

県政調査報告書

平成29年6月28日

県議会議長 佐藤 光 殿

会派名 かながわ民進党神奈川県議会議員団

団長名 たきた 孝徳

(署名又は記名押印)

県政調査を次のとおり実施しましたので、報告いたします。

1 調査議員	(調査団長) <u>はかりや 珠 江</u> (団 員) <u>日 下 景 子</u> <u>さとう 知 一</u> <u>斉 藤 たかみ</u>
2 調査目的	地域の特性を生かしたアート施設や芸術祭の開催により地域活性化を行っている事例や、県産品のブランド化や販路開拓の取組を調査することにより、地域振興及び産業振興分野における本県の今後の施策展開の参考とする。 また、あわせて、小型風力発電設備を設置し、自然エネルギーの普及啓発に取り組む事例を調査することにより、本県における再生可能エネルギー政策の参考とする。
3 調査期間	平成29年3月27日～平成29年3月29日
4 調査地	香川県、徳島県
5 調査内容	・ 調査内容は、別添報告書のとおり。 ・ 経費は、合計 455,832 円であった。



# かながわ民進党神奈川県議会議員団 県政調査報告書



直島町役場前にて  
(左からさとう知一議員、斉藤たかみ議員、日下景子議員、はかりや珠江議員)

場所：香川県、徳島県

日程：平成29年3月27日(月)～29日(水)

## 県政調査日程表

調査日	調査地	調査箇所及び調査内容
3月27日(月)	香川県 高松市	■香川県庁 ・県産品の振興の取組について ・瀬戸内国際芸術祭について
3月28日(火)	香川県 香川郡 直島町	■NPO法人直島町観光協会 ・「ベネッセアートサイト直島」の取組における自治体等の役割について ■公益財団法人福武財団 ・「ベネッセアートサイト直島」の取組について
3月29日(水)	徳島県 徳島市	■徳島県庁 ・小型風力発電設備の設置の取組について ・きたなだ海の駅の小型風力発電設備（風レンズ風車）の見学

## I 香川県庁

### <県産品の振興の取組について>

日 時 平成29年 3月27日（月）14時15分～15時  
場 所 香川県庁（香川県高松市番町四丁目1番10号）  
対 応 者 香川県交流推進部 県産品振興課 課長補佐 浜野 氏



調査団長による挨拶

### 1 県産品とは

香川県の県産品とは、県内で生産された農林畜水産物及び県内で加工された製品（県内に拠点を置く企業が、全部または重要な部分や最終工程を県内で製造した食品、工芸品、地場産品）をいう。

ただし、海外にある工場等の県外で製造された製品であっても、県内で昔から培われてきた製造技術をそのまま使っているものは、県産品としている。

### 2 多品目高品質な農産物の生産

香川県は、日本で一番面積の小さい県であり、生産量は多くないことから、収益を上げるため、多品目高品質な農産物の生産に取り組んでいる。

糖度等の一定の品質基準を満たしたものを「さぬき讚フルーツ」とする推奨制度を設けているほか、キウイフルーツの生産に力を入れており、糖度の高い香川県オリジナルのキウイフルーツ5品種の生産に取り組んでいる。

また、県の農業試験場で開発した「さぬきのめざめ」というアスパラガスの生産にも取り組んでいる。アスパラガスは、大きいものは下の部分が硬くなり味もおちるものだが、「さぬきのめざめ」は、長く太いが柔らかく、糖度も高い。

### 3 オリーブの活用

香川県が生産量全国1位を誇っている産物にオリーブがある。オリーブは健康に良いというイメージがあることから、近年、このオリーブを畜産物や海産物に活用している。

オリーブの木から落ちる葉や、オリーブの実の搾りかすを活用して循環型農業ができないかと考え、最初に作られたものが「オリーブハマチ」である。「オリーブハマチ」は、オリーブの葉を乾燥させ養殖ハマチにエサとして与えたものである。オリーブの葉を与えることにより身が変色しづらくなり、かつ、とてもすっきりした味をしている。味の面では消費者に喜ばれ、変色しづらいという点では、売り手側に重宝されている。

このほか、オリーブの実の搾りかすをエサとして与える「オリーブ牛」や「オリーブ豚」等、オリーブの持つイメージを活用して「オリーブ関連商品」としてブランド化を進めている。

#### 4 かがわ県産品振興機構

香川県産品の販路拡大や情報発信に関する事業を行い、香川県の産業振興の活性化及び地域社会の形成に寄与することを目的として、一般財団法人かがわ県産品振興機構が設立され、県とともに県産品の振興を推進している。

販路開拓部、販売促進部、東京事業部、大阪事業部の4つの事業部があり、東京事業部は香川県の東京事務所の職員、大阪事業部は大阪事務所の職員が機構の職員を兼ね、県産品のPRなどを行っている。

販路開拓部は、県産品振興課の職員が職務専念義務の免除を受け、県産品振興機構の職員を兼ねている。販路開拓部の事業は公益事業であり、県産品を小売店等に売り込む業務を行っている。販売促進部は収益事業であり、アンテナショップの運営を行っている。

#### 5 県産品振興課による県産品のブランド化及び販路開拓の取組

##### (1) 県産品の振興の目的

県産品の振興の目的は、まずは認知度の向上である。そして、県産品が売れることによって農業者や事業者が利益が出て、県内産業の振興及び地域活性化につながるため、最終的な目的は商品が売れることである。

##### (2) プロモーションによる認知度向上の取組

県産品の振興のための取組として、ブランド化と販路拡大の取組を表裏一体のものと捉えている。ブランド化のための取組として、プロモーションによる認知度向上の取組を行っており、県産品ポータルサイトの運営や県外百貨店等での物産展、イベントへの出展のほか、以下の取組を行っている。

###### ○ さぬきマルシェ in サンポート

高松駅の北側のサンポート地区で日曜日にマルシェを開き、県内事業者が出店し、野菜や加工食品の販売を行っている。主に県民を対象としており、平成28年度の開催実績は41回。

###### ○ アンテナショップの運営

東京の新橋駅前に愛媛県と協同でアンテナショップを運営している。平成15年設立。1階で物販、2階で飲食できるようになっている。認知度向上及びブランド化に関しては、首都圏で認知度を向上させることが必須だと考えている。

その一方で、県民が県産品を知らないことも多いため、特別名勝である県立の



栗林(りつりん)公園の駐車場に、アンテナショップ「栗林庵」を平成 25 年にオープンさせた。

### (3) 販路拡大の取組

販路を開拓するために、小売店及び飲食店対策を行っている。その店が持つブランドイメージを活用した県産品のブランド化を目指しており、首都圏のデパート、スーパー、ホテルのレストラン等で、県産品フェアを開催してもらっている。

なお、小売店や飲食店において県産品のフェアを開催してもらう場合には、県産品振興課の職員が首都圏に行き、シェフ等と話をした上で彼らを香川県に招き、様々な県産品を見て回ってもらっている。

また、卸や仲卸に県産品を PR し、卸や仲卸が持つ流通ルートを活かして県産品の販路を拡大していくという取組や、県産品コンクールによる魅力ある商品の掘り起こしも行っている。

### (4) 販路拡大のために必要なこと

販路拡大のためには、「PR する場」、「小売店の場」、「インターネット市場」、「食べられる場」の 4 つの「場」が重要である。まず、マスコミ等の「PR する場」を活用し、県産品を知ってもらう。そして、レストラン等の「食べられる場」で県産品のフェアを行い、美味しいと思ってもらうことにより、「小売店の場」や「インターネット市場」で買ってもらう。これらの 4 つの「場」に対して働きかけを行っていくことにより、販路拡大を目指している。

### (5) 海外での販路開拓

海外での販路を開拓するため、県産品振興課の職員が、かがわ県産品振興機構の職員として海外(主に近隣アジア諸国)に行き、輸入業者や小売店と直接商談を行い、売り込みを行っている。一般的に、海外での商談会への参加や、商社への委託という方法もあるが、一過性の取引で終わってしまう事例が多いことから、職員が直接売り込む手法をとっている。このため、県産品振興課には、英語が話せる職員を配置している。ただし、直接売り込む手法はマンパワーが必要であるため、どのようにして継続していくかということが、今後の課題である。

## 6 県産品の振興の取組の成果

### (1) 認知度

平成 22 年度から 2 年に 1 回、首都圏、関西圏、香川県内を対象として、県産品 45 品目についての認知度調査を実施している。認知度の平均値は、平成 22 年度は 17.1%だったが、平成 26 年度には 23.1%まで上昇しており、認知度が上がっていることが伺える。しかし、まだ 25%に満たない状況であり、4 人に 1 人は県産品を知っているという状況になるよう県産品の振興に取り組んでいる。

### (2) 販売額

県が関わり、百貨店やレストランに売り込んだ県産品の総額は、国内では、平成 23 年度は約 4 億 7,300 万円だったが、平成 27 年度は約 15 億円となり、約 3 倍まで増えている。また、海外での販売額は、平成 23 年度は約 2,600 万円だったが、平成 27 年度は 1 億 6,800 万円だった。平成 27 年度はオリーブ牛がかなり売れ、牛肉は単価が高いため、販売額が増えたということである。

## 7 質疑応答

### (1) 県外での県産品フェアの実施回数について

問 積極的に売り込みを行い、県外の百貨店等で香川県フェアを開催しているというのだが、どのくらいの回数行っているのか。

答 首都圏は産地間競争が激しいため、大規模な百貨店では年3回程度である。フェアは主に農産物に関して実施しており、その農産物が出回る時期に売り場でフェアをやっている。首都圏のスーパーでは、大々的な香川県フェアでなくても、試食販売をやっている。

### (2) 伝統工芸品の振興について

問 木工品等の伝統工芸品の振興についてはどのような取組を行っているのか。

答 長らく食品に重点を置いてきたが、香川県は漆が大変盛んであるにも関わらず、全国的な知名度が低いため、今年度から積極的に取組を行っている。首都圏の有名百貨店で、香川県の伝統工芸品フェアを1週間程度行い、首都圏でどのような反応があるかを確かめている段階である。

### (3) アンテナショップでの売るための仕組みについて

問 アンテナショップである栗林庵を訪問したが、商品の内容やディスプレイのセンスがすばらしく、手に取ってみたい、買いたいと感じるものが多くあった。ブランド化は売れなくてはダメだという話があったが、買いたくなる仕掛けについて、アンテナショップではどのような取組を行っているのか。

答 栗林庵のアンテナショップのマネージャーとして、県外の百貨店で工芸品バイヤーの経験がある方を迎え、売り場をつくった。また、伝統工芸品を担当している商工労働部において、デザインから試験販売まで首都圏でできる場を持っている方をアドバイザーとして招き、様々な県産品について指導を受けている。

問 栗林庵では、売れない商品は入れ替え等の対応を行っているのか。

答 アンテナショップのため、基本的にはお試しの場であると考えているが、常に現場の職員がお客様の声を聞き、なぜ売れなかったのかということをお客様にフィードバックし、改良を行っている。例えば、価格が高すぎて売れないものもあるし、パッケージを少し変えるだけで売れるようになるものもある。

## 8 考察

神奈川県における県産品の振興は、各部局で取組が進められているが、残念なことに、「神奈川といえば、コレ!」といえる象徴的なものが思い浮かびにくいという現状がある。香川県内のアンテナショップ「栗林庵」を訪れて感じたことは、入ってみたいと思う店構え、豊富で魅力ある商品、陳列やパッケージの工夫、県産品の観光情報の分かりやすさ、店員の親切さ及び商品知識など、客が見て回るだけでも楽しさを感じる店舗になっているということである。

現在「かながわ屋」では、「かながわの名産100選」をはじめとする約1,300品目の商品を扱っているが、より魅力ある店舗にしていく工夫が必要と思われる。パッケージデザインや陳列については、専門家の活用も検討すべきと思われる。

また、県産品の認知度を上げるためには、「かながわ屋」や県内百貨店での物産展では、数が少なすぎるように感じた。人の集まる駅のイベントスペースなどを利用し、

定期的に開催することで定着を図る方法も模索すべきである。

販売促進の仕組みについては、香川県では、かがわ県産品振興機構を設立し、県と協力して県産品の振興を図っており、組織的に徹底した販路拡大と情報発信を行っている。本県の場合は、このような組織はなく、県観光協会が「かながわ屋」を運営し、観光協会のホームページなども活用して、県産品の PR を図っている。また、地産地消の取組としては、アンテナショップサイトである「かなさんの畑」で、かながわブランド振興協議会と農政課が共同で販売場所等の情報提供を行っている。各部局をつなぎ、まとめていく組織の必要性を感じた。バラバラで努力するのではなく、県産品振興という目的の達成に向け、総力を挙げて取り組まなくては、県産品振興の効果が上がらないのではないかと危惧するところである。

この視察の中で、強く印象に残ったのは、「売れなければブランドではない」という言葉である。いくら良いものでも、売れなければ産業振興にはならない。売れるものをつくり、売れる方法や場所を考え、アピールするという一連の流れが上手く機能するよう、再点検が必要ではないかと考えるところである。



## <瀬戸内国際芸術祭について>

日 時 平成29年 3月27日（月）15時～15時50分  
場 所 香川県庁（香川県高松市番町四丁目1番10号）  
対 応 者 香川県文化芸術局 瀬戸内国際芸術祭推進課 副主幹 仲川 氏  
香川県文化芸術局 瀬戸内国際芸術祭推進課 主 任 竹田 氏

### 1 瀬戸内国際芸術祭の概要

瀬戸内国際芸術祭は、過疎と高齢化が進む瀬戸内海の島々の活性化、地域再生を目的として2010年に始まり、3年に1度の芸術祭として、2013年に第2回、2016年に第3回を開催した。

昔、瀬戸内海の島々が元気だった頃の活力を島にもう一度取り戻そうという意味で、初回から「海の復権」をテーマに開催している。

2回目の2013年から、会期を春、夏、秋の3会期に分けて行っている。会場は、12の島と2つの港の計14会場で展開している。来場者数は、1回目は約94万人、2回目は約107万人。3回目となる昨年の来場者数は約104万人だった。

出展作品は、2016年は206作品で、参加作家は世界の34の国と地域から226組だった。著名なアーティスト、公募で選ばれた作家、若い学生の作家など、幅広いアーティストが参加している。

### 2 瀬戸内国際芸術祭2016の傾向

2016年の芸術祭の来場者の傾向は、女性が約7割である。また、海外からの来場者が前回の第2回に比べ大きく増えている点が特徴である。

来場者の評価は、アンケートによると9割以上の来場者が総合的によかったと回答し、8割の方が次回開催すればまた来たいと回答している。

また、各種メディアに取り上げてもらい、特に海外の取材がとても多かった。3回目となるため、特に東アジアを中心に、芸術祭の情報が浸透し始めて、注目され始めていると感じている。

### 3 ボランティアサポーターについて

瀬戸内国際芸術祭は、実行委員会事務局、アートディレクター、総合プロデューサー、作家が中心に行っているが、ボランティアの支えも大きな要素となっている。ボランティアは、作品の製作の補助、会期中の受付、閉幕後の作品の撤去作業等、様々な活動に参加しており、2016年の芸術祭は、社会人、家族連れ、会社を退職したシニア層など、幅広い方々が参加し、ボランティアサポーターの数は延べ約7千人であった。

また、台湾、上海、香港、シンガポール等の海外からも若者を中心に多くの方がボランティアサポーターとして参加している。

### 4 瀬戸内国際芸術祭の効果

#### (1) 経済効果

2016年の芸術祭では、直接効果と波及効果を合わせて139億円の経済波及効果

があったと推計している。

## (2) 移住者の増加

瀬戸内国際芸術祭の目的は地域活性化であり、地域の元気を取り戻すことであるため、移住者及び交流人口の増加が第一の目標である。全ての島ではないが、小豆島や男木島等の一部の島で移住者が増えてきている。男木島は人口約120人の小さな島だが、芸術祭を契機に移住者が増え、休校中だった小学校と保育所が再開することとなった。

## 5 地元住民の自主的な取組

今までは、芸術祭の実行委員会事務局や香川県、各市町村等の行政が主導してきた部分が大きかったが、地元住民の活動も活発になってきている。作品の会場となる砂浜の清掃を地元住民が自主的に行ったり、他の島へ出発するフェリーに向かって、地元住民が旗をふって見送りをしたりしている。小豆島では、休憩所のような場所を各自治会が設け、そうめんや麦茶など、地元でとれたものを使った食を無料で提供し、来場者と交流を深めた。

## 6 瀬戸内国際芸術祭のコンセプト

「ネイティブ」、「ローカル」、「コミュニティ」という3つの言葉を芸術祭のコンセプトとしている。「ネイティブ」は、地域の固有性を活かし、その島にある自然、歴史、文化、生活を活かした作品を展開していくという意味であり、「ローカル」は、都市部ではなく、瀬戸内という一地方から発信していくという意味である。そして、「コミュニティ」は、協働を意味しており、作家、地元住民、ボランティアサポーターの3者が協働して作品をつくり、さらに外からお客様がそれを見に来て交流が生じるということの意味している。

自然と一体化した作品を置くことにより、その地域や島に注目してもらえるため、その地域に根付いた作品を中心に展開している。船で島々を巡り、芸術祭が開催されなければ巡り合うことがなかつたらう瀬戸内の景色の美しさを体感してもらうことが、瀬戸内国際芸術祭の重要な目的である。

## 7 新たな試み

瀬戸内国際芸術祭 2016 では、単に作品を展示するだけでなく、3つのテーマのプロジェクトを重点的に行った。

### (1) 瀬戸内の「食」を味わう食プロジェクト

食は、その地域の生活や文化を顕著に表しているものであるという考えから、地元の食材を使った食を提供したイベントや、食に関する情報発信を重点的に行った。

### (2) アジア・世界との交流

特に東アジアを中心として、アジアの各地域と文化的交流を進めていこうという趣旨のもと、イベント等を開催した。

その中の一つである「瀬戸内アジアフォーラム」は、瀬戸内国際芸術祭の取組が地域活性化につながっていることから、地域活性化に取り組んでいるアジアの国や地域からの視察がとて多かつたため、一同に会してそれぞれの取組を発表し、そ

それぞれの今後の取組につなげていこうという試みである。

また、夏会期には、高松港で「瀬戸内アジア村」を開催し、アジアの各国の職人による民芸品や工芸品の実演、販売を行ったほか、アジアの各国からパフォーマーを呼び、ステージイベントの実施や、地元の方との交流を深めた。

### (3) 地域文化の独自性の発信

盆栽や獅子舞等の香川県の伝統文化を幅広く情報発信していくため、獅子舞を集めたイベントや、盆栽を利用したアート作品を展開した。

## 8 質疑応答

### (1) 人が訪れる芸術祭とするために必要なこと

問 芸術祭の数は多いが、なかなか鑑賞するお客様が満足するだけの作品が集まらないことも多い。お客様が来るようにするために、どのような苦労があったのか。

答 瀬戸内国際芸術祭が他の芸術祭とは異なる強みである点は、船を使って島を渡るということである。全国で数多くのアートイベントがあるが、船で巡る芸術祭は瀬戸内国際芸術祭しかないのではないかと。

作品の良し悪しは人それぞれ感じ方が違うため、実行委員会事務局が広報する上では、アート作品を全面的に押し出すのではなく、島に渡り、作品と一緒に島の様子や島民の方とのコミュニケーションをとり、島巡りを楽しんでくださいという言い方をしている。

数ある芸術祭の中でいかに注目してもらえるかが重要であり、差別化、オリジナルをどのようにつくっていくかが重要である。地方からすれば、自分の持っている地域資源をいかに活用して注目してもらうかが重要である。

### (2) メディアに向けた情報発信について

問 海外のメディアでたくさん取り上げられたという話だったが、報道機関に向けたプレスリリースは行っているのか。

答 プレスリリースは行っている。ただ、国内に対しては丁寧にプレスリリースしているが、実行委員会事務局の海外に対する情報発信は弱いところがあり、次回に向けた課題であると考えている。

一方で、公益財団法人福武財団（以下「福武財団」という。）の理事長を瀬戸内国際芸術祭の総合プロデューサーとして迎えており、福武財団は独自のネットワークにより情報発信している。

### (3) 芸術祭閉幕後の作品の取り扱いについて

問 芸術祭で展示されている作品は、会期が終わったら全て撤去するのか。

答 基本的には、撤去を前提とした契約を作家と結ぶが、人気作品や作家の意向、地元の声、アートディレクターの意見等を総合的に考慮し、会期中に、どの作品を残すかについて協議する。2016年の芸術祭では、206作品中132作品を継続作品として残すこととなった。

## 9 考察

本県知事は、年頭記者会見において、「スマイルかながわ」をテーマとして掲げ、「共生」、「未病改善」、「マグネット力」を3つの柱とし、県民のスマイルにつな

がる取組を多角的な視点から行っている。その柱の一つである「マグネット力」は、人を引きつける魅力のことを指し、そのうちの一つとして、本県では、文化芸術振興施策として「マグネットカルチャー」と銘打って、県民のスマイルにつながる取組を推進している。

本県においては、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会など国際的な大規模イベントを控え、人を引きつける魅力あふれる文化芸術振興施策は重要であると考え。みなとみらいのような歴史と近代的な要素を兼ね備えた景観を活かした文化芸術振興、特に瀬戸内国際芸術祭で大きな役割を果たしている地域住民と協働する「コミュニティ」という要素は、県民を巻き込むという意味で本県の文化芸術振興施策推進に資すると考えられることから、今回の調査で学んだ瀬戸内国際芸術祭の取組は、意義があったと言えよう。



香川県議会議場にて

## II NPO法人 直島町観光協会

### ＜「ベネッセアートサイト直島」の取組における自治体等の役割について＞

日 時 平成29年3月28日（火）10時～11時  
場 所 直島町役場（香川県香川郡直島町1122-1）  
対 応 者 NPO法人直島町観光協会 事務局長 西美 氏  
直島町役場 まちづくり観光課 課長補佐 上田 氏

#### 1 直島について

直島諸島は27の島からなる諸島であり、直島はその本島にあたる。人口は平成29年3月1日現在で3,157人である。

直島には三菱マテリアルの精錬所が大正時代からあり、島民の7割～8割が精錬所に関係する職に従事している。次に多い産業は漁業である。観光客が増えたのは地中美術館ができた2004年からのことであるため、観光で生計を立てている方は少ない。

#### 2 観光客の傾向

直島町の観光客の入込者数は、平成28年は約72万人。瀬戸内国際芸術祭で知られるようになってから、若い女性の観光客が多い。

近年、国内の団体の観光客は減少傾向にあるが、その代わり海外からの観光客が増えている。美術館とホテルが一体となっているベネッセハウスミュージアムのホテルの宿泊者数の統計によると、海外からのお客様は55%で、1位はアメリカ、2位はオーストラリア、3位はフランスである。

観光客としては韓国、台湾等のアジアの国が多いが、これらの国の方々は日帰りが多い。また、フランス人観光客が多いことも直島の特徴である。

直島は、もともと国内より海外で有名だったが、瀬戸内国際芸術祭が始まり、日本でも広く知られるようになった。

#### 3 直島で「ベネッセアートサイト直島」が始まったきっかけ

1959年から直島町の町長を36年間勤めた三宅親連元町長が、直島の南部を文化・リゾートエリアにしたいという思いを持っており、瀬戸内海の島に子どものためのキャンプ場をつくりたいと考えていた福武哲彦氏（株式会社ベネッセホールディングス（以下「ベネッセホールディングス」という。）の前身である株式会社福武書店の創業者）と出会ったことがきっかけとなり、福武書店による直島開発が始まった。その後、直島開発は現在のベネッセホールディングス最高顧問の福武総一郎氏に引き継がれ、かねてからアートに興味を持っていた福武総一郎氏が、アートで地域を活性化しようと、ベネッセハウスミュージアム等を建設し、アート活動である「ベネッセアートサイト直島」が始まった。

#### 4 「家プロジェクト」による島民の意識の変化

ベネッセハウスミュージアムができて数年経っても、島民の間では、ベネッセアートサイト直島の取組は、自分達には関わりがないという意識があった。

角屋（かどや）という屋号を持つ古い民家を壊す話が出た際、ベネッセホールディ

ングスは、もっと島の中に入っていこうと考え、角屋を買って外観を修繕し、内部をアートで再生した。床に張った水の中に、数字をカウントしている装置が多数置かれている作品だが、この数字をカウントするスピードを決める制作作業に島民へ参加を募り、5歳から95歳の方125人が参加した。

作品の制作に参加したことにより、島民も外から来た方にアート作品を見てもらうことがうれしいと感じるようになり、他にも何かつくって欲しくないかという話も出て、角屋のような古い建物を利用したアート作品の数が増えた。

この「家プロジェクト」の最初の作品である「角屋」がターニングポイントとなり、島民にアートに対する興味が生まれ、「ベネッセアートサイト直島」の取組について少しずつ理解してもらえるようになった。

## 5 島民による自主的な活動

屋号の表札を作成する屋号プロジェクトや、島民による観光案内ボランティアなど、島民による様々な自主的な活動が行われるようになった。

また、飲食店も2004年には観光客用のカフェは一軒もなかったが、旅行に来た方が移住してカフェを開いたことがきっかけとなり、数が増え、現在は約44店舗ある。宿泊施設も、元々住んでいた方や移住してきた方が開業し、現在は約55件ある。

## 6 町や観光協会の協力体制

アート作品のコンテンツはベネッセホールディングスと福武財団のものであり、町や観光協会は、バスや繁忙期の案内の強化等、受入態勢を整え、協力しているというかたちである。アートに関する補助金等は町では一切出していない。屋外作品についても、どの作品をどこに置くかはベネッセホールディングスと福武財団が決めている。近年は、町でも作品を置くことがあるが、今ある直島のブランドイメージを損なわないよう、ベネッセホールディングスと福武財団の意見を聞き、雰囲気合うものを置くようにしている。



説明を受ける様子



## 7 質疑応答

### (1) 子どもの数や移住者について

問 人口は3,000人程度ということだが、子どもの数はどのくらいか。

答 子どもの数は減っている。幼稚園、小学校、中学校がそれぞれ1校ある程度である。小、中学校は現在各1クラスで、約20人。高齢化率は約35%である。

問 若い方の移住は増えないのか。

答 定住はあまりしない。働く場所があまりない。また、空いている家がありなため、採用されても住む家がないとなってくると、岡山から通えるので、岡山に住む人も多く、定住に結びつかない。

問 もともとの直島の住民の人口は減っているということだが、外部から来てカフェをやる方々などが住むということになるのか。

答 移住者もそれほど多くはない。移住のため借りることができる家やお店を探す方もいるが、空き家がありな状態である。古い土地のため、空き家にはなっているが仏様がいるから貸したくないという住民もあり、借りることのできる家がありなという状態である。

問 将来はどのような見込みか。

答 国の人口ビジョンの試算では、直島の人口は1,500人になると言われているが、町は現在の3,000人を維持することを目標としている。まずは移住や定住に結びつけられるような施策を町も打たなくてはいけないと考えており、働く場所と住む場所の対策を重点的にやっっていこうと考えている。現在は、空き家バンクはあるが、手入れが必要な家が多く、すぐ住める家が少なく、需要と供給が結びついていない状況である。

### (2) 観光収入について

問 観光客がたくさん来ることによって町としての収入はいかがか。

答 収入になるとしても、民宿等の売り上げになるので、それほど大きくはない。あとはお土産という程度である。

問 人がたくさん来るのはそれだけでいいことだとは思いますが、インフラの整備等、それなりに町からお金が出ているのに、観光でお金が落ちないのはもったいないという気がするが。

答 船舶は、人が来ればそれだけ収入になると思う。

問 町の方に入ってくるのか？

答 支店が直島にあるため、税収としては入ってくる。

### (3) 観光客の傾向について

問 女性の観光客が多いということは、町としても魅力につながるのではないか。

答 近年は、インスタグラム映えするということで訪れる若い女性も多い。ただ、入館料が2,000円程する美術館もあり、繁忙期は1時間以上並ぶこともあるため、美術館や家プロジェクトに入らず、外から写真を撮って満足する方も多い。家プロジェクトの入館者数は、近年減ってきている。また、若い方はお土産をあまり買わないため、土産店の大きな袋の使用量が昔に比べても減った。

### Ⅲ 公益財団法人 福武財団

#### ＜「ベネッセアートサイト直島」の取組について＞

日 時 平成29年3月28日（火）13時～14時

場 所 公益財団法人福武財団（香川県香川郡直島町850）

対 応 者 公益財団法人福武財団 内田 氏

#### 1 「ベネッセアートサイト直島」とは

「ベネッセアートサイト直島」とは、ベネッセホールディングス、株式会社直島文化村、福武財団が、直島、豊島、犬島の3島で行っているアート活動の総称である。美術館の保有、運営等を行っているのは福武財団である。

#### 2 「ベネッセアートサイト直島」の活動

ベネッセアートサイト直島の取組は、福武総一郎氏が、都会と地方の間の様々な課題に対し疑問を感じたことが、出発点となっている。

「ベネッセ」は、ラテン語の造語で「よく生きる」という意味であり、人はよい地域に住むことによって幸せになれるという考え方を持っている。よい地域とは、自然、歴史、文化が融合し、かつコミュニティが確立された場所ではないかと考えている。美術館をつくることが目的ではなく、そういう「場・地域」をつくることを目指している。

「公益資本主義」とは、企業は属している地域に対してどのような還元ができるかという考え方が出発であり、そのために財団をつくり、地域に貢献活動ができる仕組みをつくっている。具体的には、ベネッセホールディングスの株式を福武財団が約5%保有しており、ベネッセホールディングスが利益を出すことにより配当金が出て、その配当金が、財団による地域のための活動の原資の一部になっている。

#### 3 「ベネッセアートサイト直島」が目指すもの

「ベネッセアートサイト直島」の活動は、「よく生きる」を考え、体験する場所、「よく生きる」が実現している場所を創ることを目指している。そして、「よく生きる」が実現している場所とは、自然、文化、歴史、コミュニティ（人のふれあい）がある場所であり、住んでよし、訪れてよしの場所である。

瀬戸内海は、日本で最初に国立公園に指定された大変美しい場所だったが、近代化や高度経済成長期に、公害問題や産業廃棄物の不法投棄等が発生し、都会の発展の裏で生じた負の遺産を、瀬戸内海の島々に押し込めるような出来事も起きたことから、福武総一郎氏は、文化活動をベースに何か出来ないかを考え始めた。

#### 4 具体的な活動の内容と成果

まず、1992年、直島に、美術館とホテルが一体となったベネッセハウスミュージアムが開館した。当初は、来館者はあまり伸びなかったが、展示方法を工夫したり、空き家を利用した空き家プロジェクト、モネ等の作品が展示されている地中美術館等、多様なアート施設を展開することにより、近年では、直島の入込者数は、年間約40万人、瀬戸内国際芸術祭がある年は約70万人になっている。

世界的に有名な媒体にも掲載され、海外からも多くの来館者が訪れている。

また、瀬戸内国際芸術祭は、これまで離島振興はなかなか成功した事例がなかったため、不安視する声もあったが、2回目の2013年には来場者数は100万人を突破した。収支も黒字で、経済波及効果も130億円以上ある。休校の学校が復活した島もあり、移住者も増えてきている。

文化事業は、結果が出るまでに時間を要するものであるため、何を指標にするか、どのように継続していくか、資金や組織面での持続体制の作り方が非常に重要である。

## 5 質疑応答

### (1) 海外からの来館者を引きつけている理由について

問 海外の著名な媒体に掲載されるようになったのはいつからか？

答 多くの媒体に掲載・放送されるようになったのは、地中美術館が出来た2004年頃からである。これだけ海外の方が、直島のような行きにくい場所まで来られているというのは、やはり文化の力はすごいと感じている。著名な作品が多くある海外の大規模な美術館とは違う方法で、ここにある自然、歴史を文化で顕在化させるということを経験の方と丁寧に関わり約30年間行って来た。

問 アート作品を創っても、なかなか多くの方に魅力を感じてもらうことは難しいと思うが、どのように多くの方を引きつける状況をつくり上げることが出来たのか？

答 日本人よりも海外の方のほうが、文化に対する関心度が高いかもしれない。かつ、それが瀬戸内海の美しい自然の中にあるということで、海外から来る方が多いのではないかと。しかし、作品が、海外の方が行ってみたいと思うようなクオリティになっていないと来ない。アートのクオリティの指標化は難しいが、ベネッセアートサイト直島の美術館は、世界の第一線で活躍する作家も多い。世界の人が行ってみたいと思えるようなものを、地域のリソースを活かし、融合したかたちでどのようにアウトプットできるかが重要である。

### (2) 地元住民を巻き込んだ連携の仕方について

問 今年横浜トリエンナーレが開催される。観光客を増やすという点ではかなり貢献していると思うが、横浜市民の関心がどの程度高まっているのかという点では、疑問を感じる部分もある。どのようにして地元住民の関心を高めることができたのか？

答 常に我々は、行政等と丁寧に関わりをしながら、一緒に活動を行うということを考えてきた。例えば、作品の制作に関わってもらおうと愛着が沸く。また、そもそも地元で素晴らしいリソースがあったということ、アーティストや建築家や来館者が顕在化、再認識させてくれて、それが地域住民の誇りになり、自発的な活動につながっていく。

地元住民を巻き込むことは大変だし、時間もかかるが、直島では、我々民間の財団がスタッフを雇用し常駐して、行政や地元の方とやり取りをしている。大規模である必要はないが、常にこれらのことを考え、活動している組織が重要であり、そこが様々な機関とやり取りを行い巻き込んでいく、というスキームをどの

ようにつくれるかが重要ではないかと思う。

問 神奈川県でも、芸術で人をひきつける「マグネットカルチャー」という施策を  
 全県展開しようとしているが、なかなか浸透していかない。

答 神奈川には、横浜美術館や KAAT 等、素晴らしい文化施設がある。我々も「点」  
 の展開だったものを、「面」の展開にしていった。民間だけでも限界があるし、  
 行政だけでも限界がある。どのようなタッグの組み方がいいのかを考える必要が  
 あるのかもしれない。

### (3) 文化事業について

問 2016 年の瀬戸内国際芸術祭の来場者数は、2013 年に比べ減少しているようだ  
 が、なぜか？

答 島にはキャパシティがあり、船の数にも限りがある。美術館に入れなかった  
 方も影響していると思う。たくさんの方が来ればいいというのではなく、もう少  
 し上手く鑑賞できる仕組みや、来場者数が少なくても収支が保てる仕組みも検討  
 していく必要があると思っている。今以上に来場者数を伸ばしたいとは思ってい  
 ない。

瀬戸内国際芸術祭の収支は毎回黒字になっており、赤字にしないということは  
 意識している。文化事業は継続性が重要である。文化事業は、採算をとるとい  
 う意識が欠けがちだが、我々は、どうやって収支を担保するかということは常に考  
 えている。

また、良質な文化の優れた点は、流行り廃りがないところである。文化には歴  
 史があり、例えば今、名作と言われている作品も、当時は現代美術のようなかた  
 ちで発表したものが現代まで残っているというパターンもある。そのような芸術  
 家と関わって、その場でしか体験できないものを創っていくことをやれば、それ  
 がその町の財産となり、ひとつの核ができる。例えば、香川県の金子元知事の文  
 化政策は参考になると思う。

それには様々な手法があり、現代美術だけではなく、その地域のリソースを活  
 かし、新しい価値を加え、そこでしかできない体験を提供することも重要である。

## 6 考察

現地調査を行った瀬戸内海で、島々の中心に位置する直島は、調査当日も狭い路地  
 には、人が溢れ、感覚的には日本人よりも外国人の方が多いように思った。島内には、  
 瀬戸内国際芸術祭の作品群の他に、「ベネッセアートサイト直島」の個性ある美術館  
 群、アート施設や作品群もあり、島内を巡れば、瀬戸内の自然景観を楽しみながら、  
 多くの現代建築と現代アート作品に触れることができる。

福武財団においては、福武総一郎ベネッセホールディングス最高顧問の当初の想  
 いを詳しく伺いし、「お年寄りの笑顔が素晴らしい地域」、「手段としてのアート」、  
 「『あるものを壊し、新しいものを創る』から、『あるものを活かし、新しいものを  
 創る』へ」といった言葉をキーワードにお話を伺った。

本県においても、3年に1度、横浜で開催される日本を代表する現代アートの国際  
 展「横浜トリエンナーレ」が行われているが、福武財団においても非常に注目してい  
 ただいているとのことであった。

また、本県では、ブロードウェイのような街づくりを目指すなどの「マグネットカルチャー」（マグカル）といった文化行政に力を入れているところである。「マグカル」は、県民ホール本館や神奈川芸術劇場（KAAT）を中心とした文化施設、観光スポット、商店街、各種イベントなどの資源を活用することによって、文化芸術の魅力を活かして街のにぎわいを創出すること、また、得られた企画やノウハウを、今後、県内各地域のにぎわいづくりにいかしていくことを事業目的として行われている文化推進事業である。「マグカル」の取組は、知事の提案説明の中にも、「県民パワーの発揮」「3歩先行く神奈川」の象徴として出てくるほど非常に重要な施策の一つである。

「ベネッセアートサイト直島」の取組においても、「点」の展開だったものを「面」の展開にしていったというお話があったが、KAAT等の文化施設を活かし、「マグカル」を全県に広め、「面」展開とするために、本県の地域資源を再度見直し、どのように文化行政に活かすことができるかを改めて考えていく必要があるのではないかと感じた。

これらの今回の調査において得たものは、県議会に持ち帰り、文化行政の推進に資するよう提案して参りたい。

## IV 徳島県庁

### <小型風力発電設備の設置の取組について>

日 時	平成29年 3月29日（水）11時～12時30分		
場 所	徳島県庁（徳島県徳島市万代町1-1）		
対 応 者	徳島県県民環境部 環境首都課	自然エネルギー推進室長	岡島 氏
	徳島県県民環境部 環境首都課	自然エネルギー推進室 係長	櫻木 氏
	徳島県県民環境部 環境首都課	自然エネルギー推進室 主任	森原 氏

#### 1 徳島県の自然エネルギー推進戦略

地球温暖化がこれまでにない速度で進んでおり、地球の平均気温上昇を2度未満に抑えること等を定めたパリ協定が2016年11月に発効された。この目標を達成するためには、現在ある原油、天然ガス、石炭などの化石燃料の埋蔵量のうち、2割程度しか利用できない状況である。

このような中で、徳島県では、自然エネルギー推進戦略を改定し、「自然エネルギー立県とくしま推進戦略～「環境首都・新次元とくしま」の実現へ～」を策定した。

県内における電力消費量のうち自然エネルギーの占める割合を2020年度に25%、2037年度には37%にするという目標を設定している。これは、国や東京都の目標に比べ、かなり高い目標となっている。

また、エネルギーの地産地消の加速、水素エネルギーの活用等の基本方針を定めている。

#### 2 徳島県の自然エネルギーの取組

##### (1) 気候変動対策

徳島県では、平成28年9月に制定した「徳島県脱炭素社会の実現に向けた気候変動対策推進条例」を第一の矢、温室効果ガスの削減目標を40%に定めた「徳島県地球温暖化対策推進計画」を第二の矢、気候変動の影響に対する適応対策を定めた「徳島県気候変動適応戦略」を第三の矢とし、三本の矢として気候変動対策を総合的に推進している。

##### (2) 水素エネルギーの推進

徳島県では、脱・炭素社会への実現へ向け、徳島県における水素社会の実現に向けた道筋を県民に対し示した「徳島県水素グリッド構想」を策定し、水素エネルギーの導入に力を入れている。

具体的には、県庁舎の屋上に太陽光パネルを設置し、この太陽光パネルで発電した電気をもとに、小型の水素ステーションを県庁前につくり、CO2フリーで水素をつくっている。この水素を活用し、燃料電池自動車を公用車として6台導入している。これは全国的に見ても大変多い台数である。このほか、移動式水素ステーション車1台を県内各地に展開し、水素の実証運用等の取組を進めている。

スウェーデンなどの自然エネルギーに関する先進国からも視察が来るなど、徳島県の水素エネルギーに関する積極的な取組は、注目を集めている。

##### (3) その他の取組

脱炭素に取り組む事業者に対する補助制度、小水力発電や小型風力発電に対する



助成、自然エネルギーの導入及び省エネ対策に対する貸付金制度を設け、自然エネルギーの導入を積極的に進めている。

また、企業局では、子どもから大人まで自然エネルギーについて分かりやすく学習することができる自然エネルギーミュージアムを開設した。さらに、県内の自然エネルギーに関する施設を巡る自然エネルギー体験バスツアーを実施するなど、自然エネルギーに関する普及啓発を行っている。

### 3 風レンズ風車について

#### (1) 風レンズ風車とは

徳島県は株式会社ウィンドレンズの風レンズ風車を導入している。風レンズ風車は、風車のまわりにディフューザーというつばがあり、このつばにより風速を 1.3 倍から 1.5 倍程度向上させることができ、発電量はその 3 乗に比例して増え、小型ながら高い発電量を持っている風車である。

また、つばがあることにより騒音も少なく、かつ、通常の風車に比べ視認性が高いためバードストライクも起こりにくく、環境に優しい風車である。

#### (2) 設置の概要

自然エネルギーの普及啓発を目的に、出力 5 kw の風レンズ風車を地元の漁業協同組合の協力のもと、きたなだ海の駅に設置した。平成 28 年 2 月に竣工し、平成 28 年 4 月から本格稼働している。発電した電気は、きたなだ海の駅内の漁協施設で使用している。

設置工事費は 885 万 600 円であり、環境省のグリーンプラン・パートナーシップという補助事業を活用し、二分の一が環境省の補助金で、二分の一が県予算であった。

#### (3) 設置の効果

まず、年間約 4,000kw を発電することができ、電気代を節約することができる。

もう 1 つの大きな効果は、きたなだ海の駅に設置されているため、漁業協同組合の PR 効果が非常に高いという点であり、海の駅のランドマークとして活用している。

また、この事業での漁業協同組合との連携を足がかりに、さらに協調を進め、洋上風力の導入を検討するための漁業協調型洋上風力導入検討事業を計画しており、平成 29 年度予算に計上している。単に風力発電を行うだけではなく、どのようなかたちでつくれば地元喜んでもらえる洋上風力発電を進めることができるかを検討する事業である。漁業協同組合に積極的に導入に協力してもらうかたちで事業を進める予定である。

### 4 質疑応答

#### (1) 風車を導入する際の検討事項について

問 新しいタイプの風車の設置というと、つくば市が早稲田大学に調査を依頼して新型の風車を設置し、全く回らないため事業が中止となり、早稲田大学とつくば市が訴訟で争った事例がある。このあたりは導入過程で指摘されたか。

答 風レンズ風車は、基本的に風がきちんと吹けば、計画通りに回るものであり、

四国での設置は初めてだが、過去に設置事例が九州や東日本であったため、設置の段階でそのような話は出なかった。また、落雷や強風があるとブレーキがかかり停止する設計になっており、安全性も高いことを確認して設置している。

## (2) 家庭での設置について

問 神奈川県では、個人宅に太陽光発電を推進しようと補助金も出して取り組んでいるが、なかなか進んでいない。小型風車を個人宅に設置できるのであれば、補助金を出すことは今後検討するのか。

答 風レンズ風車は、デザイン等も考慮に入れ、自然エネルギーの普及啓発としてPR 効果を見込んで設置したものである。個人宅への設置ということになれば、より採算性を重視した、軽量で、たくさん発電できるタイプの風車を設置することは十分考えられる。売電益を考えると、2kw 未満の風車で、県がある程度の補助を出せば、採算性が見込めるものがある可能性もある。

今回設置した風レンズ風車は、FIT（固定価格買い取り制度）に売っていないが、FIT にのせるともう少し高い値段で買ってもらえるため、上手く収支が合う可能性もある。汎用性を持たせていかないと普及につながらないため、そのあたりを県としてももっと精査していく必要がある。

## (3) 水素エネルギーの安全性について

問 水素と聞くと危ないのではないかというイメージを持っている県民もいると思うが、安全性を知ってもらう取組は行っているか。

答 年に1度、自然エネルギーについてのイベントを開催しており、そのイベントの中で、水素の安全性について県民に周知していきたいと考えている。また、県庁前の水素ステーションに水素についての啓発ゾーンを設置し、県庁の見学会などの機会に、水素の安全性を知ってもらう機会を設けている。

さらに、平成 29 年度は、「エコみらいとくしま」という環境活動の拠点を移設する予定であり、そこで水素や自然エネルギーについての啓発講座を積極的に行い、安全性について啓発していきたいと考えている。

## 5 考察

徳島県は、地球温暖化対策、水素エネルギーの推進、小水力発電や小型風力発電に対する助成などを積極的に進めているということであった。また、風レンズ風車は、小型ながら高い発電量を持ち、鳥の被害も起こりにくいということであった。実際、きたなだ海の駅において実物を見てみると、通常の風車より小型であり、設置面積が少なくすむという利点もあると感じた。設置工事費も安く、店や街にも設置が可能であり、街づくりに役立ちそうである。

神奈川県でも自然エネルギー推進を行っているが、太陽光、小水力、さらに様々な可能性を秘めている小型風力発電にも取り組んでいくことは重要である。



風レンズ風車

徳島県庁で説明を受けた後、きたなだ海の駅で風レンズ風車の実物を見学させていただいた。この日は風が弱く、回転しているところを見ることはできなかったが、外観が爽やかで、活気ある海の駅の雰囲気にとっても合っていた。