

○吉川隆雅君（登壇・拍手）おはようございます。

本日も、知事が体調不良とのことで、一日も早い御回復をお祈り申し上げたいと思います。

それでは、通告に従い、順次質問してまいります。

最初に、若年世代の社会参画についてであります。

我が国は、人口減少問題が顕在化し、本道においても、地方の存続が問われております。その中であって、いわゆる若者世代にとっては、国、道ともに将来の負担となり得る財政赤字の累積、厳しい雇用・就業環境など、取り巻く環境は厳しさを増しており、年金や医療給付においても、少子・高齢化が進むに従って、現役世代の負担は増す一方であり、そうした世代間格差が、現役世代の年金不信、国民年金未納の一因となっていることは否定できません。

労働力や後継者の不足が各方面で指摘をされながら、非正規雇用など、不安定な就業環境下では、賃金の上昇も期待できず、そうした状況から脱却しようにも、一度ドロップアウトしてしまった人間に対する、再チャレンジ、職業訓練などの環境整備は決して十分とは言えず、こうした状況は、若者の非婚、晩婚化にも当然のごとく影響し、人口減少に一層拍車をかけております。

こうした状況を生み出す要因の一つとして、若者世代の現状を認識しながら、社会的な意思決定への参画、とりわけ政治と行政への参画がおろそかにされてきたことが大きな問題であると考えます。

国においては、内閣府の年次報告書の子ども・若者白書の中で、子ども、若者の意見表明の機会の確保を掲げ、過去には、フェイスブックを活用した若者からの試行的意見聴取事業を行ったり、関係府省の施策担当者と対面で議論、意見交換を行う、ユース・ラウンド・テーブルなどを行っておりますが、そうした取り組みが国の施策にどこまで反映されているかは疑問が残ります。

しかし、少なくとも、そうした取り組みを通して、若者世代の、社会、政治、行政への参画を促し、それらの意見や考えを政策的に反映させていくことは、人口減少社会を見据える上で非常に重要なことであり、柔軟かつ機動的に施策に反映できる地方自治体こそ、率先して力を入れていくべきであると考えます。

道として、これまで、20代から30代程度までの若者世代の意見をどのように聞き、施策に反映させてきたのか、また、今後、どのように取り組まれようとするのか、伺います。

子どもたちの将来的な社会参画への意識を醸成する教育の概念として、シティズンシップ教育があります。

シティズンシップ教育にいち早く取り組んだのはイギリスで、1990年代、若者の政治的無関心や暴力、犯罪行為などが顕在化してきたことを背景に、社会的、道義的な責任感を育て、社会において積極的な役割を果たすための能力を養うことを目的に、義務教育課程の必修科目として導入されました。

我が国では、経済産業省が2006年に出した報告書の中で、シティズンシップ教育宣言が掲げられており、その中では、今後、我が国において成熟した市民社会が形成されていくために

は、市民一人一人が、社会の一員として、地域や社会での課題を見つけ、その解決やサービス提供にかかわることによって、急速に変革する社会の中でも、自分を守ると同時に、他者との適切な関係を築き、職について豊かな生活を送り、個性を発揮し、自己実現を行い、さらに、よりよい社会づくりに参加、貢献するために必要な能力を身につけるために必要であるとされております。

京都府八幡市では、市内の全公立小中学校でシティズンシップ教育を導入し、身近な問題を題材に、ルール、マナーに関する条例案の検討や、効果的なルールをみずから考えさせる授業や、子どもたちがまちづくりに関する自分たちの意見をまとめ、市長に提言する、八幡市子ども会議をスタートさせ、過去には、洪水時の水位がわかるハザードマップを電柱に張ってはどうかなどの提案が出されたそうでもあります。

人口減少に向かう本道の状況を考えると、私は、子どもたち一人一人が、みずからの個性と能力、可能性を十分に発揮し、地域社会と政治へ参加する積極性と責任感を持ち、将来にわたる地域の課題を解決し得る知識と技術を備えていくために、シティズンシップ教育が持つ概念が本道にも必要ではないかと考えます。

本道の子どもたちの社会性、市民性を育むために、どのように取り組まれようとするのか、知事及び教育長に伺います。

次に、観光についてであります。

北海道の観光資源といえば、おいしい食や雄大な景観といった自然の恵みと、その中で楽しむアクティビティーであります。それらは非常に魅力的なものでありますが、私は、本道の歴史や風土、文化といったものを今以上に観光資源として捉え、生かしていくべきではないかと考えます。

京都や奈良といった古都は、歴史そのものが観光資源であります。本道にも、世界遺産登録を目指す縄文文化1万年の歴史に始まり、海外の方々にクールだとの印象を持たれているアイヌ文化、明治期以降のヨーロッパと融合した独特の建築様式など、道内外、海外の観光客の皆様を知っていただくべき歴史、風土、文化が存在しており、そうしたものを知っていただければ、北海道観光にまた一つ深みを与えられるものと考えます。

北海道博物館のオープンが迫り、白老に、民族共生の象徴となる空間の整備が進められるなどの動きもある中で、北海道開拓の村のさらなる利活用や、歴史について知識を有する人材の育成などを進め、北海道の歴史、風土、文化といったものを観光振興にさらに生かしていくべきと考えますが、知事の所見を伺います。

ことしの夏も、台湾からの多くのお客様に対して、観光貸し切りバスが不足する事態に陥りました。

ビジット・ジャパンの名のもとに、東京オリンピックに向けて誘客が加速する中で、本道の状況を見ると、海外からの観光客数の増加に対し、ソフト、ハードの両面で整備が必要なのは多いと考えますが、今回の貸し切りバスの不足は、まさにその象徴であります。

貸し切りバスが不足に至る要因はさまざまありますが、繁忙期と閑散期の需要や料金の差で

営業収入が低く、それにより車両更新が進まず、さらに、運賃、料金のダンピングが起きやすくなっている実態があると言います。

道では、道内観光の繁忙期と閑散期の需給ギャップを埋めようと取り組んでおりますが、一朝一夕には解決しない問題であります。

観光業界では、業種、業態、各社の横の連携が希薄であるとの話も聞くところであり、道内の大きなイベントや、観光客、各業界の動向に関する情報などを、観光に携わる各業種が緻密に共有することにより、貸し切りバス業者において、年間を通じた供給体制、計画を確立しやすくなることはもとより、他の観光に携わる方々にも利用価値の高い情報を提供できると考えます。

道として、観光振興機構とも連携して、こうした情報共有の仕組みづくりに取りかかっているかがかと考えますが、見解を伺います。

島根県では、2007年から、民間団体と道路管理者が連携して湖水街道推進会議を設立し、圏域住民と観光客、来訪者が御縁を結ぶことのできる「新たな心の通ひ路」の創造を目的として、いわゆる風景街道の整備を推進しております。

その中で、県では、国の風景街道整備事業と連携し、県予算や交付金を活用し、道の駅にルート案内標識や風景街道案内地図を設置したり、景観スポットの適地において、看板、ベンチ、駐車スペースなどの整備を行うなどしております。

本道においては、北海道開発局が、景観や自然環境に配慮し、地域の魅力を道でつなぎながら、個性的な地域、美しい環境づくりを目指す取り組みとして、シーニックバイウェイ北海道を推進しており、全道的な広がりを見せるとともに、手書き風マップの作成など、地域ごとの特色ある取り組みも生んでおります。

道として、今後の道路整備事業を進める上では、シーニックバイウェイ北海道とさらに連携するなどして、単なる移動手段としての道路整備にとどまらず、地域の活性化を促すための各種設備の充実等にも努めるべきと考えますが、所見を伺います。

次に、クール・HOKKAIDOについてであります。

道においては、クール・HOKKAIDOを掲げ、海外との経済交流の拡大を目指しております。

海外への輸出拡大を進めるには、東南アジアの旺盛な成長力の取り込みは欠かせず、特に、ベトナム、インドネシア、フィリピンといった、平均年齢が20歳代と若く、多くの人口を有する国々は、将来にわたって大きな需要増が期待される場所です。

こうした国々の市場を効果的に取り込んでいくためには、ターゲットやニーズを的確に捉え、若者に訴求する手法を用いるなどして進めていく必要があると考えますが、クール・HOKKAIDOを推進するに当たり、こうした国々に対しては、具体的にどのように取り組んでいこうとしているのか、伺います。

ASEANにおいては、北海道に対する追い風が吹いており、クール・ジャパン戦略における北海道に対する期待は非常に高いと感じております。

昨年12月には、スポーツや芸能、コンテンツ産業、ファッション、食といった多様な分野に携わる方々が集まり、クール・HOKKAIDOに関するミーティングが開催をされましたが、実際に、そこでの出会いが新たなビジネスにつながった例もあると聞いており、幅広い産業で構成されるネットワークを構築することは重要な意味があります。

本道が積極的にクール・ジャパン戦略に貢献し、海外の成長力を取り込んでいくためにも、道内において、民間や各地域による意欲的な取り組みを促進するとともに、既に海外に進出している道内企業とも連携を図るなどして、ネットワークの裾野を広げていくべきと考えますが、今後、どのようにクール・HOKKAIDOを推進していこうとするのか、伺います。

次に、地域商業の振興についてであります。

先週初め、道が平成8年度から1年置きに実施している商店街実態調査の平成26年度版が議会に報告をされております。

道においては、第3次長期総合計画で、少子・高齢化の傾向は今後も続くと記述して以来、国際化や高度情報化といった社会情勢の変化に加えて、少子・高齢化に伴って生じる課題への取り組みがなされてきております。

地域商業においても、消費者のニーズが多様化し、モータリゼーションが進行する中、郊外大型店の進出が続き、商店街への来店が減少し、経営者の後継者難などの事情が重なって、地域のにぎわいの場、交流の場であった商店街が元気をなくしてきたことへの対応に取り組んできたところであります。

しかしながら、商店街実態調査の結果を見れば、商店街が抱える課題として、経営者の高齢化による後継者難、商店街を訪れる人の減少と高齢化、商圈人口の減少、集客力のある商店が少ないといった事項が、調査の都度、挙げられており、課題解決のための取り組みも変わっていないのであります。

商店街を訪れる人が高齢化しているとの課題が挙げられておりますが、高齢者など買い物弱者への対策を実施する予定はないと考えている商店街が8割を占めております。また、市町村のまちづくり計画との連携の予定はないとする商店街も6割を超えております。

こうした対応が、商店街だけでは取り組めないのであれば、地元商工団体、市町村とともに、道が、総合的、一体的に対応していくべきと考えます。

第2回定例会における我が会派の質問に対して、知事からは、地域の実情に即した地域商業活性化施策を積極的に展開していくと答弁があり、また、商店街実態調査については、私からの指摘を受けて、翌年度の施策に反映できるよう、調査時期、公表時期を早めたものと承知しております。

地域商業の現状を踏まえ、今後、どう対応していこうと考えているのか、伺います。

次に、食にかかわる施策展開についてであります。

本年6月、農林水産政策研究所が発表した、人口減少局面における食料消費の将来推計によると、人口減と1人当たりの食料消費の将来推計をもとにすると、総供給熱量は、基準年を2012年としたときに、2050年には3割から4割減少するとされております。それに伴い、国内の農

業生産も大幅に減少する見込み であります。

食料消費支出に関しては、生鮮魚介、牛乳、米、生鮮果物、卵、生鮮肉、生鮮野菜等の生鮮食品が減少し、調理品や乳製品などの加工食品に対する支出が増加し、内食、外食から中食への移行が進み、生鮮食品の占める割合が、1990年の34%から、2035年には20%にまで落ち込むのに対し、加工食品は43%から58.9%へと、大幅な増加が見込まれております。

家庭での食を加工食品に頼る傾向が進むと思われませんが、一方で、若年層の4割が現在の食生活に満足しているとの世論調査結果もあり、また、高齢者世帯においても、健康、安全、手づくり、国産へのこだわりが強くありつつも、高齢者単身無職世帯の1日当たりの食料支出は約1100円という現状で、経済的にも配慮せざるを得ない状況であります。

こうしたことからすると、私は、家庭から手づくりの温かな食事が消え、包丁のない家庭がふえていくのではないかという懸念を持ってしまうのであります。農林水産物を加工して、高い付加価値をつけた上で販売していくことは、本道にとって最も大切な取り組みであります。一方で、温かな食卓もなくなってほしくないと願っております。

これまで述べてきた将来的な動向予測からすると、我が国、ひいては本道を取り巻く食環境は、一面からのアプローチではなく、総合的な対応が必要と考えます。

生産者からの視点、消費者からの視点、過去の施策の効果検証、食品加工、移輸出、6次産業化の戦略的な推進、生鮮品の価格高騰対策、買い物弱者対策、食育、食の安全、安心など、あらゆる観点から、本道の将来の食生活のあるべき姿をまとめるよう、道民の食生活を守るための検討を始めるべきではないかと考えますが、所見を伺います。

本年6月、特定農林水産物等の名称の保護に関する法律、いわゆる地理的表示法が成立をいたしました。この法律は、地域で育まれた伝統と特性を有する農林水産物、食品のうち、品質等の特性が産地と結びついており、その結びつきを特定できるような名称が付されているものについて、その地理的表示を知的財産として国に登録できる制度、いわゆる地理的表示保護制度を定めた法律であります。

こうした制度は、フランス産チーズのカマンベール・ドゥ・ノルマンディー、イタリア産生ハムのプロシュート・ディ・パルマなどに代表されるように、ヨーロッパを中心に広く認知され、普及をしております。

我が国においても、農林水産物、食品について同様の制度を導入し、生産者が本来得るべき利益を確保するとともに、消費者の信頼の確保を目指すとしております。

本制度の主眼は、特性の統一、維持と、フリーライドや模倣品の抑制により、生産者全体の利益を守り、ブランド価値を上げていくことではありますが、現状では、北海道産原材料100%をうたい、他都府県で売られている加工品が多く見受けられる中、本道の生産者が本制度を活用し、その土地に根差しているからこそ高品質なものであるとの証明ができれば、そうした他都府県が売る商品とは一線を画したブランド化につながるのではないかと考えております。

登録に当たっては、生産者団体みずからが、地域特性と生産物を結びつける明細書を作成することが求められますが、道として、各地の生産者団体などと連携し、製品の掘り起こしと、

制度活用に向けた協力体制をいち早く構築すべきと考えますが、地理的表示保護制度の活用に向けて、どのように取り組むのか、伺います。

次に、IT利活用について伺います。

国や地方自治体、公益事業者等が持つさまざまな公共データを2次利用しやすい形で民間に公開していく取り組みをオープンデータと言いますが、国においては、平成24年に電子行政オープンデータ戦略を策定し、平成26年、27年の2カ年を集中取り組み期間として、世界最高水準の公開内容を目指し、推進を図っております。

オープンデータを推進することの意義としては、行政の透明性、信頼性の向上、官民協働による公共サービスの実現、さまざまな主体がデータの加工、組み合わせを行うことによる、新事業、新サービスの創出等が挙げられます。

世界的にはアメリカが先進国であり、オバマ大統領が政権公約として掲げ、政府のデータカタログサイトを立ち上げたほか、全米の50州のうち、43州でデータポータルサイトが開設をされております。

オープンデータを活用した事例としては、アメリカで、250万地点の気象データと1500億カ所の土壌データ、過去の収穫量などを分析することで、アメリカではポピュラーな農業保険の信頼性を向上させ、高収益を上げた例があります。

また、地下鉄が遅延することが日常茶飯事であるロンドンでは、地下鉄の現在位置をリアルタイムに表示するアプリを開発し、国内では、福井県鯖江市が、市立公園等のトイレ情報や市内のAED情報、現在地から避難所までのルート検索などができる市民向けアプリを開発したほか、静岡県では、観光客が撮った写真を著作権フリーでウェブ上にアップしてもらい、観光振興に役立てているそうであります。

インターネット上に存在するさまざまな画像やテキストデータ、位置情報、企業が持つ消費者動向の情報など、現代社会には膨大なデータの蓄積がなされております。

これらのいわゆるビッグデータを活用し、新たなビジネスやサービスの創造、向上につなげようという取り組みも進んでおり、例えば、せきや風邪、風邪薬といったインターネットの検索ワードがふえた地域では、その後、インフルエンザが流行するなどの予測を立てたり、橋梁にセンサーを設置し、車の通過台数や振動等のデータから、異常検出や経年劣化の予測を立てたりすることが可能であります。

こうした潮流の中、道では、ことし3月に策定をした北海道IT利活用推進プランの中で、道の先導的プロジェクトとして、オープンデータの推進を掲げておりますが、産学官の連携体であるオープンデータ流通推進コンソーシアムにオブザーバーで参加している自治体は、道内では室蘭市のみであり、道としては参加しておらず、そうしたことから、本道の取り組みはおくれているのではないかと感じております。

オープンデータの推進とビッグデータの活用について、道の認識と、今後、どのように取り組んでいくのか、伺います。

最後に、学力向上についてであります。

私は、ことし6月、子どもの学力をテーマに、地元の方々200名を対象に電話アンケート調査を行い、その中で、全国学力テストの結果について学校から詳しい説明があったか、尋ねたところ、漢字を書く力に課題があるなど、詳しい説明があったと回答した方は2割弱、全道平均と比べやや高いといった、簡単な説明があったという回答は6割強でありました。

子どもたちの学力に関する説明や公表について、学校間でも格差があると考えますが、これについての教育長の受けとめを伺います。

以上、再質問を留保して、私の質問を終わります。(拍手)