

令和3年3月11日

発 言 者	発 言 要 旨
原田委員	ワンストップで創業を支援するために、新たに設置する県創業支援センター（仮称）（以下「センター」という）の運営主体はどこか。
中小企業振興課長	県企業振興公社の1部門として運営することを想定している。
原田委員	設置にあたりスタッフを増員するのか。
中小企業振興課長	令和3年度は2名増員する予定である。
原田委員	山形市のY-biz（売上げ増進支援センター）の取組みが大変評価されており、平成30年の設置以降3,600件の相談があり、新たに創出されたサービスもあると聞いている。現在、相談予約は1か月先まで埋まっており、新聞報道では年収960万円のプロジェクトマネージャーを募集しているようである。山形市の取組みと新たに設置するセンターの役割が重複するのではないか。
中小企業振興課長	山形市のY-bizでは既存の事業者の売上拡大、販売促進のために助言する専門性の高い人材を求めているのに対して、センターは漠然としたイメージではあるものの新しいことや創業を考えている方の背中を押すことを目的としている。初年度は施設の立ち上げ業務が中心となるため行政職のスタッフを想定している。
原田委員	センターと商工会議所・商工会との役割分担はどうか。
中小企業振興課長	センターは三つの役割を担う予定である。一つ目は創業支援機関に繋ぐワンストップ窓口である。センターを設置する霞城セントラル内には県企業振興公社、信用保証協会、商工会連合会や中小企業団体中央会などの関係機関が入居しており、センターへの相談者を関係機関に紹介する。 二つ目は県企業振興公社の創業支援コーディネーターや県よろず支援拠点の専門家との相談の機会をつくる調整機能である。 三つ目は、霞城セントラル内に県で運営するコワーキングスペースを設け、起業を目指す人や事業を行っている人が集い、知り合うことで新たなビジネスを生み出す機能である。
原田委員	コワーキングスペースの規模はどの程度か。
中小企業振興課長	2階のテナント区画が空いており、そこを借り受ける。60坪程度の広さで最大50名程度の滞在を想定している。なお、他のコワーキングスペースでは座席の半分程度の利用があることから常時25名程度の利用があると見込んでいる。
原田委員	ワーケーションで本県に滞在している人の利用も想定しているのか。

発 言 者	発 言 要 旨
中小企業振興課長	ワーケーションのほか大学生やフリーランス、弁護士、会計士や税理士などの資格取得者のほか、新型コロナの影響で在宅勤務をしている方の利用も見込んでいる。
原田委員	コワーキングスペースの利用料金はどうか。
中小企業振興課長	他の類似施設の料金体系を踏まえ、ワンコイン（500円）程度で考えている。
原田委員	障がい者雇用の促進に向けた普及啓発や企業開拓の取組み内容はどのようなものか。
雇用対策課長	山形及び庄内の職業能力開発校にそれぞれ1名配置している障がい者就業支援員が県内企業を訪問し、障がい者の訓練先となる企業を開拓している。また、毎年、障がい者雇用に積極的に取り組む企業を知事表彰するほか、企業の認定制度を設けている。さらに、国の委託により2つの開発校で、障がい者が集まった形での集合訓練と障がい者を雇用したい事業者を訓練場所としたインターンシップコースを実施している。
原田委員	訓練と出口である就労が結びついていないのではないかと。事務系の集合訓練を実施しているが、そのスキルを求める事業者が少ないと感じている。民間機関が実施した調査では介護施設の清掃や介護補助のニーズが高いことが明らかになったので、そのニーズに合わせた訓練の受講者を募集したが1名しか応募がなく訓練を行えなかった。現在の訓練の内容は事業者のニーズではなく、受講者のニーズに合わせたものと感じるがどうか。
雇用対策課長	<p>令和元年度のパソコンの基礎を学ぶ集合訓練を受講した7名のうち2名が就職に結びついたが、訓練内容は大きな課題と認識している。事業者のニーズに合わせた訓練を開催しようにも受講者が集まらない、訓練を実施する事業者が見つからない状況にあるほか、国の予算も縮小しており多様な訓練を行うことが難しくなっている。</p> <p>就職につながるようハローワークや受託事業者などと連携しているところである。そういったこともあり3年度は新たにeラーニングコースを設ける予定である。</p> <p>また、近年の庄内地域の集合訓練を受託する事業者の確保が難しかったため、自宅で受講できるコースを設け、その内容も在宅ワークでホームページ作成の請負などにつながるような形にしていきたいと考えている。さらに、ハローワークと連携して、障がい者の方にも多様な働き場があることを知ってもらい、受講者と事業者のニーズをマッチしていく。</p>
原田委員	新規事業の女性賃金向上推進事業では、女性の賃金を30円値上げ又は正社員化した事業者に助成金を給付するものであるが、これまでの男女問わず正社員化した事業者への助成金制度との違いは何か。
正社員化・働き方改革推進主幹	本県の正社員割合は全国的にも高い状況にあるものの、女性は非正規雇用の比率が高く、賃金も低い状況にある。また、令和元年賃金構造統計調査において本県女性の給与額が全国最下位、若年女性の転出超過率が全国で4番目に高いこともあり、女性の賃金向上や県内定着を目指して女性に

発 言 者	発 言 要 旨
原田委員	<p>着目した当該事業を実施することとした。</p> <p>既存の正社員化奨励金との併給は可能か。</p>
正社員化・働き方改革推進主幹	<p>国のキャリアアップ助成金に上乗せで支援する正社員化奨励金は令和2年度で終了とし、3年度からはキャリアアップ助成金とは切り離し県独自の女性の賃金向上や正社員化の促進に取り組んでいく。</p>
原田委員	<p>3年度からは国のキャリアアップ助成金の支援要件に該当しなくても、県の制度で支援するののか。</p>
正社員化・働き方改革推進主幹	<p>キャリアアップ助成金とはリンクしない。</p>
原田委員	<p>国のキャリアアップ助成金の要件に5%以上の賃上げが加わってから正社員化に取り組んでも支援の対象とならない事業者がいると聞く。是非、県独自の支援制度を広く周知し、女性の正社員化につなげてほしい。</p>
原田委員	<p>就職氷河期世代の資格取得に係る経費を支援しているが、この資格取得の内容はどうか。</p>
雇用対策課長	<p>技能検定の実技試験を受験する際の検定手数料を支援するものである。</p>
原田委員	<p>技能検定に特化しているののか。</p>
雇用対策課長	<p>就職氷河期世代の就職につながる武器となる技能検定の受講料負担をゼロにすることで同世代のチャレンジを促すものである。もともと35歳未満は技能検定の2級又は3級の実技試験の受講料が減免されていることから国の支援を受けられない部分を県が支援することとした。</p>
原田委員	<p>技能検定に限定すると利用者は少ないのではないか。これまでの利用実績はどうか。</p>
雇用対策課長	<p>令和2年度から開始したが今年度は新型コロナの影響で前期の技能検定試験が中止となったこともあり、現在のところ利用実績はない。</p>
原田委員	<p>様々な要因があることは理解するが、利用者がいないということはニーズに合っていないのではないか。今ニーズが高いのは、パソコンスキルやマイクロソフトの試験、日商簿記ではないか。そういった資格の取得を応援する予定はないのか。</p>
雇用対策課長	<p>新型コロナの影響もあり令和3年度が実質的な事業開始年度になる。ただ、当該事業の財源に国の地域就職氷河期世代支援加速化交付金を活用しているため、支援対象の拡大するためには、国との調整や計画の変更といった手続きが必要となる。今後の利用状況やニーズなどを踏まえ、検討していく。</p>

発 言 者	発 言 要 旨
原田委員	観光M a a s はどの程度進んでいるのか。
観光立県推進課長	東北6県とJRの連携により4月から始まる東北DCにあわせてスタートさせる。観光情報や交通路線の検索、交通チケットの予約・決済の機能が備えられ、今回はJRのSuicaの利用も可能となる。ただ、路線バスはまだICカードの導入が進んでいないので出発地と目的地でのチケットの購入が可能になるよう進めている。また、米沢市内の循環バスや庄内地域のバスの1日乗車券にも対応できるよう進めている。
原田委員	Suicaやクレジットカード以外で利用可能なものはあるのか。
観光立県推進課長	JRと連携するため、基本はSuicaとクレジットカードである。
原田委員	スマートフォンを利用した様々な決済方法があるので今後検討してほしい。東京駅から山寺や蔵王などの主要な観光地までを一括で決済できるだけでなく、路線バスの乗り継ぎによる待ち時間がほとんど生じない運用の検討も必要と考えるがどうか。
観光立県推進課長	路線及びその時刻の検索が可能になるので、最短の交通ルートは把握できるが、タクシー予約との連携はまだできていないので、将来的に考えていきたい。
原田委員	タクシー予約との連携は重要である。本県の路線バスの発着は30分ごとや1時間ごとのため、タクシーの利用可能性は高い。今はタクシー予約のアプリもあるので連携を進めてほしい。
観光立県推進課長	タクシー会社ごとに決済方法が異なるため業界との調整は必要であるが、進めていかなければならないとの意識をもって検討していきたい。
原田委員	全国的にはオリンピック・パラリンピックの聖火ランナーの辞退が続出しているが、本県ではどうか。
スポーツ振興・地域活性化推進課長	今のところ本県において辞退者はない。他県での辞退者の多くは著名人のようである。
原田委員	ランナーが新型コロナに感染することで欠員が生じた場合の対応はどうか。
スポーツ振興・地域活性化推進課長	辞退者が出た場合はあらかじめ選定された補欠ランナーが走行する。ただ、走行の3日前の昼までに補欠ランナーの走行意思が確認できないときは、前区間のランナーが辞退したランナーの区間も走行することになる。
関委員	令和3年度の企業立地の見込み、雇用創出や県内企業の取引拡大などの波及効果の傾向はどうか。
産業立地室長	13社の企業立地を見込んでおり、内訳は製造業が10社、ソフト業が3社

発 言 者	発 言 要 旨
	<p>であり、そのうち県内に本社がある企業は1社である。全ての企業から計画書が提出されてはいないが、現時点で約270人の雇用が創出される見込みである。また、企業誘致をする段階でその企業が必要とする原材料等を聞き、県企業振興公社などと連携して県内企業との取引につなげている。</p>
関委員	<p>企業立地補助金の予算額は約20億円である。10年ぐらい前から企業誘致による雇用創出などの有効性の議論がなされている。誘致後の企業の雇用の状況は把握しているのか。</p>
産業立地室長	<p>補助金を交付してから5年間は雇用状況などの報告書を提出させている。新たに事業を展開するために立地しているので、雇用人数が著しく減少することはなく、概ね計画書提出時と同水準の雇用が確保されている。</p>
関委員	<p>既に県内で事業を展開している企業が事業を拡大する場合の支援はどうか。</p>
産業立地支援室長	<p>企業立地補助金は、新設・増設とも建物及び設備を整備する場合に支援するものであるが、既存施設を増設する際は工場の面積を拡大する必要があり、設備のみの増設は支援の対象とならない。</p>
関委員	<p>県内で事業を拡大する企業からは、県外から新たに立地する企業と同等以上の支援を求める声がある。新型コロナの影響で経済が分断されたことを踏まえると地域内の経済循環を強化していくことが重要になってくると考えるがどうか。</p>
産業立地室長	<p>県外企業から新たに立地する場合は費用が大きいこともあり、金額だけ見ると新設に対する補助額は大きくなるが、増設に対する本県の補助制度は他県と遜色ないものだと考えている。</p> <p>県外企業が新たに立地することで県内経済が拡大するよう、県内企業の取引拡大に向けてマッチング支援を行っていく。</p>
関委員	<p>文化財保護条例の一部改正が提案されているが、文化財保存活用大綱の趣旨は何か。</p>
文化振興・文化財課長	<p>少子化、過疎化など地域コミュニティの崩壊により地域の貴重な文化財が滅失、散逸の危機にあるため、平成29年12月の国の文化審議会において、文化財をまちづくりに活かし、地域全体で継承していくことが提言された。その後、30年6月に文化財保護法が改正され、県は文化財の保存・活用の総合的な大綱を定め、市町村は具体的な計画を策定することが規定された。</p> <p>今後、県文化財保護審議会に文化財保存活用大綱策定部会を設置し、今年度中に第1回の部会を開催し、来年度中に大綱を策定する予定である。</p>
関委員	<p>市町村からの文化財保存に関する専門的な助言を求める声にどう応えていくのか。</p>
文化振興・文化財課長	<p>地域を巡回指導する地域担当員8名、建造物や美術工芸品など専門的な知識を有する専門担当員を8名配置しており、所有者からの依頼に基づき</p>

発 言 者	発 言 要 旨
関委員	派遣している。このようなスタッフは県しか配置していなかったが、文化財保護法の改正により市町村の配置も可能となった。今後策定する大綱を通じて市町村への配置も促していく。
文化振興・文化財課長	これまでの県議会における審議では県立博物館に学芸員を配置すべきとの意見も出ているが、令和3年度の体制はどのようなものか。
文化振興・文化財課長	県立博物館には7つの部門があり、そのうち5部門に学芸員、残りの2部門に学芸員の資格を保有する教員を配置している。プロパーの学芸員の配置については、今後検討される県立博物館の移転整備とあわせて検討していく。
関委員	市町村からは文化財の保存・修復に対する支援制度の補助率を引き上げてほしいとの要望があるがどう考えるか。
文化振興・文化財課長	文化財の保存のためには、その文化財の状態を確認する必要がある、状況に応じて必要な修復・修繕を行っていく必要がある。そのため、令和3年度は文化財の状態を把握するコンディション調査を開始し、適切な保存に努める。なお、補助率の引き上げについては検討していく。
関委員	文化財を観光資源に位置づけることが求められているが、文化財保護の目的についてどのように認識しているのか。
文化振興・文化財課長	過疎化、少子化などにより貴重な文化財の消滅、散逸の危機に瀕しているため、文化財の担い手を育成し、社会全体で支えていくことが重要と考える。そのため、まずは保存している文化財の価値を知ってもらい保存に対する意識を醸成することで、保存につなげていく好循環を形成していく必要がある。そのような形で文化財を将来に継承していくことが一番の目的であると考えている。
関委員	観光情報番組「やまがた発旅の見聞録」の予算が提案されていないようだが、その理由とこれまでの成果はどうか。
観光立県推進課長	当該番組は県内のほか埼玉県や千葉県でも放映していた。市場規模の大きい首都圏において定期的に本県の観光情報を発信したところは本県の観光者数の増加に一定の役割を果たしたと考えている。
観光立県推進課長	しかし、今年度は新型コロナの影響で本県への誘客を促す内容とすることが難しく、当該番組がどの程度本県の観光者数の増加に寄与しているかを具体的に把握できないという課題もあったと認識している。
関委員	今後の情報発信はどのようなものか。
観光立県推進課長	令和元年情報通信白書ではテレビの視聴時間は年々減少している一方、インターネットの利用時間は大幅に増加している。また、大手広告代理店の調査では、元年にインターネットの広告費がテレビの広告費を上回ったとの結果もあり、デジタル化の時代が到来していると認識している。
観光立県推進課長	そのため、観光情報の収集はスマートフォンやSNSにシフトしているのではないかと考え、観光情報ポータルサイトやまがたへの旅をスマートフ

発 言 者	発 言 要 旨
関委員	<p>オンでも閲覧できるようリニューアルするとともに、必要な情報を必要な方に届くようデジタル化による情報発信を行っていく。</p>
観光立県推進課長	<p>当該番組の放映に要する経費は約3,000万円であるが、今後の情報発信に係る予算規模はどの程度か。</p>
関委員	<p>精神文化プロモーションやデジタルマーケティングプロモーションなどで3,000万円を超える予算額を確保している。</p>
観光立県推進課長	<p>出羽百観音プロジェクトはどのようなものか。</p>
関委員	<p>精神文化プロモーションに出羽百観音の情報発信も含まれており、令和3年度はブランドコンセプトを作り、それを国内外に発信する事業がメインになる。県内に33観音が3つあることが知られていないため、まずは知ってもらうことから始める。</p> <p>また、やまがたへの旅における百観音に関するコンテンツを充実させるほか、グーグルマップと百観音を連動し、百観音の位置情報が表示されるようにしていく。</p>
観光立県推進課長	<p>このプロジェクトの展開方向はどうか。</p>
関委員	<p>令和3年度からの3年間は認知度向上と受入態勢の整備に重点的に取り組み、その後の3年間は誘客の確立に取り組んでいく。</p>
観光立県推進課長	<p>33観音が3つあることの優位性はどの程度か。</p>
山科委員	<p>33観音が3つで百観音と呼ぶことが大きなPRポイントである。国内には百観音といわれるのは3箇所あるが、同一県内という限られたエリアに百観音があるのは本県だけであることも魅力と考える。</p>
観光立県推進課長	<p>出羽百観音が四国のお遍路さんのように巡礼・周遊されればよいと思っている。四国では地元の方が巡礼する方を支援するほか、旧道を再現するなどしてPRしている。本県の今後の展開方向はどうか。</p>
山科委員	<p>四国のようにブランドが確立し、地元の支援があることが理想である。出羽百観音は数年に一度の御開帳がメインであるが、それ以外の時期に受け入れできる体制を作ることが重要と考える。今回のプロジェクトを通じてお互いに連携していくべきとの意識が芽生えている。今後、プロジェクトを展開していく中で検討していきたい。</p>
観光立県推進課長	<p>本県におけるグリーンツーリズムの取組状況と今後の展開方向はどうか。</p>
山科委員	<p>産直施設や農家レストランで構成する県グリーンツーリズム推進協議会が、情報発信や交流事業などを実施している。令和2年度は農家レストランを掲載したガイドブックを発行する農園ランチ巡り事業を実施した。これは夜に営業している農家レストランが少ないことから地元の野菜を使ったランチをPRした。また、農家レストランに対して新型コロナ対策</p>

発 言 者	発 言 要 旨
	<p>も呼びかけた。 3年度はグリーンツーリズムの4つの柱である泊まる・食べる・体験する・買うに向けて総合ガイドブックを発行して情報発信に取り組んでいく。</p>
山科委員	<p>県内でグリーンツーリズムに取り組んでいる団体はどの程度いるのか。</p>
観光立県推進課長	<p>定義が難しいが、把握している限りでは産直施設が146、農家レストランが57である。</p>
山科委員	<p>定義づけを整理し、差別化を図って取り組んでほしい。</p>
山科委員	<p>グリーンツーリズムの1つである農村ステイと教育旅行の連携は新しい論点と考えるがどうか。</p>
観光立県推進課長	<p>教育旅行を誘致するにあたり農業体験、農村ステイを活用すべきと考え、今年度、県教育旅行誘致協議会が山形体験学習ガイドブックを改訂した。改訂により最上伝承野菜の収穫体験など、教育旅行のメニューづくりに役立っている。教育現場からは本県の農業体験は生きた学習ができると評価が高いため、速やかにガイドブックを改訂した。</p>
山科委員	<p>農家に宿泊することは旅館業法に抵触しないのか。</p>
観光立県推進課長	<p>農家民泊は旅館業法の簡易宿泊所に該当するが、常時民宿を行うためには旅館業法に基づく許可が必要となる一方、たまに宿泊体験料を徴収する農家民泊を行う場合は、同法の許可は要しない。</p>
山科委員	<p>宿泊施設に求められる防火体制のルールも問題ないか。</p>
観光立県推進課長	<p>指針を策定していれば農家民泊を行うことは可能である。</p>
山科委員	<p>以前、農家民泊に取り組もうとした方がいたが防火に関するルールを満たすことが出来ず諦めてしまった。そのようなことでできるのであれば、もっと広めていくべきではないか。</p>
観光立県推進課長	<p>営利目的ではないことが条件にあるため、そのことを考慮しなければならない。</p>
山科委員	<p>今、観光して温泉地に泊まりながら仕事をするなどのワーケーションが注目されており、農家に宿泊しながら仕事をすることも考えられるがどうか。</p>
観光立県推進課長	<p>ワーケーションを進めるためには仕事に必要なデジタル化と魅力的な観光コンテンツを提供することが求められる。農村体験などのグリーンツーリズムは本県への誘客を図るうえで重要なコンテンツであると認識している。宿泊には旅館業法の規制やW i - F i などの通信環境の整備が課題になるが、本県の農家民泊はワーケーションの選択肢の一つになりえる</p>

発 言 者	発 言 要 旨
山科委員	<p>と考えている。</p> <p>新たに実施する中小企業パワーアップ事業（以下「パワーアップ事業」という。）とこれまで実施してきた中小企業スーパーTOTALサポ事業（以下「TOTALサポ事業」という）との違いは何か。</p>
中小企業振興課長	<p>設備投資を支援する国のものづくり補助金や持続化補助金に申請したが採択に至らなかった事業計画をブラッシュアップした上でTOTALサポ事業に申請してもらうものである。</p> <p>近年、県内の産業支援機関や金融機関の支援により国の補助制度の採択率が東北で1位を維持しているため、今後も安定的に国の採択を得られると見込み、国の補助対象外であるデジタル化の推進や研究開発、販路開拓など、経営の強靱化に向けた取り組みを支援するパワーアップ事業を実施することとした。</p> <p>なお、これまでも販路開拓を支援していたが、首都圏のコンサルではコンサル料が高いことが課題であったため、パワーアップ事業では県内の地域商社による販路開拓支援に変更し、それにより地域商社の強化を図ることも期待している。</p>
山科委員	<p>TOTALサポ事業の成果や課題はどうか。</p>
中小企業振興課長	<p>支援企業の売上額を4年間で100億円増加させることを目的に平成29年度から設備投資や販路開拓を支援してきた。29年度から令和元年度までの3年間の売上増加額が約87億円となり、今年度で目標である100億円を突破する見込みである。</p> <p>また、国の補助制度の採択率向上というもう一つの目標については、TOTALサポ事業の開始前は東北では福島県に次いで2位であったが、1位をキープできる状態になった。</p>
山科委員	<p>今年度はコロナ禍で先が見えない状況であるが、TOTALサポ事業を活用して成功している事業者はどのようなものか。</p>
中小企業振興課長	<p>設備投資では、マシニング加工機を導入して1年間で8億7,000万円の売上増があったほか、IoTに対応した自動ミシンを導入して12億6,000万円の売上増があった。また、販路開拓では、建築資材の海外輸出で3億7,000万円の売上増に結び付いたほか、海産物の加工品を海外マーケットに参入させ3億1,000万円の売上増となった。</p>
山科委員	<p>支援した事業者の中には検証しなければならない事例もあるかと思うので、最初のサポートだけではなく、その後のフォローもしてほしい。</p>
山科委員	<p>今年度のふるさと納税の目標額が14億円であるが、現在の状況はどうか。</p>
商業・県産品振興課長	<p>納税ポータルサイトのみとしていたが、2年度は楽天のふるさと納税サイトなど3つのサイトを加えた4つのサイトで受入れを行うほか、県ホームページ、メルマガ、ツイッターなどを活用して情報発信をしてきた。</p> <p>その成果もあり、2月末時点のふるさと納税額は11億6,000万円となっ</p>

発 言 者	発 言 要 旨
山科委員	<p>た。目標の14億円を達成することは難しい状況にあるが、今後は6月のさくらんぼシーズンに向けて返礼品の充実に取り組んでいく。</p> <p>ふるさと納税を増加させるためには魅力的な返礼品を準備することは重要であるが、市町村との返礼品が重複しないよう住み分けが必要ではないか。また、出羽百観音の精神文化のように1つの商品のイメージ戦略、やまがたファンクラブの活用なども必要と考えるがどうか。</p>
商業・県産品振興課長	<p>引き続き情報発信に取り組むとともに、寄付者にとって魅力ある返礼品を作ることが重要と考える。これまでは、県産米や牛肉、日本酒・ワイン、工芸品などのほか季節の果物を旬にあわせて複数回届ける定期便に注力していた。今後は新型コロナの影響で出来なかった果物狩りの体験や県内温泉地の宿泊券といった本県を味わえる（体験する）返礼品に力を入れていきたい。</p> <p>また、市町村と重複しない返礼品の準備に力を入れているほか、東京のアンテナショップでの人気商品を返礼品としている。アンテナショップでの山形ファンクラブ会員には、毎月配信のメールマガジンやダイレクトメールでPRしている。このほか4月から始まる東北DCと連携した滞在型の返礼品や美酒県山形と連携して県産酒と工芸品を組みあせた返礼品を作っていく。</p>
山科委員	<p>山形ファンクラブの入会方法や特典などはどのようなものか。</p>
商業・県産品振興課長	<p>東京のアンテナショップで入会の受付を行っており、会員にはアンテナショップの飲食・物販を通じた県産品のプレゼントを行うほか、本県の魅力をPRし、本県に来てもらうことに結び付けている。</p>
山科委員	<p>新型コロナの影響で人の流れなどが止まっている今だからこそ、これまでの情報発信だけでなく、山形ファンクラブなどの様々なツールを活用していくべきと考えるがどうか。</p>
商業・県産品振興課長	<p>県産品の販路拡大に向けては、山形のいいものを紹介する専用サイトでPRしていく。アンテナショップでは通年の各種キャンペーンを実施し本県の認知度向上、山形ファンクラブへのダイレクトメッセージやメールマガジンによる情報発信により、アンテナショップの来店者の増加に結び付けたい。</p> <p>ふるさと納税については、魅力ある返礼品を開発するとともに、県外在住で3年連続に寄付した方に山形ファンクラブのポイントを付与し、アンテナショップの来店につなげていく。</p> <p>また、山形ファンクラブを通じて本県を体験（旅行）する返礼品のモニターになっていただき、県産品のPRに取り組んでいく。</p>
山科委員	<p>モニターになって来県してもらうというのは令和3年度の事業なのか。</p>
商業・県産品振興課長	<p>令和3年度は、本県に滞在し、県産品を知ってもらう事業を実施したいと考えている。</p>