

農政産業観光委員会 県外調査活動状況

1 日 程 令和6年8月26日(月)～28日(水)

2 出席委員(7名)

委員長 長澤 健

副委員長 渡辺 大喜

委員 山田 一功 飯島 力男 土橋 亨

白壁 賢一 志村 直毅

3 欠席委員 河西 敏郎 菅野 幹子

4 調査概要(主な質疑答弁)

(1) 一般社団法人海峽都市関門DMO

(持続可能な観光の実現に向けた取組)

問) かんもんPAYのアカウント登録の画面には、利用者情報を入れるところが多い。観光客の方にはハードルが高いと思われるが、それについてどのように克服しているか。

答) セキュリティの面から、あえてハードルは高くしている。かんもんPAYは、修学旅行向けには使いやすい紙クーポンでも発券している。紙クーポンだと利用者情報が取得できないが、消費額は取得できる。消費額を上げるために、敷居の低いものと、敷居の高いものを組み合わせて使っている。個人旅行の方については、セキュリティを重視し、ハードルの高いやり方をしている。今回、門司港・下関港で抱き合わせプランを作って販売した。こういった形でいろいろな組織と連携して、この地域通貨をうまく使っていただきたいと思う。

問) かんもんPAYは、地元の人が使うことも想定しているのか。

答) 地元の人が、地元のお土産を買って県外に行ってもらうことも想定している。かんもんPAYは、土産屋など、使えるお店が限定されているため、地元の人が使うことに対して制限をかけていない。地元の方は、この仕組みに気づくと単純にお得なのでこのクーポンで買う。実際に使っている人は、かなりいる。

問) 富士山を中心に静岡と山梨で多くの外国人が来る。できれば静岡と山梨で一緒に取り組んでいきたいが、行政が絡んでくるといろいろ大変だという状況。こちらでもいろいろ苦労しているのではと思うがいかがか。

答) 実は対岸下関の観光を立ち上げたのは安部元首相だったが、門司港との連携はなかなか

うまくいかなかった。観光をやっている人も多くは内向きで、外は見えていないことがある。富士山については、インバウンドでやるんだったらジャパンブランドでやりましようと言いつけるしかない。世界に誇れる日本随一の山をなぜそうやって分断するんですかと言いつけるしかない。僕らはそれが海だった。バトンを渡し続けることをずっとやって一緒にやろうと言ってくれる仲間につながった。

問) 我々からすると、海があるというのはすばらしい。だが、せっかく海があるのに先ほど立ち寄ったところはあまり漁港という感じがしなかった。

答) 対岸に見える緑の芝生になっているところが唐戸市場で、そこは漁港のイメージ。こちらはレトロのイメージ。後ほど案内するが、対岸の唐戸市場は、毎週金土日しか空いていないがそちらは完全にオーバーツーリズムになっている。

問) 源平の戦いをやらないのはもったいないと思うが、壇ノ浦の戦いも、観光資源として活用しているのか。

答) このパンフレットにはないが、壇ノ浦も扱っている。壇ノ浦は、ちょうど橋の向こう側になる。観光資源として、かなりインパクトがある。

問) 来ているお客さんの層のデータはあるのか。

答) 分布とすれば、インバウンドに関しては台湾が4割、韓国が3割。次が香港・中国である。コロナ前とコロナ後の違いは、団体と個人の割合がかなり変った。また、バスツアーについては駐車場の時間制限ができたので、福岡や広島からの観光客が減っている。逆に長崎と三重からの観光客は増えている。



※一般社団法人海峡都市関門DMOでの概要説明・質疑と視察の様子

(2) ひらめきパーク笠戸島（下松市栽培漁業センター）
（水産資源を活用した地域振興）

問) 笠戸ヒラメの年間生産量はどのくらいになるか。

答) 稚魚を3万匹購入してきて7割程度の2万匹出荷している。トン数だと10トンから12トンを市内に出荷している。

問) 外食や学校給食など、購入する側のまとまった購入数は分かるか。

答) 一般家庭だと、調理のしづらさでチョイスしにくい面がある。今の2万匹のほぼ全てが国民宿舎「大城」で使用されている。一般家庭にも毎月何件かは出荷しているが、基本的にそういった近隣の飲食店業や宿泊施設で使われている。

問) 魚に果物を与えているとあるが、魚種によって違うのか。

答) ヒラメには夏ミカンの果汁を与えている。トラフグにはゆず、サバにはレモンを入れている。まず、ヒラメから夏ミカンの果汁を入れ始めて試験を行った。1～2年餌の中に混ぜて見たら、やはり鮮度のもちがよくなるとか、生臭くなくなったと料理人や魚屋から現場から声をいただいた。

山口県の産業技術センターでも成分分析をしてもらったら、夏ミカンのリモネンという成分が検出されて抗酸化作用により鮮度保持の効果があつたという結果だった。テストしたのはヒラメだが、ゆずやレモンにもリモネンという成分があるのでトラフグやサバにもリモネンの成分の作用が出てくると私たちは考えている。

問) ふるさと納税はどのように実施しているのか。

答) 笠戸ヒラメの方は600グラムが2枚、笠戸ヒラメのひらめき干しは3枚入って送料込み13,000円を出している。笠戸ヒラメは冷凍で、笠戸ヒラメのひらめき干しは冷蔵で送っている。

問) ヒラメというと砂場にいるイメージだが、飼育には砂が必要か。

答) 当養殖施設では、砂は入れていない。海水があれば、山の中でも養殖できる。

問) 陸上養殖でフグを養殖するためにはどのようなことが必要か。ロスをできるだけなくして養殖に成功するためにはどのようなことが必要か。

答) 今では下松でヒラメを特産品と言っただけのようになってきたが、元々は笠戸ヒラメというブランドはなかった。

昭和58年に施設ができたときに、ヒラメの種苗生産や養殖が始めた。笠戸島周辺でヒラメがよく取れ、漁師の収入源になっていたのでヒラメを作った。だが、作れることは作れるが、販売に苦労があった。下松の特産がなかった時代なので、飲食店組合・商店街がホテルなどできちんと使ってそれを特産にしようと周知しながら売れるようにしてきた。皆さんで、せっかく作ったヒラメを料理屋とかホテルでちゃんと使って、それを地元で周知しながら、ようやく今のような、やっぱり下松では笠戸ヒラメというふうに言うだけのような形になったということがあって、非常に苦労した面はある。

笠戸のサバというブランドを作って立ち上げたときもマーケティングをしっかりとやりながら商品開発してきた。どうしても養殖の魚は脂が増えすぎてしまう。脂を減らしたいと思いながら作っていたが、高級な寿司屋に使っていただくと、逆にもっと脂を乗せた方がよいという声もあったので、しっかりそういった声を聴きながら商品開発してきた。そんな中、脂の品質を良くしようということでレモンや酒粕を入れて、えぐみの少ない良質な脂を作れるよう飼育方法を工夫してきた。販路を見据えた上で商品を完成させてきたという経緯がある。養殖はできるが、マーケティングが難しいというのが、どの養殖業者も考えていることなのでそこを見ていかないとならない。

肉質は餌によると思う。私たちが最初は市販のドライの魚粉だけを使っていたが、今では半分はドライの魚粉、半分は生餌という形でやっている。後は先ほども言ったレモンとか自分たちでブレンドができる餌を工夫してきた。そういった独自で、自分たちでブレンドができる餌を、ちょっと工夫して、それで味を見たりとか、お客様のニーズを聞いたりしながらという養殖方法を取り組んでいる。



※ひらめきパーク笠戸島（下松市栽培漁業センター）での概要説明・質疑と視察の様子

(3) エディオンピースウイング広島 (サッカースタジアム整備事業(にぎわい拠点の創出))

エディオンピースウイング広島多目的室にてサッカースタジアム整備事業(にぎわい拠点の創出)についての概要説明を受けた後、館内を巡りながら施設の説明を受け、質疑を行った。



※エディオンピースウイング広島の視察の様子

(4) 広島県議会(広島県商工労働局イノベーション推進チーム) (広島県におけるスタートアップ支援の取組)

問) 広島に移転したスタートアップ企業の数が140社とのことだが、どういう構成か。隣の県の会社から来たのか、関西圏からなのか、関東圏からなのか内訳を教えてください。

答) 今詳しいデータがないが、フットワークが軽いとなるとIT系がほとんどだという感じを受けている。
(後日資料を提供された)

問) 移転というのは本社移転なのか、人員の移転なのか。制度的にどうなのか。税務的にずいぶん違うと思うので、どういうものをもって企業移転と捉えているのか教えてください。

答) これも後ほどメールさせてもらうが、本社機能と研究開発拠点、5人以上の雇用という要件がある。本社の機能が移転すればよく、本社自体の移転まで求めている。詳しい内容はまとめて後日資料を提供する。
(後日資料を提供された)

問) 海外に目をつけられているということですので素晴らしいと思う。先ほどの外国のスタートアップを集めるというのはどんな方法で外国にアピールしてどんな方法で外国から企業を

集めているのか。山梨にはリニアが来るので、そこに様々な外国の企業を取り込めると面白いなと思ってお話を伺っていた。

答) 我々は広島を海外に市場を取りに行かせることを目的としている。ただ、先ほどおっしゃられた、いわゆるアウトバウンド、インバウンドも含めては非常に重要なことであり、我々も苦戦している。外国の方にスタートアップとして入っていただいて一定期間スタートアップ企業として日本で活躍していただくという、外国人スタートアップビザ制度というものがある。スタートアップビザについては渋谷区がかなり強いので、私もその自治体のトップの方にお会いしてお話を聞かせていただいている。広島県はこれだけグローバルでありながら外国人のスタートアップということに関していうと年に数件ぐらいしか実績はない。

やはりスタートアップ企業を直に呼び込むというのは難しいと思っていて、例えば国内の大企業に入っていただいて、その大企業に外資でいうとこういうパートナーがいるので、一緒にこのプロジェクトに参画していただくとかはいかがだろうかと考えている。

問) ユニコーン10には、コンサルタント会社が入っているのか。

答) アクセラレーションプログラムを受託しているところは毎年公募プロポーザルという形で提案を受けている。仕様書を示して「何をやるか」という方角と「ここまで目標を設定してほしい」という形で自由提案型の入札制度とさせていただければと思う。

その前段階として、広島ユニコーンプロジェクトをいわゆるベンチャーキャピタル系だったりコンサル系が集まる場所で、キックオフの前からこういうことをやる、ということをやっているとずっと言い続けてた。そこで、そうだね、とやっていただいたところに御協力いただいている。

今年度たまたま受託した会社はPlug and Play Japan株式会社という世界50か国に展開しているコンサルタント。業界にも資金投資にもコンサルにも強いところで外資にも入っていただいている。

山梨県との関係で行くと、その前はCreww(株)と組ませていただいていた。このCreww(株)とはかなり長い付き合いでユニコーンプロジェクトが始まる前からお付き合いさせていただいているし、実際今広島オープンアクセラレーターという金融機関を中心とした取組にもパートナーとして入っていただいている。

問) 広島県はマツダなど大きい企業があるが、スタートアップをする企業の中には、企業内スタートアップをする企業はどれだけいるのか。あとは、広島県にある企業で企業内スタートアップをしている企業はどれだけいるのか。

答) 統計データはないが、体感的には新たなビジネスに挑戦しようという企業はまだまだ少ない。かなり少ないと思っているので、アトツギベンチャー、第二創業といったキーワードを出しながらこのプロジェクトを進めている。

問) アトツギベンチャーの支援は、コロナ禍での事業再構築の支援や、そういうものを組み合わせるとするのは広島県としては容認しているのか。

答) 他の部署でやっているが、できていると思っている。

問) Exit した企業が7社あると言っていたが、これはほぼ売却なのか。それとも上場なのか。

答) すべて売却である。

問) 広島の企業に売却しているのか。

答) 半分広島、半分が外である。

問) 例えば、どのような企業が広島県内に売却されたのか。

答) 例えば、非破壊検査という技術を持っているところがあったが、そちらは関西方面の企業のところに行った。半分広島、半分が外である。



※広島県庁での概要説明・質疑と、広島県議会議場の視察の様子

以上