



兵庫県議会議員 **吉岡 たけし** (垂水区)

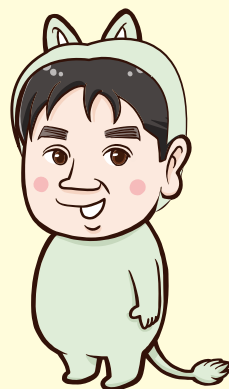
よっしーPRESS

よっしープレス Vol.01 / March 2017

よっしープレスは、垂水の“よっしー”こと、
兵庫県議会議員

吉岡 たけし の報告紙です。

くらし満足度No.1の垂水を目指して、
神戸市垂水区と兵庫県政をつなぐことを目的に、
兵庫県の政治を分かりやすく伝えます。



自民党

Lib Dems
Liberal Democratic Party of JAPAN

01 兵庫県議会議員 **吉岡たけし** はこんな人物です。

よしおか たけし
■ **吉岡 健**

- 1962年10月13日生まれ
- 灘中学・高校卒
- 早稲田大学法学部卒
- アンリツ(株) 官公営業部
- 千代田火災海上保険(株) 横浜支店・神戸支店
- 衆議院議員 秘書
- 参議院議員 政策担当秘書
- 2015年 兵庫県議会議員選挙初当選(15,239票)
- 警察常任委員会委員、産業労働常任委員会委員

02 兵庫県政報告 「よっしーのはなし」をいたします。

政務活動費の不適切な利用を発端に、信頼を大きく失った兵庫県議会。けれども改選を経て、新人がたくさん登場し生まれ変わりつつあります。垂水区内各地で(街頭、ミニ集会等)県政報告いたします。

03 ご意見・ご相談等については下記までご連絡ください。

兵庫県議会議員 吉岡たけし事務所

〒655-0034 神戸市垂水区仲田1-8-24-101

TEL : 078-708-8600 FAX : 078-708-8610

CONTENTS

- 「第331回定例会 一般質問(初質問)」報告
- **特集** 兵庫県の財政 ほんとに大丈夫!?

01

「第331回定例会 一般質問（初質問）」報告

01 青少年のインターネット等の利用対策について ー実は相当深刻な病・ネット依存症にならないような利用のルールづくりー

大したことない依存症はない。

2013年厚生労働省調査 ネット依存傾向にある成人男女の推計421万人。

2015年兵庫県実態調査（小5～高3 約3千人）によると高校生では実にひとクラスで3人もがネット依存症ということになるとも。

人口減少時代に貴重な若年労働力を、依存症に奪われない為に、最も若く、最も早く（最短2ヶ月で）罹る可能性のあるネット依存症を防ぐルールづくりが急務。

まさに、鉄は熱いうちに打て！

02 国際コンテナ戦略港湾「阪神港」の競争力強化について ー釜山港等から貨物を奪還し、神戸港・阪神港アジアの基幹港湾の地位を取り戻すためにー

「みなと」の元気は日本の元気。

「阪神港」、「神戸港」の元気は「兵庫県」の元気です。日本の国際貨物輸送量の99.7%は港湾から輸送。釜山港等を経由して海外に輸送されている貨物を阪神港・神戸港に取り戻し、ハブ機能高めることで、阪神港・神戸港の基幹航路を維持・強化する必要があります。

ものづくり県兵庫の発展・成長にも「阪神港」、「神戸港」の元気は欠かせません。

03 中小企業支援ネットひょうごの推進について ー産官学金連携の中小企業“ワンストップ”支援制度の効果的な活用に向けてー

アメリカ、コロラド州リトルトン市の産学振興策

「エコノミックガーデニング」

15年間で雇用2倍、税収3倍を実現したことで、アメリカの2006年度版中小企業白書に成功事例として記載。企業誘致ではなく、産官学金連携のワンストップの中小企業支援によって結果を出した。兵庫県神戸市においてもリトルトン市のような成功事例を生み出していきたいものです。

04 県産農林水産物ブランドの育成について

－「平成の御食国ひょうご」にふさわしい県産のブランド農林水産物を国内外に積極的に展開する為に－

少子高齢化の進展で既存市場が縮小。県産農林水産物も首都圏を中心とした県外の大消費地でのシェア拡大、日本食ブームに乗って、海外への進出を本格的に目指す必要があります。

神戸ビーフ+淡路島タマネギ+県産山田錦で仕込んだ県産「日本酒」のパッケージをフロントランナーに、次々と魅力あるブランド農林水産物のパッケージを送り出そう。

05 兵庫県住宅再建共済制度の加入促進について

－集中豪雨、南海・東南海トラフ巨大地震に備え、加入率15%の達成に向けて－

兵庫県住宅再建共済制度

フェニックス共済。

スタートして10年以上経過も最近の加入率は10%以下で推移。残念でなりません。自助と公助の不足を埋められる画期的な仕組み。年5,000円で最大600万円の給付が受けられます。地震保険や他の共済と併用可。まさかの時、イザという時の備えとして、安心の為にすすめます。

06 体験ツーリズムの促進について

－県内各地域へのインバウンド誘客促進策としてのきめ細やかな体験ツーリズムの推進－

人口減少社会に突入した今、インバウンド対策、訪日外国人観光客の誘客促進は重要。

かつてのようないわゆる中国人観光客の爆買い現象に代表された「モノ」消費から「コト」消費へと、訪日外国人観光客の消費動向がシフトする中で、体験ツーリングの需要が高まっています。「日本食」日本での「食」、「クールな日本」から「普通の日本人の生活」に至るまで「日本らしさ」を体験したい、味わいたいという需要に応えよう。

質問1：青少年のインターネット等の利用対策について伺います。

近年、問題が顕在化しているネット依存症。インターネットやスマートフォン、それらを活用したソーシャルメディアやゲームなどは利便性をもたらしてくれる一方で、長時間利用により実生活に支障を来す事例が増えています。

ネット依存症は、「自分の意思で利用をコントロールできない」「常にそのことを考える」「ネットをしていないと不安になる」「人にやめるように言われてもやめられない」「現実逃避したい心理状況から過度利用に走る」そして、重くなりますと、「自分が何をしているのか分からなくなる」「幻聴・幻覚に悩まされる」などといった、アルコール依存症にも似た状態が見られ、睡眠障害や情緒不安定など健康被害につながるきっかけになるとされています。

昨年、2015年、本県が初めて行った小学5年生から高校3年生まで約3,000名を対象とする実態調査では、スマートフォンの長時間利用などネット依存の疑いのある小・中・高校生の割合が、県内で6.4%あり、高校生では8.3%と最も高く、1日4時間以上利用する割合も31%でありました。高校生では、実に1クラスで3人もがネット依存症ということになります。

また、総務省が2014年1月に都立高校154校、約1万5,000人を対象に行ったインターネットの依存傾向の調査では、高校生の約6割がスマホを含めて1日4時間以上使用するという中度以上の依存傾向があり、スマホの利用により「勉強時間が減った」と答える生徒が34.1%もいました。また、厚生労働省の研究班の調査では、ネット依存傾向にある成人男女の推計は、2008年では275万人、それが2013年では421万人に激増していました。

「恐らく多くの人たちは、ネット依存なんて大した問題ではないと思っているのではないのでしょうか。それはとんでもない話です。子供たちのネット依存は、そんな生易しい問題ではありません。長年、アルコールや薬物に依存する大人たちの治療に携わってきましたが、ここに来る子供たちのネットへの依存度は、アルコールや薬物への依存と変わらない重大なものばかりです。」これはネット依存の子供たちと向き合う日本の依存症治療の第一人者である独立行政法人国立病院機構久里浜医療センター、樋口進院長の重い言葉です。

兵庫や日本の将来を担うはずの青少年が成長する上で貴重な時間、本務である勉強時間はもとより、家族間の会話や読書に睡眠などの時間、そしてゆとりを感じるすき間時間までもが侵食されており、対策は喫緊の課題です。

対策を考える上では、もちろん依存症になった青少年を現実に戻すことも重要ですが、これは治療のレベルです。ネット依存症になるまで最短2ヵ月しか要しないと言われる一方で、症状が重い場合は、治療に何年も掛かる可能性があると言われており、早期発見、早期治療に如くはなしであります。



本県でも、ネット依存の青少年を対象に、ネット環境から切り離れた環境下での合宿プログラムを検討中と聞いています。すばらしい成果が上がるように期待しています。

私は、いろいろな対策の中でも、やはりまずは入り口、ネット依存に至る前に、いかに防ぐかの対策が極めて重要と考えています。愛知県刈谷市では、2014年4月、市内の全小学校、全中学校と家庭向けに、「21時以降は親がスマホを預かる」とする、スマホに関する使用ルールを呼びかけたと聞いています。一昨年、昨年の二度のアンケート調査、いずれでも家庭でスマホのルールについて話し合う、向き合ういいきっかけになったなど、肯定的な声が過半を占めたようです。まずは小学校、中学校、高校、それぞれの段階に応じた基準や規範を作ることが必要と考えています。

このようなことも踏まえて、本県では、昨年の実態調査をもとに、青少年愛護条例の一部を改正する条例をはじめ、検討・対策を進めてられていると存じますが、現在の取組状況とともに、課題を踏まえた今後の展開について、ご所見をお伺いいたします。

答弁1：(井戸 敏三知事)

自由民主党、吉岡たけし議員のご質問にお答えいたします。

まず、青少年のインターネット等の利用対策についてです。

青少年がインターネットに関する判断能力を十分に育成されないまま利用を行うことにより、健全な成長が阻害されるおそれが増大してきています。

ネット依存は、ご指摘にもありましたように、睡眠障害や体力低下、食生活の乱れ、学業への影響など、さまざまな問題を引き起こします。昨年実施した実態調査によりますと、依存傾向にある者ほどネット上でトラブルに巻き込まれる割合が高くなるなど、早急に対策を行う必要があります。

県は、ネット依存対策として、既に警察、教育委員会、保護者、事業者など、産官学民が一体となって、ネットの利用に伴う危険性、過度の利用による弊害などについての理解を深める取組を全国に先駆けて行ってきました。特にルールづくりについては、ネット依存防止対策セミナーや小中高生を中心とした全県大会「スマホサミットinひょうご」を開催し、公立小中高生の約3割でネット利用のルールづくりが行われるなど、成果を上げつつあります。

これらの取組に加え、今定例会に全国初となる「何人も青少年のインターネット利用に関する基準づくりが行われるよう、その支援に努める」と定める青少年愛護条例の改正を上程させていただいています。これによりインターネット利用の自主的な基準づくり、ルール化を支援していく根拠ができ、利用する生徒たちに働きかけることを期待しています。

さらに、この改正を契機に、県内全公立小学校に対し、学習会の開催等ルールづくりに向けた取組に助成するなど、対応の強化を図り、青少年が健全にインターネット等を利用する環境を作ってまいりますので、今後ともご指導ください。

質問2：港の元気は日本の元気、阪神港・神戸港の元気は兵庫県の元気、こう認識いたしております。そこで、次に国際コンテナ戦略港湾「阪神港」の競争力強化について伺います。

港湾は我が国の産業活動を支える水陸物流の重要な結節点であり、国際貨物輸送量の99.7%は港湾を介して輸送されています。

来年1月1日には、神戸港が開港から150年を迎えます。戦前、既に世界の主要港の一角を占めるに至った神戸港は、戦後、地方港湾から貨物を集約し、それらを基幹航路路線へと積み替える、いまだ港湾整備が進んでいないアジア地域のゲートポートとしての役割を担うに至りました。

1970年代にはコンテナ取扱個数世界一になったこともあり、1980年にも世界4位と、当時最先端の港湾設備を備えた世界有数の国際貿易港でありました。オイルショックを皮切りとして、欧米との貿易摩擦、プラザ合意による円高の進行を背景に、日本企業の生産拠点が、中国、ASEAN諸国へ移転したことから、日本の港湾の輸出シェアは低下し始めました。一方で、世界経済のグローバル化の進展とともに、著しい経済成長を遂げたアジアの国々で大規模な港湾整備が次々と進みました。

1995年の阪神・淡路大震災により、神戸港の機能が停止したことを受け、我が国の港湾政策は、対震災の観点から、ハブ機能の分散と全国34港湾の機能拡充へと転換をいたしました。神戸港が阪神・淡路大震災の被害から立ち直る2年3ヵ月の間に、釜山港をはじめとするアジアの港湾が西日本の港湾から集貨し始めたことにより、日本の貨物が釜山港やアジア港湾でトランシップされる流れができてしまったのです。

今や、これらの港が神戸港や京浜港といった日本の主要港に代わって、国際ハブ港としての役割を担うようになってしまいました。神戸港のコンテナ取扱個数の世界ランクは、1999年、19位、2011年は49位と歴然と下降しています。

このような状況を踏まえ、国は港湾政策を再転換し、我が国のハブ港の国際競争力強化に向けて、平成16年度よりスーパー中枢港湾政策を策定し取り組んできましたが、更なる選択と集中を図ることとし、平成22年に国内に二つの国際コンテナ戦略港湾を選定しました。京浜港と神戸港、大阪港を併せた阪神港であります。

釜山港等を経由して海外に輸送されている貨物を阪神港に取り戻し、ハブ機能を高めることで、阪神港の基幹航路を維持・強化する必要があります。阪神港が西日本のものづくりと海上国際物流を支えるゲートポートとしてのハブ機能を高めていくためには、西日本の港湾との内航フィーダー船ネットワークの機能強化をはじめとして、内陸部の県内外からの貨物輸送対策にもしっかりと取り組んで、集貨に注力することが肝要です。

京都府では、舞鶴港について、日本海側ナンバーワン、北近畿の拠点港湾を目指し、府内はもとより、東は福井県、西は本県の但馬・丹波地域を集貨重点圏域に据え、地方創生の観点からも懸命に集貨に取り組んでいるようです。

本県では、阪神港の集貨力増強に向け、東播磨港など県管理港湾との連携強化を進められていると認識しています。県管理港湾における支援施策は評価しているところですが、釜山港から貨物を奪還し、アジアの基幹港湾の地位を取り戻すためには、一層の取組強化が求められます。

そこで、これまでの本県の支援施策を評価いただくとともに、阪神港の更なる飛躍に向けて、県管理港湾としての支援を今後どのように施策展開されるのか、ご所見をお伺いいたします。

国際コンテナ戦略港湾「阪神港」の競争力強化について、お答えいたします。

国際コンテナ戦略港湾「阪神港」の国際競争力強化に向けましては、集貨力の増強が重要であります。このため阪神港では、国が基幹航路の維持・強化に必要な大水深岸壁の整備を進めています。

また、神戸市と大阪市は、両市が管理する港湾を一体的に運営する阪神国際港湾株式会社を設立し、基幹航路の新規開設に際し、寄港回数に応じて助成金を支援するなど、ハード・ソフト両面から利用促進施策を実施しています。

県では、「阪神港」の集貨につながる内航コンテナ航路の充実強化を図るため、平成23年度から姫路港など県管理港湾におきまして、海上輸送するコンテナ貨物への助成、また船舶入港料の免除などのインセンティブ施策を実施いたしました。

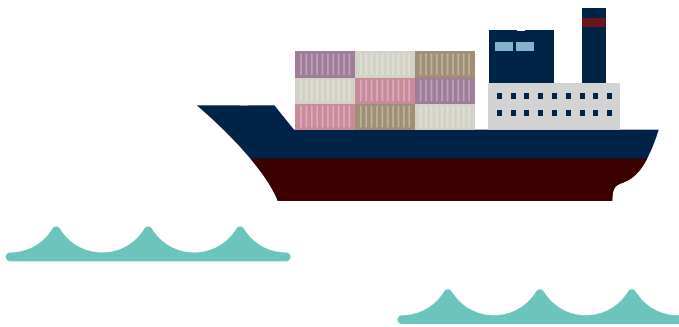
また、海上輸送の可能性のある荷主企業等に対しまして、個別訪問などのポートセールスを展開いたしました。

さらに、東播磨港におきましては、移動式クレーンを試験的に設置するなど、荷役に必要な施設整備も行いました。

これらの取組によりまして、24年度には東播磨港と阪神港を結ぶ内航コンテナ航路が新規に開設され、平成26年度にはコンテナ取扱量が約6,000TEUまで拡大し、着実に成果は上がっています。平成28年度からは、更に取扱量を増やすため、移動式クレーンの設置などを継続するとともに、陸上輸送との価格差にも配慮いたしまして、助成額を1TEU当たり2,000円から3,000円に引き上げます。

また、姫路港でのコンテナ航路開設も目指しまして、ポートセールスを強化してまいります。

今後とも内航コンテナ航路の充実強化に努め、「阪神港」の国際競争力強化に取り組んでまいります。



質問3：中小企業支援ネットひょうごの推進についてであります。

地域創生の実現に向けて地域の元気づくりに取り組む本県にとって、地域経済の活性化が必要であることは言うまでもありません。従来、地域経済の活性化の手法では企業誘致がよく行われてきましたが、成長力があり、大きな雇用も見込める企業を地域に誘致することはハードルが高く、また経営環境の変化による流出という大きなリスクも伴います。

近年、多くの自治体からの注目を集めている産業振興策の手法にエコノミック・ガーデニングがあります。これはアメリカのコロラド州リトルトン市が最初に行った手法であり、15年間で雇用二倍、税収三倍を実現したことで、アメリカの2006年度版中小企業白書に成功事例として記載され、世界的に注目を集めました。当手法は、企業誘致のみに頼らずに、地域の意欲のある中小企業を成長させることによって地域経済の活性化を目指します。行政、大学、金融機関など幅広い産業支援機関が一体となり、地域の既存中小企業を育てるとともに、経営力を総合的に高める体制を整えます。

具体的には、大学の経済経営の研究者等による経営指導のほか、マーケティング、デザイン、知的財産など、多くの中小企業が弱みとする点を支援する人材をそろえ、多角的にワンストップで支援できるようにすることに、その特徴があります。会社の規模に合わせて、差別化可能なニッチ市場に経営資源を集中する戦略を促すなど、企業の体力に応じた最適な支援により実効性を高めます。これが、まずエコノミック・ガーデニング成功の第一要素であります。

その上で、強いリーダーシップを持つ商工部長のもと、市の商工担当者が市内のやる気のある中小企業と真摯に向き合う、寄り添うというところに特徴があります。これがエコノミック・ガーデニング成功の第二要素とされています。

本県の施策で私が注目しているのは、中小企業支援ネットひょうごによる中小企業支援の取組です。ひょうご産業活性化センターを中核機関として、県内の経営支援、技術支援、能力開発・雇用支援の機関19団体、金融機関、大学等29団体が連携し、成長期待企業の発掘と育成、経営課題に対するワンストップ支援を行う仕組みであり、まさにエコノミック・ガーデニングの第一要素と同様のコンセプトかと思っています。

中小企業は、ビジョンの明確化、それを実現化する経営戦略、また人事や組織、財務、開発・マーケティング、生産管理・ICT活用と実にさまざまな課題を抱えています。この課題はあそこの団体に、この課題はそちらの機関にとつなぐだけでなく、各企業のビジョン実現に向けて、トータルで戦略的な助言、提案・支援を行うことが重要です。



これまでも中小企業の支援策はさまざまな機関から打ち出されてきましたが、**大きな問題は、これらの支援制度を積極活用してきた企業数が決して多くないことだ**と感じています。支援サイドからの情報が、企業側に十分に届いていないということもあろうかと思います。自ら積極的に支援施策に関する情報を収集している企業もまだまだ十分でないではないかと思います。

せっかくの中小企業支援ネットひょうごをより効果的に活用するためにも、しっかりと多くの企業に情報が届くよう方策を考えるべきです。その一方で、企業側の情報収集能力の強化、情報に対するアンテナ感度をいかに高めていくかということも課題ではないでしょうか。

これらのことを踏まえていただき、**本県においてもリトルトン市のような成功事例を生み出していくため、中小企業支援ネットひょうごの効果的な活用に向けた取組展開について、ご所見をお伺いします。**

答弁3：(石井 孝一産業労働部長)

中小企業支援ネットひょうごの推進につきまして、私からご答弁申し上げます。

中小企業支援ネットひょうごは、平成15年度設立以来、県施策の実施機関であるひょうご産業活性化センターを中心に、市の支援機関、大学、金融機関など48の機関が、一元的な情報提供やワンストップ相談等の支援を推進をしています。まさに、議員ご提案のエコノミックガーデニングの本県における推進役になる得ものと考えております。

平成26年度では相談件数が11万7,033件と、対前年プラス17%、平成27年度上半期も対前年プラス19%と着実に成果を上げているところです。

経営革新や第二創業にチャレンジをする成長期待企業も既に400社以上を発掘、選定をし、多様なニーズに応じた支援を継続実施をしています。

今後、中小企業振興条例に基づく支援や地域創生を推進するには、この支援機能がますます重要となります。このため相談機能やコーディネート力の強化は不可欠でありまして、今年度の専門人材相談センター設置に加えまして、来年度は、よろず支援拠点のサテライト機能の強化や、ひょうご産業活性化センターと神戸市産業振興財団等が連携したワンストップサービス支援拠点を設置をまいります。

また、ご指摘のとおり、情報発信力の強化も極めて重要であると考えます。ホームページや機関誌発行に加えまして、フェイスブックによる細やかな情報発信や、商工会議所、商工会等の経済関係団体が実施をするセミナー等を積極的に活用してまいります。

中小企業側の情報収集能力につきましては、その意欲や姿勢によるところが大きいと考えますが、経済団体のセミナーへの参加促進やよろず支援拠点の利便性向上等を通じまして、その強化へつなげてまいります。

今後も県内各地域の企業のニーズに応じた効果的な支援を各機関連携のもと継続的に展開することで、中小企業の競争力を高め、地域の産業振興を促進をしてまいりたいと考えておりますので、どうかよろしくお願いいたします。

質問4：県産農林水産物ブランドの育成について伺います。

これからの本県の農林水産業は、少子・高齢化の進展による既存市場が縮小していく流れに対応するため、首都圏を中心とした県外の大消費地でのシェアの拡大とともに、近年の世界的な日本食ブームという機会をしっかりと捉え、海外への進出を本格的に目指す必要があります。

そのためにはブランド力の強化が不可欠です。本県は、県産農林水産物のブランド化を推進しており、既に県内市場に浸透している丹波黒等は、首都圏を中心に県外市場への販路拡大に向けて、世界的なブランド力がある神戸ビーフについては、国外市場での販路拡大を目指して、それぞれブランド力強化が進められています。

県内の地域ブランドの中でも競争力のあるものを県内全域で通用するブランドへ、その県内ブランドが国内ブランドへと、そして国内ブランドが世界的に通用するブランドへと、継続して成長していく流れが大きく生まれることを期待しています。もっともブランド力育成は一朝一夕でできるものではありません。品質面での強化はもとより、市場や品目ごとにターゲットを絞り、品質、価格、流通及び販路、プロモーションといったさまざまな観点から、他の産地に対する強み、優位性を検討し、明確にしていく、こうした地道なマーケティングも重要であります。

プロモーションの面では、国内ブランドの世界進出に向けて、世界ブランドである神戸ビーフとともに淡路島たまねぎや兵庫県産山田錦を使用した日本酒などをトータルパッケージとして推進している手法は、非常に有効な手法であると評価をしています。第二、第三と魅力的なこうしたパッケージを次々生み出していきたいと思えます。

今後、地域創生の観点から、観光と一体化してのプロモーションもますます重要になってきます。「平成の御食国ひょうご」として、国内外に認知度が高まるようプロモーション施策を積極的に展開していきたいと思えます。

加えて、ブランドの育成を一層促進するために、販路拡大に向けたマッチングの加速化や、マーケティング人材の育成強化も大変重要であります。

そこで、述べてきたことを踏まえていただき、本県産の農林水産物ブランドの育成に向けた課題をどのように捉えておられるのかお伺いするとともに、今後の更なるブランド育成に向けた取組展開について、ご所見をお伺いいたします。



県産農林水産物ブランドの育成についてです。

本県農林水産業の競争力強化のためには、大消費地に近接し、食品関連産業が集積する本県の強みを生かした農林水産物のブランド育成が必要である、ご指摘のとおりだと考えています。

ブランド育成では、まず農林水産分野でのブランド育成を行う人材が不足していること、第2に、安定生産量を確保していくことが必要であること、第3に、生産から流通、消費を一連に見据えた戦略的な取組が必要であるという、この3点が課題であります。

まず、ブランド化を進めるキーマンの育成のためには、人材育成スクールの開催やブランド指導相談室による指導、助言を強化してまいります。

続いて、安定生産量の確保のためには、ひょうご食品認証制度を活用した生産拡大を推進していきます。

そして、第3の戦略的取組としては、ブランド戦略策定指針により、他産地との優位性や販売ターゲットなどを明確にした品目ごとのブランド戦略を進めています。

現在、新規ブランドで淡路島いちじく等11品目、既存ブランドの強化として神戸ビーフなど23品目、合計34品目のブランド戦略を策定しており、これらの品目をひょうご五国のめぐみとして一体的にPRをしてまいります。

まず、県域では、兵庫県認証食品としての販売促進、第2に、国内では首都圏プロモーションの強化など、第3に、海外では神戸ビーフや淡路島たまねぎなどの県産品を組み合わせたプロモーションなどを展開しておりますし、また進めていきます。来年度は、国内では流通のプロも活用し、継続的な情報発信やセールスを展開します。

第2に、海外では、ミラノ博の成果を踏まえ、新たにパリ、ドバイで、「農」「食」「観光」が一体となった総合プロモーションを実施してまいります。

また、IWC2016「SAKE部門」兵庫開催を通じ、県産山田錦はもとより兵庫ブランド製品の良さを世界に発信してまいります。

併せて、ブランドの維持強化のため、神戸ビーフ・但馬牛が登録された地理的表示保護制度GIの登録を、例えば淡路島たまねぎ、あるいは山田錦など、推進していきたいと考えています。

今後とも、生産から流通、消費を一連に見据えたブランド育成に取り組み、平成の御食国ひょうごの実現に努めます。



質問5：兵庫県住宅再建共済制度の加入促進についてであります。

兵庫県住宅再建共済制度、フェニックス共済がスタートしてから10年が経過しました。当制度は、自助と公助の不足を埋められる画期的な仕組みであり、被災住宅の再建に関して、国の支援金の倍、最大600万円の給付が受けられるなど被災者への支援が手厚く、少ない負担で被災後の不安を解消できる画期的な制度かと思っています。また、火災保険の30%から50%の割合で設定する地震保険や他の共済と併用できる点も使える制度であると評価をしています。初年度から、我が家では加入をいたしております。

しかしながら、フェニックス共済加入率は、本年1月時点で、県全体の9.4%と10%に満たず、約16万6,000戸にとどまっており、加入ペースも当初と比べ年々鈍化傾向にあり、このままでは当面の目標である加入率15%の達成も厳しいと言わざるを得ません。

このような状況も踏まえ、県では従来からの加入促進員による単位自治会等への働きかけとともに、今年度からは、危機意識を高めるPR動画や加入申込パンフレットの見直しなどの新たな対策を進められています。また、一部損壊や浸水による家財の購入、補修も対象とするなど、順次制度の改善も進められていますが、今後の加入促進に向けては、もう一工夫が必要と考えます。

平成21年の県西・北部豪雨で大きな被害が出た佐用町では、被災後に加入が大きく増え、市町別で最も高い約3割強の加入率と聞きます。災害が来る前の備えあれば憂いなしの機運をいかに醸成するか、危機感を持っていただくのかが問われます。

例えば、がん保険のCMのように、加入していたおかげで救われたと実体験された方が伝えるようなツール、CMは難しいにしても、県民だよりや県の広報番組等を活用できないでしょうか。フェニックス共済を活用することで、少ない負担で復旧した家屋の比較写真という方法もあるかと思います。また、土砂災害警戒区域や南海トラフ巨大地震の津波浸水想定区域にお住まいの方に重点的にPRすることも考えられます。

加えて、保険会社の社員は、自社の保険に加入するのが当たり前です。加入が義務づけられているからであり、それは、自分が使わないものを人に勧められないからであります。自らの商品を自信と説得力を持って勧められるよう、6万人に上る県職員自体の意識、加入率を高めることも必要かと考えます。

これらのことを踏まえて、兵庫県住宅再建共済制度の加入促進に向けて、課題をどのように捉えておられるのか、また、今後どのように加入促進に取り組んでいかれるのか、ご所見をお伺いします。



住宅再建共済制度の加入促進について、お答えを申し上げます。

本制度につきましては、さまざまな普及啓発活動を行っております。ご紹介いただきました県民局への加入促進員の配置、PRビデオの作成、パンフレットの刷新、これらのほか市町庁舎やさまざまなイベント会場での出前受け付け、それから県民だよりひょうごやテレビ番組など広報媒体の活用、実際に給付を受けた方の声の紹介、こうしたこともしております。

また、土砂災害警戒区域指定に関する説明会での啓発、尼崎市の津波浸水想定区域でのパンフレット全戸配布などの重点的なPRも行っております。県職員に対しましても率先加入と関係者への働きかけを繰り返しの願いをいたしております。しかし、加入率は、現在9.4%、最近の意識調査でも制度そのものを知らない、又は制度の内容を知らないという人が6割を超えております。そして、その割合は都市部で大きい状況でございます。また、近い将来、大地震が起こると思う人の割合も5割以下に低下をしているという状況です。

県民に対しまして、更なる災害への備えを促しますとともに、都市部を中心に、加入に向けた啓発を更に強化していく必要があると考えております。

来年度は、これまでの取組に加えまして、加入促進員が中心となって、防災士等の地域のキーパーソン、防災NPO、市町、こうしたところとの連携を強化をいたしますとともに、ボランティア推進員を大幅に増員をいたしまして、県民への直接的な働きかけを強化をまいります。

また、都市部対策ですが、インターネットショッピングのユーザーに対するマーケティング調査、それから食品等を住宅に戸別配送する事業者を通じた加入チラシの配付など、新しいアプローチを展開する予定としております。

今後ともさまざまな手法を用いまして、継続的に県民への普及啓発に取り組み、当面の15%の目標、目指してまいります。



質問6：体験ツーリズムの促進について伺います。

我が国を訪れる外国人旅行者の数が、2015年で1,973万人と、2020年の目標でありました2,000万人に迫るなど大幅に増加しています。東京オリンピック・パラリンピックを見据えれば、今後更なる増加も見込まれ、観光振興にとって空前の好機が到来していると思われます。

兵庫県地域創生戦略においても、地域における観光・ツーリズムの振興は、人口対策を支える一つの柱として位置付けられているところであり、地域創生の実現に向けて取り組む本県にとって、観光振興は重要なテーマであります。

特に、本県の観光ツーリズム振興に関しては、外国人観光客を東京、富士山、京都のいわゆるゴールデンルートだけで終わらせることなく、兵庫の地域資源を生かしながら、県内各地に呼び込むことが肝要であります。

観光庁のホームページ観光統計コラムによりますと、外国人観光客で最も多くを占める中国人のうち、今回、ショッピングを目的に挙げた方が約7割、それらの方が二度目の訪日のときに、したいこととして伺えば、ショッピングを挙げている人は約3割にすぎず、「自然体験ツアー・農漁村体験」「四季の体感」「日本の歴史・伝統文化の体験」等が伸びるということであります。体験には大きな可能性があるのではないのでしょうか。

本年の春節祭期間における訪日中国人観光客の動向に関する報道を見ましても、かつてのような、いわゆる爆買い現象は若干沈静化したように見受けられます。

また、観光庁が平成26年に行った消費動向調査の訪日外国人に対するアンケート調査では、訪日前に期待していたことという質問の回答として、「日本食を食べること」が、数年前までトップでありました「ショッピング」を上回って第1位となりましたが、そのほかでは「自然・景勝地観光」「旅館の宿泊」「日本の歴史・伝統文化体験」など、やはり日本らしさを体験できるものが上位に入ったとのことであります。今後の観光振興を図る上で、体験をキーワードに据えたツーリズムの需要が高まってきていると判断できるのではないのでしょうか。

本県には、県内各地域に多くの優れた文化や歴史、自然、食、そしてものづくりがあります。例えば、文化の面では、500年の歴史を持つ淡路の人形浄瑠璃は、昨年のイタリア・ミラノ国際博覧会の日本館において、本県の食と伝統文化を紹介するイベント内で披露され、その繊細な動きで来場者を魅了し、万雷の拍手が鳴り響いたと伺っております。地元の小学校への出前講座も行われていますが、人形操作の体験も大変好評を博していると聞いております。伝統芸能の継承とともに観光振興にもつながる事例だと思います。



食につきましても、例えば、本県には出石や赤穂等にそばどころが多くあり、そば打ち体験を観光客向けに行っている店舗も少なくありません。また、神戸市垂水区や明石市ほかで、とれとれの魚のせり、屋網を見学した後で、巻きずし、散らしずし、箱ずしなど、すしづくりの体験がもしできるならば興味を引くかもしれません。

今後の地域への誘客促進には、マーケティング手法を取り入れつつ、これらを生かしたきめ細やかな体験ツーリズムの推進が非常に重要と考えます。

そこで、述べてきたことを踏まえていただき、今後の体験ツーリズムの促進に向けて、県としてどのように施策を展開されるのか、ご所見をお伺いいたします。

以上6項目でございます。ご清聴誠にありがとうございました。

答弁6：(井戸 敏三知事)

体験ツーリズムの促進についてのお尋ねがありました。

訪日外客数が著しく増加しています。この場合、2回目、3回目となるリピーターや個人旅行者などはいつまでもゴールデンルートではなく、他の魅力に引かれることになるはずであります。このため訪日外国人消費動向調査を見ても、食、日本酒、旅館、温泉のほか「自然・農漁村体験」、「歴史・伝統文化体験」など日本らしさを体験できるツーリズムへの期待も高まっています。

したがって、まず各種体験を周知していく必要があります。メディアやブロッガーなどの招聘旅行などにおいて、そば打ち、温泉卵作り、足湯、淡路人形浄瑠璃の人形遣いなど各種体験をしてもらい、それらの情報がインターネット等を通して、外国人旅行者に直接届くように努めてまいります。

また、あいたい兵庫キャンペーン2016では、ものづくりやスポーツなど、「体験」に焦点を合わせ、季節に応じた滞在型の旅を全国に発信していきます。

来年度は、ひょうごツーリズム協会のホームページをリニューアルし、多言語で海外にもPRしていきます。

さらに、関西、瀬戸内の二つの広域周遊ルート形成促進事業として、クルーズ、サイクリング、レンタカーによるドライブなど、新たな体験ツーリズムも推進していきます。

本県は、多様な気候と風土に育まれた多彩で魅力ある体験ツーリズムのコンテンツがあります。しかし、これをどのような体験に組み込んでいくのか、どのような旅行行程に組み込んでいくのかが課題です。関係団体等とも連携して、マーケティング手法も取り入れ、外国人観光客のニーズを踏まえて、兵庫のオンリーワンの体験ツーリズムの充実を図ってまいります。そして、これを積極的にプロモーションし、国内外からの観光客誘致を促進してまいります。



特集 兵庫県の財政 ほんとに大丈夫！？

1 財政状況が厳しいと、他府県では実施されている事業ができないことに加え、改革の一環としてさまざまなサービスがカットされてしまいます。

2 財政状況をチェックする指標があります。一つは財政のゆとりを示す『経常収支比率』。県は96.1%と全国平均よりもかなり悪い状況です。次に収入に対する借金返済額を示す『実質公債費比率』。県は19.2%と全国ワースト4。さらに収入に対する将来へのツケを示す『将来負担比率』は320.6%と全国ワースト1。残念ながら財政は未だ極めて厳しい状況にあります。

財政がこうした状況に至った主な原因は、まさに阪神淡路大震災です。2011年の東日本大震災においては、「復興予算は国で面倒を見る」とし、被災地の自治体に負担は及びませんでした。一方22年前の震災においてはそのような措置はなく、兵庫県をはじめ神戸、西宮、芦屋市などの被災地の自治体自らが負担を背負うこととなりました。震災からの復旧・復興事業に要した巨額の負担の影響が県政はもとより、各市町のサービスにも及んでいるのです。

県は国に対して復興予算措置を要望し続けていますが、国が対応する望みは極めて薄いです。県が(そしてわれわれ県民が)自力で解決するしかありません。

3 兵庫県の財政を良くすること、一方で県民サービスを悪化させないようにすること。これらを県議会議員が県民と一丸となって地元の声を代表して訴え続け、県政において結果を出して行くことは県下551万県民にとって重要です。

よっしー PRESS Vol.01 (2017.3. Release)

外見は“ムー〇ン”中身は“熱血”の“よっしー”です！

“よっしー”歴も学生時代からで30年を超えました。

垂水区内の地域行事から全国視察まで幅広く活動できるように頑張ります。おかげさまで仕事に追われる毎日ですがとても充実しています。早いところ、まさに成果と言えるような政策実現ができた報告をしたいものです。生の声を力に初心を忘れず、県政の再起動を心がけて、これからも一歩ずつ着実に進みます。



兵庫県議会の様子をインターネットでご覧いただけます。

<http://www.hyogokengikai.jp/broadcast/index.html>

インターネット放映中

本会議の代表質疑・委員会での質問などが手軽にご覧になれます。



発行日：2017年3月26日

発行元：兵庫県議会議員 吉岡たけし事務所