

## 平成25年度 第1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9月13日（金）14:00～17:00

◇場所：高知サンライズホテル「向陽」

◇出席：委員25名中、19名（うち代理1名）が出席

◇議事：（1）高知県経済等の動向について

（2）第2期計画ver.2の進捗状況等について

①【産業成長戦略】4年後・10年後の目標達成に向けた確認、平成25年度上半期の進捗状況、第2期計画ver.3へのバージョンアップのポイント

②【地域アクションプラン】平成25年度上半期の進捗状況、平成25年度の追加等

（3）その他

### 1 開会

### 2 委員紹介

### 3 知事あいさつ

本日は大変ご多忙の中、この産業振興計画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。産業振興計画は、毎年度、もっと言うと4半期ごとに取り組みについてフォローアップを行い、PDCAサイクルを回し、改正を重ねて今に至っております。

そういう意味におきまして、産業振興計画は、PDCAサイクルを回して、アウトカム目標が本当に達成されているかしっかりチェックをしていただくことが重要でございます。県庁内部においてもしっかりチェックしておりますが、やはり有識者の皆様方の目で、外部の視点からチェックしていただくことが、より実効性を担保するという意味においても極めて有効であると考えております。

先日、高知県の有効求人倍率が0.76との発表がありました。これは平成3年5月・6月の史上最高値と並ぶ水準ということになります。俗にアベノミクスで非常に経済がよくなったから、0.76にまで至ったというような論評もあつたりしますが、私は決してそんな甘い話ではないと思っています。高知県の場合、平成12年ぐらいから10年間ぐらい景気低迷があり、全国の有効求人倍率が1を超えても、高知県だけは0.4台で、一切変わりがなかったという時代がありました。全国の景気が良くなった分も、足元の人口減少による縮みが相殺してしまったとも言えるでしょうし、また別の言い方をすれば、全国の経済とつながっていないから、全国の経済がどんなに良くなっても、高知県だけは関係ないということが言えるのかもしれない。

全国経済の良さ、この恩恵を高知県に寄与させていくためにも、全国の経済とつながるための地産外商が重要だと考えております。史上最高値であつてもたかだか0.76で、この高知県経済の脆弱性、本当に厳しいものがあると思っております。

今日、本年度上半期の取り組みをご報告させていただきますが、やればできるという点と厳しいという点の両面での話がたくさん出てこようかと思っています。希望を持ちながらもクールな頭脳で、その有り様を端的に判定し、そして今後に活かしてまいりたいと考えておりますので、ぜひ、委員の先生方には、本日に留まらず、今後ともご指導、ご鞭撻のほどをぜひよろしくお願い申し上げます。

### 4 委員長・副委員長選出

\* 委員長に、国立大学法人高知大学副学長の受田浩之氏を選出。副委員長に、高知県商工会議所連合会会頭の青木章泰氏と高知県市長会長（高知市長）の岡崎誠也氏の2人を選出。

### 5 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) 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)

直近の景気動向を調査した結果では、それまでの「下げ止まっている」という景気判断を1歩進めるような形にしているが、それは大きく2つの要因がある。1つは製造業において、全国的な公共投資の増加や自動車生産の増加、あと設備投資周りの動きが少し出てきたことから、建設機械、建設資材、あるいは自動車部品、自動車の原材料、あるいは産業機械といったものの生産が少し増えていること。もう一つは公共投資の増加が明確になってきたということ。

#### (B 委員)

10年後は平成33年度で、オリンピックが平成32年になるが、オリンピック後の経済状況は非常に厳しいことが予想されており、そういう認識でも考えていく必要があるのではないかと思う。

経済の動向で有効求人倍率等を見ても、全国や四国との乖離が縮小しているということは、産業振興計画の効果が少し見られるのかなと思う。しかし、まだまだ厳しいものがあるので、やればできる、やらねばならないという気持ちで取り組んでいかなければならないと思う。

## (2) 第2期計画 ver.2の進捗状況等について

### ①【産業成長戦略】4年後・10年後の目標達成に向けた確認、平成25年度上半期の進捗状況、第2期計画 ver.3へのバージョンアップのポイント

《【資料2、資料3】を各部長、各部長から説明》

### ②【地域アクションプラン】平成25年度上半期の進捗状況、平成25年度の追加等

《【資料4】を物部川地域産業振興監、高幡地域産業振興監及び安芸地域産業振興監から説明》

#### (C 委員)

4年先、10年先を見越した定量分析をされた数字が出ているが、金額が出たり、数量が出たりと統一されずに数字が使われており分かりにくい。できれば両方分かれば一番いいが、販売業は大体金額ベースで捉えており、製造メーカーは数量で捉えているところが多いので、統一してはどうか。

それと、食品分野で、高知の食品というのは感動するようなおいしい商品が多いが、裏返せば非常に鮮度落ちが激しい。魚にしても青物にしても、今捕れているメジカなどは、釣ったばかりものを地元で食べると、感動するが、普通の流通チャンネルに乗せるとやはり普通の味になってしまう。例えば、メジカの頭を折って氷詰めにしているからおいしいのだが、そういった方法についても広めていくことが大事だと思う。

県外に打って出る場合の温度管理について、一番難しいとされるチルドの温度帯に対応した取り組みは素晴らしい事だと思う。四万十川に本流があり支流があるように、やはり本流が育っていかないと長続きしないという側面がある。できればチルドの温度帯、冷凍の温度帯、それから常温の温度帯もあると温度帯別に。情報と物流をうまく組み合わせながら、物流コストの改善をしていくことが大事だと思う。

それから、海外では日本の食文化が非常に見直されており、アジアでも非常に裕福な方が増えてきている。あの貧しいと言われるミャンマーでも、結構中間層という人が2割位いるので、これからビジネスチャンスは必ずあると思う。しかし、台湾でやってすぐ香港へ、またホーチミンへと転々とすると、なかなか育たない側面があるので、これでもかと根気強く販売促進策を続けていくことが一つの要になる。

よさこい祭りはよさこい祭り振興会が中心に運営している。9日の花火大会と後の全国大会については高

知市観光協会がやっている。しかし、やはり時代とともに商店街も変わってきて、相当高齢化でなかなか運営が難しくなっている側面があり、よさこい祭りの何カ月前から本当に徹夜で大変な作業を行っている。

開催 60 回を迎えて、やり方について商工会議所でも議論があるが、やはりよさこい祭りというのは全国 200 カ所以上に広がっているわけで、世界の人が喜ぶ祭りだと思うが、今までの組織体のままでいいのかと。商工会議所や市観光協会とも話し合いをしながら、70 回に向けて世界に通用するよさこい祭りにするためには、県の方ももっと踏み込んで、魅力的なお祭りにもっともっと盛り上げていただきたいと思う。

(尾崎知事)

できるだけ金額と量の両方が分かるように努力する。基本的に金額が分かっているものは、Price と Quantity と両方分かっているはずだが、単価のブレが大きくて書かなかったというものもあるので、できる限り統一的にできるように努力したい。最終的には、究極のアウトカム目標は県民所得の安定・向上なので、そこを踏まえた工夫をしたいと思う。

それと流通の話は色々ご指導いただいているので、今のお話を踏まえ、さらに少しバージョンアップできるように、本流にできて支流にできるように工夫を重ねる。

ちなみに、鮮度落ちが激しく、地元じゃないと食べられないからこそ、食を売りにした観光で、「来ないと食べられない」的作戦でやりたいと思っている。おいしいものは流通時間ゼロで食べてもらうのが一番だと思うので、その分は観光で稼ぐことができればと思っている。

最後のよさこい祭りの話については、正直なところ県の方から「私がやります」と出ていくというのも経緯のある話なので、ある意味今は静かにしている。ただ、よさこい祭りについて、県としてももっと取り組むべきではないかというご指摘を受ければ、真摯に考えさせていただきたいと思っている。

(D 委員)

先ほど本流という話が出たが、日本の食というのは「生鮮神話」がある。そういう意味では、より早く、より新しく、より生々しくということが全てを決するポイントになっている。その物の見方を変えると、生鮮じゃなくても、より日持ちがして味が良くてという状況づくりもできる。これは農業や漁業や畜産の一次加工というところに対するスチーム加熱という考え方だが、例えば野菜にしても（生鮮でなく）1カ月でも良いという状況が生み出せれば、計画生産、計画流通、計画販売でロスのない世界を創ることができる。学術的にはその効果をはっきりしているが、日本では全くそういう状況が生まれてない。それはなぜかというと、冒頭に話をした生鮮神話があるから。別の形で提言にまとめたいが、ぜひそういう本流の考え方もあるということをご認識いただきたいと思う。

(E 委員)

CLTの件だが、非常にいいものだと思うし、専門部会の中でも大いに期待するということだった。推進に時間がかかるようであれば、特区制度などを使って、高知県の中でやるといった選択肢もあると思うので、検討してはどうか。

食品分野の電子商取引だが、そのシステムに関わっている人員数を教えてもらいたいのと、eコマースは立ち上げて終わりではなく、片手間で成功するものではない、しっかりとモニタリングし、メンテもしっかりやっていただきたい。

(尾崎知事)

CLTについては、ご指摘のとおり特区申請をした。建築基準法等を緩めて欲しいというのは、人命に関わるので特区でも絶対に緩められないが、高知をフィールドとして実証実験をし、その結果を国としてそのまま使って欲しいという話をしている。先行してCLT特区を取りたいと思っており、国の政策を導入していき、さらには、色々な事業者もCLT関係の取り組みを事前に取り組みでいき、東京オリンピックの時には、再生可能資源を潤沢に使うことで復興を成し遂げた日本の姿を示すために、CLTを使って選手村等を建て

るとなると、飛躍的に拡大する、というビジョンを持ってやっていきたい。

(中澤産業振興推進部長)

今回の電子商取引システムは、各事業者が Facebook のシステム上に商品を出していくという仕組み。この作成自体は県内の事業者に製作を委託しており、人員は分からないが、メンテナンスについては基本的にエントリーした各事業者がそれぞれ自分の商品を自分たちの言葉で発信をしていく中で行っていってもらおう。重要なことは、それを見ていただく人をいかに呼んでくるかなので、様々な媒体を使ってこの Facebook を見ていただくプロモーションを、高知家プロモーションの中で一緒にやっていきたいに思っている。

(F 委員)

林業分野の中で、高知おおとよ製材が8月に稼動を開始したというご報告があった。ぜひ成功してほしいと願っている。確か他県で大失敗をしたという報道を見たことがあるが、どういう意味で失敗だったのか。また、高知の場合はそれをどういう形でクリアしてスタートしたのか。

(田村林業振興・環境部長)

他県の事例は、集成材の材料としてヨーロッパ材を中心に輸入していたものを国産材に替えようとしてラミナの工場を造ったもの。為替の影響があって外国産材と太刀打ちができなくなり厳しくなったと聞いている。そういったこともあって、高知おおとよ製材でも、元々はラミナ主体という計画をしていたのを、ラミナも一部は製造しているが、建築に用材として直接使うような柱や梁といったものを製造するという方向に変えてきた。市場の動向、ニーズに沿った形で製造できる製造ラインにしていると聞いている。

(尾崎知事)

他県の場合、例えば原木の供給体制が最初想定していたのに比べて全然想定通りでなかったようだ。本県では各地の森林組合や素材生産業者とがっちり協定を結んで、かつ、それとおおとよ製材と協定を結ぶという形で、生産体制を万全にしようとした。他にも、迅速な意思決定ができるよう工夫するなど、他県の経験を踏まえて色々と経営改善を図っているところ。ただ、いずれにしろ大きいプロジェクトなので、ほんとに気を抜かず、きめ細かく状況をモニターして対応していくことが必要だと思う。

(F 委員)

1つは、この産振計画で非常に重要なポイントとして産業間の連携がある。できれば、例えばこういうフォローアップ委員会でも、イメージ的に産業間の連携に対するあるべき姿と現状を議論する項目があればいい。それぞれ専門部会で色々な議論はされていると思うが、全体でもやるのがひとつ大事ではないか。

もう1つは、例えば産振計画で10年後のビジョンなど非常に定性的なものが色々見られる。それに対してどんな状況であるかというコメント的なものも付加的な情報としてあればいいという気がする。

それからもう1つ、高知の中心部では教育の機会が結構あるが、西部・東部ではなかなか難しいという話もある。例えば土佐MBAでも、一部はネットワークで繋いで授業配信されたりしたが、色々な地域の空き校舎や公民館を使ったり、スカイプやeラーニングなどを使ったりして、例えば土佐MBAを配信して、若干の質疑応答ができるような形に持っていければ、もう少し他の地域に住む県民全体に環境ができるのではないかと。

(尾崎知事)

まさに言われたように、産業連携、もつという各施策間の連携が非常に大事。各プロジェクトをスタートさせた当初は、それぞれがしっかり動き出すようにすることが非常に大事だったと思っており、今はそれぞれがアウトカム目標を目指して動き出していると思っている。であればこそ、その各プロジェクト間がうまく連携を果たして最大効果を生むように、全体のシステムを設計していくということが非常に重要なことと思う。いわば各選手が上手にボールを蹴られるようになってきたら、うまくパスを回してゴールを目指すこと

いうことをしっかり確保する必要があるであろうと。そういうことで、今内部でやっているのが、各部それぞれがやっている施策が、どういうパス回しになって、どう連携していったら、最終的にゴールに繋がっているか、そのパスがちゃんと回っているか、想定したぐらい十分太いものになっているのか、うまく全体としてストーリーとして戦略が流れているか、それに従って、施策は本当に想定したように流れているか、どこかで目詰まりを起こしたりしていないか、パスする先が無いということがないか、フィードバックループがちゃんと確保されているか。そういうことを検証している。その結果を、すべての部という大変だが、特に食品加工や商工という非常に部局間連携が必要なところについて、次回ご報告したいと思う。

それと、定性目標は確かにそうだと思う。例えば水産業だと、「若者が住んで稼げる元気な漁村」というのが目指すイメージ。例えば先ほど水揚げの振興の仕事をするという話をしたが、その水揚げの振興をすることが「若者が住んで稼げる元気な漁村」に繋がっていくようにするにはどうするか。故に、その施策の展開の広がりを考える、ということが重要なんだろうと思う。定性目標に照らしてどうかという検証もできるように工夫させていただきたいと思う。

#### (中澤産業振興推進部長)

土佐MBAでは、県の東西にも教室を設けたり、講義をインターネットでご覧いただいたりという工夫をしているが、双方向で終始やりとりができるようにするには、どうしても環境の整備が必要になり、今のところそこまではやっていない。少し現状で環境の整っている所を探して実施する方法も考えられると思うので、これから少し工夫をしてみたいと思う。

#### (G 委員)

今の点に関しては、例えば土佐MBAの中で土佐FBCをやっている、2年間にわたって幡多教室、これはリアルな講義だが、我々が行って、幡多地域のニーズにお応えするというをやっている。それで、今年度新しく知の拠点、COCという事業が始まるので、県内の企画連携をしながら、そして地域産業振興監の皆様にも色々とお力添えをいただきながら、各地域本部に講義設備もつくろうとしている。今度大学としても、スカイプあるいはネットを使った講義も行っているが、やはりリアルな講義で、地域の皆様にこういう方がいて、そしてこういう方が支援しているという寄り添いを見せていくということも、我々努力をしていきたいと思う。これは学の出番だと思うので、やっていきたいと思う。

#### (H 委員)

極めて明確な数字とアクションプログラムと各地区の役割というのが、非常に明確になってきていて、必ず実現できると期待している。その中で、これにプラス少し調査をかけていただくといいのかなと思う点があるので、1・2点具体的な例をお示ししたいと思う。

農業・林業・水産業、総じてどちらかというと素材供給型下請け構造、生産・素材供給のところにあるが、なるべくどの産業も素材を加工して、さらに将来的にそれがお客様に届いた後もずっと驚きでリピーターになってもらうという仕組みがどうしても必要になってくる。共通してサービス化がどこかにつけていけると、それがお客様にリピート化される。例えば林業でいうと、首都圏等では住宅の買い換え時期に入ってきて、お子さんが出ていった後の空き部屋を持てあまし、持ちこたえられなくてマンションに移る高齢者も結構多いようだ。ニーズとしては、マンションに移っても豊かな和の空間、木造住宅のように木に囲まれて住みたい人がすごく多い。ところが、新築にはいろんなローンや手だてがあるが、改築や中古住宅は、まだまだ日本は市場に支援の仕組みができていない。こういうニーズも色々な形で調べていくと、まだまだ他の県でもやってない部分というのはたくさんあるように思う。マンションの改築も今非常にニーズがあって、それに対応すると、全部変わってくると思う。それから、アフターサービスについても、住宅メーカーはそこまでやらない。そういう意味では、高知システムというか、観光においても食材供給においても、1回買っていた方は必ずリピーターにするような仕組みにするにはどうしたらいいのかを考えると、それぞれの産業のサービス化というのがあり得ると思う。このあたりをそれぞれの産業の中で少しかぶせていくと、

若者の雇用の職域がすごく広がっていくという期待が持てると思う。各産業においては時間がないので置くが、住宅においてはバリアフリー、家具に至るまで色々な見直しが今住宅のニーズである。

それから、女性の声がこの計画の中に幾つか出てきている。生産現場から流通現場、食卓まで、やはり女性の顧客目線で、どういう形で出荷したらいいのか、どういう設計で出したらいいのか、このあたりもいわゆる流通と流通をつなぐコーディネーターではなくて、最初から、生産現場からそういうコーディネーターがいると、また新たな他県にない出荷のシステムというのができてくるのかなと思う。

それから観光においても、高知県は春夏秋冬いつでも旬があるし、世界に知られた「おもてなし」が今ブームに火がついてきているので、これも「おもてなしのふるさと」というので高知家は売れるので、少し客観的、数値化しにくい、アクションプログラムの中にもこの「おもてなし」というのが、飲食店や生産者に求められている。言いにくい、経済を活性化していくうえでは、おもてなし度は活力を生むうえで重要になるのかなと思う。

まとめとしては、それぞれの今回の計画の中に、必要な人材と必要な役割と必要なメニューというのがあると思う。少しこれに沿って、今度具体的なことをできれば提案していけたらと思っている。

#### (尾崎知事)

おっしゃるとおりだと思う。1つ、さっき言われた人材・役割とメニューの指摘について、土佐MBAでそういう人材育成をやっていきたくと思う。例えばマーケティング型の商品開発などという事業や、全部究極的には人材育成なんだと思う。やはり人材を誘致してくることで一挙に物事が進む場合などもあるのではないかと思う。私も地域を色々巡って、地域の新しい観光の担い手になっている移住者の方を何人か見せていただいて、なるほどなって思った。そういう人には必ず現地の後ろ盾が必要だが、そういう人とうまく組み合わせるといい仕事をしてもらえると思う。

それから、先ほど移住の見直しの話で申し上げたが、今どちらかというとパッシブソナー方式になっているので、プロジェクトを組んで、こういう人材が欲しいんですと言って人を誘致するような方向、アクティブソナー方式の取り組みなども考えられないかと思っている。

#### (I 委員)

土佐MBAの話で、先日トップレクチャーの講師のご依頼を受けたときにUstreamで流していいですかという話をいただいたが、一次回答はノー。それはなぜかというと、本気で人材育成をしていこうと思うとワークシートが要るが、自分たちが一生懸命考えた、こうやったらしっかり営業やマーケティングが分かるっていうシートをお渡しするというスタイルなので、それを広く一般に見られると、いわゆるノウハウが漏れてしまう。UstreamをOKしたのは、その聞いていただいた方だけにUstreamで流すことだったので。いわゆる学校教育と、MBA的ないわゆる企業教育との差を言われるときに、民間企業同士で鏝ざり合いしているので、簡単に提供すること自体は必ずしもウェルカムじゃない場合もあるのをご理解いただきたい。それぐらい人材育成は難しいと自分たちは思っているという部分もある。だから、FBCの場合でも、幡多教室をやりますと言ったときは、直接教えに行く形でやらせていただいた。

もう1点、これは逆にインターネットのいい面をお話したいが、先ほどの梶原のキジの話ですが、高校の時の同期がいて、Facebookの自分たちの仲間のところ、「実はこういうのがあるんでちょっとイタリアの大使館とかに知り合いがいる奴いないか」と、ぽっと投げ込んだ。そうしたら、高知県内の同期の友だちのご友人の奥様が、これぞFacebookなんですけど、実はジョルディオ・マテラっていう、イタリア大使館にもしょっちゅう呼ばれているパーティーケータリングで非常に有名な事業者のオーナーと仲がいいので、すぐLINEで情報を連携した。そこでOKが出て、もうサンプルを送ることになっている。これはジビエという舞台上、東京のその辺のイタリアレストランやフランスレストランのシェフというのは、何かうまいものがないかと探している。宿毛の大月地区や須崎でオーナーシェフ産地見学会をやられることが書かれていて、すごくいい施策を実施されていると感じた。もう1つは、やっぱり食べてみたら分かるというときに食べさせる相手を、やはり高知の食べ物はともかく食ったらまず一発だと思う。なので、この流れをすごく重要視

していただいたらいいと思う。先ほどの話だが、「何でそんなにすぐ動いてやったの」とすぐ電話した。何と言ったかという、冗談半分だが、「高知家だからさ」と言った。そこがすごく大事で、高知家について自分たちが受け取っていたのは、何となく観光に来てください、来てくれたらあったかい家ですよ、という部分だが、たまたま同期だからとか色々あるんだろうが、他の委員も仰っていた定性的なところの最後の行き着く場所はやはり高知家というものがあるので、外に情報発信する際などに、何か高知家ということのイメージをもっと拡大させていいのではないかと思います。

また、ユズをスペイン、デンマーク、ベルギーに売りに行くとか、CLTをオーストリアでとか、明らかにヨーロッパ全体を見渡したような人がどんどん出てこられており、そこに対して今日おっしゃった連携という部分をより強めていただき、その時に高知家をちょっと訴えられるような外国語の資料などを渡してくるなど。例えば人材育成などにしてもそういう方向性の人材育成も一方でやられた方がいい。オリンピックも含め最大のチャンスが来ているのではないかと。せっかく単発でユズに行っているが、観光の部分も同時にアピールして帰るといのように、より多重的に動いていただけたらとすごく感じた。

(尾崎知事)

ポイントのところだけ少し発展させてお話しさせていただきたいが、例えばフランスも結局プロに食べてもらって、受けたので流通した。相手をプロに絞っていくのは確かに高知の場合は有効なのかなという感じがすごくする。非常に大事にさせていただきたいと思う。

先ほど施策連携、サッカーに例えたパス回しの話をした。もともと連携するようにプログラムを作っているつもりだが、実際やってみて、本当に連携できているかを今再確認している。その時にものすごく重要なものが、それぞれの動きが、1つのゴールである定性目標に向かっていっているのかということだろうと思う。定性目標をすごく大事にしなが、チェックをしていきたいと思う。

(J委員)

スポーツツーリズムと国際観光という点だが、あるニュージーランド人が「四国はアドベンチャースポーツで世界的に通用する」と先般おっしゃっていた。その中でも高知は素晴らしいというお話があった。オリンピックが日本で開催されることが決まっているので、これからはやはりスポーツで外国人が日本に来られることになるだろうと思う。アドベンチャースポーツとは何ぞやと思うが、これはサーフィンであったりダイビングであったり、ロッククライミング、ラフティング、ハングライダー、そういったものを総称しているようだ。確かに考えてみれば、高知にはそういうものが色々ある。先ほどの説明の中でもサーフィンの選手権大会が行われたとか、いろいろあったが、これを繋ぎ合わせていって、要はアドベンチャースポーツのメッカで世界に通用するんだというふうに冠をかぶせて付加価値を付けていくといった工夫があってもいい。

それともう1点、事業化支援の方だが、やはり県民みんなで応援するという意味では、市民ファンドみたいなものを立ち上げて、それに関心を持つ人が1口1万あるいは3万というふうに事業化を支援していくということも非常に大切なことではないかなと思う。

(尾崎知事)

おっしゃるとおりだと思うので、少し研究してみる。スポーツタイプごとにワーキンググループを作って、色々誘致の取り組みをしているが、その中で研究を重ねてみる。

市民ファンドの関係は、今トリムさんに寄附していただいたお金で起業化支援をしたりしているが、できれば、本当に官民協働で、民間の資金を活かすやり方を考えられればと思っている。勉強させてほしい。

(以上)