

令和５年度第２回北海道商工業振興審議会 議事録

日時：令和５年８月９日（水）10:00～11:30

場所：TKP 札幌ホワイトビルカンファレンスセンター
ホール 2B（札幌市中央区北４条西 7-1-5）

1 開会

■ 工藤経済企画課長補佐

ただいまから、令和５年度第２回「北海道商工業振興審議会」を開催いたします。私は、本日の進行を務めさせていただきます、北海道経済部経済企画課の工藤でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、会議を始める前に事務局から１点お願いがございます。今回もWEBでご参加いただいている委員の方がいらっしゃいます。ネットの環境等には万全を期しておりますが、ご発言をされる際には、恐縮ですが少し大きめの声で発言いただきますよう、お願いいたします。

本日の審議会には、WEBも含めまして委員 11 名のご出席をいただいております。「北海道商工業振興審議会条例施行規則」第２条第２項により、構成委員の過半数を超えておりますことから、本会が成立しておりますことをこの場でご報告させていただきます。また、本会につきましては、道が定めます「附属機関の設置及び運営に関する基準」に従い、公開とさせていただきます。また、議事録につきましても、北海道のホームページ等で公開することとなっておりますので、予めご承知願います。それでは早速開会にあたりまして、経済部長の中島から、ご挨拶を申し上げます。

2 挨拶

■ 中島経済部長

経済部長の中島でございます。本日は、ご多忙のところ、またお暑いところ、お集まり、ご出席いただき感謝申し上げます。ありがとうございます。また、委員の皆様方におかれましては、道の経済施策の推進にあたりまして、日頃よりご理解、ご協力を賜りまして、厚くお礼申し上げます。

昨年来、北海道経済は、国際情勢の変化ですとか、急激な円安などにより物価高騰の影響、あるいは電気料金の値上げなど、事業者の方々を取り巻く経営環境は、非常に厳しい状況が続いているところでございます。そのような中、北海道の取組といたしまして、今年の６月でございますけれど、環境と経済の好循環を進めていくということで、環境生活部にございましたゼロカーボン推進局を経済部のほうに移管いたしまして、推進体制を強化したところ

でございます。現在は、第2回定例道議会で議決いただきました予算を活用した、価格高騰対策など各般の取組を進めさせていただいているところでございます。

また、先月でございますけれども、データセンターや次世代半導体等を核とした、デジタル関連産業の一大拠点の形成に向けて、「デジタル関連産業の集積に向けた推進方向」をとりまとめさせていただいたところでございます。

さらに、今月2日には、熊本県と半導体関連分野での連携を強化するということで、経済交流や、情報・人的交流の促進、国への要望を一緒にやっていこうということで、連携協定を締結させていただいたところでございます。

本日の審議会でございますけれども、北海道が誇ります食の更なる戦略的な輸出拡大を図るため、「北海道食の輸出拡大戦略<第Ⅲ期>策定の基本方針（案）」についてご審議いただきたいと考えております。また、5月の審議会でご審議いただいた「北海道経済活性化基本方針」についてご報告させていただきたいと考えております。

限られた時間ではございますが、委員の皆様方におかれましては、本道経済の活性化に向けて様々な見地から忌憚のないご意見、ご提言を賜れば幸いです。本日はよろしくお願いいたします。

■ 工藤経済企画課長補佐

続きまして、新たに今回の審議会から就任されました委員の方々をご紹介します。トヨタ自動車北海道株式会社常務取締役の今井光明委員でございます。

■ 今井委員

皆様、おはようございます。トヨタ自動車北海道の今井と申します。6月に、前委員の内藤が退任ということで、新たに私、内藤に代わりまして務めさせていただくことになりました。私は北海道出身ということもありますので、しっかり北海道のお役に立てるように、大役でございますけれども、頑張っていきたいと思っております。よろしくお願いいたします。以上です。

■ 工藤経済企画課長補佐

ありがとうございます。続きまして、株式会社日本政策金融公庫中小企業事業本部北海道地区統括兼札幌支店中小企業事業統括の横尾和孝委員でございます。

■ 横尾委員

皆様、おはようございます。日本政策金融公庫中小企業事業の横尾と申します。我々公庫は、農林水産事業、国民生活事業、あと私がおります中小企業事業と、この三つの事業で、お客様に対し、専門的な金融支援あるいは本業支援等を行っております。私は北海道の地区統括ということで、中小企業事業は、札幌、釧路、旭川、函館とこの4拠点で活動しております。中小企業政策金融としての立場から、お役に立てるように頑張りたいと思っております。ど

うぞよろしくお願いいいたします。

■ 工藤経済企画課長補佐

ありがとうございました。なお、ご出席の委員の皆様につきましては、お手元の出席者名簿によりまして、ご紹介に代えさせていただきます。

また、本日は、オブザーバーといたしまして、経済産業省北海道経済産業局地域経済部地域経済課長の近江様にもご出席いただいております。

続きまして、事務局であります経済部の幹部職員をご紹介します。先ほどご挨拶申し上げました経済部長の中島です。続きまして、食産業振興監の仲野です。続きまして、経済部次長兼経済企画局長の佐藤です。続きまして、経済部次長兼ゼロカーボン産業担当局長の甲元です。続きまして、食関連産業局長の林です。続きまして、観光局長の近藤です。続きまして、地域経済局長の磯部です。続きまして、次世代半導体戦略室長の青山です。続きまして、地球温暖化対策担当局長の西です。続きまして、労働政策局長の鶴蒔です。続きまして、産業人材担当局長の岡本です。幹部の紹介は以上になります。それでは、ここからの進行につきまして、穴沢会長にお願い申し上げます。

■ 穴沢会長

皆様おはようございます。本日はよろしくお願いいいたします。

3 議事

(1) 北海道食の輸出拡大戦略<第Ⅲ期>策定の基本方針（案）について（審議）

■ 穴沢会長

それでは、これより議事を進めさせていただきます。初めに、議事の（1）審議事項であります「北海道食の輸出拡大戦略<第Ⅲ期>策定の基本方針（案）について」、こちらにつきまして、事務局より説明をお願いいたします。

■ 酒井食産業振興課長

食産業振興課長をしております酒井と申します。どうぞよろしくお願いいいたします。

平成 31 年 1 月に策定した「北海道食の輸出拡大戦略<第Ⅱ期>」につきましては、本年末をもって推進期間が終了するに当たり、これまでの取組を切れ目なく続けていくため、次の戦略を取りまとめることとしており、その基本的な考え方について、ご説明いたします。

初めにお配りしております、資料 1-1 の「北海道食の輸出戦略<第Ⅱ期>推進状況報告書」をご覧ください。

「2 輸出の現状」につきまして、2022 年の道内港からの道産食品全体の輸出額は 989 億 3 千万円で、前年と比較し 218 億 5 千万円の増加となり、過去最高である 2018 年の 774 億

2千万円を上回りました。個別の品目としては、右側に記載しておりますが、ホタテガイは中国向けの輸出に加え、米国・EU向けも好調に推移した結果、輸出額が大きく増加しました。また、たまねぎについては、令和3年産は少雨の影響により、輸出量も大幅減となっていましたが、令和4年産の作柄の回復により、輸出が増加しております。その他、菓子類などに減少が見られたものの、国際情勢の変化の影響を受け、野菜調整品やコロナ禍からの行動制限の緩和等の正常化により、外食需要が回復し、麺類も増加したところでございます。

なお、道では、2016年から道外港からの輸出額を推計することとしておりますが、2021年は527億4千万円となり、道内外の合計は、1,298億1千万円となっております。

また、2022年は、道内港989億3千万円に道外港からの輸出額の推計値613億円を合計すると、輸出額の総額は、見込み額ではありますが、1,602億3千万円となっております。

次に、資料1-2をご覧ください。「輸出拡大戦略<第Ⅲ期>の策定に向けた基本方針（案）について」でございます。

「3 戦略の内容」の（1）基本的な考え方については、国が策定した「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」や道の「北海道グローバル戦略」の見直しの視点はもとより、輸出に関わる関係団体などとの意見交換などを踏まえて策定したいと考えております。次に、「（2）概要」の「①基本戦略」についてですが、特定品目に偏らず、リスク分散に配慮した戦略とするため、これまで、4本の基本戦略で構成されていた柱を一部見直しまして、品目の拡大とその手立てとなる付加価値の高い商品づくりを進めていく新たな柱として、「輸出品目の拡大・高付加価値化の推進」を追加いたしました。

次のページ、裏面になりますが「②推進期間」については、第Ⅱ期戦略と同様の5カ年間とし、「③目標水準」は、輸出額に加え、品目拡大を測定する新たな指標として検討してまいります。「④重点国・地域」については、第Ⅱ期戦略と同様に14の輸出先国・地域とし、さらなる販路の拡大を図ることとしております。「⑤主要品目別の展開方向」としましては、品目の拡大に向けた取組を推進するため、新たな主要品目の追加を検討することとし、例えば、農畜産物・農畜産加工品については、「牛肉」や「牛乳・乳製品」を、その他加工品では、「菓子類」、「機能性食品」について特出しし、さらなる輸出拡大を目指してまいります。

また、効果的に推進していくために、庁内や民間、関係機関等との連携により戦略の内容の検証を行っていくほか、品目別、国別、道内外港別などのカテゴリーによる推進状況や新たに設定した指標などを定期的に確認していくこととしております。

現在、業界団体や企業のヒアリングを経て、庁内関係部により素案の検討を進めており、年度内の早い時期に取りまとめてまいりたいと考えております。以上でございます。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。ただいま、事務局から「北海道食の輸出拡大戦略<第Ⅲ期>策定の基本方針（案）」、こちらにつきまして、説明をいただいたところでございます。この後は委員の皆様方からご意見いただきたいと思っております。特に指名をいたしませんけれど

も、ご自由にご発言いただければと思いますので、よろしくお願いいたします。それでは水野委員、よろしくお願いいたします。

■ 水野委員

ご説明どうもありがとうございました。今、ご説明いただきました。第三期策定の基本方針の案ということでございますけれども、基本的に内容に異論はないと思ってございます。ご説明いただいたことのトレースになるかもしれませんが、策定に当たってポイントとなると考えているポイントを3点ほど申し述べたいと思います。

1点目は、新戦略の策定に当たって、現行戦略の総括、今ほど令和4年度の進捗状況についてお聞きいたしましたけれども、第Ⅱ期の総括というところなど多面的に深く突っ込んでいただいて、これを踏まえた新戦略としていただきたいということであります。現行戦略の達成度の検証では、今ほど輸出額の目標額、令和4年では1,600億ということで、当初の目標1年前倒しというように資料にもございましたけれども、そういった定量的な評価だけではなくて、当初計画等事業結果の差異というところ、定性的なものを含めて幅広く整理していただきたいと思います。資料には輸出品目や輸出国に隔たりがあると、既に挙げられておりますけれども、そうした課題の把握、要因分析を徹底的に行って、それを新戦略の発射台としていただきたいと思います。

2点目は、輸出品目や、輸出先国の拡大など、新しい戦略の柱として、一つ掲げるという案でございますけれども、そういったリスク分散対策をしっかりと明記いただきたいということであります。現状の中国・香港向けのホテルの輸出に偏重した、一本足打法のようなものではやはりリスクが大きくて、既に資料にございますけれども、リスク分散の観点から、品目、国地域の拡大というところを図っていくことが急務であります。中国・香港に匹敵するようなマーケットがどこにあるのか。あとは、ハラル経済圏はどう評価できるかといったような具体的に調査分析を行って、そうしたものに基づいて、どこに、何を、どれぐらい売っていくのか。対象国、地域ごとの輸出品目、輸出額の目標を、新戦略において、明確に定めて取り組んでいただきたいと思います。

3点目は、食の輸出における生産性の向上ですとか、付加価値の創出、コスト削減といった視点も戦略に盛り込んで、対策を明記いただきたいということであります。農業漁業も、人手不足で限界にきているとお伺いしております。安定的に輸出を拡大していくためには、生産性を高めるということしかないのかなと思います。また、国際的な競争力を確保していくためには付加価値を高めていく。またサプライチェーン全体で効率化、コスト削減に取り組んでいくことが必要だと思います。関係者の間で、資料のご説明もあって、取組を進めていると思いますけれども、道内港からの小口輸出を可能とするような物流をどう見直すかといった、課題解決の議論が具体的に、日常的に行われているとも聞いてございます。そういった現場の声も丁寧に拾い上げて、実効性のある対策を検討整理して、新戦略に明記して、関係者で共有するような形で進めていただきたいと思います。以上でございます。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。それでは他の委員の方いかがでしょうか。それでは佐藤委員、よろしくお願いいたします。

■ 佐藤委員

北海道商工会議所連合会の佐藤でございます。私のほうから2点、申し上げたいと思っております。

もともとこの食というのは、北海道の成長産業であるという位置付けの中で、今回の計画が進められているということをベースに考えた場合、今後、その担い手不足というのは、どの産業も同じ課題を抱えるわけですから、その目標として金額をどう捉えるか。改めてぜひ機会があれば議論をしていただきたいなと思います。端的に申し上げれば、金額ありきではなくて、先ほど言った担い手不足が今後考えられるのなら、食産業に関わる、輸出に関わる方々の1人当たりの付加価値額をどうやって最大化していくのか、ということ、別に考えていく必要があるのではないかなと思ってございます。そうなれば、自ずと数字の計算式も変わって、金額に一定の伸び率を掛けて考えるのか。あるいは、輸出額の中で1人当たりの生産性、付加価値額ごとに算出した数字に一定の成長率を掛けて計算するのか。これにより、目標のあり方が変わってくるのかなと思ってございます。特に、先ほど申し上げた基本戦略5項目に増やしていただくのは、私も賛成でございまして、その付加価値の高い商品づくり、あるいは、その高付加価値化の推進といったところで、この辺りの部分も指標、目標として、何か測定できるものがないのかといったものはご検討いただけたらと思ってございます。

それと2点目でございますけれども、似たような話でございますけれども、食が成長産業だと考えたときに、ただ単に輸出額を拡大すればいいのか。あるいは、道内の生産額の中で、輸出割合を増やしていくのかによっても、やっぱり計算式は変わってくると思います。これからは、特に、一次産品というのは生産者にとって価格決定権がなかなか握りづらいがゆえに、今、足元の資材高騰の影響を受けている面もあるわけですから、そうすると、より自分たちで、この価格決定権を握れる輸出の割合を広げていくといった取組が生産者にとっても、ゆくゆくはプラスになっていくのかなと思ってございますので、ぜひ、その輸出割合を増やしていくための施策、方向性も検討していただけたらと思ってございます。私から以上です。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。それでは他の委員の方はいかがでしょう。それでは、藤田委員よろしくお願いいたします。

■ 藤田委員

カンティハウスの藤田です。私のほうからは、基本的な戦略概要に関しては異論がないのですが、地域戦略の中の五つの中の三つ目の「北海道ブランドの浸透・市場拡大」について、

これは戦術的な話かもしれませんが、世界における日本の北海道の位置づけが重要だと思います。非常に良いイメージで捉えられております。それを具体的にブランド振興というのは何をするのか。やはり、見える化ですから、デザインが非常に重要だと思います。どう国々に対して、北海道をPRするのか。これは観光にもつながりますし、それに対しても非常に重要だと思います。その中でより重要なのが、手に持ったときに、見たときに、パッケージデザインが市場拡大のためにもものすごく重要です。そこが戦略的に、専門家を入れて、ぜひ検討してもらいたい一つだと思います。北海道をどう売するのか。ブランディングです。同時に、市場の一般の方の消費を上げるための、パッケージデザインを含めたPR、いろいろなパンフレット等、そこが非常に重要だと思いますので、私からはこの2点をぜひ検討していただきたいと思います。以上です。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。それでは続きまして、川端委員、よろしくお願いいたします。

■ 川端委員

川端です。よろしくお願いいたします。北海道の食の輸出ということで、今まで当社の商品も、シンガポールの「どさんこプラザ」で販売をさせていただきました。シンガポールに行くと、北海道が人気だなと思いました。

先日、フランスに支店のある企業さんの仕事でフランスに行ったのですが、今のフランスはコロナ明けに2回目に行った海外ですが、ヨーロッパの日本食ブームというのはすごいなと思いました。今まで中華料理屋さんだったお店が日本食屋に変わっていたり、日本のおにぎり屋さん専門店ができていたり、スーパーでおにぎりが売っていたりということで、日本食はすごい人気だなと思いました。ちなみに、スーパーで売っているおにぎりが1個600円ぐらいということです。フランスに支店のある企業さんと、今までは輸入ということを考えていたのですが、今は輸入ではなくて、輸出ではないかということで、日本に戻りまして、JETROさんに協力をいただいて、いろいろ調べてみました。やはり、物流コストが高いということと、EUの規制がかなり厳しいということで、なかなか安易に、北海道産品であっても輸出ができないなと思いました。ただフランスで見えていたところ、すごく人気なものは、例えばどら焼きであったり、あんこであったり、枝豆であったり、あとお餅がすごい人気で、道産品で十分対応できるものがいっぱいあるなと思いました。一企業がテスト販売をしていくというのは難しいので、今までアジア地域でやっていたようなテスト販売を、EUの拠点でやれたらいいなと思いました。何かその辺は今後、輸出制限があると思うのですが、何とか一度ぐらいは道産品のPR、まだまだヨーロッパで北海道の認知度が低いのですが、北海道のPRも含めて、道産食品をEUでPRできないかなと思った次第です。以上。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。それでは吉住委員よろしくお願いします。

■ 吉住委員

北海道商工会連合会の吉住です。よろしくお願いいたします。今ほど計画ということで、教えていただきましてありがとうございます。大筋では理解したのですが、私自身、15年ほど前に米を始めて、輸出して、そのあといろいろとアジアとアメリカとか、あと中国とか、いろいろなフードショーに参加しながら、PR等をJETROさんの協力でやっていたことがあるのですが、その時からもう既に10年以上経っており、隔世の感はあるかもしれませんが、その時少し気になったのが、やはり物流の体制がどうなっているのかなと。当時も実際に輸出しようとする、なかなか物流の壁というのがあって、税関も含めていろいろなことがあった。なかなか小さな企業ではできない。当時から、かなりそこが壁になっていたことが一つと、先ほどから皆様からお話がありましたけれども、やはり物はいいのだけれど高い。そのコストをどう吸収するか、実際に米等を輸出しても、逆に生産者からメリットがないからやりたくない。多分ホタテとかは、国内より高く売れるから売っているのだろうという感じがします。基本的にやはり利益が取れないと、なかなか流れていかないのかなということが実際にありますし、そういうところがこれからネックとなっております。これからの策定の中で今一番気になっていること、私も勉強不足だと思うのですが、北海道の港から、どの港から、どれぐらい出ているのかというのを、ぜひ、そういう資料作っていただきたい。今見ると、函館の税関しか出ていないのですが、苫小牧ですとか釧路とか、その他の港で、食の関連がどれぐらいのロットが出ているのか、その体制がどうなっているのか。税関の体制やバックヤードの体制とか、そこまでのロジスティックスをどのように整備していくのか、というのが、データとして多分持っていらっしゃると思うのですが、それを見たいな、というのがあります。これは輸出だけではなくて、北海道の農産物全体の非常に大きな問題で、どうやって、海外も含めて道外に運ぶのか。これだけのいいものをどうやって安く運ぶのかというのが、非常に問題点となっていると思いますので、その点も含めて、その辺の整備もしっかり計画に入れていただければと思っております。よろしくお願いいたします。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。それでは、田澤委員よろしくお願いいたします。

■ 田澤委員

ありがとうございます。私はどちらかというと働き方を一生懸命やっているところがありますので、輸出に関してはそんなに専門的なことは言えないのですが、今、皆様のお話を聞いて思い出したことがあります。私の長女が今、スイスに住んでおりまして、ちょう

ど先月、スイスからLINEできたメッセージをそのまま読み上げさせていただきますと、「海外産のなんちゃって日本米じゃなくて、ちゃんと美味しいお米が食べたくて、ジュネーブでななつぼしを買いました。」北海道で育てたかいがあるな、というような思いもあるのですけれども、「それがいくらだったと思う」と聞かれました。5キロの北海道産ななつぼし、ジュネーブでは6,800円だったと。もちろん、円安などいろいろな条件があると思うのですけれども、もっともっと身近に買ってもらいたいなと思いました。

そういうことともう一つは、先ほど佐藤委員がお話されたみたいに、輸出割合を増やしていくというのはすごく重要だなと思っています。私先ほど、働き方と申しましたけれども、例えば北見で今、とにかく農業の担い手がない。なかなかそういう働く人がいないという中で、どうやって増やすかと考えていますけれども、農家さんと水産業されている方々が、手間をかけずに、人手をかけずに、輸出できるよう仕組み、効率良くできる仕組みができて、輸出割合を増やしていくことができれば、少なくとも収益と人手不足の解決策になるのではないかと感じました。

もう一つ、藤田委員がおっしゃった「北海道ブランドの浸透・市場拡大」ということでは、私が思うのは、やはり今書いてある項目を見ていくと、特にネットで「バズる」とか、先ほどの話を例にしてしまいますけれども、「北海道米すごいぞ」とか、「オホーツクのホタテすごいぞ」とか、そういうことを発信してもらえると、すごくいいのではないかなと思いました。発信する人は誰かという、もちろんうちの娘のように、日本のこと、北海道のことを知っている人が海外でやっていただくのはいいのですが、やはり観光で来た、最近かなりヨーロッパからの観光客が増えておりますので、そういった観光に来た人が、実際あったのですけれども、「オホーツクのサロマ湖のホタテ美味しい」、みたいなことを書いてくれる。そうすると何かどこかで食べられないかな、レストランで採用するとか、そういった小さな話で申し訳ないのですけれども、このブランド化と浸透の市場をどこで拡大するかというのは、こういったネットを使ったものというのを、ぜひ戦力として入れていただければなと思いました。以上でございます。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。それでは他の委員の方いかがでしょうか。それでは、今井委員、よろしくお願いいたします。

■ 今井委員

ご説明ありがとうございました。いろいろな委員の方から、様々な意見をお聞きして、勉強になったなと思いながら、一つ思っていたのが、今後の戦略ということで、資料1-2の中に、「輸出品目の拡大・高付加価値化の推進」という中で、菓子類をしっかりとやっていこうということが裏面にありました。機能性食品も含めてですね。菓子類のところを、最初の1-1の資料で見ていくと、前年に対して減少しているというようなデータを記載いただいております。

ます。46.1 億円ですけれど、12.4 億円も下がって。分析した内容を見させていただくと、コロナが開けて観光客の方が現地に来られることがあって、催事が減ってしまって売り上げが落ちたということですが、やはり、本当に売っていかうとしたときに、その催事頼り、頼みだけではなく、もっと売り方というものを考えるべきなのかなと思って、データを拝見していました。今お話がありましたけれど、きっかけづくりとしては、こちらに来られた方々の SNS の発信であったり、それから経験した方の口コミであったり、いろいろなことがあると思うのですが、ただ一方で、町中で見かけたとき、例えば、ヨーロッパでもアメリカでも中国でもアジアでもいいのですけれど、「これなんだろう」と手に取るような、きっかけづくりというのもすごく大事だと思っています。例えば、カルビーさんみたいなところ、お店ありますけれど、海外のお菓子がたくさんあって、パッケージデザインもそうですけれども、「ちょっと見たことないので、買ってみようかな」と、価格ももちろんあるのですけれど、少し高くても、冒険してみようかなというきっかけがあると思います。手に取る機会を少しでも増やして、催事ではなくても、例えば、大きなスーパーや、そういうところにもあるとか。手に取るきっかけがあるだけで、そこから広がりがすごく出来てくるのではないかなと思っています。量が増えてくると、先ほどから話題にでております、物流コスト自体も下がってくると思いますし、どちらが先かというのはありますけれども、ぜひそういう、販売戦略みたいなところも、催事だけではなくていろいろな面で、方面で検討していただけるとありがたいかなと思っていました。以上です。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。それでは、佐々木委員よろしく願いいたします。

■ 佐々木委員

I T C 札幌の佐々木でございます。D X を推進する立場から一つお願いがございまして、お話をさせていただきたいと思います。いろいろなデータを取られていらっしゃって、公開しているかと思うのですが、今の世の中はスピードがすごく重要でございまして、いろいろデータの確定値が出るのが遅いといいますか、速報値でいいので、早めの公開をぜひお願いしたいなと思います。役所さんから出るデータは、詰めて詰めて確定してからではないと出ないというようなことが多くて、これ 1 年前のデータではないの、これ役に立つの、ということが結構あります。特に、コロナ明け本当に市場が大きく動いていますので、確定値ではなくて、速報値をぜひ公開していただきたいなと思います。よろしく願いいたします。

■ 穴沢会長

ありがとうございます。それでは横尾委員、よろしく願いします。

■ 横尾委員

日本政策金融公庫の横尾でございます。基本方針等に特段異論はありません。私、北海道にまいりましてまだ4ヶ月ちょっとしか経っておりませんが、感想といたしますか、お客様と話をしていた中で、私の感じたことですが、北海道はポテンシャルが非常に高い一方で、海外輸出に向けて取り組んでいるお客様は結構少ない。外に向かっていく意欲というのが、若干弱いお客様が多いのかなと感じております。その輸出に関して、難しいとか、ハードルが高いと感じていらっしゃる方が多くて、我々はセミナーとか、様々な専門機関を紹介するのですが、積極的に乗って来ていただけるお客様が少ないものですから、海外展開の裾野を広げるとか、意識を改革していただくとか、そういった啓蒙活動を、我々は力を入れていきたいと思っております。そして、同じような政府系の機関で、中小企業基盤整備機構や日本貿易保険などと我々は連携しておりまして、お客様と海外に販路を持つバイヤーさんとのマッチングであるとか、あるいはお客様の抱える課題を専門機関にお繋ぎしながら、海外取引に関する情報提供とか、商談会とか、そういったご支援をしているところでございます。ぜひ道庁さんといたしましても、裾野を広げる、そういった取組も力を入れていただければと思います。以上です。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。大分意見いただいておりますけれども、渡辺委員いかがでしょうか。もしご意見あればお願いしたいと思っております。

■ 渡辺委員

「北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞策定の基本方針（案）」については、この内容で問題ないかなと思います。皆様のお話もそれぞれそのとおりだと思いつつお聞きしていたのですが、私の感想といたしますか、実は今、横尾委員がおっしゃったことと近くて、食に携わっている方というのは、大規模にやっておられる方もいらっしゃる、大企業の方もいらっしゃいますけど、実は中小・小規模でいいものを持っておられる方もたくさんいらっしゃると思うのですが、実はそういう方の中で、海外の輸出に踏み出せる方は、今のところ相当チャレンジ精神を持っている方ではないと、なかなか手が出なかったりするのかなと思います。資料1-1の中身を拝見しましても、一小規模企業では対応できないようなことがあり、例えば食品ですのいろいろな規制の問題が、相手国の規制の問題とかがあって、その情報を個々に取り入れて対応していくというのは、本当に難しいということがあるので、今、横尾委員がおっしゃっていた裾野を広げていくため、何かもう少し、もちろん私も、中小企業団体に所属していますけれども、そういうところもそういう努力をしなければ中々広がっていかないかなと思いました。

先ほど藤田委員がおっしゃったパッケージも含めた、そのデザインも含めたブランディング戦略ということについても、取組を積極的にやれる、企業者もいますけれども、そこをや

ればいいというのはわかっているけれども、金融機関の方ですとか、それから支援機関の方ですとか、「もう一步踏み出して、何とか頑張ってやりましょう」というような、事業者が甘えてばかりでは駄目ですけども、そういう差し伸べていただけるような対策もぜひやっていただけると、一步踏み出してチャレンジしてみようかなという、中小規模事業者も増えてくるのではないかと思います。以上でございます。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。いかがでしょうか。既にご意見出された方が、もし追加でご意見等ございましたらお願いしたいと思いますが、それでは藤田委員お願いいたします。

■ 藤田委員

今本当に、渡辺委員がおっしゃったように、各企業が、デザイン経営と言われる、経済産業省・特許庁が出した、専門家にデザインを見てもらう、どこに入れたらどう効果が出るのか。そういうことを公的にアドバイス、支援することがすごく重要だと思います。デザイン視点というのは、ものづくりそのものだけではなくて、発信するデジタルデータ全てです。ぜひその支援に少しでも予算をつけていただけたら、踏み出して輸出に行きたいという方々も増えていくのではないかと、話を聞いて思いました。以上です。ありがとうございます。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。オブザーバーとしてご出席いただいております近江委員、もしご意見ありましたらお願いしたいと思います。

■ 近江オブザーバー

北海道経済産業局の近江でございます。いつも皆様方には大変お世話になっております。この場をお借りして改めてお礼申し上げます。

本日の議題が、食の輸出拡大戦略ということでございましたので、当局で進めております、輸出拡大の取組を紹介する資料を持参させていただきました。お手元に配付をさせていただいていると思いますが、資料1-1の5ページ「シ」のほうで取り上げていただいているものでございます。私ども経済産業局と農政事務所さんが中心になって、北海道の食輸出の拡大に向けたプラットフォームを整備させていただいて、ちょうど3年目になろうとしているところでございます。ニュースリリースを6月末に公表させていただきましたが、3年目の取組ということで、大きく4本柱、スライドの3ページになりますけれども、経済産業省ならではの生産性の向上の取組ですとか、サプライチェーンの支援、また輸出人材の応援、そういったことを掲げさせていただいておりますので、ご参考にしていただければと思います。

トピックスとしては、スライドの4、5ページ目で、委員としてご出席いただいております

すトヨタ自動車北海道さんと連携をさせていただいた、生産現場の改善の取組のご支援ですとか、設備投資の補助金など、積極的に事業者さんにご活用いただいて、生産性の拡大に向けた支援をさせていただいているところでございます。また藤田委員からご指摘がございましたけれども、パッケージデザインの支援ということで、8ページ目に記載があるように、私ども特許庁もありますので、一体となって、ご支援をさせていただいているところでございます。今年度も、関係者の皆様方と一緒に連携して取り組んでいきたいと思っています。また渡辺委員のほうから、中小小規模の事業者さんの支援を、という話もございました。中小企業庁のほうで、JETROを活用して、「新規輸出1万者支援プログラム」というものもスタートさせています。新規の輸出支援を、国を挙げて、ご支援をさせていただいているところでございます。ご不明な点等があれば私どものほうにお問い合わせいただければ、お繋ぎいたしますので、引き続きよろしくお願いいたします。以上でございます。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。それでは最後に私の方から少し意見を述べさせていただければと思います。本日は食の輸出ということになりますけれども、輸出全般といたしまして、基本的に直接輸出と間接輸出と二つの大きなカテゴリーがございます。基本、食の場合は間接輸出ということで、農家さん等々が、自分でやるということはほとんどない形になっております。そうなりますと、実際の市場の開拓ですとか、こういったターゲットにするのか、品目の選定ですとか、さらなる流通経路をどうするかという、そういった一連の流れといえますのは、当然ながら関係する様々な企業が入ってくるということになっております。したがって、この一連の流れが、きちんとできているということが、食の輸出には特に重要と思っております。これは全般的な話でございますが、いわゆる輸出マーケティングという中で、生産から販売までの一連の流れをどういうふうにとらえていくかということと、そのプレイヤーがこういった形で参画していくかという、そういった形になってくるかと思っております。北海道ブランドの話も出てまいりましたけれども、ここに関わりまして私、学生の研究論文など見ておりまして、バイヤーの方々の位置付けといえますか、要は輸入をする側で、そしてそのあと国内に流していくバイヤーの人たちがどのように関わってくるかということも、これはかなり重要なところになってくるかと思っております。実際は札幌市や道庁さんのほうでも海外のバイヤーさんを呼ぶということでやってらっしゃいますけれども、その活用というところになるかと思えます。そうなりますと、本学も含めまして道内にはたくさんの留学生の方がいらっしゃっております。特にアジア圏の留学生が近年増えております。そういった若い留学生の活用も全体の議論の中で人材の話に含まれます。もちろん、日本人の人材の育成というものも重要でありますけれども、海外のマーケットに繋いでいただくという面では、留学生の活用といったことも、必要になってくるかと思っております。実際、本学の卒業生もそういった仕事に就こうとしている者もおりまして、様々な分野で活躍をしております。そういったところもぜひご検討いただければと思います。

最後の高付加価値化というところで、先ほど菓子類の輸出が減ったということが話題に上がっていましたが、菓子類も含めまして道産の原材料を使って、そしてそれに価値をつけて、外に出していくという、そういった形になりますので、いかに道産のものに付加価値をつけていくかというところの、一つの典型的なケースが菓子類かと思っております。海外に行きましてもいろいろな日本のブランド、チョコレートでいえばロイズさんですとか、そういったところはシンガポールでも店を構えておりますし、海外展開をしておりますので、いかにそういったところにうまく乗せていくかということも、今後ご検討いただければと思っております。それではそろそろ時間となっておりますけれども、これまでの委員の皆様方のご意見を踏まえまして、仲野食産業振興監から、ご発言いただければと思います。よろしく願いいたします。

■ 仲野食産業振興監

食産業振興監の仲野でございます。本日は貴重なご意見、ご提言、大変ありがとうございます。一つ一つもっともな、大変参考になるご意見だったと思います。それでまず策定に当たり、これまでのⅡ期までの反省点とか、そこを総括するという部分については、当然ながら今後秋に向けて、素案づくりを進めておりますけれども、その中で、課題もこれまでどういう課題があって、今後どのように取組を進めていくかというのはわかりやすい形で、盛り込んでいきたいと考えております。

あと品目の拡大、リスク分散の話ですけれども、まさしく今回Ⅲ期のメインテーマでありまして、いわゆるホタテの一本足打法と言われている中で、例えば、カントリーリスク、対中国を考えたときに、そういったリスク分散をどうするのだというところで、輸出国先もそうですけれども、品目も広げていかなければならないだろうと。そういった視点で、今の素案づくりも進めておりますので、いただいたご意見はできるだけ反映できるような形で進めていきたいと思っております。

目標額の話があって、また生産性向上の話も各委員の方々からありました。この生産性や人手不足の話は、各方面から私どもこれまでもいただいております。この輸出拡大戦略については、農政部、水産林務部、経済部が、関係部間連携で取り組んでおりますけれども、そのうち、各担当・所管のほうで、それぞれ人手不足対策、生産性向上対策という、施策のほうはぶら下げておりまして、そういったものを一つ一つ展開しながら、その生産性の向上を図って、輸出額の向上を図っていこうという考えを持っておりますので、その辺のご理解をいただければなと思っております。引き続き施策の方は、今後も現状に適した、また効果的なやり方を考えていきたいと考えております。

あと、指標の関係で、佐藤委員のほうから、1人当たり生産性の話、付加価値額の話が出ていました。今のところ輸出額というのは目標水準ということで、みんなで頑張って、どこまで頑張っていきます、という形で、皆様が共有できるような数字、目標ということで設定をさせていただいておりますけれども、これでいいのだということは私ども思っております。

るので、今回のⅢ期の戦略も、新しく品目拡大に向けてというところの、サブ指標的なものを今考えているところですので、引き続きいただいた意見は整理させていただきながら、今後検討を進めていきたいと思っております。

また、そのブランドの話も何人かの委員の方からいただいております。確かにおっしゃる通り、パッケージデザインや、ブランディングの関係というのは本当に大事な話で、やっぱり日本とは当然嗜好も、市民も、文化も違う国を相手にするわけですから、ここはもう非常に大事なところだと思います。今、道のほうでは、地域フード塾といいまして、そこで地域の食の商品の磨き上げとか、マーケティングとか、ブランディングとか、そういうことを学ぶ塾というのを設けていまして、今、200人以上卒業生も出ておりますけれども、それにプラスアルファで、今輸出塾ということもやっております。そこで実際に、輸出に携わっていただいている方々から、海外の輸出の規制の話ですとか、そういった情報もいただきながら、どういったものが現地で受けるかというような、パッケージとかブランディングの方に繋がっていくと思いますけれども、そういったアドバイスをいただきながら、進めているところです。

あと今回、秋口に考えておりますけれども、包括連携協定を結んでいる企業さんが道庁ありまして、高島屋さんという百貨店で今回連携して、こちらの百貨店さんは、ASEANの富裕層がお客様ということで、全体の玄関口になっているということもありますので、ターゲットをそこにして、高島屋が持っているEコマースを利用させてもらいながら、なるべく効果的に、北海道ブランドというの、売り込んでいって、理解してもらって、手に取ってもらって、買ってもらうというようなことを、今考えております。テスト販売的なことも考えておりますので、そういったものも事業者さんのほうに、フィードバック出来るようなことを考えておりまして、この辺についてはまだいろいろな手法があると思いますので、引き続き新年度の予算に向けても検討していかなければならないなと考えております。

あと、国を広げていくという部分でいきますと、EUの話とかもございましたけれども、EUの拠点というか、足がかりというのが中々なくて、単発で、対応しているような状況ですけれども、経済部の中でも国際経済課がありますので、そういったところと連携しながら、道産食品の売り込みのような機会があれば、売り込んでいくというようなことも考えたいと思っております。

港の話、函館税関の話がありまして、その港の内訳みたいな話ですけれども、多分、数字的には出せるのでしょうけれど、どこまで公表していいのか、未確認なものですから、その辺確認をさせていただいて、もし出せるようなデータがあれば、出させていただきたいと考えております。

ネットを使った販売戦略ですとか、大手百貨店と連携した、販売とかいろいろありますけれども、ネットを使った販売も、欠かせない手段だと考えております。今回、Eコマースを使うという話をしましたけれども、そういったものも引き続き頑張りたいと思っております。

あとはデータです。速報値でお願いしたいということにつきましては、国の統計を我々も

使わせてもらっているものですから、もらった数字を勝手に出すとか、難しい部分があるのですけども、いろいろな企業さんとのお付き合いとか、団体さんとのお付き合いもあるので、そういった意味では定性的な部分のみ、ヒアリング結果などを公表したりすることは可能かと思いますので、お問い合わせがあればできるだけお答えできるようにしていきたいと考えております。

全部の質問のお答えにはなっていないかもしれませんが、それぞれいただいた意見については、私どもも、また中で整理をさせていただいて、今後関係部局とか関係団体の方々と、協議も進めて素案を磨き上げ、詰めていきたいと思っておりますので、経産局さんからもいろいろな情報提供がございましたし、農政事務所とも連携を普段からやっておりますので、そういったところと、きちんと連携しながら、新しい素案の作成に活かしてまいりたいと考えております。皆様方におかれましては引き続き、食産業の振興に向けまして、様々な形でご支援を賜ればと思っております。今日はどうもありがとうございました。

(2) 北海道経済活性化基本方針について（報告）

■ 穴沢会長

ありがとうございました。それでは続きまして、議事の 2、報告事項でありますけれども「北海道経済活性化基本方針」、こちらに移りたいと思います。まず、事務局のほうから説明をお願いいたします。

■ 工藤経済企画課長補佐

改めまして、経済部経済企画課の工藤です。私から、お手元にお配りさせていただいております、A3版の資料になります、「北海道経済活性化基本方針」のご報告をさせていただきます。

本方針につきましては、5月に開催させていただきました、今年度の第1回審議会において、委員の皆様にご審議いただきました。経済団体との意見交換や道議会への報告などの手続きを経まして、7月18日に開催されました道庁内の庁議、こちら知事の出席のもとで、この内容で決定をさせていただいたところでございます。策定にあたりまして、委員の皆様には、いろいろご審議いただきまして、改めてお礼申し上げます。ありがとうございました。本方針につきましては、5月にも説明させていただきましたが、コロナ禍を通じて起きた変化を追い風にしながら、エネルギーや経済安全保障への貢献といった視点も踏まえまして、北海道のポテンシャルを最大限に活かして、本道経済の活性化に向けて取り組むことを目的として策定されたものでございます。今後は、本方針に基づき、道庁関係部並びに、地域、関係団体・機関の皆様方と密接に連携をさせていただきながら、本道経済を活性化させていくため、資料右側に記載させていただいておりますが、5つの柱立てに沿った各般の施策に取り組んでまいりたいと考えております。簡単ではありますが報告は以上であります。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。ただいまの事務局のほうから、「北海道経済活性化基本方針」、こちらにつきましてご説明があったところでありますけれども、こちらにつきましてご意見等いただければと思っております。全体で約 20 分お時間をとろうかと思っておりますので、出来るだけ多くの方々からご意見いただければと思っております。よろしくお願いいたします。それでは佐藤委員、よろしくお願いいたします。

■ 佐藤委員

私のほうからは、今後の具体的な施策展開を進めていく上で、ぜひ検討の俎上に載せていただいたい、考えていただきたいと思っていることがございます。まず一つは、第 3 の 1 北海道のポテンシャルといったところで、デジタル、それからゼロカーボン北海道でございますけれども、ぜひ、それぞれ進めることによって、北海道経済に与える波及効果を、もし金額換算出来るのならば、それを明らかにしていただいて、道内事業者、各地の事業者含めて一緒に同じ方向に向かっていけるような、情報発信をしていただきたいと思っております。特にデジタル、エネルギーでございますけれども、担い手となる主体を考えた時、或いは、大手企業、本州企業或いは外資といった地元企業以外のところが主体となったプレイヤーとなってしまうと、どうしても地元の意識は薄くなっていってしまう。特に札幌から遠く離れて行けば行くほど、そういった傾向になりがちでございますので、やはりオール北海道を巻き込んでいく。合意形成の上で、強力に推進していただけるような、施策展開をお願いしたいと思っております。

それと次に、北海道ブランド、こちらのほうでちょっと申し上げると、改めて、「北海道ブランドとは何ぞや」といったところ、或いはその目指すところを再定義していただいて、共有していただく。そういう機会をいただけたらな、思っております。ブランド、ファッションでのイメージというのは、どちらかという憧れの対象であり、値段もそれなりに高い。それが当たり前と受けとめられていますけれども、北海道ブランドといったときに、高いのが安いのか、リーズナブルなのか。その持ち場、立場によって、ちょっと定義や受けとめ方が変わってくると思っております。その他の都府県と比べても、北海道ブランドは大変幅が広いというのが、一方で強みでございますので、やはりその北海道ブランドを各業種、業界の方々が行き組んでいくときに、共通の認識を持てるような、定義付けをしていただけると大変ありがたいなと思っております。

それと、3 の「(2) 本道の強みを活かした産業の創出・振興」でございます。最近いろいろと周りの方からお話を聞いてなるほどと思ったのは、(北海道は) 課題の先進地と言われますけれども、昨今は道外に目を向けますと、いわゆる課題解決、ソーシャルビジネス自身が、民間事業者が、商売として成り立たせる会社がどんどん出てきてございます。そういうことは、北海道もぜひ、道をはじめとする行政に依存、お願いするだけではなくて、地元の企業が、その商売に変えていって、社会課題を解決していく。そういったことに取り組む事業者

を、ぜひ上手く後押ししていただきたいと思います。そうすることによって、経済界がより自律的な動きができて、最終的には北海道の経済活性化に寄与していくのかなと思ってございます。地味でありますし、小さい事項かもしれませんが、そういったところが新しい産業創出の項目として加えていただけることにより、広がりが出てくるのかなと感じた次第でございますので、今後の施策展開の中で、ぜひご検討いただけるのであれば、加えていただけたら幸いです。私からは以上でございます。

■ 穴沢会長

佐藤委員、どうもありがとうございました。それでは、吉住委員よろしく願いいたします。

■ 吉住委員

経済活性化ということですが、私ども商工会地域と言いますか、地方に住んでいる人間にとっては、人材の枯渇といいますか、もうそれはもう喫緊と言いますか、非常に、地域が維持できないほどの急速な衰退が進んでおります。北海道の経済の基盤というのは一次産業で、一次産業がしっかりしていないとおそらく、いろいろな意味で北海道の特色が出て来ないのではないかと考えております。人材不足というのは多分日本全体のことで、大変重い課題で、なかなか解決策がないのはわかりますけれども、やはり、北海道への、移住対策はいろいろやっていますけれども、そこら辺の人材確保も経済の面でしっかりと謳っていただきたいなと思います。外国人の労働者の確保の方法ですとか、綺麗ごとではなくて、今、それぞれの地域を維持するのに、5年後10年後には全く維持が出来ない地域が出てきて、そこも、一次生産者の方と話していても、若いものが返ってこない町には、やっぱり、いくらそこで農作業をやろうと思ってもできない。そういった意味で非常に北海道自体の生活インフラが傷んでいるということを理解していただいて、その辺を含めて、しっかりとした人材確保というのを、もう少し強く謳っていただきたいなと考えております。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。他にいかがでしょうか。佐々木委員、よろしく願いいたします。

■ 佐々木委員

はい、佐々木でございます。ここ最近、ラピダスのニュース、何回も何回も出てきておりまして、盛り上がっているなと思うのですが、やはり私としましては、地元中小企業のDX化というのが全然進んでいないなと考えております。そういう意味では、こういった形で、ラピダスの後押しがあつていいなと思うのですが、やはり足元である地元の中小企業のDX化を推進していただきたいなということが1点と。

それから、最近よく東京からも、札幌にDX人材といいますかIT人材の件でお問い合わせがよくあるのですが、実はもう既に北海道にもIT人材がいないという状況であります。また、北大の工学部等々のAI人材も、ほとんど東京に就職してしまうということで地元に残らない。せっかく北海道が魅力的だということで、北海道に来られても結局、就職先がないということで、戻られてしまうという、すごく残念な状況なので、やはり北海道の魅力という部分をもっとPRしていきたいなと思っております。特にそういった若者の人材教育もしくは北海道への愛着みたいなのところをもっとPRをして、ぜひ良い人材を、1回北海道に入ったら戻さないというような取組ができればいいかなと思います。以上でございます。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。他、田澤委員よろしく願いいたします。

■ 田澤委員

もう本当に幅広い内容で、地域の活性化について書かれておりますけれども、私の視点でいうと、テレワークは入っているのですけれども、やはり人材不足という中で、どういった関係人口を増やして、もちろん、北海道というふるさとを出て行って、帰ってきてくれるか、また、北海道の魅力で人が入ってきてくれるかということで、私の聞いた事例で申し訳ないのですけれども、私が住んでおります北見市で、テレワークを推進している中で、面白い事例がございましたので、ご紹介させてください。オホーツクというのは観光地がいっぱいあります。いわゆる国立公園が北見から日帰りで4カ所行けるのですね。これってなかなかない地形、場所だよねと、つまり北見自身の観光素材はあまりないのですけれども、いろいろなところに行ける拠点としての魅力というのがあるのではないかとということで、実は、実験も兼ねて、と言われたからやっただけのことですけれども、ある家族が、1ヶ月間、3人家族ですけれども、北見で観光ではなく普通に働いて、そして、1ヶ月滞在したいというリクエストがありまして、場所を探しました。両親ともにテレワークができ、40歳前後のお二人ですけれども、仕事はOK、住むところがあればバッチリと思いきや、4歳の保育園のお子さんがいまして、この子をどうするのか。つまり保育園に行けないといくらテレワークと言われても、昼間仕事ができないわけですね。これがネックになりました。このネックを解消すれば、1ヶ月間、東京の人材、しかも、かなり高度人材で、いろいろ影響を与えるような人達、或いはネットでの発信力のある人が北見に来てくれる、北海道に来てくれる。そして滞在をして、いろいろな体験をし、地域の人と交わって関係人口も増えていく、というところの一番のキーポイントであるのが、実は保育園問題だったということに気が付きました。では、どうすればいいか。どこか民間の保育所に、有料で預けてもらうという手もあるのですけれども、なかなか北見にはそういうところがなく、かといって通常の育児保育は市民しか駄目だ、というような、いろいろな制約がある中で、実は面白い制度を北見市の保育の担当から聞きました。広域利用という制度があるそうで、例えば里帰り出産で帰ったときに、上の

子を預けたいときに、市民ではないので預けられないでは困るので、そういう国の制度として、行くところと、元々居たところ、今回は千葉だったのですけれども、千葉保育園から北見の保育園に行くために広域利用できる仕組みを、それぞれの市役所がちゃんとやったら、何と、転園してまた戻ることができるのです。それがたった1ヶ月間でも。それが出来たおかげで、1か月間滞在して、いろいろな交流が起きました。もちろん、移住というのも理想ですし、観光というのもどんどん進行していかなければいけないけれども、そういった形で、滞在期間が3週間でも、いろいろなことが起こるということを実感いたしました。そして、全然違うところに制度があり、でもそれを広報できないがために、みんな諦めてきている可能性があります。そういった意味で、いろいろな情報が繋がることで、新しいことができる。また、地域の活性化にも繋がるのではないかなと感じました。ちょっとご報告も含め、以上でございます。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。他いかがでしょうか。では藤田委員、よろしくお願いいたします。

■ 藤田委員

はい。ありがとうございます。資料の3の「(2) 本道の強みを活かした産業の創出・振興」ということで、ここに新分野だとか、新しいことが書いているのですが、本当に足元にある林業、日本が世界に誇る森林大国、その中でも北海道は大きい面積があり、この林業に対する取組が、非常に重要だと思っております。何度か発言しておりますが、そういうことがほぼ入ってない、ということで、このSDGs含めて、二酸化炭素の排出を含め、この林業を循環する形の林業に持っていくことが、北海道の強みに間違いなくと思います。林業に関わる産業はかなり幅広いです。住宅産業、家具も当然一部ありますけれども、紙関係の産業もありますし、もっとも昔から地元にある資源を最大限に活かすことをやはり具体的に、北海道としても力を入れて研究していくべきではないかなと思います。かなり環境問題にも即していますし、循環型の林業をしっかりとバックアップする体制を方針にも入れていただきたいと思います。以上です。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。他にいかがでしょうか。今井委員、よろしくお願いいたします。

■ 今井委員

はい、今井でございます。エネルギーの分野で少しお願いというか、ぜひ考えていただきたいと思っているのですけれども、記載いただいているとおり、再エネポテンシャルが高い、というのは明白な事実です。ポテンシャルが高いということをずっと北海道は言われてきて

いるのですけれども、この活用についてなかなか進んでいかないというのが実情です。実証地として選ばれて、いろいろな国の施策も含めて、実証されてはいるのですけれども、現実問題として、送電網の問題等、また蓄電池の問題等もあって、捨てている電力というのはかなり多いです。せっきくの北海道の魅力のこの再エネポテンシャルをしっかりと活かすという意味で、このエネルギーを活用できる、使える、使い切れる、北海道でものづくりをする、北海道から生み出されるものはすべて環境に良くて、カーボンニュートラルも達成できていて、すごく魅力的だよというアピールができるようなエネルギーの活用施策というのを、ぜひ入れていただければと思っています。現実問題として、我々企業から見ても、蓄電池というのはすごく高額なものになっています。また水素の利活用ということについても、水電解も含めて、投資がかなりかかります。また運ぶということについても、障害とは言わないですけれども、困難な課題があり、この辺を道だけではなく、国も含めて検討をしっかりと進めていただく。今は、ポテンシャルがあるところを外に繋いで、国という考え方で、有効に使いましょうという観点があるのですけれども、せっきく北海道で出てきているエネルギーですから、北海道で活かすような施策につなげていただけるとありがたいなと思います。以上です。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。他にももしございましたらお願いしたいと思いますが、いかがでしょうか。渡辺委員、よろしくお願いいたします。

■ 渡辺委員

はい。ありがとうございます。基本方針を拝見して、本当にきっちりとまとめていただいて、この後これで行くということはわかるのですけれども、施策の柱立てと主な取組というところで、この主な取り組みが今後具体化されて、具体的な動きになっていくということだと思うのですけれども、ざっと見ていって、具体化がイメージできるものと、どうなるのかよくわからない、というものが今のところまだあります。これが具体化されたときに、私たち中小企業、或いは小規模事業者のところまで、これを自分のところで、何が使えるとか、どれを使って自分のところの事業を維持継続していくとか、その辺りのことをきっちりつかまなくてはいけないと感じました。この後、これが具体的な動きになってきたときに、情報を取りにくくなっているところにも、広く浸透できるような形になればいいと思います。私も自分がいる組織の中で、それをしっかりとやっていかなければならないと感じました。はい。以上です。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。他いかがでしょうか。水野委員よろしくお願いいたします。

■ 水野委員

この「北海道経済活性化基本方針」については、これまで2度ほど議論して、最終的にこういう形にとりまとめられたということで、経済部の皆様のご尽力に感謝したいと思います。意見も反映していただいて、体系的に網羅的にまとめられたと思います。私どもも、特に、「(1) 未来に挑戦するデジタル産業の集積促進」と「(2) 環境と経済が好循環する「ゼロカーボン北海道」の実現に向けた取組の加速」を、特に重点的に、千載一遇のチャンスという意識で取り組んでいるところでございます。ぜひとも道のリードを引き続きよろしくお願いしたいなと思っているところでございます。

あと吉住委員のほうからもありましたけれども、特に、やはり人の問題というところが、非常に重要だと私も改めて、思ったところでございます。この挙げられた内容については、従来からの継続というようなものが多いのかなと思いますけれども、施策の具体的な展開にあたっては、時々の実場の実情をよく踏まえていただいて、取組を加速するなり、広げるなりを柔軟に行っていただくようお願いしたいなと思ったところでございます。あと先ほど渡辺委員からもありましたけれども、ぜひこの取りまとめられた基本方針を地域関係団体と密接に連携しながら取り組むとありますけれども、ぜひ皆様に道の考え方が届くように、周知のほうも、よろしくお願いしたいなと思ったところです。以上です。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。そろそろ時間も迫って参りまして、後もう一人、それでは横尾委員よろしくお願いいたします。

■ 横尾委員

はい、特に意見ではないですけれども、我々、政策金融ですので、この網羅されているような取組に対して、我々はお客様と対話しながらニーズと課題をとらえて、金融支援出来るものはしっかりと応えていこうと思っております。また、専門家のご紹介等を通じて、先ほど申し上げました、海外展開以外でも、創業やスタートアップ、或いはDXなどでの意識喚起が必要で、そういったことに力を入れていきたいと思っております。また、ラピダスの進出につきましては、やはり道内企業の方々にはいろいろ波及効果が出るのが重要で、それはすぐということではないでしょうけど、5年10年かけて広げていくこと、こちらも大事だと思っております。以上です。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。そろそろお時間となってきました、私のほうからも短く意見を申し上げます。人口減少という中で、いかに人材を確保するかというよりは、一人一人の人材の力を強めていくということが、これから重要になってくると思っております。我々大学にありますけれども、本学でも様々な形で、人材育成ということで全道的な展開、「ユニ

バーサルユニバーシティ」ということで、地方にいらっしゃる方でも、教育に触れられるような形を進めたいということで今やっております。それと水野委員からもありましたけれども、これだけ政策的なものは、道庁さんはじめ皆様からご意見をいただいて、本当に幅広く出来上がっていると思っております。これが実際にどのように活用されるかというところがやはり重要なところであると思ひまして、北海道のみならず、もしくは日本のみならずと言いますか、もっと言いますと世界中どこでもそうなのですけれども、せっかく作られたいい政策が周知されていない、活用されていないということが本当にたくさんございます。そういったところも、ぜひ、この政策を活用できるよう、周知のほうもよろしくお願ひしたいと思ひます。それではそろそろ時間となつてきております。最後に、中島部長のほうから一言お願ひしたいと思ひます。

■ 中島経済部長

今日は熱心なご議論いただきまして誠にありがとうございました。時間があまりないので、すべてのご発言にはお答えできないかもしれませんが、まず前段の食の関係ですけれども、このリスク分散というのは本当に重要でして、食は仲野のほうで担当しているのですが、私のほうで原子力の関係の、ALPS処理水のことを担当しております。これ夏にも放出するという話の中で、中国は今、若干規制を強めている部分があります。例えばホタテでいうと、生のホタテについてはかなり輸出が厳しくなっています。ただ北海道から中国に輸出しているのは、「玉冷」という冷凍なので、まだ冷凍のほうは影響が今のところ出ていない、という状況ですけれども、今後実際にALPS処理水が放出された中で中国がどう出るか、そうした中でこの「玉冷」に対する、何か規制が強化された場合、非常に大きな影響が出るという部分で、この中国向けホタテというのは、今後もしっかり見ていかなければならない部分です。

リスク分散ということで、先ほど川端委員からも、例えばEUでの販売ですとか、スイスのお米の話とかありましたけれども、やはり輸出先の拡大というのは非常に重要だと思っております。

それから、後半の「北海道経済活性化基本方針」の関係でいただいたご意見の中で、佐藤委員から波及効果の話がございましたけれども、確かにそれぞれをやったら北海道の経済が、具体的に数字としてどうなるかということをお示しするということは、非常に重要なことだと思っております。とりあえず、全てのものにはまだ出来はしないですけれども、今回の半導体の関係で、こういった経済効果或いはその道央以外の地域への影響、効果が、こういったものがあるかということをお示しするために、今回は2定補正で、調査事業の予算をつけさせていただきまして、取組方針を策定させていただきたいと思ひます。そんな中で、道央圏以外にどんな効果が及ぶかというのは、お示しさせていただきたいと思ひます。それから、北海道ブランドの再定義というお話もございました。もちろんその食もそうですし、藤田委員の旭川家具もそうです。それから、今やラピダスを中心とした半導体がむしろこの

北海道ブランドになって、これがあるから北海道を目指すというような動きも出てくるのかなと思っております。そうした中で北海道ブランドの再定義というのは、上手くできるかどうかかわからないですけれども、この北海道ブランドの意義、価値を改めて把握し直すというのは重要なのかなと思っております。

それから、何人かの委員の方々から人材確保のお話をいただきました。まさに本当に重要でして、例えば外国人の研修生の方々が、北海道から転籍して出ていけるような制度になった際に、どうなるのだというようなご心配もありまして、我々はいずれにしても、選ばれる北海道ということで、例えば道内出身の方が北海道に残っていただけるような、そういった仕組みですとか、或いは海外から来た方がそのまま引き続き北海道で働きたいと思っていただけるような、そういう選ばれる北海道を作るような、そういったことを考えていければなと思っております。

それから藤田委員から林業のお話ございましたけれども、もちろん林業についても我々しっかり取り組ませていただきたいと思います。経済部の経済活性化基本方針ということで、経済部の施策中心にまとめさせていただいたので、若干記載は少なくなっておりますけれども、3の(2)の右側のほうの上から7個目のところ、「道産農林水産物の更なる活用の促進」というところで、少しではありますけれども触れさせていただいているので、ご理解いただければと思います。

それから今井委員からございましたエネルギーの活用という部分でございますけれども、北海道といたしましては、やはりエネルギー、再エネについてはやはり地産地消が基本だと考えております。ただ需要が十分でない中で、需要に見合ったエネルギーを使いきれてない。そこはおっしゃる通りですので、今回、国のほうでも2030年までに200万キロワットの送電線を作っていただけということで、そういった需要を足がかりに地域で使えるような部分、それから今、北海道は再エネがあるということで、ラピダスもそうですけれども、データセンターですとか、そういったいろいろな立地に向けた動きがございますので、そうした中で、地域で再生可能エネルギーが少しでも使えるようにということで、取り組んで参りたいと思っております。それから経済活性化基本方針の周知ということで、何人かの委員の方からいただきましたけれども、もちろんただ作って我々が抱えているだけでは全く意味がないので、道民の皆様と方向性を共有して、一緒に進めていけるように周知については、しっかり取り組みたいと思っております。本日は貴重なご意見をたくさんいただきまして、誠にありがとうございました。

■ 穴沢会長

ありがとうございました。それではこのあたりで議事のほうは終了とさせていただきたいと思います。事務局のほうにマイクをお返しいたします。本日はどうもありがとうございました。

4 閉会

■ 工藤経済企画課長補佐

穴沢会長ありがとうございました。本日皆様からいただいたご意見、ご提言については、今後の商工業の振興に関する施策づくりに活かしてまいりたいと考えておりますので、引き続きご理解協力をよろしくお願いいたします。それでは、これをもちまして、令和5年度第2回北海道商工業振興審議会を終了いたします。本日はご多忙のところ、ご出席いただきましてありがとうございました。