

視 察 研 修 等 報 告 書



令和6年9月24日

坂井市議会

議長 戸板 進 殿

会 派 名 政新さかい
報 告 者 辻人志

1. 日 時 令和6年9月5日（木）～令和6年9月6日（金）
2. 視察研修先
 - (1) 坂井市アンテナショップ（東京都品川区）
 - (2) グランドプリンスホテル新高輪（東京都港区）
 - (3) 東京ビッグサイト（東京都江東区）
3. 視察研修内容
 - (1) 坂井市アンテナショップの視察
 - (2) 東京在住坂井市出身者サークル（福井会）との意見交換
 - (3) 東京インターナショナル・ギフト・ショーの視察
4. 参加者 辻人志（政友会川畑孝治議員・伊藤宏実議員同行）

5. 内容詳細及び所見・感想等

(1) 坂井市アンテナショップの視察

昨年4月に現在の場所でリニューアルオープンしたアンテナショップを視察する。

新米のコシヒカリが販売されており、折からの米の品薄ということも手伝って飛ぶように売れているとのことだった。週末に並ぶ坂井市産の野菜の評判も上々で、甘エビや油揚げ、日本酒、粉わかめなど商品のラインナップはとても充実しているように見えた。

ただ、平日の午後ということもあり、戸越銀座商店街に観光客の姿はなく、時折ご近所の方と思われる「常連客」が来店されていた。「一元客」を呼び込むのがアンテナショップの使命であることを考えると、果たしてこの場所でのいいのかと思う。

要望としては「坂井ほや丸」をもっと活用して坂井市をアピールすべきだと思う。また「カニ坊」のぬいぐるみを飾ってあるにもかかわらず、ボートレース三国のPRが全くないのもいかななものか。また、玄関の段差や地味な昇り旗、PR動画の充実など、この先多くの改善点があると思う。

アンテナショップには年間約3300万円（令和5年度決算ベース）もの経費を使っているのに、常連客を大事にしながら、今一層の「一元客」の確保に向けた取り組みを行っていくべきと考える。

（2）東京在住坂井市出身者サークル（福井会）との意見交換

定期的に戸越銀座の坂井市アンテナショップで坂井市や福井県をPRするイベントなどを行っている「福井会」の方と坂井市の首都圏戦略をテーマに意見交換する。

坂井市もそうであるが、やはり福井県そのものが首都圏では知名度不足であるため、アンテナショップのスペースを利用して口コミなどで人を集めて坂井市を紹介しているとのことだった。会員の方は坂井市出身の方が中心のようで、地道な活動を積み上げて郷土に貢献したいという姿勢には頭が下がる思いである。

アンテナショップの建物や店構え、PR戦略などについてもアドバイスをいただいたので、今後議会の場などで提案していきたいと思う。

（3）東京インターナショナル・ギフト・ショーの視察

西館で福井県の観光ブースが出展していたが、石川県に比べると面積が狭くアピール度に欠けていた。せっかく3月に新幹線が延伸したのだからもっと広い面積を確保してPRすべきだと思う。「100年に一度の好機」と言うのであれば、もっと広報に力を入れてもよいのではないかな。

東館では全国各地の自治体や観光協会、特産品メーカーなどが数多く出店しており、さながら郷土の物産展のようであった。軽井沢のビール酒造や岩手県のカニ缶製造会社の方とお話をさせていただいたが、お客のニーズが多様化されており、今後多品種小ロットの製造工程が可能な中小のメーカーの重要性が増すような印象を持った。

7. 添付資料



▲坂井市アンテナショップ



▲福井会との意見交換



▲東京ギフトショー

会派内供覧	