

## 山梨県総合計画審議会第1回産業部会 会議録

1 日 時 平成23年5月18日(水) 午後2時～4時

2 場 所 古名屋ホテル「ルンブラン」

3 出席者

・ 委 員 (50音順、敬称略)

今井 進 上野 富男 加藤 順彦 韓 暁宏 木田 茂樹 佐藤 法子  
曾根原 久司 高野 武仁 竹井 清八 野村 千佳子 前田 市郎  
三森 かおり 山下 安廣 山本 健一 渡辺 一彦

・ 県 側

知事政策局次長 企画県民部長 産業労働部長 観光部長 農政部長  
(事務局：知事政策局) 政策主幹 政策企画監

4 傍聴者等の数 0人

5 会議次第

- (1) 開会
- (2) 部会長あいさつ
- (3) 知事政策局次長あいさつ
- (4) 議事
- (5) 閉会

6 会議に付した議題 (すべて公開)

- (1) 新行動計画の素案の概要について
- (2) その他

7 議事の概要

(1) 議題(1)について

資料により事務局から説明し、次のとおり意見交換を行った。

(委員)

行動計画では、まず現状置かれている状況、それから評価、工程、それに向けてのチャレンジ目標という組み立てになるが、それを実現するに当たっての数値目標のよ  
うなものは、この中では触れないのか。

(知事政策局次長)

後段の方で、もう1度説明させていただくが、Ⅲ行動計画の中に第1章として個別  
の施策・事業を記載していく。次回以降に審議いただくことになるが、その中では、  
具体的な工程や数値目標を明らかにしていく。

(委員)

そこには予算のことまで盛り込まれるのか。これまでの計画にもあったと思うが、数値目標というのは予算のことか。

(知事政策局次長)

これまで基本理念、将来像といったものを説明申し上げたが、その先に、行動計画について具体的な政策、施策・事業について記載することになる。27 ページにあるように、この個々の施策・事業の中には、4 年間に取り組む概要や工程、数値目標などを示していく予定である。予算に関しては、事務方で整理して進めていくことになる。

(委員)

産業部会としての行動計画についての審議ということで、県内総生産が約 3 兆円というようなことを踏まえ、また、恐らくこれから産業構造が大きく変わる中で、どの分野をどのぐらい伸ばし、どの分野をどうするかといった発想も必要ではないかと思う。それらを基に、どういうチャレンジ目標があって、どのぐらいの数値目標とするか、そんな組み立てが必要ではないか。

(知事政策局次長)

昨年度、県では「産業振興ビジョン」を策定し、県の政策を推進する上で、県としてできるだけ整理をして、今後進むべき方向や事業者の皆さんが取り組む経営革新、業種転換などについて、県が支援していく方向性を示している。今回の計画策定に当たっては、大くくりの方向としては、その「産業振興ビジョン」の目指す方向で、将来像も含めた施策・事業を組み立てていきたいと考えている。

(産業労働部長)

本来は実態をもとに、その中で「この分野をこのようにやっていく」という話ができればよいが、東日本大震災後の電力不足など、想定ができないことが多々あり、予測が難しい状況にある。国の成長戦略もそうだが、計画策定時に分野ごとの目標を設定することは難しい。できるだけ数値化を図りつつ、計画期間の 4 年間で、状況に応じた適切な対応をしていきたい。

(委員)

旅館の状況としては、あの 3.11 以降、地域によって異なる面はあるが、80% ぐらいの宿泊予約のキャンセルが出るひどい状況であった。

それを乗り越え、ゴールデンウィークは、震災直後に比べるとやや宿泊客が増えたというような状況であった。6 月、7 月と、これから夏を迎えるが、今後も非常に厳しい状況が続くのではないか。それに加え、インバウンドへの影響。特に中国の団体が全く来ていないため、河口湖の旅館では、インバウンドへの被害を非常に受けており、集客に困っている旅館が多くある。

今回ここに書かれている観光については、インバウンドやグローバル集客というところは、震災により少し状況が違ってきているところがあるので、その辺りを踏まえながら、記載をしていく方が良い。

(観光部長)

震災以降は 8 割、9 割の宿泊予約のキャンセルがあり、ゴールデンウィークには、かなり駆け込みでの宿泊が多かったと認識している。直前になって、ばたばたと宿泊

予約が入ってくるといった所もあれば、まだまだ宿泊客が入らない所もあった。

ゴールデンウィーク以降も、まだ厳しい状況にあるということで、県としても市町村も含めて、緊急の対応策と中長期的な対応策の二段構えで対応を図るべきものと考えている。東日本大震災直後は、県に限らず国も、国民感情などもあり積極的なプロモーション活動を自粛していた。それから約1カ月後、4月中旬ぐらいからギアチェンジし、県では知事が先頭に立ち、旅行会社などへのプロモーション活動を積極的に展開している。

また、外国はもとより国内でも、例えば西日本の方々は、東日本方面への修学旅行などを見直し、もっぱら西日本から西のほうへ旅行先をシフトしている状況にあるため、県、市町村、観光事業者が連携し、中京、関西方面の教育委員会や旅行会社などに対し、旅行キャラバンを行っている。それが一つの当面の対応策ということで、1年、2年と何回も波状的にやって行こうと考えている。

そのような中で、この行動計画には、先ほどから話があるとおり、様々な意味での影響が中長期的にも出てくると思う。したがって、長期的展望や行動計画の中で、例えばインバウンドをさらに載せていく、あるいは言い回しの中でもう少し震災の影響というものを強く書いていくような検討もしていく。

#### (委員)

現在、県のやまなしブランド推進の中で、山梨の甲州種のブドウからつくられるワインを世界に出していくということで、現在EU向けに2年間輸出の取り組みを行っている。

その中で、この資料にも書いてあるが、OIV（葡萄・ワイン国際機構）で甲州というブドウが世界的なワイン用の品種として認められたことで、大きな一歩も踏み出しており、実際に今年度は、各企業が輸出を行うための体制を整えている。

実際、ロンドンなどにワインを持っていった際には、非常に評価が高かったが、それはやはり、日本の食事が世界的に受け入れられている中で、その日本の食事によく合うワインとして認められていることにある。

ただし、国内を見た場合、山梨のワインがどの程度浸透しているか、実は意外とまだ少ないのではないかと考えている。実際に東京に行っても、やはり世界中のワインが日本に入ってきており、まだまだ山梨のワインが使用される所は少ない。

先週、京都からレストラン業を営んでいる方が山梨に来たが、京都はかなり外国人の観光客が多く、その中でそのレストランは、海外のワインを主に扱ってきたが、日本のワインは本物だということで、今ではそういった京都のレストランの中でも日本のワインをメニューに入れていこうという動きもある。

一方、山梨を振り返って見たときに、まだまだ山梨のワインを出すレストランは少ないと思う。背景には食文化の低さがあるのではないか。そばとほうとう料理の山梨ではあるが、ワインに合う料理というのは、これは単にフランス料理、イタリア料理でなくても良い。京都でも京都料理で山梨のワインを出していただける。山梨には、例えば甲州など様々なワインがあるが、それを扱うレストランが増えてこなければ、山梨のワイン文化というのはできてこないであろうと感じている。

当社のワイナリーでも、去年からレストランを始めたが、山梨県の豊富な食材を知り驚いている。これまで山梨県には、そういったおいしいものはないと聞かされていたが、探してみると野菜など非常においしいものが沢山ある。ただ、量は少ないかも知れないが、そういった物を栽培している方に聞いてみると、ほとんどが東京の高級店に卸しているとのこと。

山梨に良いレストランが少ない理由は、有名シェフがいないこと。やはりどんなお

いしい食材があっても、シェフの腕がつまらなければ高級レストランにはなっていないので、ぜひこれからは有名シェフを誘致して、山梨には日本一の食があるということをぜひ訴えられるようにしてもらいたい。ワインというのは食の添え物であり、食文化がなければワインは育っていかないため、ぜひそういう観点でお願いしたい。シェフの腕が良く、おいしい物が出せるということは、おもてなしの一つだと思う。

おもてなしの山梨を目指す場合、おもてなしの中にシェフの腕も入れて欲しい。

また、「おもてなしのやまなし」との記載があるが、控えめな書き方だと思う。できれば「おもてなし日本一のやまなし」というところを目指して頑張っていたらと、より加速度がつくし、日本一と言うために他の県の取り組みなどについての検討も増すと考えられる。できれば目標を持って、例えば日本一を目指してやっていただけたらというのが希望である。

#### (産業労働部長)

甲州ワインがEUや、国内でも東京などで高い評価を得ることにより、山梨にも良い影響が及ぶと考えている。温泉などの地域資源や、最近話題の鳥モツといったアイテムを活用しながら、増えつつあるソムリエなどの協力を得て、山梨を売り込んでいきたいと考えている。

#### (観光部長)

おもてなしのやまなしについて、目標を高く掲げるべきというご意見は、誠に参考になる。条例制定に向けては、有識者等を集めた検討委員会というものを4月に立ち上げたところであり、竹井部会長にも、そのメンバーとして参加していただいているので、今のようなお話を委員会の場でも披露していただきたい。

#### (委員)

本日の説明を聞き、山梨は観光立県と産業振興に力を入れていることを認識した。山梨を訪れてもらうには、もちろん国内のマーケットも必要であるが、特にグローバル化時代では、海外のマーケットがないとなかなか成り立たない。そうすると海外のマーケットをどうすれば良いかが重要である。

素案の中には、海外における様々な取り組みが書かれており、今後進んでいくものと考えられるが、山梨県内の教育機関や産業関連でも多くの外国人が働いており、留学生も沢山いることに着目して欲しい。彼らには両親、親戚、あるいは友達がおり、そのような山梨県内の外国人を活用し、山梨県の魅力や観光情報などを発信してもらうことに力を入れてみてはどうか。

#### (観光部長)

外国人留学生の方々には、せっかく山梨に来ていただいているので、家族や友達に山梨の情報を伝えていただくことは、非常に重要だと考えている。

現在、インターネットもツイッターなどがあり、口コミも非常に広がるという中で、今までも山梨の魅力メッセンジャーということで、山梨県内の主に大学と連携し、いわゆる産学官連携のような取り組みとして、外国人留学生に限らず日本人の学生も含め、そういう方々に山梨の郷土や自然などを講座で学んでもらい、卒業した後に県外や外国で山梨の魅力を紹介してもらっている。

今後は「やまなし観光カレッジ」事業として、外国人留学生の方も含め、大学時代から様々な講座をしたり、時には県内の主要な施設を見るなど、現地での活動も行い、それらに対してレポートの提出を受けることで、修了証を交付するようなことを考え

ている。在学中から家族、友人に情報発信してもらい、山梨の魅力を広く伝えるような取り組みを進めていきたい。

(委員)

この素案を県民が見たら、4年後には山梨は暮らしやすい県になると誰もが思うだろう。逆に言えばすべてができるような政策で、できないところはどこかというのが非常に見えにくいところがある。

国も県も一緒だと思うが、公の部分でできることはここまでで、これ以上はできない、民間の方や住民の方でやってください、そういう姿勢を見せることも大切である。

震災を受け、今がその転換点だと思っている。そういう意味で、例えばブラジルでは、普通の国民健康保険で受けられる医療はここまでで、それ以上の医療を望む方は民間医療でやってくださいと、そういう役割を明確にする政策が行われている。

今一番関心があるのは、県の防災計画であるが、これはいつ出るのか。ホームページで見る限り県の防災計画は平成15年に策定されている。当然、今回の大震災が起こる前の内容であり、現在の状況を踏まえ、見直しをしていかなければならない。

東海地震が起きて一番困るのが県民であり、その負の部分、例えば介護や防災など普通の生活に入っていない部分を普通の生活パターンに入れ、そういった新しい生活パターンを示すことが、非常に大切になる。

地震が起きるのは高い確率で想定されても、市町村で何をやり、県で何をやるか、そういう計画が見えてこない。これから議論されると思うが、そういう県の防災計画、それがいつ出てくるのか、この点も確認しておきたい。

国の政策、県の政策、市の政策で一線を引くというのは、これから非常に大事な分岐点であり、ここまでは県はできるが、それ以上はできない。そのため、民間や市民でやってもらおうと、そういう一線を画す、できないことを見せることが非常にこれから大事なことだと思う。

政策の中で、中心市街地の活性化と商業化の振興について、ここに示されている限りのことは、既にすべて取り組んでいるのではないか。

例えば、甲府市中心街にある大規模集客施設について、ここの2階に行くと、とても広い所で品物が並んでいるが、そこにアテンドする従業員も居ない、そういう残念な状況である。これでは、こういう大型の施設を造っても意味がないと思う。

素案に進取の気性という言葉が出ているが、計画を策定する段階から県民の関わりを求めるようなことも、一つの大事なステップではないか。

(知事政策局次長)

県では、今回の大震災を受け、検討組織を立ち上げる中で、地域防災計画の見直しに着手している。いつ発生してもおかしくない東海地震や富士山火山に対する防災対策の徹底に向け、本年中に計画を策定する予定としている。

(産業労働部長)

中心市街地については、活性化に向けた取り組みを進めており、委員の話に出た大規模施設の1階には、先日、ワインとパンの店が新たにオープンした。また、2階についても、10月にかけて、また新たな展開をして行く予定と聞いている。まちづくり会社甲府の取り組みも3年目となり、今年はハードの整備も進めることとしており、成功事例を作りながら、新たな展開を目指していきたいと考えている。

(企画県民部長)

参考までに、新しい公共という考え方がある。NPOなど民間の力で防災対策に取り組んでもらうなど、今年度からモデル事業への支援を進めていく。

(委員)

資料の産業振興ビジョンを見ると、ものづくりに関する記載も多く、様々な観点から眺めてもらっているという感想だが、中小企業の現状としては、リーマンショックの影響に加え今回の震災と、追い討ちを掛けられたような状況は否めない。

また、台湾、韓国の進出や、日本のメーカーが海外に出ていくなど、俗に言う空洞化現象が、少なからず現れている。

もう一つ製造業にとって痛手となるのは、国が打ち出した前年対比 15%の節電計画であり、物を造るなど言われているも同然である。

様々な観点から中小企業の現場の意見を聞き、現状を調べ上げた上で策定していくべきではないかと思う。

(産業労働部長)

産業振興ビジョンを作っている頃は、グローバル化の進展を受け、県内の中小企業も新たな分野へ進出したり、新商品を開発して販路を拡大しようと取り組みを進めており、そんな矢先に先日の震災が発生した。

その結果 15%節電に取り組まなければならなくなったわけだが、工業団地単位での困難を乗り切ろうという動きがあるとともに、機械電子工業会などにも県から協力をお願いしており、業種全体や大手、中小が一体となり、この 15%を達成していきたい。また、行動計画に電力不足への対応を盛り込むことについては、今後検討していきたい。

(委員)

中小企業や個人事業者を取り巻く経営環境というのは大変厳しい状況であり、一昨年 12 月に中小企業金融円滑化法が時限立法として制定され、企業や事業者の売り上げが減少して経営が厳しい場合などに、取引のある金融機関へ相談すると、一時的な返済猶予や減額などが可能である。本来は今年の 3 月で失効するところ、状況が大変厳しいということで一部を来年 3 月まで延長しているので、ぜひ金融機関に相談して欲しい。

元気産業創出の中の政策 5、未来の農業を担う担い手の確保と高収益農業の実現について、現状、県内の農業従事者は比較的高齢者が多い。そういう方々が農業ができない状況になったときには、後継者、子どもさんたちが跡を継げばよいのだが、農業経営は収入が減る傾向で、体力的にも辛く後継者が出てこない。

そういう中で、担い手の確保に取り組み、企業なども既に農業に参入しているところもあるが、農業参入には様々な規制、縛りが多いようなことを聞いている。その辺りを変えていかないと、現実として企業などの参入というのは難しいと思う。

山梨県の中小企業者、個人事業者は、観光や農業に関わる人が非常に多いと思うので、しっかりと検討し、参入しやすい環境を整備して欲しい。

(農政部長)

今後の農業の担い手として、企業の力をさらに活用すべく、様々な施策に取り組んでいる。例えば、企業が農業に参入する際、取り組みたい農産物の栽培方法に応じ、農地の基盤整備をしたり、個々の企業のニーズに柔軟性を持った対応ができる仕組み

を順次組み上げている。また、規制面では、これまで農地の関係が指摘されていたが、2年前に農地法が改正され、そのハードルが大分下がりつつある。

ただし、その規制が緩和されたことやその運用について、企業に十分な説明と周知がなされているかという点、それはこれからとなる。今後も企業にアプローチし、参入を促進していく。

なお、県内の農業参入については、4年前に立てた数値目標は既に達成している状況である。

#### (委員)

3月にパリコレにジュエリー関係でブースを出し思ったことだが、今後はジュエリー、ワイン、織物が一体となって海外プロモーションをしてはどうか。また、海外での活動後、県内で展示会を開催し、その場では地場製品の展示も行い、全世界からお客さまを呼び観光に結び付けるといふ、そんな戦略的な取り組みをしていきたい。

パリのデザイン工場などで、様々なブランドを見て分かることは、その国や県などの歴史背景を打ち出したものがブランドとして成功しているのだから、山梨県の立地とか背景を取り入れたデザインの方向性を持つべきだと思っている。

また、フィルム・コミッションについて、例えば映画では、「眉山」では徳島県が、「プリンセスヨトミ」では大阪がプロモーションをしている。同様に、例えばルパン三世とコラボしながら、ルパンが山梨県に宝石を盗みに来るといふような、ワインなどの要素も加え、アニメとコラボすれば良いと思う。

中心街活性化に大規模集客施設などの記載があるが、例えば県立図書館など、今あるものを再利用する方向で進めるべきだと考えている。

#### (産業労働部長)

山梨ブランドの代表的な分野の方々が協働して、海外に打って出るという取り組みは、県としても様々な支援メニューを設けているので、活用して欲しい。

また、宝石や織物などのデザインにおいて、歴史の背景などを取り入れる必要性は高いとの認識があり、中小企業のデザイン力向上に向け、試験研究機関が連携を図り支援していく。

甲府市中心市街地の活性化策では、まさにオリオン通りの箇所、今あるものを再利用する形で整備を進めている。

#### (観光部長)

フィルム・コミッションについては、これまで山梨を舞台にした映画が制作されており、その反響などから、地域を舞台にした映画といふのは、非常に情報発信効果が高いという認識である。アニメとコラボということも大変興味があり、今後マスコミや映画関係者と関わる中で検討していきたい。

#### (委員)

産業と観光という部分では、経済効果を出すための方法を考えたい。

そういう中で、歴史やワイン、パワースポットなどをきちっと押し出して、観光と結び付ける必要がある。京都や鎌倉、奈良では、やはり歴史が活きている。その歴史を表に出し、様々なものを繋げていくことで、山梨の魅力ある滞在型観光メニューとなる。

また、大変経済が厳しい状況にある中、今後は、ものづくりなど事業を進めるに当たり、ある程度色々な方から出資金をいただく必要があるのではないかと。地域でも大

変今経済が厳しいということで、我々住民が、例えば「1、2万円でも出しますよ」と提案し、ものづくりなどをしてもらい、地域の活性化を図ってもらうようなことも大事ではないかと思っている。

海外については、知事が海外に行ってトップセールスをしていることに対し、本当に感謝している。海外では、知事が行くからこそ対応してもらえるような人物が多く、トップセールスというのは大事な取り組みだと思っている。海外にはそれなりの方が行っていただき、その後は、きちっと我々県民が営業活動をすれば、販路開拓や観光客誘致が進んでいくと思っている。

海外は大変厳しい状況にある中、国内旅行者誘致の取り組みも県で進めているようだが、温泉などの観光資源だけでなく、歴史、文化、風習、風土などを絡ませ、国内の修学旅行を積極的に誘致していくことも重要である。

#### (観光部長)

様々な着地型観光商品の開発の中でも、山梨の歴史、文化を関係づけたものがあるが、個々に単発となっている状況に問題意識を持っている。

そういう中で、山梨の中の様々な歴史を観光に広く結び付けるため、おもてなし条例の検討を行う中で、条例での位置付けやそれを基にした新しい観光施策の展開を考えていきたい。

また、海外トップセールスについては、これまで中国を中心に、台湾、韓国などでも実施して来た。今年については、震災もあったが、引き続き販売促進、観光客誘致を進める必要から、予定としては7月からシンガポール、タイを中心に展開していく。

教育旅行については、従来、中国を中心に教育旅行としての団体旅行が非常に多かったが、これが今完全に止まっているので、プロモーションの中では、教育旅行の関係についても力を入れていきたいと考えている。

最後にパワースポットについては、歴史や文化などもパワースポットに位置付け、その切り口からも旅行商品の開発を進めている。

#### (委員)

震災により日本の国も山梨県も、大変な事件になったが、逆に変わるチャンスだと捉え、これまでの山梨県や農業というものの改革をしてもらいたいと思っている。

山梨県には強みと弱みがある。これは県だけでなく農業もすべてであるが、この弱みをもう少し徹底的に分析して、例えばなぜ担い手が減ってしまっているのかなど、しっかりそれらを認識して欲しい。また、強みをしっかり伸ばしていく方向性もあるのではないかな。

この計画については、震災の発生や、社会の著しい変化にも耐えられるようなものにする必要がある。そういう面で、状況に応じ柔軟な対応が取れるような計画としての観点も必要ではないか。また、事業を展開するためには、人、物、お金が必要だと思うが、人材をどのように育成するのかということも、もう少し広い立場で考えてもらいたい。農業でも経営では様々な取り組みを進めていかなければ、今からの社会では生き残れない。一つのトレンドとして、農業が今、全国でもはやされているのであれば、グリーン・ツーリズムよりも、やはりきちっとしたお金が得られるような、農業体験だけでなく、担い手を育成する農業スクールのようなものをすべきではないか。

農業界というのは、どうしても農業関係の方々、ご先輩方々からしかお話を聞くことができないが、もう少し山梨県として広い視野で見てもらいたい。県及び市町村として、様々な機会に検討してもらい、原石のままの優れた素材を発掘し、展示会などで販路開拓に取り組めるようなことや、また他県や諸外国から来ていただくため



にはどうすべきかを考えるなど、おもてなし日本一の山梨県を目指して欲しい。

今確かに「これからは海外」という話を聞くが、3.11以降、諸外国に日本産の農産物が輸出できていない状況というのは、農政部も把握していると思う。県では様々な取り組みを国内外で展開している。PR活動もそうだが、やはりピンポイントで打っていく必要があるのではないか。有り余るお金で有り余る人たちに向かっていくのではなく、この事業は、どういう層のどの方々をターゲットとするのか、その点をしっかり整理して欲しい。

ビタミンやまなしについても、東京などいろんな所に行っても、いまひとつ浸透していない。一つ言えるのは、やまなしブランドという言葉が、まだまだ一人歩きをしており、農業界では認知されていない。まず丁寧に農業、ジュエリー、織物、ワインなどの関係者に対し、やまなしブランドとは何であるかということをしかり示した上で発信していくべきである。

#### (農政部長)

本県農業の強み、弱みについて、この産業部会でもしっかり議論をしていきたいと考えている。また、農業関連でもこの行動計画に基づく農業の今後4年間のプランづくりを別途行うこととしており、その中でも本県農業の構造分析を通じ、今後の在り方をしっかり議論していきたいと思っている。

次に、農業の様々な課題がある中で担い手対策については、農業体験を望む方と農業で生活をしていく方の両者をしかり見極め、整理をして事業に取り組むべきとの話と受け取った。担い手対策については、昨年度から専門の所属を設け力を入れているところであるが、その部屋を立ち上げた時のコンセプトが、まさにその点にある。例えば、農業に癒やしを求めて取り組みたい方がいて、農業で生活をしていきたい方もいる。両者とも本県にとって今後の農業を担っていただく大変貴重な方々である。そのため支援を行う中では、ニーズに合った施策を、行政の無駄をできるだけ省き、効率化を図る中で展開していく、そのコンセプトに基づいて取り組んでいく。

#### (委員)

私の会社でもフランスのパリの展示会に織物を出展し、非常に高い評価を受けた。

山梨県でとれた繭、メイド・イン・ジャパンの繭で作った織物、富士山の麓で生産されたということにインパクトがあり、それが広がった形で販売ができた。今後はジュエリーなどとのコラボレーションができるような、協働して出展する方向で取り組んでいきたい。

ただし、ブランドというのは、あるものに名前を付けるだけではなく、作り出していくものであり、歴史などを踏まえた形でのブランド戦略がなされるべきだと思う。

また、農業政策の変更により、原料調達に関する仕組みが変わり、製造者が農業生産のところまで踏み込んで話をする必要が出てきている。その辺りを踏まえて、6次産業化など農業を含めた問題として、新たな取り組みを作り出せるような連携が望まれる。

#### (産業労働部長)

企業が連携した取り組みについては、県も支援をしていくので、積極的に取り組み活性化に繋げて欲しい。

#### (農政部長)

製糸業と新産業の在り方について話があったが、私も繭の生産農家と今後の在り方

を議論した時に、地元の国内ブランドとしっかり連携する形で蚕の生産農家が取り組んでいかなければ、中国など外国の繭に太刀打ちできないのではないかという発想から議論が始まったと記憶している。

そのような意味では、まさに川上と川下の連携ということで、製糸業など絹の分野では6次産業化の取り組みについて、いち早く取り組んだという分析も成り立つものと思っている。繭の生産は、山梨の産業の中で一時代を築いた産業と認識している。そのような先進的な取り組みを分析し、農業分野の今後の計画作りの中でもしっかりと検討をしていきたい。

#### (委員)

暮らしやすさ日本一との関係で、消費者の食の安全・安心の問題は他でも頻繁に議論がされており、加えて興味深いのが、高齢者の人口が増加したことにより、買い物に困難な人が増えているという問題である。高齢者と交通弱者と呼ばれるような人たちが買い物をしやすい環境を整備していくということが、暮らしやすさ日本一につながっていくのではないかと思う。また、資源ごみなども、出す時期に制約があり、出す場所も遠く運ぶのが困難であるなど、高齢者の問題なども考慮した上で検討していくことも必要ではないか。

さらに、アニメを通じての活性化について、実際にアニメの舞台となった場所や原作に登場した場所、アニメのシーンで現れた場所などをアニメのファンたちが探して、聖地巡礼という形で何度も訪れることで町おこしとなり、収入も得ている事例がある。山梨にもパワースポットなどが存在しており、アニメの聖地巡礼など、新しい考え方も取り入れて事業を進めると一層発展していくのではないか。

#### (委員)

経済ではグローバル化が進み、知事もトップセールスでワインや農産品の海外セールスを行うなど、皆さんの目は外へ外へと行っていると思うが、一つのはやりという流れではあると思うが、個人的にはそれに逆行している考えを持っており、もう少し足元を固めた方が良いと思っている。

最近少し死語になってしまったのか、こここのところ地産地消という言葉が使われなくなってきたように思うが、以前は、例えば農産物であったり、その地域でとれたものを地域の人間が食べることが一番体をつくるのに良いのだという、昔ながらの考え方が残っていた。山梨ブランドにしてみても、ワイン、織物、ジュエリーなどでも、地域の人間がその物を知らない使ったことがない、飲んだことがないというのはどうかと思う。

あくまで嗜好品なので全ての人に必要なものではないが、例えばワインが好きならなるべく県産のワインを飲み、その人が外に出向いたときに、その人が営業マンになってくれるような、宣伝してくれる感じで地域を盛り上げていくのが望ましい。

どこかで県外の人と一緒に「あれっ、これちょっと変わってるけど何？」と聞かれたときに、ストーリーを語れるようにする。それには県民自身が県産のものを使ったり食べたりする生活が望ましく、県もそのための施策を展開して欲しい。一つには食育の推進があるが、週一日でも県産食材のみで作った料理を提供する山梨の給食の日を設定するなど、県民一人一人が身近なところで実践できる取り組みなども検討してもらいたい。

#### (2) その他

事務局から今後の審議日程について説明し、了承を得た。