

地方創生・しがブランド推進対策特別委員会 県外行政調査

1 調査日 平成29年11月1日（水）～2日（木）

2 調査の概要

11月1日（水）

（1）山梨県議会（山梨県甲府市）

調査事項：県産ワインのブランド化の取組等について
アンテナショップの運営状況等について
山梨県への移住促進に関する取組等について

山梨県では、平成19年に「やまなしブランド戦略」を策定され、地域資源のブランド化と、地域の持つイメージ・ブランド価値の向上の両面に取り組んで来られたところ、近年は、個別の地域資源のブランド化や魅力向上に注力され、山梨県産ワインのブランド化（地理的表示「山梨」ワインを含む）や輸出促進に向けて、積極的に取り組んでいる。

アンテナショップについては、東京日本橋で、平成16年度から「富士の国やまなし館」、平成22年度から「レストランY-wine」を開設し、首都圏においてワインをはじめとする山梨県の魅力の発信を行っている。

また、平成25年度には「やまなし暮らし支援センター」を東京に開設し、相談や情報発信をはじめとする移住促進に関する取組を進め、ふるさと回帰支援センターによる移住希望地域ランキングにおいて、同県は直近4年間で最上位（平成28年1位、平成27年2位、平成26年1位、平成25年2位）となり、移住先として極めて人気が高い。

このことから、本県のブランド推進や情報発信拠点の活用方策、移住促進対策の参考とするため、山梨県を訪問し、各施策について調査を行った。



11月2日（木）

（2）ここ滋賀（東京都中央区）

INBOUND LEAGUE（インバウンドリーグ）（東京都新宿区）

山梨県アンテナショップ「富士の国やまなし館」（東京都中央区）

調査事項：アンテナショップおよび企画催事スペースの現地視察

本県では、平成29年10月29日に、東京日本橋に滋賀の魅力を感じることができる情報発信拠点「ここ滋賀」を開設し、今後、首都圏での発信と滋賀への誘引を行うこととしている。

このことから、情報発信拠点の活用方策の参考とするため、「ここ滋賀」、企画催事スペース「INBOUND LEAGUE」等を現地視察し、施設の概要、開設時や開設直後の利用状況、今後のイベント予定等を調査するとともに、運営事業者等と意見交換を行った。

