

平成 25 年度 第 2 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26年1月27日（月）13:30～16:30

◇場所：高知サンライズホテル「向陽」

◇出席：委員25名中、18名が出席

◇議事

- (1) 高知県経済等の動向について
- (2) 産業成長戦略の平成 25 年度の進捗状況等について
- (3) 産業成長戦略の平成 26 年度の改定のポイントについて
- (4) 第 2 期産業振興計画 ver. 3 改定のポイント（全体まとめ）について
- (5) その他

1 開会

2 委員紹介

3 知事あいさつ

大変ご多忙の中、ご出席を賜りまして、誠にありがとうございます。

この第2回のフォローアップ委員会は、毎年度、計画の改定案をご審議いただいております。産業振興計画は、実行していく中で、さらに良い点は伸ばし、そしてまた改善すべき点は改善をするという形で毎年度バージョンアップを重ねており、本年度も約3カ月に渡り、庁内で議論してまいりました。この間、専門部会をはじめ、いろいろな方々にお知恵を賜ってきましたこと、この場をお借りしてお礼申し上げます。

今、全国的に景気が非常に良くなっていると言われております。本県でも有効求人倍率は過去最高の 0.77 という状況になっております。嬉しい数字でもありますが、他方で史上最高でも 0.77 に過ぎません。むしろそちらに着目して、力をもっと入れていかなければならないと思っております。この全国的な景気の伸びを県経済にも結び付けていきたい、そういう思いで平成 26 年度の産業振興計画は、従前に比べましてもやや骨太な形で改定をしてみたいと思っております。

特に2点について、今回の改定では力を入れたところであります。1点目はそれぞれの施策が、より大きな、より実効性のある、経済全体にインパクトをもたらすであろう、そういう施策をできるだけ選びとって改定するものであります。産業振興計画を進めてきたこれまで5年間の積み重ねの結果、準備段階であったものが、いよいよ本格稼働できるようになり、より高いところから仕事ができるようになったと考えております。第1次産業の各部門、観光、商工、そして全体を連携させていく取り組みを、従前よりもパワーアップさせて盛り込み、来年度は進めていきたいと思っております。

そして、2点目は、施策間の連携をより徹底をするということであり、各分野におきます施策間の連携について、施策の抜けや欠けなどはないのかなど、そういう点も改めて確認し、1つ1つ補って、1つ打った施策が次から次へとつながっていくように、施策の組み直しも行いました。また、「高知家」のプロモーションのもとで、施策群同士の連携というのを徹底していこうと思っております。

例えば、「高知家」の食卓観光キャンペーンをしていくことで、「高知家」を観光の面でも打ち出していきますと共に、食卓という形で食を売ることによりまして、観光振興を通じまして物販の地産外商にもつながっていくように仕込んでいきたいと思っております。そうすることで両者の相乗効果で「高知家」の知名度をさらに上げることが、全体を下支えしていく移住促進にもプラスの影響を及ぼすという形へ大きく仕込んでいきたいと考えているところです。

そういうことで、今日は改定案につきまして、皆様方からいろいろな視点からご議論を賜りたいと思っております。3時間の長丁場ですけれども、説明する事項が大変多くなってはおりますが、できるだけ効果的に効率的にご説明をさせていただきますので、ご審議を賜りたいと思っております。

4 議事

議事(1)～(4)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) 高知県経済等の動向について

《【資料1】について、産業振興推進部長から説明》

※意見交換概要(以下、意見交換部分は常体で記載)

(A委員)

全国的なこの1年ちょっとの景気回復が、ようやく高知県にも及んできており、昨年後半から景気が持ち直している。中身を見ると、建設事業や自動車生産・販売が好調で、高知県でも、長年の経験で技術を磨いてきた建設機械メーカー、建設資材メーカー、あるいは自動車部品メーカーといったところがその得意分野を生かして業況を上げている。さらに県内にも多くの建設事業が出てきており、また、観光の持ち直しや、県内の食品加工業の売上の増加が見られるなど、少し裾野が広がってきた感じがある。ぜひこの機会を捉えてもう一段ステップアップできればと思う。

(2) 産業成長戦略の平成25年度の進捗状況等について

(3) 産業成長戦略の平成26年度の改定のポイントについて

《【資料2、資料3、資料4】を各専門部会長、各部長から説明》

(B委員)

前回会議でアクションプランの究極のアウトカム目標は県民の所得の安定向上であるということ、知事が言われたと記憶している。まさに同感である。このアウトカム目標を考えた時に、第一に挙げられるべきはやはり第1次産業の振興である。中でも農業は全ての市町村の基幹産業であるので、極めて関心が高いところ。そういう視点で農業振興部長の説明を聞いたが、まさに「我が意を得たり」という思いであり、生産者の足腰を強めていくという理念が1本しっかり通っていると思う。

中でも、今回新たに加わっている「次世代施設園芸団地」の整備、「担い手育成センター」、「農地中間管理機構」の3つ、これが大きな柱になると思う。生産、加工、出荷、研究施設までを大規模に集約しているという考え方は、まさに県の戦略の重要なバックボーンの一つであるように思う。

こういう状況の中で、TPPという脅威への対応策でもあるが、国も県も市町村もそうだが、TPPについては、断固反対との姿勢には一切の揺るぎもない。現実を見据えた時に、農地の集積や農家の規模拡大、そして生産能力向上といった強い農業づくりを進めていかなければならないことも事実である。

また、TPP対応を踏まえて、国の農業構造改革が形を変えていく、まさにこれからの5年、10年は非常に大事な時期に入ってくる。その大きな流れにオール高知県として乗っかっていく。高知の声を反映させていく。そのために県が強いリーダーシップを発揮して、農家の規模拡大、あるいは経営強化に取り組み、課題解決先進県としてオールジャパンを引っ張って行って欲しいと思う。

(杉本農業振興部長)

国の方では、長年やってきた米政策が随分と変わってきた。そして、政権が代わったのでいろいろ方向転換される。そんな中で全国の中でも特に中山間地域が多い高知県の農業をどうやって守っていくのか。そのことについては、今後とも心を砕いて国に対しても政策提言を行っていきたいと思っているし、委員から言われたように、まず現金をどうやって稼いで地域で根付かしていくかという方策を今後とも考えなくてはいけない。

(尾崎知事)

足腰を強くするという観点から、人、技術、土地、それから施設といった要素をそれぞれ強化しようと思っている。人と技術の側面、これが担い手育成センターの大きな役割になるだろう。また、土地ということでは、農地中間管理機構を大いに生かしていきたいと思うし、施設という点ではこの次世代施設園芸団地や、一連のレンタルハウス事業をはじめとした今までの事業も大いに生かしていくことができる。そういう意味では全要素に対してしっかり働きかけて、しっかり足腰を強化していける体制が整ってきたと思う。今回の改定は、足腰強化という点においては、随分、骨太な形になっていると思う。

また、売りの方についても基幹系統系の農業の売り込み、さらに新しい事業に対しても、その系統系の取り組みと一緒に売り込み強化もできるようになってきた。

TPPについては、四国知事会で今意見を取りまとめており、しっかりと政府の方にも訴えかけをしていきたいと思う。2月の交渉が1つのポイントになるが、我々の考えをしっかりと伝える活動をしていきたい。

(C委員)

林業で、新しく内航船を利用した大規模輸送という説明があったが、この内航船を利用する場合、現行の港湾の状況で利用は可能なのか。もしそうでなければ港湾整備等の需要がこれから発生するということか。

(田村林業振興・環境部長)

港湾そのものは今の高知新港を使って、あるいは相手先としては遠く茨城方面の港が使えると聞いている。問題はその時のコストで、東京方面にトラック便で送ると大体、トン5,000円くらい。内航船でスポット的に送る場合には、どうしても8,000円近い金額がかかってしまう。そのスポット的な取り組みでは船を使う大量輸送のメリットが生かせないが、まずはスポット的なところから試行的に取り組んで徐々に定期便化していく。定期便化することによって、最終的には5,000円より1,000円くらい安く4,000円くらいで輸送ができるということまで目指したいと考えている。

(D委員)

地産外商についてだが、本県のような生産や収穫の状況の中で、いわば量や低価格で物を売ろうとしても、これはある意味で競争にならないし収益につながらない。やはり高付加価値、質を売るということが我々のとるべき戦略だと思う。足元に実は成功事例がある。「ごっくん馬路村」がなぜ成功したかというのは、地域性とストーリー性があるからで、まさに土佐の中山間の地域、そこで育つ子どもたちの姿、そういうものが「ごっくん馬路村」のヒットになってきた。また、明神水産さんの「漁師が捕って、漁師が焼いた」は、まさしくカツオの1本釣りの姿そのもので、野趣の味を売るというストーリー性がそこにあって、初めて全国に波及をしていって付加価値が維持されているということである。これは地産外商のところだけではなく、全ての産業振興計画の分野にかかわる話だと思うが、それを我々が考えなくてはいけないと思うので、売り方の部分でぜひその辺を加えていただきたいと思う。

(尾崎知事)

ご指摘のとおりだと思う。この後、トータルで話をするが、冒頭の私の挨拶で申したように、「高知家の食卓」ということで観光の振興をしていく。その「高知家の食卓」というコンセプトでいろんな物を売っていく。いわば「家族のために作るものであるので、安全安心で一手間かけておいしいんですよ」ということを一種のコンセプトとしていながら、それぞれの製品ごとの物語を作っていく。馬路でもそうだが、「田舎なのでみんなで心を込めて作ってるんですよ」みたいな話なのだろうと思う。今後、製品ごとの個別のストーリーづくりというのは確かに大事なことだと思う。ユズの輸出について言えば、「オリエントの新しいフレーバー」みたいな感じでフランスなどで売れ、シェフの皆さんが別のシェフを紹介してくれたこともあり、うまくいっているが、高知の産品を例えば東京に売っていく時に、どういう物語で、どう売っていくのかという辺りを我々自身も考えないといけないが、外の人の知恵っていうのが非常に大きいと思う。安く大

量に販売するのではなく、少量だが高付加価値を売りにしている高品質系のスーパーさんと、東京で4軒、大阪で2軒、それから名古屋で1軒であるが、提携を結んでいるので、パイヤーからいろいろアドバイスをもらうことを考えている。そういう中で外の方の目をいただきながら、磨き上げていくことかと思う。

(E委員)

農業の関係であるが、そもそも目標値280名というのは、どうやって決めたのか。前回の目標より高くというのは分かるけど、何か根拠があるのか。また、何で300名じゃないのというふうなことも思う。

それと、農業部会長の説明で、系統流通だけではない、系統外にも広汎に支援することが必要と考えるというご意見があったと聞いたが、部長の説明であった事業主体が新需要開拓マーケティング協議会となった取り組みに、その意見が加味してつくられているのか。

(杉本農業振興部長)

15JAの営農指導員に、各生産部会の部会員の方で5年後、10年後にやめている、あるいは後継者がいない方を確認していただいた。それを高知の園芸販売農家数に当てはめて、単純な算数になるが、それを演算したのが、280名である。これを300名にするかどうか。これは、今まで110名120名やったものが260名まで来た。300名という目標は、当然、我々も目指すべきだとは思いますが、これは毎年毎年見直していくので、とりあえず今回は、出てきたものを目標にしようということで、まず280名とした。

そして、販路拡大の話であるが、まずは系統出荷、これが当然ながら中核的な基幹流通である。ところが、今卸売市場を通らない、市場外流通というのも非常にシェアが増えている。我々もその中で系統外をどうするかということについては、例えば、こだわりを持って生産された方を東京や大阪のシェフの方々と直接お見合いの場もつくる取り組みを2年続けてきた。

また、外食と中食、この部分の流通が非常に大きくなっている。これは園芸連の荷姿だけではなくなかなか捉えきれない。5キロの3本詰めLじゃなくって、Mが欲しい、LLが欲しい、それから5キロじゃなくって3キロが欲しいとか、もしくは10キロが欲しいとか、もう袋詰めはいらんとか、いろんな荷姿の希望がある。これは基幹流通でなかなか対応できない部分である。そういった要望を聞くのに、卸売市場の方々は情報をたくさん持っているので、その情報をいただきながら、新たな流通はできないかということが新しいチャレンジの1つである。当然その中には、直接消費者の方々に宅急便みたいな形で小口に送るようなこともあるので、まだ構想の段階ではあるが、JAコールセンターみたいなものを設置してはとも思っている。

そういう考えでもって、来年からは大である基幹流通、そして中ぐらいの中食、外食の実需者、そして小さいですけどこだわりニッチの需要にも対応していきたいと考えている。

(F委員)

林業の方でCLTについては、非常に素晴らしい取り組みであると感じているが、単価については、一般的な建築の資材単価とどれくらい違うのか。また、外材との競争の話があったが、ゆくゆくはどうなのか教えて欲しい。

(田村林業振興・環境部長)

CLTは、素材そのものの価格は普及してきた段階で、例えば先行しているオーストリアの例では、鉄筋・鉄骨と比べるとやや割高と聞いている。ただ、CLTの良いところは、高知おおとよ製材の社員寮を建てたが、実際にCLTパネルを運び込んで組み立てるまでにはほぼ1日で、3階建ての建物の全体の構造が出来上がっているというように、非常に施工性が高い。施工の期間が、極端に言えば従来型の建物よりも3分の1ぐらいの工期でできてしまうので、普及してきた段階では、素材が少し高いけれども、全体の工事費としては安くなると聞いている。

外材との競争の問題であるが、外材については現時点でいうと、例えばJAS認定された接着剤が外国で使っているものは対象にならないので、当面は日本で認められている接着剤でできた日本のパネルしか使え

ないことになる。ただ、いつまでもということにはならない。今、モデル建築を教材にして県内の事業者や建築関係の方に勉強してもらい、ノウハウを蓄積してもらっているのも、外国からいざ入ってきた時にも、それを優位点として太刀打ちできるような状態にしていきたいと考えている。

(G委員)

設備投資の支援策については、自己資金の要件を撤廃するというその方向でぜひお願いしたいと思う。

逆に、自己資金をお願いしないといけないケースは、例えばその設備が過大投資で返済に少々無理がある。そういう場合は、例えば自己資金を用意いただくという話になると思うが、それは個別個別の話。

また、返済に無理があるということなら、その事業者の方には何らかの問題点、課題があろうかと思うので、それも一緒になってお客さまからそういった悩みを聞かせてもらい、我々がまたその課題解決のお手伝いをしていくというふうにやっていきたいと思う。

(尾崎知事)

今後、ものづくりの支援をパッケージ化してトータルで強化していきたいと考えている。まず、ビジネスプランの作成を支援する。言われたものを作って渡すといういわゆる下請けでなく、自社でいろいろ開発をしていくためのビジネスプランをつくることを後押ししようというもので、成長分野の研究会や、さらには、今後新しく制度化するアドバイザーに、これをお手伝いいただこうと思っている。

そのうえで、プランができた後、この実現を後押しする施策としては、例えば試作品を作る対策、技術支援、さらに見本市への出展支援などがある。その中で設備投資をしようかという話になってきた方に対して、産業振興計画推進融資を紹介する。さらに拡大をしたいという方には工業団地もどうぞというような形で。一群の施策をトータルに構えておいて、企業側から見た時にパッケージ化されるように、また、専任の担当者を企業ごとに張り付けて、その時々に応じた支援策を紹介するような形をとっていく。ご質問いただいた点はこの大きな仕事という点において、非常にポイントになるかと思う。

(H委員)

以前からジョン万次郎の大河ドラマ化に向けて、署名等々もやられたと思う。資料中には出てこなかったが、龍馬伝ブーム等も観光振興には影響を与えたと思うが、そういったことは取り組まないのかと思う。

(尾崎知事)

資料では、地域人材の育成による魅力的な観光商品づくりと書いてあるが、地域人材の育成がポイントというよりは、むしろ観光商品づくりのアドバイスをする事業だと思っており、要するに観光も一緒に、観光商品をつくって売って、それで来てもらった人に満足してもらって、リピーターになってもらう。この3つが揃って、産業として大きくなっていく。この観光商品づくりのアドバイザーに地域ごとに、年間で6から9回程度入ってもらい、相当踏み込んでアドバイスをいただき、いい観光商品をつくってもらう。しかも、これは東京などの現役バリバリの旅行エージェントの人にやってもらおうと思っている。そういう中で例えばジョン万次郎がいけるという話になれば、ジョン万次郎のこれをこういうふうに物語にして、観光商品にしたらいいかいようなことをぜひアドバイスいただきたいと思っている。そういう形で地域の観光資源を、例えばジョン万次郎を、宇佐を、USAを生かしていただく場合は、活用いただければと思っている。

大河ドラマはちゃんとやりたいと考えている。

(I委員)

この産業振興計画にほとんどやらなければならないことが網羅されて、抜かりはないが、少し小さなことから全体観について、提言も含めてお話をさせていただく。

まず、地産地消と地産外商の件では、今、京都などでは日本酒で乾杯するような条例ができているが、高知でも、例えば、飲食の時、今は全部ウーロン茶ですが、安心のできる土佐茶でやるということを具体的に

実行してはどうか。また、高知家というか土佐食というのか、土佐のいいお酒とのセットで地産外商なんかでやっていくというのも1つだろうと思う。

それから、スポーツツーリズムと言っているが、例えば、スポーツ施設、観光施設、あるいはレストランなどで、そこを全てウォシュレットにするために、補助金を出してでもやるとか、そういう気持ちのいいことをやってはどうか。特にスポーツ施設などは、ほとんどウォシュレットになっていない。

また、まちづくりの件で、高知は非常にお城の周りは緑があるが、季節感を感じる街並みにはなっていない。むしろ、東京や大阪の方が季節感を感じるまちづくりを行っている。例えば龍馬ウォークで県外のお客さんに歩いていただくということをやっているが、その点と点で結ぶところの街並みを見た時に、県外の観光客は、「ああ土佐の街並みっていいね」と感じるようなまちづくりをしているのかどうかといたら、ほとんどされてないように思う。また、弘田龍太郎の童謡、メロディーを流すことによって、心の浄化に訴えるようなことも必要ではないか。

それから、県の資料博物館や図書館にしても既に設計は決まっているとは思いますが、例えば東京駅の設計に携わった辰野金吾さんのように、当代一の設計士に携わってもらうことによって、そこが将来の観光資源になる。県外の設計士を使えという意味ではないが、当代一の設計士に高知の設計とコラボさせると、勉強にもなるし、将来の観光資源になる。ちょっとお金はかかるのだろうけれども、そういったものの考え方ができないだろうか、最近特に思う。

これは、1年2年でできる問題ではないが、この産業振興計画も10年単位で考えるのであれば、やっぱりお金が多少要るかも分からないけれども、考えていくべきだと思う。

これからは国際性が重要になるが、町を歩いているんな言語が高知にはあるかという、県外に比べたら、ほとんどない。外国の方が高知でお土産を買う時に、最近は電子辞書で恐らく対応できると思うが、そんなことも含めて最近の近代的な用具も使いながら、そして基礎的なことは勉強をする必要があると思う。

(4) 第2期産業振興計画ver. 3改定のポイント（全体まとめ）について 《【資料5】について、知事から説明》

(以上)