

第2回「秋田県食品産業振興ビジョン」検討委員会（議事要旨）

1 日時 令和4年11月8日（火） 9：30～11：30

2 場所 秋田県総合食品研究センター 研修室1

3 出席者（敬称略）

【検討委員】

安藤 雄介（株式会社安藤醸造 代表取締役専務）

鎌田 あかね（Little A）

國重 咲季（協同組合ニカホノサキ 理事長）

タベルスキ・マイケル（株式会社 IMI 代表取締役）

米田 賢吾（有限会社鼎家 代表取締役）

渡邊 康衛（福祿寿酒造株式会社 代表取締役社長）

塚本 研一（塚本技術士事務所 所長）

柴田 靖（秋田県観光文化スポーツ部 食品産業振興統括監）

4 食のあきた推進課長あいさつ

ビジョンについては、8月の第1回検討委員会においていただいた提言を基に素案を取りまとめ、9月以降、県議会やパブリックコメント等で意見を募ってきたところ。

とりわけ、行政に求める役割については、委員及びヒアリングを行った食品事業者から現場目線での様々なご意見が寄せられていたことから、できるだけ実効性のあるビジョンにするべく、素案に反映している。

ビジョンの目指す姿については、「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を実現する。」としているが、これは、これまでの「秋田らしい良いもの」は残しつつ、それとは別に「新しい秋田らしさ」を加えていくことが、今後の本県食品産業の目指すべき方向性であるとの考えから、このような表現としている。

大きな変革期を迎える中で、新しいもの・新しいことを追求していくことが、未来を切り拓く大切な要素であり、新たな時代にマッチした食品産業のあり方を見据え、それに向かって事業者、行政、関係機関等が連携して歩みを進めていくことが、ビジョンが目指す10年先の本県食品産業を決める重要なポイント

トとなると考えている。

本日は、ビジョンについて議論いただく最後の検討委員会となるため、皆様から忌憚のないご意見を頂戴したい。

5 議事

(1)「秋田県食品産業振興ビジョン」の素案について

□事務局

(資料1、2により説明)

(2) 意見交換

【ビジョンの目指す姿・目標等】

●塚本委員長

皆さんがビジョンの素案についてどのような印象を持ったか伺いたい。

●安藤委員

大きな目標としては良いと思うが、具体性な部分がもう少し見えると良い。

ビジョン全体の内容としては、網羅されたものになっていると思う。

●鎌田委員

すごく大きな目標だが、この目標に向かって実際にやっていくためにはどうしたらいいかなど、記載の内容だけでは少しフワッとしている部分があると感じた。目標の実現に向けて何をどうするか、具体的な方法をしっかりと見つけていく必要があると思う。

●國重委員

二人と似たような意見になってしまうが、このビジョンに書かれている言葉自体は、秋田のいろんな事業者当てはまり、それぞれが当事者意識を持てるような大枠の言葉なのかなと思うが、このビジョンが中長期的な目標なのであれば、もう少し具体性があった方がいいのかなと思う。

ただし、行政が持つ機能としては、何か一つに偏った目標を立てたり、施策を立てたりということは難しいと思うので、「実はこうした背

景があって、書きぶりがこうなっている」といった実際のところなどがあれば教えていただきたい。

●タベルスキ委員

ビジョンの内容は上手くまとまっていると思う。ただ、他の委員の繰り返しになるが、書きぶりがより具体的であれば良いと思う。

●米田委員

資料を見る限り、かなり壮大な計画だと思う。

弊社は、ビジョンでいうとおそらくタイプ3に該当すると思うが、例えば、事業を行う際に、「タイプ3に該当する企業にはこうした支援制度がある」などのように、該当する企業への周知の方法が非常に重要になってくると思う。

せっかく有用な情報や事業があるにもかかわらず、知らずに終わってしまうこともあるので、今回ビジョンを作って、来年4月以降にスタートされるかと思うが、県内の事業者への告知方法をしっかりと議論した方がいい。

●渡邊委員

私は「NEXT5」という団体もやっているが、いつも思うのは、実は「秋田のために」とか「秋田らしさをどう発揮していくか」というところからスタートしておらず、結果的にそうなっているというのが実際のところ。今では、会社としてもNEXT5としても全力で秋田推しでやっているが、結果としてそうなっている。

行政から、秋田らしさをどう発揮していくかという提案や、支援制度の活用などについて伝えてもらえると、企業側としても秋田らしさを出しやすくなるのかなと思うので、他の委員の発言のとおり、情報提供をしっかりとやってもらえると企業としては非常に助かる。

企業への支援については、企業規模の大・中・小もあるので、その中でどこに視点を定めていくかについて、各企業と相談しながら進めていくのが一番だと思う。

●柴田委員

私はビジョンを作っている側の人間なので、ビジョンに込めた思いについてお話しする。

今の県内食品事業者の状況を考えた時に、「10年後、20年後に、秋田の食品産業はどうなっているんだろう」、「今のやり方だけで本当に大丈夫だろうか」という不安な思いがある。

現状、秋田の食品というと、地場のものを活用することが根づいており、売り方についても県内目線で、首都圏や海外の方に目を向いていないことが多い。今後を考えた時に、これまでと同じ方法、考え方ではまずいという思いがあり、これまでの秋田らしさは当然大事にしていきつつ、必ずしもそれにこだわらない、資源を一旦全てゼロベースで見直して、「新しい秋田らしさ」を作っていくということも必要なのではないかという思いで、「秋田らしさを超える新たな価値」という表現を使ったところ。

渡邊委員が携わっているNEXT5の取組を見ると、必ずしも秋田の枠に留まろうとしていない、これからはそうした取組が必要なのだろうと思う。

事業者の規模として、大きい方もいれば小さい方もいる。また、作ってるものも全く異なる。ビジョンを見ると総花的にならざるを得ず、それが少しぼやけてるような印象を与えていると思うが、その点については、各施策の中でメリハリをつけながら進めていきたいと思う。

●塚本委員長

委員の皆さんの意見のおかげで、良いビジョンが固まりつつある。せっかく作るビジョンが形だけのものにならないように、今後は検証作業が必要だと思う。

具体的に数値目標が出ているので、例えば数年後に、このビジョンが計画通りに進んでいるか、あるいは計画より遅れてるか。可能であれば、その検証をこのメンバーで何年後かにできるといいと思う。

【施策の方向性1 食品製造事業者の競争力強化】

●渡邊委員

事業者間連携の取組についてお話しすると、元々酒蔵は、他の蔵とお付き合いするのがタブーだった。そんな中、NEXT5ができた経緯としては、蔵元と酒造りは別々であることが多い中、蔵元かつ酒造りを行う人が県内でこの5人のみだったことから結成された。

NEXT5での活動を通じて、1人で発信するよりも5人で発信した方がパワーがあったり、どこかの蔵のファンが、NEXT5全員のことを知っているというような相乗効果が生まれた。

また、秋田でイベントを開催すると、県外からお客さんが来たり、それぞれ蔵を回ること、その地域の観光、宿泊、飲食を含めて、いろんなことをしてくれて、非常に良かったと思っている。

同業種のみならず異業種と組むことでも、よりパワーアップした面白い展開ができるのではないかなと思う。

●塚本委員長

同業種、異業種問わず、一緒になって何かに取り組むことで、「秋田らしさを超える」ことにつながると思う。

施策の方向性1では、事業者間連携のほか、食のリーディングカンパニーの創出、これは地域経済を牽引するような大きな事業者を育成するということであるが、こうした考え方については、委員の皆さんはどのようにお考えになるか。

●タベルスキ委員

リーディングカンパニーがあるということはとても重要だと思う。弊社はまだ若い企業で規模も大きくないため、先輩企業を見て色々と勉強させてもらっている。そうした先輩企業には、我々のような小さい会社と仲良くして、サポートしてもらえるとありがたい。

弊社の売上げの基盤は県内であるが、これは県内の多くの食品事業者も同じだと思う。何年かはそこで頑張らつつも、いずれもっと売上げを伸ばし、同業種・異業種でチームを組んで、外に出ていきたいと思う。

今、上に立っている企業は、小さな会社をサポートできればいいと

思うし、将来弊社が大きくなった時には、別の会社をサポートする余裕があるといいなと考えている。

●米田委員

米菓の業界だと、突出しているのが1社、その次となるといないのが現状。米大国秋田ではあるが、それに続く企業となるといなかった、ということで私が始めたのが「米菓匠 鼎庵」であった。

リーディングカンパニーを作るとなると、莫大な投資金額が必要になるかと思う。記載があるような「大ロット生産事業者の育成」となれば、これはもう我々メーカーだと莫大な費用を投資して大きな機械を入れるしかなく、コストとの戦いになる。

ビジョンでは年商20億以上の企業を何社作ると目標を掲げている中で、リーディングカンパニーたる企業をどのように選定するか、また、選定された企業に事業の予算をどのように振り分けるのか、弊社としても、そうしたところを是非知りたい。

自社で今、大規模な設備投資を行おうとしても、弊社もコロナの影響でここ2、3年ダメージを受けており、金融機関も高額の追加融資を簡単には貸してくれないのが現実。

ビジョンの推進を図る中で、リーディングカンパニーの選び方をより具体的に示してもらえると、目標を持ってやりたいと手を挙げる企業が増えてくるのではないかと思う。

もし、「リーディングカンパニーになりたいか」と聞かれたら、当然、私はなりたいと思うし、秋田を牽引する企業になりたいという思いでやっている。ただし、資金的な面や、福祿寿酒造さんや安藤醸造さんのように長い歴史が背景にない中、その辺をより具体化して、発信していくことができれば、当社はもちろん、他にも興味を持つ企業が出てくるのではないかと思う。

【施策の方向性 5 関連産業との連携強化による「食」の高付加価値化】

●塚本委員長

食と連携できる分野として様々な産業があるが、とりわけ県でも力を入れている食と観光の連携といった観点でご意見をお願いしたい。

●鎌田委員

観光という目線でいくと、今「発酵」がブームだと思う。ムーブメントになっていて、これが価値として当たり前になっていくのは良いと思うが、一時のブームとして去ってしまうことを懸念している。一過性のブームで終わらないように、しっかりと発酵がいいものだという認識を持てるようにする必要があると最近感じている。

発酵食は海外でも注目されている。海外では、自国で取れる豆を使って味噌や醤油を作っているレストランや食品業者がいるという話を聞くので、発酵と観光の連携という点で、例えば、そうした方を招いたり、本場のものが食べられる、というようなコースを発信してみるのも面白いかもしれない。

また、施策の方向性 4 と 5 に関わる話で、秋田の魅せ方についてお話しすると、健康や美が秋田のイメージとしてあると思うが、「秋田美人」という表現の魅せ方が固定化されているように感じている。伝統的には色白な人や若い女の子というイメージがあるかもしれないが、現代の視点でいうと少し時代とズレているように思うところもある。固定化された考え方から離れてみて、例えば男性がいてもいいかもしれないし、外で仕事をする人などで日焼けしていてもいいと思うし、年齢も様々でいいと思う。そうしたところも、固定概念にとらわれずに進んでいけると、新しい秋田になっていくと思う。

●塚本委員長

國重委員には、前回の検討委員会で、介護業界における取組や食と観光との連携についてご意見をいただいたが、この点についてご意見はあるか。

●國重委員

介護の話として前回申し上げたのは、食べるということに何かしらの事情で障害が出てしまい、嚥下食や流動食、チューブ食を選択しなければならない状況にある方にも、豊かな食事や食を楽しむ瞬間を味わっていただきたいということで事業を始めたというお話をした。

例えば、秋田はこれから高齢化がさらに進み、そうした食事や介護が必要な方が増えていくということを念頭に置いたうえで「楽しめる秋田」というようなブランディングをしていくのであれば、介護のニーズに振ったような施策を進めるのもいいと思う。

話が変わって、食と観光という点で言うと、先日、新潟に行く機会があり、新潟駅に降り立つと、お酒を押し出していることが一目で分かるような工夫が、駅中、街中にあった。一方、秋田は、秋田駅や秋田空港に降り立った時に、何が有名か、何がおいしいかがすぐ分かるかというところ少し薄いように感じた。

秋田には豊かな食材があるが、何か一つ特化したものを決めて押し出すことで、他の物産品などを扱っている方もそこに合わせた取組をして、皆が一体となって盛り上げていけるのではないかなと思う。食と観光を押し出す意味で、一つ軸があってもいいのかなと思う。

●安藤委員

秋田は様々な良いものが豊富にあって、県としても、どれか一つに絞ると、どれかを落としてしまうということになりかねず、難しいところがあるのではないかなと思う。

食と観光という点で自社のことを考えると、ツアー会社などとのコンタクトや、打ち出し方についてサポートしてもらえると助かるなど感じる。

健康と美は、秋田との親和性が高いので、こうしたところを軸に、自社でもいろいろと取組を考えていきたいと思っている。

【施策の方向性3 秋田の「食」のミライを切り拓く人づくり】

●安藤委員

若手経営者のネットワークづくりは重要で、自分もそうしたネットワークに入っているが、とても刺激になるし、そこでの繋がりから新たな展開が生まれることもあるかと思う。米田委員の会社ともコラボで色々できていますので、そうしたネットワークづくり推進の取組は多いほど良いと思う。

私が帰ってきて8年ぐらいになるが、帰って来る前は、秋田は出る人を引きずりおろすようなことを言われていた記憶があるが、今は世の中の景況が悪化して、「むしろ何かやった方が良いよね」といった雰囲気秋田全体に流れており、若い人たちにとってはむしろ色々とやりやすいと考えている。今は新しい考え方、やり方が受け入れられる、やりやすくなっていると思うので、そこを上手く活用していくべきだと思う。

●鎌田委員

食品業界に限らずだが、規模拡大を図る際に、人を雇うことに対して高いハードルに感じてしまうことが多いと思う。給料の支払いや従業員への対応、教育、従業員の離職等を考えると、自分自身のメンタルも下がってしまうように感じており、こうした悩みを気軽に相談できる窓口などがあると、経営者は雇用に積極的になっていくのではないかと感じている。

「若手経営者によるネットワークづくり」については、自分も積極的に参加してみたいと思う。例えば、県総合食品研究センターで、県内食品企業の女性従業員を中心としたネットワークづくりということで「あきたふうどミーティング」を開催しているが、参加企業の工場見学ができたり、商品についての熱いトピックスを学ぶことができる内容で、気軽に参加もできて良い会だと思う。

また、あきた企業活性化センター内の秋田産業デザイン支援センターでは、ものづくり系のセミナーを何年か前から開催しているが、そこでは、県外から様々なゲスト講師を招いてワークショップ的に勉強会をしたり、自分がどう思うかを発言できる場があったりする。単にセミナーで教えを与えてもらうだけではなく、それに対してアウトプ

ットする場の提供や、ネットワークという点で、すぐにビジネスに繋がるわけでもなく、話し合いを通じて議論を深めていける場所がもっとあると良いと思う。

●国重委員

例えば、「若者チャレンジ応援事業」に挑戦されるような方は、必ずしも秋田出身ではなかったり、何か新しいことを始めたいという時に、偶然秋田を選ぶという方もいる。そういう人は、秋田でやってみて上手くいかなかったら、他の場所に行っても良くて、秋田に縛られていない。そうした挑戦したいと思っている人たちに、挑戦できる場所を提供してあげることも、秋田の人づくりをしていくうえでの一つ方法だと思う。

例えば県内でも、既存の事業者が後継者不在の場合に、場所が空いているとか、機械が余っているとか、そういった状況は今後増えていくと考えられるが、そうした情報を一般公開して、そこで何かやりたいという若い人に挑戦できる場を提供するということも、補助金などの金銭的な支援や、ノウハウの提供以外での人づくりの方法だと思う。

「秋田らしさ」という言葉について、私も県外から来ているが、県外から来ている人は、別に「秋田らしさ」という言葉にネガティブなイメージは持っていない。秋田らしい文化性や精神面に魅力を感じて、秋田らしいものが良いと感じている人もいると思うので、変にやりにくさや閉塞感といったイメージで、「秋田らしい」ということを語るのではなく、今暮らしている皆さんが秋田らしさを作っていくと思う。

「若いから自由にやって」というように、変に押し付けなくてもいいのかなとは少し感じる。

●タベルスキ委員

設備だけでは何も仕事できない、企業にとっては人が一番重要。

世の中にやる気ある方はたくさんいて、社長の皆さんは、やる気がある人がいれば、その人を欲しがると思う。ただ、そうした人と企業との縁は自然にはできにくく、行政には、どのようにしてそれを結びつけるかということを考えてもらいたい。こうした点での補助や支援があれば、すごく良いと思うし、弊社もすぐに活用したいと思う。

教育については、弊社では、売上げが増えていくと、その時点で仕事量が多くなっても先を見越して人を雇ってきたが、従業員のトレーニングには時間がかかり、途中で気持ちが変わって辞めてしまったりして苦労している。

私が今まで取り組んできたことは、地元の農業高校の生徒たちの見学受入や、私が学校に行ってお話しすること。これはとても効果的と感じているので、弊社だけではなく、各企業の経営者のリアルな話を高校生などに話す機会を増やしてもらいたいと思う。生徒たちも、企業で働くイメージを持つことができれば、卒業後に入社しても、ギャップが減って辞めない可能性が高まる。

企業のSNSを見ていると、全くそれがリアルな話ではないのに、そのイメージができあがってしまうように感じられる。実際のところ、経営者は毎日失敗続きで、それが毎日続いて、結局30年40年ぐらいに経った時にできることもあるので、そうした部分もリアルに伝えられれば、これから働く人たちの心に響く部分があると思う。

●米田委員

会社をやっている、20代30代の人たちはすごく難しいと感じている。私は、元々9年前に父が1人でやっていた会社に入って今に至るが、父は会社を大きくする方針ではなかった。私は、せっかく会社をやるのであれば、従業員を雇って、それなりの会社にしたいということで、親子で意見は分かれたが、私が代表に代わってからは、従業員を雇って経営規模を拡大する方向を切った。

鎌田委員の話にもあったように、私も従業員を雇うことを躊躇していたが、以前、ある先輩経営者が私に対して、「人を雇うことは先行投資なんだ。半年後ないし1年後に、それを回収できる仕事を新しく作るのが、経営者のお前の仕事なんだ。」とアドバイスをくれた。当時の私にとって心に刺さった一言で、拡大路線を取るためには必要なことだとの気づきがあり、今に至っている。最近は従業員は30名ほどになり、やる気のある人とない人の両極端に分かれてきている。どうしたら従業員のやる気を引き出せるか、その仕組みづくりに非常に悩んでいるところ。

ビジョンに「斬新なビジネスアイデア」とあるが、若い人たちは気

づきが多く、「何故こうなっているのか」という疑問が湧くことが多いと思う。このクエスチョンマークをいかに拾えるかというところから、新しいビジネスアイデアに結びつけられるのではないかと感じる。

また、「若手経営者によるネットワークづくり」については持論があり、食品事業者が興味を持つセミナーを開催し、終了後に懇親会を開催することがネットワークづくりには一番効果的だと考える。私自身もそうしていたが、気軽に交流できる場があれば、ネットワークはかなり広がりやすいと思う。

●渡邊委員

若手育成という部分では、他の市町村でも小中学校の体験学習などがあると思うが、弊社では積極的に受け入れている。子供たちはお酒を飲めないが、五城目にこんな酒蔵があるということを知ってもらおうという意味で取り組んでいる。小中学校の時から、「地元こういう企業がある」ということを伝えることは非常に大事だと感じている。例えば、県主催で「我が街の自慢企業大会」のようなものを開催して、地元企業に興味を持って、「将来この会社に入りたい」、「こういうことをやってみたい」といった人が出てくればラッキーだと思う。

五城目には、「何かやりたい」と考えているような人たちがさまざま来る。そういう人たちは個性が強い人が多いが、そうした人が多いと個性が強い人もそうでないように見えてきたり、いろんな失敗もあるが、意外と失敗も失敗でなくなったりと、地域の皆がいろいろと話しかけながら根気強く見守るといえるのか、一緒にやっていきたいと思います。

先ほど國重委員がおっしゃっていた事業承継のマッチングであるが、上手く重なれば進んでいくのではないかと感じた。「こういった事業がやりたい」と希望する人がいれば、企業とマッチングして、それがうまくはまれば、大きな投資をしなくても進んでいけるようなスタイルが見つけられるのではないかと。

●柴田委員

県でも、さまざまなセミナーや人材育成研修の開催、ネットワークづくりとして異業種交流の場の提供などを行っているが、参加者が

徐々に固定されてしまっている印象で、若い世代や新しい人にも是非入ってきてほしいと、私も感じている。

以前、私が農業経済課にいたときに、女性の農業者のネットワークとして「あきたアグリヴィーナスネットワーク」を立ち上げた。起業したい女性に対して、何か後押しできることがないかということで組織を作り、さまざまな研修を開催したり、実際にものづくりを行う際にも専門のアドバイザーに伴走支援してもらい、年に5～6回程度ミーティングしながら、商品づくりを支援してきた。アグリヴィーナスのメンバーはとても活発で、このようなネットワークづくりを食品事業者の若い人たちの中でもできないか、ということが一つ狙いとしてある。

また、どんな大企業でも始まりは小さな会社であるが、今、大企業になっているような会社は、目の付けどころが他とは違っていたということだと思う。地域活性化というと「若者や他の地域の人の感覚が大事」などと言われるが、そうした人たちの発想を大事にしていくことで、20年後、30年後に新しい秋田の食品産業の展望が見えてくる部分もあると思う。若い方々の斬新な発想を行政としてもしっかりと支援して、今は小さな芽であっても、将来どうなるか分からないので、そうした小さな芽を大切に育てていくような取組をしていきたい。

【施策の方向性2 時代のニーズを先取りした商品づくり】

●渡邊委員

弊社では、酒粕の価値を高めていこうということで、酒粕のブランディングの取組をスタートしたところ。

秋田県には多くの発酵食材があるが、大きな可能性があるにも関わらず、それを上手く活用できていない部分、もう1度掘り起こしが必要な部分など、まだまだあると思う。

まさに今、取組をスタートしたばかりで、私もいろいろと考えているが、こうした取組に対しても、商品開発への補助や機械設備導入の補助以外での支援があるといいと思う。先ほど、鎌田委員もおっしゃっていたとおり、酒だけでなく、味噌や醤油、しょうつるなど、発酵の可能性は大きいと思うので、是非検討していただきたい。

●塚本委員長

技術的な何か支援の必要性などはあるか。

●渡邊委員

技術面に関しては、県醸造試験場で支援してもらっている。例えば、全国各地で売れている商品や、おいしいと言われている商品を持ち込み、分析してもらっている。各企業で分析機械を買うと非常に高価になってしまうので、助かっている。

ただし、ウクライナ情勢の影響で入荷しない試薬があり、試験ができないということもあるようで、その点は改善してもらえるとありがたい。

●鎌田委員

「価値ある『食』の開発促進」のところで、SDGsやビーガン、グルテンフリーなど、時代に合ったキャッチーな言葉が入っているが、単に流行だけで参入していくと、実は奥が深いものだったり、また、輸出入に向けた商品開発というところでも、規模が大きくて何から始めたらいいかわからない事業者も多いのではないかと思います。

これらを推進していくためには、他の委員もおっしゃっていたが、広報活動や発信に力を入れていく必要があるのではないかと。自社で開

発してみたい、興味があると思っけていても、簡単にできることではないと思うので、例えば、県内とか県外で先駆けて取り組んでいる企業の紹介や、取組経緯の取材や発信、勉強会などに力を入れることと、取り組みたい事業者への支援だけではなく、その前段の情報発信にもしっかりと力を入れて取り組む必要がある。そして、それを形にできるのが私などのデザインの仕事になるのではと思う。

【施策の方向性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】

●塚本委員長

販路開拓については、どこにターゲットを絞るかということが非常に重要である。ビジョンでは、首都圏や海外ということで挙げられているが、この点について意見はあるか。

●米田委員

販路開拓については、やはり企業規模の大・中・小があり、全員が該当するようなやり方が難しいのかなと思う。

前回の検討委員会でもお話ししたが、県で、県外への売込み隊のようなチームを組んでいただければと考えている。

また、例えば、県外のスーパーなどで秋田フェアをやるとなった場合に、スーパー側としては、売れ残った商品を廃棄したくはない。一方我々は、いろいろなところで売っていただきたい。そこで、残った商品は全て我々が引き取ることにして、我々もリスクを負うような仕組みはどうか。ここで、少し贅沢だとは思いますが、商品の返送費を県費で支援してもらうなどの補助があれば、我々もリスクがありながらも、県外へ挑戦しやすくなる。

自社で県外のスーパーなどに、秋田フェアを提案できるくらいの力量がまだ無いので、県が旗印を掲げて、チームとして外に出ていくような取組があると非常にありがたい。

●安藤委員

秋田県内の人口減少や、味噌・醤油業界の需要のシュリンクがあるので、販路を海外に求めていくことはしなくてはならないと考えている。ただ、いくら和食が流行っているとはいえ、味噌・醤油は地域色があるものなので、ターゲットの選定を含めた売込みの方法はしっかり考えていかななくてはならないと思う。

行政に求める支援としては、やはり、単に味噌・醤油と言ってもアピールが弱く、「秋田県」などが付いていないと厳しいのではないかという意見をいただいていて、例えば「秋田の味噌・醤油」と謳えたり、秋田はいいところだと連想されるようなブランディングが図られると、

事業者としてはやりやすくなる。

また、海外でプロモーションした後、そこから先が重要だと思う。県ではプロモーション機会は提供するが、そこから先を事業者任せにされても、事業者もどうしていいか分からないことが多いと思うので、実際にお金になるところまでを支援してもらえたらありがたい。

●渡邊委員

安藤委員が言った通りで、海外に行けば行くほど、秋田の魅力を伝えなければいけない状況に陥る。

例えば、秋田の酒米以外の酒であれば、「地元でお米がとれるのに、何故使わないのか」というところから始まるため、結果として、秋田のものを使わざるを得ない、それをアピールしなければならないとなる。

以前、フランスに視察に行った際、輸出7割、国内3割というワイナリーがあり、いずれ日本の酒蔵もこうなるのではと感じると同時に、そういう蔵があってもいいかもしれないとも思った。海外に行けば行くほど、秋田の食材を使わざるを得ない状況になるので、そこを推進するような仕組みづくりがあってもいいと思う。

また、こちらから行っておしまいではなく、行ったところに今度はこちらに来てもらうような取組もあれば、そこから新たな取引が生まれて、いい結果につながりやすくなるのではないか。

●タベルスキ委員

弊社の商品の輸出は非常に厳しい。肉関係は軍機、薬に次いで輸出のハードルが高い。

【その他】

●鎌田委員

SDGs というワードが入っており、私の仕事においては商品のパッケージや包装資材が関わってくる。食品そのものに加え、商品のパッケージがどのように作られているかということも気をつける必要があって、食品事業者だけでなく、包装資材を作る会社も県内企業とし

て育てていく必要があるのではないかと感じている。

理由として、発注先の半分以上は関西の印刷メーカーであり、向こうに出して、輸送コストがかかったり、紙を取り寄せるのも全国の紙業者さんから取り寄せたりと、自分で作っていても矛盾を感じる時があって、そうした拠点づくりという点でも力を入れていってもらえると、より良い商品ができ上がるのではないかと思う。

●渡邊委員

日本酒のパッケージはほとんど県外発注で、県内にもそうした先があればいいと感じている。

●黒澤課長

たくさんのご意見をいただき感謝申し上げます。いただいた内容については、極力取り入れていきたいと考えている。

ビジョンの内容を「より具体的に」というご意見があったことについて、計画として、様々なタイプの事業者の要望に応えられるように、総花的な書きぶりになっているところがあると思う。ビジョンに基づく各種施策については、今後具体的にお示しできるように進めていきたい。

また、ビジョンを作って終わりではなく、推進していくことも非常に大事であると委員長からの検証の話もいただいた。現在、庁内で開催している「食品産業振興庁内連携会議」において、ビジョンの進捗管理をしていくことを考えているので、実効性をしっかりと確保できるようにしていきたいと思う。

●塚本委員長

本日の議事は以上とする。

進行を事務局にお返しする。

□事務局

本日は長時間にわたりご審議いただき感謝申し上げます。以上をもって、第2回「秋田県食品産業振興ビジョン」検討委員会を閉会する。