

経済・産業振興特別委員会県外調査報告書

令和元年11月19日(火)から21日(木)まで、「産業振興・国際ビジネス」、「観光振興」及び「エネルギー施策」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 梅 沢 裕 之 殿

経済・産業振興特別委員会 委員長 細 谷 政 幸

経済・産業振興特別委員会県外調査報告書

令和元年11月19日（火）～21日（木）

1 調査の概要

- (1) 調査箇所 福井県立恐竜博物館、石川県犀川左岸浄化センター、株式会社広貫堂 広貫堂資料館、一般社団法人福井県眼鏡協会
- (2) 出席委員 細谷委員長
梶、永田(磨)、川本、柳下、小島、堀江、鈴木、佐藤(圭)の各委員
- (3) 調査日 令和元年11月19日(火) から 21日(木) まで

2 福井県立恐竜博物館

(1) 調査目的

恐竜博物館は、恐竜化石の一大産地である福井県勝山市に建てられた恐竜を中心とする地質・古生物学博物館で、恐竜資源を学術研究、生涯学習、地域振興、イメージアップ等に活用し、国内外にアピールしており、年間入館者数が100万人に迫る福井県を代表する観光文化施設で多くの観光客が来場している。

また、同施設は、福井県観光新戦略で、第2恐竜博物館の整備も視野に入れ、3D映像や動く恐竜ロボットなどを駆使した迫力ある恐竜世界の体験施設、ミュージアムショップやレストラン等の充実、多言語の音声ガイドシステムや展示解説員等によるガイド機能の強化など観光資源の磨き上げのさらなる取り組みが計画されており、誘客促進が図られている。

本県でも、神奈川県観光振興計画において、魅力ある観光資源の発掘・磨き上げに取り組んでいることから、福井県を代表する観光文化施設の取り組み等を調査することにより、本県の観光振興に関する委員会調査の参考に資する。

(2) 主な説明事項

恐竜博物館は、平成12年7月14日に開設され、地上3階、地下1階建て、敷地面積約3万平方メートル、延べ床面積約1万5,000平方メートルの施設で、整備費約140億円(建設費約90億円、展示等約50億円)で整備された。なお、敷地は勝山市から無償貸与されている。平成30年の決算額では、運営費は、職員の人件費を除いて年間約6億8,000万円、観覧料等収入は、年間約5億円になる。

同館の特徴としては、4万点を超える日本一の恐竜資料の収蔵点数、日本一の恐竜化石発掘量と研究実績、恐竜化石発掘現場の近接地に立地、発掘現場と発掘された恐竜化石が国の天然記念物指定、44体もの恐竜全身骨格の常設展示といったことが挙げられる。また、都道府県立自然史系博物館では、日本一である年間約94万人の来館者数を誇っている。

研究施設という面がメインだが、県内を代表する観光施設となっている。最近では、観光施設としての面に重きを置いている状態である。しかし、研究施設の博物館としての顔と観光施設としての顔の両立を目指しており、そのバランスをい

かにとるかということに苦労している。

入館者数について、平成17年度までは25万人くらいで推移していたが、オンラインのブランドを押し進めて行くという方針で、恐竜に行きつき、平成19年度から、予算や人をつけ、PRなどいろいろな活動を行う展開をしていったことにより、平成22年度に50万人を突破した。平成21年にアメリカで産出された大型の草食恐竜であるカマラサウルスを、骨が埋まったままの状態で見つけ、化石をクリーニングし組み立て、平成25年度に展示を行った。その際、組立作業の公開を行い、NHK等いろいろなメディアで取り上げられた結果、平成25年度には70万人を突破した。その後、北陸新幹線の開業により、福井県が注目された結果、平成27年度にはさらに20万人増加した。平成29年度は、夏休みの毎週末に相次いで来た台風や、冬の大雪などの影響により、前年度よりも減少したが、平成30年度には93万8,000人の最高入館者数を記録し、令和元年度も現在まで過去最高のペースで推移している。

国内主要自然史系博物館の来館者数の平成30年度の比較では、1位の福井県立恐竜博物館93万8,000人に対し、2位の茨城県立自然博物館48万8,000人、神奈川県生命の星・地球博物館31万3,000人となっている。

誘客促進の取り組みとしては、お客様へのアンケート調査や、ゴールデンウィーク、夏休み、9月の連休に車のナンバー調査を行い、来館者がどこから来ているかといった情報などを調査している。こういった調査により、誘客、営業、PR活動の基本戦略を立てている。

誘客、営業、PR活動の基本戦略として、①博物館が持つ独自のコアバリューの発信、②ターゲットの絞り込み、③情報発信の徹底、強化、④おもてなし力（運営力）の強化、⑤来館者や旅行者などからの苦情、意見などの分析、評価といったことを行っている。

博物館としての使命と観光施設としての使命のバランスをとり、子供から大人までのあらゆる世代が学びながら楽しめる博物館への進化を目指している。

今後は、別館整備（大規模改築）構想で2023年のリニューアルを目指して、来年から取りかかる予定である。

(3) 主な質疑応答

質 疑 9割が県外からのお客様ということで、地元のショップやレストランにも寄与していると思うが、ここに来た人は、他の観光地へ行く効果も、確立されているのか。

応 答 高齢者の方は宿泊が多く、永平寺や東尋坊といった場所は回遊しているようである。アンケートによるとゴールデンウィークや夏休みの入館者のうち、3分の2が宿泊で、3分の1が日帰りである。福井県では福井駅前のホテル、芦原温泉などに泊まっている。残念ながら石

川県の温泉郷にとられてしまうこともある。最近は、関東からの修学旅行もふえている。

質 疑 宿泊数や、観光消費額などもふえているというデータはあるのか。
応 答 データは観光誘客課でとっていると思うが、入館者数の増加に比例して、少しずつだがふえている。

質 疑 博物館としての面と観光施設としての面のバランスが難しいということであったが、博物館を所管している担当課と観光を所管している担当課が違うことにより、連携の難しさや課題はあるか。

応 答 博物館の所管はブランド課で、観光は観光誘客課であるが、交流文化部という一つの部なので、博物館のセールスポイントを理解しており、現場として課題などを感じたことはない。

質 疑 敷地が勝山市から無償貸与となっているということであったが、どういった経緯でそうなったのか。

応 答 博物館の場所はいろいろなところからの誘致活動の結果、勝山市になった。勝山市から、無償貸与するので来て欲しいという提案があり、決まったためである。10年ごとの更新で、地元からは来年の更新で少しは使用料が欲しいという意向もあるようだ。

質 疑 観覧料について、東京国立博物館は一般1,600円で、比較しても恐竜博物館はかなり安いですが、値上げの予定はあるか。

応 答 東京国立博物館は特別展の料金込みだと思うが、当館も7月から10月は特別展を実施しており、その際は1,200円の料金になっている。2023年にリニューアルオープンし、展示等を充実させるので、その際は今までどおりの料金とはいかないと思う。

(※ 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

福井県立恐竜博物館は、誘客、営業、PR活動の基本戦略により、入館者数増加の取り組みを行い誘客促進が図られていた。

以上のように、福井県立恐竜博物館における観光文化施設の誘客促進の主な取り組み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 石川県犀川左岸浄化センター

(1) 調査目的

犀川左岸浄化センターは、金沢市周辺的生活排水を処理している下水処理場で、汚泥処理の過程で発生するガスを利用した発電を行っている。また、汚泥を消化タンクで処理し、発生した消化ガスを燃料として発電して、その際に生じる廃熱も同時に回収し利用するシステムであるバイオガスコージェネレーションシステムを稼働させている施設で、再生可能エネルギーの有効利用を行っている。

本県でも、かながわスマートエネルギー計画において、再生可能エネルギー等の導入や、ガスコージェネレーションの導入の推進に取り組んでいることから、同センターの取り組み等を調査することにより、本県のエネルギー施策に関する委員会調査の参考に資する。

(2) 主な説明事項

犀川左岸浄化センターは、石川県にある2流域3処理区の流域下水道の一つであり、金沢市の一部と野々市市及び白山市鶴来地区の一部からの下水を処理している。また、整備面積2,586.8ヘクタール、処理人口12万4,408人、処理能力は1日最大5万3,300立方メートルの施設である。

バイオガスコージェネレーションシステムは、廃棄物となっていた消化ガスを発電と熱供給に有効利用する仕組みとなっている。汚泥を処理する過程において、消化タンクで消化ガスであるメタンガスが発生し、そのガスをメタンガス発電機に送り、メタンガスの燃焼により発電を行う。また、発電によって発生する廃熱を消化タンクのガス発生のための加温に再利用している。

メタンガス発電機は、現在25キロワットのを12基設置し、北陸電力に売電している。当初は、発生するメタンガスを燃やして廃棄していたが、汚泥量の増加に伴い、メタンガス量も増加するため、平成21年度に発電機導入を決定した。

平成22年に国の補助金を利用し、発電機10基を建設費3億450万円かけて導入した。当初は、発電した電力を場内の電力として使用していた。

平成24年に固定価格買取制度が開始され、電力会社から使用する電力を買うよりも、売るほうが5倍近く高い状態になり、平成25年にメタンガス発電機を2基増設し、合計12基で全ての電力を売電することとした。売電する場合、当初受けていた補助金は目的が違ふこととなり、返還が必要となってしまうが、それでも売電するほうがよいと判断し、発電機を増設しての売電導入に踏み切った。

平成30年度のメタンガス発電の売電実績は、売電電力241万キロワットアワーで、売電収入は1億146万円となっている。発電機の維持管理費は年によって異なり、1,000万円から1,500万円かかる。

(3) 主な質疑応答

質 疑 最終処理された汚泥は、肥料や固形燃料として活用されている例もあると聞いたことがあるが、有効利用されているのか。

応 答 肥料や建設資材として再利用はされているが、固形燃料としての利用はない。

質 疑 他の処理場で肥料として配っても、在庫が出てしまうという話を聞いたが、この施設ではどうか。

応 答 必要とされる時期があるので、年間を通すと余ることはない。冬場は在庫が残るが、夏場に全部なくなるという状態である。

質 疑 川と川との合流地点の近くに位置しているが、大雨などの時のバックアップ体制はどうなっているのか。

応 答 先般の台風被害で浸水した処理場もあった。国が言う千年に1度の大雨災害の規模に対しても、これから対策を考えなければならない。犀川のハザードマップでは、2から3メートル浸水する想定になっている。その時に、建物に水が入らない対策として、防水扉などの対策をこれから取りかかることになっている。

質 疑 石川県のエネルギー施策ではどのようなものがあるのか。また、太陽光、風力などのうち、どのエネルギーに力を入れているのか。

応 答 石川県で発電して売電を行っているのは、当処理場と加賀沿岸流域下水道がある。中能登町は、発生したバイオガスを民間の業者に売却している。金沢市単独の処理場ではバイオガスを燃やして電力発電と廃熱利用をし、場内の電気と加温で利用している。また、珠洲市では場内加温のみ行っている。他のエネルギーは部署が違うが、能登地区では風力発電の風車が設置されている。太陽光も行っているが、それに力を入れているわけではない。エネルギーのどれかに特化して力を入れているところはない。

(※ 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

石川県犀川左岸浄化センターは、汚泥処理の過程で発生するバイオガスを利用し、バイオガスコージェネレーションシステムを稼働させて、再生可能エネルギーの有効利用を行っていた。

以上のように、石川県犀川左岸浄化センターにおける再生可能エネルギーの有効利用の取り組み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 株式会社広貫堂 広貫堂資料館

(1) 調査目的

株式会社広貫堂は、医薬品、医薬部外品等を製造する富山県を代表する製薬会社であり、同社の資料館は、富山の伝統産業となっている富山の売薬（配置販売業）の歴史紹介や、貴重な資料、道具などの展示を行っている産業観光施設である。

富山県は医薬品製造業が重要な基幹産業で、富山のくすりや薬都富山が地域ブランドとなっており、ブランドを生かした産業観光の促進を図っている。その地域ブランドをテーマとする同施設は、富山県の産業観光の促進に貢献し、観光客を誘客している。

本県でも、神奈川県観光振興計画の基本施策である戦略的プロモーションの推進において、地域の産品を活用した情報発信により、観光客を県内に呼び込む取り組みを推進しているところであり、かながわブランドの普及推進によるブランド力の強化にも取り組んでいる。

このことから、株式会社広貫堂の取り組み等を調査することにより、本県の観光振興に関する委員会調査の参考に資する。

(2) 主な説明事項

株式会社広貫堂は、明治9年に創業し、医薬品、医薬部外品、医療機器、化粧品、清涼飲料、健康商品の製造、販売を事業内容とする企業である。

日本の医薬品の総生産額は7兆円で、その10%を同社が生産している。総生産額は、常に全国1位か、2位の位置にいる。

現在、国内はもとより、海外数カ国にもマーケットを保有し、固形剤を中心とした小ロットのマルチ対応の本社工場、液剤専用の滑川工場、錠剤、顆粒剤の日本一受託生産対応を目指した呉羽工場におけるGMP（医薬品の製造と品質管理に関する基準）適合の生産体制を生かし、近代科学と調和させた和漢薬の開発や、さらに医療用医薬品にも幅広く対応するなど、その事業領域をさらに広げている。

広貫堂資料館は、平成6年に現在の形でオープンし、本社の敷地のど真ん中にある総面積307.58平方メートルの建物で、シアター、売薬展示室、売薬版画、ジオラマなどのコーナーで構成されている。

また、越中売薬の歴史と魅力に楽しく親しんでもらえるよう貴重な資料を多数展示し、大型スクリーンで江戸時代から300年以上の伝統をもつ、富山のくすりの歴史と製造工程の今昔を楽しくわかりやすく紹介している。

薬都富山のブランド醸成に永きに渡り携わってきた同社の歴史と今・未来の広報を目的として運営している。

来館者数は、ここ2、3年は年間おおよそ2万人前後で、冬季は極端に来館者数が減り、来館者のうち団体の予約は全体の半分くらいになる。旅行会社等のさ

さまざまなツアーの目的地にも組み入れられており、県内と県外両方のツアーが企画されているが、どちらかというとい県外からのツアーのほうが多い。

県や市が観光推進で、薬都富山というコンセプトを打ち出した際は、公的機関からの訪問者などを迎えることがよくあり、公的機関との連携も行っている。また、公的機関が企画したルートに資料館が組み入れられることもある。

誘客促進の取り組みとしては、実際の商品のサンプリング（生薬の実感）やドリンク剤のサービスなどを行っている。また、旅行者に対しては、旅行会社の悩みの一つである昼食場所の選択を助けるため、系列レストランの紹介を行っている。

(3) 主な質疑応答

質 疑 会社紹介の映像でもかなり若い方がおり、ホームページを見ると社員の平均年齢が30何歳とのことだが、若い方を中心に採用している方針などあるのか。

応 答 ここ10年、新しい分野として配置薬以外の一般薬品などの製造、販売に力を入れてきた結果、三つの新しい工場をつくった。一番人がふえているのは生産、品質管理、物流関係だが、人員増加を図った結果、平均年齢が下がっている。富山県は人手不足で、当社は4月1日のみの採用ではなく、通年採用をしている。

質 疑 薬の原料となる生薬について、日本ではなかなかとれないと思うが、どこで輸入するのか。

応 答 長い歴史の中で、原料は100%中国に頼っており、チャイナリスクを抱えている。ドラッグストアや配置薬で置いている一般用医薬品は、ほとんどが動物生薬、植物生薬を使っているが、ここ10年間中国の内需が拡大したことにより、原料のコストは上がっている。日本でも生産しようとしているが、中国産が幾らコストが上がっても、自然に生えているものなので、かなわない現状である。

(※ 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

株式会社広貫堂 広貫堂資料館は、県や市といった公的機関と連携を行い、地域ブランドの強化に貢献したり、旅行会社等のツアーの目的地に組み込まれるなど、富山県の産業観光の促進に貢献し、観光客を誘客していた。

以上のように、株式会社広貫堂 広貫堂資料館における産業観光施設の誘客促進の主な取り組み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 一般社団法人福井県眼鏡協会

(1) 調査目的

一般社団法人福井県眼鏡協会は、眼鏡業界の活性化、眼鏡産地振興などを目的として設立された協会で、国内の眼鏡フレーム生産量の9割以上を占める福井県の基幹産業である眼鏡産業のさらなる発展を目指した活動を行っている。

また、産地統一ブランド、THE 291 F u k u i の推進、産地が持つ技術やデザイン力といった産官学による高デザイン高機能商品開発等により、産地だからできること、産地にしかできないことに取り組んでいる。

本県では、神奈川県中小企業・小規模企業活性化推進計画において、地域経済の活性化に資する事業活動の促進に取り組んでいることから、福井県の地域産業である眼鏡産業活性化の取り組み等を調査することにより、本県の産業振興に関する委員会調査の参考に資する。

(2) 主な説明事項

福井県の代表産業としては繊維、機械、眼鏡といった三大産業があり、福井・鯖江の眼鏡は、全国の眼鏡フレームの96.5%の生産を誇っている。

1981年に、世界で初めて、軽くて丈夫なチタン製眼鏡を開発、生産を行うことで、国際的な眼鏡の産地としての地位を築き上げ、イタリア、中国とともに世界の三大眼鏡産地となった。近年ではチタン加工の技術を医療や電子機器などに生かし、眼鏡づくりの熱い思いが、幅広い分野に広がっている。

世界に誇る福井・鯖江の眼鏡は、多いものでは200以上の工程を経て完成されるが、それらの工程一つ一つは専門の工場、職人たちによる分業により成り立っている。そのような産地内分業の中での厳しい品質確認、管理により、良質な眼鏡が生み出されている。

生産効率化のために機械設備が取り入れられているが、今でも多くの重要な工程は職人たちの目と手で丹念に行なわれている。本当に精度が高く使い手にやさしい眼鏡は、機械だけでは作ることができない。

産地の分業体制としては、フレーム業者を中心に部品メーカー、ろうづけ業者、研磨業者、メッキ業者などいろいろ専門的な小さい事業所が取り巻いて、産地は成り立っている。眼鏡関連業者は、最盛期約1,000社あったが、中国に追い上げられて減少し、現在、600社ほどとなっている。小さな事業所がより集まった福井・鯖江という集合体で、フレーム業者がリードして情報を集め、手を組んで眼鏡を作り、消費地に卸している。

産地統一ブランド、THE 291 F u k u i は、産地と一人一人のお客様をつなぎ、産地が持つ、技術やデザイン力といった産地の英知を集結させ、メイドインジャパンの顔となることを目指すブランドで、消費者に安全、安心、感動、満足を約束するというコンセプトを掲げている。また、福井県にある各社のオリ

ジナル、ハウスブランドの集合体であり、産地としての厳しいルールのもと産地統一ブランドを名乗るための審査を経て、認定を受けた商品のみが産地統一ブランドを名乗ることができる。

産地統一ブランドの取り組みとしては、眼鏡のよさを一般のユーザーになかなか理解してもらえないため、福井県のバックアップを受けて、東京都に統一ブランド眼鏡の販売店をつくった。当初は、広告、宣伝も行ったが、なかなか売れなかった。しかし、日経新聞の折り込み広告を出したところ、小企業の社長、大企業の課長など経済に興味のある方が、販売店に来店し、だんだん売り上げが上がっていった。一般の販売店は、月400万円の売り上げもあれば上出来なところが、1,000万円以上の売り上げが上がるようになった。

次に、福井県眼鏡協会の入っているめがね会館の下に、売り場をつくったところ、見てもらえるようになり、2,000万円近くの売り上げが上がるようになった。

さらに、もっと拡販する方法として、鯖江のめがね会館のフランチャイズのような形式で、中国品やブランド品は置かずに、眼鏡協会を通じて仕入れた福井県の商品のみの販売という契約で募集したところ、鹿児島県、京都府など全部で7店舗の応募があり、現在、高い売り上げが上がっている。

(3) 主な質疑応答

質 疑 福井県の地域性で都会に就職してしまうなど、人手不足の問題はあるか。

応 答 人手不足の問題は確かにある。昔は産業がなく、ハローワークでも優秀な人材は採用できた。今は、地元の手企業がたくさん採用するので、眼鏡産業に若手の技術者は、なかなかまわってこない。そこをどうするかということが、産地の大きな悩みでもある。

(※ 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

一般社団法人福井県眼鏡協会では、産地統一ブランド、THE 291 F u k u i の推進など、眼鏡産業のさらなる発展を目指した活動を行っていた。

以上のように、一般社団法人福井県眼鏡協会における眼鏡産業活性化の取り組み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 安岡主査（議会局議事課）、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）、藤森副主幹（県土整備局総務室）

- 2 調査箇所側出席者
 - （1）福井県立恐竜博物館
福井県立恐竜博物館長
 - （2）石川県犀川左岸浄化センター
石川県都市計画課生活排水対策室次長、同室主幹、
株式会社トスマク・アイ 犀川左岸浄化センター長
 - （3）株式会社広貫堂 広貫堂資料館
株式会社広貫堂代表取締役、同総務部長
 - （4）一般社団法人福井県眼鏡協会
一般社団法人福井県眼鏡協会会長、同専務理事