

## 令和4年第3回高知県産業振興計画フォローアップ委員会

日時：令和5年2月13日（月）

場所：三翠園「富士の間」

出席：委員16名中、14名が出席（代理2名含む、オンライン参加2名）

議事：（1）原油価格・物価高騰の状況について

（2）第4期産業振興計画について

### 1 開会

### 2 知事挨拶

（知事）

第3回目の産振計画のフォローアップ委員会の開催にあたり、一言ご挨拶を申し上げます。各委員の皆さま方には、大変ご多用中のところ、本年度3回目の会議に出席を賜りまして、誠にありがとうございます。

冒頭、コロナウイルス関係の動向について申し上げますと、昨年来の第8波も今年の1月後半には、感染者数減少に転じて参りました。近日中におそらく県の対応ステージを引き下げできるような状況で、各種の指標は推移しております。国の方も来月にはマスクの着用について5月の連休明けには感染症法上の扱いについて、大きな見直しを段階的に行っていくという方向が示されており、経済活動は、正常化という方向で対応していく必要があるかと思えます。感染対策はしっかり取りながらも、対応していくべき方向にきていると思っております。

一方、県内の経済状況を見ますと、回復基調にあると思えますけれども、特に、近年の資源高や物価高の影響が先々の不安定要因ではないかと存じます。この点は国も大規模な経済対策を講じており、特にガソリンや電気料金については、大規模な公的資金を投入し、直接、価格の影響を緩和する対策も取られています。

県の方もこうした経済対策に呼応し、各事業者の皆さまとご相談をしながら、影響緩和の対策をとっておりますが、こうした国の対策もおそらく未来永劫講じていくわけではないと思えます。物価高、資源高も、ある程度、中長期に続いていくことを考えますと、例えば、省エネの対策やデジタル化を通じた高付加価値化を、各事業者の方々によりご努力をいただき、構造転換、足腰の強化を図っていくということを、本筋として考えていかなければいけない状況ではないかと思っております。

そうした中で、第4期の産業振興計画の最後のバージョンアップの年に当たり、かねてより申し上げておりますように、デジタル化、グリーン化のように時代を捉えたイノベーションの展開をしていくこと、また、グローバル化を含む外商強化を図っていくことを基本方向として、今回のバージョンアップを行っていきたいと考えています。

また、本日、この会議の後には、まち・ひと・しごと総合戦略に関する委員会もお願い

をしております。両方の委員会に籍を置いていただいております委員の皆さま方には、大変長丁場の審議になりますが、どうか忌憚のないご意見をお聞かせいただき、産振計画のバージョンアップがより良いものに、実行性のあるものになっていきますよう、ご指導、ご鞭撻をいただければありがたいです。本日は、どうかよろしく願い申し上げます。

### 3 議事

**議事（１）（２）について、県から説明し、意見交換を実施、（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）原油価格・物価高騰の状況について**

**（２）第４期産業振興計画について**

**※意見交換概要（以下、意見交換部分は常体で記載）**

（山崎委員）

先日テレビでダイセルという会社が木材由来の燃料について紹介されていたが、グリーンLPガスとの違いは何か。

また、10日ほど前に沖縄へ招待されて訪問してきたが、とにかく、女性が多いと感じた。女性向けの刊行物に宣伝を載せるのは良いが、県庁内もしくは観光関係の女性の方々がチームとなって、女性ならではの視点で、本当に訴求力のあるものも洗い直し、新しいアイデアを出していくことが必要だと思う。

（豊永林業振興・環境部長）

そのテレビの内容を把握しておらず、すぐに回答できないが、グリーンLPガスプロジェクトでは、触媒の開発ができたところであり、LPガス自体を製品にしているところはない。これから、触媒を改良したらグリーンLPガスを作っていくという段階。

（山脇観光振興部長）

「らんまん」の放送が決定したときから、男性客の多い高知県観光に女性を増やしていく絶好の機会だと捉え、女性ならではの視点を課題として、女性によるワーキングを多く実施してきた。

今回の博覧会の名称も、庁内の様々な年代の女性に意見を出してもらい、最終的に決めた経緯もある。今のプロモーション担当のリーダーが女性であり、外部の女性の意見をできるだけ多く聞くようにしている。様々な施策の中で、もう一度女性の視点を見直していく。

(臼井委員)

まず1点目は、2月7日に発表された2022年度全国家計調査の中で、高知市はキュウリ、ナス、ピーマンの年間支出金額や購入総数が最低に近い数字であった。キュウリ、ピーマン、ナスの生産量が多いはずだが、県外向け、輸出向けの生産なのか教えて欲しい。

2点目、私は総務省の地域力創造アドバイザーとしても活動しており、地域おこし協力隊の成功例をご紹介したい。「奇跡のむら」と呼ばれる岡山県の西栗倉村は、人口1,400名であるが、非常に画期的な方法をとっており、ベンチャー型地域おこし協力隊の方々が多数来ている。まず最初にベンチャースクールを開催し、年に2回、起業型の地域おこし協力隊も公募する。起業計画等について話してもらい、それが村で実現可能であれば、採用し、援助しながら自立するまでずっと伴走支援をしていく。ある程度軌道に乗れば、外部への移住も許可するといった非常に寛容な支援が噂を呼び、応募者の増加に繋がっている。

高知県も、地域おこし協力隊の人数より、質を重視することを考えてもいい時期では。地域おこし協力隊は本当に色々な方がいる。自治体に与えられた仕事に対して、不平不満が出ている話も結構あり、どのようなタイプの方をどう使い、支援するかを具体化して”高知県型”を作ったほうが良い。

3点目は関西のアンテナショップについて、関西のスーパー・ローカル・ショップのコンセプトはすごく良いと思うが、高知という言葉が入っていないので、どこの話をしているのか分からない。また、初めから、英語、フランス語、中国語等の各種外国語に翻訳してパンフレットに掲載する事を念頭において考えると、後で楽だと思う。

(杉村農業振興部長)

高知県は、特にメインのナス、ピーマン、キュウリ等は、条件が悪い厳寒期にハウスで量産し、都会へ販売するビジネスモデルがメイン。県内でナス、ピーマン、キュウリの消費量が少ないという話はあまり聞いたことがないが、元々のメインターゲットは都会向けであることは事実。

(受田委員長)

家計調査の品目別の年間支出金額等は2人以上の世帯で、毎年異なる場所での調査のため、統計で見えていくと結構ばらつきがある。どこまで見ていくか、ということはある。2点目は、岡山の西栗倉村で行われている極めて魅力的なマッチングの内容、そして合計特殊出生率も非常に高い村だと記憶しており、ヒントになるのではないかと。

(中村中山間振興・交通部長)

地域おこし協力隊は、募集が1倍割れしている状況があり、まず底も上げて質を上げていく。ご提案があった魅力的な働き場所、働き方も提示し、底を上げると、質を上げるの両面でやっていく。

(沖本産業振興部長)

アンテナショップについては、あくまでそのコンセプトを、極上の田舎の秀逸な一品を売るお店と定めたということである。例えば、「まるごと高知」といった店名は、公募を考えている。公募により、色々な方に参画していただき、特に関西の方からも意見をもらって、このコンセプトの中で名前を決めていく。店名には高知や土佐などといった名称が付いてくると思う。

(政所委員)

「大河ドラマ龍馬伝」は、国内向けであったが、今回のテレビドラマの牧野博士は、世界レベルの立ち位置として、戦略策と活用を考えた方が良い。自然や環境への関心が高い時代に、このドラマは符合している。観光分野のみならず、牧野博士は世界中に愛好者が多く、そして深いため、起爆剤として各産業にも非常に大きな影響力がある。

まず、長期滞在してもらうために、1泊、2泊の観光ツアーのみではなく、各分野の専門家に指導していただいて、一例として精密な植物画を2泊、3泊かけてじっくりと描くロングステイツアーの提案等。そこから対象を広げて、高知の魚や産物を細密画で描くといったこともロングステイのきっかけになるのでは。

また、牧野博士のファンは世界的に非常に根強く分厚いため、共通する生物を被写体にする事で、写真や絵画、ワークショップへの展開も多様に可能である。

そして、ここからもう1歩踏み込んで、この機に高知県を聖地にできないかと考えている。モニターツアーをきっかけに、全国の中学校、高校、大学の生物部を呼び込み、部長や先生など指導する立場の側にも来てもらう。また、世界的な生物学者等にも来高してもらう事も良い。それがきっかけとなり、修学旅行は高知県にといい、高い次元でのリピーターづくりへとこのチャンスを生かせないかと思っている。様々な人材を高知に引っ張ってくる時は、これを機に少し高い位置からのブランディングを意識して考えると良い。

それからUターンという言葉であるが、故郷にUターンする人以外にも、転勤等をはじめ多彩な機会が高知に来た方、縁のある方、転勤家族、高知のマラソン大会に出場するために毎年来高してくれるアスリート等もUターン族の数としてカウントしてみてもは。

今回の「らんまん」は、世界的な立ち位置に立って仕掛けを深堀することと、Uターンという言葉には、高知に関わった方々全員が里帰りするイメージとも捉えて良いと考える。

(山脇観光振興部長)

本当に高知県の良さを分かってもらうために、1泊2日の旅行スタイルではなく、一定留まって、滞在していただくロングステイの方向に大きく進めていきたいと考えている。具体的に連泊しないとできないことを提案していくのは、大いにありだと思ひ、参考にしてい。ありがとうございました。

(受田委員長)

マーケティングの戦略で女性をターゲットに捉えていくことと、この「らんまん」や牧野先生の魅力は女性のみならず、さまざまなターゲットに訴求できる。つまりセグメンテーションの部分から戦略的に実施し、しっかりしたマッチングを図っていくべきといったご意見。産業界においても、今、自然の環境の観点というのは極めて求められており、金融関係でも今はTCFDという考え方の財務情報の開示がある。これに続き、今度は、TNFD(タスクフォースオンネイチャーレイティドファイナンシャルディスクロージャー)が情報開示として、今後クローズアップされていくという話もある。色々な観点で非常にタイムリーであり、かつ示唆的である。貴重なご意見をいただいた。

Uターンに関しては、多様な人材がいらっしゃると思うので、ここもぜひ、参考にして欲しい。

(森委員)

2点提案させて頂く。釣りを高知のキーワードにして、釣りをしに高知に来てもらいたいと観光委員会でも意見があった。釣りはスポーツであるため、スポーツ振興にもつながり、魚の中身のことで水産も発展し、健康増進といった内部的な効果もある。釣りだけを切り取ってプランニングすることはあまり聞かないが、欧米やヨーロッパでは、ニシンやマス釣りは富裕層の娯楽であり、中国では、高額所得者の行きつく先は釣りだと言われ、非常に富裕層との親和性がある。ぜひそういったキーワードを入れていくというのはどうか、とここでも言わせてもらいたい。

それともう1点、大勢の海外旅行者を高知に取り入れたいと考えており、新幹線の誘致や道路網のこともあるが、やはり空港から直接入ってこれるように検討して頂きたい。空港の国際化について、観光の方面から非常に動いていただいているが、地産外商の方面からも検討をお願いしたい。例えば、段ボールや発泡スチロール1つでカツオのタタキや生ガツオが冷凍の空輸便で発送可能となれば、アジア圏以外やヨーロッパ等の遠方の国へも販路拡大に繋がってくる。LCCの誘致でも、観光客だけでなく物流もPRできるとよい。国際化が図られることで、色々な国が観光や、販売の候補にあがると思う。ぜひ、高知龍馬空港の国際化に向けて、県全体で働きかけの強化を進めて欲しい。

(山脇観光振興部長)

専門部会で非常に釣りに詳しい方に様々なアドバイスをいただいております、釣りは本県の強みである。これも急ピッチで進めていく。

(中村中山間振興・交通部長)

空港機能の整備評価については、空港整備ネットワーク検討会議を再開し、第1回目を開催し、また、別途部会を1度開催した状況。各キャリアの方、観光業界の方々から様々

なご意見をいただきながら、会を重ねて結論を得ていく。皆様から先ほどのようなご意見を賜り、参考にさせていただいている。

(受田委員長)

ターゲット国に対するトレーサビリティをいかに充実をさせていくかを考えないといけない。分野横断、庁内での連携をよろしくお願い申し上げる。

(西山副委員長)

もう既に、盛り込まれていると思うが、次の3点について確認をお願いします。

最初に求職者に労働条件が求人票などにわかりやすく説明されていること。

2番目に従来の日本型の雇用形態（メンバーシップ型）と欧米型の求職者に求められる成果と報酬を明らかにした（ジョブ型）に対応が出来ているかという点。

3番目にジョブ型の雇用での契約解除の条件が明快かつ適法に記述されていること。

以上が私の意見です。

(松岡商工労働部長)

正直なところ、求人票に説得力があるかまでは踏み込めていない。また、ジョブ型の部分については、県内でどこまで実施しているか把握していない。労働局とも情報交換をしているので、今後、勉強させていただく。

(藤原委員)

マクロ関係についての意見と、1点質問がある。

日本銀行は毎月景気判断をしているが、コロナが始まって景況感が大きく悪化した。その後は、感染の波の到来等で振れは伴うものの、感染症抑制と経済活動の両立が進む中、全体では持ち直している状況である。

マクロの観点でみた場合、1番大きく影響を受けたのは、宿泊や飲食サービス業等のいわゆる対面型サービスであったが、ここ最近では、資料2にあった主要観光施設入込客数のように、大分回復してきている。

特に高知県経済については、今後の発展の1つの牽引役として観光部門がコロナ前の水準を大きく超えていくことが必要であり、その起爆剤の1つが「らんまん」だと考える。

この間、コロナ前とコロナ後で何が変わったのかという点については、労働需要面ではないかと考える。コロナ前と比べて、観光を支える人材の確保が大変だとも聞いているが、今後、様々な観光施策に取り組む上での課題についてどのようにお考えか。

(山脇観光振興部長)

宿泊施設における人手不足については、コロナ前からそのような傾向は出ていたが、今

回のコロナ禍で、かなりの人材が離れて帰ってこなくなり、相当厳しいと認識している。今後に向けて、旅館やホテル関係者と、かなり話し合いも重ねているが、大きくは3つの方向がある。1つ目は、人手をかけていたところをデジタル化や非接触にして、効率化を図る。2つ目は、外国人材の有効な活用。既にそうした動きをされている方々もいるし、興味を持っている経営者の方も随分増えている。3つ目は、働きやすいかどうか。休暇のとりやすさに関しては厳しい状況にある職場といった認識もあり、いかに改善していけるかが、大きな課題である。大きくこの3つの方向で進めていく。

(久岡委員)

冒頭に原油価格、物価高騰の状況報告があったが、国も県も随分対策している。感謝するものの、いつまでその支援が続くのか、逆に言えば、農業者がいつまで耐えられるか。以前も言ったが、生産費を価格に織り込めない農業、水産業の体質上、どうしても何らかの政策が必要。特に困っているのは、畜産や酪農。値上がりした飼料を毎日食べさせなければならず、酪農家は、随分廃業していると聞いている。高知県の場合は、畜産、酪農は比較的少ないため目立ってはないが、飼育面で大変苦しんでおり心配している。もちろん、園芸等の生産費も下がっていない中で、価格転嫁できず、大変苦勞している。

資料3の2ページにも出ていたが、生産量の減少もしくは栽培面積の減少が農業の体質が弱体化している現れだと考える。その中で、反収を上げる技術や、データ駆動型の農業に対する期待は大きい。問題は、先ほど出ていた労働力であり、価格転嫁ができないので、雇い負けをしている。農家が反収を上げて、収穫する労力がないことが今後の課題である。様々な対策を考えていただいていると思うが、なおご指導いただきたい。

(戸田委員)

第一次産業に限らず、何でも、最終的には消費者に使っていただくもの。林業に限れば、木を40年、50年、60年と長い年月をかけて育て、十分に使ってもらえない。と、消費が伸びない中で、原木の増産や、再造林といわれても、気持ちが入らない。長い期間かけて育てた成果を十分発揮できるという夢が持てないと、林業は発展しづらい。植栽してから育つまで50年60年を見越していかなければいけないが、今は先の見通しが立ちにくい。新たな原木増産や再造林にしても、山主が立ち止まるのはそのような原因がある。簡単なことではないということは十分承知しており、仮に木造の家を建てるにしても、若い方が、20年30年の長期ローンを安定して支払っていくには、日本経済が全体的に上昇しないといけない。

(澳本委員)

水産業については、人手不足が1番の問題。

また、水産業全体では、海洋の環境がかなり変わってきている。温暖化で海水温の上昇

があり、河川の水が海に提供されず、栄養塩が海に流れ込んでいないことから、海藻類等はかなり枯渇し、磯焼けの問題もある。

そういった非常に厳しい状況にある中、今年、マリンイノベーションということで官民学が一緒になって、海のデータベースの情報発信を目的として、1月30日にNABRAS（なぶらす）の運用を開始した。スマートフォンでNABRASを見るだけで、簡単に海洋の情報が分かるということで、今後、使いやすいようにカスタマイズしていく。今まで、漁業者は経験がものをいっていたが、もう、その経験が通じなくなってきているほど環境の変化が大きく、だからこそ情報発信が大事になってくる。

造船業もなくなってきており、高知県で大きな船は作れない。県外のマグロ船等は、台湾で船を作っている現状で、今後の検討課題である。

今、水産庁の方から、海業（うみぎょう）について様々な提案がされているところであり、観光をはじめ各分野を総括して、今後とも取り組んでいただきたい。

（杉村農業振興部長）

価格転嫁については、大きく言えば、国の方も今後、構造転換を図っていく視点で進んでいくと思っているが、それまでの間農業者が耐えられるよう、しっかりと対策を講じていく。生産性の向上については、増収とコスト削減の2つの取り組みにより所得を上げていく。

先ほどの増収の方に関しては、人員不足を鑑み、前回、山崎委員の方から提案のあった現時点で判断するのではなく、将来を見越してデジタル化や機械化の導入で対応していくことも必要。また、専門部会では、品目毎に消費者ニーズが変わってきているため、今までと同じ出し方ではなく、変化に対応した商品作りが必要という話もあった。

（豊永林業振興環境部長）

戸田委員がおっしゃる通り、消費者にしっかりと使っていただく、出口戦略が重要。そのため、環境不動産といった新たな取り組みや、プロユースと連携し内装といった活用模索も、これからしっかり進めていく。今、世の中がSDGsに関心があり、木材の利用が大変見直されている時期である。

県では、経済同友会と一緒に取り組んでいる木材利用推進全国会議という組織の中で、全国で木材利用を進めるよう取り組んでいきたいと考えている。

（松村水産振興部長）

水産業の人手不足については、日本人の場合は、就業支援センターで研修等も含めて取り組んでおり、カツオ船などは外国人人材の確保も行っていく必要があるため、研修支援も実施している。

また、NABRASの運用開始により海の潮の流れや、水温のデータを一元的に発信できるよ



うなシステムになったため、活用して効率的な操業をしていただきたい。

それから、地域の小さな造船所も、漁業を支える非常に大事な産業であり、昨年から多くのご意見もいただき、事業承継を進めることで地域で造船所の継続につなげる取り組みを進めている。また、海業（うみぎょう）については、先ほど釣りのご提案があったように、連携して漁村地域での産業づくりをやっていく。

（受田委員長）

短期、中期、長期等の時間軸での問題が山積している。喫緊の課題として短期で解決していくことから始まり、長期的な戦略も結びつけて、織りなしていく形も必要。さらに林業と水産業は、河川からの栄養源の供給により藻場の喪失がないよう対応しなければいけない等、より一層分野横断的な視点が求められている。非常に重く、また、重要な課題について、それぞれの立場から発言していただけた。

（政所委員）

今、各種産業実態として、事業環境は過酷な状況であることを、消費者も含め多くの人に理解していただくことも含めて、1つ1つの表現や伝達の仕方に工夫が必要である。例えば、林業で再造林という用語は業界の人は分かっていても、業界以外の方々には伝わりにくい。これはなんのためにやっているのか、ということをもっと分かりやすく伝える表現の工夫や伝達の手法を考えることが必要。例えば、グリーンボタンという言葉がある。これは小さな子どもが聞いても、将来に向けて活動をやっているとは分かる。今、Well-being（ウェルビーイング）&SDGsという言葉が使われ始めている。作っている人も使う人も将来の人も幸せになるという、幸せ指数のようなものをWell-beingと表現し、これは、国際的にも産業界で非常に重要なポイントになっていく。再造林という言葉は基金を集めるときも、子どもにも多世代にも、端的に分かるような言葉や使い方にするよう、みんなで知恵を出したい。

（山崎委員）

林業について、売る前の製品づくりにばかりに力が入っており、聞けば聞くほど、売り先を用意する必要があると思う。

例えば、商工労働部はタイやベトナムで専属の人を用意し、そこに出て行く支援をしてくれている。日本中の木を買えるとなると、中国しかない。中国は、今、住宅設備が過剰で弱くなっている状況だが、長期的に見れば経済成長していくため、とにかく対中国へ売りに行くべき。

売れ、お金が動くところには、人も機材も集まってくるので、先に売り先を県で開発しなければいけない。売ることに對して力の入れようが全く足りない。売ることに困っているので、支援して欲しい。