

令和2年度第2回高知県産業振興計画フォローアップ委員会

日時：令和2年9月25日（金）

場所：高知サンライズホテル2階「向陽」

出席：委員16人中、15名が出席（代理出席5名含む）

議事（1）第3期産業振興計画の総括について

（2）新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の取り組みと今後の方向性について

（3）第4期産業振興計画の取り組み状況等について

① 関西圏との経済連携の強化について

② 産業成長戦略の上半期の進捗状況等について

1 開会

2 委員紹介

3 知事挨拶

（知事）

委員会の開会にあたりまして、ひと言ご挨拶を申し上げます。本日は、委員の皆さま、大変ご多用のところ、今年度第2回の高知県産業振興計画フォローアップ委員会にご出席をいただきまして、誠にありがとうございます。

前回のフォローアップ委員会は、6月の下旬に開催をさせていただきました。約3ヵ月ぶりとなりますが、この間、本県経済は引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響により、大きな影響を受けているという状況です。宿泊や飲食、運輸といった観光関連の産業への打撃が大きかったところですが、時が経つにつれ、第一次産業あるいは製造業なども含め、その影響は大きな範囲に広がってきていると思っております。

一方で、この6月以降、国を挙げて経済回復を目指す動きも進んできております。そういったこともあり、一部に持ち直しの動きがみられておりますが、今後の感染症の収束の見通しは、まだまだ明確に見通せる段階ではないということもあり、この対応は長期化を覚悟せざるを得ないという状況かと思っております。

県としましては、この経済影響面への対策について、まず第一には事業の継続、あるいは雇用の維持の観点、そして第二には経済活動の回復の観点からの取り組みを進めてきました。

今後は、これまでのこうした取り組みを継続していく必要性はありますが、さらに一步先を睨み、アフターコロナあるいはウイズコロナの時代の社会・経済構造の変化、こういったものを見据えての対応を視野に入れて、経済対策を展開していくことがより一層求められる局面に入っていくと考えております。このための施策を、昨日開会しました9月の定例県議会においても補正予算の形で、ご提案をさせていただき、審議をお願いすることにしております。

また、同じく県議会におきましては、6月の県議会の質問戦の中でも、県がとってきましたこのコロナウイルスの経済影響への対策につきましても、県庁内での検証だけではなく、経済界の方々をはじめとする皆さま方のご意見も伺いながら、しっかり検証した上で、先に進んでいくべきだというようなご意見も頂戴をしたところであり、今回の委員会におきましても、前回と同様になりますが、このコロナ関係の経済影響対策に関しまして、改めてご説明させていただき、ご意見を頂戴できればと考えているところです。

一方で、本県の経済がここ10年余りの産業振興計画の取り組みにより、人口減少の中でも拡大ができる、そういう基調に転じつつあります。この傾向をしっかりと守り、また発展をさせていくというためには、このコロナに関する経済影響対策だけでなく、第4期の産振計画に掲げた取り組みを、同時並行でしっかりと進めていくということが必要であると考えております。

この第4期計画の今年度の取り組みの進捗状況については、後ほど説明をさせていただきますが、感染症の影響でスタートが遅れた事業もございます。ただ、全体としては、何とか遅れを取り戻すべく努力してきたというのが、この今年度前半の姿であったと考えております。

もともと第4期の計画の大きな眼目は「付加価値や労働生産性の高い産業を育てていく」ことであり、そのための大きな柱が、県内事業者のデジタル化の推進でした。コロナの時代を考えたときに、特に非接触、非対面といった形でのデジタル化という要請が高まっているという要素はありますが、デジタル化を主軸に据えたという産振計画の方向性は決して間違っていないかと思っております。また、コロナの影響は、経済政策上はピンチと言わざるを得ないですが、昨今の分散型の国土形成への思考の高まりなども踏まえ、自然体験型観光の推進、あるいは関係人口の増加といった形で、このピンチをチャンスに変えていくという観点に立ち、新しい生活様式に対応した事業手法に見直していくなど第4期産業振興計画も進化させていくということで、本年度の目標達成に向け、全力で引き続き取り組んでまいりたいと考えております。

本日は長時間の会議となりまして恐縮ですが、委員の皆様には、第3期ないしは本年度前半の本県の取り組みの状況について、そして、それらを踏まえた今年度後半、あるいは来年度に向けた産振計画に基づく取り組みのあるべき方向性について、ご忌憚のないご意見を賜り、ご助言をいただきますようお願いしまして、私からのご挨拶とさせていただきます。本日はどうかよろしくお願い申し上げます。

4 受田委員長挨拶

(受田委員長)

大変お忙しい中お集まりをいただきまして、ありがとうございます。また、先ほど知事からのご挨拶にもありましたように、新型コロナウイルスの感染拡大が、まだ収束していない状況の中で、それぞれ各界を代表する重要な皆さまにお集まりをいただいておりますことを心より御礼申し上げます。

私が所属している大学においても、これまで大変大きな影響が及んでいますが、これまで、私どもの大学、また県内の高等教育機関の学生に対して、県内の皆さまから、大変温かいお志をいただいております。それによって学生の経済的な困窮が改善され、今に至っており、この場をお借りして心より御礼を申し上げたいと存じます。

一方で、まだ学生の生活自体は元に戻っておりません。具体的には、アルバイトをしたい学生の半分程度はアルバイト先を見つけられない状況です。できましたら、地域の短期間のアルバイトや、インターンシップのアルバイトがあれば、学生はチャレンジをしてみたいと申しております。そういった学生の声が続く、多く寄せられているというところにも、今日お集まりの皆さまにはご記憶をいただいて、ご支援をいただければ幸いに存じます。

5 議事

議事(1)(2)(3)について、県から説明し、意見交換を行った。(主な意見は下記のとおり)
議事については、全て了承された。

- (1) 第3期産業振興計画の総括について
- (2) 新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の取り組みと今後の方向性について
- (3) 第4期産業振興計画の取り組み状況等について

※意見交換概要（以下、意見交換部分は常態で記載）

（臼井委員）

農業分野の地域アクションプランで、A-やBの数が多いことが気になった。人材不足が原因という話があったが、農業の人材不足については、外国人が入国できない関係で、日本各地で問題となっている。

その対応策のひとつとして、例えば大学生をアルバイトで活用する等の方法がある。まだ着手していないのであれば、高知こそ取り組んでみてはどうかと思う。長期間のアルバイトは難しいが、短期間の、いわゆるインターンシップのような形でのプログラムをカリキュラム化し、それが、ボランティア等につながるというアイデアが、もしかすると高知発で出ていくのではないかと少し感じた。

もし、農家の方が大学生を雇用する場合、外国人材を雇用していた場合と違うことを分かっていたいく必要がある。また、人によって使い方も違うため、農家さんもマネジメントを勉強する必要がある。今後、安いところから労働力が入り、どんどん使っていればいいというような方法が通用しなくなってくるウィズコロナの時代に向けては、人の使い方を勉強することも一つの課題になるので、そのあたりでも少し改革が必要と感じる。

（西岡農業振興部長）

農業における人材不足、労働力不足はこれまでも問題であったが、このコロナの影響が懸念される中、やはり喫緊の課題だと考えている。大学生に関しては、ごく短期の雇用にどのように対応していくかということもあるが、JA 高知県全体での取り組みとして、職業紹介の Web サイトを立ち上げ、大学生を含めた様々な方に声掛けをしながら人材を確保していく取り組みを、今年から始めたと聞いている。

その中で、例えば大学生などにどういうニーズがあるのか。またそのマネジメント力等についても、これからも勉強させていただきながら進めていきたいと考えている。

（受田委員長）

後半の方に関してはもともと随分歴史があり、安芸市周辺で、特に繁忙期、ユズの収穫等に学生がバイト先を探しているというニーズがあることをうまくマッチングさせていくというのは、15年以上前から始まり、援農隊として定着していた。

そのような歴史が長年ありつつ、西岡部長からも紹介があったように、JA や実際の現場において、特にコロナを受けての人手不足が顕在化してきている中、学生のバイト先がなくなっている。これをマッチングさせることを学生自らがコーディネートし、システム化するということまで今やっている。その取り組みを通じて、ニーズとシーズをマッチングさせながら、地域の農業の振興を支援というところで学生が実体験をする。それを通じて波及的に農業というものの魅力を知り、さらに今 IoP を含めて、高知県の農業の高度化、施設園芸の現場、これを見た学生がこんなに進んでいるのかを知り、さらに就農へとシフトしていくことが、我々としても期待をしているところである。具体的にまだそれが直接の理由ではないが、学生の中には卒業後、実際に就農という形が見え始めている。

したがって、どんどんそういう場を提供しながら、また地域の皆さまのニーズを理解しながら、うまくつないでいくことは、今、臼井委員からのコメントがあったように、もっとやっつけていかないといけない。また、水産の現場にもこの話は、伝わっている。

(臼井委員)

私も今、大学の学生たちに月曜日、火曜日とズームとグーグルクラスルームで授業をしているが、本当に悲劇的である。留学を予定していた学生たちが、完璧に進路を閉ざされてしまい、未来に何も夢を持たず、進路相談だけでなく、人生相談のような形で個別の相談を受けている。そういう中で、元気な学生に「あなた元気ね」という話をしたら、「地元に戻って親元にいます」という言葉が返ってきた。親元でズームの授業を受けられるので、空いてる時間は地元で色々な活動をしているそうだ。

それを聞いて、高知県が、関西圏や首都圏に進学している学生を一旦地元に戻らせ、空いた時間は地元でアルバイトをしてもらおう。現在、東京でアルバイトを見つけることは難しく、ましてや居酒屋さんのアルバイトはほとんどないため、地元で授業を受けてアルバイトをもらい、もっと地元の良さを知ってもらい取り組みも可能ではないかと思った。ウィズコロナだからこそできるような取り組みがある気がした。

(池田委員)

【資料2】新型コロナウイルス感染症による経済影響対策・5ページの最後、食品分野について

9月補正202億円という大型の支援があるが、可決された場合、一つの取り組みに対して何割補助ということは決まっているのか。

(井上産業振興推進部長)

先ほどご説明した食品の関係の衛生管理の高度化については、補助率は3分の2という形で補助させていただく。それぞれ若干違う部分はあるが、概ね3分の2という高率の補助で、事業者の皆さま方を支援していこうという形で計上している。

(山崎道生委員)

杞憂だと思うが、日銀の支店長に伺う。このまま後ろ盾のない国債をどん出さないといけない。一人1万円出したら1兆円になってしまい、国の赤字が積み上がっていく。危険なシナリオはそこ中にあるのか。

(中山委員)

財政政策については、当然国の方で責任を持って財務の健全性についてご判断されていると認識しており、私の立場から、コメントすることは適切ではないと考えている。

ただいずれにしても、経済は生き物であるため、急激なマイナスの局面、下がり局面に入る時は、最初の止血作業がとても重要である。この止血作業を誤ると大量出血になって、気がつけば後で大量の輸血が必要になってしまう。そのため、今ここで傷口をふさぐことが重要である。それによって、半年後、1年後に、より大きな損失が出ていくリスクを抑えることが可能になる。

20年ぐらい前になるが、皆さんも経験されているわが国の金融危機時の教訓を踏まえると、ここはし

っかりとメリハリを付けつつ、必要な政策対応をとっていくことが望ましいと思う。もちろん、委員がおっしゃられるように、その中で財務の健全性というところについては、当然意識をしていかなければいけないわけであるので、そこは財政当局がしっかりと責任を持って見ていく必要があるし、また、実際そのようにされているだろうと思っている。

(受田委員長)

具体的な高知のコロナに対する対策について、フェーズ別に行っていることの理由や、段階的な施策の必要性に今の話が関わっていると理解した。そういう意味で止血をされ、その後、増血をされていくように、自らの経済成長を期待をすることについてはフェーズ3ということになり、HACCP や食品衛生上の投資という部分に一定の補助が適切であることにつながっていくと思う。

(政所委員)

今ビジネスの世界では、これからどうなるかという原点回帰の話題が核です。高知での今後の戦略ということをお話したい。

ビジネスのポイントとして今やなければならぬことが3つあり、1つ目は、「時を逃すな」。今、どん底なのでこれ以上悪くはならない。どの業界もかなり底をついてきていることを実感している。2つ目として、「人をつかまえる」チャンスがある、先ほど学生さんの話も出たが、能力のある人が今仕事を失っている。内定取り消しも深刻で、優秀な学生さんたちが、今どうしたらいいのか各業界に渡って悩んでいるところである。それからある意味では、今、人をつかまえるチャンスがある。

3番目が「原点を外すな」ということで、各業界も仕事の意義は何か、企業として社会的な意義は何かということをつかめないと、急速なニーズの変化に対応できない。1番目の「時を逃すな」でいうと、観光については、インバウンドが一時ブームであったが、それでも全体で2割ぐらいの話であり、マイクロツーリズムをはじめとする国内旅行は重要。スポーツツーリズムを更に絞り込んでいく、等といった手を打たないと乗り越えられないだろうと話している。

「人をつかまえる」ということについては、ネット上でアピールすることも大事であるが、やはり知っている人をつかまえるということが一番重要。郷土愛の強い高知県では、やはり県人会や県内大学の卒業生など、元転勤族や様々な形で高知に関わった人から着実に手堅く広げていく、というようなことがチャンスに繋がる。

また、「原点を外すな」ということであるが、人々の欲求が多様になってきている。だから、無駄な物を持たない。物を選ぶのが非常に真剣。例えば家具は、高知県の林業にも関係するが、家具を選ぶよりもむしろ収納術、その生き方や生活の仕方とセットで家具を見るというようなことが鍵となる。家具が欲しいのではなくて、むしろ片付け方が付いた家具が欲しいというようなことが見えてきている。そのあたりが、やはり物を売るときに、前提に考えていくべきではないか。

それから、「原点を外すな」ということでいうと、安心・安全、食材、水産物を含めて、やはり高知県は誇れるべき立派な安心・安全の食材がある。本当に人をつかまえるのも、原点を外さないようにするにも、時を逃すなということであるが、非常に強い郷土愛の強い人たちが多くいるので、今こそチャンスではないかとはっきり思う。

具体的な分野やアイテムでは、今、百貨店は、都内で消滅するのではないかとこのぐらい深刻である。その一方、やはりニトリさんなどインハウスの物流・物販ものが非常に好調。スーパーとDIYが伸張し

ている。さらに具体的なアイテムでいうと、健康食品やインハウス用品等、インハウス、自分探しのよ
うなアイテムが伸びてきている。健康ではヘルシー、サプリメントが伸びてきている。インスポーツや
インドアではキャンプ、これもキャンプ場を整備している高知県の長年の取り組みと、非常に合っ
てる。それからガーデニングやインテリア、それからインハウスでいうとペット用品・食品も含む、イ
ンハウスファッション等。外着でもないし寝巻きでもない、間のファッション。ビューティとヘルス・
ボディーメンテナンス。マスクをしているから化粧品は売れないが、素肌のメンテナンスや男性化粧品
も伸びてきている。

自分探しでいうと、出版界がかなり不況だったが、本やスキルアップにつながるものやアニメ・ゲー
ムは、ネット配信や電子書籍を含めて、こういった自分を少し見直すようなものも伸びてきている。

そういうことで紐付けていくと、やはり魚の売り方も、「今日は魚にしよう」もいいが、毎日とにか
く魚食べてもらうためにファストフィッシュの進化型開発、簡単に使えお弁当にもなる、ひとり暮らし
の人が簡単にチンして食べられるような、形も作り方も変えていく必要がある。コロナの影響で、魚食
は、ボケ防止にもなるし、体力増進にもなり、いろんな意味で今、「魚を食べなさい」と言われて魚食
は再認識されてる。出荷側は、魚のうろこ取りをするのは簡単ではない。例えばその辺を業界を挙げて、
全体の流れの中でどういう手を打っていくのかということを戦略的に考えていくべきではないか。

このパックのジュースであるが（現物を紹介）、今東京のマーケットで、カゴメが3パック 249 円で
大手全てのチェーンスーパーで陳列している。高知県の名前が前面に出ており、普段なら一間足らずの
ジュースの棚が、今では、数倍に陳列されている。コロナのため非接触のワンパックが給食から職場な
どにおいて求められ急増している。パッケージなどに高知県・県名がしっかり出ているものは、他にない。
カゴメさんとは、大型農業施設戦略で高知県と組んでやってこられているためと思うが、やはり、
長年やってきたことが、このようなときに発揮できる。

まとめるが、今さまざまな手を打ってきているが、このキャンペーンにしてもPRにしても、県内の
他の分野の人が何をやっているかを横断的に話し合い、情報を交換するべきでないかと思う。このパッ
クジュースにしても、スーパーの棚を占めることは、とてもお金がかかるプロモーション。このジュ
ースのところには小さなポップでいいので、「食べて遊んで高知家プロジェクト」のようなシールがつい
ていて、カゴメのトマトジュースを選び3つ買ったなら1個付いてくる等してみてもどうか。

このタイミングで、実際今までの積み重ねが功を奏して、コロナ禍におけるニーズとぴったり合っ
てきている、そういう成果が現れてきていると思う。

TV で拝見しました。移住促進課の片岡さんが出ており、PR もやはりもっと高知の女性が登場して
欲しい。移住や定住、食品、料理やインハウス、家のことになると女性が主役である。宣伝するにしま
してもこの高知の魅力を伝えるにしても、「おりょうさん」のような人を上手に活かしていくことが、高知
の戦略にとって大事だと思う。

マーケットでカゴメさんの高知のジュースのキャンペーンを行っている。首都圏で人気のスーパーで
あるライフやサミット、マルエツチェーン、バリューチェーン、イオンにも並んでいる。買い物の主役、
高知の女性の活躍の場の拡大を期待したい。

（井上産業振興推進部長）

ご意見いただきありがとうございます。カゴメさんとは、5年ぐらい前に包括協定を結び、パッケ
ージに高知家マークまで入れていただいている。

土佐文旦から直七から色々な柑橘類を使っている。プロモーションの仕方は非常に参考にさせていただく。色々な形でこれまで包括協定をたくさんの企業と結ばさせていただいているので、様々な協働をさせていただいて、プロモーションをかけていきたいと思う。

(受田委員長)

まさに天地人である。健康の話で魚がキーワードとしてあったが、ファストフィッシュというのは、もともと水産庁が認定をして簡便に食することができるものとして、一時期相当脚光を浴びていたが、熱が冷めたこともあり今に至っている。だから、そういうところを含めてキーワードとしてマーケットの動きをしっかり見据えながら、求められているものに対してまさにマーケットインで、高知県がこれまで積み上げてきた価値というものを、もう一度このウィズコロナ、アフターコロナで明確に戦略を立て、そしてそれに最も高い付加価値として提案していくことができれば良い。これまでの取り組み自体をさらに発展できるということで、今の政所委員のコメントに関しては、大変参考になり、かつこれからを考える上では重要なポイントをご指摘いただいたというふうに思う。

(臼井委員)

私の方からは2点話をしたいと思う。1点目は、まず関西・高知経済連携強化の話だが、前回、私が関西の方と連携すべきだという話の中で、即このような形で始めて、具体的になってきたと非常に感じるが、この中でぜひともお願いしたいのは、女性のニーズをうまく発信する、ニーズをつかむ方法を具体的な案の中に入れてほしい。関西は、おばちゃんがお財布握っている。だから、どんなにおいしい旅行をさせようとしても、その関西のおばちゃんがオッケーと言ってくれないとお財布のひもを開いてくれない。

昔、関西の50代以上の女性の方たち、12、13名で、関西から高知にかけて2泊3日の弾丸ツアーを行った。その時にみかん園に行き、みかんのもぎ取りをしたり、カツオを食べにひろめ市場に行くというコースを回ってもらった。そしたら、皆さん、おみやげを箱買い。少しいいなと思ったら、全部箱で購入し、箱で送っていく。気に入るとそういう買い物をするのは、女性だけである。男の方は、本当に買わない。男の方は、私を買った後に「これおいしいの」と言ったら1袋だけ買うだけだが、女の人はバンと買う。

このバンって買う女性達に買ってもらわないと、どんなにおいしいものを出しても売れないし、金額にならない。だから、金額として上げていくためには、それなりに女性のハートをしっかりつかんでいただきたい。だから、ものを買うのは女性だという意識で、マーケティングや観光もそうであるが、食品、加工食品については特に、ニーズに沿ったものをできるだけ関西の女性たちの意見を聞きながら作っていただければと思う。

もう1点はそれと関連して、外商公社の方が中心かは分からないが、いわゆる高知の製品のショッピングモールのようなものがネット上でできないか。肉、魚、野菜、果物、加工食品、全部が網羅されているもの。しかし、一つずつ作り込みは大変だから、全部リンクを張ってあっても構わないと思うが、ただ、そこに行けば、高知の製品の何がどこにあるのか一般消費者向けに分かるものをつくっていただきたい。外商公社の方は、卸業者の方とやっているため、十分関連する皆さんは存じ上げてると思う。でも、一般の女性がおいしいカツオのたたきを食べたいとなったとき、どこにアクセスしたらいいのか分からない。確かカツオのたたき、高知有名だよねと言って、どこのお店行ったらいい？という話のと

きにアクセスのしようがない。

秋田に住んでる友人に、カツオのたたきと土佐清水のしめサバを送ったことがある。友人は、とても気に入って、その後 10 箱お取り寄せし、近所に配ったと言う。そこからまた注文が来たが、友人がまとめてまた注文しているようだ。

そのくらい行動力のある方が、西日本だけではなく東北にも北海道にもいると思う。しかしながら、皆さん、カツオはどこに頼んだらいいのか、それから土佐清水のしめサバはそんなにおいしいとは知らない。そういう方たちに、どのようにネットでアプローチするかを考えたが、女性はクリックしたらすぐできるぐらいの簡単なネットでないといけない。ある程度高齢者の人で、ものは食べたいがネットはスマホぐらいしかできない。でも、そこで探せるというような仕組みが高知でできるとほんとに助かる。そこだけ教えれば、あとは皆さんそこで買ってくれる。

もちろんアマゾンだの楽天だのでいろいろと売っているが、県産品が一堂に会してというものが無い。だから見せるだけでも構わないし、そこから注文ができなくてもいい。ただ、全部高知県のものであることを、女性に分かりやすくアピールするようなものが今回の関西との連携の中で、何かネットをやる際に少し頭の隅っこに置いて、ご検討いただければと思う。

(受田委員長)

女性視点という意見は、先ほどの政所委員の発言の中にもあったが、今、臼井委員からも実際に重視すべきであるという話をいただいた。後半の方のネット上のショッピングモールという点については、どうか。

(井上産業振興推進部長)

1 点目の大阪の女性については、私も、大阪から親戚に高知へ来てもらった時に、コロッケを買いに連れて行ったら、あるだけ全部と言って、たくさん買ってくれた。関西のこの会議のメンバーには、残念ながら女性が入っていないが、しっかり意識して作っていきたいと思う。

2 点目は、高知家のサイトの方で「高知家の〇〇」というものがあり、高知家のいろんなグルメ情報や観光情報などを網羅したような、まとめサイトを作っている。その中で、マッキー牧元さんに高知に来ていただき、色々なお店を紹介する記事も載せているが、そうしたサイトの活用や、まるごと高知の今のホームページを活用する等、本当に素晴らしいアイデアだと思うので、なかなか e コマースまではいかないかもしれないが、情報をしっかり分かりやすく発信できるような仕組みを考えていきたいと思う。

(山崎道生委員)

お彼岸の 4 日間、四国中を車で回っていた。天狗高原から 33 号線へ入ると、国道 33 号線は渋滞。国道は自然渋滞で、これは久しぶりだと思い、待っている間にいろいろ考えたが、尾崎知事の時に、NTT や au などの携帯の動線を全部データ化して、何時にどこに何度行ってまた移動したというのが、もちろん個人名は触れないが、量としてデータが電話会社に残っていると聞いた。県外から 33 号線を通って高知へ来て何分滞在して、桂浜には何分滞在したというデータについても全部売ってるようだ。

尾崎知事から聞いた時は、金額が高いからやめたと言っていたが、そのデータを取得して、どこが魅力なのか、どこが隘路なのかを検証し、最終的にはその携帯の持ち主に高知へおいでというポップをか

けると仕上がりとなるが、ビッグデータやAI処理、携帯というセンサーを経て行動につながるもので、いわゆる Society5.0 のコンセプトにもなり、仕上げてくれたら非常に面白いと思う。ちなみに、費用は、数千万だそうだ。なので、なかなか民間で我々のレベルでデジタル化して何かを仕上げるというのは、膨大な労力と費用が要る。だから、公共でそういうものを取り入れて、お手本を作ってくれれば非常に学びやすいと思う。

(山脇文化生活スポーツ部副部長)

先ほど言われたように、スマホや携帯を持っている情報が自動的に発信され、それを人物が特定されない範囲で情報を提供できるサービスがある。実際、れんけいこうち広域都市圏の事業でも、au を使い、例えば各市町村 10 カ所、この地点にどこからどういう経路で来たのか、その前にどこにいたのか等のデータを 1 回取る事業を実施した。これは安い価格だったが 1,000 万円もかければ、10 メートルメッシュぐらいの範囲でかなり詳細なデータも出る。例えば、お店の前をどういう時間帯にどういう人たちが、それからその前にどこに寄っていたのかというところで、パンフレットを設置するならどこが最適なのか、何々県の人はどういう特徴があるか等や、発地側と着地側と両方のデータというのが細かく取れると思う。

(山崎道生委員)

それは、神戸や鳥取から来たということまで分かるということか。

(山脇文化生活スポーツ部副部長)

分かる。年齢層や男女、それからマイカーで来たか、飛行機で来たかということも分かる。例えば、牧野植物園に行った後どこに行ってるのかや、相性のいい施設同士ということも分かってくると思うが、その仮説を立てたり、分析してもらふことまで頼めば結構お金がかかるが、そこまでしてもらえらる民間のサービスがある。

(受田委員長)

ぜひいろんな意味で、今後のアフターコロナを考えていく上で、今のような解析を含めた戦略策定の部分を、Society5.0 を生かして前向きに検討していただきたいが、今の情報は問題が一つあって、20 歳以下のデータが取れないという点である。要は、未成年だと電話の携帯契約の際、そこの何か情報で属性に不足する部分があり、マーケティングのその戦略的な視点で見たときに少し抜け落ちる。ここをどう見るかが少しポイントになってる。確かそんな話があったと思う。

(山崎久留美委員)

先般、受田先生にお会いした際、胃がきりきり痛いときに、なぜエスプレッソコーヒーを飲みたいのかという質問をしたら、明快地、胃酸が上がった時にはエスプレッソコーヒーによる抗酸化作用がある、私の論文を読んでくださいということで、勉強している真っ最中である。IoP ということで先ほども話があったが、機能性表示食品の理解が進むと、サプリメントでもいいが、やはり生の食品を摂りながら体を作っていくということだと、機能性食品みたいなものがあれば、我々ももう一歩手に取りやすく、食べる意義が出てくると思う。

それからもう1点、初めて水産分野のことについて見させてもらった。高知マリンイノベーションの取り組みでは、養殖も非常に進んでいるが、ちょうど池田町長さんいらっしゃっているが、先般新聞でテナガエビが世界で初めてできあがったことを伺った。そういった市町村が非常に頑張っておられて、やっと種ができたというか、目の目が見たときに、県としてその後どういったサポートして、頑張っておられる方を商品化まで持っていくような仕組みがあるのかを教えていただきたい。

(受田委員長)

まず前段はIoPを通じての生鮮の持っている機能性で、多分ナスの話などがあると思う。

(西岡農業振興部長)

高知ナスとして、JAが取り扱うナスについての機能性が大学との共同研究の中で証明され、このたび、消費者庁に受理されたことを最近公表したところ。今後、ナスの包装にその機能性を表示した上で、売っていくことが決まっている。

(田中水産振興部長)

ご質問いただきありがとうございます。先ほどマリンイノベーションの話があったが、マリンイノベーションにおいては水産業のデジタル化を図るための取り組みを行っているところである。テナガエビについては、先ほど中土佐町さんの話も出たが、川では資源の維持・管理が非常に難しい状況にあるため、市町村や内水面の漁協の皆様と連携し、資源の維持・管理に向けて、放流や害鳥を駆除する取り組み等に力をいれているところである。テナガエビも含めて、色々な素晴らしい商品があるため、それらの販売や商品化については、個別にご相談をいただき、個別にできる支援を行っているのが現状である。

(受田委員長)

前段の方を少し補足すると、機能性表示食品として、生鮮の食品が認められるという制度がある。そんな中で、今回高知ナスが、コリンエステルという成分によって血圧の上昇の抑制が期待できるという機能性で届出が認められているところで、間もなく機能性表示食品としてナスが日本中で価値を生み出していく。先ほどの政所さんの話にさらにつながり、これがまた加工食品になれば、新たにまた機能性表示の届出をしていく必要あるが、そのきっかけができたということで、画期的なことだと思っている。このような形でIoPも付加価値をどんどん生み出していければということで、みんなでまた頑張りたいと思う。

(政所委員)

今後はエビデンス・トレースアビリティが必須となる。PRの際のブランディング作業として、その証明をきちっと伝えていくことが必要である。先程も話した原理・原則に戻るといって時代の流れで、その辺りが非常に重要である。高知の食材、川のメンテナンス等も含めて、安心・安全、自然を愛する県であるということ、それから大自然は高知の宝である。

この関西の会議のアドバイザーの方たちの意見の中にも、マーケティング調査とデータ分析に基づくブランディングという提案がご提言の中にあるが、まさしくこの本物の高知を伝えていくための裏付けになるものが、今までは何となくふわっとしたコピーライティングという分野だったが、これからは非

常にサイエンステックにその裏付けを出していくことが求められてくる。そのあたりについて、各業界も勉強する機会を持っていく必要性があり、非常に強く感じている。

どうしても語りきれない部分もちろんあるが、何かあったときに隠すのではなくて、周知しておくことの重要性が大事。ウイルスのことで今私たちは大変困難な時代を受けているが、次にもっと恐ろしい耐性菌がこれから問題になってくるとすると、例えば特に鶏肉がどういう飼料でどうやって飼育されて、私たちの口に入ってくるかということを考え、どういう環境でどういう飼料を与えて、どういう考え方でつくっているのかという生産者のトレーサビリティの考え方が、非常にカギになっていく。100%安全と言うことは非常に難しい時代になってはきているが、関西の会議の提言にあるように、高知の考え方をブランディングのキャンペーンのスローガンや名前と一致させていく方向なのかなと思う。

デジタル庁ができ、これからウェブの環境についてもいろいろ国の支援も出てくる。プラスアルファであるが、マラソン大会は全国的に中止。やはり高知で走りたいな、海辺を走りたいなと、たくさんのファンがいる。冒頭話のあった学生のアルバイトの話であるが、学生のスキルを活用する策のひとつとして、高知版グーグルみたいのマラソンで走ったときの各観光地の映像や、VRでポイントポイントを360度撮り、アクセスした人が景色を見たいときに見られるような素材を集める。このようなアイデアにも国の支援も出てきていると思う。大学生の方も活躍してもらえるようなことをできないでしょうか。

(受田委員長)

アイデアとして、VRを駆使しながら、グーグルアースの高知版みたいなものを、もっとリアルに密着し、高知をいかにPRできるかという一つの技術を確立すべしと考える。そこに学生の力を投入することも一つの案ではないか。大変興味深い話だと思うが、吉村観光振興部長、どうお考えか。

(吉村観光振興部長)

このフォローアップ委員会の観光部会の中でも、お話のあったようなVRを活用する話があった。このコロナ禍において、バーチャルツアーも既に商品化され、多くのお客さまにご利用いただいているということが観光部会の中でも出てきたことも受け、多くの方々のお知恵もいただき、学びもしながら、バーチャルツアーという研究もしていきたいと思う。また、いろいろ教えていただければ大変助かるので、よろしくお願ひしたい。

(受田委員長)

前半の安全・安心のエビデンス、考え方をという話については、トレーサビリティにつながっていくのではないかなと思う。この食のトレーサビリティを、高知としては安全・安心で、そして生産の場から口に入るまで、from farm to mouthや、IoTではfrom farm to forkという言葉を使っているが、そこまでが全部ガラス張りになるというか、安全・安心の部分でしっかりと履歴を取っているというところを明らかにすることにより、消費者の皆さまに価値を提供するという考え方があると思う。だから、高知の食の魅力を考え方として、全部上流から消費の場まで貫き通すという、そこがあれば今の話は具体化しそうだ。

(臼井委員)

今の鶏の話だが、フランスのプレス鶏という鶏のブランドがあるが、これはまさにそのトレーサビリ

ティをやっており、鶏の育て方から考え方まで書かれた説明書がついている。扱っているレストランが決まっていて、パリだと三つ星のレストランでしか食べられない。そこで食べるかもしくはリヨンのはずれにあるポールボキューズの村に行くと食べられる。みんなわざわざそれを食べに行く。だから普通の鶏肉より値段も高く、スーパーでもフランスの三色旗の赤、白、ブルーの飾りが付いて売られており、いかにも高そうに飾ってあり、他の鶏肉の大体2倍以上の値段である。その代わり、生育状況を全部書いている。はちきん地鶏もそういうふうになれば、違ってくるのではないかと思う。私は実際、商人塾のメンバーをフランスに連れて行き、その放し飼いをしているところを視察してきたことがあるが、フランスがブランド化をどのように進めているのかについて非常に感慨深いものであった。

(山崎道生委員)

お彼岸ドライブの続きである。VRの前に、ここ50、60年観光地の木が伸び放題で、全国有数の美しい山、川、海があるにも関わらず景色が見えない。ドライブをしていると、何十台も県外の車とすれ違うのに、このきれいな所をもっと落ち着いて見てもらいたいな、私も見たいなと思いながら何時間もドライブしているが、素敵どころほど手入れをされておらず、ものすごい水の向こうにおる天皇さんを見るみたいな感じで、もったいないというかありがたいものも見れない。物部川から始まってUFOライン、瓶ヶ森、素敵なお所ほど何キロも景色が見えない。こんな値打ちのある所はないなと思うが、木で見えない。だからこの木を切るよう発令してもらえれば、先の林業の助けにもなるような気がする。それが一番手っ取り早く、喜んでもらえる。

(松岡土木部副部長)

県としても、以前、観光と土木事務所が一緒になり点検、管理をしていく「ビュースポット事業」というものがあつたが、今はどのようなになっているか承知していない。こうしたお声はよく伺うが、多くが個人所有ということで、ここが大きな課題であつたと記憶している。いずれにしても、一度持ち帰って勉強させていただきたい。

(受田委員長)

ぜひそういうこれから誘客をしていくという意味では、欠くことのできない問題・課題だということでぜひ共有をしていただき、県としてもご対応を前向きに考えていただきたい。