

---

# 産業成長戦略の平成26年度の改定のポイント

---

・（連携テーマ）地産地消・外商戦略の展開・・・・・・・・・・・・・・・・	3
・（連携テーマ）産業人材の育成・確保・・・・・・・・・・・・・・・・	13
・（連携テーマ）移住促進による地域と経済の活性化・・・・・・・・	15
・農業分野・・・・・・・・・・・・・・・・	19
・林業分野・・・・・・・・・・・・・・・・	41
・（連携テーマ）新エネルギーを産業振興に生かす・・・・・・・・	59
・水産業分野・・・・・・・・・・・・・・・・	69
・商工業分野・・・・・・・・・・・・・・・・	95
・観光分野・・・・・・・・・・・・・・・・	115



- 
- (連携テーマ) 地産地消・地産外商戦略の展開
  - (連携テーマ) 産業人材の育成・確保
  - (連携テーマ) 移住促進による地域と経済の活性化
-



# 地産地消・地産外商戦略の展開

食料品製造業出荷額等800億円の達成に向けて

## 地産外商の推進

### ■ 商品の磨き上げ支援

- アンテナショップ「まるごと高知」の活用
- バイヤー等の情報を活用した磨き上げ
- 産業振興アドバイザー



### ■ 県産品の販路拡大支援

(国内)

- 「まるごと高知」を拠点とした外商活動
- 定番化を見据えた外商活動の展開 (卸事業者等との連携等)
- 大阪事務所・名古屋事務所による販路拡大支援
- 高知フェア等による県産品の認知度向上と販路開拓・販売拡大
- 全国的な展示商談会への出展
- 情報発信の充実・強化
- フェイスブック「高知うまいもの情報室」
- 県産品情報サイト「まるごとネット」

(海外)

- 本県に優位性のある品目を中心にした販路拡大

など

■ 県産品の認知度向上・販売拡大  
 ○ eコマースサイト「高知家のえいもん屋」  
 ○ 地域産品商談会 (県外量販店等に拡大など)

情報の  
 フードバック

高知家

## プロモーションの 継続・強化

### ■ 切れ目ない話題の提供

- PV動画製作
- 「高知家」特設サイトの充実
- ウェブ広告のパナー製作

### ■ 「高知家」の露出強化

- 車内貼り広告
- トレインチャンネル
- 東京での記者発表

など

強力に  
 運動

観光振興、移住促進などの施策

## 食品加工の 推進

### ■ 地域加工の取組支援

- 地域アクションプランの実行支援
- 産業振興アドバイザー

### ■ 産業化の取組支援

- 大消費地のパートナー店等と連携した商品づくり
- 県立大学と連携した生産管理高度化支援
- ワンストップ相談窓口での適正表示支援
- 産業人材育成プログラム

など

事業者の段階に応じた支援

連携

## 地産地消の徹底

### ■ 地産地消に対する意識の向上を促進

- 野菜で元気店、土佐の料理传承人、おいしい風土こうちサポーター など

### ■ 地域産品の販路拡大を支援

- 直販所を拠点とした地域活性化
- 地産地消カタログギフト

### ■ 地場産物の給食利用の促進

など

## 「ものづくりの地産地消」の促進

### ■ 事業者間のマッチング支援の強化

- 「高知家ものづくり企業まるごと支援センター」(仮称)を中心としたマッチング機会の創出

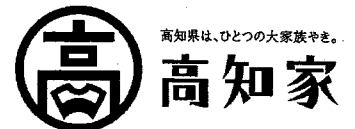
### ■ 県内産業の技術力、商品開発力向上への支援

- 工業技術センター等による支援

### ■ 県内に不足している業種・工程等の誘致

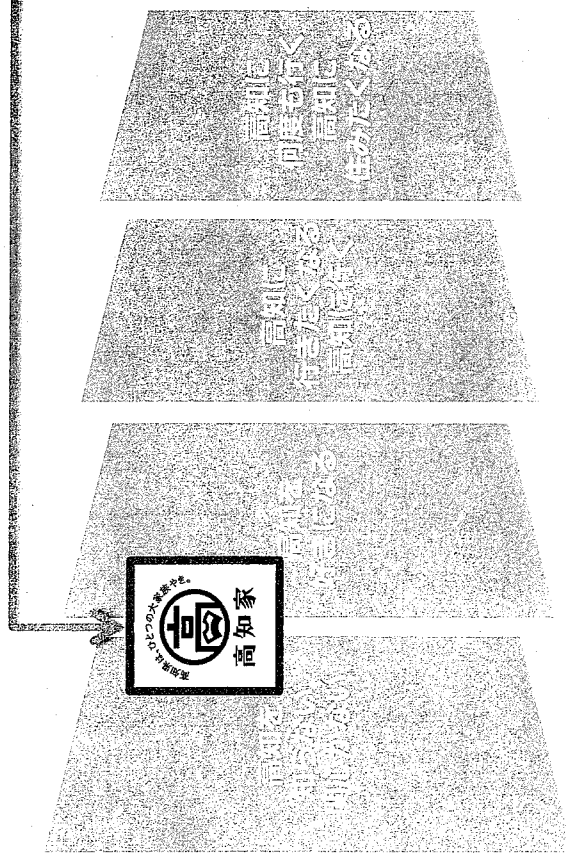
- 企業誘致の推進

など



# 「高知家」プロモーション 2nd season / ① 1年目の取り組みと成果

## 1 「高知家」プロモーション1年目の取り組み

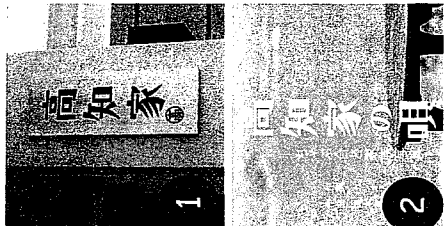


**目標** 「高知家」ウェブサイト70万PV達成 (11/20現在76.2万PV)  
 ~ 高知をまず知ってもらおう、好きになってもらおう ~

- 1

  - 特設サイト構築
  - コンセントコピィ・ビデオ制作、記者発表 (高知)
  - 電車内貼広告
    - ・ 東京・大阪モノレール (1カ月)
    - ・ JR大阪快速 (1カ月)、名鉄ドア横 (2週間)
  - ポスター制作 ○ グッズ制作 (ピンバッジ、表札)
- 2

  - <「高知家」県民運動を醸成>
  - 記者発表 (高知)
  - 県民430名以上が参加した「高知家の唄」制作
  - PRイベント (高知)
  - 「高知家の唄」楽譜を県内全小中高등학교へ配布
  - DVDの貸出



## 2 「高知家」プロモーション1年目の成果

- **<特設サイト>**  
 市のサイト(SAV)他県のサイト(過去最大)  
 <高知で暮らすアクセス数>  
 昨年同時期の約3倍
- **<県内での波及効果>**  
 予定の25倍を配布
- **<移住関連度>**  
 サイトオープン1ヶ月  
 が過去最高
- 高知家特設サイト  
**113,964PV (6/4)**  
 (サイトオープン日のみ)
- 高知で暮らすサイト  
**178,770PV**  
 <6/4~11/20>  
 (昨年同期67,713PV)
- 高知家ピンバッジ  
 当初制作2,000個  
 約50,000個配布 (11月末)
- 「高知で暮らし隊」登録者  
 2013年6月 87人
- 移住相談件数 同133件



投資の約10倍の広告換算効果

- 各種メディアへの露出 (6月末までの約1カ月間)
- 「高知家」予算約3,300万円
- 広告費に換算すると  
**約3億1,200万円**  
 の露出価値を獲得

# 「高知家」プロモーション 2nd season / ② 今後の戦略展開

## 3 「高知家」プロモーションの検証（「高知家イメージ調査※」より）

愛着度・好感度 63.6%  
 （長野67.3%、広島56.5%、香川59.3%、熊本61.2%）

観光意向度 58.6%（全国第13位）  
 （長野57.8%、広島48.4%、香川51.0%、熊本56.5%）

移住意向度 18.2%  
 （長野23.9%、広島12.7%、香川14.5%、熊本15.1%）

愛着度・好感度 84.9%

観光意向度（＝観光リピート率）75.4%

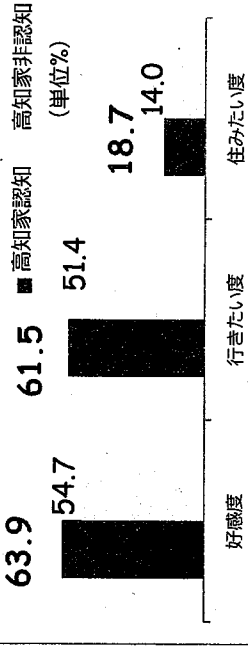
移住意向度 32.5%

さらに5年以内に高知にきたことがある方は

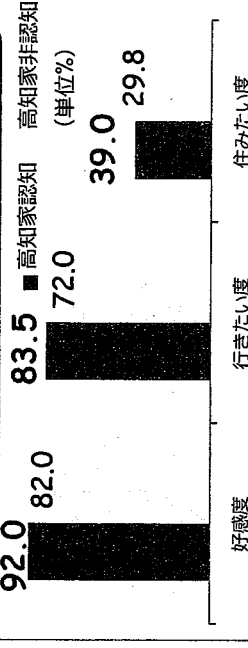
高知家認知度 **21.9%**

「高知家」を認知した方は全てにポイントが高く、観光経験者で「高知家」を認知した人はさらに高い

高知県観光経験なし



5年以内高知観光経験者



## 4 「高知家」プロモーションの今後の方向性

- ① 高い潜在能力を持つ高知県。高知県にあればさらにその良さを実感。
- ② 「高知家」の認知度は非常に高く好印象。「高知家」を知ることが高知県に対するイメージがさらに向上。
- ③ 「高知にきたことがある」かつ「「高知家」を知る」と高知県に対するイメージが大幅に向上（54.7% → 92.0%）

「高知家」を知れば、高知県を好きになる、行きたくなる、住みたくなる。

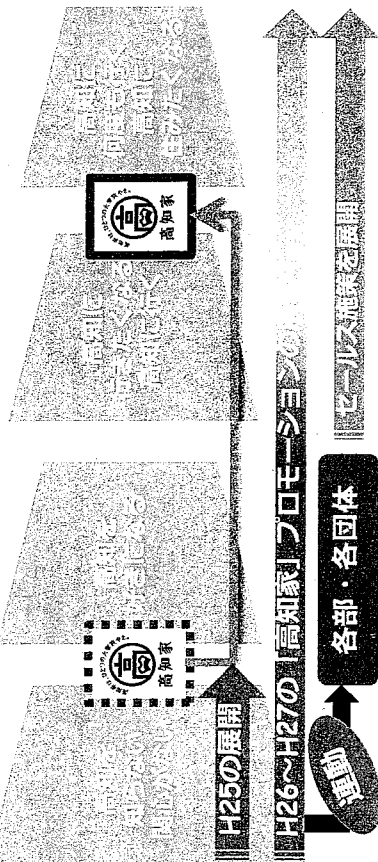
①「高知家」プロモーションは一層の投資効果が期待できる  
 ②「高知家」プロモーションは具体的な成果に結びつく

＜「高知家」プロモーションを継続・強化＞  
 ①「高知家」の認知度をさらに上げ、行きたくなる、住みたくなる人を増やす  
 ②「高知家」統一キャンペーンと関係各部署のセールス施策を組み合わせ、観光客増・移住者増・県産品の販売拡大という具体的な成果に直結させる。

※首都圏・関西圏エリア居住者「高知県イメージ調査」結果（2013/10）（n=5000）【ベンチマーク県／長野県、広島県、香川県、熊本県】（20代～60代の男女を対象にインターネットで調査）

# 「高知家」プロモーション 2nd season / ③ 今後の具体的な取り組み

## 5 取り組みの目標



## プロモーションのH26・H27の業務遂行目標

	H25	H26	H27
高知家の認知度	22%	25%	30%
愛着度・好感度	63%	認知度の向上に合わせたそれぞれUP	認知度の向上に合わせたそれぞれUP
行きたい度	58%	認知度の向上に合わせたそれぞれUP	認知度の向上に合わせたそれぞれUP
住みたい度	18%	認知度の向上に合わせたそれぞれUP	認知度の向上に合わせたそれぞれUP

定期的（年2回）にイメージ調査を実施し、それぞれの指標の到達度を確認しながら投下施策を見直し、業務遂行目標を達成

## 6 平成26年度の事業展開

高知県が好きになる、県産品を買いたい、高知県に行きたい、住みたい人を増やし、「買う」「来る」「住む」行動につなげる

外商拡大、移住者増、観光客の増など産業振興計画によって生まれ始めた成果

<官民協働によるセールスをさらに強化>  
 観光振興施策  
 移住促進施策  
 農産物・水産物・加工品などの販売拡大施策

セールスを強かに後押し

### ① 切れない話題の提供

- PV動画制作（5種）
- 高知家特設サイトの充実（メイン1種、サブ4種）
- ウェブ広告のバナー制作など

### ② 「高知家」の露出強化

- 車内貼り広告（東京モノレール、JR大阪）
- トレインチャンネル（首都圏・関西）
- 東京での記者発表、ウェブ広告、雑誌等とのタイアップなど

イメージ調査に基づき強化点

- ④ 60代への発信
- ⑧ 若手社会人への発信
- ⑨ 食を中心にした発信
- ⑩ リピーター獲得
- ⑪ 住むを意識した発信

## 高知家統一キャンペーンの展開



外商推進本部を中心に「高知家」プロモーションと各セー  
 ルス施策をより強力に統一・連  
 動させて展開  
**具体的な  
 成果に直結**

## H27の成果 達成を加速化

- 観光客 400万人以上
- 移住 500組以上
- 食料品製造業出荷額等 800億円以上







# 食料品輸出額3億円をめざした果産品グローバル戦略の推進

取組の柱

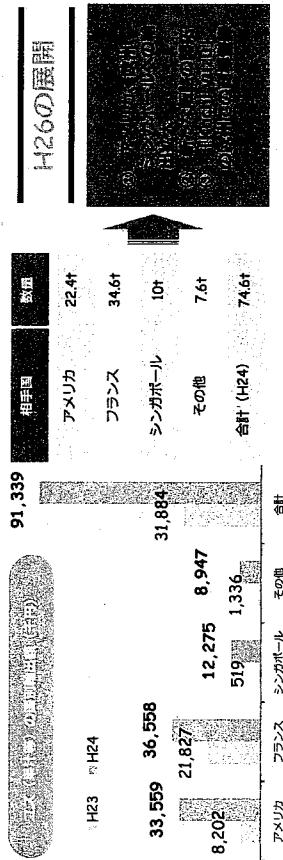
- ① 他県との競争に打ち勝つ施策の強化/ユズを中心としたプロモーションの強化
- ② 果産品のさらなる認知度向上と販路拡大/ユズに続く品目の販売拡大&新たな販路の開拓
- ③ 貿易を担う人材の育成/貿易に取り組む事業者の掘り起こし

プロモーションの強化  
販路拡大&新たな販路の開拓

H27  
目標

- ① ユズ(果汁等) 輸出 100t
- ② 食品の輸出額 3億円
- ③ 貿易に取り組む企業 50社

## 1 ユズ果汁等「100t」輸出戦略の展開



ユズ(玉・果汁)の輸出拡大を生産量の拡大へつなげる

**米 国**

① H25のNYの展示会への出展に続き、本格的にアメリカ市場へのユズ認知を担い、NYで「ユズ賞味会」を開催

**欧 州**

① 過去3年間のプロモーションの成果のさらなる拡大に向けベルリンの専門見本市「Fruit Logistica」に出展、ゆず青果玉の輸出拡大

**シンガポール**

① 現地有カシエアを高知県に招へいし、さらなるユズの認知度の向上及び販路拡大を図る

**豪 州**

① H25のメルボルン賞味会のシャワー効果を活かし、オーストラリア全土に影響力があるシドニーで「ユズ賞味会」を開催

## 2 ユズに次ぐ品目の輸出促進 (「日本酒」「旨み」など)

**英 国**

① 日本酒及びみそを合わせた食材のマーケティングと販路開拓を目的としたプロモーションをロンドンで実施 (JAPAN Center)

**米 国**

① ロスの日本食量販店を複数(3ヵ月)を巡回してプロモーションを実施し活性化を図る

## 3

**西 国**

① 自国でのセミナー・商談会の開催、上海ハイヤーの招へい

② 伊勢丹シンガポール四国プロモーションの開催

① 自国でのセミナー・商談会の開催、上海ハイヤーの招へい

② 伊勢丹シンガポール四国プロモーションの開催

# 「メイド・イン・コウチ」の品質をサポート

## 目標

- 消費地から求められる食品加工施設の生産管理の高度化に向けた企業の自主的・自立的な取組を促進

## 課題

- ネットワーク化が進まない
- 県内企業をリードする中核人材の参加に至っていない（各企業の中核人材止まり）
- 生産管理の個別支援が必要（地域AP事業など）に対し設計段階から支援
- H27の「食品表示法」施行に向けた準備

## 対応策

- 県立大学を核とした人材育成の継続
- 流通や小売との交流を含めた企業間のネットワークづくりと中核人材の育成
- 個別支援の体制構築、地域本部との連携強化
- 「食品表示法」施行に向けた情報の収集と庁内体制の構築



企業自らが「信用の見える化」を実現



連携テーマ【食品加工の推進】

【連携テーマ】

取組方針	背景	これまでの取組と成果 (・取組 ◆成果)	課題	これからの対策	改革の方向					
					1	2	3	4	5	6
2. 産業化の取組支援 (2)加工に関する施策	<p>(加工等における現状) ◆食の外部化が進行している現在、加工することによって、高付加価値をつけ、流通させていくことの重要性が増加 ◆新たな商品開発力が不足 ◆首都圏など大きな市場の情報を的確に掴んだ商品づくりができていない ◆小規模な経営体が多く、大きな取引や加工用設備の整備が難しい ◆産地側、食品加工企業側ともに、お互いの情報(栽培状況、技術力、情報力)をよく知らないため、商品化に向けたマッチングができていない</p>	<p>◆マーケットイン型商品づくりを支援 ◆第1期計画では、専門家のアドバイスを生かした新たな商品開発や、販路開拓、商品PR方法などの実践手法を取得できた。 ◆第2期計画においては、首都圏マーケットのパートナー店と連携することで、具体的な商品開発・改良につながった。</p>	<p>◆第2期計画における新たな取組として、まずは首都圏の高質スーパーをパートナー店としてきたが、首都圏以外のマーケットへのニーズも大きくなった。</p>	<p>◆◎首都圏マーケットと連携した商品づくり ◎関西・中部地区のマーケットと連携した商品づくり</p>	○	○	○			
	<p>◆消費地の求める生産管理はますます高度化している ◆食品表示関連法が頻りに改正されるとともに、煩雑さを解消するための一元化がされることとなった。(食品表示法の公布)</p>	<p>◆生産管理高度化研修により、基礎知識を習得 ◆個別調査と改善提案により、管理体制が改善された ◆高知県立大学を核とする体制の構築に繋がった ◆次世代を担う企業内の中核的人材の育成につながった</p>	<p>◆参加者のニーズに応じた研修 ◆事業者の主体的な取り組みを推進するためには、高知県をリードする中核的人材の育成が必要</p>	<p>◆◎生産管理高度化における基本の徹底と信用の見える化に向けた中核的人材の育成とネットワーク化</p>	○			○		
	<p>◆表示のアドバイス及び関連する研修会の開催により、適正表示の意識が高まった</p>	<p>◆表示に関する相談件数も多く、外商の拡大に向けては、引き続き、ワンストップの相談体制が必要</p>	<p>◆◎外商の拡大に向けた表示適正化の徹底</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					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 (概ね10年先)
<p>マーケットイン型商品づくりの支援</p> <p>県内事業者:マーケットイン型の商品づくり 首都圏パートナー店:マーケット情報のフィードバック、開発(改良)アドバイス 県地産地消・外商課:県内事業者の開発(改良)支援</p>					<p>食料品製造業出荷額 800億円 (10%UP)</p>	
<p>業務用商品開発プロジェクト</p> <p>県内事業者:業務用の商品開発 業務需要企業等:業務用商品としての改良アドバイス 県地産地消・外商課:県内事業者の開発(改良)支援</p>					<p>衛生管理や適正な表示が徹底され、多くの事業者が外商にチャレンジ</p>	
<p>生産管理高度化における基本の徹底 中核的人材の育成とネットワーク化</p> <p>事業者:生産管理高度化の実践 高知県立大学:生産管理高度化研修の実施 中核的人材の育成とネットワーク化</p> <p>高知県立大学:生産管理高度化講座の開催</p>					<p>中核的人材のネットワークを中心とした自立的な生産管理高度化の実践への支援</p> <p>事業者:生産管理高度化の実践 高知県立大学:生産管理高度化の核となる組織として支援 県地産地消・外商課:ネットワークを中心とした高度化支援</p>	
<p>ワンストップの相談体制による適正表示の支援</p> <p>事業者:適正表示の実践 県地産地消・外商課:適正表示助言体制の整備 県表示所管部署:適正表示指導</p>					<p>国の動向も睨みつつ、庁内連携による適正表示の支援</p> <p>事業者:適正表示の実践 県表示所管部署:適正表示指導</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 産業界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  
6 移住促進により、活力を高める

# 高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す

現状	第2期計画ver.3の取り組み			
	H24	H25	H26	H27
<b>食料品製造業出荷額等</b> 720億円(H22) → 723億円(H24)	<b>生産</b> ○農産物の生産・出荷における高付加価値化の推進 ・「学び教えあう場」の取り組みをさらに県内に広げる ○環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 ・天敵導入など安全・安心につながるIPM技術を全地域、全品目に普及 ・オランダとの友好園芸協定を活かし、高収量・高品質に向けた「こうち新施設園芸システム」の構築 ○漁業生産量の確保と養殖漁業の振興	◎◎ 事業化された地域アクションプランの発展・拡大の支援、新たな事業化の支援 ◎ 消費地が求める商品開発の支援(生産・加工・流通・販売までの一貫した支援) ◎ 産業人材育成プログラムの実践		
	<b>加工</b> ④ パートナー店等を増やし、市場ニーズに対応したマーケットイン型商品づくりの更なる強化 ○高知県立大学を核とした生産管理高度化に向けた中核的人材の育成と企業間のネットワークづくり ○直販所を販売拠点とした加工品開発支援 ○農業・水産業の6次産業化支援 ・農産物加工ができる人材を育成 ・農産物加工品のブラッシュアップを支援 ・こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスづくり ・地域資源を活用した商品開発や事業者とのマッチングを進める ○伝統的な水産加工業の振興 ・宗田節加工業・シラス加工業の振興 ○県内企業の設備投資の促進 ・県内のものづくりの基盤強化のため、補助対象者を中小企業以外にも拡大			
	<b>流通</b> ○官民協働による高知型物流の仕組みづくり ○園芸品の基幹流通の強化 ④ 新たな販路の開拓とともに、実需者のニーズを的確に捉え生産に活かす ④ こだわり野菜・果実の生産者と多様なニーズを持った実需者とのマッチングの推進 ○ユズ青果や果汁・加工品、花き等の輸出支援。EU向け農産物輸出支援 ○水産物の高鮮度物流システムの構築(時間距離を短縮する新たな物流)			
	<b>販売</b> ④ 「高知家」プロモーションと連動したセールス施策の展開 ・卸業者との連携の強化や、食材・ブランド群等での商品提案などを通じた取引金額、定番件数のアップ⇒県内事業者が外商成果を実感できる活動の展開 ○関西・中部エリアでの仲介・あっせん強化 ○大型量販店との包括協定を生かした全国展開 ○eコマースサイト「高知家のえいもん屋」による地産地消・外商の支援 ○農産物のパートナー店での販売強化 ○新園芸ブランドによる販売拡大 ④ 県外消費地市場とのネットワークを構築し、県産水産物の外商戦略を展開 ④ 県産水産物の輸出の取組を支援			

# 本県産業の姿 (地産地消・外商分野～食品分野～)

4年後の目標 (H27年度末)	さらなる飛躍 へのポイント	10年後の目指す姿 (H33年度末)
● 農業産出額 1,000億円以上  ● 販売金額が800万円以上の漁業経営体 510経営体(22%)以上	地域の壁を越えた 事業者の連携	ALWAYS 地産地消  素材を生かした 加工立県  県産品が 全国ブランドに
● 地域アクションプラン等の事業化・定着・規模拡大支援等 60億円増  [ 新たな水産加工業の取扱高 10億円増 ]	県外に流出している加工 工程が県内で できるインフラの整備	
● 外商活動による全国各地での成約金額 20億円  [ H23: 成約金額3.4億円 H24: 成約金額7.7億円 ] ● プロモーション活動の 広告効果 25億円  [ H23: 広告効果23.3億円 H24: 広告効果22.2億円 ]	産学官連携による 技術革新  機能性成分を 生かした商品開発	
● 継続的に貿易に取り組む食品企業が倍増 50社(輸出額3億円)  [ H22: 輸出額9,600万円 H23: 輸出額1億2,900万円 H24: 輸出額2億300万円 ]	設備投資による 加工規模の拡大	

県産品の販路開拓・販売拡大による事業者・生産者の所得の向上 食料品製造業出荷額等 800億円以上を目指す

食料品製造業出荷額等 900億円以上を目指す

数多くの「新たな産業を担う人材」の輩出によりさらなる飛躍を目指す

# 「土佐まるごとビジネスアカデミー」の改善・バージョンアップ

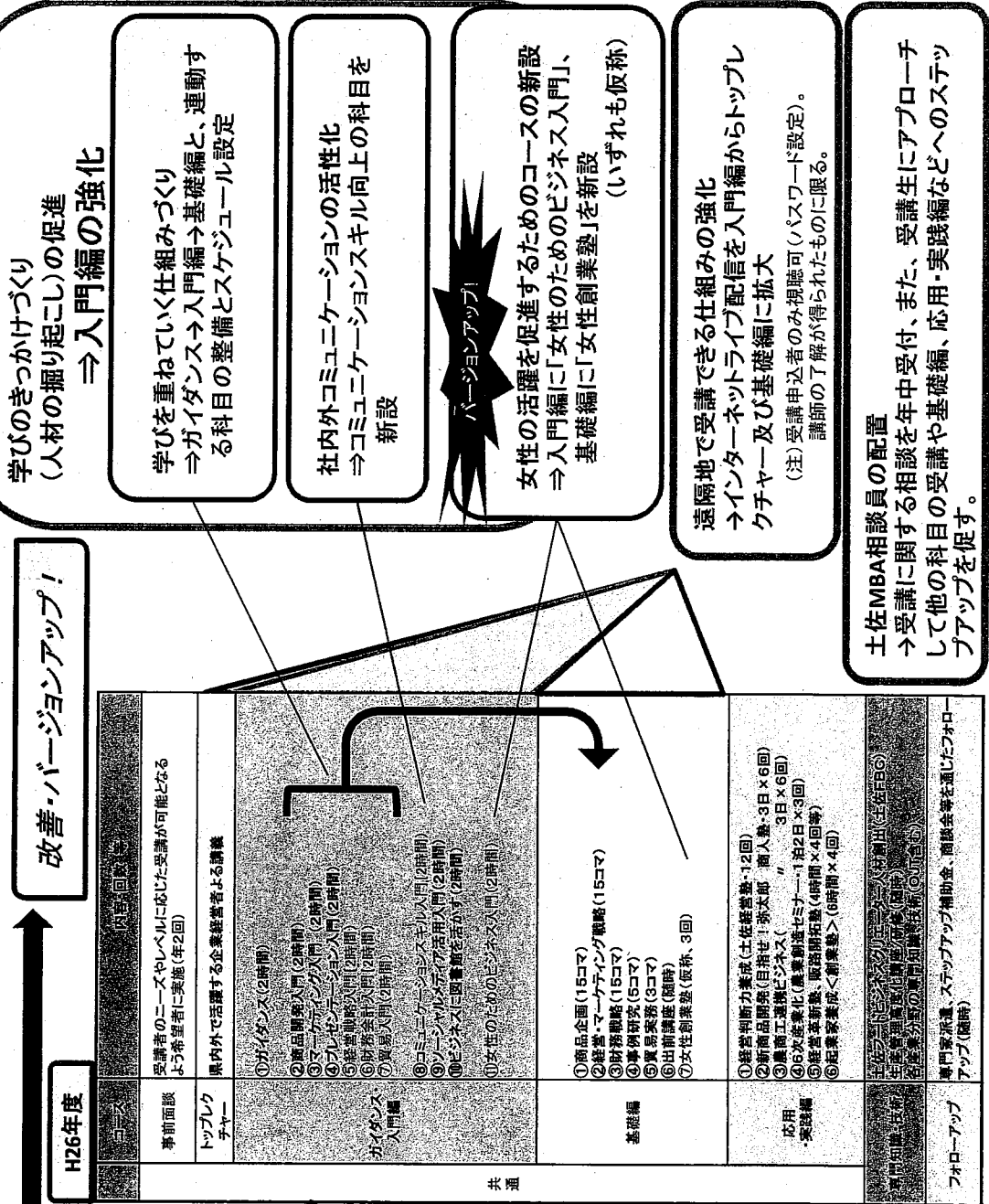
## ～全国一学びの機会が多い県を目指して～

【目的】: 本県の産業を継続的に底上げするためには、地域や企業を支える人材の育成が大きな課題。そのため、人材育成のメニューやレベルを体系化し、受講者のニーズやレベルに応じて受講できるように環境を整備することにより、本県の産業や地域を支える人材の育成を進める。

【対象者】: ①地域産業リーダー(地域産業の実践者) ②地域産業リーダー(地域産業のコordinator) ③起業希望者 ④経営リーダー ⑤技術者リーダー ⑥一般従業者(営業、経理、技術員等) ⑦第一次産業等の担い手等、産業に関わる全ての方

＜課題と解決策＞  
 ☆さらなる受講生の掘り起こし  
 ⇒学びのきっかけづくり(人材の掘り起こし)の促進  
 ⇒遠隔地で受講できる仕組みの強化  
 ☆受講生のフォローアップ体制の強化、十分な広報の実施と受講申込期間の確保  
 ⇒土佐MBA相談員の配置  
 ⇒委託契約の早期化、複数年化(債務負担行為)

改善・バージョンアップ!



学びのきっかけづくり  
 (人材の掘り起こし)の促進  
 ⇒入門編の強化  
 学びを重ねていく仕組みづくり  
 ⇒ガイダンス→入門編→基礎編と、連動する科目の整備とスケジュール設定

社内外コミュニケーションの活性化  
 ⇒コミュニケーションスキル向上の科目を新設

バージョンアップ!  
 女性の活躍を促進するためのコースの新設  
 ⇒入門編に「女性のためのビジネス入門」、基礎編に「女性創業塾」を新設 (いずれも仮称)

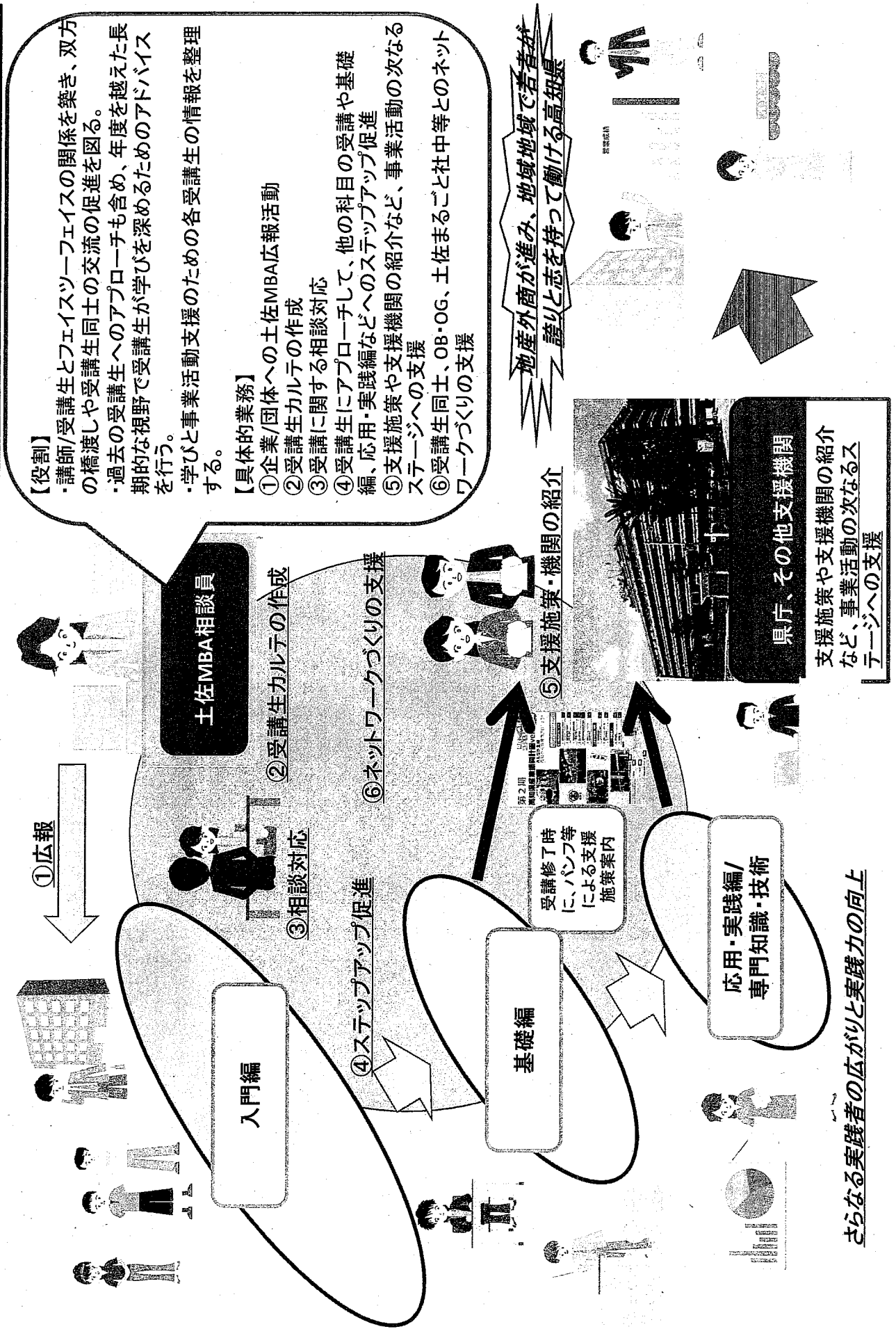
遠隔地で受講できる仕組みの強化  
 ⇒インターネットライブ配信を入門編からトータル  
 クチャーター及び基礎編に拡大  
 (注)受講申込者のみ視聴可(パスワード設定)。講師の了解が得られたものに限る。

土佐MBA相談員の配置  
 ⇒受講に関する相談を年中受付、また、受講生にアプローチして他の科目の受講や基礎編、応用・実践編などへのステップアップを促す。

H25年度	共通
事前面談	受講者のニーズやレベルに応じた受講が可能となる よう希望者に実施(年2回)
トータル チャーター	県内外で活躍する企業経営者による講義
ガイダンス 入門編	①ガイダンス(2時間) ②商品開発入門(2時間) ③マーケティング入門(2時間) ④プレゼンテーション入門(2時間) ⑤ソーシャルメディア活用入門(2時間) ⑥ビジネスに図書館を活用(2時間) ⑦女性のためのビジネス入門(2時間)
基礎編	①商品企画(15コマ) ②経営・マーケティング戦略(15コマ) ③財務戦略(15コマ) ④事例研究(15コマ) ⑤貿易実務(年4回) ⑥出前講座(随時) ⑦女性創業塾(仮称、3回)
応用 ・実践編	①経営判断力養成(土佐経営塾・12回) ②新商品開発(自持せ！外太郎 商人塾・3日×6回) ③農商工連携ビジネス( " " 3日×6回) ④6次産業化(農業創造セミナー・1泊2日×3回) ⑤経営革新塾、販路開拓塾(4時間×4回等) ⑥起業家養成<創業塾>(8時間×4回)
専門知識・技術	土佐MBA相談員(仮称)による人材育成(在佐FE6) 生涯学習高度化講座(仮称、随時) 各産業分野の専門知識・技術(仮称、随時)
フォローアップ	専門家派遣、ステップアップ補助金、商談会等を通じたフォローアップ(随時)

H26年度	共通
事前面談	受講者のニーズやレベルに応じた受講が可能となる よう希望者に実施(年2回)
トータル チャーター	県内外で活躍する企業経営者による講義
ガイダンス 入門編	①ガイダンス(2時間) ②商品開発入門(2時間) ③マーケティング入門(2時間) ④プレゼンテーション入門(2時間) ⑤ソーシャルメディア活用入門(2時間) ⑥ビジネスに図書館を活用(2時間) ⑦女性のためのビジネス入門(2時間)
基礎編	①商品企画(15コマ) ②経営・マーケティング戦略(15コマ) ③財務戦略(15コマ) ④事例研究(15コマ) ⑤貿易実務(年4回) ⑥出前講座(随時) ⑦女性創業塾(仮称、3回)
応用 ・実践編	①経営判断力養成(土佐経営塾・12回) ②新商品開発(自持せ！外太郎 商人塾・3日×6回) ③農商工連携ビジネス( " " 3日×6回) ④6次産業化(農業創造セミナー・1泊2日×3回) ⑤経営革新塾、販路開拓塾(4時間×4回等) ⑥起業家養成<創業塾>(8時間×4回)
専門知識・技術	土佐MBA相談員(仮称)による人材育成(在佐FE6) 生涯学習高度化講座(仮称、随時) 各産業分野の専門知識・技術(仮称、随時)
フォローアップ	専門家派遣、ステップアップ補助金、商談会等を通じたフォローアップ(随時)

# 土佐MBA相談員による受講生フォローアップ



**【役割】**

- ・講師/受講生とフェイスツーフェイスの関係を築き、双方の橋渡しや受講生同士の交流の促進を図る。
- ・過去の受講生へのアプローチも含め、年度を越えた長期的な視野で受講生が学びを深めるためのアドバイスをを行う。
- ・学びと事業活動支援のための各受講生の情報を整理する。

**【具体的業務】**

- ① 企業/団体への土佐MBA広報活動
- ② 受講生カルテの作成
- ③ 受講生に関する相談対応
- ④ 受講生にアプローチして、他の科目の受講や基礎編、応用・実践編などへのステップアップ促進
- ⑤ 支援施策や支援機関の紹介など、事業活動の次のステップへの支援
- ⑥ 受講生同士、OB・OG、土佐まるごと社中等とのネットワークづくりの支援

地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県

⑤ 支援施策・機関の紹介

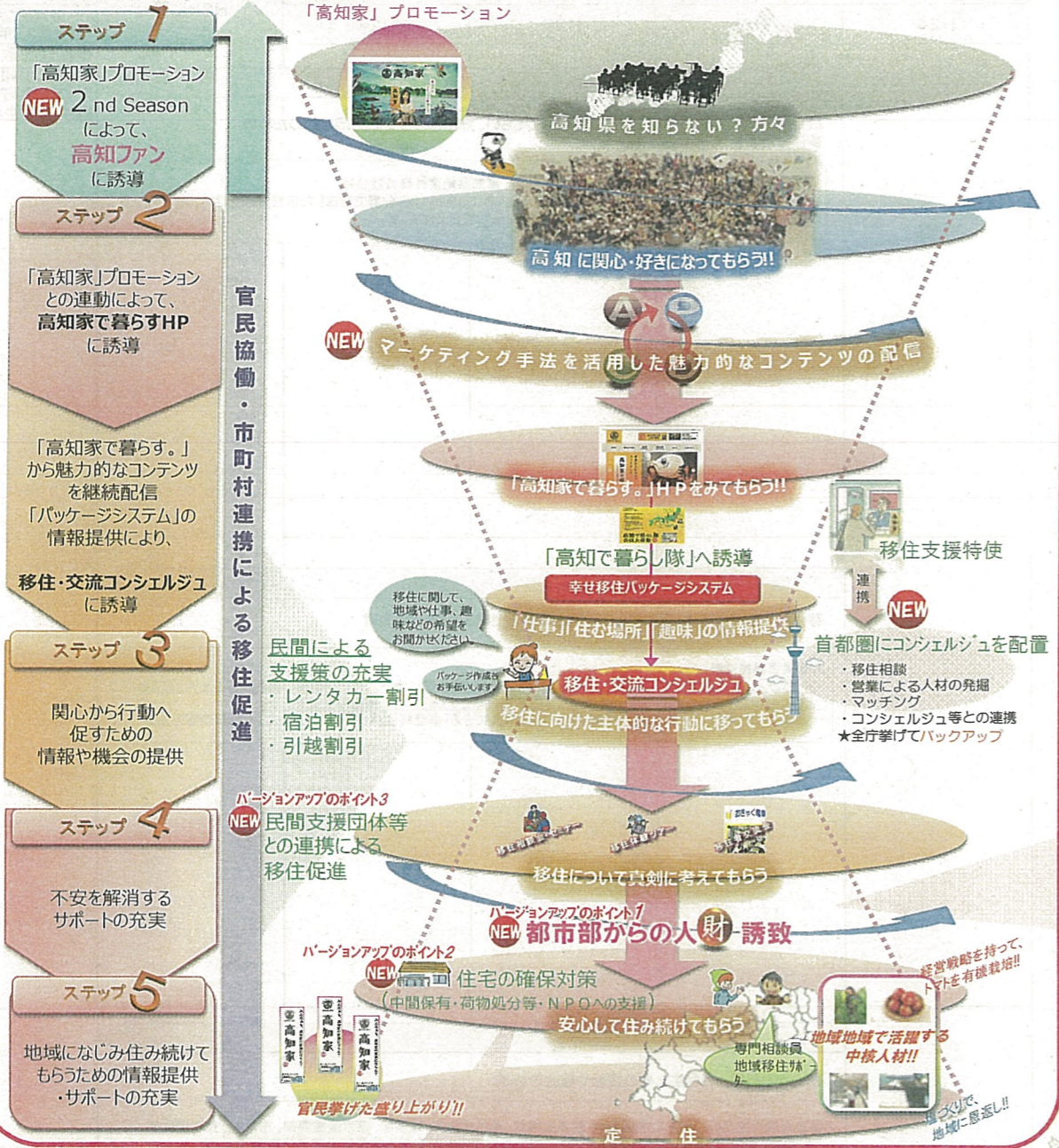
県庁、その他支援機関  
支援施策や支援機関の紹介など、事業活動の次のステップへの支援

さらなる実践者の広がり実践力の向上

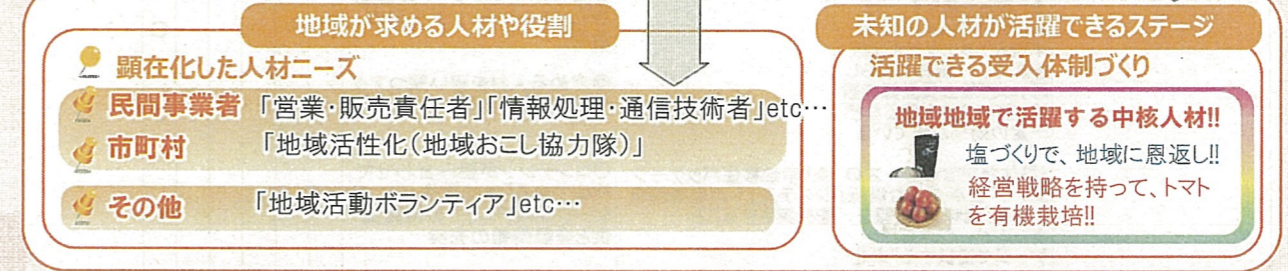
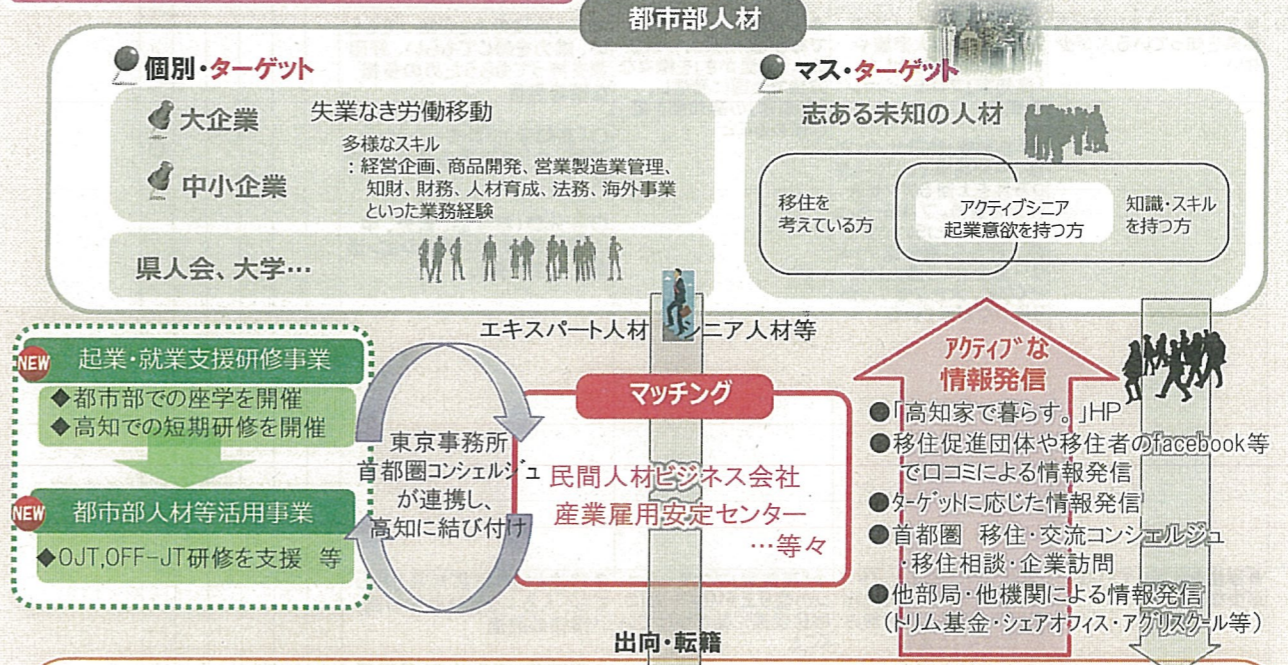


# 平成26年度 移住促進策のバージョンアップ(案)

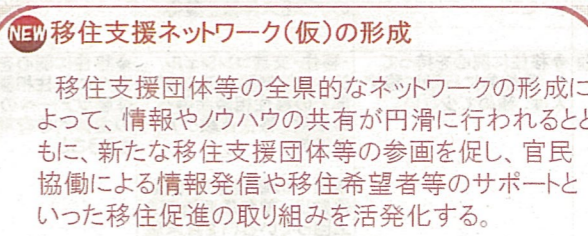
## ◆バージョンアップの全体像



## バージョンアップのポイント1 アクティブな情報発信による人財誘致



## バージョンアップのポイント3 民間支援団体等との連携強化



## バージョンアップのポイント2 移住者向け住宅の確保促進

**移住者の声**  
移住を躊躇した理由  
「住居の確保」(21人)  
・内「希望の住居があった」  
(3人)

H25.4以降に  
移住61人  
から聞き取り

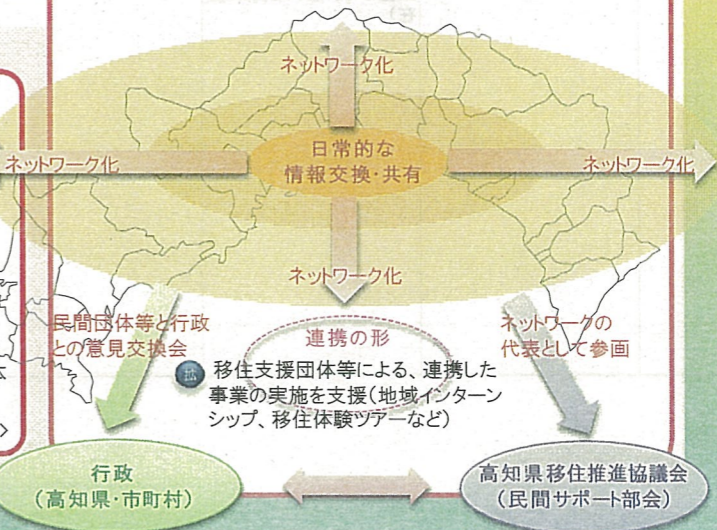
**市町村・  
移住支援団体の声**  
希望する地域に空  
き家情報や希望を  
満たす住宅がなく  
ミスマッチが生じ  
ている

「住居」のニーズは多く、住宅の確保が必要

《現状》	掘り起しが進まない理由	対策
○「幸せ移住パッケージシステム」への高知市以外の市町村の住宅登録件数⇒128/589件(1/7現在)	1 見知らぬ移住者に貸すのは不安	第1の矢 市町村やNPOが中間保有し、所有者の不安の解消!!
○住宅の更なる掘り起こし	2 修繕してまで貸せない	第2の矢 所有者・市町村・NPO等の財政負担を軽減!! 【市町村が改修する場合】 国庫事業に県単を継ぎ足し 補助限度額を拡大 負担を1/2⇒1/4に軽減 (25万円⇒100万円)
	3 空き家内に荷物が残っている	第3の矢 荷物の整理・処分費用を軽減!! NEW 【市町村が実施する場合】 1/2補助、上限400万円 【NPOが実施する場合】 定額、上限50万円

**《課題》**  
○住宅の更なる掘り起こし

**3本の矢をセットで提示**  
\*移住者向け住宅も含む中間保有に関して、  
○26市町村が意向有く住宅課調  
○5移住支援団体が意向有く地域づくり調べ



戦略の柱【移住促進による地域と経済の活性化】

【連携テーマ】

取組方針	背景	これまでの取組と成果 (・取組 ◆成果)	課題	これからの対策	改革の方向						
					1	2	3	4	5	6	
1. 高知を知って・好きになってもらう	◆全国的にはまだまだ高知県を知っている人が少ない	◆コンセプトコピー「高知県はひとつの大家族やき。高知家」を核とした「高知家」プロモーションの実施 ◆「高知家」特設サイトでは、年間目標としていた70万件を上回るアクセス件数を獲得。プロモーションに賛同いただいた多くの方々から「高知家ファミリー募金」にご協力いただきなど、大きな盛り上がりにつながっている	◆高知県の一番の魅力である「高知県人の家族のような温かさ」を様々な方法で全国に発信し、「高知家」の認知度を更に高めること	◆広く高知のよさを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信 ○「高知家」プロモーションと連動した「高知家の移住」のPR ○各分野(県産品、観光、中山間対策)のプロモーション活動との連携強化							○
2. 移住に関心を持ってもらう	◆移住を意識している人が少ない	◆移住のポータルサイト「高知で暮らす。」の内容変更等、移住の取り組みを「高知家」と連動 ◆「高知で暮らす。」は、21万3千件余り(12月末現在)のアクセス件数を獲得し、「高知で暮らし隊」の新規会員登録者数は、前年度を上回るなど一定の効果が出ている ◆移住希望者のニーズの多い、「仕事」「住む場所」に加え「趣味」の情報をホームページからパッケージで提供する「幸せ移住パッケージシステム」を構築 ◆運用開始以降、1万3千600件(12月末現在)のアクセス件数を獲得	◆「高知家」プロモーションの盛り上がり十分に移住促進に結びつけていくこと ◆「幸せ移住パッケージシステム」への登録情報を充実させること	◆移住といえば高知県と思ってもらえるような独自の高い情報の発信 ★移住ポータルサイトの機能強化(マーケティング手法の活用) ◎求める人材を狙い撃つアクティブな情報発信 ○コンテンツが組み合わせで検索できる「幸せ移住パッケージシステム」での情報提供と登録情報の充実 ◎各種メディアを通じた情報発信							○
3. 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう	◆移住に関心を持って、具体的に行動に移す人は、極めて少ない。	◆移住・交流コンシェルジュの体制強化及び都市部での移住相談会等への出席、移住体験ツアーの実施 ◆県への新規移住相談件数は、前年度同時期を上回っている(12月末現在)	◆移住に関心を持った方々に移住相談や移住体験ツアーへの参加等の主体的な行動に移ってもらうこと	◆関心から行動へと促すための情報や機会の提供 ◎移住・交流コンシェルジュの充実 ★高知の魅力や、移住に関する情報を県外に発信するための情報誌の作成 ★求める人材を狙い撃つアクティブな情報発信[再掲]							○

※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	第2期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
	H24	H25	H26	H27		短期的な視点 (平成27年度末)	中長期的な視点 (概ね10年先)
						◆移住者数 年間500組 ※県+市町村で把握する移住者数	
	広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信 県産業振興推進部、県観光振興部、県農業振興部、高知県地産外商公社 コンセプトコピー「高知県はひとつの大家族やき。高知家」を核として各分野で連携した情報発信を行い、ストーリー仕立てで高知県の魅力を打ち出し、高知県の知名度、認知度を上げていく。						
	移住と言えば高知県と思ってもらえるような独自の高い情報の発信 県産業振興推進部 ・マーケティング手法を活用して移住のポータルサイトの運用を行い、ホームページの使い易さの向上を図ること ・地域に求める人材の求人情報等、移住希望者にとって魅力的な情報の発信を行う ・「仕事」「住む場所」「趣味」の情報を組み合わせて検索できる「幸せ移住パッケージシステム」の登録情報を充実						
	関心から行動へと促すための情報や機会の提供 県産業振興推進部、県商工労働部、県農業振興部、県林業振興・環境部、県水産振興部、市町村、民間団体等 ・首都圏に「移住・交流コンシェルジュ」を配置し、移住相談対応や都市部人材情報の収集等を行う。 ・地域の求める人材情報の掘り起しを行い、民間転職支援会社等と連携して都市部人材に提供し、地域と都市部人材を結びつける。						

※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 産業界の連携を強化する  
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  
6 移住促進により、活力を高める

# 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（移住促進による地域と経済の活性化）

現状	課題	施策の方向性
高知を知って、好きになってもらう	全国的にはまだまだ、高知を知っている人が少ない	広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信
移住に関心を持ってもらう	移住を意識している人が少ない	移住と言えば高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信
移住に向けた主体的な行動に移ってもらう	移住に関心を持って、具体的に行動に移す人は、極めて少ない	関心から行動へと促すための情報や機会の提供
移住について真剣に考えて決めてもらう	移住後の生活に不安を持つ人が多い (仕事や住居の確保等) 〔そもそも移住するということはハードルが高い〕	不安を解消してもらうサポートの充実  移住に至るまでの仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示
高知に安心して住み続けてもらう	居場所を見つけ、生きがいややりがいを感じてもらう	地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実

県外からの移住者 121組 (H24)

※上記は、県及び市町村の相談窓口等を通して移住した者の数

### 第2期計画ver.3の取り組み

H24	H25	H26	H27
<ul style="list-style-type: none"> <li>○高知家プロモーション2ndステージと連動した「高知家の移住」PR                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・高知家特設サイトとの連携強化による移住ポータルサイトへの誘客</li> <li>・高知家プロモーション2ndステージと連動したイベントの開催</li> </ul> </li> <li>○観光・交流の促進</li> <li>○移住促進と各分野のプロモーション活動との連携強化</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>○移住に関連づけたターゲットアンケートの実施</li> <li>○移住ポータルサイトの機能強化（先輩移住者の紹介等）</li> <li>○外部媒体から移住ポータルサイトへの訪問者増加対策リンクの拡大、(SEO対策等)</li> <li>○求める人材を狙い撃つアクティブな情報発信</li> <li>○各種メディアを通じた情報発信の強化                     <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒高知県内への取組の周知により、移住促進の機運の醸成と家族や知人への呼びかけの増加を図る                         <ul style="list-style-type: none"> <li>・県及び市町村の広報誌、県内ラジオや新聞による広報</li> <li>・専門誌（農林漁業、田舎暮らし、子育て）を通じた高知の魅力の発信</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○「幸せ移住パッケージシステム」での情報提供                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツ(仕事、住む場所、趣味)の充実</li> </ul> </li> <li>○高知で暮らし隊会員を対象に「幸せ移住プランコンテスト」を実施</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>○首都圏に移住・交流コンシェルジュを配置</li> <li>○移住支援特使や県外関係機関、高知で暮らし隊会員に向けた移住情報を提供する情報誌の作成                     <ul style="list-style-type: none"> <li>○高知で暮らし隊会員への移住関連情報の提供（ふるさと定期便）</li> <li>○各地の県人会、校友会等の高知県出身者への情報発信ネットワークを構築、それを通じたタイムリーな高知情報の発信</li> <li>○都市圏で開催の移住フェアへの出展</li> <li>○少人数相談会やセミナーの実施（先輩移住者を招いて、生の声を聞いてもらう）</li> <li>○県、市町村、民間団体合同で実施するALL高知移住相談会の充実</li> </ul> </li> <li>○求める人材を狙い撃つアクティブな情報発信【再掲】</li> <li>○移住希望者が実際に高知県に情報収集等に来た際に、同行するなどサポート</li> <li>○移住体験ツアーの実施</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>○官民協働による「高知県移住推進協議会」の運営                     <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒官民協働による更なる移住者支援策の検討等</li> </ul> </li> <li>○首都圏に移住・交流コンシェルジュを配置【再掲】</li> <li>○移住相談対応や空き家調査等にあたる「専門相談員」の配置の促進（全市町村に普及を図る）                     <ul style="list-style-type: none"> <li>○住まいなど暮らしに関する身近なサポートを行う「地域移住サポーター」の委嘱と普及</li> <li>○求人/就職情報の提供等によるU・Iターンの促進</li> <li>○新規就農、林業・漁業就業希望者のための各種研修及び支援事業の実施（国事業を含む）                         <ul style="list-style-type: none"> <li>（農業）新しいなかビジネススクール、こうちアグリスクールの実施、窪川アグリ体験塾での長期研修の実施、研修手当・青年就農給付金の支給、農地等の情報提供、園芸用レンタルハウスの整備 など</li> <li>（林業）林業就業支援講習・長期研修の実施、研修手当の支給 など</li> <li>（漁業）漁業体験研修・長期研修の実施、研修中の生活費の支援、漁船のリースへの支援 など</li> </ul> </li> <li>○高知ふるさと応援隊の導入及び活動の支援</li> <li>○ニーズに応じた地域独自のインターンシップの実施</li> <li>○空き家内の荷物整理や市町村の中間保有の支援による移住者への住宅供給の促進</li> <li>○NPO等によるお試し滞在住宅等の移住者支援住宅の整備促進</li> <li>○クラインガルテン（滞在型市民農園）の利用促進 ○二地域居住の促進</li> <li>○新しいビジネスへのチャレンジのサポート                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・シェアオフィスの整備や創業者等への支援</li> <li>・土佐まるごとビジネスアカデミー</li> </ul> </li> </ul> </li></ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>○「専門相談員」の配置によるフォローアップ【再掲】</li> <li>○住まいなど暮らしに関する身近なサポートを行う「地域移住サポーター」の普及【再掲】</li> <li>○移住者交流会の開催・移住者間ネットワークの強化</li> <li>○地域住民と移住者の交流による地域コミュニティ活性化への支援</li> </ul>			

4年後の目標  
(H27年度末)

◆移住といえば「高知県」というイメージが浸透し、高知ファンや高知への移住の関心層が大幅に拡大

- ポータルサイト「高知で暮らす。」へのアクセス数 (H24) 247,365件 →70万件
- 移住相談件数 (H24)789件 →4,200件
- 暮らし隊の会員新規登録者数 (H24)503人 →2,600人

◆県・市町村・民間団体等の連携が強化され、高知県全体での移住者の受入体制が確立

- 専門相談員を全市町村が配置 (H24: 10市町村)
- 全市町村でお試し滞在住宅等の移住者支援住宅が整備(H24: 13市町村)
- 地域移住サポーターの委嘱と普及 (H24) 0人→300人

◎市町村や民間団体等との連携協働による取り組み

県外からの移住者 年間500組以上を目指す  
移住者と一掃に創る元気な地域



---

# 農業分野

---

# 産業成長戦略【農業分野】の概要（案）

消費者に選ばれる産地へ

安心して農業を継続

## 農業産出額の増加・所得の向上

生産力の向上

### 1. 本県農産物の高付加価値化

販売力の向上

#### ①まとまりのある園芸産地総合支援

##### まとまりづくり

- 「学び教えあう場」の強化  
・生産現場での環境制御技術等グループ実証の実施
- 省エネルギー対策支援
- 有望な園芸品目の導入
- 園芸品目の総合戦略支援

高品質  
高収量  
低コスト

野菜 果樹 花き

##### 産地づくり

- レンタルハウス整備事業の充実
- 園芸用ハウスの流動化を促進
- 集出荷等施設の再編・集約、機能向上を支援

#### ③流通・販売の支援強化

##### 販売額拡大・販路拡大

- 量販店とのパートナーシップの強化
- 新たな出荷・流通・販売体制の構築
- 業務需要開拓等のマーケティングの強化
- 展示商談会の開催
- 輸出の推進

##### PR・消費拡大

- 高知フェアの開催
- アンテナショップ等での販促
- 花きの消費拡大等に向けた取組を強化
- 出前授業

販売を見据えた生産  
産地を伝える販売

#### ④品目別総合戦略

安全・安心

米	高品質安定生産 地域ブランド米の育成 水田農業の多様な担い手の育成
土佐茶	生産性・品質向上 販売活動の強化
畜産	酪農・肉用牛 (新)土佐あかうしの緊急増頭・ 養豚・土佐ジロー・土佐はちきん地鶏

高付加  
価値化

特色のある  
農産物の  
生産量を拡大

### 2. 中山間地域の農業・農村を支える 仕組みを強化

#### ⑤集落営農の推進

- 集落営農組織の育成と活動促進  
・話し合いの場づくりと実践  
・地域が行う研修会や先進地視察等への支援  
・中山間地域等直接支払制度  
(日本型直接支払制度)の活用

地域農業の  
活性化、雇用・  
所得の確保

ステップアップ

園芸品導入  
周年化

- こうち型集落営農の実現  
・コーディネーターや集落リーダーの育成  
・農産物加工やグリーン・ツーリズムへの取組を支援  
・法人化への支援  
・加工、交流施設への取組を促進

#### ⑥6次産業化の取組による拠点ビジネスづくり

- 加工、グリーン・ツーリズムの取組強化と6次産業化の推進  
・6次産業化をリードする人材の育成  
・地域資源を活かした商品開発・販路拡大を支援
- 拠点ビジネスづくりの推進  
・こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスづくり



#### ⑦中山間に適した農産物等の生産

- 薬用作物の生産拡大支援など

本県農産物の  
ファンづくりと地産  
地消の推進

地域の拠点  
ビジネス

地域の担い手を  
確保・雇用の創出

#### ②環境保全型農業 の推進による 地位を確立

- IPM技術を全品目へ普及
- GAPの活用 ●土づくりと施肥の改善
- 新施設園芸システムの構築
- 次世代施設園芸団地の整備
- オランダウェストラント市との  
友好園芸協定を活かす
- 有機農業の推進

地域の核と  
なる農業の担い手を  
育成

産地を支える

### 3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化

#### ⑧担い手の育成と生産資源の保全

##### 新規就農者の確保・育成

- U・Iターン就農者等の確保  
・実践研修など  
就農に向けた支援

- 担い手育成センターの整備  
(先進技術を持った担い手の  
確保・育成とスムーズな就農)  
・営農指導・フォローアップ

##### 農地の集積・集約化

- 農地中間管理機構による  
農地の集積・集約化  
・担い手への農地のマッチング

規模拡大  
経営強化

##### 企業的経営体の育成

- 法人経営体の育成・組織化と  
経営発展への支援
- 品目別規模拡大の方策の策定  
・施設整備や資金面での支援

##### 生産資源の保全

- 基幹的水利施設等の長寿命化対策  
・農地・水保全管理支払制度  
(日本型直接支払制度)の活用

# 1. 本県農産物の高付加価値化

## 生産・出荷における高付加価値化の推進

- ① 高収量・高品質・低コスト化技術等の普及による「まとまりのある園芸産地」の育成
- ② IPM技術の普及等の環境保全型農業の推進の取り組みにより  
→ 本県農産物の安全・安心の価値をさらに強化し、競争力を有した生産体制を構築する。

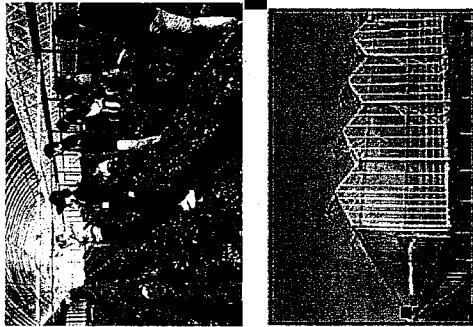
### ①まとまりのある園芸産地総合支援

【まとまりづくり】  
 ・「学び教えあう場」による高収量・高品質技術の普及拡大  
 ・環境制御技術の実証  
 ・生産コストの低減(例:新エネルギーの導入)  
 ・有望な園芸品目の導入  
 ・園芸品目の総合戦略支援

【産地づくり】  
 ・レンタルハウス整備事業の推進  
 ・園芸用ハウスの流動化促進

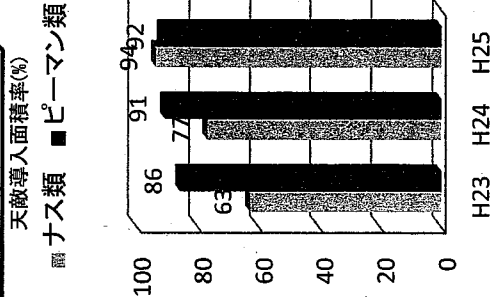
【施設の整備】  
 ・高知県版ハザップ等の安全・安心な加工施設の整備等の支援

・集出荷等施設を再編・集約し、機能の向上を図る。



### ②環境保全型農業のトップランナーの地位を確立

- ・IPM技術を全品目に普及
- ・GAPの活用
- ・土づくりと施肥の改善
- ・こうち新施設園芸のシステムの構築
- ・次世代施設園芸団地の整備
- ・オランダウエス・トラント市との友好園芸協定の活用
- ・有機農業の推進



産地を伝える販売

## ③流通・販売の支援強化

- 園芸連販売の基幹流通の強化に加え、オリジナル商品の受発注システムの構築など、顧客への柔軟な対応を進める。

### 基幹流通の強化

- ・パートナー量販店での販売強化
- ・新園芸ブランドによる販売強化
- ・業務需要開拓の強化

### 新たなシステムの構築

- ・顧客と産地をつなぐ
- ・新たな受発注システムの構築

販売を見据えた生産

- 産地と実需者の多様なニーズに対応したマッチングの取り組みを進める。

### 新規開拓

- ・こだわり野菜・果実と実需者とのマッチング



### PR 消費拡大

- ・高知フェアの開催
- ・メディアを活用した効果的なPR

### アンテナショップ等での販売促進活動の展開

- ・出前授業の実施

### 新商品の推進

- ・テストマーケティング
- ・商材提案

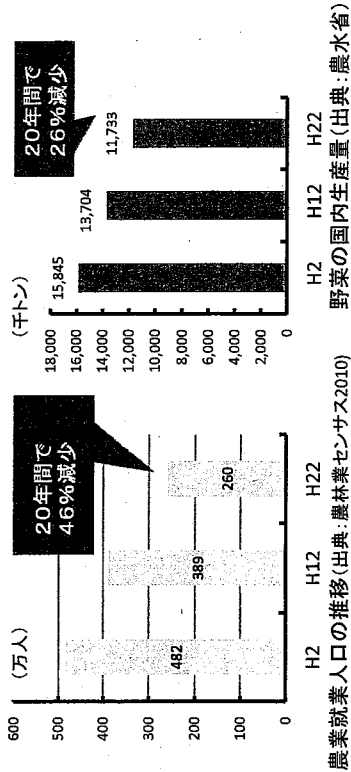
本県農産物の高付加価値化による農家所得の増加

【取組方針②】  
環境保全型農業の  
トッパーナーの地位を確立

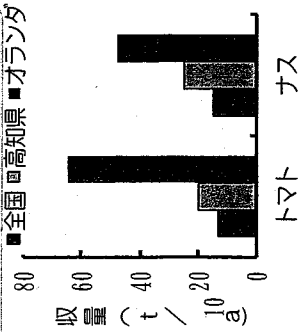
# 「次世代施設園芸団地」の整備

## 日本の園芸農業の現状等

◆農業就業人口が減少、野菜の生産量は低下し続けている。



◆一方、オランダは、九州と同面積で世界第2位の農産物輸出国  
〔高軒高ハウス、養液栽培、統合環境制御〕  
などが必須技術



しかし、日本では  
・オランダに比べて収量が低い。  
・経営規模が小さく、生産コストが高い。  
・価格が高騰している化石燃料に依存している。

園芸農業の強化  
◆オランダ並みの収量を実現する先進技術の普及が必要  
◆国内各地で次世代施設園芸拠点の成功モデルの実現が必要

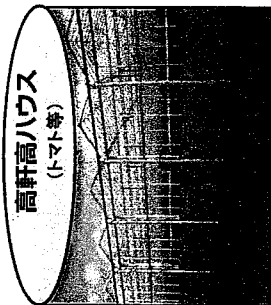
## 次世代施設園芸団地の整備

### 高品質・多収技術

- 統合環境制御技術による増収
  - ・炭酸ガス施用、温湿度管理、LED照明等
  - データ農業による飛躍的な増収



- ### 先進的なIPM技術
- 生物的防除技術の活用
    - ・土着天敵、微生物資材等
    - 物理的防除技術の活用
      - ・防虫ネット、防蟻灯等



### 化石燃料からの転換

- 森林資源の活用
- 木質バイオマスボイラー
- 自然エネルギーの利用
- 太陽光蓄熱、発電

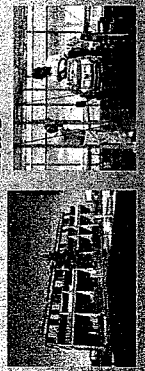


- ### 規模拡大による効率的な栽培・経営
- 施設の大規模化・機械化・自動化
  - 生産性、作業性の向上
  - 経営管理の効率化
  - 企業の経営によるコスト、労務管理



### 担い手育成センター(仮称)との連携

- ・技術支援、交流
- ・技術情報の発信
- ・先進技術、経営セミナーの開催
- ・研修生の受入



### オランダとの友好園芸農業協定を活かした連携

- ・オランダの技術者の招聘
- ・インターネットによる技術コンサルタント





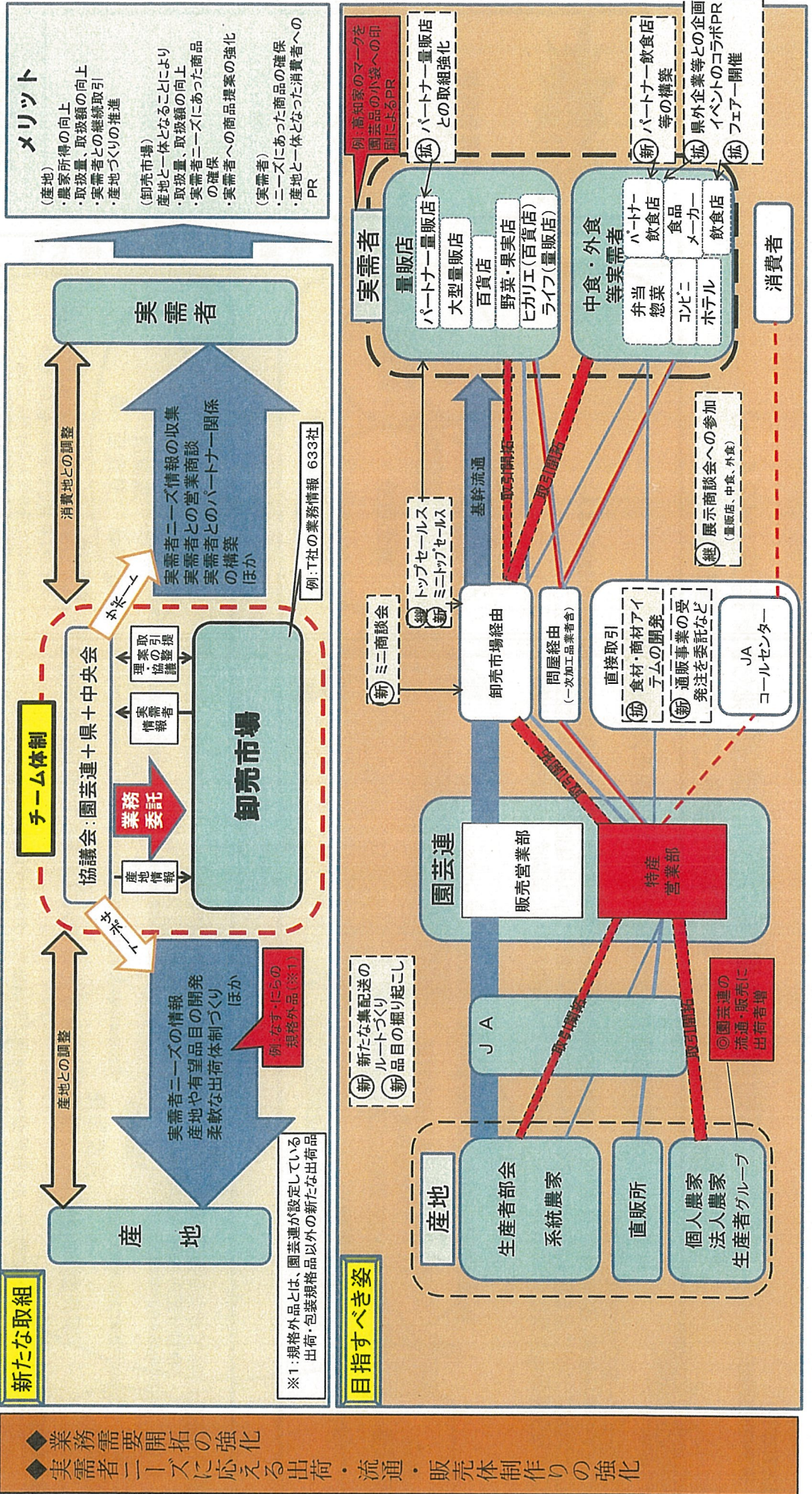


# 高知県産園芸品の出荷・流通・販売支援策 (H26～)

## ～ 園芸品販路開拓・拡大強化事業

### 【取組方針③】 流通・販売の支援強化

目的：●量販店や中食、外食等の実需者への営業商談の強化による販路開拓、販売拡大の強化 ●量販店等とのパートナーシップの構築・強化  
 事業主体：新需要開拓マーケティング協議会（高知県、県園芸連、県中央会）  
 課題：●実需者からきめ細やかな対応が求められている  
 ●産地から取引先との継続的で良好な関係づくりが求められている  
 ●実需者ニーズに柔軟に対応する産地体制づくり、直販機能の強化が急務



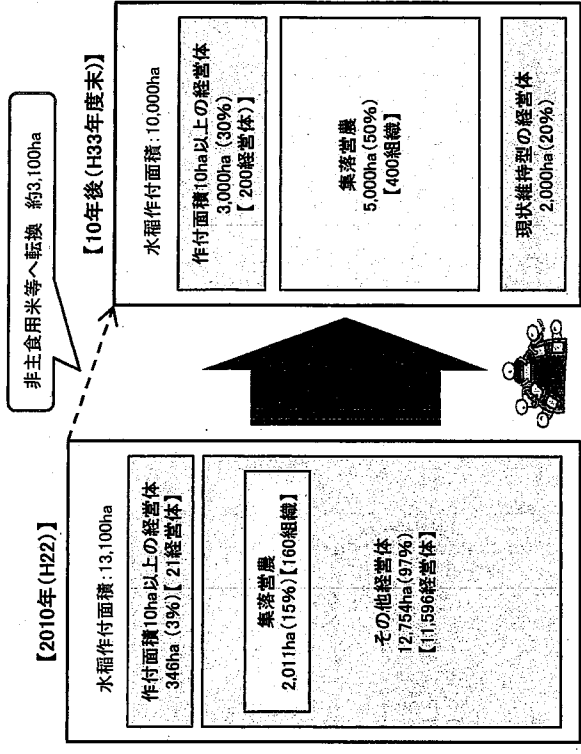
# 【取組方針④】 品目別総合戦略

# 水田農業の多様な担い手の育成

## 現 状

- ◆米産出額(H23)：125億円  
【農業産出額の13%、品目別産出額第1位】
- ◆水稲作付面積(H24)：12,900ha  
【耕地面積の45%に作付】
- ◆水稲作付面積3ha以上の経営体で規模拡大が進展  
【10年後の拡大意向：48% (H25意向調査結果)】
- ◆集落営農組織が増加  
【組織数：(H22)160組織 → (H25)190組織(うちうち型集落営農：17組織、法人：5組織)】
- ◆高齢化等により大量の農業者のリタイアが見込まれる  
【高齢化率(農業就業人口)：64.4%(H22)】
- ◆お米日本一コンテスト(H22)で本県の米が最優秀賞を受賞するなどブランド化が進展  
【土佐天空の郷(本山町)、JA四万十にこまる(四万十町)、大野景エコ米(中土佐町)、南国そだち(南国市)等】

## 10年後の米販売農家のイメージ



◆米取替の転換  
【経営所得安定対策の見直し及び日本型直接支払制度の創設】

○5年後を目途に、行政による生産数量目標に頼らず、自らの経営判断に基づき作物を選択できる環境を整備

○麦、大豆、飼料用米等の戦略作物の自作化による水田のフル活用を推進

○農業、農村の多面的機能の維持・発揮、食料自給率、自給力の維持向上と食料安全保障の確立

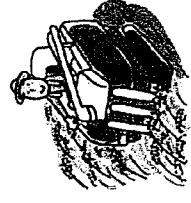


## 課 題

- ①水田活用の推進
  - ◆麦、大豆は生産ににくい環境であり、水田活用が進まない
  - ◆中山間地域に適した農作物の選定と普及
- ②多様な担い手の育成
  - ◆小規模な経営体が多い
  - ◆販売目的水稲作付平均面積(H22)：0.7ha(全国：1.2ha)
  - ◆中山間地域では、狭小な水田が多い
- ③販売促進
  - ◆早期米の販売価格の低迷
  - ◆コシヒカリ相対取引価格 15,200円/60kg(H20)→13,635円/60kg(H22)
  - ◆生産量は57,900t(H24)、全国シェアは0.7%(40位)と少ない
- ④高品質安定生産コストの低減
  - ◆高温暖害等による品質(玄米1等米比率)の低下
  - ◆高知県：18.7%、全国：78.3%(H24)
  - ◆生産費は全国に比べて割高
  - ◆10a当たり生産費(H23)：199,201円(全国比：42%高)

## 対 策

- ①水田活用の推進
  - ◆経営所得安定対策を活用した飼料用米等の生産拡大
  - ◆中山間地域に適した園芸品目、薬用作物等の生産拡大
- ②多様な担い手の育成
  - ◆集落営農の組織化・法人化、大規模稲作経営体の育成
  - ◆機械・施設、土地基盤の整備支援
  - ◆農地中間管理機構による農地の集積・集約化
  - ◆集落営農、大規模稲作経営体のネットワーク化
  - ◆担い手を地域全体で支える仕組みを構築
  - ◆日本型直接支払制度等を活用した農地、用排水路等の保全管理
- ③販売促進活動の強化
  - ◆早期米の販売促進
  - ◆「南国そだち」から「コシヒカリ」へとつながるリレー出荷体制の強化
  - ◆地産ブランド米の取組支援
- ④高品質安定生産技術の確立
  - ◆高温暖害等による品質の育成・普及(普通期栽培用品種「にこまる」の普及)
  - ◆肥培管理技術の改善(白未熟粒の発生抑制)



## 目指すべき姿

- ◆水稲作付面積10ha以上の経営体の育成
  - ・個別経営体(家族経営、法人経営)
  - ・集落営農型法人
  - ・JA出資型法人
 【21経営体(H22)→200経営体】
- ◆集落営農の育成
  - ・水稲作業委託組織
  - ・機械の共同利用組織
 【160組織(H22)→400組織】
- ◆農地の保全や、多面的機能の維持・発揮を図る日本型直接支払制度等により、集落営農等の担い手を地域全体で支える仕組みを構築
- ◆経営所得安定対策を活用した飼料用米、園芸品目、薬用作物等の生産拡大による担い手の所得向上



# 畜産振興（生産から流通・販売までを一体的に支援）について

◎家畜改良など生産性の向上  
◎販売・流通の拡大・ブランド力の向上

◎販売価格の底上げ  
◎生産農家の増産意欲向上

◎安定供給に向けた生産基盤の強化

## 畜種共通

- 家畜衛生対策の強化
- 飼料自給率の向上

## 酪農

- 効果的な乳量・乳質改善

## 肉用牛

- 生産基盤強化
- 土佐和牛ブランド力向上

## 養豚

- 米豚ブランド力の向上
- 肉豚経営安定対策

## 養鶏

- 土佐ジローや佐はちきん地鶏ブランド力向上

### 【継】家畜伝染病予防事業、家畜衛生対策事業

- 迅速かつ的確な防疫体制と損耗の原因となる慢性疾病の対策を講じます。（鳥インフル、口蹄疫等の防疫会議・演習ほか）
- 【継】粗発酵飼料利用促進事業
- 地域における粗発酵飼料（WCS）生産・利用の促進を支援します。（作付面積の増加 H20：16ha→H25：90.5ha）
- 【継】特産畜産物生産流通拡大事業
- 特産畜産物を生産から流通販売までを一体的に拡大する取組を支援します。（PR活動、商談会など各団体の取組に補助）
- 【継】高知県県シタル畜産施設等整備事業
- JAが主体となって規模拡大等に要する畜産施設整備の取組に対して補助します。（H25：酪農、肉用牛3施設予定 県2/5以内）

### 【継】乳用牛群検定推進事業

- 牛群検定による乳量・乳質の改善と加入促進の取組を行います。（乳量の増加 H19：7500kg→H24：7800kg）
- 【継】特産畜産物生産流通拡大事業
- 牛乳乳製品の消費拡大推進の取組を支援します。（帯屋町等でのミルクフェア開催など）

### 【継】特産畜産物生産流通拡大事業

- 土佐和牛の消費拡大やPR活動などの取組に支援します。（H25：新規取扱店7店、あかうし子牛価格及び枝肉価格の上昇）
- 【継】肉用牛導入資金供給事業
- 雌牛増頭のため、市町村が農家に貸し付ける基金造成に対して助成します。（土佐町基金造成：30頭導入予定）
- 【継】土佐和牛繁殖雌牛導入促進
- 繁殖雌牛の導入に全農があかうし緊急増頭対策事業
- 【継】嶺北地域肉用牛施設整備事業
- （株）れいほく未来が整備する繁殖・肥育一貫生産の施設に対して支援します。（H24～H26：繁殖牛150頭、肥育牛250頭規模）
- 【新】受精卵移植による土佐あかうしを生産し、肥育農家に供給する取組等により支援します。（H26～H28：毎年90頭の肥育もと牛を供給）
- 【新】土佐あかうし一年一産推進対策事業
- ★県内繁殖雌牛全頭をDBで一元管理し、早期妊娠鑑定や健康診断を行い、「学び教えあう場」で栄養改善などに取り組めます。

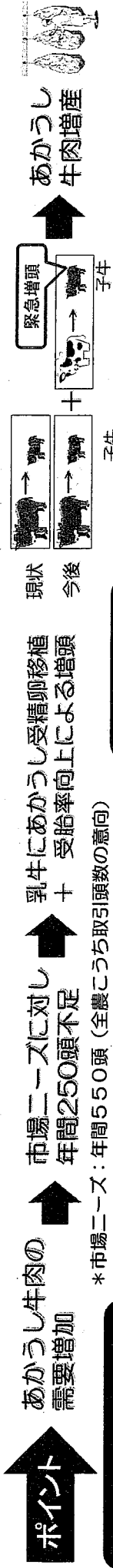
### 【継】飼料用米利用促進事業

- 仁井田米を給与したおいしい「米豚」の生産方法を確立し、年間10,000頭出荷体制を目指す取組に支援します。
- 【継】地域肉豚価格安定対策事業
- 養豚経営の収益性が悪化した場合に価格差補てんを行うための生産者積立金を軽減します。

### 【継】土佐ジロー生産体制整備強化事業

- 良質な土佐ジロー生産のため、畜産試験場において種鶏の生産と種卵の安定供給を行います。
- 【継】土佐はちきん地鶏普及対策事業
- 良質な土佐はちきん地鶏生産のため、畜産試験場において種鶏の生産と種卵（クキンシャモ）の安定供給を行います。

# 土佐あかうし緊急増頭対策事業



## 現状・課題

- ・牛肉需要が増加し、子牛価格、枝肉価格ともに上昇
- ・廃業及び子牛生産率の低下による飼育頭数の減少
- ・牛肉生産及び供給量が不足し、市場ニースに対応できない
- ・一部農家では規模拡大へ意欲あり（レンタル畜舎需要）

## 目標

- ・肥育牛の確保により4年後までに市場ニースを満たす。
- ・肥育牛不足頭数 H26→243 H27→172 H28→77 H29→0
- ・受精卵移植による子牛生産システムの普及、増産体制構築
- ・子牛生産率10%向上により、年間70頭の増頭効果

## 事業概要

### ★受精卵移植による土佐あかうし緊急増頭対策事業

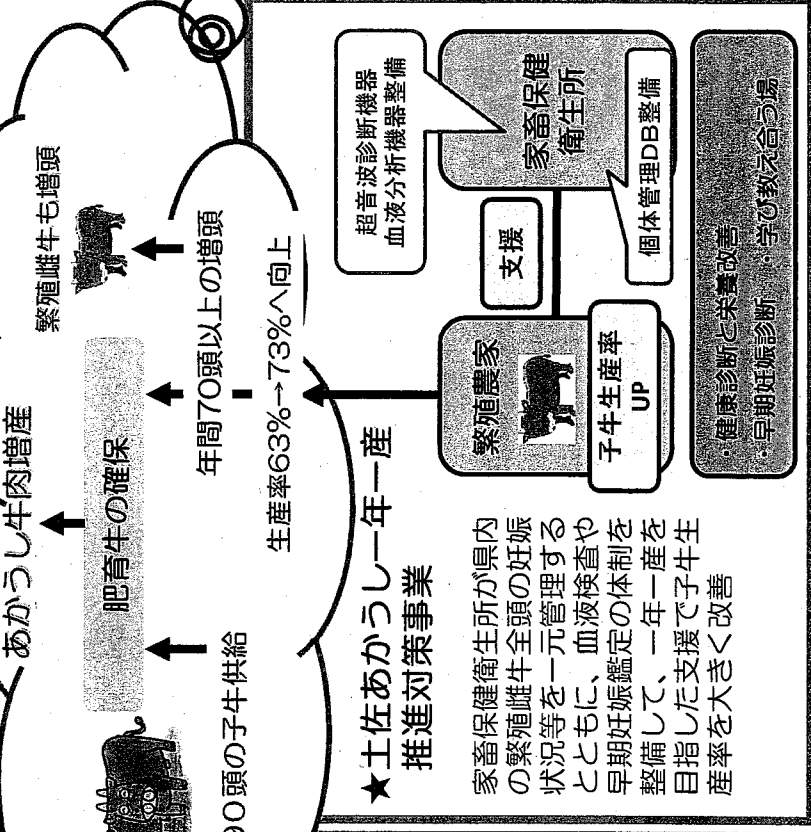
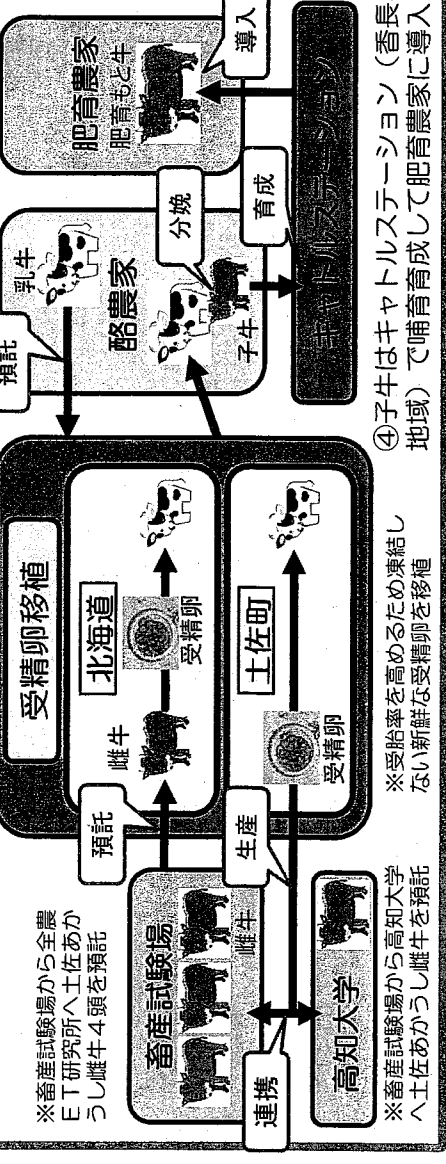
土佐あかうしの受精卵を酪農家の乳牛に移植し、生まれた子牛を肥育牛として肉用牛農家に供給する体制を構築

①畜産試験場と高知大学が連携して土佐町酪農センターへ受精卵を供給

②酪農家の乳牛を全農ET研（北海道）と土佐町酪農センターに預託して受精卵を移植

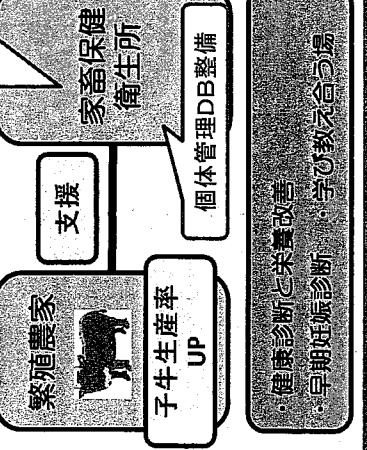
③受胎した乳牛はもとの酪農家に戻って土佐あかうしの子牛を分娩

④子牛はキャトルステーション（香長地域）で哺育育成して肥育農家に導入



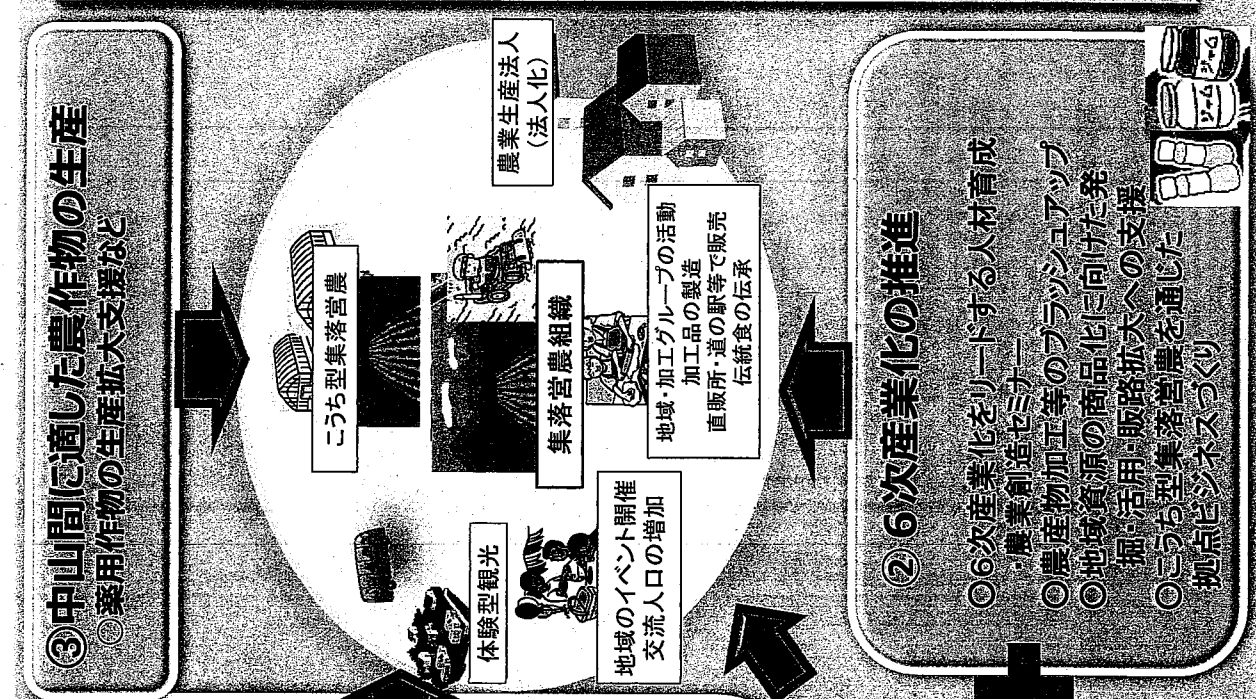
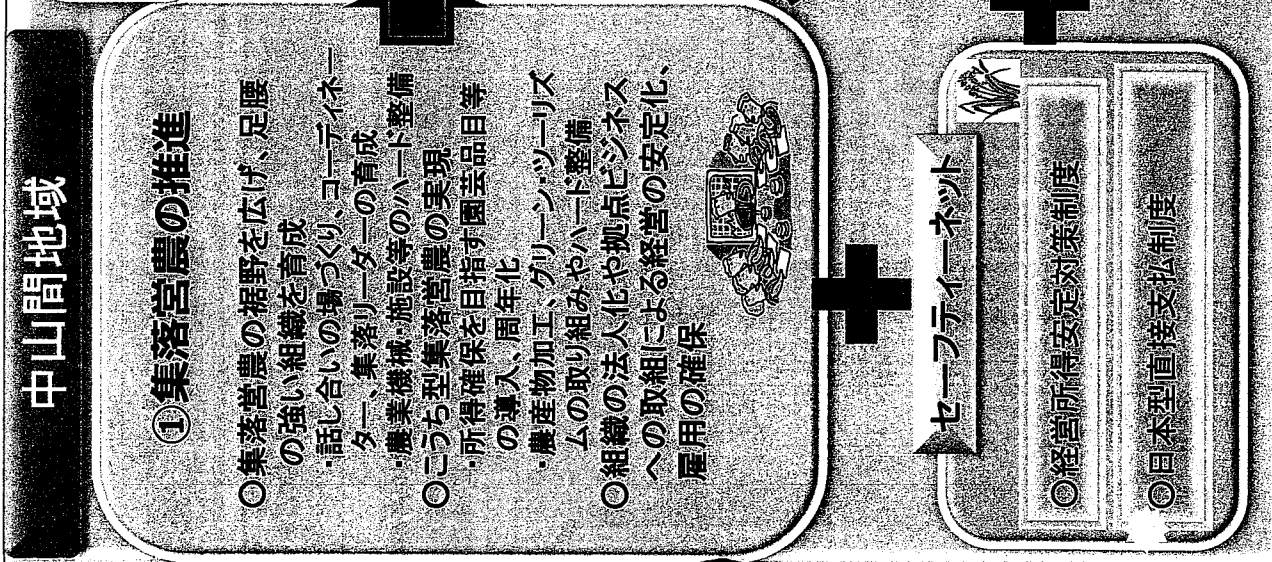
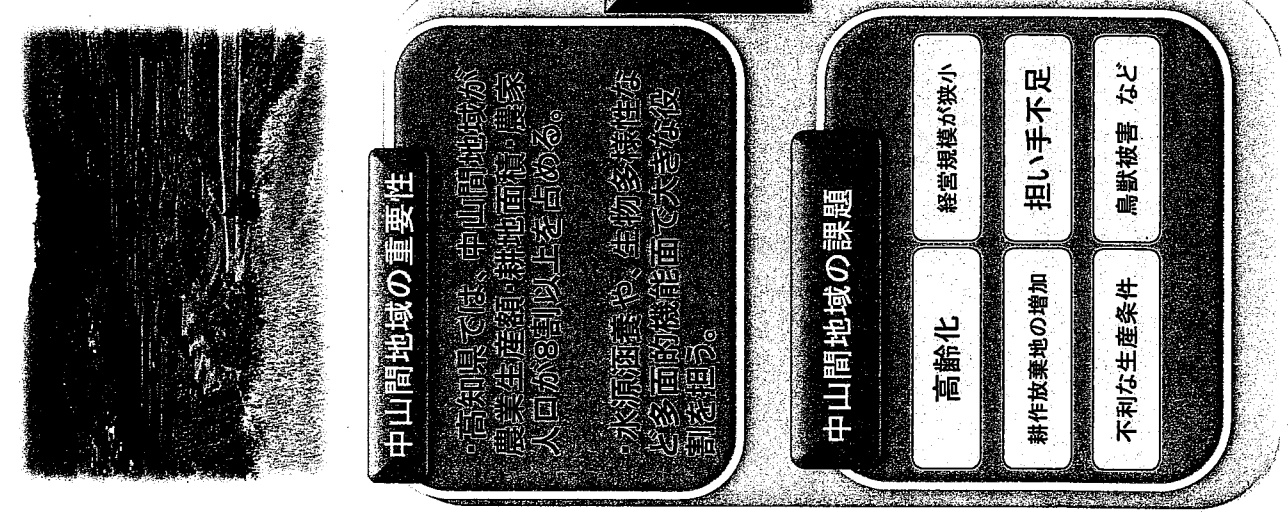
### ★土佐あかうし一年一産 推進対策事業

家畜保健衛生所が県内の繁殖雌牛全頭の妊娠状況等を一元管理するとともに、血液検査や早期妊娠鑑定等の体制を整備して、一年一産を目指した支援で子牛生産率を大きく改善



- ・健康診断と栄養改善
- ・早期妊娠診断・学びの機会を創出

# 2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化



【取組方針⑥】  
6次産業化への取組による  
新たな価値の創出

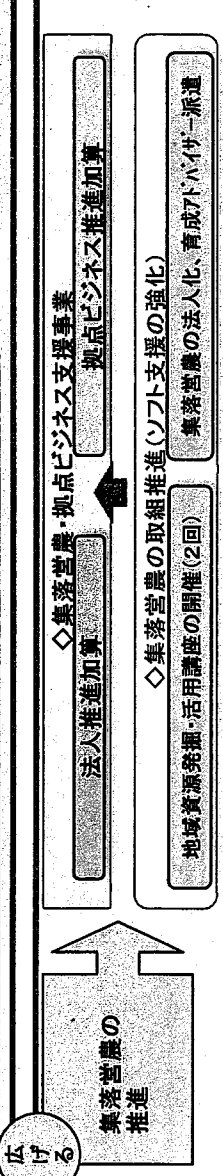
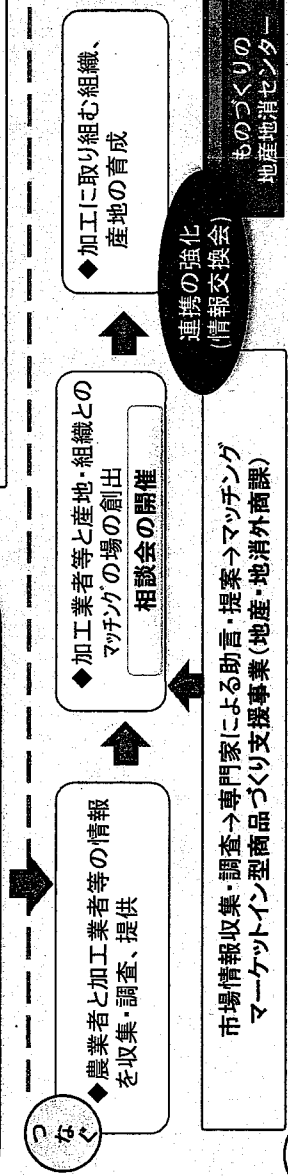
6次産業化の推進に向けた取組

取組主体の発掘・育成

- 発掘**
- ◆地域6次産業化推進チーム  
(農振センター所・課単位)  
地域資源の発掘、情報共有、推進方策検討
  - ◆相談体制の充実  
(農振センター所・課単位)(サポートセンター)  
農業者からの個別相談→地域本部との連携
  - ◆6次産業化研修会  
農業振興センター単体で研修会を実施  
6次産業化の支援策、先進事例を紹介し、意識づけ
  - ◆6次産業化情報共有会議  
市町村・関係団体等と基本的な関連情報を共有
- \* 農振センターの日常活動の中から意欲ある人材を発掘  
農村女性グループ 集落営農組織 直販所 JA生産部会  
農業生産法人 後継者グループ 集落活動センター

- 育成**
- ◇セミナー・研修会等による支援  
・「農業創造セミナー」  
入門コース・応用・実践コース  
・「目指せ！弥太郎商人塾」  
・普及指導協力員の活用(農振センター)  
\* 農振センターがバックアップ
  - ◇セミナー参加者の「活性化計画」の作成、実践  
に向けた継続的なフォローアップ等
  - ◇サポートセンターにおける段階に応じた支援  
(H25.12～ 国から県へ移管)

- ◆売れる商品開発支援  
・直販所のネットワークづくり  
・直販所へのアドバイザー派遣  
・農林水産物直販所支援事業  
・地域に残された作物の活用等  
・伝統作物活用実証事業



取組実践を総合的支援

- 実践・磨く**
- 商品開発・販路開拓等への支援
  - ◇ステッピング事業の活用  
加工機械の整備や試作の取組みへの  
ステッピング事業を活用した支援
  - ◇集落活動センター推進事業の活用  
加工品開発・改良の取組を集落活動  
センター支援と併せて推進
  - ◇農業創造セミナー応用・実践コース、ア  
ドバイザー派遣事業の活用  
加工品開発・改良、販路開拓の取組を  
と併せて推進
  - ◇地域アクションプランへの位置づけ  
計画を実践に務めるグループに対し、  
地域本部と連携し地域APの取組支援
  - ◇総合化事業計画認定事業者の取組支援  
サポートセンターからプランナーを派遣  
・総合化事業計画の策定、申請  
・総合化事業計画認定後のフォロー  
アップ

- ◆地域資源活用勉強会(現地研修)  
農業振興センター単体で、地域資源(農  
産物、加工品等)の磨き上げや活用方法  
を検討
- ◆マーケティング支援  
消費者モニターを活用した磨き上げ  
6次産業化推進事業
- ◆総合補助金、産振アドバイザー制度の活用
- ◆(国)6次産業化関連事業の活用  
・ネットワーク活動交付金(ソフト・ハード)  
・農林漁業産業成長化ファンド

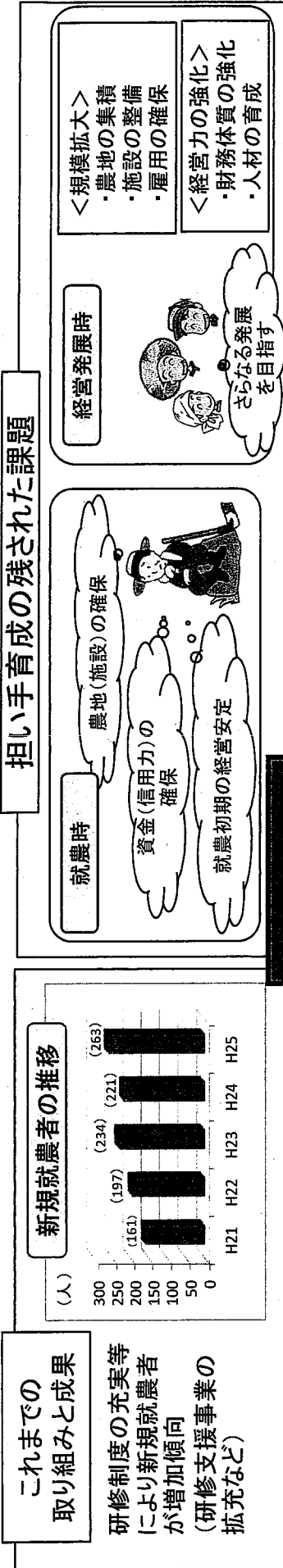
産振計画の  
参画者拡大  
成功事例を創出

6次産業化による地域活性化・農業者の所得向上・雇用創出

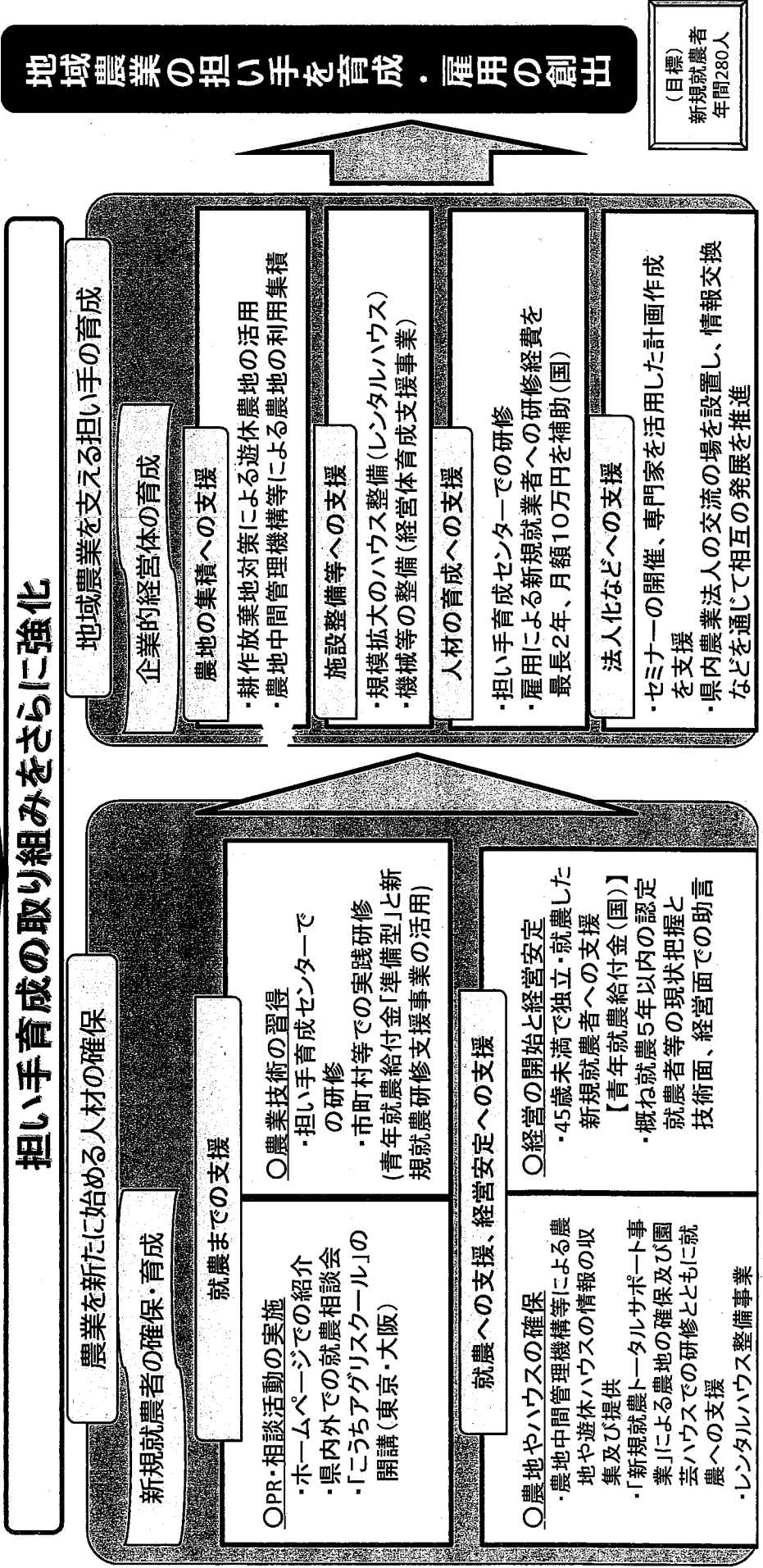
地域6次産業化推進チーム(農業振興センター)による日常的なサポートで取組を推進



# 3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化



## 担い手育成の取り組みをさらに強化



【取組方針⑧】  
担い手の育成と  
生産資源の保全

# 高知県の担い手の育成・確保対策（新規就農者の確保・育成）

## 目標

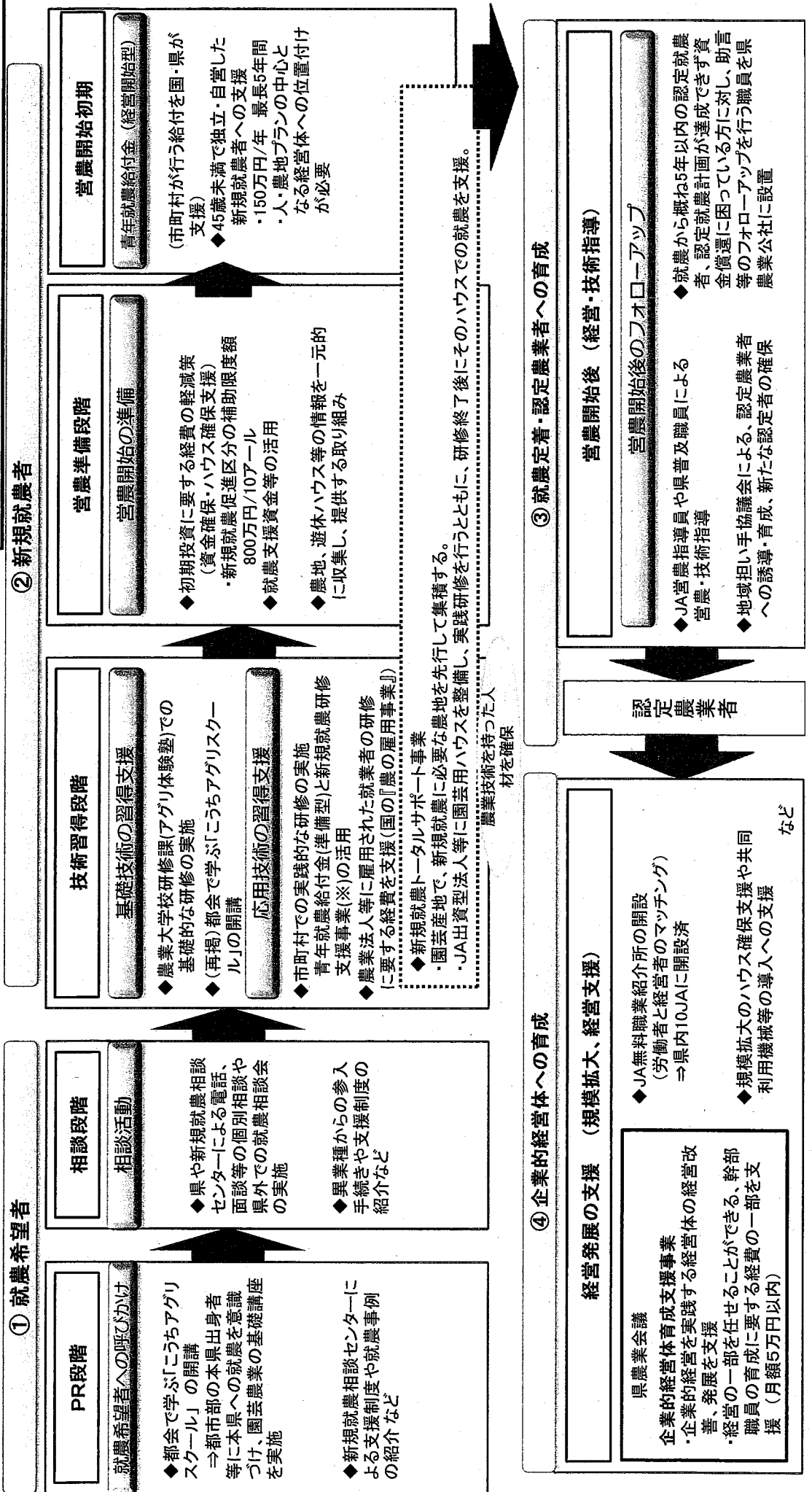
○新規就農者数 年間目標 280名

## 直近の実績

○新規就農者 H25年度 263名

※国・青年就農給付金(準備型)＋県・新規就農研修支援事業費補助金  
(市町村等が行う研修を国・県が支援)  
◆研修生への支援  
①就農時45歳未満：給付金150万円/年＋上乗30万円/年以内  
②給付金対象外：研修手当 月額15万円以内  
◆受入農家等への支援  
・謝金 月額5万円以内

### 担い手の確保に向けた段階に応じた取り組みを実施



【取組方針⑥】  
担い手の育成と  
生産資源の保全

# 担い手育成センター(仮称)の整備

本県農業の  
活性化に向けた  
課題

- ◆ 新規就農者のさらなる確保と併せ、技術、経営を習得するための研修機関の強化が必要
- ◆ オランダ並みの取量を目指すために、革新的な先進技術を実証、普及する機関の強化が必要
- ◆ 先進技術を普及推進する普及指導員、JA営農指導員等の人材育成を強化することが必要

目的

- ◆ 新規就農者の確保、育成
- ◆ 先進技術を習得した農業者の育成
- ◆ 先進技術指導者の育成

## 解決の手段

本県で就農を希望する方が技術、経営の基礎から実践までを学び、スムーズな就農につなげるための支援体制を強化し、併せて、飛躍的な増収を目指した先進技術を「見て、学んで、感じる場(実証ほ)」を整備し、本県農業の今と未来を支える農業者と指導者が共に育つための「人材育成拠点」を創設する。

## 担い手育成センター(仮称)

### 新規就農者の育成拠点(基礎、実践技術の学びの場)

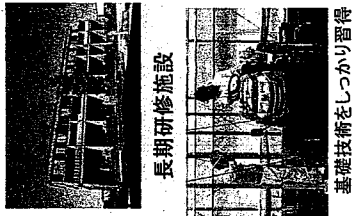
#### Point

- ◆ 全国から新規就農者を受入れ  
研修生の受け入れ枠拡大
- ◆ 研修内容を充実、強化
  - ・長期研修用宿泊施設を新たに建設(2階建CLT工法)
  - ・短期研修コースの新設など、研修内容を充実
- ◆ 栽培技術、経営管理の基礎研修  
(経営、技術アドバイザー等外部講師の活用)
- ◆ 研修終了後のスムーズな就業支援  
・農業会議、公社等と連携し、就農に向けた農地や住居等の情報収集と提供
- ◆ 産地との交流をコーディネートすることで就農後のイメージを具体化

- 都会で学ぶ「こうちアグリスクール」の強化  
・各会場40名を確保
- 就業相談対応の強化  
・高知県新規就農者相談センター、市町村、JA等のネットワークを強化
- 県組織の就業相談窓口として機能強化

就業相談から就業までの支援強化

### 新規就農者の確保・育成



長期研修施設

基礎技術をしっかり習得



農家がアドバイザーにも学ぶ

### 先進技術の実証・普及拠点(意欲的な農業者、指導者の学びの場)

#### Point

- ◆ 先進技術を組合せた総合技術実証展示  
・環境保全型農業の実証展示
- ◆ 先進技術の情報発信
- ◆ 指導者の育成  
・先進技術を普及推進する人材を育成
- ◆ 先進技術や経営管理力の向上  
・先進技術の栽培実証(実際に栽培し、見せ、伝える)
- ◆ 先進技術、経営セミナーの開催(経営、技術アドバイザー等外部講師の活用)
- ◆ 農業者の相互研鑽の場の充実  
・農業者の交流、情報交換
- ◆ 技術指導者の育成  
・先進技術を普及推進する人材を育成

- 意欲的な農業者の研修の場
- ・新規就農者
  - ・オランダ研修農家
  - ・指導農業者、篤農家
  - ・青年農業者、OB会
  - ・農業者産法人等

先進技術の普及推進強化

### 先進技術指導者の育成

指導者研修  
普及指導員、JA営農指導員



### 新規就農者の増加



技術を習得し、産地とのマッチングが出来れば就農へ



就農希望地で研修(指導農業者、篤農家)



### 収量の増加

農家(現場)では実証できない先進技術を実際に見て、効果を確認することで普及が進む

先進技術を普及推進する技術指導者が育ち、産地が活性化



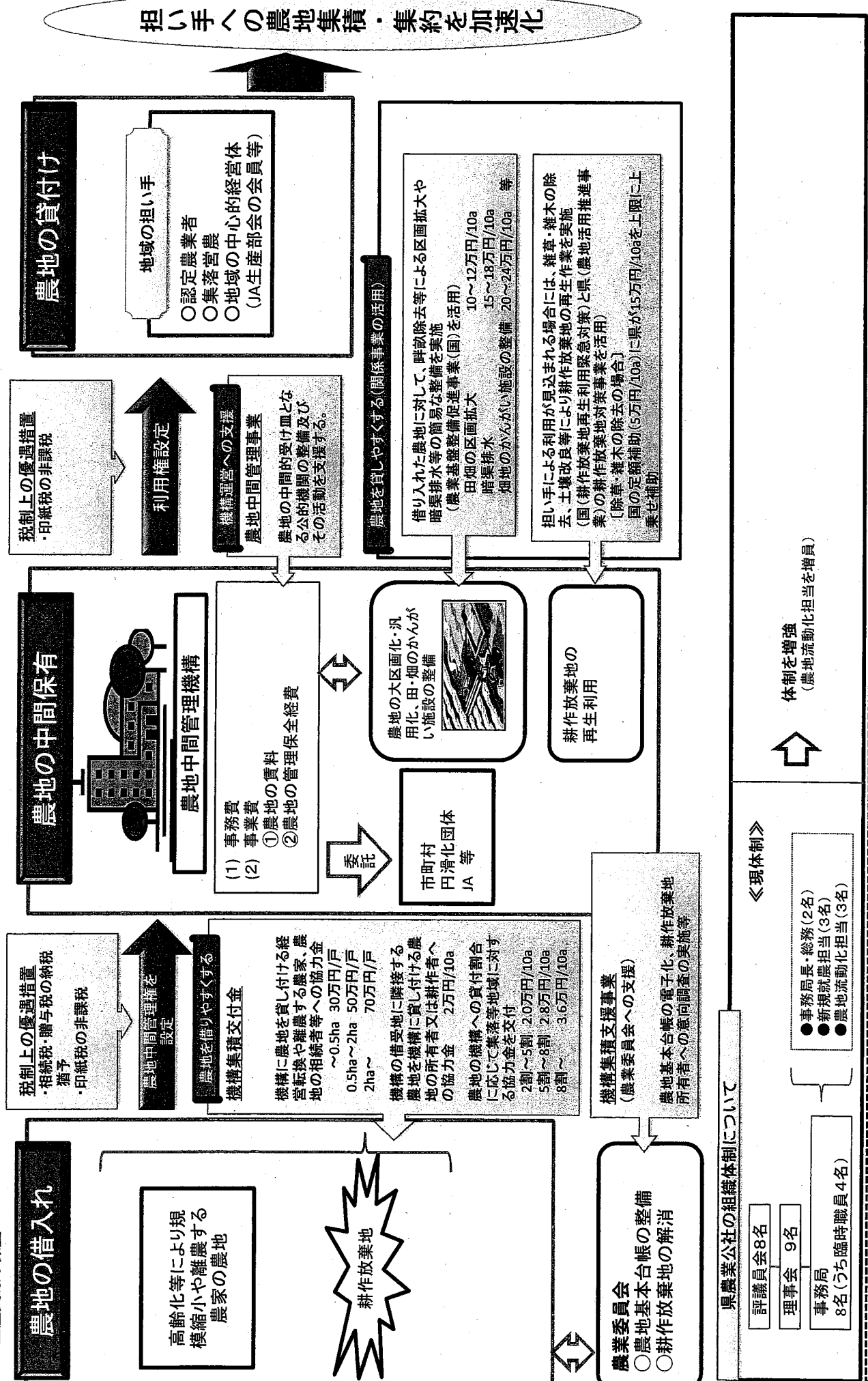
1,050億円の達成へ

オランダ並みの取量を  
目指した技術実証

技術・経営セミナー

【取組方針⑥】  
担い手の育成と  
生産資源の保全

# 農地中間管理機構による農地集積・集約化活動について



**農地の貸付け**

- 地域の担い手
- 認定農業者
  - 集落営農
  - 地域の中心的経営体 (JA生産部会の会員等)

税制上の優遇措置  
・相続税の非課税  
・印紙税の非課税

**利用権設定**

**機構運営への支援**  
農地中間管理事業  
農地の中間的受け皿となる公的機関の整備及びその活動を支援する。

**農地を貸しやすくなる(関係事業の活用)**

借り入れた農地に対して、畔祓除去等による区画拡大や暗渠排水等の簡易な整備を実施 (農業基盤整備促進事業(国)を活用)  
田畑の区画拡大 10~12万円/10a  
暗渠排水 15~18万円/10a  
畑地のかんがい施設の整備 20~24万円/10a 等

担い手による利用が見込まれる場合には、雑草・雑木の除去、土壌改良等により耕作放棄地の再生作業を実施 (国(耕作放棄地再生利用緊急対策)と県(農地活用推進事業)の耕作放棄地対策事業を活用)  
〔除草・雑木の除去の場合〕  
国の定額補助(5万円/10a)に県が15万円/10aを上限に上乗せ補助

**農地の中間保有**

**農地中間管理機構**

(1) 事務費  
(2) 事業費  
① 農地の賃料  
② 農地の管理保全経費

委託

市町村  
円滑化団体  
JA 等

農地の大区画化・汎用化、田・畑のかんがい施設の整備

耕作放棄地の再生利用

税制上の優遇措置  
・相続税 贈与税の納税猶予  
・印紙税の非課税

**農地中間管理機構を**  
設定

**農地を借りやすくなる**  
機構集積交付金

機構に農地を貸し付ける経営転換や離農する農家、農地の相続者等への協力金  
~0.5ha 30万円/戸  
0.5ha~2ha 50万円/戸  
2ha~ 70万円/戸

機構の借受地に隣接する農地を機構に貸し付ける農地の所有者又は耕作者への協力金 2万円/10a  
農地の機構への貸付割合に応じて集落等地域に対する協力金を交付  
2割~5割 2.0万円/10a  
5割~8割 2.8万円/10a  
8割~ 3.6万円/10a

**機構集積支援事業**  
(農業委員会への支援)  
農地基本台帳の電子化、耕作放棄地所有者への意向調査の実施等

**農地の借入れ**

高齢化等により規模縮小や離農する農家の農地

耕作放棄地

**農業委員会**  
○農地基本台帳の整備  
○耕作放棄地の解消

果農業公社の組織体制について

- 《現体制》
- 評議員会 8名
  - 理事会 9名
  - 事務局 8名(うち臨時職員 4名)

体制を增强  
(農地流動化担当を増員)

※農地中間管理機構に対する国の助成対象: ①機構の運営・業務委託に要する経費(定額補助)、②農地の賃料・管理・保全に要する経費(7割補助) + 農地の貸付実績に応じて奨励金を加算  
※①については毎年度必要額が交付され、②についてはあらかじめ国費で県に基金を造成する。なお、補助残についても、その全額が地方交付税で手当てされる。

戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

【農業分野】

取組方針	背景	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	課題	これからの対策	改革の方向						
					1	2	3	4	5	6	
3. 流通・販売の支援強化 (1) 流通・販売の強化に向けた支援	<p>◆量販店の価格支配力の増大、家庭消費の減少、業務需要の拡大、輸入の増大など消費流通構造の変化</p> <p>◆全国でも高いシェアのある品目の産地化や環境保全型農業の先進的な取組などの多くの実績を上げてきているが、産地づくりと流通販売の情報交換が十分に行われていない</p> <p>◆これまでに無いほど生産資材が高騰し、農家所得が大幅に減少するなど園芸農業は非常に厳しい状況</p> <p>◆園芸の産出額は、1,021億円から737億円(H5→H18△284億円)園芸連の取扱額は、935億円から630億円(H4→H20△305億円)</p> <p>◆県内80以上の集出荷場から園芸連に一元集出荷し、全国の市場へ輸送販売</p>	<p>◆新需要開拓マーケティング事業による販売の強化</p> <p>①量販店とのパートナーシップの構築 ・関東3社、関西1社、仙台1社とのパートナー関係を構築 ・量販店の青果担当等を産地へ招へいすることで、環境保全型農業など産地の取組に対する理解が深まった ◆基幹店舗での高知野菜フェアの定期的な開催や、一部の店舗では高知野菜の常設棚が設置されるなど、本県産青果物を優先的に扱ってもらうことで、パートナー店での売上げが増加した ◆栽培方法等の取組を伝えた販売により本県の環境保全型農業の認知度が向上した</p> <p>②中食・外食等の業務需要の展開 ・卸会社や仲卸等と連携した営業活動を実施 ・各展示商談会での提案 ◆飲食店やホテルで県産野菜を使った料理がメニュー化されるなど37社での新規取引につながった(H25.3末現在)</p> <p>④特産野菜等コラボレーション事業 ・地域の特産野菜を核とし、地域資源とのセットでフェアなどを実施し、地域をまるごと売り出す取組を4地区で実施 ◆(嶺北)量販店6店舗に産地のコーナーが設置され、継続販売されている。</p>	<p>◆販売戦略の明確化と、卸会社、量販店との戦略共有</p> <p>◆より関係を強化した取り組みエリアの拡大</p> <p>◆店舗の青果担当者への本県の取組の理解促進</p> <p>◆取引量の拡大要請など量販店側のニーズに応える産地対応</p> <p>◆単発のフェアで終わってしまう場合も多く、恒常的な取引に向けた、フェア後のフォローなど継続的な営業活動</p> <p>◆実需者ニーズの把握及び、ニーズに合わせた契約や産地の出荷体制づくり</p> <p>◆新たな営業ルートの開拓</p>	<p>◆新需要開拓マーケティング事業による販売力の強化</p> <p>①量販店とのパートナーシップの強化</p> <p>○パートナー量販店におけるフェアの積極展開</p> <p>◎生産者や本県専属の販売支援員による環境保全型農業など本県の取組を伝える販売の強化</p> <p>◎新園芸ブランドによる販売の強化</p> <p>○量販店の高付加価値ブランド品(PB)対応の検討</p> <p>②中食・外食等の業務需要開拓</p> <p>◎卸会社等と連携した営業活動の強化</p> <p>○展示商談会での食材・商材提案</p> <p>③顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築</p> <p>★顧客ニーズに柔軟に対応できる体制づくり(従来の流通に加え、顧客と産地をつなぐ受発注システムなど、エンドユーザーに対応できる仕組みを検討)</p> <p>④特産野菜等コラボレーション事業</p> <p>○補助金による産地支援</p> <p>○普及センター、園芸連等の関係機関によるバックアップ体制の強化</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	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>パートナー量販店での販売強化</p> <p>フェアの積極展開、パートナー量販店の充実・拡大、流通関係者への産地理解の促進、PB等高付加価値商品の検索・導入・販売体制づくり</p> <p>新園芸ブランドによる販売強化</p> <p>新ブランドマークへの切り替え促進 販促資材の作成 「見える化商品・エコシステム栽培品」の品目の拡充、流通関係者や消費者への新園芸ブランドの認知度向上</p> <p>新需要開拓マーケティング協議会・農業団体 : パートナー量販店での販売力強化、新園芸ブランドによる販売力強化 県産地・流通支援課 : 上記取組への支援</p>					<p>◆パートナー量販店との信頼関係が深まり、産地から量販店までのサプライチェーンが構築されている</p> <p>◆実需者ニーズにあった柔軟な販売が実施されている</p>	<p>◆産地から消費者までのサプライチェーンにより、見える化による安全・安心の県産青果物が、お客様に届けられている</p> <p>◆販売面と生産面の一体的な取組により、元気のある産地づくりが行われている</p>	
<p>業務需要開拓の強化</p> <p>流通関係者等との連携による営業活動の展開、商談会への積極的な出席 営業活動の強化のための体制づくり 業務需要に柔軟な対応ができる販売方法の検討・流通販売体制づくり 業務需要に対応した販売の推進 業務需要に対応したオリジナル商品づくり</p> <p>新需要開拓マーケティング協議会・農業団体 : 業務需要開拓の強化 県産地・流通支援課 : 上記取組への支援</p>					<p>◆営業活動体制の強化により、効果的な営業活動が実施されている</p> <p>◆業務需要にあった柔軟な販売が実施されている ※新規取引件数 5件/年</p>		
<p>顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築(顧客ニーズへの柔軟な対応)</p> <p>出荷・流通・販売体制の検討 出荷・流通・販売体制の構築 新たな体制での販売の推進</p> <p>新需要開拓マーケティング協議会・農業団体 : 顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築 県産地・流通支援課 : 上記取組への支援</p>					<p>◆顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通販売体制が構築されている</p> <p>◆新たな流通体制による県産青果物の産地外売が増加</p>		
<p>特産野菜等コラボレーションによる地域フェアの開催</p> <p>地域産品の掘り起こし→卸と連携したパートナーの選定 →関東や関西の量販店等でのフェア等開催 (24年度:2地区) (25年度:2地区)</p> <p>農業団体・市町村等 環境保全型農業の取組など地域の取組を実需者へ紹介、一次産品や観光資源とのコラボ企画提案、実需者と産地の交流、企画の実践・総括 県産地・流通支援課: 上記取組の企画・実践を支援</p>					<p>◆地域フェアの開催を通じて、販売拠点との関係を強化し継続取引につなげるとともに、地域をまるごと売り込みファンを増やすことで販売を拡大する</p> <p>◆消費地との交流が進み、農産物の販売拡大だけでなく地域全体が活性化</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 産業間連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める



戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

【農業分野】

取組方針	背景	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	課題	これからの対策	改革の方向										
					1	2	3	4	5	6					
4. 品目別総合戦略 (1)園芸品目の総合戦略支援【再掲】 ※取組方針1の(5)のとおり															
(2)米産地の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆近年の温暖化等により品質低下が著しく、県産米の評価は低下</li> <li>◆米の生産過剰等により米価は下落傾向、加えて生産基盤の整備が遅れており、生産コスト低減が進みにくい</li> <li>◆リタイヤする農家の水田が、意欲ある農家に集積・集約化される動きが見られる</li> <li>◆中山間地域では、稲作を中心とした担い手として、小規模農家が集まった集落営農の取組が増加</li> <li>◆米政策の見直しにより、5年後を目途に、行政による生産数量目標に頼らず、自らの経営判断に基づき、需要に応じた生産が行われるよう、国は環境整備を推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆県下JA稲作部会等において高品質安定生産技術を指導</li> <li>◆近未来創造型稲作研究会で低コスト生産技術について検討</li> <li>◆台風等の影響もあり、品質向上は十分にできなかった</li> <li>◆こうち売れる米づくり産地育成事業により、早期米の販売促進や地域ブランド米を育成</li> <li>◆県産米ブランド化セミナーを開催</li> <li>◆早期米については県内外での新たな販路開拓は進んだが、極早生品種の「南国そだち」への集約はできなかった</li> <li>◆地域ブランド米は大野見米等の取り組みが進んだ</li> <li>◆新規需要米実証展示ほを設置し、検討会を開催</li> <li>◆新規需要米(飼料用米・WCS・米粉用米等)の栽培面積は約600haに拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆気象変動への対応が十分でないため、施肥の見直し等を行い高品質安定生産技術を徹底し、品質の向上に取り組んでいく</li> <li>◆各品種の特徴をアピールしながら品質管理を徹底することにより他産地との差別化を図り、県産米の販路拡大を行っていく</li> <li>◆地域に適した新品種の導入等を検討し、新規需要米の安定生産を支援していく</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆生産振興対策 ○高品質安定生産の取組への支援</li> <li>◆販売対策 ○他産地との差別化による県産米の販売強化 ○県内地域ブランド米への取組支援</li> <li>◆担い手対策 ○機械・施設、土地基盤の整備支援 ○農地中間管理機構による担い手への農地の集積・集約化支援</li> <li>◆水田活用対策 ○水田活用の直接支払交付金、産地交付金を活用した非主食用米(飼料用米等)による水田活用の促進支援</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

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)
<p>高品質安定生産技術の確立</p> <p>生産者: 肥培管理技術の改善等による高品質安定生産技術の導入と実践、高温耐性品種への転換                      農業団体: 販売戦略に基づく高品質米生産への支援、肥培管理技術の改善等による高品質安定生産技術の確立への支援                      農業技術センター: 高品質安定生産技術(高温障害対策技術)の実証、高温耐性品種の育成と導入に向けた適応性の検討                      県環境農業推進課・農業振興センター: 肥培管理技術の改善等による高品質安定生産技術・高温耐性品種の普及</p>					<p>◆水稲うるち玄米1等米比率 H22年: 14.4% ↓ H27年: 30%以上</p>	<p>◆地域で暮らし、稼げる農業</p>
<p>販売促進活動の強化</p> <p>生産者: 早期米リレー出荷体制を堅持する計画的な栽培、特色ある米づくり等による地域ブランド米の生産拡大                      全農こうち: 早期米リレー出荷を中心とした県産米の販売促進活動の実施                      農業団体: 特色ある米づくり、地域ブランド米の販売促進活動等への支援                      県環境農業推進課・農業振興センター: 特色ある米づくり、ブランド化、販売促進活動への支援</p>					<p>◆ブランド化支援組織数 H22年: 2組織 ↓ H27年: 7組織</p>	
<p>水田農業の多様な担い手の育成</p> <p>生産者: 経営規模拡大による生産コストの低減                      農業団体: 大規模稲作経営体のネットワーク化による情報共有、意欲ある稲作経営体への農地の集積・集約支援                      県環境農業推進課・農業振興センター: 経営所得安定対策、日本型直接支払制度、経営育成支援事業等を活用した大規模農家の育成支援</p>					<p>◆水稲作付面積10ha以上の経営体数 H22年: 21経営体 ↓ H27年: 50経営体</p>	
<p>水田活用の推進</p> <p>生産者: 主食用米と非主食用米(飼料用米等)による水田の活用                      農業団体: 生産者への需要状況等の情報提供、飼料用米等の生産の推進                      市町村: 水田フル活用ビジョンの作成、地域の裁量による戦略的な産地資金の設定・活用                      農業技術センター: 省力多収生産技術の検討                      県環境農業推進課・農業振興センター: 事業の情報提供、水田フル活用ビジョンへの助言、飼料用米などの生産拡大支援(飼料用米専用品種の実証ほ設置、栽培技術指導)</p>					<p>◆飼料用米作付面積 H25年: 286ha ↓ H27年: 1,000ha</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 産業関連の強化  
 3 足腰を強め、新分野へ展開  
 4 新たな産業づくりに挑戦する  
 5 産業人材を育てる  
 6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

【農業分野】

取組方針	背景	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	課題	これからの対策	改革の方向							
					1	2	3	4	5	6		
4. 品目別総合戦略 (4)畜産の振興 (イ)肉用牛	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆肉用牛農家戸数や頭数の減少</li> <li>◆飼料高騰や子牛・枝肉市場価格の低下による所得の減少</li> <li>◆土佐和牛の中で、土佐あかうしは、黒毛和牛を中心とした脂肪交雑重視の和牛肉流通体系では、販売価格の上積みは厳しい状況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生産性向上や生産基盤強化への支援</li> <li>◆土佐和牛(去勢)枝肉重量の上昇 H20:455kg ↓ H24:480kg</li> <li>◆土佐和牛繁殖雌牛導入促進による導入頭数 H24:59頭</li> <li>・土佐和牛ブランドの再構築への支援</li> <li>◆土佐和牛ブランド推進協議会での黒毛和種、土佐あかうしそれぞれの販売流通戦略によって、新規取扱店が拡大し、とくに土佐あかうしの枝肉価格と子牛価格が上昇 枝肉単価(去勢) H20:1,461円/kg ↓ H24:1,591円/kg 子牛価格 H20:213,438円 ↓ H24:324,791円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆土佐和牛の安定生産に向けた生産基盤の維持・拡大</li> <li>◆ブランド力向上に向けた黒毛、褐毛和種それぞれの生産流通戦略の徹底</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆生産性向上や生産基盤強化への支援</li> <li>○土佐和牛繁殖雌牛導入促進や肉用牛導入資金供給事業による生産基盤拡大</li> <li>◎レンタル畜産施設等整備事業による新規就農や規模拡大への支援</li> <li>★土佐あかうし緊急増頭対策事業による子牛生産頭数の増加</li> </ul>	○	○						
(ウ)養豚	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆飼料価格の高騰や畜産環境対策に対応しながら、堅調な肉豚価格の推移により生産規模を維持してきたが、H20から肉豚価格の低落などにより、厳しい経営状況</li> <li>◆米豚の生産は順調に拡大、H23年度は当初計画3千頭を大幅に超える1万頭にまで拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランド化を目指した飼料米給与豚(米豚)の生産実証(JA四万十)を支援</li> <li>◆飼料用米生産面積 H20年度:1ha ↓ H24年度:47ha</li> <li>◆米豚生産頭数 H21年度:120頭 ↓ H24年度:10,000頭</li> <li>◆肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆選ばれるブランドとなるためには「米豚のさらなる高品質化」が必要</li> <li>◆必要となる飼料用米の安定確保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆米豚の高品質化</li> <li>○「さらにおいしい米豚」を目指した、飼料用米の最適な添加割合の確立</li> <li>○需要に見合った米豚の生産頭数の確保</li> <li>○飼料効率のさらなる向上</li> <li>◆飼料用米の安定確保</li> <li>○飼料用米低コスト生産</li> <li>○肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援</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

第2期計画	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 (概ね10年先)
<p>鳥農家の技術を生かした育成・肥育成績向上への取組強化</p> <p>子牛哺育育成センター(キャトルステーション)実証展示への支援</p> <p>JA:子牛哺育育成センター(キャトルステーション)実証展示 畜産会:鳥農家による研修や繁殖・肥育農家合同研修会の実施、育成・肥育技術の検証、キャトルステーション方式の育成技術等の新技術の普及 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場: 子牛哺育育成マニュアルの普及、鳥農家の技術を生かした生産性向上への取組への支援</p>						◆土佐和牛飼養頭数(2月現在) 平成23年 4,545頭 ↓ 平成28年 5,000頭	◆地域で暮らし稼げる農業
<p>土佐和牛繁殖雌牛導入促進による優良繁殖雌牛群の拡大</p> <p>生産者・全農こうち・市町村:県内家畜市場からの繁殖雌牛導入促進 県畜産振興課・畜産試験場・家畜保健衛生所: 繁殖雌牛導入促進や優良系統繁殖雌牛の供給への支援</p> <p>導入雌牛を活用した繁殖雌牛群の改良促進</p> <p>生産者・全農こうち・市町村:産肉能力向上への取組 県畜産振興課・畜産試験場・家畜保健衛生所: 優良系統雌牛を活用した改良のスピードアップへの支援</p>							
<p>レンタル畜産施設等整備の促進</p> <p>JA・市町村:畜産施設等整備促進 県畜産振興課・家畜保健衛生所:畜産施設等整備促進への支援</p>							
<p>受精卵移植と子牛生産率向上による土佐あかうしの増産</p> <p>県畜産振興課・全農こうち:乳牛借り腹による受精卵移植の推進とキャトルステーション整備 畜産試験場・高知大学:受精卵生産及び子牛の供給体制強化 家畜保健衛生所:早期妊娠鑑定や血液検査等による繁殖成績改善支援、個体管理データベースの整備、勉強会の開催</p>							
<p>土佐和牛の地産地消、地産地消を視野においた生産流通戦略の展開</p> <p>協議会:県内外のPR戦略や生産流通戦略による表示店舗や販路の拡大 県畜産振興課:畜産振興アドバイザーとの連携による土佐あかうしのPR、県内外での土佐和牛の試食販売や商談会に対する支援</p>							
<p>米豚の高品質化</p> <p>養豚農家:飼料用米の給与実証 JA四万十:飼料用米の給与に関する技術支援、豚肉の評価 くみあい飼料:飼料用米を配合飼料に加工 県畜産振興課・家畜保健衛生所: 飼料用米の給与技術の提供、豚肉の評価の支援</p>						米豚のブランド化 (生産頭数 10,000頭の 維持)	
<p>需要に見合った米豚の生産頭数の確保</p> <p>養豚農家:飼料用米を給与した畜産物の生産拡大 JA四万十:豚肉の品質や飼料効率のチェック くみあい飼料:飼料用米を配合飼料に加工 県畜産振興課・家畜保健衛生所:豚肉の品質や飼料効率のチェックの支援、PR活動の支援</p>							
<p>飼料用米の安定確保</p> <p>(有)営農支援センター・耕種農家:飼料用米の低コスト生産 県環境農業推進課・農業振興センター:飼料用米生産技術の支援 JA四万十:飼料用米の需給調整、助成事業の実施</p>							
<p>肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援</p> <p>生産者・県畜産振興課:肉豚価格安定基金の生産者積立金造成 配合飼料基金:養豚経営安定基金造成事業実施</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 産業関連の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める



戦略の柱【3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

【 農業分野 】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	課題	これからの対策	改革の方向						
						1	2	3	4	5	6	
1. 担い手の育成と生産資源の保全 (1) 新規就農者の確保・育成	◆ 農業者の高齢化や農業就業減少などに伴い担い手が不足している産地の維持・発展のためには若い新規就農者を継続的に確保・育成する必要がある	◆ PR段階 就農相談窓口や支援制度・事例紹介などをホームページへの掲載し、就農希望者への呼びかけ ◆ 相談段階 県や新規就農相談センターなどによる相談活動の実施や、県外での就農相談会の実施 ◆ 技術習得段階 農大での基礎的な研修や就農予定市町村での実践的な研修の実施 ◆ 営農準備段階 農地・遊休ハウスの情報の収集・提供や初期投資に要する経費の軽減、JA出資型法人設立への支援 ◆ 営農開始後 普及職員、営農指導員による支援や認定農業者への誘導・育成の実施	◆ 就農希望者の確保 ◆ 研修支援等の強化 ◆ 営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保 ◆ 実践研修を支援する指導農業者の確保 ◆ 新規就農者の定着	◆ 就農希望者の確保 (就農前) ◆ ◎U・Iターン就農者の確保 ★ 担い手育成センター(仮称)の整備による就農希望者の研修及び産地とのマッチング機能の強化	◆ ◎実践研修への支援 ★ 青年就農給付金(準備型)の活用  ○ 農地等の情報提供 ★ 農地の確保への支援  ★ JA出資型法人等の経営強化並びに実践研修から就農へのスムーズな移行への支援							
			◆ PR段階から営農開始まで段階的に支援を充実することにより、第1期計画時(H21)の161人からH24は221人と新規就農者の増加につながっている									

※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	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)
就農希望者の確保	新規就農相談センター(農業会議・県農業公社): 就農相談活動の実施 県立農業大学校研修課: 「こうちアグリスクール(東京・大阪会場)」の運営、スクーリング研修の実施 県農業振興部: 専門技術員を中心とした「こうちアグリスクール」講義の実施、就農相談活動の実施				◆ 新規就農者数 年間280人	◆ 新規就農者数 年間280人	
担い手育成センター(仮称)の整備	県: 担い手育成センターの整備 担い手育成センター: 基礎技術・経営管理研修の強化(ネット研修、講座、実習) 産地とのマッチング 先進技術研修の実施				◆ 指導農業者 H23: 49人 H27: 90人	◆ 人・農地プラン の作成 200集落	
研修の拡充	生産者: 研修生の受け入れ(指導農業者等の受入先の拡充) 市町村等: 実践研修の実施 市町村担い手協議会等: 研修事業の円滑な推進の支援 県農地・担い手対策課: 研修生(就農時45歳未満、研修期間1年以上2年以内)への青年就農給付金(準備型)の給付+県費上乗せによる支援内容の強化と研修受入農家等への支援 研修生(上記以外で65歳未満)への県新規就農研修支援事業による支援 県立農業大学校教育課: 就農希望者に対して座学・実習など2年間の実践的な研修教育を実施 県立農業大学校研修課: 新しいなかビジネススクール(ネット研修)や就農希望者長期研修等、就農希望者のニーズ						
遊休農地やハウス等の活用	市町村担い手協議会(農業委員会等): ハウス情報の収集・提供 県担い手協議会: 耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援(～H25) 農業団体(県農業公社): 遊休農地やハウス等の情報を収集し、就農希望者等に情報提供 耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援(国への上乗せ) 県農地・担い手対策課: 農地集積円滑化団体が白紙委任を受けた農地を新規就農者へ集積を図る						
農地中間管理機構の創設	農地中間管理機構: 規模縮小や離農する農家の農地を借入れ、地域の担い手に貸し付けを行い、農地の集積・集約化を図る。						
初期投資の軽減	県産地・流通支援課: 新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援 県協同組合指導課: 就農する際に利用できる無利子の資金の貸付						
円滑な就農に向けた支援	市町村担い手協議会(市町村、農業委員会、JA等): 農地や研修等の情報提供や助言などの実施 市町村: 集落単位での「人・農地プラン」を作成し青年就農者の定着支援を実施 県農地・担い手対策課: JA出資型法人等が行うハウス整備を支援し、経営体の強化を図るとともに実践研修の実施と整備したハウスのリースによる新規就農者の育成を図る(H25～)						

※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 産業間連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める

# 高知県産業振興計画の推進によって実現

## 第2期計画ver.3の取り組み

現状

H24 H25 H26 H27

農業産出額 930億円(H22) ↓ 999億円(H24)

### 生産

- ◆**本県農産物の高収量化および高品質化**
  - 高収量・高品質に向けた取組の展開
    - ・「学び教えあう場」の取り組みのさらなる拡大
    - ・農業技術センターと連携し、現場のハウスに合った革新的な環境制御及び省エネ技術等の確立・普及(オランダの技術を習得して増収)
    - ・レンタルハウス整備や園芸用ハウス流動化への支援による、営農定着や規模拡大への負担の軽減
  - 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立
    - ・天敵導入など安心・安全につながるIPM技術を全地域、全品目へ普及
    - ・オランダとの友好園芸協定を活かし、高収量・高品質に向けた「こうち新施設園芸システム」の構築
  - 新・次世代施設園芸団地の整備
    - 米・土佐茶・畜産など地域の特産物の生産拡大やブランド化、生産性の向上
  - 新・水田農業の担い手となる稲作経営体の育成
    - ・畜産の生産基盤の強化
  - 新・土佐あかうしの緊急増頭
- ◆**担い手の確保と、地域の中核となる農業者等の規模拡大の推進**
  - 新規就農者の確保・育成と、実践研修などによる営農定着の支援
  - 新・担い手育成センター(仮称)の整備
    - 農地の集積による規模拡大や、経営体質の強化の推進
  - 新・農地中間管理機構による農地の集積・集約化
- ◆**中山間地域の農業の維持・活性化**
  - 集落営農を県内全域への拡大
  - こうち型集落営農のステップアップの支援
    - ・法人化や組織の加工等への取組の促進
  - 中山間に適した農産物等の生産(薬用作物の生産拡大支援など)
    - ・中山間での有望品目として、軽量で初期投資の少ないミシマサイコの生産拡大の支援

### 加工

- ◆**生産と一体となった加工ができる体制づくり**
- ◆**農業者の収入につながる地域資源の加工の推進**
  - 農産物加工ができる人材の育成
    - ・農業創造セミナー修了生等のステップアップの支援
  - 地域資源を活用した商品開発や事業者とのマッチング
    - ・地域に残された伝統作物の生産基盤を整え、増やす、加工につなげる
  - 農産物加工品のブラッシュアップの支援

### 流通・販売

- ◆**園芸品の基幹流通を強化するとともに、実需者のニーズに対応できる新たな流通・販売体制の構築**
  - 新たな販路を開拓するとともに、実需者のニーズを的確に捉え生産に活用
    - 新・量販店や中食、外食等の実需者への営業商談の強化による販路開拓、販売拡大
    - ・市場流通以外の「顧客と産地をつなぐ新たな受発注システム」の構築
  - 産地を伝える販売を強化し、本県園芸品のファンづくり
    - ・「新園芸ブランド」による販売の拡大
    - ・本県農業の取り組みを理解してくれるパートナー量販店での販売の強化
    - ・流通関係者等の産地招へいや、品目のセールスプロモーションによる産地の取組のPR
  - 新・こだわ野菜・果実の生産者と多様なニーズを持った実需者とのマッチングを推進
    - 高知県産花きの販売強化(関東で商談会の実施、花きアドバイザーの活動)
    - ユズ青果や果汁・加工品、花き等の輸出支援。EU向け農産物輸出支援
- ◆**特産農産物のPRや販促、商談会等により販路を拡大**

# を目指す本県産業の姿(農業分野)

4年後の目標  
(H27年度末)

さらなる飛躍  
へのポイント

10年後の目指す姿  
(H33年度末)

- IPM技術がより高度化するとともに、全地域・全品目へ普及
- 集落営農組織による農地(田・畑)のカバー率  
(耕地面積ベース)  
H23: 9%→H27: 13%  
(経営耕地面積ベース)  
H23: 12%→H27: 19%

- こうち型集落営農数  
H23: 17組織  
→H27: 32組織

- 新規就農者数  
280人/年  
(営農意向調査の結果から、産地の維持・発展に必要な新規就農者数を280人とする)

- 地域資源を活用した加工の取り組みが県内各地に広がる

- 本県農産物の販路開拓を通じ、実需者ニーズに合った柔軟な流通・販売体制ができている

- 実需者の声が産地にフィードバックされ、販売を見据えた生産ができている

農業産出額 1000億円以上を目指す

生産性の向上と、安全・安心による選ばれる産地の形成

オランダ並みの生産性を目指す「新施設園芸システム」を県内各地に普及

一経営体あたりの収入をアップ

農地を集積  
施設の高度化・大規模化

経営力のある企業的经营体を県内各地に育てる

中山間で収入を得る仕組みを定着

こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスを各地域へ拡大

農産物の付加価値を向上

各地に生まれた加工の動きを産業に育てる

農で働き高知で暮らす

- 新規就農者数: 280人/年

若者からお年寄りまで笑顔で暮らせる中山間の農業の確立

- 集落営農組織による農地(田・畑)のカバー率:  
(耕地面積ベース) 26%  
(経営耕地面積ベース) 38%
- 集落営農のうち、こうち型集落営農数: 100組織

攻めの外商で稼ぐ農業

- 販売金額1,000万円以上の農業経営体の割合: 20% (H22: 11.5%)

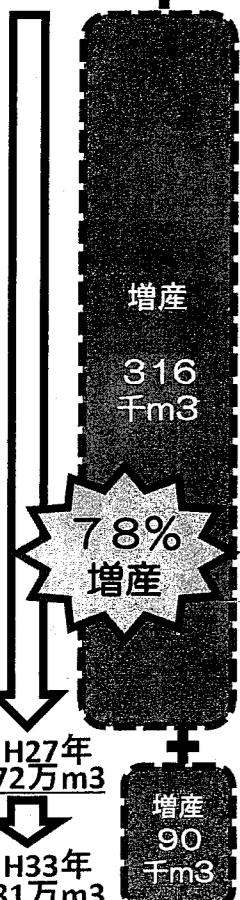
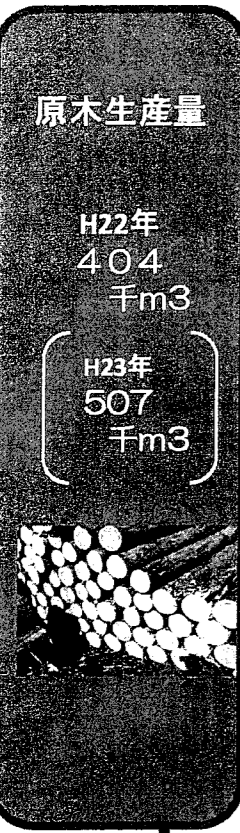
農業産出額 1050億円以上を目指す  
地域で暮らし稼げる農業

---

# 林業分野

---

森林資源 H22末  
蓄積：1.74億m<sup>3</sup>  
成長量：314万m<sup>3</sup>/年  
(うち人工林)  
(蓄積：1.49億m<sup>3</sup>)  
(成長量：300万m<sup>3</sup>/年)



柱6. 健全な森づくり

【課題】

- ①地域の実情に応じた持続的な森林経営のプランが必要
- ②保育コスト高等から適切な手入れがされず荒廃森林が発生
- ③成林までのトータルコストが高く、再造林が困難
- ④獣害(シカ、ウサギ等)により確実な更新が困難

フォレスター  
による支援



循環型の林業を持続

【施策】

◆持続可能な森林づくり

- ①地域の森林整備に関する計画の作成支援 (適地適木、資源循環 など)
- ③再造林への支援、省力化の検討
- ④獣害対策(防護柵設置等)の支援

◆荒廃森林の解消

- ②保育間伐の推進
- ・公益的機能が高い森林の間伐支援
- ・オフセット・クレジットを活用した森林整備の推進



柱1. 原木生産の拡大

間伐と皆伐を組み合わせる増産

【課題】

- ①森林の所有規模が小さい
- ②地形が急峻
- ③原木の販売価格が不安定
- ④効率的な生産ができる事業者が少ない
- ⑤担い手の確保と技術の向上

【施策】

◆生産性の向上と原木の増産

- ①森林の集約化と経営委任の推進
  - ・森林経営計画と森の工場の整備
  - ・森林施業プランナーの活動支援
  - ・国・公有林等を活用した大規模化
- ②地形や資源にマッチした効率的な生産システムの導入促進
  - ・林業機械や林内路網の整備
  - ・効率的な路網や架線集材などの普及
  - ・事業者の作業システム改善の支援
- ③協定取引による安定供給の推進

◆事業者や担い手の育成

- ④事業者のマネジメント能力の向上
  - ・中期的なビジョンに基づく森林組合経営を支援
  - ・森林組合の合併を推進
  - ・森林施業プランナーの育成
  - ・建設業者等の新規参入と定着を支援
- ⑤担い手の確保・育成
  - ・搬出作業等の技術力アップ
  - ・新規就業の促進
  - ・自伐林家等の生産活動の支援



柱2. 加工体制の強化

品質の向上と加工量の増大

【課題】

- ①成熟した豊富な森林資源を使い切れない
- ②機械設備が不十分で、生産コスト高
- ③消費者の求める品質確保の取り組みが不十分
- ④財務体質が弱く、設備投資が困難

【施策】

◆企業誘致等による大型加工施設の整備

- ①～③大型加工施設の整備
  - ・大型製材工場の整備
  - ・単板工場の整備 (低質材の加工力強化)
- ◆県内加工事業者の生産力等の強化
  - ①～④既存加工事業者の生産力等の維持・強化
  - ・県内事業者による大型製材工場の整備
  - ・新たな設備導入や既存設備更新の支援 (効率化、低コスト化、高品質化等)

◆高次加工施設の整備

- ①、③CLT(直交集成材)の推進



柱3. 流通・販売体制の確立

地産地消・地産外商の推進

【課題】

- ①大消費地から遠隔地であり輸送コスト高
- ②県外での土佐材の認知度が不足
- ③事業者の営業力の強化が必要
- ④木材を使う仕組みや意識の強化が必要

【施策】

◆流通の統合・効率化

- ①拠点を活用した流通の効率化の推進
  - ・県外の流通拠点の設置
  - ・建築工程に応じたきめ細かな配送の推進
  - ・県内事業者の共同輸送(県外へ)体制の強化

◆販売力の強化

- ②、③地産外商の推進(流通拠点の活用など)
  - ・企業・団体と行政が連携した営業活動を推進 (土佐材展示会、セミナー、商談会の開催など)
  - ・商品力の向上への支援 (JAS認定取得・表示の支援、地域材ブランド化の推進など)
- ④地産地消の推進
  - ・県産材使用住宅の建築、リフォームの支援
  - ・公共施設、公共事業での木材利用の推進



柱5. 森のものの活用

森の恵みを余すことなく活用

【課題】

- ①重要な換金品目の生産・販売振興が必要
- ②地域の森林や産物を活用した取り組みの推進が必要

【施策】

◆特用林産物の生産等の振興

- ①特用林産物(炭、キノコ、シキミ等)の生産・販売支援
- ②提案型等の地域発の取り組みを支援



柱4. 木質バイオマスの利用拡大

【課題】

- ①原木や林地残材の集荷コスト高
- ②バイオマス利用ボイラーの導入経費や管理経費(燃焼灰処理等)が他製品に比較して割高
- ③原木増産に伴い発生する多量のバイオマスの有効利用が必要



マテリアル + エネルギー 利用の推進

【施策】

◆木質バイオマスの効率的なエネルギー利用の推進と多面的利用の拡大

- ①原木や林地残材の搬出に対する支援
- ②バイオマス利用施設の導入・管理コストの低減
  - ・バイオマス利用ボイラーの導入支援
  - ・一定の地域内での効率化を推進(共同利用・処理)
- ③発電や製品原材料など多用途利用の推進
  - ・再生可能エネルギーの全量固定価格買取制度に対応し、バイオマス発電を推進 など

数値目標  
H22 → H33  
(H27)

●原木生産量 (再掲)  
404千m<sup>3</sup>  
→810千m<sup>3</sup>  
(720千m<sup>3</sup>)

●森の工場  
整備面積  
37,161ha  
→90,000ha  
(69,800ha)

●担い手  
1,645人  
→1,756人  
(1,732人)

●林業労働者  
の年収  
→4百万円/年  
(4百万円/年)

●製材品生産量  
224千m<sup>3</sup>  
→355千m<sup>3</sup>  
(300千m<sup>3</sup>)

●乾燥材生産量  
54千m<sup>3</sup>  
→120千m<sup>3</sup>  
(111千m<sup>3</sup>)

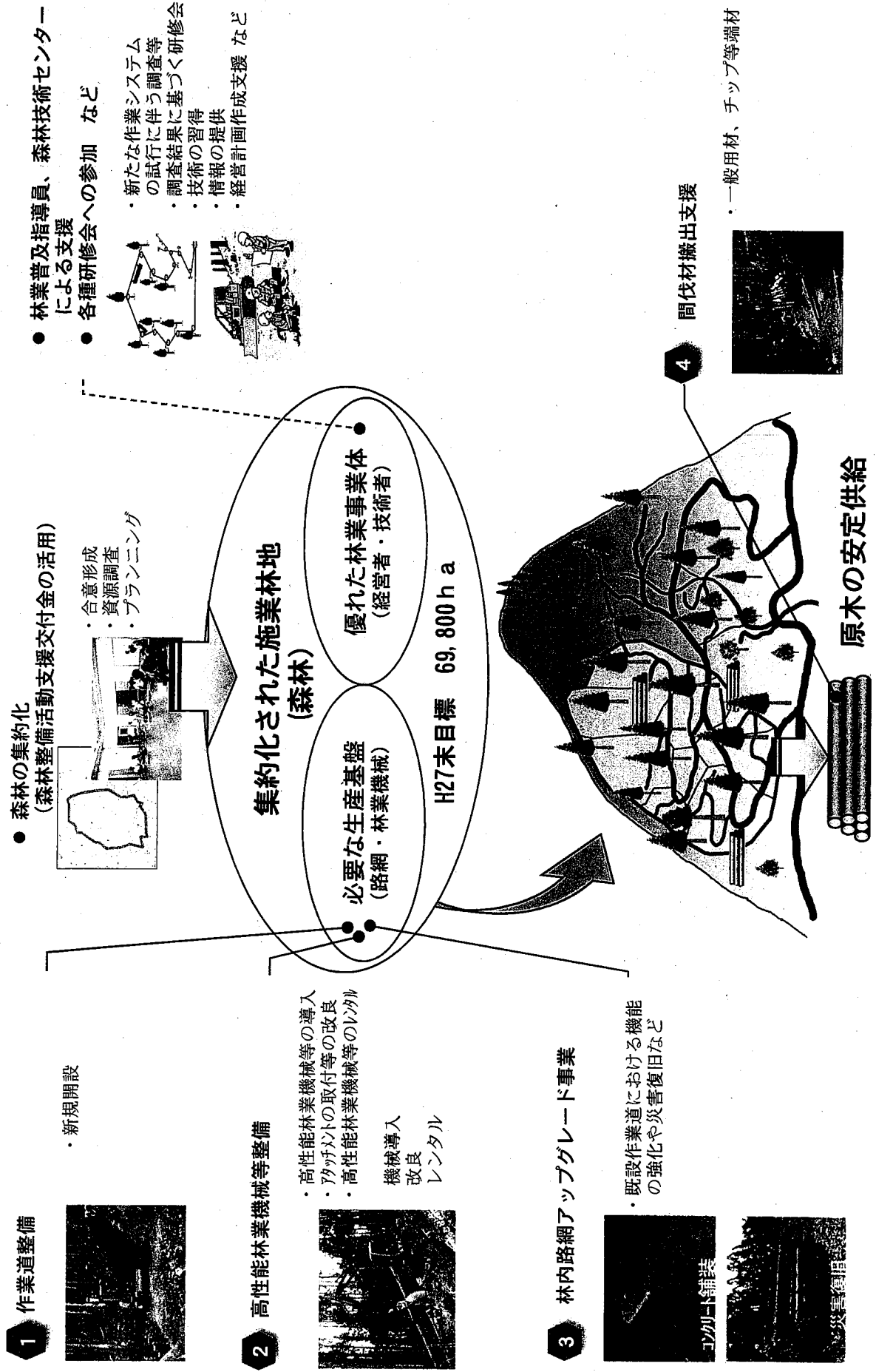
●木質バイオマス  
利用量  
227千ト( H21)  
→530千ト  
(403千ト)

# 戦略の柱1. 原木生産の拡大 【森の工場の整備・推進】

別図(林1)

## 対策のポイント

収益性の向上、林業就業者の確保と育成を進めるため、施業の集約化や森林整備(間伐実施、作業道開設など)、生産活動(機械整備、作業道開設など)、生産活動(機械整備、作業道開設など)の確立、間伐材の搬出)を支援します。



戦略の柱1. 原木生産の拡大

【中期的なビジョンに基づく森林組合経営を支援】

別図(林2)

森林組合の経営改善に向けた取組みの更なる強化

森林資源の変化に対応し、施業の集約化と間伐など木材生産を事業の中心とする  
森林所有者の真の協同組織としての負託に応える自立した組合へと改革を推進

これまでの取組み (H21～H23)

目標: 意識改革・行動

【取組みと結果】

1. 経営者マネジメント研修(集合研修)  
組合長や参事等を対象に、経営に必要なスキルの習得  
■結果: 3年間で延べ22日開催
2. 経営ビジョン策定研修(個別研修)  
(1) 中期経営計画の策定  
5カ年間の経営計画の策定手法の習得  
※行動計画の実行精度向上のためPDCAサイクルを試行  
■結果: 17組合が策定(既策定2組合 計19組合)  
(2) 計画のローリング  
計画の実行や見直しの手法の習得  
■結果: 11組合が計画をローリング
3. 森林施業プランナー養成研修  
コスト分析や作業システム等のプランナーに必要な知識の習得  
■結果: 50人養成(23組合48人、2事業体2人)

【成果】

- 地域の森林管理の中核的担い手の役割を認識
- マネジメント力向上への意識改革が促進
- 収益性の確保や組合員サービス向上に向けた意識改革や行動の変化

【課題】

- ◆PDCAサイクルが実行できていない組合は少ない
- ◆少しづつ小さな成果は出つつあるが、見えにくい
- ◆成果を出すまでには研修等更なる外部サポートが必要

県下全体の底上げ

【取り巻く環境の変化】

- 大型製材工場の整備(H25稼働開始)  
⇒木材増産体制の構築が急務
- 森林経営計画のスタート(H24認定開始)  
⇒認定基準に沿った集約化のスピードアップ
- 森林施業プランナーの資格(H24認定開始)  
⇒技能・実践力のレベルアップ

加えて

【国の組合指導の方向性】

1. 施業集約化事業を軸とした経営への誘導  
(標本を厚掘えた経営ができるよう経営ビジョンや  
中期計画等の計画づくりの推進)
2. 森林の経営の設計図となる森林経営計画の作成促進
3. 組合員等の施業集約化を最優先の業務とした森林組合の育成
4. 情報公開の推進

国と県  
同じ方向性

【森林組合に求められるもの】

- ⇒組織としてのマネジメント力の更なる発揮・強化
- ⇒管理部門の人材育成

平成26年度に、合併モデルプランを作成

今後の取組み (H24～H26)

目標: 行動の定着

【取組み】

1. 経営ビジョン策定研修(個別研修)  
(1) 中期経営計画の策定(H25まで)  
(2) 計画のローリング  
(3) フォローアップ

プランナーの改善を含めた中期経営計画の実効性の向上、取組みや成果を見える化

- ①期待する成果や取組み等の明確化
- ・B/Sの改善を含めた年度目標や課題と取組等を記載したシートの作成
- ・職員による成果の共有化とそのプロセス設定
- ・ハンチマークとなる組合や取組みなどの情報提供等の森連及び県の指導・支援

②PDCA進捗管理スキルの向上

- ・経営コンサルタントによる幹部のOJT研修
- ・四半期毎の森連・県による進捗チェック

2. 森林施業プランナー育成研修

- ・木材の増産体制・本格化する森林経営計画策定と実行のスキル向上
- ・実務者が講師となり、実践に向けて、テーマ別のワーキングアップの開催

【3年後に期待する成果】

○本事業

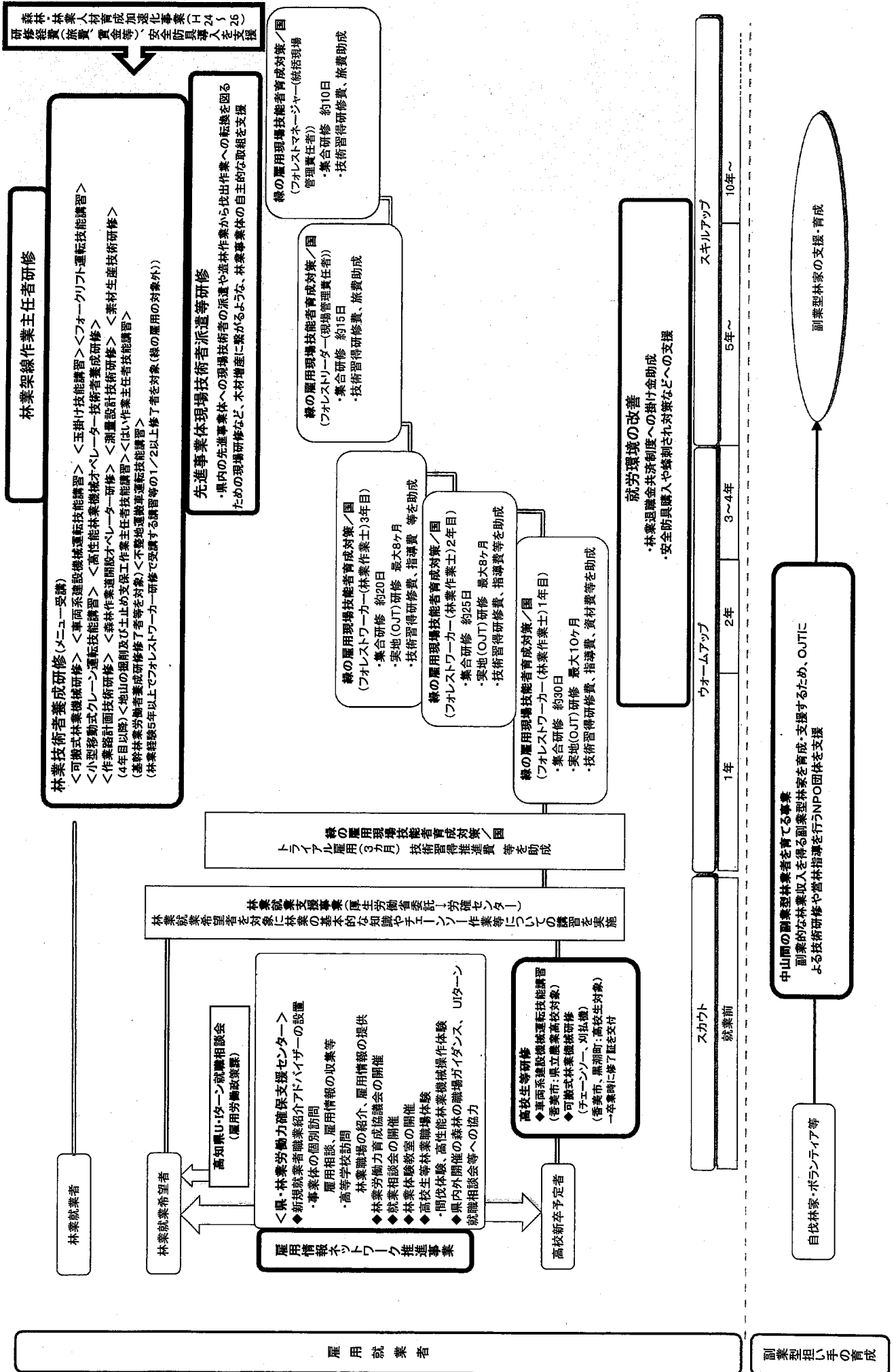
- 自らの力でPDCAサイクルを実行。精度が人的に向上
- 経営改善が目に見える形で成果に現れ、組織としてのマネジメント力が向上し、組合員からの信頼を獲得
- 森林施業プランナーのレベルアップと人数の拡大

○他事業との相乗効果

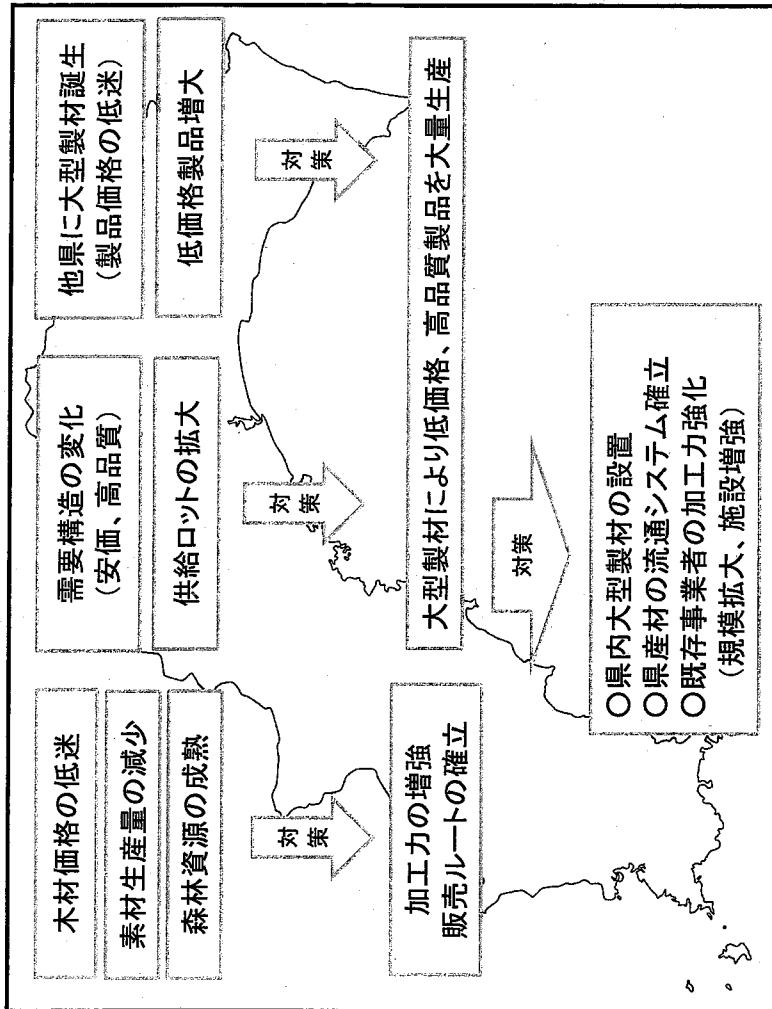
- 集約化や森林経営計画の策定が進み、地域の森林管理の中核的な担い手の役割を發揮
- 木材増産に向けての体制ができ、原木の安定供給を實行

◆合併に向けた取組みを促進

戦略の柱1. 原木生産の拡大 【担い手の確保・育成】

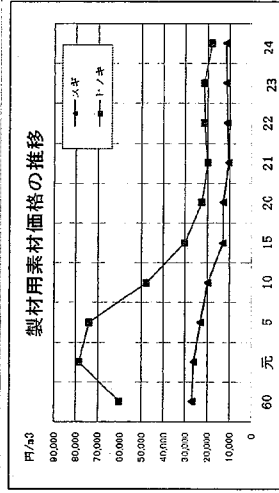
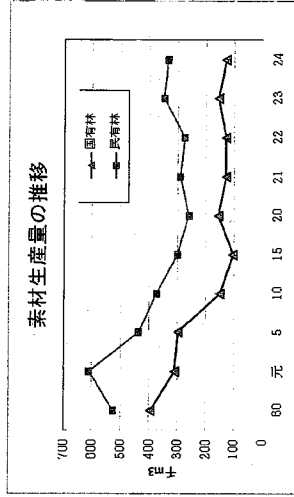


## 戦略の柱2. 加工体制の強化【大型加工施設の整備】



### 【現況】

県内の森林資源は、人工林の蓄積量は約1億5千万m<sup>3</sup>(H21)となり、膨大な森林資源の活用が課題となっている。一方、木材価格の低迷等から、素材生産量は減少している。



### 【新流通加工体制】

#### 素材生産

- 施業集約化の推進
- 皆伐と間伐のミックス
- 生産性の向上
- 山元還元の拡大
- 事業地を先行確保
- 生産量、品質の安定化

#### 流通

- 協定供給の推進
- 流通量の増大

#### 加工

- 競争力ある大型製材設置
- 既存事業者の競争力増強
- 既存製材の施設増強
- 既存製材の品質向上
- OCLT等高付加価値材の製品化

#### 販売

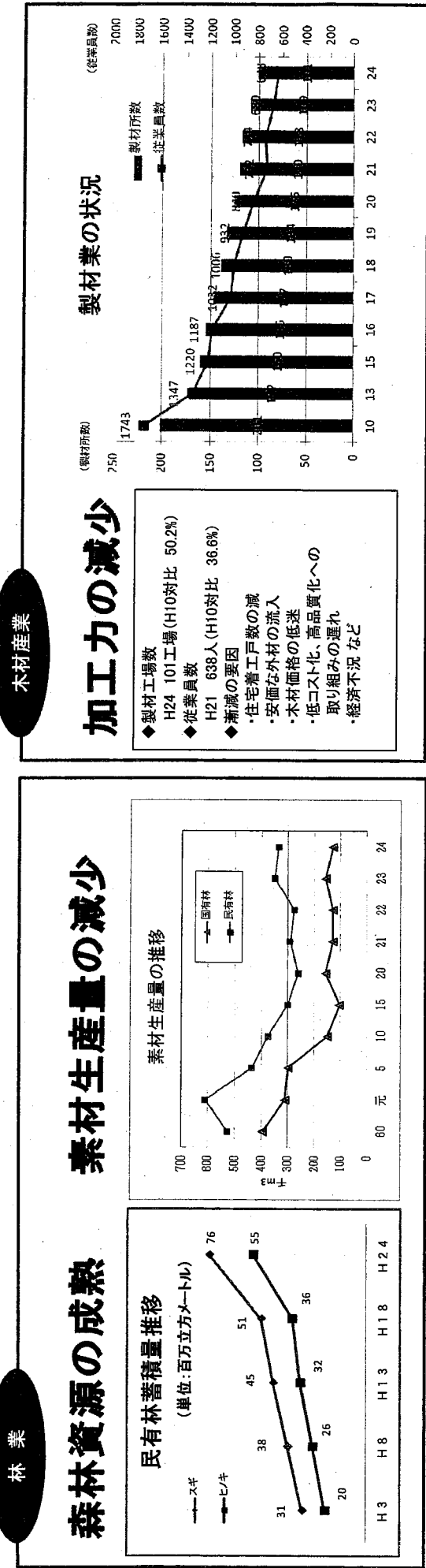
- 低価格、高品質製品の販売
- 大手ビルダー等へのロット販売
- 県産材の商品力アップ
- 卸別販売の強化

関連産業全体を嵩上げ

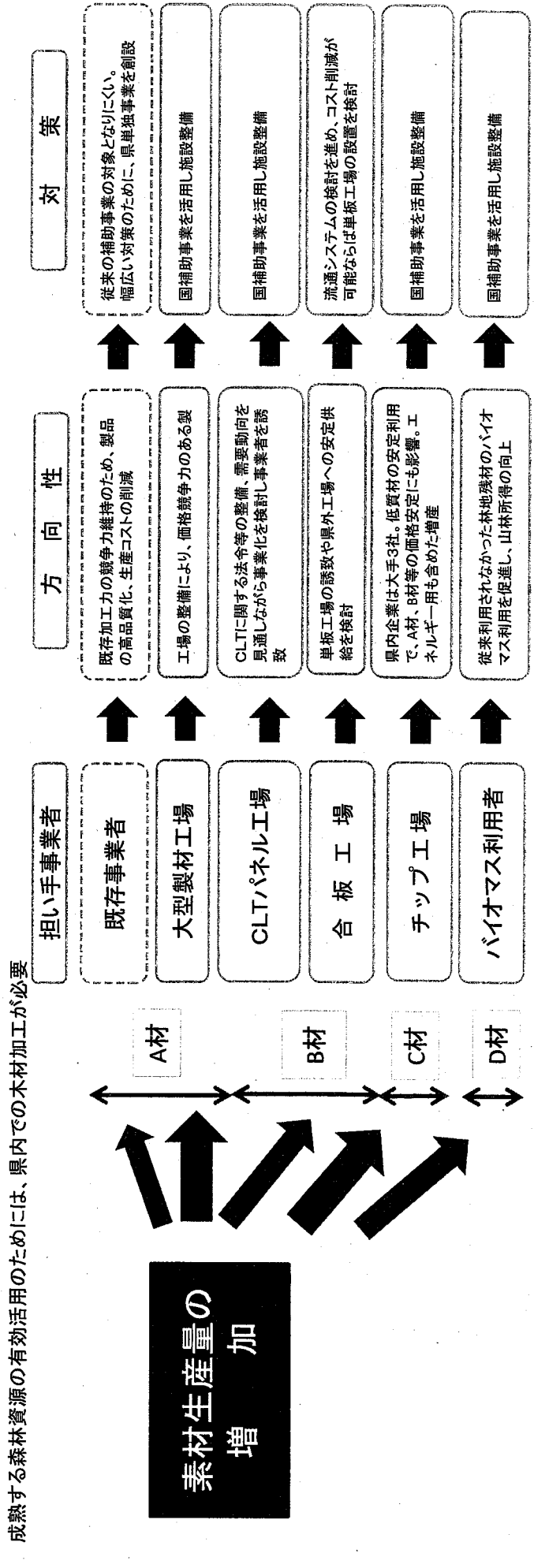


戦略の柱2. 加工体制の強化 【県内加工事業体の生産力等の強化】

【林業・木材産業の状況】



【対策】 成熟する森林資源の有効活用のためには、県内での木材加工が必要



# 戦略の柱2. 加工体制の強化【CLTの推進】

別図(林6)

## 現状

○豊富な森林資源ーH23年度末ー

- ・面積:59.7万ha(森林率84%:日本一)
- ・蓄積:1.79億m<sup>3</sup>
- ・成長量:314万m<sup>3</sup>/年(うち人工林)
- ・面積:39.0万ha
- ・蓄積:1.53億m<sup>3</sup>
- ・成長量:300万m<sup>3</sup>/年

原生産量 H23年

50万m<sup>3</sup>



1 原木増産により、B材の活用(H27 72.0万m<sup>3</sup>)

- ・A材(建築用材):加工体制の強化による消費増加(H27 10万m<sup>3</sup>)
  - ・B材(合板用材):県外へ流出
  - ・C材(低質材):木質バイオマス発電所整備による消費増加(H27 20万m<sup>3</sup>)
- 2 CLT建築推進協議会の設立(H25.7.13)
- ・モデル建築物プロジェクトチームの設置
  - ・モデル建築物を対象とした課題の洗い出し・設計方法などの検討
  - ・設計者の人材育成(21社参加見込)
- 3 日本発CLT工法の建築:高知おおとよ製材社員寮(H25.10~H26.2)
- 4 CLT(直交集成板)のJAS制定(H25年内の制定見込)

## 課題

1 法整備(建築基準法等)の加速化

- 建築基準法等と関係法令等整備
  - CLT建築物増加により法改正を後押しする必要
- 高さや規模による制限(内装を含む)
  - 試験により、耐火性能等の確認が必要(経費が多大)

2 建築ノウハウの確立・担い手の育成

- 日本に適した設計・施工技術の確立
  - 耐震性、腐朽、居住性(温熱性能)、遮音性の確認など
- CLTに関する設計者や事業者等の技術者の養成
  - 建築事例の活用などによる技術習得

3 CLT建築物の普及

- 建築関係者、施主(消費者)へのPR・普及
  - モデル建築物、CLTの優位性のPR(コスト面、環境面)

B材の  
利用拡大

CLTパネル工場誘致に課題

## 取組み

CLT建築推進協議会が推進母体として

1 法整備(建築基準法等)の加速化

- CLTに関する基準づくりの推進
- ・建築事例の検証を生かした法令等の整備促進
- ・検証内容など踏まえ、国への提言及び提案

2 建築ノウハウの確立・担い手の育成

- 設計・施工技術の確立
  - ・湿度が高く、雨が多いなど日本の風土や気候に適した設計・施工方法のノウハウの習得・蓄積
  - ・耐久性や接合技術、居住性向上などの技術研究
  - ・先進地との技術交流、研究機関等との連携や情報収集
- CLT建築に関する事業者及び技術者の養成
  - ・建築事例などの検証を生かした技術研修など

3 CLT建築物の普及

- 建築物の建築及び展示
  - ・モデル建築物によるCLT建築物のPR
  - ・公共建築物及び民間施設の建築推進及び技術サポート
  - ・居住性能や省エネ性能などCLTの優位性のデータ収集とPR
- CLT建築に関する知識・情報のPR
  - ・フォーラムによる全国発信、ホームページなどによる情報提供、モデル建築物の見学会など

CLTパネル工場の整備

- 工場の整備検討
  - ・国内外の需要動向調査、事業化プランの検討など
  - 工場の誘致
    - ・整備計画の作成、支援策の検討など

技術・ノウハウ蓄積により  
高知が日本のCLT先進地に

CLT推進の土壌形成

県内事業者による建築推進  
関係者と強力なネットワーク



CLTの需要拡大

庁舎、高齢者施設、保育  
所4などの公共建築物、共  
同住宅などへの利用拡大

CLTパネル工場整備

# 戦略の柱3. 流通・販売体制の強化 【地産外商の推進】

別図(林7)

## これまでの取り組み結果、成果

### 土佐材商談会

土佐材流通促進協議会を設立  
東京、名古屋、大阪、神戸で開催

消費地商談会の開催  
(群馬県、埼玉県、千葉県)

土佐材商談会 参加企業 約150社/年で推移

### 土佐材展示会

消費地企業と連携して開催 (茨城、名古屋、高知、福岡)

土佐材展示会 販売量 約900m<sup>3</sup>/年

### 県外土佐材使用住宅の促進

「土佐材パートナー企業」登録制度をH23から取組

土佐材住宅 約190棟/年  
土佐材パートナー企業 全国に32社 (H23) ⇒ 60社 (H25)

### 流通拠点

流通拠点の設置 12ヶ所 (関東3、東海2、関西6、九州1)

流通拠点 12ヶ所

郵別利用 20棟/年

ロット利用 2,500m<sup>3</sup>/年

### 性能表示木材流通促進

性能表示木材 (JAS、含水率表示、強度表示) の拡大

JAS認定工場 15工場  
性能表示木材流通量 約16,000m<sup>3</sup>/年

西暦十七ノ年  
JAS登録

## 今後の取り組み (H26、27年度)

- 郵別販売の拡大に繋げる商談会の開催 (東京、名古屋、大阪、福岡)
- 商談会に参加した有望な企業へ後追い営業や産地セミナーの開催
- 「県外中堅ビルダー」への販路開拓の推進

土佐材商談会参加企業数 100社/年

- ロット販売の拡大に繋げる展示会の開催 (茨城、名古屋、高知、福岡)
- 「県外中堅プレカッタ工場」への販路開拓の推進

ロット販売の取引先の拡大

- 商談会や展示会等に参加した企業を土佐材パートナー企業登録
- 関東をはじめ土佐材パートナー企業等と連携した土佐材使用住宅の拡大

土佐材住宅 (郵別販売) 150棟 (H27)

土佐材パートナー企業 65社 (H27)

- 建築工程に応じた小配送による郵別利用の推進

- 拠点(プレカッタ工場など)を活用したロット利用の拡大
- 内航船を利用した大規模輸送の試行と定期便の検討

流通拠点の活用と増加

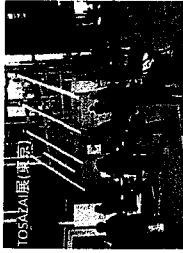
郵別利用の拡大

ロット利用の拡大

- JAS製品に特化して、性能表示木材の出荷支援
- 県内JAS認定工場の拡大

JAS認定工場の拡大

JAS木材製品流通量 21,000m<sup>3</sup> (H27)



TOYATAI(県内)

土佐材パートナー企業の増加

消費地へ安定的に土佐材製品を供給し、販売拡大

JAS認定工場の製品出荷量の30%以上がJAS製品



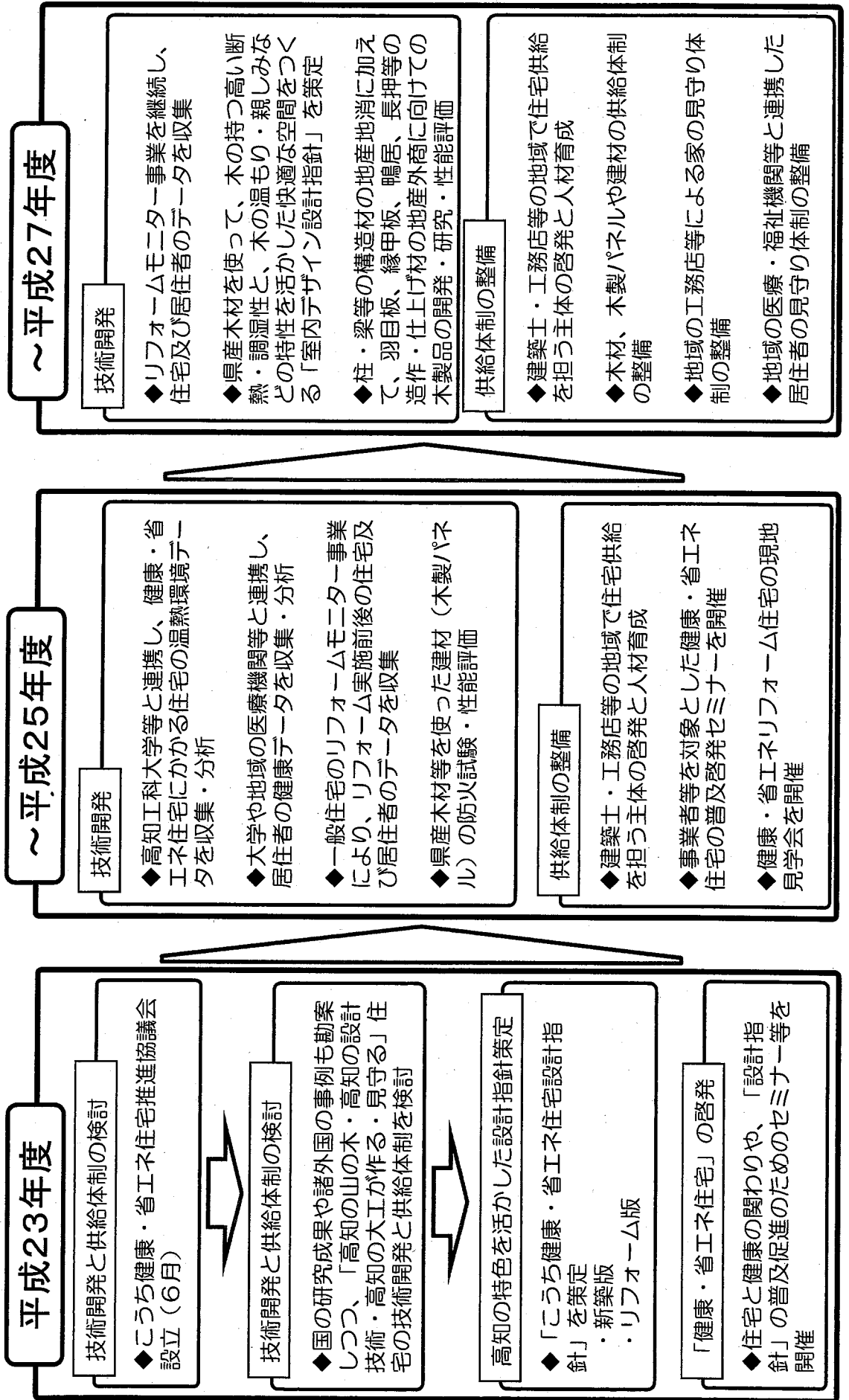
産地セミナーの開催

PR・販路拡大対策

商品力・競争力向上対策

### 戦略の柱3. 流通・販売体制の確立【地産地消の推進】

県産材による居住性能の高い住宅の技術開発と供給体制の整備  
 —「こうち健康・省エネ住宅」の開発と普及促進—



# 戦略の柱4. 木質バイオマスの利用拡大

別図(林9)

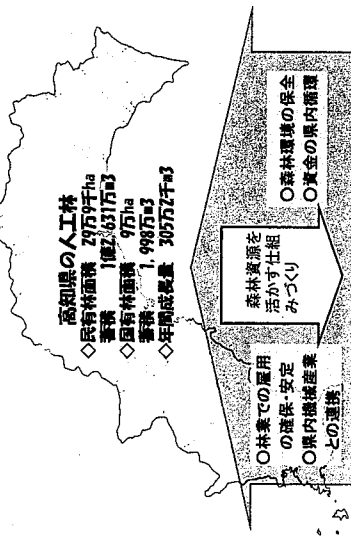
**1. これまでの取組みにより蓄えに前進**

「木質バイオマスポイラー導入状況」  
 基金事業を活用し木質バイオマスポイラーが大増に増加  
 ◆合計台数 206台【(H25年度末)】  
 ◆分野別の割合  
 ・園芸施設 169台(82%)  
 ・冷暖房施設 10台(5%)  
 ・温泉施設 15台(7%)  
 ・その他(業種施設等) 12台(6%)

「木質バイオマス燃料の県内供給状況」  
 ◆ペレット製造施設 5箇所(生産可能能力5,700t)  
 ◆燃料用チップ製造施設 3箇所  
 ◆燃料用おが物製造施設 1箇所

「石炭との混焼による木質バイオマス発電の取組み状況」  
 ◆住友大阪セメント(株)須崎工場で実施  
 ・平成23年度実施量 約2万1千トン

## 2. 林業・木材産業の再生の中での木質バイオマスの基本的考え方



**高知県産業界振興計画**  
**【木質バイオマス利用の拡大】**

原木の増産  
H22 42万m<sup>3</sup> → H27 72万m<sup>3</sup> → H33 81万m<sup>3</sup>

加工・流通基盤の強化  
H22 22.4万m<sup>3</sup> → H27 30.7万m<sup>3</sup> → H33 35.5万m<sup>3</sup>

取組みの強化による木質バイオマス発生量  
H22 22.7万トン → H27 40.3万トン → H33 53万トン  
 これら森林資源を余すことなく活用

販売力の強化  
地産地消の推進  
地産外需による販路拡大

具体的取組み  
木質燃料等の安定供給  
木質バイオマス発電

木質バイオマス利用の拡大  
外的要因による価格変動に左右されることなく、化石燃料より安価で安定した価格と供給の仕組みをつくることで、地域の豊かな森林資源を有効に活用した取組みを推進する。

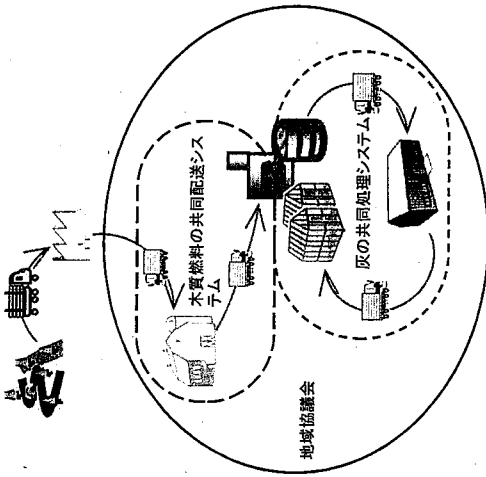
木質バイオマス利用の拡大に向けた目標値  
 H21年度実績 22.7万トン → H27年度 40.3万トン → H33年度 53.0万トン

木質バイオマス利用の拡大に向けた課題  
 ◇木質燃料  
・安定した価格  
・回収コスト  
・導入コスト  
◇燃焼灰  
・処理コスト  
◇機器の購入  
・導入コスト  
・処理コスト  
・配送コスト

## 3. 今後の利用拡大に向けた取組の方向性(課題への対応)

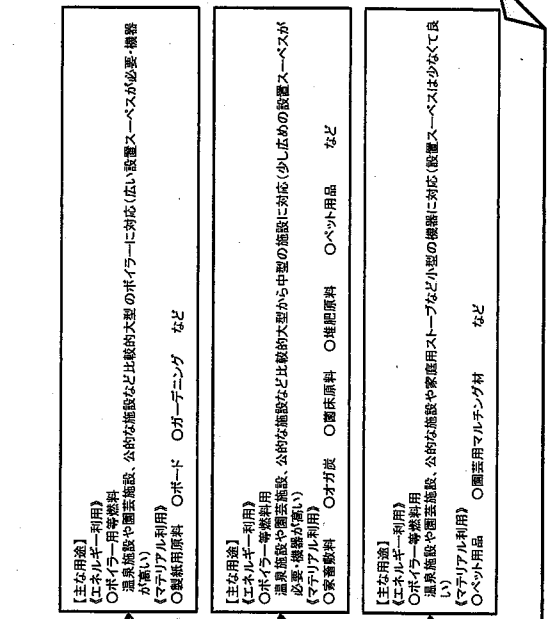
### 7. 効率的な事業展開

◆持続可能な地域循環システムの仕組みの検討



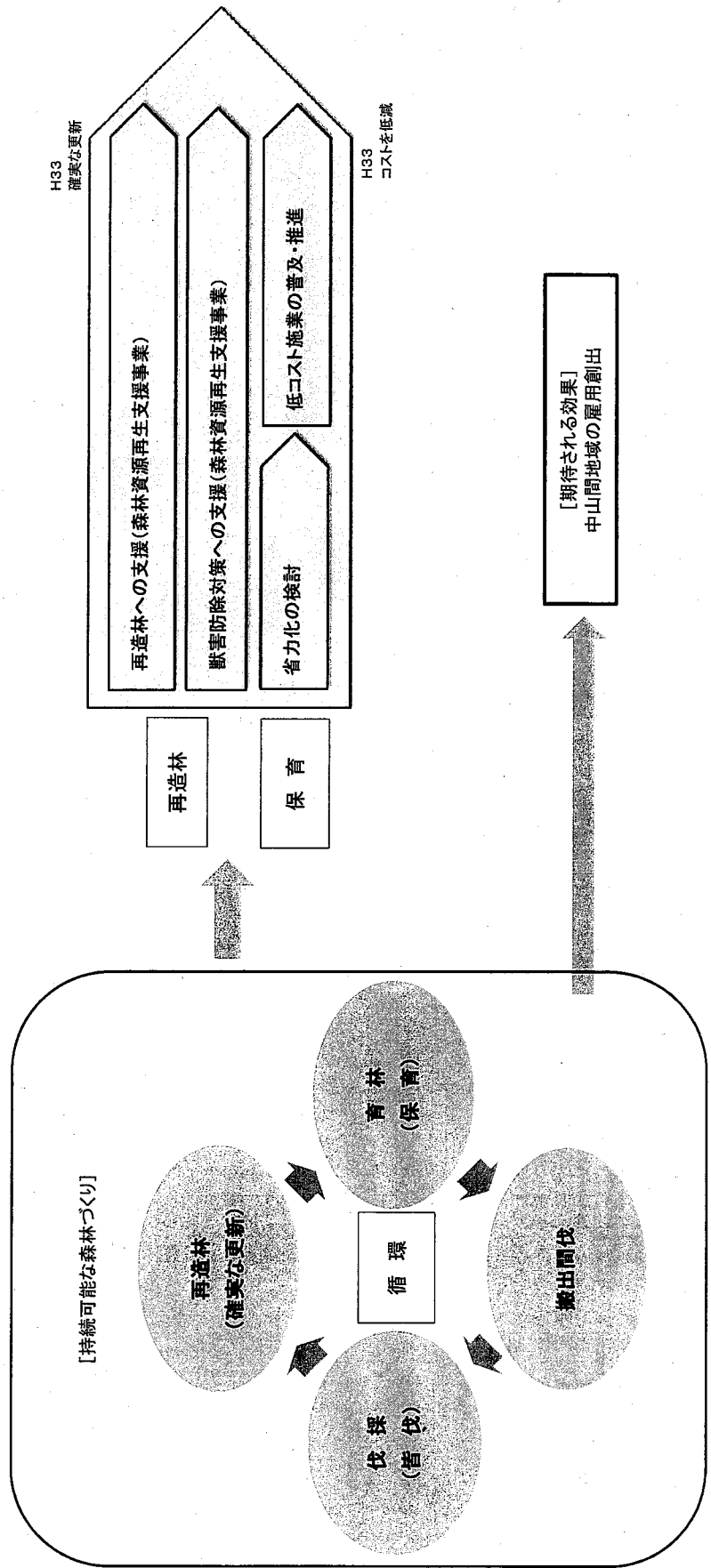
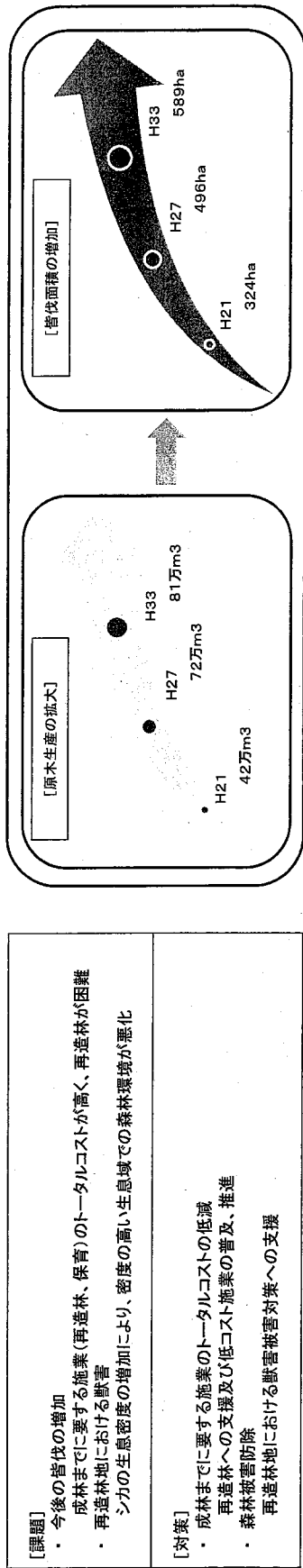
## 7. 総合カスケード利用に向けた新たな展開

◆多様な用途への対応を考慮した総合カスケード利用の検討と供給体制の整備



# 戦略の柱6. 健全な森づくり 【持続可能な森づくり】

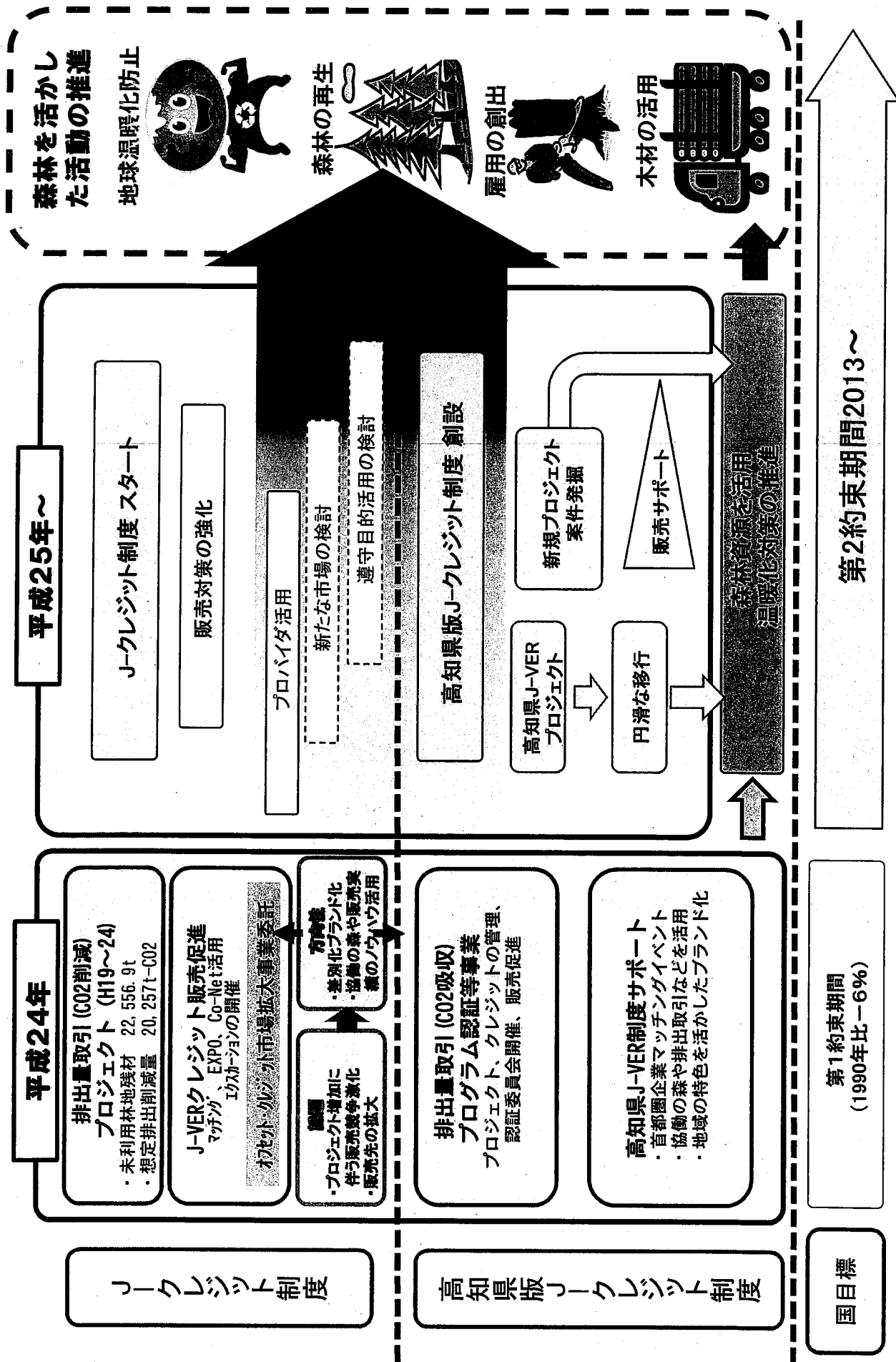
別図(林10)



# 戦略の柱6. 健全な森づくり

## 【オフセット・クレジットを活用した森林整備の推進】

別図(林11)







戦略の柱【2. 加工体制の強化】

【林業分野】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向						
						1	2	3	4	5	6	
(3) 高次加工施設の整備		◆開発された高付加価値製品の中に、飛躍的に需要拡大など期待できるものがある ◆先駆けて加工施設を整備することにより、新たな市場が開拓できる	◆CLT建築推進協議会の設立		◆★CLT(直交集成板)の推進	○	○	○				

※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	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)
		CLTIに関する法令等の整備促進				建築基準法においてCLTの材料告示(基準強度等)が制定されている	CLT工法が一般化されている
		CLT建築推進協議会: 建築事例の実証による課題の洗い出しや取りまとめ 県木材産業課: CLT建築推進協議会と連携し、国や関係機関への提言・提案					
		CLT技術の確立・ノウハウの蓄積					
		建築関係者: CLT技術・ノウハウの習得・蓄積 CLT建築推進協議会: 建築事例を生かした設計・施工技術の取りまとめやノウハウの蓄積、CLTに関する技術研究や情報の収集、設計及び施工に関する技術研修の実施 県木材産業課・森林技術センター: CLT建築推進協議会と一体となった技術蓄積への取組、CLT先進地オーストリアとの技術交流、国や研究機関等への連携・情報収集、CLTIに関する実験					
		担い手の育成					
		建築関係者: 技術研修会などへの参加 CLT建築推進協議会: 建築事例を生かした設計や施工に関する技術研修・講習会の実施 県木材産業課・森林技術センター: CLT建築推進協議会と一体となった設計・施工者の育成					
		モデル建築物の整備				モデル建築物が整備されている(県内3カ所以上)	
		CLT建築推進協議会: モデル建築物ごとのプロジェクトチームの設置、設計や施工に関する技術支援 県木材産業課: 国への支援策の要請、モデル建築物の建設への支援					
		CLT建築物の普及・建設の促進					
		建築関係者: 民間施設の建設推進 CLT建築推進協議会: CLTを紹介する出前講座や技術支援、フォーラムの開催による情報発信、ホームページなどによる情報提供、市町村などの加入促進、建築物の見学会の開催など 市町村: CLTIに関する知識等の習得、公共建築物の建設推進 県木材産業課: CLTの普及、公共建築物等へのCLT導入への掘り起こし、国への支援策の要請、建築物の建設への支援					
		CLTパネル工場の整備検討	CLTパネル工場の誘致	CLTパネル工場の整備			CLTパネル工場の誘致が決定されている
		県木材産業課: 市場調査、専業化プラン案の作成など	事業者: 整備計画の作成 県木材産業課: 整備計画の作成支援、支援策の検討	事業者: 工場整備 県木材産業課: 整備支援			

※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 産業間連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3. 流通・販売体制の確立】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向						
						1	2	3	4	5	6	
1. 地産地消・地産外商の推進 (1) 流通の統合・効率化		◆大消費地から遠隔地にあるとともに、取引単位が小さいことから、輸送コストがハンディとなっている  ◆個々の事業者では営業力に限界があるため、市場に頼らざるを得ないが、年々売り上げは減少している	◆大消費地に流通拠点を設置(12箇所)  ◆流通拠点を活用した土佐材の流通が進んだ	◆流通拠点の利用を拡大し、土佐材流通量の増加に取り組む	◆○大消費地に設置した流通拠点を活用した土佐材流通量の拡大  ★県外中堅プレカット工場の販売先の確保	○						
			◆協同組合高知木材センターの設立  ◆共同輸配送や定期輸配送体制の検討  ◆協同組合高知木材センターによる製品流通を開始  ◆関西方面への共同輸配送を実施	◆製品の高品質化と販売・供給力の強化	◆◎販売組織の抜本強化に向けた取組の促進  ◎県外販売の窓口の一元化に向けた取組の促進  ○共同乾燥等の共同事業による商品力と販売力の向上を支援  ★販売窓口一元化に伴う加工力向上	○						
			◆土佐材流通促進協議会の設立  ◆消費地セミナーの実施  ◆産地セミナーの実施  ◆展示販売会の実施  ◆県内企業が一体化し、県外への活発な外商活動を開始	◆消費地セミナー等の出席者へ継続的にアフターフォローを実施することにより、商取引につなげることが必要	◆大消費地への販路拡大  ○消費地セミナーを、消費地商談会にステップアップし、新たな顧客との関係構築  ○消費地商談会での新規顧客等に向けた、産地ツアーの実施により商取引を拡大  ○展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加	○						
(2) 販売力の強化 【地産外商】		◆顔の見える取引や産地ブランドの確立に向けた取引が始まっている	◆JAS認定取得への支援  ◆性能表示木材の流通支援  ◆JAS認定工場が15社となり、性能表示木材の生産と流通が進んだ	◆JAS製品の安定供給体制の確立  ◆各JAS工場の出荷量の増加により、格付けにかかるコストを削減  ◆県産JAS製品の市場評価を得る	◆JAS工場の製品出荷量を増やして、JAS製品の安定供給体制を確立  ○各JAS工場の製品出荷量の増加  ○JAS認定(構造用製材機械等級)工場の拡大	○						
			◆トレーサビリティのガイドラインを作成  ◆産地を明らかにした規格化住宅の開発  ◆木づかい固定量認証制度の実施  ◆地域材のブランド化や商品力が高まった	◆付加価値を高める地域材のブランド化の推進	◆○産地や品質の証明など、地域材ブランド化を推進し、商品力を向上	○						

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

【林業分野】

第2期計画	H24				H25				H26				H27				H28以降				目指すべき姿(目標値)	
	中期の視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)		中期の視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)		中期の視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)		中期の視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)		中期の視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)		中期の視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
<p>拠点を活用した流通の効率化の推進</p> <p>業界団体又は事業者: 県外流通拠点の設置、定期便などロット販売による流通量の拡大と建築工程に応じた配送システムによる拠点利用を推進 県木材産業課: 流通拠点を活用した流通の効率化を支援</p>	◆流通拠点を活用した販路拡大が進み、県産材の流通量が拡大している		◆既存企業の製品は、窓口を一元化することで、効率的な流通体制が確立されている		◆流通拠点を活用した販路拡大が進み、県産材の流通量が拡大している		◆既存企業の製品は、窓口を一元化することで、効率的な流通体制が確立されている		◆流通拠点を活用した販路拡大が進み、県産材の流通量が拡大している		◆既存企業の製品は、窓口を一元化することで、効率的な流通体制が確立されている		◆流通拠点を活用した販路拡大が進み、県産材の流通量が拡大している		◆既存企業の製品は、窓口を一元化することで、効率的な流通体制が確立されている		◆流通拠点を活用した販路拡大が進み、県産材の流通量が拡大している		◆既存企業の製品は、窓口を一元化することで、効率的な流通体制が確立されている		◆流通拠点を活用した販路拡大が進み、県産材の流通量が拡大している	◆既存企業の製品は、窓口を一元化することで、効率的な流通体制が確立されている
<p>県外中堅プレカット工場の販売先の確保</p> <p>業界及び事業者: 県外中堅プレカット工場への営業及び販売 県木材産業課: 営業同行等の支援</p>	◆県外中堅プレカット工場への営業及び販売		◆県外中堅プレカット工場への営業及び販売		◆県外中堅プレカット工場への営業及び販売		◆県外中堅プレカット工場への営業及び販売		◆県外中堅プレカット工場への営業及び販売		◆県外中堅プレカット工場への営業及び販売		◆県外中堅プレカット工場への営業及び販売		◆県外中堅プレカット工場への営業及び販売		◆県外中堅プレカット工場への営業及び販売		◆県外中堅プレカット工場への営業及び販売		◆県外中堅プレカット工場への営業及び販売	◆県外中堅プレカット工場への営業及び販売
<p>販売窓口一元化の仕組みづくり</p> <p>業界団体及び事業者: 業界で連携し土佐材製品の販売を拡大するため、地産外商に関する販売窓口一元化の仕組みづくりと内航船を利用した大規模輸送や乾燥等の共同事業に取り組む 県木材産業課: 販売窓口の一元化に向けた取組を支援(指導調整役)</p>	◆販売窓口一元化による製品流通の拡大		◆販売窓口一元化による製品流通の拡大		◆販売窓口一元化による製品流通の拡大		◆販売窓口一元化による製品流通の拡大		◆販売窓口一元化による製品流通の拡大		◆販売窓口一元化による製品流通の拡大		◆販売窓口一元化による製品流通の拡大		◆販売窓口一元化による製品流通の拡大		◆販売窓口一元化による製品流通の拡大		◆販売窓口一元化による製品流通の拡大		◆販売窓口一元化による製品流通の拡大	◆販売窓口一元化による製品流通の拡大
<p>販売窓口一元化に伴う加工力向上</p> <p>業界団体及び事業者: 設備の計画策定 県木材産業課: 計画策定の支援</p>	◆販売窓口一元化に伴う加工力向上		◆販売窓口一元化に伴う加工力向上		◆販売窓口一元化に伴う加工力向上		◆販売窓口一元化に伴う加工力向上		◆販売窓口一元化に伴う加工力向上		◆販売窓口一元化に伴う加工力向上		◆販売窓口一元化に伴う加工力向上		◆販売窓口一元化に伴う加工力向上		◆販売窓口一元化に伴う加工力向上		◆販売窓口一元化に伴う加工力向上		◆販売窓口一元化に伴う加工力向上	◆販売窓口一元化に伴う加工力向上
<p>事業者や団体等と連携した営業活動の推進</p> <p>事業者: 消費地商談会の実施により新規顧客を獲得、消費地商談会を契機に産地へ呼び込み、商取引へ繋げる展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加 業界団体: 商談会などの外商活動の場の設定 県木材産業課: 県外事務所と連携した県の信用力を活かした営業支援の実施、販路拡大への支援</p>	◆県外の土佐材等の建築棟数150棟/年間		◆パートナー企業が増加し、大消費地などで土佐材の知名度が定着し、取引が展開されている		◆県外の土佐材等の建築棟数150棟/年間		◆パートナー企業が増加し、大消費地などで土佐材の知名度が定着し、取引が展開されている		◆県外の土佐材等の建築棟数150棟/年間		◆パートナー企業が増加し、大消費地などで土佐材の知名度が定着し、取引が展開されている		◆県外の土佐材等の建築棟数150棟/年間		◆パートナー企業が増加し、大消費地などで土佐材の知名度が定着し、取引が展開されている		◆県外の土佐材等の建築棟数150棟/年間		◆パートナー企業が増加し、大消費地などで土佐材の知名度が定着し、取引が展開されている		◆県外の土佐材等の建築棟数150棟/年間	◆パートナー企業が増加し、大消費地などで土佐材の知名度が定着し、取引が展開されている
<p>JAS表示製品の流通量の拡大</p> <p>JAS認定工場: 製品出荷量のJAS製品割合を増やし、安定的な供給体制を確立 業界団体: JAS製品流通量の拡大に向けたPR活動 県木材産業課: JAS製品の安定供給体制の確立、助成制度を活用した性能表示材の流通支援 県木材産業課: JAS認定(機械等級)の取得支援</p>	◆JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が30%以上となっている		◆JAS製品が安定供給がされており、県内外の市場から評価を得ている		◆JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が30%以上となっている		◆JAS製品が安定供給がされており、県内外の市場から評価を得ている		◆JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が30%以上となっている		◆JAS製品が安定供給がされており、県内外の市場から評価を得ている		◆JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が30%以上となっている		◆JAS製品が安定供給がされており、県内外の市場から評価を得ている		◆JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が30%以上となっている		◆JAS製品が安定供給がされており、県内外の市場から評価を得ている		◆JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が30%以上となっている	◆JAS製品が安定供給がされており、県内外の市場から評価を得ている
<p>地域材ブランド化の推進</p> <p>事業者: 産地や品質の証明など、地域材ブランド化に向けた取組 県関係課: 高知県CO2固定量認証制度の適正な運用とPR</p>	◆地域材のブランド化や商品力が高まった		◆地域材のブランド化や商品力が高まった		◆地域材のブランド化や商品力が高まった		◆地域材のブランド化や商品力が高まった		◆地域材のブランド化や商品力が高まった		◆地域材のブランド化や商品力が高まった		◆地域材のブランド化や商品力が高まった		◆地域材のブランド化や商品力が高まった		◆地域材のブランド化や商品力が高まった		◆地域材のブランド化や商品力が高まった		◆地域材のブランド化や商品力が高まった	◆地域材のブランド化や商品力が高まった

※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 産業間連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める

# 高知県産業振興計画の推進によって実現

## 第2期計画ver.3の取組

現状	H24	H25	H26	H27				
<b>木材・木製品製造業出荷額等</b> 原木生産量40.4万立方メートル(H22) ↓46.5万立方メートル(H24)	<b>原木生産</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○森林の集約化と経営委任の推進                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・森林経営計画と森の工場の整備</li> </ul> </li> <li>○地形や地質にマッチした効率的な生産システムの導入を促進</li> <li>○皆伐による原木の増産</li> <li>○大型製材工場や県内製材工場等への原木の安定供給システムの構築                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・協定取引の推進</li> </ul> </li> <li>○森林組合の経営力強化</li> <li>○自伐林家等による生産を促進</li> </ul>							
					<b>加工体制</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○大型製材工場等の施設整備の促進                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・大型製材工場による製材品の生産拡大</li> <li>・単板工場の整備計画の検討</li> </ul> </li> <li>○県内事業者による大型製材工場整備                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスプランの作成、工場の整備</li> </ul> </li> <li>○既存事業者の加工力の増強を推進                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・乾燥施設等の新設及び増強</li> </ul> </li> <li>○CLT（直交集成板）の推進                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・CLT建築物の普及・建設の促進</li> <li>●CLTパネル工場の整備検討・誘致</li> </ul> </li> </ul>			
					<b>流通・販売</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○大消費地に設置した流通拠点を活用した土佐材流通量の拡大</li> <li>○県外販売の窓口を一元化し、製品の安定供給を促進                             <ul style="list-style-type: none"> <li>●内航船を利用した大規模輸送や乾燥等の共同事業の実施</li> </ul> </li> <li>○大消費地への販路拡大                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費地商談会や展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加</li> </ul> </li> <li>○品質が確保された製品の安定供給体制を確立</li> <li>○県産材を利用した木造住宅への支援</li> <li>○公共事業や公共施設等での県産材の利用推進</li> </ul>			
					<b>木質バイオマス</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○原木や林地残材の搬出に対する支援</li> <li>○木質バイオマス燃料の安定供給</li> <li>○木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化</li> <li>○幅広い分野での木質バイオマス利用を促進</li> <li>○燃焼灰の適正処理</li> <li>○コスト差を埋める支援の仕組みの検討</li> <li>○推進体制の強化</li> <li>○木質バイオマス発電の推進</li> </ul>			

※木材・木製品製造業出荷額等についてはH25.9時点の速報値

# を目指す本県産業の姿（林業分野）

4年後の目標 (H27年度末)	さらなる飛躍 へのポイント	10年後の目指す姿 (H33年度末)
~山の資産価値をアップ、中山間の雇用を確保~ ●立木の資産価値 20%アップ(H22年比) ●担い手数 1,732人(87人増)	○森林の集約化を一層推進 ○作業システムの改善による原木生産の効率化	立木の資産価値 30%アップ (H22年比) 担い手数 1,756人
~木材の付加価値を高める~ ●製材品の生産量 30万m <sup>3</sup> (30%増)	○単板工場の誘致 ○製材工場の効率化・高品質化を進め、競争力を強化 ○CLTの推進	製材品の生産量 35万5千m <sup>3</sup>
~県外市場での認知度の向上~ ●県産材製品の県外出荷量 22万m <sup>3</sup> /年(70%増) ~県内での県産材利用が拡大~ ●戸建て住宅の木造率 全国平均以上	○県外への流通・販売システムのさらなる強化 ○土佐材の知名度の向上による活発な取引	県産材製品の県外出荷量 26万m <sup>3</sup> 戸建て住宅の木造率 四国No.1
~森林資源を生かし切り木の価値をアップ~ ●木質バイオマス利用量 40.3万トン(78%増) (金額換算:28億円)	○木質バイオマスを低コストで大量に収集するシステムづくり	木質バイオマス利用量 53万トン (金額換算:41億円)

木材・木製品製造業出荷額等 190億円以上を目指す  
 原木生産量 72万立方メートル以上を目指す

木材・木製品製造業出荷額等 200億円以上を目指す  
 原木生産量 81万立方メートル以上を目指す  
 『山で若者が働く、全国トップ3の国産材産地』



---

(連携テーマ) 新エネルギーを産業振興に生かす

---

# 新エネルギーを産業振興に生かす

連携テーマ  
 ・林業振興・環境部  
 ・商工労働部  
 ・公営企業局

## 現状と課題

### 強み

- ・全国一の森林率
- ・全国トップクラスの日照時間
- ・豊富な降水量
- ・恵まれた風況

- ・固定価格買取制度が導入
- ・大型製材工場が立地

### 課題

- ・メリットを地域内に最大限還元することが必要
- ・南海地震対策のための災害に強い街づくり
- ・系統連系枠の確保
- ・設備の導入コストが高い
- ・メガソーラーなど大規模太陽光発電に必要なまとまった土地が少ない

- ・県内の新エネルギー関連の人材と技術的知見の蓄積が必要

## Step 0

### 導入促進

- 事業化の検討とモデル実施
- ・事業スキームの検討
  - ・設備規模
  - ・資金調達
  - ・利害関係者との合意形成など

適地の調査・把握・提供

支援策の検討・実施

新エネルギー地域コーディネーターの発掘、育成

- 新エネを活用した事業アイデアの抽出（庁内各課への照会・アンケート調査）
- ＜活用の視点＞
- ・防災
  - ・中山間地域の活性化
  - ・地域産業の振興 など

## Step 1

### 【地域還流型の発電事業の推進】

- ◆太陽光発電事業(メガソーラー)  
(こうち型地域還流再エネ事業スキームの推進)
- ◆小水力発電(売電型)事業
- ◆風力発電事業
- ◆木質バイオマス発電事業

### 【エネルギー自給の推進】

- ◆太陽光発電事業(住宅用及び事業所用)
- ◆地域での小水力発電利用事業
- ◆木質バイオマス熱エネルギー利用事業

### 【再生可能エネルギー等の地域資源を活用した 災害に強く、低炭素なまちづくり】

- ◆防災拠点等への新エネルギーの導入促進  
(グリーンニューディール基金を活用)

## Step 2

- ◇新エネ収益の地域への還元
- ◇公共施設等での新エネ導入のルール化
- ◇一般家庭、民間事業所での新エネ普及拡大
- ◇エネルギー自給地域の拡大

## めざす姿

地域資源を活用し、メリットを最大限地域へ還流

災害に強い  
地域づくり

新エネルギー関連産業の振興・活性化  
 地域資源を地域で活かしきる

エネルギー  
自給率の向上

地球温暖化  
対策

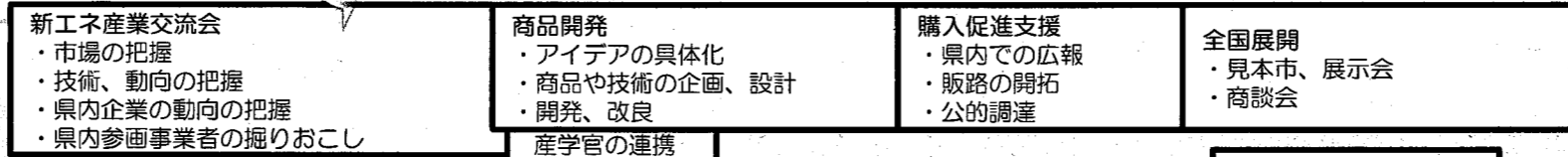
◆新エネルギーによる発電量(推計)  
107百万kWh  
→ 595百万 kWh  
◆電力需要に対する率  
2.3% → 12.7%

雇用の創出

産業の育成

全国有数の  
実証フィールド

関連産業の  
誘致



### 県内資源の調査 (人材、技術、設備、適地)

- 先進事例の情報収集
- ・戦略
  - ・導入手法、支援メニュー
  - ・産学官の連携
  - ・人材、企業

### 実証研究

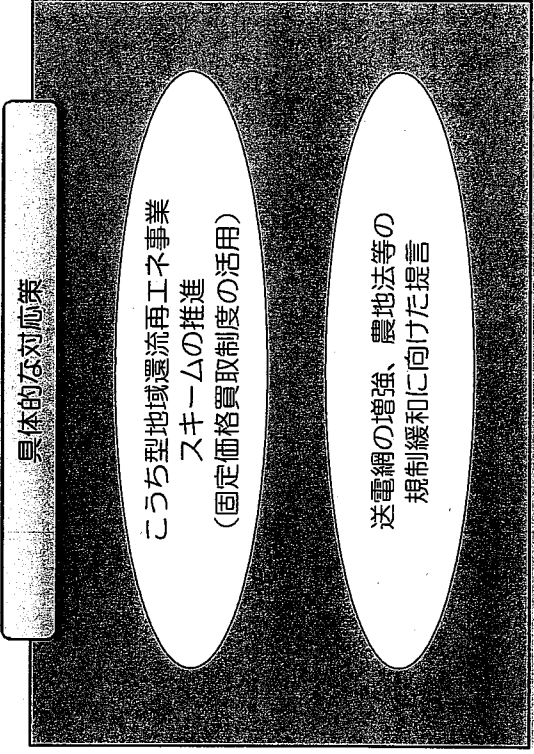
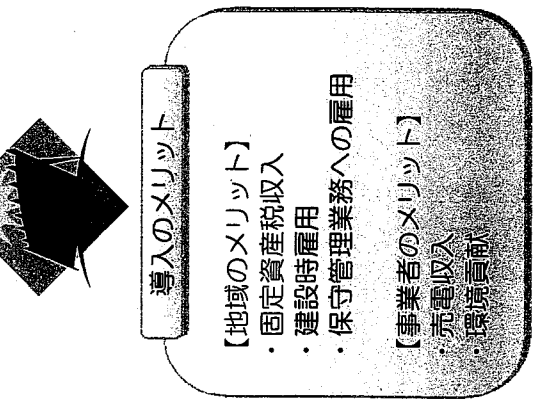
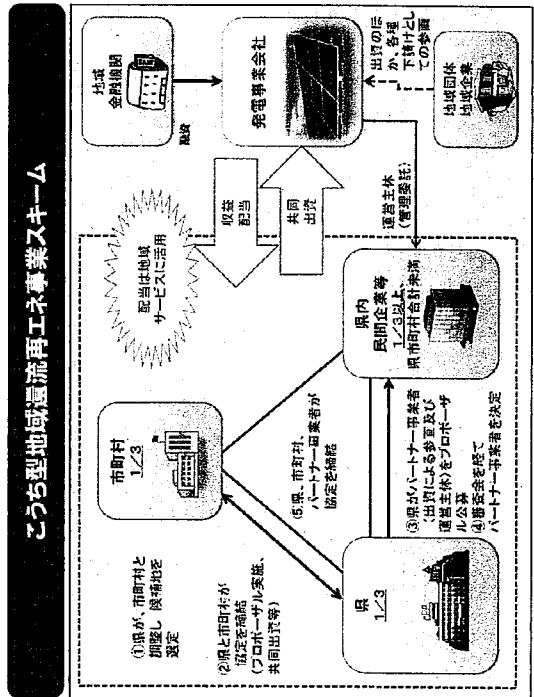
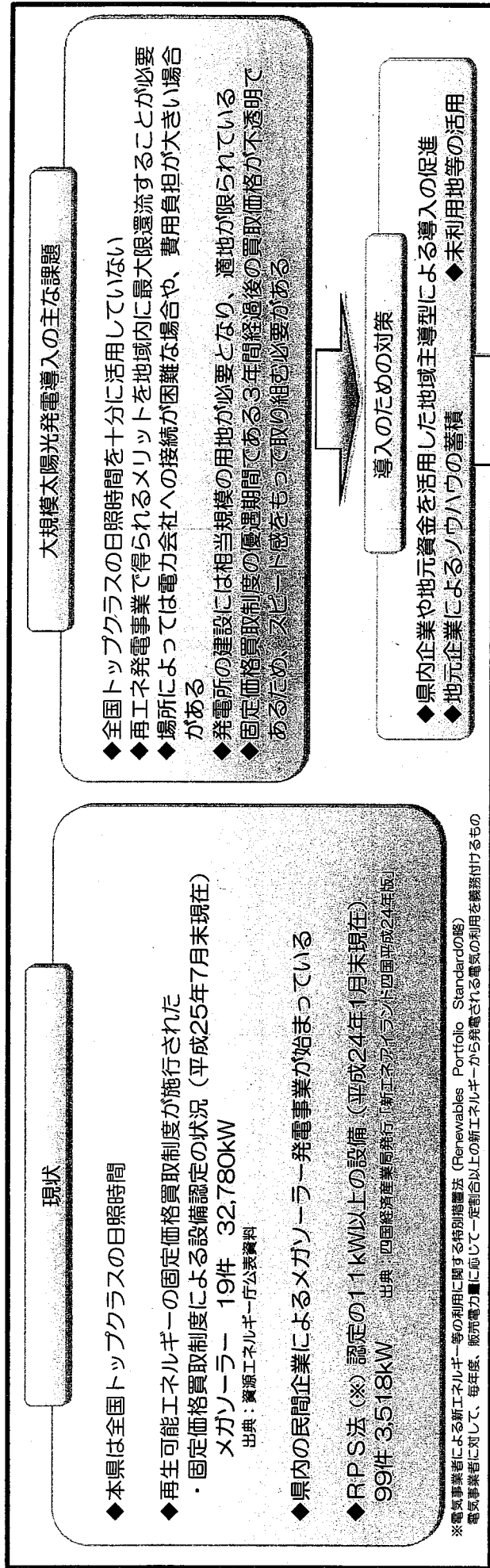
### 実証実験

### 事業化

## ものづくり

# 太陽光発電の導入促進(大規模太陽光発電)

別図(新エネ1)



# 太陽光発電の導入促進（中小規模太陽光発電）

別図（新エネ2）

### 現状

- ◆再生可能エネルギーの固定価格買取制度が施行された
  - ・固定価格買取制度による設備認定の状況（平成25年7月末現在）
 

10kW未満（住宅用）	2,883件	13,770kW
10kW以上1,000kW未満	1,064件	47,102kW

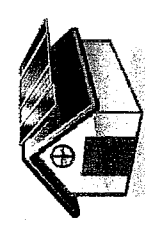
 出典：資源エネルギー庁公表資料
- ◆住宅用太陽光発電は、国の補助金の再開や発電力の買取価格の充実により県内でも増加している
- ◆中規模太陽光発電の適地が少ないための導入が遅れている
- ◆県外では公共施設の屋根貸しの導入が進んでいる
- ◆RPS法認定の10kW以下の設備
  - ・平成22年度末 4,749件 導入率21.2%
 出典：四国経済産業局発行「新エネアライメント四国平成24年版」

### 中小規模太陽光発電導入の主な課題

- ◆中規模の発電所を建設できる適地が少なく、固定価格買取制度のメリットを活かしきれしていない
- ◆民間施設の屋根借りは、借りる側、貸す側ともにリスクが大きい
- ◆初期費用の負担が大きい

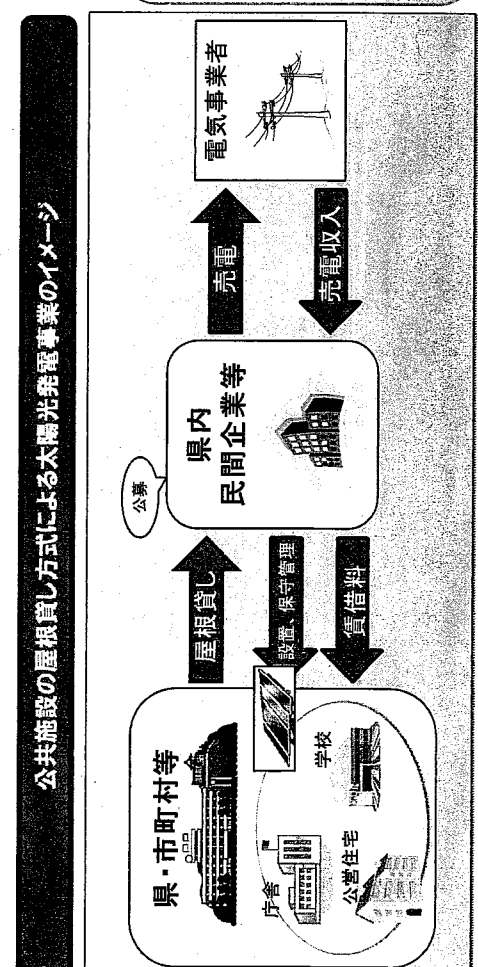
### 導入のための対策

- ◆公共施設の屋根貸しの検討
  - 【屋根貸しの課題】
    - ・建物の耐震性、施工性の判断
    - ・雨漏りのリスク
    - ・長期貸付における事業継続のリスク など



### 導入のメリット

- 【自治体のメリット】
  - ・屋根使用料収入
  - ・固定資産税収入
  - ・環境貢献
- 【事業者のメリット】
  - ・売電収入
  - ・環境貢献
  - ・屋根を長期で借りられる



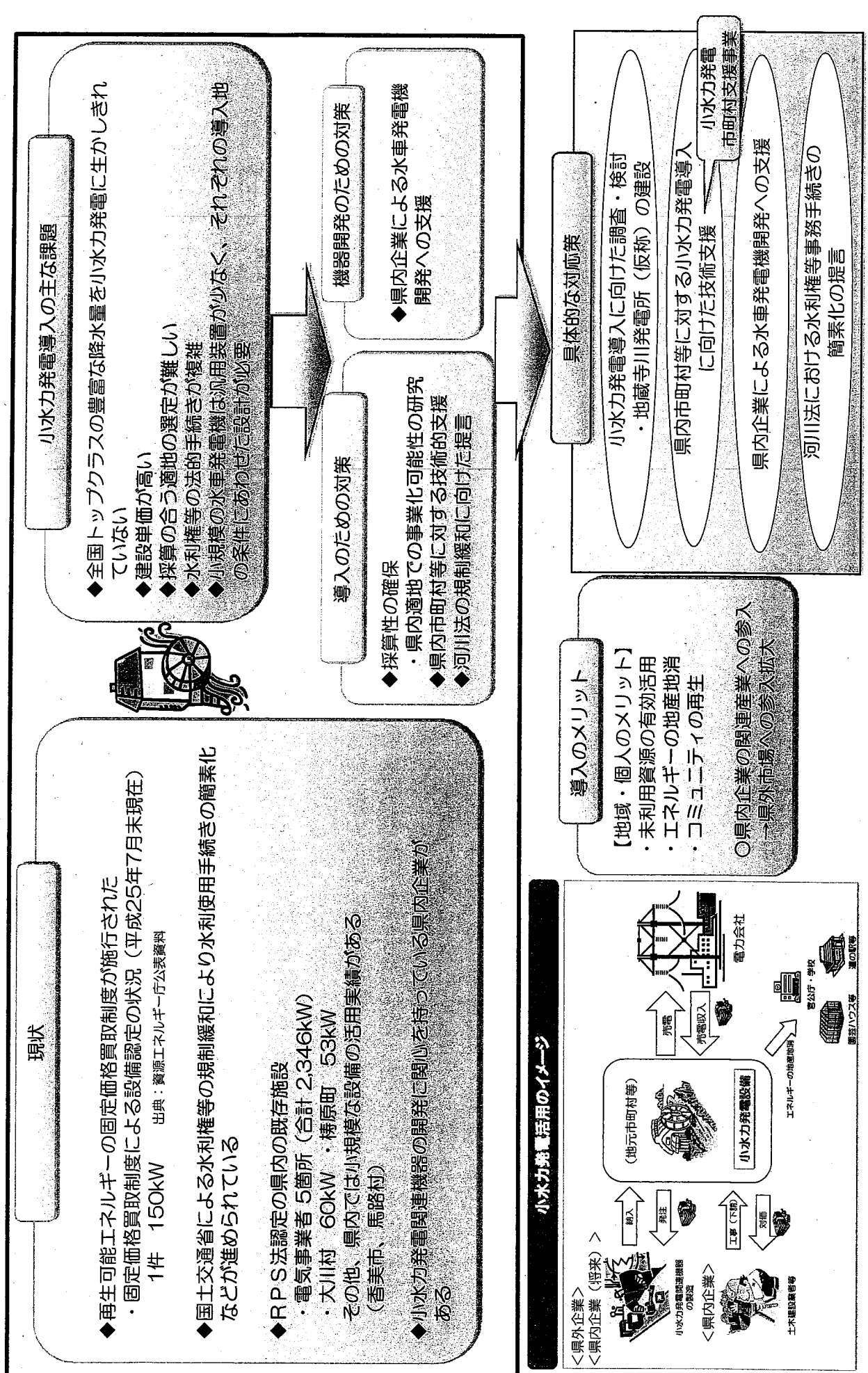
### 具体的な対応策

- 公共施設の屋根貸しによる導入の促進
- 建築基準法等の規制緩和に向けた提言



# 小水力発電の導入促進

別図(新エネ3)



# 風力発電の導入促進

別図(新工ネ4)

## 現状

- ◆再生可能エネルギーの固定価格買取制度が施行された
  - ・固定価格買取制度による設備認定の状況(平成25年7月末現在)
    - 1件 35,000kW 出典: 資源エネルギー庁公表資料
- ◆電力品質の安定供給のため、新たな風力設備の接続を制限する電力会社による系統連系(買取)枠が設定されている
- ◆出力10,000kW以上の場合には、環境影響評価が義務付け
- ◆5事業者により、7箇所、40基、36,450kWによる発電事業が行われている(うち、公営のものは県公営企業局3箇所5基2,950kW、榑原町1箇所2基1,200kW)
- ◆風の強さを示した風況マップ(NEDO)によれば、県内に適地(風速6m/s以上)がある
- ◆小規模から100kWまでの中型の機器を製造する国内の企業は少ない
- ◆国による洋上風力発電の実証研究が開始された

## 風力発電導入の主な課題

- ◆県外資本により建設された場合、地元で資金が還流しない
- ◆環境影響評価が義務付けられたため、電力会社への系統連系枠の確保に時間を要する
- ◆小規模の場合は、採算性の確保が難しい
- ◆関係者との合意形成に時間を要する
- ◆発電機器の開発には、部品などの製造コストに加え、製品試験などの経費負担が大きい

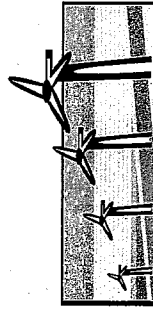
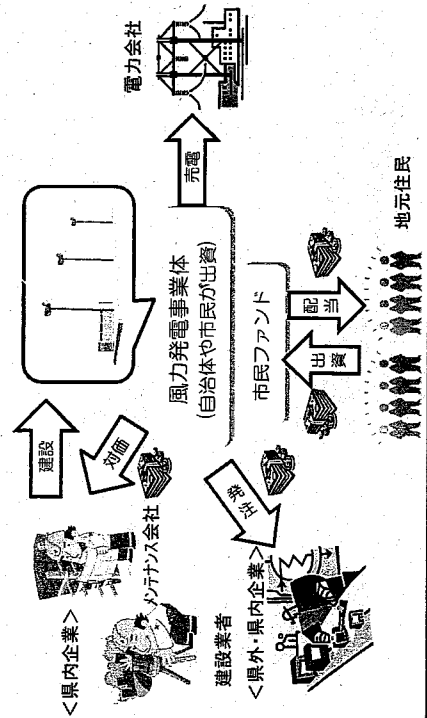
## 導入のための対策

- ◆地元への波及効果の拡大
- ◆具体的な事業実施に向けた取組

## 新たな分野への挑戦

- ◆洋上風力発電の検討

## 自治体出資(運営)や市民出資による事業イメージ



## 導入時のメリット

- 【地域のメリット】
  - ・固定資産税収入
  - ・建設時の雇用
  - ・保守管理業務の雇用
- 【事業者のメリット】
  - ・売電収入
  - ・地域貢献

## 具体的な対応策

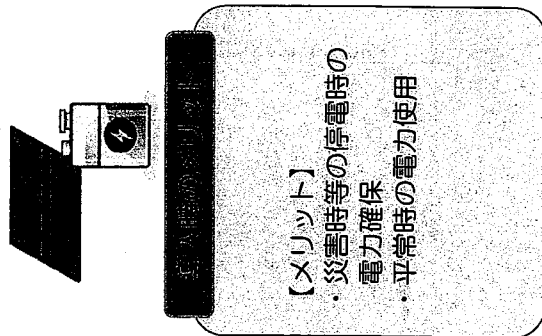
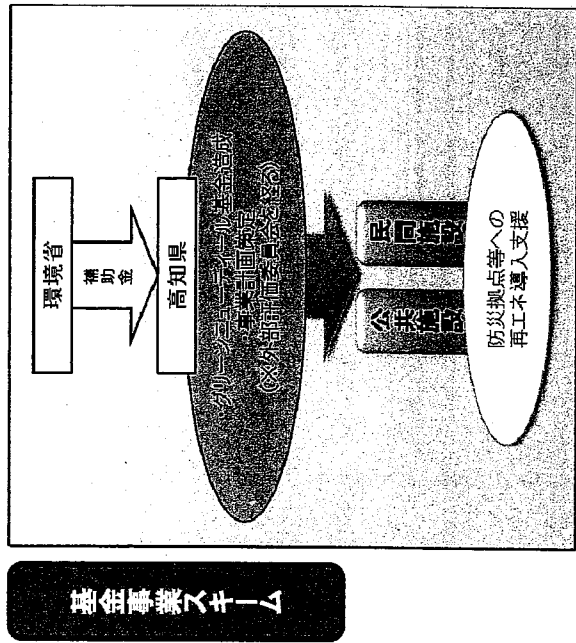
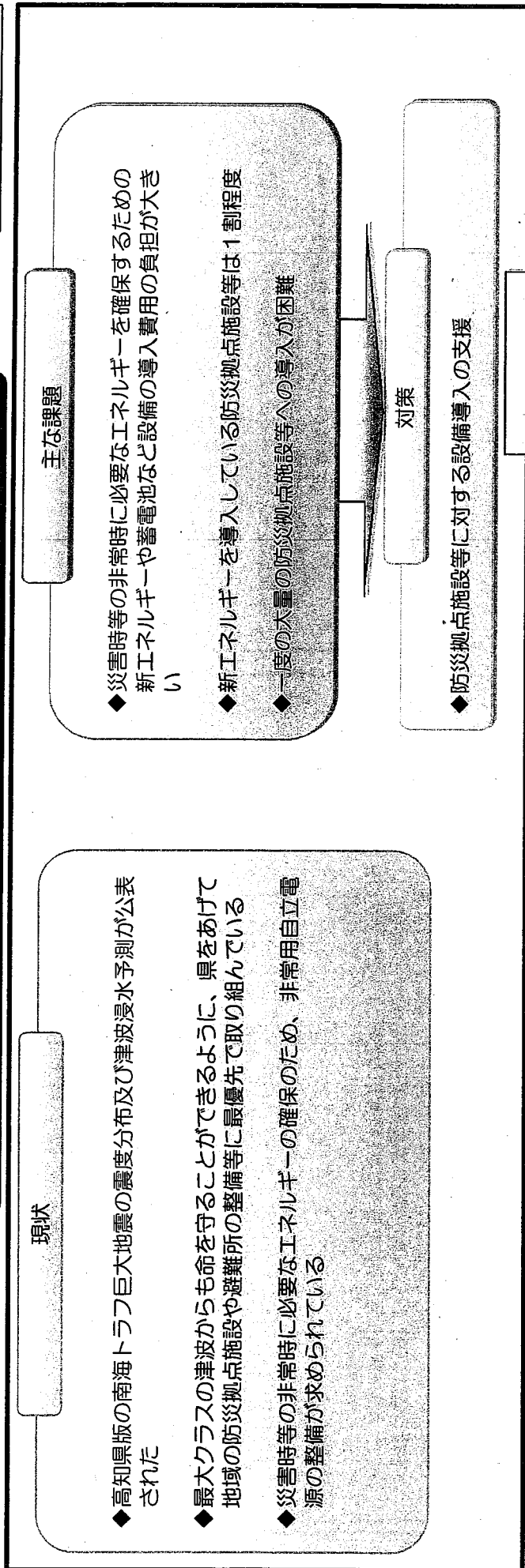
市町村による出資や一部単独運営などに向けた検討

希望事業者等からの導入の提案や相談への対応

地元の漁協、自治体、事業者等を対象とした洋上風力発電導入に向けた勉強会の開催

# 防災拠点等への新エネルギーの導入促進

別図(新エネ6)



# 先進的技術を導入した「こうち新施設園芸システム」開発事業

## これまでの取り組み成果

- 促成ピーマンにおいてヒートポンプ(エコキュート)利用による局所加温の効果を確認。
- ヒートポンプエアコン(冷房機能)の高温期夜冷によりオリエンタル系ユリの高品質化が可能であることを確認。
- ピーマン、パプリカで炭酸ガス施用による増収効果を確認。
- LED照明利用による光質の差がトルコギキョウの生育に影響を与えることを確認。

## 今後の方向

- 高軒高ハウス
    - ・ハイワイヤー栽培による収量増
    - ・ヒートポンプによる温度調整技術
    - ・高軒高用品種の育成(ナス・ピーマン)
  - 既存ハウス
    - ・温湿度制御技術の確立
    - ・日射比例かん水装置の活用
    - ・LED照明の利用
- ↑
- 高軒高ハウスへの技術展開
- ↑
- 炭酸ガス施用による増収  
局所加温技術の開発

# オランダ型施設栽培システムの理論を導入した「こうち新施設園芸システム」の開発

## 平成26年度の研究内容

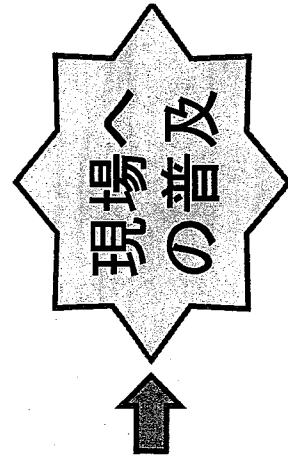
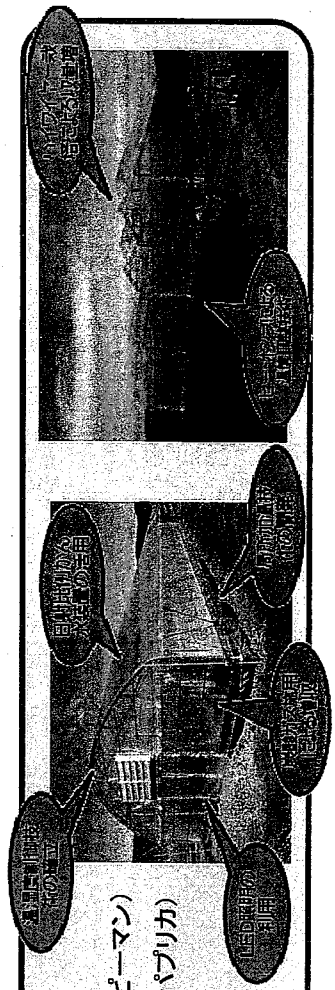
- 高軒高ハウス
  - ◆研究課題
    - ・高軒高ハウスでの促成栽培に適したナスおよびピーマン有望系統の育成(平成26～30年度)
    - ・環境制御による促成パプリカの多収生産技術の開発(平成24～26年度)
    - ・ミノウガ養液栽培における給液管理技術と炭酸ガス施用による増収技術の確立(平成23～26年度)
- 既存ハウス
  - ◆研究課題
    - ・環境制御による促成ナス・キュウリの多収生産技術の開発(平成25～27年度)
    - ・電照及び炭酸ガス施用によるニラの多収生産技術の開発(平成25～27年度)
    - ・環境制御による促成ピーマンの多収生産技術の開発(平成24～26年度)
    - ・化石燃料の使用量とCO2排出量削減のためのヒートポンプ利用技術の開発(平成23～26年度)
    - ・ヒートポンプエアコンによる低コスト夜間冷房技術の開発(平成26～28年度)

## 産官学連携体制の整備

- 設立の目的:システム開発への取り組みへの支援、開発目標の共有化、研究計画や成果の検討
  - 研究会構成員
    - 高知県:環境農業推進課、産地・流通支援課、農業技術センター、工業技術センター、農業振興センター
    - 大 学:高知大学、高知工科大学
    - 農業団体等:JA高知中央会、全農高知県本部、園芸連、生産者代表、
    - 民間企業(施設園芸関係)等
    - プロジェクト会 技術開発部会、普及推進部会
- ↑
- こうち新施設園芸システム研究会

## 平成26年度までの達成目標

- ① 既存型ハウスでの収量30%増(ピーマン)
- ② 高軒高ハウスでの収量50%増(パプリカ)
- ③ 暖房コスト20%削減
- ④ CO2排出量50%以上削減



連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 太陽光発電の導入促進 (1) 大規模太陽光発電の導入促進	◆地球温暖化対策として新エネルギーの導入促進が求められている ・国によるCO <sub>2</sub> の25%削減の表明 ◆全国トップクラスの日照時間 ◆10kW以上の設備のRPS法による認定状況 ・認定件数77件 (四国1位) ◆電力10社は今後2020年度までに、全国約30地点でメガソーラー発電所の建設を計画 ◆四国内では、四国電力の松山太陽光発電所が稼働中 ◆現在、国において再生可能エネルギーの全量買取制度の詳細検討が行なわれている	◆大規模太陽光発電所の設置に向けた勉強会の実施(県・電力事業者) ・県内自治体による事業者への意向調査の実施 ・緑の分権改革推進事業 ・国の助成制度(補助率1/2又は1/3) ・中山間地域及び未利用地での実証実験(緑の分権改革推進事業) ◆大規模太陽光発電の導入が進んでいる ◆固定価格買取制度による設備認定状況(H25年7月末現在) 1,000kW以上 19件 32,780kW	◆全国トップクラスの日照時間を太陽光発電に十分活用していない ◆メリットを地域内に最大限還元することが必要 ◆場所によっては電力会社への接続が困難な場合や、費用負担が大きい場合がある ◆発電所の建設には相当規模の用地が必要となり、適地が限られている ・約1.5ha/千kW ◆固定価格買取制度の優遇期間である3年間の経過後の買取価格が不透明であるため、スピード感をもって取り組む必要がある	◆本県の自然条件を活かしたメガソーラーの整備 ☆こうち型地域還流再エネ事業スキームによる事業化の推進  ○希望事業者等からの導入の提案や相談への対応  ○本県の優位性等を生かした太陽光発電所の設置促進							
(2) 中小規模太陽光発電の導入促進	◆地球温暖化対策として新エネルギーの導入促進が求められている ・国によるCO <sub>2</sub> の25%削減の表明 ◆住宅用太陽光発電設備は買取価格の充実により急増している H21年度末RPS法による認定状況 ・認定件数 3,475件 ・導入率 1.55% (全国1.88%、四国2.06%) ◆10kW以上の設備のRPS法による認定状況 ・認定件数69件 (四国1位)	(住宅用太陽光発電) ・助成制度 ・国 7万円/kW ・県 10万円/戸 (H22~H23) (要件:県産木材使用) ・市町村 10市町村で実施  ・余剰電力の買取 ・H21年11月~ 48円/kWh ・H23年4月~ 42円/kWh ・H24年7月~ 42円/kWh ・H25年4月~ 38円/kWh  (10kW以上の設備) ・助成制度 ・国 1/3 or 1/2 ・県 1/4(H21年度限) 農業団体へ助成  ・よさこいメガソーラーによる取組 ・H18~H20 合計1,000kWを整備 ◆住宅用太陽光発電の導入が進んでいる ◆固定価格買取制度による設備認定状況(H25年7月末現在) ・10kW未満 2,883件 13,770kW ・10kW以上 1,064件 47,102kW	◆住宅用太陽光発電の導入は進んでいるものの、中規模太陽光発電は適地が少ないため導入が進んでいない ◆民間施設の屋根借りは、借りの側、貸す側ともにリスクが大きい ◆初期費用の負担が大きい	◆設備整備等に対する支援 ○公共施設の屋根貸し方式等による導入の支援							

※これからの対策の★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

【連携テーマ】

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>こうち型地域還流再エネ事業スキームによる導入促進</p> <p>事業者:メガソーラーの設置、保守管理の実施、地元資金の活用 県新エネルギー推進課:事業者への出資、パートナー事業者の選定、事業化支援 市町村:事業者への出資、遊休地の活用</p> <p>固定価格買取制度の実施状況を踏まえた提言</p> <p>県新エネルギー推進課、関係課:固定価格買取制度の実施状況を踏まえた改善に向けた提言</p>					◆大規模太陽光発電の導入量が61,750kW(うちメガソーラーの導入量が28,000kW)になっている	◆大規模太陽光発電の導入量が105,750kW(うちメガソーラーの導入量が42,000kW)になっている
<p>希望事業者等からの導入の提案や相談への対応</p> <p>県新エネルギー推進課:太陽光発電設備設置希望事業者等からの提案などを、県関係課及び市町村等との情報共有を行い、必要に応じ電力会社との調整や導入の際の支援を検討 設置希望事業者:太陽光発電設備計画の提案</p>					◆県内に大規模太陽光発電所が設置され、地域振興につながっている	◆県内に大規模太陽光発電所が設置され、地域振興・中山間対策に貢献している
<p>本県の優位性等を活かした発電所の設置促進</p> <p>県新エネルギー推進課、企業立地課:全国トップクラスの日照時間の優位性や全量固定価格買取制度を活かして発電所の設置を促進する</p>					◆保守管理業務などで新たな雇用が発生している	◆未利用農地が太陽光発電所として有効活用されている
<p>公共施設の屋根貸し方式等による導入の促進</p> <p>事業者:公共施設の屋根貸し方式等による太陽光発電の設置、保守管理の実施 県新エネルギー推進課:事業スキーム等の検討</p>					◆中小規模太陽光発電の導入量が50,000kWになっている	◆中小規模太陽光発電の導入量が86,000kWになっている
					◆県民の環境意識の高まり等により、一般住宅への導入が進んでいる	◆家庭におけるエネルギーの地産地消が進んでいる
					◆県内企業により屋根借り事業等が行われている	◆県内企業による関連産業への参入が進んでいる
					◆設備施工や保守管理業務などにより、県内での新たな雇用に繋がっている	

※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 産業間連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

【連携テーマ】

取組方針	背景	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向						
					1	2	3	4	5	6	
3. 風力発電の導入促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆県内では平成18年度に整備された施設を最後に新たな整備は行われていない ・7箇所 40基 ・合計 36,450kW</li> <li>◆民間企業による新たな整備の動きがあるが、現行の四国電力の系統連系(買取)枠に制約があるため、新たな大規模な設備の系統連系は行えない</li> <li>◆NEDOの風況マップでは、県内でも発電の適地(風速6m/s以上)がある</li> <li>◆現在、国において再生可能エネルギーの全量買取制度の詳細検討が行われている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆国の助成制度(補助率:1/2又は1/3)</li> <li>◆県内へ風力発電の整備を計画する企業等に対して意向を聞き取り</li> <li>◆民間企業による導入への取り組みが進められている</li> <li>◆固定価格買取制度による設備認定状況(H25年7月末現在) 1件 35,000kW</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆風況には恵まれているが、工事搬入路がないことや電力の系統線が遠いことがあり、建設適地が限られる</li> <li>◆県外資本で整備された場合、建設後は雇用面などへの経済効果が薄く、事業収益のほとんどは県外へ流出</li> <li>◆電力品質の安定供給のため、新たな風力設備の接続を制限する電力会社による系統連系(買取)枠が設定されている</li> <li>◆出力10,000kW以上の場合には、環境影響評価が義務付け</li> <li>◆関係者との合意形成に時間を要する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆具体的な事業実施に向けた取組</li> <li>○希望事業者等からの導入の提案や相談への対応</li> <li>◆地域のメリットの創出</li> <li>○地域のメリットの創出に向けた支援</li> <li>★事業化に向けての支援</li> <li>◆★洋上風力発電の検討</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

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 (概ね10年先)
希望事業者等からの導入の提案や相談への対応					◆風力発電の導入量が71,450kWである	◆風力発電の導入量が151,000kWになっている
県新エネルギー推進課: 風力発電設備設置希望事業者等からの提案などを、県関係課及び市町村等との情報共有を行い、必要に応じ電力会社との調整や導入の際の支援を検討 設置希望事業者: 風力発電設備設置計画の提案					◆県内に大規模な風力発電が整備され、雇用が生み出されている	◆県内に大規模な風力発電が整備され、所得の向上や雇用の創出がされている
地域のメリットの創出に向けた支援					◆風力発電の導入量が71,450kWである	◆風力発電の導入量が151,000kWになっている
市町村、県新エネルギー推進課: 関係者(企業)との協議により地域のメリットを検討 ・地域による出資の検討 ・新たな活用方策の検討					◆県内に大規模な風力発電が整備され、雇用が生み出されている	◆県内に大規模な風力発電が整備され、所得の向上や雇用の創出がされている
事業化に向けての支援					◆風力発電の導入量が71,450kWである	◆風力発電の導入量が151,000kWになっている
県新エネルギー推進課: 事業化の検討、課題解決に向けた支援 環境アセスメントの実施対応検討 環境アセスメントに着手(配電書、方法書) 系統連系協議・設計等 事業着手					◆県内に大規模な風力発電が整備され、雇用が生み出されている	◆県内に大規模な風力発電が整備され、所得の向上や雇用の創出がされている
固定価格買取制度の実施状況を踏まえた提言					◆風力発電の導入量が71,450kWである	◆風力発電の導入量が151,000kWになっている
県新エネルギー推進課、関係課: 固定価格買取制度の実施状況を踏まえた改善に向けた提言					◆県内に大規模な風力発電が整備され、雇用が生み出されている	◆県内に大規模な風力発電が整備され、所得の向上や雇用の創出がされている
洋上風力発電の検討					◆風力発電の導入量が71,450kWである	◆風力発電の導入量が151,000kWになっている
県新エネルギー推進課: 地元漁協、地元自治体、地元事業者等を対象とした導入に向けた勉強会の開催					◆県内に大規模な風力発電が整備され、雇用が生み出されている	◆県内に大規模な風力発電が整備され、所得の向上や雇用の創出がされている

※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 産業間連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める

---

# 水産業分野

---

漁業者

第2期高知県産業振興計画 産業成長戦略(水産業分野)の取り組み

※アンダーラインは主な改定箇所

戦略の柱1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上

取組方針1. 漁業生産量の確保

- 【施策1. 漁港・漁場の整備・活用】
  - 活餌の魚種や確保手段の多様化を検討し、県内での安定確保を支援
  - カツオの県内水揚げの促進に向けた協議会の設置
  - 漁獲の増加に貢献する「土佐黒潮牧場」の整備
- 【施策2. 環境保全と栽培漁業の推進】
  - 磯焼け対策・干潟の機能回復
  - ヒラメなどの大型種苗の放流と効果の検証
- 【施策3. 漁業秩序の確立】
  - 漁業違反の取締強化
  - 紛争の解消と規制緩和の推進
- 【施策4. 広く「漁業の担い手」を確保】
  - 漁業就業者を確保し、本県の沿岸漁業・養殖業を活性化
- 【施策5. 漁業の収益性の向上】
  - 底びき網・定置網漁業の経営改善を支援
- 【施策6. 就労の場の確保】
  - 定置網漁業の安定的な経営体制の確立

県内市場へのカツオの水揚げ促進

取組方針2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上

- 【施策1. 魅力ある産地市場づくり】
  - 拠点市場での荷捌き方法の改善や陸上集荷の実施
  - 衛生管理の高度化など拠点市場の機能強化
  - 産地市場の計画的な統合を推進
- 【施策2. 県漁協の買取販売事業の強化】
  - 仕入・販売体制の一元化
  - 販路の拡大等
  - 販売子会社による販売事業の拡充
- 【施策3. 地産地消の推進】
  - 「土佐のおさかなまつり」の開催などによる消費の拡大
  - 県内の小・中学生を対象とした食育活動の展開
- 【施策4. 地産外商の推進】
  - 大都市圏の飲食店等と連携した外商活動の推進(高知家の魚パートナー店制度の創設)
  - 「全国漁港マーケット」(築地)を活用した首都圏でのPR活動の強化
  - 県内水産関係者による県外での商談会・見本市への参加等を支援
  - 養殖魚等の地産外商を推進するための商品開発や市場調査等を支援
- 【施策5. 生産者による直接出荷の推進】
  - 生産者等による直接販売の拡大とブランド価値の向上

大都市圏への本県水産物の販路開拓

戦略の柱2. 漁業費用を削減

取組方針1. 漁業者による漁業費用の削減

- 省エネエンジン等の導入による漁業経営の改善
- 資源管理・漁業経営安定対策の推進

取組方針2. 漁協による漁業費用の削減

- 漁協役職員の人材育成
- 県漁協の組織再編整備計画の着実な実行
- 供給価格の引き下げに向けた購買事業の見直し
- 漁業者に対する経営指導の強化

取組方針3. 養殖業の振興

- 【施策1. 既存養殖漁業の振興】
  - 新規就業希望者が技術と知識を習得する、OJTと座学を合わせたスクールを開講
  - 協業化等に取り組む生産者に対し、小割や作業船等の設備投資を支援
  - 養殖漁家子弟等が起業する際の設備投資を支援
- 【施策2. 企業活力を活かした養殖漁業の振興】
  - 高品質なカンパチ種苗の量産化
  - マグロ人工種苗の安定確保

足腰の強い経営体の育成

クロマグロ養殖の振興

地域

戦略の柱3. 水産加工を振興

取組方針1. 地域加工グループによる雇用の場の確保

- 雇用の場としての持続可能な活動の展開を支援

取組方針2. 水産加工業の新たな事業化の推進

- 多様なニーズに対応できる生産・販売体制の構築
- 生産・流通・加工業者のマッチングによるビジネス機会の拡大
- 漁業者による6次産業の事業化

新たな水産加工事業主体の育成・創出

取組方針3. 伝統的な水産加工業の振興

- 【施策1. 宗田節加工業の振興】
  - 認知度向上、ブランド化の推進
  - 新製品の開発、販路開拓を支援
- 【施策2. シラス加工業の振興】
  - 高知新港への水揚げの集約化

戦略の柱4. 地域資源を活用し、交流を拡大

取組方針1. 滞在型・体験型観光の推進

- 主要な観光地から漁村へ誘客できる魅力ある商品づくりと情報発信の強化

取組方針2. 資源豊かで賑わいのある河川づくりの推進

- 河川資源の増殖に向けたアユ種苗放流などの実施
- 誘客のためのアマゴ釣りの冬季解禁

漁業者の所得向上

地域の所得向上

中核的な漁業・漁村の担い手の確保

今後も持続する漁業・漁村



# カツオの県内への水揚げ促進

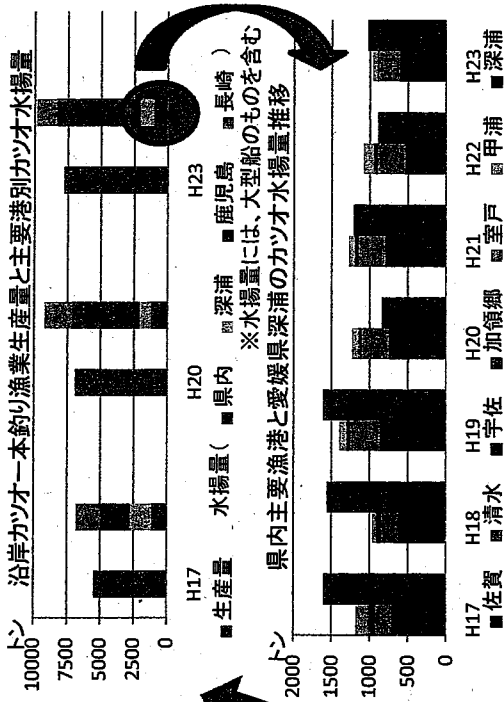
## 本県カツオ一本釣り漁業の状況

操業形態で分類した本県カツオ一本釣り漁業の状況

漁業種類	漁船規模	隻数	生産量	漁場	主要水揚げ港
大型 (遠洋近海)	80~ 220トン (平均110 トン前後)	18	16,780 トン	春: 薩南~土佐湾周辺 夏: 伊豆・小笠原 秋: 東北沖 (一部は秋以降薩南)	気仙沼 千葉勝浦 鹿児島
中型(沿岸)	19トン	20	7,778 トン	周年: 薩南~東シナ海 漁場形成時: 土佐湾周辺 (一部は小笠原~東北)	鹿児島、山川、長崎 深浦 佐賀、清水、甲浦
小型(沿岸)	5~15トン	29		周年: 土佐湾周辺	深浦 佐賀、清水、宇佐、甲浦

## 土佐湾周辺の操業においても 県内への水揚げが少ない

カツオ漁船への聞き取り調査を実施



## 県内への水揚げ促進を図るうえでの問題点と課題

<水揚げ港を選ぶ要素> <県内漁港と深浦漁港の比較>

- 漁場からの距離 ……好漁場は足摺岬より西側に多く形成
- 魚価 ……四国の水揚げ港では佐賀が最高値
- 活餌の有無 ……周辺の常設餌場は深浦、津久見、佐賀
- 物資の補給 ……深浦では漁協が実施。県内漁港は未実施
- 市場サービス ……水揚げ船へのサービス評価は深浦が高い

- 県西部の複数の漁港を水揚げ拠点に位置付け
- 市場機能の強化(ハード・ソフト面のサービス向上)
- 活餌の県内での確保と安定供給

## これからの取組

### ○カツオ水揚げ促進対策協議会の設置

- 対象: 佐賀、清水、田ノ浦の各市場  
構成: 漁業者(船頭、船主等)、仲買人、漁協、商工会、市町村、県等
- ・市場毎に、水揚げ誘致に向けた課題を洗い出し、必要な取組を検討(漁業者との協議を今年度内の休漁期から開始)
  - ・県外拠点市場の調査、サービス向上(ソフト面)の取組を実施
  - ・仲買人と連携したカツオ船への水揚げ誘致活動の展開
  - ・H26年度末に、各市場の水揚げ促進計画(主にハード面)を策定
  - ・H27以降、計画に基づき施設整備等の施策を実施

### ○活餌の県内での確保(活餌確保手段の多様化)

- 【活餌安定確保対策事業委託料】
- ・県中西部での活餌採捕に適した漁法の掘り起こしと活餌供給事業への誘導
  - ・各餌場から水揚げ拠点市場までの活餌輸送方法の検討
  - ・カツオ船への試験供給と餌の評価、採算性の検討、リスク対策
- 【生産基盤維持向上事業費補助金】
- ・佐賀での定着に向けた支援

水揚げ促進による雇用増  
地域経済の活性化

右吉が住んで稼げる  
元気な漁村

カツオ水揚げ  
四国一を目標

逆転!!

田ノ浦 清水 佐賀 深浦

# 活餌安定確保対策事業

# 漁業振興課

## これまでの取組

カツオ一本釣漁業に必要な活餌が  
県内で安定的に確保できない  
↓  
活餌供給機能のある深浦が  
水揚げ拠点の中心  
H21~

佐賀漁港で活餌供給事業を開始  
餌の種類、カタクサイアン  
調達方法、県外からの買い回し  
仕入れ先、長崎、鹿児島、兵庫  
~H24

☆カツオの水揚げ増加  
☆漁業者の操業の効率化  
☆地域への経済効果の波及



佐賀での活餌供給とカツオ水揚げ

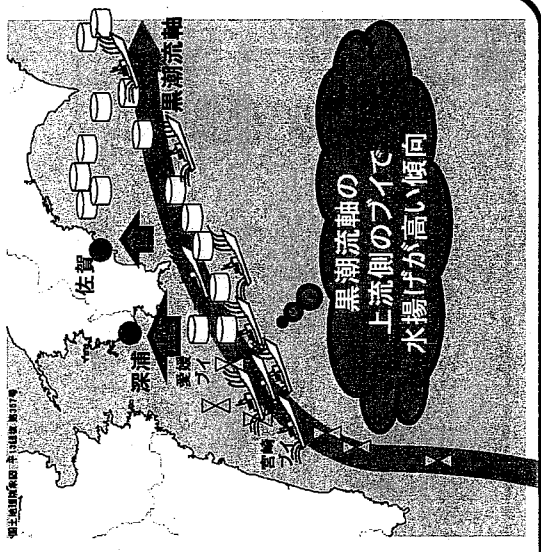
年	活餌(杯)	金額(千円)
H22	3,638	289,640
H23	7,209	330,894
H24	7,052	456,939

## 現状と課題

- ・愛媛、宮崎ブイが黒潮上流側に設置され、カツオ漁場は土佐湾の西寄り多く形成
- ・漁場からの距離が近い等の理由で深浦漁港に依然として多くのカツオが水揚げ

カツオ水揚げの  
県内誘致のために

- ・活餌の県内での確保
- ・足摺岬より西側に複数の拠点港を整備



## H26年度の取組

### ○活餌の県内での確保

- 活餌安定確保対策事業委託料(5,322千円)
- ・宿毛湾のまき網で漁獲されるイワシ類、キビナゴ等の稚魚を養成し、活餌に利用する技術を漁協が開発
  - ・養成活餌をカツオ漁船に試験供給し、活餌の適性を評価、採算性を検討

### ○カツオ水揚げ拠点港の整備

- ・佐賀に加え、清水、田ノ浦を拠点化
- ・水揚げ促進対策協議会を設置(H25)
- ・市場毎に水揚げ促進計画を策定

- ・宿毛湾の資源と漁業を活かし、湾内に安定的なカツオの餌場を整備
- ・活餌供給機能を持つことで、漁場から近い水揚げ拠点が新たに実現
- ・佐賀と田ノ浦での活餌供給が呼び水となり、清水への水揚げも増加

## 目指す成果

- カツオ一本釣漁業者の操業の効率化
- 県内へのカツオ水揚げの増加
- 新鮮な高知産カツオの県内流通・消費の増大
- 宿毛湾のまき網漁業の所得増、経営安定
- 雇用の増大、地域経済の活性化

高知で釣って 高知で食べよう 高知のカツオ



# 定置網漁業の課題と対策

過去

定置網漁業の漁獲量:16,543トン(H23)  
沿岸漁業で占める割合(養殖業除く):45%(H23)  
定置漁業者の年齢層:高齢化の進行

課題

- ①水揚の向上
- ②定置網敷設技術者の養成
- ③鮮度保持の改善

## 課題への対策

- ①水揚の向上を目的とする事業＝漁場環境に適合した網成りを検討
  - ・ROVを用いた網成り、潮流、深度及び立碇設置状況調査
  - ・GPSを用いた網の敷設位置の確認調査
- ②定置網敷設技術者の養成＝将来の定置網漁業を背負う担い手の養成
  - ・定置網の先進的な技術をもつ定置網業者で3カ月にわたり派遣研修を実施
- ③鮮度保持の改善
  - ・水産試験場及び各指導所による鮮度保持試験の実施＝鮮度保持技術の向上

水揚量の増大を目指した基礎調査

将来の幹部候補生の育成

魚価の向上

## 課題への対策からの応用

- ①平成26年度に行った調査結果を基礎資料とし、漁場カルテ作成、模型実験などを行い網成りの改善(定置業者と網業者との連携により、時期・場所にあった網を開発し、水揚増大を目指す)
- ②定置網敷設技術者の養成を平成26年度に引き続き行い、将来定置網漁業を背負う担い手を確保(県下主要な定置網業者の有望な若手を研修に派遣し技術を習得させ現場で活用・普及)
- ③鮮度保持技術の普及  
(平成26年度得られた技術を県下で導入し、  
県全体の定置網漁獲物の鮮度向上を狙い魚価の向上をねらう)

神奈川県では漁獲量1.2倍、漁獲金額3億円にUP

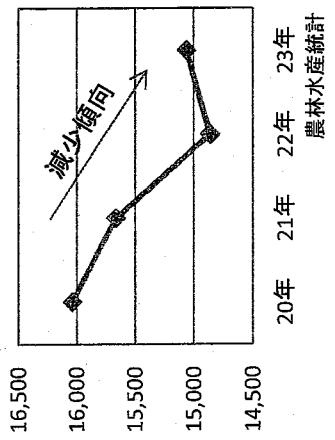
未来

漁獲量の向上及び鮮度保持技術により、漁獲量20,000トン＋経営の安定化

高知県下の大型定置網漁業の現状

約半分  
科学的根拠なし

経営体数: 24経営体(33漁場)  
 漁獲量: 15,060トン(H23)  
 沿岸漁業(養殖業除く)で占める割合: 41%(H23)  
 漁業従事者数: 392名  
 漁業者の年齢層: 高齢化の進行  
 定置網の設置技術: 過去の設置技術を伝承  
 鮮度管理: 定置業者により差あり  
 産業成長戦略により漁業生産量の確保が掲げられている漁業



**問題点**

定置網漁業の存続の危機  
(H22~25にかけて5経営体が廃業)

- ① 漁獲量の減少(H20年に比べH23年は6%減)
- ② 安定収入が見込めないため後継者不足  
⇒ 高齢化の進行中⇒若手に責任ある仕事を!!
- ③ 鮮度管理の意識が経営体によりバラバラ
- ④ 鮮度管理以外は支援を実施せず

**課題**

生産額をあげる取組が必要

- ① 漁獲量増加
- ② 定置網技術者(後継者)の育成
- ③ 魚価の向上

26年度の取組(課題解決に向けた基礎的な取組を実施)

- ① 漁獲量の確保に向けた取組  
定置網敷設状況調査(網成り調査、潮流・深度調査、GPS敷設位置確認調査、立碇設置状況調査)
  - ② 敷網技術者の育成を目指した取組  
定置網敷設技術の習得(若手従事者を先進地にて研修させる取組)
  - ③ 漁獲金額を増やす取組(鮮度管理対策)  
鮮度管理技術向上させ魚価のUPを目指す  
⇒ 漁業指導所による鮮度試験を継続→県下4漁指が情報交換→より良い鮮度管理を地区ごとに検討
- 向上心はあるが、資金が少なく対策が実施できない定置業者への支援が必要

- ・潮流・深度調査(年8回、高知県下8経営体)  
→ 網全体の潮流・深度を調査し、網の設置場所が適正か検討
- ・網成り調査(年8回、高知県下8経営体)  
→ ROVを用いて網全体の網成りを調査し、変形箇所をチェック
- ・立碇設置状況調査(年8回、室戸地区9経営体)  
→ カッター付ROVを用いて垣網付近を調査し、絡み合った部分を切除
- ・GPS敷設位置確認調査(年1回、高知県下8経営体)  
→ 精密なGPSを用いて網の位置を調査し、再設置時に活用

入網増加を目指した取組を実施することで漁獲量の増加

27年度以降の取組(課題解決に向けた応用的な取組を実施)

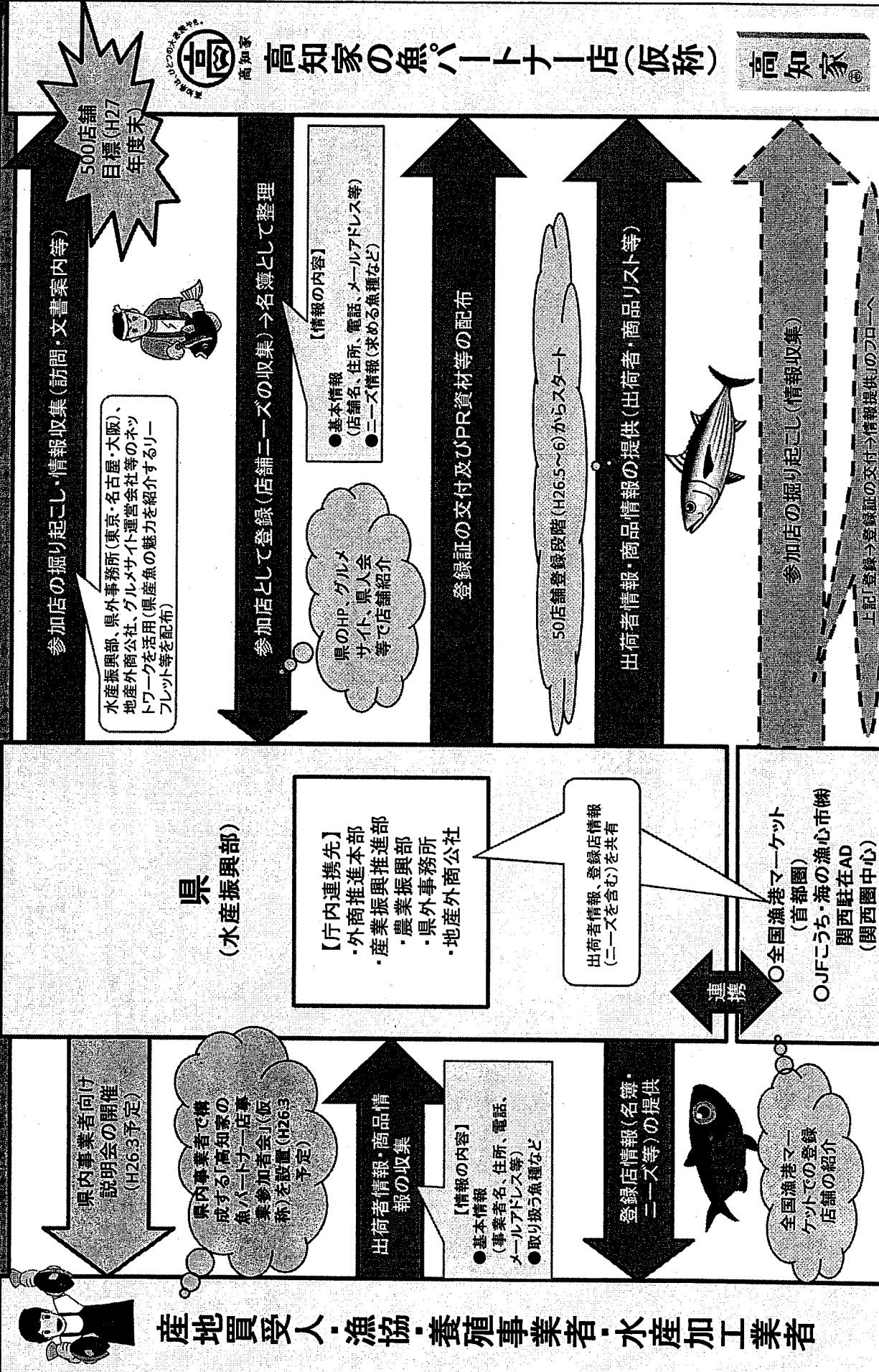
- ① 平成26年度に行った調査結果を基礎資料とし、漁場カルテ作成、模型実験などを行い網成りの改善(定置業者と網メーカーとの連携により、時期・場所にあった網を開発し、水揚増大を目指す)
  - ② 定置網敷設技術者の養成を平成26年度に引き続き行い、将来定置網漁業を背負う担い手を確保(県下主要な定置網業者の有望な若手を研修に派遣し、技術を習得させ現場で活用・普及)
  - ③ 鮮度保持技術の普及(県全体の定置網漁獲物の鮮度向上を狙い魚価の向上をねらう)
- 神奈川県では漁獲量1.2倍、漁獲金額3億円にUP

漁獲量及び鮮度保持技術の向上により、経営の安定化+経営体数の維持

若者が住んで稼げる定置網漁業へ変革

# 「高知家の魚パートナー店(仮称)」事業 実施イメージ

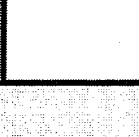
## 【掘り起こし段階】



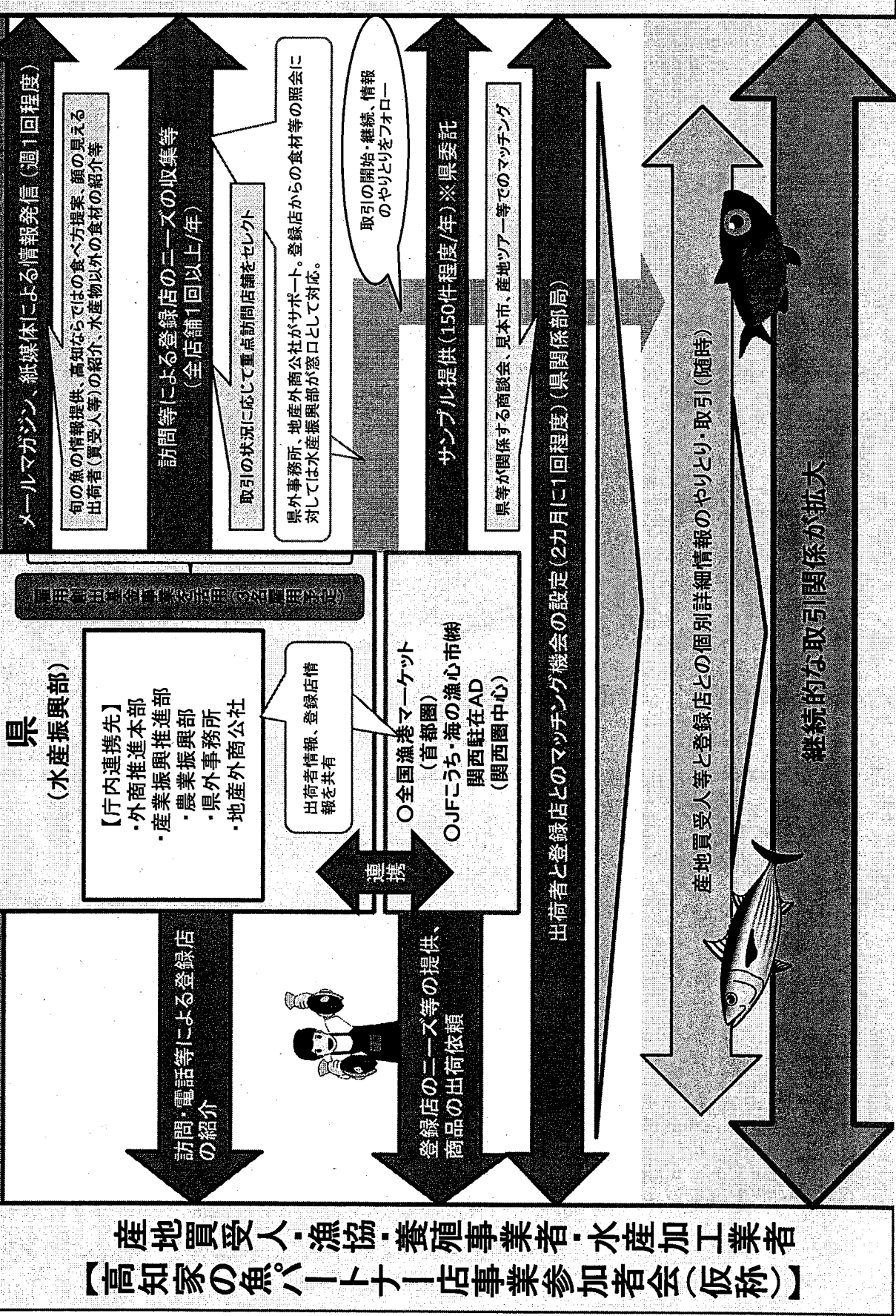
産地買受人・漁協・養殖事業者・水産加工業者



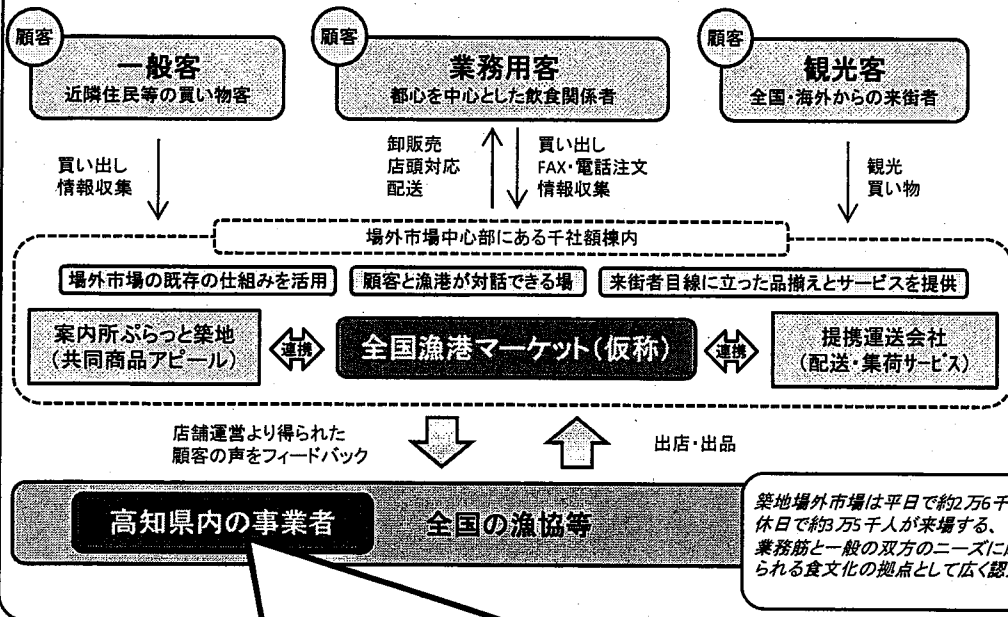
# 「高知家の魚パートナー店(仮称)」事業 実施イメージ 【運営段階】



## 高知家の魚パートナー店(仮称)



## 全国漁港マーケットを活用した高知県産水産物のPRと外商活動



### 【漁港マーケットの概要】

- 場所…築地本場に隣接する千社 額棟1階(中央区築地4-16-2)
- 施設管理者… NPO築地食のまちづくり協議会
- 出店スペース… 1区画(39.6㎡)×5区画
- 出店対象者… 全国各地の漁協、民間事業者等
- 出展団体の決定方法… 公募によりNPOが決定



### ◆築地の地の利を活かして県と出店事業者が連携し県産水産物をPR!

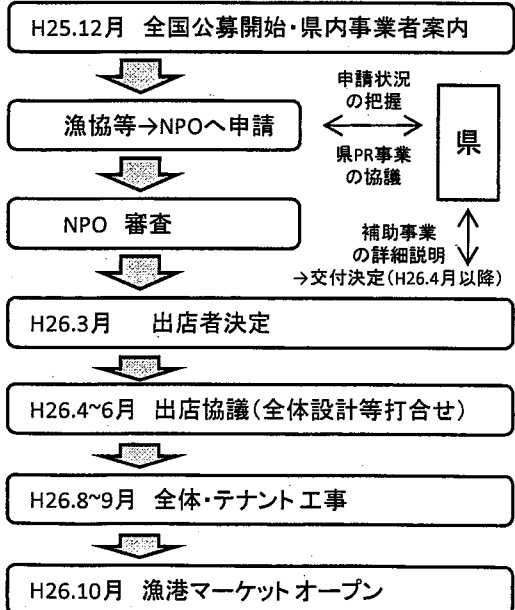
- 菓焼きかつおタタキの実演 ○県産水産物PRの映像放映・カタログ設置
- 他の県内事業者によるイベント・テストマーケティングの実施 ○観光・移住情報の発信 など



### ◆築地を拠点として業務筋向けの外商活動を強力に推進!

一般客向けの店舗での小売とともに、百貨店、スーパーマーケット、ホテル・旅館、飲食店など業務筋向けの外商活動を出店事業者が展開し、「高知家の魚パートナー店(仮称)」のフォローアップも行いながら首都圏の食卓に高知の魚を浸透・普及していく

### 全国漁港マーケット出店までの流れ



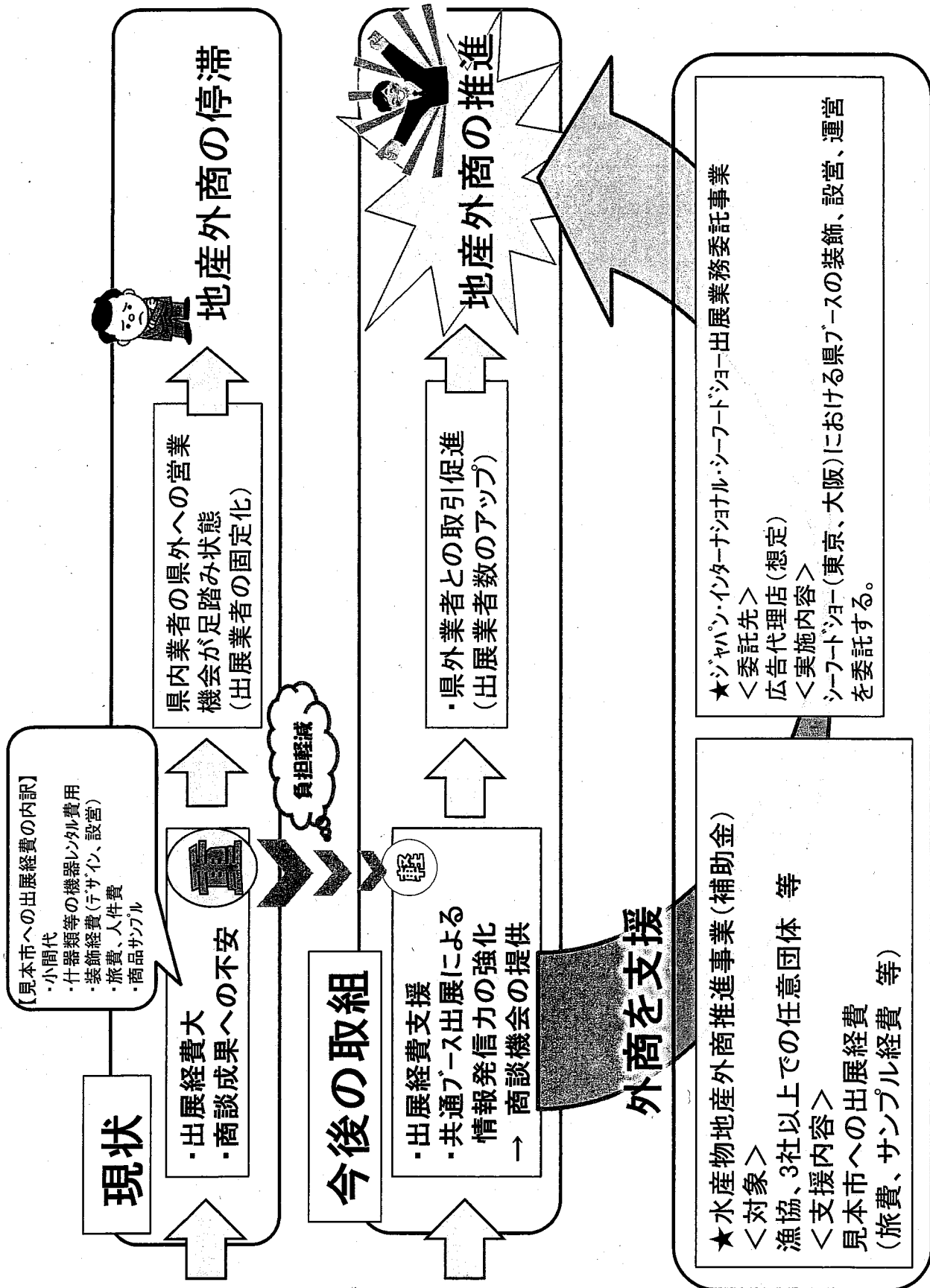
### 助成内容等(事業概要)

- 水産物首都圏販売拠点設置事業費補助金  
首都圏における本県水産物の販売拡大、情報発信の拠点となり得る施設の整備等に要する経費を補助する。
  - ・補助先: 県内の水産流通事業者等 (漁港マーケットへの出店が決定した事業者)
  - ・補助率: ①施設の改修費等 10/10又は1/2以内  
②施設の家賃 1/2以内
  - ・事業実施期間: H26~H28年度
- 水産物首都圏販売拠点設置事業費(事務費)
  - ・県産水産物等の情報発信のための県備品類の設置など

出店が決定した県内事業者と連携して、県内水産物の効果的なPRと出店者による外商活動を支援!



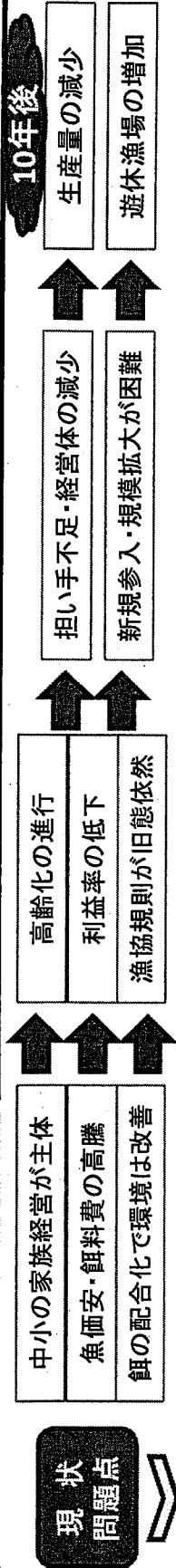
# 県内水産業者が取り組む地産外商の支援



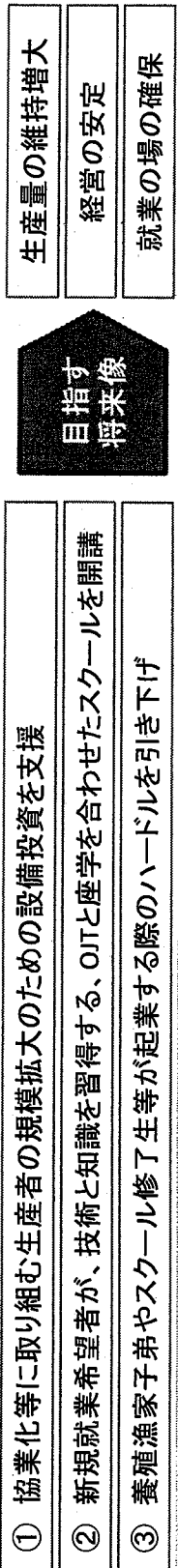
県内水産関係業者が  
外商にチャレンジ



養殖業の現状、課題、問題点



経営規模の拡大による足腰の強化、高い技術と知識を備えた担い手の育成



H26年度の取組

- 漁業就業確保対策事業  
 (1)新規漁業者支援事業費  
 (2)新規漁業者漁船リース事業費  
 (3)漁業就業漁船リース事業費

- 養殖生産者チャレンジ促進事業  
 (4)養殖ビジネススクール運営事業委託料  
 (5)養殖経営協業化等サポート事業委託料  
 (6)新規養殖業就業生産施設リース事業費

- (7)養殖業就業生産施設リース事業費  
 (8)養殖共済掛金負担費  
 (9)事務費

中小経営体の協業化と規模拡大を促進

- 協業・法人化をサポート (5)  
中小企業診断士等が経営相談や診断(委託)
- 小割リース制度の創設 (7)  
3者以上での協業化や規模拡大等を指す方に、小割等をリース(10台分)
- 漁船リース制度の活用 (3)  
新たに共用船を購入するなどの協業体等に漁船をリース(2隻分)

養殖ビジネススクールの開講

- OJTによる技術の習得  
 ・新規漁業就業支援事業の拡充 (1)  
 2年間生活費の支援を受けながら、漁業士等の養殖業者の元で実践研修を実施  
 ・国の雇用型研修制度の活用  
 企業等に雇用され、1年間の実践研修を実施  
 ○座学による知識の習得 (4)  
 養殖に関する専門知識(生理生態、病気、赤潮、環境など)と経営に関する知識を習得するため  
 の座学研修を実施(委託)

起業時のハードルを引き下げ

- 漁船リース制度の拡充 (2)
- 小割リース制度の創設 (6)
- 座学による知識の習得 (4) ※再掲
- 協業化・法人化をサポート (5) ※再掲
- 生産段階のリスクを緩和 (8)  
・初回生産時の共済掛け金を負担

6経営体が規模拡大にチャレンジ

スクール受講者30名程度(県研修、国研修、従業員等)、15名程度がOJTにチャレンジ

目標：2～3年後、小割20基増加により生産額が4億円増加 20名程度の若者が就業

# マグロ養殖の振興

## 国内・本県マグロ養殖の現状

項目	現状
漁場	<p>全国 沖縄、九州、中四国～近畿までの外海域を漁場として利用 H24年末現在、全国に140漁場 水温(下限が16度以上)、塩分(河川水の影響がない)、水深(30m以上)など条件に限られる</p> <p>高知 高知県大月町地先海域に7漁場 漁場環境に恵まれ、国内で有数の好条件 H23.11月に新規漁場を設定、県内漁場は約2,000トンの生産が可能規模</p>
種苗	<p>全国 ほとんどを天然種苗(ヨコワ)に依存 → 資源の減少により国内外で資源管理が強化 人工種苗は技術開発途上の段階(仔魚期の生物餌料の確保、沖出し後の漁場水温が課題)</p> <p>高知 土佐湾周辺はヨコワの来遊量が多く、種苗の確保の点で有利であったが、近年は不漁傾向 人工種苗の生産技術開発は未着手、県内企業が実施に意欲</p>
生産量	<p>全国 H23:10,224トン → H24:9,592トン 近年、天然種苗の不漁による活け込み尾数の不足が続き、生産量は漸減傾向</p> <p>高知 H23:955トン → H24:651トン → H25推定値:1,070トン 近年、天然種苗の不漁による活け込み尾数の不足が続き、生産計画を下回る状況が続く</p>

漁場の生産能力は十分

## マグロ養殖の課題

種苗が不足

**【種苗の確保による安定生産の実現】**  
天然種苗は尾数や漁場が国により制限  
人工種苗の導入を促進する必要

<人工種苗の生産技術開発の状況>

- 近畿大学 生産者向けに販売、供給量が不足、品質に不安
- 大手企業数社: 飼料会社や商社等と提携し技術開発中 (提携企業内での利用のみ、市販はされない)
- 水研センター:
  - ・奄美の海面施設で親魚養成、採卵
  - 産卵海域の南限のため採卵が不安定
  - ・長崎の陸上施設での親魚養成に着手
  - H27年度からの採卵を予定
  - 当方は農林技術会議での研究に利用

## 26年度の取組

### 人工種苗の生産技術を開発 → 種苗の安定確保を目指す

- クログロ親魚養成・採卵技術開発事業委託料 (内容)
  - ・受精卵を確保するため、親魚の養成と採卵技術の開発を実施
  - ・養殖マグロを成魚まで飼育、成熟状況を把握、受精卵を確保
- クログロ種苗生産技術開発試験 (内容)
  - ・水産試験場と県内企業が連携し、人工種苗の生産技術を開発
  - ・受精卵は、水研センター奄美事業場からの提供、県内採卵により確保
- 新規養殖漁場測量調査事業委託料 (内容)
  - ・新たな漁場の設定に向けた海底地形や海象の測量調査を実施
- その他の取組 (内容)
  - ・マグロ養殖振興協議会の開催(マグロ養殖振興指針に基づき施策等を協議)
  - ・水産試験場による技術指導、外部講師による学習会の開催など

技術開発に着手

## 将来の方向性

県内での種苗の確保体制の構築  
→県内生産者への安定供給の実現



生産能力を  
最大限に発揮

## 目指す成果

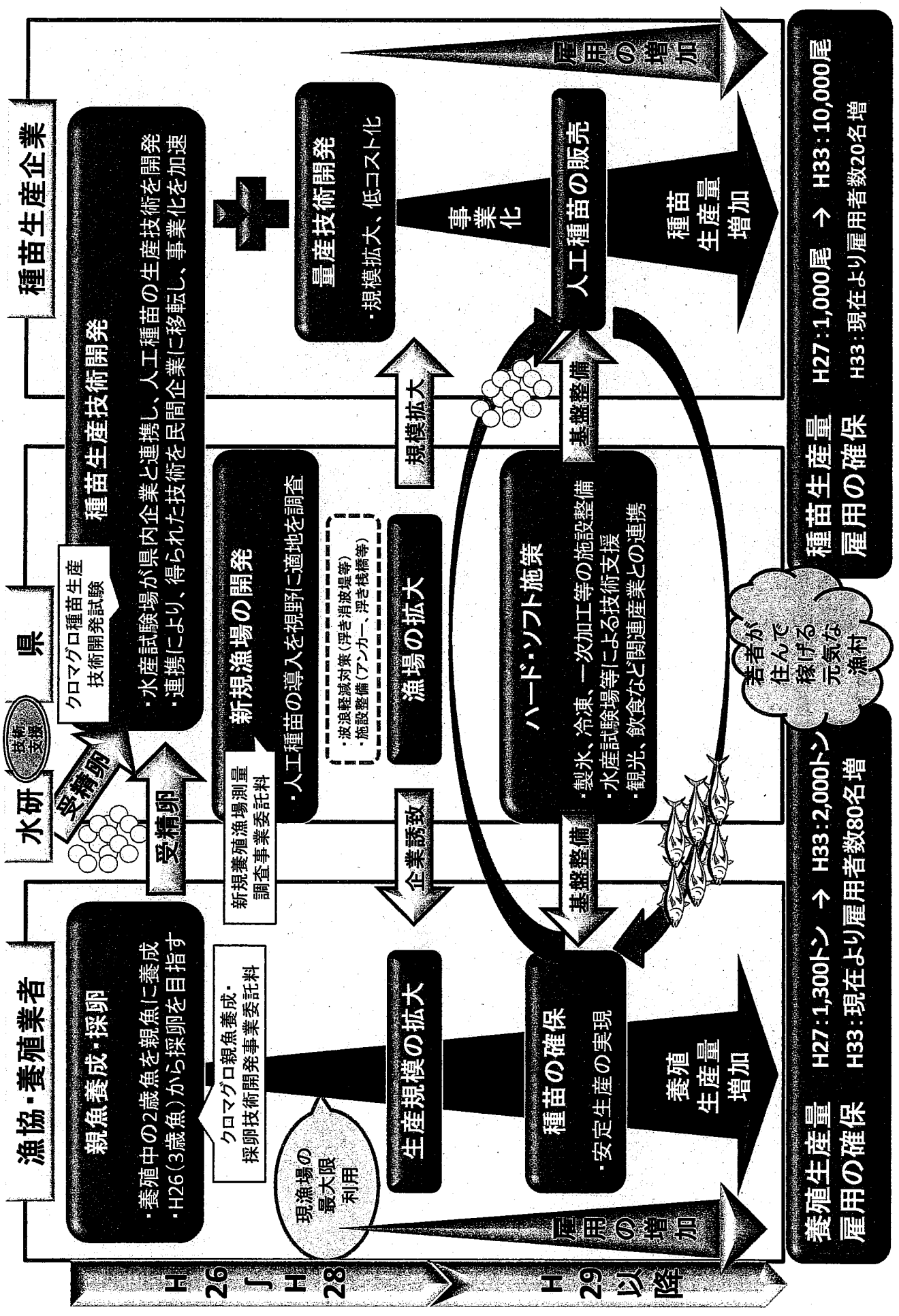
生産量の増加  
H27: 1,300トン  
H33: 2,000トン

マグロ養殖関連  
産業の集積による  
地域振興、雇用増

生まれも育ちも  
高知産養殖マグロ  
のブランド確立

# 人工種苗の導入促進によるマグロ養殖の振興

漁業振興課



# 1 現状分析

## 現制度(エンジンリース事業)の内容

漁業経営の構造改善を図るため、漁協が省燃油性能に優れたエンジンを漁業者にリースする事業を実施する場合、補助する市町村に対して補助金を支出する。

## 課題

### 限定的な事業効果

本事業は燃油高が原因の経営悪化に対し、その燃油使用量を削減するために省エネエンジンの導入を促進し、コストの削減を図ろうとする限定的な方策。

## 2 課題への対応

省エネエンジン以外の設備にも補助を行い、多様な漁業経営リスクへの対応が可能なる事業へと拡充する。



## 沿岸漁業者設備投資支援事業

漁協が補助対象機器から地域の水産業の課題解決に有効な設備を選定し、その機器を所属漁業者に対し重点的にリースする。

県・市町村は、漁協のリース物件の取得に対し、補助する。

### 【事業のポイント】

県・市町村が計画評価表を策定し、漁協の計画を審査

- ＝地域課題、市町村・県の水産振興施策に合致している計画から優先的に認定。

# 3 本事業の主目的

## 地域課題の解決促進

漁協の地域課題解決戦略に沿った漁業設備の導入により、地域課題解決を促進。

# 4 地域課題解決の具体例

## 漁業生産量の確保

単一漁業からマルチ漁業への転換

(新たな漁獲機会の創出を狙った攻めの経営)

新規就業者の設備投資を支援し成長を促進

(ベテランの技術に肉薄し漁獲増)

高齢漁業者が長く働く環境整備の支援(早期リタイア阻止)

## 実施者の収益増

高鮮度機器などの導入やその機器を効率的に使用する技術を組織的に向上させる。(消費者の高鮮度志向に地域として対応)

省エネエンジンへの換装による燃油消費量の削減

主力漁業の閑散期に他の漁業を実施するなどして漁業収益を向上させ、燃油高に対抗。

## 県内養殖業の振興

ブランド魚のさらなる品質向上を目的とした養殖グループの設備導入

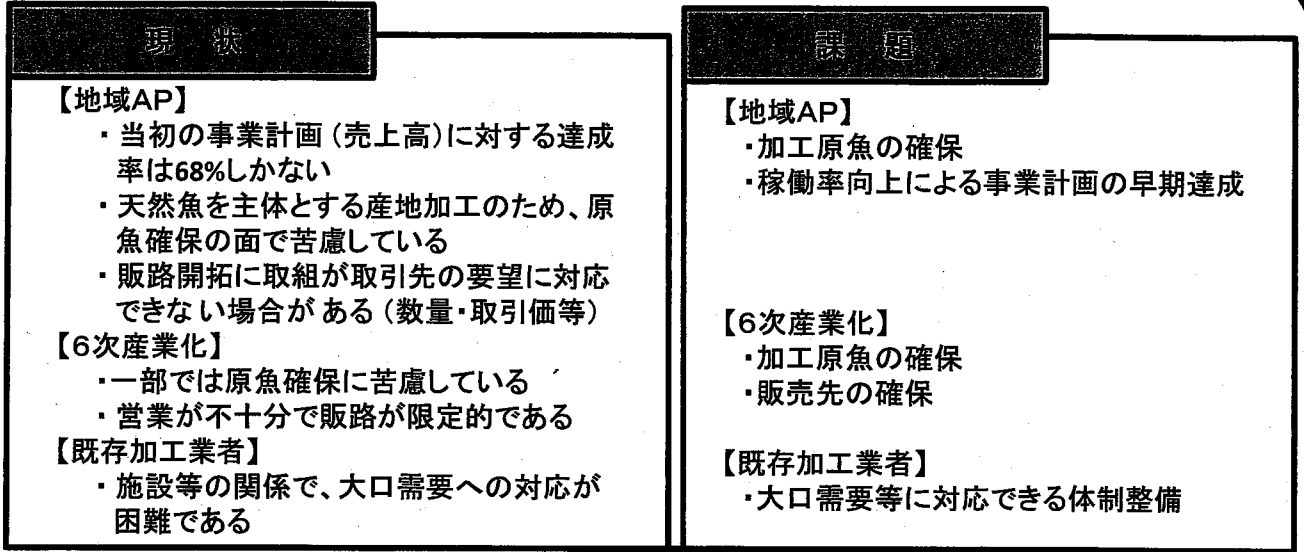
販売ロットの拡大に必要な省コスト・省力化に繋がる生産設備導入

先進的養殖グループへの新規参入に必要な設備導入の支援

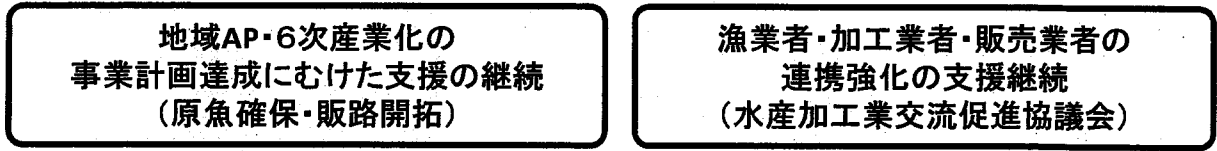
実験的な養殖技術導入試験に必要な設備導入の支援

# 水産加工事業者間における連携強化による取組支援

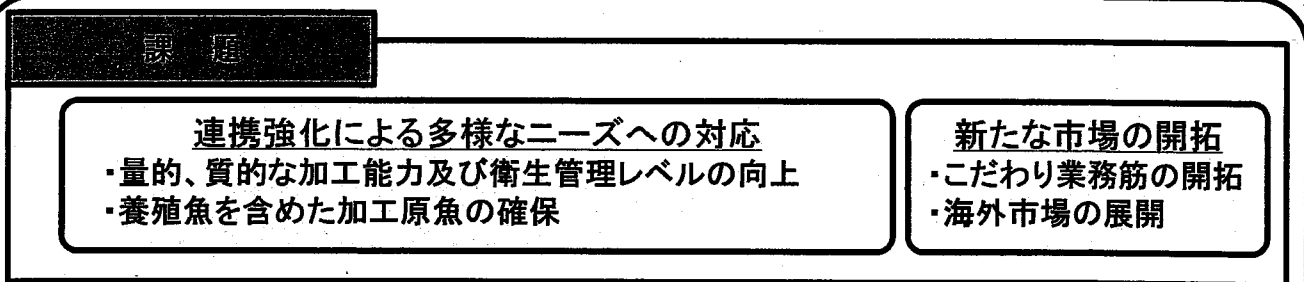
これまでの取組



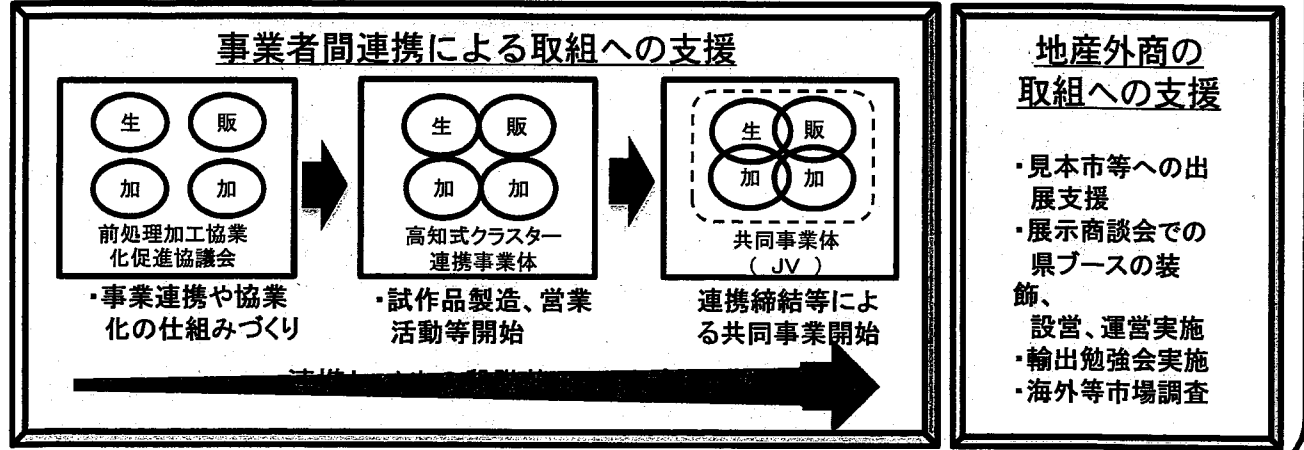
## 生産能力の余力の活用



H26年以降の取組



## 加工販売力の強化



# 宿毛湾養殖魚の外商推進の取組方向

## ★現状・課題

温暖で潮通しの良い漁場が多くある宿毛湾では、ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ等を中心とした養殖が地域の基幹産業として栄えているが、消費地市場の価格動向に大きく左右される、また、県外資本に依存する部分が多い等の課題を抱えている。

養殖魚の県別生産量

	ブリ	カンパチ	マダイ	クロマグロ
全国	104,599	37,924	61,186	9,044
1位	鹿児島	20,860	愛媛	鹿児島
	22,266	20,860	34,738	3,058
2位	愛媛	愛媛	熊本	長崎
	20,625	3,797	8,789	2,613
3位	大分	高知	高知	三重
	19,679	3,013	5,501	983
4位	高知	大分	三重	高知
	8,508	2,876	3,776	955
5位	長崎	香川	長崎	大分
	7,946	2,870	2,472	349
宿毛大月	98%	48%	60%	100%

(H23農林水産統計から抜粋、単位t)

## ★支援内容

養殖魚の外商推進等の養殖振興に繋がる取組(ソフト)に対して補助する。

- ・補助先:宿毛市
- ・事業実施主体:漁協等
- ・補助率:1/2以内

## H26以降の取組

### 宿毛湾養殖魚外商推進協議会

行政(宿毛市・大月町・高知県)  
養殖事業者  
すくも湾漁協

#### 生産面

- ・生産コストの削減  
種苗、餌、資材等の共同購入
- ・ブランド魚の生産  
高機能餌料等や飼育方法の改良
- ・品質の確保  
統一の基準づくり

#### 流通・販売面

- ・漁協の共販体制  
養殖業者と漁協との連携体制の構築
- ・ニーズに応じた出荷
- ・国内外への販路開拓

#### 加工面

- ・加工事業の採算性  
漁協単独、民間事業者との連携による実施
- ・加工品の商品開発

#### 漁協による 養殖ビジネスへの参入

- ・養殖関連事業実施  
種苗供給、餌・資材販売
- ・共販体制の確立
- ・低コスト生産の実現
- ・漁協ブランド魚の生産

#### 加工用原魚 の安定供給

既存加工事業者の  
連携による加工体制構築

漁協主体の施設整備  
による加工体制の構築

養殖事業者の所得向上

地域雇用の創出

# 宿毛湾養殖魚の外商推進の実現

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

【水産業分野】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 漁業生産量の確保	(1) 漁港・漁場の整備・活用	(カツオの県内への水揚げ促進) ◆カツオー本釣り漁業の生産性向上のために必要な活餌供給基地が不足 佐賀: 感漁期のみ県外事業者による活餌供給を実施 土佐清水: H19から休止須崎: 定置網等の漁業者が供給しているが、漁獲様に左右され不安定 ◆好漁場は足摺岬より西側に多く形成されるため、愛媛県深浦漁港への水揚げが依然として多い	◆H22.1月から黒潮町佐賀地区で県外採捕地からの買い回しによる活餌供給を開始 ・活餌供給事業の円滑な実施と佐賀への水揚げ促進のため、ハード・ソフトの支援策を実施(港内波濤、蓄養小割、給水施設、冷蔵保管庫、魚函倉庫等の整備、活餌供給マニュアルの策定など) ・活餌死亡リスクを緩和する基金を黒潮町が創設 ◆複数の採捕地との関係構築、小割等の必要な基盤整備により、活餌供給事業の定着が図られた ◆活餌供給による水揚げ増加、物資補給などの波及効果が得られた	◆水揚げ促進に向けたハード・ソフト対策の実施 ◆活餌の県内での確保と安定供給	◆県西部に複数のカツオ水揚げ拠点港を整備 ★カツオ水揚げ促進対策協議会による取組の検討と推進 ★市場機能の強化に向けたハード・ソフト面のサービス向上						
					◆佐賀以外の漁港で活餌供給を事業化 ★宿毛湾のまき網で漁獲される多様な魚種の活餌利用の検討 ★県中西部での活餌採捕に適した漁法の掘り起こしと活餌供給事業への誘導						

※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					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 (概ね10年先)
		<p>カツオ水揚げ促進対策協議会による取組の検討と推進</p> <p>漁業者、仲買業者、商工会、漁協、市町村、県土佐清水漁業指導所、県漁業振興課、協議会の設立、市場毎の課題の洗い出しと必要な取組の検討 県外拠点市場の調査 水揚げ促進計画の策定</p>	<p>漁業者、仲買業者、商工会、漁協、さらなる水揚げ促進に向けた取組の推進 市町村、県土佐清水漁業指導所、漁業振興課: 取組への支援</p>		◆各市場でカツオ水揚げ促進計画が策定	◆各市場の水揚げの合計が、愛媛県深浦漁港を超過
		<p>市場機能の強化に向けたハード・ソフト面のサービス向上</p> <p>漁業者、仲買業者、商工会、漁協: 協議会で検討したソフト対策や計画に沿ったハード計画の実施</p> <p>市町村、県土佐清水漁業指導所、漁業振興課: 取組への支援</p>				
		<p>宿毛湾のまき網で漁獲される多様な魚種の活餌利用の検討</p> <p>まき網漁業者、漁協: 蓄養小割の整備、採捕・養成・輸送方法の検討 カツオ船漁業者、漁協: 養成した活餌の評価、採算性の検討 県水産試験場、宿毛漁業指導所: 採捕・養成・輸送方法についての技術的助言 市町村、県漁業振興課: 蓄養中の死亡リスクを軽減する対策の検討</p>				
		<p>県中西部での活餌採捕に適した漁法の掘り起こしと活餌供給事業への誘導</p> <p>県漁業指導所: 管内の活餌採捕に適した漁法の調査 県漁業振興課: 活餌採捕に適した漁法の活餌供給事業への誘導、担い手の確保</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 産業界の連携を強化する  
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  
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

【水産業分野】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (・取組 ◆成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 漁業生産量の確保 (5) 漁業の収益性の向上		(大型定置網) ◆大型定置網漁業は、高知県の沿岸漁業に占める割合が41% (養殖業を除く)と重要な漁業であるが、近年漁獲量が減少  ◆定置網の敷設技術が漁獲量や耐久性を大きく左右するが、高齢化・過疎化により技術の継承が困難となりつつあり、技術の再構築と若手技術者の育成が必要			◆★定置網の敷設状況調査			○			○
					◆★定置網敷設技術者の育成			○			○

※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					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 (概ね10年先)
		定置網の敷設状況調査 定置漁業者、民間企業、漁協、ROVによる網成り調査、潮流及び深度調査、GPS敷設位置確認調査、ROVによる立証設置状況調査 市町村、県漁業振興課・取組の支援 定置漁業者、民間企業、漁協、県漁業指導所・水産試験場、調査結果を基礎資料とし、漁場カルテの作成、定置網の網成り改良を検討			◆県内33漁場のうち16漁場で敷設状況調査が終了し、定置網の漁獲や耐久性の向上に資する知見が蓄積  県内大型定置網の漁獲量14,900トン以上	◆漁獲量の向上、定置網漁業の経営安定、担い手の育成確保
		定置網敷設技術者の育成 定置漁業者、民間企業、将来の先長候補となる若手職員を育成するため、定置網の先進地において3ヶ月間程度の派遣研修を実施 市町村、県漁業振興課・取組の支援				

※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  
6 移住促進により、活力を高める



戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

【水産業分野】

取組方針	背景	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向						
					1	2	3	4	5	6	
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上 (4) 地産外商の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 県外市場における本県水産物への評価は総じて低調(脂が少ない等)</li> <li>◆ 鮮魚流通では市場流通のウエイトが依然として大</li> <li>◆ 鮮魚の地産外商の主な担い手は産地買受人</li> <li>◆ 産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者</li> <li>◆ 産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難</li> <li>◆ 地産外商を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ</li> <li>◆ これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 大阪(H22~)、築地(H22~H23)、名古屋(H22)の消費地市場関係者と産地との交流会を実施</li> <li>◆ 県内の産地買受人の組織化について関係者の合意を得、協議会の設立に向けた活動を展開</li> <li>◆ 本県を代表するカツオ、キンメダイ、ゴマサバ、キビナゴを地産外商加速化品目に指定し、認知度向上等の事業に着手(H22~)</li> <li>◆ まるごと高知においてカツオ、キンメダイ、清水サバのフェアを開催(H22~)</li> <li>◆ 高知県漁協が中心となりカツオ、キンメダイ、ゴマサバの3魚種を対象とした5漁法と、すくも漁協がキビナゴを対象とした漁法でマリン・エコーラベル・ジャパンの認証を取得(H24)</li> <li>◆ 県外の消費地市場と産地との人的ネットワークの構築や県産水産物の認知度の向上が進みつつある</li> <li>◆ カツオ、キンメダイ、ゴマサバ、キビナゴのブランド化を担う地域の推進組織が立ち上がるとともに、マリン・エコーラベルの認証を取得し、今後こうした活動が地産外商に結びつくよう支援する必要がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 県産水産物のシェアが高く、地理的ハンディの少ない大阪市場とのネットワークの強化</li> <li>◆ 産地買受人が連携した地産外商活動の展開</li> <li>◆ 大消費地での外商を強化するための物流時間・距離の短縮</li> <li>◆ マリン・エコーラベルの消費者・流通加工業者への普及</li> <li>◆ マリン・エコーラベルを活用した本県産水産物の県外での認知度向上</li> <li>◆ 加速化品目ごとの推進組織による主体的な外商活動の継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 県外消費地市場との交流促進                     <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 大阪市場関係者と産地買受人との交流拡充</li> <li>○ 県外の主要な消費地市場の卸売業者との定期的な意見交換</li> </ul> </li> <li>◆ 買受人の組織化と主体的な活動の促進                     <ul style="list-style-type: none"> <li>★ 地産外商に向けた買受人による推進組織の設置</li> <li>★ 推進組織による主体的な地産外商活動の展開</li> </ul> </li> <li>◆ 大都市圏の飲食店等とのネットワークの構築による地産外商活動の推進                     <ul style="list-style-type: none"> <li>★ 大都市圏の飲食店等を「高知家の魚パートナー店」として登録し、そのネットワークを活かして、養殖魚を含む県産魚の地産外商を推進</li> </ul> </li> <li>◆ 首都圏での本県水産物のPRと外商活動の展開                     <ul style="list-style-type: none"> <li>★ 「全国漁港マーケット」(築地)出展事業者と連携した本県水産物のPR活動と外商活動の展開</li> </ul> </li> <li>◆ 新たな物流の構築による高鮮度流通の推進                     <ul style="list-style-type: none"> <li>★ 新たな物流システム構築に向けた検討会の設置</li> <li>★ 物流の時間距離を短縮する試行の実施と費用対効果の検証</li> <li>★ 新たな物流ルートの決定と実用化に向けたニーズの掘り起こし</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

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 (概ね10年先)
<p>大阪市場関係者と産地買受人との交流拡充</p> <p>産地買受人: 交流会への参加による大阪市場関係者との主体的な交流促進 県合併・流通支援課: 交流会の企画運営(大阪市場関係者の招へいと産地買受人への参加の働きかけ)</p>					◆ 本県と関西市場及び中四国市場との交流の定着	
<p>県外の主要な消費地市場の卸売業者との定期的な意見交換</p> <p>産地買受人: 交流会への参加による大阪市場関係者との交流促進 県合併・流通支援課: 交流会の企画運営(消費地市場関係者の招へいと産地買受人への参加の働きかけ)</p>					◆ 産地買受人と消費地市場との人的ネットワークの構築による取引の増加	
<p>買受人による推進組織の設置</p> <p>産地買受人: 組織への参画 県合併・流通支援課: 組織設置</p>					◆ 大阪市場でのシェア拡大	
<p>推進組織による主体的な地産外商活動の展開</p> <p>産地買受人: 推進組織を通じた主体的な地産外商活動の展開 県合併・流通支援課: 推進組織の活動を人的・財政的に支援</p>					◆ 推進組織による外商活動が定着し、県産水産物の認知度が向上	
<p>「高知家の魚パートナー店」を活用した地産外商の推進</p> <p>産地買受人: パートナー店とのネットワークを活かした販売促進活動の実施 県合併・流通支援課: パートナー店とのネットワークの構築と商談機会の提供</p>					◆ パートナー店500店舗とのネットワークの構築	
<p>「全国漁港マーケット」を活用した首都圏での本県水産物のPRと外商活動を展開</p> <p>出展事業者: 築地を拠点とする県産水産物のPRと業務筋向け外商活動の推進 県合併・流通支援課: 出展事業者と連携しPR活動と販売促進活動を実施</p>					◆ 漁港マーケットが首都圏及び県内での認知される	
<p>物流改善策を検討する委員会の設置</p> <p>漁協・産地買受人・物流業者: 委員会への参画と新たな物流ルートの検討 県合併・流通支援課: 委員会設置に向けた漁協・産地買受人等への働きかけと委員会</p>					◆ 新たな物流ルートによる定期便が定着	
<p>物流改善策の試行</p> <p>漁協・産地買受人: チャーター便の試行による費用対効果の検証 県合併・流通支援課: チャーター便の試行を人的・財政的に支援</p>					◆ 大消費地である首都圏での本県水産物の浸透	
<p>産地買受人・漁協: チャーター便の試行による新たな物流ルートの決定と実用化に向けたニーズの掘り起こし 県合併・流通支援課: チャーター便の試行やニーズの掘り起こしを支援</p>					◆ 新たな物流ルートによる定期便が定着	

※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 産業間連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める



戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

【水産業分野】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向							
						1	2	3	4	5	6		
3	養殖業の振興 (1) 既存養殖漁業の振興	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆景気の低迷、過剰生産等により養殖魚の価格が下落</li> <li>◆近年の燃料価格の高騰により資材・飼料費が影響を受け、養殖生産費用が増大</li> <li>◆養殖生産物は、産地市場(漁協)を通さず、民間業者等により消費地市場へ流通</li> <li>◆県外企業依存型の生産割合が高い</li> <li>◆グループ活動型(大谷マダイグループ)のマダイが消費地市場で優先的に取扱われている(5.5億円)</li> <li>◆グループ活動型(浦の内の土佐鯛工房)のマダイ(海援鯛)は大手量販店の定番商品として定着(1億円)</li> <li>◆経営体数の大部分を占める家族経営型の中小経営体で、高齢化と後継者不足が顕在化(平均年齢70歳、後継者の居る割合35%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆養殖生産者グループの育成</li> <li>◆既存の3グループに加え新たに2グループが誕生 参考: 現在5グループ95名が活動中(県内養殖生産者数:194名)</li> <li>◆高付加価値化や販売体制の確立など、個々のグループの熟度に応じた活動の推進</li> <li>◆漁場環境調査や魚病対策の継続</li> <li>◆漁場環境調査や魚病診断の実施体制の維持と調査精度の向上</li> <li>◆県からすくも漁協への魚病診断体制の円滑な移行、漁協指導事業の充実</li> <li>◆漁業者自らによる環境モニタリング意識の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆個々のグループの活動に応じた支援の継続による、品質向上や経費節減、販売の拡大</li> <li>◆生産性の向上や漁業者自らが漁場を管理する意識の向上を図るための、魚病や環境、新しい養殖技術等の調査研究への取組</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆養殖生産者グループの育成                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○養殖生産のコストダウン</li> <li>○養殖魚の品質の安定確保</li> </ul> </li> <li>◆養殖の協業化等の促進と担い手の確保・育成                             <ul style="list-style-type: none"> <li>★技術・知識の習得と協業化・法人化等をサポート</li> <li>★協業化等での起業・規模拡大を支援</li> </ul> </li> <li>◆◎効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の開発と普及</li> <li>◆◎養殖生産の安定に向けた漁場環境調査や魚病対策の継続</li> <li>◆養殖生産者が自ら行う流通・販売への取組強化                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○販路開拓の支援</li> <li>○養殖生産者グループと県内民間企業等との連携</li> </ul> </li> <li>◆★消費地市場での有利販売を促進するための高知県産養殖魚の認知度向上</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

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)
養殖生産者グループの育成						◆生産技術の向上による、より高いレベルでの品質の均一化・安定生産	◆漁協による系統出荷の拡大 ◆規模拡大による経営体の足腰の強化 ◆高い技術と知識を備えた担い手の育成
漁協、県漁業指導所・漁業振興課: 養殖生産者グループの技術向上、生産経費節減、品質の均一化等に向けた取組を支援						◆養殖グループごとのブランド確立により、販路が拡大し取引量が増加	◆消費者における高知県産養殖魚の認知度の向上と生産者に有利な販売体制の確立
養殖の協業化等の促進と担い手の確保・育成							
漁協、市町村、県漁業指導所・漁業振興課: ・就業希望者の掘り起こしと協業化・法人化の相談窓口の設置 ・技術を習得するための実践研修と知識を習得するための産学研修の実施 ・起業、規模拡大に必要な施設整備等の支援							
効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の開発と普及							
高知大学: 高品質魚の生産に向けた飼料添加物の開発に必要な成分分析と効果の検証 県水産試験場: 養殖技術向上化試験(H25まで) ○水温・成長段階別の適正給餌量の把握(マダイ、カンパチ) ○給餌制限により成熟を抑制し、マダイの商品価値の低下を防止(身痩せ、体色黒化) ○県産特産物を使った高品質魚の生産(ショウガ、直七など)							
漁協、県水産試験場・漁業指導所・漁業振興課: 効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の普及指導							
養殖生産の安定に向けた漁場環境調査や魚病対策の継続							
県水産試験場、県漁業指導所、県漁業振興課: 漁場環境(水温・酸素濃度等)・赤潮調査の実施、調査結果の速報による被害予防・軽減、漁業者の環境モニタリング意識の醸成、魚病診断と治療方法の指導							
養殖生産者が自ら行う流通・販売への取組強化							
民間企業、漁協、県漁業指導所・漁業振興課: 養殖生産者の商談会、商品相談会への参加働きかけ、養殖魚の消費拡大活動への支援							
消費地市場での有利販売を促進するための高知県産養殖魚の認知度向上							
生産者、漁協: 高品質な魚づくり、産地見学商談会の対応、販路拡大の取組 県漁業指導所、市町村: 産地見学商談会・販路拡大の支援 県漁業振興課: 産地見学商談会の開催及び養殖魚のPR							

※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 産業間連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

【水産業分野】

取組方針	背景	これまでの取組と成果 (・取組 ◆成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向						
					1	2	3	4	5	6	
(2) 企業活力を活かした養殖漁業の振興	◆県内カンパチ養殖は生産量5,268トンで全国3位を占める重要な養殖漁業である ◆種苗量産技術が確立されており、ほぼ100%を中国からの輸入種苗に依存している ◆種苗の供給が不安定なことや防疫上の懸念がある	(民間企業) ・H24:(独)水研センター提供の受精卵を用いた生産試験 ◆20万粒の受精卵から1万尾の人工種苗を生産、量産化に前進 ・H25:企業所有の親魚を用いた採卵試験 ◆企業所有の親魚から初の採卵に成功(100万粒)	◆民間企業所有親魚からの受精卵の量的・安定確保 ◆量産化に向けた生産技術のさらなる向上	◆★養殖用カンパチ人工種苗の量産技術の開発	○	○	○				
		(水産試験場) ・H24民間企業産種苗の品質評価試験等を実施(～25) ◆成長や形態異常の出現率、抗病性などの点で優れた結果 ◆稚魚～幼魚期の配合飼料での育成に成功		◆★カンパチ親魚候補の選抜育種	○	○	○				
◆県内マグロ養殖は、H23年度に1社が新規参入し計4社となり、生産規模が拡大傾向にある ◆水揚げの際の係留施設や給水施設等の基盤整備が遅れている ◆マグロ養殖では、ウイルス病被害による歩留まりの低下が経営成績に大きく影響する ◆天然クロマグロ資源の減少、国内外での資源管理強化等により、必要量の種苗の確保が困難	◆マグロ養殖振興検討会を設置し、振興策を協議 ◆高知県マグロ養殖振興指針を策定	◆スラリーアイス実証モデル試験を実施 ◆冷却効果は通常方法と大差なし、作業効率は向上	◆人工種苗の導入の促進	◆マグロ養殖を振興していくための検討会を設置し、振興策を策定・実施 ★振興指針の策定 ★技術支援、人材育成 ★安定生産に向けた基盤整備等(製氷施設等) ★県内消費の拡大 ★種苗の安定確保 ★新たな漁場の確保	○		○	○			
	◆水産試験場がすくも漁協にウイルス病の診断技術を指導 ◆漁協での早期診断体制が確立 ◆高知産養殖マグロの県内への試験出荷を実施 ◆県内飲食店が定期的な取扱を開始 ◆インフラ整備の取組への支援 ◆搬送道路の幅幅に向けた整備方針の策定が開始 ◆播磨漁協の製氷施設が着工(25年度内に完成予定) ◆播磨地区の生産者の出荷施設が完成 ◆人工種苗の量産技術開発に向けた関係機関との連携の模索 ◆県内企業と水産試験場の連携による技術開発を検討										

※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	H24				H25				H26				H27				H28以降				目指すべき姿(目標値)	
	H24		H25		H26		H27		H28以降		H28以降		H28以降		H28以降		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)				
養殖用カンパチ人工種苗の量産技術の開発	企業:高密度飼育技術、早期採卵技術等の開発 養殖業者、漁協:実用規模での比較飼育試験による種苗性の評価(成長、歩留まり、取引先の評価等) 県水産試験場:実験フィールドでの比較飼育試験による種苗性の評価(成長、歩留まり、変形率、抗病性等)、人工種苗に適した飼育条件の検討、市販配合飼料を用いた養殖方法の確立 大月町、県漁業振興課:技術開発に必要な施設整備等への支援																養殖用カンパチ人工種苗の量産事業の実施 企業:事業化に向けた優良親魚の育種、量産体制の確立		◆高品質なカンパチ人工種苗の量産技術が確立	◆養殖用人工種苗の地産外商の展開		
カンパチ親魚候補の選抜育種	民間企業:成長等が優れた親魚を遺伝子で確認して選抜するためのDNAマーカーの探索 (独)水産総合研究センター:カンパチ育種に関する共同研究体制の構築、技術支援 県水産試験場:高成長、体型の良さの他、親魚として有用となる形質の探索と飼育試験																		◆県内での需要相当尾数である110万尾を生産し、地産地消が実現	◆高品質種苗の安定供給による県内カンパチ養殖の拡大		
振興指針の策定	企業、漁協、市町村、県漁業振興課:マグロ養殖振興検討会の設置、振興策の検討、試験的な取組の実施																		◆必要な基盤整備等によるマグロ養殖の安定生産 マグロ養殖量1,000トン	◆養殖マグロ産地としての知名度向上		
技術支援、人材育成	県水産試験場:漁協が実施する魚病診断の技術指導 生産者、漁協:学習会への参加、マグロ養殖を担う人材育成 県産毛漁業指導所:学習会の開催																		◆関連事業の集積による地域経済の活性化	◆人工種苗生産技術の確立と新規漁場の活用により、生産量が維持増大 マグロ生産量2,000トン		
安定生産に向けた基盤整備等	漁協:基盤整備等 市町村、県漁業振興課等:基盤整備等への支援																		◆人工種苗の生産技術が向上(1,000尾を生産)			
県内消費の拡大	生産者、加工業者、漁協:県内業務筋等への販促活動、PR資料作成 播磨市、大月町、県産毛漁業指導所:漁業振興課:販促活動の取組を支援																					
種苗の安定確保	民間企業、県水産試験場(独)水産総合研究センター:人工種苗の量産技術開発に向けた連携の模索 県水産試験場・宿毛漁業指導所・漁業振興課:人工種苗の量産技術開発の状況調査 生産者、県漁業振興課:親魚養成、採卵技術の開発 民間企業、県産毛漁業指導所・水産試験場:技術支援 民間企業、県水産試験場:人工種苗の生産技術の開発(独)水産総合研究センター:技術支援																					
新たな漁場の確保	県水産試験場・漁業振興課:新規漁場候補地の測量調査 県漁業管理課:漁場計画の樹立 漁協、市町村、県漁業振興課:新規漁場への生産者の誘致																					

※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 産業間連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. 漁業費用を削減】

【水産業分野】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (・取組 ◆成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 漁業者による漁業費用の削減	◆ 燃油単価の高騰、高止まりが漁業経営を圧迫 ◆ 漁業不振や後継者不在により、設備投資意欲が減退	◆ 燃油単価の高騰、高止まりが漁業経営を圧迫 ◆ 漁業不振や後継者不在により、設備投資意欲が減退	◆ 基幹漁業者35経営体が漁業収益増を目的として漁業経営改善計画を策定し、漁協から省エネエンジンリースを受けた ◆ エンジンリースをした漁業者のほとんどで、燃費の向上及び経営的な意識の醸成が図られ、漁業経営の改善に効果があった ◆ 3ヶ年のエンジンリース事業の支援により、一定漁業者の設備投資意欲が掘り起こされた	◆ 燃油価格の変動に左右されない体力の強い経営体づくり ◆ 基幹漁業者がより活用しやすい制度の設計 ◆ 老朽化した漁業機器の更新や効率的な機器の導入など、機関換装以外の設備投資支援策の必要性	◆ 省エネエンジン等の導入支援による漁業経営の改善推進 ○ 経営改善のための対象基準の見直しを踏まえた事業の実施(～H25) ☆ 個人経営のみならず、地域水産業の課題解決に向けた設備投資事業への支援	○					

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 (概ね10年先)
<p>経営改善のための対象基準の見直しをふまえた事業の実施</p> <p>漁業者: 支援制度の積極的活用による漁業経営の改善 漁協・市町村: 支援制度の仕組みへの関与、漁業者への指導 県水産政策課: 制度金融の活用による資金調達への支援 県漁業振興課: ハード面での漁業経営の改善への支援、支援策の基準の見直し</p>					<p>◆ エンジン換装前と比較し燃油消費量が削減 ◆ 経費の削減によって経営意識が向上した漁業者が増加</p>	
<p>個人経営のみならず、地域水産業の課題解決に向けた設備投資事業の実施</p> <p>漁業者: 支援制度の積極的活用による漁業経営の改善、地域水産業の課題解決への貢献 漁協・市町村: 地域課題の洗い出し、先進的漁業者グループ等への指導 県水産政策課: 制度金融の活用による資金調達への支援 県漁業振興課: ハード面での漁業経営の改善への支援、支援策の基準の見直し</p>					<p>◆ 基幹漁業者の漁業経営の構造改善が図られ、収益が向上</p>	

※これからの対策の ☆は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

※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  
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3. 水産加工を振興】

【水産業分野】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 地域加工グループの育成による雇用の場の確保	◆県内で9つの地域加工グループが活動 ◆多くのグループは経営規模が零細で、安定した雇用が困難	◆漁村女性グループ等の交流活動の支援、専門家の派遣、講習会の開催等による経営面や加工技術面での支援を実施 ◆儲けを実感し経営的視点を持った取組への意欲・自覚が高まり、持続可能な活動への転換に一定寄与できた	◆漁村女性グループ等の交流活動の支援、専門家の派遣、講習会の開催等による経営面や加工技術面での支援を実施	◆今後も持続可能な経営体質の確保 ◆雇用の場として魅力のある労働条件等の確保 ◆衛生管理面のレベルアップ	◆○雇用の安定に向けた活動を支援	○	○	○			
2. 水産加工の新たな事業化の推進	◆県内の漁獲物のほとんどが鮮魚での出荷 ◆消費者・業務筋の省力化志向の強まり ◆新たな前処理加工等が県内各地で事業化 ◆国が6次産業化法を制定 ◆安全・安心志向の定着による、衛生管理への要請	◆前処理加工事業等の適正規模モデルを作成 ◆新たな連携による事業化の働きかけと補助金活用等の支援を実施 ◆原料魚の安定確保や販路確保の支援を実施 ◆地域の特性や事業者の事情に応じた前処理加工等の事業化(7カ所)が実現した ◆水産加工業交流促進協議会を設置、開催(H23:2回)(H24:3回)(H25:2回) ◆事業者間の交流により、新たな取引につながる事例がみられた ◆水産物前処理加工協業化促進協議会を設置、加工事業の協業化や連携について協議を実施 ◆6次産業化法に基づく計画認定を受けた漁業者の活動がスタート(4事業者) ◆生産者の加工・販売を推進するうえで、6次産業化法での支援が可能となった ◆県漁協手続支所の加工施設の衛生管理改修を支援 ◆水産加工の衛生管理に関する講習会を開催 ◆すくも湾漁協の県版HACCP認証取得を支援 ◆衛生管理面のレベルアップが一定進展	◆事業化した前処理加工等の円滑な運営(原料魚の安定確保等) ◆関係者間の情報交換の場の提供等による新たな連携の促進 ◆漁業者が主体となった生産・加工・流通の一体的な取組の促進 ◆県外等の取引に対応できる衛生管理体制の強化 ◆大口需要や衛生管理体制等の多様なニーズへの対応 ◆養殖魚の前処理加工	◆★事業化を軌道に乗せる活動への支援 ◆★事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大 ◆★漁業者による6次産業の創出 ◆○衛生管理の高度化を促進 ◆★事業者間の連携強化による多様なニーズへの対応を促進 ◆★養殖魚の前処理加工の促進	○	○	○				

※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	H24				H25				H26				H27				H28以降				目指すべき姿(目標値)	
	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)		中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)		中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)		中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)		中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
漁村での雇用の場として持続可能な活動の展開	地域加工グループ: 経営感覚をもった持続可能な活動の展開、衛生管理の強化等 漁協、市町村: 円滑なグループ活動の実施に向けた支援 県漁業指導所、県合併・流通支援課: グループの方向性に応じた各種研修制度等の活用支援、新たなグループの掘り起こし		◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献		◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献		◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献		◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献		◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献		◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献		◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献		◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献		◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献		◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献	◆事業継続・拡大により地域雇用に貢献
事業化を軌道に乗せる活動への支援	加工事業者: 前処理加工事業等の円滑な運営 県合併・流通支援課、県漁業指導所: 前処理加工事業等の円滑な運営の支援(原料魚確保、販路確保等)や新たな事業の掘り起こし		◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現		◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現		◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現		◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現		◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現		◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現		◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現		◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現		◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現		◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現	◆前処理加工等の取組により魚価が安定し、新たな産業として定着
事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大	加工事業者関係者、生産者等: 情報交換等をきっかけとした新たな連携と取引の拡大 県合併・流通支援課: 情報交換の場の提供等による新たな連携の促進		◆漁業者による6次産業の創出		◆漁業者による6次産業の創出		◆漁業者による6次産業の創出		◆漁業者による6次産業の創出		◆漁業者による6次産業の創出		◆漁業者による6次産業の創出		◆漁業者による6次産業の創出		◆漁業者による6次産業の創出		◆漁業者による6次産業の創出		◆漁業者による6次産業の創出	◆水産食料品の黒字幅を拡大
衛生管理の高度化を促進	加工業者等: 県版HACCPの認証取得を視野に入れ、衛生管理体制を整備 市町村、県合併・流通支援課: 衛生管理のレベルアップをハード・ソフト両面で支援 県食品衛生課: 衛生管理の高度化、改善に向けた指導、県版HACCP認証の取得に係る指導		◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工工場が取得		◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工工場が取得		◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工工場が取得		◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工工場が取得		◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工工場が取得		◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工工場が取得		◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工工場が取得		◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工工場が取得		◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工工場が取得		◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工工場が取得	
事業者間の連携強化による多様なニーズへの対応を促進	加工業者等: 連携の体制づくり 県合併・流通支援課: 連携体制構築に不可欠な衛生管理レベルの向上に対する支援		◆事業者間連携による製造販売体制の確立		◆事業者間連携による製造販売体制の確立		◆事業者間連携による製造販売体制の確立		◆事業者間連携による製造販売体制の確立		◆事業者間連携による製造販売体制の確立		◆事業者間連携による製造販売体制の確立		◆事業者間連携による製造販売体制の確立		◆事業者間連携による製造販売体制の確立		◆事業者間連携による製造販売体制の確立		◆事業者間連携による製造販売体制の確立	
養殖魚の前処理加工の促進	養殖事業者、漁協市町村: 協議会組織による養殖魚に関する外販戦略の検討 市町村、県合併・流通支援		◆養殖魚の前処理加工の開始		◆養殖魚の前処理加工の開始		◆養殖魚の前処理加工の開始		◆養殖魚の前処理加工の開始		◆養殖魚の前処理加工の開始		◆養殖魚の前処理加工の開始		◆養殖魚の前処理加工の開始		◆養殖魚の前処理加工の開始		◆養殖魚の前処理加工の開始		◆養殖魚の前処理加工の開始	

※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 産業間連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりにより挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める

# 高知県産業振興計画の推進によって実現

## 第2期計画ver.3の取り組み

現状

H24 → H25 → H26 → H27

沿岸漁業生産額 348億円(H21) → 396億円(H23) 水産加工出荷額 160億円(H21) → 162億円(H22)	<b>生産</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆漁業生産量の確保                     <ul style="list-style-type: none"> <li>○漁港・漁場の整備・活用                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・漁獲の増加に貢献する「土佐黒潮牧場」の整備</li> <li>●活餌の魚種や確保手段の多様化を検討し、県内での安定確保を支援</li> <li>●カツオの県内水揚げの促進に向けた協議会の設置</li> </ul> </li> <li>○資源の確保と栽培漁業の推進                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・磯焼け対策の実施や干潟の機能回復</li> <li>・大型種苗の集中放流と効果の検証</li> </ul> </li> <li>○広く「漁業の担い手」を確保                             <ul style="list-style-type: none"> <li>●指導者のネットワークを構築し、研修の受け入れ体制の強化</li> </ul> </li> <li>○漁業の収益性の向上                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・底びき網の経営改善を支援</li> <li>●定置網漁業の安定的な経営体制の確立</li> </ul> </li> <li>○就労の場の確保                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・定置網の漁協自営による就労の場の確保</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>◆養殖漁業の振興                     <ul style="list-style-type: none"> <li>○既存養殖漁業の振興                             <ul style="list-style-type: none"> <li>●新規就業希望者が技術と知識を習得する、OJTと座学を合わせたスクールを開講</li> <li>●協業化等に取り組む生産者に対し、小割りや作業船等の設備投資を支援</li> <li>●養殖漁家子弟等が起業する際の設備投資を支援</li> </ul> </li> <li>○企業活力を活かした養殖漁業の振興                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・高品質なカンパチ種苗の量産化</li> <li>●マグロ人工種苗の安定確保</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	<b>流通・販売</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆水産物の販売力の強化と魚価の向上                     <ul style="list-style-type: none"> <li>○魅力ある産地市場づくり                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・拠点市場での荷捌き方法の改善や陸上集荷の実施</li> <li>・産地市場の計画的な統合</li> </ul> </li> <li>○地産地消の推進                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内の小・中学生を対象とした食育活動の展開 (学校給食会と連携した食育活動の実施)</li> </ul> </li> <li>○地産外商の推進                             <ul style="list-style-type: none"> <li>●大都市圏の飲食店等と連携した外商活動の推進(高知家の魚パートナー店制度の創設)</li> <li>●「全国漁港マーケット」(築地)を活用した首都圏でのPR活動の強化</li> <li>●県内水産関係者による県外での商談会・見本市への参加等を支援</li> <li>●養殖魚等の地産外商を推進するための商品開発や市場調査等を支援</li> </ul> </li> <li>○生産者等による直接販売の推進                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産者等による直接販売の拡大とブランド価値の向上</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	<b>加工</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆水産加工の裾野の広がり新たな事業化                     <ul style="list-style-type: none"> <li>○水産加工業の新たな事業化の推進                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産・流通・加工業者のマッチングによるビジネス機会の拡大</li> <li>・漁業者による6次産業の事業化</li> </ul> </li> <li>●多様なニーズに対応できる生産・販売体制の構築</li> </ul> </li> <li>○伝統的な水産加工業の振興                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・宗田節・シラス加工業の振興</li> </ul> </li> </ul>

# を目指す本県産業の姿 (水産業分野)

4年後の目標  
(H27年度末)

さらなる飛躍  
へのポイント

10年後の目指す姿  
(H33年度末)

### 安定した漁業生産の確保

- 沿岸漁業総生産量を7万トン以上維持  
(H22:69,046 t)  
(H23:68,499 t)
- 新規就業者(中核漁業者)を128名  
(32名/年)確保

- 販売金額が800万円以上の経営体  
510経営体(22%)以上  
(H20:20%)

### 県外市場での認知度向上・ブランド化

- 県外主要市場である大阪市場における本県産水産物のシェア  
18億円(5%)  
(H22:16億円、4.4%)  
(H23:20億円、5.7%)

### 地域の雇用の場を確保

- 新たな水産加工業の取扱高  
10億円増加  
(H22:2億円)  
(H23:3.2億円)
- 漁村における新たな雇用が100名増加

沿岸漁業生産額 370億円 + 水産加工出荷額 170億円 以上を目指す

- ・沿岸から沖合までの多面的活用
- ・養殖魚の産地としてのさらなる認知度向上
- ・民間企業や新規就業者が参入しやすい環境整備  
(支援の充実、地元の理解促進)

- ・県1漁協構想の実現による拠点市場への集約化
- ・高知県漁協の買取販売の抜本的な強化
- ・買受人のさらなる連携による戦略的な外商活動の展開

- ・養殖魚の出荷形態をフィレ等に転換するための前処理加工能力の向上
- ・水揚げの集約化や県外からの調達による加工用原魚の安定確保

### 海・資源と共存する土佐の漁業

- 沿岸漁業生産量を7万トン以上維持
- 新規就業者(中核漁業者)を320名確保

- 販売金額が800万円以上の経営体  
4人に1人(25%以上)

### 鮮度で勝負! 土佐の魚

- 大阪市場における本県産水産物のシェア  
21億円(6%)

### 加工で広がる漁村の雇用

- 新たな水産加工業の取扱高  
40億円増加
- 漁村における新たな雇用が650名増加

沿岸漁業生産額 400億円 + 水産加工出荷額 200億円 以上を目指す  
若者が住んで稼げる元気な漁村





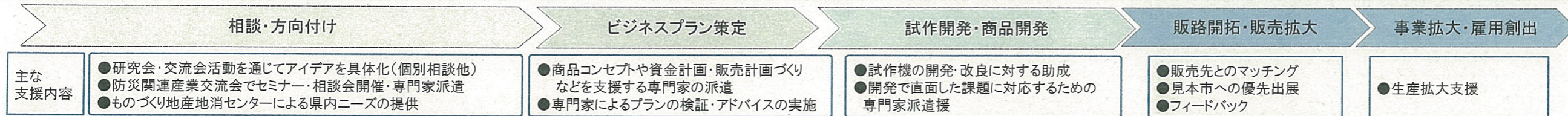
---

# 商 工業分野

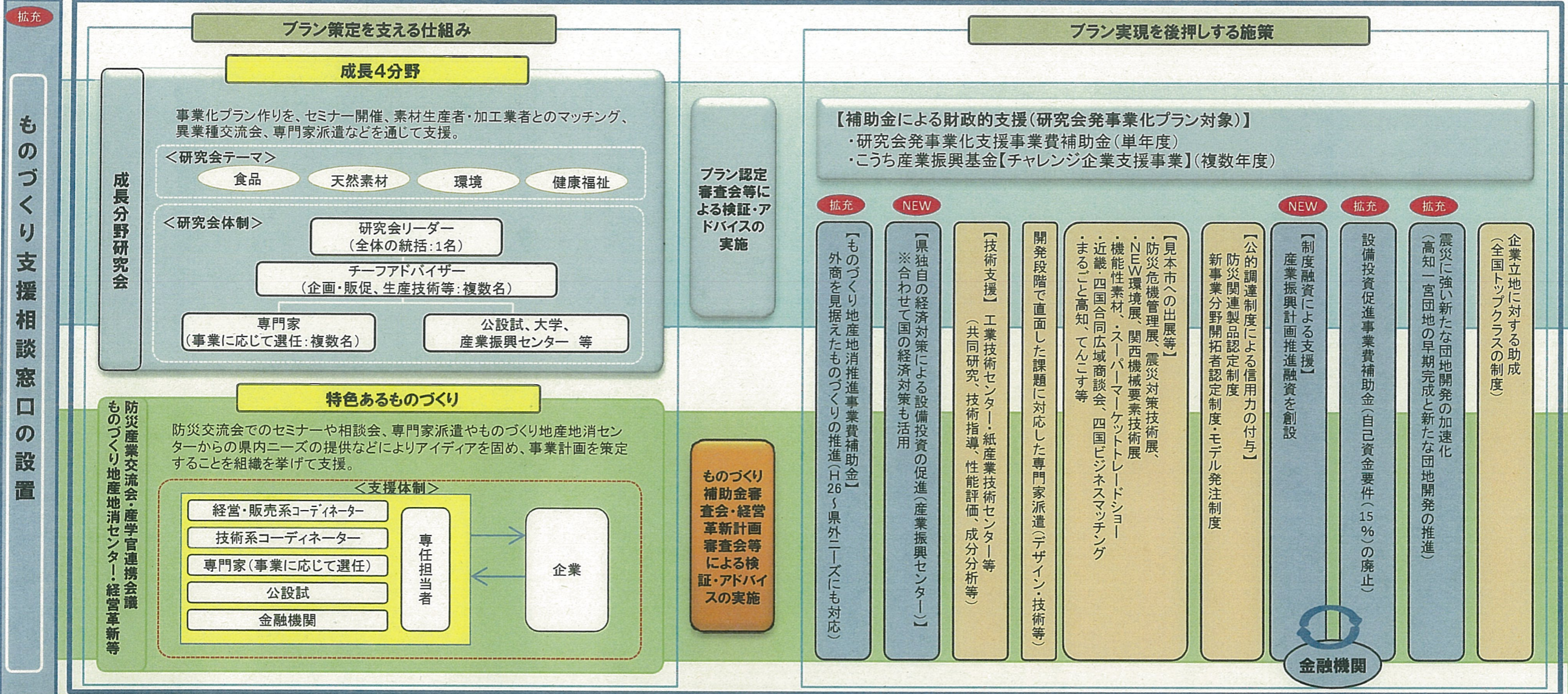
---



# 商品開発から販売促進まで一貫した支援による「ものづくり」のパワーアップ！



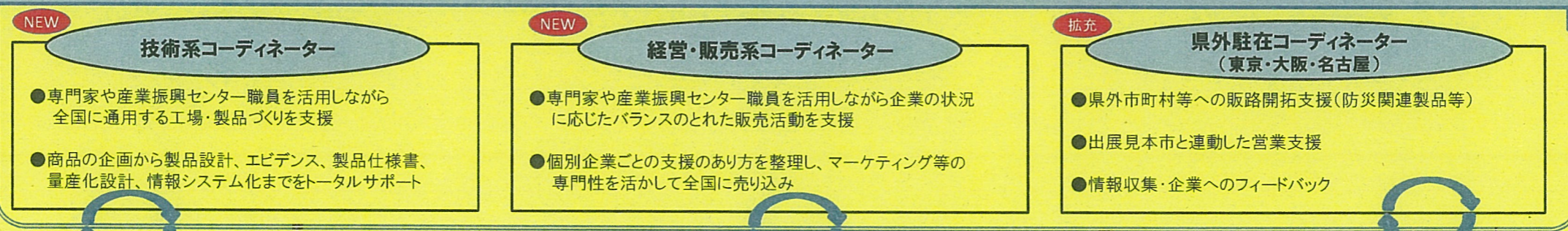
主な支援内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>●研究会・交流会活動を通じてアイデアを具体化(個別相談他)</li> <li>●防災関連産業交流会でセミナー・相談会開催・専門家派遣</li> <li>●ものづくり地産地消センターによる県内ニーズの提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●商品コンセプトや資金計画・販売計画づくりなどを支援する専門家の派遣</li> <li>●専門家によるプランの検証・アドバイスの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●試作機の開発・改良に対する助成</li> <li>●開発で直面した課題に対応するための専門家派遣援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●販売先とのマッチング</li> <li>●見本市への優先出展</li> <li>●フィードバック</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●生産拡大支援</li> </ul>
--------	---	--	--	---	---



ものづくり支援相談窓口の設置

- 支援策の紹介等
- 意識啓発セミナー、相談会の企画・案内
- 専任担当者の決定
- 施策パッケージの紹介 等

各企業ごとの専任担当者(産業振興センター職員)が、担当企業の事業展開を一貫して支援



関連団体との連携をより一層密にした情報発信、支援を強化  
(市町村、金融機関、工業会、中小企業団体中央会、商工会議所連合会、商工会連合会、経営者協会、大学・高専等)



# 震災に強い産業基盤づくりに向けた工業団地の開発

## 現状

- ・全国最下位の製造品出荷額等
- ・全国的にはまだ低位にある有効求人倍率
- ・中央部における工業団地の分譲率96%  
(県営団地の未分譲面積3.1ha ← 5区画全て1ha未滿)
- ・直近10年間の県内年平均工場立地面積7.3ha  
(うち、中央部4.0ha/年)
- ・高知岡豊団地は分譲即完売 (H22)

誘致できる工業用地がない  
⇒ 継続的な団地開発が必要

高規格道路の延伸  
を見据えた  
団地開発が必要

- 産業振興計画の着実な実行【45haの団地開発】
- ・3年後の目標⇒ (H27年度) 新規団地20ha
- ・さらなる飛躍へのポイント⇒ (H33年度) 新規団地25ha

南海トラフの巨大地震による津波浸水予測の公表

- 高台移転に対する必要面積【20ha】
- ・県内企業から高台移転ニーズの増大  
(浸水区域内の企業が県外へ移転するリスクあり)

65haの安全・安心な工業団地が必要

## 課題

- ・香南工業団地に次ぐ新しい団地の早期完成
- ・H33年度65haの確保に向けて、新たな開発候補地の選定

## 対策

- ・早期実施可能な団地開発の推進
- ・H33年度目標に向けた着実な推進



## 工業団地造成事業費【特別会計】

- ◆ (仮称) 高知一宮団地  
【概要】 高知市一宮地区  
開発面積：約13ha 分譲面積：約5ha  
事業内容：造成工事
- ◆ 高知市に次ぐ新たな工業団地開発に着手  
開発面積：約14ha 分譲面積：約11ha  
事業内容：用地測量、実施設計等

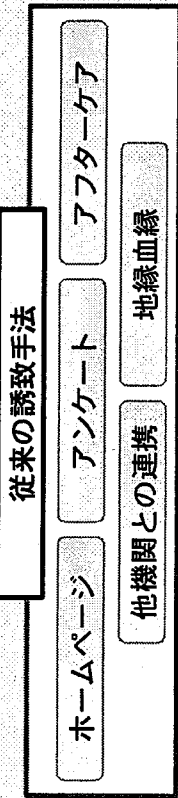
(参考) 継続的な適地調査の実施 (一般会計)

- ◆ 工場用地整備事業費補助金  
調査面積：約34ha

# 企業立地セミナーの開催について

## 企業誘致の現状

- ・地震による津波被害を懸念し、企業の立地候補離れが進んでいる
- ・他県の補助制度や税制の特例措置が充実（他県との競争が激化）
- ・従来の誘致手法では、PRできる企業が限定



立地件数が、H23年度19件 → H24年度7件 に大幅に減少

## 課題

- ・より幅広くPRできる誘致手法の検討及び実施が必要
- ・本県の正しい情報（津波による浸水予測等）及び全国トップレベルの補助制度について幅広くPRすることが必要
- ・企業誘致に繋げるためには、多くの企業との接触を継続的に行う必要がある



従来の手法に加えて、より効果的なPR活動が必要！！

## 対策

### 企業立地セミナーの開催

- ・都市圏の企業をターゲットに開催することで、新たな企業の掘り起こしと新しいネットワーク構築に繋げる
- ・知事のトップセールスにより、津波リスク等の正確な情報や、本県の優遇施策及び新たな工業団地をPRすることで企業誘致に繋げる

## 「平成25年度企業立地セミナーin大阪」の開催効果

- ・トップセールスの効果
  - ⇒知事のトップセールスにより、高知県への強い関心と理解をもっていただくことで、訪問先企業の敷居が低くなり、また、関係性の強化が容易となる
- ・参加企業128社（193名）のデータベース構築
  - ⇒参加企業に訪問し、誘致の実現性の高い有望企業には定期的に訪問を行う
- ・香南工業団地への立地申出（2社）
  - ⇒セミナー後に参加企業から立地したい旨の申し出あり
- ・他企業の紹介（1社）
  - ⇒参加企業からの紹介により、CCの具体的な誘致活動に繋がっている

企業誘致の手法としては、非常に有効な手段

## 企業立地セミナーの継続及び拡充

- ◆セミナーの継続開催の必要性
  - 単発の開催で誘致に繋がることは稀なケースのため、繰り返し開催すること
  - で参加企業の口コミや紹介等により、立地対象企業のネットワークを広げる
- ◆セミナー開催効果の拡大に向けた取り組み
  - さらに誘致の実現可能性の高い企業の参加増に向けて、企業訪問、DM、新聞広告等によるセミナー開催の広報に加え、より多くの誘致の実現性がある企業を集容するため、県外に支店がある県内金融機関や支援団体と連携を強化

誘致のイメージ



企業との絆を深める地道な活動が必要

参加2回目【関係を強化・仲間の広がり】

参加1回目【接点を作る】

## 平成26年度実施のポイント

- ◆『大阪』における継続開催
  - 高知県と経済的な繋がり深い関西エリアで、より幅広くPRするため継続して開催することで、セミナー開催の効果を高める
- ◆『名古屋』における新規開催
  - 製造業のメッカであり大企業も多く、また、本県への企業立地に実績がある中部エリアで新たに開催する

# 設備投資促進事業費補助金の見直し

～創設から2年経過～

実態の企業活動に見合った施策となっているか検証(金融機関等へのヒアリングを実施)

PDCAの実施

## 見えてきた課題

- ①自己資金要件: 自己資金が15%以上であること  
銀行の基準では、原則2割の自己資金を求めている。しかし、実質は、企業の経営状況に応じてはフル融資を行うこともあり、そのような企業が本制度を活用する場合、自己資金要件がネックとなる。
- ②雇用要件: 従業員数が1人以上純増すること  
一般的に企業は経営の効率化を図るために設備を導入するケースが多く、従業員数増加の要件はこの考え方に見合わない。また、従業員数を増やすと、長年に渡り人件費負担が増加することから、企業負担は相当重い。



より実態に応じた制度に見直し

## H26改正の概要

①企業の資金繰りに制約を与えぬよう自己資金要件を緩和する。 <借入必要相当額に対しフル融資を受ける事が可能に!!>

### ◆助成金の積算

#### 【制度概要】

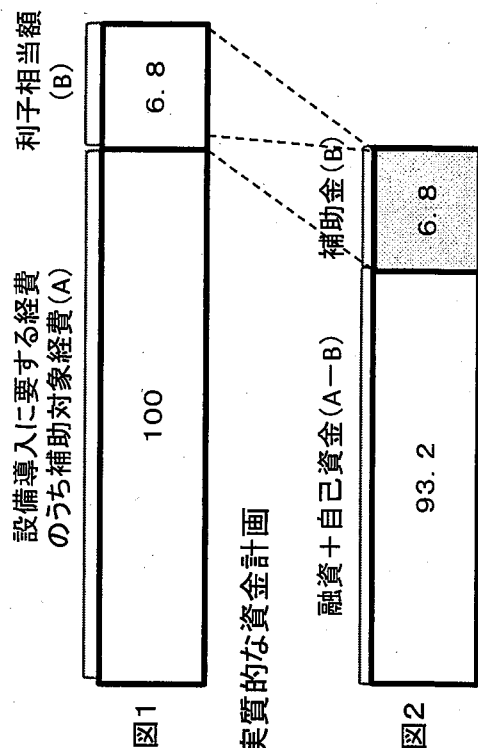
設備投資を行う企業に対し、借入を行った際に係る利子相当額(※)に相当する額を助成することで、積極的な設備投資を後押しする

※設備投資に要する経費のうち85%を「安心実現のための高知県緊急融資」(年2.27%、7年償還)で借り入れた場合の利子相当額(補助率: 融資額の6.8%)

補助額の算定方法を「借入額の8%」から「補助対象経費の6.8%」に改正し、資金計画の内容によらず、一律に「補助対象経費の6.8%」を補助することとする。

借入必要相当額に対しフル融資を受けることが可能に!!

※補助金は精算払いのため、事業実施期間中補助金相当額の資金を確保する必要あり



※図1の「利子相当額(=補助対象経費)」と図2の「補助金」は同額とする。

②公益性の観点では重要であることから、雇用要件は継続。ただし、例えば、親会社が設備投資を行い、下請企業への発注増加により、下請企業において雇用が純増する場合も補助対象とする。 <共同申請方式を広く周知>

# 国に合わせた県版経済対策の実施！！

国の経済対策に合わせて措置することで、県内企業の設備投資を強力に後押しし、産業振興計画の推進を一層加速

## 県版経済対策実施の必要性

- 1 景気回復局面に早期の効果発現を目指し、できるだけ多くの投資を引き出す必要あり
- 2 まずは、国の施策をしっかりと受け込む → 金融機関、中央会等関係団体と連携
- 3 産業基盤が弱い当県においては、さらに遅れを取り戻すべく他県にない施策を講じることで、景気回復の波を大きく取り込む必要あり



旅客機の後輪から



ヘリコプターの後輪

## 【国】のものづくり補助金(H24補正)の検証

- 56件の事業計画が採択され、計画上雇用40名増、売上5年後約96億円増と県経済浮揚に大きく貢献
- 不採択事業の中にも、当県の産業振興計画上有益な案件あり  
(例: 食料品製造業が品質管理の向上に資する設備を導入し、海外展開を図る事業計画)

国に合わせた県でも対策を講じ、企業により多くの選択肢を提供し、産業振興計画を一層加速

H25年度補正

H26年度末

H27年度末

## 【国】

ものづくり補助金  
(参考: H24補正採択率: 54%)

## 【県】

経済対策



## 国のものづくり補助金(H24補正)の採択実績

【全国】  
応募のべ23971件に対し10516件採択(採択率43.8%)  
【高知県】  
応募のべ124件に対し56件採択、47件不採択(実質採択率54.4%)

補助対象者	対象経費	予算額	補助率	補助上限額	補助下限額	その他	窓口
<b>【国】</b> ものづくり・商業・サービス革新事業  中小企業者のうち、5年計画で「付加価値額」年率3%の向上を達成する計画等を有する者  ※H24補正では、特定22分野の技術を活用した事業に限定されていたが、H25補正では拡充予定	・原材料費 ・機械装置費 ・試作品の開発に係る経費(人件費を含む)等	<b>【H24補正】</b> 1,007億円  <b>【H25補正】</b> 1,400億円	2/3以内	<b>【H24補正】</b> 1,000万円  <b>【H25補正】</b> ①成長分野型(環境、医療、航空等) 1,500万円 ②一般型(従来型) 1,000万円 ③ソフト型(小規模事業者が行う設備投資を含まない事業) 700万円	100万円(P)	外部有識者による審査会	中央会(P)
<b>【県】</b> ものづくり競争力強化支援事業	・原材料費 ・機械装置費 ・試作品の開発に係る経費(人件費を含まない)等	1.4億円程度(財源: 産振基金)	1/3以内	500万円	50万円	審査会(年3回程度開催) 審査項目 ・売上増 ・雇用増 ・県内下請への受注増	産振センター



# 移住促進と連携した商店街活性化への取り組み

意欲のある市町村や商店街等と連携し、後継者不足や空き店舗対策が課題となる商店街と出店(県外からの移住者含む)希望者のマッチングを図り、出店につなげることで商店街の活性化を図る

## 一体的な情報発信や支援体制の構築を経営支援課がサポート

**移住者向け商店街開業支援パッケージの情報を発信**

市町村・商店街等の関係団体への趣旨説明【事前準備】

- 空き店舗情報の収集
- 所在地・家賃 等々
- 商店街が望む業種
- 家主の意向確認
- 家賃減額の可能性
- 移住者への買出の意思確認 等々

**発信ツール**

- 県移住促進HP
- 移住関連専門誌(田舎暮らしの本、ターンズ等)
- 関係団体HP

**関係機関の役割**

- 県
  - 商店街の振興に向け、空き店舗への出店や、新規開業希望者の育成等を支援する。
  - また、移住促進に向け市町村と連携した取組を行う。
- 市町村
  - 県と連携し、商店街振興に向けた空き店舗への出店支援や移住促進の取組を行う。
- 商店街
  - 空き店舗情報の収集・発信や、県・市と連携し、新規開業希望者の育成を行う。
- 商工会等
  - 商店街の空き店舗情報を収集・整理するとともに、新規出店希望者の計画策定などの支援を行う

総合窓口：経営支援課

**発行する情報**

商店街の情報

- 空き店舗情報(所在地・家賃等)
- 希望する業種 等

支援策の情報

- お試し開業への支援
- 空き店舗への出店支援
- 空き店舗出店時の家賃補助
- 開業計画作成への支援
- 融資相談への支援 等

シニアオフィスによる事業所設置の支援

移住者の住宅リノベーションへの支援

地域の各種情報  
移住に使える各種支援策

**商店街の賑わいづくり**

\* うち商業振興支援事業で活性化への取組を支援

空き店舗の減少  
新たな業種の開業

商店街利用者の増加



移住コンシェルジュ・地域本部等と連携

### 実施スケジュール

26年度に県西部・中部・東部での連絡会議設置を予定

26.2	26.3	26.4	26.5	26.6	26.7	26.8	26.9
------	------	------	------	------	------	------	------

空き店舗情報等の収集・精査・掲載準備

以降、継続した情報収集と情報発信を拡充、継続

連絡会議設置準備・設置

以降、定期的に連絡会議を開催し進捗管理を実施

移住関連専門誌への記事広告掲載に向けた協議及び広告掲載

以降、定期的に掲載し全国に情報発信

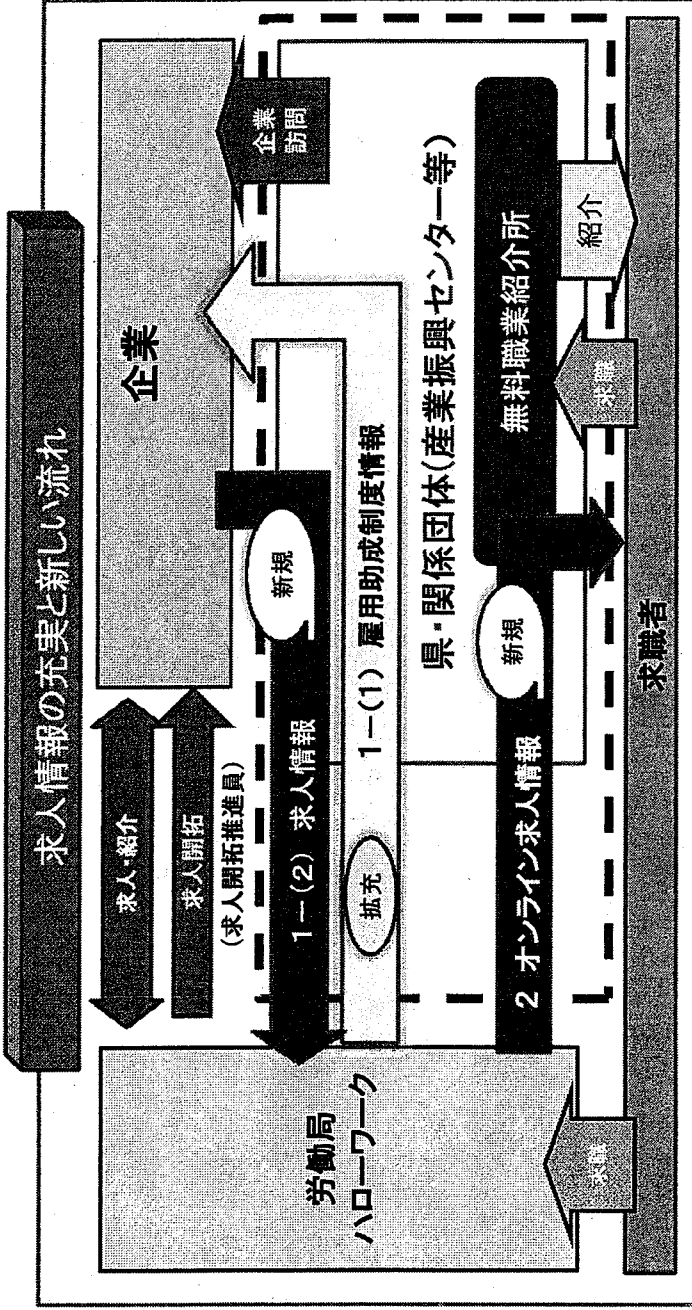
出店希望者からの相談対応、チャレンジャーの面談等の実施、出店サポート等を実施

現状・課題

- ①有効求人倍率が過去最高の0.77倍  
依然1倍を下回り求人が慢性的に不足  
＜課題＞
  - ◆県や支援団体の持つ新しい企業情報や求人情報等のハローワークへのスムーズな伝達
  - ◆労働局の複雑多岐にわたる各種助成制度の企業側へのスムーズな浸透
- ②雇用のミスマッチ  
求人倍率が高い割に就職率が低い業種がある。  
＜課題＞
  - ◆就職率が低い業種等への対応強化
- ③求人に占める正社員の割合が低い。  
＜課題＞
  - ◆正社員の雇用割合が高い業種(製造業等)の雇用の場の創出
  - ◆助成制度活用による非正規社員の正社員化を促進

対応

- ①トップレベルの協定の締結
- ②労働局、県との求人情報共有・活用の連携
- ③共有のための連携会議の設置及び人事交流の検討



1. 求人情報の収集面での連携強化

- (1)県及び産業支援団体が、労働局の雇用助成制度に関する知識を深めたうえで企業訪問を行い、企業支援に活用する。【平成25年度から実施】
- (2)県及び産業支援団体の職員が企業訪問活動で得た求人に関する情報を労働局に提共し、求人票の提出増加を図る。【平成25年度から実施】
- (3)産業支援団体とは、高知県産業振興センター、県内各商工会議所、県内各商工会、高知県中小企業団体中央会等と協議中。

2. 求人情報の活用面での連携強化

国が、平成26年度から開始するハローワークの求人情報の地方自治体へのオンライン提供等を活用し、県関係の無料職業紹介窓口(例:母子家庭等就業自立支援センター・U・I・ターニング等)において提供する求人情報を充実する。【平成26年度から実施予定】

3. 推進のための組織面での連携強化

- (1)県と労働局との間で人事交流による職員派遣を行い連携の強化を図る。【検討中】
- (2)雇用対策協定

今後の取組

# 産業振興計画推進融資の創設

商工労働部 経営支援課

高知県が強く進める産業振興計画に多くの企業の参画を促し、県内産業の振興につなげるために、産業振興計画に沿った事業を対象とした融資制度を創設する

## ポイント

- 1 産学官金が連携して産業振興計画を推進
  - ◇ 金融機関と協力した産業振興計画推進の支援メニュー
  - ◇ 包括協定先の金融機関からの提案
- 2 受け身の支援から前向きな支援に転換
  - ◇ これまでは、「安心実現」によるリーマンショック後の資金繰り支援が中心
  - ◇ これからは、前向きな事業展開も積極的に支援

## 現状と方向性

- 【環境】
- 企業の業況が回復基調
  - 金融機関は貸出に前向き姿勢で貸付利率は抑制傾向
- 【方向性】
- 従来の資金繰り支援中心の制度融資に、前向きな資金を対象とした制度融資を追加する
  - 金融機関と県とが連携して、産業振興計画を強力に推進する

## 対応

前向き資金のうち、県がフォローアップに努める産業振興計画の取組を推進する低利(が可能な)融資制度「産業振興計画推進融資」を創設

### 産業振興計画推進融資

#### ねらい

金融機関とともに産業振興計画をさらに推し進め、参画者の増加につなげる

例：土佐MBAを受講して、学んだことを活かして事業を展開

#### 融資対象

産業振興計画の事業や目標に沿った事業を行う、又は行おうとする企業

#### 融資条件

資金使途	設備資金、運転資金
償還期間	7年 10年
貸付利率	2.27%以内 2.42%以内
保証料率	0.30%(標準) 0.25%(標準)
限度額	1億円
融資枠	50億円

「以内」金利とすることで、低金利の融資が実現可能となり、融資対象企業の幅が広がる

#### 金融機関の役割等

包括協定に基づき得られる情報等をもとに、企業に向いて産業振興計画への参画を働きかけるとともに、企業と連携して事業計画を策定し、融資後もモニタリングを行う  
 なお、取扱金融機関は、県とともに産業振興計画を強力に推進する姿勢を明らかにした、県と包括協定を締結した金融機関※に限定する

※ H25.11現在、四国銀行、高知銀行、幡多信金

# 中山間地域等シェアオフィス推進事業の強化について

商工労働部  
新産業推進課

## 現状

- ◆ シェアオフィスの設置  
3箇所（本山町・土佐町・四万十町）
- ◆ ビジネスプランコンテスト  
応募者数：8件  
⇒ 2次審査合格者（入居予定者）：4件  
内訳：企業3社、個人1件  
（5～6名・雇用予定）
- ◆ 企業誘致  
入居決定：1社（2名雇用予定・全国募集中）  
入居協議中：2社

## 課題

- ① 入居事業者への支援
  - ・ 事業計画の熟度が不足しているため専門家によるブラッシュアップが必要。
  - ・ 個人創業を中心として、経営基盤の弱い事業者向けに事業継続に向けた支援が必要。
- ② 新規創業者等の発掘
  - ・ 中山間地域で起業し、さらに移住すると考えている方は少なく、広く一般に広報しても効果は限定的であり、地方での起業を考えている方に、より確定的に情報を届けることが必要。
- ③ シェアオフィスに適した企業の入居促進
  - ・ シェアオフィスに適した業種（IT・デザイン・コールセンター等）をターゲットとして、入居企業を増やすことが必要。
- ④ 地域雇用の促進（人材育成）
  - ・ 入居企業が求めるスキルを持った地域の人材が少くない。
  - ・ 地域の若者や女性を入居企業への就職につなげる必要がある。

## 対応

- ◆ ターゲットへの確かなアプローチによる入居促進
- ◆ 市町村と連携し、支援策の拡充による地域雇用の促進

### 課題①

- ・ ビジネスプランのブラッシュアップと、事業展開に応じた各種専門家による事業支援の実施



- ◆ 課題②
  - ・ 地方での起業に、より本気度の高い方へのターゲットの絞り込みと効果的なアプローチの実施

- ◆ 経営支援アドバイザー等による支援
  - ・ 専門家の派遣：延べ15回
  - ・ 国等の支援施策の活用や産業支援機関等との連携

### 課題③

- ◆ シェアオフィス広報活動事業委託
  - ・ 読者がターゲットと重なる「移住と起業の専門誌」とタイアップし、東京での起業セミナー、意見交換及び本県への視察ツアー等を実施し、本県での起業のきっかけにつなげる。
  - ・ こうちビジネスチャレンジ基金事業（日本トリム基金事業）と連携した情報発信
  - ・ 移住施策との連携強化
  - ・ 起業者等の移住をトータルでサポートする。

### 課題④

- ◆ 企業の入居促進
  - ・ 都市圏のクリエイティブ系企業へのアンケート調査（H25実施）の結果に基づき、企業訪問及び現地への視察等により、シェアオフィスへの事業所開設を加速する。
  - ・ IT・デザイン系全国組織と連携した情報発信

- ① 事務系職場を創出する
- ② 特徴的な業種の企業集積につなげる



- ◆ 課題④
  - ・ 雇用の機会を増やすため、企業ニーズに沿ったIT・デザイン系等のスキルを持った人材育成
  - ・ 入居企業と地域の若者などとの交流の促進

### 課題⑤

- ◆ 地域人材の育成
  - ・ 地域の求職者を対象に、入居企業や市町村と連携して人材育成セミナー等を実施する。
  - ・ 地元高校、専門学校、大学の学生等と、シェアオフィスや日本トリム基金事業の入居企業との交流の機会を設ける。

学生等が入居企業等に就職する  
（地域に若者が残る）

# ものづくりの地産地消推進事業

## 事業の目的

県内に需要のある機械や設備を県内企業が開発していく取り組みを推進するため、試作機の企画・開発、製品の改良に要する経費の一部を助成するとともに、複数年にわたる事業への柔軟な対応を行い、ものづくりの技術力や製品開発力の向上を図る。

## 取り組みの内容

- 1 マッチング支援** ⇒ものづくり地産地消センター  
 (1) 機械化二一スの情報収集と情報提供  
 (2) 現地視察と情報交換会  
 (3) ものづくり総合技術展

- 2 試作機の開発支援** ⇒ものづくり地産地消推進事業費補助金(H22～H25)  
 (1) ステップアップ事業 (企画から設計段階に至るまでの取り組みを支援)  
 採択件数: 11件 (一般枠: 7件、防災枠: 4件)  
 (2) 試作開発事業 (実際に試作機を開発する取り組みを支援)  
 採択件数: 67件 (一般枠: 49件、防災枠: 18件)  
 ※年度途中から取り組みを始める案件、開発期間が複数年度にわたる事業にも対応(債務負担行為予算)

## ものづくり地産地消推進事業費補助金(防災枠含む)

分野	対象	補助率	補助上限額
試作開発準備	個別事業者	1/2	1,000千円
	個別事業者 事業者	1/2	10,000千円
試作開発製品改良	事業者	2/3	13,500千円

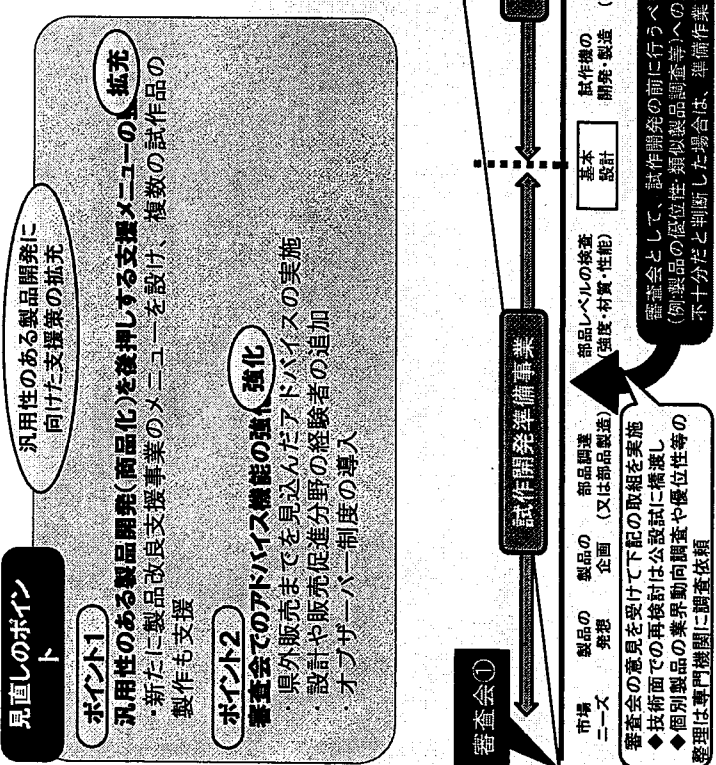
## 見直しのポイント

### ポイント1

**汎用性のある製品開発(商品化)を後押しする支援メニューの拡充**  
 ・新たに製品改良支援事業のメニューを設け、複数の試作品の製作も支援

### ポイント2

**審査会でのアドバイザー機能の強化(強化)**  
 ・県外販売までを見込んだアドバイザーの実施  
 ・設計や販売促進分野の経験者の追加  
 ・アドバイザー制度の導入



### 審査会①

市場 製品 企画 (又は部品製造)  
 二一ス 発想 製品レベルの検査 (強度・材質・性能) 基本 設計 試作機の検査 (強度・材質・性能) 試作機の改良 販売できる 製品の完成

### ポイント2

審査会②  
 開発の初期段階から全国展開を視野に入れたアドバイザー

### ポイント3

審査会③  
 製品改良の段階で売れる商品づくりへのアドバイザー

産業振興センターの  
 こうち産業振興基金事業  
 等を活用した販路開拓支援

地産外商  
 への展開

審査会の意見を受けて下記の取組を実施  
 ◆技術面での再検討は公設試に精選し  
 ◆個別製品の業界動向調査や優位性等の  
 整理は専門機関に調査依頼  
 審査会として、試作開発の前に行うべき事項  
 (例: 製品の底位性、類似製品調査等への対応が  
 不十分だと判断した場合は、準備作業を助言)



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	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向					
						1	2	3	4	5	6
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		◆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 ◆H22製造品出荷額は約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 ◆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	◆補助対象を拡充等するために補助金交付要綱を改正	◆県内企業の投資意欲の喚起と事業周知	◆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  ○県制度融資による事業者支援  ◎小規模企業者設備貸与制度の見直しによる事業者支援	○	○				
(2) 企業立地基盤の整備		◆事業所の建物や設備・什器の地震対策は、「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 ◆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%にとどまっておらず、十分に進んでいない ◆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 ・耐震診断費用の助成 43.5% ・耐震改修設計・建替設計費用への支援 36.6% ・耐震改修工事・建替工事費用への支援 50.5% ※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)	◆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	◆様々な機会を活用したBCPの普及・啓発	◆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  ◎県制度融資の拡充による事業者支援  ★国の補助制度を活用した補助制度の創設  ○事業者における事業継続計画(BCP)作成の促進  ★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)	○	○				
		◆製造品出荷額の50%従業員数30%を占める ◆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 ◆県内工場の一部に撤退や県外転出等の動きがみられる	◆岡豊工業団地の開発・分譲完了 ◆香南工業団地の用地取得完了 ◆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  ◆香南工業団地などの企業立地基盤の整備が進む	◆民地も含めた工場用地等の確保	◆企業誘致の受け皿の整備	○	○				

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画	H24					H25					H26					H27					H28以降					目指すべき姿(目標値)							
	H24		H25		H26		H27		H28以降		H24		H25		H26		H27		H28以降		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) 自己資金要件を緩和(借入必要相当額に對しフル融資を受けることが可能に)、共同申請方式を広く周知(H26~) 県経営支援課:安心実現のための高知県緊急融資</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	◆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進んでいる	
																															・一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	・一事業所当たりの設備投資額 41百万円	
<p>県制度融資、補助制度による事業者支援 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>																															◆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	◆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	
																																	・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% ・事業継続計画(BCP)作成済企業(従業員50人以上)の割合 50%
<p>工業団地の開発 県企業立地課:香南工業団地 造成工事</p> <p>工業団地の開発 県企業立地課:高知一宮団地 測量設計 用地買収 造成工事 分</p> <p>工業団地の開発 県企業立地課:新規工業団地の開発</p> <p>適地調査 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>																															◆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 ・新規工業団地面積 H27: 20ha	◆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	

※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 産業間連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める

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	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向							
						1	2	3	4	5	6		
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	(施設内訓練) ◆定員に対する充足率の低さ、自己都合による途中退校率の高さ、修了生の就職率の伸び悩み	◆県立高等技術学校の機能の強化  (施設内訓練) ◎広報活動の強化  ○自己都合退校の防止に向けた訓練生の支援体制の強化  ◎就職率向上に向けた訓練生の支援体制の強化  ◎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						○		
			(委託訓練) ◆民間教育訓練施設を活用した公共職業訓練は、離職者の早期就職につながっている	(委託訓練) ◆高い雇用吸収力が期待される介護福祉分野の人材の育成  ◆就職率の伸び悩み	◆早期就職につながる訓練の実施  ◎介護分野の訓練の充実  ★企業に委託した訓練の実施								○
			◆企業が行う人材育成のための研修事業を支援  ◆集合型研修、講師派遣型研修とも企業の評価が高く、企業の求める人材育成につながっている	◆中小企業においては、雇用労働者に対するキャリア形成のための支援が十分でない  ◆介護福祉分野においては、離職防止につなげるため、キャリア形成支援の充実が必要	◆在職者のキャリア形成支援  ○講師派遣研修の実施  ○研修における介護福祉分野の事業所枠の設定								
		◆高等技術学校における在職者訓練の実施  ◆技術学校における訓練の実施は、企業の評価も高く、企業に求められる人材の育成につながっている	◆製造業では、企業内で技術や技能を身につけさせていく余力がない	◆産業界のニーズに応じた在職者訓練の実施  ◎新入社員を対象とした訓練の実施								○	

※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					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 (概ね10年先)
<p>高等技術学校での職業訓練の実施</p> <p>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</p>					◆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
<p>高等技術学校の機能の強化</p> <p>県高等技術学校: ・企業ニーズに沿った技術の取得ができる訓練カリキュラムへの変更 ・パンフレットのリニューアルやHPへの動画掲載などによる広報活動の強化 ・自己都合退校の防止のため、生活相談員の配置などによる生活面を含めた指導体制の強化 ・訓練生の就職率向上のため、就職支援コーディネーターの配置などによる支援体制の強化 ・職業能力開発大学校や他の職業能力開発施設等における職業訓練指導員の研修の実施 ・訓練機器の計画的な更新</p>					◆自己都合による途中退校率 H22: 18.9% ↓ H27: 10.0%	
<p>民間教育訓練施設を活用した職業訓練の実施</p> <p>県高等技術学校: ・企業ニーズに応じたビジネスマナー等の基礎的訓練や資格取得を目指した訓練、求職者のニーズに応じたパソコンスキル習得のための基礎的な訓練、企業実習を併用した訓練など、ニーズに応じた多様な訓練の実施により、産業界の求める人材を育成する ・介護福祉士養成コースの実施 ・求人企業に委託した事業主委託訓練の実施</p>					(委託訓練) ◆就職率 H22: 68.4% ↓ H27: 75.0%以上	
<p>在職者を対象としたキャリア形成のための研修会の実施</p> <p>県雇用労働政策課: ・研修会の実施 ・企業が行う研修会への講師派遣 ・高知県職業能力開発協会と連携して、企業による事業活用を推進</p>					◆研修受講者数 H22: 346人 ↓ H27: 580人	
<p>高等技術学校における在職者訓練の実施</p> <p>県高等技術学校: ・産業界のニーズに応じたオーダーメイド型訓練の実施 ・基礎的技術を身につける訓練の実施</p>					◆在職者訓練の実施 500人 (H24~H27)	

※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 産業間連携の強化  
3 足腰を強く、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める



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	これまでの取組と成果 (取組 ◆ 成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向								
						1	2	3	4	5	6			
3. 人材の育成と確保 (2) 新規高卒者の県内企業への就職促進に向けた産業界、学校、行政の連携強化		◆ 県外求人への増加により県外への就職が増加 新規高卒者の就職率が向上するなかで、県外就職者は増加し20年3月には52%と半数を超過 15年3月: 24.8% →20年3月: 52.0% ◆ 県内企業に対する生徒、学生、教員、保護者の認知度が低い	◆ 公立の専門高校等に対して、企業実習や技術指導の事業の実施 ◆ 私立中高等学校に対して企業見学等の実施 ◆ 産業界と連携した教員研修の支援 ◆ 産業界、行政、学校との連携体制が促進された。H24実績 参加生徒899名、協力企業150社	◆ 今後も継続して高校生に県内産業や県内企業の魅力を伝える 産業界、行政、学校が連携した人材育成を行うことの重要性について、学校や担当教員の理解を深める ◆ 普通科高校に対する職業理解の促進と情報提供	◆ 県内産業や県内企業に対する生徒・教員の理解促進 ○ 公立の専門高校等では、地域産業担い手人材育成事業の企業実習や技術指導等を通じて学校と産業界との連携を強化 ○ 民間と連携して企業実習等の魅力や県内産業・県内企業の情報発信 ★ 私立中高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援									
(3) 新規大卒者の県内企業への就職促進		◆ 県内高校から大学に進学する生徒の約8割は県外大学へ進学 ◆ 県内企業では新規大卒求人が充足しない雇用のミスマッチがある	◆ 本県出身の県外大学生等に、ダイレクメールで就職相談会等の情報を発信するとともに、県外で開催される就職相談会に県のブース出版、県外大学保護者会への参加など、本県の魅力や県内企業情報を周知した ◆ 県外大学生等に高知の魅力を発信したり、就職情報の提供ができた	◆ 学生に対する県内企業の情報提供 ◆ 保護者の県内企業への理解促進 ◆ 県外大学に進学する高校生に対する情報提供 ◆ 就職支援協定を締結した大学を中心に、Uターン就職に向けた取組強化	◆ 本県出身の県外大学生等への県内企業の情報の提供 ○ 新規大卒者等県内就職支援事業ダイレクメール、保護者会などを通じて、県内企業の企業説明会等の情報を提供、東京・大阪の就職相談会では、高知県の魅力を伝えることにより、県内への就職促進を図る ○ 民間と連携して、県外大学生に対する県内インターンシップ情報を提供し、県内企業の理解促進を図る ★ 就職支援協定を締結した大学を中心に、県内企業を知ってもらう取組を進める。 ★ 私立中高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援(再掲)									
(4) 若年者の就業支援		◆ 求職者は減少し失業率も高い (国勢調査7年→17年) ・人口816千人→796千人(▲20千人) ・求職者410千人 →370千人(▲40千人) ・失業率(17年) 県7.9%、全国6.0% ・若年者の失業率(17年) 県11.7%、全国8.5% ◆ 有効求人倍率は低く雇用情勢は厳しい 19年度平均 県0.50倍 全国1.02倍 ◆ ニート、フリーターが多く存在 ニート 3,230人 (17年国勢調査) フリーター 12,400人 (14年就業構造基本調査)	◆ ジョブカフェのうちのごと体験の拡充による若年求職者の就職促進、キャリアコンサルタントの増員による相談体制の充実、セミナーの実施や、併設ハローワークとの連携による就業支援 ◆ 利用者の就職者数は目標を上回る結果となっている ◆ H21年4月ジョブカフェ 種多サテライトの開設	◆ ジョブカフェ利用者の就職率の向上、正規雇用割合の増 ◆ ジョブカフェ来所者の相談割合の増 ◆ 種多サテライトの機能充実 ◆ 効果的なセミナーの開催	◆ 就職支援相談センター「ジョブカフェうち」による若年者の就職促進 ○ しごと体験受講による求職者の正規雇用率の向上 ○ ジョブカフェ利用者のキャリア形成の支援を図る ○ 種多サテライトの機能強化を図る ◎ 利用者のニーズをとらえたセミナーを開催する									
(5) U・Iターンの促進		◆ U・Iターン人材情報システム登録者の就職件数 H20年度 10件 ◆ 誘致企業等からは中核人材に対するニーズが高い	◆ 「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の実施 ◆ 機会を捉えた人材情報システムの周知及び移住システム「高知で暮らす」とのデータベースの統合により、登録者数が増加した	◆ 登録企業と求職者とのマッチングの促進 ◆ 無料職業紹介対象事業所の拡大	◆ U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化 ○ U・Iターン企業就職等支援事業 県の無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進を図るとともに、登録企業のニーズの把握と求職者への情報提供を行う県内高校生に対して、卒業時に「U・Iターン人材情報システム」を周知する									

※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					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 (概ね10年先)
<p>企業実習や技術指導等を通じて県内産業や県内企業への理解を深める</p> <p>県雇用労働政策課: 公立の専門高等学校への企業実習・技術指導など継続的な支援を行い、県内産業(一次産業、介護・福祉分野含む)や企業等への理解を促進する 私立中高等学校には、企業見学・職業講話などを通じて、県内産業の魅力を伝える</p> <p>県雇用労働政策課: 生徒・教員等には、民間が運営する県内のインターンシップ情報等を発信するポータルサイト「まなともネット」の活用を周知して、県内産業(一次産業、介護・福祉分野含む)や企業等への理解を深める</p>					<p>◆ 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</p> <p>◆ 高校生の県内就職割合 H22:58.1% ↓ H27:72%</p>	
<p>県外大学生のUターン就職の促進</p> <p>県雇用労働政策課・県外事務所: 県外大学への情報提供、民間が実施する就職ガイダンスへの県外直接参加、県外大学訪問や保護者会への参加等により、高知県の魅力や県内企業の情報を発信する</p> <p>県雇用労働政策課: 県外大学生向けには、民間が運営する県内のインターンシップ情報等を発信するポータルサイト「まなともネット」を周知することで、県内企業への就職促進を行う</p> <p>【再掲】県雇用労働政策課: 私立中高等学校の生徒に、企業見学・職業講話などを通じて、県内産業の魅力を伝える</p>					<p>◆ 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</p>	
<p>ジョブカフェうちによる若年者の就業支援</p> <p>県雇用労働政策課: 種多サテライトの機能強化として、しごと体験コーディネーターを1名配置するとともに開所日を週3日から4日に拡充</p> <p>県雇用労働政策課: 本部及び種多サテライトに広報員を配置して、事業の認知度を向上させる(平成24年度)</p>					<p>◆ しごと体験受講者の正規雇用率 H22: 10% ↓ H27: 50%</p> <p>◆ ジョブカフェ来所者の相談件数割合 H22: 54% ↓ H27: 70%</p>	
<p>無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進</p> <p>県雇用労働政策課・県外事務所: 機会を捉えた「U・Iターン人材情報システム」の周知により登録を促進する</p>					<p>◆ 企業が求める人材の確保</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 産業界連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める

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	これまでの取組と成果 (取組 ◆成果)	課題	これからの対策	改革の方向						
					1	2	3	4	5	6	
2. 商業の活性化 (2) 商業の振興	<p>◆人口減少・高齢化による地域マーケットの縮小</p> <p>・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)</p> <p>◆商業者の意欲減退</p> <p>・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</p> <p>・卸売売上高、事業所数、従業員数は平成11年をピークに減少傾向</p>	<p>・商工会等支援機関による事業者の経営支援</p> <p>◆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</p> <p>・事業者の経営力向上等への支援</p> <p>◆創業や経営革新等各種セミナーの開催</p>	<p>◆事業者のニーズに対応する支援能力の向上</p> <p>◆創業や事業者の経営革新等に対する意欲の醸成</p>	<p>◆創業や事業者の経営革新への取組の支援の強化</p> <p>◎商工会等支援機関の組織体制の強化・職員の能力向上</p> <p>・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</p> <p>・中小企業診断士の育成</p> <p>・商工会の事業者への広域支援体制整備に向けた取組への支援</p> <p>○事業者の経営革新への取組の支援</p> <p>・各種セミナーの開催とフォローアップの強化</p>	○	○	○				
	<p>◆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)</p> <p>◆中心商店街の衰退傾向に歯止めがかからない状況</p> <p>高知市中心商店街の例では、商品販売額約40%減(H6→H19)休日歩行者通行量約62%減(H10→H23)空店舗率約13%(H10→H22で10ポイント増)</p> <p>◆商店主の意欲減退→後継者の不在、売上の減少、商店街の将来の不安など</p>	<p>・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</p> <p>◆歩行者通行量の一定の改善が図られた</p> <p>・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</p> <p>◆空店舗率の改善が図られた</p> <p>◆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</p> <p>・チャレンジショップ事業の実施</p> <p>◆県内3市町において、チャレンジショップが開設された</p>	<p>◆こうち商業振興支援事業費補助金制度の効果的活用</p> <p>○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</p> <p>○利用が図れていない市町村が多い</p> <p>◆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の育成・独立</p>	<p>◆人を呼び込む賑わいの仕組みづくり</p> <p>○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</p> <p>○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</p> <p>◆商店街の機能向上支援</p> <p>○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</p> <p>○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</p> <p>★チャレンジショップの運営によるチャレンジの育成・独立</p> <p>★南海トラフ地震に備えた地域住民の安全・安心な生活環境を守るための施設・設備等の整備の支援</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					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 (概ね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>商工会、商工会議所： 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 商工会の事業者への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>商工会、商工会議所： 創業・経営革新・事業承継・農商工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>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>◆多くの商店街等で、活性化に向けた取組が活発に行われ、賑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>・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>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の出店を支援</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>国の補助制度を活用した商店街施設整備への支援</p> <p>県経営支援課：高知市商店街施設地震対策推進事業費補助金制度</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 産業間連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める

# 産業成長戦略の主な取り組み

## 第2期計画ver.3の取り組み

現状

H24 H25 H26 H27

製造品出荷額等 4681億円(H22) ↓ 4945億円(H24) ※

ものづくりの  
基盤整備

ものづくり

販売の拡大  
(地消・外商)

◎ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで一貫した支援

- 企業立地の受け皿となる工業団地の造成
  - 拡・(仮称)高知一宮団地に次ぐ新たな工業団地の開発
  - ・継続的な適地調査の実施
- 県内企業の設備投資の促進
  - ・自己資金要件(15%)の廃止
- 産業振興計画推進融資の創設
- 新・産業振興計画の事業や目標に沿った事業を行う者に対する金融機関と連携した支援の実施
- 産学官連携による継続的な産業育成支援
  - ・産業振興センター等との連携強化による事業化に向けた支援
- スキルを備えた技術人材の確保・育成
  - ・工業技術センターや高等技術学校等による技術支援・技術研修
  - ・県内企業への就職促進に向けた、産業界、学校、行政の連携強化
- 県と労働局との連携強化による雇用の改善
  - 新・雇用対策協定を締結し、共同で雇用対策を推進
  - ・運営協議会を設置するとともに、定期的に実務者レベルの連絡会を開催
- 産業振興センターの機能強化等による支援活動の強化
  - 新・ものづくりに関する総合相談窓口の設置、技術系、セールス系アドバイザーの配置などにより、ビジネスプランづくりから試作機の企画開発・製品の販売まで、企業の状況に応じて一貫した支援を実施
- 企業立地の推進
  - 拡・都市圏の企業をターゲットに本県の支援体制や制度をPRするために企業立地セミナーを開催(現在開催している大阪に加え、名古屋でも開催)
  - ・高知ならではの地域資源を活用した業種(食品等)や、大きな雇用を生む業種(コールセンター等)などの企業立地を推進
- 成長分野の育成
  - 拡・より早く、より大きな外商活動に結び付けるために、複数企業での商品開発を推進するなど2つの視点で施策を強化
- 防災関連産業の振興
  - 拡・防災関連製品販売メーカーとの製品相談会をより多く開催することにより外商を加速化
  - ・開発した製品の「地消」「外商」までステージに応じた総合的な支援
  - ・県、市町村での公的調達によるメイド・イン高知製品の地産地消の加速
  - ・防災関連産業交流会の開催
- シェアオフィスへの入居及び地域雇用の促進
  - 拡・ターゲットへの的確なアプローチによる入居促進、市町村等と連携した人材育成及び入居企業と地域の若者(大学生や専門学校生等)との交流の促進
- 官民が連携した協議会の支援による新たなコンテンツ産業(ソーシャルゲーム産業)の創出の土台づくり
  - ・「ソーシャルゲーム企画コンテスト」による新規ゲームを開発し、開発・運用・資金回収・次ゲームへの投資のサイクルを構築
- ものづくりの地産地消
  - ・ものづくり補助金を活用した製品開発と県内への導入
  - ・「地産地消」から全国へ売り込む「地産外商」への発展
  - 拡・県外ニーズに対応したものづくり開発も支援
- 産業振興センターの機能強化等による支援活動の強化【再掲】
  - 新・ものづくりに関する総合相談窓口の設置、技術系、セールス系アドバイザーの配置などにより、ビジネスプランづくりから試作機の企画開発・製品の販売まで、企業の状況に応じて一貫した支援を実施
  - 拡・県外見本市等への出展機会の拡充や出展者への事前事後サポートの徹底
- 地域の賑わいと生活を支える商業支援の強化
  - 拡・南海トラフ地震に備えた安全・安心な商店街の環境づくりへの支援を創設
  - ・商工団体等の行う振興事業に対する支援
- 移住促進と連携した商店街活性化の取組を実施
  - 新・一体的な情報発信や支援体制の構築

## 農林水・観光等の各分野での産業振興の

※平成24年 工業統計調査「高知県独自集計」

# 商工業分野

## 4年後の目標

(H27年度末)  
(※はH24～H27の累計)

◆積極的な設備投資と技術力の強化が相まって、生産性や競争力が向上する。

- 新規工業団地面積 20ha ※
- 産学官連携産業創出研究推進事業を活用した新規事業化件数 3件以上※
- 工業技術センター等での技術研修 1,600人※
- 高等技術学校での在職者訓練 500人※
- 高校生県内就職率 H22:58.1% →H27:72%

◆新たな企業立地が進むとともに、防災や食品、一次産業関連機器等の分野で競争力のある製品や企業が生まれ、県内外での本県企業への評価が高まる。

- 企業立地等の実現  
新増設 40件※  
製造品出荷額: 360億円  
新規雇用: 1,300人※
- ものづくり地産地消補助金を活用した防災関連製品の開発数 20件※
- 成長分野育成支援  
事業化プラン認定件数:60件※  
販売額: H23: 2億円→H27:40億円(100億円※)  
新規雇用: 110人※
- 県内におけるソーシャルゲームの年商 20億円
- ものづくり地産地消補助金を活用した製品開発数 60件(防災関連製品20件を含む) ※

◆数多くの企業が積極的な販売の拡大に取り組み、売上の増加に繋がるとともに、営業ノウハウ等も蓄積される。また、ものづくり産業の拡大、地消・外商の進展に伴い、商業・サービス業等が活性化される。

- 見本市・商談会の開催(防災関連、ものづくり地産地消含む)  
受注金額: H23: 2億円 →H27: 8億円(20億円※)
- 商店街通行者数 66,000人(休日)(H23の水準を維持)
- 空き店舗率 13.4%(H22の水準を維持)

## 実現と相まって

さらなる飛躍へのポイント

10年後の目指す姿(H33年度末)

継続した団地開発と企業立地の推進の加速化  
(団地開発: 約25ha →約45ha)

県内企業の設備投資の促進とものづくりをリードする中堅企業の育成(全国並みの設備投資の実現、売上高10億円以上の企業数: 2割増)

次世代の成長産業の育成(南海地震対策と連動した防災関連産業の育成: 22億円)

地消・外商活動のさらなる強化と賑わいのある街づくり

全国と対等に競い合う企業が育ち、産業集積の拡大と県内でのサプライチェーンが実現  
～地理的なハンディを乗り越えて～

高知ならではの技術やノウハウを活かして、存在感をアピールできるものづくり産業の創出  
～防災産業と言えは高知県～

全国に広がる Made in Kochiと商業の活性化

製造品出荷額等 5000億円以上を目指す

製造品出荷額等 6000億円以上を目指す  
ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい



---

# 觀 光分野

---

戦略の柱 全国に通用する観光地づくり

取組方針1  
核となる観光拠点の形成

県内各地域への誘客を促進するため、これまでの取組等を通じて生まれてきた全国に発信できる施設や、自然や体験観光などで地域ブランドとして一定のまとまりがあるエリアを、その地域への全国からの誘客の目玉となる観光拠点として磨き上げていきます。

- <これからの対策>
- 地域の観光拠点づくりの推進
  - こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実

取組方針4  
効果的な広報・セールス活動の推進

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きます。  
また、多くの入込客が期待できる全国大会や教育旅行、波及効果が期待できるロケ撮影など、多様な誘致活動を進めます。

- <これからの対策>
- 統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施
  - ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開
  - 四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信
  - 全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致
  - フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致

取組方針6  
おもてなしの向上

県民挙げてのおもてなし気運の醸成を図るとともに、きめ細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んでいきます。

- <これからの対策>
- おもてなしの気運の醸成
  - 観光ガイドの育成、技術の向上【再掲】
  - きめ細かな観光情報の提供
  - 県内の観光地を結ぶ移動手段の確保
  - 観光基盤の整備

取組方針2  
観光資源の発掘・磨き上げの推進

これまで各地域で取り組んできた体験プログラムなどの成果やノウハウ等を生かしながら、地域の観光資源を磨き上げ、商品化を図る取り組みをさらに促進させるとともに、リピーターにもつながるよう、満足度を高めるための観光商品づくりを進めます。  
また、地域に潜在化している資源の中から、テーマ性、ストーリー性などを盛り込みながら、より多くの新たな観光資源を生み出し、地域での観光客の受け皿を拡大します。

- <これからの対策>
- 満足度の高い観光商品づくり
  - 新たな観光資源の創出
  - 産業間連携による観光消費の拡大

目指すべき4年後の姿

- ・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販売されている
- ・核となる観光拠点を中心とした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
- ・様々なイベントなどが年間を通じて開催され、新たな観光客の獲得ができています

県外観光客入込数400万人以上  
観光総消費額1,100億円以上を目指す

取組方針7  
スポーツツーリズムの推進

プロスポーツやアマスポーツ合宿などの誘致を進めるとともに、地域で様々なスポーツイベントを実施することで、オフシーズンも含めて切れ目なく観光客が訪れることを目指していきます。

- <これからの対策>
- 推進体制の強化及び受入態勢の充実
  - 年間を通じたスポーツイベント等の開催
  - アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動

取組方針3  
広域観光の推進

観光拠点を中心として周辺の観光地等を巡る周遊プランをつくるなど、地域の面的魅力を高めるための地域コーディネート機能の強化を図ります。  
また、広域ブロックや県域を超える多様な連携を進めることで、本県への誘客及び県内の周遊を促していきます。

- <これからの対策>
- 地域コーディネート機能の強化
  - 県内各地域との連携による周遊観光の推進
  - 県域を越えた連携の推進

取組方針5  
人材の育成

自ら継続して観光商品を次々と生み出し販売していく地域観光の担い手の人材育成に取り組んでいきます。  
また、専門家を活用して観光客の受入を担う人材の育成を図っていきます。

- <これからの対策>
- 観光産業を担う人材の育成
  - 観光ガイドの育成、技術の向上
  - 観光事業者等へのおもてなし研修の実施
  - 社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保

取組方針8  
国際観光の推進

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、観光案内板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っていきます。

- <これからの対策>
- 国別戦略に基づく誘致活動
  - 高知県の強みを活かした新たな誘客活動
  - 受入態勢の充実
  - 四国4県連携によるプロモーション活動の推進

# 第2期計画ver.3のバージョンアップのポイント① 「食」の観光資源化に向けた取り組みの強化

## リョーマの休日 ～高知家の食卓～

季節

×

テーマ

×

エリア

### 食資源

●高知ならではの海、山、川の恵み ●そこにしかないもの etc.

#### 郷土料理

- カツオのたたき
- 皿鉢料理
- 田舎寿司 etc.

#### ご当地グルメ・丼

- 鍋焼きラーメン
- 釜あげちりめん丼
- 室戸キンメ丼 etc.

#### 特徴のある食空間

- ひろめ市場
- 土佐の「おきゃく」
- 土佐の豊穰祭 etc.

#### 「食」の体験プログラム

- カツオの薫焼きづくり体験
- 天日塩づくり体験 etc.

#### 買う「食」

- 道の駅
- 日曜市 etc.

発信

磨きあげ

#### 【指針1】

県外PRによる「食」ブランドイメージの定着

#### 【指針2】

観光資源としての魅力の向上

#### 『食』の観光資源化に向けたポイント

1. 観光客が“地元の人のおススメする店”にたどり着けることで、満足度向上・リピーターの拡大につなげる。
2. 他県とは違ったインパクトのある内容をメディアに情報発信をすることで話題性を創出する。
3. 「食」で観光客をもてなそう！という、民間事業者や地域の気運の高まり。

#### 【つくる】

■ 地域の「食」を活かした観光商品づくりに  
対する支援

～地域に人を呼ぶ「ご当地グルメ」づくり～

地域ならではの「食」を活かしたご当地グルメ  
(料理・土産品) の発掘・磨き上げを行い、  
観光商品化を行うための取組を支援する

<例>

- ・アドバイザーの招聘による食の体験プログラムやご当地グルメを活用した先進地の取組調査
- ・既存イベント(土佐の豊穰祭、土佐の「おきゃく」等)を活用したテストマーケティング

#### 【PRする】

■ 旅行会社向けのプロモーション

「ランチクーポン」や「晩酌手形」など、総選挙上位店舗を活用した新たな旅行商品の提案

■ メディア等を活用した全国への情報発信

高知の「旬の食」を取り上げてもらうよう、マスメディアに発信するとともに、ブLOGGER等を活用したSNSによる高知の「食」の発信を行う

■ 近隣県に向けた食イベントの情報発信

近隣県でのCMを活用した「食」イベント等の情報発信

#### 【もてなす】

■ 着地での情報発信の充実

- ・総選挙上位店舗を掲載したガイドブックの旅館・ホテル、タクシー等での配布
- ・空港や港での歓迎に合わせた「食」の情報の提供(ガイドブックやチラシの配布)
- ・とさてらすや空港に「食」の情報コーナーを設置

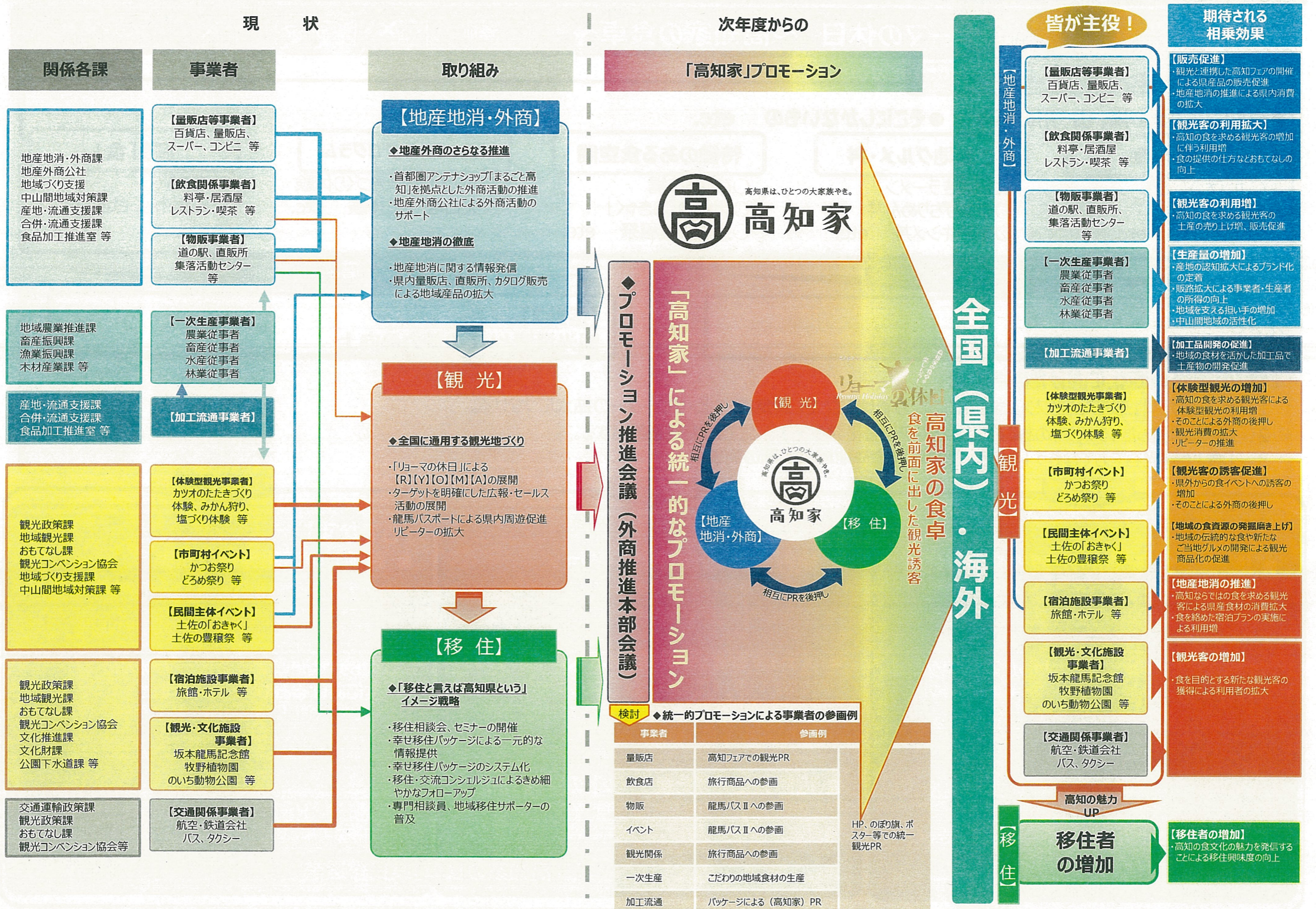
■ 食におけるおもてなしの向上

- ・「食」をテーマにしたおもてなしセミナーを開催し、県民による「食」を通じたおもてなし気運を盛上げ
- ・こうち旅広場や幕末志士社中等での「食」をメインとしたイベントの開催(「復活!坂本家の食卓」、ご当地グルメイベント等)
- ・観光ガイドを対象にした高知の食文化や郷土料理に関する研修の実施

「高知家の食卓」県民総選挙

# 「高知家の食卓」を活用した統一的なプロモーションによる施策連携

飛躍への挑戦！  
高知県産業振興計画





### 国別プロモーション戦略

○ねらい

訪日観光客の多い東アジアをターゲットとして、認知度の向上やチャーター便の誘致などに取り組み、外国人延べ宿泊数の倍増する。

○ターゲット

- ・最優先市場…台湾・韓国
- ・優先市場 …中国・香港・シンガポール

訪日旅行需要の高い市場を対象とした戦略

### 高知県の強みを生かした新たな戦略

○ねらい

高知県特有の「温かい人柄」、「おもてなしの心」をもとにした、通常の日本旅行では味わえない精神的満足度の高い高知家ならではの観光メニューを提供することで、国際観光市場において他県との徹底的な差別化を図り、本県への更なる誘客を図る。

○ターゲット

- ・日本の心、日本文化にふれたい観光客
- ・ありきたりな旅行に満足できない観光客

旅行先の観光メニューに特別感を求める観光客を対象とした戦略

国際観光のみならず、国内観光への波及も期待

### ターゲット市場のニーズに合わせた取り組み

#### 旅行会社等へのプロモーション活動の強化

- ・商品造成に向けたセールス活動
- ・モニターツアーの実施
- ・チャーター便の誘致活動

#### 観光資源と顧客層のマッチング

- ・国内周遊ルートの開拓等
- ・新たな旅行需要の開拓(教育旅行、スポーツツーリズム等)

#### 情報発信の強化

- ・ウェブサイトを活用した情報発信
- ・よさこいを活用したPR
- ・観光博覧会への出展、PR

#### 官民連携による国際観光の推進

- ・海外での商談会の実施
- ・受入環境の整備

### 観光客のニーズに合わせた取り組み

#### 「商品造成」、「セールス」、「受け入れ」を一体的パッケージとして取り組む

##### 魅力あふれる体験型観光商品の造成

- ・精神的満足度の高い商品の発掘
- ・旅行会社、観光アドバイザーを招聘しての磨き上げ
- ・地域、施設の受け入れ、交流イベントのしくみ構築

##### 送客力の高い旅行会社等に向けた売り込み

- ・魅力あふれる観光メニューによるプロモーション活動
- ・モバイル端末を利用したモニターツアーの実施
- ・メディア等を活用した成功事例のPR

##### 日本一のおもてなし、人と人とのふれあい

- ・施設や体験メニューの予約対応
- ・歓迎態勢の事前調整
- ・ツアー進行中の随行、サポート

精神的満足度の高い高知家の旅を演出し、提供

- ・人と人のふれあいを感じられる旅
- ・今まで経験したことのない旅
- ・二度、三度と訪れたい旅
- ・口コミで広めたい旅

第2期計画VER.3のバージョンアップのポイント③ 地域人材の育成による魅力的な観光商品づくり

H24 ~ 25 実績

○観光人材育成塾  
(とぎ旅セミナー)

■目的  
地域自らが継続して観光商品を作り出し、売り出していくとともに、地域観光を担う人材を生み出していくために、観光関係者を対象にした観光人材育成塾を開設。H25は、受講者のうち地域リーダーとなる人材育成を実施

■実績  
・H24:7広域 受講者270人  
(周遊プランづくり)⇒13プラン商品化  
・H25:3エリア 受講者39人  
(地域リーダー育成)  
東部:東部博の計画策定  
中部:地域戦略と商品づくり  
西部:はた博の実施運営

○広域観光アドバイザー事業  
(観光アドバイザー)

■目的  
広域観光組織の機能強化や体験型・滞在型観光を推進するため、観光アドバイザーによる研修やプロモーションの実施。

■実績  
・H24:①25か所 502人  
(体験メニュー、民泊推進)  
②各広域 146人  
(広域トップセミナー)  
・H25:安芸、高橋、福北地域等  
教育旅行誘致による広域観光組織の機能強化

<成果>  
・広域組織のもとで、地域の事業者等が観光商品づくりやセールス活動のノウハウを学ぶとともに、広域の活動を支える地域リーダーの育成が進んだ  
・県内各地で体験型観光の受入態勢づくりが進んだ  
<課題>  
①マーケティング動向を熟知した旅行会社の現場指導による魅力的な観光商品づくり  
②魅力的な観光商品づくりを行う地域人材の継続的な育成

H26 ~

<強化のポイント>

①旅行会社の専門家等からマーケティングの動向等を学ぶとともに、ノウハウを活かした現場指導を強化し、地域の特色ある観光商品づくりや誘客のしくみづくり等を促進する  
②広域エリアごとに、県・コンベンション協会による広域観光支援チームを編成し、広域観光組織が行う観光資源の磨き上げ等を支援し、観光商品づくりを通じた継続的な地域人材の育成を図る

広域観光みらい会議(仮称)

<全県:3回程度>  
・講師 旅行会社の商品造成責任者  
企業のパランド戦略責任者  
地域ブランドの仕掛け人等  
・対象 県内の観光関係者等

広域観光アドバイザー

<各広域:6~9回程度>  
①地域の観光商品のブランド化  
・講師 旅行会社の商品造成担当者  
体験プログラムの専門家等  
・対象 地域リーダーを含む各広域  
②教育旅行の推進  
・講師 教育旅行の専門家  
・対象 地域リーダーを含む各広域

(新)観光商品ブランド化支援事業

講演・意見交換  
・マーケティング動向  
・旅行トレンド  
・地域ブランド化戦略  
・成功事例等

現場実践指導  
・観光資源の発掘、磨き上げによる商品ブランド化  
・体験プログラムのインストラクター養成  
・民泊、教育プログラムの拡大による教育旅行の推進

(新)広域観光支援チーム

各広域観光組織が主体的に行う観光資源の磨き上げやセールス活動等をバックアップする。  
・県(地域観光課・地域本部)  
・コンベンション協会(旅行会社出向者等)

サポート

(拡充)広域観光推進事業費補助金

・観光資源の発掘、磨き上げ  
・地域博覧会の支援  
東部博覧会の開催準備  
はた博開催後の誘客促進

広域観光組織の機能強化

■誘客・集客の促進

■観光商品づくり・セールス活動  
地域リーダー(とぎ旅セミナー等)を交えた地域の魅力ある観光商品の企画や造成、販売(提案)

■観光情報の発信

広域観光情報の一元化と地域の認知度を高める情報発信  
全国ほんもの体験フォーラム(H27予定)

■受入体制づくり

■ファンストップ窓口機能の充実  
観光客、旅行会社、地域事業者等に対するファンストップ窓口機能の充実

■人材の育成

体験メニュー実施者等、地域の受入団体のスキルアップ

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 施策	背景	これまでの取組と成果 (取組 ●成果)	実施上の課題	これからの対策	改革の方向					
					1	2	3	4	5	6
8. 国際観光の推進	<p>◆本県での外国人宿泊者数は、H24年は延べ18,690泊と全国46位と低迷しており、従来のものに加え新たな国際観光戦略を打ち出す必要がある</p> <p>◆本県を訪問する外国人観光客は、訪日回数が2回以上のいわゆるリピーターが多く、ありきたりな観光旅行に満足しない人が多い</p> <p>◆旅行先の観光メニューに、行先ならではの特別感を求める外国人観光客が増加している</p>			<p>◆高知県の強みを活かした新たな誘客活動</p> <p>★高知県ならではの「おもてなし」や「体験」を特徴とした旅行商品の「造成」、「セールス」、「受入」を一体的パッケージとして取り組む組織体制の整備</p> <p>★魅力あふれる体験型観光商品の造成</p> <p>★送客力の高い旅行会社等に向けたセールス</p> <p>★日本一のおもてなし、人と人とのふれあいを感じられる受け入れ</p>	○					

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

【観光分野】

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 (概ね10年先)
		<p><b>組織体制の確立</b></p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会: 中心となる運営主体として、旅行商品の「造成」、「セールス」、「受入」を一体的に取り組む体制を整備。県観光政策課と連携し、県内観光関係者との協力関係を構築</p> <p>県観光政策課: 県内観光関係者と協力し進める仕組みづくりを構築</p> <p>県観光政策課: 県内観光関係者で組織する高知国際観光フロントサービス(仮称)協議会設立</p>		<p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課: H26~27の運営実績を検証し、民間への移行を検討</p>	<p>◆高知国際観光コンベンション協会を運営主体としながら、県内観光関係者で組織する高知国際観光フロントサービス(仮称)協議会と連携・協力して事業に取り組む体制を構築</p> <p>◆体験型観光客1,000人の達成(100ツアー×25人)</p>	<p>◆民間への運営移行を検討</p> <p>◆世界各国から300ツアー、クルーズ客船から100ツアーを誘致</p> <p>◆体験型観光客12,000人の達成</p>
		<p><b>体験型観光商品の造成</b></p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課: ニーズの把握・分析 体験型商品の調査、設定、契約支援、販売斡旋・調整、マニュアル作成等 体験型観光素材集の作成、更新 旅行会社提案のためのモデルコースづくり</p>			<p>◆シンガポール、香港の他、欧米系、台湾、韓国向けモデル商品の造成、磨き上げ</p> <p>◆地域主体で商品開発に取り組み環境を醸成</p> <p>◆集落活動センターを活用した商品開発</p>	<p>◆各国のニーズに応じたツアーを30ルート以上造成</p> <p>◆地域主体で商品開発に取り組み環境を醸成</p> <p>◆集落活動センター3か所以上で商品化</p> <p>◆外国人FITの他、国会観光客の利用にも波及</p>
		<p><b>シンガポール、香港、欧米系、台湾、韓国旅行会社、メディア等へのセールス</b></p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課: 各国旅行会社、メディア、ランドオペレーターへの情報提供、売り込み モニターツアーの実施 体験型観光素材集等、セールス素材の開発 メディア現地取材ツアーによる情報発信</p>			<p>◆各国・地域で商品販売取扱実績</p> <p>◆国内ランドオペレーターとの協力関係の構築</p> <p>◆定期的なセールス、モニターツアーの実施によるニーズの把握、商品の磨き上げの常態化</p> <p>◆メディアへの露出増による高知県の「体験型観光」の認知度向上</p> <p>◆体験型観光素材集の開発</p>	<p>◆世界各国旅行会社延べ5社以上と連携し、ツアー実施</p> <p>◆国内ランドオペレーターとの協力関係の確立</p> <p>◆定期的なセールス、モニターツアーの実施によるニーズの把握、商品の磨き上げの常態化</p> <p>◆高知県といえば「体験型観光」とのイメージ定着</p> <p>◆体験型観光素材集の定期的な更新</p> <p>◆海外クルーズ客船オプションツアーへの組み込み</p>
		<p><b>ツアー受入体制の確立</b></p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会: ツアー決定時の県内観光施設への斡旋・調整 ツアー進行時の随行、アクシデント発生時の対応 おもてなし随行員(仮)の手配</p> <p>県観光政策課: おもてなし随行員(仮)の確保、育成</p>			<p>◆受入事業実施体制の確立</p> <p>◆随行、サポート内容の水準確立</p> <p>◆おもてなし随行員(仮)の育成</p>	<p>◆予約手配、事前調整について海外旅行会社、ランドオペレーターから高い満足度が得られている状態</p> <p>◆リピーターが訪れるような歓迎、交流イベントを提供し、観光客が高い満足度を得られている状態</p> <p>◆おもてなし随行員(仮)として20名を確保</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 産業間連携の強化  
3 足腰を強め、新分野へ展開  
4 新たな産業づくりに挑戦する  
5 産業人材を育てる  
6 移住促進により、活力を高める

# 高知県産業振興計画の推進によって実現

現状	第2期計画ver.3の取り組み			
	H24	H25	H26	H27
<b>県外観光客入込数388万人(H23)</b> <b>観光総消費額953億円(H23)</b> <b>↓</b> <b>1000億円(H24)</b> <b>↓</b> <b>384万人(H24)</b>	核となる観光拠点の形成	<ul style="list-style-type: none"> <li>○地域の観光拠点づくりの推進</li> <li>○こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実</li> </ul>		
	観光資源の発掘・磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○満足度の高い観光商品づくり</li> <li>○新たな観光資源の創出</li> <li>○産業間連携による観光消費の拡大</li> </ul>		
	広域観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>○地域コーディネート機能の強化</li> <li>○県内各地域との連携による周遊観光の推進</li> <li>○県域を越えた連携の推進</li> </ul>		
	効果的な広報・セールス活動の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>○統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施</li> <li>○ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開</li> <li>○四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信</li> <li>○全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致</li> <li>○フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致</li> </ul>		
	人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>○観光産業を担う人材の育成</li> <li>○観光ガイドの育成、技術の向上</li> <li>○観光事業者等へのおもてなし研修の実施</li> <li>○社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保</li> </ul>		
	おもてなしの向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>○おもてなしの気運の醸成</li> <li>○観光ガイドの育成、技術の向上【再掲】</li> <li>○きめ細かな観光情報の提供</li> <li>○県内の観光地を結ぶ移動手段の確保</li> <li>○観光基盤の整備</li> </ul>		
	スポーツツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>○推進体制の強化及び受入態勢の充実</li> <li>○年間を通じたスポーツイベント等の開催</li> <li>○アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動</li> </ul>		
	国際観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>○国別戦略に基づく誘致活動</li> <li>○高知県の強みを活かした新たな誘客活動</li> <li>○受入態勢の充実</li> <li>○四国4県連携によるプロモーション活動の推進</li> </ul>		

# を目指す本県産業の姿（観光分野）

4年後の目標 (H27年度末)	さらなる飛躍へのポイント	10年後の目指す姿 (H33年度末)
<ul style="list-style-type: none"> <li>●核となる観光拠点の整備7箇所</li> </ul>	<b>世界に通用する核となる観光拠点の形成</b>	<b>観光立県としての地位が確立し、県民にもその意識が定着している</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●一人当たり観光消費額 (H20) 25,459円 → 27,500円 [H24:26,064円]</li> <li>●二泊以上の宿泊客数 (H20) 85.5万人 → 100万人 [H24:92万人]</li> <li>●リピーターの数 (H22) 75万人 → 88万人 [H24:84万人]</li> <li>●首都圏からの観光客数 (H20) 30.5万人 → 45万人 [H24:49万人]</li> <li>●コンベンションの開催による入込数 (H23年度) 3万人 → 3.3万人 [H24:3.2万人]</li> <li>●教育旅行等による入込数 (H23年度) 0.8万人 → 1万人 [H24:0.6万人]</li> </ul>		<b>三日以上滞在できる質の高い観光地づくり</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●観光客満足度「大変よい」「良い」の割合が、H22のデータを毎年上回る (H22)</li> <li>●宿泊先 77% [H24:78%]</li> <li>●食事・料理店 74% [H24:79%]</li> <li>●観光施設 75% [H24:78%]</li> <li>●観光施設の美化 72% [H24:73%]</li> <li>●公共トイレの快適性 57% [H24:55%]</li> <li>●案内標識 53% [H24:54%]</li> <li>●タクシーの接客マナー 46% [H24:43%]</li> </ul>	<b>国内ハブ空港などからのアクセシビリティの向上</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●一人当たり観光消費額 30,500円</li> <li>●リピーターの数 100万人</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●観光客満足度「大変よい」「良い」の割合が、H22のデータを毎年上回る (H22)</li> <li>●宿泊先 77% [H24:78%]</li> <li>●食事・料理店 74% [H24:79%]</li> <li>●観光施設 75% [H24:78%]</li> <li>●観光施設の美化 72% [H24:73%]</li> <li>●公共トイレの快適性 57% [H24:55%]</li> <li>●案内標識 53% [H24:54%]</li> <li>●タクシーの接客マナー 46% [H24:43%]</li> </ul>	<b>県内交通アクセスの充実</b>	<b>本県が持つ個性に県外客が惹かれ、リピーターとなって繰り返し訪れているとともに、中長期の滞在も進んでいる</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●スポーツツーリズムの推進による新規入込客数 2万人 [H24:1.3万人]</li> <li>●外国人延べ宿泊者数 (H22) 1.6万人泊 → 3.2万人泊 [H24:1.9万人泊]</li> </ul>	<b>ヘビーリピーターの拡大</b>	<b>観光立県としての県民意識の醸成</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●核となる観光拠点の整備7箇所</li> </ul>	<b>観光立県としての地位が確立し、県民にもその意識が定着している</b>	<b>観光立県としての地位が確立し、県民にもその意識が定着している</b>

県外観光客入込数400万人以上 観光総消費額1100億円以上を目指す

様々なイベントなどが年間を通じて開催され、新たな観光客の獲得ができていく。核となる観光拠点を中心に、特色ある観光商品が次々と生み出され販売されている。道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している。