

令和6年度第2回物部川地域アクションプランフォローアップ会議 議事概要

日時：令和7年1月31日（金）10:00～12:00

場所：香美農林合同庁舎1階大会議室

出席：委員20名中、16人が出席（代理出席3名含む）

議事：（1）物部川地域アクションプランについて

1）物部川地域アクションプランの進捗状況等について

2）物部川地域アクションプランの追加・削除・拡充等（予定項目）について

（2）産業成長戦略について

第5期産業振興計画におけるバージョンアップのポイント（案）について

（3）元気な未来創造戦略について

（4）その他

議事（1）～（4）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、すべて了承された。

※意見交換概要（以下、意見交換部分は常体で記載）

（1）物部川地域アクションプランについて

1）物部川地域アクションプランの進捗状況等について

2）物部川地域アクションプランの追加・削除・拡充等（予定項目）について

（No. 4 「ごめんケンカシャモ」のブランド化の取り組み）

（杉村委員）

ごめんケンカシャモの生産が思うように進んでいないのは、前回の会議で話した通りであり、改善に取り組んでいるところ。最大の課題は卵を産む時期が極端に不安定で、気候の影響が大きいと感じている。特に夏の暑さ等がシャモにとって厳しく、鶏舎を涼しくするためにミスト（霧）を使って冷却する方法を検討している。これにより、安定して卵を産めるようになれば、生産も安定し、供給も問題なく行えると考えている。

（平山座長）

生き物の飼育は非常に難しい部分があり、安定的な生産を実現することが本当に難しいと感じている。ミストの導入について、どれくらいの規模で行うかはまだ分からないが、できることは協力したいと思っている。

（No. 11 物部川地域における広域観光の推進）

（丸岡委員）

物部川DMO協議会として、3市が周遊観光を目指しているのは良いことだと思うが、各市が自分の市のことだけに対して取り組んでいるように見える。例えば、南国市には龍河洞への案内看板がなかったり、龍河洞に行った人が次にどこへ行けばよいのか分からなくなってしまう等、自分の町に来るための看板は多いが、他の市への誘導が足りないように感じる。

連続テレビ小説「あんぱん」を機に隣の市にある施設の看板を作り、周遊を促すような感覚を持たせたいと思う。3市の市長にもご意見をいただきたい。

(江口地域産業振興監)

道路の青看板については、香美市のアンパンマンミュージアムを核に、周辺の香南市や南国市等への案内ができるよう、地域観光課が主体で県土木事務所と協議を進めてきたが、青看板に施設名を記載するのは難しいという現状がある。

観光案内については、各市の拠点となる施設でお互いの施設の観光案内をしていただくような仕組みを考えている。例えば、香南市に行くのと動物園があるとか、南国市に行くとなやせさん関連のものがたくさんあるといった案内をお互いに行うようにできれば、観光客が周遊する形で地域全体の観光促進ができると考えている。そうした勉強会を開催してはどうかという話を、物部川DMO協議会の方にもしているので、観光地の相互案内を含めて周遊観光を進めていきたいと考えている。

(丸岡委員)

県が行うことについては、それで問題ないと思う。ただし、民間の施設に関しては、看板を設置するのが難しいこともあるので、民間の土地に関しては、隣の町にあるのいち動物公園やアクトランドに「うちの町にも看板を立てませんか？」と提案することも必要だと思う。お互いに交流を深めながら、3市での周遊観光を進めていくべきだと考えている。

公共施設については青看板を立てることができると思うが、観光客にとっては施設が県立か民間かは関係ないので、その点をもっと意識して取り組んでいくべきだと感じている。

(平山座長)

ご意見をいただいたが、南国から農免道路へ降りたところに、アンパンマンミュージアムへの看板があったと思う。その看板の設置者は分からないが、確か広域農道沿いに立っていたと思う。

(地域観光課 仙頭課長)

農免道路沿いにあるアンパンマンミュージアムへの赤い誘導看板については、アンパンマンミュージアム振興財団が設置・管理している。

それとは別に、南国インターから道の駅を通過して清掃工場の裏側を通り、山田方面に向かう道沿いには、香美市が管理する誘導サインもある。これらは、インター経由で来るお客さんが道順を分かりにくいと感じていたため、香美市が以前から整備してきたものだと思う。

私自身も連続テレビ小説「あんぱん」の放送が決まってから、このエリア出身ということもあり、毎週末のように3市を回っている。その際、看板誘導が十分かという視点でも見てきたが、各施設への誘導は県の土木事務所の協力もあり、他のエリアより充実していると感じている。ただ、アンパンマンミュージアムに行った後、南国市や香南市方面に向かう際、表示が分かりやすいかどうかという点では、改善の余地があると感じている。現在、県土木事務所と協議し、改善可能な部分については対応している。

丸岡委員が指摘されたように、例えば道の駅を中心に、3市それぞれの観光地を紹介し合う看板を設置するような連携が進められれば、連続テレビ小説「あんぱん」の取り組みをきっかけに、地域全体の観光をもっと盛り上げることができると感じている。

(平山座長)

あの看板は香美市が設置していると伺ったが、今後どのように連携を取ることができるかが課題で

ある。看板の設置場所や方法について、効果的で費用面も抑えられる方法の検討が必要。設置場所が民地の場合、借地料が発生することもあり、その点も考慮に入れる必要がある。費用がかからず、高い効果が得られる看板設置方法を引き続き検討していきたいと思う。

(窪田委員)

県外に行くとき食べる場所に困ることが多い。有名な店や大きな店はネットで調べればすぐに出てくるが、人が多いため、家族連れが食事をしようとする入りづらいことがある。高知は小さなお店が多く、喫茶店の数が全国で人口比1位という特徴があることから、3市でそれぞれの市の喫茶店や食事処を一覧にしたものを作れば、観光客にも役立つと思う。

(江口地域産業振興監)

南国市では、町の飲食店マップのようなものを作成していると思う。今回、連続テレビ小説「あんぱん」によって、県外からの観光客が増える可能性が高い。そのため、各観光協会でもそういった飲食店情報のパンフレット等、情報発信の準備が進められているはずであり、広域観光組織の取り組みもある。南国市では既に飲食店マップがあるので、見直しもされるのではないかなと思う。個々の観光協会のそうした取り組みと広域観光の取り組みを重ねながら進めていく形になるだろう。

また、それをいかに観光客の皆様に提供していくかというところがあると思う。

(平山座長)

提供方法についても検討が必要である。例えば、スマートフォンですぐに見られるような形にするのが良いかもしれない。情報発信の方法についても、改めて考えてもらえればと思う。

(No. 1 日本一のニラ産地拡大による地域農業の活性化)

(古川委員)

「日本一のニラ生産拡大」に関して、指標が販売額になっている理由を教えてください。取り組み内容としては生産量の拡大が主であるはずだが、販売額を指標にすると、その年の気象条件による単価の変動の影響を受け、生産量が増加したのかどうか分かりにくいのではないかと考えている。

同様に、井上ワイナリー(株)のワインについても、物価の上昇率等の影響を考慮して令和9年度の目標値が設定されているとは思いますが、販売額だけでは販売本数や規模拡大といった成果が分かりにくい可能性がある。販売額を指標にした理由を教えてください。

(中央東農業振興センター 豊永所長)

ニラの指標を販売額にしたのは、平成28年にJAが生産計画を協議し、令和8年度までに販売額34億円、将来的には50億円を目指すという計画を立てたため。その計画に合わせ指標を販売額にしている。

令和6年度は単価が非常に高かったものの、気象の影響で特に露地ニラが不作となった。生産量だけを指標にすると、農家の収益が確保できるかが分かりづらくなるため、「もうかる農業」を目指す観点から販売額を指標にしている。

(2)産業成長戦略について

第5期産業振興計画におけるバージョンアップのポイント（案）について

(門脇委員)

【資料3】2ページ目の重点ポイントのポイント④に「キャリア教育」という言葉が出てきており、ポイント②にも「事業者の経営力向上」や「スキルアップ」という言葉が出てくる。高知県が本当に元気になるためには、産業の活性化と安定した雇用が不可欠であり、これが確立されなければ、どのような施策を後付けしても効果が薄いと考えている。

キャリア教育の充実が明記されているのは非常に嬉しい。ただ、高知県全体かどうかは分からないが、社会教育や生涯学習が学校教育と切り離されて考えられている印象がある。社会教育は幅広い分野を含むため、あまり目立たないが、学校教育・社会教育・生涯学習・キャリア教育がリンクしていくことが重要だと考えている。

私はキャリアコンサルタントをしているが、現状では学校教育と社会のつながりが希薄で、子ども達が社会に出たときにまるで別世界に放り出されたように感じてしまい、結果として、能力のある子ども達も自分がどのように活躍すればいいのかわからなくなってしまう。

そうならないためにも、小中学校の長い義務教育の時間を活用し、並行しながら社会や働くことにつながる教育を充実させる必要がある。そうすることで、「高知県で活躍したい」と思える夢を持つ子ども達が増えるのではないかと。生涯学習・社会教育・キャリア教育・学校教育を連携させ、イノベーションの強化やアントレプレナーシップ（起業家精神）の育成に力を入れることで、より面白い展開が生まれるのではないかと考えている。

(産業政策課 小川課長)

来年度はキャリア教育の強化を進める予定である。若者の県外流出は就職や転職に伴うところが一番大きいと考えるが、県外へ行くこと自体を無理に止めることは難しい。それぞれの夢や希望を応援したいという思いもある。

しかし、「県内には魅力的な仕事がない」という思い込みで県外に出てしまうのは残念なことであるため、県内にも生き生きと活躍できる仕事があることを知ってもらい取り組みが必要。

これまでも、小中高生や大学生を対象に各産業分野でそうした取り組みを進めてきたが、教育委員会との連携には課題が残っていたと認識している。来年度は、小中高生それぞれの年代に応じたキャリア教育を強化し、職場見学等の取り組みを強化する。また、各活動が個別に行われるのではなく、情報を総合的に集約し、教育委員会と連携してデータベースを構築する予定としている。これにより、学校現場としっかりつながり、子ども達に必要な情報を届けていく。

さらに、イノベーションや起業家教育についても、起業家との交流を含めた取り組みを検討している。特に、大学生と県内事業者に交流していただく活動を支援する新たな事業を始める予定である。これらの取り組みを総合的に展開し、一人でも多くの子ども達に「高知県にも魅力的な仕事がある」と知ってもらえるように努めていく。今後も協力をお願いしたい。

(陶山委員)

若者の定着について、私も20代であり、周囲の話を聞いて感じていることを共有したい。県内の大学には県外出身者が多く、県外から来た学生は、地元に戻りたい、もしくは東京や大阪でやりたい

仕事があるという理由で県外に出てしまうことが多い。高知大学でも、県外出身の学生を引き留めるためにさまざまな取り組みをしているが、地元のつながりがある以上、どうしても戻ってしまうのが現状である。

そう考えると、県外の大学に進学した高知県出身の学生に対してアプローチする方が効果的ではないかと感じる。元々高知県が地元であれば、「帰ってきたい」という考えを持っていると思うので、その層に向けた施策が必要ではないか。例えば、県外にいる大学生や専門学校生に対し、パンフレットを送る、里帰りのタイミングで地元企業を紹介する等の取り組みが行われているのか知りたい。

また、移住者の話を聞いていると、高知の子育て環境に魅力を感じて移住している30代から40代の子育て世代が多い。20代はどうしても「大企業で経験を積みたい」と考える人が多いため、20代に対して重点的にアプローチするよりも、子育て世代に向けた施策を充実させる方が有効ではないかと思う。

子育て環境の良さはすでに知られているため、重要なのは「高知で仕事ができるのか」、「生活していけるのか」といった点の情報提供ではないか考える。

そのため、単に移住を促すだけでなく、就職における具体的な情報を提供するようなアプローチをした方が良いのではないかと思う。

(産業政策課 小川課長)

県内就職の促進については、県内の大学との連携を強化し、高知大学、県立大学、工科大学と協力しながら、県内に留まる学生を増やす取り組みを進めている。先日開催された高知學長会議では、知事と高等教育機関の学長が集まり、このテーマについて協議を行った。学生が地元に戻らない背景には、給与や待遇面の課題があり、その改善に努める必要があると考える。

また、高知大学であれば、地方創生推進士等を通じて地域の課題を知り、ビジネスチャンスを見つけて起業する方もいる。こうした地道な取り組みにより、起業する若者は、現状ではまだ少数だが、今後も継続していく。

さらに、県外に進学した学生に対するアプローチとしては、就職フェアを開催する際に県外から帰省する学生に対する交通費の支援を実施している。加えて、新聞広告やメディア広告を活用し、そうした情報を積極的に発信している。最近では、デジタルマーケティングの手法を用い、スマホの位置情報等で高知県にゆかりのある人を特定し、SNS等を通じてピンポイントで情報を届ける取り組みも始めている。

また、県外学生へのアプローチとして、交通費支援に加え奨学金の返還支援制度も準備している。この制度では、県内企業と連携し、就職した若者の奨学金返還を支援する仕組みを整えている。一緒に取り組んでくださる企業がいれば、分野を問わず活用いただける制度なので、そうしたこともご紹介したい。

子育て環境の魅力発信については、移住促進の取り組みのなかでもデジタルマーケティングを活用した情報発信に取り組んでいる。いただいた意見については、移住担当の部署にも共有し、さらなる施策の検討につなげたい。

(江口地域産業振興監)

人口減少対策として、県は市町村と連携し、市町村個別の取り組みに対して交付金を活用する制度を設けている。例えば、南国市では来年度から新卒者が市内で家を借りる際に家賃補助を行う制度を

創設される予定である。高知市に通勤する人も多い南国市では、こうした支援を通じて新卒者の定着を図ろうとしている。

また、奨学金返還支援に関しては、香南市が新たな取り組みを進められている。これまで香南市内の企業に勤務する人を対象としていたが、来年度からは市外の企業に勤める場合でも、実家が香南市にある等の条件を満たせば支援を受けられるようにする。これにより、地元に戻りやすい環境を整えることを目指している。

さらに、香美市では子育て支援の一環として、「カミカカード」を活用し、子育て世代への給付金支援を実施される予定である。こちらについても交付金を活用して来年度から実施する計画となっている。

このように、3市が独自の施策を展開しながら、若い世代に帰ってもらえる環境等を整える取り組みを進めている。

(陶山委員)

デジタルマーケティングで若者にPRしているという話があったが、SNSでは広告が多く流れてくるため、読み飛ばされてしまうことが多い。

私が学生だった頃、出身の市町村から手紙が届いた。特産品とともに市町村のPRパンフレットが同封されていて、それが嬉しく、実際に今でも大切に取ってある。手紙のようなアナログな手法の方が、より印象に残り、喜ばれるのではないかと感じる。

(江口地域産業振興監)

市町村への交付金を活用すれば、出身者に特産品を送るような取り組みも可能ではないかと考えている。市が実施するかどうかではあるが、例えば、大学や専門学校を卒業した後に地元に戻ってもらうためのPRとして、手紙や特産品を送るような施策も検討の余地がある。

こうした取り組みについては、3市の担当者とも話をしながら、私の方からも提案してみたいと思う。

(三谷委員)

好きなことをするために県外に行って就職した方が、子育ては高知に帰って来るというのは中々難しいと思う。実際にIターン、Uターンされてきた方々は、この地域の魅力や子育て環境を評価して帰って来た人が多いことから、そうした方々の声を市のホームページに掲載したり、実際に交流できる場を作れば、今言われていたことが移住を検討している人に届くと思う。

その結果、「それならお試しで住んでみたい」と思った方のために、県内のいくつかの市町村でも整備されているが、例えば1カ月くらいのお試し移住ができるような住宅を構えて実際に住んでもらったら良いと思う。

そして、企業側も移住を検討している方に向け、自社の福利厚生や育休・産休を始めとする子育て支援策をハローワークの求人情報に今まで以上に多くのデータを掲載してもらい、若しくは企業のホームページに掲載することが必要だと思う。

また、こうした取り組みが一連のものとして発信できないと、調べる手間が増えて利用されない可能性があるのも、どこが中心になって実施するのか等は検討しないといけないが、情報を集約する必要があり、商工会も一緒になって取り組んでいかなければならないと思う。

(平山座長)

I ターン者の方々に協力をお願いし、県外での移住相談会で自身の経験を語ってもらう機会を設けている。

(依光委員)

香美市では、お試し移住体験住宅を含めた住宅の確保が課題となっている。高台にあるためニーズはあるものの、マッチングがうまくいかない状況である。そこで、三重県の企業が展開する「さかさま不動産」という仕組みを活用し、住みたい人のライフスタイルの希望を集め、それに共感した所有者が物件を貸し出すという形を検討している。

また、移住定住推進協議会も開催しており、移住者の参加を促すために招待状を送りたいと考えている。

(江口地域産業振興監)

年末に3市の担当者と協議し、新たな交付金を活用した人口減少対策について検討した。その中で、例えば香美市においては、子育て支援のメニューを冊子としてまとめ、移住者に分かりやすく提供することを提案した。私はその中に、実際に移住して子育てをしている方の意見を載せてはどうかと考えている。予算やページの限界もあるが、そうした冊子も含めて移住を検討する方々にお伝えできればと考えている。

また、香南市では既にお試し滞在住宅を導入しており、香我美町や夜須町に続き、来年度には野市町に3軒目を設置される予定である。こうした取り組みを活用しながら、特に移住者や高知市からの転居者が多い3市において、若い世代の移住を促進する施策を進めていきたいと考えている。

(北委員)

この計画全体を進める上で、デジタル化によるつながりの強化が非常に重要だと考えている。情報発信も含め、具体的にどのような施策があるのか、説明いただければありがたい。

(産業政策課 小川課長)

デジタル化の施策については、情報発信の面ではデジタルマーケティングの手法を活用し、届けたい情報をターゲットに的確に届けることに力を入れている。特に移住促進だけでなく、農業・林業・水産業等の担い手確保の取り組みにもこの手法を活用し、全庁的に徹底していく考えである。

また、産業分野におけるデジタル化の推進により、省力化や生産性向上を進めることで企業の収益性を向上できる環境づくりを支援していく。農業では「SAWACHI」、林業では「スマート林業」や「Clowood（クラウド）」、水産業では「NABRAS」等のデジタル技術を活用し、より効率的な事業運営を支援していく。

商工業分野では、各企業の経営改善につながるデジタル化計画の策定支援や伴走支援を行ったり、補助金を活用いただいたりすることで、デジタル化の流れを自社に取り込んでいただき一歩進めるような環境を整えていく。こうしたデジタル化の取り組みをこれまで以上に強化していく方針である。

(北委員)

デジタル化の取り組みについて、県が非常に力を入れて進めてくださっていることに感謝している。ただ、産業ごとに個別のデジタル化が進められている一方で、それらをトータルでデザインする視点も重要ではないかと感じている。

特に、若者を県内に定着させる、あるいはUターンを促すという観点では、単に各産業のデジタル化を進めるだけでなく、それらを統合的に考え、教育とも連携させることが大切だと思う。例えば、デジタル技術を活用して産業と教育を結びつけ、若者にとって魅力的なキャリアパスを示すことができれば、定着率向上につながるのではないかな。

個別の施策がバラバラに進むのではなく、デジタルを活用した全体的なデザインの中で若者の定着を促す仕組みを考えることが必要だと感じた。

(産業政策課 小川課長)

産業分野においては、デジタル技術を活用した省力化や生産性向上を通じて成長につなげることが、産業振興計画上のデジタル活用の柱となっている。一方で、県民の暮らし全体を見れば、行政事務のデジタル化等も含まれており、これについては県庁全体で「高知県デジタル化推進計画」に基づき、基盤整備を含めた取り組みを進めている。

ご指摘のあった「デジタルの全体デザイン」の視点については、産業分野ごとのデジタル化だけでなく、こうした県全体のデジタル推進の枠組みの中で検討を進めている状況ではある。ただ、さらにどう総合的に進めるかについては持ち帰り、検討したい。そういう状況なので今後ともご意見をいただきながら進めていきたいので、引き続きご指導をお願いしたい。

(江口地域産業振興監)

現在、県のデジタル化推進の取り組みについては、主に各産業分野でのデジタル技術の活用の計画であり、デジタル人材の育成のような、包括的に取り扱うような大きなテーマとしては、まだ十分に検討されていない部分がある。

(政策企画課 長尾チーフ)

元気な未来創造戦略の中(【資料4】3ページ)で、政策実現に向けた条件整備の3として、「デジタル実装の土台づくり」を位置づけている。その一環として、県内の情報通信インフラの整備や、デジタル化を支える人材の育成・確保に取り組んでいる。

また、県庁全体としてデジタル化推進計画を策定し、デジタル化の推進に県庁挙げて取り組んでいる状況である。

(3) 元気な未来創造戦略について

(窪田委員)

若い人たちの結婚や県外からのUターンが減少している中で、収入の少なさは大きな課題である。私の息子も県外と比べて収入が低いため、高知での生活が難しいと感じている。しかし、住みやすさという点では高知の魅力は大きく、都会よりも高知で暮らしたいとも言っていた。

ただし、交通の不便さが大きな障壁になっており、特に車が必要不可欠な環境であることが課題である。公共交通機関の運賃が高く、車の維持費もかかるため、就職する際に交通手段の確保が必要となる。この点について、企業や自治体が補助を行うことで、移住やUターンの後押しができるのではないかな。

また、高知の魅力をより積極的にPRすることが重要である。田舎であることや都会との格差ばかりを強調するのではなく、南国市に住んだら「子育てがしやすい」、「住みやすい」といった具体的なメリットを打ち出すべきだ。若者が「住んで良かった」と思える環境を整備し、それを発信すること

で、移住や定住の促進につながるのではないかと。

(政策企画課 長尾チーフ)

前段の交通費の支援については、奨学金の補助等、すでに取り組んでいる施策もあり、どこまで実現できるか課題もあり、なかなか難しい部分。

後段の高知の魅力を伝えることの重要性については、まさに同じ考えを持っており、現在、移住プロモーションを進めている。

高知にUターンして趣味を楽しんでいる人、子育てを楽しんでいる人、企業で活躍している人等、実際に高知で暮らす若者の姿を動画やインタビューで紹介し、それを配信やホームページ掲載を通じて発信している。この取り組みは2024年12月から始めたところ。

また、こうした情報を県内の人々にも広めることで、高知を出ていこうとしている若者にも「高知に残っても楽しく過ごせるのではないかと」思ってもらえるようにしたい。来年以降は、さらに県内向けにも、高知でのリアルな暮らしの魅力を伝える発信を行う予定である。

(門脇委員)

【資料4】3ページの高知県元気な未来創造戦略の全体像には、「いきいきと仕事ができる高知」は産業振興計画、「いきいきと生活ができる高知」は教育大綱や健康長寿県構想、「安心・安全な高知」は南海トラフ地震行動計画といった要素が盛り込まれている。しかし、昨今注目されている「ウェルビーイング」という概念があるが、県民全体が心身ともに満たされ、社会的に良好な状態を持続的に維持できることが非常に重要である。

特に若年層にとっては、現在の高齢世代の暮らしを見て「将来自分たちもこうなるのか」と希望を持てなくなる可能性があるため、単に若年人口の増加を目指すだけでなく、私たち世代も含めた全ての世代がウェルビーイングである必要がある。

また、【資料4】5ページのキャリア教育の推進について、私はオーテピアや大学の学園祭等で5年ぐらいジョブキッズというキャリア教育のイベントをしている。このイベントでは子どもだけでなく保護者にも一緒に参加してもらうことで親子でカードを使いながら将来の選択肢について考える機会を提供しており、特に親世代が深く考えさせられる場面が多い。

実際に参加された親の中には「もし自分が子どもの頃にこういう教育を受けていたら、人生が変わっていたかもしれない」とコメントする人もいる。キャリア教育とは、企業訪問や職業体験だけではなく、個々の価値観や未来志向を育むことも全てがキャリア教育になっていると思う。

さらに、10代から39歳までの自殺者が年々増え、死因のトップが自殺になっている現状を考えると、若者が将来に希望を持ってないということも大きな要因ではないか。そのため、いろいろな世代がウェルビーイングな生き方ができる高知県であれば、若い世代もその背中を見ながら育っていくのではないかと。

(4) その他

意見交換等、特になし。

(以上)