

【概要・目的】 本県に立地している製造業に継続的な設備投資を促し、撤退や県外転出等が起こりにくい拠点的な工場（＝主力生産工場）になってもらうことで、雇用の長期安定・拡大及び所得の向上を図る

第1期計画(H21~H23) 3年間の取り組みの総括と課題

総括

【企業立地関係】

1) 企業立地の取組み

- ・新規案件の発掘と立地に向けた熟度アップ
- ・既存案件の熟度アップと立地の実現
- ・サプライチェーン構築への取組み(不足業種の立地促進)
- ・人材及び労働力の確保対策

2) 重点的な取組み

- 企業立地促進要綱の改正
 - ・全国トップクラスの助成内容
 - ・補助対象とする用地や投資額要件の緩和
 - ・事務系職場の業種の拡大
- 訪問活動の強化
 - ・アフターケア活動でのワンストップ体制の構築
 - ・アンケート調査等の実施による新たな誘致対象企業の発掘

3) 結果・成果

- ・立地件数 30件(新設8件・増設22件)

<立地効果>

新規雇用 立上時:440人 フル操業時:1,079人

【工業団地開発】

1) 取組み

- ・岡豊工業団地:開発、分譲
- ・香南工業団地:用地取得・工事発注
- ・新たな候補地の開拓

2) 結果・成果

- 岡豊工業団地
 - ・開発完了 ⇒ 分譲完了(H22.12)
- 香南工業団地
 - ・用地取得完了
 - ・造成準備工事着手(H23.12)
 - ・造成本体工事着手(H24.3)
- 適地調査
 - ・4市(高知市、南国市、土佐市、安芸市)で調査(H23)
 - ・候補地選定に向けてのヒアリング開始(H24.3~)
- 香南工業用水道事業
 - ・一部稼働に向けた対応

課題

- ・民地も含めた工場用地の確保
- ・オフィスビルの確保
- ・人材及び労働力の確保
- ・継続的な工業団地の開発

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

【企業立地の取組み】

- 立地が決定した案件
 - 製造業:3件(自動車部品製造、不織布製造、農業用機械部品)
 - 事務系:2件(バックオフィス2件)
 - その他:1件(運送業) 計:6件立地決定
- 新規発掘の案件
 - 製造業:6件(決定1件、継続中5件)
 - (自動車部品、医療用器械設備、脱脂綿、農業用機械部品、食品2件)
 - 事務系:6件(継続中3件)
 - (バックオフィス1件、コールセンター5件)
- 立地企業のアフターケア対策
 - ・企業訪問活動:延べ750件
 - (訪問内容)
 - ・業況聴取、設備投資新制度案内、津波浸水予測等説明等
 - ・市町村等と連携した企業訪問活動の密度アップ
 - ・市町村誘致担当者向け研修会:1回(本山町)
- 人材供給力の向上
 - ・コールセンター人材育成事業の実施
 - ・就職力パワーアップ実践セミナー(6/8~9/6 高知市)
 - ・就職力アップセミナー(6/19 高知市)
 - ・コンタクトセンター就職支援講座(10/23 高知市)
 - ・コンタクトセンター基礎研修(12/14 高知市)
 - ・若者就職応援セミナー(1月予定 高知市)
 - ・コールセンター研修(2月予定 南国市)
- サプライチェーン構築への取組み
 - ・第1回 自動車部品関連会社交流会(9/11 高知市)
 - ・第2回 自動車部品関連会社交流会(2月予定 南国市)

【企業誘致の受け皿の整備】

- ・香南工業団地の施工管理
- ・市町村との共同開発による候補地選定
- ・共同開発協定の締結(2月予定)
- ・高規格道路沿線市町村等を対象とした工業団地開発に関するヒアリングの実施(15市町村) → 適地調査希望6市町
- H24年度:1市(調査着手)
- H25年度:2市町(調査実施予定)
- 3市町(調査地検討中)
- ・国に対する政策提言
- ・経済産業省産業施設課長との意見交換実施(8/14 高知市)
- ・オフィスビルの確保手法の研究

課題

- ・津波浸水予測の公表による企業の本県に対するイメージダウン
- ・共同開発候補地の決定に至るまでの用地の条件整備
- ・市町村の団地開発の必要性に対する意識向上
- ・オフィスビルオーナーへの投資意欲を喚起する制度づくり
- ・コールセンター等立地促進補助金制度の他県との優位性の確保
- ・市町村と連携した「ものづくり企業」への優遇措置の創設

H25年度の主な取り組み(予定)

取り組み予定

【企業立地の取組み】

- 新規案件の発掘と誘致活動
 - ・様々な機会を捉えた誘致企業の掘り起こし
- 企業立地セミナーの実施
- コールセンター見本市への出展
- 既存案件の熟度アップと立地の実現
- 立地企業のアフターケア対策
 - ・立地企業の課題解決の支援、新增設の促進、関連企業の誘致
 - ・市町村等と連携した企業訪問活動の密度アップ
 - ・立地企業と県内企業のマッチング
 - ・生産技術の向上
 - ・労働力の確保
- 人材供給力の向上
 - ・コールセンター人材育成事業の実施
- 誘致推進策の拡充
 - 企業立地促進補助金制度の強化
 - コールセンター等立地促進補助金制度の抜本強化
- 【企業誘致の受け皿の整備】
 - ・香南工業団地の完成、分譲開始
 - 高知市において新たな工業団地開発に着手
 - 継続的な適地調査の実施(5市町)
 - オフィスビルの確保のための補助金制度の創設

直近の成果(アウトカム)

- ◆ 企業立地の決定 6件(新設2件、増設4件)
 - ◆ 新規発掘の案件 12件
- 製造品出荷額 14億円、新規雇用 57人の増加(フル操業時)

目指すべき姿(平成27年度末)

- ◆ 新規立地件数 H24~27:40件 → 製造品出荷額 360億円
- ◆ 新規工場用地面積 H27:20ha → 新規雇用 1,300人(フル操業時)
- ・香南工業団地 H25完成・分譲 ⇒ ものづくり企業の立地が進む
- オフィスビルの確保
- ・コールセンター、バックオフィスの誘致が進む

【概要・目的】 県内企業が生産性等を高め、県内での生産活動の継続と雇用の確保に繋げていくため、県内中小企業の設備投資を促進
 現行の企業立地に対する補助制度に加え、新規雇用者数の要件を緩和した補助制度の創設

第1期計画(H21~H23)3年間の取り組みの総括と課題

総括

これまでの設備投資支援

- ・「融資制度」による支援
 - ・「企業立地促進事業費補助金」による支援
- 雇用の拡大や地域経済への波及効果などの公益性を勘案して、
 H23年度に制度改正し、補助金による支援を充実

補助要件	補助率
投資額5千万円以上、新規雇用10人以上 (地域資源活用型産業は5人以上)	10~15%
土地取得を伴うもの	+5%
投資額1億円以上、新規雇用20人以上	+5%
産業振興計画特別加算	+10%又は+20%

H23年度の成果

	件数(うち改正効果)	新規雇用(人)
立地決定	19件(14件)	立上時:281人 フル操業時:654人

製造品出荷額の状況

H22 製造品出荷額等 約4,681億円(3年連続全国最下位)
 H13~H22 設備投資額 全国平均の37%

業界団体からの意見

- ・県内企業にとっては、雇用要件の厳しい立地補助金は使いづらい
- ・県内で製造業を継続していくためには、輸送コストの負担が大きいため、継続的な設備投資によってコスト削減を行っていくことが必要
- ・県産業の維持のためには、量的な拡大だけでなく収益性の高い製品を作っていくことが不可欠
- ・製造業が残ることが地域の雇用維持に重要であり、設備投資支援に対する雇用要件を緩和

課題

- ・コストダウンや企業の技術革新への対応、生産性の向上など、県内製造業の競争力の強化に向けた積極的な設備投資の促進
- ・補助要件等の緩和
- ・生産性向上の早期実現に向けた設備投資の促進
- ・企業の規模拡大による雇用の創出

直近の成果(アウトカム)

県内製造業において、10社が計756百万円の設備投資を行い、事業を継続・拡大することにより、新規雇用計12人の確保を行っている。

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

中小企業設備投資促進事業費補助金を創設(事業期間H24~H26)

(概要)

補助先	県内中小企業者(製造業)
補助対象経費	① 工場等の生産性向上に資する設備取得に要する経費 ② ①に伴う土地取得に要する経費 ③ ①に伴う建物及びその附属設備の取得に要する経費
補助率	補助対象経費の6.8%以内(補助限度額3,400万円)
補助要件	・新規雇用1人以上(純増) ・投資額2,500万円以上 ・補助対象経費のうち85%以内の金額を金融機関から融資を受けること

(事業採択件数)10件(相談件数41件)※随時申請受付
 ※交付決定額44,602千円 設備投資額756,988千円
 →準備が整ったものから順次交付決定

1 事業の周知とPR

- ・金融機関や支援機関に対して事前説明を実施
- ・事業募集のPR(記者室への資料提供、HP等での事業紹介等)
- ・関係団体の総会・会合等で事業PR
- ・金融機関との地域連絡会議(包括協定)で事業PR(7月~8月)等
- ・事業紹介パンフレットの作成(8月、12月)
- ・工場の耐震改修や節電対策にも利用可能であることをPR(南海地震・節電対策融資や耐震診断等支援事業費補助金についても併せて紹介)

2 年度を越える事業への対応

工場建設により長期の工事期間を要する事業など、年度を越える設備投資計画への対応

3 民間活力を活かした津波避難施設の確保

製造業者が津波避難施設の整備(民間活力活用津波避難施設整備促進事業費補助金)に併せて生産設備の増設等を行う場合は、補助要件を緩和又は拡充

- ① 新規雇用がない場合も補助対象とする
または
- ② 新規雇用を行う場合は、補助率:補助対象経費の10.0%以内(補助限度額5,000万円)へ引上げ

【今後の取り組み】

- ・民間活力活用津波避難施設整備促進事業費補助金と連携した制度の周知

課題

今後の事業の活用促進

- (1) 金融機関等と連携して補助事業の更なる周知を図るとともに、県内企業の積極的な設備投資を促進
- (2) 補助金の活用による県内企業の節電対策や震災対策への取り組みの推進
- (3) より幅広く県内企業の設備投資を促進するため、補助制度の拡充を検討

H25年度の主な取り組み(予定)

1 継続して事業募集

- ・引き続き随時募集を行い、企業の設備投資にタイムリーに対応
- ・債務負担の予算を確保することで、年度を越える設備投資計画にも対応

② 中小企業以外も補助対象に追加

→県内での雇用を確保するとともに、中小企業以外も併せて支援することで、県内の経済活動を活性化し、県全体の底上げを図る。

2 事業の周知とPR

- ・県内中小企業者が設備投資を行う際には、ほとんどの案件で金融機関に相談するため、金融機関と連携して事業の周知とPRを行う。(金融機関から融資を受けることが補助要件である。)

→信用保証協会の説明会、包括協定の連絡会などの機会に事業をPR

- ・産業振興センター等の企業支援機関と連携して事業の周知とPRを行う。
- ・関係団体の総会・会合等で事業PR
- ・事業紹介パンフレットの作成

3 工場の耐震改修や節電対策の推進

工場の耐震改修や節電対策にも利用であることをPR(南海地震・節電対策融資や耐震診断等支援事業費補助金についても併せて紹介)

4 民間活力を活かした津波避難施設の確保

製造業者が津波避難施設の整備(民間活力活用津波避難施設整備促進事業費補助金)に併せて生産設備の増設等を行う場合の補助要件の緩和又は拡充をPR

目指すべき姿(平成27年度末)

設備投資の増加により生産性の向上や競争力の維持が図られ、県内企業の生産額が増加する。

- ・一事業当たりの設備投資額
全国平均値の68%(香川県並み)
15百万円 → 28百万円

第2期産業振興計画の取り組み状況

分野：商工業分野

テーマ：産学官連携による新産業の創出

【概要・目的】 県内の産学官の連携を強化し相互の情報共有や交流を促進するとともに、学の研究開発機能を活かした新産業創出を図るため、県内企業による事業化の可能性の高い産学官共同研究を重点的に支援する。また、県内の産学官連携の仕組みづくりを行い、科学技術を活かした産業振興や地域の活性化を図る

第1期計画(H21~H23)3年間の取り組みの総括と課題

- (1)平成23年度までの3年間の取組の成果
- 産学官連携会議の設置と運営を通して情報共有や意見交換を重ねる中で、産業振興計画の取組と連動させた3つの分野別テーマ部会を設置し共同研究等の取組を始めていくことが確認された。
 - 中期テーマ研究推進事業では19件の応募があり、県内の産学官共同研究の掘り起こしが進むとともに、3件の研究が開始された。
 - 産学官が連携して、産業人材育成に取り組むこととなった。
- (2)平成23年度の取組
- 産学官連携会議
- 県内の産学官連携に関する情報を共有し、関連事業の相互連携とレベルアップを図るとともに、本県の取り組むべき研究テーマや共同研究推進の手法などについて検討し、具体的な研究シーズを見出すために、産学官連携会議を設置した。
- 5/9 第1回会議
- 産学官連携会議で議論していくテーマ(長、中、短期テーマの掘り起こし、人材育成等)や年間のスケジュール等について確認
- 7/12 第2回会議
- 中期テーマ研究推進事業についての意見交換
 - 産業人材育成プログラムの作成に向けた意見交換
- 9/14 第3回会議
- 各大学等から共同研究テーマを持ち寄っての意見交換
 - 産業人材育成プログラム(案)について意見交換
- 12/5 第4回会議
- 共同研究テーマについて意見交換
 - 産業人材育成プログラム(案)について意見交換
- 3/13 第5回会議
- 分野別テーマ部会(新エネルギー、防災、食品)の設置を確認
 - 産業人材育成プログラム(案)を確認
 - 平成24年度の取組やスケジュール等を確認
- 運営委員会開催(実務担当者会、計8回)
- 中期テーマ研究推進事業(産学官連携産業創出研究推進事業)
- 産学官連携による中期テーマの共同研究を1件あたり、年20,000千円以内で最長3年間支援する研究開発事業を創設した。(H23年度予算額60,000千円、3件程度)
 - 1次募集に係る研究開発2件を10月から、2次募集に係る研究開発1件を12月から開始した。(応募19件、うち採択3件)
 - ◇南海地震による津波被害軽減と浸水継続時間を短縮する対策技術の開発
 - ◇高知県の基盤産業である第一次産業を活性化させるマイクロパルスシステムの開発
 - ◇県産未利用有用植物の活用に向けた農商工連携基盤の構築と事業化モデル
- 3/23 研究開発事業の平成24年度の継続審査を行い、3件とも継続実施することを決定。
- 国の地域イノベーション戦略推進地域の取組
- 「新エネルギービジョンの実現」をテーマとし、文科省、経産省、農水省3省による地域指定を受け、産学官連携による取組を進めることとした。(8/1地域指定)
- 6/24 第1回高知グリーンイノベーション推進協議会(設立会議)
- 11/24 第2回高知グリーンイノベーション推進協議会
- 文科省の支援プログラムへの応募等について協議

総括

- 産学官連携に日常的に取り組む仕組みができ、今後の取組の方向性を確認した。
- 県の研究開発支援事業を創設し、産学官共同研究を加速することとした。
- 産学官が連携して「産業人材の育成プログラム」を推進することを確認した。

課題

- 分野別テーマ部会での活発な意見交換の実施と具体的な共同研究テーマの絞り込み
- 産学官連携推進チームによるコーディネート機能の強化と中期テーマの採択案件や各大学から提案のあった事業についての進捗管理及びフォローアップ
- 高知グリーンイノベーション推進構想の推進

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- 産学官連携会議
- 9/12 第1回会議
- 土佐MBA及び中期テーマ研究開発事業の実施状況の報告と意見交換
 - テーマ別部会及び今後の取組の協議
- 12/3 第2回会議
- テーマ別部会の活動状況と土佐MBAの実施状況の報告と意見交換
 - 平成25年度の産学官連携事業及び土佐MBAの取組の意見交換
- ◇新エネルギー部会(5/31、8/24)
- 使用済み紙オムツのリユースや自然エネルギー利用藻類培養基地計画の研究テーマ及び小水力発電や木質バイオマス等の“地域実装”を中心に検討
 - 部会員と徳島県のスマートファクトリーや阿南高専を訪問し、共同研究の可能性を検討 など
- ◇防災部会(5/23、8/27)
- 防災産業交流会と連携して、日常的に使用しながら被災時に機能特性が発揮できる製品づくりに取り組む
 - 食品部会と合同で機能性を持つ防災食品の開発に取り組む
- ◇食品部会(5/24、7/20)
- 機能性を持つ防災食品の開発について関係者による勉強会を開催
 - 海洋深層水の健康分野への応用研究の検討
- ◇ものづくり総合技術展において、高知県における産学官連携の取組事例発表会を開催(11/30)
- 産学官連携推進チーム
- ◇共同研究のコーディネート活動(企業・大学等との勉強会などを3回開催)
- 中期テーマ研究推進事業
- H23委託研究を継続(3件)
 - 4/16~6/22 H24新規事業企画提案書の公募(応募11件)
 - 7/5、17 1次・2次審査会で委託候補の研究テーマ2件を採択
 - 7/18 H23継続研究の進捗状況報告、審査委員及び事業化顧問との事業化を見据えた意見交換会を実施
 - 8/23、9/28 H24新規委託研究を開始
 - 11/20、22 H23継続研究の中間ヒアリングの実施
- 産学官連携推進チーム
- ◇H23年度のフォローアップ(不採択研究テーマへの支援等と採択研究テーマの進捗管理)
- ◇H24年度に応募案件の掘り起こし(広報等)

今後の取組

- 産学官連携会議及びテーマ別部会の開催(2~3月)
- 中期テーマ研究推進事業の継続審査会(2月予定)

課題

- 産学官連携会議
- 分野別テーマ部会発などの新たな共同研究テーマの掘り起こしと絞り込み、研究チームづくりを行い、研究の実施につなげるしくみづくり
 - 防災産業交流会や成長分野育成研究会と連携した事業の推進
 - 共同研究を推進するコーディネート機能の強化(産学官連携推進チームを補完する外部人材の活用)
 - 今後成長が見込まれ、国の再生戦略の柱のひとつにも位置づけられ、県内でも取り組みの芽が出始めた機能性食品や医療関連機器等の研究開発を推進するための取組や、新たな研究開発の可能性を探索する取り組み
- 中期テーマ研究推進事業
- 事業化を視野に入れた支援と事業の進捗管理
 - 萌芽段階からの支援による研究テーマの磨き上げ

H25年度の主な取り組み(予定)

- 産学官連携会議(年3回開催)
- 産学官連携に関する情報共有や活動についての協議
 - テーマ別部会の活動と土佐MBAについての意見交換
 - 中期テーマ研究推進事業の実施状況の報告と意見交換
- ①◇各テーマ別部会(年3回程度開催、活動は随時)
- 提案のあった研究テーマの進め方の協議
 - 新たな研究テーマの発掘、提案と絞り込み
 - 研究テーマのブラッシュアップ、提案づくり
 - 研究テーマ発掘や研究チームづくりに向けた勉強会等の開催
- 中期テーマ研究推進事業
- 4月 継続事業の研究開始、新規事業の募集開始
 - 7月 新規事業の審査会、継続事業の意見交換会
 - 8月 新規事業の研究開始
 - 2月 H26年度の継続審査会
- ②産学官連携活性化事業
- 新たな研究テーマの芽出しや医療関連分野等の支援強化などにより、産学官連携活動の活性化を図る
- ◇産学官連携研究育成補助金
- 部会などで検討されたテーマの芽出し研究を支援し、国費や中期テーマ研究への育成を推進する
- 4~5月 研究テーマの公募
 - 6月 交付決定
 - 7月 研究開始
- ◇医療関連分野等アドバイザーの派遣
- 業手法に関する勉強会等の開催(年3回程度)
 - 企業訪問指導(10回程度)

目指すべき姿(平成27年度末)

- 産学官連携の取り組みが広がり、防災関連などの共同研究成果が複数生まれ、事業化がはじまっている。
- (中期テーマ研究開発事業を活用した新規事業化件数:3件程度)

直近の成果(アウトカム)

- テーマ別部会では、共同研究に関する議論が進められ、短期的に取り組めるテーマは平成25年度からの実施をめざすこととした。
- 中期テーマ研究推進事業(H23採択研究)は、着実に研究が進められ、具体的な研究成果(化粧品などの試作品づくり、特許出願準備など)が生まれつつある。

【概要・目的】 産業振興計画を推進し、本県産業を着実に振興していくためには、地域で産業を担う人材の育成と確保が重要である。将来の産業構造の変化に対応した地域産業の担い手を育成・確保するため、産業界、教育、行政が連携して、今までの取り組みを発展させていく必要がある。

第1期計画(H21~H23) 3年間の取り組みの総括と課題

総括

1. 技術人材の育成

- 企業、団体からの要望に沿った研修を実施することで当初計画以上の参加が得られ、目標の溶接関係の資格取得率も向上した。
食品加工特別技術支援員の技術指導(59社・団体、141件)
211件の試作を行い、18件が商品化された。
機械金属加工特別技術支援員の技術指導(34社・49件)
技術指導アドバイザーの技術指導(工技センター22回 紙技センター5回)
工技センター 技術研修開催(25コース、658名参加)
紙技センター かみわざひとづくり事業研修等(6回、146名参加)

2. 産業人材(高卒、大卒、中核人材)の確保

- 産業界、行政、学校との連携体制ができ始め、生徒の企業実習や企業の技術者等による技術指導、教員の企業での研修、企業と学校との共同研究の実施校や参加生徒数、受入協力企業が増加
(実績 H21⇒H22⇒H23)

実施校 15校⇒17校⇒21校

参加生徒 546名⇒631名⇒737名

協力企業数 96社⇒102社⇒143社

- 本県出身の県外大学生等に、合同会社説明会等の情報を発信するとともに、県外の合同会社説明会に県ブースを出展したり、県外大学保護者会へ参加するなど、本県の企業情報等の提供機会を確保(H22~)
(実績 H22⇒H23)

就職相談会 東京・大阪 各2回⇒各2回

U・Iターン就職相談会における学生ブース設置 H23 6回

保護者会 6校⇒6校 県内就職面接会の開催 5回⇒5回

学内セミナーにおける情報提供 8回⇒12回 他

- U・Iターン人材情報システムを活用した情報提供と無料職業紹介を実施し、中核人材を確保(実績 H21⇒H22⇒H23)

新規登録者数 64名⇒186名⇒266名

登録企業数 30社⇒60社⇒59社

就職者数 15名⇒17名⇒19名

3. 企業ニーズに応じた人材の育成

- 「第9次高知県職業能力開発計画」の策定
「高等技術学校の訓練のあり方」(答申)
~高知県職業能力開発審議会(平成24年1月)~

4. 介護・福祉分野の人材確保・育成

- 「今後の介護・福祉分野の人材確保等について」(提言)
~高知県介護・福祉分野雇用検討委員会(平成24年3月)~
・介護人材の養成と確保やミスマッチの解消等を提言

課題

1. 技術指導、技術支援の充実

- (1) 工技センター
・技術支援員の分野の拡充
・企業ニーズに応じた技術指導アドバイザーの選定と指導内容及び企業へのアフターフォロー
・若手から中堅までそれぞれの技術レベルに応じた研修カリキュラムの設定と研修終了後のフォローアップなどきめ細やかな対応

(2) 紙技センター

- ・技術指導アドバイザーの周知、企業ニーズ掘り起こしと会員の増加
・かみわざひとづくり事業の周知と会員数の増加
・異業種との連携による共同研究の創出

2. 産業人材(高卒、大卒、中核人材)の確保

- ・産業界、行政、学校との連携をさらに強化するとともに、私立学校へも県内企業の理解を進める取組が必要
・県外大学生やその保護者への情報提供のチャンネルを増やすとともに、よりきめ細かな取組を行うことが必要

3. 計画や提言の着実な実施

- ・策定した第9次職業能力開発計画や、提言を受けた高等技術学校の訓練のあり方、介護福祉分野の人材確保について、着実に取り組みを進めることが必要

直近の成果(アウトカム)

- 工技センター：技術研修は、目標を大きく超える受講者数(年間目標400人、12/15時点の受講者366人)が見込まれ、「1日溶接実践講習」受講者の試験合格率は、県平均を上回る(受講者80%、県平均67.6%)成果が得られた。
紙技センター：かみわざひとづくり事業では、依頼試験で得られた知見を企業に提供した結果、企業ニーズに基づく新たな研究(トイレに流せる製品評価システムの構築)につながるなど、事業の成果が生まれてきた。
UIターン就職者数：昨年同時期(11/末)に比べ11人増の22人
介護福祉分野への再就職支援のための職業訓練での就職者数：昨年同時期(11/末)の24人に対し53人(23年度からの繰越43人を含む)

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

1. 技術人材の育成

- 工技及び紙技センターの技術指導アドバイザー
・製品開発や品質保持、製品の不具合、5S活動、抄紙技術改善などへの指導や技術的支援(17回)
○工技センター
・食品加工、機械金属加工、資源利用加工特別技術支援員(技術支援367件、講師17日など)
・溶接等の技術研修22コース開催、受講者366人
○紙技センター
・かみわざひとづくり事業 説明会2回、分科会10回、情報提供・講演会3回開催
・紙産業技術初任者研修会2回実施、参加者のべ36名

◆今後の取組

- ・工技及び紙技センターの技術指導アドバイザーによる技術指導9件程度(溶接、鋳造など)
・シーケンス研修、1日溶接実践講習、酒造技術研修などを実施予定
・かみわざひとづくり事業講演会2回、分科会5回開催、紙産業技術初任者研修会3回実施予定

2. 産業人材(高卒、大卒、中核人材)の確保

- (1) 高卒 ・公立高等学校の生徒の企業実習等の実施見込み
実施校17校 参加生徒863名 協力企業数146社
・私立中高等学校生徒の県内企業理解促進のための企業見学の実施 3校実施予定
(2) 大卒 ・インターンシップの広報 111校×2回 ・学内セミナーへの参加 のべ10校
・県外大学保護者会への高知の就職情報の提供 13校(資料提供含む)
・DMによる情報提供 3296件 ・大学訪問による情報提供 のべ16校
・立命館大学との就職支援協定の締結(6/7)
(3) 中核人材 ・U・Iターン相談窓口のジョブセンターはりまやへの設置(4/18)
・U・Iターン就職相談会の実施(8回) [一体的実施事業]

3. 計画や提言の着実な実施

- (1) 第9次職業能力開発計画の着実な実施
・高知県職業能力開発審議会による進捗状況の評価(1月予定)
(2) 高等技術学校の訓練のあり方
・企業の新入社員対象の長期間の在職者訓練の開始(4月~)
・自己都合退校の防止のため生活相談員を配置(4月~)
・企業在職者による職業講話や職業訓練指導員等による企業訪問活動の実施
・職業訓練指導員の職業能力開発大学校における研修や他県の職業能力開発施設における研修への参加
・オープンスクールや体験教室の開催、学校訪問等による学校PR
・新たな就職先を開拓する就職コーディネーターの設置(8月~)
(3) 介護福祉分野の人材確保・育成
・再就職支援のための職業訓練の実施(ヘルパー2級養成科等27コース予定)
・若年者向け介護職場の体験セミナー実施(ジョブカフェセミナー 2回実施)
・事業所の人材育成を支援するため、集合型研修や講師派遣研修を実施
(集合型研修受講者189人(うち介護福祉関係27人) 講師派遣15社(うち介護福祉関係5社))
・介護・福祉の就職面接会の実施(5回) [一体的実施事業]

課題

1. 技術人材の育成

- (1) 工技センター
・研修終了後の受講者へのフォローアップなどきめ細かい対応
(2) 紙技センター
・引き続き、事業の周知と企業ニーズの掘り起こしを行うとともに、異業種との連携を図り、共同研究テーマの掘り起こしも行うことが必要

2. 産業人材(高卒、大卒、中核人材)の確保

- ・企業実習等の実施校の拡大と参加生徒の増
・県内企業への理解促進の取組を行う私立学校の増
・立命館大学との実施状況を検証しながら他大学との協定を検討

3. 計画や提言の着実な実施

- (1) 高等技術学校の訓練のあり方
・企業が求める人材を育成するため、企業ニーズを反映した訓練カリキュラムの検討
・入校生確保のための継続的な広報活動
・就職先となる新たな企業の開拓
・職業訓練指導員のさらなる資質・指導力の向上
(2) 介護福祉分野の人材確保・育成
・職場体験セミナー、職業訓練の実施による人材の養成と確保
・参加しやすい集合型研修の設定

H25年度の主な取り組み(予定)

1. 技術人材の育成

- 工技及び紙技センターの技術指導アドバイザーによる技術指導 30件程度予定
○工技センター
・技術研修 20テーマ以上実施予定
溶接関係、材料試験、組込みソフトウェア、シーケンス制御研修、三次元・形状測定、トラブル事例研修、分析化学、獨酒等製造技術研修、酒造技術研修、水産加工技術研修、ユズ果汁品質管理研修、食品品質評価研修などを計画中
・参加企業からの意見などを参考に個別企業や少人数を対象とした研修も実施する

○紙技センター

- ・かみわざひとづくり事業講演会4回、分科会10回以上開催予定
・異業種企業も含めた企業訪問を実施し、企業ニーズの把握や共同研究テーマの発掘を引き続き行う。

2. 産業人材(高卒、大卒、中核人材)の確保

- (1) 高卒 産業界、行政、学校との連携体制のもと、生徒の企業実習や企業の技術者等による技術指導、教員の企業での研修、企業と生徒との共同研究を実施。また、県内企業理解のため、産業界と連携した教員研修や私立学校生への企業見学の実施校の拡大。
(2) 大卒 本県出身の県外大学生等に合同会社説明会等の情報を発信するとともに、県外の合同会社説明会(拡大：大手就職支援会社の説明会へ参加)に県ブースを出展したり、県外大学保護者会へ参加するなど、大学生のUターン就職を促進する。また、大学生のUターン就職の調査を項目を拡大して実施する。
(3) 中核人材 U・Iターン人材情報システムを活用した情報提供と無料職業紹介を実施するとともに、移住部署等と連携を強化し、U・Iターン就職相談会に参加するなどして、企業の中核人材を確保する。

3. 計画や提言の着実な実施

- (1) 高等技術学校の訓練のあり方
・企業ニーズの高い資格取得ができるよう、塑性加工科の訓練カリキュラムを変更
(2) 訓練生の習熟度に応じた訓練ができるよう塑性加工科の体制強化
・入校生確保のため、高等学校等への継続的な広報活動の実施とHPへの動画掲載による情報発信力の強化
・新たな就職先を開拓するための就職コーディネーターの設置
・職業訓練指導員の資質・指導力の向上のため、職業能力開発大学校や民間団体等の研修への参加
(3) 在職者訓練の強化
(4) 介護福祉分野の人材確保・育成
・職場体験セミナー、職業訓練の継続実施による人材の養成と確保
・企業在職者が参加しやすい集合型研修の設定

目指すべき姿(平成27年度末)

1. 技術人材の育成

- ・技術レベルに応じた能力向上と資格取得率アップ
・技術研修受講者 1,600人(4年間累計)

2. 産業人材(高卒、大卒、中核人材)の確保

- ・産業界、行政、教育界の連携の強化により、高校生の県内就職と大学生のUターン就職が促進される
・高校生の県内就職割合 H27:72%

3. 企業ニーズに応じた人材の育成

- ・産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材を確保
・高等技術学校における在職者訓練受講者累計500名、訓練生就職率90%

【概要・目的】 県内の防災関連の需要を県内企業の製品で満たす「地産地消」や、全国で求められる製品を県内企業が商品化し売り出していく「地産外商」に取り組むとともに、南海トラフの巨大地震対策と連動することで相乗効果を生み出しながら防災産業の振興を図る。

第1期計画(H21~H23)3年間の取り組みの総括と課題

総括

1 防災関連産業の実情の把握

○県内企業の防災関連製品や災害関連工法等をアンケートにより調査[H23.8]

・発送数:1,021、有効回収数:236票(回収率:23.1%)

・防災関連製品取扱社数:51社/236社

[取扱分野(複数回答)]

防災用品(36%)、避難設備(20%)、警報設備(14%)、災害復旧(12%)、その他(40%)

・防災フェア等への出展希望又は検討:46社/236社

(出展したい:21社、検討したい:25社)

【アンケート結果から見える実情(開発・販売するうえでの困りごと)】

(1) 商品開発・ものづくり分野

- ・ニーズのあるユーザーとの接点が少ない
・製品評価のための実証フィールドが欲しい
・商品実用化のためのブラッシュアップを加速化したい
・相談相手となる専門家が欲しい(技術面・事業化面)
・商品開発のための資金が十分でない

(2) 県内外への販路開拓分野

- ・商品の知名度が低く、県内での製品PRの場が欲しい
・公的調達を推進してほしい
・展示会等への出展経費の捻出が難しい

2 防災分野のものづくりの推進

○ものづくり地産地消推進事業を活用した製品開発

- ・陸間や水門等の自動閉鎖装置
・津波避難施設に設置する手巻き式ゴンドラ装置
・震災時等の緊急災害時に対応できる衛生設備(トイレ)
・高品質なコアと方位の分かるコアの同時採取装置(地質調査分野)
・高知県ものづくり企業体(県工業会有志8社)によるマルチ照明装置

課題

○県内企業が取り扱う防災関連製品の周知と、市町村ニーズの把握・掘り起こし

○地域の実情に合った防災関連製品等の早期開発

○各市町村における「地消(県内優先発注)」の仕組みづくり

○展示会後の営業活動をフォローするための取組の強化

直近の成果(アウトカム)

- ・防災関連製品のPR(県内展示会・パンフ配布・市町村訪問等)によって「防災分野の地産地消」の意識が高まり、外商活動に不可欠な「県内での導入実績づくり」のための基盤は整ってきている。(防災関連製品の県内への導入状況:5製品(海水淡水化装置、避難階段など)延べ11市町村)
・県外の展示会で「高知県ブース」は注目を集めており、新規取引先の獲得や受注の拡大につながりつつある
成約:32件(21,419千円)、代理店契約:5件、見積依頼:261件、商談件数:294件(うち商談中:54件)

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

1 防災関連産業交流会の設置 ~企業と市町村等とのネットワークづくり~

○防災関連産業交流会の開催(4/27、11/30)

・県内34社の63製品(津波避難シェルター等)の展示と、県モデル発注制度で認定済の6製品のプレゼン(津波避難階段等)(4/27)

・ものづくり総合技術展で18社によるプレゼンテーションを実施(11/30)

○防災産業推進コーディネータを4月に配置

2 防災分野のものづくり促進 ~地産段階~

○ものづくり地産地消推進事業費補助金(防災枠)を活用した試作開発支援

[第1次] 応募:6件、採択:5件(テーマ:避難所の自動解錠装置の開発等)

*防災関連産業交流会で得られた市町村ニーズを踏まえた製品開発開始

[第2次] 応募:8件、採択:5件(テーマ:流出防止装置付き農業用重油タンクの開発等)

[第3次] 応募:3件、採択:1件(テーマ:防災ソーラー灯の開発)

○産学官連携会議「防災部会」と連携した共同研究の推進の確認

3 県内での広報・販路開拓の支援 ~地消段階~

○「地域防災フェスティバル」(6/10 宿毛湾港)の会場内に「防災関連製品の展示コーナー」を設置し、県民に広くPR(参加者約2,000人) 県内11社22製品を展示

○「KOCHI 防災危機管理展2012」(6/30~7/1 高知ちばさんセンター)【県共催】

*県内外57社の防災関連製品を展示PR(来場者:3,400人)

○県内企業が開発した製品・工法を掲載した「KOCHI 防災関連製品 GUIDE」を製作(6月)

*県内34社・52製品を紹介(市町村や金融機関に説明、防災イベント来場者に配布)

○公的調達の仕組みづくりに向けた市町村との意見交換の実施(県内優先発注の手法や、製品評価の方法等を市町村に提案)

・ブロック別意見交換会…幡多地域(7/26)、中央地域(7/31)、東部地域(8/3)

・市町村長等への個別訪問による意見交換(7/25~8/31) 29市町村

○県下一斉避難訓練の会場に「防災関連製品展示コーナー」を設置し住民にPR

(9/2:土佐公園) *県内13社27製品を展示

○県庁生協と連携した「防災用品の展示販売」(9/6~7) 6社23製品(売上147千円)

及び「防災用品特集(カテゴリーアラン対象)」のチラシを発行(11月特集号)

○高知県職員互助会事業として県内6社が取り扱う8セットの防災用品を、全会員(4,000人程度)に選択方式で配布(10/31通知、1月下旬納品)

○「ものづくり総合技術展」の防災ゾーンや屋外展示ゾーン等に、県内33社が防災関連製品を展示(11/29~12/1) ものづくり地産地消推進事業費補助金を活用した試作機も展示

○町村の産業祭等に「防災製品展示コーナー」を設置しPR。延べ32社出展(11/3~12/15)

(安田町・馬路村・芸西村・土佐町・大川村・いの町・梶原町・津野町・大月町の9町村)

○「防災ものづくりフェスタ」(巡回展示会)の開催(須崎市)(12/17~21)10社による展示PR

○防災関連認定製品の募集(12/19~1/11)、モデル発注登録製品等の募集(12/19~1/11)

4 県外への販路拡大の支援 ~外商段階~

○見本市に高知県ブースを設置し防災関連製品をPR、外商支援部と連携したフォローアップ

成約:32件(21,419千円)、代理店契約:5件、見積依頼:261件、商談件数:294件

①「第6回地域防災防犯展(インテックス大阪)」(6/7~6/8) 5小間:8社

②「中小企業総合展2012(東京ビッグサイト)」(10/10~10/12) 4小間:5社

③「危機管理産業展2012(東京ビッグサイト)」(10/17~10/19) 6小間:8社

【今後の取り組み】

○県内外での防災関連製品の展示PRと、公的調達に向けた仕組みづくり

・「防災ものづくりフェスタ」の開催(安芸市、香美市、四万十市)(1/7~2/17) 25社出展

・「第17回震災対策技術展(パシフィコ横浜)」への出展(2/7~2/8) 6小間:7社

・防災関連認定製品やモデル発注製品等の認定

課題

○防災関連製品の「地産地消」の加速化

・自主防災組織等の地域ニーズを的確に捉えた製品開発につなげる仕組みづくり

○防災関連製品の「外商」の拡大

・全国規模の展示会への出展機会の拡大と、県内での導入実績づくり

H25年度の主な取り組み(予定)

1 防災関連産業交流会の設置 ~企業と市町村等とのネットワークづくり~

○防災関連産業交流会の開催

・有識者による講演会、勉強会の実施

・県内企業によるプレゼンテーションの実施

・他県との交流の促進(製品開発や販路拡大の加速化、BCP対策の推進ほか)

2 防災分野のものづくり促進 ~地産段階~

① ○「全国に通用するものづくり」(メイド・イン高知のブランド化)の促進

・全国レベルの製品開発ニーズの情報提供や、メイド・イン高知の製品の全国への情報発信(スーパーバイザーの設置)

・全国レベルで競い合う製品に磨きあげるための専門家によるコーディネートや技術指導(防災製品開発コーディネータ、技術支援アドバイザーの設置)

② ○ものづくり地産地消推進事業費補助金(防災枠)を活用したタイムリーな試作開発支援

・年度をまたぐ試作開発も補助対象とすることで、適正な開発期間を確保(債務負担での対応)

・安全性等の確認に係る経費への助成 ほか

3 県内での広報・販路開拓の支援 ~地消段階~

① (1) 防災展示場の整備

メイド・イン高知の製品で震災対策を行う「防災展示場」を整備することで、地域の防災対策の検討度合いに応じていつでも現物を見られる機会を提供(例:避難誘導灯の夜間の照度、水門開閉装置の操作性の体感など)。また、地域に溶け込んだ多様な製品を同時に見ってもらうことで、より多くの県内製品の公的調達を加速化

② (2) 巡回展示会の開催

住民目線を踏まえた市町村の防災対策(県内製品の公的調達)の加速化を図るため、県内企業が取り扱う製品を市町村及び自主防災組織等に県内7ブロックでPR

③ (3) 民間と連携した「防災フェア」の実施

民主導で実施する県民向けの防災イベントへの支援

4 県外への販路拡大の支援 ~外商段階~

① ○「中部ライフガードTEC2013~防災・減災・危機管理展~」への出展

・巨大地震をはじめとした様々な災害リスクに対する製品や技術を紹介する中京圏で初開催の展示会に出展し、メイドイン高知の製品等をPR

② ○「EE東北'13」への出展

・土木分野にテーマを絞った被災地での専門展示会に出展し、県内企業の工法や技術をPR

③ ○「地域防災防犯展」・「危機管理産業展」・「震災対策技術展」への出展

・平成24年度の出展ニーズや成果を踏まえ、高知県ブースの小間数を増加

目指すべき姿(平成27年度末)

○南海トラフの巨大地震への備えと連動した防災産業育成:22億円

○防災用品や工法をはじめ、生活用品・食料品など幅広い分野で、競争力のある製品が生まれ、見本市等で積極的に販路拡大がされている

○メイドイン高知の製品への評価が高まり、県内外での導入が進んでいる

・ものづくり補助金を活用した製品開発件数:20件(H24~27)

・県内全市町村への県内製品の導入:100%

【概要・目的】 一次産業や食品加工の生産現場では、加工用の機械をはじめとして多くの機械や装置が県外に発注されているため、県内に需要がある機械や設備を県内ものづくり企業が製造する「ものづくりの地産地消」の取り組みを推進することで、ものづくり企業の技術力や製品開発力の向上を図るとともに、県内で所得を生み出し県内産業の力の底上げにつなげる。

第1期計画(H21~H23)3年間の取り組みの総括と課題

1 情報収集・マッチング支援

- (1) 機械化ニーズの情報提供：88件
ものづくり地産地消センターや工業技術センターとの情報共有
ものづくり地産地消センターへの相談件数：218件(H23.6~H24.3)
- (2) 現地視察と意見交換会：11回、延べ232人(H22~H23)
ものづくり地産地消センターと高知県工業会との連携で、県内企業と生産者等との交流の場の設定
H23 ・サトウキビ搾汁装置[黒潮町]参加者：延べ37名
→ものづくり地産地消推進事業費補助金を活用した機械装置の開発(7月)
・木質ペレット輸送システム[安芸市・芸西村]参加者：22名
・トマト栽培農家における輸送車両[土佐市]参加者：13名

2 試作機の開発支援

県内に需要のある機械や設備を県内で開発製造することを後押しする「ものづくり地産地消推進事業費補助金」(以下：ものづくり補助金)による開発支援

- H22~H23
募集回数：7回(応募件数 46件)
助成件数：32件
(農業14、林業2、水産業2、防災4、食品加工2、その他8)
 - (1) ステップアップ事業(製品の構想段階から基本設計の事業)：6件(農業3、防災1、その他2)
 - (2) 試作開発事業(製品を実際に開発し、製作するまでの事業)：26件(農業11、林業2、水産業2、防災3、食品加工2、その他6)
- 実績 県内生産現場への導入(試験導入を含む)：8事業
地産外商につながった案件：2事業

3 機運の醸成・販路の開拓

- 高知県ものづくり技術展示会への出展[H23/6/3・4]
入場者：4,300人
成約件数：12件、成約金額：約2,700万円(アンケート調査)
- ものづくりの地産地消の機運を醸成するための積極的なPR
取組事例(マルチ照明装置、柑橘類搾汁装置、精油抽出装置、ニラのそぐり機、イタドリの皮はぎ機・高野豆腐の絞り機)の紹介
おはようこうち：3回、産業振興計画TV特番：2回
さんSUN高知特集記事(H23年9月号)
ラジオ番組での事業紹介(1/26)
- よさこい祭りにて、補助金を活用した「マルチ照明装置」の稼働[H23/8/10・11]

総括

- ものづくり地産地消センターの設置により、マッチングを進めるための体制が整備された。
- 補助金を活用した製品が順次完成し、展示会出展等も契機となり、販路拡大の段階に入った。

課題

- 地域の課題を機械化によって解決するための更なるニーズの把握
- ものづくり技術展示会等を活用したマッチングの強化と販路拡大

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

1 情報収集・マッチング支援

- ものづくり地産地消センターへの相談件数：313件(12月末現在)
- 現地視察&意見交換会
視察先：6/12 芋農家(香南市)参加企業3社
視察先：6/18 農業法人(水稲)(香南市)参加企業2社
農業用燃料タンク重油流出防止関係検討会(農技センター)：7/3 参加企業8社、全農、7/30 参加企業5社、全農
視察先：10/4 生産組合(四方竹)(南国市)参加企業1社

2 試作機の開発支援

- 設計開発段階や試作開発の進捗状況に応じた支援の実施(ものづくり地産地消推進事業費補助金)
- [第1次募集] 応募件数：13件(ステップアップ 2、試作開発 11)
採択件数：10件(ステップアップ 1、試作開発 9)
- [第2次募集] 応募件数：13件(ステップアップ 1、試作開発 12)
採択件数：10件(ステップアップ 1、試作開発 9)
- [第3次募集] 応募件数：7件(ステップアップ 3、試作開発 4)
採択件数：5件(ステップアップ 2、試作開発 3)
- 採択事例：(防災)農業用安全防災重油タンクの開発 など11件
(農林水産業)コンテナ苗の抜き取り機の試作開発
(環境)含油残渣のボイラー用燃料化機械の試作開発

3 機運の醸成・販路の開拓

- <技術見本市の開催>
・ものづくり総合技術展の開催(11/29-12/1 ちばさんセンター)
来場者15,200名(3日間)、ものづくり地産地消相談コーナーの設置
出展社数及び団体数 103社・団体、商談件数220件
- <見本市への出展>
・第1回防災関連産業交流会での展示(4/27 工業技術センター 4社)
・第6回地域防災防犯展の高知県ブース(6/7-8 大阪 1社)
・地域防災フェスティバル(6/10 宿毛 3社)
・中小企業総合展の高知県ブース(10/10-12 東京 1社)
・危機管理産業展2012の高知県ブース(10/17-19 東京 3社)
・びわ湖環境ビジネスメッセ2012の高知県ブース(10/24~26 滋賀 1社)
・メッセナゴヤ2012の高知県ブース(11/7-10 愛知 1社)
- <機運の醸成>
・KOCHI 防災危機管理展2012(6/30-7/1 高知ちばさんセンター)にものづくりに関する相談窓口を設置
・高知県工業会 事業説明会・開発事例発表会(10/26 三翠園 3社) 等
- 【今後の取り組み】
・ものづくり地産地消推進事業費補助金[第4次募集](2月)
・ものづくり総合技術展等のマッチング案件のフォローアップ(1月~3月)

課題

- 1 情報収集・マッチング支援
・ものづくり地産地消センターや高知県工業会と連携した機械化ニーズの把握
- 2 試作機の開発支援
・補助事業期間を考慮しつつ、企業の開発ニーズに沿ったタイムリーな事業の公募
・制度周知の促進、新しい機械開発に向けた意欲の喚起
・試作機の改良による製品の完成度の向上
- 3 ものづくり地産地消の「地消」の推進と販路開拓への支援
・開発した製品の県内外でのPR、新規取引先の開拓

H25年度の主な取り組み(予定)

1 情報収集・マッチング支援

- ものづくり地産地消センターを核として情報集約を行い、工業会等へマッチングの実施。県内企業だけでは困難な開発ニーズの場合は、県内に生産拠点を有する誘致企業も含めたマッチングを実施
- 現地視察&意見交換会の実施及び日頃の交流機会の拡大によるタイムリーな情報共有

2 試作機の開発支援

- 設計開発段階や試作開発の進捗状況に応じた支援の実施(ものづくり地産地消推進事業費補助金)
- [第1次募集] 5月
- [第2次募集] 7月
- [第3次募集] 10月

県内企業だけでは開発が困難な場合には、「県内企業+誘致企業」の事業体で、より高品質な製品の試作開発を進め、県内企業の技術力や製品開発力の向上を目指す。

3 機運の醸成・販路の開拓

- <技術見本市の開催>
・ものづくり総合技術展の開催(11月 ちばさんセンター)
ものづくり地産地消相談コーナーの設置、商談会の開催
- <各見本市に県として出展(高知県ブースの設置)>
・2013NEW環境展(5/22-25 東京)
・中部ライフガードTEC(5/24-5 愛知)
・第7回地域防災防犯展(6/6-7 大阪)
・東京インターナショナルギフトショー(9月上旬 東京)
・危機管理産業展2013(10/2-4 東京)
・第16回関西機械要素技術展(10/2-4 大阪)
・びわ湖環境ビジネスメッセ2013(10/24-26 滋賀)
・EE東北'13(10月下旬 宮城)
・第18回震災対策技術展(2月上旬 神奈川)
・新機能性材料展2014(2月上旬 東京) 等
- <販路の開拓>
・産業振興センターを中心とした販路開拓支援

目指すべき姿(平成27年度末)

県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している。
・ものづくり補助金を活用した製品開発件数 H24~27：40件

直近の成果(アウトカム) (H24年10月末現在)

- ものづくり地産地消推進事業費補助金を活用した製品が完成し、地産地消の段階から地産外商に進んでいく製品も出始めた。
- ・県内生産現場への導入(試験導入も含む) 11事業(ニラのそぐり機、サトウキビ搾汁ライン等)
- ・地産外商につながった案件 2事業(魚のウロコ取り機、ペレット製造機械)

【概要・目的】 成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的な支援を実施するため、食品や環境などテーマごとに企業や専門家等で構成する研究会を設置し、研究会参加者が持つ様々なアイデアや事業化に向けた試みについて、参加者相互の交流を通して新たなビジネスの創出に結びつけ、事業化の実現をより効果的に進めていく。

第1期計画(H21～H23) 3年間の取り組みの総括と課題

総括

1 「運営サイドの課題」解決に向けた取り組み

(1) 意欲のある企業の参加促進

・研究会参加者数：247 (22年度：203) ※ H23年度新規入会者：61
 (内訳) 食品：102、天然素材：60、環境：50、健康福祉：35

※四国銀行(包括協定)や産振センターなど関連機関との連携強化による参加促進

(2) 事業化に向けた企業間連携の促進

① 支援体制の強化

・体制を強化した産振センターとの連携による支援体制の強化
 ・企業ごとに支援担当責任者(県、産振センター等)を配置し、企業訪問による事業化プラン作成ニーズの掘り起こしや情報提供等による事業化支援を促進

② 研究会の開催

・研究会での自社PRの場の提供等によるネットワーク構築支援を実施
 ・素材生産者とのマッチング、バイヤーの招聘、経営力向上や新規市場開拓などを目的としたセミナーの開催

(参考) H23 研究会の開催実績：31回、出席者数：延べ514社(615名)

(3) こうち産業振興基金(チャレンジ企業支援事業)の利便性向上

・研究会で事業化プランの認定を受けると、チャレンジ企業支援事業(ソフト事業への補助)に直接申請できる仕組みに改正することで、事業者の利便性を向上

2 「企業サイドの課題」解決に向けた取り組み

(1) 個別支援アドバイザーの拡大

・事業化プランの素案作成段階からの早期個別支援アドバイザーの派遣(企業の人員等の不足への支援)

(参考) H23 個別支援アドバイザーの派遣数：32社(81回)

※上記32社を含む90社に対して、研究会リサーチアドバイザー、公設試等による個別支援を実施(技術：3社、販路開拓等：75社、両方：12社)

(2) 販売促進に関する支援の強化

・研究会発事業化プランの実現に向けて、最も大きな課題である販売促進面を支援するため、展示会・商談会や県アンテナショップへの出展等を支援(企業の情報発信力等の不足への支援)

※2011食の商談会への出展：10社、補助金による展示会出展等支援：11社、県アンテナショップでの常設販売・テストマーケティング(まるごと高知：7社、てんこす：9社)

3 事業化プラン認定件数

・38件(食品：15、天然素材：8、環境：5、健康福祉：10)

※県産素材を活用した豆菓子や燃料用木質チップ・高性能乾燥機の開発など

・売上高増加額：328,980千円(累計) 新規雇用数：29名(累計)

4 他の支援事業を活用した事業化支援

・こうち産業振興基金(地域研究成果事業化支援事業)等：5件(天然素材3、環境：2)

※高知県産竹材を用いた新規分野への進出(工技センターによる技術支援)

5 事業化プラン作成準備中(事業化プラン作成企業の掘り起こし)

・17件(食品：8件、天然素材：2件、環境：2件、健康福祉：5件)

課題

1 事業化プラン作成に向けた取組みの加速

・事業化プランの素案作成段階からの早期支援を促進

2 研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実

・認定を受けた事業化プランの個別課題に応じて、迅速かつ、きめ細やかな支援の充実

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

1 事業化プラン作成に向けた取組みの加速

(1) 意欲のある企業の参加促進

・研究会参加者数：284

(内訳) 食品：120、天然素材：69、環境：56、健康福祉：39

・産振センター(ものづくり地産地消センター)や県企業訪問チーム、金融機関等の関連機関との連携による企業情報の収集、勧誘(支援対象企業の掘り起こし)

(2) 事業化に向けた企業間連携の促進

① 支援体制の強化

・ものづくり地産地消センターと定期的な意見交換を実施(5/17, 6/7)

→プラン作成の事業課題を共有し支援の連携を図った。

② 研究会の開催

・研究会でのプレゼンテーションの場の提供や、素材生産者とのマッチング、個別相談会の開催など

→事業化のスキルアップ、販路拡大を目的としたセミナー

(4/24, 5/25, 6/8, 7/9, 7/17, 10/12, 10/17, 11/27, 11/29)や、個別相談会

(5/22, 5/24, 6/27, 7/25, 7/30, 8/28, 9/24, 10/12, 11/7, 11/30, 12/3)を開催

→戦略品目：海洋深層水、柚子をテーマに開催(10/12)、土佐材と天然素材会員交流及び販促支援(10/17)

→医療機関スタッフと現場ニーズに関する意見交換会開催(11/27)

(3) 個別支援アドバイザーの有効活用

・事業化プランの素案作成段階からの早期個別支援アドバイザーの派遣

→各社のプラン策定に必要な情報提供や早期の支援を実施

※プラン認定数13件(食品5、天然素材4、環境4)

(参考) 個別支援アドバイザーの派遣数：18社(33回) 食品研究所OBなど専門家による実践的な支援

2 研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実

(1) 支援体制の強化

・支援コーディネーター(新事業創出支援チーム)の一層の活用や、産振センターとの連携などにより、各企業の課題やニーズに応じた、迅速かつ、きめ細やかな支援を実施→販売計画や販路開拓などを中心に事業化プランの実施支援(11社12回)

(2) 販売促進に関する支援の強化

・研究会発事業化プランの実現に向けて、最も大きな課題である販売面の課題を解決するため、展示会や商談会への出展、テストマーケティング(まるごと高知、てんこす)の場の提供、個別マッチング等の支援を強化

→5/22-25 2012NEW環境展(東京)1社、6/7-8 第6回地域防災防犯展(大阪)2社、6/7 外商公社商談会(1社)、6/26 良品工房勉強会(テストマーケティング実施支援：東京)、9/8-9SUNNY FESTA2012(14社)、9/8-25TOSAZAI展(東京)13社、9/22-23 オーガニックマルシェ(東京)17社、10/25-11/7 テストマーケティング(東京：3社)、通販カタログ(10社)販促支援

3 事業化プランの大きなビジネスへの育成

・7/11, 7/19 6社の商品に対しバイヤー13社での目利き等を実施

【今後の取り組み】

・トレードショー等見本市への出展支援

課題

1 事業化プラン作成に向けた取組みの加速

・戦略品目等と連動した取組み

・事業化プラン策定事業の掘り起こし

2 研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実

・事業化プランの実践に対する支援の拡大

・テストマーケティング等の実施支援

3 事業化プランの大きなビジネスへの育成

・有望なプランを強力に支援する仕組みの構築

H25年度の主な取り組み(予定)

1 事業化プラン作成に向けた取組みの加速

・戦略品目等と連動した取組み

→定期的なセミナーと個別相談会の開催

・事業化プラン策定事業の掘り起こし

2 研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実

・事業化プランの実践に対する支援の拡大

→バイヤーを通じた販売支援(目利きによる商品の振るいわけ、売り方支援)

→特設展等企画事業への参加支援(都市圏)

・テストマーケティング等の実施支援

→特設展等企画事業への参加支援(都市圏)

3 事業化プランの大きなビジネスへの育成

① 有望なプランを強力に支援する仕組みの構築

→有望なトップランナーをパッケージにより手厚く支援し、より多くの企業の研究会への参加を促し成長分野育成の取組みを力強いものにしていく。

<パッケージ支援の内容>

① 設備投資への助成(品質の更なる向上にむけ生産ラインの増設支援)

② 販路拡大支援(商品規格・パッケージ等のブラッシュアップ、外商の重点支援等)

③ 人材支援(重点的な専門家派遣等)

目指すべき姿(平成27年度末)

◆研究会での活動を通じて、競争力のある製品や事業展開のノウハウ等を備えた企業が数多く生まれ、販売が増加している。

・事業化プラン認定件数 H24～H27：60件

・販売金額 H24～H27：100億円

・新規雇用 H24～H27：110人

直近の成果(アウトカム)

・事業化プラン認定件数 H24：13件(通算：51件)

・販売金額 H24上半期：2億円(H23と比較して倍増) ・新規雇用 H24：9人

さらに大きなビジネスにジャンプアップする可能性を秘めた企業も育ちつつある。

【概要・目的】 まんがをはじめとする本県の特徴ある地域コンテンツをビジネスにつなげる取組を進めることにより、外貨の獲得や新たな雇用の創出を目指す。

第1期計画(H21~H23)3年間の取り組みの総括と課題

総括

- ◆コンテンツビジネス起業化支援事業(コンテンツビジネス起業研究会)の実施
次のとおり、新たなコンテンツ産業(ゲーム)創出に向けた土台づくりがスタートした。
・ソーシャルゲーム分野：
H23年度=6社が参加(事業化プラン認定3件)
このうち、第1弾ゲームがH24.1月配信済み
・その他のコンテンツ分野：
H22年度=9団体参加(事業化プラン認定1件)
県内水族館及び県外動物園のアプリ5件商品化
H23年度=12団体参加
- ◆高知コンテンツビジネス創出育成協議会の設立(ソーシャルゲーム開発等を支援)
H22年度：県内のゲーム開発企業を対象に講習会を開催(13業者参加)
H23年度：高知県ソーシャルゲーム企画コンテスト開催
応募数50作品 うち入賞作3作品のゲーム開発等の支援
- ◆高知コンテンツコンテストの開催(2回開催)
・応募総数：
第1回=75作品(優秀賞3作品、TSUTAYA賞1作品、奨励賞6作品)
第2回=53作品(優秀賞2作品、TSUTAYA賞1作品、奨励賞4作品)
・Creative Market Tokyo 出展：県外事業者とのビジネスマッチングの場を提供することができ、クリエイターの地産外商の動きが見え始めた。
第1回優秀賞3作品出展/第2回優秀賞2作品出展
・コンテスト入賞者の受注状況
大手出版社からのイラスト制作発注、和菓子組合からの新製品企画発注、地域団体等からのキャラクター制作発注等
- ◆県内クリエイター見本市の開催：県内事業者との商談の場を実現した。
H22年度=参加事業者35社45名、出展クリエイター14団体
H23年度=参加事業者14団体63名、出展クリエイター14団体
- ◆著作権セミナーの開催
・コンテンツビジネスに必要な著作権の知識の習得
受講：H22年度=123名、H23年度=98名

課題

- ◆コンテンツビジネス起業化支援事業(その他のコンテンツ)
収入、雇用増に大きくつながる具体的なプランの提案に至っていない。
- ◆ソーシャルゲーム
ゲーム化できる企画の収集とゲーム開発企業、取次企業の育成
- ◆コンテンツコンテスト
応募作品数の増と作品レベルの向上、ビジネス化に向けた意識の向上、企業からの応募促進
- ◆県内クリエイター見本市
出展クリエイター数の拡大
顔合わせ・交流としての位置付けからビジネスマッチングの実現への発展
- ◆著作権セミナー
身近な事例を中心としたわかりやすい内容と事業者の参加拡大

直近の成果(アウトカム)

- 平成23年度ソーシャルゲーム企画コンテスト入賞作のゲーム化・配信
⇒(成果)第2弾 6/7配信済み
12月末現在会員数13万人 月商1,000万円

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- コンテンツビジネス起業化支援事業(コンテンツビジネス起業研究会)の実施
・ソーシャルゲーム分野：5社が参加
第1回締切分入賞候補作のゲーム開発コンペ審査会実施(6/19)
→入賞作品なし
開発実態に基づいた補助金上限額の引き上げ(250万円→500万円)
・その他コンテンツ分野：事業化プラン 認定1件(7/11)
- 高知コンテンツビジネス創出育成協議会でのソーシャルゲーム開発支援等
□高知県ソーシャルゲーム企画コンテストの開催(4/2~9/28)
・第1回締切(5/7) 応募数19作品 (H23:14作品)
・最終締切(9/28) 応募数154作品 (H23:36作品)
⇒2作品入賞(H25/1/18発表)
・ゲーム化の可能性が高い企画を収集するために企画案提出様式を設定
・募集要件の廃止(全国からの応募可能)
□平成23年度ソーシャルゲーム企画コンテスト入賞作のゲーム化・配信
⇒(成果)第2弾 6/7配信済み
12月末現在会員数13万人 月商1,000万円
第3弾 H25/1/29配信開始
- 第3回高知コンテンツコンテストの開催(4/6~6/25)
・企業からの応募促進を図るため、入賞者賞金(出展支度金)を増額
・応募数：50作品
審査会(7/20)
：特別優秀賞1作品、優秀賞1作品、TSUTAYA賞1作品、奨励賞3作品
・Creative Market Tokyo2012(10/23-25)出展：
特別優秀賞・優秀賞受賞者が出展し、プレゼンテーションや来場者へのセールスを実施。
- 県内クリエイター見本市の開催(11/12)
参加事業者25団体42名、出展クリエイター23事業者
- 著作権セミナーの開催(11/26) 受講者：90名

課題

- コンテンツビジネス起業化支援事業(コンテンツビジネス起業研究会)
・(ゲーム分野)ゲーム開発費の増大、起業研究会への参加企業の伸び悩み
ゲーム開発企業の育成
・(その他分野)収入、雇用増につながるための提案プランのブラッシュアップ
- 高知コンテンツビジネス創出育成協議会
□入賞作のゲーム化・配信
・新規ゲームの配信ごとの効果的な広報戦略
- コンテンツコンテスト
・応募作品数の伸び悩み
・首都圏での大きな商談成立に至っていない
- クリエイター見本市
・出展者・来場者数の伸び悩み
・商談成立まで至っていない

H25年度の主な取り組み(予定)

- ⑧コンテンツビジネス起業化支援事業
・開発実態に基づいた補助金上限額の引き上げ及び補助対象期間の緩和
・その他分野の事業化プランのブラッシュアップ
- 高知コンテンツビジネス創出育成協議会でのソーシャルゲーム開発支援等
・平成24年度ゲーム企画コンテスト入賞作品のゲーム化に向けた支援
・配信ゲームのプロモーション及び運用支援
- ⑧クリエイター地産地消・人材育成事業
県内クリエイター見本市の開催
・クリエイター個々のニーズに合う人材育成
：首都圏で活躍するコンテンツプロデューサーをパネリストとして招き、パネルディスカッションを実施
パネリストによる出展クリエイターへの個別指導
・出展資格の緩和：土佐クリエイターズギルド等に限っていた出展資格を緩和し県内クリエイター全般から募集
・出展クリエイターをfacebookなどで紹介、見本市の開催告知を行い来場者増につなげる。
- 著作権セミナーの開催
- 新たなコンテンツ産業の創出への取組
・平成24年7月26日に設立した「まんが王国・土佐推進協議会」における新たなコンテンツビジネスの検討(コンテンツ産業振興部会から企画提案)

目指すべき姿(平成27年度末)

- ・新たなコンテンツ産業の創出、クラスター(産業集積)化の土台づくりの進展
- ・外貨を獲得する研究会発事業化プランの事業化
- ・一定収益となるソーシャルゲームの開発・運用により、開発から次ゲームへの投資へとつながる産業創出サイクルの構築
- ・県内におけるソーシャルゲームの年商：20億円(6社が年2~3作品開発、1作品の月売上が1,000万円)
- ・首都圏等での商談成立などによるクリエイターの収入増

分野：商工業分野

テーマ：販路の拡大（地産・外商）

【概要・目的】 ・ものづくり企業を対象に、インターネットを活用した情報発信や主要展示会への高知県ブースの設置並びに商談会の開催を通じて、県外での受注拡大を図る。
 ・県内で特色ある製品の外商について、積極的に県外でP.Rし、機械系ものづくり企業の販路開拓を支援する。

第1期計画(H21~H23) 3年間の取り組みの総括と課題

総括

- 1 県外見本市への高知県ブースの設置**
 主要都市圏で開催される見本市に県ブースを設置し、機械金属系の製品や技術のPRや販路の拡大を図った。
 ・設置数 9カ所
 ・参加企業・団体数 79社・団体
 ・商談等件数 780件、成約件数 412件、
 成約金額 207,633千円
- 2 商談会の開催**
 他県の産業支援機関と連携して実施する大規模広域商談会や商談会を開催し、県内中小企業受注拡大を図った。
 ・開催回数 18回、
 ・発注企業数 839企業、受注企業・団体数 292社・団体
 ・商談等件数 704件、成約件数 1,124件、
 成約金額 378,486千円
- 3 製造業ポータルサイト**
 県内企業を紹介するポータルサイト構築し、インターネットによる情報発信を通じて、県内企業のPRに努めた。
 ・製造ポータルサイトの開設 H22.4月
 ・製造ポータルサイト会員企業数 92社

課題

- <実績>
- 見本市9カ所での高知県ブースの設置
 成約金額 207,633千円
 - 商談会18回開催 成約金額 378,486千円

- <課題>
- 1 県内企業が行う県外での営業活動に対する支援の強化
 - 2 紙産業など機械金属系以外の分野を対象とした販路拡大支援
 - 3 商談会開催に向けて具体的な案件が見込まれる発注企業の開拓
 - 4 製造業ポータルサイト会員企業数の拡大及びサイトの周知

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- 1 外商活動支援体制の強化**
 ・県内の特色ある製品の販路開拓を支援するため産業振興センター外商支援部を設置。
 ・ちばさん大賞受賞企業や産業振興センターが保有しているデータなどから、製品保有企業(111社)を販路開拓支援員が訪問し、営業方針や希望する売り込み先などの意向確認調査を実施。
 現在、同行訪問希望50社と具体的な支援内容について協議中(同行訪問13社、協議中37社)
 ・「機械系ものづくり企業外商支援会議」を開催し、企業ごとの要望に沿った対応を協議(6回開催)
 ・営業戦略検討チームを編成し、販路開拓などの協議や専門家を交えた販売戦略の協議、県外企業への同行訪問など具体的な支援を実施
 ・県外発注企業や展示会等で県内製品パンフレット(8月、10月作成)を配布し、製品のPRを実施
 ・産業振興センターとして独自ブース設置：3回、高知県ブースへの運営参加：8回
- 2 県外見本市への高知県ブースの設置**
 ・2012NEW環境展・地球温暖化防止展(5/22~25 東京)12小間9社出展
 (商談等102、成約4、成約金額29,187千円)
 ・[防災]第6回地域防災防犯展(6/7~8 大阪)5小間8社出展
 (商談等245、成約24、成約金額9,789千円)
 ・[新]第74回東京インターナショナルギフトショー(9/5~7 東京)8小間17社出展
 (商談等368、成約33、成約金額1,222千円)
 ・第15回関西機械要素技術展(10/3~5 大阪)11小間6社1団体出展(商談等15)
 ・[防災]中小企業総合展2012(10/10~12 東京)4小間5社出展
 (商談等155、成約5、成約金額9,000千円)
 ・[防災]危機管理産業展2012(10/17~19 東京)6小間8社出展
 (商談等155、成約3、成約金額2,630千円)
 ・[新]びわ湖環境ビジネスメッセ2012(10/24~26 滋賀)6小間4社出展
 ・メッセナゴヤ2012(11/7~10 名古屋)6小間4社出展
- 3 商談会の開催**
 ・広域商談会2回参加(9/3 大阪、11/7 愛媛)県内企業計31社参加
 ・ミニ商談会4回開催：発注企業計4社、県内企業計24社参加(成約1件 950千円)
 ・ものづくり総合技術展にあわせてものづくり取引商談会及び外商製品商談会を開催
 発注企業計12社、県内企業33社参加
- 4 製造業ポータルサイト (会員企業数 122社)**

【今後の取り組み】

- ・個別企業の営業サポート(検討チームによる販売戦略や販路開拓の協議、同行訪問の実施)
- ・県外見本市での出展サポートや見本市終了後のフォローアップの支援
- ・機械系ものづくり企業外商支援会議の開催
- ・見本市2/7~8 [新] [防災]第17回震災対策技術展(横浜)6小間7社出展予定
- ・広域商談会：2/21~22 近畿四国合同商談会(京都パルスプラザ)7社出展予定
- ・商談会：案件があるごとに随時開催

課題

- 1 見本市出展後のフォローや県外企業訪問、製品のPRなど産業振興センター外商支援部を中心とした外商活動の強化
- 2 商談会開催に向けた発注企業の開拓と具体的な発注案件の確保
- 3 製造業ポータルサイトの会員企業の増加と発注企業へのサイトの周知

H25年度の主な取り組み(予定)

- 1 外商活動支援体制の強化**
 <企業の外商に直結した支援の促進>
 ■営業サポート
 ・定期的な企業訪問の実施
 ・製品の改良や技術的な課題解決など工業技術センターと連携した支援の実施
 ・企業の販売戦略の策定や生産体制の整備等について支援機関と連携して専門家派遣などの支援を実施
 ■見本市等の出展支援
 ・県外見本市等への出展機会の拡充 → 製品の特性にあった見本市への新規参加
 ・出展者への事前事後サポートの徹底
 <全国に向けたメイド・イン高知の情報発信>
 ■広報活動・情報発信
 ・広報媒体を活用した製品PR活動の強化
 ・各種機関誌や会合での事業PRの実施
 ■外商支援製品カタログの作成
 <関係機関と連携した支援の促進>
 ■関係機関との連携
 ・専門家派遣など各種事業の積極的な活用
 ・関係機関の県内外支店等との連携強化
 → 他県の支援機関や金融機関等の県内外支店による企業や製品のPR
 ■外商支援会議の開催
- 2 県外見本市への高知県ブースの設置**
 ・2013NEW環境展・地球温暖化防止展(5.21~24 東京)
 ・[新] [防災]中部ライフガードTEC(5.24~25 東京)
 ・[防災]第7回地域防災防犯展(時期調整中 大阪)
 ・第76回東京インターナショナルギフトショー(9月 東京)
 ・第16回関西機械要素技術展(10/2~4 大阪)
 ・[防災]危機管理産業展2013(10月 東京)
 ・びわ湖環境ビジネスメッセ2013(10.24~26 滋賀)
 ・[新] [防災]EE東北'13(6.5~6 宮城)
 ・[防災]第18回震災対策技術展(H26.2 横浜)
 ・[新] 新機能性材料展2014(H26.2 東京)
- 3 商談会の開催**
 ・ミニ商談会の開催 5回
 ・ものづくり総合技術展に併せた製品商談会の開催
 ・広域商談会への参加 3回
- 4 製造業ポータルサイト**
 ・発注企業等へのサイトの周知活動
 産業振興センターと連携して、未開拓の業界への加入促進活動を実施。
 県外見本市で県外企業に対してチラシを配布し、サイトのPRを実施。

直近の成果(アウトカム)

- 見本市 H24.4月以降の成約金額：108,067千円(H21~23年度出展分の増加額を含む成約金額)
 うち、H24年度出展分 成約69件(51,828千円)、代理店契約17件、試作依頼104件、見積依頼427件、商談中509件
- 商談会 H24.4月以降の成約金額：81,410千円(H21~23年度参加分の増加額を含む成約金額)
 うち、H24年度開催分 成約1件(950千円)、商談中4件
- 製造業ポータルサイト 会員企業：122社(11月末現在)

目指すべき姿(平成27年度末)

商談会や見本市を活用した外商活動の活発化による受注が増加するとともに、外商に関するノウハウを活かし、積極的に営業活動を行う企業が育っている。
 ・見本市・商談会開催件数 H24~27：50回
 ・受注金額 H24~27：20億円(防災関連・ものづくりの地産地消含む)

分野：商工業分野

テーマ：海洋深層水の利用拡大

【概要・目的】 海洋深層水のブームが終焉し、海洋深層水関連商品の売り上げは、ピーク時で平成16年の155億円から直近の平成23年で136億円と伸び悩んでいる。また、首都圏をはじめとする大消費地への情報発信力が弱く、売り込みが十分できていない状況である。そのため、国内の他の取水地との連携を図り、首都圏で深層水のPRを行うとともに、ビジネスに結びつく連携事業を展開し、海洋深層水のブランド力を強化する。また、新分野への利用拡大に向けた研究開発を大学、企業等と共同で実施する。

第1期計画（H21～H23）3年間の取り組みの総括と課題

- 1 新たな需要の創出と販路の開拓
 - ・高知海洋深層水企業クラブとの連携による商談会等への展示・PR（16回、延べ173社）
 - ・包括業務提携による展示会の開催（イオン）
 - ・室戸ジオパーク応援キャンペーンの実施（H23：12/9～1月初旬）
 - ・高知空港への深層水紹介DVDの設置（H23：11/22～1月初旬）
- 2 海洋深層水のブランド力の強化
 - （1）全国の取水地との連携による事業の実施（H23：3回、延べ14取水地の参加）
- 3 新分野への利用拡大に向けた研究開発等
 - （1）研究開発の促進
 - ・過去の研究の洗い直しによる事業化の研究（海水スラリーアイスによる氷温貯蔵システム）
 - ・地域からのニーズや要望に基づく研究（スジアオノリ養殖事業の拡大を目指した総合的技術支援等）
 - ・医療分野や美容分野など新たな視点からの研究（海洋微細藻由来抗腫瘍性物質の大量生産技術の開発と創薬研究等）
 - （2）海洋深層水に関する様々な研究成果等の活用の可能性を検討
 - 海洋深層水活用可能性調査の実施（H23）
 - ・市場拡大には、深層水の意味やバックグラウンドなどを含めた物語性と有効性のアピールが必要。
 - ・味覚面の向上など明確なアピールポイントが必要。
 - ・農作物への2次利用による味覚や品質の向上に関する研究や、新規海藻養殖の研究、高齢者対応食品・健康食品への利用による健康改善効果の研究が有望。

総括

- ・量販店との包括業務提携により、深層水取扱品目数が38品目増加
- ・富山、沖縄などの他の取水地と連携した品目拡大の取組の実施

課題

- 1 新たな需要の創出と販路の開拓
 - ・首都圏等における販売拡大商談後のフォローなど販路開拓に結びつく仕掛けが不十分
- 2 海洋深層水のブランド力の強化
 - ・消費者の海洋深層水に対する認知度不足
 - ・新たなコンセプトによるブランド力の向上
 - ・連携事業の核となる組織の必要性
- 3 新分野への利用拡大に向けた研究開発等
 - ・深層水の有効性のアピール不足
 - ・有効性を示す実証的なエビデンス不足

直近の成果（アウトカム）

- ・地産外商公社等との連携した企業訪問による商談成立 高品質スーパーなど2件（商談中4件）
- ・県外大手企業等への海洋深層水の売込（事業計画3社）
- ・成長分野育成支援研究会と連携した新商品の開発 土佐ジローきみこいラーメン、ゆずボン酢ジュレなど4商品（開発中2商品）

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- 1 新たな需要の創出と販路の開拓
 - ・ジオパーク等を活用した新たなキーコンセプトに基づいたパンフレットの作成と流通事業者等への送付・配布（15,000部）
 - ・外商推進本部会議にて戦略品目に位置付け
 - ・包括業務提携において定期的な「海洋深層水フェア」等の開催を提案（ローソン、ファミリーマート、イオン、スリーエフ）
 - ・「えいもんこじゃんと市」（4/28～4/30）への出展（24社、39品目）
 - ・「ふるさと室戸まつり」（7/15）への出展（25社、40品目）
 - ・「原宿表参道元氣祭りじまん市」（8/25～26）への出展（20社、50品目）
 - ・「高知フェア（フジグラン）」（9/1～9/2）への出展（8社、16品目）
 - ・「買いまっせ」（9/7）への参加（9社）
 - ・「SUNNY FESTA2012」（9/8～9）への出展（10社、20品目）
 - ・「ジオパーク全国大会」（11/2～5）への出展（19社、38品目）
 - ・「農林水産祭」（11/10～11）への出展（25社、40品目）
 - ・「ものづくり総合技術展」（11/29～12/1）への出展（22社、35品目）
 - ・県内外企業からの商談を仲介 成立1件、商談中4件
 - ・県外企業への海洋深層水の利用拡大PR（4社）
 - 2 海洋深層水のブランド力の強化
 - ・深層水フェアの開催（7/23～7/29）
 - 読売新聞首都圏版にイベント情報・深層水PRの掲載（2回）
 - ・ブランタン銀座（海洋深層水飲料、化粧品、パンフレットの配布、アンケート調査）
 - ・アンケート回答約4千：海洋深層水の認知率78.6%、取水地認知率24.7%、購入経験あり42.0%、購入希望57.4%
 - ・アンテナショップでの深層水コーナー設置（5か所：沖縄、富山、石川、新潟、高知）
 - ・海洋深層水取水地連携協議会の立上げ（9/1）→20取水地の参加
 - ・アンテナショップフェスティバル（11/2～4）での共同PR（19アンテナショップ参加）
 - 3 深層水の利用拡大に向けた研究開発等
 - （1）研究開発の推進
 - ・新たな利用分野への展開→海洋微細藻の大量培養技術の開発と有用物質生産研究等
 - ・従来の研究成果を見直して再チャレンジ
 - スラリーアイス製造装置の新たな高効率製氷構造の開発等
 - ・地元企業や関係機関への事業化支援
 - スジアオノリ養殖事業の拡大を目指した総合的技術支援等
 - （2）活用事例調査結果の説明会の開催
 - 過去の研究開発や更なる可能性のあるテーマなどを企業に情報提供し、新たな研究や商品開発につなげる。（5回）
- 【今後の取り組み】
- ・スーパーマーケット・トレードショーへの他の取水地との共同出展（2/13～15）

課題

- 1 新たな需要の創出と販路の開拓
 - ・地産外商公社等との連携による戦略的な外商活動
- 2 海洋深層水のブランド力の強化
 - ・新たなコンセプトを活用した戦略的なプロモーション
 - ・取水地連携協議会によるPR活動
- 3 新分野への利用拡大に向けた研究開発等
 - ・深層水を使った新たな商品開発
 - ・深層水の有効性を示す実証的な取り組み

H25年度（予定）の主な取り組み

- 1 新たな需要の創出と販路の開拓
 - （1）地産外商公社等と連携した戦略的プロモーション
 - （2）まるごと高知の年間外商計画に基づき、こだわりの高級スーパー、百貨店、公社と取引のあるバイヤー等への直接訪問による外商活動（100社程度）の継続。また、訪問結果によるターゲットの絞込。
 - （3）**（拡）**インバクトの大きい大手企業等に自社商品への海洋深層水活用の働きかけ（新規開拓3社）。
 - （4）企業クラブの取組への支援
 - 「えいもんこじゃんと市」
 - 「ふるさと室戸まつり」
 - 「原宿表参道元氣祭りじまん市」
 - 「高知フェア（フジグラン）」
 - 「買いまっせ」
 - 「SUNNY FESTA2012」
 - 「農林水産祭」
 - 「ジオパーク全国大会」
 - 「ものづくり総合技術展」等への出展支援
 - （5）商談会等に出展後、企業への直接訪問を実施するなど十分なフォロー
- 2 海洋深層水のブランド力の強化
 - （1）他の取水地と連携した取組
 - ・H24年度に設立した全国海洋深層水取水地連携協議会の有効活用による連携事業の促進（メルマガ、共同PR、ミニ商談会等）
 - ・海洋深層水フェア 銀座ブランタンにて共同実施
 - ・アンテナショップフェスティバルでの共同PR
 - ・スーパーマーケット・トレードショーへの共同出展
 - （2）**（拡）**室戸ジオパークと連携したブランド力の強化
 - ・深層水関連工場見学をジオパーク観光コースに組み込み、一体的なPRを実施
 - ・ジオパーク観光のお土産としての新商品の開発と既存商品の定番化
- 3 海洋深層水の利用拡大に向けた研究開発等
 - （1）**（拡）（新）**深層水を使った新たな商品開発と未利用企業の利活用の促進
 - ・成長分野育成支援研究会との連携
 - 現在22社である参加企業数の増加と既存商品の磨き上げや新商品の開発支援
 - ・深層水未利用企業の利活用の促進
 - 工技センターと連携し保存安定性等の検証を行い、輸送コストに優れる濃縮水の有効活用を図る。
 - （2）**（新）**深層水の有効性を示す実証的な取組支援等
 - ・深層水の有効性を示す実証的な取組（高知大医学部等）に対する支援
 - ・深層水研究成果紹介冊子の作成
 - （3）新商品開発時の試験研究機関等とのコーディネートや専門家の派遣制度を活用した支援
 - （4）研究開発の促進

目指すべき姿（平成27年度末）

- ◆商品企画から流通・販売にいたるまで、トータルに海洋深層水関連商品の販売がされているとともに、全国の取水地と連携してビジネスに結びつく多様な事業が展開されている。
- ◆海洋深層水を利用した研究開発が進められ、新たな利用分野への展開が動き始めている。
 - ・深層水関連製品売上額 H27：170億円

【概要・目的】 商工団体等が取り組む商業の活性化事業を支援することにより、商店の利用者である住民に受け入れられ、安定・継続して利用される商店街を目指す。
商店街の空き店舗を活用した新規出店や産直・アンテナショップ等の設置を支援することにより、商店街の活性化を図る。

第1期計画(H21~H23) 3年間の取り組みの総括と課題

(1) うち商業振興支援事業による商業の活性化の支援
(事業実施 H21:17件、H22:18件、H23:12件 計47件)

① 商業振興支援事業

《事業実施 27件》

- H21: 万々商店街における「商店街統一販促活動」の継続・強化(高知市)
- H22: 「玉姫様」をテーマとした農商連携及び商店街共同販促事業等(四万十市)
- H23: ふれあい移動商店街(土佐清水市)等 外24件

② 空き店舗対策事業

《要綱改正》

- 市町村補助(家賃補助等)を受けることを補助要件から除外
- 地域住民の生活の利便性の確保が特に必要な地域を補助対象に追加

《事業実施 20件》

- 高知市 14件(飲食業6件、小売業6件、サービス業2件)
- 四万十市 2件(飲食業1件、小売業1件)
- 四万十町 3件(サービス業1件、飲食業1件、小売業1件)
- 安芸市 1件(サービス業)

成果:

- 空き店舗率 H23年 15.0%(H20年 15.3%)
- 休日通行量 H23年 12月 54,446人(H20年 56,243人)

総括

- 延べ27件の商店街等のイベント等への支援、述べ20件の空き店舗への出店支援
- 空き店舗率の改善が一定図られた
- 市町村においても、空き店舗への出店補助制度が創設された(～H22まで6市町、H23創設2件(香美市・安芸市))

課題

- 商店街の活性化の取り組みが、各個店の新規顧客の獲得やリピーターの確保、商店街のまとまりにまだまだ繋がっていない。
- 商店街等のイベントについては、過去3年間の27件中、26件は「市」の商工団体が実施しており、地域の町村等の事業者グループの利用実績はない(13件は高知市)

直近の成果(アウトカム)

うち商業振興支援事業:

- 商業振興支援(ソフト)事業は今年度8件実施(H20年度からの5年間で、ソフト事業39件を支援。うち約90%が補助終了後も自主継続中。)
- 空き店舗補助は今年度13件の出店支援を実施(H21年度から33件を支援し、うち32件が継続営業中。)

チャレンジショップ事業: 卒業生6名のうち、4名開業(うち2名が中心商店街)。残る2名も出店準備中。

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

(1) うち商業振興支援事業

《制度の周知への取組》

- HPによる情報発信及び、商店街組合・市町村・商工会・商工会議所などの関係機関に要綱等を送付しての制度周知
- 商振連総会での制度説明、商工会連合会の経営指導員研修での制度周知

《交付決定実績》

① 商業振興支援事業

- 事業実施 8件
- ふれあい移動商店街の開催(土佐清水市)
- 愛宕商店街と愛宕中学校との共同集客イベント(高知市)
- OBI BURAKISSタウン(高知市)
- 天神橋まちなか元気事業(四万十市)
- いの町コミュニティ事業(いの町)
- イルミネーション事業(高知市)
- まちなかスーパーカー博物館(四万十市)
- 光と音のレーザーショー(高知市)

② 空き店舗対策事業

- 事業実施 13件
- 高知市4件(小売業4件)、四万十市5件(サービス業3件、飲食業2件)、安芸市4件(サービス業3件、飲食業1件)

(2) チャレンジショップ事業

(ふるさと雇用基金事業から補助事業に移行)

- 以下の3団体が主体となりチャレンジショップを運営
 - 京町・新京橋商店街振興組合(高知市: 2期生3店舗が出店。手作り雑貨、衣料品、加工生花。3月から出店の3期生について面談を実施し、出店者決定)
 - 天神橋商店街振興組合(四万十市: 整体、自転車店、楽器店(12月))
 - しばてんカード協同組合(四万十町: デコレーション雑貨他2店。)
- 運営会議への参加(3団体延べ24回)
 - 現チャレンジャーの状況及び次期チャレンジャーの募集、PR等の検討・実施、出店に向けた支援
- ※四万十市のチャレンジャー1名(ミシン店)が、天神橋商店街内に新規出店(6/1)
 - 高知市の1期生3名のうち、1名が中心商店街で開業。他1名は出店準備中。(他1名も高知市内で開業)
 - 四万十町のチャレンジャー1名が四万十町で出店のため12月末で卒業。

(3) 商店街の課題抽出と支援策検討に向けた取り組み

- 商店街振興議員連盟と商店街関係の者意見交換会(4/11)
- 高知市商店街振興組合連合会との意見交換会(6/15)
- 四万十市・宿毛市・土佐清水市の商店街振興組合との意見交換会(9/6~7)
- 須崎市・安芸市の商店街振興組合との意見交換(1月予定)

課題

- (1) 制度の利用がされていない市町村がある。
- (2) 商店街活性化の取り組みは、誘客に一定の効果はあげているが、各個店の新規顧客獲得やリピーター確保にまで繋がっていない。

H25年度(予定)の主な取り組み

(1) うち商業振興支援事業

① 商業振興支援事業

- まだ制度の利用のない地域等の事業の実施に向け、補助率の引き上げや補助対象範囲の拡充を行い、各地域本部での事業説明会等の広報活動を実施のうえ、地域本部や市町村・商工会等と連携した事業の芽出しと実施に向けた支援を行う。
- 商店街がまとまりを持ち、新規顧客の獲得やリピーターの確保につながるために、継続事業のブラッシュアップと実施済み箇所のフォロー
- 地域の商店街組合等との意見交換を行い、事業者のニーズの把握と、それに対応するための支援策の検討

② 空き店舗対策事業

- 制度の利用のない地域での利用につなげるため、補助率の引き上げや補助対象範囲の拡充を行い、各地域本部での事業説明会や広報活動を実施のうえ、実際の出店につながるよう、診断士による経営指導やチャレンジショップを活用した出店指導などを進めていく。

(2) チャレンジショップ事業

- 運営会議への参加等、商店街振興組合等が行うチャレンジショップの運営を支援
- 商店街振興組合等と連携したチャレンジャーの募集や独立開業に向けた支援
- 独立開業事例など、開業に向けたモチベーションの向上につながる情報の提供

(3) 商店街の課題抽出と支援策検討に向けた取り組み

- 地域の商店街の抱える課題の把握と、解決に向けた支援策についての検討

④ (4) 地域の購買拠点運営支援事業

- 集落活動センターで新たに作られる特産品の販売拠点を整備するとともに、地域住民の利便性確保に向け地域の購買拠点の整備と維持を支援する。

目指すべき姿(平成27年度末)

多くの商店街等で、積極的な活性化事業等が行われるとともに、空き店舗への新規出店等も進み、通行者数の減少等に歯止めがかかっている。

- 高知市中心商店街の空き店舗率
H22: 13.4% → 増加傾向に歯止めをかける。
- 高知市商店街の歩行者通行量
H23: 平日 40,880人、休日 66,049人 → 減少傾向に歯止めをかける。

【概要・目的】 県内最大の消費地である高知市中心街の活性化を図ろうとする事業者の取り組みを支援することにより、産業振興計画で進めている「地産地消」・「地産外商」の推進と魅力ある商店街づくりを行う。

第1期計画（H21～H23）3年間の取り組みの総括と課題

- (1)実施主体：株式会社まこと
- (2)補助事業（補助率：国 2/3、県 1/6、市 1/6）
 - ・県 中心商店街活性化モデル事業費補助金
- (3)事業内容：
 - ①地産地消・地産外商促進事業
 - ・県産品の販売（34市町村・3,273品目（3/31現在））
 - ・県産品を使った飲食の提供
 - ・観光客に対する高知県情報の提供
 - ・産業振興アドバイザーの提案の実施
 - ・てんこすオリジナル商品の販売
 - ・ホームページのリニューアル
 - ・ギフト販売の開始
 - ②中心商店街支援事業
 - ・おむつ替えや授乳をできる場の提供
 - ・お荷物預り所の設置
 - ・商店街の回遊につながるイベントの実施
 - ③コミュニティ事業
 - ・高齢者や子育て世代向けの教室の開催（機能性食品などの講座 H21:6回、H22:35回、H23:35回開催）
- (4)販売実績（H23.2.19～H24.2.18）
 - ・1年目売上目標額 88,879千円
（1日当たり売上目標額 243千円）に対する売上総額 89,191千円（目標達成率 100.3%）
 - ・2年目売上目標額 106,655千円
（1日当たり売上目標額 292千円）に対する総売上額 112,933千円（目標達成率 105.9%）

総括

・平成22年2月の開店以来、3,200品目以上の商品の取扱いやイベントと連携した販売促進などに取組んだ結果、約16万人の方々にご利用いただいている。

課題

- (1)地産地消・地産外商促進事業
 - ・事業者の自立に向けた取組み
 - ・誘客を促す催事への取組み
- (2)中心商店街支援事業
 - ・商店街と一体となった取組み
- (3)コミュニティ事業
 - ・各世代を対象とした教室の充実

直近の成果（アウトカム）

- ・運営開始初年度以降、各年度の売上目標を達成し、地産地消・外商の促進につながった。（県内産品の登録アイテム数 開業時 約600 ⇒ 3,978）
- ・中心商店街への誘客及び回遊性の確保につながった。（歩行者通行量 京町：H21.6月 3,038 ⇒ H24.6月 3,123、新京橋：H21.6月 2,042 ⇒ H24.6月 2,700）
- ・コミュニティ講座等を通じた、来街者へのコミュニケーションの場の提供（参加者 H22：475名、H23：499名、H24：839名）

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

24年10月末の補助終了後の自立に向け、売上高増加への取り組みや経営指導の実施、飲食部門の運営内容やメニューの見直しなどの取り組みを進めてきた。

- (1)地産地消・地産外商促進事業
 - ・県内産品の取扱い状況（12/10現在）
新規取扱商品が68品目増加（柚子こしょう、生姜ドレッシング、くりのジャム等）→3,978品目
 - ・7月20日のリニューアルオープンに合わせ飲食メニューの見直しを実施（ご当地グルメ等の提供）
7/20～9/5 安芸の「釜あげちりめん丼、ナス丼」など
9/6～10/10 香南市「ニラ塩焼きそば」など
10/11～1/9 大川村「はちきん地鶏」を使ったメニュー
1/10～いの町「イノシシ」を使ったメニューを提供予定
 - ・売上高増加のための取組み（12/10現在）
店頭販売の取組み強化
（自社販売分（県産素材を使った温かメニューの販売：2,492,760円、他社販売分（パンなど）：1,027,803円）
県外等での販売（イオン延岡など）：1,462,735円
HPの充実に向けた専門家のアドバイス実施
インターネットによる販売（920,602円）
 - ・事業の効率化に向けた協議
 - ・知名度アップ
新聞紙面（パブリシティの活用）、フリーペーパーを活用したアンテナショップのPR
- (2)中心商店街支援事業
 - ・中央公園のイルミネーションと併せた店頭販売の強化
- (3)コミュニティ事業
 - ・従来より高齢者・子育て世代向けの教室に加え、子供を対象にクラフト教室を拡充して開催（12/10現在）
（講座27回開催、延参加者数839人）
- (4)販売実績（H24.2.19～H24.12.10）
総売上額 108,752千円（1日当たり売上目標 350千円） 目標達成率 105.1%
- (5)自立後の経営の安定に向けた関係機関との協議
高知市・（株）まこと・県の3者で、経営内容及び効率化向上に向けた取り組み等についての協議（7/30、8/23）
⇒補助終了後の家賃減免につながった。

課題

- (1)地産地消・地産外商促進事業
 - ・事業者の自立に向けた経営体質改善への取組み
 - ・インターネット販売の強化
- (2)中心商店街支援事業
 - ・イベント内容の充実及び、商店街全体への誘客につながる仕組みづくり
- (3)コミュニティ事業
 - ・参加範囲の拡大に向けた開催内容の充実

H25年度の主な取り組み（予定）

《運営面の改善》

- ・経営の効率化への継続した取り組み
- (1)地産地消・地産外商促進事業
 - 売上向上を図り、引き続き経費の見直しを行う
 - ・新たに開発された商品等の店頭販売の充実
 - ・安定的な経営に向けた各部門の効率的な事業実施（業務量に見合った人員配置、業務マニュアル作成等）
 - 魅力ある店舗づくり
 - ・店内商品、イベント情報などの情報発信力の強化
 - 催事
 - ・各商戦時期に合わせたイベント等の拡充
 - ・市町村と連携した店頭販売の充実
 - インターネット販売の強化
 - ・専門家アドバイスの継続実施
 - (2)中心商店街支援事業
 - ・商店街と一体となったイベントの開催
 - ・商店街利用者のため、引き続きおむつ替えや授乳室、トイレ機能のPRを行う。
 - (3)コミュニティ事業
 - ・高齢者、子育て世代の教室に加え、幅広い層に対応する講座等の継続した実施に向け、効率的な実施の検討（各年代向けの食育教室・販売につなげる講座内容など）

目指すべき姿（平成27年度末）

県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップとして自立するとともに、商店街への誘客を図る事業が継続して実施されている。
・販売目標額：184,300千円

【概要・目的】 南海地震対策として、事業所の安全性の確保や地震発生後の事業継続に備えるために、事業者が行う耐震診断や耐震設計、設備投資などの震災対策を支援する

第1期計画(H21~H23)3年間の取り組みの総括と課題

総括

- 県内中小企業（事業者）の震災対策の推進
 - (1) BCP策定への支援
 - ・「高知県事業継続計画（BCP）策定推進プロジェクト」による普及・啓発・策定支援の実施
 - ・H22.6月に、県、高知商工会議所、TKC四国会高知支部、東京海上日動火災保険株式会社、日新火災海上保険株式会社の5で協定を締結、官民協働で講演会や勉強会の開催、事業者の方々からのBCP策定に関する相談への対応等を実施
 - ・H23実績：大規模セミナー3回、説明会27回、団体連続勉強会2団体
 - ・H23末までの支援実績：BCP策定・策定準備中企業108社
 - ・「南海地震に備える企業のBCP策定のための手引き」の作成
 - ・H23.6月議会で、補正予算を計上し、H24.3月に完成
 - ・H24.3月に手引書を使った実践セミナーを2回開催（合計85社・133名の参加）
 - (2) 県内企業の南海地震対策への支援制度の検討（H24創設）
 - ・「南海地震対策融資」の創設
 - ・対象者：中小企業の全業種
 - ・対象事業：耐震診断、耐震改修・建替設計、耐震改修・建替工事等
 - ・貸付利率等：貸付利率1.97%以内+保証料率0.20%
 - ・限度額：8,000万円
 - ・「中小企業耐震診断等支援事業費補助金」の創設
 - ・対象者：中小企業（製造業）
 - ・対象事業：耐震診断、耐震改修・建替設計
 - ・補助率等：耐震診断 補助率2/3以内（国1/3、県1/3）
上限1,333千円
耐震設計 補助率2/3以内（国1/3、県1/3）
上限2,000千円
 - (3) 「高知県事業者防災推進協議会」
 - ・H22.10月に、商工業、建設業、医療、福祉などの事業者が集まり、事業者防災の実施状況の共有、方向性の協議を実施（H24.3月までに4回開催）
 - ・H23に「事業者の防災対策についてのアンケート調査」実施、従業員50人以上事業所667社対象、331社回答（うち、製造業52社、卸小売業70社）
- 震災に強い産業基盤づくりに向けた工業団地の開発
 - ・「企業立地の推進」参照
- 防災関連の製品や技術の開発（防災関連産業の振興）
 - ・「防災関連産業の振興」参照

課題

- 地震対策は、事業者にすぐに利益をもたらすものではなく、取組が後回しになりがちなので、「南海地震に備える企業のBCP策定のための手引き」を活用した周知、啓発によりBCP策定を加速化するとともに、事業者の背中を押す新たな支援策を様々な方法で周知し、南海地震対策を加速化する
- その他の取組も含め、被害を未然に防ぐ対策の拡充を検討していく

直近の成果(アウトカム)

- (1) BCP策定への支援→従業員50人以上の事業者のBCP策定割合（H23.9月実施アンケート調査）：策定済み40社・12.1%、策定中75社・22.7%
BCP策定推進プロジェクトによる支援実績：策定済み71社・策定中86社（従業員50人未満も含む。H24.12.21現在）
- (2) 県内企業の南海地震対策への支援→南海地震対策融資の実績：3件、38,400千円
民間活力活用津波避難施設整備促進事業費補助金の実績：1件、4,277千円

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- 新想定公表を受けた対応
 - (1) 県内事業者に対し、津波浸水予測についての説明と意見交換を実施
 - ・10団体・100事業所（7月末現在）
 - (2) 国に対する積極的な政策提言の実施
 - ・国に対して、「巨大地震・津波に備える産業基盤づくりへの支援」と「巨大地震・津波に備える防災技術の開発への支援」、「巨大地震・津波に備える事業者への支援」に関する政策提言を実施
 - ・5/15、16 経済産業省、中小企業庁 5/23 国土交通省 5/30 内閣府 8/8 経済産業省（中小企業庁）
- 県内中小企業（事業者）の震災対策の推進
 - (1) BCP策定への支援
 - ・「高知県事業継続計画（BCP）策定推進プロジェクト」による普及・啓発・策定支援の実施
 - ・高知商工会議所、須崎商工会議所、トラック協会、高知県歯科医師会のセミナー等、46回実施
 - ・H24.11月末までの支援実績 BCP策定・策定準備中企業176社
 - ・「南海地震に備える企業のBCP策定のための手引き」による普及、啓発
・現在約9,270部を関係団体等を通じて県内企業に配布
 - (2) 県内企業の南海地震対策への支援制度のPR
 - ・「南海地震対策融資（6/15より「南海地震・節電対策融資」）や「中小企業耐震診断等促進事業費補助金」について、支援制度の後押しが期待できる設計・建築関係団体へのPRなど企業への広報活動を実施
 - ・県内市町村を訪問し、「南海地震・節電対策融資」や「中小企業耐震診断等促進事業費補助金」の説明と個別企業への紹介について依頼（耐震工事に對する補助制度がないと事業者も踏み出しにくいのではないか、という声あり）
 - ・実績3件（南海地震対策融資）
 - ・相談45件（融資32件、補助金13件）（H24.12.14時点）
 - ・5/29 県・高知市連携会議において、BCP策定支援への協力や県内企業の意向調査の共同実施等について確認、意向調査を実施
 - （73事業所：新想定を受け高台等への移転検討9社、耐震化未実施23%、BCP未策定32%、高台への工業団地の整備・高台移転に対する支援・建築物への避難設備の設置に対する助成等を望む意見あり）
 - ・民間活力を活用した地域防災に貢献する施設整備に対する支援制度を9月補正で予算計上
 - ・実績1件、4,277千円
 - ・相談9件（上記1件を含む、H24.12.14時点）
- 震災に強い産業基盤づくりに向けた工業団地の開発
- 防災関連の製品や技術の開発（防災関連産業の振興）

課題

- 新想定公表を受けた対応
 - ・事業者の意向を踏まえた上での更なる支援策の検討が必要
 - ・県内企業の南海地震対策への支援制度の周知徹底、支援制度活用企業の掘り起こし
- 県内中小企業（事業者）の震災対策の推進
 - ・様々な機会を活用したBCPの普及・啓発が必要
 - ・意思決定の権限を有する経営者層への普及・啓発が必要

H25年度の主な取り組み（予定）

- 県内中小企業（事業者）の震災対策の推進
 - (1) BCP策定への支援
 - ・団体との連携による集合研修を実施
 - ・これまでのBCP策定推進プロジェクトによる個別支援に加えて、業界団体や事業協同組合などの一定まとまった単位で加盟企業向け集合研修や策定後の具体的な訓練を実施
→商工業分野のBCP策定を加速化
 - ・BCP策定テキストの改訂
 - ・内閣府や県の新想定、東北のその後の状況などを踏まえ、テキストを最新の情報に改訂
 - (2) 県内企業の南海地震対策への支援
 - ・事業者の南海地震対策に対する融資
 - ・金融機関への制度説明、商工会等関係団体の広報誌での制度紹介
 - ・震災対策に関連する団体等へのPRチラシの配布
 - ・中小企業（製造業）の耐震診断・耐震設計への助成
 - ・事業所への意向調査（H24.10/16~19実施）の結果から、耐震診断等実施予定事業者への訪問による制度説明、補助金活用呼びかけ
 - ・工業会・製紙工業会会員事業所、商工会議所・商工会会員事業所へのPRチラシの配布
 - ・事業者の津波避難施設整備への助成
 - ・沿岸部市町村への制度説明、広報誌での制度紹介や（社）高知県建築設計監理協会、（社）高知県建築士事務所協会への制度説明
 - ・補助金相談事業者、意向調査での津波避難施設整備予定事業者への訪問による制度説明、補助金活用呼びかけ
 - ・地域で「ここを津波避難施設に活用させていただきたい」という事業所を市町村に抽出してもらい、市町村とともに訪問し、協力を依頼
- 震災に強い産業基盤づくりに向けた工業団地の開発
 - ・「企業立地の推進」参照
- 防災関連の製品や技術の開発（防災関連産業の振興）
 - ・「防災関連産業の振興」参照

目指すべき姿（平成27年度末）

- 県内で製造業を営む企業者の特定建築物に該当する工場・事業所等の耐震化率：90%
【「高知県耐震改修促進計画」のH27末の目標値】
- 事業継続計画（BCP）作成済企業（従業員50人以上）の割合：50%
【「高知県南海地震対策行動計画」のH26末の目標値】

分野：商工業分野

テーマ：建設業の新分野進出

【概要・目的】これまで、地域を支えてきた建設業者は近年の公共事業費の急激な減少で厳しい経営環境が続き、就業者数も減少している。一方で、本県を支える重要な産業である農林業や介護・福祉などを担う人材が不足している。このため建設業の持つ能力を生かして、農林業や介護・福祉など、これから本県の成長を支える新たな分野へ進出しようとする建設業者を総合的に支援する。

第1期計画(H21~H23)3年間の取り組みの総括と課題

- 1 建設業新分野進出支援の体制整備
 - ・建設業新分野進出アドバイザー(1名)の配置(H22.5~)
 - ・地域産業振興監オフィスを地域の相談窓口として位置付け
 - ・地域での新分野進出支援組織を立ち上げ
 - ・国とアドバイザー契約を締結し、建設業に精通した専門家を派遣体制を構築
- 2 情報の提供
 - ・新分野進出説明会・セミナーを実施(県内7地域(H23は4会場)、四国銀行と共同開催)
H23実績：81社・91人参加(個別相談11社)
 - ・新分野進出実態調査の実施(H23、3実施)

進出済み	160社
進出を具体的に検討中	60社
意思はあるがどうしたらいいかわからない	189社
 - ・新分野進出事例集の作成(H22、3作成)
- 3 成功事例の拡大(進出の加速化)
 - ・新分野進出リスク軽減のため建設業新分野進出支援事業を実施
H23実績 8件応募 → 7件採択(補助総額 約2,570千円)
- 4 その他
 - ・都道府県連絡会での他県の支援策の情報収集を実施

総括

建設業経営革新支援事業への応募の増加や実態調査の回収率の向上等に見られるように、アドバイザーの個別訪問・支援等により、新分野進出への関心は高まってきている。

課題

- ◇新分野進出の具体化を更に進めるためのニーズに応じた実践的な進出検討の取組が必要
- ・新分野進出に興味を持つ企業が、さらに踏み込んだ検討をしやすくするため、分野別の成功事例など提供する情報のレベルアップや、具体的に勉強していく場等が必要となっている。
- ◇建設業経営革新支援事業等を実施している企業のフォローアップが重要

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- 1 個別企業訪問の実施
 - ・実態調査で3年以内に進出希望とした企業(60社)を中心に81社(216回)を訪問し、支援を実施
 - ・建設業経営革新支援事業等採択企業26社のフォローアップを実施
- 2 国とアドバイザー契約を締結
 - ・昨年度に引き続き、国土交通省と「建設業のための経営戦略アドバイザー事業に関するパートナー協定書」を締結
- 3 新分野進出説明会・セミナーを実施(県内7地域(2会場)、四国銀行と共同開催)
 - ・高知 6月7日 参加者：31社・37人
 - ・幡多 6月8日 参加者：16社・21人
 - 計 47社・58人
 - (農業への参入や新事業の構想、有料老人ホームについてなど、個別相談6社(農3件、サービス業2件、介護福祉1件))
- 4 先進事例の見学会・勉強会を実施
 - ・建設業からホテル・温泉施設経営や介護福祉分野に進出している企業の現地見学、専門家を交えた勉強会を開催
 - ・9月12日 ホテル・温泉施設 参加者：11社団体・21人
 - ・11月6日 介護福祉施設 参加者：14社21人
- 5 建設業経営革新支援事業による支援
 - ・新分野進出枠(実現可能性調査への支援)、一般枠(ソフト事業への支援)を合わせて12件の事業を採択
 - 新分野進出枠 3件(農1件、建築用資材販売1件、薪割り機開発1件)
 - 一般枠 9件(水産業1件、畜産物の生産・加工1件、観光2件、介護1件、園芸資材販売1件、その他3件)
- 6 担当部局間での情報共有
 - ・各部での取組やこれまでの成果、取組の方向性を情報共有するため、5月31日に担当者会を実施

課題

- ・個別企業訪問等による継続的な情報提供や助言を通じた取組の促進(建設業経営革新支援事業の一層の活用)
- ・建設業経営革新支援事業を実施している企業の課題に応じたフォローアップが必要
- ・新分野進出をしない企業について、その理由の把握

H25年度の主な取り組み(予定)

- 1 企業訪問、説明会等を通じた情報提供
 - ① 建設業者の現状把握や経営課題等を抽出し、よりの確な支援へと反映させるため実態調査を実施
 - ・新分野進出アドバイザー、地域の相談窓口を継続し、3年以内に進出希望とした企業等を中心に個別企業訪問等を実施
 - ・支援制度説明会・セミナーを継続(年2回)
 - ② 先進事例の現地見学、専門家を交えた勉強会を拡充(2回→3回)
 - ・セミナーや個別企業訪問等を通じた進出事例集などの情報提供
- 2 支援事業の実施
 - ・新分野進出アドバイザーの個別企業訪問等による産業振興センターの建設業経営革新支援事業への応募案件の掘り起こし、事業を活用した取組の実現
- 3 取組企業へのフォローアップ
 - ③ 産業振興センターに進出分野に応じた専門家派遣ネットワークを構築することにより支援体制を強化
 - ・建設業経営革新支援事業の実施プロセスで各種支援を行うとともに、個別企業訪問により、各企業の状況に応じて、他部局との連携の下で専門家の派遣、支援制度の紹介などを実施

直近の成果(アウトカム)

- ・新分野進出企業数：160社(H23.3月実態調査結果、県入札参加資格企業を対象)
- ・新分野進出セミナーへの参加がきっかけとなり、建設業経営革新支援事業採択に結び付いた件数 12件(H21以降)
- ・新分野進出アドバイザーが支援を行い、建設業経営革新支援事業採択に結び付いた件数 17件(H22以降)

目指すべき姿(平成27年度末)

- ・支援体制の充実と進出を促進する環境づくりによる新分野進出事例が拡大している
- ・建設業の新分野進出数
H27：230社(累計)

4. 企業集積の拡大
 テーマ: 中山間地域シェアオフィス等推進事業の実施

今後の新たな施策

目的

◎人口減少や高齢化が進むなかで、中山間地域の経済活動が停滞
 ・中山間地域の豊かな環境や遊休施設等を活用して、市町村によるシェアオフィス整備や入居する企業・新規創業者等への支援を実施することで、雇用の場の確保やUターン・交流人口の拡大を図り、中山間地域の活性化と新規創業等の促進を図る。

今後の施策

◇市町村が策定する事業計画に基づいて設置するシェアオフィス等の整備費用を支援する(産業振興推進部)。
 ◇県や市町村を始めとする関係者が連携し、各種イベントやビジネスコンペなどを通じて広くPR、公募する。
 ◇入居する企業や新規創業者が事務所の開設や運営に必要な初期経費を支援する。
 ◇専門家派遣やセミナー開催、事業連携先の紹介などを通じて、入居事業者等の創業や事業の継続・拡大をめざした支援を行う。

【成功に向けたポイント】

○市町村及び地域の方々の熱意(新たな入居者・移住者の受け入れや日常生活のサポート)
 ○関係者の連携により、あらゆるイベント等の機会やネットワークを生かした様々な形での情報発信・PR
 ○事業の成功が期待される創業者等のビジネスプランの目利き
 ○事業の成功に向けた専門分野のアドバイスや他の事業者の紹介・マッチングなどの事業者支援
 ○住民の方々や地域の商工会、支援機関、市町村・県などが連携した生活支援・創業支援

(1) 創業者等への直接的な支援

■入居事業者等への補助金 **NEW 予算要求中**

◇補助対象者: 新たに入居する企業・新規創業者(家賃は設置者の市町村)

創業者等補助金(案)	
A) 新規創業	①シェアオフィス家賃、②通信費、③設備賃借料、④創業時運営経費、⑤新規雇用経費、⑥能力開発費
B) SOHO事業者	
C) サテライト(定着型)	
D) サテライト(短期滞在型)	①シェアオフィス家賃、②通信費
補助率	50%~100%
補助期間	1~3年

(2) 創業者等への間接的な支援

①創業者等支援	・開設準備相談、ハンズオン支援(専門家派遣)、金融機関等の紹介 ・事業連携先の紹介・マッチングなど
②e-コマース専門家派遣	・e-コマースに取り組む創業・SOHO事業者への専門家派遣
③創業セミナー	・創業に意欲を持つ事業者の育成や相談対応 ・シェアオフィスに応募する事業者等の掘り起こし
④情報関係セミナー	・県内の情報関連企業や創業者向けのiPhone、Androidセミナーを開催

○緊急雇用創出支援事業を活用した取組(別に予算要求中)

◇中小企業支援機関

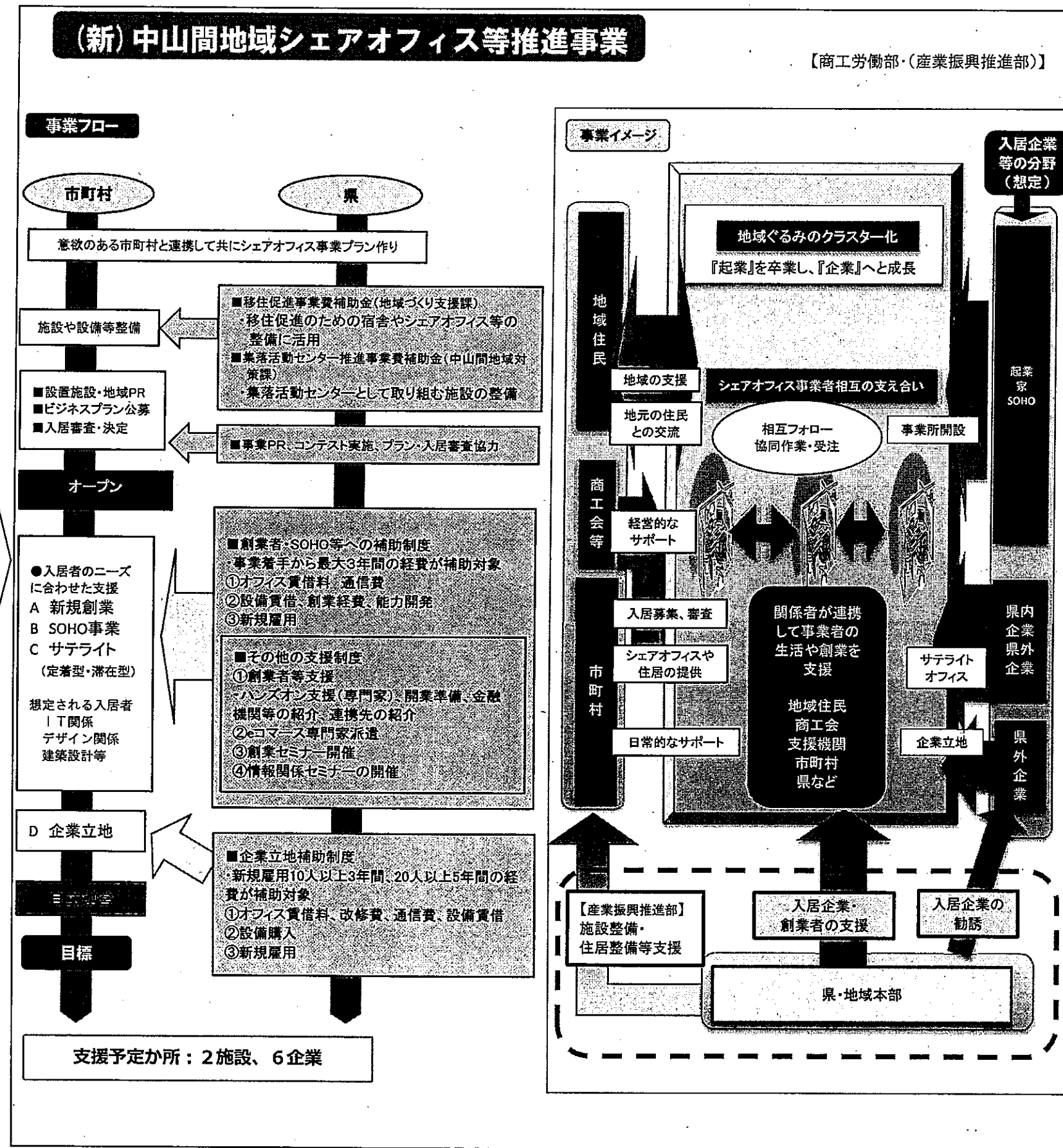
- ・金融機関OB等、創業支援経験者の雇用を予定
- ・県全体の入居等相談窓口、個別の相談への対応
- ・創業相談会やセミナーの開催。これらを通じたシェアハウスのPRと応募事業者等の掘り起こし

H25年度の目標

○2地域(2市町村)に、各3企業(合計6企業)が入居し、創業されている

3年後の姿と目標

○サテライトオフィスを設置した市町村の知名度が向上しつつあり、IT事業者等の集積が始まりつつある



【概要・目的】 県内の特色ある製品の外商について、積極的にPRし、県内ものづくり企業の販路開拓を支援する。

平成24年度の取り組み・進捗状況

1 営業サポート(個別)

10月から取り組みを加速化するため、企業ごとの営業戦略検討チーム(以下、「検討チーム」)を再編成し、毎週企業ごとに具体的な協議を行った。(12回)

Table with 4 columns: 区分, 5月~9月, 10月~12月, 合計. Rows: 同行訪問, 協議中, 合計.

○同行訪問及び具体的な支援内容(10月~12月)

Table with 3 columns: 区分, 合計, 内訳. Rows: 同行訪問, 製品の紹介, 販売についての協議, 技術支援, その他, 合計.

2 見本市の出展支援

- (1) 開催情報の提供 文書案内:計5回(延べ439社)、企業への個別案内(37社)
(2) 産振センターブースによる支援 3回(84社の製品をPR)
(3) 県ブースに出展する企業へのサポート 8回(59社の出展)
(4) 出展者への事前、事後サポート 集合研修2回、個別サポート 62件
(5) ものづくり総合技術展での製品商談会開催 参加企業:発注4社、県内13社

3 広報活動・情報発信

- 機関誌やホームページ等を活用して事業PRを行い、企業訪問時に周知に努めた。
(1) 各種機関誌への掲載 4団体(延べ6回)
(2) 各種会合での事業説明 8回
(3) ラジオ番組で外商支援の内容紹介 2番組(10/30)

4 外商支援製品カタログの作成

- 掲載企業58社 108製品(10月作成) 2,000部
同カタログを産振センターホームページに掲載

5 支援機関との連携

- (1) 金融機関の県内外支店による「高知県外商支援製品カタログ」等の配布
(2) 他県の中小企業団体中央会等との連携や県外企業の紹介 8社
(3) 10団体で構成される「機械系ものづくり企業外商支援会議」の開催 6回

平成24年度今後の取り組み

1 営業サポート(個別)

- (1) 検討チーム会を毎週開催し、企業毎に具体的な支援について協議
(2) 戦略的な営業のための専門家の活用
(3) 販売計画策定への助言やホームページの指導など総合的な支援。農業関係の機械など複数の製品をまとめてPRする合同説明会等の実施

2 見本市の出展支援

- (1) 効果的なフォローアップ等を協議・検討する「見本市活用検討会」の開催(第1回12/27 毎月)
(2) シーフードショー大阪(2月)、震災対策技術展(2月)の出展サポート
(3) 平成25年度開催情報の提供

3 広報活動・情報発信

- (1) テレビ特別番組で外商支援の取り組みの紹介(2/23・24放送)
(2) 各種会合でこれまでの取り組みと次年度の事業説明
(3) 関係機関の機関誌へこれまでの取り組みと次年度事業の掲載

4 外商支援製品カタログによる製品PR

- (1) 掲載企業が販路開拓に自主的に活用
(2) 東京、大阪駐在職員を中心とした製品のPR
※製品カタログへ県の防災製品認定の表示の追加

5 支援機関との連携

- (1) 金融機関による事業PRと対象企業の掘り起こし
・県外支店を主とした製品カタログの活用・県外企業の紹介。
(2) 支援機関の県外ネットワークを活用した販路開拓支援
(3) 機械系ものづくり企業外商支援会議 次回(第7回)1/16開催

6 県内製造業の自社開発製品を増やす取り組み

- 一次産業や食品加工の生産性を上げるための機械化の推進(農業等の生産者と製造業が直に協議する場づくりなど)

課題

<県内企業の売上高を増大させるため、外商支援を質的・量的に増大させる>

1 営業サポート(個別)

- (1) 県内企業の更なる理解
(2) 意欲のある企業の掘り起こし

2 見本市の出展支援

- (1) 出展が大都市圏に集中(東京、横浜、名古屋、大阪)
(2) 出展企業数の更なる増加
(3) フォローアップの徹底

3 広報活動・情報発信

- (1) 県内企業への取り組みの周知と更なる情報提供
(2) 県外企業へ取り組みのPR

4 県内外の関係機関との更なる連携

- 県内の関係機関に加え、他県の中央会や県外支援機関との連携を強化

H25年度の主な取り組み

1 営業サポート(個別)

- (1) 検討チーム会を毎週開催し、企業毎に具体的な支援について協議
(2) 戦略的な営業のための専門家の活用
(3) 販売計画策定への助言やホームページの指導など総合的な支援。農業関係の機械など複数の製品をまとめてPRする合同説明会等の実施

(4) 企業訪問の増加

Table with 3 columns: 区分, H24年度, H25年度. Rows: 定期的な企業訪問, 同行訪問のための訪問, 見本市のための訪問, 合計.

2 見本市の出展支援

- (1) 効果的なフォローアップ等を協議・検討する「見本市活用検討会」の開催(毎月)

Table with 3 columns: 区分, H24年度, H25年度. Rows: 事前サポート, 事後サポート, 合計.

(2) 見本市等の増加(地方で開催される見本市等への出展の増)(単位:回)

Table with 5 columns: 区分, H24年度, H25年度(大都市圏), H25年度(地方). Rows: 高知県, 産振センター, 合計.

(3) 製品商談会の開催

- 「ものづくり総合技術展」等での製品商談会

3 広報活動・情報発信

- (1) 専門紙・業界誌へ高知県の外商支援の取組紹介・県内製品情報掲載6紙
(2) 県と連携してテレビ・ラジオ等での広報を強化
(3) 各種機関誌や会合での事業PRの拡充
(4) 外商支援製品カタログの更新 70社150製品に拡大

4 新たな支援企業の発掘

- (1) 機械系企業のほか、防災、新エネなど関連企業の掘り起こし
(2) ものづくり地産地消センターのマッチング企業からの掘り起こし
(3) 県内製造業の自社開発製品を増やす取り組み

5 関係機関と連携した支援の促進

- (1) 中小企業基盤整備機構の企業紹介等
(2) 他県の支援機関や県内金融機関の県内外支店による企業紹介や製品PR
(3) 外商支援会議の開催
・チーム会、見本市活用検討会と連動 12回

直近の成果(アウトカム)

Table with 4 columns: 区分, 企業数, 件数, 金額. Rows: 成約, 成約見込み, 商談中, 合計.

※工場新設と新たな雇用6名を予定(1社)

目指すべき姿(平成27年度末)

積極的な営業活動を行って外貨を稼ぐ企業が増加し、新たな雇用の創造など地域への波及効果が出ている。これに触発されて、他の企業も自社製品の開発に挑戦し始める

・H24~27:外商支援 30億円
見本市 20億円(防災関連・ものづくりの地産地消含む)

【概要・目的】全国からの誘客の目玉となる観光拠点を中心とした県内の地域周遊が進み、観光消費が拡大することを目指して、地域の特色ある観光商品の造成や販売を通じた担い手の育成をはじめ、全国に発信できる核となる観光拠点の整備や観光資源の発掘・磨き上げ、広域の周遊プランを推進する地域コーディネート機能の強化に取り組む。

第1期計画(H21~H23)3年間の取り組みの総括と課題

総括

- 室戸ジオパークや海洋堂ホビー館のような地域の核となり得る新たな観光拠点が生まれ、多くの人を訪れるようになった
- お城まつりや五台山花絵巻のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した
- 「土佐の豊穰祭」やサイクリングイベント「コグウェイ四国」など高知の強みを生かした新たな誘客イベントができた
- 観光アドバイザーによる支援を通じて、体験プログラムが充実し、ガイド料が得られるなど、お金が落ちる仕組みができつつある
- 地域コーディネート組織による広域的な情報発信や誘致活動が成果を挙げる事例が生まれてきた
- 観光ガイド団体の増加や有料ガイド化が進んだほか、観光ガイド連絡協議会の設立などガイドの連携意識が高まってきた
- 体験型観光の磨き上げが進むとともに、観光ガイドや体験インストラクターのコミュニケーション能力の向上などが図られた

課題

- ◆観光客が県内各地域を周遊するためには、その地域への誘客の目玉となる観光拠点を整備することが必要
- ◆リピーターにつながるような満足度の高い観光商品づくり
- ◆外からの視点などを取り入れた新たな観光資源の創出による観光客の受け皿の拡大
- ◆地域で観光商品を拡大するための仕組み
- ◆周遊観光を推進していくための観光事業者や関係団体との連携強化
- ◆地域コーディネート組織のセールス機能等の強化
- ◆観光産業を地域で伸ばしていく人材の不足
- ◆観光客の満足度をより高めるための、質の高い観光ガイドの育成が必要

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- ◆観光人材育成塾「とさ旅セミナー」の開催
地域自らが特色ある観光商品の造成と販売を継続していくため、周遊プランづくりやセールス活動の実践を通じて地域観光の担い手を育成(セミナー実施状況)※地域観光プロデューサーと連携して実施
対象地域：県内7ブロック(高知市ブロックは10月より実施)
対象者：各ブロック30~50名
広域観光協議会、観光協会、市町村担当者、地域支援企画員、観光関係者(観光施設、宿泊施設、体験事業者、道の駅、直販所、ガイドなど)
実施内容：
準備会(5月)
第1回ワークショップ(6~7月)：観光資源の棚卸
第2回ワークショップ(7~8月)：周遊プラン骨子
GAP調査(8月)：観光資源や周遊プラン骨子のマーケット調査(1,000人)
第3回ワークショップ(9月)：周遊プランの商品化
セールス実行委員会結成(10月~)：プランの磨き上げと旅行会社へのセールス活動

- ◆エリアキャンペーンに向けた観光商品づくり
観光資源の整備や各地域の観光拠点を中心とした周遊プランを作成し、全国からの誘客につながる観光地づくりを推進
・核となる観光拠点の整備と観光資源の磨き上げ
・観光アドバイザー研修による体験プログラム等の磨き上げ
- ◆地域コーディネート組織の機能強化
広域ブロック単位でのワンストップサービスや周遊プランの造成など、機能強化のための支援
・体制づくりへのアドバイス、協議、ネットワークづくり
・観光人材育成塾を活用した組織の強化

課題

- ◆観光人材育成塾で生み出された周遊プランのさらなる磨き上げと平成25年度エリアキャンペーンでの活用
- ◆エリアキャンペーン展開に向けた早期の観光商品づくり
- ◆地域コーディネート組織の状況に応じた推進体制や機能の強化

H25年度(予定)の主な取り組み

- ①核となる観光拠点の整備
東部：室戸ジオパーク拠点施設の整備
中部・西部：新たな観光拠点の検討
- ②エリアキャンペーン等に向けた観光商品づくり
とさ旅セミナーで作成したプランやH24エリアキャンペーンを基に、多くの観光客が訪れる観光地づくりを推進
・核となる観光拠点の整備と観光資源の磨き上げ
・地域観光プロデューサーのアドバイスによる観光資源の商品化
- ③観光人材育成塾「とさ旅セミナー ステップアップ研修」の開催
地域の事業者等と連携し、観光商品づくりやセールスなどの取り組みを行う地域観光の核となるリーダーの育成
・対象者：各ブロック5名程度。月1回程度開催。
今後、地域で観光に取り組むリーダーの方々(広域協議会、観光協会、観光事業者等(H24とさ旅セミナー参加者等))
・実施内容：以下のA~Eのプログラムを実施(内容については協議中)
A 旅行者視点強化プログラム(5~6月)3回
B 商品開発プログラム(6~8月)3回+マーケティング調査
C テストマーケティング(8月~)
作成したプランのプロモーション、モニターツアー、パンフレット作成、旅行会社へのセールス等
D 観光専門スキルアッププログラム(9~12月)4回+先進地調査
E ふりかえり(3月)1回
- ④地域コーディネート組織(広域観光協議会等)の機能強化
各地域コーディネート組織の状況に応じた機能強化や体制整備への支援
・観光アドバイザーの支援による組織の機能強化
・「とさ旅セミナー」による地域観光の核となるリーダーの育成
・コンベンション協会との連携によるプロモーションやセールス活動等の支援
- ⑤地域博覧会の開催を通じた組織・機能の強化
広域組織が中心となって進める博覧会の開催に要する経費の支援及び市町村や関係団体、事業者等との連携調整

直近の成果(アウトカム)

- ①観光拠点整備事業において、「海洋堂ホビー館」に隣接する旧打井川小学校校舎の改修により、H25以降、企画展示及び多目的スペースを活用した体験プログラム等団体客の受入が可能となった。
- ②観光人材育成塾「とさ旅セミナー」において、幡多地域のメンバーが首都圏の旅行会社7社にプランを売り込んだ結果、3社において、年明けから旅行商品として販売予定。(商品化予定の3社：①近畿日本ツーリスト(株)メイト(募集型企画旅行・個人型フリープラン・Web)、②ビッグホリデー(株)(募集型企画旅行・個人型フリープラン・Web)、③(株)ホワイト・ベアーファミリー(募集型企画旅行・団体型メディア系)
(高知市以外は、1月10日、11日のセールスキャラバン(岡山、高松、松山、徳島)等でセールス)
- ③エリアキャンペーンを通じて、各地で新たな観光商品が生まれ、旅行商品化に結びつく。
(例：仁淀川地域の旅行商品化：読売旅行5プラン、阪急交通社3プラン、フジトラベル5プラン等、室戸ジオパークを巡るスペシャルジオツアーの旅行商品化5件等)

目指すべき姿(平成27年度末)

- ◆地域の誘客の目玉となる観光拠点が整備されることで、そこを目指して全国から多くの観光客が訪れるとともに、広域エリアで観光拠点を中心とした地域周遊が進み、県下各地で観光消費が拡大している
- ◆核となる観光拠点の整備 県内7か所
- ◆地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出されている
- ◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる
- ◆県内の地域周遊が進み、道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している
- ◆県内各広域エリアで作られた周遊プランが旅行商品化される
- ◆観光産業を担う人材が育成される(人材育成塾の参加者200名/年)
- ◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとガイドメニューの充実が図られる

【概要・目的】

これまでの博覧会の開催を通じて培った広報・セールス活動のノウハウを生かしながら、旅行マーケットの動向を踏まえつつ、ターゲットにあわせた効果的な広報やセールス活動を展開していく。

第1期計画(H21~H23)3年間の
取り組みの総括と課題

総括

○旅行エージェントへのセールスなどを通じて、PRのノウハウが蓄積した

課題

- ◆多様化する旅行形態や観光ニーズを踏まえた情報発信が不十分
- ◆プロモーションを行うターゲット(エリア、年代、性別等)が必ずしも明確化されていない
- ◆「龍馬伝」のような大きな追い風は当面は期待できない

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- ◆「リョーマの休日」の推進
 - 「志国高知 龍馬ふるさと博」終了後の県観光を効果的にPRするため、4月から「わざわざ行く！志国高知へ」をキャッチフレーズに、観光キャンペーン「リョーマの休日」を実施
 - *龍馬パスポート申請者数 22,701人(うち県外利用者約70%) (12月末現在)
- ◆エリアキャンペーンの実施
 - 県内各地域への誘客を図るため、季節ごとの地域の魅力を盛り込んだエリアキャンペーンを企画、実施
 - ※ エリアキャンペーンの実施状況
 - ・仁淀川キャンペーン(6/1~9/30)
 - ・高橋・四万十エリアキャンペーン(7/1~9/30)
 - ・室戸ジオパーク・高知東海岸エリアキャンペーン(9/1~11/30)
 - ・物部川エリアキャンペーン(10/1~12/31)
 - ・四万十・あしずりエリアキャンペーン(12/1~3/31)
- ◆官民一体となった旅行会社向けセールスキャラバンの実施
 - 【24年度下半期向け】
 - ・東京、名古屋(5/14~15)
 - ・福岡、広島(6/5~6)
 - ・徳島、岡山、高松、松山(7/5~6)
 - *135社 294名参加
 - 【25年度上半期向け】
 - ・東京、名古屋(10/4~5)
 - ・四国ツーリズム創造機構首都圏プロモーション(10/17)
 - ・JR西日本観光素材説明会出席(10/29)
 - ・四国ツーリズム創造機構中京地区プロモーション(11/2)
 - ・福岡、広島、岡山(11/6~7)
 - ・四国ツーリズム創造機構福岡地区プロモーション(12/12)
 - ・徳島・岡山・高松・松山(1/10、11)
 - *128社 477名参加
- ◆キャンペーンガイドブックの発行など、一般個人向け広報の実施
 - ・夏号(7/5)、秋号(8/22)、冬・春号(11/20)
 - ・ANA「翼の王国」(8月号) など各種媒体による観光PR
- ◆首都圏等のマスメディアでの情報発信
 - 県外事務所や地産外商公社との連携によるマスメディアへのパブリシティ活動の強化
 - ・メディアに取り上げてもらうための企画、プランニング
 - ・企画、プランニングに基づく各種メディアへの情報発信
 - ・メディア各社とのネットワーク構築のための情報交換会等
 - (計11回(予定): 5/9, 6/8, 7/24, 8/22, 9/26, 10/31, 11/22, 12/21, 1/28, 2/7(予定), 3月(予定))

課題

- ◆各地域や関係団体との更なる連携強化によるプロモーションの実施
- ◆キャンペーンの県内、県外に向けた効果的な広報の実施
- ◆旅行商品化を視野に入れた次年度エリアキャンペーンの企画、検討

H25年度の主な取り組み(予定)

- ◆「リョーマの休日」キャンペーンの推進
 - ・24年度に引き続き「リョーマの休日」キャンペーンを実施し、季節ごとに地域の観光素材を売り出して行くエリアキャンペーンにより、県内各地域への誘客を図る。
 - ※ 25年度のエリアキャンペーンの予定
 - 4~9月 嶺北エリア、仁淀川エリア、高知市エリア
 - 7~12月 高橋エリア、四万十・足摺エリア
 - 10~3月 物部川エリア、室戸ジオ・高知東海岸エリア
 - ・「龍馬パスポート」の動向分析を行うことにより、ターゲットを明確にした旅行会社やマスメディアへの旅の提案、さらなるリピーター対策や周遊促進策に結びつける。
- ◆ターゲットを明確にしたプロモーション活動の強化
 - ・24年度策定した「観光プロモーション戦略」に基づき、よりターゲットを意識した効果的な広報・セールス活動を展開する。
 - ・官民協働による旅行会社向けのセールスキャラバンを継続して実施する。
 - ※ 25年度のセールスキャラバンの予定
 - 東京・名古屋(5月、10月)
 - 大阪・京都(6月、11月)
 - 福岡・広島(6月、11月)
 - 岡山・四国(7月、12月)
 - ・㊸ 誘客の拡大が見込める首都圏等でのマスメディア向けパブリシティ活動を強化する。
 - ・㊹ 近隣県に向けてイベントやキャンペーン情報など、きめ細かな広報活動を継続的に実施する。
 - ・㊺ 映画「県庁おもてなし課」の公開に合わせた県外プロモーション活動を集中的に行う。
- ◆㊻平成26年度以降の観光プロモーション戦略の検討
 - ・キャンペーン終了後の誘客戦略について「こうち旅広場」のあり方とともに検討を行う。
 - ~4月 コンセプトの検討
 - 5月~6月 具体的な事業計画案、展開案の検討
 - 7月 事業計画案の取りまとめ
 - 8月 平成26年度上期プロモーション戦略の検討
 - 10月~ 平成26年度の観光プロモーションの実施

直近の成果(アウトカム)

- ◆「リョーマの休日」の推進
 - ・「龍馬パスポート」の取得を目玉とする新たな旅行商品化の実現
 - ・室戸ジオパークや仁淀川など新たな観光素材の旅行商品化が実現し、県内各地域への誘客が進んだ
- ◆首都圏等のマスメディアでの情報発信
 - メディア露出24件(TV10件、雑誌5件、新聞2件、ラジオ1件、WEB6件)(12月末現在)
 - ⇒ 広告換算で 約4億4,700万円(ラジオ・WEBを除く)

目指すべき姿(平成27年度末)

- ◆ターゲットを明確にした観光プロモーションが継続され高知県の認知度が向上する

分野：観光分野

テーマ：おもてなしの向上

【概要・目的】

県民挙げてのおもてなし気運の醸成をはかるとともに、きめ細やかな観光情報の提供や交通の利便性の向上など、観光客の快適性を高めるため、ハード・ソフトの基盤整備に取り組む。

第1期計画(H21~H23) 3年間の
取り組みの総括と課題

総括

○宿泊業やタクシー運転手へのマナー研修の実施、おもてなし県民会議を開催するなど、幅広くおもてなしの気運の醸成につとめた結果、官民一体となった観光客に対するおもてなしの意識の向上が図られた。

また、市町村が行う観光案内板・誘導標識の整備等への助成のほか、景観整備や公共トイレの整備を実施。ゴールデンウィークや夏休み等における渋滞対策およびサービスエリア等での臨時観光案内所の開設を行い、観光客の満足度を高め、移動時間短縮による経済波及効果をもたらした。

課題

- ◆旅先で快適に感じていただけるような環境の整備や、おもてなしの心のさらなる醸成
- ◆観光客の多様なニーズに対応するためには、観光案内所やインターネット等による情報提供が求められている
- ◆来県者の周遊性や利便性をより高めていくためには、観光案内板や二次交通等の整備が必要

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- ◆観光ガイドの育成、技術の向上
 - 観光ガイド育成研修の実施
 - ・観光ガイドセミナー（ガイド研修（体験、講演）、情報交流会 11/27：108名参加）
 - ・地域別研修会（ガイド研修、南海地震対策、情報交流会）
 - 3回：中部（6/25：57名参加）、東部（10/17：29名参加）、西部（2月予定）
 - ・個別勉強会（15回開催）：活用を市町村等へ依頼（6/15）、14回開催（12月末現在）
 - ガイド研修の拡充
 - ・観光人材育成塾（とさ旅セミナー）へのガイド団体の参加：安芸、物部川、高知市、仁淀川、高橋、幡多地域
 - 障害者サポート研修の実施（障害保健福祉課との連携）（9/11）参加者：37名
- ◆おもてなしの気運の醸成
 - ・おもてなし県民会議の開催（第1回：5/30、第2回：10/16）
 - ・おもてなしトイレ認定募集開始（7月末）、認定229件（12月末現在）
 - ・土佐流おもてなしセミナーの開催（9/16）参加者：約300人
 - ・国際観光受入研修（ロールプレイ）の実施（9/4：59名参加、9/11：22名参加）
- ◆きめ細やかな観光情報の提供
 - ・「とさてらす」での観光案内
 - ・臨時観光案内所開設によるパンフレットの配布や観光案内を実施（GW：南国 SA 豊浜 SA、高知城周辺・益休み：南国 SA 吉野川 SA・ガウ・ド・オープン、龍馬マラソン（予定）、プロギア（予定））
- ◆県内の観光地を結ぶ移動手段の確保
 - 観光ガイドタクシーの利用促進に向けた検討
 - ・他県の状況についてアンケート調査を実施（6/8）
 - ・タクシー事業者との意見交換会（6/13）
 - ・観光ガイドタクシー認定制度実行委員会でのPR方法の検討（6/29）
 - PRの内容を協議
 - ・よさこいネットで新たに紹介ページを作成（7/20）
 - ・通称を「おもてなしタクシー」とする（9/1～）
 - ・市町村、観光協会あてに利用促進に向けた周知を依頼（11/2）
 - ・おもてなしタクシーPRチラシ配布（市内版：10/25、市外版：11/20）
 - ・おもてなしタクシー乗り場の新設（12/21～）
 - 接客研修の実施・空港乗入れタクシー乗務員への研修の実施（6/11、12、14：100名参加）
 - タクシー・ハイヤーの接客向上を目指した取り組み
 - ・降車客等からの聞き取り、車内に搭載したハガキ・インターネットによる意見受け付け（11月～H25年3月）
- ◆観光基盤の整備
 - 県外観光客に対し満足度調査（アンケート調査）を実施
 - ・台湾チャーター便搭乗者等への聞き取り調査の実施（4/8、12、16 サンプル数：34、11/23、27 サンプル数：30）
 - ・満足度調査の実施（サンプル数 GW：686、8月～9月：600、10月～12月：室戸ジオ・東海岸・物部川エリア、秋のお城まつり、土佐の豊穰祭で実施）
 - ・置き型アンケート調査の実施（通年 サンプル数：640（4/29～12/7）実施場所：とさてらす）
 - ・各観光施設等へのフィードバック（6月実施：8施設・団体、12月実施：13施設・団体）
 - ・その他情報提供（宿泊施設、協力施設、関係機関等）
 - 市町村が行う観光案内板・誘導標識の整備等への助成（16市町村、30事業）
 - 広域観光案内板等の設置（広域観光案内板2基、道路誘導標識3基）

課題

- ◆ガイド団体の技術の向上
- ◆ガイド団体の新たな立ち上げを支援しすそ野を広げる
- ◆タクシードライバーの質とおもてなしタクシーの認知度の向上

H25年度の主な取り組み（予定）

- ◆観光ガイドの育成、技術の向上
 - ・おもてなしセミナー、観光ガイド研修、個別勉強会の開催支援
- ◆おもてなしの気運の醸成
 - ・おもてなし県民会議の開催
 - ・おもてなしトイレ認定事業
 - ・**⑧**おもてなし研修の開催
（これまでの接遇研修に加え、タクシー業界や観光ガイド等を含む観光関連業の従事者に対し、観光情報等の情報共有や外国人受け入れ等の研修を行う）
- ◆きめ細やかな観光情報の提供
 - ・「とさてらす」での観光案内
 - ・臨時観光案内所開設によるパンフレットの配布や観光案内を実施
 - ・**⑨**県庁内ロケセットでの観光案内
（映画「県庁おもてなし課」のロケセットを県庁内に復元し誘客を行うとともに、観光ガイドを配置し、ロケ地への周遊およびその他の観光案内を行う）
- ◆県内の観光地を結ぶ移動手段の確保
 - ・おもてなしタクシーの認定
 - ・タクシーの接客向上に向けた調査
（降車客等からの聞き取り、車内に搭載したハガキ・インターネット・電話による意見受け付けにより、調査結果をタクシー業界にフィードバックし、タクシードライバーの接客向上につなげる）
 - ・MY遊バスの運行、タクシーの周遊プランの情報提供
- ◆観光基盤の整備
 - ・県外観光客満足度調査の実施
（各イベントやエリアキャンペーン実施にあわせ、県外観光客に対し聞き取りによるアンケート調査を行い、調査結果により業界や対象施設等にフィードバックし観光客の満足度向上につなげる）
 - ・広域観光案内板等の設置
 - ・市町村が行う観光案内板・誘導標識の整備等への支援

目指すべき姿（平成27年度末）

- ◆県民発意によるおもてなしが県内に拡がり各地で活動が見られる
- ◆ホスピタリティを感じる観光客が増加し、リピーターにつながる
- ◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとメニューの充実が図られる
- ◆高知県観光ガイド連絡協議会の事務局体制が確立する
- ◆核となる拠点エリアにおいて、一元的に地域の観光情報を収集発信する観光案内所が整備されている
- ◆おもてなしタクシーの認定ドライバーが増加する

直近の成果（アウトカム）

- ・観光ガイド組織の立ち上げに向け、観光ガイドセミナーへの参加など観光ガイド連絡協議会との連携が生まれた（大月町）
- ・ガイドの意識や質の高さが評判となり、県外から頻りに視察が訪れている（室戸市観光ガイドの会）
- ・“おもてなしトイレ”の認定を行うことで、おもてなしのトイレが拡がるとともに、気運の向上につながった（認定トイレ：229件（12月末現在））
- ・タクシー、ハイヤーの接客向上を目指した取り組みにおいて、タクシー利用者からの聞き取り調査の結果をタクシー業界にフィードバックすることにより、改善を必要とする事務員のみへの指導にとどまらず、事業所全体で改善に取り組む動きが見られ始めた。
- ・広域観光案内板を設置したことで、周遊観光への誘因の一助となった。（にこにこ館（いの町））

【概要・目的】

スポーツツーリズム推進のため、プロスポーツやアマチュア合宿・大会の誘致、地域密着型のイベント開催など通年を通じた取り組みを図る。

第1期計画(H21～H23)3年間の取り組みの総括と課題

総括

○一定の観客動員により、本県への経済波及効果が生まれた

課題

◆合宿誘致やスポーツイベントの開催は単発の取組となっているため、切れ目なく誘客を図るためには年間を通じた体系的な取組を進めていく必要がある

◆県内における施設のキャパシティに限られているため、集中する時期には受入が困難な場合があり、計画的な施設整備が必要である

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- ◆庁内PT(プロジェクトチーム)検討会の開催(4/12、6/20、8/3)
(観光振興部、財政課、政策企画課、南海地震対策課、公園下水道課、スポーツ健康教育課、県観光コンベンション協会)
- 施設整備計画の策定、受入体制の充実
- ◆WG(ワーキンググループ)の立上げ(合宿等の誘致に向けた情報交換・収集)
(野球 8/13・11/25・12/5、サッカー4/11・6/11・10/26、陸上 5/25、ソフトボール 6/13・7/6・12/3、バレーボール 7/6、ラグビー5/11の6競技を延べ12回開催)
- 誘致先の絞込み(合宿誘致に向けた活動)
・7/18、19 関西サッカー連盟所属チーム(関西大学、大阪商業大学、桃山学院大学、甲南大学、関西学院大学)の5大学訪問
・7/26 関西ソフトボール連盟所属のチーム(京都産業大学、同志社大学、大阪大学)訪問
- 韓国小中学校硬式野球チームの合宿誘致に向けた取組(9/7,8 韓国訪問)
H25.1.6～29 合宿予定(室戸市)
・京畿道利川(イチョン)市 瓦洞(モガ)中学(35名)、ソウル市鐘路(チョンノ) 祥明(サンミョン)中学(31名) *宿泊:約1,540泊予定
・ソンドン小学(24名)1/6～2/1 合宿予定(高知市) *宿泊:約600泊予定
- 京都大学硬式野球部合宿誘致(H25.2.20～3.1 土佐清水市予定) *400泊予定
- 高校弓道西日本合宿(H25.1.25～27 高知県立武道館予定) *56泊予定
- 高校女子ソフトボール西日本合宿(H25.1.4～6 春野総合運動公園) *1,152泊予定
- 日本陸上競技連盟ジュニア強化合宿(H25.3.25～29 春野総合運動公園等) *1,640泊予定

◆プロスポーツの誘致

- ・定期的な訪問によるプレシーズンマッチ等の開催やキャンプ誘致
プロ野球団 6球団訪問(延べ33回)
※オリックス秋季キャンプ(11/6～21)、阪神秋季キャンプ(11/1～19)
プロサッカーチーム 3チーム訪問(延べ7回)

◆スポーツイベントの開催

- ・高知県知事杯サーフィン大会 in 平野(9/22,23 参加178名うち県外100名)
- ・コグウェイ四国(9/30～10/10(県内10/6～10/8 参加130名うち海外49名))
- ・中土佐タチエコトアスロン(11/4 参加103名うち県外52名)
- ・四万十・足摺無限大チャレンジライド(H25.3.2～2 開催予定)
- ・高知龍馬マラソン(H25.2.24 開催予定)

◆プロゴルフ大会の継続開催に向けた取組

- ・カシオワールドオープンゴルフトーナメント2012(11/22～25 観客18,026人)
- ・プロギアレディスカップ(H25.3.15～17 開催予定)

◆ラグビートップリーグ公式戦(神戸製鋼 VS NEC 10/27)観客2,324人

- ・集客に向けたチケット販売、広報等の協力

◆全国規模の大会の開催

- ・ミズノグローイングアップリーグの開催(U-18 サッカー大会約300名)(7/24～26)
- ・大会継続に向けた協議(9/19)

課題

- ◆スポーツツーリズム推進に必要な施設整備
- ◆プロ野球プレシーズンマッチの継続開催、キャンプ誘致

H25年度の主な取り組み(予定)

◆庁内PT、WGの開催

- ・◎競技団体、市町村に旅館組合、施設管理者を加え実施
- ・施設整備に関する協議

◆プロスポーツの誘致

- プロ野球キャンプ誘致
 - ・◎春野球場のブルペン整備
 - ・オリックスバファローズ1軍秋季、春季キャンプ
 - ・西武ライオンズ2軍春季キャンプ
 - ・阪神タイガース1軍秋季キャンプ、2軍春季キャンプ
 - ・韓国高陽ワンダース春季キャンプ
- プレシーズンマッチの開催
 - ・国内4球団(+α)による開催
- Jリーグキャンプ誘致
 - ・アルビレックス新潟、東京ヴェルディ、徳島ヴォルティス、鳥取ガイナーレ
- ◎女子プロ野球春季・秋季キャンプ・リーグ戦誘致
 - ・兵庫スイングスマイリーズ、大阪ブレイバーハニーズ、京都アストリームス +1球団
- プロゴルフトーナメント
 - ・カシオワールドゴルフトーナメント
 - ・プロギアレディスカップ

◆アマ合宿・大会誘致

- ・◎社会人及び大学等の合宿誘致増
- ・◎韓国小中学生等の合宿誘致増
- ・◎ラグビートップリーグ合宿誘致
- ・◎ミズノグローイングアップリーグの開催(参加チーム増)

◆スポーツイベントの開催等

- ・◎全日本サーフィン大会 in 生見の開催支援
- ・高知県知事杯サーフィン大会 in 平野の開催支援
- ・四万十・足摺無限大チャレンジライドの開催支援
- ・コグウェイ四国(四国1周ライド)の開催支援

◆◎2019ラグビーワールドカップのベースキャンプ誘致に向けた取組

- ・ワールドカップ組織委員会訪問(情報収集及び会議出席)
- ・ワールドカップ開催地訪問及び誘致プロモーション

直近の成果(アウトカム)

- ◆スポーツツーリズムの推進による成果(H24.4月～12月)⇒約600泊
 - ・高知県知事杯サーフィン大会 in 平野
 - ・ミズノグローイングアップリーグの開催(U-18 サッカー大会)

◆今年度中に誘致が見込まれる合宿 ⇒ 合計5,388泊

- ・韓国小中学校硬式野球チーム合宿
- ・日本陸上競技連盟ジュニア強化合宿
- ・京都大学硬式野球部合宿
- ・高校女子ソフトボール西日本合宿

目指すべき姿(平成27年度末)

- ◆様々なスポーツイベントが開催され、新たな観光客の獲得ができています

分野：観光分野

テーマ：国際観光の推進

【概要・目的】 主要なターゲットである東アジアを中心に、各国の特性と本県の強みをマッチングさせたきめ細かい戦略により、本県への誘致活動を進めるとともに、観光案内版の多言語化や観光事業者への研修を実施するなど受入態勢の充実を図る。

第1期計画(H21~H23)3年間の取り組みの総括と課題

総括

- 韓国、台湾チャーター便が就航するなど、外国人観光客の誘致につながった。
- 多言語化を条件とした市町村が行う観光案内板・誘導標識の整備等への助成により外国人観光客の受入態勢が徐々に向上。

課題

- ◆海外からの直行便がない
- ◆海外からみると、高知だけでなく四国としての認知度も依然低い状況
- ◆外国人の受入態勢の向上

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

◆国別戦略に基づく誘致活動

<台湾>

- ・台湾復興航空チャーター便就航(4/4~16、3便483名)
- ・台湾の旅行観光サイトを活用した観光プロモーション活動開始(6/25~)
- ・高松空港を活用した中華航空下見ツアーの実施(8/22~26)
- ・台北国際旅行博、台北微風広場でのよさこいPR(10/26~29)
- ・台湾復興航空のチャーター便就航(11/15~12/1、4往復)
- ・中華航空(高松空港利用)ファミツアー及び商談会(12/20~21)
- ・ランタンフェスティバルへのよさこいチーム派遣してのPR(2/24予定)
- ・台北旅行会社との商談会(2/25予定)

<韓国>

- ・済州島ジオパーク関係者と面談(5/12世界ジオパーク島原大会)
- ・ソウル大学関係者視察ツアー(7/13~15)
- ・韓国航空会社の県内視察(10/21~23)
- ・教育旅行誘致事業(10/27~30)
- ・田内千鶴子記念事業へのよさこいチーム派遣(10/29~11/1)
- ・韓国の旅行観光サイトを活用した観光プロモーション活動開始(11/1~)
- ・順天湾国際庭園博出展準備(1月~)

<香港>

- ・香港ジオパーク関係者との面談(5/12世界ジオパーク島原大会)
- ・雑誌記者の招聘(8/9~12)
- ・旅行会社訪問してのチャーター便協議(9/14)

<中国>

- ・県観光振興部と安徽省旅遊局との観光交流覚書署名(4/19)
- ・天柱山ジオパーク関係者との面談(5/12、7/28)
- ・安徽省での旅行会社、メディア等へのプロモーション実施(7/27)
- ・安徽省旅行会社等のよさこい視察(8/9~12)

<シンガポール>

- ・レンタカー利用のドライブツアーの実施(4/4~6、11/16~18、3月予定)
- ・ラップルズ高校教育旅行視察(9/16)
- ・シンガポールメディアの土佐清水市取材(11/7~9)
- ・四国ドライブツアー

<共通>

- ・台湾、韓国等の旅行会社へのセールス活動、教育旅行の誘致活動
- ・台湾、韓国、中国等の旅行エージェント、メディア等招聘(四国レイルバスメディア取材7/30~8/3、ピジットジャパン事業8/25~30、四国インバウンドフェア)
- ・インバウンド対策勉強会(10/5)
- ・四国4県連携でのコグウェイ四国海外情報発信事業(メディア招聘)(9/30~10/10)
- ・海外ジオパークと国際ネットワーク構築に向けた協議(11/2)

◆受入態勢の整備

- 県内留学生等による国際観光サポーターの組織化
- ・県内観光地へのモニターツアー実施(7/22)
- 観光基盤の整備
- ・訪日外国人旅行者の受入環境整備事業の申請・事業採択(6月)
- ・多言語化を条件とした市町村が行う観光案内板・誘導標識の整備等への助成(16市町村30事業)
- ユニバーサルデザイン化
- ・宿泊・観光施設での外国人観光客受け入れ態勢の向上に向けた取組内容の聞き取り(宿泊2件、観光3件)
- 国際観光受入研修(ロールプレイ)の実施(9/4、9/11)

課題

- ◆チャーター便等による団体客の誘致
- ◆高松・松山等の定期便による個人客の誘致
- ◆ジオパークネットワークの確立
- ◆各国のマーケット特性にあった観光資源の発掘
- ◆インバウンド対策の課題の洗い出し
- ◆関係事業者との情報共有とインバウンド対策への熟度向上
- ◆四国4県連携によるプロモーション活動の推進

H25年度(予定)の主な取り組み

平成25年度の取り組み予定

◆国別戦略に基づく誘致活動

- ・旅行会社、航空会社等への継続的なセールス活動の実施
- ・旅行会社等を招へいするモニターツアーの実施
- ・チャーター便等の誘致
- ・定期便を利用した四国周遊ルートの開拓、PR
- ・教育旅行、スポーツツーリズムなど特定目的旅行誘致
- ・ウェブサイトやよさこい踊りを活用した、相手国での積極的な情報発信
- ・台湾・新竹県からのよさこい祭りへの参加
- ・高知県在住外国人の協力による情報発信
- ・インバウンド勉強会での課題整理

◆受入態勢の整備

- ・観光案内板、誘導標識等の整備
- ・観光業界の従業員等受け入れ態勢の強化
- ・国際観光サポーター会議の開催

◆④四国4県連携によるプロモーション活動の推進

- ・四国4県インバウンド担当者協議会の開催
- ・四国ツーリズム創造機構と連携した認知度向上及び誘客の実施

◆⑤国際ジオパークツーリズムネットワークを活用した交流

- ・済州島(韓国)、天柱山・香港(中国)、ランカウイ(マレーシア)のジオパークとの連携

◆⑥LCCの誘致

- ・国内外の航空旅行会社へのセールス活動

◆⑦クルーズ船の誘致

- ・プリンセス・クルーズ社、コスタ・クルーズ社、ロイヤル・カリビアン・インターナショナル社等へのセールス活動

直近の成果(アウトカム)

- ◆国別戦略に基づく誘致活動(平成22年1~9月10,510人/泊 → 平成24年1~9月12,580人/泊(19.7%増)(参考:平成23年1~9月8,740名)
- <台湾>国際旅行博での問い合わせ7割増など、これまでより知名度が向上。春(4月)、秋(11月)とチャーターによる誘客849名
- <韓国>チャーター便就航に向けた動き開始(H25年度以降チャーター便(180席乗り)×5回)
- <香港>日本送客NO.1の旅行会社の高知県視察
- <中国>安徽省旅遊局、旅行会社等との観光交流に向けた動き
- <シンガポール>大手旅行会社によるドライブツアーの実施(年3回)
- <共通>国際ジオパークツーリズムネットワークの構築

目指すべき姿(平成27年度末)

- ◆チャーター便が定期的に運行され、外国人観光客が訪問しやすい環境が整う
- ◆観光地や宿泊地等での外国人の受入環境整備が充実する

分野： テーマ：「県民参画・官民協働のさらなる促進」に向けた取り組み状況（産業振興推進部）

1 産業振興への新たな実践者の参画促進・人材育成

(1) 参画促進

- 各種会合・研修会等での第2期計画のPR
- 民間事業者向けシンポジウムの開催
 広げよう土佐の産業おこしの「志」と題して、県内3カ所でシンポジウムを開催
 (5/31 東部地区) 132名、(6/8 中部地区) 104名、(6/9 西部地区) 108名が参加
 ⇒第2期計画の概要説明、実践者の事例発表、パネルディスカッションを通じ、官民協働の取り組みに共感の輪を広げることができた。 ※シンポジウムの内容は、こうちインターネット情報局により配信
- 土佐の産業おこし参加プランの募集
 ・当初の募集期間(5/10～6/29)を延長し、随時募集。12月17日現在で44件の応募
 ・応募いただいたプランは、「県ホームページ等を通じたプランの公表」「県の各種支援策の紹介、メール配信による定期的な情報提供」を実施中
 ⇒応募の数は多くないものの、様々な分野からの応募があり、また、今まで産業振興計画に接点のなかった方からの応募がまっている。
- 包括協定に基づく金融機関による民間事業者の参画促進
 ・5月に各金融機関との協定協議会開催。金融機関と連携した広報活動が本格化
 ・新たに地域本部と金融機関(四国銀行、高知銀行)との地域連絡会を開催
 ・幡多信用金庫と包括協定を締結(8/2)。9/6に地域連絡会を開催
 ⇒金融機関と連携した広報活動が本格化。地域連絡会の開催を契機に、さらに協力関係を密にし、地域地域で志を持った実践者の発掘と活動の広がりにつなげていく。
- 地域アクションプランの取り組み事例の紹介(H25年2月頃から順次公開予定)
 ・地域アクションプランの取り組みを取材記事で紹介する業務を委託するためのプロポーザルを実施
 ・12事例を順次県のホームページへ掲載するとともに、広報媒体を活用してホームページへの誘導を図る
 ⇒取り組みの背景にある思いやこだわり、印象的なエピソードなど、熱い思いや挑戦する姿を紹介することで、新たな取り組みへの意欲喚起と実践者の拡大に繋げていく。

《第2期計画の周知》多様なツールを活用して広報活動、計画への参画促進を実施

- ・計画のPR版パンフレットの作成(20,000部)・配布→各種会合等で配布、産業団体等に配布、コンビニ等で配布
- ・計画のPR版リーフレットの作成(30,000部)・配布→コンビニ、郵便局、量販店、金融機関、総合技術展等で配布
- ・民間事業者の取組事例紹介パンフレットの作成・配布 3,000部作成→金融機関、人材育成研修会等で配布
- ・テレビ特別番組の制作・放映
 (1)「ステージアップ!産業振興計画」～官民協働で飛躍へ挑戦～
 (放映日時)6/24(日)16:30～17:25、再放送7/22(日)10:30～11:25 (放送局)RKC
 (2)「ものづくりの地産地消・外商」(放送日時)平成25年2月予定
- ・テレビ、ラジオ番組の放送(13回)
- ・新聞広告の掲載(5/20高知新聞朝刊)
- ・広報紙への掲載(さんさん高知6月号に「第2期計画の概要」、8月号に「人材育成研修土佐まるごとビジネスアカデミーの紹介」、10月号に「ものづくりの地産地消の取り組み紹介」を掲載)
- ・県ホームページ政策トピックスの連載(4月～産業分野毎に連載中)

直近の成果(アウトカム)

- (1) 参画促進：土佐の産業おこし参加プランの実現に向け、ものづくり地産地消推進事業費補助金の採択(1件)や、こうち産業振興基金(企業団体チャレンジ支援事業)の採択(1件)、成長分野育成支援研究会でのプラン認定(2件 手続き中を含む)、県の展示会への出展(2件)など、県の支援策を活用して動き出す事業が出てきた。
- (2) 人材育成：「土佐まるごとビジネスアカデミー」様々な産業分野から延べ1,600人以上の受講があり、研修内容も概ね高い評価をいただいた。また、応用・実践編の受講生間でネットワークが築かれ、ビジネスマッチング等の兆しが見えはじめた。

(2) 人材育成

- 「土佐まるごとビジネスアカデミー」の開講
 ※都市部で既に実施されているような経営等に関する様々な研修講座を産学官が連携することにより実現。
 ビジネスの基礎から応用・実践力に至るまで、受講者のニーズやレベルに応じて修得いただけるカリキュラム内容
 ・4/27 オープニングセミナー240名が参加
 ・5/29 の貿易実務の研修を皮切りに、ガイダンス・入門編、基礎編(前期)がスタート
 ・7月から応用・実践編(「目指せ!弥太郎 商人塾」等)がスタート
 ・10/19 から、ガイダンス・入門編、基礎編(後期)がスタート
 ・12/16 応用・実践編「土佐経営塾」全20名が修了

2 経済団体等との協働した取り組み

<経済団体等とのカウンターパート>

- 土佐経済同友会との意見交換(1/31、3/13、5/8、6/11、7/9、7/24、9/10、10/25)
 *移住促進による経済活性化
 中山間地域での地域コミュニティの維持・再生
 雇用の核となる新しい産業の振興 の3テーマについて協議中
 ・9/10 中山間地域におけるコミュニティビジネスについて、ボランティアや企業研修など企業による協働活動等を協議
 ・10/15 移住促進による経済活性化について、移住促進PTの検討状況を報告のうえ、今後の行程を協議
- 産学官連携組織「土佐まるごと社中」の設立(6/16)
 第1回定例会(8/8)、第2回定例会(10/10)、第3回定例会(12/12)を開催
- 県内食品関連事業者との意見交換会(勉強会)の発足(5/19、6/21、11/12)

平成25年度の取り組み(予定)

1 産業振興への新たな実践者の参画促進・人材育成

(1) 参画促進

- 民間事業者向けシンポジウムを県内4カ所で実施
- 「土佐の産業おこし参加プラン」を継続して募集
 新たな実践者の参画を促すための「土佐の産業おこし参加プラン」のさらなる発掘を目指し、企業訪問等による周知活動やサポートの強化に加え、金融機関の民間とのネットワークを活用した周知などを行っていく。
- 地域アクションプランの取り組みを紹介する事例を充実
 地域アクションプランの取り組み事例の紹介を通じて、取り組みへの共感や感情移入を促していく。

(2) 人材育成：土佐まるごとビジネスアカデミーの拡充

- 平成24年度の実施状況やニーズをふまえ、「出前講座」や「トップレクチャー」などを新設
- 定期的な交流会の開催など、研修受講者間のネットワークづくり

2 経済団体等との協働した取り組み

引き続き、経済団体等と協働して、さらに多くの民間事業者が幅広い分野でプレイヤーとして参画できるよう気運づくりを進める。

【概要・目的】 地域で生産されたものを地域で消費する「地産地消」の取り組みを徹底し、生産地の力、県内産業の力を強める。

第1期計画(H21~H23)3年間の取り組みの総括と課題

総括

- 農産物直販所の安全・安心に向けた意識の向上及び店舗特性に応じた運営支援を行った。
- 県産食材を積極的に使用している飲食店やホテル等の宿泊施設を「野菜で元気店 PLUS」として登録し、県産食材の消費拡大と地産地消の推進を図った。
- 民間金融機関と連携した「食の大商談会」を開催し、県内事業者の販路開拓・販売拡大の機会を提供するとともに、消費者への県産品の販売促進が図れた。
- 「土佐のいい物・おいしい物発見コンクール」実施による商品の発掘、磨き上げ支援を行い、県産品を積極的にPRした。

課題

- 直販所等を販売拠点として、地域食材が地域で循環できる仕組みづくりとネットワークづくりの構築
- 更に県内で目に見える商品としての販売拡大が必要

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- 事業者の販路開拓・販売拡大の機会を提供するとともに、消費者への県産品の販売強化を図るため、県内量販店等と事業者による地域産品商談会を開催。
 - ・開催概要 四万十市 (7/11) 出展者 23社 参加量販店 19社
 - 高知市 (7/19) 出展者 40社 参加量販店 20社
 - ・商談回数 399回
- 結婚披露宴の引出物などに活用してもらうため、高知カタログギフト「結」を作成し、販売を開始。
 - ・7月下旬 結婚披露宴会場等(ホテル)へのカタログ取扱営業開始
 - ・9月28日 カタログ販売開始
 - カタログ掲載内容 43社 57アイテム
 - 制作部数 10,000部

今後の取り組み予定

- 地域産品商談会を契機とした成約等の状況調査実施及び出展事業者へのフォロー
- 県内量販店等に対する県産品特設コーナー設置の働きかけ
- 結婚披露宴会場等への高知カタログギフトの販売を官民協働で進める。

課題

- 定番化に向けた事業者へのフォローと県産品特設コーナーの設置に係る量販店等の理解と協力
- ① 新規参入が難しいと言われるカタログ販売であるが、ギフト販売業者や式場の協力をいただき、販売の取扱いを拡大中。
- ② 来年度以降、民間主導で展開できるよう、県内事業者に対して、今回のノウハウ提供に努める必要がある。

H25年度の主な取り組み(予定)

取り組み予定

- 地域産品商談会(2カ所)
 - 県産品の地産地消をさらに進めるとともに、隠れた商品の発掘や商品の磨き上げにつながる機会を創出するため、県内量販店等と県内事業者との商談会を開催する。
- 新商品発掘コンクールの開催
 - 県内の優れた商品をコンクール形式で発掘するとともに、優秀な商品を県内外にPRすることで新たな販路開拓・販売拡大を図るため、「土佐のいい物・おいしい物発見コンクール」を開催(隔年開催)する。
- 新セールスプロモーションツールの作成
 - 量販店等でのフェアやこだわりスーパーでの棚提案のための、県産品のプロモーションツールを作成する。

直近の成果(アウトカム)

【1月18日現在】

- ・地域産品商談会 買い手側(量販店等)15社に、のべ68アイテムの商談成立(売上金額 3,838千円)
- ・高知カタログギフト「結」 生産者と量販店等が意見交換を行うことで、小売店が求める商品づくりの考え方を知る良い機会となった(アンケート結果)
- 販売部数 1,462部(売上金額 5,555千円) カタログ取扱店 33店(ホテル等 25・代理店 8)

目指すべき姿(平成27年度末)

- 地域産品の販売拡大が進み、消費者の地産地消の意識が向上している。
- 県産品カタログが積極的に活用される。

【概要・目的】 ・食品製造の基礎（衛生管理・適正表示等）の徹底 ・価格競争に巻き込まれないマーケットイン型の商品づくり ・事業者がお互いに学び自立できる仕組みづくり

第1期計画（H21～H23）3年間の取り組みの総括と課題

総括

- ① 生産管理高度化研修、個別企業に対する改善提案及び適正な食品表示のワンストップ助言体制の構築等により、自主衛生管理マニュアルに基づく生産管理が徐々に浸透するとともに、食品表示適正化に対する意識が高まっている。
- ② 首都圏等のマーケットの実需に精通した専門家のアドバイスによる商品開発（改良）や、首都圏高品質系スーパー1社と連携したテストマーケティングを実施したことで、価格競争に巻き込まれない新たな「マーケットイン型の商品づくり」の発想や手法が県内企業内部に蓄積され始めた。
- ③ 産学官が連携した加工需要創出に関する研究により、約15tの土佐文旦を一次加工し、調理素材として首都圏に供給することにつながった。

課題

- ① 生産管理高度化への取組が進行しつつあるが、それぞれの企業レベルに応じてステップアップが必要であるとともに、食品表示の適正化は、継続した支援が必要である。
- ② 県内企業は小規模な経営体が多く、企業自らが首都圏等の大きな市場の情報を的確に掴むこと（＝「マーケティング」）には限界があるため、首都圏のマーケットの声を直接聞くことができる機会を作ることが必要である。パートナーとなる高品質系スーパーの数が限られると、支援対象商品の幅に広がりを持たず、取組みに参画できる企業が限られてしまうため、複数のパートナー店と連携したマーケットイン型の商品づくりが必要である。
- ③ 産地側、食品加工企業側ともに、提供した情報と必要としている情報（栽培状況、技術力、供給力、情報力など）がかい離しており、商品化に向けたマッチングにつながりにくい状況であるため、加工用原料の生産から加工・販売への大きな仕組みづくりを見据えた、加工用に利用できる原料の掘り起こしと需要者とのマッチングが必要である。

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- ① ◆対象者や企業レベルに応じた生産管理高度化研修の開催
 - [共通] 高度衛生管理手法の導入 6/7(高知市)、6/8(四万十市)
経営者・品質管理責任者のための品質管理向上セミナー 7/5(高知市)
食品表示セミナー 8/28(高知市)、8/29(四万十市)
 - [入門編] 食品衛生管理の基本 8/2(四万十市)、8/3(高知市)
 - [基礎編] 有害生物(虫・ネズミ)の管理と虫の同定 8/21(高知市)
HACCP研修 講義:9/13(高知市) 演習:9/14～15(高知市)
微生物の基礎と簡易検査 11/6(高知市)
 - [実践編] H24年7月～H25年3月までの連続講座 10社の参加で開催中
- ◆食品表示のワンストップ助言体制の継続
(H24年4月～12月末:341件の相談に対応)
- ② パートナー店(首都圏高品質系スーパー3社:福島屋、三浦屋、京北スーパー)と連携できる仕組みを構築し、参加企業を募集して、取組を開始した
 <参加企業数(実数) 51社180商品 >
 京北スーパー:7月の面談を経て9～12月でテスト販売(23社59商品)
 三浦屋:都内で試食及び審査、12月からテスト販売(23社40商品)
 福島屋:8～9月の試食・面談審査、11月からテスト販売(13社24商品)
- ③ ナス、シントウ、クリ、トマト等について産地の状況確認と県内加工企業の実需調査、マッチング等を実施

今後の取り組み予定

- ・生産管理高度化研修 食品表示:H25年2月21日(木)(高知市)
" 実践編:講義、現地検討、情報交換等
- ・マーケットイン型商品づくり:テスト販売状況及び商品改良提案等のフィードバック等

課題

- ① 生産管理高度化研修への参加者等が固定化しつつあるため、新たな参加を促す手法と、研修以外の手法を検討する必要がある。
実践編については、企業レベルに差があるため、関係機関と連携して参加企業に対応したきめ細かな研修内容へ充実させるとともに、企業の自立へ向けた仕組みの構築が必要である。
- ② パートナー店と連携し、テスト販売等の結果をフィードバックし、売れる商品づくりにつなげる。また、加工用についても原料からのプロダクトアウト的な発想ではなく、マーケットイン型の商品づくりとするため、仕組みの再構築が必要である。
- ③ マーケットイン型の商品づくりを加速化させる必要がある。

H25年度の主な取り組み(予定)

取り組み予定

- ① 生産管理高度化への取組支援
 - ・企業自ら生産管理高度化に取り組むための人材の育成を行うとともに、県立大学を核とした企業支援体制と企業間ネットワークを構築するため、生産管理高度化に関する寄付講座を県立大学に開設する。
 - ・食品表示の適正化に向けたワンストップ相談窓口を継続して設置する。
- ② マーケットイン型商品づくりへの取組支援
 - ・マーケットイン型の商品づくりをすすめるため、高品質系スーパーや高品質業務筋をパートナーとし、市場のニーズを把握した商品開発を支援する。

パートナー店の拡大	高品質系スーパー:3社→4社
	業務メニュー開発企業:0社→2社
	支援企業実数:50企業→120企業
- ③ 市場対応型商品開発への取組支援
 - ・マーケットイン型商品づくり事業に参加した事業者が、商品の磨き上げを行う場合などに対して支援し、売れる商品づくりを進める。

直近の成果(アウトカム)

目指すべき姿(平成27年度末)

食料品製造業出荷額 800億円(10%UP)

【概要・目的】

全国に先行して人口の自然減少が進み、県内市場の縮小が進行している現状に打ち勝つため、より活力のある県外市場にモノを売って「外貨」を稼ぐ「地産外商」の施策を展開していく。

第1期計画(H21~H23) 3年間の取り組みの総括と課題

総括

- 高知県を総合的に売り出す営業拠点としてアンテナショップ「まるごと高知」を設置し、首都圏をはじめ県外への情報発信を強化して高知県を丸ごと売り出すことが可能となったことで、県産品の販路開拓、販売拡大が進み始めた。
- 関西地区や中部地区では、エリアの特性に応じた地産外商戦略を策定するとともに、消費者・事業者に向けた情報発信及びフェアや展示・商談会等の開催・出展を展開したことにより県産品の認知度向上はもとより、販路開拓・販売拡大が進んだ。

課題

- 県外への販路の確保ができていない小規模事業者がまだまだ多く、特に首都圏においては、販路開拓の足掛かりとして「まるごと高知」をはじめ地産外商公社の活用をさらに促進する必要がある。
- 大都市から離れているという地理的なハンディ（物流コスト高、長リードタイム）を克服するため、新たな物流の仕組みを構築する必要がある。

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- 《首都圏（地産外商公社）》
- 「まるごと高知」のさらなる活用を促進するため、以下の取組を実施。
 - ・ まるごと高知報告会（6/7, 8）、まるごと高知キャラバン（5~6月）
 - ・ まるごと高知レポート vol. 7 (6/15)、vol. 8 (9/13)、vol. 9 (12/5) の公表
 - ・ 「まるごと高知お取り寄せ・贈り物カタログ」（秋冬号）の発行（10/30）
 - 外商推進本部が選定した「戦略品目」（ユズ、海洋深層水等）を中心とした効果的なプロモーション活動の展開。
 - 県内事業者の外商機会を確保するため、量販店等での「高知フェア」等の開催を支援するとともに、「スーパーマーケット・トレードショー 2013」及び「FOODEX JAPAN 2013」への出展に向け、出展事業者の選定などを実施。
- 《関西・中部地区等》
- 県内事業者の外商機会を確保するため、量販店等での「高知フェア」等の開催を支援するとともに、関西地区では「フードテック 2012」に、中部地区では「NAGOYA フードビジネスショー」に出展し、その後のフォローアップに努めている。
 - 【フードテック 2012】 期間：9/12~14 本県出展事業者：10社
 - 【NAGOYA フードビジネスショー】 期間：10/15, 16 本県出展事業者：4社
 - 【三菱食品展示商談会】 期間：1/25 本県出展事業者：5社
 - 【土佐の宴】の開催 期間：1/29 本県出展事業者：32社

《新たな物流の仕組み》

- 新たな物流の仕組みの構築にいきなり取り組むよりは、まずは荷物をまとめることで配送単価を引き下げることに取り組むという方向性で事業者団体の意見がまとまり、事業者団体が主体的に単価交渉を行うため物量等の把握に取り組んだ。

今後の取り組み予定

- これまでの成果・課題を踏まえた外商戦略の構築と展開
- 大消費地での効果的な外商機会の確保
 - ・ 「スーパーマーケット・トレードショー 2013」（2/13~15）への出展：47社【首都圏】
 - ・ 「FOODEX JAPAN 2013」（3/5~8）への出展：20社【首都圏】
 - ・ 大型量販店との包括協定に基づくフェアの開催【関西・中部地区等】など
- 物流コストの削減に向け、事業者団体により、チルド商品の物流システム（案）を年度内にまとめる予定。

課題

- 効果的な外商活動を展開するため、庁内関係部・関係団体等とのプロモーション・外商活動についてのタイムリーな共有と実践。

H25年度の主な取り組み（予定）

取り組み予定

- 《首都圏（地産外商公社）》
- 成約のUPに向けた情報発信と外商活動の強化
 - （新） Facebook を活用した情報発信
 - （新） 公社プロモーションと外商部門の体制強化による戦略品目販促支援
 - ・ 大規模商談会（スーパーマーケット・トレードショーなど）への出展拡充
 - （新） 県産品のパッケージ提案による高質系スーパーでの定番化拡大
- 《関西》
- 関西で売れる商品づくりの推進と商談機会の拡充
 - ・ 定番化に向けた高級量販店との連携事業の継続
 - ・ 継続的な高知フェアの開催
 - ・ 展示会・商談会への出展拡充（土佐の宴・フードテック）
 - （新） 「食博覧会・大阪」出展
- 《中部》
- 認知度の一層の向上と外食産業向けアプローチの強化
 - ・ 高知フェアの開催
 - ・ 大阪事務所と連携した商談会の開催
 - ・ 「NAGOYA フードビジネスショー」への出展継続と飲食店向け外商の強化
 - （新） 中京メディアとのネットワークづくりとプロモーションの実施
- 《北海道》
- 人的ネットワークを活かした外商活動の展開
 - ・ ホテル・量販店等における高知フェアの開催
 - ・ 商談会を通じた県産品の販売拡大
 - ・ 姉妹都市での高知フェアの拡充
 - ・ 県内事業者・産地訪問による販路開拓
- 《中国・九州・その他》
- 卸業者へのアプローチ強化
 - （新） 卸業者を対象とした商談会の開催
 - ・ 包括協定（イオン・フジ・コンビニ）に基づく外商活動
 - ・ Facebook 「eコマース」構築による外商支援

目指すべき姿（平成27年度末）

- ◆ 大都市市場のニーズや様々な販路に対応した県産品が誕生するとともに、「まるごと高知」を拠点とした情報発信、外商活動により本県の認知度が向上し、販路が飛躍的に拡大している。
- ◆ 県産品の認知度が向上し、定番化商品が拡大。
- ◆ 官民協働での新たな物流の仕組みにより多くの県産品が効率的に首都圏等に輸送されている。

直近の成果（アウトカム）

12月末現在の成果

	フェア・商談会等の実施件数			
	高知フェア		商談会	
	H24	H23	H24	H23
首都圏（公社）	39	25	6	5
関西	32	26	4	7
中部	12	13	1	1
その他	15	11	4	2

※H23も12月末現在

地産外商公社商談会件数等	
高知フェアの開催・支援	39回
商談会の開催・支援	6回
個別営業訪問	380件
産地訪問等の支援	15件
店舗を活用した商談会	76件
ファーマー・イベント・催事	54事業者、166商品

成約件数：1,368件（定書採用：391件、短期採用：977件）

【概要・目的】 本県に優位性のある品目を中心にした海外への販路拡大

**第1期計画(H21~H23)3年間の
取り組みの総括と課題**

総括

- 各企業のステージに応じた、きめ細やかな海外展開（ビジネスマッチング）へのサポートと体制強化による強力なセールス活動の推進
- 新たに貿易に取り組む企業が増加し、ビジネスに結び付く多様な販路を確保するとともに商談機会も拡大した
- 本県に優位性のある品目を中心にした海外への販路拡大（ユズ）

課題

- 海外における高知県及び県産品の知名度が低い
- 海外展開に対する県内企業の知識や経験が十分でない

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

- 商談会
 - 7月 四国4県合同商談会 in 上海 四国全体10社うち高知1社15社面談
 - 9月 安徽農業産業化交易会 高知4社 日中ものづくり商談会 in 上海（四国銀行・県・貿易協会共催）高知6社
- 見本市
 - 8月 香港フードエキスポ 高知5社
- 物産展
 - 4月 台湾「裕毛屋」高知県物産展 11社
 - 5月 伊勢丹シンガポール四国フェア 四国全体24社 うち高知8社
 - 11月 台湾「微風広場」高知県物産展 20社
- 賞味会
 - 1月 シンガポールユズ賞味会（11月 賞味会会場オナーフェア来高）1/15（38名招待）
- 経済ミッション
 - 11月 INAP インドネシア経済ミッション 13社
- ユズの輸出
 - 外商推進本部の戦略品目として選定し、農業振興部と連携し欧州等への輸出戦略を構築した。SIAL2012（10/21-25）へのユズ玉の出展、オランダからのユズ産地視察ツアーへ（10/24-25）。
 - シンガポールの大手飲料メーカーへのユズ果汁の輸出
- 貿易人材育成研修（研修講座3回+海外実地研修最大6名）
 - 全3回研修講座を開催済み（参加者計のべ143名）
 - 5/29（58名）、6/11（43名）、8/7（42名）
 - 海外実地研修6名決定（2名：シンガポール11月、4名：H25年1月）

今後の取り組み予定

- 商談会
 - 3月18・19日 上海バイヤー招へい事業（四国中央市）
- 物産展
 - 2月 香港そごう四国フェア ※事業者選定中
 - 2月 台湾「裕毛屋」第2回高知県物産展 ※開催時期変更/事業者選定中
- ユズの欧州戦略の実践後のフォロー
 - ・SIAL2012 成約へのフォローを農業振興部と連携して行い、次年度以降の戦略へつなげていく。
- 貿易人材育成研修
 - 3月 海外実地研修報告会

課題

- BtoBも視野に入れた県産品の販路開拓
- 尖閣問題に端を発した日中関係の悪化による、中国事業の今後の見通し
- 県内企業における貿易人材育成のための研修事業については
 - 参加者からは「非常に役に立った」「役に立った」（第1回：97%、第2回：96%、第3回：96%）と概ね好評であったが、複数年継続開催するなど研修機会を増やすこと、研修内容等をより具体的な貿易実務の場面に沿ったものにしていく必要がある。

H25年度の主な取り組み（予定）

取り組み予定

- (新) 欧州縦断ユズプロモーション 10月下旬~11月
 - ユズの旬の時期に合わせて、フランスをはじめ欧州数カ国で縦断的に賞味会・試食商談会等を実施
- 商談会
 - (国内) 輸出促進商談会（時期未定）
 - (国外) (新) (シンガポール) 「Oishii JAPAN」出展（四国連携事業）（中国・上海）四国4県合同商談会 in 上海及び上海バイヤー招へい事業
 - (新) (豪州) ユズ試食商談会
- 見本市
 - 6月 (新) 米国・ニューヨーク「59th Summer Fancy Food Show」
- 物産展
 - 5月 伊勢丹シンガポール四国フェア
 - 時期未定 台湾「微風広場」・「裕毛屋」高知県物産展
 - 時期未定 香港ストアプロモーション
- 海外訪問団受入
 - 11月 INAP 高知会議（ものづくり総合技術展との共催）
- (拡) 貿易人材育成研修
 - 1. 基礎コース 研修
 - 2. 個別支援コース 専門家による個別相談
 - 3. 海外実践コース 海外フェアでのTM

直近の成果(アウトカム)

<物産展>台湾「裕毛屋」70万円 /伊勢丹シンガポール四国フェア 高知855万円 四国全体2,714万円/ 台湾「微風広場」450万円
 <ユズ輸出> (フランス) ⇒H23 フランスでのユズ賞味会以降のユズ果汁等の輸出 15t 約1,860万円 (H23.6からの累計 26.5t 約3,500万円)
 ⇒SIAL2012 商談件数 500件 (20カ国) あまり (カルフル、ゴディバ等との商談あり) ユズ玉3tの本格輸出
 (シンガポール) 現地大手飲料メーカーへのユズ果汁の輸出 ⇒(成果) 5t 約740万円 (H23年度からの累計 14t 約2千万円)

目指すべき姿（平成27年度末）

- 貿易に継続的に取り組む事業者（食品関係）が増えている
- ※食料品輸出事業者
 - (H23) 25社 → (H27) 50社
- ※輸出額
 - (H23) 約1億円 → (H27) 2億円

【概要・目的】 中山間地域の産業を取り巻く環境は厳しく、今後人口減少や高齢化に一層拍車がかかり、地域活力の低下や集落の消滅などを招き、貴重な伝統文化・芸能・美しい景観等を喪失する恐れがある。このような中、住み慣れた地域で引き続き暮らしていけるよう、「若者等が定住できる雇用の場づくり」と「地域住民の所得の確保・向上」を目指した取り組みを進めていく。

第1期計画(H21~H23)3年間の取り組みの総括と課題

総括

・各種人材育成の取り組みにより、地域を支える人材育成が進みつつある。
 ・地域のニーズに応じたきめ細やかな支援ができるようになり、地域での取り組みの事例が増加した。

課題

・人材育成が一定進み、ビジネスの芽がでてきているものもあるが、まだ多くのケースは緒についたばかりの取り組みであり、引き続きあと押しが必要である。
 ・小さなビジネスの取り組みをさらに県全域に広げる必要がある。

H24年度の取り組み・進捗状況

【中山間地域対策課】

取り組み状況

- 1 集落活動センターの立ち上げ・運営支援
 - (1) 支援チーム(センター別)
 - 7チーム立ち上げ・全体会の開催(4月)、チーム会の開催・活動(5月~)、1チーム追加立ち上げ・全体会の開催(9月)
 - 本山町汗見川地区集落活動センター開所(6月)、土佐町石原地区集落活動センター開所(7月)、仁淀川町長者地区集落活動センター開所(12月)、梶原町初瀬地区、松原地区集落活動センター開所(1月予定)、黒潮町北郷地区集落活動センター開所(3月予定)
 - (2) 支援チーム(ブロック別)
 - 7地域本部の状況確認(6~8月)、チーム会の開催(9月~)
 - (3) 集落活動センター推進事業費補助金の執行
 - 7地区に対して補助金交付決定済(うち1地区については、増額の変更交付決定済)
 - (4) 研修会
 - 県外先進地視察研修(5月/広島県・島根県)、県内視察研修(9月/土佐町石原地区集落活動センター)、集落活動センター研修会(2月予定/高知市内)
 - (5) 集落活動センター推進アドバイザー
 - アドバイザー6名を委嘱(5月)、地域への派遣(6月・1回、7月・1回、8月・1回、11月・1回)
 - (6) 集落活動センター支援ハンドブック
 - VOL1 作成配布(7月)、VOL2 作成配布(11月)、VOL3 作成配布(3月予定)
- 2 高知ふるさと応援隊の導入支援
 - (1) 県外募集説明会
 - 4市町合同募集説明会の開催(4月/東京・大阪)
 - 説明会参加市町で計7名の高知ふるさと応援隊を導入
 - 10市町合同募集説明会の開催(1月予定/東京・大阪)
 - (2) 研修会
 - 高知ふるさと応援隊研修会(11月、2月予定)
- 3 庁内調整
 - (1) 中山間総合対策本部
 - 本部会議の開催(第1回・4月、第2回・6月、第3回・8月、第4回(第2回対話と実行座談会)・8月/本山町汗見川地区集落活動センター)、第5回・11月、第6回・12月、第7回・2月予定

課題

- 庁内関係部局との連携(中山間総合対策本部における推進チームの運営等)
- 市町村との連携強化
- 集落活動センター等で取り組む加工品づくりや地域産品を外商につなげるための仕組みづくりなど、小規模なビジネスの発掘・育成支援
- 集落活動センターの経済的自立に向けた仕組みづくり
- 高知ふるさと応援隊の定住に向けた支援

【地域づくり支援課】

取り組み状況及び成果

- 地域づくりアドバイザー1名を津野町に派遣し、地域資源に関する勉強会の開催
- 地域づくり支援事業費補助金交付決定15件40,748千円
- 地域づくり交流会を北川村で開催(9月)
- 地域づくりテーマ別情報交換会の実施(2月)(予定)

課題

- 補助金等による支援後のフォローアップ

H25年度の主な取り組み(予定)

【中山間地域対策課】

- 1 集落活動センターの立ち上げ・運営支援
 - (1) 支援チーム
 - H24年度に立ち上げた集落活動センターへの支援
 - H25年度に立ち上げを目指す地域への支援
 - (2) 支援チーム(ブロック別)
 - 7地域本部の状況確認、チーム会の開催
 - (3) 集落活動センター推進事業費補助金による支援
 - 県全域の研修の他、エリア別研修を組み合わせて実施。
 - 集落活動センター推進アドバイザーをエリア別研修の講師等として派遣。
 - (4) 研修会の実施
 - 集落活動センター推進アドバイザーをエリア別研修の講師等として派遣。
 - (5) 集落活動センター支援ハンドブックの配布。
- 2 高知ふるさと応援隊の導入支援
 - (1) 県外募集説明会の実施
 - 市町村合同募集説明会の開催(7月、1月)
 - (2) 研修会の実施
 - 隊員の年次に応じた研修の実施(初任者研修、ステップアップ研修)
- 3 庁内調整
 - (1) 中山間総合対策本部
 - 本部会議の開催(集落活動センター推進チームの運営等)

【地域づくり支援課】

・地域づくり交流会や地域づくりテーマ別情報交換会の実施、地域づくりアドバイザーの派遣等、地域の人材育成につながる取り組みの実施。

直近の成果(アウトカム)

- ・集落活動センター「汗見川」(本山町)が開所し、まるごと高知で地域の特産品のテストマーケティング(しそジュース：12月~2月のテスト販売)を実施するなど、地産外商の取り組みが進んでいる。
- ・集落活動センター「だんだんの里」(仁淀川町)が開所し、取り組みの一つである農家レストラン「だんだんの里」がプレオープンし、地域食材を生かした食の提供などの取り組みが進んでいる。

目指すべき姿(平成27年度末)

◆「集落活動センター」等を通じて、小さなビジネスが芽生え、成功事例が生まれている。(集落活動センターの整備 4年間で30ヶ所程度)

【概要・目的】 中山間地域の産業を取り巻く環境は厳しく、今後人口減少や高齢化に一層拍車がかかり、地域活力の低下や集落の消滅などを招き、貴重な伝統文化・芸能・美しい景観等を喪失する恐れがある。このような中、住み慣れた地域で引き続き暮らしていけるよう、「若者等が定住できる雇用の場づくり」と「地域住民の所得の確保・向上」を目指した取り組みを進めていく。

第1期計画(H21～H23)3年間の取り組みの総括と課題

総括

- 中山間地域で生活できる所得を確保する仕組みとして「こうち型集落営農」の育成をH20から支援に取り組み、集落で園芸品目等の導入による、所得の向上を目指す仕組みができた。
- 平成23年度からは、こうち型集落営農の育成で築いたノウハウを活かして市町村等との連携を強化し、集落営農を拡大できた。
- 各種の講座や研修会の開催、補助金等による資金面での支援を通じ、組織における人材育成や、様々なノウハウの蓄積、事業の拡大などが図られた
- 地域への波及により新たに拠点ビジネスに取り組む市町村等も現出した

課題

- 人材育成が一定進み、ビジネスの芽がでてきているものもあるが、まだ多くのケースは緒についたばかりの取り組みであり、引き続きあと押しが必要である。
- 集落営農支援に向けた市町村・JA等との連携・体制強化
- 集落営農を進めるための指導、人材の育成・確保
- 集落で集落営農を進める集落リーダー等の発掘・育成。
- 17こうち型集落営農組織は、営農計画の達成に至っていないため、引き続き支援が必要 平成24年度時点 17組織に拡大
- 既存の集落営農組織をステップアップによるこうち型集落営農の取組への拡大。
- 拠点ビジネスの整備が一定進んだものの、現段階では、すべての市町村での展開には至っておらず、引き続き進めていく必要がある

H24年度の取り組み・進捗状況

【地域農業推進課】

取り組み状況

ソフト活動

- ◆集落営農の広報・周知活動
 - 中山間地域等直接支払制度の協定代表者へのDM送付(6月、756通)
- ◆集落等への研修会・勉強会の開催
 - 四万十町 秋丸集落座談会(8/30)、津野町 芳生野集落営農組合(9/19)など
 - 香美市集落営農研修会(8/28 60名)、土佐市集落営農研修会(9/28 滋賀県 サンファーム法養寺 上田氏招聘)
 - (人材育成) 秋丸集落座談会他 2箇所
- ◆市町村・担当者等への研修会の開催
 - 集落営農基礎研修Ⅰ(6/22、39名(市町村・JA職員含む))・集落営農専門研修(8/10、30名)
 - 日高村集落営農講演会(10/17 ビレッジ影野 浜田氏招聘 40名)
 - 高知市集落営農研修会(11/16 農山村地域経済研究所 楠本氏 招聘 50名)
- ◆集落座談会等への支援、参画(農業振興センターの活動)
 - (4月～6月)延べ240回、参加者1,235名、(7月～9月)延べ614回、参加者 2,802名、(10月)高吾農業改良普及所
- ◆農業振興センターが主体となって開催する講座
 - 全農業振興センター・普及所で3～5回の講座を企画 6月より各センターで講座を開催
 - 「集落営農とは」「ワークショップの進め方」「集落営農推進手法」「法人化に向けた税務」「労務管理」など
 - 29講座 97回(開催予定)

ハード事業

- ◆集落営農・拠点ビジネス支援事業
 - 事務研修会の開催：市町村への補助事業の説明会(4月、5月参加者 延べ95名)
 - 1次早着：6箇所・5,134千円、1次：11箇所・8,736千円、2次早着：6箇所・6,990千円 2次：28箇所・20,953千円、3次：22箇所・10,416千円
 - ソフト事業(市町村推進)13件、ハード事業60件(農舎、トラクター、電気牧欄など)

課題

- 集落営農の支援に向けた市町村・農協等の連携・体制強化が不十分
- 集落営農を進めるための指導、人材の育成や確保が必要
- 集落で集落営農を進める集落リーダーの発掘・育成が重要
- 17のこうち型集落営農組織は、営農計画の達成に至っていないため、引き続き支援が必要
- 既存の集落営農組織をステップアップによるこうち型集落営農の取組の拡大が必要

【計画推進課】

取り組み状況

- ◆地域アクションプランにおける拠点ビジネスの支援
 - 拠点ビジネスに取り組む11事業について、引き続き地域アクションプランに位置付け、産業振興推進地域本部を中心に、事業者の取り組みをサポート。
 - 事業の定着に向け、産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金の活用により、44名の雇用継続支援を行った。
 - また、3事業者に対して産業振興アドバイザーを派遣し、課題解決に向けた支援を行った。
 - 四万十町拠点ビジネス アンテナショップ「しまんとマルシェ・四万十の蔵」オープン(7/28)
 - 津野町アンテナショップ「満天の星」オープン(4/11)
 - 津野町直販所「風車のまちの台所(十津店)」リニューアルオープン(8/18)
 - 黒潮町 黒潮印ブランド認証制度の制定、すなびてんば(e-コマース)の開設(6/21)、新商品(黒糖アイス、天日塩アイス、昆布入りラッキョウ)の開発
 - 本山町 ばうむ合同会社が「土佐天空の郷」を使用した焼酎の製造・販売に向けて事業着手(産振補助金交付決定10/11)、米米ハートが新商品(ブランド米米粉カステラ)開発、「土佐天空の郷」が米食味分析鑑定コンクールで4年連続受賞(栽培特別部門水田環境特Aで金賞)
 - 土佐清水市(株)土佐清水元氣プロジェクト 新商品(シイラ・トビウオのすり身)販売開始(9/20～)

課題

- 農村資源の活用
 - 農村資源の価値の再認識と付加価値化
 - 6次産業化の視点をもったリーダーの育成
- 情報発信
 - 集落の魅力を発信する仕組みづくり
- 細やかなサポート
 - 地域外との連携や外商活動など広く展開する動きがある中で、地域の基幹産業となるよう軌道にのせていくには、個々のプランによりニーズや課題が多岐にわたり、各プランに応じた細やかなサポートが必要

H25年度(予定)の主な取り組み

【地域農業推進課】

ソフト活動

- ◆集落営農の広報・周知活動
 - 中山間地域等直接支払制度の協定代表者へのDM送付
 - 市町村広報への啓発記事の掲載を要請
- ◆集落等への研修会・勉強会の開催
 - 研修会・講演会の開催
 - 農業振興センター毎で指導者育成と集落営農リーダー育成の講座の開催
- ⑤ 法人化と拠点ビジネス化への活動推進
 - 法人化育成アドバイザー(1名)
 - 拠点ビジネス化アドバイザー(1名)
- ◆農業振興センターによる集落座談会等への支援
- ◆農業振興センターが主体となって開催する研修会
 - 市町村等指導者育成講座(ワークショップ手法、集落営農の基礎等)
 - 集落営農組織のリーダー育成講座(法人化のメリット、法人化の経理手法等)

ハード事業

- ⑤ 集落営農・拠点ビジネス支援事業による支援
 - 集落営農組織の法人化への支援：「法人推進加算」を拡充
 - 拠点ビジネス化の推進の支援：「拠点ビジネス推進加算」を新設

【計画推進課】

- ◆地域アクションプランにおける拠点ビジネスの支援
 - 産業振興推進地域本部を中心に、新たな取り組みの発掘と既存のプランのPDCAサイクルによる検証・細やかなサポートを行う。

直近の成果(アウトカム)

【地域農業推進課】

- ◎集落営農組織の育成状況 H24 170組織まで拡大(うちこうち型 H24 17組織 法人化H24 3組織(予定含む))
- ◎こうち型集落営農の成長(販売金額) H22 99,620千円(16集落) → H23 109,591千円(17集落) → H24(見込み)123,414千円(17集落)

【計画推進課】

- ◆地域アクションプランにおける拠点ビジネスの支援
 - 新たな拠点ビジネスの展開には至らなかったが、既存のプランにおいて、新たにアンテナショップがオープンし、年間目標を上回る売り上げを達成するなど、地域の基幹産業として発展する取り組みが出てきた(津野町アンテナショップ「満天の星」)。

目指すべき姿(平成27年度末)

- ◆集落営農組織にゆる農地(田・畑)のカバー率(組織構成員の所有面積の県内面積(28,600ha)に占める割合)
 - H23 9.1%(2,601ha) ⇒ H27 13.9%(3,974ha)
- ◆「こうち型集落営農」組織数 H23 17組織 ⇒ H27 32組織
- ◆集落営農組織のうち「法人組織数」
 - H23 2組織 ⇒ H27 27組織「法人化に取り組む組織を含む」
- ◆新たな拠点ビジネスの展開
 - 4年間で3箇所 H23 11箇所 ⇒ H27 14箇所

分野：中山間の暮らしを支える産業づくり

テーマ：こうち型二地域居住の推進

【概要・目的】 中山間地域の産業を取り巻く環境は厳しく、今後人口減少や高齢化に一層拍車がかかり、地域活力の低下や集落の消滅などを招き、貴重な伝統文化・芸能・美しい景観等を喪失する恐れがある。このような中、住み慣れた地域で引き続き暮らし

第1期計画(H21～H23)3年間の取り組みの総括と課題

総括

- ・移住コンシェルジュを総合窓口として、徹底したフォローアップを実施
- ・H22年度、四万十町において県内初のクラインガルテンがオープン。また、室戸市と四万十町で新たにお試し滞在住宅が整備されるなど、移住希望者の受け入れ施設の整備が一定進んだ。

課題

- ・高知県をよく知らない人への情報発信力が弱い
- ・施設を持つ市町村は限られており、基盤整備はまだ不十分である。

H24年度の取り組み・進捗状況

取り組み状況

1 移住コンシェルジュの体制強化

本年度から、移住に関する情報に加え、観光・交流を入口に移住・定住につなげるため、移住・交流コンシェルジュとして機能強化。また、体制も3名から4名に増員し、地域づくり支援課及び「とさてらす」に各1名を常駐。「とさてらす」では土日及び祝日も相談に対応。これまで以上に地域に出向き、ネットワークの形成と移住に関連する地域情報の収集を行っている。

2 移住促進事業費補助金の執行

6市7町4団体に対して補助金交付決定済み
(内お試し滞在住宅等の施設整備7市町、クラインガルテン整備2町)

3 移住相談会等への参加、開催

- ・高知ふるさと応援隊市町村合同募集説明会(4/28 大阪、4/29 東京)
- ・自主企画セミナー(5/31 東京) ・笑談会(6/9 大阪、12/1 東京)
- ・高知県U・Iターン就職相談会(6/16 京都、6/17、11/4 大阪、7/9、12/2 東京、11/3 名古屋)
- ・自主企画相談会(7/28、8/25 東京、10/20 大阪、10/27 東京)
- ・朝日U・Iターン相談会(9/2 大阪、12/9 東京)
- ・ふるさと回帰フェア(9/17 東京、9/29 大阪)
- ・こうちアグリスクール(10/13 大阪) ・中国四国フェア(10/14 大阪)
- ・四国暮らしフェア(11/10 東京) ・ロングステイフェア(11/17 東京)
- ・JOIN移住・交流イベント(11/23 東京)

4 情報発信

高知を舞台としたテレビドラマの放映にあわせ、ドラマのホームページの活用や、首都圏におけるテレビ、JR車内でのCMの放送など、複数のメディアを活用したプロモーション活動を積極的に展開した。

課題

情報発信力を高め「笑談会」等の自主企画のイベントへの集客数の増加を図る必要がある。

H25年度の主な取り組み(予定)

【高知を安心して選んでもらう取り組み】

- ① 仕事や役割付きの発掘
 - 市町村の求める人材や役割付きを発掘
- ② 新しいチャレンジへのサポート
 - 土佐MBA、シェアオフィス
- ・空き家バンクへの登録促進
- ③ お試し滞在住宅の整備促進
- ・移住体験ツアーの開催
- ・地域インターンシップの実施
- ④ 市町村専門相談員の配置
- ⑤ 地域における移住サポーターの委嘱
- ⑥ 移住・交流コンシェルジュの体制強化
- ⑦ ALL 高知県移住相談会の開催
 - ・密度の濃い少人数相談会の開催
 - ・「高知で暮らし隊」への登録(ふるさと定期便)
- ⑧ 「高知で暮らす。」ホームページの魅力UP
- ⑨ 外部媒体から「高知で暮らす。」ホームページへの訪問者増加対策

【高知を知って・好きになってもらう取り組み】

- ◆不特定多数の方への情報発信
 - ① 各種メディアを通じた情報発信
 - ・ウェブ広告、インターネットでの動画配信
 - ・フェイスブックを通じたタイムリーな情報発信 等
- ◆特定多数<ターゲット別>の方への情報発信
 - ② 各種メディアを通じた情報発信
 - ・専門誌を通じた魅力発信(趣味、田舎暮らし、子育て等)
- ◆移住に関心のある方への情報発信
 - ・大都市圏で開催される移住フェアへの出展

直近の成果(アウトカム)

12月末移住実績 37組 67人

目指すべき姿(平成27年度末)

◆移住者数：〇〇〇組

