

持続可能な地域づくり対策特別委員会会議録

令和2年7月21日

場 所 第5委員会室

令和2年7月21日（火曜日）

午前10時0分開会

会議に付した案件

○意見聴収

本県の地域経済循環について

○協議事項

1. 県内調査について
2. 県外調査について
3. 次回委員会について
4. その他

出席委員（11人）

委員	長	満	行	潤	一
副委員	長	佐	藤	雅	洋
委員		井	本	英	雄
委員		中	野	一	則
委員		濱	砂		守
委員		山	下	博	三
委員		二	見	康	之
委員		武	田	浩	一
委員		田	口	雄	二
委員		重	松	幸	次郎
委員		有	岡	浩	一

欠席委員（なし）

委員外議員（なし）

意見聴収のために出席した参考人

宮崎産業経営大学

客員教授 緒方 哲

事務局職員出席者

政策調査課主任主事 内田 祥太

政策調査課主査 菊地 潤一

○満行委員長 それでは、ただいまから持続可能な地域づくり対策特別委員会を開会いたします。

本日の委員会の日程であります。お手元に配付の日程（案）を御覧ください。

本日は、本県の地域経済循環について、宮崎産業経営大学客員教授の緒方哲氏から意見聴取を行います。

その後、県内及び県外調査等について、御協議いただきたいと思います。このように取り進めてよろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○満行委員長 それでは、そのように決定いたします。

では、参考人と傍聴人に入室いただきますので、暫時休憩いたします。

午前10時1分休憩

午前10時3分再開

○満行委員長 委員会を再開いたします。

本日は、宮崎産業経営大学客員教授の緒方哲様にお越しいただきました。

初めに、緒方様の御紹介をさせていただきます。

緒方様は、国富町の生まれで、昭和54年から平成26年の3月まで宮崎県庁に勤務され、松形県政の秘書担当や、東国原県政の秘書広報課長、県民政策部次長、監査事務局長など県政の中樞を担う業務に携わっておられました。退職後も、県産業振興機構の理事長や各種審議会の委員として活躍される傍ら、持ち前の分析力により著書の執筆もされており、現在はその著書の内容を中心に産業経営大学で客員教授として活躍されています。

それでは、私から一言御挨拶を申し上げます。

私は、この特別委員会の委員長をしております都城市選出の満行潤一です。本日は、大変お忙しい中、この場においていただきまして誠にありがとうございます。

本日の委員会では、本県の地域経済循環を中心に御説明いただくことになっておりますが、ぜひ御示唆いただければありがたいと思っております。

なお、委員の紹介につきましては、座席表に替えさせていただきますのでよろしくお願ひします。

それでは、緒方様、よろしくお願ひいたします。（拍手）

○緒方参考人 おはようございます。御紹介いただきました緒方と申します。

職員時代、それから産業振興機構時代につきまして、委員の皆様にはひとかたならぬ御指導、それから御厚情を賜りました。誠に光栄であります。

本日は、またこのような貴重な機会をいただきました。重ねて御礼を申し上げます。

それでは、与えられた時間の範囲内で説明をさせていただきますと思います。

御紹介にもありましたように県庁を退職いたしましたしてから6年ちょっと経ちますけれども、その間、2冊の本を上梓させていただきました。本日は、その本の中で最も私が申し上げたいことを時間の範囲内で絞ってお話しをさせていただきますと思います。

まず、県全体の経済構造、それから稼ぐ力を強くするポイントについて、その中でも重要な売り込み、呼び込むことで外貨を稼ぐ。そして、置き換えることで経済循環を加速させる、こういったところを中心にお話しさせていただいて、

最後に今コロナが大変でございますけれども、そのコロナ後の宮崎の経済の進む方向について、今考えていることを補足させていただきたいと思ひます。

まず、県全体の経済構造でございます。これは産業連関表と県民経済計算の合成によりまして、私が独自に作った図表でございます。右側の県経済の全体の規模は、総需要が約8.5兆円でございます。その内訳が中間需要、そして最終需要となっております。その最終需要は、さらに内訳として民間消費、政府消費、総固定資本形成、移輸出によって成り立っております。それから総供給と総需要は同じ額になるわけですが、総供給の内訳は県内産出額と移輸入で成り立っており、さらに県内産出額の内訳が中間投入と、よく議論される県内総生産となります。この県内総生産から固定資本減耗、いわゆる減価償却等と、それから消費税、補助金、県外との所得のやり取りを調整し、最終的にこの県民所得が導かれまして、これを人口で割ったものが1人当たり県民所得となります。この県民所得は例えば税などで徴収され、貯蓄あるいは右側の消費、投資の財源になっていき、また、一部は県外に例えば仕送りとして流出していくと、おおむねこのようになると思っております。

そして、よく議論されますのは粗利であります県内総生産ですとか、純所得である県民所得、さらに1人当たりの県民所得で、これを増やすことが目的になるわけですが、そのためには、増やしたい目的となる部分が経済の中でどういう位置づけになっているのか、あるいはどういうつながりで導かれているのかを認識して考えていくことが重要になるのではないかと考えております。

そして、この全体像から分かる2つのこととして、まず1つ目は、目標である県民所得は、逆をたどりますと県内総生産、さらにはこの県内産出額から生まれるもので、移輸入からは決して生まれえないという点で、これは一番大事なことの1つでございます。ですから、この県内産出額をいかに増やしていくかというのが考え方の出発点になると考えております。

2つ目は、例えばこの県内総生産をY、移輸入をM、需要の消費をC、投資をI、移輸出をXとしましたときに、この中間投入と中間需要は同額になりますので、残った左側がYとM、右側がCとIとXという式が成り立ちます。ここでこのMを右側に移行しますと、総生産であるYは消費と投資、それにXからMを引いた県際収支の足し算であるということが分かります。

なお、補足をしますとこの移輸出は、文字どおり宮崎県で生産された財・サービスを県外・海外に売り込んでいくということのほかに、県外・海外から宮崎に来ていただいて宮崎で消費をすることも含まれるということをお確認いただきたいと思っております。また、この移輸入は逆でございますして県外・海外で生産された財・サービスを購入するというに加えて、私たちが県外・海外に出て行って、そこで消費をする、例えば福岡、大阪、東京で消費をする、これも移輸入に含まれるものであります。この移輸出と移輸入は、互いに裏腹の関係にあり、そして2つの意味を持っているということをお確認いただきたいと思っております。そして、県内総生産は、消費、投資、県際収支の足し算で成り立つということでございます。それが図から分かるその2番目ということでございます。

県際収支について補足をいたしますけれども、宮崎県の場合、平成23年の産業連関表では

約5,700億円のマイナスになっており、ここがポイントの一つでございます。このマイナスが何を意味するかといいますと、県内総生産を伸ばすために消費とか投資などの喚起策を取りましても、この県際収支がマイナスであればその効果は限定的であるということでございます。したがって、県際収支のマイナス幅の圧縮、さらにはプラスに持って行く、そういう考えが重要かと思っております。

これは47都道府県の県際収支を——ちょっと出典の違いによって先ほどとデータが違いますけれども——平成28年度の県民経済計算にある数字を並べ替えたものでございますが、御覧のとおり東京都は32兆円の圧倒的な黒字になっており、それから愛知、大阪、福岡、栃木といったところが1兆円を超える黒字、宮崎は真ん中より下でここでは29位ということになっております。

なお、宮崎の数字が先ほどの約5,700億円のマイナスと、ここでの約4,000億円のマイナスで異なりますが、出典の違いということで御理解いただければと思っております。

改めて、全体構造から分かる2つのこと、1つは県民所得を増やすためには県内産出額を増やさないといけない、移輸入が増えてもそれは県民所得には結びつかないということが1点。それからもう1点は、県内総生産は消費と投資と県際収支の足し算から成っているということでございます。

具体的に、稼ぐ力を強くするためにはいくつかポイントがありますが、先ほど言いましたように、まずは県内産出額を増やしていくということが考え方の出発点となります。そのために一つは外貨獲得、移輸出を増やすことで県内産出額を増やしていく、それからもう一つは置き

換えることで県内算出を増やしていく。今日は時間の関係もありまして、いくつかあるポイントのうち、この2点についてお話しをしたいと思います。あとは付加価値率を高めて中間投入、原材料費等の経費を落としていくとか、強みを伸ばす、例えば農林水産業等を伸ばしていく、それからどちらかといえば弱い製造業を何とかできないか、また、強みの連携など、10ほどのポイントがあると考えておるところでございます。また御興味のある方は本を御参照いただければと思います。

では、なぜ外貨獲得なのかということでございますが、誘発係数というものがございまして、これは1単位の最終需要が発生したときに供給側に波及する力、すなわち県内算出と移輸入に波及する力を表したものです。結論から申し上げますと、移輸出が最も県内産出額に波及する力が強いということが産業関連表のデータで分かっております。民間最終消費支出の生産誘発係数は1を切っています。政府消費は1.2ということで1を上回っていますが総固定資本形成、特に民間分は0.66と1を大きく下回っており、これは民間のいわゆる設備投資、工場の建設とか機械設備の導入などを指すわけですけれども、これによる県内の生産誘発係数はやはり低いということがデータとして出ております。

そして、この移輸出が最も県内への波及効果が高いということになります。もちろんこの移輸入側にも波及はしていくわけですけれども、この上と下を見比べると、相対的にやはりこの移輸出が最も高いということになっております。

なお、括弧書きで示しておりますように、やはり国のほうもこの移輸出が最も波及する力が強いというデータが出ております。

次の資料は、それぞれの需要項目に対して生

産誘発係数を掛けたものでございまして、誘発額としてもトータル額ではやはり移輸出が2兆2,000億円となり民間消費を上回るという計算ができます。したがって、方向としましてはこの生産誘発係数が最も高く、規模としても一定規模以上あるということで、この移輸出を伸ばす、すなわち外貨を稼ぐ政策——一般に移輸出を伸ばすことは外貨を稼ぐという表現を使うことがあります。その意味としては売り込むということと、呼び込んで伸ばしていく、それにまずは取り組むべきであるということでございます。

なお、この民間消費や総固定資本形成の特に民間部門については、1を大きく下回っているという状況にありますので、ここに投資したことがきちんと県内産出額に波及するような消費の在り方なり投資のあり方を考えていかないといけないということでございます。

では、まず外貨を稼ぐの中で売り込みについて、その考え方と現状、事例についても幾つか紹介をしたいと思います。

強いものを売り込んでいく、これは企業系でも全くそうございまして基本中の基本ですが、地域系においても同様だと私は思っています。まずは強いものを売り込むことを考えなくてはいいませんが、では何が強いかということになりますと、移輸出額の大きいものだったり、県際収支でプラスになっているもの、あとは資料には記載していませんけれども特化係数という考え方もありまして、他の都道府県と比べて特に特徴的でウエイトの高い産業、こういったものを売り込みの視点に据えていく——その場合に後ほどスライドで出てまいりますけれども、結論から言いますとこの農林水産物でありますとか飲食料品、そしてホテル・旅館・飲食店と

いった対個人サービス、こういったところを伸ばしていく必要があるのではないかとということでございます。

これは業種別に見た県際収支でございます。御覧のとおり黒で囲っているところが黒字ということですが、農林水産業、飲食料品、それからプラスチック、ゴム、電子部品、対個人サービスといったところがプラス、黒字になっていると、一方で石油石炭ですとか機械金属系、輸送機械、それから商業、保険、こういったところが赤字ということでございます。

この数値は平成23年で、農業畜産は少し落ち込んでいますけれども、これは口蹄疫の影響が産業連関表にも表れているんじゃないかなと思っておりますが、おそらく次の5年後、平成28年の産業連関表が来年か再来年には出来上がると思っておりますので、そのときに確認してみたいと思っております。

したがって、宮崎県におきましては強みであり、生産額も大きく稼いでいる産業、すなわちこの食を中心に売り込み、食を中心に呼び込むということが合理的で重要な戦略であると考えております。

なお、プラスチック・ゴムですとか電子部品も黒字ですけれども、ここはグローバルに展開する大手企業等が現実には生産を担っておりまして、自治体の支援の対象としては人材の育成確保とかPRなどがありますが、それには限界があるのではないかなというふうに思っております。まして、地方自治体、特に県庁あたりではこの食を中心に売り込み、呼び込むということが、まず重要かなと考えているところでございます。

売り込みの取組事例でございますが、まず何といたしましても飲料・食料加工品、その中でも焼酎につきましては出荷量も5年連続で鹿児島

を抜いて全国1位ということでございますし、芋焼酎のシェアも宮崎が鹿児島を上回っております。少しデータは古いですが、平成28年で出荷額も1,000億円も超えておりまして、それから約90%が県外での売上げと聞いております。まさに稼ぎ頭といえると思っておりますが、ただ注意しなければいけないのが、後で出てまいりますけれども、平成27年度のデータで県内産の米の使用が20%程度——今は少しは増えているんじゃないかと思っております——であること。それから、県内のカンショの使用割合が50~60%と伺っております。あとこの焼酎の販路につきましては、東日本が未開拓だという話もお聞きしますし、人口がどんどん減っていく中ではやはり海外への展開というのが今後、非常に大きなポイントになるんじゃないかなと思っております。併せてさらに今申し上げましたような地元原材料をいかに活用していくかということが重要かと思っております。

事例として3つ御紹介していきますが、1つはこの西都市の銀鏡にあります、ゆず加工品のかぐらの里でございます。ここをなぜ申し上げるかといいますと、今でこそ海外への農産物加工品の輸出は珍しくありませんけれども、いち早く、22年前に他に先駆けてこのゆず加工品のアメリカへの輸出に取り組んでいるという意味で御紹介をさせていただきたいと思ったところです。現在は、もう15か国を相手に約4,000万円を売り上げているという会社でございます。中山間地域という条件の非常に不利な地域にあって、ゆずや梅、栗などいろいろ試行錯誤されたようですけれども、最終的にはゆずを中心に据えて、今はトウガラシの栽培もやっておられます。輸出額約4,000万円は、法人全体の15%から20%のシェアとお聞きしておりますので、大体年

間2億円ぐらいは売り上げられているのではないかと考えております。ここの社長は、銀鏡も非常に人口の減っている地域でございますので、会社の成長が村の存続につながると、何とか千年生きる村づくりをしたいということで、お金が回る仕組みづくりを一生懸命考えてやっておられるということでございます。

次は、串間市のくしまアオイファームですが、社長は県外に就職された後、お父様が亡くなられて22～23歳でUターンされて農業を継がれたわけですが、40歳のときに思いを新たにされて2013年に法人化されました。当初は家族4名だけでスタートしたところですが、今や正社員44名、パート等を含めると90名を超える雇用を生む会社になっておりまして、正社員の平均年齢が33歳と非常に若い会社でございます。この社員が自分たちの友達を、こういう面白い会社があるから入ってみないかと誘ってくることで、そのように若い人たちがわくわくする会社づくりを目指してやっておられるということです。サツマイモの海外輸出については、日本全体の3分の1をこのくしまアオイファームが担っているということで、国、県、さまざまな団体から顕彰を受けておりますが、「世界のサツマイモ王」を目指して頑張っておると公言されています。

また、昨日のフェイスブックでは、社員がたくさん集まったのはいいけれども、日南と串間のどちらに住むかとなると、結果的には日南に住む人がどうも多いようで、串間に住めば手当を少し出すというようなことに取り組んで、そのことが今後、社員の行動にどういう影響を与えるかについて興味を持って見ているということをご掲載しておりました。

3番目が都城市の九南サービスでございます。

ここは2004年にネット通販を開始されまして、楽天市場で2011年から6年間連続でショップ・オブ・ザ・イヤーを受賞された企業として、平成29年には総合2位という賞にも輝いておられます。ここの社長は、もともとはシイタケの市場を開設されていたお父さんの跡を継いだわけですが、いろいろな御苦勞があつて九南サービス——屋号はタマチャンショップですが——で頑張っておられるようでございます。今は海外からも発注が来ているようでして、将来は海外に店舗を構えたいという意向も持っておられるようでございます。今でこそインターネット販売はごく日常的な形態でございますけれども、16年前にそういう仕事を始められて先駆的に頑張っておられる企業ということで紹介をさせていただきました。

以上が事例でございますけれども、売り込みの課題として考えていますのは、やはり何といたっても他県と比較してまだまだ力強さに欠けるということでもあります。生産誘発係数1.44という話を申し上げましたけれども、これは数字的には九州内で最も高い数字になっておりますが、県内総生産、すなわちGDPに占めるウエイト、寄与率は沖縄に次いで低いという状況でございます。まだまだ売り込みの余地があると、それからいまだに残念ながら宮城と間違われる——産業振興機構の理事長時代にイノベーションネットアワードの農林水産大臣賞を受賞するというので東京へ行きましたけれども、審査委員長が紹介の中で宮城県とおっしゃって、私は日帰りでやむなく帰らざるを得なかったんですけども、懇親会の際にちょっと一言申し上げないといけないと思っていたんですけども、いまだにそのように間違われる状況もあると、実際に体験したところでございます。

そして、急激な人口減少化において、やはり地域間の競争がますます強く、激しくなるということで、その中でいかにして宮崎を選択してもらえるかということが大きな課題かと思っております。

売り込みの今後の課題として、例えば農林水産業、飲食料品の場合、安全・安心というのは当たり前で、そこにどういう付加価値をつけていくかということで、今日の宮日新聞にも旭建設の記事が載っていましたが、そういったSDGsの取組とかは今や不可欠の時代になっております。キーワードとしてはテロワール、エシカル、アニマルフェア、フェアトレード、人権、フードロス、SDGs、それからヴィーガンとかハラールとといったところが、安全・安心にプラスアルファされ重要になってくるという識者が言っております。

どこに売り込むかということで、私はせっかくある県人会を十分に活用したらどうかと長年思っております。今のところは、四国地方にもありませんけれども、東北地方が空白になっておりまして、国内では15団体が把握されております。海外では18団体、東アジアから東南アジア、北アメリカ、南アメリカ、そしてイギリスがあります。私はぜひこの宮崎県人会世界連合会のようにして、国内外の県人会にもっとネットワークを築いて、そこを太くして売り込み、あるいはこれから申し上げる呼び込みの足掛かりにしていったらどうかということを提案させていただいております。ぜひ、これは委員の皆様にもそれぞれのお立場で何かこういう組織を——組織を使わなくてもネットワークがしっかり太くつながればいいわけですけれども、こういう方法があるのではないかなと思っております。国文祭が一つのチャンスだったんですけ

れども、今回は無理としても次の国体がございますので、そのあたりをにらんで何かこういう世界中の県人会組織をネットワーク化したらどうかと思っております。

次に、呼び込みでございます。県外・海外から人を呼び込み、県内で生産された商品・サービスを消費していただく、特に人口が大幅に減少する中で、呼び込むということは非常に重要だということでございます。

藻谷浩介さんは「この県はとにかく奥深い、延岡と宮崎と都城ではまるで気風が違う、高千穂の奥深くと串間の先の気候風土は東北と沖縄ほど異なる。隣土のえびのどと小林ですらどうも別世界だ。椎葉に至っては同じ村内の集落が隣の国のように遠かったりする」ということを言っております。

本県の持つ奥深さと多様性というのは、私は他県にない特徴ではないかなと思っております。例えば、ポツンと一軒家というテレビ番組があります。私はよく見るんですけども、そこでMCをされる林さんも「困ったときの宮崎」というコメントをよくされます。要するにネタに困ったら宮崎に行けば何かあるという趣旨ですけども、そのように宮崎というのは多様性に満ちている県ではないかなと、これを呼び込みにつなげていけないかということです。

よく言い古されております、地域資源とそれを磨いてターゲットを絞ってPRをしていくということですけども、例えばダムツアーというものがあまして、2年前に九州電力がJTBと共同企画で、九州電力の宮崎支店を出発し空港を回って入郷の諸塚から椎葉のダムを見に行く、それを1泊2日の行程で1人4万9,000円、県内の旅行にしては結構な値段だったんですけども、22名の定員がわずか25時間で完売した

ということでございます。ですから、何気ない資源でもやり方によっては大きなインパクトを持って訴えることができるということでございます。こういった様々な資源を活用していかにファンを作っていくか、関係人口を増やしていくかというのが重要になってくると思います。

関係人口といいますと、今日はお手元の資料には付けておりませんが、指出一正さんが提唱者ということでございます。彼は地域の解像度を上げるというふうに表現しておりますが、要するに広い目で見ってしまうとなかなか地域の違いがよく分からないと、ですからもっと彼の言い分としては小さい目で、ミクロの目線で見ることによって他にない地域の特徴が分かると、それを彼は地域の解像度を上げるという表現を使っております。そういうことをしながら、ないものねだりではなくあるもの探しにもっと視点を当てるべきだと、そういう主張でございいます。

宮崎にも呼び込む資源はたくさんあります。伝統作物もあれば神社仏閣、神楽もあります。この神楽の数字はちょっと古いものでして、205ぐらいという話もありますが、私は以前に見たような記憶があって、ずっとこの括弧書きで全国1位という表現をしてきたんですけれども、先週ちょっと新聞で新潟とか福島は宮崎より多いというような表現があったものですから、この全国1位という表現はすみませんが削除をお願いいたします。

そのほかにも巨樹ですとかいろんな資源が地域にはあると。ただ呼び込んでそこでお金を落としてもらうということがこの呼び込みの究極の趣旨でございいますので、お金を落とさせていただくところまで見据えて、ぜひプロジェクトを考えていってほしいと思っております。

おもてなしの心というのはもう大前提です。手荷物配送サービス、これは空港で行われていますけれども、こういったものも駅などの交通の結節点では必要になってきますし、文字どおり食で呼び込むという方法もありますが、地域でいろいろ活動して頑張っておられる人たちと触れ合うことで感動を呼び、またそこに交流人口、関係人口として来てもらうという取組も重要ですので、2つほど紹介をさせていただきます。

これはえびの市の田代地区でございいますが、湧水池の小池と、その隣に貯水機能を持った陣の池があるわけですが、ここがいきいき集落——現時点で21市町村に136ございいますが、平成23年に認定されたときに行っていました。そのときの集落の活動目標は、集落にひまわりを植栽することで環境美化に努めて、同時に住民の憩いの場を提供することで相互の親睦を図っていく、伝統行事を後世に伝えるために特に若者に出番を与える、それから夏祭りをして元気な集落づくりに取り組むと、こういう目標で田代地区は頑張っております、その取組が認められて、平成25年には農林水産省の祭のむらづくり部門にて天皇賞を受賞されたということでございます。この池は本当に地域の心のよりどころと申しますか、地域の宝、そこから水路を通してその地域の水田、田んぼ等々に水が引かれて潤していくという地域でございいます。

それから、高千穂町の秋元集落の取組ですが、今、集落の人口は100人程度でございいますが、そこに昨年までは日帰りも含めて年間3万人が訪れる、そういう集落になっております。その集落づくりの中心人物が飯干さんで、高千穂町の役場を早期退職して地域づくりの道に携

わっておられるということです。やはりただ呼び込むだけではなくて稼ぐ手法ということで、いち早く千穂まいりというどぶろく製造に取り組み、また今は地域の米を使った乳酸菌飲料である甘酒をちほまるという商品名で売り出しております。月間1万5,000本くらい売れているようでございます。そしてまた、自宅を改修して民宿も経営されているということでございます。御覧のとおり日之影のほうから高千穂に入りまして、すぐ天翔大橋がありますが、そこを渡ってくねくねした片道1車線の道を行きますとこの秋元集落にたどり着くと、御覧のとおり私は日本のマチュピチュという宣伝をしているところですが、非常に神秘的な集落で年間3万人が訪れる地域、それはやっぱりこういった飯干さんを中心にした地域づくりというものがアピールの要素になるという事例でございます。

究極の呼び込みは移住ということで、左側がここ数年の宮崎県、市町村が施策を通じて把握した移住世帯で、右側がふるさと回帰センター調べによる希望ランキングですが、過去4年はベストテンに入っておりましたけれども、残念ながら昨年は19位になってしまっており、それが一時的なものなのかはちょっと様子を見ないと分からないところでございます。

私の回りの移住者を2人紹介いたしますと、1人は杉田英治さんで、栃木県出身で五ヶ瀬町の鞍岡に2001年に移住されています。この方は、バンクーバーからホワイトアースまでの2,700キロを自転車で走破したり、2,800キロをカヌーで1人で下ったりと、言わば冒険家です。その冒険家がそういう挑戦をした後に国内でいろいろ探されて五ヶ瀬を選ばれた、温かい上にスキーができるということが決め手になったようです。それ以後は地域の米を、負け知らずというブラ

ンド米で売り出しておられます。負け知らず、これは戦国時代この地域を統治した甲斐宗運という人が60回戦って1回も負けたことがないということで受験のおまじないにいいという思いで作られて、手法としては左近太郎というきねと臼で突く水車の動力を使って、カタンカタンとつく精米手法がありますけれども、30キロを作るのに丸1日かかるそうですが、そういう左近太郎でついた米で、非常に甘みがあるということでございます。そういった取組が評価されて、国のディスカバー農山漁村（むら）の宝も受賞されております。

もう一方は、浅見智子さん、京都出身の元モデルで、今でこそサーフィン移住の事例が周りにいっぱいありますけれども、26年前、まだサーフィンに世間が注目していない時代にいち早くサーフィンをしたいということで宮崎に移住され、今は綾のほうでヴィーガンカフェ山猫という飲食店を運営されています。御存じのとおり今新型コロナで非常に飲食店は苦しい状況にあるわけですが、何とか今オリジナルのヴィーガンプリンをインターネット販売することで取引先も広がっておるようですが、まだ飲食店の落ち込みをカバーしきれている状況にはないということのようですので、委員の皆様も機会がありましたらぜひ訪ねていただければと思います。いずれも頑張っている2人です。

訪日外国人は御覧のとおり急増しており、第二次ジャポニズムの時代ということも言われておりました。売り込み、呼び込むチャンスだというふうに考えておりましたけれども、残念ながらこの新型コロナでここは一旦大きく落ち込むと思われませんが、この真価が問われる時代かなと思っております。

次は置き換えるということですが、御覧のと

おりこの8.5兆円という経済の規模は変わらなくても、この2.1兆円の移輸入をこの県内産出額に少しでも置き換えることができれば、引いてはこの県民取得の増につながっていくということでもあります。新型コロナにより、この移輸出あるいは民間消費など、この右側の部分はなかなか思うように伸びない、移輸出が思うように伸びないという時代にあって、まさにこの置き換えというのが私は今出番ではないかなと思っております。

県外・海外から購入している財・サービスを県内産の財・サービスに置き換えるということでございます。

これは飲食料品の需給環境を図表化したものですが、飲食料品は外貨の稼ぎ頭です。御覧のとおり県内総生産の73%、3,598億円を移出し、一方で移入は2,923億円ですので、その差引き675億円を稼いでいるという産業ですけれども、足元を見ますとこの県内需要4,200億円の中で県内の生産物で賄われるのは3割程度、残り7割は県外からの移輸入に頼っているということでございます。稼ぎ頭ではあるんだけれども、足元を見ればそういう状況にあります。

その県内需要の内訳として、中間需要、最終需要とありますが、中間需要として畜産とか飲食料品、対個人サービスなどが購入しているということは、例えば畜産だったら——内訳はありませんので推測になりますけれども——家畜の餌飼料として購入しているだろうというふうに思うところであります。したがって、原材料の置き換え、畜産の飼料であれば飼料用稲ですとか、笹サイレージといったものがございませけれども、それを県内産に置き換えていく、必ずしも同じ製造業という産業の分野に限らずに、幅広い角度からその置き換えられるものを

探していくと。同時に原材料だけではなくて生産機械、鮮度保持技術、保存技術あるいは販路開拓、——これも例えばデザインとか販路開拓のコンサルタントはどうしても県外の企業になりがちですけれども、こういったものも県内の企業に置き換えていく、そういったハード・ソフト両面からの置き換えを進めていくべきだと思います。そして、そういったものを売り込んだり、あるいは呼び込み消費につなげていくことで右側の移出に波及していったら、それがまた県内産出額に波及していくというふうな循環が生まれてくるんだろうと考えております。

その典型的な取組として、延岡市のひでじビールがございませ。ビールは水と酵母と麦芽とホップが主な原材料ですけれども、地元の水と自家開発の酵母を使っております、あと麦芽とホップは輸入ものでしたが、これを順次、今置き換えようとしているところでございまして、麦芽のほうはほぼ目途が立ったということです。あとのホップも近い将来必ず置き換えることができるというふうに思っております。

大事な点が次なんですけれども、この県内麦芽産のビールを作るために新しく醸造タンクを作る必要があり、従来は新潟のメーカーに発注していたところを社長がきつと延岡にもそういう企業があるはずだと、旭化成に培われたベースがきつとあるはずだということで探していると、池上鉄工所がやってみようとして手を上げて見事期待以上の醸造タンクを作り上げたということでございませ。それがマスコミ等でPRされることで、地元の島野浦の水産会社が漁網の洗浄機を池上鉄工所に新たに発注して、さらなる循環が生まれたということでございませ。

これ以外にも例えば麦芽の焙煎器は木城町のドライアップジャパンを使っていますし、常温

流通させるために酵母を取り除かないといけないんですけれども、その酵母の除去のところは宮崎市のSPGテクノの技術を使ったりしているということで、ひでじビールは可能な限り今後も県内産の技術なり材料に置き換えていく、そういう取組をやっております。

資料にはございませんけれども、この写真が今申し上げたタンクです。池上鉄工所が作り、研磨は同じ団地の吉玉技研が担当したということです。これが取組を紹介した記事でして、これが製品のビールです。宮崎県の麦芽100%使用のYAHAZUでして、やや高いんですけれども、ぜひこれで乾杯していただきたいと思いません。

置き換えの課題としましては、当然技術力に差があればそれを埋めないといけませんし、県内のどこにどのような商品・技術があるかが意外に知られていない——先ほどの島野浦の水産会社の話をしてしまったけれども、あそこの社長も、もし新聞でひでじビールの取組を見なければ、今までどおり滋賀県のメーカーに発注していたらというふうなコメントをされております。ですから、そういった県内の商品・技術のPRは意外に重要だと思います。当然、少量生産となるとコストも割高になる傾向にありますが、置き換えがやはり必要だということで、発注者の意識と受注者の努力も必要だと思っております。

また、置き換えは地域資源の見直しにつながります。置き換えるためにどのような資源がどこに眠っているのか。先ほどの伝統野菜や祭り、神社といったもの以外にどのような技術を持った企業がどこにあるのかということは意外と知られていませんので、この置き換えを進めることで地域資源の見直しや発見、利活用につながっ

ていくと思っております。そして、それをさらに売り込み、呼び込むことで好循環が生まれる、また環境問題に配慮した取組、例えば遠くから食料品を調達しますと肉だったらバーチャルウォーターや、フードマイレージという問題も出てまいりますし、さらには動物多様性フットプリントというような環境問題、こういったものにも配慮した取組としてこの置き換えというのはPRできるというふうに思います。

最後に、コロナ後の宮崎の進む方向であります。いろんなところで今地方に対して新たな、再び弓が向いているということです。国の過疎問題懇談会の提言は「過疎地域の存在が国の底力になる」とか、創生本部の調査では「東京在住者の地方暮らしへの関心が非常に高まっている」とか、全国知事会でも「新次元の分散型国土の創出が大切だ」など、経団連、同友会、それぞれ提言されておりますし、この創生基本方針でも一極集中のリスクとその是正が課題として出ております。

現実に東京23区の人口は、今年5月が4月に比べて700人マイナスになったそうです。東京に転入する人が減っているということがそのマイナスの原因のようなんですけれども、それがまた次の6月、7月にどうなっていくのか、そして1年後のデータはどうなるのか非常に興味のあるところでございます。

本県の人口動態を見ますと、社会増減は昭和29年以降しかデータがありませんけれども、過去2回、宮崎は社会増の時代がありました。1つはオイルショック後の6年間、そしてバブル崩壊後の2年間、これは社会増だったんですけれども、いずれもほとぼりが冷めたらまた減になっているということでございます。

今回コロナ下で地方に向きつつある目を何と

しても一過性のものにしてはいけないという思いで、今回の話を頂いたときに改めてジェイコブス、女性の作者の「発展する地域、衰退する地域」を読み直してみました。この本のポイントを一言でいいますと輸入置換が成功した地域が発展し、それをしなかった地域は衰退するというのでございます。彼女はこの輸入置換をまさしく国内での取引についても使っていますので、私が今申し上げました置き換えるということとほぼ同義と考えていただいても結構だと思います。輸入置換がうまくいくためには消費財だけではなくて生産財やサービスのイノベーションも大事だし、臨機応変の改良が必要だと、そしてまた労働の精密さと質の高さを持った共生的中小企業群、ネットワークに裏打ちされて、やはり中小企業というのは大事だということでございます。

宮崎の進む方向性として、今回の地方回帰の流れを絶対一過性のものにしてはいけません、しかし一方で限られた人材をめぐっての大競争は避けられないということで、国内外から選ばれる宮崎づくりをどのようにしていくかというのが大きな課題ではないかなと思っております。

ただ、課題ばかり言ってもどうかと思いましたので、私なりに幾つか提言を持ってまいりました。1つは置き換えによって地場産業のパワーアップを図るということで、まず前提として置き換えという視点から全ての経済活動を見直してはどうかということでもあります。私が置き換えの事例でよく紹介するのに結婚式の引出物あるいはお通夜での香典返しがありますが、例えば結婚式の引出物でしたら福岡とか東京の名のあるところのお菓子を出す傾向にあり、それから香典返しはお茶をもらうことがありますけれども、残念ながら宮崎ではなくて他県で生産

されたお茶が使われるケースもあると実際に体験しております。そのほかにも例えば長期計画を作る際のシンクタンクについても、どうしても電通とか博報堂といった名の通ったところに目が行きがちですけれども、隣にみやぎん経済研究所もあります。そういった視点でいろんな経済活動をまず置き換えという視点から見つめ直したらどうかと思っているところでございます。それから県内企業のマッチング、そして置き換えを持続するためには地元資本の参画がどうしても欠かせないというふうに思っております。

2つ目に公設試験研究機関等の取組で相互連携、大学との連携などと記載しておりますが、農林水産業の県といいながら宮崎発の鮮度保持技術がないことを長年疑問に思っております。何とか宮崎発で一般の農家が気軽に使えるような鮮度保持技術ができないものかと思っているところでございます。

3つ目に大志を持って行動できる企業家の育成、風土づくり、それから本県固有の課題と企業家との結びつきということでオープンイノベーション、これが今非常にいろんなところで主張されているわけですけれども、平たく言えばよそ者、若者、馬鹿者、一般にそういう俗なことでいわれますけれども、より異分野の知識・技術と組み合わせることで新たな商品の開発につなげていく、そういった取組が今後大事ではないかなと思っているところであります。

以上で説明は終わらせていただきますけれども、新型コロナ、集中豪雨、いろんな困難が目の前にありますけれども、委員の皆様のお力添えもお借りしながら何とかこの難局を乗り切っていきたいなと思っているところでございます。

今後とも、ぜひ御指導よろしく願いいたし

ます。本日はどうもありがとうございます。（拍手）

○満行委員長 ありがとうございます。県内各地の事例等も紹介いただいて、いかに外貨を稼ぐか、増やすかという視点で御講演をいただいたところです。

ここから御説明いただきました内容につきまして、質疑、意見交換を行わせていただきたいと存じます。委員の皆さんからお聞きしたいことがあれば、お願い申し上げます。

○井本委員 ありがとうございます。勉強になりました。

誘発係数というものを初めて聞いてなるほどと思ったのだけれども、そこに着目していかに刺激するかということで、その場合に、その誘発係数が宮崎県で一番高いのがここに書いてある農林水産物とか飲食品とか食料品・加工品、対個人サービスといったもので、最も誘発を引き起こしやすいものじゃないかということではないわけですね、考え方としては。

○緒方参考人 今の業種の部分につきまして県際収支の文脈で申し上げたんですけれども、この1.435という数字をもう少し分解していくと、やはり飲食料品等のウエイトが高いということがございますので、一般的にはそのように理解していいかと思います。

○井本委員 それでこうやって見ると1次産品が非常に多いなという感じがするじゃないですか、食料品ということになれば加工品になるんですけども。やっぱり産業というのは1次から2次、2次から3次と進むのが普通ですよ。ところが、宮崎の場合は1次産品とか2次産品に取り組んでいていつまでも効率が悪い、収入が低いということが考えられるんじゃないかなと、その辺をちょっと私は心配をするんです。

日本全体で今アメリカと比べても生産性が低いと、1人当たりのGDPがアメリカなんか比べてもう7割、8割しかない。だから、それこそまともに働いてもアメリカに毎年3割置いていかれて、実際日本はアメリカの後ろに立ってもう30年と今は言われるようになって——実際に私も県会議員になって20何年になるんだけど、最初の給料から全然上がっていない、むしろ下がった。本当、日本は全然成長していないといっても過言じゃないんです。どうも日本は生産性、効率性が悪いことをやっているんじゃないかと、その辺が私はちょっと心配なわけで。人口減少もそれと恐らくくっついているんじゃないかと、それは私も分からないけれども、人口がなぜこんなに減っていくのかというのもこの日本の生産性がずっと伸びていないことに比例しているんじゃないのかなと、それは分かりませんが、私も統計があるわけじゃないから、だけどどうもそんな気がするんです。だから、本当に生産性の高い効率のいい、そういうものを目指さないと日本自体が沈没するという、そういう気がして、宮崎がどれくらいのことをできるか私も分からないのだけれども、この1次産品あたりをいじくって大丈夫なのかなという気がするんですが、どうでしょうか。

○緒方参考人 なかなか難しいお話ですけども、農林水産業の生産性が仮に低いとするとそれはもう地形、日本に与えられた農林水産業を営む条件が厳しくて、そこにどうしても経費がかかるということだろうと思います。あと一般に3次産業の生産性が低いという話がございますが、これはおもてなしの心が大前提という話を申し上げましたけれども、日本においてはどうしてもお金にならない部分でのサービスというのが非常にきめ細くくなされているわけです。

例えば、アメリカでいきますとちょっとしたサービスに15%のチップを払うといった慣習もあるようですから、そこはおのずと違うと思いますが、そうは言いながらももっとそういうサービス部門、特に知的財産への評価というものがもっとされてもいいのではないかなと実は思っているところでございます。

あと製造業、2次産業についてはそんなに生産性が低いという話が出ていないわけですが、1次産業は申し上げましたような地理的な条件の問題、それから3次産業はまだまだお金に反映されていない部分にかなりのエネルギーを投資されているので、それが原因で非常に低くなっているんだろうと私は思います。ではそれをどうするかとなると、それはもう企業家の人にしっかり稼いでいただいて、その稼ぎをちゃんと従業員に謹呈していくということがまず大事だろうと思っています。そういう企業はたくさんあるわけです。今紹介した企業は全部そういう気持ちでやっておられます。答えになりませんが。

○井本委員 いや、ありがとうございます。私は日本の将来を本当に心配しているんです、こんなことで大丈夫かと。やっぱり最後、進むべき道のところに書いてあるように、日本の場合はデジタル化が遅れたんじゃないかというのが——それに限らずほかにもいろいろ原因があるかもしれませんが、それも一つの大きな原因じゃないのかなと。デジタル進化の基盤をつくと戦略にも書いてありますよね。この辺がもうちょっと、民間でやるんじゃなくてそれこそ行政のほうが引っ張っていくぐらいのつもりで、——今日の朝のニュースでちらっと見たんですが、会津若松市がデジタル化と、スマートシティというものを作り上げて、これが今全国から

見に来ているという話が出ていました。これだけが原因とは思いませんけど、コロナを一つの大きな機会として、この際一気にデジタル化に進んだほうがいいんじゃないのかなと思うんですけど、どう思いますか。

○緒方参考人 全く同感でございまして、デジタル化については国のほうでコロナ以前にも *Society 5.0* ということで、いろんな場面でネットワークを充実させていく、ICTを充実させていくという取組がありました。今回のコロナでそれがまさに顕著になり、課題として皆さんが認識されたんだろうと思います。

その中で、例えば西米良村においてはオンライン授業ができるような取組を前もってされたことで今回のコロナ下においてもきちんとした学習が提供されているようですので、これからは第一の基盤がデジタル化だというふうに思います。これは国のほうでもさっき紹介しましたいろいろな方針で1番目にデジタル化がうたわれていますのでピンチをチャンスに、まず共通基盤をしっかり作っていくことは大前提だと思います。

○中野委員 ちょっと教えていただきたいんですが、最終的には1人当たりの県民所得を増やすことだと思うんです。そのために県民所得を上げなければならず、その前提が県内総生産であってこれを伸ばすために消費と投資があるんですが、県際収支がマイナスであれば効果が限定的ということ説明をされたんですよね。それで都道府県別の県際収支、これは東京都がダントツなんですよ。また、北関東の群馬、栃木、茨城が非常に高く、逆に東京に似通っている東京周辺の3県、埼玉、千葉、神奈川はもう最下位あたりですが、その理由を教えてください。神奈川、千葉あたりは個人の所得もうん

と高いんだと思うんです。その辺のギャップ、大きな差異の理由を教えてください。

○緒方参考人 私もこの一覧表をまとめたときに、1都3県、同じ経済圏ですからもっと東京周辺の神奈川とか埼玉、千葉も黒字じゃないかなと思ったところなんですけれども、残念ながらこの県際収支、県民経済計算では本県の業種別で紹介したようなデータがないところがございます。もっと詳しく分析するためには各県の産業連関表の移輸出、移輸入の情報を突き詰めていかないといけないと、そうすると膨大な時間がかかりまして、この黒字、赤字の具体的な業種ごとの数字がどうなっているのかというデータは残念ながら私は手元に持っておりません。これは推測でしか申し上げようがないんですが、この神奈川、埼玉、千葉あたりは業種等々でいくと恐らくサービス業での赤字額が非常に大きいのではないかなと考えているところです。それはなぜかと言いますと、これらの県は東京の通勤圏で、例えば勤め人は疲れると新橋や新宿で飲みます、その分が全て東京へ移輸入することになります。ですから、恐らくそういったことが大きなウェイトを占めているんだらうと、これはもう推測でしかないんですけれども、現時点ではそういう答えをする材料しか持っていません。申し訳ございません。

○中野委員 例えば農業という面から見た場合、千葉県も茨城県も農業県で——千葉は総体的なことだからこうなったと思うんですが、農業という面からこの県際収支を見るとどうなんですか。茨城県も農業県で非常に高い位置ですが。

○緒方参考人 千葉も茨城も全国3位、4位の農業県ですので、恐らく業種ごとに言いますと農林水産業は大きな黒字なんだらうと思います。これは千葉、茨城の産業連関表を見てその業種

ごとの黒字、赤字がどうなっているか確認する必要があります。ちょっと手元にそれがありませんので推測になりますが——千葉、茨城、埼玉もそうでしょうけれども、農業面では例えば中央卸売市場あたりに出荷していることから黒字だだと思います。それ以上に先ほど言いましたようなサービスの部分で大きな赤字になっているんだらうと思います。日常の買い物も例えばちょっと時間があれば銀座まで行っているような買い物をされるでしょうから、そういう部分で恐らく想像以上の部分が東京都に流れているんだらうと、私の推測で申し訳ございませんがそういうふうに思っております。

○武田委員 どうもありがとうございました。地方創生、SDGs等々が今叫ばれてはいるんですが、なかなか現実的になっていないということで県際収支もこのような状況になっているのかと思います。そのような状況でも地域経済循環は進めていかなければならないということも私も常々地元でも言ってきたんですが、なかなか進まない要因はどこにあるのかをお聞きかせください。例えば地域住民の意識改革が必要なのか、または県や市町村の予算配分のやり方をもうちょっとこうすればよくなるんじゃないとか、先ほど紹介のあった銀鏡とかくしまアオイファーム、都城などにも人材はいるんですけれども、これがもう少し大きなうねりになっていかないといけないとかいろいろな要因があると思うんですが、先生はどのように分析をされているのでしょうか。

○緒方参考人 例えば商品券による需要喚起もされるわけですがけれども、地域で1万円分を使ってもその地域には1万円以下でしか残らずに——例えば、生産誘発係数の0.943に当てはめると地域には9,400円しか残らずに、また移輸入

の誘発係数が0.376ですから、3,700円は県外、地域の外に行ってしまうということが意外と知られていないんじゃないかと私は思います。可能であれば一度、私が申し上げたこの前半部分のようなデータを市町村ごとに作ってみられるといいなとは思っているんですが、残念ながら市町村ごとの産業連関の分析はまだ行われていないというのが現状でして、市町村ごとにその地域の特徴とか強み、弱みをいろんなデータで確認することでその地域の人たちが仕組みを理解できて、例えばこの1万円を何に使ったらいのか、どういう使い方をしたらいいのかということが分かってくるのではないかなと、そこが出発点じゃないかなと感じております。

○武田委員 ありがとうございます。まず地域の人たちがしっかりと地域を知って、例えばさっきの商品券の1万円ですけれども、どこどこで買ったならそれは県外から仕入れていけば丸々1万円残らないわけであって、また1万円を頂いたお店屋さんが今度は床屋さんに行ったりとか、地元のどこどこで買物するといった形で回していくと1万円が10万円、20万円になるということを実際に地域で考えて、データを中心にしながら地域の皆様が意識を持ってちゃんとお金を使っていくということが一番の近道ですね。

○緒方参考人 そのように思います。1万円を使っても例えばそれが電化製品だったら、そのお店にマージンとして2,000円ぐらいしか残らないわけです。残り8,000円は当然県外のメーカーや流通業者に流れていくというのが現実である、ということを知っていただくことがまず大事なかなと思います。ですから、私は「賢い消費、賢い投資」という表現を使わせていただいておりますけれども、今後、消費者側においてもそういう意識、行動が大事なかなというふうに思いま

す。

○濱砂委員 ありがとうございます。緒方さんは、私が議会に入って来たとき最初の一般質問の担当をしていただいて非常に思い出深い人なのですが——常々思うんですが、日本の地域経済を非常に疲弊させているのは流通経費じゃないかと。日本列島は北海道から沖縄までかなりの距離がありますが、そのちょうど中心に東京があって、大方の価格はこの東京の商品で決まってしまう。例えば、先ほど農業の話もありましたが、豚1頭を成長させるのにその何倍もの穀物を使って、植物性たんぱく質から動物性たんぱく質に変えていく——これは牛にしても鶏にしても一緒なんですけれども、この生産したものを消費するときに、その価格のうち流通経費が宮崎県全体で見るとやっぱり2割ぐらいかかっているんじゃないかと思うんです。ではこの流通経費を差し引いてゼロとしたとき、宮崎県にはどのくらいの生産力があるのか、販売力があるのかと思うんですが、そういうデータはないんでしょうかね。

○緒方参考人 1冊目の著書にもちょっと書いていたんですが、1本100円のキュウリが消費者の手元に渡るときの費用構成がどうなっているのかと、そういった観点で見ますと、2割が小売経費、2割が卸売経費、生産者に渡るのが6割、60円ということなるんですけれども、その60円の中にさらに出荷経費だったり生産経費とかが入って、もう農家の手取りは20円なんです。その中で例えば宮崎と茨城県等で比較したときに茨城県の流通経費は例えばキログラム当たり10円ぐらいで済むと、ところが宮崎県の青果物だったら30円ぐらいかかるというような3倍ぐらいの価格差があるわけです。その中で、その3倍の価格差、すなわち20円を上乗せして120

円で宮崎のキュウリを買ってもらえるかどうか、そこが1つのポイントだろうと思うんです。現実にはキュウリの差別化は難しいだろうという気はいたします。そこは例えば量で勝負するしかないかもしれませんが、何とかいろんな工夫をして、茨城が100円のを宮崎が100円で売ると生産者の手取りはがた減りするわけですから、何とかその流通経費を上乗せしても回収できるような単価を設定して、それを何とか売っていく方法がないかといったところを真剣に考えていく必要があるかなと思っております。その1つの手法として、何とか宮崎の自前の鮮度保持技術で農家が簡便に導入できるものを開発して、その100円を110円、あわよくば120円で売するような工夫をできないものかなということをやっと考えているわけです。現実にはまだなかなかそういうものはできていないわけですが、考え方としてはそういうことかなと思っております。

○濱砂委員 そのとおりなんですけれども、消費地に近い生産地は短時間で輸送できますし輸送コストも少ない、これは距離の勝負と鮮度の勝負だろうと思うんですが、さらにいいものを作らないといけないということが一番なんでしょうけれども、日本の経済の地方衰退は流通経費にあると私は思っているんです。消費地まで遠いとどうしてもその経費が高くつく、自由に競争ができない。宮崎は2日市場で、東京近辺は1日市場と1日差がありますから鮮度保持がなかなか厳しいということで、言われるように鮮度保持がやっぱり一番なんだと思います。だから、日本経済から流通経費をなくしてしまうと、極端な話は国家が全部流通を見るところになると、日本全国が全体的な競争に行く、優秀な人が伸びていくというような気がしてい

て、そう言ったってどうにもならないけれども、そういう思いです。何かいい話はないでしょうかね。

○緒方参考人 補足をさせていただきますけれども、そこをカバーできる一つとしては、やはりインターネット販売です。これは量的にはなかなかさばきが難しいかもしれませんが、明らかに中間経費を削減できる大きな手法でございますので、先駆的な農家はネット通販を取り入れているわけです。

それと東京に目を転じるとなると茨城と宮崎との勝負ということになるわけですが、海外に目を転じれば逆にそこのハンディキャップはほとんどないわけです。むしろアジアだったら九州のほうが近いということもありますので、鮮度保持技術と組み合わせて、やっぱり今後は海外、特に東南アジアあたりを視野に入れた戦略が当然必要になってくると思います。皆さん、御承知のとおりだと思いますけれども、非常に大事なことかと思えます。

○中野委員 いわゆる外貨を獲得する、稼ぐということは物・サービスをいかにして外からのお金に換えていくかということですよ。そのためには食と観光が最高だと思うんです。それで私はえびのの京町を何とか活性化しないといけないと——京町は誤解していて海の魚をどんどん食べさせるんです。外からおいしいと言われるものを仕入れて提供するわけですが、それじゃおかしいと思っていて、えびのは自然が豊かでしかも温泉があるわけでしょう。えびの米を含めて何もかもおいしいんです。だから、こだわってえびのの全てのものを使った旅館、ホテル、飲食業であるべきだということで去年つたない文書で提案したんだけど、見向きもされない、好奇にもされない、どうしたらいい

いんだろうかと思っています。先生の本も読んで外貨を獲得する、稼ぐという思いもあって、先生の理論とはちょっと合わなかったかもしれないけれども、要は物・サービスを自前で、外に出る前に地元で販売すればいいんじゃないかということで、えびのの京町観光のホテル業を何とかしたいという思いです。ところが見向きもされない、どうしたらいいんでしょうか。

○緒方参考人 委員御指摘の地元で消費するというのは、外貨を稼ぐという部分とは若干違うかとは思いますが、結局地元で消費することは呼び込むという部分につながって大きなインパクトを与えると思うんです。えびののこのホテルの出す料理は全てえびの産ですということであれば——もちろんそのためには地元の人がまず消費してみてそのよさをもってPRしていくということが呼び込みにつながってくるわけですので、そこは前提として必要かと思えます。

家計調査を見ますと宮崎県は押しなべて地元産に対する消費がちょっと弱いとなっています。例えばカツオ一本釣りは生産量日本一ですが消費量でいきますと金額ベースでは7番目だし、量では上から5番目になっているわけです。それから牛肉は金額では29番目、量では28番目、豚肉は金額で38番目、量では35番目、鶏肉はちょっと上位で金額で6番目、量で4番目です。キュウリはこれはもう産地ですから金額的には低いですが、45番目ですが、量も15番目と、ピーマンは45番目で量が20番目、生鮮野菜全体でいきますと金額は51番目で量は42番目ということです。焼酎だけは金額も1番目、量も1番目なんですけれども、今紹介しましたように宮崎県全体が自分たちが生産県であるその生産物、全国の上位の生産物を意外と消費していないと

いう結果が出ています。これは地元愛がないのか、人間の趣向である程度やむを得ないかもしれませんが、呼び込みの手法として、あるいは売り込みにも使える手法としてはまず自分たちがそのよさを認識してPRするということが極めて大事なことです。委員がされたことはまっとうな提案だと私は思います。何でそれを採用されないのか、ちょっとその人に私がお会いする機会があれば申し上げてみたいというふうに思います。

○山下委員 ありがとうございます。県の農政水産部の次長もされておりましたからもう農政に明るいことは分かっているんですが、本県の基幹産業は農業です。今、宮崎カーフェリーが関西向けに神戸に出ていて、さんふらわあも志布志から出ていますが、今回のコロナを受けてトラックがどのくらい減便になったかなど、これをちょっと調べてみたら、台数で1割から2割の減でした。確かに観光目的のお客様はがた落ちなんですけれども、一方で北九州、福岡、大分からのフェリーは京浜、関西行きのいずれも8割減なんです。それはなぜかということと工業製品が多いということ、車の産業から何からがた落ちしているということだと思います。宮崎と鹿児島もそうなんです、やっぱり農業県で、食料の輸出が6割、7割を占めていますから、そこが強い南九州だなど、以前の松形知事時代から我々が農業をしているときに北海道と南九州が食料供給基地だといつもおっしゃっていたんですが、やっぱりそういうものが如実に表れたのかなと思います。基幹産業は農業ですから、コロナ下においてもこれだけ力強い産業があるんだということをしっかりと我々は自負しないといけない、それと同時にブランド力を作っていくと——先ほど言われたように都会への

輸出には経費がかかるわけですから——10年前の宮崎の和牛肥育農家は買い負けしていて、銘柄牛の神戸、松阪、近江といったところは全部買いが強かったわけですが、そこから宮崎牛のブランドをこれだけ作れた、口蹄疫から全共で二連覇、三連覇してかなりのブランド力を作った、さらにマンゴーとかキンカンたまたまなどのブランドも作ったということは輸送賃を跳ね返すだけの価格経営体ができていることです。ここからさらに宮崎県の農業に2次、3次産業と付加価値をつけていくことが一番大事だろうと、限りなくそこを研究していかないと宮崎県農業の若者に夢をつなぐ——最高の手段は移住ということをおっしゃりますが、移住はやっぱり食がテーマになるはずですから、そのことにしっかりと我々も努力していかないといけないという思いにさらになったところでした。ありがとうございました。

○佐藤副委員長 ありがとうございました。大変勉強になりました。西臼杵の佐藤といいますのが、手短かに質問させていただきます。

都市への過度な集中、一極集中のリスクがあるということで地方回帰、田園回帰というような流れにあって、新次元の分散型国土の創出というようなことがコロナ後の宮崎の進む方向の中で出ておりますけれども、やはり宮崎県の中でも宮崎市への一極集中がかなり進んでいると思うんです。ですから、地方回帰といってもこれが宮崎市に人が集まるようではまた逆であります。中山間地域とかそういう地域への——言わば奥深い宮崎というような話もありましたが、そういう奥深いところへ人を戻す、そして「過疎地域の存在は国の底力になるんだ」というようなことも書かれていますけれども、そこが宮崎の一番の問題なのかなと思っております。特

に県北は20年後には相当数な村、町の存在さえ危ぶまれるということです。その辺がどうしてもまだ見えないところなんです、何か1ついいヒントがあれば教えてください。

○緒方参考人 このジェイコブスの著書を紹介いたしましたけれども、彼女は国民経済の視点ではなくて、それではもう本質が分らないと、もっと地域に目を向けるべきだということでこの本が書かれたわけですが、ここでいう地域は日本という広い国土ではなくて、もっと狭い範囲で捉えているわけです。そういった観点で宮崎を考えますと、宮崎には延岡、日向といった都市がございます。それから西にはえびの、小林、都城、南には串間、日南というように、他県と比較してバランスよく大きな市が配置されているということが非常に大きな特徴ではないかなと思います。今でこそ平成の合併で10万都市は九州でもいっぱいできてきましたけれども、それ以前は10万を超える市が3つある県というのは宮崎だけだったんです。そのように比較的バランスよく都市が形成されていますので、やはりその都市を中心にこの移入置換、要するに置き換えて力を付けていく、よそから移入しているものを何とか自前の生産財、サービス材に置き換えていくという工夫をすることによって地場産業の力を付けていく、そういったことが大事かなと思っております。

なお、西臼杵地区にとっての都市は延岡ということで若干距離的なものがあるかと思いますが、いずれ高速道路でつながるでしょうし、逆に西臼杵はソトコト編集長の指出一正さんの見方を借りれば、ほかの地域にはない差別化ができると思います。九州のまさしくど真ん中にあるわけですので、そこを地域づくりの原点に、基本に据えたらどうかなというふうに思います。

福岡から一番近いのは宮崎県では西臼杵です。九州では2番目に大きい熊本からも近く、これから高速道路、航空体系が整備されていきますと距離的なハンディキャップというのはさほど重要ではなくなります。したがって、見方を変えれば西臼杵、まさに九州のど真ん中ですから、そこをいろんな地域づくりの原点に据えていろいろと御検討されてはいかかかなと思っ

ているところがございます。

○佐藤副委員長 ありがとうございます。

○満行委員長 すみません、まだあるんだろうと思えますけれども、時間がまいりましたのでこれで終わりたいと思えます。

一言御礼を申し上げます。緒方様には大変お忙しい中、貴重な御意見をいただきました。誠にありがとうございます。心より感謝を申し上げます。委員一同、本日お聞かせいただいたことは今後の委員会活動に十分反映させてまいりたいと思えます。

最後になりますが、緒方様のますますの御健勝と御活躍を御祈念申し上げまして、簡単ではありますが、御礼の言葉とさせていただきます。本日は本当にありがとうございました。（拍手）

それでは、暫時休憩いたします。

午前11時38分休憩

午前11時40分再開

○満行委員長 委員会を再開いたします。

それでは、協議事項1の県内調査についてです。

まず、7月28日から29日に実施予定の県南調査につきましては、資料3のとおり実施いたします。

なお、調査を予定しておりました大崎町につきましては、先般の大雨等により相手方の受け

入れが困難となったため、視察先を庄内地区まちづくり協議会に変更しております。

調査におきましては、服装は夏季軽装で、また、マスクの着用をお願いいたします。

続きまして、8月25日から26日に実施予定の県北調査についてであります。

前回の委員会におきまして、調査先について正副委員長に御一任いただいたわけですが、資料4のとおり日程案を作成しております。

まず、8月25日ですが、高千穂町を訪問して移住定住に関する役場の取組やNPO法人一滴の会の空き家対策について調査を行い、次に高千穂高校を訪問し、学校での地域づくり活動について調査を行いたいと思えます。その後、五ヶ瀬町を訪問して町全体の地域づくりと夕日の里づくり推進会議の取組について調査を行います。なお、調査後は五ヶ瀬町周辺に分散、宿泊の予定ですので御理解いただきたいと思えます。

翌29日は美郷町を訪問して町全体の地域づくり及び渡川地区の取組について調査を行います。

以上のような行程を考えております。

なお、県北調査につきましては調査先との調整もある程度進めさせていただいておりますので、できればこの案で御了承いただきたいと思えます。よろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○満行委員長 それでは、そのように決定いたします。

なお、諸般の事情により変更が出てくる場合もあるかもしれませんが、正副委員長に御一任いただきますようお願いいたします。

次に、協議事項2、県外調査についてです。

県外調査につきましては、10月12日月曜日から14日水曜日の日程で予定をしております。

今回の委員会は9月23日となっております、時間

がございませんから、今回、御協議いただきたいと思います。

なお、新型コロナウイルス感染症の状況等により、仮に10月に実施できなかった場合についてであります。特別委員会は11月議会直後には報告書の作成に取り掛かる必要がありますことから、県外調査の延期による実施は困難ではないかと思われま。

暫時休憩いたします。

午前11時42分休憩

午前11時47分再開

○満行委員長 では、委員会を再開いたします。

今お聞きしたことを参考に、準備を進めさせていただきたいと思いますが、コロナの状況によっては実施が困難になることも考えられます。

実施の可否については、準備の都合もありますので8月下旬をめどに正副委員長で判断させていただきたいのでよろしくお願いします。

最後に、協議事項4のその他で、委員の皆様から何かございませんでしょうか。

暫時休憩いたします。

午前11時48分休憩

午前11時49分再開

○満行委員長 それでは、再開します。

次回委員会の日程の確認ですが、9月23日水曜日午前10時からを予定していますのでよろしくお願いいたします。

それでは、以上で本日の委員会を終了いたします。御苦労さまでした。

午前11時50分閉会

署 名

持続可能な地域づくり対策特別委員会委員長 満行 潤一

