

○小林委員 遅くまでありがとうございます。

私からは、二つのテーマについて、五点お伺いをさせていただきます。

初めに、都市農業振興についてお伺いいたします。

江戸東京野菜の生産、流通拡大の推進についてですが、江戸東京野菜は古くから受け継いだ種や伝統的な栽培方法により生産される野菜であり、それぞれが持つ由来や歴史、個性豊かな味や形により、都民の食に彩りを加える食材として東京の貴重な財産といえます。

最近、都内各地で江戸東京野菜を活用したイベントなどが実施されているほか、都立高校においても、栽培に取り組む事例があると聞いております。

私の地元練馬区においても、江戸東京野菜である練馬大根の種を大切に守り、手間暇かけて育てている農家さんがいらっしゃいます。また、練馬大根を活用した商品開発を初め、地域活性化に向けた取り組みが生まれ、定着をしてきているところでございます。

特に、毎年十二月に開催される恒例の練馬大根引っこ抜き競技大会は、地元農家の方が育ててくださった練馬大根を制限時間内で何本引っこ抜けるかや、大根の長さを競う競技として定着して、一昨年は三分間に四百九十二人が同時に練馬大根を引っこ抜いた記録がギネス世界記録に認定もされました。

また、昨年は、小池知事、また、濱村農林水産大臣政務官も参加され、東京の都市農業を代表するイベントとなりました。

練馬大根を初めとする伝統ある江戸東京野菜をどのように守り伝え、また、普及拡大を進めていくのか、来年度の都の取り組みについてお伺いします。

○龍野安全安心・地産地消推進担当部長 これまで都は、江戸東京野菜の普及拡大を図るため、安定生産に向けた栽培指針の策定や、流通や飲食店等事業者向けの圃場見学会等を実施してまいりました。

来年度は、新たに農業団体と連携し、江戸東京野菜の普及拡大に向け、推進体制を整備いたしますとともに、農業者が新たな作付を行う場合に生産支援金を支給してまいります。

また、ユニークベニュー等を活用した試食イベントの実施など、都民や飲食事業者向けの PR 施策の強化に取り組んでまいります。

こうした取り組みを通じて、江戸東京野菜を東京農産物の PR を進める上でのシンボルにも位置づけ、その普及拡大を図ってまいります。

○小林委員 次に、東京都 GAP の推進についてお伺いします。

都は、今年度から、東京都 GAP 認証制度を開始し、これまで農業者や農業高校など十三件を認証しており、加えて、現在、四十件近くの農業者などが取得を目指して取り組み中と聞いております。

GAP は、二〇二〇大会への食材提供だけでなく、持続可能な農業を推進していく上でも重要な取り組みであります。

この GAP 認証取得については、一昨年の第四回定例会、また、昨年の第四回定例会の一般質問でも取り上げさせていただきましたが、昨年の一般質問では、今後さらに GAP の認証取得を進

めていく上では、都民への普及啓発や農業者の負担軽減が必要と質問をさせていただきました。

藤田局長からは、こうした課題について検討していくとの答弁がありましたが、その後、どのような検討がなされたのか、来年度の具体的な取り組みについて伺います。

○龍野安全安心・地産地消推進担当部長 東京都 GAP のさらなる普及に向け、都は、来年度からは、農業者が認証に当たって必要となる農薬保管庫の整備や保冷施設の改修、残留農薬や農業用水の分析検査など、こうした経費の二分の一を補助する事業を開始いたします。

また、都の普及指導員と JA 営農指導員とが連携して農業者を手厚く指導できるよう、営農指導員に対し、GAP 指導員資格を取得するための費用も支援してまいります。

さらに、都民や流通事業者などを対象としたシンポジウムを開催し、GAP に先進的に取り組む農業者の事例発表等を行うとともに、PR 動画を作成し、インターネット配信や直売所で放映するなど、GAP の意義やその重要性について広く周知を図ってまいります。

こうした取り組みにより、東京都 GAP の認証取得を促進し、東京二〇二〇大会とその後の持続可能な東京農業を実現してまいります。

○小林委員 都市農業については、年々、農地が減ってきている中において、やはり着実に手を入れて、きちんと振興させていくというこの深い決意のもとで施策を充実していく中でしか振興が図れないというふうに思っておりますので、ぜひとも着実な振興策の前進、お願いをしたいと思います。

次に、アニメ振興について伺います。

初めに、観光振興の観点から伺わせていただきますが、近年、地域の観光名所や特産品などをデザインとして取り込んだ下水道のマンホールぶたがご当地マンホールとして注目を集めています。

全国では、アニメなどのキャラクターを活用したデザインも多く見られ、アニメファンが現地を訪れるなど、地域の魅力を伝える新たな観光資源として活用している事例も見られますが、都内では、アニメなどを活用したデザインは、まだまだ少ない状況でございます。

東京には、アニメ制作会社や作品ゆかりの地など、アニメ関連の産業、観光資源が数多く存在しております。

来年度より、新規事業として実施するアニメ関連観光情報等発信事業は、話題のマンホールぶたにアニメなどのキャラクターデザインを施し、新たな観光資源として活用していくと聞いており、東京に集積するアニメ関連産業のキャラクターを生かす効果的な取り組みとして注目をしておりますが、具体的な取り組みについて伺いいたします。

○小沼観光部長 都はこれまで、クールジャパンとして注目されておりますアニメや漫画等のコンテンツを活用して、観光振興を行う区市町村や地域の取り組みを支援してまいりました。

来年度は、これらに加えまして、地域にゆかりのあるアニメ、漫画等のキャラクターを活用しました下水道デザインマンホールぶたの設置を促進し、新たな観光資源として活用する取り組みを進めてまいります。

具体的には、都が公共下水道の管理を担っております特別区内におきましては、地元自治体と連携してデザインマンホールぶたを設置するとともに、マンホールを活用した観光情報の発信な

どを行います。

あわせて、みずから公共下水道事業を行っております市町村に対しましては、デザインマンホールぶたの設置等に係る経費と、マンホールを活用した観光イベントや情報発信に係る経費を合わせて最大一千八百万円を上限に助成を行ってまいります。

○**小林委員** これから区市町村の意向も確認をしながら事業展開を進めていくこととなり、さまざま調整も必要となると思いますので、実際の各地域のマンホールぶたの設置にはしばらく時間を要すると思いますが、各地域にマンホールぶたの設置が完了したならば、それらの情報を集約して、情報発信の取り組みも進めていただくよう要望いたします。

次に、クリエイターなどの育成の観点から伺います。

東京の持続的な発展のためには、経済の活性化が求められていますが、足元では、少子高齢化が進行し、人口減少により、国内市場は縮小傾向にあります。このため、都内企業が今後も成長していくためには、海外での販路開拓を行い、その市場を取り込むことは重要であると考えます。

これまでの従来型の産業では、新興国などの技術水準が上がってきていることから、国際競争は厳しさを増しています。

そこで、日本の魅力を活用する産業分野においても、海外需要を獲得し、関連産業の雇用を創出することは有効な方策と考えております。例えば、アニメやファッションなどのいわゆるクールジャパン関連商品は、海外でも非常に人気があり、日本の強みでもあります。こうした強みを生かした産業分野のクリエイター支援にも、都は力を入れるべきであると考えます。

東京都中小企業振興ビジョンでは、ファッションやコンテンツの分野などで、将来有望なクリエイターなどの力を伸ばすサポートを行うとありますが、その内容について伺います。

○**坂本商工部長** 都では、東京の産業の発展に向けて高いポテンシャルを持つ、ファッション、アニメ、伝統工芸の分野でデザイナー等が世界に進出して力を発揮できるようサポートを行っております。

具体的には、ファッションのデザイナーが海外の展示会に出展するほか、パリのファッションウィークにおいて作品を発表して商談に結びつける取り組みをサポートしております。

また、アニメを制作するクリエイターについて、海外の見本市に出展し、ビジネスを生み出すきっかけづくりに結びつける支援を行っているところでございます。

さらに伝統工芸の若手の職人が海外でも認められ、販売のできる商品を開発し、商談を行うことのできるよう専門家が助言や仲介を行うサポートを実施しているところでございます。

○**小林委員** 私の地元の練馬区では、アニメ産業が集積しておりまして、こうした背景のもと、日本のアニメ発祥の地であり、国内最大のアニメ企業集積を誇る練馬区と、世界最大のアニメ映画祭が開催されるフランスのアヌシー市との間で、アニメ産業交流協定を締結しております。

一方、地元でアニメ事業者の方ともお話する機会がありますが、まだまだ経営が厳しい状況もあると聞いております。

海外では、国内とアニメ制作の仕組みが異なっており、中小零細の事業者でも作品に対する一定の権利を有しながらビジネスに参加することへのハードルが低く、出資を受けたり、共同制作などによって、自社のオリジナル作品が成立しやすい環境にあります。

また、海外の市場は順調に拡大してきており、日本のアニメに対する海外の関心はとて高いことから、アニメの海外展開を支援することは特に効果的であると考えます。

そこで、アニメ事業におけるクリエイター支援のこれまでの取り組みと今後の方向性について伺いいたします。

○坂本商工部長 都では、海外進出を希望するアニメーションのクリエイターを対象として、外国の取引慣行や市場ニーズなどを学ぶことのできるセミナーを年五回にわたり開催し、ワークショップ形式の講座も二回実施をしているところでございます。

こうしたセミナーなどに参加をしたクリエイターが企画内容を発表するコンテストを行いまして、そのクリエイターの所属する八社を選ぶとともに、海外でのビジネス展開が見込める五社につきましては、フランスで開かれる世界でも最大規模のアニメーションの商談を行う見本市、こちらに出店をするサポートを実施しているところでございます。

この見本市での商談がより効果的に進むよう、マーケティングに詳しい専門家などがフォローアップも行っているところでございます。

海外取引の拡大には長い時間が必要となることから、サポート事業を継続し、その充実も図ることによりまして、クリエイターの取り組みを後押ししてまいります。

○小林委員 今、ご答弁にもありましたが、クリエイターへの支援の取り組みは、単発ではなく、継続性を持って取り組んでいかねばならないと思います。

日本を代表するアニメ文化を支えるこうしたクリエイター支援は、今後も多角的に支援を充実させていただくよう要望いたしまして、質問を終わります。