

[平成22年 3月 9日産業環境委員会-03月09日-01号]

◆芝田 委員 公明党の芝田でございます。きょうは1項目質問させていただきます。

堺市ブランド創造発信事業についてということで、午前中にも議論がありまして、私も当委員会でも今年度もさせていただいた経過などもございますが。観点を交えて、私なりに質問をさせていただきたいというふうに思います。

まず、この堺市ブランド創造発信事業については、堺市にとって今までこういったブランドを進めていく創造発信事業というのはあったのかどうか、まずお聞かせ願いたいと思います。

◎澤田 商工労働部次長 今までこういうような堺市ブランド創造発信事業のような事業があったのかということでございますが、いわゆる堺の知名度を向上させるために、海外で、しかも民間事業と共同で事業を行うというようなものは全く初めてでございます。

◆芝田 委員 全く初めての事業であるというふうに私も認識はしております。そしてまた、地場の伝統産業の打刃物とかファッションとか、そしてまた和モダンとかいろんなカテゴリーの分を、世界のそういう情報の発信の中心であるニューヨークで事業展開をしていくということを共同事業体ということで進められているということではありますが。まずこのカテゴリーについて、もう一度確認をしていきたいと思いますが、どういった内容のものがございましたでしょうか。

◎荒木 商工労働部副理事 まず、大きく分けまして海外事業と国内事業というのがございます。海外事業につきましては、いわゆる和食を通じて堺をPRするというニューヨークのレセプション事業というのが1本ございます。それからもう一点が、堺にゆかりのある千利休のつくった、高台寺のほうに千利休の茶室がございまして、その高台寺の庭を作庭しました庭師の方を使って、堺にゆかりのある文化を発信するという庭を向こうでプロモーションし、作庭していくという事業が2本目でございます。それから、ファッションということで、日本のほうで活躍する新進気鋭のファッションデザイナーを、堺の名のもとにニューヨークのほうで発信してデビューさせていくというような大きな3つの柱で海外事業が展開されております。

もう一方、国内事業につきましては、堺を中心とする地場産品をブラッシュアップした、いわゆる和モダンという感覚で作品を策定しまして作成し、それを公募という形を使いまして、ニューヨークのほうで展示会という形で発信していった、いわゆる地場産品を中心とした販路を開拓していくという事業がございまして、それから、国内事業の2つ目としましてはビジネスパークというような、将来的にはいわゆるインキュベーションセンターのような形の箱物なんですけど、そこにデザイン系のビジネスを展開する企業それから学生それから学校とか、そういうものを集積するようなパーク構想というのがございまして、以上でございます。

◆芝田 委員 今のご答弁でもかなり多岐多様、また広範な、また今までに経験のないようなことを国内含めて海外にも進出していくということでございますけれども。午前中の議論にありましたように、この3カ年のこの事業の数値目標というのは実際あったのかどうか、お聞かせ願いたいと思います。

◎荒木 商工労働部副理事 当初の数値目標ということで、例えば幾ら販売するとかいうことで、3年間が終わった時点で数値的な目標というのは特にございません。ただ、17年度から実施しましたギャラリーショップというような調査ものがございますが、そのときはあくまでも構想という、モデルケースとして17年度のときの調査では、いわゆる将来的にニューヨークにギャラリーショップを開いたときに、どの程度の資本で、どの程度の費用をかけて、どの程度の売り上げがあったときに、何年後に収支が黒になるかというようなシミュレーションをやってございます。以上でございます。

◆芝田 委員 午前中の議論でも、いわゆる予算が4億に近いということとか、そしてまた皆様方がどこまで汗をかいて、この事業を推し進めたかというような議論もございませんし。また今答弁いただきましたこの数値目標にしても、なかなか広範にわたり、またなかなか1つに特化して数値目標を設定するのは難しいように、私自身もとらえてはおるわけでありましてけれども。ただ、この事業も、市民からいただいた税金という、そういう観点から見ますと、やはりいろんな意味での反省もあり、また今後の教訓になるようなことも実際あるとは思いますが。

そして、堺におきましても、いわゆる推し進めてきました木原市長が9月の選挙で竹山新市長にかわるという大きな流れができて、この事業が途中で、もちろん昨年の木原市長のときから、いわゆる不況、そしてまたインフルエンザ等のこともありまして、事業がなかなか思うようにいかなかったということもお聞きしておりますけれども。竹山市長が誕生して、この事業が頓挫して、また軌道修正したということでございますけれども、その辺の流れを簡潔にご説明願いたいと思います。

◎荒木 商工労働部副理事 年内に予定しました事業や、これまでのニューヨークでの事業展開から派生した事業につきましては、市の職員がみずから知恵を出し汗をかくという竹山新市長の方針のもと、市および財団法人堺市産業振興センターの独自事業として引き継ぎ、海外販路拡大事業として実施しております。

具体的には、11月にメトロポリタン美術館との共催による堺打刃物のPRを、1月にはニューヨーク国際ギフトフェアに、昨年5月から6月にかけて公募をいたしました和モダン商品を展覧するとともに、引き続き紀伊國屋書店ニューヨーク本店でテスト販売を実施しました。また、2月から3月にかけては、国際レストラン・アンド・フードサービスショーへの堺打刃物、昆布、しょうゆの出展と、ニューヨークの現地シェフを対象としました堺打刃物職人による包丁の研ぎの講習会を実施いたしました。

このうち、メトロポリタン美術館との共催による堺打刃物のPRにつきましては、堺市ブランド創造発信事業、これまでの事業を通じ、ニューヨークを舞台に堺打刃物の情報発

信に取り組んできたことが、同美術館からのオファーにつながったものと考えております。広報効果はかなり大きく、堺市の紹介文を含む事前の案内メールが、同美術館の5万人の会員の方に向けて発信されまして、開催後には、同美術館の報道発表の内容が英語によるオンラインニュースとして全世界に発信されました。また、現地の旅行会社のほうから、堺にぜひ行きたいというような問い合わせが、現地ニューヨークの方々のほうから寄せられているという情報も入っております。そのほかの取り組みにつきましても、現地のフリーペーパーに取り上げていただいたほか、商談実績や販売実績も上げておりまして、全体として着実にニューヨークでの堺の知名度向上と堺製品の市場拡大に貢献しているものと認識しております。以上でございます。

◆芝田 委員 堺市ブランド創造発信事業がいわゆる新市長の後、ちょっと伝統の地場産業品等中心の次年度の事業になりますけども、堺製品海外需用拡大事業の流れに今あるというふうに思いますけども。

午前中の市長の発言の中で、この和モダンが市民の視点から外れているというような答弁というお話があって、私もちょっとびっくりしているわけですが、今の副理事の答弁では、実際この1月には和モダンの商品を出展しているということですので、市長が誕生した後に、この事業が存続しているという、また今継続しているということを市長は認識していなかったのかどうか、お聞かせ願いたいと思います。

◎澤田 商工労働部次長 午前中の市長の発言の中で、和モダンというものがもう存在していないのではないかなというふうなお答えだったかと思うんですが、私どもが認識しておりますのは、この和モダンが堺市の産品ではなく全国各地から集めて、それを発信しようということで、ブランド事業では手がけておりました。ただ実際、今私どもが引き継いでやっておりますのは、やはり堺産品を中心に海外での市場開拓、市場進出、これを支援していくんだというようなことでやってございまして、この2月3月の国際レストラン・アンド・フードサービスショーにおきましても、刃物と、それから昆布、それからしょうゆ、こういった地場産品を中心にやってございます。ということで、この和モダンを今後引き続き展開していくといたしましても、堺産品、地場産品を海外進出の支援していくんだというような認識で続けていきたいというふうに考えてございます。以上でございます。

◆芝田 委員 市長の認識がやはり現場のそういったところが隅々までわかってないというふうに私は認識しておりますし、今の答弁ではちょっとはぐらかされた感じもいたしますけれども、やはりその辺、また当局のほうから市長に苦言を呈していただきたいなというふうに思います。

戻りますけども、こういう堺市ブランド創造発信事業におきましては、伝統の打刃物がかなり向こうでもすごい評価を得ているということで、そういう形で特化している中で、次年度も進めていくわけありますので。このクリエイティブな部分、そしてまた、こういった海外で、ましてニューヨークでそういったことをするというのは、確かに堺市の職員だけでは難しい事業で、こういう共同事業体という流れでも私も理解をしておりますけれど

も、いろんな問題はあろうかとは思いますが、そういう中で、こういう伝統産品が大きな引きがあると。また、ここは開けていけるということが我々に理解、また当局が理解することが、今回の大きな一つの成果だというふうに思っております。また、今後これが3年後5年後、この大きな授業料を払ったというこの事業に対しても、評価が3年後5年後という形で、また10年後に評価することが私は正しいかなという認識をしております。

最後に、局長のほうで、いわゆるこういう議論を踏まえて、新市長ができて、この堺産品という新規事業に進んでいくわけですが、今回の堺市ブランド創造発信事業の現時点での総括と今後の見解を、新しい次年度の事業に対しての見解をお聞きしたいと思います。

◎林 産業振興局長 この堺市ブランド創造発信事業に関しましては、私どもはやはりこの3カ年の事業についてきっちりと総括をし、検証し、問題・課題というものを洗い出してまいりたいというふうに考えております。その上で、反省すべき点があるのかどうか、その辺については真摯に対応してまいりたいというふうに考えております。

今、るるご議論ございましたこの事業は、堺の知名度を上げるということを目的とした事業でございます。3年という短期間でございますが、この3年間でそれなりの成果を上げるというのはなかなか難しいところもございます。私どもはやはり、今後引き継いでいく事業を海外で展開することによって、中長期的にその成果を得たいというふうに考えております。

また、来年度以降の事業展開につきましては、職員みずからが情報収集し、汗をかき、堺の打刃物を中心とする伝統産業の海外での市場開拓、海外での堺の知名度の向上というものについて努めてまいりたいと思います。よろしくをお願いします。

◆芝田 委員 ありがとうございます。

この堺市ブランド創造発信事業について、この創造発信事業が、光が当たるのも、また光を発するのもこれからという、未来指向でいけばこれからのにかかってくると思いますので、当局のご努力を期待しまして質問を終わらせていただきます。ありがとうございます。