

第1回専門部会での主な意見・要望等の状況

平成23年9月12日

1. 専門分野

◆農業部会【開催日：H23. 8. 23】

項目	意見、要望等
産業振興計画の総括への意見等	<p>○それぞれの取組は着実に進んでいるが、農業全体の生産力を強化してくための目標を検討する必要があるのではないかと。</p> <p>○パートナー量販店との取組を進めていくうえでは、①取扱店舗数を増やしたいという量販店側からの要望に応えることのできる安定供給の体制づくりや、②特別栽培・エコシステム栽培など環境保全型農業の取組を消費者が感じ取れる売り方の検討などが必要。</p> <p>○生産者の経営改善では、経営不振農家への支援だけでなく、良い経営を更に向上させていく支援や取組が必要。</p> <p>○米の振興では、生産者が取り組む品種と県の推奨する品種にミスマッチが生じないように、採種農家との連携も大切。</p> <p>○土佐茶の取組では、「土佐茶カフェ」をはじめとして産地のPRがかなり進んでおり、大変評価しているため、さらに高い目標を目指して、引き続き宣伝に力を入れてもらいたい。</p> <p>○畜産の取組では、かなり力を入れてPRしていることは評価しているが、なかなか生産者の収入に直結していない。引き続き、生産者と関係者が一体となって、取組を進めてもらいたい。</p>
次のステージに向けた具体的なポイントへの意見、要望等	<p>○個々の農家の経営基盤が小さい本県では、生産者の力が分散しない取組を進めることが重要。生産者自らが6次産業化に取り組むには、かなりのリスクがあることから、6次産業化の推進に当たっては、生産者自らが取り組む場合への支援のほかに、加工・流通業者等とのマッチングによって取り組む場合についても、もっと検討してもらいたい。</p> <p>○高知にはたくさんの観光資源があり、県外客に来てもらうための広がりを持たせるためには、もっと旅行会社等を通じて、高知を体感してもらえるグリーン・ツーリズムの商品を売り出してみてもどうか。</p>
その他	

◆林業部会【開催日：H23. 8. 31】

項目	意見、要望等
産業振興計画の総括への意見等	<p>【大型製材工場の誘致、起業】 ○業界として前向きな対応、県への要請を行うため、誘致に関する情報を迅速に提供していただきたい。 ○県内製材業者に原木を安定供給し、価格の高騰を防ぐため、皆伐による原木確保を検討することが必要。また、皆伐後の再造林等に対する政策を早期に提示していただきたい。 ○県内製材による大型工場の起業化を引き続き推進していただきたい。</p> <p>【県産材の地産地消】 ○2つの制度を統合して簡素化し、リフォームや増築等にも対象を広げた県の住宅補助制度は有効で、金額的にも魅力がある。 ○テレビ等でのPR活動により、高知県の木を使って家を建てるという意識が一般化している。 ○規模が小さいエコ住宅の整備等にも着目すべき。 ○公共事業等で木材需要の下支えが必要。これまでの木製型枠のように、木材を恒常的に使用する高知県オリジナルの工法等を検討していただきたい。</p> <p>【木質バイオマス】 ○一層の推進が必要。ただし、外材の木屑を燃やすような施設ではいけない。 ○研究・開発への投資より、既に汎用性がある、耐久性が見込まれる機器等で推進すること。 ○燃焼灰の利用や処理の仕組みづくりが緊急の課題。 ○バイオマスの利用法は、単価の高いペレットに特化せず、幅広い方向性で検討すること。</p> <p>【荒廃森林の解消】 ○木材生産に軸足を移していく中で、年間1万5千ヘクタールという間伐の目標の達成は困難。</p> <p>【産業振興計画に対する県の評価】 ○県の自己評価(S, A, B, C)は高過ぎて、現実と乖離している。現実の業界の状況を反映するように、次のステップに向けて、評価の再検討が必要。</p>
次のステージに向けた具体的なポイントへの意見、要望等	<p>【森林整備、木材生産】 ○持続的な森林経営について、皆伐に踏み込んだことは画期的。一方で、増加が予測される皆伐後の再造林についての支援が必要。 ○原木生産の拡大は、優先順位が違う。県内での消費拡大が先ではないか。 ○加工基盤の強化に必要な原木の量を想定し、今から十分な準備をすることが必要。</p> <p>【加工】 ○業界が、ユーザーの求める時期に、良い商品を安価に安定的に提供できる取り組みに協力していただきたい。 ○高知県の製材品として、品質を確保するシステムづくりが必要。 ○販売先がない中で大型製材工場の誘致には懸念がある。 ○県産原木の約50%が丸太のまま県外移出する状況では、加工部門で大型製材を誘致することが必要。また、地産外商の観点から、県外に販売ルートを持っている企業の誘致が有効。</p>
その他	<p>【森林整備関係】 ○森林・林業再生プランの施策は、国の縛りがきつく、地域の主体性が損なわれている。産業振興のネックになりかねないので、国に改善の提案が必要。 ○森林に関するGISのハード、ソフト(電子データ)を安価に提供する体制づくりをすること。 ○間伐等に向かない夏場に作業道を開設することが、業務の平準化と継続雇用の観点から有効。補助事業の決定が遅くてできないことがあるので、決定の迅速化と繰越を含めた弾力的な予算の運用が必要。</p> <p>【産業成長戦略の追加：「こうち健康・省エネ住宅」について】 ○既存の高知型の住宅、建材、建具の開発等の取り組みを再検証したうえで、新たな取り組みを推進することが必要。 ○地元で認められないものを外商しても販売につなげることができない。高知県の取り組みの優位性(ポテンシャル)を確認し、勝てるところで取り組まなければならない。</p>

◆水産業部会【開催日：H23. 8. 23】

項目	意見、要望等
産業振興計画の総括への意見等	○県外マーケットへの販売促進について、高知市中央卸売市場の仲卸業者等と県漁協が連携した取組みの検討も必要。
次のステージに向けた具体的なポイントへの意見、要望等	○産地市場から消費地市場への物流に要する時間の短縮について検討が必要。 ○漁協職員は市場の顔であり、人材育成は早急にやるべき。
その他	○ビンチョウマグロの県内水揚げや養殖マグロの活用など、マグロに関する取組の推進について検討してはどうか。 ○産地市場へ仲買人が新規参入するためには、仲買人の荷立て場が必要。 ○ふるさと雇用の継続を前向きに検討してほしい。

◆商工業部会【開催日：H23. 8. 23】

項目	意見、要望等
産業振興計画の総括への意見等	○小さな企業を育てていくことも必要だが、中核的な企業を伸ばしていくような戦略がないと、なかなか県の産業全体の成長に繋がらないのではないかと。 ○ものづくり企業は、県外の展示会に出展するだけでなく、県内で製品をアピールすることで、ニーズに合ったものが造れるのではないかと。 ○産学官連携会議、連携チームのメンバーを見ると、「産」の関与が薄いと感じる。 ○産業人材の育成と確保については、中学・小学生まで含めて仕事に興味を持つような取組をしなければ、高校・大学生だけで職業観の形成ということに取り組んでも遅いと思う。 ○コンテンツ産業は、まずは、教育機関として人を育て上げる仕組みを作って、県外から人を集め、それにより産業として成立させるということを考えてはどうか。 ○人口や県民所得等の基礎的な数値について、産業振興計画を始める前と現時点を比較しないと、計画の成果を正しく評価できないのではないかと。
次のステージに向けた具体的なポイントへの意見、要望等	○震災対策のための設備投資に対する支援だが、既に震災対策をしている企業もあり、不公平感も出てくると思うので、十分に検討する必要がある。 ○中小企業は、BCPの取組が遅れており、この対策をしっかりと考えてほしい。 ○企業側からすると、防災も大切だが、それ以上に大切なのは、被災後、いかに迅速に元の状態に戻せるかということであり、県がしっかりと対策を講じることで、企業も設備投資に前向きになれるのではないかと。 ○設備投資への支援について、雇用要件をゼロにするのはどうかと思うが、他県の事例も参考にしながら、県内企業にも使い勝手の良い形で緩和してほしい。 ○雇用要件の緩和については、業種や業態によって、雇用や営業活動の規模も違うので、柔軟に対応してほしい。
その他	○集落实態調査で買い物の状況についても調査し、買い物弱者が生じないような対策を講じてほしい。

◆観光部会【開催日：H23. 8. 24(第1回)、9. 1(第2回)】

項目	意見、要望等
産業振興計画の総括への意見等	総括について特に意見は無く了承された。
次のステージに向けた具体的なポイントへの意見、要望等	<p>【新観光戦略について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○戦略の柱は今後の観光政策を進めて行く上で非常に重要な意味をもつので、部会の中でももう少し深く議論して、表現を整理することが必要。 ○土佐経済同友会が提言する高知遺産は、地元も誇りをもっているものであり、磨き上げれば観光商品になるものもあると思う。 ○単なる観光商品づくりでなく観光を通じた地域づくりをどう進めるのかという視点が必要。 ○地域の観光資源をテーマ性をもたせて売って行くには、各地の地域コーディネート組織の機能を強化する必要がある。 ○観光客の入込みが減ったところの原因を分析すべきでは。 <p style="text-align: right;">以上、第1回観光部会の発言</p> <p>○戦略であるなら、高知ならではの迫力のある思想を前面に出して、総花的な方針を並べるのではなく高知県の強みを最大限に活かし、集中して取り組んでいく必要がある。</p> <p>○桂浜は龍馬の聖地という意見があるが、核となる観光拠点をつくる場合に、聖地をつくっていくという考えは分かりやすいのではないか。(例：ホビー館をマニアの聖地にして徹底的に売っていく)</p> <p>○高知のよさは、龍馬という人物に代表される「人」そして土佐にはそうした何か面白い人を生み出す風土があるということではないか。その人の面白みと風土を前面に出すようなことを施策の軸にしてみてもどうか。</p> <p style="text-align: right;">以上、第2回観光部会の発言</p> <p>【プロモーション・キャッチフレーズについて】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○単にWebに掲載するだけでなく、フェイスブックやツイッターなどの情報発信を強化すべき。 ○有名人に特産品を贈り続けることで、ロコミやブログで情報発信してもらってかなりのPR効果につながった例がある。 <p style="text-align: right;">以上、第1回観光部会の発言</p> <p>○我々が他県のキャッチフレーズを聞いても知らないし、聞いたとしてもその県をイメージできるものにはなっていない。作るのであれば、高知を連想させつつ、身近に感じる言葉を使った方がよい。</p> <p>○「龍馬」のブランド力が高まっている今、龍馬をもっとアピールすべき。龍馬というフレーズを使うことで、高知のイメージに結びつくし、こうち旅広場からの展開も考えやすくなる。</p> <p>○「ぜよ」という言葉はベタであるが、認知度も高く印象にも残りやすいのではないか。</p> <p>○メインのキャッチコピー、サブタイトル、実施概要の三点セットで作り上げるやり方もある。(例：あっちこっち高知 金がないけど光りはある ○○キャンペーン)</p> <p>○高知のイメージを作り上げていくことも必要。経済指数は低くても、幸福度は高くユーモアを忘れない、自由という県民性がキャッチフレーズに使えるのではないか。(例：幸せの国高知、おおらか日本一、親切日本一、ユーモアあふれるちんな国、フリーじゃきに)</p> <p>※決め方として、いくつかの用語を使ってみてたまたま当たったものを使う、観光特使に頼む、プロに頼むという意見が出た。</p> <p style="text-align: right;">以上、第2回観光部会の発言</p>

	<p>【キャンペーンについて】</p> <p>○学会、会社の企業研修、修学旅行、長期滞在型の居住といった、交流を観光にうまくつなげる取り組みが必要ではないか。</p> <p>○キャンペーンには、来た観光客に満足してもらうものと、誘客のためのものがある。誘客のために行うのであれば、「カツオ人間とタタキを作る」ぐらいことをやれば話題性も高まるし、このような参加者は情報発信したがるので、その情報をもとにさらに広がりが出てくる。</p> <p>○愛媛県の面河溪谷で折り返していた観光ルートを、四国カルストまでルートに取り入れて本県へ誘客を図った事例もある。箱物の整備をしなくても、道路拡幅や導線によって本県へ誘客するやり方もある。</p> <p style="text-align: right;">以上、第2回観光部会の発言</p>
その他	<p>○「ポストふるさと博」は何か誤解を受ける言葉なので、「龍馬ふるさと博終了後の～」といった表現の方がよいのではないかと。※委員からは特に異論はなし。</p> <p style="text-align: right;">以上、第1回観光部会の発言</p>

2. 連携テーマ

◆地産外商推進協議会【開催日：H23. 8. 29】

項目	意見、要望等
産業振興計画の総括への意見等	<p>○地産外商公社の外商成果で定番採用の件数が多いことに驚いた。今後もさらに伸びると思うので、しっかりフォローしてほしい。定番を毎年増やしていくことが重要。</p> <p>○地消で力をつけて外商につなげ、海外まで視野に入れるという方向性は間違っていない。全体的にステージアップしているが、レベルが上がれば上がるほどハードル(課題)も上がってくる。しっかり対応してほしい。</p> <p>○「まるごと高知」は、フィードバックしていくためにもアンテナショップとしての感度をさらに上げて情報をキャッチしてほしい。</p>
次のステージに向けた具体的なポイントへの意見、要望等	<p>○農・畜・水といった縦割りではなく、壁を取り払った取組を続けてほしい。</p> <p>○行政区域だけで取り組むと量の壁もある。アクションプランは現在市町村単位だが、自治体の枠を超えて取り組むことも必要。</p> <p>○高知の特産物のコマーシャルは観光と切り離せない。大きなターゲットは関西だと思う。観光と食をセットにして、限りある行政資源をとりわけ関西に投入して徹底した売り込みを図ってほしい。</p>

◆連携テーマ部会【開催日：H23. 8. 29】

項目	意見、要望等
産業振興計画の総括への意見等	<p>○成果が数字示されているのはいいが、分子ばかりで分母が分からない。成果は分子、分母の両方示すべきである。</p>
次のステージに向けた具体的なポイントへの意見、要望等	<p>○マーケティングの知識やマネジメント力ほどの分野の人材にも必要。こういった内容の研修には力をいれていただきたい。</p>
その他	<p>○研修情報は、早い段階から見える化するべき。急に案内されても受講できない。</p>