

## 令和6年度 知事と在阪有識者との県政懇談会 主な意見内容

- ◆日 時：令和6年11月12日(火) 9：30～11：00
- ◆会 場：ホテルグランヴィア大阪
- ◆テーマ：関西圏における山形県の認知度向上及び交流人口の拡大について

伊藤 桂 氏 (株)高島屋MD本部 MD政策グループ 関西エリア長)

- 他県の企業を訪問した際、非常に良い取組み事例がありましたので、ご紹介するとともに、2点ご提案をしたい。1点目が、企業同士のコラボレーションについて。例えばA社の技術力と、B社のデザイン力、C社の情報発信力といったそれぞれの企業の強みをコラボすることで、新しい商材開発やイベント、情報発信に繋がる事例があり、多くの企業とこのようなコラボができればと思う。また、企業のショールームや入口受付等で、自社製品だけでなく、他企業の商品や取組み事例を紹介している企業があり、県を挙げてのコラボレーションをしていたので、企業による自助努力に加えて、山形県でもこのような取組みに支援をしてはどうか。
- 2点目は、企業の環境整備について。活気のある企業は、若い方の取入れを非常に熱心に行っており、この企業で働いてみたいとの憧れを抱くようにするため、環境整備に取り組んでいる。他県の企業では、県内の建築家の卵のような方とコラボして社屋を新しくすることや、社員食堂の整備、食堂メニューの開発、福利厚生面でも完全週休2日に加えて、月1日は積極的に有給を取得できるような取組みや、勉強に励みたい方への副業の推奨、その勉強に対してのサポートなどに取り組んでいた。これらの取組みについては企業が企画していたが、そこに行政の補助やサポートがあると聞いたので、山形県でもそのような取組みに支援してはどうか。

小川 理子 氏 (パナソニックホールディングス(株)参与 関西渉外・万博推進担当(兼)テクニクスブランド事業担当)

- 私からは大きく三つ申し上げたい。一つ目は「食」について。今年、大阪に「KITTE 大阪」がオープンしたが、日本各地のアンテナショップが集結するフロアに山形の出店がなかったことが残念に感じる。また、昨日、大阪・関西万博の機運醸成で各国の領事が集まるパーティーがあり、インバウンドの多い中国の方々に行きたい都市を聞いたところ、「東京・大阪」との返答であった。理由を聞いたところ、「食」に興味があるからとのことで、「食」となると山形にも世界へのチャンスはあると思う。2025年は万博の年であり、多くの方々が大阪・関西を訪問するので、この機会を利用して、山形をアピールする施策をしてはどうか。それからお酒について、日本の「伝統的酒造り」がユネスコの無形文化遺産に登録される見通しだが、お酒

と言えば山形が日本一なので、ブランドイメージの出し方を工夫したPRを行ってはどうか。

- 二つ目は山と自然について。最近、健康志向によりライフスタイルで登山される方が増えている。昨年はモンベルの辰野会長が私の隣に座っていらっしやって「やっぱり山形の山が素晴らしい」とおっしゃっていた。最近、YouTube を見ていると、一般の方が山の楽しさ、山歩きの楽しさを発信していて、結構面白い。身近な山好きの人や、大学の登山部、名前は知られていないが山を愛する、あるいは山形の山を愛する、そういう人たちを抜擢してYouTube で発信してはどうか。また、登山には温泉が付きものなので、セットで発信してはどうか。
- 昨日、ネイチャーポジティブのテーマで、関西経済界の対談をさせていただいた。ネイチャーポジティブについては、今、企業や政府が本気になって取り組もうとしている課題であり、サーキュラーエコノミーも気候変動も、ネイチャーポジティブで統合的に語られることが世界の潮流となっている。また、その中で、里山イニシアティブもかなり前から取り組まれており、山形県はこのネイチャーポジティブ、里山イニシアティブという今のこの世界の潮流にどんどんはまっていると思う。「食」にしても全てが繋がっていて、全てがネイチャーポジティブにつながっていると思うので、山形県がネイチャーポジティブのリーディング県になっていただきたいと思う。
- 三つ目は、スタートアップ企業について。山形にも地域発の多くの産業があり、その埋もれたものに光を当ててはどうか。世界においても、ノンブランドでも本当にいいものを求める人たちが増えている。山形テルサホールの隣の物品館で、本日に着けているこちらを購入したが、リネンで非常に軽く、色も肌触りも良く、1年を通して使えるストールだが、スタートアップ企業がこの商品を手掛けている。本当に魅力ある商品が揃っていて、こういうものが例えば銀座にあれば非常に売れるんじゃないかなと思う。もちろん大阪の真ん中でも。このような商品が銀座にあればすごく話題になると思うので、メイドイン山形をもっと発信してはどうか。
- 最後に、この県政懇談会では非常に多くの良い意見が出されており、多くの気づきがある。そのフィードバックを、例えば去年出された意見に対し、どのように施策が検討され、実行されているのか、そのようなフィードバックもいただければ、この県政懇談会が非常に建設的に前進していくのではないかなと思う。

澤村 美幸 氏（和歌山大学 教育学部 日本語学 准教授）

- 私の専門が方言学ですので、方言学の立場からお話をさせていただきたい。

<動画視聴>

御覧いただいたのは、宮崎県小林市の移住促進PR動画。この小林市の動画はフランス人と見える男性がフランス語で話していたと見せかけて、実は話していたのは地元の方言である西諸弁（にしもろべん）であったということがオチ。この動画の面白い点は、字幕がついており、一見日本語だと思えない作りになっているが、最後に「これ日本語だったの!？」と思わせる仕組みができているところ。もちろ

ん、仕掛けだけでなく小林市の自然や星の美しさ、霧島山系の非常に美しい豊富な水など良いところを非常によくPRしている動画だと思う。この動画は9年前に公開され、333万回再生されている。小林市の人口は約4万1000人で、山形市と比べて小規模な市だが、このような動画を作成することにより、世間に小林市を認知させ、小林市の魅力を知ってもらうことができる。当時、話題となり多くの新聞に小林市の動画が取り上げられたが、予算がたったの200万円で作られたとのこと。山形県でもこのような動画を作成し、SNS等を活用することでPRをさらに進めることができるのではないか。

### 笑福亭 笑助 氏（上方落語協会、吉本興業所属）

- 私は、吉本興業の「あなたの街に住みますプロジェクト」の企画をきっかけに、2014年から2018年の秋までの4年半、山形県に住んでおり、そこから大阪に戻ってきた。
- 山形では、カモシカと新幹線がぶつかって停車する事故が度々発生する。カモシカは鉄分を補給するために線路をなめるというのを聞いたことがあるが、カモシカは視力が良くないそうで、線路をなめているときに逃げ遅れて新幹線に当たってしまう事故が発生するようである。そのため、カモシカを集めて、レーシック手術をするというのはどうか。私はこういうことは本気で思っていないが、事前打ち合わせの際に県職員の方がぜひ知事におっしゃってくださいというので。それは冗談ですわね、さすがにね、私はカモシカ好きなんですよ。
- カモシカは「鹿」って言うけど、「牛」なんです。鹿ではないんです。山形の古い年配の方に聞くと、「昔は食べていた」と。「とても美味しかったということだけ聞いている」とのこと。しかしながら「カモシカが国の天然記念物となったことで、もう食べることができなくなった」と年配の方はおっしゃっておられました。そのため、調査捕鯨ではないが、例えば事故死したカモシカを食べられるようにしてはどうか。「山形県はカモシカが食べられる県」としてアピールすると、もしかするとジビエファンが全国から山形県に来たり、何かしら新しい突破口になるのではと思ったところ。私が「カモシカを食べてみたい」という興味もあります。
- やまがた特命観光・つや姫大使に就任しており、つや姫大使がどのくらいいるのかわからないが、吉本興業の「住みます芸人」は47都道府県に現に住んでおり、地域密着で47都道府県から吉本興業のお笑い活動を行っている。つや姫大使も47都道府県に散りばめてみて、それぞれの地域から情報を発信してはどうか。
- 最後に、山形の四季はそれぞれに魅力があると県民も言うっており、様々な方向から耳にする。私もそう思った。さくらんぼの時期だけ山形県に旅行するという考え方を考えてもらうために、「リピート割」もしくは「リピーター割」のような事業を行ってはどうか。1年以内に再び山形県に旅行するとメリットがあるというもの。これをきっかけとして、別の山形の四季、季節の山形を楽しんでいただいてはどうか。

## 富本 一幸 氏（株）トラベルニュース社 編集長）

- 先ほど皆様のお手元にうちの新聞の特集「わかやま 12 湯新聞」をお配りした。知事の御挨拶でもありましたが、山形県は全国で唯一、県内全市町村に温泉がある。また、関西・中京圏における山形県の主要な観光地の認知度において、蔵王温泉が 1 位となっている。関西では和歌山が一番源泉の多い県であり、1 つは「温泉」によるつながりがあること。もう一つは、和歌山県には世界遺産の熊野三山があるが、山形にも出羽三山があり、県名にも「山」がついている。「山」によるつながりもあることから温泉を突破口として関西での認知度を広めるための「何かヒントになる切り口があれば」と思い、紹介させていただいた。
- 「わかやま 12 湯推進協議会」は、コロナ真っ只中の 2020 年に発足した民間主体の会で、和歌山県の旅館組合の皆さんと、和歌山県旅行業協会、和歌山県バス協会の 3 社が中心になり、地元を盛り上げようでないか、ということで立ち上がった会。紀伊半島は山と海が近く、和歌山県ではこれまで、綺麗な川の水やサイクリング等を PR してきており、温泉をあまり PR してこなかった。ここに来て、推進協議会の皆さんが県に働きかけたこともあり、県もプロモーションに力を入れるようになった。中心になって動いているメンバーは皆さん女性。旅館に従事している女性で、その皆さんを総称して、「和歌女将」と名乗っている。毎年この推進協議会が年に 1 回「わかやま 12 湯サミット」を開催しており、今年はサミット宣言を行い、これからは「よみがえりの温泉郷」としてアピールを強化していくことを決めた。熊野山道や熊野の昔からの信仰、熊野詣の信仰など、信仰がベースになっている。このサミットの時も熊野本宮大社の宮司が「熊野詣と温泉は常にセットで、詣でる前後に必ず温泉で体を清めたり疲れをいやす、熊野詣と温泉っていうのがものすごく親和性が高いんだよ」とおっしゃっておられた。山形県には、まさに全市町村に温泉がある。本日の資料には、「温泉王国」とあるが、和歌山県は「温泉の聖地」などと言っており、関西で知名度がある大分県は「温泉県」と言っている。単に「温泉王国」、「温泉の聖地」、「温泉県」と表現するのはもったいないと感じており、特に山形県の場合は、「よみがえりの温泉郷」のような、出羽三山があり、美味しいものがあるので、食や信仰などと温泉を掛け合わせて、山形の温泉の唯一無二の個性を発信してはどうか。

## 舟山 幸子 氏（関西コレクションエンターテイメント所属）

- 今年の 7 月 24 日から 30 日まで、「なんばマルイ」において、個人で山形県物産展を開催したところ、多くの方々から反応をいただいた。1 週間だけではなく、もっとそのような催事をしていただきたいの声をたくさん頂いた。今回は個人的に活動させていただいたが、もっと全面的に関西方面において山形県を知ってもらう活動を増やしていきたいと考えている。今年の 2 月に山形特命観光・つや姫大使を拝命したので、お米のこともどんどんアピールしていきたい。現在、芸能活動、モデル活動において認知度が上がってきているので、これを機に様々な場所で PR を展開していきたい。
- 集客についてはいろいろとお話があったが、私からは 2 点申し上げたい。一つ目

はSNSについて。外国人観光客は外国語に翻訳されたSNSを見て、山形県の蔵王をはじめ、観光名所を訪問する。今はSNSの時代であり、その風とうまく乗れないと、どんどん流されていくと考えている。

- 2つ目はコラボレーションについて。現在、芸能活動をしていくうえで、大阪男塾（2025年1月よりサンズに改名）さんという芸人さんととても仲良くさせていただいており、一緒に何か発信していこうとお伝えしている状況。自分1人だと、どうしてもモデルや芸能という括りだけになってしまうが、そこにプラスお笑いが入ると、もっと面白く発信ができる強みになる。そういったコラボレーションもとても大事だと感じている。SNSでの発信やコラボレーションに力を入れてはどうか。

#### 前田 恒倫 氏（日本航空㈱西日本支社 事業部 ソリューション営業企画グループグループ長）

- 本日は、SAFの取組みのところで提案したい。最近、テレビ等で「SAF」という言葉がキーとして出てくるが、「Sustainable aviation fuel」ということで、持続可能な航空燃料という位置付けとされている。この航空機がジェット燃料を使う際に排出されるCO2をどうやって減らしていくか、そのことによってどのようにサステナブルな将来を作るかに航空業界も取り組んでいる。将来の話であるが2050年に排出されるCO2を実質ゼロにしたいと考えており、その途中経過として、2030年を目安に、ジェット燃料の全使用量の10%にSAFを取り入れることを一つの目標にして取り組んでいる。学校の25mプールに換算すると、日本航空が年間に使用するジェット燃料は約16,000杯にもなる。それ以外にも、燃費の良いエンジンを積んだ航空機に変えていく、あるいは航路を変更して効率よく飛行する等の取組みを同時に進めている。このSAFの原料として取り上げられているのが、家庭で出る廃食油、いわゆる天ぷら油。これを集めて、SAFに作りかえる取組みを日本航空では始めており、今年6月から横浜市で始めたのを皮切りに、伊丹空港のある豊中市でもSAF用の廃食油を集める活動を始めている。NHKから取材いただいた2分くらいの映像を御覧いただきたい。

<インタビュー映像を放映>

- このSAFの取組みのところで、山形県との交流人口を増やしていくことを三つ考えているので申し上げたい。一つ目は、学びの機会の提供について。現在、大阪の堺市において国産SAFの製造工場をコスモ石油が建設しており、来年の大阪・関西万博の頃には給油できるような体制をとっている。万博を契機に、あるいは大阪で製造したSAFを給油する体制を学んでもらう機会として、山形の方に大阪を訪ねてもらいたいと思っており、現在、ツアー等も検討しているところ。
- 二つ目は、山形県でのSAF供給の取組みについて。尾花沢市と大石田町において廃食油の回収活動を行っている。現在、どんな状況になっているのか情報交換等させていただいて、連携していきたい。
- 三つ目は、SAFの原料について。先ほど廃食油で作ると申し上げたが、事業用の廃食油はもう既に集めて再利用されている状況であり、家庭用の廃食油だけで、

世界的に取り組んでいるSAFの利用を賄えることはできないため、次のSAFの原料を探す必要がある。そのため、可能性として、間伐材を原料にすることを考えて取り組んでいる。山形県は約7割が森林ということもあり、その間伐材利用を通じた交流も考えられる。このSAFを活用した取組みにおいて、山形 - 大阪間の交流人口も伸ばしていきたいと考えている。

#### 矢島 里佳 氏（株和える 代表取締役）

- 「和える」は日本の伝統を次世代に繋ぎたいという思いから13年前に私が大学時代に創業した。東京と京都を拠点に活動している。今回、関西圏でどのようにしてより山形県のことを知ってもらおうか、事前に考えてきた。一番の課題は、心理的距離だと感じる。山形へ行くと話すと、関西の方から「すごく遠いところに行くんだね」とよく言われる。この心理的距離を縮めるために、今まで弊社で実施してきた教育事業の事例が関西圏で山形県への親近感を醸成するための方策と繋がる可能性があると思い、ご紹介させていただきたい。
- 「和える」では、“aeru school”という教育事業を行っている。地域文化や伝統を用いた教育プログラムを開発・実施することが可能。これまでに、様々な企業や自治体と協業し、地域産物の魅力を伝えるワークショップ型の教育・研修事業を実施してきた。教育事業を通じて山形への親近感を醸成し、「山形を知らない」を「知っている」に変え、関西圏と山形県の心理的距離を縮める効果が期待できる。
- 過去、米沢市と開催した実績もある。米沢市に住んでいても、米沢織を知らない、見たことがない、触れたこともないという親子が非常に多いことが、米沢市の課題としてあった。そのため、米沢織を用いて、未就園児の親子向けに「つやつや」「ザラザラ」などオノマトペを用いた教育を行い興味関心を引き出した。また会場には、米沢織を用いたデザイナーズブランドの洋服等を展示し、親御さんたちの米沢織＝袴というイメージを、ガラッと変えることもできた。他にも企業研修にて、伝統的産業の技術や素材を用いることで、地域の伝統に興味を持っていただくような取組みも行っている。
- 題材は何でも対応可能なので、さくらんぼ、ラ・フランス、米沢織等、関西圏に売り込みたい産物を決め、それを企業研修や親子向け教育プログラムにして関西圏で実施。実施時期については、1. 夏休み前に開催し、ふるさと納税で旅行に来ていただく。2. ふるさと納税の最盛期少し前の10月頃に開催し、その場でファンになっていただき、講座で取り扱った産物をふるさと納税で購入していただく、などの導線を引くこともできる。山形の魅力を学びを通じて深く知ることによって、心理的距離を縮めることにつながるのではないかと思う。「子供が行きたい」というと親は連れていこうと思いがやすいので、子供たちが親の心理的バリアを取ってくれる、山形応援団の仲間になってもらえるようなプログラムを一緒に提供していくというアプローチを行ってはどうか。

以上