

宮城県行政評価委員会 政策評価部会  
第1分科会（平成21年度第1回）審議要旨

日時 平成21年6月8日（月）9:30～16:15

場所 県庁11階 第2会議室

1 開会

2 議事

（1）施策評価の説明・質疑

政策1「育成・誘致による県内製造業の集積促進」の各施策

政策2「観光資源，知的資産を活用した商業・サービス産業の強化」の各施策

政策3「地域経済を支える農林水産業の競争力強化」の各施策

（2）政策評価の説明・質疑

政策1「育成・誘致による県内製造業の集積促進」

政策2「観光資源，知的資産を活用した商業・サービス産業の強化」

政策3「地域経済を支える農林水産業の競争力強化」

3 閉会

出席委員 堀切川一男委員（分科会長），成田由加里委員，足立千佳子委員

1 開会

2 議事

政策1 育成・誘致による県内製造業の集積促進

施策1 地域経済を力強くけん引するものづくり産業（製造業）の振興

新産業振興課長より説明

（成田委員）

・目標指標等について，評価年度と測定年度に年度のずれがある。昨今の経済情勢の急激な悪化もあり，評価対象年度の前年度の数値で評価することについてのお考えを教えてください。

（新産業振興課）

・苦慮している点である。正確な数値で評価するため，公表されている統計データを用いているが，統計が公表される時期がずれて，前年度の数値を使っている。評価上は成果があったとしているが，現在のところは，世界的経済危機があり，県内でも生産規模がダウンしている。迅速な対応については，平成21年度の施策で取り組んでいきたいと考えている。

(足立委員)

・事業17「名古屋産業立地センター運営事業」について、職員を派遣して誘致をしているとのことだが、経済情勢がますます悪くなる状況で、外から産業を呼べる見込みはあるのか。

(産業立地推進課)

・トヨタは、東北を国内での第3の拠点としており、セントラル自動車 coming。自動車産業は単に一つの会社ではなく、すそ野が広い。サプライヤー等関連企業もその拠点が来ると進出してくる。その際、適地、状況等を紹介している。今誘致することは、今後の弾みになる。キーワードは名古屋、自動車産業ということ。自動車は、化石燃料から電池にスタイルが変わってきている。スタイルの変化に併せて、企業誘致は変化していくし、まだまだ必要と考える。

(堀切川分科会長)

・事業17は目標として誘致企業数1社、雇用者数30人としていたが、1社も来ていないのに成果ありとするのはどうか。150件訪問したのは成果があったとは県民の声としては言えないと思う。長い目で見れば事業の必要性は分かるが、成果と呼べるものを書いてほしい。

(産業立地推進課)

・企業誘致は、結実まで長くかかる。訪問した件数にABCをつけかねる。結実するときは一気に結実することがある。活動指標としては、1社ということ掲げている。活動として、概数で何社という訪問数であれば、記載できるが、継続的に宮城に関心を寄せていただいたことを活動の目標としている。評価としては、企業立地ということだが、企業とサプライヤーの関係があるので、既存企業とのマッチングを含めて取引拡大の用も担っている。立地件数という書き方になっているが、複合的な用も兼ねているということで概ねという形で評価している。

## 施策2 産学官の連携による高度技術産業の集積促進

新産業振興課長より説明

(堀切川分科会長)

・目標指標等「産学官連携数」の説明書きに、「KCみやぎによる技術相談、MEMS技術の活用による製品開発支援数及び産学官共同研究体制による新事業支援数」とあるが、実績値等にはKCみやぎの技術相談件数しか入っていないのではないかと思うがどうか。

(新産業振興課)

・MEMS技術の活用による製品開発支援等も期待されていたが実績がなかったため、KCみやぎによる技術相談の数のみが実績値となっている。

(堀切川分科会長)

・産学官共同研究体制による新事業支援数とはどのような内容か。製品数なのか、助成数なのか。

(新産業振興課)

・事業化に向けた取組みに対して支援した件数で、助成の有無に関わらず、コーディネーターが支援活動を行えば1件となる。

(堀切川分科会長)

・支援数というのは評価に合わないのではないかと。応援したというのは「成果」ではないので、こういうものを件数に入れない方が筋が良いように思う。目標指標等として設定し、継続的にそれがどう変わっていくかを見てこられたのだと思うが、支援数はいらないのではないかと。技術相談件数のようにすっきりするものならよいが。どうお考えか。

(新産業振興課)

・技術的な課題があって事業化にならないものに対する支援もこの目標指標等のなかでとらえている。

(堀切川分科会長)

・10年も20年も応援して芽が出ないものはどうなのかという思いがある。また、技術相談の数に、応援した数を純粋に足すという作業自体が指標としてありえないのではないかと。思う。

・産業技術総合センターの相談件数は、年間3千件を超えていると思う。山形県の工業技術センターでは7千件行っている。そういったものを表に出して、KCみやぎの300件を足す分にはよいと思うが、1/10しか機能していないKCみやぎを「産学官連携の一番の柱です」という説明をされると、そうではない、というのが県民としての生の声ではないかと思うがどうか。

(新産業振興課)

・県内の他の資源の活用、関係機関との連携による支援にKCみやぎは重きを置いているので、件数だけではないところがある。

(堀切川分科会長)

・産学官連携は、取組みや会合、シンポジウムの数ではなく、実際に新事業・新製品ができてどれだけの雇用を生んで、どれだけ売り上げの実績につながるようなものづくり産業ができたかという、出口評価がこれから特に重要になる。

・国では、産業政策はばらまきで失敗だったと言っている方も多くいる。国はこれからは、成果としての数はそちらで見ようと動くだろうと期待している。それでいくと、県の動きは遅いのではないかと思う。相談件数では、ものづくりに役に立ったかどうかが見えない。その結果、新技術が何件、新製品が何件、新規事業が何件あって、それによってこれだけ雇用を増やしました、という部分がないと、産学官連携のゴールとしての数字にはならないのではないかと考える。このままですと行くのかという心配がある。

(新産業振興課)

・成果を示す指標にはなっていないと思うが、今のところ経年的に把握できるということからこの指標で設定している。

(堀切川分科会長)

- ・事情は十分理解しているつもりなので、そうなると良いと思っている。
- ・「施策を推進する課題等と対応方針」として、県民の重視度が高い一方満足度が低いことについて、一層の周知が必要とあるが、それだけでよいのか。県民が分かるような成果が出ていないために満足していないと認識すべきで、そうであれば事業の大幅な見直しを考えたくはないのか。施策に取り組む姿勢自体を変えなければいけないのではないかと感じる。成果が出ていないのが問題ではないのかというのが私の認識だが、その辺りはどうか。

(新産業振興課)

- ・なかなか県として成果を示しにくいところがあり、また取組自体も十分に周知されていないことも背景にあるのではないかとということで、このような記載となった。確かに、県民の満足度のとらえ方が甘いのではないかとと言われると、事業の構成や取り組み方についても見直す必要があるかと思う。

(堀切川分科会長)

- ・そうしていただければ、一県民として嬉しく思う。
- ・産学官連携は成果が出るまで時間がかかると言っても、20年待っても出てこないものはやめた方がいい。自分は仙台市で別の取組みをしているが、いかに時間を1か月単位で短く見て、新しい事業、製品を出していくかということで行っている。私と同じスタイルで動いている人も含めて、ここ5年で30件の新規事業をおこしている。内閣府で呼ばれたり、他県の県議会の視察の折にこうした話をすると、「宮城県からはこうした話はきいていない。なぜ仙台市はこんなにうまくいっているのだ」と言われるが、それはちょっとさびしい。規模としては大きな宮城県の産学官連携の取組みが、仙台市よりも成果が少ないというのを理解してがんばるべきではないかと考える。「概ね順調」というのはよいが、将来展望の部分でちょっと不満が残る。継続して周知すればうまくいくというのではなく、何か取組みの筋の悪い部分があるのではないかとという反省の部分が欲しい。

(新産業振興課)

- ・工夫しながら、御意見を頂きながら、見直しつつ推進していきたいと考える。

(堀切川分科会長)

- ・なお、企業のニーズと研究機関のシーズのマッチングをかけるというのは、国もやってきた大きな戦略かと思うが、そこから生まれた事例は少ないので、その意識はやめた方がよいのではと思っている。ニーズは企業にあるのではなく、社会にある。社会ニーズを理解してマッチングをかけるのがコーディネーターの仕事である。仙台市のコーディネーターにはそういう意識で動いていただいて、成果を出している。学も産も社会ニーズに応えるために形のあるものにしていくという取組みを仕掛けるのが、コーディネーターの仕事だと思う。そういう意味では、県のコーディネーターの動きは少し悪いのかなと思う。それは国が推奨した路線であるので悪いことではなかったのだが、成果が出なかったということ踏まえて、早めに自治体レベルでは新しい取組みに動こうという動きが各地に出ているので、そういうことをされたらよいのではないかと考えている。

仙台市の活動の成果の半分以上は、仙台市外の県内企業から出ている。本来であれば、うまくやっていたら県の施策で事業化できたのではないかという思いがある。

### 施策3 豊かな農林水産資源と結びついた食品製造業の振興

食産業振興課長より説明

(堀切川分科会長)

・全体の経済悪化の中でがんばっており、「概ね順調」ではなく、「順調」ではないかと思うがどうか。意識調査の満足度からなのか。「順調」としなかったのはなぜか。

(食産業振興課)

・御指摘のあったとおり、県民意識調査の満足度で50%にとどまっているというのが1つある。さらに、目標指標等1「製造品出荷額(食料品)」の実績値の分析欄にあるとおり、平成19年度の実績を6,014億円としているが、実は、平成17年度ベースでの計算は事業所のもれがあった。再計算した結果、5,600億円と下がっている。ただ、目標指標等2「1事業所当たり粗付加価値額(食料品)」については、再計算後でも上がっているため、「概ね順調」とした。

(成田委員)

・施策の目標の中で、高付加価値化、ブランド化の推進とあるが、施策を推進する上での課題等として中小企業者等の事業に対する認知度が十分でないとある。前の施策は自動車でトヨタとかパナソニックだったが、食品では、ターゲットは県内の中小企業を伸ばすことか。

(食産業振興課)

・対象は、県内の製造業である。中でも零細企業が多い。その中でブランド化等による販路拡大があるが、零細企業にとってPR経費や商品開発経費、そういった経費に制約がある。施策として、制約される中で、県が補助金の交付や、試験研究機関で売れる商品づくりの支援、そういった支援を通じて、販路拡大、ブランド化が形成されていく。そして、売れる商品ができてくる。県内消費だけでなく、首都圏がターゲットで、どんどん売り上げを上げることが目的である。しかし、そこまで思い当たらない、目先を追いかける事業者が多く、県のPR不足というのもあるかと思うが、着実にやっていき、2割アップを目指していきたい。

(成田委員)

・農業では、規模の拡大により、価格決定力を強めようということ聞くが、食品加工製造業となると、そういうやり方はなじまないのか。

(食産業振興課)

・量販店に卸すことが多くなるが、価格決定は量販店でされる。そういったところをどう変えていくか。そこでは売れる商品、買ってもらえる商品を製造事業者が作り出し、量販店の圧力に負けな

いような、こういった商品づくりが大切である。こういった時勢なので、実現するには難しい。ただ、一部の商品は売り手市場になっているものもある。

(堀切川分科会長)

・次年度の対応方針は、今の話が具体的な方針として理解してよろしいか。

(食産業振興課)

・そう理解していただいてよい。

(成田委員)

・そういったことも県民にアピールしたらどうか。満足度も上がると思う。

(食産業振興課)

・地産地消でも県内で作ったものを県内でまずは消費しようという運動とも複合化させて、事業者及び消費者への周知徹底を図りたい。

(成田委員)

・大手食品加工産業を誘致するのは難しいか。

(食産業振興課)

・そこは所管と違うが、それは有効な手だてと思われる。しかし、問題は、県内の零細企業と競合する企業を持ってきたときに、現在の零細企業を考えたときどうなるか。出荷額だけを伸ばすには、大手を持ってくることもあるが、行政としては、今ががんばっている零細企業の人たちを淘汰しながらというのはできない。競合しないような企業を誘致するのが重要と考える。

(堀切川分科会長)

・水産加工業はそれぞれの地域で零細企業がたくさんある。いかに付加価値を上げて売れる商品を作るかが大変だと思う。例えば、県だけでなく、市町村単位の取組みがないと盛り上がらないと思う。県として各拠点となる市町村にがんばれという行政間でのこ入れはどうなっているか。

(食産業振興課)

・県内7つの地方振興事務所を中心に、管内市町村で連絡会議を設けている。いろいろなことで連携を図ろうとしている。特に、この部分は地方振興事務所で、各事業所に出向いて行って、業者が抱える問題を吸い上げる。そして、当該市町村に情報としてフィードバックしている。うまくいっているかは評価が分かれると思うが、過去にはやっていなかったことも、ここ数年やってきている。

(堀切川分科会長)

・北海道の函館では、水産加工業が7千から8千社あり、従業員数名単位の企業である。そういう中でもブランド化してなかった「がごめ昆布」をブランド化したりしている。函館はなぜできたのかをヒアリングしたが、地域で1人、1社と成功事例ができてくると、周りも動き出してくる。零

細企業では、アイデアはあっても、ものはできなくて、実現できない。函館の公設民営試験場は、稼いでこないといけないので、本気で動いている。1社うまくいくと、ものまねでうまくいく。結果的に売れる。大手量販店を通さないで独自のやり方です。東京行くと高い値段で売れる。「概ね順調」だが、周知して伝えるだけでは足りなくて、県が持っている力を利用して零細企業でも商品開発するときに、応援できる事業が必要である。自動車会社で開発していた人が水産関連で応援して成功していた。県民意識調査の「やや不満」の人は成果が見えにくいものと思う。県で応援して何か成果が出れば、「満足」に変わると思う。県の支援機関、公設機関の産業・工業部門のコーディネーターはたくさんいると思うが、食品関係に当たってコーディネートされたいと思う。

(食産業振興課)

・その点については、既に取組を行っている。産業技術総合センターの職員が、例えば、石巻や気仙沼、塩釜等で商品開発支援をしている。また、市町村の商工会議所が取り組む商品開発については、個別に県の制度等を使って新商品開発に努めている。売れる商品かどうか、コンセプトからアドバイザー、マーケティングのアドバイザー、製造のアドバイザーを派遣する事業にも取り組んでいる事例もある。ただ、それをもっと広げるためには市町村の協力が不可欠である。地方振興事務所の取組み等をもう少し、強化連携して取り組む必要がある。

(堀切川分科会長)

・産業技術総合センターの応援はいいことだが、函館の製品化は最初の3年で100種類。あそこは相談を受けたら対応というのではなく、見つけに行く人がいる。コーディネーターが1件1件訪ねて、何かやれないのか、刺激を与えて、反応するところと一緒にしている。そうすると100件は平気でいくんだというのがコーディネーターの話である。積極的に開発支援でプロの人が動かないと件数が増えない。そうすれば、零細企業の意識が変わって企業から話が来ると思う。実際にやっている人を回って歩けば数が一桁違うのかと思う。

(食産業振興課)

・水産加工業が中心になるが、地方振興事務所とチームを組んで、企業に出て行って、話を聞いて持ち帰り、いろいろお尋ねがあったことについて回答する。あるいは、こういった商品を作りたいという話の場合は、先ほどの制度を使っていくという事例もある。「御用聞き1・2・3プラン」というのもある。

(堀切川分科会長)

・首都圏のアンテナショップについて。北海道の東京の「どさんこプラザ」は、東京駅から歩いていけるとところに、もう1軒作っている。宮城県のアンテナショップを、圧倒的に人が入るところに出せないのか。水産加工であれば全国2位なのに、おいしいところは北海道にとられている。首都圏になぐりこむように、大きなアンテナショップは企画されないのか。

(食産業振興課)

・現在、池袋にアンテナショップがある。他県の売り上げ等で見ると、北海道はだんとつである。公表はされていないが、沖縄もすごい。沖縄・北海道以外は鹿児島が売れている。有楽町に飲食店

を出している。本県の池袋のショップは非常にせまい場所だが、平方メートル当たりの売り上げだとトップクラスである。1日当たり100万円の売り上げ目標は2年前に達成し、まだ伸びている。来店者数も、最近はおものを買うために来る人に変わっている。来店者数と購買者数との差が狭まってきている。1か月当たり1000万円の家賃とその他運営費がかかっている。もっと広い良い場所であるというもあるが、現在は財政的にちょっとむずかしい。

政策全体（政策1 育成・誘致による県内製造業の集積促進）

富県宮城推進室長より説明

（成田委員）

・課題と対応方針の中でクリーンエネルギーの話があるが、施策1の中の自動車産業の電池をイメージしているのか？

（富県宮城推進室）

・2つある。1つは自動車産業の中で電池を含めて、ハイブリッド等の普及促進を図ること。2つ目は産業全体としてクリーンエネルギー関連産業の集積が重視される。それらの取組を推進するということである。

（成田委員）

・2つ目のエネルギー関係重視という話はどこに反映されてくるのか。

（富県宮城推進室）

・目標指標等については、これから検討するが、国の大型補正があり、県も今、それらの対応をまわめていくところで、近々発表があると思う。いろいろな取組を進めていこうと検討を進めている。  
・低炭素社会の実現という側面もあり、環境生活部と経済商工観光部で一緒に取り組んでいこうという流れになっている。

（成田委員）

・具体的にはこの枠組みとは違った成果が新たに出てくるということか。

（富県宮城推進室）

・例えば、太陽光発電の話などであり、最終的には製造品出荷額等に出てくると思う。詳しくはこれから検討する。

（堀切川分科会長）

・自動車誘致は言葉として分かりやすい。クリーンエネルギー関連といわれても分かりにくい。原子力もクリーンエネルギー関連といえる。クリーンエネルギー関連の誘致の中身は具体的にどうなのか。



( 富県宮城推進室 )

・誘致というよりも、例えば、太陽光発電の設置を各事業所に促すという誘導策から引っ張っていくことになるかと思う。

( 堀切川分科会長 )

・課題等と対応方針について、県民に分かりやすく記載してほしい。かっこ書きで説明するなど。言葉として原子力発電等も考える人もいるので、慎重にしてほしい。

( 富県宮城推進室 )

・現在進めているのは、ハイブリッド車とか家庭に太陽光発電を設置するための支援など、幅広いプランを作っている。

( 堀切川分科会長 )

・産学官連携には、施策2で言ったが、県民が重要視しているのに、満足度が低いから周知すればうまくいくというのは、手抜きだと思う。満足していないのはうまくいっていないということ。よく分析してやらないと満足上がらない。産学官連携は全国どこでもうまくいっていない。うまくいっている地域を調べたら成果が上がる取組みを行っている。宮城県はかなり低いと思っている。仙台市の方が、良い数字が出ている。国から補助してお金をばらまくのを絶たないといけない。もう少し、柱の3つの一つなので、産学官は1から練り直したほうがよい。企業誘致は自慢できるくらい成果が出ている。食品の推移も含めてがんばっている。産学官だけ。全国でトップクラスの成果を出してほしい。仙台にもおいていかれる。仙台にある知的クラスターはなかなかうまくいっていないようなので、がんばってほしい。産学官連携はお金をかけないで成果を出せる仕組みをつくらないと地方はやっていけない。これからつづれるところもでてくる。是非がんばってほしい。隣の山形県に負けるのはよくないと思う。山形はお金は取ってきているが、成果は少ない。岩手県と同じになる。宮城は東北の長男坊なのでいいところを見せて東北全体に普及させてほしい。

政策2 観光資源、知的資産を活用した商業・サービス産業の強化

施策4 高付加価値型サービス産業・情報産業及び地域商業の振興

商工経営支援課長より説明

( 足立委員 )

・施策評価シートの「その実現のために行う施策の方向」欄に記載されているコミュニティビジネスについて、今実施しているのか、また、今後の方向は具体的にどうか。

( 商工経営支援課 )

・コミュニティビジネスは、どうとらえるかが難しいところであるが、今取り組んでいることとしては、事業1「サービス産業創出・高付加価値化促進事業」の中で、一般企業に参加してもらいビジネスプランを作ってもらったという段階である。今後は、熟度を上げていってビジネスにのせるような仕組みにしたい。また、コミュニティビジネスは幅が広いので、直接我々が取り組んでいな

くても、他の部署で盛んに行われていると認識している。

(足立委員)

・地域の中でというよりは、企業から出ているのか。

(商工経営支援課)

・企業から出ている。我々としても県民から見て行政サービスとしてとらえているかという面がある。きちんと県民にお知らせする必要があるのではないかと考えている。

(成田委員)

・目標指標等「サービス業の付加価値額」について、いろいろな事情があつてこうしたデータになっているかと思うが、測定年度が評価対象年度の前々年度のものを使用しなければならない理由はどういうものか。

(商工経営支援課)

・統計上とれる時期があり、残念ながらこれしかとれずにこうした数値を用いた。

(成田委員)

・これについては、成果の判断をするときには、社会情勢等を踏まえた形で行っているという理解でよろしいか。

(商工経営支援課)

・具体的に数字からどれくらい読み取れるかは難しいが、推移等を踏まえて評価している。

(成田委員)

・事業4「仙石線多賀城地区連続立体交差事業(再掲)」, 事業5「市街地再開発事業(再掲)」の効果は、この取組にどう成果として現れているかというのが、事業費が大きいだけに、県民にとっては見えにくい部分が逆に出てきてしまうのではないかという印象を受けたかどうか。

(商工経営支援課)

・この2つの事業については、中心市街地の再生、魅力ある商店街づくりにつながるということで、本施策の構成事業として位置付けている。

(堀切川分科会長)

・高架化による効果は具体的には出せない話ではないか。ここでインフラ整備したから概ね順調と説明されても、直接どこにどう数値で結びついたか分からないのであれば、参考的な事業として線引きしていただければ分かりやすいように思う。このやり方だと、箱ものを作っても成果を数字でないもので書く、ということが続くのではないかと心配しているがどうか。

・数値化できず何とも答えられないのであれば、参考でもなく、はずしてしまった方がすっきりするのではないか。

( 商工経営支援課 )

・多賀城市については、中心市街地活性化法に基づく基本計画の策定についても検討が進められており、立体交差事業はそのひとつの大きな契機となっている。

( 堀切川分科会長 )

・そうであれば、「ある程度成果があった」というのは事業に対してはそうだとすると、施策に対しては何年か先様子を見ないと分からないと書くべきじゃないかという感じである。15億円以上かけたから、多賀城市がやる気になったので成果が、というのであれば、行政には成果があったけれど県民には見えません、と書かなければいけないので、その辺をもう少しすっきりと書かないといけないと思う。この施策は、県民意識調査でも一番「わからない」という回答が多いというのも、そういうところがすっきりしていないからではないかという感じを持った。

・県民が「わからない」というのは、高付加価値型サービス産業、情報産業、地域商業と余りものを3つまとめたかのような施策にあるのではないかと一県民としては思うが、このくりはずっと続くのか。切れないものか。

・コールセンターのどこが高付加価値型か分からないのと、情報産業ともつながりがよく分からない。ものづくり以外のその他サービス諸々というところで、良さそうな数字を上げただけでないかというように見えやすいが、どうか。

( 富県宮城推進室 )

・現在宮城の将来ビジョン行動計画の見直しを行っているので、関係課と調整して検討していきたい。

( 堀切川分科会長 )

・違和感のある団子の集団に見えてしまう。数値としてはっきり分かる指標が見えていない。網羅している産業が多いというのもあるだろうが、これではなかなか進捗状況が見づらいので、次の計画策定の際に考慮されるとありがたいと思う。

## 施策5 地域が潤う、訪れてよしの観光王国みやぎの実現

観光課長より説明

( 堀切川分科会長 )

・評価対象年度と指標測定年度のずれがある。数字が出るのが遅いのではないと思うが、直近のデータがあると評価しやすいと思うが、1年遅れたものでやっていくのは歯がゆい。数字自体は、押さえているのか。

( 観光課 )

・資料作成のタイミングの問題。資料には載っていないが、数字は先日出ている。地震の影響やガソリン高騰とかの向かい風があって観光客入り込み数は下がっている。ただし、DC(仙台・宮城

デスティネーションキャンペーン) 期間の3か月では過去最高となっている。

(堀切川分科会長)

・宿泊観光客数が下回っているがこれは、たくさん的人是はやって来るけれど帰る人は多いということで、宮城の観光地としての問題かと思う。宿泊観光客数の目標値を下回ったことについて、主要温泉客が少ないとあるが、その分析の内容はどうか。

(観光課)

・様々な要素があるが、団体客が減っている。旅行の形態が個人客に変わってきている。例えば、5人定員の部屋を夫婦2人1組の客が利用するなど、部屋は埋まっているけれど客数は伸びないという状況になっている。特に温泉旅館ではそれが顕著である。景気が悪いので、全国的にも右肩下がりになっている。県内の周遊ルートを提案して、いろいろと回ってもらえるように力を入れているが、まだまだこれからだと思う。

(堀切川分科会長)

・宿泊観光客数が全国的には減っていても、局所的にアップしているところもある。例えば湯布院であるが、その宿の主人の話では、その地域が盛り上がるためには、価格を松竹梅のランクごとにしないといけないということであった。宮城県内は中の上が集まっている感じがする。これから団体旅行が復活するとは思えない。トレンドの変化に対して温泉場の人たちに指導して、対応できる観光地域に生まれ変わって下さいという事業が必要かと思う。「泊めさせてあげる」では泊まらなくなる。

(観光課)

・個々のホテル、旅館では工夫して、伸びているところもあると思う。比較的安い全国チェーンのビジネスホテルに泊まって、観光地を見て回るというトレンドがある。そういったことを捉えて考える必要がある。

(足立委員)

・グリーンツーリズムの点で伺いたい。目標指標等3「都市と農村の交流人口」で、観光客の入り込み数の観光客の定義は何か。

(観光課)

・各市町村からデータをもらっているが、観光施設への入館者数、イベントの参加者数等を市町村で集計し、県に報告してもらって集計したものである。

(足立委員)

・グリーンツーリズムに関しては産直活動も入っているが、産直にくるお客も入っているか。

(観光課)

・入っている。

(足立委員)

・事業分析シートのグリーンツーリズム促進支援事業(事業11)というので、アドバイザー派遣件数とあるが、24回というのはどのようなカウントをされているのか。24箇所なのか、アドバイザーが24人行ったのか。

(農村振興課)

・アドバイザーは7人いるが、一人で何回も出ていることもある。延べ回数であり、行った地区数ではない。

(足立委員)

・アドバイザーが24回行ったことにより、都市と農村の交流人口が3000万人になったというのは違うのではないか。それから、今後の方針に、集落ぐるみのグリーンツーリズムとか市町村単位の組織を作りたいと書かれているが、目標とする数値のとらえ方は観光客入り込み数ではないのではないか。

(農村振興課)

・これは全体での数である。これと3000万人との関係は直接はリンクしないが、他に具体的な指標がないので、割り切って、観光客の入り込み数で判断しているところである。

(足立委員)

・対応方針の次年度以降に、推進とあるが、成果としては人数を増やすというよりは、地域推進組織の設立とか育成の支援ということではないか。まだ、入り込み数が何万人になったという段階ではないのではないかと考える。

(成田委員)

・外国人の誘致は1万8千人から3万人に大幅にアップしているが、県として成果やコストを記していただいた方がよいと思うが。

(観光課)

・海外観光客の誘致は様々な主体でやっている。国や民間の協議会、県などでパンフレットを作ったり、様々なレベルで重層的にやられている。県としてもいろいろメンバーに入っている。県の施策としてどのくらいというのは難しい。主体として 国、県、市町村、民間、みんなで取り組んでいるというのが一番正しいかと思う。

政策全体(政策2 観光資源、知的資産を活用した商業・サービス産業の強化)

富県宮城推進室長より説明

(堀切川分科会長)

・DCを一過性で終わらせないために、仙台・宮城伊達な旅というのは、とてもいいことである。県民の皆さんにもそうやっていることを知らせたらいいと思う。県外からの総合移動交流は増えたと思う。一過性にならないようにすればいいなと思う。がんばっているので、成果を県民に周知してほしい。

(成田委員)

・情報産業売上高については、宮城県内のものか。情報産業は右肩下がりというイメージがあるが。

(富県宮城推進室)

・県内のものである。平成17, 18, 19(正しくは「16, 17, 18」)年度は県内総生産も伸びており、ここは良かった。これからが勝負の年になる。

(成田委員)

・情報関連の人の話を聞くと下請け構造から脱却できない、利益がでなくてもやらざるをえない、続かないという話を聞くが、施策4の構成事業6, 7, 8, 9で支援していると思うが、脱却するための根本的な問題の解決は簡単ではないと思う。

(富県宮城推進室)

・情報関連産業はいろいろあるが、高度電子機械産業等で集積を進めている。こちらは協議会を作って、206の企業団体が入っている。すそ野を広くしつつ、研究活動をしている。大きなところでは、東京エレクトロンなどを対象としているが、一緒にマッチング支援を行うなど、企業を育てていながら関連産業を大きくしている。

(堀切川分科会長)

・サービス産業創出の事業の1番目は安い金額でやったんだなと思った。選択と集中でいけばサービス産業に集中していいのかと思う。グリーンツーリズムも安い。

(富県宮城推進室)

・第3次産業は県内の総生産の7割を超えている。それで、どこをやるかは大きいから難しい。ものづくり産業に特化しているような印象かと思われているかと思うが、直接の事業の金額、事業数も少ないように思われるが、全体としてサービス産業支援に取り組んでいる。

### 政策3 地域経済を支える農林水産業の競争力強化

#### 施策6 競争力ある農林水産業への転換

農林水産政策室長より説明

(堀切川分科会長)

・漁船漁業等の担い手の高齢化が課題と個人的には認識している。対策もされていることは承知しているが、評価シートからは見えにくいので、その辺りを説明いただけるか。

(水産業振興課)

・高齢化は事実進んでる。沿岸漁業は、地域の中でがんばっている人もいる。青年漁業士など人材育成システムもできており、生産がよい浜には若い人もインターン、Uターンで入ってきている。県も入りながら人材育成に取り組む仕組みとなっている。問題となっているのは、生産額に占める割合が半分以上を占める遠洋漁業の方で、乗組員が平均50代後半である。乗組員確保への要請があり、働きかけはしているがなかなか難しい。平成20年度に就業フェアを行い地元でマッチングの機会を設けたところ、40人の参加があり、うち13人が遠洋船の乗組員になった。これまでいろいろ行った取組みのなかでは、よい成果をおさめ地元で喜ばれた。

(堀切川分科会長)

・世界的な不況の中で雇用の状況が厳しいときに、人手不足の分野は逆にチャンスでもある。ぜひその辺りを応援していただければという趣旨で質問させていただいた。非常に分かりやすい成果だと思うので、今後の課題や対応方針に示せるとよりよいのではないかと思う。

(足立委員)

・事業10のアグリビジネスの実情はどうか。

(農産園芸環境課)

・農業者が法人化したものが多い。近年、異業種からの参入も増えてはきている。本県が他県の場合もある。

(足立委員)

・事業3でみやぎの野菜ブランド化に取り組まれていることが分かったが、トマトには名称はないのか。方向性として「認知度向上」と記載されているが、愛称があれば、認知度も上げやすいし、県民にも浸透しやすいと思う。

(農産園芸環境課)

・トマトにはない。

(足立委員)

・ぜひかわいいものを付けていただきたい。

(農産園芸環境課)

・今後検討していく。

(堀切川分科会長)

・戦略的にはネーミングが大事である。事業分析シートにも記載されている「ブランドコンセプトの明確化」には、差別化できる名前を付けるということは外せないポイントだと思う。分かりやすい名前があるとよいと思う。

(足立委員)

・今後の対応方針としてお伺いしたいが、今後非常に価値を生んでいくような排出権の売買についてはどうお考えか。

(農林水産政策室)

・排出権については、現在施策の中で展開していることはないが、クリーンエネルギーに関する施策を内部で検討中である。その中でどこまで入るか詳しくは承知していないが、検討されるとすればその中でということに現段階ではなろうかと思う。

(堀切川分科会長)

・林業は踏ん張っているという感じに理解したが、実際には儲からないし、これから相当大変になろうかと思うが、何か画期的作戦はあるか。

(林業振興課)

・石巻の合板工場で、外材から国産材へシフトしてきているところはあるが、価格は押さえ込まれている状況にある。

(農林水産政策室)

・採算性向上を図るため、「優良みやぎ材」の普及や需要拡大、バイオマスとしての有効活用などの取組みを進めているところである。

(堀切川分科会長)

・木材を扱うプロ同士の取引は、いろいろな理由で動くので難しいかと思うが、宮城の木材のネーミングがあれば、最終的には個人が消費する話なので、食のブランド化をねらうのであれば、「林」もブランド化すればよいと思う。優良というのは、等級が真ん中という印象がある。最高級で県民に「使いたい」と思わせる戦略が必要ではないかと思う。

## 施策7 地産地消や食育を通じた需要の創出と食の安全安心の確保

食産業振興課長より説明

(足立委員)

・事業11の食育コーディネーターの養成で47人だが、活動地域は各地にばらついているか。仙台中心なのか。どんな人を対象としているのか。

(健康推進課)

・全県的に実施している。活動状況は年間89回、人数にして4473人を対象とした。具体的な対象は小学生と保護者、幼稚園児、PTAなど親子を対象としている。



(堀切川分科会長)

- ・目標指標等5「みやぎ食の安全安心取組宣言者数」が平成20年で伸びていない理由は何か。

(食と暮らしの安全推進課)

- ・これまでは、各種組合に入っていたが、組合員数を計上したので、伸びていた。それからは伸びなくなった。

(委員)

- ・個人事業主としては、メリットはないのか。

(食と暮らしの安全推進課)

- ・自分たちが自主管理していることを広くアピールできるが、個人事業主は衛生管理のレベルが幅広いので、伸び悩んでしまう。

(成田委員)

- ・エコファーマーというのが耳慣れない。宮城の環境保全米とか有機認定などの事業があるが、エコファーマーというのは、一般消費者としては、分かりにくい。また、環境保全型の農作物を県として安全であることを一般消費者にアピールすることはどのような事業の中にあるのか。

(農産園芸環境課)

- ・エコファーマーについては、5か年間の計画認証を行うものである。なりたい農家の方が2割以上農薬を減らす計画を作ってもらい、県で認証するもので、再認定も可能である。
- ・農産物の確認は、県の認証制度があり、肥料農薬を5割以上少なくするものである。現地確認まではしている。実際出したものについては、保健所等の食品関係で実施している。

(堀切川分科会長)

- ・目標指標1「学校給食の地場産野菜などの利用品目数の割合」が伸び悩んでいるのは、県内食材が高いせいなのか、数が少ないからか。供給が安定しないからといった原因か。

(農産園芸環境課)

- ・給食については、学校単位で作るところや大施設もある。地元のものを使うとなると、供給体制が整わないといけない。今日はあるけど、明日は手に入らないということもある。地元のものでも扱えるものと他のに分かれる。お願いはしているが、大きなところでは使いにくい。

(堀切川分科会長)

- ・木材のシェアが目標達成のようになっているが、より使ってもらうためには、「優良みやぎ材」ということだけではインパクト弱いと思う。ネーミングしてブランド化を図ってはどうか。食の方はブランド化しようとしているようだが。

( 林業振興課 )

- ・内部でも検討したい。

( 成田委員 )

- ・宮城のでき杉というのはどうか。

( 堀切川分科会長 )

- ・こういうニックネームみたいなものができれば定着が進み、県外にもブランド化できる。

( 足立委員 )

- ・施策を推進する上での課題等として、県産木材の利用促進について、NPO等との連携が必要という記載があるが、NPOとはどんなイメージなのか。

( 林業振興課 )

- ・林業関係では、木育という言葉がある。そういう考えを通じて県産材を使ってもらおうという取組みは、県だけがやっても浸透しない。山に木を植えて緑を増やすようなNPO、山を切る森林組合、地元の設計事務所、工務店等の縦のネットワークを作ったところにおいて、県産材を使おうと働きかけしている。

#### 政策全体 ( 政策3 地域経済を支える農林水産業の競争力強化 )

農林水産政策室長より説明

( 堀切川分科会長 )

- ・今回、燃料価格高騰、経済不況など突発的なものでしかたない部分もあるが、社会経済情勢の変化に強い基盤作りをいずれはしなくてはならないのではないかと。燃料はいずれ高くなる。そういった産業体質改善を課題に挙げられて、それに対する方針を示す必要があると思うがどうか。

( 農林水産政策室 )

- ・課題と対応方針に書きぶりとして、問題意識はあると思っている。御意見のあったとおり書いた方がいいと思う。担い手の確保対策等があり、社会経済情勢に対応できる経営体の育成、どの分野でも課題対応方針として出している。低コスト化という課題もあり、御指摘のとおり、書き方として社会経済情勢の変化に強いというところを、明らかにすべきと思っている。

( 堀切川分科会長 )

- ・本来は農林水産省がやるべきことだが、地域としては守って育てないといけない。宮城県として先取りしてもらえばと思う。成果が出れば、国で宮城方式とか見に来るくらいになる。水揚げがトップクラスなので、そういうのがあればいいと思う。とった人が値段に反映させられれば、安定する。スーパー等で先に決められてしまう構造があるが、そこが問題だと思っている。

(成田委員)

・捨てていた魚に名前をつけて300円で売ったら売れたという話を聞いたことがある。卸の人が価値があると判断して、新製品を開発したようなもので、工業製品だけでなく、水産においてもそういう場面があるのかと思っている。高付加価値の商品を開発するのも1漁業者では難しいので県で支援してほしい。

・安全なものを作っているなら、それをアピールすればいいと思う。とてもまじめに作っているところには高い付加価値が出てくると思う。可能性のある分野だと思うので、県民として期待する分野である。

### 3 閉会