

## 令和6年度事業報告

自 令和6年4月1日

至 令和7年3月31日

### (事業の概況)

令和6年度は、全国的には新型コロナウイルス感染症の影響からの回復を受け、国内旅行及びインバウンドによる旅行需要の回復が顕著であった。盛岡市においては回復傾向にあるものの、コロナ禍前である令和元年度の水準までは戻り切っていない状況（盛岡市観光推進計画）である。センターにおいては、旅行需要や消費回復への機運が高まっているものの、一方で物価高騰が継続し、賃金が追い付いていないことから、来場者数及び売上が前年度より減少した。そのような中で広域8市町や関係団体、地域の地場産業事業者と連携し、県外物産展やイベント等に積極的に出店するなど、盛岡広域の地場製品の宣伝紹介に努めた。令和5年1月にアメリカのニューヨーク・タイムズ紙の発表によるインバウンド効果が続いており、コロナ禍前である令和元年度までの水準に回復しており、センターには団体旅行客のみならず、個人旅行客も多く訪れた。

センターの主な事業としては、地場製品の紹介と普及啓発、体験学習、資料展示等の事業に取り組む一方、施設の賃貸、地域外商品やアロニア関連商品の販売、各種地場製品の普及宣伝、体験学習を通じたキャリア教育、人材育成事業のほか、東京・沖縄の「盛岡デー」出店、伝統工芸青山スクエアでの「工芸の街 もりおか -うるしと鉄の物語-」の開催、「モリハチ祭りin文京シビックセンター」や「盛岡デーin東京2024」等の物産展やイベントに積極的に参加した。また、県内外の小・中学校の修学旅行の受け入れを行い、工芸品などの手づくり体験を通して、ものをつくる楽しさや感動を体感し、地域の文化や風土、そこから生み出された工芸品への理解が深まるよう努めた。

このほか、盛岡手づくり村多言語インスタグラムで定期的な情報発信を行った。

センターの入場者数は、対前年度比98.7%約28万5千人、展示即売室の売上は同82.7%となる約1億5246万円で、入場者数及び売上ともに前年度を下回る結果となった。また、コロナ禍前と比較すると入場者は7割超にとどまり、売上は1割ほど減少となった。これは、旅行需要は回復傾向にあるものの、物価高騰が続いており、勤労者所得の伸びがそれを下回っていることにより消費購買が抑えられたものではないかと推察される。また、修学旅行についてもバス代や宿泊費の高騰により、予算の制約から当センターへの立ち寄りが減少したことなどが要因と考えられる。

なお、外国人訪問客数は個人客を含まない団体ツアーに限り、11の国と地域から約670団体、約1万9千人が来場し、連日ツアーバスで賑わった。

来場者数の減少、収益の悪化、施設の老朽化が深刻化しており、持続可能性が危ぶまれていることから、総務省の「地方公共団体の経営・財務マネジメント強化事業」を活用し、当センターの「公共性・公益性」や「採算性」について、公認会計士の派遣を受け、全職員でSWOT分析（※）を行い、アクションプランを立て、盛岡地域地場産業振興センターのあり方について検討を進めた。

また、「地方公共団体の経営・財務マネジメント強化事業」を活かしつつも、さらに、収益可能性や成長可能性、施設修繕費用の見込など外部機関へ調査委託することとし、令和7年度事業として「盛岡手づくり村のあり方検討調査業務」委託の実施をすることを決定した。（実施は令和7年度前半で実施予定）

## 1 地場産業振興事業（公益目的事業）

公益目的事業として、地場産業の振興に資するため、地場製品の紹介と普及啓発、手づくり教室体験、地域地場産業への理解を深める展示資料室の運営に取り組んだ。

### (1) 地場産品紹介普及啓発事業

本事業は、盛岡広域で生産される国指定伝統的工芸品ほか各種工芸品、食品等の地場産品を国内外の消費者に紹介し、普及啓発を図ることを目的としており、今年度は、インバウンドの増加を受け、売場商品の充実を図り、商品の事前注文の対応をし、販売促進に努めた。各種団体からの委託事業を活用しながら物産展への出店販売を積極的に行った。

#### ア 展示即売事業

##### ① 新商品・旬の商品コーナー設置

センター展示即売室に、話題の新商品などの紹介コーナーや企画コーナーを設置し、新商品や地場企業に関する情報発信機能を高め、販路拡大に努めた。

##### ② ふるさと納税返礼品に係る企画商品の開発

「ふるさと納税」の返礼品について、地場産品を組み合わせた企画商品の提案を盛岡市のふるさと納税事業者に対して行った。

##### ③ センターロビーにおいて、岩谷堂箆笥入礼会・販売会を実施した。（5月・8月・9月・1月）

##### ④ 展示即売室の機能強化・充実

- ・来場者に地場産品に関する詳しい情報を伝えるため、展示即売室に従事する職員等の知識・接客等の向上に向けた研修を実施した。

（10月31日、当センター展示即売室、講師南部鉄器協同組合松浦清富氏、研修テーマ「効果的な展示方法等研修会の実施」、参加人数8人。）

- ・盛岡広域で製造、加工される地場産品を、国内外から訪れる観光客や修学旅行生などに広く紹介し、盛岡広域が持つ魅力の情報発信に努めた。

- ・イベントスペースに、おすすめ商品コーナーを設け、活用を図るとともに、展示会等を開催し、地場産品の普及宣伝に努めた。また、事業者に対して展示会や試食販売など効果的な販売促進を周知しながら、施設の有効活用を図った。

- ・出展業者に対する販売情報提供サービスとして、POSシステムデータを分析した月毎の販売動向を提供し、新商品の企画、開発や販路開拓を支援した。また、消費者の需要動向に配慮した商品づくりを積極的に働き掛けるなど、地場産業界の商品開発力、販売力、企画力の向上を促進した。

- ・年間のイベントカレンダーを作成し、季節感を演出しながら変化のある売場づくりに努め、来場者の増加を目指した。

- ・商品構成の見直しや新商品の開拓を行い、消費者満足度の向上を図った。

- ・展示即売室の接客を通して、消費者の需要動向の把握に努めるとともに、事業者への情報提供を適宜行い、商品説明のPOPの充実に努めるなど地場産品の普及宣伝に努めた。

- ・修学旅行の誘致とともに、盛岡広域の地場産品の購買機会の拡大に向けて、土産品購入額に応じ、取扱旅行代理店に対して手数料を提供した。

- ・消費者需要の高まるお中元とお歳暮の時期を中心に、即売室内にギフトコーナーを設置し、広告宣伝に努め、地場産品の積極的な普及を図った。

- ・消費者に対して効果的な商品説明に努め、消費者の視点に立った展示企画、表示を工夫し、消費者に好まれ、選ばれる、親切的な売場づくりを目指した。

- ・接客サービスの向上に向けて、盛岡広域の窓口としての自覚を持ったおもてな

しに努めた。

- ・盛岡や商品に関する紹介（TV・広報誌・記事など）を話題にし、売場作りやPOPに活かし、販売促進を行った。
- ・盛岡市らしいオリジナル商品の開発を行い、オリジナル手拭いを新商品として販売・SNSでPRを行った。
- ・アロニア果実を使ってスムージーを作成し、具体的なメニューを取り上げ、SNSでの拡散やオンラインショップでの販促に努めた。

成果：前年度と比較して来場者数は1.3%減少し、展示即売室の購入者数も6.3%減少した。購買単価は昨年のエール便・フレッシュ便の影響もあり48.8%減少した。

課題：購買単価を高める工夫が必要。売上額を伸ばすためには、アロニア商品の販促・オリジナル商品のバリエーションを増やすなど、新しい商品取り扱いや自社商品の強化の必要がある。

## イ 物産展・展示会への出展

- ・首都圏や沖縄県などで開催される物産展などに盛岡市特産品振興協議会・盛岡デー実行委員会から出展業務を受託するなどしながら出展し、全国の消費者に対して盛岡広域の地場産品をPRし、販路拡大を目指した。

<市内>

- 「全国市議会議長会研究フォーラム」（盛岡市 10月9日～10日）（売上額 624,990円）
- 「もりおか味と工芸展」（盛岡市 10月24日～27日）（売上額 132,876円）
- 「盛岡藩校サミット」（盛岡市 11月23日）（売上額 125,950円）

<県外>

- 「盛岡デーin東京2024」（イオンスタイル板橋）  
（東京都 6月27日～7月1日）（売上額 8,921,289円）
- 「2024なかの東北応援まつり」  
（東京都 10月26日～27日）（売上額 316,250円）
- 「盛岡フェア」  
（富谷市 11月2日～4日）（売上額 380,872円）
- 「2024いわて盛岡デーin沖縄」  
（うるま市等 11月8日～11日）（売上額 1,211,155円）
- モリハチ祭りin文京シビックセンター  
（東京都 11月20日～23日）（売上額 1,534,531円）
- 八木橋「第36回 岩手県の特産展」  
（熊谷市 2月19日～24日）（売上額 560,692円）
- 「イオン東北フェア」  
（埼玉県3月6日～10日）（売上額 407,117円）
- 「イオン東北フェア」  
（板橋3月6日～11日）（売上額 269,185円）

<常設展示 4月～3月>

- 「イオン盛岡・もりおかん」常設委託販売（販売額 460,350円）
- 「もりおか歴史文化館」常設委託販売（販売額 1,100,081円）
- 「らら・いわて」常設委託販売（販売額 281,239円）

成果：各種物産展等に出店し、盛岡広域の特産品の紹介に努めた結果、特に盛岡

りんご・鉄器・鉄瓶などの商品の認知度が向上した。継続開催している盛岡デーイン東京2024においては過去最高の売上を記録した。

課題：物産展への出店は広く普及宣伝効果があるものの、ものによっては費用対効果が薄いものがあり、今後出店について検討する必要があるものがある。

#### ウ インターネット販売(楽天市場・Yahoo「盛岡手づくり村オンラインショップ」)

- ・期間：令和6年4月1日～令和7年3月31日
- ・内容：楽天市場 食品・工芸品等 約500アイテム出品
- ・クーポンの適宜発行や、LINE、SALE期間、SNSを活用し、リピーターや新規顧客につながるよう努めた。

楽天市場 売上額 12,286,520円, Yahooオンラインショップ 売上額 466,380円

成果：Yahooオンラインショップが令和6年4月から加わった。楽天ユーザーとは違う顧客の獲得ができた。

課題：売上の大きかったぴよんぴよん舎の冷麺について、自社でオンラインショップを開催したことから大幅な減少につながっており、当センター独自の組み合わせ商品などの開発が必要。

### (2) 体験学習事業

全国から盛岡手づくり村を訪れる来場者を対象に、「体験学習」を実施した。伝統の技や製作工程を間近に見て、触れて、体験できるのは、盛岡手づくり村の最も優れた魅力であり、工房の職人の技を生かし、工芸品などの手づくり体験を通して、ものをつくる喜びや楽しみ、感動を体感し、地域の文化や風土、そこから生み出された工芸品への理解を深めてもらえるよう取り組んだ。また、当施設を訪れた修学旅行・インバウンド等の団体を対象に再訪のアプローチを行い、令和6年度においても手づくり教室の体験者を確保し、更に次年度につながるよう効果的な対応を行った。(年間体験学習人数 10,761人)

- ・手づくり教室の開催(通年) 陶器、陶器絵付、天然藍染、竹細工、はたおり
- ・修学旅行や団体旅行の行き先決定のための事前調査で来訪する学校教諭や、企業・団体の関係者に手づくり教室の詳細や盛岡手づくり村の魅力を伝えることにより、確実な来場者確保に努めた。

成果：参加者は伝統工芸の技術を学びながら、ものづくりの楽しさを実感し、文化への理解を深めることができた。完成した品は思い出として残るだけでなく、地域伝統文化を広める役割を果たしている。北海道の札幌市を始め、109校8,060人が来館し、手づくり体験を提供することにより、体験学習や即売室の売上に貢献できた。

課題：修学旅行においては、バスや宿泊費が高騰していることにより、目的地が変更になっている。岩手県観光協会が行っている「いわて教育旅行誘致促進事業」の拡充を求めていく必要がある。

### (3) 展示資料室運営事業

盛岡地域の地場産業に対する理解を深めてもらうことと地場産業の振興・発展を目的に、県内外から訪れる来場者に対して、歴史や製造工程、製作者等を資料やパネルで紹介したほか、伝統的工芸品の展示を行った。また、広域8市町と連携しながら広域の地場産品の紹介を行った。(売上額 219,480円)

- ・盛岡広域8市町との連携から、展示資料の充実を図り、広域の地場産業の振興に努めた。
- ・社会科見学で来場する広域の小学生に対し、資料室を活用した学習を支援した。

## 2 人材育成事業(公益目的事業)

盛岡地域の手づくり産業を担う技術後継者や経営後継者の育成を図り、地場産業の活性化と振興に努めた。

#### (1) 人材育成事業

- ・盛岡手づくり村ホームページ上で、手づくり産業の後継者等で構成する岩手山麓工芸39工房の紹介を継続した。
- ・盛岡市が制作した「歩いて 紡いで もりおか物語」のダイジェスト版「ものづくり」を、盛岡手づくり村ホームページ上で引き続き紹介を行い、盛岡のものづくり産業及び事業者のPRを行った。

#### (2) 地場産業学習支援事業

- ・ものづくり産業への理解とキャリア教育の推進に向けて、協同組合盛岡手づくり村や南部鉄器協同組合と連携し、盛岡広域内小学校8校399名への社会科見学の対応を行った。

成果：ものづくり産業への理解が進んだ。

課題：ものづくり産業への理解とキャリア教育推進のため、今後学校数を増やしていく必要がある。

### 3 施設賃貸事業（収益事業）

南部鉄器協同組合・自動販売機業者と契約を継続し、センター運営に必要な収益の一部とした。

- ・南部鉄器協同組合への貸し付け（事務所、倉庫）
- ・自動販売機業者への貸し付け（みちのくココ・ユーラボトリング株式会社、カイジョー株式会社）

### 4 販売促進事業（収益事業）

展示即売室内に地域外商品の販売スペースを設け、収益性の高い商品やアロニア関連商品の販売を行い、収益の拡大を図った。

#### (1) 「盛岡手づくり村 マルシェ」の運営

- ・御所ダムイルミネーションとコラボし、ダムカレーの注文の際にイルミネーションのチケットを渡し、SNSで取り上げ、盛岡手づくり村と御所ダムのPRを行った。

#### (2) アロニア関連商品の開発・販売

- ・冷凍アロニアの販売を再開し、冷凍アロニアを使ってアロニアスムージーを製作しSNSでアロニアのPRを行った。

#### (3) 盛岡手づくり村 オリジナル商品の考案・販売

- ・地場産業や文化の振興のため、手づくり村オリジナルTシャツに鉄瓶コーヒーのデザインを制作し、地場産品と一緒に展示・販売した。

### 5 共用施設維持管理事業（その他の事業）

盛岡手づくり村を構成する、盛岡市、協同組合盛岡手づくり村、盛岡地域地場産業振興センターの三者が共有する施設の維持管理を行った。

### 6 南部曲り家地場産品普及宣伝事業（その他の事業）

国内外から訪れる観光客に対し、地場産業や地域文化への理解を深めることを目的に、見学施設として南部曲り家を活用した。また、主に修学旅行で訪れる学生の体験学習の会場として活用し、地場産業の歴史や民工芸品の宣伝紹介を行った。

## 7 地場産業普及啓発事業（その他の事業）

○効果的な展示方法等研修会の実施

講師:南部鉄器協同組合 松浦 氏

日程:令和6年10月31日(木)

会場:盛岡地域地場産業振興センター展示即売室

参加者:振興センター従業員8名

## 8 交流促進事業（その他の事業）

広域8市町と連携し、季節ごとの催事を企画、開催し、地場製品の普及宣伝に努めた。

- ・盛岡手づくり村ゴールデンウィーク2024（5月3日～6日）  
期間限定特別体験教室・特別企画、飲食・キッチンカーの出展、岩谷堂箆筒入札会、彫金実演・体験、展示即売室特別企画教室、さんさ踊り 等
- ・盛岡手づくり村夏まつり2024（8月10日～12日）  
期間限定特別体験教室・特別企画、飲食・キッチンカーの出展、岩谷堂箆筒入札会、彫金実演・体験、展示即売室特別企画教室、南部鉄器協同組合による体験教室、さんさ踊り、お買い上げ感謝抽選会、食堂営業 等
- ・盛岡手づくり村秋まつり2024（9月28日～29日）  
飲食・キッチンカーの出展、岩谷堂箆筒展示入札会、展示即売室特別企画教室、さんさ踊り、お買い上げ感謝抽選会、食堂営業 等  
※2024盛岡手づくり村工房まつりの同日開催
- ・盛岡手づくり村お正月フェア2025（1月4日～5日）  
期間限定特別体験教室・特別企画、キッチンカーの出展、福箆筒販売会、福引き大会、展示即売室特別企画教室、福袋販売、さんさ踊り、縄文三味線演奏・演舞 等

## 9 管理運営事業（法人会計事業）

当振興センターは、盛岡地域の地場産業振興と観光の拠点施設として、国内外等からの来場者に利用されているが、令和5年度は例年同様に施設の環境整備や施設維持管理等を行ったほか、盛岡広域の情報提供を行った。

### (1) 振興センター入場者への宣伝・紹介

- ・入場者等への案内、説明、誘致宣伝活動
- ・観光客、視察来訪客への案内、説明
- ・パンフレットの配付
- ・旅行代理店との提携による来場者の誘致、パンフレット送付等
- ・電子掲示板を活用した観光、物産、施設等の紹介
- ・マスメディア利用による宣伝、普及活動
- ・新聞、テレビ、ラジオ、雑誌等への広告、情報提供、取材協力

### (2) 理事会・評議員会の開催

開催年月日	会議名	会場	内容
令和6年5月27日	第1回理事会	プラザおでつて	令和5年度事業報告・収支決算、定時評議員会の開催 他
令和6年6月13日	第1回評議員会	地場産業振興センター	令和5年度事業報告・収支決算、理事の選任 他

令和7年2月17日	第2回理事会	盛岡市勤労福祉会館	令和6年度補正予算、令和7年度事業計画・収支予算、臨時評議員会の開催 他
令和7年3月13日	第2回評議員会	地場産業振興センター	令和6年度補正予算、令和7年度事業計画・収支予算、評議員の選任 他

### (3) 職員研修の実施

- ・効果的な展示方法等職員研修会（10月）
- ・説明会に参加し、令和7年4月からの公益法人制度の変更について理解を深めた。（12月）
- ・全国地場産業振興センター協議会主催の研修会に参加し、DX・AIなどのデジタル化について学んだ。（1月）

### (4) 盛岡地域地場産業振興センター広域経済活性化懇談会の実施

盛岡広域8市町の広域経済の活性化を図ることを目的に、広域市町の課長で組織する盛岡地域地場産業振興センター広域経済活性化懇談会を令和7年2月振興センターで開催し、センターからの情報提供、中期計画について報告し、(仮称)「盛岡手づくり村あり方検討調査」について説明を行った。

### (5) 盛岡広域内の情報提供の実施

玄関ロビーに設置した「盛岡広域インフォメーション」を活用し、来場者に対して盛岡広域8市町の観光行事等を紹介した。（通年）

### (6) 電子掲示板による紹介

盛岡市に寄贈され、当センターロビーに設置された電子掲示板を活用し、盛岡地域の観光・物産情報や盛岡手づくり村の紹介宣伝等を行った。

### (7) 施設内の環境整備

協同組合盛岡手づくり村と協力し、一斉清掃、春・夏のプランター整備を行った。

### (8) 盛岡手づくり村Instagramによる情報発信

令和6年1月9日に開設した盛岡手づくり村多言語Instagramを活用し、テレビ取材や工房祭りなどの情報発信を定期的に行った。

### (9) 長期借入金返済

商工組合中央金庫から融資を受けた長期借入金2,000万円について、10月から返済を始めた。（10年間）。

### (10) パブリシティ

<新聞、雑誌等>

- ・6月 るるぶ「こどもとあそぼ東北」
- ・9月 VIEW Premium（ビューカードゴールド会員向けWEBメディア）
- ・2月 るるぶ「岩手 盛岡 花巻 平泉 八幡平 '26」

<テレビ等>

- ・4月 フジテレビ「街角パレット」
- ・6月6日(木) テレビ岩手「5きげんテレビ」
- ・10月7日(月) ミヤギテレビ「OH!バンドス」
- ・12月16日(月) テレビ岩手「5きげんテレビ」

**(11) 盛岡地域地場産業振興センターのあり方検討**

盛岡市において総務省の「地方公共団体の経営・財務マネジメント強化事業に採択されたことから、当センターに対して、三品正博公認会計士の派遣を受け、助言指導を仰いだ。

同省の「第三セクター等の経営健全化に関する指針」の検討フローチャートを用いて、当センターの「公共性・公益性」や「採算性」について盛岡市とともに検討を行った。そのほか当センターにおいて全職員でSWOT分析(※)を行い、センターのあり方を検討した。

**(12) 盛岡手づくり村のあり方検討調査事業委託の決定**

これまで約40年間にわたり、地場産業振興と観光推進の中核を担ってきたが、来場者数の減少、収益の悪化、施設の老朽化が深刻化しており、持続可能性が危ぶまれていることから、収益可能性や成長可能性、施設修繕費用の見込などを外部機関へ調査委託することを決定した。(調査実施は令和7年度前半で実施予定)

**(※) SWOT分析**

企業の内部環境(強みと弱み)と外部環境(機会と脅威)を分析することで、戦略立案に役立つフレームワークで、具体的には、自社の強みを活かし、弱みを克服し、外部の機会を最大限に活用し、脅威から自社を守るための戦略を立てるのに役立つもの。

強み(Strengths):自社の内部環境におけるプラスの要素。競争優位性となるものなど。

弱み(Weaknesses):自社の内部環境におけるマイナスの要素。改善すべき点など。

機会(Opportunities):外部環境におけるプラスの要素。ビジネスチャンスとなるものなど。

脅威(Threats):外部環境におけるマイナスの要素。リスクとなるものなど。

などを分析することにより、戦略立案の効率化、リスク管理の強化、経営資源の最適化に役立てることができるとされている。