

農業・観光グループ

農業・観光グループの提案を始めます。

私たちのグループは、広島県の魅力向上を目的とした農業や観光について話し合いました。

このことについて、3つの提案をしたいと思います。

提案1 「地産地消ができる広島」について

一つ目の提案は、農業に関することです。

2025年農林業センサスによると、広島県は、個人経営で農業をする人が、直近5年間で約35%も減少したうえ、平均年齢は72歳と、全国で2番目に高い状況です。また、10年後の耕作者が明確でない農地の割合は60%以上に達しています。

そこで、提案です。「農業を仕事にしよう」と思う人を増やす試みとして、色々な地域で生産者等との交流や農業体験ができるようにしてはどうでしょうか。

具体的には、あまり農業に縁のない都会の人などに、農家の人がどんなに愛情をかけて農作物を作っているか、や、食文化などについて伝えたり、とれたての野菜をその場で食べられたりすると、農業に興味を持ち、農家を目指す人が増えるのではないのでしょうか。

また、広島県の食料自給率はカロリーベースで22%と全国平均の38%と比べるととても低く、地産地消が進んでいません。

そこで提案です。広島県産の農作物を選んで買ってもらうために、広島県産を買うとポイントなどがもらえるしくみを作ってはどうでしょうか。

今、ポイ活がブームです。広島県産の農作物はとてもおいしいので、こうしたきっかけで一度食べたら、リピーターになってもらえると思います。

広島県で農業をする人が増え、買ってくれる人が増えれば、生産者は売上が増えて達成感が得られるし、消費者は広島県産のおいしい農作物が食べられる上にポイントなどの利益も得られて、お互いが幸せになり、地産地消ができる広島県になっていくと思います。

答弁（知事）

2つの提案がありました。

まず1つ目の「生産者等との交流や農業体験」についてお答えします。

農業を行う人を増やすためには、若い人たち、将来の仕事を考える人たちに、農業には食料を供給し、生産に必要な農地や水など地域を守る役割や、収穫の喜びなどの楽しさがあることを知ってもらうとともに、仕事として収入が確保できるような環境があることが大事であると考えます。

まず、農業を通じて収入を確保していくために、利用できる農地を近くにまとめ、作業を効率化するとともに、ドローンやＡＩを活用した栽培システムなどの最先端のスマート技術の普及を加速させ、省力化や収量・品質の向上による高収益な農業の確立に取り組んでいます。

次に、農業に関心を持ってもらうためには、議員提案のとおり、生産者等との交流や農業体験の取組が有効であると考えています。

このため、本県ではこれまで、県のホームページ等において、いちごやみかんなど四季折々の果物が収穫体験できる施設や、生産者と一緒にみそやこんにゃくを作る取組、田植えや稲刈り体験とともに田んぼの生き物観察ができるイベントなどの情報を発信しているところです。

また、今年度からは、都市部などにお住まいの方と中山間地域をつなぐマッチングサイト「さとまち＋（プラス）」を開始したところであり、これまでに、アスパラガスの収穫・選別体験などを通じて、多くの交流が生まれているところでございます。

今後も、このような方法で、農業や農村を体験できる機会が多く提供されるよう取り組み、農業を志す人を増やしていきたいと考えています。

次に、２つ目の提案の「広島県産を買うとポイントなどがもらえるしくみ」についてお答えします。

地産地消は、地域と食の関わりを見つめ直し、生産者と県民の皆様との結びつきを深めることを通じて、安全・安心で品質の良い県内農林水産物の生産と消費の拡大につながるものであり、その推進には、県民の皆様が、県内農林水産物の魅力や、地域の農林水産業が集落を形作り、食料や資源の確保のためにその継続が重要であることを知り、積極的に購入をしていただくことが必要です。

このため、県とＪＡグループで構成するひろしま地産地消推進協議会におけるウェブサイトにおいて、産直市マップや旬のカレンダー、地域農業や食に関するイベント、県内の大学生が考案したおいしく食べられるレシピなど、県内農林水産物の魅力を伝える情報を発信しているところです。

また、県民の皆様積極的に購入していただくきっかけを作るため、量販店や産直

市で県内農林水産物を購入すると、県産品が当たる地産地消キャンペーンの実施や、ＪＡグループの直売施設においては、議員から提案のあった購入金額に応じたポイント付与などを実施しています。

こうした取組をきっかけに、県民の皆さんが県内農林水産物を美味しく食べ、その魅力や意義についての理解を深め、県内農林水産物を継続して選んで購入していただくことで地域の生産を守る、地産地消の好循環の実現を目指していきます。

提案２ 「県産品の商品化と魅力向上に向けた支援」について

二つ目の提案は、「県産品の商品化と魅力向上に向けた支援」についてです。

昨年、私の学校に、青きなこをつくっている地元の会社から、『誰もが食べられるきなこレシピを考えて欲しい』と依頼がありました。

調べてみると、その会社の青きなこは『ザ・広島ブランド』に登録されており、初めて食べた青きなこはとてもおいしくて、もっと色々な人に広めたいと思いました。

みんなで試行錯誤しながら考案したレシピは、会社のＳＮＳに載せてもらったり、スーパーに置いてもらったりしましたが、それも２週間くらいで撤去されて、がっかりしました。

提案した新しいレシピを使った商品を、継続的に販売してもらえればいいのですが、それにはお金がかかります。そのために、企業が既存の仕事のやり方を変えて生産性を向上し、事業費を生み出す工夫も必要だと思います。

しかし、広島県の企業の９９．８％は中小企業なので、自社でそのような改革が難しい企業も多いのではないのでしょうか。だからこそ、広島県には中小企業の生産性向上に向けた支援をして欲しいです。

そこで提案です。県産品をもっといろいろな人に食べてもらえるよう、県民の声やアイデアを取り入れた商品化を進めてはどうでしょうか。またそのために、中小企業などへの支援をしてはどうでしょうか。

また、モノを買うより体験を重視する「コト消費」が広がっている今、ただ商品化するだけでなく、レシピカードやＱＲコードを付けて、家庭でも作って楽しめるようになればいいと思います。

そこで提案です。単に商品を売るだけでなく、「作る」「味わう」「学ぶ」といった体験が商品の価値を高めるという考え方を取り入れてはどうでしょうか。「広島の食文化を家庭へ届けられる」商品になれば、もっと広島を好きになってもらえ、「おいしい広

島」の魅力が高まっていくと思います。

答弁（農林水産局長）

2つの御提案がありました。まず1つ目の「県民の声を反映した商品づくり」についてお答えします。

議員から提案のとおり、県民の声やアイデアを商品づくりに取り入れることは県内消費者からの愛着を獲得しやすいなど、継続的な販売につなげるための一つの手段となると考えています。

このため、企業等と連携し、県内小学生が考案した「ひろしまパスタ」の飲食店でのメニュー化や県内の学生と企業との共同開発による県内食材を活用したレトルトカレーの商品化など、県民のアイデアを活かした商品化を支援しているところです。

また、新商品の開発や新たな販売方法に取り組む中小企業に対して、売れる商品づくりに向けた専門家派遣、施設整備や機械導入にかかる事業費の支援、商品のブラッシュアップのためのテスト販売の機会の提供などを実施しています。

次に2つ目の「コト消費」についてお答えします。

議員から提案のとおり、商品を販売する際には、その商品を使ったおいしそうなメニューや簡単に調理できるレシピが具体的にイメージされることが購買意欲の向上につながると考えています。

このため、食品企業や農業団体等と連携し、スーパーの売り場において農産物の栽培方法や商品のこだわりを発信する生産者の動画を放映するとともに横田知事イチ推しのメニューをPOPとして掲載し、QRコードによりレシピサイトへ誘導することにより、販売促進を図っています。

また、瀬戸内さかなのブランド化の取組として、初夏に旬を迎える小いわしについて、県内のベテラン料理人が刺身の作り方をわかりやすく解説する動画をSNSで配信することにより、広島を代表する食文化を伝え、消費拡大を図っています。

今後とも、生産地と消費地が近い広島県の強みを生かし、県民のアイデアを取り入れた商品開発を企業と連携して進めるとともに、「作る」「味わう」「学ぶ」体験を

商品とともに届けることにより、広島への愛着心を醸成し、おいしい広島の魅力を高めていきます。

提案3 「人気キャラクターのマンホール巡り」について

私が子供議員に応募した理由は、友達が「広島には『ポケふた』がなくて寂しい」と悲しんでいたのを聞いて、私が代わりに知事に提案したいと思ったからです。

『ポケふた』とは、ポケモンが書かれたマンホールのことで、株式会社ポケモンが、全国の自治体の希望により、無償で寄附しています。

現在、全国約480か所に設置されていて、『ポケふた』が1枚もない都道府県は、広島県を含めたたったの5県です。

広島県も色々な場所に『ポケふた』を設置したらよいのではないかと思います。

私の祖母は、私の影響でポケモンゲームをするようになり、今では全国各地の『ポケふた』を巡って、私に写真を送ってくれます。

『ポケふた』は性別、年代を問わず親しみやすいし、世界中で人気なので、海外からも広島県に来てくれる人が増えると思います。

しかし、残念なことに、現在、希望する自治体が多く、制作が間に合わないため、新たな申請は一旦停止だそうです。

そこで三つ目の提案です。『ポケふた』の実現が無理なら、広島のご当地キャラクターをデザインしたマンホールを、県内各地に設置してはどうでしょうか。

県内各地にご当地キャラクターの『呉氏』や『おのみちにゃモン』などのマンホールを設置し、スタンプラリーやマンホールカード集めなどを企画して、SNSなどで発信すると、多くの人が喜んで県内を巡ってくれると思います。

私は、「このキャラクターがある広島に行きたい！！」と思われる広島県になって欲しいです。目指すは、全国で認知度約9割ともいわれる、熊本県の『くまモン』です。

広島にも『ひろくま』がいますが、まだまだ『くまモン』の域には届いていません。

そこで提案です。『ひろくま』の知名度アップとファンを増やすために、『ひろくま』に県内外の色々なイベントなどでもっと活動してもらってはどうか。

『ひろくま』は、レモンの食べ過ぎで黄色くなったというキャラクター設定や、目がクリクリしているところが可愛いので、ファンが増えると思います。私たちも、県外から来た友達や親戚などに『ひろくま』の魅力をどんどん伝えていきます。

答弁（商工労働局長）

二つの御提案がありました。

まず一つ目の御提案である「御当地キャラクターをデザインしたマンホールの設置」についてお答えします。

御当地キャラクターがデザインされたマンホールは、その場所でしか見られないという特別感などから、多くの方に、設置場所を巡っていただける効果があると考えています。

広島県内には、現在、東広島市の「のん太」や、安芸高田市の「たかたん」といった御当地キャラクターや「カープ坊や」、「ひろくま」など人気キャラクターがデザインされたマンホールが設置されており、多くの方が現地を訪れ、楽しんでもらえるよう、SNSなどで情報発信するとともに、「ポケふた」も含め、更なる設置を検討していきます。

ぜひ、皆さんも、こうしたマンホールを見に、県内各地を巡ってください。

次に二つ目の御提案である「ひろくまの活動」についてお答えします。

「ひろくま」は、令和5年9月に誕生して以来、国内外の多くの方に親しまれていますが、更なる知名度向上のための取組が必要であると考えています。

SNSなどでの広報活動に加えて、「ひろくま」が様々なイベントや催しなどに積極的に出演することは、非常に効果的であることから、これまで、東京や京都、大阪、海外でのイベントに出演してきており、今年の10月には、しまなみ海道で開催される国際サイクリング大会に登場します。

また、「ひろくま」を全面にあしらったラッピング電車を運行するなど、活動の幅を広げているところです。

今後も、広島県の魅力発信のため、「ひろくま」には、これまで以上に活躍してもらい、「ひろくま」、そして広島ファンを増やしていきたいと考えています。

ぜひ、皆さんも、「ひろくま」とともに、各地域の魅力を様々な機会を通じて、多くの方々に伝えていただきますようお願いいたします。