

安芸地域アクションプランフォローアップ会議の概要

日時：平成21年9月9日（水）14:00～16:30
会場：安芸広域メルトセンター会議室

1. 議 事

- (1) 全体スケジュール等について
 - ・これまでの計画体制と年間スケジュールを説明
 - ・地域アクションプランへの追加に係るフローを説明

- (2) 地域アクションプランについて
 - 1) 21年度の取組の進捗状況について
 - ・全体の進捗状況とこれまでの経過を報告する。
 - ・ランクの変更等について説明し、確認する。

 - 2) 修正・追加案件について
 - ・修正・追加等を説明し、確認する。
修正項目 5件
12月フォローアップ会議提出予定 1件

- (3) 産業成長戦略について
 - ・全体の進捗状況とこれまでの経過を報告する。

《意見交換》

- ・エディブルフラワー（食用花）を料理のメニューに使うことを考えている。ネットで調べたが、高価格で取引されているので、アクションプランへの追加も検討してみてもどうか。
- エディブルフラワーは、非常に手間がかかり、農薬が使えない。現在、高知市内の宿泊施設などへ販売がなされている。県外市場向けの量の確保が難しいことが課題であり、生産団体と協議し、どれだけの品種や量が確保できるか検討していきたいと思う。
- ・委員の役割が不明確。様々な案件が出ているが、高知県の産業が、活性化していく可能性があるのかどうか、考えながら聞いた。
- ・委員や市町村長がどんな役割を果し、また、官民一体となった産業振興の方向性も不明確。どうやれば民間の経営刷新や熟度を上げることができるか、悩みながらこの仕事は前へ進んで行かざるを得ないのが現実である。
- ・市町村の垣根を越えた産業振興を行うべきで、点を面に拡大させ、地域の人口や経済性を確保することができれば、すばらしい地域が増えていく。
- ・フォローアップという大体の立場は理解できる。
- ・地域 AP 進捗管理シートからの抜粋で、34 項目の事業が列挙されているが、進捗状況を確認しながら、最終的には「達成できた。」で終わるということか。
- それを目指している。
- ・事業の主導は振興監などが主導しているのか。
- 実行支援チームにより支援を行っている。実行支援チームというのは県の職員が中心となり、例えば農業分野では農業振興センター、漁業では漁業指導所、林業では林業事務所が中心となってフォローをさせてもらっている。事業実施主体、それぞれの地域の方々々がエンジン。

- ・全体を通してどのように評価できるのか
- 事業主体にしっかり魂が入って走るまでには至っておらず、実行支援チームと市町村職員、関係団体のキーマンが一緒になって進めていけないといけない状況。
- ・地域 AP の進捗管理シートの抜粋の達成度『◎、○、△』だが、この評価の中で不明なのが、「進捗した。」、「達成できた。」という意味。
- 進捗管理シートとは1年間の月ごとに実施計画スケジュールと実施課題をあげている。それに対して実績を整理して分析し、これまでの5か月間の計画内容通りに進んだ状況と今後の方針を取り上げたのが今回の抜粋シートに示した評価となっている。5ヶ月間の計画に対しての評価をしている。
- ・例えば慎太郎館は、地域の方が見て終わりというのではなく、県外客に多く足を運んでもらうようにしなければならない。
- ・東京のアンテナショップが、高知県の産業振興の情報発信をし、そこからのフィードバックで小さいいろんなものを作ることができれば、ひとつのきっかけになると思う。
- アンテナショップの情報発信は、主として観光交流人口を増やすことが目的。県外では旅行代理店などを観光協会などが訪問し、PRと販売を中心に進めていく。
- 観光分野では、県全体が取り組んでいく部分と、安芸広域でプロモーション活動をし、県内外へ売り出していく部分を考えている。基本的なプランを示す取り組みを安芸広域で進めているところ。
- 「土佐・龍馬であい博」観光PRについて、この春から夏にかけ主に旅行会社に対しPRを重点的に行った。例えば5月のJR四国の商品説明会や横浜での旅フェア等、旅行会社の企画担当者を招いたモニターを3月から続けてきた。結果として今年の下期10月からはJTB、日本旅行、近畿日本ツーリストの大手旅行会社中心に企画を取り上げてもらい、JRと観光政策課に問い合わせが来ている。
- 9月を境に一般向けのPRを始めた。長崎、福岡へのラッピングバスでのPR、原宿のスーパーよさこいでのPRや、名古屋のどまんなか祭りでのPRなどを、10、11月からスタートする旅行雑誌にもしていく。これからも一般の方に注目いただくように、1月に向けて取り組んでいく。
- 高知駅南口の情報発信館とドラマ館については、年末に向けて計画どおり進んでいる。情報発信館は「であい博」終了後も残る施設。
- ・地域 AP に基づいて事業を具体的に進めていこうとするなかで、補助事業の審査会のハードルが高いと感じた。地域 AP に出ているから補助金をというのではなく、やるからには熟度があるのか、あるいは本当にそれが地域振興につながっていくのか、そのような判断が非常に重要になってくると思う。そういう方向に持っていくべきだが、もう少し、ハードルが下がらないか。
- 確かに産業振興の補助金は、外部からの審査員により審査をしており、基本的にビジネスとしてプランができていくのか、あるいは売るにしてもターゲットを絞れるのかとか、そういう形で審査がなされている。これまで直販所や加工施設を作ってきたなかで、稼働率がいいのかというと、総じてあまり良くないという実態あり、これらを踏まえると、やはりしっかりとした出発が必要。アドバイスをいただいていると感じている。
- ただし、それぞれ地域の取り組みには熟度ある。基本的に地域振興的に考えると、地域の取り組みから産業振興へとつなげていこうとする場合、個々の取組で熟度が違い、それに応じた審査をいただきたい、審査会と協議を行っている。

→地域 AP へ載せて何が有利かという話だが、地域 AP に載るということは、産業振興補助金が使え、これまでの補助金からいうと3分の2の補助率で使える可能性もあるし、産業補助金以外の従来の補助金も使えるので、そういう選択肢が増えるということと、さらに AP に各専門のアドバイザー制度を利用できるということである。

・ひのきオイルというのは、具体的にどういうことであるか？

→民間会社による木材を利用したオイルで、地域 AP に載らないだろうかという提案があった。また、ポンカン、ビワの規格外のものはゼリーやジュースへの加工など提案があり、ひのきオイルについての今の段階は、専門的部会を作り検討している段階。

・いわゆるエコや CO₂ 削減の車や機械にオプションとして搭載するオイルか。それであれば、前に県の文化環境部へ話に行ったことがあり、すでに各町村によっては導入して、その効果をあげている。

→このひのきオイルは、セラピー関係で香りを狙っての提案である。従来のディーゼルオイルのエコとしてではない。

・この民間会社は、相当にエコカーに力を入れており、商品として CO₂ の削減搭載機械を県にも認められた記事が新聞掲載されていた。今後の補助事業等を導入できるか、検討できる内容なのか伺いたい。

→触媒などの車の話や、おしぼりへ浸み込ますとか、あるいは浄化、空気清浄機とか、そういう方向へ考えて行きたいという話があった。今回の地域 AP のなかでどうしていきたいかということ具体的に相談されていないし、受けていない。今後も話をして行く。

・地元の企業として、相当前からこの問題を研究していたようだ。香りも良くその点について方向転換したわけではないと思う。やはりメインは CO₂ を減らすということだと思う。

・「西山きんとき芋販売促進事業」などのアドバイザー導入だが、具体的にどんなアドバイザーか説明を頂きたい。

・ツーリストがモニターツアーを組む場合とはどういう構想なのか、イメージが分かっていたら聞きたい。

・本県は愛媛県などと違い生産はするが2次産業化が厳しい。2次産業化する業者が各市町村にあまりいないという状態の中で、1次産業の産品をどのように2次産業化、それから3次産業化していくのかということと市町村長みんなが悩んでいると思う。生鮮から2次産業化、3次産業化できるのか。

今回産業振興計画でも、ここの部分にどういうふうに手を付けたらいいのかもものすごく悩んでいる。そういう面で積極的なアドバイザーを見つけてほしいというのが要望。

→アドバイザーの件、アカムツというのは深海延縄で、用具の仕立て、操業のやり方、海底地形、潮流の見方などをアドバイザーから青年漁業者へ教えていただいている。

→西山きんときでは、きんとき芋を使って加工品を行おうと、フードコーディネーターに依頼。農家を主体にし、現実を踏まえペーストで企業に売っていかうと考えている。

→旅行会社の企画視点というところで、今回「であい博」に関し NHK 大河ドラマによって非常に注目をされるという点がある。通年開催でメイン会場、サテライト会場が展開されることが非常に大きいポイントになる。

また、宿泊は東部地域の1つの弱さ。やはり大手旅行会社と契約できるホテル、旅館が少ないので、宿泊を兼ねてとなるとどうしても高知市の宿泊を取り入れることになる。これからの PR については、サテライト会場に来てもらった方をどういうふう地域の方へ誘導するのか、地域の魅力は何か、ということとをドラマと合わせてお知らせすることになってくる。

→製造の業者がないということだが、実は以前の商工会議所や商工会を中心とした地域資源共有会議のなかで素材を多く出してもらい、それをどこへ持って行き、どう加工するのかという話があった。加工については工業技術センターやアドバイザーの派遣、各種情報の共有、提供により何とか結び付くような形を考えていく必要がある。

・観光のモニターツアーなども県も高知市1点集中型じゃなく、県分散型の発想を持って対応してもらいたい。

→今、安芸広域を中心に体験型で進んでいる。例えばツアーで来るとなると人数も多く、結局安芸市で泊まることになる。当然ホテルや旅館、体験型とかになると連泊を視野にいれ、20人位をドンっと来てもらい連泊いただく。宿泊と体験の取り組みを合わせる必要があるので、そういったことも広域で検討し、方向付けもしていただき、具体的に構えることが必要である。これを堅実に作り上げていく時期に今来ているので、ひとつお願いしたい。

・かっぱ市は小さいことを積み上げていこうと、例えば花では高知市内に多く売っているが、商品としてどこまで取り上げていいのかわからない。我々は行政も大事だが、農家を味方にして商品を開発しようと考えている。

それと土佐ジローは安芸だけでなく、芸西でも卵を加工販売しようとの話も出ている。それも首都圏へ持って行き、小さいことをやっていたら、地域APと結び付いて、県や行政がフレキシブルに「あ、それやったら面白いね」と認めていただききたい。小さいことをやっても、良い商品だなと思った時にアンテナショップに少し置いてみないかとか、提案していただきたい。東京や大阪の人からいろんな目で見たら、商品化は大変難しい。だから、オリジナルを作るということはものすごく大変。地元の人、特に農家、それから山の人が生活できて喜んでもらうことに結び付けたらものすごく良いのだが。

我々は農家を味方にしようという、小さいことをすごくやりたい。こらちが広がった時に、これに結び付けたいので、その時に何か拾い上げてほしいということをお願いしたい。

・地域住民として非常に気になるのは、No.22「体験型観光の旅行商品化と販売・受入体制の整備」、No.27「スポーツキャンプのまちづくり」。また、ひと押ししたいのが、安芸には日本一のナスやちりめんじゃこも沢山とれている。

6、8月と体験観光をアドバイスしてくれる藤沢先生が来られ、この講演を聞き大変感動した。安芸に来てくれた際、講演と現地の観光ボランティアの検証をされた。

安芸の農業体験、ハッピートマトの収穫やジュースなどの加工品も現在あるし、ブルーベリーも最近、建設業者が沢山作っている。森林組合の木材や枝打ち体験、あと木工加工の小さい業者も安芸市にはある。そして酒蔵体験とか、安芸川、伊尾木川での川遊びなどいろんな体験ができ、沢山素材があるので、アドバイザーに来てもらって話を聞いてもらい、実行してもらいたい。

スポーツキャンプも、県下で1軍が来るのは安芸だけだ。阪神タイガースが40数年来ているが、やはり施設がないと、どんどん沖縄に行くので、これも重視して頂き安芸の施設を充実してもらいたい。

それと加工については安芸ではナスを作られており、昨年最初の地域APの会で、女性の団体がナスの加工をやりたいということだったが、実際加工するとなったら加工業者がなく、このプランにも載せられなかった。この日本一のナスを、日本一のナスの漬物にし、アンテナショップで売ってもらいたい。

○アクションプラン修正・追加案件（ランク変更含む。）を確認する。

(3) **産業成長戦略について**

- ・相当大きな産業振興計画で、また、東京の新しいアンテナショップにしても費用がかかると思うが、今回政権が変わりまだ組閣もできてないし、不安定状態がしばらく続くと思うが、この状況でこの計画が今後途中で変わることなく進むのかどうか、多分その点が各市町村長心配しているのではと思う。
 - ・園芸連を通じ、アンテナショップへの出展申込用紙が来たが、結構ハードルが高く、あまりハードルを高くすると出展品目が相当減るのではないかという心配がある。
- 今のところ、産業振興計画を後押ししていく財源の凍結という話はない。今の段階は前へ進めていく。
- 園芸連からの申請用紙は、中身の詳細に詳しくないので地産外商公社に聞いておく。