

第18回長野県産業イノベーション推進本部会議 要旨

日 時：平成29年6月14日（水）

9時30分～10時40分

場 所：長野県庁 特別会議室

説明者：宮坂醸造（株）

宮坂代表取締役社長

出席者：阿部知事、太田副知事、小林公

営企業管理者、角田教育次長、

池田危機管理監兼危機管理部

長、小岩企画振興部長、小林総

務部長、青木県民文化部長、山

本健康福祉部長、鈴木環境政策

課長、土屋産業政策監兼産業労

働部長、内田雇用・就業支援担

当部長、熊谷観光部長、北原農

政部長、山崎林務部長、油井建

設部長

松澤産業政策課長、竹花産業戦

略室長、渡辺産業立地・経営支

援課長、沖村ものづくり振興課

長、宮澤日本酒・ワイン振興室

長、青木労働雇用課長、伊藤総

合政策課長、中村農業政策課長

<知事挨拶>

- ・宮坂醸造の宮坂社長には大変お忙しい中、本日の産業イノベーション推進本部会議にお越しいただいた。
- ・「長野県を食の王国に！」というテーマでお話しいただき、これから我々がどう頑張ればよいのかご教示いただければと思っている。
- ・本日の議事項目である食品製造業振興ビジョンについては、食品産業の集積地でもある長野県において将来に向けて食品関連分野、特に製造業を如何にしていくかが重要なテーマとなる。現在、産業労働部中心に検討しているが、食品となると農政部、健康福祉部、観光部など様々な部局が関係するわけであり、率直な意見交換をしてもらいたい。
- ・また、規制改革については、先般、規制改革推進会議を作ったが、本格的な取組はこれからとなっており、より踏み込んだ方向付けをしていきたいと思っている。

<講演（長野県を食の王国に！）>

（産業政策監兼産業労働部長）

- ・宮坂醸造株式会社代表取締役社長の宮坂直孝様から御講演をいただく。
- ・宮坂社長は諏訪市の御出身。慶應義塾大学商学部を卒業後、アメリカワシントン州ゴン

- ザガ大学にて MBA を取得され、平成 19 年に宮坂醸造の代表取締役社長に就任されるとともに、現在は日本酒造組合中央会海外戦略委員会副委員長の職にも就かれています。
- ・社長就任後には世界最大規模の酒の商談会、ヴィネクスポに初めて日本酒ブースを設置、さらに本年 2 月には、本県にて内閣府主催で開催された「海外日本酒マーケティングシンポジウム」にもパネラーとして参加いただくなど、日本酒を海外でも親しまれるものとするため取り組んでおられる。
 - ・さらに、蔵元ショップ「セラ真澄」では日本酒の魅力を器や小物、料理、建物などの日本文化で演出するなど、非常に注目される活動をされている。
 - ・本日は、「長野県を食の王国に！」と題して御講演をいただく。

(宮坂醸造(株) 宮坂代表取締役社長)

- ・御紹介預かった宮坂と申します。お手元のレジメ(資料 1)に沿って説明させていただく。レジメのタイトルは「長野県を食の王国に！」とした。本心から長野県が食の王国になることを願っている。
- ・私が思う「食の王国」について書き連ねてみた。多種多様な食材、農畜産物などの生産が盛んで、品質、味わい、安全性、さらにパッケージなども含めて極めて高いブランド力を持つ農水産物が県内各地にある。
- ・それらの食材を原料にした加工食品の生産が活発で、品質のレベルが極めて高い。さらに、県内各地には知名度の高い名産品がある。それら信州らしい食材を使って、信州らしい方法で調理し、信州らしい設えで提供する飲食店が多々ある。安全性も担保されている。
- ・また、県民の食に対する意識や知識が非常に高く、信州の食材、加工食品、飲食店の質の高さについて県民自身がプライドを持っている。さらに技術レベルの高い食品関係の研究機関があり、食育にも力が入っている。
- ・食の王国を作ることにに関して、食品メーカーのひとつである我々はその一端を担うためには、どんなことをすべきか、以下に説明をさせていただく。
- ・私自身、昨年還暦を迎えたこともあり、ひとつの区切りとして社内に号令を掛け、様々な改革を断行してきた。それは主に五つの大項目に分かれており、「基本品質向上プロジェクト」「商品力向上プロジェクト」「酒蔵ツーリズム推進プロジェクト」「海外市場開拓プロジェクト」そして「食品開発プロジェクト」である。
- ・最初に「基本品質向上プロジェクト」については、人口減少による市場の縮小、消費者の味覚・知識・意識の高度化、食品加工技術や製造機器の進化が同時進行し、業界内の、他のアルコール飲料との競争が激化する中、傑出した酒を永続的に生産できる仕組みの整備が必須と考えている。
- ・まずは、社員の意識改革が必要。大量生産、大量販売というようなモデルではもう時代についていけず、中小メーカーには、良心的な安心・安全、そして個性的な製品で勝負する以外には活路はない。
- ・さらに世界的な食品産業のクラフト化。大メーカーではなく、どちらかといえばクラフト的であるメーカーが非常に隆盛になっており、規模の小さいことが決して弱みにならず、むしろ今後強みになる可能性があるといったことを、会議や朝礼などで「またか」

と言われるくらいに繰り返し伝えている。常に社員に語り掛けることにより、徐々に社員の意識も変わってきたと思っている。

- ・さらに、製造系人材の採用と育成についてである。微生物を育てることが酒造りの基本であり、機械に関わってもらう面もあるが、高いスキルを備えている人間が主役ということが私の考え。
- ・伝統的に酒屋は冬に酒を造るので、冬だけ来てもらう季節労務の方々が多いわけだが、当社の製造スタッフ総勢 35 名程のうち 12、3 人が現在、正社員となっており、この比率をどんどん高めていきたいと思っている。
- ・さらに、意欲のある若者の採用を促進するとともに、醸造理論、そして分析機器など IT 機器を駆使できる資質の向上に挑めるように社員たちを教育していくことに取り組んでいる。
- ・また、良質な原料米の確保が重要であり、低品質米を美酒に変える魔法のような技術はないと思っている。
- ・加えて、全ての食品にテロワールつまり地域性、どこで採れたどのような原料を使っているのかが求められる時代に必ずなるので、原料米はすべからく長野県産米でありたいというのが私どもの願い。
- ・具体的には酒造好適米 100%を実現する。この秋から始まる製造でどうやら実現できそう。また、県産米の比率を更に高めようと、現在 90%のところ残りの 10%を長野県産米に切り替えて「真澄」を 100%長野県産米で造ることを夢見ている。
- ・しかしながら、最高級酒を造る場合にはどうしても兵庫県の山田錦が必要。県が現在取り組んでいる新たな酒米開発のプロジェクトを積極的に推進してもらうとともに、我々も全面的に協力したいと思っている。また、全農長野はじめ県内の米作農家との関係強化を現在取り組んでいるところである。
- ・さらに、製造設備の充実について、酒屋は伝統産業であり、非常に古い商売であるが、古さを売りにしているだけでは駄目。生産性向上、品質向上のためには科学的知見に基づいた設備投資が絶対必要だと考えている。
- ・具体的には、当社が有する二つの蔵のうち、八ヶ岳の麓にある富士見蔵において吟醸蔵化を進めている。今年は第 2 期工事により、原料米処理施設の更新を行い、米に水を吸わせ、その米を蒸し、さらに冷ます、非常に重要な原料処理工程を行う機械全体を取り換える工事が始まっている。
- ・この後、第 3 期工事として製造設備のレイアウトの変更や、発酵タンクの小型化を進めていく。
- ・また、せっかく良い酒を酒蔵が作っても、それを瓶詰する際に品質を壊してしまうという可能性があるため、瓶詰機器の整備に留意。過去にも瓶詰工場にかなりの投資をしてきており、加熱処理システムの更新や、ラベルを貼る機械であるラベラーの更新、瓶詰ライン全体の省力化、ロボット化を進めている。
- ・製造技術の洗練については、消費者の味覚の進化に対応するため製造技術を恒常的に向上すべく、研究開発を幾つか行っている。秘密ではあるが、私どもは 7 号酵母の発祥蔵であり、さらに良い 7 号酵母がいらないか探索活動を行っている。
- ・さらに、7 号酵母を使用したアイテムをいかに増やしていくか。最終的には全ての真澄

製品が7号酵母で作られていることがやはり正しい方向だと思うので、その方向を目指して研究開発を行っている。

- また、コウジカビもいろいろな品種がある。多種類のコウジカビ、今まで使っていないようなコウジカビを使ったらどんな酒ができるか研究しており、低アルコール酒、スパークリングのお酒、それから多酸性のお酒といった新ジャンルの開発にも力を入れている。
- 全製品の製造スペックの改良について、毎年同じような品種のお酒を造っているわけではあるが、製造スペックは去年ととにかく一つでもいいから進化させろというのが私の指示。少しずつ全ての商品が変わっていく、進化していくというようなかたちをとっている。
- 次に「商品力向上プロジェクト」について説明する。基本品質が向上しても、これが魅力的な商品作りに直結しない。おいしければ売れるというのは神話であり、マーケティング的な発想で全商品を磨き直すべき。おいしいということとその酒がきちんとした商品になるということは別物である。
- まずは、ブランディングであり、これまで一所懸命やってきたつもりだが、また新しい時代に入りつつあるなか、新たな時代に向けたブランディングが必要だと思い、スタートを切ったところである。
- ブランディングを行おうとすると、ブランディングアドバイザーやアートディレクターの方で、いい人を見つけなければならない。この選任を飛び回って行っているところ。ブランディングアドバイザー又はアートディレクターが決まったら、ブランドマークの選定とか基本デザインの再検討といった作業を進めていくつもりである。
- 次に、商品コンセプトの明確化については、少数精鋭で極めて真澄らしいとお客様に言ってもらえる商品構成を作り上げていきたいと考えている。まずは商品分類、さらに商品コンセプトの再検討を行っている。
- 商品デザインの洗練について、我々がこれから対応しなければならないのは国内外の高価格帯の市場、あるいは国際市場で高級ワインと戦うことであり、デザインも当然国際レベルにまで引き上げなければならない。
- これは、横文字を使ったデザインとかアメリカ風のデザインとかでは全くなく、いかに海外の方からも美しいなど言ってもらえる世界的に通用する和の美しさをどうやって実現していくか。または、ユニバーサルデザイン、例えば私どものボトルには全部盲人用の方のために点字が入っているが、これをいかに拡大していくか。
- さらに、最近是非常に便利で安価に使える翻訳アプリなども登場している。これを使って、表示、説明を海外の方にも分かりやすくしようと考えている。
- 次に「酒蔵ツーリズム推進プロジェクト」について、欧米においては酒蔵とツーリズムを結びつけ、ファンづくり、地域振興に活かすことが一般的になっている。東京オリンピックの到来、インバウンド客の急増を考慮すると、酒蔵ツーリズムの推進は日本酒国際化の最大のキー戦略ではないかと認識。具体的には先ほど紹介されたセラ真澄というショップの充実。売上げを取るための工場売店、土産物店ではなく、酒のある和やかな食卓という当社のコンセプト又は哲学をお客様に伝え、内外の訪問客を日本酒ファン、あるいは真澄ファンに変える装置でありたいと思っている。また同時に、街ににぎわい

をもたらす文化拠点となることも私どもの目標である。

- 具体的には、日常業務のレベルアップにより、食卓を和やかにする酒関連の商品、酒のまわりにある酒器とか食品を充実させる。信州の四季に合ったディスプレイの充実を図り、信州に来て四季が感じられてよかったとお客様に実感してもらいたい。
- 酒蔵を呑み歩ける「諏訪五蔵めぐりクーポン」を諏訪の5軒の造り酒屋で行っており、お客様の数が急増している。試飲スペースに行列ができてしまう状況になっており、何とか改善しなければというのが一つの課題。
- また、信州の食材と真澄のペアリングが楽しめるレストランの設置をいつかやってみたい。しかしながら、ネックは、敷地であったり、アイデアであったり、パートナーであったりしている。
- 諏訪五蔵活動の強化として、諏訪の5軒の酒蔵で手を取り合い取り組んでおり、特に諏訪五蔵呑み歩きなどは、春秋2回、1日に大体3,000人くらいのお客様に来てもらっており、更に質的に向上させていきたい。
- 先ほど申し上げた諏訪五蔵めぐりクーポンについては、毎日実施しており、2016年の実績で年間5,000人のお客様が1年間で酒蔵へ来ている。今年は前年比150%で急増中であり、さらにかに質的に量的に増やしていくかが一つの課題。そのため近隣の商店や飲食店、寺社仏閣などとの協力により、更にお客様を増やしていく計画を進めている。
- また、真澄独自のイベントとして、松の間というギャラリースペースを使って、音楽や美術工芸などによる食関連のイベントを充実させる。
- 諏訪蔵見学の要望が急増しているが、現状では安全、衛生面の懸念から実施できていない。歴史ある酒蔵を改築して高級酒の製造工程をお客様に実際に見せるような施設にしたい。これにより日本酒とはすごい造り方をして、すごい手が掛かっており、日本人が誇るべきものだということを見てもらう夢を持っている。現在、諏訪蔵整備構想として基本的な構想を策定しているところである。
- さらに、富士見蔵には空地が相当あるので、何か観光的な施設を造れないかと考えている。
- 次に「海外市場開拓プロジェクト」である。これからの人口減少を考慮すると海外市場の開拓は必須。真澄は2000年前後から輸出促進に注力して来たが、総売上げに対する構成比は未だ8%にすぎない。これを早期に20%くらいに持ち上げていきたいというのが私の夢である。
- 具体的には、外国人スタッフによる営業活動を一所懸命取り組んでいる。商談にはやはり正確な言語によるコミュニケーションが重要。さらに海外戦略を練るには、日本人だけが額を寄せあって議論しても有効なアイデアは出てこないと思っており、そのため海外戦略チームの充実を図った。現在アメリカ人1名、フランス人1名、中国人1名が当社社員として働いている。
- 彼らにより、情報発信ツール、例えばカタログやウェブサイトの多言語化が非常に容易となり、非日系のインポーター、販売業者、例えばアメリカならばアメリカ人の業者と付き合う、香港ならば香港人に売ってもらうということが可能になった。さらにメールや電話での日常的な得意先との意思疎通も非常にうまくいっている。

- ・また、定期訪問による重要得意先との関係強化もしっかりできている。真澄は貧乏な会社なのだが、それでもその3人の誰かがいつでも海外出張している状態になっており、総務は頭を痛めているが、一所懸命行っている。
- ・優良なインポーターと出会える国際的に認知された展示会が、限られた数であるが存在しており、そこへの出展が欠かせないと思われる。世界市場で既に戦っている欧米の、特にワインメーカーと机を並べて商売することで彼らが何をやっているか目の当りにして学べる。輸出チーム以外の社員もなるべく展示会へ送り出し、社内の意識改革に繋げている。
- ・先ほどの紹介の中にもあったフランスのヴィネクスポという展示会も非常に権威があり、1999年から2年に1度、今年で10回目のブース出展となっており、明日から当社の部隊が飛び立っていく。さらに、ドイツのデュッセルドルフには今年から出展している。また、イタリアのベローナで行われるプロワインという世界中から13万人が参加する展示会には、私が今年4月に視察に行ってきた。来年から出展を始めるかもしれない。
- ・また、教育的なマーケティングを展開している。海外へ出ると日本という国自体、ましてや長野県、さらに日本酒もほとんど未知の存在でしかすぎない。したがって教育が何よりも重要だと思っており、得意先のレストランへ出掛けて、スタッフトレーニング、すなわちレストランで働いているスタッフたちに対するトレーニングをしっかり行っている。
- ・特にアメリカなどのレストランスタッフは、お客さんからのチップで生活している。しっかり商品説明をしないとチップをもらえないので一所懸命勉強している。そのため、チップ制度のある国では、教育が非常に有効であり、アメリカで日本酒がかなりメジャーな飲物になりつつあるのは、このチップ制度、そしてそれに伴う教育のおかげだと思っている。
- ・また、海外の飲食関係、メディア、研究者から酒造りを見たいという要望が非常にたくさん寄せられている。積極的に受け入れて彼らに酒蔵を実際見せる、場合によっては体験させるといったことを一所懸命やっている。
- ・さらに、海外営業、物流拠点の整備に関しては、品質管理力、販売力、経営者の人柄など全ての条件が揃った取引業者はなかなか稀であり、重要な市場には自前の営業拠点を持つことが重要だと考えている。私の思いで、2005年に香港に子会社を、これは暴挙ではあるが出してしまった。大変に苦しんだが、今では香港で高品質の日本酒をサプライできる非常に重要な業者だという認知度を少しずつ得はじめたように思っている。
- ・最後に「食品開発プロジェクト」について申し上げる。米ぬかや、麴、酒粕などの日本酒の製造工程から生まれる副産物は様々な点で魅力的な原材料でありながら、有効活用されていないのが現状。これを県内食品企業とのコラボレーションで新たな加工食品に変えていきたいと考えており、やっと立ち上がった事業であるが、調味料、漬物さらには菓子類を、安心、安全、体に優しいおいしい信州らしいを基本的なコンセプトにして開発し始めた。私どもで全てを作るとは到底できないので、諏訪地方を中心として長野県内の加工業者の方々と協力しあって、長野県連合艦隊のようなものを作って進めていくことが5番目の夢になる。
- ・以上、よろしく申し上げます。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・ありがとうございました。ただいまの御講演に対して質問等ありましたらお願いしたい。

(太田副知事)

- ・大変に素晴らしい内容で感銘を受けた。真澄については、海外へ行っていろいろなマーケットで見掛けることが多く、どういふかたちでこれまでプロモーションをやったか関心があった。宮坂社長が御承知の中で、国内の他の中小メーカーで海外に対する取組を行っているメーカーはほかにもあるのか。

(宮坂代表取締役社長)

- ・非常に多くなっていると思われる。特にアメリカや香港など、ビジネスのルールが比較的きちんと整っている国へは大変多くのメーカーが進出しており、かなり競争が激化している。

(太田副知事)

- ・海外のスーパーマーケットにおける品揃えについて、御社の様にきちんと考えられているメーカーはあるのか。

(宮坂代表取締役社長)

- ・私の考えでは、どういふディストリビューターと組むかが非常に重要であり、ただ量売ればいいといったディストリビューターと組むか、あるいは品質やブランドイメージなど、そういったものを非常に大切にしてくれるディストリビューターと組むか、そこがポイントだと思われる。
- ・差し障りがあるかもしれないが、様々な商社、かなり規模の大きい商社からも、取引の依頼があるが、私どもでは受けていない。量を狙っているものでなく、ブランドを大切にしているディストリビューターと組む。どちらかといえば非常に規模の小さい、しかし情熱がある、そもそも日本酒が好きだ、真澄が好きだという、ちょっと変わったようなディストリビューター、インポーターと組んで共同で市場を開拓していく。
- ・また、誰も説明する人がいないスーパーマーケットにはあまり売らないことにしている。ソムリエ、あるいはアルコール飲料の説明をしてくれるビバレッジマネージャーのような人がしっかり存在しているレストランにしか売らないというのが私どものやり方。彼らに教育を施せば、きちんと説明しながら間違いのない状態で提供してもらえるので、このやり方が非常に有効と思っている。

(太田副知事)

- ・文化としての日本酒をしっかりと考えられており感銘を受けた。また、インバウンドに対する諏訪などの取組が素晴らしい。

(観光部長)

- ・先ほどお話の中で、おいしい製品が必ずしも売れる商品とはならないとのこと、非常に印象的。真澄の今までのCMだとか、訴えているブランドメッセージを見ると、主役はお米、主役はお料理だとアプローチされているが、傑出した日本酒に対するプライドがある上でのことだと思われる。ブランディング、ブランドメッセージとしての戦略については、どのようなお考えを持っておられるのか。

(宮坂代表取締役社長)

- ・私の後ろに誰か立派なブランドマネージャー、あるいはコンサルタントがいるわけでは

なくて、苦しみながらやっていることであり、実は一貫性がなかったり、レベルが低かったりすると思われる。

- ・しかしながら、私が考えているのは、やはり日本酒は食中酒であり、食事を美味しくするための良い脇役になりたいというのが現在の方向性。したがって、現在、信越放送や長野放送で流しているテレビコマーシャルは、全てお料理が出てきて、そこで最後に真澄が登場する、酒のある和やかな食卓というものを、この20年ぐらい訴えかけてきた。
- ・質素でいいから楽しく飯を食べる、物理的というよりはむしろ精神的な重要さを訴えている。そこには心を開くため、あるいは夕食の時間を長くするためには良いお酒が必要だと、そうしたメッセージになっている。
- ・みんなで同じ釜の飯を食べることをとても大切にしていることは非常に重要であり、長野県の人豪勢ではないが、精神的に非常にいい和やかな御飯を食べる人たちだねと言われることが、食の王国の最終形ではないかと思っている。コマーシャルもそんなふうにしてもらっている。品質は、あって当たり前になりつつあるのではないか。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・食品開発プロジェクトについて、県内の他の食品関係企業と加工業者と連携共同していきたいとのことだが、その上で何かお困りのことがあるのか。参考までにお聞かせ願いたい。

(宮坂代表取締役社長)

- ・お漬物屋とか、いろいろな方との小さいコラボレーションは既に始まっている。現在困っていることはたくさんあるのだが、特に、この食品開発プロジェクトを取り仕切れる社内の人材が十分でない。誰をヘッドにし、専任にして良いコラボ相手を発見するとか、そもそも何を作りたいとか、どのように積極的に進めていけるか。さらに、今ある商品では販売につながっていかない場合、どういった新味を加えてとか。かなりできる人材をそこへ嵌め込まなければいけないのだが、小さい酒屋でありなかなかそんな余分な人材を抱えているわけではなく、私が今のところ切り回さざるを得なくて、かなりあっぴあっぴな状況となっている

(知事)

- ・宮坂社長には、次のテーマである食品製造業振興ビジョンに関して、極めて有用な御示唆をいただけたと思う。また、最後までご同席いただけたとのこと、よろしく願いたい。

<議事（食品製造業振興ビジョンの方向性について）>

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・それでは議題1の「食品製造業振興ビジョンの方向性について」（資料3）、説明願いたい。

(ものづくり振興課長)

- ・資料2を御覧願いたい。資料記載のグラフのとおり、機能性健康食品の市場規模、世界の食市場規模とも拡大傾向にあり、ここをターゲットにして食品の集積を図ることが目的。
- ・また、県のものづくり産業振興戦略プランの分野編として作成するもので、製造業にス

ポットを当てたビジョンというかたちで示しているが、食品産業となると農業分野また観光分野等いろいろな関係分野があり、相乗効果も期待しつつ策定していきたいと考えている。

- ・資料の「柱とヘッドピン」については、三つの柱があり、一つめは「健康長寿、安心・安全な食品づくりへの集中」とし、健康を意識した新たな商品づくりを展開していきたい。「食と健康ラボ」といった機能を形成して、健康食品などに特化した試験研究を行う。試験研究機関や、県立大学の中にも栄養学という観点の学部ができることから、連携をしっかりと強化していきたい。
- ・2番目の「世界市場への進出」について、先ほど宮坂社長からもお話があったとおり、インバウンドの取り込みを重視し、その需要とともにターゲット国に関して調査分析した後、ターゲット国の味覚や食制度に合わせた食品開発などにつなげていきたいと思っている。
- ・最後に「ブランド化」については、やはり発信が非常に重要であり、いい商品であっても売れないものもあるとの話もありましたが、しっかりブランドイメージを発信するため、「発酵・長寿」県宣言を行い、また発酵食品サミット等々の誘致が必要と思っている。また健康食品を謳うからには、技術的見地からのエビデンスが大変重要であり、これらを情報収集して、ライブラリーを構築して使ってもらおうと考えている。
- ・今日はたたき台ということでお示しした。皆さんからの御意見を頂戴したい。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・ただいまの説明に対し、御意見、御質問等があればお願いします。

(公営企業管理者)

- ・今回のビジョンの方向性において、5年間で500億円増やすという大変意欲的な目標を示しているが、健康食品だけに限ると全国でさえ5年間で過去実績が500億円しか増えてない。この意欲的な数値が確実に果たせるのか、また、「柱とヘッドピン」のそれぞれの取組が500億円の達成に向けて、どのように寄与するのか、今後の方向性について検討願いたい。

(ものづくり振興課長)

- ・データとしては、みずほ銀行の調査で国内市場、海外市場それぞれが年率0.5%ほど、また、海外市場は4%前後伸びるという推定値があり、柱にある企業誘致も含めて、約400億円の伸びを期待している。さらに新たな商品開発、例えば機能性表示食品の開発100品目を期待しており、これによる100億円の伸び、合わせて500億円としているもの。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・取組との因果関係にある目標設定は、計画策定上で大事なことだとは思いますが、なかなか難しい。検討させていただきたい。

(健康福祉部長)

- ・健康食品についても薄利多売では多分駄目。先ほど宮坂社長のお話にもあったとおり、ブランド化により、より高品質なもので収益を上げることが求められる。また、健康という意味でも食べ過ぎては意味がない。ブランド化と併せて考えてほしい。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・特保の市場が平均で1品目5億円くらいとのデータがあり、特保に近いもの、機能性食品も含めてしっかりと開発を促進してまいりたい。さらに、健康サイドからも御協力をお願いしたい。

(総務部長)

- ・宮坂社長のお話もあったように、やはり県産の農産物にどこまでこだわりを持つのか、そこがまだ明確でない。長野県はこれまで原産地呼称管理制度を導入して積極的にそうしたものも伸ばしてきており、このような制度とどう結び付けるか。
- ・また、HACCPなどによる製造体制をどこまで求めるのか、この点はベースの部分で非常に大事なこと。規模別での方向性、あるいは分野別についても発酵食品、伝統食品という方向性が出されると思うが、食品は非常に幅広く、どこの部分をどう重点化して狙うのか、その点を明確にしていく必要があるのではと思われる。

(ものづくり振興課長)

- ・県産農産物へのこだわりについては、例えば現在、県産の酒造好適米の開発を農政部と一緒に進めている。こうした取組を今後もいろいろな品目で行うことが大事と思っている。
- ・また、HACCPについては、しっかりとした指導を行っていく。さらに規模別の問題については、このビジョンの対象として、規模に関係なく研究開発意欲が高い企業、新商品開発に向けて動き出している企業を対象にしたいと思っている。

(太田副知事)

- ・長野県の食品製造業を見ると、平成8年には7,600億円以上の出荷額があったが、ずっと漸減してきて平成23年、24年に底を打ち、ちなみに平成24年には6,000億円を割っている。それが今上がってきており、この分析をする必要があると思われる。
- ・なぜ平成8年をピークにしてこんなに減ったのか。また、平成23年、24年を底にして上がってきた理由は、時間を掛けてもいいからきちんと分析をして、何が原因か解明しないと、支援策、振興策に繋がらないと思われる。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・了解した。

(観光部長)

- ・やはり技術面だけで食を追及してくのは、一面だけを捉えているのではないか。先ほど宮坂社長の話にあったように、精神的なものへのアプローチ、ライフスタイルや感性に訴えることが非常に重要。健康、健康と言われても、健康食品の棚を見ると非常に味気ないものになっている。世界へ売るぞと言っていると何かガツガツしているような感じがする。
- ・健康になるためには食卓を囲むとか、食卓を囲むためにはこうした商品が必要になってくるとか、何か歴史の中でこういうものが健康を育んできたといったような感性の部分を非常に重視することが重要ではないか。
- ・東京の食品関係の有力な雑誌の編集長に聞くと、6次産業化により各地でジャムを作っているが、全て同じジャムになっていると言われる。一流のシェフや料理研究家の観点をに入れて、高価格帯のものや、素敵に演出したものがなぜできないのか。金色のパッケージばかりではダメ。

- ・品質の面でも一流の専門家のアドバイスを受けるとか、そうした観点も必要ではないかという指摘も聞いている。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・ストーリー性を踏まえた展開を取り込めるか検討したい。

(農政部長)

- ・昔は地域の農産物を加工したところから長野県の食品産業は大きく伸びてきたのだが、原料供給面において全て県内産を使うということは非常に難しい。
- ・そういう中で、地消地産も含めての2極化があり、ロットや価格の問題はあるが、やはり尖ったものだけでも県内産を使った商品開発をしていくような方向を、生産供給の面からも一緒に考えたい。
- ・宮坂社長から食品開発プロジェクトの話もあったが、新しい食品業界全体での多分野連携によって、生産から製造、販売、消費、観光も含めての連携による取組が重要と考える。

(知事)

- ・宮坂社長からの話と今回のたたき台を比べると、弱点、課題が極めて明確に浮き彫りになっていると思う。
- ・なぜこういう柱を立てようとしているのか、何も説明がないのは根本的にまずい。なぜこのようなことを行うのか自分たちが納得して方向付けしないと、パワーがないし、進まない。
- ・宮坂社長の話は、製造業をどうするかという観点で参考になる。食品製造に携わっている宮坂社長からツーリズムの話や地元産の酒米100%にしたいとの話など、農業などとの関係をクリアに問題提起されているので、我々がとしては中途半端に受け止めるわけにはいかない。
- ・我々が先導しなければいけないところが、相当引けたかたちの表現にしかなくない。産業労働部だけでなく、県庁全体の食に関係する方向性を、食品製造業の発展にどう結び付けるか、もう1回しっかり仕切り直しをしてもらう必要がある。
- ・宮坂社長から先ほど蔵の活用の話があったが、総務省では古民家を使っての地域振興について融資と補助金を絡めた制度を作っている。昔ながらの建築物をどう再生するか、我々も受け止めて一緒に考えていければと思う。企画振興部は相談にのってほしい。
- ・酒器やお盆などについては、木曾漆器を使うとか、県産木材をどう組み合わせるか、さらに伝統工芸品とどう繋げるか、食品製造業の振興を核にしながら、もう少し広い視点で考えないとならない。伝統工芸品など産業労働部本体もカバーしきれてない。
- ・各部局が食に関して何を取り組んでいるのか、もう一回整理し直した上で、どのような構成にしていくか、しっかり方向付けしてもらいたい。
- ・宮坂社長には引き続き御指導いただければと思う。よろしく願います。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・食品製造業だけでなく、広い視野で各部局にも協力いただきながら、もう少し検討を進めてまいりたい。
- ・続いて議題2の「各タスクフォースの進め方について」(資料3)。
- ・現在、各タスクフォースについては成果をあげつつあるが、さらにもう一步進めるよう

な取組をしてまいりたい。キーワードは挑戦的、かつスピード感。

- ・手順としては、2枚目を取組例を提示した。これらを参考にしながら各タスクフォースの担当課において検討し、7月～8月頃を目安に産業政策監によるヒアリングを実施し、タスクフォース取組方針を策定して、9月頃に予定している次回本部会議に提示をしたい。この進め方について共有するとともに今後協力を願いたい。
- ・以上であるが意見、質問はいかがか。よろしければ、これで進めてまいりたい。

(知事)

- ・はい。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・続いて議題3の「規制改革について」。まず資料4を御覧願いたい。

(農業政策課長)

- ・「海外からの農業人材受入に係る規制の特例措置の提案について」であるが、全国的に外国人の農業就労が認められていない中、本県では外国人技能実習制度を利用した実習生が、高原野菜の生産地等にて研修として作業に従事している。長野県が全国のシェア9割を賄っている葉菜類の夏から秋にかけての生産は、外国人実習生が支えており、これからも大きな期待が寄せられているのが現状。
- ・農業就業人口が減少していく中、この生産を維持増加させていくための労働力の確保として、外国人の農業就労が今後必要になってくると考えている。そこで、長野県とJA長野県グループとの共同により、国へ提案していきたい。
- ・提案内容としては2点ある。一つ目の提案は、外国人技能実習制度の要件の緩和。資料の提案Ⅰの囲みの左側記載のとおり、現在は、最長3年とされている研修期間の雇用契約を結び、実習を受けてもらうこととなっているが、在留が連続した期間でなければならず、また、実習する機関、農家は1か所でなければならないことになっている。
- ・長野県の場合は野菜産地ということもあり、研修期間が4月～11月までの概ね8か月程となっている。一旦この期間を過ぎると帰国することになり、2年目に至る方はいない。技能習熟という面からも課題と言える。
- ・このため今回の提案としては二つあり、資料記載のⅠ－1については、一時帰国をした後に再度入国をして再び実習を受けるといった内容。さらにⅠ－2は、4月～11月まで県内野菜産地で実習を行い、その他の期間を他の産地にて実習を受けられるようにするといった内容になっている。
- ・二つ目の提案については、資料の提案Ⅱになるが、提案内容は長野県での外国人の農業就労の解禁である。資料の囲みの左側に現在の国の動向が記載されている。現在、全国の中で五つの自治体が農業分野での就労緩和解禁について、国家戦略特区で認めるように提案をしている。また、指定区域内での外国人の農業就労解禁という国家戦略特別区域法の改正が現在国会審議中となっている。
- ・こうしたなか、長野県としても外国人の農業就労の解禁をお願いするものであり、この提案により県内の生産量維持とともに安定供給、そして国際貢献を図ってまいりたい。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・質問、意見があれば発言をどうぞ。

(公営企業管理者)

- ・提案Ⅰについては、長野県の特徴を明確にした上で、農業実習生にとっても更なる高度技術の習得と出身国の発展に繋がるということが明確になっており、非常によく理解できる。
- ・一方で、提案Ⅱについては、他の五つの自治体が認められそうだから長野県も乗り遅れるなどといった分かりにくい内容になっている。例えば「長野県一円で」との記載になっているが、そこを他の県名に変えても同様に読める。
- ・特区として提案するからには長野県が具体的にどういう技術を持ち、それがどのように国に寄与するのか、あるいは長野県に利益が出るのか、言わばウィンウィンの関係になるのかといったストーリーをしっかりと作らないと、このままでは単に要望しただけに終わると危惧される。そのストーリー作り等々についてしっかりと検討してほしい。

(農業政策課長)

- ・長野県の強みとして多品種の果樹、野菜等があり、それらの技術習得の流れを示して提案したい。

(知事)

- ・提案Ⅱについて、どういう人材がどの程度欲しいのか、どういう人材がいればより望ましいのか、どういう人材がないから困っているのか。

(農業政策課長)

- ・3年程度の実習を行って農業技術を習得した者など、一定程度の知識を身に付けていることが要件となる。

(知事)

- ・提案Ⅰが認められないと、提案Ⅱは意味がないのか。

(農業政策課長)

- ・そこで両提案をセットとして提案したい。

(観光部長)

- ・提案Ⅱは特定活動ビザでは。ビザの種類が違うのでは。

(農業政策課長)

- ・そのとおり。

(農政部長)

- ・現在、国で検討されている国家戦略特区の農業就労解禁の該当者は、大学卒業程度等とされているが、基本的には技能実習2号該当以上程度のスキルを持つ方が概ね対象になると思われる。長野県の高原野菜産地では技能実習2号まで移行できる方が極めて少ないため、提案ⅠとⅡをセットで考えている。
- ・さらに、昨年、知事がベトナムを訪問した際に、農業関係に係る技術協力等の覚書を締結しており、また、近年ベトナムからの技能実習生が増加している。そうしたなか、スキルを積んだ方々が、もう一度農業就労により長野県の高原野菜など様々な農作物の栽培スキルを積んでもらい、その後本国に戻って長野県の農業技術を活用した農業生産を拡大してもらうところまで、将来的には考えていきたい。そのために、この提案ではⅠとⅡをセットでお願いしたい。

(知事)

- ・提案Ⅰが先行しなければ、Ⅱは意味がないとのことか。

(農政部長)

- ・長野県の高原野菜産地については、ⅠとⅡがセットでないと、Ⅱだけでは弱い。

(知事)

- ・少し工夫する必要がある。

(農政部長)

- ・指摘の点は受けて、長野県の今回の提案がより特徴のあるものとして、きちんと説明できるよう工夫したい。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・ただいまの意見を踏まえて、提案の本案について決定をし、国に対して提案することとしたいと思うがいかがか。

(一同)

(特に意見なし)

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・それでは、具体的な手続きを進めていただくようお願いする。
- ・続いて規制改革関連の報告事項(資料5)について、簡潔に願いたい。

(総合政策課長)

- ・国による地方分権改革に関する提案募集が年1回この時期に行われている。これは、あくまで地方自治体に対する規制緩和が対象であるが、民間部門にも影響がある部分もあると考えられるため、本会議にて今年度の本県の提案状況を報告する。
- ・県単独で5件、他県と共同で4件、計9項目を、国に対して6月6日に提案を行った。
- ・県単独提案については、子どもの学習支援に関する国庫補助制度の一本化、一定のケースにおける農振除外の要件緩和、介護福祉士の受験資格における福祉系高等学校での取得単位の通算などを提案した。
- ・他県との共同提案については、13県の知事による「日本創生のための将来世代応援同盟」の共同提案であり、保育関係の提案をした。
- ・今後、国で対応の検討が進められ、対応可能と判断されれば、来年3月に法改正等が行われる見込み。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・報告事項であるがいかがか。よろしければ、御承知おき願いたい。
- ・また、既に設置している規制改革提案ボックスの活用について更に周知を図っていくが、各部局においても会議など日頃の事業実施の過程において、市町村、県民の方々から積極的に提案いただけるように取り組んでもらいたい。現地機関も含めた職員に意識を持って取り組むよう願いたい。

(知事)

- ・規制改革に関連したホームページは改善が必要。どこに提案ボックスがあるのかわからない。

(総合政策課長)

- ・速やかに対応したい。

(知事)

- ・また、観光に関する提案をまずはやろうとしたはずだが、そういった動きになっていな

い。観光部と企画振興部と産業労働部で提案を受け付けるというメッセージをしっかりと出してほしい。

(観光部長)

- ・来週発表できるように進めている。また相談させていただく。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・以上で終了するが、知事からいかがか。

(知事)

- ・宮坂社長には、大変お忙しい中、貴重な御提案、御意見いただきありがとうございました。しっかりと参考にさせていただき、食品製造業振興ビジョンや総合計画に生かしていきたい。

(産業政策監兼産業労働部長)

- ・以上で産業イノベーション推進本部会議を終了する。

<終了>