

平成15年度福井県経済社会活性化戦略会議第5回会議概要

日 時	平成15年9月22日(金)	16:00～19:00
会 場	県庁7F 特別会議室	
出席者	西川 一誠	福井県知事
	上野 清治	小浜海産物(株)代表取締役社長
	川田 達男	セーレン(株)代表取締役社長
	坂本 光司	福井県立大学地域経済研究所教授
	新町 光示	(株)ジャルパック代表取締役会長
	前田 征利	前田工織(株)代表取締役社長
	山下 利恵子	日本労働組合総連合会福井県連合会女性委員会委員長
	山本 雅俊	福井県副知事
	吉岡 隆治	第一織物(株)代表取締役社長
	吉野 浩行	本田技研工業(株)取締役相談役

会議内容

【開会】

【知事あいさつ】

西川知事： 本日はご多用の中、第5回目の戦略会議にご出席いただきありがとうございます。前回の第4回目の会議において、県の仕事の進め方といたしますか、選択と集中、あるいは県民ニーズの把握、県職員の意識改革といった提言をいただきました。我々はこれを真摯に受けとめ、今後は職員の意識改革など、提言の方針に沿って仕事を進めていきたいと考えております。本日は内閣改造ということで、いろいろな動きがありましたが、景気の方は持ち直しというようなことも言われておりますが、依然厳しい状況が続いているようです。

今月の17日から9月定例県議会が開催されており、先日各政党からの代表質問を受け、今後は一般質問、委員会と進められていくわけですが、戦略会議の議論の内容と動向についても議会の立場から深い関心があり、どのような結論が出されるのであろうかという質問も示されたところであります。県民の皆さんや県議会での議論を踏まえまして、我々としてはできるだけわかりやすく、実のある方向付けをさせていただきたいと考えております。

これから、いよいよ、各論に入っていくわけですが、産業政策や雇用政策、また観光や農業問題などについて議論し、ご提言いただきたいと思います。議論のテーマが幅広く、議論が難しい点についてはご容赦いただき、引き続きのご議論をお願いするしだいです。

よろしくお願いします。

【議題】

議長： まず、前回の会議終了後に記者会見をさせていただいた内容について、アウトラインを説明させていただきます。記者会見には、私と委員が出席しました。その中で特に、産業支援機関への目標管理手法導入事業について150万円の予算措置を行うことで、その内容について説明しました。また記者からは、産業政策や雇用政策について何か意見が出たかというような質問があり、それなりの内容を報告させていただきました。また、発言メモについても次回から具体的な会議内容になるということで説明させていただきました。会見の内容については以上です。

今日は、まず、県の農林水産業の現状ということで事務局の方から説明をお願いします。

事務局：（資料1により説明）

委員： 本県の農業が米中心で、米の価格が落ちているという説明がありましたが、福井県の自主流通米の価格は他県との比較で高いのか低いのか教えていただけないでしょうか。また、県境を超えると人工林の比率が多いように感じるのですが、人工林の比率が他県と比較してどうなのか、その辺りを教えていただけないでしょうか。

事務局： 14年度の価格ですが、福井県産は約16,840円、新潟県の魚沼産は約27,300円、石川県産は約16,614円、富山県産は約17,179円となっています。石川は大阪方面に出荷していますが、富山は東京方面に出荷しています。米の価格は運賃持ちこみの価格ですから、関東や関西で売る場合の価格ということになっています。米の価格にはこうした違いも含まれています。

また、人工林の比率については、民有林の全国平均は46%、本県は42%となっています。全国的に本県の比率が高いというわけではなく、全国で31位となっています。

委員： 米への依存度が高い地域はおいしい米の産地が多くなっている。

委員： 新潟県は魚沼産など産地によって分かれているが、福井県産は分けないのでしょうか。県内で生産される米も、地域によって味の差がかなりあると思います。

西川知事： 魚沼産等に比べて生産するロットが小さいので、経営努力してもどこまで効果があるかというような問題もあるのではないかと思います。

委員： 以前、福井の宝捜しを行ったときに、福井県産のものと他県産のものを比較してみたところ、福井県産の方がおいしいものもかなりありましたが、それをうまくブランド化につなげられなかったという思いがあるのですが、同じようなことが今でも続いているのではないのでしょうか。

事務局： 米の販売は経済連が中心に民間が行っているわけですが、その販売戦略として県内の米は一つにまとめて売ると、それが一番有利であるということで行っている。地域別に分けて売るということも考えられますが、量が少なくなりかえって評価が下がってしまうというようなこともありまして、今はそのような売り方をしているということです。

議長： 一つにまとめて売ること、分けるよりもかえって高く売れているような米もたくさんあるということでしょうか。

事務局： それよりも、購入者が1万トンではなく3～4万トンほしいとなった場合に、福井県産の米は10万トンしかないですから、地域別に分けて売ると対応できなくなってしまうということです。

委員： マーケットに大きなロットで米を売っているところと、小さいロットで通信販売などで米を売って値段や味の評価も良く、うまく差別化を図っているところとがあるということですね。

西川知事： 差別化するということまで徹底されていないというか、生産量が多ければ差別化しても対応できるということになるのでしょうか。

委員： 美味しいお米を作ろうということで一生懸命作っている米も、あまり手をかけないで作っている米も、カントリーで一緒になってしまっています。このやり方では、農業の担い手が美味しいものを作ろうと努力しブランド化を図っていこうとする、その担い手の努力の部分を奪ってしまうことになるのではないかと思います。

委員： 美味しい米の評価をどこでするのは難しい。コシヒカリは福井で生まれた米ですが、魚沼産などの新潟の米としてブランドが定着してしまっています。ですから、いくら福井のコシヒカリがうまいといっても、コシヒカリなら新潟産というようなイメージがあり、福井の米では相手にならない。私も池田町の米を通信販売で買っているが確かに美味しい。それが値段でこれだけ差が出るというのは何がダメなのだろうかと思います。

事務局：新潟や富山の米は主に関東方面へ出荷されており、石川や福井の米は関西・中京方面へ出荷されています。関東方面では単品販売が主流ですが、関西方面では米を混ぜて売る方法が一般的になっています。こういった、昔からの米流通の違いも若干影響しているのではないかと思います。

委員：県内の消費量と県外での消費量はどのくらいでしょうか。県内の米の消費量における県内産のシェアといえますか。

事務局：県内の米の生産量は約15万トンあり、経済連がまとめて出荷している量は約10万トンあります。県内産米のシェアといいますと、県外に出てからまた県内に戻ってきている分もありますので、はっきりした数字は出せない状況となっています。消費量が、本県の場合6万トン（玄米ベース）ぐらいで、直販米と出荷した分のうちいくらかを足しての消費量となっています。県民1人当たりの消費量にして約60kg（精米ベース）というところです。

委員：ブランド化で何とかしなければならないということについては、ブランド化するための余地は残されているということですね。カントリーと一緒に入れてしまうことをしてはブランド化も難しいのでしょうし、また米を売ることにしても農協に預ければいいというものではなくて、コストをかけて売らないといけなんでしょうから、その辺りの商才も必要になってくるということですね。確かに農業の活性化ということではブランド化という政策も必要でしょうし、生産者をそちらに向けて行くという必要もあると思います。福井はいい米を持っているわけですから、これをうまく活かしていくための知恵が必要です。

委員：米も野菜もそうですが魚についても同じことが言えます。越前若狭で獲れる魚はどれも美味しい。有名な魚種はそれなりに値段も高くなりますが、あまり有名でない魚種は値段も安いです。有名でない魚種も越前若狭のものは美味しいですから、これらもブランド化していく必要があるのではないかと思います。

委員：県内で獲れた魚は県内と県外にどのくらいの割合で出荷されているのでしょうか。

委員：高価な魚は高い値を付けて県外に出荷され、大衆魚は県内で消費されます。

事務局：県内の魚の消費量は、約4万5～6千トンと言われておりまして、県内で獲れる量は1万5～6千トンで、そのうち約半分の量が県外で消費されて

います。

委員： 農産物や水産物全般についてのブランド化という話がありましたが、これが次の議題にもなっている観光と結びつけていくということではないでしょうか。

委員： 東京の百貨店で魚売り場に若狭のコーナーがあるというので見てきたんですが、いい魚が置いてあるんですがあまり知られていないという印象です。ですから、販売のあり方というか、ブランドを浸透させるやり方というのが課題になってくると思います。

委員： 農林水産業の活性化をどうするかということについて、3点ほど発言したいと思います。

1つ目は、県内の農業の問題は生産性が低いということです。2000年の農業所得統計から農業粗生産額を農業従事者で割って農業就業人口1人あたりの売上高、生産額を計算しますと、県内は約145万円となり、全国平均では約242万円、石川県が約182万円、富山県が約174万円となっています。これは、低い理由は兼業農家、特に第2種兼業農家が多いこと、作物が稲と麦に特化しているということが原因となっています。また1,000万円以上の収益をあげている農業者の数も少なくなっています。ですから、経営規模を大きくするというのと、小さくして特化していくという両方の政策が必要になってくるということではないかと思っています。

2つ目は、農業の粗生産額は約255億円、水産業の粗生産額は約94億円、これに対して工業は約2兆円となっています。選択と集中の中で、農林水産業にどれだけ金と人をかけていくかというのが問題となるわけですが、農林水産業の場合は、経済的効果だけではなく社会的な効果もありますから、経済的効果と社会的効果とを整理していくことが必要ではないかと思っています。

3つ目は、1次産業を2次産業や3次産業と変わらないようにさせる、農業の1.5次化が必要になってくると思います。

事務局： 生産性についてですが、本県は兼業農家が多いということで、兼業農家同士が組織化して生産性を上げていこうとする方向にあります。ですから、生産額を1人当たりで比較することは本県の農業については合わないのではないかと思います。本県の生産性が低いということは確かで、作物が米・麦に特化しているということで、米の価格の低下などが影響しているわけですが、米は省力化がかなり図られている作物で、他の作物よりも労働生産性が高いと言えます。県内の兼業農家は省力化を図ることにより余った労働力を第2次、第3次産業などに向けてきたということで、農業政策についても省力化に向けた施策を行ってきたということではないかと思っています。

また、生産額から見れば農林水産業は第２次、第３次産業と比べて少ないわけですが、農業政策は地域政策という面も併せ持っているのです。様々な政策を行っているところです。

また、農業の１．５次化についてですが、儲かるようにするためには付加価値をあげることは必要だと考えております。本県の農林水産業を他県に負けないようにするには、そのような方向にしていかなければいけないと考えております。

議 長： 農林水産業については、今日のところは以上で終りにさせていただきます。

続いて、観光関連産業の活性化とイメージアップについて、まず事務局の方から説明をお願いします。

事務局： （資料２により説明）

委員： 観光というものを県としてどう位置付けるかということですが、福井県の場合は繊維産業ですとかものづくり産業が中心となっています。これらの産業が伝統的にあるものですから、観光やサービス産業が県のメインの産業として位置付けられることはなかったと思います。その理由はわかるのですが、なぜ観光が必要かということを申しますと、観光により観光客がどのくらい増えたかということが必ずしも目的ではなくて、福井県の知名度やブランドイメージのアップを観光をテコにして行っていくという意味で、観光産業が重要であると考えています。先ほど農産物の価格が低いというような話がありましたが、これは福井産のものが市場に出た場合に福井産としてのブランドイメージが弱いのであって、品質の問題ではないのだと思います。これから物産を販売していくにあたって、物の品質よりも地域のブランドイメージの方が先にあるわけですから、福井の知名度を上げてブランドを固定していくことが必要となってきます。ですから、こうした観点から観光を見直し、知名度のアップ、ブランド戦略による地域経済の振興を観光を通じて行っていくことが必要だと考えています。

では、簡単に観光産業により知名度・イメージのアップを図れるかというと、そこには難しい問題があると思っています。例えば、福井には伝統としてものづくり産業がメインであるというイメージが根付いていますし、観光に力を入れたからすぐに観光客が増えるて観光立県となるかといえはそうでもありません。ですから、これは積み上げていかないと、１０年、２０年と経って初めて成果が表れてくるといった業種ではないかと思っています。ですから、投資を行ってもすぐには効果が表れてこない、また、ものづくりというイメージをもっている県民がすぐに観光ということで一体となってくれるかといったところに難しさがあると思います。このように、なかなか難しい問題、課題がありま

すが、しかし、これなくして地域経済の活性化やブランドイメージの固定化などが可能かという、これも難しいと思いますので、いずれにしても、観光に対する関心を高めて、観光行政というものを着実に進めていく必要があるのではないかと思います。

そこで、私なりに、福井県の観光における課題をまとめてみましたが、まずは通過型であるためにお金が落ちないということです。このため観光政策も効率があがらず、地域振興に結びついていかないのではないかと思います。東京での旅行のパンフレットを見ても金沢、富山が中心で福井はやはり通過するだけになっているものがほとんどです。ですから、福井県に対する旅行会社の取り組みが遅れているというか関心が低いということが言えると思います。

また、若狭路博のパンフレットをいろいろ見ましたが、宿泊に関する情報が載っていない。観光で地域の振興を図っていこうとする場合には通過型ではなく宿泊型の観光客を取りこんでいくことが必要だと思いますがそれができていない。福井商工会議所の方とも話をしましたが、県内の方が若狭に行く時にもインターネットで調べているということで、印刷物が無い。福井の場合、宿泊先といった場合に全国ブランドの大型ホテルがあまりないですから、民宿的な宿が中心になると思います。しかし、民宿などはほとんどが個人経営で、これらをネットワーク化するか、共同のマーケティングを行うということは、一切されていない。ですから宿泊型の観光客を対象にしていくのであれば、ネットワーク化や共同マーケティングは是非必要になってくると思います。

1つの例でいえば、アイルランドでは、官が宿泊先を指定していて、看板を出し、宿泊先リストも作成するかわりに、寢室の管理だとかは強制的にさせている。それで共同にPRもするし、あるいは電話の受付を1つにしてコールセンターを設けていたりしています。福井は個人経営の民宿的な宿が中心になるのでこうした取り組みが是非必要になってくると思います。また、民宿という呼び方もゲストハウスに変えるなどしてイメージを良くして、行政が関与して周辺の環境整備を行うことも必要だと思います。散歩した海岸がごみで汚れていたりすると、せっかく美味しい物を食べても汚いイメージがついてしまって、また来ようとは思いません。環境の整備は個人では難しいでしょうから行政が行うというように周辺の環境も含めて整備をしていくことが必要だと思います。

それから、知名度の向上ということでは、東京にも県人会があると思いますが、今は何をやっているかあまり知りません。ですから、県にもふるさと大使という事業があるということですが、県出身の国会議員も含めてもっと活性化して県を宣伝していく、物産を売り込んでいくといった組織的な取り組みが必要ではないかなと思います。せっかく県人会があるわけですから、そこを実働部隊として活用していくことも、もっと検討すべきではないかと思います。

それから、継続性のある観光政策を行っていかなければいけないと思います。大河ドラマを活用した取り組みも結構だと思いますが、一過性で終わってしまいま

す。イベントも必要ですが、単発のものではなく継続性のあるもの、例えばこの時期にはどこでどういう催しがあるとか、そういったイベントを継続していくことが必要だと思います。

それと、1度、プロの方も交えたプロジェクトチームを作って、福井県の観光をどのように進めたらいいかを検討してみてもいいかなと思います。また、ある地域で行っている取組みを他の地域が真似するのではなくて、それぞれの地域が独自のことに取り組むよう行政側からの指導をお願いしたいという話もありました。また、行政の中にも、観光大臣とまではいかなくても、観光行政を積極的に行う体制を作ってほしいというような意見もありましたので、いろいろな意見を聴きながら進めていったらいいのではないかなと思います。

委員： 福井県のイメージと原子力ということについて、皆さんの意見をお伺いしたいのですが、それは原子力が福井県のイメージを良くしているのか悪くしているのかということです。今、若狭の方で、使用済核燃料の中間貯蔵施設を誘致したいという運動が一部で起こっています。電力会社から見れば、原子力施設が何も無い地域に造るより、すでにある利害関係がからんでいる地域に造る方がやりやすいと思います。しかし、使用済核燃料の中間貯蔵施設が若狭に造られ、日本中の使用済核燃料が若狭に運ばれてくる映像がたびたび全国に放送されてしまえば、福井県のイメージアップとか、福井県産品のブランド化など到底不可能になってしまうのではないかなと思います。いくら現地が風光明媚で素晴らしく、また、いくら観光に投資しても、県外から見れば原発の事故や故障が起こる度に福井のイメージが悪くなってしまい、やっぱり福井はダメだというふうになってしまうのではないかなと思います。福井県にはあまりにも過密に施設が集中しています。ですから、イメージアップのためには、これ以上の原子力施設はもう造らないという考えがあってもいいのではないかなと思います。

委員： ブランドイメージを定着させるために、その背後に必要なものとかそういう点ではいかがでしょうか。

委員： ブランドというのは比較優位です。何を材料に比較優位を作っていくかということですが、まず比較優位に立つという意志を常に強固に持って情熱を持って取り組んでいくことが必要です。それには強みみたいなもの、他とは違うものを武器にして取り組んでいくこと。それはハードであれ、観光等のソフトであれ、これを材料にするということを明確にして、県なら県全体が徹底的に同じ意識を持つことが重要です。先ほどの農業の話でも、全体の中で自分たちがどの位置にいるのかという意識がまだまだ薄いと感じました。

議長： 農業も観光も含めて産業全体がブランド化ということで一体となって

進めていくことが必要ですね。

西川知事： 企業ブランド、名勝遺跡、産品といったものを継続的な意志と情熱を持ってブランドを築き上げていくということが必要ということですね。それと、地域ブランドというか、地域イメージというものがあるのかわからないのですが。これまで県もイメージアップに取り組んできましたが、何のイメージアップになったのかがはっきりしません。

委 員： まず、自らが信じて発信することが必要です。

委 員： 先ほど知事が言われたように、福井の人が、自分たちの何が他に勝っているのか、良いのかをわかっていません。これではブランド化はできません。福井にはいいものがあるのですから、まず、福井の人が福井の価値観を知らなくてはならないと思います。福井の米や魚が美味しいことや、景色がきれいなことは福井の人は当たり前のこととっていて、必ずしも美味しいとかきれいとは感じていないのではないのでしょうか。

西川知事： ということは、まず、県民と県外の人に知らしめることで問題が解決するということになるのでしょうか。これまでも情報の発信をしてきましたが、そのやり方が悪いのか、お金の使い方が少ないのか、考え方の方向性が悪いのか、その辺りが課題となると思いますが。

委 員： 今までどのような形で情報発信しているのでしょうか。

事務局： 継続的に行っているものとしてはインターネットを通じて観光についてのホームページを作って情報発信を行っています。

委 員： ブランドを高めるには、民間企業で言えばもちろん企業のトップが強く信じなければなりません。企業全体が信じて取り組むことが必要になります。県だけがホームページを作って情報発信していても、県民が信じていなければブランド化は難しい。その辺りがブランド化のポイントだと思います。

議長： ブランド化には県民の意識が重要で、それに対する行政の役割があるということですね。

委 員： これまで、福井のイメージアップということで県内外でいろいろな取り組みを行ってきました。ボランティアが中心となり県内の魅力を取りまとめて、宿泊先なども全部掲載した冊子を作成したり、重油流出事故の後の風評被害を払拭しようということで重油事故ボランティアに対するお礼のキャンペ

ーンも東京で行いました。しかし、これらの取り組みの中での問題は継続がないということです。観光情報の冊子もボランティアで作っているのでは長続きしませんし、東京でのキャンペーンもその後は続いておりません。

議 長： 具体的に提言するとしたら何が必要でしょうか。

委 員： やはり継続することが必要だと思います。県の観光行政もいろいろな事業を行っていますが、手を変え品を変えという形になっており、継続性がない。「ふっくらふくい」のテーマを決めるときにも細かい所まで大綱を作ってそれは今でもあるんですが、作ったときはかなり力を入れて取り組んでいるんですが、それが継続していかない。

委 員： 弊社にはブランド推進室というのがあって、毎年1回ブランド調査を行っています。何がブランドの向上に寄与したのか、何がマイナスになったのかを調査し、そしてマイナス要素を消し、プラス要素に近いものを加えていくというように。このような取り組みも、成果が目に見えてくると職員にも力がでてる。ですから、そういうものが出てくるまでエネルギーを集中させて取り組んでいくことが必要ではないかと思います。

事 務 局： 県人会についてですが現在も活動は行っています。また、東京でのPRについては、人を通じた話が一番インパクトがあると考えまして、福井県出身者ではない福井ファンクラブを作って会員にPRをしてもらっており、インターネット以外の継続的な取り組みとして効果が上がっているのではないかと考えています。

委 員： 効果はどのようにチェックをしているのでしょうか。

西川知事： イメージアップは売上高などの明確な指標がないために、効果が掴みづらい。管理マネジメントが十分しかねるところがあります。

委 員： イメージアップはマインドに浸透していかないと意味がないんですよね。

西川知事： 私も先頭に立っていかなければなりません、人的関係で、福井県の立場に立って福井を売り込んでくれる方をもっと増やしていくことが必要ではないかと思います。その方に福井県の情報を与え、また勉強もしてもらい、いろいろなことを見てもらうなど、そうしたものをベースに置くことが必要かなと、今までのご意見をお聞きしたうえで思っています。

宿泊先をどのようにPRしていくかについては、具体的に考えていく必要が

あると思っております。

原子力についてですが、福井県のイメージを考えていく上でリスク管理が必要になると思います。事故が起こったとしても県は地域として存続していくわけですから、何としても原子力によるマイナスイメージを補うことは福井県のイメージアップのベースとして力を入れることと、積極的なプラスの面への対応をどうするか考えていく必要があると思います。

宿泊については、どのように考えていくべきでしょうか。

委員： 宿に泊まってゆっくり過ごすというのも1つの旅の動機にもなりえます。しかし、福井ではどこに泊まっていいのかがわからない。石川県であれば加賀温泉郷というのが思い浮かびますし、金沢市内にも全国ブランドのホテルがたくさんあります。イメージがはっきりしているというか、どこに泊まるかわかりやすい。

事務局： 若狭地方の民宿等をインターネットに載せようということで試みたこともあるわけですが、費用負担を取るとなかなか経営者がのってこないのが実現していません。しかし、必要性は感じています。

委員： 県内の民宿は数はありますが、鍵がついているとか、トイレ施設・設備ともに一定の要件を満たす民宿は少ないと思います。

委員： 今の国内旅行者はシニア層であったり、家族旅行であったりしても、上質な旅行者です。ですから上質な宿はどこにあるかなどの情報が提供されているというか、ネットワーク化されているということは重要だと思います。

イメージアップについては、これをやれば上がるというものではなく、県の事業以外でも県内の人も県外の人も度あるごとに福井県をPRするとかいろいろな形で努力を積み重ねていくことがイメージアップにつながるものだと思います。物産展のようなものを行っているようですけれども、そのようなイベントも効果があると思います。

委員： 県外から見たら福井県の魅力はたくさんあると思います。四季があって冬は雪も降りますし、食べ物も海の幸と山の幸があり、永平寺など瞑想が出来る場所もあり、癒しには適した場所だと思います。今の日本人はあるがまを受け入れるのではないかという気がします。福井は人間が人間らしく生きている場です。テーマパークを作ったところはどこも経営が思わしくない。孔子の言葉に「近き者喜びて遠き者来る」という言葉がありますが、これからは、そういう方向に行くべきではないかと思います。福井県の人々が豊かな生活を送り、美味しい物を食べて、明るく生き生きしている生活満足度日本一の福井県であるということをうまく表現していったら、そういうところから中長期滞在

型であるとか、セカンドハウスを持つだとか、都会に暮らしていても週末には福井に帰って来るとか、観光プラス交流人口の増加ということで県内の収入も上がっていくと思います。そのためには、やはりチェック機能も併せて持つべきだと思います。確かに現在のやり方ではチェックを行っていないと思います。

委員： 観光ルートを作った冊子を見ていただきたいのですが、これは情報が更新されずに陳腐化してしまっています。また、福井市に魅力がないために、そこを経由することなく通過型になってしまっていると思います。県と市と民間が一体となったまちづくりが独自性のあるものになって、魅力のある中心市街地になっていくと、そこを中心にして観光ルートが作りやすいんです。観光を考えていく上では中心を何とかしないとどうにもならないのではないかと気がしています。

委員： 皆さんが福井県に来ると、遺跡なども見ますが、ソバを食べるんですよ。私は信州のソバや、新潟の米よりも福井の物の方が美味しいと思います。しかし、そのことを福井の人が知ることが先決だと思います。

また、昔、宇野重吉さんが福井のソバをPRしてましたが、ああいう効果もおおきいのではないかと思います。ブランドを上げるということで、こういう多面的なことも考えていく必要があると思いますが、情報を発信するということができていないのではないかと思います。

また、観光の宿泊客が減っているということですが、隣県はどうなっていますか。

事務局： 石川、富山とも宿泊客数は落ちています。全体の観光客も減っています。

委員： 国内旅行は全般的に減ってきています。旅行者数、宿泊者数、旅行費用ともに減っているので、国内旅行は全般的にうまくいっているとはいえないのが現状です。

その中でも、東北とか九州がブームになるとその他の地域が落ち込むという具合に、淘汰が激しくなっている。よほどいい物を提供していかないと難しいという中で、福井をどうしていくかということについて検討していかなければならない。

委員： 福井県の場合は関西、中京方面に対してPRを行っている。関東方面にPRしても意味がないのでしょうか。

委員： アクセスの問題はあります。関西ですと地域的にも若狭とつながりがあるが、関東で出されている旅行パンフレットを見ると北陸方面は石川・

富山が中心で福井は東尋坊や永平寺を周るだけのツアーになっています。

委員： 東京でもよくPR等を行っていますが、東京でPRすること自体が無駄なら、限られた予算を関西・中京方面に集中させていった方がいいのではないかと思うのですが。

委員： 福井県のブランドを上げていかなければ、今の状態で東京でやっても意味がないと思います。東京からだとなんや岡山や広島に行くような距離感です。

委員： 関西や中京からどういう観光客が来ているかというと、海水浴客などもいて、あまりお金を使わずに日帰りで帰ってってしまう客も含まれています。これを全てターゲットにしていくのではあまりに膨大過ぎて対応しきれないと思います。ですから、地域というよりはターゲットをどこに絞っていくかということが重要だと思います。

委員： 東京の人は福井へどうやって来るかわからない人もいるのではないのでしょうか。飛行場も新幹線もないですから。

委員： 各県とも同じように誘客や観光振興を行っているわけですから、福井県は他と違う生き方をしていくという方があっていいのではないのでしょうか。幸か不幸か全国でも下から何番目という小さい県なんですから、ニッチなもの、オンリーワンのようなもので、これだけなら負けないというもの、光ったものを考えていったらいいのではないかと思います。観光戦国時代にまき込まれずに、オンリーワンを目指していくということで。福井県でそのようなものをひとつ上げるなら食だと思います。

委員： そういうものを通じて福井の物産のイメージ、ブランドを高めていくようにブランド戦略につなげていかないと。観光客誘致だけでは、金沢に勝つといっても難しいと思います。

委員： 女性はブランドというものに対しては欲が強く、旅行のターゲットを絞るとすればやはり女性か、お金を使うシニア層になるのではないかと思います。では旅行に何を求めるかというと日常とは違うものだと思います。ですから、日常では食べられない美味しい物だとか、きれいな宿泊先とか、そういうものを求めて行く必要があると思います。

それと、団体のみでなく個人がもう1回食べて見たいとか、行って見たいとかという視点から、観光地を見なおしてはどうかと思います。

委員： お金のかからない対策としては、福井県に入るとダントツにきれいだ

とか。ダントツに人が親切だとか。そうしたことであれば金がかからないことですが、ダントツであればそれが魅力になると思います。

委員： 実際は経営に問題があるにもかかわらず、観光客が来ないのは行政のPR不足が原因だと考えるような観光業者も多くいると思います。ですから、経営者のブラッシュアップも行う必要があると思います。

また、観光地にある空きホテルや空き民宿を利用してインキュベートルームを作ったり、ITビジネスを起こしたりというように、観光産業の範囲にとどまらずに活性化策を検討していくことも可能ではないかと思います。

それと、全国の観光地を見てみますと、有名な観光地でも若者の定着が進まずに過疎化が進んでいる地域もあります。ですから、若者の定着を目指すのであれば、観光産業に過度に固執する必要もないのではないかと思います。

委員： これからの21世紀の観光産業ということで、滞在型という方向へ行けないかと思うのですが。

委員： 福井県が観光大国になることは考えにくいと思います。ですから、地域の知名度アップやブランドアップのために観光を利用するという視点が必要だと思います。では滞在型どうかということについては、それも1つの観光のあり方として、福井県のいいものを体験してもらうにはどういう方法がいいかということ、石川や富山とは違うというところを検討していく必要があると思います。まず、一番最初に手掛けなければならないところは宿泊施設の整備だと思います。どこに泊まったらいいいのかというところが一番欠けているのではないかと思います。

委員： 宿泊施設の整備ということであれば、滞在型のものということで差別化して整備していくということも可能ではないかと思います。

委員： 福井県をどうしたらいいかということ、福井県を外から見ている人を入れて作戦を練らないといけないと思います。

また、発信を継続的に行うためには県内に専門的な検討機関を置く必要があるのではないかと考えています。民宿のあり方についても、ビー・アンド・ビーもあれば、イタリアやスペインにもいろいろな形の民宿があると思いますので。

飛行場の話ですが、小松空港というのは、地名を聞いてもどこにあるのかわからない。海外には2つの地名がついた空港がたくさんある。小松空港も越前加賀空港というような名前をつけることも可能なのではないかと思います。

議長： 金沢の人でも小松空港を金沢空港にしようよう申し入れたそうです

が小松市が首を縦に振らなかったようです。１０年ほど前にも福井と石川の経済同友会で名称の変更を申し入れたのですがダメでした。

委員： 分相応の負担でも払って申し入れるとか。

小松空港には福井の土産物が置いてないですから。置いてもらうようにできないでしょうか。

委員： 福井県からの利用者の割合はどの程度ですか。

事務局： ２年ほど前までのデータでは１割になっています。

議長： では、観光についてはこの辺で終わりにして、発言の内容は事務局にまとめてもらうことにして、次の雇用の現状に入りたいと思います。では事務局から説明をお願いします。

事務局： （資料３により説明）

議長： では、事務局の説明を参考に、次回の会議のテーマ設定をさせていただきたいと思うのですが。例えば各委員の担当テーマを決めて検討していただくということではどうでしょうか。例えば、「技術開発」や「産学官連携の推進」の分野、「元気な企業の育成」の分野、「女性の働きやすい環境づくり」の分野、「高齢者が活用できる環境づくり」の分野などはどうでしょうか。

委員： 担当テーマを決めて最終的な結論を出すまでのスケジュールを説明していただきたいのですが。また、総論に終始して抽象的な表現ばかりの提言にならないよう、各論についても早くから議論していった方が良くはないかと思います。

西川知事： 年明けに来年度の予算を具体化しますので、年内に方向性を出していただくとありがたいと思っています。観光については事務的な整理をすることは必要でしょうけれども今日いろいろなご意見をいただきました。その他のテーマについて今後ご意見をいただいたうえでまとめていってほしいと思っています。

委員： 今日は、農林水産業と観光について委員の皆さんから知恵を出していただき、また雇用創出について整理したものを事務局から説明したわけですが、提言を行うにはもう少し各論が足りないということで、例えば産学官や女性や労働状況といったテーマについて、もう少しディスカッションして、その次に具体的な政策の提案にはいってほしいと思うのですが、ど

うでしょうか。各論に入ったり総論に入ったりしながらどのような提言にまとめるのかといったところも併せて議論していただくということで。

委員：今日の観光について言えば、県全体のブランドイメージを向上させていくことについては一致していると思うのですが、では県が今どういう体制を取ってどのように実施しているのかということがわからない。でも、今のままではダメだということについてはコンセンサスは取れていると思っています。ですから、もう少し県側の話も聞いて、これをこうしましょうというところまで持っていくということでもいいんですね。

委員：そうですね。県側の説明を聞いて、それに対するサジェスチョンがあって、具体的な政策の提案をいただけるところまでいけばいいと思います。

委員：今日は必要性についてはコンセンサスが取れたと思いますし、いろいろな意見もでたので、事務局で論点を整理してもらって県の意向を加えたものを次回までに出してもらって、さらに煮詰めていくという手順をとっていくことが必要ではないかと思います。

西川知事：次回は長い時間をいただいているので、これまでの発言の観念的なものを文章化する必要があると思いますし、県がどのような施策を行っているかについては1枚にまとめて事前にお示しして無駄のないようにさせていただきます。

議長：では次回は先ほどのテーマについて議論させていただくということで、本日の会議を終了させていただきます。

【閉会】