

第2回四万十市産業振興計画フォローアップ委員会 議事概要

- 日 時 : 平成30年3月19日(月) 14:00~16:25
- 場 所 : 市役所本庁舎3階 防災対策室
- 出席者 : 21名
- 配付資料:【資料1】四万十市産業振興計画アクションプラン進捗管理シート(下半期)
【資料2】平成29年度の主な取り組み
【資料3】四万十市産業振興計画アクションプランの改定(案)
【資料4】アクションプランの目標値(定数値)の見直しについて

1 開会

2 委員長・副委員長の選任について

委員長、副会長の事務局案を提案し承認される。

・委員長挨拶

皆さんこんにちは、前回に引き続きどうぞよろしくお願い申し上げます。冒頭に一言ご挨拶させていただきます。

いろいろな意味で、まち・ひと・しごと創生総合戦略や人口ビジョンなど、各地域で活発な議論が行われ、PDCAをしっかりと回している状況だと思えますが、徐々に地方創生の声というか、メディアにおける露出度が落ちてきているように思います。ここから、勝負であるということは誰も異論ないと思えますが、新しいアイデアの提案や地域の当事者の意識がますます高まっていくかどうか、勝負の分かれ道ではないかと思えます。

四万十市は、観光を軸にした産業振興、あるいはそれぞれの産業連携を多面的に展開することによって大いなる可能性を持っており、さらに光っていくのではないかと感じております。

観光に関して一言だけ最近の状況をお伝えすると、住宅宿泊事業法いわゆる民泊法が施行されて観光のありようが変わっていくこととなります。ある観光のシンクタンクの実績によると、2022年には国内の総宿泊延べ数が、国内とインバウンドを比較して、インバウンドが勝るところまで伸びていくそうです。国のインバウンド政策がますます活発になり、東京オリンピックを経て観光客の増加が予測され、おそらく民間のホテル等ではキャパシティが足りないため、民泊をいかに導入するかがひとつポイントになります。民泊は、Airbnb(エアビーアンドビー)のようなネットを使ったビジネスがメジャーになっていますが、非常に面白いヒントがあります。Airbnbのホームページは民泊の紹介サイトですが、ページの真ん中に検索メニューがあり、大体のユーザーは「体験」というメニューを検索し、希望する体験に応じた民泊の候補を探すという流れになっています。つまり、民泊だけを探しにくるユーザーから、体験を目的として民泊先もセットで探すユーザーに主流が移っています。ですから、今後のインバウンド観光をターゲットとしたとき、体験メニューをいかに用意できるかがカギになります。今日の資料にも体験メニューのことがあり、少し良い数字になっていないのではないかと事前に拝見して感じました。今後、各産業と連携することによって、様々な体験メニューの企画が出てくる可能性がありますので、そういったところも議論ができればと思っています。私もいろいろ国の委員会に参加しており、こちらでいかに情報をご提供できるかが自分自身にとっての価値だろうと思えます。

折に触れて直近の国の様子もご紹介できればと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

3 協議事項

(1) 四万十市産業振興計画の進捗状況について

(事務局)

上半期のフォローアップ委員会において、進捗管理シート以外に各分野のつながりがわかるような資料を作成して欲しいとの意見がありましたので、「資料2 平成29年度の主な取り組み」を作成しています。内容は不十分であると思いますが、今後よりわかりやすい資料を作成したいと考えていますのでよろしくお願いいたします。

以下、「【資料1】四万十市産業振興計画アクションプラン進捗管理シート（上半期）」及び「【資料2】平成29年度の主な取り組み」に基づき説明。

《主な質疑等》

(A委員)

西土佐地域の栗について、いろいろな施策や支援をいただいています。一時期は西土佐地域の栗が県下で1番の生産量を誇っていましたが、高齢化や外国産の影響で生産量が10分の1以下に減っていて、現在、盛返しているところですが回復途上の状態です。

農家の生産者価格が低迷し、高齢化と合わせ栽培農家が減ってきている中で、急に生産量が増えた場合に管理が行き届くのか、また、以前のように栗の価格が下がったときに、生産を継続する農家がいるのか心配しています。

地域の栗という知名度を上げながら、農家の生産意欲を保ちつつ継続した農家経営ができるよう配慮いただきたいと思います。

(市産業建設課)

西土佐地域の全盛期の生産量は300 tから400 tありました。現在、近年の落ち込みから徐々に回復していますが、平成29年度で30 t程度しかありません。市で進めている栽培計画は、生産量を100 t程度にするというものですが、生産者にどれだけやっていただけるかという課題もあります。

栗の需要はまだ相当あると捉えていて、栗産地の再生を目指すうえで、西土佐地域は県下の産地であったので適地適作だと考えますし、美味しい上質な栗を供給していく体制が西土佐地域はあると思います。

しかし、価格が低迷すると生産意欲も落ちますので、「栗を植える」「栽培技術を身に着ける」という生産量拡大の取り組みだけでなく、四万十の栗を全国に広めて認知度をアップし、大消費地に加工品等の外商を行うなど、四万十の栗をブランド化する必要があると思います。

現在四万十の栗は、キロ当たり600円程度ですが、丹波ではキロ当たり2,000円で売られています。そういったノウハウなどを勉強し、価格が上がるような取り組みを関係団体と進めたいと考えています。

(A委員)

先日JAのみなさんと協議し、栗の振興についてお互い協力しようということになりましたが、県の産振計画で四万十町の大規模な栗の振興が掲載され、体制が整えられているので、四万十市の栗は今後差別化をしてないと、四万十町産にどんどん流出するので、四万十町の下請けのようにならないよう進めなければならないと思います。

(委員長)

栗に関しては、十和との差別化及びブランド力をどう考えるか、その戦略が重要だと思えます。これを事前に決めないと、最終的にブランドといっても、その製品をどういうポジショニングで開発し、販路はどこを狙うかでターゲットが変わりますので、非常に重要だと思えます。他の地域ではG I (geographical indications)の取り組みがありますが、地理的表示も視野にいれつつ、十和産の栗と四万十市産の栗で何が違うのか客観的に認識し、その違いに基づく認証制度に合うもののみが四万十市産の栗であるという説明できる形まで持っていく必要があると思えます。

(市産業建設課)

当然、市だけではできないと思えますので、民間団体、農業関係団体、高知県農業振興センター、J A高知はた、外商のノウハウを持っている方、それから生産者と、栗の関係するすべてのところで協議をしていく必要があると思えます。

(委員長)

栗の他にもゆず、スジアオノリなど、「四万十ブランドとは」をどう確立していくのか、それぞれのアイテムの「四万十ブランドとは」をどういう自己認証で行うのか、これが全部通底している気がします。そうなると、栗だけのプロデュースに留まらず、全体の四万十ブランド力をどのようなポリシーで考えるのか求められるのではないかと思います。この点についてどう動くべきか、あるいは誰が中心になるのか議論をしておいたほうが良いと思えます。

(事務局)

ブランディングについては、シティプロモーションで「川とともに生きるまち」というコンセプトをもって、栗やゆずなどの単体も視野に入れながら、全体的に四万十市のブランド力を高めていくという取組みが2年位前からやっと始まったという状況です。

(委員長)

そのプロモーションをいかにマーケティングや個別のブランドと一体化させ、消費者に認知させるかがカギになります。もう一点、最近の動きを話しておくと、国では国連のSDGsに対するうねりが大きくなっています。英語ではSustainable Development Goalsと言いますが、要は「持続可能な開発目標」のことで、ターゲットを決めて、それぞれが何を担っていくか明確にするものです。かいつまんで言うと、自然は大事なターゲットで、その自然のイメージと四万十市のブランドイメージが完全に重なっていき、そこを国連の開発目標、政府が進めているSDGsの展開と連動させるのは全く違和感がなく、四万十市が中心になっても不思議ではないと思えます。内閣府のSDGs未来都市等提案書の公募のホームページを見ていただくと、ブランド力をつけていくうえで有効なツールになると思えます。ぜひ、関係の皆様にはホームページ等をご覧いただき、四万十市のブランド力を全世界的なうねりと連動させることを視野に入れていただくと、インバウンド観光への訴求力も増すと思えますので、ブランド力の向上、すべての資源をそこに結びつけていただくようお願いいたします。

(B委員)

自然は大事なターゲットで四万十市のブランドであるという話がありましたので、四万十の鮎もその中に入れていただければと思います。それから、今年は西部漁協組合も鮎が豊漁で、約3年分の量が確保できました。しかし保管する場所がなく、愛媛県で冷凍庫を借りて保管しました。そこで、冷凍庫を購入するため、市の補助などを検討してほしいと思えます。

(市農林水産課)

冷凍庫の件は、実態を把握できてないことと、設備を整備するにはそれぞれ経費の問題もあ

と思いますので、できる、できないは別にしまして、費用対効果なども含め状況を確認させていただきます。

(委員長)

私も、もともと食品のサイエンスをやっているのですが、冷凍方法で解凍後のクオリティが全然違うと思います。海士町が岩ガキ「春香（はるか）」を急速冷凍するために「CAS」という冷凍技術を導入していますが、それが市場での価格を完全に決めてしまうくらいです。もちろん高価ですが、いかに今の状態をそのまま維持できるか冷凍庫メーカーもしのぎを削っているのです。冷凍技術によって全然違う可能性もあります。

(A委員)

県の産業振興計画の取り組みでは、魚介類の保存にスラリーアイスを活用するなど、かなり画期的な新商品ができていますので、県に相談するのが良いのではないのでしょうか。

(C委員)

県内で冷凍技術を持っているところが中々ないと思いますが、先ほどのスラリーは、新鮮に運べる技術なので、運搬時にスラリーアイスを利用することはできると思います。鮎については解凍してからどのように使うか、例えば、背ごしなら解凍して生で食べられる鮮度が必要で、塩焼きならそこまで必要ないなど、目的に応じて冷凍庫を考えていただいて、生のものを運ぶ時はスラリーアイスを使用するというようにすれば良いと思います。工業技術センターを活用して鮮度をいかに保つかとかいう支援はできますので、ご相談いただければと思います。

(委員長)

スラリーアイスは、カツオに関して中土佐を中心に利用しています。スラリーで海水なので凝固点降下しているため、本来凍る温度なのにスラリーであるというのがポイントです。川魚の場合は淡水なので、技術的にそこをどうするのかから入っていくと思います。

(D委員)

今年も鮎の豊漁が見込まれると思います。そうすると西部漁協が鮎を保管するところがなくなります。島根県の高津川漁協では、鮎を冷凍して、生だけでなく加工する技術もかなり持っているみたいで、主に関東方面に出荷しているようですが、市からも視察に行っとうゆう方法があるか検討していただければ、大量に獲れた時のさばき方も見つかると思います。

(市長)

高津川漁協には何回か行ったと思います。20億円くらい売り上げがある漁協で、今、1匹大阪で6,000円から7,000円くらいで出ていると思います。

(委員長)

市としてどれだけの情報のストックがあるか調べていただき、大事なことは視察に行く、行かないではなく、先行事例に学び四万十市ブランドをいかに競争優位に導くかなので、その後のプロデュースが大事だと思います。大変参考になるお話と、今後の豊漁を見据えた付帯設備に関するご要望をいただいたので、前向きにご検討いただければ幸いです。

(D委員)

観光分野の川漁体験について、去年は市の主催での投網体験を実施しましたが、民間でも火ぶり漁体験をだいぶ実施したようです。これが宿泊を含めた観光の取り組みになると思いますが、今は個人で集客をしているようなので、これが観光につながればまた少し違うのではないかと思います。

(委員長)

観光体験、そして観光宿泊として結び付けていく企画として、投網漁・火振り漁の話しをいただきました。資料9ページの体験宿泊等のプラン達成件数が平成28年もゼロで、直近29年の状況はわかりませんが、今後どうしていくのか気になります。

(E委員)

西土佐地域でも観光火振り体験を計画していますが、火振り漁は増水などがあれば開催できず、29年度も実施できませんでした。ちょうど良い時期には、台風も発生しやすく、増水もしやすいので、中々思うようにいきません。やるからにはきちんとやりたいのですが、西土佐では水量が15cmから20cm上がると濁りが出て流れもあるので、火振り漁ができるときのほうが少なくうまく成果が上がっていません。

(市観光商工課)

数年前から四万十川中央漁協にご協力をいただきながら、いろいろな漁の体験を修学旅行生に行っているところで、現在も幡多広域観光協議会を通じて漁の体験をお願いしています。この体験も観光商品のひとつとして提案していますが、PR方法などに問題があるのか提案先にあまり選んでもらえない状態ですので、もう少し分かりやすい体験の形を提示しようと幡多広域観光協議会といっしょに考えているところです。今後は、一般の方にも漁の体験を含むいろいろな体験を行っていただきたいと考えていますので、ご協力をお願いいたします。

(委員長)

体験メニューや修学旅行のことが出ました。ここで考えおきいただきたいのが、四万十市が持っている地域の価値を安売りすべきでないということです。前回の会議の冒頭で観光カリスマの山田桂一郎さんをご紹介しましたが、彼はAirbnbの体験メニューで人気があるものから価格を参考にすべきだと言われます。例えば、インバウンドで人気があるのは、外国人が日本の家庭に入って一緒に食材を調達し、一緒に調理し、一緒に食卓で食べるというもので、メニューでの一番人気は餃子だそうです。このコースは2時間で、1人9,720円。この金額が体験を求めている外国人にはリーズナブルで、受入側はこの金額を取れることを理解しておかないと観光になりません。そういう意味で、投網や火振り漁をご覧いただくだけで、いくらのお金が取れるかということ、桁が一つ違うと思います。そういう価格設定にしないと、インバウンドの魅力は逆に訴求できないし、どこの体験とも同じだと思われてしまいます。先ほど、火振り漁ができないときがあるとのことでしたが、できないときに何のメニューで代替するか、逆に言うと滅多にできないものを体験できるということは、相当お金がとれるということです。そのような発想が大事で、日本人の場合は安くするなどインバウンドとの差別化、あるいは逆差別化が可能かなど、いろいろと議論することで変わってくると思います。

(A委員)

以前、カヌー館のスタッフに聞いたのですが、大雨で川が少し増水して濁った中でカヌー体験を実施したとき、参加した観光客に「あなたは、すごく良いタイミングですよ。こんな日は年間何日もないので、この最悪の条件でカヌーができる人はあなたたちだけです。」と話したそうです。観光客はずぶぬれになりながらも喜んで帰ったそうですので、そういうアプローチも必要でないでしょうか。

(委員長)

キャッチコピーを作るときに「いつでも、どこでも、だれにでも」から、「いまだけ、ここだけ、あなただけ」に何を提案できるかが、マーケティングの肝であると思います。あなただけに提案されているものが、偶発的に環境として与えられていることを、自分なりの見方でどう表現するかだと思います。

デイビット・アトキンソンさんという国に対する観光のご意見番がいらっしゃいますが、今、日本におけるインバウンド観光で誰にターゲットをあてるかということドイツ人の女性、年齢は40歳以上と言います。

ヨーロッパと東南アジアの観光客の滞在日数を比較するとヨーロッパの方が格段に長く、滞在日数で消費する金額が全然違うということです。

例えば、季節にもよるかもしれませんが、平均滞在日数が10日くらいのメニューが四万十市でできるという可能性がないでしょうか。火振り体験は滞在日数が1日ではあわないと割り切っていて、10日以上滞在すれば絶対できるというマーケティングあるいはプロモーションを展開すると全然違ってきます。考え方を少し変えて、誰を狙うかを明確にすると見えてくる世界が違ってきます。

(F委員)

四万十市で550年祭が始まっていますので、「小京都中村」を売り出すチャンスだと思います。これを機にもう少し情報発信して、一年間でどのような行事をするのか分かりやすく周知していただき、市民が参加できる仕組みを作り、市民が盛り上げる機運を高めるようなことも考えていただきたいと思います。街中にはとても重要なので、物販なども行い、来た人を楽しんで買って帰っていただける仕組みを考えたいと思います。

(市観光商工課)

550年祭は、官民一体となって実行委員会で行っています。行事なども24種類の様々な取り組みを提案いただいております、実行委員会を選定しある程度の方向性は決まっています。3月10日にオープニングセレモニーは終了しましたが、まだ十分市民の方々にお知らせできていないので、今後も広報などいろいろな方法で周知していく予定です。

550年祭は、一條公が造ったまち「中村」が市民の中で薄れてきていて、子どもの頃から歴史などをしっかりと知っていただき、まちを誇りに思ってもらい、これからについて考えていただくということから始まっています。

子供から大人まで対象にしたプログラムはいくつか作っておりますし、しっかり発信することで観光につなげ、この取り組みを持続可能なものにすることを関係者の皆さんと確認しております。

(委員長)

この取り組みを展開するうえで一番役立ちそうなのは、文化庁の日本遺産です。「日本遺産への登録を目指す」「日本遺産へリテージとして単に残す」という発想ではなく、観光のDMO化と完全につながっています。国内で54箇所認定されていて、来年度早々に数十箇所認定されます。2020年までに100箇所認定することが国の目標です。ホームページを見ていただくと、そこに中村があっても全く不思議ではありません。ただ1点だけ要件があって、国指定の文化財が必ず入っていないといけません。重要文化財などいろいろな要素がありますが、一番参考になるのは、安田町を中心とした中芸の森林鉄道です。これがぴったりくるような気がします。

(G委員)

550年祭について、市民から「550年は何の数字」「下向して550年なの」「どこから数えて550年なの」などよく聞かれるので、もう少し明確に書いていただければわかりやすいと思います。550年は歴史になるので、子ども達に教えるために玉姫の紙芝居のような一條公の紙芝居を作っていたらわかりやすいと思います。

それから、四万十ぶしゅかんはたくさんPRされており、だいぶ認知され、作付けも増えて

いると思いますが、その売り上げがどれくらいなのか、売れ残ったりはしていないのか、今後の売上目標はどうなっているのかお聞きしたいと思います。

(市農林水産課)

ぶしゅかんの市内生産量は18トンで、平成27年度から新植した面積は9.7ヘクタールです。将来の売上目標は、加工品も含め1億円まで持っていきたいと考えております。

ぶしゅかんを新植する場合、苗木の半額を補助していますが、仮に来年まで補助を行って、圃場を12ヘクタールくらい整備した場合、5年後の生産量を青玉2割、果汁8割くらいと想定し、約4,000万円が農家の生産額、残り6,000万円程度が加工所の販売という試算をしています。

(H委員)

ぶしゅかんの加工などをする四万十ぶしゅかん株式会社を、中村商工会議所が伴奏型で販売や商品開発の支援をしているはずですが、ひとつ問題なのは、その商品を市民が知らないということです。以前会議の時に、県外で販売しても、市民が商品を知らないのは少し問題ではないかという意見がありました。

また、県外の大手企業と取引しようとする、絶対量が足りないという問題点も出ていました。将来目標の話がありましたが、そこも見えていかないと一度商売チャンスを逃すと次が着いてきてくれないので、フォローをしていただきたいと思います。

それから林業分野のことで、住宅を建てるときに市産材のヒノキなどを一定使用すれば市から補助金が出る制度がありますが、住宅の絶対数からするとどうしても弱いです。なぜなら、田出ノ川にヒノキのモデルハウスの「ヒノキの家」がありますが、大手プレハブメーカーの事業所は全て国道56号沿いにあり、毎週そこで見学会をして販売するので、できればヒノキのモデルハウスを市街地に出してプレハブメーカーに負けないようなブランド化をして、ヒノキを使った家がもう少しできないかと思っています。

(市長)

四万十ヒノキの一番の問題は、市内に木材市場がないことです。そのため愛媛県の大木製材所、あるいは四万十町や宿毛市で買ったものが四万十ヒノキの位置づけになっています。本格的に四万十ヒノキの取り組みを行うのであれば、市外で購入すると手数料や輸送経費などで割高になるため、市内に木材市場などを設置しないと難しいと思います。

そのような方法が取れば四万十ヒノキの活用が進んでいくと思うので、今後も森林組合等と連携しながら林業振興を行っていきたいと思いますので、ご協力をお願いいたします。

(I委員)

確かに原木市場が市内にはなくて、中村地域は宿毛市山田の原木市場、西土佐地域は、恐らく愛媛の大木原木市場へ出すことが多いと思います。取扱量が5～6万m³、年間7～8億円くらいだと思います。宿毛市山田の原木市場は、高知県森林組合連合会が運営していますが、手狭になっていて移転の動きに傾きつつあります。最初は、現在の場所で拡張を考えていましたが、地権者の同意が得られず場所を移さざるをえません。そうすると、近いほど我々にとっては良いので、四万十市内という考えも内部では持っています。ただ、相当広い面積とトレーラートラックが入れることが必要なので、アクセスなどの問題があります。

それから、全国的に林業といえば杉で、高知県でも杉ですが、ヒノキが山に一番あるのは高知県で全国一の大産地です。県内で1番が四万十市、2番が四万十町ですので、多分全国で四万十市は相当レベルの高いヒノキ産地だと思います。

ただ、この地域では、岐阜や吉野のように木を育てて売るという経験がなく、雑木林を切って炭を焼いていたので、地元産の良い建物があまりありません。そういう意味では、今から地

場でヒノキの良い建物をどのように造っていくかが大切になると思います。

四万十市、四万十町を中心に四万十ヒノキブランド化協議会を作っておりますが、どのような方向付けをしているかと言いますと、四万十ヒノキもピンキリなので、全部まとめて売るのは得策でなく、ひとつの方向は、山にあるヒノキの5%くらいですが、良い物を作り付加価値をつけ特化しようとしています。80年生以上で、直径が24cm以上の物です。残り95%は、木材を買いに来るのはプロの目利きばかりなので、四万十という名前を付けても売れないため一般的な売り方をしていきます。その場合でも、良い物がない地域は産地化できないので、5%の良い物をしっかり作っていく方向としています。

ちなみに、製材についてですが、四国で良いヒノキが市場へ出ると、ほとんど四万十市の事業者が買い付けてきます。買い付けた事業者に何に使うか聞いてみると、安芸の宮島の厳島神社の床材に使うとのことでした。残念ながらまだ地元産のヒノキは使用されていませんが、もう少しのところまで来ているという状況です。

(委員長)

すごく可能性のあるお話しでした。四万十ヒノキ、四万十鮎、四万十栗の話がでましたが、私も色々ところで話しを聞かせていただきますが、四万十市ほど「四万十」を冠につけているいろいろなものを呼ぶ地域はないかもしれません。だからこそ、四万十の冠をつけるには、ヒノキ場合は直径24cm以上のものなどの自主基準があり、それは誰が見てもブランドにふさわしい内部基準で、それ以外は市場に出ないという自分たちの矜持がにじみでていると思います。それがブランドということになれば、域内で子ども達も含めて誇りを持ちえますし、地域に対する訴求力、ブランド力になっていくと思います。

(J委員)

中村市街地は、550年祭で盛り上がると思いますが、西土佐地域でもシティプロモーションのキャッチフレーズを「川とともに生きるまち」としているのも、上流から下流まで川とともに生きる体験メニューを確立し、それを商品として西土佐地域にもインバウンドの外国人がたくさん来ていますが、インバウンド対策もできないまま受け入れしている状況にあります。

宿泊施設の取り扱いも変わってきたので、変わる時点で指導や活用方法などを示していかないと大変なことになると思います。消防法が変わって、宿泊施設を運営している人たちは、補助金がない中かなり経費をかけて警報機を付け直さなければならない状況になってはいますが、個人で運営しているので中々進んでいません。

また、担当者で受け取り方は違うようですが、西土佐地域ではグリーンツーリズムをうまく活用すれば観光資源が伸びると思うので、市と連携して、川とともに生きるまちを提案しながら体験メニューを開発し、宿泊が増える取り組みを考えていただきたいと思います。

(市観光商工課)

「川とともに生きるまち」は四万十市にぴったりの言葉だと思います。体験を核に宿泊していただくことは、十数年前から一次産業を核とした観光振興ということで、川だけに特化せず、山・川・海・畑・田の自然を活かした観光振興を行っております。

ただ、受入側の高齢化や専業農家がないなどの問題が起きて、受入が若干落ちていたましたが、ここ数年で回復傾向にあり、いなか暮らし体験として、庭にある畑の野菜をとって地元料理を作って食べることや農家に宿泊することなどで、一日の田舎を体験しすごく喜んでいただいております。体験メニューは、その家庭、宿によってそれぞれ違いますので、農業や漁業など特色を生かしたメニューを組み立てながら長く滞在していただけるようにしていかなければ

ばならないと考えています。

それから民泊については、市内の宿泊施設の年間稼働率が100%でないため、旅館組合と協議する中で、簡易宿所営業許可をとらない民泊は推進するべきではないと市では考えています。ただし、花火大会やウルトラマラソン、ゴールデンウィーク時は稼働率100%を超えますので、その場合に一般家庭などで民泊をしていただくことは、市でも協力できると考えております。

(委員長)

宿泊施設の稼働率から民泊の導入を行政が積極的にやるべきかどうか、悩ましいスタンスは良くわかります。一方で、観光振興を図るうえで、今の観光入込客数、宿泊者の見込み数で良いのかということです。何年先を見据えるかを考えた時に、今やるべきことと、将来的に民泊の振興は、空き家利用や移住者の受け入れにもつながっていくので、現状の観光事業者の稼働率だけで、すべてを決めてしまわないほうが将来にとって良いのではないかと私は思います。

(J委員)

民泊はグレーゾーンで行っている部分があって、どのように進んで行くのか分かりづらいですが、現状で若い人達がかかりゲストハウスとして行っていますので、きちんとした形で行えるように導いてほしいところです。

(委員長)

住宅宿泊事業法、いわゆる民泊法ではグレーゾーンを排除します。例えば、年間の営業日数が180日上限やこれまで無届出で行っているものは認められないなどの扱いになります。だから、届け出のための最低限度の要件はクリアしないと現状も維持できません。そこを行政の立場で、現状行っている方々を維持するとすれば、何が必要か詰めていただかなければなりません。これは非常に厳しくて、逆にキャパが減るのではないかという話しも出ていますので、地方には大きいダメージになる可能性もあります。

(2) 四万十市産業振興計画アクションプランの改定等について (16:00)

(事務局)

「【資料3】四万十市産業振興計画アクションプランの改正(案)」及び「【資料4】アクションプランの目標値(定数値)の見直し」に基づき内容説明し、提案の内容とおり承認される。

《主な質疑等》

(委員長)

食肉センターの件で、HACCPの話しがありましたが、まもなく食品衛生法が改定され、食肉センターに限定されることなく食品事業者の生産現場がHACCP義務化になります。国も厚生労働省を中心に、中小、零細の企業の皆さんにとってHACCP義務化をどのように支援できるのか議論しています。それぞれが単独でHACCP対応を求められると、かなり負担が大きく難しいので、事業者の方々にとって標準的なガイドラインを示して、小規模事業者がHACCP対応しやすいようなきめの細かい支援を図っていこうと考えているようです。

食品産業の振興を産業振興計画のひとつの柱におくとするならば、考えなければいけない非常に大きな課題になっていくと思います。その点を事前にご理解いただいて、県も同じことですが、高知県版HACCPステージ1、2、3を、ぜひ市としても奨励し、そして支援をさらにきめ細かくすることが求められますので、その点だけお話ししておきます。

(C委員)

市の産業振興計画、県の産業振興計画のアクションプランの取り組みで、重なっている部分

は、県でも積極的に第2ステージ、第3ステージを取得していただくよう支援していますので、重なっていない部分について市で意識していただき、県でもお手伝いできることがあると思いますので、ご相談いただきたいと思います。

(委員長)

ぜひ、情報共有しながら密な連携をお願いいたします。そうしないと、せっかく加速していった様々な取り組みが、HACCPというハードルによって勢いが失われてしまいます。

先ほどの民泊も同じですが、法制度の改定が四万十市にとっては改悪になりかねませんので、準備を先取りする視点が強く求められると思います。

3 その他

(K委員)

全体的なことですが、重要なのは連携だと思います。ブランド化するには、栗にしてもゆずにしても、しっかりした指導者がいないと、個人がそれぞれ作るいろいろな物ができるし、体験事業も、今から外国人観光客が来るにしても、案内板や施設の指導が必要です。市の中に農業でも観光でも一つの部署でわかるようにしていただき、農産物価格の一定化などに取り組んでいただければ、農家も収入の見込みがたち一生懸命できると思います。

四万十川の鮎、鰻、カニ、中村の魚を売り出すには地域の人だけではできないと思いますので、そういう担当者がアピール、指導をして流れを作ってもらうことが大事だと思います。

(委員長)

連携というキーワードと、全体のブランドのプロデューサー的な、価値を上げていく意味での指導が求められるということだと思います。各エリアでそれをどうやるのかということは難しい問題ですが、まずは市全体のキャッチコピーのような何を目指すかという共有（タグライン）があって、そこからぶれることなくシャワー効果的にすそ野が広がっていくのが一般的だと思います。大事なことは生産現場の意欲をかきたてていく（インセンティブを高める）ことで、持続可能な地域にすることが一番であることは異論がないと思います。さらに踏み込んでみなさんが議論しつつ、最後は一致団結してそれが自然にできあがっていくのかなという印象を持ちました。

4 閉会

(市長)

本日は年度末のお忙しい中ご出席いただき、誠にありがとうございました。産業振興、観光も含めていろいろな意見が出たと思いますが、これを実践していくのは人です。いかにして人づくりをしていくかが一番ではないかという思いをしております。4月からの機構改革で、子育て支援課、健康増進課などを作り、皆様のご協力をいただきながら進めて参りたいと思います。

来年度は、550年祭として1年を通じいろいろな取り組みをして参ります。本市は四万十川に代表される自然と食材や料理、もう一つはこの街中の小京都の3本セットで売っていかねばならないと思います。特に、街中が活性化すれば人が回遊し、消費行動が起きることで経済が回ると思います。

「川とともに生きるまち」をキャッチフレーズに、上流から下流までいかにして付加価値をつけ、いかに人が生産を上げるのか考える必要があります。特に農業は儲からないといけません。ある程度儲かる農家は、後継者がいて家庭もできています。そういったことをしていくのが産業振興計画であり、みなさんと力を合わせた中で進めたいと思いますのでよろしくお願い

いたします。本日は、ありがとうございました。