

経済活性化対策特別委員会会議記録

経済活性化対策特別委員長 井上明夫

1 日 時

令和6年2月13日（火） 午後1時30分から
午後3時14分まで

2 場 所

第3委員会室

3 出席した委員の氏名

井上明夫、成迫健児、榊田貢、穴見憲昭、中野哲朗、宮成公一郎、首藤健二郎
小川克己、御手洗朋宏、二ノ宮健治、吉村哲彦、猿渡久子、三浦由紀

4 欠席した委員の氏名

岡野涼子、福崎智幸

5 出席した委員外議員の氏名

太田正美、若山雅敏、高橋肇、木田昇、佐藤之則

6 出席した執行部関係者の職・氏名

なし

7 出席した参考人の職・氏名

立命館アジア太平洋大学 教授 須藤智徳

8 会議に付した事件の件名

別紙次第のとおり

9 会議の概要及び結果

(1) 「県産品の輸出や観光消費の拡大等、競争力強化、市場開拓」について、参考人から意見聴取を行った。

10 その他必要な事項

なし

11 担当書記

政策調査課調査広報班	主幹	河野幸代
政策調査課調査広報班	主査	甲斐雅俊
政策調査課政策法務班	副主幹	志村直哉
議事課委員会班	主任	松井みなみ

第5回経済活性化対策特別委員会

～食と観光、農林水産業のさらなる振興と人材の確保・育成～

日時：令和6年2月13日（火）13時～

場所：大分県議会第3委員会室

< 次第 >

1 開 会

2 参考人からの意見聴取

13:00～14:30

(1) 「持続可能な開発と観光で地域の価値を創造する」

参考人 立命館アジア太平洋大学

APUサステイナビリティ観光学部 須藤 智徳 氏

(2) 質疑応答

3 その他

4 閉 会

会議の概要及び結果

井上委員長 それでは、これより第5回経済活性化対策特別委員会を開催します。

本日は、都合により岡野委員と福崎委員が欠席しています。また、委員外議員として太田議員、若山議員、高橋議員、木田議員、佐藤議員が出席しています。

ただいまから参考人招致を行います。

まず、私から御挨拶を申し上げます。

〔委員長挨拶〕

井上委員長 それでは、本日出席の委員並びに委員外議員より、お一人ずつ自己紹介をお願いします。

〔委員・委員外議員自己紹介〕

井上委員長 それでは、これより須藤教授に御発言をお願いします。

なお、須藤教授には途中の質疑応答も含めて60分程度お話しくださるようお願いしています。一通り御説明が終わった後、30分程度全体を通じて意見交換を行う予定です。

それでは須藤教授、よろしくをお願いします。

須藤参考人 ただいま御紹介賜りました立命館アジア太平洋大学サステナビリティ観光学部の須藤と申します。本日は大変貴重な機会をいただき誠にありがとうございます。

本日は、持続可能な開発と観光で地域の価値を創造するというテーマを掲げています。

私どもでは昨年4月にサステナビリティ観光学部という新しい学部を立ち上げました。サステナビリティ観光学部で学んでいく学生たちが食や観光、そして農林水産業を含む様々な産業で活躍してくれることを期待して、今回この学部を作りました。そのため、学部の紹介等も含めて本日、少しお時間を賜ればと思っています。

初めに、自己紹介をさせていただきたいと思えます。私がAPUに参りましたのは2015年10月ですが、その前は国際協力機構（JICA）にいました。もともとは大学を卒業して民間の銀行に入りましたが、その後、バブルの

崩壊もあり、政府系の金融機関、海外経済協力基金に転職し、政府開発援助、ODAの実施機関で主に円借款の供与の審査や戦略の策定を行っていました。政府でも政府系金融機関の統廃合があって、1999年には国際協力銀行に合併し、その後、国際協力銀行のうち海外経済協力部門がJICAに統合され、新たなJICAとして設立されています。こうした仕事をしてきたこともあり、海外渡航経験がかなりあります。これまで、おおむね100か国近く訪問し、バングラデシュ、チュニジア、イギリスに駐在していました。

様々な国の様々な地域を訪れてみて、そういった経験なども踏まえながら、それぞれの地域における国際協力を行ってきたし、またJICAでは10年ほどですが、他の援助機関、例えば世界銀行や国連、イギリスやフランス、アメリカなどの国際援助機関と国際援助協調として協議を行っていく。とりわけ、COPと言われていますが、気候変動枠組条約締約国会合や国連の持続可能な開発目標（SDGs）の策定にも携わっていました。そういった関係で数多くの国際会議に出席する機会もあり、様々な国で取り組まれている観光、若しくは産業育成にこれまで携わったという経験から今日は話を進めたいと考えています。

まず、私どもの新しい学部の紹介をさせていただきます。立命館アジア太平洋大学は2000年に開学して、これまでアジア太平洋学部と国際経営学部の二つの学部で成り立っていました。中でも、アジア太平洋学部には環境・開発分野、観光・ホスピタリティ分野、文化・社会・メディア分野、国際関係・平和学分野の四つの専攻分野がありました。今回、環境・開発分野と観光・ホスピタリティ分野の二つを切り離して、新たにサステナビリティ観光学部を立ち上げることにしました。また、文化・社会・メディア部門と国際関係・平和学部門、それに新たにグローバル経済部門を設置して、アジア

太平洋学部を存続しています。国際経営学部については、中の改編が若干ありますが、おおむね同じような形となっています。

このサステナビリティ観光学部ですが、この青い広告を御覧いただいたことがあるかと思えます。今回、青が私どもの新しい学部のイメージカラーになります。基本的には、循環型地域社会の形成と観光による地域の開発・価値創造という大きな2本柱に注目する学部として立ち上げています。とりわけ、持続可能な開発と観光の二つの視点は、我々がこれから21世紀を生きていくためにも必要なものでもあるし、不可欠な課題でもあると考えています。そのため、この持続可能な開発と観光の二つの柱を持った学部を設置することによって、より地域の活性化に貢献できる大学になっていきたいという思いで新たな学部を立ち上げたところです。

この持続可能な開発と観光という二つの枠組みを立ち上げるときに、そもそも持続可能な開発と観光は両立し得るのが非常に大きなテーマだと我々は考えていました。持続可能な開発はSDGsの中でも語られていますが、基本的には日常生活、すなわち我々が生きてく上で貧困にならないようにしていかなければいけないし、また社会課題としての教育や保健、それからジェンダー問題など、さらに経済の問題として経済成長、産業の育成とイノベーション、またできるだけ公平性が担保された形での所得分配など経済の課題、さらには気候変動や生物多様性、また海洋資源の問題といった環境の問題、さらにそれを包括していく形での平和構築、ガバナンスの分野、そういったものが混ざっているものがこのSDGsです。

こういった目標は、もちろん国際的に対応していく必要がある課題ではありますが、中でも我々の日常生活に大きく絡んでいく課題でもあり、現在を生きている我々の世代だけではなく、将来の世代にもしっかり受け渡していく必要のある価値です。従って、主に日常生活がこの持続可能な開発とリンクしていくこととなります。

一方で、県内在住者にとっての持続可能な開発による大分県の価値と、福岡県や東京都、海

外などの県外の方から見た価値にはギャップが生じる可能性がある。すなわち、観光は居住地とは違う地域に行ってみて、いろんな価値を感じてくるという、非日常性を価値としているものでもあります。今回の持続可能な開発という考え方と観光を一本の学部にしていくときに、日常の価値と非日常の価値は融合し得るのかということを大きなテーマとして掲げました。

これをいかに融合していくのか。例えば、京都市だと今、観光客が非常にたくさん来ていますが、他方で観光客が押し寄せ過ぎたために、京都市民がバスにも乗れない、地下鉄にも乗れないなど日常生活に困っている。これでは、やはり持続可能な開発と観光の両立が図られているとは言えない。両方の価値をしっかりと見出していきながら、このバランスをいかに取っていくのが我々にとって非常に大きな課題になっていると認識しています。

こういった融合を図っていくときに、九つのコンセントレーションと呼んでいますが、学生たちには主に九つの専門領域から専門科目を学んでいただき、専門領域を計画していただいています。

一つ目は、二つの大きな柱として、持続可能な社会の分野では環境学や資源マネジメント、経済や社会を取り扱う国際開発、観光の分野では観光学やホスピタリティ産業、観光産業といったものが専門領域として立てられています。また、地域づくり、社会起業、データサイエンスと情報システムの三つに関しては、サステナビリティと観光の両方にまたがっていく分野です。まずは、地域の価値としての地域づくりがあり、そこを目がけて観光客に来ていただけるまちづくりができないか。また、そういったものを積極的にサポートしていき、そこで価値をつくっていくような団体若しくは企業をより促進していくための社会起業、そういった情報を分析していくためのツールとしてのデータサイエンスや情報システムといった学びがあります。

これを我々はコモンズと呼んでいますが、こういった共通分野をあわせて、合計九つの専門領域から学んでいくことになっています。学生

たちは、この九つの専門領域の中から、特に持続可能な開発にフォーカスしたい学生は環境や資源マネジメント、国際開発分野の科目をより多めに取りながら、観光の知識も学んでいく。観光にフォーカスしたい学生は観光学やホスピタリティ産業、観光産業分野の科目を中心に取っていきながらも、環境の知識や国際開発の知識も得ることが可能になっている。こういった仕組みになっています。

さらにもう一つ、今回の新しい学部、サステイナビリティ観光学部の大きな特徴として、こういった学びは山の上にある大学のキャンパスで学んでいるだけでは身に付きません。もちろん大学なので、講義や演習を受ける必要がありますが、そこで得た知識を実際に現場でいかしてみる実践が今回、卒業必修単位として設定されています。オフキャンパスと呼んでいますが、フィールドスタディや専門インターンシップ、専門実習として実際に現場に出て、現場で試してみる。もし自分が学んだ理論や知識がうまく使えないのであれば、そこから深掘りして理論を学んでいく。そういったことをやれる仕組みになっています。さらに、現場での実践や講義、演習の中で実際に分析をしていくためのツール若しくは調査のスキル、こういったことを一緒に学んでいくことになっています。

こういった講義と現場での実践、また、調査・分析スキルの学び、これをバランスよく行っていくことによって理論や知識をしっかりといながら、それを現場で応用できる、実践で応用できる人材を育成していきます。

ここまでの大学の新しい学部の紹介でした。ここからは少し、大分県の状況と他の地域の状況等についても少し説明します。

まず、大分県の観光の状況です。大分県観光政策課の資料を抜粋しています。御覧のとおり、観光客は徐々にコロナ禍前の水準に戻りつつあると受け取ることができるかと思います。日本人も比較的、以前の水準に戻ってきています。外国人の宿泊客も増えてきており、有料観光施設への入場客も季節的に若干ぶれはあるものの、増加傾向にあります。まだ挽回とは言えません

が、比較的順調になっていると思います。もう少し努力が必要な状況だとは見て取れるかと思えます。

大分県の観光状況のデータをもう一つお示ししたいと思います。まず、上が宿泊客の推移です。このグラフは日本人と外国人の延べ宿泊客数ですが、ピークの頃、特に2017年、2018年、2019年と様々なイベントがあり、ラグビーワールドカップの頃は非常に多くの方々がお越しになりましたが、残念ながらコロナ禍でだいぶ落ち込んでいます。ただ、ようやくこれも回復基調に向かっていると思います。日本人の宿泊客の割合ですが、大分県にいる日本人宿泊客の約半分が九州圏内で、中でもやはり福岡県が約3分の1を占めています。一方で、外国人宿泊客に関しては、韓国、中国が多く、香港、台湾、タイ、その他のアジアで概ね9割近くになっており、主にアジア圏が中心になっています。ちょうど春節に入って今、中国人が多数日本にも来航しています。中国からの来客も随分増えていて、今日のニュースでも報道されましたが、日本での消費行動を見ていくと、やはり食や、インスタグラムのようなSNS情報によって日本を訪れる、若しくは買物をするといった行動が見受けられます。

中でも中国に関しては今、日本全体での消費行動として、割と高額なものを2、3点買って帰る爆買いと言われる消費行動ではなくて、単発買いで比較的高い物を買っている傾向が見受けられます。一方で、最近別府市でもいろんなお店で中国人や韓国人旅行者を多数見るようになってきましたが、割と百均などで爆買いをしている方がかなり見受けられると思っています。日本全体での外国人旅行者の消費動向と大分県に来県される方の消費動向は若干ギャップがあるのではないかとみています。

上のグラフは大分県の観光消費額です。令和4年までのデータしかありませんが、このぐらいの水準だと見ていただきたいと思います。中でも下のグラフですが、九州各県にお越しになる訪日外国人の観光消費単価を見ていくと、福岡県が一番大きくて、残念ながら九州の中では

大分県が最下位になっています。福岡県と大分県で比較すると、大分県での一人当たりの消費額は福岡県の約3分の1、逆に言うと福岡県では大分県の3倍消費していることが見て取ることができます。もちろん、福岡県はそれなりに大きいということがありますが、福岡県、鹿児島県が比較的抜けており、次いで長崎県、宮崎県が続き、佐賀県、熊本県、大分県はほぼ並んでいる状態になっています。ただ、熊本県はこれから外国人のビジネス客が増えてくることが見込まれるので、この消費額はさらに増加していくことが見込まれます。

特に今回は、インバウンドをフォーカスしていきたいと思います。これは日本政府観光局のデータですが、国外旅行実施者を地域別に見たものです。このグラフの割合は旅行の経験率になっています。

左上が東アジア地域で韓国、中国、台湾、香港となっていますが、訪日1回という方だけではなく、2回から3回、特に4回以上の方がかなりの数を占めています。1回でも来た人や、何度も来ている方もかなり多くいることが見て取れます。中国はさすがに人口が多いので、まだまだ伸び代があると思っていますが、とりわけ香港や台湾の方は、一度は日本に来たことがあるし、割と多くの方がリピーターとして来ている傾向が見受けられます。

また、右上になりますが、東南アジアではまだ訪日されていない方もたくさんいますが、一度は来た若しくは2、3回来ている方も徐々に伸びている状況にはあります。中でも、シンガポールはリピーター率が非常に高くなっています。そのほか、アメリカから3割ぐらい日本に来ており、4分の1ぐらいがリピーターという状況にあります。ただ、まだまだインドや中東の方々は来っていない状況です。

後ほどお話ししますが、ヨーロッパにも認知されていますが、まだまだ来訪者としては少ない。そういう意味では、インバウンドで今後狙っていくのは、もちろんアジア圏のリピーターという点でもありますが、まだ日本に来ていない方々も大きなマーケットとして残っていると

言えるかと思います。

こちらは訪日ファネルと呼ばれているものですが、全く認識していない、認識がある、興味関心がある、他の地域と比較検討段階にある、実際に予約購入しているという状況の比率を示しています。さきほどと同じように、東アジア・東南アジア地域では比較的認知度は高く、かつ興味関心も高くなっています。実際に来る方も比較的多い。これが最近の、特にアジア地域から日本にくる方の傾向でもあるかと思います。

一方で、右下はまだまだ日本に来ていない方の多いエリアです。約3分の1ぐらいが無認知の状態にあります。ただ、例えばメキシコやスペインといった国になると認知度も非常に高い上に興味関心を持っている方も非常に多くいます。ですので、メキシコやスペインの方、それ以外の国々もそうですが、認知度がそれなりにある国というのは、今後日本に来たいという興味関心や比較検討が高まっていくポテンシャルのある国々ではないかを見てとることが可能です。

これは、それぞれの国の今後行きたい旅行先が想起集合となっていますが、想起集合というのは質問の中でエリアの回答肢を与えて、その中から選んでもらう仕組みで、これはそのアンケート結果です。

まず、左上の方が東アジア・東南アジアですが、多くの方が日本を1位として選んでいただいているので、東アジア・東南アジアの方に対して日本は揺るぎない名所になっているということかと思います。一方で、欧米、オーストラリア、インド、中東地域においては、日本がそれなりに高い地位にいる国もあります。例えば、オーストラリアだと日本が1位になっています。また、中東でも実は日本が1位になっています。中東はまだ来日者数としては極めて少ないですが、今後行きたい旅行先として日本が1位に選ばれている地域でもあります。また、カナダ、メキシコ、イタリア、スペインといった国々は日本が第2位になっています。ここでも行きたい旅行先として非常に高い地位を得ている状況です。人口の多いインドは残念ながら8位で、そ

こまで高くはないですが、今後の改善に期待したいところではあります。

こういったインバウンドが、国外の旅行先を選ぶ際に何を重視するかということで、さきほどと同様にいくつかの選択肢が提供され選ばれています。やはりアクセスのしやすさが非常に大きなエリアを占めており、ビザの取得の容易さも重視されています。ここでは是非フォーカスしておきたいのが、まずは青線を引いていますが、旅行費用の手頃さが比較的上位に入っていて、これはまだ訪日していない欧米、インド、中東の地域の方も同じように旅行費用の手頃さが比較的上位に入っています。

なぜここにフォーカスしたいかという、最近では円安傾向が続いており、特にヨーロッパやアメリカ、オーストラリアの方から見ると、日本は比較的割安な国になっているということが1点あります。もう一つは、特にヨーロッパ、アメリカ、オーストラリアの富裕層の方にとってみると、実は旅行費用はそこまで大きなハードルにはなっていない傾向があります。なぜなら、富裕層は可処分所得が比較的多いので、アフオーダビリティが非常に高い状態にあります。それに加えて円安の状態にあることもあって、この旅行費用の手頃さという意味では日本も十分にターゲットにし得るレベルになっているということです。

もう一つ、ここでフォーカスしておきたいのは、環境への配慮を重視する割合が比較的高くなっていることです。さきほどの旅行費用の手頃さの次に、食事や宿泊への安心感、言語の理解といった観光に来るときのハードルになるものが続きますが、その次に環境への配慮、次いで文化やメディアの評判、地域経済の活性化、友人の存在などといった項目が入っています。この結果から見ると、確かにSNS等をきっかけに来日される方が多いのは事実かと思いますが、そういった評判以上に環境への配慮が重視されている点は、非常に面白い結果になっていると思っています。

それぞれの国外旅行先での行動ですが、やはりどこのエリアから来る方でも、その土地なら

ではの料理がトップを占めている状況にあります。さらに、その土地で生産された特産品の購入、また欧米、オーストラリア、インド、中東地域ではマイナーな観光地訪問もかなり上位に入っています。東アジアや東南アジアでは、マイナーな観光地訪問は割と下位にありますが、欧米や中東、インドではマイナーな観光地への訪問が比較的高いところにあります。そういう意味では、この地域の方はこれまで余り知らないところ、多分彼らにとって認知のない大分県は、実はポテンシャルとしては非常に高いのではないかと考えています。同じように国外旅行先での行動ですが、やはり食がかなり上位にあります。東アジアではトップ、欧米、オーストラリア、インド、中東地域でもガストロノミー・美食は3位に入ってきています。非常に高いレベルで食に対する期待があることが認識できます。

一方で、本県のひとまずの目標として、福岡県の状況を少し簡単に説明したいと思います。福岡県における観光の現状と課題という調査の結果によると、福岡県のイメージは食べ物がおいしいという方が8割います。食べ物がおいしいというのは、各年代や居住地に限らず多くの方がそのように感じている。福岡県はやっぱり御飯がおいしいというイメージが非常に強いことが見てとれます。

福岡県にも様々な観光地がありますが、それぞれ訪問・体験の意向の有無について認知度がプロットされている図です。やはり認知度が高いところでは、来訪の意向が比較的高くなっており、認知度が低くなるとその分、来訪・体験意向が低くなっています。ただ、このプロット図から御覧いただけるのは、特に右上サイドの方は認知度も高く来訪意向も高いので、観光資源としては非常に重要なポテンシャルのあるエリアになっているということです。この中には、例えば、筑後川温泉や原鶴温泉も比較的来訪・体験意向が高く、観光資源としては大分県とバッティングする部分ではないかということです。

また、左上のサイドは認知度が低いですが、来訪

・体験意向が高いところで、さきほどの原鶴温泉と、のこのしまアイランドパークが入っています。ここは、より認知度を高めていくことによって、より来訪の機会を得ていくことが可能になるであろう地域です。例えば、福岡県の今後の政策として、原鶴温泉や能古島の認知度をより高めていくことによって、来訪者を増やしていくことが可能になるという分析ができます。特に、インバウンドは情報源としてトリップアドバイザーを使っているケースがかなり多いですが、ポジティブな要素として食事が良かった、アクセスが良いという評価がなされています。逆にネガティブなコメントで、食事が良くなかったという方のコメントが高くなっているところもポイントかと思えます。やはり御飯がおいしいという評判に対して、思ったほどでもなかったという評価をしている方が一定数いるということかと思えます。

もう一つ、福岡県の観光事業者が観光施設をどう評価しているか、これも同じようなプロットティングがなされていますが、福岡県がこれまでに取ってきた食の魅力をかきた観光が非常に高い地位を占めており、また、観光事業者からの満足度も非常に高いです。食で福岡県が勝負してきていることがよく分かる図になっているかと思えます。

今の日本向けのインバウンドの傾向と、福岡県の傾向を簡単に紹介しましたが、ここから少し大分県の話をしていただきます。

今回の特別委員会での大きなテーマ、観光、食、農林水産業という三つの大きな切り口で申しますと、まずはインバウンドに大分県へ来ていただく、若しくは大分県の農林水産品を海外の方にも味わっていただく、こういった両輪になると考えています。特に、海外から見たときには海外からこういったニーズがあるのか、また、海外から見た大分県の魅力とは一体何かということが非常に重要になってきます。

近年のマーケティングの世界では、マーケットインやマーケットオリエンティッドと言われていますが、マーケットサイドでのニーズの把握は非常に重要です。マーケットニーズに対し

てどういったものが大分県から出せるのか、若しくは海外からの旅行者がどんなニーズや魅力を感じて来るのかといったことは非常に重要になってきます。

一方で、大分県の強みや弱み、外国人がたくさんいる中で、大分県として対応可能なのか、若しくは大分県が農産品を輸出する際に海外のニーズに応じた形での輸出が可能なのかどうか。これをプロダクトアウトやプロダクトオリエンティッドと呼びますが、こういったことを考えていくことが大事になります。その上で、どういった地域を対象にしていくのか、また、どういった顧客層を対象にしていくのかという戦略が必要になってきます。

さきほど御案内したとおり、まだまだポテンシャルとして大きいのはヨーロッパ地域、アメリカ地域、オーストラリア、インドや中東といった地域で、比較的富裕層の多い地域でもあるので、より富裕層をハイライトするのも一案かと思えます。最近では富裕層に対して、サステナビリティが非常に重要なキーワードになっています。日本で使われるサステナビリティと海外で認識されているサステナビリティという用語にはかなりのギャップがあります。国際的に認識されているサステナビリティの考え方は、まず、将来世代が自身のニーズを満たそうとする能力を損なうことなく、現在世代のニーズを満たす開発のことを持続可能な開発と定義されていて、これがSDGsの持続可能な開発の定義になっています。世代内の衡平性と世代を超えた衡平性という二つの衡平性を満たすことが求められている定義です。

この持続可能な開発を満たしていくためには、環境、経済、社会という大きく三つの柱があるとされています。これをトリプルボトムラインと呼んでいます。環境システムや経済システム、社会システムのバランスが取れて初めて持続可能な開発が成立し得るという考え方です。経済システムと社会システムは車の両輪で、両方のバランスが取れていることがほぼ当然に近い状態でもあります。なぜなら、経済システムや社会システムは人間が作ったシステムなので、

自分のシステムとして変えていくことが可能だからです。一方で、環境システムは経済システムや社会システムに様々なアセットや資源、価値を提供していますが、残念ながら経済システムや社会システムがそれを過剰に使い過ぎることによって環境システムが壊れつつあるのが最近の状況です。そういう意味でも最近、環境に対する認識が非常に高くなってきており、どうしても持続可能な開発イコール環境みたいに思われますが、この持続可能な開発は環境だけではなく、経済、社会のバランスであることを御理解いただければと思います。

もう一つ、キャピタル・アプローチと呼ばれる考え方ですが、自然資本や社会資本、経済資本がそれぞれ増加していくことによって現在世代が持っているトータルの資本量に比べ、将来世代の資本量が大きくなればその分、将来世代にとっても様々な可能性をいかすことができます。そのためには、我々が持っている資本量をできるだけ多く、できれば今よりもさらに多量の資本を将来世代に残していくようにしよう、その根幹になるのが自然資本だという考え方です。

この持続可能性を確保していくためには、環境と経済、社会の三つの持続可能性がそれぞれ担保されていること、この数式は E_{t+1} が E_t より大きくなっていますが、 t は時間を表わしており、今よりも将来の方が環境の価値が高いこと。経済持続可能性は Y となっていますが、現在の経済の価値が Y で、将来の経済の価値が Y_{t+1} となっており、将来の経済の価値の方が高いこと。このそれぞれの持続可能性という考え方は、環境・経済・社会の価値が今よりも将来の方が大きくなること担保されていることと、もう一つ重要な点は、環境・経済・社会の各持続可能性のバランスが取れているということでもあります。

大分県内でも様々な事例があります。いくつか大分県内の事例を紹介しておきます。

まず初めに、昨年6月に由布院で開業したENOWA Yufuinです。ここはどこかというと、ハイエンド、ラグジュアリークラスの

ホテルですが、私も実はこの立ち上げに参加させていただいて、サステナビリティに関するアドバイザーを行っているのですが、この大きなハイライトはFarm to Tableという考え方です。ホテルのレストランJIMGUのシェフを務めるタシ氏は、もともとニューヨークにあるブルーヒル・アット・ストーン・バーズズの副料理長をやっていた方で、このFarm to Tableという考え方を最初に打ち出したのがこのブルーヒルです。

彼が副料理長として活躍している中で、Farm to Tableという考え方の重要性を是非日本でも広めたいという思いから来日されて、今回ENOWAのレストランで実際にFarm to Tableを実践しています。タシ氏がこのENOWAが有する農場で野菜を育て、そこで収穫した野菜を使ってFarm-Drivenの食事を提供しています。左側の写真が、ちょうどシェフのタシ氏が収穫しているところです。彼が自ら収穫した野菜をお客様に提供する仕組みになっています。

こういった自然環境に配慮したシェフがいて、そのシェフが、そのときに取れるものを自分の腕を使って料理を作り、それを提供していくサービスは、特にハイエンド層に対しては非常に有効に機能しているものかと思っています。このホテル、実は1泊最低でも10万円近くするところで、最高で30万円を超えるようなラグジュアリークラスのホテルですが、かなり予約が入っている状況です。特にハイエンド層に高く評価されています。こういったポテンシャルが大分県にはまだまだたくさんあると考えています。

二つ目の事例ですが、大分県の特産であるしいたけです。しいたけは、英語でShiitakeです。フランスでもChampignons Shiitakeと呼ばれていて、しいたけは日本語が英語になったものの一つでもあり、最近では海外でも普及しています。もともとは東アジア原産で、日本のみならず中国やそのほかの国でも作られています。近年では特に欧米

でも Sh i i t a k e M u s h r o o m が一般にも流通しています。

右下の写真ですが、これは私がフランスに行っていたときにマルシェで撮った写真です。200グラム5ユーロ、大体700円ぐらいで売られていますが、割とこれは人気があります。現在、大分県からは大分県椎茸農業組合がヨーロッパに有機乾しいたけを輸出していると承知していますが、このマルシェに出ているしいたけはフランスで菌床栽培されているしいたけが大半ですが、中にはシノワと書いてあって、中国から輸入されているしいたけもあります。せっかく名前がしいたけなのに中国製です。もう少し日本産のしいたけが Sh i i t a k e としてちゃんと出荷されることが大事ではないかと個人的にはずっと思っています。しいたけはだいぶ普及していて、一般市民にも利用されるようにはなってきています。ただ、さきほど申したとおりフランスやヨーロッパでは菌床栽培が中心で、菌床栽培の工場で作っているのはサステナビリティとしていかなものかと疑問視する意見もあります。

もう一つ、右上の写真はイギリスで売られているしいたけを使ったお菓子です。割と一般市民にも、しいたけは認知度が高くなっています。こういったマーケットをもう少ししっかり狙っていくことも重要なのかなと考えています。

今年度1年間をかけて、臼杵市の食の持続可能性を考えるという目的で、臼杵市の食文化持続可能性の評価と観光資源としての活用可能性調査を実施しました。先日、その発表を臼杵市で行いました。今日は簡単に調査内容を案内したいと思います。

サステナブルガストロノミーという視点で評価しました。すなわち、国際的な定義からみたサステナビリティとガストロノミーについて、臼杵市の食を国際的な評価基準に基づいて評価しています。併せて、私どものゼミ生が流通の視点や消費と生産、循環、経済、水資源、若しくは海外との比較といったテーマで調査に参画しています。最近、大分県内でもサステナブルガストロノミーという言葉がかなり普及して

きたかと承知していますが、大きな要素としてはまず、やはり食なので、食としての機能、健康で豊かな食生活がしっかり確保されるということ。さらに、サステナビリティの観点からいくと環境、経済、社会がそれぞれ価値を生み出しながらバランスが取れていること。サステナブルガストロノミーなので、サステナビリティと食の相互連関が取られているという五つのポイントから評価しています。今日は、簡単に結果を紹介したいと思います。

サステナビリティ分析について、まずは環境持続可能性の分析ですが、これは自然資本分析を行っています。臼杵市は非常に環境資源に恵まれた環境にあつて、持続可能な状況がしっかり維持されていると認識しています。中でも、臼杵川は地下水が豊富で、非常に質の高いものです。野津地域では豊かな生態系に恵まれています。都市化の影響もあり、今後の生物多様性の変化には十分注意が必要です。

臼杵市はタチウオやフグなど、海洋資源も豊富ですが、近年、漁獲量が逡減していることが懸念されています。さらに気候変動で、海水温の変化が漁業に与える影響も注意が必要かと思えます。他方で、臼杵市を中心に、ほんまもん野菜という有機栽培を行っている農家が非常に頑張っています。そのサポートとしての臼杵夢堆肥というオーガニックの堆肥の生産を行っており、こういった有機農業への取組は地域の資源循環や環境保全の観点からも高く評価し得ることで、まずは環境分野でもサステナブルであると結論付けることができると判断しています。

経済持続性ですが、臼杵市の食文化は発酵産業が非常に強い産業の一つになっています。もっとも、臼杵市の経済でいうと食品が最も大きな産業で、続いて建設業、保健衛生、輸送用機械といったものの生産が多くなっています。また、産業別の修正特化係数、これはいわゆる得意な産業ですが、全国と比べても窯業や電子部品・デバイス、林業、水産業、農業、食料品といった産業が修正特化係数の高いエリアとなっています。そういう意味では、臼杵市の経済は食品産業と農林水産業によって支えられている

経済となっています。

他方で、少しもったいないのは、せっかく臼杵市で生産する価値が市外に流出している側面もあり、臼杵市から大分市等に働きに出ている方、市外から稼いでいる方も比較的多く、対外的な経済に大きく依存している側面があります。とりわけ卸売産業でいうと、経常収支赤字の4分の1を占める大きな赤字産業となっています。これは食品産業、特にみそ、しょうゆで使う大豆の原材料が主に輸入、若しくは移入に依存しており、原材料が必ずしも地域産ではないことがポイントです。

続いて社会持続性ですが、社会持続性はアンケートによって市民の意識調査と人口動向の分析を行っています。臼杵市の食文化は多くの市民から受け入れられています。ただし、若年層からは、まだまだ臼杵市の食文化を誇りとまで考えている人は必ずしも多くない状況にあります。

ユネスコの食文化創造都市に登録されている地域でもあり、そこは一定のインパクトがあったと思いますが、他方で若年層からはまだまだ誇りとまでは感じられていない状況です。社会全体としては、非常にアクセプタンスが高い状況なので、十分な社会持続可能性はあると判断していますが、若年層に対するアプローチが課題になっているかと考えています。

さらに連携分析ですが、これはネットワーク分析を使って、食と環境・経済・社会の四つの連携関係を分析したものです。この分析結果でいうと、やはり食が非常に強いキーになっています。もちろん環境・経済・社会がそれぞれ食に強くつながっているという意味では、臼杵市の産業は食を基軸にしていることが評価につながります。これがサステナビリティ分析、連携分析の結果です。

総括すると、臼杵市の場合、食文化は残念ながら地域産に依存していないことが狭義の意味でのサステナブルではありませんが、広義の意味では十分なサステナビリティということが言えると結論付けています。今回の調査の最終的な結論としては、臼杵市の食文化はサステナ

ブルガストロノミーであると言えることができる。中でも、臼杵市の食文化は海外との交流等、非常に長い歴史を持っていることもあって、非常に高いポテンシャルを持っており、環境・経済・社会の各側面に照らして十分にサステナブルであり、かつ、それがそれぞれに連携し合っています。ただ一方で、若者を中心にした臼杵市の食文化の認知度やシビックプライドの観点が若干危惧としては残っているとしています。

臼杵市の食文化の調査を行う中で、非常に面白いと思ったのは、臼杵市の食文化は中世欧州とつながる黄飯や、きらすめしといったあえものなど非常に長い歴史を持っており、ヨーロッパ起源のものがあること、自然素材を使ったスローフードであること、産業として大きな食文化を形成していること、この3点は特に今のヨーロッパを中心としたサステナビリティの考え方に非常に通じる部分があります。

そういう意味では、ヨーロッパでは臼杵市の食文化にかなり高い関心を持っていただける可能性があるという点と、近年、京都市が混雑しているのも、その代替地として欧米の富裕層が向かっている土地として、例えば山口市や川越市がありますが、臼杵市も城下町ということもあり、その代替地としても十分に活用・提供することが可能なのではないかと。そうすると、臼杵市が今後ターゲットとして狙っていくところはやはりヨーロッパの富裕層で、こういったサステナビリティに強い意識を持っている方をターゲットにしていくことが望ましいのではないかと。ということが、今回政策提言として出させていただいたものでもあります。

参考でしたが、こういったことをもう一度踏まえていくと、インバウンドのマーケットで見たときには、やはり食は非常に高いニーズがあって、もちろん観光客が大分県の食を選んで来るだけではなく、日本の食は現地のマーケットでもかなり出回ってきている。特に大分県の強みがあるしいたけは、非常に強みのある分野なので、ここはマーケットインという世界の中でも、もっと食を売っていくのはありかなと考えています。一方で、大分県として今後の強み、

弱み、若しくは対応可能かどうかという点ですが、もちろん大分県から海外に直接アプローチをしていくことも非常に重要と思います。

ただ、大分県の食文化は非常に今サステナブルな状態というか、環境的にも非常に優しいスローフードのものがかかなりあります。そういった意味では、農林水産業の中でも、やはりオーガニックを中心とした欧米の富裕層をターゲットにした農林水産業も非常に大きなポテンシャルを持っている分野ではないかなと思うし、それが海外のマーケットに普及していくことによって、ヨーロッパやアメリカからもっと富裕層が大分県に来る仕組みができないだろうか。そうすることによって、大分県の経済がさらに回っていく。

ただ、このためには、もちろんサステナブルな状態でなければいけないので、大分県が持つ自然環境がより重視され、大分県の自然環境が維持されていながら、そこから生まれてくる有機のもの、若しくは自然に取れるもの、そういったスローフードの価値をよりいかしていくことによって、大分県のインバウンド客を増加していくことが望まれるのではないかなと。特に、このサステナビリティというキーワードは、世界的にも非常に重要視されている時代でもあります。このサステナビリティに合わせた形で、大分県が持つアセットとして人や経済力だけではなく、やはり自然といったものの価値がそのほかの地域に比べても非常に高いポテンシャルを持っている、これが循環していくことによって、大分県はさらに発展していくことが可能であろうと考えているところでもあります。

最後にまとめさせていただきますが、大分県は多くのポテンシャルがありますが、十分にいかせているとは若干考えにくい部分があるかなと思っています。大分県の持続可能で豊かな食文化とは、大分県にとっても非常に重要なアセットではないかと思いますが、農家の話、若しくはサービス提供者の話の聞いていると、余り高いプライドを持っていない、大分県なんてと思っている方も少なからずいると私は認識しています。もっと大分県の食にプライドと自信を

持っていていいのかなと私は思っています。

他方で、消費者目線で見たとときに、他の地域と実は余り変わらないのではないかなという見え方もするかなと思います。これはブランディングの世界だけではなくて、大分県特有のところをもっとハイライトしていいのではないかなと思っています。また、ターゲット層が現在アジア中心になっている。インバウンドもそうですが、来訪者が主にアジア中心で、さらにそれも中流層より少し下の方が中心になっていて、なかなかハイエンド層へのアプローチが十分ではないのではないかなと思っています。大分県には、実はこのハイエンド層に受けるポイントは非常に多くあるかなと思っています。ハイエンド層の方はアクセスに関しては全くいとわない人たちでもあります。

一方で、大分県の受入れサイドでもハイエンド層を受けられる体制に十分になっているのかどうか、そこは見直しが必要ではないかなと思っています。また、農林水産物の海外市場へのアプローチも、残念ながら県産品が海外に出ていくときには、もちろん農協も頑張っているのは承知していますが、大分県は卸売産業や食品産業が比較的弱い状態になっていて、他の地域、特に中央依存が非常に高い状態になっているのが若干残念かなと思っています。もっと大分県の強みをいかして、大分県の強みをしっかり売っていきけるマーケットを開拓できる企業を大分県として持っている方が望ましいと思います。そうすることによって、より高い付加価値をつくることできるし、さらに付加価値を海外市場で売っていくことが可能になってくると思います。

ただ、その際には世界基準でサステナビリティを考えていく必要があると考えています。これは我々だけではなく、できるだけ多くの方が世界基準でのサステナビリティに目を向けていただきたいと思うし、そこに大きなマーケットが存在していると認識しています。

一方的に長々としゃべってしまっ大変申し訳ありませんでした。私からは以上で話を終わ

らせていただきたいと思います。御清聴ありがとうございました。(拍手)

井上委員長 ありがとうございます。

以上で説明は終わりました。

これより須藤教授を交え、意見交換に入ります。委員の皆さんで御発言されたい方は挙手をお願いします。

首藤委員 どうもありがとうございました。非常に参考になると言いますか、勉強になりました。

今、最後の部分の海外市場へのアプローチで強みをいかした、いわゆる市場開拓ができる企業、組織が必要だということで、それはどういう企業だとか、どのようにしたらというところまで何か教えていただければと。ほかの部分でも、販路開拓がちょっと弱いのかなと感じているので、その辺も含めて何か案があればお願いします。

須藤参考人 御意見ありがとうございます。

こういった海外向けの商社、特に大分県に本社のある海外向け商社があると非常に望ましいなど考えています。一つポテンシャルとしてあるのは、既存の国内商社や、海外に向けて販路を伸ばしていくことは可能だと思うので、まずは基礎として大分県にある国内向けの商社にもう少し海外へのビジネス展開を広げていただくのが一案かなと思っています。その際に、もちろんジェトロのサポートもあるかと思いますが、私どもの方にも国際生がたくさんいるし、その国際生の親の中で、現地で商売をされている方もいて、私どもの学生とそのネットワークを活用いただけるようにした方がいいのかなと考えています。

ちょっと私ごとで大変恐縮ではありますが、APUの先生たちとNPO法人APUグローバルビジネスネットワークという法人を立ち上げていますが、この法人ではAPUの学生と学生の親、また、APUの卒業生で国に戻った学生とネットワークをつくり、そのネットワークを活用して大分県の経済を盛り上げていこうという目的で設立しています。私どもがふだんの仕事が忙しいというか、なかなかそういった活動

ができていませんが、今後、私どもの学生たち、卒業生、その親とのネットワークをもっと大分県につなげていくように尽力したいと思っています。そういったネットワークを是非、御活用いただきたいと思いますと思っています。

宮成委員 さきほどのまとめで一つ、この会議の到達点のようなところもありますが、2ポツ目のハイエンドの受入体制ができていないのではないかと。それは、具体的に言えば宿泊も含めて、もう少し広義の意味での話だったんでしょうか、御教示ください。

須藤参考人 ありがとうございます。

こういったツーリズムの世界では、もちろん宿泊もそうで、ホスピタリティ——いわゆる接客も含めてです。とりわけハイエンド層の方は非常に細かく高いレベルのニーズをお持ちの場合が多く、他方で大分県内の宿泊先、若しくはサービス提供産業を見てみると、中にはアルバイトであったり、若しくは余り大分県を知らない方が従事されていたりということもあって、ビジネスホテル的なものであればそれでも構わないと思いますが、やはり観光としてのバリューを提供していくためにはそれなりの知識、知見、ノウハウをお持ちの方が非常に重要かと思っています。

よく課題になっていると私も聞くのは、そういった方に対する給与が低い、もちろんホテル業界の経営が非常に大変であることも十分に承知はしていますが、さらに提供できるバリューを高めていくという意味でも、特に情報を提供していくところにはもう少し従業員の給料も含め、上げていく必要があるだろうと考えています。

例えば、今回のENOWAを作る際には、ホテルの従業員全員が正社員で、もちろんホスピタリティトレーニングを海外研修も含めて行っています。つまり、全ての従業員がプロフェッショナルになっています。やはり、従業員の誰に聞いても同じように高いサービスが提供できるシステムを作っていくこと、中でもハイエンド向けでは重要になってきますが、そこをいかに強化していくのが課題になると思います。

宮成委員 ありがとうございます。

もう一つ、もちろんサービスとしてはそういった形で、一方で農作物に関しては有機とか無農薬とか自然循環型とか、いろいろな話があると思います。そういったときにどうしても見た目が良くないものとか、そういったことが出てくる。欧米豪の富裕層にとって、そういった食に関して、品質の良さはどのような目線で見ていいのか、もし分かれば御教示ください。

須藤参考人 例えばですが、私はヨーロッパに行く機会が多かったこともあって、私自身は全然ハイエンド層ではないですが、割とハイエンドクラス、国際会議のレセプションなどでよく経験するのは、見た目よりもやはり品質の方が求められます。人員であったりとか、若しくはそれと合わせたお酒とのマリアージュであったりとか、むしろそういったところの方がハイライトされていて、見た目は基本的に気にしていません。

特にフランスとかイタリアだと、ほとんどが何らかの形で加工されていることもあって、素材の見た目よりは皿の美しさ、その食がどういうメッセージを提供しようとしているのか、そういったものの方がむしろ重要視されていて、それに対する味とそのほかの食材とのマリアージュというところになっていくと私は承知しています。その意味では、形だったり見てくれは、実は余りにされていない。その本来の味だったりその背景が見えるかが、むしろ売りになっていると承知しています。

吉村委員 今日は大変ありがとうございました。

こういった授業を大学生が聞けて、なおかつ、また現場で実習というか、学ぶことができるのは非常にうらやましいなと思いながら聞かせていただきました。

最初に首藤委員からお尋ねがあった海外流通の部分に関して、当然、大分県内農産物を含めて大都市圏であったり外国で勝負するにあたっては、その生産量が一つ大きな課題かと思えます。さきほどお伝えいただいたような学生とかのコミュニティ等をうまく使いながら海外展開ができた際に、やっぱりある程度の量が必要に

なるのかをまず1点伺えればと思います。

須藤参考人 ありがとうございます。

正に、今御指摘のとおり、大分県の農産物の生産量に対して、どのぐらいのボリュームで輸出ができるかという点は非常に重要なポイントかと思えます。もちろん、今後輸出を増やしていくのであれば、それ相応に生産量を上げていく必要があると思います。中でもやはり高品質、さきほどの見てくれというよりは、むしろ味の面であったり、若しくは有機であるということは、ヨーロッパではほぼマストに近い状況でもあるので、そういったものを含めた品質を担保した形で生産量を増やしていくことが必要になると思います。

吉村委員 ありがとうございます。

そういったかじ取りというか、旗振りをまた県が担っていかなければいけないのかなと感じています。

臼杵市での結論のところになるのかと思いますが、広義のサステナブルと示されています。また、その下では狭義という部分を示されていますが、先生の考えとしては広義を目指すべきなのか狭義を目指すべきなのか、どちらがどうなのかを伺ってもよろしいでしょうか。

須藤参考人 まず、広義と狭義の大きな違いで申しますと、狭義とは全ての原材料を現地で生産され、つまり地産地消がなされ、それが地域で消費されるということです。すなわち、食に関する産業、例えば醸造産業なども含めてその原材料が全て臼杵市若しくは大分県内で生産されていば、それが狭義の意味でのサステナビリティという形になってきます。一方で、自分のところだけでは原材料が生産できないけれども、ほかから持ってくることによって大きな産業として持続できるのが広義です。

なので、今お尋ねいただいたポイントに関して、やはり目指したいのは狭義のサステナビリティです。この狭義のサステナビリティが達成できるということは、すなわち食料安全保障の観点からも、常に地域の中で全てが循環し、生産でき、全ての県民が食に困らない、輸入が止まっても困らない、ほかから誰も食料を持って

こなくなっても困らない、こういう状態ができて初めて社会経済の発展にもつながっていくという意味で、非常にタイトな状態ではありますが、そういったサステナビリティが確保されることが最も望ましい状態ではあります。

吉村委員 ありがとうございます。長々となつてすみません。そういった狭義の部分がつくれたときの、環境への負荷はどうでしょうか。

須藤参考人 正にそこが非常に重要なポイントで、狭義のサステナビリティを維持していくためには環境の保全が非常に重要になります。

まず、サステナビリティの定義として経済、社会、環境のバランスが取れているということもあるので、狭義を達成するために環境の価値を落としてしまうことは必ずしもサステナブルではありません。その意味では、サステナビリティというバランスを取っていきながらもその狭義にできるだけ近づけていく。

ですので、もちろん目指したいところは狭義のサステナビリティですが、環境の維持可能性、環境のサステナビリティという観点を踏まえた上で、地産地消は必ずしも望ましくはないということでもあります。

吉村委員 ありがとうございます。大変参考になりました。

令和3年だったと思いますが、県の食料自給率がカロリーベースで46%ぐらいだったと認識しています。それから考えると、なかなか一気に狭義に持っていきけるかという難しい部分もあるのかなとは思いますが、やはり目指すべきところをそこに定めながら、またしっかり勉強していきたいと思います。

二ノ宮委員 単純なことですが、さきほどしいたけの話が出て、今まではいちごとかブドウですね、シャインマスカットが特に有名ですが、それとか、この間オーストラリアに行ったときにオーストラリアで育てたものが和牛として売られている。せっかく日本人が苦労して育てたものが外国で簡単にその国のものとして売られていると。どこに問題があるのかをちょっとお聞きしたい。

もう一点は、今日の話の中で観光浮揚と言

ますか、観光者数を増加するために農産物を輸出し、その味によって大分県に来てもらうという観光浮揚の方法、さらに農業を活性化するための方法だと思いますが、なかなか時間もかかるし、一つの大分県という単位でこれを取り組めるのかといつも心配しています。

それと、さきほどもちょっと出たんですが、2038年に日本が米を輸入しなければならないような食料危機の中でそういう施策が、水を差すようで悪いですが、その辺の見通しとかがもしあれば教えてください。

須藤参考人 ありがとうございます。

まず初めに、日本の産品が海外でコピーされて作られているという点、私もそれは非常に危惧しているところでもあります。他方で、さきほどしいたけの事例を申したのは今、例えばヨーロッパのマーケットでしいたけを原木栽培できるかということ、できる環境にはないということと、余りそれをするメリットはないだろうということ。

例えば、いちごであったりシャインマスカットのように、非常に幅広いマーケットがあって、そこでクローン若しくはコピーを作って、それがマーケットとして機能していくことになると、やはり悪いことを考える人が出てくるものと承知しています。しいたけは、その意味ではいわゆるコピーが非常にしにくいというか、割と一般性の高いものであるということと、菌床しいたけに比べると、やはり原木しいたけの方が高品質で競争力が高いという意味で、今回しいたけを上げた次第でもあります。

これは本当に国際的な問題でもあり、このクローン問題、コピー問題は非常に難しい部分です。そういったものはターゲットにしないというのも一案としてはあり得るかと思っています。

もう一つ、観光の方ですが、御指摘のとおり時間は確かにかかると思っています。認知を高めていくのに、どうしてもある程度の時間は必要になってくると思います。その意味でも、短期的な戦略ではなくて、中長期の戦略を持つておくことが非常に重要になってくるのではないかなと思います。

私も今回プレゼンをさせていただく中で、もちろんターゲット層をヨーロッパや、富裕層に向けてという御提案をしていますが、例えば、これが来年すぐにはできるかという、そう簡単ではないと承知しています。ただ、もちろん中長期的な視点を持ちながら短期的な対応を行っていく必要があるし、中長期的なことを今の段階から対応しておくことが必要であろうと考えています。ですので、残念ながら短期的には対応は難しいかもしれませんが、長期的な対応を念頭に置きながら、少しずつアプローチをかけていくことが大事かなと思っています。

また、米の問題ですが、御指摘のとおりこれからは輸入米が入ってくるようになっていて、そういう意味では、米のマーケットは非常に大変な状況になることは私も認識しています。他方で、米も様々な使い道というか、食べるだけでない使い道もあって、あくまでこれは個人的な意見ではありますが、例えば最近、特に気候変動、温暖化対策の観点でバイオエネルギーの問題があります。もちろん、国内で生産する米は食用中心でもいいと思うし、また、耕作放棄地になっている田畑の中で、まだ米が作れるところであれば食用ではなく、例えばエネルギー向けで作っていくことも一案としてはあり得るということです。

食料のマーケットで申しますと、日本のマーケットはこれから人口も減少していくので、それほど大きくない、逆に縮小していく可能性のあるマーケットではありますが、一方で、そのほかの公共素材としての米というのはまだまだニーズがあるかと思っています。一案というか、今、ある企業と少し議論させていただいているのは、米の中でも米ぬか配合量の高い米の品種があって、ちょっと食用には向かないですが、その米ぬかから米油を精製して、その米油を活用して揚げ物に使ったり、その後、今度は精製し直してサステナブル・アピエーション・フューエル（SAF）——航空燃料ですね、バイオ燃料として活用するところまで見据えていくと、かなりニーズとしてはあります。

様々なマーケットがまだまだあり得ると思っ

ていて、そういったマーケットをさらに形成していく、若しくは発掘していくことも大事になるかなと認識しています。

首藤委員 すみません、今のでいいですか。エネルギー用米とはどういうものを指すのでしょうか。

須藤参考人 さきほど、米の一例を御紹介しましたが、米の品種の中で米ぬか配合量が比較的高いものがある、精製してしまうとかなり小さくなってしまいますので余り食用には向かないのですが、米ぬかは比較的油分を含んでいることもあって、米ぬかから米油を精製していくと。

今、ポッポおじさんの大分からあげとかが米油を使って唐揚げを揚げていますが、そういった揚げ物に使っていくことも当然可能で、他方では、使い終わった後の廃油は最近、精製し直す形で航空燃料に活用されています。日本もこれからSAFに切り替えていく必要があり、現在研究が進んでいますが、そういったサステナブルな形の燃料供給を行っていくところに米ぬか油を使っていくことを一案として御意見を申し上げた次第です。

穴見委員 ありがとうございます。

まとめのところで、世界基準でサステナビリティを考えるべきとあり、途中、序盤の方でも日本のサステナビリティと国際基準のサステナビリティは違うという話がありました。多少なりとも衝撃を受けましたが、今後、輸出拡大とか観光客の増を考える上で、そのギャップを埋めていかないといけないと思いますが、そもそもなぜ日本のサステナビリティと世界基準がずれてきたのかというか、ギャップが生まれてきた背景について先生の考えがあれば教えていただければと思います。

須藤参考人 ありがとうございます。

日本は環境を重視して非常に高く意識していたから、その観点でサステナビリティは環境にハイライトされてきた背景があると。

一方で、ヨーロッパ、アメリカも含めた他の国々では、経済の成長や社会の成長、それと環境の維持、保全、さらに環境という価値を経済や社会の成長に活用できないかという点に大き

な視点を置いていた。そこで環境、経済、社会のバランスが重要視されてきたという、大きなギャップが生じているということです。

猿渡委員 時間が迫っていますが、本当に勉強になりました。ありがとうございました。

一つ、24ページの自然資本、社会資本、経済資本が共に伸びていくというところをもう少し具体的に教えてください。今の考え方でいくと、自然資本に負荷がかかってしまう気もするのでお願いします。

須藤参考人 ありがとうございます。

この考え方は、地球上にある資本、資源も含めて様々な資本は地球が提供してくれる資源で、それを今度は我々社会が活用する資源として社会が生み出す資源で、これを社会資本と呼んでいて、主には人材ですね。そのほか、システムとしての社会資本で、例えば公共サービスであったり、そういったものも社会資本に含まれます。さらに経済的な価値、いわゆる金銭的な価値を中心とした価値を生み出すための資本になっていく経済資本、これはお金であったり土木であったり、建物であったりといった経済価値を生んでいくための資本です。

全ては、実は自然資本から生まれていますが、その自然資本は地球という決まった体積の表面から全て生み出されていく形になっていて、この自然資本から生み出されるものを我々は社会資本という形で人口が増えていたり、若しくはそれを使って社会というシステムを作ったりして拡大させていく。また、経済資本の基本にあるのは原材料であったり、経済の価値を生み出すための道具や機械も自然資本の原材料を活用して作っている状態になっています。

自然資本とは、地球上にある様々な資源、空気や水なども含めて、その循環の中で生まれているので、総量は基本的には変わりませんが、豊かな自然資本があることによってそれが生み出し得る価値や、その自然資本が社会資本の形成や経済資本の形成に使えるボリュームが大きくなっていきます。ですので、もちろん自然資本の最大ボリュームは地球の表面積とはなりますが、その地球の表面積を最大限生かしてい

ながら、そこが社会資本や経済資本に活用可能な価値をどれだけ大きく提供できるか、それがその資本の増加によって決まってくることもあって、自然資本が増加していくことによって社会資本の増加や経済資本の増加も可能になってくるという考え方です。

井上委員長 そのほか、どなたか。

〔「なし」と言う者あり〕

井上委員長 それでは、委員外議員の方で御発言のある方は。

太田委員外議員 まとめで、ターゲットとしてハイエンド層へのアプローチを考えた方がいいのではないかとということですが、受入れ側としてハイエンド層が受け入れられる体制になっていないのではないかとという課題があります。

我々が考えるハイエンド層、例えば宿泊で、さきほどENOWAの話をしていましたけど、10万円ということを見ると、日本人からするととてもそんなところに泊まれないという感覚です。宿泊業者もやはりそのような感覚ですが、世界的な標準としてハイエンド層が泊まるのは10万円以上のところに平気で泊まるものなのかというのと、また、受入れ側としてどういう準備をすることによってそれが受け入れられる、認められることになるのかなということ。

先週、インドネシアのジャカルタに視察に行ってきましたが、APUの卒業生とちょっと交流して、もう千人ほど卒業生がいると。現在も400人ほど在学しているということで、そういうパイプをつないでいくことによって、もう少しその辺の交流を深めることで輸出も輸入もできるのではないかとということでした。

また、イオンにちょっと寄って農産物の輸出をどう考えているかお聞きしましたが、日本からは青森県のリンゴだけしか輸入できていない。あとは許可が下りないと。何でかということ、日本は自治体ごとにばらばらでやっていて、韓国、中国は国レベルでその辺の取組をやっているということで、全然そこが違うんです。そうすると、さきほど先生が言われたように、APUの学生なり父兄なりを通じて、その辺のパイプを太くすることがこれからの大きな課題なのかな

と思いました。

私たちがこれまでやってきたのは、せいぜい1人5万円の宿をある程度富裕層にということでしたが、こういうハイエンド層の10万円というのが普通なのか、その辺の感覚的なものをお聞きしたいのですが、よろしくお願ひします。

須藤参考人 ありがとうございます。

ホテルのランキングというか、クラスの分け方として、一般的には500ドル以上がハイエンドと言われますが、ただ、そのさらに上で700ドルレベルを超えてくるとラグジュアリークラスと言われているものがあります。我々が、いわゆるハイエンド層とここで呼ばせていただいているのは、700ドル以上のホテルに泊まる方ということで、大体10万円という形になっています。

ホテルのそれぞれのクラスですが、もちろんバジェットクラス、安い1万円以下のクラスからミドルクラス、ハイエンドクラスと様々なオプションが必要だと思うし、実際の観光客のボリュームゾーンとしては、やはりバジェットクラスとミドルクラスが中心になってくるのも十分に承知しています。大分県で、今回ハイエンドを取り上げさせていただいたのは、ハイエンドクラスのホテルがほぼない状態、別府市にANAインターコンチネンタル別府リゾート&スパができましたが、そこでさえ必ずしもハイレベルではないんですね。ですので、もっと高いレベルのホテルがないとそういった方が泊まる場所がないということでもあります。

もちろん、ハイエンドオンリーにしてしまうわけにはいなくて、様々な観光客に来ていただくためには幅広い層を持つておく必要があります。ただ、今御指摘があったとおり大分県の宿泊でいうと、どちらかというミドルレンジ以下のところが中心になっていて、ハイエンド層がほぼないという、いわゆるレベル層でいうと中盤から下のところに集中している状態になっています。ここをもう少し上げていかなければならないのではないかとということが今回の御提案でもあります。

ハイエンド層がそういう高いところに泊まる

のかということですが、泊まります。泊まりますというか、今、中国からちょうど春節で来ている方は1泊20万円を平気で使っています。なので、割と普通に払う方がいるということと、さきほどチュニジアにいたと話しましたが、チュニジアはフランスのリゾート地というか、フランスは大体3か月ぐらいバカンスを取る国で、6月から9月まで誰も働きません。では、彼らはどこに行くのかというと、多くはチュニジアに来て、チュニジアでマンションにその3か月間とか、中には忙しい方は1か月とか入られますが、大体1泊15万円から20万円ぐらい払う感じです。

もちろんチュニジアは、特に北部の地中海沿いは非常に高額なリゾート地でもあり、そのホテルはもちろんバジェットクラスもあるのはありますが、リゾートホテルでかなりハイエンドのホテルが建ち並んでいるし、リゾートマンションで1泊、平気で10万円するところに1か月みたいな……

太田委員外議員 バカンス全体でどのぐらい使うんですか。

須藤参考人 人によると思うので、私もいくら使っているかは全く分かりませんが、私が住んでいたマンションは2年間の契約でお支払した金額が、大体日本でいうと200万円ぐらいだったのかな、月10万円しないぐらいのところでしたが、それは長期契約だから安くしてもらいましたが、通常1か月貸しにすると数万円では済まない。1か月で100万円や200万円取るみたいなことを大家は言っていたし、割とそのぐらいのマーケットになっていた感じですね。

太田委員外議員 ハード的なレベルは何が日本の宿と違うんですか。

須藤参考人 ハード的にはそんなに大きく変わらないと思っています。

太田委員外議員 ホスピタリティにしても。

須藤参考人 はい。特に彼らはそれだけお金を払ってもいい、もちろんそれはハイエンド層の人たちなので、所得層によっても全然違う部分はありますが、ハイエンド層にとっては日常の

生活が現地に移せるかという点は非常に大きいということですね。必ずしも、特にバカンスの場合はフルサービスである必要はなく、日常生活が普通に送れることが求められますが、彼らが日常に普通に生活できるレベルをちゃんと維持しておいて、かゆいところまでしっかりサポートが届くぐらいのレベルのものであれば、そんなに設備が必要にはなっている感じではありませんでした。

井上委員長 それでは、時間もだいぶ過ぎたので、須藤教授におかれては長時間にわたり御出席いただき、かつ、本委員会にとって大変貴重で示唆に富んだ話を賜り、誠にありがとうございました。調査、検討を進める上でまた御意見をいただくこともあると思いますが、その節はよろしくお願いします。

それでは、須藤教授、どうもありがとうございました。(拍手)

[須藤参考人、委員外議員退室]

井上委員長 それでは、次第のその他ということですが、特に何か御発言があればお願いします。よろしいですか。

〔「なし」と言う者あり〕

井上委員長 特になければ、以上で本日の委員会を終わります。

次回は2月29日木曜日の本会議終了後にこの会場で内部協議を行うので、御出席をよろしくお願いします。

大変お疲れ様でした。