

兵庫県議会ワシントン州友好訪問団

Hyogo Prefectural Assembly

Goodwill Delegation to the State of Washington

報 告 書



令和5年9月12日（火）～9月17日（日）

目 次

1	はじめに	1
2	訪問議員団名簿	2
3	行程表	3
4	訪問の目的	4
5	各行事の概要	
	I 友好交流に関する公式行事	
	（1）ワシントン州知事、議長等による出迎え・挨拶	7
	（2）ワシントン州議会、議員との意見交換会	7
	（3）共同声明調印式・記念レセプション	9
	II 調査研究	
	（1）ボーイング社レントン工場	11
	（2）兵庫県ワシントン州事務所	13
	（3）Lumen Field（多目的スタジアム）	14
	（4）マイクロソフト社（AI Co-Innovation Lab）	16
	（5）現地食品市場（PCC Community Markets（オーガニック食品 販売店）及びサンタモニカ・ファーマーズマーケット）	19
	（6）ビル&メリンダ・ゲイツ財団ディスカバリー・センター	20
	（7）ジェトロ・ロサンゼルス事務所 （カリフォルニア州での水素に係る取組等）	22
	（8）ジャパン・ハウス ロサンゼルス （施設及び県インバウンドプロモーション視察）	24
	（9）ヤエガキ酒造 USA 視察	27

1 はじめに

令和5年9月12日から9月17日までの6日間、兵庫県議会ワシントン州友好訪問団として、全5名の議員が、アメリカ合衆国・ワシントン州との交流60周年を記念した事業に参加するとともに、米国の各種先進事例や持続可能な社会の構築に向けた取組、また日本へのインバウンド観光促進拠点などについて現地調査するため、ワシントン州とカリフォルニア州を訪問した。

ワシントン州では、齋藤知事とインズリー知事とが、これまで60年間の友好交流の成果を確認するとともに、今後の交流推進方針を盛り込んだ共同声明に調印された。兵庫県議会を代表して、内藤議長がワシントン州のヘック副知事（上院議長）とともに、調印に立ち会った。また、兵庫県議会議員とワシントン州議会議員との意見交換会などを通じて、議会間の交流を深めた。加えて、世界的なIT企業であるマイクロソフト社のAIを活用した事業展開や、飛行機製造のボーイング社などの取組を調査した。

カリフォルニア州ロサンゼルスでは、外務省が世界3カ所に設置している日本の情報発信拠点「ジャパン・ハウス」を訪問し、同所で開催された齋藤知事によるインバウンドプロモーションにも出席するなど、大阪・関西万博を見据えた今後の本県の海外展開に向けた取組を調査した。

4泊6日という短期間であったが、大変有意義な訪問となった。今回の訪問を通じ、このような友好交流がますます発展するように、県議会としても一層の取組を行っていきたい。

2 訪問議員団名簿

Hyogo Prefectural Assembly Goodwill Delegation to the State of Washington List of Participants

議長

内 藤 兵 衛 (自由民主党/西脇市及び多可郡)

団員

北 野 実 (自由民主党/姫路市)

中 田 慎 也 (自由民主党/伊丹市)

赤 石 ま さ お (維新の会/神戸市東灘区)

脇 田 のりかず (維新の会/西宮市)

3 行程表

日	時刻	行程	備考
9月12日(火) 1日目	14:35 16:00 17:40 10:35 13:00 16:00	伊丹空港発 JL3006便 成田 空港着 成田 空港発 JL68便 日付変更線 シアトル・タコマ国際空港着 ボーイング社レントン工場視察 兵庫県ワシントン州事務所視察	レントン シアトル シアトル泊
9月13日(水) 2日目	9:30 14:00 14:15 15:00 16:00 17:00	Lumen Field (多目的スタジアム)視察 ワシントン州知事、議長等による出迎え・挨拶 ワシントン州議会 議場視察 ワシントン州議会議長、議員との意見交換会 共同声明調印式 記念レセプション	シアトル オリンピア オリンピア泊
9月14日(木) 3日目	10:00 11:30 14:00 15:30 17:22 20:14	マイクロソフト社 (AI Co-Innovation Lab) 視察 PCC Community Markets (オーガニック食品販売) 視察 ビル&メリンダ・ゲイツ財団ディスカバリー・センター視察 シアトル・タコマ国際空港着 シアトル発 AA4882便 ロサンゼルス着	レドモンド シアトル ロサンゼルス泊
9月15日(金) 4日目	9:30 10:30 12:00 15:30	ジェットロLAIによる現地事情説明(カリフォルニア州での水素に係る取組等) ジャパンハウスLA視察 県インバウンド・プロモーション視察(ジャパンハウスLA) ヤエガキ酒造USA視察	ロサンゼルス バーノン ロサンゼルス泊
9月16日(土) 5日目	9:30 13:00 14:55	現地食品市場(サンタモニカ・ファーマーズマーケット)視察 ロサンゼルス国際空港着 ロサンゼルス国際空港発 JL69便 日付変更線	サンタモニカ 機中泊
9月17日(日) 6日目	18:55	関西空港着	

4 訪問の目的

本年は、アメリカ合衆国・ワシントン州との友好提携 60 周年を迎えることから兵庫県として齋藤知事がワシントン州に渡航し、現地において共同声明調印式やレセプション等の各種記念事業が実施される。

今回、議会に対し知事から記念事業への出席要請があったこと、また、これまでから議会でも独自に国際交流活動を進めてきたことなどを踏まえ、議会として友好訪問団を組織し、共同声明調印式等に参加するとともに、首長や地方議会議員等との交流を通じ、本県とワシントン州との友好交流の一層の発展に貢献する。

あわせて、同国における先端技術産業の動向や、持続可能な社会の構築に向けた取組、また日本へのインバウンド観光促進拠点などについて現地調査を行うことにより、今後の県政推進に資することを目的とする。

日 程	調査先等	調 査 目 的 等
9月12日（火）	ボーイング社レントン工場	米国の主要産業の一つである航空機産業の大手メーカーであるボーイング社のレントン工場を視察し、航空機に対する理解・見識を高め、今後の本県の空港行政や産業施策の参考とする。
	兵庫県ワシントン州事務所	本県と米国との経済・文化交流促進の拠点である「兵庫県ワシントン州事務所」を訪問して、運営状況や海外事務所の実績・展望等について調査し、今後の本県の海外事務所展開の参考とする。
9月13日（水）	Lumen Field （多目的スタジアム）	アメリカンフットボールやメジャーリーグサッカーのホームグラウンドである本スタジアムの管理運営団体を調査し、スタジアムを拠点にした地域住民との取組など、今後の本県のスポーツを活用した地域振興やまちづくりの参考とする。
	ワシントン州議会議員、議長、議員との意見交換会	ワシントン州議会議員と、両県州議会における議会の取組状況や抱える課題について意見交換を行い、両県州議会議員の交流を深めるとともに、今後の議会活動の参考とする。

	友好提携 60 周年記念事業(共同声明調印式、記念レセプション)	友好提携 60 周年記念事業に参加することにより、ワシントン州とのさらなる友好交流の輪を広げ、かつ絆を深める。
9月14日(木)	マイクロソフト社 (AI Co-Innovation Lab)	ワシントン州を代表し、世界的な IT 企業である同社を訪問。同社は、世界5カ所目となる AI Co-Innovation Lab を今秋に神戸で開設されるが、これからの AI の活用に関する展望や戦略を調査し、今後の本県のデジタル化の推進に向けた施策の参考とする。
	PCC Community Markets (オーガニック食品販売店)	日本でも関心が高まっている有機食品について、シアトル発祥のオーガニック食品販売店の PCC Community Markets を視察し、今後の本県の農林水産業の振興や販路開拓の参考とする。
	ビル&メリンダ・ゲイツ財団ディスカバリー・センター	世界最大の慈善基金団体と言われ、人々の健康を改善し、飢餓や貧困から抜け出す機会を提供する活動を世界規模で行う「ビル&メリンダ・ゲイツ財団」の活動について調査し、本県の社会課題の解決に向けた施策の参考とする。
9月15日(金)	ジェトロ・ロサンゼルス事務所 (カリフォルニア州での水素に係る取組等)	脱炭素が求められる中、カリフォルニア州における水素に関する施策や、米国において水素ビジネスを有している日系企業により構成される「日本水素フォーラム」を形成しているジェトロ・ロサンゼルス事務所の取組について調査し、本県における水素社会の推進等の参考とする。
	ジャパン・ハウス ロサンゼルス (施設、県産品 PR 視察)	ジャパン・ハウスは、戦略的対外発信の強化に向けた取組の一環として、外務省が世界3都市(サンパウロ、ロサンゼルス、ロンドン)に設置した対外発信拠点である。その一つであるジャパン・ハウス 露産ゼルスの取組等について調査し、本県における観光施策の推進や文化発信の取組の参考とする。

	ヤエガキ酒造 USA	兵庫県（姫路市）に本社のあるヤエガキ酒造の米国本社・工場を訪問して、生産現場を調査し、経営の現状や日本酒市場の動向等を調査することにより、本県の農産品等輸出振興の参考とする。
9月16日（土）	現地食品市場視察 （サンタモニカ・ファーマーズマーケット）	日本でも関心の高い地産地消の取組が行われているファーマーズマーケットを訪問し、今後の本県の農業行政や観光行政の参考とする。

5 各行事の概要

I 友好交流に関する公式行事

(1) ワシントン州知事、議長等による出迎え・挨拶

- ◆日時：令和5年9月13日（水）14:00～
- ◆場所：ワシントン州議事堂正面玄関前

ワシントン州インズリー知事、ヘック副知事（上院議長）やワシントン州議会議員による出迎えがあり、内藤議長をはじめとする訪問議員団と挨拶を交わした。



(2) ワシントン州議会、議員との意見交換会

- ◆日時：令和5年9月13日（水）15:00～
- ◆場所：ヘック副知事（上院議長）執務室
- ◆ワシントン州議会出席者
Dennis Lynn Heck 副知事（上院議長）
Steve R. Hobbs 州務長官、Bob Hasegawa 上院議員
Chris Gildon 上院議員、Sharon Tomiko Santos 下院議員

【概要】

兵庫県議会議員（5名）、ワシントン州議会議員（5名）による自己紹介、内藤議長とヘック副知事による挨拶の後、意見交換を実施。また、内藤議長とヘック副知事による記念品の交換を行った。

内藤議長からは、訪問団迎え入れのお礼、これまでの議員間交流の振り返り、そしてこれからの更なる両県州の交流と発展を期待する旨挨拶し、ヘック副知事から

は、「これまで繰り返し述べてきているが、兵庫県との関係は重要である。米国の州、日本の都道府県のレベルでは、兵庫県とワシントン州の姉妹提携が、両国にとって初めての友好提携であり、60周年を迎えたことが大切。両国の関係において、貿易や同盟はもちろんのこと、深い友情で結びついていることが何よりも大事である。私もいつか兵庫県、日本を訪問し交流したい。」旨、挨拶があった。

意見交換では、双方からの関心事項を提起し、主に下記の事項について、議論を交わした。

- ・ 議会の開催状況
- ・ 議員の数（男性、女性）、職務、役割、任期
- ・ 議会の運営方法、政権（党、会派）
- ・ 党（会派）の運営方法
- ・ 地方議員と国会（連邦政府）議員との関係
- ・ 選挙制度（選挙区など）
- ・ 近隣各国との政治的な関係
- ・ 双方の課題（教育、経済、労働力の確保、環境、交通インフラ、住宅、移民等）
- ・ 2025年大阪・関西万博
- ・ 持続可能な開発（SDGs）に向けた取組



【所感、県政への活用に対する考察等】

ワシントン州議会議員も、国際情勢に高い関心を有しており、世界をリードしている米国にあっても、世界の機微な動向に目を向けざるを得ない状況にあり、それだけグローバル化が進展し、深化していること、また、労働力の確保など共通の課題を抱えていることも興味深かった。

大阪・関西万博については、ワシントン州ではあまり知られていないことがよく

わかり、今後兵庫県としてもどのように情報を伝えていくか、検討課題である。本県が進めている「ひょうごフィールドパビリオン」の認知度を向上させるには、米国を始め海外の方にまずは大阪・関西万博を知っていただく（訪れていただく）必要があり、これから開催まで1年半と迫った万博の機運醸成に国を挙げて一層取り組むことが求められる。

対面形式による率直な意見交換の場となり、親交、相互理解を深めることができ、有意義な時間となった。両県州、そして日米両国のさらなる友好交流の促進に向け、このような機会が改めて重要であると感じた。

（3）共同声明調印式・記念レセプション

- ◆日時：令和5年9月13日（水）16:00～
- ◆場所：インズリー知事公邸

【概要】

兵庫県齋藤知事、ワシントン州インズリー知事による挨拶等の後、両知事に加え、兵庫県内藤議長、ワシントン州ヘック副知事（上院議長）の立ち会いのものと、60周年の交流の継続と新たな分野での協力拡大について合意する、「共同声明」への調印が行われた。



【共同声明の趣旨】

前文：過去の実績を踏まえ、下記の方針に沿って、相互交流をさらに充実させることに合意

- 1条：経済、文化、観光、教育等各分野における様々な団体による友好交流活動の支援
- 2条：気候変動、クリーンエネルギーへの移行、防災等地球規模の課題解決への相互協力
- 3条：交易・投資のさらなる拡大やスタートアップ及び起業家等の相互連携など国際経済交流促進への協力
- 4条：市町の姉妹都市交流支援、マリーナ交流、教育分野での交流、女性活躍推進に向けた交流など多分野の交流活動を推進
- 5条：大阪・関西万博および2026 FIFA ワールドカップを機に、交流機会の増加に向けた観光交流協力及び直行便の再開への努力
- 6条：大学間、行政学会間の交流支援など、研究者、留学生の交流プログラムの充実

II 調査研究

(1) ボーイング社レントン工場

◆日 時：令和5年9月12日（火）13:00～

【調査概要等】

ボーイング社は、世界最大の航空宇宙機器開発製造会社で、1997年にマクドネル・ダグラス社を買収したため、現在アメリカで唯一の大型旅客機メーカーであり、ヨーロッパのエアバス社と世界市場を二分する巨大企業である。

また旅客機だけでなく、軍用機、ミサイル、宇宙船や宇宙機器などの研究開発、設計製造を行う。機体の設計に

関して、有限要素法の設計手法の導入に先んじていて、その技術は車輻構体設計など他分野にも技術供与されており、世界の航空宇宙機器業界をリードしている。

ワシントン州レントン工場では、「世界で最も成功した旅客機」とも呼ばれているボーイング社のヒット機のボーイング737型が製造されており、本県に本社のある川崎重工等も開発や製造に携わっている。

航空機の胴体は、カンザス州から専用列車で運び入れられており、巨大な工場の中を巡りながら、各製造工程（翼やエンジン、機内の座席等の取り付け、また塗装まで）を経て、飛行機が完成する。レントン工場では、随時1～1.2万人が勤務。1機の製造にあたり、延べ300～500人が関与するとのこと。

日本との関係は深く、1990年にトヨタ自動車の工場を参考に、製造工程を見直し、効率的に生産できるようになった。必要な部品を必要な場所に配置し、また作業に合った工具をすぐに見つけられるように工夫したこと等により、製造時間が半分となった。

現在工場内で製造されている新しい737型は、前モデルと比較して、環境への負荷を約20%軽減した。

特に、2017年にカーボンゼロを目指した取組を開始。風力、太陽光、水力といったクリーンエネルギー100%使用を目指した製造ラインを設置。現在、約30%がクリーンエネルギーにより製造されている。また、製造工程で使用する水も少なくし、ゴミを減らすことも意識している。

新737型は、翼を工夫することにより、2%エネルギー効率をアップした。たっ



た2%だが、毎日多くの機体がフロリダ（米国南東）からシアトル（米国北東）まで飛ぶことを考えると、大きな節減効果がある。また、エンジンはCFMから購入しているが、新しいエンジンは、直径が5～7cm長く、エンジンの先端は切り込みが入る形状をしている。これにより、空気抵抗や騒音が減り、環境負荷も低減でき、パフォーマンス全体が向上する。航空機の塗装方法も環境面から重要であり、配慮している。環境負荷を減らすには、このような取組を積み重ねるしかない。

モデル機の製造工程の中では、環境への負荷を計測している。また、ユナイテッド航空とも連携し、レーダー等も活用し、どのように運航すれば、環境負荷を下げることができるか、データ分析している。他国の航空会社とも協力している。

（主な質疑）

Q：（工場内で大きく掲示されている）「Go for Zero」とは、何を意味しているのか。

A：従業員への怪我をなくし、そして、タイムロスをなくすために掲げている標語である。たとえば、以前は、製造工程において、はしごを使用していたため、怪我をする従業員がいた。そこで、はしごを廃止し、怪我をしない方法を採用した。また、航空機への椅子の搬入には、意外かもしれないが農業用機械を採用し、安全面の向上や時間短縮につなげた事例もある。

Q：空飛ぶクルマについては、どのように考えているのか。

A：空飛ぶクルマについては、Wiskに出資し、eVTOLを開発している。来年のFAA（米国連邦航空局）による承認を目指しており、4人乗りで、航続距離90マイル（約145キロメートル）程度を想定している。最終的には、自動運転ができるようにしたい。

空飛ぶクルマはボーイング社の戦略の一つにしかすぎず、やはりメインは飛行機である。空飛ぶクルマは自動運転が見込まれているが、いかに干渉し合わずに運航できるか、どのようにコントロールすることが可能かといった観点から関心を有している。自動運転技術の発達は、航空機のパイロット不足にも貢献するものと考えられる。

【所感、県政への活用に対する考察等】

ボーイングでは、持続可能性や環境面を強く意識されていた。製造から航空機の使用、そして、メンテナンスといったすべての工程に至るまで、環境負荷をできるだけ減らすよう取り組まれていた。日本企業もボーイング製造に大きく関わっているとのことであるが、ボーイングに部品を供給する場合も、当然ながら、ボーイングと同様に環境への配慮が求められることになる。

このような世界的な企業の動きが、サプライチェーンの一翼を担う日本の中小企業まで影響を与えるということを強く感じた。本県企業が世界に遅れを取らないために、本県においても環境や SDGs に配慮した取組へと誘導・支援していく施策が求められる。

また、ボーイング社の工場内は明るく、従業員が気軽に休憩できるスペースも多く設置されており、従業員を大切にする姿勢が見受けられた。製造業等では人手不足が課題であるが、働きやすく安全面に配慮した取組を本県でも官民で協力して進めていく必要がある。

(2) 兵庫県ワシントン州事務所

◆日 時：令和5年9月12日（火）16:00～

【調査概要等】

兵庫県ワシントン州事務所の運営状況について、事務所スタッフによる案内・説明を受けた。同事務所では、本県と友好提携を結んでいるワシントン州との交流促進、県内自治体の姉妹都市交流の支援、県内大学生インターンの受け入れ、そして兵庫県の観光 PR や企業の事業展開支援等を実施しているとのことであり、最近の取組について説明があった。



なお、今回の議員団による訪米にあたっては、ワシントン州議会との調整や訪問先へのアポイントや同行など、同事務所による支援や協力があった。

本県の海外事務所については、「県政改革方針」において、「事務所のあり方については、ポストコロナ社会での経済活動状況を踏まえ、引き続き見直しを検討」とされている。同事務所については、60年間に及ぶワシントン州との交流の歩みや同州政府とのつながり、そしてこれまでに築いてきた現地とのネットワーク等を今後どのように県政に生かしていくかも含め、検証していく必要がある。

(3) Lumen Field (多目的スタジアム)

◆日 時：令和5年9月13日(水) 9:30～

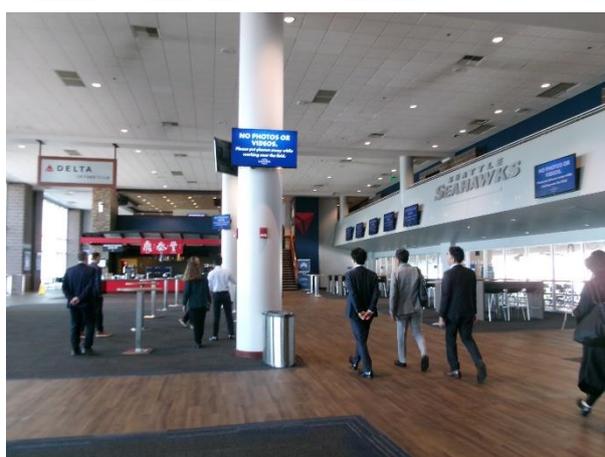
【調査概要等】

Lumen Fieldは2002年におよそ4億3,000万ドルを投じて、官民パートナーシップによって建設された。座席数は68,000席、従業員数は2,000名という大型の多目的スタジアムとなっており、NFLのシアトルシーホークスとMLSのシアトルサウンダーズFC、ナショナルウィメンズサッカーリーグのOLレインとXFLのシアトルシードラゴンズが、このLumen Fieldを本拠地として活動している。

またスポーツ以外においても、コンサートなどのイベント会場として使用されることも多く、直近の実績としておよそ年間125件、動員数は約200万人となっている。

兵庫県においては、ヴィッセル神戸のホームであるノエビアスタジアム(神戸市兵庫区)、オリックスバファローズが準本拠地として使用しているほっともっとフィールド神戸(神戸市須磨区)、阪神タイガーズのホームである阪神甲子園球場(西宮市)がその対比として考えられるが、収容人数はそれぞれノエビアスタジアムで28,425名、ほっともっとフィールド神戸で35,000名、甲子園球場で47,400人となっている。対比すると、このLumen Fieldの規模が非常に大きいことが分かる。

2026 FIFA ワールドカップの開催会場の一つとして決定しており、FIFAの基準に適したスタジアムにアップグレードするように求められている(地下への排水システムの導入等)とのこと。



施設内の壁面に、州内全高校のアメリカンフットボールチームのヘルメットを掲げ、また、地元の公立高校の生徒が作成したアート作品を展示するなど、地域とのつながりを意識した取組が行われていた。

(主な質疑)

Q： 駐車場が少ないスタジアムということだが、FIFA ワールドカップ開催では、受け入れのために交通インフラをどのように整備していくのか。

A： ライトレール（電車）を新たに1線整備し、また、フェリーを利用してもらい、港からスタジアムまでは徒歩で来場いただけるよう整備する予定である。

Q： FIFA ワールドカップに向けて、新たにホテルを建設する見込みはあるのか。

A： 2～3軒建てる計画はあるが、基本的には郊外のホテルも活用しながら、既存の施設で対応する予定である。

Q： FIFA ワールドカップの開催にあたっては、反対者もでると思うが、いかがか。

A： 民間資金を活用しながら進めており、驚くほど反対者はいない。今回の計画にあたっては、長年時間を費やして、住民の理解を深めてきた。



【所感、県政への活用に対する考察等】

特筆すべきは、Lumen Field が毎年度黒字運営をできている点である。

一般座席の他、飲食店のテナントや345室ものスイートルームを設置し、その権利を販売することで年間306万ドルもの売り上げを計上している。

同規模の施設を兵庫県下で建設することは現実的ではないが、その経営手法としては学ぶべき点がある。

大阪においても大阪城公園や、天王寺公園をパーク PFI の手法を用いて活性化させた例もあり、既存の施設に限らず、今後の都市開発については民間ノウハウを最大限活用すると共に、Lumen Field のような様々なキャッシュポイント（前述のスイートルームの設置に加え、地元企業であるアマゾンによる無人店舗の導入、地元レストラン出店用のスペースの設置など）を意識した収益構造を参考にした計画を立て、独立採算での黒字経営、雇用の創出、地域の賑わいづくりを目指して進めていく必要があると考える。

（４）マイクロソフト社（AI Co-Innovation Lab）

◆日時：令和5年9月14日（木）10:00～

【調査概要等】

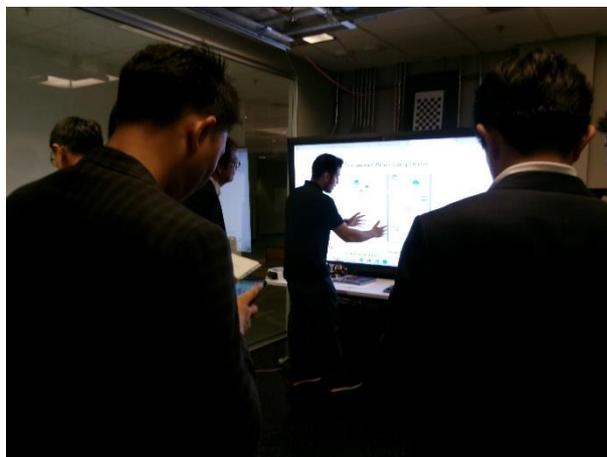
Microsoft AI Co-Innovation Lab は専任のエンジニアチームが国内外の知見を活用し、顧客に技術提供することで、AI や IoT 等のテクノロジーを最大限に実現できるよう支援する施設である。顧客は約1か月間のプロジェクトを通して、これらの技術を活用したビジネス展開が可能となる。この度、世界で5ヶ所目の Lab が兵庫県神戸市に開設されるにあたり、発祥の地であるワシントン州レッドモンドにおける本施設を調査した。

まずは具体的な事例として、ソニー株式会社（ソニーセミコンダクタソリューションズ）との共同研究内容についてヒアリングした。ソニーはAI 処理機能を搭載したイメージセンサーを世界で初めて開発しており、技術展開方法について Lab と思案を重ねた。現在、小売店舗やビル空調メンテナンス等での導入が期待されている。流れとしては、「小売店舗の陳列商品量の過不足」「スペースに存在する人員数」等をイメージセンサーで読み取り、画像データを情報データに変換してクラウド上に送信し、AI に情報解析させる。これにより商品の補充や



空調温度の設定等を、低容量データで最適化させることが可能となる。商品補充をしなかった場合の売上金額のロスや空調設定を変更しなかった場合の CO2 排出量等のデータまで可視化されており、まさに AI や IoT 等のテクノロジーを最大限に活用している事例である。

次に実際の Lab を視察した。ハードウェア、クラウドデータ処理、AI プログラミングといった 3 つの部屋を通じて一連のプロジェクトが行われている。現在は、AI プログラミングが主であり、ハードウェアはほとんど顧客自身に委ねられている様子である。Lab ではより詳細な AI 活用事例について伺うことができた。例えば製品メーカーの工場ラインにおける活用方法である。



まずはラインの作業工程に関する全情報を AI に入力する。加えて、ライン上のエラー情報、さらにはエラーを修復する方法についても入力する。何らかの事情により工場ラインが止まってしまった際、従来であれば熟練者の巧の技術に依存して修復されていた製造工程が、AI 活用により「エラー発生原因の予測」を立てさせることが可能となる。実際、大幅な作業ロス削減につながったという。他にはリモートセンシング技術や文字資料の PDF データ化、作業プロセスの簡易なマニュアル化といった技術についても、AI が有効活用できることが判明した。

最後に Lab のビジネスモデルについてレクチャーを受けた。基本的には前述のとおり「アジュール AI」を用いて顧客の課題を解決するための技術提案を行っている。ステップとしては、「①相談を受ける、②解決すべき課題を話し合う、③技術開発を行う」ことを約 1 ヶ月間で行っている。これまで 800 社以上の顧客課題を解決してきており、日本（兵庫県神戸市）での展開も大変期待されている様子であった。

(主な質疑)

Q： 世界で 5 ヶ所目の Lab 拠点を兵庫県神戸市に置く理由は何か。シンガポールが強いと聞くが。

A： AI ニーズが高い場所として日本は期待されている。

また、アジアの中心地としてビジネス展開しやすいという理由もある。

Q： 中国の上海に拠点を置く理由は何か。AI 開発競争という観点で、大きなライバルにならないのか。

A： ビジネスを進める上で中国モデルは大変刺激になる。こちらも勉強になる。

スピードが速い。また、顧客は中国国内の企業というよりは、むしろ世界展開している企業が多い。

Q： 顧客課題を扱う上で、相当な量の機密情報に触れると考える。取扱方法は
どうしているか。

A： 情報が漏れないように最初に相当量の契約書を作成し、サインし合う。
我々は機密情報には興味はない。保存も一切しない。重要なのは技術活用
であるから。ただ、PR しても良いという企業に関しては、このようなプレゼ
ン時に企業ロゴだけ表示したりする。

Q： 報酬はどうしているのか。プロジェクトあたりいくらくらいなのか。

A： 運営主体により異なるのが実情。基本は無料。アジュール AI の導入促進
を兼ねているため。



【所感、県政への活用に対する考察等】

世界最先端の技術力を誇る Microsoft 本社にて AI、IoT の将来的な展望に触れられたことは、とても意義深いものであった。特に、モノ作りを強みとする日本では今、デジタル技術の導入が大変遅れている。今回調査したテクノロジーを活用することは、生産性の向上という最重要課題を解決する一手となるだろうと確信した。

しかし一方で、Microsoft をはじめとするこのような取組を認識している日本企業はあまり多くない。今一度、自社が抱える課題の言語化と、デジタル化の可能性の有無を思案する企業同士のマッチング等を、行政からも積極的に進めるべきであると感じた。

特に、アジア各国の勢いが増す中でも、神戸市に同 Lab を開設するという状況は、兵庫県や関西にとって追い風である。この好機をいかし、産業労働分野における兵庫県からのバックアップを強化していきたい。

(5) 現地食品市場 (PCC Community Markets (オーガニック食品販売店)、 及びサンタモニカ・ファーマーズマーケット)

◆日 時：令和5年9月14日(木) 11:30～、9月16日(土) 9:30～

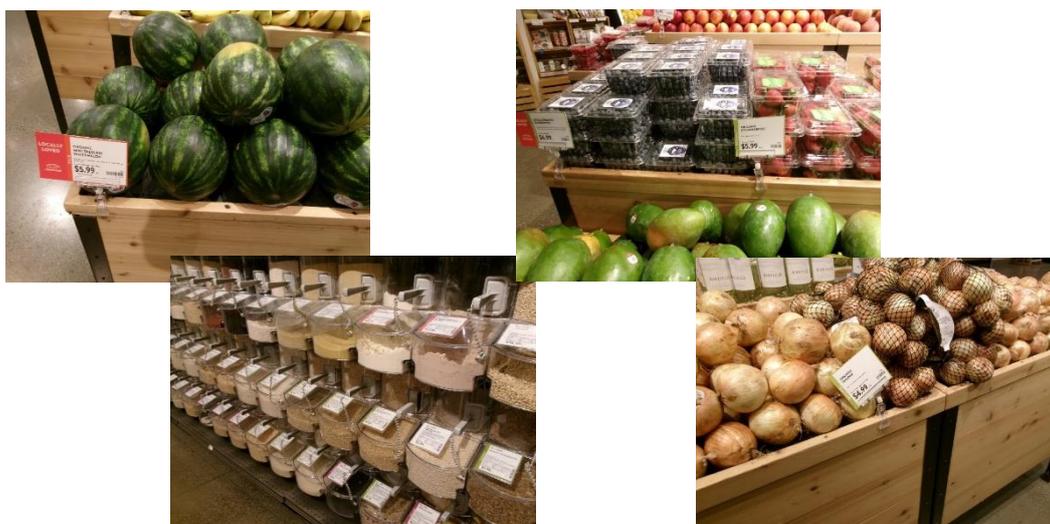
【調査概要等】

日本でも昨今オーガニック食品への関心が、健康やSDGsの観点からも高まっているが、ジェトロの調査によると、米国のオーガニック食品市場は、右肩上がりの状況にあり、特に所得水準の高い地域において消費量が増加しているとのことである。

ワシントン州では、シアトル発祥のオーガニック食品販売店であるPCC Community Marketsを訪問した。PCC Community Marketsは、1953年にシアトルの15の家族による食品共同購入クラブとして創業され、現在では、シアトルを中心に16店舗経営されている。店舗では、野菜、果物、菓子類にいたるまで豊富なオーガニック食品が販売されていた。



米国では、Whole FoodsやTRADER JOE'Sなどの全米チェーンのスーパーマーケットでもオーガニック食品が多数販売されており、日本に比べて消費者とオーガニック食品の距離が近い(身近に手に入れることができる)ことを実感した。



またカリフォルニア州サンタモニカのファーマーズマーケットでは、オーガニック食品等を中心に多様な商品が販売されていたが、特に現地で日本の野菜を作っている日本人農家による店舗もあったことが興味深かった。新鮮な野菜や果物が手に入り、価格もスーパーに比べて安価ということもあり、朝から多くの買い物客で賑わっていた。



【所感、県政への活用に対する考察等】

本県でも、今年度に「有機農業を含む環境創造型農業推進施策検討会」が設置され、有機農産物等の市場の動向分析や、今後の施策について検討されているが、オーガニック食品市場の拡大など世界的な潮流に対応した取組を進めていく必要がある。

（6）ビル&メリンダ・ゲイツ財団ディスカバリー・センター

◆日 時：令和5年9月14日（木）14:00～

【調査概要等】

世界最大規模の慈善のための財団であり、マイクロソフトの創業者であるビル・ゲイツ氏と妻のメリンダ・ゲイツ氏によって2000年に設立された。

財団設立のきっかけは、ビル・ゲイツ氏の父親が海外旅行した際にある新聞記事を目にしたことであり、それは、訪問した国の水道水が衛生的ではない



ため、病気で亡くなる子供たちがいるという内容であったとのこと。

同財団では、病気、健康、環境、ジェンダー等の課題に取り組み、世界の誰もが健康で生産的な生活を送ることができるようにすることを目標とされている。特に、様々な課題がある中、「衛生」が一番重要な課題として位置づけられている。

ディスカバリー・センターでは、これまでの同財団による取組や発明、課題解決に向けたアイデア、また、そのアイデアの共有方法等について紹介されていた。

特に、世界で約 30 億人が衛生的なトイレを使用できない状況にあるということで、財団の取組の中で発明されたトイレについて説明があった。財団では、2018 年に Reinvented Toilet Expo を実施し、新たなトイレの開発に取り組み、この結果、水分と排泄物を分離させ、水分は再利用可能にし、排泄物は、熱を活用しバクテリアを活性化させて、最終的には灰にする仕組みのトイレを開発したとのことであった。

(主な質疑等)

Q： トイレ 1 個あたりの開発・設置費用はいくらか。

A： このトイレは、開発コストは含まず、制作に 1 個あたり約 400 ドルがかかる。

設置にあたっては、支援の一環として財団が設置、あるいは、レンタルで対応している。

Q： そのほか、財団として SDGs の取組には力をいれているのか。

A： 今後は、SDGs に関する展示も実施予定である。



【所感、県政への活用に対する考察等】

ディスカバリー・センターは、社会課題の解決に向けて、これまで同財団が取り組んできた事例を見ながら、アイデアを生み出すプロセスをインタラクティブに学

べる施設であった。

本県でも、世界規模の SDGs 課題解決に挑むスタートアップ等の事業開発・海外展開を支援する「SDGs CHALLENGE」に取り組み、その他にも、新たな課題に挑戦する起業家を育成するためにスタートアップ支援を行っている。本県の課題解決や発展のため、今後も一層、民間のアイデアや活力を活用していく仕組みを形成していくとともに、世界規模の課題に挑戦する県内企業の育成に努めていく必要がある。

(7) ジェトロ・ロサンゼルス事務所（カリフォルニア州での水素に係る取組等）

◆日 時：令和5年9月15日（金）9:30～

【調査概要等】

ジェトロ・ロサンゼルス事務所（ジェトロ LA）より、ロサンゼルス（LA）を中心とするカリフォルニア（CA）州の経済情勢や同事務所による CA 州での水素に係る取組等について説明いただいた。その主な内容は、以下のとおり。

- ・ LA 都市圏は、ニューヨーク都市圏に次ぐ全米2番目の人口を誇るが、生活コストの高騰などにより、2017年をピークに減少傾向にある。LA 都市圏には世界最多 6.5 万人の在留邦人が居住。
- ・ CA 州は、米国、中国、日本、ドイツに次ぐ、世界第5位の経済規模を有し、LA 都市圏はその 1/3 を占める。
- ・ LA 都市圏は、情報産業の割合が高く、LA 国際空港からベニスビーチ、サンタモニカに広がる地域はシリコンビーチと呼ばれ、グーグルなど 500 社以上のテック企業が集積している。
- ・ CA 州には、多数の外国企業が所在し、州内で雇用を創出している。特に日本企業は 3,000 社以上所在し、10 万人以上の雇用を創出しており、企業数や雇用者数では国別で最多。つまり、日本は CA 州における最大の投資国と言える。
- ・ CA 州には、コンテナ取扱量で米国1位のロサンゼルス港、3位のロングビーチ港があり、全米最大の港湾を有している。両港があることから、卸売や小売業、物流関係の日系企業が集積している。
- ・ LA 市の最低賃金は約 17 ドルであり、日本の感覚からすると高いかもしれないが、当地はラーメン一杯が 15～18 ドルしており、日本の最低賃金とラーメンの価格



を考えると、釣り合っており、妥当な金額と捉えられる。

- ・ジェトロ LA では、水素についても着目しており、2021年に当地で設立された「日本水素フォーラム(JH2F) (米国において水素ビジネスを有している日系企業により構成)」の事務所機能を一部担い、支援している。JH2Fは、設立当初は15社であったが、今は29社に拡大している。
- ・またジェトロ LA は、ロサンゼルス港と脱炭素化等に向けての覚書を締結。JH2Fとも連携しながら、ロサンゼルス港とパートナーになり得る日本企業を紹介している。
- ・ジェトロ LA では、農林水産・食品の輸出促進にも力を入れており、今後、日本の地方産品をPRする「常設型アンテナショップ」を開設する予定。試食・試食も実施し、専任販売員がPRして販売する。今は各自治体で取り組んでいるPRが、この施設を通じて一体的にかつ高度に、当地の方に訴求できる。

(主な質疑)

Q： 日本には魅力的な食べ物がたくさんあると思うが、輸出にあたっては、世界に向けてブランディングできていないのでは。

A： 日本の食品輸出は、まず香港やシンガポールに向かい、それはそれでステップとしては良いが、安きに流れる傾向もある。たとえば、米国の白人に売りたいのであれば、パッケージを変える必要があり、生産ラインも整え、それなりの投資判断が必要になると考える。

Q： 常設型アンテナショップについては、中小企業の入口という観点では、まずはバーチャルショップがあってもいいのでは。

A： それもありだと思う。もし兵庫県が常設型アンテナショップに参加する場合は、そのような仕組みも検討し、兵庫県がしたいことを試みてはどうか。

Q： 米国、LA州では水素の普及に向けて取組が進められているとのことだが、日本での普及促進に向けて、何か伝えられることはあるか。

A： まずは産業用の水素ステーションを増やすなど、産業用で普及させていくことが鍵になると思う。一般消費者に浸透するには、少し時間がかかる。JH2Fでは、今はLA港と連携するなど、産業用でスタートしている。

【所感、県政への活用に対する考察等】

本県は、ワシントン州との友好提携60周年記念事業による知事訪米と合わせて、当地でインバウンドプロモーションを実施したが、今回の説明を受けて、ロサンゼルスにおいて実施する狙いは理解することができた。本県の観光や県産食材のプロ

モーションにあたっては、ジェトロ等との関係機関とうまく連携しながら、一過性のイベントとならないように、まずは 2025 年大阪・関西万博を見据えて着実に取組を進めていく必要がある。

最近では国内での販売よりも海外展開により外貨を稼ぐ方が利益率は高いということで、事業者のみならず若年者も海外で勤務するケースが増加している。ロサンゼルス市の最低賃金は 16.78 ドル（約 2,533 円）となっており、日本との賃金格差が大きく出ていることが分かる。このままでは国内産業の衰退や労働者の減少が加速し、日本経済が縮小することにつながるため、国全体での対策と共に、本県においても消費喚起による経済活性化と賃金の底上げを図ることが急務である。

また、本県では、水素社会の実現に向けて、燃料電池自動車の普及促進や水素ステーションの整備・運営支援等を展開し、加えて、播磨臨海地域のカーボンニュートラルポート形成に向けた取組を進めているが、カリフォルニア州における取組も本県と軌を一にするものであり、今後本県がどのように舵を切るべきか、大いに参考になるものとする。

(8) ジャパン・ハウス ロサンゼルス (施設及び県インバウンドプロモーション視察)

◆日 時：令和 5 年 9 月 15 日（金）10:30～

【調査概要等】

ジャパン・ハウスは、日本の魅力を「世界を豊かにする日本」として表現・発信することにより、世界のより多くの人々に対して日本の理解促進を図るための拠点である。現在、ロンドン・ロサンゼルス・サンパウロの 3 都市に開設され、展示スペースや物販・飲食・書籍などの活動を融合させ、日本の強みを幅広い層に対して発信し続けてきた。今回は特にロサンゼルスにおける当施設の取組を調査した。

まずは施設の見学を通してヒアリングを行った。現在ジャパン・ハウスでは入口のすぐ側にて豊岡鞆を中心に兵庫県物産品が展示されている。これは豊岡市が中心となり民間企業を通して当施設に働きかけた成果であるという。買い物は主にインターネット上にて行われることが一般的であるが、衣類や嗜好品等



のブランド物については実物を見て買いたいと考える顧客が多く、このような展示は販売を促す上で効果的であるという。

施設の奥に進むと、「ポケモン×工芸展 - 美とわざの大発見」が展示されていた。これは世界的人気を誇るコンテンツ・ポケモンを日本の優れた工芸で表現する展示会である。九谷焼や有田焼、信楽焼、七宝焼き、江戸小紋、漆塗り等の日本が誇る伝統工芸を用いたポケモンが所狭しと並べられ、世界中から集まった人々を魅了していた。ポケモン工芸品の手前に兵庫県の物産品が展示されていることは、間違いなく効果的であると思われる。



続いて、広大なサロンスペースにて、県の観光戦略に関わるプレゼンテーションが行われた。事務局によるジャパン・ハウスの説明や、総領事による世界情勢の報告（COVID-19等）が進められた後、齋藤元彦知事によるプレゼンテーションがスタートした。2025年大阪・関西万博や2030神戸空港国際化といった流れを踏まえて、神戸ビーフや清酒、鞆、人形浄瑠璃等、数多くの魅力が伝えられた。その後、観光戦略の担当者から、兵庫県の紹介や県内を巡る具体的なプランの提示、「ひょうごフィールドパビリオン」の詳細について説明があった。さらに、今回展示されている豊岡鞆に関する情報・魅力のプレゼンテーションが関係団体の代表者からあった。



総じて、兵庫の魅力を関係者に丁寧に伝えられた機会であった。

(主な質疑)

Q： 今回、豊岡鞆を中心に展示されたきっかけは何か。

A： 基本的には関西広域連合が中心となって動いているが、最終的には自治体 hands をあげたことが大きい。積極的にアピールしたい魅力を、米国での委託販売などの機会を提供するプラットフォームを通じて発信している。

Q： ポケモンである理由は何か。

A： 世界的に人気であるコンテンツであることは言うまでもない。

伝統工芸とコラボしたきっかけは、株式会社ポケモンが石川県金沢市の国立工芸館に直接働きかけたことにある。

Q： 今回のデモンストレーションに参加していただいた顧客はどのような方々か。

A： ロサンゼルスを中心に日本の物品販売を進める関係者に声をかけている。

今回で終わりではなく、彼らを中心にこの輪を広げていきたい。

【所感、県政への活用に対する考察等】

今回の視察により、外務省の取組であるジャパン・ハウスの有用性を肌で実感することができた。ロサンゼルスの観光客は、まず良いものに直接触れてから購入を考えるとというプロセスを経る。これは私達自身も同様であろう。展示場としての物販スペースを確保することは兵庫県（日本）の魅力を発信する上で大変重要であると感じた。一方、兵庫県は有楽町に設置していた物産店を閉鎖した経緯がある。これは予算の関係もあるが、何より顧客の回遊性の配慮不足やマーケティングノウハウ（展示物の陳列方法等）不足等が原因であると思われた。つまり、ジャパン・ハウスのようにしっかりと計画立てられていれば、物産店を設置することも効果的な一手となると実感した。新たな観光戦略として検討に値するものである。

ただし、今後の展開方法については、注意が必要である。ジャパン・ハウスでのPRにより、たとえロサンゼルスの観光客を魅了し、販促につながったとしても、その後の展開につながらなければ多額の予算をかける意味はない。観光や物産にかかる各種関係者との連携が不可欠であり、この繋がりをどれだけ広げられるかが鍵となるだろう。ジャパン・ハウスの関係者はもちろんのこと、兵庫県ワシントン州事務所職員による人脈構築を促していきたい。

(9) ヤエガキ酒造 USA 視察

◆日 時：令和5年9月15日（金）15:30～

【調査概要等】

ヤエガキ・コーポレーション・オブ・USA（ヤエガキ酒造 USA）は、ヤエガキ酒造（姫路市）の海外拠点である。アメリカ産清酒を、在米日本人への販売だけではなくアメリカ人にも拡大していくために、また、姫路で製造している純米大吟醸「無」の全米における販売にも取り組んでいる。

米国では、1987年にビルの一室、小規模タンク（180 ガロン）で生産を開始。2004年には、現工場にて4,300 ガロン（約 25 倍）のタンクによる生産へ移行した。

純米酒、生酒、にごり酒を、食用米であるカルローズ（カルフォルニア米）を酒米として精米し使用。生産量は非公表である。酒以外は、味りん、料理酒も生産している。従業員は15名程度であり、生産現場では、勤勉なラテン系（メキシコ）人が主に携わっている。就業時間は、暑さ対策もあり、7:00～

15:00 としており、日本と比較すると、当地特有の勤務形態となっている。工場は自動化を図っており、梱包はロボットを利用し、効率化を図っている。



(主な質疑)

Q： 米国内での主要販売先は。

A： 日本料理店、レストランを中心に日系スーパーでアジア系（日本人、日系人、中国人、韓国人）人口の多い地域で需要が多い。

Q： コロナ禍での影響は。

A： 売上がほぼゼロになったが、2021年から再スタートし、現在は日本食レストラン中心に需要が高まり、生産に追われている。

Q： 品質のチェックは。

A： 日本の工場（姫路市）の杜氏が監修している。

Q： 吟醸酒は当地では生産していないのか。

A： 生産していない。輸入も並行して行い需要に対応している。

【所感、県政への活用に対する考察等】

兵庫県には日本酒の製造に取り組む伝統的な酒蔵が数多くあり、本県では、観光PRと共に「兵庫の日本酒」をアピールしているが、米国で日本酒の生産・販売に取り組んでいるヤエガキ酒造の話はあまり耳にすることがなく、連携が図れていないのではと感じた。

本県では、日本酒の現地生産のメリットやデメリットなどを把握・分析し、米国における「兵庫の日本酒」の需要開拓・拡大につなげるとともに、米国に生産拠点を持つ他の企業や進出を考えている企業の状況なども把握して、本県企業の海外展開も施策として引き続き支援していく必要がある。

日本酒は日本の伝統的な産業であるが、ヤエガキ酒造 USA では、酒造りも現地の習慣、現地の味に合わせながら、工夫されていた。現地で日本酒がもっと広まれば、日本で生産されているお酒を飲みたい、実際に日本の酒蔵に行ってみたいという販路拡大や観光への呼び水にもなると考えられるため、今後の同社の取組・展開に期待したい。