

## 山梨県総合計画審議会第2回産業部会 会議録

1 日 時 平成23年7月15日（金） 午前10時～正午

2 場 所 ホテル談露館「アンバー」

3 出席者

・ 委 員（50音順、敬称略）

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  
山本 健一 渡辺 一彦

・ 県 側

知事政策局長 産業労働部長 観光部長 農政部長 情報政策課長  
（事務局：知事政策局）政策参事 政策主幹 政策企画監

4 傍聴者等の数 なし

5 会議次第

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

6 会議に付した議題（すべて公開）

- (1) 第二期チャレンジ山梨行動計画（仮称）の素案について
- (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）

57 ページの多文化共生社会の形成について、今回の東日本大震災では、私も全国、海外からの様々な相談に応じたが、日本は多文化共生社会というものに早急に対応していかなければならないと感じている。

多文化共生というのは、全ての分野の下支えになるものであり、本県では、平成19年4月に策定された、やまなし多文化共生推進指針を基に、やまなし多文化共生推進協議会が中心となり取り組みを進めていると理解している。

県では、現在、外国人の実態調査に取り組んでいるが、協議会の中では、この実施時期について、できれば、国が新たな在留管理制度を導入し、日本人と同様、外国人も住民登録を行う制度になった時点で行い、外国人の居住実態というものを把握すべ

きとの意見があったと認識している。

協議会は市町村や様々な団体、関係大学で構成されており、こういう外国人の実態調査などは、協議会での議論の上で行われるべきであるが、今回の調査は、協議会での検討経過と結び付いているか疑問である。

支援団体は、定住外国人に「県がどういう施策を皆さんのためにやっている。」と伝えるのが使命だと思っている。国にも定住外国人に対する施策があり、我々も日本語教室に携わっているが、外国人のニーズの変化が著しい中、今回の震災の影響を受け、教室の予算も削られる傾向にあり、ニーズに合った外国人通訳の配置が難しくなっている。

県としては、協議会では、指針に基づき事業計画を決定していくことになるが、協議会の役割や、指針で示している多文化共生キーパーソンの設置など、取り組みを進める上で疑問がある。

(観光部長)

多文化共生については、やまなし多文化共生推進指針を策定する中で、民間や県、市町村等の役割分担を明確化し、それに基づく施策を推進している。

その中で、一つの施策である外国人住民実態調査については、昨年、一昨年と、様々な討議がなされ、それを踏まえる中で既に着手している。平成 22 年 8 月には、国の日系定住外国人施策に関する基本方針が策定され、今年の 3 月には国の行動計画が示された中で、それを踏まえた対応が必要との委員のご意見もあるが、まずは今年、実態調査をさせていただき、県内の定住外国人の皆さんの状況を把握することが必要だと考えている。

国の行動計画に基づく具体的な国の取り組みが展開されていく中で、さらに追加の調査というものも考えられるため、協議会の関係者と緊密に連携し、今後の取り組みを一緒になって実施していきたい。

(委員)

56 ページの姉妹友好地域との民間レベルの交流促進が、やまなしの魅力発信と多様な交流の推進に向けた施策の方向として記載されている。この民間レベルの交流も、もちろん大事だと思うが、それ以上に政府レベルでの交流が重要であると考えている。

中国では、従来から、中央政府がかなりの権力を有しているが、改革、開放されて以降、地方政府もかなりの権力を有し、地域の経済を活性化させるための独自の政策を打ち出している。

そういう意味では、地方政府レベルでの交流は十分可能であり、地方政府のバックアップを得ることで、地元の産業や観光資源についても、より効果的な情報発信ができるのではないかと。

また、情報発信という面では、大学や教育機関などと連携する中で、産官学を併せてアピールすることにより、より効果が現れるのではないかと考えている。

(観光部長)

姉妹交流の促進において、地方政府とのかかわりが重要であり、観光や産業、農産物の販路拡大においても、そのような政府間の交流機会は大事なものだと考えている。

姉妹交流という、県を挙げての交流としては、従来からの四川省との友好交流が 25 周年を迎えており、その他、アイオワ州や忠清北道、ミナス・ジェライス州とも交流を進めている。

また、観光や経済において、地方政府と関わりを持つ取り組みを進めており、例え

ば、直近では、知事がトップセールスで、シンガポール、タイ、台湾、香港を訪問する予定である。これもある意味では、政府関係の窓口を通じ、経済交流につなげたいという目的で行っている。

観光では、今年2回、中国の地方政府、地方都市において、観光キャンペーンのための訪問を予定しており、そのような形の中でつなげていきたいと考えている。

産学官の連携について、観光部では、県内大学の留学生を含めた国際交流に、これからも取り組んでいきたいと考えている。留学生を、様々な場面で活用することが、学生にとっても見識や活動の場を広げるという意味で、非常に効果があるものと考えている。

これまでも、留学生の方々を通じ、東日本大震災後の山梨の安全性をアピールしてもらうような取り組みを行っており、今後も留学生などの協力を得る中で、効果的な情報発信を行っていききたいと考えている。

#### (委員)

36 ページのやまなしブランドの確立に関連し、ブランドの確立というのは、言葉で書くと非常に簡単であるが、実は非常に難しい時間のかかる作業だと思っている。

山梨県では、ジュエリーやワイン、織物では、既に高品質なものが作り出されているが、それらは、山梨では売られていない。一方、銀座に行けば山梨で作られたジュエリーや織物なども売られている。それには、ブランドの考え方というものが、山梨県の中に確立されていないということがあるのではないか。

ブランドを確立させるには高級ブティックが必要であり、ただ物売るだけでは、ブランドというものはできないと考えている。「物売る」のではなく、「ことを売る」というのが、まず大切なことであり、「ことを売る」ということは、その高品質とかデザインだけではなく、イメージであり、加えて、買いたくなるような気持ちを抱かせるということだと考える。

したがって、その見せ方、店舗デザイン、こういったものにも特に力を入れ、山梨の高級品質のものをいかに高級に見せて、買いたくなる衝動を起こさせるかということが非常に大切である。

これには、デザイナーの力が重要であり、デザイナー自身が、デザインについて勉強していかなければ、ブランドというものは開発できない。

可能であれば、ジュエリー、ワイン、織物など様々なブランド品が一堂に楽しめるようなブランド街やブティック街、こういったものができれば、観光客も集まるのではないか。

観光客というのは、一日を楽しむので、買い物と食事、高級なレストランが一緒にできることにより、魅力が増す。腕の立つシェフなどがレストランを開いて、ブランド街と一緒に地域をつくり上げていくことが大切なことだと思う。

山梨県の料理がおいしいというアピールについては、テレビの力も大きいので、以前の「料理の鉄人」のような形で、腕の立つシェフを招き、山梨の食材を使って、いかにおいしい料理をつくるかと、そういった企画のテレビなどでアピールするのも面白い。

ワインについては、甲州というブランドが世界で認知されるようになったことに加え、本日の新聞にもあるとおり、県の協力を得て、山梨というブランドを作り出そうとしている。これは、山梨県のブドウを100%使い、県内で作られたワインに対して、山梨という名前を表示できるとするもので、焼酎や日本酒などでも取り組まれている。

ブランドを作るには、様々な制限も出てくると思うが、そういう制限をしながらブランドのイメージをアピールしていくということが大切ではないかと考えている。

(産業労働部長)

県では、特に、デザインを重視するという一方で、やまなしブランドの確立について、取り組んでいくこととしており、今年から両工業技術センターに、デザインや販売促進で実績のある方を招き、織物や宝石などの業界の方々にデザイン力を身に付けてもらうこと、さらには、その職人の方がミラノに行き、現地で勉強することができるような支援策を考えている。

山梨県からブランドを発信するという面では、現在、東京の八重洲口の相当な面積にアンテナショップを設け、山梨の誇るワインや県産品を置くような取り組みを行っている。

今後、甲府駅の周辺でも、県の防災新館 1 階には、県産品を見ていただいたり、購入していただけるようなスペースを設けたり、宝石については、ミュージアムを検討するなど、徐々にではあるが、そういった方向につなげていきたいと思っている。

また、ワイン、特に食文化、文化と、「ことを売る」という表現で、買いたくなる背景には、様々な文化があるということは認識している。有名シェフの活用という面では、商工会連合会と、東京都の丸ビルで、「おあんなって山梨」というものを企画している。既に 2 回目となるが、有名シェフを招き、山梨の食材を見ていただき、その食材を使ったメニューを作り、提供してもらう取り組みを試みている。

ワインについては、これまで産地認証ということが非常に課題で、既に甲州市などで、ワインの認証制度がスタートしている。県としても、いろいろ考えてきたところであるが、外国で認められる国の機関がきちんと証明をしてくれる形が理想的であると考えている。今後、業界の皆さんのご意見を伺いながら、この方向で支援をしていきたいと考えている。

(委員)

54、55 ページの関連で、ついこの間終了した河口湖のハーブフェスティバルについては、毎年、多くの観光バスが日帰り、東京、神奈川、埼玉などからたくさん来ているが、そのバスのタイトルを見ると、「河口湖ハーブフェスティバルと箱根のあじさいを楽しむ」というふうなものになっている。

現状、河口湖ハーブフェスティバルにそれだけの人が来ていながら、それを県の中で回すことができず、隣の県に持っていかれるという状態が起きている。県の中で回すためには、同じ時期に、もしかしたら、どこかで何かをやっているかもしれないし、ほんの少し磨けば、観光の大きな資源になるようなイベントなど、県の中に散らばっているはずである。これらをまとめてつなげ、コーディネートする立場の人が存在しないということは、とてももったいないことだと思う。

また、ハーブフェスティバルでは、老人クラブの方たちが中心となり、持ち場を持ってお花植えに取り組んでいる。観光客から「お花がきれいですね」と言われると、「このへんは私が植えたんだよ」と、ほほ笑ましい話を交わしたりもする。「人材不足」と言われる中、増加するシニア層の役割があれば、山梨県は「老後に行けば楽しく暮らせそうだ」というところにつながっていくと思う。

宿泊滞在型の観光地づくりは、様々な県で取り組んではいるが非常に難しく、日本人の国内旅行の回数は、年間約 2.7 回～3.5 回と言われる中、近いところでは 1 泊 2 日が中心である。価値のあるものが存在して初めて、滞在につながるため、ストーリーづくりというか、「山梨県に来て、こうやって、こういうことを楽しむには、何日必要」というようなストーリーづくりをして、それでプロモーションを行うことで、より認知度が深まると思う。

いつも思うのは、東京方面からJR中央線で来ると、大月から甲府、八ヶ岳方面と、富士急線に乗る富士五湖方面に分かれ、非常にギャップというか、一つの県だと見られていないようなところがある。また、八ヶ岳も、山梨特集に掲載されるよりは、信州と一緒にの方が効果を出せるなど、山梨なのにおかしいなど感じることもある。

JRの「ビタミンやまなし」キャンペーンは、河口湖では「こちらには恩恵を受けていない」との話聞くことがある。実際、観光客は、車で来るケースが多く、電車に乗って来ない。「富士五湖に行くのに中央線を使うのか」とも言われており、山梨という枠をさらにアピールする必要がある。

(観光部長)

ハーブフェスティバルと県内の他のイベントなどとをコーディネートするような立場として、本県では、やまなし観光推進機構がその役目を担っていくべきものと考えている。

宿泊滞在型の観光地づくりの推進のため、国の観光圏制度というものがあり、本県には、富士山・富士五湖観光圏と八ヶ岳観光圏という2つの観光圏が認定されている。委員の話は、その観光圏をさらに飛び越え、県内全域をフォローするようなネットワークが必要とのことで、例えば、やまなし観光推進機構が造っている着地型旅行商品の中で、ハーブフェスティバルとセットにした一つの旅行商品のような形で提案できないか検討していきたい。

さらに、県内人材の活用として、お年寄、シルバーの方に手伝っていただくという事は非常に大事なことである。現在、県で、おもてなしのやまなし観光振興条例(仮称)というものを検討しているが、その中で、まさに県民を挙げて、一つのおもてなし運動を展開する中での人材の活用とも関連し、参考にさせていただく。

宿泊滞在型の観光というものは、本県にとって大きな課題である。本県は、滞在期間が平均1.3日で、47都道府県の中でも最下位に近い。片方で、首都圏に近いことから、日帰りの観光客が非常に多い状況にあり、日帰りで来られるために滞在型になかなか届かないという課題がある。

この夏は、国の節電対策の中で、山の、高原での長期滞在というようなものが注目されており、本県の緊急の観光振興対策として、旅行会社に山梨県への旅行商品を造ってもらおうと、そのPRに助成する制度を設けた。その一つに、「山梨県内の高原を活用した家族ぐるみの長期滞在」の着地型商品があるので、そういったものを積み上げて行きたいと考えている。

山梨の知名度を上げるため、キャンペーンを非常に努力して実施しているが、まだまだという点に対しては、真摯に受け止め、さらに充実させていかなければならないと思っている。

(委員)

今、北海道では、農家を宿にして滞在するという動きがある。これは、農家の部屋が空いているので、そこに宿泊できるというもの。山梨も農家が多く、中には空いている家があると思うので、気軽に滞在できるようなシステムができると、例えば、外国人の旅行者も気軽に泊まることができ、山梨に滞在するプランも増えてくるのではないかと。

(観光部長)

県では都市農村交流という一つの政策を推進しており、平成16年度から富士の国やまなし農村休暇邑協会を立ち上げ、都市の方々と地域の農家の方々、農村の方々との

交流をどのようにしていこうかという活動を続けている。

そのような流れの中で、県内の地域コーディネーターが 77 名育ってきており、その方々に、毎年、農家の方々も含めた農村と都市の観光客との交流をどのようにしていくか企画、提案してもらい、着地型旅行商品の開発に向けた取り組みを行っている。

その中の一環として、いわゆる農家民宿があり、県内でも、他部局と連携する中で、農業者が開業する場合の、例えば、事務手続きのフロー作りや、営業の許可申請がスムーズにできるようなバックアップを考えている。

(委員)

事務局の説明にもあったが、山梨県産業振興ビジョンが、昨年度、策定をされ、8 月にはシンポジウムが開かれるとのこと。私も出席をさせていただくが、感想としては大変良くできていると思う。

今、山梨県の置かれた、あるいは、日本が置かれた社会状況、経済状況を踏まえ、これから成長させていく分野を検討されて、その結果として 11 の分野を導き出している。

そこで気になったのだが、この行動計画と産業部会との関係で、どう整合性を取るのかということである。先程、事務局からの説明の中で、93 ページ、3 の重点プランの中に盛り込むという話があったが、何となく、取って付けたように、ここに入っているような感じの印象を受けている。せっかくこれだけ検討されて、11 の成長分野が明確になり、これからこれを目指していこうという中で、ここに収めてしまうだけではもったいないのかなと思う。

質問としては、11 の成長分野は、インバウンド観光、ニューツーリズム、6 次産業化、森林・林業、木材産業、ソーシャルビジネスなどで成り立っているが、31 ページの施策事業体系の中で突き合わせてみると、産業振興ビジョンの 11 の柱と、大体重なところであるが、6 次産業化や、ソーシャルビジネス、安全・安心な食品産業などの 3 本については、あまり見当たらない。

私は、この 11 本の成長分野の事業の方向性、あるいは、そのキーワードは非常によくできていると思っている。この行動計画の中で、これらのキーワードを、どのように位置付けるのかということを検討していただき、重点プランにとどめるのみではなく、全体の中で生かしていく方向で盛り込んでいただいた方が良いと思う。

(知事政策局長)

93 ページに重点プランとして掲げるだけではもったいないのお話であるが、産業振興ビジョンを策定する過程の中で、5 分野 11 産業を推進していくためには、いかに、その支援をしていくのか、その点が非常に大事だという認識があり、主にその支援策として県が取り組む施策・事業をここに別掲をすることとした。

これは総合計画であり、県議会の承認を必要とする非常に重要な計画である。その中に、山梨発展の芽として知事が申し上げている部分と、この産業振興ビジョンとして成長させようとする部分を、特出しして支援をしていこうということで組み立てがしてある。県としては、この部分は、かなり重きを置いている。

その後のお話で、6 次産業化やソーシャルビジネスなどが挙げたが、基本目標の中に、それぞれが散らばっているため、この重点プランの中で、まとめてお示したいと考えている。

(産業労働部長)

この11の分野は、産業労働部、観光部、農政部などが各分野にそれぞれ関係しているので、できるだけ縦割りにならないよう、それぞれが自分の分野を守りながらも、縦割りにならず協調してやっていこうということで、いろんなどころに入っている。

例えば、産業労働部では、様々な新しい成長分野で挙げている医療機器などの分野に、中小企業が進出できるよう、部の中に海外展開成長分野推進室をこの4月から設置し、そうした分野の研究開発などを支援することとしている。

このように基本目標や施策の中に、産業振興ビジョンを実現していく取り組みが随所に入っているが、知事政策局から話があったように、それを再掲により明確化し、分かりやすくさせていこうと考えている。

(委員)

50ページになるが、自然と調和した美しい農山村づくりの推進について、主要な施策・事業の中に、耕作放棄地の再生、活用の促進がある。県でも耕作放棄地の利活用の支援制度は用意しているが、一番問題になっているのは、その土地を借り受けたい人間がいても、土地の所有者が貸さないという状況が結構多いこと。30、40アールという、まとまった土地で比較的耕作しやすい田畑でも耕作放棄地になっているところが、虫食いの的に結構ある。

所有者には、土地を自由にする権利はあるが、このままでは、とんでもないことになると懸念される。市町村や農業委員会に、もう少し強制的な権限を与えることができないものか。例えば、他県の市町村では、耕作放棄地状態になって何年か経過すると、その土地が市町村の扱いとなり、それを借り受けたい人に自由に貸し出すことができるシステムがある。

土地の権利者と土地を借り受けたい新規参入者などとの橋渡しをもう少し上手くできないと、根本的な耕作放棄地対策にはならない。

(農政部長)

先般、農地法などの国の制度改正が行われ、ご指摘の貸し借りを円滑に進めるための仕組みづくりが、大きなテーマとなった。

現在、各市町村単位に、農地の貸し借りの仲介をする組織を設置していこうという動きが始まっている。本県では、このような組織が立ち上がっているのが、まだ6つか7つ程度である。ただ、今年度中には、県としては、これが大半の市町村でできるのではないかと考えている。

この仲介の仕組みにおいては、市町村等が法律に基づき、ある程度の権限を有している。その上、貸し借りによる人の相性や人間関係も回避するよう、その仲介をする組織が全ての貸し借りの権限の委譲を受けて、人間関係のしこりが残らないように活動できる仕組みとなっている。現在、県では県内全ての市町村で、この組織の立ち上げが実現できるよう、努力しているところである。

(委員)

この原案については、基本的に、まさに果敢に示されており、10年後を展望しながら、今後の4年間に何をなすべきかということについても、これでかなりの分野が網羅され、この内容で良いと思う。

ただ、22ページの暮らしやすさ日本一の県づくりと言うと、標語は大変聞こえが良いが、この後、どのように評価していくのかということを確認しなければならぬ。

例えば、暮らしやすさ日本一ということは、他県と比べてどうなのか、日本の中で

山梨県がどういう位置付けにあるか、そういったことをきちんと見る必要がある。それが、県民所得になるのか、あるいは、人口が増加に転じたとか、様々な見方があるであろうが、何を指標、物差しにしているのかは、大変重要なことである。

また、39 ページのものづくりの中小企業の海外展開という言葉について、この海外展開という言葉は、国内の工場をたたんで海外へ出て行くようなイメージがあるため、海外展開という、この言葉自体は、少し違う使い方が良いのではないか。

また、先程、中国との交流についてのやり取りがあったが、従来、山梨県は、中国四川省との交流は今よりもはるかに活発で、予算も使っていたと思う。ところが、この数年は、年々予算をかけない方向になっており、交流も疎遠になっていると思わざるを得ない。

例えば、山梨県四川省友好県民会議という団体があるが、20 年前は専従者を派遣するなど、県も相当な費用をかけ交流をしてきたと思うが、現在は、ほとんど、そういった支援がない状況になっている。成長する中国に対しての交流を求めるのであれば、この辺りの考え方も少し改めるべきではないか。

#### (知事政策局長)

知事が目指している「暮らしやすさ日本一」というキーワードを基本理念に掲げさせていただいており、こういう組み立て、書き方、表記や文言になっている。今、まさに委員がおっしゃるように、これをどのように見ていくのか、物差しが大事だと考えている。

暮らしやすさという概念も、それぞれ、人によって変わってくるものと思っており、様々な施策を幅広く展開しながら、県民の皆さまに、そう感じていただけるように進めていきたいと思っている。

この行動計画は、工程も、予算も示しながら議決をいただくような手はずになっており、その PDCA のサイクルをきちんと守りながら、それぞれの時点でご意見をいただき、チェックを受けながら進めていきたい。

この計画そのものが重点計画であり、県の施策はこれだけではない。この数倍の事業を実施しており、特に県民の皆さまにお示しをして、県として重点的に取り組む事項を、この行動計画にまとめている。

#### (産業労働部長)

39 ページの海外展開は、そこにもあるように、まずは販路拡大を目指すということである。国内では人口減少ということは間違いがないため、外に出て、販路を拡大していこうということである。

また、日本人にしかできないコアな部分については、仮に事業所が出ていくような場合であっても、その部分は日本に残し、単純にできることや製造部門については、海外展開もあり得るだろうと考えている。これについては、経産省が、海外に投資した中小企業を 7 年間追い掛けた結果、海外に投資した中小企業は、雇用も国内で増大させ、生産性も上げているという調査結果がある。そういったものを目指し、推進していくことを考えている。

#### (観光部長)

四川省との交流については、国際交流というものを各地方でやっていかなければならないという時代の潮流があり、まず、行政としての県が旗振り役をして、そこから、県を挙げて様々な交流活動を展開してきた。

姉妹交流事業は、最初のきっかけづくりであり、旗振りは、行政が実施するが、あ

る程度成熟していくと、民間レベルでの様々な交流や、団体レベルでの交流で裾野が広がっていくというのが、従来からの県の考え方であった。

交流そのものの活性化というものは必要であるが、県民会議から県の職員がいなくなったのは、一つには、そのような流れの中で、当初の行政の旗振り役の段階から、民間同士の交流の段階に移行したものと思われる。

四川省との交流は、昨年 25 周年を迎えたが、引き続き県を挙げての交流を進める中で、民間レベルでの活動を促進できるよう取り組んでいきたいと考えている。

(委員)

39 ページの伝統産業人材育成の支援について、実際に、ジュエリー業界では、後継者不足と若い人たちに対する人材育成が不足していると感じており、今後、業界に入ってくる若い子たちの心を抱き留めるために、宝石美術専門学校で専門知識を学ぶ以外に、意識改革をした方が良いと思っている。

意識改革は、業界に関係なく、熱い思いを持った人を講師で迎えるなど、考え方を学ぶことも必要であり、業界を変える動きと同時に、若い子たちの意識を変える長期的な取り組みが求められる。

36 ページの山梨ブランドの確立について、これまでの経験から、売り方としては、まず、展示会に出展し、映画やドラマに対して、主体的に協力やコラボモデルの開発を行い、プレス活動をしている。そういったプレスに関しても、ブログやツイッター、フェイスブックで情報発信している。

山梨ブランドの確立の主要な施策・事業について、一つ一つがとても良いので、この全ての導線をはっきりさせたアウトラインの図式を製作したり、ストーリー化することで、もっと分かりやすくなるのではないかと考えている。

(産業労働部長)

ジュエリー業界の人材不足について、山梨県には、全国唯一の公立の宝石美術専門学校を設置している。現在は、職人としての技能を磨くようなコースに加え、マネジメントや販路開拓などにも取り組んでいける人材育成にも努めている。

業界の皆さんなどからのご意見をもとに、これから、どういう方向に進めば、この業界が発展して、若い人たちに来てもらえるかという観点で、県としても、この宝石美術専門学校を充実させていきたいと考えている。

また、この施策・事業には、様々な取り組みがあるが、ITの活用や、アウトラインをきちんと書き、ストーリーをきちんと作っていくということも、これから有機的に進めていくという点で参考にさせていただきたい。

(委員)

75 ページの食の安全・安心について、現在、放射能問題が多々出ているが、本県産のモモやブドウなども放射性物質の測定をしていくという話であるが、本県の農産物で、数値が若干でも出た場合、県はどのような対応をするのか。また、放射性物質に関しては、洗うということにより、かなり少なくなるという話もあるが、農水省でも、きちんとした方針を出さないため、その点についても伺いたい。

36 ページのやまなしブランドの確立について、山梨県は、産地間が競争している非常に珍しい県だと認識している。勝沼のブドウとは言うが、勝沼の方は「山梨のブドウ」とは決して言わない。産地は産地としてブランド化を目指すのが、これからは「山梨」が前に出るような取り組みを進めるということで、県も、ぜひ中央会や JA などに強く働き掛けていただき、農産物もやまなしブランドとしていく方向に導いてほしい。

い。県、JA、中央会、その3点で、そういった方向で進めていかないと、山梨県の農産物はブランド化できないと思う。

本県は果樹王国と言えども、他県の産地に比べ、ブランド化の点が遅れているので、ぜひ、対応をお願いしたい。

40 ページ以降の「元気産業創出」チャレンジの中の農業に関連し、農業の6次産業化として農産物加工が計画に記載され、良かったと感じている。

また、おもてなし山梨のところに記載があるグリーンツーリズムについて、地域資源という観点で、農業の部分にもぜひ記載してもらいたいと思う。

当方では、農家民宿の第1号となるまでに、2年の歳月がかかった。簡単にはできないというのが現状であり、農業の6次産業化やグリーンツーリズム、食堂営業などは、様々な基盤整備をしないと実現できないので、おもてなしの中には何が必要かを考える必要がある。

このような取り組みを進めていくと、例えば、それぞれの産業や観光の分野など、我々の見えないところで様々な資源や政策が、ものすごくたくさんあると感じるが、現場の私たちには、その情報をつかむことはとても難しい状況にある。

先程、横の連携という話があったが、特に6次産業化をする場合には、例えば、「加工に関しては産業が強い。グリーンツーリズムに関しては、観光と手をつながないと、とても難しい」と私たちも現場で声を上げるので、県の方では、どのように対応すれば良いか、ぜひ明確に示してもらいたい。

(農政部長)。

放射性物質の検査に関し、県では、水や大気を毎日測定し、数値などをチェックしており、本県の農産物は安全な農産物だと思っている。ただし、近隣の都道府県で異常値が少し出た場合などは、迅速に対応していく。一つの例が、先般実施した本県産のお茶への検査であった。また、国からの通知などもあり、これから計画を立てて、取り組んでいこうとしている。

その第一弾として、先日、モモの検査を実施したが、主要4産地のサンプルから放射性物質は全く検出されなかったという結果であり、本県農産物の安心感について、私たちも、さらに手応えを感じている。同じ手応えは、知事やJAグループの幹部の方々も持っており、先般、大阪で、知事がトップセールスを行った際、知事やJAの幹部の方々が、その結果をもって、山梨県産農産物の安全性を国内市場に改めてPRしてきた。

今後、数値が出た場合の対応については、私たちは、国で定められた基準値以内であれば、それは安全性が認められたものだと思っているが、そうは言っても、何か栽培上の工夫がないのか、順次、国に問い合わせ、確認していく。実際、お茶に関しては、影響が少なくなるような育て方が可能という方法も聞いている。今後、他の農産物でも、よく確認していきたいと思っている。

農産物のブランド化に関しては、本県農産物は、各産地の方々が競い合って果樹王国を築いてきたという経緯もあり、それぞれの地域のブランドというものが強く現れているというのは、正直なところである。

ただし、これからは、農産物でも「山梨県内で生産されたこと自体が、既にブランドなんだ」というアピールをやっていきたいと思っている。そのため、今年、販売戦略委員会を立ち上げるが、この委員会には、生産者団体、行政、そして、最新のブランドなど、流通に詳しい専門者の方々に入っただき、山梨県産をブランド化する手法としてどのような方策があるのか、施策を検討していく。

グリーンツーリズムについては、農業生産以外の地域資源と提携して生産者の所得

を増やすという意味では、観光農業も6次産業化の一つだと思っている。農業体験などを通じたグリーンツーリズムなども、まさに6次産業化の一つの概念だと私たちは考えている。

特に最近では、農業体験そのものが非常に大きな観光ツールになるという手応えも、感じ始めており、従来の市民農園などの取り組みのように、今後は、ワインやブドウづくりなど、各種農業体験の施策が、どのようにグリーンツーリズムとしてリンクができるのか、観光部ともしっかりと連携しながら取り組んでいきたい。

(委員)

販売戦略委員会の関係で、物を買うのは消費者であるため、消費者団体からの意見を、ぜひ聞き取ってもらいたいと思う。物は、生産者だけが作るわけではなく、買う側の消費者が最も的を得た答えを出すので、ぜひ、そこに消費者の意見も付け加えてもらいたい。

(委員)

39ページの伝統産業人材育成の支援に関連し、観光部の山梨の魅力メッセンジャー事業として大学で講義をしていた。今の学生は、自分の着ている洋服が何で作られているのか分からないということがあった。本県は織物産地であり、教育を受けた子供たちが最低限生地の違いなどを知らないと思っている。

ここの趣旨とは異なるかもしれないが、77ページの未来を拓く人づくりの施策と連動していければ、最終的には時間はかかるが、地場産業になり、人材の育成にもつながると思っている。実際、大学などでは、子供たちがプロになるための専門性に非常に力を入れているが、それ以前の、もっと小さい子供のときから、基本的な分野の教育の場が必要ではないかと思っている。

ブランドについては、36ページの織物山梨ブランドの確立について、織物業界の人間としては、非常にありがたいと思っている。ただし、織物も色々範囲が広く、絞り切れないことがあるため、これが可能かどうかというのは分からないが、今治タオルというキャンペーンの取り組みが非常に上手かった。これは1人のデザイナーと3年から5年ぐらい連続して契約をし、イメージを創り上げることで、非常に浸透している。

織物では様々な製品を作ることができるため、相対的な織物としての山梨の織物というイメージの中で、何とかブランドとして創り上げてもらうことができれば、その後、色々な形が出てくる。

(産業労働部長)

地場産業の振興のためには、小さいときから、子供たちに教育という観点で、ものを実際に見せたり教えたりしながらやっていく必要があるということで、教育委員会などとも連携しながら進めていきたい。

今治タオルのような取り組みということについては、本県は甲斐絹、まさに、そういう伝統を踏まえて、その中で、一皮むけて、ブランドとして確立していこうということだと思っている。今回、そういうデザイン力の強化を目指し、客員の先生も招くこともやっている。ぜひ、そういうところからブランド生みだしていただき、我々は、それを支援していきたいと考えている。

(委員)

32 ページからの成長分野への参入と新産業の集積の中で、企業誘致の推進による産業集積の促進について、徳島県が LED の徳島という感じになっているように、山梨県として新規産業は、どういったもので、どういった感じの産業集積にしていこうというようなビジョン、計画、戦略などあれば、聞かせていただきたい。

また、既にワイン産業等では、こういう集積もできていて、国内でも需要があるということで、さらに、そういったものをどうやって充実させていくかというの、ぜひ教えていただきたい。

(産業労働部長)

企業誘致については、産業立地の基本計画というものがある。これに基づき平成 24 年までの計画で進めている。産業振興ビジョンで掲げられているようなビジョンは、この様々な誘致をしようとしている分野の産業分野と重なっている。

現状では、工業団地や、そういうまとまった一団の土地というのは、本県に少なくなっており、現状、ほとんど売り尽くしたという状況であるので、新たにオーダーメイドで造りながら対応していくという弱みも持っている。

今、誘致するような企業は、スピードを求めており、1 年以内というような話になると、その辺りのマッチングで、我々が考えているところの成果になかなか結び付かないというジレンマがある。

被災を受けた東北などから、こちらの方に、リスク分散というようなことで来ているような新しい動きもあるため、基本計画で触れる分野に合う範囲で一つの要因として進めていこうと思っている。

ワイン産業については、約 80 のワイナリーがある。兵庫県は日本酒の一大産地で、ここでも、盛んな事業者は 80 あるとのこと。兵庫県などは、3 つのエリアに分けて、振興を図っており、何よりも、先ほどから意見があったように、食文化とかワインツーリズムとか、そういった、ワインについては、いろんな背景を一緒に育てながら頑張り、振興を図っていくべきだと考えている。

県内にはどういう背景があり、食文化と一緒に、その振興をさせていくような、ストーリー作りが必要だと思っており、業界の皆さんと連携して進めていきたいと考えている。

(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。