



視察研修等報告書

令和6年10月4日

坂井市議会

議長 戸板 進 殿

会 派 名 政 友 会
報 告 者 川 畑 孝 治

1. 日 時 令和6年9月5日（木）から6日（金） 2日間
2. 視察研修先
 - (1) 坂井市アンテナショップ
東京都品川区平塚3-4-2
 - (2) グランドプリンスホテル新高輪
東京都港区高輪3-13-1
 - (3) 東京ビッグサイト
東京都江東区有明3-11-1
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) 第98回東京インターナショナル・ギフト・ショーの視察
4. 参加者 伊藤宏実
川畑孝治
5. 内容詳細
 - (1) 坂井市アンテナショップの視察
北陸新幹線が3月16日に金沢から敦賀まで延伸開業し、首都圏での坂井市の観光地や食・移住などの情報発信地としてアンテナショップの役割は重要と考え、現状と課題について調査した。
 - (2) 東京在住坂井市出身者サークル（福井会）との意見交換
坂井市出身の女性2人が中心となって活動している福井会の西畑美咲氏にアンテナショップを会合などで利用している立場から、現状と課題や新幹線開業の影響などについてレクチャーを受けた。
 - (3) 第98回東京インターナショナル・ギフト・ショーの視察
第98回インターナショナル・ギフト・ショーで、近年の流行している行動や新商品などや、国内外から多くの自治体が観光地や特産品・魅力などの情報発信などの取り組みについて調査した。
6. 所見・感想等
 - (1) 坂井市アンテナショップの視察

【伊藤宏実】

戸越銀座の奥まったところにある同ショップですが、立地条件が今一つ悪く、お客様を呼び込む店頭のデコレーションなどが不十分であると感じました。例えば「ほや丸」の等身大パネル、新米を宣伝する「米俵」を置くとか、もっと工夫しショップを訪れる方を増やしていくことが必要だと感じました。

置いてある販売商品は市の特産が並んでおり、細かなディスプレイもあり、親切さを感じました。店員の方の心配りが読み取れます。

移住・定住に向けた情報発信機能としてはパンフレットが置かれているだけで特段の工夫は見られず残念でした。

いずれにしても、立地条件の不利をカバーする特段の努力が必要だと感じました。

【川畑孝治】

新築ビルということではいろいろな制約があるということで、入口照明や展示物など店舗スタッフのご苦勞が伺えた。入り口に段差があり高齢の来店者などへの気遣いなど親切な対応をしていた。立地的に目立たない所にあるので人気の「ほや丸」の等身大パネルなど工夫が必要と感じた。

米不足が伝えられている中で、米の人気があるとのことだったが、ショップに米がある事がわかりにくい。米俵など PR に取り組み「こしひかり」が坂井市発祥の地ということも伝えてほしいと思った。

観光面での PR として、カウンターの後ろに東尋坊の夕日のタペストリーと縦型のモニターが設置されていたが小さく、情報発信には弱いと感じた。カウンター後ろに大型モニターを設置し坂井市の観光地やイベント・四季折々の景色などを来店者に見てもらい、坂井市に来たくなる取り組みをすべきと感じた。

(2) 東京在住坂井市出身者サークル（福井会）との意見交換

【伊藤宏実】

福井会の方との懇談では、新幹線開業後、反響は大きいとのことでした。しかしながら、開業前との比較ではトーンダウンとしており、継続的な宣伝が必要、とのことでした。大変参考になるご意見を聞かせていただきました。

【川畑孝治】

福井会の2人からレクチャーを受ける予定だったが、木内宏美氏が都合により参加できなかったのは残念であった。西畑美咲氏よりレクチャーを受けた。

福井会の会合で2か月に1回程度アンテナショップを利用しているとの事であった。福井県出身者や福井県に関心の有る他県出身者が集まる会で、ショップで販売している商品の酒類など多彩さに評判が良いとの事であったが、店舗については大人しく目立っていない点などの指摘を受けた。

新幹線開業については、以前よりも福井の話題や情報を見聞きするようになり、周囲の人からも福井について色々聞かれるようになったとの事であった。福井のイメージではやはり恐竜や東尋坊・食について聞かれることが有るとの事であった。

(3) 第98回東京インターナショナル・ギフト・ショーの視察

【伊藤宏実】

同ギフト・ショーは3日間で延べ22万人、出店社数2,800社という大きな規模の展示会となりました。国内外から様々な商品や企画の展示が行われており、地方自治体議員としても参考になる展示会でした。

目を引いたのは石川県の能登地方の伝統産業のコーナーでした。元旦の地震後、復興・復旧しつつある伝統産業をしっかりと守っていく意気込みが感じられました。

【川畑孝治】

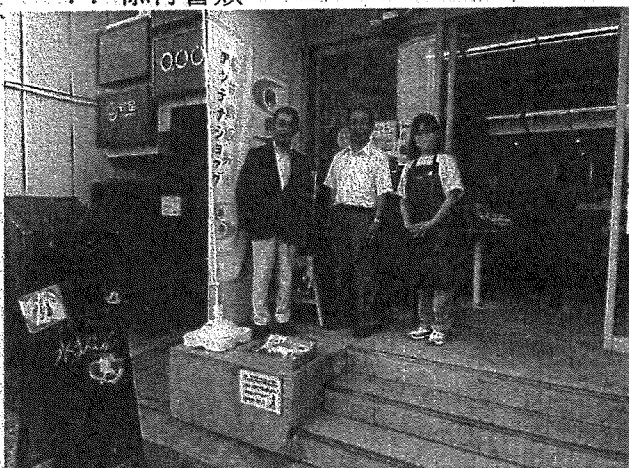
インターナショナル・ギフト・ショーはほぼ毎年視察しており、時代の流れや流行が解る。昨年まで流行していたキャンプ関連がほとんど見なくなった。コロナでキャンプブームが起きたが、コロナの終息とともにキャンプブームが終わった感がある。

一方近年多くなってきていたサウナのブームを感じた。小型で少人数が入れるサウナが安価で紹介されていたり、移動式のサウナが紹介されており暫くはサウナブームが続くのではないかと感じた。

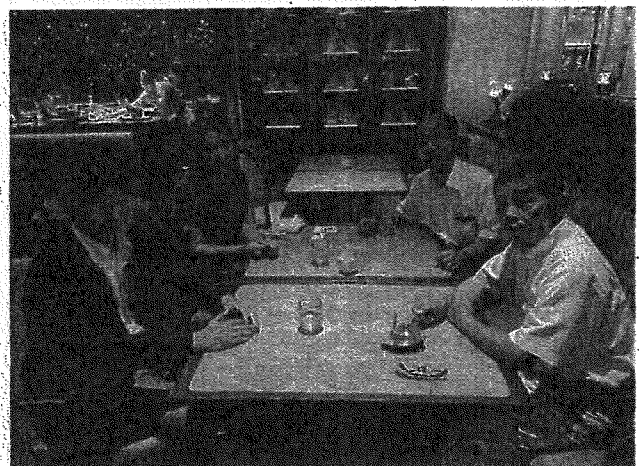
福井県のブースがあり、その中に坂井市の松川レピアンが出展していたが狭いスペースでどれだけ紹介やアピールが出来たかは不安であった。隣には石川県のブースが福井県の3倍くらいのスペースで出展しており、1月1日の能登半島地震からの復興支援を求めて輪島など能登の観光・伝統工芸の紹介が目をつけた。

できれば、坂井市も食や観光など来場者にアピールが出来たらよかったと感じた。

7. 添付書類



▲ (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) 第98回東京国際ギフト・ショーの視察

会 派 内 供 覧