

産業活性化特別委員会会議録

平成24年5月15日

場 所 第4委員会室

平成24年 5 月 15 日 (火曜日)

午前10時 0 分開会

会議に付した案件

○概要説明

商工観光労働部

1. 本県の経済情勢と平成24年度商工観光労働部事業について
2. 商工観光労働部をめぐる最近の動きについて

○協議事項

1. 委員会の調査事項等について
2. 調査活動計画について
3. 県内調査について
4. 次回委員会について
5. その他

出席委員 (10人)

委員	長	内村仁子
委員		坂口博美
委員		星原透
委員		中野廣明
委員		外山衛
委員		後藤哲朗
委員		西村賢
委員		高橋透
委員		河野哲也
委員		前屋敷恵美

欠席委員 (1人)

副委員長 横田照夫

委員外議員 (なし)

説明のために出席した者

商工観光労働部

商工観光労働部長	米原隆夫
商工観光労働部次長	成合修
企業立地推進局長	福田裕幸
観光交流推進局長	安田宏士
商工政策課長	中田哲朗
商工政策課 金融対策室長	菓子野信男
工業支援課長	田中保通
商業支援課長	椎重明
労働政策課長	山之内点
労働政策課 地域雇用対策室長	平原利明
企業立地課長	黒木秀樹
観光推進課長	向畑公俊
みやざきアピール課長	井手義哉
工業技術センター所長	勢井史人
食品開発センター所長	工藤哲三
県立産業技術専門校長	篠田良廣

事務局職員出席者

政策調査課主任技師	山口大吾
政策調査課主幹	高村好幸

○内村委員長 ただいまから産業活性化特別委員会を開催いたします。

まず、委員席の決定についてであります。ただいま御着席のとおり決定してよろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○内村委員長 それでは、そのように決定いたします。

次に、本日の委員会の日程についてでありま

すが、お手元に配付の日程（案）をごらんください。本日は、委員会設置後、初めての委員会でございますので、まず、本日は商工観光労働部より本県経済、雇用情勢等について説明をいただきます。

委員会の調査事項等につきましては、執行部の概要説明の後に協議させていただきたいと思っております。

以上のとおり決定することに御異議ありませんか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○内村委員長 それでは、そのように決定いたします。

それでは、執行部入室のため暫時休憩いたします。

午前10時2分休憩

午前10時3分再開

○内村委員長 委員会を再開いたします。

本日は、商工観光労働部においていただきました。

初めに、一言ごあいさつを申し上げます。

私は、この特別委員会の委員長に選任されました都城市選出の内村仁子です。私も11名がさきの臨時県議会で委員として選任され、今後1年間、調査活動を実施していくことになりました。よろしくお願いいたします。

平成22年に発生した口蹄疫などの家畜伝染病や新燃岳の噴火による影響、円高や世界的な経済の減衰を受けて、本県の経済は厳しい状況等が続いております。本県の産業を活性化することが、県民生活の向上を図る上で大変重要であると考えております。当委員会の担う課題を解決するため努力してまいりたいと思っておりますので、御協力をよろしくお願いいたします。

次に、委員を紹介いたします。

皆様から見て左側から、児湯郡選出の坂口博美委員です。

都城市選出の星原透委員です。

東諸県郡選出の中野廣明委員です。

日南市選出の外山衛委員です。

延岡市選出の後藤哲朗委員です。

続きまして、皆様から見て右側から、日向市選出の西村賢委員です。

日南市選出の高橋透委員です。

延岡市選出の河野哲也委員です。

宮崎市選出の前屋敷恵美委員です。

なお、宮崎市選出の横田委員が当委員会の副委員長となっておりますが、本日は欠席いたしておりますので、これからもよろしくお願いいたします。

以上で委員の紹介を終わります。

それでは、執行部の幹部職員の紹介及び概要説明をお願いいたします。

○米原商工観光労働部長 商工観光労働部長の米原でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

先ほど、内村委員長の冒頭のごあいさつにもございましたとおり、ここ2～3年、本県の地域経済につきましては、リーマンショック、さまざまな災害等によりまして大きな影響を受けております。そういう中で、一部持ち直しの動きが見られるものの、私どもとしてはまだまだ厳しい状況にあると考えているところでございます。このような中、商工観光労働部といたしましては、地域経済の活性化、とりわけ中小企業の振興、雇用の場の確保・拡大等に向けまして、一生懸命取り組んでまいり所存でございますので、内村委員長を初め、委員の皆様方の御指導、御支援、そして御助言等を賜れば幸いです。

ございます。よろしく願いいたします。

それでは、まず、出席しております幹部職員を紹介させていただきます。

お手元の委員会資料の1ページに幹部職員名簿がございますので、あわせてごらんいただければというふうに思っております。

まず、次長の成合修でございます。

企業立地推進局長、福田裕幸でございます。

観光交流推進局長、安田宏士でございます。

商工政策課長、中田哲朗でございます。

金融対策室長、菓子野信男でございます。

工業支援課長、田中保通でございます。

商業支援課長、椎重明でございます。

労働政策課長、山之内点でございます。

地域雇用対策室長、平原利明でございます。

企業立地課長、黒木秀樹でございます。

観光推進課長、向畑公俊でございます。

みやざきアピール課長、井手義哉でございます。

工業技術センター所長、勢井史人でございます。

食品開発センター所長、工藤哲三でございます。

県立産業技術専門校校長、篠田良廣でございます。

紹介は以上でございます。

次に、本県の経済情勢並びに商工観光労働部の平成24年度事業につきまして、総括的に私の方から御説明させていただきます。

2ページをごらんください。まず、本県の経済情勢についてであります。

これは、九州財務局宮崎財務事務所が先月発表しました県内経済情勢報告の抜粋でございますが、これによりますと、県内経済の近況、本年1月から3月期にかけましては、厳しい状況

にある中、緩やかな持ち直しの動きが見られるところであります。直前の23年10月から12月期にかけての判断と比較いたしますと、前回は、「やや弱含んでいる」となっておりましたので、これと比較しますと持ち直しの傾向が見られるところであります。また、個々の項目で見ますと、各項目の判断の表にありますとおり、前回と比較しまして、個人消費から住宅建設、生産活動、設備投資につきましては、前回に比べ上昇傾向にあり、一方、企業収益、企業の景況感につきましては下降傾向に、また、雇用情勢につきましては横ばいということでございます。

次に、一番下の表にあります本県における主な経済指標として、平成19年から23年までの最近5年間の数値や指標を掲載しておりますが、これらを見ていただきますと、大きな傾向としまして、平成20年9月のリーマンショックを契機とする景気後退によりまして、21年までは、企業倒産件数を除きまして、生産、消費、住宅投資、雇用面のいずれも影響を受けてきております。さらに、22年から23年について見てみますと、大型小売店販売額、新設住宅着工戸数、有効求人倍率につきましては、持ち直しの傾向を見せる中で、口蹄疫、新燃岳の噴火、さらには東日本大震災などの相次ぐ災害等により、主要ホテル・旅館宿泊客数については、引き続き減少傾向にありました。ただ、この主要ホテル・旅館宿泊客数につきましては、本年に入りましてかなり回復しておりまして、特に2月以降は、対前年比で見ますと、ここに数値を上げておりませんが、毎月2割から4割程度の対前年比の伸びを見せているというところにあります。

なお、有効求人倍率をここに上げておりますが、全体の雇用情勢につきましては、後ほど、担当室長のほうから詳細を説明させていただきます

ます。

次に、資料の3ページをお願いいたします。平成24年度の商工観光労働部当初予算であります。

一番下の段になりますが、一般会計及び特別会計を合わせまして部全体の予算額は、468億9,234万円であり、対前年度比91.0%となっております。前年度からの減の主な要因といたしましては、労働政策課の雇用対策基金事業費の減や、企業立地課の企業立地促進補助金の減によるものであります。また、各課ごとの予算額は、それぞれ表に記載しているとおりでございます。

次に、資料の4ページをお願いいたします。平成24年度の県の重点施策にかかわる商工観光労働部関係事業を体系的に整理したものでございます。

まず、産業・雇用づくり（地域経済活性化）につきましては、①、地域経済循環システムの構築といたしまして、宮崎を知らう！100万泊県内観光活性化事業によりまして、県内各地の観光資源の掘り起こしや磨き上げの取り組みを支援するとともに、県民への観光情報の発信機能を強化し、県民による県内観光の推進を図ってまいります。

次に、②、地域産業の振興・雇用の確保につきましては、地域資源活用！新事業活動支援事業によりまして、地域資源の活用による新規創業や新事業展開を支援するとともに、出会い応援！県内就職サポート事業により、インターシップ支援や企業見学会などを実施することによりまして、若年者等の県内就職を促進し、県内企業における人材確保を支援してまいります。また、観光面におきましては、定番化してまいりました「恋旅」、「波旅」などに加えまして、

新たな取り組みとして「花旅」や「日向神話旅」などを展開することによりまして、多彩な観光の魅力をアピールしてまいりますとともに、「オールみやざき営業チーム」活動強化事業によりまして、昨年誕生いたしましたシンボルキャラクター「みやざき犬」を活用したPR活動や、県外における民間企業との協働によるプロモーション活動を展開してまいります。

なお、この観光面の取り組みやオールみやざきの取り組みにつきましては、後ほど、担当課長のほうから詳細を説明させていただきます。

次に、③、将来の産業展開に向けた取り組みにつきましては、東九州メディカルバレー構想医療機器産業拠点づくり事業、ソーラー・半導体関連産業集積促進事業及び食品産業新事業創出促進事業により、産業の集積を目指して、ものづくり産業への支援を行うとともに、ICTスペシャリスト養成事業やコールセンター人材養成強化事業等により、産業人材の育成を図ってまいります。

次に、5ページをお開きください。5ページから7ページにかけては、平成24年度の主な新規・重点事業を宮崎県総合計画アクションプランにおきますプログラム別に体系的に整理したものでございます。

ページに沿って順に申し上げますと、まず、5ページの2、脱少子化・若者活躍プログラムの中では、若者が県内に定住できる環境づくり及び仕事と家庭の両立支援の推進。

3、将来世代育成プログラムの中では、地域の社会や産業を支える自立した人材づくり。

4、健康長寿社会づくりプログラムの中では、高齢者の活躍の場づくり。

5、環境・新エネルギー先進地づくりプログラムの中では、低炭素・循環型社会づくりへの

挑戦。

6、フードビジネス展開プログラムの中では、食の王国みやぎづくりにおいて、それぞれ子どもが実施する事業がありますが、関係部局とも十分連携を図りながら取り組んでまいります。

次に、6ページでございますが、7、「地域発」産業創出・雇用確保プログラムにつきましては、商工観光労働部が主体となって取り組むプログラムでございまして、地域産業を牽引する力強い産業の育成及び産業人材の育成と就職支援を柱に、それぞれの取り組みにかかわるごらんのような事業に取り組んでまいります。

7ページをお願いいたします。8、観光交流・海外展開プログラムにつきましては、観光、スポーツランドみやぎの推進、定番・定着化と観光・物産の総合的な展開及びアジア市場の開拓に向けた積極的な取り組みを柱に、それぞれの取り組みにかかわる事業に取り組んでまいります。

最後に、9、持続可能な地域づくりプログラムの中では、地域の魅力を高める取り組みの推進といたしまして、まちなかのにぎわい創出や商店街の活性化にかかわる事業に取り組んでまいります。

以上、私の方から最近の本県経済情勢と本年度の主な新規・重点事業等の全体の姿について御説明申し上げましたが、主な事業につきましては、8ページ以降に添付させていただいておりますので、後ほどごらんいただければと存じます。

なお、先ほど申し上げましたように、この後、引き続き、観光面やオールみやぎの取り組みについて、並びに雇用情勢及び企業立地状況について担当課長・室長からそれぞれ御説明いた

しますので、よろしくお願ひいたします。

私のほうからは以上でございます。

○向畑観光推進課長 それでは、観光推進課のほうから、観光を支える新たなブランド創出の取り組み状況について御報告いたします。

資料の41ページをごらんください。本県では、豊かな自然や温暖な気候、日本発祥にまつわる神話や伝承、豊富な海の幸・山の幸などといった多彩な観光資源を生かしながら、「ゆっ旅」「恋旅」「波旅」の3旅を観光誘客の大きな柱といたしまして推進しているところでございます。このたび、これらに加え、先ほど部長が申しましたように、新たな観光ブランドといたしまして、「花旅」と「日向神話旅」を展開し、一層の誘客促進を図ることといたしております。それぞれにつきまして御報告いたします。

まず、1の「ゆっ旅宮崎」についてであります。本県では、豊かな自然や農山漁村生活体験をゆったりとゆっくり味わっていただく体験・滞在型の観光について、平成20年から「ゆっ旅宮崎」の名称で展開しております。

これまでの取り組みについてでございます。①の支援例にございますが、ガイドの育成や体験メニューの多様化など、体験・滞在型観光の推進に取り組みます地域の取り組みに対し、支援を行っております。支援例の2つ目に、日向・東臼杵広域観光推進協議会の「タビハク」の事例を挙げておりますが、これは期間中、農林漁業体験や歴史・文化などの地域資源を生かした体験型のプログラムを実施し、地域へ誘客を図るものでございます。ほかにも、都城市の「ボンパク」、延岡市の「エンパク」など、観光客の受け入れ体制を整え、地域の多様な体験メニューの提供を図る取り組みが県内各地に広がっているところでございます。

②の県内外への情報発信であります。県の観光情報サイト「旬ナビ」でのPRやガイドブックの配布等を行っております。なお、昨年度、「旬ナビ」のリニューアルを行い、利用者の利便性を高めるとともに、スマートフォンを利活用した情報発信サービスの提供を開始するなど、観光情報の充実を図っております。これによりまして、体験・滞在型観光の中心となる個人やグループ客に対し、よりきめ細やかな観光情報の提供が可能となったところでございます。

③の旅行商品の造成でございますが、最近の大手旅行会社の旅行商品には、オプションメニューといたしまして、農業体験やノルディックウォーキングなどといったゆっ旅メニューを取り入れた事例がふえております。

今後の取り組みであります。例えば、五ヶ瀬町の夕日の里の農家民泊は、シンガポールやインドネシア等の海外からの高校生を受け入れるなど、国内外において高い評価を受けております。このような地域の取り組みを引き続き支援いたしますとともに、体験メニュー等のさらなる掘り起こしを行った上で、新たなガイドブックを作成し、県内外へ情報発信を行うこととしております。

次に、2の「花旅みやざき」についてであります。これまでの宮崎フラワーフェスタの成果を生かしまして、年間を通して、観光客がいつでも好きな季節に県内のさまざまな場所に足を運び、花を楽しみながら、観光地や地域の文化に触れる旅を「花旅みやざき」といたしまして、ことし3月から展開しております。

これまでの取り組みであります。県内外への情報発信として、県内の花の名所に加え、周辺観光地やイベントの情報なども掲載いたしました春夏版のガイドブックを作成いたし、配布

いたしますとともに、先ほど申しました「旬ナビ」での情報発信や「花旅みやざき」のスターティングイベントなどを開催いたしております。

②の旅行商品の造成でございますが、例えば、日南市のジャカラダの花祭り、6月2日から7月1日までございますが、これをメインとした旅行商品や、県内各地の花の名所をめぐる旅行商品の事例ができております。

今後の取り組みであります。秋冬の花旅ガイドブックの作成を初め、旬の花の情報を定期的に発信いたしますとともに、地域と連携しながら、花の名所づくりや周辺観光地のルートづくりに取り組むこととしております。また、先ほど御紹介いたしましたジャカラダにつきましては、新宿KONNEの観光相談コーナーに問い合わせが連日、多く寄せられているなど、ほかにも西都や生駒高原、五ヶ瀬町の浄専寺のしだれ桜など、季節ごとの花の名所に関する問い合わせも多いことから、地域とともに花の名所を磨き上げ、県内外からの誘客につなげていきたいと考えております。

次に、42ページの「宮崎恋旅」についてでございます。本県には、縁結びの神社や「恋」や「愛」にちなんだ地域などが数多くありますことから、本県独自の観光資源を活用いたしますために、主に女性をターゲットに観光誘客を図る宮崎恋旅プロジェクトを平成21年から取り組んでいるところでございます。

これまでの取り組みといたしましては、東京ガールズコレクションや日本航空、宮崎カーフェリーとのタイアップが実現したところであります。中でも、日本最大級のファッションイベントとして20代から30代の女性に支持を受けております東京ガールズコレクションとは、22年から各種のコラボキャンペーンを継続して実施し

ております。昨年12月には、本県でクリスマスイベントが開催され、全国に向けた情報発信が図られたものと考えております。旅行商品の造成につきましても、JTB等の大手旅行会社はもとより、県内のホテルや旅館による「宮崎恋旅」を取り入れた旅行商品が造成されているところがございます。③のとおり、現在、県内24カ所の恋旅スポットを、携帯を使いながら周遊いたします取り組み、県内宿泊者を対象としたプレゼント企画なども実施しているところがございます。

今後の取り組みにつきましては、引き続き企業等とタイアップした各種のPRやキャンペーンを実施いたしますとともに、旅行商品の造成に対する支援に取り組み、さらなる本県への観光誘客を図っていききたいと考えております。

次に、「日向神話旅」についてでございます。本県には、古事記や日本書紀に描かれた日本発祥にまつわる日向神話の舞台として、神話・伝承、史跡、神楽、祭りなど数多く残されております。そういったことから、高千穂や西都原、鶴戸、青島など、本県を代表する観光地となっております。ことしは古事記編さん1300年という節目の年でありますことから、私たちの身近にある宝であります神話等の観光資源の魅力を磨き上げ、効果的に発信いたしまして、観光誘客に取り組んでいるところがございます。

これまでの取り組みでございますが、①にありますように、記念ロゴやポスター、リーフレットの作成、②にありますように、首都圏でのシンポジウム、梅原先生をお招きした県民向けの講演会の開催、首都圏の大学等と連携した日向神話のPRなどに取り組んでいるところがございます。

また、③にありますように、西都や高千穂の

神話ゆかりの地をめぐるワンコインツアーの実施や、JTBやクラブツーリズムといった大手旅行会社に働きかけた古事記編さん1300年を記念いたしました本県への旅行商品の造成に取り組んでいるところでございます。

また、④にありますように、全国で有名な各雑誌等での掲載や、MRTラジオとタイアップした古事記のラジオドラマ制作など、日向神話のPRに努めているところでございます。

今後の取り組みでございますが、引き続き各種のPRや首都圏でのシンポジウム等を実施いたしますとともに、日向神話ゆかりの地をめぐるテーマ性のある新たな観光ルートを「日向神話旅」として開拓するなど、平成32年の日本書紀編さん1300年も視野に入れまして、市町村等とも連携いたしまして、長期的な視野に立った事業展開を図ってまいりたいと考えております。

観光推進課からの御報告は以上でございます。

○井手みやざきアピール課長 みやざきアピール課でございます。

「波旅」については、私どもみやざきアピール課のほうから御報告させていただきます。

43ページをごらんいただきたいと思います。まず、これまでの取り組み状況でございますが、①にありますように、平成22年度に「サーフィンを活用した観光振興（～波旅 nami tabi～プロジェクト）に関する基本指針」を策定いたしまして、これに基づき施策を展開してきております。

②の波旅受け入れ体制整備に取り組む市町村や団体等への支援といたしまして、サーフポイントのトイレなどの施設整備を行う市町村へ支援しております。また、サーファー向け波情報などを提供するホームページを作成している団体がありまして、こちらに対して、その開設の

支援をしてきたところでもあります。さらには、修学旅行等の受け入れのための機材を購入する団体の支援等を行ってきております。

③の情報発信としまして、「Jaja」という広報紙を発行しておりますが、これの波旅の特集号、また、本県のサーフスポットを紹介しました「波旅サーフガイド」の発行などを行ってまいりまして、県内外での広報に努めてきております。

今後の取り組みといたしましては、これまでのように、地元が行うサーファーなどのマリンスポーツ等を行う団体向けの受け入れ体制の整備を促進いたしますとともに、全国に向けた情報発信になお一層努めてまいりたいと考えております。

「波旅」については以上でございます。

引き続きまして、「オールみやざき営業チーム」の取り組みについて御報告させていただきます。資料は44ページでございます。

まず、1、これまでの取り組み状況についてであります。(1)といたしまして、民間企業と連携した県外プロモーション活動の展開でございます。①、本県のブランド農畜産物、物産、みやざきスギ、観光誘客、このようなさまざまな分野を一体となって売り込む取り組みを行っております。イオン九州等で開催されました「情熱みやざきフェア」、また、東京高島屋の「日向自慢みやざき展」、同じく東京のホテルで開催されました「宮崎佳品づくり」など、こういう場に複数の実施主体が束になってプロモーション活動を展開してきたところでございます。

次に、②でございますが、こちらは量販店や飲食店など、多くの企業に参加していただきまして、「宮崎」ということを前面に打ち出したフェアを、特定の時期、特定の地域で集中して行う

取り組みであります。「みやざきweeek」と称しております。東京、関西、福岡・中四国のエリアで開催してきております。

③は、ほかの自治体と協働していくというところでございます。昨年は、宮城県と協働いたしました。宮城県、宮崎県両県の食材を用いまして、電子レンジを使ったスチームケースという食器と申しますか、調理器具がございますが、これを使った料理のレシピ本をこのスチームケースを販売している企業から発行していただいたところでございます。

続きまして、(2)の本県のシンボルキャラクター「みやざき犬」の活動状況であります。昨年11月11日に誕生いたしました。ちょうど半年が経過したところでございます。着ぐるみの活動実績は140回、4月には、古代人の扮装をしたみやざき犬「かあ」君もあらわれておりまして、先日の梅原先生をお招きした「古事記編さん1300年記念講演会」でも活躍しているところでございます。また、民間からのイラスト等の使用許可も順調に増加しております。先月末現在で95件となっております。使用例としましては、ここに掲げているようなものでございまして、グッズもこれからどんどん販売されると聞いております。

今後の取り組みであります。県、市町村、企業等と連携していく対象、もしくは連携する分野をさらに拡大いたしました。その連携をもっともって深めてまいりまして、プロモーション活動の充実を図ってまいりたいと考えております。あわせまして、シンボルキャラクターであります「みやざき犬」につきましては、その露出をふやしまして、企業、団体、県民の皆様から主体的に活用していただきますよう、そういう機運の醸成を図ってまいりたいと考えており

ます。

アピール課からは以上でございます。

○平原地域雇用対策室長 地域雇用対策室でございます。

本県の雇用情勢について御説明いたします。

委員会資料の46ページをごらんください。まず、1の(1)の有効求人倍率の推移でございますが、全国の有効求人倍率は、直近のこし3月が0.76倍ということで、前月比で0.01ポイント、前年同月比で0.14ポイント改善いたしております。また、本県は0.65倍で、前月比で0.01ポイント、前年同月比で0.09ポイント改善いたしておりますが、全国とは昨年5月、6月には0.05ポイント差であったものが、現在は0.11ポイント差まで格差が拡大してきているところでございます。

次に、(2)のこし3月の県内のハローワーク管内別の有効求人倍率でございますが、表のとおり、高いほうから小林が1.01倍、都城が0.88倍、日南0.73倍、宮崎0.70倍、高鍋0.58倍、延岡0.55倍、日向0.52倍の順となっており、いずれも、前年同期は上回っているところでございます。

また、(3)の九州各県の有効求人倍率は、高いほうでは大分県が0.71倍、低いほうでは沖縄県が0.37倍となっており、本県は、九州平均0.63倍でございますが、若干高くなっているという状況でございます。

次に、2の完全失業率の推移でございます。完全失業率につきましては、総務省の労働力調査で全国の月別のデータが公表されておりますが、これによりますと、23年度は4%台半ばで推移しておりまして、直近の3月は前月と同率の4.5%となっておりまして、前年同月比では0.2ポイント改善いたしております。都道府県別の

失業率のデータにつきましては、月別のデータはございませんで、四半期ごとのモデル推計値が公表されております。これによりますと、本県の23年10月から12月期の完全失業率は、3.8%となっておりまして、前期比1.3ポイント、前年同期比1.1ポイント改善いたしております。

最後に、3の新規学校卒業者の就職内定状況についてですが、宮崎労働局の調査によりますと、こし3月末現在で、高等学校は、98.3%と前年同期より1.2ポイント改善しておりまして、データのあります平成6年3月卒業以降では最も高い内定率となっております。大学は、92.6%で、前年同期より1.3ポイント改善いたしておりますが、高校よりは低い水準で推移いたしております。

このように、雇用関係のデータは徐々に回復してきておりますが、リーマンショック前の水準までは回復していないものもございまして、依然として厳しい状況が続いております。今後とも、これらの動きを注視してまいりたいと考えております。

説明は以上でございます。

○黒木企業立地課長 平成23年度の企業立地の状況について御報告いたします。

47ページをごらんください。まず、1の立地の状況でございますが、企業立地件数は29件、うち県外からの新規立地が5件、最終雇用予定者数は1,415人となっております。

次に、2の認定の要件でございますが、市町村の誘致企業等の指定を受けていること、経営状況が良好であることなどのほか、製造業・流通関連業では5人以上、情報サービス業・試験研究機関は3人以上雇用することを条件といたしております。

次に、3の立地状況の内訳は、昨年度の認定

企業の一覧でございます。企業名、業種、立地予定の市町村名、雇用予定者数及び主な事業内容を記載しております。なお、雇用予定者数につきましては、企業が立地する際に提出いただきました3年から5年間の設備投資や雇用に関する事業計画に基づいた雇用者数を記載しております。例えば、1の株式会社ミヤザキを例に申し上げますと、工場を建設して稼働を始めた段階で10人を雇用いたしまして、その後数年かけて徐々に従業員をふやしてまいりまして、最終的に括弧書きにございます20人の雇用を予定しているというものでございます。

また、一番左側の欄には一連番号を記載いたしておりますが、県外から新たに立地する企業につきましては、番号を丸で囲っております。3番のイー・ガディアン、9番のシード、11番のテンプスタッフ、次のページになりますが、23番の島津商会、26番のオロの5社でございます。なお、11番のテンプスタッフは番号を四角で囲っておりますけれども、これは、雇用予定者数が300人を超える大型案件でございます。

最後に、48ページの下欄に参考といたしまして、過去5カ年間の立地件数と最終雇用予定者数を記載いたしておりますので、また後ほどごらんいただきたいと思います。

説明は以上でございます。

○内村委員長 以上で説明が終わりました。皆様のほうから何か質問はありませんでしょうか。

○星原委員 観光を支える新たなブランド創出の取り組み状況についてということで今、説明をいただいたんですが、観光のことは、47都道府県もそうですが、我が宮崎県もずっと計画してやってきているわけですね。これまでの取り組み状況ということですから、多分、いろんな形で分析はされて、そして、今後の取り組みと

いうことで新たに取られるというふうに思っているんですが、これまでの取り組み状況がどのような状況であったということをしつかりと数値的なものまで押さえて、そして今後、数値としてどういうところまで持っていく、そのためにはどういう取り組みをしなくちゃいけないというところまで細かく設定されて今、取り組みがスタートしようとしているというふうに判断していいんですか。

○向畑観光推進課長 委員おっしゃるように、今までの取り組み状況ですが、端的な例でいいますと、観光入り込み客数がなかなか伸びてこないというのが一番だと思います。このたび、私どもは、新しくブランドをつくっていくんですけれども、今まで大手旅行エージェントさんがつくってくださる団体客での誘客も一つありました。これは今までどおりやっていたと思いますが、それに加えて、個人旅行、家族旅行といった、価値観といいますか、趣味の多様性を考えたときに、ある程度切り口を明確にしたほうがいいのかなという判断をさせていただきました。本県での観光客が訪れる場所というのは余り大きくは変わっておりませんが、ただ、訪れる数からいくとなかなか厳しい状況にあるのが正直なところでございます。それで、一つ一つのブランドといいますか、取り組みについて目標設定数値はなかなか私どもも設定しづらいんですけれども、一方で、こういう取り組みにおいて大手旅行エージェントさんは送客人数の目標値をつくっていただいています。そこが私どもの一つの目安なのかなと思っております。旅行商品として使ってもらえる素材を今回は出したというふうに考えております。

いずれにしても、宮崎の場合は、遠距離にあ

る、そして、近場から来るにしても、ほかの県と競合する部分もたくさんございますので、ある程度、そういった中で性格づけといたしますか、観光地としての切り口を新たに見せるために努力しなくちゃいけないんじゃないかなと考えているところでございます。

○星原委員 今言われるように、そういう考え方も十分理解できるんですが、私が言うのは、過去の経験を生かして、「ゆっ旅」、「花旅」、「宮崎恋旅」、「日向神話旅」とそれぞれつけられているわけですね。それに当てはめてどういうふうな層をねらっていくのか。まず、男性、女性をどうするのか。子供から大人——年配まで入れてどうするのか。そういう世代層に向けてとか、そういったものにどうやって組み合わせていくのかということまで分析して、そして、官が果たす役割と民にお願いして民が果たす役割をちゃんと振り分けて、じゃ、どうしていくのか。そして、そのことでどのような効果が出ようとしているのか。あるいはここに努力すればもうちょっと効果が上がるんだとか、そういったものまでちゃんと分析して今回のこういう形で取り組んでいかないと、ただこういう事業をやっています、こういうことをやっています、こういう取り組みをしています、過去こうだったからこうしますというだけじゃなくして、もう少しその辺を掘り下げた形で取り組んでいかないと、ほかの46都道府県も同じようなことで多分、観光客の問題とか誘客の問題では、いろんな角度から、スポーツ観光であれ、神話の観光であれ、いろんなことに取り組むと思うんですよ。だから、その果たす役割を——官がやる役割と民がやる役割まで——どういうふうにしたら全体として宮崎県の伸び率がどうなっていくんだという、そういう目標数値を私が言うの

は、掲げて、それを達成するためにはどこまでこのつばを押さえていくか。そういったことまでやっていかないと果たしてどうなのかなという感じがするものですから。

今、説明を受けていて、新たにそうやって取り組まれるので、できればスタートの段階からその辺をどうしていくのかということをやちゃんと押さえていただいて取り組んでいくほうがいいのかなと。そして、1年後にどういう結果が出て、2年後はそれに向けてどうしていくんだという、また新たな施策なり考え方が生まれてくるんじゃないかなと。やるのであれば、役割分担あるいは効果の問題、そういったことまでちゃんと目標を持たれたほうがいいんじゃないかなというふうに思うものですから、そういうことを聞いたところです。

○向畑観光推進課長 委員おっしゃるとおり、来ていただいた数字がすべてだと思っております。趣味の多様性がございますので、ターゲットの絞り方につきましても、例えば、女性だったら「宮崎恋旅」という部分、それとある程度シニア層をねらった「神話旅」、そして「花旅」になりますと家族とか、先ほどちょっと説明の中で申し上げましたけれども、東京にあります「KONNE」の観光ブースなんかでも問い合わせがあると、やはり幅広い方からの問い合わせもあるということでございますので、私どもも全方位的に向かっていくのはなかなか厳しい部分があります。ただ、一つ言えるのが、広域観光の流れは一つ大きな流れとしてあるんじゃないかなと。それは、宮崎が単体として売ったとしてもなかなか厳しい部分がありますけれども、例えば鹿児島から霧島に入っただく、阿蘇から高千穂に入っただく、そして入っただく方を宮崎のコアになる観光地から

どう送り込んでくるか。そうなってくると、先ほどの委員のお話にありましたように、官というよりも、どちらかという、先ほどの「ゆっ旅」の中でお話ししましたように、民間の方々が市町村の枠を超えた取り組みをしていらっしゃると思いますので、そういったところをうまく応援しながら、その広域観光に適した対応をしていきたいと考えているところでございます。

○星原委員 最後になりますが、もう一点は、戦後60数年たつ間に——我々は戦後生まれですが、県外に就職したりして県外で働いて、そして子供を育て、孫たちまでいる状況になってきていると思うんです。東京事務所管内から、名古屋とか大阪とか、それぞれ事務所もあるわけですが、本県出身者あたりがふるさとに誇りを持つために、宮崎にはいいものがあるんだと。自分の家族とか周りの友達とか、あるいは関連の会社関係の仲間とか、そういうところで宣伝してもらって宮崎に呼び込むとか、知恵を出せばいろんな方法があるのかなという気がします。そういったところまでひっくるめて、こういう展開の中で試験的というか、いろいろ対応していくことも大事じゃないかなというふうに思うものですから、ぜひ頑張っていたきたいというふうに思います。

○内村委員長 ほかにありませんか。

○坂口委員 今のような誘致を毎年ずっとやっつけてこられているわけですね。財源に限界があるということが1つ。その中で、一つは立ち上がりのためのさまざまな支援をやっつけて、あとは自動的に回っていくようなもの、そこに対しての行政の関与というものが薄かろうと濃かろうと、その魅力自体でそこに持ってこれるというものがあると思うんです。さっき言われたように、価値観とか、住んでいる場所とか、

さまざまなその層に合わせたのを、この目的地に持ってこらせるためにはどうすればいいかと2通りあるんですけれども、自立を目指した取り組みですから、10年間徹底して支援していつて、後は完全に自己完結で普遍のものにしていこうと。そこに入り込む人たちの価値判断をおのずともらせるようにしていこうというような、そういった取り組みというのは何かあるんですか。自立に向けさせた取り組み。その都度その都度パッケージ組んだり、いろんなところとタイアップしたりというのはわかるんです。それをやめたら来ないというものじゃ寂しいかなと思うんです。でも、その方法でしかゲットできない観光客というのはあると思うんですけれども、それとは別に自立させることができるというのものもあるんじゃないかと思うんです。魅力を上げるという意味で。

○向畑観光推進課長 資料の34ページをお開きいただけますでしょうか。「宮崎を知ろう！100万泊県内観光活性化事業」というのを、私ども、今年度は展開することとしております。委員おっしゃるように、予算が限られている中で、予算があるときしか事業ができないというのはなかなか厳しいものでございます。ただ、一方、私どもが今まで取り組んでおりました地域での市町村なり観光協会、事業所の方たちとのコミュニケーションをしっかりとやって、そして売れるものをつくっていきましょうという取り組みが少し芽を開いてきたんじゃないかなと思っております。これから先、長い期間があるんですけれども、そのためにはもう一回、本当に観光商品として売れるかどうか、地元の方がそこはやはり判断していただきたいなというのがございましてこの事業を展開させていただくんですけれども、同じような感じで市町村の方も、

先ほど御説明いたしました広域観光のためには、自分のところと競合する部分もございますので、そこがどこまで商品として耐え得るかどうか、その判断を今回の事業で上手に使っていただければなと考えているところでございます。

○坂口委員 100万泊というのは、ある意味では、ひらめいた程度で中身が詰まっていないように、大変失礼だけれども僕自身は思っているんです。今、実際県民の人たちが何万泊やっているのか。100万泊を何年後にやるためには、あと何万泊、何十万泊ふやせばいいんだ。ふやす手だてはこうなんだというのがなくて、ぽーんと打ち上げ花火でイメージだけ打ち上げたという、観光に力を入れましょうよ、こちらでも消費に協力してよというような、その域を出ないようで、これは現実のものにできるのかなという心配を持っているんですね。これは打ち上げたからには成功せんといかんということで大いに期待しています。

さっき言ったのは、一つは、そこに魅力をおのずと持たせて、行くなら宮崎のあそこよという、行政が手を引いても来れるようなものの一つに「波旅」とかいうのもさっき説明されましたけれども、サーフィンというのは全国でも一番条件的には恵まれているということで、力を入れるということで取り組んできていますね。こういったものだと思うんです。スキューバダイビングについても取り組みを始められた。ところが、もう一方では、インストラクターとかいろんなものをどう養成していくのかというのがある。海洋高校の「進洋丸」では、ジェットスキーというんですか、水上スキーというんですか、ああいうの実習教育までやっていて、免許も取らせているんです。そういった人たちを生かして、そういうスポーツはここに入れら

れないのかとか。

一方では、実用化されている養殖技術として、僕は20年ぐらい前に委員会か本会議かでやっているんですけども、音の周波数に対して物すごく敏感だという魚の特性を生かして、その都度えづけをやるんです。タイにはこの周波数をやったときにえづけをやる。囲いの中でですよ。みんなが見て喜ぶような魚を幾種類かえづけをやって、それを開放してあげて、その周波数を流せばその音のところに来るんですよ。実際、最近、生けすを持たない養殖で技術は確立されているんです。数カ月前、どこかでやっているのを新聞報道で見たんです。

だから、そういったものを総合的に組み立てていって、いつかは自立させるぞとか、よそに負けないぞというものをつくっていかないと、ことしはアピール課で1億5,000～1億6,000万の予算がとれた、一方が8億とれた、9億とれた、じゃ、それでやっていこうと。20%カットされた。じゃ、どれを削るかとか。新たな要望は毎年言われて、どれと入れかえるかというようなことでは、僕は計画性に乏しいんじゃないかなと。それでしかやっていけないというのがあるのもわかるんですよ。そこらのところに対して明確な考え方をきちっと持っていく必要があるんじゃないか。

今言われたように、年度も含めた数値設定、何年後には自立させるんだ、それまではきつくてもやっていくんだという、そこらを整理していく必要があると。今、星原委員の意見を聞いて感じたんです。これはその決意のほどでもいいんですけども。

○米原商工観光労働部長 今、坂口委員、それから先ほどの星原委員から貴重な御意見をいただいたところでございますが、宮崎の観光を見

た場合に、とんでもなく人を集客する観光地、施設というのは今、余りないんですね。いい水準のものはたくさんあるんですが、これだけで絶対、例えば三重県でいえば伊勢神宮だとか、栃木では日光だとか、それだけで人が集まるといったものがない。宮崎はいいものを持っているんですが、なかなかそれだけでは人は来てくれないということで、その中で、先ほどいろんな取り組みを申し上げましたように、いろんな切り口、あるいはターゲットを絞ってみたり、そういう形で今、やっているところがございます。この中で2年、3年やっているものもありまして、手ごたえを感じているところもございます。ただ、まだまだ使える資源、さっき坂口委員がおっしゃったように、もうちょっとほかの使えるものもあわせると、さらに魅力を上げられるということがありますので、もうちょっとその辺は一生懸命頑張っていきたいと思っています。

それと、PRといいますか、そこをもう少しやっていかないといけないなというふうに感じております。例えば、先ほど企業立地状況の中でありました、一番大型案件のテンプスタッフ、会長さんは女性の方なんですけど、商社に勤めておられて、海外でもいろいろな御経験をされて、実は宮崎にほとんど来たことがなかったということで、ことし1月に、私、立地のお礼も兼ねて伺ったときに言われましたのが、宮崎に行ったら、こんなにいいところとは思わなかったということで、風光明媚というところとあれですが、景色もいいし、空気もおいしいし、非常に明るい。こんなすばらしいところはないと。もうちょっとしっかりあなたたちは売りなさいよということで、5回か6回、私、しかられました。そういった努力といいますか、そこあたりもやっていかなきゃいけないと思っています。なかなか

財政状況は厳しいものがありますがけれども、先ほど御指摘いただいたようなことも踏まえて、おっしゃるように、ある程度目標を持って、このぐらいで頑張るといってものを持ってやっていきたいと思っておりますので、その辺はしっかり検討させていただきたいと思っています。

○坂口委員 懸命に取り組んでおられるのをわかっているのはなかなか心苦しいところもあるんですけども、やるからには徹底して目的・目標を持ってやってほしいと。今、魚の周波数をやったけれども、例えば、ことし、古事記1300年を打ち上げた。海幸彦・山幸彦、竜宮城、ここには外浦だの夫婦浦だの贅波だの、本当に恵まれたところがあるんです。そこでお客さんに、タイを呼びましようねとタイをえづけた周波数を流しておいて、次はヒラメですよ、何ですよということで、竜宮城を皆さんに見てもらおうということでやっていくと。20年ぐらい前にこれに取り組んでくれていればなというのをこの前、ちょっと感じたものだから、あえて今言っているんだけど、ぜひ、それをお願いしたいと思います。

今、コールセンターの企業立地の話もされたけれども、企業立地にしてもそうです。例えば、立地をする。3名でも5名でも確かに大切なことです。ここに企業が立地したからには絶対倒産させないと。そこに20代、30代、あるいはUターンなりしてきて勤めた。リストラをやられたら本当に地獄ですよ。その企業が立地されていなければおれは東京でまだやっていたと。あるいはその企業がなければこの会社で細々だけれども頑張っていたと。ところが、そこに入った。県の肝いり、市町村の肝いりでの立地だった。何年もたたんうちにリストラされた。もう就職先もないと。だから、徹底してやっていく

んだと、絶対負けないような企業に育成するんだということとセットでないと、呼んできた、企業立地対策室は、自分の役割は果たした、よかった、万歳ということでは、何のために立地をやっているのか。何のための雇用だと。だれが何をするための雇用なのか。やっぱりある人がそれで生計を立てていくための雇用ですよ。そこで定着して生活いくための。そこで定着させる手法を目的にしなけりゃ、企業を呼んできて、頑張ってくれた、企業がふえた、私の選挙公約どおり4年間で1万人あるいは5,000人雇用をふやしました、私は百点満点ですと。そんなものじゃ行政はだめだと思うんです。だから、責任を持つということです。立地企業で喜んでそこに勤めて、40代、50代でリストラされて、子供の一番金のかかる時期、職を失うなんていうのは、その人にとっては大変な地獄になると思うんです。行政はそこまで見据えた仕事をやってほしい。これは要望にとめておきます。以上です。

○前屋敷委員 企業立地の話が出ましたが、それに関連して伺いたいと思いますけれども、表で1年間の数値が出ているんですが、最終的に雇用予定が1,415名ということになっていますが、これは何年間ぐらいでこの予定数に達するという見通しなんでしょうか。

○黒木企業立地課長 企業によってその年数はばらばらでございます。大体3年から長くて5年ぐらいのスペンを企業は考えておられます。今、1,415という数字がという意味では、大体5年ぐらいはかかるというぐらいのイメージで私どもは考えております。

○前屋敷委員 今、企業倒産の話もあったんですけれども、その下に5年間の立地件数と最終雇用予定者数の数値が出ているんですけれども、

平成19年からの資料なんですけど、この間、立地した企業は、すべて今、経営はそのまま持続されているのか。そして、5年ですので、最終雇用予定はどの程度達成されているのか。わかれば。

○黒木企業立地課長 平成19年度から23年度まで130件の立地がございますけれども、閉鎖した企業はありません。先ほど申し上げましたように、雇用というのはどうしても年数がかかるといってございまして、昨年12月に、平成18年度から22年度までに認定した企業117件につきまして、電話での聞き取りを行いました。その結果といたしましては、いわゆる投資によって雇用がふえた数と最終雇用予定者数との比較という意味でございまして、平成18年度に認定した企業、おおむね5年ぐらいたっていませんが、最終雇用予定者数の97%ぐらいの進捗というんでしょうか、対比としてですね。ですから、5年ぐらいたってほぼ計画に近い数字になったんではなかろうかなというふうに思っております。年数がだんだん若くなりますと、当然、段階的にふやしているという傾向がございますので、平均でいきますと8割ぐらいの水準じゃなかろうかなと。途中、平成20年9月にリーマンショックとか、昨年ですと震災とかいろいろございましたので、そこ辺の影響で必ずしも計画どおりにはっていないという企業もあります。以上でございます。

○前屋敷委員 立地企業で、県外企業よりも地元の企業がさらに拡大をしてという、そういう発展的なことでも誘致企業の扱いで支援もしながら雇用をとということになっているんですが、今、電話でのつながりといいますか、会社の状況を調査するということの御説明だったと思うんですけれども、以前に私もお聞きしたことが

あるんですが、これまで誘致企業あたりにいろいろアンケートをとるんだけど、アンケートがすべて返ってくるというわけではなくて、自主的に返信する部分だけでしか県はつかんでいないということがあったので、それでは誘致企業としての役割を果たしていないんじゃないか。ですから、企業にもそれだけの責任というものがしっかり位置づけられていないと、今、企業がどういう状態になっているのかというのが全くわからないでは、県の施策としても十分ではないというふうに思うので、その辺のところは現段階ではどうなんですか。

○黒木企業立地課長 今、委員おっしゃいましたように、実際アンケートをかけてはおったんですけれども、必ずしも全数回答をいただけないということで、それ以外にも、私ども、フォローアップということで、直接、企業のほうに訪問させていただいております。これは、私ども企業立地課の職員だけではなくて、県外事務所の職員が本社等に訪問する、あるいは県税総務事務所に商工担当の職員がごさいますので、その職員がその地域の企業を訪問いただく。その中で、企業が抱えておられるいろんな課題等についても聞かせていただきますし、経営状況等につきましてもそのときに聞かせていただきます。

雇用の問題につきましては、本社ですと全体数しか把握していらっしゃらないものですから、宮崎の事業所で、かつ今回認定した部分が何人かという人数は、個別に聞き取りをしないとなかなか把握できないということで、多分、前回そのようなお答えを差し上げたのではなかろうかというふうに思っております。

○前屋敷委員 県の誘致企業であればあるだけに、しっかりとその辺の把握も含めて、県民の

皆さんが雇用されて、そこで安心して働いて生活できるというものを確保しなければなりませんので、そのところを十分に進めていただきたいと思います。よろしく申し上げます。

○内村委員長 ほか、ありませんか。その他で何かありましたら。関連であれば。

○高橋委員 雇用の件について、宮崎銀行が実業団の駅伝部を発足するというので、宮崎の陸上部の長距離界もすごく明るいニュースと受けとめたと思うんです。私は、雇用の面にもこれはすごく関係してくるんじゃないかなと。というのが、宮崎銀行が例年採用する人数、これと別枠分があるんじゃないかと私は思ったんです。10人ぐらいで発足というふうにテレビでおっしゃっていたような気がするんですけれども、すべてが別枠じゃないにしても、例年の新陳代謝で採用する枠と別の数があるんじゃないかなという気がしたんですが、詳細を御存じであれば教えていただきたいなと思っております。

○平原地域雇用対策室長 申しわけございません。把握しておりません。

○高橋委員 実業団ですから、私も詳しくはわかりませんが、仕事と同じように駅伝に力を入れてやっていくわけで、それなりの時間帯というのは必要なわけで、別枠の分があるんじゃないかと思っております。当初10人でしょうけれども、宮崎銀行、「宮崎」という名前もつくわけですからすごくアピールになるわけで、いろんな関係団体と連携しながらやっていかれると、これはかなり雇用対策になると思います。

それと、スポーツの合宿関係で、野球とサッカーはよく聞くんですが、駅伝の関係の長距離界は余りにしないとか、耳にしないというのもあって、宮崎銀行の駅伝部の発足を機会に、長距離界にもスポットを当ててエリアを広

げると宮崎観光にプラスになるのかなと思って申し上げました。

○井手みやざきアピール課長 委員おっしゃるとおり、宮崎のスポーツキャンプというところ、サッカーとプロ野球が突出している感があります。ただ、陸上のほうも、大学等の陸上部の合宿等そこそこ充実しております。私どもスポーツランドの担当といたしましても、多種目化と申しますか、宮崎はさまざまな競技がやれるいい環境があるんだということを、今後も一生懸命喧伝していかないといけないと思っておりますし、今回の宮銀さんの陸上部の創設は非常にありがたいことだと思っております。以上でございます。

○中野委員 観光推進課長、観光というのはPRが仕事ですね。「波旅」はアピール課。アピール課と観光推進課の宣伝のすみ分けというのはどうやるわけですか。不思議でたまらんのだけれども。

○向畑観光推進課長 私ども観光のほうは、先ほど説明がちょっとあれだったんですけども、「ゆっ旅宮崎」から「花旅」「恋旅」「神話旅」、この4つは観光のほうで担当させていただいております。ただ、PRする際には、もちろん「波旅」についても観光としては一緒になってやっておりますし、特に修学旅行とか、ある程度若年層の方たちに対しては、「波旅」もあわせてちゃんとPRをさせていただいているところでございます。いずれにしても、観光コンベンション協会並びに県内の市町村の観光課、観光協会の方々とともに、いろんな媒体を使いましたPRをさせていただいているところでございます。

○中野委員 全然わからんけれども、いいです。

○坂口委員 常任委員会のような感覚で今、尋ねていたけれども、ここは特別委員会だった。46

ページの下から2番目の枠の失業率把握、これは国の調査にのっかった数字で、今までずっとこれでやってこられているんですけども、特に宮崎県の数字ですが、行政なり民間も含めていろんなことをやっていく中でこの数字で満足できるんですか。というのが、県独自でこれをつかむ必要はないのかということ、つかむ方法はないのか。県単独の事業での失業率とか、そういったものの調査というのは難しいものなのかということ。それをやることのメリットというものはその労力に比べて劣るという程度のものなのか、そこらはどんなですか。これをつかむ必要はないですか。

○平原地域雇用対策室長 失業率につきましては、労働力調査は世帯数500世帯しかやっておりませんので、モデル推計値でこの数字が出ておりました、変動も大きくなっておりますし、22年の国勢調査の結果で見ると7%という数字が出ております。国勢調査は全世帯調査しまして、その結果7%ですから、どちらかというところ7%のほうの実態に近いんだろうと思っております。500世帯については、国からの委託で県の統計調査課のほうでやっておるんですが、毎月、これを国勢調査並みの精度でというのは、多分、経費的に非常にかかりますし、厳しいものがあるかなと思いますので、単独でやっていくのは費用対効果の面で厳しいんじゃないかというふうに思っております。

○坂口委員 自分の実感では、周りを見たときに、実態は7%を超しているぐらいの失業じゃないかなという気がするんです。それと、500ぐらいのサンプルをもとに推計されている。しかも3カ月（四半期）でしょう。3.8だったり、5.1だったり、7だったり、全然当てにならない。それなら費用対効果はないからやらないほうが

ましぐらいの数字ですね。それを参考にすれば間違うんじゃないかという、むしろ逆効果が出てきそうな乱暴な数字。

一方では、特にマスメディアなんかは調査をやるときに、統計学で、日本の人口1億人のときは、全国で何千人選んだらかなり実態に近い数字ですという、そういったものがありますね。数としては、宮崎県で500で余りにも乱暴な数字なら、何ぼあればいいのかということだけでも、500という数字はそれから見たら物すごい信頼性の高い数字ですよ。全国で2,000ぐらいで選挙でだれに入れるというところまで絞り込めるんですから。だから、500だから少な過ぎるというのは考え方を切りかえたほうが。物すごく多い数字ですよ。200も調べたら結構。じゃ、どういった層にどういうことを調べていけばいいのかというところが間違っているんじゃないかと。こんな乱高下があるということは。失業者が3%ぐらいに減ったり10%にふえたり、そんなに2~3カ月で変わっていくというのは、経済対策なんかをやっているときは別ですよ。緊急雇用対策なんかでぼんとやって、はい、時間が来ました、やめてくださいというときは別けれども、あり得ないです。あり得ないものを並べるよりも、費用対効果を言うのならやらないほうがましですよ。やるなら、金をかけてでもそれ以上の効果を期待したやり方があると思うんです。だから、ここも勉強していただきたいです。今のはちょっと乱暴な答弁だと思うんです。

○平原地域雇用対策室長 先ほど申しましたように、これは国の調査を県で受けて統計調査課のほうでやっておりますので、その辺の話も統計調査課としてみたいと思います。

○高橋委員 関連になると思いますが、労働力調査で、まだ仕事があるからいいという認識を

されると困るんですけれども、正規と非正規、ここの実態は余り調査に出てきていないんです。この間のいろんな商工の資料にですね。そこもしっかり私たちにお示しいただくと、今後の対策、また手がかりになるものがあると思うんです。というのが、坂口委員もおっしゃったように、最近、30代、40代でアルバイトとかいう人が結構いるんですね。しかも独身ですよ。親と同居して何とか生活している、そういう人たちが結構いらっしゃいます。ぜひ、非正規・正規、そのところの数字もお示しいただける機会を与えていただくとありがたいと思います。

○平原地域雇用対策室長 今、非正規率は非常に高くなっておりまして、多分、既に35%を超えていたと思うんですが、今、御指摘の点については、今後検討していきたいと思います。

○星原委員 ちょっとお伺いしたいんですが、みやざきアピール課長さん、シンボルキャラクターの「みやざき犬」、ここに活動状況とかキャラクターとか出ているんですね。私の周りで聞いても、皆さんがこの「みやざき犬」というシンボルキャラクターに対して興味というか、「何でみやざき犬か」と。土佐犬とか秋田犬とか、今まで犬の名前なんかがあった県なら何だけでもと、やっぱり近ごろでも言われるんです。前にもそういう話を聞かされたときには、結構いろいろ活動しているということなんですが、その辺についての県民からのいろんなあれは出てきていないものなんですか。全然なしで、そのまま進んでいるという形でとらえていいでしょうか。

○井手みやざきアピール課長 「みやざき犬」の評判はということなんですけれども、知名度がまだ上がってこないというのはひとえに努力不足のところがあるのかなと反省をいたしましたし

た。今年度は、予算をいただきまして、さらに「みやざき犬」のセット数をふやして、県内をキャラバンのように回る取り組みをしていく予定でございます。もちろん県内外なんですけど、県内で知名度が上がっていかないと愛されるキャラクターにならないと存じておりますので、努力してまいりたいと思っております。

おっしゃるとおり、「みやざき犬」が「いい」もしくは「よくない」という意見も最近余り「県民の声」等で挙がってくるようなものではございませんで、そういう意味では、逆に取りざたされないことに問題意識を持たないといけないのかなと思っております。今申し上げましたように、これからどんどん県内を回る過程において、「何でみやざき犬なのか」とか、そういう逆の御指摘も含め、話題に上るようになってくればありがたいと思っております。

県外のほうでも、いろいろ頑張ってフェア等で出ていまして、出たときの評判は「非常にかわいい」というか、子供は当然のことながら、特に若い女性から「かわいい」という評判をいただいております。そこではちょっと力強く思っているところでございます。以上でございます。

○星原委員 言われることは、取り組んでいるわけですから、それはそれとしていいんですが、宮崎県は2年前に口蹄疫でいじめられたり、新燃岳の噴火があったり災害にも遭って、元気を出さなくちゃいけない。だから、キャラクターがある意味、宮崎県を鼓舞するような、要するに元気づけの一翼を担う。地域を回ったりいろいろすることでもそうなんですけど、キャラクターをつくった以上は何かの目的があったはずですから、その目的が何であって、その目的に向かって上っていく中で、ちゃんとその目的が達成し

ているのかどうかというところを見ないと、今言われたように、ぬいぐるみみたいな感じですから、かわいくつくれば「かわいい」とか「きれい」だとか「おもしろい」とかぐらいの話は出るだろうと当然思うんです。果たしてそれが目的だったのかという、私はそういう思いがあるわけで、キャラクターをつくった以上は、宮崎県の名前をPRして行って、宮崎県といえあのキャラクターがあるなというイメージでとらえて、その「みやざき犬」に県外の人たちが興味を持って宮崎県に行ってみようとか、あるいは宮崎県でとれたものを食べてみたいとか、私は何か目的があったと思うんですね。そういう目的が何なのかをやっていく。あるいは今度、県内を回ると言われるけれども、県内をぬいぐるみが回ったことで、イベントの中で見て、「ああ、そうか」という思いはあるかもしれないけども、そのことで県民が元気づけられたのか。あるいは県民が、これはいい、このことで宮崎をアピールしてもらえる、そういう思いになっていくのかどうか。私はこういうキャラクターというのはそういう仕掛けだと思うんです。その辺の目的を持って、その目的に沿った形で本当に今、活用されているのか。あるいは今後活用する中では、どういうふうな形にこのキャラクターを生かしていこうと考えていらっしゃるのか。そういうものをちゃんととらえていかないと、ただイベント会場に3匹の犬が行って、それで果たしてどうなのかなという思いがあります。3匹ということは、「三本の矢」じゃないけれども、1本じゃ折れるけれども、3本なら折れないというのと一緒で、3匹をどう組み合わせ、そのことで県民が何か期待できるような形のとらえ方で目的を持っていくべきじゃないかなというふうに思うものですから、あえて

こういう形で聞いたところなんです。

○井手みやざきアピール課長 「みやざき犬」作製の目的でございますが、これは種々あると思いますけれども、最も基本的なものとしましては宮崎のイメージアップということだろうと思います。ただ、ゆるキャラの最近の動きといますか、全国でのゆるキャラの有名なところで、彦根の「ひこにゃん」、もしくは今はやりの熊本の「くまモン」、こういうのを見ておりますと、彦根の「ひこにゃん」は、その「ひこにゃん」に会うために13万人以上の観光客が彦根城を訪れる。熊本の「くまモン」に至りましては、昨年、「くまモン」のキャラクターがついたグッズ、これは熊本県内だけの集計で25億円以上の売り上げを見せていると。私、実は3月まで東京におりましたが、東京のスーパーでも「くまモン」のキャラクターグッズが普通に売られているんですね。できましたら、「みやざき犬」もそれを目指したいと。そういうことで、先ほど申し上げましたように、「みやざき犬」のついたイラストの許諾件数等を御報告させていただいているところなんですけれども、「みやざき犬」というキャラクターがついたグッズなり産物なり、最近では焼酎のラベルにもお使いいただいているんですが、そういうものがどんどん出ていまして、宮崎県の産物が「みやざき犬」のキャラクターと一緒に売れていくと。それは県外も含めて、どんどん出ていくというような形で宮崎県内の地域経済の向上にも寄与できるようになればと、そういうふうに思っ取り組んでまいりたいと思っております。以上でございます。

○星原委員 最後にしますが、それはそれでそういう目的で行かれるのはいいんですが、私は一貫性がないんじゃないかなという思いがするわけです。ことし、古事記1300年というのなら、

あるいは日本書紀までの8年、9年、10年かな、この期間をにらんでそういうキャラクターができていたら、まだ宮崎のアピールの仕方が、宮崎は天孫降臨の地だ、神様がいたと、そういうイメージのキャラクターだと、そのキャラクターを見ただけで古事記1300年祭をやっているんだとか、あるいは、日本書紀までの間、単年度ではないわけですから、10年間なら10年間にターゲットを絞ったキャラクター募集というふうにすると、また違うイメージのキャラクターができ上がって、それを見るだけで宮崎県とわかる形。その中に天孫降臨の地でも何でもいい、海幸山幸でもいいし、何かそういったものをつけ加えて、だんだんイメージが広がっていくような持っていき方というのはないのかなという感じがします。

時代、時代で宮崎をアピールしていく中では、今回は宮崎が古事記1300年を売り出そうとしているのなら、そういうことに向けていろんなものが一体化して、スポーツ観光にしてもそういうものを取り入れながらの中でとか、観光客の誘客にしてもそういうものを取り入れながらの中でそういったものをつくり出して、今までにない観光客の誘客なり、いろんな層のターゲットを広げるなり、私はそういうものが大事じゃないかなという気がするものですから、あえて言ったんです。「くまモン」はそれだけ売り上げも伸ばしている。「みやざき犬」を本当にそこまで持っていくためには、相当な努力も必要でしょうし、県民なり県外の人たちにイメージをわかせるのに、そういう形でキャラクターとしてそこまで行くのかなという感じが、ちょっと心配なところもあって、したところであります。

○内村委員長 ほかにありませんか。

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

○内村委員長 ほかに質問もないようですので、これで商工観光労働部の審議を終わりたいと思います。商工観光労働部の皆さん、どうもお疲れさまでした。

暫時休憩いたします。

午前11時26分休憩

午前11時28分再開

○内村委員長 委員会を再開いたします。

まず、先日開催されました委員長会議の結果につきましては、先日の常任委員会で資料の配付がありましたので、説明は省略させていただきます。御協力をよろしくお願いいたします。

それでは、協議事項（１）の委員会の調査事項等についてであります。

お手元に配付の資料１をごらんください。

１の当委員会の設置目的につきましては、さきの臨時県議会で議決されたところでございますが、２の調査事項は、本日の初委員会で正式に決定することになっております。

産業活性化や雇用対策については、議論が広範囲にわたることから、有効な提言を行うためにもテーマを絞る必要があると思います。平成23年度に設置された産業再生・エネルギー対策特別委員会の中で、関連する事項について調査、報告を行っておりますので、これまでの議論との重複を避け、さらに展開・発展させる意味から、初めに書記にその内容について説明させたいと思いますが、よろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○内村委員長 では、山口書記、説明をお願いいたします。

○山口書記 それでは、説明いたします。

昨年度、平成23年度に設置されました産業再生・エネルギー対策特別委員会について、お手

元の資料３をもとに説明いたします。

資料３をごらんください。まず、Ⅰに掲げてありますとおり、調査事項といたしましては、１、口蹄疫からの再生・復興に関すること。２、産業の活性化（６次産業等新産業創出）に関すること。３、エネルギー対策に関することということで調査のほうを行っております。この３つについて調査事項といたしまして、所要の委員会審議、調査活動を行いました。このうち、１と２について説明させていただきます。

続きまして、Ⅱ、調査報告ですけれども、初めに、口蹄疫からの再生・復興についてであります。

（１）の口蹄疫による影響については割愛させていただきますけれども、（２）の再生・復興に向けた検討の取り組みについては、平成23年５月20日に県のほうで策定いたしました防疫体制の強化や産地構造・産業構造の転換、経済・雇用対策等の９つの項目から成る「口蹄疫からの再生・復興方針」を取り上げまして、口蹄疫発生を中心となりました川南町に調査を実施するとともに、その工程表の進捗状況について審議のほうを行っております。また、平成23年３月４日に設立された公益財団法人宮崎県口蹄疫復興財団が行う運用型基金事業についても、審議のほうを行っております。

この現状と課題を受けまして、（３）口蹄疫からの再生・復興について県に対して以下のように提言を行っております。まず、①ですけれども、経営再開を逡巡している農家の経営再開に向けた支援や巡回指導を含めた防疫体制の強化。２つ目に、全県的に地域活力が低下していることから、観光やサービス業に対する経済・雇用対策など、工程表の着実な実施ときめ細やかな対策の推進を行うこと。３つ目に、埋却地につ

きまして、農地再生に対する国への支援要望等について検討すること。4つ目ですけれども、経営再開や耕種転換について先駆的に取り組まれた農家の支援と、その情報を共有化できる環境づくりを進めること。5つ目ですけれども、計画に基づき、期間内で目的を達成できるよう取り組みを推進することということで、5つの提言を行いました。

続きまして、資料の右側に移りますけれども、2の産業の活性化（6次産業等新産業創出）についてですけれども、本県における①産業構造と県民所得、これについては、九州各県及び本県と同程度の人口規模で本県よりも製造業の構成比率が高い県との比較を行いながら、県際収支について調査のほうを行っております。②産業の特徴と企業立地の状況、③産業振興の基本的な考え方、これについては県総合計画「未来みやざき創造プラン」に触れながら行っております。④地域経済循環システムについて審議のほうを行いました。

この内容を受けまして、(2)、産業の活性化に対する県への提言ということで、まず①ですけれども、平成20年度における本県の移輸入超過額(赤字)は5,400億円に達しているのに対し、製造業の構成割合が37.5%と高い滋賀県においては、9,640億円の移輸出超過(黒字)となっている。あわせて、県民所得についても、本県が213万円であるのに対し、滋賀県は298万円と、製造業の割合の高さが県民所得にも密接に関係していることから、本県の製造品出荷額の3割を占める食品加工業を初めとした製造業に対するさらなる支援を行うこと。

②につきまして、産業の現状を詳細に分析し、目指すべき姿等を明確にした計画に基づく施策の展開が必要であること。これにつきましては、

長崎県や高知県が、地域の知財を活用して、付加価値をつけて県外に発信していくことで外貨の獲得を目指すといったような計画をつくっております。

③として、地域経済を活性化させるに当たり、地域経済循環システムという切り口については非常に重要な視点になるということで、これを確実なものにするためには、県が率先して推進するのはもとよりなんですけれども、当然、県民等の協力についても不可欠であることから、地産地消に取り組むことが県内の経済であったりとか、県民の生活にどのような効果をもたらすのか、周知を行っていく必要があるんじゃないかと。あわせて、県民運動への展開に持っていくような取り組みを県としても進めていくべきではないのかということで提言のほうを行っております。

続きまして、(3)、6次産業化等の取り組みということで、①から③まで、これまで県内の1次産業、例えば農業者であったりとかということですが、もしくは中小企業者等を対象に、いろいろ県のほうでも支援のほうを行っております。国が進めております6次産業化法と農商工連携促進法について、農政水産部や商工観光労働部が行った取り組みについて審議を行っております。加えて、県内外の農商工連携及び6次産業化の優良事例について調査を行っております。調査先につきましては、④、⑤のとおりです。

あわせて、⑥ですけれども、県外調査の中で訪問しました財団法人静岡総合研究機構についてですけれども、こちらは、農商工連携の事例の成功要因、例えば、ニーズ分析であったり、マーケットインといった販売手法、そういうふうな成功要因の分析、それに基づいた行政の施

策の方向性、具体的には、人材育成であったり、コーディネート機能・支援といったあり方について分析のほうを行っておいりましたので、これについて調査のほうを行っておいります。

(4) につきますして、こういうふうな調査を行いましたので、県のほうに対して6次産業化等に対する提言を行っておいります。

まず、①ですけれども、先ほどもありましたとおり、製造業の割合の高さが、県際収支であったりとか県民所得のほうにも密接に関係しておいります。また、リーマンショック以降も本県の食料品製造業の出荷額はふえている実態がございましたので、本県経済の活性化を図る上で6次産業化、農商工連携による食品加工分野の成果が期待されます。また、今後は、実需者の商品企画情報の一元化と生産組織間での相互共有、1次加工施設のさらなる整備促進、事業者の育成や加工技術の向上といった取り組みを促進させる必要があること。

2つ目ですけれども、6次産業化や農商工連携に意欲ある事業者をより多く発掘する取り組み、買い手目線に立った商品開発の技術支援、安定した事業化に至るまでの財政支援を強化すること。

3つ目ですけれども、コーディネート力の充実強化。これにつきますしては、産業支援財団のほうで応援コーディネーターが実際行っておりますけれども、そのコーディネーターが行っている商品開発の技術的支援であったりとか、マッチング等の支援をもっと充実させること。

4つ目ですけれども、本県には、工業技術や食品加工技術に関する研究機関として、工業技術センターもしくは食品開発センターがありますので、その研究成果である商品のPR方法も含めて、企業の利益につながるような取り組み

をさらに促進することということで提言のほうを行っておいります。

以上、説明のほうを終わらせていただきます。

○内村委員長 説明が終わりました。昨年度の特別委員会における調査の内容についてはお聞きのとおりであります。委員の皆様のお意見を伺いたいと思ひます。

○星原委員 昨年、こういったことを取り組まれているのであれば、調査事項の中にある雇用対策ということで、実は地元でも、大学を終わっても働く場所がないとか、いろんな形で相談を受けるわけなんです。県内に誘致企業あるいは地場企業で育成されている企業あたりが雇用をふやしていくためには、こういった課題があるのかどうか、そういったものを調査して、今、外から連れてくるといっても円高の流れの中では非常に厳しいだろうと。県内に今ある企業をどう活性化させていくか、そこから雇用を1人で3人でも5人でもふやさせるためにはどういった課題があるのか、そういったものをどこかで調査して、いろんな意見を聞いて、そして、県としての取り組みの中にそういったものを取り入れていくべきじゃないかなと。人をふやそうとしたときには、企業によっていろんな分野があると思うんですが、食品関係から製造関係から機械関係からいろんな企業があると思うんですが、そういうものを分野別に分けて、企業あたりの抱えている課題をまず見つけることも大事じゃないかなという気がするんですが、どうでしょうか。

○中野委員 去年の話もいいんですね。

○内村委員長 はい。去年は一応こういうことでやりましたので、次はことしを。

○中野委員 今の話と大体一緒なんですね。去年、6次産業化ということで見に行ったところ

は、20年、30年前に6次産業をやっておるところばかりだったんです。今回の1次産業の活性化というのは、今、新しく6次産業をいかに始めるか、始めようとしているかと。農政もこれが今、一つの主な取り組みですから、そこ辺を含めて。

それからもう一つ、産業活性化というのは製造業がかなりのウエートを占めている。だけど、今、空洞化現象で、大きい誘致企業なんてもう宮崎には来んだらうと。今言われたように、雇用対策の面からも今の地場企業、製造業の実態、これを含めて提案するというのが……。産業活性化、イコール最終的な目的は雇用と税収だと思うんです。製造業の実態とか今後の対策とか含めて、それも1次産業と関係してくるんですね。農産物を加工するのは製造業ですから。だから、今言ったように、(2)を県内製造業の取り組みとか、そっちに変えてもらいたいですね。

○高橋委員 私はこの項目で、今、星原委員がおっしゃった意見を細かく調査していただくといいかなと思いました。

○坂口委員 企業となると商工建設常任委員会の領域ですよ。だから、これだったら僕たちはもったいないから、雇用から入っていったとき、その先には商工サイドで所管する企業もあるし、あるいは第1次産業もあるし、医療とか福祉等もあるから、雇用の柱というのは、ここにふさわしい調査項目かなと思います。

それともう一つ、僕は党の中で産業活性化に同意してここに来たんですけども、ことし、広い意味での「地産地消」というのを県政の目玉に挙げたんですね。地産地消というものをどうやっていくのか。そして、その中には消費というものがすべて含まれる。公共事業まで含まれて、特に、建設業の深刻さの中で、県内の人

たちの受注にどう結びつけるかとか、そういったものも含めた地産地消だったんです。だから、ぜひ、地産地消とか雇用の面から入って行って、逆に、商工だけでもあるいは環境農林だけでも整理できない、特別委員会で初めて整理できるというものに入って行ってもらえればなという気がします。

○星原委員 今、地産地消が出ていますので。地産地消ということは、宮崎県でとれたものを宮崎県で消費させるという、どっちかといえばそういう形ですね。その中になったとき、じゃ、本当に今の子供たちが、地元でとれたものがどれで、どうなのかということだと、私は給食は地産地消でいくべきだという形でとらえて、どういうふうな形のをどういうふうにして持っていくかという、要するに子供の食育教育の中に地産地消を取り入れて、将来に結びつけていくような方法の角度から切り込みはできかなという感じがするんですよ。そうすると、学校の給食なんかで、この肉はどこどこでとれたもの、この野菜はどこどここの地域でとれたものですよと紹介しながらでも食べてもらうような方法はできないものかなと。学校教育の中に地産地消を入れて行って、子供が学校から帰って、お母さんやらに、きょうはこういった形で食べさせてもらった、おいしかったとか、あるいはこうこうだったとか、これは隣近所でできたものらしいねとかいう、そういう話題にできるとか、そこまで広げていかないと、言葉だけが地産地消、地産地消と踊っているようで、実際にどういうふうな対応をしていくか、どういう形をとっていくかというあたりを我々が委員会で掘り下げてもいいのかなと私は思うんです。地産地消の一つの角度の方向からの切り込みとして。ほかにもいろいろあるんでしょうけれど

も、一つの方向としてはそういうことも大事かなど。

○坂口委員 僕がイメージしていた地産地消というのは、まず「地産」とは何ぞやと。これは、人材から、特許から、そこらに転がっている石ころから、景観から、いろんなものが地域の資産であり財産であると。「地消」とは何か。地元にいる人が使う、地域で消費してしまうという「消」、それから、地域の人であらゆるところに向けて商うという「商」売、そして地域の人がアピールしていく、紹介する「紹」ですね。そういったものを含めたときに、とにかく、県内にあるあらゆる有形無形の財産を地域の経済に結びつけられんか。そのための一つに、さっき建設業と言ったんですけれども、せっかく税金を投資していくのに、県内の建設業者が下請から孫請から地元でやれば、そして工法でも変えていけば、県外からの特許品を使わんでも、県内の特許品が使えるかもわからんし、骨材が使えるかもわからん。そういったところまで入って、あらゆるものを総点検できんかなというのと、ここでは聞かなかったんですけれども、商工観光労働部が物を買ったりするのにどれぐらい金を使っているか知らんけれども、その公調達の中で本当に県内のものを使えんのかと。そのときにほんの3%ぐらい高くなるようになったとき、相乗効果として、費用対効果等見たときにそれを逆転できんのかと。そういったのを専門的にこの委員会でやれんかなど。最終的にはどういう形か知らんけれども、公契約に係るときのスタンスとして、公契約をやるときは、地産地消——あるもの組み立て——の考え方に基づいた公契約をやることという、公調達といったほうがいいのか、税金で物を動かすときは、こういった精神で税は投資していきなさいとか、

そういったところに1年間でまとめられんか。あわよくば公調達あるいは公契約に係る条例を地産地消推進条例みたいなものでやれんかなどというのが最初、これを提案したあれだったんですよ。ぜひ、そういう形、広いところから入って行って、学校給食もこれを徹底してやってくれとか、何かできないかなど。

○外山委員 理解として、今は地産地消というのと、どうしても農作物に特化された傾向がありましたね。それをいろんな産業分野に広げて、いわゆる地産地消ですね。下請もそうだし、いろんな調達もそうと。そういうことまで広げられたらということですね。みんなにそういう意識づけをして（「県内の内需を呼び込む」と呼ぶ者あり）それは大事なことですね。

○内村委員長 今、いろんな意見をいただいたんですが、調査事項をここに4つ掲げてある中に、今、皆さんが言われたことがほとんど入ってくると思いますので、いただいた意見を踏まえて、地産地消も調査事項として取り上げさせてもらってよろしいでしょうか。

〔「ぜひ、お願いします」と呼ぶ者あり〕

○内村委員長 そういうことにさせていただきます。

産業活性化対策は幅が広いものですから、そういうことでこれから先、進めさせていただきたいと思いますが、よろしいでしょうか。

○中野委員 それと、2次産業もどこかに入れてもらえんですか。今、モラトリアム法じゃないけれども、ことしも含めて、かなり県内企業はいろいろ……。1次産業だけじゃなくて、製造業も含めて、雇用と関係が出てくるから。

○坂口委員 星原委員が言われたように、そして前屋敷委員も言われたけれども、5年間で倒産したところがないだけで、現実に70数件倒産

が出ているわけです。そういったものを規制できなかつたかとか、県内の地場産業の育成、こういったものを入れていく。いい機会だと思うんです。

○内村委員長 わかりました。柱を一応こうして、中をまた検討させていただくということにさせていただきますと思います。

次に、協議事項（２）の活動方針・計画についてであります。活動方針（案）については資料１の３のとおりであります。これによろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○内村委員長 それでは、そのようにさせていただきます。

これらの案につきまして、何か意見がありましたらお願いします。

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

○内村委員長 それでは、そのようにさせていただきます。この案のとおり、今後１年間の調査活動を実施していくことにしたいと思いますので、よろしくお願ひいたします。

次に、協議事項（３）の県内調査についてあります。再び資料２をごらんいただきたいと思います。この中で８月１日～２日に県北調査、８月２３日～２４日に県南調査を計画しております。先ほど決定しました調査事項を踏まえまして、県北調査、県南調査の調査先につきまして、御意見がありましたらお願ひいたします。

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

○内村委員長 では、これから正副委員長で協議させていただいて皆さんにお諮りしたいと思います。よろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○内村委員長 では、そのようにさせていただきます。

次に、先ほど協議していただきました調査事項を踏まえまして、次の委員会での執行部への説明資料要求について、何か御意見はありませんか。

○星原委員 今出ている意見の中で、どういう話を聞くかということでもとめてもらえば。

○内村委員長 わかりました。では、次の委員会の内容につきましては、正副委員長のほうに御一任いただいてよろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○内村委員長 では、そのような形で準備させていただきます。

最後になりますが、協議事項（５）のその他で何かございませんか。

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

○内村委員長 では、御意見もないようですので、次回の委員会は、６月定例会中、事務局案では６月２２日午前１０時からと予定されておりますので、よろしくお願ひいたします。

それでは、以上で本日の委員会を閉会いたします。

午前１１時５３分閉会