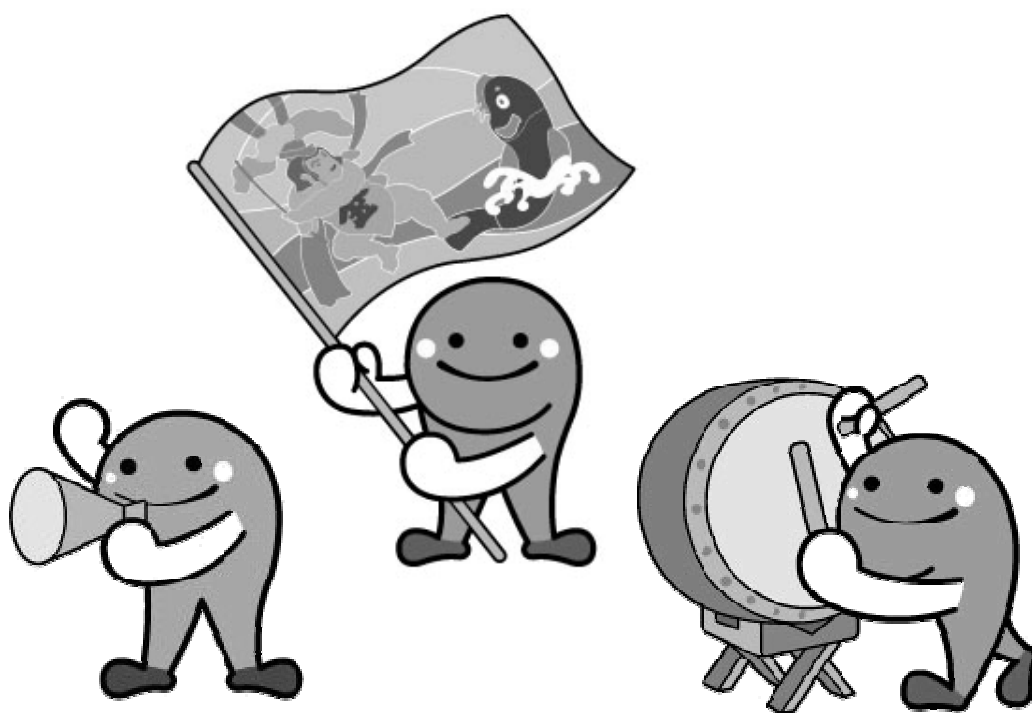


変わろう・変えよう・産業と暮らし  
第2期高知県産業振興計画 ver.3

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《 総論・産業成長戦略 》



平成 26 年 3 月

高 知 県



## 第2期産業振興計画の改定にあたって

第2期産業振興計画の実行2年目となる平成25年度は、第2期計画で掲げた4年後、10年後の数値目標の達成に向け、PDCAサイクルに基づく不断の点検や、施策間の有機的な連携の確認を行いながら、官民協働により全力で取り組んでまいりました。

その結果、昨年の県外観光客の入込客数は、地域主体の博覧会の第1弾「楽しまんと！はた博」などの取組に、映画「県庁おもてなし課」の全国公開などの誘客効果も加わり、NHK大河ドラマ「龍馬伝」の放送以来3年振りに、400万人台を達成しました。「龍馬伝」放送前の入込数は310万人前後の規模であったことから、本県の観光は一段上のステージに進んだものと考えております。

また、県外からの移住者数や外商の成約件数も前年度を上回る見込みとなっており、さらに、本年2月の有効求人倍率は、過去最高の0.81倍となるなど、経済全体としても明るい兆しが見え始めています。

県勢浮揚に向け、この手応えをより確かなものとするため、平成26年度は、これまでの官民協働による積み重ねを生かし、より大きな、より実効性ある施策へとバージョンアップし、産業振興計画の取組をさらに加速してまいります。

こうした挑戦を続けるにあたっては、各施策群同士の連携をより徹底することにより、相乗効果を発揮し、プラスのスパイラルを生み出していくことを強く意識してまいりたいと考えています。特に、「高知家」プロモーションの切れ目ない実施と、「高知家」のコンセプトの下、地産地消・地産外商、観光振興、移住促進といった政策を統一的に展開することによって、より高いレベルの相乗効果をもたらしてまいります。

また、県内における官民協働や市町村との連携協調はもちろんのこと、県外の関係団体などとの連携の強化が必要となっており、移住促進や外商などの取組における県外の手強い企業との新たな連携構築、四国の他の3県や国の機関等との連携など、様々な形で対外的な連携強化を図ってまいります。

本県経済における積年の課題を解決し、県勢浮揚を成し遂げることは、決して容易ではありませんが、平成26年度は産業振興計画の取組の積み重ねによって、新しいことに挑戦できるようになってきたこと、そういう時期に国においても力強い経済成長のための政策を講じようとしていること、その結果もあって全国的にも景気が上向きな状況になってきていること、この3つが重なりあった絶好の機会であり、正念場でもあるものと思っております。

この状況を生かして、来年度は、県勢浮揚に向けた力強い礎を確固たるものとする年としたいと考えており、私自身、県庁職員と共に知恵を出し、汗をかいて、県民の皆様と共にこの挑戦を行ってまいりたいと考えております。

皆さまの積極的なご参画とご協力を心からお願い申し上げます。

平成26年3月

高知県知事 尾崎 正直

# 目次

## 【総論】

I	はじめに	1
1	計画策定の趣旨	1
2	第1期計画策定の背景	1
3	産業振興計画の構成等	3
	(1) 産業振興計画の構成	3
	(2) 産業振興計画の推進体制	4
	(3) 産業振興計画の進め方	5
II	計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿	8
III	第2期計画の挑戦	19
1	第2期計画の挑戦	19
2	本県の強みと弱み、機会（チャンス）と脅威	20
	(1) 本県の強み	20
	(2) 本県の弱み	22
	(3) 機会（チャンス）とすべき世界の潮流や全国の趨勢	26
	(4) 脅威となる社会経済の動向	27
3	第2期計画の基本方向と基本方向に基づく重点取り組み	29
	(1) 改革のための6つの基本方向	29
	(2) 基本方向に基づく重点取り組み	32
	(3) 各産業分野を超えた連携（連携テーマ）	37
4	第2期計画の改定	38
	(1) 計画の第1次改定（平成25年3月）	38
	(2) 計画の第2次改定（平成26年3月）	39
5	第2期計画のさらなる発展に向けて	46
<付属資料>		
I	第1期計画の改定	50
1	第1期計画における改定の経緯	50
II	第1期計画（平成21～23年度）の総括	52
1	第1期計画の評価	52
2	今後の展開	68
III	第2期計画のこれまでの改定	69
1	第1次改定（平成25年3月）の詳細	69
IV	高知県経済等の動向（平成26年3月現在）	76

**【地域アクションプラン】 . . . . . 《別冊》**

**I 地域区分**

**II 第1期地域アクションプランの総括と  
第2期地域アクションプランへの挑戦**

**III 各地域の展望と具体的な取り組み**

- 1 安芸地域**
- 2 物部川地域**
- 3 高知市地域**
- 4 嶺北地域**
- 5 仁淀川地域**
- 6 高幡地域**
- 7 幡多地域**

**<付属資料>**

**用語解説**

**推進経過**

**地域アクションプランフォローアップ会議委員名簿**

## 【産業成長戦略】

### I 産業間の連携戦略

1 地産地消・地産外商戦略の展開	85
(1) 地産地消の徹底	91
(2) 「ものづくりの地産地消」の促進	105
(3) 食品加工の推進	119
(4) 地産外商の推進	133
2 新エネルギーを産業振興に生かす	157
3 産学官連携による力強い産業の礎を築く	183
4 中山間の暮らしを支える産業づくり	203
5 産業人材の育成・確保	211
6 移住促進による地域と経済の活性化	249

### II 専門分野の成長戦略

1 農業分野	267
2 林業分野	347
3 水産業分野	389
4 商工業分野	463
5 観光分野	511

### <付属資料>

I 用語の解説	555
---------	-----

### <参考資料>

I 計画のフォローアップ	570
1 フォローアップの経過	570
2 産業振興計画フォローアップ委員会の構成等	575
(1) フォローアップ委員会	575
(2) 専門部会	576
(3) 連携テーマ部会	578
(4) 産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱	579

# 【 総 論 】





# I はじめに

## 1 計画策定の趣旨

高知県では、県経済が抱える積年の課題に正面から向き合い、経済を根本から元気にするためのトータルプランとして、「高知県産業振興計画」を策定し、平成 21 年度から官民一丸となって県勢浮揚に挑戦してきました。

この計画が、平成 23 年度末で当面の目標としてきた時期を迎えたことから、この間の取り組みを総括(※)し、課題を明らかにしたうえで、官民協働を一層強化し、より高いレベルを目指して新たな挑戦を行うため、平成 24 年度から平成 27 年度までの4年間を計画期間とする「第2期高知県産業振興計画」(以下「第2期計画」という。)を策定しました。

「産業振興計画」は、社会経済情勢の変化やPDCA<sup>1</sup>サイクルによる改善、新たな課題への対応などを行うため、毎年度、内容をバージョンアップしています。

今回、これまでの取り組みの蓄積を生かし、より大きな、より実効性のある施策を盛り込んで、「第2期計画 ver.3」へと改定し、産業振興計画の取り組みをさらに加速していきます。

※第1期高知県産業振興計画の総括は<付属資料>p.52～p.68 をご覧ください。

## 2 第1期計画策定の背景

- ・ 本県経済の浮揚を図るためには、景気の動向に左右されない抜本的な体質強化が必要
- ・ 生産から流通・販売に至る、産業間の連携を意識したトータルプランを描く

第1期高知県産業振興計画(以下「第1期計画」という。)を策定した当時は、以下のような背景がありました。

### ■本県経済の構造的課題

当時、全国的には、主として、先端的な産業や輸出産業が牽引する形で景気が回復していました。しかしながら、公経済への依存度が高く、産業基盤が弱い本県では、その恩恵を十分に受けることができませんでした。これに加え、全国に先行する人口減少と高齢化により、県内市場が縮

<sup>1</sup> Plan (計画)、Do (実行)、Check (検証)、Action (改善) による行動プロセス

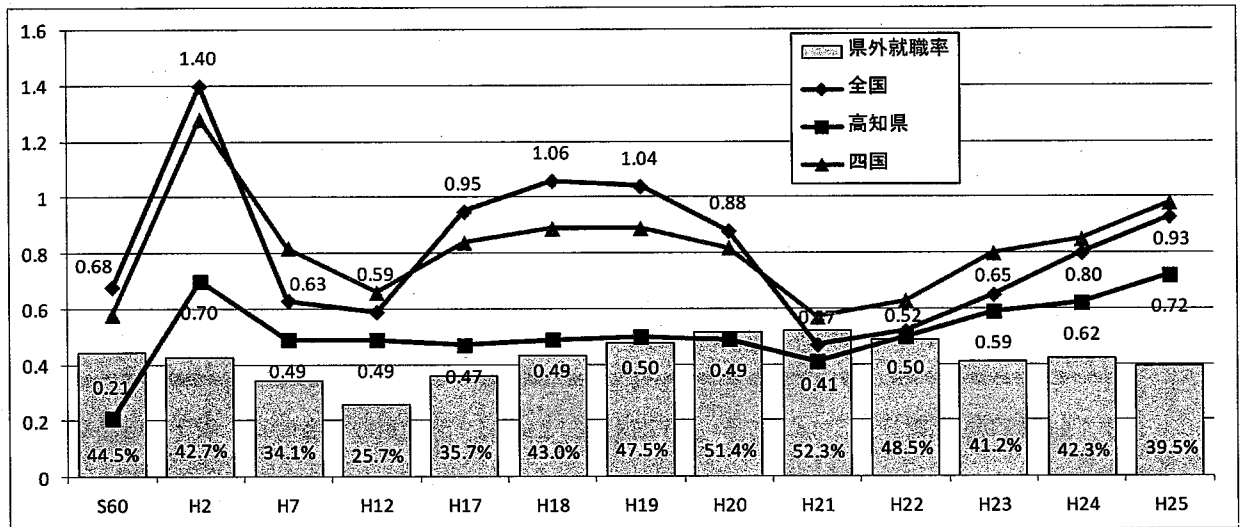
小し続けてきたこと、さらには、厳しさを増す県内自治体の財政状況の影響により、公共投資が減少したこと等もあいまって、本県経済は、長らく厳しい状況が続き、全国水準との間に大きな格差が生じています。

一人当たり県民所得	平成 20 年度：220.4 万円（全国平均の 79.5%） <参考 平成 23 年度：219.9 万円（全国平均の 81.0%）>
製造品出荷額等	平成 19 年：5,955 億円（全国第 46 位。第 45 位の約半分） <参考 平成 24 年：4,945 億円（全国最下位）>
人口減少	平成 2 年から自然減（全国に 15 年先行）
高齢化率	平成 17 年：25.9%（全国に 10 年先行） <参考 平成 22 年：28.8%>

有効求人倍率(図1)を見ても、かつては全国の景気動向に一定連動していたものが、第1期計画をスタートする前の6年程(平成 15 年度～平成 20 年度)は連動せず、しかも、その数値は 0.49 (平成 20 年度)と、全国平均とは大きな隔たりがありました。

こうしたところに全国的な景気回復の波に乗ることができなかった、本県経済の構造的な問題があることが見て取れます。

図1 有効求人倍率と新規高卒者の県外就職率の推移



※平成 25 年 12 月・平成 26 年 1 月の

本県の有効求人倍率は 0.79 倍で過去最高

※新規高卒者の県外就職率は、最終集計時点

### ■計画策定の必要性

下降傾向にある本県経済を上昇に転じ、飛躍の機会を逃すことなく県勢の発展につなげていくため、本県経済の根本的な課題に正面から向き合い、抜本的な体質強化を図らなければなりません。

せん。

そのためには、各産業分野において、生産から加工、流通、販売に至る各段階における本質的な課題を明らかにしていく必要があります。

また、実体経済の姿に即し、産業分野間の連携を意識した総合的な戦略が必要となってきます。

このため、官民が同じ方向に力を合わせて進む旗印ともなる、本県経済の体質強化に向けたトータルプランとして本計画を策定したものです。

### 3 産業振興計画の構成等

#### (1) 産業振興計画の構成

- ・ 産業別の成長戦略と地域別のアクションプランで構成
- ・ 改革のための基本方向を打ち出す

産業振興計画は、計画策定の基本的な考え方や方向性を示した「総論」と、各産業分野や連携して取り組むテーマの戦略を示した「産業成長戦略」、さらに、県内7つの地域のアイデアや取り組みを行動計画として取りまとめた「地域アクションプラン」で構成しています。

#### ■総論

より多くの県民の皆様が産業振興の取り組みに参画いただき、官民協働で進めていくため、県民の皆様と共有させていただき、成功イメージや目標などを掲げています。

また、本県の強みや弱み、機会や脅威を整理し、「強み」を活かしきる視点から、今後本県が目指すべき「改革のための基本方向」と、それに基づいて進める重点取り組みなどを整理しています。

#### ■産業成長戦略

総論で示した「改革のための基本方向」を具体化する戦略として、農業・林業・水産業・商工業・観光の5つの産業分野及びこれらの産業分野間を結ぶ連携テーマごとに取りまとめています。その中では、目指すべき姿やこれまでの取り組みの分析を示したうえで、これからの対策を、いつ、誰が、どのような形で実施していくのか(5W1H)を記載しています。

## ■地域アクションプラン

地域の文化や特色といった地域性や、生活圏域、行政サービス面でのまとまりを考慮して、県内7つの地域を設定し、それぞれの地域で進める具体的な取り組みを明らかにしています。その取り組みは、「地域からの発案で提案されるもの」と「産業成長戦略を地域で具体化する取り組みとして提案されるもの」の2つに大別されます。

地域アクションプランは、地域の雇用の創出や所得の向上を目指す取り組みに対して、県が市町村との連携のもとに支援する県の計画ですが、プランの内容は、事業実施主体の行動計画としての性格を有しています。

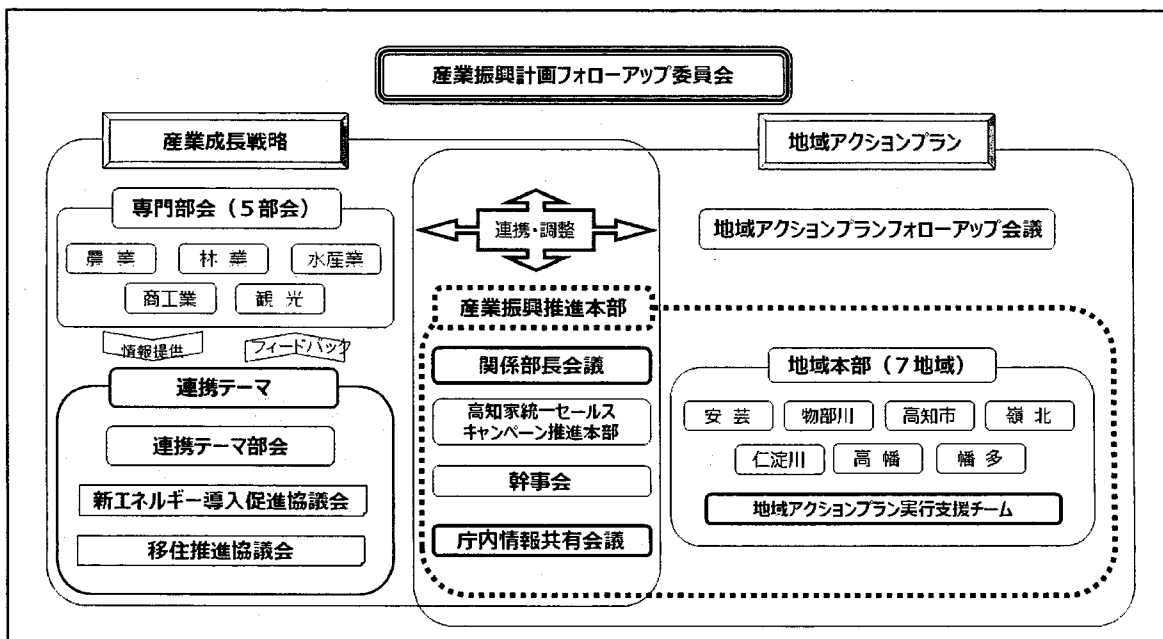
## (2) 産業振興計画の推進体制

### ・ 実行体制とフォローアップ体制

産業振興計画は、策定の段階から多くの県民の方々や各産業に携わるの方々、民間の有識者の方々などに参画いただき、官民協働で策定作業を進めてきました。計画の実行段階においても同様に、県民の皆様と県が手を携えて着実に計画を推進することを目指してきました。

そのために、まず県庁が汗をかく、すなわち、推進体制を整えてしっかりと実践し、そのうえで、多くの方々が県経済の発展に向けて力を合わせて取り組めるよう、民間や地域の方々の頑張りに対し、県としての公正性を確保しつつ、人的な側面と財政的な側面の両面で支援を行っています。併せて、全庁横断的な組織を作り計画の実現に向けて積極的に施策展開を図っています。

図2 実行・フォローアップ体制図



## ■実行体制

産業振興計画は、農業、林業、水産業、商工業、観光、そして、地産地消・地産外商や移住促進など、振興を図る分野が多岐にわたりますので、関係する部局や関連する計画との連携を図り、全庁が一体となって推進を図ります。

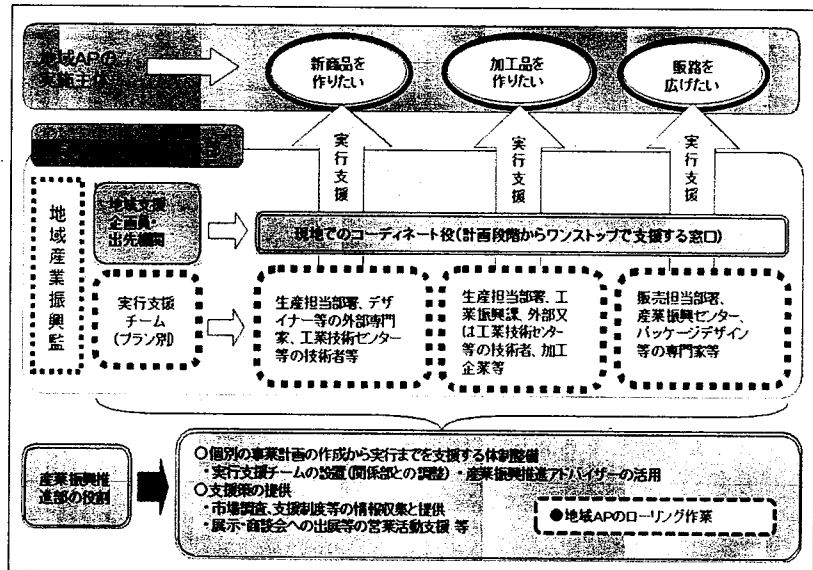
そのための推進組織として、知事を本部長とする「産業振興推進本部」を設置し、計画全体の進捗管理や課題事項の検討・調整などを行っています。

併せて、この推進本部の下に「関係部長会議」「外商推進本部」「幹事会」「庁内情報共有会議」を設置し、戦略についての重点的な協議や情報の共有などを行っています。

さらに、必要に応じて、「プロジェクトチーム」を設置し、関係するセクションが連携し個別のテーマについて施策の立案などの検討を行っています。

また、地域アクションプランの実行を支援するため、各地域に産業振興推進地域本部を設置しています。そこには、産業部門の出先機関や地域支援企画員等を統括する責任者(地域産業振興監)を置き、個別のプランごとに関係機関が連携して取り組むなど、地域アクションプランの実行を徹底して支援しています。

図3 各地域における推進イメージ



## ■フォローアップ体制

官民協働で実行する産業振興計画を、より効果的かつ実行性あるものとするため、産業団体の代表者や学識経験者、市町村長等で構成する「産業振興計画フォローアップ委員会」「地域アクションプランフォローアップ会議」「専門部会」等を設置し、計画の進捗状況や評価、検証、修正・追加などに関する検討を行っています。

### (3) 産業振興計画の進め方

- ・ 取り組みのさらなる点検・検証と政策どうしの連携によりプラスのスパイラルを生み出す
- ・ 官民協働により計画を推進

### ■取り組みのさらなる点検・検証と政策どうしの連携によりプラスのスパイラルを生み出す

産業振興計画の実行にあたっては、PDCAサイクルにより、一つ一つの施策や事業の進め方、手順、人的・財政的支援の投入量などが、適切かつ効果的であったかを、四半期毎に点検し、取り組み状況の把握に努めています。

上記に加え、平成 25 年度からは、次の2点について点検・検証を行っています。

ひとつは、第2期計画で掲げた4年後の目標を見据えて、この目標を達成するための主要な要素を設定し、それぞれの要素ごとに、毎年度の到達点を定め、各施策がどこまで進んでいるのか、その道筋は正しいのか、施策の投入量は足りているのか、新しい仕組みは必要なのか、といった視点での点検・検証を行っています。もうひとつは、各施策がうまく連携できているか、また連携の太さが十分かという視点から、ある施策で実施したことが、効果的に次の施策に繋がっているのか、一連の施策群の成果が、プラスのスパイラルになり次のステージに繋がっているのか、新たな参加者が広がる形になっているのか、一連の取り組みが、数値目標及び定性的な目標の達成に繋がっているのか、といった視点の点検・検証を行っています。

平成 26 年度は、4年後、10 年後の目標の達成に向けて、こうした様々な観点からの点検・検証をさらに徹底するとともに、政策どうしの連携によりプラスのスパイラルを生み出していくことを強く意識して計画を推進します。具体的には、「高知家」のコンセプトのもと地産地消・地産外商、観光振興、移住促進の政策を統一的に展開することによって、より高いレベルの相乗効果をもたらしていきます。(p.7参照)

こうした取り組みを通じて、施策をより実行性の高いものへと適宜改善するとともに、毎年度、計画自体にも改定を加えて、バージョンアップを図っています。

### ■官民協働により計画を推進

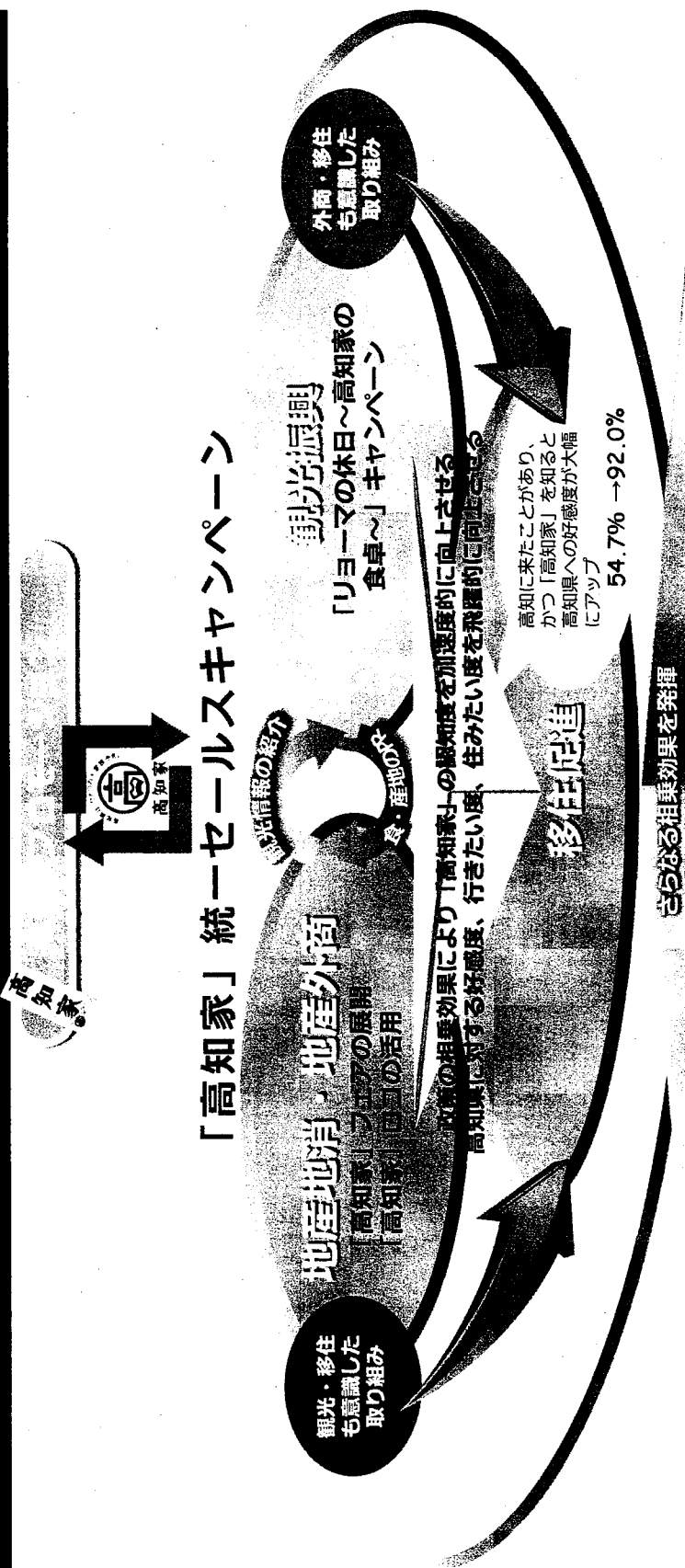
産業振興計画の推進にあたって、見え始めてきた成果をさらに広げるためには、さらに多くの皆様に産業振興の取り組みに参画いただくことが重要であることから、積極的な広報や県民の皆様・産業団体の方々との対話を通じて、官民協働のさらなる推進を図ってきました。

また、この官民協働を進めていくためにも、県と市町村が現状や課題を共有し、ベクトルを合わせて取り組むことが重要となることから、市町村との連携協調を進めてきました。

今後、産業振興計画をさらに進めるにあたっては、県内における官民協働や市町村との連携協調はもちろんのこと、県外の関係団体などとの連携強化も必要です。

このため、移住促進や外商などの取り組みにおける県外の大手企業との新たな連携構築や、「四国地方産業競争力協議会」の取り組みにおける四国の他の3県や国の機関、経済団体等との連携など、様々な対外的な連携強化を図っていきます。

「高知家」プロモーションの切れ目ない実施と、「高知家」のコンセプトのもと  
 地産地消・地産外商・観光振興、移住促進の政策を統一的に展開することにより、より高いレベルの相乗効果をもたらす



- PLAYER**
- 生産者
  - 移住者
  - 量販店等
  - 飲食店等
  - 宿泊施設等
  - 観光事業者
  - 交通関係事業者
  - 民間企業・団体

**「高知家の家族」の参画**

地域地域で「高知家」ブランドを創出

自ら語り部となって「高知家」の魅力を発信

県内の「おぢさん」機運を高め

**暮らしの中に「高知家」**

- 「高知家」グラフィック、ムービー、HP、SNS等への出演
- ピンバッジの活用
- ポスター、チラシ、のほり、表札の掲示
- 「高知家」ロゴの活用
- PVの店舗での活用 など

**観光振興**

移住促進

**官民協働によるセールスの展開**

- プロモーションと連動した販売展開
- 「高知家」ブランドイメージの活用
- 商品への「高知家」ロゴの活用 など
- 旅行商品造成への参画
- 「暮らす」をイメージした体験型観光の推進
- 「食」を絡めた宿泊プランの企画・展開
- 地域の伝統的な食や新たなご当地グルメの開発による観光商品化の推進 など
- 「移住支援ネットワーク」(仮)による情報発信の強化
- 移住者向け住宅の提供
- 地域での移住希望者へのサポート など

## Ⅱ 計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿

県勢浮揚に向けた挑戦を続けていくためには、より多くの県民の皆様には産業振興の取り組みに参画いただき、官民協働で進めていく必要があります。

この官民協働を成し遂げるためにも、県民の皆様と共有しうる成功のイメージを掲げたいと考え、第2期計画では、広範な県民の皆様との議論を通して「産業振興計画の推進によって目指す将来像(10年後の成功イメージ)」や「計画全体を貫く目標」を練り上げるとともに、産業分野ごとにも「4年後の目標」や「10年後の目指す姿」を明らかにしました。

### ①産業振興計画の推進によって目指す将来像(10年後の成功イメージ)

#### 『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」』

この全体イメージが、県民の皆様の行動に結びつくよう、さらに具体的にわかりやすく表現した3つの成功イメージを付記します。

- 1 本県の地域資源を使った新しい商品が次々と誕生し、全国、海外において数多く認知されるようになる
- 2 防災や新エネルギーの関連産業が形成され、高知県の産業として誰もがイメージできるようになる
- 3 厳しい時代を生き抜くたくましい産業人材が数多く輩出され、各地で活躍するとともに、地域を支える新しい基幹産業が各地に定着し、地域の明るい未来が広がる

### ②計画全体を貫く目標

産業振興計画の取り組みの効果を測るため、経済の面から「県際間の収支」、人口の面から「人口の社会増減」の2つの指標により、10年後の目標を掲げ、毎年、進捗状況を検証していきます。

#### 《目標1》県際間の収支を改善する

産業振興計画の取り組みによる10年後の移輸出額の増加効果

+1,300億円 [試算値]

<平成17年の県際収支 ▲6,678億円>

#### 《目標2》今後10年間の人口の社会増減(転入数と転出数の差による増減)をプラスにする

<平成12~22年(年平均)の社会減 2,158人>



この2つの目標に加えて、次の経済指標も活用し、全国との比較や経年の変化を見ていくことで、計画の効果を検証し、施策等の改善につなげていきます。

- ・製造品出荷額等
- ・一人当たりの県民所得
- ・現金給与総額
- ・日銀短観の業況判断D. I.
- ・日銀短観の設備投資計画の推移
- ・有効求人数 など

※直近の「高知県経済等の動向」は<付属資料>p.76~p.81をご覧ください。

こうした「産業振興計画の推進によって目指す将来像」や「計画全体を貫く目標」の実現に向けて、各産業分野においても、これに連なる「4年後の目標」「10年後の目指す姿」を掲げて取り組むこととしていますが、その際、各施策を進めるにあたって共通して意識すべきこととして、次の3つがあげられます。

◎若者が志を持って打ち込める魅力ある仕事をつくる

さらに、学びの段階から事業化までの多様なサポートにより、実践者のチャレンジを応援するため、

- ◎全国一学びの機会が多い県を目指す
- ◎全国一サポート体制が整った県を目指す

目指す将来像にある「地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県」を実現するためには、まず、人口社会増につながるような「若者が志を持って打ち込める魅力ある仕事をつくる」ことが重要です。

このために、各産業分野においても、これを意識した施策を進める必要がありますし、さらに言えば、仕事に就いた後も、学びの段階から事業化までの多様なサポートにより、実践者のチャレンジを応援することで、さらに本県で働く魅力が高まるものと考えられます。このため、「全国一学びの機会が多い県」、また、「全国一サポート体制が整った県」となることを目指します。

そうしたことをトータルで進めることによって、若者を呼び込み、人口社会増の達成、ひいては、産業振興計画の推進によって目指す将来像である『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」』を実現していきます。

### ③各産業分野における「4年後の目標」「10年後の目指す姿」

「4年後の目標」は、人口が減少し、経済が縮む中であっても、これまで築き上げてきた土台に立って施策をさらに強化し、官民一丸となって挑戦を続けることで達成が可能と思われるもの、何としても達成したいものを掲げています。

また、「10年後の目指す姿」は、そうした中で、それぞれの産業が持続的な成長を遂げていくうえで、かくありたいという姿を掲げています。

その実現のためには、これまでの施策の延長線上の取り組みに加えて、新たな発想による取り組みを行うことが必要となります。第2期計画では、この新たな発想による取り組みについて、その戦略的な方向性を「さらなる飛躍へのポイント」として整理をしました。第2期計画の4年間を通して、官民で共に知恵を出し合いながら、この「さらなる飛躍へのポイント」それぞれについて、具体的な戦術を練り上げてまいります。

また、第2期計画では、各産業分野において、産出額等についての数値目標を掲げています。

国全体の人口が減少し、国内市場がますます縮む中で、現状を維持すること自体、簡単なことではありません。まして、増加を目指すことは大変なことですが、様々な取り組みを進めながら、県勢浮揚に向け、官民一体となって挑戦していきます。

掲げた数値目標は、官民が共有して、何としても成し遂げるという強い思いを持ち、取り組もうとするものです。ただし、世界経済や社会情勢などの環境に大きな変化があり、目標の前提が大きく変わった場合は、柔軟に対応することが必要だと考えられます。

## 《農業分野》

### ◆4年後（平成27年度末）の目標

- IPM技術がより高度化するとともに、全地域・全品目に普及する
- 集落営農（こうち型集落営農を含む）の取り組みが県内各地に広がっている
- 新規就農者が継続的に確保され、営農が定着し地域の中核的な農業者が増える
- 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

⇒4年後に農業産出額 1,000 億円以上を目指す

（【目標設定時】H22：930 億円⇒【直近値】H24：969 億円）



### ◆10年後（平成33年度末）の目指す姿

#### ○地域で暮らし稼げる農業

- ・農で働き高知で暮らす
- ・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
- ・攻めの外商で稼ぐ農業

⇒10年後に農業産出額 1,050 億円以上を目指す

#### 《さらなる飛躍へのポイント》

- ・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経営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）

## 《林業分野》

### ◆4年後（平成27年度末）の目標

- 原木の増産が進み、山の資産価値がアップするとともに、中山間の雇用が確保される
- 加工力の強化により、木材の付加価値が高まる
- 県内での県産材利用が拡大するとともに、県外市場での認知度が向上する
- 適切な資源循環の中で、余すことなく森林資源を生かし切り、木の価値がアップする

**⇒4年後に原木生産量 72 万立方メートル以上、  
木材・木製品製造業出荷額等 190 億円以上を目指す**

【目標設定時】H22：原木生産量 40.4 万 $m^3$

木材・木製品製造業出荷額等 150 億円

⇒【直近値】H24：原木生産量 46.5 万 $m^3$

木材・木製品製造業出荷額等 160 億円)

※4年後の原木生産量は実績等を踏まえ 62 万 $m^3$ から上方修正（第一次改定時）

※H24の数値については、「平成24年工業統計調査」の速報（従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。



### ◆10年後（平成33年度末）の目指す姿

○山で若者が働く、全国トップ3の国産材産地

**⇒10年後に原木生産量 81 万立方メートル以上、  
木材・木製品製造業出荷額等 200 億円以上を目指す**

※10年後の原木生産量は実績等を踏まえ 65 万 $m^3$ から上方修正（第一次改定時）

#### 《さらなる飛躍へのポイント》

- ・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
- ・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（直交集成板：クロス・ラミネイティド・ティンバー）<sup>2</sup>の推進
- ・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
- ・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

<sup>2</sup> 木質構造パネル

## 《水産業分野》

### ◆ 4年後（平成 27 年度末）の目標

- 安定した漁業生産が確保される
- 県外市場で認知度が向上し、ブランド化が図られる
- 水産加工の広がりたにより地域の雇用の場が確保される

⇒ **4年後に沿岸漁業生産額 370 億円 + 水産加工出荷額 170 億円以上  
を目指す**

〔目標設定時〕 H21：沿岸漁業生産額 348 億円、水産加工出荷額 160 億円

⇒ 【直近値】 H24：沿岸漁業生産額 409 億円、H23：水産加工出荷額 165 億円



### ◆ 10年後（平成 33 年度末）の目指す姿

#### ○若者が住んで稼げる元気な漁村

- ・海・資源と共存する土佐の漁業
- ・鮮度で勝負！土佐の魚
- ・加工で広がる漁村の雇用

⇒ **10年後に沿岸漁業生産額 400 億円 + 水産加工出荷額 200 億円以上  
を目指す**

#### 《さらなる飛躍へのポイント》

- ・沿岸から沖合までの漁場整備
- ・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
- ・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

## 《商工業分野》

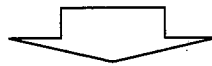
### ◆4年後（平成27年度末）の目標

- 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
- 数多くの企業が積極的な販売の拡大に取り組み、売上の増加につながるとともに、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、地産・外商の進展に伴い、商業・サービス業等が活性化する

#### ⇒4年後に製造品出荷額等 5,000 億円以上を目指す

（【目標設定時】H22：4,681億円⇒【直近値】H24：4,945億円）

※H24の数値については、「平成24年工業統計調査」の速報（従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。



### ◆10年後（平成33年度末）の目指す姿

#### ○ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい

- ・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 ～防災産業と言えば高知県～
- ・全国に広がる Made in Kochi と商業の活性化

#### ⇒10年後に製造品出荷額等 6,000 億円以上を目指す

#### 《さらなる飛躍へのポイント》

- ・継続した団地開発と企業立地の推進の加速化
- ・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
- ・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）
- ・地消・外商活動のさらなる強化と賑わいのある街づくり

## 《観光分野》

### ◆4年後（平成27年度末）の目標

- 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

**⇒4年後に県外観光客入込数 400 万人以上、観光総消費額 1,100 億円以上を目指す**

【目標設定時】H23: 県外観光客入込数 388 万人 観光総消費額 953 億円

⇒【直近値】H25: 県外観光客入込数 407 万人 観光総消費額 1,102 億円

### ◆10年後（平成33年度末）の目指す姿

#### ○地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業

- ・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
- ・「歴史」「食」「文化」など、本県が持つ優位性が観光地づくりに生かされ、国内外から県内各地に観光客が訪れることで、地域の活性化につながっている
- ・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
- ・観光拠点間を結ぶ交通アクセスの進展に伴い、様々な形の周遊観光が根付いている

**⇒10年後に県外観光客入込数 435 万人以上、観光総消費額 1,300 億円以上を目指す**

#### 《さらなる飛躍へのポイント》

- ・世界に通用する核となる観光拠点の形成
- ・三日以上滞在できる質の高い観光地づくり
- ・国内ハブ空港などからのアクセシビリティの向上
- ・県内交通アクセスの充実
- ・ヘビーリピーターの拡大
- ・観光立県としての県民意識の醸成

## 《地産地消・地産外商戦略～食品分野～》

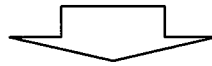
### ◆4年後（平成27年度末）の目標

○県産品の販路開拓・販売拡大により事業者・生産者の所得が向上する

⇒4年後に食料品製造業出荷額等 800 億円以上を目指す

（【目標設定時】H22：726 億円⇒【直近値】H24：723 億円※）

※H24の数値については、「平成24年工業統計調査」の速報（従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。また、H22に比べ減少しているが、規模の大きい事業所が製品構成の変化により他の分野に分類変えられたことによる。



### ◆10年後（平成33年度末）の目指す姿

- 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

⇒10年後に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

#### 《さらなる飛躍へのポイント》

- ・地域の壁を越えた事業者の連携
- ・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
- ・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
- ・設備投資による加工規模の拡大

## 《移住促進》

### ◆4年後（平成27年度末）の目標

- 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する
- 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する

⇒4年後に県外からの移住者 年間 500 組以上を目指す

（【目標設定時】H23：120 組⇒H24：121 組⇒H25：270 組）

◆目指す姿 ○移住者と一緒に創る元気な地域



# (別図) 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<その1>

## 産業振興計画の推進によって目指す将来像 (10年後の成功イメージ)

### 地産外商が進み、地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県

- 1 本県の地域資源を使った新しい商品が次々と誕生し、全国、海外において数多く認知されるようになる
- 2 防災や新エネルギーの関連産業が形成され、高知県の産業として誰もがイメージできるようになる
- 3 新しい時代を生き抜くたくましく働く産業人材が数多く輩出され、各地で活躍するとともに、地域を支える新しい基幹産業が各地に定着し、地域の明るい未来が広がる

#### 計画全体を貫く目標 ①

##### ■ 県際間の収支を改善する

産業振興計画の取り組みによる10年後の移輸出額の増加効果 十1,300億円 [試算値]

《参考》平成17年の県際収支 ▲6,678億円

【今後10年の見通し】

- 各産業分野の取り組みにより生産額が増加する
- ものづくりの地産地消など、地産地消の徹底により、県外へのお金の流出を食い止める

#### 【今後10年の見通し】

- 高齢世代の大量退職等により若者の働く場が減少
- 但し、人口自然減により経済が縮み、働く場の確保が縮小

産業振興計画により、働く場の確保が縮小  
↑ 働く場を確保し、若者の定着を促す

労働力(供給)

○新たに仕事に就く若年層(少子化により減少傾向)

- ◆産業振興計画により、働く場がある雇用の確保が図られていくことで、働く場が労働力の供給よりも不足となり、雇用不足や働き手不足が顕在化することを防ぎたい。

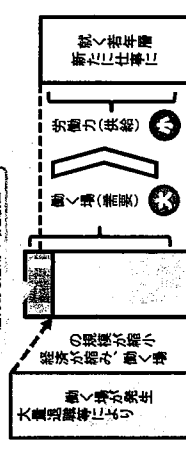
さらに、県外からの移住も人口社会増へ。

#### 計画全体を貫く目標 ②

##### ■ 今後10年間の人口の社会増減(転入数と転出数の差による増減)をプラスにする

(参考) 平成12~22年(年平均)の社会増 ▲2,158人

産業界振興計画により、働き手確保の場を創出



#### 多住促進

- ・移住者と一緒に劇的な元気づけ活動

(代表する数値目標)

○県外からの移住者

【4年後】  
年間500組以上

【現状(H25)】  
270組

【出発点(H23)】  
120組

## 若者が志を持って打ち込める魅力ある仕事をつくる

#### ○全国一歩先の機会が多い県を目指す

#### ○全国一サポート体制が整った県を目指す

#### 農業分野

・地域で暮らし続ける農業

(代表する数値目標)

○農産物産出額

【10年後】  
1,050億円以上

【4年後】  
1,000億円以上

【現状(H24)】  
969億円

【出発点(H22)】  
930億円

#### 林業分野

・山で若者が働く、全国トップ3の国産材産地

(代表する数値目標)

○原木生産量

【10年後】  
81万m<sup>3</sup>以上

【4年後】  
72万m<sup>3</sup>以上

【現状(H24)】  
46.5万m<sup>3</sup>

【出発点(H22)】  
40.4万m<sup>3</sup>

○木材・木製品製造業出荷額等

【10年後】  
200億円以上

【4年後】  
190億円以上

【現状(H24)】  
160億円※

【出発点(H22)】  
150億円

#### 水産業分野

・若者が住んで続ける元気な漁村

(代表する数値目標)

○沿岸漁業生産額

【10年後】  
400億円以上

【4年後】  
370億円以上

【現状(H24)】  
409億円

【出発点(H21)】  
349億円

○水産加工出荷額

【10年後】  
200億円以上

【4年後】  
170億円以上

【現状(H23)】  
165億円

【出発点(H21)】  
160億円

#### 商工業分野

・ものづくりから地域の賑わい

(代表する数値目標)

○製造業出荷額等

【10年後】  
6,000億円以上

【4年後】  
5,000億円以上

【現状(H24)】  
4,945億円※

【出発点(H22)】  
4,681億円

#### 観光分野

・地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業

(代表する数値目標)

○観光客数

【10年後】  
435万人以上

【4年後】  
400万人以上

【現状(H25)】  
407万人

【出発点(H23)】  
388万人

○観光消費額

【10年後】  
1,300億円以上

【4年後】  
1,100億円以上

【現状(H25)】  
1,102億円

【出発点(H23)】  
953億円

#### 地産地消・地産外商戦略(食品分野)

・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

(代表する数値目標)

○食品製造業出荷額等

【10年後】  
900億円以上

【4年後】  
800億円以上

【現状(H24)】  
723億円※

【出発点(H22)】  
726億円

※H24の数値については、平成24年工業統計調査の速報(従業員4人以上の製造業所、高知県独自集計)によるため、詳細な分析については資料を待つ必要がある。

# 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<その2>

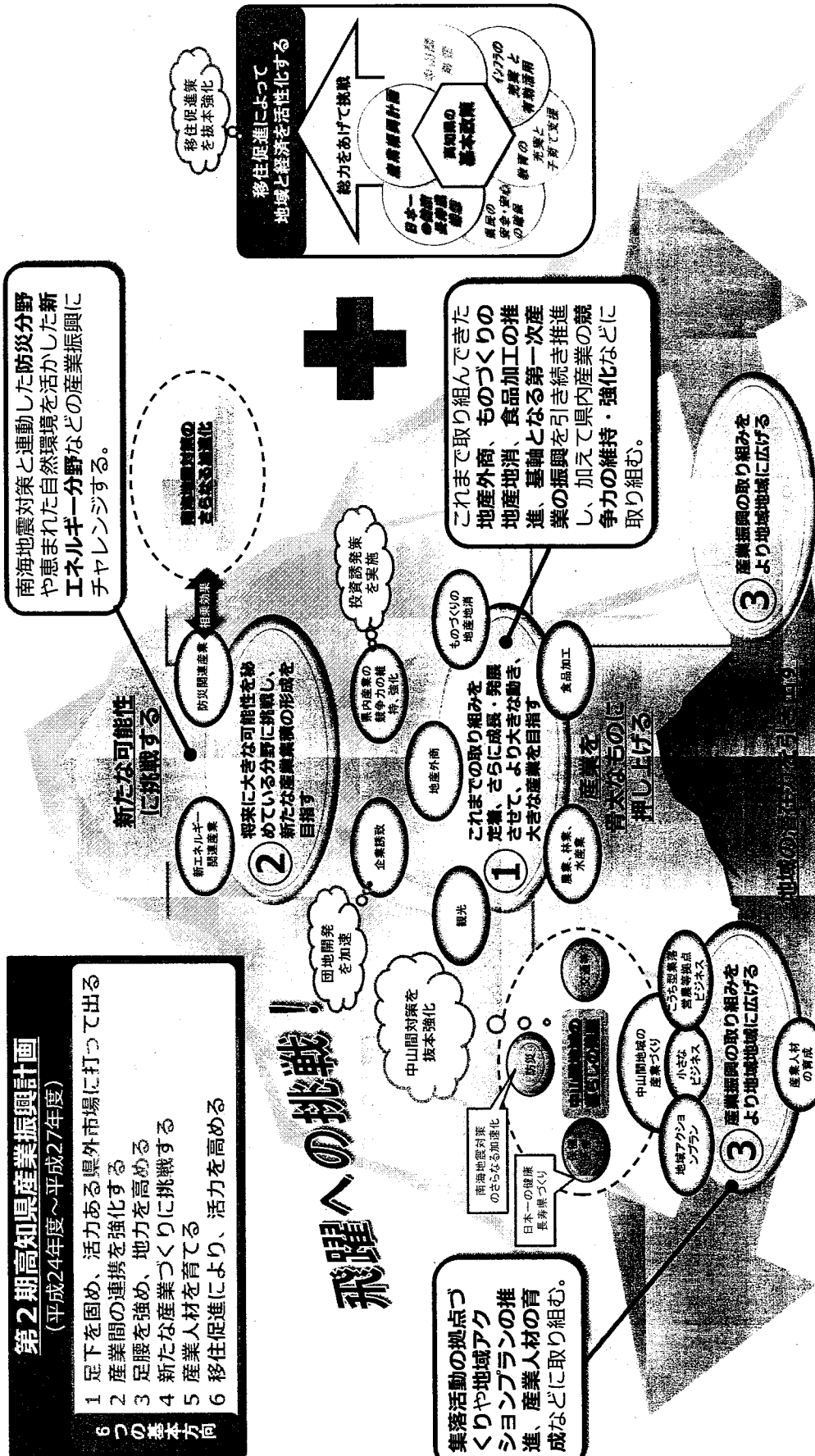
## 第2期高知県産業振興計画

(平成24年度～平成27年度)

- 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

6つの基本方向

# 飛躍への挑戦!



## 第2期産業振興計画は、①～③の視点をもち、計画をさらに進化させ、推進する

**第1期産業振興計画(H21～H23)**

高知県経済が抱える積年の課題  
◆人口減少により縮小を続ける県内市場  
◆産業間の連携の弱さ(資本・産業集積の乏しさ)  
◆強みである第一産業さえも弱体化

第1期計画では、積年の課題に立ち向かうための「仕組みが強い、県内各地で皆民一休」となった新たな事業が動き出す

## Ⅲ 第2期計画の挑戦

### 1 第2期計画の挑戦

「産業振興計画の推進によって目指す将来像(10年後の成功イメージ)」や「計画全体を貫く目標」、各分野における「4年後の目標」「10年後の目指す姿」(p.8～p.18 に記載)を実現していくためには、これまで以上に、県民の皆様や、生産者、企業、団体などの方々に主体的に参画いただくとともに、その取り組みを、県と市町村の密接な連携・協力のもとで強力に支援することが必要です。

加えて、第2期計画では、次の3つの視点をもって、計画を進化させ、腰を据えて継続的な取り組みを行うとともに、より高いレベル、より広がりのある産業振興を目指してさらなる挑戦をしていきます。

#### ◆第1の視点

**「これまでの取り組みを定着、さらに成長・発展させて、より大きな産業を目指す」**

産業振興の取り組みの経済効果をより大きなものにできるよう、地産外商の推進や観光の振興、県内産業の投資の誘発などによって、動き出した数々の事業を定着、さらに成長、発展させて、より大きな動き、大きな産業を目指します。

#### ◆第2の視点

**「将来に大きな可能性を秘めている分野に挑戦し、新たな産業集積の形成を目指す」**

本県産業が長期にわたって成長、発展し続ける礎を築いていくことができるよう、企業誘致や県内産業の投資の誘発を進めるとともに、防災や新エネルギーなど、将来に大きな可能性を秘めている分野に思い切って挑戦し、新たな産業集積の形成を目指します。

#### ◆第3の視点

**「産業振興の取り組みをより地域地域に広げる」**

地域アクションプランのさらなる推進や、中山間対策や移住促進策の抜本強化などによって、より多くの県民の皆様が産業振興の取り組みに参画いただき、地域の潜在力を引き出していくことで、その経済効果を地域地域に広げていきます。

## 2 本県の強みと弱み、機会(チャンス)と脅威

本県の厳しい経済の状況を抜本的に変えていくためには、まずは本県の強みとするところを今一度見つめ直し、弱みを洗い直したうえで、強みの持つ潜在力を活かしてさらに伸ばせるところ、可能性のあるところに資源を集中していく必要があります。

計画の実行によって得られた成果や残された課題、本県を取り巻く社会経済情勢の変化などを踏まえて、改めて本県の強み(S)・弱み(W)・機会(O)・脅威(T)の4要因による分析(SWOT分析)を行い、第2期計画 ver.3に反映しました。

### (1) 本県の強み

- ・安全でおいしい食、多様な一次産品
- ・豊富な自然と歴史資源
- ・優れた人材、技術力

#### ■おいしい食

本県は、温暖な気候や全国トップクラスの年間日照時間と年間降水量<sup>3</sup>からもたらされる多様な農畜産物や水産物に恵まれており、地元ならではのおいしい食べ物が多い都道府県ランキングで全国トップクラスという評価を得ています。

表1 高知県の主要品目の全国における位置づけ

品目名	出荷量	全国シェア	全国順位
ナス	30,600t	12.4%	1位
キュウリ	22,200t	4.5%	7位
ピーマン (シトウを含む)	12,100t	9.6%	3位
シトウ	2,820t	43.5%	1位
ミョウガ	4,382t	81.4%	1位
ニラ	14,600t	25.7%	1位
オクラ	1,731t	15.9%	2位
ショウガ	18,700t	43.8%	1位
ユズ	9,521t	52.7%	1位
文旦	7,665t	89.2%	1位
日向夏(小夏)	1,462t	27.7%	2位
ユリ	17,700千本	11.9%	2位

野菜・花き:平成24年産(ミョウガ、オクラは平成22年産)

果樹:平成22年産

・土地生産性(耕地面積 1haあたりの農業産出額)

全国第5位<sup>4</sup>

・全国シェアトップクラスの農作物(表1)

・環境保全型農業の先進的取り組み

・大手旅行情報誌の宿泊旅行アンケート調査<sup>5</sup>

『地元ならではのおいしい食べ物が多かった  
都道府県』

高知県 平成20、21年 全国第2位

平成22、23、24年 全国第1位

<sup>3</sup> 社会生活統計指標 2011

<sup>4</sup> 総務省 社会生活統計指標—統計でみる都道府県のすがた 2014—

<sup>5</sup> じゃらん宿泊旅行調査 2008、同 2009、同 2010、同 2011、同 2012

## ■豊富な自然と歴史資源

本県は、全国的な知名度を有する自然に恵まれ、環境保全の取り組みも全国に先駆けて進めています。

- ・四万十川：『もっとも自然が残っていると考える日本の川』13年連続第1位<sup>6</sup>
- ・仁淀川：『平均水質ランキング』第1位<sup>7</sup>
- ・全国トップクラスの年間日照時間(平成20年 全国第2位(2,183時間))、年間降水量(平成20年 全国第4位(2,231mm))
- ・森林資源：森林面積が県土の面積の84パーセント(森林率全国第1位)
- ・環境のトップ・プランナー：  
全国に先駆けた森林環境税の導入や環境先進企業との協働の森づくり事業などの取り組みを通じた森林の整備、カーボン・オフセットなどCO<sub>2</sub>削減の仕組みづくり
- ・室戸ジオパーク：世界ジオパークネットワークへの加盟

また、本県には全国の人々を魅了する歴史もあります。

- ・明治維新：『一緒に旅してみたい歴史上の人物』第1位<sup>8</sup> 坂本龍馬  
『上司にしたい幕末の有名人ランキング』第1位<sup>9</sup> 坂本龍馬
- ・四国八十八箇所霊場と遍路道

## ■高知県人の家族のような温かさ、人々の活気と優れた人材・技術力

高知県は、「美味しい食」や「豊かな自然」など、たくさんの魅力がありますが、一番の魅力は「高知県人の家族のような温かさ」です。

- ・こうした高知県の魅力を「高知家」プロモーションを通して、全国に向けて発信中
- ・都市部住民5,000人に対して行ったH25年度のアンケート調査では、高知県への愛着度・好感度は63.6%、行きたい度は58.6%、住みたい度は18.2%。5年以内に高知県に来たことがある方になると、愛着度・好感度は84.9%、行きたい度は75.4%、住みたい度は32.5%へ上昇

また、高知県人は、よさこい祭りに代表される活気も合わせ持っています。

- ・よさこい鳴子踊り：全国42都道府県、204の祭りで演舞される

また、多くの著名な漫画家を輩出していることでも知られ、高知にはまんが文化を育む土壤があると言えます。

- ・「まんが甲子園」：毎年8月、全国の高校生を対象に本県で開催
- ・まんがやキャラクターをテーマとした施設<sup>10</sup>

<sup>6</sup> ミツカン水の文化センター「水にかかわる生活意識調査」1997～2009年

<sup>7</sup> 平成22年全国1級河川平均水質ランキング(国土交通省)

<sup>8</sup> 情報検索サイト「goo」2008年6月調査

<sup>9</sup> 同上

製造業の分野では、伝統的な技術の応用や先進的な技術の開発などにより独自の分野を切り拓いた機械工業や紙産業にみられるように、先見性・創造力ある優れた人材や先進的な技術力を有しています。

・ニッチな分野<sup>11</sup>で全国的、世界的シェアを誇るキラリと光る地場企業の技術<sup>12</sup>

(高知では18の日本一)

また、たびたび本県を襲ってきた台風や地震など、過去の自然災害から得た知識や技術があります。

さらに、地産外商や観光をはじめとする産業振興の取り組みを通して、志のある実践者が増加するとともに、県外や海外とのつながりが築き上げられ、本県の強みが増しています。

このように、本県にはおいしい食、豊富な自然や歴史資源、優れた人材や技術力があります。しかしながら、より高いレベル、より広がりのある産業の振興を目指すためには、こうした「食」「自然と歴史」「人」の強みをより一層活かしていく必要があります。

## (2) 本県の弱み

- ・人口減少、少子化・高齢化、生産年齢人口の減少
- ・大消費地から遠距離（地理的ハンディキャップ）
- ・製造業分野での産業集積度が低く、小規模・零細事業者が多い
- ・観光スポットが点在

### ■縮小を続ける県内市場

人口が全国に15年先行して自然減(図4)となり、高齢化率(図5)の上昇でも10年先行する本県では、消費意欲の旺盛な年齢層が減少し続けています。

また、総人口そのものも減少が続いており、必然的に県内市場は縮小を続けています。

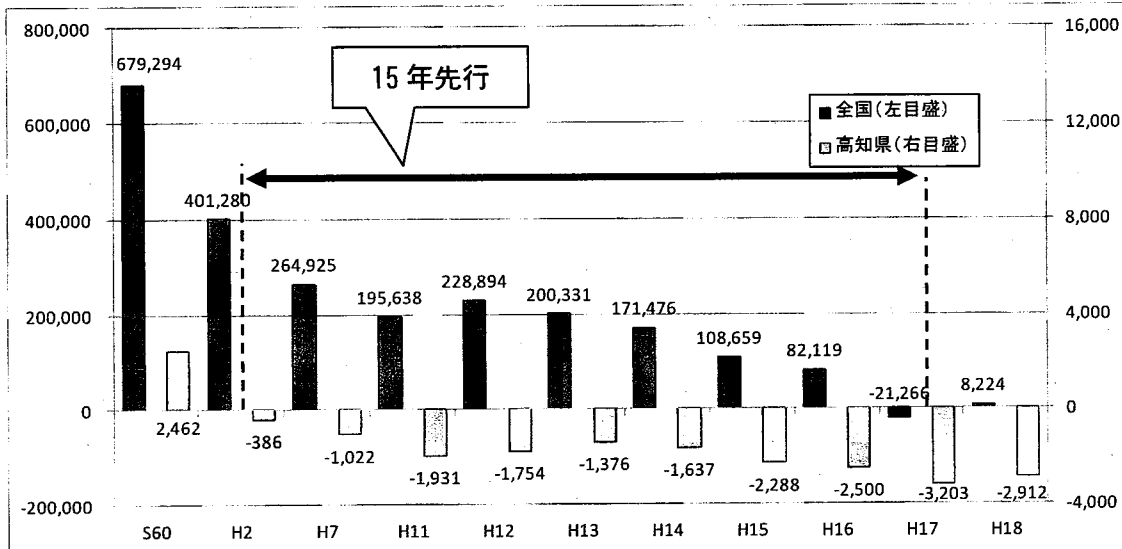
2040年までの県人口の将来推計(図6)では、若者や働き盛りの世代を中心に全体の約30%にあたる、およそ23万人の人口が減少すると見込まれる一方で、今後も相対的な高齢者の割合はますます高くなります。

<sup>10</sup> 高知市の「横山龍一記念まんが館」、香美市の「やなせたかし記念館・アンパンマンミュージアム」等

<sup>11</sup> ニッチとは「隙間」の意味で、大企業がターゲットとしないような小さな市場や、潜在的にはニーズがあるが、まだビジネスの対象として考えられていないような分野

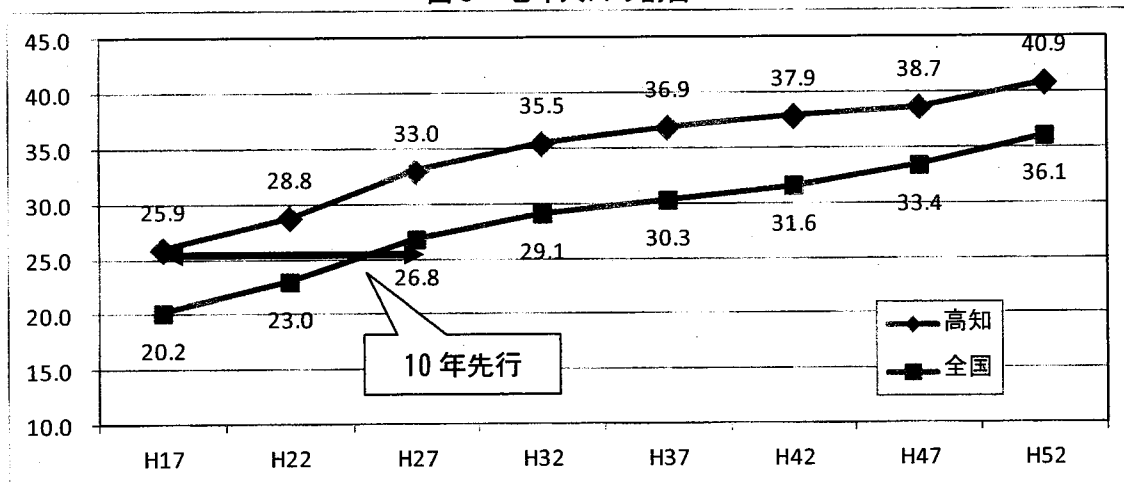
<sup>12</sup> 四国経済産業局「四国が一番 四国が誇る日本一・世界一（平成16年度版）」生産シェア等が日本一・世界一である製品

図4 人口自然増減数



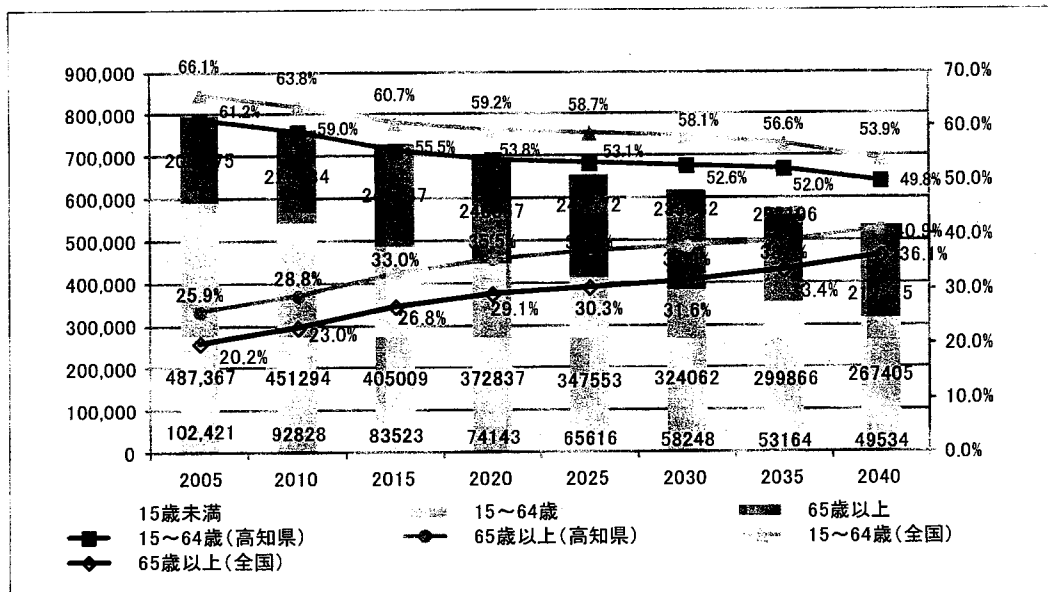
出典：人口動態調査（厚生労働省）、人口移動調査（高知県）

図5 老年人口の割合



出典：国勢調査（総務省）（H17, 22）、日本の地域別将来推計人口（H25, 3）（国立社会保障・人口問題研究所）

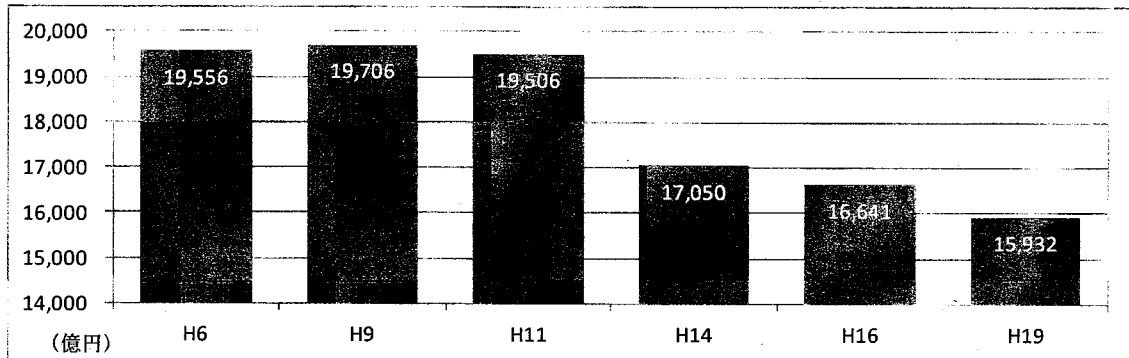
図6 高知県の将来人口推計



出典：国勢調査（総務省）（H17, 22）、日本の地域別将来推計人口（H25, 3）（国立社会保障・人口問題研究所）

実際に県内の年間商品販売額(図7)を見ても、平成9年に2兆円程あったものが平成19年には1兆6千億円程に減り、この10年間で20%も減っています。将来の人口推計に照らせば、県内市場は、今後ますます縮小を続けていくことが予想されます。

図7 高知県の年間商品販売額の推移



出典：平成19年商業統計調査

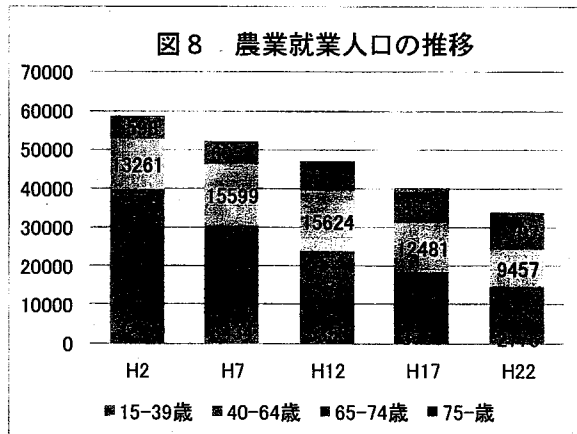
■第1次産業の強みが強みでなくなる危機

本県の強みとなっている食や自然の豊かさは、本県の基幹産業である第1次産業によって支えられていますが、就業人口の減少や高齢化が進んでいることが問題となっています。

産業振興計画では、第1次産業を担う人材の確保・育成に取り組み、新たな担い手の確保につながるといった成果も得られています。

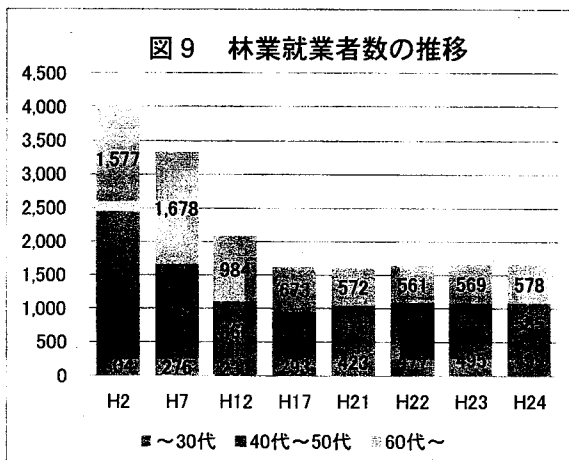
しかし、全体としては、依然、第1次産業の就業人口の減少や高齢化の傾向は続いており、本県の強みを支える第1次産業の生産基盤が弱まっていくことが懸念されます。

図8 農業就業人口の推移



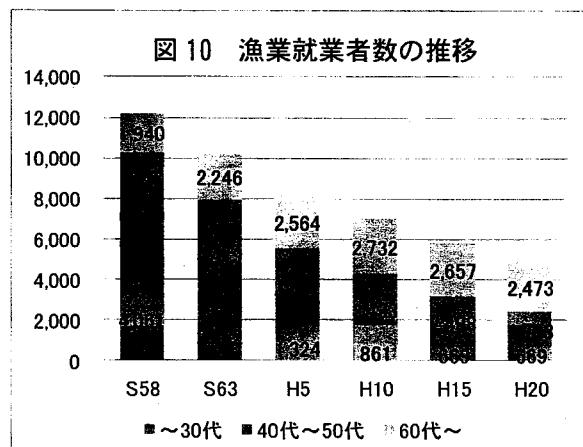
出典：農林業センサス

図9 林業就業者数の推移



出典：県林業振興・環境部林業労働力調査

図10 漁業就業者数の推移



出典：漁業センサス



■地理的ハンディキャップと乏しい産業集積

本県は、東京や大阪など人口が集中する大消費地から遠いうえに、中山間地域が県土の93%を占め、大規模に生産できる平野が少ないという地理的、地形的なハンディキャップがあります。このため、大消費地への物流コストがかさむことや生産規模が小さいためにロットが揃いにくいという弱点があります。

また、第2次産業ではニッチな分野で活躍している企業はあるものの、基幹的な産業の集積、技術の集積が弱く、特に製造業の層の厚みに乏しいのが現状です。

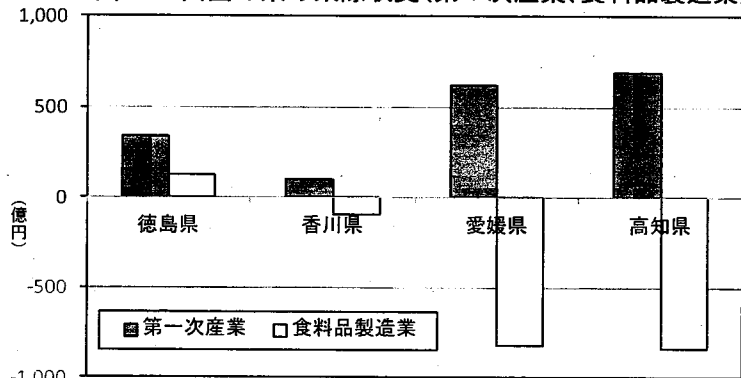
加えて、県内の道路や公共交通網の整備が十分でなく、県内各地に点在している景勝地や観光施設、体験スポットなどを効率よく巡ることが難しいといった点で課題があります。

■食品品製造業の脆弱さ

また、本県は、食品加工産業の集積に乏しく、その多くは小規模であることから、第1次産業の強みを生かした食品加工への展開、食品周辺の産業への波及が弱く、一部の工程をわざわざ県外で加工せざるを得ないなど、機会損失も生じています。

その結果、第1次産業に関連が深く、その強みを最も活かせると考えられる食品品製造の分野における県際収支(図11)が、大幅な移輸入超過(赤字)となっています。

図11 四国4県の県際収支(第1次産業、食品品製造業)

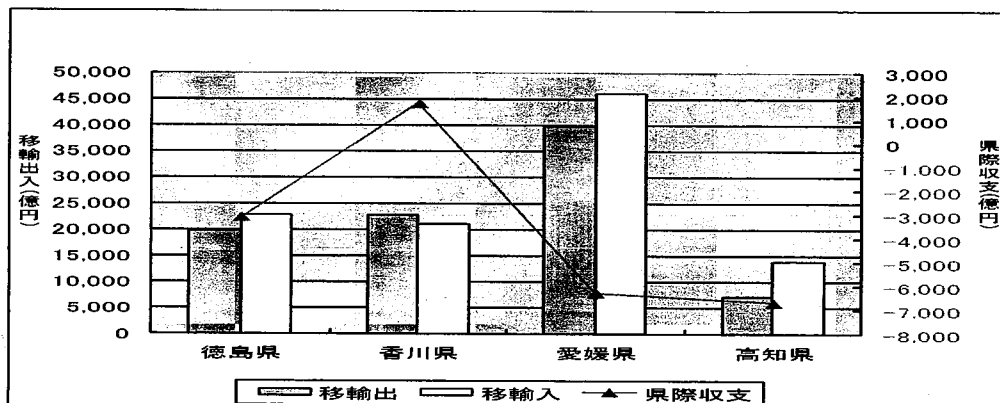


出典：産業連関表(平成17年)

■県内市場は県外資本に食い込まれている状況

さらには、県際収支全体(図12)を見てみますと、本県は約6,700億円の移輸入超過となっており、縮小した県内市場において、県外資本に大きく食い込まれている状況です。

図12 四国4県の移輸出・移輸入額



出典：産業連関表(平成17年)

### (3) 機会(チャンス)とすべき世界の潮流や全国の趨勢

- ・ 防災の意識や再生可能エネルギーの関心の高まり
- ・ 食の安全・安心志向
- ・ 健康志向
- ・ 世界的な食料不足
- ・ 自然回帰志向
- ・ 大学の地域貢献
- ・ 情報化・デジタル化
- ・ 全国的な高齢化の進行
- ・ 移住への関心の高まり

#### ■防災の意識や再生可能エネルギーの関心の高まり

平成 23 年3月に発生した東日本大震災による甚大な被害や原発事故によって、全国的、世界的に防災の意識や再生可能エネルギーへの関心が高まっています。

こうした中、本県では、台風や南海地震といった自然災害の経験を防災に生かしてきた経験があります。また、全国一の森林率を誇る豊富な森林資源をはじめ、トップクラスの日照時間や年間降水量など、全国でも優位な新エネルギー資源を有しているところです。

このため、こうした全国の趨勢や世界の潮流を、県内のみならず全国や世界に貢献できる機会と捉えることで、本県は、防災関連産業や新エネルギー関連産業といった新たな産業おこしにつなげていくことができる環境にあるといえます。

#### ■環境との共生

環境への配慮や省エネルギー、省資源への取り組みが、これまでのような企業の社会的責任(CSR)や社会貢献という視点に加えて、企業自体の競争力を高める収益動機へと転換しつつあるとされており、国内外の長期的な動向なども念頭に置く必要があるものの、経済成長を描くうえで欠くことのできない視点となっています。

こうした中、日本有数の日照時間を確保できる本県の気象をはじめ、海洋深層水などの恵まれた海洋資源といった自然条件や、森林資源保全のための森林環境税やカーボン・オフセットなどの先進的な取り組みの実績は、本県の環境を産業振興に結びつけていける可能性が大きい貴重な財産と考えられます。

#### ■食の安全・安心志向、健康志向、世界的な食料不足

国内外で頻発する食品偽装問題などの影響により、消費者の食の安全・安心へのニーズが高まっています。また、高齢者の増加や疾病予防に重点を置いた購買・消費動向への変化により、

健康的な食生活への志向が強まっています。

一方、世界を見れば、異常気象による生産の減少や中国をはじめとする新興国の需要の急拡大による食料不足、それに伴う食料価格の上昇傾向が続いています。日本は、食料の多くを海外に頼っているため、食料自給率の向上が重要な課題となっています。

こうしたことは、本県の強みである第1次産業の強みを活かし切り、食料の供給県として確固たる地位を築いていけるチャンスでもあります。

#### ■自然回帰志向の高まり

価値観の変化による自然回帰志向の高まりなどにより、地方においても、優秀な人材が確保しやすい環境となっています。

こうした人材は、本県の産業や社会を支える担い手として大いに期待できます。また、中山間地域の生産資源を活かし、不足する第1次産業の担い手を確保し、地域産業に新たな活力をもたらすためにも、大きなチャンスと言えます。

#### ■大学の地域貢献

各大学においては、地域や民間との連携を促進する専門の機関を設け、それぞれの得意分野や最先端の研究活動を実用化につなげるとともに、地域における専門人材の育成に取り組むなど、地域貢献につながる取り組みを積極的に進めています。

こうした機会を各産業分野に活かしていく環境が整いつつあります。

#### ■移住への関心の高まりと全国的な高齢化の進行

近年、田舎暮らしやスローライフへの関心の高まりなどから移住への関心が高まっています。本県の強みや魅力を存分に活かし、全国に情報発信することで高知ファンや移住に関心のある方を増やし、本県への移住に結び付け、地域や経済の活性化につなげるチャンスです。

また、全国に10年先行して高齢化が進む本県では、今後、急激に高齢化の進行が見込まれる大都市圏との高齢者人口のピークの違いを捉え、その受け皿として大都市圏からリタイアメント層を本県に呼び込むことができる大きなチャンスと言えます。そのことにより、経済波及効果だけでなく、医療や福祉、介護などの関連サービスの振興と雇用の創出が期待されます。

#### (4) 脅威となる社会経済の動向

- ・ 経済情勢の変化
- ・ 自由貿易の拡大
- ・ 県外製品の流入や県外資本の進出
- ・ 集客交流競争
- ・ 産地間競争の激化

## ■経済情勢の変化

我が国の経済は、リーマンショック後の急速な景気悪化から持ち直しつつあった中、東日本大震災やタイの大洪水が発生し、サプライチェーンの寸断や電力供給の制約などに起因する生産活動の急激な落ち込みにより、大きな影響を受けました。

その後も、海外における景気の減速や為替相場の変動による影響を受け平成 26 年1月の貿易収支は統計が比較できる昭和 54 年以降過去最大の貿易赤字となり、景気の先行きは依然として不透明な状況にあります。

経済のグローバル化が進み、世界のどこかの国で顕在化した影響が、すくなくならず日本にも波及する状況となっており、世界経済が不安定な中、今後も、日本経済への様々な影響が懸念されます。

(日本経済への影響が懸念される事項)

- ・新興国経済の成長の減速
- ・為替相場の変動、生産拠点の海外へのシフト
- ・長期的な原油価格や資源価格の高騰 など

## ■自由貿易の拡大

平成 24 年の日本の貿易総額(輸出額と輸入額の合計)151 兆円は、同年の日本の国家予算(約 90 兆円)を大きく上回り、アメリカ、中国、ドイツに次ぐ世界第4位の規模となっています。貿易総額は国内外の様々な経済動向の影響を受け増減を繰り返してきました。

近年、2カ国以上の国や地域の間で関税やサービス貿易の障壁等を削減・撤廃するFTA(自由貿易協定)や、これを多国間で行うTPP(環太平洋戦略経済連携協定)の動向が注目されています。このような貿易自由化の流れは国内産業に大きな影響を及ぼす可能性があり、今後とも注視する必要があります。

## ■集客交流競争・産地間競争の激化

インターネットなどのICT(情報通信技術)の普及は、人・物・情報の交流の飛躍的な進展をもたらしましたが、その一方で、近隣地域だけでなく全国や海外との競合を余儀なくされ、様々な分野で厳しい集客交流競争や産地間競争にいや応なく巻き込まれるという状況も生み出しています。

このため、他地域との競争を常に意識し、外からの視点や他地域の情報などを積極的に収集し、これらを踏まえた取り組みが求められています。

### 3 第2期計画の基本方向と基本方向に基づく重点取り組み

#### (1)改革のための6つの基本方向

- 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

より高いレベル、より広がりのある産業振興を目指すためには、ここまで見てきたような「強み」「弱み」「機会(チャンス)」「脅威」とその組み合わせを整理し、さらなる体質強化を図る方向や戦略を導き出すことが重要です。

そのうえで、それらの方向や戦略に沿って、本県が目指すべき姿に向けてのこれまでの取り組みを徹底的に検証し、その対策として欠けていた点、手が届いていなかった点を明らかにして、所得の向上や雇用の創出につながる思い切った対策を講じなければなりません。

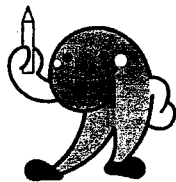
これまでの考察から、今後本県が目指すべき基本方向について、別表(SWOT分析と「改革のための6つの基本方向」)のとおり整理できるものと考えられます。

なお、第2期計画の改定に際し、SWOT分析を再点検した結果、第1次改定(平成25年3月)においては、基本方向に、新たに⑥「移住促進により、活力を高める」を加え、第2次改定(平成26年3月)においては、「② 産業間の連携を強化する」に位置づけていた観光振興を「① 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」に位置づけを変更しました。

〈別表〉

# SWOT分析と「改革のための6つの基本方向」

## -SWOT分析-



**O Opportunities**

**機会**

<b>安全・安心、環境、健康の時代</b> 防災意識の高まり、再生可能エネルギーの関心の高まり/食の安全・安心志向/健康志向・自然回帰志向/移住への関心の高まり	<b>社会情勢の変化</b> 世界的な食料不足/エネルギー不足/全国的な高齢化の進行	<b>情報化等</b> 情報化・デジタル化の進展(いつでもどこでも誰でももの時代)/大学の地域貢献
---	---	--

**S Strengths 強み**

<b>食</b> 安全でおいしい食/多様な一次産品
<b>自然と歴史</b> 全国トップクラスの年間日照時間・年間降水量/森林率全国一/豊富な自然と歴史資源(四万十川、仁淀川、室戸ジオパーク、歴史・偉人、四国八十八箇所など)
<b>人・技術力</b> 高知県人の家族のような温かさ、活気(よさこい)、先見性、創造力ある優れた人材/キラリと光る独自の技術力を持つ地場企業/地産外商や観光を通じて築きあげてきた県外や海外とのつながり/過去の自然災害から得た知識・技術/志ある実践者の増加/本県独自の政策展開による仕事の提供

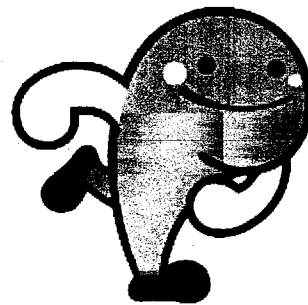
**W Weaknesses 弱み**

<b>県内の人口減少</b> 少子化・高齢化/生産年齢人口の減少
<b>地理的・地形的ハンディ</b> 大消費地から遠距離/中山間地域が多く平野が少ない
<b>生産基盤のぜい弱さ</b> 小規模・零細事業者が多く経営基盤が弱い/製造業分野での産業集積度が低い/食料品製造業の出荷額が少ない/観光スポットが点在

## 本県の考えられる方向性

<b>①</b> 食の強みを活かして地産外商活動を展開する	食の安全・安心志向 健康志向・自然回帰志向 情報化・デジタル化の進展
<b>④</b> 全国でも有数の新エネルギー資源を活用した産業づくりに取り組む	エネルギー不足 再生可能エネルギーの関心の高まり
<b>④</b> これまでの経験を土台に、産学官連携によりさらなる発展を図り、防災関連産業の可能性に挑戦する	防災意識の高まり 大学の地域貢献
<b>⑤</b> 産・学・官が協力し、将来の産業を支える人材育成に取り組む	先見性、想像力ある優れた人材志ある実践者の増加 大学の地域貢献
<b>⑥</b> 強みや魅力を活かして高知ファンや移住に関心のある方を増やし、移住に結び付け、地域や経済の活性化につなげる また、本県と大都市圏との高齢者人口のピークの違いを捉え、大都市圏からリタイアメント層等を本県に呼び込む	移住への関心の高まり 全国的な高齢化の進行
<b>②</b> 食料品製造業は、大幅な移輸入超過であり、食の安全・安心志向等を追い風に、食品加工を推進する	食料品製造業の出荷額が少ない 食の安全・安心志向 健康志向・自然回帰志向
<b>②</b> 食品の遠距離輸送を可能にするため、技術の高度化を図り、加工品の開発力を強化する	大消費地から遠距離 食の安全・安心志向、健康志向 世界的な食料不足
<b>③</b> 県土の大半を占める中山間地域の特性を生かし、新たな産業づくりや担い手の確保対策を講じる	生産年齢人口の減少 中山間地域が多く、平野が少ない 健康志向、自然回帰志向

<h1>T</h1> <p>脅威</p>	<i>Threats</i>	
	<b>経済情勢の変化</b>	<b>地域間競争の激化</b>
	世界同時不況/為替相場の変動・震災の影響(消費の低迷、製造業の沈滞、低価格志向)/長期的な石油価格や資源価格の高騰/自由貿易の拡大	県外製品の流入や県外資本の進出/集客交流競争・産地間競争の激化(首都圏近県、競合県との競争激化)



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

## 必要性のある取り組み

- ② 高付加価値な商品開発により、他地域との差別化を図り、競争に生き残る

**S** 安全でおいしい食、多様な一次産品

**T** 集客交流競争、産地間競争の激化
- ③ 優れた農水産品を生産できる食料供給県として、第一次産業の生産力を強化する

**S** 安全でおいしい食、多様な一次産品志のある実践者の増加

**T** 長期的な石油価格や資源価格の高騰自由貿易の拡大
- ⑤ 経営感覚を持ち自ら考え行動できる人材の育成

**S** 先見性・創造力ある優れた人材志ある実践者の増加

**T** 集客交流競争、産地間競争の激化
- ① 人口自然減により縮小が続くと予想される県内市場では、地産地消、地産外商の徹底により県内産業に競争力をつける

**W** 県内の人口減少

**T** 県外製品の流入や県外資本の進出
- ① 新たな物流体制を構築し、地理的なハンディキャップを克服する

**W** 大消費地から遠距離小規模・零細事業者が多く、経営基盤が弱い

**T** 集客交流競争、産地間競争の激化
- ① 「観光商品をつくる」「PRする」「リピーターを確保する(おもてなし)」の3つの取り組みを連動させることにより、県外から観光客を呼び込む

**W** 観光スポットが点在

**T** 集客交流競争、産地間競争の激化
- ② 高付加価値化を図る加工の工程や機械設備の製造を県内事業者どうしで行う「ものづくりの地産地消」を強化するとともに、投資の誘発を進め、県内産業の力をつける

**W** 小規模・零細事業者が多く、経営基盤が弱い製造業分野での産業集積度が低い

**T** 県外製品の流入や県外資本の進出産地間競争の激化

- 基本方向①**  
足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 基本方向②**  
産業間の連携を強化する
- 基本方向③**  
足腰を強め、地力を高める
- 基本方向④**  
新たな産業づくりに挑戦する
- 基本方向⑤**  
産業人材を育てる
- 基本方向⑥**  
移住促進により、活力を高める

## (2) 基本方向に基づく重点取り組み

「産業振興計画の推進によって目指す将来像(10年後の成功イメージ)」や「計画全体を貫く目標」、各分野における「4年後の目標」「10年後の目指す姿」(p.8～p.18 に記載)を実現していくため、第2期計画 ver.3 では、SWOT分析によって導き出された6つの基本方向に沿って、次の5つの改定のポイントを中心に取り組みをさらに充実、強化し、引き続きさらなる挑戦を続けます。

### 基本方向 ① 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る

人口の自然減等により、県内市場は今後も縮小していく趨勢にあります。このため、「地産地消の徹底」により、できるだけ県産品を使うことで、県外へのお金の流出を避けるとともに、生産地の力、県内産業の力を強めていきます。あわせて、県外からお金を稼ぐ「地産外商のさらなる推進」により、首都圏、関西・中部地区など、より大きな市場に売り出していくとともに、「海外の販路開拓への挑戦」により、欧州、東南アジアや中国はもとより、アメリカ、オーストラリアなどの海外市場をにらんで、輸出の拡大につなげていきます。

また、多くの観光客を県内に呼び込むことで、外貨を稼ぐ「外商」の取り組みを拡大することも重要です。昨年の県外観光客の入込数は、NHK 大河ドラマ「龍馬伝」の放送以来3年ぶりに 400 万人台を達成しており、この定着を目指し、本県観光のさらなる飛躍を図るため、「観光商品をつくる」「PR する」「リピーターを確保する」の3つの取り組みを連動させた「全国に通用する観光地づくりを進めていきます。

これらの取り組みによって、県際収支の改善を目指します。

#### ◆重点取り組み

##### <地産地消の徹底>

- 県民との協働による「地産地消」の促進
- 県内量販店等での販売拡大
- 直販所での販売拡大

##### <地産外商のさらなる推進>

- 「まるごと高知」を拠点とした外商活動の強化
- 「高知家」プロモーションとの連動による「外商」のさらなる加速化

##### <海外の販路開拓に挑戦>

- 本県に優位性のあるユズを中心にした販路拡大
- 貿易を担う人材育成の強化



<全国に通用する観光地づくり>

- 観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」を中心とした一層の観光振興
- マーケット動向や最新の旅行トレンドを踏まえた魅力的な観光商品づくり
- 「本物の日本を感じる高知家の旅」の提案を中心とした新たな国際観光戦略の推進

**基本方向 ②産業間の連携を強化する**

外商による効果を、さらに県内での経済波及効果につなげていくためには、産業間が連携して、県外との競争に打ち勝てる商品や製品を生み出していくことが重要です。このため、「第一次産業の強みを生かした食品加工の一層の展開」により、消費地が求める商品づくりの一層の推進と、全国に通用する衛生管理のもとで生産された商品を安定的に供給することを目指します。

また、新たな工業団地の開発の加速化、県内企業の設備投資の促進支援などとともに、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サポートを行うことにより、本県のものづくり産業の総合力を高め、力強いものづくり産業へと発展させていきます。

◆重点取り組み

<第一次産業の強みを生かした食品加工の一層の展開>

- 消費地が求める商品づくりの一層の推進
- 基本の徹底(生産管理、食品表示)
- 「信用の見える化」に向けた中核的な人材の育成とネットワーク化の推進
- 加工業者間連携による大規模加工の仕組みづくり

<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サポートによる力強いものづくり産業の発展>

- 「ものづくりの地産地消」の推進
- 県内に需要のある機械や設備を県内事業者同士で開発・製造する取り組みを推進
- 企業誘致の受け皿となる高台への団地開発の加速化や事務系職場誘致等の抜本強化
- 地場企業の競争力を維持するための設備投資の促進支援
- 「ものづくり地産地消・外商センター」の活動等による、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サポートの実施

**基本方向 ③足腰を強め、地力を高める**

全国的に見て比較的優位にある農業などの第一次産業でも、担い手の減少などにより、このままでは、本県の強みが強みでなくなってしまうことが懸念されます。

このため、第1次産業の担い手の確保・育成に加えて、「農業の振興」では、本県農産物の品質をさらに高め、付加価値を増すとともに、生産量を増やす取り組みや、産地のこだわりを伝える販売等による園芸品の基幹流通のさらなる強化、実需者の多様なニーズに対応できる新たな流通・販売体制の構築など、生産から流通・販売まで一体となった取り組みを進めます。

また、「林業の振興」では、成熟期を迎えた森林資源をダイナミックに活用するため、新たな大型製材工場の稼働というチャンスを生かして、原木の生産から加工・流通・販売までの体制を確立するとともに、新たな木材需要を創出するCLTのトップランナーを目指す取り組みや木質バイオマス発電の事業化によって木材の利用を拡大するなどの取り組みにより森林、林業、木材産業の活性化を図ります。

「水産業の振興」では、漁業生産量を維持しつつ、「高知家の魚」の認知度向上や新たな物流体制の構築による県外での消費拡大、地域水産物を活用した新たな加工事業の展開により、漁家所得の向上を目指します。

併せて、第2期計画において抜本強化を図った中山間対策では、取り巻く環境がさらに厳しさを増している中山間地域において、安心して暮らしていけるよう、産業面では、地域における産業の担い手の確保と、地域の特性を生かした新たなビジネスの創出による所得の向上・雇用の創出を目指し、「中山間の暮らしを支える産業づくり」を進めます。

#### ◆重点取り組み

##### <農業の振興>

###### ○本県農産物の高付加価値化

- ・環境保全型農業の推進や新施設園芸システムの構築等による生産力の向上
- ・新園芸ブランドによる販売の強化や新たな出荷・流通体制の構築等による販売力の向上

###### ○中山間地域の農業・農村を支える仕組みの強化

###### ○新たな担い手の確保・育成と企業的経営体の育成

##### <林業の振興>

###### ○生産性の向上と原木の増産

###### ○大型製材工場の整備・稼働

###### ○県内(既存)加工事業体の生産力の維持・強化

###### ○大消費地に設置した流通拠点等を活用した地産外商の推進

###### ○CLTを活用する工法の普及

○木質バイオマスのエネルギー利用の推進と多面的利用の拡大

<水産業の振興>

○新規就業者の確保などによる漁業生産量の確保と、民間活力を導入した養殖漁業の振興

○地産外商のさらなる推進による大消費地での評価の向上・シェア拡大

○水産加工の裾野の広がり新たな事業化による地域の所得向上

<中山間の暮らしを支える産業づくり>

○集落活動センターの機能も活用しながら、地域の潜在力を引き出し、各集落での加工品と  
いった小さなビジネスの拡大

○地域の中核的な事業体が主体となって多角的な経営を行う拠点ビジネスの推進

○地域アクションプランの推進による新たな産業づくり

**基本方向 ④新たな産業づくりに挑戦する**

資本や産業集積が乏しいことが、本県の製造業の弱さにつながっていることから、こうした弱みを克服する取り組みとともに、新しい産業を創出していくことが経済を上昇に転じ、県勢浮揚を図るために重要となります。

このため、新たな産業集積を目指して、防災分野では、台風や南海地震といった自然災害の経験を防災に生かしてきた本県の経験を土台として、今後、さらなる南海地震対策の加速化と併せ、防災関連産業の振興を図ります。また、新エネルギー分野では、全国トップクラスの日照量や降水量、森林率を誇る本県の優位な環境を、新エネルギー研究における全国有数の実証フィールドとして提供していくことで、「新エネルギー関連産業の育成・誘致」に取り組めます。

◆重点取り組み

<防災関連産業の振興>

○「防災分野の地産地消」の意識醸成、防災関連製品・技術の情報共有を行うための「防災関連産業交流会の実施」

○防災関連製品や技術の設計開発の早期事業化を支援

○自治体での公的調達を促進し、県外への販路開拓を支援

<新エネルギー関連産業の育成・誘致>

○木質バイオマスの安定的な供給、利用体制の確立

○新エネルギー発電事業の推進、エネルギー自給の推進

○新エネルギー関連製品・技術の開発支援、企業誘致促進

## 基本方向 ⑤産業人材を育てる

長らく低迷が続けている本県の産業を将来にわたって持続的に発展させ、県勢浮揚を成し遂げていくためには、各産業分野、各地域地域において、新たなことに果敢に挑戦しようとする志と、そのための知識や技術を持った人材が何よりも重要となります。

こうした人材を県内全域に広げていくため、市町村や産業界、大学などと連携し、「産業人材育成プログラム」に基づく体系的な人材育成や、第1次産業の担い手の育成など、「志ある産業人材の育成」に力を注いでいきます。

### ◆重点取り組み

＜志ある産業人材の育成＞

- 「産学官連携人材育成プログラム」による産業人材の育成
- 永国寺キャンパスを中心とした人材育成の充実

## 基本方向 ⑥移住促進により、活力を高める

本県は、全国に10年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれる中、産業振興計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取り組みを進めています。

県が行った試算からは、移住による経済波及効果等が一定見込まれており(※)、また、本県には移住希望者に対し訴求できる強みがあること、さらには、全国的な背景から移住に関する環境が変化してきたことなどを踏まえると、移住の促進は、地域の人材確保だけでなく、本県経済の活性化の面からも、大きな効果をもたらすものと考えられます。

このため、「高知家」プロモーションと連動した移住促進策を推進するとともに、「高知家」のコンセプトの下に、地産地消・地産外商、観光振興、移住促進の政策を統一的に展開することで、「高知家」の認知度をさらに向上させ、高知ファンや移住に関心のある方を拡げ、本県への移住に結び付けていきます。

また、アクティブな情報発信により、地域や企業などで活躍していただける「人財」の誘致に取り組めます。

あわせて、全国に10年先行して高齢化が進展する本県と、大都市圏との高齢者人口のピークの違いを捉え、大都市圏からリタイアメント層等を本県に呼び込むためのソフト、ハードの施策を、高知市中心市街地をモデルに検討していきます。

※夫婦 50 組(100 名)が大都市圏等から高知市に移住(夫婦同年齢で 60 歳時に健康状態)した場合、トータルで 65 億円の経済波及効果

◆重点取り組み

＜市町村や民間団体とのさらなる連携強化のもと移住促進策を推進＞

- 「高知家」プロモーションの切れ目ない実施と「高知家」のコンセプトのもと、地産外商、観光振興、移住促進を統一的に展開することで、移住者増へ繋げる
- 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
- 移住とい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
- 関心から行動へと促すための情報や機械の提供
- 不安を解消してもらうためのサポートの充実と、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
- 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
- 都市部からの「人財」誘致

＜中心市街地での移住促進策の強化＞

- 高知市及び経済団体とともに具体策を検討

(3)各産業分野を超えた連携(連携テーマ)

「地産地消・地産外商戦略の展開」など、産業分野を越えた連携テーマを推進

第2期計画では、基本方向に基づく各産業分野の取り組みや、各地域での取り組みをより効果的に進めるため、農業、林業、水産業、商工業、観光の産業分野を超えた連携テーマとして、次の6つを設定して、連携強化を図っていきます。

- ① 地産地消・地産外商戦略の展開(地産地消の徹底、ものづくりの地産地消の促進、食品加工の推進、地産外商の推進)
- ② 新エネルギーを産業振興に生かす
- ③ 産学官連携による力強い産業の礎を築く(研究開発、人材育成)
- ④ 中山間の暮らしを支える産業づくり
- ⑤ 産業人材の育成・確保
- ⑥ 移住促進による地域と経済の活性化(※第1次改定で追加)

## 4 第2期計画の改定

### (1) 計画の第1次改定(平成25年3月)

第2期計画の実行1年目となる平成24年度は、計画の大きな柱である地産外商戦略では、首都圏において新たな販路開拓に努めた結果、成約件数が大幅に拡大し、さらには海外に向けても、フランスで開催された世界最大級の食品見本市に日本で初めてユズ玉を出展するなど、今後、さらなる広がりが期待できる動きも出てきました。

また、新たな産業の創出に向けて、防災関連産業では、新たな試作開発が行われるとともに、メイド・イン高知の「防災関連製品」が県外での販売につながる事例も生まれてきました。

観光分野では、博覧会終了後の影響が懸念されるなか、これまで蓄積してきたノウハウを生かしたエリアキャンペーンや龍馬パスポートの取り組みにより、県外観光客の入込数は引き続き高い水準を維持しており、着実に本県観光の底上げが図られました。

しかしながら、人口減少により縮小を続ける県内市場、資本や産業の集積が乏しいがゆえに産業間の連携が弱く、強みである第一次産業さえも強みでなくなりつつある、という本県経済が抱える積年の課題を解決するためには、継続した粘り強い取り組みが必要でした。

そのため、平成25年度の第2期画 ver.2では、PDCAサイクルを通じ、計画のさらなるバージョンアップを図り、次の5つの改定のポイントを中心に計画の改定を行いました。

#### 【5つの改定のポイント】

- 1) 移住促進策の抜本強化 ～移住の促進により、地域や経済を活性化～
- 2) 力強い第一次産業の確立と地産外商の Next Stage に向けた展開  
～魅力ある農林水産物や加工品を全国・海外に～
- 3) 力強いものづくり産業への体質強化  
～ものづくりの地産地消のさらなる徹底や震災に強い産業基盤づくりなどにより、本県製造業の競争力を強化～
- 4) 地域が主体となった観光振興の展開と戦略的な誘客活動の一層の推進  
～400万人観光、さらにその先の435万人観光を目指して取り組みをステージアップ～
- 5) さらなる実践者の広がり実践力の向上に向けた産業人材の育成強化  
～全国一学びの機会が多い県を目指して～

※詳細は、「Ⅲ 第2期計画のこれまでの改定」(p.69～p.75)をご覧ください。

## (2) 計画の第2次改定(平成26年3月)

これまでの5年間、官民協働により産業振興計画の取り組みを積み重ねてきた結果、例えば、林業分野における大型製材工場の稼働のように、その分野を大きく動かすような、本格的な取り組みに挑戦できるようになってきました。

今回の第2次改定では、こうしたこれまでの蓄積を生かし、次の5つの改定のポイントを中心に、より大きな、より実効性のある施策へとバージョンアップしました。

### 【5つの改定のポイント】

- 1) 「高知家」プロモーションとの連動による「外商」のさらなる加速化
- 2) 観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」を中心とした一層の観光振興
- 3) 移住促進策のさらなる強化等により「人財」を誘致
- 4) 新たな挑戦による第1次産業の競争力強化
- 5) ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで「ものづくり」を一貫してサポート

以下、5つの改定のポイントについて、それぞれ詳しく述べます。

### 改定のポイント1

#### 「高知家」プロモーションとの連動による「外商」のさらなる加速化

(改定の背景)

- 全国に先行した人口自然減や高齢化の進展等により、県内市場は大きく減少(年間商品販売額は、平成9年からの10年間で約2割減少)を続けています。
- こうした本県経済の根本的な課題に正面から向き合い、抜本的な体質強化を図るため、平成21年度から「高知県産業振興計画」により、活力ある県外市場にモノを売って外貨を稼ぐ「地産外商」を進めることを全体戦略として、県を挙げた取り組みを推進してきました。
- これまでの取り組みの結果、外商の成約件数や定番化の件数が大きく伸び、また観光総消費額が1000億円を超えるなど、具体的な成果が見えてきましたが、この手応えをさらに確かなものとし、県勢浮揚を成し遂げるためには、施策と連動させ、高知県の認知度をさらに向上さ

せる取り組みを進めることで、具体的な成果に結びつけていく必要があります。

(改定のねらい)

平成 25 年 6 月からスタートした「高知家」プロモーションをさらに強力に推進し、「高知家」の認知度のさらなる向上を図るとともに、県産品の販売拡大といった具体的成果に結び付けていきます。

### 【さらなる強化策（主なもの）】

#### (1)「高知家」プロモーションの継続・強化

○PV 動画制作、「高知家」特設サイトの充実等による切れ目ない話題の提供 など

#### (2)「高知家」プロモーションとの連携による「県産品」「観光」「移住」の PR 促進

○各部・各団体のセールス施策と計画的に連動させたプロモーションの企画・展開

○平成 26 年度以降の誘客戦略に基づき、「食」を前面に出したプロモーション活動

「リョーマの休日～高知家の食卓～」の推進

○「高知家」プロモーションと連動した「高知家の移住」PR強化 など

#### (3)メイドイン高知のさらなる広がりを目指す地産外商戦略の展開

○首都圏での外商活動のさらなる強化

○定番化拡大を見据えた外商活動の展開(卸業者との連携による外商活動等) など

#### (4)食料品輸出額3億円をめざした県産品のグローバル戦略の推進

○他県との競争に打ち勝つユズを中心とした輸出促進の強化

○ユズに次ぐ輸出品目の販路開拓 など

#### (5)消費者のニーズに応じたマーケットイン型商品づくりの推進

○マーケットイン型商品づくりの取り組み強化

○お土産物開発プロジェクトの展開 など

### 改定のポイント2

観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」を中心とした一層の観光振興

(改定の背景)



○官民挙げたこれまでの取り組みにより、各地で新たな観光資源や体験プログラムが誕生し、観光キャンペーン「リョーマの休日」や「龍馬パスポート」を通して、本県観光のポテンシャルが高まっています。また、第2期計画で新たに取り組んでいる地域観光の担い手育成など一連の地域観光の取り組みや、高速道路の延伸をきっかけとした幡多地域の地域博覧会「楽しまんとはた博」の実施を通して、地域の観光振興に対する意識が高まっています。

○地理的ハンディキャップを克服するスポーツツーリズムや国別戦略に基づく国際観光の推進により、これまで獲得できていなかった新たな観光客層を呼び込むことができたことから、引き続き取り組みを強化していくことが重要です。

○400万人観光の定常化、さらにワンステージアップのためにも、こうした観光振興策のさらなる強化が必要です。

(改定のねらい)

高知ならではの「食」を前面に出したプロモーション「リョーマの休日～高知家の食卓～」を推進し、本県の食のブランドイメージの定着を図り、観光資源としての魅力の向上につなげます。

### 【さらなる強化策（主なもの）】

#### (1) 地域観光を牽引する広域観光組織の観光商品づくりの支援

○地域人材の育成による魅力的な観光商品づくり、地域コーディネート組織の機能強化 など

#### (2) ターゲットを明確にした効果的なPR活動の展開

○「食」を前面に出したプロモーション「リョーマの休日～高知家の食卓～」の推進

○「龍馬パスポートⅡ」による周遊・リピーター対策のさらなる深化 など

#### (3) おもてなしの向上によるリピーター確保策の促進

○「食」をテーマにした「おもてなしセミナー」の開催など、県民による「食」を通じたおもてなし  
気運の盛り上げ、高知の「食」を満喫できるイベントの開催 など

#### (4) スポーツツーリズムの推進

○プロスポーツの誘致活動の強化、アマ合宿・大会の誘致活動の強化 など

#### (5) 高知の強み活かした新たな国際観光戦略の推進

○国別プロモーション戦略に基づくインバウンド対策の加速化

○高知県の強みである「おもてなし」や「体験」を最大限に活かした精神的満足度の高い体験型  
観光商品の発掘・磨き上げ・造成及びターゲット市場のニーズに合わせたプロモーション活動  
の強化 など

### 改定のポイント3

## 移住促進策のさらなる強化等により「人財」を誘致

#### (改定の背景)

- 本県は、全国に10年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれる中、第2期計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取り組みを進めています。
- 県土の多くを占める中山間地域は、特に少子高齢化が深刻であり、新たなプロジェクトやコミュニティの維持のための活動を実施する場合にプレイヤーとなる人が不足しており、人材の確保が課題となっています。
- 移住促進は、平成25年度に移住促進策の抜本強化を計画に位置付け、「高知家プロモーション」と連携した情報発信や、移住・交流コンシェルジュの体制を強化して相談対応に取り組むなどした結果、H25年の県外からの移住実績は、H24実績を大幅に上回りましたが、平成27年度の目標である「500組以上」の達成に向けては、もう一段、施策を強化していく必要があります。

#### (改定のねらい)

平成27年度の目標である県外からの移住者数「500組以上」の達成に向け、求める人財の獲得を目指したアクティブな情報発信や移住者向け住宅の確保促進、民間支援団体等との連携などの移住促進策のさらなる強化を行います。

### 【さらなる強化策（主なもの）】

- (1)「高知家」プロモーションと連動させた移住の情報発信の強化
  - 高知家プロモーションと連動した「高知家の移住」のPR強化 など
- (2)求める人財を獲得するアクティブな情報発信
  - 地域人財のニーズを発掘、顕在化する取り組みを強化
  - 求める人財に着実に届けるアクティブな情報発信
  - 国等の制度を活用した都市部人財に起業や地域ビジネス事業者への就業を促す仕組みづくり
  - 「移住・交流コンシェルジュ」の体制充実（東京に移住・交流コンシェルジュを配置） など
- (3)移住希望者向けの住宅等の確保策の強化
  - 移住者に提供できる「空き家」活用の仕組みづくり など
- (4)移住者受入れ体制づくりの加速化
  - 民間支援団体等との連携強化 など
- (5)中山間地域等のシェアオフィス事業の着実な推進
  - シェアオフィスへの入居及び地域雇用の促進の強化 など

#### 改定のポイント4

### 新たな挑戦による第1次産業の競争力強化

#### (改定の背景)

- 本県の第一次産業は、農業など全国的に見て比較的に優位である分野でも、ここ10年で就業者数が約2割減少するなど、本県の強みが強みでなくなりつつあります。
- 農業分野では、平成25年度に行った調査により、県内JAの主要な園芸品目の生産部会員が10年後には16%減少すると予想されていることから、その減少を補うためには年間280人の新規就農者の確保が必要となっています。
- 林業分野では、大型製材工場の稼働により、本県の森林資源をダイナミックに活用する仕組みがついには動き始めましたが、川上から川中、川下にかけての木材の流れを一層しっかりとしたものにする必要があります。また、国内で普及すれば飛躍的な木材の需要拡大が期待されているCLT工法について、本県がトップランナーとしての地位を確立するためには、早期の取り組みが非常に重要となります。
- 水産業分野では、カツオ一本釣りの活餌供給や、地産地消・地産外商活動などにより、浜値の向上や水揚げの増加といった成果が現れてきており、その成果を漁港・漁村の賑わいにつなげていく必要があります。

#### (改定のねらい)

新たな担い手の増加など明るい兆しを確かなものにするため、中長期的な発展・成長を可能ならしめる、大規模かつ戦略的な施策を展開します。

## 【さらなる強化策（主なもの）】

### 【農業】

#### (1) 新規就農者の確保対策の強化と、地域の核となる農業者等の規模拡大の推進

- 本県で就農を希望する方が技術や経営の基礎から実践までを学ぶ「農業担い手育成センター」の創設
- 農地を集積して意欲的な農家や法人への貸し出しを促進する「農地中間管理機構」の創設 など

#### (2) 先進的技術を活かし、収益性の高い園芸農業の実現に向けた本県農産物等の生産基盤強化

- 高軒高ハウスや統合環境制御技術の導入などによる高品質、多収量、周年生産が可能な「次世代施設園芸団地」の整備 など

#### (3) 県産園芸品のマーケティングの強化

- 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 など

### 【林業】

#### (1) 飛躍的な木材の需要拡大が期待されている CLT(直交集成板)の推進

- 先導的なモデル建築物の整備促進、CLT 関係法令等の整備促進に向けた加速化
- CLT パネル工場の整備検討・誘致 など

#### (2) 土佐材販売力の抜本強化

- 土佐材販売力抜本強化プロジェクトチームの大規模取引実現に向けた取り組みへの支援 など

### 【水産業】

#### (1) 大都市圏の飲食店等と連携した「高知家の魚」の販売促進

- 「高知家の魚 応援の店」として登録いただいた大都市圏の飲食店等と連携した外商活動の強化  
(27 年度末までに「高知家の魚 応援の店」500 店舗の登録を目標)
- 東京築地場外市場の「全国漁港マーケット」(仮称)を首都圏での本県水産物の情報発信や販売活動の拠点として活用 など

#### (2) 漁業生産量の維持・拡大のための仕組みづくりと支援の強化

- 県内でのカツオ一本釣り用活餌の安定確保に向けた確保手段の検討
- カツオ等の県内水揚げの促進に向けた協議会の設置 など

#### (3) 協業化による規模拡大の促進と高品質化の推進による養殖業の振興

- 中小経営体の協業化と規模拡大に向けた支援
- 養殖業に携わる人材の技術習得支援と新規参入者への支援

## 改定のポイント5

### ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで「ものづくり」を一貫してサポート

#### (改定の背景)

- 本県の製造業は、資本や産業の集積が弱く、層の厚みも乏しい状況にあり、出荷額は、平成7年をピークに減少傾向にあり、平成24年は4,944億円で全国最下位となっています。
- こうした状況に歯止めをかけ、再び元気を取り戻すために、産学官が連携し、ものづくりの地産地消の推進、新たな技術や製品の開発支援、企業立地の推進に取り組み、また、防災関連産業や新エネルギー関連産業の新たな産業創出などにも挑戦しています。
- これらの取り組みにより、新たな機械製品が誕生し、県外企業との商談が成立するなど、明るい兆しが見え始めていますが、まだまだ効果は限定的であり、ものづくりの地産地消から地産外商までの一連の流れをしっかりと築き、外商の効果を本県経済に大きく呼び込んでくるため、さらなる施策の抜本強化が必要です。

#### (改定のねらい)

県内企業のビジネスプランづくりから経営から開発、販売に至る過程の一貫支援を行うことにより、ものづくり産業の総合力を高め、力強いものづくり産業へ発展させます。

#### 【さらなる強化策（主なもの）】

- (1) 産業振興センターを中心としたビジネスプランづくりから商品開発・販売促進までの一貫した支援の強化
  - ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進までの一連の施策をパッケージで支援 など
- (2) 力強い産業基盤づくりのための企業立地推進策・設備投資誘発策等の強化
  - 震災に強い新たな団地開発の加速化
  - 新たな設備投資支援策の充実、産業振興計画推進融資の創設 など
- (3) 新たな産業の創出、発展に向けた支援策の強化
  - 防災関連産業の振興 など
- (4) 成長分野研究会発のプラン実現に向けた支援の強化と産学官連携による継続的な産業育成支援
  - 大きな成長が見込まれるプランの実現に向けた支援内容を拡充 など
- (5) 地域の賑わいと生活を支える商業支援の強化
  - 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
  - 移住促進と連携した商店街活性化の取り組みを実施 など

## 5 第2期計画のさらなる発展に向けて

高知県では、人口減少や高齢化の著しい進展などの構造的な問題を抱える中、県民の方が将来に希望を持って住み続けられる県づくりを目指すため、産業振興計画をはじめとする「経済の活性化」の取り組みのほか、「子育て支援と教育の充実」「日本一の健康長寿県づくり」「県民の安心・安全の確保」「インフラの充実と有効活用」といった各種の政策を積極的に進めています。

各政策に共通する課題を解決し、より大きな成果が得られるよう、第2期計画では、さらに他の政策の取り組みとの融合、発展を図っていきます。

### ◆産業振興計画と他の施策の取り組みとの融合・発展(第2期計画で実施する主な施策)

#### ①中山間対策との融合・発展

集落活動センターを拠点とした地域資源や潜在力の活用場の場づくり、集落での加工品づくりなどの小さなビジネスの推進、こうち型集落営農などの拠点ビジネスの展開、こうち型二地域居住の推進 等

⇒中山間地域の集落の維持・再生に貢献

#### ②南海地震対策との融合・発展

防災関連商品・製品・技術の開発支援、事業者の事業継続計画の作成支援、事業所の耐震化支援 等

⇒災害に強い県土づくりに貢献

#### ③日本一の健康長寿県構想との融合・発展

健康・福祉テーマでの研究会方式による事業化支援、介護・福祉人材の育成・確保 等  
(※今後、「医療・介護・福祉関連サービス」を推進するための施策を検討し展開)

⇒日本一の健康長寿県づくりに貢献

平成 24 年度からスタートした「集落活動センター」の取り組みは、中山間の集落機能を維持するために、これまで生活、福祉、産業、防災など分野ごとに個々に進めてきた活動を、地域が一丸となって総合的に推進することで、それぞれの地域が抱える課題の解決を図っていくものです。このため、各分野における取り組みがこれまで以上に相互に連携して集落機能が発揮できる仕組みづくりを進め、これが地域に定着するとともに、さらに広がっていくことを目指します。

また、全国に10年先行し高齢化が進む高知県では、今後も、65歳以上の高齢者人口が増加<sup>12</sup>を続けると予測されており、増大または潜在する医療・福祉・介護の需要に対して、供給面の拡大を図っていく必要があります。

このため、日本一の健康長寿県構想をメインエンジンとして、必要なサービスの拡充や人材の育成・確保を図っていくことで、より大きな雇用や経済効果に結びつくよう、取り組んでいきます。

加えて、産業振興計画では、これまで実施してきた健康・福祉テーマでの研究会方式による事業化支援と併せて、今後、需要の増加が見込まれる高齢者向けの食事の宅配サービスやハウスキューピング、病院への移送サービスなど、様々な関連サービスの産業化の可能性について、どのようなアプローチ、サポートができるのか、産業界の方々と一緒に検討し、具体の取り組みを展開していくこととします。

---

<sup>12</sup> 高知県の65歳以上の人口は、平成22年の約22万人が、10年後の平成32年は24万6千人に達すると推計されています。(推計は、国立社会保障・人口問題研究所の「日本の都道府県別将来推計人口(H25.3月)」)





## < 付属資料 >

I	第1期計画の改定	50
II	第1期計画（平成21～23年度）の総括	52
III	第2期計画のこれまでの改定	69
IV	高知県経済等の動向（平成26年3月現在）	76

# Ⅰ 第1期計画の改定

## 1 第1期計画における改定の経緯

平成 21 年4月にスタートした第1期計画では、中長期的な視点(概ね 10 年)に立ちながらも、当面の目標を平成 23 年度末に設定し、そこに至る具体的な道筋を示して取り組みました。取り組みの推進にあたっては、状況の変化や地域の新たな動きなどにも対応し、計画をより効果的かつ実効性あるものとするため、PDCAサイクルを通じて、毎年度、計画の改定を重ねてきました。

この間、常に、産業成長戦略の充実とあわせて、地域アクションプランに新たな活動を取り入れることで、多くの県民の方々に参画いただきながら、官民協働で県経済の成長に向けて取り組んできたところです。

### ■第1次改定(平成 22 年3月)

平成 21 年度は、計画の「実行元年」と位置付けて、「本気で実行」を合言葉に取り組みを進めました。そうした中、一定の成果が表れ、成果につながる兆しも見え始めた一方で、計画を実行に移すことによって、修正すべき部分や拡充すべき部分、新たに追加すべき項目なども明らかになってきました。

このため、実行段階でいただいた県民の皆様の様々なご意見も踏まえ、さらなる効果を発揮させるため、下の5つの柱を中心とした改定により、計画のバージョンアップを図りました。

平成 22 年度は、「挑戦の年」と位置付け、この産業振興計画 ver.2のもと、「果敢に挑戦」を合言葉に取り組みを加速しました。

### 〔ver. 2 における改定の5本柱〕

- (1) 地産外商戦略の加速化
  - ・首都圏新アンテナショップのオープン(巨大マーケットでの地産外商戦略の本格的展開)
  - ・関西・中部地区での地産外商戦略のワンランクアップを目指した展開 等
- (2) 「ものづくりの地産地消」の促進
  - ・県内の受発注につながる情報を集約し、関連団体に提供
  - ・県内企業の試作品開発を支援する補助金の創設 等
- (3) ポスト「龍馬博」の推進
  - ・広域ブロック(東部、中央部、西部)ごとに、観光資源の磨き上げによる、1泊以上滞在できる観光地づくり
  - ・龍馬人気を生かし、更に広がりを持たせた観光PR、プロモーションの展開 等
- (4) 地域の取り組みのステップアップ推進
  - ・ステップアッププランへの支援メニューの創設 等
- (5) 地域産業を創造・リードする人材の育成・確保
  - ・「目指せ! 弥太郎 商人(あきんど)塾」の開講 等

## ■第2次改定（平成23年3月）

平成22年度は、龍馬ブームを追い風にした観光や地産外商の取り組みをはじめ、雇用の創出などの面でその成果が見え始めてきました。

その一方で、PDCAサイクルによる検証によって、引き続き着実な展開を図るべき取り組みや、更に充実させるべき点が明らかになってきました。

このため、平成23年度は、龍馬ブームの追い風が弱まる中で、これまでに蓄積した仕組みやノウハウを土台として県勢浮揚の足掛かりをしっかりと築く、まさに「正念場の年」と位置付け、着実な成果につなげるための次の5つの柱を中心とした計画のさらなるバージョンアップを図り、挑戦を続けました。

### 〔ver. 3における改定の5本柱〕

- (1) 外商活動のさらなる展開を図るとともに、「ものづくりの地産地消」を抜本強化
  - ・「ものづくりの地産地消」に関する総合相談窓口の設置
  - ・工業技術センター食品加工研究棟を整備
  - ・「まるごと高知」を拠点にした外商活動の一層の促進 等
- (2) 「龍馬ふるさと博」を核としたポスト龍馬博の展開
  - ・「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催
  - ・広域ブロックごとに1泊以上滞在できる観光地づくりの加速化 等
- (3) 新エネルギーを産業振興に生かす
  - ・木質バイオマスの地域内循環利用システムの構築
  - ・企業誘致などによる太陽光発電機器関連産業の集積の推進
  - ・小水力発電関連機器の開発促進 等
- (4) 産学官連携の強化
  - ・産学官連携会議の設置
  - ・産学官共同研究に対する中期テーマ支援制度の創設
  - ・産業人材育成プログラムの構築 等
- (5) 地域産業の育成と事業化支援の強化
  - ・第1次産業と加工・観光などと組み合わせた「地域拠点ビジネス」の更なる推進
  - ・地域アクションプランの取り組みの地域への定着 等

## II 第1期計画（平成21～23年度）の総括

### 1 第1期計画の評価

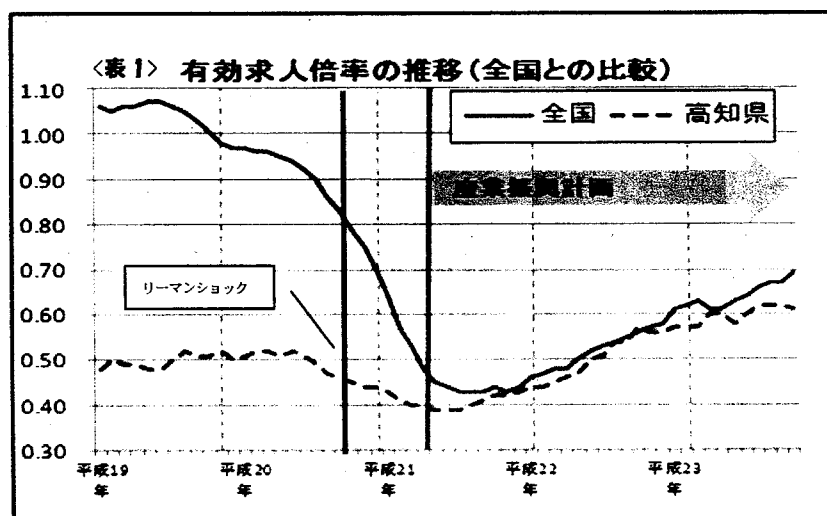
第1期計画は、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）」、「強みである第1次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、「①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」、「②産業間連携の強化」、「③足腰を強め、新分野へ挑戦」という3つの改革のための基本方向のもと、取り組みを進めてきました。

当初は、資本の蓄積や産業の集積が乏しく、財政状況も厳しい本県において、100年に1度の不況と言われたリーマンショックの影響など、かつてない極めて厳しい経済情勢の中での挑戦となりました。また、その後も、東日本大震災の発生や未曾有の円高などにより、計画で推進する外商活動や観光誘客、地域アクションプランなどの取り組みに、様々な影響を受けました。

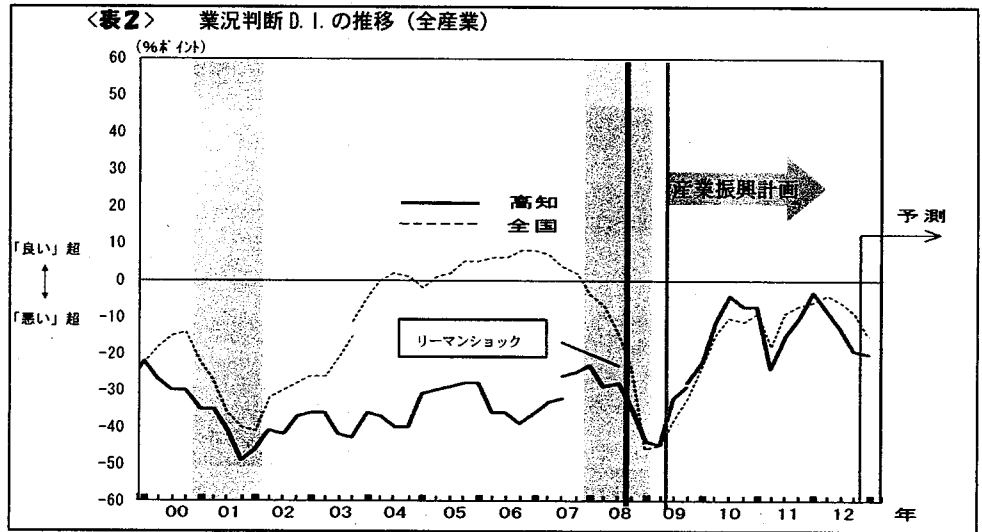
その一方で、国への積極的な政策提言などが功を奏し、生活対策・経済危機対策の臨時交付金の重点配分を受けることができたことや、国の雇用対策事業が活用できたことは、計画を進めるうえで大きな推進力となりました。加えて、NHK大河ドラマ「龍馬伝」放送の効果も、計画推進の大きな後押しとなりました。

こうした逆風や追い風のある中での挑戦となりましたが、第1期計画全体を見ると、本県産業の進行に向けて積年の課題に立ち向かうための仕組みが整い、県内各地で官民一体となった新たな事業が数多く動き出したところであり、県勢浮揚への挑戦の第一歩としては、一定の成果を残せたと見る事ができるものと考えています。

また、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がったことは、今後に向けて大きな力になるものと期待されます。

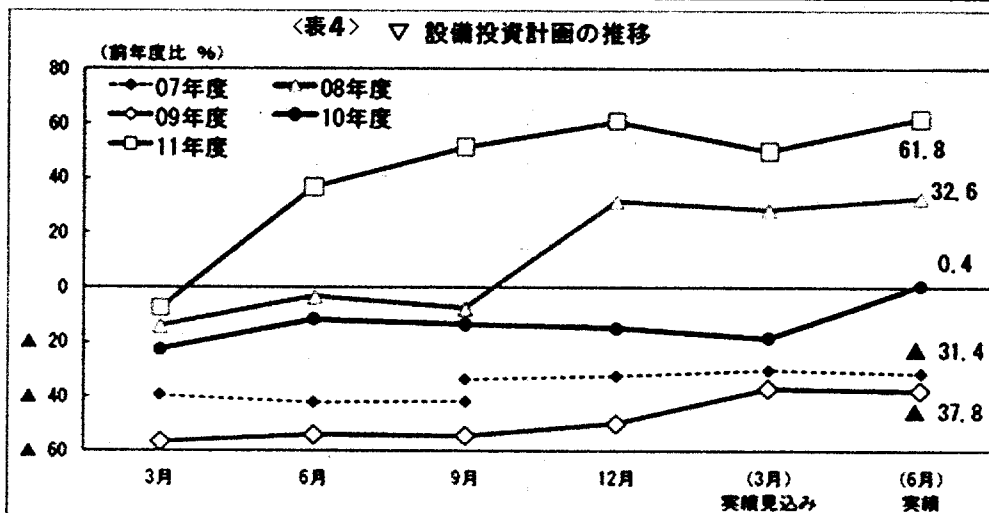
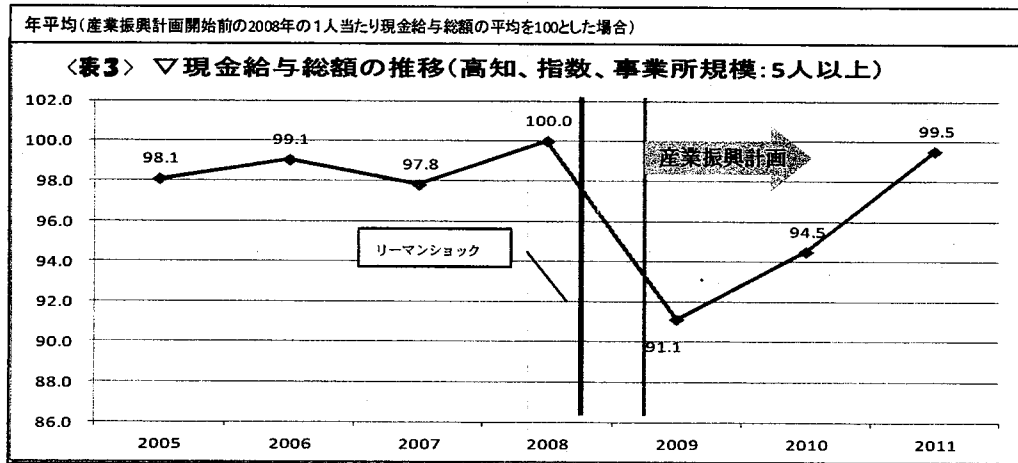


有効求人倍率(表1)や企業の業況判断D.I.(表2)の全国比較では、ここ数年全国の景気回復の波に乗れず低迷していたものが、産業振興計画の取り組みとともに全国的な動向に並んで



上昇に転じているほか、一人あたりの現金給与総額(表3)などが前年と比べてプラスに転じ、さらにこれまでになく設備投資(表4)に向けた意欲が高まるなど、本県の経済・雇用情勢にも明るい兆しが見え始めています。

一方で、県民の皆様が県勢浮揚を実感するまでの成果には至っておらず、また、これまで実行してきたからこそ明らかになった「乗り越えるべき課題」もあります。



以上の第1期計画の評価を踏まえて、これまでに動き始めた取り組みを軌道に乗せ、県勢浮揚に向けさらに飛躍できるよう、全県的な広がりや浸透をさらに図りながら、第2期計画で掲げた目標の達成に向けて取り組んでまいります。

## 《主な取り組みの成果》

### ■基本方向①「足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」(地産外商の推進)

「地産外商の推進」の母体となる一般財団法人高知県地産外商公社を平成21年8月に設立し、首都圏の外商活動の拠点となる「まるごと高知」を平成22年8月にオープン。名古屋事務所、大阪事務所の外商の取り組みも大幅に強化する中で、高知フェアや展示・商談会などの外商機会が、平成20年度の13件から平成23年度には129件と飛躍的に拡大しました。

公社の外商活動が本格化するにつれて、事業者の方々の外商活動も活発化し、新たにチャレンジする事業者の方々も着実に増えてきています。こうした取り組みを通して、商談の成約件数が平成23年度は1,327件と、その前年度の444件から大幅に増加するとともに、公社はもとより、県内事業者の方々に様々なノウハウが蓄積され、さらなる外商活動の展開に向けた足固めができました。

さらには、大消費地における販路拡大の挑戦により農産物や土佐材、土佐の魚<sup>いお</sup>の認知度が向上し、今後も取引の拡大が期待されます。

海外への挑戦については、本県に強みのあるユズを中心としたフランスやシンガポールでの認知度向上の取り組みや香港、台湾などでのフェアの開催などを通じて、食料品の輸出額が増加するとともに、新たに貿易に挑戦する実践者も広がりました。

#### ▶まるごと高知の状況

平成23年度：売上高 390 百万円 来店者 72.2 万人

・テストマーケティング及び催事への参加（平成23年度）：92 事業者 211 商品

#### ▶フェア、展示・商談会の開催等

・高知フェアの開催、展示・商談会への出展（首都圏をはじめ、関西地区、中部地区など全国での開催件数）

平成20年度：13 件 → 平成21年度：72 件 → 平成22年度：111 件

→平成23年度：129 件

※上記のうち

・食の大商談会 2010、2011 での成約件数：のべ 122 事業者 210 件（平成 23 年 4 月～平成 24 年 3 月の間に成約した件数）

・スーパーマーケット・トレードショー 2010、2011、2012 での成約件数

：のべ 57 事業者 289 件の成約（平成 23 年 4 月～平成 24 年 3 月の間に成約した件数）

※「スーパーマーケットで買いたい!フード 30 選」の中に、高知ブースから全国最多の 7 商品が選出（平成 23 年度）

⇒地産外商会社による仲介・あっせんによる成約件数

平成 22 年度：444 件 → 平成 23 年度：1,327 件

地産外商会社のプロモーション活動による広告効果：平成 22 年度：17 億円、

→平成 23 年度：23.3 億円

▶新たに貿易に取り組む企業（平成 21～23 年度合計）：24 社

▶国内外でのセミナーや商談会の開催等

・貿易促進コーディネーターによるサポート（平成 21～23 年度合計）：982 件

・伊勢丹シンガポールや香港そごう等でのフェアの開催（平成 22～23 年度合計）：10 回

・フランスでユズ賞味会の開催（平成 23 年度） → ユズ果汁注文：11.5 トン

・シンガポールの大手飲料メーカーへのユズ果汁の輸出（平成 23 年度）：9 トン

また、機械金属加工系などのものづくりに関しても、県外の主要な見本市への県ブースの設置や商談会の開催など、積極的な外商機会の確保に努めました。その結果、事業者の方々が積極的に外商機会にチャレンジし、新規の取引先の獲得や受注の拡大につながりつつあります。

▶見本市、商談会 平成 21 年度：6 回 参加者 82 社 2 団体 成約件数 291 件

→平成 22 年度：9 回 参加者 159 社 5 団体 成約件数 1,270 件

→平成 23 年度：12 回 参加者 123 社 成約件数 82 件

このように現れ始めた成果を踏まえ、外商の取り組みをさらに発展させていく必要がありますが、そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

○商品の競争力の強化を図るため、大都市市場と生産地間相互の情報交換をさらに活発化することが必要

○地理的なハンディを克服するための新たな物流の構築も必要（リードタイムの短縮・コストダウン・高鮮度流通等）

○海外においては、県産品の認知度が十分でなく、事業者にはハードルが高い状況。挑戦の継続・定着に向けて、他県との競争を勝ち抜く施策の強化が必要

## ■基本方向②「産業間の連携を強化する」(ものづくりの地産地消・食品加工・観光)

「ものづくりの地産地消」や「食品加工」の推進によって、付加価値を高める工程を県内で強化、拡大していく取り組みを進めるとともに、すそ野の広い観光産業の戦略的展開に取り組んできました。

### 【ものづくりの地産地消】

県内で必要とする加工や機械設備の製造等を県内事業者同士で行う「ものづくりの地産地消」の仕組みとして、「ものづくり」に関する総合相談窓口「ものづくり地産地消センター」を財団法人高知県産業振興センター内に設置し、相談・マッチング支援活動を行う体制を整えました。センターの設置後10ヶ月間で、218件の相談があり、マッチング活動を通して生産者と機械メーカーが連携して、新しい機械の試作開発を行うといった具体的な動きが出てきています。

また、試作機開発や企業立地の助成制度を拡充したほか、技術力を高める研修の充実や、食品加工研究棟の設置など、サポート体制も強化しました。

こうしたことにより、県内事業者同士で新たな付加価値を生み出そうとする取り組みを後押しするための仕組みが、本格的に動き出しました。

#### ▶ものづくり地産地消センターでの相談・マッチング件数

相談件数(平成23年6月～平成24年3月末):218件

#### ▶ものづくり技術展示会の開催(平成23年6月):来場者4,300人、出展事業者29事業者

#### ▶県工業技術センター食品加工棟における試作品開発支援(平成23年度):48事業者のべ156回の利用

#### ▶ものづくりの地産地消に係る試作機の開発支援(平成22～23年度合計):32件

#### ▶技術研修の受講者(平成21～23年度合計):(機械・金属等)52コース1,230名

(食品加工)37コース1,123名

#### ▶企業立地 平成23年度に全国トップクラスの支援策に拡充

このように現れ始めた成果を踏まえ、「ものづくりの地産地消」の取り組みによる経済波及効果をさらに大きなものにしていく取り組みが必要ですが、そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。



《乗り越えるべき課題》

- 経済効果を大きなものにするための県内事業者のさらなる参画が必要
- 県内の多様な「技術力の見える化」と商談機会の一層の拡大が必要
- 地場企業が将来にわたり競争力を保ち続けるための支援策の強化が必要

【食品加工】

本県の強みである第1次産業を生かし付加価値を生み出す取り組みとして、各地でユズやショウガ、ウルメなど、地域資源を活用した農水産加工が動き出し、雇用の創出や売上の増加といった効果が一部に現れ始めています。

また、試験研究機関との共同研究や技術支援、食品分野の研究会活動等により、酒類、グアバ飲料、栗加工品等の新しい商品が104件誕生するなど、食品加工の取り組みが活発化していることから、今後、事業の本格化に伴い、雇用の創出や売上高の増加につながることを期待されます。

▶県試験研究機関の技術支援等により、食品加工分野で91件が商品化（平成21～23年度合計）

▶食品分野の研究会活動への参加企業等 平成21年度：51 → 平成22年度：86

→ 平成23年度：102

3年間の研究会活動を通して13件が商品化

人材育成の面では、各種の人材育成研修を通して、地域産業を創造、リードする人材のビジネススキルや技術力のレベルアップが図られ、県外商談会への参加や研修受講者のネットワークを通じた新商品開発など、事業者の方々の積極的な活動となって現れつつあります。

また、食品加工を進めるうえで、基本となる生産管理の高度化や食品表示の適正化についても、食品加工施設の個別調査指導、生産管理高度化研修、食品表示のワンストップ相談窓口の設置などにより、事業者の方々の意識も高まっています。

▶食品加工技術研修の受講者（平成21～23年度合計）：37コース1,123名

▶目指せ！弥太郎 商人塾(実践・応用編)の受講生(平成22～23年度合計)：37業者

▶適正表示の支援：平成22年度 266件、高度化研修(12講座)受講者：422人

平成23年度 430件、高度化研修(20講座)受講者：580人

このような成果が現れ始めてはいますが、これを地域経済全体の底上げにつなげていくには、まだ多くの事業は規模が小さく、広がりも十分とは言えません。また、少量・多品種で供給が不安定な原材料が多いといった問題もあります。こうしたことを踏まえ、これまで成果として芽生えた事業を定着させ、一層発展させていくとともに、新たな事業展開に挑戦する事業者を増やしていく必要がありますが、そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

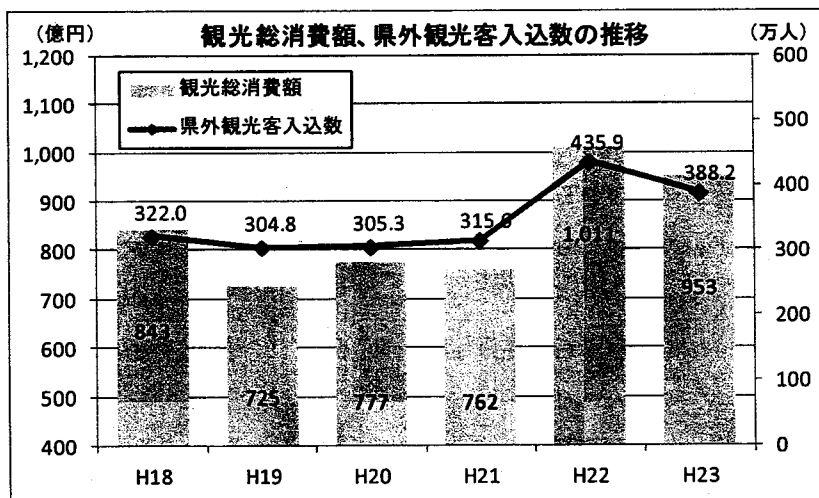
《乗り越えるべき課題》

- 民間の新たなチャレンジを促していくための仕組みの構築が必要
- 加工を目的とした原材料の生産から、加工、流通、販売までの大規模な仕組みの構築が必要
- 全国との取引を拡大するための「信用の見える化」(ISO, HACCP等) が必要

【観光】

すそ野の広い観光産業の戦略的展開については、大河ドラマ「龍馬伝」の追い風を最大限に生かすため、「土佐・龍馬であい博」を産業振興計画のリーディングプロジェクトとして、官民一体となった広報や誘致活動、観光地づくりに取り組んだ結果、「400万人観光、1千億円産業」の目標を上回る435.9万人、1,010億円を達成し、雇用の創出や大きな経済波及効果をもたらし、本県経済に大きく貢献しました。

また、懸念された大河ドラマ終了後の観光客の反動減も、「志国高知 龍馬ふるさと博」などの対策が功を奏し、一昨年に次ぐ歴代2位の388.2万人の県外観光客入込数となりました。



▶**県外観光客入込数**

平成19年：304.8万人→平成22年：435.9万人→平成23年：388.2万人

▶**県内観光客の県内観光総消費額**

平成19年：725億円→平成22年：1,011億円→平成23年：953億円

▶**「龍馬伝」放送による経済波及効果535億円（日銀高知支店調べ）**

この間、各地でまち歩き観光や自然を生かした様々な体験プログラムが生まれるとともに、市町村の枠組みを超えた広域観光を推進する地域コーディネート組織も新たに設立されました。

▶**体験型観光アドバイザーによる研修会（平成21～23年度合計）：20回、2,644名参加**

▶**観光ガイド団体の増加 平成20年度：15団体346人 → 平成23年度：28団体583人**

さらには、室戸ジオパークや海洋堂ホビー館四万十といった全国からの誘客が期待できる新たな観光資源も誕生しています。こうした動きにより、本県観光がさらに飛躍していく可能性が広がったところです。

▶**室戸ジオパーク 室戸岬ガイド利用者（平成23年9月～平成24年3月末）**

：4,404人（前年比7.4倍）

▶**海洋堂ホビー館四万十 入館者数（平成23年7月～平成24年3月末）：76,720人**

このように現れ始めた成果を踏まえ、今後は、これまで培ってきた県内外の人とのつながりといった財産を最大限に活用し、博覧会がなくても全国に通用する観光地づくりを行っていく必要があります。

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《**乗り越えるべき課題**》

- 全国に通用する持続可能な観光地づくりが必要（地域の核となる拠点づくり＋周遊コースの形成＋旅行商品化）
- 本県の認知度を高めるための国内外への情報発信の強化が必要
- 地理的なハンディ（移動時間、移動料金等）を克服するための魅力づくりが必要

■基本方向③「足腰を強め、新分野へ挑戦」(第1次産業・新産業の創出・企業立地の推進・新エネルギー)

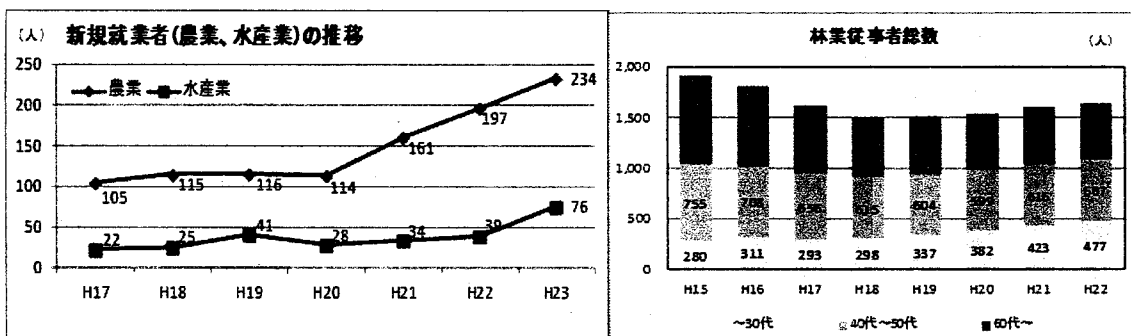
第1次産業の強みを維持していくため、生産地の強化や担い手の育成、そして、新たな強みを見い出すための新産業創出などに取り組んできました。

【第1次産業】

第1次産業においては、全体的な傾向としては、担い手の減少や高齢化が進んでいる状況にありますので、担い手の確保が共通する課題となっています。

＜過去5年間の就業者人口減少数（農業：平成22年まで△6,006人、漁業：平成20年まで△919人）＞

このため、研修などによる技術の修得支援、研修期間中の給付金や研修手当の支給、レンタルハウスや漁船のリースなどによる初期投資の軽減など、各段階に応じたきめ細やかな支援策を講じたところ、次代を担う若い世代などの新規就業者が徐々に増加し、林業分野では全体の従事者数の増加につながるなど、明るい兆しも見えています。



また、各分野の個別の取り組みとしては、農業分野では、産地の強化策や積極的な販促活動などにより、産地のまとまりの形成や高知野菜の認知度の向上が図られつつあります。

- ▶ I P M技術のマニュアル化 平成20年度：5品目 → 平成22年度：11品目
- ▶ こうち型集落営農組織 平成20年度：10組織  
→ 平成23年度：17組織（うちモデル集落 16組織）
- ▶ 集落営農組織数（準じる組織を含む） 平成20年度：125組織 → 平成23年度：164組織
- ▶ 学び教えあう場の設置 平成20年度：123ヶ所 → 平成23年度：181ヶ所
- ▶ パートナーシップ店でのフェア開催（平成21~23年度合計）：165回  
同店消費者の県の取り組み認知度 平成22年6月：8% → 平成24年2月 21.5%
- ▶ 県内緑茶消費量の県内産のシェア 平成19年度：48% → 平成23年度：62%
- ▶ 県内外での畜産物の新規取扱店舗の開拓（平成21年度~平成23年度）：  
土佐あかうし 78店舗、窪川ポーク米豚 56店舗、土佐ジロー 33店舗、土佐はちきん 170店舗

林業分野では、森の工場や外商の拠点の整備、さらにはバイオマスボイラーなど新エネルギー普及に向けた取り組みが進展しています。また、新たな大型製材工場が平成 25 年度早期の操業に向けて本格的に動き出しており、これを起爆剤として、本県の成熟した森林資源をダイナミックに活用することが期待されます。

- ▶森の工場 平成 20 年度:61 工場 45 事業体 23,483ha → 23 年度:103 工場 62 事業体 44,407ha
- ▶間伐面積 (平成 21~23 年度合計) : 32,451ha
- ▶大消費地に土佐材の流通拠点を 10ヶ所設置し外商活動を展開
- ▶戸建住宅の木造率 平成 20 年 : 82.8% → 平成 23 年 : 86.3%

水産業分野では、地産地消・地産外商の活動や、産地と県外の消費地市場とのネットワークづくり、カツオ一本釣用活餌の供給開始などの取り組みによって、浜値の向上や水揚げの増加などの成果が現れ始めています。

- ▶高知県漁協がキンメダイを主体に神戸、京都等への試験出荷を開始
- ▶水産物の大消費地市場 (大阪、名古屋、築地) と県内産地市場との交流会の開催  
(平成 21~23 年度合計) : 計 8 回
- ▶黒潮町佐賀でカツオ一本釣用活餌供給開始 : 水揚げ量 平成 21 年度 (供給前) : 45t  
→ 平成 23 年度 : 208t
- ▶漁村での滞在型・体験型観光 (主要な 5 地区での体験者数) : 平成 18 年~平成 20 年 : 15,759 人  
→ 平成 21 年~平成 23 年 : 18,814 人

このような成果が現れ始めた一方で、第 1 次産業の生産基盤が弱体化する傾向を大きく改善するまでには至っていませんので、さらに、取り組みを強化していく必要があります。そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

農業分野

- 高度な生産技術の普及やこうち型集落営農 (周年化、関連産業の育成) などによる所得向上に向けた取り組みのさらなる推進が必要
- 法人化など担い手の経営強化と雇用拡大が必要

林業分野

- 競争力を保つための設備の更新さえもままならない状況の改善が必要
- 成熟した森林資源をダイナミックに活用する仕組みづくりが必要

水産業分野

- 水産物の生産 (養殖漁業、種苗生産) や加工、流通過程におけるさらなる民間活力の導入が必要
- 高鮮度流通、リードタイムの短縮、コストダウンなどを実現するための新たな物流の構築が必要

### 【新産業の創出・企業立地の推進】

新産業の創出に向けては、成長が期待される食品、天然素材、環境、健康福祉、コンテンツの5つのテーマで研究会を設置し、年々、参加者が増加する中、情報交流や事業者のマッチング支援、事業化プランの検討などが進められています。3年間の研究会活動を通して認定された39件のビジネスプランの中から、高齢者用の軟化食や感染症の防疫用消毒マットなどの新たなビジネスが動き出し、雇用の創出や売り上げが増加するといった成果も見え始めています。

また、継続的な企業誘致活動と全国トップクラスに引き上げた立地促進制度の活用により、30件の企業立地が実現し、フル操業時には1,079人の新規雇用が見込まれるなど、産業の厚みを増すことにつながっています。

▶参加企業・支援機関数 平成21年度：160 → 平成22年度：203 → 平成23年12月：247

▶認定された39の事業化プランのうち、32件が事業化（残り7件も事業化に向けて準備中）  
⇒雇用効果29名、売上累計高3.3億円

▶高知県ソーシャルゲーム企画コンテストによるゲーム化 平成24年1月配信開始

▶30件の企業立地が実現（平成21～23年度）

⇒フル操業時の新規雇用1,079人、出荷額245億円の増

今後は、こうした取り組みをさらに強化するとともに、南海地震などの自然災害への備えを進める観点も視野に入れた新たな産業を生み出す活動を、より大きな動きにつなげていく必要があります。

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

#### 《乗り越えるべき課題》

- 研究会活動による事業成果をより大きなものとする必要がある
- 防災関連産業の振興が必要<防災分野のものづくりの地産地消・外商の支援、産学官連携、県内の製品や技術の行政調達の促進>
- 産学官のネットワークの強化が必要<さらに太く、強く>

### 【新エネルギー】

本県は、全国一の森林率を誇る豊富な森林資源をはじめ、トップクラスの日照時間や年間降水量など、全国でも優位な新エネルギーの資源を備えており、こうした強みを産業振興に生かす取り組みを進めています。

木質バイオマスの本格的な普及に向け、施設園芸等を対象に、コンパクトなエリアで木質バイオマスの需要と供給が循環する仕組みづくりを行うとともに、バイオマス発電の検討を進めています。また、太陽光や小水力、風力による発電の本格的な導入に向けた検討も始めています。

- ▶木質バイオマスボイラーの導入台数（累計）平成 20 年度以前：21 台 → 平成 23 年度末：144 台
- ▶木質バイオマスエネルギーとしての利用      平成 19 年度：97,000t → 平成 22 年度：133,000t

「再生可能エネルギー特別措置法」の制定による電力の固定価格買取制度が始まるなど、全国的に新エネルギー導入に向けて条件整備が進んできています。こうした追い風を受けて、新エネルギー関連産業を本県の強みを生かした新たな産業分野として確立していく必要があります。

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

#### 《乗り越えるべき課題》

- 恵まれた新エネルギー資源を県内で活かしきるための地域参画型の推進体制の構築が必要
- 木質バイオマスの初期導入コストの低減と安定供給体制の確立が必要

## ■地域にある強み（資源）を生かす〈地域アクションプラン〉

地域アクションプランの取り組みに対しては、県内7つの地域に置いた産業振興推進地域本部を中心に、ソフト、ハードの施策を組み合わせ、生産の強化から販売の拡大まで一貫した支援を行ってきました。

その結果、各地でユズやショウガ、うるめなど、地域資源を活用した農水産加工の取り組みが大きく前進するとともに、「まるごと高知」を通して、外商に挑戦し、都会の消費者に認められ、県外で販路を広げる例も増えてきました。

また、地域の観光資源の磨き上げにより、各地でまち歩き観光や自然を生かした様々な体験プログラムが生まれるとともに、室戸ジオパークや海洋堂ホビー館四万十といった全国からの誘客が期待できる新たな観光資源が誕生するなど、本県観光の魅力が高まり、目標とした400万人観光、1,000億円産業の実現に貢献しました。

▶地域アクションプランによる雇用の創出：623人（第1期計画期間を通しての雇用増数）

▶総合補助金活用実績（平成21～23年度）

：のべ138事業 総事業費5,597百万円（県補助金額：2,073百万円）

○事業者内訳

民間・・・・・・・・・・ 25 (18.1%)  
市町村、三セク、公社・・ 39 (28.3%)  
地域団体等・・・・・・・・ 74 (53.6%)

○分野別件数及び県補助金額

農業・・・・・・・・ 41件 (29.7%) 763百万円  
林業・・・・・・・・ 11件 ( 8.0%) 64百万円  
水産業・・・・・・ 21件 (15.2%) 217百万円  
商工業・・・・・・ 25件 (18.1%) 427百万円  
観光・・・・・・・・ 29件 (21.0%) 316百万円  
地域拠点ビジネス・・・・ 11件 (8.0%) 286百万円

※「地域拠点ビジネス」とは、地域の中核となる組織を核にした加工、直販、農作業の受委託等の多角的な事業

経済効果：平成21～22年度に総合補助金を導入した76事業のうち、売上高により補助事業の効果を測ることが適当と判断される事業（決算の時期により現時点で平成23年度の売上高が把握できない事業を除く）58事業の売上高の増減合計

⇒平成22年度 約6.1億円/年の増 [35事業計]

平成23年度 約14.5億円/年の増 [58事業計]（いずれも事業実施前との比較）

〈地域アクションプランの項目数の推移〉

[件]

年度/地域	安芸	物部川	高知市	嶺北	仁淀川	高幡	幡多	計
H21当初	34	22	37	18	35	38	37	221
H21最終	34	22	37	18	35	38	38	222
H22当初	35	22	38	23	36	37	47	238
H22最終	37	22	38	23	38	37	45	240
H23当初	34	22	32	24	38	37	41	228
H23最終	33	22	32	24	38	37	41	227

※3年間（H21～23）で新たに36プランを追加（プランの動きについては、分割・統合・削除があるため全体の増減数と追加数は一致しません）



このことにより、地域での雇用や経済効果につながるなど、成果を伴う取り組みも現れ始めましたが、こうした取り組みが継続的に生まれ、地域の基幹産業として根付き、地域経済全体の底上げにつながる大きな動きとなるためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

- 動き出した事業を軌道に乗せていくための継続的な取り組み、支援が必要  
（ソフト・ハードの各種支援策を総動員）
- より大きな事業、より多くの雇用を生む事業の展開が必要
  - ⇒ 地域外、他産業との連携も意識したダイナミックな取り組みへのサポート
  - ⇒ 民間の力が縦横に発揮されるための仕組みの充実・強化
- 地域の観光資源を点から線、線から面につなげて売り込むための体制づくりが必要
- 民間の方々の参画を一層促進するため、計画のさらなる周知・徹底が必要
- 現場実態に即した制度の改正が必要（民間のスピード感への対応等）

## 《参考資料① 産業成長戦略の各施策の個別評価》

産業振興計画の目指す成果は、本県の産業全体の底上げにあります。

その評価は前述のとおりですが、こうした計画全体の成果は、まずは個々の施策が着実に進むとともに、関係の皆様のご努力の中で、相互に組み合わさり、相乗効果が発揮されてこそもたらされるものです。

このため、個々の施策の結果が必ずしもそのまま全体の成果となるわけではありませんが、基礎を形づくるものとして個々の施策の数値目標に対する実績や到達度などの進捗度合いを見ていくことも重要です。

こうした観点から産業成長戦略の個々の施策の進捗状況を評価すると以下のとおりです

(注) 第1期計画では、「地産外商公社の立ち上げ」や「ものづくりの地産地消の仕組みづくり」など、新しい仕組みをゼロから創り上げるために、準備に時間を要するものも多くあり、そうしたものは、アウトカム（成果）目標を設定できていないものもあります。

このため、第1期計画の評価は、アウトカム（成果）だけでなく、インプット（講じた手立て・投入量）により具体的に現われたアウトプット（結果）の状況も含めて、評価の基準としています。

(インプットの例) 展示商談会の開催：●回

(アウトプットの例) 展示商談会への参加事業者：●事業者

(アウトカムの例) 展示商談会による成約件数：●件、成約額：●●億円

### 【評価基準】

	数値目標の設定のあるもの	数値目標の設定のないもの
S	<ul style="list-style-type: none"> <li>数値目標を達成した(又は達成する見込みがある)もの</li> <li>数値目標を達成できない(又は達成する見込みがない)が、課題を解決し得る著しい成果があったもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>目指すべき姿として掲げた短期的な視点を実現するに足りる著しい成果があったもの</li> <li>課題を解決し得る著しい成果があったもの</li> </ul>
A	<ul style="list-style-type: none"> <li>数値目標を達成できない(又は達成する見込みがない)が、課題の解決につながる一定の成果があったもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>目指すべき姿として掲げた短期的な視点の実現につながる一定の成果があったもの</li> <li>課題の解決につながる一定の成果があったもの</li> </ul>
B	<ul style="list-style-type: none"> <li>成果の兆しがあり、今後、課題の解決につながる成果が期待できるもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>成果の兆しがあり、今後、目指すべき姿として掲げた短期的な視点の実現につながるに足りる成果が期待できるもの</li> <li>成果の兆しがあり、今後、課題の解決につながる成果が期待できるもの</li> </ul>
C	<ul style="list-style-type: none"> <li>対策による成果がほとんど見られなかったもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>対策による成果がほとんど見られなかったもの</li> </ul>

### ◎ 4段階評価の結果

施策数	S	A	B	C
420	89	283	46	2

《参考資料② 地域アクションプランの成果等》

《取り組みごとの特徴》

【食品加工の取り組み】

- 地域資源を活用した農水産加工の取り組みが大きく前進
  - ・農産加工：ユズ茶、米粉、四方竹、ショウガや文旦の飲料、こだわり野菜の加工品、直七の調味料等
  - ・水産加工：か、シラ、うるめ、ヒノ、養殖魚等

【地産地消・地産外商の取り組み】

■直販所の機能強化・新設

- ・高知市内へのアンテナショップの新設及び道の駅布施ケ坂の機能強化（津野町）
- ・道の駅あぐり窪川の機能強化（四万十町）
- ・観光物産館おち駅の新設（越知町）
- ・アンテナショップてんこすの新設（高知市）
- ・かっぱ市の機能強化（芸西村）
- ・田野駅屋の機能強化（田野町） 等

■県内での商品の発掘・磨き上げ、外商活動に挑戦

【魅力ある観光地づくり】

■県内の観光資源の磨き上げによる魅力の高まり

- ・室戸ジオパーク、モネの庭、森林鉄道遺産、中岡慎太郎館、土佐っ歩、海洋堂ホビー館 等

■地域に根差した体験メニューの育成

- ・ゆかとのふれあい体験、サゴウワッチングやシヤック、仁淀川カーラフティング、ドラゴンコース、農業・漁業体験、森林セラピーロード、かおのたたきづくり 等

【多角的なビジネスの展開】

■中山間地域の活性化につながる地域資源を活用した多角的なビジネスが進展

- ・本山町特産品ブランド化未来創造構築事業
- ・津野町地域資源「ふる」活用ビジネス事業
- ・四万十町拠点ビジネス体制整備事業
- ・地域資源を統括したプロム構築によるしみずの元気再生事業
- ・果樹（ユズ）・露地野菜の産地づくりによる三原村農業所得安定向上支援事業
- ・大月まるごと販売事業 など

■その他の特徴的な取り組み

- ・薬用作物（大手製薬会社での漢方薬製造の原料となる薬用作物の産地育成）
- ・土佐はちきん地鶏（県内での生産拠点の展開により新しい地場産業を目指す）
- ・土佐備長炭（新たな共同窯・研修窯の設置による生産量の拡大、新規生産者の養成）
- ・農家レストラン（地産地消、安全安心を背景に生産者と消費者をつなぐ仕組みとして構築）
- ・「かつお」まるごと商品開発プロジェクト（かつおを加工・商品化し、新たな「食」ビジネスを展開） 等

《効果》

【雇用の受け皿、売上高等経済効果】

■地域アクションプランによる雇用の創出

623人（第1期計画期間を通しての雇用増数）

■総合補助金活用事業の効果

- 平成21～22年度に総合補助金を導入した76事業のうち、売上高により補助事業の効果を測ることが適当と判断される事業（決算の時期により現時点で平成23年度の売上高が把握できない事業を除く）58事業の売上高の増減合計
  - ⇒平成22年度 約6.1億円/年の増[35事業計]
  - 平成23年度 約14.5億円/年の増[58事業計]
  - （いずれも事業実施前との比較）

【産地と一体となった企業の取り組み】

- ・定置網で獲れた低価格魚の加工（水産物加工会社⇨県漁協）
- ・土佐文旦のリキュール等（酒造会社⇨JAとさし）
- ・芋菓子の加工食品（芋菓子加工販売会社⇨芋生産者の協議会）
- ・木質系猫砂の製造（大手ペット用品会社⇨木材事業者、茶業組合）
- ・地域産品を活用した冷菓等（冷菓等製造販売会社⇨ユズ、トマト等の生産事業者）
- ・シイラの加工食品（練り物加工会社⇨漁業者の企業組合）
- ・宿毛湾の水産物加工（県外大手飲食店⇨すくも湾漁協） 等

【全国・世界基準に挑戦】

- ・室戸ジオパークの世界ジオパークの認証
- ・ブランド米「土佐天空の郷」のお米日本一コンテスト最優秀賞
- ・世界的に有名な海洋堂との連携によるフィギュアのミュージウム整備

【地域ブランドの確立へ】

- ・ごめんケンカシャモ（南国市）
- ・四方竹（高知市）
- ・米粉（嶺北地域全域）
- ・シュガートマト（日高村）
- ・宇佐の一本釣りうるめ（土佐市）
- ・さかわの地乳（佐川町）
- ・カツオ商品（中土佐町）（黒潮町）
- ・津野山産原木しいたけ（梶原町・津野町）
- ・直七（宿毛市） 等

## 2 今後の展開（さらなる飛躍に向けた挑戦）

- 実行3年間の取り組みでは、前述したような成果が出始めており、今回の総括により、改めて、本県経済の根本的な課題を解決し、県勢浮揚を成し遂げるために、3つの基本方向によって進めてきたことが間違いなかったことを確認できました。

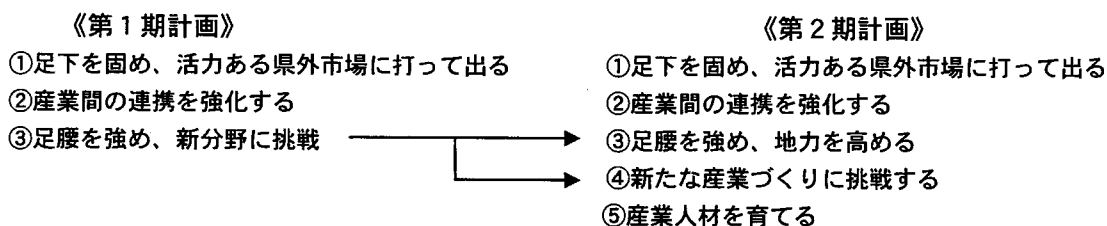
一方で、その成果は、まだ一部にとどまっており、また、これまで実行してきたからこそ明らかになった「乗り越えるべき課題」もあります。

- このため、第2期計画は、次の3つの視点を持って、第1期計画をさらに進化させました。また、各産業分野に共通する方向として「産業人材を育てる」を新たに加えて整理した5つの基本方向により、強力に推進していくこととしました。

### 【3つの視点】

- ①これまでの取り組みによって、地産外商をはじめ、観光、ものづくりの地産地消など動き出した数々の事業の定着と、さらなる成長・発展を目指す。
- ②本県産業が長期にわたって成長し、発展を続ける礎を築くことができるよう、防災関連産業や新エネルギー産業の振興など、将来に大きな可能性を秘めている分野に挑戦し、より大きな動き、大きな産業を目指す。
- ③地域アクションプランのさらなる推進や、中山間対策を抜本的に強化することで、より多くの県民の皆様に産業振興の取り組みの実践者として参画いただき、その経済効果を地域地域に広げていく。

### 【改革のための基本方向】



- 第2期計画の推進にあたっては、より明確なアウトカム（成果）目標を掲げ、今まで以上に官民が協働して取り組むとともに、PDCAサイクルを一層徹底してまいります。今後、第2期計画のもと、さらなる飛躍に向けた挑戦を続け、県経済の活性化を目指します。

## Ⅲ 第2期計画のこれまでの改定

### 1 第1次改定（平成25年3月）の詳細

6つの基本方向に向けて、各種の取り組みを進めるため、次の5つのポイントを中心に計画の改定を行います。

#### 【5つの改定のポイント】

- 1) 移住促進策の抜本強化 ～移住の促進により、地域や経済を活性化～
- 2) 力強い第一次産業の確立と地産外商の Next Stage に向けた展開  
～魅力ある農林水産物や加工品を全国・海外に～
- 3) 力強いものづくり産業への体質強化  
～ものづくりの地産地消のさらなる徹底や震災に強い産業基盤づくりなどにより、本県製造業の競争力を強化～
- 4) 地域が主体となった観光振興の展開と戦略的な誘客活動の一層の推進  
～400万人観光、さらにその先の435万人観光を目指して取り組みをステージアップ～
- 5) さらなる実践者の広がり実践力の向上に向けた産業人材の育成強化  
～全国一学びの機会が多い県を目指して～

以下、5つの改定のポイントについて、それぞれ詳しく述べます。

#### 改定のポイント1

##### 移住促進策の抜本強化

(改定の背景)

本県は、全国に10年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれる中、産業振興計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取り組みを進めています。

県が行った試算からは、移住による経済波及効果等が一定見込まれており(※)、また、本県には移住希望者に対し訴求できる強みがあること、さらには、全国的な背景から移住に関する環境が変化してきたことなどを踏まえると、移住の促進は、地域の人材確保だけでなく、本県経済の活性化の面からも、大きな効果をもたらすものと考えられます。

このため、全国的な少子高齢化の進展を脅威と捉えるのではなく、将来にわたっての持続的な発展を実現する機会と捉え、課題先進県として課題に真正面から向き合い、本県の「産業振興」「健康長寿県づくり」「中心部の賑わいづくり」「中山間対策」などを有機的に結び付け、移住促進策を強化することによって、経済活性化に繋げる仕組みづくりを、市町村とのさらなる連携のもと官民一体となって取り組んでいきます。

また、全国に10年先行して高齢化が進展する本県と、大都市圏との高齢者人口のピークの違いを捉え、大都市圏からリタイアメント層等を本県に呼び込むためのソフト、ハードの施策を、高知市中心市街地をモデルに検討していきます。

※夫婦 50 組(100 名)が大都市圏等から高知市に移住(夫婦同年齢で 60 歳時に健康状態)した場合、65 億円の経済波及効果

(改定のねらい)

市町村とのさらなる連携強化のもと、移住促進策を抜本強化し、高知ファンや移住に関心のある方を拡げ、本県への移住に結び付けることで、地域の活性化と経済の活性化に繋げていきます。

### 【さらなる強化策 (主なもの)】

- ① 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
  - ・高知県をPRするコンセプトコピー・プロモーションビデオの制作 など
- ② 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
  - ・移住ポータルサイトの魅力UPと訪問者の増加対策
  - ・各種メディアを通じたアクティブな情報発信(ターゲット別のプロモーション)
  - ・「仕事」「住む場所」「趣味」の3つのコンテンツを組み合わせた「幸せ移住パッケージ」を作成・提供 など
- ③ 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体制強化 など
- ④ 不安を解消してもらうサポートの充実
  - ・官民協働による「(仮称)移住推進協議会」を設立
  - ・住まいや暮らしをサポートする「専門相談員」「地域移住サポーター」の配置
  - ・シェアオフィスの整備 など
- ⑤ 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
  - ・専門相談員の配置によるフォローアップ など

### 【次なる展開の検討】

○ 中心市街地での移住促進策の強化に向け、高知市及び経済団体とともに具体策を検討

## 改定のポイント2

### 力強い第一次産業の確立と地産外商の Next Stage に向けた展開

#### (改定の背景)

本県の第一次産業は、農業や漁業の就業者の減少、販売価格の低迷といった厳しい環境に加え、大消費地から距離が遠いというハンディを抱えています。

こうした中、第1期計画の取り組みによって明るい兆しも見え始めており、第2期計画では、生産高のアップを目標に掲げて挑戦しています。

食品加工の分野では、地域アクションプランなどにより、もまま地域資源を活用した新たな加工品づくりが進んでいます。県外・海外との競争に打ち勝つためには、生産段階からの加工産業の一層の拡大と高付加価値化を進めていく必要があります。

外商面では、挑戦する事業者が着実に増え、販路も広がってきていますが、まだ、一事業者あたりの成約額は少ない状況にあります。

こうした課題を克服するため、さらなる挑戦を続けていく必要があります。

#### (改定のねらい)

農林水産業や食品加工品分野において、高品質で高付加価値なものづくりや、品目を横断した戦略的なプロモーション活動をもう一段高いレベルで展開することで、さらなる販路の拡大と成約アップを図り、より大きな動き、骨太なものに押し上げます。

#### 【さらなる強化策（主なもの）】

- ① 第一次産業を支える新たな担い手や規模拡大
  - ・農地集約化の管理経費や園芸用ハウスの整備を支援(新規就農者をトータルにサポート)、レンタル畜産施設等の整備 など
- ② 市場のニーズに応えられる生産から流通・販売までを見通した足腰の強い生産地づくり
  - ・こうち新施設園芸システム(炭酸ガス供給装置、ハウス内環境測定器等)の普及の加速
  - ・養殖魚の地産外商の推進(養殖産地との交流ツアーの実施など)、県産水産物の統一ブランドの確立
  - ・木質バイオマス発電施設の整備への支援 など
- ③ 食品加工の実践者へのステージに応じた支援と生産管理高度化の推進
  - ・県内大学を核とした生産管理高度化研修等の実施
  - ・高品質系スーパーや業務メニュー開発企業と連携したマーケットイン型の商品づくりを支援 など

#### ④さらなる定番拡大に向けたエリア別の地産外商戦略の展開

- ・(首都圏)地産外商公社のプロモーション部門と外商部門の体制強化
- ・(中部)中京メディアとのネットワークづくりとプロモーションの実施
- ・(関西)展示・商談会への出展拡充と高質系スーパーとの連携強化
- ・(中国・九州)卸業者を対象とした商談会の開催
- ・(高知)フェイスブック等を活用した「eコマース」の構築

#### ⑤本県に優位性のあるユズを中心にした他県をリードする海外展開

- ・欧州横断ユズプロモーション、豪州ユズ賞味会、米国・シンガポール等での展示・商談会などの実施

### 改定のポイント3

#### 力強いものづくり産業への体質強化

##### (改定の背景)

本県は、産業集積が乏しいことに加え、毎年 5,000 人を超える生産年齢人口が減少しており、製造業における出荷額は、平成7年をピークに減少傾向にあります。

こうした状況に歯止めをかけ、再び元気を取り戻すために、産学官が連携し、ものづくりの地産地消、新たな技術や製品の開発、防災関連産業や新エネルギー関連産業の創出などに挑戦しています。

こうした取り組みを通して、新たな機械製品が誕生し県外企業との商談が成立するなど、明るい兆しが見え始めていますが、本県を取り巻く環境は依然として厳しい状況にあることから、中長期的な視点に立った力強いものづくり産業を目指して、さらなる挑戦を続けていく必要があります。

##### (改定のねらい)

産業の厚みを増す「企業立地」や震災に強い産業基盤づくり、動き出した「防災関連産業」、「ものづくりの地産地消」、外商などをさらに強力で推進し、力強いものづくり産業への体質強化を図ります。



### 【さらなる強化策（主なもの）】

- ①新想定を踏まえた高台への団地開発の加速化（4年後の開発目標 20ha の前倒し）
  - ・香南工業団地の早期完成と新たな工業団地開発の推進、継続的な適地調査の実施
- ②他県との競争力を確保するための企業立地推進策・設備投資誘発策の強化
  - ・ものづくり企業の誘致強化（雇用奨励金の創設、補助限度額のアップ）、事務系職場（コールセンター等）の誘致強化（補助制度の創設など） など
- ③産学官連携による新たな産業の育成を強化
  - ・産業振興に繋がる共同研究への支援強化（中期テーマの実現と新規テーマの採択・支援） など
- ④成長分野研究会発等の有望なプランの成長を後押しする支援の強化
  - ・有望なプランへのパッケージ支援（設備投資への助成の拡充、販路拡大支援、人材支援）
  - ・ビジネスの立ち上がり期への支援強化（事業育成支援金、ハンズオン支援事業の創出）など
- ⑤防災関連産業を大きなビジネスに育てるための施策の拡充
  - ・防災製品開発アドバイザー等の配置、全市町村での公的調達制度の創設支援、県外の展示会への出展機会の拡大 など
- ⑥外貨の獲得に向けた地産外商のさらなる強化
  - ・高知県産業振興センター外商支援部の機能の拡充、県外の展示会への出展機会の拡大

### 改定のポイント4

#### 地域が主体となった観光振興の展開と戦略的な誘客活動の一層の推進

（改定の背景）

官民挙げたこれまでの取り組みにより、各地で新たな観光資源や体験観光プログラムが誕生し、観光キャンペーン「リョーマの休日」を通して、さらに本県観光のポテンシャルが高まっています。

第2期計画で新たに取り組んでいる地域観光の担い手育成など一連の地域観光の取り組みや、高速道路の延伸をきっかけに、地域博覧会の主体的な企画の発案に結びつくなど、地域の観光振興に対する意識も高まっています。

高知を舞台としたドラマの放送や映画の公開など本県の露出を拡大させる絶好の機会を活かし、本県への誘客に結びつけていく必要があります。

(改定のねらい)

400万人観光、さらにその先の435万人観光を目指して、地域コーディネート組織を中心に、地域が主体となった自律的な観光を推進し、本県観光の底上げを図るとともに、よりターゲットを明確にした戦略的な誘客活動を展開します。

### 【さらなる強化策（主なもの）】

#### ①地域が主体となった観光振興の取り組みの促進

- ・観光資源のさらなる発掘・磨き上げ、広域観光組織等の地域コーディネート機能の強化、地域が主体的に開催する大規模イベントの支援、エリアキャンペーンの実施 など

#### ②ターゲットを明確にした効果的な広報・セールス活動の展開

- ・個人旅行を意識した旅行会社へのセールス活動の強化、近隣県へのイベント情報の発信による週末型の観光客の呼び込み など

#### ③おもてなしの向上によるリピーターの促進

- ・おもてなしタクシーの利用促進、おもてなしトイレの拡充 など

#### ④本県の優位性を活かしたスポーツツーリズムの推進

- ・プロスポーツの誘致、アマ合宿・大会の誘致、スポーツイベントの実施

#### ⑤東アジアを中心とした国別戦略に基づくインバウンドの誘致拡大

- ・四国4県が一体となった外国人観光客誘致の取り組み、大型クルーズ客船やLCCの誘致活動 など

上記①～⑤の他、観光キャンペーン「リョーマの休日」終了後の平成26年度からの観光戦略の構築を行います。

## 改定のポイント5

### さらなる実践者の広がり実践力の向上に向けた産業人材の育成強化

#### (改定の背景)

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課題です。

このため、第2期計画では、基本方向の一つに「産業人材を育てる」を新たに位置付けるとともに、「全国一学びの機会の多い県」を目指して、取り組みを充実させていくこととしています。

平成24年度は、これまで実施してきた「目指せ弥太郎！商人塾」をバージョンアップし、産学官が連携して「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」を開講しました。受講者からは高い評価をいただいておりますが、さらに参加者を広げ、ビジネスの実践力を身に付けていただくためには、受講者のニーズに併せて研修内容をバージョンアップしていく必要があります。

併せて、農林漁業従事者を育成・確保するためには、ニーズに即した学びの機会の充実と学びやすい環境を整える必要があります。

#### (改定のねらい)

産学官が連携し、様々なニーズに応えられる「学びの機会」として人材育成研修を充実させるとともに、第一次産業の担い手拡大や受講者同士のネットワークづくりを進めることで、実践者の輪を広げ、産業振興の取り組みを地域地域に広げていきます。

#### 【さらなる強化策】

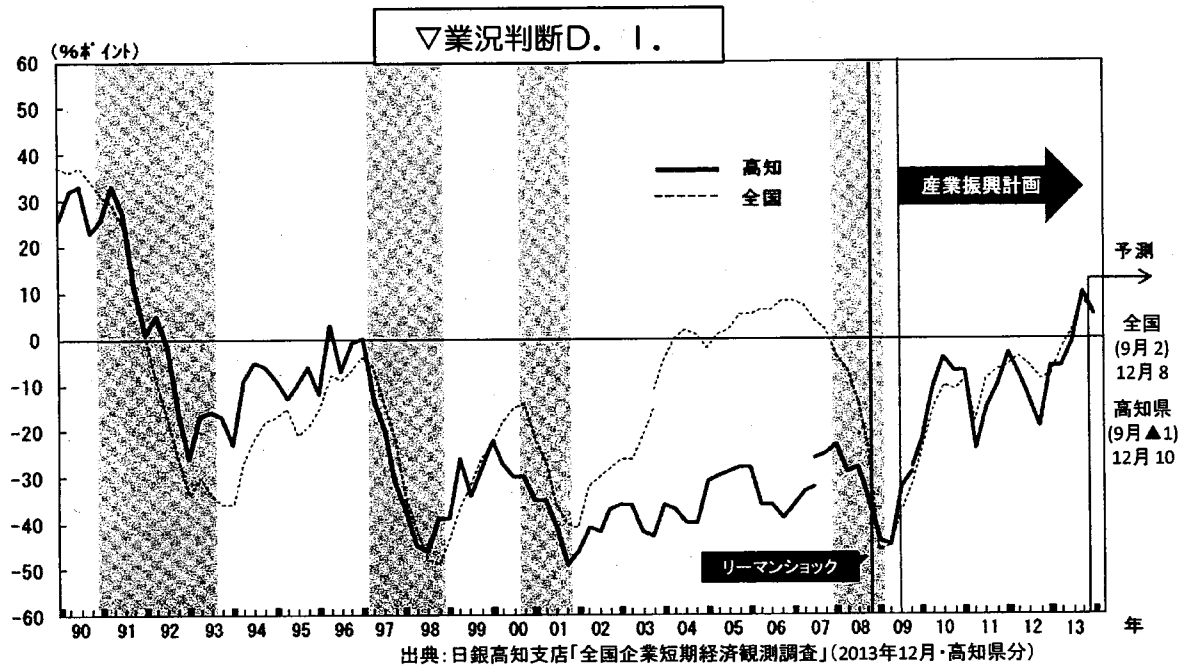
##### ①土佐まるごとビジネスアカデミーによる人材育成のパワーアップ

- ・新設科目の創設(出前講座、トップレクチャー、現場研修)、大学への寄付講座等の開設(土佐フードビジネスクリエイター(土佐FBC)、生産管理高度化研修)
- ・「とさ旅セミナー」ステップアップ研修の実施 など

##### ②農林漁業従事者のさらなる育成・確保

- ・「こうちアグリスクール」の拡充(定数増、PR強化)、林業技術者研修のメニュー充実、漁業研修制度の充実(研修期間の延長など) など

## IV 高知県経済等の動向（平成26年3月現在）

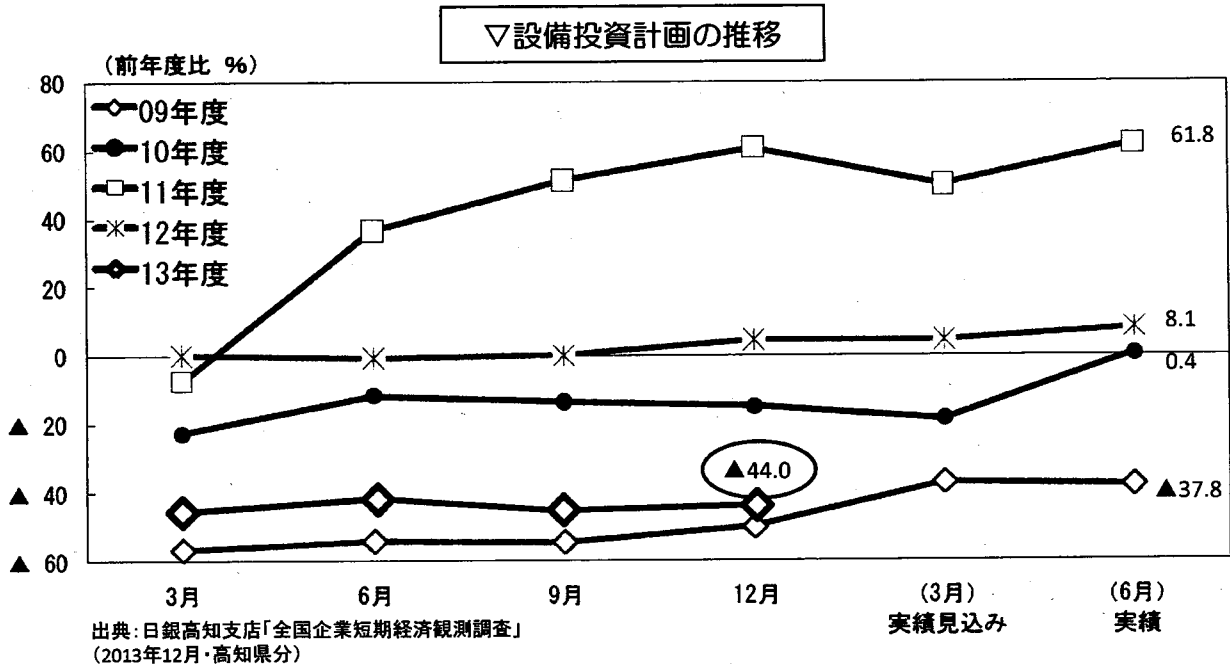


### 《全国》

- ・全産業の業況判断D.I.は前回調査比（13.9月）で6ポイントの改善。
- ・大企業（資本金10億以上）の業況判断D.I.は前回調査比で5ポイントの改善。
- ・中小企業（資本金1億円未満）の業況判断D.I.は前回調査比で7ポイントの改善。

### 《本県》

- ・公共投資関連を中心に幅広い業種において、前回調査比で改善（前回▲1→今回10）。製造業（前回6→今回21）・非製造業（前回▲4→今回5）ともに改善。
- 先行き(14年3月までの見通し)については、製造業、非製造業ともに悪化を見込んでいる(全産業 高知県：今回10→先行き5)。

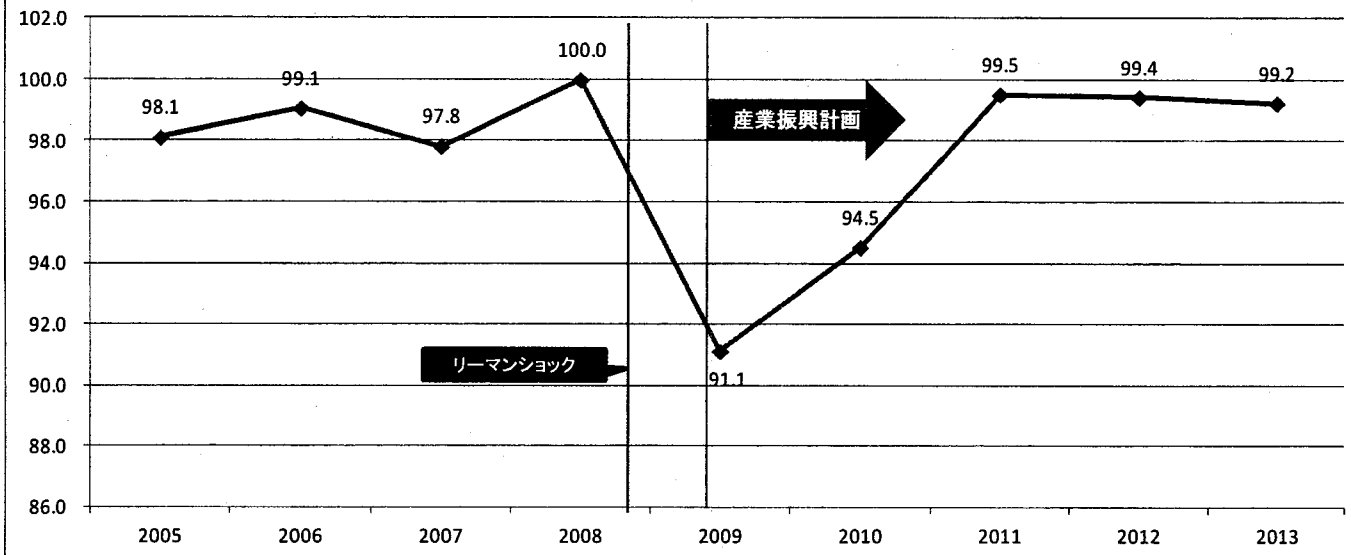


### 《日本銀行調査》

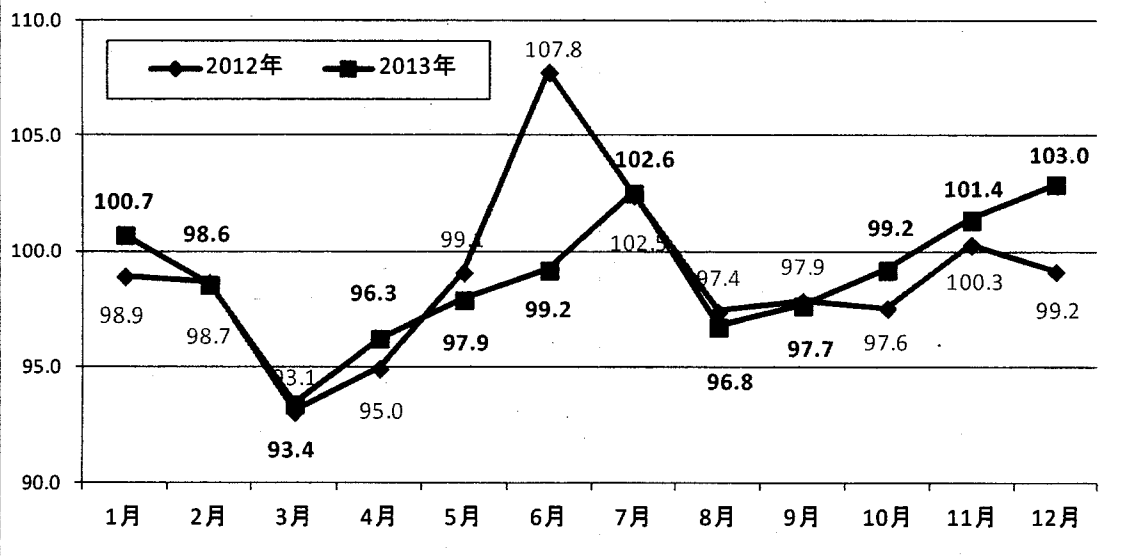
- ・2013年度の設備投資額（同）は、高めの水準であった前年度を▲4割強下回る計画（全産業：▲44.0%、製造業：▲35.3%、非製造業：▲50.6%）。前回9月の調査（全産業：▲45.8%、製造業：▲36.5%、非製造業：▲52.8%）比では、全産業・製造業・非製造業ともに若干の上方修正となっている。

▽現金給与総額の推移（高知県、指数、事業所規模：5人以上）

年平均（産業振興計画開始前の2008年の1人当たり現金給与総額の平均を100とした場合）



月平均（産業振興計画開始前の2008年のそれぞれの月の1人当たり現金給与総額の平均を100とした場合）

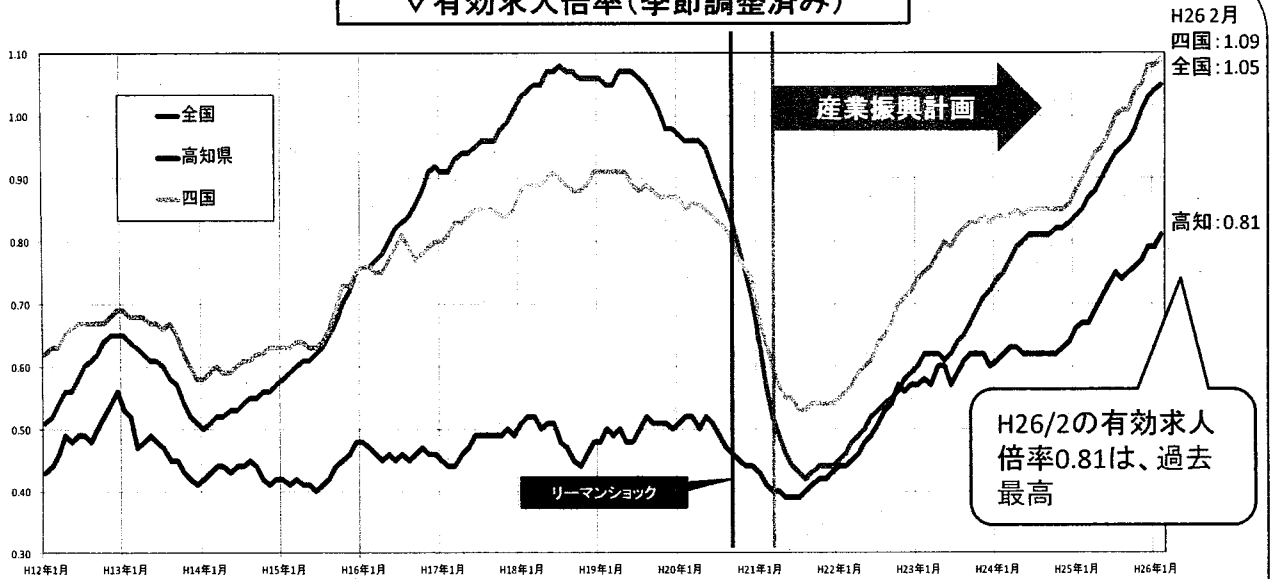


出典：厚生労働省  
「毎月勤労統計調査」(高知県で加工)

《本県》

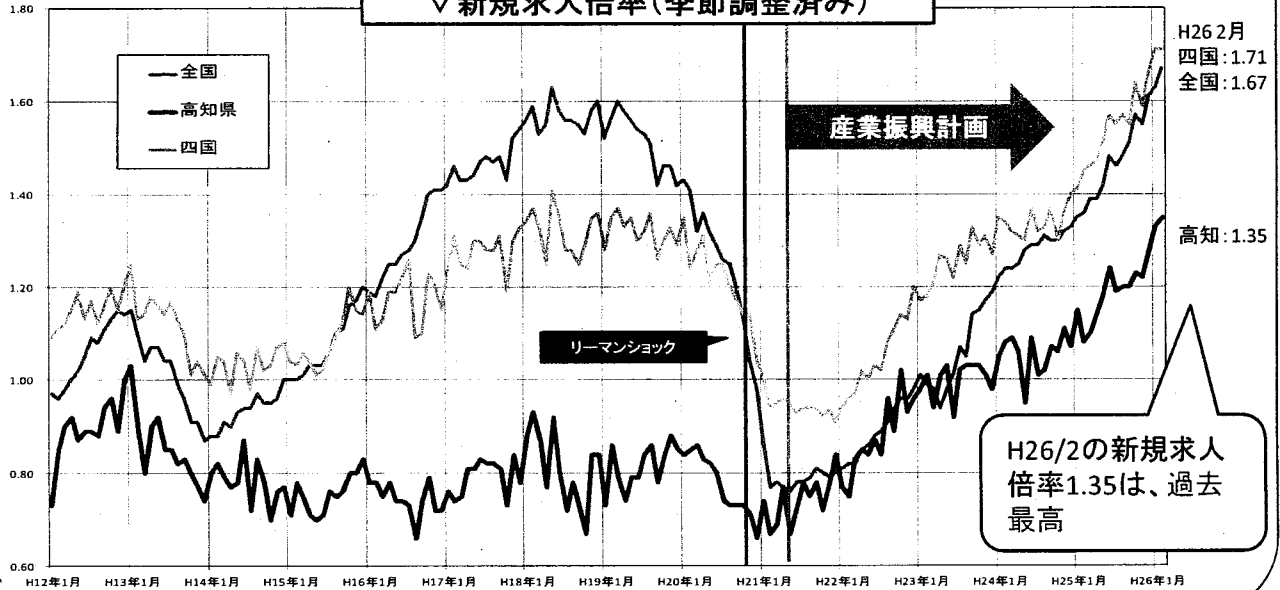
- ・全体としては、2009年の落ち込みに対し2010年・2011年の2年間で落ち込み前の水準に戻っている。また、2008年同月比を見ると、2011年～2013年は全体として若干下回って推移している。
- ・2013年の1月から10月は、6月を除き2012年とほぼ同水準で推移しているが、2013年10月以降は2012年の同月を上回って推移している。

▽有効求人倍率(季節調整済み)



単位:倍

▽新規求人倍率(季節調整済み)

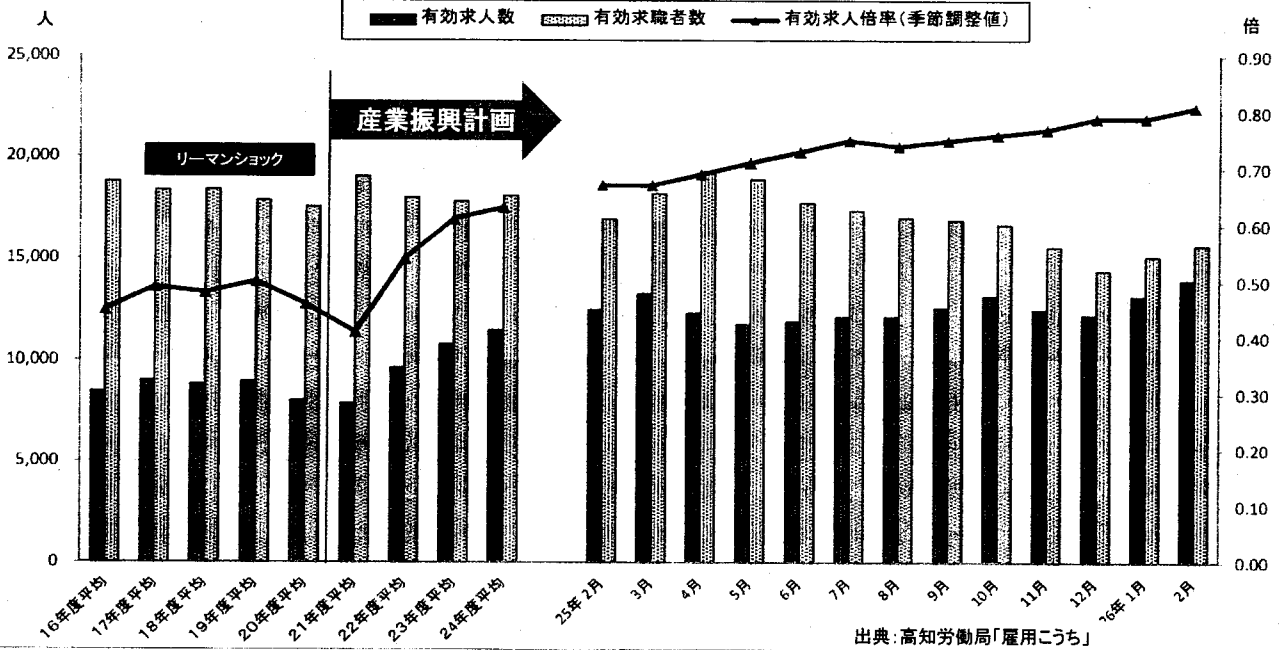


▽平成26年1月 有効求人倍率(主な職業分類)

職業	高知県			全国		
	H25年 1月	7月	H26年 1月	H25年 1月	7月	H26年 1月
専門的・技術的職業	1.33	1.29	1.56	1.57	1.41	1.78
建築・土木技術者等	3.32	2.76	3.96	2.83	3.08	3.96
事務的職業	0.19	0.21	0.25	0.26	0.25	0.31
販売の職業	1.47	1.76	1.87	1.05	1.04	1.24
サービスの職業	1.27	1.14	1.42	1.75	1.67	2.02
介護サービスの職業	1.18	0.98	1.14	1.87	1.74	2.22
接客・給仕の職業	1.82	1.68	2.14	2.29	2.16	2.54
建設・採掘の職業	0.78	0.64	1.19	2.18	2.26	2.94
土木の職業	0.62	0.50	1.05	1.94	2.02	2.72
建設軀(く)体工事の仕事	2.66	1.90	5.33	5.44	5.67	7.32
農林漁業の職業	0.62	0.48	0.59	0.75	0.88	0.96
生産工程の職業	0.61	0.60	0.84	0.61	0.7	0.97
製品製造・加工処理	0.89	0.92	1.12	0.81	0.87	1.14

※有効求人倍率は原数値

### ▽有効求人数・有効求職者数の推移(実数値)

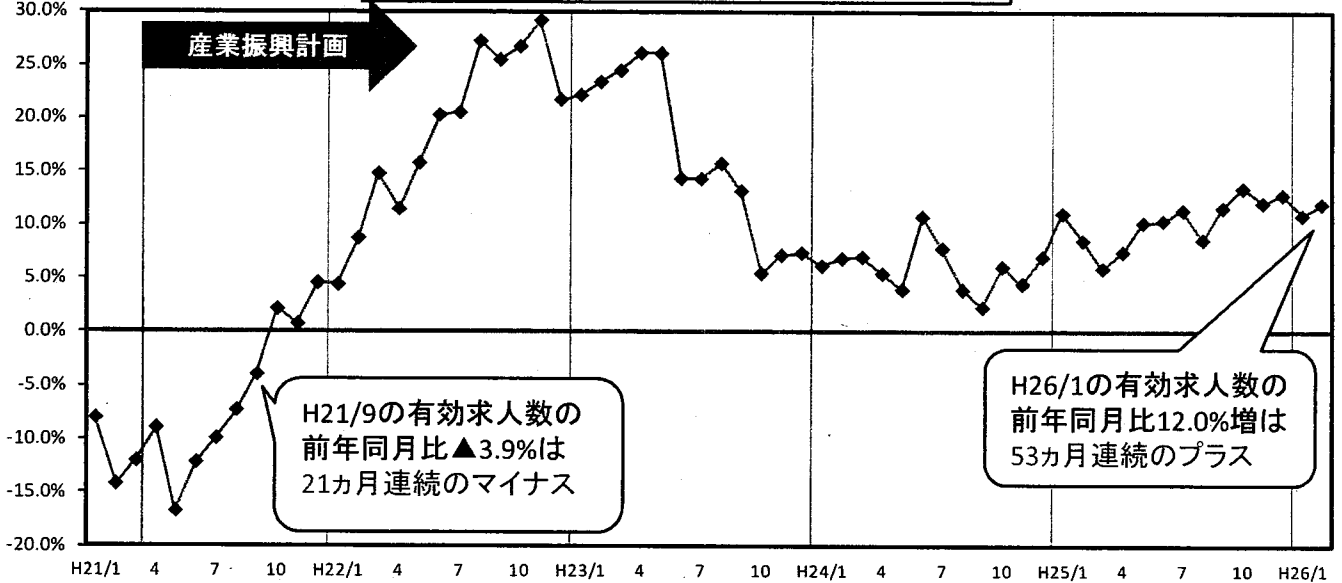


出典:高知労働局「雇用こうち」

	16年度平均	17年度平均	18年度平均	19年度平均	20年度平均	21年度平均	22年度平均	23年度平均	24年度平均	25年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	26年1月	2月
有効求人数	8,481	9,033	8,834	8,971	8,045	7,877	9,647	10,794	11,484	12,506	13,289	12,358	11,782	11,928	12,151	12,179	12,637	13,190	12,525	12,273	13,200	14,005
有効求職者数	18,776	18,340	18,375	17,861	17,538	19,045	18,004	17,815	18,092	16,948	18,203	19,295	18,911	17,757	17,376	17,047	16,919	16,716	15,624	14,467	15,158	15,703

※ 季節調整法はセンサス局法Ⅱ(X-12-ARIMA)による。なお、有効求人倍率の平成25年12月以前の数値は、新季節指数により改訂されている。

### ▽有効求人数の前年同月比の推移



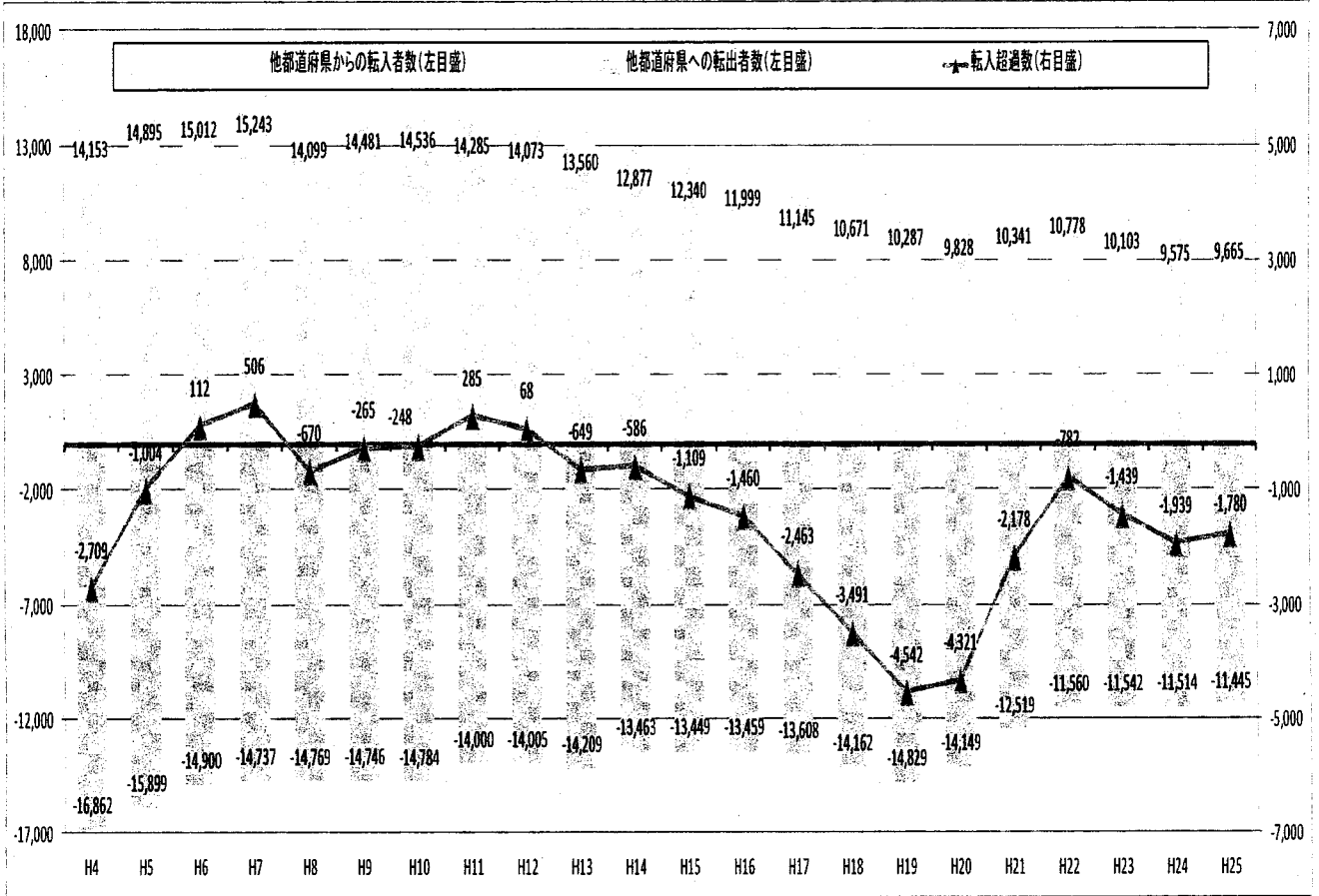
#### 《全国》

平成26年2月の有効求人倍率は1.05となり、前月を0.01ポイント上回った。新規求人倍率は1.67となり、前月を0.04ポイント上回った。

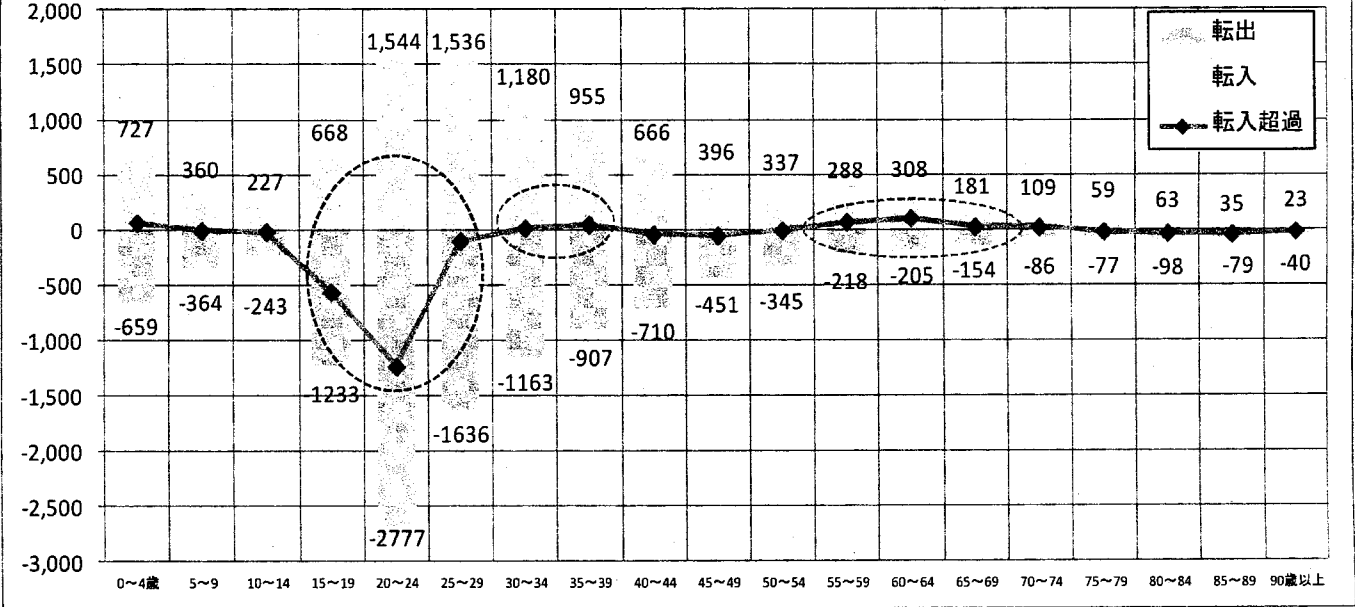
#### 《本県》

平成26年2月の有効求人倍率は0.81となり、過去最高となった。新規求人倍率は1.35となり、前月より0.02ポイント上回った。同月の有効求人数は、前年同月比で12.0%上回り、53か月連続で前年同月を上回った。

### ▽高知県における他都道府県からの転入・転出・転入超過数



### ▽平成25年 年齢別 高知県の転入(転出)超過数



・平成25年は、30歳～39歳の階層で前年の転入超過(-125人)から転入増に転じている。  
 ・前年度に引き続き、15歳～29歳が転出超過、55歳～74歳が転入超過となっている。



▽平成25年 年齢別 高知県の転入（転出）超過数（表）

	総数	0 ~4歳	5 ~9	10 ~14	15 ~19	20 ~24	25 ~29	30 ~34	35 ~39	40 ~44	45 ~49	50 ~54	55 ~59	60 ~64	65 ~69	70 ~74	75 ~79	80 ~84	85 ~89	90歳 以上	
転入 超過数	男性	-678	42	-13	-6	-348	-509	-45	44	41	-5	-7	-6	34	74	29	25	-3	-13	-10	-4
	女性	-1,102	26	9	-10	-217	-724	-55	-27	7	-39	-48	-2	36	29	-2	-2	-15	-22	-34	-13
	H25総数	-1,780	68	-4	-16	-565	-1,233	-100	17	48	-44	-55	-8	70	103	27	23	-18	-35	-44	-17
	(参考) H24総数	-1,939	-4	-8	-8	-622	-1,252	-49	-91	-34	-24	-12	25	41	132	64	32	-10	-33	-55	-32
	(参考) H23総数	-1,439	42	-52	9	-604	-1,035	-23	50	-60	5	1	5	61	159	49	16	2	-37	-19	-12

※総数には年齢不詳を含むため、各年齢の合計と合わない場合がある

《本県》

- ・社会増減（転入超過数）は、平成24年の-1,939人に対して、平成25年は-1,780人となっており、159人改善した（他都道府県からの転入者数・転出者数ともに改善）。
- ・平成25年に転入超過となっているのは9都府県（宮城県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、大阪府、福岡県、沖縄県）であり、平成24年の11都府県から減少した。

### ◆高知県金融経済概況 H26. 3. 4公表＜抜粋＞（日本銀行高知支店）

- ◎高知県の景気は、持ち直している。
- 観光は持ち直しつつある。
- 公共投資は増加を続けており、住宅投資も増加している。
- 設備投資は、一部に持ち直しに向けた動きがみられるものの、全体としては大型投資の一巡等を背景に弱めとなっている。
- 住宅投資や個人消費を中心に消費税率引き上げ前の駆け込み需要もみられている。
- 製造業の生産は、業種によるバラツキがみられるものの、全体としては緩やかに持ち直している。
- 雇用・所得環境は、労働需給を中心に緩やかな改善を続けている。
- 企業倒産は、件数、負債金額とも、低めの水準で推移している。
- 先行きについては、国内需要と海外経済が緩やかに回復していく中で、県内景気も緩やかな回復経路に復していくと考えられる。こうした中、当面は、家計所得の動向や消費税率引き上げの影響等について注視していく必要がある。

### 《本県経済等の動向を踏まえた産業振興計画の進め方》

本県経済の状況を表す各種の指標などからは、高知県の景気は持ち直しており、本県の経済活動に直ちに大きな影響を及ぼすような状況は見えてとれない。

個別の指標においては、平成26年1月の有効求人倍率は過去最高となる0.79となり、有効求人数は前年同月比で52カ月連続のプラスとなるなど、明るい兆しが見えてきた一方で、本県製造業の体質強化を図るうえで重要となる設備投資については、本年度の計画額が高めの水準であった前年度を4割強下回る計画（日本銀行調査）となっており、また、人口の社会増減についても、依然、社会減の状態が続いている。

このため、平成26年度においては、「ものづくり」への支援のパワーアップや移住促進策のさらなる強化等により、第2期産業振興計画のバージョンアップを行い、全力で「飛躍への挑戦」を続けていく。



# 【 産業成長戦略 】



## **I 産業間の連携戦略**

### **1 地産地消・地産外商戦略の 展開**

# 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

食料品製造業出荷額等 726億円(H22) ↓ 752億円(H23) ↓ 723億円(H24) ※

生産

- 農産物の生産・出荷における高付加価値化の推進（P272～280）
  - ・「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（P282～292）
  - ・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」を構築
- 漁業生産量の確保と養殖漁業の振興（P396～430）

加工

- パートナー店等を関西、名古屋に拡大し、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（P124）
- 高知県を代表するヒット商品の開発支援
  - 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（P126）
- 直販所を販売拠点とした加工品開発支援（P98）
- 農業・水産業の6次産業化支援（P122）
  - ・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
- 水産加工業の新たな事業化の推進（P122）
  - ・多様なニーズに対応できる生産・販売体制の構築、事業者間マッチングによるビジネス機会の拡大
- 伝統的な水産加工業の振興（P440）
  - ・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
  - 自己資金要件（15%）を廃止（P114）

流通

- 園芸品の基幹流通の強化（P294～302）
- 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（P300）
- 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を推進（P298）
- 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（P302）

販売

- 「高知家」プロモーションと連動したセールス施策の展開（P134）
- 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（P138）
- 地域産品商談会の拡充（県外量販店・卸とのマッチング強化）（P138）
- 関西・中部エリアでの仲介・あっせん強化（P148～150）
- 大型量販店との包括協定を生かした全国展開（P138）
- 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（P140）
- 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（P294）
- 新園芸ブランドによる販売拡大（P298）
- 県外消費地市場とのネットワークの強化による県産水産物の販路拡大（P142）
- 大都市圏の飲食店等と連携した外商活動の推進（高知家の魚応援店制度の創設）（P142）
- 買受人による直接取引、飲食店等とのネットワークの構築、東京築地場外市場の「全国漁港マーケット（仮称）」を活用した首都圏でのPR活動の強化（P142）

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

※H24の数値については、「平成24年工業統計調査」の速報（従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。また、H23に比べ減少しているが、規模の大きい事業所が製品構成の変化により他の分野に分類変えされたことによる。

# を目指す本県産業の姿 地産地消・外商分野～食品分野～

4年後の目標  
(H27年度末)

- 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〕

- 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〕

- 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〕

さらなる飛躍へのポイント

地域の壁を越えた事業者の連携

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

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

設備投資による加工規模の拡大

10年後の目指す姿  
(H33年度末)

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

食品製造業出荷額等 900億円以上を目指す

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 食品製造業出荷額等 800億円以上を目指す

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

# 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

**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  
定着化を見据えた外商活動の展開（御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」  
県産品フリーペーパー「まるごとネット」

(海外)

- 本県に優位性のある品目を中心とした販路拡大



**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
  - ウェブ広告のバナー製作 など
- 「高知家」の露出強化
  - 車内貼り広告
  - 東京での記者発表 など

観光振興、移住促進などの施策

**事業者の段階に応じた支援**

- 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
  - 高知県を代表するヒット商品の開発支援
  - 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

情報のフィードバック

■ 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

**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PLUS、土佐の料理伝承人、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
  - 「ものづくり地産地消・外商センター」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・工程等の誘発
  - 企業誘致の推進 など





## 産業成長戦略の概要（地産地消・地産外商戦略）

高知県は、地元ならではのおいしい食べ物が多いところとして全国トップクラスの評価を得ています。また、気候が温暖で日照時間や年間降水量もともに全国で1,2位を争うなど、太平洋に開かれた気候風土からもたらされる多彩な農畜産物や海産物、それらの優れた産品を加工した食品があります。

こうした「食」の強みを最大限に生かすため、まずは「地産地消」を徹底することで、県内産業の力を強めていきます。特に、県民運動としての盛り上がりを促進するため、県民の皆様と協働して「地産地消」の推進に向けた取組を進めるほか、県内事業者と県内外の量販店等との商談会の開催を通じたマッチングを促進していきます。

一方で、本県では、平成2年から、全国に15年先行して人口が自然減少しており、県内市場はどんどん縮小しています。こうした状況に打ち勝っていくためには、より活力ある県外市場にモノを売って、「外貨」を稼ぐ「地産外商」の施策を展開していくことが重要です。

第1期計画では、地産外商戦略の推進母体となる一般財団法人高知県地産外商公社の設立や、首都圏における外商拠点となるアンテナショップ「まるごと高知」の設置に取り組むとともに、大阪事務所、名古屋事務所の外商の取組も強化し、高知フェアや展示・商談会等の外商機会が飛躍的に拡大しました。

「まるごと高知」を拠点とした、公社の活動が本格化するにつれて県内事業者の皆様の外商活動も活発になり、新たに県外への外商に挑戦する事業者も増えてきています。こうしたことから、商談の成約件数が大幅に増加するとともに、公社や県内事業者の皆様に様々なノウハウが蓄積され、次なる外商活動のステージに向けた足がかりができました。

今後は、平成25年6月からスタートした「高知家」プロモーションをバージョンアップして切れ目なく展開することで本県及び本県産品のファンを増やしていくとともに、「高知家」の旗印のもとで観光振興などの政策と綿密に連携しながら統一セールスキャンペーンを進めていくことにより、外商の成果を飛躍的に伸ばしていきたいと考えています。

また、海外の巨大市場の開拓を目指す事業者に対しては、海外事務所と高知県貿易協会内の貿易促進コーディネーターが一体となり、ジェトロ（日本貿易振興機構）とも協力しながら支援を行っています。これまでに、台湾や香港、シンガポールなどでのフェアの開催や、日本初となるフランスへのユズ青果玉の輸出などを通じて、食料品の輸出額の増加とともに新たに貿易に挑戦する事業者も増えつつあります。今後は、これまでの取組に加えて、本県が圧倒的に優位に立つ品目であるユズを中心としてアメリカなど新たな市場での販路開拓を推進するとともに、各企業において貿易関連業務を担う人材の育成を進めていきます。

こうした地産地消・地産外商戦略を効果的に進めるためには、加工し、付加価値を付けた売れる商品づくりが欠かせません。

そのために、食品加工を進める上での基本となる生産管理の高度化に向けて、県内の大学とも連携しながら研修の実施や適正な食品表示のワンストップ助言体制の構築などに取り組み、事業者の方々の意識の向上と実践につなげてきました。また、首都圏の高品質系スーパーと連携し、市場ニーズに対応したマーケットイン型の商品づくりも進めています。

今後は、地産外商をさらに強力に展開するためにも、より一層売れる商品づくりが重要となりますので、マーケットイン型商品づくりの連携先を関西や中部にも拡充して地域ごとの特徴に合わせた商品づくりを進めるとともに、県外の専門家のアドバイスもいただきながら「高知家」を代表するようなヒット商品づくりを支援していきます。

一方で、付加価値を高めるための食品加工や加工機械の製造などの工程が県外で行われ、その効果が県外に流出しているという事例もあることから、県内でできるものは、できるだけ県内で行う「ものづくりの地産地消」を進めるため、「ものづくり地産地消・外商センター」と連携し、加工事業者や生産者と製造業者との互いのニーズのマッチングを行うとともに、新たな商品の開発や商品の磨き上げなどの民間事業者の取組を支援していきます。



# **I 産業間の連携戦略**

## **1 地産地消・地産外商戦略の 展開**

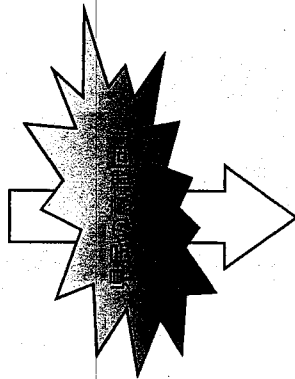
### **(1) 地産地消の徹底**



# 地産地消の展開

## 地産地消の推進

- 県民との協働による地産地消の促進
- 「おいしい風土こうちサポート」相互のネットワークの構築
- 地産地消に取組む飲食店「野菜で元気店PLUS」と生産者、消費者等との交流の場づくり
- 「土佐の料理伝承人」による食文化の継承
- イベント等で県産品をPR
- 食育の推進



**「地産地消」の徹底**

## 付加価値を生み出す

### 地域資源

#### ○ 地域資源の掘り起こし

- ・ 伝統作物や伝統的加工品等の活用
- ・ 直販所を販売拠点とした地域の加工品づくり
- ・ 集落営農組織の加工、交流の取組を支援

#### マーケットインの商品づくり

#### ○ 消費者ニーズに合った商品開発支援

- ・ 地域A P等の商品開発及び商品製造への総合的支援
- ・ 6次産業化に取り組む事業者の支援
- ・ テストマーケティング（商品の磨き上げ・フィードバック）

#### ものづくりの地産地消

#### ○ 県内で付加価値を生み出す仕組みづくり

- ・ 「ものづくり地産地消・外商センター」と連携した支援
- ・ 加工機械の開発、施設整備の支援

### 人材育成

#### ○ 産業や地域を支える人材育成の支援

- ・ 土佐まるごとビジネスアカデミー
- ・ 「商人塾」、「農業創造セミナー」
- ・ 工業技術センターの活用
- ・ 県立大学を核とした生産管理の高度化支援

## 売り場の確保

### 直販所の販売拡大

#### ○ 直販所を地域活性化の拠点として支援

- ・ 安全安心に向けた意識向上の徹底
- ・ アドバイザー派遣による魅せる店づくり
- ・ 直販所間の交流促進

### 県内量販店等の販売拡大

#### ○ ビジネスマッチング機会の創出による販売強化

- ・ 地域産品商談会・こだわり青果市の開催による県内量販店等への販売支援
- ・ フェイスブックなどを活用した「eコマース」サイトの運営による販売支援

### 食育の推進

#### ○ 食育による生産、消費双方の育成

- ・ 学校給食への地場産物の利用拡大
- ・ 出前授業や料理教室等による高知県産農畜水産物応援団の増加
- ・ 消費者を対象とした農業と食の体験交流

県産品の販路開拓・販売拡大による生産者・事業者の所得向上

# 連携テーマ【地産地消の徹底】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
1. 地産地消に対する意識を高める取組を推進	◆地産地消については、県民の約9割が認知しており、自ら取り組むサポーター数が558社(人)になるなど、県民生活に定着しつつあるが、行動には十分結びついていない	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆県産食材を積極的に活用し地産地消に取り組む飲食店等を「野菜で元気店PULS」として登録(61店舗)</li> <li>◆県産食材の認知度の向上や消費の拡大に繋がった</li> <li>◆各地域の郷土料理を伝承する「土佐の料理伝承人」を選定(4団体 計60団体)</li> <li>◆各地域で伝えられてきた食材や郷土料理等食文化の継承</li> <li>◆「野菜で元気店PULS」を巡るスタンプラリーや高知の食文化を伝えるイベント等の開催</li> <li>◆パンフレット配布やイベント開催により高知の食材や食文化への県民の関心を得られた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆実需者と生産者が情報交換できる仕組みづくり</li> <li>◆店舗間の情報交換の場づくり</li> <li>◆新たな登録店や食文化を継承する人材の掘り起こし</li> <li>◆高知県産食材をPR及び高知の食文化を継承する人材の活用</li> </ul>	◆◎「野菜で元気店PLUS」と県民との交流の場を強化し、県産食材の消費拡大活動への支援	○					
				◆◎高知の食文化を継承する人材の発掘及び活用	○					
				◆◎「おいしい風土こうちサポーター」のネットワーク構築及びサポーター活動の充実強化を図る	○					
		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆直販所マップやのぼりを作成し、運営しているサポーター関連施設に設置</li> <li>◆サポーター登録数が増加し、地産地消を推進することができた585社(人)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆サポーターの所在・意向確認のうえ、登録状況の整理を行い、横のつながりを強化し、活動を活性化する必要がある</li> <li>◆消費者の生産活動への理解を深める機会の提供</li> </ul>	◆★生産者組織が消費者に農作業体験や食の体験の機会を提供する体験交流事業の実施	○					
		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆特産農畜産物の学校給食(県内小学校等)への食材提供(土佐はちきん地鶏・土佐ジロー・エメラルドメロン等)</li> <li>◆初めて食べたという子どもが多く、県内での認知度向上に繋がった</li> <li>◆特産農畜産物等の出前授業 ジュニア博士の育成 7,024人 計12,993人</li> <li>◆子どもたちは、生産者の苦勞やこだわりを知ることで農畜産物への思いが構築される</li> <li>◆生産者が出前授業に参加し子どもたちと接することで、生産意欲の向上に繋がった</li> <li>◆小学生が考えた、高知野菜を活用したメニューの表彰</li> <li>◆子どもたちが自分でメニューを考案することで、より高知野菜への意識が高まった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆特産農畜産物やその生産方法の認知度が低いため、今後も継続的に出前授業を実施するとともに県下に広く実施できるよう、未実施市町村等の掘り起こしを行う</li> <li>◆特産農畜産物の学校給食への活用を増やしていくことで、家庭や地域への認知度を高める必要がある</li> </ul>	◆特産農畜産物等の食農教育 ○小学校等における出前授業の実施によるジュニア博士の育成	○					

※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年後)
<p>地産地消に取り組む飲食店等と、生産者、消費者との交流の場づくり</p> <p>生産者・農業団体：消費者、実需者との積極的な交流、登録店舗の拡大                      事業者：「野菜で元気店」選定飲食店等の地産地消の取組、交流の場への参加                      県地域農業推進課：消費者、実需者、生産者との交流の機会の創出への支援、店舗間の連携活動への支援</p>					<p>◆「野菜で元気店」等、地産地消に取り組む加盟店が増加 (70→100店舗)</p>	<p>◆県民一人ひとりが地産地消を徹底</p>
<p>土佐の料理伝承人の人材発掘・活動支援</p> <p>事業者：地域の食文化を継承する人材確保                      県地域農業推進課：各地域の料理伝承人や新たな食文化を継承する人材を発掘するとともに、県民等との交流及び食文化継承の場づくりを行う</p>					<p>◆地域食材や食文化の継承に関する意識の向上 (56団体・個人→90団体・個人)</p>	
<p>おいしい風土こうちサポーター店を中心としたネットワークの強化</p> <p>「おいしい風土こうちサポーター」店：地産地消の取組事例の提供。                      県地域農業推進課：県内生産者や事業者を量販サポーター店舗などへ取次(地産地消イベントへの勧誘を含む)。おいしい風土こうちサポーターの地産地消の取組事例などの情報収集と提供。地産地消関係のイベント等へ積極的にサポーターを勧誘し交流の場を設ける</p>					<p>◆サポーター間での連携が強まり、県民との協働による地産地消が徹底</p>	<p>◆サポーターの事例にならって、地産地消に取り組もうという意欲ある団体・個人が増加</p>
<p>農作業体験交流活動の推進</p> <p>生産組織等：農作業体験交流活動への積極的な取組                      農業振興センター：農作業体験交流活動に取り組む生産組織への技術支援</p>					<p>◆体験交流活動を実施する生産者組織の増加</p>	
<p>高知の特産物ジュニア博士育成のための特産農畜産物の食農教育の推進</p> <p>農業者・農業団体：食農教育への積極的な取組                      農業振興センター：食農教育に取り組む産地への技術支援                      県地域農業推進課：高知の特産物ジュニア博士の育成、生産者との交流、メニュー紹介等による給食への食材勝使用PR</p>					<p>◆地域特産物への理解が深まり、子どもから親に話をすることで、家庭での消費も増える</p> <p>ジュニア博士育成：18,000人 (H23末：5,969人→H27末：18,000人)</p>	<p>◆出前授業を通じて高知県の農業や特産農畜産物への理解を深めることで、将来の高知県農畜産物の応援団が増加する</p>
<p>「高知野菜大好き子」の表彰と普及啓発</p> <p>県地域農業推進課：高知野菜を活用して子どもが考えたメニューの表彰制度の実施と普及啓発</p>					<p>◆高知野菜の家庭や学校給食での活用により、高知野菜をよく食べる子どもたちが増える</p>	<p>◆高知野菜を使った給食や食育を通じて、子どもたちが将来の高知県農畜産物の応援団となる</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 連携テーマ【地産地消の徹底】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 地産地消に対する意識を高める取組を推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆魚離れの進行 ・H18には国民1人が1日に消費する肉の量が魚介類の量を逆転</li> <li>◆高知市中央卸売市場での水産物の取扱高が大幅に減少 ・H4:293億円 →H22:125億円</li> <li>◆県民が水産物を購入する際の県内産への意識が高い(H20県民意識調査:76.4%)</li> <li>◆魚の旬や調理方法、漁業者に関する情報を求める県民が多い</li> <li>◆子どもに魚を食べさせる機会を増やしたいと考える母親が多い(8割以上:大日本水産会調査)</li> <li>◆食の安心・安全を求める消費者意識の高まりから地域水産物に対する潜在的なニーズが高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・量販店等と連携したプレゼントキャンペーンの実施(H21)</li> <li>・土佐のおさかなまつりの開催(H22~)</li> <li>・高知市中央卸売市場と連携した親子料理教室の開催(H21~)</li> <li>◆土佐のおさかなまつりの来場者数 H22:3,700名 H23:4,800名 H24:6,912名 H25:13,500名</li> <li>・ホームページによる漁業や県産魚等に関する情報発信(H21~)</li> <li>・おさかなPR大使による県産水産物のPR(H21~)</li> <li>・土佐の魚PR活動推進パートナー店制度による県産水産物のPR(H21~)・龍馬博メイン会場での県産水産物のPR(H22)</li> <li>・県産水産物を使用した料理レシピの募集、応募作品の飲食店でのメニュー化、入賞作品のレシピ化(H22)</li> <li>・水産物消費拡大対策検討会の運営(H21~)</li> <li>・量販店等と連携した「土佐のたたき文化」の情報発信(H22~)</li> <li>・県産魚の「たたき料理」を提供し、たたき文化の発信を行う飲食店を紹介したパンフレットの作成と配布(H23~)</li> <li>◆ホームページ、料理教室、パートナー店、PR大使、たたき文化の発信、おさかなまつりなどが県民に一定認知され、消費者が求める魚の旬・料理方法等の情報を発信する仕組みや漁業等に接する機会を提供する仕組みが整備された。しかし、消費者の食生活の多様化等による魚離れを食い止めるには至っておらず、継続した取組が必要である</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆消費者への効果的な情報発信</li> <li>◆水産物の生産から流通に関わる関係者の連携と主体的なPR活動等の展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆水産関係事業者等と連携した消費拡大対策の展開</li> <li>○土佐のおさかなまつりの開催</li> <li>○県内の小・中学生を対象に地域の魚食文化や漁業の実態等をテーマにした食育活動を展開</li> <li>○親子料理教室の開催</li> <li>○土佐の魚PR活動推進パートナー店制度による県産水産物のPR</li> <li>○ホームページによる本県漁業、県産魚の旬や食べ方、イベント情報等の発信</li> <li>○おさかなPR大使による県産水産物のPR</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					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)	
<p>土佐のおさかなまつりの開催</p> <p>漁協・市場・水産加工業：おさかなまつりへの参画・県産水産物のPR 県合併・流通支援課：おさかなまつりの全体企画の運営</p>					<p>◆水産物の生産・流通・消費に関わる関係者間で消費拡大に向けた連携体制が整備されている</p> <p>◆おさかなまつり、料理教室などのイベントやおさかなPR大使・ホームページが県民等に認知されている</p>	<p>◆県民の魚の消費量が全国で上位に位置づけられる 【参考】生鮮魚介類の1世帯あたり購入量(H22年家計調査年報：高知市)：31.3kg 全国51都市中32位)</p> <p>◆高知市中央卸売市場における本県産鮮魚の取扱シェアが向上している 【参考】高知市中央卸売市場における高知県産鮮魚の取扱量のシェア【H22年】41.1%</p>	
<p>食育活動の実施</p> <p>漁業者・水産加工業者・高知県学校給食会：小中学校と連携し食育活動を実施 県合併・流通支援課：小中学校での魚食普及活動の企画運営及び漁業者等が実施する食育活動を支援</p>							
<p>親子料理教室の開催</p> <p>市場関係者：食材の供給等事業運営への協力 高知市：会場の提供 県合併・流通支援課：料理教室の全体企画の運営</p>							
<p>おさかなPR大使・土佐の魚PR活動推進パートナー店によるPR</p> <p>おさかなPR大使：県事業等への協力によるPR 土佐の魚PR活動推進パートナー店(小売店・飲食店)：県事業等への協力と県産水産物の積極的な使用 県合併・流通支援課：PR大使のイベント等での活用、PRパートナー店の募集・情報発信</p>							
<p>ホームページによる情報発信</p> <p>県合併・流通支援課：ホームページの運営(保守管理・情報の更新)</p>							

※改革のための6つの基本方向

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

# 連携テーマ【地産地消の徹底】

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
2. 地域産品の販路拡大を支援		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆業務筋の露地野菜に対するニーズに対応できる食材供給システムがない</li> <li>◆食関係の業務筋の直近の傾向は、中国餃子事件以降、加工品(惣菜)企業や消費者から、安心・安全な果産野菜を求める傾向が高まる</li> <li>◆多くの直販所が、商品の出荷・補充を生産者任せにしている</li> <li>◆高知市は人口34万人の大きなマーケットであり、高知市の事業者には地産地消、高知市以外の事業者にとっては地産外商の場となる</li> <li>◆高知市において、地域産品を販売するには、販路の確保のほか、価格、数量、流通などの課題がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・直販所の商品の見せ方から接客手法や経営指導など、魅せる直販所づくりへのアドバイザーを派遣</li> <li>・直販所の商品力の強化や運営改善につながった</li> <li>・直販所を販売拠点とした加工品開発のアドバイザーを派遣</li> <li>◆地域の素材を活用した加工商品の販売に繋がった</li> <li>・直販所「安心係」養成講習会の実施</li> <li>◆生産者や運営管理者適正使用や加工商品の適正表示などへの理解と安心・安全への意識の向上が図られた</li> <li>・「安心係」や「運営管理者」への、先進的な直販所の視察や、「観光」「連携」をテーマとした講習会の開催</li> <li>◆直販所の課題を共有し地域の活性化の拠点とする取組とした</li> <li>・県産業振興の総合補助金を活用した施設整備への支援を実施</li> <li>◆直販所の拡充・整備が図られた</li> <li>・地域産品商談会を県内で開催し、県内量販店等への販路開拓、販売拡大を支援</li> <li>◆平成25年11月末現在商談会出席者71社 買い手21社 商談回数438回 成約金額4,822千円</li> <li>・地産地消をテーマとしたカタログギフトを作成、販売</li> <li>◆販売実績(H26.2末) 売り上げ14,532千円 (3,771冊、取扱店41)</li> <li>・facebookを活用した県産品に関する情報発信や、eコマースサイトの運営等による、中山間地域の商品の販売拡大</li> <li>◆サイトオープン以降、(H25.10.1~)随時情報発信を行いながら、着実に取扱商品を増やしている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆業務筋の露地野菜に対するニーズに対応できる仕組みづくり</li> <li>◆商品の品揃えや商品情報などの発信力を充実させ、経営の強化を図る</li> <li>◆地域産品の販売拠点であるとともに、地域の活性化拠点施設として活動する直販所とする</li> <li>◆多くの直販所の運営方法が、売り上げや入荷情報などのデータにもとづくことなく、生産者に任されている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆業務筋(外食、中食、学校給食等)のニーズに合わせた生産、出荷、情報発信ができる直販所づくりを支援</li> <li>○直販所から業務筋に食材を供給するためのマッチングの機会の提供(地域内循環の仕組みづくり)</li> <li>○スケールメリットを活かした業務筋への対応等のため、直販所のネットワークづくりを支援</li> <li>◆直販所を地域の活性化の拠点にする取組への支援</li> <li>○直販所を販売拠点とした加工品開発の支援</li> <li>◎直販所の販売形態の充実、強化を図るため、アドバイザーを派遣し、販売データ等を活用した店舗の魅力アップにつながるアドバイスを実施</li> <li>◎食の安全・安心の推進や生産者と消費者の信頼を結ぶ役割を担う「安心係」の配置</li> <li>★直販所での連携したイベント実施等による一層の誘客を図るため、直販所のネットワークづくりを支援</li> <li>◆県内事業者の一層の販路開拓、販売拡大を支援</li> <li>◎対象バイヤーを県外量販店や卸にも拡大し、県外への販路拡大も支援</li> <li>★カタログギフトの作成・販売は民間主導での事業展開へ移行</li> <li>★Facebook等を活用した情報発信を行いながら、eコマースサイトの運営を通じて地産地消・外商を支援</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					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)	
<p>直販所を拠点とした地域活性化の充実・強化</p> <p>直販所間が連携した発展に向けた支援                      生産者・農業団体:地域の素材を活用した加工品づくり                      直販所:地域産品の販売、直販所のネットワークづくり                      県地域農業推進課:店舗の魅力アップ及び業務筋等への販路拡大に関する支援</p>					◆直販所販売額 (80億円キープ)	◆直販所のネットワークを活かした地域内循環の仕組みが地産地消による地域の活性化につながる	
<p>中山間地域の所得向上に向けた新たな加工品開発</p> <p>生産者:地域の素材を活用した加工品づくり                      直販所:地域産品の販売、交流の場としての活動                      県地域農業推進課:地域で売れる加工品開発支援、地域の魅力発信・活性化支援</p>					◆直販所で地域の特産品を活用した加工品が販売され、生産者の所得が向上	◆地域の高齢者等の所得が向上し地域の活性化につながる	
<p>県内事業者の販路開拓等を支援</p> <p>県内事業者:商談会へ出展し県内での販売拡大の展開                      県内量販店:県内量販店で県産品の販売強化                      県地産地消・外商課:商談会の開催等による販路開拓、販売拡大を支援</p>					◆地域産品の販路開拓・販売拡大	◆県内あらゆる量販店等で県産品が販売される	
<p>カタログギフトの作成・販売</p> <p>県内事業者:カタログ用県産品の販売                      販売者:結婚披露宴の引出物などに県産品カタログを提案                      県地産地消・外商課:地産地消をテーマにしたカタログギフトの作成・販売を通じて県産品の販売拡大等を推進</p> <p>県内事業者:カタログ用県産品の販売                      販売者:民間主導で結婚披露宴の引出物などの県産品カタログを提案                      県地産地消・外商課:民間主導による事業の販売拡大を支援</p>					◆県産品カタログが積極的に活用される	◆県産品カタログが浸透し、事業者が主体となって販売展開されている	
<p>「eコマース」サイトの構築・運営</p> <p>県内事業者:サイトへ商品の出品                      県地産地消・外商課、地産外商公社:サイトで販売する商品の発掘やタイムリーな情報発信等を通じて中山間の零細事業者等の地域産品の販売拡大を支援</p>					◆地域産品の認知度が向上し、販売が拡大している		

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 連携テーマ【地産地消の徹底】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 地域産品の販路拡大を支援		<p>◆高知市は人口34万人の大きなマーケットであり、高知市の事業者には地産地消、高知市以外の事業者にとっては地産外商の場となる</p> <p>◆高知市において、地域産品を販売するには、販路の確保のほか、価格、数量、流通などの課題がある</p>	<p>・高知市内でのアンテナショップの開設</p> <p>◆高知市中心部にアンテナショップ「てんこす」を開設し、地域産品の掘り起こしや販売が進み、地産地消・地産外商の促進につながった</p> <p>・おかみさん市の拡充</p> <p>◆おかみさん市の拡充により、地域産品の販路拡大へとつながった</p>	<p>◆アンテナショップ「てんこす」の販売額の増加</p> <p>◆アンテナショップを中心に事業者などとの連携による地域産品の積極的なPR</p> <p>◆おかみさん市の出店者数の増加を図る</p>	<p>◆○高知市内でのアンテナショップ、産直市の取組を継続し、地域産品の売上の増加を図る</p>	○					
3. 木材に関する地産地消 (1)住宅や施設等への県産材の利用		<p>◆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</p> <p>◆森林県でありながら、戸建て住宅の木造率が全国平均を下回っている</p>	<p>・県有施設及び市町村施設の木造化の推進</p> <p>◆県産材利用推進に向けた行動計画の目標「公共的施設の木造化率」で全国平均を上回る</p> <p>平成23年度 全国平均 26% 高知県 32%</p> <p>・公共土木工事における木製品や木製型枠の使用の推進</p> <p>◆平成24年度 木材利用量 2,503m<sup>3</sup> 木製型枠の使用率 98.1% 工事用資材の木製品の利用率 99.6%</p>	<p>◆今後もより一層の木造・木質化を進めるために、県の率先利用と市町村を含めた木を使う仕組みや意識の強化を図りながら、県産材利用の実効性を高めて行くことが必要</p>	<p>◆○公共事業や公共施設等での県産材の率先利用と木製品の需要の拡大</p>	○					
			<p>・県産材利用住宅への助成</p> <p>◆戸建て住宅の木造率が平成24年に初めて全国平均を上回った</p>	<p>◆平成24,25年は全国平均を上回ったものの、今後も維持していけるよう取り組みの強化が必要</p>	<p>◆○県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援</p>	○					
			<p>・木と人出会い館等による県産木造住宅の安全・安心のPR</p> <p>◆平成24年度 放送回数 25回 平均視聴率 6.6%</p>	<p>◆平均視聴率が下がってきており、取り組みの強化が必要</p>	<p>◆○木造住宅に関する情報発信の強化</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-top: 10px;"> <p>P385 別図(林8)参照</p> </div>	○					

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>高知市内でのアンテナショップ、産直市の取組を支援</p> <p>生産者、一次産業団体:アンテナショップ「てんこす」などを活用し、売上の増加を図るとともに商品力の向上や消費者ニーズの把握に努める 県経営支援課:アンテナショップ「てんこす」やおかみさん市と連携し、地域産品の掘り起こしや販路の確保、情報収集、紹介により販路の確保をはかる</p>					<p>◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップとして自立するとともに、商店街への誘客を図る事業が継続して実施されている</p> <p>◆販売目標額: 184,300千円</p>	<p>◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップ機能の充実が図られている</p>	
<p>アンテナショップ「てんこす」への支援</p> <p>県経営支援課:補助事業については、H24.10月で終了</p>							
<p>県産材の率先利用と市町村の利用の拡大</p> <p>市町村:公共建築物木材利用促進法の施行を受け、県方針に即した市町村方針の作成及び具体的利用の拡大、 県関係課:「高知県産材利用推進方針」に基づく、公共施設等の木造化の推進や公共工事への積極的な木材利用の拡大 県木材産業課:市町村方針の作成指導、市町村の利用の支援</p>					<p>◆公共施設や教育施設の内装や家具に積極的に木材が使われている</p> <p>◆戸建て住宅の木造率が、全国平均を上回っている</p> <p>◆県をはじめ、市町村が実施する公共事業で県産材が積極的に使われている</p>	<p>◆木材においても地産地消の意識が定着し、木造住宅はもとより、県産材があらゆるところで積極的に使用されている</p>	
<p>県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援</p> <p>県民:県産木材の積極的な利用 県木材産業課:幼稚園、保育園、小学校、中学校や民間施設への木製品の導入に対して支援、木製品カタログを活用した県外へのPRの強化</p>							
<p>県産材を利用した木造住宅の建設促進のための支援</p> <p>建築関係団体:県と連携して事業の講習会を開催し積極的にPRを行う 県木材産業課:県産材利用住宅への助成制度により木材需要の拡大を促進 県関係課:CO2固定量の認証制度による木造住宅の建設の促進 県木材産業課・住宅課:県産材による居住性能の高い住宅の技術開発及び供給体制の整備</p>					<p>木造住宅に対する支援策の再検討とPR</p> <p>建築関係団体:県と連携して支援策の再検討と積極的なPRを行う 県木材産業課・住宅課:利用者のニーズや社会情勢を踏まえて、事業内容の見直しを図りながら、事業支援等を検討</p>		
<p>森林・林業・木材産業・住宅関連産業界が一体となったPR活動を展開</p> <p>高知県木材普及推進協会:新たな仕組みによる情報発信及び次年度以降の体制の検討 県木材産業課:木材普及推進協会との連携による実施</p> <p>高知県木材普及推進協会:新たな体制による情報発信の実施 県木材産業課:木材普及推進協会との連携によるPR活動の実施</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 連携テーマ【地産地消の徹底】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
4. 食材の安定供給体制の構築を支援	<p>◆地場産物の使用状況は、軽量野菜を中心とする本県の生産状況からみると、米、野菜を中心に地域食材が積極的に活用されている状況 ※重量ベースでの使用状況(米97.1%、野菜49.6%、水産物31.9%)</p> <p>◆学校給食における地場産物の活用状況は37.3%であり、これは佐賀県(44.2%)、大分県(42.8%)、岡山県(40.9%)、北海道(40.8%)、熊本県(37.9%)に次ぎ第6位である。(平成19年度文部科学省調査食品数ベース)</p>	<p>・地場産物活用状況調査活用割合(食品数ベース) H21.9～H22.7:44.9% (高知県調べ) H24:38.5%(全国25.1%) (文科省調べ)</p> <p>◆生産者や流通関係者等の学校給食への理解が深まり、学校給食関係者の積極的な地場産物の活用により、活用割合が全国的にも高い状況となった</p> <p>・高知県地場産物活用ネットワーク会議及び地域ネットワーク会議等の開催</p> <p>◆地域で関係者による情報交換の場が定着し、流通関係者・料理研究家・学校給食関係者等の協働による課題解決への取組が進んだ</p>	<p>◆学校給食の食材として地域からの地場産物が、安定的に供給される体制の構築</p> <p>◆関係者間のよりきめ細かい情報の共有</p>	<p>◆○高知県及び地域での地場産物活用ネットワーク会議等の開催</p>	○					
5. 地場産物の給食への利用促進を支援	<p>◆学校給食は大量調理であること、食材は当日納入、当日調理、決まった時間までに提供しなければならぬことから、納入には一次処理が必要だが、その対応ができていない</p>	<p>・地場産物を活用した学校給食用レシピ集や学習教材の活用</p> <p>◆四季の献立、高知県の基幹11品目を使った料理100品、地場産物加工品を使った献立や、高知県の海でとれる魚や血鉢料理、自慢の食材、園芸農作物の出荷時期及び主な産地を掲載したレシピ集は、献立の作成や食育に活用できた</p>	<p>◆学校給食の食材としての地場産物の利用拡大に向けた、学校給食用レシピ集のさらなる活用</p>	<p>◆○地場産物を使った学校給食や食育の推進</p>	○					
6. 将来の本県農畜水産物の応援団づくりを支援	<p>◆各地域の学校で行われている給食に使われる食材を教材とした食育でも、米、野菜での取組事例が大部分</p>	<p>・食育・食農教育等の体験学習の実施</p> <p>◆田植え、稲刈りなどの米作り体験や野菜や果物の栽培収穫体験等が学校活動として定着</p>	<p>◆学校と地域が連携した食育・食農教育等の体験学習を計画的、継続的に実施する</p>	<p>◆○各学校の学校教育活動全体での継続的な食育・食農教育等の推進</p>	○					

※これからの対策の ☆は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>高知県及び地域での地場産物活用ネットワーク会議等の開催</p> <p>・各学校・給食センター等：地場産物活用ネットワーク会議の開催 ・スポーツ健康教育課：地場産物活用ネットワークの開催(年2回)、現状把握のための学校給食栄養報告(週報)の実施</p>					<p>◆学校給食の食材として地場産物を安定的に供給する体制が構築されることで、地場産物の利用拡大につながる</p> <p>地場産物活用割合 44.9% (H21.9~H22.7) ↓ 50%(H27) (食品数ベース)</p>	<p>◆学校給食の食材として地場産物を安定的に供給する体制が構築されることで、地場産物の利用拡大が一層進む</p>	
<p>地場産物を使った学校給食や食育の推進</p> <p>・スポーツ健康教育課：地場産物を使った学校給食や食育の推進(学校給食用レシピ集の活用等)、関係団体と連携した地場産物活用の支援</p>							
<p>各学校の学校教育活動</p> <p>・各学校：学校教育活動全体において、地域のJAや量販店、生産者等と連携した計画的、継続的な食育・食農教育等の推進 ・スポーツ健康教育課：高知県の地場産物学習教材等を活用した食育の推進</p>					<p>◆地場産物の学校給食への活用や地場産物の理解促進、食べ物や作る人への感謝の気持ちを育み、郷土を誇りに思う子どもの育成につながる</p>	<p>◆地場産物の学校給食への活用や地場産物の理解促進、食べ物や作る人への感謝の気持ちを育み、郷土を誇りに思う子どもの育成が一層進む</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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





## **I 産業間の連携戦略**

### **1 地産地消・地産外商戦略の 展開**

#### **(2) 「ものづくりの地産地消」の促進**



# ものづくりを支える基盤の強化と「ものづくりの地産地消」による経済波及効果の拡大！ ～メイド・イン高知を全国へ！～

## これまでの取組

◆平成22年度 改定の柱②「ものづくりの地産地消」の促進 取組を強化！

◆平成23年度 改定の柱① 外商活動のさらなる展開を図るとともに、「ものづくりの地産地消」の抜本強化

### 《ものづくりの地産地消の抜本強化》

#### 対応策1 「ものづくりの地産地消」に関する相談・マッチング支援機能の強化

- ・「ものづくり地産地消センター」の設置
- ・ものづくり技術展示会の開催

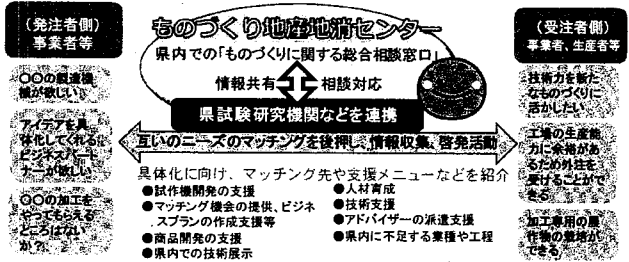
#### 対応策2 県内事業者の企画力・技術力・商品開発力の強化

- ・工業技術センター食品加工研究棟の整備
- ・試作機開発などへの支援の拡充

#### 対応策3 県内に不足している業種・工程や新たな成長産業の誘発

- ・県内・県外問わず企業等を対象とした支援策（補助金）の拡充

#### （ものづくり地産地消センターの概要）



## 次期計画に向けて、



- ・経済効果を大きなものにするための県内事業者のさらなる参画が必要
- ・県内の多様な「技術力の見える化」と商談機会の一層の拡大が必要
- ・地場企業が将来にわたり競争力を保ち続けるための支援策の強化が必要

## 築いた仕組み・仕掛けを生かし、より大きな効果をもたらすためバージョンアップ

### 第2期計画での取組

#### 1. 事業者間のマッチング支援を強化！

- マッチング支援の強化
  - ⇒（新）ものづくり地産地消推進会議の設置
  - ⇒食品加工業者と産地とのマッチング
  - ⇒試験研究機関による個別支援
- マッチングの機会創出
  - ⇒ものづくり総合技術展の開催
- 新しい分野でのマッチング支援
  - ⇒テーマ別研究会の取組支援
  - \*（拡）PDCAサイクルにより  
ブラッシュアップしたプランの再支援
  - ⇒コンテンツ産業の事業化に向けた支援
  - ⇒防災関連産業の振興
  - \* 防災産業交流会の取組支援、  
防災製品開発アドバイザーの配置、公的調達の仕事みづくり

①資金を循環させる（マッチング支援）

#### 2. 県内産業の技術力・商品開発力の向上へ支援！

- 新商品開発や技術力支援
  - ⇒試験研究機関の充実・強化
  - ⇒試作機開発などへの支援
  - \*（拡）外商を見据えた  
県外ニーズに対応した試作機開発も支援
- 競争力を維持・強化するための支援
  - ⇒生産設備の更新・拡充への資金的支援
  - \*（新）産業振興センターと連携し、新たな支援策を創設

②技術力・開発力を向上させる

#### 3. 県内に不足する業種・工程や新たな産業を誘発！

- 企業の増設、企業立地への支援
  - ⇒補助金による資金的支援
  - \* 雇用奨励金の新設や補助限度額を拡充
  - \*（新）日章工業団地（南国市）の整備

③足りない業種・工程を補う

#### 4. 「ものづくりの地産地消」から外商への展開支援！

- ものづくり企業の県外への販路拡大を支援
  - ⇒（新）産業振興センター内にもものづくり地産地消・外商センターを設置
  - ⇒県外見本市、商談会への出展支援

④県外から資金を獲得する

ものづくり地産地消・外商センターが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てサポートすることにより、「ものづくり」の総合力が高まり、競争力を備えたメイド・イン高知の製品が誕生！そして、全国へ販売展開！

# 戦略の柱【「ものづくりの地産地消」の促進】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
1. 事業者間のマッチング支援機能の強化		◆県内で機械設備等を導入する場合、大部分が県外発注となっている。また、加工品(特に食品加工)についても、加工の工程を県外発注するケースが多く、付加価値を高める工程が県内で行われず、機会損失が大きくなっている	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ものづくり地産地消センターの開設</li> <li>◆ものづくり地産地消推進プロジェクトチームの設置</li> <li>◆ものづくり総合技術展の開催</li> <li>◆総合相談窓口が設置され、県内でのものづくりのニーズが集積することで、技術を提供できるものづくり企業とのマッチングが進んだ</li> <li>◆ものづくり総合技術展の開催を通じて多くの県民に、県内のものづくり企業・団体の技術や商品を知っていただける機会を提供できた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆各関係機関が連携して、迅速かつ適切な相談対応に努めるとともに、相談案件の掘り起こしを行う</li> <li>◆外商までを見据えた汎用性に富んだ商品・機械開発の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆「ものづくり地産地消・外商センター」を中心としたマッチング機会の創出</li> <li>★「ものづくり地産地消・外商センター」の設置</li> <li>◎「技術力の見える化」と「商談機会の拡大」</li> </ul>	○	○					
		◆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	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆マーケットイン型商品づくりを支援</li> <li>◆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</li> </ul>	◆加工用に利用できる原料の掘り起こしと需要者とのマッチングが必要	◆★県内食品加工業と産地とのマッチング		○	○				
		◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている	◆農村の起業活動は着実に増加しているが零細な経営が中心	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆各農業振興センターに6次産業化の取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施</li> <li>◆人材創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援</li> <li>◆国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築</li> <li>◆県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施</li> <li>◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆農業者等の商品開発ノウハウの向上</li> <li>◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地域資源の活用による付加価値化の取組を助長する環境づくり(生産、加工、サービス、未利用資源利用等)</li> <li>★地域に残された伝統作物の栽培体制を整え、地域資源としての活用を図る</li> <li>★農業者等の生産から加工、販売までの取組を総合的に支援</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	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><b>ものづくりの地産地消の推進</b></p> <p>ものづくり地産地消センター: ・「ものづくりの地産地消」に関する各種の相談やマッチングへの支援、県内企業に関する情報の収集強化、相談を活性化する場の確保等を実施</p> <p>ものづくりの地産地消推進プロジェクトチーム(庁内関係機関等): ・庁内における「ものづくりの地産地消」の推進体制として、各機関が有する情報の共有、相談案件等に対する支援策の検討等を実施</p> <p>県計画推進課、工業振興課、地産地消・外商課、地域本部等: ・情報フローを通じた発注予定情報等の収集</p>					<p>◆県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している</p> <p>◆ものづくり補助金を活用した製品開発件数 40件 (H24~H27)</p>	
<p><b>ものづくりの地産地消・外商の推進</b></p> <p>高知県産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」: ・ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことによりビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施 ・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものづくりをサポート ・県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援</p>					<p>◆製品開発で磨かれた高い競争力を持った企業が生まれ、外商活動も拡大している</p> <p>◆企業間の連携によるニーズへの対応と企業の集積が進み、全国的な商品開発のネットワークにつながっている</p>	
<p>県計画推進課、高知県産業振興センター: ・県内のものづくり技術を一堂に会した総合的な技術展示会等を開催(※実施内容については前年度実績を踏まえ毎年度検討)</p>						
<p><b>加工用原料の掘り起こしとマッチング支援</b></p> <p>生産者:加工用原料の掘り起こし 県関係課:情報共有と戦略の組み立て 県地産地消・外商課:情報共有の場の設置と調査及び需要者へのマッチング推進</p>					<p>◆食料品製造業出荷額 800億円 (10%UP)</p> <p>◆第一次産業を伸ばす食品加工業が自立的な発展、成長を遂げるとともに、県外の加工業者が企業誘致等により県内で大規模な製造を開始</p>	
<p><b>地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援</b></p> <p>農業者等:伝統作物等の栽培への取組、地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発、販路拡大 県農業振興センター・地域支援企画員:栽培実証、種苗の確保・保存、商品開発・販路拡大に向けた支援 県関係課:商品開発、磨き上げの支援対策の整備 農業者と加工業者、販売業者等とのマッチング支援</p>					<p>◆6次産業化による加工品等の開発・販路拡大事例が増加</p> <p>◆地域資源の付加価値向上による雇用創出、農家の所得向上、農村地域の活性化</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【「ものづくりの地産地消」の促進】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	基本方向								
			総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6			
1. 事業者間のマッチング支援機能の強化		<p>◆県内の漁獲物のほとんどが鮮魚での出荷</p> <p>◆新たな前処理加工等が県内各地で事業化</p>	<p>◆水産加工業交流促進協議会を設置、開催(H23:2回)</p> <p>◆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</p>	<p>◆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</p>	<p>◆★事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大</p>	○	○	○						
			<p>◆成長が期待され潜在力のある4つの分野(食品、天然素材、環境、健康福祉)ごとに企業や専門家等で構成する研究会を設置し、事業化を支援</p> <p>◆研究会で事業化プランの作成や事業化に取り組む企業が創出され、売上高増加や新規雇用などの成果が表れ始めた</p> <p>◆市場イン型商品づくりを支援</p> <p>◆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</p> <p>◆各農業振興センターに加工への取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施</p> <p>◆人材創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援</p> <p>◆国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築</p> <p>◆県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施</p> <p>◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた</p>	<p>◆研究会発事業化プランの作成に向けた取組の加速</p> <p>◆研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実</p>	<p>◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援</p> <p>○意欲のある企業の参加促進</p> <p>○事業化に向けた企業間連携の促進</p> <p>○個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化</p> <p>○研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化</p> <p>○健康福祉産業の事業化に向けた取組の推進</p> <p>★研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化</p>	○	○		○					
			<p>◆製造品出荷額等は、H7年(7,055億円)をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい</p> <p>・H18年 5,498億円(全国46位)</p> <p>・45位(鳥取) 1兆346億円、47位(沖縄)5,280億円</p> <p>※H19年工業統計(速報)</p> <p>◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない</p> <p>・従業員数4～9人 全体の47%</p> <p>” 100人以上 全体の3%</p> <p>&lt;製造品出荷額&gt;</p> <p>・従業員数4～9人 全体の6%</p> <p>” 100人以上 全体の49%</p>	<p>◆商品開発を目指す農業者等のビジネス力向上</p> <p>◆商品開発にかかる資金調達、リスク軽減</p> <p>◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化</p>	<p>◆○研究開発から事業化まで、一貫した支援を実施</p>	○	○		○					

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>事業者間のマッチングによるビジネス機会の創出</p> <p>加工事業関係者、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</p>						◆水産食料品の 県際収支の黒字 幅を拡大	
<p>食品、天然素材、環境、健康福祉</p> <p>意欲のある企業の参加促進 事業化に向けた企業間連携の促進 個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化 研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化</p> <p>県工業振興課、新産業推進課:テーマ別研究会設置・運営、研究会発事業化支援事業費補助金制度の実施 成長分野研究会発の有望なプランの成長を後押しするパッケージ支援(H25～)</p>						<p>◆研究会での活動を通じて、競争力のある製品や事業展開のノウハウ等を備えた企業が数多く生まれ、販売が増加している</p> <p>・事業化プラン認定件数 60件 (H24～H27)</p> <p>・販売金額 100億円 (H24～H27)</p> <p>・新規雇用 110人 (H24～H27)</p>	<p>◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用が創出される</p> <p>◆全国的に競争力のある企業が生まれ、生産が活発化し、企業の業績が始まっている</p>
<p>事業化プラン策定段階からの参画 認定済み事業化プランの事業化を支援 産業支援機関、公設試などの連携強化</p> <p>県工業振興課、新産業推進課:新事業創出支援チームによる事業化に向けた取組への支援</p>							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 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【「ものづくりの地産地消」の促進】

取組方針	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	基本方向						
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6	
1. 事業者間のマッチング支援機能の強化	◆情報フローが詰まっており、県内のニーズ情報が潜在的な県内の受注者に対して伝達されていない	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(H21) 県内クリエイター実態調査の実施</li> <li>・(H22~23) クリエイター見本市の開催(県内クリエイターと事業者との出会いの場)</li> <li>◆実態調査における県内クリエイターの希望として、行政による事業者とのマッチングの場の提供が挙げたことから、見本市を開催。ネットワーク構築の場として有効であるとともに一部で商談も実施され、今後のビジネスマッチングへの可能性を拡げた</li> </ul>	◆具体的な商談成立の実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆〇見本市において、以下を実施する</li> <li>・ブース出展者、参加者双方の参加者増を促進し、ビジネスマッチング力の強化を図る</li> <li>・東京でのコンテンツマーケットに出展した高知コンテンツコンテストの優秀賞、奨励賞の受賞者に出展してもらう。優秀賞受賞者には東京での出展で得られた成果を報告してもらう</li> <li>・クリエイター、事業者双方における著作権に関する意識・知識の向上のため、見本市に合わせて著作権セミナーを実施する</li> </ul>				○			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆台風や南海地震といった自然災害を経験する中で、県内には特色のある防災関連の製品や技術も生まれている</li> <li>◆防災意識の高まりを受け、大きな需要が見込まれる分野だと期待される</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各農業振興センターに加工への取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施</li> <li>・人材創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援</li> <li>・国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築</li> <li>・県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施</li> <li>◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆商品開発を目指す農業者等のビジネス力向上</li> <li>◆商品開発にかかる資金調達、リスク軽減</li> <li>◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆南海地震への備えと連動させた防災関連産業の地産地消・外商の推進</li> <li>&lt;「地産」を推進するためのものづくり支援&gt;</li> <li>★試作機の開発支援</li> <li>★試験研究機関での技術支援</li> </ul>		○		○			

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業



第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>クリエイター地産地消</p> <p>県まんが・コンテンツ課: 県内クリエイター見本市 著作権セミナー</p> <p>県まんが・コンテンツ課: 成果検証により継続判断、民による自主的な活動</p>					<p>◆クリエイターの収入増、クリエイターのレベルの底上げ</p>	<p>◆高知県クリエイターのブランド化</p>	
<p>新たな防災関連製品や技術の開発・全国に通用するものづくり</p> <p>県工業振興課・工業技術センター・大学等: 県内に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援</p> <p>県工業振興課・工業技術センター・大学等: 全国に通用するものづくりを推進するための有識者との情報交換や、製品開発アドバイザーの設置等による技術支</p> <p>工業団体・民間企業等: 地域の課題(生産性の向上など)を機械化によって解決するための機械装置等の開発・製造</p> <p>高知県産業振興センター: 新商品開発支援、防災産業推進コーディネータ等による防災関連製品等の企画・開発・ブラッシュアップのサポート</p>							<p>◆メイドイン高知の製品に対する評価が高まり、県内外での導入が進んでいる</p> <p>・ものづくり補助金を活用した製品開発件数 20件(累計)</p> <p>・県内の全市町村への県内製品の導入件数 100%</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【「ものづくりの地産地消」の促進】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	基本方向						
			総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6	
2. 県内産業の技術力、商品開発力の向上への支援		◆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、自社や関係団体内部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	◆技術研修開催 ◆企業、団体からの要望に沿った研修を実施することで当初計画以上の参加が得られた また、目標とした溶接関係の合格率も向上した	◆若手から中堅までそれぞれの技術レベルに応じたカリキュラムの設定 ◆研修終了後の受講者へのフォローアップなどきめ細かい対応	◆工業技術センター等が行う技術研修 ◎人材育成事業(工業技術センター) ◎人材育成事業(紙産業技術センター)		○	○	○			
		◆製造品出荷額等は、H7年(7,055億円)をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい -H18年 5,498億円(全国46位) -45位(鳥取) 1兆346億円、47位(沖縄)5,280億円 ※H19年工業統計(速報)	◆ものづくり地産地消推進事業費補助金の創設 ◆産業間の連携による機械装置の開発が進み、県内外への販売も開始されるなど、機械系の地産地消の気運の高まりや成果が表れ始めた 補助金交付件数(H22～H25) 企画立案 11件 試作開発 67件	◆ものづくりの地産地消の「地消」の推進に向けた製品の磨き上げ ◆「ものづくりの地産地消」の意識の浸透と、実践の定着 ◆企画から製品開発、販路開拓までの過程で企業の実況に応じたアドバイスや外商を見据えた製品づくりへの支援	◆機械系の「ものづくりの地産地消」を支える製品開発力の強化 ○試作機の開発支援 ★防災関連の製品開発の推進 ◎企業間連携や産学官連携の充実・強化 ◎県内展示会等でのPR ★補助金のメニューの明確化と審査会機能の強化		○					
		◆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製造品出荷額等は約4,608億円(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(速報) ◆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	◆各農業振興センターに加工への取り組みを支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施 ◆人材創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援 ◆国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築 ◆県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施 ◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた	◆商品開発を目指す農業者等のビジネス力向上 ◆商品開発にかかる資金調達、リスク軽減 ◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化	◆県内企業が生産性などを高め、県内での生産活動の継続と雇用の維持に努めていくため、県内中小企業の設備投資を促進 ★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		○	○				

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>機械・金属・電子、化学、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成</p> <p>県工業技術センター：                      ・専門的技術研修の実施                      ・食品加工特別技術支援員の配置                      ・機械金属加工特別技術支援員の配置                      ・資源利用加工特別技術支援員の配置                      ・技術指導アドバイザーの派遣                      ・土佐FBC人材創出事業への支援(講師の派遣等)</p> <p>県紙産業技術センター：                      ・不織布分野の新たな試験製造装置や機能紙技術向上のため導入した試験装置等を活用し、新たな技術に対応できる人材を育成</p>					<p>◆技術レベルに応じた能力向上と資格取得率アップ 技術研修 1,600人 (4年間累計)</p> <p>紙産業技術初任者研修会 延べ145人 (H24~H27)</p> <p>技術指導アドバイザーの派遣 10社25回派遣 (H24~H27)</p>		
<p>ものづくり企業の製品開発力の強化・地産地消の推進</p> <p>県工業振興課・工業技術センター：                      ・県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力を県内外にアピールする総合的な技術展示</p> <p>県工業振興課・ものづくり地産地消センター：                      ・県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力を県内外にアピールする総合的な技術展示</p> <p>ものづくり企業の製品開発力の強化・地産地消・外商の推進</p> <p>県工業振興課・工業技術センター：                      ・県内外に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開</p> <p>県工業振興課・産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」：                      ・県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力を県内外にアピールする総合的な技術展示会でのPRを実施</p> <p>産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」：                      ・ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことにより、ビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施                      ・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものをづくりをサポート</p> <p>工業団体・民間企業等：地域の課題(生産性の向上など)を機械化によって解決するための情報収集・情報交換、機械装置の開発・製造</p>							<p>◆県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している</p> <p>◆ものづくり補助金を活用した製品開発件数 40件 (H24~H27)</p>
<p>県制度融資、補助制度等による事業者支援</p> <p>県工業振興課：                      県内中小企業(製造業)が行う設備投資に要する経費を対象とする中小企業設備投資促進事業費補助金の創設(事業期間H24~H26)                      津波避難施設の整備を行う製造業者への要件緩和等による設備投資の促進(H24.11~H26)                      中小企業以外も補助対象に加え、設備投資を促進(H25~H26)                      県経営支援課：安心実現のための高知県緊急融資                      高知県産業振興センター：小規模企業者設備貸与制度の見直しによる事業者支援</p>					<p>◆設備投資の増加により生産性の向上や競争力の維持が図られ、県内企業の生産額が増加する</p> <p>◆一事業所当たりの設備投資額：全国平均値の68% (香川県並み) 15万円→28万円</p>	<p>◆全国並みの設備投資(一事業所当たり41百万円)が継続的に行われ、生産性が大幅に向上し、企業活動が安定する</p>	

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 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【「ものづくりの地産地消」の促進】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	基本方向							
			総括 (取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6		
3.	県内に不足している業種・工程や新たな成長産業の誘発	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆製造品出荷額の50% 従業員数30%を占める</li> <li>◆世界的な経済の不安定化などの影響から全国的に企業の国内投資の動きが鈍っている</li> <li>◆県内工場の一部に撤退や県外転出等の動きがみられる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・岡豊工業団地の開発・分譲完了</li> <li>・香南工業団地の用地取得完了</li> <li>・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</li> <li>◆香南工業団地などの企業立地基盤の整備が進む</li> </ul>	◆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	○	○						
4.	「ものづくりの地産地消」から外商への展開支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない</li> <li>・従業員数4~9人 全体の47%</li> <li>  " 100人以上 全体の3%</li> <li>&lt;製造品出荷額&gt;</li> <li>・従業員数4~9人 全体の6%</li> <li>  " 100人以上 全体の49%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・見本市への高知県ブースの設置</li> <li>・商談会の開催</li> <li>・インターネットを活用した企業情報の発信</li> <li>◆販路の拡大が図れ、販売増につながった成約金額 H24~H25: 364百万円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆機械・金属加工系を中心に取り組んできたため、紙産業等の地場産業への取組の拡大</li> <li>◆産業振興センターと連携し、県外見本市出展を中心とした外商支援の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ものづくり企業を対象にした県外での受注拡大の取組への支援を実施</li> <li>○新たな分野の見本市へ出展</li> <li>○成約につながりやすい効果的な商談会の開催</li> <li>○関係機関との連携により、見本市、商談会参加後の県内企業へのフォローアップ</li> <li>○県内企業が行う県外企業への県内製品・技術のPR活動への支援</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					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)	
<p>工業団地の開発</p> <p>県企業立地課:香南工業団地 完成・分譲</p> <p>工業団地の開発</p> <p>県企業立地課:高知一宮団地 測量設計 用地買収 造成工事</p> <p>工業団地の開発</p> <p>県企業立地課:南国日章工業団地 測量設計 用地買収 造成工事</p> <p>適地調査</p> <p>県企業立地課:計画的な団地開発のための継続的な適地調査の実施</p>					<p>◆新たな工業団地などの企業立地基盤の整備が進んでいる</p> <p>・新規工業団地面積 H27: 20ha</p>	<p>◆高規格道路などの産業基盤が整い、企業立地が進んでいく</p>	
<p>販路の拡大</p> <p>県工業振興課:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県外の主要な見本市へ高知県ブースを設置し、県内製品のPRや販路開拓を支援</li> <li>インターネットを活用した県内企業情報発信の実施</li> </ul> <p>高知県産業振興センター:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県外見本市や商談会で県内製品や技術を紹介する場を提供し、取引の斡旋や受注の機会を確保</li> <li>地方開催の見本市中心にブース出展(H25)</li> <li>見本市・商談会参加企業へのフォローアップ、県外企業への同行訪問など外商活動に関する支援の実施</li> </ul> <p>高知県産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことによりビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施</li> <li>全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものづくりをサポート</li> <li>県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援</li> <li>県外見本市や商談会で県内製品や技術を紹介する場を提供し、取引の斡旋や受注の機会を確保</li> </ul>							<p>◆商談会や見本市を活用した外商活動の活発化による受注が増加するとともに、外商に関するノウハウを活かし、積極的に営業活動を行う企業が育っている</p> <p>・見本市・商談会開催件数 50回(H24～H27)</p> <p>・受注金額 20億円(H24～H27)(防災関連・ものづくりの地産地消含む)</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



## **I 産業間の連携戦略**

### **1 地産地消・地産外商戦略の 展開**

#### **(3) 食品加工の推進**

# 連携テーマ【食品加工の推進】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
1. 地域加工の取組支援	<p>◆年間販売額100万円未満の製造者が約60%を占めており、製造者の意向も現状維持、減産が全体の3/4に達するなど、地域における加工の担い手である農林漁家の生産意欲が低い</p> <p>◆消費者視点の売れる商品づくりができていない</p> <p>◆県内の農協や生産者グループ等が、自らが生産した農林水産物を原材料として加工している農林水産加工品の約90%は、ユズの加工品</p>	<p>・地域産業振興監を本部長とする「産業振興推進地域本部」を設置し、支援体制を整備</p> <p>・地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、取組等の状況確認や調整を実施</p> <p>・事業支援として、産業振興推進総合支援事業費補助金や産業振興アドバイザーを活用</p> <p>これまでの実績 (H25実績見込み含む) 産振総合補助金 190件26.9億円 (補助額ベース) 産振アドバイザー 306件</p> <p>地域アクションプランによる雇用の創出 第1期計画:623人 (うち総合補助金導入事業関連312人) 第2期計画(H24、H25):314人 (うち総合補助金導入事業関連85人)</p> <p>◆地域産業振興監を中心とした産業振興推進地域本部の体制のもと、地域アクションプランの取組ごとに設置した実行支援チームによるサポートにより、地域の取組が雇用の確保や所得の向上に繋がる事例が現れ始めた</p>	<p>・地域アクションプランの取組の地域への定着・拡大 (産振総合補助金等)を導入した事業の地域の産業としての定着、拡大</p> <p>・各地域における新たな取組の創出</p>	<p>◆地域アクションプランの実行を、個別のテーマごとに徹底して支援</p> <p>○支援ツールとして産振総合補助金、産振アドバイザーを活用</p> <p>★産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援、土佐の産業おこし参加プランの募集</p>	○	○	○			
	<p>◆県内では、地域の集落単位や任意団体・グループ、NPOなど、比較的小さな事業体が主体となって、「地域活性化」を目的に事業展開している「小さなビジネス」が数多くみられる</p> <p>◆ビジネスのノウハウや知識を身につける機会に恵まれず、満足のいく販売促進、情報発信、PR活動等が出来ないため、販路拡大につなげることが難しい</p>	<p>・産業振興アドバイザー制度の実施</p> <p>◆事業者のニーズに応じたアドバイザーの派遣を行い、新たな商品の開発、販路開拓、事業者メンバー内の意識共有等につながった</p>	<p>◆多くの事例が、趣味、生きがい、ボランティアなどの意識を脱していないため、ビジネス意識を持つことが必要</p> <p>◆事業者自身が認識している課題が、事業の本質的な課題と一致していない場合が多い</p>	<p>◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣</p> <p>○産業振興アドバイザー</p>	○	○	○	○	○	
	<p>◆県内で9つの地域加工グループが活動</p> <p>◆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</p>	<p>・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</p> <p>◆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</p>	<p>◆今後も持続可能な経営体質の確保</p> <p>◆雇用の場として魅力のある労働条件等の確保</p> <p>◆衛生管理面のレベルアップ</p>	<p>◆○雇用の安定に向けた活動を支援</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					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)	
<p>地域アクションプランの実行を支援</p> <p>県:産業振興推進地域本部を引き続き設置し、本部会議を開催することにより、地域アクションプラン全体の進捗確認等を実施 地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、事業ごとの進捗確認や支援を実施 県計画推進課:産業振興推進総合支援事業費補助金による支援 産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援(26年度まで) 産業振興アドバイザーによる支援 産業振興計画への民間事業者の参画促進(土佐の産業おこし参加プランへの応募等)</p>					<p>P155 別図(外4)参照</p>	<p>◆新たな事業に挑戦する事業者等が増加し、地域の資源を活用した商品が次々と誕生するとともに、地産地消・地産外商の活動を通じて、事業が定着し、所得が向上する</p>	<p>◆地域に雇用の受け皿となる産業が数多く育ち、若者が地域に定着する</p>
<p>産業振興アドバイザーの派遣</p> <p>事業者:課題やニーズに対応したノウハウの習得、事業を進めていく上で解決すべき課題の認識 県計画推進課:アドバイザー制度の周知と運用、各事業の本質的な課題を明らかにする仕組み作り 地域本部:事業者の課題の発掘、フォローアップ</p>						<p>◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる</p> <p>◆商品開発や販路開拓などの新たな事業展開に対してアドバイザーを導入した事業者のうち6割以上に効果が現れる</p>	<p>◆県内の各地域の事業者等に利益アップや所得向上をもたらす</p> <p>◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されるとともに、これらの強みを活かした産業間連携が新たに進んでいる(若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持)</p>
<p>漁村での雇用の場として持続可能な活動の展開</p> <p>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</p>					<p>◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献</p>	<p>◆事業継続・拡大により地域雇用に貢献</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 連携テーマ【食品加工の推進】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
2. 産業化の取組支援 (1) 生産に関する施策	<p>◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている</p> <p>◆農村の起業活動は着実に増加しているが零細な経営が中心</p>	<p>・各農業振興センターに6次産業化の取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートの実施による先進地視察、地域活性化計画、事業計画書の策定支援 H24:9グループ27名 H25:[入門コース] 8グループ28名 [応用・実践コース] 7グループ21名</p> <p>・6次産業化に取り組む事業者への支援体制の整備</p> <p>・県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施</p> <p>・起業支援型地域雇用創造事業による6次産業化に取り組む事業者の支援</p> <p>◆意欲ある地域や団体の農産物の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で地域資源の活用や加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた</p>	<p>◆農業者等の商品開発や販売力の向上</p> <p>◆6次産業化に取り組む事業者の育成</p> <p>◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化</p>	<p>◆地域資源の活用による付加価値化の取組を助長する環境づくり(生産、加工、サービス、未利用資源利用等)</p> <p>★農業者等の生産から加工、販売までの取組を総合的に支援</p> <p>★地域に残された伝統作物の栽培体制を整え、地域資源としての活用を図る</p>		○	○				
	<p>◆県内の漁獲物のほとんどが鮮魚での出荷</p> <p>◆消費者・業務筋の省力化志向の強まり</p> <p>◆新たな前処理加工等が県内各地で事業化</p> <p>◆国が6次産業化法を制定</p> <p>◆安全・安心志向の定着による、衛生管理への要請</p> <p>◆県外大手と取引するうえで大口需要や衛生管理体制は重要</p> <p>◆県産養殖魚は活魚や鮮魚出荷が主体</p>	<p>・前処理加工事業等の適正規模モデルを作成</p> <p>・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</p> <p>・原料魚の安定確保や販路確保の支援を実施</p> <p>◆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(8カ所)が実現した</p> <p>・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)</p> <p>◆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</p> <p>・6次産業化法に基づく総合化事業計画の認定を4事業者が受ける</p> <p>◆6次産業化法での支援を活用した取組が開始</p> <p>・水産加工施設の施設の衛生管理レベルの向上(ソフト・ハード)を支援</p> <p>・水産加工の衛生管理に関する講習会を開催</p> <p>◆衛生管理面のレベルアップが一定進展</p> <p>・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</p>	<p>◆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)</p> <p>◆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</p> <p>◆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</p> <p>◆県外等の取引に対応できる衛生管理体制の強化</p> <p>◆大口需要や衛生管理体制等の多様なニーズへの対応</p> <p>◆養殖魚の前処理加工</p>	<p>◆★事業化を軌道に乗せる活動への支援</p> <p>◆★事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大</p> <p>◆★漁業者による6次産業の創出</p> <p>◆○衛生管理の高度化を促進</p> <p>◆★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</p> <p>◆★養殖魚の前処理加工の促進</p>		○					
						○	○	○			
						○	○	○			
						○	○	○			

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		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>地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援</p> <p>農業者等：地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発、販路拡大                      県農業振興センター・地域支援企画員：商品開発・販路拡大に向けた支援                      県関係課：商品開発、磨き上げの支援対策の整備、農業者と加工業者、販売業者等とのマッチング支援</p>					◆6次産業化による加工品等の開発・販路拡大事例が増加	◆地域資源の付加価値向上による雇用創出、農家の所得向上、農村地域の活性化
<p>伝統作物の栽培実証、販売・加工品開発の支援</p> <p>農業者等：伝統作物の栽培への取組                      農業振興センター・地域支援企画員：栽培実証、種苗の確保・保存、販売・加工品開発の支援                      県関係課：栽培品目や地域の拡大、販売・加工品開発の支援対策の整備、加工業者等とのマッチング支援</p>						
<p>事業化を軌道に乗せる活動への支援</p> <p>加工業者等：前処理加工事業等の円滑な運営                      県合併・流通支援課、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</p>					◆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  ◆水産食品の県際収支の黒字幅を拡大
<p>事業者間のマッチングによるビジネス機会の創出</p> <p>加工業者関係者、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</p>						
<p>漁業者による6次産業化の創出</p> <p>漁業者：生産・加工・流通が一体となった新たな取組の実施                      加工業者等：漁業者と連携した新たな取組の実施                      6次産業化サポートセンター：計画策定の指導、取組の円滑な実行に向けたアドバイス                      県合併・流通支援課、漁業指導所：取組の掘り起こし、計画策定と円滑な実行を支援</p>					◆漁業者による6次産業化の取組等、新たな水産加工が事業化	
<p>衛生管理の高度化を促進</p> <p>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、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</p>					◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工場が取得	
<p>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</p> <p>加工業者等：連携の組織づくり、製造販売体制の確立</p>					◆事業者間連携による製造販売体制の確立	
<p>養殖魚の前処理加工の促進</p> <p>養殖事業者、漁協：協議会組織による養殖魚に関する外商戦略の検討                      市町、県合併・流通支援課：検討に係る一連の取組に対する支援</p> <p>養殖事業者、漁協：事業実施の体制づくり、前処理加工の取組推進                      市町、県合併・流通支援課：取組に対する支援</p>					◆養殖魚の前処理加工事業が開始	

※改革のための6つの基本方向 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

## 連携テーマ【食品加工の推進】

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	基本方向									
						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)</p> <p>◆食の外注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</p> <p>◆新たな商品開発力が不足</p> <p>◆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</p> <p>◆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</p> <p>◆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</p> <p>◆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</p> <p>◆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>◆産業フードプロデューサーとの連携によって、業務筋への販路開拓につながった</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系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>◆加工用に利用できる原料の掘り起こしと需要者とのマッチングが必要</p>	<p>◆○首都圏マーケットと連携した商品づくり</p> <p>◎関西・中部地区のマーケットと連携した商品づくり</p> <p>○業務筋向けの商品づくり</p> <p>◆★高知県を代表するヒット商品の開発支援</p> <p>◆★県内食品加工業と産地とのマッチング</p>	○	○		○						
						<p>◆県内で機械設備等を導入する場合、大部分が県外発注となっている。また、加工品(特に食品加工)についても、加工の工程を県外発注するケースが多く、付加価値を高める工程が県内で行われず、機会損失が大きくなっている</p>	<p>・ものづくり地産地消センターの開設</p> <p>・ものづくり地産地消推進プロジェクトチームの設置</p> <p>・ものづくり総合技術展の開催</p> <p>◆総合相談窓口が設置され、県内でのものづくりのニーズが集積することで、技術を提供できるものづくり企業とのマッチングが進んだ</p> <p>◆ものづくり総合技術展の開催を通じて多くの県民に、県内のものづくり企業・団体の技術や商品を知っていただける機会を提供できた</p>	<p>◆各関係機関が連携して、迅速かつ適切な相談対応に努めるとともに、相談案件の掘り起こしを行う</p> <p>◆外商までを見据えた汎用性に富んだ商品・機械開発の実施</p>	<p>◆「ものづくり地産地消・外商センター」を中心としたマッチング機会の創出</p> <p>★「ものづくり地産地消・外商センター」の設置</p> <p>◎「技術力の見える化」と「商談機会の拡大」</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><b>マーケットイン型商品づくりの支援</b></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、地産外商公社・県外事務所と連携した販路開拓・販売拡大支援</p>					<p>◆食料品製造業出荷額 800億円 (10%UP)</p>	
<p><b>業務用商品開発プロジェクト</b></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>◆第一次産業を伸ばす食品加工業が自立的な発展、成長を遂げるとともに、県外の加工業者が企業誘致等により県内で大規模な製造を開始</p>	
<p><b>加工用原料の掘り起こしとマッチング支援</b></p> <p>生産者: 加工用原料の掘り起こし 県関係課: 情報共有と戦略の組み立て 県地産地消・外商課、地域農業推進課: 情報共有の場の設置と調査及び需要者へのマッチング推進</p>						
<p><b>ものづくりの地産地消の推進</b></p> <p>ものづくり地産地消センター: ・「ものづくりの地産地消」に関する各種の相談やマッチングへの支援、県内企業に関する情報の収集強化、商談を活性化する場の確保等を実施</p> <p>ものづくりの地産地消推進プロジェクトチーム(庁内関係機関等): ・庁内における「ものづくりの地産地消の推進体制として、各機関が有する情報の共有、相談案件等に対する支援策の検討等を実施</p> <p>県計画推進課、工業振興課、地産地消・外商課、地域本部等: ・情報フローを通じた発注予定情報等の収集</p>					<p>◆県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している</p> <p>◆製品開発で磨かれた高い競争力を持った企業が生まれ、外商活動も拡大している</p> <p>◆企業間の連携によるニーズへの対応と企業の集積が進み、全国的な商品開発のネットワークにつながっている</p>	
<p><b>総合的な技術展示会等の開催</b></p> <p>県計画推進課、高知県産業振興センター: ・県内のものづくり技術を一堂に会した総合的な技術展示会等を開催(※実施内容については前年度実績を踏まえ毎年度検討)</p> <p>ものづくり企業、産業団体等: ・技術展示会等への出展、技術の紹介、商談</p>					<p>◆ものづくり補助金を活用した製品開発件数 40件 (H24~H27)</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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 足跡を強め、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

## 連携テーマ【食品加工の推進】

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	基本方向							
						1	2	3	4	5	6		
2. 産業化の取組支援 (2) 加工に関する施策			<ul style="list-style-type: none"> <li>◆食品分野で企業や専門家等で構成する研究会を設置し、事業化を支援</li> <li>◆研究会で事業化プランの作成や事業化に取り組む企業が創出され、売上高増加や新規雇用などの成果が表れ始めた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆研究会発事業化プランの作成に向けた取組の加速</li> <li>◆研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆食品産業研究会における企業の事業化支援</li> <li>○意欲のある企業の参加促進</li> <li>○事業化に向けた企業間連携の促進</li> <li>○個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化</li> <li>○研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化</li> <li>★研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化</li> </ul>	○	○						
			<ul style="list-style-type: none"> <li>◆農業・食品関係の企業や団体への商品開発、品質管理技術向上のための支援を行った</li> <li>◆地域APの各課題とも連携し、品質管理技術の向上や商品化などに繋がった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆企業によっては商品開発力・品質管理能力が不十分なところもあり、技術レベルに合わせたきめ細かな支援が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆工業技術センターが行う技術支援の充実(食品加工)</li> <li>○企業等の技術課題に合わせたきめ細かな支援</li> </ul>	○	○				○		
			<ul style="list-style-type: none"> <li>◆主に県内流通食品を対象とした製造・販売施設が大半であり、県外流通に対応できる食品の衛生管理能力を持つ施設が少数に留まる</li> <li>◆生産管理高度化研修により、基礎知識を習得</li> <li>◆個別調査と改善提案により、管理体制が改善された</li> <li>◆表示のアドバイスにより、適正表示の意識が高まった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆相談・指導体制の強化</li> <li>◆福祉保健所にHACCP指名食品衛生監視員を3名以上配置</li> <li>◆HACCPシステムによる自主衛生管理の意義と重要性の普及</li> <li>◆関係各課と連携し、講習会等による自主衛生管理の啓発を実施</li> <li>◆食品衛生管理認証制度及び食品高度衛生管理手法認定制度の推進</li> <li>◆両制度取得施設が増加</li> <li>◆参加者のニーズに応じた研修</li> <li>◆事業者の主体的な取組を推進するためには、中核的な人材の育成が必要</li> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆施設に合わせた適切な助言が可能なHACCP指名食品衛生監視員の育成</li> <li>◆HACCPシステムによる自主衛生管理及び両制度取得の更なる推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆工場の衛生管理の高度化を支援</li> <li>◎認証・認定取得に向けた指導・支援の強化</li> <li>○関係各課と連携したうえでの対象施設の掘り起こし</li> <li>○関連部所と連携した食品表示に対する指導・支援</li> <li>◆◎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</li> <li>◆◎外商の拡大に向けた表示適正化の徹底</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					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)	
<p>意欲のある企業の参加促進 事業化に向けた企業間連携の促進 個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化 研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化</p> <p>県工業振興課・新産業推進課：テーマ別研究会設置・運営、研究会発事業化支援事業費補助金制度の実施 成長分野研究会発の有望なプランの成長を後押しするパッケージ支援(H25～)</p>					<p>◆食品産業研究会において、事業化プランの作成、事業化に取り組む多数の企業を創出</p>	<p>◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用を創出</p>	
<p>食品関係企業・団体への商品開発・生産管理高度化支援</p> <p>県工業技術センター： ・食品関係企業・団体への商品開発等支援 ・品質管理技術の高度化支援 ・食品加工特別技術支援員による商品開発の推進 ・技術指導アドバイザーの派遣による課題解決</p>							<p>◆全国レベルの加工・品質管理技術を持つ企業の増加</p>
<p>HACCP手法を用いた自主衛生管理認証・認定資格取得への誘導</p> <p>県食品・衛生課：食品衛生法施行条例の管理運営基準に新たにHACCP導入型基準を追加する</p> <p>県食品・衛生課：認証・認定制度の普及推進(認証施設数：18施設、認定施設数：14施設)</p> <p>福祉保健所：施設立入時における食品衛生管理方法及び表示に関するアドバイス及び指導</p>					<p>◆条例へのHACCP導入型基準の新たな設定により、HACCP手法による自主衛生管理を取り入れた施設が増加する</p> <p>◆認証施設数 30施設</p> <p>◆認定施設数 50施設</p>	<p>◆HACCP手法に基づく自主衛生管理が広く浸透し、これを取り入れた施設が一般化する</p> <p>◆認証施設数 40施設</p> <p>◆認定施設数 100施設</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 (2年間で中核的人材20人を育成)</p> <p>事業者：生産管理高度化の実践 県地産地消・外商課：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>中核的人材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 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>高知県立大学：中核的人材育成の研修等の実施及びネットワーク化支援</p>							<p>◆衛生管理や適正な表示が徹底され、多くの事業者が外資にチャレンジ</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【食品加工の推進】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
2. 産業化の取組支援 (3) 人材に関する施策	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆県内では、地域の集落単位や任意団体・グループ、NPOなど、比較的小さな事業体が主体となって、「地域活性化」を目的に事業展開している「小さなビジネス」が数多くみられる</li> <li>◆ビジネスのノウハウや知識を身につける機会に恵まれず、満足のない販売促進、情報発信、PR活動等が出来ないため、販路拡大につなげることが難しい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業振興アドバイザー制度の実施</li> <li>◆事業者のニーズに応じたアドバイザーの派遣を行い、新たな商品の開発、販路開拓、事業者メンバー内の意識共有等につながった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆多くの事例が、趣味、生きがい、ボランティアなどの意識を脱していないため、ビジネス意識を持つことが必要</li> <li>◆事業者自身が認識している課題が、事業の本質的な課題と一致していない場合が多い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣</li> <li>○産業振興アドバイザー</li> </ul>	○	○	○	○	○	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産業人材の育成は、産業界、高等教育機関、行政がそれぞれ独自に行っており、体系化されていない</li> <li>◆事業者等のモチベーションやビジネス基礎力が不足</li> <li>◆どのような研修を受講すればよいか、何を目標にすればよいかかわらないとの声がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・連携テーマの一つに「人材の育成・確保」を掲げ各種人材育成事業を実施</li> <li>・産学官連携会議において、プログラム作成について議論を実施</li> <li>◆基礎から実践まで一貫したビジネス研修「土佐まるごとビジネスアカデミー」の実施や異業種の交流等により、受講生の成果の兆しが見えつつある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆研修受講後のフォローアップやネットワーク化が必要</li> <li>◆さらなる受講生の掘り起こしが必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆★産学官連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」の実施</li> <li>★土佐MBA相談員の配置による受講生へフォローアップ体制の強化</li> <li>◎入門編の科目の拡充、女性の起業支援講座を入門編、基礎編に創設</li> <li>○商品やビジネスプランづくりを通じた産業人材の育成 ～目指せ！弥太郎商人(あきんど)塾～</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					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)	
<p>産業振興アドバイザーの派遣</p> <p>事業者: 課題やニーズに対応したノウハウの習得、事業を進めていく上で解決すべき課題の認識 県計画推進課: アドバイザー制度の周知と運用、各事業の本質的な課題を明らかにする仕組み作り 地域本部: 事業者の課題の発掘、フォローアップ</p>					<p>◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる</p> <p>◆商品開発や販路開拓などの新たな事業展開に対してアドバイザーを導入した事業者のうち6割以上に効果が現れる</p>	<p>◆県内の各地域の事業者等に利益アップや所得向上をもたらす</p> <p>◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されるとともに、これらの強みを活かした産業間連携が新たに進んでいる(若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持)</p>	
<p>産業人材育成プログラムの実施</p> <p>産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー」の実施 産業界: 受講しやすい環境づくり、実践事例の紹介、産学官連携会議への参画 県内高等教育機関(高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知高专等): 研修(教育)内容の検討、研修講師、産学官連携会議への参画 県: プログラム運営、全体調整、産学官連携会議への参画</p> <p>県立大学改革との運動の検討</p>							<p>◆ビジネスの基礎を習得した人材の育成</p> <p>◆応用・実践編受講者の内7割以上が、商品開発や販路開拓などの新たな事業展開につながる</p>
<p>目指せ! 弥太郎 商人塾の開催</p> <p>事業者: 研修を受講し、ビジネスの基礎力から応用力まで習得 関係団体、市町村、地域支援企画員等: 事業者とともに受講し、ビジネスの基礎力を習得 県計画推進課: 上記研修を主催 高知大学、高知工科大学: 上記研修の講師を派遣</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 商品の質・外商の質を高め「メイド・イン・コウチ」のさらなる広がりをめざす

H27の目標 メディア等への露出による広告換算25億円、外商成約20億円

食料品製造業(商標等800億円以上)

## 「高知パワロモーション」を軸とした海外展開をクレードアツプ

県内食品加工企業  
約340社

EX: 売上10億円~  
従業員50名~

県外大手量販店  
卸・商社(海外)等

約120社

EX: 売上  
5千万円~10億円  
従業員10名~50名

県外高質系スーパー  
県外飲食チェーン等

約200社

EX: 売上  
~5千万円  
従業員~10名

直販所  
県内量販店等

外商に向けて取り組む

**拓** 首都圏等での外商活動 (地産外商公社など)

**拓** 1. ターゲットの業種に応じた提案強化

- 飲食店、宅配、惣菜、お菓子卸 etc.

**拓** 2. ターゲットが絞られた展示会への出展

- こだわりの加工品・一次産品をこだわりのターゲットへ  
なく(農産物、スイーツ etc.)

**拓** 3. 大手卸との連携強化

- 産地招へいの強化
- 卸の社内三商談会の組織的な開催 (出展)

**拓** 4. 高知ブランドの売込強化

- 商品群での提案を強化  
(旬・こだわり・食卓のくくり etc.)

**拓** 5. 国内トップクラスの大手産地展示商談会への出展継続

- スーパーマーケット・トレードショー
- FOOD EX JAPAN ● ファハックス関西

**拓** 高知県を代表するヒット商品の開発支援

**拓** <マーケットイン型商品開発支援の拡充>

- ① パートナー店の拡大  
大阪2カ所、名古屋1カ所
- ② 県外メーカーとのマッチング強化
- ③ 商品の販路に応じたプロローグ強化

売れる商品を集中支援  
廃止が必要なお品へのきめ細かな支援

<市場対応商品開発事業費補助金の拡充>

**拓** ④ 市場対応商品開発事業費補助金の拡充  
お土産開発等、ヒット商品開発を集中支援  
(販促経費も補助対象に)

**拓** 地域産品商談会の拡充  
協力関係にある県外量販店や卸を招へいしマッチングを拡充 (県内1カ所で開催、参加規模拡大)

**拓** こだわりの産品の出展、農産物の生産者と県内加工事業者とのマッチング構築

**拓** 大手卸の導入支援

# 「メイド・イン・コウチ」の品質をサポート

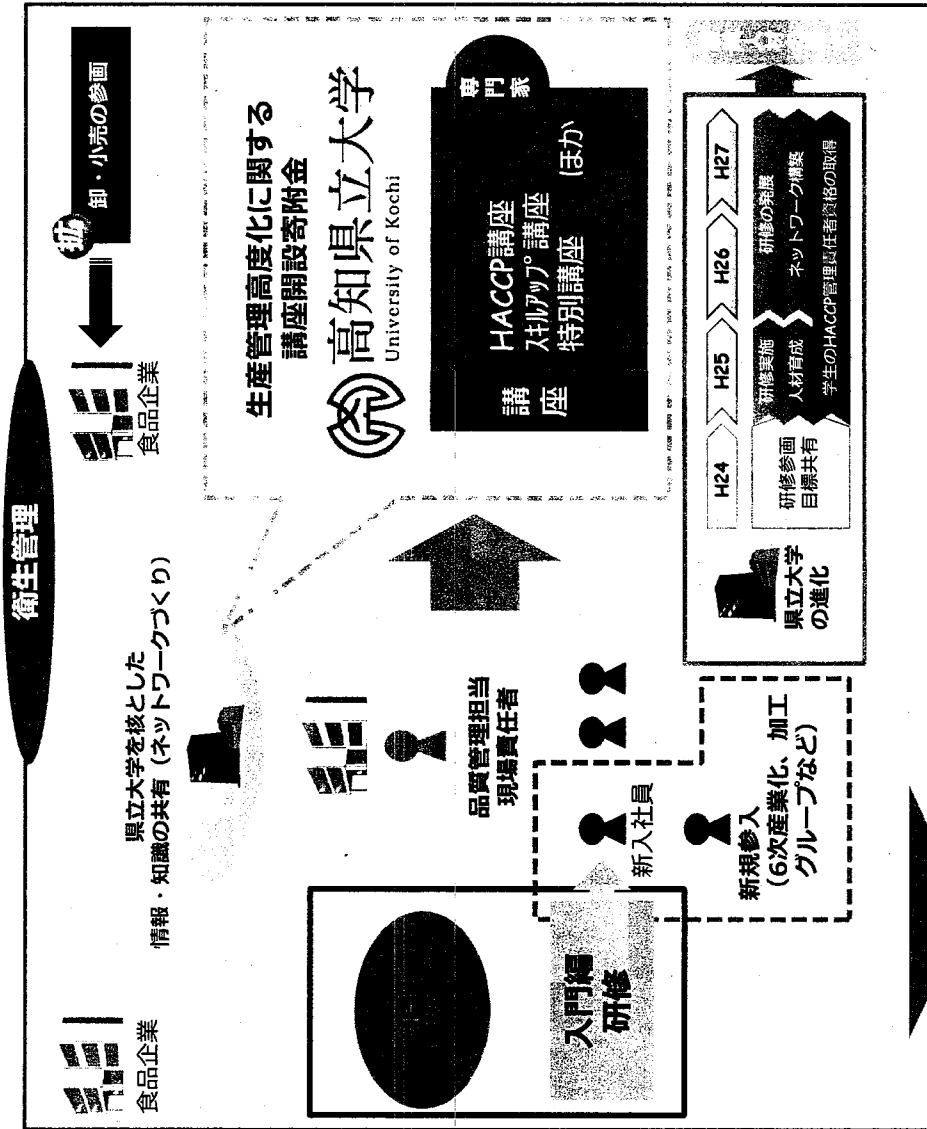
別図(食2)

- 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

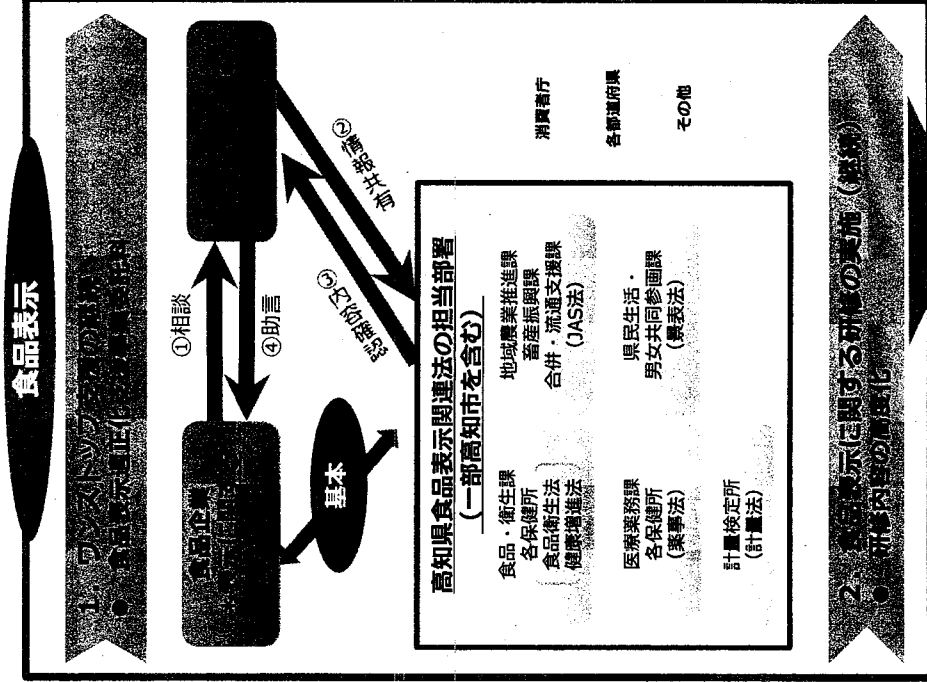
- ネットワーク化が進まない
- 県内企業をリードする中核人材の参加に至っていない(各企業の中核人材止まり)
- 生産管理の個別支援が必要(地域AP事業など)に対し設計段階から支援)
- H27の「食品表示法」施行に向けた準備

- 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

## 衛生管理



## 食品表示



企業自らが“信用の見える化”を実現



## **I 産業間の連携戦略**

### **1 地産地消・地産外商戦略の 展開**

#### **(4) 地産外商の推進**

## 連携テーマ【地産外商の推進】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 総合的な支援		◆産業分野ごとに販売促進の支援は行われているが、産業間の連携による取組が弱い	<p>◆新しい組織を設置し、産業間で連携して県産品の販売を促進</p> <p>◆産業間の連携により商品の開発・改良から流通・販売まで、トータルに県産品の販路開拓・販売拡大を支援する体制が構築された</p> <p>・メディアとのつながりを生かした情報発信や「高知家」プロモーションを展開</p> <p>◆本県及び本県産品の露出機会が増え、認知度等の向上が進んだ</p>	◆多様な販路の確保やさらなる販売拡大に向け、継続的な支援体制の確保が必要	<p>◆◎県産品の販売促進のため、産業間で連携して支援</p> <p>◎「高知家」プロモーションをバージョンアップして展開するとともに、「高知家」プロモーションと連動した統一セールスキャンペーンを展開</p>	○	○	○			
			<p>・地域産業振興監を本部長とする「産業振興推進地域本部」を設置し、支援体制を整備</p> <p>・地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、取組等の状況確認や調整を実施</p> <p>・事業支援として、産業振興推進総合支援事業費補助金や産業振興アドバイザーを活用</p> <p>（これまでの実績 (H25実績見込み含む) 産振総合補助金 190件26.9億円 (補助額ベース) 産振アドバイザー 305件 地域アクションプランによる雇用の創出 第1期計画:623人 (うち総合補助金導入事業関連312人) 第2期計画(H24、H25):314人 (うち総合補助金導入事業関連85人)</p> <p>◆地域産業振興監を中心とした産業振興推進地域本部の体制のもと、地域アクションプランの取組ごとに設置した実行支援チームによるサポートにより、地域の取組が雇用の確保や所得の向上に繋がる事例が現れ始めた</p>	<p>・地域アクションプランの取組の地域への定着・拡大</p> <p>（産振総合補助金等を導入した事業の地域の産業としての定着、拡大）</p> <p>・各地域における新たな取組の創出</p>	<p>◆地域アクションプランの実行を、個別のテーマごとに徹底して支援</p> <p>○支援ツールとして産振総合補助金、産振アドバイザーを活用</p> <p>★産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援、土佐の産業おこし参加プランの募集</p>	○	○	○			

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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><b>産業間の連携による支援</b></p> <p>県・産業振興推進本部・産業振興推進部による産業間で連携した支援</p> <p>地産外商推進協議会(～H24) ⇒ 食品外商推進協議会(仮称、H25～) :「まるごと高知」の評価・改善に関する協議のほか、地産外商に関する各産業分野間の連携や官民協働による具体的な地産外商の実践に関する協議を実施</p> <p>県地産地消・外商課:地産外商推進協議会(～H24)、食品外商推進協議会(仮称、H25～)の運営</p> <p>地産外商公社:官民協働で「まるごと高知」の物販・飲食機能の運営や外商活動を行い、関係機関と連携しながら県内の生産者・事業者の販路開拓・販売拡大を支援</p>					<p>◆商品発掘や新商品の企画、流通・販売にいたるまでトータルで県産品の販売支援が行われている</p>	<p>◆大都市市場に様々な販路が生まれ、競争力のある多くの県産品が送り込まれている</p>	
<p><b>プロモーション活動の強化による販売拡大支援</b></p> <p>県:外商推進本部を中心に、関係団体とも情報を共有してプロモーション等の営業活動を推進 県関係部:ターゲットや成果を明確にしたブランディング戦略を構築し、それに基づいたプロモーションを展開 県地産地消・外商課:外商推進本部の運営</p> <p>地産外商公社:外商推進本部の「司令塔」として、各部及び関係団体とともに、プロモーション計画を策定・実践</p> <p>P152.153 別図(外1、2)参照</p> <p>県民:「高知家」プロモーションへの参画参画 県内事業者:「高知家」プロモーションへの参画と「高知家」を活用した商品PR 地産外商公社・県:「高知家」プロモーション及び「高知家」統一セールスキャンペーンを展開</p>							<p>◆県及び関係団体が戦略と情報を共有し、同じベクトルのもとでの営業活動が行われている</p>
<p><b>地域アクションプランの実行を支援</b></p> <p>県:産業振興推進地域本部を引き続き設置し、本部会議を開催することにより、地域アクションプラン全体の進捗確認等を実施 地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、事業ごとの進捗確認や支援を実施 県計画推進課:産業振興推進総合支援事業費補助金による支援 産業振興推進ふるさと雇用専業費補助金による支援(26年度まで) 産業振興アドバイザーによる支援 産業振興計画への民間事業者の参画促進(土佐の産業おこし参加プランへの応募等)</p> <p>P155 別図(外4)参照</p>					<p>◆新たな事業に挑戦する事業者等が増加し、地域の資源を活用した商品が次々と誕生するとともに、地産地消・地産外商の活動を通じて、事業が向上する</p>	<p>◆地域に雇用の受け皿となる産業が数多く育ち、若者が地域に定着する</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間の連携を強化する
- 3 足腰を強め、地方を揺るめる
- 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

# 連携テーマ【地産外商の推進】

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
2. 商品の磨き上げを支援		<p>◆県外市場を視野に入れた商品づくりが十分できていない</p> <p>・優れた地域資源がありながら全国に展開している商品はごく一部に止まっている</p> <p>◆首都圏の既存のアンテナショップは、郊外型の立地のため消費者情報の生産者へのフィードバック機能や情報発信力が十分でない</p> <p>◆地域資源を活用した新しい取組が少ない</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>地域団体商標登録数 高知県：4件 全 国：406件</p> <p>地域団体商標：地域の名称及び商品(サービス)の名称等から商標について、一定の範囲で周知された場合に、事業協同組合等の団体による登録を認める制度。「土佐打刃物」等4件が登録済み</p> </div> <p>◆商品企画の弱さ等から市場ニーズに合った商品の提供力が弱い</p> <p>◆食品製造業は零細企業が多く企業体力が弱いことなどから出荷額が低迷している</p>	<p>・東京・銀座に新しくアンテナショップ(まるごと高知)を設置し、県内事業者へテストマーケティング機会を提供するほか、外商活動を通じて収集した首都圏の消費者やバイヤー等の情報のフィードバックを実施</p> <p>◆首都圏をはじめとする県外市場にチャレンジする事業者が増加し、消費者の視点に立った魅力ある商品づくりが進められている</p> <p>・地域産品開発の意欲のある事業者について、発掘から育成まで関係機関と連携したサポートを実施(産業振興センターの専門家や各種助成制度の紹介、事業者への必要とする情報提供等)</p> <p>◆新たな販売機会の確保や商品開発を実施する事業者が増加し、県外市場にチャレンジする地域資源を活用した商品が増加し、磨き上げが進んだ</p>	<p>◆販路のステージが上がるのに比例して商品のさらなるレベルアップが求められており、フィードバックされた情報を活用した商品の磨き上げを強化する必要がある</p> <p>◆「まるごと高知」を活用する事業者の増加</p>	<p>◆◎「まるごと高知」の活用等による首都圏の消費者やバイヤー等の情報のフィードバック充実やテストマーケティング機会の提供、また定番化を見据えた外商活動の展開</p>	○	○				
			<p>◆地域資源を活用した商品発掘コンクールの隔年実施</p> <p>○コンクール入賞品をはじめとする、地域資源を活用した商品の販路開拓を支援</p>	○	○						
			<p>◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣</p> <p>○産業振興アドバイザー</p>	○	○	○	○	○			
		<p>◆主に県内流通食品を対象とした製造・販売施設が大半であり、県外流通に対応できる食品の衛生管理能力を持つ施設が少数に留まる</p>	<p>・相談・指導体制の強化</p> <p>◆福祉保健所にHACCP指名食品衛生監視員を3名以上配置</p> <p>・HACCPシステムによる自主衛生管理の意義と重要性の普及</p> <p>◆関係各課と連携し、講習会等による自主衛生管理の啓発を実施</p> <p>・食品衛生管理認証制度及び食品高度衛生管理手法認定制度の推進</p> <p>◆両制度取得施設が増加</p>	<p>◆多くの事例が、趣味、生きがい、ボランティアなどの意識を脱していないため、ビジネス意識を持つことが必要</p> <p>◆事業者自身が認識している課題が、事業の本質的な課題と一致していない場合が多い</p>	<p>◆地域資源を活用した商品</p>	○	○				
					<p>◆産学官連携による新商品の開発を支援</p>	○	○		○	○	
					<p>◆工場の衛生管理の高度化を支援</p> <p>◎認証・認定取得に向けた指導・支援の強化</p> <p>○関係各課と連携したうえでの対象施設の掘り起こし</p> <p>○関連部所と連携した食品表示に対する指導・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					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)	
<p>「まるごと高知」の活用等による商品の開発・改良への支援</p> <p>県内事業者: 首都圏での外商活動の拠点として「まるごと高知」を積極的に活用、「まるごと高知」におけるテストマーケティング等への積極的な参加                      地産外商公社: 県内での商品発掘を行うと同時に、「まるごと高知」の物販・飲食機能の運営や外商活動を通じて収集した首都圏の消費者やバイヤー等の情報を県内の生産者・事業者へフィードバックするとともに、県や産業振興センター、金融機関との連携により、商品の磨き上げを支援                      地産外商公社・県: まるごと高知報告会の開催等による、県内事業者へのまるごと高知活用の継続的なPR</p>					<p>◆商品の磨き上げに積極的に取り組む事業者が増加している (「まるごと高知」でのテストマーケティング・催事商品180商品/年)</p>		
<p>消費者やバイヤー等の情報を活かした商品の磨き上げへの支援</p> <p>県内事業者: 商談会など外商機会への積極的な参加                      県地産地消・外商課: 地産外商公社が実施するテストマーケティングの結果や、公的機関等が実施する商談会等を通じて得た情報を踏まえて事業者が行う商品の改良等の取組を支援</p>							
<p>地域資源を活用した商品の発掘とPR支援</p> <p>県内事業者: 地域資源を活用した商品の開発                      県地産地消・外商課: 「土佐のいい物おいしい物発見コンクール」を開催し、商品の発掘を行うとともに、県内外での商品PRと磨き上げを支援</p>					<p>◆コンクールへの応募商品が増加している (269商品 → 300商品)</p>		
<p>地域資源を活用した商品の発掘とPR支援</p> <p>県内事業者: 地域資源を活用した商品の開発                      県地産地消・外商課: 「土佐のいい物おいしい物発見コンクール」を開催し、商品の発掘を行うとともに、県内外での商品PRと磨き上げを支援</p>							
<p>産業振興アドバイザーの派遣</p> <p>事業者: 課題やニーズに対応したノウハウの習得、事業を進めていく上で解決すべき課題の認識                      県計画推進課: アドバイザー制度の周知と運用、各事業の本質的な課題を明らかにする仕組み作り                      地域本部: 事業者の課題の発掘、フォローアップ</p>					<p>◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる</p> <p>◆商品開発や販路開拓などの新たな事業展開に対してアドバイザーを導入した事業者のうち6割以上に効果が現れる</p>	<p>◆県内の各地域の事業者等に利益アップや所得向上をもたらす</p> <p>◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されるとともに、これらの強みを活かした産業間連携が新たに進んでいる(若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持)</p>	
<p>産学官連携による共同研究の実施</p> <p>県内大学、企業等: 外部資金等も活用しながら共同研究を実施し、新たな事業の創出を図る&lt;県工業技術センター&gt;                      県内大学、企業等: 紙、不織布分野での共同研究を実施し、その成果の事業化を図る&lt;県紙産業技術センター&gt;                      県内大学、企業等: 海洋深層水の資源特性を生かした共同研究を実施し、様々な分野での産業利用を図る&lt;県海洋深層水研究所&gt;</p>							
<p>HACCP手法を用いた自主衛生管理認証・認定資格取得への誘導</p> <p>県食品・衛生課: 食品衛生法施行条例の管理運営基準に新たにHACCP導入型基準を追加する</p> <p>県食品・衛生課: 認証・認定制度の普及推進(認証施設数: 18施設、認定施設数: 14施設)</p> <p>福祉保健所: 施設立入時における食品衛生管理方法及び表示に関するアドバイス及び指導</p>					<p>◆条例へのHACCP導入型基準の新たな設定により、HACCP手法による自主衛生管理を取り入れた施設が増加する</p> <p>◆認証施設数 30施設</p> <p>◆認定施設数 50施設</p>	<p>◆HACCP手法に基づく自主衛生管理が広く浸透し、これを取り入れた施設が一般化する</p> <p>◆認証施設数 40施設</p> <p>◆認定施設数 100施設</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間の連携を強化する
- 3 足腰を強め、地方を高める
- 4 新たな産業つくり挑戦する
- 5 産業人材を育てる
- 6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【地産外商の推進】

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																			
3. 県産品の販路の拡大を支援		<p>◆首都圏をはじめとする大消費地への県産品や観光等の情報発信力が弱く、売込みが十分できていない</p> <p>(首都圏の既存のアンテナショップの現状)</p> <p>・郊外型の立地で、規模が小さいため消費者情報の生産者へのフィードバック機能や情報発信力が十分でない(再掲)</p> <p>・他の小売業者や飲食業者へ売り込んでいく卸売機能がない</p> <p>アンテナショップの来場者数の県別比較</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>都道府県名</th> <th>来場者数(H19)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>沖縄県</td> <td>234万人</td> </tr> <tr> <td>北海道</td> <td>206万人</td> </tr> <tr> <td>新潟県</td> <td>91万人</td> </tr> <tr> <td>岩手県</td> <td>60万人</td> </tr> <tr> <td>鹿児島県</td> <td>50万人</td> </tr> <tr> <td>香川県</td> <td>46万人</td> </tr> <tr> <td>愛媛県</td> <td></td> </tr> <tr> <td>※ 高知県</td> <td>11万人</td> </tr> </tbody> </table> <p>既存のアンテナショップは首都圏に立地している27道県のうち、利用者数、売上額ともに15位。他県平均と比べて、利用者数で39%、売上額で38%と低位にある</p>	都道府県名	来場者数(H19)	沖縄県	234万人	北海道	206万人	新潟県	91万人	岩手県	60万人	鹿児島県	50万人	香川県	46万人	愛媛県		※ 高知県	11万人	<p>・高知県を総合的に売り出す営業拠点として東京都心に新しいアンテナショップ(まるごと高知)を設置し、県内事業者の販路の拡大を支援</p> <p>◆首都圏をはじめとする県外への情報発信を強化して高知県を丸ごと売り出すことで、県産品の多様な販路を確保し、販売が拡大している</p> <p>・大都市から離れるという地理的なハンディを克服するため、食品外販協同組合が中心となって、事業者へのアンケート調査を実施するなど新たな物流の仕組みの構築に向けて検討</p> <p>◆食品外販協同組合が中心となってチルド便の共同配送システムを試行</p> <p>・食品外販協同組合による販路開拓の支援</p> <p>◆県外卸・量販店等への販路開拓、展示・商談会などでの販売促進が進んだ</p> <p>・消費者及び企業、事業者に向けた情報発信を行い県産品の販売や商談会等の外商機会を展開</p> <p>◆高知フェア、商談会等の開催による外商機会が確保できた</p>	<p>◆販売力不足による県外への販路確保ができていない小規模事業者が多いため、まるごと高知の活用をさらにPRする必要がある</p> <p>◆大都市から離れているという地理的なハンディを克服するための新たな物流の仕組みを構築する必要がある</p> <p>◆県産品の認知度向上を図り、ビジネスに結び付く外商活動の展開が必要である</p> <p>・業務筋(外食・中食等)等へ新たな需要の掘り起こしを継続的に実施、PRする必要がある</p>	<p>◆◎「まるごと高知」を首都圏での外商活動の拠点とした、県内事業者の販路開拓・販売拡大の支援</p> <p>◆◎官民協働による効果的な物流の仕組みづくり</p> <p>◆◎官民協働による外商活動のさらなる展開</p> <p>◆◎高知フェア等更なる県産品の認知度向上に向けた外商機会を展開し、県内事業者の販路開拓・販売拡大を支援</p> <p>○大型量販店との包括協定を生かした認知度向上の取組</p> <p>◆◎全国的な展示商談会や見本市等への出展による相互のビジネスマッチングを推進することによる、外商機会の展開・強化</p>	○						
都道府県名	来場者数(H19)																													
沖縄県	234万人																													
北海道	206万人																													
新潟県	91万人																													
岩手県	60万人																													
鹿児島県	50万人																													
香川県	46万人																													
愛媛県																														
※ 高知県	11万人																													

※これからの対策の ★は新規事業 ◎は拡充事業 ○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>「まるごと高知」を首都圏での外商活動の拠点とした、県内事業者の販路開拓・販売拡大の支援</p> <p>県内事業者: 「まるごと高知」を首都圏での外商活動の拠点として積極的に活用                      地産外商公社: 県内での商品発掘を行うと同時に、「まるごと高知」の物販・飲食機能の運営や外商活動を通じて県産品の販路開拓・販売拡大を支援                      地産外商公社・県: 県産品情報ネットワークの活用、「まるごと高知報告会」の開催等による、県内事業者へのまるごと高知活用の継続的なPR</p>					<p>◆大都市市場のニーズや様々な販路に対応した県産品が誕生するとともに、「まるごと高知」を拠点とした情報発信、外商活動により本県の認知度が向上し、販路が飛躍的に拡大している</p> <p>◆「まるごと高知」設置による経済波及効果 (H27:25億円)</p> <p>◆情報発信の広告換算:25億円</p>	<p>◆高知県産品が日本を代表するブランドになっている</p>	
<p>より効果的・効率的な物流の仕組みづくりの支援</p> <p>県内事業者: 効果的な物流の仕組みづくり                      県地産地消・外商課: 物量の把握などによる効果的な物流の仕組みづくりへの支援</p>							
<p>県産品の外商活動を行う協同組合の活動支援</p> <p>県内事業者: 県及び高知県地産外商公社など関係公的機関と連携して地産外商活動を展開する高知県食品外販協同組合の運営、効果的な外商活動の展開                      県地産地消・外商課: 高知県食品外販協同組合の運営、効果的な外商活動の支援</p>					<p>◆官民協働での新たな物流の仕組みにより多くの県産品が効果的に首都圏等に輸送されている</p>		
<p>高知フェア等の開催</p> <p>県内事業者: 事前商談会等への参加、高知フェア出展(人員派遣)、消費者情報及びバイヤーのアドバイスを踏まえた商品の開発・改良                      高知県地産外商公社: 高知フェア・商談会の企画、出展フォロー、県内事業者へのフィードバック                      県地産地消・外商課: 高知県地産外商公社と連携した外商活動の支援、高知フェア・商談会の開催、外食関係団体の産地訪問等、県産品のPR、四国産品外商ネットワーク会議による四国で連携したセールス活動</p>							
<p>全国的な展示会や見本市への出展支援</p> <p>県内事業者: 出展事業者の選考会、事前セミナー、展示商談会への出展、事後フォロー                      高知県地産外商公社: 展示商談会の出展企画、出展者の募集・選考、出展効果を高めるためのセミナー、事後フォロー                      県地産地消・外商課: 高知県地産外商公社と連携した外商活動の支援、出展商品のPR</p>					<p>◆県産品の認知度が向上し、定番化商品が拡大</p>		

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 連携テーマ【地産外商の推進】

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
3. 県産品の販路の拡大を支援			<ul style="list-style-type: none"> <li>各企業のステージに応じた、きめ細やかな海外展開(ビジネスマッチング)へのサポートと体制強化による強力なセールス活動の推進</li> <li>◆新たに貿易に取り組む企業が増加し、ビジネスに結び付く多様な販路を確保するとともに商談機会も拡大した</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆海外における高知県及び県産品の認知度が低い</li> <li>◆海外展開に対する県内企業の知識や経験が十分でない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆◎本県に優位性のある品目を中心にした海外への販路拡大</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin: 5px auto;">                     P154 別図(外3)参照                 </div>	○					
					<ul style="list-style-type: none"> <li>◆◎貿易を担う人材育成の強化</li> </ul>	○				○	
					<ul style="list-style-type: none"> <li>◆◎県産品に関する情報発信機能の充実・強化(ホームページの充実)</li> </ul>	○					
			<ul style="list-style-type: none"> <li>高知まるごとネットの運営等、県産品に関する情報発信機能の充実・強化(ホームページの充実)</li> <li>◆県産品の情報集として県外からのアクセスは安定している</li> <li>Facebookを活用した県産品に関する情報発信や、eコマースサイトの運営等による、中山間地域の商品の販売拡大</li> <li>◆サイトオープン以降、(H25.10.1～)随時情報発信を行いながら、着実に取扱商品を増やしている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆情報集として整理縮小したため、県外からのアクセス数の維持対策として、より効果的な情報発信</li> <li>◆eコマース事業への参加に向けて事業者に積極的なPRを行うとともに、効果的な情報発信によるサイトの認知度向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆◎県産品に関する情報発信機能の充実・強化(ホームページの充実)</li> <li>★Facebook等を活用した「eコマース」サイトの構築・運営を通じて地産地消・外商を支援</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					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)	
<p>本県に優位性のある品目を中心とした海外への販路拡大</p> <p>県地産地消・外商課:貿易促進コーディネーター及び海外事務所による国内外における県内事業者の活動支援、貿易セミナー等の開催による、海外での販売促進活動等(中国、シンガポール、香港、台湾等)、輸出商談会、海外市場調査</p> <p>県地産地消・外商課:これまでの海外事業を基礎としながら、本県に優位のある品目を中心としたプロモーションの強化やフェア・商談会等の機会の拡大と展示会への出展充実による認知度の向上など、更にステップアップするための施策を展開、また四国4県・東アジア輸出振興協議会による四国4県が連携した取り組みも実施。</p>					<p>◆貿易に継続的に取り組む事業者(食品関係)が倍増している</p> <p>食料品輸出事業者 (H23) 25社 →(H27) 50社</p> <p>輸出額 (H23) 約1億円 →(H27) 3億円</p>	<p>◆豊富なノウハウと人材を活用して多くの県内企業が貿易に積極的に・継続的に取り組んでいる</p>	
<p>貿易を担う人材育成の強化</p> <p>県内事業者:研修への積極的な参加 県地産地消・外商課:各種セミナーや人材育成プログラム等に基づいた研修の実施</p>							
<p>県産品に関する情報発信機能の充実・強化</p> <p>県内事業者:eコマースを活用した販路拡大の展開、webモニターの積極的な活用 県地産地消・外商課:高知まるごとネットを運営し、県産品を中心に高知を丸ごと情報発信</p>							
<p>「eコマース」サイトの構築・運営</p> <p>県内事業者:サイトへの商品の出品 県地産地消・外商課、地産外商公社:サイトで販売する商品の発掘やタイムリーな情報発信等を通して中山間の零細事業者等の地域産品の販売拡大を支援</p>					<p>◆eコマースサイトへの誘導数が増加し、県内事業者のインターネットを活用した販売拡大につながっている。</p> <p>(H23) 7,000件/月 ↓ (H27) 10,000件/月</p>	<p>◆地域産品の認知度が向上し、販売が拡大している</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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 移行促進により、活力を高める

### 連携テーマ【地産外商の推進】

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
3. 県産品の販路の拡大を支援		◆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)	<ul style="list-style-type: none"> <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>◆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、すくも湾漁協がキビナゴを対象とした漁法でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得(H24)</li> <li>◆カツオ、キンメダイ、ゴマサバ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>◆マリン・エコラベルの消費者・流通加工業者への普及</li> <li>◆マリン・エコ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>◆地産外商加速化品目戦略の推進</li> <li>○推進組織による主体的な認知度向上対策の実施</li> <li>○マリン・エコラベル・ジャパンの普及</li> </ul>	○					
		<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> <li>◆首都圏等の遠隔地への外商が進んでいない</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <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</li> <li>★大都市圏の飲食店等を「高知家の魚 応援の店」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> <li>◆首都圏での本県水産物のPRと外商活動の展開</li> <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>	○		○	

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>地産外商に取り組み推進組織による販売促進活動の実施</p> <p>推進組織(漁協等):主体的な販売促進活動を実施 県合併・流通支援課:推進組織の取組を人的・財政的に支援</p>					<p>◆推進組織による主体的な外商活動が定着</p>	<p>◆関西市場を中心に、高知県の水産物は品質が高いとのイメージが浸透し、他産地よりも高値で取引</p>	
<p>漁協・流通加工業者:認証の取得と販売活動への活用 市町村:認証取得者への財政的支援 県合併・流通支援課:認証制度のPRと認証取得への人的・財政的支援</p>							<p>◆主要な魚種・地域でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得し、認知度が向上</p>
<p>「高知家の魚 応援の店」を活用した地産外商の推進</p> <p>産地買受人等:応援の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:応援の店とのネットワークの構築と商談機会の提供</p>					<p>◆応援の店500店舗とのネットワークの構築</p>	<p>◆応援の店との取引拡大</p>	
<p>「全国漁港マーケット」(仮称)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>出店事業者: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 出展事業者以外の県内事業者:施設を活用した産水産物のPRと外商活動の推進 県合併・流通支援課:出店事業者と連携しPR活動と販売促進活動を実施</p>					<p>◆漁港マーケットが首都圏及び県内で認知される</p>	<p>◆大消費地である首都圏での本県水産物の浸透</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 連携テーマ【地産外商の推進】

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
3. 県産品の販路の拡大を支援		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大消費地に流通拠点を設置(13カ所)</li> <li>◆流通拠点を利用した土佐材の流通が進んだ</li> </ul>	◆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	<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>★県外中堅プレカット工場の販売先の確保</li> </ul>	○					
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・協同組合高知木材センターの設立</li> <li>・共同輸配送や定期輸送体制の検討</li> <li>◆協同組合高知木材センターによる製品流通を実施</li> <li>◆関西方面への共同輸配送を実施</li> </ul>	◆製品の高品質化と販売・供給力の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆◎販売組織の抜本強化に向けた取組の促進</li> <li>◎県外販売の窓口の一元化に向けた取組の促進</li> <li>○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</li> <li>★販売窓口一元化に伴う加工力向上</li> </ul>	○					
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・土佐材流通促進協議会の設立</li> <li>・消費地セミナーの実施</li> <li>・産地セミナーの実施</li> <li>・展示販売会の実施</li> <li>◆県内企業が一体化し、県外への活発な外商活動を開始</li> </ul>	◆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	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆大消費地への販路拡大</li> <li>○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</li> <li>○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</li> <li>○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>	○					
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・JAS認定取得への支援</li> <li>・性能表示木材の流通支援</li> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆JAS製品の安定供給体制の確立</li> <li>◆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</li> <li>◆県産JAS製品の市場評価を得る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>○各JAS工場の製品出荷量の増加</li> <li>○JAS認定(構造用製材機械等級)工場の拡大</li> </ul>	○					
		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・トレーサビリティのガイドラインを作成</li> <li>・産地を明らかにした規格化住宅の開発</li> <li>・木づかい固定量認証制度の実施</li> <li>◆地域材のブランド化や商品力が高まった</li> </ul>	◆付加価値を高める地域材のブランド化の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆○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</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><b>拠点を活用した流通の効率化の推進</b></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>					<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</p>	<p>◆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> <p>◆製品市場の機能を改善・活用することで、営業力を強化し、消費者の求める製材品の質・量を確保、供給できている</p>
<p><b>県外中堅プレカット工場の販売先の確保</b></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>						
<p><b>販売窓口一元化の仕組みづくり</b></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>					<p>◆県外の土佐材等の建築棟数 150棟/年間</p>	<p>◆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>
<p><b>販売窓口一元化に伴う加工力向上</b></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>						
<p><b>事業者や団体等と連携した営業活動の推進</b></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>					<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</p>	<p>◆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>
<p><b>JAS表示製品の流通量の拡大</b></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</p> <p>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</p> <p>県木材産業課: JAS認定(機械等級)の取得支援</p>						
<p><b>地域材ブランド化の推進</b></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>						

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 連携テーマ【地産外商の推進】

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
3. 県産品の販路の拡大を支援			<ul style="list-style-type: none"> <li>消費地の工務店等とのネットワークづくりを促進し、消費地で土佐材をPRする、「土佐材パートナー企業登録制度」を創設</li> <li>◆平成25年度末パートナー登録数 62社(団体)</li> <li>◆木造住宅への土佐材利用が広まった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆まだまだ認知度不足のため、企業と連携し土佐材のファンを増やす取組を展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆土佐材パートナー企業の増加と邸別販売の拡大</li> <li>○消費地商談会や産地ツアー参加者のパートナー化による土佐材利用住宅の拡大</li> <li>★県外中堅ビルダー販売先の確保、邸別部材「土佐パッケージ」の仕組みづくり</li> </ul>	○					
4. 知的財産の有効活用		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆知的財産に対する認識が十分でなく、地場技術や地域資源を再評価したうえで、知的財産として活用していく必要がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・知的財産の中小企業向け総合支援窓口を開設(発明協会)し、ワンストップによる支援</li> <li>・知的財産に関するセミナーの開催などによる普及啓発活動を実施</li> <li>・専門家(弁理士)による相談会を開催し、課題の解決に向けた助言を実施</li> <li>◆知的財産に対する理解が広がりがつつある</li> <li>◆具体的に活用する事例をさらに増やしていく必要がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆中小企業が多く、研究開発型企業が少ないため、知的財産を事業に活用する意識が薄い</li> <li>◆県内での成功事例を作りだし、他へ普及させる必要がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆知的財産に関する普及啓発を継続し、意識と知識を向上</li> </ul>	○					○
					<ul style="list-style-type: none"> <li>◆◎知的財産の取得と管理、活用の促進</li> </ul>	○					○
					<ul style="list-style-type: none"> <li>◆○知的財産の活用による地域アクションプランの取組の支援</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					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>県外での邸別販売による土佐材利用住宅の拡大</p> <p>業界団体又は事業体・邸別販売による「顔の見える取引」の推進</p> <p>県木材産業課:「土佐材パートナー企業」による、県産材の知名度向上と土佐材利用住宅拡大の取組を支援</p>					<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</p>	<p>◆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>
<p>県外中堅ビルダー販売先の確保</p> <p>業界団体及び事業体:県外中堅ビルダーへの営業及び販売、土佐パッケージの基準など仕組みづくり</p>						
<p>一元化された販売窓口による県外中堅ビルダー販売先の確保</p> <p>一元化された販売窓口:県外中堅ビルダーへの営業及び販売</p> <p>県木材産業課:一元化された窓口への支援</p>					<p>◆知的財産セミナー参加者の拡大 →年間450人(H22年度実績を20%増加)</p>	<p>◆特許権等が有効活用され、事業において新たな価値が生まれる</p> <p>◆商標権等が有効活用され、地域ブランドを確立することで、地産外商が推進される</p>
<p>知的財産に関する知識と意識の向上</p> <p>発明協会、高等教育機関、市町村、新産業推進課:関係機関において実施される知的財産セミナーなどの情報を集約し、対象者のニーズに応じた学習機会を確保することで、効果的に知的財産に関する知識と意識の向上を図る</p>						
<p>知的財産の取得と管理、活用の促進</p> <p>発明協会、新産業推進課:企業や団体への訪問活動などを通じて、知的財産の取得・管理・活用に取り組もうとする企業ニーズを掘り起こし、専門家(弁理士)による相談会や専門家派遣などによって具体的な課題を解決に導く</p>					<p>◆知的財産総合支援窓口(発明協会)による相談件数 →年間1,500件(H22年度実績の50%増加)</p> <p>◆知的財産相談会-専門家派遣による支援件数 →年間550件(H22年度実績の20%増加)</p>	
<p>知的財産の活用による地域アクションプランの取組の支援</p> <p>市町村、地域支援企画員、発明協会、新産業推進課:地域アクションプランの取組において、地域団体商標や商標を積極的に取得し適切に管理することで地域ブランドを確立し、商品販売の拡大を図る</p>						
<p>地域アクションプラン関連事業による知的財産の活用</p> <p>→21件(7地域×3件、H23年度全228事業の約1割)</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 連携テーマ【地産外商の推進】

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
5. 関西地区における県産品販路拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開 (1)高知フェア等の外商機会の確保		◆関西地区は本県にとって最も近い大消費地であり、近年でも、園芸品の約20%、木材の約40%は、関西に流通し、高知県への観光客の30%は関西圏からの入り込み客である	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆新たな関西ネットワークの構築</li> <li>◆関西の大企業の幹部を招いての高知を語る会の開催及び高知県産品の試食商談会の実施、とさの店との連携、高知応援団への募集などにより新たなネットワークを構築した</li> <li>◆関西における高知県産品のPR及び生産者の商談機会の確保</li> <li>◆関西のホテル・量販店などで高知フェアや高知県産品の試食商談会を開催することにより高知県産品のPR機会を増やした</li> <li>◆大型商談会への高知県ブースの出展などにより商談機会を創出した</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ネットワークの拡大</li> <li>◆関西地区における高知県産品の認知度の更なる向上</li> <li>◆高知県産品の特性に合った販路先の開拓や商品開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆関係機関等とのネットワーク拡大</li> <li>★四国産品外商ネットワークの充実</li> <li>◆関西における高知県産品のPRと外商機会の確保</li> <li>◎高知フェア及び四国フェアの開催と開催支援、大型展示商談会等への高知県ブース出展、話題性のある場所でのプロモーション活動</li> <li>★マーケットイン型商品づくり</li> <li>◆○関西の直販所・県産品取扱店との連携</li> </ul>	○					
	(2) マスメディアを活用した観光情報発信	◆本県への県外観光客は約400万人(H25)であり、その約3割は関西圏からの旅行者である。そのうち約8割が自動車・バスでの入り込みである	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆マスメディアを活用した観光情報の発信</li> <li>◆メディアでの高知情報の発信の拡大</li> <li>◆マスメディアのニーズに呼応したモニターツアーを実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆関西からのリピーター(交流人口)を増やしていく</li> <li>◆継続的な情報発信を実施する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆○マスメディアを活用した観光情報の発信</li> </ul>	○					
	(3) 観光展やイベントなどの情報発信	◆旅行雑誌のアンケート調査で、高知県は「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」県の上位に入っている	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光展、イベントでの情報発信・PR</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆○観光展・イベントでの情報発信・PR</li> </ul>	○					
	(4) 誘客活動の実施		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆コンベンション協会や関連団体と連携した誘客活動の実施</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆◎旅行社・スポーツ団体等への情報提供の強化</li> <li>★大学・専門学校等との連携による交流人口の拡大</li> </ul>	○					
	(5) 外国人観光客の誘致のための情報収集、情報発信	◆本県での外国人宿泊者数は全国46位 ◆本県への外国人観光客の主要な発地である東アジアと関西空港は、直行便が多く、多くの政府は大阪に拠点を置いている	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆インバウンド誘致に繋がる情報収集・関係先との情報共有</li> <li>◆INAPへの各国参加</li> <li>◆LCCの定期就航、チャーター便へのアプローチ</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆○インバウンドに関する情報収集</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					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)		
<b>ネットワークを活かした個別営業活動</b> 県内企業者: 関西で売れる商品づくり 関西食業界: 特色のある売れ筋商品の要望 県大阪事務所: 関西食業界のネットワークの拡大及び個別営業活動による県産品の提案及び四国他県の大阪事務所との連携					◆販売相手先となる食業界ネットワークを(H23)450名→800名に開拓し、関西地区での取引を拡大する	◆高知県産品が関西においての地位を確立し、県内産業が活発化している		
<b>高知フェア及び四国フェアの開催</b> 県内事業者: フェアに向けた商談会への参加、バイヤーの生産地視察等での対応とフェアへの出展及び定番化に向けた商品のブラッシュアップ 関西食業界: フェアの開催、商談会を通じた県産品の採用、商品改良の提案 県大阪事務所: フェア開催に向けた営業活動(生産地視察・販促アイテムの提供)								
<b>試食・展示商談会の開催・出展</b> 県内事業者: 試食・展示商談会への出展、商談 県大阪事務所: 関西の食の業界人を招いての試食商談会の開催、関西開催の展示商談会への高知県ブース出展								
<b>マーケットイン型商品づくり</b> 県内生産者: 関西で売れる商品づくり 関西のパートナー店: テスト販売の実施・商品評価とアドバイス 県大阪事務所: パートナー店との連携及び県内生産者へのフィードバック								
<b>関西の直販所・県産品取扱店との連携</b> 関西の直販店等: 大阪事務所での物販の開催、関西でのイベント出展 「とさのみせ」登録店: 高知情報の発信と高知うまいもんキャンペーンの開催 県大阪事務所: 「とさのみせ」登録店の拡大、直販店等のイベント出展への支援								
<b>高知家の魚応援の店との連携</b> 県内生産者: 出荷者情報や商品情報等の提供提供 関西のパートナー店: 消費者ニーズをフィードバック・県産品のPRと取引拡大 県大阪事務所: パートナー店との連携と県内情報の提供								
<b>マスメディアを活用した観光情報の発信</b> 県大阪事務所: 地域特性を考慮し、人的な繋がりを最大限に生かし、各種マスメディアを活用して情報発信していく ・「高知家」など、統一キャンペーンをきっかけとして、新聞・雑誌・フリーペーパーなどで継続した露出を図る ・マスメディアのニーズに合ったモニターツアーを実施し、本県の強みである「食」をはじめ、体験・スポーツ・リズムなどを実際に担当者に体験してもらい、ファンになってもらうことで、魅力を効果的に露出する							◆メディアでの高知情報の露出回数 78件→100件 関西において、高知県の魅力ある観光・物産情報を広げる	◆高知県のイメージアップと、観光客の増加につながっている
<b>観光展・イベントでの情報発信・PR</b> 県大阪事務所: あらゆる機会を活かし、またオフィス街の立地を活かした事務所でのイベントを実施する ・テーマ性を持って他県との連携PRを強化し、話題性・注目度の高いイベントを実施する ・「関西応援団」や「とさの店」登録店を活用する							◆各種イベントの実施・参加 (H22) 47件→ (H27) 60件	◆定期的に他県との連携PRを開催 4回/年に増やし近畿圏からの観光客入込数を増やす
<b>旅行社・スポーツ団体等への情報提供の強化、大学・専門学校等との連携</b> 県大阪事務所: 高知の強みである食や自然体験などを個別にきめ細かく情報提供し、旅行商品造成につなげる。観光コンベンション協会と密に連携し、教育旅行・スポーツ旅行を含めた誘客活動を実施							◆インバウンドに有効な情報が的確に高知に伝わり、受け入れ体制が整う	◆外国からの入込客が増加し、経済効果を発揮する ◆海外で四国や高知の認知度が高まる
<b>インバウンドに関する情報収集</b> 県大阪事務所: 観光政策課他関係課、コンベンション協会と一体となり、関西でのインバウンド情報の収集、発信を行う								

※改革のための6つの基本方向

- 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 産業界人を育てる
- 6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【地産外商の推進】

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	
6. 中部地区における県産品販路拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開	(1) 高知フェア等の外商機会の確保	◆中部地区(=愛知、三重、岐阜の3県)は、1人当たり県民所得や1世帯当たり貯蓄現在高が高い、巨大なマーケット。  ・県民所得(H22) 愛知県 4位 三重県 9位 岐阜県 26位  ・貯蓄現在高(H24) 愛知県 4位 三重県 7位 岐阜県 9位	◆高知フェア等の外商機会の拡大に努めた  ◆高知フェア等の開催回数は増えてきている H24 14回 H25 17回  ◆中部地区での高知県の知名度アップや当地区における外商関係者との信頼関係構築の取組が、一定の成果に結びつきつつある	◆高知フェア開催に向けて、新規ルートの開拓  ◆中部地区で売れる商品の発掘・磨き上げ等による県産品の魅力アップ	◆高知フェア等の外商機会の確保  ○既存ルートに対して、多様な高知フェアの開催形態を提案し開催機会を拡充  ○商談会等の機会を利用して、新規ルート開拓のためのネットワークの構築  ○県内企業に対する中部地区での消費者ニーズ等の情報提供  ★マーケットイン事業を契機とする新たな高知フェアの開催	○						
	(2) 試食・商談会等を活用した新たな販路開拓	◆中部地区における高知県の認知度の向上、販路開拓につながるような人的ネットワークの構築が必要	・NAGOYAフードビジネスショーへの出展(H23~H25)  ・中部地区地産外商戦略策定(H23)  ・高知県産品を使った料理教室の開催(H25)  ◆高知県産品に対する認知度向上のための取組により、中部地区における高知県の認知度は高まりつつある  ◆高知県を支えてくれる人的ネットワークが構築できつつある	◆中部地区での高知県の認知度向上のため、中期的・継続した取組が必要  ◆既存の人的ネットワークについて、信頼関係の更なる積上げが必要  ◆中部地区地産外商戦略の着実な実行	◆試食・商談会等を活用した新たな販路開拓  ○販路開拓の基礎となる人的ネットワークの構築・拡大  ○NAGOYAフードビジネスショーへの出展の継続  ○県大阪事務所が開催する商談会への名古屋バイヤー等の招待  ★高知県の認知度向上のための、テレビや雑誌などの中京メディアと連携したプロモーションの展開	○						
	(3) 企業誘致の推進	◆自動車産業以外にも優れた技術と資金力を持つ企業が多数あり、製造品出荷額等も全国屈指  ・製造品出荷額等(H23) 愛知県 37.0兆円 三重県 9.4兆円 岐阜県 4.9兆円 【参考】 高知県 0.49兆円	◆新規に工場誘致  ・安芸市(H22.3月)	◆企業を取り巻く経営環境は依然厳しく、高知県に進出しようという企業を発掘することが困難	◆企業誘致の推進  ○既立地企業に対する細やかなアフターケアの実施  ○高知県への進出希望企業の地道な発掘  ★企業立地セミナーの実施	○						
	(4) 効果的な観光PR、プロモーション活動の展開	◆中部地区での空海人氣は高い  ◆信仰心に厚い土地柄	・名古屋を中心に、観光PRの機会を大幅に増加させた  ・四国ツーリズム創造機構、観光コンベンション協会及びFDAとのエージェント訪問や商談会を通じて、高知県の観光及びイベント情報を提供  ◆事務所の仲介による1件の旅行商品の造成(H25)	◆旅行エージェントとの関係強化	◆旅行エージェント等への訪問回数を増やし、人的ネットワークを構築し情報発信を強化する	○						

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

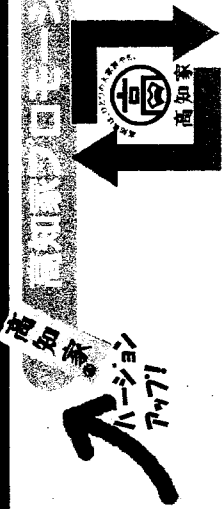
第2期計画					目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	H28以降	短期的な視点 (平成27年度末)	中長期的な視点 (概ね10年先)
<p>高知フェア等の外商機会の確保</p> <p>県内事業者: 中部地区での高知フェア等の外商機会への参加、バイヤーのアドバイスを踏まえた商品の開発・改良 卸・小売業者: 高知フェア等の開催、バイヤーによる商品へのアドバイス 県名古屋事務所: 量販店等に対する高知フェア等の企画提案等による外商機会の確保 ・全国センター合同物産観光展等での県産品販売 ・県内企業への消費者ニーズ等の情報提供</p>					<p>◆中部地区での高知県産品の販売額の増加</p> <p>H23年度 : 4千万円 ↓ H27年度 : 8千万円</p> <p>◆中部地区において、一つでも多くの高知県産品が定番商品として定着</p>	<p>◆販売額を把握することが困難なほどに、中部地区で高知フェアが定番化している状況の創出</p>
<p>中部地区地産外商戦略の着実な実行(人的ネットワークの構築・拡大、認知度向上に向けた取組みの実施)</p> <p>県内事業者: 名古屋で開催される食の展示・商談会への参加 名古屋バイヤー等: 名古屋・大阪での商談会等への参加 県名古屋事務所: 名古屋で開催される食の展示・商談会への出展、出展業者の選定 ・県大阪事務所が開催する商談会への名古屋バイヤー等の招待</p> <p>卸・小売業のバイヤー: 県内で開催される商談会への参加 県名古屋事務所: 県内で開催される商談会への名古屋バイヤー等の招待を契機とした人的ネットワークの構築</p> <p>中部地区のホテル・レストラン等の料理人: 高知県産品を用いた料理教室への参加による県産品のPR 県名古屋事務所: 高知県の食材を使用した料理教室の開催による高知県産品のPR及び新規販路の開拓</p> <p>メディアとのネットワークづくりとプロモーション 県名古屋事務所: 中京メディアとのネットワークを構築し、県産品の認知度を向上させる情報発信</p>					<p>◆飲食店等での高知県産品の定番化</p> <p>◆高知県産品の取扱店舗数の拡大</p>	<p>◆中部地区において、高知県産品が容易に入手できる環境整備</p>
<p>既立地企業に対するアフターケアの実施</p> <p>県名古屋事務所: 既立地企業に対する細やかなアフターケアの実施による増設や新規誘致企業の発掘</p> <p>高知県への進出希望企業の地道な発掘</p> <p>県名古屋事務所: 県内への進出希望企業の地道な発掘、中部高知県経済活性化顧問等の人材活用、企業立地セミナーの実施</p>					<p>◆企業誘致の推進 新規企業の誘致 ~27年度: 1件</p>	<p>◆多数の企業の県内誘致の実現</p>
<p>高知県観光のPRの実施、エーエージェントへの商品化の要請</p> <p>県名古屋事務所: にっぽんど真ん中祭りへのよさこいチームのエキシビジョン参加、よさこい夢まつり、全国県人会まつり、津まつり及び旅まつりへのブース出展並びに高知フェア開催時における高知県観光に関する情報発信</p> <p>県名古屋事務所: エーエージェントへのイベント情報提供によるツアー等の商品化の要請、他県事務所と共同した観光PRの実施</p>					<p>◆商品造成につなげるためのエーエージェントとの関係強化</p> <p>・エーエージェント 訪問回数 H27: 延60社</p>	<p>◆高知県のイメージアップと、観光客の増加につながっている</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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

「高知家」プロモーションの切れ目ない実施と、「高知家」のコンセプトのもと  
 地産地消・地産外商、観光振興、移住促進の政策を統一的に展開することにより、より高いレベルの相乗効果をもたらす

「高知家」プロモーション  
 6/4 高知家「高知家」の展開  
 8/1 高知家「高知家」の活用  
 10/5 高知家「高知家」の活用  
 11/12 高知家「高知家」の活用



「高知家」統一セールスキャンペーン



- PLAYER
- 生産者
- 移住者
- 量販店等
- 飲食店等
- 宿泊施設等
- 観光事業者
- 交通関係事業者
- 民間企業・団体

県内の「おもてなし」推進を達成

自ら誇り帯となつて「高知家」の魅力を発信

地域地域で「高知家」ブランドを創出

暮らしの中に「高知家」

- 「高知家」グラフィック、ムービー、HP・SNS等への出演
- ビンパッジの活用
- ホスター、チラシ、のぼり、表札の掲示
- 「高知家」ロゴの活用
- PVの店舗での活用 など

さらなる相乗効果

「高知家の家族」の参画

官民協働によるセールスの展開

- プロモーションと連動した販売展開
- 「高知家」ブランドイメージの活用 など
- 商品への「高知家」ロゴの活用 など
- 旅行商品造成への参画
- 「暮らす」をイメージした体験型観光の推進
- 「食」を絡めた宿泊プランの企画・展開
- 地域の伝統的な食や新たなご当地グルメの開発による観光商品化の推進 など
- 「移住支援ネットワーク」(仮)による情報発信の強化
- 移住者向け住宅の提供
- 地域での移住希望者へのサポート など

地産地消  
 地域外向

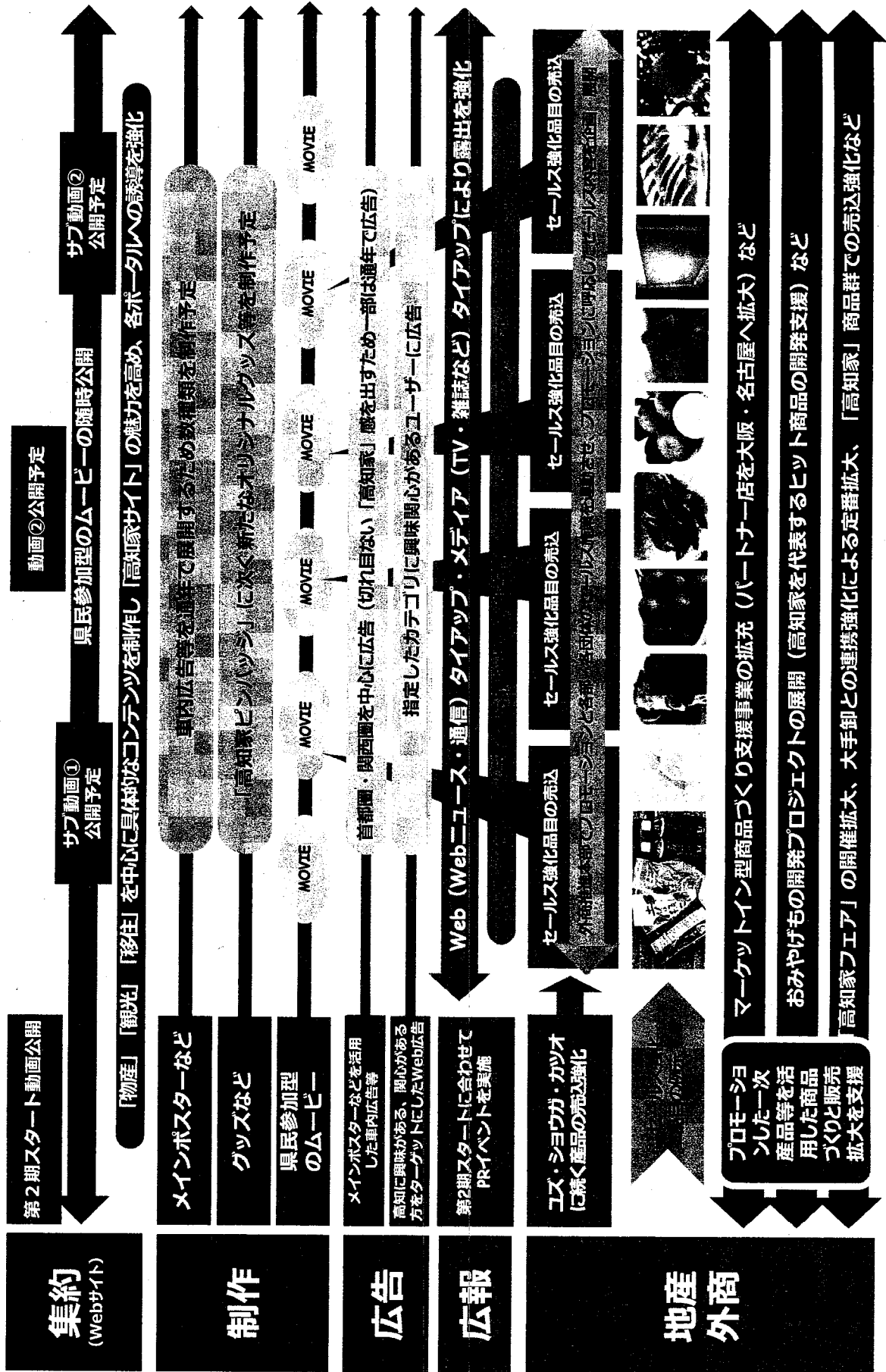
観光振興



# 「高知家」プロモーションの展開イメージと地産外商活動の連動

別図(外2)

4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月



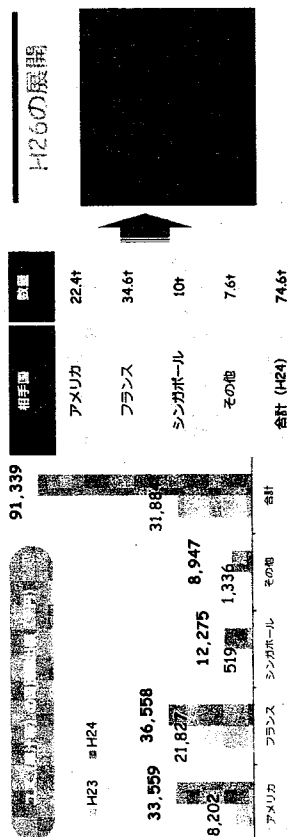
# 食料品輸出額3億円をめざした県産品グローバル戦略の推進

- 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 県産品のさらなる認知度向上と販路拡大/ユズに続く品目の拡充と新たな販路の開拓
- ③ 貿易を担う人材の育成/貿易に取り組み事業者の掘り起こし



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

## 1 ヌズ果汁等「100年」輸出戦略の展開



ユズ(玉・果汁)の輸出拡大を生産者の拡大へつなげる

**新** H25のNYの展示会への出席(米国・本邦向け) アメリカ市場への拡大(認知度向上) NYで「ユズ賞味会」を開催

**新** 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、カリフォルニアの専門地本会「Fruit Logistical」に出展、ゆず賞味会の輸出拡大

**切** 現地有カバイヤー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

**新** H25のメルボルン賞味会のシヤワー効果を活用し、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

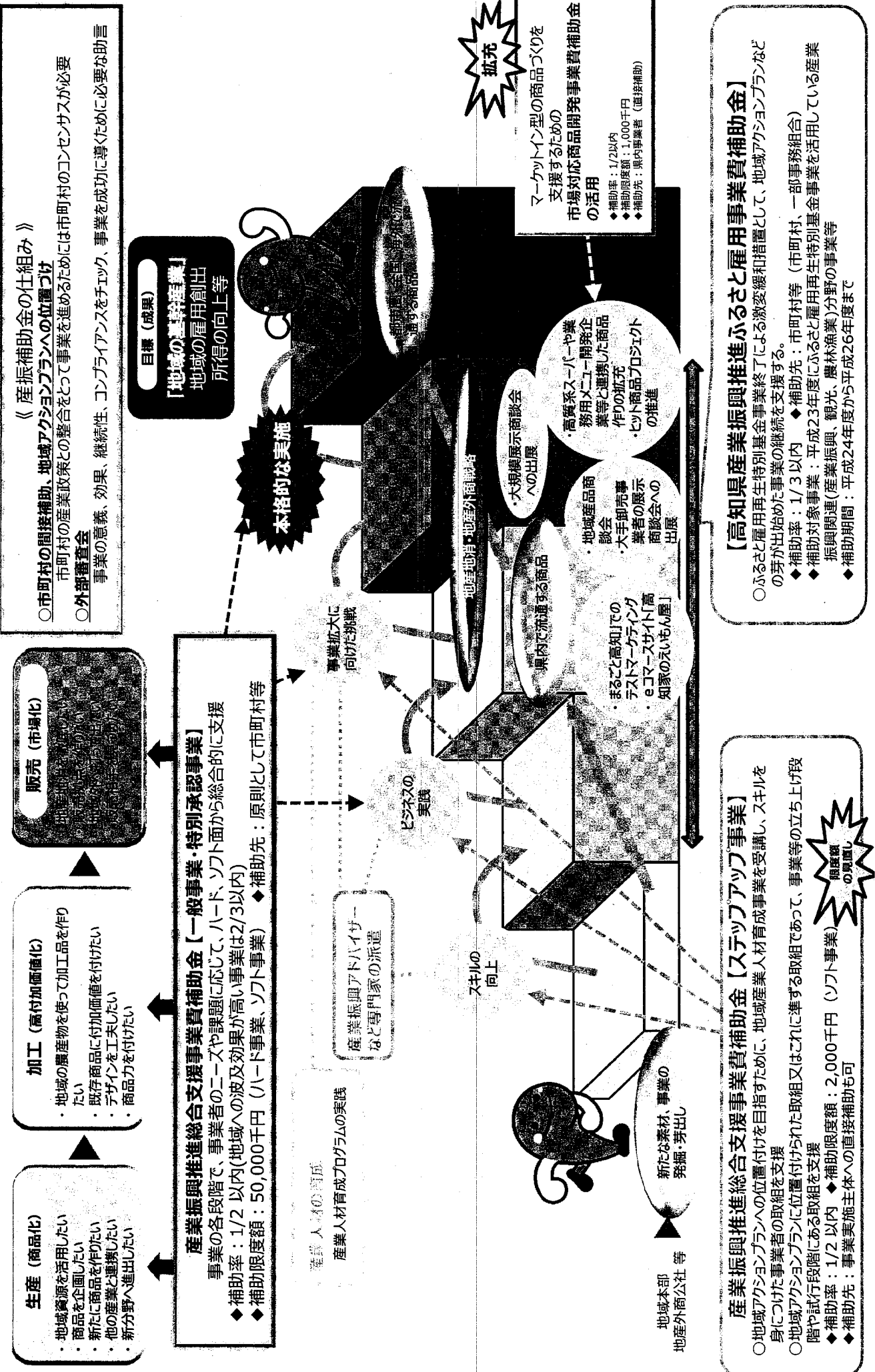
## 2 ヌズに次ぐ品目の輸出促進(「日本酒」「旨み」など)

**新**

**新**

## 3

# 高知県の産業振興を推進するための主な支援制度





# **I 産業間の連携戦略**

## **2 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

林業振興・環境部  
連携ターマ  
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の豊富
- ・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流することが必要
- ・南海地震対策のため、強い街づくり
- ・系統連系率の確保
- ・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ポネーターの発掘、育成

- 新エネルギーを活用した事業アイデアの抽出（区内各課への照会・アンケート調査）
- ＜活用視点＞
- ・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）(P160)  
（うちち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 (P162)
- ◆風力発電事業 (P164)
- ◆木質バイオマス発電事業 (P166～168)

### 【エネルギー自給の推進】

- ◆太陽光発電事業（住宅用及び事業用）(P160)
- ◆地域での小水力発電利用事業 (P162)
- ◆木質バイオマス熱エネルギー利用事業 (P166～168)

### 【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 (P170)  
（グリーンニューディール基金を活用）

## Step 2

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

## Step 3

## 新エネルギー関連産業の振興・活性化

地域の資源を地域で活かす

災害に強い地域づくり

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%

産業の育成

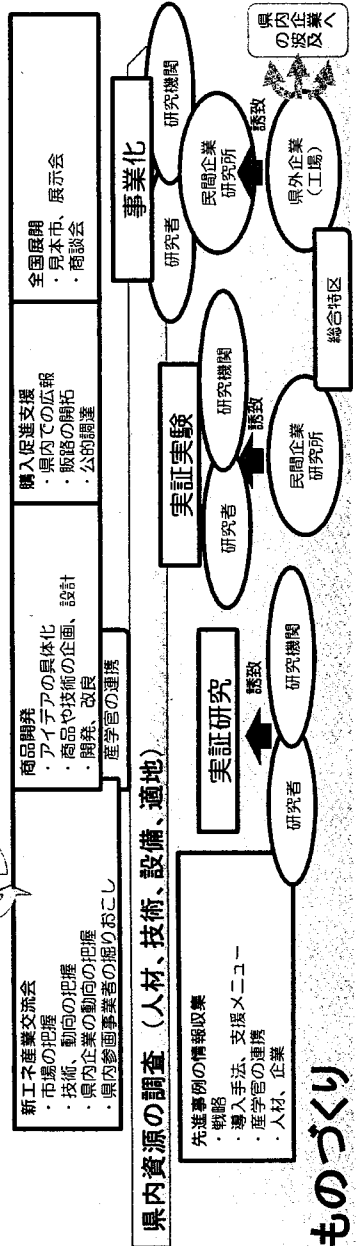
関連産業の誘致

地域資源を活用し、メリットを最大限地域へ還流

エネルギー自給率の向上

雇用の創出

全国有数の実証フィールド



## ものづくり

## 産業成長戦略の概要（連携テーマ：新エネルギーを産業振興に生かす）

高知県は、全国一の森林率を誇る豊富な森林資源や年間降水量、日照時間が長いことなど、全国でも優位な再生可能エネルギー資源を備えており、こうした豊富な資源を十分に生かし地球温暖化対策に寄与するとともに、産業振興や県民生活の向上につなげていくため、新エネルギーの導入に向けた具体的な施策を示す「高知県新エネルギービジョン」を平成23年3月に策定しました。

このビジョンでは、①新エネルギーを産業振興に生かす、②新エネルギーで地球温暖化対策に貢献する、③将来期待される新エネルギーに取り組むという3つの基本的な考え方のもと、県民の皆様が主役となって地域資源から得られる新エネルギーを活用し、「エネルギーの地産地消」を進めるとともに、持続可能な低炭素社会を構築することにより、将来にわたって活気あふれる元気な高知県となることを目指して、産業振興計画とも連動する形で様々な取り組みを進めています。

このような中、平成24年7月から、再生可能エネルギーを活用して発電した電力を一定の価格・期間で電力会社を買取る、いわゆる「固定価格買取制度」が導入され、制度導入後3年間を「促進期間」と位置づけ、発電事業者の利潤に配慮した価格が設定されることとなったことから、本県におきましても、この期間をチャンスととらえ、発電設備の導入促進の取り組みを加速させています。

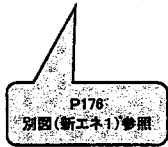

特に、地域の資源を地域で活かすことが重要であることから、官民協働による「こうち型地域還流再生エネ事業」により、新エネルギーによる発電事業の収益を、地域に最大限還流させる取り組みを進めています。また、再生可能エネルギー等の地域資源を活用した災害に強く低炭素な街づくりを進めていくために、公共施設や地域の防災拠点等への新エネルギーの導入促進を図っていくこととしています。これらの取り組みにより、新エネルギーの収益を地域に還元させ、地域振興や雇用の創出につなげるとともに、本県における新エネルギーに関するニーズの拡大を図っていきます。

さらに、導入促進による新エネルギーに関するニーズの拡大を産業振興につなげるために、ものづくりや研究開発の分野において新たな取り組みを進めます。

具体的には、市場ニーズの動向調査や新エネルギー産業に関わる広い層に呼びかけ、新エネルギー産業交流会等を実施し、産学官が連携して、新エネルギー関連の技術や県内企業の動向の把握を行うとともに、県内参画事業者の掘り起こしや人材の発掘等を行い、新エネルギー関連産業のシーズの発掘・育成に努めます。

こうした、導入促進によるニーズの拡大と、産学官連携による技術開発やものづくりの地産地消に向けてのシーズの発掘・育成の循環を拡大させることにより、新エネルギー関連産業の振興と活性化を図っていくこととしています。

# 連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
<b>1. 太陽光発電の導入促進</b> (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 ・線分権改革推進事業 ・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(線分権改革推進事業) ◆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11月末現在) 1,000kW以上 24件 41,385kW	◆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 ☆こうち型地域還元再生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11月末現在) ・10kW未満 3,572件 16,956kW ・10kW以上 1,746件 72,783kW	◆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	◆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



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)
<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:事業への出資、遊休地の活用</p>					<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</p> <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</p> <p>◆保守管理業務などで新たな雇用が発生している</p>	<p>◆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> <p>◆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> <p>◆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>
<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>						
<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>						
<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>						
<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>					<p>◆中小規模太陽光発電の導入量が50,000kWになっている</p> <p>◆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</p> <p>◆県内企業により屋根借り事業等が行われている</p> <p>◆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</p>	<p>◆中小規模太陽光発電の導入量が86,000kWになっている</p> <p>◆家庭におけるエネルギーの地産地消が進んでいる</p> <p>◆県内企業による関連産業への参入が進んでいる</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 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)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 小水力発電の導入促進	<div data-bbox="135 403 311 548" style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">                     P178 別図(新エネ3)参照                 </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地球温暖化防止対策として、再生可能エネルギーの利用への関心が高まっている</li> <li>-国によるCO<sub>2</sub>の25%削減の表明</li> <li>◆県内での設置状況は、RPS法の認定設備として、</li> <li>-電気事業者 5箇所 (合計 2,346kW)</li> <li>-大川村 60kW</li> <li>-橋原町 53kW</li> <li>にとどまっている</li> <li>その他、個人や地域団体などが、独自で小規模な設備を設置し、外灯などへ利用している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-県公営企業局による農業用水路での小水力発電設置の概略設計及び詳細設計の委託調査 (平成16年度、平成18年度)</li> <li>-県公営企業局による物部川流域での賦存量調査 (緑の分権改革推進事業)</li> <li>-仁淀川流域(いの町)での、県内企業が試作中の小水力発電機器による実証調査(緑の分権改革推進事業)</li> <li>-県内自治体による開発地点調査</li> <li>-香南市</li> <li>-河川法の水利権等事務手続きの簡素化の提言</li> <li>-地蔵寺川発電所(仮称)建設計画基本設計実施</li> <li>◆地域住民等による検討が進められている</li> <li>◆固定価格買取制度による設備認定状況 (H25年11月末現在) 1件 150kW</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆全国トップクラスの豊富な降水量を小水力発電に生かされていない</li> <li>◆発電に必要な水量のある適地の選定が難しい</li> <li>◆市町村独自では発電計画等の作成が難しい</li> <li>◆水利権等の法的手続きが複雑である</li> <li>◆実施主体の資金力が脆弱であることが多い</li> <li>◆地元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(小水力発電)</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>○小水力発電導入に向けた検討</li> <li>★地蔵寺川発電所(仮称)の建設</li> <li>○県内市町村等に対する小水力発電導入に向けた技術的支援</li> <li>★事業化に向けての支援</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					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>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: 小水力発電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: 小水力発電設置計画の提案</p>					<p>◆小水力発電の導入量が2,459kWである</p> <p>◆県内の複数の地域において小水力発電が導入され、地域でのエネルギーが有効活用されている</p>	<p>◆小水力発電の導入量が3,800kWになっている</p> <p>◆地域でのエネルギーの地産地消が進んでいる</p>
<p>小水力発電導入に向けた検討</p> <p>県電気工水課: 有望地点においての詳細調査及び概略設計の実施、地域での活用方策についての検討</p>						
<p>地藏寺川発電所(仮称)の建設</p> <p>県電気工水課: 地藏寺川発電所(仮称)の建設 基本設計 → 実施設計 → 建設 → 運営</p>						
<p>県内市町村等に対する小水力発電導入に向けた技術的支援</p> <p>県電気工水課: 各市町村等と協働で事業化有望地点の現地調査を実施し、導入に向けた発電計画作成の支援を行う ・発電計画の検討立案、経済性の検討、総合評価</p>						
<p>事業化に向けての支援</p> <p>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</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>						
<p>水利権等事務手続きの簡素化の提言</p> <p>県新エネルギー推進課、関係課: 水利権等事務手続きの簡素化の提言</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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

連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
<b>3. 風力発電の導入促進</b> 	<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なわれている</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11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(風力発電)</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>				○		


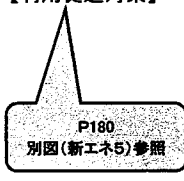
※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	H28以降	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>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: 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</p>					◆ 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
<p>地域のメリットの創設に向けた支援</p> <p>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</p>					◆ 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
<p>事業化に向けての支援</p> <p>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</p>						
<p>環境アセスメントの対応検討</p> <p>環境アセスメントに着手(配慮書、方法書)</p> <p>系統連系協議・設計等</p> <p>事業着手</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>						
<p>洋上風力発電の検討</p> <p>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</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間の連携を強化する
- 3 足腰を強め、地方を富める
- 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

## 連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
<b>4. 木質バイオマスエネルギーの利用促進</b>  <b>【原料供給対策】</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ペレットが規格化されておらず、メーカーにより品質のばらつきがある</li> <li>◆利用が進んでいるのは主としてペレット</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆燃料用未利用資源の収集を支援</li> <li>◆端材等の搬出に対する支援により木質バイオマス原材料が増加</li> <li>◆木質ペレット製造施設の整備への支援</li> <li>◆既存の木質ペレット製造施設の見直しを行い、品質の向上や安定生産が可能となった</li> <li>◆新たな木質ペレット製造施設の整備が始まった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ペレット以外の燃料形態は需要供給ともに普及していない</li> <li>◆年間を通して計画的な木質ペレットの生産が出来る体制の整備が必要</li> <li>◆原料となる原木の安定供給体制の整備が必要</li> </ul>	<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> </ul>							
<b>【利用促進対策】</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆多様な産業分野で木質バイオマスの利用が進みはじめた</li> <li>◆施設園芸では、施設内加温のため化石燃料による暖房機の利用が広く普及している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆木質バイオマスボイラーの導入への支援</li> <li>◆平成21年度以降、木質バイオマスボイラーの導入が大幅に拡大</li> <li>◆製紙業や養蠶業など、新たな業種での木質バイオマスボイラーの導入が進むなど、今後の展開への可能性が拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆イニシャル、ランニングのコスト高が利用拡大の障害となっている</li> <li>◆燃料用以外での用途が限られている</li> <li>◆燃焼灰の処理手法が周知されておらず、利用者に不安がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <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> </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				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)
<p>林地残材等の搬出への支援</p> <p>事業者等: 燃料向け低質材の効率的な搬出 県木材増産推進課: 端材等の搬出に対する支援</p>					<p>木質バイオマス年間利用量 40万3千トン</p>	<p>木質バイオマス年間利用量 53万トン</p>
<p>◆林地残材、製材端材等が木質バイオマスエネルギーをはじめ、様々な用途で有効利用されている</p> <p>◆森林からの収集量 23万5千トン</p> <p>◆製材工場等からの収集量 16万8千トン</p>					<p>◆林地残材、製材端材等が木質バイオマスエネルギーをはじめ、様々な用途で有効利用されている</p> <p>◆森林からの収集量 33万8千トン</p> <p>◆製材工場等からの収集量 19万2千トン</p>	
<p>需要の拡大に合わせた燃料の供給施設の追加整備</p> <p>事業者: 新たな生産施設の整備 県木材利用推進課: 新たな生産施設整備の支援</p>						
<p>木質バイオマス燃料の品質調査と品質確保</p> <p>県木材利用推進課・森林技術センター: 県内流通製品の品質調査</p> <p>県木材利用推進課: 木質ペレットの規格化に向けた調整</p>						
<p>木質バイオマス燃料の安定供給</p> <p>県内燃料製造事業者: 品質の安定した製品の供給</p> <p>県内燃料製造事業者: 品質・規格を明らかにした木質ペレットの供給</p>						
<p>木質バイオマスボイラーの改良・低コスト化</p> <p>県内機械メーカー: 安価で信頼性の高い木質バイオマス利用機器の開発改良 県関係課: 機器開発への支援</p>						<p>◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている</p>
<p>木質バイオマス利用の普及</p> <p>県関係課: 導入事例の分析、広報素材の作成、関係業者等への広報及びマテリアル利用の拡大に向けた取り組み事例の紹介、県施設での率先利用及び関係機関への導入要請</p>						<p>◆木質バイオマス起源のグリーンエネルギーが幅広く利用されている</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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

連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
<p>【事業化対策】</p> <p>P180 別図(新エネ5)参照</p>		<p>◆各地で意欲ある事業者がそれぞれ木質バイオマスボイラーを導入</p> <p>◆燃焼灰処理は各者それぞれで実施</p> <p>◆重油価格の上昇を背景に、施設園芸では生産コストが上昇し、経営を圧迫している</p>	<p>・木質バイオマスエネルギー利用促進協議会を設立</p> <p>・安芸地域において地域循環システムの設定に向けて協議が始まる</p> <p>◆協議会の設立により関係者の情報交換と事業者間の交流が始まる</p>	<p>◆木質バイオマス利用には課題が多く、関係者個々での対応は困難</p> <p>◆散発的に燃料供給施設整備、ボイラー導入が進むと非効率で広がりにくい</p> <p>◆原木の増産にともない発生する林地残材の発電施設での活用などの対策が必要</p>	◆○燃焼灰の適正処理	○	○				
					◆○コスト差を埋める支援の仕組みの検討	○	○				
					◆○推進体制の強化	○	○				
					◆◎需要側を中心とした集団化による効率的な事業展開(システム化による利用を促進)	○	○				
					◆★木質バイオマス発電の推進	○	○				


※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					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 (令和10年先)	
<b>燃焼灰処理再生利用の指針の作成</b> 県関係課: 燃焼灰の処理・再生利用指針の策定と関係者への周知					◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている		◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている
<b>仕組みの検討</b> 県関係課: 排出量取引など国内外の情報を把握し、有効な手法を検討					◆木質バイオマス起源のグリーンエネルギーが幅広く利用されている		
<b>普及促進への体制づくり</b> 木質バイオマスエネルギー利用促進協議会: 参加者の拡大、協議内容等の拡充 県木材利用推進課、産地・流通支援課: 上記協議会運営の支援							
<b>地域循環利用システムの構築</b> 安芸地域関係者: 地域協議会を設立しビジネスモデルとしてシステムの実践と検証 市町村: 県と連携し地域協議会のサポートと補助事業による支援 県関係課: 地域協議会のサポートと補助事業による支援					<b>地域循環利用システムの実践</b> 他地域関係者: 地域協議会を設立しシステムを実践 市町村: 県と連携し地域協議会のサポートと補助事業による支援 県関係課: 地域循環ユニットのPRと他地域への展開		
<b>集約型地域熱利用システムの検討</b> 県木材利用推進課: 市町村と連携し候補地の選定					<b>集約型地域熱利用システムの実施</b> 事業実施者(市町村を含む): 具体的な事業の実施と検証 県木材利用推進課: 事業実施を支援するとともに、事業実施者と連携して取組の検証		
<b>木質バイオマス発電の検討</b> 事業者: 木質バイオマス発電施設の検討、整備計画の作成 県関係課: 再生可能エネルギーによる電力の固定価格買取制度の内容を踏まえ事業化に向けて事業者との調整、整備計画の作成支援					<b>木質バイオマス発電の推進</b> 事業者: 木質バイオマス発電施設の整備 県関係課: 関係者間の調整及び補助事業による施設整備支援		事業者: 木質バイオマス発電所の操業

- ※改革のための6つの基本方向
- 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

連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
5. 防災拠点等への新エネルギーの導入促進  	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆東日本大震災を契機とした電力需給のひっ迫</li> <li>・地域資源を活用した新エネルギー等の導入による低炭素社会の実現</li> <li>◆地球温暖化対策税の施行</li> <li>・国による地域の防災拠点等への再生可能エネルギー等の導入支援事業の創設</li> <li>◆国の南海トラフ巨大地震による新想定公表</li> <li>・本県における甚大な被害想定が明らかとなる</li> <li>・災害に強い新エネルギー等の自立・分散型エネルギーの導入の必要性</li> <li>・対策のトータルプランとして「新行動計画」を策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国の補助金を活用し、グリーンニューディール基金を造成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆設備導入費用の負担が大きい</li> <li>◆一度の大量の防災拠点施設等への導入が困難</li> <li>◆助成制度の周知徹底</li> <li>◆事業予算の確保</li> <li>◆国の動向などの情報収集</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆★防災拠点等に対する導入の支援</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					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)	
	防災拠点等に対する導入の支援 県新エネルギー推進課:設備・機器の導入支援					◆新エネルギー発電設備等が県内の主な防災拠点において導入されている	◆新エネルギー発電設備等が防災拠点において原則として整備されている

※改革のための6つの基本方向

- 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

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)	課題	これからの対策	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
6. 農業分野での新エネルギーの有効活用 (1)省エネルギー対策支援		<p>◆施設園芸においては施設内温度を一定に保つために、化石燃料による暖房用加温機の使用が一般的</p> <p>◆重油価格の高騰を背景に、生産コストは上昇</p> <p>◆東日本大震災の影響も相まって、重油価格動向の先行きは不透明。化石燃料の削減については既に社会的な動きになっている</p>	<p>・省エネルギー部会(平成20年度～)では、県内A重油使用量の削減を目標に、関係者で情報共有しながら省エネ対策を推進</p> <p>◆園芸用A重油使用量 19年度:75,000KL 24年度:66,000KL</p> <p>・ハウス内張被覆の多層化などの指導徹底</p> <p>・耐低温性品種は中間母本育成中</p> <p>◆事業活用による重油代替加温機の導入推進 バイオマスボイラー 20年度:7台 24年度:140台 ヒートポンプ 20年度:206台 24年度:681台</p>	<p>◆重油価格は100円/リットルまで高騰</p> <p>◆省エネ対策として次の取組を継続的に行うことが必要 ①省エネ推進に向けた意識啓発、②省エネ資材活用等の推進、③省エネにかかる施設・機械の計画的な導入</p>	<p>◆重油代替暖房機の普及推進(木質バイオマスボイラー、ヒートポンプ等)</p>			○				
	(2)新施設園芸システムの構築	<p>◆園芸製品の価格の低迷</p> <p>◆重油などの生産コストが上昇とハウス施設が老朽化</p> <p>◆農業者の高齢化や後継者不足</p> <p>◆環境への配慮が求められ、CO2削減、化石燃料の使用量削減が必要</p>	<p>・こうち新施設園芸システム研究会を立ち上げ、産官学の研究推進体制を整備</p> <p>・研究成果、技術情報等の情報共有が行われ、システム開発に向けた機運が高まった</p> <p>・生産現場と一体的な研究開発が加速した</p> <p>・ピーマン、ナス、パプリカ等の増収効果が確認され、技術確立の目処が立った</p>	<p>・オランダなどの先進的生産システムにおいて本県のような温暖地での環境制御による生産性の向上に関する事例が少ない</p> <p>・本県に適合したシステムとして再構築を図り、強い競争力をもった園芸品を生産する必要がある</p>	<p>◆こうち新施設園芸システムの確立に向けた研究開発</p> <p>○こうち新施設園芸システム研究会による開発支援</p> <p>★施設内環境制御技術の定着に向けての検討</p> <p>★こうち新施設園芸システムの普及定着に向けての検討</p> <p>○ヒートポンプの利用技術と機能強化に関する研究</p> <p>○施設内環境制御技術に関する研究</p> <p>○高軒高ハウスでの施設内環境制御による増収技術の開発</p> <p>★オリジナル品種の育成</p>			○				

P182  
別図(新エネ7)参照

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>重油代替暖房機の省エネ評価</p> <p>重油代替暖房機の普及推進</p> <p>生産者：重油代替暖房機、省エネ暖房機の導入、データの提供                      県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター(省エネコスト低減効果検証チーム)                      重油代替暖房機、省エネ暖房機の省エネ効果分析・評価、その導入支援</p>					<p>◆A重油使用量： 現状 (H20～22の平均) 71,000kl →H27目標： 60,000kl</p>	<p>◆省エネ技術の普及による農業経営の安定</p>	
<p>こうち新施設園芸システム研究会およびPT会による開発技術検討および現地普及の推進</p> <p>(研究会)                      農業団体・大学・企業・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター等：                      こうち新施設園芸システムの意義や開発目標の共有化、効率的な研究開発と新技術の早期普及を図る</p> <p>(PT会)                      生産者・農業団体・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター等：                      現場の意見を反映させた課題の調整等により、こうち新施設園芸システムの早期開発と早期普及を図る</p> <p>自然エネルギーを利用したこうち新施設園芸システムの構築</p> <p>大学・企業・独立行政法人・農業技術センター・研究開発</p>							<p>◆普及に移せる新技術の確立                      施設内環境制御を利用した栽培の普及(ピーマン)                      現地高軒高ハウスでの新技術を利用した栽培の開始</p> <p>◆暖房コスト20%の削減</p> <p>◆既存型ハウスに対応した新技術の確立(施設ピーマンの収量30%増)</p>
<p>ヒートポンプの利用技術と機能強化法の検討および経済性評価</p> <p>企業・大学・独立行政法人・農業技術センター：                      エコキュートを利用、改良した蓄熱・局所加温技術の開発、夏期の夜冷栽培技術の開発</p> <p>施設内環境制御による増収・高品質技術の検討および経済性評価                      (ナス・キュウリ・ニラなど)</p> <p>県農業技術センター：CO<sub>2</sub>施用および温湿度管理による増収技術の開発</p>					<p>◆高軒高ハウスに対応した新技術の確立(施設パプリカの収量50%増)</p> <p>◆高軒高ハウスに対応した革新的技術の確立(施設パプリカの収量2倍増)</p>		
<p>施設内環境制御による増収・高品質技術の検討および経済性評価(ピーマン・ミョウガなど)</p> <p>大学・独立行政法人・県農業技術センター：CO<sub>2</sub>施用および温湿度管理による増収技術の開発、日射比例装置の活用、LED照明利用技術の開発</p> <p>高軒高ハウスを利用した環境制御による促成パプリカの増収技術の検討および経済性評価</p> <p>高軒高ハウスでの循環型養液栽培による増収技術の検討および経済性評価</p> <p>企業・県農業技術センター：高軒高ハウスでのCO<sub>2</sub>施用および温湿度制御技術による増収技術の開発</p>						<p>◆高軒高ハウスに対応したナス・ピーマンの特性解明、優良母本選定</p>	
<p>高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマンの品種特性の解明</p> <p>高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマンの品種の育成</p> <p>県農業技術センター：高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマンの品種の育成</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 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)	課題	これからの対策	基本方向								
						1	2	3	4	5	6			
7. 新エネルギー関連産業の育成		◆全国一の森林率、全国トップクラスの日照時間、豊富な降水量など、恵まれた自然条件を有している	◆新エネルギー産業交流会の開催	◆新エネルギー関連産業育成体制構築	◆新エネルギー関連産業づくり体制の構築  ★産学官連携による推進体制の整備    ★新エネルギー関連の企業等との情報交換    ★新エネルギー関連の企業等との情報交換					○				
		◆固定価格買取制度が施行され、新エネルギーの導入が加速化している												
		◆地域の資源を地域で活かす取り組みが必要												
		◆県内で、小水力発電関連機器の開発に関心を持っている企業もある	◆県産振センターによる開発支援	◆小水力発電の水車発電機は汎用装置が少なく、それぞれの導入地の条件にあわせた設計が必要	◆小水力発電関連機器開発支援  ○県内企業による水車発電機の開発への支援				○					
		◆県内には太陽光発電関連企業が立地している	◆太陽光発電関連企業の誘致	◆工業集積が脆弱である	◆太陽光発電関連企業の集積  ○太陽光発電関連産業の誘致				○					
		◆県内の企業では、小型の風力発電機器(太陽光発電併設型街路灯用)の製造が行われている  ◆大型の機器(1,000kWクラス)や小型(10kW未満)の風力発電機器は、国内メーカーでも製造されているが、普及型の中型(10~100kW)機器は殆どない	◆小型の機器を製造販売する県内企業により、中型(20kW以上)の機器の開発研究が行われている	◆普及型の中型機器の製造はあまり行われていないが、県外大手企業が参入した場合、安価な外国部品の活用などで製造コストの競争が厳しくなる  ◆商品開発には、部品などの製造コストに加え、機器の試験など経費負担が大きい	◆風力発電の機器普及  ○県内企業による機器の普及				○					

P178  
別図(新エネ3)参照

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

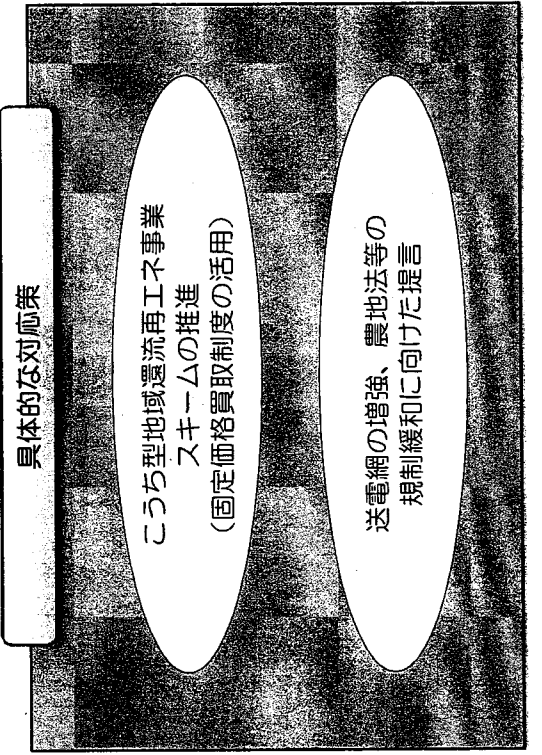
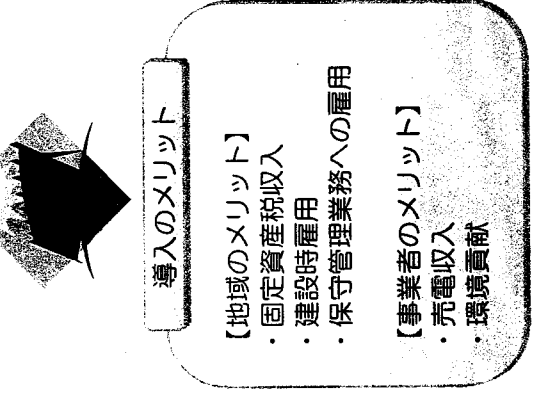
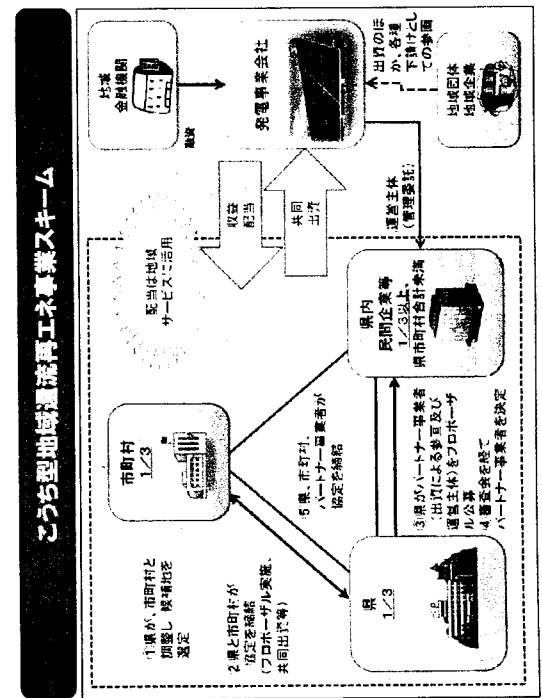
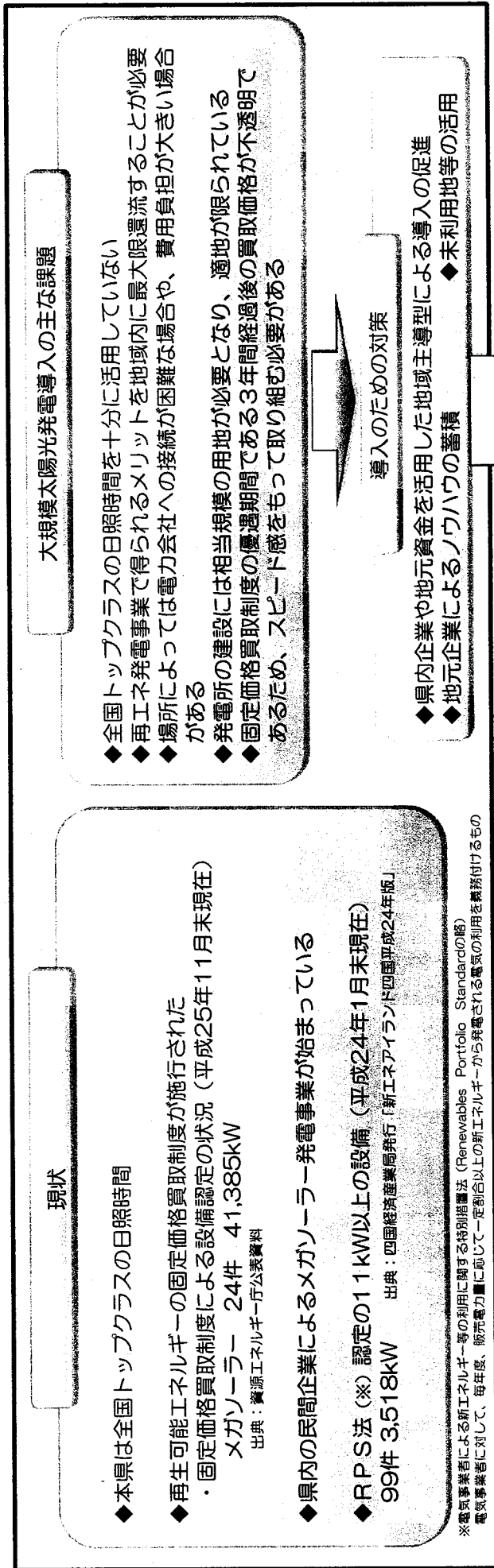
第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>産学官連携による推進体制の整備</p> <p>新エネルギー関連事業への参画事業者の掘り起こしや、人材の発掘等を行い、新エネルギー関連産業のシーズの発掘等を行う</p>					<p>◆産学官連携による新エネルギー関連の商品開発がされている</p>	<p>◆新エネルギー関連産業の集積の兆しがある</p>	
<p>新エネルギー産業の交流会の実施</p> <p>専門家を招へいしての勉強会の実施(市場、技術、動向の把握)、参画企業の掘り起こしを行う</p> <p>有望技術のピックアップ、県内企業・大学等マッチング</p>							
<p>新エネルギー関連の企業等との情報交換</p> <p>新エネルギーに関連する企業等と、随時情報交換を行う</p>							
<p>県内企業による水車発電機の開発への支援</p> <p>県関係課、大学、県内企業等：水車発電機の開発に関する研究会を開催し、県内企業による水車発電機の開発を連携して支援</p> <p>県内企業：水車発電機の開発 県、大学：県内企業による水車発電機開発の支援(ステップ1)オーダーメイドでの安価で信頼性の高い製品の開発(ステップ2)汎用型化によるコストダウン</p>							<p>◆小水力発電関連機器の開発、製造に県内企業が関わっている</p>
<p>太陽光発電関連産業の誘致</p> <p>本県に立地している太陽光発電関連企業と連携した関連産業企業の誘致</p>					<p>◆県内企業による風力発電の中型機器が開発され県内での導入が行われている</p>	<p>◆開発された機器が県外へも普及し、地産外商が進むことによる県内での経済波及効果が現れている</p>	
<p>機器の普及</p> <p>県内企業：開発した機器の販売、県内への導入</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間の連携を強化する
- 3 足腰を強め、地方を富める
- 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

# 太陽光発電の導入促進(大規模太陽光発電)

別図(新工ネ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11月末現在）
 

10kW未満（住宅用）	3,572件	16,956kW
10kW以上1,000kW未満	1,746件	72,783kW

 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2.12%
 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

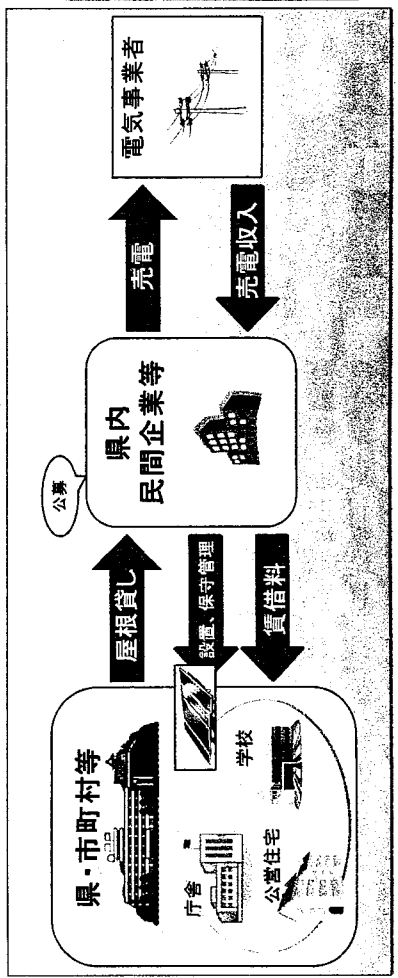
- ◆公共施設の屋根貸しの検討
  - 【屋根貸しの課題】
    - ・建物の耐震性、施工性の判断
    - ・雨漏りのリスク
    - ・長期貸付における事業継続のリスク など



### 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

## 公共施設の屋根貸し方式による太陽光発電事業のイメージ



### 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)

## 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11月末現在)
    - 1件 150kW 出典:資源エネルギー庁公表資料
- ◆国土交通省による水利権等の規制緩和により水利使用手続きの簡素化などが進められている
- ◆RPS法認定の県内の既存施設
  - ・電気事業者5箇所(合計2,346kW)
  - ・大川村 60kW・栲原町 53kW
 その他、県内では小規模な設備の活用実績がある(香美市、馬路村)
- ◆小水力発電関連機器の開発に関心を持っている県内企業がある



## 小水力発電導入の主な課題

- ◆全国トピッククラスの豊富な降水量を小水力発電に生かしきれない
- ◆建設単価が高い
- ◆採算の合う適地の選定が難しい
- ◆水利権等の法的手続きが複雑
- ◆小規模の水車発電機は汎用装置が少なく、それぞれの導入地の案件にあわせた設計が必要

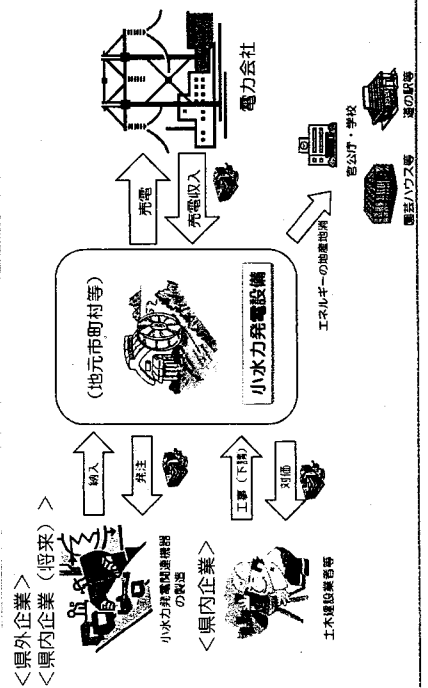
## 導入のための対策

- ◆採算性の確保
  - ・県内適地での事業化可能性の研究
  - ◆県内市町村等に対する技術的支援
  - ◆河川法の規制緩和に向けた提言

## 機器開発のための対策

- ◆県内企業による水車発電機開発への支援

## 小水力発電活用のイメージ



## 導入のメリット

- 【地域・個人のメリット】
  - ・未利用資源の有効活用
  - ・エネルギーの地産地消
  - ・コミュニティの再生
- 県内企業の関連産業への参入
  - 県外市場への参入拡大

## 具体的な対応策

小水力発電導入に向けた調査・検討  
・地蔵寺川発電所(仮称)の建設

県内市町村等に対する小水力発電導入に向けた技術支援

小水力発電  
市町村支援事業

県内企業による水車発電機開発への支援

河川法における水利権等事務手続きの簡素化の提言

# 風力発電の導入促進

別図(新エネ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11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、榊原町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の開始された

## 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

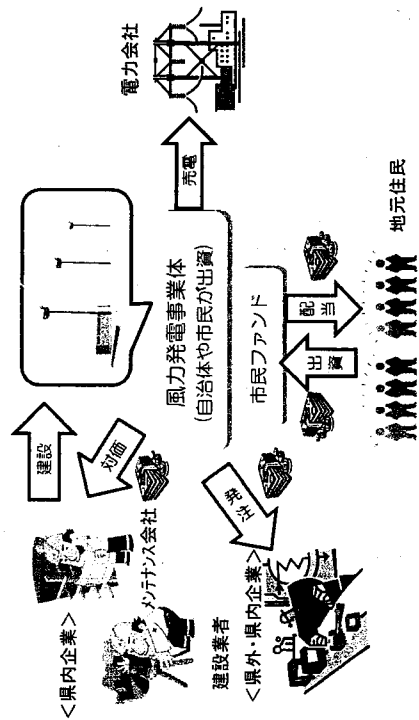
## 導入のための対策

- ◆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

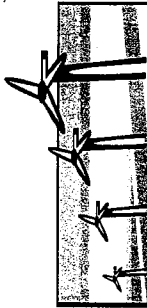


## 具体的な対応策

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



## 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

# 戦略の柱4. 木質バイオマスの利用拡大

### 1. これまでの取組みにより着実に前進

**「木質バイオマスポイラー導入状況」**

- ◆ 5箇所(生産可能能力5,700t)
- ◆ 3箇所
- ◆ 1箇所

**「木質バイオマス燃料の原内供給状況」**

- ◆ ベレット製造施設
- ◆ 燃料用チップ製造施設
- ◆ 燃料用おが粉製造施設

**「石炭との混焼による木質バイオマス発電の取組状況」**

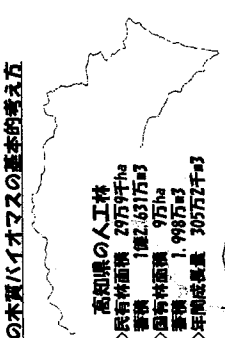
- ◆ 住友大阪セメント(株)須崎工場で実施
- ◆ 平成23年度実施量 約2万1千トン

---

**「木質バイオマスポイラー導入状況」**

- ◆ 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%)
  - ・通風施設 15台(7%)
  - ・その他(養鶏施設等) 12台(6%)

### 2. 林業・木材産業の再生の中での木質バイオマスの着実な推進



**高知県の人工林**

- ◆ 国有林面積 29万9千ha
- ◆ 民有林面積 182.63万ha
- ◆ 国庫林面積 9万ha
- ◆ 蓄積量 1,998万m<sup>3</sup>
- ◆ 年間成長量 305万7千m<sup>3</sup>

**森林資源を活かす仕組みづくり**

- 林業での雇用の確保・安定
- 県内循環産業との連携
- 森林資源を確保・保全
- 森林環境の保全
- 資金の県内循環

### 高知県産業振興計画 [木質バイオマス利用の拡大]

**原木の増産**

- H22 → H27 → H33
- 42.5万m<sup>3</sup> → 77.2万m<sup>3</sup> → 81万m<sup>3</sup>

**加工・流通基盤の強化**

- H22 → H27 → H33
- 22.4万m<sup>3</sup> → 30万m<sup>3</sup> → 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 50万トン

**販売力の強化**

- 地産地消の推進
- 地産外需による販路拡大

**木材本来の用途**

- 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 50万トン

**木質バイオマス利用の拡大に向けた課題**

- ◆ 木質燃料
- ◆ 燃焼灰
- ◆ 機器の導入
- ◆ 安定した価格
- ◆ 回収コスト
- ◆ 安定供給
- ◆ 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)

◆ 持続可能な地域循環システムへの取組の検討

◆ 知事の仕事

◆ 集約型地域熱利用の可能性を調査

◆ 宿泊施設

◆ 文化・教育施設

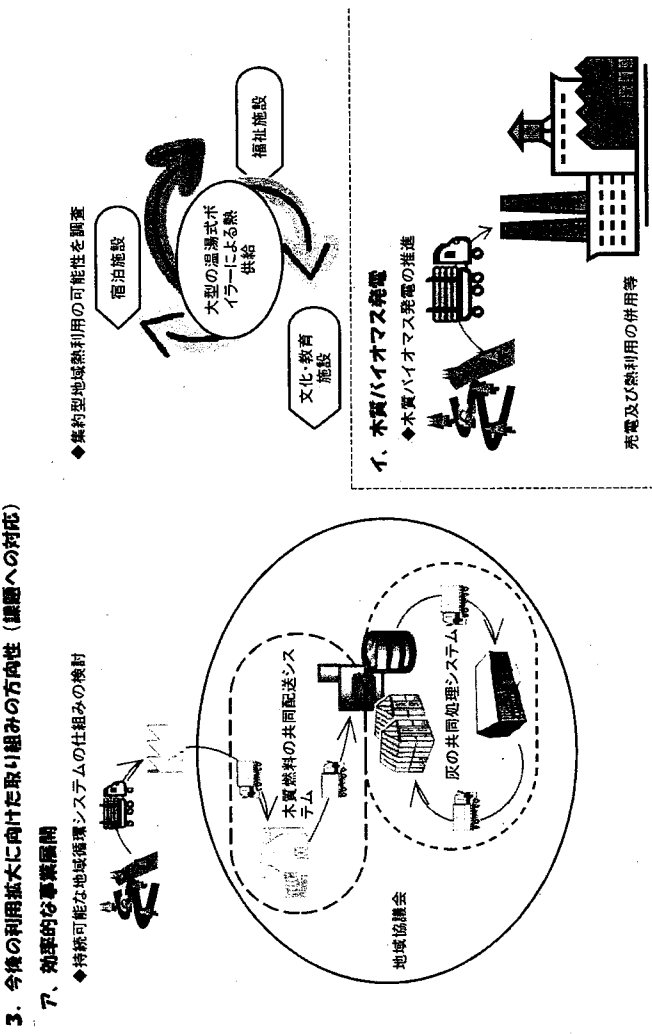
◆ 福祉施設

◆ 大型の温湯式ボイラーによる熱供給

**イ. 木質バイオマス発電**

◆ 木質バイオマス発電の推進

◆ 売電及び熱利用の併用等



### ウ. 総合カスケード利用に向けた新たな取組

◆ 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

**原木の取組**

- 森林の推進
- 自伐林家等の取組
- システムの構築

**チップ利用**

まずは建築材料等として利用

**おが粉利用**

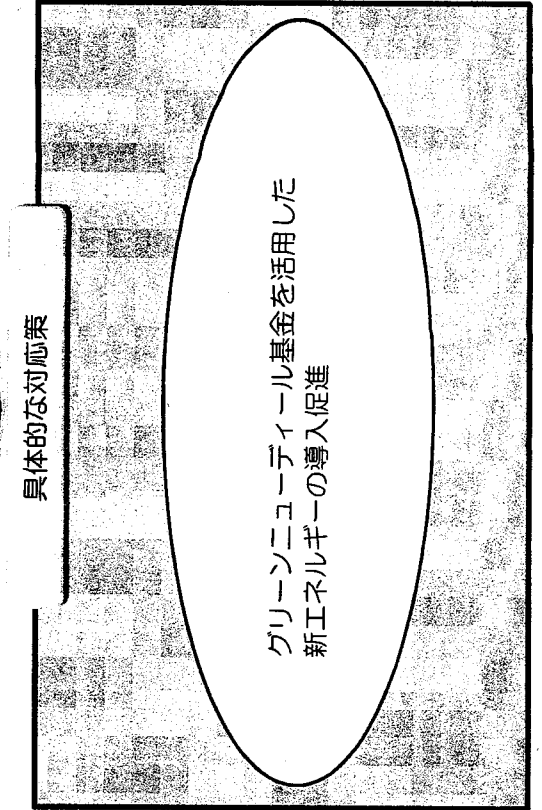
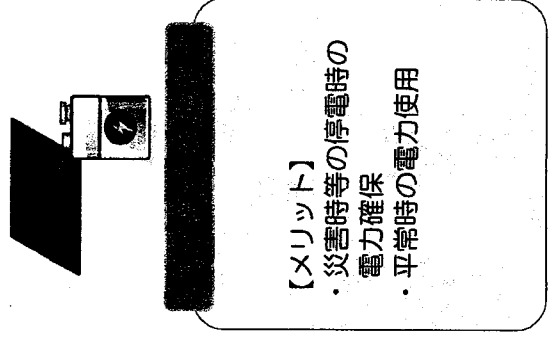
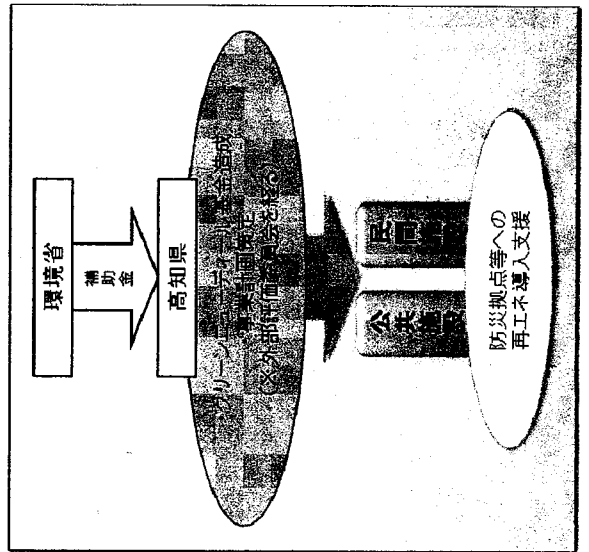
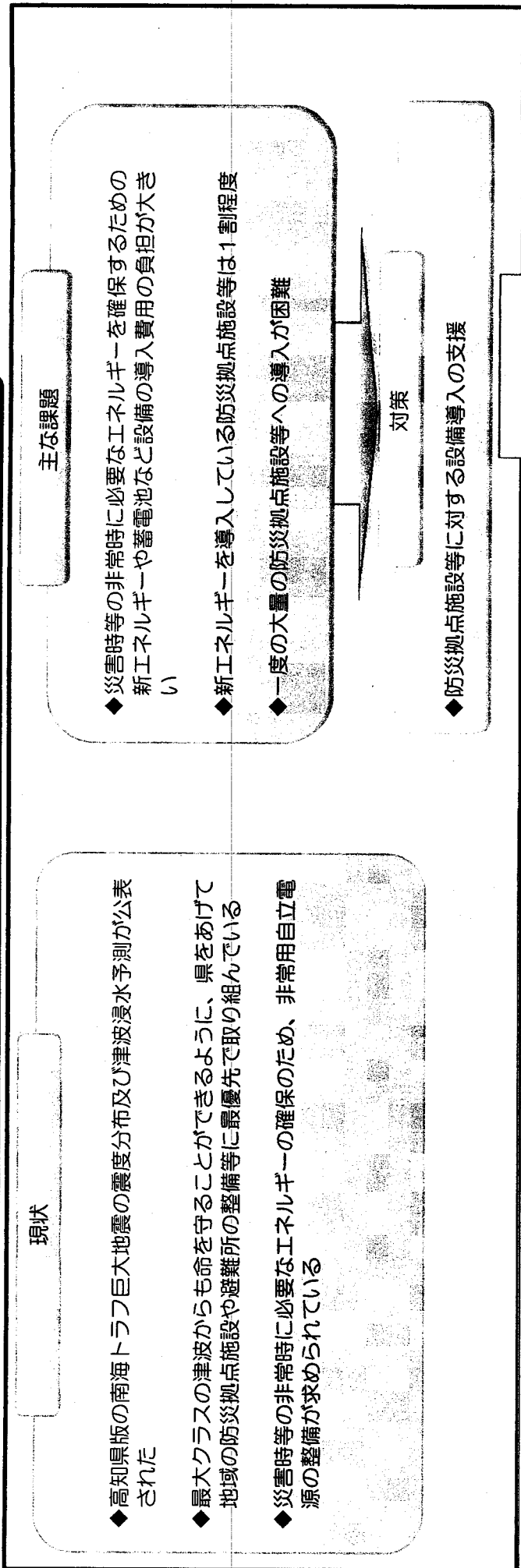
木質バイオマス発電

**【主な用途】**

- エネルギー利用
- ボイラー用等燃料
- 運集施設や圃場施設、公的な施設など比較的大型のボイラーに対応(広い設置スペースが必要・機器が高価)
- マテリアル利用
- 製糖用原料
- ボード
- ガーデニング
- 堆肥原料
- ペット用品
- その他

# 防災拠点等への新エネルギーの導入促進

別図(新エネ6)



## 基金事業メニュー

# 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、ナス、キュウリ、ミョウガ、パプリカで炭酸ガス施用による増収効果を確認。
- パプリカでオランダ型の温度管理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ゴ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

# オランダ型施設栽培システムを導入した「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)
    - ・ミョ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

こうち新施設園芸システム研究会

- 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
  - 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

## 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



現場への普及



## **I 産業間の連携戦略**

### **3 産学官連携による力強い 産業の礎を築く**





## 産業成長戦略の概要(産学官連携による力強い産業の礎を築く)

産業や資本の集積が少なく、中小企業が多い本県では、自社で研究員や研究費を持ち、時間をかけて製品の技術的な開発を進めることができる企業は多くありません。こうした本県の弱みを補うため、産学官連携により「産」の持つ技術やノウハウ、「学」の持つ智恵や研究開発力、「官」(行政)の持つ資金やネットワークを連携させることによって、地域資源の強みを生かした商品づくりや人材育成を加速し、本県産業の振興につなげるため、次の取組を行います。

### ○県内の産学官が一堂に集まり、連携した取組を進めるプラットフォーム

産学官連携会議を開催し、県内の産学官連携に関する情報を共有するとともに、関連産業の相互連携とレベルアップを図ります。また、産学官連携会議の分野別テーマ部会(①新エネルギー部会、②防災部会、③食品部会)において、本県の取り組むべき研究テーマや共同研究の手法などを検討するとともに、共同研究の推進や研究成果の事業化による新たな産業の創出と、より大きな産業の振興につなげていきます。

### ○産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進

本県の産業振興につながる可能性のある有望な産学官共同研究を重点的に支援するために、芽出し段階の研究の育成から中期テーマの研究の推進まで、各フェーズに応じた研究推進事業を実施するとともに、研究成果の事業化や事業化研究への円滑な移行を促進するため、産業振興センターなどの関係機関、関連事業との連携の強化を図ります。

また、医療、介護、健康などの医療等関連分野での研究開発や事業化を目指す企業等に専門家を派遣し、この分野への県内企業の参入を促進します。

### ○産業人材の育成

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です。そのため、第1期産業振興計画では、産業成長戦略の連携テーマの一つに「人材の育成・確保」を掲げるとともに、平成22年度からは、地域産業を創造・リードする人材の育成を積極的に進めてきました。

第2期産業振興計画では、全国一学びの機会が多い県を目指して、大学や産業団体等と協働して策定をしました「産業人材育成プログラム」に基づき、体系的な人材育成に取り組んでいます。

また、身近な場所で受講できる仕組みを整えるとともに、受講者の学びのステップアップを促進したり、様々な支援施策に橋渡ししたりするために相談員を配置し、受講生へのフォローアップ体制を強化します。

研修等の実施にあたっては、「産」は受講しやすい環境づくりを、「学」は研修内容の検討や研修講師を、「官」は全体調整や運営を担当することにより、産学官が連携した効果的な研修プログラムの実現を図ります。

こうした取組を進めるとともに、産学官民の連携の取組などと連動させていくことで、産学官連携の一層の強化による産業振興を目指します。

# 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
<p>1. 県内の産学官が一堂に集まり、連携した取組を進める仕組みづくり</p>	<p>◆ 産業や資本の集積が少なく、中小企業が多い本県では、自社で十分に研究員や研究費を持ち、時間をかけて製品の技術的な開発を進めることができる企業は多くない</p> <p>◆ そのため、こうした本県の弱みを補うため、日常的に産学官が連携する場が求められている</p>	<p>・産学官連携共同研究や産業人材の育成などを進めるため産学官連携会議が設立された</p> <p>・中期テーマ研究開発事業(産学官連携産業創出研究推進事業)の実施により具体的な共同研究が開始された</p> <p>◆ 産学官連携による共同研究等の基盤が整備され、新たな取組が開始された</p> <p>◆ 中期テーマ研究推進事業(H23採択研究)は、特許出願により独自の技術の確立や新たな研究につなげる動きがある</p> <p>◆ 来年度の製品販売を予定する企業や新たに製品化を目指す県内企業が出現するなど、事業化の動きが着実に進みつつある</p>	<p>◆ 産学官連携会議による共同研究の創出</p> <p>◆ 産学官連携推進チーム等によるコーディネート機能の強化</p> <p>◆ 中期テーマ研究開発事業の進捗管理</p>	<p>◆ 産学官連携による新産業の創出</p> <p>○ 産学官連携会議を開催し、情報を共有するとともに共同研究を推進</p> <p>◎ 産学官連携会議分野別テーマ部会の活動による新たな共同研究の推進</p> <p>◎ 中期テーマ研究開発事業による共同研究の支援による新たな事業化の推進</p> <p>◎ 機能性食品や医療・介護関連機器の研究開発や事業化を目指す企業への専門家の派遣</p>			○	○			
<p>2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進 (1) 事業化を促進する支援制度の一層の活用</p>	<p>◆ 製造品出荷額等は、H7年(7,055億円)をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい ・H18年 5,498億円(全国46位) ・45位(鳥取) 1兆346億円、47位(沖縄)5,280億円 ※H19年工業統計(速報)</p> <p>◆ 県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない ・従業員数4～9人 全体の47% " 100人以上 全体の3%</p> <p>&lt;製造品出荷額&gt; ・従業員数4～9人 全体の6% " 100人以上 全体の49%</p>	<p>・成長が期待され潜在力のある4つの分野(食品、天然素材、環境、健康福祉)ごとに企業や専門家等で構成する研究会を設置し、事業化を支援</p> <p>◆ 研究会で事業化プランの作成や事業化に取り組む企業が創出され、売上高増加や新規雇用などの成果が表れ始めた</p> <p>プラン 60件(H21～H26.2) 販売金額 8.2億円(H21～H25.3) 新規雇用 47人(H21～H26.2)</p>	<p>◆ 研究会発事業化プランの作成に向けた取組の加速</p> <p>◆ 研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実</p>	<p>◆ 成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援</p> <p>○ 意欲のある企業の参加促進</p> <p>○ 事業化に向けた企業間連携の促進</p> <p>○ 個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化</p> <p>○ 研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化</p> <p>○ 健康福祉産業の事業化に向けた取組の推進</p> <p>★ 研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化</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><b>産学官連携会議の開催</b></p> <p>県新産業推進課:産学官連携会議を開催し、県内の産学官連携に関する情報を共有し、関連事業の相互連携とレベルアップを図る</p> <p><b>産学官連携会議分野別テーマ部会の活動</b></p> <p>県新産業推進課:分野別テーマ部会(新エネルギー、防災、食品)の活動により、産学官共同研究テーマを掘り起こし、共同研究を推進する</p> <p><b>中期テーマ研究開発事業(産学官連携産業創出研究推進事業)の推進</b></p> <p>県新産業推進課:中期テーマ研究開発事業により産学官共同研究が推進され、新たな事業化が図られる</p>					<p>◆産学官連携の取組が広がり、新エネルギーや防災関連などの共同研究成果が複数生まれ、事業化が始まっている</p> <p>◆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</p>	<p>◆産学官連携の取組が根付き、日常的な共同研究の中から、産業振興につながる研究成果が継続的に生み出されている</p> <p>◆産学官連携による研究成果を基にした事業の中から、科学技術を活用した事業モデルとなる成功例が生まれ、県内の雇用拡大にも貢献している</p>
<p><b>医療関連分野専門家の派遣</b></p> <p>県新産業推進課:専門家の派遣や業事法に関する勉強会などを開催し、新たな分野での産業創出を図る</p>						
<p><b>新事業創出支援チームの活動</b></p> <p>県新産業推進課:中期テーマ研究開発事業の成果の事業化に向けた取り組みの推進</p>					<p>◆研究会での活動を通じて、競争力のある製品や事業展開のノウハウ等を備えた企業が数多く生まれ、販売が増加している</p> <p>◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用が創出される</p> <p>◆全国的に競争力のある企業が生まれ、生産が活発化し、企業の集積が始まっている</p>	
<p><b>食品、天然素材、環境、健康福祉</b></p> <p>意欲のある企業の参加促進 事業化に向けた企業間連携の促進 個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化 研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化</p> <p>県工業振興課、新産業推進課:テーマ別研究会設置・運営、研究会発事業化支援事業費補助金制度の実施 成長分野研究会発の有望なプランの成長を後押しするパッケージ支援(H25~)</p>						<p>・事業化プラン認定件数 60件(累計)</p> <p>・販売金額 100億円(累計)</p> <p>・新規雇用 110人(累計)</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 産業振興に資する産学官 共同の取組の一層の推進  (2) 生産や販売活動、製品化 に結びつく技術開発、調 査分析の推進	◆平成元年より産学官 が連携した共同研究や 個別の研究を実施して きた  ◆様々な分野で研究が 実施され、事業化され た商品もあるが、研究 が一巡し、今後の研究 の方向性について、再 検討が必要な状況に ある	◆新分野に向けての研究 開発動向の把握  ◆従来の研究内容の調査 及び見直し  ◆新たな研究者や関係機 関との関係構築及び共 同研究の実施  ◆地元企業の商品化や団 体への技術支援・研究 等を実施  ◆深層水を利用した研究 依頼が増加し、新分野 への予備試験や各種研 究を開始した	◆幅広い分野での研究 に対応するため、これ まで以上に、大学や企 業などとの共同研究が 必要となっている  ◆地元での事業化の検 討が必要となっている	◆海洋深層水の新たな分 野への展開と地元企業 の事業化支援  <新たな利用分野への 展開> ○推進中の共同研究の 成果を出す  ○取組が有望と思われる 研究の検討  ◎県内での事業化を検討  ◎高付加価値商品等への 利用法検討  <従来の研究成果を見直して 再チャレンジ>  ○新技術利用での研究進 展により事業化へつなげ る  ○他地域での研究成果や 埋もれたシーズを県内で 再度研究し、今後の事業 化につなげる  <地元企業や関係機関への 事業化支援>  ○水産物の陸上養殖  ★新技術利用の検討	○	○					
					◆食品加工のさらなる促進 試験研究機関の充実・強 化による商品開発の支援	○	○			○	
					◆産学官連携による新商品 の開発を支援	○	○		○	○	

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

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>新たな利用分野への展開</p> <p>県海洋深層水研究所:                      ・産学官連携による新たな共同研究の推進(県内外企業、大学、公設試等との連携)                      ・今後有望視される研究シーズの検討(冷熱エネルギー、有用資源、微細藻、健康、医療、深海微生物等)                      ・共同研究成果の事業化検討                      ・補助制度活用検討</p>					<p>◆研究の進展により、海洋深層水の利用用途が拡大して再度注目される資源となっている</p> <p>◆海洋深層水を活用した新たな産業化が進みつつある</p>		<p>◆室戸海洋深層水を活用した商品作りや販路拡大が図られ、関連商品の販売額が増加している</p> <p>◆海洋深層水を活用した新たな産業が創出され、関連産業界の生産拡大が図られている</p>
<p>従来の研究成果を見直して再チャレンジ</p> <p>県海洋深層水研究所:                      ・事業化が有望視される研究シーズの洗い出し                      ・研究者や関係機関との新たな共同研究への検討                      ・補助制度活用検討</p> <p>共同研究の実施</p> <p>県海洋深層水研究所:                      新たな共同研究の推進・成果の事業化</p>					<p>◆海洋深層水を活用した新たな産業化が進みつつある</p>		
<p>地元企業や関係団体への事業化支援</p> <p>県海洋深層水研究所:                      ・事業化のための予備試験及び技術支援の実施(スジアオリ、トコブシ、アマリ、コンブ類 他)                      ・補助制度活用検討                      ・事業化後の技術支援実施</p>					<p>◆海洋深層水を活用した新たな産業化が進みつつある</p>		
<p>食品関係企業・団体への商品開発・生産管理高度化支援</p> <p>県工業技術センター:                      ・食品関係企業・団体への商品開発等支援                      ・品質管理技術の高度化支援                      ・食品加工特別技術支援員による商品開発の推進                      ・技術指導アドバイザーの派遣による課題解決</p>					<p>◆海洋深層水を活用した新たな産業化が進みつつある</p>		<p>◆自立した商品開発ができ、外商で本当に売れる企業へ</p>
<p>産学官連携による共同研究の実施</p> <p>県内大学、企業等:外部資金等も活用しながら共同研究を実施し、新たな事業の創出を図る&lt;県工業技術センター&gt;                      県内大学、企業等:紙、不織布分野での共同研究を実施し、その成果の事業化を図る&lt;県紙産業技術センター&gt;                      県内大学、企業等:海洋深層水の資源特性を生かした共同研究を実施し、様々な分野での産業利用を図る&lt;県海洋深層水研究所&gt;</p>					<p>◆海洋深層水を活用した新たな産業化が進みつつある</p>		

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 産業振興に資する産学官 共同の取組の一層の推進  (2) 生産や販売活動、製品化 に結びつく技術開発、調 査分析の推進		◆平成元年より産学官 が連携した共同研究や 個別の研究を実施して きた  ◆様々な分野で研究が 実施され、事業化され た商品もあるが、研究 が一巡し、今後の研究 の方向性について、再 検討が必要な状況に ある	◆新分野に向けての研究 開発動向の把握  ◆従来の研究内容の調査 及び見直し  ◆新たな研究者や関係機 関との関係構築及び共 同研究の実施  ◆地元企業の商品化や団 体への技術支援・研究 等を実施  ◆深層水を利用した研究 依頼が増加し、新分野 への予備試験や各種研 究を開始した	◆幅広い分野での研究 に対応するため、これ まで以上に、大学や企 業などとの共同研究が 必要となっている  ◆地元での事業化の検 討が必要となっている	◆○県産品の付加価値向上 を目指した機能性成分等 の活用の研究	○	○				
					◆○試験研究機関の充実・ 強化(新商品の開発や技 術支援等)、試験研究機 関と生産者等とのマッチ ングの連携	○	○				

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>研究会の開催による検討</p> <p>県地域農業推進課・農産物機能性成分活用研究会を設置 高知県産主要農産物の持つ機能性成分に着目し、その活用により農産物の付加価値向上が期待され、有利販売へと繋がる品目や新たな機能性が期待される成分や品目について(実務担当者レベルで)継続的に検討し、具体的な成分、品目について絞り込みを行うとともに、絞り込まれたものについて、具体的な試験研究機関段階での情報共有、方向性の確認、付加価値向上に寄与する表示・PR戦略の検討、実践を行う</p>					<p>◆県産農産物が特異的にもつ機能性成分により有利販売につながっている</p>	<p>◆地域資源の付加価値向上による雇用創出、農家の所得向上、農村地域の活性化</p>	
<p>農産物の高品質・安定・多収技術の開発、IPM等新たな技術開発</p> <p>試験研究機関：高知大学との企画連携会議の開催、 こうち新施設園芸システムの開催 気候変動適応推進プログラム等データの相互共有 果樹協議会等生産者組織及びJA等加工流通業者との技術情報交換 民間企業開発技術の活用による技術開発</p>							<p>◆魅力ある商品づくりが進められている</p> <p>・首都圏をはじめとする県外市場に目を向け、消費者の視点に立った魅力ある商品づくり</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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

連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 産業振興に資する産学官 共同の取組の一層の推進  (2) 生産や販売活動、製品化 に結びつく技術開発、調 査分析の推進		◆試験研究機関を中心と して、各産業分野の生 産や販売、製品化に結 びつく技術開発や調査 分析を支援	◆試験研究機関を中心と した研究開発、技術開 発、調査分析、技術支 援等  ◆補助事業等も活用し た、研究開発、技術開 発、販路開拓、マーケ ティング、施設整備等 への支援  ・こうち新施設園芸シス テム研究会を立ち上 げ、産官学の研究推進 体制を整備 ・研究成果、技術情報等 の情報共有が行われ、 システム開発に向けた 機運が高まった ・生産現場と一体的な研 究開発が加速した ・ピーマン、ナス、パプリ カ等の増収効果が確認 され、技術確立の目処 が立った	◆生産物や製品の競争 力向上	◆こうち新施設園芸シス テムの確立に向けた研究開発  ○こうち新施設園芸シス テム研究会による開発支援  ★施設内環境制御技術の 定着に向けての検討  ★こうち新施設園芸シス テムの普及定着に向けての 検討  ○ヒートポンプの利用技術 と機能強化に関する研究     ○施設内環境制御技術に 関する研究     ○高軒高ハウスでの施設 内環境制御による増収 技術の開発     ★オリジナル品種の育成			○			
		◆森林資源は成熟しつ つある  ◆果産材の生産(資源の 活用)は依然として低調  ◆森林の所有規模が小 さく、効率的計画的な 生産活動が停滞	◆森の工場での生産性 などは工場以外に比べ 効率的になった	◆大型製材工場の進出 に伴い、木材の安定供 給が間伐だけでは十分 でない  ◆効率の高い生産シス テムを稼働させるための 路網や機械装備が不足 している  ◆効率的な生産システ ムを使いこなすノウハウ が不十分	◆地形や資源にマッチした 効率的な生産システ ムの導入を促進  ○林内路網の整備や高 性能林業機械の整備 への支援  ○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 ム改善に向けた支援			○			

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

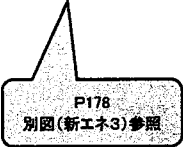


第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>こうち新施設園芸システム研究会およびPT会による開発技術検討および現地普及の推進</p> <p>(研究会) 農業団体・大学・企業・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター等; こうち新施設園芸システムの意義や開発目標の共有化、効率的な研究開発と新技術の早期普及を図る</p> <p>(PT会) 生産者・農業団体・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター等; 現場の意見を反映させた課題の調整等により、こうち新施設園芸システムの早期開発と早期普及を図る。</p>					<p>自然エネルギーを利用した こうち新施設園芸システムの 構築</p> <p>大学・企業・独立行政法 人・農業技術センター; 研究開発</p>	<p>◆普及に移せる新 技術の確立 施設内環境制御 を利用した栽培 技術の普及 (ピーマン) 現地高軒高ハウ スでの新技術を 利用した栽培の 開始</p>	<p>◆新技術の普及</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・環境保全型農業 を基盤としたこう ち新施設園芸シ ステムへの展開</li> <li>・オランダ型ハウ ス団地など、大 規模な企業の経 営の展開</li> </ul>
<p>ヒートポンプの利用技術と機能強化法の検討および経済性評価</p> <p>企業・大学・独立行政法人・県農業技術センター; エコキュートを利用、改良した蓄熱、局所加温技術 の開発、夏期の夜冷栽培技術の開発</p>						<p>◆暖房コスト20% の削減</p>	
<p>施設内環境制御による増収・高品質技術の検討および経済性評価(ナス・キュウリ・ニラなど)</p> <p>県農業技術センター・CO<sub>2</sub>施用および温湿度管理による増収技術の開発</p>						<p>◆既存型ハウス に対応した新技 術の確立(施設 ピーマンの収量 30%増)</p>	
<p>施設内環境制御による増収・高品質技術の検討および経済性評価(ピーマン・ミョウガなど)</p> <p>大学・独立行政法人・農業技術センター・CO<sub>2</sub>施用および温湿度管理による増収技術の開発、 日射比例装置の活用、LED照明利用技術の開発</p>							
<p>高軒高ハウスを利用した環境制御による促成パブリカの増収技術の検討および 経済性評価</p> <p>企業・県農業技術センター・高軒高ハウスでのCO<sub>2</sub>施用および温湿度制御技術による増収技術の開 発</p>					<p>高軒高ハウスでの循環型養液栽培による増収 技術の検討および経済性評価</p>	<p>◆高軒高ハウスに 対応した新技術 の確立(施設パ ブリカの収量 50%増)</p>	<p>◆高軒高ハウスに 対応した革新的 技術の確立(施 設パブリカの収 量2倍増)</p>
<p>高軒高ハウスでの促成栽培に適した ナス・ピーマンの品種特性の解明</p> <p>県農業技術センター・高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマンの品種の育成</p>					<p>高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマン の品種の育成</p>	<p>◆高軒高ハウスに 対応したナス・ ピーマンの特性 解明、優良母本 選定</p>	
<p>本県の地形等に対応した効率的な生産システムの普及</p> <p>事業体:効率的な生産システムでの試行 県木材増産推進課:効率的なシステムの普及、生産効率の低い事業体への作業システム改善の指導強化 高知大学等:生産システムのデータ分析に基づく指導</p>						<p>◆各産業分野の 生産や販売活動 を支援する技術 開発や調査分析 の推進</p>	<p>◆県内産業の競 争力強化</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進  (2) 生産や販売活動、製品化に結びつく技術開発、調査分析の推進		◆試験研究機関を中心として、各産業分野の生産や販売、製品化に結びつく技術開発や調査分析を支援	◆試験研究機関を中心とした研究開発、技術開発、調査分析、技術支援等  ◆補助事業等も活用した、研究開発、技術開発、販路開拓、マーケティング、施設整備等への支援	◆生産物や製品の競争力向上	◆小水力発電関連機器開発支援  ○県内企業による水車発電機の開発への支援  			○			
		(漁業調整) ◆各種漁業間の紛争が存在する一方で就業者が減少・高齢化  ◆漁業制度と漁業実態が部分的に不調和  ◆漁業の効率化に制約  ◆資源の持続的利用に支障	【さんご漁業】 ・H24.3から資源管理措置を盛り込んだ新たな内容で許可  ◆宝石サンゴの持続的な利用を目指した資源管理を開始  ・宝石サンゴ資源の持続的利用のため、潜水艇による資源生態調査、県調査船による海洋観測及び海底地形調査を実施	◆本県のサンゴ漁業の資源管理に対する諸外国の理解の促進	◆○宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組				○		

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>県内企業による水車発電機の開発への支援</p> <p>県関係課、大学、県内企業等：水車発電機の開発に関する研究会を開催し、県内企業による水車発電機の開発を連携して支援</p> <p>県内企業：水車発電機の開発 県、大学：県内企業による水車発電機開発の支援 (ステップ1)オーダーメイドでの安価で信頼性の高い製品の開発 (ステップ2)汎用型化によるコストダウン</p>					<p>◆各産業分野の生産や販売活動を支援する技術開発や調査分析の推進</p>	<p>◆県内産業の競争力強化</p>	
<p>宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組</p> <p>漁業者、漁協：資源調査への協力と資源管理の実践 県漁業振興課、水産試験場：宝石サンゴに関する漁業資源調査 県漁業管理課：資源調査の結果や漁獲状況に応じて許可要件の見直しを検討</p> <p>高知大学等：宝石サンゴの持続的利用のための資源管理技術を開発するために調査研究を実施(H22～24)</p> <p>↓</p> <p>CITES・COP16・17を見据えた集中的な取組</p> <p>漁業者・漁協：漁業許可要件の厳守 県漁業振興課、水産試験場：宝石サンゴに関する資源調査 県漁業管理課：許可要件の見直し</p>							<p>◆適正な資源管理手法の確立</p> <p>◆CITES・COP16・17での規制提案の否決</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進  (2) 生産や販売活動、製品化に結びつく技術開発、調査分析の推進	<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>◆近年の燃油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)を過ぎず、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> </ul>	<p>(水産試験場による新たな養殖技術の開発)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・季節や成長段階に応じた適正な給餌量の把握</li> <li>・ショウガ粉末の餌への添加による効果発現の把握</li> <li>・赤潮被害の防除対策としての餌止めの効果と成長への影響の把握</li> <li>・マダイの商品価値の低下につながる、成熟に伴う体色黒化を防止する技術の開発</li> <li>◆コスト削減につながる適正量の給餌方法が概ね確立</li> <li>◆餌へのショウガ添加により抗病性の上昇を確認</li> <li>◆餌止めによる赤潮被害の低減効果、また給餌再開により魚体重の回復が可能であることを確認</li> <li>◆給餌調節により体色の黒化を低減できる可能性が示唆</li> </ul> <p>(漁場環境調査や魚病対策の継続)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・漁場環境や赤潮の精力的な調査と結果の速やかな周知を実施</li> <li>・赤潮や魚病の防除、対策に関する学習会を開催</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>◆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>◆養殖生産技術向上のための技術開発</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> </ul> <p>★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</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>効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の開発と普及</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; width: 30%;"> <p>高知大学: 高品質魚の生産に向けた餌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)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○水温・成長段階別の適正給餌量の把握(マダイ、カンパチ)</li> <li>○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)</li> <li>○県産特産物を使った高品質魚の生産(ショウガ、ユズ、直七など)</li> </ul> </div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; width: 60%;"> <p>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</p> </div> </div>					<p>◆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</p>	<p>◆漁協による系統出荷の拡大</p> <p>◆生産者に有利な販売体制の実現</p>
<p>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</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>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</p> </div>						

※改革のための6つの基本方向

- 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 足跡を強め、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

# 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進 (3) 中期テーマの共同研究を加速する支援制度の創設	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産業や資本の集積が少なく、中小企業が多い本県では、自社で十分に研究員や研究費を持ち、時間をかけて製品の技術的な開発を進めることができる企業は多くない</li> <li>◆そのため、こうした本県の弱みを補うため、日常的に産学官が連携する場が求められている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産学官連携共同研究や産業人材の育成などを進めるため産学官連携会議が設立された</li> <li>・中期テーマ研究開発事業(産学官連携産業創出研究推進事業)の実施により具体的な共同研究が開始された</li> <li>◆産学官連携による共同研究等の基盤が整備され、新たな取組が開始された</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産学官連携会議による共同研究の創出</li> <li>◆産学官連携推進チーム等によるコーディネート機能の強化</li> <li>◆中期テーマ研究開発事業の進捗管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産学官連携による新産業の創出</li> <li>○産学官連携会議を開催し、情報を共有するとともに共同研究を推進</li> <li>◎産学官連携会議分野別テーマ部会の活動による新たな共同研究の推進</li> <li>◎中期テーマ研究開発事業による共同研究の支援による新たな事業化の推進</li> <li>◎機能性食品や医療・介護関連機器の研究開発や事業化を目指す企業への専門家の派遣</li> </ul>			○	○			
3. 産学官連携による本県産業を担う人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆永国寺キャンパスを社会貢献する「知の拠点」と位置づけ、その機能を果たすための整備について検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆「県立大学改革にかかる永国寺キャンパス検討会」の提言をとりまとめ</li> <li>◆県と関係する3大学による「永国寺キャンパス整備等検討チーム会」を発足</li> <li>◆永国寺キャンパスに関する基本方針をとりまとめ</li> <li>◆永国寺キャンパス整備にかかる基本設計及び実施設計をとりまとめ</li> <li>・教育研究棟建築主体等工事着手</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆永国寺キャンパス整備の計画的な推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆○永国寺キャンパスを整備し、産業振興に資する人材育成や社会人教育等の充実を図る</li> </ul>			○		○		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・県、県内の高等教育機関、経済団体等による「(仮称)産学官民連携センター設置検討協議会」設置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産学官民の連携体制の構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆★(仮称)産学官民連携センターに必要な機能や体制等の具体化についての協議</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年後)
<p>産学官連携会議の開催</p> <p>県新産業推進課:産学官連携会議を開催し、県内の産学官連携に関する情報を共有し、関連事業の相互連携とレベルアップを図る</p> <p>産学官連携会議分野別テーマ部会の活動</p> <p>県新産業推進課:分野別テーマ部会(新エネルギー、防災、食品)の活動により、産学官共同研究テーマを掘り起こし、共同研究を推進する</p> <p>中期テーマ研究開発事業(産学官連携産業創出研究推進事業)の推進</p> <p>県新産業推進課:中期テーマ研究開発事業により産学官共同研究が推進され、新たな事業化が図られる</p>					<p>◆産学官連携の取組が広がり、新エネルギーや防災関連などの共同研究成果が複数生まれ、事業化が始まっている</p> <p>◆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</p>	<p>◆産学官連携の取組が根付き、日常的な共同研究のなかから、産業振興につながる研究成果が継続的に生み出されている</p> <p>◆産学官間連携による研究成果を基にした事業の中から、科学技術を活用した事業モデルとなる成功例が生まれ、県内の雇用拡大にも貢献している</p>
<p>医療関連分野専門家の派遣</p> <p>県新産業推進課:専門家の派遣や薬事法に関する勉強会などを開催し、新たな分野での産業創出を図る</p>						
<p>新事業創出支援チームの活動</p> <p>県新産業推進課:中期テーマ研究開発事業の成果の事業化に向けた取り組みの推進</p>					<p>◆工科大の社会科学系学部の開設、県立大の文化学部の拡充、一層充実した社会人教育の実施</p>	<p>◆永国寺キャンパスが整備され、県の産業振興に貢献する人材を育成</p>
<p>永国寺キャンパスの整備</p> <p>県私学・大学支援課:永国寺キャンパス整備の推進(基本設計、実施設計、建築工事等) 各大学:各大学で行う教育内容等の具体化、単独又は連携して行う社会人教育の充実</p> <p>各大学:新キャンパスの利用開始(既存部分の整備は継続) 一層充実した社会人教育等の実施</p>						
<p>(仮称)産学官民連携センターの設置検討及び準備</p> <p>県文化推進課:関係機関との調整 各大学等:各機関の取り組み等をふまえた協議への参加 経済団体等:活用方法等ニーズをふまえた協議への参加</p> <p>(仮称)産学官民連携センター開設</p> <p>県文化推進課:PDCAを回しながら発展</p>					<p>◆産学官民連携の仕組みの構築</p>	<p>◆産業人材の育成や、高等教育機関との連携プロジェクトの実施等産学官民連携の推進による県勢浮揚</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
3. 産学官連携による本県産業を担う人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産業人材の育成は、産業界、高等教育機関、行政がそれぞれ独自に行っており、体系化されていない</li> <li>◆事業者等のモチベーションやビジネス基礎力が不足</li> <li>◆どのような研修を受講すればよいか、何を目標にすればよいかわからないとの声がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・連携テーマの一つに「人材の育成・確保」を掲げ各種人材育成事業を実施</li> <li>・産学官連携会議において、プログラム作成について議論を実施</li> <li>◆基礎から実践まで一貫したビジネス研修「土佐まるごとビジネスアカデミー」の実施や異業種の交流等により、受講生の成果の兆しが見えつつある</li> </ul> <p>(受講者数) H24年度:延べ1,672名 H25年度(2月末時点):延べ1,609名</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆研修受講後のフォローアップやネットワーク化が必要</li> <li>◆さらなる受講生の掘り起こしが必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆★産学官連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」の実施</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p>P246.247 別図(人1、2)参照</p> </div> <p>○商品やビジネスプランづくりを通じた産業人材の育成 ～目指せ！弥太郎商人(あきんど)塾～</p>		○					○
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆豊富な農産物を生産する地域でありながら、生鮮出荷に依存し、食品加工業の生産額が低い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・寄附講座の開設(H25～26)、人材育成プログラムとの連携</li> <li>◆土佐FBCと土佐まるごとビジネスアカデミーの受講生の相互乗り入れを行った</li> </ul> <p>(土佐FBC終了者数) H20～24:151名 H25年度:39名</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆遠隔地におけるさらなる受講生の掘り起こしが必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆○高知大学と連携し、今後の地域における食料産業を支える中核人材を養成する事業を実施(土佐フードビジネスクイーター(FBC)人材創出事業)</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					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)	
<p>産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー」の実施</p> <p>産業界: 受講しやすい環境づくり、実践事例の紹介、産学官連携会議への参画 県内高等教育機関(高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知高等等): 研修(教育)内容の検討、研修講師、産学官連携会議への参画 県: プログラム運営、全体調整、産学官連携会議への参画</p>					<p>◆ビジネスの基礎を習得した人材の育成</p> <p>◆応用・実践編受講者の内7割以上が、商品開発や販路開拓などの新たな事業展開につながる</p>	<p>◆地域産業の担い手を育成</p>	
<p>県計画推進課: 県立大学改革との運動の検討</p> <p>県計画推進課: 土佐MBA相談員の配置による受講生へのフォローアップ体制の強化</p>							
<p>目指せ! 弥太郎 商人塾の開催</p> <p>事業者: 研修を受講し、ビジネスの基礎力から応用力まで習得 関係団体、市町村、地域支援企画員等: 事業者とともに受講し、ビジネスの基礎力を習得 県計画推進課: 上記研修を主催 高知大学、高知工科大学: 上記研修の講師を派遣</p>					<p>◆食品産業の中核人材を3年間で129名輩出</p>	<p>◆地域産業の担い手を育成</p>	
<p>土佐FBC実施</p> <p>高知大学: 全体運営 県(工業技術センター): 土佐FBC人材創出事業への支援(講師の派遣等) 県(計画推進課): 人材育成プログラムとの連携に</p> <p>土佐FBC II の実施</p> <p>高知大学: 全体運営 県(工業技術センター): 土佐FBC人材創出事業への支援(講師の派遣等) 県(計画推進課): 寄附講座の開設(H25~26)、人材育成プログラムとの連携</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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



# I 産業間の連携戦略

## 4 中山間の暮らしを支える 産業づくり

# 中山間の暮らしを支える産業づくり

## 課題

- ・農林水産業の一次産品の価格低迷による所得減少
- ・就業者の高齢化、後継者の減少
- ・公共事業の減少に伴う建設業の衰退
- ・地理的な条件等による企業進出やビジネス展開の困難性



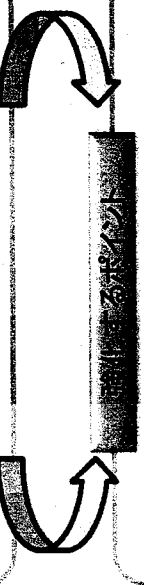
地域活力の低下、農山村・漁村の伝統文化、景観の喪失

## 人口減少に拍車

(H22国勢調査…中山間地域の人口減少 前回比△7.3%)



## 中山間地域の衰退（集落の消滅の恐れ）



- **基幹産業として第一次産業の強化**
  - ・生産、流通・販売体制の一体的な強化
  - ・本県独自のブランド化の確立
  - ・6次産業化の取り組みの推進
  - ・後継者や担い手の確保・育成

- **新たな担い手の参画促進**
  - ・地域の潜在能力の引き出し
  - ・地域資源の活用促進
  - ・外部からの人材の確保

- **新たな分野へのチャレンジ**
  - ・新エネルギーへの取り組み強化
  - ・地域の強みを生かしたビジネス展開の推進



## 地域での産業づくりの拡大

## 生活の質

## 1. 中山間地域の基幹産業としての「第一次産業」の振興

- ◆ **農業の振興**
  - 農地の維持・管理 ○人材(担い手)の確保・育成
  - 農地の高齢化の推進 ○6次産業化の取り組みによる拠点ビジネス化
  - 集落営農の推進 ○生産力の向上、流通・販売の強化 ○品目別総合戦略
- ◆ **林業の振興**
  - 原木生産の拡大 ○加工体制の強化 ○流通・販売体制の確立
  - 木質バイオマスの利用拡大 ○森のものの活用 ○健全な森づくり
- ◆ **水産業の振興**
  - 漁業生産量の確保 ○水産物の販売力の強化と魚価の向上
  - 養殖業の振興 ○水産加工の振興 ○漁業費用の削減
  - 人材(担い手)の確保・育成

## 2. 建設業などの新事業展開、新分野進出

- ◆ **建設業の新分野進出**
  - 現場勉強会の拡充や実態調査の実施等による情報提供の充実
  - 専門家派遣ネットワーク構築等によるフォローアップ強化

## 3. 中山間地域の生活を守るための定住した所得の確保

- ◆ **小さなビジネスの推進**
  - 地域活性化、コミュニティビジネスの促進
- ◆ **地域拠点ビジネスの推進**
  - 拠点ビジネスの強化、普及の推進

## 4. 地域特色を生かした新たなビジネスの創出

- ◆ **新エネルギーの利用拡大**
  - 木質バイオマスのエネルギー利用の推進

## 目指す方向

若者等が定住できる雇用場のづくり

地域住民の所得の確保・向上

## 中山間地域の暮らしを支える産業の振興・活性化

## 産業成長戦略の概要（中山間の暮らしを支える産業づくり）

本県の県土の92%を占める中山間地域は、豊かな山や川、海の資源に恵まれ、気候を生かした農作物や木材の供給など、数々の産業を担うとともに、それぞれの地域で伝統的に受け継がれてきた様々な文化や風習があり、多くの人々が中山間地域で生まれ育ち、高知の「原風景」を守ってきました。

しかしながら、近年、この中山間地域の産業を取り巻く環境は厳しく、一次製品の価格低迷による所得の減少をはじめ、過疎化、高齢化による担い手不足や就労意欲の減退、さらには、公共事業の減少による建設業の衰退など、様々な課題が山積しています。

今後も、こうした状況が継続すれば、人口減少や高齢化に一層拍車がかかり、地域活力の低下や集落の消滅などを招き、貴重な農山村・漁村の伝統文化、芸能、さらには美しい景観までも喪失する恐れがあります。

こうしたことから、「中山間地域の生活を支える産業づくり」を、産業振興計画の連携テーマの一つに掲げ、関係する部局が互いに連携を図りながら、住み慣れた地域で引き続き暮らしていけるよう、「若者等が定住できる雇用の場づくり」と「地域住民の所得の確保・向上」を目指した取り組みを進めていきます。

具体的には、4つの政策の柱を据えて、中山間地域の産業づくりに取り組んでいきます。

まず、1つ目の柱は、「中山間地域の基幹産業としての第一次産業の振興」です。

農業分野では、生産から流通・販売まで一体となった取り組みの強化や環境保全型農業の推進により、本県農産物の高付加価値化を図るとともに、加工、グリーンツーリズムなど6次産業化の取り組みによる拠点ビジネスづくりを推進します。

林業分野では、生産性の向上や担い手育成などの増産体制づくりを通じた原木生産の拡大をはじめ、加工体制の強化や流通販売体制の確立、さらには木質バイオマスの利用拡大など、成熟した森林資源をダイナミックに活用した所得の向上と雇用の創出を目指します。

水産業では、中核的漁業者や新規就業者など人材の確保、育成を進めるとともに、小・中学生への食育活動などによる地産地消の推進や県産水産物の認知度向上と統一ブランドの構築等による地産外商の強化に取り組みます。また、漁村における水産加工業の振興や滞在型・体験型観光の推進等による雇用の場の確保に努めます。

次に、2つ目の柱である「建設業等の新事業展開、新分野進出」については、新分野アドバイザー等を通じた支援体制の充実を図るとともに、新分野進出に向けた説明会やセミナーの開催、成功事例等の情報提供を充実させることで、建設業者の新たなビジネス展開を支援していきます。

3つ目の柱である「中山間地域の生活を支えるための安定した所得の確保」に向けて、中山間地域の住民の皆様の日々の生活が少しでも改善され、豊かさが実感できるよう、各集落や集落営農組織、小グループが取り組む加工品づくりなど小規模なビジネスの発掘、育成を進めます。あわせて、そうした産品を地域の直販所や道の駅等で容易に販売できる仕組みづくりやネットワークづくりを推進し、地域で産業振興計画に取り組む実践者を県内全域に広げていきます。

4つ目の柱である「地域特性を生かした新たなビジネスの創出」に向け、本県の森林率や日照時間など全国トップクラスの自然資源を新エネルギーに有効活用していきます。特に、木質バイオマスについては、その集荷とエネルギー利用の体制づくりを進め、本格的な利用促進を図っていきます。

こうした4つの政策を効果的に推進するためには、それぞれの取り組みを支える人材の確保が大変重要になります。

このため、地域外から人材を呼び入れる移住促進の政策と連動させながら、中山間の暮らしを支える産業づくりを進めていきます。

# 戦略の柱【中山間の暮らしを支える産業づくり】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (・取組 ◆成果)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 小さなビジネスの推進		<p>◆中山間地域では、集落単位や地域のNPO、任意団体・グループなど、比較的小さな事業体が主体となっており、「生きがいづくり」や「元気づくり」、「地域貢献」などを目的に、限られたエリアで事業展開している「小さなビジネス」の事例が数多くみられる</p>	<p>・講座セミナーの実施</p> <p>・専門家、アドバイザーの派遣</p> <p>・生産基盤整備支援（ハード事業）</p> <p>◆各種人材育成の取組により、地域を支える人材育成が進みつつある</p> <p>・各地域における支援体制の構築（地域本部の設置等の体制強化）</p> <p>◆地域のニーズに応じたきめ細やかな支援ができるようになり、地域での取組の事例が増加した</p>	<p>◆人材育成が一定進み、ビジネスの芽がでてきているものがあるが、まだ多くのケースは緒についたばかりの取組であり、引き続きあと押しが必要である</p> <p>◆小さなビジネスの取組をさらに県全域に広げる必要がある</p>	<p>◆集落、小グループが取り組むコミュニティ・ビジネス等の発掘、育成</p> <p>◎スキルやノウハウの習得に向けた人材の育成とネットワークづくり</p> <p>◎商品づくりや仕組みづくりを円滑に進めていくための資金面での支援の充実</p> <p>◆集落活動センター等を核とした地域での生産、販売の仕組みや拠点づくりと関係機関とのネットワークの構築</p> <p>○情報提供や播種しによるバックアップ体制の充実</p> <p>◆集落営農組織等による6次産業化の推進</p> <p>○地域資源の発掘と活用</p>	○		○		○	○
2. 拠点ビジネスの推進		<p>◆本県の中山間地域では、全国に先行して、過疎化、高齢化が進行しており、集落機能の低下や、農地、山林の荒廃などの課題に直面。若年層の地域への定着を進めるための政策を進めることが不可欠になっている</p> <p>◆雇用の受け皿となっていた一次産業や建設業が衰退しており、これに代わる中山間地域での新たな雇用の受け皿づくりが急務となっている</p> <p>◆こうしたことから、「小さなビジネス」などを集約しながら、多角的なビジネスを展開する「拠点ビジネス」といった取組を推進していく必要がある</p>	<p>・産業振興推進総合支援事業費補助金の創設</p> <p>・産業振興アドバイザーの創設</p> <p>◆各種の講座や研修会の開催、補助金等による資金面での支援を通じ、組織における人材育成や、様々なビジネスのノウハウの蓄積、事業の拡大などが図られた</p> <p>◆地域への波及により新たに拠点ビジネスに取り組む市町村等も現出した</p>	<p>◆各地域において拠点ビジネスの展開が一定進んだものの、現段階では、すべての市町村での展開には至っておらず、引き続き進めていく必要がある</p>	<p>◆○多角経営を基本とする地域拠点ビジネスの推進</p>	○	○	○		○	○

P208.209  
別図(中山間1、2)参照

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>取組の育成・発掘</p> <p>県産業振興推進地域本部、産業振興推進部、市町村： ・連携を図りながら、取り組みを進める集落や小グループに対するきめ細やかな支援を展開 (研修会、セミナー開催、アドバイザー派遣、資金面での支援)</p>					<p>◆「集落活動センター」等を通じて小さなビジネスが芽生え、成功事例が生まれている(集落活動センターの整備4年間で30ヶ所程度)</p>	<p>◆「集落活動センター」等を通じて小さなビジネスが創出されている(集落活動センターの整備10年間で130ヶ所程度)</p>	
<p>生産・販売拠点づくりの推進</p> <p>産業振興推進地域本部、産業振興推進部、市町村： 各機関が有する情報の共有し、それぞれ地域や集落活動センターの課題に応じた支援策の検討 (各種支援事業の実施、先進事例の紹介、関係機関への橋渡しなど)</p>							
<p>集落営農組織等による6次産業化の推進</p> <p>集落：集落営農への合意形成と取組 市町村・農業者団体等： 集落営農の取り組みを進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成 産業振興センター： 集落営農を進める話し合いの場づくりと集落営農の組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催 県地域農業推進課： 集落営農をサポート・コーディネートできる人材を育成するための研修会の開催 集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催 集落営農・拠点ビジネス支援事業により、平場も含めて県内全域で集落営農の取り組みを支援 更にステップアップして、所得の確保できる組織(野菜の導入、農産加工・グリーン・ツーリズムなどの新たな取り組みを含めた経営の多角化→こうち型集落営農)への支援</p>					<p>◆「こうち型集落営農数」 H24.3 17組織 ↓ H28.3 32組織</p>	<p>◆「こうち型集落営農数」 100組織</p>	
<p>多角経営を基本とする地域拠点ビジネスの推進</p> <p>県：地域アクションプランに位置付け実行を支援 (プランごとに実行支援チームを設置し事業の進捗確認や支援を実施)、(庁内推進チーム会議を設置し、庁内で進捗状況や課題を共有) 県計画推進課：産業振興推進総合支援事業費補助金による支援 産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援(26年度まで) 産業振興アドバイザーによる支援</p>					<p>◆新たな拠点ビジネスの展開 4年間で3箇所</p>	<p>◆新たな拠点ビジネスの展開 10年間で10箇所</p>	

※改革のための6つの基本方向

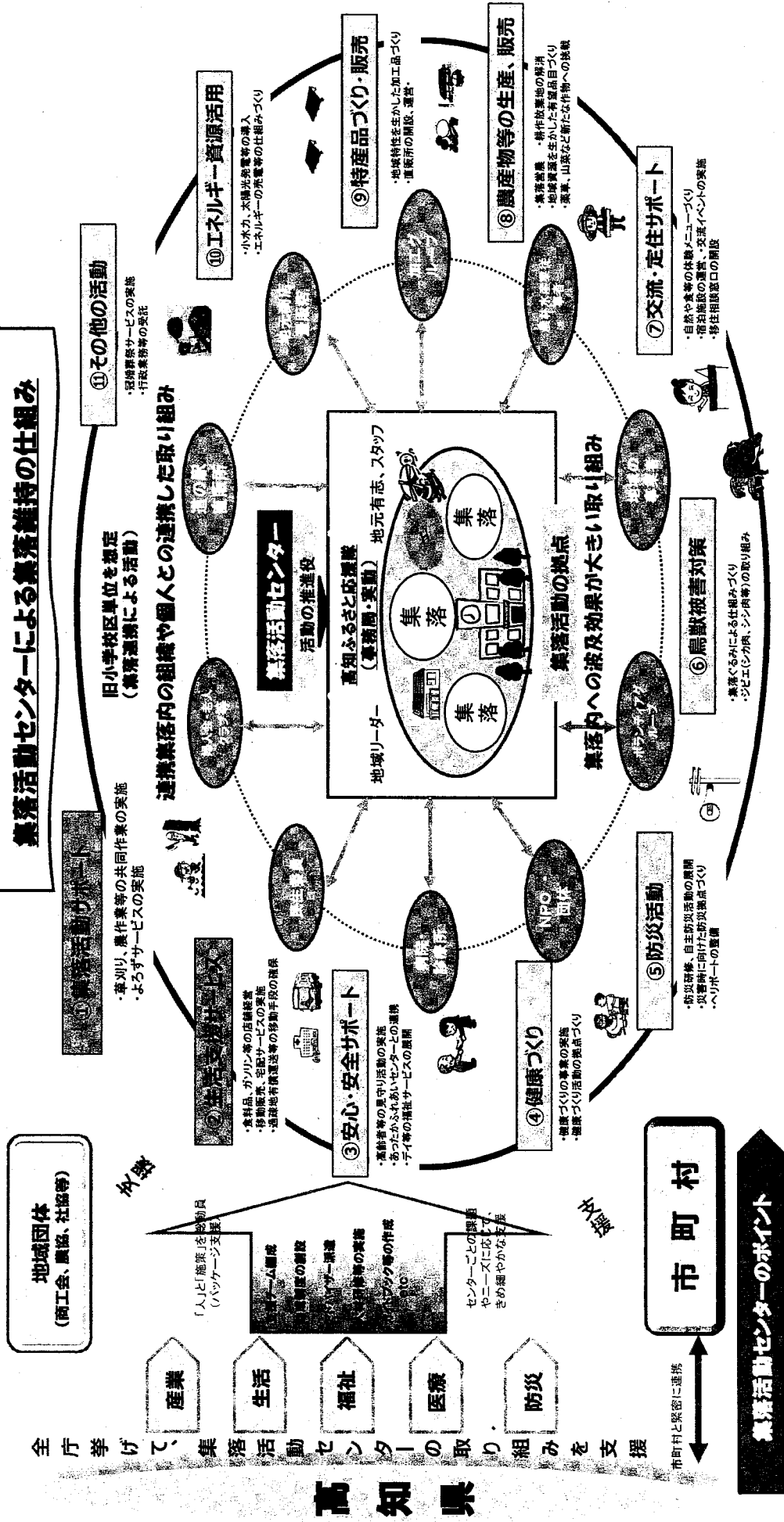
- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業界の連携を強化する
- 3 足腰を強め、地力を高める
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる
- 6 移住促進により、活力を高める

# 集落活動センターの取り組み概要

別図(中山間1)

皆さまのその一歩が  
集落の未来をかえる！

**集落活動センターとは**  
地域住民が主体となって、旧小学校や集会所等を拠点に、地域外の人材等を活用しながら、近隣の集落との連携を図り、生活、福祉、産業、防災などの活動について、それぞれの地域の課題やニーズに応じて総合的に地域ぐるみで取り組む仕組み



- ① 主役は、地域住民の皆さま  
主役である住民の皆様と市町村の一体となった取り組みを支援
- ② 活動は地域のオーダーメイド  
住民の皆さまの話し合いから生まれ、アイデアや提案を取り組みに繋げる仕組み
- ③ 皆さまの集まりやすい場所が活動の中心  
集会所や廃校となった施設など、住民の皆さまが自然と集い、語り合える場所が拠点
- ④ 様々な人材を活用  
住民の皆さまと一緒に取り組むリーダー、移住者など地域外の人材の導入
- ⑤ 集落の連携による取り組み  
近隣の集落が互いに連携し、助け合うことにより、今までできなかったことが可能になる取り組み

全庁挙げて、集落活動センターの取り組みを支援

## 高知県



# 高知のいるさと応援隊

地域に担い手を！！



## 平成23年度集落実態調査の結果から

- ▶ 中山間地域では、若者層や壮年層の地域外への流出により、集落活動や産業の担い手不足が深刻化  
⇒ コミュニティ機能維持できない、地域の支え合いや見守りができない、産業の衰退に拍車がかかるなどの課題を誘因
- ▶ 68.9%の集落が「Iターン移住者を受け入れたい」と回答するなど、外部からの人材の受け入れを希望

## 地域の活性化・担い手の確保のために

「地域内の人材の活用」に加えて、「地域外からの人材の導入」が必要

⇒ 地域住民の皆様とともに、新たな視点を持って、集落活動センターを拠点とした仕組みづくりをはじめとする

地域活動の推進役となる人材

- 活動内容
- ★ 集落活動センターの運営活動、設置に向けた準備活動
  - ★ 市町村が特定した産業づくり、地域おこしに関する支援活動  
特産品づくり・販売、観光・交流事業、地域交通の仕組みづくりなど
  - ★ 特定されない幅広い産業づくり、地域おこしに関する支援活動

## 高知ふるさと応援隊

\* 総務省「地域おこし協力隊」・「集落支援員」を含む

を導入



## 高知ふるさと応援隊・市町村に対する支援

～導入段階から活動段階、活動終了後までの総合支援を実施～

導入段階

- 財政支援(導入～活動段階を通じて)
  - ・ 集落活動センター推進事業費補助金による支援
  - 《対象経費》センター活動従事者等の人件費・活動経費
  - 《補助率》市町村事業費の2分の1以内 (上記★のみ)
  - 《補助上限額》隊員1人あたり1,000千円
  - 《対象期間》最長4年(準備期間1年+活動期間3年)
- 募集にかかわる支援
  - ・ 県外での募集説明会の開催
  - ・ 移住相談会や全国規模の支援団体等を通じた募集、PR等
- 応援隊の取り組み・支援策の情報発信
  - ・ 移住相談会等での情報発信
  - ・ 移住促進と連動したプロモーション活動等
- 県の中山間対策の取り組みの情報発信
  - ・ 高知県における集落活動センターやあったかふるあらいセンターの取り組みの全国的な発信

活動段階

- 財政支援(導入～活動段階を通じて)
- 応援隊の活動にかかわる支援
  - ・ 高知ふるさと応援隊を対象とした研修会、意見交換会等の開催
  - ・ 集落活動センター研修会の開催
  - ・ 全国規模の研修会、各分野の研修会等に関する情報提供等
- 定住準備にかかわる支援
  - ・ 移住・交流コンシェルジュなどによる定住に向けたフォローアップ
  - ・ 就業に向けたセミナー、研修会等に関する情報提供等
- 導入市町村等への支援
  - ・ 導入市町村等を対象とした研修会、意見交換会等の開催

活動終了後

- 農林水産業への就業支援
  - ・ 就業前の技術取得指導
  - ・ 就業支度や準備への支援等
- 起業、開業等に向けた支援
  - ・ 産業振興関連等の助成制度の紹介
  - ・ シェアオフィス等による起業等の支援等
- 生活基盤づくりへの支援
  - ・ 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
  - ・ 空き家バンクの登録情報の充実
  - ・ 移住者支援住宅の整備促進
  - ・ 「移住者交流会」など移住者間ネットワークの強化等





## **I 産業間の連携戦略**

### **5 産業人材の育成・確保**

# 産業人材の育成・確保

## 目指す方向

産業振興計画を推進し、本県産業を着実に振興していくためには、各々の地域で中核となり産業を支えていくことができる「人材」が重要  
 人材を増やす方策として

- I 人材を県内で育てる(育成戦略)    II 人材を外から持つてくる(獲得戦略)    III 人材を引き留める(流出防止戦略)
- 支援の内容    ⇒    i) 基礎的なもの、ii) 高度化・専門化したものを対象とするもの

### 1. 人材を県内で育てる

(1) 年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり

- ① 小学校、中学校、高等学校、大学における教育(P244)
- ② 県内企業の情報の提供、就職相談(P246)

基礎的なもの

### 2. 人材を外から持つてくる・人材を引き留める

(1) 産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり

- ① 移住促進(P242)
- ② 担い手支援(二次産業)(P202~240)
- ③ 人材バンク・就業相談(P244)
- ④ 県外大学等への県内就職に向けた情報提供(P244)

(2) 地域産業を創造、リードする人材育成

- ① 産業振興アドバイザー等の専門家派遣(P216)
- ② 「産業人材育成プログラム」に基づいた体系的な研修の実施(P218)  
 ⇒ 受講者が自らのニーズやレベルに応じて柔軟に受講できるような環境の整備

(2) 専門的なノウハウ、技術を持った  
 中核人材の県外からの確保

- ① 人材派遣関連事業の推進(P244)
- ② キャリア人材の誘致(P244)

高度化・専門化したものを  
 対象とするもの

高度化・専門化した産業人材

## 産業成長戦略の概要(産業人材の育成・確保)

本県産業を着実に振興していくためには、各々の産業分野や地域で中核となり産業を支えていくことができる人材が必要です。そのため、第1期産業振興計画に引き続き、産業成長戦略の連携テーマの一つに「産業人材の育成・確保」を掲げ、取組をさらに推進していきます。人材を増やす方策として、「1. 人材を県内で育てる」「2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める」の2つの戦略の柱ごとに、基礎的なものから高度化・専門化したものを対象とするものまで、体系的に支援内容を位置付け、取組を進めていきます。

### 1. 人材を県内で育てる

#### (1) 年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり

発達段階に応じたキャリア教育の一環として、小学校での職場見学や中学校における職場体験、高等学校での企業実習や企業見学、大学における企業インターンシップ等を実施することとしています。また、就職支援相談センター(ジョブカフェこうち)における職業相談や求人のある企業における職場体験といった取組を通じて、基礎人材づくりを行っていきます。

#### (2) 地域産業を創造、リードする人材育成

産業振興アドバイザー等の専門家による組織づくりや商品企画、生産、流通、販売に至るまでの指導及び助言を通じて、地域の産業づくりを支援します。また、全国一学びの機会が多い県を目指して、大学や産業団体等と協働して策定をしました「産業人材育成プログラム」に基づき、体系的な人材育成に取り組みます。また、身近な場所で受講できる仕組みを整えるため、講義のインターネット中継や講師を地域に派遣する出前講座を実施するとともに、新たな産業人材の掘り起こしにつながるようカリキュラムを充実します。併せて、受講者の学びのステップアップを促進したり、様々な支援施策に橋渡ししたりするために相談員を配置し、受講生へのフォローアップ体制を強化します。

### 2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める

#### (1) 産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり

第一次産業の担い手の確保として、農業においては、①PRや相談、技術を習得するための実践研修など就農希望者への支援、②農業担い手育成支援センター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、③農地やハウス確保など営農開始時の支援、④営農技術指導や経営面でのフォローアップなど、営農が軌道に乗り経営が安定するまでの段階に応じた支援を行います。林業においては、①森林所有者に対して計画的な施業を提案する「森林施業プランナー」の育成、②資質向上により森林の集約化とあわせた持続的な林業経営の促進、③効率的な生産システムを担える林業従事者の確保と技術力の向上に引き続き取り組んでいきます。水産業においては、①就業支援セミナーの開催や求人情報の提供等による就業希望者の確保、②養殖業も含めた漁業技術を習得するための研修や就業時の漁船や小割の購入に対する支援、③養殖技術や経営に関する専門知識を学ぶことができる養殖ビジネススクールを開設するほか、中長期的な視点での漁協の幹部役職員や若手職員の育成に取り組んでいきます。また、移住促進については、移住・交流コンシェルジュの配置等によるサポート体制の充実や、お試し滞在施設の整備に対する支援といった受入基盤の整備に加えて、アクティブな情報発信による都市部人材等誘致に取り組むなど、移住促進策を更にバージョンアップすることで、地域や産業の担い手の獲得に取り組めます。さらに、U・Iターン希望者と企業とのマッチングを進めるとともに、県外大学等へ進学した学生等への県内就職に向けた情報提供を通じ、本県へのU・Iターンを促進します。

#### (2) 専門的なノウハウ、技術を持った中核人材の県外からの確保

高知県U・Iターン人材情報システムによる求人・求職者情報の提供、高知県U・Iターン無料職業紹介所における無料職業紹介、県内外におけるU・Iターン就職相談会の実施等、U・Iターン関連事業を進めることで、専門的なノウハウや技術を持った中核人材の県外からの確保に努めます。また、地域が求める「人材」ニーズを発掘し、顕在化させるとともに、都市部等の人材にアクティブな情報発信をすることで、都市部の人材と地域とを結びつけます。

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 人材を県内で育てる (1)年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり  P246 別図(人1)参照		◆キャリア教育全体計画作成率(H22) 小学校 62.6% 中学校 67.2%	・学校支援訪問による指導・助言の実施 ・先進地域の取組事例紹介 ・キャリア教育連絡協議会の開催 ・小・中学校におけるキャリア教育に関する実態調査の実施 ◆発達段階に応じたキャリア教育全体計画を作成する学校が増加している ◆連絡協議会や学校への支援訪問を通じて、キャリア教育に対する理解が深まっている	◆キャリア教育全体計画及び年間指導計画の作成率上昇  ◆発達段階に応じたキャリア教育が実施されるため、キャリア教育への理解を一層深めるとともに、キャリア教育全体計画や年間指導計画の内容を充実していく必要がある	◆小中学校における発達段階に応じたキャリア教育の推進キャリア教育指針「高知のキャリア教育」に基づく取組  ◎キャリア教育全体計画及び年間指導計画の充実  ○先進地域の取組事例紹介  ○キャリア教育連絡協議会の開催  ◎小・中学校におけるキャリア教育に関する実態調査の実施  ★中学生用キャリア教育副読本の作成・配布及び活用の促進  ★推進地域でのキャリア教育の視点でとらえた授業実践研究成果の普及						○
		◆公立高等学校の就職内定率は、平成22年度卒業生では92.2%と過去10年間で最高となったが、86名が就職未定で卒業している厳しい状況がある  ◆新規卒就職者の早期離職率が高い  ◆中途退学者が増加傾向にある  ◆体験活動などの取組を充実させ、企業等で通用する社会性を育成する必要がある  ◆農業の担い手が不足している	・高校生スキルアップ講習会の開催 ◆ビジネスマナーや就職試験対策などを実施し、生徒の意識付けとなるとともに、その取組の継続を担う教員の指導力の向上にもつながった  ・インターンシップ推進事業の実施 ◆生徒が自らの学習内容や将来の進路等に関係した就業体験を行ったことで、勤労観・職業観の育成ができた  ・農林業体験インターンシップ事業の実施 ※アグリリサーチ・アグリサポート：農業高校や普通高校農業関連コース等の生徒を対象にしたインターンシップの実施 ※アグリウォッチング：普通科高校も含め、全生徒を対象にした農林業体験を実施 ◆農林業の学びの実態に応じたインターンシップを行うことで地域農業の理解や学校での学習の補完、学習意欲の向上が図れた  ・保護者対象進路講演会の開催  ◆企業から講師を招聘し保護者や生徒に講演することにより、家庭でのキャリア教育の重要性や厳しい社会情勢と就職状況について情報共有することにより、就職支援につながった	◆就職前の3年生に加え、1、2年生を対象に早期から取り組んできたが、系統的でより効果的な取組とするため、各学校で実施時期や内容を見直す必要がある  ◆各学校ではインターンシップの事前事後指導を行っているが、目的意識を持たせる取組が不十分なため成果につながっていないケースがある  ◆普通科高校でもインターンシップに取り組みは始めているが、まだまだ実施校が少ない  ◆アグリウォッチングは普通科高校も含めた全学校に案内しているが、参加者が少なく、農業への興味・関心が広がっていない  ◆専門高校のみならず、普通科高校への取組も進めてきたが、全体への広がりができていない  ◆進路講演会への保護者の参加が少ない	◆高等学校における発達段階に応じたキャリア教育の推進キャリア教育指針「高知のキャリア教育」に基づく取組  【基本的生活習慣の確立】  【学力向上】 ○高校生スキルアップ講習会の充実  【社会性の育成】 ★生徒のビジネスマナーや勤労観を学ぶ研修会の推進（進路決定生徒研修）  ★中途退学者の半減（中途退学者の多い10校を重点校として指定）  ○自己の学びに応じたインターンシップまたは企業見学の推進  ○アグリウォッチングの充実  ◎生徒・保護者・教員対象進路講演会の推進（キャリアサポート事業）						○

※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><b>小中学校におけるキャリア教育の推進</b></p> <p>県小中学校課:各小・中学校のキャリア教育全体計画作成と生き方指導に連なるキャリア教育の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>キャリア教育全体計画及び年間指導計画の充実</li> <li>キャリア教育連絡協議会において、モデルとなる地域や先進校の事例紹介やキャリア教育推進のための協議を行い、各学校におけるキャリア教育をさらに充実</li> <li>郷土出身の著名人や郷土を代表する産業や観光、自然等について学習し、郷土を愛する態度を育てるとともに自らの生き方について考えを深める中学生用キャリア教育副読本を作成し、県下の全中学生に配布</li> <li>各教科及び領域の授業等において活用</li> <li>推進地域でのキャリア教育の視点でとらえた授業実践研究成果の普及</li> </ul>					<p>◆各学校のキャリア教育全体計画が整備され、充実したキャリア教育の取組が実施される</p> <p>H22: 小学校62.6% (142/227校) 中学校67.2% (78/116校) ↓ H27: 小・中学校ともに100%</p>	<p>◆社会的・職業的自立に向けて必要な能力等を身に付けた生徒の育成</p>
<p><b>高校生スキルアップ講座の充実</b></p> <p>県高等学校課:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>進路実現に必要な学力、知識・技能、マナーを身に付けさせる(就職希望の多い学校)</li> <li>各学年に応じた体系的な取組としていく</li> </ul> <p>生徒のビジネスマナーや 勤労観を学ぶ研修会 (進路決定生徒研修)</p> <p>県高等学校課:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>進路決定者にビジネスマナーや労働法、諸リスクに対応する力を身に付けさせる</li> <li>就職決定者や進学者も含めた指導を行う</li> </ul> <p>中途退学者半減プラン (中途退学者の多い10校を重点校として指定)</p> <p>県高等学校課:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>心の教育アドバイザー等の専門家による支援強化(個々に応じたカウンセリング)</li> <li>多様な生徒に対する進路支援(チェックシートや学び直し、外部就労機関との連携強化)</li> </ul>					<p>◆各事業実施校の拡大</p> <p>・高校生スキルアップ講習会 H22:21/37校 →H27:30/36校</p> <p>・生徒のビジネスマナーや勤労観を学ぶ研修会 H27:36/36校</p> <p>・中途退学者数の減少(重点校) H24:137名 H27:指定校の中途退学者数を半減</p> <p>・インターンシップまたは企業見学 H22:20/37校 →H27:36/36校</p>	<p>◆社会的・職業的自立に向けて必要な能力等を身に付けた生徒の育成</p>
<p><b>自己の学びに応じたインターンシップまたは企業見学の推進</b></p> <p>県高等学校課:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>就業体験や職業人等へのインタビュー、対話を通して、進路実現のための職業観・勤労観を身に付けさせる</li> <li>自己の学びに応じた体験内容にするとともに、事前事後指導の充実を図る</li> <li>普通科高校へも拡大する</li> </ul>					<p>・農林業インターンシップ(アグリウォッチングの充実) H22:18/30名 →H27:30/30名(定員30名)</p>	
<p><b>アグリウォッチングの充実</b></p> <p>県高等学校課:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>これまでの1日の体験学習を、種まき、苗植え、収穫といったつながりのある内容とし、農業の本来の喜びを感じることで、農業への興味・関心を引く取組となるよう内容を工夫し、生徒の参加を増やす</li> </ul>					<p>・生徒・保護者・教員対象進路講演会 H22:9校/37校 →H27:36/36校</p>	
<p><b>生徒・保護者・教員対象進路講演会の推進</b></p> <p>県高等学校課:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>将来の就職につながるよう講演内容の充実を図るとともに、生徒・保護者・教員が進路情報を共有することで、生徒の進路実現を図る</li> <li>全生徒の保護者を対象とした講演会だけでなく、参加対象を学年、学科、進路別など小さな単位としたり、実施時期・時間帯を工夫したりすることなどにより、できるだけ多くの保護者が参加できるようにする。また、講演会を通して、学校での学びが実社会にどのようにつながっているかを認識させ、進路実現のための職業観・勤労観を身に付けさせる</li> </ul>					<p>・離職率(1年目)の減少 H22年3月卒業生27.5%(高知県) 20.7%(全国) ↓ H27:全国水準にする</p>	

- ※改革の方向
- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
  - 2 産業間連携の強化
  - 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【産業人材の育成・確保】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 人材を県内で育てる (1)年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり		◆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%	◆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 (H25.3月末時点)	◆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						○
		◆望ましい職業観を持った人材育成のために、大学生の企業等でのインターンシップを実施	◆工科大は2年次、県立大は3年次からの選択科目とし、オリエンテーション等を行い学生の参加を促進  ◆インターンシップ実績 県大114名 工科大411名 (H26.3月時点)	◆実施率の向上と受入先の拡大	◆○インターンシップを継続・強化し、学生のキャリア形成を支援【大学】			○	○		○
		◆就業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) ・就業者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%	◆ジョブカフェのうちのごと体験枠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職支援  ◆利用者の就業者数は目標を上回る結果となっている  ◆H21年4月ジョブカフェ幅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  ◆幅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「ジョブカフェこうち」による若年者の就職促進  ○しごと体験受講による就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  ○幅多サテライトの機能の強化を図る  ◎利用者のニーズをとらえたセミナーを開催する						
(2)地域産業を創造、リードする人材育成		◆県内では、地域の集落単位や任意団体・グループ、NPOなど、比較的小さな事業体が主体となっており、「地域活性化」を目的に事業展開している「小さなビジネス」が数多くみられる  ◆ビジネスのノウハウや知識を身につける機会に恵まれず、満足のない販売促進、情報発信、PR活動等が出来ないため、販路拡大につなげることが難しい	◆産業振興アドバイザー制度の実施  ◆事業者のニーズに応じたアドバイザーの派遣を行い、新たな商品の開発、販路開拓、事業者メンバー内の意識共有等につながった	◆多くの事例が、趣味、生きがい、ボランティアなどの意識を脱していないため、ビジネス意識を持つことが必要  ◆事業者自身が認識している課題が、事業の本質的な課題と一致していない場合が多い	◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣  ○産業振興アドバイザー	○	○	○	○	○	

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業



第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>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>◆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>	
<p>インターンシップの実施</p> <p>高知工科大学、高知県立大学 学生が企業等で就労体験をすることにより、働くことへのイメージを培い、望ましい職業観を持った人材の育成につなげる</p>					<p>◆望ましい職業観を持った人材の輩出</p>		
<p>ジョブカフェこ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>◆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>	
<p>産業振興アドバイザーの派遣</p> <p>事業者: 課題やニーズに対応したノウハウの習得、事業を進めていく上で解決すべき課題の認識 県計画推進課: アドバイザー制度の周知と運用、各事業の本質的な課題を明らかにする仕組み作り 地域本部: 事業者の課題の発掘、フォローアップ</p>					<p>◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる</p> <p>◆商品開発や販路開拓などの新たな事業展開に対してアドバイザーを導入した事業者のうち6割以上に効果が現れる</p>	<p>◆県内の各地域の事業者等に利益アップや所得向上をもたらす</p> <p>◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されるとともに、これらの強みを活かした産業間連携が新たに進んでいる(若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持)</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
1. 人材を県内で育てる (2) 地域産業を創造、リードする人材育成		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産業人材の育成は、産業界、高等教育機関、行政がそれぞれ独自に行っており、体系化されていない</li> <li>◆事業者等のモチベーションやビジネス基礎力が不足</li> <li>◆どのような研修を受講すればよいか、何を目標にすればよいかわからないとの声がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・連携テーマの一つに「人材の育成・確保」を掲げ各種人材育成事業を実施</li> <li>・産学官連携会議において、プログラム作成について議論を実施</li> <li>◆基礎から実践まで一貫したビジネス研修「土佐まるごとビジネスアカデミー」の実施や異業種の交流等により、受講生の成果の兆しが見えつつある (受講者数) H24年度: 延べ1,672名 H25年度(2月末時点): 延べ1,609名</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆研修受講後のフォローアップやネットワーク化が必要</li> <li>◆さらなる受講生の掘り起こしが必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆★産学官連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」の実施</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p>P246,247 別図(人2,3)参照</p> </div> <p>○商品やビジネスプランづくりを通じた産業人材の育成 ～目指せ! 弥太郎 商人(あきんど)塾～</p>	○				○		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地域の産業を継続的に底上げしていくためには、県と市町村の職員がベクトルを合わせ、産業振興の課題解決に取り組むことが重要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の産業振興に向けた取組への支援に欠かせない知識やスキル、マインドを身につける研修カリキュラムの検討</li> <li>◆県と市町村の職員がともに学び合う研修「土佐まるごと立志塾」を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地域の取り組みや課題解決のためのスキルアップに繋がる講義内容の充実</li> <li>◆交流を促進する研修スケジュールの設定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆★県と市町村の職員がともに学び合う研修「土佐まるごと立志塾」を実施</li> </ul>						○	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆首都圏をはじめとする大消費地への県産品や観光等の情報発信力が弱く、売込みが十分できていない</li> </ul> <p>(首都圏の既存アンテナショップの現状)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・郊外型の立地で、規模が小さいため消費者情報の生産者へのフィードバック機能や情報発信力が十分でない(再掲)</li> <li>・他の小売業者や飲食業者へ売り込んでいく卸売機能がない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各企業のステージに応じた、きめ細やかな海外展開(ビジネスマッチング)へのサポートと体制強化による強力なセールス活動の推進</li> <li>◆新たに貿易に取り組む企業が増加し、ビジネスに結び付く多様な販路を確保するとともに商談機会も拡大した</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆海外における高知県及び県産品の認知度が低い</li> <li>◆海外展開に対する県内企業の知識や経験が十分でない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆◎貿易を担う人材育成の強化</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				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年後)
<p>産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー」の実施</p> <p>産業界: 受講しやすい環境づくり、実践事例の紹介、産学官連携会議への参画 県内高等教育機関(高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知高等専): 研修(教育)内容の検討、研修講師、産学官連携会議への参画</p> <p>県: プログラム運営、全体調整、産学官連携会議への参画</p>				<p>◆ビジネスの基礎を習得した人材の育成</p> <p>◆地域産業の担い手を育成</p>		
<p>県計画推進課: 県立大学改革との運動の検討</p>						
<p>県計画推進課: 土佐MBA相談員の配置による受講生へのフォローアップ体制の強化</p>						
<p>目指せ! 弥太郎 商人塾の開催</p> <p>事業者: 研修を受講し、ビジネスの基礎力から応用力まで習得 関係団体、市町村、地域支援企画員等: 事業者とともに受講し、ビジネスの基礎力を習得 県計画推進課: 上記研修を主催 高知大学、高知工科大学: 上記研修の講師を派遣</p>						
<p>土佐まるごと立志塾の開催</p> <p>市町村職員、地域支援企画員等: 産業振興に向けた取組への支援に欠かせない知識やスキル、マインドを習得 県計画推進課: 上記研修を主催 こうち人づくり広域連合: 上記研修を共催 高知大学、関係団体、民間企業等: 上記研修の講師を派遣</p>				<p>◆地域の産業振興のためのノウハウと志を持った人材の育成</p> <p>◆受講者が研修を通じて作成した政策提案の内3割以上が、各地域の取組につながる</p> <p>◆地域産業の支援人材を育成</p>		
<p>貿易を担う人材育成の強化</p> <p>県内事業者: 研修への積極的な参加 県地産地消・外商課: 各種セミナーや人材育成プログラム等に基づいた研修の実施</p>				<p>◆貿易に継続的に取組む事業者(食品関係)が倍増している食料品輸出事業者</p> <p>(H23) 25社 →(H27) 50社</p> <p>輸出額 (H23) 約1億円 →(H27) 3億円</p> <p>◆豊富なノウハウと人材を活用して多くの県内企業が貿易に積極的・継続的に取り組んでいる</p>		

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
1. 人材を県内で育てる (2) 地域産業を創造、 リードする人材育成		<p>◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている</p> <p>◆農村の起業活動は着実に増加しているが零細な経営が中心</p>	<p>各農業振興センターに6次産業化の取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施</p> <p>・農業創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画、事業計画書の策定支援 H24 9グループ27名 H25 〔入門コース〕 8グループ28名 〔応用・実践コース〕 7グループ21名</p> <p>・6次産業化に取り組む事業者への支援体制の整備</p> <p>・県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施</p> <p>・起業支援型地域雇用創出事業による6次産業化に取り組む事業者の支援</p> <p>◆意欲ある地域や団体の農産物の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で地域資源の活用や加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた</p>	<p>◆農業者等の商品開発や販売力の向上</p> <p>◆6次産業化に取り組む事業者の育成</p> <p>◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化</p>	<p>◆6次産業化をリードする人材育成</p> <p>○魅力ある商品づくりを通じた企画・提案・実行していくための技術力習得支援</p> <p>★6次産業化に取り組む事業者の育成</p>						○	

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>6次産業化をリードする人材育成</p> <p>農業者等 : 農業創造セミナー等への参加 により、企画・提案・実践力とビジネスに必要な知識・技術を習得                      農業振興センター、地域支援企画員 : 意欲ある人材発掘、地域課題の掘り起こし、企画提案実現への支援、フォローアップ                      県地域農業推進課 : 農業創造セミナーの実施、アドバイザーの派遣等による支援、フォローアップ</p>					<p>◆自ら考え企画・販売できる農業者の育成</p> <p>(6次産業化に取り組む組織数増加)</p>	<p>◆6次産業の担い手としての自立</p>	
<p>6次産業化に取り組む事業者の育成</p> <p>事業者等 : 生産拡大、商品開発、新たな販売方式の導入や販路拡大                      農業振興センター・地域支援企画員 : 事業者の発掘、ニーズや段階に応じた支援                      県関係課 : 関係機関との連携・情報共有、6次産業化プランナーの派遣等によるニーズや段階に応じた支援・フォローアップ、支援体制の整備</p>							<p>◆6次産業化に取り組む事業者数の増加</p>

- ※改革のための6つの基本方向
- 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

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 人材を県内で育てる (2) 地域産業を創造、 リードする人材育成		◆地域の観光振興に関する取組をさらに継続・発展させ、足腰の強い産業として根付かせるためには、その担い手となる人材を幅広く育成することが求められている	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光ガイド連絡協議会を通じた観光ガイドの育成やガイド間の連携への支援</li> <li>◆観光ガイド連絡協議会による研修会等の開催により、ガイドのレベルアップや連携意識が高まったうえ、独自の取り組みにも繋がった</li> <li>◆観光アドバイザーによるまち歩き観光や体験プログラムの磨き上げ</li> <li>◆体験型観光の磨き上げが進むとともに、観光ガイドや体験インストラクターのコミュニケーション能力の向上などが図られた</li> <li>◆観光人材育成塾による各地域における観光の担い手の育成</li> <li>◆各地域において、観光商品づくりやセールス活動のノウハウを学び、広域の活動を支える地域リーダーの育成が進んだ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光産業を地域で伸ばしていく人材が不足している</li> <li>◆観光客の満足度をより高めるための、質の高い観光ガイドの育成が必要</li> <li>◆地域において、魅力的な観光商品づくりを行う人材の継続的な育成が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光産業を担う人材の育成</li> <li>★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成</li> </ul>	○					○
						◆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	○					○
		◆企業の経営環境が厳しい状況にあることから、ものづくり分野では、自社や関係団体内部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	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆技術研修開催</li> <li>◆企業、団体からの要望に沿った研修を実施することで当初計画以上の参加が得られた また、目標とした溶接関係の合格率も向上した</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆若手から中堅までそれぞれの技術レベルに応じたカリキュラムの設定</li> <li>◆研修終了後の受講者へのフォローアップなどきめ細かい対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆工業技術センター等が行う技術研修</li> <li>◎人材育成事業(工業技術センター)</li> <li>◎人材育成事業(紙産業技術センター)</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					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)	
<p>観光人材育成塾を通じた担い手の育成</p> <p>地域の事業者:観光人材育成塾への参加 (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催</p>					<p>◆観光産業を担う人材が育成される</p> <p>◆人材育成塾の参加者 200名</p> <p>◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとガイドメニューの充実が図られる</p>	<p>◆地域で観光をビジネスとする人材が根付くことで地域が活性化される</p> <p>◆各地域に体験型観光を推進する人材(リーダー)が活動している</p>	
<p>地域観光課:県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査</p> <p>地域観光推進の取組支援 (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:自立的な地域観光を検討し、推進していく取組への支援(H26からは、地域リーダーが参画)</p>							
<p>地域観光推進における課題解決への支援</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援</p>							
<p>観光ガイドの育成、充実</p> <p>観光ガイド団体:研修会等の開催、有料ガイドへの移行 観光ガイド連絡協議会:県内ガイド団体のガイド技術の向上や情報共有等を行う協議会の運営 県地域観光課:県内ガイド団体等への観光アドバイザーの派遣 県おもてなし課:観光ガイド団体の育成支援とレベルアップ、ネットワークの推進</p>							
<p>観光事業者等へのおもてなし研修の実施</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会:観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接客、マナー、国際観光受入等の接客研修を実施 県おもてなし課:観光業界の従業員等を対象とした外国人観光客の受入態勢の向上を図る研修会の実施</p>							
<p>社会教育等での学習機会の確保</p> <p>市町村等、県関係課:地域の自然、暮らし、文化などを活用した体験型観光のメニューづくり、県立施設等での郷土出身の著名人や産業・自然等を学習する機会の確保</p>							
<p>機械・金属・電子、化学、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成</p> <p>県工業技術センター: ・専門的技術研修の実施 ・食品加工特別技術支援員の配置 ・機械金属加工特別技術支援員の配置 ・資源利用加工特別技術支援員の配置 ・技術指導アドバイザーの派遣 ・土佐FBC人材創出事業への支援(講師の派遣等)</p> <p>県紙産業技術センター: ・不織布分野の新たな試験製造装置や機能紙技術向上のため導入した試験装置等を活用し、新たな技術に対応できる人材を育成</p>					<p>◆技術レベルに応じた能力向上と資格取得率アップ</p> <p>技術研修 1,600人 (H24~H27)</p> <p>紙産業技術初任者研修会 延べ145人 (H24~H27)</p> <p>技術指導アドバイザーの派遣 10社25回派遣 (H24~H27)</p>	<p>◆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>	

※改革のための6つの基本方向

- 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、地方を富める
- 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

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 人材を県内で育てる (2) 地域産業を創造、リードする人材育成		◆消費地の求める生産管理はますます高度化している	◆県内食品関連企業の生産管理高度化を支援	◆参加者のニーズに応じた研修の構築が必要	◆◎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	○			○	○	
		◆食品表示関連法が頻繁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)	◆生産管理高度化研修により、基礎知識の習得に繋がった	◆事業者の主体的な取り組みを推進するためには、高知県食品企業をリードする中核的な人材及び企業を担う人材の育成が必要	◆◎外商の拡大に向けた表示適正化の徹底	○			○	○	
		◆食品表示関連法が頻繁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)	◆個別調査と改善提案により、管理体制が改善された	◆表示に関する相談件数も多く推移しており、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	◆○外商の拡大に向けた表示適正化の徹底	○			○	○	
		◆高知県は豊かな自然を守るため、環境への負荷を可能な限り低減した「環境保全型農業」に積極的に取り組み、国内のトップランナーの地位確立を目標として普及を推進している	◆友好園芸農業協定の締結	◆受けた刺激が一過性のものに終わることなく、継続した取組につなげるための工夫や仕組みが必要	◆派遣研修の継続			○		○	
		◆オランダ王国の施設園芸は輸出産業として発展し、農業や化学肥料等の環境への負荷を極力抑える多くの技術で世界のトップを走る国として認知されている。そこで、オランダの施設園芸の中心であるウェストラント市と友好園芸農業協定を締結し、情報や技術の導入を通じて、本県の環境保全型農業の推進を加速化する	◆技術交流訪問団の派遣	◆オランダとの交流をより多くの県民に紹介するための工夫が必要	○技術交流訪問団						
			◆技術交流訪問団の参加者(農大生を除く) 21年度～25年度のべ150名	◆新施設園芸システムの各産地への速やかな普及につながる効果的な交流活動が必要	○学生交流						
			◆オランダとの交流で得た知識、人脈、刺激等が、本県の環境保全型農業の拡大や環境制御技術などの先進導入の動機づけとして有効に働いた		★民間交流への支援						
			◆学生交流の実施		◆★成果報告や情報交換の場となる技術交流セミナーの定期的な開催						
			◆研究員長期研修の実施		◆◎こうち新施設園芸システムの早期確立のためのオランダ企業とのパートナーシップを構築						
			◆農大生の短期訪問 21年度～25年度 計35名		★オランダ技術アドバイザーの招聘						
			◆農大生の留学研修 22年度2名(1か月) 23年度1名(2週間) 24年度2名(1か月) 25年度2名(3週間)								
			◆レンティス校から受入 24年度3名(3週間)								
			◆研究員長期研修 23年度2名(3か月) 24年度2名(3か月)								
			◆オランダからの技術アドバイザー招聘 25年度2回								
			◆学生や研究員の資質が向上するとともに、オランダとの連携が強化された質が向上するとともに、オランダとの連携が強化された								

※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>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 県地産地消・外商課: 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>◆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>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>◆交流事業</p> <p>年間事業開催数 訪問団 1回 技術交流セミナー 2回</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>					<p>◆新技術の普及</p> <p>・環境保全型農業を基盤としたこうち新施設園芸システムの普及拡大</p> <p>・オランダ型ハウス団地など、大規模な企業的経営の展開</p>	
<p>先進的園芸農業に関する情報収集やビジネス展開のための交流支援、オランダ交流セミナーの開催</p> <p>生産者、事業者: 技術交流への参加と交流で得た知識や情報の活用、交流セミナーへの情報提供 農業団体: 技術交流への参加・協力、生産者の支援 県環境農業推進課: 交流事業のコーディネート、交流セミナーの運営、情報の集積と発信</p>						
<p>国際感覚を持った後継者育成のための学生交流</p> <p>農大生: 留学研修への参加と研修で得た知識や情報の活用 県立農業大学校: 学生の支援、語学等留学に必要な基礎教育、オランダレンティス校からの留学生受入</p>						
<p>産地独自の訪問団による交流</p> <p>生産者: 技術交流活動への参加 JA土佐くろしお: 産地独自訪問団の企画、実施 県環境農業推進課: 交流事業のコーディネート</p>						
<p>こうち新施設園芸システムの早期完成のための研究員派遣研修</p> <p>県農業技術センター: 研究員の選定と長期研修への支援 県環境農業推進課: 長期研修のコーディネート</p>						
<p>こうち新施設園芸システムの早期確立のためのオランダ企業とのパートナーシップ</p> <p>県農業技術センター: オランダの技術者との共同技術開発 県環境農業推進課: パートナーシップ構築の支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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 定盤を強め、地力を高める
- 4 新たな産業づくりにも挑戦する
- 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【産業人材の育成・確保】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 人材を県内で育てる (2) 地域産業を創造、 リードする人材育成		◆森林資源は成熟しつつある	・提案型集約化施策を 実践できる森林施業プ ランナーの育成	◆森林経営計画の策定 と実行	◆森林経営計画の策定等に 向けた集約化の促進			○		○	
		◆森林の所有規模が小さく、 効率的計画的な生産活動が 停滞	◆プランナー研修を受講した 120名が、森の工場等の集約化 に向けて取組を始めた		○森林施業プランナーの 育成(増員、実践力の向上)						
					○計画策定に向けた合意 形成及び森林境界の明確化の 促進						
		◆高いマネジメント能力や 効率的な生産(伐採・搬出)シ ステムを駆使できるノウハウを 備えた林業事業者が少ない	・事業者に対するコスト管理の 勉強会などの専従チームによる 経営指導 ◆事業者の認識が高まった	◆新規参入事業者などに優良 事例の情報が十分に活用され ていない ◆経営者のマネジメント能力が 十分でなかった	◆事業者のマネジメント能力の 向上 ○建設業者等の新規参入と 定着を支援			○		○	
			・森林組合と建設業者等との ジョイントに向けた研修会や 勉強会の開催 ◆参入した建設事業者(H25:22 社)で技術力などの向上により 事業規模を拡大する事業者も 出てきた	◆事業者の中に核となる人材 が十分に育っていない ◆中期経営計画を立て、経営 改革の成果を出すためのPDCA サイクルの定着には、時間を要 し、研修など更なるサポートが 必要	◆森林組合の経営力強化 ○中期経営計画の策定や定着 のための研修の支援 ○森林組合の合併促進の支援			○		○	
			・経営者を対象としたマ ネジメント研修の実施 ◆経営者に森林施業プラン ナー等の育成への理解と必要 性が認識されるとともに、中 期経営計画策定組合では、組 織内での情報共有・協議が活 発化し、経営改革に向けて 行動する機運が高まってきた								
			・経営力強化のための森 林組合の合併促進の支援 ◆高橋3組合が合併								

※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>森林施業プランナーの育成</p> <p>事業体: 研修への派遣、職場での実践 森林組合連合会: 研修会の開催、育成指導 県森づくり推進課、木材増産推進課、林業事務所: 研修開催への支援、育成支援</p> <p>P389 別図(林2)参照</p>					◆森林経営計画の樹立 155千ha	◆森林経営計画の樹立 155千ha
<p>計画策定に向けた集約化の促進</p> <p>事業体: 森林の集約化に必要な合意形成、森林境界の明確化の促進 市町村: 森林所有者情報の提供等事業体への支援 県森づくり推進課: 森林の集約化に必要な合意形成、森林境界の明確化への支援</p>						
<p>森林整備事業への参入促進と定着への支援</p> <p>事業体: ジョイントへの協力、ジョイント先への技術指導 参入事業体: 林業事業体との協調、技術習得 県森づくり推進課、木材増産推進課: 事業体雇用者の技術習得の支援、建設機械から林業機械への改良、作業システム改善への支援</p> <p>P389 別図(林2)参照</p>					◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している	◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している
<p>中期経営計画策定と定着の支援</p> <p>森林組合: 中期経営計画の策定、ローリングの実施 森林組合連合会: 中期経営計画の策定、計画の実行や見直し手法(ローリング)の指導、実効性向上のためのフォローアップ(H24~)を実施 県森づくり推進課、木材増産推進課及び林業事務所: 森林組合連合会と連携して経営計画策定森林組合をサポート</p>						
<p>森林組合の合併支援</p> <p>森林組合: 合併に必要な業務を推進、事業経営計画の実施 森林組合連合会: 森林組合経営革新プランや合併モデルプランの作成により合併を支援 県森づくり推進課: 合併指導方針に基づき、各森林組合への指導、合併後の事業経営計画の実行支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
1. 人材を県内で育てる (2) 地域産業を創造、リードする人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 漁業者のみならず、漁協の役員数も、組織再編、経営合理化等により減少傾向にある</li> <li>◆ 経営状況が悪化している漁協が相当数あり、経営改善に取り組む必要がある</li> <li>◆ 産業振興計画に取り組む上で、漁業者や地域を支える漁協職員の役割は重要性を増している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 2ブロック(中・東部、西部)で階層別研修会(「役員・管理職員」「中堅・若手職員」)を開催</li> <li>◆ 研修参加者 H24: 延べ164人 H25: 延べ195人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 漁協のニーズに即した研修テーマの設定</li> <li>◆ 研修内容の周知及び研修への参加要請</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 漁協役職員の人材育成</li> <li>○ 中長期的な視点で幹部役員や若手職員を育成するため研修を継続</li> </ul>						○
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 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</li> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県立高等技術学校を中心とした公共職業訓練の実施</li> <li>(施設内訓練)</li> <li>◆ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(施設内訓練)</li> <li>◆ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 県立高等技術学校の機能の強化</li> <li>(施設内訓練)</li> <li>◎ 広報活動の強化</li> <li>○ 自己都合退校の防止に向けた訓練生の支援体制の強化</li> <li>◎ 就職率向上に向けた訓練生の支援体制の強化</li> <li>◎ 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</li> <li>○ 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</li> </ul>						○
		<ul style="list-style-type: none"> <li>(委託訓練)</li> <li>◆ 民間教育訓練施設を活用した公共職業訓練は、離転職者の早期就職につながっている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(委託訓練)</li> <li>◆ 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</li> <li>◆ 就職率の伸び悩み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 早期就職につながる訓練の実施</li> <li>◎ 介護分野の訓練の充実</li> <li>★ 企業に委託した訓練の実施</li> </ul>						○
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 企業が行う人材育成のための研修事業を支援</li> <li>◆ 集合型研修、講師派遣型研修とも企業の評価は高く、企業の求める人材育成につながっている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 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</li> <li>◆ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 在職者のキャリア形成支援</li> <li>○ 講師派遣研修の実施</li> <li>○ 研修における介護福祉分野の事業所枠の設定</li> </ul>						○
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高等技術学校における在職者訓練の実施</li> <li>◆ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 製造業では、企業内で技術や技能を身につけていく余力がない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 産業界のニーズに応じた在職者訓練の実施</li> <li>◎ 新入社員を対象とした訓練の実施</li> </ul>						○

※これからの対策の ★は新規事業 ◎は拡充事業 ○は継続事業

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)	
<p>漁協の将来を担う人づくり</p> <p>漁協：研修を受講することで、役職員の意識改革を進めるとともに、経営戦略を実行するためのスキルを習得する                      県水産政策課：ブロック別研修会の開催等により人材の育成を促進する                      短期：幹部役職員の育成                      中長期：若手を含め、自律的な人材育成の体制確立</p>					◆職務の一環として研修事業が定着するとともに、経営改善の中核となる役職員が育成される	◆若手・中堅職員の意識改革が進み、経営改善に向けた取り組みを継続できる仕組みが確立される	
<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%	◆就職率 H22:82.6% ↓ H27:90.0%	
<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</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)		

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
1. 人材を県内で育てる (2) 地域産業を創造、 リードする人材育成		◆永国寺キャンパスを社会貢献する「知の拠点」と位置づけ、その機能を果たすための整備について検討	◆「県立大学改革にかかる永国寺キャンパス検討会」の提言をとりまとめ	◆永国寺キャンパス整備の計画的な推進	◆永国寺キャンパスを整備し、産業振興に資する人材育成や社会人教育等の充実を図る			○		○		
			◆県と関係する3大学による「永国寺キャンパス整備等検討チーム会」を発足									
			◆永国寺キャンパスに関する基本方針をとりまとめ									
			◆永国寺キャンパス整備にかかる基本設計及び実施設計をとりまとめ									
			・教育研究棟建築主体等工事着手									
			◆県、県内の高等教育機関、経済団体等による「(仮称)産学官民連携センター設置検討協議会」設置	◆産学官民の連携体制の構築	◆★(仮称)産学官民連携センターに必要な機能や体制等の具体化についての協議		○	○	○	○		
	◆工科大の大学院に、主に社会人を対象とした起業家コースを設置	・土日開講の起業家コースによる人材育成	◆経営的視点を有する人材の育成	◆○工科大大学院の起業家コースによる人材育成				○		○		
		・平成22年度からは、永国寺キャンパスを拠点として授業を配信										
		◆平成25年度起業家コース受講者数38名(うち県内18名)										
	◆県民に開かれた県が関与する大学として公開講座や、専門職の方々の知識・技術の向上のためのリカレント教育などを実施	・大学の社会貢献活動の一環として、県民向けの公開講座等を実施	◆社会人教育の一層の充実	◆○大学間連携の強化による公開講座・リカレント教育等の社会人教育の一層の充実				○		○		
	・本県の人口は全国に先行して人口減少や高齢化が進んでおり、これまで地域が担ってきた支え合いの力が弱まっている。	・小規模多機能支援拠点「あったかふれあいセンター」を整備(平成21年度) 22市町村、28箇所(新規雇用:76人)(平成22年度) 30市町村、39箇所(新規雇用:113人)(平成23年度) 31市町村、40箇所(新規雇用:121人)	・集いの場づくりに終始し、相談や訪問活動などきめ細かく行う機能面の充実や、地域ニーズを把握し柔軟に対応できる「小規模多機能支援制度」の創設が必要	【拠点整備】 ◆○あったかふれあいセンター事業の実施 ○安心生活基盤構築事業を活用した取組の実施 【地域福祉の人材育成】 ◆○あったかふれあいセンター職員を地域福祉人材として育成する体系的な研修の実施			○		○	○		
	・本県の中山間地域等は、全国一律の縦割りの福祉サービスの基準では、子育てや介護、自立支援など多様ニーズがありながらも、それぞれのサービス利用者が少ないため、サービスが提供されにくい状況となっている。	◆住民力や遊休施設の活用など、地域資源を活用した取組が進み、地域の活性化にもつながっている。										

※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					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)	
<p>永国寺キャンパスの整備</p> <p>県私学・大学支援課:永国寺キャンパス整備の推進(基本設計、実施設計、建築工事等) 各大学:各大学で行う教育内容等の具体化、単独又は連携して行う社会人教育の充実</p> <p>各大学:新キャンパスの利用開始 (既存部分の整備は継続) 一層充実した社会人教育等の実施</p>					<p>◆工科大の社会科学系学部の開設、県立大の文化学部を拡充、一層充実した社会人教育の実施</p>	<p>◆永国寺キャンパスが整備され、県の産業振興に貢献する人材を育成</p>	
<p>(仮称)産学官民連携センターの設置検討及び準備</p> <p>県文化推進課:関係機関との調整 各大学等:各機関の取り組み等をふまえた協議への参加 経済団体等:活用方法等ニーズをふまえた協議への参加</p> <p>(仮称)産学官民連携センター開設</p> <p>県文化推進課:PDCAを回しながら発展</p>					<p>◆産学官民連携の仕組みの構築</p>	<p>◆産業人材の育成や、高等教育機関との連携プロジェクトの実施等産学官民連携の推進による県勢浮揚</p>	
<p>大学院起業家コースによる人材育成</p> <p>高知工科大学:起業家精神を習得し、事業経営に必要な知識、方法、戦略を多くの経営実践の事例に基づき教育研究し、新しい価値の創出に向かって積極的に取り組む経営的視点を有する人材の育成</p>					<p>◆経営的視点を有する人材の育成</p>	<p>◆起業や地域再生に取り組む経営能力の高い人材が多数育成され、産業の振興につながる</p>	
<p>公開講座、リカレント教育の実施</p> <p>県が関与する大学(高知工科大学、高知県立大学、高知短期大学) 県民向けの公開講座や職業人の再教育などを実施 高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知高等専門学校で4大学県民講座を実施</p> <p>県文化推進課:(仮称)産学官民連携センターにおける社会人教育、人材育成研修の企画・実施等</p>					<p>◆県が関与する大学が連携して社会人教育を実施し、地域産業をリードする人材が育成される</p>		
<p>あつたかふれあいセンター事業の実施</p> <p>県地域福祉政策課:あつたかふれあいセンター事業の実施 ・集いや訪問・相談・つなぎ、生活支援を基本機能とした上で地域ニーズに応じた機能(サービス)の前方展開を支援</p>					<p>◆あつたかふれあいセンター(地域福祉の拠点)の設置箇所数 34市町村45箇所</p> <p>◆職員の研修修了者率 100%</p>	<p>◆県内全域であつたかふれあいセンターを拠点とした新たな官民協働の支え合い活動が継続的に行われる</p>	
<p>研修の実施</p> <p>県地域福祉政策課・県社会福祉協議会:体系的な研修の実施</p>					<p>⇒あつたかふれあいセンターが、地域や様々な関係機関と連携することで、地域課題の早期発見・解決の仕組みづくりを進め、職員が地域のコーディネーターの役割を担う</p>		

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 人材を外から持つてくる・人材を引き留める (1) 産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している</li> <li>◆ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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に掲載し、就農希望者へ呼びかけ</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 就農希望者の確保</li> <li>◆ 研修支援等の強化</li> <li>◆ 営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保</li> <li>◆ 実践研修を支援する指導農業者の確保</li> <li>◆ 新規就農者の定着</li> </ul>	<p>(就農前)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ ◎U・Iターン就農者の確保</li> <li>★ 農業担い手育成センター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</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ ◎実践研修への支援</li> <li>★ 青年就農給付金(準備型)の活用</li> </ul> <p>○ 農地等の情報提供</p> <p>★ 農地の確保への支援</p> <p>★ 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</p>			○		○	○
			<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 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</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><b>就農希望者の確保</b></p> <p>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</p>					<p>◆新規就農者数 年間280人</p> <p>◆指導農業者 H23:49人 H27:90人</p> <p>◆人・農地プラン の作成 200集落</p>	<p>◆新規就農者数 年間280人</p>
<p><b>農業の担い手育成強化</b></p> <p>県:農業担い手育成センターの整備                      農業担い手育成センター:                      就農希望者への基礎及び先進技術・経営管理研修の強化(ネット研修、講座、実習)                      就農希望者と産地とのマッチング                      農業者や技術指導者の先進技術研修の実施</p>						
<p><b>研修の拡充</b></p> <p>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                      に合わせた短期の研修を実施</p>						
<p><b>遊休農地やハウス等の活用</b></p> <p>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                      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回る取組を促進し、管理に要する経費を支援(H25~)</p>						
<p><b>農地中間管理機構の創設</b></p> <p>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                      県農地・担い手対策課:農地中間管理機構の農地の集積・集約化への取組を促進し、事業に要する経費を支援</p>						
<p><b>初期投資の軽減</b></p> <p>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</p>						
<p><b>円滑な就農に向けた支援</b></p> <p>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~)</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に行って出る
- 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

## 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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	基本方向									
						1	2	3	4	5	6				
2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める (1) 産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している</li> <li>◆ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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に掲載し、就農希望者へ呼びかけ</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 就農希望者の確保</li> <li>◆ 研修支援等の強化</li> <li>◆ 営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保</li> <li>◆ 実践研修を支援する指導農業者の確保</li> <li>◆ 新規就農者の定着</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ ○ 営農定着への支援(就農時) ○ 就農サポートハウスと青年就農給付金(経営開始型)の活用</li> <li>(就農後) ○ 経営安定への支援</li> <li>○ 雇用就農に向けた支援</li> </ul>			○		○	○				
						<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 全国的な有機農産物に対する消費者の関心の高まり</li> <li>◆ 有機農業実践者の育成により、県内での就農者数が増加</li> <li>◆ 有機農業推進法の制定(H18)、高知県有機農業推進基本計画の策定(H20)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・有機のがっこう「土佐自然塾」研修支援</li> <li>◆ 卒業生の卒業時の県内就農者数は42名(うち1ターン者21名、H18～H24)</li> <li>・環境直接支払(有機農業の取組等)の周知</li> <li>◆ 有機農業の推進体制は9市町村で整備、環境直接支払に係る有機農業の取組は19市町村で実施</li> <li>・有機栽培実証ほの設置及び県内優良事例の探索</li> <li>◆ 36品目の有機栽培事例を作成</li> <li>・生産者PRパンフレットの作成及び実需者の有機農産物ニーズの把握</li> <li>◆ 生産者と実需者のマッチングが必要</li> <li>・補助金や委託事業により有機JAS認証取得支援を実施</li> <li>◆ 有機JAS認証取得を農家数は82戸17事業者(H21)から88戸38事業者(H24)に増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 有機農業新規就農者の生産技術や販路が不安定であり経営状況は厳しい</li> <li>◆ 各作物の有機栽培事例はとりまとめたが、周年作付の体系化が不十分</li> <li>◆ 県内の有機農業実践者の多くは少量多品目の生産で流通販売先も個別で不安定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援</li> <li>○ 就農相談の実施と就農後の技術及び経営指導</li> <li>◆ 有機栽培の作付体系の実証</li> <li>◎ 実証結果の有機農業者への情報提供</li> <li>◆ 有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者、流通業者との情報交換や交流の場づくり</li> <li>◎ 講演会の開催や有機団体が実施する消費者との交流に対する支援</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	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>営農定着への支援</p> <p>県産地・流通支援課: 就農サポートハウスにより1~3年実績を積むための支援(H24終了) 県農地・担い手対策課: 45歳未満の新規就農者に対する青年就農給付金(経営開始型)の給付</p>					<p>◆新規就農者数 年間280人</p> <p>◆指導農業士 H23: 49人 H27: 90人</p> <p>◆人・農地プラン の作成 200集落</p>	<p>◆新規就農者数 年間280人</p>
<p>経営安定への支援</p> <p>農業団体(県農業公社): 就農から5年以内の認定就農者等の経営状況を把握し、農業振興センター等と連携し、 営農面や経営・資金面についてフォローアップを実施(H22年度から新たに職員を配置) 農業団体(農協): 営農指導員による営農指導 農業振興センター: 普及職員による技術指導</p>						
<p>雇用就農の拡大に向けた支援</p> <p>国: 農の雇用事業による農業法人等への支援 県農地・担い手対策課: 従業員のスキルアップへの支援 農業団体(農業会議): ハローワークと連携した就業相談会の実施や情報の提供</p>						
<p>有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援</p> <p>生産者: 遊休農地・施設等の情報提供、技術指導及び研修の受け入れ、就農希望者の視察等への協力 農業団体: 遊休農地・施設等の情報提供、レンタルハウス整備事業等の活用、技術及び経営指導 有機農業推進団体: 研修教育の実施、就農支援、就農後のフォローアップ(技術、販路等) 市町村: 遊休農地・施設等のリスト化、相談窓口の設置、有機農業の推進体制整備 県環境農業推進課: 就農支援、県職員・市町村・JAへの意識啓発 農業振興センター: 就農支援、技術及び経営指導体制の充実</p>					<p>◆有機JAS認証 農家戸数 5件/年 H23: 88戸 ↓ H27: 108戸</p> <p>◆支援体制設置 市町村 H23: 9市町村 (26%) ↓ H27: 17市町村 (50%)</p>	<p>◆有機農業の普 及拡大による産 地化</p>
<p>有機栽培の作付体系実証</p> <p>生産者: 有機栽培事例の情報提供 県環境農業推進課: 有機栽培技術部会の設置運営 環境保全型畑作振興センター: 有機栽培事例の収集と実証展示及び作付体系の実証(~H25) 農業担い手育成センター: 有機栽培事例の収集と実証展示(H26~) 県環境農業推進課・農業振興センター: 県内優良事例の収集</p>						
<p>有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者、流通業者との情報交換や交流の場づくり</p> <p>消費者: 振興活動への参加、有機農産物の購入 生産者: 組織活動への参加、有機JAS認証の取得、共同出荷体制の整備 実需者・流通業者: 有機農産物の取り扱い 有機農業推進団体: 有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、有機農産物の販路拡大</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 人材を外から持つてくる・人材を引き留める (1) 産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり		<p>◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行</p> <p>◆産地においては、高齢で零細な経営体が多く、今後、生産力の減少が懸念されるため、将来にわたって安定した経営を行っていくことのできる農業法人を含めた担い手の育成が必要</p>	<p>・規模拡大等による企業の経営体の育成を行うため、企業の経営の普及啓発を行うとともに、農家をリストアップし、カウンセリング・コンサルテーションの実施や研修会の開催による支援を実施</p> <p>・優良な労働力の確保や従業員の人材育成への支援を実施</p> <p>◆規模拡大志向農家の経営状況や課題の把握を行い、改善に向けた助言や支援を実施し、改善につながる事例もみられたJA等が行う無料職業紹介事業によって求人と雇用のマッチングの体制整備が進んできた</p>	<p>◆規模拡大には、設備投資や経費の負担が大きく、長期的な視点に立った経営計画の作成が必要</p> <p>◆また、雇用労働力を活用していくためには、受け入れ側の環境整備等が必要</p> <p>◆長期的に安定して経営する企業の経営体の一つの形態として、法人化の取組を強化</p> <p>◆あわせて、県内の農業法人の組織化を推進</p>	◆◎経営者(担い手)の育成			○		○	
					◆◎法人経営体の育成			○		○	
					◆◎法人経営体の組織化と経営発展への支援			○		○	

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

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>企業の経営体志向農家の掘り起こし</p> <p>市町村:「人・農地プラン」作成による中核的な農業者や法人化を志向する農業者をピックアップ 農業団体(農業会議):研修会の開催等により、企業の経営に向けた意識啓発を行い、志向農家を掘り起こし</p>					◆農地の権利を取得し農業経営を行う法人数 H23: 63法人 ↓ H27: 140法人	◆地域で暮らし稼げる農業
<p>経営者の育成(企業の経営に向けた経営発展計画作成支援)</p> <p>法人化など経営発展志向農家:経営計画の作成と実践 農業団体等(農業会議):法人化に向けたセミナーの開催、経営方式の改善(税理士・社会保険労務士等の専門家を活用した計画への助言・指導) 県農地・担い手対策課・農業振興センター:経営発展に向けた意識啓発、計画作成支援</p>						
<p>個別経営計画の実践と法人化の推進</p> <p>法人化など経営発展志向農家:経営計画の実践、事業導入による施設整備 県農地・担い手対策課・農業振興センター:計画実現に向けた助言・支援 県産地・流通支援課:規模拡大農家に対するレンタル用のハウス整備を支援 農業団体(農業会議):計画達成に向けた助言・指導(専門家の活用等)</p>						
<p>規模拡大に向けた農地情報の収集と提供事業の充実</p> <p>農業団体(県農業公社):遊休ハウス等の農地情報を収集し、規模拡大志向農家に情報提供 規模拡大を図るため農地の買入や借入を希望する農業者を農地の受け手として登録</p>						
<p>農地の流動化と担い手への集積</p> <p>市町村:「人・農地プラン」作成や農地利用集積円滑化団体による中核的な農業者への農地の利用集積を支援 農業団体(県農業公社):農地保有合理化事業により農地の利用集積を支援</p>						
<p>農地中間管理機構の創設</p> <p>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。 県農地・担い手対策課:農地中間管理機構の農地の集積・集約化への取組を促進し、事業に要する経費を支援</p>						
<p>農業法人の組織化</p> <p>農業団体(農業会議):県内の農業法人等の緩やかな集まりである任意組織を設置し、農業法人間での情報共有や相互研鑽を図る場を設置 日本農業法人協会高知県支部であるコウチ・アグリマネジメント・クラブの活動を強化(経営の多角化等への支援) 県農地・担い手対策課:農業会議の活動を支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める (1) 産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり		◆林業の担い手が高齢化・減少している	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規就業者職業紹介アドバイザーの設置</li> <li>林業体験教室や就業相談会の開催</li> <li>高校生向けの林業体験教室や技術研修の実施</li> <li>◆就業希望者と林業事業者それぞれの要望に応じた就業相談や情報提供ができつつある</li> <li>技術者養成手法の改善、強化</li> <li>◆県の研修に併せて緑の雇用制度による研修を活用することにより基幹となる林業技術者の育成が進んだ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>林業事業者の経営状態が脆弱で計画的な雇用ができない</li> <li>◆木材の増産に向け素材生産を行える人材の育成が必要</li> <li>◆効率的な生産ができる事業者が少ない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保</li> <li>○就業者向けの林業体験の実施</li> <li>○就業希望者へのPR方法の改善</li> <li>◆林業技術者養成手法の改善、強化</li> <li>◎木材生産の技術習得の推進</li> <li>◎先進的事業体への技術者派遣による生産技術の向上</li> </ul>			○		○	○	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>所得の確保など事業者における就労条件の改善</li> <li>◆就労環境改善事業により雇用環境の改善や労働安全衛生の向上が図られた</li> </ul>	◆担い手の確保と技術の向上	◆○事業者における就労環境の改善			○			○	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>市町村、森林組合等への説明会の実施</li> <li>市町村広報誌や林業機関誌への掲載による森林整備のPR</li> <li>◆H21からH24まで、のべ355人の自伐林家等が活用し、森林整備を行うとともに、所得向上につながった</li> <li>自伐林家等による生産を促進</li> <li>◆副業型林家の育成による取入機会の拡充</li> </ul>	◆担い手の確保と技術の向上	◆自伐林家等による生産を促進	○				○		
			<ul style="list-style-type: none"> <li>キノコや木炭など特用林産物の生産活動への支援 (安芸地域) 土佐備長炭の生産、出荷、販売体制の強化 (嶺北地域) シキミ、サカキの生産拠点づくり (仁淀川地域) シキミ、サカキの販路の拡大 (高幡地域) シイタケ生産の拡大 (幡多地域) 備長炭生産拠点の整備</li> <li>特用林産事業者の育成</li> <li>◆H22から土佐備長炭やシイタケ生産について7名が研修を実施</li> </ul>	◆研修終了者が地域で定着できる体制づくりが必要	◆地域の特用林産物の生産活動の支援とPR	○					○	○

P390  
別図(林3)参照

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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><b>就業希望者への支援</b></p> <p>林業労働力確保支援センター: 就業者アドバイザーによる雇用情報の収集強化、TV番組やホームページの充実等による広報の強化、雇用改善計画の実行管理を強化、就業希望者向けの林業体験研修や林業就業相談の実施 県森づくり推進課: 林業労働力確保支援センターと協力し、雇用情報の収集、適時の学校訪問等広報の強化、認定事業体の指導を実施</p>					<p>◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている</p> <p>◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる</p>	<p>◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている</p> <p>◆年間を通じた安定的な仕事量が確保されている</p>	
<p><b>技術者養成研修の実施</b></p> <p>林業事業体: 県の研修と併せて緑の雇用現場技能者育成対策事業を活用した担い手の育成 森林組合連合会等: 事業体の指導 林業労働力確保支援センター: 研修事業の実施及び事業体の指導 県森づくり推進課: 林業技術者養成研修等の拡充、研修の中核を担う労働センターの支援</p>					<p>◆担い手 1,732人</p>	<p>◆担い手 1,756人</p> <p>◆林業雇用労働者 (原木生産)の 年収 400万円</p>	
<p><b>事業体の就労環境の充実</b></p> <p>事業体: 雇用改善計画の実行による就労環境の改善 県森づくり推進課: 事業量確保ができるよう森林施業プランナーの支援、退職金共済の掛金への支援や林業就労環境改善事業等により、雇用環境や労働安全衛生の向上の促進</p>							
<p><b>自伐林家の生産活動の支援</b></p> <p>自伐林家: 生産活動への積極的な取組 森林組合: 管内の自伐林家支援に積極的に参画 県林業改革課: 森林組合を介した収集、仕分け、販売への支援</p> <p>自伐林家: 生産活動への積極的な取組 森林組合: 管内の自伐林家支援に積極的に参画 高知県森と緑の会: 国の森林・山村多面的機能発揮対策交付金事業による支援 県林業環境政策課、木材増産推進課: 高知県森と緑の会への支援、搬出間伐等への支援</p>							
<p><b>副業型林業への技術支援</b></p> <p>自伐林家等: 研修制度の積極的な活用と森林整備の促進 NPO等: 研修会の開催による技術指導の実施、修了生の就業状況把握、自伐林家等のネットワークづくり 県森づくり推進課: 副業型林業を育成するための研修会の支援</p>							
<p><b>特用林産物の生産活動の支援</b></p> <p>地域林業者等: 施設整備など生産コストの削減等による積極的な生産活動 県木材産業課: 市町村との連携強化や補助制度を活用した地域発の取組を支援</p>					<p>◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得の向上に取り組んでいる また、高齢の方でも収入が得られる機会が創出されている</p>	<p>◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得が向上している また、高齢の方でも収入が得られる機会が創出されている</p>	
<p><b>特用林産物新規就業者の育成支援</b></p> <p>地域林業者等: 生産技術の習得 市町村: 新規就業者を認定し、実践研修経費を助成 県木材産業課、森づくり推進課: 市町村が負担する実践研修経費への支援</p>							

※改革のための6つの基本方向

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

## 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める (1)産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆漁業就業者数はH5からの10年間で約30%減少</li> <li>◆新規漁業参入者 H15年19名 H16年23名 H17年22名 H18年25名 H19年41名</li> <li>◆近年はサラリーマンなどから転職した新規漁業就業者が多い傾向にある</li> <li>◆支援事業で確保した漁業者17名(平均年齢37歳)は中堅漁業者として定着(H22年度末)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支援制度の見直し、拡充 H21:生活費支給額や対象年齢の上限を引き上げ H21, 22:漁船リース制度の創設 H25:短期研修の委託化による受入手続の迅速化、共同経営型漁業を研修対象に追加、研修期間を最長3年間に延長、指導者謝金の支給期間の延長など</li> <li>・高知県漁協に漁業就業支援アドバイザーを配置 就業フェア等における動員や研修受入に関する地元調整、修了生のフォローアップ等を担当:1名(H21~) 樺多地域における研修受入調整、指導者の確保を担当:1名(H23) 漁業求人情報の収集とデータベース化等を担当:1名(H25)</li> <li>・未経験者や高校生を対象としたPR活動 海洋高校生の漁業体験研修(H24~) 沿岸部の高校における出前授業(H24~) 漁業就業セミナーの開催(H25~)</li> <li>◆支援制度の拡充やアドバイザーの配置、セミナーの開催等の取組により、それまで頭打ち若しくは減少傾向にあった研修開始者数及び新規就業者数が増加傾向に転じた</li> <li>◆セミナー参加者数 H25年度 46名</li> <li>◆短期研修受入実績 H24年度 2名 H25年度 18名</li> <li>◆長期研修受入実績 H24年度 2名 H25年度 5名</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆研修希望者の増加に対応する指導者の確保、受入体制の整備</li> <li>◆家族経営型で零細規模の養殖生産者の担い手対策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆漁業の担い手の確保</li> <li>◎研修未実施地区での研修受入</li> <li>◎幅広い漁業種類を対象に研修受入を促進</li> <li>○漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし</li> <li>◎アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実</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>研修未実施地区での研修受入 幅広い漁業種類を対象に研修受入を促進</p> <p>漁協:指導者の確保、漁業体験研修の実施、漁船リース事業への取組、准組合員制度の活用 アドバイザー:県内外就職相談会での勧誘活動 市町村:漁船リース事業への取組、財政支援 県水産政策課:無利子・低利融資制度の利用促進 県漁業振興課:研修制度の充実、生活支援・技術指導、アドバイザーとの連携、研修未実施地区に対する事業説明会の開催による制度の周知</p>					<p>◆高知市の小型底曳網など研修実施地区、漁業種類を拡大</p> <p>◆年間32名の新規就業者を確保</p> <p>◆研修修了生を地域の中核的漁業者として育成</p>	<p>◆若手漁業者の比率拡大により、漁業生産量を確保、漁村の活性化</p> <p>◆新規就業者を320名確保</p>
<p>漁業を知る機会の創設、就業希望者の掘り起こし</p> <p>漁業者(認定漁業士):セミナー等での漁業の詳しい実態等についての講演、体験プログラム指導 漁協:漁協、セミナー等での市場の仕組みについての講演と模擬セリ等の実演、雇用型漁業の基礎情報や求人情報等の提供 アドバイザー:漁業求人情報の収集・データベース化、就業希望者の情報提供と勧誘、支援制度の紹介 県漁業指導所:漁業求人情報の収集や就業希望者とのマッチングの支援、セミナー等の開催支援 県漁業振興課:アドバイザーや関係機関と連携した指導助言、漁業就業支援セミナー等の開催</p>						
<p>アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実</p> <p>アドバイザー:研修修了生の操業状況調査、相談への対応 漁協、市町村:地元への定着支援 県漁業指導所:漁労技術、水揚げ向上への技術的助言 県漁業振興課:アドバイザーや関係機関と連携した指導助言</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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
2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める (1)産業の担い手確保に向けた仕組みづくり	◆移住促進に取り組む地域間での競争が激化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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展、移住体験ツアーの実施</li> <li>◆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 H25.2月末時点: 754件 H26.2月末時点: 996件</li> </ul>	◆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	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆関心から行動へと促すための情報や機会の提供</li> <li>★移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応</li> <li>★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リーフレットの作成</li> <li>★アクティブな情報発信による「人財」誘致</li> </ul>			○		○	○
	◆行政が主体となり移住を促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・官民協働での「高知県移住推進協議会」の設立と協議会の開催</li> <li>◆官民協働による移住希望者への新たな支援策の開始(レンタカー割引、引越割引、宿泊特典)</li> <li>・市町村における「専門相談員」の配置の促進</li> <li>◆18市町村で配置</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」の委嘱と普及</li> <li>◆7市町27人に委嘱(H26.2月末時点)</li> </ul>	◆移住促進の取り組みの必要性や目標の共有による市町村や民間団体等との更なる連携協調	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆市町村や民間団体等との連携強化によるサポート体制の充実</li> <li>○官民協働による「高知県移住推進協議会」の運営</li> <li>◎移住・交流コンシェルジュの充実[再掲]</li> <li>○市町村における専門相談員の配置の促進</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」の委嘱と普及</li> <li>★移住促進に取り組む、民間支援団体のネットワーク化を支援</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	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>◆移住者数 年間500組 ※県+市町村で把握する移住者数</p>					
	<p>関心から行動へと促すための情報や機会の提供</p> <p>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、民間転人材ビジネス会社等と連携 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</p>					
	<p>移住希望者の不安を解消してもらうための情報の提供や、サポートの充実</p> <p>県産業振興推進部、市町村、民間団体等 官民協働による「高知県移住推進協議会」での移住者支援策の検討や、市町村における「専門相談員」の配置の促 進、地域における「地域移住サポーター」の委嘱の促進、移住・交流コンシェルジュの充実等により、官民が連携して 移住希望者をサポートする体制を整え、移住希望者への情報提供やサポートにあたる。</p>					
	<p>民間の移住支援団体との連携強化</p> <p>県産業振興推進部、市町村、民間団体等 移住支援に取り組む民間団体等の全体的なネットワーク形成と連携した事業の 実施を支援</p>					

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

## 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

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	基本方向							
						1	2	3	4	5	6		
2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める (1) 産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>◆誘致企業等からは中核人材に対するニーズが高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「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</li> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆登録企業と求職者とのマッチングの促進</li> <li>◆無料職業紹介対象事業所の拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化</li> <li>○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</li> </ul>						○	○	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本県出身の県外大学生等に、ダイレクト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展、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</li> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆学生に対する県内企業の情報提供</li> <li>◆保護者の県内企業への理解促進</li> <li>◆県外大学に進学する高校生に対しての情報提供</li> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆本県出身の県外大学生等への県内企業の情報提供</li> <li>◎新規大卒者等県内就職支援事業ダイレクトメール、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</li> <li>○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</li> <li>★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</li> <li>★私立中等高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援(再掲)</li> <li>★私立中等高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援(再掲)</li> </ul>						○		
	(2) 専門的なノウハウ、技術を持った中核人材の県外からの確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>◆誘致企業等からは中核人材に対するニーズが高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「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</li> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆登録企業と求職者とのマッチングの促進</li> <li>◆無料職業紹介対象事業所の拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化</li> <li>○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</li> </ul>							○	○
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆仕事や住居の確保など、移住後の生活に不安を持つ人が多い(そもそも移住するということはハードルが高い)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地域の求める人材ニーズと都市部人材等との結びつけ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆都市部人材の誘致に向けて起業・就業を支援</li> <li>★都市部での座学や高知での短期研修の実施</li> <li>★企業等が実施するOJTやOFF-JT研修を支援</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					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)		
<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・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>	<p>◆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>		
<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の直接参加、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: 私立中学高等学校の生徒に、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>◆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>
<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・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>都市部人材の誘致に向けて起業・就業を支援</p> <p>県産業振興推進部 ・都市部での研修(座学)と高知での短期研修(マッチング、フィールドワーク)の実施 ・受入企業等が実施するOJT、OFF-JT研修を支援 ・市町村等が受け入れる都市部の民間企業人材の件数について、市町村を支援</p>					<p>◆年間20組の都市部等からの移住者が、支援事業を活用したOJT、OFF-JT研修を受講</p>			

※改革のための6つの基本方向

- 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

別図(人1)

高知のキャリア教育構想図 「発達段階に応じ、就学前・小・中・高が連携してすすめる高知のキャリア教育」

高知のキャリア教育3本柱 → 学力向上

基本的な生活習慣の確立

社会性の育成

自らの将来を切り拓く力を育てる

見通しをもつ力・やりぬく力を育てる

かかわり合う力・自ら学ぼうとする力を育てる



社会・上級学校

高等学校【3年間】

中学校【3年間】

小学校【6年間】

就学前

学力向上  
 ◇中学校段階までの基礎学力を定着させ、進路実現をイメージしながら学習に取り組むようにする。  
 ◇専門的な知識・技能を身に付けさせる。  
 ◇自分の考えを文章にしたり、発表するなど社会生活に必要なスキルを身に付けさせる。  
 ◇物語を論理的に判断できる能力を身に付けさせる。  
 ◇言語活動を活かす通正に行わせ、豊かな言語能力を養う。など

基本的な生活習慣の確立  
 ◇基本的な学校のルールを守ることで、自己管理能力を高める。  
 ◇社会で通用するマナーを身に付けさせる。  
 ◇自らの進路を考え家庭学習をできるようにする。  
 ◇読書を通して感性を養い、読解力や表現力、想像力を高め、人生をより豊かに生きる力を育てる。など

社会性の育成  
 ◇主体的に社会の形成に参画していくために必要な思考力、判断力、コミュニケーション能力を育てる。  
 ◇自分と他者が互いを認め合い、切磋琢磨し、自分の良さを伸ばすようにする。  
 ◇「場」に合った言動ができるようにする。  
 ◇インターネットを通して社会に出る具体的なイメージをもたせる。  
 ◇紳士の将来を考え、自分の担う役割を自覚させるとともに、多くの人のと助け合いを通して、公共の精神を養い、グローバルな視野をもった人材を育てる。など

学力向上  
 ◇各教科等とキャリア教育との関連性について正しく理解し、見通しをもつ力を育てる。  
 ◇各教科等の特質と単元や題材などの内容を生かした学習活動を行う。  
 ◇学習活動や働くこと、生きることの専らを実感させ、学ぶ意欲を向上させる。  
 ◇日常生活における言語の役割や機能などについて理解と関心をもち、正しく美しい国語を用いることが出来るようにする。など

基本的な生活習慣の確立  
 ◇生活のリズムを習慣化し、自己管理能力を育てる。  
 ◇場に応じた返事やあいさつ、時間や約束を守ることが出来るようにする。  
 ◇家庭学習の習慣化を図り、見通しをもつ力・やりぬく力を育てる。  
 ◇読書を通して、自分と他者の気持ちを考え、自己の考えをもつことが出来るよう豊かな心を育てる。など

社会性の育成  
 ◇自分の役割や責任を果たし、自主性を高める。  
 ◇社会と自己のかかわりから、自分の特徴に気づき、自分らしい生き方について考えさせる。  
 ◇職業体験やボランティア活動等を通して、職業観・勤労観を築き、ともに助け合い生き生きと働く心を育てさせる。  
 ◇高知県に関する副読本や教材等を活用し、郷土を愛する心を育てる。など  
 (キャリア教育副読本の活用)

学力向上  
 ◇各教科等の授業や単元等のガイダンスを工夫し、目的意識を高める。  
 ◇各教科の学習内容を吟味し、生活との関連を深める。  
 ◇職業に関することや人の生き方に関する内容を活用する。  
 ◇日常生活における言語の役割や機能などについて理解や関心をもつて正しい国語を用いることが出来るようにする。など

基本的な生活習慣の確立  
 ◇返事やあいさつ、時間や約束を守ることが出来るようにする。  
 ◇家庭学習の習慣化を図り、自ら学ぼうとする力を育てる。  
 ◇読書を通して、自分と他者の気持ちを考えられる豊かな心を育てる。など

社会性の育成  
 ◇自分の役割や責任を果たし、役立ち喜びを体験させる。  
 ◇社会と自己のかかわりから、自らの夢や希望をかくらませる。  
 ◇職業見学等を通して、働くことの意味について考えさせる。  
 ◇地域に関する副読本や教材等を活用し、郷土を愛する心を育てる。など

就学前は、生涯にわたる人格形成の基礎となる、豊かな心情、物事に自分がかかわりあうことによる意欲、健全な生活を営むために必要な態度などが培われる重要な時期である。  
 ◇保育所・幼稚園等では、小学校以降の生活や学習の基礎となる生活を通して、創造的な思考や主体的な生活態度の基礎を培う。  
 ◇保育所・幼稚園等における幼児の生活が、家庭や地域社会と連続性を保ちつつ展開されるようにする。  
 ◇その際、地域の自然、人材、行事や公共施設などの地域の資源を積極的に活用し、幼児が豊かな生活体験を得られるようにする。

生徒の意欲を高める応援プラン  
 (中途退学者半減プラン・進路決定生徒研修)  
 高校生スキルアップ講座  
 インターンシップ及び企業見学  
 農林業体験インターンシップ  
 職業人を招いた対話型進路講座(生徒・保護者対象)

キャリア教育全体計画及び年間指導計画の充実  
 小・中学校における職場見学・職場体験等の体験学習の充実

年齢・段階に応じた進業の基礎人材づくり

道徳性の身生えを培う  
 人材育成・人材確保

# 「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

別図(人2)

～全国一学びの機会が多い県を目指して～

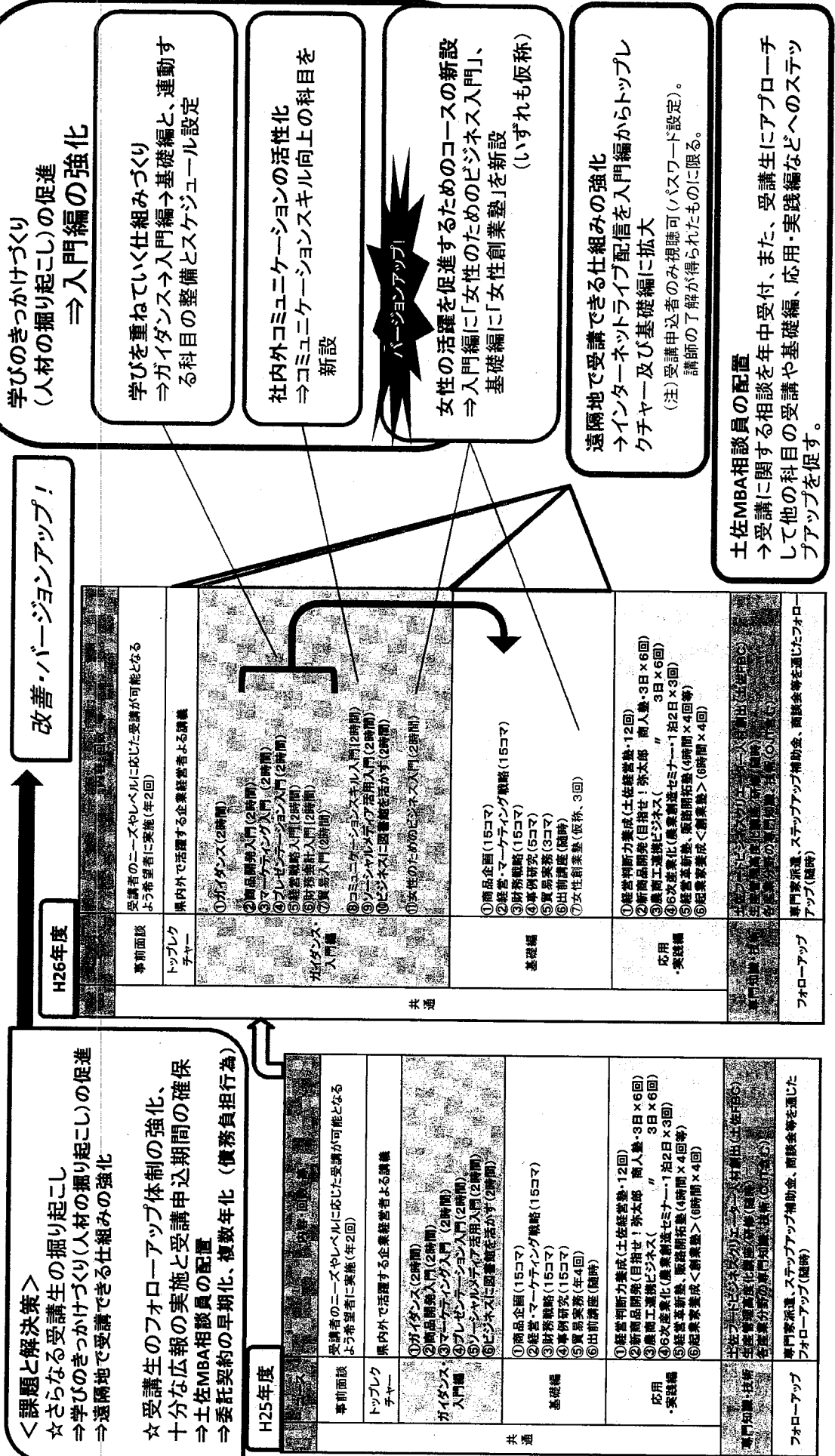
【目的】: 本県の産業を継続的に底上げするためには、地域や企業を支える人材の育成が大きな課題。そのため、人材育成のメニューを体系化し、受講者のニーズやレベルに応じた受講ができるような環境を整備することにより、本県の産業や地域を支える人材の育成を進める。

【対象者】: ①地域産業リーダー(地域産業の実践者) ②地域産業のコordinator(地域産業希望者) 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(債務負担行方)

## 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

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ップレクチャ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。

# 土佐MBA相談員による受講生フォローアップ





## **I 産業間の連携戦略**

### **6 移住促進による地域と 経済の活性化**

# 高知県産業振興計画の推進によって実現

現状

課題

施策の方向性

県外からの移住者120組(H23)

↓121組(H24)

↓270組(H25)

※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

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も、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る

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おう

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

# 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

## 第2期計画ver.3の取り組み

4年後の目標  
(H27年度末)

H24 → H25 → H26 → H27

○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(P254)  
・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  
・高知家プロモーション2ndステージの取り組みと連動したイベントの開催  
○観光・交流の促進(P254)  
○移住促進と各分野のプロモーション活動との連携強化(P254)

**新** ○移住ポータルサイトの機能強化(P254)  
⇒マーケティング手法を活用した機能の改善  
○移住ポータルサイトへの訪問者増加対策リンクの拡大(P254)  
・ターゲティングアンケートの実施、SEO対策等  
**新** ○アクティブな情報発信による「人財」誘致(P254)  
⇒各種メディアを通じた情報発信の強化  
・専門誌(農林漁業、田舎暮らし、子育て)、県の広報誌による魅力の発信  
・民間支援団体や移住者の協力を得てfacebook等で口コミ情報の発信  
○「幸せ移住パッケージシステム」での情報提供(P254)  
・コンテンツ(仕事、住む場所、趣味)の充実  
○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(P254)

○移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応(P254)  
**新** 首都圏にコンシェルジュを配置し、きめ細かな相談対応や企業訪問を実施  
○高知で暮らし隊や移住支援特使、県外関係機関に向けた移住関連情報の提供(P254)  
**新** 新たなリーフレットの作成 ・ふるさと定期便  
○各地の県人会、校友会等を通じた高知県出身者へのタイムリーな情報発信(P254)  
○都市部での移住相談会等の開催(P254)  
・少人数相談会やセミナーの実施(先輩移住者を招へいし、活きた情報を提供)  
・県、市町村、民間団体が合同で実施するALL高知移住相談会の充実  
**新** ○アクティブな情報発信による「人財」の誘致[再掲]  
⇒民間人材ビジネス会社と連携した都市部人財に向けた情報発信  
○移住希望者が情報収集等のために来高された際の同行などのサポート(P254)  
○移住体験ツアーの実施(P254)

○官民協働による「高知県移住推進協議会」の運営(P256)  
⇒官民協働による更なる移住者支援策の検討等  
○移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応[再掲]  
○市町村「専門相談員」の配置の促進(全市町村に普及を図る)(P256)  
○地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及(P256)  
○求人/就職情報の提供等によるU・Iターンの促進  
○農業・林業・漁業就業希望者のための各種研修や支援事業の実施(国事業を含む)  
**拡** (農業) 農業担い手育成センターによる相談から就農までの支援、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  
(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  
**拡** (漁業) 漁業体験研修・長期研修の実施、研修手当の支給、漁船のリースへの支援、養殖ビジネススクールの開講 など  
○高知ふるさと応援隊の導入や活動の支援  
○ニーズに応じた地域独自のインターンシップの実施  
**新** ○移住者向け住宅の確保促進(P256)  
⇒空き家所有者の不安を和らげる市町村、NPO等による空き家の中間保有の促進  
⇒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  
⇒市町村やNPO等による空き家内の荷物の整理・処分を支援  
○クライングルデン(滞在型市民農園)の利用促進 ○二地域居住の促進  
○新しいビジネスへのチャレンジのサポート(P262)  
・シェアオフィスの整備や創業者等への支援 ・土佐まるごとビジネスアカデミー  
**新** ○アクティブな情報発信による「人財」の誘致[再掲]  
⇒都市部人財の円滑な移住の実現をサポート(都市部での座学や高知での実地研修の実施、OJT・OFF-JT研修を支援など)  
**新** ○民間支援団体による全県的なネットワークの形成を支援(P256)

○市町村「専門相談員」の配置によるフォローアップ[再掲]  
○地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及[再掲]  
○移住者交流会の開催などによる移住者間ネットワークの強化(P262)  
○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(P262)

◆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  
70万件  
(H23: 50,105件)  
(H25: 342,980件)

●移住相談件数  
4,200件  
(H23: 599件)  
(H25: 1,817件)

●暮らし隊の会員新規登録者数  
2,600人  
(H23: 371人)  
(H25: 690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  
(H23: 10市町村)  
(H25: 18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  
(H23: 11市町村)  
(H25: 17市町村)

●地域移住サポーターの委嘱と普及  
300人  
(H25: 28人)

◎市町村や民間団体等との連携協調による取り組み

県外からの移住者年100組以上を目指す  
移住者と一緒創る元気の地域

# 移住促進による地域と産業の活性化

## 顕在化する課題

- 居住人口の減少
- 魅力低下に伴う来街者の減少
- 賑わい(回遊)の低下
- 空洞化(空き店舗の増加等)

## 都市部

- 人口が全国に15年先行して自然減
- 高齢化率の上昇も全国に10年先行
- 縮小を続ける県内市場

## 移住の課題

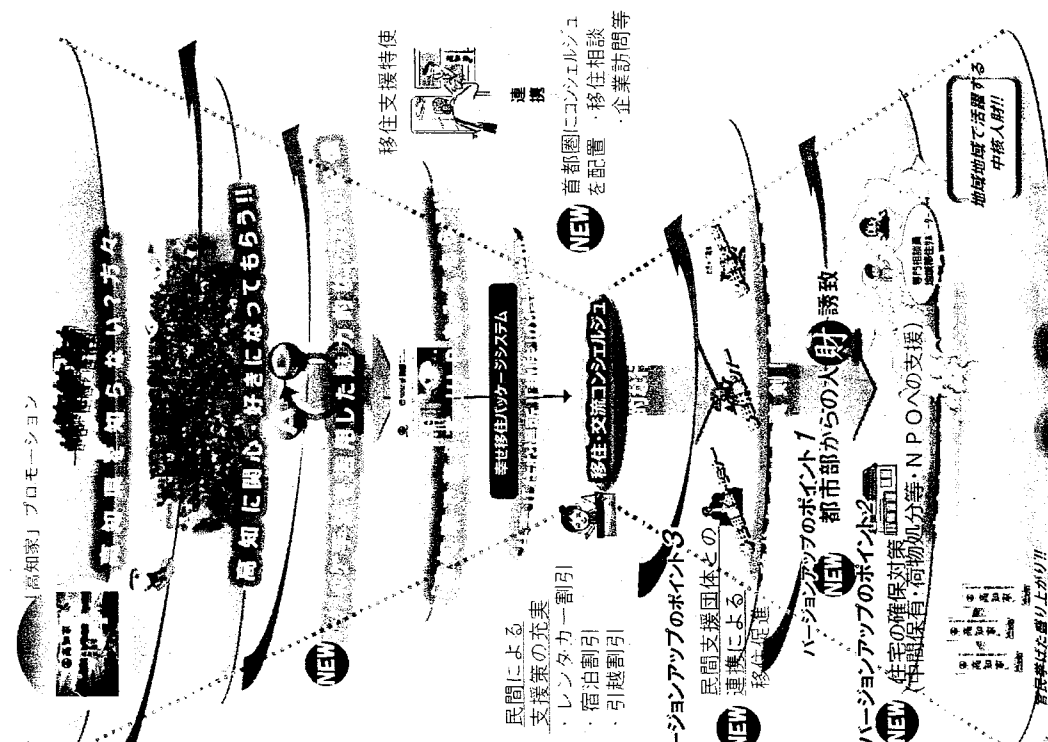
- コミュニティ機能の維持
- 生活支援や福祉サービス等の提供
- 地域・産業の担い手不足

## ねらい

市町村との更なる連携強化のもと、移住促進策を抜本強化し、高知ファンや移住に関心のある方を広げ、本県への移住に結びつけることで、地域の活性化と経済の活性化につなげる。

## ◆ 移住促進策の全体像

- ステップ 1** 「高知家」プロモーション 2nd Season によって、高知ファンに誘導
- ステップ 2** 「高知家」プロモーションとの連動によって、高知家で暮らすHPに誘導
- ステップ 3** 「高知家で暮らす。」から魅力的なコンテンツを継続配信「パッケージシステム」の情報提供により、移住・交流コンシェルジュに誘導
- ステップ 4** 関心から行動へ促すための情報や機会の提供
- ステップ 5** 不安を解消するサポートの充実



## 【バージョンアップのねらい】

- 平成27年度目標であった「500組以上」の達成に向け、求める人材の誘致を目指したアクティブな情報発信や移住者向け住宅の確保促進、民間支援団体等との連携などのさらなる移住促進策の強化を行う。

※ 「人材」という言葉は、「人材」という言葉の考えのもとに使用しています。

## 主な展開

- 「高知家」プロモーションと連動させた移住の情報発信
- アクティブな情報発信による人材誘致
  - 都市部の人材等が持つスキルを地域ビジネスの振興、地域の活性化につなげる仕組みづくり
- 地域での受入基盤となる「空き家」の積極的な活用
- ネットワーク形成による民間支援団体等の活動を活性化

## 平成26年度のさらなる強化策

- (1) 「高知家」プロモーションと連動させた移住の情報発信の強化**
  - 高知家プロモーションと連動した「高知家の移住」のPR強化
  - マーケティング手法を活用した魅力的なコンテンツの発信(移住ポータルサイトの機能強化)
  - 各種メディアを通じた重層的な情報発信の展開
- (2) アクティブな情報発信等により地域が求める人材を誘致 バージョンアップのポイント1**
  - 地域のニーズを把握、顕在化する取り組みを強化
  - 求める人材に着実に届けるアクティブな情報発信
  - 国の制度を活用した都市部の人材等に起業や地域ビジネス事業者への就業を促す仕組みづくり
  - 「移住・交流コンシェルジュ」の体制充実(東京に移住・交流コンシェルジュを配置)
- (3) 移住希望者向けの住宅等の確保策の強化 バージョンアップのポイント2**
  - 移住者に提供できる「空き家」活用の仕組みづくり
    - 市町村、NPO等の中間保有に伴う財政負担に対して支援
    - 市町村等が整備する住宅の修繕等に関して市町村負担の軽減(国の制度を活用)
    - 市町村、NPO等が実施する空き家内の荷物整理・処分に対して支援
    - NPO等によるお試し滞在住宅等の整備促進
- (4) 移住者受け入れ体制づくりの加速化**
  - 「移住・交流コンシェルジュ」の体制充実(東京に移住・交流コンシェルジュを配置) [再掲]
  - 移住相談対応や空き家調査等に当たる「専門相談員」の配置の促進
  - 地域における身近な相談役「地域移住サポーター」の普及拡大
  - 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3
    - 移住支援ネットワークの形成を支援し、民間の活躍や情報発信がさらに活性化することを促す

## 産業成長戦略の概要(連携テーマ:移住促進による地域と経済の活性化)

本県では、全国に15年先行して人口が自然減に転じ、10年先行して高齢化率が上昇しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれています。こうした中、県内の市場は縮小を続けており、県内の都市部や中山間地域では、それぞれ、空洞化や担い手不足などの諸問題が顕在化してきています。

このため、産業振興計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取り組みを進めている一方、平成24年に県が試算した経済波及効果では、60歳のご夫婦50組が大都市等から高知市へ移住をされ、平均寿命まで生活された場合、約65億円が見込まれることから、移住の促進は、地域の人財確保だけではなく、本県経済の活性化の面からも大きな効果をもたらすものと考えています。

そのため、移住促進にあたっては、平成27年度末の目標として、県及び市町村の相談窓口などを通じた年間の移住者数500組を掲げ、その実現に向けて、移住促進策を強化するとともに、本県の「産業振興」「健康長寿県づくり」「中山間地域対策」といった政策群の総力をあげて、官民協働、市町村との連携協調のもと、取り組むことで地域と産業の活性化につなげていきます。

平成25年度の取り組みによって、新規移住相談者数や移住実績といった各指標は、前年度を大きく上回る成果に結びついていますが、平成27年度に掲げる目標の達成に向けては、さらにもう一段、移住促進策をバージョンアップする必要があると考え、平成26年度には、次の3点で強化を図ります。

まず、1点目は、アクティブな情報発信等により、地域や企業で活躍していただける「人財」の誘致です。地域が求める人財ニーズを発掘し、顕在化させるとともに、都市部等の人財にアクティブな情報発信することで、都市部の人財と地域とを結びつけます。

2点目は、移住希望者向けの住宅等の確保促進です。市町村やNPO等による空き家の中間保有により所有者の不安を和らげるとともに、改修費用等に対する支援策を拡充することにより、移住者向け住宅等の確保に努めます。

3点目は、民間支援団体等との連携の強化です。移住促進に取り組む民間支援団体によるネットワークの形成を支援し、ノウハウや情報の共有を図り、民間の方々による取り組みが、さらに活発化することを促します。

こうした取り組みによって、平成27年度に掲げる目標を達成するとともに、「移住者と一緒  
に創る元気な地域」の成功イメージの実現に向けて取り組みを加速してまいります。

## 戦略の柱【移住促進による地域と経済の活性化】

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	基本方向					
						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	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>◆「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」にご協力いただくなど、大きな盛り上がりにつながっている</li> </ul>	◆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	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <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」のPR</li> <li>◎移住促進と各分野(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</li> </ul>						○
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>◆「高知で暮らす。」は、33万4千件余り(2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</li> <li>◆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</li> <li>◆運用開始以降、1万7千件余り(H26.2月末現在)のアクセス件数を獲得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆「高知家」プロモーションの盛り上がりをも十分に移住促進に結びつけていくこと</li> <li>◆「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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆移住といえば高知県と思ってもらえるような独自性の高い情報の発信</li> <li>★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)</li> <li>★アクティブな情報発信による「人財」誘致</li> <li>★「幸せ移住パッケージシステム」での情報提供</li> <li>★「幸せ移住プランコンテスト」の実施</li> </ul>						○
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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展、移住体験ツアーの実施</li> <li>◆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(H26.2月末現在)</li> </ul>	◆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	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆関心から行動へと促すための情報や機会の提供</li> <li>◎移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応/首都圏にコンシェルジュを配置</li> <li>★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リーフレットの作成</li> <li>★アクティブな情報発信による「人財」誘致【再掲】</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年後)
	<p>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</p> <p>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</p>				◆移住者数 年間500組 ※県+市町村で把握する移住者数	
	<p>移住と言えば高知県と思ってもらえるような独自性の高い情報の発信</p> <p>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 ともに、地域の求める個別の求人情報等、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</p> <p>アクティブな情報発信による「人材」誘致</p> <p>県産業振興推進部、県商工労働部、県観光振興部、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: ・専門誌や広報紙、民間支援団体や移住者の協力による口コミ等、各種メディアを通じて情報発信を強化する</p>					
	<p>関心から行動へと促すための情報や機会の提供</p> <p>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、民間転人材ビジネス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</p>					

※改革のための6つの基本方向

- 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【移住促進による地域と経済の活性化】

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	基本方向								
					1	2	3	4	5	6			
4. 移住について真剣に考えて決めてもらう	◆仕事や住居の確保など、移住後の生活に不安を持つ人が多い(そもそも移住するということはハードルが高い)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・官民協働での「高知県移住推進協議会」の設立と協議会の開催</li> <li>◆官民協働による移住希望者への新たな支援策の開始(レンタカー割引、引越割引、宿泊特典)</li> <li>・市町村における「専門相談員」の配置の促進</li> <li>◆平成25年度においては、18市町村で配置</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」の委嘱と普及</li> <li>◆平成25年度においては、7市町27人に委嘱</li> </ul>	◆移住促進の取り組みの必要性や目標の共有による市町村や民間団体等との更なる連携協調	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆市町村や民間団体等との連携強化によるサポート体制の充実</li> <li>○官民協働による「高知県移住推進協議会」の運営</li> <li>◎移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応[再掲]</li> <li>○市町村「専門相談員」の配置の促進</li> <li>○地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及</li> <li>★移住促進に取り組む、民間支援団体のネットワーク化を支援</li> </ul>							○		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・お試し滞在住宅等の移住者支援施設の整備を支援</li> <li>◆平成25年度においては、17市町村が移住者支援施設を保有</li> </ul>	◆移住者の希望する地域の空き家情報が無い、希望を満たす空き家情報がないというミスマッチが生じている	◆受入施設の整備と利用促進 ★移住者向け住宅の確保促進									○
			◆地域の求める人材ニーズと都市部人材等との結びつけ	◆都市部人材の誘致に向けて起業・就業を支援 ★都市部での座学や高知での短期研修の実施 ★企業等が実施するOJTやOFF-JT研修を支援									○

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業



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>移住希望者の不安を解消してもらうための情報の提供や、サポートの充実</p> <p>県産業振興推進部、市町村、民間団体等： 官民協働による「高知県移住推進協議会」での移住者支援策の検討や、市町村における「専門相談員」の配置の促進、地域における「地域移住サポーター」の委嘱の促進、移住・交流コンシェルジュの充実等により、官民が連携して移住希望者をサポートする体制を整え、移住希望者への情報提供やサポートにあたる</p>				<p>◆移住者数 年間500組 ※県+市町村で把握する移住者数</p>	
	<p>民間の移住支援団体との連携強化</p> <p>県産業振興推進部、市町村、民間団体等： 移住支援に取り組む民間団体等の全県的なネットワーク形成と連携した事業の実施を支援</p>					
	<p>受入施設の整備と利用の促進</p> <p>県産業振興推進部、県土木部、市町村、民間団体等： ・移住者向け住宅情報の掘り起しの際の課題となる空き家内の荷物や移住者に家を貸すことに対する不安の問題を解消するため、空き家内の荷物の整理や市町村、NPO等による住宅の中間保有を支援し、移住者への住宅の供給を促進する ・市町村とともに、NPO等によるお試し滞在住宅等の移住者支援住宅の整備を支援する</p>					
			<p>都市部人財の誘致に向けて起業・就業を支援</p> <p>県産業振興推進部： ・都市部での研修(座学)と高知での短期研修(マッチング、フィールドワーク)の実施 ・受入企業等が実施するOJT、OFF-JT研修を支援 ・市町村等が受け入れる都市部の民間企業人財の件数について、市町村を支援</p>		<p>◆年間20組の都市部等からの移住者が、支援事業を活用したOJT、OFF-JT研修を受講</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 戦略の柱【移住促進による地域と経済の活性化】

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	基本方向										
						1	2	3	4	5	6					
4. 移住について真剣に考えて決めてもらう		◆U・イ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・イ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・イターン希望者と企業とのマッチングの強化	○U・イターン企業就職等支援事業						○	○
		◆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	◆東京、大阪でのこうちアグリスクールを20名から40人に増やし、受講生が倍増	◆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士の確保	◆新規就農者の定着	(就農前) ◆◎U・イターン就農者の確保	○				○
			◆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	◆◎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						○	○
			◆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	◆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H25は263人と新規就農者の増加につながっている	★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											

※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><b>無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進</b></p> <p>県雇用労働政策課・県外事務所：機会を捉えた「U・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>					◆企業が求める人材の確保	◆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><b>就農希望者の確保</b></p> <p>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</p> <p><b>農業の担い手育成強化</b></p> <p>県：農業担い手育成センターの整備                      農業担い手育成センター：                      就農希望者への基礎及び先進技術・経営管理研修の強化(ネット研修、講座、実習)                      就農希望者と産地とのマッチング                      農業者や技術指導者の先進技術研修の実施</p>					◆新規就農者数年間280人 ◆指導農業士 H23:49人 H27:90人 ◆人・農地プランの作成 200集落	◆新規就農者数年間280人
<p><b>研修の拡充</b></p> <p>生産者：研修生の受け入れ(指導農業士等の受け入れの拡充)                      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に合わせた短期の研修を実施</p>						
<p><b>遊休農地やハウス等の活用</b></p> <p>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                      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取組を促進し、管理に要する経費を支援(H25～)</p> <p><b>農地中間管理機構の創設</b></p> <p>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                      県農地・担い手対策課：農地中間管理機構の農地の集積・集約化への取組を促進し、事業に要する経費を支援</p>						
<p><b>初期投資の軽減</b></p> <p>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</p>						
<p><b>円滑な就農に向けた支援</b></p> <p>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～)</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 戦略の柱【移住促進による地域と経済の活性化】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
4. 移住について真剣に考えて決めてもらう	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している</li> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>◆東京、大阪でのこうちアグリスクールの定員を20名から40人に増やし、受講生が倍増</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>◆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H25は263人と新規就農者の増加につながっている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆就農希望者の確保</li> <li>◆研修支援等の強化</li> <li>◆営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保</li> <li>◆実践研修を支援する指導農士の確保</li> <li>◆新規就農者の定着</li> </ul>	<p>(就農時)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆★営農定着への支援 就農サポートハウスと青年就農給付金(経営開始型)の活用</li> </ul> <p>(就農後)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○経営安定への支援</li> </ul> <p>◎雇用就農に向けた支援</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年後)
<p>営農定着への支援</p> <p>県産地・流通支援課: 就農サポートハウスにより1~3年実績を積むための支援(H24終了)                      県産地・担い手対策課: 45歳未満の新規就農者に対する青年就農給付金(経営開始型)の給付</p>					<p>◆新規就農者数 年間280人</p> <p>◆指導農業士 H23: 49人 H27: 90人</p> <p>◆人・農地プラン の作成 200集落</p>	<p>◆新規就農者数 年間280人</p>
<p>経営安定への支援</p> <p>農業団体(県農業公社): 就農から5年以内の認定就農者等の経営状況を把握し、農業振興センター等と連携し、                      営農面や経営・資金面についてフォローアップを実施(H22年度から新たに職員を配置)                      農業団体(農協): 営農指導員による営農指導                      農業振興センター: 普及職員による技術指導</p>						
<p>雇用就農の拡大に向けた支援</p> <p>農業団体(農業会議): ハローワークと連携した就業相談会の実施や情報の提供                      国: 農の雇用事業による農業法人等への支援                      県産地・担い手対策課: 従業員のスキルアップへの支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間の連携を強化する
- 3 足腰を強め、地方を基盤とする
- 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【移住促進による地域と経済の活性化】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
4. 移住について真剣に考えて決めてもらう		<p>◆本県の中山間地域では、全国に先行して、過疎化、高齢化が進行しており、集落機能の低下や農地、山林の荒廃などの課題に直面。若年層の地域への定着を進めることが不可欠になっている</p> <p>◆雇用の受け皿となっていた一次産業や建設業が衰退しており、これに代わる中山間地域での新たな雇用の受け皿づくりが急務となっている</p>			<p>◆シェアオフィスへの入居促進と事業者への支援</p> <p>★市町村が策定する事業計画に基づいて設置するシェアオフィス等の整備への支援</p> <p>★地方で起業を考えている方などへの的確なアプローチとさらなる企業誘致</p> <p>★入居する企業や新規創業者への初期経費の支援</p> <p>◎専門家派遣やセミナー開催、事業連携先の紹介などを通じた創業や事業継続・拡大への支援</p> <p>★地域の雇用創出</p>			○	○	○	○
5. 高知に安心して住み続けてもらう		◆安心して住み続けてもらうためには、居場所を見つけ、生きがいややりがいを感じてもらうことが重要	<p>・移住者交流会の開催</p> <p>◆H25年度は、延べ33人の移住者が参加</p>	◆定住に向けたサポート体制の充実	<p>◆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</p> <p>◎市町村の「専門相談員」の配置によるフォローアップ[再掲]</p> <p>★地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及[再掲]</p> <p>○移住者交流会の開催などによる移住者間ネットワークの強化</p> <p>○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</p>						○

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

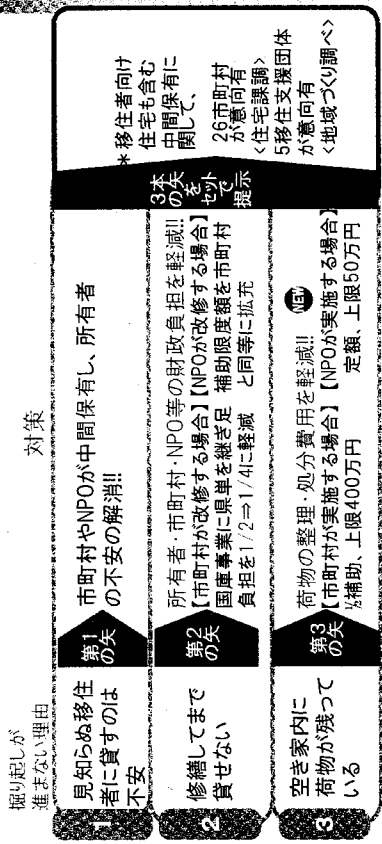
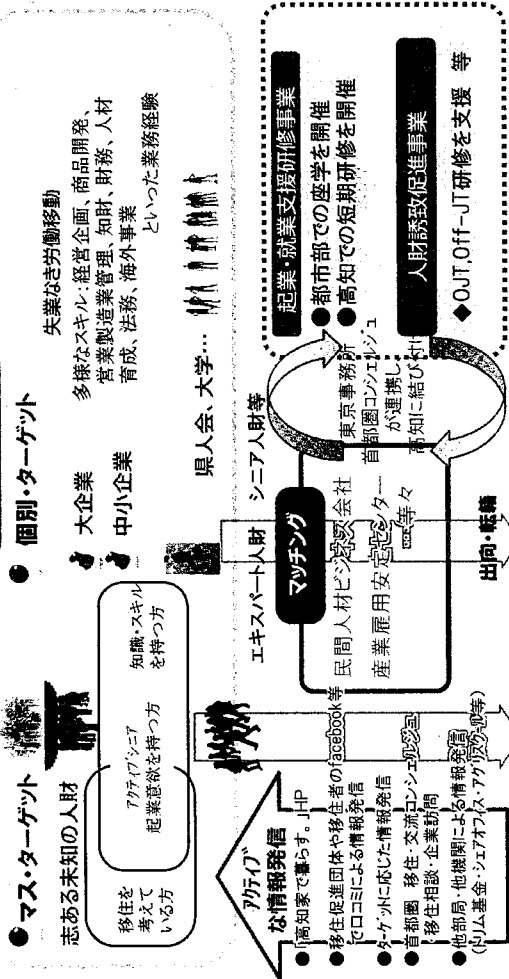
第2期計画					目指すべき姿(目標値)		
H24	H25	H26	H27	H28以降	短期的な視点 (平成27年度末)	中長期的な視点 (概ね10年先)	
	<p>シェアオフィス整備等の支援</p> <p>県計画推進課、移住促進課、中山間地域対策課、情報政策課： 市町村が策定する事業計画に基づいて設置するシェアオフィス等の整備への支援</p>					<p>◆シェアオフィスを設置した市町村や地域の知名度が向上しつつある</p> <p>◆県内6地域に、20企業が創業し、IT企業等の集積が始まりつつある</p>	<p>◆サテライトオフィスを設置した市町村や地域等の知名度が向上し、ブランド化されている</p> <p>◆IT企業等が集積している</p> <p>◆中山間地域への移住や交流人口、雇用が拡大し、地域の活性化が図られている</p>
	<p>シェアオフィスへの入居促進</p> <p>県新産業推進課：市町村と連携したシェアオフィスのPRや入居者の募集</p> <p>新規創業等の事業者支援</p> <p>県新産業推進課：シェアオフィスに入居する新規創業者や企業の初期経費への支援</p> <p>県新産業推進課、支援機関：専門家派遣によるハンズオン支援や、金融機関・事業連携先の紹介、創業セミナーなどの開催による、創業や事業の継続・拡大に対する支援</p>						
	<p>地域の雇用創出</p> <p>県新産業推進課：市町村等と連携した地域人材の育成セミナーの開催や入居企業と地域の若者の交流などにより地域の雇用を促進</p>						
	<p>地域になじんで、住み続けてもらうための情報や機会の提供</p> <p>県産業振興推進部、市町村、民間団体等： 「地域移住サポーター」、「専門相談員」、「移住・交流コンシェルジュ」が連携したフォローアップの実施 移住者同志の交流会や移住者と地域住民の交流会などの開催を人的、財政的に支援</p>					<p>◆移住者数 年間500組 ※県十市町村で把握する移住者数</p>	

※改革のための6つの基本方向

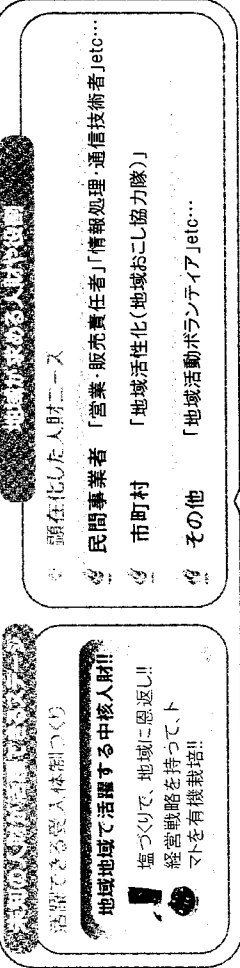
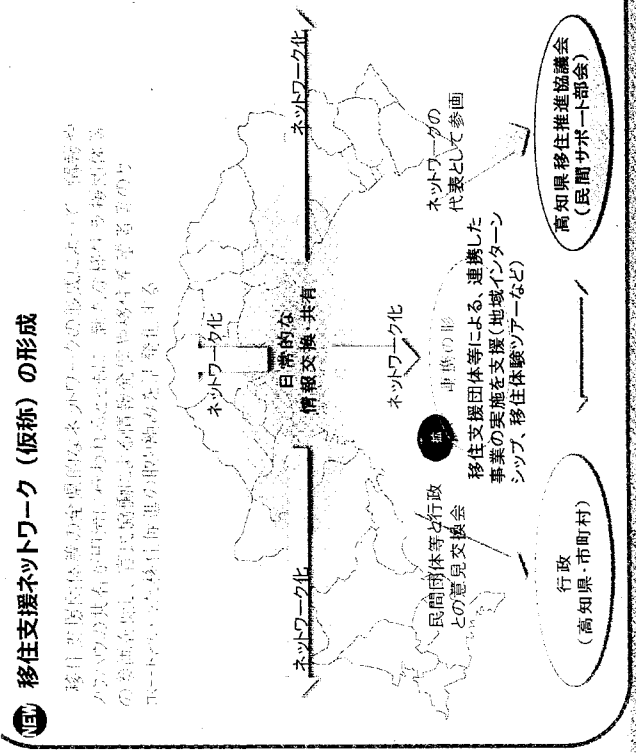
- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間の連携を強化する
- 3 足腰を強め、地力を高める
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる
- 6 移住促進により、活力を高める

# 平成26年度 移住促進策のバージョンアップ

## バージョンアップの取組① 「移住促進策」による人材確保



## バージョンアップの取組③ 民間支援ネットワークの構築



**活躍できる受入体制づくり**  
地域地域で活躍する中核人財!!  
塩づくりで、地域に恩返し!!  
経営戦略を持って、ト  
マトを有機栽培!!



# 移住者向け住宅の確保促進

移住希望者向けの住宅等の確保に向けた支援制度マトリックス

		空き家の改修・荷物整理など	
実施主体	空き家調査	荷物整理	空き家改修
市町村	<p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ソフト事業 (上限400万:1/2以内)</p> <p>★使途拡充★ 空き家の荷物の整理・処分 についても支援対象とする</p> <p>※NPO等支援事業 (上限50万:定額)</p>	<p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ハード事業 (上限3000万/1戸450万:1/2以内)</p> <p>※ソフト事業 (上限400万:1/2以内)</p> <p>※NPO等支援事業 (上限50万:定額)</p> <p>※NPO等支援事業 (上限50万:定額)</p>	<p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ハード事業 (上限3000万/1戸450万:1/2以内)</p> <p>【高知県空家再生等推進事業費補助金】</p> <p>※ハード事業 (上限225万:1/4以内)</p> <p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ハード事業 (上限225万:1/4以内)</p> <p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ハード事業 (上限225万:1/4以内)</p>
NPO等	<p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ソフト事業 (上限400万:1/2以内)</p> <p>※NPO等支援事業 (上限50万:定額)</p>	<p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ソフト事業 (上限400万:1/2以内)</p> <p>※NPO等支援事業 (上限50万:定額)</p>	<p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ハード事業 (上限3000万/1戸450万:1/2以内)</p> <p>【高知県空家再生等推進事業費補助金】</p> <p>※ハード事業 (上限225万:1/4以内)</p> <p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ハード事業 (上限225万:1/4以内)</p>
空き家所有者等	<p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ソフト事業 (上限400万:1/2以内)</p> <p>※NPO等支援事業 (上限50万:定額)</p>	<p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ソフト事業 (上限400万:1/2以内)</p> <p>※NPO等支援事業 (上限50万:定額)</p>	<p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ハード事業 (上限3000万/1戸450万:1/2以内)</p> <p>【高知県空家再生等推進事業費補助金】</p> <p>※ハード事業 (上限225万:1/4以内)</p> <p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ハード事業 (上限225万:1/4以内)</p>

空き家バンク登録・移住者へ貸与





## Ⅱ 専門分野の成長戦略

### 1 農業分野

# 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)

↓ 958億円(H23)

↓ 996億円(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（P272～280）
  - ・「学び教えあう場」の取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（P282～292）
  - ・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
- 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（P304～312）
- 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
- 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（P322～324）
- 農業担い手育成センターの整備
  - 農地の集積による規模拡大や、経営体質の強化の推進（P324）
- 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（P318）
- こうち型集落営農のステップアップの支援（P318）
  - ・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）（P320）
  - ・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（P316）
  - ・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（P316）
  - ・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（P316）

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（P294～296）
  - ・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（P298～300）
  - ・「新園芸ブランド」による販売の拡大
  - ・本県農業の取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
- 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)

- I P M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ます
- 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ます

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

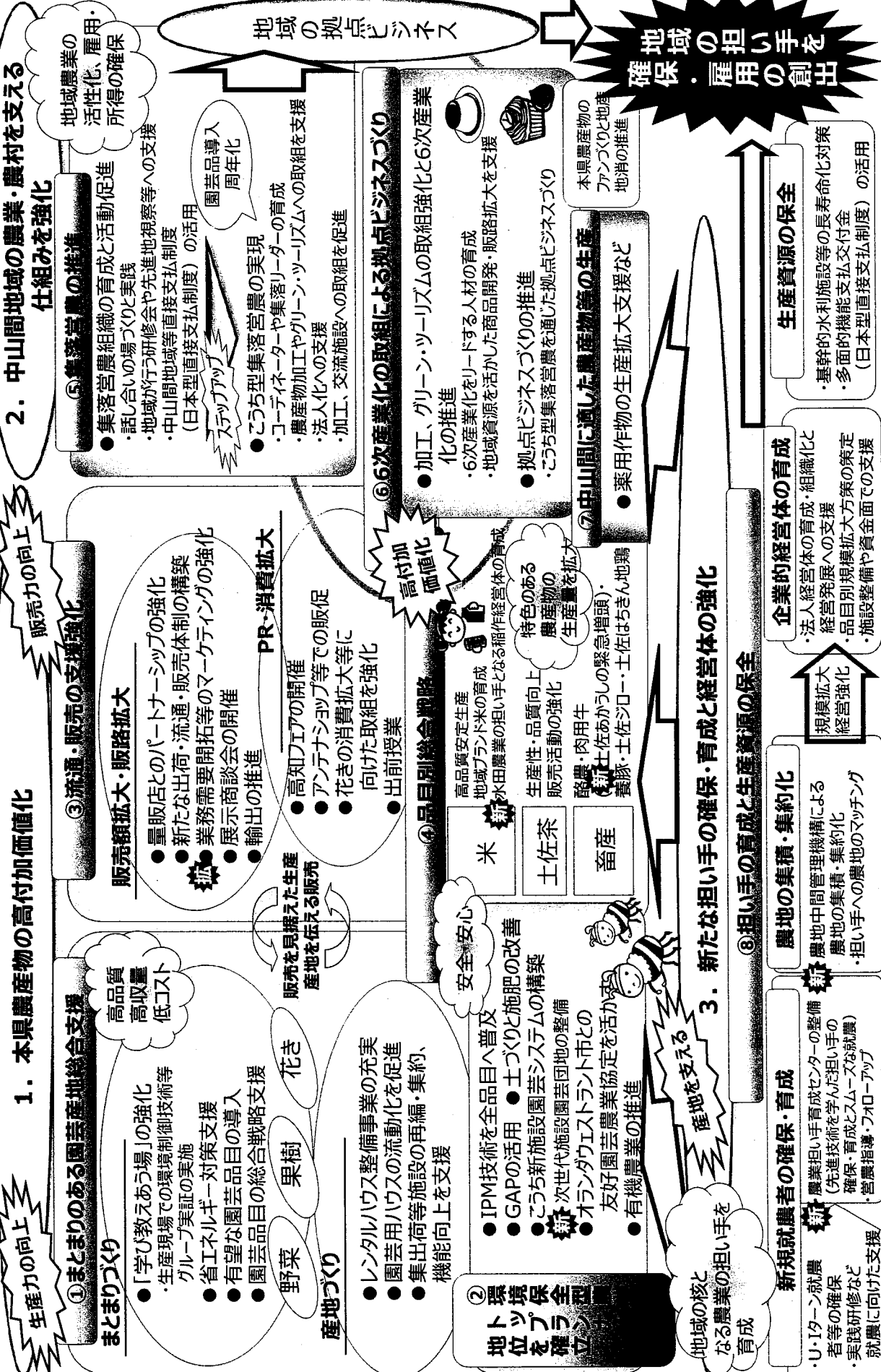
地域で暮らし稼げる農業

農業産出額 1000億円以上を目指す

# 産業成長戦略【農業分野】の概要

## 農業産出額の増加・所得の向上

安心して農業を継続



## 産業成長戦略の概要（農業分野）

農業を取り巻く情勢は、生産資材の高騰や農産物価格の低迷など、非常に厳しい状況であることから、農業者が意欲とやりがいを持って農業に従事し、次世代に引き継いでいくためには、生産基盤の強化や農家所得の向上が求められています。

そのため、第1期産業振興計画では「競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築」など2つの戦略の柱を掲げ、「高知ブランド」を全国に売り込む流通・販売の強化や、本県農業の強みである「環境保全型農業」の推進、担い手の確保・育成などに取り組んできました。この結果、地域のまとまりの形成や収量アップ、本県産農産物の認知度向上や販路拡大、環境保全型農業の取組の拡大、集落営農組織の育成や新規就農者の確保などの成果が出てきました。

一方で、高度な生産技術の向上や、環境保全型農業の取組を消費者に十分に伝える販売の仕方、「こうち型集落営農」による所得の向上、担い手の一層の確保など、取り組みをさらに強化する必要がある課題も浮かび上がってきました。

そのため、第2期産業振興計画では、これまでの取組の成果や課題を踏まえ、農業産出額の増加や農業者の所得向上によって本県農業全体の底上げと雇用の創出につなげていくため、次の3つを戦略の柱として取り組んでいきます。

### 1. 本県農産物の高付加価値化

本県農産物が競合産地に打ち勝ち、優位に販売されるためには、生産から流通・販売まで一体となった取組の強化により、農産物の付加価値を高め「高知ブランド」を確立することが必要です。

第2期計画では、「こうち新施設園芸システム」の確立に向けた研究開発や早期普及に向けた生産現場でのグループ実証に取り組む、施設ピーマンなどで増収効果が出ています。また、流通・販売の支援強化では、パートナー量販店での販売強化やこだわりの野菜果物、花きの展示商談会の開催、消費地でのPRイベントなどを行い、販路開拓・販売促進に繋がっています。

H26年度の改定のポイントとして、①環境制御などの先進技術を取り入れた「次世代施設園芸団地」を四万十町に整備し、大規模施設での飛躍的な増収と周年安定生産を実現し、県内全域に拡大、②卸売市場との連携により、園芸品の実需者ニーズの情報収集や営業商談の実施による業務需要開拓等の強化、③集落営農組織を含めた、水稲作付面積10ha以上の大規模稲作経営体を育成するなど、水田農業の多様な担い手の育成、④土佐あかうしの需要が生産を上回るようになってきている一方で、県内の肉用牛農家戸数や飼育頭数も減少していることから、土佐あかうしの緊急増頭など生産基盤の強化などに取り組んでいくこととしています。

### 2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化

過疎化や高齢化が進んでいる中山間地域は、本県の農業産出額などの約80%を占める食料供給の重要な地域であるとともに、多面的機能も有しています。こうした役割を維持しながら、安心して農業を続けることができるよう、所得の確保や雇用の創出に向けた、農業・農村を支える仕組みの強化が欠かせません。

第2期計画では、集落営農を牽引できるリーダーやコーディネーターなどの人材育成を進め、取り組みを県内全域に広げるとともに、こうち型集落営農へのステップアップを支援し、集落営農組織の法人化など経営の安定化に取り組んでいます。また、6次産業化に取り組む農業者のすそ野の拡大を目指し、「農業創造セミナー」を開催して意欲ある人材の育成を行い、所得の確保や雇用の創出、さらには中山間地域での所得向上につながる薬用作物の生産拡大への支援にも取り組んでいます。

### 3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化

農業を維持・発展するためには、地域の農業を支える担い手の確保・育成と、個々の経営体の強化を図ることが重要です。

第2期計画では、新たな担い手の確保・育成の取組として、①PRや相談、技術を習得するための実践研修など就農希望者への支援、②農地やハウス確保など営農開始時の支援、③営農技術指導や経営面でのフォローアップを行い、営農が軌道に乗り経営が安定するまでの支援など、段階に応じた支援を行うことで、新規就農者の確保に繋がっています。

H26年度の改定ポイントとしては、①目標とする新規就農者数を230人から280人に変更し、新たに農業担い手育成センターを整備するなど新規就農者の確保・育成対策の強化、②新たに設置する農地中間管理機構を活用して、高齢化等で離農したり規模縮小する方の農地集積や、担い手への農地集約に取り組んでいきます。

# 戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
<b>1. まとまりのある園芸産地総合支援</b> (1)「学び教えあう場」の強化	◆燃油や生産資材の高騰により、園芸農家の経営は厳しい状況が続いている。また、県内の各産地においては高齢化による担い手の減少が進み、このままでは産地規模の縮小、県全体の生産・出荷量の減少が懸念される  ◆平成20～23年度の4年間では、園芸農家の所得確保のために、篤農家のほ場を「学び教えあう場」として設定し、篤農家の栽培技術の移転を進めてきた。しかし、篤農家技術に加え、高収量・高品質、省エネ・低コスト、省力化などに関わる新技術についても早急に普及・定着を進めるとともに、消費地での販売状況を見据えた産地の強化を図る必要がある	・地域の基幹品目の生産振興を支援するため、県域で37品目、205箇所(H25年度)の篤農家のほ場を「学び教えあう場」として設定し、栽培技術などの情報交換を進めてきた。また、県域で品目別の生産者交流会を開催することで、県内の生産者同士の交流や高度な技術の情報収集を促進してきた  ◆園芸連など農業団体が単独で作成していた生産出荷指標・計画を県と共同策定し、目標に向けた取り組みができた。 さらに、取り組みの実績・成果を共有する仕組みづくりが出来た  ◆「学び教えあう場」を中心とした産地活動が活発になり、検討会への参加者数も増加した(参加者:平成25年12月末3,303戸/対象農家5,011戸)  ◆各産地において、目標収量を達成した農家数や、販売数量が増加する出荷場数が出るなど成果が現れてきた。また、交流会がきっかけで、県内他産地との相互交流が活発になってきた	◆生産者の高齢化や生産資材の高騰による農業所得の低下などの産地力の低下を考慮して、生産者や関係機関がしっかりとまとなり、将来のあるべき力強い産地ビジョンを共有し、その目標達成に取り組む必要がある 品目別総合戦略シートなどに掲げる目標達成のための課題解決のための取り組みについて、農業団体と連携し、進行管理を行う必要がある  ◆「学び教えあう場」ごとに課題解決のテーマを設定し、高収量や高品質などの目標達成に向け、勉強会グループが行う実践活動を支援していく また、効果的な活動とするためには、普及指導員の産地を牽引する総合力が求められている	◆〇品目別総合戦略や生産出荷指標で掲げた課題解決策の評価と県全域への普及、また県域・産地ごとの毎年の見直し・実践による販売数量の増加  ◆〇平成24年度からは、「学び教えあう場」において、篤農家の技術の他に、地域・品目の実情に応じ、高収量・高品質など、産地の維持・発展につながる技術を早急に普及させる。産地でテーマとして、①高収量・高品質生産技術の導入、②省エネ・低コスト生産の導入、③省力化技術の導入などを掲げ、技術確立を行う。そして、産地で確立した技術は、県域で共有する仕組みづくりを行う  ◆〇環境制御や省エネ技術について「こうち新施設園芸システム」の技術開発に取り組む農業技術センターと連携し、生産現場において、炭酸ガス供給装置などの備品を活用した実証及び、データ収集・分析を行うことにより早期に技術確立と普及を図る	○		○		○		
(有望な園芸品目の導入支援)	◆農業者に新規有望品目に取り組むだけの時間的・経済的余裕が少なくなっている  ◆高知県では水稲収穫後の農地はその多くが有効利用されていない  ◆タバコ需要量の減少から、葉タバコ廃作農家が増加しており、経営支援が必要となっている	・園芸連、県で有望品目プロジェクトチームを結成し、有望16品目を3年間で実証栽培、販売促進(補助事業)、普及推進を図った  ◆16品目内、販売額がハスイモ、ニガウリ、パプリカ、甘長シントウで5,000万円を、アスパラガスで1億円を超した(平成23園芸年度販売実績)。事業目標であった販売額5,000万円以上を5品目が達成できた  ・22～23年度には水稲後作に野菜5品目をモデル導入し、作付奨励(補助事業)を行った  ◆水稲後作では新規作物としてカット用ネギやカイランの生産が始まり、プロッコリーやソラマメでは作付面積が拡大した	◆栽培技術が十分に確立されていない品目も残されており(花ニラ、3色ピーマン等)、残された1年で栽培技術を高めて産地化を図る必要がある  ◆稲作農家を中心に水稲後作への野菜導入に関心が高まってきたが、まだ、大きな動きになっていない さらに、葉タバコ廃作者の経営維持が緊急の課題であり、野菜等への導入奨励が有効な手段である	◆有望品目の産地づくり  ○栽培技術の確立及び普及推進の支援  ○販売促進の支援  ◆水稲後作地及び葉タバコ廃作者への園芸品目の導入支援  ○水稲後作地への導入推進  ★葉タバコ廃作者への導入推進	○		○				

※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					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>品目別戦略シート及び生産出荷指標・計画の実現に向けた進行管理</p> <p>農業団体との進行管理の実施(計画、実践、評価・見直し、JA⇄農業振興センター、園芸連⇄産地・流通支援課)</p> <p>生産者・農業団体・県：産地ごとに、収量・品質及び、省エネ・低コスト等の技術力アップのための課題解決策を品目別総合戦略シートや生産出荷指標に位置づけ、実践するとともに、その目標を達成し、県全体の産地力アップに繋げることを目指す</p>					<p>◆学び教えあう場 H23年度： 181ヶ所 →H27年度： 190ヶ所</p> <p>◆対象農家数 H23年度： 4,473戸 →H27年度： 4,500戸</p> <p>◆生産出荷計画の実現(数量の平成23園芸年度比5%の増加)</p>	<p>◆「学び教えあう場」を中心とした自主的な学習活動が定着する</p> <p>◆産地で確立された新技術等が県域に普及する</p> <p>◆消費者のニーズに応えることができる産地づくりができる</p>
<p>「学び教えあう場」の充実と取り組みの実践</p> <p>新技術のグループ実証、新技術の定着促進、新技術の県全体への拡大</p> <p>生産者：「学び教えあう場」への参加と実践、グループ実証の実践(新資材を利用した新技術、新規有望品目の探索) 農業団体・市町村：「学び教えあう場」の仕組みづくりや産地間交流への主体的な関わり 県関係課・農業振興センター：篤農家のほ場に「学び教えあう場」を設置、課題解決策のデータ分析や産地間交流の運営のコーディネートなどにより産地力アップを支援 新しい資材の利用技術等の速やかな技術確立および普及</p> <p>品目別の生産者交流会：品目別に県内全域の課題解決の実践について協議し、高収量・高品質生産など産地の強化に繋げる。 テーマ別の生産者交流会：高収量・高品質、省エネ、省力化など、テーマごとに県域の交流会を設定し、速やかに課題解決につなげる</p> <p>こうち新施設園芸システム関連技術の実証及び技術確立、こうち新施設園芸システムの普及</p> <p>生産者：グループ実証の実践(環境制御技術) 農業団体・市町村：「学び教えあう場」の仕組みづくりや産地間交流への主体的な関わり 県関係課・農業振興センター：増収のために、環境制御データの収集・分析を行い、新施設園芸システム関連技術の速やかな技術確立および普及</p>					<p>[野菜] 数量 H23園芸年度： 960百t →H27園芸年度： 1,000百t</p> <p>[果実] 数量 H23園芸年度： 70百t →H27園芸年度： 73百t</p> <p>[花き] 本数 H23園芸年度： 4,100万本 →H27園芸年度： 4,300万本</p>	
<p>有望品目の栽培技術の確立と定着</p> <p>生産者・農業団体・市町村：実証栽培への協力、有望品目の面積拡大、販売促進 県関係課・農業振興センター：導入品目の有望性の検証と地域への提示 一実証ほの設置—経済性評価 (栽培講習会の開催、生産者組織の設立支援、産地化支援)</p>					<p>◆販売額5,000万円を越す品目を5品目(H24年度末)</p> <p>H20年度：2品目 →H24年度：5品目</p>	<p>◆有望品目の定着</p>
<p>水稻後作地及び葉タバコ廃作者への園芸品目の導入・定着</p> <p>生産者・農業団体・市町村： ・有望品目の選定、生産者グループの募集、モデル栽培・出荷・販売、有望品目の面積拡大 県関係課・農業振興センター： ・有望品目の選定、栽培講習会の開催、栽培・出荷支援、産地化支援(補助事業)</p>					<p>◆水稻後作への露地野菜の作付けモデル；5グループ(年間)</p> <p>◆葉タバコ廃作農家による野菜の作付けモデル；3グループ(年間)</p>	<p>◆水稻後作への露地野菜の作付け面積増加による水稻農家、園芸農家の所得増加</p> <p>◆葉タバコ廃作農家による野菜栽培の経営安定</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. まとまりのある園芸産地 総合支援 (2)花き産地づくりの 支援		◆県産花きの栽培面積、販売額は減少傾向であり、このままでは花き産地の弱体化がさらに進むことが予測される  ◆主要品目の多くは10年前との比較で単価が低下している	・平成22年度から各農振センター7地区で新品目の栽培実証を進めた  ◆実証H22:7箇所9品目、H23:7箇所:9品目  ◆特に有望な品目についてモデル栽培を実施(H22黒潮町テマリソウ26a、H23黒潮町ダリア65a)  ◆2年間の取り組みにより、新品目の探索・導入のための体制が構築できた  ◆鑑賞用トウガラシ、キイチゴの試作に取り組む	◆地域適応性から経営面までの有望性評価を2年間で判断するのは困難であり、継続的な取り組みが必要である  ◆豊富な品目の中でも、既存品目に即代わるまでの有望な品目は極少ない  ◆現在、地域の独自品種を核とした花き産地は足腰が強いため、こうした生産者の育種ノウハウの継承を支援する取り組みが必要である	◆○花き新品目の試験栽培、モデル栽培、実証販売により、花き産地強化を支援  ◆★育種・知的財産に関する技術や知識の伝承支援	○		○		○	
						○		○		○	
(3)省エネルギー対策 支援		◆施設園芸においては施設内温度を一定に保つために、化石燃料による暖房用加温機の使用が一般的  ◆重油価格の高騰を背景に、生産コストは上昇  ◆東日本大震災の影響も相まって、重油価格動向の先行きは不透明。化石燃料の削減については既に社会的な動きになっている	・省エネルギー部会の平成20年度からの取組は、県内A重油使用量の目標を7万klとし、関係者で情報共有しながら省エネ対策を推進  ◆ハウス内張被覆の多層化などの指導徹底(H23年度:研究会4ヵ所)  ◆耐低温性品種は中間母本育成中  ◆事業活用による木質バイオマスボイラーの導入(H20:7台→H22:96台→H23:114台)  ◆ヒートポンプの導入(H20:206台→H22:354台→H23:587台)	◆重油価格は80円/リットル以上で高止まり  ◆①省エネ推進に向けた意識啓発、②省エネにかかる施設・機械の計画的な導入、③省エネ資材活用等の継続的な推進	◆○省エネ対策の徹底    ◆○重油代替暖房機の普及推進(木質バイオマスボイラー、ヒートポンプ等)			○			

※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>新たな花き新品目の導入・普及及び経済性の検証</p> <p>生産者代表・農業団体・市町村 : モデル栽培、実証販売の実施、試験栽培実証ほへの協力、地区プロジェクトチーム会への参画                      県産地・流通支援課・農業振興センター : 試験栽培実証ほの設置、新品目の評価と地域への提示、モデル栽培の経済性評価、栽培講習会の開催、地区プロジェクトチーム会の設置</p>					◆導入品目数 H23:2品目 H25:2品目 →H27:4品目	◆足腰の強い花き産地体制の構築
<p>育種ができる人材づくり支援</p> <p>生産者・農業団体 : 育種にかかる県内外講師による研修への参加、知的財産権の活用                      県関係課 : 県域での研修会の開催</p> <p>育種・知的財産に関する技術や知識の伝承支援</p> <p>生産者・農業団体 : 県内外で育種を実践している方を講師とする研修への参加、知的財産権の活用                      県関係課 : 育種を行う花き生産者の組織化、県域での研修会の開催、新規育種農家への基礎研修の実施</p>					◆花き種苗登録出願者数(累計) 現状(H20~23):8名 →(H24~27):10名	
<p>保温対策の徹底、耐低温性品種の開発</p> <p>生産者 : 保温対策の実践(省エネチェックリストによる点検、省エネ資材の活用)                      農業団体 : 省エネ対策プロジェクトチーム会への参画、保温対策の実践支援                      農業振興センター : 現地事例情報の収集及び省エネ技術の分析・評価、保温対策の実践支援、省エネ対策プロジェクトチーム会への参画                      農業技術センター : 耐低温品種の開発、省エネ技術の分析・評価                      県環境農業推進課・県産地・流通支援課 : 県域の省エネにかかる情報収集及び省エネ技術の分析・評価、省エネ対策プロジェクトチーム会の開催</p>					◆A重油使用量: 現状(H20~22の平均) 71,000kl →H27目標: 60,000kl	◆省エネ技術の普及による農業経営の安定
<p>重油代替暖房機の省エネ評価</p> <p>重油代替暖房機の普及推進</p> <p>生産者 : 重油代替暖房機、省エネ暖房機の導入、データの提供                      県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター(省エネコスト低減効果検証チーム) : 重油代替暖房機、省エネ暖房機の省エネ効果分析・評価、その導入支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. まとまりのある園芸産地 総合支援 (4) 園芸品目の総合 戦略支援		◆「高知県産業振興計画」の品目別推進計画として、平成20年度に「品目別総合戦略」を策定。野菜18品目、果樹6品目、花き4品目に水稲、茶、畜産5部門を加え、生産対策、流通対策などを各部門で展開してきた	◆品目別の生産、流通、需要拡大及び販売対策を関係機関と連携して実施 ◆需要や販路の拡大、流通時の課題改善、生産量の拡大(反収、作付面積の増加)が図られた品目も多い	◆高齢化による生産基盤の縮小に歯止めがかからない中で、全国的消費量の減少、消費流通構造の変化、生産コストの増加を含めた生産構造の変化に総合的に対応する生産から流通までを一元的に捉えた総合戦略とそれに基づく展開が必要	産地や生産量を維持、拡大すべき品目を絞り込み、生産から流通までの総合戦略に基づく各課題に全関係機関で総合的・効率的に取り組む	○	○	○		○	
		◆生産戦略としては収量や品質を向上するための技術対策、生産を振興するための施設整備支援対策など、流通対策としては鮮度保持対策、消費拡大対策など、さまざまな課題に対して取組を推進してきた									
(ア) ミヨウガ		◆ミヨウガは、本県が全国流通量の約8割を占め、全国1位の出荷量を誇る。県内の栽培面積は、104ha。出荷量はH25園芸年度4,726tである ◆近年、資材や燃油など、生産コストの上昇などで、生産者の経営環境は厳しい状況にある ◆収量減や品質低下など、今ある課題を克服し、将来的にも、栽培面積や出荷量を維持し、産地が発展すること求められている	【ミヨウガ】 ・4～6月の販売のだぶつき解消 ◆需要期前の4～6月の出荷量増加に対応して、取り扱い市場への出荷予測等の情報提供を積極的に行うことにより、販売のだぶつきを解消することができた ・価格安定制度の創設 ◆高知県単独品目野菜価格安定事業として、平成21年4月施行した。この制度により、平成23年度に交付が行われた ・養液栽培における排水処理装置の開発 ◆農業技術センターと民間企業とで共同研究され、平成23年度に、実用型機が開発された ◆新たな排水処理の実験機が現場に設置され、企業と県内産地が協同で、循環式排水処理装置の検討もされるようになった	◆「水やけ症」により、7～8月の最需要期の出荷量が不安定 ◆排水処理装置など、環境に配慮した栽培管理技術の普及が求められている	◆★「水やけ症」の原因究明と対策の検討により、7～8月の最需要期の出荷量を確保する ◆○排水処理装置の実証で性能等の評価を行い、現地での普及を推進する	○	○	○		○	
(イ) ナス		◆冬春ナスの出荷量35,300t、シェア28.5%で全国1位(H21) ◆農業用資材、重油価格の高騰等により農家所得は低下 ◆競合産地の品質が向上している中、春期以降の県産の品質が相対的に低下している ◆価格安定制度の要件(系統出荷率)を割る恐れのある産地がある	・土佐鷹の普及 ◆JA、ナス部会、農業振興センターで組織される「土佐鷹普及推進協議会」で各出荷場毎に作付面積を設定して普及推進した結果、県全体で平成23年度には30.65haとなった。燃油価格の上昇などの影響により、平成25年度には28.06haとなっている。 ・系統率の向上 ◆営農相談日等を設定して系統外農家への情報提供などにより系統の利点などを啓発した結果、県域で69.6%、安芸市で60.2%(H24年度産、目標60%)であった	◆土佐鷹の普及が緩慢となっており、普及面積も十分でない ◆安芸市の系統率も50%台を維持しているものの、低く推移している地域もある ◆消費地の出荷要請量に出荷実績が足りていない	◆消費地の出荷要請量に応え、価格形成力、産地間競争力を強化するために系統率の向上、反収の増加、土佐鷹作付面積の増加を継続 ○土佐鷹普及推進の継続 ○系統率向上対策の継続	○		○			

※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>「水やけ症」の原因究明、対策の検討</p> <p>生産者・県関係課・農業振興センター・農業技術センター 「水やけ症」の原因究明、対策の検討 生産者・農業団体・農業振興センター 新素材の遮光資材などについて検討</p>					<p>「水やけ症」の対策の普及</p> <p>生産者・農業団体・農業振興センター 「水やけ症」の対策について現地での展示実証、 現地検討会などの開催</p>		<p>◆年間出荷量を維持しながら、夏場を中心とする需要期の出荷量を確保する</p>	<p>◆国内の冬春ナス産地をリードできるまとまりのあるナス産地の形成</p>
<p>排水処理装置の能力向上対策</p> <p>生産者・農業団体・農業振興センター・農業技術センター 排水処理装置や処理方法の見直し 試作機の開発及び試運転と装置の改良</p>					<p>排水処理対策の啓発</p> <p>生産者・農業団体・農業振興センター・県関係課 現地検討会、講習会を通じた排水処理対策の啓発 排水処理装置の現地実証及び成果の検証と装置の改良</p> <p>市町村・農業振興センター・ 県関係課 事業導入の検討・支援</p>		<p>◆排水処理装置の普及改良・見直し段階(H23)→実証段階(H27)</p>	
<p>優良品種「土佐鷹」の普及推進</p> <p>生産者：土佐鷹の作付け、栽培技術習得、新系統の試作 農業団体・農業振興センター：組織的な土佐鷹の普及推進、講習会・作付け奨励説明会等の開催、 品種特性を活かした販売実践 JA土佐あき普及推進協議会開催支援、土佐鷹の新技術開発及び新系統の育成(試験研究)</p>					<p>普及推進の評価及び対策の実施</p>		<p>◆土佐鷹作付面積の増加 30.6ha(H23)→83ha(H27)</p>	<p>◆国内の冬春ナス産地をリードできるまとまりのあるナス産地の形成</p>
<p>系統率の向上対策</p> <p>農業団体・農業振興センター：営農相談活動等による系統外出荷者への情報提供 県組織：実態把握、関係機関との改善策の協議、実践支援</p>					<p>対策の評価と改善策の実施</p>		<p>◆系統出荷率の維持(県域) 65.2%(H22)→67.0%(H26)</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
1. まとまりのある園芸産地 総合支援 (4)園芸品目の総合 戦略支援 (ウ)ユズ	◆全国1位の生産量 (H20:10,041t)、 シェア50%である  ◆生産者の高齢化や隔 年結果等で生産量が 不安定  ◆主要産地の青果出荷 量は約1,500t (約20%)、うち冬至用 は50%以上を占める  ◆近年、加工原料用 ユズの供給が不安定 で、H21年以降は供 給過剰さみである	・生産量 11,384t(H24) 10,859t(H25)  ・将来にわたってユズ園 を維持管理する仕組 みづくりを推進  ◆地域にあった様々な 労働力補完システム が実践されている。 (労働力補完システム :11事例)  ・加工原料用ユズ果汁 等の安定供給と販路・ 需要の拡大  ◆実需者ニーズに対応 した搾汁施設の機能 強化を支援し、果汁の 安定供給体制が整備 できた。 (HACCPゆず搾汁業 ～H23:3、H24:1、 H25:2施設)  ◆ゆず振興対策協議会 (以下協議会という) の体制強化や県域で の需要開拓への積極 的な取り組み、ゆず振 興基金の創設など、新 たな仕組みづくりがで きた 販売力強化により、 果汁販売環境が改善 してきている	◆ユズ園を維持管理す る仕組みづくりと県内 への普及  ◆ユズ果汁等の安定供 給と販路、需要の拡大	◆○産地間交流会などで、 モデル地区の取り組みを 周知し、県域に波及させる    ◆○ユズ果汁等の安定供給 と国内外への需要拡大に 継続的に取り組む。また、 搾汁加工施設でのHACCP 取得推進、品質規格基準 の設定等による県産ユズ のブランド化に取り組む   ◆○冬至用ユズの集中出荷 の分散化と加工品の一体 となったPR活動を進める。 また、発動を含む基金運 営を支援する	○	○	○			
(エ)ユリ	◆ユリは高知県の花き 産出額の42%(H24農 林統計)を占める主要 品目  ◆栽培面積は新潟県に 次いで全国2位、出荷 量は埼玉県に次いで 全国2位  ◆業務用の高品質品と、 安定品質・安定価格 のユリの双方を冬季 に供給  ◆販売は予約相対や ネット販売などの信用 取引が主流	・経営管理能力向上の ためのコンサルタント 活動を実施  ◆作型別に経営試算が 行えるよう試算シート を作成(3地区)し、各 地域で随時、ユリの経 営指導を継続してい る  ◆コスト削減の一環で ヒートポンプの導入を 支援 (累計台数H20:113台 →H22:120台、 H23:124台、 H24:25:332台見 込み)  ・切り下球の利用  ◆輸入球根のウイルス 感染が問題となり、積 極的な利用は難しい 状況となった  ・現場で問題となった ユリの品質低下対策  ◆ヒートポンプの導入に よる適正温度及び施 肥管理により改善で きた  ・ユリ交流会の開催によ り、県域組織の設立に 向けた協議が開始	◆消費地の販売環境が 変化していく中で、産 地の目指すべき方向 性や戦略が明確でな い産地が多い  ◆生産場面では、高い 種苗費に加え、重油 価格の高騰等により、 粗収益に占める経営 コストが約85%と非常 に高い  ◆産地ごとに顧客が異 なり、それぞれで消費 地ニーズに対応した出 荷規格や荷姿の改善等 が求められている また、毎年新品種が出 される中で、主要品種 と新品種のバランスを 常に見直ししていく必 要がある	◆○経営コストの削減に向 け、重油コスト削減対策等 を継続するとともにヒート ポンプ導入済みの生産者 に対しては効果的な活用方 法の啓発を行う    ◆○消費地ニーズにつ いては市場と連携した分析 や情報共有を行い、積極 的な情報発信など戦略的 な産地づくりにつなげてい	○		○			

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>維持管理の仕組みづくり</p> <p>産地での実践</p> <p>県内への普及</p> <p>生産者・農業団体: 農作業受委託組織等への積極的参加 県産地・流通支援課・農業振興センター: 農作業受委託組織、作業班体制等による管理作業請負の仕組みづくり・実践・県内への普及支援</p>					◆ユズの生産量 H22~H23: 10,979t ↓ H26~H27: 12,000t	◆国内外の産地 を寄せ付けない 生産・販売シス テムの構築	
<p>ユズ果汁の安定供給</p> <p>産地間連携強化</p> <p>生産者: 搾汁施設等への原料ユズの安定供給、産地間連携の強化 農業団体等: 計画的な搾汁施設等の導入、需要動向に基づいた安定供給・県版HACCP取得 県関係課: 需要動向調査、国庫補助事業導入への支援、県産ユズ果汁の標準規格設定への支援</p>					◆県版HACCP の導入 H23: 3か所 →H27: 8か所		
<p>ユズ果汁等の販路・需要の開拓とゆず振興基金の運用</p> <p>基金の継続協議・運用</p> <p>農業団体: 県域協議会が行う青果ユズや果汁等のPRによる需要開拓及び海外向けの販路開拓 県関係課: 農業団体が行うユズ果汁の需要拡大・販路開拓への支援</p>					◆各JAが県域標 準規格の適合性 について、自主 検査が出来る 体制 H23: 0施設 →H27: 8施設		
<p>経営計画の実践支援及び経営コストの削減</p> <p>生産者: 経営コストの削減 農業団体: 経営コスト削減支援 県関係課: 農業振興センター: カウンセリングの実施、経営コスト削減支援</p>					◆栽培面積の維持 H25園芸年度: 77ha →H27園芸年度: 79ha (農業振興 センター調べ)	◆消費者ニーズ に対応したユリ 産地の再構築	
<p>消費地ニーズに対応した販売、ブランド化の取り組み推進</p> <p>生産者: 消費地ニーズの把握、出荷・販売体制の再検討、消費地への積極的な情報発信 農業団体: 消費地ニーズ・他産地の情報収集・分析、消費地との交流の場づくり 県産地・流通支援課・農業振興センター: 消費地との交流の場づくり、共通課題の解決策の検討</p>					◆市場販売額の 維持 H25園芸年度: 26億円 →H27園芸年度: 26億円以上 (園芸連調べ)		

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	8
1. まとまりのある園芸産地 総合支援 (5) 園芸用ハウス面積 の確保		◆本県農業の強みである園芸において、ハウス面積の減少や老朽化が進んでおり、今後、生産等の維持が危ぶまれる	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆レンタルハウス整備事業の拡充(対象区分の追加及び補助率、補助限度額のアップ)と、関係団体への周知及び農家へのPRの強化(ラジオ、パンフレット等)</li> <li>◆H21～H25の5か年間に園芸用ハウス約63haを整備し、新規就農者の就農促進や、規模拡大農家の経営発展につながった レンタル:54.2ha 流動化:4.7ha 国事業:3.8ha</li> </ul>	◆毎年度、ハウスの新設、建て替えは、一定の面積で進むが、老朽化ハウス等の解体が増加しており、ハウス面積の減少は止まっていない	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ハウスの整備や改良を支援</li> <li>◎レンタルハウス整備事業(新規就農者の就農促進や園芸農家の規模拡大、施設の高度化等を支援)</li> <li>★園芸用ハウス活用促進事業(新規就農者や規模拡大農家による既存ハウスの流動化と改良を支援)</li> </ul>			○			
(6) 園芸用集出荷施設 等の再編促進		◆本県園芸農業の強みを流通面から支えてきた集出荷場等の共同利用施設において、既存設備の機能低下や消費ニーズに対応した新たな機能が備わっていないことなどから、将来にわたっての産地維持・発展が危ぶまれる	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆効率的な集荷体制の確立や出荷機能の向上等につながる取組を関係団体に啓発し、国の強い農業づくり交付金の活用を支援</li> <li>◆集出荷施設の再編3カ所</li> </ul>	◆持続的かつ安定的な供給体制を維持していくためには、効率的な集荷体制の確立や出荷機能の向上等を図っていくことが必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆複数の集出荷等施設を再編・集約し、効率的な集荷体制の確立や出荷機能の向上等を図る産地を支援</li> <li>★競争力強化生産総合対策事業</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>園芸用ハウスの整備</p> <p>県産地・流通支援課：新規就農・規模拡大・高度化等の各区分でハウス整備を促進</p> <p>就農サポート区分の新設</p> <p>就農サポート区分の廃止 南海地震対応策の拡充</p> <p>整備面積の要件を緩和</p>					<p>◆事業支援による園芸用ハウスの新設及び再利用等の目標面積 60ha</p> <p>単年度15ha レンタル10ha 流動化 5ha</p>	<p>◆新たな担い手や規模拡大農家等によるハウスの有効利用で産地規模を維持</p>
<p>新事業(園芸用ハウス流動化促進事業)の実施</p> <p>県産地・流通支援課： 既存ハウスの再利用に伴う改良費への支援で流動化を促進</p> <p>補助対象経費の拡充 南海地震対応策の拡充</p> <p>災害復旧区分の新設</p>						
<p>集出荷施設再編促進への支援</p> <p>県産地・流通支援課：施設の再編整備への支援 農業団体との連携による再編計画の調査・把握</p>					<p>◆計画的な集出荷等施設の再編整備 4ヶ所程度 (単年度1ヶ所 ×4ヶ年)</p>	<p>◆再編計画に沿った主な拠点集出荷施設等が整備される</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

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
2. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (1)IPM技術の全品目への普及を加速化	◆高知の園芸は、天敵等を利用した減農薬の取組(IPM技術:総合的病害虫・雑草管理技術)が日本一となっている。施設ナス、ピーマン類ではIPM技術の普及により難防除害虫に対する安定的な防除、薬剤散布コストの低減および消費者の求める安心な農産物の生産が可能となってきた。今後は野菜類全般、果樹類、花き類へのIPM技術の普及拡大が望まれている	<ul style="list-style-type: none"> <li>土着天敵の活用、品目毎の技術確立、各地での実証展示ほの設置</li> <li>各地区でIPM技術研究会等の開催</li> <li>自主企画研修等普及指導員等の研修充実により普及指導員相互および研究員との技術情報の共有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆IPM技術が普及</li> <li>○IPM技術体系品目数 H20(5)→H25(11)</li> <li>○天敵導入率 (H23→H25)</li> <li>[施設ナス類] 62%→94%</li> <li>[ピーマン類] 59%→92%</li> <li>[施設キュウリ] 15%→17%</li> <li>[施設ニラ] 0%→0%</li> <li>[施設カンキツ] 2%→3%</li> <li>○土着天敵リレー体制(温存ハウス活用市町村数) H23(12)→H25(15)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆更に全品目へのIPM技術の普及促進</li> <li>◆天敵を利用したIPMは施設ナス類では94%などナス科果菜類では大きく推進されたが、ウリ科果菜類、葉菜類、果樹類、花き類では進んでいない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ウリ科果菜類、葉菜類、果樹類、花き類へのIPM技術の普及</li> <li>◆病害を対象としたIPM技術の開発</li> <li>◆外来天敵から在来(土着)天敵の利用へ</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>野菜類へのIPM技術の普及促進(施設ナス、キュウリ、ニラ等)</p> <p>生産者・農協等関係機関・農業振興センター・農業技術センター・環境保全型畑作振興センター(～H25)、農業担い手育成センター(H26～): 実証ほの設置によるIPM技術の検討、土着天敵の探索と利用技術の開発</p>					<p>◆IPM技術の普及(天敵の普及率)</p> <p>施設ナス H23年度:62% →H27年度:90%</p> <p>施設キュウリ H23年度:15% →H27年度:60%</p> <p>施設ニラ H23年度:0% →H27年度:5%</p> <p>施設カンキツ H23年度:2% →H27年度:40%</p>	<p>◆低コストIPM技術確立による持続可能な農業の実現</p>
<p>果樹類でのIPM技術の普及促進</p> <p>農業振興センター・農業技術センター・病害虫防除所: 実証ほの設置(施設カンキツ)によるIPM技術の検討</p>						
<p>病害を対象としたIPM技術の普及促進</p> <p>農業振興センター: 実証ほの設置によるIPM技術の検討 農業技術センター: ハウス内環境制御、光質利用、微生物利用によるナス等の病害防除技術の開発</p>						
<p>施設花き類でのIPM技術の検討</p> <p>農業振興センター・農業技術センター: 施設花きにおける病害虫の発生状況調査、生物的防除資材の検討</p>			<p>施設花き類でのIPM技術の普及</p> <p>農業振興センター・農業技術センター: 実証ほの設置(施設花き)によるIPM技術の検討</p>			
<p>施設花き類でのIPM技術の普及</p> <p>農業振興センター・農業技術センター: 実証ほの設置(施設花き)によるIPM技術の検討</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (2)GAPの活用		◆県産園芸品の品質・衛生管理レベルの向上、異物混入事故や農業残留事故の発生ゼロを目指し、県版GAP(生産から出荷販売までの工程を点検・見直し・改善する工程管理手法)に取り組む産地の育成を推進してきた。さらに県内全域への普及・充実を図る	<ul style="list-style-type: none"> <li>・GAPの普及啓発</li> <li>・指導者の育成</li> <li>・点検シートの作成と配布</li> <li>・GAP実践研修会の開催</li> <li>・農産物事故ゼロキャンペーンの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆品目・地域に応じた点検シートへの見直し</li> <li>◆第三者等も含めたチェック体制の整備と定着</li> <li>◆生産農家のレベルアップによるPDCAサイクルの定着が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆GAPを活用した各種取組の充実・信頼性の向上</li> <li>○地域版・品目版点検シートの普及・拡大</li> <li>○PDCAサイクルの定着</li> <li>○ウォッチャー制度の活用</li> </ul>			○			
			<ul style="list-style-type: none"> <li>◆高知県版GAPについては、実践農家およびJAとともに増加しており、生産者へは一定浸透。指導者育成研修等の受講者も増え、推進体制は整備されてきた</li> </ul> <p>県版GAP普及状況 生産者版 43%(H21)→71%(H25.3末) 集出荷場版 6JA(H21)→9JA/15JA(H25.3末)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆残留農業基準がポジティブリスト制に移行し、外国産等の輸入農産物(特に生鮮品)で基準値オーバーが相次ぎ、国産志向が高まるなか、県産農産物においても農業事故が発生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農業販売店立入検査や販売業者・農業管理指導士を対象とした研修会の実施</li> <li>・農業安全使用講習会の実施</li> <li>・生産履歴記載・回収・点検の啓発</li> <li>・残留農業検査の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆危機意識の希薄化と取り組みのマンネリ</li> <li>◆県内全域で生産履歴記載・回収・点検を徹底</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆農業の適正使用の徹底</li> <li>○適正使用指導の継続</li> <li>○防除履歴記載・回収・点検の徹底</li> <li>○IPMマニュアルの活用</li> </ul>			○	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>◆生産履歴記載率と農業の適正使用は着実に進展し、農業事故は減少</li> </ul> <p>農業事故発生件数 8件(H19)→1件(H25)</p> <p>防除履歴記載 84%(H22)→87%(H25)</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆農業の適正販売の徹底</li> <li>○販売業者の知識・技能習得の徹底</li> <li>○営農と購買の情報共有と連携強化</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>地域版・品目版点検シートの普及・拡大</p> <p>生産者・部会: 使用している点検シートの内容精査・改善 (現状に合った項目・点検時期等)</p> <p>農業団体・県環境農業推進課・農業振興センター: 点検項目の内容精査・改善にあたっての支援 (研修の実施)</p>					<p>◆高知県版GAP 生産者版実践 農家 69% (H23.3月末) →100%(H27)</p> <p>集出荷場版 実践JA 9JA (H23.3月末) →15/15JA (H27)</p>	<p>◆持続的な農業生 産活動の確立</p> <p>◆生産活動のレ ベルアップが図 られ、農産物の 信頼性が高まる ことから選ばれ る産地となる</p>
<p>PDCAサイクルの定着</p> <p>生産者・生産部会(モデル部会): 点検を生産活動・部会活動に位置づけ(自己点検、内部点検、外部点検)、 点検結果の活用によりレベルアップした計画の策定・実践</p> <p>農業団体・県環境農業推進課・農業振興センター: 先進地(先進部会)の事例導入、モデル部会の選定、 部会の計画活動を支援、点検へのウオッチャー制度の活用を支援</p>						
<p>農業の適正使用と防除履歴記帳・回収・点検を徹底 IPMマニュアルの活用</p> <p>生産者: 登録内容と履歴の確認。記帳の徹底と保管・提出</p> <p>農業団体・研究会・生産部会: 巡回指導・研修会等の実施・充実、購買・販売・集荷場との連携強化</p> <p>直販所: 安心係を通じた指導の徹底</p> <p>県環境農業推進課・農業振興センター: 農業の適正使用、記帳の徹底を啓発、生産者等の活動支援</p>					<p>◆農業事故の発生 2件(H23) →0件(H27)</p> <p>◆防除履歴記帳 89%(H23) →100%(H27)</p>	<p>◆適正な使用に より農業の安全 性・信頼の確保 を得る</p>
<p>生産者及び農業販売業者の知識・技能習得の徹底 (農業団体)営農と購買の情報共有と連携強化</p> <p>生産者: 農業の知識の習得、登録内容の確認</p> <p>農業団体・全肥商連: 登録内容の説明の徹底、農業販売員の意識・資質の向上、窓口対応の徹底、 電算システムの活用、販売履歴チェックの徹底</p> <p>県環境農業推進課・農業振興センター: 農業の適正使用、記帳の徹底を啓発・支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (3)土づくりと施肥の改善		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆環境にやさしい農業を行うため、良質なたい肥による土づくり、化学合成肥料の適正使用を推進</li> <li>◆適正施肥の推進や肥料価格の高騰対策として、土壌診断に基づいた低コスト施肥低減技術の普及を進める必要がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家畜ふん堆肥の製造の改善</li> <li>・家畜ふん堆肥の利活用の促進</li> <li>◆家畜ふん堆肥の利用に関する研修会の開催、堆肥マップの作成・配布および県HP掲載、ステップアップ土づくり事業による利用事例の収集を継続。家畜ふん堆肥剰量は1,530t(H23)、2,056t(H25)であり、引き続き耕種部門等で利用されている</li> <li>・土壌診断による適正施肥の推進</li> <li>◆土壌診断処方箋点数は約11,000点(H25)に達しており、生産現場において土壌診断の必要性は理解されている</li> <li>・県施肥基準の作成</li> <li>◆施肥適正化対策として、本県の野菜27品目、花き10品目、果樹9品目の主要品目について県施肥基準を作成し、適正施肥推進のための指針を示すことができた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆栽培技術や品種等の変化にもなって変動する、収量や生育に合わせた施肥管理の見直しが必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆家畜ふん堆肥を活用した土づくりおよび土壌診断に基づく適正施肥の推進</li> <li>○家畜ふん堆肥の利用促進</li> <li>○家畜ふん堆肥を利用した肥料代替技術の導入</li> <li>○家畜ふん堆肥やL型肥料を利用した施肥低減技術の普及</li> </ul>			○			
(4)有機農業の推進		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆全国的な有機農産物に対する消費者の関心の高まり</li> <li>◆有機農業実践者の育成により、県内での就農者数が増加</li> <li>◆有機農業推進法の制定(H18)、高知県有機農業推進基本計画の策定(H20)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・有機のがっこう「土佐自然塾」研修支援</li> <li>◆卒業生の卒業時の県内就農者数は42名(うち1ターン者21名、H18～H24)</li> <li>・環境直接支払(有機農業の取組等)の周知</li> <li>◆有機農業の推進体制は9市町村で整備、環境直接支払に係る有機農業の取組は19市町村で実施</li> <li>・有機栽培実証ほの設置及び県内優良事例の探索</li> <li>◆36品目の有機栽培事例を作成</li> <li>・生産者PRパンフレットの作成及び実需者の有機農産物ニーズの把握</li> <li>◆生産者と実需者のマッチングが必要</li> <li>・補助金や委託事業により有機JAS認証取得支援を実施</li> <li>◆有機JAS認証取得を農家数は82戸17事業者(H21)から88戸38事業者(H24)に増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆有機農業新規就農者の生産技術や販路が不安定であり経営状況は厳しい</li> <li>◆各作物の有機栽培事例はとりまとめたが、周年作付の体系化が不十分</li> <li>◆県内の有機農業実践者の多くは少量多品目の生産で流通販売先も個別で不安定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援</li> <li>○就農相談の実施と就農後の技術及び経営指導</li> <li>◆有機栽培の作付体系の実証</li> <li>◎実証結果の有機農業者への情報提供</li> <li>◆有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者、流通業者との情報交換や交流の場づくり</li> <li>◎講演会の開催や有機団体が実施する消費者との交流に対する支援</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	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>家畜ふんたい肥の利活用の促進</p> <p>生産者：作物別の利用事例の収集のための情報提供、生産部会による研究活動の促進                      農業団体：地域内循環の仕組み作り(耕種農家と畜産農家との連携促進)、土壌診断・処方箋に基づく                      施肥設計の推進                      県環境農業推進課：家畜たい肥を活用した土づくり資材・施肥低減方法の普及</p>					<p>◆家畜ふんたい肥の余剰                      H23:1,530t                      ↓                      H27: 0t</p>	◆地域有機質資源の循環利用の推進
<p>土壌診断に基づく施肥低減実証(主としてリン酸)と県施肥基準の地区施肥基準への反映</p> <p>生産者：現地実証試験への協力、生産部会による研究活動の促進                      農業団体：現地実証試験への協力、生産部会による研究活動の促進                      農業技術センター：糞分吸収量算定試験の実施、リン酸施肥低減現地実証試験の実施および減肥基準の策定                      農業振興センター：施肥適正化現地実証および地区施肥基準の検討・見直し、地区施肥基準の普及                      県環境農業推進課：適正施肥管理の普及</p>					<p>◆土壌診断処方箋点数(野菜)                      H23:9,711点                      ↓                      H27:10,200点</p>	
<p>有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援</p> <p>生産者：遊休農地・施設等の情報提供、技術指導及び研修の受け入れ、就農希望者の視察等への協力                      農業団体：遊休農地・施設等の情報提供、レンタルハウス整備事業等の活用、技術及び経営指導                      有機農業推進団体：研修教育の実施、就農支援、就農後のフォローアップ(技術、販路等)                      市町村：遊休農地・施設等のリスト化、相談窓口の設置、有機農業の推進体制整備                      県環境農業推進課：就農支援、県職員・市町村・JAへの意識啓発                      農業振興センター：就農支援、技術及び経営指導体制の充実</p>					<p>◆有機JAS認証農家戸数                      5件/年                      H23:88戸                      ↓                      H27:108戸</p>	◆有機農業の普及拡大による産地化
<p>有機栽培の作付体系実証</p> <p>生産者：有機栽培事例の情報提供                      県環境農業推進課：有機栽培技術部会の設置運営                      環境保全型畑作振興センター：有機栽培事例の収集と実証展示及び作付体系の実証(～H25)                      農業担い手育成センター：有機栽培事例の収集と実証展示(H26～)                      県環境農業推進課・農業振興センター：県内優良事例の収集</p>					<p>◆支援体制設置市町村                      H23:9市町村                      (26%)                      ↓                      H27:17市町村                      (50%)</p>	
<p>有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者、流通業者との情報交換や交流の場づくり</p> <p>消費者：援農活動への参加、有機農産物の購入                      生産者：組織活動への参加、有機JAS認証の取得、共同出荷体制の整備                      実需者・流通業者：有機農産物の取り扱い                      有機農業推進団体：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、有機農産物の販路拡大                      県環境農業推進課・県産地・流通支援課：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施、生産者と実需者のマッチング                      農業振興センター：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施、産地化に向けた支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2.	環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (5)オランダウェストラント市-高知友好園芸農業協定を活かした環境保全型農業の推進	<p>◆高知県は豊かな自然を守るため、環境への負荷を可能な限り低減した「環境保全型農業」に積極的に取り組み、国内のトップランナーの地位確立を目標として普及を推進している</p> <p>◆オランダ王国の施設園芸は輸出産業として発展し、農業や化学肥料等の環境への負荷を極力抑える多くの技術で世界のトップを走る国として認知されている そこで、オランダの施設園芸の中心であるウェストラント市と友好園芸農業協定を締結し、情報や技術の導入を通じて、本県の環境保全型農業の推進を加速化する</p>	<p>・友好園芸農業協定の締結</p> <p>・技術交流訪問団の派遣</p> <p>◆技術交流訪問団の参加者(農大生を除く) 21年度44名 22年度32名 23年度25名 24年度28名 25年度21名</p> <p>◆オランダとの交流で得た知識、人脈、刺激等が、本県の環境保全型農業の拡大や環境制御技術などの先進導入の動機づけとして有効に働いた</p> <p>・学生交流の実施</p> <p>・研究員長期研修の実施</p> <p>◆農大生の短期訪問 21年度4名 22年度14名 23年度9名 24年度6名 25年度2名</p> <p>◆農大生の留学研修 22年度2名(1か月) 23年度1名(2週間) 24年度2名(1か月) 25年度2名(3週間)</p> <p>◆レンティス校から受入 24年度3名(3週間)</p> <p>◆研究員長期研修 23年度2名(3か月) 24年度2名(3か月)</p> <p>・オランダ企業とのパートナーシップを構築</p> <p>◆オランダからの技術アドバイザー招聘 25年度2回</p>	<p>◆受けた刺激が一過性のもので終わることなく、継続した取組につなげるための工夫や仕組みが必要</p> <p>◆オランダとの交流をより多くの県民に紹介するための工夫が必要</p> <p>◆新施設園芸システムの各産地への速やかな普及につながる効果的な交流活動が必要</p>	<p>◆派遣研修の継続</p> <p>○技術交流訪問団</p> <p>○学生交流</p> <p>★民間交流への支援</p> <p>◆★成果報告や情報交換の場となる技術交流セミナーの定期的な開催</p> <p>◆◎こうち新施設園芸システムの早期確立のためのオランダ企業とのパートナーシップを構築</p> <p>★オランダ技術アドバイザーの招聘</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年後)
<p>新施設園芸システムを実践する農業者育成のための交流、オランダ交流セミナーの開催</p> <p>生産者・事業者: 技術交流への参加と交流で得た知識や情報の活用、交流セミナーへの情報提供                      農業団体: 技術交流への参加・協力、生産者の支援                      県環境農業推進課: 交流事業のコーディネート、交流セミナーの運営、情報の集積と発信</p>					<p>◆交流事業</p> <p>年間事業開催数 訪問団 1回 技術交流セミナー 2回</p>	<p>◆新技術の普及</p> <p>環境保全型農業を基盤としたこうち新施設園芸システムの普及拡大 オランダ型ハウス団地など、大規模な企業的経営の展開</p>
<p>新施設園芸システムを実践する後継者育成のための学生交流</p> <p>農大生: 留学研修への参加と研修で得た知識や情報の活用                      県立農業大学校: 学生の支援、語学等留学に必要な基礎教育、オランダレンティス校からの留学生受入</p>						
<p>こうち新施設園芸システムの早期完成のための 研究員派遣研修</p> <p>農業技術センター: 研究員の選定と長期研修への支援                      県環境農業推進課: 長期研修のコーディネート</p>		<p>産地独自の訪問団による交流</p> <p>生産者: 技術交流活動への参加                      JA土佐くろしお: 産地独自訪問団の企画、実施                      県環境農業推進課: 交流事業のコーディネート</p>				
<p>こうち新施設園芸システムの早期完成のための 研究員派遣研修</p> <p>農業技術センター: 研究員の選定と長期研修への支援                      県環境農業推進課: 長期研修のコーディネート</p>						
<p>こうち新施設園芸システムの早期確立のためのオランダ企業とのパートナーシップ</p> <p>農業技術センター: オランダの技術者との共同技術開発                      県環境農業推進課: パートナーシップ構築の支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (6)新施設園芸システムの構築	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;">                     P333 別図(農1)参照                 </div> ◆園芸製品の価格の低迷 ◆重油などの生産コストが上昇とハウス施設が老朽化 ◆農業者の高齢化や後継者不足 ◆環境への配慮が求められ、CO2削減、化石燃料の使用量削減が必要	・こうち新施設園芸システム研究会を立ち上げ、産官学の研究推進体制を整備 ◆研究成果、技術情報等の情報共有が行われ、システム開発に向けた機運が高まった ◆生産現場と一体的な研究開発が加速した ◆ピーマン、ナス、パプリカ等の増収効果が確認され、技術確立の目処が立った	・オランダの先進的な生産システムにおいて本県のような温暖地での環境制御による生産性の向上に関する事例が少ない ・本県に適合したシステムとして再構築を図り、強い競争力をもった園芸品を生産する必要がある	◆こうち新施設園芸システムの確立に向けた研究開発 ○こうち新施設園芸システム研究会による開発支援 ★施設内環境制御技術の開発推進 ★こうち新施設園芸システムの普及推進に向けての検討 ○ヒートポンプの利用技術と機能強化に関する研究 ○施設内環境制御技術に関する研究 ○高軒高ハウスでの施設内環境制御による増収技術の開発 ★オリジナル品種の育成			○				


※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					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)	
<p>こうち新施設園芸システム研究会およびPT会による開発技術検討および現地普及の推進</p> <p>(研究会) 農業団体・大学・企業・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター等： こうち新施設園芸システムの意義や開発目標の共有化、効率的な研究開発と新技術の早期普及を図る</p> <p>(PT会) 生産者・農業団体・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター等： 現場の意見を反映させた課題の調整等により、こうち新施設園芸システムの早期開発と早期普及を図る</p>					<p>自然エネルギーを利用した こうち新施設園芸システムの 構築</p> <p>大学・企業・独立行政法 人・農業技術センター： 研究開発</p>	<p>◆普及に移せる 新技術の確立 施設内環境制 御を利用した栽 培技術の普及 (ピーマン)</p> <p>◆暖房コスト 20%の削減</p>	<p>◆新技術の普及</p> <p>・環境保全型農業 を基盤としたこう ち新施設園芸シ ステムへの展開</p> <p>・オランダ型ハウ ス団地など、大 規模な企業的経 営の展開</p>
<p>ヒートポンプの利用技術と機能強化法の検討および経済性評価</p> <p>企業・大学・独立行政法人・農業技術センター： エコキュートを利用、改良した蓄熱、局所加温技術 の開発、夏の夜冷栽培技術の開発</p>							
<p>施設内環境制御による増収・高品質技術の検討および経済性評価(ナス・キュウリ・ニラなど)</p> <p>農業技術センター：CO<sub>2</sub>施用および温湿度管理による増収技術の開発</p>							
<p>施設内環境制御による増収・高品質技術の検討および経済性評価(ピーマン・モウガなど)</p> <p>大学・独立行政法人・農業技術センター：CO<sub>2</sub>施用および温湿度管理による増収技術の開発、 日射比例装置の活用、LED照明利用技術の開発</p>						<p>◆既存型ハウス に対応した新技 術の確立(施設 ピーマンの 収量30%増)</p>	
<p>高軒高ハウスを利用した環境制御による促成パブリカの増収技術の検討および 経済性評価</p> <p>企業・農業技術センター：高軒高ハウスでのCO<sub>2</sub>施用および温湿度制御技術による増収技術の開発</p>					<p>高軒高ハウスでの循環型養液栽培による増収 技術の検討および経済性評価</p>	<p>◆高軒高ハウス に対応した新技 術の確立(施設 パブリカの 収量50%増)</p>	<p>◆高軒高ハウス に対応した革新 的技術の確立 (施設パブリカ の収量2倍増)</p>
<p>高軒高ハウスでの促成栽培に適した ナス・ピーマンの品種特性の解明</p> <p>農業技術センター：高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマンの品種の育成</p>					<p>高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマン の品種の育成</p>	<p>◆高軒高ハウス に対応した ナス・ピーマン の特性解明、優 良母本選定</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (7)次世代施設園芸団地の整備		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆オランダとの交流の進展</li> <li>◆IPM技術や環境制御などの先進技術への関心の高まり</li> <li>◆農業者の高齢化や後継者不足</li> <li>◆CO2削減、化石燃料の使用量削減など社会的な要請の高まり</li> <li>◆こうち新施設園芸システムの研究開発の取組</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オランダウェストラント市とH21に友好園芸農業協定を締結し訪問団や研究員の派遣、技術アドバイザーの招聘などを実施</li> <li>・H23から新施設園芸システムの研究開発に着手</li> <li>・オランダ型の先進技術導入により飛躍的な増収を実現するための事業を国に提言し、H26.2に次世代施設園芸導入加速化支援事業が創設</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆次世代施設園芸団地の計画的な施設等の整備</li> <li>◆次世代施設園芸団地の営農開始・運営に向けた支援体制づくり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆次世代施設園芸団地の施設等整備</li> <li>★ほ場整備のH26年度末の完了(揚水機場、パイプライン整備は除く)</li> <li>★ハウス、集出荷場等の施設の実施設計の実施</li> <li>★ハウス、集出荷場等の施設整備の着手</li> </ul>	○		○		○	
						<ul style="list-style-type: none"> <li>◆次世代施設園芸団地の支援体制づくり</li> <li>★コンソーシアムの体制整備</li> <li>★コンソーシアムの計画的な活動</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>次世代施設園芸団地の基盤整備</p> <p>(作業チーム) 県環境農業推進課・県産地・流通支援課・県農地・担い手対策課・県農業政策課・県担い手育成センター・須崎農業振興センター等: 基盤整備の進捗管理、情報共有、問題が起きた際の速やかな対策等に対応し、計画どおり整備が完了するよう協力</p>			<p>◆次世代施設園芸団地の整備が完了</p> <p>◆28年度から団地の運営が行えるような支援体制が整う</p>	<p>◆団地経営の安定</p> <p>・果積収支での黒字達成</p> <p>◆他地区での団地の整備</p>
		<p>次世代施設園芸団地の施設整備</p> <p>(協議会) 生産者・農業団体・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター等: 28年度から団地での営農がスタートできるよう、施設整備を計画的に行う</p>				
		<p>次世代施設園芸団地の営農開始・運営に向けた支援体制づくり</p> <p>(協議会) 生産者・農業団体・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター等: 28年度から団地での営農がスタートできるよう、コンソーシアム体制を整備し、効果的な活動を行う</p>			<p>◆28年度から団地の運営が行えるような支援体制が整う</p>	<p>◆団地経営の安定</p> <p>・果積収支での黒字達成</p> <p>◆他地区での団地の整備</p>
				<p>団地での営農開始 経営の早期安定化</p> <p>(協議会) 生産者・農業団体・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター等: 生産技術、流通販売など</p>		

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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
<b>3. 流通・販売の支援強化</b> (1) 流通・販売の強化に向けた支援  	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>◆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るとはいえない</li> <li>◆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</li> <li>◆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)</li> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新需要開拓マーケティング事業による販売の強化</li> <li>①量販店とのパートナーシップの構築</li> <li>・関東3社、関西1社、仙台1社とのパートナー関係を構築</li> <li>・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</li> <li>◆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</li> <li>◆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 H22.6:8%→H23.4:30%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆販売戦略の明確化と、卸会社、量販店との戦略共有</li> <li>◆より関係を強化した取り組みエリアの拡大</li> <li>◆店舗の青果担当者への本県の取組の理解促進</li> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新需要開拓マーケティング事業による販売力の強化</li> <li>◆①量販店とのパートナーシップの強化</li> <li>○パートナー量販店におけるフェアの積極展開</li> <li>◎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</li> <li>◎新園芸ブランドによる販売の強化</li> <li>○量販店の高付加価値ブランド品(PB)対応の検討</li> </ul>	○					
		<ul style="list-style-type: none"> <li>②中食・外食等の業務需要の展開</li> <li>・卸会社や仲卸等と連携した営業活動を実施</li> <li>・各展示商談会での提案</li> <li>◆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未現在)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>◆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</li> <li>◆新たな営業ルートの開拓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆②中食・外食等の業務需要開拓</li> <li>◎卸会社等と連携した営業活動の強化</li> <li>◎展示商談会での食材・商材提案</li> </ul>	○					
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○特産野菜等コラボレーション事業</li> <li>・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</li> <li>◆(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。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆特産野菜等コラボレーション事業</li> <li>○補助金による産地支援</li> <li>○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</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)
<b>パートナー量販店での販売強化</b> 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案・導入・販売体制づくり <b>新園芸ブランドによる販売強化</b> 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 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					◆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 ◆実需者ニーズにあった柔軟な販売が実施されている	◆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 ◆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
<b>業務需要開拓の強化</b> 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展 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 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					◆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 ◆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	
<b>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)</b> 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 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					◆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 ◆新たな流通体制による県産青果物の地産外商が増加	
<b>特産野菜等コラボレーションによる地域フェアの開催</b> 地域産品の掘り起こし一卸と連携したパートナーの選定 一関東や関西の量販店等でのフェア等開催 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					◆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	◆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

P330  
別図(農4)参照

(P300  
◆県産園芸品のPRに統合して実施)

※改革のための6つの基本方向  
 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. 本県農産物の高付加価値化】

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>④特産果樹の販売強化                      &lt;文旦&gt;                      ・パートナー量販店を軸にした販促、販売を実施                      ・高知市での「ぶんたん祭」、アンテナショップでの「ぶんたん祭in東京」の開催によるPRを実施                      ・土佐文旦振興対策協議会の活動を支援                      ◆量販店での試食宣伝、青果担当者の産地招へい等により、商材としての認知度が向上したことに加え、産地の戦略的な出荷や販促活動の実施                      ◆「ぶんたん祭」の開催により、生産者の一体感が醸成されつつある</p> <p>&lt;ユズ&gt;                      ・パートナー量販店で青果担当者を対象としたプロモーションを実施                      ・アンテナショップを活用したPRを実施                      ◆プロモーションの実施によりパートナー量販店で食材として見直され、青果の販売が強化された                      ◆アンテナショップでは、青果と加工品のセットでフェアを展開することで効果的なPRにつながった</p> <p>&lt;新高梨&gt;                      ・アンテナショップを活用したPRの実施                      ◆関東地区で高級梨としての認知度が高まった</p>	<p>&lt;文旦&gt;                      ◆パートナー量販店等で販売拡大を進めていくため、出荷量の確保と品質のバラツキをなくしていく                      ◆下級品の加工利用促進                      ◆振興対策協議会による「ぶんたん祭」の内容充実とPRのための土佐文旦の更なる情報発信</p> <p>&lt;ユズ&gt;                      ◆青果と加工品とのプロモーションミックスによる総合的な販促活動                      ◆パートナー量販店やアンテナショップとの連携による販売拡大</p> <p>&lt;新高梨&gt;                      ◆針木梨組合の積極的な販促PR活動を県内他産地に広げていく</p>	<p>◆④特産果樹の販売強化</p> <p>○パートナー量販店やアンテナショップでの販促活動支援</p> <p>○実需者等の産地招へい</p> <p>○産地、出荷団体との出荷販売方針の共有</p> <p>○「ぶんたん祭」や各品目の販促フェア等への支援</p> <p>○展示商談会等への出展による実需者とのマッチング支援</p>	○					
		<p>⑤花きの販売PR強化                      ・アンテナショップ「まるごと高知」等での展示PRを実施                      ・県産花きの販促用DVDを作成(H23)</p> <p>◆大消費地の人の多く集まる場所で展示PRを行ったことで、花きの産地としての高知のイメージアップにつながった                      ・高知フラワーアドバイザーの設置</p>	<p>◆県産花きの効果的なPRの実施                      ◆商談会の実施による販売の強化</p>	<p>◆⑤花きの販売PR強化</p> <p>◎販促用DVDを活用した市場等でのPR</p> <p>○アンテナショップ等での展示PR</p> <p>★オランダで開催されるフロリアードへの出展支援</p> <p>○産地における生産面での品質等の改善(生産対策で実施)</p> <p>★高知フラワーアドバイザーの設置</p> <p>★展示商談会の実施</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)
<b>&lt;文旦&gt;</b> パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化(商材としての認知度向上)					<b>◆</b> パートナー量販店での取り扱い拡大による冬、春果実としての定番商材化(文旦)	
フェアや産地招へい等の拡充により、量販店への「土佐文旦」の商品としての価値を向上させ取扱店舗、取引量の拡大を図る 土佐文旦振興対策協議会による県内外への発信力強化 産地との情報及び販売戦略の共有					<b>◆</b> 特に北関東地区での認知度向上による商品の定番化(文旦)	
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・アンテナショップを軸にした認知度の向上による販売力の強化 生産者団体： 関係機関と連携し「土佐文旦」の県内外へ発信・PR 県産地・流通支援課： 上記取組への支援						
<b>&lt;ユズ&gt;</b> パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化(食品としての認知度向上)					<b>◆</b> 食材としての活用拡大	
フェアや産地招へい、商品提案等の拡充による「青果の食品としての需要」の拡大を図る					<b>◆</b> 年間を通じた青果ユズの安定消費(ユズ)	
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体(ゆず協会)： パートナー量販店・アンテナショップを軸にした利用拡大の提案等による販売力の強化 関係機関と連携し「ゆず」の県内外へ発信・PR 県産地・流通支援課： 上記取組への支援						
<b>&lt;新高梨&gt;</b> パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化(高級果実としての認知度向上)					<b>◆</b> アンテナショップ等での販売による認知度向上	
フェアの拡充や産地招へい等を実施し、「大玉完熟の高級梨」としての価値を向上させ取扱店、取引量の拡大を図る					<b>◆</b> 量販店出荷と個人出荷販売の両立で高級梨としての認知度が高まる(新高梨)	
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体： アンテナショップ等を軸にした「高級果実」としての認知度向上による販売力の強化 園芸流通を利用した業務需要等への展開 県産地・流通支援課： 上記取組への支援						
<b>花きのPR</b>					<b>◆</b> 県産花きの認知度向上による県産花きの販売額の維持	
生産者・農業団体・県産地・流通支援課(～H25)、新需要開拓マーケティング協議会・農業団体(H26～)： アンテナショップや百貨店等での高知県フェアで県産花きの展示PRを行う					生産者・農業団体・県産地・流通支援課： 実需者や消費者等、最終顧客に近い層に向けた県産花きのPR	
生産者・農業団体・農業振興センター・県産地・流通支援課(～H25)、新需要開拓マーケティング協議会・農業団体(H26～)： 市場や実需者を対象にした花きの出前授業の実施						
<b>花きのPR(海外)</b>						
生産者・農業団体： 国際園芸博覧会(フロリアード2012)への出展 県産地流・通支援課： 国際園芸博覧会への出展支援						
<b>展示商談会開催による販売の強化</b>						
農業団体等：産地の特徴を活かした商談の実施及び関西地区への拡大 県産地・流通支援課： 上記取組の企画・実践						

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

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
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>⑥新園芸ブランド構築</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・特別栽培ピーマンと土佐鷹ナスをモデルに産地のこだわりを伝えた販売を開始(H22.11~)</li> <li>・特別栽培及びエコシステム栽培品のブランドマークを一新(H23.10)</li> <li>◆販売した量販店及び購入した消費者からの品質等に対する評価は高い</li> <li>◆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 H22.6:8%→H24.2:30%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆生産・品質のこだわりを活かした訴求力あるブランドとして認知されることが必要</li> <li>◆新ブランドの効果的なPR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆⑥新園芸ブランドによる販売強化</li> <li>○新園芸ブランドによるパートナー量販店等での販売強化</li> <li>◎「見える化」商品の品目の拡充</li> <li>◎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</li> <li>◎販促資材等の作成</li> <li>◎見える化商品の情報発信を効果的に行うための園芸連HPの内容充実</li> <li>○ブランド認知を図るためのキャンペーン実施</li> </ul>	○					
			<ul style="list-style-type: none"> <li>◆有機栽培や美味しさ、鮮度、栽培などにこだわりを持つ生産者が増加している</li> <li>◆一方、実需者側でも、青果物などのこだわりを前面に出した飲食店が増えてくるなど、これまでの規格品では対応し切れない需要ニーズが顕在化してきている</li> </ul>	<p>⑦こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・展示商談会開催 H24:東京2回:155社</li> <li>◆成約件数:延べ45件</li> <li>・野菜ソムリエによる販売力を高めるための個別の助言を行った H24:5回(商談会、説明会他)</li> <li>◆各農家に合ったきめ細かなアドバイスがされた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆新たな出展者及び参加者の発掘</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆⑦こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓</li> <li>★こだわりニッチ野菜等の展示商談会開催</li> <li>★こだわりニッチ野菜等の販売力を高めるためのブラッシュアップ</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					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)	
<p><b>新園芸ブランドによる販売強</b></p> <p>新需要開拓マーケティング協議会・農業団体： 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、HPのリニューアルによる情報発信の見直し、HPの活用による生きた情報発信の実施 県産地・流通支援課：上記取組への支援</p>					<p>◆パートナー量販店から選ばれるブランドへ</p> <p>◆高知県の環境保全型農業により生産された農産物＝新ブランドマークのイメージが認知される(パートナー店での認知度25%)</p> <p>◆産地と一体となった情報発信、ブランド作りが行われる</p>	<p>◆量販店等と情報を共有化した販売が進み、契約的な販売が拡大される</p> <p>◆消費者ニーズと産地の取り組みをマッチさせた販売方法が定着化し、出荷面だけではなく生産面からの改善・販売力の強化が進む</p>	
<p><b>量販店及び販売支援員との交流による販売力の強化</b></p> <p>新需要開拓マーケティング協議会・農業団体： 産地招へいや品目別のプロモーションによる流通関係者や販売支援員への「見える化商品」等の認知向上によるセールス力の育成 県産地・流通支援課：上記取組への支援</p>							
<p><b>パートナー量販店を軸にした販売拡大</b></p> <p>新需要開拓マーケティング協議会・農業団体： パートナー量販店を軸にした新園芸ブランドによる販売・認知度の向上による県産青果物の競争・販売力の強化、新ブランドマークのキャンペーン等、フェアの積極展開、基幹店舗の充実・拡大と合わせた定番品としての拡充 県産地・流通支援課：上記取組への支援</p>							
<p><b>展示商談会の開催</b></p> <p>県産地・流通支援課： 「こだわり」の生産者と、「こだわり」を求める飲食店等とのマッチング(展示商談会)を開催</p> <p><b>こだわり青果物の販売力向上</b></p> <p>販売力のスキルアップとの販促ツール等のブラッシュアップ</p> <p>県産地・流通支援課： 展示商談会への出展者を対象に、野菜ソムリエによるマーケティング講習や個別指導を実施し、生産者等の販売力のスキルアップとの販促ツール等のブラッシュアップを図る</p>					<p>◆営業活動体制の充実強化により、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 30件/3年間</p>	<p>◆県内生産者等と県外の実需者との取引が活発になり、新たな販売システムの活用等によって、特徴のあるこだわり農産物の県外向け販売額が拡大</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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
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>・県産園芸品のPR</p> <p>&lt;総合的なPR&gt;</p> <p>・テレビ番組内での放映及びCM H21:6番組、CM67本 H22:4番組 H23:7番組</p> <p>・県内外での「高知やさい体操」などを活用したイベントを実施 H21:キッザニア東京 高知市中央公園 H22:キッザニア甲子園 ちばさんセンター H23:横浜MM21 ちばさんセンター H24:横浜赤レンガ ちばさんセンター</p> <p>&lt;出前授業&gt;</p> <p>・関東、関西の小学校等で出前授業を実施</p> <p>・市場関係者や県外消費者向け出前授業を実施</p> <p>&lt;高知野菜サポーター&gt;</p> <p>・関東12名、関西5名の野菜ソムリエを登録</p> <p>・サポーターの産地招へい実施</p> <p>◆全国ネットのテレビ番組での特集や、人気施設を利用し親子連れ等にターゲットを絞リイベントを実施したことで、多くの消費者に本県産園芸品の良さをPRできた</p> <p>◆出前授業では、将来的な高知野菜のファンづくりであるが、授業実施後に保護者と一緒に近くの量販店で高知産を買い求めるなど、本県産野菜の良さが伝わり、消費拡大にもつながっている</p> <p>◆サポーターの産地招へいでは、環境保全型農業を中心とする取組を伝えることで、高知野菜への理解を深めてもらい、サポーターが実施する料理教室やブログなどの情報発信につながっている。また、産地(生産者)では、消費地から見た意見をいただくことで、効果的な販促方法等の学びにつながっている</p>	<p>◆PRについては、主要な各産各県とも取り組んでいることから、高知だけの認知度が上がるところまでは至っていない</p> <p>◆限られたPRでの予算内での効果的なPR手法の検討と継続的なPRの実施</p> <p>◆出前授業では、将来的な野菜の消費拡大、本県野菜のファンづくりで取り組んでいることから、即効性の効果は限定的</p>	<p>◆◎県産園芸品のPR</p> <p>○関東、関西などの大消費地でのイベント開催やマスメディア等を活用したPR</p> <p>○出前授業</p> <p>○高知野菜サポーターによる情報発信</p> <p>★販売活動を通じた販促・PR</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 (平成30年度末)		
<p><b>高知県青果物のイメージアップと消費拡大</b></p> <p>園芸こうち販売促進事業実行委員会(園芸連、JA中央会、県で組織): 園芸こうち販売促進事業により、イベント開催やメディア等を活用した県産野菜のPR等を実施 より効果的なPR手法の検討と実践</p> <p><b>高知野菜の出前授業の実施</b></p> <p>関東、関西など大消費地の小学校や消費者等を対象にした出前授業を実施</p> <p>生産者・農業団体・農業振興センター: 県産園芸品のPR、環境保全型農業の取組のPR 県産地・流通支援課: 効果的な企画立案による出前授業の実施</p> <p><b>高知野菜サポーターによる情報発信</b></p> <p>高知野菜サポーターによる料理教室やブログ等で高知野菜の良さをPR</p> <p>高知野菜サポーター: 県産園芸品のPR、環境保全型農業の取組等の情報発信 県産地・流通支援課: 県産園芸品のPRに向けたサポーターの活動支援</p>					<p>◆メディア等での露出度増加</p> <p>◆高知野菜ファンの増加</p>		<p>◆県産園芸品の認知向上</p> <p>◆高知野菜を優先的に選択する消費者の増加</p>	
<p><b>園芸品のセールスプロモーションの実施</b></p> <p>新需要開拓マーケティング協議会・農業団体・高知野菜サポーター: 販売拡大・販路開拓につながる県産園芸品の販売促進活動</p>								

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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
3. 流通・販売の支援強化 (2) 農産物輸出の推進 に向けた支援		◆平成17年からの事業化により、アジアを中心とした青果物・花き・ユズ加工品等の販路開拓に取り組む産地が増えてきた。輸出商社等のパートナーとの連携や販売促進活動の実施、情報収集などは徐々に充実してきており、取組を進める中で、グロリオサがニューヨークで継続的に販売されるなど、パートナーの主導で海外の販路開拓が進む事例が出てきた	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出補助金による農業団体等への支援実施 H21:4団体 H22:5団体 H23:4団体 H24:5団体</li> <li>農業団体との検討による戦略的品目の決定(グロリオサ、メロン、文旦) (この他、加工商材としてユズ)</li> <li>海外の市場ニーズ調査(シンガポール、ニューヨーク、フランス他)</li> </ul> <p>◆輸出促進補助金は、農業団体の積極的な海外へ向けたテストマーケティングの支援策として機能を果たしている</p> <p>◆継続した支援により、ユズ製品の定番化やグロリオサの輸出量が増えるなど、農産物関連の輸出増につながった</p> <p>※グロリオサの輸出量 (目標)25,000本/年 →(実績)23,000本/年(H24)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆テストマーケティングによる市場ニーズの把握と、ニーズに対応するため、継続的なテストマーケティング等の積極展開</li> <li>◆商習慣の違いなどのリスク軽減のため、信頼できる輸出パートナー(商社等)の確保</li> <li>◆検査条件、残留農薬基準が国により違いがあり、それぞれの国に対応した出荷体制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆輸出の増加及び定番化に向けた継続的な支援の実施</li> <li>○重点品目を中心としたテストマーケティング等への出展支援</li> <li>◎ユズ加工品に加え、ユズ青果の輸出</li> <li>○輸出促進協議会での勉強会や情報共有</li> <li>○海外ホテルでの賞味会の開催による商材提案</li> <li>○東南アジア等で開催される高知フェアへの参加</li> <li>○輸出に関する産地証明書の発行</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>輸出の拡大に向けた実践</p> <p>生産者・農業団体: テスト輸出を通じた課題の抽出とノウハウの蓄積、商談会への参画や継続的な輸出への取組                      海外ホテルでの賞味会への商材提案など新たな地域や品目の拡大への取組                      県産地・流通支援課: 農産物輸出促進事業による支援、信頼できる輸出の専門パートナーとの関係強化、                      パートナーと連携した輸出の拡大、検証と改善                      県輸出担当課・貿易協会(シンガポール・上海): 海外での高知県フェア等の開催及び出展支援</p>					<p>◆輸出方針に掲げる重点品目の定番化</p> <p>H23年度: 1品目 →H27年度: 3品目</p> <p>◆ユズ果汁の輸出量</p> <p>H27年度: 100t</p>	<p>◆農産物(野菜、果実、花き)の輸出の拡大</p>
<p>輸出推進協議会や輸出促進部会の開催</p> <p>輸出推進協議会(輸出関係農業団体、市町村等): 勉強会による輸出関係情報の収集や情報共有                      輸出促進部会(園芸連、貿易協会、県): 地域別重点品目による輸出方針の実施状況の検証、見直し、実施</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
<b>4. 品目別総合戦略</b> (1) 園芸品目の総合戦略支援【再掲】 <small>※取組方針1の(4)のとおり</small>  (2) 米産地の育成  <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content;">             P337              別図(農5)参照           </div>	<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>◆高温耐性を備えた「にこまる」を件奨励品種に採用</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が進んだ</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>・非主食用米実証展示ほを設置し、検討会を開催</li> <li>◆非主食用米(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>◆施肥技術の見直し等による気象変動への対応</li> <li>◆普通期栽培地帯には「にこまる」を推進</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る他産地との差別化</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推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆高品質安定生産</li> <li>○高品質安定生産とコスト低減の取組への支援</li> <li>◆地域ブランド米の育成</li> <li>◎他産地との差別化による県産米の販売強化</li> <li>◎県内地域ブランド米への取組支援</li> <li>◆水田農業の担い手となる稲作経営体の育成</li> <li>◎機械、施設、土地基盤の整備支援</li> <li>★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	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><b>高品質安定生産とコスト低減の取組</b></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>◆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</p> <p>[21経営体(H22) → 200経営体]</p>
<p><b>県産米の県外および県内販売、消費拡大の強化</b></p> <p>生産者: 試食宣伝販売、リレー出荷に向けた安定生産                      全農こうち: 県産米の販売促進活動の実践                      農業団体: 地域特性を活かした米づくりの販売促進活動の実践、販路拡大・消費拡大への取組強化、品質管理の徹底                      県環境農業推進課・農業振興センター: 県産米の販売促進活動・ブランド化推進への支援、品質基準の策定</p>					<p>◆ブランド化支援組織数                      H22年: 2組織                      ↓                      H27年: 7組織</p>	<p>◆集落営農の育成                      ・水稲作業受託組織                      ・機械の共同利用組織</p> <p>[160組織(H22) → 400組織]</p>
<p><b>地域ブランド米の育成</b></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践                      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><b>水田農業の担い手となる稲作経営体の育成</b></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><b>新規需要米の取組支援</b></p> <p>農業技術センター: 品種育成・選定、低コスト新技術の検討                      県関係課・農業振興センター: 事業の情報提供・周知、新規需要米の取組(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>	
<p><b>水田活用の推進</b></p> <p>生産者: 主食用米と非主食用米(飼料用米、加工用米等)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、加工用等の生産の推進                      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、加工用等の生産拡大支援(飼料用米専用品種の実証ほ設置、栽培技術指導)</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
4. 品目別総合戦略 (3)土佐茶産地の再構築	<p>P339 別図(農6)参照</p>	<p>◆消費動向の変化により、リーフ茶の消費が減少し、本県産荒茶価格が、大きく低下している</p> <p>◆荒茶価格の低下による生産者の収益の減少や、生産者の高齢化により、栽培面積が急激に減少している</p>	<p>◆産地計画・県茶振興指針の策定(3JA)</p> <p>◆仕上げ茶販売額増加 H20 7,500万円 →H24 18,830万円</p> <p>◆県内の緑茶購入量の増加 H20 483g →H23 742g →H24 1,003g</p> <p>◆土佐茶の認知度向上 H21 49%→H25 63%</p> <p>・県内外に向けたPR・販売拡大の取組を強化</p> <p>・土佐茶販売対策協議会で関係機関が連携しPR・販路拡大を実施</p> <p>・「土佐茶カフェ」への土佐茶PR拠点業務の委託の実施</p> <p>◆荒茶・仕上げ茶の生産性・品質向上が進んだ。仕上げ茶では、新たなティーバッグ・パウダーの商品化が進んだ</p> <p>◆土佐茶の商品 H23まで 13商品 →H25 27商品</p> <p>・新たなブランド「土佐玄茶」の立ち上げ</p> <p>◆仁淀工場、十和工場の高度化</p>	<p>◆県内外に向けた土佐茶のPR・販売拡大の取組を強化する</p> <p>◆各関係機関が連携し、県産茶の品質向上に向けた取組を行う</p> <p>◆1番茶の魅力ある商品開発の活動強化及び生産が継続できる仕組み(契約生産)の推進</p>	<p>◆土佐茶の消費・販路拡大活動の強化</p> <p>★試飲・PR活動、新たな飲み方の創造・提案による消費拡大、営業活動の強化による販路拡大</p> <p>★土佐茶のブランド化推進</p>	○		○				
						<p>◆生産を維持する活動の強化</p> <p>★荒茶の生産性・品質向上対策の実施</p> <p>★荒茶加工施設の再編・高度化</p>	○		○			
(4)畜産の振興 (ア)酪農	<p>P340 別図(農7)参照</p>	<p>◆生乳生産は、国や生産者団体において需要に即した計画生産を実施。近年は酪農家戸数の減少により生乳生産量も減少していることから増産計画を継続</p> <p>◆飼料価格の高騰による所得の減少</p>	<p>・牛群検定情報や小型電子乳量計を活用した乳量・乳質改善の取組や牛群検定の加入を促進</p> <p>◆経産牛1頭当たり乳量の向上 H19:7,500kg →H24:7,800kg</p> <p>◆検定農家加入率のアップ H19:23.8% →H24:35.1%</p> <p>・学校給食等消費拡大への取組</p> <p>◆学校給食への牛乳供給やイベントでのPR活動を実施</p> <p>・牛舎の快適性改善の実証を支援</p> <p>◆モデル農家4戸での実証展示や普及・啓発用マニュアルを作成</p> <p>・レンタル畜産施設等整備事業による牛舎整備支援</p> <p>◆安田町で新規就農者1戸が牛舎整備</p>	<p>◆乳量・乳質向上のための更なる取組が必要</p> <p>◆消費拡大の取組が必要</p> <p>◆規模拡大や新規就農に必要な牛舎整備への支援が必要</p>	<p>◆乳量・乳質向上の取組への支援</p> <p>○牛群検定の指導強化と加入促進</p> <p>○小型電子乳量計を活用した乳質改善指導の強化</p> <p>○消費拡大の推進</p> <p>○牛舎の快適性改善の推進</p> <p>◆生産基盤の強化</p> <p>○畜産施設等整備促進への支援</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>土佐茶の消費・販路拡大活動の強化</p> <p>生産者・農業団体・茶商・土佐茶カフェ：試飲・PR活動や営業の強化等による、県内外に向けた消費・販路拡大活動の実施 県地域農業推進課・茶業試験場・農業振興センター：消費・販路拡大対策の支援強化</p> <p>生産者・農業団体・茶商：県の特徴を活かした商品の開発・販売によるブランド化の推進 県地域農業推進課・茶業試験場・農業振興センター：ブランド化の支援強化</p>					<p>◆仕上茶販売額のアップ</p> <p>H20 → H27 3倍へ</p> <p>H20 7,500万円 ↓ H27 22,800万円</p>	<p>◆地域で暮らし稼げる農業</p>
<p>生産を維持する活動の強化</p> <p>生産者・農業団体：荒茶の生産性及び品質向上対策の取組の実施 市町村・県地域農業推進課・茶業試験場・農業振興センター：荒茶の生産性及び品質向上対策の支援強化</p> <p>生産者・農業団体：荒茶加工施設の再編・高度化</p>						
<p>牛群検定の指導強化と加入促進及び消費拡大</p> <p>全農こうち・酪運協：牛群検定の推進や消費拡大イベントの開催 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：牛群検定情報の活用、リーフレットによる加入促進、小型電子乳量計を活用した乳質及び改善指導消費拡大イベントへの支援</p>					<p>◆1頭当たり県平均乳量</p> <p>H22年度：7,800kg ↓ H27年度：8,200kg</p>	
<p>牛舎の快適性改善の推進</p> <p>県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：牛舎快適性改善マニュアルによる普及・啓発</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>						

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向							
					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> <li>◆肉用牛導入資金供給事業による基金造成 H25:30頭分</li> <li>◆レンタル畜産施設等整備事業により、土佐町1戸、橋原町2戸で畜舎整備</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>	○		○				○	
					<ul style="list-style-type: none"> <li>◆土佐和牛ブランド力の向上への支援</li> <li>◎土佐あかうし(地産外商)・黒毛和牛(地産地消)の生産流通戦略の展開</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 ↓ H25年度:46ha</li> <li>◆米豚生産頭数 H21年度:120頭 ↓ H25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>◆必要となる飼料用米の安定確保</li> <li>◆飼料用米の加工の工夫による飼料効率の向上</li> <li>◆肉豚価格安定基金の生産者分積立金積み増しの軽減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆米豚の品質の維持</li> <li>★飼料効率の向上を目指した、飼料用米の最適な加工形態の確立</li> <li>◆○需要に見合った米豚の生産頭数の確保</li> <li>◆飼料用米の安定確保 ○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>	○		○					
				<ul style="list-style-type: none"> <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					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>篤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:篤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、篤農家の技術を生かした生産性向上の取組への支援</p>					<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</p>	<p>◆地域で暮らし稼げる農業</p>
<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>土佐あかうしの地産外商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PR、県内外での試食販売や商談会に対する支援</p>						
<p>黒毛和牛の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:県内を中心とした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>					<p>◆米豚のブランド化(生産頭数10,000頭の維持)</p>	
<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:豚肉の品質チェックの支援、PR活動の支援</p>						
<p>飼料効率の向上を目指した飼料用米の最適な加工形態の確立</p> <p>JA四万十:飼料効率向上につながる飼料加工形態の検証 くみあい飼料:飼料用米の加工 県畜産振興課・家畜保健衛生所:飼料効率のチェックの支援</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>						

P340  
別図(農8)参照

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
4. 品目別総合戦略 (4)畜産の振興 (エ)土佐ジロー	◆県が開発した卵肉兼用鶏として昭和61年から普及を開始、平成8年7月に県の商標登録後、土佐ジロー協会を中心としたブランド化に向けた取組を実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆鶏の安定供給への支援</li> <li>◆ふ卵体制の整備(土佐ジロー協会:H22年度から雛供給開始)</li> <li>◆品質向上への支援</li> <li>◆マニュアルに基づく技術巡回指導、卵質検査の実施</li> <li>◆認知度向上や販路拡大の取組への支援</li> <li>◆試食販売会、展示商談会やイベント開催や参加、食べ歩きマップによるPRによって、新規取扱店や県外へ供給量は拡大</li> <li>◆第2種鶏場の運営開始</li> <li>◆新たな加工品開発及び販売の開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆更なる生産の拡大と生産性向上の取組</li> <li>◆ブランド力の向上や生産拡大に見合う販路の確保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆生産・流通拡大への支援(飼養羽数5万羽体制の確立)</li> <li>○生産基盤の拡大や品質向上の推進(種卵の安定供給体制の確立)</li> <li>○ブランド力の向上や販路の拡大</li> <li>○加工処理・流通体制の確立</li> <li>○畜産施設等整備促進への支援</li> </ul>	○		○				○
(オ)土佐はちきん地鶏	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産業規模で飼育可能な高品質肉用鶏として県が開発、平成18年8月に商標登録、土佐はちきん地鶏振興協議会を中心としたブランド化に向けた取組を実施</li> <li>◆雛生産羽数は平成19年度の約1万羽から平成22年度は約9万羽へ生産拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆生産拡大と生産性向上への支援</li> <li>◆新規農家の参入 H23年:試験飼育(1戸) H24年:試験飼育(1戸)</li> <li>◆種鶏の安定供給、技術研修会や巡回指導の実施</li> <li>◆流通拡大の取組への支援</li> <li>◆試食販売会、展示商談会の開催・参加や食べ歩きマップ等によるPRによって、新規取扱店が拡大</li> <li>◆特定JAS認定取得</li> <li>◆新規取扱店舗27店舗増</li> <li>◆第2種鶏場の運営開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆更なる生産の拡大と生産性向上の取組</li> <li>◆ブランド力の向上や生産拡大に見合う販路の確保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆生産・流通拡大への支援(飼養羽数14万羽体制の確立)</li> <li>○生産基盤の拡大や生産性向上の推進(増羽体制の確立)</li> <li>○ブランド力の向上や生産拡大に見合う販路の拡大</li> <li>○加工処理・流通体制の確立</li> <li>○畜産施設等整備促進への支援</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					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)
飼養羽数の拡大や品質向上の推進(新規農家の育成、卵質検査の実施等)					◆土佐ジロー飼養羽数 H22年度:3万羽 ↓ H27年度:5万羽	
種鶏場の設置に向けた検討(現地実証)					◆地域で暮らし稼げる農業	
種卵の安定供給体制の確立						
レンタル畜産施設等整備の促進						
協会:雛安定供給、中山間地域の農家育成(篤農家による現地説明会)や品質向上の取組(卵質検査、技術研修会の開催等) JA・市町村:畜産施設等整備促進						
ブランド力の向上や販路の拡大						
協会:地産地消の徹底と地産外商の更なる推進(PRや販路拡大) 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:ブランド力向上や地産地消・外商への支援						
加工処理・流通体制の確立						
協会:加工処理・流通体制の確立(加工品の開発や流通販売体制の整備) 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:加工処理・流通販売体制確立への支援						
生産羽数の拡大や生産性向上の推進(増羽への取組、技術研修会の開催等)					◆土佐はちきん地鶏生産羽数 H22年度:9万羽 ↓ H27年度:14万羽	
レンタル畜産施設等整備の促進						
生産者・協議会:雛の安定供給、既存農家の規模拡大や新規農家参入による生産基盤の拡大、生産性向上の取組 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・畜産試験場:生産基盤拡大、畜産施設等整備促進や生産性向上への支援						
ブランド力の向上や販路の拡大						
協議会・会員企業:地産地消の徹底と地産外商の更なる推進(PRや販路拡大) 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:ブランド力向上や地産地消・外商への支援						
加工処理・流通体制の確立						
協議会:食鶏加工処理や流通販売体制の確立 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:食鶏加工処理や流通体制確立への支援						

※改革のための6つの基本方向

- 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. 本県農産物の高付加価値化】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
4. 品目別総合戦略 (4) 畜産の振興 (カ) 飼料		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆穀物の高騰等を反映して配合飼料価格は上昇、経営収支は悪化</li> <li>◆配合飼料価格安定制度による経営への影響緩和及び経営安定対策による経営の安定化を図りながら、自給飼料の生産拡大を推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・飼料自給率の向上に向けた取組への支援</li> <li>◆稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大</li> <li>稲発酵粗飼料生産面積 H20年度: 16ha ↓ H25年度: 81ha</li> <li>◆飼料作物の生産拡大</li> <li>◆簡易放牧実証試験</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆取組途中の地域への支援</li> <li>・稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆飼料自給率の向上に向けた取組への支援の継続</li> <li>○稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大への支援の継続</li> <li>○飼料作物の生産および簡易放牧の推進</li> </ul>			○			
	(キ) 防疫・衛生	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆H22における国内での口蹄疫や高病原性鳥インフルエンザの発生状況や近隣国での続発を受け、農場における病原体の侵入防止対策を徹底・強化するとともに、万一、県内農場で発生した場合の早期の封じ込めを図る取組を実施</li> <li>◆呼吸器感染症などの慢性疾病に対する生産性向上対策を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・口蹄疫や高病原性鳥インフルエンザの発生予防対策(農場における消毒の実施、防鳥ネットの整備など)、発生時のまん延防止対策(防疫マニュアルや防疫資機材の整備、防疫演習)の実施</li> <li>・四国4県の相互防疫協力体制の構築</li> <li>・慢性疾病対策等の生産性向上対策の推進</li> <li>◆口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの発生阻止</li> <li>◆慢性疾病等による生産性低下の阻止</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの発生阻止</li> <li>・防疫資材の更新</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの防疫</li> <li>○発生阻止と万一の発生時における迅速な封じ込め</li> <li>◆○家畜衛生対策の強化による生産性向上への支援</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					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)	
<p>稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大への支援の継続</p> <p>生産者:生産実証、面積拡大 JA:地域内需給調整、関連事業の実施、WCS生産・給与に係る支援 市町村:農地集積への協力 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:WCS給与技術の支援、飼料分析 県環境農業推進課・農業振興センター:WCS生産技術の支援</p>					<p>◆稲発酵粗飼料(WCS)の生産 面積: H23年度:61ha →H27年度:100ha</p>	<p>◆地域で暮らし 稼げる農業</p>	
<p>飼料用作物の生産および簡易放牧の推進</p> <p>生産者:生産実証、面積拡大 JA:地域内需給調整、関連事業の実施、生産・給与に係る支援 市町村:農地集積への協力 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:給与技術の支援、飼料分析 県環境農業推進課・農業振興センター:生産技術の支援</p>							
<p>口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの防疫</p> <p>生産者:病原体の侵入防止対策の実施 農業団体:対策実施への支援 県畜産振興課・家畜保健衛生所:対策の実施状況の確認・指導、定期的な防疫資材の更新、防疫作業チームやリーダーの育成</p>					<p>◆口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの発生阻止</p>		
<p>家畜衛生対策の強化による生産性向上</p> <p>生産者:取組策定と実践 農業団体:取組支援 県畜産振興課・家畜保健衛生所:生産性阻害要因の分析と対策への支援、対策効果の検証</p>							
<p>◆地域における生産性阻害要因(衛生状況)の改善</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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 産業界を育てる
- 6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【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	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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
<p>1. 生活できる所得を確保する 集落営農の実現 (1) 集落営農の推進</p>	<p>◆高知県の中山間地域では、耕地面積で84%、農業人口で80%、農業生産額で82%を占めているが、生産条件の不利等で、担い手不足や高齢化が進んでいる</p> <p>◆本県では、これまで個人経営による園芸農業が中心であったことから、集落営農の組織化があまり進んでいない状況</p> <p>◆このため、中山間地域で農業で生活できる所得を確保できる仕組みの早期の構築が求められている</p>	<p>◆市町村・農協等の連携・体制強化</p> <p>◆農地のカバー率 H23 9%⇒H25 10%</p> <p>◆組織数H23 164組織 ⇒H25 190組織</p> <p>◆こうち型集落営農組織 17組織</p> <p>◆法人組織H24 1組織 ⇒H25 5組織</p> <p>・ソフト・ハード両面から集落営農の育成支援を実施</p> <p>・集落で集落営農を進める集落リーダー等の発掘・育成</p> <p>・こうち型集落営農組織(17組織)支援と新たなこうち型組織育成を実施</p> <p>・中山間地域等直接支払制度の取組を集落営農の合意形成の契機として支援</p> <p>・既存の集落営農組織のステップアップ及び新たな組織化を推進</p>	<p>◆集落営農支援に向けた市町村・農協等との連携・体制強化</p> <p>◆集落営農を進めるための指導、人材の育成・確保</p> <p>◆集落で集落営農を進める集落リーダー等の発掘・育成</p> <p>◆既存の集落営農組織のステップアップや新規組織の育成による法人化・こうち型集落営農の取組の拡大</p>	<p>◆集落営農組織の育成</p> <p>○県内全域で、集落営農を進めるため、市町村・JAと連携した体制の整備</p> <p>○集落営農を推進できる人材の育成・確保への支援(研修会や先進地視察等)</p> <p>○地域農業を担う、地域に即した集落営農の仕組みづくり</p>			○			
<p>(2) こうち型集落営農の実現</p>	<p>◆過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、有望な園芸品目等の導入や、農産加工・グリーン・ツーリズムなどに取り組み集落営農組織を育成し、地域農業の維持・活性化及び6次産業化への発展を図る</p>	<p>こうち型集落営農とは 過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、所得確保が期待できる園芸品目等の導入や、更に農産加工やグリーン・ツーリズムの取り組みなど経営の多角化を進め、農業で生活できる所得を確保する仕組み</p>		<p>◆こうち型集落営農の実現</p> <p>○既存17のこうち型集落営農組織の自立化(所得の向上、経営の多角化)への支援</p> <p>○既存集落営農組織から、こうち型集落営農組織へのステップアップへの支援</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					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)	
<p><b>集落営農組織の育成</b></p> <p>集落：集落営農への合意形成と取組 市町村・農業団体等： 集落営農の取り組みを進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成 農業振興センター： 集落営農を進める話し合いの場づくりと集落営農の組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催 県地域農業推進課： 集落営農をサポート・コーディネートできる人材を育成するための研修会の開催 集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催 集落営農・拠点ビジネス支援事業により、平場も含めて県内全域で集落営農の取り組みを支援 更にステップアップして、所得の確保できる組織(野菜の導入、農産加工・グリーン・ツーリズムなどの新たな取り組みを含めた経営の多角化→こうち型集落営農)への支援</p>					<p>H28以降</p> <p>継続して、集落営農の育成を行うとともに、経営を重視した組織育成を支援</p>	◆農地(田・畑)のカバー率	◆農地(田・畑)のカバー率(集落営農数)
						H23 9% ↓ H25 10% ↓ H27 13%	26% (500組織)
<p><b>こうち型集落営農を県内全域に拡大</b></p> <p>集落：こうち型集落営農への合意形成と取組 市町村・農業団体等： 集落営農の取り組みを進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成 農業振興センター： 集落営農を進める話し合いの場づくりと組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催 県地域農業推進課： 集落営農をサポート・コーディネートできる人材を育成するための研修会の開催 集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催 集落営農・拠点ビジネス支援事業により、ステップアップして、所得の確保できる組織(野菜の導入、農産加工、グリーン・ツーリズムなどの新たな取り組みを含めた経営の多角化も支援 ⇒こうち型集落営農)への支援</p>					<p>H28以降</p> <p>継続して、こうち型集落営農の育成を行うとともに、経営を重視した組織育成を支援</p>	◆上記集落営農数 のうち「こうち型 集落営農組織」	◆上記集落営農数 のうち「こうち型 集落営農組織」
						H24.3 17組織 ↓ H28.3 32組織	100組織
					◆上記集落営農数 のうち「法人 組織」		
					H24.3 2組織 ↓ H28.3 27組織		

- ※改革のための6つの基本方向
- 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【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	背景	これまでの取組と成果 (取組 ◆総括)	課題	これからの対策	改革の方向						
					1	2	3	4	5	6	
2. 6次産業化への取組による 拠点ビジネスづくり (1)加工、グリーン・ ツリーズム等への 取組強化と6次産業 化の推進	◆今後、地域の活力を 取り戻すためには、地 域資源を効率的かつ 最大限に活用しながら、他産業との連携 や、農業者等が、加 工業への市場展開 を図ることにより、 新たな産業を創出 し、地域内に所得と 雇用を生み出しなが ら、地域経済を活性 化していくことが求 められている  ◆農村の起業活動は 着実に増加している が零細な経営が中心	・各農業振興センターに 6次産業化の取組を支 援する担当を配置し、 農業者が相談しやすい 体制を整備。総合的な コーディネートを実施 ・農業創造セミナーの実 施による先進地視察、 地域活性化計 画、事業計画書の 策定支援 H24 9グループ27名 H25 【入門コース】 8グループ28名 【応用・実践コース】 7グループ21名 ・6次産業化に取り組 む事業者への支援 体制の整備 ・県産業振興の総合 補助金、国の交付 金を活用した、新た な加工施設の整備 などへの支援を実施 ・起業支援型地域雇 用創出事業による 6次産業化に取り組 む事業者の支援  ◆意欲ある地域や団 体の農産物の高付 加価値化の取組に 対して、技術的なサ ポートや施設整備 など、ソフト・ハード 両面からの支援策 を実施した結果、一 部で地域資源の活 用や加工品の商品 化、直販店の充実 などの動きが見ら れ始めた	◆農業者等の商品開 発や販売力の向上  ◆6次産業化に取り 組む事業者の育成  ◆地域資源発掘、商品 開発、商品力の磨き 上げ、販路開拓への 支援対策の強化	◆6次産業化をリードする 人材育成  ○魅力ある商品づくりを通 じた企画・提案・実行して いくための技術力習得 支援  ★6次産業化に取り組む 事業者の育成  ◆地域資源の活用による 付加価値化の取組を助長 する環境づくり(生産、 加工、サービス、未利用資 源利用等)  ★農業者等の生産から加 工、販売までの取組を総 合的に支援  ★地域に残された伝統作 物の栽培体制を整え、 地域資源としての活用 を図る						○	
		・特産農畜産物の学校給 食(県内小学校等)へ の食材提供(土佐はち きん地鶏・土佐ジロー・ エメラルドメロン等) ◆初めて食べたという子 どもが多く、県内での 認知度向上に繋がった ・特産農畜産物等の出前 授業 ジュニア博士の育成 7,024人 計12,993人 ◆子どもたちは、生産者 の苦労やこだわりを知 ることで農畜産物への 思いが構築される ◆生産者が出前授業に 参加し子どもたちと接 することで、生産意欲 の向上に繋がった ・小学生が考えた、高知 野菜を活用したメニュー の表彰 ◆子どもたちが自分でメ ニューを考案すること で、より高知野菜への 意識が高まった	◆消費者の生産活動へ の理解を深める機会 の提供	◆★生産者組織が消費者に 農作業体験や食の体験 の機会を提供する体験 交流事業の実施	○						
			◆特産農畜産物やその 生産方法の認知度が 低いため、今後も継続 的に出前授業を実施す るとともに県下に広く実 施できるよう、未実施市 町村等の掘り起こしを 行う  ◆特産農畜産物の学校 給食への活用を増やし ていくことで、家庭や地 域への認知度を高める 必要がある	◆特産農畜産物等の食農 教育  ○小学校等における出前 授業の実施によるジュ ニア博士の育成	○						

※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)
<p>6次産業化をリードする人材育成</p> <p>農業者等：農業創造セミナー等への参加により、企画・提案・実践力とビジネスに必要な知識・技術を得得            農業振興センター・地域支援企画員：意欲ある人材発掘、地域課題の掘り起こし、企画提案実現への支援、フォローアップ            県地域農業推進課：農業創造セミナーの実施、アドバイザーの派遣等による支援、フォローアップ</p>					◆自ら考え企画・販売できる農業者の育成	◆6次産業の担い手としての自立
<p>6次産業化に取り組む事業者の育成</p> <p>事業者等：生産拡大、商品開発、新たな販売方式の導入や販路拡大            農業振興センター・地域支援企画員：事業者の発掘、ニーズや段階に応じた支援            県関係課：関係機関との連携・情報共有、6次産業化プランナーの派遣等によるニーズや段階に応じた支援・フォローアップ、支援体制の整備</p>					◆6次産業化に取り組む事業者数の増加	◆地域の産業として成長
<p>地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援</p> <p>農業者等：地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発、販路拡大            農業振興センター・地域支援企画員：商品開発・販路拡大に向けた支援            県関係課：商品開発、磨き上げの支援対策の整備、農業者と加工業者、販売業者等とのマッチング支援</p>					◆6次産業化による加工品等の開発・販路拡大事例が増加	◆地域資源の付加価値向上による雇用創出、農家の所得向上、農村地域の活性化
<p>伝統作物の栽培実証、販売・加工品開発の支援</p> <p>農業者等：伝統作物の栽培への取組            農業振興センター・地域支援企画員：栽培実証、種苗の確保・保存、販売・加工品開発の支援            県関係課：栽培品目や地域の拡大、販売・加工品開発の支援対策の整備、加工業者等とのマッチング支援</p>						
<p>農作業体験交流活動の推進</p> <p>生産組織等：農作業体験交流活動への積極的な取組            農業振興センター：農作業体験交流活動に取り組む生産組織への技術支援            県地域農業推進課：指導者養成講座の実施</p>					◆体験交流活動を実施する生産者組織の増加	
<p>高知の特産物ジュニア博士育成のための特産農畜産物の食育活動の推進</p> <p>農業者・農業団体：食農教育への積極的な取組            農業振興センター：食農教育に取り組む産地への技術支援            県地域農業推進課：出前授業の実施によるジュニア博士の育成、生産者との交流、メニュー紹介等による給食への食材活用PR</p>					◆地域特産物への理解が深まり、子どもから親に話をする事で、家庭での消費も増える	◆出前授業を通じて高知県の農業や特産農畜産物への理解を深めることで、将来の高知県農畜産物の応援団が増加する
<p>「高知野菜大好きっ子」の表彰と普及啓発</p> <p>県地域農業推進課：高知野菜を活用して子どもが考えたメニューの表彰制度の実施と普及啓発</p>					◆高知野菜の家庭や学校給食での活用により、高知野菜をよく食べる子どもたちが増える	◆高知野菜を使った給食や食育を通じて、子どもたちが将来の高知県農畜産物の応援団となる

※改革のための6つの基本方向

- 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. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (・取組 ◆総括)	課題	これからの対策	改革の方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 6次産業化への取組による 拠点ビジネスづくり (2) 集落営農組織による 6次産業化の推進	◆都市の農村に対する 関心は高く、両者間で 交流を進めることを必 要と考える都市住民が 約8割を占める等、農 村への強い期待感  ◆一方、県内中山間の 高齢化は顕著で、集落 機能が衰退しており、 あらゆる方面から活性 化を図ることが急務	◆農村資源の活用 ・グリーン・ツーリズムの 活用方法の検討、実践 ・農村資源の活用をおこ なう組織の立ち上げ、 及び支援 ・新たな資源の発掘、生 産体制確立支援	◆農村資源の活用 ・農村の価値の再認識と 付加価値化 ・集落及び組織が一体と なった生産体制づくり、 販売の確立  ◆情報発信 ・集落の魅力を発信する する仕組みづくり	◆〇こうち型集落営農を通 じて所得の確保が期待 できる農産加工やグ リーンツーリズムなど の経営の多角化に 取り組む					○	○	

※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>地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援</p> <p>農業者等：地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発、販路拡大                      農業振興センター、地域支援企画員：商品開発・販路拡大に向けた支援                      県関係課：商品開発、磨き上げの支援対策の整備                      農家と製造業者、販売業者等とのマッチング支援</p>					<p>集落営農組織の育成</p> <p>集落：集落営農への合意形成と取組                      市町村・農業団体等：集落営農の取り組みを進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成                      農業振興センター：集落営農を進める話し合いの場づくりと集落営農の組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催                      県地域農業推進課：集落営農をサポート・コーディネートできる人材を育成するための研修会の開催                      集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催                      集落営農・拠点ビジネス支援事業により、平場も含めて県内全域で集落営農の取り組みを支援                      更にステップアップして、所得の確保できる組織(野菜の導入、農産加工・グリーン・ツーリズムなどの新たな取り組みを含めた経営の多角化→こうち型集落営農)への支援</p>	
					<p>【再掲】                      ◆「こうち型集落営農数」                      H24.3                      17組織                      ↓                      H28.3                      32組織</p>	<p>【再掲】                      ◆「こうち型集落営農数」                      100組織</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
<b>3. 中山間に適した農産物等の生産</b> (1)園芸品目の総合戦略支援【再掲】 <small>※戦略の柱1 取組方針1の(4)のとおり</small> (2)土佐茶産地の再構築【再掲】 <small>※戦略の柱1 取組方針4の(3)のとおり</small> (3)畜産の振興【再掲】 <small>※戦略の柱1 取組方針4の(4)のとおり</small>											
<b>(4)薬用作物の振興</b>	◆薬用作物は取引先からの需要と単価が安定しており、軽労働で投資額も少ないため、中山間での所得向上につながる作物(複合経営品目)である	・ミシマサイコの安定生産に向けた栽培実態調査の実施、実証ほの設置 ◆ミシマサイコ栽培指針(暫定)の作成 ・製薬会社、生産者団体とのミシマサイコの生産拡大に向けた協議、情報共有 ◆製薬会社と共同研究契約を締結 ・有望な薬用作物の選定に向けた栽培実証の開始、関係機関との連絡会の開催	◆ミシマサイコの低収要因の解明と安定生産技術の確立 ◆有望な薬用作物の選定、安定生産技術の確立と販売に向けた取引先との協議	◆薬用作物の生産拡大 ★ミシマサイコ等の栽培技術の確立・普及 ★有望な薬用作物の現地適応性評価			○				

※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)
						◆地域で暮らし 稼げる農業
	<p>薬用作物の生産拡大</p> <p>生産組織: ミシマサイコ等の安定生産                  県農業振興センター: 栽培実態調査、実証圃の設置、生産部会での研修会の開催等                  による栽培技術の改善と普及                  県農業技術センター: 有望な薬用作物の現地適応性評価                  県環境農業推進課: 県域での研修会の開催</p>					◆ミシマサイコの 栽培面積 37ha(H22年度) ↓ 60ha(H27年度)

※改革のための6つの基本方向

- 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【3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

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	基本方向					
						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		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している</li> <li>◆ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 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</li> <li>◆ 東京、大阪でのこうちアグリス쿨の定員を20名から40人に増やし、受講生が増</li> <li>◆ 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</li> <li>◆ 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</li> <li>◆ 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</li> <li>◆ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 就農希望者の確保</li> <li>◆ 研修支援等の強化</li> <li>◆ 営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保</li> <li>◆ 実践研修を支援する指導農業者の確保</li> <li>◆ 新規就農者の定着</li> </ul>	◆ ◎U・Iターン就農者の確保			○		○	○
					<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 農業担い手育成センター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</li> </ul>						
			◆ 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H25は263人と新規就農者の増加につながっている		◆ ◎実践研修への支援			○		○	○
					<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 青年就農給付金(準備型)の活用</li> <li>○ 農地等の情報提供</li> <li>★ 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</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><b>就農希望者の確保</b></p> <p>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</p>					<p>◆新規就農者数 年間280人</p> <p>◆指導農業士 H23:49人 H27:90人</p> <p>◆人・農地プラン の作成 200集落</p>	
<p><b>農業の担い手育成強化</b></p> <p>県:農業担い手育成センターの整備                      農業担い手育成センター:                      就農希望者への基礎及び先進技術・経営管理研修の強化(ネット研修、講座、実習)                      就農希望者と産地とのマッチング                      農業者や技術指導者の先進技術研修の実施</p>						
<p><b>研修の拡充</b></p> <p>生産者:研修生の受け入れ(指導農業士等の受入先の拡充)                      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                      に合わせた短期の研修を実施</p>						
<p><b>遊休農地やハウス等の活用</b></p> <p>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                      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取組を促進し、管理に要する経費を支援(H25~)</p>						
<p><b>初期投資の軽減</b></p> <p>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</p>						
<p><b>円滑な就農に向けた支援</b></p> <p>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~)</p>						

P344  
別図(農10)参照

※改革のための6つの基本方向

- 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. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

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	基本方向					
						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	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している</li> <li>◆ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>◆ 東京、大阪でのうちアグリスクールの定員を20名から40人に増やし、受講生が倍増</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 就農希望者の確保</li> <li>◆ 研修支援等の強化</li> <li>◆ 営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保</li> <li>◆ 実践研修を支援する指導農業者の確保</li> <li>◆ 新規就農者の定着</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ ★ 営農定着への支援 就農サポートハウスと青年就農給付金(経営開始型)の活用</li> <li>○ 経営安定への支援</li> <li>◎ 雇用就農に向けた支援</li> <li>◆ ★ 農地の確保への支援</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					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><b>営農定着への支援</b></p> <p>県産地・流通支援課: 就農サポートハウスにより1~3年実績を積むための支援(H24終了)                      県産地・担い手対策課: 45歳未満の新規就農者に対する青年就農給付金(経営開始型)の給付</p>					<p>◆新規就農者数 年間280人</p> <p>◆指導農業士 H23: 49人 H27: 90人</p> <p>◆人・農地プラン の作成 200集落</p>	<p>◆新規就農者数 年間280人</p>
<p><b>経営安定への支援</b></p> <p>農業団体(県農業公社): 就農から5年以内の認定就農者等の経営状況を把握し、農業振興センター等と連携し、                      営農面や経営・資金面についてフォローアップを実施(H22年度から新たに職員を配置)                      農業団体(農協): 営農指導員による営農指導                      農業振興センター: 普及職員による技術指導</p>						
<p><b>雇用就農の拡大に向けた支援</b></p> <p>農業団体(農業会議): ハローワークと連携した就業相談会の実施や情報の提供                      国: 農の雇用事業による農業法人等への支援                      県産地・担い手対策課: 従業員のスキルアップへの支援</p>						
<p><b>遊休農地やハウス等の活用</b></p> <p>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                      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)                      県産地・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取組を促進し、管理に要する経費を支援(H25~)</p>						
<p><b>農地中間管理機構の創設</b></p> <p>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                      県産地・担い手対策課: 農地中間管理機構の農地の集積・集約化への取組を促進し、事業に要する経費を支援</p>						

P345  
別図(農14)参照

※改革のための6つの基本方向 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. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
1. 担い手の育成と生産資源の保全 (2) 地域農業を担う経営体の育成	<p>◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行</p> <p>◆産地においては、高齢で零細な経営体が多く、今後、生産力の減少が懸念されるため、将来にわたって安定した経営を行っていくことのできる農業法人を含めた担い手の育成が必要</p>	<p>・規模拡大等による企業的经营体の育成を行うため、企業的经营の普及啓発を行うとともに、農家をリストアップし、カウンセリング・コンサルテーションの実施や研修会の開催による支援を実施</p> <p>・優良な労働力の確保や従業員の人材育成への支援を実施</p> <p>◆規模拡大志向農家の経営状況や課題の把握を行い、改善に向けた助言や支援を実施し、改善につながる事例もみられた JA等が行う無料職業紹介事業によって求人と雇用のマッチングの体制整備が進んできた</p>	<p>◆規模拡大には、設備投資や経費の負担が大きく、長期的な視点に立った経営計画の作成が必要</p> <p>◆また、雇用労働力を活用していくためには、受け入れ側の環境整備等が必要</p> <p>◆長期的に安定して経営する企業的经营体の一つの形態として、法人化の取組を強化</p> <p>◆あわせて、県内の農業法人の組織化を推進</p>	◆◎経営者(担い手)の育成			○			
				◆◎法人経営体の育成			○			
				◆◎法人経営体の組織化と経営発展への支援			○			

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

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><b>企業の経営体志向農家の掘り起こし</b></p> <p>市町村:「人・農地プラン」作成による中核的な農業者や法人化を志向する農業者をピックアップ 農業団体(農業会議):研修会の開催等により、企業の経営に向けた意識啓発を行い、志向農家を掘り起こし</p>					<p>◆農地の権利を取得し農業経営を行う法人数 H23: 63法人 ↓ H27: 140法人</p>	<p>◆地域で暮らし稼げる農業</p>
<p><b>経営者の育成(企業の経営に向けた経営発展計画作成支援)</b></p> <p>法人化など経営発展志向農家:経営計画の作成と実践 農業団体等(農業会議):法人化に向けたセミナーの開催、経営方式の改善(税理士・社会保険労務士等の専門家を活用した計画への助言・指導) 県農地・担い手対策課・農業振興センター:経営発展に向けた意識啓発、計画作成支援</p>						
<p><b>個別経営計画の実践と法人化の推進</b></p> <p>法人化など経営発展志向農家:経営計画の実践、事業導入による施設整備 県農地・担い手対策課・農業振興センター:計画実現に向けた助言・支援 県産地・流通支援課:規模拡大農家に対するレンタル用のハウス整備を支援 農業団体(農業会議):計画達成に向けた助言・指導(専門家の活用等)</p>						
<p><b>規模拡大に向けた農地情報の収集と提供事業の充実</b></p> <p>農業団体(県農業公社):遊休ハウス等の農地情報を収集し、規模拡大志向農家に情報提供 規模拡大を図るため農地の買入や借入を希望する農業者を農地の受け手として登録</p>						
<p><b>農地の流動化と担い手への集積</b></p> <p>市町村:「人・農地プラン」作成や農地利用集積円滑化団体による中核的な農業者への農地の利用集積を支援 農業団体(県農業公社):農地保有合理化事業により農地の利用集積を支援</p>						
<p><b>農地中間管理機構の創設</b></p> <p>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 県農地・担い手対策課:農地中間管理機構の農地の集積・集約化への取組を促進し、事業に要する経費を支援</p>						
<p><b>農業法人の組織化</b></p> <p>農業団体(農業会議):県内の農業法人等の緩やかな集まりである任意組織を設置し、農業法人間での情報共有や相互研鑽を図る場を設置 日本農業法人協会高知県支部であるコウチ・アグリマネジメント・クラブの活動を強化 (経営の多角化等への支援) 県農地・担い手対策課:農業会議の活動を支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
<b>1. 担い手の育成と生産資源の保全</b> (2) 地域農業を担う経営体の育成	◆ 農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行  ◆ 年齢や経営規模にかかわらず「意欲と能力のある者」を「担い手」と位置づけ、その育成・確保を進めているところ	・ 企業の経営に取り組む経営体のリストアップと、個別支援によるモデル経営体の育成  ◆ 個別支援により、県下での企業の経営に向けた意識は向上し、モデル経営体が16戸育成された  ・ 品目ごとの生産組織による経営データを基にした規模拡大の方策の策定  ◆ JAオンライン「農業経営支援システム」の活用が始まり、経営データに基づく経営管理支援が始まった  ◆ モデル生産組織が9組織でき、生産組織に応じた経営モデルの作成や、新規就農者確保、農地流動化の取組が始まった	◆ 所得向上を図るための一つの方法として規模拡大が必要である  ◆ 規模拡大には新たな設備投資が必要となるため、経営データに基づいた規模拡大の方策が必要である  ◆ 生産者間の収益のバラツキが大きく、生産組織として個々の経営改善に取り組む必要がある	◆ 品目別規模拡大の方策(生産組織のビジョン、経営モデル)の策定  ◎ 経営データの収集・蓄積と、分析・診断  ○ 生産組織(品目部会等)による規模拡大の方策の策定			○				

※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>経営データの収集・蓄積</p> <p>農業団体(JA高知中央会・JA電算センター): JAオンライン「農業経営支援システム」の開発と活用促進 (既存システムの活用促進と、新システムの開発・活用促進) 環境農業推進課:システムの開発および活用促進支援</p>					<p>◆品目別規模拡大方策(経営モデル)の策定数 H23年度:2品目 →H27年度: 10品目</p>	<p>◆施設園芸による大規模経営の確立</p>
	<p>経営データの分析・診断</p> <p>農業団体(JA高知中央会・JA電算センター):システムの効果的な運用と利用拡大 地域JA、農業振興センター:システム活用による分析・診断の実施 環境農業推進課:システムの活用推進、システム活用に向けた経営指導者の養成</p>						
	<p>品目別規模拡大方策の策定 → 産地力の向上</p> <p>生産組織(品目部会等): 経営データの提供、地域・品目別ビジョンの策定 農業団体(地域JA): 経営データの分析・診断、地域・品目別ビジョンの策定、担い手の確保・育成体制の整備 農業振興センター: 地域JAと連携のもと、経営データを収集・蓄積。生産組織(品目部会)の経営分析 地域・品目別ビジョンの策定支援、担い手の確保・育成体制の整備 環境農業推進課: 研修等の開催による県域活動の強化、規模拡大・担い手の確保・育成に向けた関係機関等の連絡・調整</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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

### 戦略の柱【3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 担い手の育成と生産資源の保全 (3) 農業生産基盤の戦略的な保全管理		<p>◆県では昭和30年代以降、農業の生産性向上や農業構造の改善により、農業振興を図る上で不可欠な農業農村の基盤整備を継続的に実施</p> <p>その結果、ほ場整備9,830ha(平成19年度末)をはじめ、農業用排水路や取水堰、排水機場等の整備により、安定した農業生産に寄与</p> <p>一方、これまで整備してきた土地改良施設の多くが耐用年数を経過し老朽化に伴う機能低下が進行</p> <p>このため、施設機能の長寿命化を図るための予防保全対策の計画的な実施が不可欠</p>	<p>・機能診断マニュアルの策定</p> <p>◆予防保全は新しい分野であり技術的に確立されたものではなかったが、基幹的農業水利施設を対象に県が実施した機能保全計画の策定を通じて、機能診断のノウハウが蓄積され、また診断マニュアルの策定により末端施設への取組の広がりも見え始めた</p> <p>・基幹的農業水利施設の機能保全計画を策定(22/27施設)</p> <p>◆機能保全計画に基づく予防保全対策が着実に実施され、また計画策定を通じて、適正な更新と予防保全に対する施設管理者の意識が醸成された</p>	<p>◆計画的かつ適正な予防保全対策を実施するためには、県、市町村、農業者等の適切な役割分担の明確化が必要</p> <p>特に、農業者が主として行う農地周りの施設の予防保全対策については、非農家を含む地域コミュニティを活用した取組が不可欠</p>	<p>◆適切な役割分担の下での予防保全対策の推進</p> <p>◎農業者等は、多面的機能支払交付金を活用し、農地周りの施設の長寿命化を推進</p> <p>◎市町村は、主として団体営事業等で整備した農業水利施設の長寿命化を推進</p> <p>○県は、県営事業で整備した基幹的農業水利施設の長寿命化を推進</p>			○			

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

【 農業分野 】

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)	
<p>農地・水保全管理支払交付金(向上活動支援)の活用(H25まで)</p> <p>多面的機能支払交付金(資源向上支払(長寿命化))の活用(H26から)</p> <p>農業者等(活動組織): 非農家を含む地域コミュニティによる農地周りの末端施設等の補修・更新の実施</p> <p>市町村・県(県農業基盤課・農業振興センター): 事業の普及・啓発及び実施における指導・助言</p>					<p>◆地域の主体性・協働力により施設の長寿命化が拡大</p> <p>目標値 45%</p> <p>対象面積<sup>※</sup>に対する「多面的機能支払(資源向上支払(長寿命化))」の実施面積の割合</p>	<p>◆地域で暮らし稼げる農業</p>	
<p>地域自主戦略交付金(地域農業水利施設保全部)の活用(H24まで)</p> <p>農山漁村地域整備交付金(地域農業水利施設保全部)の活用(H25から)</p> <p>市町村: 機能保全計画の策定、予防保全対策の実施</p> <p>県農業基盤課・農業振興センター: 事業の普及・啓発、機能保全計画策定及び対策の実施における指導・助言</p>							<p>※「多面的機能支払(農地維持支払)」 +「中山間地域等直接支払」の実施面積</p>
<p>地域自主戦略交付金(基幹水利施設保全部)の活用 (H24まで)</p> <p>農山漁村地域整備交付金(基幹水利施設保全部)の活用(H25から)</p> <p>県農業基盤課・農業振興センター: 機能保全計画に基づく予防対策の実施</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 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

【施設の整備】

- ・高知県版ハサップ等の安全・安心な加工施設の整備等の支援

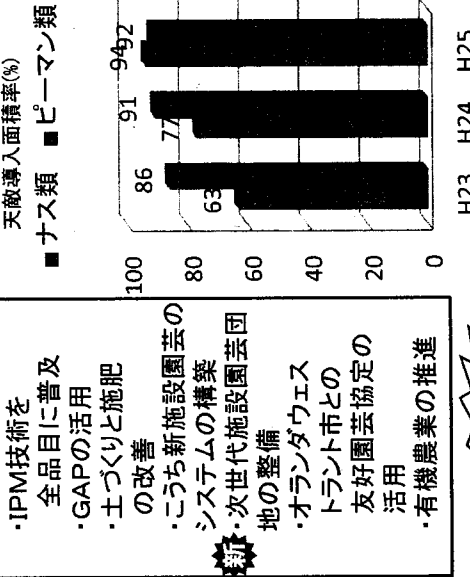
- ・集出荷等施設を再編・集約し、機能の向上を図る。

### 【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



### ② 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立



## 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・販路拡大

- ・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

## 販路の推進

- ・テラマーケティング
- ・商材提案

# 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、ナス、キュウリ、ミョウガ、パプリカで炭酸ガス施用による増収効果を確認。
- パプリカでオランダ型の温度管理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

# 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)
    - ・ミョ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

### こうち新施設園芸システム研究会

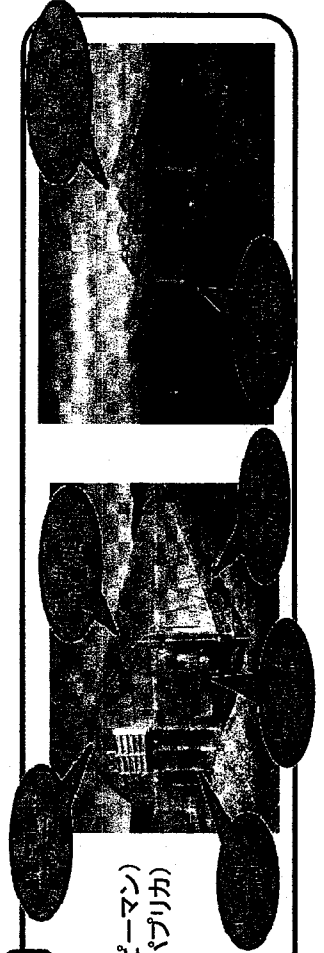
- 設立の目的: システム開発への取り組みへの支援、開発目標の共有化、研究計画や成果の検討

### 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

## 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

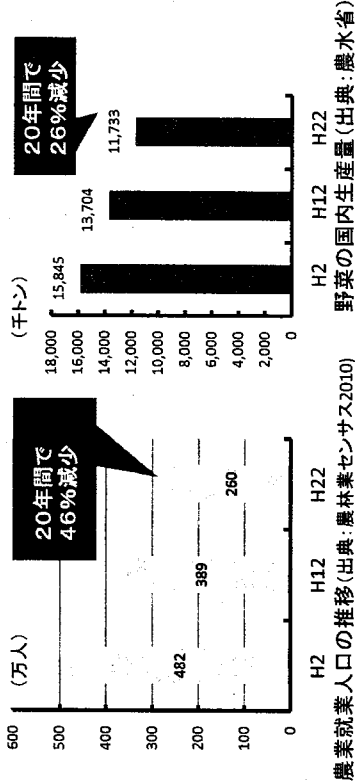


# 「次世代施設園芸団地」の整備

別図(農2)

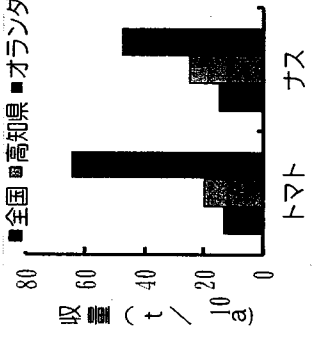
## 日本の園芸農業の現状等

◆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

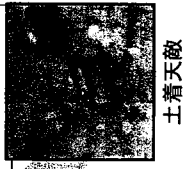
### 高品質・多収技術

- 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



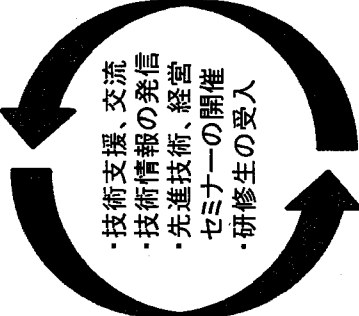
### 化石燃料からの転換

- 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



### 集出荷施設

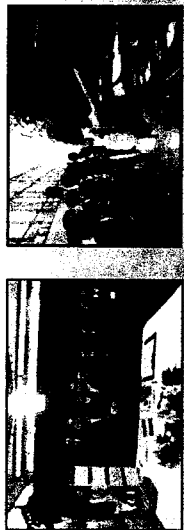
- 規模拡大による効率的な栽培・経営
- 施設の大規模化・機械化・自動化
  - ・生産性、作業性の向上
  - 経営管理の効率化
  - ・企業的经营によるコスト、労務管理



### 農業担い手育成センターとの連携



### オランダとの友好園芸農業協定を活かした連携

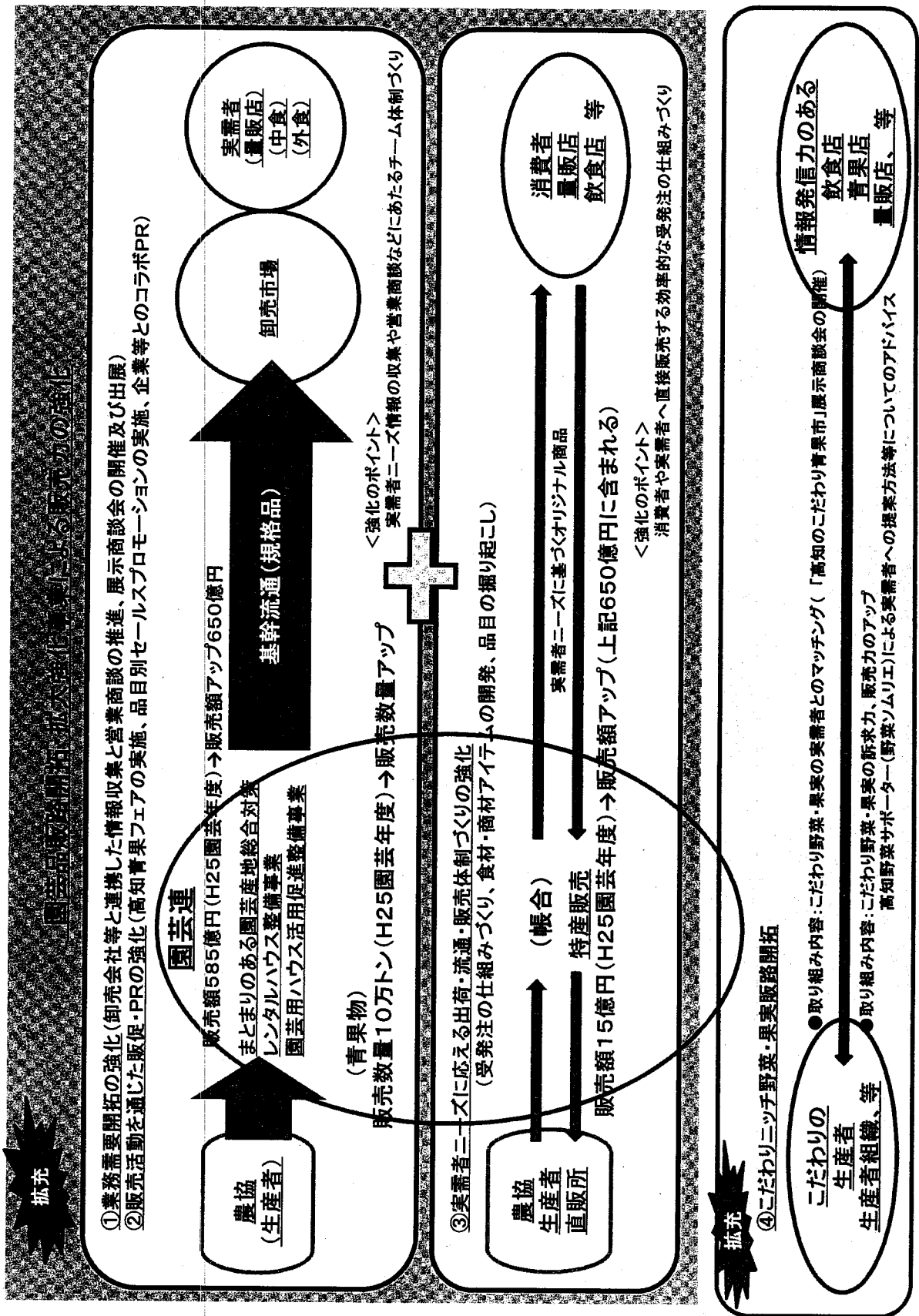


- ・オランダの技術者の招聘による技術アドバイス
- ・インターネットによる技術コンサルタン

# 高知県産園芸品の出荷・流通・販売支援策(H26～)

## ～ 高知県産園芸品のまるごと地産外商に向けて ～

別図(農3)



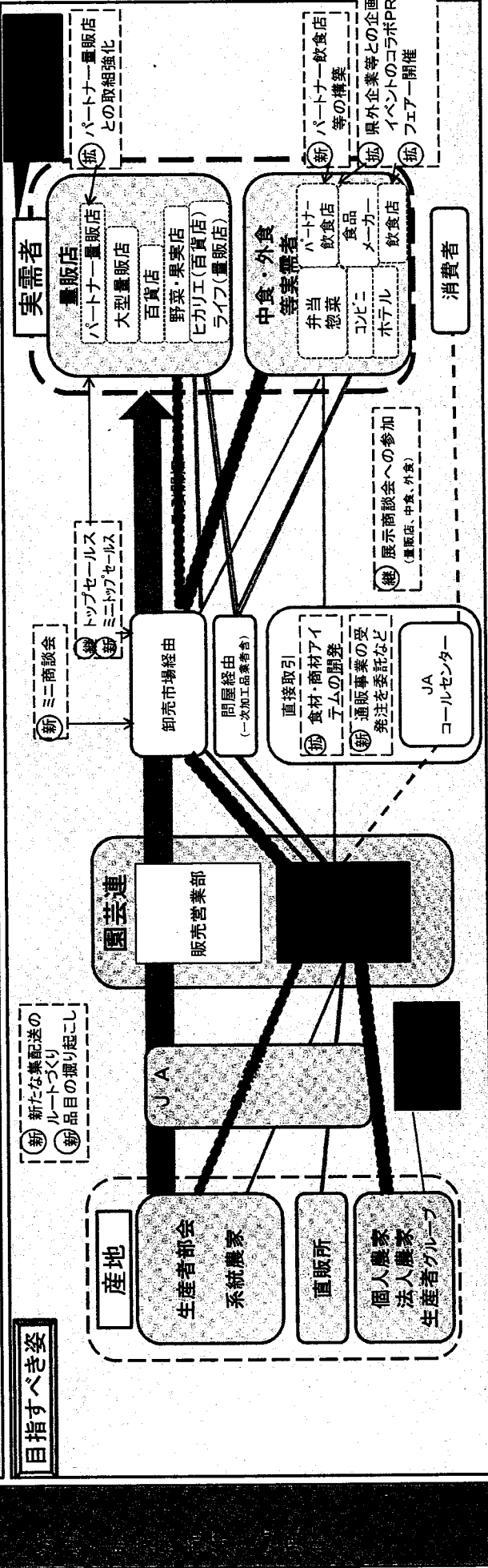
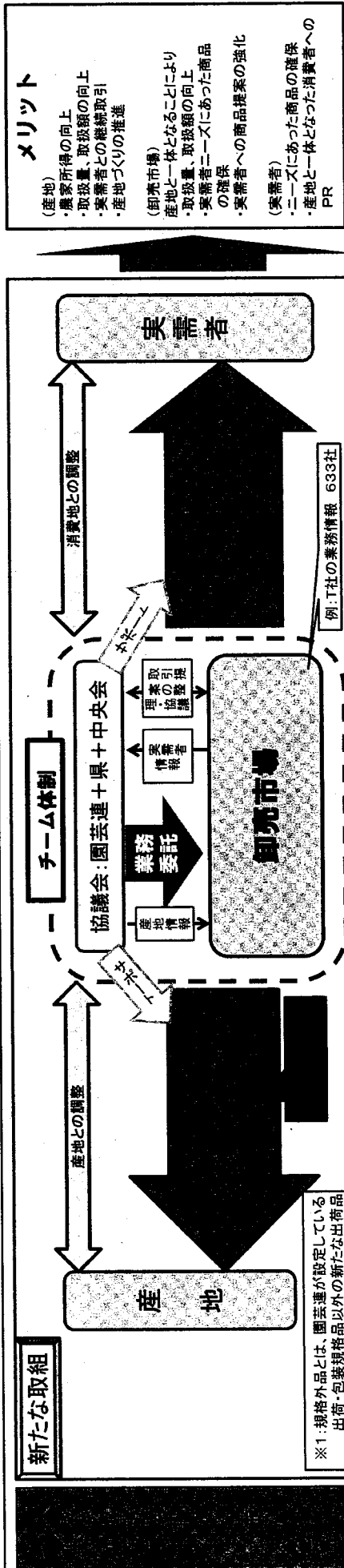
高知県産園芸品の出荷・流通・販売支援策(H26～)  
～ 園芸品販路開拓・拡大強化事業 ～



【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できる産地体制づくり、直販機能の強化が急務





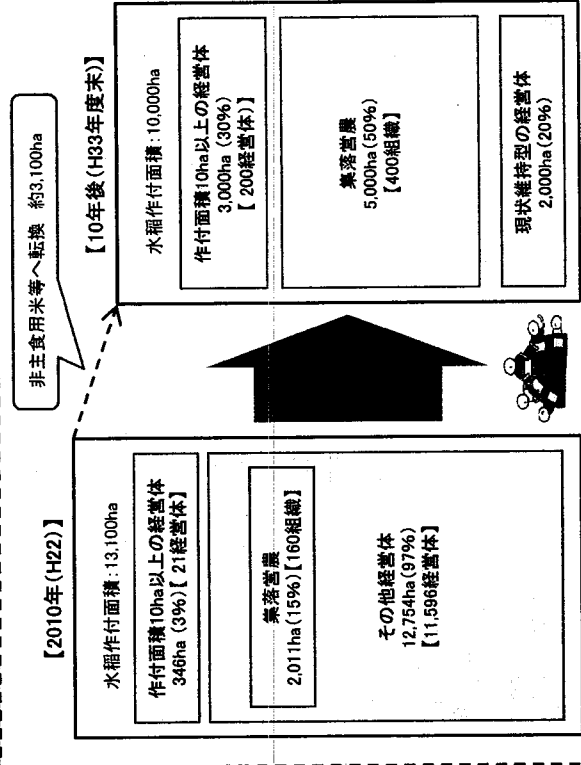
現 状

- ◆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】
- ◆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)】
- ◆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 一 (H25)190組織(こうち型集落営農：17組織、法人：5組織)】
- ◆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)、大野見エココ米(中土佐町)、南国そだち(南国市)等】

- ◆米政策の転換  
【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年後を目標に、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本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・発現、食料自給率、自給力の維持向上と食料安全保障の確立



10年後の米販売農家のイメージ



課 題

- ①高品質安定生産
  - ◆高温障害等による品質(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)
- ②地域ブランド米の育成
  - ◆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
- ③水田農業の担い手となる福作経営体の育成
  - ◆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
- ④水田活用の推進
  - ◆麦、大豆は生産しにくい環境であり、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

対 策

- ①高品質安定生産
  - ◆高温耐性品種の育成・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)
- ②地域ブランド米の育成
  - ◆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
  - ◆地域ブランド米の取組支援
- ③水田農業の担い手となる福作経営体の育成
  - ◆集落営農の組織化・法人化、大規模福作経営体の育成
    - ・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、大規模福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
- ④水田活用の推進
  - ◆経営所得安定対策を活用した飼料用米、加工用米等の生産拡大
  - ◆中山間地域に適した園芸品目、葉用作物等の生産拡大



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・発現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、葉用作物等の生産拡大による所得向上

# 【取組方針④】 品目別総合戦略

# 土佐茶の振興対策

# 別図(農6)

## 【現状分析】

- 1 中山間の基幹作物(平成18年) ※大字:統計値など 細字:推計値など  
 1) エス 栽培面積:654ha(結果樹面積:605ha)、農家数:約1,000戸、生産量8,880t、生産額:約20億円(推定)  
 2) テ 栽培面積:610ha(摘採面積:439ha)、農家数:約1,300戸、荒茶生産量452t、生産額:約8億円(推定)  
 (平成23年 栽培面積:482ha、摘採面積326ha、荒茶生産量310t、生産額5.7億円)
- 2 茶の現状
  - ① 荒茶価格の低迷(荒茶平均価格)  
 H15 2,158円 → H20 1,513円 → H23 1,581円/kg → H24 1,588円/kg → H25 1,406円/kg(速報)
  - ② 生産者の高齢化の進展(主要産地の基幹的農業従事者65才以上 H17 58% → H22 6%)
  - ③ 栽培条件の不利性(急峻・傾斜地15度以上が192ha H23実績 全体の約60%急傾斜地)
  - ④ 茶園の老朽化、土壌管理の粗放化、施肥量の不足による生産性・品質の低下  
 (樹齢30年以上の茶園割合85% H22)
  - ⑤ 産地の維持が困難となりつつある。

## 【課題】

- ① 土佐茶の販売活動の展開  
 ア 試飲・PR活動、新たな飲み方の創造・提案による消費拡大  
 イ 営業活動の強化による販路拡大  
 ウ 土佐茶のブランド化の推進  
 エ 生産を維持する仕組み作り  
 オ 茶産地計画に基づく産地再生に向けた活動  
 カ 品質・生産性向上に向けた生産指導体制の強化と産地の活性化  
 コ 荒茶加工施設の再編・高度化

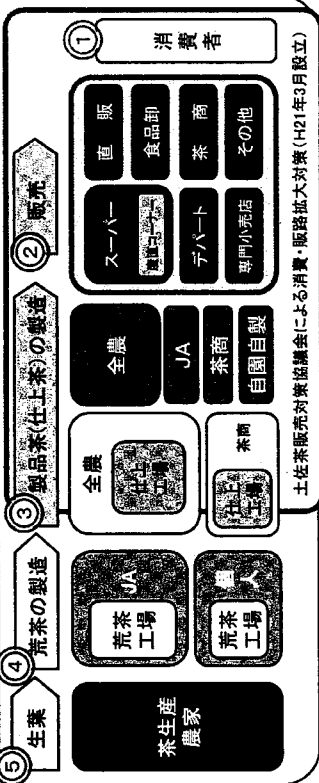


消費者から選ばれる「土佐茶」

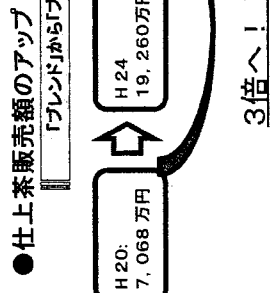
## これまでの取組の成果 (H21~25)

- ①消費拡大対策
  - 土佐茶PR拠点の土佐茶カフェのオープン・PR事業の実施
  - 土佐茶販売対策協議会の設立とPR活動
  - 「新茶まつり」、「土佐茶まつり」等の試飲・PRイベント、CMの放映、PR用リーフレットの作成・配布、小学校での出前授業、新たな飲み方提案(クールティ)
  - 産茶を活用した新たなブランド「土佐茶消費量販店」の取組
- ②販路拡大対策
  - JAコスモス・津野山による販路拡大(H24~H25) 緊急雇用による販路消費拡大業務の委託
  - 土佐茶販売対策協議会による商談会の参加(H22~)
  - アグリフードEXPO東京、横浜(園芸こうち販売促進事業とコラボ)
  - 全農高知本部による販路拡大(H22~23)
  - ふるさと雇用による販路・消費拡大業務の委託 → 土佐茶の消費拡大へ
- ③土佐茶のブランド化
  - 土佐茶ブランド戦略構築事業(H24) →県が率先しての活動
  - 新たなブランド「土佐茶茶プロデュース」のための支援
- ④荒茶・仕上げ茶加工施設の高高度化対策
  - JAコスモス仁定茶工場、JA高知はた十和茶工場(H25)
  - JA津野山茶工場(H21)、JAコスモス吾川茶工場(H23)
  - JA全農こうち仕上げ茶工場(H22)
- ⑤荒茶の生産性・品質向上対策
  - JAコスモス・津野山による生産指導体制の再構築、施肥・土壌管理のモデル園の設置(H24)

## 製品茶(仕上げ茶)の生産から販売の流れ



## 目標 (H26)



- ①消費拡大対策
  - ◆土佐茶カフェによる、土佐茶の魅力のPR、産地情報の発信
  - ◆「新茶まつり」、「土佐茶まつり」等の試飲・PR活動、小学校での出前授業 → 土佐茶販売対策協議会の活動強化・負担金の増額
  - ◆新しい土佐茶の飲み方の提案
- ②販路拡大対策
  - ◆県内外の商談会への参加、量販店・食品卸等訪問営業の活動強化
- ③土佐茶のブランド化
  - ◆県の特産を活かした外面向け基幹商品の開発・テストマーケティング
  - ◆「一番茶の商品開発等」へパイザーを活用した支援
- ④茶加工施設の再編・高度化・整備の検討
  - ◆既存荒茶加工施設及び土佐茶加工施設の整備の検討及び実施
- ⑤荒茶の生産性・品質向上対策
  - ◆生産指導体制の再構築
  - ◆老朽化した茶の改畑による生産能力・品質の向上【茶改植等支援事業:国】
  - ◆産地計画実行支援補助金の創設

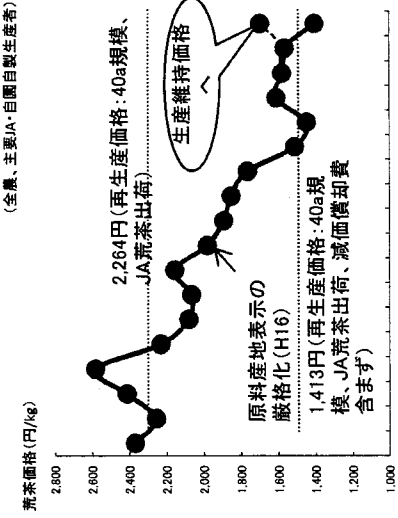


図 荒茶価格の推移(目標)

# 畜産振興（生産から流通・販売までを一体的に支援）

別図（農7）

◎家畜改良による生産性の向上  
◎販売・流通の拡大による販路の向上

◎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

- 土佐ジローや土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】稲発酵飼料利用促進事業
- 地域における稲発酵飼料（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】高知県レ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1頭当たり10万円を助成する取組に対して支援します。（60頭導入予定：県1/2補助）
- 【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増頭対策事業
- ★乳牛の腹から「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みます。

- 【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。

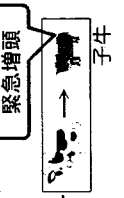
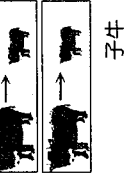
# 土佐あかうし増頭対策事業

## ポイント

あかうし牛肉の  
需要増加

市場ニーズに対し  
年間250頭不足

乳牛にあかうし受精卵移植  
+ 受胎率向上による増頭



あかうし  
牛肉増産

## 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、市場ニーズに対応できない
- ・ 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

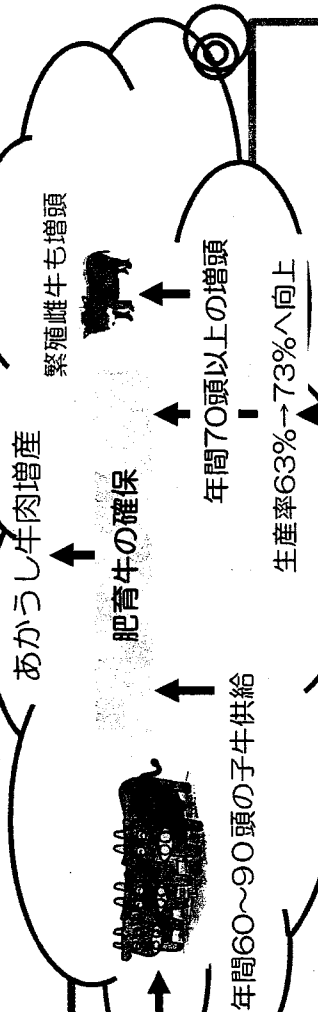
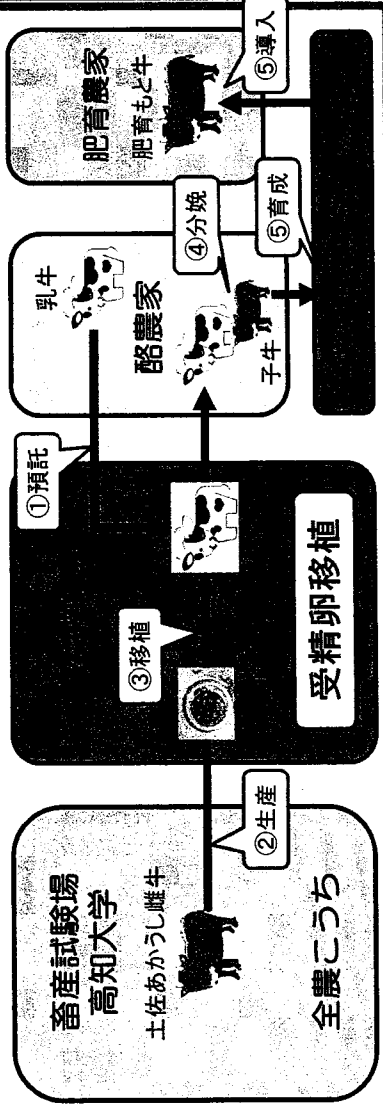
- ・ 肥育牛の確保により4年後までに市場ニーズを満たす。
- ・ 肥育牛不足頭数 H26→243 H27→172 H28→77 H29→0
- ・ 受精卵移植による子牛生産システムの普及、増産体制構築
- ・ 子牛生産率10%向上により、年間70頭の増頭効果

## 事業概要

### ★受精卵移植による土佐あかうし増頭対策事業

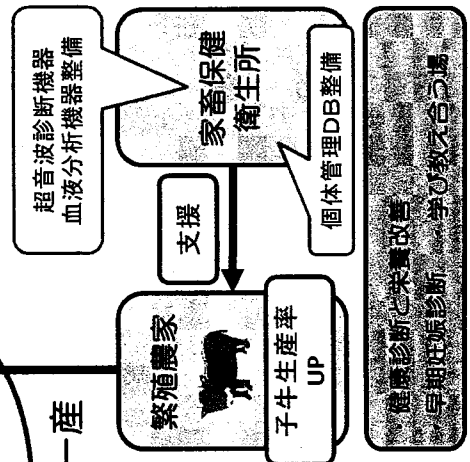
土佐あかうしの受精卵を酪農家の乳牛に移植し、生まれた子牛を肥育牛として肉用牛農家に供給する体制を構築

- ①酪農家の乳牛を公共牧場に預託
- ②畜産試験場と高知大学、全農こうちが連携して土佐あかうし受精卵を生産
- ③公共牧場で乳牛に土佐あかうし受精卵を移植
- ④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出産
- ⑤土佐あかうしの子牛はキャトルステーションで哺育育成後、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の体制を整備して、一年一産を目標とした支援で子牛生産率を大きく改善

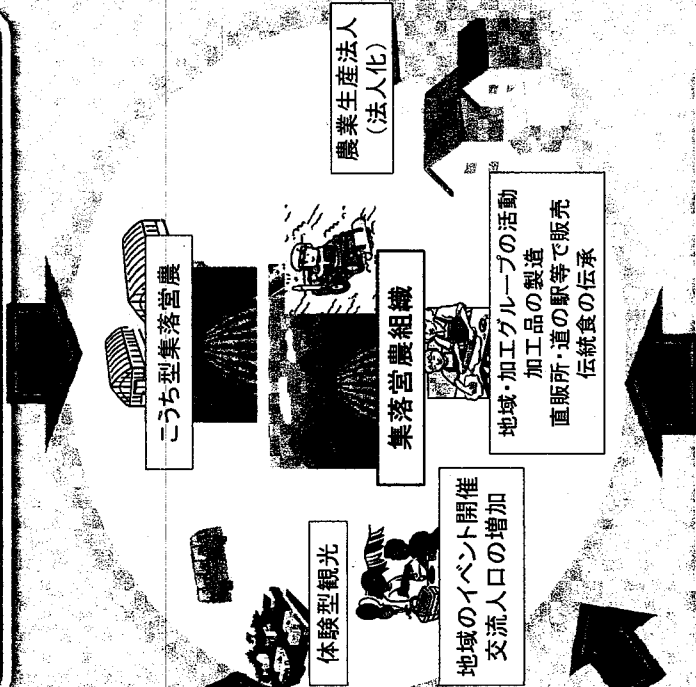


# 2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化

## 中山間地域

### ③中山間に適した農作物の生産

- 薬用作物の生産拡大支援など



### ①集落営農の推進

- 集落営農の裾野を広げ、足腰の強い組織を育成
  - 話し合いの場づくり、コーディネーター、集落リーダーの育成
  - 農業機械・施設等のハード整備
- こうち型集落営農の実現
  - 所得確保を目指す園芸品目等の導入、周年化
  - 農産物加工、グリーンハウス等の取り組みやハード整備
- 組織の法人化や拠点ビジネスへの取組による経営の安定化、雇用の確保



### セーフティネット

- 経営所得安定対策制度
- 日本型直接支払制度

### ②6次産業化の推進

- 6次産業化をリードする人材育成
  - 農業創造セミナー
- 農産物加工等のブラッシュアップ
- 地域資源の商品化に向けた発掘・活用・販路拡大への支援
- こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスづくり



### 中山間地域の重要性

高年齢化が進む中山間地域は、農業生産者・兼業農家の減少、人口減少が深刻化する。水源涵養や生物多様性の多面的機能面への役割を担う。

### 中山間地域の課題

- 高年齢化
- 経営規模が狭小
- 耕作放棄地の増加
- 担い手不足
- 不利な生産条件
- 鳥獣被害 など



【取組方針⑥】  
6次産業化への取組による拠点ビジネスづくり

新たな価値の創出

# 6次産業化の推進に向けた農業振興部の取組

## 取組主体の発掘・育成

発掘

地域で6次産業化に取り組む芽を見い出す

- ◆地域6次産業化推進チーム  
(農産センター所・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  
(農産センター所・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位で研修会を実施  
6次産業化の支援策、先進事例を紹介し、意識づけ
- ◆6次産業化情報ネットワーク会議  
市町村・関係団体等と基本的な関連情報を共有

\* 農産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 JJA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

意欲ある人材の育成・確保

- ◇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(農産センター)  
\* 農産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

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

つなぐ

農業者と加工業者等の情報を収集・調査、提供

市場情報収集・調査→専門家による助言・提案→マッチング  
・ マーケットイン型商品づくり支援事業(地産・地消外商課)

加工業者等と産地・組織とのマッチングの場の創出  
相談会の開催

加工に取り組む組織、産地の育成

連携の強化  
(情報交換会)

ものづくりの  
地産地消センター

広げる

集落営農の推進

- ◇集落営農・拠点ビジネス支援事業  
法人推進加算  
拠点ビジネス推進加算
- ◇集落営農の取組推進(ソフト支援の強化)  
地域資源発掘・活用講座の開催(2回)  
集落営農の法人化、育成アドバイザー派遣

## 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
  - ◇ステッパアップ事業の活用  
加工機械の整備や試作の取組みへのステッパアップ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、販路開拓の取組と併せて推進
  - ◇地域アグロコンプランへの位置づけ  
計画を実践に移すグループに対し、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

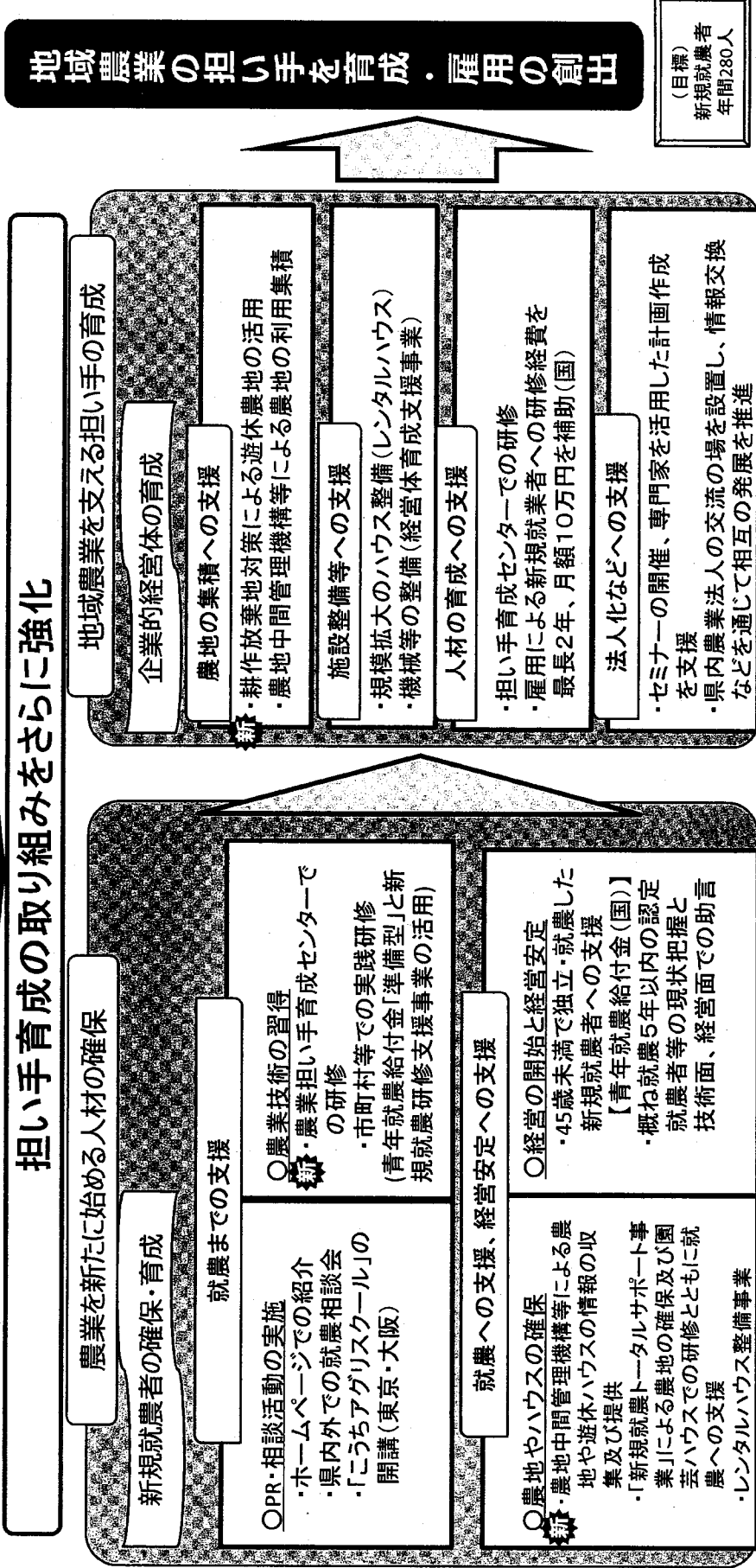
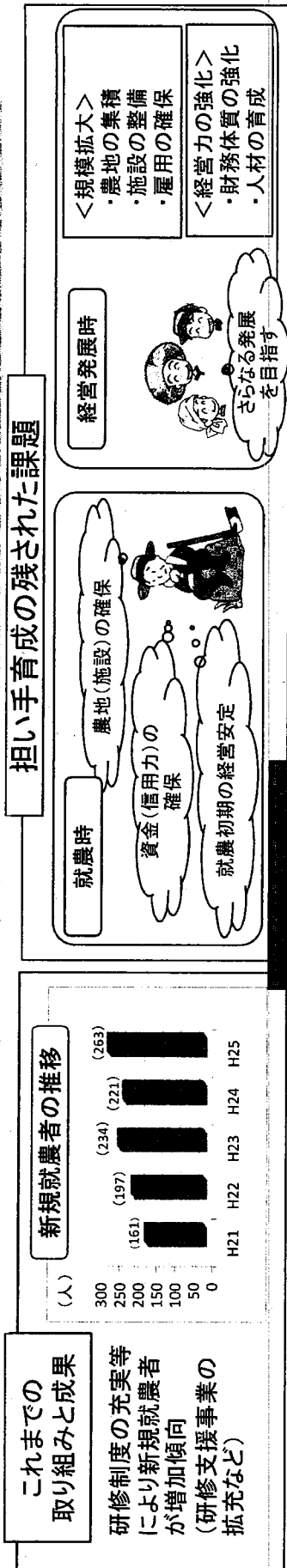


産振計画の  
参画者拡大  
成功事例を創出

# 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

- ◆地域資源活用勉強会(現地研修)  
農業振興センター単位で、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)  
・農林漁業成長産業化ファンド

# 3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化



【取組方針⑥】  
担い手の育成と  
生産資源の保全

# 農業担い手育成センターの整備

別図(農10)

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
- ◆ オランダ並みの収量を確保するために、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、スムーズな就業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。

### 農業担い手育成センター

#### 新規就農者の育成拠点(基礎、実践技術の学びの場)

Point

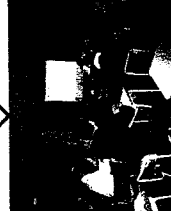
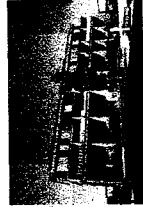
- ◆ 全国から新規就農者を受入れ
- ◆ 研修生の受け入れ枠拡大

- ◆ 長期研修宿泊施設を新たに建設(2階建CLT工法)
- ◆ 研修内容を充実、強化

- ◆ 基礎研修  
機械操作、栽培、経営
- ◆ 実践研修  
栽培～経営管理
- ◆ 先進技術研修  
就農支援

- ◆ 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、就業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業後のイメージを具体化



オランダ並みの収量を  
目指した技術実証

#### 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業



就業希望地で研修(指導農業主、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推進へ

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

- 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

意欲的な農家の研修の場

- ◆ 新規就農者
- ◆ オランダ研修農家
- ◆ 指導農業主、篤農家
- ◆ 青年農業者、OB会
- ◆ 農業生産法人等

指導者研修  
普及指導員、JA営農指導員

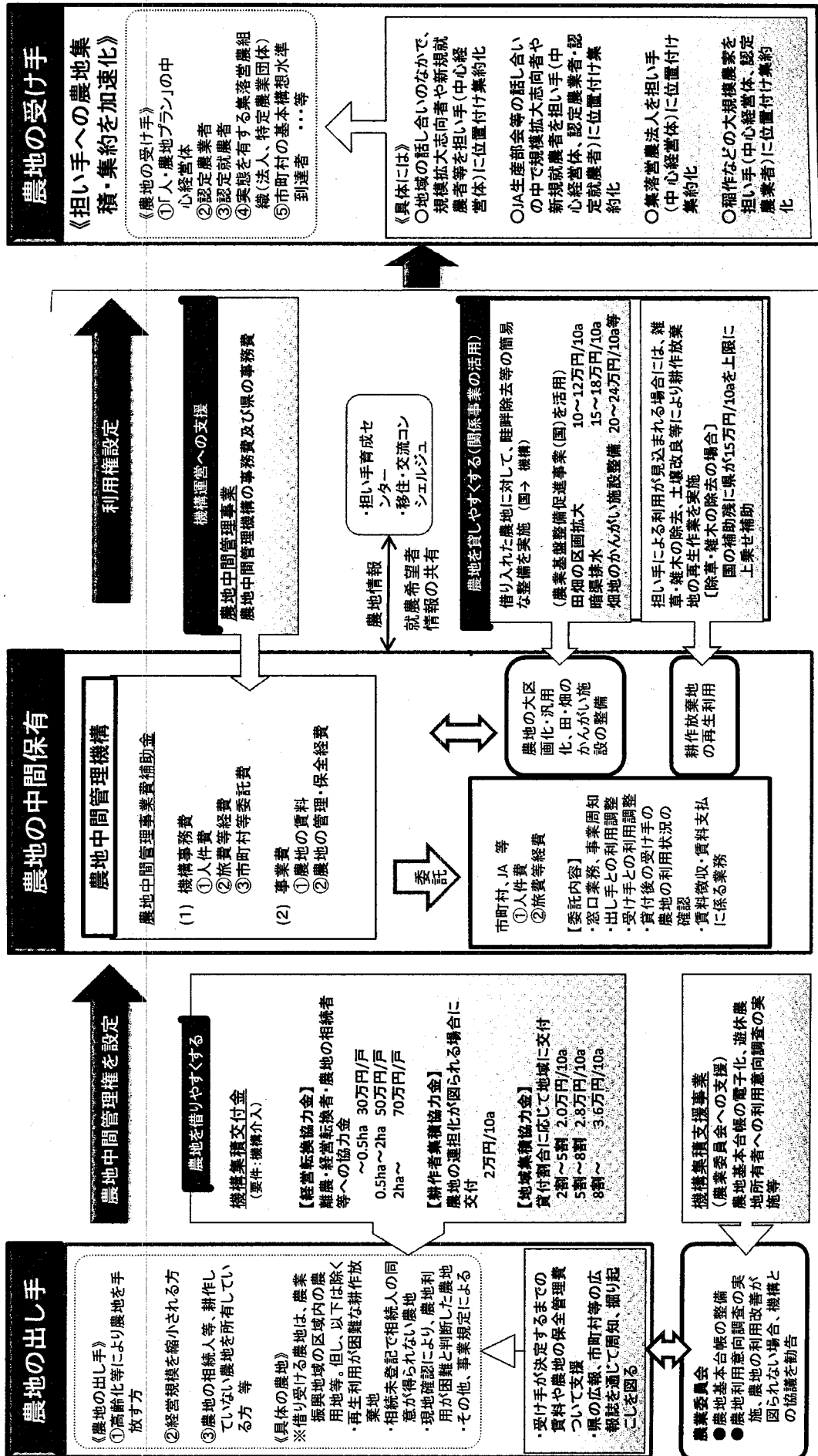
先進技術の普及推進強化



【取組方針⑧】  
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

別図(農11)



## 農地の出し手

《農地の出し手》  
①高齢化等により農地を  
放す方  
②経営規模を縮小される方  
③農地の相続人等、耕作し  
ていない農地を所有してい  
る方等

《農地の集約》  
※借り受ける農地は、農業  
振興地域の区域内の農  
用地等。但し、以下は除  
く。再生利用が困難な耕作放  
棄地  
・相続未登記で相続人の同  
意が得られない農地  
・現地確認により、農地利  
用が困難と判断した農地  
・その他、事業規定による  
ごしを図る

・受け手が決定するまでの  
賃料や農地の保全管理費  
について支援  
・県の広報、市町村等の広  
報誌を通じて周知、掘り起  
ごしを図る

## 農地中間管理機構

農地中間管理機構  
農地中間管理事業費補助金

(1) 機構事務費  
①人件費  
②旅費等経費  
③市町村等委託費

(2) 專業費  
①農地の賃料  
②農地の管理・保全経費

農地中間管理機構の事務費及び県の事務費

機構運営への支援

農地を貸しやすくする(関係事業の活用)

借り入れた農地に対して、畦畔除去等の簡易な整備を実施(国→機構)

(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整備 20~24万円/10a等

担い手育成センター  
・移住・交流コン  
・シエルジュ

農地情報  
就農希望者  
情報の共有

農地の大区画化・汎用かんがい施設整備

耕作放棄地の再生利用

市町村、JA等  
①人件費  
②旅費等経費

【委託内容】  
・窓口業務、事業周知  
・出し手との利用調整  
・受け手の受け手の  
農地の利用状況の  
確認  
・賃料徴収・賃料支払  
に係る業務

農地を借りやすくする  
機構集積交付金  
(要件・機構介入)  
【経営転換協力金】  
離農・経営転換者・農地の相続者  
等への協力金  
0.5ha ~2ha 30万円/戸  
2ha ~  
2ha ~ 70万円/戸

【耕作者集積協力金】  
農地の連担化が図られる場合に  
交付  
2万円/10a

【地域集積協力金】  
貸付割合に応じて地域に交付  
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、遊休農  
地所有者への利用意向調査の実  
施等

## 農地の受け手

《農地の受け手》  
①「人・農地プラン」の中  
心経営体  
②認定農業者  
③認定就農者  
④実態を有する集落営農組  
織(法人、特定農業団体)  
⑤市町村の基本構想水準  
到達者  
...等

《具体には》  
○地域の話し合いのなかで、  
規模拡大志向者や新規就  
農者等を担い手(中心経  
営体)に位置付け集約化

○JA生産部会等の話し合い  
の中で規模拡大志向者や  
新規就農者等を担い手(中  
心経営体、認定農業者・認  
定就農者)に位置付け集  
約化

○集落営農法人を担い手  
(中心経営体)に位置付け  
集約化

○稲作などの大規模農家を  
担い手(中心経営体、認定  
農業者)に位置付け集約  
化

農委委員会  
●農地基本台帳の整備  
●農地利用意向調査の実  
施  
●農地の利用改善が  
図られない場合、機構と  
の協議を勧告



## Ⅱ 専門分野の成長戦略

### 2 林業分野

# 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

木材・木製品製造業出荷額等150億円(H22) ↓ 160億円(H24)※  
 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)

### 原木生産

- 森林の集約化と経営委任の推進（冊子P352）
  - ・森林経営計画と森の工場の整備
- 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（冊子P352）
- 皆伐による原木の増産（冊子P352）
- 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（冊子P354）
  - ・協定取引の推進
- 森林組合の経営力強化（冊子P354）
- 自伐林家等による生産を促進（冊子P356）

### 加工体制

- 大型製材工場等の施設整備の促進（冊子P358）
  - ・大型製材工場による製材品の生産拡大
  - ・単板工場の整備計画の検討
- 県内事業者による大型製材工場整備（冊子P360）
  - ・ビジネスプランの作成、工場の整備
- 既存事業者の加工力の増強を推進（冊子P360）
  - ・乾燥施設等の新設及び増強
- CLT（直交集成板）の推進（冊子P362）
  - ・CLT建築物の普及・建設の促進
  - ㊦ CLTパネル工場の整備検討・誘致

### 流通・販売

- 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（冊子P364）
- 県外販売の窓口を一元化し、製品の安定供給を促進（冊子P364）
  - ㊦ 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
- 大消費地への販路拡大（冊子P364）
  - ・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
- 品質が確保された製品の安定供給体制を確立（冊子P364）
- 県産材を利用した木造住宅への支援（冊子P366）
- 公共事業や公共施設等での県産材の利用推進（冊子P366）

### 木質バイオマス

- 原木や林地残材の搬出に対する支援（冊子P368）
- 木質バイオマス燃料の安定供給（冊子P368）
- 木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化（冊子P368）
- 幅広い分野での木質バイオマス利用を促進（冊子P368）
- 燃焼灰の適正処理（冊子P370）
- コスト差を埋める支援の仕組みの検討（冊子P370）
- 推進体制の強化（冊子P370）
- 木質バイオマス発電の推進（冊子P370）

※H24の数値については、「平成24年工業統計調査」の速報（従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。

# 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)

～木材の付加価値  
を高める～

- 製材品の生産量  
30万 $m^3$ (30%増)

～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 $m^3$ /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

～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)

○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

○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

○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

○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

立木の資産価値  
30%アップ  
(H22年比)

担い手数  
1,756人

製材品の生産量  
35万5千 $m^3$

県産材製品の  
県外出荷量  
26万 $m^3$

戸建て住宅の  
木造率  
四国No.1

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

産業成長戦略（林業分野）の概要

成熟した森林資源をダイナミックに活用した所得の向上と雇用の創出

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）  
 （等積：1.49億m<sup>3</sup>）  
 （成長量：300万m<sup>3</sup>/年）

原木生産量  
 H22年 404千m<sup>3</sup>  
 H23年 507千m<sup>3</sup>

増産 316千m<sup>3</sup>

増産 90千m<sup>3</sup>

H22年 72万m<sup>3</sup>  
 H33年 81万m<sup>3</sup>

【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



【課題】  
 ①森林の所有規模が小さい  
 ②地形が高峻  
 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  
 ・効果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  
 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  
 ・撤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

【課題】  
 ①重要な終金品目の生産・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（麻、キノコ、シシトフ等）の生産・販売支援  
 ②提業型等の地域発の取り組みを支援

【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

【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】  
 ◆企業経営等による大型加工施設の整備  
 ①～③大型加工施設の整備  
 ・大型製材工場による製材品の生産拡大  
 ・単体工場の整備  
 ・低賃材の加工力強化  
 ◆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  
 ①～③CIT（直交集成版）の推進  
 ・CIT産産物の普及・建設の促進  
 ・CITパネル工場の整備検討・誘致

【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

【施策】  
 ◆木質バイオマスの効率的なエネルギー利用の推進  
 ①原木や林地残材の集出に対する支援  
 ・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

【課題】  
 ◆荒廃森林の解消  
 ②保育コスト高  
 ・公益的機能が低い森林の間伐支援  
 ・オフセット・クレジットを活用した森林整備の推進

【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  
 ・販売窓口の一元化  
 ・県外の流通拠点の設置  
 ・運業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）  
 ・内航船（低コスト）輸送の検証  
 ◆販売力の強化  
 ②、③地産地消の推進（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表示、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

【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

【施策】  
 ◆木質バイオマスの効率的なエネルギー利用の推進  
 ①原木や林地残材の集出に対する支援  
 ・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

● 数値目標 H22 → H33 (H27)	● 原木生産量 (再植) 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 の年間 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> →120m <sup>3</sup> (111千m <sup>3</sup> )	● 木質バイオマス 利用量 227千t (H21) →330千t (403千t)
------------------------------	---	---	--	--	--	--	--

## 産業成長戦略の概要（林業分野）

高知県は、面積の約84パーセントが林野である全国でも有数の“山”の国です。その山では、長い間、そこに住む人々が豊かな森林資源を守り育て、水源を守り、暮らしを営んできました。

産業振興計画の林業分野では、この森林資源を生かして所得の向上を図ることを目指し、山の産業を元気にします。

そのための取組の一つに、「森の工場」があります。これは、森林所有者の協力によって複数の森林をひとまとめに集約することで、作業道の開設や高性能林業機械の導入を行いやすくし、工場のように計画的・効率的に木を伐り出すものです。この取組により平成25年度末までに合計5万8千ヘクタールを超える「森の工場」が設置されました。

本県では、森林の所有規模が小さく、まとまりのある作業ができにくいことが、木材生産の停滞の一因であることから、引き続き、「森の工場」による生産の集約化を拡大していきます。さらに今後は、育成権も含めた森林経営の委任形態による「森の工場」の拡大や、間伐と皆伐の組み合わせによる素材の生産などにより、原木の増産・安定供給と収益の向上に取り組めます。併せて、森林所有者に対して施業の提案を行う「森林施業プランナー」の育成、資質向上により森林の集約化とあわせた持続的な林業経営の促進や、効率的な生産システムを担える林業就業者の確保と技術力の向上に引き続き取り組んでいきます。

戦後に植林された本県の森林資源は、成熟期を迎え、利用される時期へとさしかかっていますが、県内の加工事業体の多くは中小零細であり、乾燥設備等の導入が進んでいないため、消費者ニーズに対応しきれず、製品の生産量は年々減少しています。

こうした状況下、成熟した森林資源をダイナミックに動かすため、全国に販売チャンネルを持つ県外企業を誘致し大型製材工場を整備するとともに、素材生産者等との調整により原木を大量かつ安定的に供給できる体制を確立して、高品質な県産材製品の増産・販売を推進します。加えて、生産規模が零細で経営基盤の脆弱な県内製材工場の中から、意欲ある企業を組織化し大型製材工場の設立を支援します。さらに、既存事業者が競争力を保ち、事業を継続する中で、雇用や生産力を維持できるよう、共同・協業化によるコスト低減や設備の更新等に対して必要な支援を行います。

また、行政と県内の木材関係者が協働し、木材の需要を拡大することも重要です。

県産材を利用した木造住宅の建築促進や、公共事業・公共施設への県産材の率先使用などを図ることにより、引き続き、県内での木材需要の拡大を進めます。併せて、現在、関東、東海、関西、九州の13カ所に設置している県産材の一時保管や荷捌きを行う流通拠点を活用し販売を拡大するため、土佐材の展示会や商談会を開催するとともに、関東地方や震災復興の進む東北地方など、大きな木材需要が見込まれる大消費地をターゲットに船舶を活用した大規模輸送による低コストな流通体制の確立に取り組むなど、組織的かつ継続的な外商活動を展開します。

さらに、木材需要の飛躍的な拡大につながる可能性を持つCLT（直交集成板）を活用する工法の普及に向け、国による設計基準等の早期制定を目指すとともに、技術の蓄積や担い手の育成に取り組めます。

こうした林業・木材産業の再生に向けた生産、加工、流通、販売の取組のほか、全国一の森林率による豊富な森林資源を、木材産業の活性化、「エネルギーの地産地消」による雇用の創出や県内経済への波及に生かすため、木質バイオマスの発電利用を含めた多面的な利用促進とともに、効率的な利用体制の構築や林地残材の効率的な搬出などを進めることで、利用を加速化し、未利用資源の有効活用を図っていきます。

また、引き続き、多様な効果が見直されている木炭などの特用林産物の生産や地域の森林を生かす取組を各地域で進めていくことにより、中山間地域での所得向上や地域の活性化につなげていくとともに、国の補助制度や森林環境税などを活用した計画的な間伐やオフセット・クレジット（J-V E R）制度を活用した森林整備を推進することにより、荒廃森林の解消を図っていきます。

さらに、今後、原木の増産に伴い増加する皆伐の跡地については、再生林の支援やシカの被害対策により適切に更新を促し、循環型の林業を進めてまいります。

林業・木材産業を取り巻く状況は依然として厳しく、手応えを感じるようになるまでには、継続的な取組が必要だと考えています。そのため、生産から加工、販売に至るまであらゆる可能性を探り、林業分野の大きな目標である、豊かな森林資源を活用した所得の向上と雇用の創出を目指して、関係者と一体となって挑戦していきます。

# 戦略の柱【1. 原木生産の拡大】

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	基本方向								
						1	2	3	4	5	6			
(1) 生産性の向上と原木の増産	1. 間伐と皆伐を組み合わせる増産	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆森林資源は成熟しつつある</li> <li>◆国際的な木材需給の状況や、地球温暖化の防止などに対する森林への関心の高さなどから、国産材が見直されてきている</li> <li>◆県産材の生産(資源の活用)は依然として低調</li> </ul>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">P378 別図(林1)参照</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆「森の工場」の拡大、推進</li> <li>◆森林施業の集約化の有効性は一定認識され、森の工場の面積及び木材生産量が増大</li> <li>◆森の工場の間口の緩和や簡素化によって、新規事業者の増加や集約化が加速</li> <li>◆森の工場での生産性などは工場以外に比べ効率的になった</li> <li>◆「森の工場」H26.3末累計整備面積58,809ha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆制度改正により森林経営計画の策定の重要性が増した</li> <li>◆森林への関心が希薄な所有者が増加し、集約化が難しくなってきた</li> <li>◆大型製材工場の進出に伴い、木材の安定供給が間伐だけでは十分でない</li> <li>◆効率の高い生産システムを稼働させるための路網や機械装備が不足している</li> <li>◆効率的な生産システムを使いこなすノウハウが不十分</li> <li>◆森林の境界などの森林情報の把握に対する取組が不十分であった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆森林の集約化と経営委任の推進</li> <li>◎森林経営計画と森の工場の整備</li> <li>★国・公有林を活用した大規模化の推進</li> <li>◆地形や資源にマッチした効率的な生産システムの導入を促進</li> <li>○林内路網の整備や高性能林業機械の整備への支援</li> <li>○効率的な路網や架線集材などの普及</li> <li>○事業者の作業システム改善に向けた支援</li> </ul>									
						<ul style="list-style-type: none"> <li>◆原生産量(H18) 44万6千m3</li> <li>◆森林の所有規模が小さく、効率的計画的な生産活動が停滞</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆提案型集約化施業を実践できる森林施業プランナーの育成</li> <li>◆プランナー研修を受講した120名が、森の工場等の集約化に向けて取組を始めた</li> <li>◆森林経営計画 H26.3末累計樹立面積53,249ha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆森林経営計画の策定と実行</li> <li>◆森林経営計画の策定等に向けた集約化の促進</li> <li>○森林施業プランナーの育成(増員、実践力の向上)</li> <li>○計画策定に向けた合意形成及び森林境界の明確化の促進</li> </ul>						
							<ul style="list-style-type: none"> <li>◆皆伐の促進のため、皆伐事業地に対する作業道等整備、流通経費の支援制度を創設</li> <li>◆皆伐事業地からの木材供給協定の締結、皆伐事業による伐採が拡大された</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆★皆伐による原木の増産</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					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)	
						<b>原木生産量 72万m<sup>3</sup></b> ◆施業林地を集約化し、効率的な作業システムによる、計画的な木材生産を行うことのできる「森の工場」や森林経営計画が整備されている	<b>原木生産量 81万m<sup>3</sup></b> ◆施業林地を集約化し、効率的な作業システムによる、計画的な木材生産を行うことのできる「森の工場」や森林経営計画が整備されている
森の工場づくりの推進(経営計画を含む) 事業体: 森林所有者との合意形成 県木材増産推進課: 効率的な経営委任に向けた支援						◆整備済 「森の工場」 面積69,800ha	◆整備済 「森の工場」 面積90,000ha
作業道や林業機械導入への支援 事業体: 現地に対応した生産システムの導入と習熟 県木材増産推進課: 作業道整備(開設、機能復旧)、林業機械導入、架線集材システムへの技術指導等の支援							
本県の地形等に対応した効率的な生産システムの普及 事業体: 効率的な生産システムでの試行 県木材増産推進課: 効率的なシステムの普及、生産効率の低い事業体への作業システム改善の指導強化 高知大学等: 生産システムのデータ分析に基づく指導							
森林施業プランナーの育成 事業体: 研修への派遣、職場での実践 森林組合連合会: 研修会の開催、育成指導 県森づくり推進課、木材増産推進課、林業事務所: 研修開催への支援、育成支援						◆森林経営計画 の樹立 155千ha	◆森林経営計画 の樹立 155千ha
計画策定に向けた集約化の促進 事業体: 森林の集約化に必要な合意形成、森林境界の明確化の促進 市町村: 森林所有者情報の提供等事業体への支援 県森づくり推進課: 森林の集約化に必要な合意形成、森林境界の明確化への支援							
皆伐による原木の増産の推進 事業体: 原木の増産 県木材増産推進課: 事業体の原木増産の支援(立木確保支援、林業機械整備支援、再造林支援による間接的な皆伐の推進等)							

P379  
別図(林2)参照

※改革のための6つの基本方向

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

# 戦略の柱【1. 原木生産の拡大】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
(1) 生産性の向上と原木の増産	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆製材品の工業製品化が求められる一方で、木材という自然素材に対して、安全・安心といった面での関心が高まっている</li> <li>◆新たな流通システムが生まれつつあるが、既存システムとの調整が取れていない</li> <li>◆県内には、木材を大量にかつ安定的に取り扱う供給先が少ない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・素材生産の現場と製材工場の間での直送体制や協定取引の推進</li> <li>◆素材生産の現場と県内の一部の製材工場との協定取引(直送)が実施された</li> <li>・原木市場における極立(はえたて)の見直しなど、コスト改善の促進</li> <li>◆県森林組合連合会では、従来の毎月2回実施する市売方式から、一般材は3カ月に1回の入札をする方式に変更</li> <li>・山元からの原木供給協定締結を推進</li> <li>◆山元から直接加工施設に供給する取り引きが拡大した</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆大豊町で稼働した大型製材工場へ安定的な原木の供給</li> <li>◆県内製材工場等へ安定的な原木の供給</li> <li>◆原木の流通経費の削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆大型製材工場への原木の安定供給システムの構築</li> <li>◎協定取引の推進</li> <li>◆県内製材工場等への原木の安定供給システムの構築</li> <li>◎協定取引の推進</li> <li>◆○山元選別の促進による流通経費の削減</li> </ul>			○			
(2) 事業者や担い手の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆高いマネジメント能力や効率的な生産(伐採・搬出)システムを駆使できるノウハウを備えた林業事業者が少ない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者に対するコスト管理の勉強会などの専従チームによる経営指導</li> <li>◆事業者の認識が高まった</li> <li>・森林組合と建設業者等とのジョイントに向けた研修会や勉強会の開催</li> <li>◆参入した建設事業者(H25:22社)で技術力などの向上により事業規模を拡大する事業者も出てきた</li> <li>・経営者を対象としたマネジメント研修の実施</li> <li>◆経営者に森林施業プランナー等の育成への理解と必要性が認識されるとともに、中期経営計画策定組合では、組織内での情報共有・協議が活発化し、経営改革に向けて行動する機運が高まってきた</li> <li>・経営力強化のための森林組合の合併促進の支援</li> <li>◆高橋3組合が合併</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆新規参入事業者などに優良事例の情報が十分に活用されていない</li> <li>◆経営者のマネジメント能力が十分でなかった</li> <li>◆事業者の中に核となる人材が十分に育っていない</li> <li>◆中期経営計画を立て、経営改革の成果を出すためのPDCAサイクルの定着には、時間を要し、研修など更なるサポートが必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆事業者のマネジメント能力の向上</li> <li>○建設業者等の新規参入と定着を支援</li> <li>◆森林組合の経営力強化</li> <li>○中期経営計画の策定や定着のための研修の支援</li> <li>○森林組合の合併促進の支援</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					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>大型製材工場との協定取引の推進</p> <p>生産事業者: 森林組合連合会との協定取引の開始                      大型製材工場: 森林組合連合会と協定取引開始                      森林組合連合会: 原木の安定供給、流通システムの構築、生産事業者・大型製材工場との協定取引開始                      県木材増産推進課: 流通経費支援等による協定取引の推進</p>					<p>◆原木が安定供給され、大型製材工場等への協定取引が進んでいる</p> <p>◆コスト改善が進み、原木市場が原木増産のコーディネート役を発揮している</p>	
<p>協定の継続と安定的な供給の推進</p> <p>生産事業者: 協定に基づく安定的な供給を継続                      大型製材工場: 協定に基づく購入を継続                      森林組合連合会: 協定に基づく安定的な供給を継続</p>					<p>協定取引量 14万m3</p>	<p>協定取引量 21万m3</p>
<p>県内製材工場等への効率的な原木の供給・販売方法の検討と試行</p> <p>県内原木市場: 原木の供給・販売方法の改善、県内製材工場等と協定取引の検討及び試行                      県木材増産推進課: 協定取引に向けた支援</p>					<p>県内製材工場等との協定取引の実施</p> <p>事業体: 県内原木市場と県内製材工場等と協定取引の実施                      県木材増産推進課: 協定取引の推進支援</p>	
<p>山元選別の促進による流通経費の削減</p> <p>事業体: 生産事業者が、需要先ごとの原木の選別を山元で実施し、流通経費を削減するため山元のストックポイントを活用する                      県木材増産推進課: 山元のストックポイント設置への支援</p>						
<p>森林整備事業への参入促進と定着への支援</p> <p>事業体: ジョイントへの協力、ジョイント先への技術指導                      参入事業体: 林業事業体との協調、技術習得                      県森づくり推進課・木材増産推進課: 事業体雇用者の技術習得の支援、建設機械から林業機械への改良、作業システム改善への支援</p>						
<p>P379 別図(林2)参照</p>						
<p>中期経営計画策定と定着の支援</p> <p>森林組合: 中期経営計画の策定、ローリングの実施                      森林組合連合会: 中期経営計画の策定、計画の実行や見直し手法(ローリング)の指導、実効性向上のためのフォローアップ(H24~)を実施                      県森づくり推進課、木材増産推進課及び林業事務所: 森林組合連合会と連携して経営計画策定森林組合をサポート</p>					<p>◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している</p>	
<p>森林組合の合併支援</p> <p>森林組合: 合併に必要な業務を推進、事業経営計画の実施                      森林組合連合会: 森林組合経営革新プランや合併モデルプランの作成により合併を支援                      県森づくり推進課: 合併指導方針に基づき、各森林組合への指導、合併後の事業経営計画の実行支援</p>					<p>◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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. 原木生産の拡大】

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	基本方向								
					1	2	3	4	5	6			
(2) 事業体や担い手の育成	◆林業の担い手が高齢化・減少している	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規就業者職業紹介アドバイザーの設置</li> <li>林業体験教室や就業相談会の開催</li> <li>高校生向けの林業体験教室や技術研修の実施</li> <li>◆就業希望者と林業事業体それぞれの要望に応じた就業相談や情報提供ができつつある</li> <li>技術者養成手法の改善、強化</li> <li>◆県の研修に併せて緑の雇用制度による研修を活用することにより基幹となる林業技術者の育成が進んだ</li> <li>所得の確保など事業体における就労条件の改善</li> <li>◆就労環境改善事業により雇用環境の改善や労働安全衛生の向上が図られた</li> <li>◆担い手 1,661人(H24.3末)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆林業事業体の経営状態が脆弱で計画的な雇用ができない</li> <li>◆木材の増産に向け素材生産を行える人材の育成が必要</li> <li>◆効率的な生産ができる事業者が少ない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保</li> <li>○就業者向けの林業体験の実施</li> <li>○就業希望者へのPR方法の改善</li> </ul>			○		○	○			
					<ul style="list-style-type: none"> <li>◆市町村、森林組合等への説明会の実施</li> <li>市町村広報誌や林業機関誌への掲載による森林整備のPR</li> <li>◆H21からH24まで、のべ355人の自伐林家等が活用し、森林整備を行うとともに、所得向上につながった</li> <li>自伐林家等による生産を促進</li> <li>◆副業型林家の育成による収入機会の拡充</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆担い手の確保と技術の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆林業技術者養成手法の改善、強化</li> <li>◎木材生産の技術習得の推進</li> <li>◎先進的事業体への技術者派遣による生産技術の向上</li> </ul>			○		○	
								<ul style="list-style-type: none"> <li>◆事業体における就労環境の改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆自伐林家等による生産を促進</li> <li>○自伐林家の生産活動の支援</li> <li>○副業型林家の育成</li> </ul>			○	

P360  
別図(林3)参照

※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					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)	
<p>就業希望者への支援</p> <p>林業労働力確保支援センター: 就業者アドバイザーによる雇用情報の収集強化、TV番組やホームページの充実等による広報の強化、雇用改善計画の実行管理を強化、就業希望者向けの林業体験研修や林業就業相談の実施                      県森づくり推進課: 林業労働力確保支援センターと協力し、雇用情報の収集、適時の学校訪問等広報の強化、認定事業者の指導を実施</p>					<p>◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている</p> <p>◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる</p> <p>◆担い手 1,732人</p>	<p>◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている</p> <p>◆年間を通じた安定的な仕事量が確保されている</p> <p>◆担い手 1,756人</p> <p>◆林業雇用労働者(原木生産)の年収 400万円</p>	
<p>技術者養成研修の実施</p> <p>林業事業者: 県の研修と併せて緑の雇用現場技能者育成対策事業を活用した担い手の育成                      森林組合連合会等: 事業者の指導                      林業労働力確保支援センター: 研修事業の実施及び事業者の指導                      県森づくり推進課: 林業技術者養成研修等の拡充、研修の中核を担う労務センターの支援</p>							
<p>事業者の就労環境の充実</p> <p>事業者: 雇用改善計画の実行による就労環境の改善                      県森づくり推進課: 事業量確保ができるよう森林施業プランナーの支援、退職金共済の掛金への支援や林業就労環境改善事業等により、雇用環境や労働安全衛生の向上の促進</p>					<p>◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている</p> <p>◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる</p> <p>◆担い手 1,732人</p>	<p>◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている</p> <p>◆年間を通じた安定的な仕事量が確保されている</p> <p>◆担い手 1,756人</p> <p>◆林業雇用労働者(原木生産)の年収 400万円</p>	
<p>自伐林家の生産活動の支援</p> <p>自伐林家: 生産活動への積極的な取組                      森林組合: 管内の自伐林家支援に積極的に参画                      県木材増産推進課: 森林組合を介した収集、仕分け、販売への支援</p> <p>自伐林家: 生産活動への積極的な取組                      森林組合: 管内の自伐林家支援に積極的に参画                      高知県森と緑の会: 国の森林・山村多面的機能発揮対策交付金事業による支援                      県林業環境政策課、木材増産推進課: 高知県森と緑の会への支援、搬出間伐等への支援</p>							
<p>副業型林業への技術支援</p> <p>自伐林家等: 研修制度の積極的な活用と森林整備の促進                      NPO等: 研修会の開催による技術指導の実施、修了生の就業状況把握、自伐林家等のネットワークづくり                      県森づくり推進課: 副業型林業を育成するための研修会の支援</p>					<p>◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている</p> <p>◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる</p> <p>◆担い手 1,732人</p>	<p>◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている</p> <p>◆年間を通じた安定的な仕事量が確保されている</p> <p>◆担い手 1,756人</p> <p>◆林業雇用労働者(原木生産)の年収 400万円</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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【2. 加工体制の強化】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
1. 品質の向上と加工量の増大		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆森林資源は成熟しつつある</li> <li>◆国際的な木材需給の状況や、地球温暖化の防止などに対する森林への関心の高さなどから、国産材が見直されてきている</li> <li>◆製材品の工業製品化が求められる一方で、木材と言う自然素材に対して、安心・安全といった面で関心が高まっている</li> <li>◆県内の加工事業者の多くは、消費者ニーズに対応しきれず、生産量が年々減少している</li> </ul>										
	(1) 企業誘致等による大型加工施設の整備	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <b>製材品の生産量 (H18)</b>  <b>31万1千m3</b> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆高品質、低価格、大ロットの製品という消費者ニーズに対応できる大型製材工場が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県外企業を誘致</li> <li>◆高知おおとよ製材株式会社が操業開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆材価の低迷による原木の安定供給不安</li> <li>◆県内事業者は経営体質が脆弱</li> <li>◆輸入木材の為替変動による価格変動を回避するため、木材需要の国産化が進行している</li> <li>◆全国各地に大型製材が誕生し、低価格・高品質製品が多量に流通することが予想される</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆◎大型製材工場等の施設整備の促進</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)
					製材品の生産量 30万m3	製材品の生産量 35万5千m3
					◆大型製材2工場 設置、既存製材 も設備更新等 により競争力が 増し、生産量を 伸ばしている	◆大型製材が増 加、既存製材は 協業化が進み、 更に競争力ア ップを図っている  ◆単板工場の設 置などにより製 材需要材以外の 原木利用が進み 、加工業のほか 素材生産業の収 益性も向上して いる
<p>大型製材工場の整備と生産</p> <p>事業体: 大型製材工場の施設整備 県木材産業課: 大型製材工場の施設整備支援、関係団体、市町村の調整</p> <p>事業体: 大型製材工場の1シフト操業</p> <p>事業体: 大型製材工場のフル生産(2シフト)</p> <p>P381 別図(林4)参照</p>						
<p>単板工場の整備計画の検討</p> <p>事業体: 単板工場整備計画の検討(高知県進出を検討) 森林組合連合会: 単板工場向け原木の四国島内集荷計画検討 県木材産業課: 単板工場設置用原材料確保計画の作成、単板工場企業との計画作成、単板工場整備計画検討</p> <p>単板工場の整備の推進</p> <p>事業体: 単板工場整備 森林組合連合会: 単板工場向け原木の四国島内集荷 木材産業課: 単板工場整備用原材料確保計画作成、単板工場整備支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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【2. 加工体制の強化】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
(2) 県内加工事業体の生産力等の強化		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆県内の加工事業体の多くは、消費者ニーズに対応しきれず、生産量が年々減少している</li> <li>◆中小零細な事業者が多く、乾燥設備等への設備投資が困難</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆県内事業者の協業化等による加工力強化を推進</li> <li>◆県内事業者による大型製材工場の設置に向けてプラン作りを支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆材価の低迷による原木の安定供給</li> <li>◆高額となる施設整備費(支援補助金)の確保</li> <li>◆輸入木材の為替変動による価格変動を回避するため、木材需要の国産化が進んでいる</li> <li>◆全国各地に大型製材が誕生し、低価格・高品質製品が多量に流通することが予想される</li> <li>◆製品価格の低迷等による経営環境の悪化から、必要な設備投資がままならない事業者が増加している</li> </ul>	◆○県内事業者による大型製材工場整備	○		○				
					<ul style="list-style-type: none"> <li>◆国の制度の対象外となる個別事業者の加工力増強のための支援制度を創設</li> <li>◆県内既存製材の競争力の維持増進の推進</li> </ul>	◆★既存事業者の加工力の増強を推進	○		○			

※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					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><b>県内事業者による大型製材工場の整備と生産</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 15%;"> <p>事業体: 意欲ある既存製材事業者を中心にビジネスプランの作成、協同事業の組織検討 市町村: 市町村内事業者の支援 県須崎林業事務所・中央西林業事務所・木材産業課: 製材工場のビジネスプラン作成を支援、地域合意形成支援</p> </div> <div style="width: 15%;"> <p>事業体: 共同事業の組織づくり、ビジネスプランの精査 市町村: 市町村内事業者の事業計画作成を支援 県須崎林業事務所・中央西林業事務所・木材産業課: 製材工場のビジネスプラン作成、施設整備事業計画作成を支援</p> </div> <div style="width: 15%;"> <p>事業体: 大型製材工場の施設整備 市町村: 市町村内事業者の施設整備支援 県須崎林業事務所・中央西林業事務所・木材産業課: 製材工場の施設整備支援</p> </div> <div style="width: 15%;"> <p>事業体: 大型製材工場の操業</p> </div> </div>						
<p><b>県内事業者の個別の加工力の増強を推進</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>事業体: 乾燥施設等高度化施設の新設及び増強を図り競争力を維持 市町村: 市町村内事業者の支援 県各林業事務所・木材産業課: 既存製材の設備の新設及び増強による競争力維持を支援</p> </div> <div style="width: 10%; text-align: center;"> <p>P382 別図(林5)参照</p> </div> </div>						
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p><b>県内事業者の共同化、協業化の検討</b></p> <p>事業体: 競争力維持のための、共同化、協業化を検討 市町村: 共同、協業化を支援 県各林業事務所・木材産業課: 既存製材の共同、協業化を支援</p> </div> <div style="width: 45%;"> <p><b>県内事業者の共同化、協業化を推進</b></p> <p>事業体: 共同、協業化による競争力維持を加速化 市町村: 市町村内事業者の競争力維持を支援 県各林業事務所・木材産業課: 既存製材の競争力維持を支援</p> </div> </div>						

※改革のための6つの基本方向

- 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【2. 加工体制の強化】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
	(3) 高次加工施設の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 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</li> <li>◆ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ CLT建築推進協議会の設立</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ ★ CLT(直交集成板)の推進</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-top: 10px;">                     P383 別図(林6)参照                 </div>	○		○			○	

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>CLTに関する法令等の整備促進</p> <p>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 県木材利用推進課: CLT建築推進協議会と連携し、国や関係機関への提言・提案</p>					<p>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</p> <p>CLT工法が一般化されている</p>		
<p>CLT技術の確立・ノウハウの蓄積</p> <p>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 県木材利用推進課・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、CLTに関する実験</p>							
<p>担い手の育成</p> <p>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 県木材利用推進課・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</p>							
<p>モデル建築物の整備</p> <p>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 県木材利用推進課: 国への支援策の要望、モデル建築物の建設への支援</p>							
<p>CLT建築物の普及・建設の促進</p> <p>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: CLTに関する知識等の習得、公共建築物の建設推進 県木材利用推進課: CLTの普及、公共建築物等へのCLT導入への掘り起こし、国への支援策の要望、建築物の建設への支援</p>							
<p>CLTパネル工場の整備検討</p> <p>県木材利用推進課: 市場調査、事業化プラン案の作成など</p>		<p>CLTパネル工場の誘致</p> <p>事業者: 整備計画の作成 県木材利用推進課: 整備計画の作成支援、支援策の検討</p>		<p>CLTパネル工場の整備</p> <p>事業者: 工場整備 県木材利用推進課: 整備支援</p>	<p>モデル建築物が整備されている(県内3カ所以上)</p> <p>CLTパネル工場の誘致が決定されている</p>		

※改革のための6つの基本方向

- 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)	課題	これからの対策	基本方向					
					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  ◆個々の事業体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(13カ所)  ◆流通拠点を利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実施  ◆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	○					
		◆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	◆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	○					
		・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	○					
(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	・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	○					

P384  
別図(林7)参照

※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><b>拠点を活用した流通の効率化の推進</b></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>					<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</p>	<p>◆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> <p>◆製品市場の機能を改善・活用することで、営業力を強化し、消費者の求める製材品の質・量を確保、供給できている</p>
<p><b>県外中堅プレカット工場の販売先の確保</b></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>						
<p><b>販売窓口一元化の仕組みづくり</b></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>						
<p><b>販売窓口一元化に伴う加工力向上</b></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>						
<p><b>販売窓口一元化による製品流通の拡大</b></p> <p>一元化された販売窓口: 内航船輸送の定期化や木材乾燥等の共同事業の拡大により、品質が確保された製品の販売拡大を推進 県木材産業課: 補助金等の支援</p>						
<p><b>販売窓口一元化による加工力向上</b></p> <p>一元化された販売窓口: 施設整備・加工施設の稼働 県木材産業課: 補助金等の支援</p>						
<p><b>事業者や団体等と連携した営業活動の推進</b></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
<p><b>JAS表示製品の流通量の拡大</b></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
<p><b>地域材ブランド化の推進</b></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>						

※改革のための6つの基本方向

- 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. 流通・販売体制の確立】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
施策 (2) 販売力の強化 【地産外商】  P384 別図(林7)参照		・消費地の工務店等とのネットワークづくりを促進し、消費地で土佐材をPRする、「土佐材パートナー企業登録制度」を創設  ◆平成25年度末 パートナー登録数 62社(団体)  ◆木造住宅への土佐材利用が広まった	◆まだまだ認知度不足のため、企業と連携し土佐材のファンを増やす取組を展開	◆土佐材パートナー企業の増加と卸別販売の拡大  ○消費地商談会や産地ツアー参加者のパートナー化による土佐材利用住宅の拡大  ★県外中堅ビルダー販売先の確保、卸別部材「土佐パッケージ」の仕組みづくり	○					
【地産地消】	◆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  ◆森林県でありながら、戸建て住宅の木造率が全国平均を下回っている	・県有施設及び市町村施設の木造化の推進  ◆県産材利用推進に向けた行動計画の目標「公共的施設の木造化率」で全国平均を上回る 平成23年度 全国平均 26% 高知県 32%  ・公共土木工事における木製品や木製型枠の使用の推進  ◆平成24年度 木材利用量 2,503m <sup>3</sup> 木製型枠の使用率 98.1% 工所用資材の木製品の利用率 99.6%	◆今後もより一層の木造・木質化を進めるために、県の率先利用と市町村を含めた木を使う仕組みや意識の強化を図りながら、県産材利用の実効性を高めて行くことが必要	○公共事業や公共施設等での県産材の率先利用と木製品の需要の拡大	○					
		・県産材利用住宅への助成  ◆戸建て住宅の木造率が平成24年に初めて全国平均を上回った	◆平成24,25年は全国平均を上回ったものの、今後も維持していけるよう取り組みの強化が必要	○県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援	○					
		・木と人出会い館等による県産木造住宅の安全・安心のPR  ◆平成24年度 放送回数 25回 平均視聴率 6.6%	◆平均視聴率が下がってきており、取り組みの強化が必要	○木造住宅に関する情報発信の強化	○					

※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>県外での邸別販売による土佐材利用住宅の拡大</p> <p>業界団体又は事業者: 邸別販売による「顔の見える取引」の推進 県木材産業課: 「土佐材パートナー企業」による、県産材の知名度向上と土佐材利用住宅拡大の取組を支援</p>					<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</p>	<p>◆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>
<p>県外中堅ビルダー販売先の確保</p> <p>業界団体及び事業者: 県外中堅ビルダーへの営業及び販売、土佐パッケージの基準など仕組みづくり</p> <p>一元化された販売窓口による県外中堅ビルダー販売先の確保</p> <p>一元化された販売窓口: 県外中堅ビルダーへの営業及び販売 県木材産業課: 一元化された窓口への支援</p>						
<p>県産材の率先利用と市町村の利用の拡大</p> <p>市町村: 公共建築物木材利用促進法の施行を受け、県方針に即した市町村方針の作成及び具体的な利用の拡大、 県関係課: 「高知県産材利用推進方針」に基づく、公共施設等の木造化の推進や公共工事への積極的な木材利用の拡大 県木材産業課: 市町村方針の作成指導、市町村の利用の支援</p>					<p>◆公共施設や教育施設の内装や家具に積極的に木材が使われている</p>	<p>◆木材においても地産地消の意識が定着し、木造住宅はもとより、県産材があらゆるところで積極的に使用されている</p>
<p>県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援</p> <p>県民: 県産木材の積極的な利用 県木材産業課: 幼稚園、保育園、小学校、中学校や民間施設への木製品の導入に対して支援、木製品カタログを活用した県外へのPRの強化</p>					<p>◆戸建て住宅の木造率が、全国平均を上回っている</p>	
<p>県産材を利用した木造住宅の建設促進のための支援</p> <p>建築関係団体: 県と連携して事業の講習会を開催し積極的にPRを行う 県木材産業課: 県産材利用住宅への助成制度により木材需要の拡大を促進 県関係課: CO2固定量の認証制度による木造住宅の建設の促進 県木材産業課・住宅課: 県産材による居住性能の高い住宅の技術開発及び供給体制の整備</p>					<p>木造住宅に対する支援策の再検討とPR</p> <p>建築関係団体: 県と連携して支援策の再検討と積極的なPRを行う 県木材産業課・住宅課: 利用者のニーズや社会情勢を踏まえて、事業内容の見直しを図りながら、事業支援等を検討</p>	
<p>森林・林業・木材産業・住宅関連産業界が一体となったPR活動を展開</p> <p>高知県木材普及推進協会: 新たな仕組みによる情報発信及び次年度以降の体制の検討 県木材産業課: 木材普及推進協会との連携による実施</p> <p>高知県木材普及推進協会: 新たな体制による情報発信の実施 県木材産業課: 木材普及推進協会との連携によるPR活動の実施</p>						

P385  
別図(林8)参照

※改革のための6つの基本方向





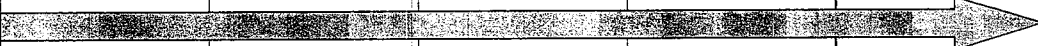

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業界の連携を強化する
- 3 定盤を強め、能力を高める
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる
- 6 移住促進により、活力を高める

## 戦略の柱【4. 木質バイオマス利用の拡大】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. マテリアル + エネルギー 利用の推進	<b>【原料供給対策】</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ペレットが規格化されておらず、メーカーにより品質のばらつきがある</li> <li>◆利用が進んでいるのは主としてペレット</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・燃料用未利用資源の収集を支援</li> <li>◆端材等の搬出に対する支援により木質バイオマス原材料が増加</li> <li>・木質ペレット製造施設の整備への支援</li> <li>◆既存の木質ペレット製造施設の見直しを行い、品質の向上や安定生産が可能となった</li> <li>◆新たな木質ペレット製造施設の整備が始まった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ペレット以外の燃料形態は需要供給ともに普及していない</li> <li>◆年間を通して計画的な木質ペレットの生産が出来る体制の整備が必要</li> <li>◆原料となる原木の安定供給体制の整備が必要</li> </ul>	<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> </ul>		○				
	<b>【利用促進対策】</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆多様な産業分野で木質バイオマスの利用が進みはじめた</li> <li>◆施設園芸では、施設内加温のため化石燃料による暖房機の利用が広く普及している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・木質バイオマスボイラーの導入への支援</li> <li>◆平成21年度以降、木質バイオマスボイラーの導入が大幅に拡大</li> <li>◆製紙業や養蠶業など、新たな業種での木質バイオマスボイラーの導入が進むなど、今後の展開への可能性が拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆イニシャル、ランニングのコスト高が利用拡大の障害となっている</li> <li>◆燃料用以外での用途が限られている</li> <li>◆燃焼灰の処理手法が周知されておらず、利用者に不安がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <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> </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					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)	
						<b>木質バイオマス年間利用量</b> 40万3千トン	<b>木質バイオマス年間利用量</b> 53万トン
林地残材等の搬出への支援 事業体等: 燃料向け低質材の効率的な搬出 県木材増産推進課: 端材等の搬出に対する支援						◆ 林地残材、製材端材等が木質バイオマスエネルギーをはじめ、様々な用途で有効利用されている ◆ 森林からの収集量 23万5千トン	◆ 林地残材、製材端材等が木質バイオマスエネルギーをはじめ、様々な用途で有効利用されている ◆ 森林からの収集量 33万8千トン
						◆ 製材工場等からの収集量 16万8千トン	◆ 製材工場等からの収集量 19万2千トン
需要の拡大に合わせた燃料の供給施設の追加整備 事業体: 新たな生産施設の整備 県木材利用推進課: 新たな生産施設整備の支援							
							
木質バイオマス燃料の品質調査と品質確保 県木材利用推進課・森林技術センター: 県内流通製品の品質調査 県木材利用推進課: 木質ペレットの規格化に向けた調整							
							
木質バイオマス燃料の安定供給 県内燃料製造事業者: 品質の安定した製品の供給 県内燃料製造事業者: 品質・規格を明らかにした木質ペレットの供給							
							
木質バイオマスボイラーの改良・低コスト化 県内機械メーカー: 安価で信頼性の高い木質バイオマス利用機器の開発改良 県関係課: 機器開発への支援						◆ 発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている	◆ 発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている
							
木質バイオマス利用の普及 県関係課: 導入事例の分析、広報素材の作成、関係業者等への広報及びマテリアル利用の拡大に向けた取り組み事例の紹介、県施設での率先利用及び関係機関への導入要請							◆ 木質バイオマス起源のグリーンエネルギーが幅広く利用されている

※改革のための6つの基本方向

- 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【4. 木質バイオマス利用の拡大】

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	基本方向							
						1	2	3	4	5	6		
	【利用促進対策】				◆○燃焼灰の適正処理	○	○						
					◆○コスト差を埋める支援の仕組みの検討	○	○						
	【事業化対策】	◆各地で意欲ある事業者がそれぞれ木質バイオマスボイラーを導入 ◆燃焼灰処理は各者それぞれで実施 ◆重油価格の上昇を背景に、施設園芸では生産コストが上昇し、経営を圧迫している	・木質バイオマスエネルギー利用促進協議会を設立 ・安芸地域において地域循環システムの設定に向けて協議が始まる ◆協議会の設立により関係者の情報交換と事業者間交流が始まる	◆木質バイオマス利用には課題が多く、関係者個々での対応は困難 ◆散発的に燃料供給施設整備、ボイラー導入が進むと非効率で広がりにくい ◆原木の増産にともない発生する林地残材の発電施設での活用などの対策が必要	◆○推進体制の強化 ◆◎需要側を中心とした集団化による効率的な事業展開(システム化による利用を促進)	○	○						
					◆★木質バイオマス発電の推進	○	○						

P386  
別図(林9)参照

※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年後)
<p><b>燃焼灰処理再生利用の指針の作成</b></p> <p>県関係課: 燃焼灰の処理・再生利用指針の策定と関係者への周知</p> <p>県関係課: 処理・再生を行う中で必要により指針の見直しと関係者への周知の徹底</p>					<p>◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている</p>	<p>◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている</p>
<p><b>仕組みの検討</b></p> <p>県関係課: 排出量取引など国内外の情報を把握し、有効な手法を検討</p>						
<p><b>普及促進への体制づくり</b></p> <p>木質バイオマスエネルギー利用促進協議会: 参加者の拡大、協議内容等の拡充</p> <p>県木材利用推進課、産地・流通支援課: 上記協議会運営の支援</p>					<p>◆木質バイオマス起源のグリーンエネルギーが幅広く利用されている</p>	
<p><b>地域循環利用システムの構築</b></p> <p>安芸地域関係者: 地域協議会を設立しビジネスモデルとしてシステムの実践と検証</p> <p>市町村: 県と連携し地域協議会のサポートと補助事業による支援</p> <p>県関係課: 地域協議会のサポートと補助事業による支援</p>						
<p><b>地域循環利用システムの実践</b></p> <p>他地域関係者: 地域協議会を設立しシステムを実践</p> <p>市町村: 県と連携し地域協議会のサポートと補助事業による支援</p> <p>県関係課: 地域循環ユニットのPRと他地域への展開</p>						
<p><b>集約型地域熱利用システムの検討</b></p> <p>県木材利用推進課: 市町村と連携し候補地の選定</p>						
<p><b>集約型地域熱利用システムの実施</b></p> <p>事業実施者(市町村を含む): 具体的な事業の実施と検証</p> <p>県木材利用推進課: 事業実施を支援するとともに、事業実施者と連携して取組の検証</p>						
<p><b>木質バイオマス発電の検討</b></p> <p>事業者: 木質バイオマス発電施設の検討、整備計画の作成</p> <p>県関係課: 再生可能エネルギーによる電力の固定価格買取制度の内容を踏まえ事業化に向けて事業者との調整、整備計画の作成支援</p>						
<p><b>木質バイオマス発電の推進</b></p> <p>事業者: 木質バイオマス発電施設の整備</p> <p>県関係課: 関係者間の調整及び補助事業による施設整備支援</p>						
<p><b>木質バイオマス発電所の操業</b></p> <p>事業者: 木質バイオマス発電所の操業</p>						

- ※改革のための6つの基本方向
- 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【5. 森のものの活用】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
1. 森の恵みを余すことなく活用 (1) 特用林産物等の生産の振興		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆中山間地域は高齢化・人口減少が続いている</li> <li>◆食の安全・安心や、自然への関心が高まっている</li> <li>◆特用林産物をはじめ、森の資源が活かされていない</li> <li>◆都市部での自然志向は高まっているが、中山間地域との交流人口は増えていない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・キノコや木炭など特用林産物の生産活動への支援</li> <li>(安芸地域) 土佐備長炭の生産、出荷、販売体制の強化</li> <li>(嶺北地域) シキミ、サカキの生産拠点づくり</li> <li>(仁淀川地域) シキミ、サカキの販路の拡大</li> <li>(高橋地域) シイタケ生産の拡大</li> <li>(幡多地域) 備長炭生産拠点の整備</li> <li>・特用林産物就業者の育成</li> <li>◆H22から土佐備長炭やシイタケ生産について研修を実施し、6名が就業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆動き始めた取組の定着</li> <li>◆地域アクションプランにまで上がらない各地域の取組の掘り起こし</li> <li>◆研修修了者が地域で定着できる体制づくりが必要</li> </ul>	◆○普及指導員による生産技術の普及	○						
					◆地域の特用林産物の生産活動の支援とPR	○					○	○
					◆販売体制への支援	○						
					○市町村と連携した情報発信							
					○東京アンテナショップ等地産外商基地と連携した情報発信や販売力の強化							

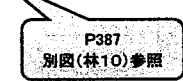

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
地域に適した特用林産物の生産の促進 県木材産業課・森づくり推進課・各林業事務所：生産技術の普及に向けた検討会や研修会の開催、生産技術の向上に向けた情報提供や販路拡大へ向けた支援					◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得の向上に取り組んでいる また、高齢の方でも収入が得られる機会が創出されている	◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得が向上している また、高齢の方でも収入が得られる機会が創出されている	
特用林産物の生産活動の支援 地域林業者等：施設整備など生産コストの削減等による積極的な生産活動 県木材産業課：市町村との連携強化や補助制度を活用した地域発の取組を支援							
特用林産業新規就業者の育成支援 地域林業者等：生産技術の習得 市町村：新規就業者の認定、実践研修経費への支援 県木材産業課・森づくり推進課：市町村が負担する実践研修経費への支援							
特用林産物の販売体制への支援 地域林業者等：道の駅など販売チャネルの確保やインターネットを活用した販売 県木材産業課：補助制度を活用した顔の見える安全・安心な特用林産物の販売への支援、産地特有の個性ある情報を消費者に情報発信する取組への支援、首都圏アンテナショップなどを活用した特用林産物に関する情報発信や販売の強化への支援							

※改革のための6つの基本方向

- 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【6. 健全な森づくり】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (・取組 ◆成果)	課題	これからの対策	基本方向							
						1	2	3	4	5	6		
1. 循環型の林業を持続													
(1) 持続可能な森林づくり	◆成林までに要する施策(再造林、保育施策)のトータルコストが高く、再造林が困難  ◆シカの生息密度が大幅に増大しており、森林環境への悪影響が深刻化している	◆森林境界の明確化に関する事業の促進  ◆加速化事業等により、境界明確化を実施	◆森林経営計画の策定と実行  ◆地域の実情に応じた持続的な森林経営プランが必要	◆森林経営計画の策定等の推進  ○計画策定に向けた森林境界の明確化の促進	○								
						・再造林について造林事業への嵩上げ支援を実施  ◆H24再造林面積77ha  ・市町村に対する再造林支援の働きかけ  ◆6市町村が継ぎ足し支援を実施  ・再造林や保育作業の省力化の検討  ◆低コスト育林指針の策定	◆再造林への支援、省力化の検討  ★再造林への県単独事業による支援  						
						・6林業(振興)事務所でシカ食害に対するモニタリング調査を実施  ・林業(振興)事務所と獣害の情報共有  ◆獣害に対する認識が高まった  ・シカ食害防止ネットの設置(H21~H25.12) 32,699m  ◆77haの森林を保護	◆獣害(シカ、ウサギ等)により確実な更新が困難  ○獣害対策の支援  ★植林の食害防除のため県単独事業による支援  						
(2) 荒廃森林の解消	◆水源かん養や災害防止など森林のもつ公益的機能が注目されており、特に近年森林吸収源対策としての森林整備が求められている  ◆適正に管理されず荒廃が懸念される森林が増加している  ◆林業の採算性が悪化し、森林所有者の経営意欲が減退している  ◆小規模な森林所有者が多く、森林所有者の高齢化や世代交代により、森林の所在地や境界が不明になるなど、森林の情報が失われつつある	・市町村、森林組合等への説明会の実施  ・市町村広報誌や林業機関誌等への掲載による森林のPR  ◆市町村や森林組合等への森林整備のPR活動や説明会の実施を継続してきたことにより、補助事業等を活用しH24までの4年間で3万8千haを超える間伐を実施  ・森林の管理代行などの仕組みづくりの検討  ◆森林管理手法検討委員会を設置し、モデル事業の実施結果等をもとに管理の手法や経費について取りまとめを行った。また国による制度化などが一定図られた	◆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	◆保育間伐の推進  ○補助事業による間伐の推進									

※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					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>計画策定に向けた境界明確化の促進</p> <p>事業体: 森林境界の明確化を実施 市町村: 森林所有者情報の提供等事業体への支援 県森づくり推進課: 森林境界の明確化への支援</p>					◆持続可能な森林づくりが行われている	◆持続可能な森林づくりが行われている
<p>再造林への支援</p> <p>事業体: 再造林の補助制度を活用した伐採跡地の更新 県林業改革課: 更新に必要な再造林への支援</p>						
<p>省力化の検討</p> <p>県木材増産推進課・森林技術センター: 再造林や保育作業の省力化によるコスト削減方法について検討</p>					◆持続可能な森林づくりが行われている	◆持続可能な森林づくりが行われている
<p>低コスト施業の普及・推進</p> <p>事業体: 低コスト造林、育林の実施 県木材増産推進課・各林業事務所: 低コスト造林、育林方法の普及・指導</p>						
<p>獣害対策の支援</p> <p>事業体: 獣害対策の実施 県木材増産推進課: 確実な更新を行うため、再造林地への食害防止ネット等防除施設設置への支援</p>					◆間伐の必要性が周知されるとともに、適正な森林管理が行われている	◆間伐の必要性が周知されるとともに、適正な森林管理が行われている
<p>間伐の推進</p> <p>事業体: 保育間伐の実施 県木材増産推進課: 補助による間伐への支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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【6. 健全な森づくり】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
(2) 荒廃森林の解消		<p>「協働の森」の協定締結件数 H20年度末:39件 →H26.1月末:60件</p> <p>間伐等 H20年度末:663ha →H24年度末:2,455ha</p> <p>交流活動 (H21~H26.1) 195件、11,539人</p> <p>◆パートナーズ協定企業数の増加や企業間のネットワーク等により協働の森の認知度が高まり、順調に協定件数は推移している</p>	<p>◆高知市近辺や四万十川流域など特定の市町村に協定が集中している</p> <p>◆協働の森による多種・多数の企業とのパイプが、庁内で十分に活用されていない</p>	<p>○県民参加や企業支援による森林管理の促進</p>			○			
		<p>森林を活用した排出量取引のスキームづくり</p> <p>◆環境省のJ-VER制度におけるCO2削減プロジェクトで、第1号登録及び、CO2森林吸収プロジェクトでも都道府県第1号登録により、クレジット創出と販売において、全国的にもトップクラスの成果を上げることができた</p> <p>◆高知県J-VER制度の創設により、県内のプロジェクトの取組が普及拡大した</p> <p>◆プロジェクト事業者の経費負担軽減と審査レベル向上のため地方検証人を育成した</p> <p>◆営業販売活動における、東京事務所との連携により、県のクレジット活用が拡大した</p> <p>【実績値】</p> <p>◆J-VERクレジットの発行 ・木質資源エネルギー活用事業 20,257t-CO2 (H26.1末)</p> <p>・森林吸収量取引プロジェクトA,B 2,305t-CO2 (H26.1末)</p> <p>◆J-VERクレジット販売 ・削減:142件、8,225t-CO2 ・吸収:7件、33t-CO2 (H26.1末)</p> <p>◆高知県J-VERプロジェクト ・登録11件、認証16件 認証(発行)量 9,206t-CO2 (H26.1末)</p> <p>◆高知県版J-クレジット制度 ・H25.10.1認証 ・H25.10.15募集開始</p> <p>◆高知県版J-クレジットプロジェクト ・登録7件</p>	<p>◆未利用林地残材等木質バイオマス活用の更なる推進</p> <p>◆J-VER販売の新たな戦略</p> <p>◆高知県J-VER制度、高知県版J-クレジット制度の普及促進による案件拡大とクレジット販売サポート</p>	<p>◆オフセット・クレジット(J-VER)制度、高知県版J-クレジット制度を活用した森林整備及び木質バイオマス利用の推進</p> <p>○CO2排出削減プロジェクトの推進</p> <p>○CO2吸収プロジェクトの推進</p>			○			

P388  
別図(林11)参照

※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)
					◆協定森林の間伐面積 3,300ha (H18~H27)	◆協定森林の間伐面積 5,300ha (H18~H33)
<p>協働の森づくりの推進</p> <p>パートナーズ企業・団体:協賛金の提供、地域との交流 市町村:協賛金を活用した森林整備の推進 県林業環境政策課:「協働の森づくり事業」参画の呼びかけ</p>						
					◆間伐の必要性が周知されるとともに、適正な森林管理が行われている	◆間伐の必要性が周知されるとともに、森林保全管理が新たな環境ビジネスとして展開されている
					◆J-VER削減クレジット 18,000t-CO2 (現在のプロジェクト期間内 ~H25.3)	◆オフセット・クレジット(J-VER)制度、排出量取引制度が温暖化対策の手法として定着している
					◆J-VER吸収クレジット 60,000t-CO2 (現在のプロジェクト期間内 ~H25.3)	
<p>排出量取引の推進</p> <p>事業者:住友大阪セメント㈱ 高知工場における木質バイオマスの混焼 県環境共生課:CO2排出削減プロジェクト事業の実施</p> <p>オフセット・クレジット(J-VER)制度の推進</p> <p>事業者:未利用林地残材を主体とした木質バイオマス利用の推進 県環境共生課:J-VER制度の普及、事業者の取組支援</p> <p>県環境共生課:J-VER制度の存続</p> <p>環境共生課:国の中長期計画に対応した制度の推進</p>						
<p>J-VER販売の強化</p> <p>県環境共生課:全国J-VER自治体会議・企業マッチングイベント・J-VER活用企業エクスカージョン会の開催、販売促進用パンフ等営業ツールの作成・配布</p> <p>環境共生課:活用目的の拡大(遵守目的活用の検討)</p>						
<p>J-VER販売の新戦略を検討</p> <p>県環境共生課:プロバイダを活用した販売と新たな市場</p>						
<p>森林吸収量取引(CO2吸収)プロジェクト事業の推進</p> <p>県環境共生課:県J-VERプロジェクトの拡大</p> <p>高知県版J-クレジット制度の推進</p> <p>県環境共生課:地域版制度の存続</p> <p>事業者・市町村:高知県オフセット・クレジット認証センターでの森林管理プロジェクトの申請・登録・クレジット発行の運営・管理業務</p> <p>①登録プロジェクトのクレジット発行にかかる持続性管理 ②登録プロジェクトのクレジット発行管理 ③ブランド化</p>						
<p>高知県J-VER制度のサポート強化</p> <p>県環境共生課:販売・流通の機会を提供</p>						
<p>オフセット・クレジット制度に関する検討</p> <p>県環境共生課:第一約束期間満了後における新たな排出量取引制度の方向性について情報収集及び対応の検討</p> <p>オフセット・クレジット制度に関する対応</p> <p>県環境共生課:第一約束期間満了後における新たな排出量取引制度に迅速に対応</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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、抱力を高める
- 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. 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、作業システムの確立、間伐材の搬出)を支援します。

### 1 作業道整備



- ・新規開設

### 2 高性能林業機械等整備



- ・高性能林業機械等の導入
  - ・7クッチメントの取付等の改良
  - ・高性能林業機械等のレンタル
- 機械導入  
改良  
レンタル

### 3 林内路網アップグレード事業



- ・既設作業道における機能の強化や災害復旧など

### ● 森林の集約化 (森林整備活動支援交付金の活用)



- ・合意形成
- ・資源調査
- ・プランニング

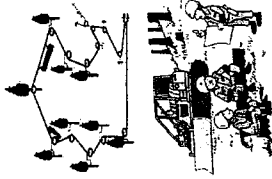
## 集約化された施業林地 (森林)

必要な生産基盤  
(路網・林業機械)

優れた林業事業者  
(経営者・技術者)

H27末目標 69,800 h a

- 林業普及指導員、森林技術センターによる支援
- 各種研修会への参加 など



- ・新たな作業システムの試行に伴う調査等
- ・調査結果に基づき研修会
- ・技術の習得
- ・情報の提供
- ・経営計画作成支援 など

### 4 間伐材搬出支援



- ・一般用材、チップ等端材

原木の安定供給

### 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】

#### 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その負担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

#### 【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  
(採来を見据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

バランス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
- ・ベ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

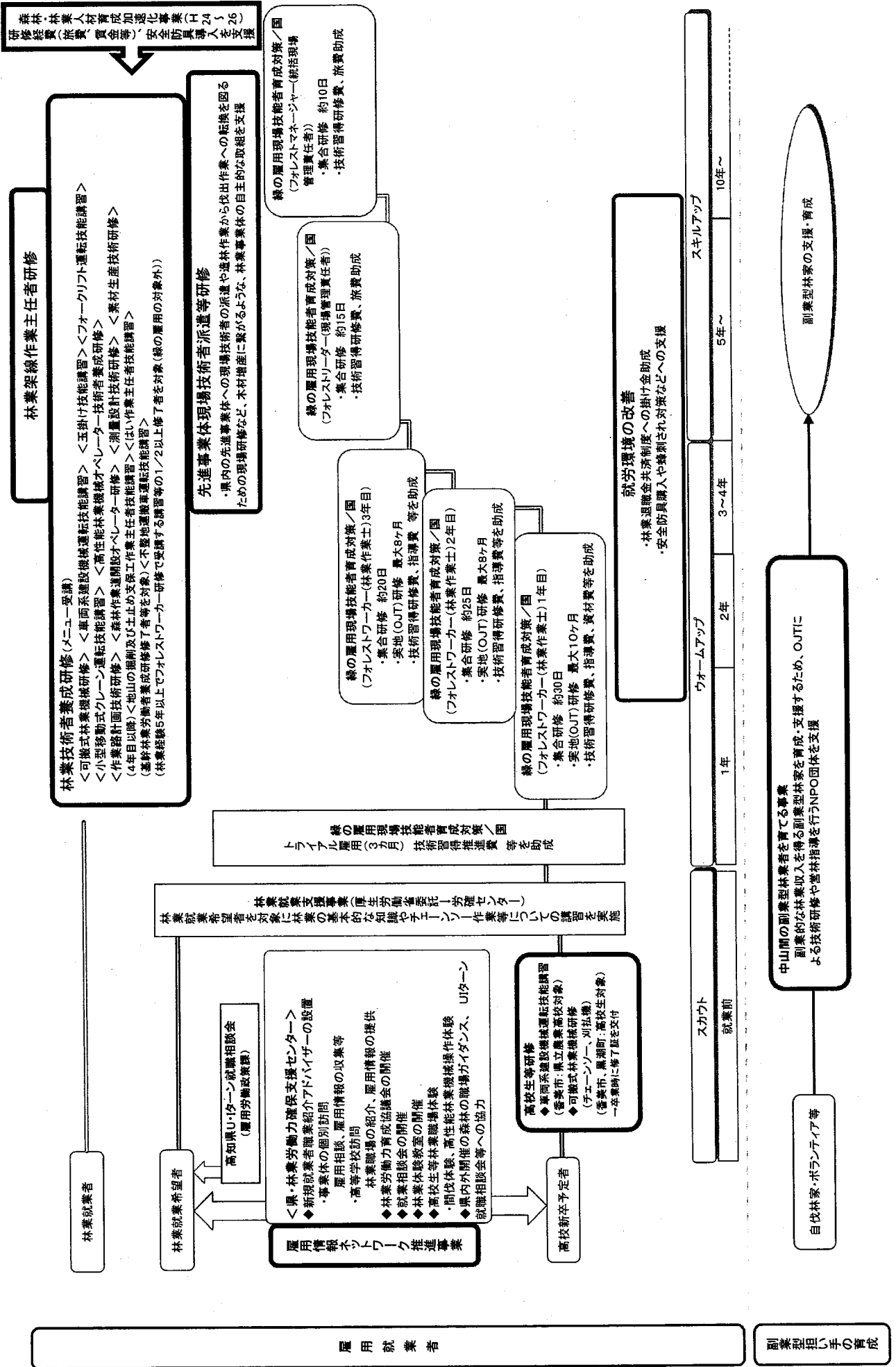
- ・経営コンサルトによる幹部のOJT研修
  - ・四半期毎の森連・県による進捗チェック
2. 森林施業プランナー育成研修
- ・木材の増産体制、本格化する森林経営計画策定と実行のスキル向上
  - ・実務者が講師となり、実践に向けて、テーマ別のワーキングの開催

#### 【3年後に期待する成果】

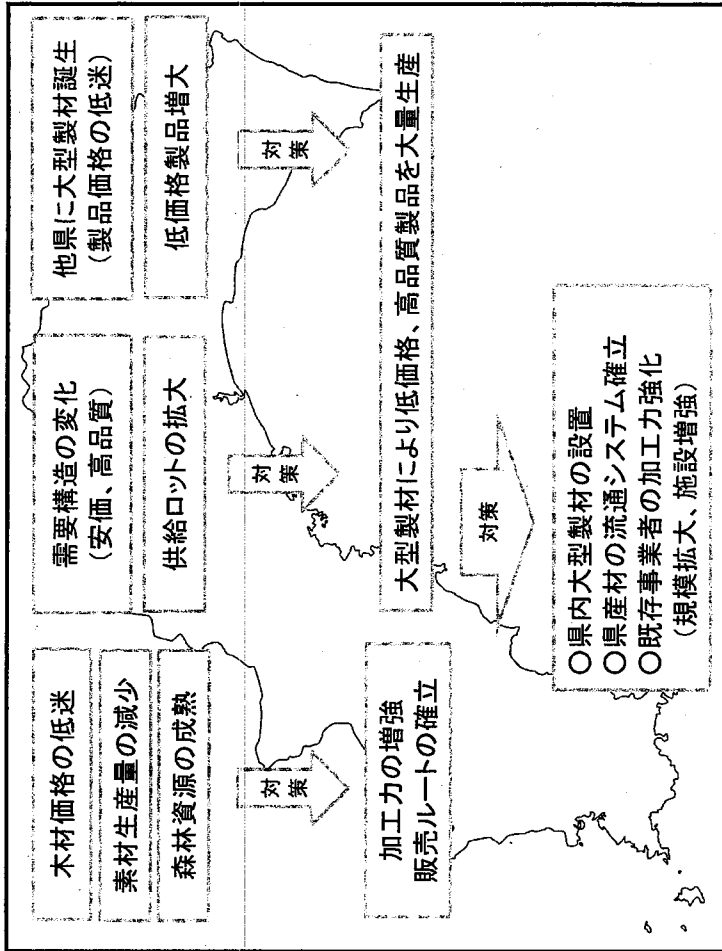
○本事業

- 自らの力でPDCAサイクルを実行。精度がアップし、ハイラル的に向
  - 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】



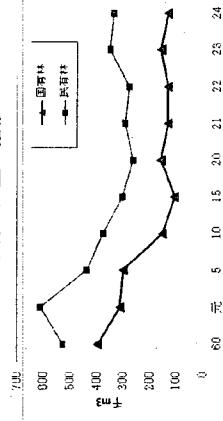
## 戦略の柱2. 加工体制の強化【大型加工施設の整備】



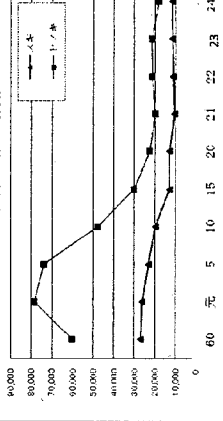
### 【現況】

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。

素材生産量の推移



製材用素材価格の推移



### 【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

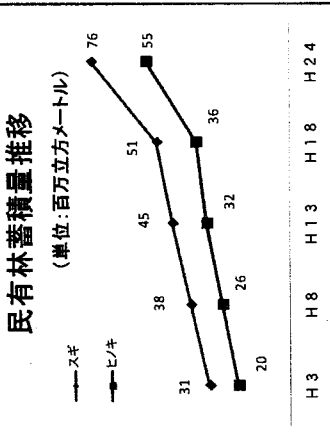
【県内加工事業体の生産力等の強化】

別図(林5)

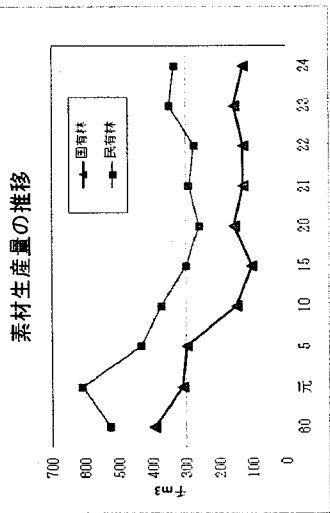
【林業・木材産業の状況】

林業

森林資源の成熟



素材生産量の減少

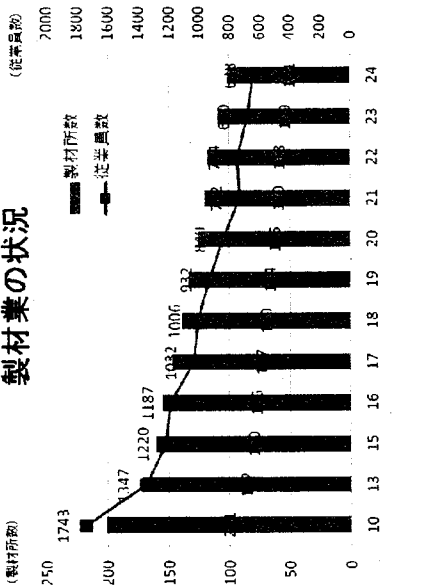


木材産業

加工力の減少

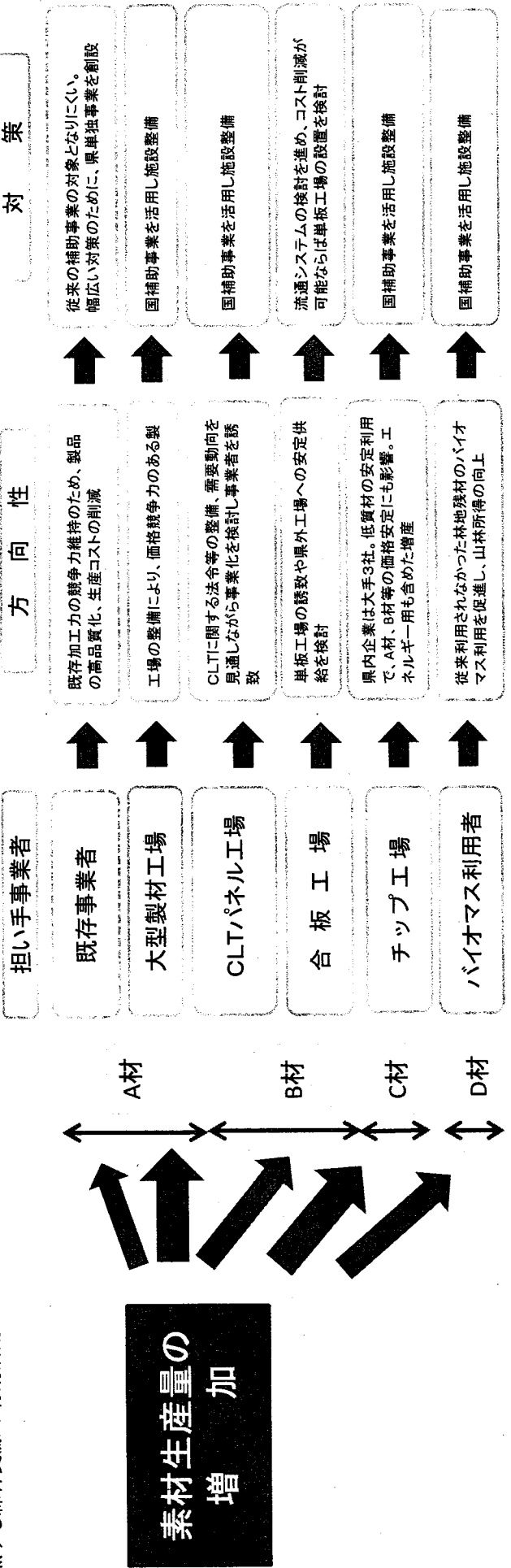
- ◆製材工場数 H24 101工場(H10対比 50.2%)
- ◆従業員数 H21 638人(H10対比 36.6%)
- ◆漸減の要因
  - ・住宅着工戸数の減
  - ・安価な外材の流入
  - ・木材価格の低迷
  - ・低コスト化、高品質化への取り組みの遅れ
  - ・経済不況など

製材業の状況



【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

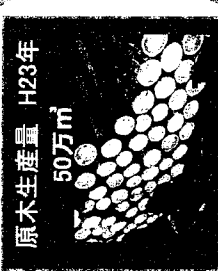


# 戦略の柱2. 加工体制の強化【CLTの推進】

別図(林6)

## 現状

- 豊富な森林資源—H23年度末—
  - ・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



- 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社参加予定)
- 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)
- 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で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

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

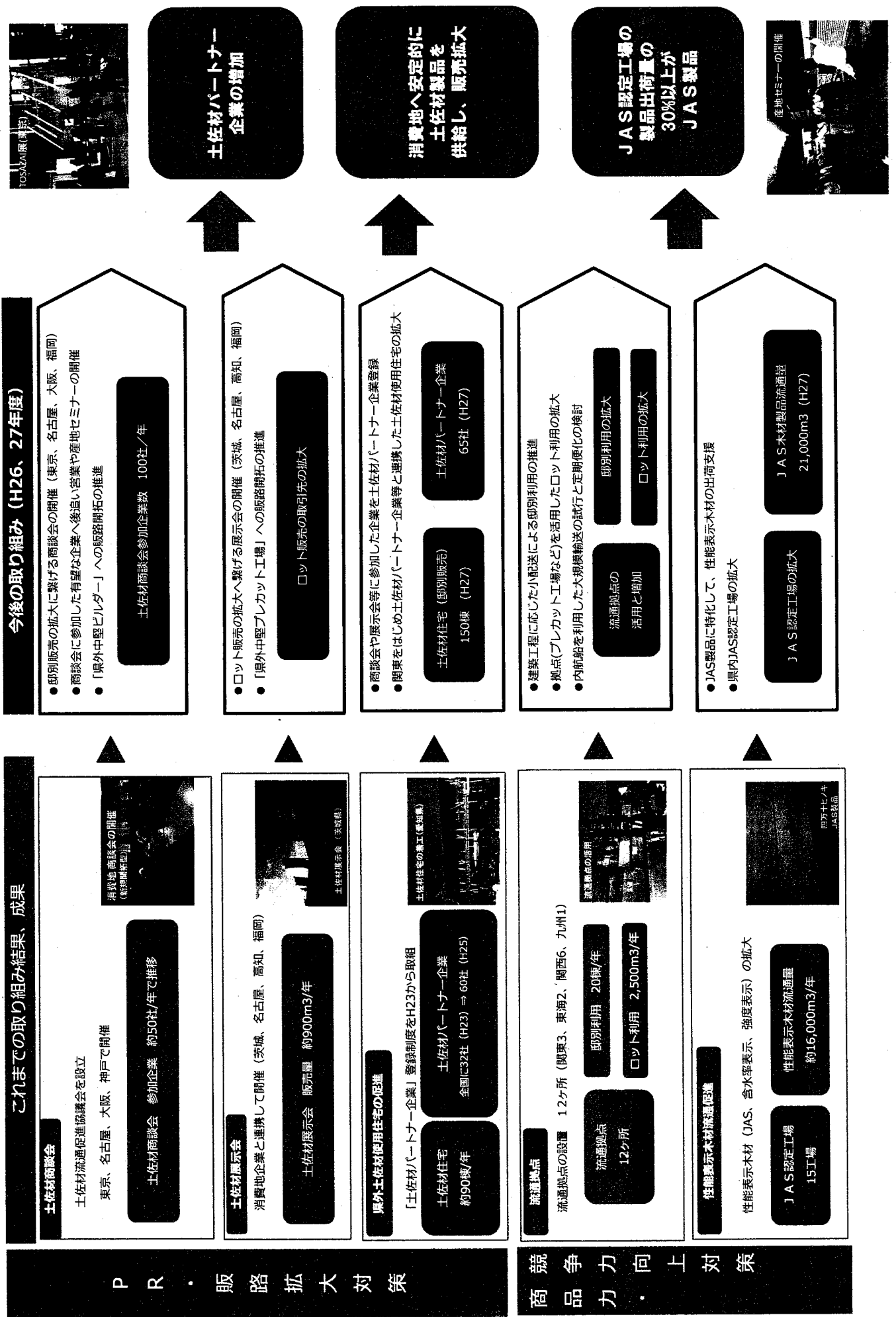
庁舎、高齢者施設、保育所4などの公共建築物、共同住宅などへの利用拡大

CLTパネル工場整備

# 戦略の柱3. 流通・販売体制の確立

## 【地産外商の推進】

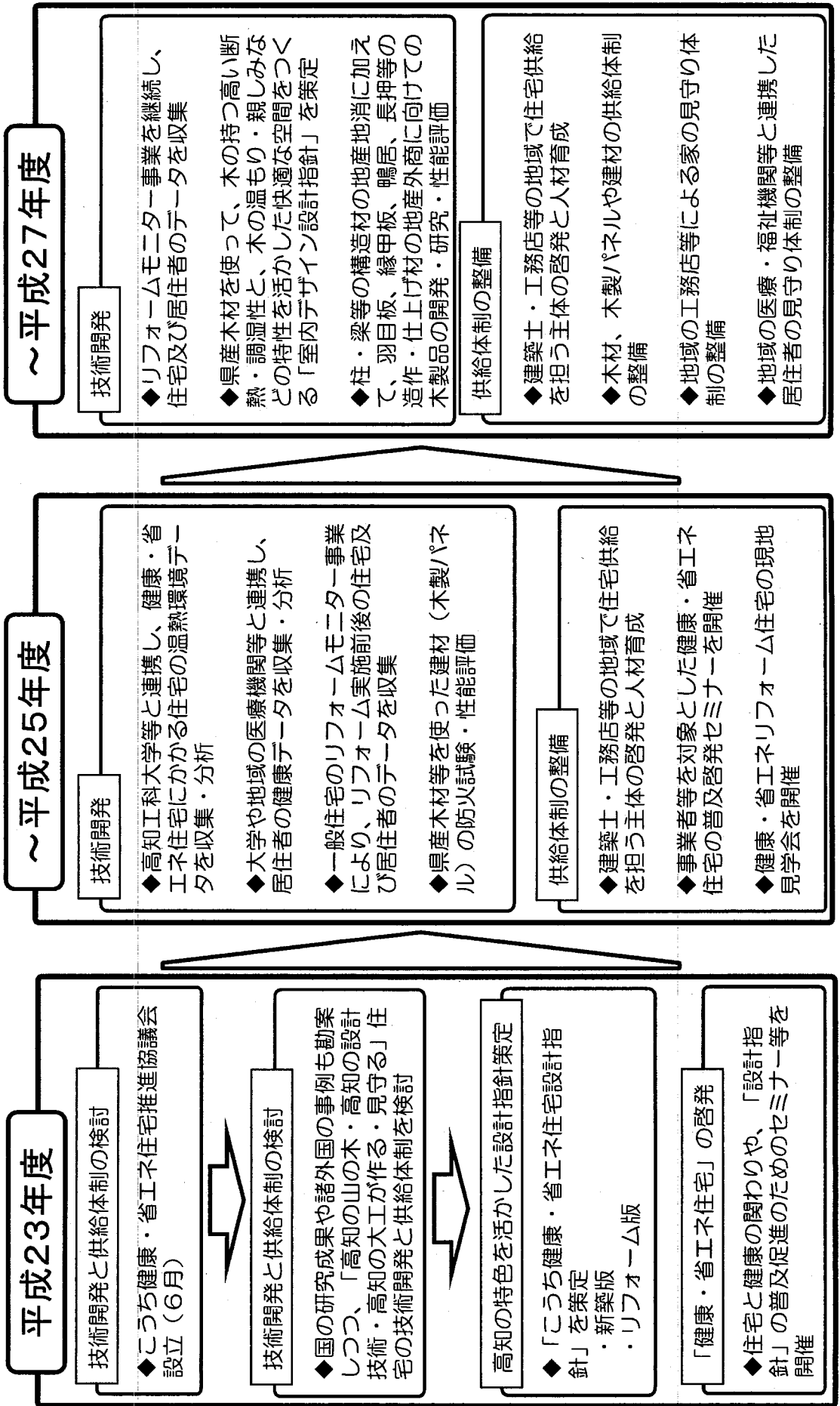
別図(林7)





### 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

「木質バイオマスボイラー導入状況」  
 基金事業を活用し木質バイオマスボ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(養蠶施設等) 12台(6%)

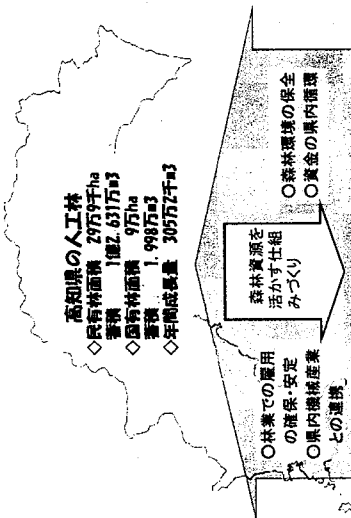
## 「木質バイオマス燃料の県内供給状況」

- ◆ベレット製造施設 5箇所(生産可能能力5,700t)
- ◆燃料用チップ製造施設 3箇所
- ◆燃料用おが屑製造施設 1箇所

「石炭との環境による木質バイオマス発電の取組状況」

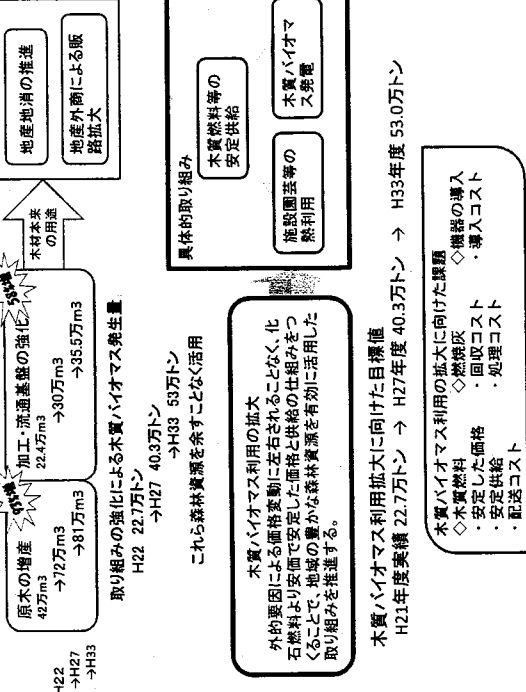
- ◆住友大阪セメント(株)須崎工場で実施
- ・平成23年度実施量 約2万1千トン

## 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

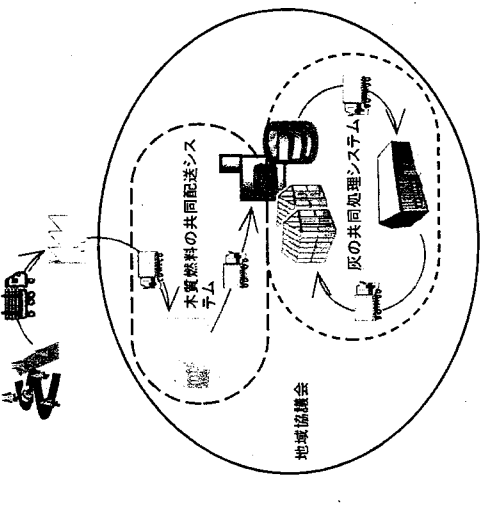
### 【木質バイオマス利用の拡大】



## 3. 今後の利用拡大に向けた取組の方向性(課題への対応)

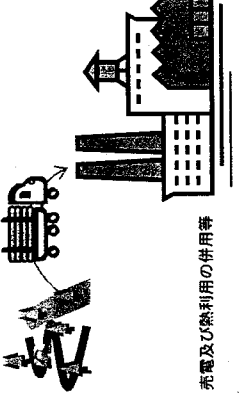
### 7. 効果的な地域循環システムの仕組みの検討

◆持続可能な地域循環システムの仕組みの検討

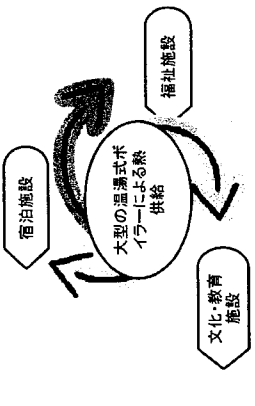


## 1. 木質バイオマス発電

◆木質バイオマス発電の推進

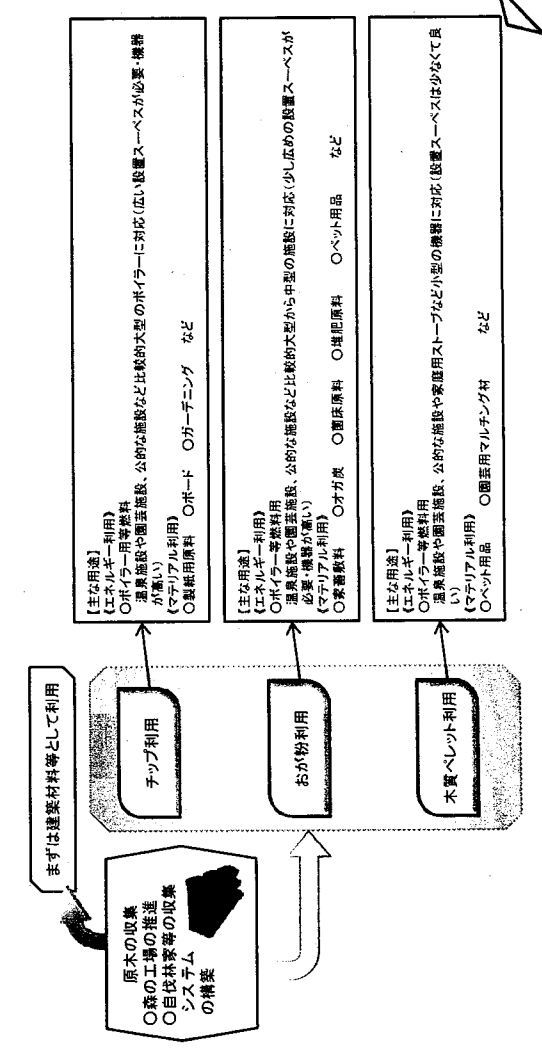


◆集約型地域熱利用の可能性を調査



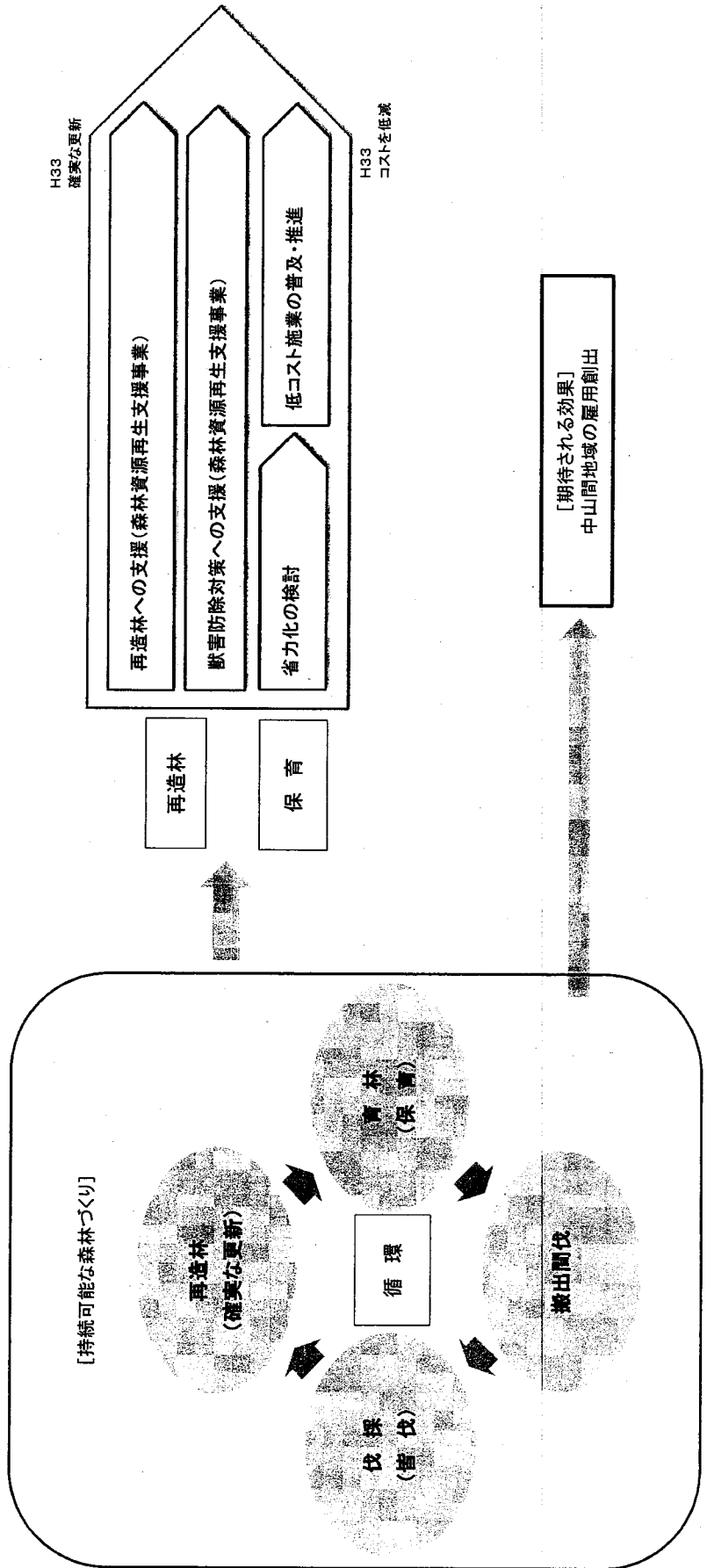
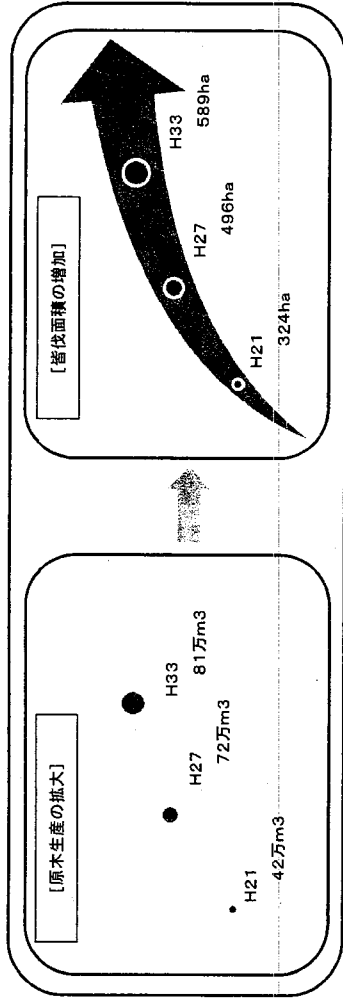
## 4. 総合カスケード利用に向けた新たな取組

◆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】

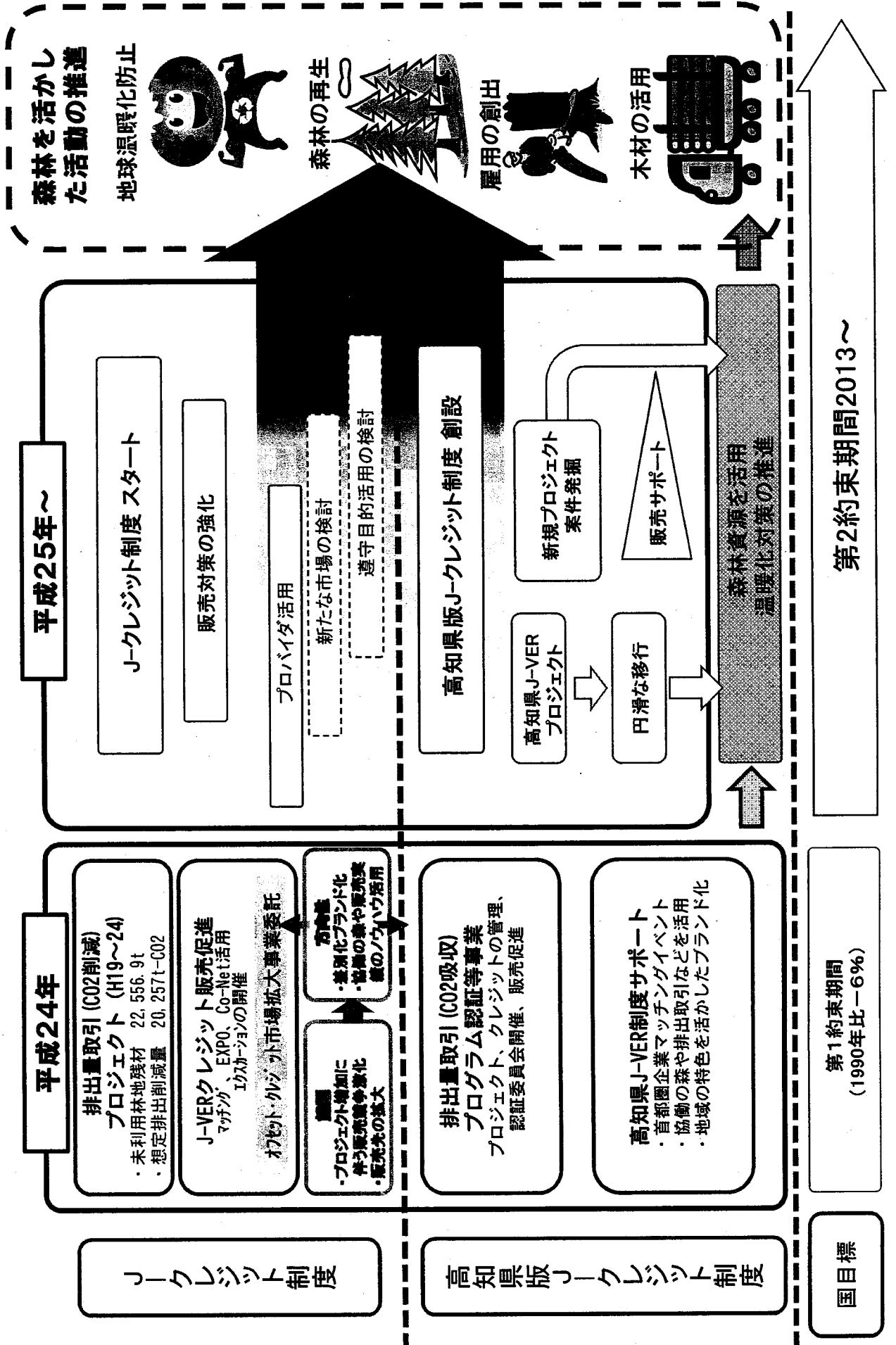
<p><b>【課題】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今後の皆伐の増加</li> <li>・ 成林までに要する施業(再造林、保育)のトータルコストが高く、再造林が困難</li> <li>・ 再造林地における獣害</li> <li>・ シカの生息密度の増加により、密度の高い生息域での森林環境が悪化</li> </ul>	<p><b>【対策】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成林までに要する施業のトータルコストの低減</li> <li>・ 再造林への支援及び低コスト施業の普及・推進</li> <li>・ 森林被害防除</li> <li>・ 再造林地における獣害被害対策への支援</li> </ul>
--	---



# 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)



## Ⅱ 専門分野の成長戦略

### 3 水産業分野

# 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) ↓ 409億円(H24)  
 水産加工出荷額 160億円(H21) ↓ 162億円(H22) ↓ 165億円(H23)

### 生産

#### ◆漁業生産量の確保

- 漁港・漁場の整備・活用
  - ・漁獲の増加に貢献する「土佐黒潮牧場」の整備 (冊子P394)
- ④ 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 (冊子P396)
- ④ カツオ等の県内水揚げの促進に向けた協議会の設置 (冊子P396)
- 資源の確保と栽培漁業の推進
  - ・磯焼け対策の実施や干潟の機能回復 (冊子P398)
  - ・大型種苗の集中放流と効果の検証 (冊子P400)
- 広く「漁業の担い手」を確保
  - ④ 漁業就業者を確保し、本県の沿岸漁業・養殖業を活性化 (冊子P406)
- 漁業の収益性の向上
  - ・底びき網の経営改善を支援 (冊子P408)
  - ④ 定置網漁業の安定的な経営体制の確立 (冊子P408)
- 就労の場の確保
  - ・定置網の漁協自営による就労の場の確保 (冊子P410)

#### ◆養殖漁業の振興

- 既存養殖漁業の振興
  - ④ 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
  - ④ 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 (冊子P428)
  - ④ 養殖漁家子弟等が起業する際の設備投資を支援 (冊子P428)
- 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 (冊子P430)
  - ④ マグロ人工種苗の安定確保 (冊子P430)

### 流通・販売

#### ◆水産物の販売力の強化と魚価の向上

- 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 (冊子P412)
  - ・産地市場の計画的な統合 (冊子P414)
- 地産地消の推進
  - ・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) (冊子P420)
- 地産外商の推進
  - ④ 大都市圏の飲食店等と連携した外商活動の推進 (高知家の魚応援店制度の創設) (冊子P426)
  - ④ 東京築地場外市場の「全国漁港マーケット(仮称)」を活用した首都圏でのPR活動の強化 (冊子P426)
  - ④ 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 (冊子P422)
  - ④ 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 (冊子P422)

### 加工

#### ◆水産加工の裾野の広がり新たな事業化

- 水産加工業の新たな事業化の推進
  - ・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 (冊子P483)
  - ・漁業者による6次産業の事業化 (冊子P483)
  - ④ 多様なニーズに対応するための事業者間の連携を支援 (冊子P483)
- 伝統的な水産加工業の振興
  - ・宗田節・シラス加工業の振興 (冊子P440)

# 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)  
(H23:69,090 t)  
(H24:72,952 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%)  
(H24:17億円、4.8%)

## 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)  
(H24:4.2億円)
- 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ル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  
S若者が住んで稼げる元気な漁村S

# 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

## 漁業者

### 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

- 【**県内市場へのカワオオ等の水揚げ促進**】
  - 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
  - カワオオ等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
- 【**漁業の増加と栽培漁業の推進**】
  - 機掛け対策・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
- 【**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
- 【**漁業の担い手の確保**】
  - 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
- 【**漁業の収益性の向上**】
  - 底びき網の経営改善を支援
  - 定置網漁業の安定的な経営体制の確立
- 【**就業場の確保**】
  - 定置網漁業の漁協自営による就業場の確保

### 取組方針2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上

- 【**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
- 【**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
- 【**地産地消の推進**】
  - 県内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
- 【**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
  - 高知県の漁産物産出制度の創設
  - 東京築地場外市場「全国漁港マーケット(仮称)」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
  - 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

#### 取組方針2. 漁協による漁業費用の削減

- 漁協役員の人材育成
- 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

## 漁業者の所得向上

## 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

## 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するための事業者間の連携を支援
  - 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

#### 新に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

### 7000トン超の振興

#### 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と徒弟を合わせたスクールを開講
  - 協業化等に取り組み生産者に対し、小割り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

#### 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**】
  - 河川資源の増進に向けたアユ種苗放流などの実施
  - 誘客のためのアマガコ釣りの冬季解禁

## 地域の所得向上



## 産業成長戦略の概要（水産業分野）

本県は東西に総延長712kmの海岸線を有し、豊かな海の恵みを受け古くから漁業が盛んに営まれてきました。しかし、不安定な資源や魚価の低迷、燃料・資材の高騰等により、本県の水産業は近年厳しい状況が続いています。このため、産業振興計画の水産業分野では「若者が住んで稼げる元気な漁村」の実現に向け、以下の4つの戦略を掲げて、漁業者や地域の所得の向上と漁業や漁村の担い手の確保のための取組を進めています。

1つ目の柱である【漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】では、■「漁業生産量の確保」のため、集魚効果の高い浮魚礁「土佐黒潮牧場」の整備と活用を進めるほか、佐賀、清水、田ノ浦の各市場に、漁業者、仲買人、漁協、商工会などからなる「カツオ水揚げ促進対策協議会」を設置し、カツオ等の水揚げ誘致に向けた課題を洗い出して必要な取組を検討するとともに、イワシ類やキビナゴ等の漁獲・養成・輸送方法を検討し、活餌の確保手段の多様化と県内での安定確保を図ります。また、漁業の担い手の確保に向けた取組としては、漁業に興味を持つ方を対象としたセミナーの開催や短期体験研修と長期研修にも引き続き取り組むとともに、研修の対象範囲を漁船漁業から、養殖業へも拡大することで、これまで以上に幅広く新規就業者を確保するよう努めます。さらに、定置網漁業の安定的な経営体制の確立のために、定置網の設置状況調査や、先進地での技術研修を支援し、生産性の向上を図ります。

水揚げ後の流通販売の取組を強化する■「水産物の販売力の強化と魚価の向上」では、学校給食会等と連携した地産地消の促進に引き続き取り組むとともに、地産外商の強化については、高知家の魚応援店制度を創設し、本県の水産物に関心のある大都市圏の飲食店に、2年間で500店舗を目標に「高知家の魚 応援の店」として登録していただき、登録店のニーズと県内事業者が持つ水産商品のマッチングを図ることにより、県産水産物の販路拡大を目指します。さらに、本年10月に、東京の築地場外市場に開設が予定されている全国漁港マーケット（仮称）への県内事業者の出店を支援し、連携して、首都圏での本県水産物の情報発信を図ること等で、外商活動を推進します。

安定的な生産が期待できる■「養殖業の振興」では、零細な家族経営の生産者が多い本県の養殖業において、高い技術と知識を備えた担い手の育成や、協業化などによる経営の効率化を図るため、養殖技術や経営に関する専門知識を学ぶことができる「養殖ビジネススクール」を開設するとともに、協業化により新規参入する際や規模を拡大する際には、小割や漁船のリース制度による支援や、協業化をサポートするための専門家による経営相談や診断などを行い、足腰の強い経営体の育成を図ります。また、マグロ養殖については、国による天然産の種苗への漁獲規制が厳しくなっていることから、種苗の安定確保のため、県内の養殖事業者や民間企業、国の研究機関と連携し、人工種苗の生産技術の開発に取り組みます。この他にも、養殖魚の適正な給餌方法の開発や、カンパチの人工種苗の量産化などについて取り組めます。

2つ目の柱である【漁業費用を削減】するため、今年度より、省燃油エンジンに対してのみであった漁業者が行う設備投資への補助を、地域の水産業の課題解決に有効と考えられる機器へ対象範囲を広げることにより、漁業経営の維持安定を支援します。その他にも漁協の購買事業の見直しや組織再編、漁協職員への研修の実施により、漁協の適正な運営を支援します。

3つ目の柱である【水産加工を振興】するため、これまでに事業化した水産加工業を引き続き積極的に支援するとともに、顧客の多様なニーズに対応するため、水産加工業者間の連携をさらに強化します。また、イワシシラスの水揚げの高知新港への集約化や、宗田節や宗田節を使った加工品のPR活動などを引き続き支援します。

4つ目の柱である【地域資源を活用し、交流を拡大】する取組では、引き続き滞在型・体験型観光を推進するため、漁村の資源を活用し、体験者のニーズに対応した魅力ある商品づくりや効果的な情報発信を行うとともに、アマゴの冬季解禁や、25年度から県事業として実施している放流用アユの種苗生産を、今年度も円滑に継続することで、資源豊かな河川づくりと地域のにぎわいの復活を進め、地域の雇用の確保や所得向上につなげていきます。

# 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	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	基本方向					
						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		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆黒潮牧場12基体制の維持</li> <li>◆黒潮牧場は1基あたり年間平均5千万円程度の水揚げがあるが、設置場所により水揚げに大きな差がある</li> <li>◆原材料の高騰により整備コストが増加した</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・更新時期を待たずに3基の黒潮牧場を増設し、15基体制となった</li> <li>◆最適な12基体制にむけ、着実な取り組みが図られた</li> <li>・増設した黒潮牧場のうち、2基は整備費が低コストの長円形タイプを整備した</li> <li>◆設置海域によっては、整備コストの削減に成功し、財政面でも更新しやすい状況となった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆漁獲効果の評価と漁業者間の調整を踏まえた効果的な配置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆漁獲の増加に貢献する黒潮牧場の整備</li> <li>○ハード面の低コスト化</li> <li>○漁獲効果と漁業者間の調整に基づく最適化配置</li> </ul>			○			
						<ul style="list-style-type: none"> <li>◆沈設型魚礁による漁場整備は、効果が明らかでないことなどからその整備を休止中</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県調査船により県設置の沈設型魚礁の現況(位置配置)を調査し、全体の85%が終了した(H24.2月末)</li> <li>・とりまとめた調査結果は、5市町、16漁協(支所含)に提供した(H24年2月末)</li> <li>・黒潮町において、漁協の電算システムを利用した沈設型魚礁の漁獲効果把握の新たな仕組みづくりに取組み、H23年6月から、魚礁の漁獲状況が一部ではあるが蓄積されつつある</li> <li>・また、魚礁のうちでも高頻度で利用されているエリアを把握するため、GPSによる位置データを利用した操業実態調査をH24年度から開始した</li> <li>◆沈設型魚礁の漁獲効果把握のしくみの本格稼働により、沈設型魚礁の整備方針案の骨子の作成につながった</li> <li>◆沈設型魚礁に特化した漁獲データが入手可能となり、操業実態と併せて魚礁効果を定量的に検証する仕組みの一つを構築することができた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆漁獲効果把握のための漁業者の協力体制の強化</li> <li>◆新たな漁獲効果把握のしくみを用いた費用対効果の検証</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆沈設型魚礁の再整備に向けた取組</li> <li>○魚礁調査結果の広報による利用の促進及び効果把握の仕組みづくり</li> <li>○漁獲効果の調査結果を基にした沈設型魚礁整備方針の策定及び今後の魚礁設置事業の実施の検討</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					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)	
ハード面の低コスト化 県漁業振興課・漁港漁場課:黒潮牧場の構造や設置方式、調達方法等の検討と整備の実施					◆更新を迎える黒潮牧場の再設置について、漁業者間の調整に基づく判断が適正にされていること ◆低コスト化に向けたデータの蓄積ができること ◆従来型の黒潮牧場の発注は、最も低コストな方式で実施されていること	◆黒潮牧場が最適に配置されることによる漁獲の増加と漁業所得の向上	
漁獲効果と漁業者間の調整に基づく最適化配置 漁業者:最適化配置に向けた漁業者間の調整(黒潮牧場管理運営委員会で協議検討)、漁獲状況の報告 県漁業振興課:漁業者間調整への支援と最適化配置方針の提案、保全費用の負担のあり方の検討と提案 県漁業振興課・漁港漁場課:合意された計画に基づく黒潮牧場の整備 県水産試験場:低コスト仕様を含む黒潮牧場の漁獲効果の把握の精度向上及び効果の評価							
魚礁調査結果の広報による利用の促進及び効果把握の仕組みづくり 漁業者:沈設型魚礁の積極的活用と情報提供 新たな漁獲効果把握の仕組みへの協力、漁獲情報の提供 市町村:漁業者が行う漁獲効果把握の仕組みづくりの支援 県漁業振興課:新たな漁獲効果把握の仕組みの推進、漁獲情報の収集と漁獲効果の検証 県水産試験場:平成23年度までに調査が完了した地区の調査結果を随時漁業者に提供、研修会等での調査結果の紹介、漁獲情報の解析等魚礁の漁獲効果の調査・検証 県漁業指導所:水産試験場の調査結果を漁業者へ提供					◆確実に魚礁の漁獲効果が確実に把握され、検証がされるようになること ◆沈設型魚礁の事業実施の方向性が見えてくること	◆既存魚礁の利用が促進され漁獲の増加に寄与 ◆漁獲効果が明確になり、整備方針に基づく沈設型魚礁事業の実施	
漁獲効果調査の結果を基にした整備方針の策定及び今後の事業の実施の検討 (沈設型魚礁整備方針の策定) 県漁業振興課:沈設型魚礁設置整備方針の策定、新たな基準による魚礁設置事業の制度の検討及び国への提言 県水産試験場:整備方針の策定に必要な調査を実施							
					(整備方針に基づいた今後の事業の実施の検討) 県漁業振興課:整備方針に基づく事業の実施の検討、補強魚礁の事業化等の政策提言 県水産試験場:今後の事業の実施の検討に必要な調査の	(検討結果に基づく事業の実施) 県漁業振興課:検討結果を踏まえた整備方針に基づく沈設型魚礁の整備	

※改革のための6つの基本方向  
 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】

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	基本方向							
					1	2	3	4	5	6		
<b>1. 漁業生産量の確保</b> (1) 漁港・漁場の整備・活用 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px 0;">                         P448、449                          別図(水1)参照                     </div>	(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: 盛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、漁模様により左右され不安定 ◆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(港内浚渫、番養小割、給水施設、冷蔵保管庫、魚困倉庫等の整備、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 ・カタクチイワシ安定供給システムの開発に向けた養成技術開発試験を実施(H25～) ◆水産試験場が養成したカタクチイワシを遠洋カツオー本釣り船に積み込み、三陸沖で使用し、天然活餌と同等との高評価	◆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 ◆活餌用イワシの県内での確保に向けたカタクチイワシの安定供給システムの開発 ★稚魚を捕獲、輸送し活餌サイズまで育てる養成技術の開発 ★卵から活餌サイズまで育てる養殖技術の開発 ◆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</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>			<p>◆佐賀、清水、田ノ浦の各市場でカツオ水揚げ促進計画が策定</p>	<p>◆各市場の水揚げの合計が、愛媛県深浦漁港を超過</p>
	<p>揚網クレーンなど省力化機器の整備、荷捌きスペースの拡充による水揚げの効率化</p> <p>高知県漁協、黒潮町：漁業者、仲買業者との調整、実施計画の策定 黒潮町、県漁業振興課等：必要な支援</p>	<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>タンクどり方式の導入による水揚げ時間の短縮、鮮度の維持活餌仕入れ先の複数確保</p> <p>高知県漁協：活餌確保候補地の検討・現地調査、タンクどり方式の導入に向けた関係者協議 黒潮町、県漁業振興課：必要な支援</p>	<p>蓄養技術、買い回しノウハウのマニュアル化</p> <p>高知県漁協：後継者の確保・育成、マニュアル作成(～H25) 黒潮町、県土佐清水漁業指導所：必要な支援 県漁業振興課：必要な支援、他地区での活餌供給事業の導入</p>				
		<p>必要に応じた淡藻による蓄養場所の確保</p> <p>市町村、県漁港漁場課：淡藻計画の策定、関係漁業者との調整、淡藻の実施</p>				
		<p>稚魚を捕獲、輸送し活餌サイズまで育てる養成技術の開発</p> <p>漁業者：活餌の輸送中の歩留まり、撒き餌としての性質を天然活餌と比較 県水産試験場：イワシ稚魚の捕獲方法と飼育場所への輸送技術の開発 県水産試験場・宿毛漁業指導所：活餌サイズまでの育成技術の確立</p>			<p>◆カタクチイワシの養成・養殖手法の確立</p> <p>◆近海カツオ一本釣漁船一航海分の活餌(15～20万尾)を確保</p>	<p>◆宿毛湾で活餌供給基地が定着</p>
		<p>卵から活餌サイズまで育てる養殖技術の開発</p> <p>漁業者：輸送中の歩留まり、撒き餌としての性質を天然活餌と比較 民間企業・水産試験場：種苗生産技術の確立、活餌需要に即した生産調節技術の開発、生産コストの低減化 民間企業：沖出し後の育成技術の確立</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>◆まき網漁獲魚の活餌としての適性の解明と養成技術の確立</p> <p>◆沿岸カツオ一本釣漁船二航海分の活餌(10万尾)を確保</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>			<p>◆宿毛湾での活餌の安定確保に向けた量産化と採算性の検討に着手</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に行って出る
- 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】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
1 漁業生産量の確保  (2) 資源の確保と栽培漁業の推進		(磯焼け対策)	◆県内の藻場面積は減少傾向 (S50の1,035ha →H12には700ha、 H21には344haにまで減少)  ◆ウニ除去により一部の地域では藻場が回復したが、回復の見られない地域も見られる  ◆水産庁に要望を行い、H21年度からの事業の制度化を図った	◆H21年度から国の支援を受け、ウニ除去活動を毎年計画的に実施  ◆H25年度の活動状況：6市町、11箇所  ◆ウニ除去活動面積：61ha(H24年度末)  ・水産試験場によるウニ除去効果の追跡調査  ◆追跡調査で成果を確認(テングサやホンダワラの繁茂、カジメの芽生え等)  ◆ウニ除去の効果は5～6年持続(一部区域)  ・藻場の有効利用方法の検討  ◆再生した藻場にアカウニを放流し、一定の水揚げ高を確保	◆ウニが原因とされる磯焼け面積は293haあり、さらなる活動面積の拡大が必要  ◆保全活動への支援の継続  ◆再生した藻場の有効利用	◆水産多面的機能発揮対策事業(国事業)による磯焼け対策の実施  ○漁業者グループの活動を引き続き支援  ◎ボランティア等参加者や実施範囲の拡大  ◆藻場の有効利用方法の確立  ○ウニ再侵入予測モデルの開発(ウニ除去効果の持続性を解明)  ◎藻場を有用水産物の漁場として活用			○			
		(干潟の機能回復)	◆浦ノ内湾のアサリ漁獲量は昭和58年をピークに大きく減少  ◆夏から冬にかけての稚貝の減耗が大きいことを水産試験場が確認  ◆アサリ資源の減少原因を底質の悪化、競合生物(アオサ、ホトギス貝)の増加などと想定	◆H21年度から国の制度(環境生態系保全活動支援事業)を導入し、地元活動組織が底質の改善や有害生物の駆除などの保全活動を実施  ◆H23年度に浦ノ内湾天皇州において大規模な干潟機能回復事業を実施  ◆地元協議を踏まえ、工区・工法を決定し、天皇州西側の3haで工事を実施  ・活動組織と水産試験場の連携によりかぶせ網や底質改良材の試験を実施  ◆かぶせ網下でアサリの生息、成長が確認されアサリ減少の主因が食害であることが示唆	◆事業実施区の効果検証  ◆活動組織による試験区の維持管理  ◆食害生物の特定と食害防止対策手法の検討	◆干潟機能回復、アサリ資源の効果検証と保全活動の継続  ★工事区での干潟機能回復状況の把握(底質環境の改善状況、アサリ等底生生物の生息状況)  ★工事区でのアサリ資源保護区域の設定  ○活動組織による保全活動の継続			○			

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (概ね10年先)	
漁業者グループの活動を引き続き支援 ボランティア等参加者や実施範囲の拡大  漁業者、地域活動協議会：継続対策活動の継続 市町村：財政面・円滑な運営の支援、広域でのボランティア参加呼びかけ 県漁業振興課：財政面での支援 県水産試験場：追跡調査の実施					◆H27年度末でウニ除去活動面積を100haに拡大  ◆漁業生産に結びつく再生漁場の維持・活用	◆漁場回復を受けた漁業生産活動の実施  ◆ウニ除去実施地域の拡大	
ウニ再侵入予測モデルの開発  県水産試験場：ウニ除去効果の持続性を解明、モデル開発							
漁場を有用水産物の漁場として活用  漁業者、漁協：再生した漁場における漁業生産活動を継続させるための資源管理等の取組 市町村、県漁業指導所、県漁業振興課：種苗放流など漁場の有効利用の取組を促進					◆地域協議会の活動区域及び県工事区でのアサリ資源の回復  ◆地域が主体となったアサリ資源管理の定着	◆浦ノ内湾全体のアサリ資源回復  ◆地域にアサリ漁業が復活	
工事区での干潟機能回復状況の把握  県水産試験場：底質環境の改善状況、アサリ等底生生物の生息状況調査							
工事区でのアサリ資源保護区域の設定  漁業者等、土佐市、須崎市：保護区域の設定に向けた地元協議と漁場調査 県水産試験場、県漁業振興課：追跡調査の結果を広報し、保護区域の設定の気運を醸成  漁業者等、土佐市、須崎市：保護区域の設定と周知、遵守の徹底  県漁業管理課：委員会指示(アサリ採取禁止区域の設定)の発動					◆地域協議会による保全活動の継続(国事業 ～H29)  漁業者グループ：底質の改善や有害生物の駆除などの保全活動を維持、拡大 漁協：地域が主体となったアサリ資源の持続的利用の推進 土佐市、須崎市：財政面での支援 県漁業振興課：財政面での支援 県水産試験場：地域の取り組みに対する技術的支援		
地域協議会による保全活動の継続(国事業 ～H29)  漁業者グループ：底質の改善や有害生物の駆除などの保全活動を維持、拡大 漁協：地域が主体となったアサリ資源の持続的利用の推進 土佐市、須崎市：財政面での支援 県漁業振興課：財政面での支援 県水産試験場：地域の取り組みに対する技術的支援							

※改革のための6つの基本方向  
 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】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
1	<p>漁業生産量の確保</p> <p>(2) 資源の確保と栽培漁業の推進</p>	<p>◆栽培漁業基本計画の目標(大型種苗の放流)達成が遅れている</p> <p>◆マダイ、ヒラメ、エビ類、イサキ(いずれも小型種苗)の生産と放流を実施</p>	<p>・ヒラメ、エビ類について放流サイズの大型化を推進</p> <p>・イサキやカサゴ等の種苗を県内企業の生産により確保し、多様な魚種の放流ニーズに対応</p> <p>◆大型ヒラメの放流は尾数、割合とも年々増加し、定着しつつある H21:75,000尾(41%) H22:181,000尾(83%) H23:234,000尾(90%) H24:154,000尾(89%) H25:0尾 ※H25は疾病発生のため大型種苗を確保できず</p> <p>・市町、水産試験場、漁業指導所の連携と漁業者の参画による放流効果の検証体制の整備</p> <p>◆黒潮町の底曳網漁業者による混獲率調査が開始され、調査精度が向上し混獲率の上昇を確認できた H20:33.7% H21:28.4% H22:28.6% H23:61.7% H24:13.6%</p>	<p>◆疾病発生防除のための栽培漁業センターの施設整備等</p> <p>◆市町村の財政難等による栽培漁業関連事業の縮小</p>	<p>◆大型種苗の集中放流と効果の検証</p> <p>○ヒラメ、エビ類の大型種苗の生産、配布</p> <p>◎より効果のあがる放流手法の確立に向けた追跡調査の実施</p> <p>◎マダイ、イサキ等の県外調達の斡旋</p>			○				

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業



第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>ヒラメ・エビ類の大型種苗の生産、配布</p> <p>市町村:漁協からの放流要望のとりまとめ、財政支援 漁港漁場協会、県漁業振興課:市町村からの需要のとりまとめ、需要調査に基づく生産計画の策定、種苗生産業務委託先・市町村との生産及び配布調整</p>					<p>◆大型種苗の放流が定着し、漁業者が放流効果を実感</p> <p>◆放流種苗に占める大型種苗の割合が概ね90%以上</p>	<p>◆大型種苗により放流効果が増し、漁獲量が安定増加</p>	
<p>より効果のあがる放流手法の確立に向けた追跡調査の実施</p> <p>漁業者、高知県漁協:操業日誌による調査協力 県漁業指導所・水産試験場:放流効果の検証、追跡調査、適正放流手法や資源管理の導入</p>							
<p>マダイ、イサキ等の県外調達の斡旋</p> <p>県漁業振興課:県外生産機関との連絡調整</p>							



※改革のための6つの基本方向

- 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】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
1. 漁業生産量の確保	(3) 漁業秩序の確立による資源の確保と効率的漁獲	<p>(漁業取締)</p> <p>◆漁業違反の頻発</p> <p>◆県外漁船による越境違反操業</p> <p>◆県警、海保との連携が不十分</p> <p>◆違法な漁獲が存在するため漁業者が資源を有効に活用できない</p>	<p>・漁業違反の多い海域での集中的な取組を実施</p> <p>◆各海域における違反の特性に応じた対応策を実施</p> <p>・西部海域では用船や3隻の取締船による集中的な取組を実施</p> <p>◆3年間(H21～H23)で県外船による違反を7件摘発したが依然として県外船の違反情報が寄せられている</p> <p>・室戸岬沖では毎日フェリーから情報を収集</p> <p>◆3年間(H21～H23)、県外船の違反操業に関する情報はなかった</p> <p>・芸東、宿毛湾周辺において、地元の漁業関係者や県警、海上保安部等で構成する地域防犯組織を設置し、違反情報の収集に努めた</p> <p>◆H22年度は県警との連携によって密漁常習者3名を逮捕、1名を検挙し小康状態となっている</p> <p>◆H23年度は地域防犯組織からの情報をもとに2名を逮捕、6名を検挙</p> <p>◆これらの活動によって磯根資源の違法な漁獲が減少</p> <p>◆H24年度は地域防犯組織からの情報をもとに、県警と連携し密漁者1名を逮捕すると共に、県外船(中まき)による違反を1件摘発した</p>	<p>◆越境違反漁船が取締船の動きを警戒し、巧妙に行われ始めたため、取締方法を工夫する必要が生じている</p> <p>◆平日や昼間の違反情報は少なくなってきた反面、土日や夜間の密漁に移行している情報がある</p>	<p>◆○県西部海域における県外船の取締を強化</p> <p>◆地域防犯組織の活動を支援するとともに、特に芸東地区において、巧妙化する違反者の取締を強化</p> <p>○県警等との捜査機関との連携強化</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					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)	
					◆違反の減少	◆効率的な取締活動と実績によって違反の発生を抑制	
<p>県西部海域における県外船の取締を強化</p> <p>漁業者・漁協・市町村：違反情報の提供                  県漁業管理課：提供された違反情報の分析と取締方法の工夫                  3隻の取締船の効率的な運用による取締の実施</p>							
					◆自主的な組織運営と違反の減少	◆違反を許さない気運の醸成と違反の撲滅	
<p>地域防犯組織の活動を支援するとともに、特に芸東地区において、悪質・巧妙な違反者の取締を強化</p> <p>漁業者：相互牽制による法令の遵守                  漁業者・漁協・市町村：地域防犯組織の構成員として活動(啓発、巡視、情報提供)、モラル向上への取組                  県漁業管理課：地域防犯組織の活動支援、提供された情報の分析、取締の実施                  県警や海保との連携</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 漁業生産量の確保  (3) 漁業秩序の確立による資源の確保と効率的漁獲		<p>(漁業調整)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆各種漁業間の紛争が存在する一方で就業者が減少・高齢化</li> <li>◆漁業制度と漁業実態が部分的に不調和</li> <li>◆漁業の効率化に制約</li> <li>◆資源の持続的利用に支障</li> </ul>	<p>◆関係する地域や漁業と合意が形成され規制緩和が進捗し、漁獲量や品質が向上するなど、経営の安定に寄与</p> <p>【バッチ網漁業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高知中央地区で周年操業を許可(H22.1)</li> <li>・須崎地区で日の出前1時間からの操業を許可(H22.1)</li> </ul> <p>◆網目及び漁船(片船)の馬力・過給機の規制を緩和(H25.11)</p> <p>【小型底びき網漁業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・幡東海域で操業区域を拡大、操業時間を変更(H25.4)</li> <li>・宿毛湾で操業時間を変更(H25.6)</li> <li>・高知沖で、漁具規模の規制を緩和(H25.8)</li> </ul> <p>【しいらまき網漁業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・通常の操業期間(4～11月)に加え、3月と12月を許可</li> <li>・幡多海域へ操業区域を拡大(H22.11)</li> </ul> <p>◆紛争の防止に向けた意識醸成と秩序維持</p> <p>【しいらまき網漁業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・沖合底びき網漁業とのトラブルの防止、解決に向けて構築した関係漁業者による連絡体制が、機能を発揮</li> </ul>	<p>◆規制緩和後の漁業秩序の維持</p> <p>◆規制緩和後も円滑に漁場や資源が利用されるよう地元漁業関係者への指導・助言が必要</p> <p>◆利害関係の対立を調整する漁協の指導力の向上</p> <p>◆関係者の合意形成及び合意形成に基づく規制緩和の継続</p>	<p>◆紛争の解消と規制緩和の推進</p> <p>○自主的な紛争の防止に向けた関係者の意識醸成</p> <p>○紛争当事者間の協議の場の設定</p> <p>○紛争の防止</p> <p>○規則改正、規制緩和等による実態に適合した制度の構築</p>			○			
					<p>【さんご漁業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H24.3から資源管理措置を盛り込んだ新たな内容で許可</li> </ul> <p>◆宝石サンゴの持続的な利用を目指した資源管理を開始</p> <p>・宝石サンゴ資源の持続的利用のため、潜水艇による資源生態調査、県調査船による海洋観測及び海底地形調査を実施</p>	<p>◆本県のサンゴ漁業の資源管理に対する諸外国の理解の促進</p>	<p>◆○宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組</p> <p>◆○CITES、COP16・17を見据えた集中的な取組</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年後)
<p>紛争当事者間の協議の場の設定</p> <p>漁業者・漁協: ・必要に応じ新たな協議の場の設定・参加 ・規制緩和等の検討</p> <p>県漁業管理課: ・協議の場づくりの働きかけ</p>					<p>◆漁業者の相互理解による紛争解消</p> <p>◆規制緩和による漁業生産活動の効率化</p>	<p>◆地元主体による調整と紛争の解消</p>
<p>紛争の防止</p> <p>漁業者・漁協: ・業者間の紛争防止協議の推進 ・積極的な紛争防止、解決 ・自主的なルール作りとその成文化 ・規制緩和の推進</p> <p>県漁業管理課: ・第3者の立場での参加、意見の対立を調整 ・協議結果のルール化、法令遵守の指導・支援 ・自主的な紛争防止に向けた漁業者等の資質向上を支援</p>						
<p>規則改正、規制緩和等による実態に適合した制度の構築</p> <p>県漁業管理課: ・紛争の解決等協議の整った案件につき着手 ・地元関係者、周辺地区調整 ・試験操業等の実施 ・調整の整ったものから順次制度の見直し</p>						
<p>宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組</p> <p>漁業者、漁協: 資源調査への協力と資源管理の実践 県漁業振興課、水産試験場: 宝石サンゴに関する漁業資源調査 県漁業管理課: 資源調査の結果や漁獲状況に応じて許可要件の見直しを検討</p> <p>高知大学等: 宝石サンゴの持続的利用のための資源管理技術を開発するために調査研究を実施 (H22~24)</p> <p>↓</p> <p>CITES、COP16・17を見据えた集中的な取組</p> <p>漁業者・漁協: 漁業許可要件の厳守 県漁業振興課、水産試験場: 宝石サンゴに関する資源調査 県漁業管理課: 許可要件の見直し</p>					<p>◆適正な資源管理手法の確立</p> <p>◆CITES、COP16・17での規制提案の否決</p>	<p>◆適切な管理による宝石サンゴ資源の持続的利用</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
<b>1 漁業生産量の確保</b> (4) 広く「漁業の担手」を確保 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-top: 10px;">                         P450                          別図(水2)参照                     </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 漁業就業者数はH5からの10年間で約30%減少</li> <li>◆ 新規漁業参入者                          H15年 19名                          H16年 23名                          H17年 22名                          H18年 25名                          H19年 41名                          H20年 28名</li> <li>◆ 近年はサラリーマンなどから転職した新規漁業就業者が多い傾向にある</li> <li>◆ 支援事業で確保した漁業者17名(平均年齢37歳)は中堅漁業者として定着(H22年度末)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 支援制度の見直し、拡充                          H21:生活費支給額や対象年齢の上限を引き上げ                          H21、22:漁船リース制度の創設                          H25:短期研修の委託化による受入手続の迅速化、共同経営型漁業を研修対象に追加、研修期間を最長3年間に延長、指導者謝金の支給期間の延長など</li> <li>・ 高知県漁協に漁業就業支援アドバイザーを配置                          就業フェア等における勧誘や研修受入に関する地元調整、修了生のフォローアップ等を担当:1名(H21~)                          幡多地域における研修受入調整、指導者の確保を担当:1名(H23)                          漁業求人情報の収集とデータベース化等を担当:1名(H25)</li> <li>・ 未経験者や高校生を対象としたPR活動                          海洋高校生の漁業体験研修(H24~)                          沿岸部の高校における出前授業(H24~)                          漁業就業セミナーの開催(H25~)</li> <li>◆ 支援制度の拡充やアドバイザーの配置、セミナーの開催等の取組により、それまで頭打ち若しくは減少傾向にあった研修開始者数及び新規就業者数が増加傾向に転じた</li> <li>◆ セミナー参加者数                          H25年度 46名</li> <li>◆ 短期研修受入実績                          H24年度 2名                          H25年度 18名</li> <li>◆ 長期研修受入実績                          H24年度 2名                          H25年度 5名</li> <li>◆ 新規漁業参入者                          H21年 34名                          H22年 39名                          H23年 78名                          H24年 47名                          H25年 37名</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 研修希望者の増加に対応する指導者の確保、受入体制の整備</li> <li>◆ 家族経営型で零細規模の養殖生産者の担手対策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 漁業の担手の確保</li> <li>◎ 研修未実施地区での研修受入</li> <li>◎ 幅広い漁業種類を対象に研修受入を促進</li> <li>○ 漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし</li> <li>◎ アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実</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					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)	
<p>研修未実施地区での研修受入 幅広い漁業種を対象に研修受入を促進</p> <p>漁協:相談窓口、漁業体験研修の実施、長期研修の受入調整、漁船リース事業への取組、准組合員制度の活用 アドバイザー:県内外就職相談会での勧誘活動、指導者の確保に向けた取組、移住担当機関との連携 市町村:漁船リース事業への取組、財政支援、移住支援 県水産政策課:無利子・低利融資制度の利用促進 県漁業指導所:研修の受入調整や指導者の確保に向けた取組の支援 県漁業振興課:研修制度の充実、生活支援・技術指導、アドバイザーとの連携、研修未実施地区に対する事業説明会の開催による制度の周知</p>					<p>◆高知市の小型底曳網など研修実施地区、漁業種を拡大</p> <p>◆年間32名の新規就業者を確保</p> <p>◆研修修了生を地域の中核的漁業者として育成</p>	<p>◆若手漁業者の比率拡大により、漁業生産量を確保、漁村の活性化</p> <p>◆新規就業者を320名確保</p>	
<p>漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし</p> <p>漁業者(認定漁業士):漁業就業セミナーでの漁業の詳しい実態等についての講演、体験プログラム指導 漁協:セミナー等での市場の仕組みについての講演と模擬セリ等の実演、雇成型漁業の基礎情報や求人情報等の提供 アドバイザー:漁業求人情報の更新、就業希望者への情報提供と勧誘、支援制度の紹介 県漁業指導所:漁業求人情報の収集や就業希望者とのマッチングの支援、漁業就業セミナーの開催支援 県漁業振興課:アドバイザーや関係機関と連携した指導提言、漁業就業セミナーの開催</p>							
<p>アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実</p> <p>アドバイザー:研修修了生の操業状況調査、相談への対応 漁協、市町村:地元への定着支援 県漁業指導所:漁労技術、水揚げ向上への技術的助言 県漁業振興課:アドバイザーや関係機関と連携した指導助言</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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】

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	基本方向					
						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	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">                     P451 別図(水3)参照                 </div>	(小型底びき) ◆高知地区では、高齢化等により稼働隻数が減 ◆1日1隻あたりの漁獲量は横ばい ◆漁具改良や鮮度向上によって漁獲量や単価が上昇する可能性あり ◆幡東地区では、漁具改良により漁獲量が増加傾向となり、また六次産業化による新商品開発に着手 (沖合底びき) ◆操業統数や他県船漁業違反の減少により資源状況は良好 ◆陸棚外縁に未利用の底魚資源が存在する可能性	(小型底びき) ・御豊瀬地区で用いられている既存漁具を使用した漁獲物の組成調査、漁獲向上に向けた漁具改良のための模範網による水槽実験を実施 ・黒潮町地区で、新たな鮮度管理の手法としての漁獲物のコンテナ内での施水、海水シャワー散布装置の開発、これらの新技術の普及 ◆御豊瀬地区では、漁獲向上に向けた既存漁具の改良点が明らかとなった ◆黒潮町地区では、新たな手法による鮮度管理の取組が地区の全漁業者で着手された (沖合底びき) ・国の漁業構造改革総合対策事業の導入のため作成した改革計画を作成、中央協議会へ提出 ・オキウメやメヒカリの販路開拓に向けた県内外への販売促進活動を展開 ・水産試験場が土佐湾の底魚資源調査を実施 ◆沖合底びき網漁業の御豊瀬地域プロジェクト改革計画が中央協議会で承認された ◆オキウメについて、きび工房との取引が実現し、東京の学校給食関係者等へ300kgを販売	(小型底びき) ◆漁業者の経営改善、後継者確保に向けた取組の推進 (沖合底びき) ◆土佐湾の底魚資源の状況把握と有効利用方策の検討	◆小型底びき網漁業の経営改善 ★漁具の改良による漁獲量の向上 ★鮮度の向上、新商品の開発による収益向上 ◆沖合底びき網漁業の経営改善 ★省エネ・省コスト型高性能漁船の導入による収益性の改善 ★鮮度の向上、新商品の開発による収益性の改善 ◆陸棚外縁の未利用資源を活用した新ビジネスモデルの検討 ★土佐湾沖合改定の水産資源調査 ★調査結果に基づく資源の有効利用モデルの検討			○			
		(大型定置網) ◆大型定置網の漁獲量は、養殖業を除いた高知県の沿岸漁業の41%(H23年)を占めており、大型定置網漁業は地域経済を支える重要な漁業である ◆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				◆定置網漁業の安定的な経営体制の確立 ★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					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)	
	<p>小型底びき網漁業の経営改善</p> <p>漁業者、漁協：漁具改良試験、鮮度向上試験、新たな加工品の開発と販路拡大 仲買人、加工業者：新商品の開発に向けた連携、販促活動 県漁業指導所：各種取組の計画策定、実行支援</p>					<p>◆小型・沖合底びき網漁業者の収益向上・経営安定</p> <p>◆土佐湾底魚資源の有効利用による生産量の増大</p>	
	<p>沖合底びき網漁業の経営改善</p> <p>漁業者：高性能な漁船の建造 漁業者、漁協：もうかる漁業創設支援事業の地域プロジェクト設置、収益性の改善に向けた計画策定 県漁業指導所・漁業振興課：計画策定支援</p> <p>漁業者、漁協：収益改善計画の実証試験実施 県漁業指導所：実証試験の技術支援</p> <p>漁業者、漁協、仲買人、加工業者：鮮度向上の取組、新たな加工品の開発 県漁業指導所：鮮度向上、加工品開発等への技術支援</p>						
	<p>陸棚外縁の未利用資源を活用した新ビジネスモデルの検討</p> <p>漁業者・漁協：試験操業による未利用資源の調査 (独)開発調査センター：既存資料の分析、水産試験場と連携した資源解析 県水産試験場：漁場調査、資源量の把握、開発調査センターへのデータ提供 県漁業振興課・漁業管理課：資源量に即した持続可能な底びき網漁業のあり方検討</p>						
	<p>定置網の敷設状況調査</p> <p>定置漁業者、民間企業、漁協： 自航式水中カメラによる網成り調査、潮流及び深度調査、GPS敷設位置確認調査、 自航式水中カメラによる立碇設置状況調査 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</p> <p>定置網敷設技術者の養成</p> <p>定置漁業者、民間企業： 将来の船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</p>						<p>◆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</p> <p>◆県内大型定置網の漁獲量14,900トン以上(H18~23の平均値)</p>
						<p>◆漁獲量の向上、定置網漁業の経営安定、担い手の育成確保</p>	

※改革のための6つの基本方向 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】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
1. 漁業生産量の確保 (6)就労の場の確保	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">                     P451 別図(水4)参照                 </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆足摺岬沖の定置網漁業は安定した生産(年平均1億円)を有し16名を地域で雇用</li> <li>◆同漁業を經營する民間企業が撤退(H25年8月末)を表明したことから、存続の危機が表面化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高知県漁協による定置網漁業の自営開始に必要な漁具等の購入を支援</li> <li>◆自営開始にあたってのリスク軽減が図られた</li> <li>・高知県漁協が定置網漁業の自営を開始(H24年9月～)</li> <li>◆定置網漁業による地域雇用が維持・存続した</li> </ul>	◆適正な収支・運営管理の実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆定置網漁業の漁協自営への円滑な移行</li> <li>★漁業經營開始時のリスク軽減</li> <li>★漁業經營の円滑な実施と地域雇用の継続</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					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)	
<p style="text-align: center;">➡</p> <p>漁業経営開始時のリスク軽減</p> <p>県漁協:漁業経営開始に向けた事業計画の策定と関係者の合意形成 土佐清水市:リスク軽減のための支援策の実施(H25) 県合併・流通支援課、水産政策課:事業計画策定への助言とリスク軽減のための支援策の実施(H25~30)</p>					◆適正な運営体制の確立	◆定置網漁業経営の継続と地域雇用の維持	
<p style="text-align: center;">➡</p> <p>漁業経営の円滑な実施と地域雇用の継続</p> <p>足摺岬地区漁業者:漁業経営の円滑な実施への協力 県漁協:漁業経営の円滑な実施と地域雇用の継続 県漁業指導所、合併・流通支援課:漁業経営全般への助言・指導</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 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	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	基本方向							
						1	2	3	4	5	6		
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上  (1) 魅力ある産地市場づくり		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆鮮度保持や衛生管理の取組が直ちに魚価に反映されにくい</li> <li>◆プール売り等により漁業者の取組改善へのインセンティブが働きづらい</li> <li>◆入札時間の制約から実需者のニーズ(配送時間等)に対応できていない</li> <li>◆規格選別が不統一</li> <li>◆零細な産地市場が多く、ロットや品揃えが困難</li> <li>◆市場統合に向けた合意形成が一定進展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・鮮度管理等に係る実証試験や学習会等を実施</li> <li>◆鮮度管理等に関する認識が向上し、改善に向けた取組が始まった</li> <li>・佐賀市場、清水市場及びすくも湾中央市場で市場の運営方法の改善に係る取組を実施</li> <li>◆佐賀市場で新たな荷捌方法(タンク取り方式)が定着するとともに、清水市場で運営方法の改善に向けた試行等の取組が始まった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆市場運営方法の改善や陸上集荷に係る関係者の合意形成と効果的な実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産地市場での入札方法等の改善</li> <li>★拠点市場での入札方法等の改善に向けた関係者の合意形成</li> <li>★拠点市場での入札方法の見直しや陸上集荷の試行</li> </ul>	○		○					
						<ul style="list-style-type: none"> <li>◆県が産地市場拠点化計画を策定し、7つの拠点市場を位置づけ(H15～16)</li> <li>◆高度衛生管理型市場として、すくも湾中央市場が供用開始(H17)</li> <li>◆清水市場の老朽化に伴い、新市場の整備が喫緊の課題として顕在化(H20)</li> <li>◆拠点市場を対象に優良衛生品質管理市場の認定取得に取り組むことを決定(H22)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・すくも湾中央市場で認定取得に向けた協議会を組織(H23)</li> <li>・清水市場整備検討委員会の場で認定取得に向け協議開始(H24)</li> <li>・室戸岬市場で認定取得に向けた協議会を組織(H25)</li> <li>◆すくも湾中央市場(H24)及び清水市場(H25)で優良衛生品質管理市場の認定取得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆優良衛生品質管理市場の認定に必要な関係者の衛生管理意識の持続と向上</li> <li>◆優良衛生品質管理市場の認定に必要な施設整備に要する事業主体の財政負担</li> <li>◆認定取得による知名度向上、他産地との差別化の取組推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆拠点市場における優良衛生品質管理市場の認定取得</li> <li>◎認定取得のための研修会・個別指導の実施</li> </ul>	○		○	
					<ul style="list-style-type: none"> <li>◆高度衛生管理に対応した市場の施設整備を促進</li> <li>◎認定取得に必要な施設の整備</li> <li>◎鮮魚の商品力向上に必要な施設の整備</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				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)
<p>入札方法の改善等に向けた関係者の合意形成</p> <p>漁業者・漁協・産地買受人: 入札方法等の改善に向けた関係者による協議 県合併・流通支援課: 関係者による合意形成に向けた働きかけ</p>				→	◆拠点市場7市場のうち3市場以上で入札方法の改善や陸上集荷が実施されている	◆県内外の水産流通事業者から県産鮮魚の品質が高いとの評価が定着している
<p>入札方法の改善策・陸上集荷等の試行</p> <p>漁業者・漁協・産地買受人: 入札方法の改善策や陸上集荷等の試行 市町村: 関係者による改善策等の試行に対する人的・財政的支援 県合併・流通支援課: 関係者による改善策等の試行に対する人的・財政的支援</p>						
<p>入札方法の改善策・陸上集荷等の本格実施</p> <p>漁業者・漁協・産地買受人: 入札方法の改善策や陸上集荷等の本格実施</p>				→		
<p>優良衛生品質管理市場の認定取得</p> <p>漁協: 認定取得に必要な市場ルールの改善と関係者への周知 県合併・流通支援課: 認定に必要な条件等を学習する研修会の開催や指導者の派遣</p>				→	◆拠点市場7市場のうち5市場で優良衛生品質管理市場の認定を受けている	
<p>高度衛生管理に対応した施設整備・鮮魚の商品力向上に必要な施設整備</p> <p>漁協: 高度衛生管理や鮮魚の商品力向上に必要な施設の計画的な整備 市町村: 施設整備を財政的に支援 県合併・流通支援課、漁業振興課: 施設整備を財政的に支援</p>				→		

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 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	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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上 (1) 魅力ある産地市場づくり		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産地市場拠点化計画を策定し、県内に7つの拠点市場を位置づけ(H15～H16)</li> <li>◆漁協合併や支所の統廃合とリンクするため、組合員の理解が得られず、実現した事例はわずか</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県漁協が再編整備計画を策定し、市場統合に係る検討を含む地元関係者等との協議を実施</li> <li>◆足摺岬市場の清水市場への統廃合を前提とした定置網漁獲物の集荷を開始</li> <li>・宿毛湾地域の市場統廃合に必要な、すくも湾中央市場事務所の整備を支援</li> <li>◆古満目市場、月灘市場等に続き、片島市場がすくも湾中央市場に統廃合され、宿毛湾地域における市場の一本化が実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆市場の統廃合に向けた関係者の合意形成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆★市場統合の計画的な推進</li> <li>★県漁協の組織再編整備計画に基づく3市場の統合</li> </ul>			○			
		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆買受人は市場ごとに固定化し、かつ減少傾向</li> <li>◆市場ごとに参入条件等に関するルールがまちまち</li> <li>◆市場取引に関する排他的な因習の存在</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場のオープン化に必要なルール(決済サイト、保証金額等)の統一と、名寄せ管理が可能な電算システムの整備</li> <li>◆県漁協において市場のオープン化が実現</li> <li>・拠点市場を中心に、市場運営方法の改善等に係る買受人との意見交換を実施</li> <li>◆買受人の意見を踏まえた市場運営方法等の改善と、買受人との信頼関係の構築が図られてきている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆定期的な意見交換の継続と買受人の意見を踏まえた市場運営の改善</li> <li>◆魅力的な市場づくりと効果的な誘致活動の展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆○既存の買受人との信頼関係の構築と新たな買受人の誘致</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				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)
<p>県漁協の組織再編整備計画に基づく3市場の統合</p> <p>県漁協:                      ・陸上集荷の試行と統合による市場運営の新たなルールづくり                      ・陸上集荷の本格実施と新たな市場ルールの運用による統合市場の運営                      市町村:市場統合に向けたソフト・ハード両面での財政的な支援                      県合併・流通支援課:陸上集荷の試行や市場統合の協議を指導、支援</p>					<p>◆宿毛湾地域の市場統合の完了</p> <p>◆県漁協の3市場の統合</p>	<p>◆7つの拠点市場に集約</p>
<p>すくも湾中央市場事務所の整備による市場統合の完了</p> <p>すくも湾漁協:市場事務所の整備(H24)                      県合併・流通支援課:市場事務所の整備を支援(H24)</p> <p>すくも湾漁協:市場統合に係る関係者の合意形成と市場ルールづくり                      県合併・流通支援課:上記取組の支援</p>						
<p>既存の買受人との信頼関係の構築と新たな買受人の誘致</p> <p>県漁協:定期的な意見交換の実施と買受人の意見に基づく市場運営の改善</p> <p>県漁協:あらゆる機会を捉え、販売力を有する買受人の誘致活動を展開</p>					<p>◆買受人が減少する中での新規参入の確保</p>	<p>◆オープンな産地市場の実現</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 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	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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上 (1) 魅力ある産地市場づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 中芸地区の定置網漁業の漁獲高は10年前から半減</li> <li>◆ 奈半利、田野、安田の3市場は年間取扱高が1億円未満で将来的に市場を継続することは困難</li> <li>◆ 中芸地区の4つの定置網漁業経営体が参画し中芸定置網漁業振興協議会を設立</li> <li>◆ 県漁協が足摺岬沖定置網漁業の経営を開始し、衛生管理型の清水市場へ集荷</li> <li>◆ 足摺岬の釣りブリ漁業者が鮮度管理等、品質向上に向けた取組に着手</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中芸定置網漁業振興協議会による新たな販売方法の試行や朝どれ鮮魚のPR等を支援</li> <li>◆ 協議会による直販所での販売が定着するとともに、中芸の朝どれ鮮魚の認知が一定図られた</li> <li>・ 県漁協(定置網自営)及び足摺岬の釣りブリ漁業者に鮮度管理の向上や清水市場(衛生管理型市場)への集荷を働き掛け</li> <li>◆ 鮮度管理等の取組が始まるとともに、定置網漁獲物の清水市場への集荷が開始された</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 漁獲物の品質向上に向けた取組の継続と効果的なPR・販路開拓等</li> <li>◆ 釣りブリ漁獲物の清水市場への集荷</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 新たな流通販売の取組を実践</li> <li>★ 直販等、新たな販売方法の実践</li> <li>★ 地理的優位性を活かした中芸ブランドの創出</li> <li>★ 品質管理の徹底等によるブランド価値の創出</li> <li>★ 釣りブリ漁業者への集荷に向けた働きかけ</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)
直販等、新たな販売方法の実践					◆新たな販売方法が定着	◆中芸地区がモデルとなり他地区の定置網の取組へと波及
漁業者: 試験的な取組の実施や新たな販売方法の検討 市町村: 試験的な取組や情報収集への財政的な支援と助言・指導 県合併・流通支援課: 試験的な取組や情報収集への財政的な支援 県漁業指導所: 取組全般への助言・指導		漁業者: 新たな販売方法の継続的な実施				
地理的優位性を活かした中芸ブランドの創出					◆中芸ブランドが県内で認知され魚価の向上に反映	◆県内外で足摺岬ブランドが定着
漁業者: 試験的な取組の実施や朝どれを基本としたブランド化手法の検討 市町村: 試験的な取組等への財政的な支援と助言・指導 県合併・流通支援課: 試験的な取組等への財政的な支援 県漁業指導所: 取組全般への助言・指導		漁業者: ブランド価値の維持と継続的な出荷				
品質管理の徹底等によるブランド価値の創出、釣りブリ漁業者への集荷に向けた働きかけ					◆品質向上の取組が定着し鮮度等の評価が向上	
県漁協(定置網経営)、釣りブリ漁業者: 鮮度管理の徹底や衛生管理型の清水市場への集荷等、品質向上に向けた取組と、ブランド化に向けたPR 県漁協: 衛生管理型の清水市場への集荷に向けた働きかけ 県合併・流通支援課: 品質向上やPRの取組を支援 県漁業指導所: 鮮度管理等、品質向上の取組を技術的にバックアップ						

※改革のための6つの基本方向

- 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】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上 (2) 県漁協の販売事業強化	<div data-bbox="103 481 263 593" style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">                     P452 別図(水4)参照                 </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆県漁協は自ら市場入札に参加し、買取販売に着手(H20)</li> <li>◆営業力、交渉力を持った人材が少ない</li> <li>◆有利販売のノウハウがない(あらゆる有利販売チャネルでの販売実績の積み重ねが必要)</li> <li>◆県漁協の財務基盤は弱く、リスクの引き受けや必要人員確保の余裕がない</li> <li>◆収益性の確保に対する職員の意識が低く、現状では漁協経営を圧迫</li> <li>◆民間企業と同じレベルでの労務管理や成果主義の導入が困難</li> <li>◆従来の漁協は受託販売業務に止まり、市場入札を業務として行っていなかった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高知県漁協の買取販売事業中期計画(H23年11月策定)に基づく事業体制構築、販路確保、取扱高拡大等を支援</li> <li>◆直販店販売、量販店取引、業務筋取引等段階を経ながら販路を拡大</li> <li>◆販売子会社が設立され直販店業務を開始(H24年10月)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆取扱高の増大と収益性の確保</li> <li>◆組織体制の強化</li> <li>◆買取販売事業中期計画の現状に即した見直し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆★仕入・販売体制の効率化</li> <li>◆◎販路の拡大等による取扱高の増大と収益性の確保</li> <li>◆★販売子会社の円滑な運営</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					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)	
<p>買取販売事業中期計画の着実な実行</p> <p>県漁協: ・仕入・販売体制の効率化によるコスト削減 ・販路の拡大等による取扱高の増大 ・販売子会社の運営による意思決定の迅速化、経営責任、収支の明確化と柔軟な組織運営 県合併・流通支援課:販売子会社の設立・運営や販売促進等を支援</p>					<p>H28以降</p> <p>県漁協: ・新たな販売戦略の推進 県合併・流通支援課: ・県漁協の買取販売事業の取組支援</p>	<p>◆高知県漁協の買取販売事業及び販売子会社の単年度黒字の達成</p>	<p>◆有利販売のできる取引先の選択と拡大</p> <p>◆市場信用力の獲得と産地としての認知度向上、ブランド化の実現</p> <p>◆漁業者への収益還元(手数料の引き下げ等)の実施</p> <p>◆多くの漁業者が実感できる浜値向上への寄与(実現)</p>
<p>入札担当職員の育成</p> <p>県漁協:販路拡大に伴う入札市場の拡大、品揃えの確保等が可能な現場人員・体制の整備 県合併・流通支援課:入札担当職員の能力向上に資する取組を支援</p>				<p>◆4年間の取組の総括と新たな販売戦略の策定 県合併・流通支援課: ・上記取組の支援</p>		<p>◆主要な市場での効率的な入札、仕立、配送システムを構築</p>	<p>◆全ての市場で効率的な入札、仕立、配送システムを構築</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上  (3) 地産地消の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆魚離れの進行 H18には国民1人が1日に消費する肉の量が魚介類の量を逆転</li> <li>◆高知市中央卸売市場での水産物の取扱高が大幅に減少 ・H4:293億円 →H22:125億円</li> <li>◆県民が水産物を購入する際の県内産への意識が高い(H20 県民意識調査: 76.4%)</li> <li>◆魚の旬や調理方法、漁業者に関する情報を求める県民が多い</li> <li>◆子どもに魚を食べさせる機会を増やしたいと考える母親が多い(8割以上:大日本水産会調査)</li> <li>◆食の安心・安全を求める消費者意識の高まりから、地域水産物に対する潜在的なニーズが高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆量販店等と連携したプレゼントキャンペーンの実施(H21)</li> <li>・土佐のおさかなまつりの開催(H22～)</li> <li>・高知市中央卸売市場と連携した親子料理教室の開催(H21～)</li> <li>◆土佐のおさかなまつりの来場者数 H22:3,700名 H23:4,800名 H24:6,912名 H25:13,500名</li> <li>・ホームページによる漁業や県産魚等に関する情報発信(H21～)</li> <li>・おさかなPR大使による県産水産物のPR(H21～)</li> <li>・土佐の魚PR活動推進パートナー店制度による県産水産物のPR(H21～)・龍馬博メイン会場での県産水産物のPR(H22)</li> <li>・県産水産物を使用した料理レシピの募集、応募作品の飲食店でのメニュー化、入賞作品のレシピ化(H22)</li> <li>・水産物消費拡大対策検討会の運営(H21～)</li> <li>・量販店等と連携した「土佐のたたき文化」の情報発信(H22～)</li> <li>・県産魚の「たたき料理」を提供し、たたき文化の発信を行う飲食店を紹介したパンフレットの作成と配布(H23～)</li> <li>◆ホームページ、料理教室、パートナー店、PR大使、たたき文化の発信、おさかなまつりなどが県民に一定認知され、消費者が求める魚の旬・料理方法等の情報を発信する仕組みや漁業等に接する機会を提供する仕組みが整備された。しかし、消費者の食生活の多様化等による魚離れを食い止めるには至っておらず、継続した取組が必要である</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆消費者への効果的な情報発信</li> <li>◆水産物の生産から流通に関わる関係者の連携と主体的なPR活動等の展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆水産関係事業者等と連携した消費拡大対策の展開</li> <li>○土佐のおさかなまつりの開催</li> <li>○県内の小・中学生を対象に地域の魚食文化や漁業の実態等をテーマにした食育活動を展開</li> <li>○親子料理教室の開催</li> <li>○土佐の魚PR活動推進パートナー店制度による県産水産物のPR</li> <li>○ホームページによる本県漁業、県産魚の旬や食べ方、イベント情報等の発信</li> <li>○おさかなPR大使による県産水産物のPR</li> </ul>	○		○				

P453  
別図(水5)参照

※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>土佐のおさかなまつりの開催</p> <p>漁協・市場・水産加工業:おさかなまつりへの参画・県産水産物のPR 県合併・流通支援課:おさかなまつりの全体企画の運営</p>					<p>◆水産物の生産・流通・消費に関わる関係者間で消費拡大に向けた連携体制が整備されている</p> <p>◆おさかなまつり、料理教室などのイベントやおさかなPR大使・ホームページが県民等に認知されている</p>	<p>◆県民の魚の消費量が全国で上位に位置づけられる 【参考】 生鮮魚介類の1世帯あたり購入量(H22年家計調査年報:高知市31.3kg 全国51都府中32位)</p> <p>◆高知市中央卸売市場における本県産鮮魚の取扱シェアが向上している 【参考】 高知市中央卸売市場における高知県産鮮魚の取扱量のシェア【H22年】41.1%</p>
<p>食育活動の実施</p> <p>漁業者・水産加工業者・高知県学校給食会・量販店:各機関と連携し食育活動を実施 県合併・流通支援課:小中学校での魚食普及活動の企画運営及び漁業者等が実施する食育活動を支援</p>						
<p>親子料理教室の開催</p> <p>市場関係者:食材の供給等事業運営への協力 高知市:会場の提供会場の提供 県合併・流通支援課:料理教室の全体企画の運営</p>						
<p>ホームページによる情報発信</p> <p>県合併・流通支援課:ホームページの運営(保守管理・情報の更新)</p>						
<p>おさかなPR大使・土佐の魚PR活動推進パートナー店によるPR</p> <p>おさかなPR大使:県事業等への協力によるPR 土佐の魚PR活動推進パートナー店(小売店・飲食店):県事業等への協力と県産水産物の積極的な使用 県合併・流通支援課:PR大使のイベント等での活用、PR/パートナー店の募集・情報発信</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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】

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	基本方向						
					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 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;">             P454 別図(水6)参照           </div>	<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> <li>◆ 首都圏等の遠隔地への外商が進んでいない</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のと同時に、マリン・エコ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> <li>◆ 買受人による推進組織(産地買受人連絡協議会)を設置(H24)</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>◆ マリン・エコラベルの消費者・流通加工業者への普及</li> <li>◆ マリン・エコ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</li> <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> <li>◆ 買受人の組織化と主体的な活動の促進</li> <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>	○		○				

※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 (令和10年度)
<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>					<p>◆本県と関西市場及び中四国市場との交流の定着</p>	<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> <p>◆大阪市場でのシェア拡大</p>
<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>						
<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:組織設置に向けた産地買受人への働きかけ</p>					<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>	
<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>						

※改革のための6つの基本方向

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

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	基本方向						
					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 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;">             P454              別図(水6)参照           </div>	<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、すくも湾漁協がキビナゴを対象とした漁法でマリン・エコラベル・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付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>◆ マリン・エコラベルの消費者・流通加工業者への普及</li> <li>◆ マリン・エコ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>◆ 商談会への参加機会の拡大等による県産水産物の外商活動の強化</li> <li>○ 地産外商に取り組む推進組織による地産外商活動の実施</li> <li>○ マリン・エコラベル・ジャパンの普及</li> </ul>	○		○				
				◆ 食文化の情報発信	○		○				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 水産物の営業販売の現場においては商品の「訴求力」や「ストーリー性」が重要視されるが、現状では事業者等に本県水産物の強みや特性等に係る情報が十分に周知されていない</li> <li>◆ 高知県漁協が100%出資する「JFこうち・海の漁心市(株)」が設立され、営業を開始(H24年10月)</li> <li>◆ 高知県漁協の販売子会社には本県水産物の流通販売を牽引する役割が求められている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 本県水産物の強み・特性の洗い出し、取りまとめ等を県漁協販売子会社が実施</li> <li>◆ 本県の魅力ある水産物を紹介するリーフレット及びキャッチコピーロゴが完成し、イベント等でのPR活動で活用</li> </ul>	◆ 魅力の発信による本県水産物の商品力の強化	◆ 県水産物の統一ブランドの確立	○		○				
				★ストーリーを活用した民間事業者等の営業販売活動による統一ブランドの確立							

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業



第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>地産外商に取り組む推進組織による販売促進活動の実施</p> <p>推進組織(漁協等): 主体的な販売促進活動を実施 県合併・流通支援課: 推進組織の取組を人的・財政的に支援</p>					<p>◆推進組織による主体的な外商活動が定着</p> <p>◆主要な魚種・地域でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得し、認知度が向上</p>	<p>◆関西市場を中心に、高知県の水産物は品質が高いとのイメージが浸透し、他産よりも高値で取引</p>	
<p>マリン・エコラベル・ジャパンの普及</p> <p>漁協・流通加工業者: 認証の取得と販売活動への活用 市町村: 認証取得者への財政的支援 県合併・流通支援課: 認証制度のPRと認証取得への人的・財政的支援</p>							
<p>「土佐のたたき文化」の情報発信</p> <p>量販店・鮮魚店・飲食店: 県事業への協力や主体的な取組による情報発信 県合併・流通支援課: 「たたき料理」の歴史、作り方、提供する飲食店等の情報発信</p>					<p>◆県外消費地でのたたき文化の認知度が向上</p>	<p>◆本県産水産物の消費が拡大</p>	
<p>本県水産物の強み・特性(ストーリー性)の整理</p> <p>県漁協販売子会社: 聞き取り調査等による生産、流通・加工、消費の各段階における強みや特性の洗い出しと、検討委員会におけるストーリー性の整理・確立 県合併・流通支援課: 販売子会社への業務委託と指導・助言</p>					<p>◆本県水産物のストーリーが民間事業者等へ周知・普及され、営業販売の現場で広く活用</p>	<p>◆県外においても本県の水産物の強み・特性が認知され、商品力が向上</p>	
<p>ストーリーを活用した民間事業者等の営業販売活動による統一ブランドの確立</p> <p>民間事業者等: ストーリーを活用した本県水産物の営業販売 県漁協販売子会社: ストーリーの民間事業者等への周知・普及と自らの営業販売への活用 県合併・流通支援課: ストーリーの民間事業者等への周知・普及</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 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	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	基本方向						
					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  <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">             P454              別図(水6)参照           </div>	<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> <li>◆ 首都圏等の遠隔地への外商が進んでいない</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <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</li> <li>★ 大都市圏の飲食店等を「高知家の魚 応援の店」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> <li>◆ 首都圏での本県水産物のPRと外商活動の展開</li> <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>	○		○				

※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>「高知家の魚 応援の店」を活用した地産外販の推進</p> <p>産地買受人等: 応援の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: 応援の店とのネットワークの構築と商談機会の提供</p>			◆応援の店500店舗とのネットワークの構築	◆応援の店との取引拡大
		<p>「全国漁港マーケット」(仮称)を活用した首都圏での本県水産物のPRと外販活動を展開</p> <p>出店事業者: 築地を拠点とする県産水産物のPRと業務筋向け外販活動の推進 出展事業者以外の県内事業者: 施設を活用した産水産物のPRと外販活動の推進 県合併・流通支援課: 出店事業者と連携しPR活動と販売促進活動を実施</p>			◆漁港マーケットを活用した情報発信により本県水産物の首都圏での認知度が向上	◆大消費地である首都圏での本県水産物の浸透

※改革のための6つの基本方向

- 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】

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	基本方向					
						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>◆近年の燃油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)を過ぎず、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>(養殖生産者による販売促進)</li> <li>・技術や経営の向上等のため、定期的に学習会を開催</li> <li>・各グループが行う販売促進活動やブランド化の取組を支援</li> <li>◆ブランドマダイ「海援鯛」がならコープの産地直結取扱品目に指定</li> <li>◆宿毛の「ゆずブリ」「ゆずカンパチ」「直七マダイ」、須崎の「極美勘八」などの新ブランドが誕生</li> </ul> <p>(水産試験場による新たな養殖技術の開発)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・季節や成長段階に応じた適正な給餌量の把握</li> <li>・ショウガ粉末の餌への添加による効果発現の把握</li> <li>・赤潮被害の防除対策としての餌止めの効果と成長への影響の把握</li> <li>・マダイの商品価値の低下につながる、成熟に伴う体色黒化を防止する技術の開発</li> <li>◆コスト削減につながる適正量の給餌方法が概ね確立</li> <li>◆餌へのショウガ添加により抗病性の上昇を確認</li> <li>◆餌止めによる赤潮被害の低減効果、また給餌再開により魚体重の回復が可能であることを確認</li> <li>◆給餌調節により体色の黒化を低減できる可能(漁場環境調査や魚病対策の継続)</li> <li>・漁場環境や赤潮の精力的な調査と結果の速やかな周知を実施</li> <li>・赤潮や魚病の防除、対策に関する学習会を開催</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>◆漁業者自らによる環境モニタリング意識の向上</li> </ul> <p>(県産養殖魚の認知度向上)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大手グルメサイトと連携し、関西圏の業務筋21店舗を養殖産地へ招聘、産地見学・商談会と店舗での高知産養殖魚フェアを開催</li> <li>◆生産者のこだわりや高知産養殖魚の品質の良さがPRでき、認知度の向上に寄与</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆中小零細な家族経営型の養殖生産者における担い手対策</li> <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</li> <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> <li>◆養殖の協業化等の促進と担い手の確保・育成</li> <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> <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</li> <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> <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>	○	○				

P455  
別図(水7)参照

※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>養殖生産者グループの育成</p> <p>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、生産経費削減、品質の均一化等に向けた取組を支援</p>					<p>◆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</p> <p>◆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</p> <p>◆消費地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</p>	<p>◆漁協による系統出荷の拡大</p> <p>◆規模拡大による経営体の足腰の強化</p> <p>◆高い技術と知識を備えた担い手の育成</p> <p>◆生産者に有利な販売体制の実現</p>
<p>養殖の協業化等の促進と担い手の確保・育成</p> <p>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座学研修の実施                      ・起業、規模拡大に必要な施設整備等の支援</p>						
<p>効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の開発と普及</p> <p>高知大学：高品質魚の生産に向けた餌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)</p> <p>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</p>						
<p>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</p> <p>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</p>						
<p>養殖生産者が自ら行う流通・販売への取組強化</p> <p>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</p> <p>(P424)                      ◆商談会への参加機会の拡大等による県産水産物の外販活動の強化」等に統合して実施)</p>						
<p>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</p> <p>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</p> <p>(P426)                      ◆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販活動の推進」等に統合して実施)</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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 足腰を詰め、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

# 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	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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
(2)企業活力を活かした養殖漁業の振興	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>◆種苗量産技術が確立されておらず、ほぼ100%を中国からの輸入種苗に依存している</li> <li>◆種苗の供給が不安定なことや防疫上の懸念がある</li> </ul>	<p>(民間企業)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H24: (独)水研センター提供の受精卵を用いた生産試験</li> <li>◆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</li> <li>・H25: 企業所有の親魚を用いた採卵試験</li> <li>◆企業所有の親魚から初の採卵に成功(390万粒)</li> </ul> <p>(水産試験場)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H24民間企業産種苗の品質評価試験等を実施(~25)</li> <li>◆成長や形態異常の出現率、抗病性などの点で優れた結果</li> <li>◆稚魚~幼魚期の配合飼料での育成に成功</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆民間企業所有親魚からの受精卵の量的・安定確保</li> <li>◆量産化に向けた生産技術のさらなる向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆★養殖用カンパチ人工種苗の量産技術の開発</li> </ul>	○	○	○			
				<ul style="list-style-type: none"> <li>◆★カンパチ親魚候補の選抜育種</li> </ul>	○	○	○			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>◆水揚げの際の係留施設や給氷施設等の基盤整備が遅れている</li> <li>◆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</li> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- マグロ養殖振興検討会を設置し、振興策を協議</li> <li>◆高知県マグロ養殖振興指針を策定</li> <li>- スラリーアイス実証モデル試験を実施</li> <li>◆冷却効果は通常方法と大差なし、作業効率は向上</li> <li>- 水産試験場がすくも湾漁協にウイルス病の診断技術を指導</li> <li>◆漁協での早期診断体制が確立</li> <li>- 高知産養殖マグロの県内への試験出荷を実施</li> <li>◆県内飲食店が定期的な取扱を開始</li> <li>- インフラ整備の取組への支援</li> <li>◆搬送道路の拡幅に向けた整備方針の策定が開始</li> <li>◆橋浦漁協の製氷施設が着工(25年度内に完成予定)</li> <li>◆橋浦地区の生産者の出荷施設が完成</li> <li>- 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</li> <li>◆県内企業と水産試験場の連携による技術開発が合意</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆人工種苗の導入の促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>★振興指針の策定</li> <li>★技術支援、人材育成</li> <li>★安定生産に向けた基盤整備等(製氷施設等)</li> <li>★県内消費の拡大</li> <li>★種苗の安定確保</li> <li>★新たな漁場の確保</li> </ul>	○		○	○	○	

P456  
別図(水8)参照

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)		
H24	H25	H26	H27	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><b>養殖用カンパチ人工種苗の量産技術の開発</b></p> <p>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</p>					<p>養殖用カンパチ人工種苗の量産事業の実施</p> <p>企業:事業化に向けた優良親魚の育種、量産体制の確立</p>		<p>◆高品質なカンパチ人工種苗の量産技術が確立</p> <p>◆県内での需要相当尾数である110万尾を生し、地産地消が実現</p>	<p>◆養殖用人工種苗の地産外商の展開</p> <p>◆高品質種苗の安定供給による県内カンパチ養殖の拡大</p>
<p><b>カンパチ親魚候補の選抜育種</b></p> <p>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、体型の良さその他、親魚として有用となる形質の探索と飼育試験による優良形質群の選抜</p>								
<p><b>振興指針の策定</b></p> <p>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</p>							<p>◆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</p> <p>◆関連事業の集積による地域経済の活性化</p>	<p>◆養殖マグロ産地としての知名度向上</p> <p>◆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</p>
<p><b>魚病診断指導体制の強化</b></p> <p>県水産試験場:漁協が実施する魚病診断の技術指導</p>					<p>外部講師による学習会                      生産者、漁協:学習会への参加、マグロ養殖を担う人材育成                      県宿毛漁業指導所:学習会</p> <p>技術支援、人材育成                      生産者、漁協、県宿毛漁業指導所:春期の水質急変による死亡被害の軽減に向けた取組</p>		<p>◆人工種苗の生産技術が向上(1,000尾を生産)</p>	
<p><b>安定生産に向けた基盤整備等</b></p> <p>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</p>								
<p><b>県内消費の拡大</b></p> <p>生産者、加工業者、漁協:県内業務筋等への販促活動、PR資材作成                      宿毛市、大月町、県宿毛漁業指導所・漁業振興課:販促活動の取組を支援</p>					<p>(P420)                      「◆水産関係事業者等と連携した消費拡大対策の展開」に統合して実施)</p>			
<p><b>種苗の安定確保</b></p> <p>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構築                      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</p>					<p>生産者、県漁業振興課:親魚養成、採卵技術の開発                      民間企業、県宿毛漁業指導所・水産試験場:技術支援</p> <p>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</p>			
<p><b>新たな漁場の確保</b></p> <p>県水産試験場・漁業振興課:新規漁場候補地の測量調査</p> <p>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</p>								

※改革のための6つの基本方向

- 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【2. 漁業費用を削減】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 漁業者による漁業費用の削減		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 燃油単価の高騰、高止まりが漁業経営を圧迫</li> <li>◆ 漁業不振や後継者不在により、設備投資意欲が減退</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 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</li> <li>◆ 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</li> <li>◆ 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 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</li> <li>◆ 基幹漁業者がより活用しやすい制度の設計</li> <li>◆ 老朽化した漁労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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 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</li> <li>○ 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)</li> <li>★ 地域水産業の課題解決に向けた設備投資事業への支援</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p>P457 別図(水9)参照</p> </div>			○			
		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 水産資源の減少、魚価の低迷、燃油・飼料の価格高騰などによる漁業経営の圧迫</li> <li>◆ 赤潮や魚病等による被害が養殖経営を圧迫</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 説明会等の開催により共済加入者への資源管理・漁業収入安定対策制度への参加、及び未加入者に対する共済加入を働きかけ</li> <li>◆ 養殖共済の契約が増加 (件数: H22、70件 → H23、99件、 加入率: H22、16.2% → H23、26.9%)</li> <li>◆ 制度が定着 漁獲: 23の資源管理計画が策定され、101経営体が参加(H25) 養殖: 2漁協、49経営体が参加(H25)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ H26以降も取組を継続し、共済既加入者の制度参加と未加入者の共済加入・制度参加を呼びかけ加入率を向上させる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 資源管理・漁業収入安定対策の推進</li> <li>○ 集中的な漁業者への制度周知及び加入推進活動</li> <li>○ 指針の見直しや新たな計画の作成支援など制度の円滑な運用</li> <li>○ 養殖漁業について、加入要件の緩和に向けた国への政策提言</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



【水産業分野】

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 漁業経営構造改善計画の励行等によるソフト面での漁業経営の改善の支援</p>					<p>◆エンジン換装前と比較し燃油消費量が削減</p> <p>◆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>地域水産業の課題解決にむ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 漁業経営構造改善計画の励行等によるソフト面での漁業経営の改善の支援</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>	
<p>国への政策提言、集中的な漁業者への制度周知及び加入推進活動(3年間の重点取組)</p> <p>県・系統団体: 周知及び加入推進活動(漁業者向け説明会実施等)、漁業者への資源管理計画等作成指導 県: 国への政策提言</p>					<p>◆資源管理に取り組む漁業者割合が引き上げられ、計画的に経営を行う漁業者が増加</p> <p>◆漁業者の収入安定とコスト軽減の実現</p>	
<p>指針の見直しや新たな計画の作成支援など制度の円滑な運用</p> <p>県: 資源管理指針の見直し、資源管理計画等の作成指導 系統団体: 加入推進活動、資源管理計画等の履行確認支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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【2. 漁業費用を削減】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2 漁協による漁業費用の削減		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆漁業者のみならず、漁協の役員数も、組織再編、経営合理化等により減少傾向にある</li> <li>◆経営状況が悪化している漁協が相当数あり、経営改善に取り組む必要がある</li> <li>◆産業振興計画に取り組む上で、漁業者や地域を支える漁協職員の役割は重要性を増している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2ブロック(中・東部、西部)で階層別研修会(「役員・管理職員」「中堅・若手職員」)を開催</li> <li>◆研修参加者 H24: 延べ164人 H25: 延べ195人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆漁協のニーズに即した研修テーマの設定</li> <li>◆研修内容の周知及び研修への参加要請</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆漁協役員の人材育成</li> <li>○中長期的な視点で幹部役員や若手職員を育成するため研修を継続</li> </ul>			○		○	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆合併前は、漁協経営の悪化に伴い各種手数料が増加</li> <li>◆県漁協は支所別、市場別に手数料率を設定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県による借入金の圧縮等にかかる支援により、経営基盤の強化等を推進</li> <li>◆借入金の圧縮等、財務体質の改善が一定図られた</li> <li>・不良債権の処理等による繰越欠損金の増加に伴い、経営改善計画を見直し(H23年3月)、月次での厳格な進捗管理を実施</li> <li>◆経営改善計画(見直し)の実質的な初年度であるH24年度は計画を達成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆経営改善計画の着実な実行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆◎県漁協の経営改善計画の着実な実行</li> </ul>			○			
		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆系統3段階制が燃油・資材の供給価格引下げの足枷</li> <li>◆25漁協が合併しH20. 4. 1、県漁協を設立</li> <li>◆県漁連総会で県漁協へのH22年度末までの事業移管を決議(H20. 10. 1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県漁連の経済事業を県漁協が継承し、系統2段階制に移行(H23年4月)</li> <li>◆削減された中間マージンを組合員への供給価格に反映</li> <li>・合併不参加漁協に対する軽油の供給体制を構築(H23年4月)</li> <li>◆合併不参加漁協への安定的な供給体制が定着した</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆購買品価格の情報提供</li> <li>◆スケールメリットを活かした供給価格引き下げの取組</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆◎供給価格の透明性の確保と取扱高の拡大</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					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)	
<p>漁協の将来を担う人づくり</p> <p>漁協: 研修を受講することで、役職員の意識改革を進めるとともに、経営戦略を実行するためのスキルを習得する                      県水産政策課: ブロック別研修会の開催等により人材の育成を促進する                      短期: 幹部役職員の育成                      中長期: 若手を含め、自律的な人材育成の体制確立</p>					<p>◆職務の一環として研修事業が定着するとともに、経営改善の中核となる役職員が育成される</p>	<p>◆若手・中堅職員の意識改革が進み、経営改善に向けた取組を継続できる仕組みが確立される</p>	
<p>県漁協の経営改善計画の着実な実行</p> <p>県漁協:                      ・経営改善計画の厳格な進捗管理による着実な実行                      ・職員定数の削減と支所・市場の統廃合の実施                      漁協系統団体、県合併・流通支援課:                      ・経営改善計画の進捗管理と着実な実行を支援</p>					<p>◆事業管理費の削減による事業利益段階での黒字化達成</p>	<p>◆欠損金の解消と内部留保による経営の安定と手数料率の引下げ</p>	
<p>供給価格の透明性の確保と取扱高の拡大</p> <p>県漁協:                      ・仕入、供給価格等の組合員や不参加漁協に対する情報提供                      ・ロットの拡大による仕入コストの削減                      ・組合員に対する系統購買利用拡大の啓発</p>					<p>◆漁協購買事業の利用率向上</p>	<p>◆すべての取扱手数料の支所間の平準化による組合員への還元の実施</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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【2. 漁業費用を削減】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2 漁協による漁業費用の削減		◆合併前は、組合員の漁協離れが進み、民間との取引が伸長  ◆民間に比べ総じて割高でサービスの質も低水準	・県漁協は幡東及び清水ブロックで資材購買の在庫管理の適正化や事業形態の見直しを実施(中央ブロックでも同様の取組に着手)  ◆幡東ブロックでは取扱商品の絞り込みや在庫管理の適正化が、清水ブロックでは事業運営リスクの軽減を目的とした注文販売への移行がそれぞれ図られた	◆仕入・在庫管理の適正化と事業の在り方の検討  ◆取扱品目の統一、削減による購買事業の効率化	◆◎購買品の絞り込みと仕入・在庫管理の見直し			○			
		◆経営体の多くは零細で、いわゆるドンブリ勘定  ◆延滞債務の増加が漁業経営を圧迫  ◆漁協に経営指導の意識が欠如	・経営指導を担う相談員と専門知識を有したアドバイザー等を配置  ◆組合員の経営改善や債務の圧縮が一定図られた	◆資源の減少や組合員の高齢化等により漁業経営が悪化する中、延滞債務の発生防止や管理・回収を図る視点からの経営指導が必要	◆組合員に対する経営指導の強化  ★県漁協の債権管理・回収機能の強化				○		

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>購買品の絞り込みと仕入・在庫管理の見直し</p> <p>県漁協:                      ・商品コードの統一による在庫の集中管理体制への移行                      ・回転率等の分析による取扱品目の絞り込み                      ・在庫を極力削減する受発注単位、手法等の見直し</p>					◆漁協購買事業の利用率向上	◆購買事業の効率化の効果が商品の供給価格に反映	
<p>組合員に対する経営指導の強化</p> <p>県漁協:                      ・相談員、アドバイザーの連携強化による指導体制の強化                      ・研修の充実による相談員、指導員のレベルアップ                      県合併・流通支援課:                      ・アドバイザーの配置、相談員の取組やレベルアップを支援</p>							
<p>組県漁協の債権管理・回収機能の強化</p> <p>県漁協:                      ・債権管理室、各支所及びアドバイザーが連携した債権の管理                      ・債権の管理・回収にノウハウの習得                      県合併・流通支援課:                      ・アドバイザーの配置等による、債権の管理・回収体制の強化を支援</p>					◆延滞債務の計画的な圧縮	◆延滞債務の大幅な圧縮により漁協の資金管理等が円滑化	

※改革のための6つの基本方向

- 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



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)	
<p>漁村での雇用の場として持続可能な活動の展開</p> <p>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</p>					<p>◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献</p>	<p>◆事業継続・拡大により地域雇用に貢献</p>	
<p>事業化を軌道に乗せる活動への支援</p> <p>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</p>							
<p>事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大</p> <p>加工事業関係者、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</p>							
<p>漁業者による6次産業の創出</p> <p>漁業者: 生産・加工・流通が一体となった新たな取組の実施                      加工業者等: 漁業者と連携した新たな取組の実施                      6次産業化サポートセンター: 計画策定の指導、取組の円滑な実行に向けたアドバイス                      県合併・流通支援課、県漁業指導所: 取組の掘り起こし、計画策定と円滑な実行を支援</p>							
<p>衛生管理の高度化を促進</p> <p>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</p>							
<p>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</p> <p>加工業者等: 連携の組織づくり、製造販売体制の確立                      県合併・流通支援課: 連携体制の構築に係るソフト・ハード支援</p>					<p>◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現</p>	<p>◆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</p> <p>◆水産食料品の県際収支の黒字幅を拡大</p>	
<p>養殖魚の前処理加工の促進</p> <p>養殖事業者、漁協: 協議会組織による養殖魚に関する外商戦略の検討                      市町、県合併・流通支援課: 検討に係る一連の取組に対する支援</p> <p>養殖事業者、漁協: 事業実施の体制づくり、前処理加工の取組推進                      市町、県合併・流通支援課: 取組に対する支援</p>							
<p>◆漁業者による6次産業化の取組等、新たな水産加工が事業化</p>					<p>◆漁業者による6次産業化の取組等、新たな水産加工が事業化</p>	<p>◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工場が取得</p>	
<p>◆事業者間連携による製造販売体制の確立</p>							
<p>◆養殖魚の前処理加工事業が開始</p>					<p>◆養殖魚の前処理加工事業が開始</p>	<p>◆養殖魚の前処理加工事業が開始</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
<b>施策</b> (1)宗田節加工業の振興	◆宗田節の生産高は全国シェアの8割 ◆宗田節加工業は300人が従事するとともに原料魚確保を担う200人のめじか漁業者を抱え、地域経済にとって極めて重要 ◆食生活の多様化に伴い宗田節の需要は減少傾向 ◆宗田節加工業の経営体はここ20年でほぼ半減の20経営体まで減少 ◆かつお節と異なり魚体が小さく手作業での処理が欠かせないため、抜本的な機械化、省力化は困難	・宗田節加工業振興基本計画の策定 ・宗田節PRの推進組織「宗田節をもっと知ってもらいたい委員会」が設立 ・委員会を中心に県内外での宗田節のPR活動を展開 ・一般消費者向け宗田節新商品を開発(土佐清水元気プロジェクト) ◆宗田節の認知度が一定向上、新商品の販売も順調に伸びており、今後もPR活動を継続するとともに新商品の更なる販路開拓が必要	◆宗田節新商品を活用した外商活動の展開	◆○宗田節の認知度向上、ブランド化の推進  ◆○新製品の開発、販路の開拓	○	○	○			
(2)シラス加工業の振興  <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content;">                         P460                          別図(水12)参照                     </div>	◆シラス加工業は土佐湾中央域の基幹的漁業であるシラス機船船びき網漁業の漁獲物の受け皿として、また地域の地場産業として極めて重要 ◆シラス加工業、シラス機船船びき網漁業ともに、経営体数、生産量が大幅に減少 ◆現在、シラス機船船びき網漁業はいくつかの市場に分散して水揚げしているため、加工業者、漁業者の何れにとっても非効率な状況 ◆従来からの取引慣行や関連施設の整備が不十分なことから、高知新港への水揚げはこくわずか	・浜改田、十市、三里の漁業者を中心に、高知新港への水揚げの集約化に取り組む方向で協議を開始 ・浜改田、十市及び高知県漁協並びに南国市、高知市及び県で検討委員会を組織 ◆高知新港の水揚げ集約化を軸としたシラス流通ビジョンを策定 ・シラス流通ビジョンの実現に向けて、高知沖シラス産地協議会を設立 ◆産地水産業強化支援事業(国費)において、事業計画が承認され(H25)、市場集約化に向けた取組が開始	◆シラス水揚げの集約化に係る合意形成や条件整備に向け、協議会を中心とした関係者間の調整	◆★水揚げの集約化に係る関係者の合意形成  ◆★水揚げの集約化に向けた条件整備	○	○				

※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					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>認知度向上に向けたPR活動の展開</p> <p>宗田節をもっと知ってもらいたい委員会: 県外に軸足を移したPR活動を展開 土佐清水市: 補助事業等により、活動の円滑な実施を支援 県合併・流通支援課: 補助事業等により、活動の円滑な実施を支援 県漁業指導所: 委員会の活動を支援</p>					<p>◆宗田節の魅力が認知され、一般消費者向けの需要が拡大</p>	
<p>食育活動等の継続的な実施</p> <p>宗田節をもっと知ってもらいたい委員会: 食育活動や外商活動を継続して実施 土佐清水市: 委員会の活動を支援 県漁業指導所: 委員会の活動を支援</p>					<p>◆一般消費者の認知度向上が業務用需要の増加にも波及</p>	
<p>新製品の開発、販路の開拓</p> <p>土佐清水元気プロジェクト: 宗田節新製品の事業ベースでの生産、県内外小売業等への営業・販売、ギフト商品等としての販売の展開 宗田節をもっと知ってもらいたい委員会: 新製品をアイテムとした、宗田節のPR活動を展開(販促を後押し) 土佐清水市: 元気プロジェクトの新製品の生産体制の整備を支援、販路開拓等を側面支援 県合併・流通支援課: 新製品の生産体制の整備や営業・販売等に係る補助事業の活用を支援、販路開拓等を側面支援 県漁業指導所: 新製品の生産・販売を側面支援</p>					<p>◆宗田節新商品を県内外で販売</p>	
<p>高知新港への水揚げの集約化に係る関係者の合意形成と流通ビジョンの策定</p> <p>加工業者、漁協、漁業者等: 協議会への参加による集約化への合意形成及びシラス流通ビジョンの策定 高知市、南国市: 円滑な合意形成やビジョンの策定を支援 県合併・流通支援課: 協議会を立ち上げ、円滑な合意形成やビジョンの策定を支援 県漁業指導所: 円滑な合意形成やビジョンの策定を支援</p>					<p>◆産地市場の形成による魚価の向上(漁業者の経営安定)</p> <p>◆原料魚の安定確保の実現(加工業者の安定操業)</p>	
<p>ルールづくりと水揚げ施設の整備</p> <p>協議会: 市場運営に係る具体的なルールの策定 漁協等: シラス水揚げに必要な施設整備 高知市、南国市、県合併・流通支援課: 漁協等が実施する施設整備を支援</p>					<p>◆土佐湾中央海域のシラス水揚げの高知新港への一元化と後継者の確保</p>	
<p>水揚げ量の増大へ対応</p> <p>加工業者: 施設整備 漁業者: 水揚げの集約 南国市、県合併・流通支援課: 加工業者が実施する施設整備を支援</p>						
<p>高知新港への水揚げの集約化及び流通ビジョンの実現</p> <p>漁業者: 高知新港への一元集荷 漁協: 高知新港での市場開設に向けた合意形成 加工業者: 高知新港での一元的な入札、原魚の調達 高知市、南国市: ビジョンの実現に必要な支援を実施 県合併・流通支援課: ビジョンの実現に必要な支援を実施 県漁業指導所: 円滑な一元集荷に向けた取組を側面支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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【4.地域資源を活用し、交流を拡大】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 滞在型・体験型観光の推進	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">                     P461 別図(水13)参照                 </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地域全体としての取り組みとなっていない</li> <li>◆一部の住民が独自の営業活動を行っている</li> <li>◆メニューに多様性が乏しく、夏場にメニューが集中している</li> <li>◆来訪者の視点からは受入基盤が脆弱である</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・滞在型・体験型観光で先行する6地区(上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜、柏島)で既存の体験メニューの磨き上げや新たなメニューづくりを支援</li> <li>・先行する6地区で体験メニューをプログラム化し、観光商品として売り出し</li> <li>・先行する6地区に加え3地区(夜須、室戸岬、鶴来島)で、体験メニューのプログラム化に向けた取り組み(アンケートの実施や意見交換会)を実施</li> <li>・モニターツアーやアンケートの分析結果から導き出された体験者ニーズを商品の磨き上げやメニューづくりに反映</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆多様な体験者ニーズへのこまやかな対応</li> <li>◆旅行者を主要な観光地から漁村へ誘客</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆漁村・地域での受入体制の強化(ソフト・ハード)</li> <li>○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</li> </ul>		○				
						<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地元マスコミを使った独自の広報活動や口コミに頼った営業活動を行っている</li> <li>◆単発的なイベントを開催している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・漁村での滞在型・体験型観光HP「漁村感動体験!! タラッタ! こうち」を随時追加・更新し、広く情報発信</li> <li>・主要な観光地から旅行者を呼び込むため、交通拠点やホテル等にパンフレットを配布</li> <li>・イベント等での情報発信・商品売込</li> <li>・地域コーディネーター組織と連携し関西・関東方面の旅行会社に情報発信・商品売込</li> <li>◆先行する6地区のうち柏島を除くでのH21～H24体験者数は、H17～H20に比べ約4,000人増加</li> <li>◆室戸ドルフィンセンターでは10月末までに既に昨年度を上回る2万人を突破</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆漁村での滞在型・体験型観光の周知</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆関係機関と連携した情報発信・商品売込</li> <li>○認知度を高めるための情報発信の強化</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>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</p> <p>地域(漁業者): モニターツアーの開催や体験者にアンケートを実施することで、体験者ニーズを把握し、商品の磨き上げやメニューづくりに反映 (食と体験を組み合わせたメニューや山・川での体験活動と連携した商品づくりなど) 県漁港漁場課・関係課(市町村): 滞在型・体験型観光で先行する6地区(上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜、柏島)に加え、多くの地区で上記取組を支援</p>					<p>◆県内10地区で商品が整備</p> <p>◆各地区によるPR活動、旅行会社や学校等への販促活動の実施</p>	<p>◆継続的に取り組める体制の確立と地域(漁業者)の所得向上による漁村における滞在型・体験型観光の定着</p>
<p>認知度を高めるための情報発信の強化</p> <p>地域(漁業者)・県漁港漁場課: 滞在型・体験型観光で先行する6地区に加え、多くの地区での取り組みを旅行会社や学校等に情報発信 主要な観光地から旅行者を呼び込むため、交通拠点やホテル等にパンフレットを配布 HPを随時、追加・更新するとともに、より効果的な情報発信方法を検証 商品売込の際の地震津波に対する安全対策の情報発信 県関係課(市町村): 上記取組を支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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【4. 地域資源を活用し、交流を拡大】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 資源豊かで賑わいのある 河川づくりの推進	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">                     P462 別図(水14)参照                 </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆漁業生産としての河川利用の衰退</li> <li>◆人工構造物・河川改修や濁水・濁水などにより魚類等の生息適地が減少し、健全な生息や再生産に悪影響</li> <li>◆河床の変化や山林荒廃による土砂流出などによりアユの産卵適地が減少</li> <li>◆温暖化による異常な気象の影響が内水面資源に悪影響</li> <li>◆冷水病がアユ資源に悪影響を与えていたが、関係者の努力により徐々に成果が得られつつある</li> <li>◆カワウ、外来魚などの食害により内水面資源に悪影響</li> <li>◆漁協の遊漁料収入減少と組合員減少による資源増殖や環境保護活動の制限</li> <li>◆内水面資源を守るための利水調整・庁内連携が、一部河川については図られ一定の成果が得られつつある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アユ資源調査の実施(遡上状況、定着状況、産卵状況)</li> <li>・ウナギ種苗放流(H21:1.6t、H22:1.4t、H23:1.1t、H24:0.6t、H25:0.6t)</li> <li>・カワウ生息実態調査</li> <li>・カワウ駆除の実施(H21:586羽、H22:603羽、H23:578羽、H24:718羽、H25:833羽)</li> <li>・外来魚の駆除の実施(H21:25943尾、H22:18878尾、H23:10,343尾、H24:17,045尾、H25:9,857尾)</li> <li>・天然アユ資源管理(産卵場造成・物部川など7河川)</li> <li>・漁業者による森林保全活動</li> <li>・ふるさと雇用内水面漁場管理保全計画策定事業を実施(対象:主要15河川)</li> <li>・重点分野雇用創造海域生活期アユ動態調査事業を実施(対象:仁淀川河口周辺)</li> <li>・ふるさと雇用ダム湖等利用中山間地域振興計画策定事業を実施(対象:早明浦ダム、津賀ダム)</li> <li>・アユ種苗生産施設の大規模修繕(H21:156,542千円)</li> <li>・(財)高知県内水面種苗センターを解散し県が全ての資産を引き継ぐことで種苗生産事業を担う体制を構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産卵場の造成や放流などの継続的な取組による河川資源の増殖</li> <li>◆県内河川の状況や釣情報などについてHPを活用した情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆○種苗放流や産卵場造成などの人工的対策による資源増殖</li> <li>◆○自然再生産による資源増殖につながる取組</li> <li>◆○県内河川の状況や釣情報などの情報発信</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><b>種苗放流や産卵場造成などの人工的対策による資源増殖</b></p> <p>漁協: 防疫や遺伝的多様性などに配慮した責任ある種苗放流 産卵場造成や禁漁期設定などによる資源保護の取組推進と情報発信 市町村: 県が行うアユ等種苗生産事業への支援、協力 県漁業振興課: 内水面資源増強や河川環境に応じた放流技術などの調査研究の一層の推進 関係機関の応分の役割分担のもとでのアユ種苗生産事業の実施 漁協などが行う資源増強の取組に対する支援 魚類等の生態に適した河川改修や魚道整備等への協力 河川環境を保全するための森川海の連携の推進 県民への啓発とHPによる情報発信 利水関係者等の協力を得るための庁内外の連携</p>					<p>◆種苗放流や産卵場造成など人工的対策により資源の維持が図られている状態</p>	<p>◆アユの天然遡上が増加し、資源の自然再生産も徐々に拡大</p> <p>◆魚たちを豊かに育む河川の復活を目指して関係者が一丸となって取組を続けている状態</p> <p>◆アユなどが豊富に生息し、一年を通じて中山間地域への誘客が図られ、賑わいが創出</p>
<p><b>自然再生産による資源増殖につながる取組</b></p> <p>県民: 自然保護意識の醸成と環境保全・資源保護活動への参画 新たな病気や外来魚を持ち込まないなど、本来の河川の姿を守るための理解と協力 漁協: 行政や海面漁協など他団体との連携や流域住民を巻き込んだ環境保全や資源保護の取組推進と情報発信 市町村: 流域住民への啓発 地域の利害関係者間の調整と連携の促進 県漁業振興課: 河川環境保全や資源利用方法の検討による漁場管理計画提言 漁協などが行う資源増強の取組に対する支援 魚類等の生態に適した河川改修や魚道整備等への協力 河川環境を保全するための森川海の連携の推進 県民への啓発 広域的視点からの利害調整</p>						
<p><b>県内河川の状況や釣情報などの情報発信</b></p> <p>漁協: 行政や海面漁協など他団体との連携や流域住民を巻き込んだ環境保全や資源保護の取組推進と情報発信 市町村: 流域住民への啓発 県漁業振興課: 県民への啓発とHPによる情報発信</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 戦略の柱【4. 地域資源を活用した交流の拡大】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
2. 資源豊かで賑わいのある河川づくりの推進  <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content;">             P462              別図(水14)参照           </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆アユ漁期は6～10月と12月、アマゴ漁期は3～9月であり、冬季は河川が利活用されていない</li> <li>◆冬季のアマゴ漁を可能とするには内水面漁業調整規則の改正が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・冬季解禁の規則改正の根拠となるデータ収集のための調査を6河川で実施</li> <li>◆奈半利川、吉野川水系穴内川で規則改正</li> <li>◆奈半利川では漁協がH25年11月から冬季釣り場を設置し、運営を開始するとともに、近隣の観光施設との連携も実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆規則改正に必要な調査方法のマニュアル化、効率的な調査体制の確立等による対象河川エリアの増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆アマゴ釣り場を冬季に河川中流域に設け、誘客資源として活用する</li> <li>○規制解除のための調査と規則改正</li> <li>○他の河川エリアへの取組拡大と情報発信</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>規制解除のための調査と規則改正</p> <p>漁協: 調査協力と地元調整 県内水面漁業センター: 河川での調査 県漁業管理課: 調整規則の改正へ向けた国との調整</p>					◆アマゴの冬季釣り場の増加	<p>◆概ね10河川においてアマゴの冬季釣り場を設定</p> <p>◆アマゴなどが豊富に生息し、一年を通じて中山間地域への誘客が図られ、販わいが創出</p>
<p>他河川エリアへの取組拡大と情報発信</p> <p>漁協: 取組の検討と地元調整、PR活動 県漁業振興課、内水面漁業センター: 取組の紹介、調査方法のマニュアル化と効率的な調査体制の確立</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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、地方を富める
- 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

# カツオの県内への水揚げ促進

# 別図(水1-1) 漁業振興課

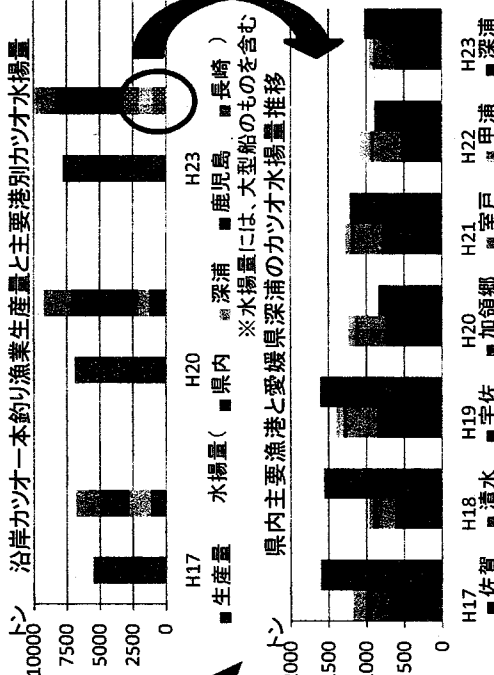
## 本県カツオ一本釣り漁業の状況

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  
関心取り調査を  
実施



カツオ水揚げ  
四国一を標榜

## 県内への水揚げ促進を図るうえでの問題点と課題

- <水揚港を選ぶ要素> <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

- 課題
- 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





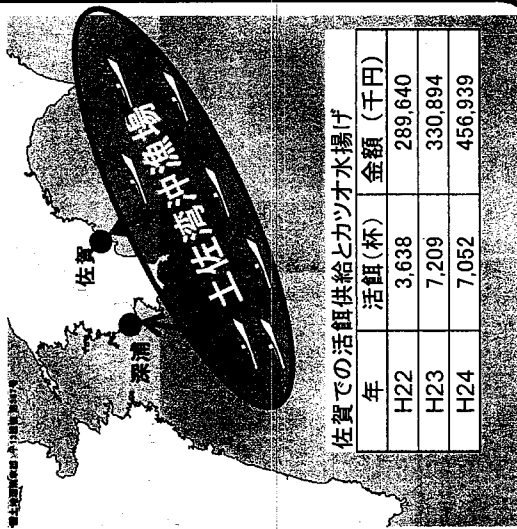
活餌安定確保対策事業

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  
魚の運搬・加工・販売の  
流通方法、買入れの買い回し  
仕入れ先、養魚、飼料、病害

~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



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  
りで多く形成

・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

黒潮流軸の  
上流側のブイで  
水揚げが高い傾向



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

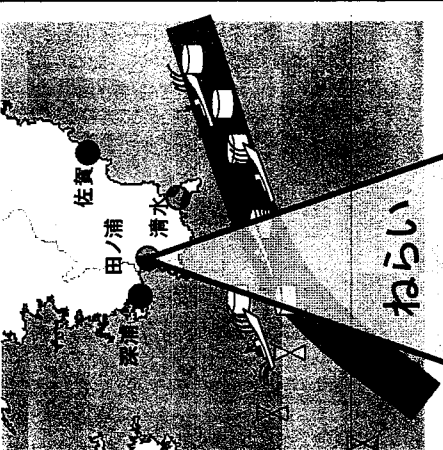
目指す成果

- 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 高知のガリオ



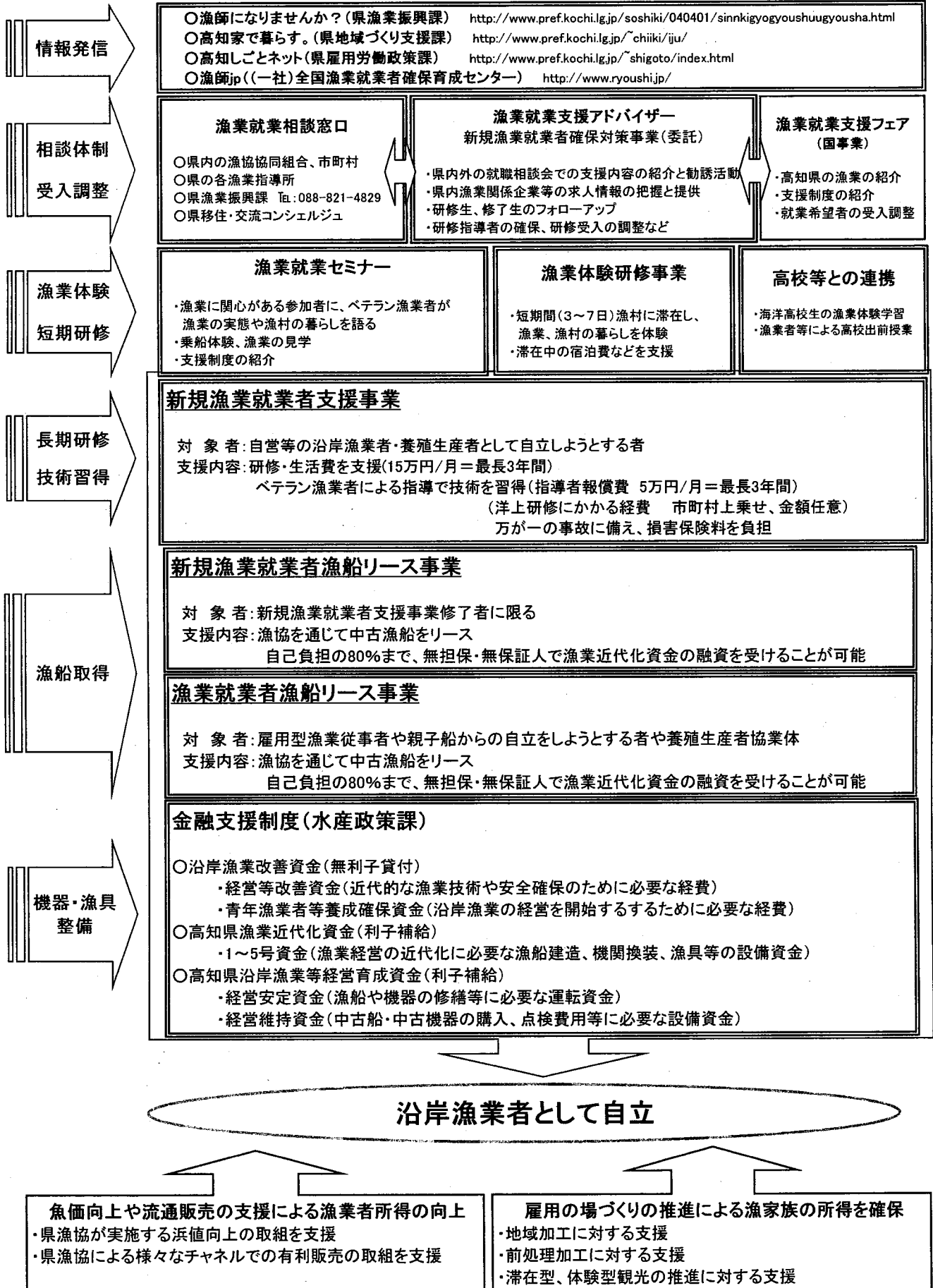
高知の魚[かつお]



ねらい

# 漁業の担い手の確保

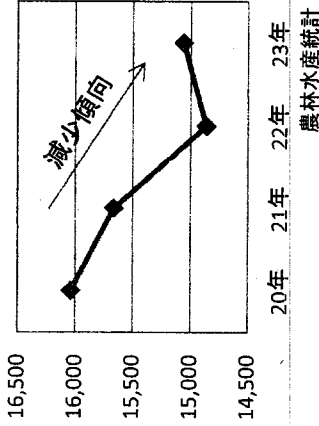
別図(水2)



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: 4.1%(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

- 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

定置網漁業の存続の危機  
(H22~25にかけて5経営体が廃業)

課題

- 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

生産額をあげる取組が必要

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 数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

# 高知県漁協の買取販売の取組

## 別図(水4)

### 1. これまでの取組

- 平成20年度
  - ・買取販売事業に着手(直販店の運営)
- 平成21年度
  - ・県内量販店との直接取引に着手
  - ・県外業務筋等との取引に着手
- 平成22年度
  - ・県外消費地市場送りに着手
- 平成23年度
  - ・買取販売事業中期計画を策定

### 2. H24~25年度の取組

**販売子会社**

販売子会社の円滑な運営

- ★販売子会社を設立し、直販事業を移管
- ★県内の仕入・物流を横浜店に集約化

**高知県漁協**

取扱高の増大と収益性の確保

- ★県外の飲食店や水産卸業者等を中心とした販路開拓
- ★首都圏の飲食店等への新たな物流の試行(航空便、陸送直行便等)
- ★フェアの開催、商談会への出展等による地産外商加速化品目を中心とした販売強化(マリンエコラベルの活用等)

### 人材育成

- ★アドバイザーの配置等による買取販売専任職員のスキルアップ

### 3. H26年度以降の取組

★意思決定の迅速化、柔軟な組織体制の発揮による円滑な運営

★本所(営業窓口)及び支所(入札・出荷)の役割分担による漁協全体のマンパワーを活用した買取販売事業の推進

★県外の飲食店や水産卸業者等を中心としたさらなる取引先の拡大

★安定的な取引の実現に向けた仕入体制の強化

★コスト管理の徹底による収益性の確保

- 専任職員の指導等による支所で買取販売事業を担う人材の育成

水産物に関する食育の推進

【背景】

- 魚離れが進行(H18から国民1人当たりの肉の消費量が魚の消費量を逆転 H22:肉82.5g 魚72.5g)
- 高知市中央卸売市場における水産物の取扱高が大幅に減少(H4:293億円→H23:112億円 △62%)

小学生を対象にした魚食普及活動の実施  
【水産物食育推進業務】

【魚食・食育授業の実施】

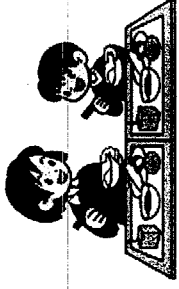
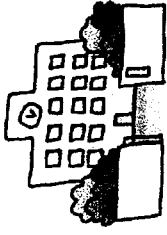
県産魚(コマサバ、ウルメ、シラ、ヤマ、ササ、キナゴ)等を使った魚食普及授業を総合学習・家庭科等の授業として実施(延べ25校以上で実施)

<内容>

- 以下の内容を各学校のニーズや条件等に応じアレンジして実施
- 魚の種類、構造、旬、獲れる場所、獲り方などの座学
    - 魚の料理方法や食べ方の学習(調理実習)
    - 漁業体験(一本釣りの疑似体験など)

【事業実施に向けた小学校との調整】  
授業の実施に必要な小学校との各種調整

将来の魚の消費層を育成



【調整の内容】

- ・実施校及び対象学年の選定
- ・実施日程
- ・使用魚種の選定(地域や実施校になじみの深い魚種と選定)
- ・授業内容(座学、調理実習等)
- ・派遣講師の必要性等

魚食・食育授業の実施

小学校

(財)高知県学校給食会

業務委託

外部講師情報の提供(必要に応じて)

魚の調達先の斡旋・紹介(必要に応じて)

実施に向けた調整

外部講師派遣(必要に応じて)

漁協、漁協女性グループ、市場、鮮魚店、調理師、料理学校、大学等

授業に使用する魚の調達・供給

県水産振興部

学習教材の作成・提供、講師(県職員)の派遣(必要に応じて)

# 水産物の販売力の強化と魚価の向上に向けた取組を推進!

## 大都市圏の飲食店等と連携した外商活動の強化

### 水産物地産外商推進事業

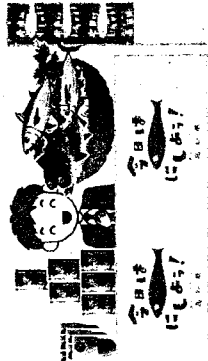
首都圏や関西圏を中心とした大都市圏の飲食店と産地とのネットワークを構築し、飲食店のニーズの産地への提供と産地情報の飲食店への提供等を行い、本県産水産物の地産外商を推進する



## 県内事業者による県産水産物の外商活動の拡大

### 見本市出展業務

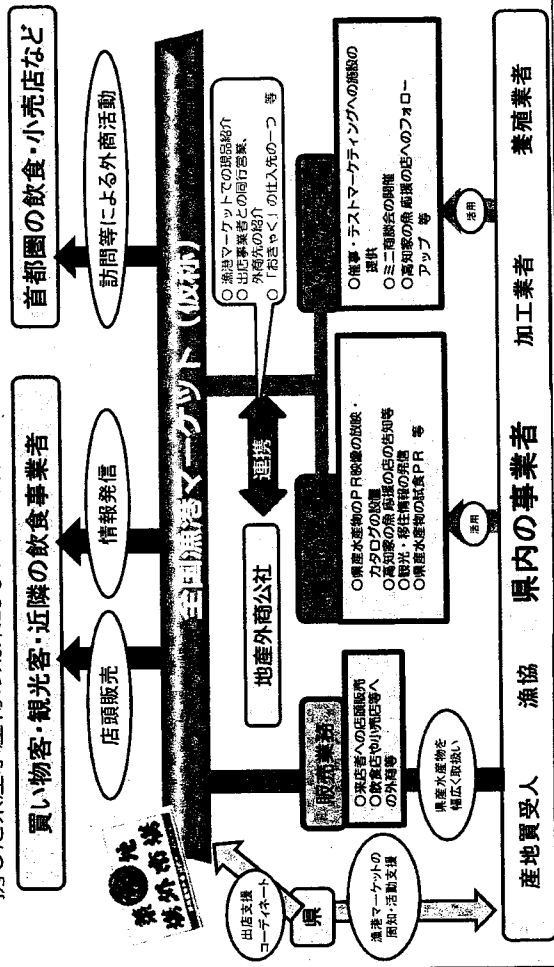
水産物の全国的な見本市であるシーフードショー(東京・大阪)に高知県ブースを設置し、本県産水産物のPR及び販路開拓を支援する



## 「全国漁港マーケット」(築地)を活用した首都圏での外商活動の強化

### 水産物首都圏販売拠点設置事業

築地場外市場に新設される「全国漁港マーケット(仮称)」へ出店する県内事業者が行う施設の整備等に要する経費への支援を行い、県や地産外商公社と連携した県産水産物の効果的なPRと外商活動を推進する

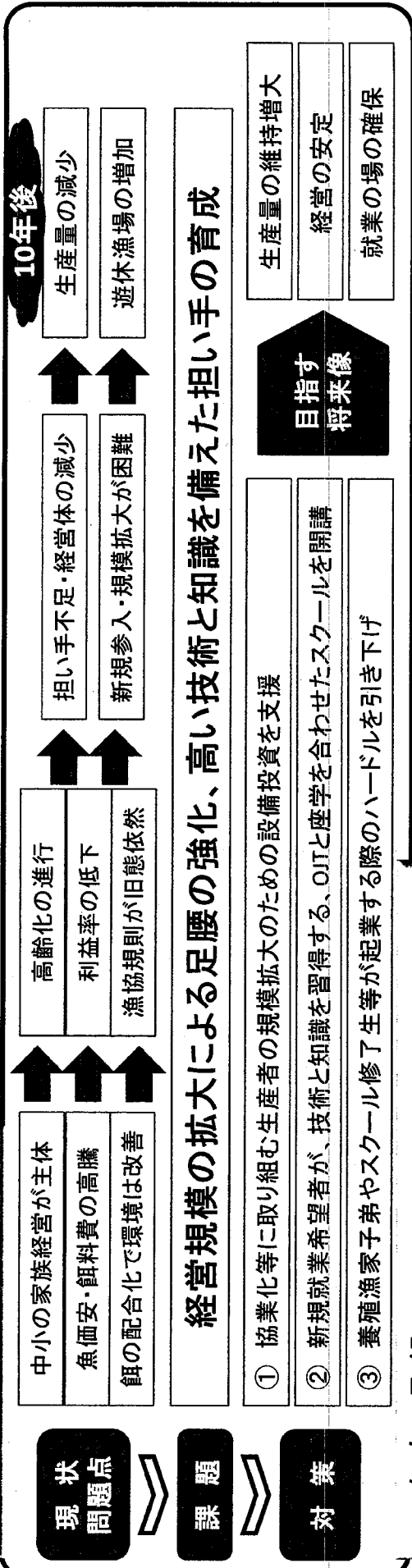


### 水産物地産外商推進事業

県内水産関係者の県外での商談会等への参加による販路開拓、たまた文化の情報発信や養殖魚の国内外への販売拡大のため市場調査や商品開発等を支援する



養殖業の現状、課題、問題点



H26年度の取組

○漁業就業確保対策事業

- (1) 新規漁業就業支援事業費
- (2) 新規漁業就業者漁船リース事業費
- (3) 漁業就業者漁船リース事業費

○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目的す  
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)

6経営体が規模拡大にチャレンジ

○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

○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)

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

○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

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

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トンの生産が可能な規模</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、近年は不満傾向 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
- 大手企業数社: 飼料会社や商社等と提携し技術開発中
- 水研センター:
  - ・奄美の海面施設で親魚養成、採卵
  - 年により採卵が不安定
  - ・長崎の陸上施設での親魚養成に着手
  - H25年度から稼働

現状では、人工種苗の安定確保が見込めない

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

- クロマグロ親魚養成・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
- クロマ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く施策等を協議)
  - ・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

種苗生産  
企業

養殖  
生産者

親魚養成・採卵

技術連携

種苗生産

養殖

水産  
試験場

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



# 高知県沿岸漁業者設備投資促進事業

別図(水9)

## 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で事業へと拡充する。



## 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

### 沿岸漁業者の経営改善

漁協によるリース事業を省エネエンジン以外にも拡充し、漁業生産量の確保や実施者の収益増を促進。

## 4 経営改善の具体例

### 漁業生産量の確保

出漁漁業からマカシカ漁業への転換  
(新たな漁獲機会の開出を狙った政務の経過)  
新種が実用者の設備投資を支援し成長を促進  
(ベトナムの技術に肉質し漁獲増)  
高齢漁業者が早く引退する環境整備の支援 (早期リタイア阻止)

### 実施者の収益増

高圧変換機などの導入やその機器を効果的に使用する技術を開発的に向上させる。(消費者の高圧志向に地域として対応)  
省エネエンジンへの転換による燃油消費量の削減

主功漁業の用歇期に他の漁業を実施するなどして漁業収益を向上させ、燃油割に反対

### 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種導入に必要な設備導入の支援  
実効的な養殖技術導入試験に必要な設備導入の支援

これまでの取組

【地域AP】

- ・当初の事業計画(売上高)に対する達成率は68%しかない
- ・天然魚を主体とする産地加工のため、原魚確保の面で苦慮している
- ・販路開拓に取組が取引先の要望に対応できない場合がある(数量・取引価等)

【6次産業化】

- ・一部では原魚確保に苦慮している
- ・営業が不十分で販路が限定的である

【既存加工業者】

- ・施設等の関係で、大口需要への対応が困難である

【地域AP】

- ・加工原魚の確保
- ・稼働率向上による事業計画の早期達成

【6次産業化】

- ・加工原魚の確保
- ・販売先の確保

【既存加工業者】

- ・大口需要等に対応できる体制整備

生産能力の余力の活用

地域AP・6次産業化の  
事業計画達成にむけた支援の継続  
(原魚確保・販路開拓)

漁業者・加工業者・販売業者の  
連携強化の支援継続  
(水産加工業交流促進協議会)

連携強化による多様なニーズへの対応

- ・量的、質的な加工能力及び衛生管理レベルの向上
- ・養殖魚を含めた加工原魚の確保

新たな市場の開拓

- ・こだわり業務筋の開拓
- ・海外市場の展開

加工販売力の強化

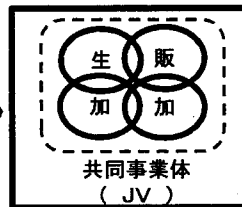
事業者間連携による取組への支援



- ・事業連携や協業化の仕組みづくり



- ・試作品製造、営業活動等開始



- ・連携締結等による共同事業開始

地産外商の取組への支援

- ・見本市等への出展支援
- ・展示商談会での県ブースの装飾、設営、運営実施
- ・輸出勉強会実施
- ・海外等市場調査

H26年以降の取組

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	鹿児島	愛媛	鹿児島
	22,266	20,860	34,738	3,068
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	993
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%

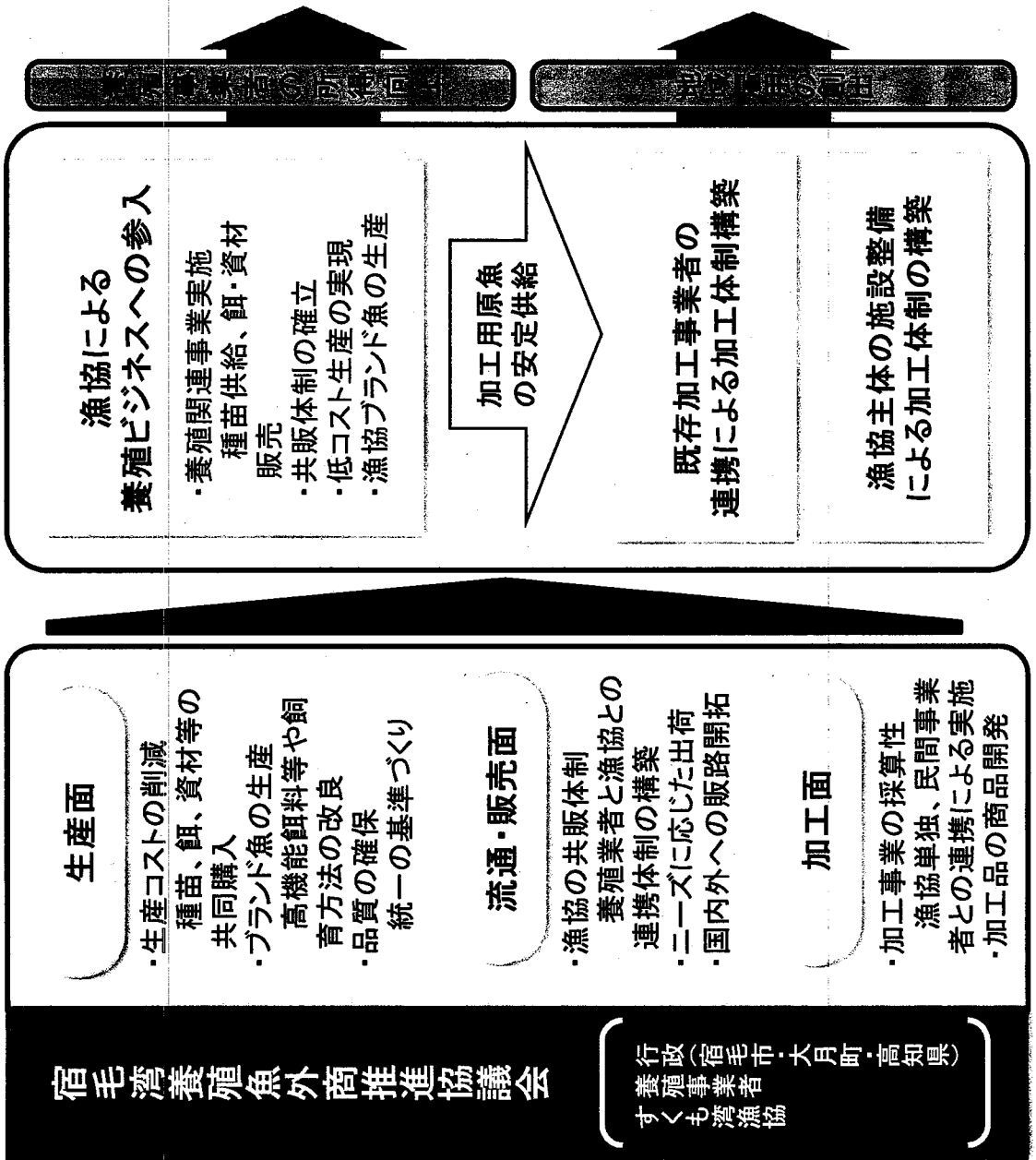
(H23農林水産統計から抜粋、単位t)

★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



宿毛湾養殖魚の外商推進の実現

シラスの高知新港への水揚集約へ向けた今後の取組方向

〈平成24年度〉

高知沖シラス検討委員会

【課題】

- ◎産地市場の開設
- ◎シラスの販路拡大

検討

反映

【ソフト事業の実施】  
(県補助事業)

- ◎鮮度保持技術の習得
- ◎遠隔地運搬試験
- ◎先進地視察

流通ビジョン(基本計画)の策定

組織を移行

〈平成25年度〉

産地水産業強化支援事業(水産庁補助事業)の実施(3箇年)

◎産地協議会の設置

◎産地水産業強化計画(実施計画)策定

- ・産地水産業の強化方針
- ・成果目標値
- ・事業実施方針
- ・年度別活動計画 . . . etc

◎ソフト事業の実施

■平成25年度計画

【産地協議会の開催】

事業の計画・実績などの進捗管理と、目的を達成するために必要な課題解決へ向けた検討を行う

【調査・調整活動の実施】

- ①鮮度保持試験:シラスの付加価値向上を図るため、鮮度保持試験を行い鮮度管理手法の習得を行う
- ②運搬試験:水揚集約による加工業者の負担軽減のため、市場から加工場までのシラス運搬を試行する
- ③先進地視察:シラス産地での市場統合に実績のある和歌山県への視察研修を行う

【新たなマーケット開拓】

県内及び東京、大阪などの都市圏へ営業を行い、販路の開拓に努める

【実践的知識・技術の取得】

シラスの鮮度保持を徹底し、地域おこしを行っている先進地から講師を招聘し、漁業者及び加工業者の意識啓発を行う

〈平成26年度〉

◎ハード事業の実施

- ・製氷施設
- ・荷揚げ施設
- ・直販所 . . . etc

優先順位・規模等の適切な決定

■平成26~27年度:事業の進捗に応じて必要な事業を実施

〈平成27年度〉

◎取組の総括と次への展開

基本計画を反映

# 滞在型・体験型観光の推進

別図(水13)

## 〈漁村・地域での受入体制の強化（ソフト）〉 ≪関係機関と連携した情報発信・商品売込〉

### ■第1期産業振興計画

- ・既存の体験メニューの磨き上げや新たなメニューづくりを支援（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜）
- ・来訪者受入れのための体験施設を整備（柏島）

### ■総括

- ・5地区で体験メニューをプログラム化、商品として売り出せる状態に

先行する5地区でのH21～H23体験者数は、H18～H20に比べ約3,000人増加

### ■課題

- ・多様な体験者ニーズへのこまやかな対応
- ・旅行者を主要な観光地から漁村へ誘客

- ・漁村での滞在型・体験型観光の周知

- ・関係機関と連携し、旅行会社や学校等へ情報発信・商品売込
- ・漁村での滞在型・体験型観光HP「漁村感動体験！タラッタこうち」を作成し、広く情報発信 など

- ・旅行会社へ情報発信、狙いの顧客に向けた効果的な情報発信に着手

### ■第2期産業振興計画

#### ◆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

- 滞在型・体験型観光で先行する6地区（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜、柏島）に加え多くの地区でモニターツアーの開催や体験者へのアンケートを実施し、体験者ニーズを把握
- モニターツアーやアンケートの分析結果から導き出された体験者ニーズを商品の磨き上げやメニューづくり（食と体験を組み合わせたメニューづくりなど）
- 引き続き、モニターツアーの開催や体験者へのアンケートを実施することで体験者ニーズを蓄積

#### ◆認知度を高めるための情報発信の強化

- 引き続き、パンフレットを追加配布し情報発信
- パンフレットの配布効果の分析を行い、効果的・効果的な配布手法を検討
- 地域コーディネーター組織と連携した都市部への情報発信・商品売込
- ホームページ「漁村感動体験！タラッタ！こうち」の追加・更新
- より効果的な情報発信手法の検証
- 商品売込の際の地震津波に対する安全対策の情報発信

### ■目指すべき姿

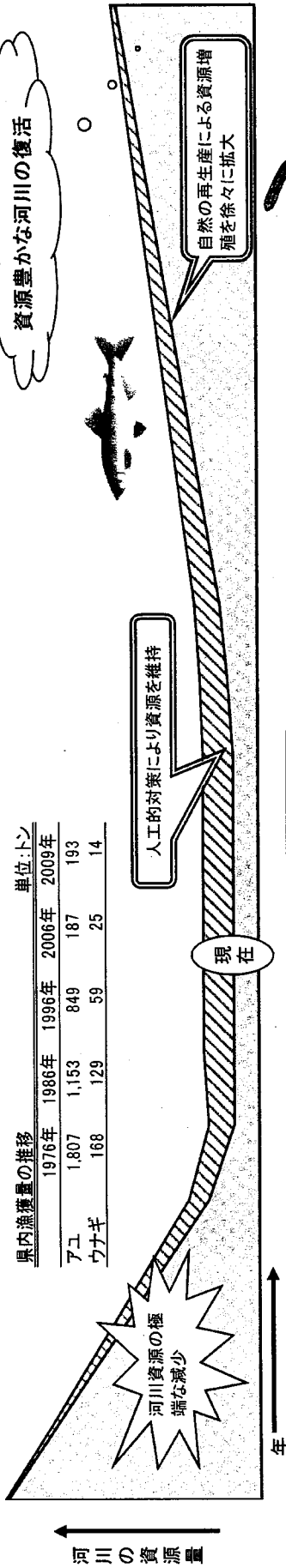
- ◆中期的な目標
  - ・県内10地区で体験メニューをプログラム化し、商品として整備し、入込客の増が地域経済を下支え
  - ・各地区ごとにPR活動や旅行会社や学校等への販促活動を実施することで、各地区の認知度が向上し、入込客が増加
- ◆長期的な目標
  - ・継続的に取り組める体制の確立と地域（漁業者）の所得向上による漁村における滞在型・体験型観光の定着

# 資源豊かで賑わいのある河川づくりの推進

# 別図(水14)

県内漁獲量の推移

単位:トン	1976年	1986年	1996年	2006年	2009年
アユ	1,807	1,153	849	187	193
ウナギ	168	129	59	25	14



### アユをはじめとする河川資源減少の要因

- ◆ 漁業生産としての河川利用の衰退
- ◆ 人工構造物・河川改修による生息適地の減少
- ◆ 淵や瀬の減少など河川の荒廃による環境収容力の低下
- ◆ 山林の荒廃による土砂流出・崩壊などの影響
- ◆ 土砂流出などによる河床変化で産卵適地が減少
- ◆ 温暖化による異常な気象による濁水や渾水
- ◆ 海水温の上昇による仔魚の生残率低下
- ◆ 河床低下や海水面上昇による産卵場面積の減少
- ◆ 冷水病などの疾病の影響
- ◆ カワウや外来魚などによる食害の影響
- ◆ 漁具の進化による漁獲圧力の高まり
- ◆ 産卵親魚の漁獲
- ◆ 漁協の遊漁料収入・組合員減少による増殖活動等の制限
- ◆ 内水面資源を守るための利水調整の難しさ

etc...

### これからも継続すべき取組

#### 人工的対策による資源増殖

- ◎ 内水面漁業振興事業
  - 防疫や遺伝的多様性に配慮した責任ある種苗放流
  - アユ種苗生産体制を再構築し、県が種苗センターでの生産を実施(H25新規)
  - 河川資源保全のためのウナギ放流を実施(継続)
- 産卵場造成(物部川など7河川で実施)
- 禁漁期・禁漁区の設定(落ちアユの禁漁措置など)
- 冷水病等の疾病対策(放流アユ種苗の冷水病フリーの子エック)

#### 自然の再生産を復活させる取組

- 資源増殖への試験研究の取組(内水面漁業センターによる試験研究)
- 自然保護意識の醸成と活動への参画(清掃活動などへの参加)
- 流域住民など森川海連携による環境保全(漁業者による森林保全活動)
- 魚類等の生態に配慮した河川改修など(魚道整備への助言など)

片内外の連携  
流域の団体・住民の連携

### 河川の利用の制限(現行の漁期)

◆ 冬季は河川が利用されていない

アユ釣	4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月
アマゴ釣	

### 規制解除のための現地調査と結果

- 潜水観察によるアマゴの生息及び産卵状況調査
- 調査結果の整理と現地漁協への報告

⇒ 奈半利川については、規制解除に必要な科学的データが揃い、水産庁と規則改正の協議中

⇒ H25冬季から解禁

### 今後の取組

- ◎ 河川利用中山間地域活性化事業
- 研修会などを通じた先行事例(奈半利川)の紹介
- 冬季アマゴ釣りの指針の策定
- 他河川への取組拡大
- 一部河川でH25から実施

### 中山間地域の賑わい

活用

情報発信

資源豊かな河川

一年中楽しめる河川

## Ⅱ 専門分野の成長戦略

### 4 商工業分野

# 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

製造品出荷額等

4681億円(H22)

↓ 4995億円(H23)

↓ 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)高知一宮団地の整備と(仮称)南国日章工業団地の開発(P468)
- ・継続的な適地調査の実施(P468)
- 県内企業の設備投資の促進
- 拡 自己資金要件(15%)の廃止(P468)
- 産業振興計画推進融資の追加
- 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(P470)
- 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(P470)
- ・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(P474)
- 県と労働局などとの連携強化による雇用の改善
- 新 県と労働局、産業支援団体で協定を締結し、共同で求人拡大を推進(P474)
- ・県と労働局で協定を締結し、雇用対策を推進(P474)

- 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、製品づくりや販売戦略に精通した専門家の配置などにより、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(P484)
- 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)(P486)
- ・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(P486)
- 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(P480)
- 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(P478)
- ・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(P478)
- ・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(P478)
- ・防災関連産業交流会の開催(P478)
- 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(P486)
- まるごと支援による新たなコンテンツビジネスの創出
- 拡 ・コンテンツビジネス起業研究会に配置した専門家による事業化プランの改善や個別相談、商品の販路開拓や広報支援など、コンテンツ事業の展開の入口から出口までの一貫した支援を実施(P482)
- ものづくりの地産地消・外商
- ・ものづくり補助金を活用した製品開発と県内への導入(P484)
- ・「地産地消」から全国へ売り込む「地産外商」への発展(P484)
- 拡 ・県外ニーズに対応したものづくり開発も支援(P484)

- 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、製品づくりや販売戦略に精通した専門家の配置などにより、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(P492)
- 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(P492)
- 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(P496)
- ・商工団体等の行う振興事業に対する支援(P496)
- 移住促進と連携した商店街活性化の取組を実施
- 新 ・一体的な情報発信と商店街での開業支援体制の構築(P496)

農林水・観光等の各分野での産業振興の

※H24の数値については、「平成24年工業統計調査」の速報(従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分)によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。



# を目指す本県産業の姿 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※(H24:836人)
- 高等技術学校での在職者訓練 500人※(H24:71人)
- 高校生県内就職率  
H22:58.1% →H27:72%  
(H24:64.5%)

◆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  
 新增設 40件※(H24:7件)  
 製造品出荷額360億円(H24:14億円)  
 新規雇用1,300人※(H24:67人)
- ものづくり地産地消・外商補助金を活用した防災関連製品の開発数20件※  
(H24:16件)
- 成長分野育成支援  
 事業化プラン認定件数:60件※  
(H24:13件)  
 販売額: H23: 2億円→H27:40億円  
 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・外商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する。

- 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%(H24:14.08%)  
(H22の水準を維持)

さらなる飛躍  
へのポイント

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  
(南海トラフ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

10年後の目指す姿  
(H33年度末)

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  
ば 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

実現と相まって

# 産業成長戦略の概要(商工業分野)

## ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい

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による「ものづくり」のパワーアップ ⑦、⑧

新たな工業団地開発の加速化と企業立地の推進 ①、⑤

積極的な設備投資と技術力の強化で競争力を向上 ②

移住促進と連携した商店街活性化の取組の推進 ⑩

県と労働局等との連携強化による雇用の改善 ④

### ものづくりの基盤整備

- ① **① 新たに強い工業団地の創設**
- (仮称)高知一宮団地の整備と(仮称)南国日章工業団地の開発
  - 継続的な適地調査の実施
    - ・H33年度65haの確保に向けて、新たな開発候補地を選定

### ものづくり

- ⑤ **⑤ 企業立地の推進**
- 県内に不足している業種や地域資源の高付加価値化につながる企業等の立地を推進
  - 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
    - ・大阪に加え名古屋でも企業立地セミナーを開催

### 販売の拡大(地消・外商)

- ⑨ **⑨ 外向支援の強化**
- 産振センターの機能強化により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を実施【再掲】
    - ・ものづくりに関する総合相談窓口の設置、製品づくりや販売戦略に精通した専門家の配置などにより、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、企業の状態に応じて一貫した支援を実施

- ② **② 生産性向上に資する設備投資の促進**
- 生産性向上に資する設備投資を行う事業を支援
    - ・自己資金要件を撤廃することにより企業の設備投資を積極的に支援
  - ④ **④ 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
    - ・事業化に向けた取組を支援するため企業に専門家を派遣

- ⑥ **⑥ 防災関連産業の振興**
- 南海トラフ地震対策と連動させた防災関連産業の振興
    - ・防災関連産業交流会を通じた情報やニーズの共有、マッチング
    - ・公的調達制度を活用した地産地消の加速
    - ・全国マーケットに向けた支援の更なる推進

- ③ **③ 人材の育成と確保**
- 技術人材の育成
    - ・工業技術センター等における技術レベルに合わせた研修の実施
  - ⑦ **⑦ ショッピングセンターの機能強化により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を実施**
    - ものづくり企業の技術力や製品開発力を強化
      - ・審査会のアドバタイズ機能の充実及び試作機の企画開発改良等、取組の段階に応じた支援メニューの明確化により売れる製品づくりを支援

- ⑧ **⑧ ショッピングセンターの機能強化により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を実施**
- ものづくり企業の技術力や製品開発力を強化
    - ・審査会のアドバタイズ機能の充実及び試作機の企画開発改良等、取組の段階に応じた支援メニューの明確化により売れる製品づくりを支援

- ④ **④ 人材の育成と確保**
- 技術人材の育成
    - ・工業技術センター等における技術レベルに合わせた研修の実施
  - ⑧ **⑧ ショッピングセンターの機能強化により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を実施**
    - ものづくり企業の技術力や製品開発力を強化
      - ・審査会のアドバタイズ機能の充実及び試作機の企画開発改良等、取組の段階に応じた支援メニューの明確化により売れる製品づくりを支援

- ⑨ **⑨ ショッピングセンターの機能強化により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を実施**
- ものづくり企業の技術力や製品開発力を強化
    - ・審査会のアドバタイズ機能の充実及び試作機の企画開発改良等、取組の段階に応じた支援メニューの明確化により売れる製品づくりを支援

### ⑩ 商店街の活性化

- 空き店舗への出店やチャレンジショップの運営、商店街活性化事業への助成を通じて、商業の振興を支援
  - ・商業機能の維持や地域生活者の利便性の確保を図る事業への支援を実施
- 移住促進と連携した商店街活性化の取組を実施
  - ・一体的な情報発信と商店街での開業支援体制の構築

## 産業成長戦略の概要（商工業分野）

本県は、大都市圏から遠いという地理的な条件やインフラ整備の遅れなどから、産業集積に乏しく、製品の製造工程の多くの部分を県外に頼らざるを得ない状態です。県内には、先進的な技術等を持ち、全国的に高いシェアを占める企業もありますが、大部分は下請を中心とした中小企業で、個々の企業の製品開発力を強化していくことが大きな課題です。

産業振興計画を推進してきたこの5年間では、試作機開発から販売促進、生産拡大に伴う設備投資といった、ものづくりの各段階に応じた施策を充実させてきました。この結果、農業用機械や介護食、防災製品などの分野で全国展開を見据えた製品が出てくるなど、一定の成果が現れました。

平成26年度は、これまでの産業振興計画により積み上げてきた一連の施策に、全国的な景気回復、さらには国の充実した経済対策が重なり合う、ものづくりに挑戦するには絶好の機会です。この好機を逃すことなく、高知県でのものづくりの流れを、より大きく、より早く、より確実なものとし、本県製造業のもう一段の飛躍を実現するために、一連の体制と施策を抜本的に強化します。

体制の強化については、産業振興センターのものづくり地産地消センターと外商支援部を統合し、職員を増員したうえで「ものづくり地産地消・外商センター」を新たに設置します。新たなセンターでは、ものづくりに挑戦する企業の様々な相談にワンストップで対応するとともに、企業ごとに専任担当者を定めることにより、事業者の皆様への一貫したサポートを行います。また、全国レベルの製品づくりや販売戦略に精通した専門家を配置し、より効率的な製品開発と販売拡大の後押しを行うとともに、販路拡大のための外商コーディネーターを新たに名古屋に配置するなど県外の外商支援体制を充実させます。

施策については、第2期産業振興計画では、「ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい」を目指して、「ものづくりの基盤整備」、「ものづくり」の推進、「販売の拡大（地産・外商）」の3つを柱にして取組を進めています。

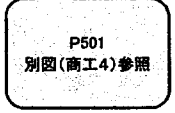
「ものづくりの基盤整備」では、高台移転も含めた新たな団地開発の加速化を進めるとともに、適地調査を継続して実施します。設備投資支援については、自己資金要件の撤廃により、事業者の皆様の設備投資を積極的に支援するとともに、産業振興センターの基金を活用した新たなものづくり支援策も実施します。また、高知県が進める産業振興計画に多くの参画を促し、県内産業の振興につなげるため、県の融資制度に産業振興計画の事業や目標に沿った事業を行う者に対する融資メニューを追加します。産学官連携については、産業振興センター等との連携強化により、事業化に向けた支援を積極的に行っていきます。人材の育成と確保については、県内企業への就職促進に向けて、高知労働局、ハローワーク等との連携を強化していきます。

「ものづくり」の推進では、工業団地の整備状況や製造業をはじめ事務系業種も含めた全国トップレベルの企業立地助成制度、本県に関する情勢や徹底した地震津波対策などの正しい情報を幅広くPRする等、県外での情報発信をさらに強化します。防災関連産業の振興については、防災関連産業交流会を通じた情報やニーズの共有、マッチングを進めるとともに、全国マーケットに向けた支援をさらに進めていきます。シェアオフィス事業では、地方での起業を考えている方など、ターゲットへの的確なアプローチやIT系企業などのさらなる誘致により、入居事業者を確保するとともに、地域の人材育成のためのセミナー開催や、入居事業者と地域の若者などとの交流を図ることで、中山間地域での雇用の促進に取り組んでいきます。

「販売の拡大（地産・外商）」では、産業振興センターの県外見本市の出展増や県外の外商コーディネーターを増員し、外商支援を強化していきます。商店街の活性化では、空き店舗への出店やチャレンジショップの運営、商店街活性化事業への助成を通じて商業の振興を支援します。さらに、移住促進と連携した一体的な情報発信と商店街での開業支援の体制を構築していきます。

こうした強化策により、県内でのものづくりの流れを「より大きく」「より早く」「より確実」にしていくことで、本県ものづくり産業の底上げと活性化を図っていきます。

# 戦略の柱【1. ものづくりの基盤整備】

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	基本方向					
						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製造品出荷等は約4,681億円(対前年比▲6.1%)で、4年連続全国最下位となっている ※H22工業統計 ◆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	◆県内事業者(製造業)の設備投資に対する費用への助成。 ◆県内事業者の設備投資に対する支援を行い雇用の増加につながった。 新規雇用者 H24:53人 H25(12末現在):5人	◆小規模事業者の行う設備投資に対する支援の実施 ◆事業者の投資意欲の喚起と事業の周知	◆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 ★産業振興センターと連携し、新たな設備投資促進策を創設	○	○				
		◆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28.0%であり、充分に進んでいない ◆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%にとどまっており、充分に進んでいない ◆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)	◆BCP策定推進プロジェクトによる支援 ・BCPセミナーの開催 ・各種団体等への補助制度の周知 ◆BCP策定推進プロジェクトによるBCP策定企業数194社(H26.1月末時点 策定中含む)	◆BCP策定の普及・啓発 ◆補助事業実施事業者の掘り起こし	◆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)	○	○				
(2) 企業立地基盤の整備		◆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					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)	
<p>県制度融資、補助制度等による事業者支援</p> <p style="text-align: center;">P498~500 別図(商工1、2、3)参照</p> <p>県工業振興課:                      ・県内中小企業(製造業)が行う設備投資に要する経費を対象とする中小企業設備投資促進事業費補助金の創設(事業期間H24~H26)                      ・津波避難施設の整備を行う製造業者への要件緩和等による設備投資の促進(H24.11~H26)                      ・中小企業以外も補助対象に加え、設備投資を促進(H25~H26)                      ・自己資金要件を緩和(借入必要相当額に対しフル融資を受けることが可能に)(H26~)                      ・産業振興センターと連携した設備投資の促進                      ・金融機関や支援機関等を対象とした事業説明会の開催</p> <p>県経営支援課:                      ・安心実現のための高知県緊急融資</p> <p>産業振興センター:                      ・小規模企業者設備投資与制度の見直しによる事業者支援                      ・こうち産業振興基金を活用し、小規模事業者の設備投資を対象とした制度を創設(H26~27)</p>					<p>◆設備投資の増加により生産性の向上や競争力の維持が図られ、県内企業の生産額が増加する</p> <p>・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</p>	<p>◆設備投資が全国並みまで増加し、設備投資や工場の立地等が継続的に行われている</p> <p>・一事業所当たりの設備投資額 41百万円</p>	
<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</p> <p>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</p> <p>県経営支援課: 県制度融資(震災関連)の拡充</p> <p>県商工政策課: 県内中小企業(製造業)が行う耐震診断・設計に要する経費を対象とする中小企業耐震診断等支援事業費補助金の創設 民間活力を活用した地域防災に貢献する施設整備に対する支援制度の創設</p>					<p>◆県内で南海地震対策を実施した企業(製造業)が50%を超える</p> <p>・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%</p> <p>・事業継続計画(BCP)作成済企業(従業員50人以上)の割合 50%</p>	<p>◆県内で南海地震対策を実施した企業(製造業)が大部分を占める</p>	
<p>工業団地の開発</p> <p>県企業立地課: 香南工業団地 完成・分譲</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</p> <p>工業団地の開発 県企業立地課: 南国日章工業団地 測量設計 用地買収 造成工事</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>					<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</p>	<p>◆高規格道路などの産業基盤が整い、企業立地が進んでいく</p>	

- ※改革のための6つの基本方向
- 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. ものづくりの基盤整備】

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	基本方向						
						1	2	3	4	5	6	
2. 研究開発の促進 (1) 産学官連携の推進		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産業や資本の集積が少なく、中小企業が多い本県では、自社で十分に研究員や研究費を持ち、時間をかけて製品の技術的な開発を進めることができる企業は多くない</li> <li>◆そのため、こうした本県の弱みを補うため、日常的に産学官が連携する場が求められている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産学官連携共同研究や産業人材の育成などを進めるため産学官連携会議が設立された</li> <li>・中期テーマ研究開発事業(産学官連携産業創出研究推進事業)の実施により具体的な共同研究が開始された</li> <li>◆産学官連携による共同研究等の基盤が整備され、新たな取組が開始された</li> <li>◆中期テーマ研究推進事業(H23採択研究)は、特許出願により独自の技術の確立や新たな研究につなげる動きがある</li> <li>◆来年度の製品販売を予定する企業や新たに製品化を目指す県内企業が出現するなど、事業化の動きが着実に進みつつある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産学官連携会議による共同研究の創出</li> <li>◆産学官連携推進チーム等によるコーディネート機能の強化</li> <li>◆中期テーマ研究開発事業の進捗管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産学官連携による新産業の創出</li> <li>○産学官連携会議を開催し、情報を共有するとともに共同研究を推進</li> <li>◎産学官連携会議分野別テーマ部会の活動による新たな共同研究の推進</li> <li>◎中期テーマ研究開発事業による共同研究の支援による新たな事業化の推進</li> <li>◎機能性食品や医療・介護関連機器の研究開発や事業化を目指す企業への専門家の派遣</li> </ul>			○	○			
3. 人材の育成と確保 (1) 技術人材の育成		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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</li> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・技術研修開催</li> <li>◆企業、団体からの要望に沿った研修を実施することで当初計画以上の参加が得られた</li> <li>また、目標とした溶接関係の合格率も向上した</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆若手から中堅までそれぞれの技術レベルに応じたカリキュラムの設定</li> <li>◆研修終了後の受講者へのフォローアップなどきめ細かい対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆工業技術センター等が行う技術研修</li> <li>◎人材育成事業(工業技術センター)</li> <li>◎人材育成事業(紙産業技術センター)</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					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)	
<p><b>産学官連携会議の開催</b></p> <p>県新産業推進課:産学官連携会議を開催し、県内の産学官連携に関する情報を共有し、関連事業の相互連携とレベルアップを図る</p> <p><b>産学官連携会議分野別テーマ部会の活動</b></p> <p>県新産業推進課:分野別テーマ部会(新エネルギー、防災、食品)の活動により、産学官共同研究テーマを掘り起こし、共同研究を推進する</p> <p><b>中期テーマ研究開発事業(産学官連携産業創出研究推進事業)の推進</b></p> <p>県新産業推進課:中期テーマ研究開発事業により産学官共同研究が推進され、新たな事業化が図られる</p>					<p>◆産学官連携の取組が広がり、新エネルギーや防災関連などの共同研究成果が複数生まれ、事業化が始まっている</p> <p>◆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</p>	<p>◆産学官連携の取組が根付き、日常的な共同研究の中から、産業振興につながる研究成果が継続的に生み出されている</p> <p>◆産学官間連携による研究成果を基にした事業の中から、科学技術を活用した事業モデルとなる成功例が生まれ、県内の雇用拡大にも貢献している</p>	
<p><b>医療関連分野専門家の派遣</b></p> <p>県新産業推進課:専門家の派遣や薬事法に関する勉強会などを開催し、新たな分野での産業創出を図る</p>							
<p><b>新事業創出支援チームの活動</b></p> <p>県新産業推進課:中期テーマ研究開発事業の成果の事業化に向けた取り組みの推進</p>					<p>◆技術レベルに応じた能力向上と資格取得率アップ</p> <p>技術研修 1,600人 (H24~H27)</p> <p>紙産業技術 初任者研修会 延べ145人 (H24~H27)</p> <p>技術指導アドバイザーの派遣 10社25回派遣 (H24~H27)</p>	<p>◆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>	
<p><b>機械・金属・電子、化学、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成</b></p> <p>県工業技術センター: ・専門的技術研修の実施 ・食品加工特別技術支援員の配置 ・機械金属加工特別技術支援員の配置 ・資源利用加工特別技術支援員の配置 ・技術指導アドバイザーの派遣 ・土佐FBC人材創出事業への支援(講師の派遣等)</p> <p>県紙産業技術センター: ・不織布分野の新たな試験製造装置や機能紙技術向上のため導入した試験装置等を活用し、新たな技術に対応できる人材を育成</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 戦略の柱【1. ものづくりの基盤整備】

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	基本方向						
						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、離転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は高く、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					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)	
<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>					<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%</p>	<p>◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発達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>	
<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>							<p>◆自己都合による途中退校率 H22: 18.9% ↓ H27: 10.0%</p>
<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>					<p>(委託訓練) ◆就職率 H22: 68.4% ↓ H27: 75.0%以上</p>		
<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>					<p>◆研修受講者数 H22: 346人 ↓ H27: 580人</p>		
<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>					<p>◆在職者訓練の実施 500人 (H24~H27)</p>		

- ※改革のための6つの基本方向
- 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. ものづくりの基盤整備】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
<b>3. 人材の育成と確保</b> (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	◆県外求人増加により県外への就職が増加 ◆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 ・私立中等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 ★私立中等高等学校には、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、ダイレクト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展、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しての情報提供 ◆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トメール、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 ★私立中等高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援(再掲)						○ ○
(4) 若年者の就業支援	◆就業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) ・就業者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)	・ジョブカフェうちものしごと体験枠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職支援 ◆利用者の就職者数は目標を上回る結果となっている ◆就職者数1,120人 (H24実績) ◆H21年4月ジョブカフェ幅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 ◆幅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「ジョブカフェうちものしごと」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 ○幅多サテライトの機能の強化を図る ◎利用者のニーズをとらえたセミナーを開催する						○
(5) U・ターンの促進	◆U・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・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・ターン希望者と企業とのマッチングの強化 ○U・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・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	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>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>◆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>
<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の直接参加、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: 私立中学高等学校の生徒に、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>ジョブカフェこうちによる若年者の就業支援</p> <p>県雇用労働政策課: 幡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: 本部及び幡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>	


※改革のための6つの基本方向

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

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
3. 人材の育成と確保 (6) 伝統的工芸品産業等の人材育成	◆伝統的工芸品産業等の担い手不足		・伝統的産業に興味のある人材の発掘や後継者として産業に従事する人材の育成と販路開拓	◆県内外で伝統的産業の担い手となる後継者の候補者を求め、産業に興味のある人材の発掘や担い手育成に取り組む団体を支援  ★伝統的産業に興味のある人材発掘のため、短期体験研修への開催支援  ★後継者育成に取り組む団体への支援  ★販路開拓の支援						○	

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

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)
					◆伝統的工芸品産業等が求める後継者の育成	◆伝統的工芸品産業等が求める後継者の確保
		<p>県工業振興課： ・伝統的工芸品産業等団体や市町村等と連携し、短期体験研修の開催や長期研修にかかる費用への支援を実施</p> <p>産業振興センター： ・こうち産業振興基金を活用した販路開拓等への支援を実施</p>				

※改革のための6つの基本方向

- 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【2. ものづくり】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (・取組 ◆成果)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 防災関連産業の振興 (1) 南海地震対策と連動させた防災関連産業の振興	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">                     P510 別図(商工13)参照                 </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆台風や南海地震といった自然災害を経験する中で、県内には特色のある防災関連の製品や技術も生まれている</li> <li>◆防災意識の高まりを受け、大きな需要が見込まれる分野だと期待される</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「防災関連産業交流会」における市町村と企業のネットワークの構築</li> <li>◆「防災関連産業」の認知度の向上</li> <li>◆交流会参加企業 97社(H26.2末)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆「防災関連産業」の取組みの更なる拡大</li> <li>◆「防災関連産業交流会」を通じたネットワークの更なる広がり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆南海地震への備えと連動させた防災関連産業の地産地消・外商の推進</li> </ul> <p>&lt;総合的な支援&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★「防災関連産業交流会」の設置</li> <li>★防災産業推進コーディネータの設置</li> <li>★産学官連携による防災関連の研究開発の推進</li> </ul> <p>&lt;「地産」を推進するためのものづくり支援&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★試作機の開発支援</li> <li>★試験研究機関での技術支援</li> <li>★全国に通用するものづくり支援</li> </ul> <p>&lt;「地消」を推進するための広報・販路開拓支援&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★県内でのPR</li> <li>★公的調達の促進</li> </ul> <p>&lt;「外商」を推進するための販路開拓の支援&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★防災関連の主要展示会への出展</li> <li>★トップセールスの実施</li> <li>★コーディネータ等による製品開発や販路拡大のサポート</li> <li>★県内での導入実績づくりによる信用力の付与</li> </ul>	○	○	○			
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・ものづくり地産地消推進事業費補助金(防災枠)を活用した製品の開発</li> <li>◆製品開発 22件(H23~25)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆新たな製品開発の掘り起こしと、既に開発中の製品について販売に至るまでの加速化</li> </ul>							
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・「製品開発アドバイザー派遣制度」の創設</li> <li>◆製品開発時の課題にきめ細かに支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆県内市町村における新たな公的調達制度導入の促進</li> <li>◆県内における積極的な製品PRの実施</li> </ul>							
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな公的調達制度の創設と、それを活用した県内製品の積極的な導入</li> <li>◆県下市町村に公的調達制度が創設(5市)</li> </ul>								
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内防災イベント等における製品PRの積極的な実施</li> <li>◆県内における製品導入の機運の高まり</li> </ul>								
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・県外見本市への積極的な出展</li> <li>◆全国に向けた販路の拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆全国レベルで競い合った製品の磨き上げ</li> <li>◆外商支援の強化</li> <li>◆防災認定製品の増</li> </ul>							
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・防災製品販売メーカーへトップセールスの実施</li> <li>◆取り組み支援</li> <li>・「防災関連製品認定制度」の創設</li> <li>◆59製品認定</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					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)	
<p>「防災分野の地産地消」の仕組みづくり・意識の醸成</p> <p>県工業振興課:産学官民のネットワークづくりのための防災産業交流会の設置・運営(「防災分野のものづくり地産地消」の意識の醸成、防災関連の製品や技術の情報共有、官民連携での製品開発・ブラッシュアップに向けたコーディネート)</p> <p>自治体・自主防災組織等:地域の防災ニーズ等の取りまとめと情報発信</p> <p>工業団体・民間企業等:地域のニーズや課題を解決するための提案、防災関連製品・技術のPR・新規開発</p> <p>大学・試験研究機関等:新たな研究テーマの製品開発等に当たっての技術支援</p> <p>県新産業推進課:産学官連携会議に「防災研究会」を設置し、研究開発や技術開発を推進</p> <p>産業振興センター:防災産業推進コーディネーターによるものづくりの段階から販路開拓までの支援</p>					<p>◆幅広い分野で、競争力のある製品が生まれ、見本市等により積極的に販路拡大がなされている</p> <p>◆メイドイン高知の製品に対する評価が高まり、県内外での導入が進んでいる</p> <p>◆「防災関連産業」と言えば高知県」というイメージが定着し始めている</p>		
<p>ものづくり企業の製品開発力の強化・地産地消・外商の推進</p> <p>産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことにより、ビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施</li> </ul>						<p>◆ものづくり補助金を活用した製品開発件数 20件 (H24~H27)</p>	<p>◆県内の全市町村への県内製品の導入件数 100%</p>
<p>新たな防災関連製品や技術の開発・全国に通用するものづくり</p> <p>県工業振興課・工業技術センター・大学等:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県内に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援</li> </ul> <p>県工業振興課・工業技術センター・大学等:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>全国に通用するものづくりを推進するための有識者との情報交換や、製品開発アドバイザーの設置等による技術支援</li> </ul> <p>工業団体・民間企業等:地域の課題(生産性の向上など)を機械化によって解決するための機械装置等の開発・製造</p> <p>高知県産業振興センター:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新商品開発支援、防災産業連携コーディネーター等による防災関連製品等の企画・開発・ブラッシュアップのサポート</li> </ul> <p>産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものをサポート</li> </ul>					<p>◆ものづくり補助金を活用した製品開発件数 20件 (H24~H27)</p>	<p>◆県内の全市町村への県内製品の導入件数 100%</p>	
<p>防災関連製品や技術の県内への導入</p> <p>県工業振興課:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>防災訓練や防災フェア、巡回展示会等での防災関連製品や技術の展示PR、ホームセンターや量販店等での展示販売への支援</li> <li>市町村へのPR(県内製品プレゼンテーション等)、高知県モデル発注制度を活用した公的調達への推進</li> </ul> <p>県工業振興課・ものづくり地産地消・外商センター:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力をアピールする総合的な技術展示会でのPR</li> </ul> <p>県・市町村:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県内製品や技術の導入</li> <li>新たな公的調達制度の創設</li> </ul> <p>市町村:新たな公的調達制度の創設と、「高知県防災関連認定製品」として認定された製品や技術の導入 <p>県防災関連産業交流会:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県防災関連産業交流会:防災関連製品認定制度に基づくメイド・イン高知の製品や工法の認定</li> </ul> <p>高知県産業振興センター:防災産業推進コーディネーター等による同行営業、公的機関(国・県・市町村等)への製品PR</p> </p>							
<p>防災関連製品や技術の県外マーケットへの販路開拓</p> <p>県工業振興課:防災関連の主要な展示会に高知県ブースを設置し、メイドイン高知の製品や技術をPR</p> <p>県防災関連産業交流会:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県防災関連製品認定制度の創設と登録製品認定</li> </ul> <p>県・市町村:新たな公的調達制度の活用によるメイド・イン高知の防災関連製品や技術の導入</p> <p>高知県産業振興センター:防災産業推進コーディネーターや、東京・大阪在住の企業コーディネーター等とも連携した販路拡大支援</p> <p>産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援</li> </ul>					<p>◆ものづくり補助金を活用した製品開発件数 20件 (H24~H27)</p>	<p>◆県内の全市町村への県内製品の導入件数 100%</p>	
<p>※改革のための6つの基本方向</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る</li> <li>2 産業間の連携を強化する</li> <li>3 足腰を強め、地力を高める</li> <li>4 新たな産業づくりに挑戦する</li> <li>5 産業人材を育てる</li> <li>6 移住促進により、活力を高める</li> </ol>							

戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (・取組 ◆成果)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 成長分野での事業化促進 (1) 成長が期待される食品、天然素材等5分野を対象とした研究会の設置		<p>◆製造品出荷額等は、H7年(7,055億円)をピークに減少し、ここ4~5年はほぼ横ばい</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H18年 5,498億円(全国46位)</li> <li>・45位(鳥取) 1兆346億円、47位(沖縄)5,280億円</li> <li>※H19年工業統計(速報)</li> </ul> <p>◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・従業員数4~9人 全体の47%</li> <li>” 100人以上 全体の3%</li> </ul> <p>&lt;製造品出荷額&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・従業員数4~9人 全体の6%</li> <li>” 100人以上 全体の49%</li> </ul>	<p>成長が期待され潜在力のある4つの分野(食品、天然素材、環境、健康福祉)ごとに企業や専門家等で構成する研究会を設置し、事業化を支援</p> <p>会員数 345社(H26.2末)</p> <p>◆研究会で事業化プランの作成や事業化に取り組む企業が創出され、売上高増加や新規雇用などの成果が表れ始めた</p> <p>プラン 60件(H21~H26.2) 販売金額 8.2億円(H21~H25.3) 新規雇用 47人(H21~H26.2)</p>	<p>◆研究会発事業化プランの作成に向けた取組の加速</p> <p>◆研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実</p>	<p>◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援</p> <p>○意欲のある企業の参加促進</p> <p>○事業化に向けた企業間連携の促進</p> <p>○個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化</p> <p>○研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化</p> <p>★研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化</p>	○	○		○		
			<p>◆高知県情報産業協会、国、県の3者が連携して、クラウドを活用したビジネスモデルの検討や人材育成に向けた取組を開始</p> <p>◆高知県情報産業協会が設立した「クラウド研究会」の活動を支援</p> <p>◆クラウドやスマートフォンを取り巻く現状や課題など、今後具体的な取組を進めていくうえで必要な情報を共有した</p>	<p>◆クラウド等の新たな情報技術を活用した、ビジネスを展開するうえで必要となる人材の育成</p>	<p>◆★新技術の技術講習会や業界動向についてのセミナーを開催</p>			○			

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業



第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>食品、天然素材、環境、健康福祉</p> <p>即戦力の会員づくり 個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化 力のある企業の研究会活動への加入促進とマッチング より大きく飛躍するために販促を中心としたプランの検証と再構築を実施 研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化</p> <p>県工業振興課、新産業推進課：テーマ別研究会設置・運営、研究会発事業化支援事業費補助金制度の実施</p>					<p>◆研究会での活動を通じて、競争力のある製品や事業展開のノウハウ等を備えた企業が数多く生まれ、販売が増加している</p> <p>◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用が創出される</p> <p>◆全国的に競争力のある企業が生まれ、生産が活発化し、企業の集積が始まっている</p>	<p>◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用が創出される</p> <p>◆全国的に競争力のある企業が生まれ、生産が活発化し、企業の集積が始まっている</p>	
<p>事業化プラン策定段階からの参画 認定済み事業化プランの事業化を支援 産業支援機関、公設試などとの連携強化</p> <p>県工業振興課、新産業推進課：新事業創出支援チームによる事業化に向けた取組への支援</p>							
<p>企業ニーズに沿った技術講習会の開催 最新の業界動向などに関するセミナーの開催</p> <p>高知県情報産業協会、県新産業推進課：最新デバイス向けアプリケーション開発等セミナー開催</p>							<p>◆クラウドなどの新たな情報技術を活用出来る人材が育成され、それを生かした新事業が創出されている</p> <p>◆情報技術の革新に対応できる企業の育成による、情報関連産業の活発な事業展開</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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【2. ものづくり】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
2. 成長分野での事業化促進 (2) まるごと支援による 新たなコンテンツビ ジネスとクリエイター 活躍の場の創出  <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;">             P503              別図(商工6)参照           </div>	◆幅広い企業、大学が 研究開発を行ったが研 究開発の成果が製品 化・事業化まで結びつ くものが少ない	・県内クリエイター実態調 査の実施 ・コンテンツビジネス起業 化支援事業の推進 ・高知コンテンツコンテ ストの開催 ・クリエイター見本市の 開催 ・著作権セミナーの開催 ・コンテンツビジネス創出 育成協議会の設立 ・高知県ソーシャルゲー ム企画コンテストの 開催 ・コンテンツプロデュー サーによるクリエイター の個別指導及びセミ ナーの開催 ◆県内クリエイターのビ ジネスの場を県内外に 拡大 ◆クリエイターの地産地 消に関しては、見本市 により県内事業者との 商談を実現した ◆高知県内で5作品の ソーシャルゲームが リリースされ、2作目が ヒット作となるとともに 開発会社への着実な ノウハウの蓄積や、 雇用創出、県内事業 者への業務発注等による 県内経済への波及 効果をもたらした ◆コンテンツプロデュー サーの個別指導による 県内クリエイターの人 材育成と人脈を活 かしたビジネスチャン スの拡大に繋がった	◆クリエイターの地産地 消の進展に向け、具体 的な発注ニーズを持つ 事業者と県内クリエイ ターとのビジネスマッ チングの推進 ◆新たなコンテンツ産業 のニーズの掘り起こし ◆収入増や、地域経済へ の波及効果のあるコン テンツビジネスプランの 具体的な策定 ◆県内事業者のコンテン ツ事業の展開を入口から 出口まで一貫して支 援する体制の整備 ◆現在主流となっている ゲームは複雑な作り込 みが必要で開発に巨 額の経費を要すること やユーザー嗜好の移り 変わりが早い中での自 社ブランドの開発又は リスクが高い状況を踏 まえた事業の再構築	◆コンテンツ産業(まんが、 デザイン等)の事業化に向 けた取組の推進 ◎商工労働部の高知家「も のづくり企業」まるごと支 援パッケージと連携し、 県内クリエイターへの商 品デザイン等の発注を促 進 ◎コンテンツ関連企業から 事業化プランの掘り起こ しを行い、事業化プラン の改善や個別相談、商 品の販路開拓や広報支 援などのコンテンツ事業 の展開を専門家が一貫 して支援 ◎これまでのソーシャルゲ ム開発及び運用で培 ったノウハウや県内イラスト レータ等の人材の売りこ みに、首都圏大手ゲ ム開発会社の業務の 受託や協業を支援					○		○
(3) 大きな成長が期待 できるビジネスへの 支援	・ビジネスの立ち上がり 期である「創業準備期」 「創業期」においては、 事業を展開するにあたり、 資金をはじめ、様々な 経営資源が不足 ・資本や産業集積の乏しい 本県において、新たな ビジネスを創造してい くことが、県経済の浮揚 を図るために重要。	・㈱日本トリム様からの 寄付金1億円を活用し、 産業振興センターにお いて「こうちビジネス チャレンジ基金」を造 成。当該基金を活用し て、高知県内で起業等 に挑戦する熱意のある 経営者を募集する「こう ちビジネスチャレンジ基 金事業」を平成25年度 から実施 ◆第1回こうちビジネス チャレンジ基金事業で は、ビジネスプラン93件 (県内47件、県外46件) が応募。うち、5件をこう ちビジネスチャレンジ プランとして認定。この うち、3件が平成25年度 中に事業着手。残り2 件は、平成26年度中に 着手予定	◆引き続き、多くの応募 をいただくために、効 果的な広報活動を行 う必要がある ◆認定されたビジネス プランへの事業化に向 けた効果的な支援体制 のさらなる構築が必要	◆ビジネスの立ち上がり期 への支援の強化 ★こうちビジネスチャレ ンジ基金によるビシ ネスプランの募集・認定 ★認定事業に対する事業 実施に向けたサポート	○	○	○	○			○

※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年後)
<p>コンテンツ産業の事業化に向けた取組の推進</p> <p>県まんが・コンテンツ課:コンテンツビジネス起業研究会による事業化プランの作成から事業化に向けた取組を一貫して支援</p>					<p>◆新たなコンテンツ産業の創出、クラスター(産業集積)化の土台づくりの進展</p>	
<p>コンテンツ産業の事業化に向けた取組の推進</p> <p>県まんが・コンテンツ課:コンテンツビジネス起業研究会に配置する複数の専門家による事業化プラン案の改善、事業着手後の個別相談、商品の販路開拓や広報支援など事業者のニーズに応じた入口から出口まで一貫した支援</p>					<p>◆外貨を獲得する研究会発事業化プランの事業化</p>	
<p>ソーシャルゲーム産業創出の土台づくり</p> <p>県まんが・コンテンツ課:高知県ソーシャルゲーム企画コンテスト、事業の成果検証、次年度事業の検討</p>					<p>◆一定収益となるソーシャルゲームの開発・運用により、開発から次ゲームへの投資へとつながる産業創出サイクルの構築</p>	
<p>ソーシャルゲーム産業創出の土台づくり</p> <p>県まんが・コンテンツ課:産業創出のための環境づくり支援、運用支援、関係産業への波及支援、首都圏大手ゲーム開発会社との協業・受託に向けた営業支援</p>					<p>◆県内におけるソーシャルゲームの年商:20億円(6社が年2~3作品開発、1作品の月売上が1,000万円)</p>	
<p>クリエイター地産地消支援</p> <p>県まんが・コンテンツ課:第3回高知コンテンツコンテスト、事業の成果検証、次年度事業の検討</p>					<p>◆高知県クリエイターのブランド化</p>	
<p>クリエイターの人材育成、地産地消支援</p> <p>県まんが・コンテンツ課:第3回までの成果検証により高知コンテンツコンテストを廃止、県内クリエイター見本市、コンテンツプロデューサーによるクリエイターの個別指導及びセミナー開催著作権セミナー</p>					<p>◆首都圏等での商談成立などによるクリエイターの収入増</p>	
<p>クリエイターの人材育成、地産地消支援</p> <p>県まんが・コンテンツ課:第4回までの成果検証により県内クリエイター見本市を休止、クリエイターの意識啓発に繋がるセミナーや個別相談会、個別指導など個々のクリエイターのニーズに合った人材育成、商工労働部と連携し県内クリエイターへの商品デザイン等の発注を促進著作権セミナーは、毎年度成果検証により継続を判断</p>					<p>◆支援を行ったビジネスプランの事業化 15件(H25~H27)</p>	
<p>クリエイター地産地消支援</p> <p>県まんが・コンテンツ課:県内クリエイター見本市著作権セミナー</p>					<p>◆支援を行ったビジネスプランが大きく成長し、製造品出荷額等の向上に寄与している</p>	
<p>こうちビジネスチャレンジ基金によるビジネスプランの募集・認定</p> <p>高知県産業振興センター: ・新規性あるいは付加価値が期待でき、かつ事業として大きな成長が期待できるビジネスプランの募集 ・優れたビジネスプランを、「こうちビジネスチャレンジプラン」として認定(平成28年以降の事業実施については、3年間の実績をもとに平成27年度に方針を検討)</p>						
<p>認定事業等に対する事業実施に向けたサポート</p> <p>高知県産業振興センター: ・認定を行ったビジネスプランに対し、事業育成支援金及び専門家によるハンズオン支援など、事業化に向けた支援やフォローアップを実施 ・認定に至らなかったビジネスプランに対しても、個別訪問や他の支援事業の紹介などサポートを実施</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (・取組 ◆成果)	課題	これからの対策	基本方向									
						1	2	3	4	5	6				
(1) 各分野での機械化ニーズ等の集約、共有	3. ものづくりの地産地消	<p>◆製造品出荷額等は、H7年(7,055億円)をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H18年 5,498億円(全国46位)</li> <li>・45位(鳥取) 1兆346億円、47位(沖縄)5,280億円 ※H19年工業統計(速報)</li> </ul> <p>◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・従業員数4～9人 全体の47%</li> <li>〃 100人以上 全体の3%</li> </ul> <p>&lt;製造品出荷額&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・従業員数4～9人 全体の6%</li> <li>〃 100人以上 全体の49%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ものづくり地産地消センターの開設</li> <li>・ものづくり技術展示会の開催</li> <li>・ものづくり企業による現場視察や意見交換会の実施</li> <li>◆県内相談窓口が設置され、県内でのものづくりのニーズが集積することで、技術を提供できるものづくり企業とのマッチングが進んだ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆「ものづくり地産地消センター」を中心に、各関係機関が連携し、新たな相談案件の掘り起こしを行う必要がある</li> <li>◆下請けを中心とした中小企業における製品開発力や営業力、資金力の不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆「ものづくり地産地消・外商センター」を中心としたマッチング機会の創出</li> <li>○タイムリーな情報提供</li> <li>○相談・マッチング機能の強化</li> <li>○高知県工業会等、各種団体との連携強化</li> <li>◎ものづくり技術展示会の規模拡大</li> <li>★産振センターの組織体制の強化</li> </ul>	○									
						(2) 試作開発への助成や技術支援による製品開発の支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ものづくり地産地消推進事業費補助金の創設</li> <li>◆産業間の連携による機械装置の開発が進み、県内外への販売も開始されるなど、機械系の地産地消の気運の高まりや成果が表れ始めた</li> <li>補助金交付件数 (H22～H25) 企画立案 11件 試作開発 67件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ものづくりの地産地消の「地消」の推進に向けた製品の磨き上げ</li> <li>◆「ものづくりの地産地消」の意識の浸透と、実践の定着</li> <li>◆企画から製品開発、販路開拓までの過程で企業の状況に応じたアドバイスや外商を見据えた製品づくりへの支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆機械系の「ものづくりの地産地消」を支える製品開発力の強化</li> <li>○試作機の開発支援</li> <li>★防災関連の製品開発の推進</li> <li>◎企業間連携や産学官連携の充実・強化</li> <li>◎県内展示会等でのPR</li> <li>★補助金のメニューの明確化と審査会機能の強化</li> </ul>	○					
										<ul style="list-style-type: none"> <li>◆農業・食品関係の企業や団体への商品開発、品質管理技術向上のための支援を行った</li> <li>◆地域APの各課題とも連携し、品質管理技術の向上や商品化などに繋がった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆企業によっては商品開発力・品質管理能力が不十分なところもあり、技術レベルに合わせたきめ細かな支援が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆工業技術センターが行う技術支援の充実</li> <li>○企業等の技術課題に合わせたきめ細かな支援</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	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><b>ものづくりの地産地消の推進</b></p> <p>ものづくり地産地消センター: ・「ものづくりの地産地消」に関する各種の相談やマッチングへの支援、県内企業に関する情報の収集強化、商談を活性化する場の確保等を実施</p> <p>ものづくりの地産地消推進プロジェクトチーム(庁内関係機関等): ・庁内における「ものづくりの地産地消の推進体制として、各機関が有する情報の共有、相談案件等に対する支援策の検討等を実施</p> <p>県計画推進課、工業振興課、地産地消・外商課、地域本部等: ・情報フローを通じた発注予定情報等の収集</p>					<p>◆<b>県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している</b></p> <p>◆<b>ものづくり補助金を活用した製品開発件数 40件 (H24~H27)</b></p>		<p>◆<b>製品開発で磨かれた高い競争力を持った企業が生まれ、外商活動も拡大している</b></p> <p>◆<b>企業間の連携によるニーズへの対応と企業の集積が進み、全国的な商品開発のネットワークにつながっている</b></p>
<p><b>ものづくりの地産地消・外商の推進</b></p> <p>高知県産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」: ・ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことによりビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施 ・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものをサポート ・県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援</p>					<p>◆<b>県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している</b></p> <p>◆<b>ものづくり補助金を活用した製品開発件数 40件 (H24~H27)</b></p>		
<p><b>総合的な技術展示会等の開催</b></p> <p>県計画推進課、高知県産業振興センター: ・県内のものづくり技術を一堂に会した総合的な技術展示会等を開催(※実施内容については前年度実績を踏まえ毎年度検討)</p> <p>ものづくり企業、産業団体等: ・技術展示会等への出展、技術の紹介、商談</p>					<p>◆<b>県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している</b></p> <p>◆<b>ものづくり補助金を活用した製品開発件数 40件 (H24~H27)</b></p>		
<p><b>ものづくり企業の製品開発力の強化・地産地消の推進</b></p> <p>県工業振興課・工業技術センター: ・県内に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援 ・支援事業の審査会機能の強化や支援メニューの明確化により、販売をみそえた製品開発を支援</p> <p>県工業振興課・ものづくり地産地消センター: ・県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力を県内外にアピールする総合的な技術展示会でのPR</p> <p>産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」: ・ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことにより、ビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施 ・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものをサポート ・県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援</p> <p>工業団体・民間企業等: 地域の課題(生産性の向上など)を機械化によって解決するための情報収集・情報交換、機械装置の開発・製造</p>					<p>◆<b>県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している</b></p> <p>◆<b>ものづくり補助金を活用した製品開発件数 40件 (H24~H27)</b></p>		
<p><b>企業・団体への商品開発支援・食品加工技術の支援・ものづくり企業への製造技術の支援</b></p> <p>県工業技術センター: ・企業・団体への商品開発支援 ・品質管理技術等の支援 ・ものづくり企業への製造技術等の支援 ・特別技術支援員による製品開発等技術支援の推進 ・技術指導アドバイザーの派遣による課題解決</p>					<p>◆<b>全国レベルの加工・品質管理技術を持つ企業の増加</b></p> <p>◆<b>商品開発支援 30件</b></p>		
<p>企業・団体への商品開発支援・食品加工技術の支援・ものづくり企業への製造技術の支援</p> <p>県工業技術センター: ・企業・団体への商品開発支援 ・品質管理技術等の支援 ・ものづくり企業への製造技術等の支援 ・特別技術支援員による製品開発等技術支援の推進 ・技術指導アドバイザーの派遣による課題解決</p>					<p>◆<b>全国レベルの加工・品質管理技術を持つ企業の増加</b></p> <p>◆<b>商品開発支援 30件</b></p>		

P504  
別図(商工7)参照

P505  
別図(商工8)参照

※改革のための6つの基本方向

- 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【2. ものづくり】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
4. 企業集積の拡大 (1) 全国トップクラスの助成制度を活用した企業立地の促進	◆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	◆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	・企業立地促進要綱の改正 ・訪問活動の強化 ・企業立地件数30件 ◆継続的な誘致活動を通じて新規案件の掘り起こしを行い企業立地を実現	◆企業立地の推進 ○「ものづくりの地産地消」を加速する業種の誘致 ○雇用の拡大に「即効性」を持つ業種の誘致 ○地域産業を支える人材育成、労働力の確保	○	○				○	
(2) 中山間地域の豊かな環境や遊休施設等を活用して、市町村によるシェアオフィスの整備や入居する企業・新規創業者への支援を実施  <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content;">             P507              別図(商工10)参照           </div>	◆本県の中山間地域では、全国に先行して、過疎化、高齢化が進行しており、集落機能の低下や農地、山林の荒廃などの課題に直面。若年層の地域への定着を進めることが不可欠になっている ◆雇用の受け皿となっていた一次産業や建設業が衰退しており、これに代わる中山間地域での新たな雇用の受け皿づくりが急務となっている			◆シェアオフィスへの入居促進と事業者への支援 ★市町村が策定する事業計画に基づいて設置するシェアオフィス等の整備への支援 ★地方で起業を考えている方などへの的確なアプローチとさらなる企業誘致 ★入居する企業や新規創業者への初期経費の支援 ◎専門家派遣やセミナー開催、事業連携先の紹介などを通じた創業や事業継続・拡大への支援 ★地域の雇用創出			○	○	○	○	○

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>企業立地の推進</p> <p>県企業立地課： 農林水産物に付加価値を付ける食品加工などの地域資源を活用する分野、太陽光などの新エネルギー関連産業分野、本県製造業の高度化や製品の県内での一貫生産を行ううえで不足する業種、雇用拡大に即効性を持つ事務系業種等の企業を誘致する</p>					<p>◆新規案件の掘り起こしを行うとともに継続的な誘致活動を通じて、企業立地が進む</p> <p>・新増設 40件(H24～H27)</p> <p>・製造品出荷額 360億円、新規雇用 1,300人</p>	<p>◆成長産業や県内不足業種等にかかわる有力企業が立地し、県内企業を巻き込んだ地域内でのサプライチェーン化が進んでいる</p>	
<p>企業立地の推進</p> <p>県企業立地課： ・企業立地促進補助金制度の抜本強化 ・企業立地セミナーの開催 ・コールセンター等立地促進補助金制度の抜本強化 ・コールセンター見本市への出展</p> <p>P506 別図(商工9)参照</p>							
<p>シェアオフィス整備等の支援</p> <p>県計画推進課、移住促進課、中山間地域対策課、情報政策課： 市町村が策定する事業計画に基づいて設置するシェアオフィス等の整備への支援</p>					<p>◆シェアオフィスを設置した市町村や地域の知名度が向上しつつある</p> <p>◆県内6地域に、20企業が創業し、IT企業等の集積が始まりつつある</p>	<p>◆サテライトオフィスを設置した市町村や地域等の知名度が向上し、ブランド化されている</p> <p>◆IT企業等が集積している</p> <p>◆中山間地域への移住や交流人口、雇用が拡大し、地域の活性化が図られている</p>	
<p>シェアオフィスへの入居促進</p> <p>県新産業推進課：市町村と連携したシェアオフィスのPRや入居者の募集</p>							
<p>新規創業等の事業者支援</p> <p>県新産業推進課：シェアオフィスに入居する新規創業者や企業の初期経費への支援</p> <p>県新産業推進課、支援機関：専門家派遣によるハンズオン支援や、金融機関・事業連携先の紹介、創業セミナーなどの開催による、創業や事業の継続・拡大に対する支援</p>							
<p>地域の雇用創出</p> <p>県新産業推進課：市町村等と連携した地域人材の育成セミナーの開催や入居企業と地域の若者の交流などにより地域の雇用を促進</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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【2. ものづくり】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
<b>5. 建設業の新分野進出</b> (1) 建設業の新分野進出	◆市町村の産業別総生産に占める高い建設業の割合 (H17年度) 建設業が上位5位までに入る市町村 15市町村(42.9%) (H20年度) 建設業が上位5位までに入る市町村 18市町村(52.9%) ◆公共事業費の減少とともに就業者も大きく減少 (H12年度) 2,504億円 47,313人 (H17年度) 1,358億円 38,073人 (H22年度) 1,213億円 29,400人(速報値) (H17→H22) ▲145億円 ▲8,673人 ◆多い企業倒産 (H21年度)69件 (うち建設業23件(33.3%)) (H22年度)52件 (うち建設業20件(38.5%)) ◆建設業者は、近年の公共事業費の急激な減少で厳しい経営環境 ◆新分野進出の検討、実施に踏み出せない建設業者が多数存在	・平成22年5月に財団法人高知県産業振興センターに「建設業新分野進出アドバイザー」を1名配置 ・県内7ヶ所の「地域産業振興監」オフィスを地域の窓口として位置付け ・「建設業の新分野進出事例集」を平成21年度末に作成 ◆建設業新分野進出アドバイザーを1名配置したことで、県内の様々な建設事業者の新分野進出に関するニーズの把握につながり、個別の相談に対するフォローアップが可能となった ◆新分野進出説明会・セミナーの参加については、各地域の建設業協会との打ち合わせを行い、先方のニーズに対応することで、参加者を増加させることができた ◆新分野進出事例集や実態調査結果を各企業に配布することで、新分野進出を検討する参考となり、きっかけづくりとなっている ◆建設業新分野進出実態調査を行うことで、建設業の新分野進出に関する意識や課題、現在の支援策に対する評価を得ることができた ◆特に、調査で3年以内に新分野進出を希望する企業については、企業訪問を実施し、具体的な支援を行うことができています	◆新分野進出に興味を持つ企業が、さらに踏み込んだ検討をしやすいするため、分野別の成功事例など提供する情報のレベルアップや、具体的に勉強していく場が必要となっている ◆進出分野が多岐にわたるため、アドバイスする側にも一定の専門分野とともに幅広い知識が求められる	◆企業訪問・説明会を通じた情報提供 ○新分野進出の手引き等の配布 ◎新分野進出説明会・セミナー、先進企業視察、少人数の勉強会等 ◆支援事業の有効活用 ○初期投資の負担軽減等 ○進出リスクの軽減 ◆取組企業へのフォローアップ ○個別企業訪問、他部局との連携の下での専門家派遣、支援制度の紹介等			○				

※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>手引きの配布や進出事例の紹介等、情報提供の充実</p> <p>県商工政策課:手引き等の配布、研修・セミナー、先進企業視察等の開催 新分野進出についての現状把握、経営課題等の抽出のため実態調査の実施(H25)</p>					<p>◆支援体制の充実と進出を促進する環境づくりによる新分野進出事例の拡大</p> <p>◆建設業の新分野進出数 230社 (H24~H27)</p>	<p>◆建設業の新分野進出の拡大による地域産業の活性化と働く場の確保</p> <p>◆新分野の事業が主体となる企業も出てきている</p>
<p>初期投資の負担軽減</p> <p>県計画推進課:産業振興推進総合支援事業費補助金による支援</p> <p>高知県産業振興センター:こうち産業振興基金の建設業経営革新支援事業(一般枠)の支援</p>						
<p>進出リスクの軽減</p> <p>高知県産業振興センター:こうち産業振興基金の建設業経営革新支援事業(新分野進出枠)の支援</p>						
<p>取組企業へのフォローアップ</p> <p>建設業新分野進出アドバイザーの企業訪問による個別支援 高知県産業振興センター、商工会連合会、商工会議所、中小企業団体中央会、県等:専門家等の派遣</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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【2. ものづくり】

取組方針	施策	背景	これまでの取組と成果 (・取組 ◆成果)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
5. 建設業の新分野進出 (1) 建設業の新分野進出 (農業分野)		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業担い手の不足が顕在化</li> <li>◆ 新規就農や農業以外の分野からの新規参入を促進する必要がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 建設業からの農業参入については、平成15年度から支援 これまでに建設業から参入した12法人</li> <li>◆ 経営面では、市場価格の低迷や生産資材の高止まりなどから厳しい状況がみられる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 建設業からの農業に参入するためには、より高度な栽培技術を習得した従業員の育成が重要</li> <li>◆ 現在の経営環境の中で、効率的な経営を行うためには、資金調達や栽培計画の樹立に必要な経営感覚に優れた経営者の育成が重要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 研修の拡充</li> <li>◎ 農業技術を持った従業員の育成</li> </ul>			○			
	(林業分野)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 高いマネジメント能力や効率的な生産(伐採・搬出)システムを駆使できるノウハウを備えた林業事業者が少ない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 事業者に対するコスト管理の勉強会などの専従チームによる経営指導</li> <li>◆ 森林組合と建設業者等とのジョイントに向けた研修会や勉強会の開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 新規参入事業者など優良事例の情報が十分に活用されていない</li> <li>◆ 経営者のマネジメント能力が十分でなかった</li> <li>◆ 事業者の中に核となる人材が十分に育っていない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 事業者のマネジメント能力の向上</li> <li>○ 建設業者等の新規参入と定着を支援</li> </ul>			○		○	
	(福祉・介護分野)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 増大する福祉・介護ニーズに対応するため、他分野からの人材参入・確保が必要</li> <li>◆ 土木・建設業を含め介護保険事業への異業種からの参入は見られるが、別会社の設立によるものが多く、実態の把握はできていない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 資格取得講習会の案内等、情報提供の充実</li> <li>◆ 問い合わせへの対応</li> <li>◆ ホームページや社会福祉協議会への委託事業を通じて情報を提供することができた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 経営者の介護保険制度に関する理解不足</li> <li>◆ 専門的人材の不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 資格取得講習会の案内等、情報提供の充実</li> <li>◆ 福祉・介護分野への就業促進事業の実施</li> <li>◆ 福祉・介護人材確保緊急支援事業の実施</li> </ul>		○				○

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

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)		
<p>農業技術を持った従業員の育成</p> <p>県農地・担い手対策課:新規就農総合対策事業の拡充 (先進農家等での実践研修への支援) 県農業大学校等:農業技術の基礎知識の習得への支援</p>					<p>◆農業分野への新規参入が増加する</p>	<p>◆参入した企業が、地域農業や産地を支える担い手として成長する</p>		
<p>森林整備事業への参入促進と定着への支援</p> <p>事業体:ジョイントへの協力、ジョイント先への技術指導 参入事業体:林業事業体との協調、技術習得 県森づくり推進課・林業改革課:事業体雇用者の技術習得の支援、建設機械から林業機械への改良、作業システム改善への支援</p>							<p>◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している</p>	<p>◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している</p>
<p>情報提供の充実・研修実施</p> <p>県地域福祉政策課・高齢者福祉課:ハローワーク:セミナー・研修等を通じて情報提供を実施</p> <p>県高齢者福祉課:福祉・介護分野で就業したことがない者の参入を促進するための就業体験の実施</p>							<p>◆福祉・介護分野への進出が拡大していること</p> <p>・講習会の開催 H27:72回</p> <p>・職場体験事業への参加者 H27:100人</p>	<p>◆参入した企業が優れた担い手として成長すること</p>

- ※改革のための6つの基本方向
- 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. 販売の拡大(地消・外商)】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 販路拡大への支援	<p>(1)見本市への県ブースの出展、県内外での商談会の開催</p> <p>(2)産業振興センター等との連携による出展企業等への支援</p> <p>(3)産業振興センターを中心とした外商機能の強化等</p>	<p>◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない</p> <p>・従業員数4~9人 全体の47% " 100人以上 全体の3%</p> <p>&lt;製造品出荷額&gt;</p> <p>・従業員数4~9人 全体の6% " 100人以上 全体の49%</p>	<p>・見本市への高知県ブースの設置</p> <p>・商談会の開催</p> <p>・インターネットを活用した企業情報の発信</p> <p>◆販路の拡大が図れ、販売増につながった成約金額 H24~H25: 364百万円</p>	<p>◆機械・金属加工系を中心に取り組んできたため、紙産業等の地場産業への取組の拡大</p> <p>◆産業振興センターと連携し、県外見本市出展を中心とした外商支援の実施</p>	<p>◆ものづくり企業を対象にした県外での受注拡大の取組への支援を実施</p> <p>○新たな分野の見本市へ出展</p> <p>○成約につながりやすい効果的な商談会の開催</p> <p>○関係機関との連携により、見本市、商談会参加後の県内企業へのフォローアップ</p> <p>○県内企業が行う県外企業への県内製品・技術のPR活動への支援</p>	○					
(4)海洋深層水		<p>◆海洋深層水のブームが終焉し、かつての勢いがなくなったことで売上げが伸び悩みピーク H16 155億 現状 H23 136億</p> <p>◆首都圏をはじめとする大消費地への情報発信力が弱く、売込みが十分できていない</p>	<p>・首都圏等における海洋深層水関連イベントへの出展支援の実施</p> <p>・商品開発・施設設備・販路拡大への支援の実施</p> <p>・全国の海洋深層水活用事例の取りまとめ</p> <p>◆展示会・商談会への参加回数増や首都圏等での新たな販路の獲得 展示会・商談会参加 H23: 6回 H24:12回</p> <p>・首都圏において、他の取水地やアンテナショップ間での連携事業の実施 H24: 3回 H25: 3回</p> <p>・他の取水地との連携事業を行い、販路獲得やブランド力の向上に繋がるPRを実施</p> <p>・県内の試験研究機関や成長分野研究会、産学官連携会議との連携し、商品の磨き上げや、新商品開発への支援を実施</p> <p>◆新商品の開発件数増 開発件数 H24: 5件</p>	<p>◆首都圏等にて認知度の更なる向上が必要</p> <p>◆高知県主導で「海洋深層水のブランド力」を上げていく仕掛け作り</p> <p>◆規模の小さい企業が多いことから、県外への販売力が弱く、販路が確保できていない</p> <p>◆一過性の取り組みになりがちで、ビジネスに結びつく事業の展開が必要</p> <p>◆商品力の向上と新商品の開発促進</p>	<p>◆海洋深層水の利用拡大の推進</p> <p>&lt;更なる認知度の向上と販路の開拓&gt;</p> <p>★「高知家」を活用した戦略的プロモーションの実施</p> <p>★首都圏を中心にビジネスへ結びつく営業活動の実施</p> <p>★量販店等へ「深層水フェア」開催に向けた企画の提案</p> <p>○企業クラブの取組への支援</p> <p>★海外販路開拓への支援</p> <p>&lt;海洋深層水のブランド力の強化&gt;</p> <p>○他の取水地との連携</p> <p>★大手企業のPRや室戸ジオパークを活用したPR</p> <p>&lt;商品力向上と研究開発の促進&gt;</p> <p>◎新商品開発と利活用の促進</p> <p>★有効性を示す取組支援</p> <p>★研究開発の促進</p>	○					

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)				
H24	H25	H26	H27	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>販路の拡大</p> <p>県工業振興課:                      ・県外の主要な見本市へ高知県ブースを設置し、県内製品のPRや販路開拓を支援                      ・インターネットを活用した県内企業情報発信の実施                      高知県産業振興センター:                      ・県外見本市や商談会で県内製品や技術を紹介する場を提供し、取引の斡旋や受注の機会を確保                      ・地方開催の見本市中心にブース出展(H25)                      ・見本市・商談会参加企業へのフォローアップ、県外企業への同行訪問など外商活動に関する支援の実施</p>					<p>販路の拡大</p> <p>県工業振興課:                      ・産業振興センターと連携し、県外の見本市における、県内製品のPRや販路開拓を支援                      ・インターネットを活用した県内企業情報発信の実施                      高知県産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」:                      ・ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことによりビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施。                      ・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものづくりをサポート。                      ・県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援。                      ・県外見本市や商談会で県内製品や技術を紹介する場を提供し、取引の斡旋や受注の機会を確保</p>		<p>◆商談会や見本市を活用した外商活動の活発化による受注が増加するとともに、外商に関するノウハウを活かし、積極的に営業活動を行う企業が育っている</p> <p>◆見本市・商談会開催件数 50回 (H24~H27)</p> <p>◆受注金額 20億円 (H24~H27) (防災関連・ものづくりの地産地消含む)</p>		<p>◆製品の競争力の向上や継続的な営業活動により、売上額が大きく増加している</p>	
<p>更なる認知度の向上と販路の開拓</p> <p>県工業振興課:                      ・「高知家」プロモーションを活用した戦略的プロモーションの実施                      ・企業訪問活動の強化による海洋深層水利用企業の支援                      ・高知海洋深層水企業クラブが参加する首都圏等でのイベント等でのPRの支援                      ・県内外の商談会やイベントでの広報活動                      ・量販店等での「深層水フェア」開催に向けた企画の提案                      ・海洋深層水紹介パンフレットを作成し、「まるごと高知」(地産外商公社)や県外事務所等とも連携して直持ちでの営業活動の実施                      ・インパクトの大きい大手企業等への海洋深層水利用への働きかけ                      ・海外販路開拓への支援 海外物産展・展示会に参加し、海外販路を開拓</p>					<p>◆商品企画から流通・販売にいたるまで、トータルに海洋深層水関連商品の販売がされているとともに、全国の取水地と連携してビジネスに結びつく多様な事業が展開されている</p> <p>◆海洋深層水を活用した新たな産業が創出され、関連産業界の生産拡大が図られている</p> <p>◆海洋深層水を利用した研究開発が進められ、新たな利用分野への展開が動き始めている</p>		<p>◆室戸海洋深層水を活用した商品作りや販路拡大が図られ、関連商品の販売額が増加している</p> <p>◆海洋深層水を活用した新たな産業が創出され、関連産業界の生産拡大が図られている</p>			
<p>海洋深層水のブランド力の強化</p> <p>県工業振興課: 全国海洋深層水取水地連携協議会の立ち上げ</p> <p>県工業振興課: 全国海洋深層水取水地連携協議会の連携事業として展示会出展や商談会の実施</p> <p>県工業振興課:                      ・スーパーマーケットトレードショーへの共同出展                      ・海洋深層水フェアの共同実施やアンテナショップフェスティバル等への出展                      ・大手企業の製品PRや室戸ジオパークを活用した室戸海洋深層水のブランド力アップのPRを実施</p>					<p>◆海洋深層水を利用した研究開発が進められ、新たな利用分野への展開が動き始めている</p> <p>◆深層水関連商品売上額 H27: 170億円</p>					
<p>商品力向上と新たな商品開発に向けての研究開発の促進</p> <p>県工業振興課:                      ・成長分野育成支援研究会(食品)と連携した既存商品の磨き上げや新商品の開発支援                      ・工業技術センターと連携した未利用濃縮水の有効活用を目指した取組                      ・深層水の健康等への有効性を示す取組支援等                      ・県内外の企業の新品開発に向けたコーディネート                      ・研究開発の促進</p>										

- ※改革のための6つの基本方向
- 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

### 戦略の柱【3. 販売の拡大(地消・外商)】

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	基本方向						
					1	2	3	4	5	6	
1. 販路拡大への支援 (4) 海洋深層水	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆平成元年より産学官が連携した共同研究や個別の研究を実施してきた</li> <li>◆様々な分野で研究が実施され、事業化された商品もあるが、研究が一巡し、今後の研究の方向性について、再検討が必要な状況にある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新分野に向けての研究開発動向の把握</li> <li>・従来の研究内容の調査及び見直し</li> <li>・新たな研究者や関係機関との関係構築及び共同研究の実施</li> <li>・地元企業の商品化や団体への技術支援・研究等を実施</li> <li>◆深層水を利用した研究依頼が増加し、新分野への予備試験や各種研究を開始した</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆幅広い分野での研究に対応するため、これまで以上に、大学や企業などとの共同研究が必要となっている</li> <li>◆地元での事業化の検討が必要となっている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆海洋深層水の新たな分野への展開と地元企業の事業化支援</li> <li>＜新たな利用分野への展開＞</li> <li>○推進中の共同研究の成果を出す</li> <li>○取組が有望と思われる研究の検討</li> <li>◎県内での事業化を検討</li> <li>◎高付加価値商品等への利用法検討</li> <li>◆従来の研究成果を見直して再チャレンジ</li> <li>★新技術利用での研究進展により事業化へつなげる</li> <li>★他地域での研究成果や埋もれたシーズを県内で再度研究し、今後の事業化につなげる</li> <li>◆地元企業や関係機関への事業化支援</li> <li>○水産物の陸上養殖</li> <li>★新技術利用の検討</li> </ul>			○	○			
2. 商業の活性化 (1) アンテナショップ 「てんこす」の運営への支援等を通じた地産地消・外商の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆高知市は人口34万人の大きなマーケットであり、高知市の事業者には地産地消、高知市以外の事業者にとっては地産外商の場となる</li> <li>◆高知市において、地域産品を販売するには、販路の確保のほか、価格、数量、流通などの課題がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高知市内でのアンテナショップの開設</li> <li>◆高知市中心部にアンテナショップ「てんこす」を開設し、地域産品の掘り起こしや販売が進み、地産地消・地産外商の促進につながった</li> <li>・おかみさん市の拡充</li> <li>◆おかみさん市の拡充により、地域産品の販路拡大へとつながった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆アンテナショップ「てんこす」の販売額の増加</li> <li>◆アンテナショップを中心に事業者などとの連携による地域産品の積極的なPR</li> <li>◆おかみさん市の出店者数の増加を図る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆○高知市内でのアンテナショップ、産直市の取組を継続し、地域産品の売上の増加を図る</li> </ul>	○						

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

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>新たな利用分野への展開</p> <p>県海洋深層水研究所:                      ・産学官連携による新たな共同研究の推進(県内外企業、大学、公設試等との連携)                      ・今後有望視される研究シーズの検討(冷熱エネルギー、有用資源、微生物、健康、医療、深海微生物等)                      ・共同研究成果の事業化検討                      ・補助制度活用検討</p>					<p>◆研究の進展により、海洋深層水の利用用途が拡大して再度注目される資源となっている</p> <p>◆海洋深層水を活用した新たな産業化が進みつつある</p> <p>◆地元企業や関係団体の新たな事業化が進んでいる</p>	<p>◆室戸海洋深層水を活用した商品作りや販路拡大が図られ、関連商品の販売額が増加している</p> <p>◆海洋深層水を活用した新たな産業が創出され、関連産業界の生産拡大が図られている</p>
<p>従来の研究成果を見直して再チャレンジ</p> <p>県海洋深層水研究所:                      ・事業化が有望視される研究シーズの洗い出し                      ・研究者や関係機関との新たな共同研究への検討                      ・補助制度活用検討</p> <p>共同研究の実施</p> <p>県海洋深層水研究所:                      新たな共同研究の推進・成果の事業化</p>						
<p>地元企業や関係団体への事業化支援</p> <p>県海洋深層水研究所:                      ・事業化のための予備試験及び技術支援の実施(スジアオノリ、トコブシ、アマノリ、コンブ類 他)                      ・補助制度活用検討                      ・事業化後の技術支援実施</p>						
<p>高知市内でのアンテナショップ、産直市の取組を支援</p> <p>生産者、一次産業団体:アンテナショップ「てんこす」などを活用し、売上の増加を図るとともに商品力の向上や消費者ニーズの把握に努める                      県経営支援課:アンテナショップ「てんこす」やおかみさん市と連携し、地域産品の掘り起こしや販路の確保、情報収集、紹介により販路の確保を図る</p>						
<p>アンテナショップ「てんこす」への支援</p> <p>県経営支援課:補助事業については、H24.10月で終了</p>						
					<p>◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップとして自立するとともに、商店街への誘客を図る事業が継続して実施されている</p> <p>◆販売目標額: 184,300千円</p>	<p>◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップ機能の充実が図られている</p>

※改革のための6つの基本方向

- 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

### 戦略の柱【3. 販売の拡大(地消・外商)】

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	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 商業の活性化 (2) 商業の振興		◆人口減少・高齢化による地域マーケットの縮小  ・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)  ◆商業者の意欲減退  ・小売販売額は平成9年から、事業所数、従業者数は平成11年から減少が続いている  ・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	◆商工会等支援機関による事業者の経営支援  ◆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  ・事業者の経営力向上等への支援  ◆創業や経営革新等各種セミナーの開催	◆事業者のニーズに対応する支援能力の向上  ◆創業や事業者の経営革新等に対する意欲の醸成	◆創業や事業者の経営革新への取組の支援の強化  ◎商工会等支援機関の組織体制の強化・職員の能力向上 ・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 ・中小企業診断士の育成 ・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  ○事業者の経営革新への取組の支援 ・各種セミナーの開催とフォローアップの強化	○	○	○			
		◆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)  ◆中心商店街の衰退傾向に歯止めがかからない状況  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)  ◆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	◆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  ◆歩行者通行量の一定の改善が図られた  ・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  ◆空店舗率の改善が図られた  ◆市町村においても、空き店舗への出店補助制度が創設された  ・チャレンジショップ事業の実施  ◆県内3市町において、チャレンジショップが開設された	◆こうち商業振興支援事業費補助金制度の効果的活用  ○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ーダーの確保など、個店の売上には繋がっていない状況  ○利用が図れていない市町村が多い  ◆チャレンジショップでは、関係団体との連携によるチャレンジャーの育成・独立	◆人を呼び込む賑わいの仕組みづくり  ○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  ○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  ◆商店街の機能向上支援  ○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  ○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  ★チャレンジショップの運営によるチャレンジャーの育成・独立  ★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	○	○				○

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業



第2期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		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>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>第2期計画の総括を踏 まえ、商工会等支援機 関の支援体制の見直 し</p>	<p>◆中小企業診断士 12名体制</p> <p>◆創業支援件数・ 経営革新認定件 数をH23年度比 50%増</p>	<p>◆中小企業診断士 15名体制</p> <p>◆創業支援件数・ 経営革新認定件 数を H23年度比 100%増</p>
<p>商店街としてまとまりを持った継続したイベントの実施</p> <p>県経営支援課：こうち商業振興支援事業費補助金制度 商工団体等が取り組む商業の活性化事業を支援</p> <p style="text-align: center;">P508 別図(商工11)参照</p>					<p>◆多くの商店街等 で、積極的な活 性化事業が行わ れるとともに、空 き店舗への新規 出店が進み、歩 行者通行量の減 少等に歯止めが かかっている</p> <p>・高知市商店街の 歩行者通行量 H23： 平日40,880人 休日66,049人 ↓ 減少傾向に歯止 めをかける</p>	<p>◆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>空き店舗を活用したチャレンジショップへの支援</p> <p>県経営支援課：チャレンジショップの運営とチャレンジャーの出店を支援</p>						
<p>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：高知県商店街施設地震対策推進事業費補助金制度</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 設備投資促進事業費補助金の見直し

別図(商工1)

～ 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】

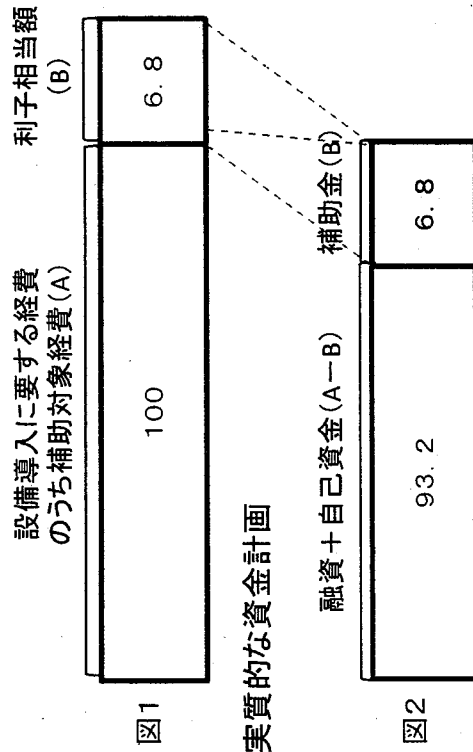
設備投資を行う企業に対し、借入を行った際に係る利子相当額(※)に相当する額を助成することで、積極的な設備投資を後押しする

※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>

# 産業振興センターと連携した新たな設備投資促進策の創設

国の経済対策に合わせ措置することで、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

別図(商工2)

## 平成26年度の取組

- 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



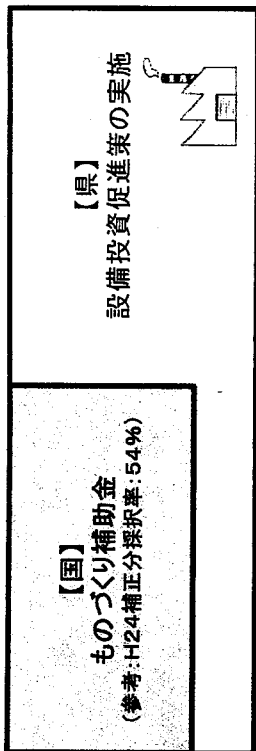
ヘリコプターの後輪へ



### 【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場に大きく貢献
  - ・不採択事業の中にも、当県の産業振興計画に有益な案件あり  
(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
-------	------	-----	-----	-------	-------	-----	----

【国】 ものづくり・商業・サービス・革新事業	・原材料費 ・機械装置費 ・試作品の開発 発に係る経費(人件費を含む)等	【H24補正】 1,007億円 【H25補正】 1,400億円	2/3以内	【H24補正】 1,000万円	100万円	外部有識者による審査会	中央会
【県】 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 発に係る経費(人件費を含む)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

# 産業振興計画推進融資

別図（商工3）

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、産業振興計画に沿った事業を対象とした、信用保証料の負担の軽減を図る融資メニューを追加する

## 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  
の支援に転換
  - ◇ 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、前向きな事業展開を積極的に支援

## 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

県の融資制度のなかに、低利の融資制度、「産業振興計画推進融資」を追加する

### 産業振興計画推進融資

#### 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

例)

- ・ 土佐MBAなどでスキルを磨き上げ、新分野への展開を行おうとする事業者  
者や新規に創業した事業者
- ・ 成長分野支援などのブランチアップにより、更なる事業展開を行う事業者
- ・ 設備投資補助金の拡充に伴い、新たな設備投資を行う事業者 など

#### 融資条件

資金用途：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

※取扱金融機関：県と包括協定を締結した金融機関

(H26.2現在、四国銀行、高知銀行、幡多信金)

金融機関とともに産業振興計画をさらに推し進め、参画者の増加に繋げる！

# 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

## 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：環境影響調査等
- ◆ (仮称) 南国日草工業団地  
【概要】 南国市物部・田村・立田地区  
開発面積：約15ha 分譲面積：約11ha  
事業内容：実施設計、用地測量等

## (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

# 県と労働局(ハローワーク)との連携強化による雇用の改善

別図(商工5)

## 現状・課題

①平成25年12月には効求人倍率が過去最高の0.78倍となったが、依然1倍を下回り求人が慢性的に不足

<課題>

- ◆県や産業支援団体等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>

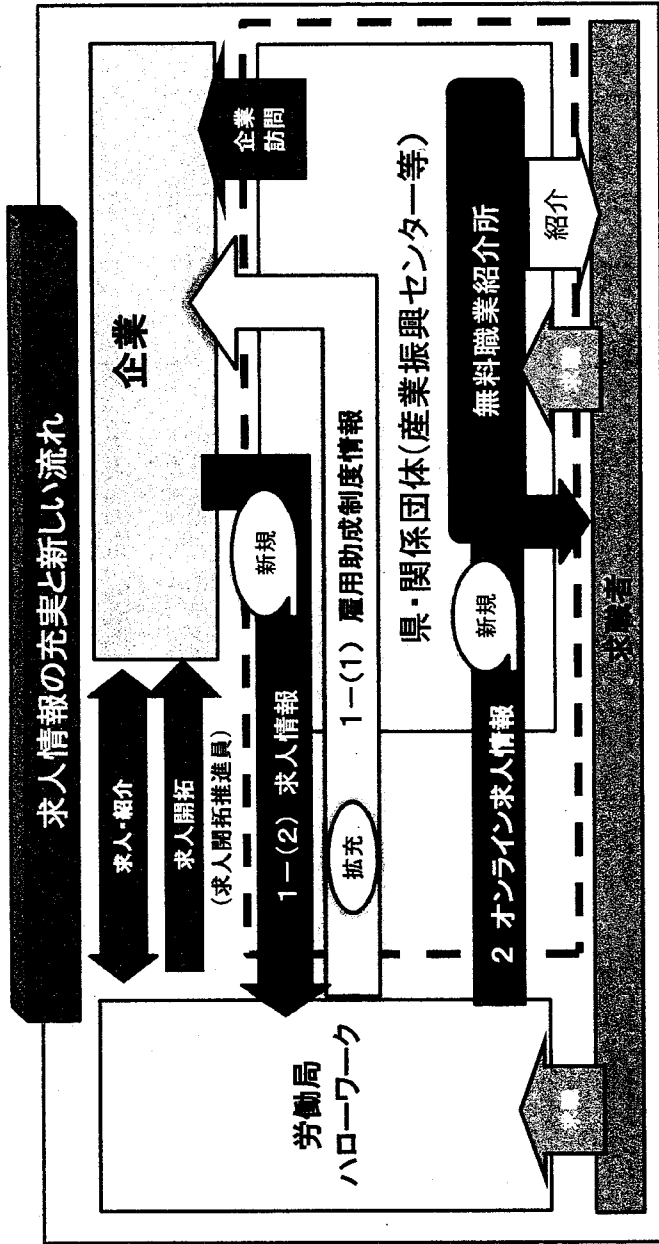
- ◆正社員の雇用割合が高い業種(製造業等)の雇用の場の創出
- ◆助成制度活用による非正規社員の正社員化を促進

## 対応

①トップレベルの協定の締結

②県と労働局との求人情報共有・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等が、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。
- (2)県及び産業支援団体等の職員が企業訪問活動で得た求人情報を労働局(ハローワーク)に提供し、求人数の増加を図る。
- (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、高知県社会福祉協議会

## 2. 求人情報の活用面での連携強化

無料職業紹介事業所窓口等で、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を活用し、マッチングの促進を図る。

## 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連携の強化を検討
- (2)雇用対策協定の締結

## 今後の取組

まるごと支援による新たなコンテンツビジネスとクリエイター活躍の場の創出

目標

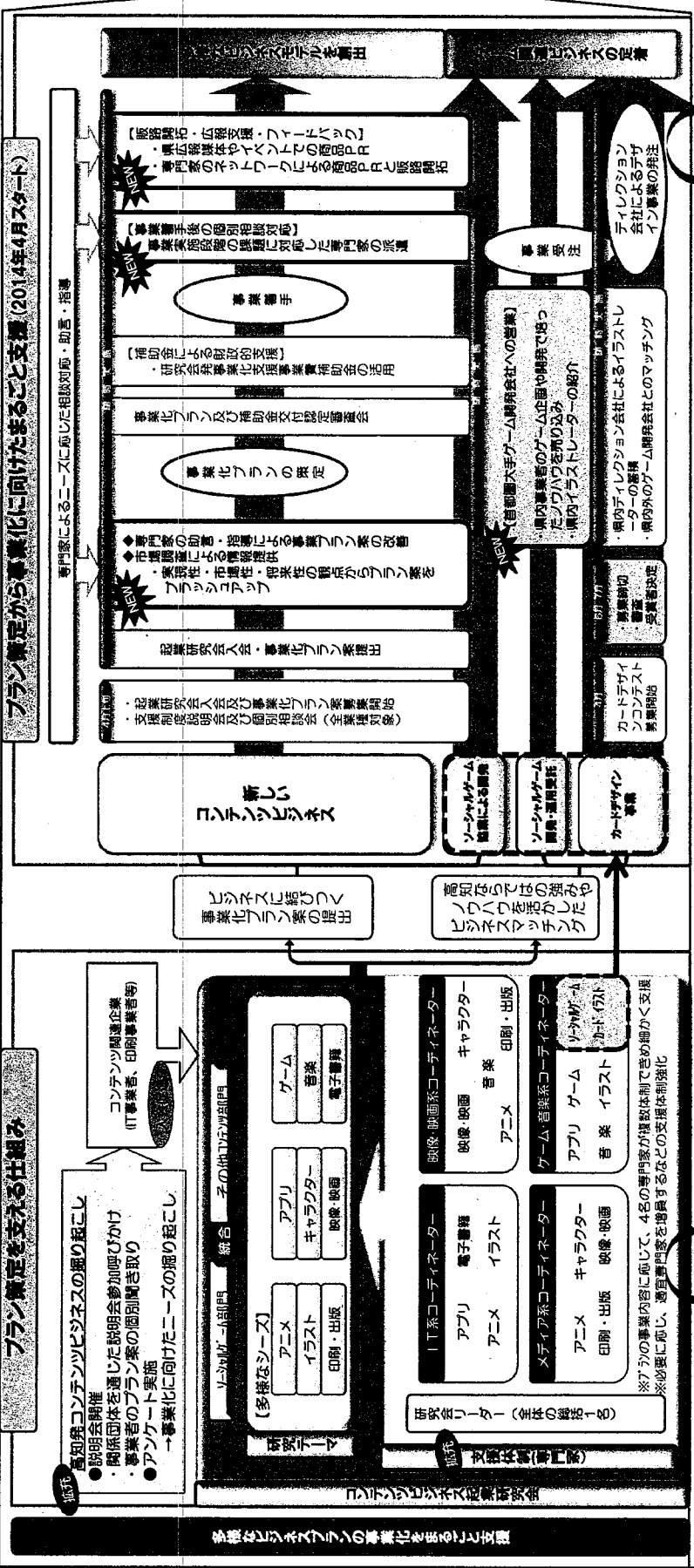
- 販売先の開拓支援
- 広報支援
- アドバイザー

- 開発に必要な人件費を中心とする助成
- 開発していく中で直面する課題に対する専門家派遣

- プランに応じた専門家の派遣
- 専門家によるプランの検証・アドバイスの実施

- 支援制度の周知・業態把握・ニーズの掘り起こし

- 支援制度の広報強化(説明会開催等)による事業者の利活用の促進
- 研究会会員からの定期的なニーズの取り上げ
- コンテンツ関連事業者へのアンケートを通じた業態・ニーズ等の把握



県内の多様なニーズと人材を活かしてビジネスの芽出しを促進する仕組みを強化

関係機関と連携し、高知県と専門家がコンテンツ事業の展開を一貫して支援

まなが王国・土佐推進協議会  
 「コンテンツ産業振興部会」

【県内】市町村・金融機関・中央企業団体中央会・商工会議所連合会・商工会連合会・情報産業協会・土佐クリエイティブ・専門学校・大学・高専

【県外】大手ゲーム開発/配信会社・ベンチャーキャピタル・エンターテインメントビジネス関連会社

- 支援促進策**
- クリエイターの地域経済の促進
  - 県内クリエイターへの高品質デザイナー等の発注促進
  - (商工労働部)の高知産「ものづくり企業」まるごと支援(サポ)との連携
  - クリエイター・発注事業者双方の意識啓発につなげるセミナー開催
  - 県内の若手イラストレーターへの雇用創出
  - クリエイション会社を通じたカードデザイナーのゲーム開発会社への売り込み

高知産「ものづくり企業」まるごと支援

- 人材育成**
- クリエイターの育成(高知産「ものづくり企業」の発注促進)
  - 土佐クリエイティブ・専門学校・土佐クリエイティブ・高専との連携
  - カードデザイナーの発掘(カードデザイナーコンテストとの連携)
- 防人致財**
- シェアオフィス事業との連携
  - 入居企業との情報共有・支援
  - 県外企業への営業誘致でのシェアオフィス事業の紹介・誘致

# ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで「ものづくり」を一貫してサポート!

## バージョンアップのポイント

平成26年度は、これまで産業振興計画により5年間で積み上げてきた仕組みに加え、景気回復と国の大規模な経済対策の本格化とが重なり合う「ものづくり」に取り組みには**五載一遷の年**

高知県での「ものづくり」の流れをより大きく、より早く、より確実にするため、**ものづくりを駆動する施策と体制を抜本強化!**

## 高知家

- 強化のポイント**
- 1 既存施策のPDCAを動かかせ、施策のラインナップ(ものづくりまこと応援パッケージ)をさらに充実(拡充・新設)
  - 2 産業振興センターのものづくり地産地消センターと外商支援部を統合し「ものづくり地産地消・外商センター」を設置(26人→35人:大幅に強化!)
  - 3 総合相談窓口の設置で、ものづくりに関する相談にワンストップ対応
  - 4 企業ごとの担当者制で、事業化プラン策定から外商までを一貫サポート
  - 5 全国レベルの専門人材を配置し、全国に通じる製品・会社づくりをサポート
  - 6 外商の県外サポートを強化(名古屋新規1人、東京三増員1人)

## ものづくりまこと応援パッケージ

相談・方向付け

プラン策定

**成長分野研究会**

成長分野 食品、天然素材、環境、健康福祉

【研究会体制】  
 研究会リーダー、チーフアドバイザー、専門家(事業に応じて選任)、公設試、大学等

【研究会体制】  
 研究会リーダー、チーフアドバイザー、専門家(事業に応じて選任)、公設試、大学等

**特色あるものづくり**

企業

専任担当者

経営統括(産振センター)  
 技術統括(産振センター)  
 専門家(事業に応じて選任)  
 公設試  
 金融機関

総合相談窓口(ワンストップ対応)

## ものづくり地産地消・外商センター

**ものづくりの成功イメージ**

- ・3年で100件のプラン策定の目標
- ・将来的に年間1億円以上の製品30品の育成を目指す。

**【補助金による財政的支援(研究開発費補助金(H26~)・PDCAを動かさせラッシュアップしたプランを再販支援(H26~)・うち産業振興基金(チャレンジ企業支援事業)(複数年度)**

**【拡充】**

- 企業立地に対する助成(全国トップクラスの制度)
- 震災に強い新たな団地開発の加速化
- 設備投資促進事業費補助金  
 ※ **自己資金要件(15%)の廃止**
- 制度融資による支援  
 ※ **産業界連携計画推進融資を創設**
- 公的調達制度による信用力の付与  
 モデル発注制度、防災関連製品認定制度
- 見本市への出展機会の拡充  
 防災・農業等の分野別出展強化、出展小間敷の増
- 開発段階で直面した課題に対応した専門家派遣
- 公設試験研究機関による技術支援  
 共同研究、技術指導、性能評価、成分分析等
- 新たな設備投資促進策を創設  
 (産業振興センターの基金事業に対処)
- ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金  
 ※ **H26より外商を応援する県外工場にも対応**

**【拡充】**

- 【補助金による財政的支援(研究開発費補助金(H26~)・PDCAを動かさせラッシュアップしたプランを再販支援(H26~)・うち産業振興基金(チャレンジ企業支援事業)(複数年度)

## 各企業ごとの専任担当者(産振センター職員)が、担当企業の事業展開を一貫してサポート(4人増)

- 技術統括(2人)**
- 全国に通用する工場・製品づくりをサポート
  - 企画から設計、生産体制整備までの総合サポート
- 経営統括(1人)**
- 企業の状況に応じた販売活動サポート
  - マーケティング等の専門性を活かして全国に売り込み
- 専任担当者(2人増)**
- 県外見本市と連動した営業活動、情報収集、フィードバック
- 外商コーディネーター(2人増)**
- 県外見本市等への販路開拓(防災関連製品等)
  - 県外見本市と連動した営業活動、情報収集、フィードバック

関連団体との連携をより一層密にした情報発信、サポートを強化  
 (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)



ものづくりの地産地消・外商推進事業

事業の目的

県内外に必要な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、ものづくり企業の技術力や製品開発力の向上を図る。

取り組みの内容

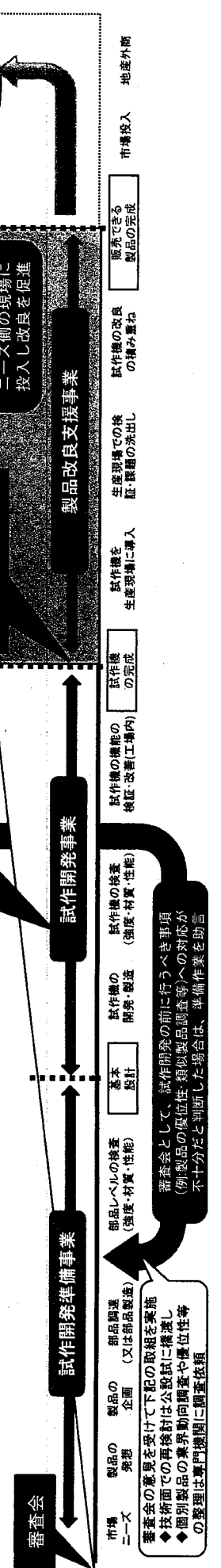
- ものづくりサポート ⇒ものづくり総合支援センター(仮称)
    - ものづくり企業ごとにアイデアの整理から試作開発・製品改良までの一連の取組を支援
    - それぞれのステージで発生する課題に対して全国レベルの専門家がアドバイザーを実施
    - 県外見本市や他の支援策の活用についてもアドバイザーを実施
  - 試作機の開発支援 ⇒ものづくり地産地消推進事業費補助金(H22～H25)
    - 試作開発準備事業 (構想段階から基本設計までの取組組みを支援)
 

採択件数:11件(一般枠:7件、防災枠:4件)
    - 試作開発事業 (具体的な製品開発への取組組みを支援)
 

採択件数:67件(一般枠:49件、防災枠:18件)
    - 製品改良支援事業 (県内外の幅広いニーズに対応するための製品改良や性能評価等の取組組みを支援)
- ※年度途中から取組組みを始める案件、開発期間が複数年度にわたる事業にも対応(債務負担行済予算)

見直しのポイント

- ポイント1 県内ニーズだけでなく県外・海外ニーズも視野に入れた試作機の開発を支援 **拡充**
- ポイント2 審査会でのアドバイザー機能の強化 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、オブザーバー制度の導入 **強化**
- ポイント3 汎用性のある試作機開発に向けた支援の充実 試作機の開発段階に応じた支援を提供できるよう、支援メニューを明確化、複数の試作品の製作も支援 **拡充**



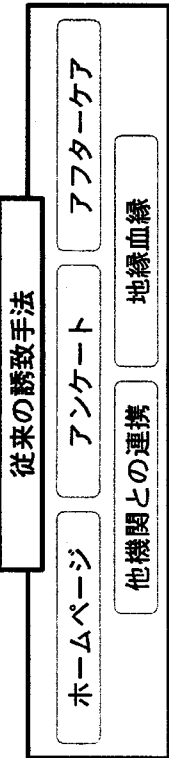
ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金(防災枠含む)

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

# 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のできる企業が限定



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の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

### ・参加企業への立地申出(2社)

- ⇒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とともに誘致効果の拡大に向けた取り組み

### ◆セミナー開催効果の高い企業の参加増加に向けて、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客するため、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

## 企業との絆を深める地道な活動が必要

誘致のイメージ



誘致実現

参加2回目(関係強化・仲間の広がり)

参加1回目【接点を作る】

### ◆『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

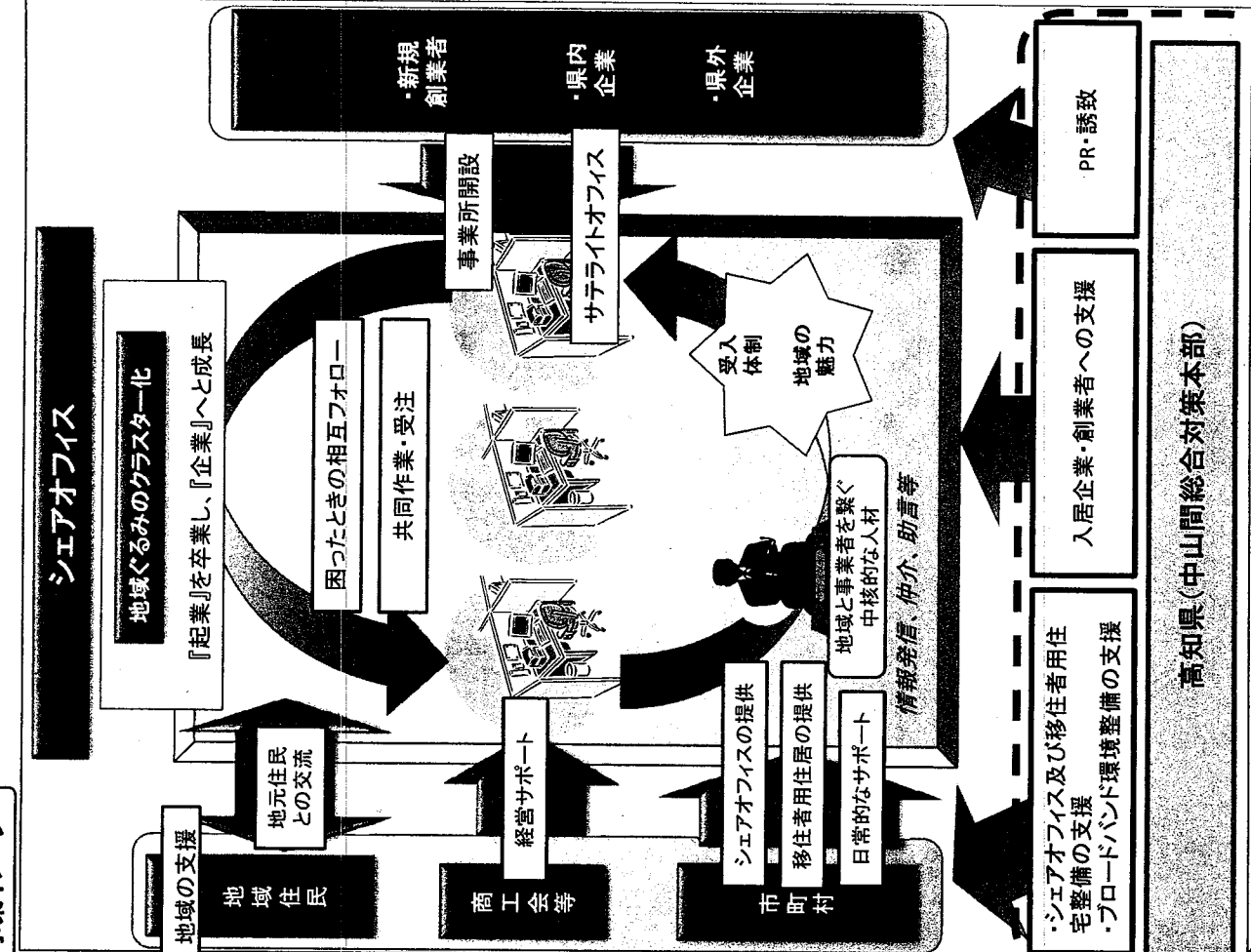
## 平成26年度実施のポイント

# 中山間地域等におけるシェアオフィスへの推進及び支援

別図(商工10)

【新産業推進課】

事業イメージ



**背景・目的等**

- ＜背景＞人口減少や高齢化が進む中で、地域での経済活動が停滞
- ＜目的＞市町村によるシェアオフィスの整備や、入居する企業・新規創業者等への支援を実施することで、中山間地域等の活性化を図る
- ＜実績＞設置3か所(本山町、土佐町、四万十町)、入居6事業者(26.4頃～)
- ＜課題＞新規創業者(移住者等)の発掘、シェアオフィスに適した企業の入居促進、地域雇用の促進(地域人材の育成)等

## 事業フロー

### シェアオフィス

市町村と連携したシェアオフィス事業計画の策定

### 市町村による施設整備環境整備

市町村と連携したシェアオフィス事業計画の策定

### 設置施設・地域PR 入居者の公募 入居審査・決定

### 入居

### 事業開始 入居事業者支援

利用形態

- ・新規創業
- ・第二創業
- ・サテライト事業所等

想定される業種

- ・IT関係
- ・デザイン関係等

入居事業者の定着

**新**

- シェアオフィスや移住者の居住施設等の整備への支援
- 移住促進事業費補助金(移住促進課)
- 地域づくり支援事業費補助金(計画推進課)
- 集落活動センター推進事業費補助金(中山間地域対策課)
- シェアオフィスまでの超高速通信基盤整備への支援
- 中山間地域等情報通信基盤整備事業費補助金(情報政策課)

**新**

- 事業全体のPR・情報発信
- 広報推進事業委託料 4,320千円
- 「移住と起業の専門誌」、首新園の起業支援団体とタイアップした東京での起業セミナーや本県への視察ツアーの実施など
- 移住施策と連携した情報発信、受入れ体制づくり
- クリエイティブ系企業等への企業訪問・現地視察の実施
- IT・デザイン系全国組織と連携した情報発信など

**新**

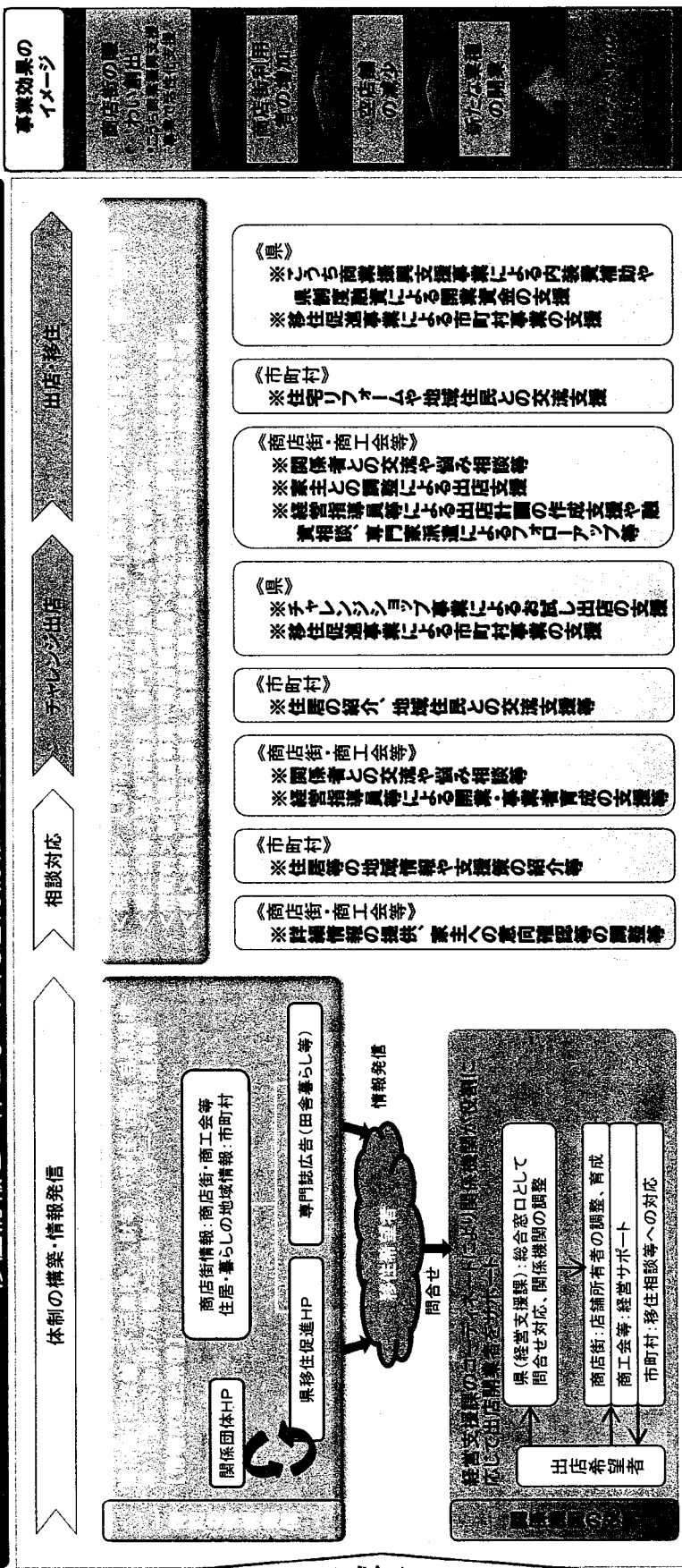
- 経営支援アドバイザー等による入居事業者への支援
- 専門家の派遣、産業支援機関等との連携した支援
- 入居事業者への補助制度
- 中山間地域等シェアオフィス利用推進事業費補助金 最大3年間の経費を助成 16,300千円
- ・オフィス賃借料 補助率1/2(※市町村1/2)
- ・通信回線使用料 補助率10/10 4万円/月以内
- ・創業経費(創業後6ヶ月以内) 補助率1/2 100万円以内
- ・事務機器等リース料等 補助率1/2 50万円以内/年
- ・新規雇用経費 常勤30万円/人、パート15万円/人等
- 人材育成研修等委託料 775千円
- 入居企業や市町村と連携した地域人材の育成
- 入居企業と地域の若者の交流促進

Uターンへの促進、雇用の創出、若者が地域に暮る

# 移住促進と連携した人財の誘致による商店街の活性化

商店街での開業を希望する県外からの移住希望者をターゲットに情報発信することで、新たな人財を商店街に誘致し商店街の活性化を図る

## ネット 移住情報と一体となった商店街情報の発信と商店街での開業支援の体制を構築



連絡会議(県・市町村・商店街・商工会等)

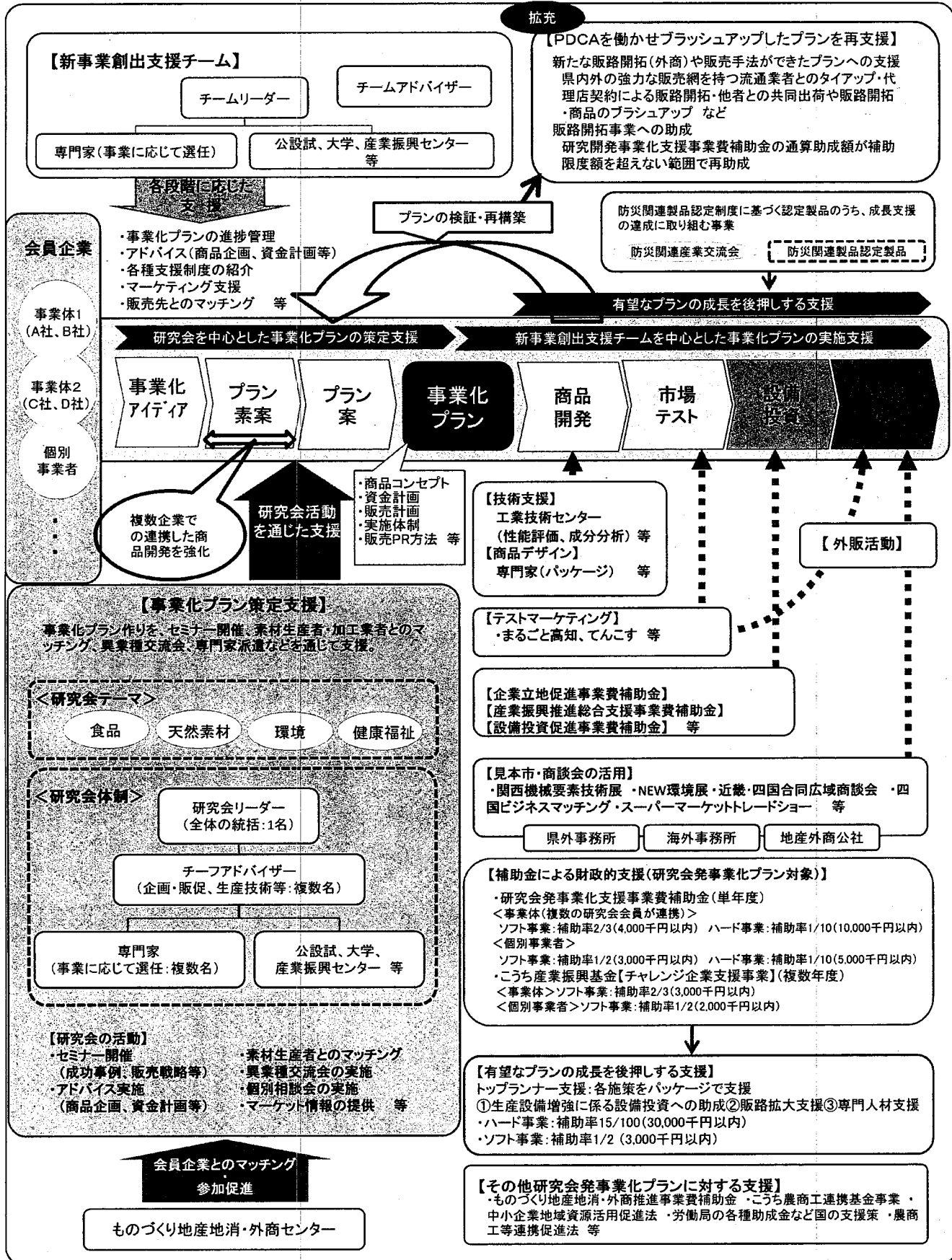
移住コンシエージュや地域本部等と連携を強化

# 成長分野育成支援事業

別図(商工12)

～テーマ(食品、天然素材、環境、健康福祉)ごとの  
研究会方式による企業支援の仕組み～

テーマ別研究会の中で、それぞれのアイデアに基づいた事業化プラン作りを、セミナー開催、素材生産者・加工業者とのマッチング、異業種交流会、専門家派遣などを通じて支援するとともに、新事業創出支援チームにより、「事業化アイデア」から「商品開発」「販路拡大」など、各段階に応じて、一貫した支援を行う。

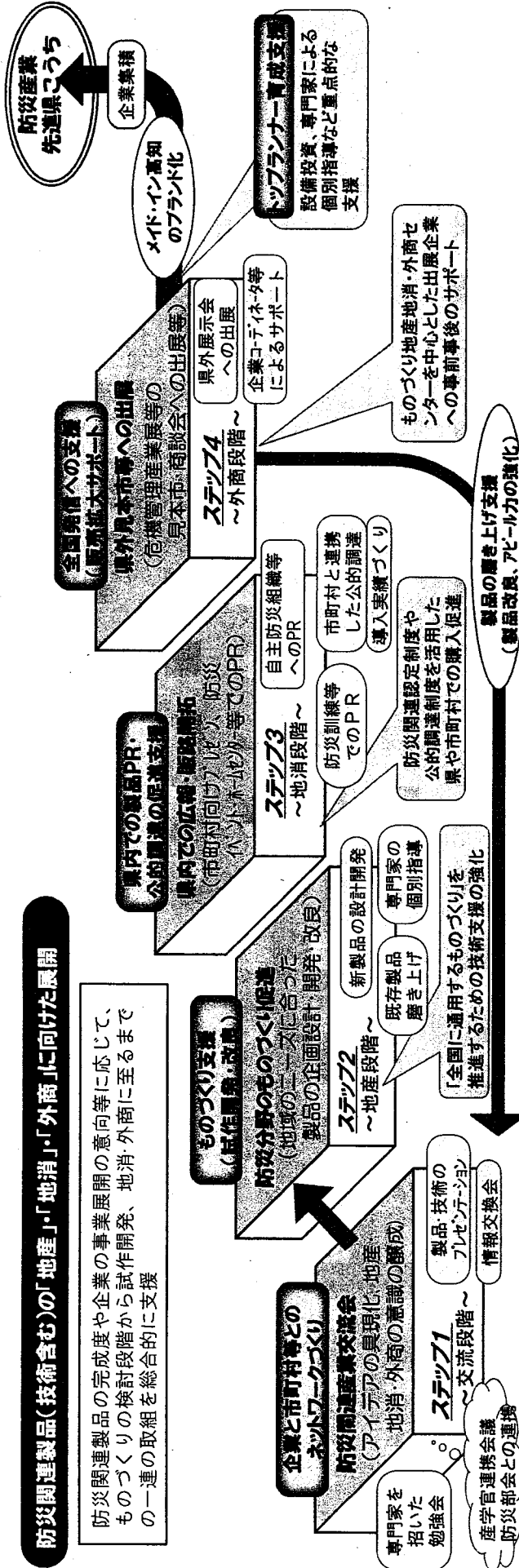


目的・ねらい

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

防災関連製品(技術含む)の「地産」「地消」「外商」に向けた展開

防災関連製品の完成度や企業の事業展開の意向等に応じて、ものづくりの検討段階から試作開発、地消・外商に至るまでの一連の取組を総合的に支援



**<ステップ1>**  
**防災関連産業交流会での交流**  
 防災分野の地産地消等の意識醸成  
 地域二一ズや防災製品等の情報交換  
**《官民協働での推進体制づくり》**  
 ・有識者による全国レベルの製品開発二一ズの情報提供、メイド・イン高知の全国への情報発信  
 ・県内企業による防災関連製品のプレゼンテーションの実施と情報交換  
**《防災関連製品の認定》**  
 ・防災関連製品(技術含む)の機能面や安全面の観点で審査を行う「防災関連製品」の認定

**<ステップ2>**  
**全国に通用するものづくり支援**  
 メイド・イン高知の防災関連製品(技術含む)の設計開発・早期事業化の推進  
**《ものづくりの推進》**  
 ・全国レベルで競い合うことのできる製品に磨きあがるため、アドバイザー派遣によるコーディネート  
 ・ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金(防災枠)を活用したタイムリーな試作開発の推進  
 ・工業技術センター等による分析試験、技術指導  
 ・ものづくり地産地消・外商センターによるマッチング支援

**<ステップ3>**  
**県内でのPR・実績づくり支援**  
 県内での防災関連製品・技術のPRと市町村や県による公的調達の加速化  
**《PRの推進》**  
 ・防災関連認定製品カタログの配布  
 ・ものづくり総合技術展への出展  
 ・防災フェアや防災訓練での展示  
 ・自主防災組織やBCP策定企業へのPR  
**《公的関連の促進》**  
 ・新たな公的調達制度(新事業分野開拓者認定制度)を活用したメイド・イン高知の防災関連製品の購入

**<ステップ4>**  
**県外での販路拡大支援**  
 メイド・イン高知の防災関連商品や技術者を全国にアピールし、県外市場を開拓  
**《外商機会の拡充とフォローの徹底》**  
 ・防災関連の展示会に「高知県ブース」を設置し、メイド・イン高知を対外発信  
 ・ものづくり地産地消・外商センターを中心とした、出展前後のサポートや、県外市町村訪問の実施  
 ・建設コンサルタント等の技術系企業へのPR  
 ・こうち産業振興基金による出展経費助成  
 ・海外への販路開拓に向けた関係機関との情報共有

## Ⅱ 専門分野の成長戦略

### 5 観光分野

# 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

県外観光客入込数388万人(H23) ↓ 384万人(H24) ↓ 407万人(H25)  
 観光総消費額953億円(H23) ↓ 1000億円(H24) ↓ 1102億円(H25)

核となる  
観光拠点の  
形成

- 地域の観光拠点づくりの推進 (P 516)
- こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実 (P 516)

観光資源の  
発掘・磨き  
上げの推進

- 満足度の高い観光商品づくり (P 518)
- 新たな観光資源の創出 (P 520)
- 産業間連携による観光消費の拡大 (P 522)

広域観光の  
推進

- ○地域コーディネート機能の強化 (P 522)
- 県内各地域との連携による周遊観光の推進 (P 524)
- 県域を越えた連携の推進 (P 524)

効果的な  
広報・セールス  
活動の推進

- 統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施 (P 526)
- ○ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開 (P 526)
- 四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信 (P 530)
- 全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致 (P 530)
- フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致 (P 530)

人材の育成

- ○観光産業を担う人材の育成 (P 532)
- 観光ガイドの育成、技術の向上 (P 532)
- 観光事業者等へのおもてなし研修の実施 (P 532)
- 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 (P 532)

おもてなしの  
向上

- おもてなしの気運の醸成 (P 534)
- 観光ガイドの育成、技術の向上【再掲】 (P 534)
- きめ細かな観光情報の提供 (P 534)
- 県内の観光地を結ぶ移動手段の確保 (P 536)
- 観光基盤の整備 (P 536)

スポーツツーリ  
ズムの推進

- 推進体制の強化及び受入態勢の充実 (P 538)
- 年間を通じたスポーツイベント等の開催 (P 538)
- アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動 (P 538)

国際観光の  
推進

- ○国別戦略に基づく誘致活動 (P 540)
- ○高知県の強みを活かした新たな誘客活動 (P 542)
- 受入態勢の充実 (P 544)
- 四国4県連携によるプロモーション活動の推進 (P 544)



# 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)

●核となる観光拠点の整備  
7箇所

- 一人当たり観光消費額  
(H20) 25,459円  
→27,500円  
[H24:26,064円]
- 二泊以上の宿泊客数  
(H20) 85.5万人→100万人  
[H24:92万人]
- リピーターの数  
(H22) 75万人 →88万人  
[H24:84万人]
- 首都圏からの観光客数  
(H20) 30.5万人→45万人  
[H24:49万人]
- 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]
- 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]

- 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)
- 宿泊先 77%  
[H24:78%]
- 食事・料理店 74%  
[H24:79%]
- 観光施設 75%  
[H24:78%]
- 観光施設の美化 72%  
[H24:73%]
- 公共トイレの快適性 57%  
[H24:55%]
- 案内標識 53%  
[H24:54%]
- タクシーの接客マナー 46%  
[H24:43%]

- 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]
- 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]

●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きている  
●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

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

世界に通用する  
核となる観光拠点  
の形成

三日以上  
滞在できる  
質の高い  
観光地づくり

国内ハブ空港  
などからの  
アクセシビリティ  
の向上

県内交通アクセス  
の充実

ヘビーリピーター  
の拡大

観光立県としての  
県民意識の醸成

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

「歴史」、「食」、「文化」  
など、本県が持つ優位  
性が観光地づくりに生  
かされ、国内外から県  
内各地に観光客が訪  
れることで、地域の活  
性化につながっている

- 首都圏からの観光客数  
55万人
- 外国人延べ宿泊者数  
6.4万人泊

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

- 一人当たり観光消費額  
30,500円
- リピーターの数  
100万人

観光拠点間を結ぶ交  
通アクセスの進展に伴  
い、様々な形の周遊観  
光が根付いている

県外観光客入込数435万人以上 観光総消費額1300億円以上を目指す  
地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業

## 第2期産業振興計画 産業成長戦略（観光分野）の概要

### 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みだし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
- ところち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実

#### 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

#### 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辺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、広域プロダクト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辺観光の推進
- 県域を越えた連携の推進

#### 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、旅行マーケティングの動向を踏まえつつ、ターゲットにあわせて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

### 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みしていきます。

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・ソフトの両面整備に取り組みしていきます。

##### <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

## 産業成長戦略の概要（観光分野）

観光は、宿泊や飲食、土産物など産業のすそ野が広く、即効性のある分野ですが、その効果が十分に行き渡っていないという課題がありました。そこで、第1期計画では、大河ドラマ「龍馬伝」の放送を契機として開催した「土佐・龍馬であい博」「志国高知 龍馬ふるさと博」の二つの博覧会を通じて、自然や歴史など本県の持つ魅力を組み合わせた体験プログラムの開発や、観光客から高い評価をいただいている食にスポットを当てたイベントを開催するなど、観光分野から他の産業への波及効果をさらに高める取組を行ってきました。このような取組の結果、雇用の創出や大きな経済波及効果をもたらすとともに、地域の観光振興に対する意識向上にもつなげることができました。

しかしながら、本県は地理的な条件から移動時間や移動料金といった面でハンディがあるという根元的課題を有しているため、これまでの博覧会開催の取組を通じて得られた成果や財産を最大限活用し、全国に通用する観光地づくりや、本県の認知度を高めるための国内外への情報発信の強化など、ハンディを克服するための魅力づくりを目指して、さらに挑戦を続けていく必要があります。

そこで、第2期計画では、以下の8つの取組方針に沿って取組を進めていきます。

取組方針の一つ目の「核となる観光拠点の形成」では、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、全国からの誘客の目玉となる観光拠点として磨き上げ、そこを中心とした地域周遊や観光消費が拡大していくことを目指していきます。

二つ目の「観光資源の発掘・磨き上げの推進」では、平成26年度から展開する「食」を前面に出した誘客戦略にあわせ、地域の「食」にかかわる観光資源の磨き上げを進めていきます。また、旅行会社の専門家等をアドバイザーとして招聘し、マーケットの動向等を意識した商品づくりに取り組みます。

三つ目の「広域観光の推進」では、県及び県観光コンベンション協会が連携して、広域観光組織の商品造成等をサポートするとともに、地域博覧会の開催など各地域の主体的な取り組みを積極的に支援し、広域観光組織の機能強化を図っていきます。

四つ目の「効果的な広報・セールス活動の推進」では、本県の大きな強みである「食」を前面に出した観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」を中心とした施策を展開することにより、本県観光のさらなる飛躍を図ります。「食」の取組には、県内各地域の様々な業種の皆様が主役になれるという強みがあることから、関連する施策との連携による相乗効果を発揮していきます。また、マスメディアが集中する首都圏等におけるパブリシティ活動を強化するなど、県外でのPR活動を展開し、全国からの誘客を図ります。

五つ目の「人材の育成」では、広域観光組織が中心となり、各広域エリアごとに旅行会社の専門家等を招聘し、観光人材育成事業で育成した地域リーダーを交えて特色ある商品造成を行う取組や教育旅行の受入態勢整備への支援を通じ、人材の育成を図っていきます。

六つ目の「おもてなしの向上」では、「食」をテーマにした「おもてなしセミナー」の開催など、県民による「食」を通じたおもてなし気運の盛り上げを図るとともに、おもてなしトイレ・おもてなしタクシーのさらなる認定・利用の促進とPRを強化します。

七つ目の「スポーツツーリズムの推進」では、プロスポーツやアマスポーツ合宿などの誘致をさらに進めるとともに、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。

八つ目の「国際観光の推進」では、台湾・韓国を最優先市場とする国別プロモーション戦略の推進に加えて、日本の文化や心に触れたいという外国人観光客をターゲットとして、本県の強みである豊かな自然や本県特有の「温かい人柄」によるおもてなしをベースにした精神的満足度の高い観光商品を提供するための本県ならではのきめ細かな仕組みを構築し、誘客の拡大を図ります。

## 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)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
1. 核となる観光拠点の形成		◆本県は大都市から遠隔地にあり、アクセスに要するコストも高いという地理的ハンディキャップを根源的な課題として抱えており、遠くからでも誘客が可能な観光地の形成が必要である	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域アクションプランなどの取組などにより、地域観光を総合的に支援してきた</li> <li>室戸ジオパークや海洋堂ホビー館のような地域の核となり得る新たな観光拠点が生まれ、多くの人々が訪れるようになった</li> </ul>	◆観光客が県内各地域を周遊するためには、その地域への誘客の目玉となる観光拠点を整備することが必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地域の観光拠点づくりの推進</li> <li>★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成</li> <li>★拠点整備の方針を検討するための専門家による指導・助言</li> <li>★観光拠点を計画的に整備するためのハード・ソフト両面での支援</li> </ul>	○					
						<ul style="list-style-type: none"> <li>◆こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実</li> <li>○こうち旅広場の運営</li> <li>○新たな誘客の目玉となるコンテンツの検討</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	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><b>観光人材育成塾を通じた担い手の育成</b></p> <p>地域の事業者：観光人材育成塾への参加 (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催</p> <p>県地域観光課：県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査</p>					<p>◆地域の誘客の目玉となる観光拠点が整備されることで、そこを目指して全国から多くの観光客が訪れるとともに、広域エリアで観光拠点を中心とした地域周遊が進み、県下各地で観光消費が拡大している</p>	
<p><b>地域観光推進の取組支援</b></p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：自律的な地域観光のあり方を検討し、推進していく取組への支援(H26からは、地域リーダーが参画)</p>					<p>◆核となる観光拠点の整備 県内7か所</p>	
<p><b>地域観光推進における課題解決の支援</b></p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援</p>						
<p><b>拠点整備方針の検討</b></p> <p>市町村等：拠点整備のコンセプトや整備プランの検討 (公財)高知県観光コンベンション協会、県関係課：整備方針を検討する際の専門的指導・助言 県地域観光課：計画準備段階からの支援</p>						
<p><b>観光拠点の整備</b></p> <p>市町村等：全国からの誘客と地域への経済効果が見込める施設整備など、地域の核となる観光拠点づくりを推進 県地域観光課：観光拠点等整備事業費補助金による市町村の取組への支援 (公財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課：観光拠点の重点プロモーションの実施等</p>					<p>観光地づくりの検討 県地域観光課：事業成果を踏まえた新たな観光地づくりのあり方の検討</p>	
<p><b>こうち旅広場の運営</b></p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、JR高知駅前「こうち旅広場」のイベントホールの活用や特別イベントの開催等で県外からの誘客を図るとともに、高知情報発信館「とさてらす」でのきめ細かい観光案内で地域への周遊を促進</p>						
<p><b>新たなコンテンツの検討</b></p> <p>県観光振興部：こうち旅広場の運営支援及び観光客の動向分析を踏まえ効果的な活用案を検討</p>					<p><b>新たなコンテンツの活用</b></p> <p>県観光振興部：前年度の検討を踏まえた新たなコンテンツの活用及び運営支援</p>	

- ※改革のための6つの基本方向
- 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

## 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)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 観光資源の発掘・磨き上げの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、H22年の本県への初回訪問比率は50.5%と全国一位であり、全国と比較するとリピーター率の割合が低い</li> <li>◆旅行ニーズが多様化、細分化していることから、世の中のトレンドを把握しながら、新たな観光資源を生み出していくことが求められている</li> <li>◆観光分野の取組は宿泊や飲食、土産物など地域経済に広く波及効果をもたらすことが期待されている</li> <li>◆観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要である</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催を通じて、観光資源の発掘や磨き上げが進み、新たな観光商品も生まれてきた</li> <li>◆お城まつり(高知城)や五台山花絵巻(牧野植物園)のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した</li> <li>◆観光アドバイザーによる地域への支援を通じて、まち歩き観光などの体験プログラムが充実し、ガイド料が得られるなど、お金が落ちる仕組みができつつある</li> <li>◆「土佐の豊穡祭」など食を活かしたイベントの開催</li> <li>◆「土佐の豊穡祭」が定着しつつあり、県外からの誘客に繋がった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆リピーターにつながるような満足度の高い商品づくり</li> <li>◆外からの視点などを取り入れた新たな観光資源の創出による観光客の受け皿の拡大</li> <li>◆地域で観光商品を拡大するための仕組み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆満足度の高い観光商品づくり</li> <li>★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】</li> <li>○観光アドバイザー等の活用によるインストラクター研修や観光商品開発への支援</li> <li>◎自然、歴史、文化資産を生かした魅力づくりなど観光資源の磨き上げへのハード・ソフト両面での支援</li> <li>○食文化など高知の強みを生かしたイベントの企画、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	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>観光人材育成塾を通じた担い手の育成</p> <p>地域の事業者: 観光人材育成塾への参加 (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課: 県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催</p>					<p>◆地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出されている</p>	
<p>地域観光推進の取組支援</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課: 自律的な地域観光のあり方を検討し、推進していく取組への支援(H26からは、地域リーダーが参画)</p>					<p>◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる</p>	
<p>地域観光推進における課題解決の支援</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課: 観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援</p>					<p>◆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</p>	
<p>専門家の活用による観光商品の開発</p> <p>事業者、市町村等: 体験プログラムの質の向上や観光商品に付加価値を加えるなどの取組を推進 (公財)高知県観光コンベンション協会: 専門的立場からの日常的な助言 県地域観光課: 観光アドバイザーの派遣</p>					<p>★一人当たり観光消費額 H20:25,459円 →H27:27,500円</p>	
<p>観光資源の磨き上げへの支援</p> <p>事業者、市町村等: 観光施設のリニューアルなど観光客の受入環境の整備を推進 県地域観光課: 観光拠点等整備事業費補助金により地域の取組を支援</p>						
<p>イベントの企画、支援等</p> <p>事業者、観光協会、市町村等: 各地域資源を活用したイベントの実施 (公財)高知県観光コンベンション協会: 土佐の豊穡祭などの全県的な誘客イベントの実施及びプロモーションの展開 県観光振興部: オフシーズン等における新たなイベントの企画立案、イベント開催への支援</p>						

- ※改革のための6つの基本方向
- 1 足を固め、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【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)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 観光資源の発掘・磨き上げの推進		<p>◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、H22年の本県への初回訪問比率は50.5%と全国一位であり、全国と比較するとリピーター率の割合が低い</p> <p>◆旅行ニーズが多様化、細分化していることから、世の中のトレンドを把握しながら、新たな観光資源を生み出していくことが求められている</p> <p>◆観光分野の取組は宿泊や飲食、土産物など地域経済に広く波及効果をもたらすことが期待されている</p> <p>◆観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要である</p>	<p>・「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催を通じて、観光資源の発掘や磨き上げが進み、新たな観光商品も生まれてきた</p> <p>◆お城まつり(高知城)や五台山花絵巻(牧野植物園)のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した</p> <p>◆観光アドバイザーによる地域への支援を通じて、まち歩き観光などの体験プログラムが充実し、ガイド料が得られるなど、お金が落ちる仕組みができつつある</p> <p>・「土佐の豊穰祭」など食を活かしたイベントの開催</p> <p>◆「土佐の豊穰祭」が定着しつつあり、県外からの誘客に繋がった</p>	<p>◆リピーターにつながるような満足度の高い商品づくり</p> <p>◆外からの視点などを取り入れた新たな観光資源の創出による観光客の受け皿の拡大</p> <p>◆地域で観光商品を拡大するための仕組み</p>	<p>◆新たな観光資源の創出</p> <p>★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】</p> <p>○観光資源を発掘するための専門家による指導・助言</p> <p>◎新たな観光資源の創出に対するハード・ソフト両面での支援</p> <p>○グリーンツーリズムなど地域の産業と連携した新たな観光商品づくりへの支援</p> <p>○民泊の促進など教育旅行の受入態勢づくりへの支援</p>	○					

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業



【観光分野】

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)	
<p><b>観光人材育成塾を通じた担い手の育成</b></p> <p>地域の事業者: 観光人材育成塾への参加 (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課: 県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催</p>					<p>◆地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出されている</p> <p>◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる</p> <p>◆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</p> <p>★一人当たり観光消費額 H20:25,459円 →H27:27,500円</p>	<p>◆地域資源を生かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、滞在型の観光客を過年で受入れている</p> <p>◆様々な産業が観光分野に進出し、県経済の活性化につながっている</p>	
<p>県地域観光課: 県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査</p> <p><b>地域観光推進の取組支援</b> (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課: 自立的な地域観光のあり方を検討し、推進していく取組への支援(H26からは、地域リーダーが参画)</p>							
<p><b>地域観光推進における課題解決の支援</b> (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課: 観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援</p>							
<p><b>専門家の活用による観光資源の発掘</b> 事業者、市町村等: 地域に潜在化している地域資源にテーマ性やストーリー性などを盛り込みながらより多くの観光資源を生み出す取組を推進 (公財)高知県観光コンベンション協会: 専門的な立場からの日常的な助言 県地域観光課: 観光アドバイザーの派遣</p>							
<p><b>新たな観光資源の創出</b> 事業者、市町村等: 観光人材育成塾等を通じて新たに発見した観光資源等を活用し、地域が自発的に新たな観光商品を生み出していく取組を推進 (公財)高知県観光コンベンション協会: 新たなテーマや切り口により一元的に情報発信 県地域観光課: 観光アドバイザーの派遣、観光拠点等整備事業費補助金により地域の取組を支援</p>							
<p><b>地域の産業と連携した新たな観光商品づくりへの支援</b> 農林漁業者、商工業者、市町村等: 農業・漁業体験やものづくり体験など地場産業を生かした体験メニューの開発を推進 (公財)高知県観光コンベンション協会: 専門的な立場からの日常的な助言 県地域観光課: 観光アドバイザーの派遣、観光拠点等整備事業費補助金や産業振興推進総合支援事業費補助金等により地域の取組を支援</p>							
<p><b>教育旅行等の受入態勢づくり</b> 市町村等: 教育旅行の受け皿となる農林漁家民泊や体験メニューの充実 広域観光協議会: 市町村や受入団体間との調整や地域住民の気運の醸成を図る講演会等の実施 県地域観光課: 観光アドバイザーの講演等による民泊受入家庭の拡大 県関係課: 補助金等により教育旅行の受入態勢づくりなどを支援</p>							

- ※改革のための6つの基本方向
- 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【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)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
2. 観光資源の発掘・磨き上げの推進		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、H22年の本県への初回訪問比率は50.5%と全国一位であり、全国と比較するとリピーター率の割合が低い</li> <li>◆旅行ニーズが多様化、細分化していることから、世の中のトレンドを把握しながら、新たな観光資源を生み出していくことが求められている</li> <li>◆観光分野の取組は宿泊や飲食、土産物など地域経済に広く波及効果をもたらすことが期待されている</li> <li>◆観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要である</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催を通じて、観光資源の発掘や磨き上げが進み、新たな観光商品も生まれてきた</li> <li>◆お城まつり(高知城)や五台山花絵巻(牧野植物園)のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した</li> <li>◆「土佐の豊稔祭」やサイクリングイベント「コグウェイ四国」など、高知の強みを生かした新たな誘客イベントができた</li> <li>◆観光アドバイザーによる地域への支援を通じて、まち歩き観光などの体験プログラムが充実し、ガイド料が得られるなど、お金が落ちる仕組みができてきた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆リピーターにつながるような満足度の高い商品づくり</li> <li>◆外からの視点などを取り入れた新たな観光資源の創出による観光客の受け皿の拡大</li> <li>◆地域で観光商品を拡大するための仕組み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産業間連携による観光消費の拡大</li> <li>○地域産物を生かした魅力ある土産物づくりや道の駅等での販売促進への支援</li> <li>○インターネットや広報誌を活用した観光と土産の一元的な情報発信の促進</li> </ul>	○					
3. 広域観光の推進		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆広域エリアで周遊観光を推進するためには、ワンストップ窓口など地域コーディネート機能の強化が必要である</li> <li>◆広域的に周遊を促し、本県への入込客を増やすためには、四国4県を始めとする他県との連携した取組が必要である</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広域エリアで観光振興を担う地域コーディネート組織の設立や運営への支援</li> <li>◆地域コーディネート組織による広域的な情報発信や誘致活動が成果を挙げる事例が生まれてきた</li> <li>・「四国はひとつ」という認識のもとH21に設立した四国ツーリズム創造機構と連携し、四国の認知度向上や魅力ある観光ルートの開発に取り組んだ</li> <li>◆四国4県に対する旅行会社とのタイアップキャンペーンにより首都圏を中心とした観光客の増加につながった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆周遊観光を推進していくための観光事業者や関係団体との連携強化</li> <li>◆地域コーディネート組織のセールス機能等の強化</li> <li>◆他県との連携などスケールメリットを生かした誘客の更なる促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地域コーディネート機能の強化</li> <li>★観光人材育成を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】</li> <li>○地域コーディネート組織(広域観光協議会)の活動支援</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	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><b>地域産物を活用した土産物づくり・販売</b></p> <p>事業者、市町村等：地域産物を生かした土産物の開発、道の駅等での販売手法の改善等による魅力アップ、観光客の誘導への取組                      県関係課：地域の新たな土産物づくり等を目指す取組への専門的な助言                      県地域観光課、県計画推進課、県関係課：観光拠点等整備事業費補助金、産業振興推進総合支援事業費補助金、産業界連携による産業界人材育成プログラム、産業振興アドバイザー等により地域の土産物づくりなどの取組みを支援</p>					<p>◆地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出されている</p> <p>◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる</p> <p>◆県内の地域周遊が進み、道の駅や直販所などの観光消費が拡大している</p>	<p>◆地域資源を生かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、滞在型の観光客を過年で受入れしている</p> <p>◆様々な産業が観光分野に進出し、県経済の活性化につながっている</p>
<p><b>観光と物産の一元的な情報発信の促進</b></p> <p>事業者、市町村等：道の駅などで観光と物産の情報を一元的に発信                      (公財)高知県観光コンベンション協会：よさこいネットや広報誌等により地域の観光・物産のきめ細かな情報発信                      県地域観光課、県計画推進課、県関係課：観光拠点等整備事業費補助金、産業振興推進総合支援事業費補助金等により観光と物産の一元的な情報発信の取組みを支援</p>					<p>★一人当たり観光消費額                      H20:25,459円                      →H27:27,500円</p>	
<p><b>観光人材育成を通じた担い手の育成</b></p> <p>地域の事業者：観光人材育成塾への参加                      (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催</p> <p>県地域観光課：県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査</p>					<p>◆県内各広域エリアで作られた周遊プランが旅行商品化される</p> <p>★二泊以上の宿泊客数                      H20:85.5万人                      →H27:100万人</p>	<p>◆広域観光協議会と各観光協会や観光・宿泊施設が連携して、広域エリア単位で一泊以上できる観光地が形成される</p>
<p><b>地域観光推進の取組支援</b></p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：自立的に地域観光のあり方を検討し、推進していく取組への支援(H26からは、地域リーダーが参画)</p>						
<p><b>地域観光推進における課題解決の支援</b></p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援</p>						
<p><b>広域観光協議会の活動支援</b></p> <p>広域観光協議会：広域エリアのワンストップ窓口の確立や広域周遊ルートなどの観光商品のセールス活動等を推進                      県地域観光課：広域観光推進事業費補助金により広域観光協議会の取組を支援</p>						

P546  
別図(観1)参照

※改革のための6つの基本方向

- 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 産業界人材を育てる
- 6 移住促進により、活力を高める

## 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)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
3. 広域観光の推進		<p>◆広域エリアで周遊観光を推進するためには、ワンストップ窓口など地域コーディネート機能の強化が必要である</p> <p>◆広域的に周遊を促し、本県への入込客を増すためには、四国4県を始めとする他県との連携した取組が必要である</p>	<p>・広域エリアで観光振興を担う地域コーディネート組織の設立や運営への支援</p> <p>◆地域コーディネート組織による広域的な情報発信や誘致活動が成果を挙げる事例が生まれてきた</p> <p>・「四国はひとつ」という認識のもとH21に設立した四国ツーリズム創造機構と連携し、四国の認知度向上や魅力ある観光ルートの開発に取り組んだ</p> <p>◆四国4県に対する旅行会社とのタイアップキャンペーンにより首都圏を中心とした観光客の増加につながった</p>	<p>◆周遊観光を推進していくための観光事業者や関係団体との連携強化</p> <p>◆地域コーディネート組織のセールス機能等の強化</p> <p>◆他県との連携などスケールメリットを生かした誘客の更なる促進</p>	◆○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	○					
					○四国観光の推進						
					○県際地域との連携の推進						

※これからの対策の ☆は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

P546  
別図(観1)参照

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)	
<p>県内各地域との連携による周遊観光の推進</p> <p>広域観光協議会等、(公財)高知県観光コンベンション協会、地域本部、観光振興部：県内の広域ブロック間の連携を図るネットワーク会議を開催し、各地域との情報交換や横断的な課題の協議等により本県観光の全体の底上げを図る取組を検討</p>					<p>◆県内各広域エリアで作られた周遊プランが旅行商品化される</p> <p>★二泊以上の宿泊客数 H20:85.5万人 →H27:100万人</p>	<p>◆広域観光協議会と各観光協会や観光・宿泊施設が連携して、広域エリア単位で一泊以上できる観光地が形成される</p>	
<p>統一キャンペーンと連動した周遊観光の促進</p> <p>観光関係団体、(公財)高知県観光コンベンション協会、観光振興部：「リョーマの休日」キャンペーンと連動した周遊観光の促進</p>							
<p>四国ツーリズム創造機構との連携による情報発信や観光素材の開発等</p> <p>四国ツーリズム創造機構：四国観光交流戦略に基づき、首都圏でのプロモーション活動や四国インバウンドフェアの開催及び四国観光ルートの開発などを実施し、四国及び高知県の認知度向上と誘客を図る</p>							
<p>四国観光交流戦略の改定</p> <p>四国ツーリズム創造機構：四国観光交流戦略の改定</p>		<p>四国観光交流戦略の改定</p> <p>四国ツーリズム創造機構：四国観光交流戦略の改定</p>					
<p>運輸事業者等のキャンペーンとタイアップした四国周遊の促進</p> <p>四国ツーリズム創造機構：航空会社とタイアップした四国周遊バス、レンタカープランの旅行商品化を推進</p>							
<p>県際地域との連携の推進</p> <p>県地域観光課：南予地域(四国西南地域観光連絡協議会)や阿南地域(AMA)との連携を通じて、県域を越える観光ルートの開発や情報交換等を実施</p>							

- ※改革のための6つの基本方向
- 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【全国に通用する観光地づくり】

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	基本方向					
					1	2	3	4	5	6
4. 効果的な広報・セールス活動の推進  <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">             P547、548、549              別図(観2、3、4)参照           </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆平成20年3月から県外からの観光交流人口を330万人に増加させることを目標に「花・人・土佐であい博」を開催したが、入込は目標に届かなかった</li> <li>◆「龍馬伝」の放送等があったH22は飛躍的に観光客が増加したが、一方で大手旅行雑誌のアンケート調査で初回訪問率が1位となっており、高知県に来た事がない人がまだまだ多い状況である</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光キャンペーン「リョーマの休日」を通じ、官民一体となったセールス活動を展開</li> <li>・「龍馬パスポート」を活用した県内周遊・リピーターの促進</li> <li>・首都圏等のマスメディアを通じた全国への情報発信の強化</li> <li>◆H25の県外観光客の入込数がH27年度末に掲げた目標(400万人以上)を達成した</li> <li>◆新たな観光素材が旅行商品化されること等により、県内各地域への誘客が進んだ</li> <li>・映画「県庁おもてなし課」を活用したプロモーションの実施</li> <li>◆映画「県庁おもてなし課」ロケ地ガイドの配布やロケセットの公開等により、効果的なプロモーション及び誘客に繋がった</li> <li>・観光特使による観光PRの促進</li> <li>◆高知県の取り組みを観光特使にアピールすることにより、それぞれの活躍の場でのPRにつながった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆本県観光のさらなるレベルアップのためには、より戦略的な誘客戦略により、他県をリードしていくことが必要</li> <li>◆映画の効果を活かし、広く県外へのPRが必要</li> <li>◆さらに観光特使に活躍していただくための連携強化</li> </ul>	<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>◎統一キャッチフレーズを用いた一元的な県外への情報発信</li> <li>◎地域や期間を限定したキャンペーンの実施などによる話題性や特別感の創出</li> </ul>	○					
				<ul style="list-style-type: none"> <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>○旅行エージェント向けのプロモーションの実施</li> </ul>	○					

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

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)	
<p>統一キャッチフレーズを用いたPR</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県観光振興部、観光関係団体等:キャッチフレーズの立案、キャッチフレーズを活用した県外へのプロモーション活動</p>					<p>◆ターゲットを明確にした観光プロモーションが継続され高知県の認知度が向上する</p> <p>★リピーターの数 H22:75万人 →H27:88万人</p> <p>★首都圏からの観光客数 H20:30.5万人 →H27:45万人</p> <p>★コンベンションの開催による入込数 H23:3万人 →H27:3.3万人</p>	<p>◆地理的ハンディキャップを克服し、“わざわざ”遠方より訪れる観光客が増える</p>	
<p>誘客キャンペーン等の実施</p> <p>観光関係団体等、(公財)高知県観光コンベンション協会、県観光振興部:関係者の協働による「リョーマの休日」キャンペーンの実施、龍馬パスポート等によるリピーター対策の実施</p>							
<p>次期誘客キャンペーンの展開</p> <p>観光関係団体等、(公財)高知県観光コンベンション協会、県観光振興部:キャンペーンによる誘客効果の検証と次年度のキャンペーンの展開、キャンペーンと連動したリピーター対策の実施</p>					<p>★教育旅行等による入込数 H23:0.8万人 →H27:1万人</p>		
<p>旅行会社向け販促キャンペーンの実施</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:旅行会社とタイアップした販促キャンペーンの実施</p>			<p>旅行会社向け誘客プロモーションの実施</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:オフシーズン対策も含めた旅行会社とのタイアップによる効果的な誘客プロモーションの実施</p>				
<p>官民一体となった旅行会社等へのセールスキャラバンの実施</p> <p>観光関係団体、(公財)高知県観光コンベンション協会:「リョーマの休日」にあわせたセールスキャラバンの実施</p> <p>観光関係団体、(公財)高知県観光コンベンション協会:首都圏等の旅行エージェントへのセールス活動や地元観光関係団体との商談会を官民一体となって実施</p>							
<p>時機を得たセールス活動の実施</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会:観光商品素材集などを活用し、店舗系、メディア系、ネット系といった旅行エージェントの種別に応じたセールス活動を展開</p>							

- ※改革のための6つの基本方向
- 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【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)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
4. 効果的な広報・セールス活動の推進	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">                     P547, 548, 549                      別図(観2, 3, 4)参照                 </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆平成20年3月から県外からの観光交流人口を330万人に増加させることを目標に「花・人・土佐であい博」を開催したが、入込は目標に届かなかった</li> <li>◆「龍馬伝」の放送等があったH22は飛躍的に観光客が増加したが、一方で大手旅行雑誌のアンケート調査で初回訪問率が1位となっており、高知県に来た事がない人がまだまだ多い状況である</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光キャンペーン「リョーマの休日」を通じ、官民一体となったセールス活動を展開</li> <li>・「龍馬パスポート」を活用した県内周遊・リピーターの促進</li> <li>・首都圏等のマスメディアを通じた全国への情報発信の強化</li> <li>◆H25の県外観光客の入込数がH27年度末に掲げた目標(400万人以上)を達成した</li> <li>◆新たな観光素材が旅行商品化されること等により、県内各地域への誘客が進んだ</li> <li>・映画「県庁おもてなし課」を活用したプロモーションの実施</li> <li>◆映画「県庁おもてなし課」ロケ地ガイドの配布やロケセットの公開等により、効果的なプロモーション及び誘客に繋がった</li> <li>・観光特使による観光PRの促進</li> <li>◆高知県の取り組みを観光特使にアピールすることにより、それぞれの活躍の場でのPRにつながった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆本県観光のさらなるレベルアップのためには、より戦略的な誘客戦略により、他県をリードしていくことが必要</li> <li>◆映画の効果を活かし、広く県外へのPRが必要</li> <li>◆さらに観光特使に活躍していただくための連携強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎マスメディア向けのプロモーションの実施</li> <li>○一般向けプロモーションの実施</li> <li>○高知ゆかりの個人・団体等を活用した情報発信の推進</li> </ul>	○					

※これからの対策の 本は新規事業  
 ◎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	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>首都圏でのパブリシティ活動の強化</p> <p>県観光政策課: アンテナショップ等と連携したメディアへの定期的な情報発信など首都圏でのマスメディアとのネットワークの構築やパブリシティ活動の体制構築</p>					<p>◆ターゲットを明確にした観光プロモーションが継続され高知県の認知度が向上する</p> <p>★リピーターの数 H22:75万人 →H27:88万人</p> <p>★首都圏からの観光客数 H20:30.5万人 →H27:45万人</p>	
<p>首都圏でのパブリシティ活動の推進</p> <p>県観光政策課、東京事務所: マスメディアのネットワークを活用したパブリシティ活動の推進</p>					<p>◆地理的ハンディキャップを克服し、“わざわざ”遠方より訪れる観光客が増える</p>	
<p>首都圏でのパブリシティ活動のさらなる強化</p> <p>県観光政策課、東京事務所: パブリシティ活動のさらなる強化による県観光の露出の拡大</p>					<p>★コンベンションの開催による入込数 H23:3万人 →H27:3.3万人</p> <p>★教育旅行等による入込数 H23:0.8万人 →H27:1万人</p>	
<p>県外事務所等を活用したきめ細かな情報発信</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課、各県外事務所: 関東、関西、中部及び中四国の近隣県など、対象エリアやターゲットとなる客層などに応じたマスメディアへの戦略的な広報の展開</p>						
<p>観光客へのタイムリーな情報発信</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県外事務所: ゆるり(旅行決定前)、こうちじん(旅行決定後)、トサコレ(旅行中)など、旅行者の段階に対応した広報媒体の作成及び広報媒体を活用した発地プロモーションや着地プロモーションの実施</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県外事務所: 観光物産展等乗客イベントの場を活用した「リョーマの休日」キャンペーンの情報発信</p>						
<p>インターネット等を活用した情報発信の強化</p> <p>市町村、観光協会等、(財)高知県観光コンベンション協会: インターネットやブログ、ロコミなどを活用した情報発信の強化</p>						
<p>高知ゆかりの個人・団体を活用した情報発信</p> <p>県おもてなし課: 観光特使など高知ゆかりの個人・団体等を活用した情報発信 県外事務所: 県出身者などのネットワークを活用した県観光のPR</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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【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)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
4. 効果的な広報・セールス活動の推進	<p>P547, 548, 549 別図(観2, 3, 4)参照</p>	<p>◆平成20年3月から県外からの観光交流人口を330万人に増加させることを目標に「花・人・土佐であい博」を開催したが、入込は目標に届かなかった</p> <p>◆「龍馬伝」の放送等があったH22は飛躍的に観光客が増加したが、一方で大手旅行雑誌のアンケート調査で初回訪問率が1位となっており、高知県にまだ来た事がない人がまだまだ多い状況である</p>	<p>・観光キャンペーン「リョーマの休日」を通じ、官民一体となったセールス活動を展開</p> <p>・「龍馬バスポート」を活用した県内周遊・リピーターの促進</p> <p>・首都圏等のマスメディアを通じた全国への情報発信の強化</p> <p>◆H25の県外観光客の入込数がH27年度末に掲げた目標(400万人以上)を達成した</p> <p>◆新たな観光素材が旅行商品化されること等により、県内各地域への誘客が進んだ</p> <p>・映画「県庁おもてなし課」を活用したプロモーションの実施</p> <p>◆映画「県庁おもてなし課」ロケ地ガイドの配布やロケセットの公開等により、効果的なプロモーション及び誘客に繋がった</p> <p>・観光特使による観光PRの促進</p> <p>◆高知県の取り組みを観光特使にアピールすることにより、それぞれの活躍の場でのPRにつながった</p>	<p>◆本県観光のさらなるレベルアップのためには、より戦略的な誘客戦略により、他県をリードしていくことが必要</p> <p>◆映画の効果を活かし、広く県外へのPRが必要</p> <p>◆さらに観光特使に活躍していただくための連携強化</p>	◆○四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信の充実	○					
					◆○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	○					

※これからの対策の ◆は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>四国の認知度向上及び誘客の促進</p> <p>県外事務所、県観光政策課：四国ツーリズム創造機構や四国4県連携による旅行会社へのセールス活動、プロモーション展開等</p>					<p>◆ターゲットを明確にした観光プロモーションが継続され高知県の認知度が向上する</p> <p>★リピーターの数 H22:75万人 →H27:88万人</p> <p>★首都圏からの観光客数 H20:30.5万人 →H27:45万人</p>	<p>◆地理的ハンディキャップを克服し、“わざわざ”遠方より訪れる観光客が増える</p>	
<p>学会などのコンベンションの誘致</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会：本県で開催する全国規模の大会への助成及び各学校等へのPR活動の実施</p>							
<p>教育旅行、企業研修等の誘致</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会：本県への修学旅行の下見等に対する助成及び教育旅行会社や学校に対するPR活動の実施 県関係課：県外企業との協定、交流事業等による交流人口の拡大や企業研修の誘致活動等</p>					<p>★コンベンションの開催による入込数 H23:3万人 →H27:3.3万人</p> <p>★教育旅行等による入込数 H23:0.8万人 →H27:1万人</p>		
<p>教育旅行のPRツールの整備</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会：教育旅行用パンフレットのリニューアル</p>							
<p>ねんりんピック参加者に対する県観光のPR</p> <p>県関係課：ねんりんピックよさこい高知2013の開催を踏まえたプロモーションの充実等</p>							
<p>高知県でのロケ撮影の積極的な誘致活動の展開</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会：映画・TV会社等に対するセールス活動、モニターツアーの実施、本県ロケのエキストラ確保などフィルムコミッション活動の展開 県観光政策課：県内のロケ撮影等に対するインセンティブ制度によりフィルムコミッション活動を支援</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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

## 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)	課題	これからの対策	基本方向							
					1	2	3	4	5	6		
5. 人材の育成	◆地域の観光振興に関する取組をさらに継続・発展させ、足腰の強い産業として根付かせるためには、その担い手となる人材を幅広く育成することが求められている	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光ガイド連絡協議会を通じた観光ガイドの育成やガイド間の連携への支援</li> <li>◆観光ガイド連絡協議会による研修会等の開催により、ガイドのレベルアップや連携意識が高まったうえ、独自の取り組みにも繋がった</li> <li>◆観光アドバイザーによるまち歩き観光や体験プログラムでの磨き上げ</li> <li>◆体験型観光の磨き上げが進むとともに、観光ガイドや体験インストラクターのコミュニケーション能力の向上などが図られた</li> <li>◆観光人材育成塾による各地域における観光の担い手の育成</li> <li>◆各地域において、観光商品づくりやセールス活動のノウハウを学び、広域の活動を支える地域リーダーの育成が進んだ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光産業を地域で伸ばしていく人材が不足している</li> <li>◆観光客の満足度をより高めるための、質の高い観光ガイドの育成が必要</li> <li>◆地域において、魅力的な観光商品づくりを行う人材の継続的な育成が必要</li> </ul>	◆観光産業を担う人材の育成 ★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】	○					○		
				◆観光ガイドの育成、技術の向上 ○県内各地域の観光ガイド団体の連携や、質の高いガイド技術の習得を目的とする研修会の開催等	○					○		
				◆○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	○							○

※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	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><b>観光人材育成塾を通じた担い手の育成</b></p> <p>地域の事業者・観光人材育成塾への参加 (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催</p> <p>県地域観光課：県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査</p> <p>地域観光推進の取組支援 (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：自律的な地域観光を検討し、推進していく取組への支援(H26からは、地域リーダーが参画)</p> <p>地域観光推進における課題解決の支援 (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援</p> <p>観光ガイドの育成、充実 観光ガイド団体：研修会等の開催、有料ガイドへの移行 観光ガイド連絡協議会：県内ガイド団体のガイド技術の向上や情報共有等を行う協議会の運営 県地域観光課：県内ガイド団体等への観光アドバイザーの派遣 県おもてなし課：観光ガイド団体の育成支援とレベルアップ、ネットワークの推進</p> <p>観光事業者等へのおもてなし研修の実施 (公財)高知県観光コンベンション協会：観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接客、マナー、国際観光受入等の接客研修を実施 県おもてなし課：観光業界の従業員等を対象とした外国人観光客の受入態勢の向上を図る研修会の実施</p> <p>社会教育等での学習機会の確保 市町村等、県関係課：地域の自然、暮らし、文化などを活用した体験型観光のメニューづくり、県立施設等での郷土出身の著名人や産業・自然等を学習する機会の確保</p>					<p>◆観光産業を担う人材が育成される</p> <p>◆人材育成塾の参加者 200名</p> <p>◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとガイドメニューの充実が図られる</p>	<p>◆地域で観光をビジネスとする人材が根付くことで地域が活性化化する</p> <p>◆各地域に体験型観光を推進する人材(リーダー)が活動している</p>

- ※改革のための6つの基本方向
- 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【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)	課題	これからの対策	基本方向							
						1	2	3	4	5	6		
6. おもてなしの向上		<p>◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、観光客で「地元の人ホスピタリティを感じた」人の割合が、4年間で(H19→H22)で7.4ポイント(36.4%→29.0%)の減となっている</p> <p>◆県観光政策課の満足度調査の結果からは、観光案内板や、トイレ、2次交通などの不便さを指摘する声が多くあがっている</p>	<p>・宿泊業やタクシー運転者へのマナー研修の実施</p> <p>・おもてなし県民会議の開催</p> <p>◆官民一体となって観光客に対するおもてなし意識の向上が図れた</p> <p>・高知市中心部の主要観光地を巡るMY遊バスの運行(通年)</p> <p>・「楽しまんとはた博」でおもてなしタクシーの周遊プランを造成し発売</p> <p>◆MY遊バスおよびおもてなしタクシーを活用し、2次交通の確保が図られた</p> <p>・おもてなしタクシー利用促進のための龍馬バスポートへの参画</p> <p>・タクシー満足度向上のための聞き取りアンケートの実施</p> <p>◆おもてなしタクシーの新規認定者がH25は前年比約3倍になるとともに、アンケート調査では多くの項目の評価ポイントが上昇</p> <p>・市町村が行う観光案内板・標識や景観整備、多言語促進事業への助成</p> <p>◆H24は18市町村35事業、H25は17市町村25事業に対し助成を実施</p> <p>・ゴールデンウィークやお盆時の渋滞対策及びサービスエリアやイベント等での臨時観光案内所の開設</p> <p>◆観光客の満足度を高め、移動時間短縮による経済波及効果をもたらした</p> <p>・県外観光客を対象としたアンケート調査の実施</p> <p>◆アンケート調査の結果を対象事業者にフィードバックすることにより、改善や対応が図られた</p> <p>・映画「県庁おもてなし課」ロケセット等による観光情報の提供</p> <p>◆ロケ地等において、官民協働のおもてなしにつながった</p>	<p>◆旅先で快適に感じていただけるような環境の整備や、おもてなしの心のさらなる醸成</p> <p>◆観光客の多様なニーズに対応するためには、観光案内所やインターネット等による情報提供が求められている</p> <p>◆来県者の周遊性や利便性をより高めていくためには、観光案内板や二次交通等の整備が必要</p>	<p>◆おもてなしの気運の醸成</p> <p>○気運づくりのための研修、講演会等の実施</p> <p>○観光事業者等へのおもてなし研修の実施【再掲】</p>	○							
						◆観光ガイドの育成、技術の向上	○						
						◆きめ細かな観光情報の提供	○						
					◆よさこいネット等を活用した地域の観光情報発信								

※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>気運づくりのための研修、講演会等の実施</p> <p>市町村、観光関係団体、(公財)高知県観光コンベンション協会、県観光振興部、地域の観光関係団体との情報交換の実施 県おもてなし課：県民発意によるおもてなしを広めるための会議の開催や、おもてなし一斉清掃等の県民のおもてなし活動への参加機会を提供し、県民一人ひとりによるおもてなし活動の気運を醸成</p>					<p>◆県民発意によるおもてなしが県内に拡がり各地で活動が見られる</p> <p>◆ホスピタリティを感じる観光客が増加し、リピーターにつながる</p>	<p>◆県民によるおもてなしが継続的な取組として定着し、観光客に認知されている</p> <p>◆各地域に体験型観光を推進する人材(リーダー)が活動している</p>
<p>観光事業者等への研修</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会：観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接客、マナー、国際観光受入等の接客研修を実施 県おもてなし課：観光業界の従業員等を対象とした外国人観光客の受入態勢の向上を図る研修会の実施</p>					<p>◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとメニューの充実が図られる</p> <p>◆高知県観光ガイド連絡協議会の事務局体制が確立する</p>	<p>◆観光拠点エリアだけでなく周辺の観光スポットや周辺ルート上においても、観光案内が行われている</p> <p>◆公共交通機関やバス・タクシー等による周遊観光体系が整う</p>
<p>観光ガイドの育成、充実</p> <p>観光ガイド団体：個別研修会等の開催 観光ガイド連絡協議会：県内ガイド団体のガイド技術の向上や情報共有・情報交換等によるネットワークづくりを行う協議会の運営 県おもてなし課：ガイド団体の連携と質の高いガイド技術の習得を目的とする研修会の実施</p>					<p>◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとメニューの充実が図られる</p> <p>◆高知県観光ガイド連絡協議会の事務局体制が確立する</p> <p>◆核となる拠点エリアにおいて、一元的に地域の観光情報を収集発信する観光案内所が整備されている</p> <p>◆おもてなしタクシーの認定ドライバーが増加する</p>	
<p>高知情報発信館「とさてらす」を核とした観光案内等</p> <p>市町村、観光協会等：観光案内所の運営等により観光客へ地域の観光情報を提供 (公財)高知県観光コンベンション協会：JR高知駅前「とさてらす」の運営等により地域の周遊を促す観光案内を実施</p>					<p>★観光客満足度調査の各調査項目において「大変良い」、「良い」と回答した割合がH22の値を毎年上回る。また案内標識、公共トイレ、二次交通などの不便さを指摘する声が増加している</p>	
<p>臨時観光案内所の設置、運営</p> <p>市町村、観光協会等、(公財)高知県観光コンベンション協会、県おもてなし課：ゴールデンウィーク等の多客期における臨時観光案内所の設置及び渋滞対策の実施</p>					<p>(以下H22実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊先 77%</li> <li>・食事・料理店 74%</li> <li>・観光施設 75%</li> <li>・観光施設の美化 72%</li> <li>・公共トイレの快適性 57%</li> <li>・案内標識 53%</li> <li>・タクシーの接客マナー 46%</li> </ul>	
<p>よさこいネット等を活用した地域の観光情報発信</p> <p>市町村、観光関係団体等、(公財)高知県観光コンベンション協会：ウェブサイトを活用した観光と土産の一元的な情報発信等を推進、高知までのアクセスや県内の二次交通情報等の提供 県地域観光課、計画推進課：補助金や専門家の派遣等により地域の取組を支援</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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【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)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
6. おもてなしの向上		<p>◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、観光客で「地元の人のホスピタリティを感じた」人の割合が、4年間で(H19→H22)で7.4ポイント(36.4%→29.0%)の減となっている</p> <p>◆県観光政策課の満足度調査の結果からは、観光案内板や、トイレ、2次交通などの不便さを指摘する声が多くあがっている</p>	<p>・宿泊業やタクシー運転者へのマナー研修の実施</p> <p>・おもてなし県民会議の開催</p> <p>◆官民一体となって観光客に対するおもてなし意識の向上が図れた</p> <p>・高知市中心部の主要観光地を巡るMY遊バスの運行(通年)</p> <p>・「楽しまんとはた博」でおもてなしタクシーの周遊プランを造成し発売</p> <p>◆MY遊バスおよびおもてなしタクシーを活用し、2次交通の確保が図られた</p> <p>・おもてなしタクシー利用促進のための龍馬バスポートへの参画</p> <p>・タクシー満足度向上のための聞き取りアンケートの実施</p> <p>◆おもてなしタクシーの新規認定者がH25は前年比約3倍になるとともに、アンケート調査では多くの項目の評価ポイントが上昇</p> <p>・市町村が行う観光案内板・標識や景観整備、多言語促進事業への助成</p> <p>◆H24は18市町村35事業、H25は17市町村25事業に対し助成を実施</p> <p>・ゴールデンウィークやお盆時の渋滞対策及びサービスエリアやイベント等での臨時観光案内所の開設</p> <p>◆観光客の満足度を高め、移動時間短縮による経済波及効果をもたらした</p> <p>・県外観光客を対象としたアンケート調査の実施</p> <p>◆アンケート調査の結果を対象事業者にフィードバックすることにより、改善や対処が図られた</p> <p>・映画「県庁おもてなし課」ロケセット等による観光情報の提供</p> <p>◆ロケ地等において、官民協働のおもてなしにつながった</p>	<p>◆旅先で快適に感じていただけるような環境の整備や、おもてなしの心のさらなる醸成</p> <p>◆観光客の多様なニーズに対応するためには、観光案内所やインターネット等による情報提供が求められている</p> <p>◆来県者の周遊性や利便性をより高めていくためには、観光案内板や二次交通等の整備が必要</p>	<p>◆県内の観光地を結ぶ移動手段の確保</p> <p>○周遊バスの運行</p> <p>○おもてなしタクシー等を活用した周遊観光の推進</p> <p>◆観光基盤の整備</p> <p>○受入態勢の整備</p> <p>○広域観光案内板の整備</p> <p>○観光案内板等の整備や景観保全への支援</p> <p>○観光地のトイレ美化の推進</p>	○					

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

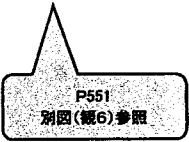


第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	短期的な視点 (平成27年度末)		中長期的な視点 (平成30年度末)	
<p>高知市内の周遊バス(MY遊バス)の運行</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:運行状況の分析に基づくMY遊バスの運行体系の見直し</p>					<p>◆県民発意によるおもてなしが県内に拡がり各地で活動が見られる</p> <p>◆ホスピタリティを感じる観光客が増加し、リピーターにつながる</p> <p>◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとメニューの充実が図られる</p> <p>◆高知県観光ガイド連絡協議会の事務局体制が確立する</p>	<p>◆県民によるおもてなしが継続的な取組として定着し、観光客に認知されている</p> <p>◆各地域に体験型観光を推進する人材(リーダー)が活動している</p> <p>◆観光拠点エリアだけでなく周辺の観光スポットや周辺ルート上においても、観光案内が行われている</p> <p>◆公共交通機関やバス・タクシー等による周遊観光体系が整う</p>	
<p>西南地域の周遊バス(しまんと・あしずり号)の運行</p> <p>県地域観光課:地元と連携した運行支援</p> <p>県地域観光課:運行状況の分析に基づく運行支援の継続</p>							
<p>おもてなしタクシーの推進等</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会:おもてなしタクシーの認定制度の実施、周遊プランの提供</p>					<p>◆核となる拠点エリアにおいて、一元的に地域の観光情報を収集発信する観光案内所が整備されている</p> <p>◆おもてなしタクシーの認定ドライバーが増加する</p>	<p>★観光客満足度調査の各調査項目において「大変良い」、「良い」と回答した割合がH22の値を毎年上回る。また案内標識、公共トイレ、二次交通などの不便さを指摘する声が減少している</p>	
<p>受入態勢の整備</p> <p>県おもてなし課:観光客や旅行エージェントを対象としたアンケート調査等による課題の把握と改善のための取組を実施</p>							
<p>広域観光案内板の設置</p> <p>県おもてなし課:核となる拠点エリアを中心に新たな広域観光ルートを紹介する広域観光案内板の設置</p>					<p>(以下H22実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊先 77%</li> <li>・食事・料理店 74%</li> <li>・観光施設 75%</li> <li>・観光施設の美化 72%</li> <li>・公共トイレの快適性 57%</li> <li>・案内標識 53%</li> <li>・タクシーの接客マナー 46%</li> </ul>		
<p>観光案内板等の整備への支援</p> <p>県おもてなし課:観光案内板等整備事業費補助金により市町村が実施する観光地や観光ルートへの誘導標識や観光案内板の多言語化事業、景観整備への取組に対して支援</p>							
<p>観光地のトイレ美化の推進</p> <p>県地域観光課:核となる拠点エリアやそのルート上の公共トイレの改修事業を支援</p> <p>県おもてなし課:おもてなしの心で美化活動に取り組む“おもてなしトイレ認定制度”を推進し、利用者の満足度の向上を図る</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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【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)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
7. スポーツツーリズムの推進		<p>◆マラソン大会やプロ野球キャンプなどのスポーツ観光は、他のイベントよりも遠隔地からの誘客が期待できるため、本県が根源的に抱えている地理的ハンディキャップを克服していくために有効な手段である</p> <p>◆冬場の温暖な気候など、本県の強みを観光振興に生かし、オフシーズン対策にもつなげていくことが求められている</p>	<p>・スポーツキャンプ(合宿)やイベント(公式戦等)への助成</p> <p>◆一定の観客動員により、本県への経済波及効果が生まれた</p>	<p>◆合宿誘致やスポーツイベントの開催は単発の取組となっているため、切れ目なく誘客を図るためには年間を通じた体系的な取組を進めていく必要がある</p> <p>◆県内における施設のキャパシティが限られているため、集中する時期には受入が困難な場合があり、計画的な施設整備が必要である</p>	<p>◆推進体制の強化及び受入態勢の充実</p> <p>★官民一体となった推進体制の構築</p> <p>◎スポーツ振興のための施設整備</p>	○					
					<p>◆年間を通じたスポーツイベント等の開催</p> <p>◎スポーツ大会等の誘致活動の推進</p> <p>◎スポーツイベント等の企画、実施等</p>	○					
					<p>◆アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動</p> <p>○アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動</p>	○					

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	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>県庁内PT等による受入態勢の整備</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県関係課:スポーツツーリズム推進のための庁内プロジェクトチームでの検討やスポーツ競技団体等との連携を強化し、スポーツキャンプや合宿の受入、また全国規模のスポーツ大会の実施に向けた施設の整備計画を策定</p>					<p>◆様々なスポーツイベントが開催され、新たな観光客の獲得ができている</p> <p>★スポーツツーリズムの推進による新規入込客数2万人</p>	<p>◆スポーツツーリズムによる誘客態勢が確立され、本県への入込客が増加し、経済効果を発揮する</p>	
<p>スポーツ振興のための計画的な施設整備</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県関係課:県庁内プロジェクトチームでの検討やスポーツ競技団体や市町村と連携し、スポーツツーリズムの推進のための計画的な施設整備に向けた取組を推進</p>							
<p>スポーツ大会等の誘致活動の推進</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会:現行のプロスポーツキャンプ(野球、サッカー)やプロゴルフ大会を継続させるとともに、新たな全国規模のスポーツ大会の誘致の取組を推進</p>							
<p>スポーツイベントの企画、実施等</p> <p>市町村等、(公財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:新たな誘客につながる全国規模のスポーツイベント(サイクリング、マラソンなど)を企画し、実施に向けた取組を推進</p>							
<p>大学、社会人等のアマチュアスポーツ合宿の誘致</p> <p>市町村等、(公財)高知県観光コンベンション協会、県外事務所:情報収集の強化や人脈などを利用し、本県でのアマチュアスポーツ合宿の継続及び新規受入に向けた誘致活動を強化</p>							

- ※改革のための6つの基本方向
- 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【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)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
8. 国際観光の推進		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆本県での外国人宿泊者数は、H22年は延べ15,970泊と全国46位と低迷している</li> <li>◆本県に宿泊している外国人は、韓国が46.5%、台湾が13.3%、中国が8.3%と東アジア地域が中心となっている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東アジアを中心として航空会社、旅行会社への継続的なプロモーション活動を展開</li> <li>・四国ツーリズム創造機構と連携し、商談会や海外旅行エージェントの招聘事業を実施</li> <li>・よさこい派遣やウェブサイトを使った認知度向上を実施</li> <li>◆台湾、韓国からのチャーター便が就航や、四国他県空港からの周遊などによる外国人観光客の誘致につながった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆海外からの直行便がない</li> <li>◆海外からみると、高知だけでなく四国としての認知度も依然低い状況</li> <li>◆外国人の受入態勢の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆国別戦略に基づく誘致活動</li> <li>◎相手国でのPRや旅行会社等へのプロモーション活動の強化</li> <li>◎観光資源と顧客層のマッチング</li> <li>◎海外での認知度を高めるための情報発信の強化</li> <li>◎官民連携による国際観光の推進</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>継続的なセールス活動の実施</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:知事のトップセールスをはじめ、旅行会社や航空会社へ積極的なセールス活動を展開するとともに、旅行会社等を招聘するモニターツアーなどを継続的に実施</p>					<p>◆チャーター便が定期的に運行され、外国人観光客が訪問しやすい環境が整う</p> <p>◆観光地や宿泊地等での外国人の受入環境整備が充実する</p> <p>★外国人延べ宿泊者数 H22:1.6万人泊 →H27:3.2万人泊</p>	<p>◆外国からの誘客態勢が確立され、本県への外国人からの入込客が増加し、経済効果を発揮する</p> <p>◆海外で四国や高知の認知度が高まる</p>
<p>観光資源と顧客層とのマッチング</p> <p>県観光政策課:相手国の嗜好と本県の観光資源のマッチングを行い、きめ細かなプロモーションを展開。 最優先市場(台湾・韓国)を中心に ・チャーター便、LCC、外国クルーズ客船の誘致 ・定期便を利用した四国周遊ルートの開拓、PR ・教育旅行、スポーツツーリズム、世界ジオパーク・ネットワークなど、新たな旅行需要を開拓</p>						
<p>観光資源と顧客層とのマッチング</p> <p>定期便や定期チャーター便の就航に向けた取組</p> <p>最優先市場の取組を優先市場(中国、香港、シンガポール)に拡大</p>						
<p>国外での情報発信の強化</p> <p>県観光政策課:最優先市場(台湾・韓国)を中心に ・相手国での積極的な情報発信(ウェブサイトなど) ・高知在住外国人の協力による情報発信</p>						
<p>国外での情報発信の強化</p> <p>優先市場への取組拡大</p> <p>県観光政策課:最優先市場の取組を優先市場(中国、香港、シンガポール)に拡大</p>						
<p>インバウンド勉強会の実施</p> <p>県観光政策課:官民連携で国際観光推進を協議するインバウンド勉強会の実施 ・国別戦略に基づくプロモーション活動に関する意見の集約 ・旅行商品開発に向けた課題の整理 ・受入環境整備に関する助言</p>					<p>国別戦略の見直し・再評価</p> <p>県観光政策課:国別戦略の見直し・再評価一今後の戦略に反映</p>	
<p>インバウンド勉強会の実施</p> <p>国別戦略の見直し・再評価</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 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 産業界人材を育てる
- 6 移住促進により、活力を高める

P550  
別図(観5)参照

### 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)	課題	これからの対策	基本方向					
						1	2	3	4	5	6
8. 国際観光の推進		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆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、従来のものに加えた新たな国際観光戦略を打ち出す必要がある</li> <li>◆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</li> <li>◆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東アジアを中心として航空会社、旅行会社への継続的なプロモーション活動を展開</li> <li>・四国ツーリズム創造機構と連携し、商談会や海外旅行エージェントの招聘事業を実施</li> <li>・よさこい派遣やウェブサイトを使った認知度向上を実施</li> <li>◆台湾、韓国からのチャーター便が就航や、四国他県空港からの周遊などによる外国人観光客の誘致につながった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆海外からの直行便がない</li> <li>◆海外からみると、高知だけでなく四国としての認知度も依然低い状況</li> <li>◆外国人の受入態勢の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆高知県の強みを活かした新たな誘客活動</li> <li>★高知県特有の「温かい人柄」をもとにした、本物の日本を感じる精神的満足度の高い商品の「作り込み」、「セールス」、「受け入れ」を一元化して取り組む体制を整備</li> <li>★魅力あふれる体験型観光商品の作り込み</li> <li>★送客力の高い旅行会社等に向けたセールス</li> <li>★日本一のおもてなし、人と人とのふれあいを感ずる受け入れ</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)
		<b>組織体制の確立</b> (公財)高知県観光コンベンション協会: 中心的な運営主体として、旅行商品の「作り込み」、 「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 県観光政策課: 県内観光関係者と協力し て進める仕組みづくりを構築 県観光政策課: 県内観光関係者で組織する 協議会設立		(公財)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	◆高知県観光コンベン ション協会を運営主体 としながら、県内観光 関係者で組織する協 議会と連携・協力して 事業に取り組む体制 を構築 ◆体験型観光客3,600 人の達成	◆民間への運営移行を 検討 ◆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 ◆体験型観光客12,000 人の達成
		<b>体験型観光商品の造成</b> (公財)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			◆シンガポール、香港の 他、欧米豪、台湾、韓 国向けモデル商品の 造成、磨き上げ ◆集落活動センターを活 用した商品開発	◆各国のニーズに応じ たツアーを30ルート 以上造成 ◆地域主体で商品開発 に取り組む環境を醸 成 ◆集落活動センター3か 所以上で商品化 ◆外国人FITの他、国 内観光客の利用にも 波及
		<b>シンガポール、香港、欧米豪、台湾、韓国旅行会社、メディア等へのセールス</b> (公財)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 メディア招聘ツアーを活用した成功事例のPR			◆各国・地域で商品販 売取扱実績 ◆国内ランドオペレータ ーとの協力関係の構築 ◆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 ◆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 ◆体験型観光素材集の 開発	◆世界各国旅行会社延 べ5社以上と連携し、 ツアー実施 ◆国内ランドオペレータ ーとの協力関係の確 立 ◆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 ◆高知県といえば「体 験型観光」とのイメージ 定着 ◆体験型観光素材集の 定期的な更新 ◆海外クルーズ客船オ プショナルツアーへの 組み込み
		<b>ツアー受入体制の確立</b> (公財)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 県観光政策課: おもてなし随行員(仮)の確保、育成			◆受入事業実施体制の 確立 ◆随行、サポート内容の 水準確立 ◆おもてなし随行員(仮) の育成	◆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 ◆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 ◆おもてなし随行員(仮) として20名を確保

※改革のための6つの基本方向

- 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【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)	課題	これからの対策	基本方向						
						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、H22年は延べ15,970泊と全国46位と低迷している</p> <p>◆本県に宿泊している外国人は、韓国が46.5%、台湾が13.3%、中国が8.3%と東アジア地域が中心となっている</p>	<p>・東アジアを中心として航空会社、旅行会社へのプロモーション活動を展開</p> <p>・四国ツーリズム創造機構と連携し、商談会や海外旅行エージェントの招聘事業を実施</p> <p>・よさこい派遣やウェブサイトを使った認知度向上を実施</p> <p>◆台湾、韓国からのチャーター便が就航や、四国他県空港からの周遊などによる外国人観光客の誘致につながった</p> <p>・多言語観光パンフレット支援システムの運営</p> <p>・韓国チャーター便利用者へのWi-Fi接続用カードの配布</p> <p>◆インターネットを活用した観光情報の提供を通して、外国人旅行者への、きめ細やかな情報提供につながった</p>	<p>◆海外からの直行便がない</p> <p>◆海外からみると、高知だけでなく四国としての認知度も依然低い状況</p> <p>◆外国人の受入態勢の向上</p> <p>◆観光施設等において、無料で簡単にインターネット接続できる環境の整備</p>	<p>◆受入態勢の充実</p> <p>○観光案内板、誘導標識、パンフレット等の多言語化の推進</p> <p>○外国人観光客の受入態勢の向上</p> <p>★在留外国人との連携</p> <p>◆四国4県連携によるプロモーション活動の推進</p> <p>○四国4県での外国人観光誘客の取組強化</p>	○						
						○						

※これからの対策の ★は新規事業  
◎は拡充事業  
○は継続事業



【観光分野】

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)	
<p>観光案内板、誘導標識、パンフレット等の多言語化の推進</p> <p>市町村：観光案内板や誘導標識の多言語化を実施 県おもてなし課：観光案内板等整備事業費補助金による市町村の取組を支援</p>					<p>◆チャーター便が定期的に運行され、外国人観光客が訪問しやすい環境が整う</p> <p>◆観光地や宿泊地等での外国人の受入環境整備が充実する</p> <p>★外国人延べ宿泊者数 H22:1.6万人泊 →H27:3.2万人泊</p>	<p>◆外国からの誘客態勢が確立され、本県への外国からの入込客が増加し、経済効果を発揮する</p> <p>◆海外で四国や高知の認知度が高まる</p>	
<p>外国人観光客の受入態勢の強化</p> <p>事業者：相手国の風習にあわせた受入態勢の整備 県おもてなし課：国際観光受入研修会の実施</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会：観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接遇、マナー、国際観光受入等の接客研修を実施 県おもてなし課：各業種で指導者となる人材の育成、観光、宿泊施設等へのWi-Fi環境導入の働きかけ</p> <p>県地域観光課：観光拠点等整備事業費補助金によりWi-Fi環境導入の市町村等への支援</p>							
<p>在留外国人サポーターの組織化</p> <p>県観光政策課：高知在住留学生等を「高知県のサポーター」として組織化 ・国別ワークショップを開催 ・外国人の目線からプロモーションや受入態勢についての提言を集約 ・母国への情報発信</p> <p>県観光政策課：在留外国人サポーターの充実</p>							
<p>留学生OB等との連携</p> <p>県観光政策課：留学生OBと連携し、外国人を「国際観光大使」に任命 ・国外から高知の情報発信 ・海外イベントでの協力依頼</p>							
<p>四国4県連携による周遊コースづくり及びPR活動の推進</p> <p>県観光政策課：四国ツーリズム創造機構と連携した四国及び高知県の認知度向上及び誘客への取組を推進 ・四国4県インバウンド担当者の意見交換会の実施 ・4県で連携した定期便・チャーター便のセールス活動の実施 ・四国内の空港でのプログラム・チャーターの検討 ・「済州島オルレ」と「歩く四国推進連合」との連携</p>							

※改革のための6つの基本方向

- 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

# 地域人材の育成による魅力的な観光商品づくり

別図(観1)

H24 ~ 25 実績

○ 観光人材育成塾 (とさ旅セミナー)

■ 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、観光関係者等を対象と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 (地域リーダー育成)  
・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

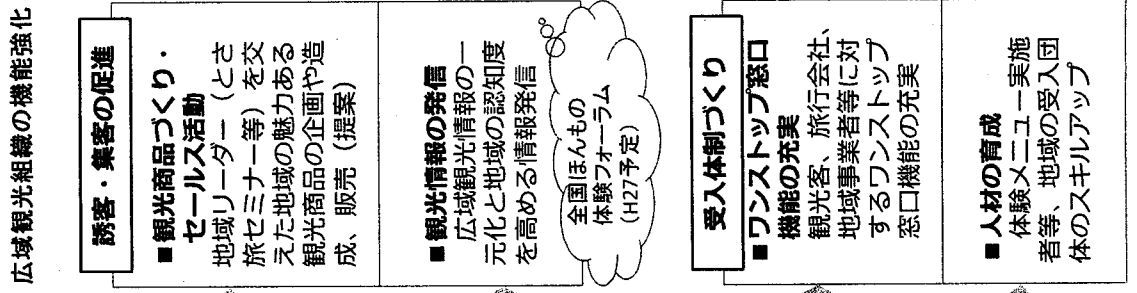
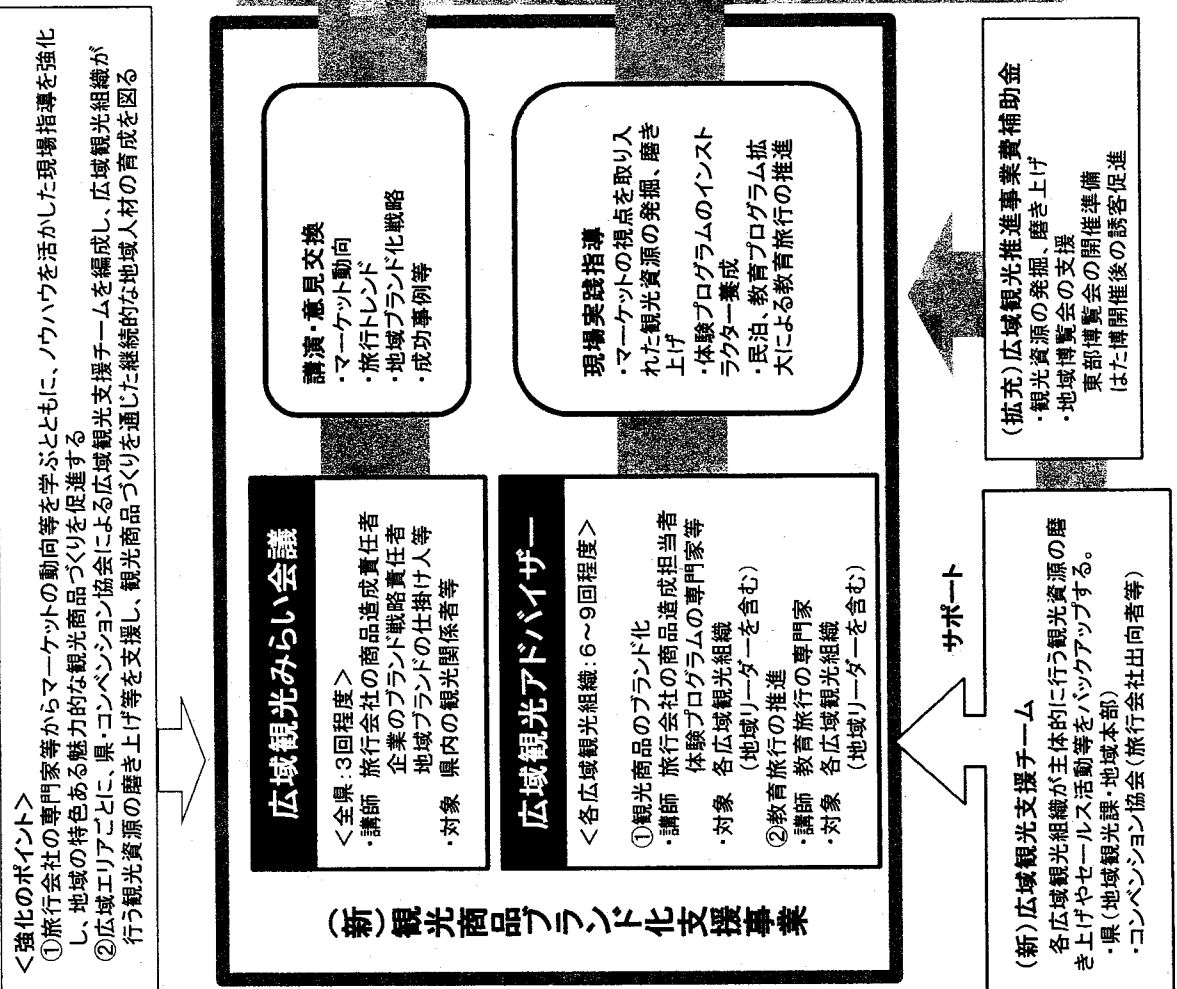
○ 広域観光アドバイザー事業 (観光アドバイザー)

■ 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、高幡、嶺北地域等 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 >  
・マーケット動向を熟知した旅行会社の現場指導による特色ある観光商品づくり  
・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

## 取組の強化



# 「高知家の食卓」を活用した統一したプロモーションによる施策連携

別図（観2）



全国初!

観光客に教えちゃりたい、「食の店」大投票!

県民総選挙?



高知家の食卓

食を前面に出した観光誘客

高知家の食卓を前面に出した観光誘客

高知家の食卓を前面に出した観光誘客

高知家の食卓を前面に出した観光誘客

高知家の食卓を前面に出した観光誘客

高知家の食卓を前面に出した観光誘客

高知家の食卓を前面に出した観光誘客

Uヨーマの休日

Uヨーマの休日

Uヨーマの休日

Uヨーマの休日

Uヨーマの休日

Uヨーマの休日

Uヨーマの休日

Uヨーマの休日

旅行商品化

旅行商品化

旅行商品化

旅行商品化

旅行商品化

旅行商品化

旅行商品化

旅行商品化

食資源

食資源

食資源

食資源

食資源

食資源

食資源

食資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

セールス活動

セールス活動

セールス活動

セールス活動

セールス活動

セールス活動

セールス活動

セールス活動

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

食資源

食資源

食資源

食資源

食資源

食資源

食資源

食資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

食資源

食資源

食資源

食資源

食資源

食資源

食資源

食資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

観光資源

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

着地型

全国初の県民総選挙を旗印に、食資源を活かした旅行商品化とUプロモーションを実施

県外観光客の増加

旅行会社(パーソナル系・メディア系) WEB系旅行会社

全国・海外

Diagram showing various activities and resources categorized into '食資源' (Food Resources), '観光資源' (Tourism Resources), and '着地型' (On-site type), with specific examples and descriptions for each.

Advertisement for '地産外商' (Local Production, Foreign Sales) featuring a large image of a building and text about local products and services.

# 「食」の観光資源化に向けた取り組みの強化

別図（観4）

## 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「おきやく」
- 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

#### 『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。

#### 【指針2】

#### 観光資源としての魅力の向上

#### 【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「おきやく」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、SNSに発信するとともに、ブロガー等を活用した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

#### 「高知家の食卓」県民総選挙

#### 【もてなす】

- 着地での情報発信の充実
  - ・総選挙上位店舗に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り上げ
  - ・ご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

# 本物の日本を感じる高知家の旅 ～高知県からの提案～

別図（観5）

<Kochi's Authentic Japanese Experience Project>

## 現状の取り組み

- **目的・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、外国人延べ宿泊数を倍増する。
- **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

## 国際観光市場の成長・拡大

- 2013年 初の訪日外国人旅行者数 1,000万人達成
- 2020年 東京オリンピック・パラリンピックの開催決定



## 「本物の日本を感じる高知家の旅」の提案

- **目的・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本物の日本を感じる精神的満足度の高い高知家ならではの旅を外国人観光客に提供することで、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。
- 「本物の日本を感じる高知家の旅」とは  
東京や関西圏を巡る一般的な日本旅行では味わえない、本県が持つ強みを最大限活かした旅  
＜本県が持っている海外から評価の高い強み＞  
・「温かい人柄」、「おもてなしの心」をもとにした歓迎  
・本県の豊かな自然がはぐむ農業・漁業をはじめとする文化・生活体験  
・海・山・川の恵みを活かした食体験
- **ターゲット**  
・日本の心、日本文化にふれたい外国人観光客  
・ありきたりな旅行に満足できない外国人観光客

人と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  
↓  
国際観光のみならず、国内観光への波及も期待

## 旅行会社等が高知ツアーの造成・催行がスムーズに実施できるよう、県・コンベンション協会の体制を強化

### 「作り込み」、「セールス」、「受け入れ」までの一元化

ツアー企画の作り込み、提案、契約までの事前調整を行う高知県版ランドオペレーター的機能やツアー催行時のフルアテンダンスを一括して実施

**旅企画の作り込み**

魅力あふれる体験型観光商品の作り込み

- ・外国人観光客のニーズにあった商品の作り込み
- ・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、交流のしくみ構築

**旅行会社等へのセールス**

送客力の高い旅行会社等に向けたセールス

- ・魅力あふれる観光商品によるツアー企画提案
- ・モデルルートを利用したモニターツアーの実施
- ・メディア招聘ツアーを活用した成功事例のPR

**外国人旅行者の受け入れ**

日本一のおもてなし、人と人とのふれあい

- ・旅行会社等に対する観光施設や体験商品の斡旋
- ・訪問先の歓迎態勢の事前調整
- ・ツアー催行時の随行・サポートサービスの実施

## 平成26年度の取り組み（県観光政策課、県観光コンベンション協会が連携）

- 観光政策課**
- ・ニーズ調査（アドバイザー招聘）
  - ・海外旅行会社等へのセールス活動
  - ・県内観光関係者との連携・協力体制の構築

- 県観光コンベンション協会**
- ・体験型観光商品の造成、磨き上げ
  - ・海外旅行会社等へのセールス活動、モニターツアーの実施
  - ・体験型観光の受け入れ（斡旋、事前調整、随行・サポート）

# スポーツツーリズムの推進

## 1. スポーツツーリズムのこれまでの状況

- 個別の誘致活動などは行ってきているが、体系的な取組に至っていない
- 施設整備の面での課題が残されている
- プロ野球キャンプ撤退の動き

## 2. 位置づけ

- 健康嗜好、エコ(自転車)ブーム
- 個人の嗜好が旅行動機に大きく影響
- 冬場の温暖な気候を生かしたチーム誘致
- 観光のオフシーズン対策
- スポーツ普及・振興や子供たちの健全育成

## 第二期 観光戦略 取組方針7

## 《課題》

- ① 推進体制の強化**
  - ・観光振興部、コンベンション協会のスポーツ部門の体制強化
- ② 施設整備の計画**
  - ・地域のスポーツ振興や青少年育成の視点
  - ・南海地震対策等を加味した施設整備計画の策定
  - ・スポーツ合宿を対象とした宿泊施設の不足
- ③ 受入態勢の充実**
  - ・競技者の施設等に対するニーズの把握やスポーツへの応援、地元への盛り上げりに向けた受入態勢の充実

庁内PTにて検討中  
・発足: H23. 12月  
・メンバー

観光振興部副部長、政策企画課企画監、財政課長、南海地産対策課長、観光政策課長、公園下水道課長、スポーツ健康教育課長、観光CV協会スポーツ部長

● 観光振興部、コンベンション協会、南海地産対策課、公園下水道課、スポーツ健康教育課、観光CV協会スポーツ部長  
● 関係機関との連携強化  
● 関係機関との連携強化  
● 関係機関との連携強化

## 《H26年度の取組み》

- 1. 誘致戦略の検討**
  - (1) 庁内PTでの検討事項
    - ・競技団体のニーズや要望事項の把握
    - ・競技別のプロモーション推進計画の検討
    - ・競技別の施設整備の方針(優先順位、整備スケジュール等)
  - (2) 競技別検討会の実施
    - ・競技団体や市町村と連携し、スポーツキャンプや合宿の誘致交渉先の絞り込みや応援など受入態勢の充実を図る。

## 2. 取組内容

- (1) 誘致プロモーション**
  - ・競技団体や市町村と連携したより実効的な誘致プロモーションの推進
  - ・誘致インセンティブの見直し  
〔プロ野球、プロサッカーキャンプ  
トップリーグ、アマ合宿、スポーツ大会〕
- (2) 高知県フェアの開催(キャンプ球団主催ゲームで高知県をPR)**
  - ・観客動員が見込まれる「観るスポーツ」の開催を支援
  - ・温暖な気候や自然環境を活かした「するスポーツ」の開催への支援  
〔プロ野球ウエスタンリーグ公式戦、四国アイランドリーグの支援  
カシオワールドオープン、プロギアレディースカップの支援〕
- (3) スポーツイベントへの支援**
  - ・アマチュアサーフィン大会、コグウェイ四国など
- (4) スポーツイベントの実施**
  - ・オフシーズン対策としてのスポーツイベントの実施  
プロ野球プレシーズンマッチ開催: 定着・拡大に向けた取組み  
〔四万十・足摺無限大ライド開催: 県外向広報の強化(サイクリングのメッカとし)ての四万十・足摺のブランド化を図る〕

年間を通してスポーツイベントを開催し、地域に密着したイベントとして継続的に実施(通年化、全県化)  
⇒ 全国への情報発信  
高知の露出度アップ

## 《H27年度の姿》

## 新規入込客数

# 2万人増

- ・新イベント開催  
1.5万人増  
プロ野球  
プロサッカー  
サイクリング  
マラソン

- ・スポーツ合宿・大会実施  
0.5万人増





**< 付属資料 >**



# I 用語の解説

## アルファベット

用語	解説
B to B	「Business to Business」の略 (B2B と表記されることもある)。企業対企業の電子商取引を表す。広義には、従来の電話や FAX に変わり、Web や電子メールなどを利用して、人間が受発注を行うような比較的原始的なものも含む。
CLT	直交集成板 (CLT) は、ひき板を幅方向に並べたものを繊維方向が直交するように積層接着した製品。日本農林規格 (JAS規格) 平成25年12月20日制定、平成26年1月19日施行。CLTは、「Cross Laminated Timber」の略。
COP10 (コップテン)	「COP (Conference of the Parties)」とは、国際条約を結んだ国が集まる会議 (締約国会議) の略称である。本計画 (農業分野) へ掲載している「COP10」とは、2010年10月に愛知県名古屋市で開催される、多様な生き物や生息環境を守り、その恵みを将来にわたって持続的に利用するために結ばれた生物多様性条約の10回目の締約国会議 (議長国は日本) である。
CSR活動	CSRとは、「Corporate Social Responsibility」の略で、企業の社会的責任を意味する。収益を上げ配当を維持し、法令を遵守するだけでなく、消費者への適切な対応、環境問題への配慮、地域社会への貢献などのために行う企業の活動。
DIYショップ	日曜大工のように自ら修理や物作りをするために必要な物を販売している店 (ホームセンター)。
e-コマース	インターネットや専用線のようなコンピュータネットワーク上での電子的な情報交換によって、商品やサービスを分配したり売買したりすること。
GAP	「Good Agricultural Practice」の略。農作物の生産において、農産物の食品安全性や品質確保、環境負荷低減、労働安全の確保等を目的に、農業生産工程を点検し、記録し、見直し改善していく管理手法。
HACCP	「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危険分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。
IPM	IPM (Integrated Pest Management 総合的病害虫・雑草管理) とは、病害虫や雑草防除において、化学農薬だけにたよるのではなく天敵、防虫ネット、防蛾灯など様々な防除技術を組み合わせ、農作物の収量や品質に経済的な被害が出ない程度に発生を抑制しようとする考え方。これに基づく防除技術は安全・安心な農産物の安定生産と、環境への負荷を軽減した持続可能な農業生産を両立するために有効である。
ISO14001	環境に配慮した組織運営を行うための国際規格をいう。企業などが環境問題に取り組んでいくため「仕組み」を定めて、実行していくための様々な事柄が要求されており、ISO14001を取得するためには、求められている事柄を満たす仕組みを確立し、維持して、審査登録機関による審査を受けることが必要である。
JAS制度	JASとは、「Japanese Agricultural Standard」の略で、日本農林規格を意味する。農林水産物やその加工品につけられる品質保証のための規格を定めている制度。
JA出資型法人	JAが出資して設立された法人。県内で設立を進めようとするJA出資型法人は、担い手が不足している地域などで、地域農業の振興のために、JAが経営を主導して事業 (農作業の受託、農業経営など) を行う農業生産法人のことで、産業振興計画ではこの法人のことを指している。
LED照明	発光ダイオード (LED) を使用した照明器具のことで、特定の波長の光を効率的に照射できる。施設園芸では、開花や生育調節の目的に光照射を行う。白熱電球などに比べて、高価ではあるが、省電力で発熱量が少なく、長寿命である。
NPO	「NonProfit Organization」の略。政府・自治体や私企業とは独立した存在として、市民・民間の支援のもとで社会的な公益活動を行う組織・団体。特定非営利活動法人、非営利組織、非営利団体、市民活動法人、市民事業体をいう。
OFF-JT	「Off-the-Job Training」の略。知識やスキルを習得させるため、仕事の場を離れて学習させる能力開発手法。
OJT	「On-the-Job Training」の略。仕事の現場等で、業務に必要な知識や技術を日々の仕事を通じて習得させる能力開発手法又は習得させる研修、教育訓練。
PDCA (サイクル)	計画 (Plan) を実行 (Do) し、評価 (Check) して改善 (Action) に結びつけ、その結果を次の計画に活かすプロセスのこと。
SCM	「Supply Chain Management」 (サプライチェーンマネジメント) の略。サプライチェーンマネジメントの解説を参照。
VJ事業 (ビジット・ジャパン事業)	ビジット・ジャパン・キャンペーン事業の略称。2016年までに1,800万人、2020年までに2,500万人との中間的な目標の達成を目指して、日本の観光情報を海外に発信するとともに日本の魅力的な旅行商品の造成等を官民一体で推進するため国が提唱している事業。

## あ行

用語	解説
アクセシビリティ	アクセスのしやすさの度合い。
あったかふれあいセンター	高齢者や子ども、障害者など誰もが集い活動し、子育てや生活支援、介護などのサービスを一体的に提供する場所。（いろいろな補助金などを活用し、住民、事業者、専門家、行政の協働によって設置される。）
アテンダント	受付係。この計画では、ジョブカフェこちらの受付係を指し、単なる受付業務を行うだけでなく、来所者の悩みや相談内容等、来所目的に応じてキャリアコンサルタント等の担当者に対応を引き継ぐ。
荒茶(あらちゃ)	収穫した茶の葉を蒸して揉む工程の後乾燥させたもので、含有水分が多く、大きさも不揃いな状態のお茶。
アンテナショップ	企業や自治体などが自社（当該地方）の製品の紹介や消費者の反応を見ることを目的として開設する店舗のこと。
移住・交流コンシェルジュ	移住や中長期滞在等を希望される方の相談窓口として、さまざまな情報を提供する民間の案内人。
磯焼け	海藻類が繁茂している水域を「藻場（もぼ）」と呼び、藻場が大規模に消失し焼け野原のようになった状態を「磯焼け」という。磯焼けの原因は、海水温の上昇などの環境変化や藻食性魚類、ウニ類による食害などが考えられている。
イニシャルコスト	施設や設備を新規導入する際に必要となる経費のこと。初期費用。
稲発酵粗飼料	稲の子実が完熟する前に刈り取り、ロール状にしたものを、長期保存を可能とするために乳酸菌を加え、ビニールフィルムで包みサイレージ（発酵）化した牛の飼料のこと。
インバウンドフェア	四国ツーリズム創造機構と四国運輸局がタイアップして国のビジット・ジャパン事業の一環として取り組んでいる事業。東アジア地域の旅行会社やマスコミを四国に招いて、観光・宿泊施設の視察や商談会を開催し、四国への旅行商品の造成や現地の雑誌等への四国の情報の掲載などを促進している。
内航船	日本国内の貨物輸送だけに使用される船のこと。
エージェント	代理業者のこと。代理人。
エコシステム栽培（認証）	園芸連が、生産者の取組を認証し表示する制度。化学合成農薬の使用だけに頼らず、生態系や生産物への影響を少なくする、人と環境にやさしい栽培方法として、総合的病害虫・雑草管理技術（IPM技術）を取り入れた栽培管理の基準や高知県版GAP、土づくり等の要件を設け、審査し登録する。
エコツーリズム	地域の自然や文化への理解を深め、より良い保全とゆとりある活用により、観光と産業を持続的に発展させる活動。
エコファーマー	「持続性の高い農業生産方式の導入の促進に関する法律」に基づき、都道府県知事から、たい肥等による土づくりと化学肥料や化学合成農薬の使用の低減を一体的に行う農業生産方式を導入する計画について認定を受けた農業者の愛称。
エコポイント	公共交通機関の利用によるCO2削減やマイバックの使用など、環境にやさしい行動への対価としてポイントが付き、それを地域の社会貢献活動などに還元できる仕組みのこと。
(高知県) 園芸戦略推進会議	輸入野菜の増加、国内競合産地との競争激化、量販店のバイイングパワーの増大などにより、危機的な状況に置かれている本県園芸農業の立て直しを図るため、平成12年9月に設置された「園芸こうちパワーアップ戦略会議」を発展的に改組し、農業団体（中央会、園芸連、全農高知県本部、県内の全農協）と県が一体となって園芸振興の課題解決を進めていくために平成15年9月に設置された県域の会議。 この会議の中に、本県園芸農業の抱える課題を①系統共販、②共同計算、③輸送、④安全・安心、⑤資材コスト、⑥営農対策の6つのテーマに区分し、それぞれプロジェクトチームを設置し、具体的な課題解決に取り組んでいる。
おいしい風土こうちサポーター	地産地消を県内全域に広げていくために、地産地消の取組に賛同し、率先して実践される方々のこと。県への申込みによって、「生産」、「医療・福祉施設」、「観光施設等」、「食品加工」、「量販店等」及び「消費者」の区分ごとに登録されている。
オフセット・クレジット（J-V E R）制度	カーボン・オフセットに用いられることを主眼に、国内における温室効果ガス排出削減・吸収量を市場流通型のオフセット・クレジット（J-VER）として認証・発行する制度。環境省が策定した認証基準に従い、オフセット・クレジット（J-VER）認証運営委員会により、オフセット・クレジット（J-VER）が認証・発行される。

用語	解説
おもてなしタクシー	乗客の皆様にご「おもてなしの心」で接客を行うタクシー。岡山県観光コンベンション協会が実施する所定の講座を受講し、認定試験に合格したドライバーが乗務している。なお、料金は通常のタクシーと同じ。
オランダウェストラント市	オランダは10,300haものガラス温室を有し（高知県の園芸施設総面積は約1,600ha）、天敵利用を主とするIPM技術や施設園芸において農業や化学肥料の環境への負荷を極力抑える技術で世界のトップランナーの国として認知されている。その中でもウェストラント市は、4,300haのガラス温室が集中しており、パプリカ、トマト、ナス等の野菜類や花き類等、オランダの中でも最も施設園芸農業の盛んな市であり、全域で先進的な環境保全型による園芸農業が営まれている。
温湿度制御	ヒートポンプ、ミスト噴射などを用い、ビニルハウス内の温度と湿度を制御してハウス内の気象条件を改善し、植物の光合成を促進することによって農産物の生産量や品質の向上を図る。
温存ハウス	土着天敵を安定的に利用するために、農家が野外で採取した土着天敵を維持・温存するためのハウス。生産用のハウスとは別の育苗用のハウスや利用されていないハウス等を主に活用する。

## か行

用語	解説
カーボン・オフセット	日常生活や経済活動において避けることができないCO2等の温室効果ガスの排出について、まずできるだけ排出量が減るよう削減努力を行い、どうしても排出される温室効果ガスについて、排出量に見合った温室効果ガスの削減活動に投資すること等により、排出される温室効果ガスを埋め合わせるという考え方。
買受人	卸売市場において市場での売買取引に参加できる権利（買参権）を取得した業者のこと。買参人ともいう。産地市場における買受人を特に産地買受人と呼ぶ。→買参権
海外事務所	この計画では、高知県シンガポール事務所と高知県上海事務所のこと。
皆伐	一定範囲の樹木を一時的に全部又は大部分伐採すること。
価格安定制度	野菜の作柄は天候に影響を受けやすく、短期間に価格が大きく変動することから、野菜の生産・出荷の安定を図ることで、野菜農業の健全な発展と国民の消費生活を安定させることを目的とした国の制度。対象とする期間・市場に出荷した野菜価格が低下したとき、一定の要件を満たす産地の生産者に対して補給金が支払われる。
活餌	生きている餌。この計画では、かつお一本釣り漁業で、かつおの群を船に引き寄せるために撒かれる活きたかたくちいわし、まいわしなどのこと。
環境保全型農業	農業の持つ物質循環機能を活かし、生産性との調和などに留意しつつ、土づくり等を通じて化学肥料、農薬の使用等による環境負荷の軽減に配慮した持続的な農業をいう。
環境保全型農業のトップランナー	平成19年に高知県が策定した「高知県環境保全型農業総合推進プラン」の中で示された、高知県の農業が目指し、その地位を築いていくべき姿。全国のトップレベルにある取組として、天敵昆虫や交配昆虫等の利用によるIPM技術、国際規格である環境ISO14001を農家段階まで実践した環境に配慮した取組、県内全域で確立している廃ビニール等の適正処理体制、JAグループ全体による残留農薬の自主検査体制等がある。
観光圏整備事業	観光地が広域的に連携した「観光圏」を整備することで、国内外の観光客が2泊3日以上滞在できるエリアの形成を目指す観光庁の補助事業。県内では幡多地域で、「四万十・足摺エリア（幡多地域）観光圏」（計画期間：H21.5.1～H26.3.31）が平成21年4月に認定を受けた。
乾燥材	建築用材などとして使用する前に、あらかじめ乾燥させた木材。
間伐	育成段階にある森林において、樹木の混み具合に応じて樹木の一部を伐採（間引き）すること。残存木の利用価値の向上と森林の有する諸機能の維持増進を図るために行う。
企業コーディネーター	この計画では、（財）高知県産業振興センターが東京と大阪に配置し、ビジネスマッチングや販路拡大のサポート、情報収集などを行う人。

用語	解説
企業的経営体	高い経営・生産管理能力を備え、雇用労働力を有効活用し、高所得を目指す大規模経営体。
木と人出会い館	林業・木材関係団体と建築士の団体が連携し、木造住宅等の情報を提供する施設。
機能診断マニュアル	耐用年数を経過し、老朽化が進む取水堰や排水機場など基幹的農業水利施設について、長寿命化のために行う部分的な補修工事など、最適な予防保全手法の検討に必要な調査手順書で、施設の点検・診断方法や余寿命の推定方法などを内容とするものをいう。
キャリアコンサルタント	求職者等が、適性や職業経験等に応じて自らが職業生活設計を行い、これに即した職業選択や職業訓練の受講等の職業能力開発を効果的に行うことができるよう、相談業務を行う人。ジョブカフェこうちに常駐する。
牛群検定	酪農家が飼っている乳牛1頭1頭の乳量や牛乳の成分、体重などを毎月1回（晩と朝で1セット）測定し、そのデータを集計して遺伝能力の改良や飼養管理の改善に活用するシステム。
共同計算制度	県産主要野菜の出荷販売において、①農協・農家間の過当競争の抑止と個々に生じるリスク緩和と分散、経費コストの低減、②統一した規格・ブランドによる顧客への供給力と取引力の強化、販路の確保と開拓、③農協や品目の調整・組合せによる計画出荷の充実と信頼の向上、県益の拡大と適正分配、などの目的達成と販売メリットを高めるため、全農協による県域共同販売をもとにした販売代金のプール計算を行う方法。
業務筋（中食・外食）	ホテル、レストラン、居酒屋等の外食関係業者及び惣菜、弁当チェーンなどの中食関係業者。
魚礁	海底の隆起部で魚が集まり好漁場となる場所。自然の海底地形によるものは天然礁と呼ばれ、人工的に構造物を設置したものは人工魚礁と呼ばれる。人工魚礁は形態により沈設型、中層型、表層型に分けられる。
拠点ビジネス	農協や第三セクターなど、地域の中核となる組織を拠点にして、野菜や加工品などの製造販売や、グリーンツーリズムなど観光交流のサービスなどを多角的、複合的に組み合わせたビジネス。
窪川アグリ体験塾	就農を予定している方や農業体験を希望する方を対象に、高知県立農業大学校が実施する研修のこと。U・Iターンによる就農予定者を対象の実習を中心とした長期研修、インターネットによる通信講座と農場実習（スクーリング）を組み合わせた新しいなかビジネススクール、農業実践者を対象とした宮農大講座や女性農業者講座などのほか、様々な研修・講座を開設している。
クラインガルテン	ドイツ語で「小さな庭」という意味の簡易宿泊施設のある滞在型市民農園。1区画ごとに休憩や簡易宿泊が可能な小屋（ラウベ）が設けられる。日本では1990年代から全国各地で整備されている。
グリーン・ツーリズム	農山漁村地域の豊かな自然に親しみ、そこに息づく暮らしや文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動のこと。
クリーンエネルギー	太陽光、太陽熱、地熱、風力、水力などの自然エネルギー及び水素エネルギーなど、環境に負荷のかからないエネルギー。
クリエイター	デジタルコンテンツの制作者、デザイナー、イラストレーター、漫画家、作家、作曲家、画家など創造的な活動を行う人。
グレーディング機器	製材品等をグレード（等級、品等）区分するために用いる機器。
黒潮牧場	かつおやまぐろ類を対象に土佐湾に設置（現在12基）されている表層型浮魚礁。
経営革新塾	国からの委託を受け、商工会議所等が実施している新事業展開等を目指す若手後継者の方などを対象に経営戦略、組織マネジメント等の知識、ノウハウ等、経営革新に役立つ知識を20～30時間で習得する講座。
経営革新等認定企業	「中小企業の新たな事業活動の促進に関する法律」に基づく経営革新計画を策定し、承認された企業等。
経営診断システム	この計画では、農家の経営改善や経営発展を図るために、農家個人の経営実績を栽培作物毎に分析するシステムのことで、JAグループ高知が平成21年度中の稼働を目指している。
系統（販売）	農家が、農協、園芸連を通じて農産物を販売すること。

用語	解説
系統共販	農家が、園芸連が定める選果選別規格に基づき、農協を通じて園芸連経由で、県内外の園芸連取引会社において一元的に販売する方法。
県認証	この計画では、「高知県無農薬・減農薬栽培農産物認証」の略称で、県が農産物の栽培方法を認証し表示する制度。農薬を使用しない栽培、又は節減対象農薬の成分回数を慣行栽培の5割以上あるいは8割以上減らした栽培を認証する。栽培計画が認証された農産物には、県の環境保全型農業の統一キャラクター「エコタン」を貼付することができる。
高知家（こうちけ）プロモーション	「高知県はひとつの大家族やき。高知家」のコンセプトコピーのもと「温かい大家族のような高知県人」の魅力を全国に発信し、高知を知ってもらい、好きになってもらうことで、県産品の販売拡大や観光振興、移住促進につなげようと平成25年6月から展開しているプロモーション。
コールセンター	企業において、オペレーターが集約的に、電話等を利用して顧客へのサービス提供を専門に行う対応センターのこと。こうした業務は、社内に部署を設置するほか、近年は、専門会社に委託する傾向にある。
耕作放棄地	以前は耕地であったが、実際の土地状況からみて、現状では耕作できないものと市町村等が判断した土地。
高性能林業機械	従来チェーンソーや集材機等に比べ、作業の効率化や労働強度の軽減等の面で優れた性能を持つ林業機械。
こうち型集落営農	過疎化・高齢化が進行する農村で、集落内の合意形成により、有望な園芸品目等の導入に加えて、農産加工、グリーン・ツーリズムなどの取組により、拠点ビジネスを進め、農業で生活できる所得を確保する仕組み。
こうち環境・安全・安心点検システム	高知県版GAPと同義。GAPという概念を、農業者にとってより親しみやすい形で取り組んでもらえるよう工夫したもの。
高知県漁協	高知県漁業協同組合。県内25の海面漁協が合併して平成20年4月1日に発足した。組合員数1万3千人（県内シェア55%、H19）、販売取扱高116億円（県内シェア：70%、H19）で四国最大の規模を有する。
高知県食品衛生管理認証制度	HACCPの考え方を取り入れた、県独自の衛生管理基準に適合する食品関連施設を認証する制度。平成15年に創設し、食品関係営業者の自主衛生管理の向上を図り、消費者に安全性の高い食品を提供することを目的としている。 平成20年度末で「魚肉練り製品製造業」や「鰹のたたき製造業」等の8業種で、業種ごとに基準が定められている。
高知県内水面漁業調整規則	この規則は、漁業法、水産資源保護法に基づき、本県の河川における水産資源の保護、漁業秩序の確立を目的に知事が定めたもので、水産動植物の採捕等に関する制限、禁止、罰則等が規定されている。規則を定めるとき、また、変更するときには農林水産大臣の認可が必要
高知県版GAP	高知県では、園芸農業を主とする産地の状況に合わせて、独自に高知県版GAPとして、農業者自らが主体的に生産から出荷までのそれぞれの工程管理を点検し、必要に応じて内容の改善に役立てる「こうち環境・安全・安心点検シートその1」と、農業団体や集出荷場が主体的に流通段階での工程管理を点検し、必要に応じて内容の改善に役立てる「こうち環境・安全・安心点検シートその2」とを作成し推進している。（「GAP」参照）
高知県木材情報センター	消費者や木材関係者に最新の木材関係の情報を提供している（財）日本木材総合情報センターの支部組織として、各県に配置されている木材に関する相談所のこと。高知県では（社）高知県木材協会内に設置されている。
こうち産業振興基金	（財）高知県産業振興センターに100億円の基金を造成し、平成19年度から10年間にわたり運用益を活用することにより、地域経済の活性化を支援している。
高知COE推進本部	県内の産学官の連携による研究開発の推進と研究成果の事業化の支援を行うため、（財）高知県産業振興センターに設置した本部（平成18～19年度）。【※COE：センター・オブ・エクセレンス（卓越した科学技術振興の拠点）】
高知しごとネット	県庁のホームページ内に開設した国や県、民間の職業紹介事業所等の就職支援の情報を一元的に集約した専用ポータルサイト。
高知ジュニア博士	学校給食への地域特産物の供給や、生産者の食農教育により、高知県の特産物の味を知り、農業や生産者のことをより深く理解する子ども達を育てることで、家庭や地域の中で特産物についての伝達ができ、将来の高知県の農産物の応援団になってもらおうとする事業の中で指す子どものこと。
高知野菜11人きょうだい	「アンパンマン」でおなじみの漫画家やなせたかし先生による11種類の高知やさいをきょうだいに見立てたキャラクター。11品目は、高知の基幹品目みょうが、オクラ、なす、きゅうり、シトウ、こねぎ、ピーマン、しょうが、メロン、米ナス、にら。

用語	解説
高知やさい体操	園芸こうち販売促進事業実行委員会（園芸連、高知県、JAグループ高知）の取組の一貫。高知県で採れる野菜や、野菜の大切さを、多くの方々に知っていただくきっかけづくりとするため、NHKおかあさんと一緒におなじみの「佐藤ひろみち」と「谷口くにひろ」さんのご協力により「高知やさい体操」と「高知やさい体操 おひさまの味」の楽曲が平成20年2月に完成。県内外のイベント時に生産者、農業関係者等が実演し、高知やさいのPRを行っている。
高知よさこいファクトリー	平成13年度に、県、産業振興センターの支援により、県内製造業者の受注拡大等を目的として、インターネット上に設立されたポータルサイトの名称。現在は、ポータルサイトへの登録企業等で組織する高知よさこいfactory推進協議会により運営されている。
高等技術学校	職業能力開発促進法に基づき設置された県立の公共職業能力開発施設で、高知・中村の2校がある。職業に必要な技術・知識を習得するための訓練を実施している。
高軒高（こうのきだか）ハウス	軒高が2m程度の一般的なハウスに比べ、軒高4m以上の高いハウスのことをいう。より大きな栽培空間が確保されるため、ハウス内の環境変化の緩和や、保温カーテンや細霧冷房装置などの環境制御機器の設備化が容易であるなど、従来型ハウスと比較して環境制御に有利とされている。トマトやピーマンなど、連続して生長する作物では生産量が向上する。
合法木材	世界中で横行している違法伐採を防止するため、それぞれの国の森林関係の法令において、合法的に伐採されたことを証明された木材のこと。
子ども農山漁村交流プロジェクト	H20年度からの5年間に、農山漁村で1週間程度の宿泊体験活動（農林漁家での宿泊体験を含む）を全国2万3千校の小学生（5年生）に経験してもらう事業。総務省、文部科学省、農林水産省の連携施策事業として実施している。
コミュニティ・ビジネス	地域の課題を地域住民が主体的に、ビジネスの手法を用いて解決し、また、コミュニティの再生を通じて、その活動の利益を地域に還元する取組のこと。
コラボ（販売）企画	この計画では、地域野菜等の販売戦略として、地域の一次産品や観光資源等を活用しながらストーリー性を持たせ、販売拡大や生産拡大につなげる企画。
コンシェルジュ機能	お客さまの求めに応じて、各種の情報を一ヶ所で総合的に案内する機能。案内だけでなく、宿泊などの手配を含む場合もある。
コンテンツビジネス	漫画や写真、映像、音楽、コンピュータゲームなど創造的活動によって生み出されたものを活用したビジネス。
コンパクトシティ	様々な機能を中心部に集中させた都市のことで、機能を集めることによって、相乗的な経済交流活動が活発になり、中心市街地の活性化が期待できるとされている。

## さ行

用語	解説
再生稲	稲を刈り取った株から再生して出てくる稲のことで、ひこばえ、二番穂とも呼ばれる。牛の飼料として利用するために、肥料や水を与えて成長させる。収穫量は苗から育てた稲の半分程度であるが、育苗や田植えが必要ないことから栽培コストがかからないというメリットがある。
作業道	林道などから分岐し、立木の伐採、搬出、造林などの林内作業を行うために作設される簡易な構造の道路。
サテライト	この計画では、ジョブカフェこうちの支所の中で、主にキャリアコンサルタントによる個別の就職相談や職業適性検査、就職に関する情報などを無料で提供する。高知市本部に対して、衛星（サテライト）のような施設。
サプライヤー	商品などの供給者。商品製造業者。
産地市場	主として漁業者又は水産業協同組合から出荷される水産物の卸売のため、その水産物の陸揚地において開設される市場。
残留農薬基準	食品衛生法第7条に基づく食品規格で、農産物などに残留しても許容される農薬の最大上限値を定めたもの。この基準を超えて農薬が残留している農産物は、国産品・輸入品問わず、流通・販売などが禁止されている。
シェアオフィス	複数の利用者が同じスペースを共有するオフィス。インターネット回線、共有のOA機器や会議室を備えるなどの入居者の利便性に配慮されているものもある。一般的な貸しオフィスより低料金であるため、創業間もない事業者や地方の小規模事業者が都市での活動拠点として使用している。
ジェトロ	「Japan External Trade Organization」日本貿易振興機構の略称。国際見本市の開催、輸出促進への協力などを行う。



用語	解説
四国観光立県推進協議会	四国4県とJR四国の5団体で構成する観光協議会。海外や首都圏への情報発信、旅行会社や航空会社とタイアップした四国のキャンペーンを展開するなど、四国の認知度の向上や誘客促進に取り組んでいたが、平成21年7月に発展的に解消し、四国ツーリズム創造機構に継承。
四国ツーリズム創造機構	行政主体であった四国観光立県推進協議会を平成21年7月に発展的に解消し、新たに立ち上げた四国4県と民間企業が参画する官民一体の広域観光推進組織。前身の四国観光立県推進協議会の取組の総括を踏まえ、新たにアクションプランを策定し、取組を強化。国内外での四国の認知度の向上や誘客促進に取り組んでいる。
志国高知 龍馬ふるさと博	NHK大河ドラマ「龍馬伝」や「土佐・龍馬であい博」で盛り上がった龍馬ブームを生かし、本県観光の底上げを図るための「ポスト龍馬博の推進」の柱として取組む観光イベント。龍馬を育んだ土佐の風土をまるごと体感できるよう、「歴史」「花」「食」「自然体験」の4つのテーマで県内各地でイベント等を開催。また、メイン会場としてJR高知駅前に「こうち旅広場」が平成23年7月9日にオープンした。
自然冷媒ヒートポンプ給湯器(エコキュート)	ヒートポンプ技術を利用し、空気を圧縮した熱で湯を沸かすことができる電気給湯器のうち、二酸化炭素(CO2)を冷媒(熱媒)として用いるもの。なお、エコキュートは関西電力の登録商標。
実需者	実際に商品を購入して消費する者。例えば、地産地消の取組で、野菜を作る人を生産者、それを材料として購入して客に食事を提供する宿泊施設を実需者という。青果物流通の場合の実需者とは、卸会社、仲卸から先の量販店、量販店の共同仕入れ組織、外食(レストラン等)、中食(惣菜業者等)、食品加工業者(漬物等)、食品問屋等のこと。
地鶏肉特定JAS認定	地鶏肉の品質に関する表示方法や生産方法等についての基準を定め、その過程等について登録機関が認定を行うもの。認定製品にはJASマークを貼付できる。
自伐林家	自己の所有する森林で伐採・搬出などを行い林業を営む林家。
遮光ネット	減光や日長の調節、温度上昇抑制などを目的として作られた、ポリエステルなどを素材とする資材。作物の種類や使用する目的により遮光率や色が異なる。
重油代替暖房機	重油以外のエネルギー源を使用する暖房機。施設栽培用暖房機のエネルギー源として、木質バイオマス、電気等が検討されている。
集落営農	集落単位で農業生産活動の一部又は全部を共同で行う営農形態をいい、この場合において、規約や収支計画・事業計画に基づいて活動する組織を「集落営農組織」という。
主業農家	農業所得を主とし、65歳未満で年60日以上農業に従事している者がいる農家をいう。
種苗(大型・小型)	放流用や養殖用の魚類などの稚魚のこと。県では、ヒラメ、エビ類等の種苗を人工的に生産し放流用として配付している。これまでの放流用種苗のサイズはヒラメ40mm、クマエビ15mmと小型であったが、今後は放流効果を向上させるため、より大きく育成したヒラメ(60mm)、クマエビ(35mm)も放流用種苗として生産する。
浚渫(しゅんせつ)	航路、水路、泊地などの水底、又は河川の川底の土砂を掘りとること。
商社機能	蓄積した情報収集・分析機能や市場開拓機能。 事業経営に関わるノウハウ、リスクマネジメント機能。 IT(情報技術)、LT(物流技術)、FT(金融技術)、MT(マーケティング技術)などの機能のこと。
食育	生涯を通じた健全な食生活の実現、食文化の継承、健康の確保等が図られるよう、自らの食について考える習慣や食に関する様々な知識と食を選択する判断力を楽しく身につけるための学習等の取組をいう。
食農教育	農業分野と教育分野が一体となり、食料と農業に関する学習や農業体験学習等を通じて、食べ物や食生活、農業・農村について正しい理解を深めるための教育をいう。
ジョブカフェ(こうち)	若年者のための就職支援相談センターで、高知市帯屋町に開設。併設のハローワークと連携して、職業相談から職業紹介まで、ワンストップでサービスを提供している。

用語	解説
飼料用米	飼料の原料として生産される米（稲の子実）のこと。
新規需要米	稲発酵粗飼料（ホールクロップサイレージ）用、飼料用、米粉用、輸出用、バイオエタノール用などの用途に用いられる米穀のこと。国内主食用米の需給に影響を及ぼさないと認められたものをいう。
森林施業プランナー	森林を所有する方に、森林の管理などに必要な施業の方法、間伐等に必要な経費、木材販売見込額などを明らかにした提案書「森林施業プラン」を提示するなど、きめ細かなプランを作成できる人。
森林セラピー	森林浴、森林レクリエーションを通じ、森林が彩なす風景や香り、音色、肌触りなどによる、森のいのちや力を感じるような心理的効果や、森林の地形、自然を利用した医療、リハビリテーション、カウンセリングによる健康回復、維持、増進活動。
森林認証制度	持続可能な森林経営の行われている森林を第三者機関が評価、認証し、そこから生産された木材などの林産物を区分することにより、消費者がこれらの林産物を選択し、購入できるようにする民間主体の制度。
森林保全ボランティア	森林の整備・保全に係わるボランティア。森林所有者に代わり、維持管理ができなくなった森林などの整備を行う。
水源かん養	雨水を貯留し、河川へ流れ込む水の量を平準化して洪水を防止したり、土壌を通過することにより水を浄化するなど、豊かな水を生み出す森林の働き。
好き好き高知の野菜大好きっ子宣言チーム	生産者による食農教育により高知県の農業や野菜についての理解を深めることで、子どもたちが主体で高知県の主要野菜を使った学校給食へのメニュー提案等、そういった主要野菜を使った学校又はクラス単位での取組を通じて、高知の野菜好きの子どもたちを育てていく事業の中で指す子どもたち（クラス単位など）のこと。
生産工程管理ウォッチャーシステム	農業者や農業団体、集出荷場が取り組む高知県版GAP等の生産から流通に至る工程管理の実施状況、記録の保管、取組の改善状況等について、消費者等の第三者を含むメンバーらによって確認してもらう仕組み。
生産履歴記帳	JAグループが実施する「生産履歴記帳運動」で、資材の誤った使用を防ぎ、適正に使用するため、主に農業や肥料の種類、施用時期、使用量などについての記帳、回収、チェックを実施する。
生物多様性	ある場所に生息する生き物の種類の多少や個性の違いを総合的に指す言葉。環境破壊によって多くの生き物が絶滅し、生物多様性が失われていることから、地球環境保全の程度を測るバロメーターとも言われている。生物多様性を守るということは、様々な生き物がお互いの関係を保ちながら、本来の自然環境の中で生きている状態を守るということである。
接着重梁	大スパンの構造の場合に、単一材ではその断面に限度があるため、単一材を重ねて接着し、厚みを大きくした梁のこと。集成材の一つ。
施肥基準	気象や土壌等の条件にあった施肥量や施肥の時期を定めたもの。環境保全型農業の進展には、作物や地域の気象、土壌等の条件にあった過不足のない適正な施肥が重要である。そこで、各都道府県において、施肥量の目安になる施肥の基準値や方法を策定しており、これらの情報を技術指導者等を通じて農業者の方に伝えるための目安となる施肥基準を作成している。
ソーシャルゲーム	専用のゲーム機は不要で、パソコンや携帯電話を用いて、インターネットの特定のネットワーク（ソーシャル・ネットワーク・サービス）が提供するゲーム上で、他のユーザーとコミュニケーションをとりながら遊ぶオンラインゲーム。

## た行

用語	解説
太陽熱消毒	太陽熱を利用することで環境に負荷をかけることなく、土壌伝染性病原菌や土壌中の害虫、雑草等を駆除する方法。通常、農地を透明なポリエチレンで覆うことによって行う。
炭酸ガス施用	植物の光合成に必要な炭酸ガスを人為的に施用し、ハウス内の炭酸ガス濃度を高めることで、光合成を促進し、生産物の収量や品質の向上を図る。
湛水処理	畑の土壌病原菌は酸素の豊富な条件で生息しやすく、逆に湛水して酸素不足の状態にすると病原菌は死滅しやすくなる。このような性質を利用して、古くから畑に水をためて水田状態にするなどの生物的防除法のこと。湛水処理には、病原菌の減少効果のみでなく、作物の残さや残根の分解促進効果、土壌線虫の減少効果、作物に余分な成分である塩類等の除去効果、雑草の抑制、ほ場の均一化等の作用があり、低コストな生物的防除法として重要な方法の一つ。

用語	解説
単版工場	丸太から大根の「かつらむき」のように薄くはぎ取った板（貼り合わせると合板になる）を製造する工場。
地域コーディネート組織	広域的な観光情報の発信や問い合わせへの対応、着地での旅行手配などをワンストップで行う組織のこと。この組織があると観光客の利便性が格段に向上し、旅行会社も旅行商品を作りやすくなる。また、広域ブロックでの観光振興を図る際に中心的な役割を担うことになる。
地域コンソーシアム	事業を行うことを目的とした地域の企業やNPOなどによる連携体制。
地域支援企画員	市町村と連携しながら、実際に地域に入って、住民と同じ目線で考え、住民とともに活動することを基本に、それぞれの地域の実情やニーズに応じて支援を行う県職員。（現在53名が市町村に駐在（H26からは58名に増員））
地球温暖化	人間活動による二酸化炭素やメタンなどの放出量が増大し、大気中の温室効果ガスの濃度が高まることによって起こる現象で、地球の気温が気候の自然な変動の範囲を超えて上昇すること。
着地型旅行商品	着地（旅行先）の旅行会社などが企画した現地発着ツアーのこと。例えば、東京で高知への旅行商品売る場合は発地型旅行商品というのに対して、着地の高知で「龍馬を巡る旅」などを企画して売ることを着地型旅行商品という。
中山間地域等直接支払制度	農業生産活動の条件が不利な中山間地域等において、農家に対する一定額の交付を通じて農業生産活動を維持できるようにし、耕作放棄地の発生を防止することによって、農地・農村の有する多面的機能を確保する制度。この制度では、集落内の農家が協定（集落協定）を結び、農業生産活動を5年以上継続する必要がある。
中心市街地活性化基本計画	「中心市街地の活性化に関する法律」に基づき、中心市街地の活性化に関する施策を総合的かつ一体的に推進するため、市町村が策定する基本的な計画のこと。内閣総理大臣が認定を行い、認定を受けた基本計画に基づく事業に対して、国より集中的かつ効果的な支援が受けられる。
直販店・直販所	常設店舗であって、生産者又は生産者グループが自らが生産、又は製造したものを直接販売するところ。
テストマーケティング	新商品の本格的な市場参入に先立って、試験的に実市場で販売や広告宣伝活動などを行い、その反応を調査・検証する活動のこと。
出前授業	この計画では、主に県外消費地の学校等に出向いて、本県園芸品への理解を深めるとともに消費拡大を図ることを目的として、園芸品の生産に関わる者が、直接本県の園芸農業の概要や環境保全型農業への取組紹介、本県園芸品を使った調理実習等を行うことをいう。
電子商取引	eコマースとも言い、インターネット上で全ての商取引を行う仕組み。
土佐はちきん地鶏	いずれも高知県原産の土佐九斤と大軍鶏を交配させたクキンシャモの雄と白色プリマスロックの雌から生まれた高品質肉用鶏。ほど良い歯ごたえと脂質の少ない地鶏本来の旨さが特徴。
特裁ガイドライン	生産された地域の慣行レベル（各地域の慣行的に行われている節減対象農薬及び化学肥料（窒素成分）の使用状況のこと）に比べて、節減対象農薬の使用回数が5割以下、かつ化学肥料の窒素成分量が5割以下で栽培された「特別栽培農産物」に係るガイドライン。平成16年4月に改正され、化学合成農薬や化学肥料の使用状況に応じて区分毎に設定されていた名称（無農薬・無化学肥料・減農薬・減化学肥料栽培農産物）が「特別栽培農産物」に統一された。
篤農家	優れた生産技術を持ち、高収量・高品質を実現することで安定した農業経営を行っている、地域のモデルとなる農家をいう。
特用林産物	林野から産出される木材以外の産物。きのこ、木炭等。
土佐あかうし	土佐和牛のうち、褐毛和種高知系（土佐褐毛牛）の流通ブランド名。明治時代から高知県内のみで改良されてきた貴重な品種であり、美しい褐色の毛色に、毛分けといわれる目や鼻が黒いのが特徴。程良い霜降りと赤身の美味しさが評価されている。
土佐ジロー	高知県原産の天然記念物土佐地鶏の雄と米国原産のロードアイランドレッドの雌を交配して生まれた卵肉兼用の地鶏。卵は小ぶりながら濃厚な味、肉は適度な歯ごたえがあり深い味わいが特徴。
土佐のいい物・おいしい物発見コンクール	県内事業者の有する優位性を持つ商品を発掘、PRすることによって、商品改良や販路開拓を支援することを目的に開催するコンクール。平成12年度に第1回コンクールを開催して以来、現在までに7回開催している。

用語	解説
土佐の料理伝承人	高知の豊かな食文化を伝えるため、地域の郷土料理について卓越した知識・技術をもち、伝承活動に取り組んでいる、市町村長の推薦により県が選定した56団体・個人の方々をいう。
土佐・龍馬であい博	2010年のNHK大河ドラマ「龍馬伝」の放送にあわせて開催した観光イベント。JR高知駅前をメイン会場とし、誘客の核としてドラマ関連の展示を行う「高知・龍馬ろまん社中」と、観光や物産の情報を一元的に発信する情報発信館「とさてらす」を設置。また、サテライト会場として、安芸市、梶原町、土佐清水市に、ドラマ関連の展示を行う「社中」を設置し、その地域の広域情報をきめ細かく発信することで、更なる周遊を促す。 さらに、県内各地で「自然」や「食」、「歴史」や「文化」などの魅力を活かした滞在型・体験型観光のイベントを実施し、高知県のイメージアップとファンを獲得する。
土佐和牛	高知県内で生産された和牛（黒毛和種、褐毛和種）の流通ブランド名。特に黒毛和牛は鮮やかな霜降りと柔らかさが特徴。褐毛和種高知系は土佐和牛「土佐あかうし」としても流通している。
土壌診断処方箋	作物の収量や品質の向上あるいは養分の過不足による生育障害等を改善していくために、生産者への①聞き取り、②土壌診断、③理化学的の分析診断、④作物診断等によって、その症状や改善目的に応じた対策の処方箋を示す。土壌の性質や作物の種類によって基準値は異なる。
土着天敵	地域に生息している土着の昆虫やクモ等其他生物で、作物に被害を及ぼす害虫の天敵となるもの。土着天敵は、特定防除資材（特定農薬）として指定されている。天敵を活用した防除には、メーカー等によって製品資材化されており、農家がいつでも購入できる状態の天敵を利用する場合と、地域にもともといる土着の天敵昆虫を利用する場合とがある。ハウスなどの閉鎖空間では購入天敵中心の利用が多いが、ほ場が周りの自然と連続している露地栽培では土着天敵が比較的利用しやすい。
土着天敵リレー	作物の栽培が終了後、ほ場内で自然に増えた土着天敵を、栽培期間が異なる別のほ場の作物等へ移動させてリレーしていく方法。ほ場内で増えた土着天敵は、作物の栽培が終了してしまうと維持できなくなり、農家はまた次の栽培の際に天敵を探して捕獲してこなければならないことから、高知県で始めた方式。同じ地域内でリレーする地域内リレーと、山間部と平野部等の気象条件が異なる地域間でリレーする地域間リレーがある。（ただし、生態系が異なるため、県をまたぐ土着天敵のリレーは農薬取締法で禁止されている。）
トップセールス	この計画では、知事が、県内製品の特長や優秀性を宣伝し、積極的にセールスを行うこと。
中食（なかしょく）	レストランなどで食事をする外食と、家庭で料理を作って食べる内食（うちしょく）との中間で、コンビニエンスストア、スーパーマーケットなどで販売されている調理・加工済みの弁当やそう菜を家庭や職場、学校などで食べることを、又はその食品のことをいう。

## な行

用語	解説
南国そだち	平成18年に県奨励品種に採用された県育成の極早生品種で、7月中の出荷が可能な良食味米。コシヒカリとのリレー出荷により県外消費地での有利販売を目指している。
肉豚地域保証価格	豚肉の市場価格が下落したときに、生産者積立金により補てん金の交付を行う基準となる各都道府県団体が定めた地域保証価格。
日射比例灌水装置	植物の蒸散や地表面からの蒸発によって失われる水分の量を、その時々の日射量から推定し、植物が必要な水分を過不足なく自動的に補給する装置。
ニューツーリズム	テーマ性が強く、人や自然とのふれあいなどの体験的な要素を取り入れた旅行のこと。テーマとしては産業観光、エコツーリズム、グリーンツーリズムなどがあり、旅行会社主導でなく地域側が旅行商品を作るという特徴がある。
乳用牛舎快適性改善モデル	牛舎の暑熱対策や給水施設、飼槽などの改善により乳牛の快適性を向上させることで、個体能力を今以上に引き出し、乳量や乳質が改善されることを実証するモデル農家。
認定農業者	農業経営基盤強化促進法に基づき、効率的かつ安定的な農業経営を目指して、自ら作成した5年後の目標とその改善策を内容とする「農業経営改善計画」が市町村長の認定を受けた農業者をいう。
農業環境規範	我が国の農業生産全体を環境保全を重視したものに転換するため、農業者自らに取り組むべき規範として国が平成17年3月に策定。作物の生産においては、土づくりの励行、適切で効果的・効率的な施肥、効果的・効率的で適正な防除、廃棄物の適正な処理・利用、エネルギーの節減等、農業者が環境保全に向けて最低限取り組むべき事項をまとめたもの。農業者自らが生産活動を点検し、改善に努めるためのものである。

用語	解説
農業生産法人	農業経営を行うため、売買や貸借により農地の権利を取得できる法人。農地法では、原則として農業生産法人以外の法人は、農地の取得・使用ができないとされている。
農作業受委託組織	農地の所有者等から農作業の一部又は全て作業の委託を受け、委託者に代わって現実に農作業を行う組織。
農商工ファンド	中小企業者と農林漁業者が連携して行う新たな取組に助成するために、国の地域中小企業応援ファンドの仕組みを活用し、県や市町村等も基金の積み増しをして、高知県産業振興センターに設置した基金。
農林漁家民宿	農林漁業や田舎の生活が体験できたり、とれたばかりの新鮮な素材を活用した料理を味わうことができる、農家、林家及び漁家等が経営する宿泊施設。
農林漁家レストラン	農林漁家自ら又は農林漁家との密接な連携の下で、その農林漁家が生産した食材又は地域の食材を使って調理・提供している、当該地域に立地するレストラン。

## は行

用語	解説
排水処理装置	養液栽培から生じる排水に含まれる余剰の硝酸態窒素やリンを処理する装置。水田土壌中の微生物の力で硝酸態窒素を無害な窒素ガスに変え、またカキ殻によりリンを除去する。栽培期間を通じて窒素・リン共に総理府令に定められた排水基準値以下を維持できる。ミョウガの排水については培地の色素についても分解する必要がありさらに改良が加えられている。
配合飼料価格安定制度	配合飼料の原料となるトモロコシなどの価格高騰による畜産経営の損失を緩和するための制度をいう。
買参権	卸売市場において、売買取引に参加するために必要な権利のことで、市場開設者に申請し、条件を満たすことで取得できる。取得した業者を買受人（買参人）と呼ぶ。→買受人
排出量取引（制度）	国や企業ごとに温室効果ガスの排出枠（キャップ）を割り当て、枠を超えて排出した国（企業）と余っている国（企業）との間で排出枠を取引（トレード）し、結果として全体の排出量を一定量以下に収める制度。
バイヤー	商品を買付けする仕事をする人。商品選定、仕入価格、売買取引などを卸売業者や生産者等と商談する担当者。
バッチ網漁業（機船船びき網漁業）	この漁業は、漁船2隻が袋状の網を曳き、イワシシラス（ちりめんじゃこ）を漁獲。知事の許可が必要な漁業で、操業区域や時間、網の大きさ等が制限される。本県では土佐湾中央部の沿岸域での操業が主体
梁桁ネットワーク	県内の製材業者や木材流通業者がネットワークを組んで、県産の梁桁材を常時一定量ストックし、消費者ニーズに応えようとする取組。
ハンズオン支援	ハンズオン（Hands-On）とは、直訳で「手を置く（触れる）」との意味。ハンズオン支援とは、専門家等が直接的に手取り足取り指導することをいう。
ヒートポンプ	空気や水が持つ熱を、温度の低いところから高いところへポンプのように移動させる装置で、冷蔵庫やクーラーなど家庭での冷却装置として利用されてきた。熱効率が極めて高く、二酸化炭素（CO2）排出量が少ないことから、農業用ハウスの冷暖房装置として利用が進んでいる。
光センサー選果機	光センサー（非破壊糖度センサーともいう）とは、果実の1個1個に光を照射し、果実内部を透過あるいは、反射してきた光の量を分析して、糖度・酸度・内部障害などを測定する装置。ミカンやリンゴなどの果実の選果機に導入することで、切ったり、傷をつけることなく内部品質の検査が可能。本県では、農協の選果場で、温州ミカン、土佐文旦、小夏などの選果・選別に利用されている。
ビジネスマッチング	中小企業やベンチャー企業、起業家の事業展開を支援するため、それらの企業等とビジネスパートナーの出会いの場を提供し、ビジネスパートナーとの事業連携や事業提携等を図ろうとするもの。
非破壊糖度センサー	光センサーと同義語で、果実の1個1個に光を照射し、果実内部を透過あるいは、反射してきた光の量を分析して、糖度・酸度・内部障害などを測定する装置。大規模な選果機に導入されるタイプや、ポータブルタイプで、生産現場や農家の選果場、小売店などでも手軽に糖度を測定することができるタイプがある。

用語	解説
フィルムコミッション	映画、テレビドラマ、CMなどのあらゆるジャンルのロケーション撮影を誘致し、実際のロケをスムーズに進めるための支援を行う非営利機関。地方公共団体（都道府県・市町村）か、観光協会の一部署が事務局を担当していることが多く、映画撮影などを誘致することによって地域活性化、文化振興、観光振興を図ることを目的としている。高知県においては、(財)高知県観光コンベンション協会内に高知フィルムコミッションが設置されている。
フードビジネスクリエイター	一次産品の高付加価値化のために、食品の加工・製造や品質管理、機能性食品の生産に関する技術のほか、商品開発や分析、経営にいたる幅広い知識を持った、食品産業の中核を担う人材のことを指す。
副業型林家	森林の所有の有無にかかわらず、森林整備や木材の生産活動にかかわって、林業の営みを副業的に行っている人々の総称。
ブラッシュアップ	商品の特性にみがきをかけ、さらに良くすること。
ブルーツーリズム	漁村に滞在して、漁業体験やその地域の自然や文化に触れ、地元の人々との交流を楽しむ余暇活動のことをいう。
プレカット	木造住宅の建設において、従来、大工が手で刻んでいた木材の継手・仕口などを、工場に設置された自動工作機械で加工すること。
プロダクトアウト	企業が商品開発・生産・販売活動を行ううえで、企業側の有する技術や優位性などを基本に、それらの事業活動を取り組んでいこうとする経営姿勢。マーケットインの反意語。
ヘルスメイト	地域で食生活改善を主なテーマとして、健康づくりのためのボランティア活動をしている「食生活改善推進員」の愛称。
宝石サンゴ	水深数10m～数100mの岩礁性の海底に生息し、内骨格が宝飾品として利用される。花虫綱八放サンゴ亜綱ヤギ目サンゴ科に属し、サンゴ礁を形成するいわゆる造礁サンゴ類とは別の分類群に属する。アカサンゴ、モモイロサンゴ、シロサンゴなどがあり、高知県では全国の2/3程度を漁獲し、加工業や流通業も多くが集積している。
ポータルサイト	インターネットに接続するときに、玄関口となるウェブサイト。
ホームユース調査	お客様に、自宅に商品を持ち帰っていただき、使用後に意見や感想をアンケートにより収集すること。
ポジティブリスト制度	残留基準が設定されていない農薬が残留する食品の流通・販売等を禁止する制度。食品中に残留する農薬について食品衛生法第11条に基づき、残留基準が設定されているが、基準が設定されていない農薬が含まれる食品については規制が困難であることから、平成18年5月から導入された。

## ま行

用語	解説
MY遊バス	(財)高知県観光コンベンション協会が運行しているJR高知駅～五台山～桂浜を定額料金で一日又は二日間乗り放題のバス。路面電車の市内190円区間乗り放題や観光施設の入場料の割引などの特典がある。 JR高知駅発、五台山、桂浜行の周遊観光バスで、「はりまや橋」「牧野植物園」「桂浜」などの高知市内の観光スポットを回る。料金は定額で1日券と2日券がある。乗車券の提示で割引を受けられる協賛施設がある。
マーケットイン	企業が商品開発・生産・販売活動を行ううえで、商品・サービスの購買者のニーズを優先し、購買者の視点で商品開発を行うとともに、購買者が求めている数量だけ提供していこうとする経営姿勢。プロダクトアウトの反意語。
前処理加工	魚類の場合では、魚類の料理や加工品の材料とするために、魚のうろこを剥ぎ、エラや内臓あるいは頭部を除いた状態やさらに3枚におろしたり、切り身の状態に加工することをいう。下ごしらえのことをいう。
まちむら交流機構	(財)都市農山漁村交流活性化機構の愛称。都市住民の自然・ふるさと志向とこれに対応して豊かなむらづくりを進めようとする農山漁村の意向を踏まえて、都市と農山漁村の交流を積極的に推進するとともに、都市と農山漁村が一体となった地域活性化のための国民的規模の運動を展開し、もって農山漁村の活性化を図り、国土の均衡ある発展及び自然と調和のとれた豊かでうるおいのある社会の実現に資することを目的としている。

用語	解説
マリン・エコラベル・ジャパン	水産資源と海に優しい漁業を応援する制度として2007年10月に全国的な水産団体である大日本水産会が創設したもの。資源と生態系の保護に積極的に取り組んでいる漁業を認証し、その製品(商品)に水産エコラベルを付けることにより、このような漁業を奨励・促進する制度である。
マルチ資材	作物に好適な土壌環境をつくるために、土壌の表面を覆うプラスチックフィルムなどでできた資材。効果として、乾燥、加湿など土壌の水分調節、地温調節、雑草の発生抑制などがある。
マルチ栽培	地面をシートフィルム等で被覆し、地温や土壌水分の調節、病害虫、雑草の防除等を図る栽培技術。ミカンなどの果樹類では株元やほ場全体にシートフィルムを被覆し、雨水の侵入を防ぐことで適度な水分ストレスを与え、糖度の向上や着色促進などの品質向上に利用。近年、消費者の高品質嗜好の高まりに対応し導入が進んでいる。
木質バイオマス	バイオマスとは再生可能な生物由来の有機性資源で、樹木からなるバイオマスのことを木質バイオマスという。樹木の木部、樹皮、葉などで、林地に残された材や製材工場の残材、建築解体木材も含む。
木質ペレット	木材を粉碎、圧縮、成型した固形燃料で、長さは1~2cm、太さは6~12mm程度の円筒状のもの。
木造住宅指定団地	調和の取れた良好な街並みを形成するため、県産材を使った一団(10戸以上)の木造住宅を建築することを条件に県が指定する住宅団地。
モニタリング	企業等が、実際に商品を使用しているモニターに対し、使用感や感想を収集するリサーチ手法。また、企業の消費者調査等において、サービス評価などの日常的・継続的な点検のこと。
森の工場	一団の森林を対象に、林業事業者が森林所有者と森林の管理に関する協定や受委託契約を結び、計画的・効率的に間伐などの森林整備を実施し、収益や安定的な雇用の確保等を図りながら、持続的な林業経営を行う森林の団地。

## や行

用語	解説
野菜ソムリエ	野菜や果物の美味しさや楽しさを理解し、伝えることのできるスペシャリストとして日本ベジタブル&フルーツマイスター協会が認定している人のこと。高知県では、高知県の農業、食文化を学ぶ講座を受講した野菜ソムリエを「高知の野菜ソムリエ」として登録している。
山元土場(ストックヤード)	木材を山から加工場等へ輸送する際に一時的に利用する木材の集積場所のうち、伐採現場に近い山元に構える貯木場のこと。必要に応じて木材の太さや長さ、品質に応じた簡易な仕分けを行う機能を持つ。
有機JAS(有機JAS認証制度)	農林水産大臣に登録を受けた第三者機関(登録認定機関)が、有機農産物等の生産工程管理者(農家や農業生産法人等)や製造業者を認定し、認定を受けた者は、有機農産物や有機加工食品について、有機JAS規格に適合しているかどうかを格付けし、その結果、適合していると判断したものに有機JASマークを付すことができる制度。有機JASマークがない農産物に「有機」や「オーガニック」等の表示を付すことは法律で禁止されている。
有機農業	化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと、遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業をいう。
有機のがっこう	平成18年4月、有機農業の実践者を育成し、修了生の県内への定住を図り、有機農業の振興と地域の活性化を促進するため、NPO法人「黒潮蘇生交流会」と県の協働により土佐町に開校した研修施設。有機農業に関心があり県内での新規就農希望者、又は環境保全型農業の実践希望者を対象に1年間の研修を実施。
養液栽培	植物の生長に必要な養分を、液肥として与える栽培方法。培地を用いない水耕栽培、噴霧耕と、培地を用いた固形培地耕とがある。現在、トマトやナスなどのナス科の野菜、ホウレンソウやレタスなどの軟弱野菜、メロンやイチゴなどの果物的果菜類、バラなどの花卉に多く用いられている方法である。高知県ではミョウガでも多く普及している。
よさこいネット	(財)高知県観光コンベンション協会が運営する高知県の観光情報ホームページ。県内の季節ごとのイベント情報なども掲載している。
4定条件	定時・定量・定規格・定価格のこと。大型量販店や外食産業等は、品質・鮮度・数量等の面で商品を安定的に供給していく必要があることから、その仕入元に対して、「4定条件」を強く求める傾向にある。

## ら行

用語	解説
楽天市場「まち楽 高知」	楽天株式会社の運営する日本最大級のe-コマースサイト「楽天市場」の、都道府県別、エリア別に特産品などを販売する「まち楽」のページに、高知県が平成20年12月に開設した「まち楽高知『あったか高知で待ちゆうき』」のこと。地域の特産品や観光情報などを、都道府県や政令指定都市などの自治体が掲載できるタイアップページが順次開設されている。
ランドオペレーター	旅行先での旅行を円滑に実施するためのワンストップ窓口の役目を果たす管理者。旅行者が旅行先で利用する宿泊場所、移動手段、食事、ガイドなどを事前に手配し、旅行中においては、旅程を管理する。旅行後は旅行代金の収受と支払い等の清算を行う。
陸棚外縁	大陸棚外縁ともいう。世界の大陸の周辺をとりまいている平坦な海底面（陸棚）のうち、深海に向かって傾斜の増大する部分をいう。土佐湾ではおよそ100～400メートルの水深帯に陸棚外縁が広がり、ニギスやアオメエソなど深海性の魚類やエビ類が生息し、底びき網漁業で漁獲される。
林業事業体	森林所有者などからの委託又は立木の購入等により、造林、伐採などの林業作業を行う森林組合、素材生産業者など。世界農林業センサスでは「林業サービス事業者等」に相当する。
林業労働力確保支援センター	林業労働力の確保の重要性から施行された「林業労働力の確保の促進に関する法律(平成8年法律第45号)」に定められた、知事が指定した団体で、林業における雇用改善の促進対策、林業就業者の育成・確保対策、情報の提供相談その他の援助等を総合的な業務としている団体。
冷水病	ギンザケやアユに発生する細菌感染症で、現在、養殖場や河川で全国的に流行し、最も被害を与えている病気の一つ。高知県においては、平成4年に養殖場で、平成6年には河川で確認された。元々は、北米のマスノ病気であり、琵琶湖産アユの放流により全国へ広がったと見られている。
れいほくスケルトン	高知県の嶺北地方で生産されたスギ材を100%使用した、住宅の基本構造体のキット商品。
レンタルハウス	農協等が整備し、農業者にレンタルするハウスのこと。県のレンタルハウス整備事業では、県、市町村が補助を一定の割合で行っている。

## わ行

用語	解説
若者サポートステーション	いわゆるニートやひきこもり傾向にある概ね15歳から40歳未満までの若者を対象に、個別相談やソーシャルスキルトレーニング等により、就学や就労に向けた自立支援を行う。



## < 參考資料 >

## II 計画のフォローアップ

### 1 フォローアップの経過

2009年	4月 1日	地産外商推進協議会設置要綱 一部改正
(平成21年)	6月 16日	第4回地産外商推進協議会
		第4回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	17日	産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱 施行
	7月 31日	第1回食品加工WG
	8月 21日	第2回食品加工WG
	9月 2日	第5回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	7日	産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱 一部改正
	8日	第1回連携テーマ部会
	10日	第1回観光部会
	"	第1回林業部会
	15日	第1回農業部会
	"	第1回水産業部会
	"	第1回商工業部会
	25日	第3回食品加工WG
	"	<b>第1回フォローアップ委員会</b>
		【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ◇ 地域アクションプランの取り組み状況等 ◇ 計画全体の進捗状況に対する評価等
	11月 20日	第5回地産外商推進協議会
		第6回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	12月 17日	第2回連携テーマ部会
	18日	第6回地産外商推進協議会
		第7回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	22日	第2回林業部会
	"	第2回水産業部会
2010年	1月 7日	第2回観光部会
(平成22年)	12日	第2回農業部会
	13日	第4回食品加工WG
	"	第7回地産外商推進協議会
	14日	第2回商工業部会
	22日	第8回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	25日	<b>第2回フォローアップ委員会</b>
		【主な検討事項】◇ 産業振興計画の取り組みの成果等 ◇ 産業成長戦略の改定 ◇ 今後の進め方等
	2月 4日	第3回観光部会
	28日	第9回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	3月 23日	<b>第3回フォローアップ委員会</b>
		【主な検討事項】◇ 地域アクションプランの成果と今後の展開 ◇ 産業振興計画の改定 ◇ 平成22年度の進め方等
	23日	産業振興計画 ver. 2の決定
	30日	第8回地産外商推進協議会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過（続き）

2010年 (平成22年)	9月 3日	第1回連携テーマ部会
	6日	第1回林業部会
	7日	第1回農業部会
	"	第1回水産部会
	8日	第1回商工業部会
	"	第1回観光部会
	10日	第9回地産外商推進協議会
	22日	<b>第1回フォローアップ委員会</b> 【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ・これまでの取り組みの実績及び施策拡充のポイント ・「ポスト龍馬博」の取り組みの具体化 ◇ 地域アクションプランの取り組み状況等
	11月 22日	第5回食品加工WG
	12月 24日	第2回連携テーマ部会
2011年 (平成23年)	1月 12日	第2回農業部会
	"	第2回林業部会
	"	第2回商工業部会
	13日	第2回水産部会
	18日	第2回観光部会
	"	第10回地産外商推進協議会
	24日	<b>第2回フォローアップ委員会</b> 【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ◇ 産業振興計画の次期改定のポイント
	3月 31日	産業振興計画 ver. 3の決定
	5月 11日	<b>第1回フォローアップ委員会</b> 【主な検討事項】◇ 東日本大震災による県内経済への影響に対する高知県の対応 ◇ 産業振興計画の取り組み状況等 ◇ 平成23年度の進め方
	8月 23日	第1回農業部会
"	第1回水産部会	
"	第1回商工業部会	
24日	第1回観光部会	
"	第6回食品加工WG	
29日	第1回連携テーマ部会	
"	第11回地産外商推進協議会	
31日	第1回林業部会	
9月 1日	第1回連携テーマ部会	
"	第2回観光部会	
9月 12日	<b>第2回フォローアップ委員会</b> 【主な検討事項】◇ 東日本大震災による県内経済への影響に対する高知県の対応 ◇ 産業振興計画の実行2年半の取り組みの総括等 ◇ 産業成長戦略の次のステージにおける柱（乗り越えるべき課題）等について	

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2012年	9月22日	第3回観光部会
(平成24年)	11月10日	第4回観光部会
	1月11日	第2回農業部会
	"	第2回林業部会
	"	第2回商工業部会
	13日	第5回観光部会
	"	第2回連携テーマ部会
	16日	第2回水産部会
	16日	第12回地産外商推進協議会
	24日	<b>第3回フォローアップ委員会</b>
		【主な検討事項】◇ 第2期高知県産業振興計画の策定方針等 ◇ 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 ◇ 重点施策（防災関連産業、新エネルギー関連産業、中山間対策、観光振興）の平成24年度以降の進め方
	3月12日	第3回林業部会
	13日	第3回農業部会
	3月23日	<b>第4回フォローアップ委員会</b>
		【主な検討事項】◇ 第2期高知県産業振興計画（案） ・総論・産業成長戦略 ・地域アクションプラン ・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 ◇ 平成24年度産の進め方
	31日	第2期産業振興計画の決定
	9月4日	第1回農業部会
	6日	第1回水産部会
	10日	第1回林業部会
	"	第1回商工業部会
	11日	第1回観光部会
	"	第1回連携テーマ部会
	12日	第13回地産外商推進協議会 (同協議会の発展的改編を決定)
	14日	<b>第1回フォローアップ委員会</b>
		【主な検討事項】◇ 第1期計画の総括 ◇ 第2期計画の取り組み状況等 ◇ 高知県経済等の動向及び第2期計画で今後挑戦する新たなテーマ ◇ さらなる飛躍へのポイントの検討状況
2013年	1月10日	第2回農業部会
(平成25年)	"	第2回林業部会
	"	第2回水産部会
	"	第2回観光部会
	15日	第2回商工業部会
	22日	第2回連携テーマ部会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2013年 (平成25年)	2月4日	<b>第2回フォローアップ委員会</b> <b>【主な検討事項】</b> ◇高知県経済等の動向 ◇第2期産業振興計画の取り組み状況等(産業成長戦略) ◇平成25年度の改定のポイント(産業成長戦略) ◇第2期産業振興計画(ver.2)改定のポイント(全体まとめ)
	3月29日	<b>第3回フォローアップ委員会</b> <b>【主な検討事項】</b> ◇平成25年度県予算を踏まえた重点項目(産業成長戦略) ◇地域アクションプランの進捗状況とプランの追加・削除項目 ◇各産業分野の4年後、10年後の目標 ◇計画の基本方向への追加等
	31日	第2期産業振興計画ver.2の決定
	9月2日	第1回商工業部会
	4日	第1回連携テーマ部会
	5日	第1回水産部会
	9日	第1回農業部会
	"	第1回観光部会
	11日	第1回林業部会
	13日	<b>第1回フォローアップ委員会</b> <b>【主な検討事項】</b> ◇高知県経済等の動向 ◇第2期計画ver.2の進捗状況 ・産業成長戦略の各分野における4年後・10年後の目標達成に向けた確認資料 ◇第2期計画ver.3へのバージョンアップのポイント
2014年 (平成26年)	1月20日	第2回農業部会
	21日	第2回林業部会
	"日	第2回水産部会
	"日	第2回商工業部会
	"日	第2回観光部会
	23日	第2回連携テーマ部会
	27日	<b>第2回フォローアップ委員会</b> <b>【主な検討事項】</b> ◇高知県経済等の動向 ◇産業成長戦略の平成25年度の進捗状況等 ◇産業成長戦略の平成26年度の改定のポイント ◇第2期産業振興計画ver.3改定のポイント(全体まとめ)

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

## 1 フォローアップの経過（続き）

2014年 3月25日  
(平成26年)

### 第3回フォローアップ委員会

- 【主な検討事項】
- ◇地域アクションプランの平成25年度の進捗状況
  - ◇第2期高知県産業振興計画ver. 3（案）
    - ・地域アクションプランの平成26年度の追加・拡充・削除項目
    - ・産業成長戦略の平成26年度県予算を踏まえた重点項目
    - ・第2期高知県産業振興計画ver. 3の主な改定内容
  - ◇平成26年度産業振興計画フォローアップ体制及び年間スケジュール

31日 第2期産業振興計画ver. 3の決定

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

## 2 産業振興計画フォローアップ委員会の構成等

### (1) フォローアップ委員会

(敬称略・分野毎に五十音順)

分野	氏名	専門部会 部会員等	所属及び役職		備考
農業	弘田 憲一	農業	高知県園芸農業協同組合連合会	代表理事会長	
	山崎 實樹助	農業	高知県農業協同組合中央会	会長	
林業	北岡 浩	林業	一般社団法人高知県木材協会	会長	
	戸田 文友	林業 連携テーマ	高知県森林組合連合会	代表理事会長	
水産業	浦尻 和伸	水産業	すくも湾漁業協同組合	代表理事組合長	
	酒井 教臣	水産業	高知県漁業協同組合	代表理事組合長	
商工業	青木 章泰	商工業	高知県商工会議所連合会	会頭	
	竹内 克之		四国経済連合会	副会長	
	山本 吾一		一般社団法人高知県工業会	会長	
観光	岡内 啓明	観光	公益財団法人高知県観光コンベンション協会	特別顧問	土佐経済同友会 特別幹事
	野浪 健	観光	日本旅行業協会高知地区	委員長	
	藤本 正孝	観光	高知県観光誘致連絡協議会	会長	
地方 金融機関	野村 直史		株式会社四国銀行	代表取締役頭取	
	森下 勝彦		株式会社高知銀行	代表取締役頭取	
有識者等	受田 浩之		国立大学法人高知大学	副学長	国際・地域連携セン ター長
	大野 吉彦		高知縣市町村教育委員会連合会	会長	南国市教育長
	小松 弘明		ソフトブレーション・サービス株式会社	取締役会長	
	杉浦 俊彦		日本銀行高知支店	支店長	
	高柳 聖英		株式会社日本政策投資銀行	四国支店長	
	富澤 治	商工業	公立大学法人高知工科大学	教授	
	橋本 智之		四国経済産業局	地域経済部長	
	政所 利子		株式会社 玄	代表取締役	
市町村長 の 代表者等	岡崎 誠也		高知県市長会	会長	高知市長
	有岡 正幹		高知県町村会	会長	安田町長
	中嶋 重光		高知市	副市長	
	計 25名				

## (2) 専門部会

部会	部会長	氏名	委員会 委員等	所属及び役職	備考	
農 業	部会長	市川 昌広	●	国立大学法人高知大学 教育研究部自然科学系農学部門	教授	
		遠藤 貢司 (宮本 修)		高知県全国取引会社協議会	会長	
		川井 由紀		JA高知女性組織協議会	会長	
		東谷 望史		馬路村農業協同組合	代表理事組合長	
		戸田 政克		高知県交通株式会社	観光部長	
		野村 有弘		高知県食品工業団地事業協同組合	専務理事	
		弘田 憲一	◎	高知県園芸農業協同組合連合会	代表理事会長	
		三谷 英子		学校法人三谷学園RKC調理師学校	校長	
		山崎 實樹助	◎	高知県農業協同組合中央会	会長	
		吉澤 文治郎		土佐経済同友会	代表幹事	
		笹岡 貴文	●	高知県農業振興部	副部長(総括)	

部会	部会長	氏名	委員会 委員等	所属及び役職	備考	
林 業	部会長	上田 知子		農家民宿「いちょうの樹」		
		北岡 浩	◎	一般社団法人高知県木材協会	会長	
		楠瀬 路易子		一般社団法人高知県建築士会	理事	女性部会相談役
		國友 昭香		国友商事株式会社	代表取締役	
		後藤 純一		国立大学法人高知大学 教育研究部自然科学系農学部門	教授	
		戸田 文友	◎●	高知県森林組合連合会	代表理事会長	
		半田 州甫		株式会社とされいほく	代表取締役副社長	
		大野 靖紀	●	高知県林業振興・環境部	副部長(総括)	

部会	部会長	氏名	委員会 委員等	所属及び役職	備考	
水産業	部会長	浦尻 和伸	◎	すくも湾漁業協同組合	代表理事組合長	
		木下 清		奈半利町漁業協同組合	組合長	
		境 文子		黒潮カツオ体験隊	隊長	
		西内 正		株式会社タカビシ食品	代表取締役社長	
		浜町 明恵		有限会社土佐佐賀産直出荷組合	代表取締役社長	
		前田 泰昌		高知市中央市場鮮魚仲卸協同組合	代表理事組合長	
		酒井 教臣	◎	高知県漁業協同組合	代表理事組合長	
		森岡 克司	●	国立大学法人高知大学農学部	教授	
		山本 力		有限会社タカシン水産	代表取締役	
		松尾 晋二	●	高知県水産振興部	副部長(総括)	

※「委員会委員等」… ◎:フォローアップ委員会委員 ●:連携テーマ部会部会員  
※ ( )は、委員変更に伴う前任者



(敬称略 部会毎に五十音順)

部会	部会長	氏名	委員会 委員等	所属及び役職	備考	
商工業	部会長	青木 章泰	◎	高知県商工会議所連合会	会頭	
		加藤 稔		一般社団法人高知県情報産業協会	会長	
		白山 早苗		南国市商工会	女性部長	
		千頭 邦夫		チカミルテック株式会社	代表取締役社長	
		富澤 治	◎	公立大学法人高知工科大学	教授	
		中島 和代		株式会社なかじま企画事務所	代表取締役社長	
		西 和雄	●	一般社団法人高知県工業会	副会長	
		浜田 敦夫		高知県商工会連合会	会長	
		広末 幸彦		高知市商店街振興組合連合会	理事長	
		弥勒 美彦		公益社団法人高知県貿易協会	会長	
		山本 真由美		高知県商工会女性部連合会	女性部長	
		谷脇 明		高知県商工労働部	副部長(総括)	

部会	部会長	氏名	委員会 委員等	所属及び役職	備考	
観光	部会長	秋山 貴之		NTT西日本株式会社高知支店	支店長	
		岡内 啓明	◎	公益財団法人高知県観光コンベンション協会	特別顧問	
		川村 晶子	●	特定非営利活動法人とさはちきんねっと	アドバイザー	
		小松 加枝		高知県立牧野植物園	企画広報課長	観光振興委員長
		寺村 勉		土佐経済同友会	副代表幹事	
		野浪 健	◎	日本旅行業協会高知地区委員会	委員長	
		濱田 征男		公益財団法人高知県体育協会	事務局長	
		浜田 正博		公益財団法人高知県文化財団	理事長	
		藤本 正孝	◎	高知県観光誘致連絡協議会	会長	高知県旅館ホテル生活衛生同業組合理事長
		宮村 耕資		日本観光旅館連盟高知県支部	支部長	
		中島 喜久夫	●	高知県観光振興部	副部長	

※「委員会委員等」… ◎:フォローアップ委員会委員 ●:連携テーマ部会部会員

## (3) 連携テーマ部会

(敬称略)

部会長	氏名	専門部 会部会	所属及び役職	
	市川 昌広	農 業	国立大学法人高知大学 教育研究部自然科学系農学	教授
	戸田 文友	林 業	高知県森林組合連合会	代表理事会長
	森岡 克司	水産業	国立大学法人高知大学農学部	教授
	西 和雄	商工業	一般社団法人高知県工業会	副会長
	川村 晶子	観 光	特定非営利活動法人とさはちきんねっと	アドバイザー
	笹岡 貴文	農 業	高知県農業振興部	副部長(総括)
	大野 靖紀	林 業	高知県林業振興・環境部	副部長(総括)
	松尾 晋二	水産業	高知県水産振興部	副部長(総括)
	中川 雅人		高知県商工労働部	副部長
	中島 喜久夫	観 光	高知県観光振興部	副部長
	勝賀瀬 淳		高知県教育委員会事務局	教育次長(総括)
	樋口 毅彦		高知県産業振興推進部	副部長(中山間対 策・運輸担当)
部会長	門田 登志和		高知県産業振興推進部	副部長(総括)

※ 取扱いテーマ

- 1 産学官連携による力強い産業の礎を築く
- 2 中山間の暮らしを支える産業づくり
- 3 産業人材の育成・確保

#### (4) 高知県産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱

##### 高知県産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱

###### (設置)

第1条 県経済に活力を取り戻し、将来に一層の希望を持って暮らすことのできる高知県づくりを目指して、官民協働で実行する高知県産業振興計画（以下「産業振興計画」という。）の検証等を行い、より効果的かつ実効性あるものとするため、高知県産業振興計画フォローアップ委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

###### (所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 産業振興計画の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討に関すること。
- (2) その他委員会の目的を達成するために必要な事項に関すること。

###### (委員及び組織)

第3条 委員会の委員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。

- (1) 農業、林業、水産業、商工業、観光業に関する団体の代表者
  - (2) 地方銀行の代表者
  - (3) 学識経験者
  - (4) 市町村長の代表者
  - (5) その他知事が必要と認める者
- 2 委員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の3月31日までとする。
- 3 委員会に委員長1名及び副委員長2名を置き、委員の互選により定める。
- 4 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 5 副委員長は、委員長を助け、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。
- 6 委員長は、必要があると認めるときは委員以外の関係者の出席を求め、資料の提出、意見の表明、説明その他の協力を求めることができる。

###### (会議)

第4条 委員会の会議（以下「委員会議」という。）は、委員長が招集し、委員長が議長となる。ただし、委員長及び副委員長が選任される前に招集される委員会議については、知事が招集することができる。

- 2 委員会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。
- 3 委員会議は公開とする。ただし、委員会において特に必要があると認めるときは、非公開とすることができる。
- 4 第3条第1項に定める委員が委員会議を欠席する場合、委員長は当該委員の申し出により代理出席を認めることができる。
- 5 前項の規定にかかわらず、委員長及び副委員長が選任される前に招集される委員会議は、第3条第1項に定める委員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

(専門部会)

第5条 産業振興計画の産業成長戦略の実行に関し、専門分野の成長戦略について必要なフォローアップを行うため、委員会に次の各号に定める専門部会を設置する。

- (1) 農業部会
  - (2) 林業部会
  - (3) 水産業部会
  - (4) 商工業部会
  - (5) 観光部会
- 2 各専門部会の部会員は、委員会の委員及び次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱又は任命する。
- (1) 学識経験者
  - (2) 地域活性化の実践的な活動に実績を有する者
  - (3) 商工業・観光に関する実務に識見を有する者
  - (4) 高知県の農業振興部副部長、林業振興・環境部副部長、水産振興部副部長、商工労働部副部長、観光振興部副部長の職にある者
- 3 前項第4号に掲げる者に欠員のある場合は、知事が指名する者をもって充てる。
- 4 部会員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の3月31日までとする。
- 5 専門部会に部会長を置き、部会員の互選により定める。
- 6 専門部会の会議は、部会長が必要に応じて招集し、部会長が議長となる。ただし、部会長が選任される前に招集される専門部会の会議については、知事が招集することができる。
- 7 第2項に定める部会員が専門部会の会議を欠席する場合、部会長は当該部会員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、部会長が選任される前に招集される専門部会の会議は、第2項に定める部会員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

(連携テーマ部会)

第6条 産業振興計画の産業成長戦略の実行に関し、産業間の連携戦略について必要なフォローアップを行うため、委員会に連携テーマ部会を設置する。

- 2 連携テーマ部会の部会員は、専門部会の部会員並びに高知県の産業振興推進部副部長、商工労働部副部長及び教育委員会事務局の教育次長の職にある者のうちから知事が委嘱又は任命する。
- 3 部会員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の3月31日までとする。
- 4 連携テーマ部会に部会長を置き、部会員の互選により定める。
- 5 連携テーマ部会の会議は、部会長が必要に応じて招集し、部会長が議長となる。ただし、部会長が選任される前に招集される連携テーマ部会の会議については、知事が招集することができる。
- 6 第2項に定める部会員が連携テーマ部会の会議を欠席する場合、部会長は当該部会員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、部会長が選任される前に招集される連携テーマ部会の会議は、第2項に定める部会員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

(地域アクションプランフォローアップ会議)

第7条 産業振興計画の地域アクションプランの実行に関し、必要なフォローアップを行うため、地域アクションプランフォローアップ会議（以下「フォローアップ会議」という。）を設置する。

- 2 フォローアップ会議は、次に掲げるとおりとする。

名称	対象地域
安芸地域アクションプラン フォローアップ会議	室戸市 安芸市 東洋町 奈半利町 田野町 安田町 北川村 馬路村 芸西村
物部川地域アクションプラン フォローアップ会議	南国市 香南市 香美市
高知市地域アクションプラン フォローアップ会議	高知市
嶺北地域アクションプラン フォローアップ会議	本山町 大豊町 土佐町 大川村
仁淀川地域アクションプラン フォローアップ会議	土佐市 いの町 仁淀川町 佐川町 越知町 日高村
高幡地域アクションプラン フォローアップ会議	須崎市 中土佐町 禰原町 津野町 四万十町
幡多地域アクションプラン フォローアップ会議	宿毛市 土佐清水市 四万十市 大月町 三原村 黒潮町

- 3 各フォローアップ会議の構成員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。
  - (1) 市町村長
  - (2) 農業、林業、水産業、商工業、観光業に関する団体の代表者
  - (3) その他知事が必要と認める者
- 4 構成員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の3月31日までとする。
- 5 フォローアップ会議に座長を置き、構成員の互選により定める。
- 6 フォローアップ会議の会合は、座長が必要に応じて招集し、座長が議長となる。ただし、座長が選任される前に招集されるフォローアップ会議については、知事が招集することができる。
- 7 第3項に定める構成員がフォローアップ会議を欠席する場合、座長は当該構成員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、座長が選任される前に招集されるフォローアップ会議は、第3項に定める構成員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

(事務局)

第8条 委員会の事務局は、産業振興推進部計画推進課に置く。

(雑則)

第9条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この要綱は、平成22年5月7日から施行する。

附 則

この要綱は、平成24年7月13日から施行する。



変わろう・変えよう・産業と暮らし  
第2期高知県産業振興計画 ver.3  
～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～  
《 総論・産業成長戦略 》

平成26年3月  
高知県 産業振興推進部 計画推進課

〒780-8570 高知市丸ノ内1丁目2-20  
TEL 088-823-9333  
FAX 088-823-9255  
E-mail:120801@ken.pref.kochi.lg.jp  
<http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120801/>

