

	項目	概要	基本的な考え方・対応策
1	インターナルマーケティングの強化について	<p>○世界に比べ、日本の所得の増加割合は低いことから、全国に合わせて県民所得について議論をしていくことは、野心的な数字になるのか。</p> <p>産業振興計画の推進において、インターナルマーケティング(高知県在住の方に極上の田舎に住んでいるという気持ちになってもらう)を強化するべきである。</p>	<p>○県経済の活性化に向けたトータルプラン「産業振興計画」としては、全国下位にある一人当たり県民所得を引き上げることを目標としようとするもの。</p> <p>○なお、いきいきと仕事ができ、生活ができる実感を得られるような高知県を目指すことが重要と考えており、この点は「高知県元気な未来創造戦略」において取り組みを推進していく。</p>
2	女性の移住について	<p>○移住で女性を呼び込もうとしたら、高知県に来ると楽しいと思ってもらえるような、極上の田舎の生活がどういふものかという事例が見られると良い。</p>	<p>○女性へのアプローチ強化については、移住ポータルサイトに若者や女性の関心を引くページを新設し、若い女性が高知での暮らしに感じている魅力を語る動画コンテンツを充実するとともに、訴求するテーマ別イベント等を実施し、新規相談者の増加につなげていく。</p> <p>○また、令和5年度から取り入れたデジタルマーケティングの手法をもう一段強化し、令和6年5月から県の観光サイト(どっぷり高知旅)とのデータ連携を実施している。こうしたデータも活用して同サイト訪問者に対し、移住イベント等の情報発信を行うなど、観光から移住につなげる取組を強化している。</p>
3	高知県の魅力について	<p>○人手不足を解消し、Uターンを進めるためにも、高知県の魅力について思索していくような会議の場を設け、できるだけ県外の方の意見も聞いたら良いのではないかと。</p>	<p>○移住促進の施策検討に当たっては、これまで「地方への新しいひとの流れを高知に呼び込むこと」を視点に、県外の方も含めた有識者の会議において、全国的なトレンドを含めた様々なアドバイスをいただいていた。</p> <p>○令和6年度は、これまでの有識者からのアドバイスに加え、上半期に、県外女性も対象にした若年女性ヒアリング調査を実施した。</p> <p>そこで明らかになった「高知県には希望する暮らしや仕事が少ないイメージ」といったUターン阻害要因への早急な対応として、12月から年度末に掛けて、若年人口増加に向けたプロモーションを展開し、高知の強みや魅力を活かし、多様な仕事や暮らしの希望を叶えて活躍している若者のリアルな姿を動画で発信していく。</p>
4	林業の一番の出口について	<p>○百円程度の本木が、世界のトップデザイナーがデザインした積み木になると5万円にも10万円にもなる。</p> <p>○林業の一番出口の部分は、消費者が価値があると感じ取れるものであることが重要。</p>	<p>○林業の出口は建築材料としての製材品が主体となるが、更に室内空間への木材利用を拡大するため、建築士やデザイナー等と連携し付加価値を高めた商品の開発など、内装木質化や木製什器の導入等に向けた取組を進めている。</p> <p>加えて、令和6年度は環境意識の高い施主(都市部の企業、自治体等)に向けて、環境に配慮した森林由来という新たな価値を付加した木材を認証する仕組みの検討を行っている。</p>
5	パブリックコメントについて	<p>○パブリックコメントにおけるコメント数は重要な評価の指標になるので、リアクションを確認いただき、その数について、さらに評価をいただきたい。</p>	<p>○第4期計画策定時の意見数には及ばなかったものの、50件を超える意見をいただいた。官民協働で進めていくためには、県民に関心を持っていただくことが重要であるため、その点を意識しながら計画を推進していく。</p>