

平成24年度 第3回高知県産業振興計画フォローアップ委員会 議事概要

◇日時：平成25年3月29日（金）13:00～15:30

◇場所：高知サンライズホテル「向陽」

◇出席：委員25名中、18名（うち代理2名）が出席

◇議事：（1）第2期高知県産業振興計画ver.2（案）について

- ①平成25年度 県予算を踏まえた重点項目（産業成長戦略）について
- ②地域アクションプランの進捗状況とプランの追加・削除項目について
- ③各産業分野の4年後、10年後の目標について
- ④計画の基本方向への追加等について

（2）平成25年度のフォローアップ体制及びスケジュールについて（案）

1 開会

2 委員紹介

3 知事あいさつ

今日は大変ご多忙の中、この第3回のフォローアップ委員会にご出席を賜り、心から御礼を申し上げます。前回新しい第2期産業振興計画 ver.2の案についていろいろとご審議をいただいたところでしたが、あその後、予算編成を完了させ、そして議会審議を経て、さらに精緻な形でこの第2期産業振興計画 ver.2（案）の検討を重ねてまいりました。

今回5つの改定のポイントとして掲げているものは、お手元に参考2としてお配りをさせていただいておりますが、第2期産業振興計画でさらに強化をしようと考えている点でございます。第1が移住促進策の抜本強化であり、これは人口減少に対応するため、また若い人たちの職を生み出していくためにも、この移住促進策を進めていこうというものであり、そして第2が第一次産業関連施策の強化とともに地産外商のネクストステージとして、地産外商公社において成約件数が一定稼げるようになってきましたので、この時期を捉えて、もう一段取り組みのパワーアップをしていきたいと考えているものです。

そして、力強く雇用を生み出していくためにも、ものづくり産業の体質強化のための取り組みを強化、そしてまた観光振興の取り組みを図って何とか400万人観光を早く達成していきたいと思っております。そして引き続き、産業人材の育成のための学びの機会をたくさん創出するという取り組みも行おうとしているところでございます。

これら5つの改定のポイントに従いまして、この第2期産業振興計画 ver.2として取りまとめさせていただき、4月1日から全速力で実行させていただきたいと考えておるところでございます。

今日このフォローアップ委員会で皆様方からぜひ闊達なご議論を賜りまして、最終形としてまとめさせていただきたいと考えております。

今日は少しスケジュールの都合上2時間半という、普段より少し短い時間でございますけれども、どうぞよろしく願いいたします。

4 議事

議事（1）～（2）について、県から説明し、意見交換を行った（主な意見は以下のとおり。）議事については、すべて了承された。

（1）第2期高知県産業振興計画 ver.2（案）について

①平成25年度県予算を踏まえた重点項目（産業成長戦略）について

《【資料1】について、産業振興推進部長及び商工労働部長から説明》

※意見交換概要（以下、意見交換部分は常体で記載）

（A 委員）

移住促進についてだが、正直に言って、非常に素晴らしい出来だと思う。どういうことかと言うと、ステージアップとして5つのステップを踏まえてやっていくという考え方、マーケティングや消費者行動など基本的な理論に沿った形で、それを緻密に仕上げているという点で非常に素晴らしい。実際にお客さんに認知してもらって、関心を持ってもらって、そして評価してもらって、試してもらって、そして最後意思決定するという、そういうステップに対して、具体的にどう対応していくかが記述されていて非常に素晴らしいなと思った。

ただ、もうちょっと考えないといけないかなと思うのは、今、実はネットで移住を検索すると、いろんな県がばらばらと出てくる。つまり各県が人を誘致しようとしているので、ある意味でパイの取り合いというような形になってきているということ。そういう状況の中で、『顧客が誰か』ということと『競争相手は誰か』ということについて、もう少し議論が要ると思う。例えば移住で一番よく聞くのが沖縄かもしれないが、沖縄へ行きたい、あるいは移住したい・移住したという人のパーソナリティと、北海道へ移住したい・移住した人とは、随分違うような気がしている。そういう意味で、高知の競合はどこかということ、おそらく沖縄のようなイメージ、暖かさとか食の豊かさとか色々あると思う。その競合について分析しながら議論して、それに対して差別化をどうしていくか、という議論があった方がいいと思う。それから、対象となるお客さん自身もどの辺の地域の人を想定しているか、どのぐらいの年齢層なのか、具体的な焦点を当てた形での戦略があって、おそらくあまり限定しすぎるとまずいとは思いますが、かなり広範囲にやりながらも特にどこに注力していくかということについて、想定しているものがよかった方がいいという気がした。

もう1つ、これは今議論すべきことかどうか分からないが、外国人に来てもらうということに対して何か基本的な考え方を持った方がいいのか、持たない方がいいか。例えば日本人がオーストラリアやスペインへ結構移住しているが、逆のケースで、アジアからの外国人を受け入れるというようなことも、ひょっとしたらかなり長期的に考えたときには議論していく必要があって、そのための何か布石を打っていくということも必要ではないかと感じた。

（尾崎知事）

ご指摘の通り。すべての政策がそうだが、やっていく過程でもっと知見が得られると思うので検討を深めたいと思う。今のところどうしているか、全体的な考え方について少し話をさせていただく。

我々も、競合がたくさんいるということを強く意識をして取り組みを進めなければならないと思っている。簡単には他県でまねができないことは何なのかということ、それは例えばこの産業振興計画という政策群、それから日本一の健康長寿県構想という政策群、あったかふれあいセンターや集落活動センターなどで代表されるような中山間対策の政策群など、こういう政策群というのは決してほかの県がすぐまねしようと思ってもできることじゃないだろうと思っている。「幸せ移住パッケージ」から「志（こころざし）移住」、それをつなげていくとき、その移住促進策と、私たちがやっている5つの基本政策プラス中山間対策とをきっちりとリンクさせる形で取り組みを進めていくことで、ほかの県ではそう簡単にできない、例えば移住のための支援策、農業者の支援策等を提示できるようにしていきたい。3ページをご覧いただきたいが、右側のロゴに高知県の基本政策と書いて、産業振興計画、中山間対策、インフラ充実などいろいろ書いているのが、これが先ほど申し上げたことをイメージしたロゴにしている。一言で言うと、高知県の各政策群に基づく取り組みであるが故に他県にそう簡単に追随されないものでやりたいということ。

おそらく移住・交流コンシェルジュみたいな取り組みもほかの県もすぐまねすると思う。「幸せ移住パッケージ」みたいな取り組みも、多分やり始めたらすぐまねをされると思う。但し、「幸せ移住パッケージ」で提示できる農業者の就農支援のための仕組み、これ補助金だけじゃなくて実際に育ててくれる人が要るので、そう簡単にはまねができないはず。そこをうまく活かしたいと思っている。

ただ、やっていく中で他県からもいろいろ鍛えられることになろうかと思う、その中で、より優位性を高

めるためにどうあるべきか、この1年を通じてさらに進化をさせられればと思っている。

ターゲットについては、高知県からかつて出ていかれた方々がやっぱり一番メインのターゲットになっていくだろうと思っている。また、今度上映が始まる「県庁おもてなし課」が出ることで、田舎にこそ光があるというイメージが世の中にいろいろ出てくれるんじゃないか。そういうことに共感してくれる層というのが我々にとっては非常に有望なターゲットになっていくだろうと思っている。

あと、年齢層的にいくと、実は高知への移住が多い30代の皆さんにも来てもらいたいし、もう1つ明確にイメージできるのは60歳～65歳ぐらいで都会をリタイアした人、高知に来たら中山間ではもう1回若者になれるので、もう1回若者やりませんかと言って中山間に呼んでくる、なんてのも面白いと思う。

外国人については、今のところ日本人を想定しているところである。

(B 委員)

関連した話だが、先ほどA委員がおっしゃられたように他県との差をつけるという意味で、すごくあったらいいなと思うことについてだが、オリンピックの誘致と一緒に、県民の何%が来てほしいと思っているということを何かの形で県民活動としてできないかというご提言したい。それが一番移住してくる人たちの不安を取り除くものとなる。そういうものがあって、ビデオでも何でも「来てね、今の県民が、来てくれても支えますよ」、元々そういう県民性ですということをしっかり打ち出していくことが、まずはその実績を上げながら進めていく話だと思う。何かの数字を取ればいいと思うのが、何か県の施策でやっているってだけで、やはり惹かれないと思う。

(尾崎知事)

要するに、ウェルカムなんだよというイメージが伝わるようにすべきという点、グッドアイデアだと思うのでその通りにさせていただきたい。中山間地域だけだが、中山間地域は意外に閉鎖的で、外から人を受け入れたくないのではないかと懸念があったが、集落調査の中で、外から人を受け入れたいという回答が7割位あった。そういうことも参考になると思うので、色々魅力的なものを作るべく、ちゃんと整理して使えるデータになるように、いろいろ検討してみる。

(C 委員)

移住促進について3点、地産外商について1点申し上げたい。

第1点は、ステージアップをいかに進めるのかということ。今回の資料は、2月に配付された資料に比べ非常に議論が深く積み上げられていると思っている。その中で、ウェブからの片方向の情報発信に終始しているステージ1・2と、対面でのやりとりの中で仕上げしていくステップ3以降というのは、2から3に行く時が、ある意味命がけの飛躍が必要になってくる。それに対する対策として、とりあえず思いつきを2つ申し上げる。1つはウェブの構築あるいはサイト閲覧者の要因分析が重要だが、ITコンサルは正直玉石混交、千差万別なので、予算の制約はあろうかと思うがなるべく金に糸目はつけずしっかりやった方が、結局見ただけで終わるということにならないで済むのではないかと思う。もう1つが、いわゆる高知ファンという母集団の中から、県産品の購買者や観光客がおり、それで移住につなげるとの位置づけされ、非常にいい考え方だと思うが、当然左から右に行くにつれて母集団の部分集合が小さくなっていくという形になると思う。したがって、観光振興と絡めて移住をどう進めていくかということで、何で移住をしたいかという要は高知に住んでいる人が幸せに暮らしている、高知に移住した人が楽しいということがあって、初めて移住してみようかなという気が起こるということであるならば、いわゆる体験型観光の着手型商品をつくる際にさり気なく高知の人が幸せであると、移住してきた人が楽しくこういう活動をしているのを見せるような商品をつくっていくということが、このステージアップにつながるんじゃないかと思う。

2つ目だが、ステージ3以降で、コンシェルジュと専門相談員と地域移住サポーターの役割分担が整理されている。これについて、若干我々金融機関のあり方に絡めて申し上げる、金融機関の組織の立て付けでフロント、ミドル、バックという考え方がある。フロントというのは、お得意様や新規のお客様の相手をする

ところ、ミドルというのは金融商品やサービスを考えて提供するところ、バックというのはそれを支えるITや契約といった関係をやっていくところである。この場合コンシェルジュがフロント、専門相談員がミドルに当たる形だと思うが、そうするとフロントは幅広く、ミドルは深くというのがあるべき姿となる。コンシェルジュの方というのは専門相談員が提供できるものを幅広く知っていて、最初にアクセスしてきたその人たちに適切なものを伝えられる。専門相談員につなぐときに単に専門相談員がいる部署につなぐということではなくて、Aさんという移住を考えている人をB相談員につなげるのが一番いいんだと、そこまで面倒見られるような体制づくり、役割分担と人材育成をやっていかなないと、ここがうまく回っていかないと思う。

最後に、移住促進に関する最後の論点は、移住の効果を施策にフィードバックしていくということである。産振の目標として人口の社会減を減らすということがございますので、そういう中ではとにかく何でもいいから来てほしいというのがあると思うが、そのうえでやはり500組を達成していく中で担い手に来てもらいたいのか、金使ってくれる人に来てもらいたいのか、若い人に来てもらいたいのか、お年寄りに来てほしいのか、ひょっとしたら子ども産んでくれそうな女性に来てほしいのか、そういう点を少しずつ整理していく中で、今はパッケージも色々用意しようという形になっているかと思うが、少しずつその中で、高知県にとってどういう移住がいいのかということを取り組みの濃淡をつけていくことが必要になってくると思う。

次に、地産外商に関して一言申し上げる。第1期から今まで地産外商については赫々たる成果を上げてきているし、今後についても様々な情報のデータ整理や人員の強化ということで非常に効果は出てくるんだと思う。ただ、やはり高知県が人口減少県であるということ踏まえると、見えてきた課題の一番上、商品のところのニーズに対応できる商品がないということが常に制約になっている感じがする。したがって地産外商、これはどちらかというと商工の方だが、農林水産との協働によって生産者、担い手に対する働きかけ、外商活動のフィードバックを常に生産者の方に持って行って、あるものを売るステージから売れるものをみんなで作るステージに早く移行していくということが必要だろうと。そのため、せつかく色々データ整理したものをどう生産者に伝えていくのかの仕組みについて工夫をすれば、もっと良いものになると思う。

(尾崎知事)

おっしゃる通りだと思うので、ぜひそのようにさせていただきたい。

一点、ご提案の2点目と3点目にちょっと絡む話だが、移住の図にあるように、最初広くてだんだんと深くすり鉢状になっている。とにかくこの段階での目標は、この移住・交流コンシェルジュとコンタクトしてもらうこと。今度は移住・交流コンシェルジュにコンタクトをした後は、マンパワーで寄り添っていくことで移住の成約率につなげていくが、もう1つ工夫している点は、移住・交流コンシェルジュにつないだ後で、できるだけ色々な可能性で何らかの形でかわりを持ってもらうように1つ工夫をしたつもりである。こういう多様な選択肢を提示できるようにし、これを移住・交流コンシェルジュから専門相談員、地域の移住サポーターにつないでいく。さっき言われたとおり、コンシェルジュがうまく地域移住サポーターや専門相談員の皆さんにバトンタッチできるというのは非常に重要だと思うので、フロント・ミドルの関係をしっかり構築できるように取り組み進めたい。

移住・交流コンシェルジュは3年ぐらい経験を持っている人を雇っているが、増員する。例えば大豊町さんは移住促進についてもすごいノウハウをお持ちだが、市町村によっては、これから始められるところもあるので、そういうところと専門相談員とコンシェルジュとの関係の構築にぜひ努めたいと思う。

それともう1つ、移住の効果を施策につなげる点をご指摘の通りだと思う。さっき「志移住」の話をしたが、例えば一番下、“その4”地域医療を支えると書いている。日本一の健康長寿県構想の中で医師の確保、なかんずく中山間地域での医師の確保というのが一番大きな課題になっているので、その各施策にとって一番の課題となる部分の人の確保について強調して移住を呼び込みたい。来てくれるだけで経済効果あると思うが、併せて来てもらいたい人に特に強くアプローチするような取り組みをぜひやっていきたい。

来てもらいたい人向けの施策が多くなっているので、こういうことを通じて、志ある、我々にとって来てもらいたい人をできるだけ呼んでくるようにしたいと思う。ただ正直、やってみないと分からないところがあると思っているので、1年を通じてよく分析して、いいITコンサルさんも来てもらって、なおしっかり

検証していきたいと思う。

あと地産外商の話、指摘いただいたのはものすごく本質的な点だと思っている。ニーズに対応できる商品が少ないと書かせていただいているが、実はもう1歩踏み込んで言うと、去年から今年にかけて、去年スターとなってもものすごく売れている商品も、やはり時間が経過すると、スターだった商品自体の売上げがだんだんと落ちてきている。商品にライフサイクルがあるというのがその通りだなと思ったが、やはり次から次へと新しいスターを発掘もしくは作っていき、それを上手くプロモーションしていくことが大事だと思う。

先ほど言われたフィードバックの取り組みを、大分やってきてはいるが、さらに商品開発に繋げていきたいと思う。非常に重要な点として、新規発掘のための施策をもう一段考えないといけないと思っており、検討を始めているが、また次の時にでも、もう一段考え説明させていただければと思っている。

(D 委員)

コールセンター誘致という分野で一つ提言させていただきたい。仕事の関係上コールセンターについて課題を持っている企業のニーズというのは、どちらかというインバウンドと言われるクレームを受ける方よりも、アウトバウンドコールである。こっちからアポを取りに行く等のテレフォニーについてのニーズの方が高い。だから、完全にインバウンドの方は世の中的には落ち着いてきて、そのコールセンターを新たにつくろうとしても、まさにコールセンターをやっている会社しか来てくれないという仮説を自分は持っている。

今は人に対する助成金というところが主な施策になっているが、高知のコールセンターは、アウトバウンドコールのソフト付きの施設にする等、大きな投資が必ず必要なわけではなく、今クラウド時代で、利用料を払えばいいような契約で、そういうものが使えたりするような時代になっている。他県もコールセンター誘致をしており、むしろ高知県は遅れていたと思うが、それを一気にひっくり返すのであればソフト面の整備に対する助成をやった方が勝てるのではないかというご提言。

もう1つは工場誘致の件で、これは事前にご説明を聞いたときに、どういう産業を誘致されるつもりかお聞きしたら、食品など県産品とコラボができるようなところが中心になるだろうとのことで、その時にぜひ視野の中に入れていただきたいのが、多分お気づきだと思うが、これも実はソフト面。工場を出すときに一番気になるのが電気代と水道代なので、土地があるというよりも、井戸で無料の水がどんどん湧き上がるとか、電気については安い電力が使えるとか、安くしろというのではなく、ソフト面の照明等そういうところに気が回っている工場誘致地なんだという価値を出してやるべきだと思う。

それからもう1つが、観光のおもてなしで、今からお示しするようなものをぜひ県として教育も含めて使ってほしい。何かというと翻訳ソフト。翻訳ソフトというと文章だと思うが、音声認識が超発達してきていて、音声で同時翻訳ができる。高知へ来た外国人の方がうろうろしていたりすると、これにしゃべりかけてくれれば何を言っているかが分かる。しかもフリーのソフトなので、徹底的に県として駆使していくような施策をとっていただきたい。そうすると、何人が来ようが実は恐くなくなる。説明する側が、言っていることが分かるというのは、こういう技術でカバーできる時代になっているというのをどんどん推進してほしい。

(広田企業立地推進監)

電気料につきましては他県で一生懸命やっている所があるが、これは原発が立地している県・地域であり、それ以外で電気料を削減するといった制度については、存じていない。それと水だが、我が県の宿命というか、夏はすごく降水量があるが山からいきなり海に行くということもあります。地下水が豊富にある名古屋地域や富山・石川では、地下水が溢れるほど出てくる。高知県の場合はその地下水は非常に不足している。

(尾崎知事)

水・電気になるかどうかは条件からして少し厳しいが、金額競争だけではなく、この分野ではやってないなというところをやったらどうかという点、ちょっと研究をさせてほしい。

(E 委員)

移住については、かなりきめ細やかな分析になってきているので、次のアクションでさらに固めていくような方向でよいのではないかと思う。その中で、外商に関して、成約に行くまでのアフターフォロー・フォローアップが少し足りないという話があった。これはいずれも皆さん展示会に出た後に、こういったことで取りこぼしが多いというのは一般的に言われるところです。高知の場合は小ロットで中小の企業、生産者が、非常に頑張っている、こういう中にスターがでてくる。でてきても、スターの足を引っ張る要素というのは必ず一般的にある。寿命を短くしてしまう要素は何かというと、小ロット展開のときに、先方から見積もりの依頼があった時にアクションが遅かったり、今スピードの時代なので24時間以内に見積もりが出ないとか、アクションがない、サンプルが来ない、できなくてもいいが返答がない等である。この小ロット戦略でいくのであれば、もうちょっと連合して考えて、例えばコンテナの共同利用とか、トラック便や空便を含めて往路復路でチャーターレシエアするとか、今色々ところで工夫されている。1企業が全部を見てといっても非常に厳しいコスト競争の中で、こういったものもかなり色々な努力をして数字が上がってきているので、個別の案件の中から、共通項の悩みをフォローアップすることも、次のアクションの中で具体的にされていくと、このスターの寿命も長くなりますし、粘ってスターの位置にいるといつの間にか定番にもなるので、ぜひお願いしたいと思う。

それから、色々なデータがあると思うが、おいしい食、食べ物の多い県3年連続日本一はやはりすごいことだと思う。それともう1つは、こちらにたびたび伺っていつもびっくりするのは、高知の人はとにかくすごく自慢する。高知の食べ物やお酒とか、とにかく地元で愛されているメイドイン高知っていうのは、これは何かデータ取らなくても多分100%高知の人は全部日本一だと思っている。それを併せると、とにかくこれからいろんなブランディングのキャッチフレーズとか考えていく中で明らかなのは、とにかく一番は高知というのが両方に見えてくる。移住する人が何を求めているかということ、地域の人が地域に誇りを持っているということだと思う。何か来てもらいたいけど何もありませんとか、つまらないですよというんじゃないで、うちは一番いいので、ひょっとすると来なくてもいいですよって言われると、それちょっと極端ですけど行きたくなる。とにかく一番は高知っていうのが何か移住者の心をくすぐるんじゃないかな。

(中澤産業振興推進部長)

ご指摘のあった悩みの共通項というのは実際かなり出てきており、それを抽出する形で連合を組んで1つにできないかという取り組みもこれから続けていきたい。物流の話だけではなく、色々あるかと思う。

(尾崎知事)

参考にしたい。ちなみに3年連続日本一だが、もっとすごいんです。過去6年間で3位以下になったことがないんです。1位・2位・2位・1位・1位・1位です。

(F委員)

非常にいい取り組みをされていると感心して資料を拝見していた。意見というより情報提供だが、他県で社長さんのお話を伺うと、工業団地はどうしても分譲が多いので、もしできるのであれば賃貸の方が企業としては決断しやすい。企業の財務の関係で、賃貸であればコストで毎年落とせるか、分譲を買おうとなると資金を用意して資産に計上して固定資産税も場合によっては払うということになるので、リースの方が決断はしやすいということをおっしゃっていた。

それから移住の方のサイトの関係は、非常によく作られていると拝見した。実は我々も「四国は紙国」というサイトを作っていて、今週から運営を開始した。四国4県の紙産業の方に参加いただいて、一種のマッチングみたいなサイトになっています。ここも結局色々な技術的な悩み、こんな紙が作れるのかとかそんなふうなものも含めて受け付けるサイトになっていて、喧々諤々の議論があったようだが、質問に対しては24時間以内に回答をする、少なくとも、受け付けましたとか、どこかの専門家に話を回していますとか、そんなアクションをするということで作っている。そんな風な所はやはり重要なのかなと思って聞いていた。

それから最近ツイッターを活用される方が多いので、もう1つ「四国IT農援隊」というサイトが昨日か

ら見られるようになった。これは4県それぞれ代表のIT企業さんが共同でサイトを作り、ITを使った農業を推進するためのサイト。この中にもツイッター的なものが組み込まれていて、県ごとに、例えば高知県なら高知県の中の営農者がツイッターで意見交換ができるというような仕組みも入っているし、それからコストの部分と収益の部分がきちんと把握できるようなものを組み込んでいる。例えばこの商品は赤字だったとか、ここで作ったのはうまく育っていないとか、そんなふうなものも含めてITを使って営農管理をするというようなのが始まった。この中にも営農希望者への研修等を実施するようなので、ぜひそういうところにも場合によっては活用していただければと思う。

②地域アクションプランの進捗状況とプランの追加・削除項目について

《【資料2】について、産業振興推進部長から説明》

(G 委員)

嶺北地域全域のところ、県外都市部の大学との連携という項目があるが、県内大学と連携したうえで、県外都市部の大学との連携ということだろうか。

高知大学の地域連携センターなどもあるので、そういった所と県外の大学と一緒に議論を進めていくと、より良いものができるのではないかなと思う。

(久武嶺北地域産業振興監)

高知県内の大学とも連携しているが、嶺北地域は担い手が少ないので、県外の大学生に来ていただき、一緒に商品開発したり、彼らの人脈を使ってその大学を中心に、嶺北地域の特産物それから観光・体験型事業のPRをしていただいたり、学校と連携をして商品売っていくという趣旨で、県外大学と連携を進めている。

県内の大学との連携については、今後、話をさせていただきながら、県内は県内でまた交流をさせていただき、お知恵をいただきたいというふうに考えている。

(H 委員)

安芸地域のシラスの加工設備について、加工設備がない故に漁獲が制限されていたものが、こういった立派な設備ができることによって生産が拡大してきた。当然それに対しては経済効果が認められるし、新たな雇用も創出している。併せて、地域の特産物、例えばトマトを販売したりお菓子なども売ったりしており、そういった意味で、シラスの加工設備だけではなくて、そういう地域の特産物を販売することで、一定の経済効果もかなり出ているのではないかと感じた。

それと何より私が感じたのは、地域の方々がそういった設備ができたことを非常に歓迎していること。そういったことがやはり一番大きいのではないかな。地域でああいったものが成功事例として幾つか出てくると、地域が元気になる。

③各産業分野の4年後、10年後の目標について

④計画の基本方向への追加等について

《【資料3】【資料4】について、産業振興推進部長から説明》

(I 委員)

Ver. 2のこの事柄については特に違和感はないが、少し産振計画の取り組みでちょっと弱いなと思っている点について一言だけ申し上げると、人口減少が激しくなっていく一方で、「地産外商により、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県」10年後の成功イメージを達成していくためには、もう少し労働の供給側の問題について産業振興計画の中で取り上げていくべきじゃないかなと思う。特に女性や高齢者の働きやすい環境をいかにサポートしていくかといった点を中心に。もちろんそれぞれ個々の労働行政の施策の中

ではあると思うが、そこをもう少し産振計画の中で真正面から取り上げていくべきじゃないかなと。もちろん産業・仕事を作らないといけないんで、それをこういう色々な取り組みをやっていくことによって作っていくということだが、やはり供給側の問題も大事だと思っている。

土佐経済同友会で取った幸福度のアンケートで、7割の人が高知で暮らして幸せだというふうに答えているが、高知で暮らして実は幸せじゃないと感じている人もいる。回答結果を見ると、意外だったのは「仕事についての誇りを持ってない」、あるいは「働く環境に対しての満足度が低い」といった点がすごく特徴的だった。やはり働く環境の整備というのは、特に社会減を減らしていくということに関しては非常に大事な点じゃないかなというふうにも改めて思ったので、ver. 2、それ以降ということも含めて、ぜひ労働供給側の問題についての施策についても色々ご検討いただければと思っている。

(尾崎知事)

検討をさせていただきたいと思う。

(J 委員)

資料3に農業産出額の統計データがあるが、前政権の事務事業見直しの中で、各地方にあった農政事務所が廃止をされたこともあって、特に各市別の農業産出額のデータ等が非常に取りにくくなっており、高知市の農業の産出額をはじくときにデータが足りない状況。農政事務所の廃止の時に少し問題になったが、ではそれを県がカバーできるかというのもあるが、マンパワー要る。課題になっているので、調べていただきたい。

(受田委員長)

移住の年間数値目標数を500組以上としているのが、よく移住を言うときに定着率という言い方がある。移住した方が3年以内でどういう動向を示しているかという定義になるんだろうと思うが、おそらく平均的には3分の1ぐらいという数字があるんじゃないかと思う。今回のこの数値目標の説明では、この定着率のことが全然触れられていないが、その点を踏まえて、数値目標の500組は、もう少し踏み込んで言うという定義でカウントしていこうとしているのか。

(中澤産業振興推進部長)

先ほどの定着率の話も、今後捕捉していかなければいけないことだが、そもそも移住は、統計上の定義というのが無い。移住には当然Uターン・Iターン・Jターンがある。それをどういった形で把握をしていかと並行して定義のことも、これからやっていかなければならない問題。1つには市町村の各窓口を整備していただくお願いをしているので、その窓口を通じて捕捉をしていただくことを各市町村の皆様と協議させていただいている。その延長で、定着率に関しても、補足する手法というのは今無いので、市町村の相談窓口、専門の担当の方あるいは地域のNPOといった方々のご協力をいただきたいと思っている。もちろん定着率を高めていくというのがまず大事だが、移住し定住していくステップの後で、定住いただいた後の補足ということネットワークを通じてやっていきたいと思っている。

(2) 平成25年度フォローアップ体制及びスケジュールについて(案)

《【資料5】【資料6】について、事務局から説明》

※特段の意見なし