

平成16年度福井県経済社会活性化戦略会議第2回会議概要

日 時	平成16年8月23日(月)	13:30~16:15
会 場	福井県庁7階	特別会議室
出席者	西川 一誠	福井県知事
	有馬 義一	敦賀海陸運輸(株)取締役社長
	稲山 幹夫	稲山織物(株)代表取締役社長
	加藤 秀雄	福井県立大学経済学部教授
	新町 光示	(株)ジャルパック代表取締役会長
	馬場 修一	日本労働組合総連合会福井県連合会長
	堀田 健介	モルガン・スタンレー・ジャパン・リミテッド会長
	三田村俊文	(株)福邦銀行取締役頭取
	山本 雅俊	福井県副知事
	吉野 浩行	本田技研工業(株)取締役相談役
	吉村 豊子	(株)吉村甘露堂取締役相談役
欠席者	天谷 祥子	学校法人天谷学園理事長
	八木誠一郎	フクビ化学工業(株)代表取締役社長

会議概要

〔知 事〕皆様方には、ご多忙の中、平成16年度の福井県経済社会活性化戦略会議第2回会議にご出席いただき、誠にありがとうございます。

また、このたびの福井豪雨災害では、皆様にご心配をおかけし、また、皆様からの暖かい、力強いご支援を受けました。ここにお礼を申し上げます。災害復旧に全力で取り組んでまいりまして、応急復旧もほぼ終え、観光や産業等に当面の支障はない状態となり、皆様方のご支援とご協力に応えなければならないと考えております。

ところで、今回の災害では、多くの中小企業者が、工場、設備・機械、店舗等に大きな被害を受けました。このため、県では、被災した中小企業者に対して、5年間の利子と貸付全期間の保証料を県が全額負担する貸付限度額2億円の融資制度の創設や、いわゆるマル経資金の利子負担、県制度融資の返済猶予など思い切った支援策を講じました。また、本県が誇る伝統的工芸品である越前漆器と越前和紙の産地が大きな被害を受けましたが、これらの産地は、零細企業が多く、今回の被害が引き金となつての廃業等により、伝統的工芸品という福井が誇る産業、文化や産地の地域コミュニティの存続が問題となったことから、全国ではじめての措置として、被害事業所の生産設備の修繕や買い替えに要する経費の一部を補助し、さらに、産地組合が行う新規需要創出のための販売促進事業等への補助を行うこととしました。

厳しい経済環境の中で、委員の皆様方からいろいろなご提言をいただきながら仕事を進め、ようやく明るさが見えてきたこの時期に見舞われた水害であり、何としてもこの厳しい環境を乗り越えなければならないと考えています。

一方、8月9日に発生した美浜原子力発電所タービン建屋内での配管破損事故は、放射能漏れによる環境への影響はないものの、運転中の原子力発電所の事故としては初めて犠牲者を出した、重大な事故です。私は、関西電力(株)に対し、県内の全ての原子力発電所の運転を

計画的に順次停止し、速やかに配管の直接の点検を行い、県民の信頼回復、国民の原子力に対する不信への対応を全力で進めるよう強く要請しました。

さて、本日は、「ふくいブランドの創造」、「農林水産業の活性化」の2つを議題としました。

「ふくいブランドの創造」については、ふくいブランド大使の募集、登録や地域ブランド創造活動への支援など様々な取組みを展開しているところです。

また、このたび“ふくい”のブランドイメージを全国に向けて情報発信するポスターを作成したので紹介します。このブランドイメージポスターは、本県が男女とも平均寿命2位という全国有数の長寿県であり、この「健康長寿」を全国にアピールするとともに、「なぜか長寿。」をキャッチコピーに、長寿の謎解きをするための来県を呼びかける仕立てとしています。このブランドイメージポスターの写真は、ブランド大使にお配りするハンドブックなどのブランドグッズにも使用しており、今後は、このポスター等を積極的に活用して「ふくいブランドの創造」に取り組んでいきたいと考えています。

また、「農林水産業の活性化」については、本年4月、庁内に「農林水産業活性化推進本部」を設置し、企業的農業経営体の育成方法や高収益園芸品目の生産などについての具体的な推進方策や新たな課題への対策を、学識経験者の意見なども踏まえ検討してまいりました。

今日は、「ふくいブランドの創造」と「農林水産業の活性化」について、これまでの取組みや検討内容を報告するので、今回の災害や事故によるマイナスイメージを払拭できるふくいブランドの打ち出し方なども含めて民間の視点から幅広いご意見、ご提言をいただきたいと考えています。本日も、活発な議論を期待しておりますので、よろしくお願いいたします。

〔事務局〕 それでは、議事に入る前に、まず「平成16年7月福井豪雨の被災および復旧状況」について〔資料1〕に基づき説明する。

〔資料1〕に基づき説明

- ・平成16年7月福井豪雨の被害状況
- ・平成16年7月豪雨災害対策（8月補正予算）の概要

〔議長〕 ただ今の豪雨の件であるが、予想もしないような災害になったが、西川知事には極めてスピーディにいろんな対応を取ってもらい、嬉しく思っている。必ずや早期復興につながるのではないかと期待している。まず、一言感謝申し上げる。

早速、本日の議事に入りたいと思うが、本日は「ふくいブランドの創造」、「農林水産業の活性化」の2点を議題に、テーマを絞り込んで皆さんのご意見をいただきたいと思う。

では、まず「ふくいブランドの創造」について、今までの施策の執行状況等について事務局から説明をお願いします。

〔事務局〕 それでは、これまでの県の取組状況について〔資料2〕に基づき説明する。

〔資料2〕に基づき説明

〔議長〕 では、事務局の説明について何かご意見等ありませんか。

〔委員〕 福井ブランドの進展具合を評価できるようなベースみたいなものは持っているのか。例えば観光客数などはカウントしていけば分かるが、ブランドの進行、進展具合などは、何かベースというものがあり、これがキャンペーン等を通じて上がってくるというものは持っ

ているのか。

〔事務局〕観光客などはものさしを持ってやり易いが、ブランド力の把握は難しい。これまで全国の小学生に各県の知名度を聞いたアンケートで、本県は順位が低かったということを強く意識して「福井ブランド」を打ち出してきていることもあるので、そのような調査があれば順位が上がって行くように取り組んでいきたいと思っている。

〔委員〕あればじゃなくて、福井なりの調査手法を作っておいて、来年、再来年とどのようになっっていくか取り組んだほうが主体的である。今年そのベースを作っていくことを考えるのが重要ではないか。そうしないと「福井ブランド」が進展したのかどうか分からないし、また、進展したら次の励みにもなると思う。

〔事務局〕今年3月の戦略会議で委員の方から、国際コメ年に当たってコシヒカリのイベントを開催するがその効果についてどのように把握するのか、というご質問があった。事業を始める前に、全国の市町村から無作為で100ほど抽出してアンケート調査を実施し、9%、すなわち9の市町村が知っていたということが分かった。期間をおいて再度実施したら効果が分かると思う。

〔委員〕企業のブランド調査のようなものはいっぱいあるが、自分のところでも一定の手法で毎年独自の調査を行っている。他の調査に頼っていると調査の仕組みが十分把握できないので、自分独自の手法を1つ持っているといい。

例えば「名前を知っていますか」から始まって「名前を聞いて何を想像するか」など、アンケートによる調査を、数を決めてやっている。調査項目は毎年検討しており、調査会社との契約に基づき実施している。

〔委員〕ブランドマーケティングのポイントは、その対象となる素材をいかに絞り込むかということが重要であるが、例えば、観光や繊維はどうなのかを整理してブランディングしていくアプローチと、これは専門的になるがどういうブランドにしていくのかということと、最後にはそしてそれをどう普及していくかが重要である。

そこで、県では「ふくいブランド大使」「福井ふるさと大使」という2つの大使事業をやっているが、全国津々浦々まで大使を置くというネットワークが重要なのではないか。各府県には本県出身の著名人が誰がいるはず。その人たちを核にしてネットワークを構築し、福井の理解者を増やしていくことをシステムティックに展開したらどうか。

また、県には県外事務所があるが、どちらかということと機能的には中央の情報収集などが中心だろうが、今後はもっとブランディング、マーケティングを促進するような機能を持たせる必要がある。現在、国が「ビジット JAPAN」ということで力を入れてやっているが、各国にある大使館や公使館では、これまで行政的な仕事を中心だったが、JAPANブランディングをやれということによって指示があり、各国で観光PRを行いその効果も出てき始めている。

福井県でも、県外事務所があるところでは積極的なブランドマーケティングを、また、県外事務所がないところでは大使によるネットワークブランディングをやって、全国をカバーするようなブランド促進を図っていくべきである。

〔委員〕ブランド化の取組みは理解しないわけではないが、何をしたいのかが今ひとつ分からない。1つは福井を知っていただくという行動と、1つは福井にきていただいてお金を落とすという行動と、もう1つは福井にはこういう品物があるので買って下さいという行動があると思うが、それらをどのように戦略的に伝えていくかというのを考えていかなければ福井県の活性化につながっていかない。

この取組みはこれまでもやってきたが、観光客などは落ち込んできているのが現状である。県内各企業の社長は東京など全国に出かけていかれる機会も多いので、大使として本県をPRしていくことは重要ではあるが、やはり福井にいかに来ていただき、お金を落とすだけでなく、福井のものを買っていただくことが重要であり、その点でビジネスの視点が欠けているといわざるを得ない。

〔委員〕福井県のブランドっていったい何かと考えた場合、企業と違って、売りたいものはいっぱいあるはずだ。その全部を追うのは土台無理な話である。福井のブランドは明確に「なぜか長寿」、すなわち「長寿」でいいのではないか。

ふくいブランド大使の活動内容もいろいろ書いてあって何をやったらいいか今ひとつよく分からないが、「長寿県」であることに着目して、最初の1、2年は「長寿」の素である食や水など単品にフォーカスして徹底的にやって、福井のイメージを定点観測しながら、「長寿」のイメージ、信用を売っていくことが、難しい作業ではあるが、重要なのではないか。

〔委員〕私の経験では、ブランドイメージというのは非常に包括的なものであるということだ。好感度みたいなものをいかに作っていくかが1つあるが、企業では特定の物を売り込むのであれば売る人が頑張ればいい話になってしまう。

福井という包括的なブランドイメージを作り上げていくかということと、個々の物を売るということは必ずしも一致しなくてもいいと思う。最終的にはそのイメージが、福井の経済や雇用を押し上げていくことにつなげていきたいわけだが、最初から県がそれをターゲットにしてやるかというとなかなか難しい。全体のブランドプランを評価も含めてやっていくことがまず必要なのではないか。

〔議長〕昨年度の戦略会議で福井のブランドは「健康・長寿」でいこうということになったのではないのか。

〔委員〕ブランドというと具体的な商品のイメージだと思われがちだが、「長寿」は県のイメージをいかに出そうという中で出てきた1つの集約である。「長寿」だから福井の眼鏡や繊維が売れるわけではないので、眼鏡、繊維については別に売っていく方策を個別に考えていかななくてはならない。

〔議長〕私も、「長寿」を福井県のブランドイメージとして掲げることはベターだと思っている。福井県にはどうしたら長寿になるのかこれから検証されるということだが、ブランドを構成する要素として、「住みやすさ」とか「働きやすさ」などとの関連も含めて検討されたほうがいいと思う。

〔委員〕ブランドの発想の基は、どこの地域でもそうだが知名度が低いというところに危機感を持って、県外にもっと知ってもらいたいという気持ちがあるからだろうと思うが、知ってもらうことも大事だが、その前の段階として、県内の人たちが地域に魅力を感じていると言えるのが重要なのではないか。「長寿」にしても、全国2位という自信があるから売っていける。県民に自信があったら、眼鏡や繊維などでも自ずと物は売れていく。

〔委員〕ブランドは、福井県を訪れる人たち、外部の人たちに決めてもらえばいい。県民としては、福井のブランドにはこういうものがあるという拠点的に発信ができる、観光客に来てもらえる場所を提供していくことも重要である。

〔委員〕今、福井県の知名度を調査したら、豪雨、原発事故などの影響でナンバー1ではないか。今後は、悪いイメージではなく良いイメージを高めていく必要があるが、これには高校野球で優勝するとか大河ドラマを誘致するとか、何か1つ当てることが重要ではないか。

また1つには、根気強くやっていくイメージ戦略も重要で、そのためには大分県の「一村

一品運動」のように絞込みが必要である。福井県の地域イメージ戦略として、1回行ってみたいと思わせることが重要である。そのためにも持っている素材を並べるだけでなく、絞り込んでいく必要がある。

〔委員〕福井の弱点は、売り方がうまくないということだ。空港の「空弁」で、福井の焼きさば寿司が流行っているが、これにしても機内で提供できないかなどもっともっと売り込んでいく積極的な意識が重要ではないか。

〔委員〕商工会議所の女性会では、300名以上が福井ブランド大使に登録した。普段から福井をもっと知ってほしいという思いが強く、女性はいろんなところに出没するので、観光など福井の良いところをどんどん売り出していきたいと考えている。

〔議長〕それでは、ふくいブランドの創造については、評価システムをつくるということ、外部に調査を依頼して定点観測をおこなっていくべきだという意見などがあったので、対応を検討されたいと思う。

〔知事〕しっかり対応を検討し、ご報告したい。

〔議長〕では、次の議題である「農林水産業の活性化」について、事務局から説明をお願いする。

〔事務局〕それでは、施策の現状について〔資料3〕に基づき説明する。

〔資料3〕に基づき説明

〔議長〕では、事務局の説明について何かご意見等はありませんか。

〔委員〕資料のP13に今後の方針についてまとめてあるが、売上が1000万円ならば、儲けはいくらになるのか。しかも、念頭に置いているのは1000万円売り上げるのは専業農家なのか、それとも第2種兼業農家なのか。

〔事務局〕儲けは売上の3～4割で、金額に直すと300～400万円程度になる。これはもっと少なくなるかもしれない。また、売上1000万円の農家は専業農家を想定している。地産地消での儲けは実際、50～60万円であるし、直売所の状況を見ても10万円から200～300万円まで儲けには幅がある。

〔委員〕私も以前1年間ほど毎週末に農業塾に通った経験があるが、60歳を過ぎてから農業は始められないというのが実感である。私が参加した塾でも21～22名ほど参加者がいたが、結局、若い人しか農業を始めなかった。専業で考える農業というよりも、若い人はサラリーマン農業で1日8時間、土日休みでないと増えていかない。そして兼業でも、200～300万円の儲けがあるものを考えないと就農人口は増えていかないのではないか。

一方で、専業が儲かる仕組みづくりが必要ではないか。北海道に「じんないファーム2001」があり、やせ地での農業を経営としてどうしていくか実験をしているが、やはり2000～3000万円の設備投資が必要だと言っている。県としてサラリーマン農業、第2種兼業農家でも儲かる農業のイメージは持っているのか。

〔事務局〕P13では、専業を育てるという視点と、兼業を活性化するという視点がある。また、高齢者でもできる農業という視点もあるので、これらを全国に先駆けて福井県がやっていくことが重要だと考えている。

〔委員〕兼業農家を助ける仕組みも必要ではないか。草取りや間引きといったつらい作業をア

ウトソースする会社を作るのも、北海道の事例などを見ると一つの方法である。サラリーマンが兼業でやっていくには、儲かる仕組みを検討することが必要である。

また、地産地消の取組みが盛んに行われているが、儲かる仕組みとなると限界があるのではないだろうか。やはり大消費地である大都市圏での販売も考えていく必要があるのではないか。

〔委員〕福井県では大半が兼業農家であるのは事実である。最近、より大規模にやった場合には助成金が出るということで、地域での集団化を図っていく方向性にある。我々の父親の世代がこれまでの農業を支えてきたが、農業と健康とを含めて生き甲斐があったというのも事実だろう。これらをどのように絡めて一体的に進めていくかが鍵となるのではないか。

また、日本の食料自給率が50%ない状況を踏まえて、国として、県として食料自給率をどのように考えていくのか、減反政策の中でいい水田が潰され水田ができないような形になっているが、これをどのように整理していくのか。県内には農林高校が2校あるが、卒業後も大半が就農せずいろんな企業に就職していくなど、多くのアンバランスも発生している。

このような中では、農業専門で生計を立てていく状況はなかなか生まれてこないし、大型で高額な機械を持っていないと農業ができないなど、農業を取り巻く環境は過渡期に来ているのではないか。そこで、これからの本県の農業を考える上では、これまで農業を支えてきた人たちの声を現実の声として聞いていくことも必要ではないだろうか。

また、話は変わるが、若狭方面を車で走っていると、松枯れが急速に進んでいるようだ。伐採費用も相当額かかるだろうが、イメージアップや景観上の観点からも松枯れ対策に取り組むべきである。

〔委員〕農業の高齢化対策は、どのように表現していいかわからないくらい難しい問題である。これまでの話を聞いて、私は専業農家と兼業農家を明確に区別して議論していかなければならないと思う。数字をみても、300～400万円では他の産業で働いている若者には魅力とはならない。若い人が農業を選択していくためには、農業に明るい未来を持てるかどうか重要ではないか。

もう一つは、都市と農村の問題もある。都市の就業者はかつて、農村では食べていけないから都市に追い出されたという経緯もあり、なかなか農業問題が都市住民も含めた全体の声となっていないという難しい問題を抱えている。食料自給率の低さなど、国民が自分たちの問題として捉えていくことが必要だと思うが、我々がこの解決策を提供できるかということ難しいし、なかなか抜本的な解決策は見出せないだろうというのが、率直な印象である。

〔委員〕私の会社では、村部からの従業員のほとんどが兼業農家である。都会の大学を出て、田舎で就職した長男が多い。また今は、親が元気なので農業をしていない人が多い。数字を見ていると、農業と他の産業では所得が1桁違っている。300～400万円の儲けでは、いったん他の産業に就職した者が農業に戻れないというのが現状であろう。

中にはJAに委託している者もいるが、仮に、JAに委託してもいろんなコストがかかり手取りは僅かで、外国からの輸入に歯止めがかからなくなっている。また、農村出身の人たちも高学歴化してきて、そのことによる日本の社会全体のミスマッチも発生してきており、日本の国家戦略として農業をどうしていくかというのがないと難しい。各県単位での取組みでは自由競争の社会で採算ベースの載せるにはなかなか難しいので、農業生産県の知事が集まって国に物を申しでないといけないと思う。

また、P7のグラフにあるように、大野のサトイモは首都圏でも好評であり、横浜高島屋などにももっと出せる可能性があるのではないだろうか。生産者自らが枠を嵌めている面も

- 強いが、大都市圏への流通をもっと伸ばすための援助が必要なのではないか。
- 〔委員〕ナシやミディトマト、イチゴの技術は、他県では真似できない技術なのか。また、同じようなことをやる他の地域の取組みを防止することは可能なのか。
- 〔知事〕果樹は大きくなるまで時間がかかるので、その間は競争できるが、その他の品目はなかなか難しい。
- 〔事務局〕日本一早いナシは、立地条件や気象条件に大きく左右されるので、温暖な地域などでは生産できない。また、ミディトマトやクリスマス・イチゴは、他の地域でやろうとすればできる技術ではある。なお、品種の育成者権というのがあり、この権利は15年間認められる。
- 〔委員〕中国人がよく福井県のコシヒカリはおいしいと言うが、そういう人たちに米など農産物を輸出して食べてもらうことも考えられるのではないかと。中国など海外では「日本食ブーム」となっているので、港の活性化と併せて取り組んだら面白いと思う。
- 〔委員〕農業も守りから攻めに転じつつある。そのような取組みを全国に先駆けて早くやらないとダメである。
- 〔議長〕需要先を探して、出かけていくことが必要なのではないか。
- また、林業について言うと、今回の福井豪雨のような大災害の原因として、山間地の山林の手入れが悪かったからではという話も聞くが、事実なのか。林業がどうなったら成り立っていくのかを考えていかなければならない。そうすると農業と一緒に需要拡大を図るために助成金等の対策を講じる必要があるのではないかと。
- また、県産材を使うと減税なり、助成金がもらえるなり、一般ユーザーにとっても県産材を活用するメリットを与えるべきである。
- 〔委員〕昔は山を持っている人はお大臣だった。今、山を持っている人はどうか。北海道では山の維持管理は大変だという話も聞くし、国でも林業職員が減らされ、国有林の維持管理ができないと聞いている。
- P16の戦略は、説明を聞く限りではビジネスとして成功する可能性は低いとしか取れないが、そうであるなら価格競争力がないものを活性化させるというのは、土台無理であるとしか言いようがない。
- 〔委員〕農業や林業、水産業も一緒に、三業ともどうしたら儲かるのかという定量的なプランを立てることが最終的に必要になってくるのではないかと。
- 〔議長〕本日は、予定した時間となったので、この辺で議論を終えたいと思う。水産業が残ったが、いい知恵があれば次回でもご提案等をいただきたい。次回の日程等については、事務局から説明をお願いします。
- 〔事務局〕貴重なご意見をありがとうございました。次回は、11月ごろを目処に開催したいと思うので、よろしくをお願いします。

以上