

令和6年9月12日

瀬戸市議会議長 小澤 勝 様

都市活力委員会 委員長 富田 宗一

都市活力委員会 行政視察報告書

本委員会は行政視察を実施しましたので、下記のとおり報告いたします。

記

1 視察期間・行程	令和6年8月7日（水）～8日（木） 詳細は別紙のとおり
2 視察先	大阪府泉佐野市 大阪府和泉市
3 視察項目	大阪府泉佐野市 「地場産業におけるブランディングやPR等について」 大阪府和泉市 「ガラス等の地場産業支援等について」
4 視察者及び随行者	都市活力委員会委員 委員長 富田宗一 副委員長 宮藺伸仁 委員 颯田季央、原 誠、小澤 勝 馬嶋みゆき、中川昌也、高桑茂樹 長江秀幸 地域振興部産業政策課長 大羽健志 ものづくり商業振興課長 安間秀幸 議会事務局 林 友希
5 その他	なし

「地場産業におけるブランディングやPR等について」

<p>1 事業の目的及び経緯</p>	<p>大阪府南部の「泉州」という地域にある泉佐野市は、人口 10 万人の都市である。地域の特産品は、「水なす、たまねぎ、タオル」、大阪府唯一の温泉郷「犬鳴山温泉」、「関西国際空港」、3つの日本遺産がある。地域の資源や特色を生かし、44 都道府県の団体と特産品相互取扱協定や、その他にも逸品協定や歴史のご縁が結ぶ協定を結んでいる。</p> <p>泉佐野市のブランディングとして“泉州タオル”「水とともに生きる 泉州タオル」を創設し、地域ブランド支援モデルとして近畿経済産業局の支援事業として 2025 年大阪・関西万博に向け PR 効果を目指している。また、「泉州オープンファクトリー」として、普段あまり目にする機会のない、ものづくりの工場や技術を一般公開し、生活や地域を支える「商品・技術・人」に直接触れることができ、「地域・企業・人」が、つどい、つながり、つくる、参加型「共創コミュニティ」を目指し、参加企業それぞれの成長を目指している。</p>
<p>2 事業の概要及び事業費</p>	<p>泉佐野市はふるさと納税で毎年約 100 億を超えるふるさと納税を受けており、2022 年度も全国 5 位の約 137 億円の納税額であった。</p> <p>泉佐野市と比較すると、本市は人口が 12 万 7000 人と多いが、ふるさと納税の規模は、約 2 億円とかなり少ない。</p> <p>その要因として、ふるさと納税のサイトの作り込みや見せ方がよくない、取り組み始めた時期が遅いなどがあげられるが、一番の要因はふるさと納税で税収を得ようという意識の問題であると感じた。</p> <p>さらに、「ふるさと納税」を原資として活かし、クラウドファンディングでアイデアを募集し 100% 補助のプロジェクトを実施し、公金を使わない新規事業化と事業推進、ブランディング化の事業推進、各種産業の PR にも繋がる相乗効果を目指している。</p>
<p>3 事業の効果</p>	<p>泉佐野市の取り組みで参考になるのは、①市長による 44 都道府県の団体と特産品相互取扱協定をとりつけるトップセールス②ふるさと納税返礼品を増やすため、地場産業品の価値を上げる為に、ブランディングの徹底や、企業支援の補助金制度策定と条例制定③地域の企業力を上げる為の泉州オープンファクトリーの地域連携、企業連携、大学連</p>

	<p>携の3つであった。今回の視察目的である地場産業の活性化にはこれら3つは重要であると感じた。泉州オープンファクトリーは企業間の繋がりを作るだけでなく、学生連携、雇用創出、インナーブランディングといった自社教育にも繋がり、本市も窯めぐりなどの小さなオープンファクトリーは実施をされているので参考となった。</p>
<p>4 事業の現時点での課題及び今後の方向性</p>	<p>地域特産品「泉州タオル」のブランディング戦略を学ぶという意味では、気になる点があった。</p> <p>本市はすでに「陶磁器の街」というイメージが定着しているものの、泉佐野市については「タオルの街」というイメージは正直定着していない。また、行政側もタオルはあくまで市の特産品の一つではあるものの、それを地域ブランドとして定着させていこうとする意気込みはそれほど強くないように思われた。つまり本市は「陶磁器の街」というイメージは定着しているので、市民と行政が一体となって地域ブランドとして定着させていく強い気持ちが必要であると感じた。</p>
<p>5 主な質疑・応答</p>	<p>地場産業（泉州タオルに）について</p> <p>Q、地場産業に対する市民の認知度と関心は？</p> <p>A、泉州タオルは、BtoB（企業が企業に対して商売するもの）向けの粗品、ノベルティータオル、業務用の商材が多かったため、市民としては「タオルはもらうもの」という意識が強かったかもしれない。</p> <p>現在では、Japanブランド育成支援事業の一環として、質の良い日本製のタオルでという認定を受けたり、ふるさと納税の返礼品として泉州タオルが選ばれることにより、その質の良さが認知されつつある。</p> <p>「タオルバザール」として開催されるタオルの量売りは、行列ができるほどの人気イベントとなっている。</p> <p>泉州オープンファクトリーについて</p> <p>Q、参加経過や効果、昨年の実施工場数と参加者数</p> <p>A、開催エリアは忠岡町・岸和田市・貝塚市・泉佐野市・阪南市・阪南市・熊取町・田尻町</p> <p>開催場所は工場見学等会場：各参加企業の拠点、メイン会場：ポートフォリオ、サテライト会場：りんくうパビリオ</p> <p>参加事業者数は39事業者（企業、団体など）</p> <p>参加者数は約1100名</p> <p>参加料金は基本無料、一部ワークショップ等は有料</p>

<p>6 考察 (所感・本市への提言等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・地場産業を活性化するには、行政がふるさと納税の目標額を掲げ、それに必要な施策を打ち出し、企業や個人事業主と協力して取り組んでいく必要がある。 ・本市も企業、個人事業主の力が上がる環境整備をしていく必要があると感じた。
<p>7 その他 (特記事項等)</p>	<p>行政のトップの考え方、行動力、決断力など、またそれを生かす行政組織との連携など参考になる行政組織運営と感じた。</p> <p>都市活力委員会の調査研究テーマは「産業振興」で、地域特産品のブランディング戦略について視察を行うとのことであったが、泉佐野市に関していえばふるさと納税を重視した取り組みが印象的であった。泉佐野市としては、「ふるさと納税」を起点に質の良い泉州タオルを知ってもらうことで「ブランディング戦略」を進めており、本市も学ぶべきものが多かった。</p>

「ガラス等の地場産業支援等について」

<p>1 事業の目的及び経緯</p>	<p>日本人造真珠硝子細貨工業組合と佐竹ガラスを視察した。和泉市の特産品であるガラス細工は、瀬戸市から産出されている珪砂が原料であり縁が深い産業である。</p> <p>佐竹ガラスでは、珪砂を溶かし、ガラス細工に使うガラス棒（生地）を 160 色以上作成可能な技術を持っていた。これは、ほたる玉や人形など、色鮮やかできめ細かい作品を作るために非常に重要な生地となる。ただし、現在では日本で 2 社しか残っていない。また、佐竹ガラスの工場と社屋は、昭和 2 年から現存する建物で、国の登録有形文化財に指定されている。見学ツアーや、ガラス細工作成の体験など、地域の文化技術に触れて、見てもらい、知ってもらうことで大切に守り続けている。</p> <p>和泉市の「ガラス等の地場産業支援」として、現在国に、伝統工芸品の指定を目指し申請を行っている。佐竹ガラスの工場見学を通じてガラス工芸の幅の広さを感じた。</p>
<p>2 事業の概要及び事業費</p>	<p>ガラスの加工技術を使い、人工真珠（いずみパール）を作ることも昔から行われていた。近年では、安価でも本物と区別の付きづらい人工真珠の商品が、ハンドメイドアクセサリーなどに使用され、全国各地のショッピングモールやマルシェ・EC サイトなどで販売されている。和泉市は日本人造真珠硝子細貨工業組合と連携をし、地場産業の PR、企業やふるさと納税返礼品としての販売、イベントや地域への伝統文化を伝える活動などを行い、地場産業を守り活用することを進めていた。</p>
<p>3 事業の効果</p>	<p>原材料を加工して、製品を作るための生地にする。技術に優れた地場産業があるからこそ、様々な商品や作品が作成でき、消費者に届き使用される。原材料から商品・販売までどこかのピースが欠けてしまうとこのサイクルは成り立たない。繋がりを持って経済を支え、その地場産業を守ることの大切さを深く感じた。</p>

<p>4 事業の現時点での課題及び今後の方向性</p>	<p>人工真珠（いずみパール）の基礎となる技術力が地場産業基盤の礎であり、ガラス工芸の付加価値を高める技術力や後継者問題など本市の地場産業振興と共通の課題と感じた。</p> <p>今後、ガラス工芸の認知度を高め、特に市民の皆さんに認知度を上げていく、などの課題に対しガラス体験の機会を多く創出し普及、啓発に努める。また、観光振興にも力を入れ、街全体を観光資源としてPRしていく、市の交流人口を増やす、それが市外からの人口流入の増進に繋がる、などガラス工芸の魅力をアピールして街の認知度の向上を対外的に広めていく必要がある。</p>
<p>5 主な質疑・応答</p>	<p>Q、PR・情報発信の手法や効果について。 A、広報誌として8万2千世帯、ホームページ活用、大型商業施設でのPR。</p> <p>Q、市としての業者支援のためどのような取り組みをしているのか。 A、組合を通しての支援及び観光モデルコースの中に体験ツアーを紹介し来訪促進している。</p> <p>Q、ガラス工芸に関わる職人や関連企業の人口割合は？ A、73名、代表企業は佐竹ガラス、伝統工芸認定に取り組んでいる。</p> <p>Q、ガラス工芸の現状と課題は？ A、後継者不足、手作業なので難しい、いずみパールの知名度の低さ。</p>
<p>6 考察 (所感・本市への提言等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・本市も、日本遺産のまちとして、地域の特色であるやきものの原料、商品、文化、技術、建物を大切に守っていく必要があると感じた。 ・本市と同じく、やきものの歴史、文化をどのように施策に活かしていくのか共通の課題を感じた。 ・本市としては、瀬戸市産の珪砂を100%使用した和泉市のガラス工芸とコラボをして、瀬戸市産の珪砂を使用していることを大々的にアピールをし、瀬戸市でも和泉市のガラス工芸品やいずみパールなどを扱うようにするとよいのではないかと。 ・和泉市と技術の交流を深めることによって、瀬戸市・和泉市双方の知名度向上につなげていくことが必要ではないかと思う。

7 その他 (特記事項等)	瀬戸市産の珪砂を 100%使用した佐竹ガラスの話を聞き、深い縁を感じた。本市と和泉市は、大都市近郊のベッドタウンという点でも共通点はあるが、和泉市は「ガラス細工の街」というイメージは持っていなかった。
------------------	--