

平成29年11月定例会 地方創生対策特別委員会 (事前)

平成29年11月22日 (水)

〔委員会の概要〕

岡田委員長

ただいまから、地方創生対策特別委員会を開会いたします。(10時32分)

議事に入るに先立ち、委員の派遣について御報告いたします。

井川委員が、東京都渋谷区の県が開設予定のターンテーブルを訪問し、渋谷区や東京急行電鉄株式会社、また、地元の神泉町会等の動向を調査するものであり、内容を確認の上、正副委員長において派遣決定し、許可いたしましたので御報告しておきます。

なお、議長及び委員長宛て、委員派遣調査報告書が提出されておりますことを申し添えておきます。

それでは、議事に入ります。

本日の議題は、当委員会に係る付議事件の調査についてであります。

付議事件につきましては、お手元に御配付の議事次第のとおりであります。

まず、理事者において、説明又は報告すべき事項があれば、これを受けたいと思います。

【説明事項】

- 提出予定案件について (資料①)

【報告事項】

- 徳島県と岡山理科大学の就職支援に関する協定の締結について (資料②)
- 「四国デスティネーションキャンペーン」(四国DC)の実施結果について (資料③)
- 次期とくしまブランド戦略の骨子案について (資料④)

黒下商工労働観光部副部長

商工労働観光部より二点、御報告をさせていただきます。

まず第一点目は、徳島県と岡山理科大学との就職支援に関する協定の締結についてでございます。お手元の資料1を御覧ください。県内企業の人材育成に向け、これまで関西の私立10大学と就職支援協定を締結し、県外大学生のU・Iターンによる就職を促進してまいりました。この度、来る11月29日、岡山理科大学との間において、新たに就職支援協定を締結することといたしました。協定では、学生に対する県内企業の情報やUターン・Iターン促進事業等の周知、学内で行う合同企業説明会等の開催、県内企業等における学生のインターンシップ受入れの支援などを実施することとしております。今後とも、協定を締結した大学や、県内大学との幅広い連携を一層強化し、優秀な若者が県内企業に就職し、活躍できるよう積極的に取り組んでまいります。

二点目は、四国デスティネーションキャンペーン、四国DCの実施結果についてでございます。お手元の資料2を御覧ください。JRグループ6社の協力の下、地方自治体及び地域の観光事業者等が一体となって、全国から四国への誘客を図る大型観光キャンペーン

を平成29年4月1日から3か月間実施をいたしました。この開催が平成27年3月に決定されて以降、本番に向けた主な取組として、平成27年6月に推進委員会を立ち上げ、キャッチフレーズ等の選定、目標数値を決定、さらには、平成28年5月に全国の旅行者やJRグループ関係者約400人をお招きし、観光素材のPRや現地視察を実施するとともに、全国の主要駅におきまして宣伝・告知を行ってまいりました。四国DCの本期間におきましては、鳴門公園におけるオープニングセレモニー、四国まんなか千年ものがたりの出発式等を実施したところでございます。その結果、四国DCで目標として設定しておりました、四国外から観光でこられた人の延べ宿泊者数対前年比10パーセント増という目標に対しまして、5.8パーセントの増という結果となりました。また、この四国DCによる経済効果については、107億5,000万円と算出されております。四国DCの効果を更に広く浸透させ、国内外から数多くの皆様に魅力あふれる徳島を訪れていただけますよう、しっかりと取り組んでまいります。

報告については以上でございます。よろしく願いいたします。

#### 小笠農林水産部長

農林水産部より、一点御報告させていただきます。

次期とくしまブランド戦略の骨子案についてでございます。資料3を御覧ください。

現行の、挑戦する・とくしまブランド戦略の4年間の戦略期間を3年とし、1年前倒しで新たな戦略を今年度中に策定することとしており、この度、次期戦略の骨子案が取りまとまりましたので、御報告させていただきます。

新たな戦略は、進化する・とくしまブランド戦略とし、戦略期間は平成30年4月からオリンピックイヤーである平成33年3月末までの3年間としております。また、この戦略では新たな視点を掲げております。

まず、多様化する市場ニーズに合わせ、首都圏、関西、県内、海外の四つのターゲット市場を設定し、それぞれの実情に合った戦略として整理いたします。

次に、ターンテーブル、地域商社阿波ふうどといった、現行戦略で実現した本県ならではの推進ツールの機能をフル活用するとともに、それらの連動による相乗効果を発揮させてまいります。

さらに、エシカル消費や新物流、モーダルシフトなど、食に関連する様々なトレンドを県産品のブランド化に生かしてまいります。

2のターゲット市場ごとの戦略といたしまして、首都圏では県産品はもとより、徳島そのものの認知度が低い現状を踏まえ、ターンテーブルを核に情報感度と発信力が高く社会一般に強い影響力を持つインフルエンサーや食のプロを徳島ファンに取り込み、情報発信を促す仕組みづくりを目指します。一方、本県農畜水産業の屋台骨を支える関西においては、本県産地と卸売市場の関係性を再構築し、関西の台所としての地位を揺るぎないものとしてまいります。

次に、県内では県民の皆様に県産品の魅力や価値を深く理解してもらい、それぞれに情報発信の担い手となっていただくための、意識啓発の活動を中心に推進いたします。

また、輸血量、輸出品目ともに順調に拡大している海外に向けては、相手国のターゲットを明確化し、県産品の戦略的なブランド化に引き続き取り組んでまいります。

3のターゲット市場を横断する施策といたしまして、産地が抱える課題解決による産地リノベーションを加速させるとともに、航空貨物の活用による物流の高度化、IoTをはじめとする次世代テクノロジーの導入など、新しい視点によるブランド化、6次産業化などを重要な柱として位置付けることとしております。

新戦略は、これらの戦略を大きく進化させることで、東京オリンピック・パラリンピックの経済効果を本県までしっかりと波及させ、もうかる農林水産業を実現してまいりたいと考えております。

報告事項は、以上でございます。御審議のほど、よろしくお願いいたします。

#### 森県土整備部副部長

続きまして、県土整備部関係の提出予定案件につきまして、御説明させていただきます。

お手元の委員会説明資料1ページをお開きください。一般会計の歳入歳出予算総括表でございます。表の補正額欄の下から2段目に記載しておりますとおり、今回の県土整備部におきましては、1億1,000万円の増額をお願いしております。補正後の予算額は、県土整備部合計で、180億9,253万4,000円となっております。また、補正額の財源につきましては、右の財源内訳欄に括弧書きで記載しております。

続きまして、2ページをお開きください。各課別の主要事項説明でございます。

都市計画課におきまして、鳴門総合運動公園球技場の改修に要する経費といたしまして、1億1,000万円の増額をお願いしております。

続きまして、4ページをお開きください。債務負担行為でございます。

道路整備課の道路改築事業工事請負契約などにつきましては、建設工事における施工時期の更なる平準化を図るため、来年度事業の一部を今年度の支出を伴わずに前倒しで発注する債務負担行為、いわゆるゼロ県債を今年度から活用したいということから、また、表の最下段、都市計画課の公園整備事業工事請負等契約につきましては、鳴門総合運動公園球技場の改修に伴いまして、それぞれ記載の額を限度とした債務負担行為を設定するものでございます。

県土整備部関係の説明事項は以上でございます。

なお、報告事項につきましてはございません。御審議のほど、よろしくお願いいたします。

#### 岡田委員長

以上で説明等は終わりました。これより質疑に入りますが、事前委員会における質疑につきましては、提出予定案件に関連する質疑及び緊急を要する案件に限定するとの申合せがなされておりますので、御協力をよろしくお願いいたします。

それでは質疑をどうぞ。

#### 山田委員

今、それぞれから報告があった中での問題についても聞いていきたいと思っております。

まず最初に四国DCの実施結果について、これは事前委員会の折にも、委員長のほうからも特別の質疑も頂いて、こういう結果が出たわけですけれども、もう一度この四国DC

の状況、特に目標数値等々がここには書かれていますけれども、こういう点も含めて御報告いただけますか。

黄田観光政策課長

四国DCの結果についての御質問でございます。先ほど御報告いたしましたけれど、今回、四国DCにつきましては目標数値といたしまして、四国外から観光で四国にこられた方の延べ宿泊者数につきまして、対前年比10パーセント増という目標を掲げて取り組んだところでございまして、結果といたしましては5.8パーセントの増ということになっております。また、この数値から推計いたしまして、経済効果につきましては107.5億円という算出がなされているところでございます。

山田委員

実は、この前の委員会でも既にこのことは発表されているわけですね。私自身が一番関心持つのは、10パーセント増という目標は四国4県がそれぞれどういう具体的な目標を掲げてきたのかと。当然それが積み上がって対前年度比10パーセント増ということになったと思うんですけどね。当然それがなかったら目標数値が非常にあいまいでないかということになるわけですから、四国4県のこの対前年度比10パーセント増というのは、いったいどれぐらいかという点について御報告ください。

黄田観光政策課長

この目標数値でございますけれど、今回の四国DCの実施に当たりましては、全体で推進組織といたしまして、四国ツーリズム創造機構を中心に四国各県、各県の観光協会、四国経済連合会、それからJR四国で構成されます四国DC推進委員会、こちらを設けまして、その中で目標数値についても議論をしてきたところでございまして、飽くまでも今回は、この四国DCにつきましては四国が一体となって域外から四国への誘客を図るということを目標に取り組んできたところでございます。そのため四国ツーリズム創造機構におきましてはこの結果につきまして、目標数値もそうでございますけれど、四国全体の数値を算出しているところがございまして、県ごとの数値というのは算出はしておりません。

山田委員

目標数値を対前年度比10パーセントを掲げて、これは委員会でも度々、前回は照会しましたけども、本会議でも委員会でもずっと質問が続いてると。これは四国全体だと、徳島県はその中の位置は分からないと、こういう目標は本当にそういう設定だったんですか。それだったらもう怠慢と言わざるを得ないと。当然、徳島県としてこれぐらい乗っかるからいいでしょう。これを聞いたら分かります。それはまた付託のほうで聞くとして、徳島県としてこの対前年度10パーセント増というのは具体的にどういうふうな目標設定をされていたんですか。全く検討しなかったんですか。御答弁ください。

黄田観光政策課長

四国DCにつきましては先ほど申し上げましたけれど、飽くまでも四国が一体となりま

してJR四国、JR6社の協力の下、四国内の自治体、それから観光事業者等が一体となって、全国から四国への誘客を図るということを目的として、四国が一体となって取り組んだところでございますので、四国全体の数値を掲げましてそれに向けて取り組んできたところでございます。

山田委員

再度確認したら、そういう目標が四国全体では確認したけれど、徳島県ではいわゆる対前年度比10パーセント目標というのがこれぐらいの数字だというのは、全く検討してないのか、していなかったのか、イエスかノーかで教えてください。

黄田観光政策課長

飽くまでも四国が一体となって取り組むということで、この四国全体の対前年比10パーセント増というのを目標に掲げて取り組んできたところでございますので、本県もその目標の下に誘客の増に向けました取組を行ってきたところでございます。

山田委員

つまりノーということでしょうか。そんなこと考えられません。対前年度比10パーセント増という目標を創造機構が掲げた。当然、徳島県においてはこれぐらいになるということは、検討されるのが普通でしょう。次長、そういうふうな検討は、全く過去にされてないんですか。

福田商工労働観光部次長

繰り返しにはなりますけれども、今回四国DCというのは、四国を一体として捉えてするキャンペーンということで、四国単位で目標数値は決めたところでございます。

公式に、それぞれの県の割り当ての目標というような、積み上げた目標が10パーセントというのではなくて、四国全体で頑張っていこうという目標として10パーセントということ掲げて、それに対して各県それぞれ頑張っていこうという意味統一がなされたということでございます。

山田委員

結局、四国で5.8パーセント増というのは一体徳島県においてはどうなのか。また経済効果の数字が出ていますけれども、徳島においてはどうなのかという検討は、全くされていないというふうな理解でいいのですか。

黄田観光政策課長

今回の四国DCの目標につきましては、観光庁の宿泊旅行統計調査の数値から、結果につきましてもはじき出しているところでございます。具体的には、観光で四国にこられた方の延べ宿泊者数、これに四国外からこられた方の比率、四国外比率と言っておりますけれど、これを掛けまして算出をしたものでございます。全体といたしましては、四国外から観光で四国にこられた方の延べ宿泊者数が、平成29年の4月から6月の間につきまして

は111万2,431人、昨年が同時期で105万1,035人ということで、対前年比は結果といたしまして5.8パーセントの増となったというところでございます。

山田委員

今の数字は徳島県の分なのか、それとも四国全体分なのか。

黄田観光政策課長

今回の分は四国全体でございます。飽くまでも四国外から四国にこられた方の数という形で四国全体の数字でございます。

山田委員

つまり四国全体でということになったら宿泊統計、私も事前委員会の時に度々聞いています。また今回の7月、8月の分まで出ています。8月は最下位から若干抜け出して奈良県よりも上にいるという状況になっているのは承知しています。そのことはいいでしょう。そうしたら、この数字で言えば徳島県はどういうふうな状況になるんですか。これは統計が出ているわけだから、分かるわけでしょう。

黄田観光政策課長

今回のこの算出に当たりまして、この四国外比率、いわゆる四国外からこられた方の比率につきましての考え方でございますけれど、従業者数が100人以上の施設を対象といたしまして、その中で、その施設で観光目的の宿泊者が50パーセント以上の施設の宿泊者数の内、実際にこられた方、いわゆる居住地が四国以外の宿泊者の割合というのをはじき出しているところでございます。今回の分につきましては、本県で見ますと従業者が100人以上の施設というのは、ごく僅かという形で限られているということと、それから飽くまでも四国外からこられた方になりますので、例えば四国内、本県と他県、香川、愛媛、高知等から本県にこられた方の宿泊者数というのは網羅されてないということから、本県の数値については算出はしていないところでございます。

山田委員

結局のところ、徳島県がどういう状況になったのかについては、100人以上のホテル数も少ないので比較検討できないみたいな答弁でした。当然納得いきません。そうしたら改めて聞くんですけども、徳島県でこの四国DC関連を含めた予算、平成27年度、28年度、29年度は執行中ということになると思うんですけども、四国DC関連で予算としてどれだけ費やされたんですか。

黄田観光政策課長

今回の四国DCの実施に当たりましては、全体計画それから全国に向けての情報発信、宣伝につきましては四国ツーリズム創造機構が担当すると。あとは四国各県とJR四国が魅力ある観光素材の発掘提案を担当するという役割分担の下に実施をしてきたところでございます。実際の四国DCの実施、運営に係る予算については、県としては特にこの部分

については予算はかけてないところでございます。

一方で、昨年4月27日に本県の推進組織であります四国DC徳島推進委員会を開催をいたしまして、四国プレDCでありますとか、本番に向けまして更なる観光素材の洗い出し、それから磨き上げなどにつきまして協議を行い、本番に向けまして市町村や民間団体とも連携して、観光客の皆様をしっかりとおもてなしするための準備に取り組んでまいりまして、多くの観光素材でありますとか観光商品を設定したところでございます。

#### 山田委員

私が聞いているのは、金額のことを含めて聞いているんです。例えば、総務委員会で議論になっています記念オケ事業。今年の5月でしたか音楽列車というのが跳ね上がりました。それはなぜかということになったら、四国DCの関連だという答えもありました。そういう面でいったら現在も含めて、過去の分も含めて設立以降、県が支出した金額は当然あるわけでしょう。総務委員会でそういうふうに答弁されているし、これは県土整備委員会でも議論になっています。例えばの話ですよ、今のは一端ですけど。この四国DC関連の県の予算は、どれだけかということについて御報告ください。

#### 黄田観光政策課長

先ほど御説明いたしましたけれど、いわゆる四国DCの本番に向けまして観光素材等の設定を行うとともに、この四国DCの機会を捉えまして観光振興を図るために、例えば二次交通の整備といたしまして阿波おどり空港、それから徳島駅などの交通拠点と、鳴門市内、脇町等県西部の観光地をつなぎます定期観光バス、タクシー、それから徳島、鳴門、藍住の観光地を巡回する周遊バス、こちらの運行を行ったところでございます。

また、おもてなしの充実といたしましては、タクシードライバーのマナーや、おもてなしの技能を認定いたします、おもてなしタクシー認定制度や、観光客の皆様が重い手荷物を持たずに気軽に観光できるよう宿泊施設に荷物を送ります、手ぶら観光サービスを実施したところでございます。さらに、この四国DC期間を含みます4月から9月につきましては、多彩な阿波文化を活用いたしまして、徳島の魅力を体感、体験いただけますときめき☆あわ旅～あわ文化体感博～といたしまして、例えば、はな・はる・フェスタでの夜間の阿波踊りでありますとか、藍染、遊山箱の絵付け等の体験メニュー等、観光誘客に取り組んだところでございます。

#### 山田委員

四国DCについて今言っていて、私自身その取組自身がどうのこうのと言うつもりはありません。徳島県の観光行政の観光の捻出のためには必要なことだったと思います。だから、総じて四国DC関連で県としてこれだけの予算を投入しましたという額、アバウトでも結構ですから、幾らなのかということをおもてなしされてると。今、言ったメニューが出ているわけですから。それは御報告いただけますか。

#### 黄田観光政策課長

今回の四国DCにつきましては、繰り返しになりますけれど、JR6社の協力の下に自

治体、それから地域の観光事業者等が一体となって、全国から四国への誘客を図る大型の観光キャンペーンということで、正に四国の自治体、観光事業者にとりましては、千載一遇のチャンスということで目標設定いたしまして、四国DCに併せて特色のありますイベントでありますとか行事等を通じて、誘客を図ってきたところでございます。

先ほど御説明いたしました、本県でも二次交通整備に向けました実証運行でありますとか、おもてなしの充実に向けた観光振興の取組を進めて、これらの事業を四国DC期間中に集中的に実施したというところでございます。四国DC関連の予算ということでありましたら、通常の観光振興に係る施策を集中的に実施したということでありまして、四国DC関連ということではっきりと線引きすることは難しいというところでございます。

#### 山田委員

もうあんまり、これ長々とやりたくないのだけれども、その四国DC関連の、さっき言った創造機構の予算、JR6社の予算、県の予算、この三つに分けて付託委員会までで結構ですから、これを出してください。一応、大方で結構ですからということをお願いしておきます。

先に進みます。実はこの問題は何でこう言うかという、以前にも紹介しました、当時の吉田部長さんから、今回の四国DCというのは確かに増える部分もあると思うけれども、四国4県のそれぞれの取組が結果として現れるという危機感の表明もあったんです。私自身も千載一遇のチャンス、四国4県そういうことで取り組んできた。その結果、徳島県の延べ宿泊者数が増えたのかと言え、もう今日は数字を言いませんけれども、ずっと最下位のままという状況になっています。だから、そういう面で言ったら、四国DCにどれだけ予算を使って、その検証というのが本当に徳島県にとって必要なことだと私は思うのです。その検証抜きに、この前もまたパンフレットが出ましたけれども、観光施策、そういうことにつながるのかという点がありますね。

やはりこれでは、資料2で出ていましたけれども、当時の部長さんが述べた四国4県の取組によって、それぞれの明と暗が生まれてくると、そういう危機感も持ってなかったら、本当の意味での、単に増えてよかったなということにはとどまらないという答弁もあるんですけれども、その点から見たら、そういう検証が必要ではないかと思うんです。この点はいかがですか。

#### 黄田観光政策課長

徳島県、本県での効果ということでございますけど、四国DC期間中、今年の4月から6月の本県の延べ宿泊者数につきましては56万7,250人ということで、前年の速報値との比較ではプラス7.5パーセントの増。それから県が行っております主要観光施設の入込客数調査での観光入込客数につきましては、前年比14.2パーセントということで、多くの観光客に御来県いただいたところであり、効果が出ていると考えております。

#### 山田委員

私は効果が出ていないと言っているのと違うんです。四国4県の中で、宿泊者数は今プラスなんだと言われたけれども、4月も5月も6月も全国最下位という状況は変わってな

いんですね。だからそういうことから見たら、そこは深刻に見る必要があるよというふうに思うんですね。その面での検証が必要だと私は思います。同時に新聞報道でも、「県内宿泊者数低迷続く」という記事も出されました。この中では関西圏からの近さ、関西広域連合に所属する本県が、その近さのゆえに県内宿泊者数が低迷しているという点と同時に、他県に比べて徳島はPR戦略が劣ると、こういう指摘もされている。施策の見直しに迫られているというふうなことも既に報道されています。

だから、四国DCの検証もそうですけれども、こういうところを含めてこれからの徳島の観光でのPR戦略ということをしつかり足元を見て練り合わせる必要があるのではないかと。今のような議論を続けていたら漫然と進むだけ。抜本的な状況が打開できるという状況にならない。ここにも書いていますけれども、経済波及効果では、宿泊者数のお客さんが徳島県内で泊まった場合に落とすお金というのは非常に大きなものがあるということも書かれています。そういう面から見ても、ここをしつかり捉えることが重要だと思うんですけれども、この点については観光サイドではどういうふうにこの指摘について認識されているのですか。

#### 黄田観光政策課長

宿泊統計調査の結果等につきまして全国最下位ということでございますけれども、平成28年の延べ宿泊者数につきましては約238万人と全国最下位という形でございますけれども、外国人の延べ宿泊者数につきましては約7万人ということで過去最高、全国44位となっているところでございます。今お話がありましたように2回目の開催となりました秋の阿波おどりの浸透でありますとか、3年に一度の開催となりましたLEDアートフェスティバル、それからうるう年によりますお遍路の逆打ち等で、前年より約3パーセント増加をしたところがございますけれども、関西からの距離が近く、日帰りの観光客が多いことやホテルの客室数が全国最小であることなどが、宿泊者数の大幅な増加に至らない要因と考えておるところでございます。

これを受けまして、今回につきましては四国DCが実施されたところでございますけど、それに併せまして、本県ではテーマを絞った独自の観光キャンペーンを実施しております。上期につきましては、阿波藍、阿波踊り、阿波文化をテーマに展開をしたところでございまして、下期10月以降につきましては、平家の落人伝説でありますとか、三好長慶、蜂須賀家など、本県が誇ります阿波の歴史をテーマとした、ときめき☆あわ旅～あわ歴史体感博～を展開しているところでございます。

さらにこれから、2020年の東京オリ・パラの公式エンブレムにジャパングルーブルー藍色が採用されたことを機に注目が高まっております阿波藍でありますとか、阿波人形浄瑠璃、阿波踊り、それから平成30年にはベートーヴェン第九アジア初演100周年を迎えるという形で、これらの徳島の魅力をしつかりと発信ができますように、このテーマ性のあるキャンペーンというのを更に引き続いて展開をするとともに、お客様が何度も訪れたいくなるような満足度の向上につながります、おもてなしの充実、これらを図りまして官民一体となって宿泊者数の更なる増大につなげてまいりたいと考えております。

#### 山田委員

この問題はまた付託のほうでも聞くんですけども、今言った言葉は過去この委員会でも度々形を変えて答弁されています。しかし、全国最下位から脱却できてないということからPR戦略の練り直しも含めてね、真剣に立ち返る時だと、特に千載一遇と言われた四国DCの取組について、徳島の取組は分かりませんと、こんなことで果たして本当にいいのかと私自身は思っています。そういう意味で付託委員会でもこの問題を質問していきたいと思えます。

次に、前の委員会でも求めました平成28年度の地方創生関連交付金の対象事業の執行状況の調査について御報告いただけますか。

渡邊地方創生局次長

ただいま山田委員から、平成28年度の地方創生関連交付金の県内と県外の発注状況についての御質問を頂きました。

まず、件数ベースと金額ベースそれぞれでございますけれども、まず件数ベースにおきましては1契約1件とカウントしまして全体1,419件中、県内が1,315件ということで県内への発注が92.7パーセントとなっております。金額ベースにつきましては、全体が10億2,900万円の内、県内が8億4,900万円ということで、金額ベースでは県内発注の割合が82.5パーセントとこのような状況になってございます。

山田委員

金額ベースで県内発注が82.5パーセント、金額にして8億4,900万円と、県外分は1億8,000万円という状況になるわけですけども、特に我々が掲げるv s 東京ということから見たら、東京にはこの県外分の中のどれぐらいの部分が入ってるかは把握してるんですか。

渡邊地方創生局次長

ただいま県外分の内、東京分についての御質問を頂きました。

件数ベースでいきますと全体の3パーセントでございます。43件ございまして、金額ベースにつきましては約1億5,900万円ということで、1億8,000万円のうちの1億5,900万円ということに東京本店はなっております。率にして15.5パーセントという形になってございます。

山田委員

v s 東京と言ってる中でも15.5パーセントになっているという状況でした。そこでね、度々ここでも指摘しました、この問題意識を持ったのが、滋賀県で平成28年度に実施した地方創生交付金の県外への流出が3割超に上っているということで、滋賀県の場合は12事業で6億8,600万円の内、県外に2億3,400万円支出したと。内1億4,500万円が東京都内の企業であるところという状況でした。これは、地方交付金の加速化基金の事業というふうな、滋賀県は比較をしているわけですけども、滋賀県との関係で、本県の今、渡邊次長さんが報告された中身、違いも含めて、また全体の感想も含めて述べていただけますか。

## 渡邊地方創生局次長

まず、滋賀県の調査方法につきましては、我々も詳細の聞き取りを行っておりませんが、我々としたしましては平成28年度に実施しました地方創生加速化交付金も当然そうですし、地方創生推進交付金も含めて全体像として調査をさせていただいたという形でございます。

また受け止めにつきましては、滋賀県は金額ベースで3割超ということになってございます。我々82.5パーセントということで、元々、県内企業の優先発注関係の実施方針に従って取組をして、原則は当然地方創生ですので県内を優先に、そしてやむを得ない場合、どうしても県外のほうが事業効果が高いとか、そういったものを除いては県内という方針で実施してきましたので、その方針に従って引き続きより一層努力をして取り組んでまいりたいと考えております。

## 山田委員

実はこの中で、昨日の総務委員会でも議論したんですけれども、今問題になっています。去年の第九の演奏会、これも地方創生交付金の決定が遅れたために、当初2,100万円だったものが出口では1億円を超える5倍に跳ね上がったということについて、市民団体からいろいろな指摘もされるというふうな中で聞いてみたら、この部分の第九、去年の分で地方創生推進交付金が5,475万円というふうに言われてます。しかし、この発注はというと、文化振興財団が出すので、これは県内発注という中での金額ベースでもそういうふうにカウントされている。しかしその多くは、全てとは言いませんがアンサンブルセシリア、演奏家の県外の方、また演奏家を手配する県外業者など、実際のところは県外にというものもあるわけですが、そういう面で言ったら、県内・県外という数字もさることながら、その中身についても実際のところは、そこまで詳細把握してないということかもしれませんけれども、今言った事例について渡邊次長さんはどういうふうに思われますか。

## 渡邊地方創生局次長

我々、地方創生推進交付金を取りまとめる担当課といたしまして、国への手続き、交付申請の手続き、あるいは実績報告、要望等をやっております。そうしたものの取りまとめとして業務を行わせていただいておりますので、その付いた予算に対してどこにどのように発注した、言わば執行につきましては当然のことながら各部局において責任を持って実施していただくものと考えております。

また今回、県内の発注状況について調査させていただきましたけれども、調査に当たりましては、元々県内企業の優先発注の実施指針がございまして、その方法に沿って、参考にしながら調査をさせていただきます。委員がおっしゃるような形で、飽くまで第一次発注先としてどこだったのかという形で整理をさせていただいた結果でございます。

また、先ほど交付金につきまして、御指摘の事業につきまして交付金の決定が遅れるという話がございましたけれども、これは平成28年度に、国が地方創生推進交付金を法律補助という形に位置付けまして、結果として、4月20日だったと思っておりますけれども、その法律の施行が年度をまたいと。その上で交付要綱が8月に入ってから国のほうから示されたことがございます。そうしたこともございまして、結果として発注については、その事業

に関わらず平成28年度はイレギュラーな部分が全国的にもあったのかと、そういうふう  
に考えております。

#### 山田委員

時間もだんだんきているので、この問題についても引き続き聞いていきたいと思うんで  
すけれども、最後のテーマで先ほども委員派遣のところでも問題だった渋谷区ですね、私も  
これは政務活動費だったので、委員会の委員派遣ではないんですけれども、渋谷区へ行っ  
て、渋谷区の議員の皆さん等々からの意見を聞きました。その中で皆さんからいろいろな  
疑問点もあってということなんです、それはまた追々聞くとして、まずターンテーブル。  
簡単で結構ですから予算関係をもう一回整理して、今まで執行済み、またこれから執行さ  
れるものも含めて簡単に御報告ください。

#### 新居農林水産部次長

山田委員からターンテーブルの予算について質問を頂いたところでございます。

まず施設改修に係る予算という形でまとめさせていただきますと、総額で2億3,250万  
円ということになっておりまして、その内訳は物件探索費用でありますとか、設計に係る  
費用でありますとか、実際の工事にかかる費用であります。そういった諸々を含めてそう  
いう額になっておるところでございます、そのほかJAMという会社からこの物件を借  
りておるわけなんです、そこに係る保証金が5,000万円と。それから家賃につきまして  
は、今年度は4月7日からの賃貸になりますので、若干の日割り計算になるんですが、お  
おむね4,900万円、大体年間ベースでいいますと5,000万円という形で予算を組ませてい  
だいておるところでございます。

#### 山田委員

予算も莫大な金がかかっているわけですが、そこで、私自身は6月の経済委員  
会で岡田委員さんから、また9月では高井委員さんからも、この質問のやり取りを見させて  
いただきました。いよいよ今年度中のターンテーブルのオープンという前に一番重要にな  
っているのが、この転貸借契約の状況です。12月議会に提出すると、私はてっきり事前委  
員会に出されて当然議論されて、当然経済委員会でも付託委員会のほうでというふうに思  
っていたんですけれども、それは出ていないようなんですけれども、いつ報告するのかとい  
うことと、なぜ事前委員会でそのことが報告できてないのかと、何が詰まってないのかとい  
うことも含めて端的にお答えください。

#### 新居農林水産部次長

ターンテーブルのD I Y工務店への転貸借契約についてでございますけれども、これに  
つきましては、実際ターンテーブルのお客様に対する料金設定をどうするのかと、そうい  
ったところを、今、実はD I Y工務店が内部的に詰めておるところでございます、そう  
いうのが実は転貸借契約の条件の中にも若干反映されてまいりますので、まだ詳細がきち  
んと詰まっていない状況でございます。ただ、お約束しましたとおり、今議会中に御報告  
ということで、付託委員会では、その転貸借契約の条件につきまして御報告させていただ

くスケジュールで今、作業を進めておるところでございます。

#### 山田委員

今そういう状況を言われたんですけれども、徳島県がJAMに対して、JAMというのは東急から持ってるビルをJAMさんが管理されてるというふうな状況のもとで、それを徳島県が大家さんに5,000万円払うよと。しかしDIY工務店、実際に運用する主体が毎年2,000万円出して、実は県が毎年3,000万円出すよと、こういうスキームになってるといふことですが、何で県が2億3,250万円の改修費の上に、更に毎年3,000万円も出すのかということについては、どういう見解なんですか。

#### 新居農林水産部次長

毎年、県の持ち出しが、おおむね3,000万円ぐらいになったということでございます。この3,000万円につきましては、正に本県産の農林水産物であるとか、それから観光誘客であるとか、移住交流であるとか、そういった諸々をこのターンテーブルの機能として持たせておりまして、そういったものを今後進めていく費用というふうに捉えているわけでございます。

そもそも5,000万円の家賃に対して、何で2,000万円の家賃しかもらわないのか、つまり3,000万円ということでございますけれども、これにつきましては、飽くまで県からターンテーブルへの転貸という形になりまして、当然運営主体はDIY工務店に移るわけでございます。ただ、そもそも県が造って、県の政策でやっておる事業でございますから、当然、ターンテーブルで出される食材でありますとか、運営方針でありますとか、そういったものは全部徳島県民に還元されるような運営でなくてはならない。つまり、また付託でも報告させていただきましても、これは転貸借契約で様々な制約を設けておるところでございます。ですので、通常のホテル&レストラン、こういったものを運営するのと違いまして、相当な制約がございます。一例を申し上げますと、例えば、そのレストランで出される食材の原価率、これは通常で売ると20パーセント、30パーセント。30パーセントいくと結構高いですけれども、これはおおむね40パーセントまで高めて、県産材を本当に優先的にというか大々的に使ってもらおうと。そういったような諸々の制約を設けてまいりますので、その部分については民間が努力しても、そこは埋められない穴ということで考えているところでございます。

#### 山田委員

そうしたら都内に今回はアンテナショップの機能も含めて、レストランやホテルという話ですが、都内のアンテナショップというのがいったいどれくらいあって、県がどれくらい助成をしているのかということについて教えていただけますか。

#### 黄田観光政策課長

本県の都内におけますアンテナショップの状況でございますけれども、ローソンのお店を活用して行っているところが虎ノ門巴町店と飯田橋三丁目店、こちら2店でございます。それから認定のアンテナショップという形で、例えば、徳島・香川トモニ市場でございます

とか、あと商工会連合会の、ええもんあるでえ徳島等が都内にはございます。(「県のお金、助成分からん」と言う者あり) アンテナショップの関係につきましては、ローソンへの委託経費という形で、これは運営管理でございますけど、東京の2店舗につきましては、今年度29年度は約500万円ほどを出しているところでございます。

#### 山田委員

500万円というふうな状況ですね。だから、3,000万円というのがいわゆる、破格の分になるわけです。その分で特に周辺の皆さんから疑問の声が出たのは、この地域は裏浜だというふうなことで、実はターンテーブルの斜め前の店も閉まったままになっているよというふうな状況の所だと。それでなぜ県がそういう所でホテルを建てるのかと。それも見たところ、非常に狭い規模のホテルになってるわけですがけれども、県がホテル運営に間接的とはいえ、実際は直接だけでも乗り出す。その規模も含めて、また、その理由も含めて端的にお答えいただけますか。

#### 新居農林水産部次長

なぜ、ターンテーブルにホテル機能が付いてるのかという御質問でございます。確かに他県のアンテナショップを見ましても、レストランが付いている所は結構ございますけれども、ホステルまでは付いているところは現時点ではないと考えているところでございます。私も東京で首都圏でこういったいわゆる、アンテナショップ的にこの徳島県産食材を見せていく施設を造る時に考えましたのは、まず、例えば他県のように日本橋であるとか、銀座であるとか、元々、人通りがたくさんある所で、物を並べて物販するといったケースでも、やはり、そこに通ってこられる、東京23区とか、そういうエリアの方がきているんだろうなと。もちろん観光客はきていると思いますけれども、仮に渋谷の神泉でレストランだけやっても、やはり、そこに来のお客さんのエリアは限られるんだろうなというふうに考えたところです。それで、ホステルを付けることによって全国、もっと言うと世界からそこにお客さまがきていただけると。そのお客さまに対して徳島県の魅力その施設でお伝えできると。つまり、ホステルをやることによって圧倒的にその集客の幅が広がるわけでございます。そういった点でホステルを付けてはどうかという案になったわけでございます。

#### 山田委員

もう最後の質問にします。キャパが60数人でしょ、それで今言ったような効果が発揮できるのかという点が一点。それとさっきの転貸借契約の関係も関わってくるわけですがけれども、実はみんなが、こんな所でうまくいくのかと。ある人はリスクマネジメントを徳島県はどういうふうに考えているのかという点についても、率直な意見をたくさん聞きました。その点について御答弁いただいて、私の質問は終わります。

#### 新居農林水産部次長

ターンテーブルの設置箇所を渋谷区神泉に決めたこととございますけれども、あそこに決まるまで、おおむね200か所にわたる候補地を検討してきたわけでございます。おおむ

ねほとんどが23区内でございました。最終的にあそこに決めましたのは、渋谷区は皆さん御承知のとおり、東急さんを中心にこれからものすごい大きなビルが駅前に建ち並んでいくと。渋谷区は現在でも23区の中の観光入込客数が多い。非常に多くの観光客がきているわけでございます。そういった可能性があるエリアの中で、駅前やはり若者を中心としたチェーン店とか、そういう店が建ち並んでいるわけでございますけれども、今、正に山田委員がおっしゃったその裏渋谷。あそこは裏渋谷通りと言い、エリアで言うと奥渋谷というのが正解なのですが、奥渋谷というその「奥」というのは、裏通りだよという意味ではなくて、その渋谷の奥のほうに、上質の大人たちが通うような良質な飲食店であるとか、雑貨店であるとか、そういうものが今、非常に多くできているエリアでございます。そういったターnteーブルの性格上、インフルエンサーマーケティング、影響力のある方たちを呼んで、その口コミで徳島県の魅力を広げていこうというコンセプトの中で、そういうエリアは非常に有効であろうと考えたところでございます。私どもも、あのエリアでターnteーブルの効果を最大限に発揮できるんだらうなと期待しておるところでございます。

#### 元木委員

御説明を頂いた内容について、確認をさせていただけたらと思います。

県と岡山理科大学の就職支援に関する協定の締結についてということで、新たにこれまでに、従来に加えて中国地方の大学との初の協定を実現されたということで期待をしているところでございます。まず、今までの私立大学との協定の事業をどういった形で進めてこられて、そしてその成果がどの程度あったのかといった部分について御確認をさせていただきたいと思います。

#### 梶本労働雇用戦略課長

本県では、県外学生の就職を支援するとともに県内企業の人材確保を目的に、平成23年度から関西圏の大学と就職支援協定を締結してきたところでございます。特に、本県の強みであります製造業への就職者数を確保するために、理工系学部を有する大学や、コールセンターを有する観点から、オペレーターは女性職員がその大部分を占めておりますので、女子大学等と提携してきた中で、コールセンターの幹部候補生の育成を想定した形で進めてきたところでございます。

大学におきましては、本県へのUターン就職の取組をしているなど、本県と連携して学生のUターン就職の促進が期待できる大学と協定締結を行ってきたところでございます。成果等ですけれども、協定締結大学のUターン率等につきましては、平成24年から平成28年までの実績によりますと、大学によってばらつきはありますけれども、Uターン率が約25パーセントとなっております。よく聞くのは、県外東京等へ行った場合、Uターンするのは大体2割、8割は東京圏、大阪圏という形で就職と聞いておりますので、一定の成果は出ておるものというふうに考えてるところでございます。

#### 元木委員

8割が東京圏、大阪圏ということで、Uターン率25パーセントというお話でございました。御承知のとおり近年は学生の方々自体も減っている中で、安定志向、大企業志向とい

うことがよく言われておるようでございまして、徳島県から例えば、関西圏や東京圏の大学等に進学をされる方もたくさんいらっしゃいますけれども、その行った大学で就職に関する情報が、やはり都市圏中心の企業さんのアプローチが強くてなかなか地方に目が行きづらいような面もあるのではないかというようなことも関西広域連合議会の中でも指摘もあったところございまして、是非、こういった協定を契機として徳島県から、あるいは他の県からでもいいんですけれども、大学生の方々が本県の大企業あるいは中小企業にも目を向けていただけるような取組を、是非、しっかり進めていただいて、地方の人手不足や若手のいろいろな分野での担い手不足につなげていただきたいと。岡山県であれば、今、獣医の問題もございまして徳島県も獣医師さんが不足をしているというような課題もございまして、こういった課題を一気に解決していただくようなことも期待をしたいと思うわけございまして、新たな協定でどんな効果や成果を期待をしておられるのかといった点について具体的に教えていただけたらと思います。

#### 梶本労働雇用戦略課長

今回の岡山理科大学との協定の前にまず6月に要請がございました。Uターン就職相談会に出席してもらえないかという形で大学側の用意したブースでUターンを希望する学生に対して、県内の就職状況とか、県内の企業について県の担当者が説明いたしました。高校生の多くは、やはり受験勉強をしている中で県内の企業のことをあまりよく知らない。いわゆる、B to Cビジネス、消費者向けの企業で、例えば全日空であるとか、SONYであるとか、そういった製品にじかに接する企業はよく知ってるけれども、B to Bビジネス、企業対企業の業種、そういった所は、非常にいい企業はあるけれども知らない。そういったことで、県内の優れた日本に誇れる企業を知っていただく必要があると。それは就職支援の担当者からも聞いておりますので、そういった説明を、是非してほしいという話がありまして、9月中旬に県内で開催された保護者会というのがございまして、それにも呼ばれて行ったわけなんですけれども、その後、岡山理科大学のほうから就職支援協定を締結してもらえないかと要望がありまして、入学者数が多いとか、理系大学であるということで、本県の強みでもある製造業の就職者数の増加が期待されるということで検討を始めました。

具体的にどういったことをするかということですが、県内の企業情報、Uターン情報、Iターン促進事業とか、各種のイベント、県内企業のインターンシップ情報の周知をさせていただきます。それから学内で行われる合同企業説明会の開催のための協力でありますとか、あるいは、県内企業の推薦や参加のための連絡調整、保護者向けのセミナーの開催協力など、学生のUターン・Iターン就職促進関係の取組を進めてまいりたいというふうに考えております。

#### 元木委員

私も細かいデータを持ってないんですけれども、側聞するに岡山理科大学のほうからは、市町村の役場の職員さんですとか、あるいは、学校の教員になる方も結構な数いらっしゃるということをお伺いしておりますけれども、県の職員はちょっと少ないというようなことでもあるようでございます。保護者向けのという話もございましたけれども、県も今、

なかなか県の職員になり手がいなくて親向けのアプローチをされておるとも聞いてもおりますので、こういったことともリンクをさせて、是非、岡山理科大学のほうからも県職員が増えていただけたらと思いますし、また、県内企業やあるいは、ほかの公的機関、こういった所と岡山理科大学との連携を更に強化させていく方向に進めていただけたら、徳島県としてもいいのではないかなと思っておりますので、よろしく願い申し上げます。

次に、四国DCの実施結果について、少しやり取りがございましたけれども、補足的な説明になるかと思っておりますけれども、観光客や宿泊数の報告がございましたが、外国人の観光客宿泊者数というのは把握されておられるのでしょうか。どういった国の方がたくさんこられたのか、増えたのかといったようなことが、お分かりになれば御報告を頂けたらと思います。

#### 戸川国際課長

四国DC期間中の外国人の宿泊者数についてという御質問だったかと思っております。今年の4月から6月の外国人の宿泊者数につきましては、2万6,670名というところで、昨年度が1万6,290名というところにおきますと約1万人の増加をしているという状況でございます。四国DCキャンペーンそのものは、日本国内の旅行客を四国にというキャンペーンではございますけれども、外国人の方も、JRとかいろいろな方面から関西地方だとかからも入ってこられた方も多いかと思っております。それから、どこの国、地域が多いかというところにつきましては、香港だとか台湾方面、それから中国本土の方が多いというふうな数値がきております。

#### 元木委員

県西部でも香港、台湾、中国辺りから団体バスでこられるような方が多かったのではないかなと感じているわけでございますけれども、実際JRの池田駅ですとか、そういった周辺をよく私も訪問するんですけれども、かなりの数、欧米の方も増えていらっしゃるバックパッカーのようなお若い方もいらっしゃいますし、かなり高齢の方で御家族とか、御友人と一緒に少人数でこられる方もいらっしゃいますし、私を感じたのは国、団体又は個人旅行といったターゲットをよりきめ細かに絞った上で、戦略を立てていくことも大事なのではないかなと感じた次第でございます。

例えば、レンタカーをもっと充実してほしいですとか、こういったこともかなりの方からお伺いをして、どういうやり方がいいのかというのは、専門家の方などに相談しないといけないと思うんですけれども、こういった点についても県もよりしっかりと研究していただいて、よりきめ細かなニーズに対応した輸送モードの確立、こういった点についてもお力添えいただきたいと思う次第でございます。とりわけ、四国まんなか千年ものがたりは、地域経済の活性化の効果もかなり高かったとお伺いしておりますけれども、駅前の活性化というようなことが、かなり地元の自治体では課題になっておまして、徳島県内どこもそうだと思うんですけれども、四国全体が恐らく昔たくさん地方分権という流れの中で銀座通りというのができて、そこがかなり崩壊して、今はもう駐車場ばかりになったりと、こういった所が増えております。是非、こういった四国DCの成果を今後にもまた

つないでいくということを考えていく上で、この駅前の活性化という点について大きなテーマとして位置付けて観光施策の一つの目玉として取り組むべきではないのかなと考えておるわけでございますけれども、こういった点についてどのように進めていかれる、考えておられるのか伺いたいと思います。

#### 黄田観光政策課長

駅前の活性化と観光振興の関係の御質問でございます。委員からお話がありましたように、県西部で四国まんなか千年ものがたりという形で四国DC期間に合わせまして、4月1日から運行されているところでございます。四国DC期間につきましては、乗車率が96パーセント程度という形で非常に高い乗車率でございますし、また、いろいろお話を聞きますと、例えば本県でありましたら、大歩危駅に到着された場合には、地元の方が本当に妖怪の格好とか、ほら貝とかでお迎えをして、またお見送りをすると。途中の大歩危から多度津のほうに向かいます上りのほうにつきましては、阿波川口駅に停車いたしますけれども、そこでは、たぬきとか非常に地元の方が本当におもてなしという形でお迎えするということが好評を得ているということを知っておるところでございます。

今後、やはり、駅前と言いますと、地元の周辺の方等の連携をして、例えば今回、観光列車を核にして地域の活性化等にもつなげてるところでございますけれども、そういう形で地元の方とも連携をしながら、駅前の活性化についてもそれをどう観光の振興に生かしていくかにつきましても検討してまいりたいと思います。

#### 元木委員

先ほども御答弁を頂きましたように、ホスピタリティですね。特に県西部の方というのは、かなりまとまりの強い地域でございまして、今回の四国まんなか千年ものがたりでも、例えば、医療機関で勤められておられる職員さんですとか、看護師さんが四国まんなか千年ものがたりの列車が走っていく時に、外に出てきて手を振っていただいたり、こういったちょっとしたことでもかなり乗られている方からしたら、すごい地域の魅力増みたいなの雰囲気があったのではないかなと。こういうことをこれから徳島県の強みとして伸ばしていくべきではないのかなと感じたところでございます。

一方におきまして、先ほども申し上げましたとおり、例えば、駅を降りて周辺の主要な観光地を回っていただくとか、周辺のいろいろなレストランで食事をしていただくとか、買い物していただくとか、こういった点については、やはり課題があったのではないかなというのが私の率直な意見でございます。観光でルートが大体固定化して、行く所が決まっていると、買い物する所も決まっているというのが大体アジアからこられた団体の方の行程だったのではないかなと。もっとこれからは細かいニーズに対応したようなことも、考えていくべきではないのかなと感じた次第でございます。

この資料3のブランド戦略にもつながってくるわけでございますけれども、例えば、西ですと辻の駅前ですとか池田の駅前というのは、昔はたばこの町というようなことで賑わいのあった歴史もございます。こういった昔のブランド品の強みを生かして、例えば、たばこに関する新しい新商品、たばこの形をしたお菓子とか、そういったものを開発するとか、そういった視点も、もっとやっていくべきではないかなといったような御意見もござ

いました。

そういう中で、このブランド戦略に移らせていただきますけれども、食をメインテーマに県そのものをブランディングするという事で、ターンテーブル等の首都圏市場に積極的に関わっていくということでございますけれども、私も東京に視察で地域活性化センターとかに行った時に、やはり四国の他の3県と比べて、徳島県の方は奥ゆかしいところがあって、あまり自分の県の良い所を積極的に言わないような感じの方が多いいという話もお伺いしまして、是非、徳島県そのものの認知度を高めていただき、徳島の良い所を積極的にPRしていただきたいと思うわけでございますけれども、具体的にどういった形で良さを発信していくのかという点について、もう少し詳しく教えていただけたらと思います。

#### 新居農林水産部次長

次期とくしまブランド戦略の中で、特に首都圏市場のブランディングについての御質問だと思います。食をメインテーマにして徳島県そのものをブランディングする。このブランディングもおおまかに言うと、2種類あると思います。一つは、徳島県というエリアそのものをブランディングしていく方法。もう一つは、個別商品一つ一つをブランディングしていく。この二つのブランディングをするに当たって、手法が大きく変わってくるわけでございます。私どもの捉え方としては、やはり首都圏で徳島そのものが非常に認知度が低いと認識しておりまして、逆に言うと、首都圏で徳島県のイメージに色がまず着いていないのではないだろうかと考えておりまして、徳島県のイメージ付けをしていくチャンスでもあるのかなと考えておるわけでございます。ですので、徳島の食というものはどういうものなのか、これからきっちり作り出していかなければいけない。おおむねどういう形かと言いますと、非常に豊かな自然環境の中で高い技術を持った生産者の皆さんが、きちんと真面目に作った食材、こういうことが言えるのではないかと考えております。それをきちんと丁寧に説明していくことによって、まずは徳島県そのものの認知度を上げて、徳島県からきた物であれば間違いのないというイメージを首都圏で作っていきたいと考えているところでございます。

#### 元木委員

是非、徳島ならではの強みを発信していただきたい。特に四国の他の県と比べて感じるのは、香川県ならうどん県とか、うどんだけではないと広くやっけていまして、かなり大手の広告代理店の方なんかをお願いしているような感じがするのですが、徳島は徳島ならではの地域の方々や、あるいは徳島県出身の方で県外に出られている方の意見を細かく拾い上げて、徳島ならではのものを作り出していきたいなという感じはしているわけでございます。まずはそのためにも、県内で需要喚起して、県内の担い手不足等につながっていくような形から入って行って、県外、海外へ出していく。県内の風土の素晴らしい商品を、まず、県民の方に知っていただいた上で、やはりそこにアピールしていくというような方向性が正しいのではないかなと感じているわけでございますが、そういう中で、一番重要な県内市場の新たな開拓というようなことで、子育て世代のママさんに対してということで具体的に記載をしておられるのですが、これは子育て世代のママに絞った理由ですか、具体的にどういったアプローチをしていこうと考えておられるのかお伺

いします。

#### 新居農林水産部次長

正に、元木委員がおっしゃるように、まずブランディングを図っていく上で、県民の皆様に徳島県産品の良さをしっかり理解していただくということが非常に大切だと考えております。私どもの現在の分析としては、徳島県産食材というのはどちらかというと、関西市場向けに出荷されてきて、正に、関西の台所ということで関西の胃袋を満たしてきたわけですけれども、逆に言うと、いい物は全部そっちに出て行ってしまって、意外に徳島県民が徳島県で作られている物を知っていないケースが多いということでございます。まずは、徳島県民の皆様にもそういったことをよく知っていただきたいということで、1本ターゲットの柱として立てたわけでございます。

昨日の経済委員会でも、岡田委員長から同じような質問を頂いたところでございます。子育てママの世代だけにターゲットを絞ったわけではございませんけれども、まず焦点を当てていく、一番ターゲットとすべき世代ということで子育て世代のママを挙げさせていただいているところでございます。

昨日、岡田委員長からもいろいろな御提案を頂きました。どうやったら忙しい子育て世代のママさんたちが、県産品を毎日気軽に買えるようになるのか、そういう方策も考えていただきたいというような御要望も頂きました。これにつきましては早速検討に入りまして、来年度どういう形で実現できるのか考えておりまして、ここからこの世代にアピールすることによって地産地消でありますとか食育でありますとか、そういった施策も有機的に絡めながら進めていきたいと考えております。

#### 元木委員

子育て世代のママさんということで聞くと、徳島県でもそんなにたくさんはいらっしゃらないと思いますけれども、こういった意識の高い方をまずターゲットにして、そういった方からの意見をしっかり吸収しながら他の若い方々や高齢者の方にも浸透していくような形で寄与させていただきたいなと期待をするわけでございます。

今、よくアベノミクスの金融緩和で、雇用率とか数字的に良くなっているにも関わらず、なかなか地域全体にその景気の良さの実感が行き渡っていないという指摘もあるわけでございます。また県内の飲食店をはじめとしたサービス業でも、人手不足でなかなか求人を出しても人が集まらないというようなこともよく聞いておるわけございまして、是非、こういった取組を地域の課題解決に結び付けるような形にしていただきたいというのが私の願いでございます。恐らく、これから県の方々もいろいろな物産関係のイベント等を組んでいかれるというのでないかなと推測するわけでございますけれども、是非、一過性のものに終わらせることなく、後のフォローワークも大切にしながら、持続する、進化するブランド戦略ということで継続して積極的に取り組んでいただきたいと思う次第でございます。

最後に、ターゲットを横断する施策ということで、少し書いていただいておりますけれども、新たな物流という、新しい視点によるブランディング、こういった切り口も大切だと思っております。輸送料金の高騰とか、あるいは小ロットとか、JRコンテナ輸送の

減少等が物流業界の全体の課題として言われているわけでございます。もちろん、運転手の不足もあるわけございまして、自動運転をどう活用していくのかとマスコミの方も言われておりますけれども、具体的に物流戦略として、このブランド戦略をどうリンクさせて取り組んでいかれるのかという点についてお伺いをいたします。

#### 新居農林水産部次長

ブランド戦略の中で、新しい物流についての御質問を頂きました。先日、新聞報道もしていただいたので御存じの方もいるかもしれませんが、徳島県の農産物というのは、関西市場にしても首都圏市場にしてもほぼトラック便でございます。やはりこれを飛行機でありますとか、船、鉄道に振っていくことによって、その物流コストを下げていくということも大切ということで取り組んでいるわけでございます。まず一つ目の例とし、コウノトリれんこんを初めて飛行機で送っているところでございます。これを機に、他の食材についても飛行機で送ることによって、例えば新鮮さをアピールするだとかそういったことに取り組んでいきたいと、ブランディング戦略に位置付けをさせていただいたところでございます。

大きな話なので実現するかどうか分からないのですが、例えば春にんじんのような非常に量の多い食材もでございます。首都圏で8割ぐらい徳島の春にんじんがシェアを占めておるわけでございますけれども、ああいった物は一日にトラックを10台、20台連ねて運んでいるわけでございます。こういった物も貨物が使えないのかといった検証をしようと考えているところでございます。なかなかハードルは高いと思うのですが、新しい視点で取り組んで検討してまいりたいと考えているところでございます。

#### 元木委員

れんこんやにんじんの話を頂いたわけでございますけれども、私の地元の東みよし町でもブロッコリーの収穫量もかなり増えておるわけでございますし、たらの芽ですとか、あるいは最近では長ねぎを1年で数回収穫することにして、カットねぎとして冷凍保存して、それを都市部に売り出しているというように農協さんなんかと一緒に話をしているわけでございます。今、県も予算の都合もあってですね、なかなかそういった施設や設備の導入に対する支援の補助金の率ですとか、額が減って地元の市町村も苦労しておるというような話も伺っておりますので、是非この新鮮な野菜を各地に行き渡らせるためにもそういった視点での行政支援を充実させていただきたいということを要望させていただきたいと思っております。

最後に、次世代テクノロジー、IoTやAIなどというようなことを記載していただいております。こういったことはこれからの世の新たな展開に向けて、本当に重要な視点であると感じておるわけでございます。今、トラクターに乗る方もかなり高齢化して、トラクターの自動運転ですと、スーツを着てトラクターを運転しているような方も出てきておるわけでございますけれども、こういった形でこの次世代テクノロジーを、県のブランド戦略の推進に生かしていかれるのかについてお伺いをさせていただきたいと思っております。

#### 新居農林水産部次長

次世代テクノロジーの流通産業への生かし方でございますが、例で申し上げます。これをやるやらないというよりは、現在検討段階でございますけれども、やはり農業に直面している課題としては、労働力不足というのが大きい問題になっておるわけでございます。こういった労働力不足を解決するために、I o Tの力を借りまして、どれだけ機械によって人間が働く労働力を減らしていけるかということを検討していくわけでございます。ですので、農作業機械の高性能化だとか自動化だとか、こういうことを検討してまいりたいというふうに考えておりますし、現戦略でもマーケティング型の市場づくりということで取り組んでおるわけでございますけれども、市場の状況をリアルタイムで吸い上げて、それを産地づくりにどうやって生かしていくかというのを、例えばA Iを生かして将来の予測を立てながら栽培計画を立てていくとか、そういったことにも取り組んでいきたいというふうに考えているところでございます。

岡田委員長

ほかに質疑はございませんか。

(「なし」という者あり)

以上で質疑を終わります。

これをもって地方創生対策特別委員会を閉会いたします。(午前11時55分)