

令和４年第２回定例会（９月議会） 産業観光委員会・分科会 提出資料

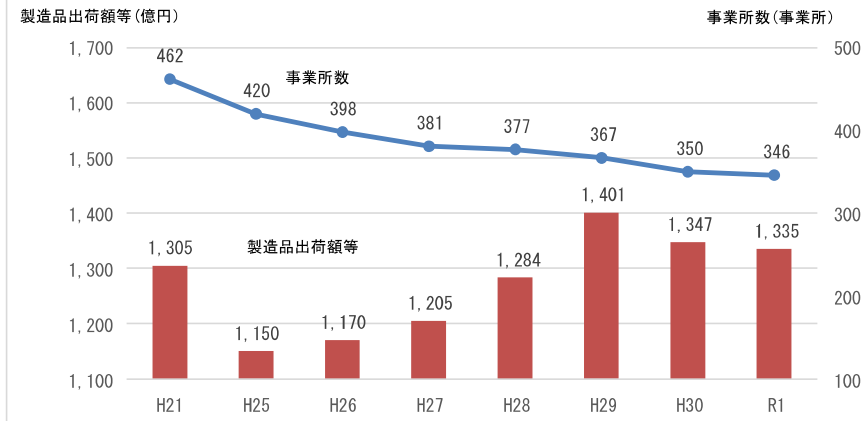
令和４年９月１５日
観光文化スポーツ部

【所管事項関連】

食のあきた推進課	「秋田県食品産業振興ビジョン」の素案について	1
文化振興課	「第３期あきた文化振興ビジョン」の骨子案について	3
スポーツ振興課	新体育館の整備に向けた基礎調査の実施状況と基本的な考え方 について	4

1 本県食品製造業の現状

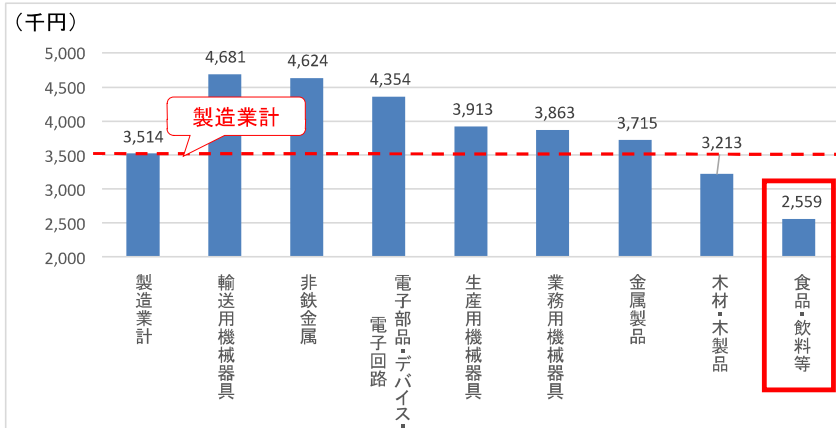
製造品出荷額等と事業所数の推移



〔出典：経済産業省【工業統計調査】から作成〕

本県の食品製造品出荷額等は全国44位、東北でも6位と低位であるほか、事業所数は減少傾向が続き、令和元年は10年前と比べて25.1%減少している。

製造業の業種別における1人当たりの現金給与総額



〔出典：経済産業省【工業統計調査】から作成〕

食品・飲料等は全体（製造業計）と比較して約100万円低い水準に留まっている。

2 食品製造事業者からの声

事業者ヒアリングの結果

- 調査対象：県内に主たる事業所を置く食品製造事業者
- 調査期間：令和4年5月～7月
- 回答数：45事業者
- 調査方法：事業所訪問による聞き取り、商談会時のアンケート
- 調査結果：

①当面の課題

原材料等の確保(33件)、国内での販路拡大(19件)、商品開発・改良(12件)等

②中長期的な課題

人材確保・育成(17件)、商品開発・改良、国内での販路拡大（各8件）等

③行政に求める支援

国内での販路拡大への支援(21件)、機械設備導入への支援(20件)、商品開発・改良への支援(12件)、取引先情報の提供(9件)、海外での販路拡大への支援(8件)等

食品産業振興ビジョン検討委員会における意見

- 委員：食品事業者、有識者 7名
- 開催：第1回検討委員会 令和4年8月8日（月）
- 主な意見

【食品製造事業者の競争力強化】

○規模の大きいリーディングカンパニーの育成は必要。しかし、小規模事業者が圧倒的に多い本県においては、小さくても意欲的な事業者も多くあり、そうした者の支援も重要。

○一緒に何かしたいという元気な事業者のネットワークづくりができればよい。

【「食」のブランド化と販路開拓の促進】

○秋田県はせっかく良いものを持っていても、それを「魅せる」ことができていない。デザイン会社等と繋がって外部の視点を持つことも必要。

○今後、共通してくるテーマは「健康」や「美」ではないか。

○SNS等を含めてお金をかけずに知ってもらえる機会も増えている。10年先を見たときにデジタルマーケティングは非常に価値あるものである。

○首都圏での販売拡大に向けて売込み隊の設置を検討してほしい。

【「食」の高付加価値化】

○秋田は観光資源が豊富。食と観光は十分可能性がある連携分野である。

「秋田県食品産業振興ビジョン」の素案について 2

食のあきた推進課

1 策定の趣旨

- ・人口減少、高齢化による国内需要の縮小やコロナ禍における消費ニーズの変化、原油・原材料高騰など、食品産業は大きな転換期を迎えており、こうした変化に対応し、強い食品産業を構築していくためには、時代の潮流を的確に捉え、将来をしっかりと見据えた施策を展開していく必要がある。
- ・本県食品産業の振興及び地域経済の活性化を図るべく、今後の施策の方向性を明らかにする指針としてビジョンを策定する。

2 位置づけ

「新秋田元気創造プラン」を補完し、「秋田県中小企業振興条例」を踏まえながら、本県食品産業の振興に向けた施策の方向性を明らかにする指針とする。

3 期 間

概ね10年先を見据えた当面の3年間
令和5年度～令和7年度

4 目指す姿と方向性

目指す姿

秋田らしさを超える新たな価値を創造し、国内外の市場で優位性を確保する食品産業の実現

～ 原料・技術など、食に関わる資源をゼロベースで見直し、経営体質の強い食品事業者を育成するとともに県産品のプレゼンスを高める。～

施策の方向性

📌 賃金水準向上を牽引する中核企業を育成

1：食品製造事業者の競争力強化

- ・食のリーディングカンパニーの創出、事業者間連携、デジタル技術の活用 等

📌 市場の中で存在感を放つ商品の開発

2：時代のニーズを先取りした商品づくり

- ・「健康」や「安全」、「美・オシャレ」、「持続可能性」など、新たな切り口での商品開発の促進 等

📌 食品産業のミライを担う若い世代を強力に後押し

3：秋田の「食」のミライを切り拓く人づくり

- ・若い世代の斬新なビジネスアイデアの実現を支援、食品産業の人材育成 等

📌 新たな秋田の顔となる食ブランドの確立と国内外への売込み

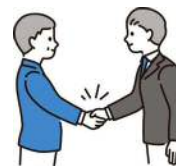
4：「食」のブランド化と輸出を含めた県外への販路開拓の強化

- ・食品産業におけるSDGsの推進、食品の輸出拡大に向けた支援の強化 等

📌 異業種連携により他にはない新たな価値を付与

5：関連産業との連携強化による「食」の高付加価値化

- ・地域の特性を活かしたツーリズムの推進 等



目 標

10年後の姿

(1) 年商20億円以上の事業者の育成

12社 → 20社以上

※うち年商100億円以上の事業者の育成

0社 → 3社以上

(2) 1事業所あたりの製造品出荷額等 2割向上

3.9億円 → 4.6億円

5 今後のスケジュール

- ・ 9月 素案（議会）、パブリックコメント
- ・ 10月 第2回「秋田県食品産業振興ビジョン」検討委員会
- ・ 12月 成案（議会）

「第3期あきた文化振興ビジョン」の骨子案について

文化振興課

これまでの主な成果と環境の変化

◆あきた文化振興ビジョン(平成27～30年度)

- 平成28年に「角館祭りのやま行事」「土崎神明社祭の曳山行事」「花輪祭の屋台行事」、平成30年には「男鹿のナマハゲ」がユネスコ無形文化遺産に登録。
- 平成27年オープン「あきた文化交流発信センター(ふれあーる AKITA)」において、音楽、舞踊など多彩な文化事業を実施し、年間来場者が3万5千人に到達。
- 「新・秋田の行事」や「舞踊・舞踏フェスティバル」などの大規模イベントを開催し、交流人口拡大に寄与。

◆第2期あきた文化振興ビジョン(平成31～令和4年度)

- 令和4年6月「あきた芸術劇場ミルハス」がオープン。
- 令和3年「北海道・北東北の縄文遺跡群」が世界文化遺産として登録。
- 「beyond2020プログラム」による国内外に向けた文化情報の発信。
- コロナ下において、動画配信サイトにより民謡や伝統芸能の公演動画を積極的に配信。

第3期ビジョンに向けた課題

- 本県文化の中核拠点「ミルハス」の活用による、文化振興やにぎわい創出への期待
- 重要無形民俗文化財をはじめとする地域に伝わる文化の担い手の確保
- 訪日旅行再開や観光需要の回復を見据えた、国内外からの来訪者の増加に対応した文化財等の活用
- ウィズ・アフターコロナ時代における文化芸術分野でのデジタル化対応

◆第3期ビジョン(令和5～7年度)

《基本目標》「地域の文化力を高め、文化の力で秋田の元気を創造する」(仮)

基本方針 1 あきた芸術劇場ミルハスを核とした文化活動の活発化と鑑賞機会の充実

施策1 多様な人々の文化芸術活動への参加機会の確保と活動の活発化

- ・ミルハスでの民謡や伝統芸能等、秋田ならではの文化公演の開催 等

施策2 県民が文化芸術に親しむ機会の充実

- ・東京藝術大学と連携したアウトリーチ事業やミルハスでの音楽公演等の実施 等

施策3 公立文化施設の利用促進

- ・ミルハスとアトリオン音楽ホールとの連携企画による音楽公演事業の実施 等

施策4 文化活動の顕彰等による創作活動の増進

- ・「秋田県芸術選奨」や文化活動の表彰制度による顕彰の実施 等



基本方針 2 次代を担う後継者や若手アーティストの育成と活動支援

施策5 学校における文化芸術体験の充実

- ・良質な演劇や音楽等の公演を鑑賞する機会の創出 等

施策6 文化芸術を担う人材の育成・活動支援と発表の場の確保

- ・若手アーティストの作品発表やパフォーマンスの場を提供するサポートプログラムの実施 等

基本方針 3 文化の継承と発展、創造

施策7 民俗芸能の継承支援

- ・民俗芸能保存団体等が行う後継者育成、用具修理等への助成 等

施策8 文化財の保存、伝統文化などの継承と積極的な活用

- ・観光分野と連携したユネスコ無形文化遺産や世界文化遺産に関する情報発信 等

施策9 文化創造に向けた取組への支援

- ・メディア芸術や現代アート等の新たな価値を生み出す創造活動への支援 等



基本方針 4 地域の文化資源を活かした交流人口・関係人口の拡大

施策10 文化芸術による交流人口・関係人口の拡大

- ・県内外の若者等を対象にした伝統行事等の体験型プログラムの実施
- ・国内屈指の「劇団わらび座」を活用した多彩な文化事業の実施 等

施策11 文化情報の多様な発信と他分野との連携

- ・ライブ中継等オンライン配信等の手法を取り入れた文化芸術イベントの実施や支援
- ・地域の伝統行事や伝統芸能等に触れる体験型観光の推進 等

新体育館の整備に向けた基礎調査の実施状況と基本的な考え方について

スポーツ振興課

実施中の基礎調査

①現況調査	合築を検討している県立体育館とスポーツ科学センターの利用状況を調査し、稼働状況を把握
②利用者調査	利用者等に対するヒアリング等を行い、現在の施設が抱える課題や新体育館への意見等を把握
③事例調査	県内外における同種施設の状況を調査し、新体育館に必要とされる機能・規模等の検討に活用
④候補地調査	新体育館に求められる機能・規模で整備可能な候補地を調査し、適地を絞り込み

[前提条件]
R10.秋 開館

※ 上記のほか、民間ノウハウを整備運営計画に役立てるためのヒアリング(官民対話)を9月下旬から実施予定

県立体育館(築53年)



スポーツ科学センター(築43年)



① 現況調査の結果

● 県立体育館

○ 年間112千人で稼働率98% ⇒ 時間換算51%

曜日別

平日：全時間帯で40%台と空いている

土日：日中は90%と高いが夜間は25%と低い

(H30年度・時間換算は大体育場の数値)

● スポーツ科学センター

○ 年間77千人 ⇒ トレーニング室と体育場で7割

○ 全体の4割がトレーニング室の利用者である

○ 体育場(IF)は利用者の半数が夜間利用である

(H30年度)

② 利用者調査の結果

調査対象者122者 (一部調査中)	現施設への意見等		新体育館への意見等
	県立体育館	スポーツ科学センター	
中体連・高体連 競技団体	競技フロアが狭い 照明が良くない 冷房がない 駐車場が少ない	体育館が狭い 会議室等が少ない エレベーター等がない 駐車場が少ない	最低でもコート4面が欲しい プロ優先への懸念がある スポーツ医・科学機能の併設 駐車場を増やして欲しい
プロ・実業団チーム 県外チーム等	競技フロアが狭い トイレが少ない 冷房がない	体育館が狭い 体育館の天井が低い 利用していない	アリーナ8,000席程度 すり鉢型観客席と最新装置 コート4面を確保してほしい
商工団体	—	—	展示会等を開催してみたい
県外プロモーター	—	—	全国ツアーは観客7千人以上

③ 事例調査の結果

- 県外はメイン(3面～)+サブ(2面)が多い
 - インターテインメント利用が可能なアリーナに体育館を併設
 - 北日本最大は北海きたえーる(メイン4面・サブ2面)
 - 興行に特化している施設もある(沖縄アリーナ)
- 県内はメイン(2面～)+サブ(1面)が多い
 - 最大はナイスアリーナ(メイン4面・全国大会/ツアー開催)
 - 高稼働のCNAアリーナ★あきた(メイン3面・プロ利用)

大会を開催できる市町村立体育館：23市町村41施設

施設名(所在地)		メイン アリーナ	サブ アリーナ
県外	北海きたえーる(北海道)	4面	2面
	マエダアリーナ(青森県)	3面	2面
	セキスイハイムスーパーアリーナ(宮城県)	4面	1面
	照葉積水ハウスアリーナ(福岡県)	3面	2面
	沖縄アリーナ(沖縄県)	1面	1面
県内	タクミアリーナ(大館市)	3面	1面
	能代市総合体育館(能代市)	2面	1面
	CNAアリーナ★あきた(秋田市)	3面	1面
	ナイスアリーナ(由利本荘市)	4面	1面
	県立体育館(秋田市)	2面	練習用

(注) 面数はバスケットボールコート

④ 候補地調査の結果

「公有地」＋「都市計画等との整合性」が要件

⇒ 該当する場所は八橋運動公園と県立中央公園

調査結果も踏まえ、「秋田の元気を創造する拠点」となる新体育館の方向性を検討中

新体育館整備の基本的な考え方

求められている機能

アリーナ(みる)・体育館(する)＋医・科学(ささえる)

(参考イメージ)



【出典】左下：福岡市総合体育館HP(サブアリーナ)

新BⅠ基準アリーナ
(5,000席以上)

映像・照明・音響装置

最先端デジタル技術

大会・育成・県民利用
の体育館(1～2面)

スポーツ医・科学

整備手法の検討

国の方針も踏まえ、
民間の資金・技術を
活用するPFIを想定

財源の検討

有利な財源の活用を
検討し、国に対して
支援策の拡充を要望

今後の予定

最終結果を12月議会に報告 ⇒ 来年1月から基本計画の策定に着手

参考

多目的で利用できる新BⅠ基準アリーナ（イメージ図）

（注）県内初となる新BⅠ基準アリーナとその用途をイメージしやすくする目的で作成したパース

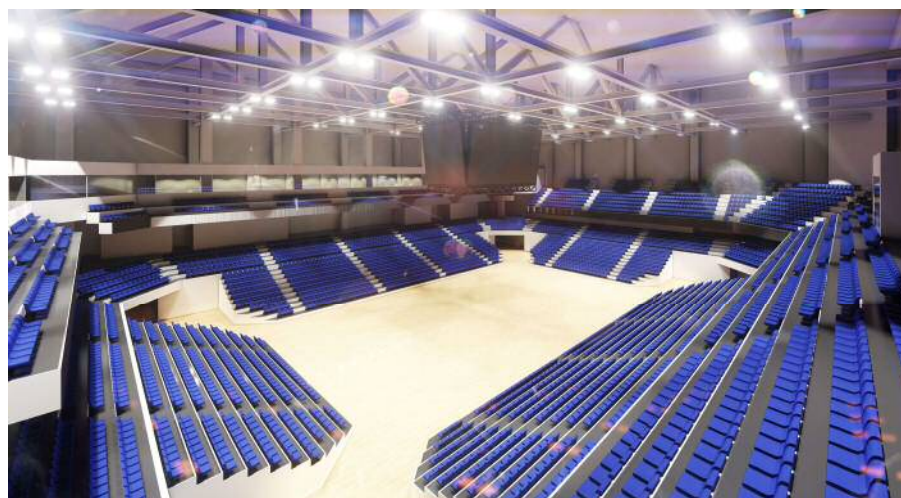
図1 競技大会（バレーボール）における利用形態

- ・アマチュアの競技大会で利用することが可能
- ・ほぼ全ての屋内競技が開催可能で演出も容易



図2 用途に応じて変化する観覧席

- ・壁面収納式の可動席を展開して臨場感を創出
- ・可動席を収納すればイベントや展示会も可能



主な新BⅠ基準

観客席5,000席以上

- ・固定席と可動席は、全て個席で、背もたれ付きであること
- ・可動席は固定席から出入りすることが可能であること 等

スイート・ラウンジ

- ・飲食や談話ができるスイート（個室）とラウンジがあること
- ・スイートとラウンジで5%（250席）以上あること 等

トイレ/売店/その他

- ・トイレが3%（150基）以上で洋式が80%以上あること
- ・常設の飲食売店があること、手荷物預かり所があること 等

新BⅠ基準は
プロ以外にも
満足度向上に
寄与する基準