

「対話と実行」座談会 グループ・団体との座談会

第1回「土佐を元気にし隊」(H21. 6. 23)の概要

1. 開会(県司会)

ただ今から、「土佐を元気にし隊」の皆様方と知事との「対話と実行」座談会を開催いたします。この座談会は、知事が各地域にお伺いし、皆様方と直接対話をさせていただくことで、地域の実情や課題を把握し、これからの県政に活かしていこうという趣旨で昨年度から開催をしています。昨年度は、各市町村の住民の皆様を対象にしていました。今年度は、産業振興計画の実現に向けた「実行元年」であることから、各地域で具体的な実践をされているグループの方々と一定のテーマについて意見交換を行います。

2. 知事あいさつ

本日は「土佐を元気にし隊」の皆様方ご参画を賜り、本当にありがとうございます。

それでは、県政課題、特に産業振興についてお話をさせていただきたいと思えます。

産業振興計画は、今年度新しくパンフレットを作成し、市町村や商工会議所などに置いていただくだけでなく、例えばローソンさんとか、包括協定を結んでいるコンビニエンスストアにも置いています。また、郵便局、銀行の支店にも置かせていただいています。

高知県の経済は、昨年以来のリーマンショックもあり、非常に厳しい状況になっていますが、今回の不況では高知県だけが苦しいわけではありません。世界中が急激に厳しくなっています。100年に一度の大不況と言われる所以ではないかなと思います。こういう問題に対しては、7月議会で補正予算を提出します。戦後、最大級の補正予算になります。公共事業の追加や雇用対策などを迅速に打ち出して、少しでも経済の傷を小さくしたいと取り組みを進めます。しかし、高知県の経済は、緊急の経済対策を打つだけでは、駄目だと思います。

高知県の経済にとって何が一番問題か、それは全国の景気がどんどん良くなった時期にも全く変わることができなかったことです。平成12年当時は、高知県も全国も有効求人倍率が0.5~0.6ぐらいで、非常に近くなっています。ただ、平成12年から19年にかけて全国の景気は、どんどん回復しました。しかし、高知県は全く変わっていません。要するに、全国の景気回復に付いていけなかったということです。実は今回の景気回復は、典型的な外需主導型でした。輸出が増え、全国的には景気が回復していました。ところが高知県の輸出は、全国でも最低レベルです。全国で外需主導の景気回復をしたということは、逆に言うと国内での需要はあまり伸びなかったということです。平成17年から国内人口は減り始めました。また、高齢化も急激に進み、一人一人が使うお金が少なくなっています。だから、国内市場があまり大きくなれない。日本全体がそういう時代に突入しているということです。

以上のことから、非常に深刻な点が2点あります。10年20年という視野を持ったとき、今後外需主導で生き抜かなければなりません。残念ながら高知県にとって輸出は非常に弱い点です。もう1つは、全国では平成17年から人口が減少していますが、高知県は全国に先行し15年前から人口が減り始めています。そして、高齢化も全国に10年先行している状況です。要するに、高知県の経済は平成から小さくなり続けています。県内市場が小さくなる

と県外からお金を稼いでくる体力づくりが必要になります。本来、先々をにらめば輸出でお金を稼ぐ力が必要ですが、そこまで一足飛びにいかずとも第一にやらなければならないのは、県外からお金を稼いでくる体力づくりだと思います。全体として見れば、高知県はその力の弱い県だと言わざるを得ません。むしろ県外にお金をたくさん支払っています。香川も愛媛も黒字です。徳島は3,000億円の赤字、高知県は6,000億円の赤字です。県内市場がどんどん小さくなっており、外からお金を稼いでこないといけないのに、高知県ほど外にお金を支払っている県はないということです。

要するに、これを逆回転させなければいけません。それがないと、再び日本全体の景気が回復するときでも、高知県経済が回復することにはならないと思います。他県は緊急経済対策だけでいいかもしれませんが、高知県は経済体質を抜本的に強くする対策を取らなければならないと思います。

基本方向としては、足下を固め、活力ある県外市場に打って出る力が必要です。まずは、地産地消を徹底して、その上で、地産外商を進めていきます。これは、ものでしたら県外にも持って行って売れる体力づくり。地域で言えば、例えば中山間部が高知市からお金を稼いでこれる力を持つ。いずれは中山間部が県外にも売り、お金を稼いでくる力を得たいと思います。

そしてもう一つは、観光です。県外の人に来てくれて高知県でお金を使えば、それは外貨を稼いだことになります。即ち、観光面における地産外商は、県外客をいかに呼んでくるかになると考えています。

いろいろな取り組みを今後進めたいと考えています。特に首都圏や近畿圏で売ろうとすると、輸入品も含めてものが溢れていますので、なお勝ち抜く競争力が必要です。そのためには、消費者に本当にうけるかどうかのテスト販売をやっていかなければなりません。借金を負う前にアドバイザーを派遣して、商品の企画段階から厳しい意見を言ってもらい、消費者目線でのものづくりを進めることも必要ではないかと考えています。県内の量販店さんにも協力を願う。さらには、県外での商談会とか県産品フェア。既に大阪事務所では、昨年1年間に匹敵するだけの県産品フェアや商談会などを盛んに実施しています。そういう場にぜひご参画をいただき、本当に消費者の目線でうけるものか試していただきたいです。

さらにもう一つ、「ものづくりの地産地消」。高知県の素材は素晴らしいですが、残念ながらそれを使用し、県外の業者さんが加工して売ることが盛んに行われています。素材が売れる点では素晴らしいですが、うまく加工すれば値段が10倍にも跳ね上がるときがあります。ここに所得と雇用が生まれるはずですが、このプロセスを県外に持っていかれています。だから、できるだけ県内事業者さん同士でできるように、インターネットを使ったマッチングなどの機会を設けて、県内に所得が落ちるようにしたいです。

そして、販路開拓・販売拡大には、例えば高知市の量販店に、それぞれの地域アクションプランの取り組みに対して、試し売りから実際の販促までいろいろな売り場を設けていただくご協力をお願いしているところです。それから、第2点目に例えば首都圏、近畿圏には既に相当のネットワークがあります。このネットワークのパイプを太くして、商談会や県産品フェアなどを従前の4倍ぐらいのスピードで実施しています。ただ残念ながら、首都圏では高知県の知名度はものすごく低い状況です。だから一種フロンティアを開拓するつもりで臨

まなければなりません。セールス拠点例えばアンテナショップを東京に設ける。現在ある高知県のアンテナショップには11万人ぐらいしかお客さんが来ませんが、沖縄とか北海道には200万人以上が来ています。200万人以上に接することができるのは、ものすごく売れる雑誌を1冊丸々高知県がPR誌として持っているのと同じ効果を持っています。だから凄まじいインパクトを持つ、そういう威力のあるものを造っていくことで、例えばテストマーケティングに使ってもらおう。もっと言えば、そこで得たデータを基に実際に外販活動を行う。7月議会で認めていただけたら、地産外商を進めていく財団を新しく設けたいと考えています。アンテナショップのデータを基に、県外の外食、中食、デパートに売り込みをかけていく。主役は民間の皆さんですが、それを後押ししていく取り組みも行いたいと考えています。あとは、海外向けの輸出の展開を進めたいと思います。

県外で売れるものを作るには、かなり魅力のある、付加価値の高いものにしないとイケません。そのためにも、第一次産業の素材、第二次産業の製造業、第三次産業のいろいろなデザインとかパッケージを組み合わせて、連携をして、付加価値を高める取り組みが必要です。これを生産段階から企画・流通・販売段階までそれぞれの手段でPR、バックアップをしていきたいと考えています。素材を加工してデザインを加えて売っていくことには、もう一つ大きなポイントがあります。高知県から首都圏などにものを運ぶには、凄まじい物流コストと物流時間がかかります。そしてもう一つ、他県に比べて非常に平野の少ない県です。取れるものの量が少ない、ロットが小さいという弱点もあります。この二つを補うために高い物流コストを越えて、量が少なくても全体として儲けを出すためには、売るものの単価が高くないとイケません。この弱点を根本的に克服するためにも、産業間で連携をして、高い付加価値のものを作りだしていくことが必要です。残念ながらこの高付加価値化、産業間の連携も高知県は不得意です。四国4県の県際収支では、第一次産業は高知県が一番大きいです。外からお金を稼いでくる力も持っています。強みのある第一次産業から付加価値を上げていくには、食品を加工して売ることが必要です。徳島・香川・愛媛は黒字で、高知県だけ赤字です。普通は赤字になりやすいものです。ただ、それを大きく上回って黒字を稼いでくる手段を、他の県はそれぞれ持っています。考えてみれば、日本は加工貿易立国です。これを得意技として、世界の中でやってきて、今日の地位を築いた国です。残念ながら高知県はここが非常に残念です。逆に言いますと、ここまで取り組みが進んでないわけです。何もかもやりきった結果、今の非常に厳しい状況でしたら暗い気持ちになりますが、まだ大いに伸びる余地があると思います。いろいろな技術センターの技術支援、食品加工の関係、県には食品加工室を設け、新たな取り組みを進めたいと思います。

3番目の課題は、第一次産業の強みが強みでなくなりつつあるということです。担い手がどんどん少なくなっています。最初に述べた地産外商戦略を進めること、産業間の連携を強化していくこと、これによりご飯が食べられる第一次産業にしていくことが一番大切だと思います。第一次産業できちんと子供が育てられるようにならないと、若い人もなかなか就業しないと思います。直接的に担い手を作っていくため、研修や土地を探すことなどきめ細かい支援策を新たに設けています。

そして成長が期待できる新たな分野の育成を行いたいと思います。環境・健康福祉・食品・天然素材といったテーマ。本県にはもともと種があると思いますので、企業研究会を設置す

ることにしています。いろいろな企業に自由に入っていただき、技術の専門家、マーケティングの専門家たちと一緒に研究会をやり、事業戦略づくり、その背景についてお手伝いをし、その研究会を卒業していただき、自ら事業計画を作られた方にはソフト面・ハード面それぞれで補助金を交付させていただくという形で、できるだけ新分野を伸ばしていきたいです。

今回の計画は、とにかく本気で実行することが大切だと思います。年間の事業計画では、それぞれの施策に5W1Hを具体的に書いています。そして、必要なものには全て予算措置をしてあります。県庁の組織も抜本的に見直しました。地域産業振興監を各地域に派遣し、いろいろなお相談への対応、地域アクションプランを育てていくためのバックアップをさせていただきたいと思います。

あと二つ、従来の計画と違うところがあります。今まで高知県が作る計画というのは、いかに生産を効率的に行うかに力を入れていました。それも大切ですが、私は県民の雇用を作り、県民の所得を向上させたい。そのためには、販売促進の支援策が必要だと思います。県庁が販売促進やテストマーケティングをする枠組み、そのための場を構えて、皆さんに参加をしていただきたい、バックアップさせていただきたいと思います。

最後になりますが、この計画は経済状況の変化に対応して毎年度改定します。アクションプランはそんなにハードルが低いわけではありませんが、新たに追加することもできます。だから、県民の皆様に関係のない計画ではないということです。

一人一人の心がけで地産外商できることはたくさんあります。例えばお中元は地元のものを買って県外の人に送る。そのときには観光情報などのパンフレットを同封しておく。夏休みには友達を県外から高知に来るように誘ってみる。とにかく経済活動は民間の皆様が主役。ただ高知県は本当にハンディの大きい県です。やはり官民協働で、ともに手を携えて経済の振興に取り組まなければなりません。この産業振興計画、本気で実行していきたいと考えています。意欲と活力と知恵にあふれた「土佐を元気にし隊」の皆様方のご指導、ご鞭撻、ご協力をぜひともたまわりたいと考えています。どうぞよろしくお願い申し上げます。

3. メンバー自己紹介

Aさん： 私は「土佐を元気にし隊」の代表をしていますAです。本日の司会進行を行います。

メンバーは、市内全8地区から様々な業種で活躍している30歳代から40歳代の元気な若者の集まりです。今後ますますメンバーの輪を広げていきたいと考えています。会としての活動はまだ始まったばかりですが、それぞれのメンバーが地域を元気にしたいという気持ちを持っており、メンバーの元気、やる気を集約し、地域貢献に努めていきたいと考えています。

それでは、メンバーの自己紹介に移りたいと思います。

私は、戸波で40数年、木を螺旋状に削った緩衝材を作っています。昔は一番適しているということですずっと赤松でしたが、最近はエコ、環境ということで桧の間伐材を利用して作っています。それと、土佐市の商工会の総務委員をしています。

- Bさん： 隣の北原で陶芸教室をしています。市外に出向いて、出張陶芸教室や各種イベントにも力を入れています。作家としては、薪の窯を作っているところで、ゆくゆくは個展等で発表したいと思っています。私自身の夢の一つに、焼き物を通して地域の活性化につながるイベントをしたいと常々考えています。
- Cさん： 波介に会社を構えて、主にテント製造や施工、イベント会場や式典会場などの会場設営をしています。土佐市には、おいしい野菜、きれいな花、おいしい魚などがあるにもかかわらず、なかなかPRできないので、このような名産を広げていける様々なイベントをやっていければいいと思っています。
- Dさん： 機械漉き、土佐和紙製造業で、基本的に天然素材のみで土佐和紙を作っています。プリンターも通せる和紙の製作も行っています。
ゴスペルメンバーとして、ゆくゆくは土佐市の花火大会や大綱まつりやいろいろなイベントでもオープニングステージを飾らせていただきたいと思っています。
- Eさん： 宇佐で鯉節屋をやっているEです。土佐市商工会宇佐支部青年部の部長もやっています。宇佐では、花火とか大鍋まつりなどのイベントがありますが、その中で青年部やいろいろな方が着ている宇佐もんTシャツが自慢です。
- Fさん： 戸波で魚屋と皿鉢料理の仕出しをしているFです。戸波地区は、うつぼのタタキの発祥地です。100年ぐらい前に個人の方が考えて、魚屋さんに教えたと聞いています。
- Gさん： 私は、8年ほど前に県外からきました。妻の実家の家業の干物屋をやっています。宇佐にはきちんとしたおみやげ物屋が一つもないという状態だったので、「宇佐とはこれだっというものを皆さんに提案できる場を作りたい」と思い、3年ほど前に宇佐の情報発信という意味で「土佐えいもん広場」というホームページを立ち上げました。
- Hさん： 観光業のHです。最近ツアーを独自で組んでこちらから提案していく、そしてこちらが人を集めて、お勧めするところへお連れすることに力を入れたツアーをやっています。
- Iさん： 商工会青年部部長のIです。青年部員は「土佐市大綱まつり」の実行部隊として、大綱の製作から祭りの運営等に取り組んでいます。大綱は不織布という地場産品、紙の大綱で取り組んでいます。実際編み上がったときには長さ80メートル、最大胴回りが一番太いところで約2メートル、重さが1.2トンあります。一束がちょうど8キロほどあり、それを150束使います。

Jさん： 社会福祉法人のJです。施設の自慢のもの、一つがEMボカシ肥という堆肥です。これを生ごみと混ぜて土に埋めると有効で安全な堆肥ができます。この堆肥で野菜を作って、給食センターで活用していただいています。

作業では、紙布織りがあります。紙から糸を紡いで作ったもので、色は草とか木など自然のものを使い染色します。他に、おからクッキーも作っています。

Kさん： 宇佐で釣具屋をやっています。商工会の観光委員会で副委員長もやっています。委員会で今年「土佐市のまちあるきマップ」を作りました。これは、土佐市を大きく四つの地域に分けて、店舗はもちろん、各地域の見どころ、穴場スポットなどを紹介しています。

Lさん： 土佐市の商工会 観光委員長のLです。先ほどのマップも一緒に携わって作りました。仕事は宇佐で鰹節を作っています。鰹節を持ってきて削ったら良かったなど、今になって後悔しています。

Mさん： 土佐市新居で木材の製材業及び製品の販売等をやっています。商工会の勉強会がきっかけで、5年くらい前からブログを発信しています。プライベートや仕事のこと、地域のイベント、見どころ、おいしいものなどの情報も加えながら発信しています。

Nさん： 土佐市唯一の酒蔵のNです。今年4月に「小夏リキュール」を新発売しました。土佐市産の小夏果汁を使用し、日本酒ベースで作ったリキュールです。全国の方に飲んでいただき、相乗効果で小夏自体を知ってもらい、馬路村のユズのように有名になればいいなと思っています。

Oさん： 土佐市高岡で土佐和紙を製造しています。販売の主流は、全国各地の和洋菓子、果物の敷き紙とかラッピングペーパー、袋などの包材です。高知県で作られる産物と一緒に県外へ包装して発信していきたいと思っています。

Pさん： 土佐市の戸波でユリの栽培をしています。土佐市はユリの栽培が盛んで、年間20万本ぐらい出荷しています。戸波には、文旦をはじめ生姜、小夏、新高梨と良いものがあるのだから、何かしないといけないということで、今回参加をさせていただきました。

Qさん： 土佐市戸波で、土佐文旦を生産・販売しています。土佐市が土佐文旦発祥の地ですが、さらに細かく言うと宮の内が発祥の地です。小さな地域ですが、文旦栽培メンバー20軒の農家を集めて、「文旦王国・宮の内」という団体を作っているいろいろと取り組んでいます。

4. メンバーによる説明および質疑

(1)「優秀花火共演大会」の開催について

Ｌさん： 3月28・29日がドラゴンウォークで、初日の3月28日に花火大会を行いました。花火に先立ち土佐市伝統芸能の披露を行い、そのあと午後7時より花火大会本編に入りました。この花火大会は、四国で初めての試みで、高知、愛媛、徳島の3業者の協力を得て行いました。まず、花火の大きさとか花が開いたときの花火の種類を説明するレクチャー花火を行い、その後に花火競技大会に出展している全国の有名な花火を10玉と四国の3業者の花火との共演を行いました。予想以上に県内外のお客さんが集まり、本会場以外も合わせたら1万5,000人とか2万人は来ていたんじゃないかと思います。本会場のあちこちで「こんな花火見たことがない」という声が聞こえて、かなり盛況な花火大会ができたと思っています。開催後のアンケートでも「ぜひ続けてほしい」という声がほとんどでした。ただ多額の費用がかかるので、まだ次回の開催目途は立っていませんが、なんとか続けたいと思っています。県外からの観光客を呼ぶ点では、絶対的な効果があると思います。秋田の大曲の花火大会は約70万人の人が来るとのことなので、将来的には県や周辺広域市町村を合わせて、中四国一くらいの花火大会に育てたいと思っています。

知事： 四国の優秀な花火とは、どういうものなのか教えていただきたいです。

Ｌさん： 優秀というのは、県外の花火の大会、競技大会で賞を取っている花火業者や、全国大会の有名な玉を10玉集めて、あとは四国3県の花火業者の玉でスターマインとかと創作、共演する形で行いました。

知事： 確かに高知で、全国レベルナンバーワンの花火を見るということは難しいですね。それが見れるということは、ものすごい話題性があります。しかも、普通は7月か8月に開催しますが、3月にするというのですから。

Ｌさん： そうですね。ただこの日は、3月でもものすごく寒かったです。

知事： 事前に資料を読ませていただいて、なるほどと思いました。伝統芸能はその地域にしかない、しかも古来の伝統をずっと守り伝えていくべきもので、その地域に行かないと絶対に見ることができないものです。しかし、花火は確かに人を呼ぶ力はあるかもしれませんが、それぞれの地元でやっています。それでもなお県外から人を呼んでくるぐらいのイベントを目指すところがいいと思います。地元のイベントだからとりあえずやってみようということではなく、初めから射程を遠くに持ち、県外の人をもターゲットにし、開催時期もずらし、全国大会の作品も呼んでくる、そういう工夫をされたわけですね。

Lさん：　そうです。8月に開催すると、多分何軒かの花火屋さんは集まることができないので、時期をずらし、少し早目にやることで夏に花火を上げようと考えている市町村の担当者なども見に来ます。すると、土佐市の花火はすごいとなり、またどんどん宣伝ができるのかなというのもありました。

知事：　他にはない突き抜けたものを追求していこう、さらに時期をずらし、いろいろと工夫をしているところはすばらしいと思います。先ほどから地産外商と言っていますが、観光の場合は特に来てもらうことだと思います。ものが溢れている、イベントが溢れている地域から来てもらうには、やはり何か1つ優れていないと難しいと思います。全国大会出展の花火が見えるのは、四国でも多分ここだけじゃないかと思いますが。

Lさん：　そうです、四国でもここだけです。

知事：　そうですね。だからすばらしいと思いました。ぜひこれを契機に、地域の活性化とか、広がりが出てくるといいですね。

Lさん：　今回は宇佐で開催しましたが、人が増えてくるとどうしても宇佐だけでは狭くなってくるので、仁淀川あたりでドンと大きい花火大会をやりたいです。

知事：　観光のイベントとしてはすばらしいと思います。この花火の話ではなく、むしろ産業振興計画の解説だと思って聞いていただきたいですが、地域振興を図るには、一過性のにぎやかしのイベントでは駄目です。やはりその後しっかりと事業になっていく、ビジネスに発展していく、永続的に雇用と所得を生んでいくものでないと。県ではそういう発想でやっていこうとしています。例えば最初は県の補助がありますが、それが終わってもずっと続いていくような事業に育てていくことを、ものすごく重視しています。観光イベントの場合はちょっと違うかもしれませんが。ただ観光イベントも、人に来てもらうことで、他のお店の振興にもつながっていく形にもっていく、さらに言えば、観光ツアーの中に初めから組み込んで観光商品化していくとすごくいいと思います。

Aさん：　第1回目の花火大会でしたが、何とか続けてやりたいと思っています。中四国だけではなく、全国から人を呼んで、70万人、100万人が高知県へ来るような花火にしたいということがLさんの思いです。

(2)「うるめブランド化プロジェクト」について

Gさん： 宇佐地区では、うるめをブランド化しようという動きが昨年度から始まっています。

これまで漁師町として漁業、鰹節や干物などの海産物の加工品製造を主たる産業としていたのが宇佐です。その中において、漁師の担い手の減少や魚市場での買い手の減少、そして鮮魚の流通が低迷していく、売り上げの低迷に伴い、水産加工業者数も激減しているのが実態です。その中で、新しい漁業資源の掘り起こしと、それらを使った加工品開発が必要となってきます。資源のブランド化が必要です。新しい漁業資源とは何かということで、宇佐地域で年間を通じて比較的安定的に漁が見込める「うるめいわし」に着目しました。料理や加工品で需要を作りだして、漁師たちに漁に出てもらう仕事づくりの構築を目指しています。

では、ブランド化で実際にどういうことをやっていくのか。まず一つは、宇佐は、例えば桂浜からほど近い漁師町です。県外のお客様が漁師町に期待するものは、やはり新鮮なお魚が食べられること、まずそれをうるめで実現したいと思っています。そして、加工品も作っていくことが必要だと思います。

1本釣りのうるめは全国的に見ても非常に少ないです。うるめいわしは全国で揚がりますが、ほとんどが網による漁です。網で捕ると、こすれ合ったり、魚自身が暴れたりすることで身が真っ白になってしまいます。釣りうるめは身の傷みが少なく価値が高い、そしてうるめいわしに鮮度を追求する事例があまりない。全国的に例がないということは、逆に私たちにとってはプラス材料ではないか。うるめいわしに対して究極に鮮度を追求していくことが求められると思います。

課題は、丸干しを行うシーズンです。12月から2月、3月ぐらいは丸干しを行う業者が買いに来るため、値段はそこそこですが需要があります。それ以外のシーズンは、捕っても二束三文の買値しか付かないので、捕れるにもかかわらず捕ってこない。シーズンを通して良い値で買い取れる仕組みづくり、需要づくりが必要になってきます。

宇佐の各飲食店に協力してもらい、実際にうるめいわしでどんな食べ方ができるのかを検証してみました。加工品は当然料理の延長だと考えていますので、いろいろと検証できました。

他にも、飲食店4店舗で期間限定2週間「うるめ丸ごと定食」の販売を行いました。ルールは880円均一で、例えばご飯もの、お汁もの、おかずに必ずうるめを使用し、後は各お店の料理人さんにお任せというイベントです。それぞれのお店が違う料理なので、食べ歩くラリー現象も起こり、非常に人気となりました。アンケートで多く言われたのは、うるめいわしが生で食べられることの喜び、驚きでした。新鮮なうるめいわしをお刺身で食べると、どちらかという甘いような感じで、驚かれた人が多かったように思います。

それともう一つ、うるめいわしを関東の料理人に評価していただく機会があり、イタリアンのお店から非常に高い評価をいただきました。3枚におろしたり、開き

にしたりという半製品の形で加工して、冷凍状態で出荷すれば需要が期待できると思います。あと、そのときに評価をしていただいたイタリアンのお店2店舗とは今でもつながっており、1店舗は毎週1回5キロを鮮魚の状態で発送し、店でパスタのソースを作っています。もう1店舗は、これもパスタソースですが、百貨店のギフト商品として採用され、カタログでの販売を展開する予定です。

最後に今後の活動ですが、1番に事業運営体制の検討。つい先日、「宇佐うるめプロジェクト協議会」の設立総会を行い、ようやく実際に動ける体制が整いました。今は協議会ですが、先々は当然雇用を見据えて、企業体としてやっていきたいと考えています。2番目がうるめいわしの通年安定供給の検討。3番目に、うるめいわしを使った加工品メニューの開発。

土佐市の宇佐地区できちんと成功を収めることにより、土佐市を引っ張っていけるのではないかと考えています。先々は、県を代表できるブランド品、特産品に持っていきたいと考えています。

知事： 産業振興計画の一連の流れ、作って、加工して、付加価値を上げていく。そしてテストマーケティングをやっていく。東京で料理人さんとタイアップすること、地元の飲食店さんと一緒にやるのが、一種のテスト販売になっているわけです。本当に素晴らしいと思います。もう何も言うことはないです。ぜひ頑張ってください。

1本釣りなので、新鮮なんですね。

Gさん： 釣れた時点の鮮度は、全国でもトップクラスです。漁師さんも協議会の中心人物として入っていますので、市場までどうやって上げてくるのか、市場からどうやって出荷していくのかという部分まできっちりとした体制を取っていききたいと思います。

知事： 今はテスト販売をする段階ですが、そのままお刺身でも食べられるし多様性があるので、商品開発して、今後だんだんと商売になっていくのではないのでしょうか。以前、お刺身を食べさせていただきました。私はそのときに「こんなに甘くておいしいものなんだ」と感動しました。イタリアンレストランの方に、更に1次加工、前処理加工をしておけば素材としてそのまま使えると言っているんですよ。パスタのソースですが、アンチョビの代わりに使用できるということですか。

Gさん： そうです。多分、挽き肉の代わりにうるめいわしの身を使用していると思います。東京には送っているので中1日かかっています。それなのに「すごく新鮮だったよ」という感じで、そんな感覚なのかなと思いました。

知事： 今後、県でも関東の料理人さんとのタイアップを、ますます強化していきます。まだ準備段階ですが、今度新しく財団ができれば、そういう取り組みもどんどん加速していくと思います。

協議会を設立して今後の問題としては、協議会から企業体にどのように脱皮していくか、そこがポイントになってくると思います。本当に商売が始まる段階になって、LLPを使うのか、事業組合ということか。このテストをしている段階から、もう商売でいけるとなることもあるでしょうから。

Gさん： 企業体のイメージは、企業組合です。

知事： 企業組合は、資本金も低いし、だいぶハードルが低くなっています。今のテストの段階から企業体へという企画、ぜひ大成功しますように。頑張ってくださいと思います。

(3) 広域での観光事業のあり方と実現性について

Hさん： 土佐市のような小さな地域に山・海・川全ての自然に恵まれ、食材に恵まれたこんなに集約された市は県外にはなかなかないです。

今土佐市がどういう状況かという、通過地点になってるように思います。何でもランキングという項目で、仁淀川は川のきれいなランキング日本で第4位でした。こんなにきれいな川があるのに活かさきれてない、ただ知名度がないだけだと思います。ここは、文旦の発祥の地です。うつぼのタタキも高知でしか食べられてないようです。近隣のいの町や旧吾北村、旧本川村とか上流には沈下橋があります。いの町では、既に観光協会が立ち上がり、川下りをやっていると聞いています。各地域と連携を深め、ここにしかないものを打ち出してやれば何かできるのではないかと考えています。

土佐市に来ていただくとすれば、ターゲットは大阪、神戸、岡山の都市圏の方々だと思います。都市では体験できないこと、都市では味わえないものをどんどん売り出していく。集中型の営業で大きな効果があると思います。

あと、やはり情報の発信源があればいいと思います。地域を重視してまず地域の人に来てもらう、そういう場所にすればリピーターが来ますので、今度は附随して観光客が来る。そして、そこから情報を発信していく。売るのではなく発信していく。それと、土佐インターチェンジは、高知インターから帰ってきますと左手に田圃一帯がよく見える高台にあります。もしそのすぐ下にこういうものがあり、車が止まって、バスも止まっていたとします。「あそこに何ができたんだろう。」「なんか人がいっぱいいる。」それだけで、宣伝だと思います。例えば須崎、幡多に目的があって行っている人に寄ってもらう。ここを中心に情報を発信して、まず知ってもらう。そして、例えば「文旦のオーナーになりたい」とか、「こんなにおいしい魚があるのならば買いに来たい」となればいいと思います。プロの集団が集まり、同じ場所で情報を発信していくことによってすぐに知名度が上がっていき、知られて、附随して何か売れていくと思います。

最後に、来年の大河ドラマは坂本龍馬です。高知へ来る観光客は非常に増えると

思います。これほど人が来るチャンスは、滅多にないと思います。「坂本龍馬が愛していたカツオ」と、ただのカツオではなく、「坂本龍馬が愛していたもの」、「坂本龍馬がいたところ」が非常に売れると思います。

知事： 仁淀川は、1キロメートル当たりの夏の水遊びをする人の数が全国ナンバーワンです。ものすごく親水性が高いです。これだけ人口がいるところの近くで、これだけの大河があるのも珍しいかもしれません。だから、すごい観光資源だと思います。仁淀川か四万十川かについては、私は高知県知事ですのでなかなか言いにくいですが、できれば四万十川に行く人が途中で仁淀川にも寄り、結果として1泊、泊まる泊数が増える形に持っていくことができればウインウインソリューションだと思います。ただ、滞在型・体験型観光の推進を県内全体で進めようとしています。高知県は遠いので、飛行機で来るのに5万円から6万円かかります。4人家族で来たら20万円を超える旅費がかかる上に、時間がかかる。それだけ手間とお金をかけて来たのだから、できるだけ楽しむようにしないと採算がとれない。採算がとれる観光地づくりという観点からも、観光地を結びつけ、数珠つなぎでいろいろなところへ行けたら、これだけのお金と時間をかけてもよかったと思ってもらえる。そういう観光地づくりが必要だと思います。

だからぜひとも、先ほど言われたように、仁淀川流域の上流から下流の地域まで全体で連携してやっていただきたいです。さらに言えば、仁淀川の縦ラインだけではなく、東西の横ライン、東部・中部・仁淀川・高幡、それから幡多地方、それぞれで全部を体験していただく、そういう意味では地域を越えた連携も必要ではないかと思います。四国では年々人口が減ってきています。中国地方も人口が減り始めています。「花・人・土佐であい博」のときには、販売促進は中国地方まででした。ですが、近畿地方などをターゲットにしないといけないと思います。より大きいところをターゲットにすると、より大きな集客力があります。来年は大河ドラマがありますので、首都圏の東京、それから東北、北海道なども視野に入れたいと思います。毎週2回、BS放送も入れたら3回、4回、NHKが高知県を含め、関係のあるところをPRしてくれるわけです。そういう機会を活かして知名度を上げていく。だから、首都圏などもターゲットにしていきたい。ただ、大きなマーケットになればなるほど、来るのにお金と時間がかかる。だから、そのようなお客さんも受け入れられるような観光地づくりには、多分、仁淀川、四万十川と足摺岬連合だと思います。もっと言えば、安芸の岩崎弥太郎邸、室戸岬とも連合を組む、県下一円でやることになります。

それともう一つ、高知県の場合はリゾート観光地ではありません。やはり自然を活かした観光になります。体験をして観光をしたら、「もう1回行きたい」とリピーターが付くと思います。いろいろなところへ行ってもらって滞在型観光地づくり。コンセプトは、自然を活かし、体験型にしていくことだと思います。お金が落ちる観光地づくりをやっていく必要があります。ほんとに勉強になりました。ありがとうございました。