

勝山DMOの青果市場運営にみる 農業振興と観光地域づくりの可能性

主事研究員 佐藤彩生

観光庁「旅行・観光消費動向調査」によれば、2025年の日本人国内旅行消費額は前年比6.5%増の26.8兆円に上り、国内の旅行市場は活況している。こうしたなか、各地の観光地ではDMO(観光地域づくり法人、Destination Management / Marketing Organizationの略(注1))が中心となって多様な業種と連携しながら、持続可能な観光地域づくりを目指している。

ここでは、福井県勝山市で青果市場を運営する「勝山市観光まちづくり株式会社(以下、勝山DMO)」を事例とし、農業振興に資する観光地域づくりの可能性について考える。

1 福井県勝山市と勝山DMOの概要

勝山市は、県の東北部に位置する人口2万人の地域で、繊維業が基幹産業である。農業経営体数は580軒、農業産出額は16.5億円、うち野菜は3.2億円であり(注2)、農家の高齢化や減少が課題となっている。

福井県立恐竜博物館は市内の観光の目玉であり、2025年の来館者数は156万人に達した(注3)。その人気を受けて、複数の宿泊施設が新たに建設予定であり、2026年の客室数は2025年比で約1.5倍に増える見込みである。

勝山市では、財源不足を背景に勝山市観光協会が2016年10月に解散した。しかし、勝山市において観光産業を牽引する新たな組織が求められたことから、勝山商工会議所、市、地域金融機関(注4)の出資で勝山DMOが設立し、2017年度から本格的に事業を開始した。

勝山DMOのミッションは「地域の魅力を引き出し、新たな付加価値を創出することにより、外部からの観光客や投資を惹きつけ、地域経済の活性化を図ること」である。なお、

行政の補助金に財源を依存するDMOが全国的に多いなか、勝山DMOは市からの補助を受けずに自走する数少ないDMOである。

設立当初の従業員数は3人であったが、事業の拡大に伴い、現在は20~40代の市内出身者47人(正社員24人、アルバイト23人)に増えた。

2 勝山DMOの3つの事業内容

勝山DMOの主な事業は、①地域商社事業、②DMO事業、③地域プロデュース事業の3つある。

①地域商社事業は、道の駅「恐竜溪谷かつやま」、および恐竜博物館に隣接するジオターミナル施設「スーベニアショップ ふらぶとる」の運営である。前者は指定管理者、後者は自社施設として運営し、2025年の売上合計は約5億円で勝山DMOの全体収入の9割を占める。②DMO事業では、観光客や地域住民に対するヒアリング・満足度調査、プロモーション、国内外のセールス等を行っている。

③地域プロデュース事業では、ものづくりプラットフォーム「勝山工^{かつやま}ふ^こ房^{ぼう}」、淡水サーモンのブランディング支援等を行う「勝山 やまのサーモン」、学びや起業を後押しする交流イベント「まちのデザインスクール」などがある。なかでも「かつやま青果市場計画」は農業振興に資する大掛かりなプロジェクトである。

3 出荷者目線でせりを刷新した青果市場

同計画の始まりは、農家の高齢化に伴う出荷量の減少で市内にある若猪野^{わかいの}青果市場(1957年開設)の存続が難しくなり、2021年に勝山DMOの元へ市の職員と農家が新たな市場開設の相談に来たことであった。勝山DMOは「地域農業の維持」の重要性を再認識したうえ

で、市内の宿泊客増により、勝山産の食材需要が今後増すと判断し、青果市場の新設に着手した。

ただし、青果市場の運営は勝山DMOにとって初めての取組みであったことから、約2年間、社員を若猪野青果市場に派遣し、せりの仕組みや流れを一から習得させた。若猪野青果市場の閉鎖ののち、勝山DMOによる仮市場の運営を経て、2025年11月に「かつやま青果市場」がオープンした(写真1)。青果市場の新設にあたっては農林水産省の農山漁村発イノベーション整備事業を活用した。

同市場は朝8時開場で、5月～12月は週5回、1月～4月は週4回でせりが行われる。新設してから4か月時点での出荷者数は、若猪野青果市場に比べて約4倍の53人に増えた。取扱品目は、トマト、ナス、ネギなどが多い。買付業者は13人で、農産物の品質の良さに目を付け、市外から来る人もいる。

勝山DMOは同市場を通じて、勝山産が表示された良質な農産物の安定供給、および農家が農協や青果市場、道の駅など、出荷量や取引価格に合わせて最適な出荷先を選ぶことでの所得向上に貢献したいと考えている。

そのため同市場では、前の市場からの取引方法を見直し、従来のせり取引に加え、安定的な販路確保に向けた相対取引を増やした。加えて、生産者が希望した場合には「最低落札価格」を設定できる仕組みを導入した。さらに出荷者を増やすために、市内の若手農家、および道の駅や福井市中央卸売市場に出荷する農家などに青果市場の利用を呼び掛けている。

(注1) 2026年4月時点の全国の登録数は326法人。

(注2) 農林水産省「2020年農林業センサス」、および農林水産省「令和5年市町村別農業産出額(推計)」参照。

(注3) 福井県「令和7年 福井県観光客入込数(推計)」参照。

(注4) 福井銀行、越前信用金庫、北陸銀行等。



写真1 かつやま青果市場(勝山DMO提供)

4 農業振興に資する観光地域づくりにむけて

以上のように、勝山DMOでは道の駅とジオターミナル施設での事業収入を軸に、青果市場運営による地元農産物の安定供給に資する事業を手掛けていた。

全国の観光地において「食」は強力な観光コンテンツである一方で、農家の減少に伴い、「食」を支える地元食材の安定供給が全国的な課題となることが予想される。よって、各地のDMOが観光地域づくりを目指すうえでは、「食」を支えるための「地域農業の維持」に資する取組みもまた欠かせない。

しかしながら、多くのDMOでは農業は専門外であり、事業に着手しづらい。そこで、まずは農協とDMOが連携し、農業振興に資する観光地域づくりに取り組むことが肝要だろう。

たとえば、DMOが調査で得た観光客の「食」のニーズの情報を農協に共有し、生産振興の品目検討に役立てることや、地元食材の調理方法に詳しい農協の女性部がご当地グルメの開発に協力することなどが挙げられる。

地元食材の安定供給と需要拡大の方法は地域により異なるため、今後、DMO主導の多彩な農業振興に資する観光地域づくりが全国で展開することに期待したい。

(さとう さき)