。

応答 修学旅行等、旅行関係については、旅行業の免許を持っていないので、阿蘇広域観光連盟等が旅行代理店等を中心に誘致している。

質疑 「農業女子」が話題になっている。熊本県は農業が盛んだが、受け入れる仕組等はあるのか。

応答 農業女子については県が中心にやっていると思うが、阿蘇地域では農家に嫁いだ人を中心にグループなどを作っているようだ。

もう一つ、阿蘇は林業地帯でもあり、「林業女子」というのが結構いる。ヘルメット等のいでたちのカッコいいポスターの影響があったという話もある。実際にはカッコいいというよりきつい仕事だが、カッコよく見せる取組により林業女子が増えてきているようである。チェーンソーで伐採というより、経営、営業部門で働いている人が多いようだ。来週あたりに「あその山モン伐木チャンピオンシップ」というイベントも行われるとのことである。

(※ 上記以外の質疑は、施設見学中に随時行われた。)



(4) 調査結果

公財)阿蘇地域振興デザインセンターでは、熊本地震後の厳しい状況の中、地域・企業との連携や観光振興に係る人材育成の強化を図り、スマホアプリや観光品質認証等のツールや制度の活用・普及等への取組を進めている。

以上のように、(公財)阿蘇地域振興デザインセンターにおける観光振興の取組を調査することにより、本県の今後の施策を調査する上で参考に資することができた。

3 (株)コッコファーム

(1) 調査目的

(株)コッコファームは、「鶏を通じて、自然の恵みに感謝をしながら生産者の顔が見える所で生産し、安全安心で美味しく健康な食材をお客様へ提供する」等の経営理念のもと、養鶏を中心に生産・加工・販売を統合している。また、毎日生産される4トン(7万個)の鶏卵の大部分を自社の直売所「たまご庵」で販売するというビジネスモデルを確立し、年間97万人(2016年度実績)もの来場者を集め、年間売上高がおよそ16億円に及ぶ、6次産業化の成功事例として知られる企業であり、農林水産省の「6次産業化優良事例表彰」の食料産業局長賞や、(公財)中小企業研究センターの「グッドカンパニー大賞」特別賞を受賞するなど、その業績は高く評価されている。

同社の「たまご庵」は、物産館・レストラン・菓子工房・バナナ館・インキュベーションオフィス・中央ホールなどで構成される地域のコミュニティー複合施設となっており、菊池市のみならず熊本市や福岡方面からも多くの顧客を集めている。

本県では、「かながわ鶏」「平飼いブランド有精卵さがみっこ」等、地場製品のブランド化への取組を推進しているほか、農林漁業者の経営の安定化及び地産地消の推進を図るため、加工等の2次産業、流通・販売等の3次産業と一体化・連携して付加価値を高める「6次産業化」を推進しており、同社の6次産業化への取組を調査することにより、今後の委員会調査の参考に資する。

(2) 主な説明事項

(株)コッコファームは、来年で50周年を迎える。養鶏を核として、卵の生産加工等の事業を展開し、全体のおよそ8割を直販としている。様々な取組を経て、最近やっと経営が軌道に乗ってきた。事業内容は、養鶏を中心とした生産・加工・販売等で、いわゆる6次産業化を行っている。その他、人材育成のための教育事業として中学・高校のインターンシップ、視察研修として行政や海外等からも受入をしており、最近も、6次産業化について学びたいということで、韓国・タイから、また、ブラジル・ウルグアイからは日系3世の方も視察に来られている。

従業員は、現在143名で、寮やアパート等も含め、地元の菊池市から通っている者が全体の半分を占めている。また、地元の60歳以上の高齢者を雇用しており、定年を70歳として、無理のない時間で働いていただいている。卵の値段は変動するが、売上の変動により従業員の給料を上げ下げすることはできないので、6次産業化を行って高付加価値化を図り、安定した経営の実現を目指している。

平成7年に(有)コッコファームを設立し、直売所を開設した。当初、売上は低迷したが、「近所のスーパーでパック売りの卵を買うのと変わらない」といったお客様の声等を受け、産みたての新鮮な温かい卵を、大中小のサイズの選別などは

せず、ダンボール箱に5キログラム(のちに3キログラム)詰め込んで販売するという革新的な販売方法を開始して大ヒットとなった。開設当初は、1日に10人しかお客様が来ないなどという時期もあったが、次第に、この山の中に行列ができるようになり、現在は年間100万人ものお客様にお越しいただいている。

菊池市は人口5万人を下回る小さな市で、高齢化率(65歳以上の割合)は30%を超えている。物産館をはじめ、七城メロンドーム、菊池ブランド牛の旭志牛など、地域ごとに特色のある名物等があり、出店にあたっては、市全体を、各所に専門店を配置した一つのデパートとして捉え、他県からのお客様等に市内を回遊してもらい、我々だけでなく全体が繁栄できるようにといったことを考えている。

養鶏については、卵と肉と両方採っており、450日~500日で食肉として出荷する。シュークリーム等は、あえて大きく固く濃厚な味としており、他とは差別化している。我々はあくまでも農家なので、同じ土俵では戦わない戦略である。レストランで提供する親子丼なども昔の鶏の味で固いが、これが本来の味である。他企業とのコラボレーション等も行っており、最近では、ローソンと組んで「コッコのWクリームパン」を発売している。

購入時にポイントを付与するメンバーズカード(会員数約37,000人)により、年齢・客単価、どの地域から来て何を買ったかなど、様々な情報を収集し、データベース化している。商圈の分析等を行うと、福岡県からの訪問数が増えていることがわかる。また、地域限定で折込チラシに割引券を付けて配布すると、地元の菊池市では1.89%、福岡県南部では0.5%という高い率(通常は0.00%台と言われる)のレスポンスがあり、広報宣伝、テレビ取材等もあって当社の知名度も向上し、チラシの効果も上がっているものと思われる。

福岡出店の話等もあるが、基本はこの地元から動かない。ここにお客さんが来ることで地域が元気になるということに力を入れたい。地域の方々等に展覧会や伝統芸能の発表の場として、中央ホール、ステージを無料で提供したりもしている。また、全国でも珍しいイベントとして、毎月「たまご詰め放題」を実施(袋代300円)しており、10数年も続いている。この会議室は、全部で120席(椅子だけだと300席)あるが、ほとんど収益性はなく、社員研修等の他、地域との共生のため、地域おこしやJAの勉強会、子供達の食育等のために使用している。農業後継者の育成、商業活性化等、地域の課題に関わる様々な取組も行っている。

(3) 主な質疑応答

質 疑 知り合いに飲食店経営者がいて、商品開発、メニューの開発の難しさについて聞いている。様々な商品を展開されているが、開発等はどのようにやっておられるのか。

応 答 従業員からアイデアを持ち寄ってという形だが、今年は若手従業員で開発プロジェクトを作ってアイデアを募った。以前は、1年に

1回、会社提案として、3か月間の期間で、みんなでアイデアを出し合っただけということもやっていた。それでも、100個のアイデアの中で商品化までつながるものは、10個あるかないかである。

質疑 地元の学校の給食に卵を納品しているということだが、入札等を行っているのか。

応答 そこはわからない。学校で使ってもらっていると聞いている。外商等を行っており、東京の大きなホテル等でもお使いいただいている。

質疑 従業員歳の年齢構成は、どのような状況か。

応答 平均年齢は45～46歳である。以前は中途採用が中心だったが、現在は、毎年、新卒(高卒、大卒)も数名採用し、即戦力の中途採用と合わせて、平準化してきている。若い人は10代から、上は70歳までいる。

質疑 シニアの方々が元気に色々なアイデアを出されているということか。

応答 色々知恵をお持ちでありながら、なかなか働く場がないということがあるので、そういう方々も雇用しながらやっている。労災等のリスクもあるので、働きやすい環境を作りながらやっていかないと続かない。

質疑 バナナ館は閉館してしまったということだが、どういう経緯があったのか。

応答 バナナ館は閉鎖したが、4月に温泉をオープンしており、バナナはそちらに移設し、温泉熱を利用して栽培している。なぜ養鶏場でバナナかというと、バナナの栽培には、温度管理、水、カリウム、カルシウム等が必要で、鶏糞にはカリウム、卵の殻にはカルシウムが含まれているので、あとは温度管理等ができれば栽培できるということで、会長のアイデアで開設した。バナナは熱帯植物で、温室があれば1年中収穫できるので、我々としては、観光農園にしていきたいという考えもあったが、敷地やボイラーのコスト等で厳しかった。コストがかかるので、バナナを販売していた時は一本1,000円ぐらいの値段だった。

質疑 海外からの視察に来る人の関心はどのようなところにあるのか。

応答 やはり、6次産業化に一番興味を持たれている。タイの農協などがそうだった。南米からは、養鶏をやりたいということでお越しいただいて、現地に指導に来てほしいという話もあったが、それはお断りした。やはり、養鶏に付加価値をつけて販売することにみなさ

ん興味をお持ちであった。

(※ 上記以外の質疑は、施設見学中に随時行われた。)



(4) 調査結果

(株) コッコファームは、産みたて卵のダンボール詰め販売など顧客のニーズを的確に捉えた大胆な販売手法や、他と同じ土俵で争わないといった戦略的な営業方針で、生産・加工・販売の6次産業化を推進して高付加価値化を実現するとともに、地域との共生にも積極的に取り組み、地元になくてはならない企業としての地位を確立している。

以上のように、(株) コッコファームの6次産業化への取組等を調査することにより、本県の今後の施策を調査する上で参考に資することができた。

4 (株)安川電機

(1) 調査目的

(株)安川電機は、1977年に日本初の全電気式産業用ロボット「モートマン」を発売し、現在、産業用ロボット分野では、トップクラスのシェアを持つメーカーである。また、溶接、組立、塗装、液晶パネル搬送、半導体ウエハ搬送など、様々な産業分野に最適化されたロボットを商品化しており、さらには、三品市場(食品・医療品・化粧品)やバイオメディカル市場など、ロボットの適用領域の一層の拡大を期して、多種多様なロボットの開発を推進している。

同社は、2015年の創立100周年を契機に本社事業所を再編整備し、事業所全体を「ロボット村」として一般にも開放しており、「ロボットがロボットを作る工場」や「ロボットの技術やものづくりの魅力」をアピールするなど、ロボットの普及・浸透等にも力を入れている。

本県では、ロボット関連産業の創出・育成を目指し、特区制度を活用した、さがみロボット産業特区を推進しており、生活支援ロボットの実用化や普及を促進し、関連企業の集積等を進めること等により、高齢化社会における介護負担の増加や災害時の捜索など、県民が直面する課題を解決し、県民生活の安全・安心の実現と地域経済の活性化を図ることとしており、(株)安川電機の産業用ロボット分野における最先端の技術や、普及・浸透への取組等を調査することにより、今後の委員会調査の参考に資する。

(2) 主な説明事項

(株)安川電機は、1915年に現在の敷地で操業を開始し、一昨年に100周年を迎えたところである。主な事業としては、サーボモーター、インバータといった、動きを制御するモーションコントロール事業、産業ロボット等のロボット事業、プラント設備等のシステムエンジニアリング事業の三つとなっている。

当社は、創業以来、「電動機(モータ)とその応用」を事業領域とし、1977年には、日本初の全電気式産業用ロボット、「モーターで動く人」を意味する「モートマン」を発売している。当初の用途は、炭酸ガス溶接、自動車部品の溶接だったが、以降、様々な部門で活躍できるロボットに進化していった。搭載するモーターも直流サーボモーターから交流サーボモーターに進化し、90年代中盤からは、半導体の製造工程、クリーン環境でも使えるようになった。さらに、液晶テレビの大型薄膜マザーガラスをハンドリングするロボットや人協働ロボットがラインアップされるようになり、近年は、ロボット技術を医療・福祉分野に応用し、リハビリ装置、アシスト装置等も展開している。2017年に天皇皇后両陛下に当社を御視察いただいた際には、歩行アシスト装置「ReWalk」のデモを御覧いただいている。

当社のロボットの累計台数は、昨年で38万台となった。一時期、リーマンショックで減速したが、現在、国内は非常に忙しい状況で、国内向け出荷19%、海外向け

出荷81%となっており、その半分以上がアジア、特に中国・インドが急伸している。世界シェア(台数)は当社がトップだが、国内シェアについては、当社を含め4社で7~8割を占め、競っている状況である。現在、こちらのロボット第1工場、第2工場、少し離れたところにある第3工場で、月産2,700台の生産を行っており、中国工場を含めたトータルでは月産4,000台、来年春頃にはスロベニアの新工場が完成し、月産6,000台にまで拡張する予定である。

ロボットを作るために必要な要素は、ロボット技術、ロボットを使うアプリケーションの技術、ロボットを動かすサーボモーターの技術、ロボットを生産する技術等で、当社は全てを持っている。ロボットメーカーの中には、自社でモーターを作っていないところもあるが、当社はロボット専用モーターを持っている。

最近のトピックとして、バイオメディカル分野向けに、製薬会社や研究所等、床の耐荷重が大きくないところでの使用を想定し、軽量化のために内骨格構造化したロボットの提供を開始している。抗がん剤等の劇薬を扱うもので、これまで人手により命がけでやっていた調剤等の作業を自動化でき、これから大いに社会に貢献していけるものと考えている。

最近のキーワードとしてIOTがあり、生産ラインに設置されているロボットについて、ネットワークを介して稼働状況やデータ等を取得・収集し、ビッグデータとして処理・分析して故障予知等を行い、基本的にロボットを止めないという方向に進化させていこうとしているところである。

当社では、ロボットを使ったことのないお客様に向けた取組の一つとして、「来て・見て・触ってロボット体験」をコンセプトに、各地にロボットセンターを設置しており、実機を使ったデモ等により、ロボットへの理解を深めていただける施設となっている。

(3) 主な質疑応答

質 疑 かつてトヨタの工場等でフルロボット化を目指すという話があったが、採算性の問題で、結局、半分人、半分ロボットという形になったということだったと思う。現在、自動車工場等で人とロボットの割合はどのようになっているのか。

応 答 実際にロボットを核にした自動化の流れとしては、100%自動化するというのは、なかなかない。例えば、特に人が入りづらい等、限られた環境では100%自動化が求められるが、現在は費用対効果を重視する面が強くなっている。一時期、トヨタが非常にチャレンジ的な自動化の取組を進めていたが、現在は、トヨタ、日産、本田、マツダ、スズキ等、ほぼ同様の考え方で自動化を進めており、各社とも費用対効果を考慮した設備としている。

質 疑 食品パッキング等にも貴社のロボットが使われているようだが、

先日、味の素の工場を視察し、パッケージの工程等をロボットが自動で行っていたが、そちらには納品されているのか。

応 答 食品メーカーにはいっぱい使っている。ロボットの形態は増えていて、一時期、150～200種類近くもあった。実際にお客様の御要望にお応えする中で、ロボットはどうあるべきかという形でどんどん増えていったものである。

質 疑 人間より滑らかに動いていたようだが。

応 答 人間より滑らかにというよりも、メンテナンスさえすれば、教えられたことをきちんと変えることなく実行してくれるということである。結局、一定の費用を投入して、どれぐらいでペイして回収できるか等を計算できるということである。

(※ 上記以外の質疑は、施設見学中に随時行われた。)



(4) 調査結果

(株)安川電機は、創業以来の電動機(モーター)に関わる技術をベースに産業用ロボット事業を展開しており、近年、バイオメディカル関連など社会貢献度の高い新たな分野にも事業領域を拡大するとともに、ロボット村やロボットセンターの設置などロボット技術の普及・浸透にも積極的な取組を行っている。

以上のように、(株)安川電機の産業用ロボット開発等への取組を調査することにより、本県の今後の施策を調査する上で参考に資することができた。

5 大牟田市役所（三池炭鉱関連世界遺産）

(1) 調査目的

福岡県大牟田市の「三池炭鉱宮原坑」「三池港」等、三池炭鉱関連資産を含む「明治日本の産業革命遺産」は、2015年に世界文化遺産への登録が決定しており、ロゴマークを作成するなど、世界遺産登録の推進や普及啓発への取組を進めてきた大牟田市では、研修を受けた常駐ガイドを配置して現地での案内を充実させているほか、Wi-Fi接続による施設ガイドシステム「三池炭鉱ナビ(音声・映像によるガイド、日本語・英語・中国語・韓国語に対応し宮原坑・三池港等9施設で利用可能)」の開設やタブレットの無料貸出を実施するなど積極的な情報発信を行い、また、近隣自治体や鉄道会社との連携を図るなど、様々な地域資源を活用して観光客の誘致に取り組んでいる。

本県では、神奈川県観光振興計画において、世界遺産登録を目指している、神奈川が誇る鎌倉の文化遺産を守り、後世に伝える取組を進めるとともに、その魅力を積極的に発信することとしており、大牟田市の観光振興への取組等を調査することにより、今後の委員会調査の参考に資する。

(2) 主な説明事項

本日11月9日は、昭和38年に戦後最悪の炭鉱事故、三井三池三川炭鉱炭塵爆発が起こった日で、大牟田市民にとって忘れられない日である。大牟田市では、世界遺産への取組に当たり「大牟田市近代化産業遺産を活用したまちづくりプラン」を策定しており、その中で、炭鉱の歴史をきちんと伝え、市民が自信と誇りを持つようにしていかなければいけないという議論があった。子供達に伝えていくために、パンフレット「三池炭鉱を学ぼう！」なども作製している。

三池炭鉱関連資産等の世界文化遺産への登録後、文化遺産をまちづくりや観光振興に活用する取組を行ってきたが、「明治日本の産業革命遺産」は各所に分散していることもあり、どこにどのような価値があるのかわかりにくい。観光振興への活用には課題が多く、試行錯誤しながら取組を行っている。

市内近代化産業遺産等(宮原坑、三池港、税関、三川抗跡、石炭館)への来訪者数は、世界遺産に登録された平成27年度が15万6,545人、28年度が10万1,576人、29年度が11万9,580人と推移している。世界遺産登録の効果は3年間とも言われているが、平成28年度は熊本地震の影響で九州全域の観光客数が落ち込み、観光振興への課題は拡大している。

本市における取組として、まず力を入れたのは、産業革命遺産を理解いただくための施設ガイドの充実である。宮原坑については土日祝日4名、平日3名、他の施設は公開日に、それぞれガイドが常駐して産業資産の案内を行っている。施設ガイドには毎月研修を実施し、明治日本の産業革命遺産の構成資産がある他市のガイドとの合同研修も行っている。また、大牟田・荒尾・宇城の3市による「三

池エリアおもてなし推進協議会」で「明治日本の産業革命遺産をめぐるスタンプラリー」を開催するなど、連携した取組を行っている。さらに、スマホアプリ「三池炭鉱ナビ」により、各施設周辺において各資産について写真や動画で御案内する多言語対応システムを整備し、タブレット端末の貸出等も行って、ガイドによる施設案内の補完を図っている。

平成27年8月から平成28年2月にかけては、土日祝日に大牟田駅等と核施設を巡回する無料シャトルバス等を運行し、観光ボランティアガイドが同乗して車内で各所の案内を行っている。平成28年には、お客様から御意見をいただき課題等を探るため、モニターツアーを計19回実施し、「ふっこう割」なども活用して食事つきの廉価なツアーとして回っていただいた。産業革命遺産に興味を持っていただいているのは年配の方が多く、お土産の購入額はほとんどが千円未満で、品数が少ないとの意見があるなどの問題点もわかった。

このほか、「大牟田市観光ツアー促進補助金」として、市外から三池炭鉱関連施設へのツアーを実施する旅行会社に対し、バス1台につき2万円(市内への宿泊を伴う場合4万円)の補助金を交付している。参加者へのアンケートの実施、市内での飲食やお土産の購入等を条件にしており、一定の効果があったと考えている。

さらに、福岡県及び県観光連盟と連携して、エージェント向け旅行素材説明会及び相談会(九州観光連盟主催：東京・名古屋・大阪・広島・福岡)に参加するなど旅行会社への誘致活動も行っており、別途、県と連携して大手旅行会社等を直接訪問し売り込みをかけている。

(3) 主な質疑応答

質 疑 本県でも、鎌倉市が世界遺産にチャレンジしているが、世界と関わりのあるストーリー性をしっかりしないと難しいと思う。そういうストーリー等を誰がどう考えるというようなことはあるのか。

応 答 日本的な考え方だと、まず、こういう資産とこういう資産があって、それに対してストーリーを作っていくというのが一般的な思考パターンだと思うが、世界遺産というのは逆で、まず、ストーリー、凄いストーリーがあって、それに合わせて、こういう資産というのを選んでいく。顕著な普遍的価値、それを証明する資産がこれとこれというふうになっていく。

今回、明治日本の産業革命遺産については、国内外の専門家をお願いしている。筆頭として、最初に産業遺産で世界遺産になった英アイアンブリッジ峡谷のヘリテージ財団理事長だったニール・コソン卿という、産業遺産の神様のような人。それから、オーストラリア、イギリス、オランダ、カナダの産業遺産の専門家、国内からは当時の東大の副学長といった人達に頼んで、けんけんがくがくの

議論を2年間ほど行い、まず、ストーリーを固めるという作業を行っていたので、ストーリーについては、海外でも比較的納得いただけるものとなった。しかし、それに見合った資産の選定が難航した。最初に候補にあがっていた資産のいくつかは落とされてしまったので、地元の自治体からは非常に反発があった。国内だけで考えていると難しい面がある。

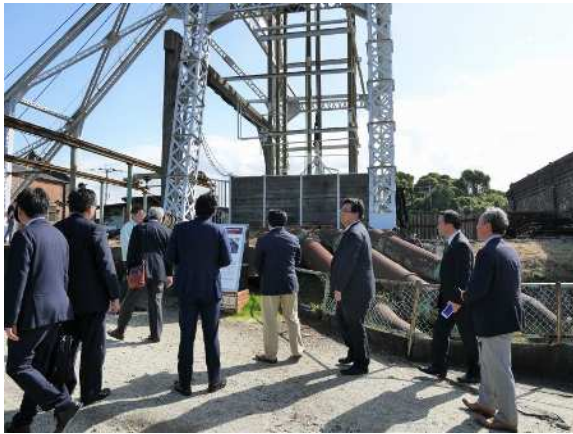
質 疑 明治維新から150年で、国内外から関心があったと思うが、横の連携として、全体で観光振興等を盛り上げようといった話はあるか。

応 答 広域連携としては8県11市になるが、明治150年に関しては温度差がかなりある。例えば、佐賀県では非常に盛り上がっているが、鹿児島県などは、せごどんもやっているし…、ということで鷹揚に構えている。結局、それ以外の所でも、特に何か盛り上がっているということはなく、佐賀県だけだった。長崎や福岡などは負け組だったし、釜石なども何それという感じだった。ただ、広域的な連携として、国の方で音頭を取って、どう伝えていくかという、インタープリテーションのプランを、国全体、さらに各地域について策定中である。特に力を入れているのがインバウンド対応で、ファミツアー、ファミリーゼーションツアーの受け入れ等を大牟田市でも行っている。東南アジア等、海外から、情報発信ということで積極的に受け入れている。8県11市の協議会で受けることもある。これから気合を入れて取り組んでいく。

質 疑 世界遺産登録後の維持管理が大変とよく言われているが複数の指定がされている中で、そのあたりはどうか。

応 答 文化財保護法に基づく指定ということで、修理ということになれば、国・県からの補助金が出ることになる。しかし宮原抗を修理するとなると、一棟で軽く数億円はかかるので、その負担はかなり厳しい。しかし耐震強度を上げないと見学に対応できない。通常の維持管理では、草刈り、樹木の伐採、清掃など、人件費等で数千万円かかる。世界遺産登録の暁には、議会決議までいただいている。

(※ 上記以外の質疑は、施設見学中に随時行われた。)



(4) 調査結果

大牟田市役所では、三池炭鉱関連資産を含む「明治日本の産業革命遺産」の世界文化遺産への登録後、観光ガイドの強化、案内アプリの導入、モニターツアーの実施等、文化遺産をまちづくりや観光振興に活用する様々な取組を実施するとともに、関連各市や県・国・企業と連携した各種取組を進めている。

以上のように、大牟田市役所における観光振興等の取組を調査することにより、本県の今後の施策を調査する上で参考に資することができた。

<参 考>

- 1 随行者 福田副主幹（議会局議事課）、古河主幹（政策局総務室）、
長沼副主幹（国際文化観光局総務室）、合田主幹（産業労働局総務室）

- 2 調査箇所側出席者
 - (1) (公財)阿蘇地域振興デザインセンター
(公財)阿蘇地域振興デザインセンター・事務局長
 - (2) (株)ココファーム
常務、人事管理・視察研修担当
 - (3) (株)安川電機
安川電機みらい館 副館長
 - (4) 大牟田市役所（三池炭鉱関連世界遺産）
大牟田市 観光おもてなし課 石炭産業科学館 館長