

第3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25年8月28日（水）

10時00分～11時45分

場 所：長野県庁 本館棟3階 特別会議室

有識者：中村県政参与

出席者：阿部知事、和田副知事、加藤副知事、青木教育次長、久保田危機管理監兼危機管理部長、原山企画部長、岩崎総務部長、眞鍋健康福祉部長、山本環境部長、太田商工労働部長、野池観光部長、中村農政部長、塩入林務部長、北村建設部長、岩嶋公営企業管理者職務執行者企業局長、小林情報統計課長、長田温暖化対策課長、吉澤産業政策課長、上原ものづくり振興課長、浅井観光企画課長、中島農産物マーケティング室長

<知事挨拶>

- ・それではイノベーション推進本部会議第3回ということで、一言挨拶をしたいと思います。
- ・まず冒頭中村県政参与には県政全般に様々なご提言をいただいているが、今日は朝からお越しいただいて、お話を聞かせていただくということで、感謝申し上げます。
- ・今長野県、新しいしあわせ信州創造プランに基づいて、色々な政策を進めているが、その中でも政策推進の基本方針の1番上に掲げているのが「貢献」と「自立」の経済構造への転換ということで、国の経済政策も姿が見えつつある中で、国の動きもしっかり捉えながら、長野県独自の産業振興を考えていきたい。
- ・中村参与のこれまでのご経験を踏まえて、是非長野県がよくなる方向でご提言を賜ればと思っっているし、とかくありがちなのは言いつばなし、聞きつばなしということにならないように、責任を持ってしっかりと取組んでいきたいと思うので、よろしくお願ひしたいと思う。
- ・それから国では国家戦略特区の提案募集を受付けている訳だが、国家戦略レベルの特区、なかなかハードルが高い部分があると思うが、是非日本の社会の問題を積極的に変えていくという意気込みで我々は取組んでいかなければいけないだろうと思っている。
- ・国家戦略特区になるのか普通の特区なのか、色々なレベルの規制改革の問題があると思う。前回申し上げた様に各部局においては、是非この建物の中にいるだけだと本当に限定された話しか聞こえてこないと思うので、こちらから積極的に出かけていって、しかも規制改革の話というのは何を指すのかというのを本気で考えていかないと、なかなか見えてこないところがある。
- ・しあわせ信州創造プランで県の目指すべき方向性が、非常にラフな形ではあるけれども示した訳なので、その方向をどう実現するのかということに、しっかりとフォーカスして各部知恵を絞ってってもらいたいと思う。
- ・タスクフォースの取組みがスタートしているが、是非従来の施策を繋ぎ合わせる、あるいは国の言っている事を唯々諾々と受け止めるという事だけではなくて、本当に長野県の特徴を踏まえた、飛び抜けた成果を出していただきたいと思っているので、よろしくお願ひする。
- ・取りまとめの責任者から、どういう事をやっていくかというビジョンについてプレゼンテーションをしてもらって、吟味していきたいと思っているので、よろしくお願ひする。

- ・色々な所で私も申し上げてきているが、これは県民の皆さんが入る審議会等でよく言われるのが、「きれいな文書はいっぱいできるけれども、そのようなものは作ってもしようがないのではないだろうか。」という事を言われ、私も同感である。
- ・とかく行政は大儀だから何か言われた時に対応するためにきれいに文書をまとめておこうという様に、どうしても行動しがちであるが、それは行政という組織の本質上、いた仕方がない部分があるとしても、これからの時代はきれいに作文するだけではとてもじゃないけれど通用しない。他の県との競争には勝ち抜けないと思っている。
- ・私はきれいな作文をしてもらうよりも、具体的な成果を1つでも出してもらう方がよっぽど重要だと思っているので、是非そういう姿勢で取組んでもらいたいと思うし、この産業イノベーション推進本部での取組みは、きれいな作文ではなくて、具体的な成果という姿勢で皆さんに取組んでもらいたいと思う。
- ・その事を申し上げて冒頭の挨拶とする。

<有識者紹介>

- ・中村様は長野県塩尻市出身で、松本深志高校から慶応義塾大学法学部を卒業後、昭和36年に株式会社三越に入社。取締役常務、銀座店長、代表取締役常務、代表取締役専務などを経て、平成14年2月に代表取締役社長に就任。その後、平成17年には同社の会長、18年には相談役に就任されている。また、平成20年4月からは長野県中小企業振興センター マーケティング支援センターの特別顧問を務めていただいている。今年度からは、県政の重要な政策課題について助言を得ることを目的とした県政参与も務めていただいております、日頃から県行政に多大なるご協力をいただいているところ。

<提言（中村氏）>

- ・私は5年間長野県中小企業振興センターの特別顧問ということで働かせていただいている。現場で色々な事を見て、日頃のその問題点や感じた事を問題提起や「こんな事したらいいな。」ということで話をさせていただく。
- ・私は三現主義とよく言っている。現場、現物、現実。ということで、現場目線、消費者目線という話になると思うが、帰納法的な考え方、現場から色々なことを拾い上げて、1つ1つの課題を解決していく、そんな話をしていく。
- ・レジメに書いてあるとおり、マーケティングの取巻く環境、特に2番目の農商工連携や農業の6次産業化、これは長野県は手早く取組みを始め、6次産業化法の認定件数は、北海道に続いて2位の状況。この6次産業が付加価値をつけて、新しい商品を誕生させて、そして雇用の創出、そして地域活性化というような形になればということで、これは特記すべきである。
- ・3番目の消費者の消費志向が、2011年3月11日の東日本大震災の後に変わってきており、特に内向き志向になってきていると現場で感じている。節約、節電、保存、家庭向き、それから手造りと。これは考えようによってはビジネスチャンスになる訳なので、それらのことを踏まえて考えていかなければならない。
- ・地方の物産への関心が今非常に高まってきている。今コンビニなどで「5たて」と言っている。「採りたて」、「作りたて」、「揚げたて」、「炒りたて」、「茹でたて」のことが今非常に話題になって商品作りをしている。反面レトルトが非常に売れている。そんな事を踏まえて、マーケティングの方は地域の色々な変化に応じる状況にあるが、一方で生産・提供者側にはまだ色々な問題点がある。
- ・次に地域物産のマーケティングの現状と課題だが、まず生産者が買い手を見ない、知らない。消費者ニーズとマーケットに無関心で、自分の都合でモノを作っている。2つ目には生産者が売り

方とか売り先を知らない。良いモノを作れば売れるのだという発想だが、結局販売は流通業者頼み。また農協任せの体質から抜けきれない。当然これからは販路開拓もしなければならない。

- ・流通コストにも無関心である。ただ、零細業者が多いために流通コストを負担できない現実があることも否めない。
- ・それから3番目の強い商品の選定が不可欠だということ。私どもが商品展示会をやっていて商品を持ってきてもらうが、あまりにも未熟な商品が多い。商品化された生産物の全てが大都市で売れる訳ではない。競争は激しい。その競争に打勝つためには一定の取捨選択が不可欠だ。強い商品を作らなければいけない。またその様な指導がなされていないということで、商品作りの支援、あるいはそういう仕組みを作る必要がある。
- ・4つ目に行政の縦割り体制。マーケティング支援事業を例に挙げると、農産物は農政、林産物、例えばジビエは林務部、一般加工品は商工労働部、ワインは観光部と担当部局が分かれている。事業は部局ごとに予算化されて実施される訳だが、この結果何が起きているかといえば、商談会あるいは展示会において、バイヤーの間合せの窓口が部局別なので、非常に手続きが煩雑である。また、バイヤー側もそれぞれの商談会に個別に出る必要があり、これも効率が悪い。今何百という販売会や展示会があるので、相当集中して魅力のある商品が出ている商談会でないといけない。これは一考すべきだと思う。
- ・それから私の知識不足かもしれないが、県産品全体の戦略ができていないのではないかと。農産物は「信州農産物マーケティング戦略プラン」があり、ブランド化には「信州ブランド戦略」があるが、横断的なマーケティング戦略がこれからは必要。
- ・それから行政の機動力の不足ということだが、マーケット環境は日々変化している。県の事業は基本的に県庁、この長野で予算管理をして執行しているので、例えば現場の現地機関などは、その許可を得るために大変時間がかかる。現場のスピードには対応できていない。後ほど提案するが、現地で一定の予算を確保して、臨機応変に対応できる仕組みを作ったらどうか。
- ・それから特にこれは重要だが、行政におけるマーケティング分野の人材不足。市場流通網の把握とか、販売のための人物ネットワークづくり、これは結構時間がかかる。ところが、定期的な人事異動がある行政職員は十分な時間がない。引継ぎは当然うまくいかない。どうしても商品や市場流通に精通した専門職のスタッフが必要。
- ・民間には結構経験者がいて、55から65歳位の県内の流通業のエキスパートは結構いる。今太田部長にも頼んで、中小企業振興センターにもその様な人にももらっているが、緊急雇用基金事業で1年間勤務できるが、優秀な人材でも1年間で切れてしまう。その様な人達をどの様に繋ぎとめていくのか。それにはやはり身分保障と生活保障をしてあげないと残っていけない。このあたりもこれから考えていかなければいけない。
- ・経験と人脈を持った人達を、4つ位の地域に分けて配属し、その地域物産の活動をしていただくということが求められる。
- ・次の地域ブランドの課題という所。ブランド化というのは大変難しい問題で、ブランドを作ろうと色々な努力をしているが、果たして実として実っているのか。ブランディングは一言で言えば「売れ続ける仕組みづくり」。ブランドというのは、モノの価値に信頼感や信用をつけてこそものになってくるので、かたくなにいつも同じ見せ方「〇〇らしさ」を見せることが必要である。ブレずに継続的な取組みが必要である。
- ・そしてブランド、C Iづくりのためには、地元の長野県をよく知っている人がトータルコーディネータを務めるべき。外部の人では分からない。
- ・卑近な例で、くまもんが今非常に話題になっている。先ほども商工労働部長と話をしていたが、アルクマは東京ではあまり知らない。私も百貨店業界の会長をやっていたので、色々情報ももらっていたが、関東地区の決勝までいったが、それで終わっている。もったいない。くまもんは

どうなっているのか。人が集まる所では必ず出てくる。くまもんも1日で人気が出た訳ではない。くまもんを売り出すチームがいる。私が役員をしている日本橋の集まりに必ず来て、事前に来て出してください。その熱意に負けて「いいよ」と言う。そうすると私達よりくまもんが有名になって、先日の橋洗いの1,500~1,600人の人の集りの中で、くまもんもゴシゴシやる。熊本のくまもんはあまり関係ないのに、皆くまもんに注目する。でもくまもんで終わっていない。必ず商品を説明している。くまもんは熊本の営業部長である。商品の地域産品を売る営業部長。この様な形でメディアにいかにか露出させるか、この戦略が非常にうまくできている。人がたくさん集まって、私達がメディアを呼んでいる訳なので、ついでに出てくる。継続的にメディアを使って、そしてなおかつ自分達の商品の宣伝をしているというストーリーになっている。

- アルクマの権利はJRが持っているとのこと。是非長野県のものにして、フリーに使えるようにして、アルクマとそしてしあわせ信州というものを売り出していかないといけない。是非これも考えていただきたい。
- 次に具体的な提案という事で、これは前から私が提案していたが、安心・安全を保証する仕組みづくり。資料に加工食品表示に関する食品取引関連法の相談機関がある。この相談機関がバラバラになっていたため、一表にまとめてみた。食品衛生法とかJAS法とか法律ごとに問合せ先はここですよ。最初は全然使われなかった。でもこれを使うと商品の色々な表示の問題が分かるし、仕組みも分かるという事で徐々に定着してきている。これは流通側で見れば、これがないと商品を受入れてくれない、「いろは」の「い」。これは是非一つの形にして、県内でブロックごとに、各試験場などをフルに動かし、商品の試験をする企業等の機関もフルに使って検査をしてもらって。何故必要かと言うと、流通でまず商品を入れるにあたって、その商品の混入物はどうなっているのか、品質の問題などを問われる。そして表示の問題。それがクリアでないと、商品として認めてもらえない。従って、特に加工食品表示に関しては、関連機関をフルに活用していく仕組みを作ることがまず大切という事で、これは是非お願いしたい。
- それから高い品質の商品に関して、お墨付きを与える認定制度をもっと拡大していただきたい。現在、原産地呼称管理制度、伝統野菜等があるが、これに加えてホテルのランク付け、それから旅館、レストラン、食事処、観光ルートなど。これからインバウンドあるいは国内旅行客でも選ぶ基準がないと来てくれない。特に海外からはこの様な事がないと、やはりよその県に行ってしまう。是非認定された商品に関するパンフレットを日本語版と英語版で作っていただきたいというのが1つのお願い。
- 2つ目は販路開拓における農協の役割。新しい意味での農協を作っていただきたい。特に農業県として、長野県は農協が果たしてきた役割は大きいですが、その一例が先ほど言った農業の6次産業化。これを契機に農協の新しい姿を見せていくべきだと。その例として、資料の熊本県の「JAあしきた」がある。学ぶということは真似ることから。何故かと言うと、この農業協同組合が大変考えていて、この中に書いてあるエキスだが、1つは栽培体系を見直したということ。促成栽培をやめて普通栽培にした。旬の時に旬のものが集荷されて、そして加工品にする。これは加工会社を作った。そして、今までよその食材で作っていたのを、現地の熊本の食材を使って加工した。株式会社を作って、同時に農地の保全と担い手の育成と雇用の展開等をしっかりその会社で行った。6次産業化の総合事業計画の認定については、本来農業協同組合などは認定されないはずだが、この組合はこの様な幅広い展開という事で24年に認可されている。そしてもう1つは「JAあしきた」の農産物、直販ネットワーク協議会というものを作って120社が関わる。これには熊本県の「JAあしきた」以外の地域の方々も参加して、農協も参加しているし、業者もあるいは農家も参加している。そしてその商品をインターネット、ダイレクトメール、テレビショッピングで売っている。2万人、これは北海道から沖縄まで。そして去年「ファーマーズマーケットでこぼん」というのを作った。「JAあしきた」はでこぼんと、サラ玉ちゃんといって、玉ねぎを

中心に商品化し、それ以外にもたくさん取り扱っているが、この「ファーマーズマーケットでこぼん」というのが素晴らしいと思う。ということは、120社が集まって、本当に良い商品をマーケットに集めて、地元の人達が買う。いわゆる地産地消。そして、地元の人達が本当においしかったというものを組合せてギフトにする。これは今私ども百貨店側としても、組合せギフトというものをPRしている訳だが、今まではみずず飴ならみずず飴のセット、みずず飴会社のものしか出さなかった。この熊本彩果という商品は各地域の本当に売れ筋だけ、おそらくこのマーケットで売れたものをセットにして売る。この様な事ができる。自分達が食べておいしいものをギフトにするので、それは必ず売れていると思う。これは賞をもらっている。そしてこれで去年8億3,300万円の売り上げということで、それなりの広がりをもって、要はでこぼんとサラ玉から発展して、加工品に入って、加工品から工場まで作って、そしてなおかつ販売もインターネットからダイレクトメールから全部自分達でやって、その集大成で250万人が1年に来たとのこと。この様なJAの姿というものを長野県の中に作っていきたい。これは農政だけではない。商工労働も観光もみんな関係するので、やはりそういう広がりを持った、JAのあり方を少し模索したらどうか。「よその農協だから真似るのは」という気持ちはあるが、学ぶということは真似ることから始まるので、そこに例えば研修に行って、そこで失敗した事があるはずだから、その失敗談を聞いてくる。とかくいいことしか表に出ないが、このプロセスの中で、失敗した事をしっかり聞きながら身につけていけば、また新しい長野県でのマーケットができる。私のお願いは、是非何カ月か研修に行ってもらって、そしてその人が最後まで面倒をみる。やはり形になるまで面倒をみる仕組みにしたらどうか。私達的な発想だがお願いしたい。

- それから販売チャンネルの適切な選択。私どもが今一番これはまずい、これは教育してあげなければいけないというのが、例えば100円の野菜を百貨店で売っても儲からない。やはり経営感覚がない。これを売って儲かる、あるいは利益が出るかという事をやはり教えていかないと。販売先がコンビニなのかスーパーなのか道の駅なのか百貨店、通販、ネットなのか、どこに自分の商品を売り込めるのか、売るのかということを確認にする。そして流通コストに対して、大手の企業は負担しているが、中小生産者の方は負担できない。その様な意味での指導員の養成と、研究会の開催が必要である。私達は今研究会をしているが、安心・安全と表示の問題の研究会を去年の春やり、その時にイトーヨーカドーの商品試験室長が見てくれたが、10点持ってきた内の1点しか通らなかった。あとは全部落第。先月やった時には、1点以外は全部通った。その研究会に出てきた人は、問合せの場所に色々と聞きながら指導を受けてやっていた。先ほどの話に戻るが、こうやって試験をしてもらって、あるいは検査をしてもらったお墨付きを是非もらおう。お墨付きの仕組みを作ってもらって、そのお墨付きをもって流通販売をしてくれる所に持っていく。その様なお墨付きの場所みたいなものを作り上げるという事が必要。
- それから4番目の受注につながる展示商談会。これは本当に今までと違って、前年発想ではもう絶対にダメ。県側も色々な形で工夫していると思うが、先ほど言った縦割りの解消ということで、組織の連携、あるいはタスクフォースという話も出たが、限界があると思う。やはり組織を統合するか、あるいは例えば物産振興の統括司令塔みたいなものがないと、スピーディーな仕事もできないし、ダメだと思っている。
- 5番目の健康長寿。これもやはり長野県の売り物。先般テレビ東京で長野県の健康長寿の秘訣ということで、3時間の番組をやった。その中に先生方が出ていて、まず共通して言っていることは、野菜を食べるべきである。野菜の消費量というのは長野県が第1位。そして生産量もそれぞれの分野で1位が多数ある。野菜を食べることが何故健康に良いのか。最初に食べると繊維質なので、あまり食べない。おなかがいっぱいになる。なおかつ野菜を食べることによって、低塩分の効果が出てくる。信州大学の先生で、能勢先生の話が出ていたが、血圧低下の中で3分間歩行、これは食べ物ではないが、3分間ゆっくり歩いて3分間速く歩く、これを続けると血圧が低下す

る。これを5,000名の人にやってその効果が出た。それから大岡診療所で、県の先生で医者だが、血管年齢というものを無料で調べてくれる。血管の硬くなる予防ということで、PWV検査と言うそうだが、塩分をこまめにとって、野菜からまず食べれば、血管の硬くなるのが防止できると出していた。鎌田先生の話も、鎌田先生は昔から野菜をとって、野菜をたくさん食べろという話があったが、野菜をテーマにして、キーワードにして長野県の健康長寿を示す。野菜は今あちこちで多く作っているが、畑の横に工場を作って、カットして、そしてすぐ加工に回すとか、あるいは食すとか、その様な事を考えればもっと違った野菜の消費が増える気がする。

- 併せて耕作放棄地について調べてもらったら県内で17,146haあるとのこと。全国で395,900haということで、滋賀県と同じ位の放棄地があるそうだが、これを利用して伝統野菜を栽培するのも1つの手である。私どもの研究会で、茅野でそばを120ha作ってもらっているが、やはりこの耕作放棄地の活用方法、そして今言った長野県の健康長寿はやはり野菜というテーマでいけばどうかと。
- それから栄村の例があり、これも東京で話題になっているが、栄村の下駄履き介護。これからの高齢化の中では絶対に必要で、最低限の知識を近隣の人に持ってもらう、その様な教育もすべきだと。そして長野県の人には健康長寿の1つの理由として、医者にかからない。自己責任で健康管理をしている。今はどちらかという、医者に任せきりの生活になりがちだが、長野県は自分で管理している。これは色々理由があると思うが、その中で常備薬を持っているとか、あるいは百草丸とか正露丸を持っていて、臨時に対応しているとか、そんな話も聞かれているので、その様な良いところを真似る。あるいは広げていく。そんな事も必要だろうと。
- 6番目は新幹線が今度金沢まで伸びる。これは観光部だと思うが、私からの提案は、飯山が通過の駅にならない様に検討してもらいたい。プラス3時間キャンペーン。要は飯山やあるいは長野県で上山田でもいいが、温泉で、もう1つ違った温泉、あるいは食事処、特産品、体験・観光ルートなど、魅力ある観光素材というか、その様なものを作って、少しでも長野県に滞在してもらおう。そういう事がきっかけになって降りてくれる人もあるだろうし、降りてくれなくても来ている人達を少しでも長く引き止める。外国人の活用ももちろん必要。外国人旅行者の受入れは、長野県にいる外国人の人達の考えを聞きながらやるのも1つだと思う。
- 7番目はあえてここに書いたが、色々良いことがあるのに、東京あるいは日本の中に知られていない。これはやはり広報戦略をもっともっと強化する必要がある。良いことを知らせる。そして今この県政の中でも結果と報告はいいが、プロセスの段階でこうなっていく、うまくいきそうだとすることを知らせていく事が必要。結果だけではなく、プロセスの中でこうやっているという事で知らせていく事の必要があると思う。徹底さが足りない。徹底して継続していくこと。そのためには、同じ人がずっと長くやる必要がある。
- そしてもう1つの提案は、予備費的な政策振興費を予算化するべき。私は今東京芸術大学の経営委員をやっているが、そこの学長は学長として色々な仕事をしたい。そのための提案を実現したいという事で、今1億円を計上している。各部から色々な提案があり、学長がこれはやろうということで、年度で予算化して、結構成功している。意外に各部で真剣に考えてきているから成功しているのかと。そしてスピード感がある仕事ができるのかと。是非その様な事も、どの様な項目か分からないが、予備費の予算化というのは必要かと思う。
- 6次産業化の総合事業計画認定の補助金などもあるが、補助金目当てでは絶対に成功しない。金の切れ目が縁の切れ目ということで、あくまでも補助金は仕事の中で後押しをするためのお金として、あるいは手を差し伸べるためのきっかけとしての補助金の使い方であってほしい。あまりにも身近な話で申し訳ないが、これを私の話とさせていただきたいと思う。

(補足)

- ・長野県は結構試験場がある。これをもう1度全部洗い出して、ネットワークを組むということは、すごく大きな財産。それが今どちらかと言うと、私も歩いてみて、この北信と南信の間にもちょっと垣根がある。試験場を通じて色々な検査を、ネットワーク化し、機能的にしてもらえば良いと思う。信州大学は伊那に農学部があるが、あそこもフルに活用して。

<意見交換>

(農政部長)

- ・中村県政参与には農産物のマーケティングについても、職員と一緒に頑張ってご協力いただいております。今日も大変広角な角度から、農産物だけではない話もあったが、農産物に関わる事も多くのご指摘やご提言をいただき感謝申し上げます。特に事例も含めて、本県がこれまで農業県として発展してきた大きな屋台骨になってきたJAの活動の転換の必要性というか、これからの方向性を示唆しながらの6次産業化の活動を、JAが率先してやるべきという様なご提言もいただいたところ。実は私も本県のJA組織だけではなく、やはり組合員である生産者が前段でご指摘のように、自分の生産されたものが選果場から先が見えていないという構図が、かつてから長い間続いてきたので、この辺のところは生鮮農産物を供給するという事と、今回中心的なご提言にありました加工品として、更に幅を広げたマーケットを探していく、そこに売り込んでいくという2つの軸をそえた農協活動という様なものが、できるだけ早く展開できればいいなという様に思っているところ。ご提言をいただいた中であつたマーケティング戦略の中にも、そうした趣旨も盛り込んでやらせていただくところである。今のところ生鮮ものがかなり多くあり、加工品こうしたものが農協組織の中ではまだ少ない状況であり、これを意識の改革も含めてこれからやらなくてはならないと思っているところ。これから県政参与にお時間をいただければ是非農協の皆さんと私どもの場を作りたいと思うので、そういった場でストレートに今日のご提言もしていただければ、はずみになるかなという様に思っている。これはご協力をお願い。
- ・行政の縦割りについて、かなり前段でご指摘をいただいた。これは今まで農産物の、特に生鮮もののマーケティング活動を5年6年あまりにわたってやってきた経験から申し上げますと、バイヤーの皆さん方から農家やあるいは生産者に会っていただく商談会も何回も実施してきているところで、この9月19日も東京で行うが、参与に時間があればご指摘をいただく様にもしておいていただきたいと思うが、バイヤーからはいわゆる6次加工品でない生鮮品になると、かなりこの生産方法だとか品質・規格ということについて、かなり専門性の高い注文をいただくことになる。そうした場面だと、私どもは農政の現地機関に技術者がいるので、そこと農家とが一緒に話をさせていただくということから始めないと、なかなか荷を供給する仕組みづくりが1本1本組上げていけないという事情があるなと思っている。ご指摘いただいたこのスピーディーに対応しなくてはならない、それから県産品全体の戦略がないのかということと、食品業界の生鮮を扱われる方や全部を扱われる総合商社の方、それから全く加工原料だけを扱うというところがあり、そうした専門性を持ったところとの調整機構というものをこれから本当に維持しながら、全体の組織機構や行政としてのスピーディーのある対応をしていくということについては、これはその両面性を考えていかなければいけないのではないかなというように私は思っており、参与からのご提言は全体を集約すべきだという様なご提言が主であつた訳だが、その辺については参与とすればどの様にお考えか。これは質問としてお言葉をいただければと思っている。

(中村氏)

- ・全てが集約という訳ではない。例えば集約ではなくても情報をお互いに共有して、生鮮の担当者

が加工の方も見に行くとか。ただ今の中話の中で、当然バイヤーに来てもらうが、バイヤーの中でも2通りあり、例えば百貨店の例を挙げると、百貨店は生鮮商品は問屋が全部仕入れてくる。そこで、本当にジャッジする人が来ていないとダメ。直接ものを売る生鮮商品は、売る所でも問屋がしっかり仕入れて卸すため、その様なところのバイヤーの選定などがあるので、一概に今言った事を全部集約するのではないが、少なくとも例えば展示会の場合には、お互いに情報を共有できる所があるのではなかろうか。同じバイヤーの中でも、あそこに行ってまた次というのではなくて、それは今言ったように生鮮産品だけではなくて、加工も一緒にやる。そのところはその都度考えていかなければいけない。県は今のところ予算の通りに動くので、どうしても前年発想になってしまう。今現場に頼んで現場の人達がまずお互いに情報を共有するという事でやっていると。その情報の共有を上級の課長クラスまでしっかりいけば、部長達はここで話している訳なので、全部が同じ様な、一緒に展示会で物を出さなくてもいい。この様な所にあるから、ああいう所にあるのならちょっと私も見に行って、こういう事を参考にしようと、その様な意味での統合というか、共有という事を今言った訳で、全てを一緒にする訳ではない。

(農政部長)

- それからご報告というか、知事の冒頭の挨拶にも聞きっぱなしにするなということがあったが、前回参加から経済戦略会議の時に認定商品などのカタログというか、紹介資料ということでご提言をいただき、まだ認定した農産物については今ご指摘いただいたものを含めて作成中であり、9月の初旬には皆さん方にお使いいただけるようにしているので、また後でお届けしたいと思っている。

(観光部長)

- 多くのアドバイスをお話しの中でいただき感謝申し上げます。その中で認定制度について、旅館やホテルの評価という事で、これにつきまして現場でも少し誤解があるが、何かきれいとか汚いとか、おいしいかどうかとか、そういう主観が関わる様な評価をするということになると、なかなか色々な議論が巻き起こるが、評価と言うよりも機能表示。例えば外観の写真だけでは、その部屋が本当に洋室なのか和室なのかとか、トイレが各部屋についているのか、いないのかが分からない。その様なことをしっかり表示をするという意味で機能表示制度というものが必須だと思っており、今国の方でもインバウンド向けにということで全国的なガイドラインを作ろうという取組みがあるが、私はこれは国内向けにも必須だと思っており、このご提言というのは現場の宿泊施設の皆さんとも十分に議論を深めていかなければいけないと思っている。
- それからこういう時代なので、インターネット環境をフル活用する、戦略的に活用するというのは必須だと思っており、一方実際にものを手に取る、味わうということも抜きには商品戦略は成り立たないと思っており、今話のあった現場・現物というのと、ネット戦略の関係性というか、望ましいやり方というか、そこについて少しご助言をいただければありがたいと思っている。

(中村氏)

- ネットビジネスは、聞く・見るというだけ。実際の現物を見たり触ったりできない。やはり今日のテレビでもやっていたが、ネットが5兆円を超した。特にアマゾンアメリカの企業なので、24時間営業で夜も世界の情報は伸びる訳だが、そこには近くだから見に行って話を聞く、手で触れて、あるいは実際に味わってというのはあまりない。最初は本からスタートしたが、衣料でもサイズものではなくて、一旦試してみて良かったものをリピートする、それを一旦試すのは現場。ビジュアルとバーチャルの融合で、うまくバランスをとってやっていくのが良いのかなど。やはり全てがネットに行く訳ではないので、ビジュアルで、店舗で、あるいは実物で売り、更にリピーターでくるものをネットでやるという様にうまく棲み分けをして、一方的にこっちだということではないと思う。特に農産物などはネットではできないものもあるので、ネットでできないものはリアルとうまく棲み分けること。特に観光の中で、先日の報告では、海外から見た日本とい

う事で、おもてなしは140カ国中1番。ところが開放性は140カ国中137位。熱海の例が出ていたが、熱海の人達は外国人はいらない。来なくてもいいやということで閉鎖的。言葉ができないとか。いわゆるそういう意味では本当にグローバルな世の中になっているのに、自分の所が1番よいという発想がある。これをなくして、もっともっと開放的にしていかなければいけない。その様な点では長野県は宝物がいっぱいあるので、この宝物をもっともっと広めていく事が観光も必要になる。知らなすぎる。私が東京にいて結構注意してやっているのだが、なかなか。安曇野はおひさま。あと安曇野の産物は何なのかと言うと出てこない。安曇野、産物という様にこないといけない。特産品とリンクした発想とか、それを意識的に作ってしょっちゅう流していかないと、一過性で終わってしまう。やはり先ほど申し上げた様に、継続ということ、そして徹するというのをやっていかないと、それを徹する人を作って、かたくなに意固地になってやっていくことがブランド化や商品の固定化にもつながると、そんな事を考えている。

(林務部長)

- ・私はジビエの関係で細かい話になって申し訳ないが、今様々な鹿肉を使う会だとかが立ちあがっており、民間のスピードが速くて民間独自でどんどん進んでいっている様な状況。私どもが入って問題や課題がありますかと聞くと、流通量ですとか値段が高いですという問題が返ってくるので、その所に何か風穴を開けるということで、認証制度ですとか流通の方をやっているが、先ほどのブランディングの関係で、増え続ける仕組みづくりという中で、私も流通ですとかお墨付きに加えて、私ども行政側が携わるにはこういう所がもう少し必要だというものがあればご示唆いただければと思う。

(中村氏)

- ・これはマーケティングで何回も何回も店頭に出してみても、お客様の反応を聞く事がまず1番の近道だろうなと。たまたま銀座店で、これも私どもの関係で、銀座三越で山賊焼きをやって、ケース1台で1週間で270万円売ったという記録を作った。売り上げができるとまた次にやってくれと後からくる。よって販売では1番最初に無理してでも売り上げを作ると、こういうものは後から後からは是非やってくれという話になる。それ以外は頭を下げていかないといけない。山賊焼きは今はこちらで本店でもやっている。その時にジビエも一緒にやった。ジビエはやはり鹿というイメージが、どうしても東京では臭うとか、うまく血を抜けば臭わない。ジビエの良さというのをいくつも取り出して、それを発信しながら。英国でもこの間王子に子どもが生まれて、田舎でジビエの料理を食べている所を見ていて、英国ではあんなに大切にジビエを扱いながら食卓に出しているのだなと思って、みんなに言ったが、それだけでは「良いことですね。」で終わってしまう。食べてみて、おいしいということを実感してもらおう機会を多く作る。今東京事務所で長野県に関する食をクローズアップしたお店の地図を作っているが、そうした店に頼んで試してみるのも1つの手かと。考えてみてもらって。

(林務部長)

- ・ジビエ研究会でもその辺の事をしっかりやってみる。

(中村氏)

- ・結構真剣になって売る人はやっている。何故普及していかないのか。みんなが食べないのか。それをもう少し洗い出した方がよいと思う。

(中村氏)

- ・よく新しいビジネスモデルを作りましょう、イノベーションというのは、言葉は心地よい言葉だが、やはり課題抽出、何が問題なのかということをもっと抽出することが1番。そして、それを仮説を立てて、実践・実行して検証する。このサイクルだと思う。ところが検証の所が非常に弱い。結果認識というか、その辺の所をもっとやはりシビアにやっていく。特に検証の所で結果が悪かったらスクラップしなくてはならない。これは私どもの企業も同じだが、つい次もビルドして、

ビルド・ビルドになってしまう。スクラップ・ビルドではない。だからスクラップしてビルドしなくてはいけないのに、ビルド・ビルドになってしまうから、結局お金だけが出ていってしまう。だから思い切ってルールを決めて、ここまでの範囲だったらスクラップしようということで、次にビルドする。

- ・ 2つ目には、私どもの企業の中で340年三越は続いている訳だが、その中のエキスというか、家訓ではないが3つあり、1つは正直な商売。2つ目は真心を込めたサービス。3番目がお客様第一。これは県政でも訴えることができると思うが、そしてもう1つが変わるものと、変わらざるものを明確に分けなさい。つい変わらざるものまで変えてしまう。変わるものとはモノづくり、作るということ。それから売り方や組織は変えていかなければいけない。その都度変化によって。私どもの言葉で言うと「新鮮なる老舗」と言っている。「新鮮なる老舗」とは、老舗でありながら常にチャレンジングで新鮮なものを売rinaさい。変えてはならないものは先ほども言ったように正直な商売や真心、お客様第一ということは変えてはいけない。だからこの様な中で新しいビジネスモデルというのは、その延長線がイノベーションである訳だが、困っている、これはおかしいな、これはどうしようかなというものを解決すればビジネスモデルができてしまう。よって、あまり大きな事をせずに、小さなことから大きなことへ発展というのが良いのではないかなといつも私は思っていて、あえてこういう自らの話をさせていただいて、この中で1つできれば不思議にリンクしているため、一点突破全面展開という言葉があるが、そんな仕事の仕方が皆さん方と言うと、優先順位をつけて、そして仕事をしていくことが大切だと思う。今国産品や日本でモノを作りましょうという運動が起きている。これも1つのビジネスチャンス。工業部門があり、この間坂城町に行って皆さんとお話した時に、あそこは工業の町。そしてぶどうを作ってワインを作りたい。ワイナリーで大きい機械を使うが、あそこは工場があるので小さな機械を作れるという話もしていたが、そういう加工品を作るにあたって、その加工の機材は長野県の工場で開発するなど、色々な形でリンクしていく気がする。

(知事)

- ・ 中村参与から色々具体的なご提言も含めてお話しさせていただいて、私が今からいくつか言うが、各部長の皆さんに自分の事として受け止めて、部内でどういうことをするのか、あるいは部内の人達に持ち帰って、今日ここでいただいた話をどう我々は受け止めていけるのかということ、是非しっかりとやっていただきたいと思う。
- ・ 中村参与のペーパーの生産者が買い手を見ないとか、生産者が売り方や売り先を知らないみたいな話が、これは生産者という様に掲げていますけれども行政に置き換えても言えるのではないかなと思っている。これは我々自身も心していかなければいけないなという様に思う。
- ・ マーケティングも含めてこれは縦割りだという話は中村参与からはずっと言われ続けている話。少し横断的な取組みをやりつつあって、今度のイベントカレンダーもホームページにも載せるようにしているので、どこでやっているのか分からないが、やっている事もちゃんと発表してもらいたいだけけれども、要するにそういうこともやろうとしているが、今は組織の見直しの検討をしている。今中村参与からもお話があった様な少し組織的な対応も必要であるという様に思っている。今行政機構審議会で議論してもらっているが、今いただいた方向性をしっかり受け止めて組織を考えたいと思う。
- ・ 行政の機動力不足というのは、これは非常に行政の予算だったり仕組みと密接不可分なものがあるので、それを言い訳に我々はしがちな訳だが、私の考えからすれば、まだまだいっぱい工夫の余地があるのではないかと。予算編成の仕方とか、現地機関の予算の配分の仕方とか色々工夫ができると思うので、是非そこはこれは財政課、総務部を中心に、かつて予算がたくさんあった時は良かったが、段々予算が削られる中でどうしても各部が動きづらいなど。私が見ているも県民から色々あるけれどもなかなか対応できないと、それは私達のせいではなくて予算のせいでみ

たいな話になりかねない状況があるので、そこは組織全体として課題として受け止めておかないと、なんとなくいつも人ごとの対応になってしまうという形になるので、それは総務部で考えてもらいたいと思う。

- それから情報発信のトータルコーディネータであったりマーケティングの話だったり、専門家の話があった。これは私は多様な人材の活用ということを行政財政改革方針の中に打出している。私も考えるが、これは是非今日皆さんにしっかりお願いしておきたいのは、私が考えるのではなくて各部長が考えてもらいたい。民間の人材、多様な人材をどう活用するのか。これだけ複雑多様化した時代にあって、行政内部の知恵だけでは対応できない課題というのは、私は正直山ほどあると思う。かつての長野県は外部人材をあまりにも取入れ過ぎた反動で、そういうものに対しての若干の拒否感があるというのは、私は事実だと思うが、とはいえ今の状況はまだ民間の力を取入れる状況が弱いというのが私の率直な感覚。これは私が問題意識を持つだけではなくて、是非各部長も仕事をする上でどうやって民間と一緒にやるのか、あるいは人材をどう活用しようかという観点はこの機会では是非検討して、来年必要な部分があれば対応を考えて参りたいと思う。
- それと健康長寿の話で、これは最大のセールスポイントということで私もそう思っているので、これから各部全体でこの健康長寿を核にして何をやっていくのかというのは是非考えていきたいと思う。
- それから具体的な話としてはプラス3時間キャンペーン、金沢延伸に向けての話があった。この金沢延伸をポジティブに受け止めるためには共同の行動目標がなければいけないと思っていて、企画部で今乗降客をどうするか、どれ位伸ばすかという目標を立ててやってもらっているが、それにプラスして共同の共通目標となる様な方向性を是非、企画と観光で考えていってもらいたいと思う。
- それから様々あるが、前回私が出したペーパーを皆さんよく読んで、頭に入れていただいていると思うが、もう一回同じことを言うが、今中村参与も私が言っている事と同じ様な事を言っていたと思う。この間私が出したペーパーにアンダーラインを引いた箇所が何箇所かあったと思う。1つはこのイノベーション推進本部でやってもらいたいことは、地域、世の中の課題解決に取り組む、課題解決に役立つ商品・サービスの開発ということで、これは当たり前だが、その次にアンダーラインを引いた所は課題の洗い出し。行政はとにかく問題をしっかり見極めずに、とりあえず何となくやっている部分を作りたいという事で行動しがちだという様に私は感じていて、本当にとことん課題は何なのかということに向き合うと、やるべき事が私は自ずから見えてくると思っている。是非こうしたプロセスは省略しないでもらいたいと思うし、その次にアンダーラインを引いた所は産学官民のコンソーシアムの形成と、プロの目が必要であるという事を私はあえて強調して書いたつもりである。特に産業分野、行政の企業経営のしたことがない私達が本当に産業イノベーションを考えていく上では、我々だけの知恵やノウハウだけでは足りないのは明らかだという様に思っている。是非産学官民で連携した取組みにしていってもらいたいし、その次のアンダーラインを引いたのは試験研究機関の活用と。これは中村参与がまさに言っていた通りだが、私が感じているのは長野県の試験研究機関はすごく頑張っているけれども、それを浮かび上がらせることが十分にできていない。横の連携が必ずしも取られていないという様に思っている。この産業イノベーション推進本部の研究機関の活用という観点を強く出してもらいたいと思うし、最後の結びで私がアンダーラインを引いたのは官民の総力をあげて本気で解決策を模索する。先ほど徹底さが足りないという中村参与のご指摘があった。企業であれば徹底しないと我々のお給料がもらえなくなるのではないかという危機感をもって取り組むと思う。まさに私は長野県の産業全体は今が正念場だという様に思うので、是非徹底して、そして本気で取り組んでいただきたいという事を改めて申し上げておく。

<議事（「規制改革・特区」提案への対応等について）>
（事務局説明）

<議事（タスクフォースの取組状況について）>

（各タスクフォースの取りまとめ課・室の長のプレゼンテーション）

（医療・福祉機器産業振興タスクフォース（ものづくり振興課長））

- ・医療・福祉機器産業振興タスクフォースの目指す所と、それから何をやるかという事を簡単に説明する。
- ・長野県は長寿日本一である。5年後においても男女とも長寿日本一であり続けるために、ものづくり産業と医師・介護現場のニーズとシーズの融合化により、現場の負荷を軽減する様な機械化・システム化を促進していきたいというのが目的である。
- ・なぜ長寿県かというのを信州大学の産学官連携のコーディネータが各地を対象にヒヤリング調査をしたものを先日聞いた。そうすると保健師などがフェイストゥフェイスで潜在的な不健康要因を早期発見して、それに応じて様々な食事だとか運動だとか、そういった生活について、きめ細かな助言をしたという事が非常に大きいのではないかという様な事を話している。しかしながら今後、高齢者は増え、保健師など指導する人もなかなか増えないという中で、そういったものを少しでも機械化、システム化することで補助する事が必要ではないかと考えている。
- ・佐久市のマイクロストーンの白鳥さんに聞いた所、マイクロストーンで開発した腕時計型の生体計測機など、そういったものが常に血圧とか脈拍とか、あるいは1日の運動量を測定しており、そういったものが今後ますます開発されてくれば、保健師などの作業、仕事を補助できると思っている。
- ・介護現場では、ベッドや浴槽などそういった所の補助というのが非常に負担が重く、腰を痛める人が多い。また今後は特養への入所が要介護3からになるというようなことから、在宅介護が非常に増えてくる。家庭においても非常に負担が増えてくる様になる。特に家庭における課題の1番大きなものは、排泄物の処理。今排尿などはセンサーが感知して吸引する様な装置などができているが、排便の処置というのが非常に大きな問題。臭いや簡単な処理方法、こういったものを何か機械に置きかえるというのが必要なのではないかと考えている。木曾の信州セラミックスの桜田氏の所では消臭繊維、消臭のカーテンやシートなどを事業化しているが、そういったものが今後ますます開発されていく事が必要ではないかと考えている。
- ・それから国が在宅介護化を推進しようとしているが、この様な消臭繊維こういったものは介護保険の対象になっていない。こういったものを対象とする様な要望を出していく事も必要だと思っている。
- ・ものづくり産業へ目を向けると、市場のニーズはあまり把握されていないのではないかと。先ほど中村参与から話があった通りである。非常に高い技術力を持ちながら、自分の思いというか、自慢の製品を自分から作る訳だが、企業から受ける相談はなかなか売れない、販路開拓の支援をしてほしいということ。市場のニーズになっていない場合が多い訳で、30年前から言われている様なプロダクトアウトからマーケットイン、こういった事がなかなかできていない状況ではないかと思う。
- ・当タスクフォースにおいては、こういった市場側と供給側の垣根を取り払って、よりニーズにあった商品を開発する、そういったシステムを作ると共に、先ほど中村参与から話があったが、試作したものを、よりいち早く市場で実証して、そのデータをまたものづくり産業にフィードバックするといったことを瞬時に行って、短期間で良いものを作ると、そういったシステムを考えている。まさに長寿県長野のモデルであるという事で全国に発信していきたいと考えている。
- ・このことは、しあわせ信州創造プランとかものづくり産業振興戦略プランの次世代を担う産業と、

そういった目的に沿った内容で、県の主要な施策に繋がっていくと考えている。

- ・その市場とものづくり産業の垣根をどのように取り払っていくのかというところが1番のポイントで、タスクフォースの議論をしていくが、私の個人的な私案として、現在の考えでは、信州大学などのメディカル産業振興会あるいはテクノ財団のメディカル産業支援センター、場合によっては、このタスクフォースが中心となって、病院・介護施設、それから市町村や福祉介護機器販売事業者、流通業者それからものづくり産業や大学等など、そういった関係する所を広く集めて、新たなコンソーシアムを立上げて市場からの声をリレー講演会で吸い上げるとか、あるいは製品企画を市場や流通などに始めから参画して、その開発に市場とか流通とか、そういった人も始めから参画した製品企画、それから試作品の実証をその中で行う。そういったことを、それぞれと一緒にこの仕組みを作っていきたいと考えている。テーマが絞り込まれていけば、こういったコンソーシアムを県内各地に立ち上げることができるのではないかと思う。
- ・それからコンソーシアムという様に説明したが、産学官連携というより、もう少し広い概念である。消費者とかここで言う病院とか介護施設、それから介護機器の販売事業者、流通など、そういったソフトとかサービス運用も含めて。また実証実験には各自治体の協力が必要だと考えているので、そういった意欲的な自治体にも参加してもらった開発共同体を作っていきたい。そういった共同体をタスクフォースの中で名前をつけていったらいいのではないかと考えている。
- ・いずれにしても病院や福祉介護施設は健康福祉部、またものづくり産業だとか大学等は商工労働部でまとめていくので、両部の連携が非常に重要になってくるテーマだと考えている。

(健康づくり産業振興タスクフォース (産業政策課長))

- ・長野県の健康長寿については、先ほどから話に出ているが、世界的に見てもトップレベルであり、その強みを活かすというのがこの健康づくり産業振興タスクフォースのミッションだと考えている。
- ・目指したいものが3つあり、まず1つ目は健康と観光を組合せた健康志向の旅行商品開発と販売促進ということ。長野県観光の課題の1つとして、信州の強みを活かした観光の質の向上ということがあがるが、これは観光振興基本計画でも他分野との連携ということによる旅行商品の造成・販売の促進ということで掲げられている。そこで、本県の持つ健康長寿のイメージと、豊かな自然を最大限に活用するという形で、健康と観光を組合せた商品開発・販売促進を関係機関と連携して進めていきたいと考えている。大きく言うとヘルスツーリズムの中にあるが、近年普及してきている、いわゆる着地型観光というのがあり、県内においても森林セラピーやノルディックウォークなど様々な健康志向のプログラムが多くなってきているが、全国各地でも同じ様な取り組みが進められており、旅行ニーズに合っているものなのかどうか、あるいは告知方法などに関して各市町村でも悩みを抱えているというのが実情。そこでこの件に関しては、効果的な商品開発のヒントを得るために、まず宿泊プランの先進事例といえます白樺湖畔の池の平ホテル、そして事業提携先である松本大学に関して話を伺いに行きたいと考えている。また供給サイドに展開すると、現在プログラムを実施している市町村、そして観光協会サイドから、また効果的な販売方法を探る意味では旅行会社からも意見を伺いたいと考えており、こうした課題把握と方向性検討を重ねながら、このプロセスを進めていきたいと考えている。
- ・2点目は、お年寄り・子どもに優しい食品の開発支援・販売促進ということ。長野県の食品製造業については、出荷額ベースで約5,000億円ということで、全体の1割弱を占める主要産業の1つであるが、現在国内の人口減少が予想されているので、市場の縮小が懸念されている一方で、健康志向そして安全・安心を求める傾向から、さらなるビジネスチャンスがあるという様に考えている。そしてこのタスクフォースは、県内人口の28%を占める高齢者、そして幼年時からの食習慣を身につけるといふ事が非常に重要であることから、次世代を担う子ども達をターゲットにして、お年寄りや子どもに優しい食品の開発支援・販路開拓を進めていきたいと考えている。中

核となる施設とすると、工業技術総合センターの食品技術部門にしあわせ信州食品開発センターを今年度と来年度で整備するため、このセンターを中核として試作品の官能評価を実施し、消費者目線を導入して、信州らしさをアピールできる加工食品づくりと普及を図っていきたくと考えている。

- ・3番目は信州長野県発のヘルスケアメニューの開発についてということで、2番目の取組みが食品の供給側ですので、この取組みについては川下の取組みということで、一体的に進めたいと考えている。現在えのき、ブナシメジ、エリンギなどのきのこ、そして豆腐、凍り豆腐、高野豆腐、大豆を使った食品、全国の2割以上を占める味噌あと納豆や塩麴などの発酵食品、そして全国シェア7割の寒天というようなもので、これらの食品を野菜などと合わせてバランスよく摂取することが様々な方の著書を参考にすると、就業率の高さ、あるいは勤勉な県民気質と合わせて健康長寿に好影響を与えているという様に考えられていることもある。県では今年度から食育推進計画をスタートしているが、その中でも健康長寿世界を目指した健康づくりのための食育を重要視している。そこで信州の農畜産物を用いたヘルスケアメニューを信州大学、松本大学、栄養師会、調理師会、食生活改善推進協議会などと連携して考案し、一方旅館・ホテル組合会などとも、その普及活動を実践していきたくということで、全体のコンソーシアムを作りたいと考えている。以上申しあげました様に3つの取組みを進めることにより、製造業者・観光業者、そして、保健・福祉関係者が一体となり、長野県の強みを活かす形で、健康づくり産業の振興に取組みたいと思う。

(環境・エネルギー産業振興タスクフォース (温暖化対策課長))

- ・私どものタスクフォースにおけるテーマは、地球温暖化への適応策とした。現在世界各国は地球温暖化の深刻な被害を防ぐために、今世紀末の気温の上昇幅を2度未満に抑えるということを目指している。従って、省エネの推進や自然エネルギーの拡大などの取組みを確実に進める一方で、今世紀末には少なくとも2度に近い気温上昇は避けられないことから、地球温暖化に対する様々な影響に対して、適応策を講じなければならない。適応策をテーマとする事については適切だと考えている。しあわせ信州創造プランの環境・エネルギー自立地域創造プロジェクトでは省エネルギー化の促進として自然エネルギーの普及・拡大を進めるが、これらについては既に制度や仕組みをスタートさせている。適応策はしあわせ信州創造プランの具体計画である環境エネルギー戦略でも主要施策の1つだが、これから取組もうとしている重要な政策課題であり、しあわせ信州創造プラン、そして産業イノベーション推進本部の趣旨にあるテーマである。
- ・検討事項は2点ある。1点目は地球温暖化の県内の影響の把握・予測である。具体的には気候変動モニタリング体制の構築を進める。現在温暖化の影響を測定するデータ収集や影響の研究は様々な研究機関や団体がばらばらに、または場合によっては別目的で行っているが、情報や研究成果を共有したり融通したりすることができる体制を作りたいと考えている。
- ・2点目は地球温暖化の影響への適応策の推進。具体的には1点目の影響の把握と予測により、影響評価の結果を出す。これを大学や試験研究機関、企業、行政、各種団体に提供して、適応技術の開発や政策研究を促進することができるプラットフォームを作りたいと思っている。プラットフォームでは関係機関や研究者の間で協力・連携を進める。3の推進体制の欄は大きな空欄となっているが、防災、農業、林業、医療・健康、自然環境など幅広い分野が関係するため、今後詰めていく。
- ・なお県の関係組織の1つに環境保全研究所がある。環境保全研究所では適応策の研究を進めているため、当課と共に中心的な役割を果たす事をお願いしたい。適応策については、本格的な取組みを開始している都道府県はほとんどない状態である。本県で先進的に取組んでまいりたいと思っている。

(6次産業化タスクフォース（農産物マーケティング室長）)

- ・このタスクフォースでは6次産業化を目指す方々、そういった方々を成功に導いていくということ、それで地域によっては産業化を進めて長野県の経済の成長を図っていききたいとそういったことがミッションだと考えている。
- ・6次産業化を推進する上で大きな課題が3つあるという様に考えていて、1つはそれを支援するサポート体制である。農家の方々の加工技術あるいは商品化というのが6次産業化には必要になるが、そういった知識がない、知見がなかなか不足しているということ。あるいは農業者と連携していきたい2次3次産業者の方々が、そういった農業者の情報がないという様なことで、6次産業化の取組みを多く生みだして成功に導くということについては、地域ごとにそれぞれ支援体制を作って、きめ細やかに支援していかなくてはいけないということだと思っているので、10広域ごとにタスクフォースを立ち上げたいと思っている。
- ・それから2つ目は6次産業化の規模の問題がある。これまでの6次産業化の内容を見ると、農業者自らが2次3次部門まで手掛けるという事で、これは小回りがきくが、なかなか地域で雇用を生むとか、あるいは地域の経済活性化につながるということにならない側面があるという様に思っている。やはり地域の雇用を生み出したり、経済を牽引したりということになると、大規模な6次産業が必要だという様に思っている。ただそういった大規模な6次産業化を進める上で、組める企業がない地域もある。その場合は地域外あるいは県外から企業を誘致してきて、その企業と6次産業化を組んで成功に導くという事をやっていきたいと思う。その場合にも大変多額な資金がいるということになるので、県内にも措置されている農林漁業成長産業化ファンド、これを積極的に活用して成功に導きたいという様に思う。
- ・それから3つ目は6次産業化で生みだされる商品、観光品が主だと思うが、その商品性の問題。全国で6次産業化は進んでいる訳で、様々な商品が出てくる訳だが、それとの競合に打勝つには、やはり県外の事業者の商品との明確な違いを打出さなくてはならないということで、信州の強みである長寿日本一だとかブランド力の高い観光資源が豊富にあるということ。あるいは全国的にも長野ワインの評価も上がっていると、こういった視点を踏まえて、個性の強い商品を開発する、そういった6次産業化を誘発していきたいということ。
- ・こういった取組みによって県内各地で規模の大小に関わらず6次産業化の芽が出て、それが成功して、事業化のプランも継続的に発生してくるという姿。あるいは経済成長を牽引する大規模な6次産業化の事例が生まれ、各地域に波及していくと、そういう姿を目指したいという様に思っている。

(山岳高原を活かした国際観光地づくりタスクフォース（観光企画課長）)

- ・山岳高原を活かした国際観光地づくりタスクフォースのミッションは、長野県の売りである山岳高原を活かして、世界的に評価をされる滞在型の観光地をつくることである。それにより国内外から多くの観光客に訪れていただき、経済に波及していきたいという様に考えている。
- ・そのために何をやるかということである。ペーパーの2の検討事項に1から6を記載してある。その内に具体的に何をやるかとのことで、3番目について説明する。3モデル地域として選定された「重点支援地域」への県事業の集中投下である。国内はもとより世界の観光地と競争していくためには、世界水準になりうる可能性のある地域にさらに磨きをかけるということ。またその磨きのかけた地域の成功事例を、県内の他の地域にも取組んでもらうということで、モデルとなる重点支援地域を決めて、そこに県も全力で応援していきたいと考えている。
- ・一昨日有識者からなる山岳高原研究会を開催して、県内の候補地7地域、15市町村あったが、その中からポテンシャル、目指す方向性などを確認して、有識者の皆さんから重点的に支援すべき地域という事で3地域の推薦をいただいた。その内容については、庁内関係課で協議して決定していきたいと思っている。また今後の具体的な支援については、対象地域としっかり協議をし

て、協力体制をしっかりと組んでいきたいと思う。

- ・3の推進体制はこういった関係課が関係する事業を持っているため、そういったところで支援チームということで、具体的な支援を検討していきたいと考えている。
- ・検討事項の4グリーン期は「信州モビリティ構想」、ホワイト期は「スノーリゾート構想」。「信州モビリティ」は新しい名前だが、これはスイスで取組んでいる事業である。中身はハイキング、サイクリングなど、豊かな自然を使って楽しむ旅行スタイルを推進しているもの。これは長野県は、この様な資源が多数あるので、スイスマビリティの長野県バージョンを作ろうというもの。多数の資源があり、またそれに関連してイベントで多くの人を集めているため、これらの利用環境をしっかりと整えて、各地の取組みをしっかりと繋げて県全体で発信をしていきたいという様に考えている。
- ・山岳高原、世界水準ということで非常に大きな目標を掲げているため、大きな絵を描きながら、しかし、しあわせ信州創造プランの5カ年でできること、それからものによって10年20年かかるものもあるので、その辺も含めて意識しながら取組んでいきたいという様に思っている。

(ICT地域振興タスクフォース (情報統計課長))

- ・ICTの利活用を推進する上でまずポイントになることは、ICTは目的達成をするための手段であるということである。これを踏まえて、現時点では関係部局を需要者と捉えて、部局が業務を進める上でどの様な課題を抱えているのか、どの様なものが欲しいのかなど、この様な洗い出しを行い、また一方では供給者として、資料中ほどに記載しているが、情報通信の事業者にお願ひし、プロの目から見て各部局が抱える課題の解決のために、ICTをどの様に利用できるのか、需要者側と供給者側の意見を出し合いながら意見交換を行っていくもの。主に地域医療、エネルギー関係、中小企業での利活用そういったことを中心として、ほぼ各分野ごとに深めて具体的な利活用について検討していく事としている。その他の分野も含め、各部局の持つ課題について、その解決手段としてICTが利活用できないかを各情報通信事業者からの助言・提案をいただきながら検討し、各部局の取組みに繋げてまいりたいと考えている。

(知事)

- ・今のタスクフォースの話は時間がないというのものもあるけれども、まず何点か共通した視点で言っておくと、ゴールイメージをある程度持たないと、一体何をやっているのかということが共有されない。もう少し具体的なレベルで目的を考えておかなければいけない。例えば仕組みを作る事で目的達成なのか具体的な成果を出す所までやるのか、具体的な成果を出すにはどんなものを作るのか。これ統一フォーマットになっているので、各チーム書きづらいのではないかなと思うが、あまり統一化する必要は全くないので、それぞれのチームが考えろと。
- ・それと同時に、是非県の会議全体がそうなのだけれども、ましてや部内の会議は原稿を読むのはやめてほしい。自分の頭で自分の言葉で発信するということと併せて、この発表してもらったのは取りまとめ担当課長ということになっているのだが、これは責任者だという様に私は考えている。そういう意味では課題に関して、先ほども中村参与からも話があり、私も申し上げたが、課題はもちろん各部で色々な人の意見を聞く、それは当然のことだが、責任者が「だから私はここが課題だという様に思っている。」ということを確認に出さないと、それに対して議論ができない。「こういう意見もあり、ああいう意見もあり、これも課題です、あれも課題です。」と言っても、「それはそうですよね。」と、色々な人に聞けばみんなそう。だけどここでやっていく責任者としては、何が課題だと考えているかというのは、自分の言葉や自分の頭で考えてもらうという事が、まず議論の大前提だという様に感じている。そういう観点で見ると、まだこれは入口の話なのでそんな所まで達していないという状況だと思うが、そういう視点でやってもらいたいと思う。
- ・それから個別の話でいくと、今までどちらかという各部の仕事としてやっている事業に近いものと、全然そうではないものとかかなり違いがあると思っているので、もちろん各部で今までやっ

ていた様なことに近いものはそれに則してやっていただくというのも必要だけれども、この本部でやるのであれば、新たな視点をどこに加えるのかと。何故タスクフォースを作ってやらなければいけないのかということ、もう少し意識してやっていってもらわなければならないという様に思う。

- ・そういう意味でいくと医療・福祉機器のタスクフォース、これは例えば目的の所に色々と記載されているが、医療・福祉機器というのは、これはもう世界との競争、狭い意味で医療関係者が楽ができますなんていうことは、そんなことは誰でも考えている。その視点では私は足りないと思う。医療・福祉機器は世界中が、もう日本中どこでもこういうことが必要であって、これは成長分野だと思っているので、ありきたりのことで差別化できるとは私は全く思えない。そこをじゃあ長野県としての強みをどう活かして、どう差別化して、どう成果を挙げるかというのは、世界的な視点で考えていくということが重要なのかなという様に思う。他にも色々個別にあるけれども、またそれは後で個別に私が皆さん、各部と話した方がいいのかなと思う。
- ・全体的なもので28ページの環境・エネルギーのところは、温暖化対策への対応という観点で書かれていて、私はそれも必要だと思っているし、今の時点で空欄がいっぱいという方がいいのではないかと。今の段階でこれが全部埋まってくるというのは、本当にさっきの課題の掘り起こしをしっかりとやっているのかという感覚を私は持っているが、ただここは環境・エネルギー産業の振興なので自然エネルギーとか省エネルギー機器の開発みたいな話も視点に入れてもらった方がいいのでは。それは入っているのか、入っていないのか。どっちなのか。

(環境・エネルギー産業振興タスクフォース (温暖化対策課長))

- ・私どもの現在の考えでは、それについては入れていない。というのは既に取り組みを始めているので、後追いになるということを考えて全く手をつけない・・・。

(知事)

- ・この今言った所は商工労働部のプロパーでやる所で、その整理がはっきりしていればいいのだが、そこはそういう理解でいいのか。

(商工労働部長)

- ・商工労働部では当然は今言ったことは様々やっている。また、小水力等については農政部などと協力してやっていきたい。

(知事)

- ・さっき言ったようにタスクフォースが、今回各部がやっているものに近いものと、そうではないものが両方混ざっていて、各部が本来やるべきものとタスクフォースの差が見えない部分がある。「タスクフォースはここに絞りますと、その他は通常のラインです。」ということがはっきり分かる様にしてもらわないと、どこがやっているのかよく分からなくなるので、その辺りはよく整理して、後で混乱しないようにしてほしいと思う。
- ・個別の話についてはまた皆さんの時間が足りなかったもので、言い足りない事もあると思うので、話を聞かせてもらって相談していきたいと思う。
- ・是非何度も繰り返して言うが、本気でやってもらいたい。本気というのはこだわりを持ってもらいたい。これは進める人間が本気でこれは課題だと、本気でこうしていかなければいけないという様に思わないプロジェクトでは成果が出ないと。本気で取組んでいって欲しいと思う。

<終了>