

平成21年2月予算特別委員会 3月12日

吉村和武委員 県政・公明クラブの吉村でございます。

きのうから雪が降りまして、県内、冬に戻ったなというふうな雪の様相でしたが、非常に今は天気もよくなりました。

その中で、きょうの新聞ですけれども、非常にうれしい記事がありました。財団法人地域活性化センターが主催しました「ふるさとイベント大賞」、第十三回になるそうですけれども、こちらで西川町の「雪旅籠の灯り」、これが大賞に輝いたと、県内で初めてだというふうな話でございました。

ふるさとというふうなことで山形が認められたわけでございますけれども、豪雪を逆手にとった独創性が高評価を得たというふうなことでございました。コンセプトとしましては、経済効果よりも地元住民が冬を楽しむことを重視したというふうなコンセプトになっております。今後の県政の中でも、いわゆる逆転の発想、発想の転換、そしてやはり、地域のコミュニティーが大切だというようなことをあらわしているんでないかなというふうに私は感じた次第でございます。ぜひ、今後の県政運営、いろんな発想を持っていただきながらも地域に根づく人方の息遣いを重要視していただきまして、県政運営をしていただきたいなというふうに思ったところでございます。

それでは、早速質問に入らせていただきます。

私は、これまでの二年間、文教公安常任委員会に所属させていただきまして、議論を重ねてまいりました。

予算特別委員会でございますので、吉村知事に、安全安心な山形県の構築に向けた基本姿勢をお尋ねいたします。

本県の治安情勢は、刑法犯認知件数が、そのピークでありました平成十四年から六年連続で減少しております。昨年は、秋田に続いて犯罪率も少なくなりまして、特に、殺人、強盗、放火などのいわゆる凶悪犯罪は、全国最少の発生件数になっていると聞いています。また、交通事故に関しましても、昨年は死者数が五十二年ぶりとなる四十人台まで減少したほか、少年非行率にあっても、三年連続で全国最小を記録いたしました。まさに、誇れる記録でないかと思うわけでございます。

この背景には、安全安心を誇れる山形県の構築を目標として、県警察が緊急治安対策プログラムやそれに引き継ぐ治安対策重点プログラムを策定しまして、犯罪の抑止と検挙、そして交通事故の防止を重点に、県民との協働により各種治安対策に取り組み、官民挙げでの対策を講じてきたその結果であるというふうに評価しております。

しかしながら、全国トップクラスの良好な治安情勢にあり凶悪犯罪の少ない本県においても、まだ殺人事件や強盗事件が発生しているほか、全国的な問題となっている振り込め詐欺もいまだに発生し、誘拐などの重大事件に発展するおそれもある子供への声かけ事案なども見受けられます。県民の体感治安の向上に向けた取り組みも、今後さらに必要であ

るというふうに考えます。

知事は、就任時より今日まで、「県民の生命と生活を守ることを第一に考え」とたびたび発言され県政を運営していかれるお考えを示されましたが、良好な治安を維持向上させ安全安心な山形県を構築することは、教育の振興や福祉・医療の充実などとともに県勢発展には欠くべからざるものであるとともに、企業誘致等の産業振興にも寄与できるものと考えております。

今議会の一般質問でも、我が会派の木村議員より大麻問題について、健康福祉部、教育庁、そして警察の連携の質問がなされました。常任委員会では、坂本委員より御提案がありまして、文教公安常任委員会、知事部局、警察とそして交通安全協会の役員の方々による意見交換会が開催されました。任務分担はそれぞれあるわけでございますが、治安対策のみならず、県行政全体としても安全安心について考えて、そして必要な連携は強化していくべきと考えるわけでありますが、安全安心な山形県の構築に向けた知事の基本姿勢をお伺いいたします。

吉村美栄子知事 お答えいたします。

私は、安全安心な山形県を構築するため、ここで暮らしたいという県民の願いを何よりも大切にして、県民の命と生活を守ることを最優先に県政運営を進めてまいります。

本県の現状は、刑法犯認知件数が六年連続で減少し、交通事故の発生件数や負傷者数も三年連続で減少しておりますが、県民意識調査によると、地域の治安に対する認識は、以前と比べて悪化したと回答した方がよくなったと回答した方を上回り、いわゆる体感治安が悪化している状況にあります。

また、昨今は、振り込め詐欺や食品の偽装事件など、日々の暮らしの安全安心や信頼が大きく損なわれる事件・事故も相次いでおり、今般の経済危機への対応とも相まって、今こそ県民の生活を守るセーフティーネットを整えることが必要ではないかと強く感じているところでございます。

体感治安向上のためには、日ごろから事件・事故の予防に努めることが大変重要で、行政の施策だけではなく、県民一人一人が事件や事故の防止に取り組むことが必要であります。その取り組みにおいては、本県の地域力の特徴である家族のきずな、人と人、人と地域のつながりを大切にして、互いに助け合い支え合う良好な地域コミュニティーを築いていくことが基本であると考えております。

具体的には、地域と連携・協力した治安向上や交通事故防止の対策として、子ども見守り隊の結成支援、青色防犯パトロールの導入促進、子供と高齢者を対象とした交通安全教室の開催などの取り組みを着実に推進しているところです。また、不幸にして犯罪被害に遭ってしまった方々に対しては、安全で安心して暮らせる平穏な生活を早期に回復できるように、社会全体で配慮し支援していくことも重要であると考えております。

私は、安全安心な山形県を構築するため、市町村、事業者、県民、ボランティア団体等

との連携を強化するとともに、知事部局、教育庁、警察が一体となり、県行政全体としての取り組みを積極的に推進してまいります。

吉村和武委員 犯罪被害者等を社会全体でという話がありました。行政が負うべき役割、警察が負うべき役割はそれぞれあると思いますけれども、やはり全体で考えていくということは必要だというふうに考えます。

また、地域との連携という話がございました。今回の交通安全協会の話でもありましたが、ボランティアでいろいろ頑張ってくさっている方々がいらっしゃいます。ただ、現状を見ますと、やはりこういう経済情勢の中、また社会構造の変化の中で、維持していけないというふうな深刻な声が聞かれたのもこれまた事実でございます。

温かい県政、それが一番の看板でございますので、ぜひそういった方々の声にも耳を傾けていただきまして、体感治安の向上、それがいわゆる県民の安全安心につながっていくわけでございますので、それも含めまして、全体的にこれからも推進していただきたいというふうにお願ひ申し上げる次第でございます。

続きまして、次の質問に移らせていただきます。

昨日の本会議において、副知事に高橋前健康福祉部長が承認されました。直ちに就任されたわけでございますけれども、いささかの県政の遅滞も許されない今日、県行政を知り尽くしていると言っても過言ではない高橋副知事の誕生は、県民も大いに賛同するところであり、吉村知事とのタッグによる強力な政策の実行が期待されるものと思います。

山形県議会は、本年百三十周年を迎えたわけではありますが、県政もまた歴史が脈々と続く中にあり、その時代その時代で、知事をトップとした職員の皆様が課題・難題に取り組み、大きな功績を残してまいりました。知事は、県民のあゆみで「水を飲むとき、井戸を掘った人を忘れるな」という言葉を好きな言葉に選んでいらっしゃいますが、まさに先人たちの功績を忘れることなく現状の課題に立ち向かう姿こそが、政治・行政のあるべき姿であると考えます。

県の歴史をひもといて私も勉強させていただきました。

見ますと、安孫子県政時代は、財政再建団体であった山形県の財政を立て直し、酒田北港、山形立谷川工業団地、酒田臨海工業団地、山形流通団地などの団地造成に着手され、今日の県内団地造成の基礎をつくれ、板垣県政にあっては、それらの事業を完成させながら、さらに東根大森工業団地、新庄中核工業団地、米沢八幡原中核工業団地を造成し、庄内空港開設や山形新幹線の導入、山形自動車道の開通など運輸面でも大きな御功績を残しており、この二代にわたる県政は、社会資本整備に相当な力点が置かれていることがうかがわれます。

高橋県政にあっては、そうしたインフラ整備から徐々に県立中央病院の新設など福祉施設の充実、地域文化の振興、教育の振興にウエートをシフトしながら、山形新幹線の新庄延伸など必要な社会資本整備もなし遂げてこられました。

続く齋藤県政では、財政の健全化を第一にしながら、持続可能な県政運営を目指し、各中期・長期計画を策定する一方、他県との広域連携や社会資本の長寿命化、ブランド戦略などを推進してこられました。

県民の評価、県議会の評価はそれぞれあったにしても、その時代その時代の課題に向かっていったものと敬意を表するものであります。

翻って、今日、少子高齢化、地方間格差、景気低迷など、今日の山形県にもいまだ課題が山積しております。吉村知事は、活力あふれる山形県の実現のためには、人づくりをまずもって優先すべきものと位置づけ、県民性と伝え継がれたわざ・知識を最大限活用していく必要があると本会議でもお答えになっておられます。

高橋副知事におかれましては、四代にわたる知事のもと、これまで県勢発展に寄与されてこられたプロ中のプロであります。その経験をどのように生かしながら吉村県政をサポートし、活力あふれる山形県を実現していかれるお考えか、御所見をお伺いいたします。

高橋節副知事 大変大きなテーマで質問いただきまして、どう答えたらいいのかなと思いつつ、今、ここにやってきました。

ただいま委員からお話があったような、まさに県政史とも言えるようなさまざまなエピソードを通じてのことをずっと聞いていますと、本当にその時々時代のニーズ、要請というんでしょうか、そういうものに合わせながら私たちの先輩、知事、副知事、職員ですね、一生懸命いろんなことを考えてきたんだなということを、今、改めて思っております。

ただ、その当時の県議会の皆さん方も、こういうふうなプロジェクトに対してさまざま意見はあったと思います。それを闘わせて一つのものに仕立て上げてきたんだという思いが今しております。

ただ、こういう形で県勢の発展を目指して進められてきたわけでございますけれども、いろいろこの事業を推進する背景を考えると、本当に財政環境は厳しいものがあったんじゃないかと、安孫子県政時代、私はその最後の時代の入庁でございましたけれども、先輩からの話を聞きますと、三十年代の厳しい財政再建の時代があったというふうな話をしっかりと聞いております。また、昭和五十年代、オイルショックに入って本当に財源が不足して、地方財政対策に大きく頼みながら、いろんな起債を活用して県勢の発展を試みたというふうな時代もございます。まさに、時々経済情勢によって大きく変動を余儀なくされたというふうな形でございます。

そうした中でも、時には、事例にありましたけれども、山形新幹線とかあるいは庄内空港というふうな事例は国でもない取り組みだったわけですね。制度を国につくらせて実際やったというふうな形で、一つの県に二つ空港は要らないというふうな見解があった中でも二空港を実現したというふうな取り組み、あるいは財源を継続的に涵養しながら展開した事業というのもたくさんあるわけでございます。

今、私たちがこうした生活を享受できるというふうなことを考えてみますと、まさに先

人のこうした取り組みがあったればこそだなというふうに思いを新たにしているところでございます。まさに、委員のほうからも話ありましたように、「水を飲むとき井戸を掘った人を忘れるな」というふうな言葉をかみしめながら、改めて振り返ってみる必要があるんじゃないかというふうに思います。

さて、吉村県政のスタートでございますけれども、大変厳しい未曾有の経済危機に伴って、景気・雇用が非常に悪化する中でのスタートというふうな形になりましたけれども、今まで取り上げられたいろんな事例を見ますと、こうした似たような状況もたくさんあったんだというふうに感じております。その中で、吉村知事は、県民の命と生活を守ることを基本に、「産業」、「農業」、「医療・福祉・子育て」、そして「教育」の四つの分野に重点的に取り組むというふうな形で宣言しているわけでございます。

私も、そうした施策の方向を受けとめまして、数少ないではありますが、これまでの経験を生かしながら知事をしっかりと支え、知事が目指す、赤ちゃんから長寿の方まで生き生きと暮らせる活力ある山形の実現に向けまして、全職員の力を結集して取り組んでまいりたいというふうに、今、考えているのが心境でございます。

以上でございます。

吉村和武委員 ありがとうございます。やはり財政が厳しい時代もあったわけでございます。そしてまた、今日も財政は非常に厳しい中、必要なものは必要でありますし、やらなければならないことはやらなければならないというふうに考えます。各部長級の皆さんを部門のトップとしまして、それを取りまとめて政策を運営していくのが知事、そしてサポートしていくのが副知事の大きな役割でないかというふうに思います。今の答弁を聞いてさらに安心を深めたわけでございますが、ぜひ、吉村知事をサポートしていただきまして県政運営のほうをよろしくお願い申し上げたいというふうに思います。

続きまして、今議会でも先ほどの青柳委員の質問の中にもございました子育て政策について、改めまして知事の御決意をお尋ね申し上げたいと思います。

知事は、選挙中からマニフェストに子育て支援を掲げ、県庁内に「子ども政策室」を設置して、県政の大きな柱の一つとして力点を置いて取り組む旨の考えを示しておられました。

山形県では、高橋県政では、平成八年からおおむね十年間を計画期間とする「やまがた子どもプラン」を策定し、齋藤県政にかわってからは、山形県次世代育成支援行動計画「やまがた子育て愛プラン」を策定し、平成十七年度から平成二十一年度を前期の計画期間として少子化対策の推進を図ってまいりました。しかし、少子高齢化には歯どめがかかっていないのが現状であります。

やまがた子育て愛プランの中では、合計特殊出生率一・四七を維持することを目標に掲げ施策を展開してまいりましたが、全国的に合計特殊出生率が改善傾向にある中でも、山形県は一・四二と下降を続け、高齢化率は全国五位と深刻な課題であることは事実であり

ます。これは、竹田委員の話の中でもございました。

「子ども政策室」については、今議会でも議論がなされておりますが、先日の総務・厚生文化常任委員会等で、設置目的そしてその分掌事務、組織体制の提示がなされまして、大体予算規模で約百億円程度、人員配置で約百三十人程度と、その輪郭があらわれてきております。これまで、女性青少年政策室は文化環境部、児童家庭課は健康福祉部にあり、統合された組織体制は、より特命的な取り組みが期待され、子育て世代の県民の大きな期待と、そして注目を集めております。

平成二十一年度は、やまがた子育て愛プランの前期計画の最終年度であり、見直しをしながら今後の施策展開がなされていくことと思われませんが、知事はどういったお考えで子育て支援を推進していかれるのか、また、子育て支援は、今後、より多岐にわたると考えられますが、「子ども政策室」はその中でどんな役割を担っていくべきと考えられるのか、御所見と、そして子育て支援に対する思いをお伺いいたします。

吉村美栄子知事 子育て政策についてお答えいたします。

未来への希望である子供は、いつの時代においても社会の宝であり、地域社会に活力を与えてくれるかけがえのない存在であると思っております。

これからの子育て政策においては、保育サービスの充実や子育てにかかる経済的負担の軽減に加えて、経済・雇用面での対策や魅力ある地域づくりなど若者の定住対策も重要となっております。さらには、三世同居率や共働き率が高い本県の特徴を踏まえ、子育て経験が豊富な高齢者の皆様からも御協力をいただけるような仕組みづくりや、仕事と子育ての両立が可能となるような環境整備の推進にも積極的に取り組んでいく必要があると考えております。

このため、子育て家庭の不安や悩みを解消するための子育て支援策の充実など、少子化対策に組織を挙げて取り組むための新たな体制として「子ども政策室」を設置し、乳幼児医療費助成制度の対象年齢の拡大、子育て支援センター、NPO、子育て応援団の密接な連携による育児サポートや夜間・緊急時の一時預かりの実施、病院等と連携した病児・病後児保育の充実など、子育てのセーフティーネットを守るための施策展開を一体的かつ横断的に進めてまいります。

また、委員御指摘のとおり、平成二十一年度は、やまがた子育て愛プラン前期計画の最終年度でありますので、これまで取り組んできた成果と課題を踏まえ、二十二年度から五年間の後期計画を策定することとしております。策定に当たっては、市町村や関係団体、子育て家庭や長寿の方々を初め県民の皆様の御意見もいただき、これまでの取り組みに検証を加えるとともに、子育て家庭のライフステージに沿った新たな施策についても幅広く議論してまいります。

私は、子育てというものを人類の営みの中でも最も崇高なものと位置づけておりますので、子育てを社会全体で見守る仕組みづくりなどを通して、県民の、ここで暮らし続けた

いという願いを実現してまいりたいと考えております。

吉村和武委員 非常に力強い、思いのこもった御答弁をいただきました。やはり、見直しに関しましてはぜひ市町村からもお話を聞いていただきたいというふうな要望が一点ございます。

そしてまた、少子化の要因、不安や悩みの解消というふうなお話が今ございましたが、いわゆる制度的な拡充というのもこれは必要なのはそうでございます。ただ、総務省の調査の中で、子育て世代の不安の一番の要因というのはやはり経済的なものが大多数を占めているというのも現状でございます。非常に今景気が低迷する中、子供を産んで育てたいというその思いが減少してしまわないよう、これはすべての、経済情勢も含めながらの対策が必要になってくると思いますので、ぜひそういう思いを生かしていただきながら進めていっていただきたいというふうにお願いしたいと思います。

続きまして、コンテンツ産業の振興について質問させていただきたいと思います。

山形県でも不況が如実にその影を落とす中、雇用創出と産業振興はまさに喫緊の課題となっております。県も雇用創出一万人プランを策定し、現状の打開を図っておりますが、道のりは平たんではありません。産業振興は直接雇用に結びつくことから、新たな産業の創出も有効な雇用対策であると考えます。

そうした中、経済産業省東北経済産業局では、東北の活性化とコンテンツ産業育成についての取り組みを進めております。

言うまでもなく、コンテンツ産業は、音楽、映像、ゲームそして出版・新聞と大きく四つに区分されますが、経済産業省によりますと、日本国内のコンテンツ市場は、二〇〇七年に約十三・八兆円でありましたが、二〇一五年には約十八・七兆円に増大し、それに伴い、約十五万人の雇用増が見込まれるとしております。

現在の日本の最高のコンテンツはアニメと評されますが、そうした中、宮城県では、仙台市と共同で宮城・仙台アニメーショングランプリを開催することを決定し、村井知事が実行委員長につかれました。今月末まで団体・企業・個人から協賛金を募るとしており、より一層コンテンツ産業育成に取り組まれるものと拝察いたします。

東北経済産業局によると、コンテンツ産業は、新経済成長戦略において製造業と並ぶ双発のエンジンとしてその生産性の向上と市場拡大が求められているとし、地域活性化との相乗効果が期待されることから、平成十八年にコンテンツ産業支援室を設置、以来、十八年度に東北地域コンテンツ産業振興懇談会を開催、十九年度には地域の映像産業の実態及び振興方策について検討を進め、二十年度には映像関連産業の人材育成とその取り組みを加速させております。

現在の不況が製造業を中心に打撃を与えていることを考えると、新しい産業の育成としてコンテンツ産業の育成も有効な雇用対策となり得ると考えますが、県の考え方とこれまでの取り組み、そして今後どのように施策を展開していくお考えか、商工労働観光部長に

お尋ねいたします。

菅野滋商工労働観光部長 ただいま御紹介がございましたが、映画やアニメを初めとした映像あるいは音楽、ゲーム、出版などのコンテンツ産業、これにつきましては、今後成長が大いに見込まれる産業分野であるとされております。国におきましては、実態調査やセミナーなどを開催しながら、地方におけるコンテンツ産業の振興方策を検討しているという状況でございます。

県の取り組みといたしましては、これまで、文化の振興やデジタル技術の研究といったような観点から、映画制作や映像のアーカイブ化に対して支援を行ってきたところでございます。また、民間の取り組みといたしましては、映画のロケ地の提供やその支援、映画祭や音楽祭の開催等、コンテンツ産業に関連したさまざまな活動が見られております。しかし、残念ながら、新たな産業が創出されるといった状況には至っていないというふうに思っております。

コンテンツ産業の振興に向けた取り組みにつきましては、コンテンツそのものの製作や流通、配信のほかに、既に本県でも行われている先ほど御紹介申し上げましたようなさまざまな取り組みに加えまして、本県の豊かな自然や文化など、これらがコンテンツに盛り込まれるといったこと、それによって観光振興等が図られるといったようなこと、さらには、ゲームや映像等の分野の人材育成に取り組んでおります東北芸術工科大学、こちらとの連携等も進めていく必要があるんだろうと考えております。

本県産業の振興に当たっては、新たな環境などの分野の産業創出というふうなこともございます。そういった流れの中で、コンテンツ産業についても議論していくということが重要であろうと思っております。私どもとして、本県の特徴を生かしたコンテンツ産業やその関連分野の振興について、その可能性を探ってまいりたいと考えております。

吉村和武委員 まだ新たな産業までには至っていないというふうな現状は、そのとおりだと思います。ただ、可能性を探っていくというお話がございました。そういった可能性の話は、後の質問にも出てまいりますが、今、山形県は、その可能性が広がっているというふうに私は思っております。ぜひ、コンテンツ産業全体としましても可能性を模索していただきたいと思っております。

次の質問にちょっと関連がありますので、次の質問に移らせていただきたいと思っております。

コンテンツ産業の中で特に山形県が全国的に高い評価を現在受けているのが映画であります。

映画産業は、制作、配給そして興行というふうに分けられますが、近年では映画祭も、先ほど御答弁の中にも映画祭の話が出てまいりましたが、重要な要素に位置づけられてきております。

韓国の釜山は、国策として映画のまちとして位置づけられ、インフラ整備、ソフト面で

の官民連携が進み、目覚ましい発展を遂げております。

山形県でも、世界の三大ドキュメンタリー映画祭として国内外から多くの出展と来場のある山形国際ドキュメンタリー映画祭、商業映画祭ではぴあ映画祭に次ぐ応募数のある山形国際ムービーフェスティバル、東根市のひがしね湯けむり映画祭、村山市の村川透映画祭、米沢市の田中邦衛映画祭など多彩な映画祭が行われ、国際的な評価を得ております。

また、映画制作の面では、置賜総合支庁と山形おきたま観光協議会で運営する山形おきたまフィルムコミッションや山形市観光物産課が運営する山形フィルム・コミッションなど、県内に五つのフィルムコミッションが立ち上がって、映画撮影の誘致、そのプロモーション活動を行っております。これまで県内で撮影された映画も、「おくりびと」を初め「蝉しぐれ」、「たそがれ清兵衛」、「スウィングガールズ」、「山桜」など成功をおさめておりますが、「おくりびと」のアカデミー賞外国語映画賞受賞を契機に、一気に世界的な注目度が高まりました。昨日の和嶋委員の質問の中でも御紹介がありましたが、今後、庄内地方では、七本の映画のうち大型時代劇が五本程度制作される予定であるとお聞きしております。

これまで、フィルムコミッションは非営利公的機関が原則でありますことから、都道府県や市町村などの自治体、商工会議所や観光協会などがその事業を行い、映画撮影におけるワンストップサービスを提供してまいりましたが、今後、全国的な組織の展開もあると聞いております。各自治体間の映画撮影の誘致競争が激化していく傾向にあると考えます。

しかし、一方で、映画祭については、その運営基盤の確立という問題が顕在し、フィルムコミッションについては、複数の行政区にまたがる撮影や、国道、県道などの使用に関するワンストップサービスの提供に障害が発生し、全県的な取り組みが望まれており、映画業界は人脈が重要な要素を占める中、自治体の職員の異動も大きな課題となっております。映画撮影を入り口と考えるならば、映画祭はまさに出口であり、山形県を映画のメッカとするには、どうしても解決していく必要があります。

「おくりびと」の原作、脚本を手がけた小山薫堂氏は、先日山形市で行われましたリスペクト上映会に出席され、映画の中で一番表現したかったのは「つながり」であると申されました。人と人とのつながり、人と自然とのつながり、人と生物とのつながり、人と社会とのつながりという表現でしたが、山形県はそのつながりを感じられる場所であり、それが文脈となって物語となる、それこそがまさにコンテンツだというふうに評されておりました。

山形県の可能性を示していただいたものと受けとめますが、そうした山形特有の財産をより強力に発進していくためにも、この際、農業支援センターや工業技術センターのように、仮称でございますが映画支援センターのようなものを設立し、さまざまな課題の解決策を議論し、広く映画産業の振興のため施策を展開していくのも一つの大きな考え方ではないかと思えます。

知事もマニフェストの中に映画産業の振興をうたっておいでですが、県として今後どのように推進していくお考えか、商工労働観光部長にお伺いいたします。

菅野滋商工労働観光部長 映画産業の振興についてのお尋ねでございます。

映画産業の振興は、新たな雇用を生むだけではなくて、このたびの「おくりびと」に代表されるように、映像によりまして山形の魅力が全国・世界へ発信されると、そして知名度の向上とイメージアップに通じまして、観光誘客や企業誘致にも効果が期待されるというふうに思っております。

委員からは、映画産業振興関係で映画祭とフィルムコミッションについてお話ございましたが、映画祭につきましては、県内各地で開催されているわけでございますが、国内外から高い評価を受けておりまして、地域の活性化に貢献していると思っております。

また、フィルムコミッションにつきましては、「おくりびと」の例にもありますとおり、映画が持つ情報発信力は非常に大きいということでございまして、全国各地におきまして激しい誘致競争が展開されております。全国に撮影支援を行う組織は百以上ございますが、本県においては、現在五つの撮影支援団体がそれぞれ誘致活動や撮影の支援活動を行っております。撮影の支援活動としましては、撮影時の道路等の許可申請の代行、あるいは食事・宿泊施設、あるいはエキストラの手配などを行っているところでございます。

今後、誘致競争はさらに激化していくと思われまますので、既存の団体においても、広域的な視点から連携することによって競争力を高めていくということが課題であろうと思っております。

県としまして、映画産業につきまして、その業界に携わる関係者の方から幅広く御意見をお聞きいたしますとともに、全国の事例をも参考にしながら、まずは現状と課題をしっかりと整理し、映画産業の振興に向け県としてどのような対応策が考えられるか、しっかりと検討してまいりたいと思っております。

吉村和武委員 ちょっと繰り返させていただきます。

競争が激化しているという御認識はいただいたのかなというふうに思います。例えば、今、山形県内に五つフィルムコミッションがそれぞれあるという話でございました。そもそも山形県というのは自然がすばらしく残っております。また、その地域地域の文化、そして県民性、こういったところが全国的にすばらしい評価を受けているわけでございます。そうした中で、じゃあ映画撮影で何がハードルとなるのかということ、やはり行政の取り組みであったり、そういったところで障害を生じさせないというのも一つのハードルでないかなと、ハードルをクリアすることになるんでないかなというふうに思います。

実際、「おくりびと」にしましても、酒田・鶴岡、庄内のほうのロケがありましたが、実際の家、自宅の撮影は上山で行われております。そういう複数の行政区をまたいだ場合、いろんな障害が生じてくるという、それがワンストップサービスというようなことにもつながってくるわけでございますが、そういった意味で、やはり県としての大きな取り組みが必要でないかというふうに考えます。

また、全国的な流れを見ましても、宮城県は相当力を入れた取り組みをしておりまして、

いわゆるフィルムコミッション、映画の撮影をしてくださいよというふうな条件が整っているとみなされる場所が宮城県は全域になっております。宮城県はすべて整っているというふうなことが全国的な資料に載っております。また、山形県は、その五つのフィルムコミッションが頑張っている地域は指定になっておりますが、やはり穴があいているような状況でございます。そういった意味で、このフィルムコミッション誘致に向けてぜひ御検討いただきたいというのが一点。

そして、映画支援センターというのは、私は、箱物的なイメージをしているわけではございません。そのフィルムコミッションを、各市町村を結ぶそういったソフト的なものに映画支援というふうな機能を乗せていくということも一つの方法でないかと思えますけれども、その辺、今後検討されていくお考えがあるかどうか、改めてお聞きしたいと思います。

菅野滋商工労働観光部長 各県さまざまなスタイルでフィルムコミッションの取り組みをしております。そのレベルにおきましても、民間主導のもの、県主導のもの、いろいろなパターンがございます。県内を見ましても同様でございます。我々といたしまして、今の御指摘を十分踏まえまして検討をさせていただきたいと思っております。

フィルムコミッションだけでなく、言ってみればコンベンション全体の問題でもございますので、コンベンション誘致という問題とも絡んでおりますので、そういった点も踏まえまして検討を進めさせていただきたいと思っております。

吉村和武委員 検討を始めていただけるということですので、次の質問に移りますが、山形県は、環境的には日本のどこにも負けないものがあるというふうに思っております。それが行政の取り組みで他県からおくれをとってしまうといえればちょっと語弊がありますが、そういったことにならないよう、ぜひ積極的なかわり合いをお願いいたしまして、次の質問に移らせていただきます。ありがとうございました。

続きまして、本県のPR戦略について質問させていただきます。

去る二月二十四日、山形県議会の百三十周年記念事業として、本会議場で山形交響楽団の弦楽合奏が行われました。演奏に際し、ごあいさつされた飯森範親音楽監督は、「今、山形に向けて風が吹いている」と山形県の現状を表現されました。NHK大河ドラマ「天地人」、モンテディオ山形のJ1昇格、「おくりびと」のアカデミー賞受賞と、三つのコンテンツが全国ひいては世界から注目され、山形県の大きな可能性となっていることは周知の事実であります。

一方、日経リサーチによると、都道府県の地域ブランドランキングは、二〇〇八年で北海道が一位であり、山形県は、残念ながら前回二〇〇六年の二十五位から順位を下げ三十二位でありました。一方、宮崎県は二十八位から十五位と大きく順位を上げております。

このような中で、先ほど申し上げましたコンテンツの成功を契機として山形県の戦略的

なPRを展開すれば、本県の地域ブランド力も大きく飛躍することが見込まれるのではないかというふうに思います。大切なのは、国際化の時代でもあり、国内にとどまらず世界をも念頭に置いて、いかに山形のすばらしさを発進していくかという視点を持って取り組むということであります。

また、一つの取り組みだけでなく、総体として取り組むという視点も大切であると考えますが、本県の今後のPR戦略に関する基本的な考え方について、政策推進部長にお伺いいたします。

土海安雄政策推進部長 本県のPR戦略に対する基本的な考え方についての御質問でございます。

本県には、先ほど委員からお話ありましたとおり、良好な自然環境に加えまして、歴史・文化など内外に誇れる有形・無形の資産が数多くございまして、また、長年の知識や経験に培われてきました米やサクランボを初めとする農産物、さらには磨き抜かれたわざに裏打ちされたさまざまな伝統工芸品があることは御承知のとおりでございます。しかし、委員からお話がありまして、日経リサーチによる二〇〇八年地域ブランド力調査において本県の都道府県ランキングが下がるなど、全国的には山形のよさがまだまだ知られていないということも事実かと思っております。

このような中で、大河ドラマ「天地人」の放映、モンテディオ山形のJ1昇格に加えまして、映画「おくりびと」のアカデミー賞受賞と、まさに山形は今大きく注目されていると、そういうような状況にあらうかと思っております。この機会を生かしまして、山形の持つすばらしい資源を再評価し、磨き上げ、国内外に発信することにより、本県のブランド力をさらに高めていくことが極めて重要であるというふうに考えているところでございます。

また、農産物の販売、観光誘客、企業誘致など個々の取り組みに加えまして、一つのイメージとして申し上げますれば、本県が全国的にも優位性を持っているサクランボ、こういったものの販売とあわせて、サクランボの木が豊かに広がる里山の風景であるとか、あるいはサクランボを生み出す山形のきれいな環境、こういったものを一緒にPRすることなど、分野を超えて連携しながら、一体的・総合的にPRしていくことも本県のイメージをより一層高めるため極めて有用であるというふうに考えているところでございます。

そして、その際には、テレビ、新聞、雑誌、インターネットなどあらゆる媒体を活用いたしますとともに、企業や団体、地元ともタイアップして情報を発信していくということが大切であるというふうに考えているところでございます。

以上でございます。

吉村和武委員 ありがとうございました。時期を逃さずという話がございました。ブランド力ランキングについては非常に残念な結果が出たわけですが、その中で私が

ちょっと誇りに思ったのは、今、サクランボという話がございました。これは、単品としてはいまだに全国二位のブランド力の評価をいただいているようでございます。そういった光り輝くものがあるわけでございますので、ぜひ、今後PRを展開していただきたい。

その中で、今、あらゆる手段を使ってという話がありましたので、関連して質問させていただきたいというふうに思います。

あらゆる媒体という話がありました。私は、紙媒体を活用した観光宣伝・PRについて、商工労働観光部長にお尋ねいたします。

今回注目されているその三つのコンテンツについて、今後のPRによっては非常に大きな誘客効果が見込まれるというふうに考えます。しかも、「天地人」は置賜、モンテディオは村山、「おくりびと」は庄内と、宣伝方法によっては県内全地域に経済波及効果があるというふうに思います。しかし、一方で、「天地人」には放送期間があり、また、アカデミー賞受賞の話題も風化していくというふうなことは想定されますことから、やはり迅速な対応と施策が必要でないかというふうに考えます。

「天地人」においては、これまでも県としてさまざまな取り組みがなされてまいりました。さらに、「おくりびと」については、庄内交通が日帰りと一泊二日のロケ地めぐりのバスツアーを企画し、酒田観光物産協会では地元のホテル、タクシー会社に向けたおくりびと研修会を開催し、遊佐町と庄内町には案内看板が設置されるというふうにお聞きしております。このように、取り組みがその広がりを見せている中、今こそこの三つを大々的に宣伝していただきまして、県を挙げて観光誘客を図るべきときでないかなというふうに考えます。

観光振興課によると、平成十九年度には、紙媒体による観光宣伝・PRとして、やまがた観光キャンペーン推進協議会の事業を含め、「じゃらん」や「トランヴェール」等の雑誌に掲載する形で、首都圏で二十八誌、延べ四十一回、仙台圏で七誌、延べ十六回の掲載が行われ、無料パンフレットは六種類、延べ九回の配布がなされたとなっております。

ホームページやメールマガジン、そしてITを活用した広告も広がる中、フリーペーパーなどの紙媒体が持つPR力が改めて認識されてきている今日、県内企業のフリーペーパーの内容も飛躍的に向上しております。「gattai」、「ヨミウリウェイ」などが代表例であります。先日、あるフリーペーパーの編集者の方とお話をする機会がありましたが、彼は、「自分たちは、ぜひ山形県のよさを商売抜きで県外に発信していきたいんだ」というふうにその意気込みを語っておられました。

この機会を逃さず、「天地人」、モンテディオ、そして「おくりびと」、こういう三つの大きな柱を立てまして、それに県内食材、観光地などが盛り込まれたフリーペーパーなどを作成し、インテグレーション、統合されたPRとして、首都圏そして県外からの一層の観光誘客を図り、あわせて山形のサクランボを代表とするそのブランドを発信していくべきと考えますが、御所見をお伺いいたします。

菅野滋商工労働観光部長 紙媒体を活用した観光宣伝・PRについての御質問でございます。

観光誘客を促進していく上で、的確な情報発信というのは非常に大事でございます。十分な情報発信の効果を得るには、インターネットあるいは電波媒体、紙媒体、さらには口コミといったさまざまな媒体をどう活用していくか、また、メディアミックスという形でどう展開するかということが重要でございます。

御指摘の紙媒体につきましては、紙媒体としての特性があるわけでございますが、まず、何度も読み返しができるという反復性があるということ、あと、全体を見渡すことが容易であるという一覧性の特徴、それから持ち運びが比較的簡単であるという、携帯性といえますかそういった点、それから、だれでも特別な機器やノウハウを持たずに容易に情報を入手できるといった利点があるわけでございます。

一方で、その時期的な問題、それからどこで配布するかという、電波とは違って配布の範囲が制限されるという点、あるいはコスト面といった制約もございますので、こういった特性を踏まえまして、こういった形で使うのが一番いいかというものを、私どもとしては取捨選択しながら取り組んでいるところでございます。

本県における紙媒体の取り組み例ということでは、本県の主要な観光情報を発信いたします「山形への旅」あるいは「やまがた・みやぎ観光マップ」といったようなものを作成しておりますし、委員からも御紹介もございましたが、民間が発行するフリーペーパーや旅行雑誌の活用、新聞やタウン誌等によります広告掲載、こういったものを毎年定番的に実施してございます。このほか、JR東日本の新幹線車内誌「トランヴェール」につきましては「天地人」を取り上げていただくなど、キャンペーンにあわせまして、それぞれのテーマに即した追加的な発信も行っているところでございます。

委員御指摘のNHK大河ドラマ「天地人」、それからモンテディオ山形のJ1昇格、「おくりびと」のアカデミー賞外国語映画賞受賞といった三つのコンテンツは、現在、首都圏においても大変関心が高いということで、問い合わせも多くございます。まさに、山形への観光誘客促進にとりまして大きなチャンスでございます、追い風でもございます。これらの三つのコンテンツにあわせまして、本県の魅力を特徴づける食・歴史・自然あるいは精神文化、こういったものを織りまぜて総合的に情報発信に努めてまいりたいと思っております。

その際、フリーペーパーなど紙媒体の効果的な活用につきましても十分意を用いまして、この追い風をしっかりととらえ、本県ブランドとしてのイメージアップを図り、県外からの観光誘客増大と県内の流動性の促進に努めてまいりたいと考えてございます。

吉村和武委員 ありがとうございます。メディアミックスという言葉もありました。ただ、ちょっと答弁いただいたのと私の認識と違うと思うのは、今まで広告媒体を活用した観光宣伝・PRの実地状況は相当な数に上っています。発行部数も、延べ八百八十一万

部が首都圏、仙台圏では三百十九万部の、これは雑誌を利用したいいわゆる掲載でございますが、なっております。パンフレットに関しては四十万部の発行があります。ただ、やはりそれぞれPRするものは必要ですので、これからも細かくPRしていくものは必要だと思いますが、やはりインテグレート、統合してどーんとPRしていくというふうなものもこの機に必要でないかというふうに私は考えるわけでございます。

今の御答弁ですと、フリーペーパー等を効果的に活用していきながらというふうな御答弁でございました。それでは今までと余り変わりはないのかなというふうに思います。やはり三つを合わせてフリーペーパーを新しくつくるぐらいの、それぐらいの意気込みを持ってこれから進めていただきたいというふうに要望させていただきまして、次の質問に移らせていただきたいと思います。

続きまして、アンテナショップの現状と今後の展開について質問させていただきたいというふうに思います。

先日の和嶋委員の質問でもアンテナショップについては議論がなされましたが、私は、アンテナショップの現状とそして今後の展開について、商工労働観光部長にお尋ねいたしたいというふうに思います。

私は、昨年六月にアンテナショップ予定地の調査に行かせていただきました。中はがらんとしておりまして、壁のコンクリートがむき出しになっておりましたが、オープン後の様子を私なりに思い浮かべ帰ってきたのが印象に残っております。

県では、本年二月二日に内装工事の契約を締結し、三月二十六日までに完成というふうに計画しておりますが、先月、つまり二月十八日に私が再び予定地を訪れましたところ、まだ施工には至っておらず、昨年六月とほぼ変わらない状況でありました。翌十九日には着工されたというふうにお聞きしておりますが、三月二十六日までのシビアな工期の中、作業が進められていると拝察いたします。

現在の進捗状況などをお伺いいたします。

菅野滋商工労働観光部長 アンテナショップの工事関係でございますけれども、官公庁等との調整やら工事に必要な各種図面の作成など、着工の前に必要な作業がございます。そういったものを行った上で、二月十九日に現場着工いたしております。

工事の進捗状況といたしましては、仮設工事、解体工事などの準備工程は完了し、現在、既製品以外のオーダーメイドの家具、それから建具、厨房機器類の製作や電気・ガス・水道等の配管設備工事等を行っております。その後、塗装工事、先ほど申し上げましたような製作いたしました備品等の取り付け工事等を行いまして、最終的に消防検査等の各種検査を行い工事完了という運びになります。

工期については、現場での取り合い等の関係で一部設計を変更せざるを得ない状況にございまして、若干工期が延びる見通しとなっております。

四月三十日のオープンに向けて、運営事業者とともに遺漏のないよう準備を進めてまい

りたいと考えております。

吉村和武委員 現況はわかりました。これから塗装、備品照合、また消防の検査というふうなことで、やらなきゃならないことが大分あるというふうに思います。若干延びるといふふうなお話ですが、どれくらい延びる見通しを立てていらっしゃるのでしょうか。

菅野滋商工労働観光部長 十日前後というふうに見込んでおります。

吉村和武委員 わかりました。十日延びるということは年度をまたいでしまうということになってくるのかなというふうに思うが、それはいかがでしょうか。

菅野滋商工労働観光部長 年度を越す場合も考えられますので、その辺については、繰り越しの部分についてどうするかというふうな御審議をお願いすることもあるかというふうに思っております。

吉村和武委員 一言申し上げておきたいのは、きのう和嶋委員の質問の中でもございましたが、これまで大分おくれおくれになってきたアンテナショップでございますが、いつときスピード感が上がったというふうなきのう御指摘がございました。ここでまたおくれというのは、またスピード感が感じられなくなるというふうに私は思うわけでございますが、オープニングは決まっていますので、これ後ほども申し上げますが、しっかりと進めていただきたいというふうをお願いいたします。

アンテナショップに関連して質問を続行させていただきます。

先日、アンテナショップのオープンが四月三十日予定との発表がなされました。開店を待ちわびている方々にとりましては、いよいよカウントダウンが始まった感があり、県としても着実に今後のスケジュールをこなしていくことが求められます。

今後、内装工事の終了後ですが、機材や商品の搬入、そしてスタッフの教育、宣伝・PR、レセプションなどが行われ開店になるというふうに思いますが、特にお考えいただきたいものは宣伝・PRでございます。

開店と同時にスタートダッシュを切れることが望ましいわけではありますが、それにはやはり周知徹底が必要不可欠であります。趣向を凝らした訴求力のあるPRが望まれるわけではありますが、内装工事中の現在でもそのPR活動は可能であり、積極的に行っていくべきと考えます。

現在の取り組み状況と今後の進め方について、具体的なお考えをお伺いいたします。

菅野滋商工労働観光部長 四月三十日のオープンに向けまして、先ほども申し上げましたが、しっかりと準備を進めてまいりたいと考えております。

アンテナショップのオープン時の宣伝・PRにつきましては、県及び物販部門、飲食部門の運営事業者で組織しますアンテナショップの運営協議会、こちらが主体となって実施してまいりたいと考えております。

委員御指摘のとおり、オープン時の宣伝・PRは非常に重要でございますので、これまでも、アンテナショップ予定地前のスペースを活用したプロモーション活動のほか、県人会等の会合や物産展等首都圏で実施する各種イベントでチラシを配布したり、最寄りの駅の改札前にある案内地図にアンテナショップの場所を掲示するなど取り組んできております。また、三月二十八日に開催予定の首都圏の方々を対象といたしました山形暮らしセミナーにおきましてもPRを計画してございます。また、ホームページにつきましても、四月早々に立ち上げるべく現在準備をしております。

県の有します各種広報媒体、これを活用することはもちろんでございますが、テレビ・ラジオの番組や新聞・雑誌等の記事の一部として、パブリシティの形で有効に、こういったことも有効な手段というふうに考えております。周辺駅でのポスター掲示や現地タウン誌への掲載等、各種媒体を効果的に組み合わせることで宣伝・PRを実施してまいりたいと考えております。既に幾つかのマスコミからも取材依頼がございまして、三月三日に発売されました「東京ウォーカー」にも取り上げられたところでございます。

今後ともPRにしっかり取り組みまして、本格的な開店に向けて準備を進めてまいりたいと考えております。

吉村和武委員 先ほどもメディアミックスという言葉が出ましたが、今、山形が注目を浴びている現在でございます。いろんな広告で山形をPRしていくとともに、山形ってどうなんだよとなったときに、アンテナショップができましたと、そして足を運んでいただくと、そういうふうなことも十分期待できるんじゃないかなというふうに思いますので、ぜひ、今後とも強力にPRしていただきたいというふうにお願ひしたいと思います。

二月十八日に私が予定地にお伺いしましたときに、東京事務所の方からいろいろお話をうかがってまいりました。その中で、十二月二十日から一月二十五日までの十日間、予定地前のスペース、ちょっと広がっているわけでございますが、そこでイベントとしてJAなどの御協力をいただきながら物販を行ったというふうにお聞きいたしました。県人会の方々がもちをついて振る舞ってくださったり、大きなPR効果があったとのことでありました。そのイベントの中でも、今後につながるいわゆる情報の蓄積はなされたのではないかというふうに思います。

まだオープン前でございますので、客数、売り上げ等はこれはもうずっと低いわけでありまして参考にはならないというふうに考えますが、例えば、曜日や時間帯による通行人の変化と購買客の動向、商品の訴求力の有無などは情報の蓄積があったのではないかというふうに思います。

ここで、より重要なのは、知り得たマーケティング情報を的確に把握し分析し、そして

今後の販売に反映させていただき、そして成功に結びつけていくというふうなことでありと考へます。ＹＹＣとの連携をも含め、今後どのように展開されていくお考へか、お伺いをいたします。

菅野滋商工労働観光部長 新アンテナショップ予定地前のスペースでイベントを行ったところでございますが、NHK大河ドラマ「天地人」の放送開始を契機といたしまして山形への観光PR、あるいは啓翁桜等山形の冬の特産品の紹介とあわせて、アンテナショップオープンに向けたプロモーション活動の一環という位置づけで実施したものでございます。イベントは、土日・祝日を中心に行われております。

その際の情報として申し上げますと、通行人は、土日につきましては、休日を楽しむ老若男女、それから家族連れ、夫婦、カップル、単身の方と幅広い客層で、通行量も、日中は満遍なく人出があったということでございます。特に、昼食時、十二時から二時くらいまでの間ですね、あるいは四時から六時くらいまでの間になりましょへか、夕方の人出が多い傾向にあるということでございます。

また、平日は少なかったわけでございます。また天候にも恵まれなかったようでございますが、午前中はビジネスマン中心、一般の買い物客は昼ごろから、ランチタイムから出始めたということのようでございます。

商品につきましては、リンゴ、西洋ナシ、干し柿等の農産物が非常に好評であったと、また、芋煮、玉コンもその手軽さ等が受けたということでありまへ。

また、集客のための課題といたしましては、お客様をつかむためには、人を立ちどまらせ引きつける工夫、あるいは店頭にお客様を集め人が人を呼ぶといったような仕掛けが必要であるという報告を受けてございます。

このようなイベントで得られました購買層等の情報につきましては、物販部門の運営事業者とともにさらに分析を進めまして、アンテナショップにおける品ぞろえ等店の運営ですね、こういったものに活用してまいりたいと考へております。

吉村和武委員 大分綿密に分析されているなというふうにお伺いして安心いたしました。立ちどまらせる工夫というふうなことがあって、逆に、まだオープンしていないのでそんなに立ちどまらないというのはわかるわけでございますが、やはり場所が問題にもなりました。ぜひ誘客を促進していただきたいというふうにお伺いをいたします。

最後の設問になりました。ふるさと納税についてお伺いいたします。

平成二十年度税制改正によりまして寄附金税制が拡充され、地方公共団体に寄附した場合、五千円を超える部分について、住民税所得割の一割程度まで、所得税の既存の所得控除と合わせて全額が控除されるいわゆるふるさと納税制度が創設されました。

国の骨太方針2007に「『ふるさと』に対する納税者の貢献や、関わりの深い地域への応援が可能となる税制上の方策の実現」と記されてから、地方税の応益性の原則に反する

のではないかなどさまざまな議論がなされ、個人住民税の一角をふるさとに納税という案もありましたが、最終的には、任意の寄附による税額控除という国税に影響のない形で、平成二十年一月に閣議決定されたと記憶しております。

人にはだれにでも大切にしたいふるさとがあり、その発展のためにみずから貢献したいという深い思いがあります。ふるさと納税制度は、この思いを支援する仕組みとして創設されたものであり、寄附文化に対する住民の意識を深める大きな意味があるものと考えます。

制度の特徴としましては、納付先の地方公共団体を実質的に選択することが可能となり、納税者の税の使い道に対する意識を飛躍的に高める効果があると考えられますが、一方、多くの方から応援いただけるよう、ふるさとの魅力を磨き、地方公共団体間で政策について競争し合う、いわば大競争時代に大きく踏み出すという側面もあったと思います。このため、地方公共団体にとっては、みずからの施策を磨き上げ、情報を発信し、できるだけ多くの方々に賛同していただく取り組みがこれまで以上に重要になってくると考えます。

先日の新聞報道では、県内市町村では寄附に対する特典を設けたり、寄附の謝礼として地元特産品を贈呈したりして地域色を打ち出す工夫をし、総計で一千百六十八件、約八千百万円の寄附があったとのことでありました。県でも、PRを兼ねて県産米の新品種「つや姫」の試食品や直江兼続の小伝などを贈呈するほか、ホームページにふるさと納税専用のサイトを設けたり、東京事務所を初めとする県外事務所で県出身者を対象にPR活動を行うなどの取り組みを行っていると聞いております。

そこで、五月の制度導入後、間もなく一年が経過しようとしておりますが、山形県が多くの方に応援していただくために、今年度どのような取り組みをされてきたのか、また、来年度に向けてどのように取り組んでいかれるのか、政策推進部長にお尋ねをいたします。

土海安雄政策推進部長 ふるさと納税でございますけれども、昨年五月に制度がスタートしたところでございます。以来、新たな制度の周知それから寄附をしていただく方々の利便性の向上などに重点的に取り組んできたところでございます。

具体的には、お話ありましたように、専用ホームページの開設、県外事務所職員によるさまざまな機会をとらえての県出身者等への働きかけなどを行いますとともに、パンフレットの作成・配布、メールマガジンによる広報、クレジットカード納付の導入などのさまざまな工夫を行ってまいりました。現在、寄附申し込み、きのうまででございますけれども五十五件、三百四万四千元となっております。

このような本年度の取り組みに加えまして、来年度につきましても、例えば寄附の際にお決めいただく寄附金の使い道の分野につきましても、今年度の寄附者の意向あるいは具体的なイメージのしやすさ、こういったものを考慮いたしまして、環境、それから文化・スポーツ、教育・子育てという三分野に整理いたしますとともに、寄附金の名称につきましても、「～ふるさと納税～山形応援寄附金」といたしまして、県外在住の方々に幅広く本

県の県づくりを応援していただきたいとのメッセージがより強く伝わるように見直してまいります。

以上でございます。よろしく申し上げます。

吉村和武委員 各県ごと取り組みが進められているわけですが、ふるさとへの意識づけということで、県によっては寄附金数が数百件に上っているところもあります。ぜひ、今後拡充していただきたいというふうをお願いしまして、私の質問を終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

伊藤重成委員長 吉村和武委員の質疑質問は終わりました。

この場合、休憩いたします。

午後一時三十分再開いたします。

午後零時三十一分 休憩