

県民所得向上対策調査特別委員会報告書

県民所得向上対策調査特別委員会の調査・検討結果について報告する。

1 調査概要

(1) 調査の実施経緯及び目的

本委員会は、県民所得向上に関する本県の課題と対応施策を調査・検討するため、令和6年12月11日に設置された。調査事項は、①輸出拡大に向けた生産及び流通体系に関する諸課題について、②県内外の観光業に関する諸課題についての2点である。執行部事業概要説明、参考人招致及び県内外の現地調査により、現状の把握と課題整理を行った。

(2) 執行部事業概要説明

ア 食品輸出において、ロットの確保、品質の保持及び流通コストの低減が大きな課題となっている。

イ 本県は、宮城県食品輸出促進協議会やジェトロ等と連携したスタートアップ支援や「国際ビジネス推進コーディネーター」による個別相談対応を通じて、輸出に取り組む事業者の増加と利益拡大を図っている。

ウ 販路拡大のため、マーケットイン型の商品開発支援、海外ニーズ調査、海外バイヤーの招へい、海外ビジネスマッチング等を実施している。

エ 持続的なバリューチェーンモデルの構築に向けて、複数の食品製造事業者や流通事業者、海外の現地販売者による連携体制の構築支援を推進している。

オ 株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス（以下「株式会社P P I H」という。）と連携協定を締結し、同社の海外販売網を活用した輸出品目と輸出量の拡大に取り組んでいる。

カ 仙台空港の貨物取扱量は、平成12年度の約24,000トンをピークに減少し、令和5年度の実績は約1,200ト

ンとなっている。東日本大震災以降、成田空港や関西国際空港などへの航空貨物の集中及び仙台空港へ就航する航空機材の小型化による貨物搭載スペース不足が主な要因となっており、貨物搭載スペースの確保や就航路線の更なる拡大が課題である。

キ 東北唯一の国際拠点港湾である仙台塩釜港は、中国及び韓国と直接結ばれる国際コンテナ定期航路が週 6 便、京浜港を経由する国際コンテナフィーダー定期航路が週 9 便運航しており、世界各国の港と結ばれている。コンテナ貨物取扱量は令和元年の29万ティーイーユーをピークに減少したが、昨年の速報値では23万9000ティーイーユーとなり減少に歯止めがかかった。しかし、輸出よりも輸入が多い「輸入超過」であり、東北 6 県からの輸出貨物の集積及び拡大が課題である。

ク 農産物の輸出では、タイ向けにいちごの選果及びこん包施設の認定が進み、さつまいもの輸出には腐敗防止処理（キュアリング）が必要とされている。本県の「はたけまるごと活用産地形成事業」等により施設整備の支援が可能である。

ケ 水産物及び水産加工品の輸出には、輸出先国が求めるH A C C P等の基準や条件に対応した施設整備が求められており、国事業や県事業を通じて事業者への支援が行われている。

コ 米は「ひとめぼれ」等を中心とした銘柄米が輸出され、品質は一定の評価を得ているものの、国内他産地との産地間競争や激しい価格競争に直面しており、差別化が課題である。近年、海外ではパックご飯の人気と需要が高まっている。

サ 牛肉（仙台牛）は、マカオ、タイ及びベトナム向けには県内に認定食肉処理施設があるものの、需要の高い国及び地域向けの認定は未取得であり、知名度も低い状況にある。

シ 県産木材は、国内マーケットの縮小に伴い、輸出による販路拡大が推進されている。

ス インバウンド誘客と消費拡大に向けては、滞在日数の増加を図るため、自然、歴史、文化等の地域資源を

生かした体験コンテンツやナイトタイムコンテンツの充実が求められている。令和5年度には観光庁の補助事業を活用し、栗原圏域で「栗駒山」や「雪」を活用した観光コンテンツ造成及び旅行商品の販売を実施した。

(3) 参考人意見聴取

ア ブルーファーム株式会社 代表取締役 早坂 正年氏

(ア) 海外市場における日本酒の売上げの9割がレストランで消費されており、ブランドよりも味重視の傾向にあるため、ソムリエの教育と評価が販路拡大の鍵となる。

(イ) 日本酒と料理のペアリングを分かりやすくするため、成分分析に基づき白ワイン系を1番、味が濃厚なものを2番、肉に合うものを3番と分類するガイドラインを提示した結果、本県の日本酒は3年間で84軒のレストランに採用された。

(ウ) 和牛の輸出においては、「食材訴求から食文化訴求へ」の転換が重要であり、和牛のカット技術指導を組み込んだツアーの開催や、仙台牛の欧州向けのイベント、パンフレット、ウェブサイト、高品質なステーキナイフのノベルティなどを活用したブランディングを提案している。

(エ) 欧州市場では日本食文化（居酒屋、みそ汁など）を伝えるプロモーションが必要であり、東北全体の連携による「いいところ取り」のツアー造成が成功につながる。

(オ) 日本産アルコール全般（ウイスキー、国産ワイン等）の輸出強化も、現在の日本食ブームを追い風に推進すべきである。

イ 一般社団法人東北観光推進機構 理事長 紺野 純一氏

(ア) コロナ後の観光環境は、人口減少、急激なデジタル化、団体旅行から個人型旅行への移行、人手不足、円安など大きく変化しており、東北は特に人口減少が激しいエリアである。

- (イ) 航空路線の誘致及び維持は喫緊の課題であり、5年、10年先を見据えた骨太な戦略が必要である。
- (ウ) 日本政府観光局（J N T O）の理事長が東北地方の出身であり、通常年2～3回の招請事業が今年度は東北に10回誘致するなど、追い風となっている。
- (エ) 観光地域づくり法人（DMO）を観光に特化した専門組織として育成し、継続的な観光振興を図ることが重要である。
- (オ) 特にグリーンシーズンのP R強化は、航空路線の維持のためにも極めて重要であり、台湾や香港などのアジア市場へ積極的に働きかけるべきである。
- (カ) ニューヨーク・タイムズへの盛岡の掲載事例が示すように、パブリックな媒体を活用したP Rの手法は、欧州などこれまで来訪の少なかった地域からの誘客に大きな効果をもたらす可能性を秘めている。

(4) 県内調査

ア 株式会社佐浦（塩竈市）

- (ア) フランスへの日本酒の輸出は、ソムリエコンテスト「K u r a M a s t e r」の開催やフランスソムリエ協会との連携強化により、近年関心が高まっており、増加傾向にある。
- (イ) 地理的表示（G I）の取得を目指しており、本県の地域性や風土及び文化を背景にしたP Rを強化することで、輸出を促進したいと考えている。
- (ウ) 株式会社P P I Hと連携協定を結び、ハワイの店舗で宮城県産酒を販売した実績がある。
- (エ) 香港市場では日本酒よりも、サワー系が好まれる傾向がある。
- (オ) 海外との連携における課題として、国ごとの食品輸出規制や流通の制約に対応する必要がある。

イ J Aみやぎ登米（登米市）

- (ア) 平成15年から環境保全米づくり運動を開始し、全組合員へ環境保全型農業への転換を提案。農業改良

普及センターや全農みやぎ及び登米市と連携することで、環境保全米ネットワークを形成している。

(イ) 平成25年から香港への米輸出を開始し、令和5年には農林水産省からフラッグシップの輸出産地に認定された。

(ウ) 輸出用米の生産量は計画的に増加させてきたが、現在の国内米市場の価格変動と輸出用米の価格差が大きく、農家が輸出用米に転換しづらい状況に直面している。

(エ) 生産者からは、生産費を賄える所得の確保や、次世代の担い手育成につながるような収益性の確保が求められている。

ウ 株式会社ヤマコ佐藤（登米市）

(ア) 山林の持続的な循環を重視し、若い木ほどCO₂吸収率が高いことから、伐採と植林を繰り返し、林業の持続性とCO₂削減に貢献する取組を行っている。

(イ) 原木の形状を瞬時に計測し、木材の切り出しが可能なシステムを備えた高速・高精度の無人製材設備を導入し、ツーバイ材等の生産を効率化しており、近年需要が増加している。

(ウ) 北米への輸出事業にも取り組んでいるが、日本の木材は建物の構造材としての利用はいまだ認められておらず、フェンス材やデッキ材、門柱など外構材に使われることが多い。

(エ) 日本の水は良質で豊富だが、山林が水を浄化する役割を担っていることへの理解を深めることが重要である。

エ 鳴子温泉郷観光協会（大崎市）

(ア) 鳴子温泉郷は5つの温泉地からなり、大崎市と連携し、観光地の高付加価値化に取り組んでいる。

(イ) 外国人観光客の誘客は回復途上にあるが、外国人には「ゆっくりできること」が価値として評価されている。

- (ウ) 国民保養温泉地である鳴子の温泉を、現代のニーズに合わせた「心と体を再生する場所」として活用すべきである。温泉地を温泉プラスアルファ（健康、学び、体験など）で魅力を高めることを検討している。
- (エ) 泉質の多様性が最大の魅力である一方、源泉管理が課題であり、入湯税の減少に伴い、維持管理費の確保が困難となっている。
- (オ) DMOの設立を検討しており、組織化による情報伝達や事業推進の円滑化を期待している。
- (カ) 鬼首温泉では雪が多く、台湾からのスキー客の誘致に積極的。健康志向や薬草への興味を持つ台湾客に対し、滞在型観光を促進するメニュー開発や施設整備が重要である。

オ 株式会社タカシヨク（栗原市）

- (ア) 過去には、新規需要米の助成金や市町村の交付金により、生産者が輸出用米を生産する大きなきっかけとなった。
- (イ) 販路開拓のため、海外の現地商談会やビジネスツアーへの参加、国際認証（F S S C 22000、有機 J A S 等）の取得推進、海外トラブル対応保険の拡充など、多角的な取り組みを行っている。
- (ウ) 同社の戦略は「意地でも自力でやる」であり、商社頼みではなく、自力でアポイントメントから契約まで行うことを徹底している。
- (エ) 国内米価の高騰により、輸出用米の価格競争力が低下し、生産者の確保が困難となっている。このため、抜本的な輸出用米制度の見直しと、生産コストを抑えた米作りの模索が必要であると指摘している。
- (オ) 仙台港は使用料が高いなどの問題があり、横浜港を利用しているのが現状である。

(5) 県外調査

ア 京都府

- (ア) 京都府の「食の世界便」プロジェクトは、京都ならではの伝統的な和の食品を海外に紹介し、特に抹茶は海外で高い需要がある。
- (イ) 海外市場では、初めて日本食を体験する人も多いため、シンプルに日本の魅力を伝えることが重要である。
- (ウ) SNS発信やターゲット国に合わせた情報発信方法に関する勉強会を実施し、企業への支援を行っている。
- (エ) 観光客の「オーバーツーリズム」が課題だが、外国人観光客は精神文化や神社など、本質的な文化体験を求めている。

イ ジェトロ名古屋（愛知県名古屋市）

- (ア) ジェトロ名古屋は伴走型支援、展示会、オンラインカタログ「ジャパNSTリート」、相談会などを通じて企業の海外展開を支援している。
- (イ) 「ジャパNSTリート」は無料で登録可能な英文オンラインカタログで、世界中の5,700人以上の海外バイヤーと9,800社以上の日本企業が登録。バイヤーからの問い合わせがあれば、ジェトロが企業との商談をアレンジし、通訳も無料で手配する。
- (ウ) 日本酒の輸出には「ジャパNSTリート」への登録が、和牛の輸出には食品専門家プロモーター事業の活用が推奨されている。
- (エ) 愛知県とは食品分野よりも外国企業誘致やスタートアップ支援で密接に連携しており、特に製造業の誘致やスタートアップ企業向けインキュベーション施設「ステーションA I」での異業種交流を促している。

ウ 岐阜県

- (ア) 岐阜県は「量より質」を重視したプレミアムブランドの確立を目指し、飛騨牛、柿及び鮎をリーディング品目として集中的にPRしている。
- (イ) 飛騨牛は、JAひだミートでの食肉処理、加工及び販売の一元化体制が強みであり、国際規格（ISO22000及びFSSC22000）を取得し、19か国の地域へ輸出可能となっている。
- (ウ) 鮎の輸出では、県の水産試験場が市場ニーズの高い子持ち鮎を産ませる技術を開発し、輸出拡大に貢献している。
- (エ) 輸出戦略はターゲット国の状況に応じて3つのステージ（トップセールス、ターゲットを絞ったプロモーション及び民間主体への移行）で展開している。
- (オ) 他県との連携を強化しており、全国知事会の農林水産物輸出プロジェクトチームと連携して国際食品見本市に出展したり、富山県とは共同でフード台北に出展し、互いの食材を組み合わせたメニュー提案を行うなどしている。
- (カ) 今後、人口減少による国内市場の縮小を見据え、多様な食材の輸出に取り組むとともに、地元根差した多品目輸出対応の専門商社の育成を計画している。

エ 愛知県名古屋市

- (ア) 名古屋市は、広域連携を重視し、名古屋市単独ではなく、岐阜県や長野県等の周辺観光地と連携することで滞在時間や宿泊数を増やし、名古屋市をハブとした周遊を促進する方針である。
- (イ) プロモーション活動として、旅行会社へのセールス、ファムトリップ（旅行会社やメディア招へい）、海外の旅行博や現地イベントへの出展、SNSを活用した情報発信などを実施している。
- (ウ) ターゲット市場は台湾、韓国、タイ、アメリカ及びオーストラリアであり、特にアジアからの空路と欧米からの新幹線利用客を重視している。

(エ) 宿泊客数はコロナ前の水準には戻っておらず、国内客の回復も遅れている現状がある。

(オ) 外国人観光客に人気の場所は、名古屋城、大須商店街でのショッピング、名古屋飯、有松絞りの体験などの伝統工芸、東山動物園、名古屋港水族館、レゴランドなどである。

(カ) 宿泊税の導入は現在検討されていないが、DMOの登録を推進し、観光地域づくりの中心を担う組織として育成していく方針である。

2 提言

本委員会は、県内外における現地調査活動や参考人意見聴取等を通じ、県民所得向上の実現に向け、次のとおり提言する。

(1) 輸出拡大に向けた生産及び流通体系に関する諸課題について

ア J Aみやぎ登米や株式会社タカショクの事例から、国内米価の高騰が輸出用米の生産及び確保を困難にする課題が顕在化している。この課題を解決するため、国内米価の変動に左右されない、持続可能な輸出用米の生産及び供給体制を確立するため、国に対して財政支援の拡充を求めること。

イ 岐阜県の鮎の輸出事例において、県の水産試験場による市場ニーズの高い品目（子持ち鮎）の生産技術開発が輸出拡大に貢献している。これを参考に、本県の水産試験場や研究機関と連携し、海外市場で特に需要の高い県産品の生産技術開発を促進し、輸出産地の形成を後押しすること。

ウ ブルーファーム株式会社の提言を参考に「食材訴求から食文化訴求へ」の転換は、多様な日本産品の輸出促進に効果的である。このため、県産品の輸出拡大に向け、県産日本酒と料理のペアリングガイドラインの策定支援を推進すること。

また、海外の飲食店オーナーや料理人を本県へ招へいし、日本の食文化及び食材の豊かさを体験してもらうなど、本県の魅力をアピールするきっかけや海外との繋がりを作ること。

エ 株式会社タカシヨクが国際認証を取得し、岐阜県の J A 飛騨ミートが食肉処理施設を国際認証対応で一元化している取組は、県産品の国際競争力強化の好事例であるため、本県においても当該事例を参考に、食品安全に関する国際認証（F S S C 22000等）の取得支援を強化するとともに、J A 飛騨ミートのような食肉処理施設の一元化と欧米輸出に対応できる体制構築を検討すること。

オ ジェトロ名古屋は「ジャパンストリート」や伴走型支援を通じて、中小企業の海外展開を強力に支援している。中堅・中小企業の海外展開を促進するため、当該事例を参考に、中小企業に対して、ジェトロの「ジャパンストリート」への登録を奨励し、伴走型支援や各種ポータルサイトの活用を積極的に促すこと。

カ 株式会社佐浦が G I 取得を目指し、地域ブランド強化を図ろうとしていることは、県産品の価値向上に直結する取組であることから、地域ブランド力を高めるための広域的なプロモーションを強化すること。

また、仙台牛は、本県の魅力向上に欠かせない県産品の 1 つであり、海外への輸出に重点的に取り組んでいくべき畜産物であるため、地理的表示（G I）の取得を支援すること。

キ 本県では株式会社 P P I H と連携協定を締結している。この連携協定を最大限に活用し、現地の小売店や飲食店と協力した共同プロモーションを展開することで、県産品の海外販路と輸出量の拡大を加速すること。

（２）県内外の観光業に関する諸課題について

ア 鳴子温泉郷では国内観光客の回復が遅れており、源泉の維持管理費の確保が課題となっている一方で、外国人観光客には「ゆっくりできること」が価値として評価されている。このため、鳴子温泉郷における「国民保養温泉地」としての価値を再認識し、現代のニーズに合わせた「心と体を再生する場所」としてのブランド確立を支援するとともに、県内各観光地における特性を生かした観光振興を支援すること。

イ 一般社団法人東北観光推進機構が提言するように、グリーンシーズンの P R が航空路線の維持に重要であ

る。また、名古屋市は広域連携を重視したプロモーションを行っている。当該事例を参考に、国内客の回復が遅れる中、外国人観光客の誘致を強化するため、特にグリーンシーズンに焦点を当てた多言語での魅力発信を強化すること。

ウ 鳴子温泉郷観光協会ではDMO設立を検討中である。DMOは観光庁の補助金も得やすい組織であることから、鳴子温泉郷においてDMOを早期に設立できるよう、観光庁の補助金活用や、地域の温泉事業者や関係団体が一体となった持続的な観光地域づくりを推進すること。

また、鳴子温泉郷以外においても、県内の観光地においてDMOの設立が検討される場合は、DMO設立体制の整備に向け、関係団体への積極的な支援を行うこと。

以上、これらの提言が今後の関係施策に十分反映されることを期待して、報告とする。

令和7年11月26日

宮城県議会県民所得向上対策調査特別委員長 伏 谷 修 一

宮城県議会議長 高 橋 伸 二 殿

(参考) 活動概要

1 執行部事業概要説明

日 時 令和7年2月4日（火曜日） 午前9時から午前11時52分まで

対応者 経済商工観光部副部長 千坂 守

観光戦略課長 川部 裕

部参事兼国際ビジネス推進室長 鈴木 清英

農政部園芸推進課長 北奥 真一

水産林政部林業振興課長 大類 清和

土木部港湾振興担当課長 安部 研一

空港振興担当課長 櫻井 禎

2 参考人意見聴取

(1) ブルーファーム株式会社 代表取締役 早坂 正年氏

日 時 令和7年4月15日(火曜日) 午前10時から午前11時37分まで

内 容 イタリアでの日本酒・和牛の広がりと今後の欧州での可能性について

(2) 一般社団法人東北観光推進機構 理事長 紺野 純一氏

日 時 令和7年4月15日(火曜日) 午後1時31分から午後3時9分まで

内 容 東北観光の現状と今後について ～インバウンド需要拡大と広域観光の展開～

3 県内調査

(1) 株式会社佐浦(塩竈市)

日 時 令和7年5月12日(月曜日) 午前10時30分から午前11時30分まで

対応者 代表取締役社長 佐浦 弘一氏ほか

内 容 日本酒の輸出について

(2) J Aみやぎ登米(登米市)

日 時 令和7年5月12日(月曜日) 午後1時15分から午後2時15分まで

対応者 代表理事専務 佐々木 修氏ほか

内 容 米の輸出について

(3) 株式会社ヤマコ佐藤（登米市）

日 時 令和7年5月12日（月曜日） 午後2時45分から午後3時45分まで

対応者 代表取締役 佐藤 裕康氏ほか

内 容 県産木材の輸出について

(4) 鳴子温泉郷観光協会（大崎市）

日 時 令和7年5月13日（火曜日） 午前9時30分から午前11時まで

対応者 会長 高橋 宣安氏ほか

大崎市 産業経済部 観光交流課 参事兼課長 中鉢 豊氏ほか

内 容 インバウンド対策及び誘客について

(5) 株式会社タカショク（栗原市）

日 時 令和7年5月13日（火曜日） 午後1時15分から午後2時45分まで

対応者 代表取締役 佐藤 貴之氏ほか

内 容 米の輸出について

4 県外調査

(1) 京都府

日 時 令和7年6月2日（月曜日） 午後2時45分から午後4時15分まで

対応者 商工労働観光部 産業振興課 課長 安達 雅浩氏ほか

内 容 京都「食の世界便」プロジェクトについて

(2) ジェトロ名古屋（愛知県名古屋市）

日 時 令和7年6月3日（火曜日） 午前11時から午後12時30分まで

対応者 中部・北陸地域本部 本部長 名古屋貿易情報センター 所長 平野 修一氏ほか

内 容 企業に対する輸出支援について

(3) 岐阜県

日 時 令和7年6月3日（火曜日） 午後2時30分から午後4時まで

対応者 商工労働部 県産品流通支援課 海外展開係 課長補佐兼係長 田中 靖浩氏ほか

内 容 販路開拓支援について

(4) 愛知県名古屋市

日 時 令和7年6月4日（水曜日） 午前10時から午前11時30分まで

対応者 観光交流部 観光推進課 課長 上土井 崇之氏ほか

内 容 インバウンド対策について