

令和5(2023)年度 栃木県議会議員海外行政調査報告書

調査先 : オーストラリア

調査期間 : 令和5(2023)年10月24日(火)~10月29日(日) 6日間

調査議員 : 琴寄 昌男、早川 桂子、高山 和典、中屋 大、塩田 ひとし



「CLAIRシドニー事務所」にて

【団長あいさつ】



令和5(2023)年度 栃木県議会議員海外行政調査団

団 長 **琴寄 昌男**

栃木県議会では、国内のみならず海外の先進事例等を調査研究し、栃木県政発展の為に尽力していく目的として海外行政調査を行ってまいりました。しかし、平成15年足利銀行の破綻で中断し、平成25年度に再開してから6回の調査が行われましたが、視察地の災害や新型コロナウイルス感染症の影響で、本県では海外行政調査を見送っておりました。

しかし、令和5年度新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に移行し、それまで滞っていたグローバル的な経済交流も再開し始めている現況にあり、また、コロナ禍の中で日本中で停滞していた経済活動は、本県においても例外ではなく、本県の中小零細企業にも大きなダメージとなりました。

加えて、今年度に入り円安は止まらず、原油価格・物価高騰がさらに企業や国民の生活を脅かしている状況にあり、本県の基幹産業がいかに海外との競争力を高めていくかが課題となっております。

そこで、今回の調査により県民の付託を受けている我々議員が、見識を広め政策立案能力や資質の向上を図ることで、ひいては県民益にもつながると考えます。

今年度は、これまでの海外行政調査の実施内容を精査し、参考にした上で10月24日(火)から10月29日(日)までの6日間の日程で、オーストラリア(シドニー)を訪問し、調査を実施しました。

調査先の選定に当たっては、前回計画されて中止となったオーストラリアで

昨今の諸事情も勘案し、調査先をシドニーに絞り、多文化共生に対応した環境整備、本県産品輸出拡大やカーボンニュートラル実現に向けた環境施策、さらに昨年本県で開催された国体のレガシー継承等、本県が抱える諸課題を調査目的といたしました。

選任された5名の団員は、実質4日間の調査でより効果的な調査結果を導くために、選定されたテーマに関する本県の現状や資料等を収集し、JETRO栃木をはじめ各担当部局とのヒアリングを重ね、事前に勉強会を行うなど、綿密な準備のもとで調査を行ってまいりました。

今後は、この成果を踏まえ、政策立案や提言等に活かし県議会活動を通じて県民益の向上と県政発展のために尽力してまいりたいと考えます。

結びに、先輩、同僚議員各位、議会事務局をはじめ、多くの関係者の皆様方の惜しみないご協力に対し、衷心より厚く御礼を申し上げ本報告書を上梓いたします。

目 次

	頁
I 調査目的	1
II 調査対象施設等	1
III 事前勉強会	1
IV 調査日程表	2
V 調査報告	3
VI 調査を終えて	44

I 調査目的

訪問国における多文化共生に対応した環境整備、本県産品の輸出拡大、カーボンニュートラル実現に向けた環境施策及び国体レガシーの継承等に関する調査

II 調査対象施設等

〔オーストラリア〕

- 1 JETRO シドニー事務所
- 2 CLAIR シドニー事務所
- 3 シドニーグリーンスクエア
- 4 Central Sydney Intensive English High School
- 5 JFCオーストラリア
- 6 シドニーオリンピックパーク
- 7 市場調査

III 事前勉強会

調査テーマに関し、本県における取組状況等について事前勉強会を実施。

県産品輸出拡大のテーマについては、JETRO 栃木事務所の説明を聞き、意見交換を行ったほか、県執行部の調査テーマ所管部局とも勉強会を行った。



(JETRO 栃木事務所との勉強会)

IV 調査日程表

日	月日(曜)	調査地	現地時間	調査箇所及び調査内容
1	10月24日 (火)	東京(羽田)発	夜	(移動)
2	10月25日 (水)	シドニー	午前 午後	シドニー着 【JETRO シドニー事務所】 県産品の輸出拡大に向けた課題について調査する。
3	10月26日 (木)	シドニー	午前 午後	【CLAIR シドニー事務所】 オーストラリアにおける多文化共生の状況について調査する。 【シドニーグリーンスクエア】 カーボンニュートラル実現に向けた取組について調査する。
4	10月27日 (金)	シドニー	午前 午後	【Central Sydney Intensive English High School】 英語を母国語としない生徒等への英語教育の現状と課題について調査する。 【JFC オーストラリア】 日本産品輸入の現状を確認し、本県産品の取扱拡大等に向けた課題を調査する。
5	10月28日 (土)	シドニー	午前 午後	【シドニーオリンピックパーク】 オリンピック終了後のハード面(施設等)の利活用状況等について調査する。 【市場調査】 現地店舗等において、日本からの輸入品の販売実態等について調査する。
6	10月29日 (日)	シドニー発 東京(羽田)着	昼 夜	(移動)

V 調査報告

1 JETRO シドニー事務所

【文責：高山和典議員・塩田ひとし議員】

<調査日>

令和5(2023)年10月25日(水)

<調査相手>

独立行政法人 日本貿易振興機構(JETRO)シドニー事務所
渡邊尚之氏、宮本敬子氏



<調査目的>

本県は、全国有数のものづくり県であることや、いちごやなし、牛肉といった有力な農産物があり、こうした強みを海外への販路拡大につなげていくことが、今後の成長の鍵となっている。

このため、オーストラリアにおける本県企業の進出や、本県産品の輸出に関する動向について調査する。

＜調査施設の概要＞

J E T R Oは2003年10月、日本貿易振興機構法に基づき設立された独立行政法人であり、同法第3条に規定されているとおり「我が国の貿易の振興に関する事業を総合的かつ効率的に実施すること並びにアジア地域等の経済及びこれに関連する諸事情について基礎的かつ総合的な調査研究並びにその成果の普及を行い、もってこれらの地域との貿易の拡大及び経済協力の促進に寄与することを目的とする。」としている。

事務所は、国内に本部（東京）、大阪本部のほか、国内事務所（貿易情報センター）49事務所があり、海外には、55カ国・76事務所を有している。職員数は、国内1,180名、海外708名であり、対日投資の促進や日本からの輸出や中小企業の海外進出支援等を行っている。

本県にもJ E T R O栃木があり、東京本部をはじめとする世界中に張り巡らされたネットワークを最大限に生かし各国の最新情報をもとに、各種支援を行いグローバル時代における地方創生にも貢献している。

オセアニア地域には、今回の視察先であるシドニー事務所（オーストラリア）の他にオークランド事務所（ニュージーランド）があり、シドニー事務所では、オーストラリアに輸出する日本企業に向けて、現地経済に関するレポートや制度・手続きなどの情報発信、展示会や商談会への出店支援、個別企業への相談支援等を行っている。

＜調査概要＞

オーストラリアの概況と日系企業の進出動向について説明を受けた。

- (1) 一般概況
- (2) 政治行政：2022年5月21日の総選挙において9年ぶりに政権交代を果たし、保守連合政権から労働党に代わる。
- (3) 在留邦人数：永住者・3か月以上の長期滞在者合わせて94,942人（2022年10月現在）。米国・中国に次ぎ3位。
- (4) 時差が少ない：地域により多少異なるがシドニーでは1時間（サマータイム時は2時間）日本より早い。特にサービス業やIT系にとっては、時差の少なさはアドバンテージになっている。
- (5) 商習慣：キャッシュレス・ペーパーレスが一般的。シドニーに長期滞在する邦人の中には、一度も現金を使ったことがない人もいるほどキャッシュレス化が進んでいる。
- (6) 経済成長：2019年まで28年連続での成長。2020年は新型コロナウイルス感染症の影響で景気後退となったが翌2021年以降は早くも回復局面に入る。移民増がマーケット増に繋がっているところも大きい。

- (7) 人口：移民・自然増により3年ごとに約100万人増。この数字は、仙台市の人口に匹敵するが、内6割は移民が占める。
- (8) 注目分野：現政権は2050年までに100%CO2排出削減を目指しており20億豪ドルのグリーン水素支援策や再生可能エネルギー技術の開発・商業化・導入を行う起業支援を進めている。
- (9) ビジネス環境：一番のメリットは「市場の成長性」。デメリットは、人件費や調達コストの上昇。例えば、オーストラリアの最低賃金は23.23豪ドル（約2,300円）。高校生のアルバイトの時給が3,000円、普通のパートの月給が60万円なども珍しくない。

もちろんその分物価も高く、アパート賃料はワンルームでも月額30万円程度。住宅価格はこの30年間で10倍となり、特にシドニーでは億を超える売買価格も珍しくない。

シドニー中心街にある今回の視察先の一つでもある「グリーンスクエア」では、東京ドーム約60個分のエリアに1999年時点で3,000人規模だったものを、2041年までに63,000人規模の住宅等を建設しているなど、各地区で新都市開発を進めているが、住宅不足解消にはまだまだ時間がかかる模様。インフレの加速により実質賃金の上昇にはつながっていないとの指摘も多い。



<質疑応答>

問1 日本企業がオーストラリアに進出する際に、課題になる点や行政の支援が必要な点があれば教えていただきたい。

答1 オーストラリアはすべての価格が高騰しているため、コストカットを目的とした進出はやめた方が良い。

オーストラリアへの進出に当たって、企業への事前の情報提供が必要。

問2 本県では日本食や日本製品の輸出拡大に取り組んでいるが、オーストラリアにおいて課題となる点や行政の支援が必要な点があれば教えていただきたい。

答2 食品に関してオーストラリアには特に生鮮食料品等に対し厳しい検疫があるため、加工品が良い。いずれにしても、しっかりとした現地調査が必要。

食品の輸出拡大については、円安が追い風になる。日本で多少高いと思われる価格でも、元々オーストラリアは価格設定が高いので日本の価格設定は安いと感じられる。

商品ラベリングを現地のマーケットに対応することが重要。

進出前にしっかりとマーケットを調べることが重要。似た商品の有無、価格帯など、しっかりと見ておく必要がある。

輸出した場合に、売って終わっているケースが多い。なぜ売れなかったのかなど、現地の声を聞くなど分析が必要。

問3 オーストラリアにおける日本へのニーズはどうか。

答3 日本のイノベーションにはニーズがある。中堅・大企業で技術を持っている企業は非常に可能性がある。オーストラリアは大学との連携が組みやすい状況にある。

問4 オーストラリア企業について日本への進出意欲は有るか。また、オーストラリア企業が日本国内での立地を検討する場合、課題となる点や行政の支援が必要な点があれば教えていただきたい。

答4 進出意欲は大いにある。特にデジタルテック、デジタルトランスフォーメーションや、インバウンド関係で進出意欲がある。

ヘルスケア分野では、日本の高齢化・人手不足へのソリューションとしてオンライン医療であるとかそういうプランを持っている企業がある。また、自動車は日本からの輸入が多いので中古車の輸出業者、さらに、オーストラリアから日本への旅行でスキーロッジをやりたいという話も出て

きている。

立地に関して最初から指定するといったことは殆どない。なんとなく東京か大阪という話が多い。アピールする為にも立地補助金等財政面での差別化が必要。

問5 オーストラリア企業と日本企業が取引をする際、課題点や行政の支援が必要な点があれば教えていただきたい。

答5 第一にスピード感。日本は慎重すぎて時間がかかりすぎる。とにかく遅い。オーストラリアは、とりあえずやってみる・やりながら考えるスタイルが一般的。

一方で日本企業とやり取りするとソリューションがブラッシュアップされるという話もある。

問6 10年前（2013年）に県議会で視察に行った際、当時輸入する品目はほとんどない状況だったが、現在も含めて具体的に何が問題なのか。

答6 オーストラリアには2つの巨大スーパーが全国展開している。そこに入り込むにはかなりハードルが高い。日本食レストラン等は日系の卸問屋が有り小ロットでも取り扱ってくれるが、パッケージデザインや価格設定等、とにかく現地を見てニーズを調査することが一番必要。

問7 国内でも時差がある程広大な国だが、各都市によってニーズの違い等はあるのか。

答7 日本ブームはオーストラリア全土に広がっており、特に違いは見られない。時差や取引の利便性等を考慮する方が良い。

問8 日本からの進出企業数の推移と多い業種は有るのか

答8 進出日系企業数は2022年調査時点で846社。業種としては、卸売・小売業、次いで製造業も多い。最近では、日本の大手中古車販売会社が、オンラインを使った新しい販売方法でオーストラリアに進出している。また、アサヒグループホールディングスによる豪ビール会社最大手CUBの買収など、日本企業によるM&Aによる企業買収も多い。

問9 日本企業がオーストラリアに進出する際のメリットやオーストラリアの強みを伺いたい。

答9 最大のメリットは、「経済成長」に尽きる。人口が4000万人くらいまで伸びていく推計があり、成長が最大の強み。

また、アジア系の人口が増えると比較的信用性が高い日本食品が売れる素地は高まるのではないか。

GDPは日本の1.4倍。オーストラリア人は購買力があり、比較的アーリーアダプターで試すのが好きなので、一度気に入ってもらえれば大化けする可能性も大いにある。それには、現地をくまなく見て回り、ボリュームゾーンを見極め、売りつきりにしない体制の構築等、現地に足を運んでの事前調査が重要

<参考となった事項等>

- ・オーストラリアにおいて「日本」はメジャーであるが、栃木県の知名度は低い。
- ・栃木県は現在米国をはじめ、タイやシンガポール、ベトナム等の東南アジアに力を入れているが、食料品に限らず、今後オーストラリアをはじめとするオセアニアにも注力すべき。
- ・県産品の輸出拡大や販路開拓にあたっては、現地マーケットに関する事前調査や現地ニーズにあった商品やパッケージの開発、販売後の分析等が重要であることが分かった。
- ・これらについては、県として、海外展開に取り組む企業に対する情報提供をきめ細かに行うことで対応できると考えられる。また、JETRO等とも連携することによって、相手国のニーズ等についても把握することができるとともに、販路開拓に取り組む企業間の連携を行うこともできると考えられる。
- ・オーストラリア企業の我が国への進出にあたっては、デジタル分野の期待が高いとの話があったが、本県でも今後、デジタル分野の成長は重要であるとともに、医療機器産業で強みがあることから、ヘルスケア分野における進出を促進する取組も効果的であると考えられる。
- ・JETRO本部やJETRO栃木とさらに連携を強化し、栃木の県産品に限らず、あらゆる分野での魅力発信をさらに促進する必要性を強く感じた。
- ・説明の中でもたびたび出た言葉で、他の視察先でも感じた事だが、とにかく現地に足を運びニーズを把握し、現地を肌で感じたうえでの対応策を検討することが必要と痛感した。



2 CLAIRシドニー事務所

【文責：中屋大議員】

<調査日>

令和5(2023)年10月26日(木)

<調査相手>

一般財団法人 自治体国際化協会 (CLAIR) シドニー事務所

所長 平木 万也 氏

所長補佐 竹村 智之 氏



<調査目的>

地域経済の活性化や多文化共生、人材育成といったあらゆる課題において国際的な視野に立った戦略・事業運営が不可欠になりつつある。多文化共生に対応した環境整備など、今後、栃木県政において対応すべき課題について、オーストラリアの先進事例等を調査し、議会運営や政策立案機能の向上に役立てること。

<調査施設の概要>

自治体の国際化を支援するのがCLAIR。国際イベントの参加、人材交流の仕組みづくり、気になる海外事情のリサーチなど、自治体の国際化を多方面から支援している施設。

<調査概要>

(1) オーストラリアの基本情報

面積 約769万km²（日本の約20倍）

人口 約2647万人（日本の約5分の1）※2023年3月末時点

(2) 成長を続けてきたオーストラリア経済

・実質GDPの推移では、右肩上がりに成長を続けている。一人当たりGDP比較では、2022年日本31位に対し、世界で10位となっている。

・低い失業率、独特な労使関係、旺盛な不動産需要、シドニーの空き家率は1%となっている。

(3) オーストラリアの貿易

・貿易品目では、輸出品目が、鉄鉱石および精鉱(32%)、石炭(28%)、天然ガス(17%)、金(6%)となっており、産業構成では、鉱業が1位となっている。輸入品目では、精製石油(24%)、乗用自動車(14%)、貨物(14%)、通信機器および部品(9%)、貨物車両(8%)、コンピューター(8%)となっている。

・貿易相手国では、輸出相手国、1位中国(30.2%)、2位日本(15.6%)、3位韓国(8.2%)、4位インド(5.6%)、5位米国(4.5%)となっており、輸入相手国、1位中国(22.6%)、2位米国(10.8%)、3位シンガポール(5.6%)、4位日本(5.3%)、5位ドイツ(4.5%)となっている。

・対日貿易品目では、輸出品目929億豪ドルとなり、石炭、天然ガス、鉄鉱石および精鉱、精密製品、肉、アルミニウム、油種ナッツ類の順になっており、輸入品目では、244億豪ドルとなり、乗用自動車、精製石油、貨物車両、輸送サービス、土木設備、ゴム製品、車両部品の順になっている。

(4) オーストラリアの人口と多文化主義政策

・オーストラリアは、2004年約2000万人だった人口は、2023年約2600万人と増加している。

・人口の大半は都市部に集中。

・多文化主義、人口の約3割は外国生まれ。2割以上が家庭で英語以外の言語を使用。人口増加率(+2.2%)のうち移民による増加は、約81%。65歳以上人口比率(2022年)オーストラリア16.7%、日本29%。合計特殊出生率(2021年)は、オーストラリア1.70、日本1.30となっている。

・先住民(アボリジナルピープル・トレス海峡諸島民)は人口約98万人(3.8%)

(5) オーストラリアの言語

・英語以外の言語の使用状況は、英語を公用語としつつも人口の22.8%が家庭で英語以外の言語を使用、中国語(北京語)68.5万人、アラビア語36.7万人、ベトナム語32.1万人、中国語(広東語)29.5万人、パンジャブ語23.9万人、ギリシャ語23.0万人、イタリア語22.8万人、ヒンディー語19.7万人、スペイン語17.1万人、タガログ語13.1万人、日本語は5.9万人、その他の言語274.1万人となっている。

(6) 日本とオーストラリアの姉妹都市交流

・世界における日本の自治体の姉妹都市数は1810自治体であり(2023年時点)、アメリカ、中国、韓国に続いてオーストラリアは4番目となる。本県では、小山市、鹿沼市、真岡市が姉妹都市等提携している。

・オーストラリアの自治体の姉妹都市数(相手国別)では、559自治体のうち日本が112と一番多くなっている。姉妹都市交流事業分野では、教育(学生交流)が、都道府県では70%、市区町村では57.1%となっている。

(7) オーストラリアの移民・多文化主義の歴史

・オーストラリアには、18世紀にイギリスからやってきた「第一次開拓者」から、戦後のヨーロッパからの移民、1970年代のベトナム人、そして中国やインドなどからの新しい移民まで、さまざまな移民の歴史がある。

・1788年にヨーロッパ人による入植が始まった。最初の移民は、イギリスから輸送された囚人で、1868年までに約16万人がシドニーに到着した。

その後、オーストラリアへの移住を希望する一般市民が増え出し、1850年代に金が発見されるとさらに多くの移民が押し寄せた。イギリスやアイルランドだけでなく、ヨーロッパ、中国、アメリカ、近隣のニュージーランドや南太平洋などから、1851年～1860年に年間約5万人が移住してきた。

・1901年の連邦制施行時には、オーストラリアの人口は400万人近くになり、そのうちの約4人に1人が海外で生まれた人々によって占められることになる。イギリスやアイルランドの血を引く人が多い一方で、ドイツ人を中心としたヨーロッパ人や中国人も多くいた。

・しかし、「移住制限法」に伴い、オーストラリアはイギリスやアイルランドからの移民を中心とし、アジアやその他の地域からの移民を事実上、徐々に排除する政策に変わっていく。

・第二次世界大戦後には、オーストラリア政府は戦後の経済復興と急速な経済発展に対応するため、海外からの労働力移入が必要とされる。人口増

加のためにイギリス人を中心とした移民を積極的に受け入れたが、この政策によりイタリア人、ドイツ人、ギリシャ人、ポーランド人など、戦争で荒廃したヨーロッパからも多くの移民がやってくるようになった。

・その後オーストラリアは徐々に移民政策を緩和していくことになり、1973年には移民法、市民権法が改正され、1975年には人種差別禁止法が制定され、すべての移民が平等に扱われるようになった。

・1989年連保政府「多文化オーストラリアに向けての国家的課題」として、すべてのオーストラリア人にとって有益な政策的枠組みとして多文化主義の必要性が掲げられる。オーストラリア人は、オーストラリア社会の基本的構造や原則(憲法と法制度、議会制民主主義、宗教と言論の自由、国民言語としての英語、男女の平等)を受け入れる義務がある。すべてのオーストラリア人が前提とされること、経済性の重視。

・2007年には、移民・多文化問題省を移民・市民権省に改称し市民権テストの導入を行った。

※市民権テストとは、オーストラリアについて、民主主義、信念および価値、そしてその市民としての義務と権利について適切な知識を有しているか否かを判定するように20の質問で構成されたテスト。また、現在は、オーストラリアの価値に関する5つの質問も含まれる。試験に合格するには、価値に関する5つの質問すべてが正解、そして最低75%正解しなければならない。オーストラリアの市民権とは、オーストラリア国籍を意味し、永住権との違いは、選挙権が与えられること。

(8) オーストラリアの移民政策

・移民に関する政府機関の役割は、連邦政府が、入国管理、市民権付与、移住者に対する定住支援、政府・公共サービスへのアクセスの保障、語学研修の実施、翻訳・通訳サービス。州政府の役割は、公立学校における、英語学習機会の提供、公立病院での多言語での診療、公共住宅の貸し付け、翻訳・通訳サービス、エスニックコミュニティに対する助成金の交付など。地方自治体では、コミュニティへの支援(日常活動、英語学習、文化的な行事、企業、商店街振興等)、定住に係る相談業務。

(9) オーストラリアの政府構造(立憲君主制)について

・独立した主権国家であるオーストラリアの国王を英国王が務めるのは、1901年の連邦成立から120年あまりを経た今もなお、英国の旧領土が加盟する「コモンウェルス」(共栄圏=英連邦)の一員であり、憲法で英国王が国家元首を務めることが定められているためである。現在の元首オーストラリア王は、チャールズ三世(英国国王が兼位する)。

・とはいえ、本国の英国と同様、国王は憲法上の象徴的な元首であり、政

治に介入することはない。国王の代理人である連邦総督は憲法上、首相の任命・罷免、法案裁可、上下両院の解散などの権限を持つが、首相の助言に基づいて執行する。事実上の名誉職で、政府が指名し国王が任命する。オーストラリアで著名な元軍人や法律家、学者などが就くケースが多い。実質的には、議院内閣制となっている。

- ・しかし、共和制移行を求める国民も多く、立憲君主制維持か共和制移行かを問う国民投票が1999年に実施されたが、当時は共和制移行への反対が多数を占めた。

- ・エリザベス女王の死去に際して、他の公式旗と同様に先住民旗を半旗にしたり、議会を2週間閉会するという決定は一部から批判を浴びた。オーストラリアの国民の一部では、エリザベス女王のレガシーを、侵略と植民地化から切り離すことはできないと言う人もいる。

- ・また、オーストラリア国旗に英国旗「ユニオンフラッグ」が描かれているのも、英国植民地としての歴史の名残となっている。

(10) オーストラリアから日本への旅行者数

- ・2011年162,578人から2019年621,771人へと約4倍に増加し、2020年、21年、22年はコロナにより大幅に減少したものの本年は、1月から9月までで401,935人と多くの方が日本へ旅行に来ている。

- ・また、オーストラリアからの旅行者の特徴として、消費額が高く、滞在期間が長い特徴がある。一人当たり旅行支出額は248,000円(全市場中第1位)、平均滞在日数9.8日となっている。

- ・オーストラリアからの旅行先は、2023年8月は、インドネシアが129,690人で最も多かった。日本は、18,420人(14位)だった。

- ・旅行先の順位は、時期によって変動する。日本は4月には3位だったが、7月は9位、8月は14位だった。

- ・8月は、4月に比べてアジアの国(インドネシアを除く)への旅行者が減った一方で、イギリス、イタリア、ギリシャ(2,100人→32,190人)、フランス(6,350人→14,970人)といった、ヨーロッパへの旅行者が増加した。

<参考となった事項等>

- ・オーストラリアは、現在も移民により人口が増加していて、同時に経済も成長していること。

- ・オーストラリアは、日本の約20倍の国土面積を有するものの、人口は約2,600万人で日本の約5分の1となっている。日本では少子高齢化が叫ばれているが、オーストラリアの人口ピラミッドにその様子は見られない。広大な国土を持つオーストラリアなので、人口密度にすると、日本の約370人/km²に対し、オ

ーオーストラリアは約3人/km²という驚異的な数字になる。

・また、多くの国から移民を受け入れることから、公用語の英語教育などが充実していることなど、オーストラリアの概要について大変勉強になった。今後人口減少により労働人口が不足する日本では、オーストラリアの移民の歴史や多文化共生について深く学び参考にすることができるのではないかと感じた。

・物価は、日本の3倍から4倍で、特にシドニーでは、人口増加に伴い空き家率が1%と家賃が高騰している。ワーキングホリデーで来る日本人も増えているが、働き先を見つけてこないと家賃が高く厳しい現状など貴重な話を聞くことができた。

・オーストラリアからの旅行者は消費額が高く1人あたりの旅行支出額は、248,000円と全市場中第1位、さらには、滞在日数も全市場平均5.5日のところ9.8日と長いことから、今後本県観光産業の振興に活かしていく必要があると感じた。



3 シドニーグリーンスクエア

【文責：琴寄昌男議員・早川桂子議員】

<調査日>

令和5(2023)年10月26日(木)

<調査相手>

シドニー市役所 (City of Sydney)

担当者：Chris McBride氏 (Design Manager, City Projects)

Lita Contziu氏



<調査目的>

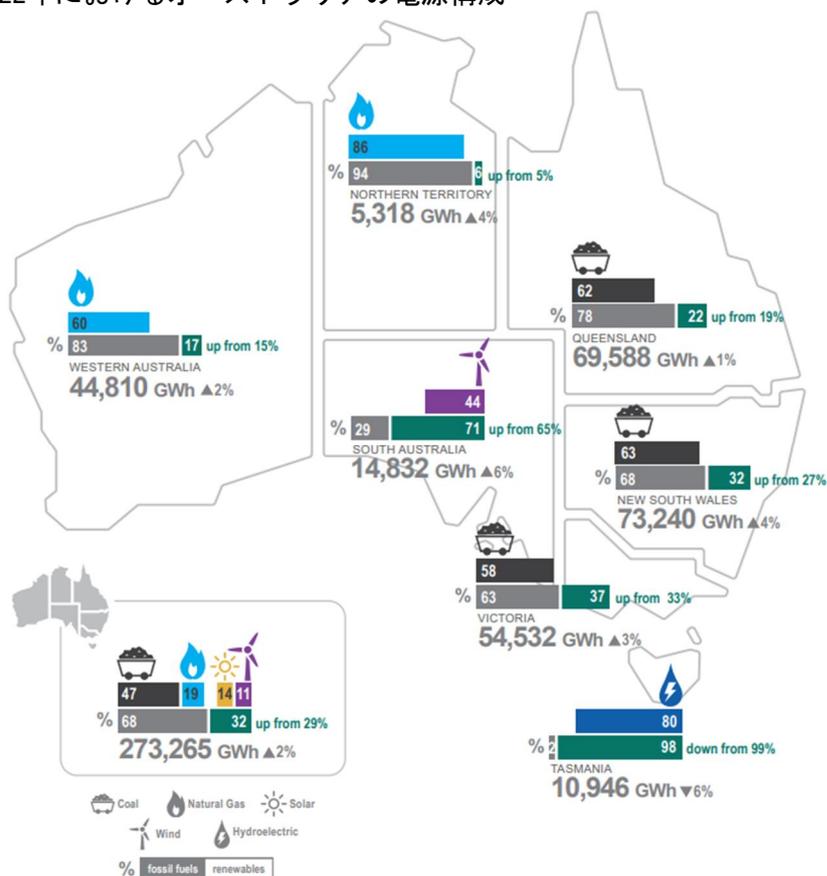
オーストラリアは、石炭・天然ガスといった化石燃料に恵まれた資源大国であり、電源構成においても火力発電の割合が高く、オーストラリア産業科学資源省によると2017年では全体の約84%を占め、太陽光、風力及び水力の再生可能エネルギーは16%であった。

しかしながら、近年では、2030年に電源構成における再生可能エネルギーの割合を82%まで高めるという野心的な目標を掲げ、太陽光・風力発電等の導入を進めており、2022年の速報値では化石燃料による発電割合は68%まで低下し、再生可能エネルギーは32%と倍増するなど、脱炭素が急速に進展している。

一方、我が国では資源エネルギー庁によると、2017年度の電源構成における再生可能エネルギーの割合は16%とほぼ同水準であったが、2021年度は20%、2030年度の目標値は36%～38%であり、その差が開きつつある。

そこで、オーストラリア最大の都市であるシドニーにおけるカーボンニュートラルの実現に向けた取組を調査することで、本県におけるカーボンニュートラルの実現に寄与することを目的とするものである。

○ 参考：2022年におけるオーストラリアの電源構成



出典：Australian Energy Update 2022（オーストラリア産業・科学・資源省）

<調査概要>

(1) シドニー市職員によるレクチャー

《シドニー市の取組》

・シドニー市では2021年に環境戦略(environmental strategy 2021-2025)を策定、2030年までに温室効果ガス排出量を2006年比で70%削減し、更に2035年までにカーボンニュートラル達成、また2030年までに電力需要の50%を再生可能エネルギーで賄うといった高い目標を掲げ、各種施策に取り組んでいる。



・シドニーでは、再生可能エネルギー小売業者と電力購入契約を締結し、市庁舎だけでなく、運営する施設すべてにおいて、ニューサウスウェールズ州の太陽光発電所及び風力発電所で発電された再生可能エネルギーを100%使用しており、これにより10年間で年間50万オーストラリアドルの節約、二酸化炭素排出量は年間約2万トン（6,000世帯の使用電力消費量に相当）の削減が見込まれる。

《グリーンスクエアの概要》

・グリーンスクエアは、シドニー市の環境戦略を踏まえ、革新的でありながら環境に配慮した持続可能な都市デザインを採用し、都心部の伝統と魅力を再生し、住みやすく、働きやすく、観光にも最適な場所を目指している。

・グリーンスクエアの都市開発は、シドニー中心部（Beaconsfield、Zetland、Rosebery、Alexandria、Waterloo）の一部で行われ、開発面積は278haに渡る。

・グリーンスクエア周辺地域は、元々は、先住民のガディガル族が所有する広大な湿地帯であったが、英国を中心とした入植が進むにつれ、レンガ工場、陶器工場、皮なめし工場や醸造所、羊毛洗浄会社などの産業が進出した。

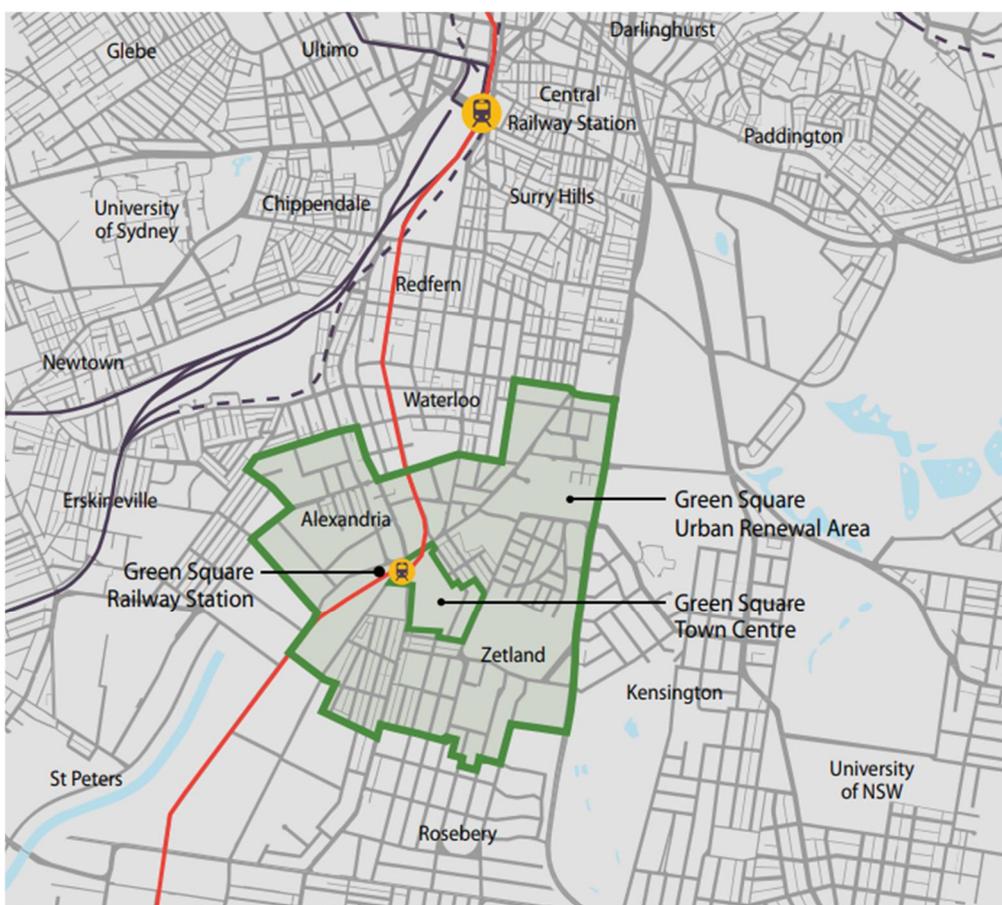
・20世紀初頭には、更に多くの工場が進出し、1940年代にはオーストラリアにおける一大工業地帯となったが、もともと湿地帯であったため、たびたび洪水が発生していたこともあり、1980年代には製造業は衰退し、工場の撤退が顕著となっていった。

・一方で、洪水被害対策として、雨水を放流するため運河の拡幅工事を実施することとなり、併せて周辺の道路整備も実施されたこともあり、流通業や倉庫業などの新たな産業の進出も見られるようになった。

また、工業地帯であり、電気・水道等のインフラが既に整備されていたこともあり、これを契機として、グリーンスクエアの再開発プランが1997年に立ち上がった。

- ・再開発では、工場、住宅、商業施設等が複合的に立地し、2040年に6.3万人の居住と2.1万人の雇用創出を想定している。
- ・グリーンスクエアでは、洪水のリスクを軽減するため、雨水の排水施設を整備するとともに、オーストラリア最大の雨水活用施設を整備し、雨水を地区内で貯蔵し、再利用している。
- ・公共建造物には太陽光パネルを設置、各建物は送電網でつながり、余剰電力を地区内の建物間で融通できるほか、蓄電池も備えられ発生した余剰電力はシドニー市内の他の地区にも供給される。
- ・グリーンスクエアでは、移動手段として、温室効果ガス排出抑制の観点から、電車、自転車の利用を奨励しており、更なる環境負荷軽減を図るため、LRTの敷設も計画されている。

○ 参考：グリーンスクエア周辺地図



出典 *Green Square Town Centre Public Domain Strategy*

(2) 現場視察

① グリーンスクエア図書館

- ・湿地帯だったので地下に作る懸念はあったが、最小限の敷地で多くの人が利用できるよう、安全面を考慮し、バリアフリーは勿論、夏涼しく冬温かくなるよう地下図書館として設計したとのこと。
- ・中央にある円形吹き抜けの中庭から自然光を最大限に取り入れており、また天井から飛行機のオブジェが吊されているなど、地下にあるという閉塞性は感じられず、明るい館内であった。



・特徴的なデザインの外観が非常に美しく、また、訪問した日は見られなかったが、虹色に本が陳列された本棚もインスタ映えがするとのこと。若者からも人気があるというのもよく理解できた。

・人々とのつながりを持つとのコンセプトの下、4万冊の蔵書を備え、コミュニティスペースも充実しており、平日の昼間にもかかわらず、来館者が多いように感じた。

・公共のゴミ箱は、日本の場合「燃えるゴミ」「燃えないゴミ」「プラスチック」等の文字が殆どであるが、シドニーでは分かりやすく

「リサイクルRecycling」

「ゴミRubbish」

と分別し、子どもでも理解できるよう、具体的に詳細（約20種類）を絵で表示している。



- ・地上の駅前広場には、グリーンスクエアのこれまでの経過がわかる展示があり、この地がどのような歴史を歩んできたかを見ることができた。
- ・また、「水の柱 (Hight Water)」というモニュメントがあり、365日、光と気温により色を変える仕様。著名なデザイナーが「水と色彩は心的な安定感を与えるもの」というコンセプトで考案したものである。



駅前広場の展示



水の柱 (Hight Water)

② The Drying Green

- ・グリーンスクエア図書館から徒歩数分の位置に整備された中央公園。
- ・広い芝生エリアとバーベキュースペース等の他に、雨水を収集してトイレ等の水に再利用する施設がある。



The Drying Green

地元の人々が集まり、リラックスし遊ぶための巨大な中央オープンスペースを作成しました。

グリーンスクエアの町の中心部へは、徒歩でアクセスできます。

ドラインググリーンの名前は、この場所の産業の歴史に由来しています。

ウールの洗浄は、グリーンスクエアの最初の産業の1つであり、フリース（羊毛）は自然乾燥するため、地域の芝生の上に広げられました。

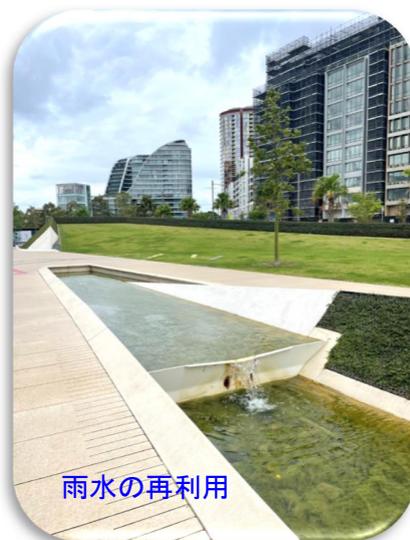
皆さんもこの素晴らしい公園を楽しんでいただければ幸いです。

2022年10月15日

シドニー市長 クローバー ムーア

・グリーンスクエア内はかつて洪水被害に悩まされてきたが、水不足も課題であった。

そこで、徹底した雨水の再利用（雨水を収集してトイレ等の水に利用）を行い、水不足の解消に努めるとともに、雨水排水溝を整備し、大洪水のリスク軽減を行っている。



③ ジョイントン・アベニュー・クリエイティブ・センター

・サウスシドニー病院の跡地にあり、元は看護師寮であった建築物を改修し、様々な分野のクリエイターが集まるセンターにしている。

・当センターだけでなく、古い建築物を外観はそのままに内部をリノベーションして、再利用している工夫が各地にあると聞き、この点についても環境への配慮を感じた。

・当センターは長く伸びた庇が非常に特徴的であり、文化的な雰囲気をとっても良く演出していた。

・クリエイティブ・センターの前面にある芝生の下には豪州最大級の雨水活用施設が設置されており、この地区で雨水を再利用している。



④ Gunyama Park Sports Field

- ・人工芝のサッカー場であり、隣には大規模な屋外プールやフィットネス施設が整備されている。
- ・グリーンスクエア駅から約1.2kmの位置にあり、プールに隣接するジョイントンアベニューという大通りを挟んで向かい側にバス停があることからアクセス性も非常に良い。今後、6万人以上が居住する再開発エリアの健康とスポーツの拠点として、しっかりと計画、整備されている施設である。

⑤ その他

- ・グリーンスクエアでは公共交通機関としてLRTが計画されている。現時点では中心街を通る3本の路線のみだが、新路線を設計しており、住人や通勤者が効率よく移動しやすい環境づくりを進めている。
- ・また、かつて工場の輸送トラック用であった道路を植樹と歩道に作り替え、自転車と徒歩での移動を推奨する仕様とした。
- ・グリーンスクエア内の各建築物同士をつなぐ電力ネットワークがあり、ビル間で電力を共有し、余剰分は他の建築物に充てる設計である。
- ・しかしながらビルやマンションは建設中のものも多く、グリーンスクエア全体としては、まちづくり開発の途中である印象も受けた。2018年までは天然ガスを使っており、今後は全てグリーン（再生可能）エネルギーを使っていく方針だが、現状は電気が不足することもあり、周辺地域から再生可能エネルギーを購入しているとのこと。
- ・オーストラリア人は自然に対する意識が高く敏感であり、心地よさを得るための工夫や努力を惜しまない人々である。「植栽や周りに木々を配置することで建物が活きる、これにより人々の往来を生む」という理念を持っている。



Gunyama Park グラウンド外周



自転車専用の通路

＜参考となった事項等＞

・グリーンスクエアについては、シドニー市（行政）がしっかりとしたコンセプトを持ち、ランドデザインを描いて、事業に臨んでいると感じた。

また、水害対策や環境への配慮、住民の住みやすさ等の複雑な事情を考慮しながら事業を進めていくためには、質の高いデベロッパーの参画が不可欠であると痛感した。

・栃木県において今後、再開発事業を計画している市町もあるが、国や県などが規制緩和に取り組むとともに、既存の都市拠点の機能更新や新たな産業転換、及び周辺市街地やコミュニティの融合に配慮しながら、行政が主体性を持ちつつ、民間資本を活用した都市開発を進める手法を推進していく必要がある。

・シドニーのライトレールには本県のLRTと共通するコンセプトがある。温室効果ガス削減及び環境負荷軽減のためのまちづくりについては、LRT沿線の地域でグリーンスクエアのような開発を計画してはどうかと考える。

国内で75年ぶりの新設開業となった本県だからこそその取組として、宇都宮市、芳賀町等との協議を進め、SDGsのまちづくりを推進していくことを、全国に先んじて検討すべきである。

・グリーンスクエア図書館は、環境に配慮した設計の地下図書館でありながら、「映える」外観や市民の憩いのスペースとしての機能を十二分に果たしており、単なる図書館以上の存在感を感じた。

本県で現在進めている「栃木県『文化と知』の創造拠点整備事業」においても、環境に配慮しつつ、若者はじめ多世代を呼び込み、たくさんの人々が集う地域のシンボルとなり得るようなクリエイティブな建物を期待したい。

4 Central Sydney Intensive English High School

【文責：中屋大議員】

<調査日>

令和5(2023)年10月27日(金)

<調査相手>

Kathie Power氏

Susana Marques Ferreira Cox氏

Takako Antonioli氏



<調査目的>

本県は近年の外国人の増加に伴い、多文化共生は喫緊の課題である。

オーストラリアは特に移民が多く多文化共生社会が進んでおり、オーストラリアの公用語である英語が話せない子どもたちの教育について、先進事例を調査し、今後のとちぎの教育に活かすこと。

<調査施設の概要>

Central Sydney Intensive English High Schoolは、英語の語学学習を必要とする、第7学年から第11学年の中学・高校の生徒の学校

<調査概要>

1977年にクリーブランド ストリート ランゲージ アンド レセプション センターとして始まり、ニューサウスウェールズ州初の英語教育を集中的に行う機関で、2002年に州立学校となった。

オーストラリアでは、英語の習熟が必要不可欠となっており、Central Sydney Intensive English High Schoolでは、高校への準備プログラムを、生徒各自の言語のニーズと入学時の英語の水準によって10週から50週間に渡って学ぶ学校となっている。

毎週入学することができ、全校生徒数は226名で1学級の定員は18名。また、学年別だけでなく英語の習熟度によってクラス分けされており、英語の水準が低い学級にはサポートの教員も配置される。

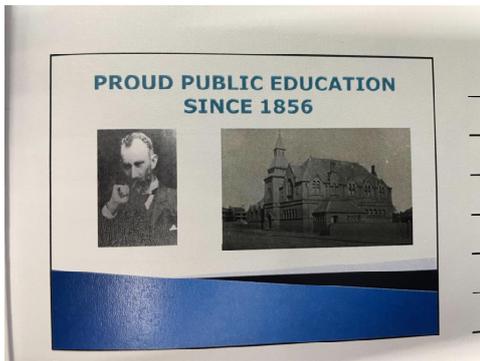
生徒は、学校になじむため制服を着て登校するが、日本の制服とは異なり、シャツに黒いボトムで良い、など柔軟な対応がなされている。

学費は、多額の公費が使われていることから、通う生徒の国籍や入学の事情により学費が変わる。

生徒の出身国別割合は、現在は、中国、インドなどが多い。



レクチャーで紹介されたスライド



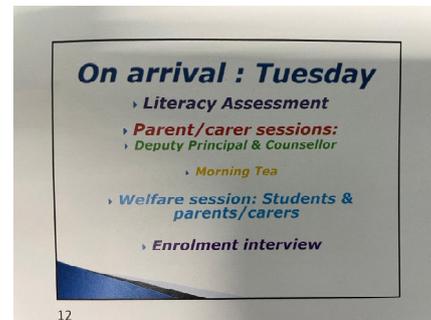
1. 学校の基礎は、1856年以來の誇り高い公教育にあります。



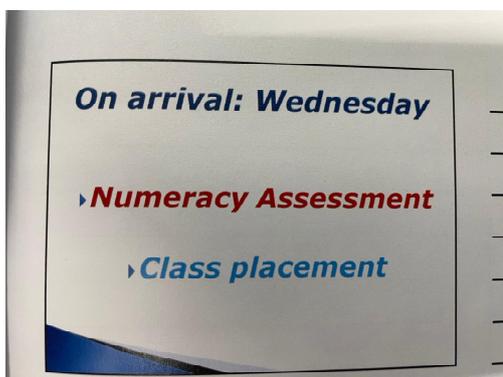
2. 学校のモットーは調和です。



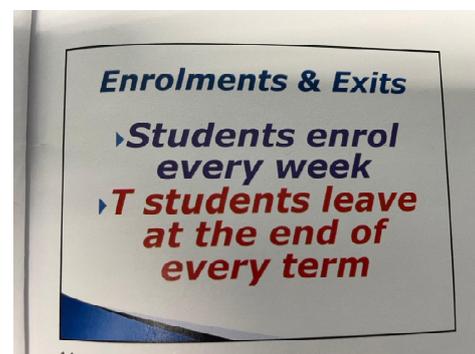
3. 毎月の言語のあいさつを選びます。今月は、誠実性です。



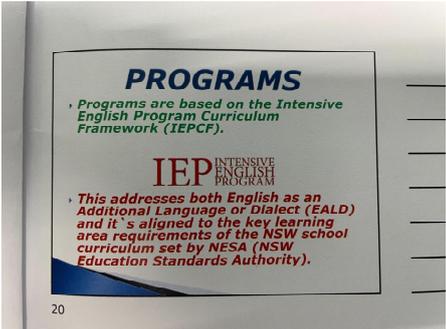
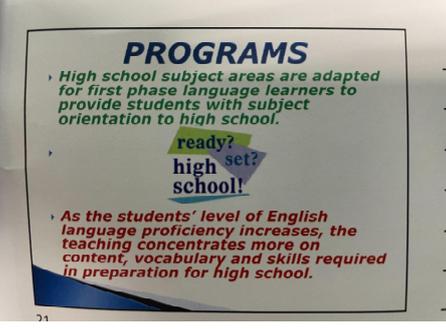
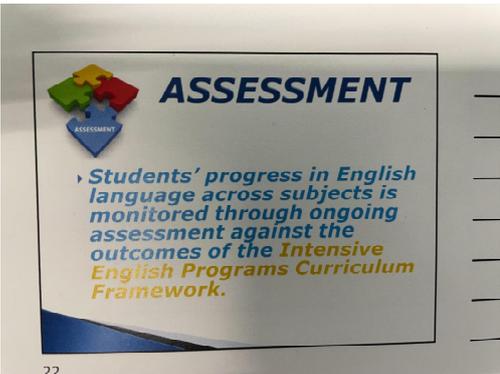
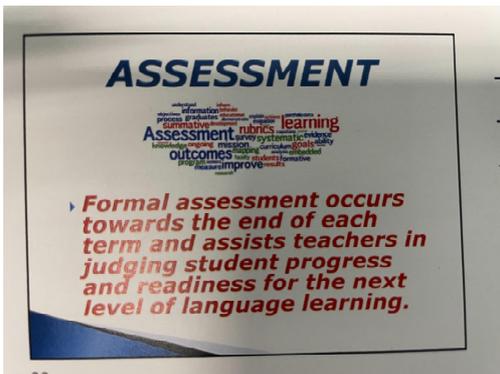
4. 火曜日に、識字能力のテストを行い、副校長が親にセッションを行います。その後、モーニングティがあり、生徒と親に福利厚生セッションが行われます。そして、入学面接があります。



5. 水曜日には、数値評価を行い、クラス分けをします。



6. 毎週入学することができ、Tレベル（日常習慣に対応できる）の生徒は毎学期の終わりに卒業します。

 <p>20</p>	 <p>21</p>
<p>7. プログラムは集中英語プログラムカリキュラムフレームワーク (IEPCF) に基づいています。これは追加の言語又は方言としての英語の両方に対処し、NSW教育省によって設定された学習指導要領と一致しています。</p>	<p>8. 高校の教科は生徒が高校に順応できるようにするため、第1段階の言語学習者向けに調整されています。生徒の英語能力が上がるにつれて、高校への準備や語彙やスキルに重点を置いて指導します。</p>
 <p>22</p>	 <p>23</p>
<p>9. 生徒の英語の進歩は、集中英語プログラムカリキュラムフレームワークの結果を通じて監視されます。</p>	<p>10. 正式な評価は各学期の終わりに行われ、教師が生徒の進歩状況と次のレベルの判断をします。</p>

ESLスケールは

Extension

(高いレベルで次の学校の準備)

Tradition

(日常習慣に対応できる)

Intermedium

(文章をつくれる)

Prime

(初級程度)

Foundation

(まったく英語がわからない) に分けられる。



<参考となった事項等>

- ・調査後半には、授業風景や特別教室などを視察し、日本からの生徒にも会うことができた。彼らの英語の習得状況は、教員から太鼓判が押されている。
- ・日本人は「間違ったらどうしよう」という不安から、学校になじむのに時間がかかる場合もあるが、周囲の雰囲気にも助けられ、積極的になっていくとのこと。
- ・生徒個人に合わせた学級構成となっており、様々な人種の生徒が活発に学ぶ姿を拝見することができた。
- ・オーストラリアは現在、物価も高く、人口も増加し経済も拡大していて魅力があり、移民する人などが多いなど様々な貴重な話を聞くことができた。
- ・現在、日本では人口減少により労働者の確保など厳しい状況にあることから、本県でも今後の多文化共生の教育環境整備に力を入れていく必要性があることが再認識できた。
- ・学校がNSW州立高校であることで、教師陣の指導体制が充実していることにまずは目を引く。
- ・さらに、ICT化が進んでおり、タブレットはもちろんであるが、電子黒板の使用や教育機器が充実している。また、短期集中的に習得できるカリキュラムが確立されており、英語が全く話せなくても段階的に英語力がアップできるシステムとなっている。
- ・本県においても、「やさしい日本語」の教科書を計画的に指導できる体制を確立することや生徒の不安を取り除く心の相談等もカバーできる体制が望まれる。



5 JFCオーストラリア

【文責：高山和典議員・塩田ひとし議員】

<調査日>

令和5(2023)年10月27日(金)

<調査相手>

JFCオーストラリア 小川滋氏、東城博文氏、皆川健司氏



<調査目的>

海外では、寿司や日本酒など日本食に対するニーズが高まっており、我が国では、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」により2025年に2兆円、2030年に5兆円を達成するとの目標を定め、本県でも、2025年に県産農産物の輸出を10億円にするとの目標を掲げている。

こうした状況を踏まえ、オーストラリアにおける本県農産物・食品の輸出に関する動向について、調査を行う。

＜調査施設の概要＞

JFCオーストラリアは、キッコーマン(株)のグループ会社であり1986年にシドニーに設立された。

1928年に設立された太平洋貿易株式会社が前身で、2013年JFCジャパン株式会社に社名変更し、JFCオーストラリアはオセアニア地域を担当する現地法人である。

オーストラリアに8拠点、ニュージーランドで3拠点を有し、JFC自体は世界24か国65拠点を展開し、世界中に張り巡らされたネットワークをフルに活用し、食品を中心に輸入業務を行っている。

ビジネスモットーとして高品質の商品販売と優れた顧客サービスを提供することを掲げ、シドニーの本社とブリスベンとパースの支店から、食品サービス、食料品店、スーパーマーケットの店舗向けに5,000を超える製品ラインを持っており、280人以上の従業員を抱える。

＜調査概要＞

JFCグループの概要とJFCオーストラリアについて、またオーストラリアにおける日本食材等の現状について説明を受けた。

- ・JFCは日系卸問屋としてはオーストラリアでの販売シェアはNo.1。日本食レストランや韓国レストラン等の業務用が7割、リテールプラスその他が3割。うち日系業者向けは2割程度。JFCオンライン（食料品メイン、一部酒も）販売と酒市場サイトを独自で作っている。
- ・レストランオーナーは5～6割が韓国、日本は2割～3割弱、他は中華系。
- ・食料品の輸入については、食材の6～7割が日本経由となっている。
- ・オーストラリア、特に東海岸とニュージーランドは時差もなく、効率よく移動もでき即日営業可能なため、一体として活動している。
- ・業務実績はこの6年間で売り上げ倍増。更に今後5年間で140%増を目指している。
- ・取扱品目は大手食品会社のみでなく、日本の中小企業の商品を数量の大小に拘わらず小ロットでも一回限りのスポットでも取り扱う。品目は約5,000アイテム弱。うち中心は約1,000アイテム。
- ・世界中に張り巡らされたネットワークを駆使し、ベトナムや台湾からコメを輸入したり、時にはオーストラリア米を他国に輸出したり、グループ内でリスクを分散している。
- ・都市によって、シンガポール系、マレーシア系、韓国系、中国系と住む人の構成が異なるので、ニーズも異なっている。
- ・一番売れているのは、寿司やラーメン。北部は暑いのでラーメンの需要が低

い。寿司関連の食品はどこもメインで出ており、ロールのりの中巻きがオーストラリア独特の文化で浸透しており、おやつみたいにかじって食べている。

・日本の食材の調達については、日本から仕入れているもの、例えば中国に製造拠点を設けて仕入れているもの、オーストラリアの工場から仕入れているものもある。

・オーストラリアでは規制が厳しく人件費がかかるので、鶏肉をはじめ肉類は厳しい。

・小麦粉はオーストラリアで採れるので調達している。

・食品の輸出については、中国、タイ、ベトナムのメーカーは、日本のメーカーに比ベスピード感が早く、要求にフレキシブルに対応してくれる。

・県産品の取扱いは、納豆、米粉、米麴、和菓子、日本酒、湯葉、アイス、せんべいがある。

・小売店では賞味期限がポイント。賞味期限が基本的に1年近くないと扱いにくい。

・栃木県産品については、宣伝がされてないし、認知度が低い。日本酒の一部は業務用の取扱いもあったり、納豆は中国人に人気で流通量が多い。

・冷凍加工品は扱いやすく、回転寿司のネタに使えるようなことがあれば輸入しやすい。

・栃木県産米については、値段さえ合えばスポット的にも取り扱える。オンラインでも売れる。

・今後は米、日本酒の販売が見込めるので、頻繁に来て交渉することが重要。

<質疑応答>

問1 JFCオーストラリアの販売シェアは。

答1 日系卸問屋としては、オーストラリアNo.1、ニュージーランドではNo.2。

問2 主に食料品の輸入ルートは、どの様な体制をとっているのか。

答2 企業から直接もあれば、JFCジャパンをはじめとする世界中のグループ企業と情報交換をし、リスク分散も考慮し取引をしている。

問3 国内でも時差があるような広大な国だが、各都市によってニーズの違いはあるか。

答3 パースはシンガポール等の東南アジア地域に近いので、その地域からの輸入も多い。メルボルンは中国系、シドニーは韓国系、クイーンズヘッドはアメリカ系の移民がそれぞれ若干多いように見られる。その為、具体的な数字は無いが若干の違いはあるように感じる。

問4 日本食の販路を拡大する場合、日本からの輸出をするケースと現地で生産体制を確立するケースとが考えられるが、日本食の普及と言う視点ではどちらのニーズが高いと思われるか。

答4 オーストラリアは人件費も資材調達価格も高いので、先ずは知名度を上げることが大切。

問5 食品輸出において日本企業が力を入れた方が良い取り組み(現地バイヤーと交渉できる人材の育成等)について特に重要と考えられることは何か。

答5 とにかく現地に行く事。現地バイヤーと何回も会う事が一番大切。

問6 日本製品の取り扱い状況は。

答6 加工品や日本酒が多い。イチゴなどの生鮮食料品は検疫をクリアするのに1週間以上かかるので、鮮度の面でも難しい。賞味期限が最低10か月、できれば1年以上の商品でないと販売には向いていない。

問7 本県製品の取り扱い状況、知名度は。

答7 知名度は低い。もとよりオーストラリアでは、日本産か否か程度の認識でしかない。県産品は、日本酒をはじめ納豆や米粉、日光湯葉やアイスなどを取り扱っている。

問8 オーストラリアへ輸出拡大に当たっては何かが必要か。

答8 現地に行く事。何度も現地に赴き、ニーズをしっかりと把握し現地バイヤーとも何度も会いビジョンや熱意を伝えることが大切。

問9 2021年に他県が初めていちごを輸出したと思うがその後は。

答9 検疫等の受け入れ態勢が整わず、成功とはいえない。その後は取り扱いしていない。

問10 以下の本県産品販路拡大にどのような取り組み・手続きが必要か。

答10 ・食肉：だいぶ昔に和牛そのものが輸入された経緯があり、その系統の牛肉が(混雑種ではあるが)オーストラリア国内でも豪州和牛として流通している。価格は日本の半額程度である為、綿密な戦略が重要。
・農産物、淡水魚：厳しい検疫の為、向かないと思われる。日持ちのする加工品なら。

- ・日本酒：問題ない。現地調査の上で価格設定をする必要はある。
- ・かんぴょう：ヘルシーな食材で賞味期限も長くとれるが、認知度が無い。
- ・せんべい・みそ・醤油等：認知度も高く日持ちもするので向いていると思われるが、激戦商品でもあるため日本酒同様、綿密な現地調査が必要。

問11 食品以外にどのようなものを取り扱っているのか。

答11 テイクアウトの容器等多少の取り扱いはあるが、これと言ったものはない。

問12 日本食レストラン向けに、益子焼などの陶器はどうか。

答12 面白いと思うが、日本酒同様、詳細な現地調査をしたうえでニーズを把握する必要がある。

<参考となった事項等>

- ・JFCは民間企業のため、オーストラリア市場について、より細かい話を聞くことができ、とても参考になった。
- ・オーストラリア固有種保護のため仕方のない事と思うが、検疫の壁の高さを改めて感じた。
- ・オーストラリアにおいては、日本食のニーズが一定程度あることが分かった。また、その中でも、本県企業の商品についても取扱いもあり、今後の販路開拓・拡大について期待が持てる状況であると感じた。
- ・課題としては、日本企業の対応力が海外企業と比べて遅いと感じられていることや商品の認知度が十分でないことが指摘された。このため、まずは海外企業がこうした認識をもっているということを本県の海外展開を行う企業に情報提供するとともに、海外に向けたPRについては、本県企業の連携を図り、海外の展示会や商談会等に共同で出展することを支援することが必要であると考えられる。
- ・商社にとって、国内の産地にはこだわりはない。何度も現地に赴き、どれだけ熱意をもって担当者と打合せ等に臨むかが重要。
- ・県内の余剰米など、量が少なくてもスポット的な取引でも取り扱ってくれるとの事。またオーストラリアに限らずネットワークを利用して世界展開もできるので、相談しましょうと将来に向けた快いアドバイスがもられた。
- ・オーストラリアは、経済成長を続けており、また多くの民族が暮らす多民族国家でもあるので、まだまだ日本産品、特に栃木県産品の輸出に対する伸びしろは大きい、むしろこれからと言う感覚を受けた。他県に後れを取ることがな

いよう密に連絡を取るなど、オセアニアに対する手がかりを切らさない様、しっかりと取り組む必要があると痛感した。



6 シドニーオリンピックパーク

【文責：琴寄昌男議員】

<調査日>

令和5(2023)年10月28日(土)



<調査目的>

2000年に開催されたシドニーオリンピック開催後の施設活用をどのように計画し、レガシーとして生かしてきたかを調査し、施設を含めた本県の国体レガシー継承をいかに実り多いものとするかを調査する。

<調査概要>

次頁の写真から見られるように、オリンピックパークは約640haの敷地からなり、210haが競技施設や商業施設等からなる中心地区であり、残り430haが公園や自然区域、水辺区域などの緑地区域となっている。

そして、オリンピックのキーワードであった「多様性」と「多目的」が随所に見られるスポーツ公園である。

◎ シドニーオリンピックパーク中心街(2016)



Key



Sydney Olympic Park Town Centre

- | | |
|----------------------|--|
| 1. Sydney Showground | 7. Hockey Centre |
| 2. The Arena | 8. Sports Centre |
| 3. The Stadium | 9. Netball Central |
| 4. Athletic Centre | 10. Tennis Centre |
| 5. Aquatic Centre | 11. Tom Wills Oval and Community Field |
| 6. Warm Up Arena | |

出典 : Sydney Olympic Park Master Plan 2030 (2018 Review)

(1) Accorスタジアム

シドニーオリンピックのメインスタジアムであり、オリンピック開催時は11万人余を収容し、オリンピック終了後に一部改修がなされ、現在は8万人余を収容するオーストラリア最大のスポーツイベントの本拠地である。

オリンピック終了後はスポーツのみならずエンターテイメントでも利用しており、有名アーティストのライブなどが開催されている。

本施設は環境に配慮したオリンピックの象徴として、雨水の再利用や自然光の積極的な取り込みをしている。



また、スタジアム周辺は多数の太陽光パネルが設置されており、グリーンゲームと呼ばれた環境配慮オリンピックの有形レガシーの一部を感じ取ることができた。

(2) Games Memories

シドニーオリンピック運営に関わったボランティアの方々の名前が記されたパブリックアート作品で、高さの異なるポールが無数に設置されており、このランダムな分布は様々なところから人々が集まり、オリンピックを運営したことの象徴である。

シドニーオリンピックのレガシーとして、国民意識の醸成があげられるが、約7万人に及ぶ大会のボランティア参加者の氏名がスタジアム広場前に刻印してあるのも注目に値する。

本県もいちご一会とちぎ国体・とちぎ大会に寄附をした個人や企業・団体名を大谷石製銘板に記し、カンセキスタジアムとちぎに設置しているが、こうした象徴的なモニュメントは、大会の情熱を目に見える形で残しており、有意義なものと感じた。



(3) Cathy Freeman Park

シドニーオリンピックの最終聖火ランナーであるキャシー・フリーマン（同大会の女子400m金メダリスト）の名前を冠した公園であり、Accorスタジアムの東隣に位置している。

写真はオリンピックの聖火台が移設されたもので、噴水モニュメントとしてシドニー市民の憩いの場となっている。

また、その足元に配置された金、銀、銅のプレートには、オリンピック・パラリンピックの全てのメダリスト達の名前がそれぞれ取得したメダルの色別に設置されており、オリンピックの足跡をたどることができる芸術的なエリアとなっている。

通常、聖火台はオリンピック終了後、撤去されるものと思っていたが、同公園では用途を変えて存続させるなど、有形レガシーの継承方法として素晴らしいものだと感じた。



(4) オリンピック・パーク駅

Acoorスタジアムのすぐ近くであり、オリンピックのために開設された路線と駅である。

シドニー市街地からわずか15分の所に位置し、オリンピック以前はゴミ捨て場であったとは思えないような住宅環境が整備され、大会終了後20数年経った現在でも国内外を問わず、多くの人々に親しまれている。

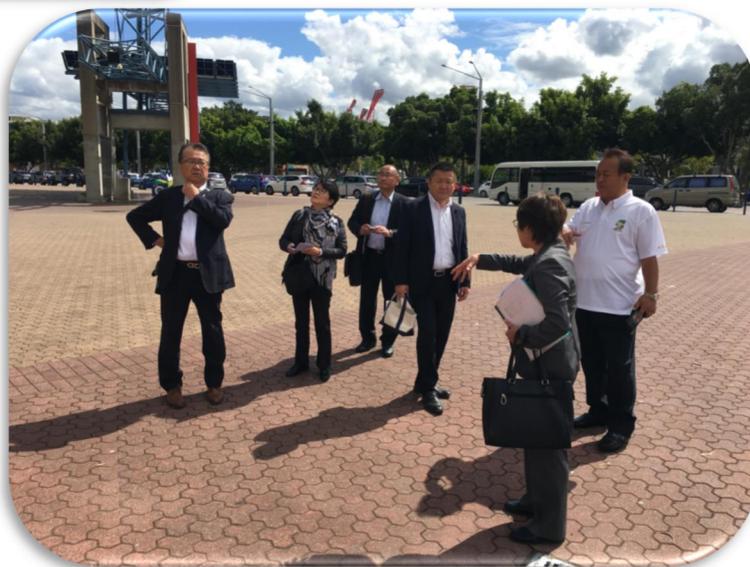


<参考となった事項等>

- ・オリンピックと国体を比較して、キャパシティや施設規模は違うがレガシーという視点で大会後の施設利用や運営形態、まちづくりをどのように考えるかは、大会誘致以前の綿密な計画がなければ成功していかないと実感した。
- ・本県においては、これまでの通常会議の一般質問においても国体レガシーをどのように進めていくかの質問があったが、シドニーオリンピックのレガシーは、コミュニティにおける現在および将来的に開発と実現を促進することにより、自国に経済効果をもたらすという基本的なコンセプトが当初からあったことがオリンピック開催後20年経過した現在も成功に導かれている要因である。本県においても、昨年開催された「いちご一会とちぎ国体・とちぎ大会」のレガシーをいかに後世に伝えていくかが肝要である。
- ・2001年ニューサウスウェールズ州政府の外郭団体としてシドニーオリンピックオーソリティーが発足して最初の5年間で計画の3分の1が完成している点についても、国内はもちろん諸外国からも注目されている要因である。
- ・各国で開催されるオリンピック終了後の施設使用で成功を収めているのは

シドニーだけという点で色々な団体が訪問している理由は、我々も直接現地を訪問して感じたことであるが、敷地全体が元はゴミ捨て場であった地域を環境に配慮し、持続可能性に富んだまさにSDGsのまちづくりが体现できていることである。

・本県においても、シドニー同様、環境に配慮した国体であったわけであるから、その理念を継続して発信し、環境とスポーツそして地域コミュニティを融合した持続可能なまちづくりを実現していくことが重要であり、国体のレガシーを次世代にしっかり継承していくことを提言する。



7 市場調査

【文責：琴寄昌男議員・塩田ひとし議員】

<調査日>

令和5(2023)年10月28日(土)



<調査目的>

今回の調査におけるJETROやJFCオーストラリアでのヒアリングを踏まえ、地元の大型ショッピングセンター等における日本製品の販売状況について調査する。

<調査施設の概要>

マッコリーパーク地区

<調査概要>

・シドニーの慢性的な住宅不足により、三井不動産がオーストラリアの有力デベロッパー、フレイザーズ・プロパティ社との共同事業で、マッコリーパーク地区に分譲住宅「Treehouse」を含む公営住宅3300戸および学校などの各種施設を一体的に整備するMidtown開発計画である。

・「Treehouse」は地上16階建て、総戸数162戸の分譲住宅を計画中で、1階にはスーパーマーケットなどの商業施設が入り、ファミリー層を主なターゲットとしている。敷地内には公園を整備し、緑地を取り入れた環境に配慮した設計となっている。また、周辺には「Macquarie University」、大学病院や日系企業（CANON, SONY, TOSHIBA, SEIKO, OMRON, FUJITSU）等が進出しており、4年前に開通した無人電車も走っている。

・調査を行ったのは大型のショッピングセンターであり、日用品や衣類、食料品等のショップが多数入っている。調査を行った「東京マート」は創業47年のシドニー最大の日本食材店であり、同店を経営するJun Pacific Corporation Pty Ltdは、オーストラリア全域に流通網を有する。創業当時は、経営者夫妻が細々と店を切り盛りしていたが、徐々に規模が拡大し、すき焼き用の薄切り肉をオーストラリアで初めて販売した店としても有名である。

・ノースブリッジ・プラザにある店舗は内装もリニューアルされ、食材や食品の他にも日本から輸入したキッチン用品や日用品、雑貨などもあり、日本酒や日本のビールも販売している。

・衣類では、ユニクロが出店しており、買い物客も多数見られた。

・食料品では、地元企業である大型スーパーが出店しており、日本の食材も幅広く販売されていた。そのほかにも、中国や韓国などアジア系の食品も販売されており、現地住民のニーズに合った商品展開がなされていると感じた。

・さらに、独自に日本の都道府県と提携して「ご当地フェア」の特別企画も実施しているとのことで、本県の食品では、納豆、アイス、煎餅等が販売されている。意外であったのは、納豆が中国人や韓国人に人気とのことであり、また、韓国人は豆腐を好んで買っているとの情報であった。

・ホテルで食した豆腐は、普段日本で食べるものと食感が異なり、若干固めであった。





・店の従業員はすべて日本人で、ワーキングホリデーを利用した店員や留学生のアルバイトであり、時給は3,000円前後で、英語の語学力で若干時給は異なるとのことであった。

<参考となった事項等>

・調査を行ったショッピングセンターは、大型店舗であったことから、多くの国籍の店舗が出店しており、また、取り扱う商品も豊富な品揃えで、日本の食材などの販売も充実していた。こうしたことから、現地のニーズに合った商品であれば、参入の可能性は高いと感じた。

・一方で、競争性の高さも感じられることから、本県企業の販路開拓・拡大に向けては、JETROやJFCオーストラリアでのヒアリングでも指摘されたように、綿密な現地調査や商品開発、本県商品の認知度向上などに取り組むことが重要であると感じた。



【VI 調査を終えて】

令和5年度栃木県議会議員海外行政調査が終了し、全体のまとめを報告申し上げます。

新型コロナウイルス感染症等の影響で5年ぶりとなった海外行政調査ですが、去る10月24日から29日までの6日間、高山和典議員、早川桂子議員、塩田ひとし議員、中屋大議員とともに、オーストラリア（シドニー）を訪問し、調査を実施してまいりました。

また、今回の調査は、前回令和元年に予定された調査が実現されなかったため、特に多文化共生については本県においても近年の外国人家族の増加により、義務教育における日本語を母国語としない子ども達をどのように指導するかという指導方法を学ぶ意味でも、移民先進国のオーストラリアでの調査は大変意義深いと認識しておりました。

さらに本県が抱える課題をテーマとして、本県産品の輸出拡大やカーボンニュートラル実現に向けた環境施策、昨年本県で開催された国体のレガシー継承を調査テーマとして、綿密な準備をした上で調査に臨みました。

まず、JETROシドニー事務所では、JETRO栃木の事前勉強会を参考にした上で本県のどの農産物が輸出品目に適しているかを調査しましたが、本県の代名詞と言える「いちご」については、他県でも輸出を試みましたが断念した経緯があり、やはり輸送に時間を要し、鮮度が低下するため輸出には適さないとのことでした。

他の農産物も同様で、加工品を含めたコメ、日本酒等が輸出品目として適当であるという結論に達しました。

続いて、市場調査では現地のスーパーやマッコリーパーク内の東京マートを調査しました。現地のスーパーではオーストラリア産の「いちご」が販売されておりましたが、本県産の「いちご」とは品質・味覚とも到底本県には及ばないものでありました。

東京マートでは青森県産、新潟県産のコメが販売されていましたが、流通されているコメの半分はオーストラリア産米で、ほかに日本、カリフォルニア、ベトナム産米が輸入されており、本県の商品で目についたのは納豆でありました。特に中国人、韓国人には人気があるということで、韓国産の豆腐も売れているということでした。

次に、CLAIRシドニー事務所の調査では、当事務所が日本とオーストラリアの自治体交流の架け橋となっており、それぞれの情報を提供したり、姉妹都市の支援も行っております。本県においても小山市、鹿沼市、真岡市がオーストラリアと、宇都宮市がニュージーランドのオークランドと姉妹都市を締結しており、さらに姉妹都市を締結する場合は最大限の支援を行うとのことでした。

次に、カーボンニュートラル実現に向けた環境施策については、2030年までに温室効果ガス70%削減を目標にしている、シドニーグリーンスクエアを調査しました。

この地域はシドニー市が、元は先住民のガディガル族が所有していた地域51.6haを開発し、1999年には3,000人しかいなかった地域を、環境に配慮し、ビジネスや教育、健康といった有益性のある地域として2041年には63,000人の人口規模にする計画であるとのことでした。

また、この地域は地形上何度も水害に見舞われており、排水対策を万全にし、排水を浄化することにより公園や建物の水循環利用を行っていました。

さらに中心地とのライトレールを繋ぐ計画もあり、カーボンニュートラル実現に向けて取組を行っている最中であるとのことでした。

次に、Central Sydney Intensive English High Schoolでは、英語を母国語としない生徒の短期集中英語教育を調査しました。この学校は以前はセンターでありましたが、2002年に州立高校に格上げとなったことで、内容も充実し、教師陣も豊富になり、現在16言語の生徒が在学しています。実際に授業も視察させて頂きましたが、日本人6名が在籍しており、短期間でありながら英語力も着実にアップしているとのことでした。

偶然、訪問した日がWorld Teacher's Dayということで、Tea Breakの時間に遭遇しましたが、皆さんフランクな先生方で、これなら本県の子ども達も安心して留学できると思えました。

次にJFCオーストラリアは、24か国65拠点のオセアニア地区を管轄するキックマンを親企業とした食品卸を生業としています。コロナ禍で売り上げは減少したとのことですが、5年後には売り上げ160%を目標にしているとのことでした。

さらに今回の海外行政調査の一つの収穫は、オーストラリアでのシェアNo.1であるJFCが本県産米をスポットでも取引して頂けるとお話を頂きました。

帰国後、早速議会事務局に打診があり、先方でも仰っておりましたが、これ

はオンラインではなし得ないことであり、こうしたことが海外行政調査の意義であり、有効性であると痛感しました。

ちなみに日本酒についても、私の地元の酒蔵が取引をしており、やはり直接の営業活動が実を結んでいるとのことでした。また、本県の納豆、アイス、煎餅等の商品を扱っており、更なる加工食品の輸出の可能性も感じました。

最後に、シドニーオリンピックパークについては、オリンピック開催後20年以上が経過し、いまだに多くの人々が訪れていることは、シドニーオリンピックのレガシーがしっかり継承され、大会の基本的なコンセプトが有形、無形のレガシーとして国民に提供されている証であります。

オリンピックと国体を比較して、施設の規模やスケールの差は歴然ではありますが、大小にかかわらず、大会終了後の施設利用やレガシーは共通できるものがあります。

シドニーオリンピックと昨年開催された「いちご一会とちぎ国体・とちぎ大会」の共通するキーワードは「環境」であります。

本県も2050年カーボンニュートラル実現を提唱していることで、国体が開催されたスポーツゾーン周辺の整備はもちろん、各自治体で開催された競技が地域に根付き、国体のレガシーとして後世に継承することが重要であります。

そしてSDGsのまちづくりなど、選ばれる栃木県として更なる飛躍を遂げるためにも、「井の中の蛙大海を知らず」ではなく、広く国内・国外に目を向け、県民所得のランキングに満足することなく、本県の実力を全県民が実感できる施策に取り組むことが求められています。

今回の調査団も、超党派の議員で構成されましたが、全員が調査テーマに対し、しっかりと本県の課題を認識し、議会での政策立案に繋がる成果を習得したと自負しており、団員による令和5年度栃木県議会第398回通常会議での一般質問が県民益に繋がる一歩と期待したい。

結びに、今回の調査を実施するに当たり、事前勉強会を設定して頂きました関係部局、JETRO栃木様、そして現地での調査に関わって頂きました皆様方、さらには先輩、同僚議員各位に対し衷心より感謝を申し上げ、海外行政調査の報告といたします。

※令和5年度栃木県議会第398回通常会議 本会議場において調査結果報告

報告日：令和5(2023)年11月30日(木)

報告者：団長 琴寄 昌男