

宮城県行政評価委員会 政策評価部会  
産業分科会(平成18年度第3回)審議概要

日時:平成18年8月3日(木)  
13:30~16:30

場所:宮城県行政庁舎9階 第1会議室

- 1 開会
- 2 議事
  - (1)施策評価の説明・質疑  
政策整理番号16「産業間の連携と地域資源の活用による産業活力の創出」の各施策
  - (2)政策評価の説明・質疑  
政策整理番号16「産業間の連携と地域資源の活用による産業活力の創出」
- 3 閉会

出席委員 大滝精一委員、小林豊弘委員

---

- 1 開会
- 2 議事

**政策整理番号16「産業間の連携と地域資源の活用による産業活力の創出」**

- (1)施策評価の質疑

**施策1「農林水産物の付加価値の向上」**

資料に基づき食産業・商業振興課が説明

小林委員

8ページ、B-2事業群の有効性、成果指標推移からのところに、モデル経営体販売金額対前年増加額云々と書いてあるが、モデル経営体というのはどこか指定しているのか。

食産業・商業振興課

平成17年度については、事業分析カードにあるとおり、経営体数は2件の実績である。

小林委員

売上げが9,713千円という意味か。

食産業・商業振興課

増加額が1経営体平均ということである。

大滝委員

支援の対象になっているモデル経営体というのは、目標は年商1億円クラスの経営体育成なので、当面この2経営体を支援するということをやっているから、現在は、どのくらいの年商か。

食産業・商業振興課

この事業が最初4つから始まって、その後、終わったところが2つあって、昨年度は4つのうち2つという形で推移している。今年度は……。

#### 大滝委員

正確でなくてもいいのだが、要するに支援してるといっているが、目標は年商1億円クラスの経営体をつくるということで、それに対してどの辺まで可能性があるのかを聴きたい。5千万円くらいのもなのか、7,8千万円くらいでもうちょっと頑張ればそこにいくというものなのか、あるいは、まだ2,3千万円くらいでもうちょっと頑張らないといけないのでそこを押ししていくかを考えているのか。どの程度の経営体を支援しているのか。資料を見てもよくわからないので教えて欲しい。

なければ後で情報提供して欲しい。

#### 小林委員

立ち上げ当初の企業というのは、必ず売上げが増加しなければならない。施設をつくっても、トマトをつくっても、最初から売上げは一気に伸びない。60%の成績ならば、翌年度は70%とか、75%とか、その次に80%くらいとか、5年でいっぱいとか成長カーブがある。その成長カーブというものも入っているのかどうか。また、安定経営でいっているものなのかどうかということもあるのではないかと。あとは、業種にもよる。日の当たった業種と辛かった時期を向かえた業種とかがある。いいことはうれしいことだが、具体的に、どの程度うれしいことなのかという意味で聴きたい。

#### 食産業・商業振興課

個別のものは確認して報告する。今年度で把握している状況で、5千万円から1億円未満までの売上げを持っている予備軍というか、その対象が59経営体ある。その中で、モデル事業に指定したり、それぞれの努力によってということもあるが、1億円以上の売上げを上げていくという候補者としてはかなりの数はある。そのところで、業態なり、その時々がいい事業と日の当たらない事業とがあると思うので、その辺を見分けしながら支援していくのがいいのかと考えている。

#### 大滝委員

事業分析カードにある個々の事業について説明して欲しい。例えば、アグリビジネス支援事業というのがあり、ここには農業者の掘り起こし育成事業と書いてあるが、どんな形で掘り起こしとか育成を支援するというをやっているのか。

#### 農地整備課

ソフト的な支援ということで、ほ場整備事業をやっている地区の中で、今後、アグリビジネスに取り組んでいきたいという意欲のある農家の方に、先進地の視察とか情報提供するための事業となっている。アグリビジネスの糸口をつくるということで、掘り起こしという表現になっている。

#### 大滝委員

次に、グリーンツーリズム促進支援事業というのがあり、平成15年から6地区、6地区、7地区について支援しているが、3年間支援しているという形で理解していいのか。

#### むらづくり推進課

概ね3年間である。

#### 大滝委員

その時に、具体的にどのような支援をしているのかとか、3年間でそれぞれの地区でどんな変化が起こったのかとか、あるいはそれぞれの地区の中で、例えば、交流人口の変化とかが起こっているとかをどの程度まで把握しているのか。特に顕著な例でよいので、情報提供をお願いしたい。

#### むらづくり推進課

モデル的なパターンとしては、1年目あるいは2年目に、この町村ではこの方向でグリーンツーリズムを推進していくという方針をつくる。それと合わせて、今まで行政がリードしてきたという面があるので、地域に住んでいる住民が主体になってもらうという意識付けの研修会を1年目にする。その中で意欲のある方を集めて推進協議会みたいなものを住民主体でつくってもらう。その人たちが2年目、3年目になると、実際のモデルツアーみたいなものを催し、都市住民を呼んで農作業体験交流事業を行う。2,3年過ぎ

てこの事業を止めたとしても、その推進は続いていくので、その中で、例えば、直売所で頑張っていた奥さんが農家レストランをつくってみたり、農家民宿を開業したりという動きにつながっていく。それをねらっている。実際に農家民宿ができているところは、小野田町で2箇所、若柳町に1箇所ある。効果はあったのであろうと考えている。

小林委員

アグリビジネス経営体のところで、事業の成果が、平成15年がマイナスの数字であとブレが出てくる。これは、前年度の比較した数字でよいのか。

食産業・商業振興課

対前年度の増加額である。

小林委員

数字が落ちた理由はあるのか。

食産業・商業振興課

推移については資料を確認する。

大滝委員

グリーン・ツーリズム促進支援事業の次年度の方向性のところで、全県的なグリーン・ツーリズム推進団体の育成を図るとあるが、県としてはもう立ち上げているのか。

むらづくり推進課

昨年12月22日に、民間主体のグリーン・ツーリズム推進協議会が立ち上がっていて、今年2年目に入っている。

大滝委員

県としてはそれをバックアップすることを考えているのか。

むらづくり推進課

この586千円の中には、活動の助成としてグリーン・ツーリズム推進協議会に補助金を出している。

小林委員

終了している事業で、アグリビジネスに取り組む人材の育成というのは、どんな形のものだったのか。

食産業・商業振興課

新規の事業で、平成17年度で対比すべき事業がなかったので、決算額がバーにしている。戦略事業でやったハード整備部分がなくなったので、人材育成の部分を新たに新世代アグリビジネス総合推進事業として組み直しをして、みやぎ産業振興機構にお願いして実施する形にしている。ソフト部分であり、人材育成とか研修とかの部分を重点的に取り組むという形にしている。

小林委員

アグリビジネス創造型生産基盤整備支援事業は、どういう形の支援か。方向性に関する説明の中で、地場産農産物の付加価値向上等による販売を促進するというのはどういうことか。

農地整備課

ほ場整備事業を行っている地区で、最近では、米だけではなくて他の農産物もつくっている地区が出てきている。そういう方々の生産を、アグリビジネスという形で直売なりの方法で販売を進めていきたいという方に、ソフト的な支援をするということで進めているので、そういう意味で販売を促進するという形になっている。

小林委員

産直の販売所の主管はどこか。

#### 農地整備課

直売所自体は、地元で市町村なり、JAと地域の方と相談して設けているので、事業では場所の提供とか一切していないが、支援だけなので、JAのところの一部を借りて、まず土日の各週くらいに始める方が多い。主管課というと、市町村になるかもしれない。

#### 小林委員

新聞の記事によると、増えた分だけまた減っていると。二百いくつあるといくつ増えたかいくつ減ったかというような記事がでる。いったいどこが、こういうものを支援の中心になって進めようとしているのか。

#### 食産業・商業振興課

経営関係の支援ということでは、当課の方で農産物直売所のリーダー養成というか、経営をきちっとできるような人材育成の支援はやっている。個別に各地域で直売所の方の支援というのは、農業改良普及センターの方で個別に相談にのったり、指導したりというようなこともやっているの、1箇所主管課という形ではなく関連のところと連携をとって進めている。あと、つくるときの助成とか補助を使うとかであると担当課がという形になる。

#### 小林委員

何か複雑である。ひとつの政策目標があって、施策につながっていて、推進しているというような姿ではない。

#### 食産業・商業振興課

基本的な方向性としては推進の方向性にある。使う事業が様々可能なものなので、それを1本に集めるということではなく、それぞれの所管する課でそれぞれの所管する事業で支援していく。当課では、トータルで把握する役目と人材の育成の部分を担当している。ハード事業でもいろんな事業が入ってきているし、道の駅という農水省サイドの事業ではない事業を使ってやっているの、1本でやるというよりも、いろんな道を、市町村なり、法人なり、利活用しながらやっているということである。

数が増えた分減っているということで、経営が小さいところが試験的に立ち上がってくる場合も多いので、それをトータルで支援ということまではしていない。

#### 小林委員

県内で最高3億ぐらいの売上げである。3億だと月2千5百万円、休みを週1回とったとして、1日百万である。百万では商売としてたいした金額にはならない。こういうものを付加価値のある一群として大きく変わるためにも、しっかり把握すべきである。

#### 食産業・商業振興課

今後、農産物直売所なりの展開の方向がどういふふうにあるべきかというのは、ちょっと悩んでいるところがある。地産地消という形で顔が見えて、品質をきちんと担保できるような売り方をする分量というのは、多分、ある程度制限があるのだと思う。なおかつ、有名になった産地なり、評価を得た生産物なりが生産拡大に向かうとすると、直売所で捌く量からはずれていくのだろうと思う。農協の共販出荷の展開になってくるのだろうと私は想像しているが、そうすると直売所という形から離れていくことなので、その辺、どこで直売所の守備範囲を設定すべきなのか、テーマを地産地消なり、消費者の信頼という形のところに置くと、逆にある程度制約がかかってくるというか、営業の仕方もある程度限度があって、その中で信頼を継続するような売り方にならざるを得ないのではないのか。そこがちょっと産業に対する政策としては、直売所だけいえば限度がある。そこを、今後、詰めて行かなくてはいけないと思っている。

#### 小林委員

付加価値の向上ということで、一般的に言われていることは、地域ブランドという話題が豊富である。この中の事業には入っていないが、取り組みがあったように思うが。

#### 食産業・商業振興課

ブランド化という形で、県内の生産物をどうやって売っていくかということは、戦略として今立てつつある

が、地域ブランドといったときの地域ブランドの考え方で、生産物ブランドともちょっとずれるので、生産物ブランドの中で地域ブランドを扱うのか、地域振興的な中で地域ブランドという、要は地域の価値が先にあってそれに引っ張られて物が売れていくというのと、物の価値が独自で売れていくというのと2種類ある。そこのたてかたがなかなか難しいと思っている。ただ、地域の名前を売っていくというのは、アグリビジネスなどでも重要な項目であると思っている。事業としてこの中にはっきりはめ込めてはいない。別の製品のブランド化という方で県政の流れを整理しているところである。

小林委員

動きの激しい分野であるので、このような長期の手法で固定するのは苦しいが、期待も大きいところである。付加価値なので同じ量が取れたら高く売りたいと思う。そういう視点から言うと、皆さんが高く買ってくれるようなステージで、必ずしも経営体が大きいかということよりも、高く売れる志向の方が付加価値向上という点では理解しやすいと思う。

## 施策2「農林水産業や観光産業などの産業間の連携」

資料に基づき産業政策推進室が説明

小林委員

地域産業振興事業の内容について説明して欲しい。

産業政策推進室

平成16年に地方振興事務所を立ち上げ、地方振興を産業に軸足を移してということで部長級の所長を置き、地域の産業振興、経済の活性化に力を入れていこうとして、現場を知っている所長が臨機応変に使える、あるいは、県全体で考えている施策とは違った意味合いでの地域特化の事業もやらなければならないことが出てくるだろうということで、準備したのが地域産業振興事業である。必ずしも農林水産業とか観光産業、他の商工業とか連携を期待するということをつくったものではないが、最近、景気が厳しさはあるが明るさが見えてきた。どうしても地域経済の活性化ということにいくということで、各事務所400万円前後割り当てされていく事業で、地域に人を集めるとか、海の幸山の幸に付加価値をととか、それを商工業の感覚を持って、もう少しレベルアップしていこうという事業にどうしてもなりがちで、施策としてはここに馴染まないかもしれないけれども、とりあえず、今の傾向からするとそういう事業が多いので、ここにぶら下げるのが適切かという内容のものである。各事務所からは使い勝手がよいということで、ぜひ継続してやって欲しいといわれている。

小林委員

成果の把握がなかなか難しくなるが。

大滝委員

地域産業振興事業の話と指標の地域資源活用事業創出件数はつながっているのか。

産業政策推進室

そのようなこともあり、地域産業振興事業で目標が立てられない、その年の地方振興事務所の考え方で取り組みが違ってくるといことで、指標の基礎には入れていない。

大滝委員

指標で使っている創出件数というのは、ここに示されている事業のどこにつながってくるのか。

食産業・商業振興課

みやぎ「海・山・大地の恵み総合事業(地域産業活性化支援事業)」で支援して開発された、商品開発とか販路拡大とかで生み出されたものが主たるものとなっている。以前からの数字の拾い方だと、区分としては地域資源活用事業創出件数にカウントしているのは5つある。森林空間の事業化、農山村空間の事業化、新しい特用林産物の商品化、これはきのこなどである、木質資源新用途利用の事業化、当課で持っている新商品生産、サービス等の事業化、これが新商品開発とかサービスとかを事業化すると

いうもので、ここ2年間をみると商品開発が主な要因というふうに件数についてはなっている。

#### 小林委員

山の幸振興総合対策事業のしいたけ等の栽培というのは、なかなか連関が難しいのでは。おがくず栽培が中心になり、どこでもできるということで、原木栽培であれば、地域の資源を使ってということができるが、連携はちょっと難しいがどうか。

#### 農産園芸課

山の幸振興総合対策事業の方では、産地強化計画というのは、各地域の方でソフトも視野に入れて行うということで、県内8地区で策定してもらい、その中で、どのように生産振興を図るか支援を行っている。実際に、原木の方から菌床栽培ということで、コストの削減という意味で販売の利益、生産者の利益が上がるという、このような動きも出ている。そういった観点も含めて産地強化計画を策定している。

#### 大滝委員

指標の中でカウントされている件数は、多くが商品開発化されたということで、その後、商品がどれくらい売れたとか、可能な限りフォローアップしていると思うが、この中でヒット商品みたいなものは出ているのか。ヒット商品とっていいかわからないが、ある程度売上げを上げていたり、実験的ではなく継続的に売れている商品とかあるのか。

#### 食産業・商業振興課

カウントしているのは昨年度4件。これは、実際商品になって店頭に並んだもののみをカウントしている。支援としては、販路拡大だけでなく商品開発も入っているものとしては7件あり、その内4件が商品となって店頭で売れたもので、残り3件は、事業が終わった段階では試作という形で終了したということで、基本形は確実に商品になったというものである。ただ、ヒット商品になるとなかなか難しい。フォローアップとしては、今年度6月に行ったビジネス商談会に、この支援をした事業者に参加してもらい、首都圏のバイヤーとか県内のバイヤーとかへの売り込みということへの支援をしている。爆発的に売れたというものは、なかなか補助金の法律の関係でお金が戻ってくるという状況までいっていないので難しい。

#### 産業政策推進室

地域産業振興事業で、それぞれの地方振興事務所でも特産のものをやっている中で、例えば、気仙沼で、南三陸春つけ野菜をセットで、春をつける野菜ということでほうれん草、つぼみ菜、ふきのとうなどをセットで売り出し始めて、供給が追いつかなくなりつつあって、生産体制をもっと整理していかなくてはならないという話とか、大河原だと、最近、仙台駅でみやぎ蔵王三十六景のフォトコンテストの展示をして、集客に力を入れているとか、仙台では、仙山圏交流で山形と連携して物産展を仙台市民広場で行い、定例化してきてそれなりの実績を上げているとか、指標には出していないがそういうことがかなり出てきている。

#### 小林委員

その辺は県民の目に見える形で、南三陸の人はよくわかっているけれども県南の人は知らないとか、それが県民満足度調査の時にはぜんぜん入っていないことになる。何もないと、こういうところにつながるの、目に見える形が欲しいと思う。

#### 大滝委員

活性化しているとか、新しい商品とか、観光につながっている例が、地方振興事務所を中心として出てきているということは凄くいいことだと思う。そういう意味では、県は情報を全て持っているの、多くの人に発信して欲しい。他の地域にも波及するし、県民も凄く元気づけられるところもたくさんあるのではないかと、今の話は非常によい事だと思う。

### 施策3「地域資源を活用した観光産業の振興」

資料に基づき観光課が説明



原因がないので、順調に戻りつつあると思っている。

大滝委員

これからの全体の流れからいうと、中国、台湾、韓国からかなりの人がきてもらわないと。

観光課

当課としては、香港便を何とかして復活させたいということで、定期便があるかないかというのは大分大きい。我々だけではないが復活に向けて努力しているところである。

小林委員

そういう意味では、新たに空港線ができるのも観光課には追い風になる。

大滝委員

伸びてきているので、それを維持して、次の観光キャンペーンとか、新しい観光振興とか、そちらにつなげていき、勢いを伸ばしていくことだろうし、また、ホテルも大分出来てきているので、その点では方向性は明るいと思われる。

観光課

うまく乗りながら進めていきたいと考えている。

### **施策1「農林水産物の付加価値の向上」に関する質問に対する回答**

食産業・商業振興課

企業のアグリビジネス経営体育成支援事業は、平成14年度から17年度まで4年間で、6経営体の支援を行って、基本的に1経営体に対して2カ年という形でやっている。平成14年度は2経営体で、延べでそれぞれ2、4、4、2となり、実際は6経営体となる。基本的には、幅があるが、年商3千万円から7千万円クラスの意欲的に啓発を目指しているところに支援をして、中堅クラスに育成するということである。

平成15年度のマイナスの要因は、米のお金が落ちてしまいマイナスになってしまった。不作の年の影響があったということである。

### **施策7「魅力ある商店街づくりによる商業の振興」**

資料に基づき食産業・商業振興課が説明

小林委員

難しい課題である。実態は衰退する一方である。

食産業・商業振興課

例えば、青森市の取り組みなどが注目されているが、コンパクトシティという形で商店街の活性化ということだけではなくて、街づくりとして住民がいかに満足できるような街にしていくのかという、福祉も入れた、そういった視点で再度取り組まないと、地方の中心部は、商業だけではなくて住む町としての位置づけもかなり弱くなっている。そこを合わせてやっていかないと、なかなか難しいのではないかと。今回のまちづくり三法改正はそういう視点ではあると思うが、それが具体的に行われるためには、大分街づくりをガラッと変えるというスタンスになってくるだろうと思う。危機を背景にしたかなり思い切った市町村の取り組みがないと、商店街ということだけでは、うまくいかないと思っている。

小林委員

建物の立地を中心に来てきたので、発想を変えないといけない。事業数もそこそこ、指標についても結構なのだが、止まっている感じがある。

大滝委員

中心市街地活性化法の改正を受けて今年度中くらいまでには、その対応、トリミングを改めてしていく



ことを決めるという感じなのか。

食産業・商業振興課

来年度予算に向けてどういうスタンスをとるか決めなくてはいけないので、そんな感じになる。

大滝委員

いずれにせよ、これまでのやり方をそのままやっていくことはできないので、そこをどうやっていくのかなか悩ましい、難しいところがある。

食産業・商業振興課

既存計画の中で、新法に対応できるような、ある程度実現可能性があって、具体的な効果がその新法でうたっているようなものが目指せる市町村計画があれば、モデルとして取り上げてやるのもあるのかもしれないが、なかなか国の方で思っているハード整備も入れながらということを実現できる地区が、この中にあるかという、計画がソフト中心ということで今までのやり方になっているので、そこに街づくりを変えるような形でいくのはワンステップ違うと思っている。新法対応もなかなか難しいので、既存の計画でどのようにフォローするか、先細りのままという形ではいけないと思うが。

大滝委員

そういう地区に県が全部お金を出していくわけにはいかない。そういう対応は難しいだろう。どうやっていったらよいかだが。

小林委員

今消費者サイドから見た話を中心になっているが、メーカーなり、卸商なり、供給サイドから見た商店街のあり方、機能はないのか。一言で言うと相当の意識改革を覚悟してもらわないと、何事をやっても途中で障害が出てしまう。

食産業・商業振興課

個店への支援とかもやっているが、街全体の元気がないと、なかなか個店の方も、その店だけでお客を呼ぶというのは限度があるので、それが連動していくような形、要は、商店街の全体の意識が変わらないと難しいだろうというのはおっしゃるとおりで、供給側からどういう売り方をするのかということの評価されると、現在の商店街は厳しいものがある。個々の店舗では、元気を見せているところもポツポツとあるようである。地方振興事務所で、個店へのてこ入れみたいなものをそれぞれやって、補助金とか、みやぎ産業振興機構の支援をもらい、やっているところもかなりあるが、点である。

大滝委員

松下電器産業の人に話を聞いたら、街の中にあるナショナルショップを強化していくということで、相当高いレベルのことを店主に求めている。例えば、個別顧客に対応できるとか、ある意味で言うと、家庭の中にどんどん入って行って、その情報とつながりをやるためのワンツーワンマーケティングとか、そのための顧客データベースをつくるとか、そういうことが相当求められていて、これまでのような田舎のナショナルショップという感じとは、ちょっと違う。ただ、それができるところが出てくれば、もちろん商店街のナショナルショップでも、生き残っていく可能性が十分あると思う。インドアマーケティングというのだそうで、発想自体すごくおもしろいし、地域の商店街をつくっていくひとつの考え方であるという感じがする。そのレベルに到達できる商店とか商店主がどこまでいるかということだが。

食産業・商業振興課

ナショナルショップも何店かで組んで、そういう営業体制とかを組んでいるようで、そういうふうに組めるような体制のバックアップがあれば、ある程度できそうな気はする。個店がそれぞれというのは...、確かに、これからの高齢化していく中で宅配をすとか、一件一件のニーズに応えるというようなやり方は、ひとつの方法であると思うので、それができる体力があるところは何とかなると思う。そういうところに集約されていくというか...

小林委員

従来、東北の商業者の方は顧客密度が浅い。そういうことから粗利の確保中心になってきたのではないが、その影響が現れてきている。もう少し利は薄くても量でカバーする人たちが登場したら、たちまち足下が崩れる。それが今、塗炭の苦しみを味わっている。しかし、その先にあるのは専門性が欲しいわけで、消耗品ならかまわないが、段々複雑なものが出てくるとアフターなくして商品ではない。相手の生活力がわかっているのに的確にフォローする役割分担が求められる。その見解が...、体力がいるだろうし、意識の改革もあるだろうし、売ってやるという姿勢が...、お客様は神様ですとならないと安定しないのではないか。

食産業・商業振興課

我々振興策を出す中で、そういう基本的なところを批判しながらというのはなかなか難しいところがあるので、一般消費者のスタンスからはそういうふうに言いたい部分があるが、そういうふうに言ってしまうと商店街のひとつとけんかになってしまう。その辺、別な外部の方から指摘していただくことが必要である。

小林委員

リーダーシップを持って大胆に切り込んでいくような人材を育てていかないと展望は開けないと思う。

大滝委員

丸森の例は非常におもしろい。従来の中心市街地を想定したものとちょっと違うような作り方で拠点をつくっていくという、丸森モデルのようなものが宮城県郡部には合っている気がする。だから同じ事をやれば成功するということでもない。モデルをつくっていく側にも、いろんな考え方を得ておかないとだめで、うまく住民を巻き込んでいくとか、そういう発想がもっと出てこないと感じている。

食産業・商業振興課

地域資源を使っていかに活用するかという、当課の空き店舗の活用型の補助金を使って、空き店舗に商業者の方々が共同でレストランを出したりしているので、広がりができつつあるのではないかと考えている。

小林委員

もっと落ち込むのではないかと想定している。とことん追い込まれないと、なかなか立ち上げて来られない体質がある。

食産業・商業振興課

別の視点になるが、農業者がアグリビジネスをやっている方に話を聴くと、大型小売店舗の値決めに従ったら、生産仕入れはやってもなかなか追いついていけないので、そろそろ自分たちの商品価値をきっちり説明して、多少大型店より高いけれども、こういう価値があるという売り方をしていくべきだとそっちこっちから聞こえており、それと商店街のあり方を絡めて、結局、商店街もそういう売り方をしなくてはいけないので、それとアグリビジネスのような形で出てくる供給者側の意見を、この商店街のどこかで展開するとかそういうやり方もあるのではないかと考えていた。いずれ、値段と量で勝負するというスタイルではない形で、商店街の方でも価値を打ち出していくというのが、これからの一般的な考え方なのではないか。同じレベルでやっても勝負にならない。

小林委員

街の姿勢というか、出し渋るような形で駐車券を出していたらもう行かないとなる。郊外の方にすぐ行けるからと皆さんすぐ逃げていく。人が来ないと商売にならない。いろんな課題が山積しているので本当に決め手がない。

食産業・商業振興課

古川の中心市街地では、大規模施設であったり、地元の事業セクターがやっている醸室(かむろ)とか、ちょうど東西に拠点の施設ができて、それぞれの集客力は十分高まりつつあるが、距離的にちょっと遠いのでお互いのエリアを人が歩いて交流するということまではいっていないというのが残念である。古

川の取り組みは、今後、注目して見ていきたいと思っている。活力をどのように周辺に広めていくのか、駐車場も大分広く整備しているので、はいりこみは大分しやすくなっている。

小林委員

どんどん成功モデルを発信させて、早くしっかりとしたリーダーが現れるような環境づくりが大事であり、期待するところである。地域のことはその地域の人々がリーダーになってやってもらわないと、外部から行っても持続しないので、内部から改革をしっかりと働く人が現れてこない、外から見ても元気がない。古川はそういう人がちらほらいるので、話をするときにはついついマジックにかかって賛成するかもしれない。

食産業・商業振興課

説得してついてこさせたというような言い方をしているので、そういう力なのだろうと思っている。

小林委員

お金の使い方も、たくさんの事業ではなくて集中的に事業を展開したことでの成果を絞って行かざるを得ないのでは。特に基金で運用しているところは、そばで見ていて辛いものがある。

食産業・商業振興課

掲げている事業の中でも、やることが似通ったところにいろんな部品部品で事業がくっついているような形もあるので、それをある程度統合して枠を大きくしてというか、1件あたりの投資額を大きくしてというのはあるのではないかと思う。

小林委員

ここまで来ているので、大胆に大鉢を振っても皆さん受け止める時代に入ってきたと思う。まだ少し元気があるときには、そういってもダメだとか異論を言う人がいっぱいいるけれども、ここにきたら、もうお客さんが来ないのではないかと行ってしまえば、みんな黙ってしまうのではないか。なくては困る施設なので、ぜひ期待したい。

## (2) 政策評価の質疑

### 政策16「産業間の連携と地域資源の活用による産業活力の創出」

資料に基づき食産業・商業振興課が説明

大滝委員

知事が言っている富県戦略の具体的な展開とか、観光の新しいビジョンとかを考えてみると、かなり重要な、例えば、施策6は、県民の関心度も低いし施策の優先度も7位で一番低い、もっと評価してやれば宮城県はもっと良くなると思う。指標をつくるかどうかは別問題として、政策的に力点を置いてやれば、いろんなおもしろい可能性が出てくるし、その波及効果が凄く大きい。そういう意味で、今まで副次的に捉えているところがあって、指標化することが難しいし、具体的に何を施策の目玉としてやるのかというのが見えにくかったということもあるので、後回しになっているのではないかと思う。施策4, 5, 6は、他の施策と絡めて展開していくことを考えて欲しい。当然そういう方向に向かっていくのだろうと思う。こういうところが、優先順位として県民の意識として7位となっていること自体が宮城県の弱さだと思う。県民自体そういうところに対してあまり深く考えないで、目指すところ、商店街が一番目指すところに行くのだが、そこをみんな気がついて、共和していこうと言いだめたなら変わってくる。それから、県としても、知事も相当考えていると思うし、いろんな面で強力に進めていけば、とても良い方向に向かっていくと思う。そこを検討いただきたい。

小林委員

ある意味では施策6はエンジンになる。その成果が最後に施策7のところでは結集するのではないか。正に施策1と施策7が隣接している。この辺の意識がまだまだ低い。行政としてやるべき事は、施策6あたり

を刺激して民は民の力で盛り上げて成果を勝ち取れるような仕組みが、全体に非常に大事なところではないかと思う。

#### 食産業・商業振興課

これまで施策6は、ある行政目的毎につくってはいたが、今それでは足りないというか、それを越えて結びつきが欲しいという方も多いので、そういう場をつくっていきたいと思っている。

#### 大滝委員

最近、鳴子のような観光地でも起こっていて、わかりやすいモデルとか、岩出山の道の駅みたいなところで実際こういうようなことが起こっているとか、そういうことはモデルとして広く紹介されて、例えば、道の駅は単に売りっぱなしではありません、単に産地直売所になっただけではなくて、こんな要素がみんなからまっているんですというようなことを、県民の方に伝えていただくと、それだけでも随分意識が変わると思う。拠点は道の駅だけれど、道の駅の中で何をやっているんですかみたいな話を、もう少し丁寧に紹介するとか、もの凄くサクセスモデルですよみたいなことを、県民のいろんな人に伝えてもらえると、施策6の話はわかりやすいと思う。住民と道の駅というハードな施設をうまく協働させてやっているという、住民参加の凄くいいモデルになっている。住民の人たちが株主になってオーナーに回っているとか、そういう面から見ると単純な物販の施設ではなくて、そういう経営の仕組みづくりとかは新しいビジネスモデルといっているが、そういう新しいビジネスモデルみたいなものをつくっている。そういうふうには外からはなかなか見えないので、ただ単に産直の野菜を売っているだけじゃないのとみんなが言うが、そうではない。そこが大事なところで、そういうふうに見ると、宮城県からもたくさんおもしろいものが出てきている。だから、県の中にもないものを求めるのではなく、結構よく見ると県内の中でもそういう成長できる新しい芽がいっぱい出ているので、そういうところも、いろんな形で、いろんな地域とか、県民の方も、紹介していただきながらやっていくと、そんなにほど遠いというか、キャッチアップできないような目標ではなくて、そういうところで、よいモデルというか鏡のようなものがあるのではないかと思っている。結局、ネットワークをつくっても、目に見えるところでやっていかないとだめなので、小さく始めることしかできないが、そういう実績をひとつひとつつくっていくと、多分いろんなところで輪が広がって行って、だんだんもう少し広げるエリアでやっていこうという話になってきて、鳴子みたいなおもしろいモデルが出てくる。ぜひ、そういう方向に持って行ってもらえると非常にいいのではないか。

#### 小林委員

食産業・商業振興課は歴史の浅い課で宝の山だと思っている。難しい商業振興もあるが、難しいから将来がある。今は小さい種かもしれないけれど、その中で芽を出して成るやつが必ず出てくる。小粒でも中ぐらいになり束ねれば大きな力になる。根気よく政策をどんどん立ててやっていただきたい。

### 3 閉会

#### 宮城県行政評価委員会政策評価部会

委員 大 滝 精 一

委員 小 林 豊 弘