

第3回地域未来ビジョンアドバイザリー会議 議事録

日程	2024年3月14日(木)13:00-15:00
会場	福山城月見櫓(福山市丸之内一丁目8番)
出席者 (委員・オブザーバー) ※敬称略	<p>【委員】 村橋(座長)、天野、牧野、西、加川、土肥(オンライン)、下川(オンライン)</p> <p>【オブザーバー】 樫野、菅</p> <p>【エシカルデニムツーリズム協議会】 篠原テキスタイル株式会社 篠原 福山観光旅行株式会社 漆川 株式会社 Rinnovation 富井</p> <p>【受託事業者】 株式会社地域ブランディング研究所 吉田</p> <p>【福山市】 企画財政局長 藤井, 企画政策課主幹 野田 企画政策課地方創生担当次長 田村</p>

1 開会

- 企画財政局長
- ・ 今年度最後の会議であり、第2回で議論、アドバイスいただいたエシカルデニム協議会の地域未来ビジョン最終案について、忌憚のない意見をいただきたい。
 - ・ エシカルデニム協議会のメンバーは幅広い活動をされ、福山のデニムのPRを牽引されており、これからの活動に期待を寄せている。
 - ・ エシカルデニム協議会の取組が、市内の別の団体の取組に波及していくような、市にとってのケーススタディとして考えているので、様々な角度から専門的な助言をいただきたい。

2 委員紹介

事務局 (出席者紹介)

3 今年度の取り組みについて

- 座長
- ・ 本日の議題は大きく2点。
 - ①エシカルデニムのプロジェクトを成功させるためのアドバイス
 - ②どうビジネスとして広げていくか

事務局 (資料2に沿って説明)

4 エシカルデニムプロジェクト地域未来ビジョン(最終案)について

事務局 (資料2に沿って説明)

協議会 (資料3に沿って説明)

- 委員
- ・ もしかすると、世界の中の福山や備後の考え方の背骨にもなりえるが、一方で産業的な個性を突出させるのは大変。
 - ・ エシカルという考え方が重要になる。世界の中の福山という位置付けが保持できる。デニムだけではなく福山の産業全体に浸透出来れば理想的。
 - ・ 想定ターゲットとステップがエシカルの考え方に沿っていないのではないか。
 - ・ テクニック論で環境を評価しがち。都市計画では仮想の数字を使うことがある。科学的根拠をどのように入れるかによって世界的な評価につながる可能性がある。どのように根拠の数字を入れ込むか。
 - ・ 例えば人工衛星がCO₂を観測していたり、定点観測はドローンがしている。新しい技術でそのエリア全体がどう温室効果ガスが減っていったのかモニタリングできると非常に産業環境負荷の可視化の説得力が上がる。
- 座長
- ・ エシカルが単なるお題目にならないように、科学的なアプローチで定量化可視化すると、ブランド価値も上がっていく。
- 委員
- ・ 全てのことに対応できる計画になっている。
 - ・ 一般的な観光について、倉敷・児島との連携は考えているか。
- 協議会
- ・ 考えている。有名なのは倉敷なので、連携を見据えている。
- 委員
- ・ 競争相手みたいなイメージはあるが、実はお互いに補完できることがたくさんあると思う。倉敷の販売ネットワークを活用していくべき。倉敷、尾道、福山との動きを連携した方が良い。
- 座長
- ・ 倉敷はある意味ライバルだが、抱きつき戦略でも良いのでは。
 - ・ 富士宮焼きそばも同様のやり方で認知度が上がった。喧嘩構造での情報発信も考えられる。
- 委員
- ・ やはり、瀬戸内旅情などの動きに「乗っかる」ことが大事。
 - ・ デニム生地業界やクロス、文具業界などと手を組んでいくと良いのでは。
- 委員
- ・ 想定ターゲットに直接売り込むのと、旅行代理店に売り込む2パターンがある。
 - ・ デザインの専門学校やファッション団体などへの売り込みが効果的では。
 - ・ 特に学生団体は体験学習、地域のストーリーを重視する傾向にある。
 - ・ アプローチについて、訪問して説明すると訴求効果が大きい。
 - ・ 地域の観光協会のHPで募集するなどできると良いのでは。
 - ・ 独自で販路を拡大するのは相当大変なこと。福山周辺に散らばっているコンテンツをまとめて販売できると良いのでは。より広い層にもリーチできる。
 - ・ 初期段階では販売について援助できるといい。
- 座長
- ・ このツアーは売れそうですか。

- 委員 ・ ターゲットターゲットを絞れば可能性がある。値付けは妥当。カスタマイズできると売
りやすい。
- 委員 ・ 外資系に勤めていたので、訪日リピーターの同僚にも勧めたい。酒蔵に行ったりと体
験やコト消費が人気。
・ 知るきっかけづくりが大事。日本人でもまだ難しい中で、インバウンドでは工夫が必
要。
・ 自社もかなりエシカルに取り組んでいる中で、町工場などアピールできる連携先を探
している大企業は多い。そうした所と連携できると可能性が広がるのでは。
- 協議会 ・ センシティブで言えないことが多い。こちらのエシカル度合いが認められるようにした
い。
- 座長 ・ 最初のとっかかりとしてはメジャーなところに宣伝してもらうのは良い。
- 委員 ・ 基本に立ち返って、地域未来ビジョンのあり方を考えていた。
・ 全体のメリットとしては、福山デニムが世界から選ばれるようになること。
・ まずは世界に誇るデニム産業を知ってもらい、どう知られているかという点で「エシカ
ル」なのでは。エシカルブランディングだと数は少なくなる。
・ 今は製品を売る、ツアーを売るという点になっているが、まずはブランドを売るとい
うことをやっていかないと難しいのではないか。
・ プライオリティーを決めて、もっと小さいところからスタートしても良いのでは。このツ
アーの内容でこの値段なら売れるなど、より絞った議論をここではしたらいいのでは
ないか。
- 座長 ・ 望むゴールに対して順番を間違えないように。市としてはどういう状態が成功なのか。
- 事務局 ・ まずは協議会の取組が収益を上げながら、継続していることが前提。
・ 協議会だけでなく、地域の方が元気になってきたと実感すること。
- 座長 ・ スモールゴールをどう設けて計画に活かすかが重要。
- オブザーバー ・ スケジュールと人的リソースが合っていないのでは。行政と協議会で役割分担もすべ
き。
・ 「デニムといえば倉敷と福山だよ」になるのがファーストステップ。
・ 生産量やハイブランドが最初のフックになる。
・ ターゲットはファッション業界やデニム愛好家に福山が第一人者だと思ってもらうこ
と。
・ 福山デニムなのか、備中備後デニムなのか。「福山デニム」に絞って、その強みを「エシ
カル」にしたらどうか。
・ ツアーは思わずリールに載せたくなるようなものを目指す。プロデュースが大事。
・ ショップ展開もまずは東京など大きなところから、ニューヨークでもいい。世界に通用
することを示すために。
- 座長 ・ 大変勉強になりました。ありがとうございました。
- オブザーバー ・ MICE の観点から。(企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行

(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議など)

- ・ デニムというコンテンツの難しき、万国共通のアイテムなので個性を出すのが難しい。グローバルを目指してやってもらいたい。
 - ・ 浮世絵商法(海外で評価を高め、逆輸入するような考え方)を使うと良い。
 - ・ 今回ツーリズムと合わせてできることは、インセンティブトラベルなのでは。それはかなりの予算を使う。海外のインセンティブ旅行は日本が人気。ハイブランドは自分達にしかできない特別なインセンティブ旅行を求めている。
 - ・ 京都の観光協会と連携して海外のアパレルハイブランドのインセンティブに売り込んでいくと良いのでは。
 - ・ 来る段階でターゲットが絞られているので、購買にも繋がりやすい。
- 座長
- ・ 認知度やブランド力をどう高めていくかという貴重なお話しでした。
 - ・ 次年度について事務局から説明をお願いいたします。

5 次年度の事業内容・スケジュールについて

- 事務局
- ・ (資料2について説明)
- 座長
- ・ エシカルデニム協議会の皆さんはどうして手を上げようと思ったか、またどんな支援が必要か。
- 協議会
- ・ 手を上げたら1番だった。
 - ・ 産地の活性化でできることは全てやりたい。
 - ・ ヨーロッパの商談会などに出る中で、求められるエシカルのレベルが高い。
 - ・ 集客の具体的なアドバイスがいただきたい。
- 協議会
- ・ 福山はものづくりが盛んだが、BtoBに止まっている。より認知度を上げていきたい。4年前から篠原さんとプロジェクトを始めていた。
 - ・ トレーサビリティのシステム負担が大きい。デザイナー連携やブランディング関係の支援がほしい。
- 協議会
- ・ 植物で糸を作る会社として一緒に取り組んでいる。その中で地域の良さも感じてメンバーに入った。
 - ・ 支援してもらいたい点は、3者では人脈が限られているところの機会拡大、ターゲットへの発信も支援してほしい。
- 委員
- ・ エシカル推しは無理があるのでは。
 - ・ エシカルを気にしている人はG世代。ターゲットと内容が合っていないのでは。
 - ・ 一方で、近いところで協力や認知度を上げるマーケットをやった方がいいのでは。布地の展示会やファッション関係。それを市も手伝えると良い。(姫路城での展示会の例のような。)
 - ・ 消費者の認知度を1%上げようとする1億円必要と言われている。
- 座長
- ・ 二の矢三の矢が出てくるにはどうしたら良いか。

- 委員
- ・ 福山観光コンベンション協会の展開としては、東京と大阪はショーケースという観点でPRしている。
 - ・ 大阪から帰りの新幹線で自由席に乗るとほとんど外国人だが、福山で誰も降りないが、お城には注目している。そういった人に向けたPRを連携していけると良い。
- 座長
- ・ 認知度がなく、ハードルが高いこともあると思う。書類作成など面倒なことはあったか。
- 協議会
- ・ 元々取りまとめていたものがあったので、その点の難しさはあまりなかった。
- 委員
- ・ デニムは突破口として良いが、難しさもあるので、全体を盛り上げるために他の福山の産業と連携して脱炭素で押していくのはどうか。
 - ・ 大手製鉄会社は脱炭素に1兆円程度投資していると聞く。
 - ・ 脱炭素、環境、エシカルとして全体で盛り上げていく、エシカルデニムプロジェクトはその突破口としての位置づけ。
- 委員
- ・ 土肥さんの意見に賛成。1つの産業を発展させることで地域ブランドになることはわかるが、市全体のブランディングとしてはどれにも当てはまりやすいテーマを立てると良い。生活者も共感しやすい。
- 委員
- ・ 脱炭素ツアーで2泊くらい組めるのでは。脱炭素や環境技術に取り組んでいる企業がここまで揃っている地域は中々ない。デニムから鉄鋼業まで福山の企業の間であれば、強みとして活かせると思う
- 協議会
- ・ 脱炭素に取り組んでいる他の企業は。
- 委員
- ・ 市内に他にもたくさんある。また、NYでは脱プラの取り組みが進んでいる。
 - ・ それに乗っかるのであれば、市が補助金を出すなどできると良い。
- 委員
- ・ 環境省の事業で、お客さんが購入した1割を貯金し、それを環境保護に使うという取組がある。
 - ・ 貢献することで脱炭素に繋がるものを、市がコントロールして取り組むと良いのでは。
- 事務局
- ・ 福山市全体としては、グリーンなものづくり企業のプラットフォームを取組んでいる。環境配慮、働きやすさ、多様性に配慮した企業の発信。そういった会社を増やしていく取組。別の部署でやっているが、連携していくべきだと感じた。
 - ・ SDGsプラットフォームもスタートするので、うまく連携していきたい。
- オブザーバー
- ・ 奈良市の取組として、企業版ふるさと納税を活用し、1年で約3千万を3年間ふるさと納税が集まった。そこから事業構想大学院大学にお金を出し、勉強をして事業計画を作るセミナーを実施した。
 - ・ 事業を管理する人はいるが、構想できる人が少ないことが全国的な課題。
 - ・ 応募が60人程度。20事業で横連携や競争ができた。4プランは実走可能レベル。
 - ・ まだ何をしたいか分からないようなライトな人々にも集ってもらい、展開できると可能性が広がる。
 - ・ ワークショップなどが定期的であり、起業家の関係人口拡大にもつながっている。

- 事務局
- ・ まだ何をしたらいいか分からないライトな方々に集まってもらうのは良い。
 - ・ 説明会を今年度も実施したが、もう少しハードルが低い場を設けられると良い。
 - ・ 次の協議会はいくつか上がってきてはいるが、まだ設立に至っていないので奈良市の取組も参考にしたい。
- 座長
- ・ 思いはあるけれど踏み出せないみたいな人のきっかけ作りは大事。ぜひその仕掛けづくりをして欲しい。
 - ・ 未来に向けて希望とか期待が膨らむことを期待している。この辺で事務局の方にお返ししたいと思います。皆さんどうもありがとうございました。

6 閉会

事務局 (開会挨拶)

以上