

# 平成26年度北海道産業競争力協議会

## ( 議 事 録 )

日 時：平成26年10月30日（木）午前10時開会  
場 所：札幌パークホテル1階 テラスルーム

### 次 第

1. 開 会
2. 議 題
  - ・「具体的取組に基づく進捗状況報告」
3. 閉 会

## 1. 開 会

○塩手総務課長 それでは、皆様がおそろいでございますので、平成26年度北海道産業競争力協議会を開催させていただきます。

まず、開会に当たりまして、高橋知事よりご挨拶をいただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

○高橋知事 皆様、おはようございます。

道知事の高橋でございます。

前回から少し時間があいたところでございますが、第4回を数えます北海道産業競争力協議会の開催に当たり、一言ご挨拶を申し上げます。

皆様方におかれましては、月末の大変お忙しい時期にお集まりいただきましたことに心から感謝を申し上げる次第であります。

さて、本協議会は、昨年11月の立ち上げ以来、これまで3回の会議を通じまして、本道経済の持続的な成長に向けて、皆様方から多岐にわたるご意見をいただき、今年3月に、北海道産業競争力強化戦略として、取りまとめをしたところでありますが、4月には、国の日本再興戦略の改定に向けて、この中身を踏まえたオール北海道としての提案をいたしましたほか、道といたしましても、平成27年度の国費予算要望などを通じて、関連する提案を行ってまいったところでございます。

北海道の戦略におきましては、本道の最大の強みである食と観光を成長戦略分野として位置づけ、取り組みをさらに強化することといたしておりますが、ご案内のとおり、昨年度、「ゆめぴりか」が3年連続して食味ランキングで最上位ランクを獲得し、北海道米の道内食率が9割を超えておりますほか、外国人観光客の道内への入り込みが初めて100万人を超えたという状況にあるところでございます。

先日訪れさせていただきました中国の北京におきましては、本道の食や観光への関心が極めて高く、北海道ブランドが着実に広がりつつあることを改めて実感したところでございます。

また、来年度には北海道新幹線時代がいよいよ幕開けする予定であり、こうしたチャンスを本道の活性化にしっかりとつなげていく必要がある、このように考えているところでございます。

他方、我が国が直面する人口減少問題について、北海道は全国のスピードを上回る形でこの問題が進行している中で、本道におきましては、食や観光分野を中心とした産業振興と、雇用の場をしっかりとつくっていくことが極めて重要と考えているところでございます。

さらに、本道経済の着実な成長を図るためには、各地域が持つすばらしい資源を生かし、関係者が一体となって、具体的な取り組みを積み重ねていくことが必要だと考えているところでございます。

本日は、各関係機関の皆様方から、施策の活用事例などのご報告をいただき、産業競争

力の一層の強化に向けたご意見、ご提案をいただきたいと考えているところでございます。よろしくお願いいいたします。ありがとうございました。

○塩手総務課長 ありがとうございます。

続きまして、配付資料の確認をさせていただきます。

お手元にお配りしている資料ですが、式次第、出席者名簿、配席図と、配付資料一覧がございまして、資料1から資料15までの各資料、それから、参考資料をお配りさせていただいております。

ご確認いただきまして、配付漏れ等がございましたら、事務局までおっしゃっていただければと思います。

続きまして、お手元に出席者名簿をお配りしておりますが、飛田委員の代理として、北海道農業協同組合中央会の浅野部長、川崎委員の代理として、北海道漁業協同組合連合会の斎藤参事、大内委員の代理として、北海道経済連合会の高島副会長にそれぞれご出席いただいております。

そこで、先ほど知事のご挨拶にもございましたが、3月に取りまとめていただきました北海道産業競争力強化戦略を絵に描いた餅にしないためにも、さまざまな事業者や地域の方々、金融機関、大学、行政機関等々の関係者が連携して、具体的取り組みを継続していくことが重要であるというのが一つのメッセージでございました。

本日は、その具体的取り組みがどのように進捗しているのかについて関係機関からご報告いただきまして、そのフォローアップしていくという位置づけでございます。

まず、各関係機関から、具体的取り組みである施策の活用事例を報告いただきまして、その後、委員の皆様方からご意見等をいただければと思っております。

## 2. 議 事

それでは、ここからは、本協議会の委員長でございます北海道大学の山口総長に議事進行をお願いしたいと存じます。山口総長、よろしくお願いいいたします。

○山口委員長 北海道大学の山口でございます。

これより進行を務めさせていただきますので、円滑な議事進行にご協力をお願いいたします。

では、早速、本日の議題でございます「具体的取組」に基づく進捗状況報告につきまして、まず、北海道経済産業局から報告をお願いいたします。

○山田総務企画部長 北海道経済産業局総務企画部長の山田と申します。よろしくお願いいいたします。

資料2-1に従って、ご説明を申し上げたいと思います。

1ページ目ですが、本年3月に策定の強化戦略においては、食と観光を戦略産業とし、ヘルスケア産業とものづくり産業は、これらと一体的に取り組むべきものとされております。

そこでは、地域資源の発見力の弱さ、付加価値の低さ、連携の弱さ、人材不足が課題とされたところがございます。

その解決に向けては、民間事業者が主役となって、関係機関と連携して、自立した形で成長を目指していくべきであるとされておりまして、実施する具体的取り組みも整理されているところがございます。

それらのうち、経済産業局の施策を活用した取り組みについて、資料2-2に整理しておりますが、ここでは、その中から五つの事例をご紹介させていただきたいと思います。

まず、2ページの事例1は、世界の人口の4分の1を占めるイスラム市場に高付加価値商品売り込むため、ドバイにジャパン・ブースを設置した事例でございます。

具体的には、北海道と九州、沖縄の企業を中心に食品の展示販売を行うもので、北海道からは12社、約30品を出品しているところであります。

このブースは、常設のものと同サテライトがありまして、常設ブースについては、ドバイの日本食材卸売店大手のDEANS FUJIYAの店舗内に設置して、B to Bの販売を行っているところでございます。

サテライトブースについては、ドバイの財閥であるシャラフグループが運営するショッピングモールに設置して、B to Cの販売を行っているところでございます。

この事例のポイントは、高付加価値化と連携強化でありまして、今後、この取り組みを通じて、中東の富裕層などにいかに高付加価値商品売っていくかというテストマーケティングを実施していくこととしております。

連携強化としては、ブースの開設に当たり、現地の食材卸売店大手のDeans Tradingや有力財閥のシャラフグループなどと密接に連携したものであります。

このブースについては、北海道フェアのような一過性のものではなく、本格的な進出に向けた第1歩として、現地の業者と連携して長期間販売し、北海道商品の認知度向上と市場の拡大を狙ったものであります。

今後、来年3月までの間、ジャパン・ブースを設置して、その結果を踏まえて、次のステップにつなげていきたいと考えております。

3ページの事例2は、外国人観光客に対して質の高いサービスが提供できる人材を育成して、外国人を北海道に呼び込むための施策で、食や観光関連の中小企業の社員に対して研修を行うものでございます。

研修は2種類ありまして、一つはJTB北海道に出向して、外国人観光客を接客する上で必要な知識などを実地に学ぶもので、7月から12月にかけて実施しております。

もう一つは異業種の社員が集まって、食と観光という観点から、外国人に対するサービスを向上させるための施策を議論するワークショップ型の研修であり、9月から12月にかけて実施しているところでございます。

この事業については、観光に関連する各業種のおもてなし力を高めるための人材育成が主たる目的であります。

さらに、研修という形でコミュニケーションを図ることで、異業種の間連携を強化し、また、北海道の観光地としての魅力を客観的に評価しているJTB北海道の視点を通じて、地域資源の発見力を高めるという効果も生じるものと考えております。

これらの研修を受講した社員が自社や地域でスキルを広め、全体が底上げされることが期待されているところでございます。

4ページの事例3は、外国人観光客などのニーズが高い無料Wi-Fiのインフラを札幌、旭川、洞爺湖、登別の4地域の六つの商店街で設置した事例でございます。

あわせて、スマホのサイトを活用して、商店街の情報や防災情報などを多言語で提供し、印刷物ではできなかった詳細な情報発信を行い、地域の活性化を狙うものでございます。

ポイントについては、地域資源の発見力強化になると考えております。

これまで、外国人観光客を意識した取り組みを行ってきた商店街は少なかったかと思いますが、無料Wi-Fiインフラを活用した情報発信を行う中で、外国人観光客が何に魅力を感じているのか、何を欲しているのか、また、彼らに、どのようなサービスを提供し、何を発信すべきなのかといった戦略を地域自らが練る機会となると考えております。

さらに、この事例とリンクさせるべく、運輸局と協力して免税店拡大の取り組みも行っており、省庁間の連携も進めているところでございます。

5ページの事例4は、レストランのオープンに当たり、シルクアイス製氷機を導入して、斬新な料理の提供を可能にした事例としてご紹介させていただきます。

この製氷機については、マイナス温度のやわらかい氷をつくり出し、それを活用して、魚や野菜などの生鮮食品の鮮度を長時間保持することができるもので、今まで刺身で食べられなかったサケやホッケを刺身で提供するなど、今までにない形で料理を提供し、ビジュアル的にも魅力のある料理を提供することが可能になるものであります。

また、タブレットを活用して、多言語のメニューをつくったり、食や観光に関するさまざまな情報を発信することによって、北海道の魅力を高め、観光客増加につなげようとする取り組みであります。

この事例のポイントについても、高付加価値と連携強化で、特に、ものづくり企業の優れた技術を食の高付加価値につなげるという点では、数少ない事例だと思います。こういった異業種の連携により、高付加価値につなげられる事例を増やしていきたいと考えております。

6ページの事例5は、北海道ヘルスケアサービス創造研究会のアクションプログラムに基づくもので、医・農商工連携によるヘルスケア産業の新しいビジネスモデルを創出する取り組みでございます。

一つは、きた食dayコンテスト2014ですが、病院や高齢者施設を対象に、道産の素材を活用した給食献立のコンテストを実施し、今年14日にグランプリ等を決定して、PRを行っているところでございます。

二つ目は、病院と農業生産者が連携して、近郊の農園から産直の野菜を調達し、病院給

食サービスの向上を図ろうとするものであります。

四つの病院による農園視察会を7月に開催し、生産・出荷体制などに関する意見交換等も実施したところをごさいます、一部、試験的に直接調達を行い、商品受け入れや物流の実証事業を実施しております。

三つ目は、健康寿命延伸にかかるプラットフォームの構築です。

まず、アクティブシニアの就業を支援するため、アンケートなどによって対象者を登録し、今後、介護施設等での就業実証を行い、事業化につなげることであります。

また、健康食や運動・温浴、健康セミナーなどをパッケージしたツアーを10月から11月に催行することとしてあります。

ここでのポイントについても、地域資源の発見力と連携であります。

これまで余り注目されていなかった地域の素材を病院や高齢者施設で活用していくことを通じて、改めて道産素材のすばらしさに着目することができると考えてあります。

加えて、農業生産者、医療関係者との連携を通じて、新たなヘルスケアサービスが創出されたり、既存のサービスの向上が図られることが期待されることとしてあります。

以上、五つの事例についてご説明申し上げましたが、これらのほかにも、さまざまな取り組みが進んでいるところであります。

当局としては、補助金交付という金銭的支援のみならず、さまざまな形で民間事業者の主体的取り組みを支援してまいりたいと思っております。近い将来、これらの取り組みが自立的なビジネスへと発展していくことを強く期待しているところであります。

以上であります。

○山口委員長 ありがとうございます。

続きまして、北海道総合通信局から報告をお願いいたします。

○山下オブザーバー 北海道総合通信局総務部長の山下でございます。

資料3-1ですが、まず、産業を支える基盤づくり、インフラづくりに関する取り組みといたしまして、高精度測位やビックデータを活用したネットワークロボットに関する地域利活用モデル実証事業についてご説明いたします。

総務省では、平成25年度の補正予算で、G空間シティ構築事業を実施しております。これは、GPSやGISといったG空間情報とICTによる利活用を促進し、経済の成長力の底上げ、国土の強靱化を図るため、幾つかのプロジェクトを委託事業として実施しているものであります。

北海道では、岩見沢市が委託先として採択され、現在、コンソーシアムの代表である北海道総合研究調査会（HIT）が中心となって、事業を進めているところであります。

G空間情報は、位置情報とそれに関連づけられたデータから成るもので、行政情報や電気、ガス、インフラあるいは防災といった分野で、さまざまな活用が期待されているところであります。

岩見沢市で行われる具体的な実証事業は、基幹産業の一つである農業の生産性向上を目

的としております。

まず、国や企業、個人等に分散しているさまざまなG空間情報、気象情報、農地の画像等をビックデータとして集積して、そのデータを解析し、農作業を自動的に行うための計画を策定いたしまして、この計画により作成された情報で、自立型のロボットトラクターなどのネットワークロボットが実際にきちんと機能するかどうかという実証実験を行うものでございます。

また、農地の画像等を集積するために、UAVという飛行型のロボットも使用するものでございます。

この事業を行うことにより、岩見沢市のみならず、他の地域でも利用可能なネットワークロボットを活用したG空間シティの構築を目指していきます。

また、岩見沢市では、この事業において、自走型農作業機器の普及促進により、後継者不足の課題解決や、地域の安心・安全対策にも活用していくものでございます。

次のページですが、戦略的に展開すべき食、観光関連産業の振興に関する取り組みといたしまして、放送コンテンツ海外展開強化促進モデル事業についてご説明いたします。

これも平成25年度補正予算で、クール・ジャパン推進に向けた放送コンテンツの海外展開促進のため、日本の放送局や番組制作会社が、観光、ファッション、コスメ、技術、産品など、異業種を含む周辺産業との連携により、新たなビジネスモデルを構築し、地域の活性化を目的とした放送コンテンツを製作して、継続的に発信するためのモデル事業を実施しております。

二つのイメージ図がありますが、本モデル事業の類型は2種類あります。

左側のイメージ図ですが、請負先を通じて公募したところ、北海道管内では、海外における地上波、衛星放送、CATVの放送先を事前に調整し、相手先を特定して継続的に配信する、あるいはテレビで複数放送されるものとして、2社が採択されております。

北海道テレビ放送の、ASEANでの道産品販売モデル事業は、観光情報をはじめ、例えば、北海道の代表的食材であるジャガイモを使った家庭料理の紹介などをタイやベトナムで放送するもので、早ければ、ことし12月から放送する予定でございます。

北海道放送の、モンゴルで北海道企業が展開するビジネスを放送コンテンツで支援する事業は、北海道の寒冷地技術、地中熱交換システムや観光情報などを紹介するもので、来年2月からの放送が予定されております。

次に、右側のイメージ図ですが、提携する海外の放送事業者の相手先を決定するマッチングの機会を提供するものとして、1件採択されております。

北海道文化放送が、ABU（アジア太平洋放送連盟）とのマッチング会に参加し、相手先が決まりましたら、コンテンツを作成して放送していくということで、現在、候補先と調整中と聞いております。

放送コンテンツの海外展開については、これまで、国際共同製作支援として、道内で10作品ほど採択されておりますが、この事業を含めまして、海外の現地での日本製品やサ

ービスの消費拡大、あるいは、訪日観光客の増加と消費拡大に大きく貢献するものと期待しております。

以上の2点でございます。

○山口委員長 続きまして、北海道労働局から報告をお願いします。

○羽毛田オブザーバー 北海道労働局の羽毛田と申します。

資料5をご覧いただきたいと思います。

強化戦略の項目に沿って、網羅的に記載しておりますが、労働行政としても、特に雇用対策等について、できるだけ地方自治体や関係団体等と一体となって取り組んできているところがございます。

一つ目として、雇用機会の創出に係る支援については、労働行政としての政策手段は限られておりますが、道庁と連携しながら、戦略プロジェクトに係る事業所の設置が行われ、労働者を雇い入れた場合の地域助成金の上乗せ支給措置等を実施しており、9月末現在で、24事業所、260人分の計画書を受理しているところがございます。

二つ目として、生産年齢人口の減少等を背景に、今後ますます、若年者、女性、高齢者等の働く意欲がある方々の就業促進を図り、全員参加型の社会を目指していくことが重要となっていきますので、そのための対策を講じており、幾つか紹介させていただきます。

まず、子育て中の女性の就職支援策として、マザーズハローワーク事業を実施しておりますが、これは札幌の1所だけでございます。

その他、11ハローワークでも、少し規模の小さいマザーズコーナーを設置しておりますが、これは、子供連れの方でも来所しやすく、かつ、個別にきめの細かい相談を実施しているもので、担当者制による実績としては、9月末で2,377人となっております。

次に、若年者の雇用対策についてですが、就職を希望するフリーター等の一人一人の課題に応じて、就職活動をどうやったらいいかについて、個別相談あるいは面接会等を実施する若者ハローワークを駅前に設置して、北海道庁のジョブカフェ事業と一体となり、「みらいっぽ」という施設名で運営しております。これは、個々の若年者に窓口で向き合うということでございます。

それとあわせて、民間企業への委託事業として若年者地域連携事業を実施しており、採用啓発、企業説明会、職場見学会、必要な研修等を行っているところがございます。

実績としては、企業説明会が既に予定を上回っておりますほか、ほぼ順調に進んでおりますが、内定者研修会等については、これからでございますので、関係者と連携を図りながら、効果的な事業運営に努めてまいり所存でございます。

次に、高齢者の就業支援策についてですが、高齢化が進み、特に、定年を迎えた後にもまだ働く意欲が高い高齢者もおられます。しかし、高齢者は、健康面、資産状況、働く目的等の面で、多様な就業ニーズを持っておられますので、そうした就業ニーズも踏まえたきめ細かな各種対策を講じているところがございます。

具体的には、再就職が困難な方に対して、ハローワークの職員等がチームを組んで、よ



りきめ細かな支援を実施する事業を行うとともに、民間企業への委託事業として、それまでの会社人生の経験では持ち得なかったけれども、地域での就職には有用な技能と見られる介護技能やフォークリフトの運転技能の取得等を支援するシニアワークプログラム地域事業を実施しております。

また、生涯現役社会実現環境整備事業として、これからの人生を長い目で見て、職業生活設計などを行っていただき、それを踏まえた働き方の実現をしていただくよう支援する事業を実施しております。

これらについては、事業目標も設定しておりまして、おおむね順調な進捗状況でございますので、引き続き、その達成に向けて、実施主体等との連携を図っていく予定にしているところでございます。

簡単ですが、以上でございます。

○山口委員長 ありがとうございます。

続きまして、北海道農政事務所から報告をお願いします。

○武石オブザーバー 北海道農政事務所長の武石でございます。

資料6-1、6-2に基づいてご説明させていただきます。

まず、資料6-2ですが、農林水産省では、食に関連して、輸出の拡大や地産地消、あるいは、農業生産だけではなくて、生産物に付加価値をつける6次産業化の取り組みなどについて、重点的に予算を確保して推進しているところでございます。

そこで、6次産業化の取り組みについて、資料6-1で説明させていただきたいと思っております。

農林水産業の成長産業化に向けてということで、6次産業化の取り組みの概要が書いてございます。

上の枠に、6次産業化施策の取り組みの進め方が書いてございますが、まず、農業生産をしっかりと行っていただくために、生産基盤の確立が必要ということで、これは従来の各種補助金や制度融資で対応しております。

次に、6次産業化に取り組む際には、4年前にできた6次産業化法に基づく総合化事業化計画を認定したり、サポートセンターによる伴走支援あるいは商談会の実施といった、6次産業化の支援策を用意しております。

さらには、6次産業化の事業拡大については、ビジネスとして地域で6次産業化に本格的に取り組む場合、昨年2月に組織化した農林漁業成長産業化ファンドを活用し、農水省としては初めての企業に対する出資といった形で支援に取り組むことしております。

こういった一連の体系の中での具体的な事例として、ニセコ町の高橋牧場の事例を簡単に整理してございます。

高橋牧場は、ニセコ町と真狩村の2カ所に牧場を持つ酪農家ですが、平成10年ごろに、アイスクリームやケーキなどをつくるミルク工房を立ち上げて、加工にも取り組んでまいりました。

そして、6次産業化の取り組みを拡大するため、地元の野菜農家と連携して、農業主導型6次産業化整備事業に取り組み、野菜レストランあるいは直売所のマルシェを設置し、6次産業化の取り組みを本格化させました。

私も、先日、実際にレストランで食事してきましたが、羊蹄山をバックにして食事を楽しめる、景観的にすばらしいところで、ニセコ町の観光協会と連携することによって、観光客の立ち寄り場所にもなっているということです。

その結果として、事業開始時の想定を上回った売り上げや雇用につながり、地元の野菜農家の野菜を調達するという形で地域活性化にも役立っている、そういった効果が生まれております。

右側の二つの事例は、事業発展段階のファンドを活用した事例ということで、特に、O c c i G a b i W i n e r yについては、午後のトークセッションにも出ていただきますが、ファンドの全国第1号案件ということで、農林水産省でも注目しております。

ここでは、地元農家のブドウを使ってワインをつくり、地元の産品を活用した農家レストランもつくっておりますが、最近では、さらに、宿泊施設も整備して観光客を呼び込もうという取り組みもしていると聞いております。

あわせて、NHKのテレビドラマ「マッサン」による集客効果も期待されるということで、余市町を挙げて支援に取り組んでいると聞いております。

事例の説明は以上ですが、6次産業化の認定事例は、北海道が全国で一番多くて、法律ができてから110件になっております。

ただ、残念ながら、地域に広がる事例はそう多くなくて、点的事例が多いということで、これからの課題は、こういう点的事例を地域の6次産業化にどう広げていくかですが、そういう意味では、市町村、JA、地元企業との連携、あるいは、経産局、ジェトロ、運輸局、開発局といった協議会メンバーとの連携が大事だと思っておりますので、今後とも引き続きよろしくお願ひしたいと思います。

私からは以上でございます。

○山口委員長 ありがとうございます。

続きまして、北海道開発局から報告をお願いします。

○岡部オブザーバー 北海道開発局の岡部でございます。

産業競争力という観点でまいりますと、私どもの最大の使命は、道路、港湾、空港といった物流や人流の基盤整備、あるいは、農業、水産業の生産基盤整備でございますが、最近では、さらに、そういった基盤を有効活用していただく意味で、その基盤の上で展開される産業をソフトな面でも支援していく取り組みを行っております。

本日は、資料7-1の、北海道国際輸送プラットフォームの取り組みについてご紹介させていただきます。

北海道産品の輸出拡大をするために、冷蔵・冷凍貨物の小口混載輸送サービス、あるいは、商取引、マーケティングの上でのさまざまな課題を解決して、北海道産品を輸出でき

る仕組みをつくっていこうという試みが北海道国際輸送プラットフォームで、通称はHOPとっております。

この取り組みは平成24年から始まりまして、目標は、5年後にそういった機能を含むプラットフォームを構築したいということで、推進主体として協議会をつくって、札幌大学とか北海道庁とともに進めているところでございます。

その中の幾つかの事例を紹介したいと思います。

次のページに、これまでの取り組みと平成26年度の取り組みが書いてあります。

2番目のHOP1サービスは、海外へ食品を輸送するという事です。通常だと、ロットが大きくなるとなかなか難しいのですが、段ボール1箱のサイズから海外へ輸出できる仕組みをつくって、これまで、香港、台湾、シンガポールに、ある程度輸出できる体制を整えてございまして、平成26年度は、それをマレーシアまで拡大するというところでございます。

3番目は、外国からいらしたお客様に北海道で土産品を買っていただいて、それを、類似のシステムを使ってご自宅までお届けするシステムでございます。従来、値段がかなり高かったのですが、それを安価にして使いやすくし、しかも、冷凍・冷蔵のものを運ぶ取り組みもさせていただいております。

4番目は、HTBと連携させていただき、昨年も道産品の紹介を行っておりますが、こども、それを継続、充実させて、北海道産品のブランド形成に向けて取り組んでまいりたいと思っているところでございます。

次のページですが、HOP1サービスについて若干具体的に説明しますと、小口のものを出荷できるシステムとして、安価な料金にするだけではなくて、通関関係書類の作成代行や、場合によっては、向こうで受けてくれる方の情報の提供も行うということでございます。

そこにチラシを載せてありますが、香港、台湾には、5キログラム以内だと5,000円、15キログラム以内でも9,000円という非常に安い値段で、海外に小口貨物を出していただけるという取り組みを行っているところでございます。

次のページは、それと似たような仕組みですが、海外から観光に来られたお客様に北海道産品を土産として買っていただき、宅配で輸送するというところでございまして、これも非常に安い値段で行えるシステムをつくりました。

ただ、今のところ、道内のホテルや市場で、このシステムを採用して、お客さんにサービスを提供できる場所は必ずしも広がってなくて、全道で69店舗でございまして、これをさらに広げていこうということで、盛んに取り組んでいるところでございます。

それで、相乗効果としては、こういうものを使って土産を買っていただくだけではなくて、北海道産品のさらなるプロモートや観光客の増加につなげることで、いろいろな面に波及していくことも期待しながら、取り組みをさせていただいているところでございます。

以上でございます。

○山口委員長 ありがとうございます。

続きまして、北海道運輸局から報告をお願いします。

○渡邊オブザーバー 北海道運輸局の渡邊でございます。

資料8-1に従いまして、ご説明させていただきます。

最初のページですが、国土交通省を初め、政府全体として、2020年の訪日外国人2,000万人の高みを目指すということで、観光推進施策を行っておりますが、北海道運輸局としては、9月10日に観光立国推進セミナーを開催いたしました。

その中で、基調講演を行った本保観光庁参与より、食と観光などについて実行メカニズムの構築が必要であり、食、観光、環境を連携させた北海道アイデンティティーに根差したブランドづくり戦略が必要というご指摘をいただきまして、私どもとしては、セミナーを単に1回限りのイベントとして終わらせるのではなくて、フォローを引き続き行っていききたいと思っているわけでございます。

そういった中で、参考として、資料8-2の、食と観光に関する事例集を配付させていただいてございますが、これまで、VJC事業や北海道運輸局としての観光関係の支援の中で、食と観光に関して、どのような支援を行ってきたかを改めて整理いたしました。

これは、目次にあるように、食の魅力の発信、生産現場の質の高さの発信、農林水産業の実体験、食の安全・安心、高品質化、カジュアルグルメ等々、さまざまな項目に分類されるわけでございます。

そこで、少し際立った取り組みを二つほど紹介させていただきます。

1ページは、食の魅力の発信として、札幌市内のフランス料理店が香港に行って、香港の富裕層の方々に、北海道の食材と料理の質の高さを体験していただき、その方々が北海道に実際に観光客として来たという、実績が上がった取り組みでございます。

19ページの、十勝のいただきますカンパニーが提供するガイドツアーについては、十勝の畑のガイドツアーということで、北海道の農産品がなぜすぐれているのか、実際に畑を見て、北海道の農業の質の高さを経験していただき、観光客の方々に北海道の食のすばらしさを実感してもらうといった取り組みでございます。

ただ、昨日、食と観光フォーラムの中で、改めて、本保参与より、運輸局もさまざまな支援を行っているけれども、現時点までの取り組みは、今あるB級グルメのとりあえずの発信などにとどまっている、それではだめだというご指摘もいただきました。

私どもとしては、食と観光について、それぞれの関係者の取り組みが独立して行われるのではなくて、観光客がふえて、観光を通じて食の価値が向上し、食の価値の向上を通じて農林水産業が発展するという好循環が形成されるように、食と観光の連携システムの構築と、それに基づく具体的な取り組みについて、国の立場でも貢献させていただきたいと考えているところでございます。

次に、もとの資料に戻りますが、観光庁関係支援メニューを並べております。

観光庁においては、平成27年度予算として、前年度予算額の約1.8倍の185億円

を要求しているところでございます。ビジット・ジャパン事業についても2倍近い要求になっていますし、観光地域ブランド確立支援事業、観光地ビジネス創出の総合支援や、地域資源活用型ということで、観光地域づくりの観点からの支援の中には、ブランド観光圏の形成として、既に対象となっている富良野やニセコのほか、新たな地域の選定なども行ってまいります。

そこで、特色のある取り組みを紹介させていただきますと、広域観光周遊ルート形成促進事業として、新規で14億円を要求しておりますが、政府全体として、海外に日本の観光を売っていくためには、単に地域ごとの取り組みを小さく売っていくだけではなくて、大きな広域観光ルートをつくり上げて、それを海外に見せていくということでございます。

これは、名古屋から北陸に向けて上がっていくルートが龍の形に似ていることから、中部運輸局が推進している昇竜道プロジェクトが一つのきっかけになっているわけでございます。

広域観光周遊ルートについては、北海道でも、現在、例えば北海道ガーデン街道の取り組みなどもございますが、そういった形で、できる限りテーマ性を持って、そこに食なども絡んだ形で、北海道の際立った取り組みとして日本全国の中で選定され、それを世界に向けて発信していく、そういったことを私どもとして行っていきたいと思っております。

最後のページに、平成27年度VJ地方連携事業北海道ブロック戦略がございます。

海外の観光客を誘致するためのビジット・ジャパン事業をここ数年続けておりますが、その中で、何をポイントとして事業を選定していくかといったことを戦略として定めているわけでございます。

戦略Ⅰについては、北海道の3大ブランドとして、一つ目は、パウダースノーを誘客のキラーコンテンツにするということで、雪でございます。

二つ目は、グリーンシーズンの安全・安心なドライブ観光で、最近、個人型観光もふえておりますので、ドライブ観光の推進でございます。

三つ目は、食の魅力の発信で、ことし新たにテーマとして加えましたが、食の魅力を発信し、食を味わうために行く価値がある場所として、ブランド化を促進するというところでございます。

それから、戦略Ⅱについては、一つは、観光入り込みの平準化を図る取り組みです。

これは、北海道において特色となってしまっているのですが、夏場はいっぱい観光客が来て、春と秋がぐっと減ります。こういう繁閑の格差があると、観光産業を安定的な雇用の場として発展させていく上では、非常に支障が生じますので、観光入り込みの平準化が必要になります。

次に、観光入り込みの広域分散化です。

昨年度は、海外からの観光客が150万人で、北海道全体の数字としては非常に好調ですが、道央に集中しがちで、道東方面や道北方面では、例えば釧路圏と帯広圏を合わせて4%ぐらいしか行っていないという実態がございます。

そこで、広域観光ルートの話とも関連してくるのですが、北海道全体として広域分散化を図り、長期間滞在するとか、1回目は道央を中心に來るけれども、2回目は道東圏に來るといった形でのリピーターの拡大も含めて、観光入り込みの広域分散化が必要になります。

それから、ラグジュアリー観光を中心とした高品質・高付加価値化の推進といった戦略も立てているわけでございます。

さらに、各市場とマッチングした取り組みであるかどうか、そういったことを踏まえて、民間の取り組みを支援していきたいと思っております。

このようなことを通じて、食と観光がばらばらという形ではなくて、できる限り連携した形での取り組みが高度化するよう、北海道運輸局として頑張っていきたいと思っております。

どうもありがとうございました。

○山口委員長 ありがとうございます。

続きまして、北海道地方環境事務所から報告をお願いします。

○徳丸オブザーバー 北海道地方環境事務所長の徳丸と申します。

資料9-1をごらんいただきたいと思えます。

最初のページのとおり、国立公園と鳥獣保護区等とがございしますが、私どもの事務所は、特に国立公園の保全整備を担当しております。北海道には、利尻礼文サロベツ、知床など六つの国立公園がございまして、観光の関連でいきますと、これらの国立公園の中の各種利用施設の整備を行っているところです。

次のページですが、具体的には、産業競争力強化戦略に基づき、施設の案内標識や誘導標識等の多言語化を進めることにしております。

今年度は、二つの例を挙げておりますが、まず、支笏湖畔の遊覧船が出るところにある、国立公園の地理情報や自然情報を案内するビジターセンターの展示施設あるいは映像施設の多言語化を行っているところでございます。

また、大雪山国立公園の層雲峡については、黒岳ロープウエーの乗り場がある層雲峡温泉街の一体が環境省の所管地で、景観の整備を行っているのですが、ここにおいても、標識、案内図等が老朽化していることもあって、それらを一新するとともに、多言語化を進めております。

さらに、この地区においては、外国人のお客さんの受け入れに関し、どのような課題があるのか等について今年度検討していくことにしているところです。

環境省としては、随時、国立公園の中の拠点における多言語化を進め、活用方策を進めていきたいと考えております。

以上です。

○山口委員長 ありがとうございます。

続きまして、札幌市から報告をお願いします。

○小野オブザーバー 札幌市経済局産業振興部長の小野でございます。

本日、説明の機会を与えていただきまして、まことにありがとうございます。

北海道産業競争力協議会ということで、札幌市が実施している道内連携の取り組みについて、事例を交えながらご紹介させていただきたいと思います。

最初のページの、札幌市まちづくり戦略ビジョンにおける道内連携の位置づけについてでございますが、まちづくり戦略ビジョンは、昨年10月に策定したもので、今後10年間における札幌市の最上位計画で、このビジョンの中で、「北海道の発展なくして、札幌の発展はない」と明記して、さまざまな分野での市政のベーシックな考え方として、北海道や道内各都市と連携した道内連携プロジェクトを展開していくことにしております。

次に、道内連携の主な取り組みについてご紹介させていただきます。

経済の分野では、5本の柱で事業を進めているところでございます。

一つ目の柱は、6次産業化の推進でございます。

まず、道内連携マッチング事業についてですが、外郭団体であるさっぽろ産業振興財団に、道内の1次生産者や市内の2次・3次産業者を訪問するコーディネーターを配置し、生産者や企業への訪問を通じて、ニーズに合わせたマッチングを行うものでございます。

マッチングの事例としては、JAあしよろと札幌市内の株式会社北都が連携して、ラワンぶきという特産品を活用したラワンぶきカレーなど、二つの商品を開発され、楽天市場などでも販売されているところでございます。

次に、6次産業活性化推進補助事業については、道内の1次生産者と市内の2次・3次産業者が連携して新たな商品開発を行う際に、補助金を交付するものでして、現在までに17件を採択させていただいております。

事例としては、白老町の上村牧場と市内の札幌バルナバフーズ株式会社が連携して、道産和牛を使用した生ハムユッケを開発し、札幌駅の大丸のほか、インターネット上でも販売するなど、人気商品になっているとお聞きしております。

次のページですが、コンテンツを活用した高付加価値化についてでございます。

今年度から、新たに、コンテンツ活用促進事業費補助金を実施しております。簡単に申しますと、道内の企業が市内のデザイン会社などと連携して、例えば新しいパッケージデザインを制作する際に、経費の半額を道内の企業に補助するものでございます。

今年度は、4件の事業の採択をいたしました。一つの例をご紹介します。

道内の1次生産者と札幌市のクリエイターが連携した事例として、伊達市内で無農薬の酒米を生産している鈴木農園と市内のクリエイターが連携して、無農薬米を使った日本酒のプロモーション映像などを作成する事業を採択させていただいております。

次の企業立地についてでございますが、札幌市の特徴的な制度として、札幌圏設備投資促進補助金制度がございます。これは、医薬品や機能性食品など健康・医療分野や食関連分野での研究開発施設や製造施設などの立地に対して、札幌圏全体で企業の進出をサポートするものでございます。

具体的には、石狩市や北広島市など、札幌市以外の札幌圏の7市町に対象施設が立地し

た場合、立地場所の自治体のみならず、札幌市からも設備投資に対する補助をさせていただく制度でございます。

これは、全国的にはほとんど例のない制度となっております、近郊の市町村に企業が立地することによって、札幌市にも投資効果の波及や雇用の創出が生まれるという観点から、補助させていただいているものでございます。

直近の事例では、注射針を製造する株式会社ユニシスが平成27年度に、また、名古屋市の中北薬品株式会社が平成28年度に、それぞれ北広島市に立地することを表明し、札幌市も支援させていただくことになっているものでございます。

次の国内の販路拡大についてでございますが、卸売キャラバン隊商談会という、市内の卸売企業が地域に出向いて地元のメーカーなどと商談会を行う事業を実施しております。今年度は、帯広市、室蘭市、北見市の3カ所で開催しており、記載のと通りの商談実績となっております。

次のページの海外の販路拡大についてでございます。

今年度から、外食産業海外展開支援事業を実施しております。これは、香港で開催されるフードエキスポのグルメゾーンに、道内の外食産業が出展する北海道ブースを設け、現地の一般消費者に対するマーケティングや、現地外食産業関係者との個別ビジネスマッチング機会を提供するもので、旭川市と連携して実施しております。

今年度は、ラーメンやスープカレー店など8社が参加して、そのうち2社は旭川市内の企業でございました。

さらに、新規事業として、道産有望食品のブランド化事業を実施いたします。これは、日本酒をキーワードに、道内連携によって海外への販路拡大を図るものでございます。

具体的には、年明けの1月末に、海外からバイヤーを招聘して、酒蔵視察ツアーや商談、交流会を行うもので、視察ツアーについては、小樽市と連携して事業を実施する予定となっております。

最後に、北海道内都市経済活性化会議についてでございますが、これは、平成23年度から行っているもので、道内の主要10都市が集まり、各市の強みを生かし、また、弱みを補完し合いながら、経済産業の発展を目指していくことを目的としておりまして、これまで紹介した事業の中には、この会議を通じて実現に至ったものもでございます。

平成27年度以降に予定している連携事業の一例としては、函館市のアンテナショップを活用して、各市の特産品を販売する事業、あるいは、小規模事業者や6次産業者を対象に、消費者ニーズを確認する場を設ける事業などを検討しているところでございます。

札幌市としても、国や北海道、道内各地の皆様との連携を深めて、一緒に北海道全体の活性化に向けて取り組んでまいりたいと思っておりますので、どうぞ今後ともよろしく願いいたします。

私からの説明は以上でございます。

○山口委員長 ありがとうございます。



続きまして、日本貿易振興機構北海道地域統括センターから報告をお願いいたします。  
○中里オブザーバー ジェトロの中里でございます。

まず、資料11-1をもとにご報告させていただきます。

2ページですが、ジェトロは、日本再興戦略に沿う形で、地域活性化に向けた取り組みを行っております。

四つ書いてございますが、それぞれの右に数値で記されているものは、具体的に政府の数値的な目標がある場合がございます。

一つ目は、海外から地方への投資誘致です。

二つ目は、地元農産物と書いてございますが、農林水産物・食品という意味でして、これらの海外輸出促進を図るもので、数値的な目標については、2020年に、これらの輸出額を現状から倍増させ、1兆円にするということでございます。

三つ目は、中堅・中小企業の海外展開支援です。

四つ目は、クール・ジャパン、地域の観光資源との連携です。

後ほど、北海道事務所における進捗を改めてご報告させていただきます。

3ページ目ですが、ジェトロは、年に1回、世界貿易投資報告というレポートを作成いたしております。先月完成した2014年度版での大きなテーマは、「日本を国際ビジネス循環の基点に」でございました。これを「北海道を国際ビジネス循環の基点に」と置きかえて考えてもよろしいかと思っております。

具体的なポイントとして、一つ目は省略させていただきますが、二つ目のとおり、アジアでは、中間層、富裕層が増加しており、重要な市場になっていること、そして、今後の輸出増が期待される産業として、農林水産・食品、サービス、コンテンツなどがございしますので、まさに北海道が強い分野であると思っております。

三つ目では、日本と日本企業のさらなるグローバル化の重要性を示唆しております。

こうした現状も踏まえて、ジェトロは、地域活性化にさらに貢献するべく、全国で40カ所の地方事務所と74カ所の海外事務所、それから、皆様方とのネットワークを最大限活用させていただき、組織を挙げて取り組んでおりますが、ジェトロ北海道事務所は、地方事務所の中で最大規模でございます。そして、ジェトロの各事務所では、経済界の代表に会長職をお願いしております。北海道では、高向会頭に会長職をお願いしております。

一昨日、東京ジェトロ本部で、理事長以下の出席のもと、各地の会長にご出席いただく会議があり、高向会頭にもご出席賜りました。その会議の折にも、会頭を初め、皆さま方から、グローバル人材の育成、地域活性化、地域との連携の重要性に関して、貴重なご意見を頂戴いたしました。

次に、北海道事務所の具体的取り組みの進捗管理に関して、資料11-2に基づき、ご報告させていただきます。

ここに記載した事業が全てではございませんが、事業名のところにあるとおり、大きく分けて四つの事業がございます。

一つ目は、農林水産物・食品輸出促進のための商談会、スキルセミナー、個別支援、相談業務の実施です。

二つ目は、グローバル人材の育成のための新興国へのインターンシップ派遣事業です。

三つ目は、輸出、海外での拠点設立のための情報提供、商談会、個別支援、相談業務の実施です。

四つ目は、外国企業の誘致でございます。

いずれの事業についても、企業のビジネスにつながるまで、きめ細かいサポートが重要と考えております。

このうち、食品の輸出商談会については、農水省からの補助金での実施で、他の都府県では、基本的に年1回、1都市の開催でございますが、北海道では、その重要性から、昨年度と今年度は3回、計6都市で行っております。来月には、札幌市、小樽市、函館市で開催しますが、自治体、商工会議所などと連携して取り組ませていただきます。北海道の企業の参加数は、札幌市では67、小樽市では12、函館市では15でございます。

それから、新興国へのインターンシップ派遣事業についてでございます。今年度は全国で200人が派遣されますが、北海道での申し込みは3人でした。ゼロという県もございますが、北海道は潜在力が非常に高いところですので、来年度はもっと申し込みがあればよいなと思っております。

最後に、ミラノ万博についてでございますが、これはペーパーにはございません。

食が大きなテーマのミラノ万博が来年開催されます。10月の日本館での北海道イベントに向け、北海道庁が中心となって、ご尽力くださっておりますが、ジェトロ本部は、大阪万博以来、ほとんどの万博で日本館の運営をさせていただいております。今回も同様に日本館の運営をいたしますので、北海道の皆様と連携させていただき、北海道の強みである食と観光について、ヨーロッパで情報発信ができればと考えております。

以上でございます。よろしく願い申し上げます。

○山口委員長 どうもありがとうございました。

続きまして、中小企業基盤整備機構北海道本部から報告をお願いします。

○中島オブザーバー 中小機構北海道本部の中島です。

資料12-1に基づいて、説明させていただきます。

2ページですが、中小機構の支援事業ということで、特に食と観光にかかわりの深い4事業を挙げさせていただいております。

人材育成、経営支援、地域資源・農商工連携、それから、個別特殊な紹介になりますが、農業経営の企業化支援です。

まず、人材支援についてですが、私どもは、中小企業大学校旭川校を持っておりまして、そこでの研修事業になります。3ページのとおり、商工会、商工会議所の職員など支援担当者と、金融機関の方々を対象とした食と観光のセミナーを実施しております。

それから、経営支援については、いわゆる伴走支援になりますが、専門家継続派遣、海

外展開支援ということで、対象としては、北海道の食品加工会社で、基本的に、中小企業、小規模零細業者でございます。

したがって、テーマも、工場の5Sから始まって、品質管理、生産管理、HACCPの導入という段階を踏んでおります。

あわせて、マーケティング、ブランディング、販路開拓、さらに、海外展開支援となるわけですが、例示としては、4ページで、礼文島を拠点とした食品のネット販売で有名になったレブニーズがシンガポールに出るに当たってのFS調査を紹介させていただいております。

FS調査は、北海道本部のシニアアドバイザーが、計画策定から海外現地調査まで伴走支援をして、海外展開の実現可能性を高める事業でございます。

今回、10月1日から5日まで、私どもの職員とレブニーズの方が実際にシンガポールに出向きまして、水産加工物の輸出と現地での販売の可能性について、具体的な検討を行ってきたわけでございます。今後とも、アフターフォローということで、同社の海外支援を積極的に支援していくことにしております。

それから、地域資源・農商工連携についてですが、既に北海道では累計で200近くのプログラムから動いております。そのうち、最近の三つの事例だけ挙げさせていただいておりますが、これは、国の認定事業とセットになった支援でして、対象としては、食と観光、最近では、コスメ、化粧品がふえてきております。

紹介事例の一つ目は、5ページにあります。函館のイカ加工会社としては有名な、かくまんが、自社の塩辛の製造工程を修学旅行のルートにしようということで、観光の商品開発に取り組んだ事例でございます。これは、単に修学旅行向けの商品だけではなくて、北大の水産部と連携して、シンガポール政府へ日本食文化を紹介していく事業にも発展してきております。

6ページは、ごく最近の事例で、道北の宗谷地区における、豊富温泉を中核とした食と美容をテーマとする滞在型観光事業です。豊富温泉の泉質は、日本で唯一、アトピーにいいということで、昔から湯治に使われておりますが、最近、非常に観光客も減って、施設も老朽化していることから、リニューアルするため、地元の川島旅館の若旦那や若女将を中心として、温泉街の旅館の方々、商工会、金融機関、振興局、私どもや国と一緒に、新しい魅力発掘と発展に取り組んでいこうという事業でございます。

7ページは、食の代表ということで、オホーツク産シナ蜜等を原料とした蜂蜜酒の開発と販売ですが、小樽の田中酒造と訓子府の菅野養蜂場と一緒に開発している事業でございます。

私は、この事業を知るまで、ハネムーンというのが蜂蜜酒から発生した言葉だと知らなかったのですが、蜂蜜酒は非常に縁起のいいお酒で、かつ、体にもいいということで、北海道から本格的な蜂蜜酒が出るのは、なかなかいい事例だと思っております。これはNHKでも紹介されていますし、料理マスターズサポーターズ倶楽部の北海道大会において、

同社の商品の菩提樹のミードがマスターズブランドとして認定されております。

8 ページは、北海道本部独自でやっている事業で、女性限定と書いてありますが、女性のための農業経営基礎セミナーでございます。

これは、労務、財務、コミュニケーション、マナーなど、広く農業経営に関する基本的な事項を学ぶとともに、みずから日ごろ抱えている課題を見詰めて、多くの仲間の女性が集まる中で、いろいろ話し合っ、ネットワークをつくっていかうということでございます。

カリキュラムは、ここに書いてあるようなことで、成果としては、農業経営の基本的なセンスが学べることもあるのですが、何と云っても、同じ悩みを有する仲間とネットワークができるということで、毎年、非常に好評でして、研修が終わった後の打ち上げで、皆さん、薄野で、2時、3時まで飲まれるという、私どもの研修でも一番パワフルなものになっております。

研修については、今後、女性だけに限らず、旭川校を使って、より農業経営に踏み込んだ研修もやっていきたいと思っております、引き続き、北海道の食と観光の発展のために私どもも力を尽くしてまいりたいと思っております。

以上です。

○山口委員長 どうもありがとうございました。

続きまして、日本政策投資銀行北海道支店から報告をお願いします。

○関根オブザーバー 日本政策投資銀行の関根でございます。

私どもの食・観光分野への取り組みに関して、資料13-1に基づき、簡単にご説明させていただきます。

まず、私どもの基本的な姿勢についてでございますが、政策投資銀行全体で見て、取引先の約半数が地域企業であること、また、日本経済・社会は、人口減少の問題や企業の成長余地の問題等、いろいろ課題を抱えており、その課題を克服して、持続的な成長に貢献していくことが私どもの大きなミッションの一つであるという認識を持っておりまして、「地域の元気が日本の元気である」を合い言葉にして、全行を挙げて、地域の活性化を重点分野として取り組んでいるところでございます。

その一環として、10月28日には、地域企業の経営者の方々の生の声をもとにして、地域創生への提言も発表いたしました。そういう活動を通じまして、私どもが持っている金融と情報発信の機能をうまく組み合わせて、地域に対する貢献を図ってまいりたいと思っております。

北海道における具体的な事例については、1 ページ目の日本政策投資銀行の「食」・「観光」分野への取り組みとして、まず、地域元気プログラムを活用した観光産業の振興がございました。

次のページに、地域元気プログラムの中身が書いてございます。これは、地域の強みや潜在力を生かした成長を資金面と情報面から後押しする独自の取り組みで、北海道におい

ては、食の分野、観光の分野、環境インフラの分野を重点分野として、それぞれ事例が書いてありますが、全体で二十数件、北海道で取り組んでいるところでございます。

前のページに戻って、今回、例として挙げているのは、登別グランドホテルが付加価値向上投資をされて、それを地域元気プログラムで支援した事例でございます。

2番目は、観光活性化マザーファンドによるメザニンファイナンスですが、これは、全国の第1号案件です。そこに仕組みのポンチ絵が書いてございますが、私どもトリサ・パートナーズ、レビックでつくったファンドで、観光事業者向けの成長資金ファンドでございます。その全国の1号案件として、知床グランドホテルに、メザニンファイナンスということで、資本性の劣後ローンを実施いたしました。

メザニンファイナンスとは何かと申しますと、メザニンは、中二階という意味で、企業の資金調達については、資本や借り入れ等いろいろございますが、その中間的な性質を有するものです。今回の知床グランドホテルに関しては、資本性を有するという点が、財務基盤の補完ともなっておりますが、成長資金を提供する形で、今後の安定的な成長発展を支援していこうということでございます。

このように、企業のニーズに合わせて、資本やメザニン、通常のローンの中から適切な資金を提供することで、企業の成長と価値向上を支援していきたいと思っております。

最後に、情報発信・ナレッジ提供についてでございますが、最近の事例としては、北海道新幹線の開業による経済波及効果を10月に発表し、11月には、北海道の観光にとって大変大きな要素となっているインバウンドに関して、ウェブアンケートで生の声をとって、それをもとにセミナーを開催することを計画しております。現状の分析と問題の提起を通じて、地域と企業の足腰の強化に貢献してまいりたいと思っております。

観光面のみの報告になってしまいましたが、食分野についても積極的に取り組んでまいりの方針でございます。

以上、最近の取り組みについて報告させていただきました。ありがとうございます。

○山口委員長 ありがとうございます。

最後に、北海道から報告をお願いします。

○柴田総合政策部長 北海道庁の柴田でございます。

取り組みの報告をさせていただきます。

これまでご報告いただいた各機関の取り組みについては、既に連携をさせていただいているものもございますが、改めて、今後より一層連携を強めながら、効果的に進めていきたいと思っております。

私からは、食、観光、海外戦略の3点に絞って、簡潔にご説明させていただきたいと思っております。

資料の14-1をごらんいただきたいと思います。

1ページですが、一つ目は、ヘルシーD o、北海道食品機能性表示制度でございます。

国際戦略総合特区の取り組みの中で、平成25年4月から開始されている制度でございまして、科学的研究が行われている事実を北海道が認定することにより、機能性成分を含んだ道産加工食品を消費者にアピールする目的で、制度を運用しております。

これまで、3回の認定で、18社26品目が認定を受けております。そのうち、平成25年度末までに販売が開始された認定商品は14品目ですが、平成25年度における売り上げ実績は10億円を上回る状況になってございます。

こういった商品の中には、前年同期比で二、三倍の売り上げになったものもあり、大手の流通企業に納品できるようになったという成果も出ておりますので、今後さらに、この制度の普及と商品の増加に取り組んでまいりたいと考えてございます。

2ページですが、交流参加型国際観光地づくりモデル促進事業をご紹介します。

海外からのお客様の多くは、道央圏を中心に訪れておりますが、その中で、道北の枝幸町歌登地区で、地域の住民が参加して、生活文化体験の機会を手づくりで提供する旅行メニューが、タイからのお客様に大変好評をいただき、3年間で5倍近い入り込みの増加となっている事例がございまして。

それも一つのヒントとさせていただきます、意欲のある自治体とノウハウを持つ企業がタッグを組んで、地域の創意工夫による交流と参加というコンセプトで、新たな観光地づくりを進めていく取り組みでございまして。

現在、モデル的に取り組んでいる地域としては、奥尻町、新篠津村、剣淵町、遠軽町があり、今まで、観光面の打ち出しが必ずしも十分ではなかったところで、交流・参加型メニューの開発を行って、新しい国際観光地づくりの事例として育つように応援していく取り組みでございまして。

3ページは、クールHOKKAIDOについてでございます。

アジアのどの地域においても、行ってみたい地域調査で北海道が上位を占めている中で、国のクール・ジャパン戦略に呼応して、昨年度より、北海道の強みや魅力を売り込んでいく取り組みを行っております。

これまでの取り組み事例としては、ベトナム、フィリピン、シンガポールなどをターゲットに、例えば、現地のテレビ放送と連動して、産品をアンテナショップで販売する取組を行っております。そういった中で、初めて扱った商品が、テレビ報道との連動によって完売するという実績も出てきておりますので、現地映像と物販を連動させた取り組みを引き続き進めていきたいと考えております。

あわせて、こうした活動をオール北海道で進めていくために、関係機関のご協力のもと、メディア、貿易、金融、IT、文化、芸能、スポーツといったさまざまな分野から、90社150名のご参加をいただき、クールHOKKAIDOネットワークを10月に立ち上げたところでございます。

今後は、こういったものを、道内各地の魅力を発信していくプラットフォームとして活

用し、道内企業の海外挑戦の新たな機会を生み出していきたいと考えてございます。

また、海外に進出している道内企業に、北海道スマイルステーションとしてご登録いただいております。現在、アジア及び欧州の10カ国に60のステーションがございますが、北海道の海外でのイメージアップ、ブランドの発信、各種PRといった情報発信にご協力いただいております。

また、先日、海外に向けた発信力があるタイの女優をアンバサダーとして任命させていただきましたが、こうしたネットワークについて、海外にも裾野を広げてまいりたいと考えております。

強化戦略に基づく全体的な取組状況については、資料14-2として整理してございますので、後ほどごらんいただければ幸いです。

以上でございます。

○山口委員長 ありがとうございます。

なお、資料15として、北海道の産業競争力強化に向けた国への提案・要望事項と、平成27年度概算要求反映状況を配付しておりますが、これは後ほどご覧いただきますようお願い申し上げます。

それでは、各機関からご報告いただきましたので、これから、質疑応答、意見交換に入りたいと思います。

ただいま、各機関から進捗状況の報告がございましたが、これにつきまして、ご質問、ご意見等を承りたいと思います。

まず、徳田委員は、所用のため途中でご退席と伺っておりますので、徳田委員からご意見をよろしくお願いたします。

○徳田委員 午後から本省の仕事に行くため、途中退席をさせていただきますので、最初にお話をさせていただきます。

先ほど、資料2-1の6ページの事例5について、私どもの取り組みをご説明いただきました。若干の補足と、まだ始まったばかりでございますので、評価というわけにはいきませんが、感想を少し述べさせていただきます。

まず、1番目の、きた食dayコンテスト2014についてでございます。

67件の応募があつて、1次審査を通った6施設に来ていただいたのですが、大事なポイントとして、食事について、人件費を除いて1食400円と規定いたしました。したがって、食事の内容がよければ、広く医療や介護の施設で利用できるだろうと思いますし、もっと広めるために、高齢者も対象にできればということになります。とてもすばらしい内容でございました。

実際に調理の現場を見ましたが、ふだんから、そういう取り組みがたくさん施設で行われているのがわかりまして、これは今後も広めていく必要があるだろうと考えています。

多分、道産食材を使ったレシピは、これからも出てくるでしょうし、これまでもたくさんありました。ただ、これを一般化しなければ、道民に健康レシピとして広げることにはな

かなかできないだろうと思いますので、関係各位からもいろいろなお助言をいただきながら進めていきたいと考えています。

二つ目の、農業生産者との連携については、報告のとおりで、4カ所で始めて、少しずつ進めておりますが、病院の給食は、給食業者に入っただいておりますので、そこでの調整をこれから進めなければいけないということが課題だと考えています。

三つ目の、健康寿命延伸にかかるプラットフォームの構築の中で、アクティブシニア就業支援についてですが、「みんなで考える地域包括ケアシステム」と「高齢者パワーが地域を守る」という演題で、講演会を3回開催いたしました。

参加者が二、三十名で、まだ少ないのですが、来られた方々については、かなり前向きな気持ちの方が多くて、最終的に50名の登録予定が、今、30名まで来ました。ただ、そのうち2名は、実際に現場に入って、少し仕事がきついということでリタイアされていますので、今後、その辺が課題になると思います。

そのほか、札幌市東区の栄町地域で、人口5万7,000人のうち、1万2,000世帯に対して、高齢者がいらっしやらない世帯もありますが、高齢者の意識に関するアンケート調査を行いました。まだ行ったばかりでございますので、結果は今後ご報告したいと存じます。

それから、健康食、運動・温浴、各種健康セミナー等をパッケージにしたツアーをスタートさせ、1回目を行いました。1泊2日のツアーの中で、健康セミナーを開いたり運動をしていただくメニューと、日帰りメニューの二つが動き出しております。これは始まったばかりでありますので、今後の課題だと思います。

医療や介護の施設における食に関しての需要は、以前の会議でも申し上げましたように、毎日10万食以上に上ってしまっていて、需要としては大きいものがあります。ここをいかに取り込むかが、いろいろな意味でのポイントになるかと思っていますので、今後、もう少し検討しながら報告させていただきたいと存じます。

以上でございます。

○山口委員長 どうもありがとうございました。

この後は、皆様に、いろいろなお意見、ご質問等をいただきたいと思います。挙手をお願いしたいと思います。

どなたかいらっしやいますか。

○小砂委員 アミノアップ化学の小砂です。

今、関係機関からの中間報告を受けて、一番印象に残ったのは、どこの関係機関もみんな同じような事業をされているなということです。そういった中で、この協議会の場だけでなく、別途、連絡協議会を設けて、事業分担としてきちんとすみ分けをして、関係機関がそれぞれ持っている予算を合わせて、合同なり共同でやっていく体制をとることによって、食と観光の産業がもっと伸びていくのではないかと私は率直に思いました。



ですから、これだけの事業について、北海道の中でみんながばらばらにされるのではなくて、1本に絞った形でできる仕組みづくりを今後検討する必要があると感じました。

もう一つは、ちょっと話が違うのですが、食品開発展が30年近くにわたって行われていて、今年も非常に多くの方が来られました。その中で、食品開発展の参画企業から一番多く問い合わせがあったのは、北海道のヘルシーDの仕組みを教えてほしい、北海道のそういった仕組みを我々も活用できないかということでした。

当初、国の規制改革会議において、食品機能性表示をいかにやるかという検討会議が開かれたわけですが、今、消費者庁からの中間報告があったように、その内容も非常に厳しいものになっていて、中小企業で活用できる制度ではございません。そういった中で、北海道のヘルシーDの制度を食品メーカーでも何とか活用したいといった問い合わせが殺到しております。

全国の自治体からも、そういった問い合わせが来ておまして、その都度、私どもは説明に上がっているわけですが、北海道の食の取り組みについては、各自治体や食品メーカーに非常に大きなインパクトを与えていることは事実ですし、そういった産業を活性化させることも、これからの北海道の課題ではないかと思っておりますので、食と観光を重点的に推進していただきたいと思います。

以上です。

○山口委員長 ありがとうございます。

○高島委員 北海道経済連合会の副会長を務めている高島でございます。

小砂委員の意見と重複するところもあるのですが、感想を言わせていただきます。

こんな感想を言うのは申しわけないのですが、これほど多くのことをやっているのかと大変びっくりしました。

北海道経済連合会も、食クラスター活動を進めたり、フード特区機構を設置して、そこに観光を絡めて付加価値を上げていこうと取り組んでおります。加えて、ものづくりの観点で何かできることはないかということで、さまざまなことを行っております。

具体的なことについて述べるのは控えますが、根本的課題の解決になるかどうかということでは、即効性の観点と、少し時間がかかるけれども、重要な課題だから今からやっておかなければいけないという、二つの時間軸で考えるとよいと思っています。

一つは、人づくりでございます。

以前、北海道経済連合会の副会長を務めていらしたアークスの横山さんが、ことしの年初の北海道経済連合会常任理事会で、「今の工業高校、商業高校、農業高校、高専の位置づけは本当に確かなのか。高専はまだよいが、工業高校は一体何のために存在しているのか」とおっしゃいました。

実は、ここに、競争力の源泉を生み出す突破力のある人を生み出す力があるのではないかと思います。表現はよくないかもしれませんが、偏差値の高い人ばかりを集めての教育

になっているけれど、ビジネスで成功しているのは、偏差値が高い人たちばかりではなく、突破力のある人もいます。突き抜ける人は違います。

若いうちから、おいしいものを食べ、食に親しんで調理人になり、大成功されている方もいます。

三笠高校のように、調理部をつくったり、お菓子のパティシエになろうとしたり、高校生のうちから一生懸命努力している方々もいらっしゃいます。

そういうところについて、もう少し体系的に課題を洗い出し、人づくりを進め、競争力のある北海道をつくるべく動いていくことが必要ではないかと思っています。これは時間がかかりますが、今のうちからやっておかなければいけないと思います。

もう一つは即効性があるということで観光です。観光振興機構の会長が出席していますので私が申すところではないかもしれませんが、食と観光を絡めるのは当然で、さらに、ものづくりと食と観光を絡めてもいいと思います。

例えば、室蘭工業大学でもいろいろなことを行っていて、それは、体験型、参加型の滞在の場にもなっていくだろうと思いますし、ものづくりの若い活力を生み出すきっかけにもなると思っていますので、そういったことをやり続けて、北海道や日本の根本的課題である消費力の減少と労働力の減少を何とか食い止める必要があると思います。

北海道は、人口減少先進地域などと揶揄されていますが、生産年齢人口については、減少ではなくて、増やすことができると信じていますので、そこにベクトルを合わせて、目的に向かって必死に進めたらどうかと思っています。

北海道経済連合会でも、北海道の食材を使った商品など、いろいろなものを出してはいるものの、結局、それは何ですかということで終わってしまいます。先ほど、一過性という言葉もありましたが、一過性で終わっているような気がしてなりません。ですから、即効性のあるものと長期的に取り組むべきものを体系立てて、一緒に進めていくことがもっと大事なかなと感じました。

以上です。

○山口委員長 ありがとうございます。

○田中委員 さくらインターネットの田中と申します。

当社は、3年前に、道庁の誘致を受けて、石狩市に、サーバーを置いたデータセンターを運営するために進出した企業でございます。

申し上げたいことは3点ございます。

1点目ですが、北海道の本質的な価値を訴えていくのが私のライフワークの一つだと思っています。

そこで、道の方に知っていただきたいのですが、なぜ、我々はデータセンターの進出をしたのかというと、北海道は寒くて、消費電力が半分で済むということがあります。サーバーは冷却しなければいけないわけですが、その冷却コストが寒さによって緩和したり、

雪によって省電力化ができます。消費電力を5%とか10%減らすのは難しいと言われていますが、雪や外気を使うことで45%の電気が削減できます。

今回のタイトルは産業競争力協議会となっているわけですが、本質的な北海道の競争力を見つけ出して、それを活用することが重要ではないかと思います。

北海道は北のほうにございます。最近、北極圏の経済ということが言われていますが、北極の氷が解けて、北海道から北極経由でヨーロッパまで、光ファイバーが引けるようになりました。船が通れるということは、光ファイバーも引けるということで、北海道はアジアの入り口になっているという話がインターネットの世界で巻き起こっています。

ですから、北海道は涼しいので消費電力が削減できる、あるいは、北のほうにあるのでヨーロッパに近かったり、災害が少ないので災害対策コストが少なく済むといったことは本質的な価値だと思っております。

だめな例としては、人件費が安いから北海道に来てくれとか、税金が安く済む、助成金が出るといった話をするので、これらは一過性のことであって、先ほど、一過性という話がありましたが、本質的な価値によって誘致をしなければならないと思っています。

そういった意味では、雇用の面でも同じだと思います。

私が一番まずいなと思っているのは、北海道は人件費が安いから誘致しようという発想でして、なぜ、同じ仕事をして、北海道だと安い給与で働かなければいけないのか、これについて、もう少し疑問を持つべきではないかと思っています。

当社では、北海道で人を雇っていて、給与体系は基本的に東京と同じですが、東京の人間も北海道に来て働いています。

実は、センター長はこちらでお嫁さんを見つけて、今年結婚して、マンションまで買って、多分、東京には戻らないのではないかとということで、会社としては非常に困っているのですが、IT産業であればIターンやUターンで地元で根づき、東京と同じ給与で北海道で働いて、売り先は世界中ということが実現できることをお伝えしたいと思っています。

当社では、雇用について3ステップを考えています。まず、今、北海道で中途採用として人を雇っていますが、次は、東京からのUターンやIターンを北海道に迎えるということで、最終的には、北海道で新卒を雇うのが当社の目標で、3年後から5年後には実現したいと思っています。

北海道には大学があって、優秀な人材が多いと言われていますが、その人たちはほとんど東京に出ていっているなというのが、ここ3年での感想です。ですから、そういう人たちを連れて帰ることが一つ目で、その次に、外に出さないという、この二つを産業誘致とともにやっていくべきではないかと思っています。

2点目は、起業家としての考えですが、最近、安倍首相がベンチャー企業や新規創業を後押ししていて、ベンチャーブームになって、少しバブルの様相を呈してきたのではないかと思います。その現れとして一番わかりやすいのは、二、三年前の起業セミナーは、大体、駅前のチープな会議室で行っていましたが、最近のベンチャーイベントは高級ホテ

ルで開いているということです。先日の京都のイベントは、リッツ・カールトンで行って  
いました。

ただ、あと二、三年でこのブームは終わるなと思っています。正直に言って、起業して  
二、三十億円がすぐに集まるというのが東京の事情ですが、この状況は二、三年で終わる  
だろうと思っています。

逆に言うと、今のうちにお金を集めて本当に成長する企業をつくる、つまり、この波に  
乗って新しい企業をつくるのが非常に重要だと思っているわけですが、そういうイベン  
トには、福岡の方はよく来ていて、北海道の方は余り来ていないという印象があります。  
やはり、情報をとりに行って、実際に起業する人を増やしていくべきではないかと思いま  
す。福岡市や福岡県、北九州市の方は足繁く通っていらっしゃると思いますが、北海道の自治体  
の方はほとんど見かけないという状況です。

ベンチャー支援をするのであれば、そういうイベントへの参加が必要ですが、それは出張  
だけの話だと思いますので、非常に簡単だと思っています。

正直に言って、ヒト、モノ、カネのうち、モノとカネは非常に充実していると思います。  
当社も、道内の銀行とか政策投資銀行の支援を受けて、カネの面では困らなかったのです  
が、ヒトの面ではやはり困っています。

北海道の悩みは、人が出ていってしまうことですが、当社では、北海道で人をなかなか  
雇えていないという問題があります。これは需要と供給がマッチしているのではないかと  
思いますので、いかに外へ出さずに北海道内で人を雇えるかが重要だと思っています。

ですから、ヒト、モノ、カネに経営者が加われば、北海道の産業は必ず成長すると思っ  
ていますし、単に製造業を誘致するだけではだめだと思っています。起業家や、東京と同  
じ給与でしっかり働ける人をつかまえることが、本当の意味での産業競争力だと考えてい  
ます。

最後に、私は、どさんこの方よりも北海道旅行をしている立場から、お話をしたいと思  
います。

日本の海外客誘致で一番だめだと思っているのは、ごみがない、まちがきれい、治安が  
いいといったところばかりをフォーカスしてしまうことだと思っています。治安が悪いと  
ころや汚いまちには行きたいとは思いませんが、あそこは治安がいいから観光に行こうな  
どということは絶対起こらないわけです。

来ない理由を潰すことは当然重要ですから、その観点では、ごみをなくする、治安をよ  
くする、英語の看板を立てる、W i - F i 環境をつくる、サービスをよくする、おもてな  
しをする、情報を出したりビザの発給緩和をする、そういったことは重要ですが、来る理  
由をつくらなければいけないと、お話を聞いていて大変思いました。

例えば、おいしいものが食べられるとか、私も食べに行きましたが、ホッケの刺身など、  
わざわざ1日延泊してでも行きたいと思わせるコンテンツが必要だと思っています。羽幌で、  
女子ツアーで乗船率が上がったとか、レストランができて、そこに人が集まったというの

は本質的な観光の魅力だと思っています。

ですから、来ない理由は潰していく必要があると思いますが、W i - F i が使えるからあの街に行こうという人はいないわけで、来る理由と来ない理由をもう少し整理すべきかだと思っています。

来ない理由を潰すのは、行政や国がすべきですが、来る理由を創造していくのは、民間の仕事だと思っています。ですから、来ない理由を潰す、来る理由をつくる、この二つをもう少し整理したほうがいいのなかと思っています。

それから、今回疑問に思ったのは、交通に関していろいろ問題が出ている割には、委員に民間の交通関係の方がおられないことです。バス会社、J R、航空会社のいずれなのかは分からないですが、そういった方が参加されて、実際に観光客がどう動くのかを見る必要があると思っています。

私は、車の免許を持っていないものですから、観光は全て公共交通機関を利用しますが、バスに乗ると、外国人が結構乗っています。外国の方の中には、車を運転できない人も多いので、公共交通機関を使うのですが、北海道の公共交通機関は非常に不便です。そういったことで、本当に団体以外の観光客をふやせるのか、一旅行客として疑問に思っています。

北海道の旅行については、道外の私が言うのもどうかと思いますが、秋や春など、それぞれ非常に魅力がありますので、車を使わずに三、四日お休みをとって、ぜひ行っていただきたいなと思います。

お勧めは、積丹に行く北海道中央バスの定期観光バスです。それと、留萌から豊富温泉に行く沿岸バスの路線バスで、あそこは非常にきれいで、夕方になると夕日が見えるのですが、意外と外国人が乗っています。そういった現場で、どういうふうに観光されているのかを見ていただきたいと思います。北海道は非常にいいところだと思います。

ちなみに、来週の土曜日に、道庁で「北海道仕事づくり・まちづくり」というイベントがありまして、私は基調講演をいたしますので、ちょっと宣伝させて頂きました。

以上でございます。ありがとうございました。

○山口委員長 どうもありがとうございました。

○林委員 北海道ガーデン街道の代表をしております林と申します。

高島委員と少し重複するかもしれませんが、お話をさせていただきたいと思います。

資料を見ると、食と観光がメインになっているのですが、食と観光の連携という事例が非常に少ないなと感じました。

私は、十勝のチーズ協会の会長もしておりますが、十勝にはメインで12工房ぐらいあって、チーズの製造をしています。ほとんどが卸です。これでは、チーズ産業として一つの産業にはならないなとずっと感じていまして、どうしたらいいのだろうかと考えています。

例えば、カマンベール村にはカマンベールというチーズがありますが、十勝のチーズをしつかりつくっていかねばいけないと思っていて、みんなが同じ方法で同じ形態のものをつくって、ブランド化していくことが非常に重要だと感じています。

ただ、ほとんどがフランスタイプのチーズなので、それをどうしたらいいかということで、まだ試験を始めたばかりですが、十勝川温泉のモール温泉でチーズを磨くと非常においしくなることが最近わかりました。

そういった意味で、食産業と十勝川温泉とが連携して、新たな付加価値をつけるということがまさにイノベーションになっていくのではないかと、今それを進めている最中です。

その中で、人材が不足していますので、人材育成をしていかねばいけないと私も常に感じていて、JTBのワークショップ研修などもあるのですが、長期的にイノベーションを起こせる人材の育成について、北海道全体として、どうシステムをつくっていくかが本当に大事だと強く思っております。

もう一点ですが、私は、北海道ホテルの取締役も務めていて、十勝の結婚式の総数は、10年前が1,000組でしたが、今は600組で、年間で30組ぐらい減っています。そうすると、単純計算で20年後には結婚式がなくなります。恐らく、札幌以外の地方では、ほとんど、20年後には結婚式がなくなると思うのですが、星野リゾートトマムの代表の佐藤さんは、沖縄では、海外から結婚式を招くという戦略をしっかりと持っていると話していました。

結婚式については、ファミリーで来ますし、客単価も高くて、観光地をめぐるという意味では、北海道全体の一つの観光戦略として、結婚式を誘致していくべきではないかと思っています。

例えば、ハワイや沖縄は海がメインですが、北海道には、ガーデンなど、いろいろな景観があると思うので、そういった地域資源を生かした結婚式の誘致戦略もつくっていかねばいけないと思います。それは私自身もやっていきたいですし、皆さんと連携してできる仕組みができればと思っております。

以上です。

○山口委員長 ありがとうございます。

○浜田委員 美瑛町長の浜田です。

きょうの説明は、分厚い資料で大変だなと思っていたのですが、すばらしい取り組みをされて、成果を出されているということで、大変興味深く聞かせていただきました。

それで、今、地域創生というテーマがあるわけですが、小さい町村の運営の中では、きょう報告いただいたような案件については、企業の方々が中心になって取り組みを進めています。しかし、地方創生というレベルになると、ただ企業に光を当てるだけでは追いつかない部分が多いと思います。

美瑛町では、ヤフーや東京の企業5社との連携事業の模索をして、事業化しているのですが、そういうことについては、例えば、町、農協、商工会、観光協会といった枠組みをつくりながら、その中から事業を起こしていく手法が必要になってきます。

6次産業化についても、美瑛町の中で、第三セクターや財団をつくったりしながら、事業化を目指していますが、枠組みの段階で、民間企業ならいいけれども、こういう枠組みだとだめだということになってしまうのです。

大きな企業があるところはいいのですが、これをやっているうちは、地域としては、どうしても事業が起こりづらいわけですから、ぜひ、事業の質とか成功性、事業の目標といったものに重点を置いて、枠組みで事業をやるやらないという決定をしてしまう部分を少し見直していただければなと思っています。

それから、きょう、私は町村会の代表として出てきていますので、報告があったいろいろな事業の情報について、町村会ともう少し連携をとっていただきたいと思って聞きました。町村会側からもアクセスしますので、ぜひ、各機関の情報をいただければなと思っています。

美瑛町の状況を申し上げますと、観光客数のレベルでは、ことしは過去最高の人数になるだろうと思っていますが、大震災や原発事故以降、客層が非常に変わってきて、美瑛町でも海外の方がターゲットになることがはっきりと見えてきています。

そういう面からすると、我々の地域づくりの努力によって成果が見える時代になってきたと思っていますので、今後、地域の事情等も理解していただけるような枠組みを見据えていただければと思っています。

以上であります。

○山口委員長 どうもありがとうございました。

○浅野代理 J A北海道中央会の浅野と申します。

会長の飛田が別の用務のため、かわりに出席させていただいております。

農業団体の立場で、大きく二つのお話をさせていただきたいと思います。

一つ目ですが、本日のご報告を伺っての率直な感想としては、非常に広範囲な取り組みをされていることについて、改めて認識させていただきましたし、敬意を表したいと思います。

ただ、中身をお伺いしますと、重複している部分もございますので、ぜひとも、いろいろな形で連携して取り組んでいただくことが必要だと思います。

私どもが承知している中でも、特にソフト面の事業で、各種セミナーや商談会などについて、いろいろな主催者が取り組んでおられる例もございますので、そういった意味では、十分な連携をとっていただくことが必要かと思っています。

この会は競争力協議会ということで、競争していくことは一定程度必要でございますが、連携なり共同した取り組みが重要だと、昨年度2回目の会議に会長の飛田が出席した折に

申し上げておりますし、きょう伺った取り組みの中身も、それぞれ取り組んでいる立場の違う方々をいかに結びつけていくかが施策の組み立てになっているようにお伺いいたしました。

そういった意味で、何度も申し上げて恐縮ですが、連携なり共同という視点を改めて持っていたいただければと思います。

もう一点は、私どもの取り組みとの関係でございますが、ことしの春に、規制改革会議からのご報告などを踏まえて、政府で規制改革実施計画が決められました。農業分野についても、いろいろ触れられておりまして、農協組織も含めて、事業なり組織を変えていきなさいということで、改革が求められております。

私どもも、人から言われて改革をするのではなく、自己改革ということで、自分たちで変えていくことが必要と考え、JA北海道としても、改革プランを策定しておりまして、もうすぐ一定のものができる段階にまでなっております。

その中で、本日もテーマになっている6次産業化や輸出に向けた取り組み、それから、観光との関係も出てくると思いますが、農業の魅力発信を重要なテーマとして取り上げております。

農業団体については、自分たちのことだけで連携が少ないというご指摘も間々あったわけでございますが、もちろん、自分たちの仕事はさらに強化しつつ、広がりを持った取り組みもしていきたいということを改めてうたっておりますので、その点でも、今後、いろいろな形での協力関係をとらせていただければと思っております。

最後に、一つだけつけ加えさせていただきますと、規制改革の論議の中で、いろいろ議論がされてございますが、一部、農業の現場から見て、地に足の着いていない議論もあるのかなとお見受けいたします。

議論の過程で、農業者や農業関係者の意見も聞いていただいているのですが、残念ながら、私どもから見ますと、現場のトータルな意見を反映していない部分もあると感じております。今後、法律改正の話などが出てまいります。農業は、農地をもとにやっている産業でありますし、農家は、その上で日々の自分の仕事に取り組んでおりますので、地に足の着いた議論をぜひお願いしたいということをつけ加えさせていただきたいと思っております。

以上です。ありがとうございました。

○山口委員長 ありがとうございました。

○高向委員 商工会議所の代表として発言させていただきたいと思っております。

まず、北海道の企業のために、中央官庁やいろいろな団体がこんなにも支援してくださっていることについて、今さらながらでございますが、心からお礼を申し上げたいと思っております。中には、競い合って応援していただいている感じもありまして、本当にありがたいことでございます。

そう申し上げた後で、希望を申し上げます。



企業支援について、金融的な融資や投資、メザニン、財政的な補助金、減税、それから、経営支援的な販売促進のための商談会など、こういう面でのご説明が非常に多かったと思いますが、できれば北海道については、こういう規制緩和を行っているというご支援があると、うれしいことになります。北海道特区的なご支援をいただければと思います。

それから、私が言うのも変ですが、我々に欠けているものは人です。物は金で買えて、金は潤沢に供給されている状況ですが、人の中でも、特に経営力が脆弱で、創業、起業の面が弱いと思っております。ご支援の中で、人材強化、特に経営力強化に関心を持っていただければありがたいと思います。

また、きょうのテーマと関係があるのかないのか、よくわかりませんが、電気料金の問題は、産業競争力の面から非常に大きな問題があります。ここで議論することを提案しているわけではありませんが、北海道の産業競争力を考える場合に、この問題は避けて通れないと思いますので、関心を持っていただきたいと思います。

さらに、小さな問題ですが、入国管理局の方が来て、北海道の観光のために頑張っているぞとご言くださるとよかったです。きょうは入国管理局の方はいらっしゃいませんが、C I Qが、外国人観光客を受け入れる場合の障害になっておりますので、この次は、入国管理局の方にもご出席いただければありがたいと思います。

以上です。

○山口委員長 どうもありがとうございました。

○鳶村委員 北海道ワインの鳶村です。

第1点目は、今回、これだけ立派な資料をたくさんつくっていただいたのですが、事前に送ってもらっていたら、全てに目を通せたかなと思えました。できれば1週間ぐらい前に送っていただいていたらありがたかったと思います。

私は前回も参加しましたが、今回、特に感じたのは、メディアの影響です。私はワイン業界の人間ですが、タレントの大泉洋さんが北海道「福」知事に就任して、今、空知のワインに大分注目が集まっています。今まで北海道フェアがありましたが、ことし、そらちフェアが開催されて、余り注目されていなかった空知のワインにスポットが当たり始めました。

また、先ほど話が出ましたが、テレビドラマ「マッサン」の影響もあります。余市に私どもの畑が結構あるのですが、畑に行っても、食事をするところがありませんし、ウイスキーについては一時期ちょっと元気がなかったのに、ニッカウキスキーの工場にあれば観光客が来て、一番の観光資源になったということで、メディアの影響力を再確認させていただきました。

それから、今回の北海道庁の報告にはなかったのですが、道の経済部と、ワインの地理的表示について話し合っています。今、日本国内で、山梨だけが地理的表示の指定を受けていますが、2番目にぜひ北海道で指定を受けようということで動いています。

ワインを海外に輸出する場合、アジアは特に問題がないのですが、ヨーロッパに輸出するときに、地理的表示の指定を受けることによって、北海道という地名を名乗ったワインが輸出できることとなります。今、北海道のワインの質は大分上がってきていて、ヨーロッパ等への輸出も可能だそうですが、その際に、北海道という地名をラベルに明記することができるようにしたいと思います。これはぜひやっていきたいと思っております。

さらに、今回の資料を見ますと、運輸局の事例集の中に、道産ワインという写真がありました。ただ、申しわけないのですが、載っていたワインは、道産ワインではなくて、他県で醸造されたワインです。道産ワインというのは、道内で醸造されたワインですので、地理的表示の指定を受けることによって、そういう誤解もなくなるのかなと思っております。

最後に、きのう、私は本保参与の講演を聞かせていただいたのですが、その中でちょっとショックだったのは、北海道は、2013年度に観光予算を減額した17道府県の一つというご指摘があったことです。食と観光を進める中で、来年度予算は、ぜひ、食と観光に関して厚くしていただければと思います。

以上です。

○山口委員長 どうもありがとうございました。

○大槻委員 北海道ガスの大槻でございます。

皆さんの意見と重複するところがあるのですが、感想と要望を申し上げます。

一つは、これだけ同じようなことをやっている訳ですが、地域個々の問題と産業競争力という問題がごちゃ混ぜになっているのではないかと思います。お土産屋さんの話から、全部が一緒くたになって、本質はどこにあるのかが見えなくなっているのではないかなというのが感想です。

地域にはそれぞれ問題があって、地域固有の問題もいっぱいあるのですが、それが、食と観光という中にちりばめられて、あたかも北海道全体の問題のように言うのはちょっと違うのではないかと思います。

もう一つは、言葉は悪いですが、縦割り行政の中で同じようなことをやっている印象があります。

ものづくり分野で言えば、北海道にはいろいろな資源があって、その資源からさまざまな機能部品をつくっている段階だと思うのですが、その機能部品を集めて、例えば、どのような車にして、どういう性能で走るのかということがなく、こういう部品をつくれるとか、こういう部品をつくったと言っているだけの話ではないかなと思います。

ある部品について、こういうふうに機能を高めて、もっといいものができるのだから、競争力として、どのように持っていくかということがすっぱり抜けているのではないかと思います。ですから、こういう会議は以前から行っていたと思うのですが、堂々めぐりの議論から抜け切れないのではないかと、きょうの説明も非常に印象深く聞かせていただき

ました。

この協議会の活動は非常に大事で、ぜひ続けてほしいのですが、単に、機能部品を競って、同じようなものをつくっていてもしょうがないので、それぞれの地域からどのような機能部品を出して競争し合って、北海道ブランドをどうつくるのか、北海道ブランドとは何なのかについて、民間や行政を含めて、もう一回、本質的な議論をきちっと行うべきではないかと思います。

食と観光と言っても、漠然としていて、単に、おいしいものをつくればいいのかということですが、おいしいものができただけでは、そんなにリピーターはふえないと思います。これは、アクセスの問題から何から全部絡むわけですから、その情報がなければ、絶対行けません。

情報取得に対して積極的な人は、いろいろな情報を持っていますが、観光やビジネスで来る人は、そんなに情報を持っているわけではありませんし、アプローチできるわけでもないわけです。皆さんも、後で聞いて、こんなに便利なものがあつたのかと思った経験はいっぱいあると思います。

ですから、本質論からずれているのではないかというのが印象でして、北海道ブランドや、産業競争力の源泉となるものは何なのかについて、この場でなくて結構ですから、もう一度、違う場面でやる機会があれば、ぜひやっていただきたいと思います。

以上です。

○山口委員長 ありがとうございます。

○大西委員 鶴雅グループの大西でございます。

経産局の資料2-1で、私どものレストランの事例を取り上げていただきました。ありがとうございます。

2カ月前、赤れんが庁舎の前に三井JPビルディングがオープンして、その2階に、新しくビュッフェレストランをオープンいたしました。経産局のお力添えもいただいて、事例として取り上げられた二つの新しい取り組みをさせていただきました。

ここで感想を述べられたらいいのですが、実は、ソフト面の前に、技術的な問題にぶつかっております。シルクアイス製氷機も故障していますし、長時間、氷をバイキングレストランで外に出しておく、非常になめらかな氷で解けやすいので、すぐ水に変わってしまったりと、今、壁にぶつかっております。ただ、とてもすばらしい機能を持ったアイスですので、これを何とか活用できるように、課題を突破していきたいと思っております。

もう一つ、タブレットについては、社内では、おもてなしパットと呼んでおります。これは、多言語化するのはもちろんですが、メニューの名前だけではなくて、食材がどんなところでとれて、どんな思いで調理したか、もし自分の言葉が通じれば、そこまでお話ししたいという思いを込めて、このタブレットからオーダーしていただければ、いろいろな食材の情報もわかるようにするなど、いろいろな機能を持たせています。

ただ、60台用意しましたが、一気に稼働させるとトラブルが発生してしまうということがあって、今ちょっと調整中でございます。

まだ、外国のお客様はそんなにお見えになっていないのですが、多少使ってみた感想を申し上げます。

私どものレストランはビュッフェが基本ですが、別注の料理として、短角牛やズワイガニといった季節のブランド食材を使った料理も提供しております。最初は、ビュッフェのものだけで十分だよとおっしゃっていても、タブレットを出して、そのブランド食材がなぜ貴重なのかという付加価値をきちっとお伝えすると、外国のお客様は、必ず、2皿、3皿と頼んでくださいます。やはり、きちっとお伝えすることがすごく大事ななと思っております。その食材を召し上がっていただいたことで、北海道の食に対する印象もすごく上がっているだろうと実感しております。

シルクアイス製氷機にしてもタブレットにしても、ソフト面を含めて、何とか改善を重ねて、ほかの企業にも使っていただけるようにしていきたいと思っております。次回には発表ができたらいいなと感じております。

今日のご発表を聞かせていただいて、身につまされたのは、人材の部分でございます。札幌のレストランでも大変苦勞しているのですが、道東のほうではかなり切実でございます。特に、北海道は素晴らしい食があるのですが、それを演出していく調理スタッフの確保に非常に苦勞しております。この点については、私たちが最善の努力をして、新しい時代に合った企業になっていかなければいけないことはもちろんでございます。

また、留学生がなかなか北海道に定着しないというご発表がありました。私たちのような宿泊施設は、衣食住にかかわりますので、そういう文化的な意味で、留学生に就職していただくため、観光産業の中でも一番最初に取り組んでいかなければいけない業種だと思うのですが、留学生に就職いただいても、定着しないという事実があります。

一例として、ムスリムのツアーを企画して、すごく成功したという事例がありました。私たちも、ムスリムの方への対応に取り組んでいきたいのですが、ムスリムの方に定住して働いていただくのは、多分、環境的に無理だと思います。

ただ、そういった文化に精通したマレーシアや東南アジアのスタッフをどう獲得して、どのように、住んで働いてよしの地域や企業になっていくかが命題だと思っておりますので、そのあたりに力を入れていきたいですし、ご指導をいただければと存じます。

以上でございます。

○山口委員長 ありがとうございます。

時間も押しておりますので、最後に、高橋知事からご発言いただきたいと思っております。

○高橋知事 大変お忙しい委員の方々、ありがとうございました。

それぞれ大変貴重なご意見を頂戴いたしました。私から一つだけ申し上げたいと思います。

縦割り行政で、さまざまな政策が重複しているように見えるというネガティブなご意見

の一方で、本当にいろいろなことを国の出先にもやっていただいているというポジティブな評価もあったかと思うわけですが、私は秋庭局長にお願いがあります。

今日のご発表については、それぞれの皆様が政策の供給者としてお話をされたと思うわけですが、経産局が中心になられて、政策の需要者、ユーザーの立場から、こういうことをやろうとする場合にはこういう政策メニューがあるというふうに、見方を変えた資料をぜひ次回の会議までにつくっていただけるとありがたいなと思った次第であります。

また、町村会との連携という話が浜田町長からございましたし、小砂委員からは、担当者の連絡会議も必要だという話からございましたが、そういったものをつくって、まずはベーシックなもので何かをやろうとする方から見た場合の政策のメニュー集をつくるのは意味があるかなと思った次第でございます。

田中委員には、いつもありがとうございます。さくらインターネットを誘致させていただいた最初から、本当にありがたく思っております。また、観光のハイシーズンではない時期に稚内でお会いしたことがありまして、本当に北海道を愛していただいているなど認識しております。

先ほど電力料金の話も出ておりましたが、ぜひ、田中さんに、中長期的に見て北海道に出てきてよかったと、北海道の場だけではなくて、東京や大阪でも言っていただけるように頑張っていきたいと思っております。ありがとうございました。

○山口委員長 多数のご意見を頂戴いたしまして、まことにありがとうございます。

時間でございますので、これまでの委員の方々からのご意見等を受けまして、本協議会の事務局長である秋庭北海道経済産業局長にコメントをいただきたいと思っております。

○秋庭経済産業局長 ありがとうございます。

本日の進行をしていただきました山口委員長に御礼を申し上げるとともに、ご多忙の中、本協議会にご出席いただきまして、ご意見を頂戴いたしました委員の皆様へ感謝を申し上げたいと思っております。

本日、有意義なご意見を多数頂戴いただきましたが、時間の関係もありますので、簡単にコメントさせていただきたいと思っております。

皆様のご意見のキーワードとして、一つは、連携という言葉に集約できるのかなと思っております。これは、もうちょっと連携しなさいという部分と、整理の問題もあると思っておりますので、この点については、次回までに関係者をご相談させていただきたいと思っております。

併せて、今、高橋知事から頂戴いたしました宿題につきましても、相談させていただきたいと思っております。

もう一つ、皆様がおっしゃっていた中で、非常に重たいなと思って受けとめたのは、やはり人の問題でございまして、さまざまな形でご意見を頂戴いたしました。

私どもの施策として考えなければいけない点も多々あると思っております。ただ、ご意見の中にもございましたが、人の問題は、民間のご努力も非常に重要なエレメントでございまして、むしろ、長期に正規雇用をしていただく場がないと、施策で応援しても、なかなか人が集

まらないという状況もございますので、この点につきましては、ぜひ、民間と私どもとが協調させていただきながら、施策を進めさせていただければと思っております。

また、北海道ブランドや北海道の魅力の本質とは何ぞやというご意見も頂戴しました。別の機会に議論させていただく場もあるかと思いますが、これは、地元の方々のご意見や行動も非常に大事でございますので、この点でも今後いろいろと連携させていただければと思っております。

いずれにしろ、国の行政機関がお手伝いするという点につきましては、まず、地元の方々がいかなる行動を起こされるかに主眼を置いて、そこをお手伝いしていくのが私どもの使命でございます。そこをどうアレンジするかについても、私どもの職務として進めていきたいとは思いますが、むしろ、チャレンジしていただきたいと、この場を借りて申し上げておきたいと思っております。

本日は、限られた時間の中で、限られた報告しかできておりませんが、午後からこのホテルで開催される「北海道の新しい食と観光に関する次世代戦略フォーラム」では、具体的取り組みについて事業者の方々にご登壇いただき、プレゼンをしていただく予定でございます。

また、同フォーラムには、ASEAN諸国の政府高官にもご出席いただく予定でございます。

北海道の地域資源や、素晴らしい取り組みをはもちろん、道内の多くの方々によって優れた取り組みが行われていることを発信していきたいと思っております。委員の皆様を初め、お時間のある方は、ご出席いただければありがたいと思っております。

以上でございます。

○山口委員長 ありがとうございます。

それでは、議事の進行を事務局にお返しいたします。

### 3. 閉 会

○塩手総務課長 今、秋庭局長からも申し上げましたが、本日13時から、3階のパークホールにおいてフォーラムを開催いたしますので、皆様、お時間が許せば、午後のほうにもご出席いただければと存じます。

それでは、以上をもちまして、平成26年度北海道産業競争力協議会を閉会させていただきます。長時間、ありがとうございました。

以 上