

第 64 回岩手県商工観光審議会 議事録

日時：令和 6 年 11 月 20 日（水）13:30～15:30

場所：エスポワールいわて「1 階 小会議室」

1 開会

（齋藤商工企画室企画課長）

それでは、ただいまから、第 64 回岩手県商工観光審議会を開催します。私は、当審議会の事務局をしております、商工企画室企画課長の齋藤です。どうぞよろしくお願いいたします。

本日は、皆様御多忙のところ、審議会に御出席いただきまして、ありがとうございました。暫時、進行役を務めさせていただきますので、どうぞよろしくお願いいたします。それでは着座にて進行させていただきます。

本日は、委員 14 名中 8 名の皆様に御出席いただいております。委員の半数以上の出席となっておりますので、岩手県附属機関設置条例第 6 条第 2 項の規定により、会議が成立していることを御報告いたします。また、「審議会等の会議の公開に関する指針」に基づき、本審議会を公開することとしており、傍聴を希望する方に傍聴を認めることとしておりますので、御了承願います。

それでは、開会に当たり、企画理事兼商工労働観光部長の岩淵から御挨拶申し上げます。

2 挨拶

（岩淵企画理事兼商工労働観光部長）

岩手県商工労働観光部の岩淵と申します。皆様方におかれましては、御多用のところ、岩手県商工観光審議会に御出席を賜り、厚く御礼を申し上げます。また、日頃から本県の商工業、観光の振興につきまして、御指導・御尽力を賜っていることに対しまして、この場を借りて厚く御礼申し上げる次第でございます。

環境の変化という観点からちょっとお話をさせていただきたいんですけども、1 つは、やはり県内経済を取り巻く状況として、エネルギー・原材料価格の高騰を含めた物価の高騰がもう長く続いているということが 1 つあると思います。そうした中で、やはり県内中小企業が大変な厳しい環境にあると。加えまして、経営者の方々にとりましては、賃上げへの対応というのも大きな課題です。この賃上げの波も、これまで連合さんが発表している春闘の結果で、1 ヶ月の平均月収見たときに、大体 4～5,000 円ですずっと続いてきたのが、去年 9,000 円上がって、今年は 15,000 円上がるという非常にすごい数字になっております。

賃金が上がること自体は良いことだと思うんですけども、やはりそれに充てる利益が十分に確保できていないという状況です。防衛的な賃上げになっているというあたりが 1 つ大きな要因といいますか、環境変化の大きな項目の 1 つに挙げられると思っております。

もう 1 つが、人口減少が全国的に本格的に進展しているという中で、やはり、人材の確保、産業人材の確保というのが、非常に難しい局面に入ってきております。これも、皆様も分かる方と分からない方がいると思うんですが、1980 年～90 年代のバブル期に、県内の有効求人倍率が 1.3 倍ぐらいだったというデータを見せられました。それが、バブルが崩壊した平成 13～15 年辺りには 0.49 倍になっている。人口減少が本格的に進んだ今、また、その 1.2 倍あたりをずっとキープしていくというような、やはり人手不足という状況であり、有効求人倍率が高いほうが良いように受けとめるんですけども、これが高ければ人が足りないという側面もありますので、そうした状況もまた大きく環境が変わっていると考えております。

もう1つ挙げたいのが、外国人観光客が増えているというところでございます。中国からの入り込みが、コロナ前のまだ44%にもかかわらず、今年の上半期の外国人の入り込み数がコロナ前を超えています。中国が厳しい状況ですが、全体では超えているという、これが東南アジア、それから欧米の伸びが著しいという状況でございます。そうした環境変化をしっかりと踏まえながら、今後、色々なことを考えていかなければいけないのかなということを強く思っております。具体的なそういうインバウンドが増えている状況をどうやって県内経済に波及させるか、県内の物を買ってもらうような、そういうことをきちんとやっていくかという、あるいは、産業人材につきましても、外国人材の受け入れとかもポイントになってくる1つかなということも考えております。

それから、事業承継の問題があります。廃業が増えておりますので。もったいない廃業、後継者がいないからやめるというような廃業もありますので、それをしっかりと事業承継、それから起業・スタートアップに結びつけていくような取組も大事なのかなと考えております。

様々皆様の現場の方で、色々なことをお感じになられていると思います。本日事務局で資料を用意いたしまして、我々の取組の全般とか、あるいは重点事項について説明申し上げますけれども、今後色々な取組にチャレンジしていかなければいけないかなと思っておりますので、説明事項にかかわらず、普段現場で感じているようなことを忌憚なく御発言いただきたいというのが、今回の審議会の大きな趣旨でございますので、遠慮なく要望的なものを含めまして忌憚なくお話いただければ、我々それをすぐに実現できるかどうか分かりませんが、それを踏まえて、今後の政策を考えていきたいと考えておりますので、本日、本当に忌憚ない御意見をたくさんいただきますよう、お願い申し上げまして挨拶とさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

3 議事

(齋藤商工企画室企画課長)

本日は委員改選後、初めての会議となりますので、委員の皆様を御紹介させていただきます。お手元の出席者名簿を御覧ください。委員の皆様を50音順に御紹介いたします。

有限会社割烹旅館おぼない、若女将、大建ももこ委員でございます。

(大建委員)

大建と申します。よろしくお願いいたします。

(齋藤商工企画室企画課長)

一般社団法人岩手県工業クラブ会長、小山田浩之委員。本日は、御欠席です。岩手県商工会議所連合会副会長、鎌田英樹委員です。

(鎌田委員)

商工会議所連合会の鎌田でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

(齋藤商工企画室企画課長)

安比塗企業組合代表理事、工藤理沙委員。本日は、御欠席です。

奥州市長、倉成淳委員。本日は、御欠席です。

株式会社サトウ精機代表取締役社長、佐藤智栄委員。本日は、御欠席です。

ナチュラボコクーン代表、佐藤真優子委員でございます。

(佐藤委員)

佐藤真優子です。よろしくお願いします。

(齋藤商工企画室企画課長)

岩手県商工会連合会会長、高橋富一委員です。

(高橋委員)

商工会連合会の会長の高橋でございます。よろしくお願いします。

(齋藤商工企画室企画課長)

岩手県立大学総合政策学部教授、新田義修委員です。

(新田委員)

新田です。どうぞよろしくお願いします。

(齋藤商工企画室企画課長)

有限会社早野商店取締役、早野由紀子委員。本日は、御欠席です。
岩手県中小企業団体中央会副会長、藤村文昭委員です。

(藤村委員)

中央会の藤村です。どうぞよろしく。

(齋藤商工企画室企画課長)

普代村長、桎屋伸夫委員。本日は、御欠席です。

株式会社北三陸ファクトリー代表取締役取締役COO、眞下美紀子委員です。本日は、リモートでの御出席です。

(眞下委員)

北三陸ファクトリーの眞下と申します。本日は、オンラインで失礼いたします。どうぞよろしく願いいたします。

(齋藤商工企画室企画課長)

公益財団法人岩手県観光協会理事、村上振一朗委員です。

(村上委員)

村上と申します。よろしくどうぞ、お願いいたします。

(1) 役員の選任について

(齋藤商工企画室企画課長)

続きまして、議事に入ります。役員の選任についてです。岩手県附属機関設置条例第4条第1項により会長を、同条第2項により副会長を置くこととされており、その選出は委員の互選によることとされております。本来であれば仮の議長をどなたかにお願いするところですが、便宜上、事務局で進行することとしてよろしいでしょうか。

(異議なしの声)

(齋藤商工企画室企画課長)

ありがとうございます。それでは、会長及び副会長の選任について、特に御意見がなければ、事務局から案を示したいと思いますが、御意見はありますでしょうか。

(意見なしの声)

(齋藤商工企画室企画課長)

御意見がないようですので、事務局としましては、会長を高橋富一委員に、副会長を村上振一朗委員にお願いしたいと考えますが、いかがでしょうか。

(異議なしの声)

(齋藤商工企画室企画課長)

ありがとうございます。皆様御異議がないようですので、会長は高橋富一委員に、副会長は村上振一朗委員にお願いすることで決定させていただきます。それでは、高橋会長には、議長席に御移動いただき、御挨拶をお願いいたします。

(高橋会長)

皆さん、こんにちは。ただいま、この審議会の会長を仰せつかりました。引き続きの会長でございまして、はなはだ慣れないところでございますけれども、委員の皆様方の御協力を得て進めさせていただければと思います。

そして、副会長には、観光協会の村上振一朗委員さんをお願いすることとなっておりますので、よろしくお祈りを申し上げます。

(齋藤商工企画室企画課長)

ありがとうございました。それでは、これ以降の会議の運営は、高橋会長にお願いいたします。

(高橋会長)

それでは、会議を進めて参りますので、委員の皆様方、どうぞよろしくお祈りをいたします。

本日の会議は、15時30分には終了したい、このように思っておりますので、委員の皆様方の御協力の程、よろしくお祈りを申し上げ進めさせていただきます。

それでは、議題の(2)令和5年度の商工労働観光施策の実績について及び(3)社会減対策の取組状況と今後の方向性について、事務局から一括して説明をお願いいたします。

(齋藤商工企画室企画課長)

それでは、まず初めに資料1に基づき、令和5年度の商工労働観光施策の実績について御説明いたします。資料1の方を御覧いただければと思います。それでは、スライドにあるページ数の方を御覧いただきたいと思います。

では、2ページを御覧ください。県では、長期ビジョンである県民計画2019～2028の実施計画として、政策推進プランを策定し、重点的・優先的に取り組むべき政策や、その具体的な推進方策を明らかにし、長期ビジョンの実効性を確保しているところです。本日は、第2期政策推進プランに掲げる商工労働観光部の施策について、令和5年度の取組実績を踏まえ、来年

度に向けた課題とその今後の方向性について説明いたします。

3ページと4ページを御覧ください。いわて県民計画では、幸福関連指標という各政策分野における幸福に関連する客観的指標を定めております。本資料には、当部の所管する政策分野の「教育」、「居住・環境コミュニティ」、「仕事・収入」のいわて幸福関連指標の評価結果を記載しております。各指標に達成度というところがあると思いますが、この達成度については、令和5年度の目標値に対する達成度に応じて、AからDで評価をしているところでございます。

続きまして5ページを御覧ください。ここから、主な政策ごとの課題と今後の方向について御説明いたします。「Ⅲ-教育分野」の地域に貢献する人材の育成については、人手不足が加速する中、ものづくり産業担う人材の育成・確保が課題であることから、各段階に応じた人材育成、キャリア教育の推進、県内企業への就職促進が今後の取組方向となっております。

次に4ページの「Ⅳ-居住・環境コミュニティ」分野の移住・定住の促進についてです。若い世代を中心に、地方移住への関心が高まる一方、進学期・就職期の県外転出を要因とした社会減が続いていることから、SNSやプロモーションなどによる情報発信、マッチングサイトにおける企業情報や求人情報などの充実などにより、U・Iターンの推進が今後の取組方向となっております。

続きまして、7ページを御覧ください。「Ⅵ-仕事・収入」分野の一人ひとりの能力を發揮できる環境づくりについてですが、本県は、1人当たりの総実労働時間が全国より長く、年次休暇取得率及び賃金水準が全国平均を下回ることから、いわて働き方改革推進運動の展開や年次休暇取得の促進、賃上げに取り組む企業への支援などにより、若者や女性に魅力ある職場環境づくりの促進が今後の取組方向となっております。

続きまして下の8ページになります。県内の令和5年10月末現在の外国人労働者は7,080人であり、過去最高となっております。外国人労働者の受け入れ環境の整備が課題となっていることから、市町村と連携した受け入れ環境の整備などが今後の取組方向となっております。

次に、中小企業の振興についてです。9ページですが、エネルギー価格や物価高騰をはじめとした社会経済情勢の変化に的確に対応するため、商工指導団体と連携し、デジタル技術を活用した生産性向上の取組や、中小企業者の経営革新の取組を促進すること。また、10ページですが、新たな経営人材の育成が求められていることから、県内の産学官金の連携により設置した、いわてスタートアップ推進プラットフォームを核として、起業マインドの醸成や経営能力向上の取組の推進、11ページになりますが、県内経営者の高齢化が進んでおり、第三者承継を含む事業承継の円滑化が今後の取組方向となっております。

次に、ものづくり産業の振興についてです。12ページになりますが、自動車・半導体関連産業を中心としたものづくり産業において、デジタル化やカーボンニュートラルに対応する必要があることから、中小企業の競争力強化の取組支援や、現在整備を進めております半導体関連人材育成施設を活用した高度人材の育成、また、13ページに移りますが、企業の生産性や付加価値の向上を促進する必要があることから、ものづくり企業の省人化やデジタル技術導入・活用支援などが今後の取組方向となっております。

次に、地域資源を生かした魅力ある産業振興についてです。14ページとなります。伝統工芸や漆について、ライフスタイルの変化や消費者ニーズをとらえた商品開発・販路拡大が必要になることから、物産展・見本市を通じた新たな顧客の開拓、また、15ページに移りますが、意欲のある事業者の海外展開を進めるため、国内外のビジネスパートナーや海外事務所を活用したバイヤー招へい、現地商談会への出店機会の確保などが今後の取組方向となっております。

最後に、観光産業の振興についてです。16ページとなります。本県ならではの観光資源を生かした広域観光の推進が必要であることから、各種観光キャンペーンを展開し、県内全域を周遊するための二次交通の確保や、付加価値の高い旅行商品の造成の促進、また、17ページ

では、ニューヨーク・タイムズ紙など海外紙への掲載を機に、新たな旅行者層の増加が見込まれることから、対象市場、地域の特性をとらえた戦略的なプロモーションの展開、また、旅マエ、旅ナカにおける情報発信の強化を、さらに、18 ページになりますが、観光サービスの変化や新たな観光事業の創出が求められていることから、岩手DMPに基づいた情報発信や地域DMOの創設・支援などの観光地域づくりの体制強化が今後の取組方向となっているところでございます。

続きまして、資料2に基づき、社会減対策の取組状況と今後の方向性について御説明いたします。

県では、人口減少対策に最優先で取り組んでおり、知事を本部長とする岩手県人口問題対策本部会議で議論を重ねております。本資料は、去る9月17日に開催された第2回本部会議の資料となっております。かなりボリュームのある資料となっておりますので、当部にかかわる今年度の取組状況と来年度の取組方向を中心に御説明いたします。

2 ページを御覧ください。本県では、社会減対策ということで、「3つの柱プラス1」ということで、①いわてとのつながりの維持・強化（県内定着、U・Iターン）、②多様な雇用の創出、労働環境と所得の向上、3 ページの③ニューヨーク・タイムズ紙への掲載を契機とした交流人口・関係人口の拡大を3つの柱に据え、それに市町村や地域的な社会減対策に対する取組の支援・強化をプラスして、全庁を挙げて取組を進めているところでございます。

4 ページから11 ページにかけては、社会減対策の3つの柱に基づく、今年度の主な県の取組をピックアップしたものとなります。当部関係のものを中心に御説明いたします。

まず、4 ページになりますけれども、県内企業の魅力紹介や、大学生等のインターンシップの促進、5 ページになりますが、市町村や企業と連携した移住イベントの開催。6 ページになりますが、若者や女性に魅力ある雇用労働環境の構築に取り組む中小企業への取組支援や、いわて働き方推進運動の展開。8 ページになりますが、物価高騰対策賃上げ支援金による賃上げ原資の直接的な支援。9 ページになりますが、経営革新計画に基づき、生産性向上や価格転嫁に取り組む県内中小企業等に対する支援。10 ページになりますが、外国人観光客の県内周遊による交流人口の拡大に向けた取組を行っています。

12 ページから25 ページにかけては、統計データに基づく社会減要因分析を行った結果となります。データ分析の総括を25 ページに記載しておりますので、25 ページを御覧ください。

本県は、特に進学・就職期の若者女性が都心部へ転出超過している状況にあることから、社会減対策には、若者や女性に選ばれる環境をつくっていくことが重要と考えているところで、また、人口が今後減少していくことを考えますと、交流人口や関係人口の拡大にも力を入れていく必要があります。

26 ページからは、来年度の取組の方向性について記載したのですが、当部に関連する部分について御説明いたします。

まず1つ目の柱、いわてとのつながりの維持・強化では、就活生に待遇面を含めた県内企業の魅力などの情報が届くよう、企業の採用力向上の支援やライフステージの変化のタイミングにある社会人層をターゲットとしたU・Iターンを推進していきます。

次に2つ目の柱になりますが、多様な雇用の創出、労働環境と所得向上では、アンコンシャス・バイアスの気づきを促進し、若者や女性に魅力ある職場環境づくりの促進や所得向上に向けた支援、また、外国人労働者の働きやすい環境づくりを推進していきます。

最後に、3つ目の柱、ニューヨーク・タイムズ紙への掲載を契機とした交流人口・関係人口の拡大では、インバウンドのさらなる拡大に向け、現地旅行者への働きかけや、個人旅行者に対する情報発信を強化していきます。

参考資料につきましては、後程御確認いただければと思います。駆け足になりましたが、説

明は以上となります。

(高橋会長)

ありがとうございます。ただいま事務局から説明がございましたが、委員の皆様から御意見をお伺いしたいと思います。先ほど申し上げましたように、時間も限られておりますので、お一方、3分程度を目安にして御発言を頂戴したいと思います。その後、事務局の方から回答いただきたいと、このように思いますので、よろしく願いを申し上げます。御発言につきましては、お配りしております名簿の順番にお願いしたいと思います。

それではまず初めに、大建委員からお願いをいたします。

(大建委員)

大建と申します。今日この場が初めてですので、どうぞよろしく願いいたします。私の方からは、観光面の方での社会減についてお話をしたいと思います。関係人口の低迷が続いて、どこの県でも皆さんそうだと思います。少子高齢化が進んでいて担い手不足があって、どんどんどんどん減っていくというサイクルの中で動いていると思うんですけども、観光についてはまだまだ余力というか、伸びしろがすごい残っている部門なんじゃないかなというのは日頃思っております。

何をしに岩手県に旅行に来ているのかなという、岩手はすごく県土が広いので、エリアごでも全然違う魅力がそれぞれに発信されていると思いますし、1度の旅行で岩手県を全部網羅するような旅行というのはちょっと難しいのではないかなと思っております。その部分をフォローするわけではないんですけども、何回ぐらい岩手県に来ているお客様なのか、岩手のどこいうところが好きになってきているのかという分析を、横つながりに串刺しにした形の何か分かる・見える化をする必要がこれから出てくるのではないかなというのは思っているところです。

例えば、観光ってざっくり思っている観光が、お客様の観光とはたして常にイコールなのかっていうところも同時に掘り下げなければいけないなと思っております。地方もそれぞれの暮らし方、生き方、ストーリー性を持ったようなところが、これからの観光の1つの切り口になっていくのであろうというのは、最近思うところです。海外のお客様に関しても最初は大口の観光先に行くとは思うんですけども、それ以外について、SNSですごい調べている方が本当に田舎の端っこのちっちゃなお店に立ち寄られたりとかっていう、新しい観光の見つけ方っていうのは、どんどん動いていっている時代になっていると思うので、そういう細かい部分も含めて、やはり横つながりの、岩手県全体とまでいくと広すぎるとは思うんですけども、エリアごとで区切った横つながりは、新しく作っていった方がいいのではないかなと思っております。

私も外から来た人間なので、岩手県を外から見た状態のこういうところが良いなあというのは地元の人と少し差があるとは思いますが、そういう外から来た人のここが良いですねというところを地元の方が吸収して行って、地域のプライドというかブランド力もアップ、自分たちで底上げをしていく力をつけるタイミングにもあるのではないかなと思います。以上です。

(高橋会長)

ありがとうございます。このことについて事務局から。

(高橋観光・プロモーション室長)

御意見・御質問ありがとうございます。観光・プロモーション室の高橋です。最初にお話がありました、分析を横つながりということで、見える化というお話いただきました。まさに、

そのとおりで私どもの方も今、県の観光協会におきましては、いわて観光DMPというものを作って県内の様々な情報を取り込んでいるところでございます。あと東北の海外の方々の流動につきましては、東北観光推進機構を中心といたしまして東北観光DMPというものを作って、それぞれ動態を調査しているという状況でございます。これがそれぞれの、例えば、地域のDMPであったり、DMOさんであったり、そういったところが活用していただいて、今後の施策に反映しているという点もございますので、ぜひそういった点での活用を一緒に進めていきたいというふうに考えております。

二戸地区で見ますと、一戸町さんがそういった取組をかなり進めているということで、今後DMO化を図っていくために何をしていたらいいかという点を県の観光協会と連携しながら進めているというところでございますので、そういったことも踏まえながら、二戸地域におきまして、そういった流れができるとうろしいかなというふうに感じているところでございます。

それから2点目の暮らし方、生き方、ストーリー性が切り口になるというのは全くそのとおりでございまして、ニューヨーク・タイムズ紙でクレイグ・モドさんがお話なさいましたけど、まさしく大建委員さんがお話していることと全く同じでございまして、私どももそういった点も踏まえながら、どういった形で進めていければいいのかというのを日々考えながら進めているところでございます。そこはいろいろ共有しながら進めさせていただきたいなと思っておりますし、それから海外の方々が大口で来られる、そのあとSNSで調べているという点につきましても、私どもの方でGoogleビジネスプロフィールの、できるだけ皆さんの方で登録をしていただくということで、様々な研修会とか、あるいはうちの職員も派遣して、様々登録をしていただくような取組を促しているところでございます。

今、どうしても内陸の地域であったり、そういったところが中心になって、グーグルの方は登録されてますけども、沿岸であったり、県北の地域がなかなか登録されてないところもありますので、私どもの方といたしましても、先日も、特に三陸の4ヶ所くらい集中的に行って参りましたが、もしよろしかったら、二戸地区でもそういった会合があった際に、皆様お集まりの際に、そういった取組をして参りたいというふうに考えておりますので、ぜひそういったことも含めながら、グーグルを活用して、SNSで情報を発信するというのも一緒に進めて参りたいというふうに考えております。

いずれにしても、ブランド力・底上げの力という点、そしてまた、エリアごとの横のつながりということは、まさしくそのとおりで、それぞれの地域が取り組んでいることを情報共有して進めたいと考えておまして、特にもう先ほど触れましたDMOというところが地域ごとに最近作られてきておりますけれども、そういった情報交換をしながら、様々な特に釜石のDMCさんなどが全国的にも特に優れているような状況でございますので、そういった取組を皆さんと共有しながら、情報といいますか、そういった進め方を共有して、今後底上げを図っていきたくて思っております。ぜひ、大建委員さんにつきましても、地域の方に戻っていただいて、ぜひ二戸地区の底上げを一緒に図っていきたくて思いますので、よろしくお願ひしたいと思ひます。

(高橋会長)

ありがとうございます。それでは続きまして、鎌田委員お願いします。

(鎌田委員)

送られてきた資料全部に目を通し、参考資料をプリントアウトしながら、色々と考えてきたんですけど、時間の都合ということもございまして、端的に申し上げます。

まず1点目です。商工会議所連合会の立場からすれば、色々とあるんですけど、先日、厚労省の発表で、2021年度の大卒の離職率が34.9%、5人未満で50%を超える59.1%ということ

で、県内企業、特に商工会議所連合会でも小さい企業も大変多くいらっしやって、そういうところにどうやって定着をさせていけるかという施策も大切ですが、審議会という答えの出る具体的な対策という話になるんですけど、できればまず理念を共有したいなと思っています。

今こうやって県を先頭に若者の就職、あるいは新卒者の就職というのは、一義的な大切なものではあると思いますし、そういう対策に関しては、敬意と感謝と賛意を表すものではございますけれども、その上で、長年にわたって1つの企業に従事されていらっしやる、県内企業とかそういう事業所に勤めている人をもっともっと大切にしていきたいと。あるいは個人事業主、農林水産業に従事している働き改革とはかけ離れた、そういう仕事をしていらっしやる方々をもっともっと県として、県民として大切にしていきたいと思います。

自己アピールではないんですけど、今週金曜日に盛岡商工会議所で永年勤続者表彰という優良従業者表彰が行われまして、これは会員事業者が申し込んだ人達だけのそういう会で、今回は125名の方々、会社から申し込みがあって商工会議所と盛岡市で表彰するんですけど、何かそういうすべてに関して表彰制度、大きな式典を求めるわけではないんですけども、知事を含めて、あるいは各首長さん含めて何かの機会にそういう皆様に対して言及するような、そういう場とかコメントとか何かを常にみんなで共有できればと思います。具体的にどこの場という答えの出るものではないんでしょう。ただ、それにかかわる人たちが知事とか首長さんに、挨拶文を書くときに、そういうことを一言入れてもらうとかは大切だろうと私は思っています。あくまでこれは、理念の提案と思っていただければと思います。

それからもう1点。質問含めてなんですが、地域おこし協力隊の任期終了者の定着率が高いというデータ、見たら随分びっくりするほどの高い率で残っているというデータになっているんですけども。この方々は、協力隊終わった後、定着率は何年を目途にした定着率なのか。もしこれが、半永久的とはいいませんけれども、御自身の御家族を岩手に呼べないにしても、本当に残っていただけるのであれば費用対効果は非常に高いので、例えば協力隊員を増やせば、今岩手が結構高い数字で協力隊員を受け入れてらっしやるというデータがあるんですけど、297人で定着者191人と書いているんですけど、だったらこれを5倍に増やしたならば、単純に定住者が5倍に増えるのではないかと。そうすると、地域に対する経済効果が高いだろうと単純に思ったので、何かそういう政策を考えて、なおかつ、協力隊を農林水産業やなかなか定着しない業種に限って受け入れて、少しでもそこに定着できるような政策・施策はできないのだろうかと思います。その辺のところもちよっと考えられるのであれば、考えていただきたいと思います。

それから最後に1つです。交流人口・関係人口の拡大という点で、ニューヨーク・タイムズは非常に良いことで、いまだに町の中でも見受けられますし、データを拝見してもアメリカからの旅行客は、全国平均よりも東北平均よりもずっと高いかっこうで高止まりしています。

一方で、タイとかシンガポールというのが何でここまで同じように高いのか、その辺のところが分からないので、その点を教えていただきたいのと、色々と国内外の情報発信というかっこうで、結構大上段に構えた政策ももちろんあるとは思いますが、外国人も含めて、もしかしたら観光というのは、今、いろんなところで注目されている部分もあるのでしょうか。

作り物ではない、ごくごく普通にあるようなところで、自分なりにこの盛岡の観光を考えたときに、あんまりPRになっているかどうか分からないですけど、すぐそこにある御田屋清水とかですね。安心・安全で、あれだって結構、大腸菌の問題もあって、確かお金をかけてやっているはずなので、私もたまに朝会社に行くときに飲んだりするんですけども、外国人が普通に無料で飲めるそういう水飲み場があるっていうこともアピールしながら、それだけで足りないのであれば、向いにサンビルがあって、結構空きスペースがあるので、あの辺に資金を投入して、いわゆる観光客のお休み処みたいな高齢者を少し雇用でもないですけども、シルバー人材を使いながら、お休み処で湯茶の接待でもないんですけど、そんなことをやったら盛岡

行けばそういう何か温かいというような思いがあれば、1つのムーブメントになるだろうと思います。そんなのがあったならば、何か皆さんの心が温かくなって、もう1回、岩手、盛岡って良いよねと思えるようなのも大切なだろうと思います。

連合会の代表の割には、そういう具体的な会話ではなくて、恐縮なんですけど、今回の件で色々自分なりに考えたところをまずメインに。それだけ申し上げます。以上です。

(高橋会長)

ありがとうございます。それでは、事務局お願いします。

(三河定住推進・雇用労働室長)

定住推進・雇用労働室の三河と申します。地域おこし協力隊のお話がありました。ふるさと振興部の方で所管している事業なのですが、岩手県は地域おこし協力隊も数多いと伺っていますし、また、隊の3年間終わった後の地元の定着率が60%を超しているということで、非常にうまくいっている事業ではないかなと思っています。

先ほど、5倍多く連れてきたら5倍残るのではないかというのは、全くもってそのとおりにかなと思いますが、あとはこちらの方の受け入れ体制として、様々な協力隊が持っている使命といった部分に完全にマッチした状態でもって受け入れられるのかというような問題であるとか、協力隊の方がお持ちの技術とか知識といったものが100%岩手県にいるのにマッチングしているのかというようなことが、数が多くなればなるほどまた問題化してくるのかなと感じております。

地元定着の人間を増やしたいという部分ではうまく使っていきたいと考えておりますし、また県外からおいでになって、なかなか県内の方々と自分たちとのマッチングという部分で悩みもそれなりにお持ちだということも伺っているところですので、そこがうまく解決できて、岩手県に定着していただくことが可能であれば、これに越したことはないかなと感じているところでございます。

(高橋観光・プロモーション室長)

交流人口の拡大ということで、ニューヨーク・タイムズの効果をいただきました。

タイ、シンガポールが高い理由は何かということでもございますけれども、基本的に東南アジア地域の方々は、やはり四季がずっと夏ということもありますので、特にも日本、特にも岩手県の四季、桜であったり紅葉であったり雪を見ることができるといったことが非常に喜ばれているというのは、前から言われておまして、私どもとしては今まで台湾を中心にセールスをしておりましたけれども、やはりタイ、あるいはシンガポール、こういった東南アジア地域の方々が、こちらのこういった四季明瞭なところに対して期待を示されているということがありますので、そういった観点に照らし合わせた誘客をしていくということが大事なのかなと思っています。

特に、昨年度、知事もマレーシアに行きPRしてきましたので、そういったのもあるのかなと思っていますが、いずれにしましても、ちょうどコロナ禍のときには、羽田・成田からしか来れなかったのですが、それでも多くの方々に来ていただいていたということでございまして、今後、タイ、あるいはシンガポール、それから香港とか、そういったところが航空便も回復してきて、さらに便数も増やしていただけるという状況でございますので、そういったところを中心に展開していきたいと考えております。

それから、委員の方からお話がありましたお休み処、まさしくそういった点が大事であってクレイグ・モドさんも、例えば親子3代でやっている床屋さんに行って、そこでお話してとても良かったと。やはり、そういったところで脈々とそういった皆さんの生活が感じられるとこ

ろがあるというところが非常に大事だと思います。これまでの観光と言いますと、観光施設に行けばいいということですが、そうではなくて、そこに住んでいる方々を感じていただいて、私どももそういったところが素晴らしいというふう感じて、そういったことをPRできるような形になってくれば良いなと思っております。そういった中で、鎌田委員から御提案がありました、心温まるものがあればという点について配慮しながら、私どももPRしていきたいと感じているところでございます。

なお、地域おこし協力隊について、私からも1点だけお話をさせていただきたいのですが、三陸DMOセンターというのが宮古の方にごさいます、そちらの方で、これまで7年～8年ぐらいですが、地域おこし協力隊の方々も中心にプランナー養成塾というものをやりまして、そこに住んでいる方々が、自分の地域の資源を活用して様々なコンテンツを作っているという取組をしております。非常に色々考えて、作っていただいているようなところがございまして、私どももそういった点を支援しながら進めて参りたいなと感じているところでございます。地域おこし協力隊の皆さん、面白い方が非常に多くて、関東から来ている方、あるいは岩泉の方だと台湾から来ていただいている方がいます。台湾から来ていただいている方は、ぜひ、岩泉にある自分が感じたものを台湾にPRしたいというお話もいただいておりますので、そういったところを交流人口の拡大につなげていくような、またキーマンとして活躍していく場として持っていきたいなと思っております。

(高橋会長)

ありがとうございます。

(岩淵企画理事兼商工労働観光部長)

最初の部分、人を大切にするという、働いている人を大切にすることだと思いますが、県でも様々な表彰制度をやっていて、昨日、卓越技能者の表彰をやっていて新聞等にも出ておりました。

あるいは、若い人たちだと技能五輪というのがあって、この全国大会が来週くらいにあると思うんですけども、それに参加している若い人たちとか、びっくりするぐらいしっかりといて。多く選手を出している会社があるのですけども、そういうところは非常に離職率も低い。定着している。そこで技術を身につけて、マイスター登録したりして、長く働くというような会社もあります。

あるいは、私が知っている中では、3年前に工場に行ったときに、女性が非常に多くて。花巻東高校出身と千厩高校出身。高校時代はソフトボールの両方ともエースで争っていた子が、向かい合って仕事している光景とかですね。今もまだしっかりと定着しているのですが、そういう企業がたくさんあります。そこで働き方改革アワードとかもやっているのですが、そういう職員を大切にするような企業は当然、働き方改革も進めているので、そういう中で色々な事例を紹介しながら表彰したりしていきたいと思っております。今の意見、その部分ですね、今後何かできるものがあれば、常に工夫してやっていきたいと思っておりますので、よろしくお願ひします。

(高橋会長)

ありがとうございます。では、続きまして、佐藤真優子委員をお願いします。

(佐藤委員)

大船渡市から参りました、ナチュラボコクーンの佐藤真優子と申します。今回初めて参加させていただきますので、ちょっと自己紹介も兼ねさせていただきます。

私は東京出身で、幼少期から海の生き物に大変興味がありまして、大船渡市三陸町に北里大学水産学部という大学があったんですが、そちらへ進学しました。卒業後は実家のある東京に、そちらで就職したのですが、2006年に再び三陸町に戻って、そこから住民を続けております。

海が見える場所に家を建ててですね、漁業を中心に回る街のリズムの中に溶け込んで生活して、楽しく暮らしていたのですが、2011年の震災で、大津波によって街は一変しましたので、私も海と距離を置くようになってしまいました。ですが、あんな大災害の後でも海の回復力というものには本当にすごくて、またそれらを利用する漁師さんたちの力強さというのにも感動しまして、私も海が好きでここに住んでいるのだから、どうにかその魅力を伝えたり何かできないかなということで、今の事業を始めたのですが。

事業内容としましては、今まで捨てるしかなかった海産物、食べられない部分を利用してアクセサリを作るというものです。例えば、ホタテ・アワビの貝殻、サンマの鱗、ウニのトゲ・殻、海藻などですね、そういったものを使って、アップサイクル・アクセサリというものを制作し販売までしております。何より私自身が三陸の海の恵みを身につけたいという思いが強くて、アクセサリという形で活用することを考えました。おかげさまで、2017年の岩手特産品コンクールにて最高賞の県知事賞をいただきまして、大変励みになりました。現在は、県内各地で販売していただきまして、ふるさと納税の返礼品にもしていただいております。

三陸の海産物の美味しさというのは全国区なのですが、食べられない部分もこうして活用でき、身につけることもできるということも多くの方に知っていただいて、ひいては水産業の振興、漁村の活性化、そして、震災復興の一助になれるように、今後も努力していきたいと思っています。

これが事業内容と事業を始めたきっかけではあるのですが、先ほどの資料の中で、開業率の低さというのがちょっと気になりまして、私の商品でいうと例えばサンマの鱗の商品っていうのは、皆さんよくサンマを塩焼きにするとき、家で鱗を取る作業しなくてもすぐ焼けると思うんですけど、実はサンマにはたくさんの鱗がついていまして、流通の過程で取れてしまっているだけで、魚屋さんのタンクにはもう大量にたまっていて、それを廃棄するのに一苦労なんですね。私の方でそれをいただいてきまして、洗浄して、消毒して、広げて、乾燥して、染色してっていう、この工程に非常に手間がかかるのですが、そこからやっとアクセサリにする材料になれるということで、そこから1つずつ、ピアスですとか、ペンダントにしていくわけなのですが、いわゆるハンドメイド品なんですね、ひとつずつ手づくりしているのです。ただ、ハンドメイド品っていうと、イコール趣味の延長でしょとよく言われてしまうんです。これだけ手が掛かっている、そう言われるんですね。私の周りにも素晴らしい商品をたくさん作っているにもかかわらず、開業せずにたまにイベントで販売するぐらいで終わってしまう。まさに趣味で終わらせてしまっている方って結構いらっしゃる、開業すれば受けられる支援も増え、販路も拡大、事業の拡大というふうにつながっていくのになあと思うのですが。

今年の春に、私は土澤のアートクラフトフェアというイベント、ハンドメイドの大きなイベントに出展したのですが、普段静かな土澤の街に2日間で約9万人の方が訪れたということで、ハンドメイド品の魅力を再確認できたイベントだなと思っています。それを考えると、趣味の延長とまだまだ言われがちなハンドメイド業界なのですが、なかにはやり方次第でしっかりとした販路を作って、事業としてやっている方もいらっしゃると思うので、そういった隠れた才能を持った方を発掘するのも、今後大きな事業につながるきっかけになり、岩手県の開業率の低さを少しでも上向きできるのかなと思っています。

あと、人口減少の問題なのですが、沿岸部は特に深刻ということで、私が東京から大船渡に来たころは、移住者への支援というものは特にあったわけではなくて、ただただ大船渡が好きで住みたくて来たのですが、地元の方から何と変わった人が来たと何度言われたことか分からないぐらい、言われ慣れてしまったぐらい言われました。今でも言われています。

私がすごく感じるのが地元の方々、大体親御さんがこんな街じゃ駄目だ、こんな街、住むとこでねと言われるんですよね。それがお子さんに刷り込まれてしまっていて、もう子どもさんは、大きくなったら外に出るもんだ、出なきゃいけないんだというふうに思っている子がとても多くて、私は好きで大船渡いるのにとっても悲しくなるんですよ。そういう話をすると。都会に憧れる気持ちもとても分かるんです。私が東京から大船渡が好きで来たように、お互い無いものねだりなんですけども。あと、うちには高校1年生の娘と中学1年生の息子がいるのですが、自宅が大船渡の中でもちょっとのどかすぎるところに建てたもので、友達と遊ぶにも1時間に1本あるかないかの三鉄か、車で送られるしか行けないのですが、そんな中、私の実家の東京にたまに帰ると1時間どころじゃなくて、次から次へと来る山手線に乗って行きたい場所に行って、欲しい物がすぐ手に入って、都会の町並みが目の前に広がっていてそういう生活も経験しているのですが、ちょうど娘が進路を考える時期でして、やっぱり東京に行きたいとか言うのかなあと思っていたのですが、自分のやりたい職業が大船渡ではできないと。じゃあ、それを大船渡でやるにはどうすればいいんだと言い出したので、私はちょっと嬉しくて、我が家の刷り込みはちょっとうまくいったのかなと思っているところであるんですが、結局行き着くところというのはこの幸福度、この幸福関連指標が目標値に近づくことというのが、本当に重要なんだなというのを自分の家族でも感じているのですが。

コロナのあとに移住する方、移住への関心が高まっているという調査結果がされているということですが、実際にコロナで岩手に移住したという方は、大体どれぐらいいるというのは分かっているのでしょうか。またそういう職種、そういう方の職種というのは、どういったものなのでしょうか。

(高橋会長)

ありがとうございます。

(三河定住推進・雇用労働室長)

コロナの中での移住者数というのは、なかなかちょっと掴めてないというのが正直なところでは、コロナに限ったことではなくて、移住という点につきまして、市町村の住民票の動きで見ているんですけれども、その数字の上がり下がり移住なのか、転勤で来ているものなのか、進学で来ているものなのかという、その分け方がなかなかできないというような話がありまして、移住者数が一体何人で、どんな業種にいつているんだということについては、ちょっとお答えしかねるところがございます。

コロナの時代につきましては、逆に言うと、県外に就職とか進学で出ようと思っていたのだけれども、コロナという環境の中で、外に出て行くのが危険だとか、都会の方のコロナウイルスの蔓延度合いがすごい高いので田舎にいた方がいいというようなことで、出ないでとどまったというのが、正直なところじゃないかなと思っています。というのは、コロナが落ち着いてきて、昨年以來、その規制がなくなった途端に都会への反転がまた始まったというようなことから見ると、コロナ時代には動かなかったのかなという部分があるとは思っています。ということで、移住は何人ですかというようなこと、なかなか掴めないということなんですけども、我々の県の施策で移住施策を打った中で、施策をきっかけに移住してきたという数字だけについては、掴んでいるところで徐々に数字的なものについては伸びてきている状況にあります。

資料の方で言いますと、資料1の3ページになります。県外からの移住・定住者数は、1,830人の目標に対して1,868人と伸びているということがありまして、ここ5年間の動きになりますと、1,190人が1,318人に増え、1,584人に増え、1,647人に増えて、令和5年については1,868人と推移しているところでございます。

(伊五澤産業経済交流課総括課長)

産業経済交流課の伊五澤と申します。開業率、ハンドメイドの関係のお話を頂戴いたしました。産業経済交流課の方では、伝統工芸、南部鉄瓶とかですね、そういうのを中心に事業者の皆さんの御支援をしているんですけども。個人的な話をしますと、ハンドメイドは私も好きで、土澤アートクラフトとか、盛岡でも高松の池でやられたり、岩手公園の中でやられたり、本当岩手の中あちこちでやられていて、私もたまに見に行っています。眺めていると、趣味レベルのものもあれば、これもうプロの技だろうみたいなすごい物も飾ってあって、実際に話を聞くと「趣味レベルやっています」、「皆さんに喜んでもらえばいいんです」という人もいれば、「副業でやっています」、「できれば本業でやっていきたい」という方もいらっしゃって、本当に様々な背景を持ちながらやっているんですけども。

本業でやっていきたいという方に対して、こういったアドバイスをしているときもあります。本業に向けてやっていくための、開業するにはどうしたらいいかといったような事業計画の策定支援、こういったのは、それこそ商工団体の皆さんとかの協力をあおりながらやっていたりしますし、そういったB to Cの商品作るとなると、商標とか特許とかどうやって他の商品との違いを出していくかといったところもあるので、発明協会とか工業技術センターとか、そういったところにも相談に行ってみてくださいねという形でバックアップしているというところもございますので、本気でやっていきたいという人に対しては、引き続きこういった支援をしていきたいなと、お手伝いをしていきたいなと思っております。

(高橋会長)

ありがとうございます。それでは続きまして、新田委員さん、よろしく申し上げます。

(新田委員)

それでは、デジタル・DXに対応した人材育成について、少し質問させてください。

観光業の担い手の対応ということを考えてときに、御存知のように宮古、釜石の観光業、震災の後とても頑張っていた有名ホテルが次々に自分たちの経営を支えることが困難になっているという状況にあるので、ぜひそこを支えていただきたいと思います。その際、サービス業として求められるノウハウを得るために、ちょっと失礼な言い方ですけれども、人材を再教育するための支援が必要であるのではないかなと思っています。

具体的に言うと、かつて1990年代にリクルート参加の盛岡グランドホテルが人材育成の拠点になっていたと思われまます。特に、リクルートが推進していた安比高原リゾート開発において、盛岡グランドホテルが中心的な存在として様々な機能を果たしていました。具体的には、観光人材に関連した多くの従業員、安比や盛岡などのリゾート開発を含めたホテル経営にかかわるノウハウをリクルートが関わった事業を通じて人材育成がなされたと考えています。今でもその時に育成された人材がいろんなところで活躍されていると思います。翻って、リクルートが岩手から離れた後、それに代わる人材育成をする拠点、私の知る限りなかなかそれに代わる場所が見当たっていない気がします。かつてリクルート資本による盛岡グランドホテルの果たした人材育成の役割を今、どこがされているのか。そうした再教育する場所、そこに行けばいい人材ができるというようなトレーニングする場所は、どこに想定できそうなのかについて教えてください。以上です。

(高橋会長)

ありがとうございます。

(高橋観光・プロモーション室長)

御質問ありがとうございました。今お話のありました、盛岡グランドホテルさんで様々な取組をされていて、私も前、雇用の関係の仕事をしていたときに、ちょうどその時にも、そういった方々に御指導いただきながら、セミナーをしたりして育成を図ってきたということがありまして、そういったことをしているというのは、なかなかないのではないかなというふうに思っております。

ただ、今の時点ではジョブカフェいわてさんがそういった役割もしているのかなというふうにも思っておりまして、私どもの方の観光業については、昨年度、人手不足ということで、県の観光協会と連携して人手不足をアンケート調査したということもありまして、そのあと、ホテル衛生協同組合さんと一緒に、観光協会さんと一緒に意見交換もしました。そういう中で、やはり優良事例を共有し合おうということも話が出まして、その際に出てきた中に、例えばということで、ワーキングホリデーという話があったんですけども、その際の話の中でジョブカフェいわてさんと連携しながらやったのが、令和6年度「バイトしながらいわて旅」という事業を実施させていただきました。この事業は首都圏にいる学生にアルバイトの機会を提供いたしまして、就業先での関係者との交流をするというものでございますけれども、今年は夏と冬に実施いたしまして、特に夏につきましては、三陸沿岸の宿泊施設さんの方に来て取り組んでいただいて、宿泊業の魅力を非常に理解されたというお話がございました。

そういった中で、宿泊事業者さんの方でもなかなかそういったアルバイトの方を採用することについては、大変なのですけれども、だんだんそのアルバイトの方が入ってきた中で、状況が変わってきて、やはり若い方々の視点も一緒に取り入れながら考えていかなければならないということをお話なさっている。この後、冬もですね、こういった取組をしながら進めて参りたいなと考えているところでございます。

この再教育の場所というところ、私どもも今後、県の観光協会ははじめ、ちょうど今日、村上委員もおりますので、その辺も後でお話を伺えるかなと思っておりますが、そういった点は非常に大事な視点だと思います。すいませんが私の方で回答にはなっていませんけれども、参考情報ということで回答させていただきました。

(新田委員)

ごめんなさい。質問の仕方が悪かったみたいです。質問の趣旨は、団体旅行を想定したかつてのビジネスモデルから個人旅行を楽しむ形態に変わっている中で、受け入れる側の旅館やホテルのサービスの提供内容が対応しているか、否かです。

盛岡周辺であれば、団体旅行を想定した温泉旅館、ホテルを例に挙げると個人旅行での収益性は高くはないことが予想されるため、従業員や経営者の個人旅行への優先順位が低くなるということが予想される一方、個人旅行客は、盛岡駅周辺のビジネスホテルに泊まるだけで、満足される可能性があります。

すると、仙台や青森など、他の地域と比べたときに、岩手県の良さというのが表現できない可能性が生じます。そこで、需要が増えていると想像されるインバウンドも含めた個人旅行に対応する形でのサービスの提供を行うとした場合に、どのような人材育成をどこでやるのかということについてお伺いしようと思っておりました。以上です。

(高橋観光・プロモーション室長)

団体旅行から個人旅行に主体が移っていく中で、どのようなアプローチをしていくかというお話でございました。今まさに委員からお話があったとおり、特に海外から来るお客様の団体旅行というのはかなり減ってきております。

例えば、台湾の旅行者を見ますと、花巻空港に入って来ている便がLCCでございまして、

そのほとんどの方がF I Tのお客様という形になってございます。そういった中で、個人のお客様がどういうふうな行動をしているのかというのは、空港に行っている職員とか様々な職員からたどってみると、岩手県に來ている外国人の方々のほとんどは、何回も日本に來ている方々が中心になっており、旅慣れている方々が多くなっている。そういう中で、花巻空港から降り立ってほとんどのF I Tのお客様が、県交通のバスを使って盛岡まで來ているという状況が見受けられまして、台湾の方々は日本の情報を見ながら、調べてらっしゃるところをよく聞いております。

そして県内、特に盛岡のホテルについては、団体といいますか、温泉旅館ということではなくて、クレイグ・モドさんの関係もありまして、シティホテルとかそういったところに宿泊されているという形になっております。そういった中では、これまでも、平泉の世界遺産のときから色々県内の受け入れ体制を整備するというところで、指さしの外国人向けの手帳を作ったり、様々な受け入れ体制をしているところがございますが、特に今の時代を見ますと、スマホを使って言葉が分からないところなどについては、スマホの翻訳機能を使っているとか、そういったこともあります。

また、安比さんとか、花巻温泉さんとかインバウンドに力を入れるところについては、現地の人材を入れているという状況でございまして、答えにはなっていないのかもしれませんが、そういったサービスという面では、色々フロントの方である程度の語学ができるような形にするということで取り組んでいらっしゃるのかなというふうに感じております。その中で、どういった形で今後來ていただくかという部分については、やはり先ほど申し上げましたGoogleビジネスプロフィールのようなものを活用したりとか、様々な情報発信をすると。そして、県とあるいは市町村、宿泊事業者さんと連携しながら誘客を進めていくという方向で考えております。

いずれにしても、個人旅行がどんどん増えてくるだろうという状況に入っている中で、受け入れ体制をどうやって整備していくかというような課題もございますので、そこは、新田委員から話があったことも踏まえながら進めていきたいと考えております。

(高橋会長)

はい、どうぞ。

(新田委員)

返答は、必要ありませんが、もっと具体的に質問します。スマートフォンを使って、Wi-Fiにつなげて情報収集をする個人旅行に対して、対応できる人材育成をどのようにするのかについて質問をお伺いしようと思っておりました。答えは、時間がないので結構です。

(岩淵企画理事兼商工労働観光部長)

最初のお話にあったような、かつてのホテル安比グランドのような、そういう大きなリーダーシップを持ったところは、今ないというのが1つの答えになります。

もう1つは、インバウンド対応については、たぶん大建委員が詳しいかもしれませんが、非常に難しいのかなと思ったのは、1つはコロナ禍などを通して温泉旅館についても客室の洋式化や個室化も進めていきましたけれども、今の外国人・欧米の方々とかは、たぶん畳の部屋を好むお客さんも多いのではないかと。そこに、靴のまま上がることについて、どうやって対応していくかというような、そういうスマートフォンを含めた色々な対応も必要あると思っています。それで、今どうやってそれを育成しているかというのは、宿泊業とかに限った人材育成制度を県でやっているかというのと、その仕組みはないです。デジタル人材の育成支援かがありますので、そっちで1つはやる。

それからもう1つは、主体的に取り組んでいるのは、旅館ホテル衛生同業組合さんとか、今、村上さんいらっしゃいますけれども。あと、おもてなしのサービスになると、女将さんたちの女将会とかですね。たまには、よその県のも出るのですが、うちの県もあるので、そういう中で様々な研修事業をやったりして色々やっているのかなと思います。たぶん、村上さんとか大建さんの方が少し詳しいかなと思うので、よければ何か。

(大建委員)

私からよろしいでしょうか。おもてなしの部門に関してなんですけれども、当社の方でも、昔リクルートのような一般的なマナー教室みたいなものを1度受けたこともあるんですけども、その時にちょっと違うんじゃないかなというのをふっと思ったときもありまして。

私、二戸で北の本当に岩手の端っこの方なんですけれども、岩手の端っこのエリアまで時間とお金をかけてお客様がいらっしゃったときに、例えば東京と同じ質のものを旅行客の方が求めているかっていったら求めていないと思うんですね。それよりも、何回も皆さんが言っているとおりのおかみとか、親しみやすさとか、何世代に渡ってというその生活の中の流れの一環として、丸ごと旅行としてとらえていらっしゃるようなので、すべてがすべて該当しないとは言わないんですけれども。

研修に関しては、もうちょっとエリアごとに深く、広く、掘り下げていくのが必要なんじゃないかなというのを思っていて、研修というよりも、その地域をもう1回根っこから、自分たちも含めて知り直すというか、そういう時間が同じく研修につながってくるのではないかな、それがおもてなしにつながってきているんじゃないかなというのは、強く思っています。

たぶん、こっちの方にいらっしゃって、英語とか何語でもすべて対応をパーフェクトにすると、お客様の方は少し「あ、そっか」とちょっと興ざめするとまでは言わないんですけれども、せっかく田舎の端っこの町まで来たのに、何か全部満遍なく対応されると、あれっていう感じもなくもないと思うんですね。ここに来て、すべてのスタッフが一生懸命、すべての言語を話せるわけはもちろんなので、その中でも一生懸命その笑顔で、大きい声で困っていることを一生懸命とにかく対応するっていう心がけ、理念1つで大分変わってくるものだと思っているので、おもてなしに関してはその土地土地でもう1回学び直しというか、掘り下げも必要な分野につながってくるんじゃないかなと思います。

(高橋会長)

ありがとうございます。先生よろしゅうございますか。では次に、藤村委員さん、よろしく。

(藤村委員)

ありがとうございます。藤村でございます。いつも生産性を上げるという話をさせてもらっております。中小企業団体中央会は、450団体ぐらいの集まりで約3万社の会社が所属しております。

今も色々なお話を聞いておりますと、県内の就職先の話しでも、あるいは社員の幸福度でも、会社がとにかくきちんと利益上げて、きちんと報酬払っていくというのが大事だということを感じました。

私は、公取の協力委員をしておりますが、先日、東北事務所長がヒアリングでいらっしゃったのですが、最初に話したのは、藤村さんの会社は、価格転嫁率ほどのくらいでしょうかということをおっしゃいました。仕入額の上昇とエネルギーの上昇に対しては、いわゆる変動費ですからある程度転嫁できるとなりますが、どうも賃上げ分の転嫁に関しては、なかなかうまくいかないで、肌感覚どうですかとか、半分ぐらいですかねという抽象的な話になってしまいます。

そこで悔しくて調べてみました。2023年の中小企業白書というのがありまして、この中に

価格転嫁力という統計があることが分かりました。それをずっと見てみますと、面白かったのですが、コロナ禍以前から製造業の大企業は、すべてずっとプラス水準なのです。ところが、中小企業は2016年を除いてずっとマイナスです。2021年の資料ですけども、大企業は0.9のプラス。中小企業は2.3のマイナスということですから、差が広がっているということになります。つまり、大企業が輸入価格の上昇率以上に販売価格に転嫁をして、付加価値を増やす。それに対して、それを原料として購入した中小企業は、100%転嫁できず付加価値を減らしている。本来、サプライチェーン全体で平等に配分されるべき付加価値ですが、中小企業のもので大企業に移転していると言ってもいいかもしれません。しかも、これは仕入原価の転嫁の話ですが、労務費の転嫁は固定費なの更に大変です。

日本商工会議所の8月の調査ですが、正社員の賃金動向を調べたところ、2024年度に所定内賃金の引き上げを実施した企業が全体で67.6%と、前年度同月比3.2ポイント増加しております。多くの企業で賃上げを実施していますが、その中で業績の改善が見られないが賃上げを実施した企業、先ほど部長も話しましたが、いわゆる防衛的な賃上げですか、これが63.5%占めているということですから、本当に防衛的にやむなく賃上げをしている企業が多いということでもあります。仕入価格や輸入価格の上昇に対しての転嫁より、賃上げ分の転嫁は難しいということでもあります。人口が増えて、売り上げが伸びてくるような社会情勢であれば、当然数量が出ていきますから、何とか固定費はそれによって賄えますが、それができない人口減ということですから、簡単に言うと仕入れ上昇分以上の価格転嫁が必要ということです。これは、いわゆる便乗値上げということです。この便乗値上げ、口すっぱく駄目だと言われてきていますから、商人にとっては結構厳しいことです。でも、それを実施しなければならないのが今だと思うのです。ホテルに泊まると、今たいへん高くなっています。東京に行くのとびっくりするくらい高いです。これは、賃金の上昇も含めた転嫁がうまくいっているということ。

ですから、ホテルは非常に利益率が良くなっていると聞いております。もちろん、差はあるかもしれませんが、一般的には転嫁がなかなかうまくいっていない事実がありますので、極端な言い方ですが、県として便乗値上げを許すというような発信をしてもらいたいと思います。県民の皆様は価格を上げなければならないということについて、理解が進むということがとても大事で、私どもも消費者として、あえて高いものを買うという気持ちでやっていくことが、とても大切じゃないかと思っております。

(小野寺経営支援課総括課長)

経営支援課の小野寺です。よろしくお願ひします。適正な価格転嫁のお話をいただきました。今の中小企業・小規模事業者の方々、特にその生産性の向上と適正な価格転嫁、いかに実現していくのかというのはもう本当に緊急の課題だというふうに我々としても認識しておりますので、お話のありました適正な価格転嫁につきましては、各都道府県、岩手県もそうですけれども商工指導団体ですとか、経済団体とか、国の出先機関等とも連携しながらパートナーシップ構築制度の普及・拡大、それから価格転嫁に関する支援策の周知、価格交渉に関するセミナーの開催、こういったものでそういう環境整備に取り組んでいるという状況ですが、今お話いただいたように、なかなかその労務費を中心として進んでいないという状況もあるというところ。これは、やっぱりサプライチェーン全体できちんと取り組んでいかなければならない事項であり、サプライチェーンが全国網で広がっているという状況を踏まえれば、国を中心として、法律的な整備も合わせて進めていく必要があることであろうとは思っています。

ただ、県の方でも先ほどお話をさせていただいたとおり、取組っているのは引き続き必要があるというふうに考えております。そして、やはり国の方でも、これ非常に問題視しております。国の中小企業政策審議会の中に中小企業・小規模事業者政策基本問題小委員会というものがございます。この中で、来年度から第3期目が始まります小規模企業振興基本計画を色々

議論しておりまして、ちょうど昨日開かれましたその小委員会の中で、価格転嫁、取引適正化が議題となりました。来年度からの第3期基本計画の中には、その取引適正化も1つの重要な取組事項に盛り込まれる予定であります。

そういったところでも、国全体として取組を進めているというような状況で、昨日の議論の中で出たのがまさに藤村委員からお話がありました、B to Bはある程度準備進んでいるんだけれども、B to C、Cの部分ですね、消費者の方々にいかにその価格転嫁というか価格値上げを容認してもらう、環境を理解してもらえる、値上げをする必要性を理解してもらえるのか、もらうのか、そういった取組が必要だろうというようなお話もありましたので、そういった視点も持ちながら国の取組と連動し、そして県の方で商工指導団体の方々と連携して取り組める部分、必要な部分は引き続き取り組んで参りたいというふうに考えます。

(高橋会長)

それでは次に、リモートで参加していただいております。眞下委員さん、よろしく申し上げます。

(眞下委員)

よろしく申し上げます。北三陸ファクトリーの眞下と申します。声、大丈夫でしょうか。届きますでしょうか。

(高橋会長)

はい。大丈夫です。

(眞下委員)

はい。ありがとうございます。まず、会社と自分自身の自己紹介させていただきますと、会社としては洋野町でウニをはじめとした海産物のブランディング、製造・加工販売といったところ。あとは、これからになりますけれども、ウニの陸上養殖などにも取り組んでウニを守る活動しております。私自身としましては、洋野町出身、旧種市町の出身でして、8年前にUターンをして、今の仕事についております。

今年の4月に消滅可能性自治体がアップデートされたかと思うんですが、まさに岩手県全体が厳しい中で、若い女性の減少率、ナンバーワンが普代村と2位が洋野町というところで、県北がかなり深刻という状況です。その中で我々どうやったら地域を盛り上げていけるかというところと、課題だけではなく地域の魅力をどう伝えたらいいかなと思いながら、様々ここ数年、色々な事業をやってきました。その中で観光の事業だとかJALグループさんと連携させていただいたり、あとDMOさんとも連携させていただきながら、観光の事業なども着手して参りました。

一方で、県北はかなり、特に1次産業、水産業、大分厳しい状態です。人口の変動とダイレクトに紐づかないかもしれないんですけども、洋野にいくとウニの町でありながら、昨年と比較して生産量が今年は6割減とかなんです。地球温暖化の影響もありまして、海藻が育たないこともあって、そういった状況です。1次産業の厳しい状況が2次、3次産業にも影響してきているのが実情です。そうすると仕事がないので、どうしても若い人たちが外へ出てしまう負のスパイラルが加速しているというかたちです。そこを何とかしなければと思い、事業を進めているんですけども。

私、その事業以外に県立高校の魅力化コーディネーター等もやらせていただいている側面がありまして、御説明の中で、大学との連携みたいなお話があったかと思うんですけども、特に我々がこの小さな町・村とかであれば、高校との連携みたいなところが非常に重要になって

くるんじゃないかなと感じております。今、子どもが減ってきている中で入学者数が減って、統廃合の問題だったりもあって、そうするとまた人口減少が加速化してしまう、さらに負のスパイラスみたいなのところが起こってしまっておりまして、難しいかなとは思いますがではあるんですけども、例えば、高校であれば県教委さんだったりとか、そういった役割あるかと思うんですけども、何かこう課題に対して、様々な部署を超えてとか、あとは地域を超えて、世代を超えて何か話し合う場みたいなことが必要になってくるんじゃないか。その中でどう課題解決をしていくかみたいなことが、非常に重要になってくるんじゃないかなと思いつつながら御説明を聞いておりました。

あとは、課題ばかり言っても仕方がないので、だったらこう改善していくかみたいなところで、我々企業としては、輸出、かなり強化をしております。アメリカだったり、ヨーロッパに輸出できるためのE U・H A C C Pというのを取得しようとしておりまして、視察などで結構海外の人が来られたりしています。インアウトバウンド、同時に輸出入との連携・連動みたいなところも、すごく重要になってくるんじゃないかなと思っております。来ていただいて、岩手にこんなおいしい食べ物があるんだ。自国に戻って、どこでも買える、手に取れる、そこで岩手のブランドが広がっていくといった流れもつくれると、もっともっと岩手の価値、ポテンシャルはかなりあると思っておりますので、価値をどんどん広げられるんじゃないかなと思っております。

(高橋会長)

ありがとうございます。

(伊五澤産業経済交流課総括課長)

産業経済交流課の伊五澤と申します。当課では、県内の事業者様の輸出支援等もやっているんですけども、先ほど眞下委員がお話いただいたインバウンド、アウトバウンド、要は岩手に海外の人に来てもらって、知ってもらって、口コミなどで岩手の良さを広げてもらう、そういうのが大事じゃないかといったお話でしたけども、まさに我々も同じ思いでして、当課で今年初の取組なんですけども、海外のメディアの方々に岩手に来てもらって、今回は漆を切り口に漆の産地とか漆器事業者、漆を使っている中尊寺とか、そういったところを漆といったテーマを切り口に見てもらって、2日間ほど見ていただいて、母国であるアメリカとかヨーロッパとか、あと東南アジアのベトナムとか、そういった様々な国の記者さんに来てもらって、それぞれの国で発信してもらいました。

実際来てもらって、岩手ってこんな面白いところがあるんだ、漆ってこうなんだ、日本一の産地なんだと、すごい新鮮だったようです。例えば、ベトナムでは、国営放送で結構特集を組んでもらったりしておりますので、可能であれば、引き続き来年度以降も、次のテーマは何にするかはこれから検討していきますけども、海外で口コミも含めてPRしていくような取組を続けていきたいなと思っております。

(眞下委員)

ぜひ、連携させていただければと思いますので、よろしく願いいたします。

(伊五澤産業経済交流課総括課長)

よろしく願いします。

(高橋会長)

ありがとうございます。続きまして村上委員さん、よろしく願いします。

(村上委員)

改めまして、よろしく申し上げます。村上と申します。初めに、ちょっと回りくどいお話になるかもしれないんですけど、今回、名簿に記載のとおり、公益財団法人岩手県観光協会理事という立場でこちらの会に参加させていただきましたけれども、この岩手県観光協会の理事には、岩手県旅館ホテル環境衛生同業組合の立場ということで、こちらには所属しているわけでありまして、私自身もホテルを経営する民間の1人ということでもあります。先ほどから、我々業界に向けられている激励というか、その他もろもろございますので、これだけ観光に対する期待も非常に高いんだと改めて実感しました。

冒頭の部長の御挨拶にもあったとおり、非常にこの承継問題というのも我々を取り巻く環境として非常に重要なテーマでございまして、そういう中においてはいろいろ業界としては、皆さんお騒がせしているというのが実情ではないかなと思っております。と言いますのも、我々のこのホテル・旅館というのは、賃上げに大きく関係するんですけども、労働集約型産業と言いまして、多くの人を使うと。あと、業者さん含めて非常に裾野が広い業種でありますし、あと装置産業として非常に設備含めて投資もかかると、回収に時間がかかるということで、先般の流行り病のようなインパクトがあると、たちまち悪い影響を浴びてしまうと。アップダウンに非常に影響されやすい業種であります。ただ、これは我々業界だけではなくて、多くの飲食店も含めて皆さんに関係することなので、特別ということではありませんけれども、そういう中で我々も日々、ひとりでも多くのリピーターさんを作るということを目標にして、何とか地元の観光振興に貢献したいという思いで事業に関わらせていただいております。

レポートにもあったとおり、非常に外国人の観光客が増加しているということですけど。実はコロナの前ですと、東北6県を合わせての日本全体に占める外国人の観光客というのは8%って言われてですね。我々の業界の人から言わせると、東北はインバウンドの不毛の地というふうに非常に長く揶揄されてきて、もう本当に馬鹿にされてきたわけですけども、ここに来て、ニューヨーク・タイムズのモドさんのプレゼンが採用されたということもあって、非常に外国人のお客さんにも足を運んでいただけるようになったという中で、直近の数字を見てもやっと10%を超えた、東北6県を合わせても10%を超えたシェアでしかないっていうのは、まだ大きく変わらないようでして、まさに西高東低と言われているように、どうしても大阪、関東、京都の方にまだ流れは大きく傾いているという構図は変わらないようであります。

一方で、オーバーツーリズムという言葉も非常に社会現象として、我々耳にするようになったように、地元の生活者、地元住民にも影響が出るぐらいの外国人、多くの人に来ていて非常に社会問題になっているという中で、この受け皿は当然必要であり、今まであまり足が向いてなかったこの東北が注目されるというのは、流れとしてはまさに実感しているところでありまして、またこの数字も上がっているように、増加基調にあるというのは裏付けられているんじゃないかなという。

あと、これは、アメリカの事例というのがあったんですけども、ちょっと正式に何年か前というのは分からないんですけども、やはり大都市に多くの日本人を含め、外国人が旅行に行った時代があると。きっとバブルの辺りだと思うんですけども。もちろん西であれば、ロサンゼルス、サンフランシスコであったり、シアトルであったり、東にいけばニューヨークあたりと、まずは皆さんそこに行く。その次にどこに行くかというと広域に足を広げて、例えば、ヨセミテ国立公園に行くとかっていうふうに、大体、建物も1回、2回見れば、もうコンクリートの塊ですから、次に何を求めるかという、人との接点であったり、人ということはその文化であったり、暮らしであったり、まさにその旅行、観光旅行の先にある経験・体験型というものも次につながってくるのかなと思っていきますので。ニューヨーク・タイムズの効果も、もちろん実感していますけども、実は我々の業界の人間からすると、逆にこれから効果が出てくるんじゃないかなという期待も実際あります。ですので、1人でも多くのお客さんにリピータ

一になってもらうべく、おもてなし含めて、対応していきたいなと思っています。

あと、キーワードとして人材育成と便乗値上げというか適正化。まずはですね、この便乗値上げこそ我々の賃上げの原資になるので。ここは、ぜひ次につながるようにため込むことなく、賃上げにつなげるべく適正な価格をと。

あと人材育成のフラックジップ。かつてグランドさんがというのも、私も50数年、創業してやっている中で、この辺については心苦しい部分もあるんですけど、見方を変えればですね、人材投資なので投資に対するリターンをどう企業側が考えるかということなので、これは見られている評価もそうなんですけど、あるところからはもう企業判断になるのではないかなというふうに思っています。というのも、盛岡駅前地区においては地元の企業というか地場、実は当社しかもなくなって、皆さんバイアウトしたり、あるいはどっかに吸収したりという感じでやっているの、はたしてこの人材教育にそういう全国のチェーンホテルさんがどのくらいやっているかという、それもやるけど、その地域のおもてなしの部分までやる気はないよというのは、ちょっと感じている部分があります。

ただ、先ほどの教授の話でいうと、これ思い出すと、第3セクターの時代から4回くらいオーナーが変わっていると思うんですけど。4回会社が変わっても、勤めていた方が活躍できるというのは、これ会社の人材教育というよりは、その人材そのものがすごい方なんだなというふうに思われるので、ここは企業のアプローチの仕方、例えばアウトソーシングして人材教育するとかも1つですけど、そもそも、その人材が素晴らしいんだなという見方もできるかなと思うので、特にこの岩手、盛岡は本当に人材に関しては、本当に素晴らしい人ばかりなので、ぜひそれを中央・県外に出すのではなくて、何とか地元でも活躍できる場を、それを意地でもやっていかなきゃなんないなという、改めて私も認識した次第でございます。ちょっと質問ではないんですけども。以上でございます。

(高橋会長)

ありがとうございます。

(小野寺経営支援課総括課長)

旅館の宿泊業に限った話ではないんですが、事業承継を全般的なお話をさせていただきますと、今、黒字廃業というのも非常に増えていて、そういった状況を踏まえると、やはり後継者がいらっしやなくてやむを得ず事業をたたんでしまうというような、特に小規模事業者の方々を中心に多いのかなというふうに考えています。

ただ、やっぱり地域において小規模ではあっても事業を行っている方々、外から交流人口を呼んでくるような地域によって魅力のある御商売をなさっている方もいらっしやいますし、そして雇用の受け皿であるということはもちろんです。そして、人口減少社会の中であって、地域の中でその生活関連サービスを営んでいる方々っていうのは、やはりそこに暮らす方々が生きていく上で必須のサービスを提供しておりますので、そういった方々の事業は何かしらの形で引き継いで残していただく必要があるだろうというふうに考えています。そういった意味で、円滑な事業承継を進めるための施策展開が非常に重要になってきているだろうと我々もきちんと考えています。

そういった中で、先ほど地域おこし協力隊の話もありましたが、そういった外から来ている方々、任期を終えてまだそこに残りたい、自分がみずから事業を起こしたい、というふうに考えている方と、地域において魅力的な事業を行っているけれども後継者がいない方、そういった方々のマッチングとかそういう第三者承継の視点も踏まえながら、起業と事業承継セットでの取組、そういった視点も持ちながら、やはりここは商工会、商工会議所、それから中小企業団体中央会、そういう商工指導団体の方々のお力もいただきながら、そういう事業承継の取組

というのは県としても力を入れて取り組んで参ります。

（高橋会長）

はい、よろしゅうございますか。それでは最後に私から、いま小野寺総括課長さんからもおっしゃいましたが、やはり事業承継の関係ですね。特に全国的に人口減少が進んでいる中で、岩手県でも2020年度の121万人から2050年には78万人まで大幅減るってという日報の記事がございますけども、それによりまして商工会のある市町村の消滅の可能性はやはり出くるわけですね。その中で、今後の商工会の商工業者数の試算をやってみますと、令和元年と令和17年を比較すると、23%も減るといふ減少するといふ、そういう予想がされております。やはり、こういう商工業者が減るといふことは、人口減少にも繋がることとございますし、地域経済に本当にもう待たなしの影響が出てくるんだらうな、そう思っております。

特に事業承継するにしても、社長の年齢層が岩手県は全国2位になんですよ。それで、平均年齢にすれば、62.4歳。全国で2位の水準ってことになっておりますし、50歳以上の社長の割合は80%以上占めているんですよ。こういう形で全国でも倒産が増加しておりますし、岩手県でもやっぱり高齢化社会、経営者が高齢化しているということで、深刻な課題になってくるんだらうなと思っておりますし、特に事業承継をやる上に、事業承継の診断結果によりまして、回答していただいて企業の76%が後継者の有無にかかわらずに事業承継の準備が進んでいないというのが現状で分かりました。やはり、実現には準備から数年はかかってですね、1年やなんぼで事業承継できるわけではございませんので、やはり複数年かかるというのが現状だと思いますので、早急な支援が必要になってくるのかなと思っております。特に私ども商工会もそうですし、会議所さん、中央会さんも、やはりこの人口減少と廃業、倒産というよりも後継者難で廃業する、もったいない企業が後継者なくて廃業するというのが結構出てくるんだらうなと思っておりますので、そういう企業等への支援が本当に必要になるのかなと思っております。

先ほど、佐藤委員さんのようにですね、新しいビジネスで創業なさる方をやはりどうか支援していきたいわけですが、なかなか支援体制を組んでいく、これからどう支援をしていくかっていうのがやはり1つ商工団体の課題になるのかなと、そう思っておりますので、特に先ほど申し上げましたように事業承継については、喫緊の課題で進めていかなければならないのではないかなと思っておりますので、よろしくお願ひ申し上げます。

（小野寺経営支援課総括課長）

ありがとうございます。全般的なお話は、先ほど村上委員のところでお話させていただいたとおりでございます。それに付け加えてお話をさせていただきますと、やっぱり事業承継、今お話のあったとおり、すぐにこうやろうと思えるものではない。何年かかけて、いろんな知識等の習得を行いながら、円滑に行っていくという必要があるという観点を踏まえまして、県内でもそういう非常に優良といふか、他に参考になる事例といふのがいくつか出てきていると思っております。

まさに高橋会長のお膝元の八幡平商工会では、麴屋もとみやさんの事例ですとか、あとは田野畑村では、鯛寿司さんの事例とかですね、商工会の経営指導員などの方々が一緒になって後継者の方と様々な取組、新たな取組だとか経営資質の向上、そういったものも取り組んでいるというような事例も出てきていると思っておりますので、そういう事例を横に展開を図りながら、そして、やはりそこで支援する商工指導団体、商工会、商工会議所、中央会、そういった方々の体制整備・維持強化といふのは、やっぱり不可欠だといふふうに考えておりますので、その部分、国にも機会あるごとにその必要性を訴えかけておりますし、県の方でもきちんとその部分が手当できるような予算となるように、我々の方でも頑張ってお話を進めて参りたいと考

えております。

(高橋会長)

ありがとうございます。それでは時間も押してきましたので、次に進めさせていただければと思います。

次第の4その他でございますが、これまで一とおりの御意見を伺いました。この際、他に何かございませんでしょうか。

それでは無いようでございますので、最後に、岩淵企画理事兼商工労働観光部長さんから御発言をちょうだいしたいと思います。

(岩淵企画理事兼商工労働観光部長)

皆様方には本日、様々な御意見を頂戴いたしまして、ありがとうございます。我々が考えている方向性とだいたい合っているなという感じはしているんですが、どちらかというと、冒頭私が挨拶した中身に沿って御発言いただいたのかなという部分もございます。今日いただいた意見を次年度以降の取組にしっかりと反映させていきたいと思っております。

今日の皆様方のお話を聞いて、キーワードを私なりに考えると、やはり人というものを含めた地域の魅力・地域資源、これを事業承継を含めてうまく発信して、人を取り込んで、経済活性の方にも活かしていくというようなことが大事なんだろうなということを強く感じたところでございます。なかなか地域の魅力に地元の人が気づくことは難しく、ニューヨーク・タイムズのクレイグ・モドさんの話もですね、最初の紹介が東京から新幹線で2時間ちょっとという書き出しから始まるんですが、それは私もずっと前から思っているんですけど、地元の方は、外国人に地域の魅力について言われてそうだなと改めて思うような、そういう感じをすごく受けとめていて。私も、盛岡に30年以上暮らしているんですが、初めて盛岡に来たときには、ちょうどまさにスキープームの頃で、朝、休みの日に先輩から電話がかかってきて、今日天気が良いからスキーに行こうというような、こんな贅沢な場所はないんですけども、多分地元の方は当たり前になっているという。ゴールデンウィークのあたりは、ゴルフバックとスキーを両方持って、雫石に行けばどちらかできるだろうみたいな。そういう贅沢な場所であることに気づいていないのではないかと思います。

あるいは洋野町さんの方もありましたけれども、あそこはサーフィンで人が移住しているという例も確かにあったと思います。そういう資源をうまく活用していく、発信していくのは、本当に大事だと思っておりますので、これを実際にどうやっていくかというのがまた難しい側面がございますので、我々も皆様に御相談しながら、色々なことを進めていきたいと思っておりますので、引き続きの御協力をぜひお願いしたいということを申し上げまして、最後のコメントとさせていただきます。本日はありがとうございました。

(高橋会長)

岩淵部長ありがとうございました。それでは以上をもって、議事を一旦閉じさせていただきます。委員の皆様には円滑な議事の進行に御協力いただき、誠にありがとうございました。これから先は事務局にお返しします。

(齋藤商工企画室企画課長)

高橋会長、議事進行いただきまして、ありがとうございました。委員の皆様方におかれましても、御多用のところ、本日御出席いただきまして、感謝申し上げます。

以上をもちまして、本日の会議は閉会といたします。本日は誠にありがとうございました。