

# 令和3年度第1回フォローアップ委員会におけるご意見への対応状況について

参考1	令和3年9月17日
第2回産業振興計画フォローアップ委員会	

令和3年9月17日

	項目	概要	基本的な考え方・対応策(案)
1	担い手の育成	<p>○農業、林業、水産業それぞれに担い手の確保・育成の問題があり、施策が進められている一方で、産業教育に関する内容が謳われていない。</p> <p>○担い手への教育に関する記述や視点があってもよいのではないか。</p>	<p>・担い手の育成と確保の取り組みは、本県の経済発展に欠かせない取り組みと認識しており、例えば、農業においては農業高校において出前授業や農業担い手育成センターでの宿泊研修等を実施し、林業においても、「県立林業大学校でのリカレント教育の充実に向けた取り組み」などを計画に位置付けるなど、担い手の育成を推進している。</p> <p>・特に若い世代に対する産業教育は重要であり、計画上も「小・中・高等学校を通じたキャリア教育等」の推進を掲げ、新規学卒者等の県内就職の促進と定着支援にも取り組んでいるところ。</p> <p>・引き続き、本県産業の次代を担う担い手の育成と確保に向けて、ご指摘のあった産業教育などの取り組みを一層推進してまいりたい。</p>
2	IoP	<p>○IoPの取り組みを進める上では、どこの市場に出せば一番高く売れるかということが肝であるため、資料に言葉だけでも入れてほしい。</p>	<p>・R2年度からIoPプロジェクト推進プロジェクトチーム会を設置し、その中で流通・販売対策を検討しているところであり、次回資料にも反映させていただく。</p>
3	脱炭素	<p>○森にCO2を固定しようというのは、技術的にはなかなか難しいと聞いている。</p> <p>○科学的根拠に基づき、学術的なバックアップを得ながら実のあるものに仕上げてほしい。</p>	<p>・高林齢化が進むとCO2の吸収量が減少することから、木材利用・木材需要の拡大を図りながら、間伐や再造林など適正な森林整備等による森林吸収源対策に取り組んでいく。</p> <p>・工業分野などの様々な企業や団体、学識者等により構成される外部委員会から、ご意見をいただきながら、実効性のあるアクションプランの策定に取り組んでいく。</p>
4	関西戦略	<p>○高知県は共同物流の仕組みが発達していないため、BtoCの取り引きが多かった。今後、生産量が増えたと、BtoBビジネスが盛んになり、出口の確保が問題になる。</p> <p>○関西圏をターゲットに取り組みを進めているが、価格に対して非常にシビアなエリアであるため、今までと少し違った形のアプローチが必要ではないか。</p>	<p>・出口の確保については、コロナ禍においても業績を伸ばしている「地域に密着した量販店」への販路開拓のため、外商エリアをこれまでの大阪府中心から隣接した大規模商圏である兵庫県や京都市府まで拡大を図っているところ。</p> <p>・また、アフターコロナも見据え、変化する社会環境や消費者ニーズに対応した商品づくりを推進するとともに、物流コストの低減に向けて県内事業者の方々とともに「食品の小口配送」の新たな仕組みの検討を行う等これまでと異なる形でのアプローチを模索していく。</p>

	項目	概要	基本的な考え方・対応策(案)
5	外商	<p>○コロナの影響で、ネットスーパーの利用が非常に増えている。</p> <p>○消費者は、産地よりもネットスーパーのブランドで買うので、高知県産でなければ買わない、とはならない。この辺りをもう少し考えてほしい。</p>	<p>・これまで地産外商公社が築いてきたネットワークを活用して、卸売業者や量販店、飲食店などへの外商を進めてきたところ。</p> <p>・加えて、今年度は、コロナ禍を見据えた外商先として通信販売や宅配サービス業界へのアプローチを行っており、ネットスーパーも含めたさらなる外商の拡大を推進していく。</p>
6	外商	<p>○コロナにより閉店・退店となったエキナカの店舗の跡を活用して、高知の産物を紹介するとよいのではないか。</p> <p>○銀座の「まるごと高知」までわざわざ行く人は、そう多くない。</p>	<p>・「まるごと高知」は、物販やレストランの他、観光情報等の発信や首都圏における外商活動の拠点としての機能を持ち、特に、物販は販売のみならず、バイヤーに商品を紹介するショールームとしての役割も果たしている。</p> <p>・また、「まるごと高知」へ来店せずとも、商品を紹介・購入ができるよう、ECサイトの機能拡充を検討しているところ。</p> <p>・なお、エキナカの空き店舗の活用等についても、今後の状況を注視していく。</p>
7	サイクルツーリズム	<p>○ナショナルサイクリングルートについて、高知県は四国一周のルートしか入っていないが、しまなみ海道はこれで売り出してお客さんが来ている。</p> <p>○高知ならではのサイクルツーリズムを新たに開拓することが必要ではないか。</p>	<p>・県では、平成28年度から県が推奨するサイクリングコースを県内全域に43コース設定している(中・上級者向け15コース、観光・ファミリー向け28コース)。また、市町村からの要望があれば、必要に応じてルート変更も実施している。</p> <p>・令和3年8月には、仁淀川流域でのナショナルサイクリングルートの認定に向けて、いの町及び高知県観光コンベンション協会と協議を実施した。</p> <p>・今後、先進地の視察・ヒアリングを実施するなど、ルート設定や見直しについて検討を進めていく予定。</p>
8	観光地整備	<p>○高知県は観光地として未整備な部分が多く、来た人ががっかりして帰るとそれがSNS等で伝播してしまうので、そうならない仕組みづくりをしたほうが良い。</p> <p>○宿泊だけでなく、各市町村や色々な観光資源のブラッシュアップに繋がるような施策を盛り込んでほしい。</p>	<p>・これまで、市町村等の観光拠点の整備や、観光資源の磨き上げなどを支援する補助金により、地域の「歴史」「食」「自然」といった観光基盤の整備を進めてきているところ。今後、各市町村で進める観光資源のブラッシュアップを後押ししていく。</p> <p>・加えて、感染症対策として旅館・ホテルの感染対策を支援する補助金を創設するとともに、飲食店の認証制度(6月補正)などにも取り組む。</p> <p>・また、今後、宿泊施設のコンシェルジュ機能や周辺の観光資源を組み合わせた着地型商品の販売促進策を、強化していく。</p>

	項目	概要	基本的な考え方・対応策(案)
9	観光情報発信	<p>○高知県は非常にいい素材がたくさんあるが、県外に伝わっていない。</p> <p>○旅マエで、SNSやよさこいネットなどできっちり伝えることが必要。</p> <p>○オンライン相談など、ダイレクトにお伝えするようなものをよさこいネットで行うということも考えてみるべきではないか。</p>	<p>・県外発信は、テレビや雑誌等メディアでの露出に加えて、TwitterやInstagramといったSNS、リアルタイムで楽しめるオンラインコンテンツを活用し、情報発信に努めている。</p> <p>・SNS等で自動会話プログラムを活用し、直接オンラインで観光客とコミュニケーションを行っているが、引き続き、他の事例など含め研究していく。</p>