

# 第2期産業振興計画 産業成長戦略 線表(案)

## 戦略の柱【1. ものづくりの基盤整備】

【商工業分野】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向							
			総括 (-取り組み- ◆総括)	課題		1	2	3	4	5			
1. 競争力強化と企業業績の拡大 (1) 設備投資支援の抜本強化		<p>◆東日本大震災に伴うマイナスの影響はほぼ解消したが、急激な円高等により、企業の生産拠点の海外移転や業務縮小、雇用調整など県経済への深刻な影響が懸念される</p> <p>◆H22製造品出荷額等は約4,681億円(対前年比▲6.1%)で、4年連続全国最下位となっている ※H22工業統計</p> <p>◆過去10年間平均の設備投資額の動向を見ても、本県製造業は四国全体の10.6%であり、全国平均値を100とした場合の値も37とかなり低くなっている ※工業統計</p>			<p>◆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維持に努めていくため、県内中小企業の設備投資を促進</p> <p>★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</p> <p>○県制度融資による事業者支援</p> <p>◎小規模企業者設備貸与制度の見直しによる事業者支援</p>	○	○						
						<p>◆事業所の建物や設備・什物の地震対策は、「対応済み」の事業所が36.3%、「対応中」の事業所が26.0%であり、十分に進んでいない</p> <p>◆事業継続計画(BCP)作成の取組も、「策定済み」が12.1%、「策定中」が22.7%にとどまっており、十分に進んでいない</p> <p>◆建物や設備等の地震対策に要する経費への支援を行政に求めている</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-耐震診断費用の助成 43.5%</li> <li>-耐震改修設計・建替設計費用への支援 36.6%</li> <li>-耐震改修工事・建替工事費用への支援 50.5%</li> </ul> <p>※いずれも平成23年8月実施の「事業者の防災対策についてのアンケート調査」(常用雇用者数50人以上)</p>	<p>◆県民の安全、従業員の命を守るとともに、操業の早期復旧を図るために事業者の震災対策を促進</p> <p>◎県制度融資の拡充による事業者支援</p> <p>★国の補助制度を活用した補助制度の創設</p> <p>○事業者における事業継続計画(BCP)作成の促進</p> <p>★事業者の津波避難施設整備への補助制度の創設(H24.9月補正計上)</p>	○	○				
(2) 企業立地基盤の整備		<p>◆製造品出荷額の50%従業員数30%を占める</p> <p>◆世界的な経済の不安定化などの影響から全国的に企業の国内投資の動きが鈍っている</p> <p>◆県内工場の一部に撤退や県外転出等の動きがみられる</p>	<p>◆両工業団地の開発・分譲完了</p> <p>◆香南工業団地の用地取得完了</p> <p>◆4市(安芸市、南国市、高知市、土佐市)で工業団地の適地を調査</p> <p>◆香南工業団地などの企業立地基盤の整備が進む</p>	<p>◆民地も含めた工場用地等の確保</p>	<p>◆企業誘致の受け皿の整備</p>	○	○						

※これからの対策の ★は新規事業 ◎は拡充事業 ○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>県制度融資、補助制度等による事業者支援</p> <p>県工業振興課: 県内中小企業(製造業)が行う設備投資に要する経費を対象とする中小企業設備投資促進事業費補助金の創設(事業期間H24~H26) 津波避難施設の整備を行う製造業者への要件緩和等による設備投資の促進(H24.11~H26) 中小企業以外も補助対象に加え、設備投資を促進(H25~H26) 県経営支援課: 安心実現のための高知県緊急融資 産業振興センター: 小規模企業者設備貸与制度の見直しによる事業者支援</p>					<p>◆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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-1事業所当たりの設備投資額: 全国平均値の68%(香川県と同程度) 15百万円 → 28百万円</li> </ul>		<p>◆設備投資が全国並みまで増加し、設備投資や工場の立地等が継続的に行われている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-1事業所当たりの設備投資額 41百万円</li> </ul>
<p>県制度融資、補助制度による事業者支援</p> <p>事業者における事業継続計画(BCP)作成の促進</p> <p>高知県事業継続計画(BCP)策定推進プロジェクト: 官民協働で事業者の事業継続計画(BCP)策定を支援 団体との集合研修を実施し、商工業分野のBCP策定を加速化 高知県事業者防災推進協議会: 各産業分野の事業者防災対策を推進 県経営支援課: 県制度融資(震災関連)の拡充 県商工政策課: 県内中小企業(製造業)が行う耐震診断・設計に要する経費を対象とする中小企業耐震診断等支援事業費補助金の創設 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の創設</p>					<p>◆県内で南海地震対策を実施した企業(製造業)が50%を超える</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-県内で製造業を営む中小企業者の特定建築物に該当する工場・事務所等の耐震化率 90%</li> <li>-事業継続計画(BCP)作成済企業(従業員50人以上)の割合 50%</li> </ul>		<p>◆県内で南海地震対策を実施した企業(製造業)が大部分を占める</p>
<p>工業団地の開発</p> <p>県企業立地課: 香南工業団地 造成工事 分譲</p> <p>県企業立地課: 新規団地の開発</p> <p>適地調査</p> <p>県企業立地課: 計画的な団地開発のための継続的な適地調査の実施</p>					<p>◆新たな工業団地などの企業立地基盤の整備が進んでいる</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-新規工業団地面積 H27: 20ha</li> </ul>		<p>◆高規格道路などの産業基盤が整い、企業立地が進んでいく</p>

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る  
2 産業間の連携を強化する  
3 足腰を強め、地方を高める  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる

第2期産業振興計画 産業成長戦略 線表(案)

戦略の柱【1. ものづくりの基盤整備】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向						
			総括 (取組内容、成果等)	課題		1	2	3	4	5		
3. 人材の育成と確保	(1) 技術人材の育成	◆企業の経営環境が厳しい状況にあることから、ものづくりの分野では、自社や関係団体内での人材育成が困難となっており、技術や技能を持つ人材が不足している状況にある また、その他の産業分野も含め、企業内での従業員のキャリア形成の向上のための取組も困難となっている	・県立高等技術学校を中心とした公共職業訓練の実施 (施設内訓練) ◆民間では担うことが困難なものづくり分野や大工、左官タイル等の建築分野における人材育成を行い、関係団体から高い評価を得ている	◆県立高等技術学校の機能の強化 (施設内訓練) ◎小中高生や産業界、一般県民に向けた広報活動の強化 ○自己都合による途中退校防止のための訓練生への支援の強化 ◎職業訓練指導員や就職支援コーディネーターによる就職支援の強化 ◎質の高い訓練を実施するための、職業訓練指導員の資質・指導力の向上 ○産業界のニーズに合った訓練を円滑に実施するための施設設備等訓練環境の整備								

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

【商工業分野】

取組方針	第2期計画					目指すべき姿(目標値)	
	H24	H25	H26	H27	H28以降	短期的な視点 (平成27年度末)	中長期的な視点 (平成37年度末)
高等技術学校での職業訓練の実施 県高等技術学校: 産業界のニーズに沿った技術・技能の習得や仕事をするうえで必要な資格を取得するための訓練の実施により、地域産業を担う人材を育成する						◆企業が求める人材供給の進展 (施設内) ◆定員に対する充足率 H22: 62.9% ↓ H27: 100.0%	◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている また、高校生等の県内就職も大きく増加している
高等技術学校の実施体制の強化と訓練カリキュラムの見直し 高知校: 塑性加工科の体制強化による高卒、中卒別のクラス分けによる訓練の実施及び企業ニーズの高い板金塗装の資格取得を目指した訓練カリキュラムの追加 中村校: 増加が期待されるリフォームニーズに対応できるよう、短期課程である総合住宅サービス科の住宅リフォーム科への変更						◆自己都合による途中退校率 H22: 18.9% ↓ H27: 10.0% ◆就職率 H22: 82.6% ↓ H27: 90.0%	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る  
2 産業間の連携を強化する  
3 足腰を強め、地力を高める  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる

# 第2期産業振興計画 産業成長戦略 線表(案)

## 戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (取り組み・実施)	課題		1	2	3	4	5	
1. 防災関連産業の振興 (1) 南海地震対策と連動させた防災関連産業の振興	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆台風や南海地震といった自然災害を経験する中で、県内には特色のある防災関連の製品や技術も生まれている</li> <li>◆防災意識の高まりを受け、大きな需要が見込まれる分野だと期待される</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>◆南海地震への備えと連動させた防災関連産業の地産地消・外販の推進</li> <li>&lt;総合的な支援&gt; <ul style="list-style-type: none"> <li>★防災産業交流会の設置</li> <li>★防災産業推進コーディネータの設置</li> <li>★産学官連携による防災関連の研究開発の推進</li> </ul> </li> <li>&lt;「地産」を推進するためのものづくり支援&gt; <ul style="list-style-type: none"> <li>★試作機の開発支援</li> <li>★試験研究機関での技術支援</li> </ul> </li> <li>&lt;「地消」を推進するための広報・販路開拓支援&gt; <ul style="list-style-type: none"> <li>★県内でのPR</li> <li>★公的調達の促進</li> </ul> </li> <li>&lt;「外販」を推進するための販路開拓の支援&gt; <ul style="list-style-type: none"> <li>★防災関連の主要展示会への出展</li> <li>★トップセールスの実施</li> <li>★コーディネータによる販路拡大のサポート</li> </ul> </li> </ul>						

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

## 【商工業分野】

取組方針	第2期計画					目指すべき姿(目標値)	
	H24	H25	H26	H27	H28以降		
「防災分野の地産地消」の仕組みづくり・意識の醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>県工業振興課: 産学官民のネットワークづくりのための防災産業交流会の設置・運営(「防災分野のものづくり地産地消」の意識の醸成、防災関連の製品や技術の情報共有、官民連携での製品開発・ブラッシュアップに向けたコーディネート)</li> <li>自治体・自主防災組織等: 地域の防災ニーズ等の取りまとめと情報発信</li> <li>工業団体・民間企業等: 地域のニーズや課題を解決するための提案、防災関連製品・技術のPR・新規開発</li> <li>大学・試験研究機関等: 新たな研究テーマの製品開発等に当たっての技術支援</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>◆幅広い分野で、競争力のある製品が生まれ、見本市等により積極的に販路拡大がなされている</li> <li>◆メイドイン高知の製品に対する評価が高まり、県内外での導入が進んでいる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆県内外の企業や研究機関とのネットワークが拡大する中で、競争力を備えた多くの製品開発や企業集積が進み、売上額が大きく増加している</li> <li>◆「防災関連産業」と言えば高知県というイメージが定着し始めている</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業振興センター: 防災産業推進コーディネータによるものづくりの段階から販路開拓までの支援</li> <li>県新産業推進課: 産学官連携会議に「防災研究会」を設置し、研究開発や技術開発を推進</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ものづくり補助金を活用した製品開発件数 20件(H24~H27)</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>新たな防災関連製品や技術の開発</li> <li>県工業振興課・工業技術センター・大学等: 県内に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援</li> <li>工業団体・民間企業等: 地域の課題(生産性の向上など)を機械化によって解決するための機械装置等の開発・製造</li> <li>産業振興センター: 新商品開発支援、防災産業推進コーディネータによる防災関連製品等の企画・開発・ブラッシュアップのサポート</li> </ul>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>防災関連製品や技術の県内への導入</li> <li>県工業振興課: 防災訓練や防災フェアでの県内製品等の展示PR、ホームセンターや量販店等での展示販売への支援、市町村へのPR(県内製品プレゼンテーション等)、高知県モデル発注制度を活用した公的調達の推進</li> <li>県工業振興課・ものづくり地産地消センター: 県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力をアピールする総合的な技術展示会でのPR</li> <li>県・市町村: 県内製品や技術の導入</li> </ul>						
メイド・イン高知の製品で震災対策を行う「防災展示場」の整備と公的調達の加速化に向けたPR	<ul style="list-style-type: none"> <li>県工業振興課: 防災展示場の整備(受注集積づくりの支援)、地域の産品を揃えた展示製品の選定、各市町村をはじめ県内外へのPR(見学会の開催、防災学習・防災ツールズ他)</li> <li>市町村(展示場): 展示場となる地域の選定・地元調整、防災展示場の維持管理、見学者の受け入れ</li> <li>産業振興センター: 防災産業推進コーディネータ等による同行営業、公的機関(国・県・市町村等)への製品PR</li> </ul>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>防災関連製品や技術の県外マーケットへの販路開拓</li> <li>県工業振興課: 防災関連の主要な展示会に高知県ブースを設置し、メイドイン高知の製品や技術をアピール</li> <li>産業振興センター: 防災産業推進コーディネータや、東京・大阪在住の企業コーディネータ等とも連携した販路拡大支援</li> </ul>						

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る  
2 産業間の連携を強化する  
3 足腰を強め、地力を高める  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる

# 第2期産業振興計画 産業成長戦略 線表(案)

## 戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針	施策	数量	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
			総括 (取組の進捗)	課題		1	2	3	4	5	
2. 成長分野での事業化促進 (1) 成長が期待される食品、天然素材等5分野を対象とした研究会の設置	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆製造品出荷額等は、H7年(7,055億円)をピークに減少し、ここ4~5年はほぼ横ばい                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・H18年 5,498億円(全国46位)</li> <li>・45位(鳥取)1兆346億円</li> <li>・47位(沖縄)5,280億円 ※H19年工業統計(速報)</li> </ul> </li> <li>◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない                     <ul style="list-style-type: none"> <li>-従業員数4~9人 全体の47%</li> <li>" 100人以上 全体の3%</li> </ul> </li> <li>&lt;製造品出荷額&gt;                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・従業員数4~9人 全体の6%</li> <li>" 100人以上 全体の49%</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆成長が期待され潜在力のある4つの分野(食品、天然素材、環境、健康福祉)ごとに企業や専門家等で構成する研究会を設置し、事業化を支援</li> <li>◆研究会で事業化プランの作成や事業化に取り組む企業が創出され、売上高増加や新規雇用などの成果が表れ始めた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆研究会発事業化プランの作成に向けた取り組みの加速</li> <li>◆研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援                     <ul style="list-style-type: none"> <li>○意欲のある企業の参加促進</li> <li>○事業化に向けた企業間連携の促進</li> <li>○個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化</li> <li>○研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化</li> <li>○健康福祉産業の事業化に向けた取組の推進</li> <li>★研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化</li> </ul> </li> <li>◆研究開発から事業化まで、一貫した支援を実施</li> </ul>							

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

【商工業分野】

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (令和10年度末)	
<p>食品、天然素材、環境、健康福祉</p> <p>意欲のある企業の参加促進 事業化に向けた企業間連携の促進 個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化 研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化</p> <p>県工業振興課、新産業推進課:テーマ別研究会設置・運営、研究会発事業化支援事業費補助金制度の実施 成長分野研究会発の有望なプランの成長を後押しするパッケージ支援(H25~)</p>						<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用が創出される</li> <li>◆全国的に競争力のある企業が生まれ、生産が活発化し、企業の集積が始まっている</li> </ul>	
<p>健康福祉産業の事業化に向けた取組の推進</p> <p>県地域福祉政策課:あつたかふれあいセンター事業の実施 ・業いや訪問・相談・つなぎ、生活支援を基本機能とした上で地域ニーズに応じた機能(サービス)の前方展開を支援</p>						<ul style="list-style-type: none"> <li>◆販売金額 100億円(H24~H27)</li> <li>◆新規雇用 110人(H24~H27)</li> <li>◆あつたかふれあいセンター(地域福祉の拠点)の設置箇所数 34市町村53カ所</li> </ul>	
<p>事業化プラン策定段階からの参画 認定済み事業化プランの事業化を支援 産業支援機関、公設試などの連携強化</p> <p>県工業振興課、新産業推進課:新事業創出支援チームによる事業化に向けた取組への支援</p>							

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る  
2 産業間の連携を強化する  
3 足腰を強め、地力を高める  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる

戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (取組み・効果)	課題		1	2	3	4	5	
2. 成長分野での事業化促進 (2) 官民が連携した協働会の支援による新たなソーシャルゲーム産業の創出の土台づくり	◆幅広い企業、大学が研究開発を行ったが研究開発の成果が製品化・事業化まで結びつくものが少ない	◆県内クリエイター実証調査の実施 ◆コンテンツビジネス起業化支援事業の推進 ◆高知コンテンツコンテストの開催 ◆クリエイター見本市の開催 ◆著作権セミナーの開催 ◆コンテンツビジネス創出育成協議会の設立 ◆高知県ソーシャルゲーム企画コンテストの開催 ◆県内クリエイターのビジネスの場を県内外に拡大すること、及びコンテンツ分野における産業創出を目的とした事業を実施 ◆クリエイターの地産地消に関しては、見本市により県内事業者との商談を実施した ◆コンテンツコンテスト優秀者をクリエイティブマーケット東京に出展させることで、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地消の動きが見え始めた ◆産業創出に関しては、事業化プラン認定第1号となったスマートフォンアプリが制作された また、県内企業によるソーシャルゲームが初めて開発されリリースされるなど、新たなコンテンツ産業(ゲーム)創出に向けた土台作りがスタートした	◆クリエイターの地産地消・地産地消の進展に向け、クリエイターのプロモーション力の強化、見本市への参加者増、コンテンツコンテストへの応募者増 ◆収入増や、地域経済への波及効果のあるコンテンツビジネスプランの具体的な策定 ◆魅力ある売れるソーシャルゲームの開発	◆コンテンツ産業(まんが、デザイン等)の事業化に向けた取組の推進  ○コンテンツコンテスト、ソーシャルゲーム企画コンテストについて、事業開始から3年間継続して取組を実施し、一定成果を上げることを目指す ○ソーシャルゲーム開発→運用→ユーザー確保→課金・資金回収→県内でノウハウを共有・蓄積→次ゲーム開発へ投資というサイクルを回し、開発企業の足腰を強めながら産業創出の土台づくりを進める						

※これからの対策の★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

【商工業分野】

取組方針	第2期計画					目指すべき姿(目標値)	
	H24	H25	H26	H27	H28以降	中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (令和10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(8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	◆新たなコンテンツ産業の創出と関連する産業のクラスター化 ◆高知県クリエイターのブランド化
	県まんが・コンテンツ課:コンテンツビジネス起業化支援事業:企業等の事業化プランの作成から事業化に向けた取組を一貫して支援						
	県まんが・コンテンツ課:高知県ソーシャルゲーム企画コンテスト、事業の成果検証、次年度事業の検討						
	県まんが・コンテンツ課:産業界との連携づくり支援、運用面支援、関係産業への波及支援						
	県まんが・コンテンツ課:第3回高知コンテンツコンテスト、事業の成果検証、次年度事業の検討						
	県まんが・コンテンツ課:第3回までの成果検証によりコンテンツコンテストを廃止、築いたネットワークを活かしてクリエイター同士のニーズに合う人材育成を実施。県内クリエイター見本市、著作権セミナーは、成果検証により継続するかどうかの判断を毎年度行う。県内クリエイター見本市については、民間主導での活動となるよう支援を行う。						
	県まんが・コンテンツ課:県内クリエイター見本市著作権セミナー						

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る  
2 産業間の連携を強化する  
3 足腰を強め、地力を高める  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる

# 第2期産業振興計画 産業成長戦略 線表(案)

## 戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取り組み・効果)	課題		1	2	3	4	5	
4. 企業集積の拡大 (1) 全国トップクラスの助成制度を活用した企業立地の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆製造品出荷額の50%従業員数30%を占める</li> <li>◆世界的な経済の不安定化などの影響から全国的に企業の国内投資の動きが続いている</li> <li>◆県内工場の一部に撤退や県外転出等の動きがみられる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆企業立地促進要綱の改正</li> <li>◆訪問活動の強化</li> <li>◆企業立地件数30件</li> <li>◆継続的な誘致活動を通じて新規案件の掘り起こしを行い企業立地を実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆民地も含めた工場用地等の確保</li> <li>◆人材及び労働力の確保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆〇「ものづくりの地産地消」を加速する業種の誘致</li> <li>◆〇雇用の拡大に「即効性」を持つ業種の誘致</li> <li>◆〇地域産業を支える人材育成、労働力の確保</li> </ul>		○	○			○
(2) 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の整備や入居する企業・新規創業者への支援を実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆平成23年度に実施された集客実態調査の結果</li> <li>◆本県の平成22年の人口は昭和35年を100%とすると県人口は89.5%であるが、過疎地域では51.3%、中山間地域では58.0%と大幅の減少が続いている。</li> <li>◆中心産業である1次産業においても後継者不足等により衰退し続けており、その結果、限界集落の増加や過疎集落の出現に歯止めがかからない。</li> <li>◆これらの実態から、総合的な中山間対策が急がれている。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆大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を支援する。</li> <li>◆大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ベンなどを通じて広くPR、公表する。</li> <li>◆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。</li> <li>◆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、創業や事業の継続・拡大を支援する。</li> </ul>				○	○	○	

※これからの対策の ○は新規事業  
●は拡充事業  
○は継続事業

【商工業分野】

第2期計画	第2期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
	H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
企業立地の推進						<ul style="list-style-type: none"> <li>◆新規案件の掘り起こしを行うとともに継続的な誘致活動を通じて、企業立地が進む。</li> <li>◆新増設 40件(H24~H27)</li> <li>◆製造品出荷額 360億円、新規雇用 1,300人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆成長産業や県内不足業種等にかかわる有力企業が立地し、県内企業を巻き込んだ地域内でのサプライチェーン化が進んでいる</li> </ul>
県企業立地課: 農林水産物に付加価値を付ける食品加工などの地域資源を活用する分野、太陽光などの新エネルギー関連産業分野、本県製造業の高度化や製品の県内での一貫生産を行ううえで不足する業種、雇用拡大に即効性を持つ事務系業種等の企業を誘致する							
県企業立地課: ・企業立地促進補助金制度の強化 ・企業立地セミナーの実施 ・コールセンター等立地促進補助金制度の抜本強化 ・コールセンター見本市への出展 ・オフィスの確保のための補助金制度の創設							
シェアオフィス整備等の支援						<ul style="list-style-type: none"> <li>◆サテライトオフィスを設置した市町村や地域の知名度が向上しつつある。</li> <li>◆県内6地域に、20企業が創業し、IT企業等の集積が始まりつつある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆サテライトオフィスを設置した市町村や地域の知名度が向上し、ブランド化されている。</li> <li>◆IT企業等が集積している。</li> <li>◆中山間地域への移住や交流人口、雇用が拡大し、地域の活性化が図られている。</li> </ul>
産業振興部: 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を支援する							
創業者等支援							
新産業推進課: シェアオフィスに入居する企業・新規創業者に初期経費を支援							
新産業推進課、NPOこうち企業支援センター: 専門家派遣によるハンズオン支援や、金融機関・事業連携先の紹介、創業・情報関連セミナーなどの開催により、創業や事業の継続・拡大をめざして支援する							

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る  
2 産業間の連携を強化する  
3 足腰を強め、地力を高める  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる

# 第2期産業振興計画 産業成長戦略 線表(案)

## 戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針	産業	青果	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
			総括 (取り組み・成果等)	課題		1	2	3	4	5	
5. 建設業の新分野進出 (1)建設業の新分野進出	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆市町村の産業別総生産に占める高い建設業の割合 (H17年度) 建設業が上位5位までに入る市町村 15市町村(42.9%) (H20年度) 建設業が上位5位までに入る市町村 18市町村(52.9%)</li> <li>◆公共事業費の減少とともに就業者も大きく減少</li> <li>◆多い企業倒産(H21年度)69件(うち建設業23件(33.3%)、(H22年度)52件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆平成22年5月に財団法人高知県産業振興センターに「建設業新分野進出アドバイザー」を1名配置</li> <li>◆県内7ヶ所の「地域産業振興監」オフィスを地域の窓口として位置付け</li> <li>◆「建設業の新分野進出事例集」を平成21年度末に作成</li> <li>◆県内7地域(4会場)で新分野進出説明会・セミナーを実施</li> <li>(H22年度) 88社参加(うち個別相談12社)</li> <li>(H23年度) 81社参加(うち個別相談11社)</li> <li>◆地域の建設事業者と農林業者等とのマッチングを促進する「高知県建設業支援協議会運営事業費補助金」を実施</li> <li>◆「高知県建設業新分野進出支援事業費補助金」を創設</li> <li>◆建設業新分野進出アドバイザーを1名配置したこと、県内の様々な建設事業者の新分野進出に関するニーズの把握につながり、個別の相談に対するフォローアップが可能となった</li> <li>◆新分野進出説明会・セミナーの参加については、各地域の建設業協会との打ち合わせを行い、先方のニーズに対応することで、参加者を増加させることができた</li> <li>◆新分野進出事例集や実態調査結果を各企業に配布することで、新分野進出を検討する参考となり、きっかけづくりとなっている</li> <li>◆建設業新分野進出実態調査を行うことで、建設業の新分野進出に関する意識や課題、現在の支援策に対する評価を得ることができた</li> <li>◆特に、調査で3年以内に新分野進出を希望する企業については、企業訪問を実施し、具体的な支援を行うことができている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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が必要となっている</li> <li>◆進出分野が多岐にわたるため、アドバイスする側にも一定の専門分野とともに幅広い知識が求められる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆企業訪問・説明会を通じた情報提供 ○新分野進出の手引き等の配布</li> <li>◎新分野進出説明会・セミナー、先進企業視察、少人数の勉強会等</li> <li>◆支援事業の有効活用 ○初期投資の負担軽減等</li> <li>○進出リスクの軽減</li> <li>◆取組企業へのフォローアップ ○個別企業訪問、他部局との連携の下での専門家派遣、支援制度の紹介等</li> </ul>							

※これからの対策の★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

【商工業分野】

取組方針	第2期計画					目標すべき姿(目標値)	
	H24	H25	H26	H27	H28以降	短期的な視点 (平成27年度末)	中長期的な視点 (概ね10年後)
<ul style="list-style-type: none"> <li>手引きの配布や進出事例の紹介等、情報提供の充実</li> <li>県商工政策課:手引き等の配布、研修・セミナー、先進企業視察等の開催 新分野進出についての現状把握、経営課題等の抽出のため実態調査の実施(H25)</li> </ul>						<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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の拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆建設業の新分野進出の拡大による地域産業の活性化と働く場の確保</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>初期投資の負担軽減</li> <li>県計画推進課:産業振興推進総合支援事業費補助金による支援</li> <li>産業振興センター:こち産業振興基金の建設業経営革新支援事業(一般枠)の支援</li> </ul>						<ul style="list-style-type: none"> <li>◆建設業の新分野進出数 230社(H24~H27)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆新分野の事業が主体となる企業も出てきている</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>進出リスクの軽減</li> <li>産業振興センター:こち産業振興基金の建設業経営革新支援事業(新分野進出枠)の支援</li> </ul>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>取組企業へのフォローアップ</li> <li>建設業新分野進出アドバイザーの企業訪問による個別支援 産業振興センター、商工会連合会、商工会館所、中小企業団体中央会、県等:専門家等の派遣</li> </ul>							

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る  
2 産業間の連携を強化する  
3 足腰を強め、力を高める  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる

戦略の柱【3. 販売の拡大(地消・外商)】

【商工業分野】

取組方針	背景	第1期計画(H21~H23)の経緯等		これからの対策	改革の方向					
		経緯 (取組の経緯)	課題		1	2	3	4	5	
1. 販路拡大への支援 (1) 見本市への県ブースの出展、県内外での商談会の開催 (2) 産業振興センター等との連携による出展企業等への支援 (3) 産業振興センターを中心とした外商機能の強化等	◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない ・従業員数4~9人 全体の47% " 100人以上 全体の3%  <製造品出荷額> ・従業員数4~9人 全体の6% " 100人以上 全体の49%	◆見本市への高知県ブースの設置 ・商談会の開催 ・インターネットを活用した企業情報の発信  ◆販路の拡大の取組を行った	◆機械・金属加工系を中心に取り組んできたため、紙産業等の地場産業への取組の拡大	◆ものづくり企業を対象にした県外での受注拡大の取組への支援を実施 ○新たな分野の見本市へ出展 ○成約につながりやすい効果的な商談会の開催 ○関係機関との連携により、見本市、商談会参加後の県内企業へのフォローアップ ○県内企業が行う県外企業への県内製品・技術のPR活動への支援						
(4) 海洋深層水	◆海洋深層水のブームが終焉し、かつての勢いがなくなったことで売り上げが伸び悩み ピーク H16 155億 現状 H23 136億  ◆首都圏をはじめとする大消費地への情報発信力が弱く、売込みが十分できていない	◆大消費地における海洋深層水関連イベントへの出展支援の実施  ◆県や国の補助金等による商品開発・販路拡大・施設設備等への支援の実施  ◆全国の海洋深層水活用事例の取りまとめ  ◆大消費地において海洋深層水商品の認知が一定図られた  ◆首都圏において、他の取水地アンテナショップ間での連携事業の実施  ◆全国の取水地と連携することにより、海洋深層水産業の底上げに向けた土作りができた  ◆県内外の観光・物産事業者との連携による海洋深層水関連商品の販売、PR  ◆県内外の観光・物産事業者との連携による取組が始まった	◆一過性の取組みに残りがちで、ビジネスに結びつく事業の展開が必要  ◆規模の小さい企業が多いことから、県外への販売力が弱く、販路が確保できていない  ◆取りまとめた活用事例を県内企業の新商品開発等に役立ててもらおう  ◆高知県主導で「海洋深層水のブランド力」を上げていく仕掛け作り  ◆連携事業の核となる組織立ち上げが必要	◆海洋深層水の利用拡大の推進  <新たな需要の創出と販路の開拓> ★首都圏を中心にビジネスへ結びつく営業活動の実施 ★量販店等へ「深層水フェア」開催に向けた企画の提案 ○企業クラブの取組への支援  <海洋深層水のブランド力の強化> ○深層水マーケットの底上げに向けた他の取水地との連携 ○全国連携推進組織の活用 ★ビジネスに結びつく連携事業の実施 ★産官学連携を活用したPR  <海洋深層水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と未利用企業の利活用の促進						

\*これからの対策の 水は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

取組方針	第2期計画					目指すべき姿(目標値)	
	H24	H25	H26	H27	H28以降		
販路の拡大	<p>県工業振興課: 県外の主要な見本市へ高知県ブースを設置し、県内製品のPRや販路開拓の確保、インターネットを活用した県内企業情報発信、トップセールスの実施 産業振興センター: 県内及び県外で商談会を開催し、取引の斡旋や受注の確保、見本市・商談会参加企業へのフォローアップ、県内企業の製品等のPR活動など県外での外商活動支援、トップセールスの実施</p>					◆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 50回(H24~H27) ・受注金額 20億円(H24~H27) (防災関連・ものづくりの地産地消含む)	◆製品の競争力の向上や継続的な営業活動により、売上額が大きく増加している
新たな需要の創出と販路の開拓	<p>県工業振興課: ・高知海洋深層水企業クラブが実施する首都圏等のイベント等でのPR支援 ・企業訪問活動の強化による海洋深層水利用企業の支援 ・県内外への商談会やイベントでの広報活動 ・海洋深層水紹介パンフレットを作成し、「まるごと高知」(地産外商公社)や県外事務所等とも連携して直接仕向きの営業活動の実施</p>					◆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	◆産官学連携による海洋深層水を活用した商品作りや販路拡大が図られ、関連商品の販売額が増加している  ◆海洋深層水を活用した新たな産業が創出され、関連産業界の生産拡大が図られている
海洋深層水のブランド力の強化	<p>県工業振興課: 全国海洋深層水取水地連携協議会の立ち上げ 県工業振興課: 全国海洋深層水取水地連携協議会の連携事業として展示会出展や商談会の実施  県工業振興課: ・スーパーマーケットトレードショーへの共同出展 ・海洋深層水フェアの共同実施やアンテナショップフェスティバルへの出展  県工業振興課: ・ジオパークと関連した新商品の開発支援等 ・深層水関連製造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の実施</p>					◆深層水関連商品売上額 H27: 170億円	
海洋深層水の利用拡大に向けた研究開発等	<p>県工業振興課: ・成長分野育成支援研究会(食品)と連携した既存商品の磨き上げや新商品の開発支援 ・工業技術センターと連携した未利用深層水の有効活用を目指した取組 ・深層水の機能性アピールへの取組(研究成果紹介冊子の作成や実証試験等) ・県内外の企業の新商品開発に向けたコーディネート</p>						

\*改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る  
2 産業間の連携を強化する  
3 足腰を強め、地力を高める  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる



# 第2期産業振興計画 産業成長戦略 線表(案)

## 戦略の柱【3. 販売の拡大(地消・外商)】

取組方針	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (取組の方向)	課題		1	2	3	4	5	
2. 商業の活性化 (2) 商業の振興	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆人口減少・高齢化による地域マーケットの縮小</li> <li>-H22年総人口 764,456人で平成17年国勢調査から31,836人減少(4.0%減)</li> <li>◆商業者の意欲減退</li> <li>-小売販売額は平成9年から、事業所数、従業員数は平成11年から減少が続いている</li> <li>-卸売販売上高、事業所数、従業員数は平成11年をピークに減少傾向</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆商工会等支援機関による事業者の経営支援</li> <li>◆経営革新に取り組む事業者等に対し課題の設定、目標の明確化と事後チェックを行う重点指導事業を実施</li> <li>◆事業者の経営力向上等への支援</li> <li>◆創業や経営革新等各種セミナーの開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆事業者のニーズに対応する支援能力の向上</li> <li>◆創業や事業者の経営革新等に対する意欲の醸成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆創業や事業者の経営革新への取組の支援の強化</li> <li>○商工会等支援機関の組織体制の強化・職員の能力向上</li> <li>○OJTや集合研修、支援スキルの共有等を通じた経営指導員等の能力向上</li> <li>○中小企業診断士の育成</li> <li>○商工会の人事一元化に向けた取組への支援</li> <li>○事業者の経営革新への取組の支援</li> <li>○各種セミナーの開催とフォローアップの強化</li> </ul>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆郊外大型店への消費の流出(消費者ニーズの変化への対応の遅れ)</li> <li>◆中心商店街の衰退傾向に歯止めがかからない状況</li> <li>高知市中心商店街の例では、商品販売額約40%減(H6→H19)</li> <li>休日歩行者通行量約62%減(H10→H23)</li> <li>空き店舗率約13%(H10→H22で10ポイント増)</li> <li>◆商店主の意欲減退</li> <li>-後継者の不在、売上の減少、商店街の将来の不安など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆こうち商業振興支援事業により商店街等が取り組むイベント等へ助成</li> <li>◆歩行者通行量の一定の改善が図られた</li> <li>◆こうち商業振興支援事業により商店街等の空き店舗への出店者に対して助成</li> <li>◆空き店舗率の改善が図られた</li> <li>◆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</li> <li>◆チャレンジショップ事業の実施</li> <li>◆県内3市町において、チャレンジショップが開設された</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆こうち商業振興支援事業費補助金制度の効果的活用</li> <li>○イベントの実施時には、一定の集客はあるものの、新規顧客の獲得やリピーターの確保など、個店の売上には繋がっていない状況</li> <li>○利用が図れていない市町村が多い</li> <li>◆チャレンジショップでは、関係団体との連携によるチャレンジャーの育成・独立</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆人を呼び込む雇わいの仕組みづくり</li> <li>○商店街がまとまりを持ち、継続して取り組む商店街活性化イベントの開催</li> <li>○商店街に誘客を促すためのルートマップ作りや商品開発</li> <li>◆商店街の機能向上支援</li> <li>○商店街がコミュニティの場となるなど商店街の活性化につながる空き店舗への出店者に対する支援</li> <li>○新たな顧客(高齢者など)のニーズに応じた販売方法やサービスなどへの支援</li> <li>★チャレンジショップの運営によるチャレンジャーの育成・独立</li> </ul>						
				<ul style="list-style-type: none"> <li>◆特産品販売の拠点整備と地域の商業機能の維持</li> <li>★集落活動センターと連携し、新たに開発された商品の販売促進拠点を整備する</li> <li>★地域住民の利便性確保に向け、地域の購買拠点を整備と維持を支援する</li> </ul>						

※これからの対策の ★は新規事業 ○は拡充事業 ●は継続事業

【商工業分野】

第2期計画	第2期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
	H24	H25	H26	H27		中期(平成27年度末)	長期(昭和10年先)
<p>商工会等支援機関の小規模事業者等経営支援能力の向上</p> <p>支援機関で中小企業診断士を育成・支援スキル向上研修等を充実させ、より高度な経営支援ニーズに対応。支援機関の経営指導員が意欲ある事業者を重点的に支援する重点指導事業の実施。支援機関職員を対象に外部専門家の活用による企業支援スキルの習得。商工会の人事一元化・広域支援体制整備に向けた取組</p> <p>創業・経営革新等研修会の実施</p> <p>創業・経営革新・事業承継・農工商連携等ニーズに応じたセミナーを開催。セミナーを契機に事業者の個々のニーズに応じたフォローアップの実施</p>					<p>◆中小企業診断士12名体制</p> <p>◆創業支援件数・経営革新認定件数をH23年度比50%増</p>	<p>◆中小企業診断士15名体制</p> <p>◆創業支援件数・経営革新認定件数をH23年度比100%増</p>	
<p>商店街としてまとまりを持った継続したイベントの実施</p> <p>県経営支援課：こうち商業振興支援事業費補助金制度 商工団体等が取り組む商業の活性化事業を支援</p>					<p>◆多くの商店街等で、積極的な活性化事業が行われるとともに、空き店舗への新規出店が進み、歩行者通行量の減少等に歯止めがかかっている</p> <p>-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</p> <p>-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</p>	<p>◆多くの商店街等で、活性化に向けた取り組みが活発に行われ、雇わいが維持されている</p>	
<p>空き店舗への出店者に対する支援</p> <p>県経営支援課：こうち商業振興支援事業費補助金制度 商店街の活性化につながる空き店舗出店者に対する支援 商工団体等が取り組む商業の活性化事業を支援</p>							
<p>空き店舗を活用したチャレンジショップへの支援</p> <p>県経営支援課：チャレンジショップの運営とチャレンジャーの出店を支援</p>							
<p>特産品販売・地域の購買拠点の運営への支援</p> <p>中山間地域対策課：中山間地域生活支援総合補助金 県経営支援課：地域の購買拠点運営支援事業 地域住民の利便性確保に向け、地域内に商店等が無くしている地域での購買拠点の設置への支援及び商工団体等による店舗運営の経営指導や人材育成を行うことで、自立運営につながる支援</p>					<p>◆集落活動センターと連携し、特産品の販売と購買の拠点を整備する</p>	<p>◆特産品販売及び地域の購買拠点が自立運営されている</p>	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る  
2 産業間の連携を強化する  
3 足腰を強め、地方を固める  
4 新たな産業づくり挑戦する  
5 産業人材を育てる

# 高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿 商工業分野



農林水・観光等の各分野での産業振興の実現と相まって