

第2期高知県産業振興計画 産業成長戦略（連携テーマ）の総括シート

目次

1	地産地消・地産外商戦略の展開	
(1)	地産地消の徹底	1
(2)	「ものづくりの地産地消」の促進	9
(3)	食品加工の推進	19
(4)	地産外商の推進	29
2	新エネルギーを産業振興に生かす	49
3	産学官連携による力強い産業の礎を築く	59
4	中山間のくらしを支える産業づくり	71
5	産業人材の育成・確保	73
6	移住促進による地域と経済の活性化	99

「数値目標等に対する客観的評価」の方法

- ・達成状況を客観的に評価できる目標について、以下により4段階評価を実施
(客観的に評価できない定性的な目標については、「-」としている)

区分	評価基準	
A+	第2期計画の取り組み開始時と比べて、数値を改善もしくは維持できたもの、または状況を改善できたもの	・数値目標を達成したもの → 数値目標の達成率（または達成見込率）が100%以上 ・数値目標ではないが客観的評価ができる目標を達成した（または達成する見込みがある）もの
A		・数値目標をほぼ達成したもの → 数値目標の達成率（または達成見込率）が60%以上100%未満
A-		・数値目標の達成に向けて十分な進展が見られなかったもの → 数値目標の達成率（または達成見込率）が60%未満
B	第2期計画の取り組み開始時と比べて、数値を改善もしくは維持できなかったもの、または状況を改善できなかったもの	

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
1 地産地消・地産外商戦略の展開		
(1) 地産地消の徹底		
1. 地産地消に対する意識を高める取組を推進		
◆◎「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	◆「野菜で元気店PLUS」継続確認・新規募集	・「野菜で元気店PLUS」の登録 (H23) 登録数：38店舗 (H24) 登録数：49店舗（継続38店、新規11店） (H25) 登録数：61店舗（継続42店、新規19店） (H26) 登録数：69店舗（継続52店、新規17店） (H27) 登録数：69店舗（継続66店、新規3店）
◆◎高知の食文化を継承する人材の発掘及び活用	◆土佐の料理传承人を選定し、郷土料理伝承講座や食のイベントを開催。	・土佐の料理传承人 ⇒選定数 (H23) 56団体・個人 (H24) 58 (△1、+3) (H25) 60 () (H26) 59 (△1、) (H27) 60 (+1、)
◆◎「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	◆地産地消ホームページ「おいしい風土こうち」運営、サポーターに係る募集及び登録、不在者・閉店等の確認。	・おいしい風土こうちサポーターの拡大 ⇒登録数(人・団体) (H23) 598 (H24) 609(+11) (H25) 593(+4 不在者確認△26) (H26) 495(+16 不在者・閉店確認△114) (H27) 495(+2 △2) ※不在者・閉店を確認のうえ登録抹消 ⇒ホームページアクセス数(累計) (H23) 139,700 (H24) 176,610 (H25) 201,092 (H26) 225,714 (H27) 250,610
◆★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	◆★農作業体験や指導者の養成講座等を実施 H26：2町 H27：6市町	・農作業体験の参加者数 H26：延べ302人 H27：延べ3,270人 ⇒農作業体験を通じて、地域での生産活動の実態や農業への理解、魅力を伝えることができた。
◆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	◆特産農畜産物の出前授業を実施 (実施校数・市町村数) H23：70校（19市町村） H24：96校（17市町村） H25：71校（17市町村） H26：33校（17市町村） H27：32校+3JA（18市町村）	・ジュニア博士の育成 H23：5,969人（2,972人増） H24：9,983人（4,014人増） H25：13,063人（3,080人増） H26：14,561人（1,498人増） H27：15,673人（1,112人増） ⇒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理解が深まった。 ⇒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。
◆水産関係事業者等と連携した消費拡大対策の展開 ○土佐のおさかなまつりの開催 ○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 ○親子料理教室の開催 ○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 ○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 ○おさかなPR大使による県産水産物のPR	◆水産物の消費拡大を促進するため、土佐のおさかなまつりの親子料理教室等を開催 ○土佐のおさかなまつりの開催 ・H27年度で6回目の開催 ・漁協、産地買受人の団体、水産加工の団体等が出展 ○学校現場における食育事業を高知県学校給食会に委託し実施 ・H25から、県内の小中学校で実施 ○高知市公設水産物地方卸売市場と連携した親子料理教室を実施 ・H27年度で6回目の実施 ○県内の飲食店や小売店をパートナー店として登録し、本県水産物のPRを行うため土佐の魚PR推進パートナー店を募集、登録 ・H23年度から随時登録 ○ホームページ「おさかなまつり」での情報発信 ・H21年度から本県水産業に関する情報やイベント等の情報をタイムリーに発信 ○おさかなPR大使 ・平成21年度より、土佐のおさかなまつりや量販店でのフェア等で県産水産物のPRを実施	(H24) ・第3回土佐のおさかなまつりの開催 高知新港：出展25団体、来場者7,000人 ・親子料理教室の開催 45組、110人参加 (H25) ・第4回土佐のおさかなまつりの開催 高知市中央公園：出展34団体、来場者13,500人 ・食育事業の実施 30回（22校）、参加児童・生徒861人 ・親子料理教室の開催 48組、117人参加 (H26) ・第5回土佐のおさかなまつりの開催 高知市中央公園：出展33団体、来場14,900人 ・食育事業の実施 30回（25校）、参加児童・生徒860人 ・親子料理教室の開催 47組、110人参加 ・土佐の魚PR推進パートナー店の登録：270店舗 ・HP「おさかなまつり」へのアクセス平均4,000件/月 (H27) ・第6回土佐のおさかなまつりの開催 高知市中央公園：出展32団体、来場12,100人 ・食育事業の実施 30回（27校）、参加児童・生徒1,342人 ・親子料理教室の開催 49組、121人参加 ・土佐の魚PR推進パートナー店の登録：280店舗 ・HP「おさかなまつり」へのアクセス平均4,000件/月

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆「野菜で元気店」 等、地産地消に取組 む加盟店が増加 (100店舗)	<H27年度> 69店舗	A-	○県内産の農畜水産物を使用する店舗が増えて、消費拡大に繋がっている。	○手法を見直しながら、地産地消を推進する。
◆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)	<H27年度> 60団体・個人	A-	○土佐の料理伝承人を選定(59人・団体)し、郷土料理伝承講座や食のイベントを開催することにより、郷土料理を通じた地域の食材や食文化の継承に関する理解が深められた。 (課題) ・伝承人による食イベントの開催方法(衛生管理を含む)の検証が必要。	○手法を見直しながら、地域食材や食文化の継承に取り組む。
◆サポーター間の連携 が強まり、県民との協 働による地産地消が徹 底	—	—	○おいしい風土こうちサポーターの啓発資料の「地産地消のほり」や「直販所マップ」の作成などの効果もあり、多くの方に地産地消への取り組みが認知されてきている。 (課題) ・サポーター新規登録数の増加に向けた取り組みの検討も必要。	○手法を見直しながら、地産地消を推進する。
◆体験交流活動を実施 する生産者組織の増加 取組開始 H26年度～	<H27年度> 6市町	再掲 (A+)	○参加者には、農作業体験を通じて、地域での生産活動の実態や農業への理解、魅力を伝えることができた。 ・生産者は、農作業体験の指導を行うことで、生産意欲の向上につながった。 <課題> ・農作業体験の実施団体や参加者数の増加	○手法を見直しながら、地域での生産活動の実態や農業への理解、魅力を伝える食育活動を継続する。
◆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 ジュニア博士育成： 18,000人 (H23末：5,969人 →H27末：18,000 人)	<H27年度> 15,673人	再掲 (A)	○出前授業の実施により、農業や特産農畜産物に関心を持ち、理解を深めた子どもが増えた。 ・子どもから親に話が伝わることで家庭での消費拡大などが期待できている。 ・平成27年度については、3JAと連携し、より充実した食育授業も実施できた。 <課題> ・より多くの小学生等に対して食育や地産地消の教育が行えるよう平成28年度以降の事業を検討する必要がある。	○手法を見直しながら、子供たちが農業や特産農畜産物に関心を持って持ってもらえるような食育活動を継続する。
◆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	—	再掲 (一)		
◆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	—	再掲 (一)	○小中学校で実施した食育事業のアンケート調査を行った結果、魚が苦手な児童が食べられるようになるなど、参加した児童や生徒の95%以上が魚に興味や関心ができたと回答し、家庭でも魚を食べる機会を増やしたいとの回答であった。また、土佐のおさかなまつりは、年々来場者も増加し、継続的な水産物のイベントとして認知度が上がっている。	○県内で水産物の消費を拡大していくため、定期的な情報発信や活動に関する事業を継続する。
◆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	—	再掲 (一)		

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
2. 地域産品の販路拡大を支援 ◆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 ○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） ○カール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 ◆直販所を地域の活性化の拠点にする取組への支援 ◎直販所を販売拠点とした加工品開発の支援 ◎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 ◎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 ★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 ◆県内事業者の一層の販路開拓、販売拡大を支援 ◎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 ★県内量販店でのテストマーケティングにより、県内販路の拡大を支援 ◆高知市内での「アテナショップ」、産直市の取組を継続し、地域産品の売上の増加を図る	・農林水産物直販所運営管理者及び「安心係」発展講習会開催 H23：県外直売所の視察（1回）23人参加、 H24：県外直売所の視察（1回）54人参加、 H25：県外講師を招いての講習会（1回）26人参加 H26：県外講師を招いての講習会（1回）31人参加 H27：県外講師を招いての講習会（1回）50人参加 ◆直販所を販売拠点とした加工品開発や、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する ◎加工商品開発アドバイザーの派遣募集（通年） H24～ ◎魅せる直販所アドバイザーの派遣募集（通年） ◎農林水産物直販所「安心係」養成講習会開催 H23：3会場139人参加、H24：3会場139人参加、 H25：3会場133人参加、H26：3会場110人参加 H27：3会場148人参加 ◎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・販売拡大を支援する。 H24 出展者60社、バイヤー22社、商談回数399回 H25 出展者71社、バイヤー21社、商談回数438回 H26 出展者103社、バイヤー42社、商談回数592回 H27 全体会：出展者93社、バイヤー54社、商談回数416回 エリア別：出展者57社、バイヤー38社※延べ数 ※H26より県外のバイヤーも招へい ※H27は、地産外商の取り組みとして、産地視察型商談会を県内5ブロックで開催。 ★県内事業者の外商への第一歩として、県内量販店等の協力を得てテストマーケティングを行い、商品の認知度の向上と、磨き上げを支援する。（H27から実施） ・協力量販店等の募集 3月 ・県内事業者への公募開始 4/22 ・関係団体等での事業のPR 随時 ・テストマーケティング実施 8/9～ ・中心商店街活性化モデル事業費補助金による運営費の支援 5,257,757円（H24.4月～10月：H24.10月で支援終了） ・継続的な運営に向けて店舗運営の効率化等の支援 ○運営の効率化に向けた取り組みの促進と、中長期的運営計画策定に向けた協議の実施	⇒直販所売上 (H23) 80億円（H22年売上） (H24) 84億円（H23年売上） (H25) 81億円（H24年売上） (H26) 89億円（H25年売上） (H27) 93億円（H26年売上） ・魅せる店づくりアドバイザーの派遣 (H23) 8直販所、延べ8回 (H24) 8事業者、延べ13回 (H25) 4事業者、延べ11回 (H26) 9事業者、延べ20回 (H27) 5事業者、延べ9回 ・加工商品開発アドバイザーの派遣 (H23) - (H24) 13事業者 (H25) 6事業者、延べ8回 (H26) 6直販所、延べ14回 (H27) 要望なし ・直販所の「安心係」設置店 (H23) 116店舗 (H24) 119店舗 (H25) 120店舗 (H26) 121店舗 (H27) 125店舗 ⇒加工品の販売額 (H23調査) 41億円 (H24調査) 40億円 (H25調査) 44億円 (H26調査) 45億円 (H27調査) 46億円 ◎地域産品商談会 ⇒H24 成約事業者数26社、成約商品数68品 ⇒H25 成約事業者数39社、成約商品数107品 ⇒H26 成約事業者数41社、成約商品数93品 ⇒H27 成約事業者数61社、成約商品数108品以上 （全体会集計、H27.9時点） ★県内量販店等でのテストマーケティング ・協力量販店等15社 ・テストマーケティング実施 8社13回18商品 ※その他、H28年度に繰越3社3回3商品 【H28年3月末現在取扱アイテム数】5,116品目 【販売額】 (H24.2.19～H25.2.18) 134,932千円 (H25.2.19～H26.2.18) 147,628千円 (H26.2.19～H27.2.18) 146,590千円 (H27.2.19～H28.2.18) 159,109千円

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	（ これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 （ <u>目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む</u> ） ）	
◆直販所販売額 （80億円キープ）	<H27年度> 93億円	A+	○直販所数には大きな変化はないが、直販所の売上増加の取り組みや、加工事業者の商品開発などにより直販所等の売り上げ増加がみられる。 （課題） ・売上をさらに拡大させるための外商への取り組みが必要。	○JAグループ直販所設置の取り組みを支援するとともに、直販所による外商機能強化のためのネットワークを構築する。
◆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	—	—	○6次産業化の取り組み支援により、直販所数を中心とした加工品販売から外商へも発展しつつあり、生産者の所得確保につながっている。	○6次産業に結びつく視野を広げる取り組みを実施するとともに、県域流通へステップアップさせ産業に育てる取り組みを実施する。
◆地域産品の販路開拓・販売拡大	—	—	○地産地消・地産外商に意欲的に取り組む事業者の増加 ・商談会での成約件数が増えるなど、販路拡大につながるとともにバイヤーからは、「出展者の商品提案力等のレベルが年々上がっている」との評価を受けている。 【課題】 ・地産地消・外商の拡大。 ・食品表示の適正化と衛生管理の徹底。	○地域産品商談会は、地産外商に重点を置き、県内外のバイヤーを招いて、生産現場訪問も兼ねた産地視察型商談会に拡充する。 ○県内の地産地消に取り組む量販店等で多くの県産品が販売されることを目指す。 ・県内の量販店等では、地産地消のこだわり産品を求める傾向が強まっていることから、量販店等の連携を強化し、県産品の県内市場での販路拡大や食の安全・安心の取組を進める。 ・県内事業者と量販店等とのマッチング機会を確保する。 ・テストマーケティングを通じて、県内市場が求める商品づくりを支援する。 ・食品表示の適正化や一般的衛生管理の徹底に取り組む。
◆地域産品の認知度が向上し、販売が拡大している	—	—	○県内量販店等でのテストマーケティングの実施 ・県内量販店は、以前に増して地産地消に積極的に取り組んでおり、H27年度から実施している「県内量販店等でのテストマーケティング」に対しても、県内量販店15社の協力を得られている。 ・県内量販店と連携しながら、新たに外商に挑戦する事業者や新商品の第一ステップとして、県内での認知度向上と商品の磨き上げを目的に実施していく。 【課題】 ・食の安全・安心を守るため、食品表示の適正化や一般的衛生管理の徹底が必要。	
◆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	—	再掲 (一)	○売り上げ目標には届いていないものの、自立運営可能となる損益分岐点越えの売り上げは確保できている。また、取扱商品においても新規取扱商品数も順調に伸ばしている。	○経営の効率化に取組み、自立運営可能となる損益分岐点越えの売上を確保しながら、地場産品を取扱うアンテナショップとしてのさらなる充実を図る。
◆販売目標額： 184,300千円	<H27年度> 159,109千円	再掲 (A)		

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
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		
◆〇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	◆〇公共施設等における木材利用に向けて、以下の取り組みを実施。 ・県産材利用推進に向けた行動計画を改定し、内装木質化基準を明示（H27.4） ・県産材利用推進本部及び地域推進会議の開催により、木材利用をPR（毎年実施） ・木の香るまちづくり推進事業において、205件（実績）の公的施設の木質化等を実施（H24-27） ・地盤改良丸太杭の実証試験（H26） ・木造公共施設等の紹介をホームページPR	・県内全市町村が「木材利用推進方針」を策定 ・県有施設の木造率 H24 H25 H26 H27 75%(9/12) 67%(2/3) 67%(2/3) -%(なし) （低下の原因） 基準施設の数が少なく、特殊要因で木造化出来なかった施設が各年度に数件発生したため。 H25 医師公舎において遊音の問題からRC造へ H26 建築基準法の緩和措置適用のためS造へ H27 基準内建物の実績なし ・補助施設の木造率 H24 H25 H26 H27 70% 60% 77% 76% ・市庁舎の建て替え工事で地盤改良丸太杭が採用
◆〇県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援	◆〇助成事業や資材開発への支援を行った。 ・こつちの木のすまいづくり助成事業の制度充実 →H25に子育て支援を追加 ・防火地域で木材を見せて活用するための資材開発 →H25に「スギ幅はぎパネル」開発	・戸建住宅の木造率（H24年次より全国を上回る） (%) H22 H23 H24 H25 H26 H27 →高知県 86.0 86.2 88.2 89.1 90.4 91.5 全国 86.4 86.7 87.1 88.0 88.4 88.6
◆〇木造住宅に関する情報発信の強化	◆〇下記の取り組みを実施。 ・木と人出合い館を通じた木造住宅の相談・見学会 ・テレビ番組などによる木造住宅の紹介 ・建築士会報や県広報誌などを活用した木造住宅の支援制度のPR ・モデルハウスを活用した木造住宅PR ・木造住宅フェアを通じたPR（毎年秋に開催）	・木と人出合い館相談件数 →H22： 605名 →H26： 1,030名 →H27： 982名

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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	全国平均以上 (直近の実績) 公的建築物の木造率 全国29%>高知25% (H27)	再掲 (一)	<ul style="list-style-type: none"> ・公共施設の木造化に積極的に取り組んできたが、高い遮音性能などが必要な施設など木造化が難しい施設も多くあり、県有施設の木造化率が減少した。 ・平成27年度からの5カ年間の県産材利用推進に向けた行動計画において、内装の木質化の考え方を定め、内装木質化に積極的に取り組んでいく。 ・土木利用は、木製型枠は周知され活用が広がっているが、木材を活用出来る工法が少なく使用量は伸び悩んでいる。 ・今後も引き続き県有施設の一層の木造化を進めるとともに、低層公共施設等の木造化へ取り組みを進める必要がある。 ・木の香るまちづくり推進事業や木造公共施設の整備への支援により、主に民間施設における木材利用の意識の向上が進んだ。 	<p>○これまでの成果を踏まえ、以下に取り組んでいく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公共施設の木造・木質化の取り組みの徹底。 ・民間を含め、低層非住宅建築物の木造化に向けて、新たな商品開発や木造建築に関する情報の提供などを行い、木造化率の向上を図っていく。 ・新しい木材の活用を増加させるため、木材の新規用途の開発を進めて行く。
◆戸建て住宅の木造率が、全国平均を上回っている	全国平均以上 全国88.6% (高知91.5% (H27))	再掲 (A+)		
◆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	土木利用1,485m3 型枠使用率 93% (H27)	再掲 (一)		
◆◆◆同上	同上	同上	<p>○木造住宅への支援の充実に加え、国の木材利用ポイントなどの支援により、県内の戸建木造率は全国平均を平成24年度より上回っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・補助事業に依存しない体制の整備に向けた、ソフトランディングへの検討が必要となる。 	<p>○木造住宅に対し、引き続き積極的な取り組みを推進。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(再掲)新しい木材の活用を増加させるため、木材の新規用途の開発を進めて行く。
◆◆◆同上	同上	同上	<p>○住宅の建築は、数年間の検討期間を経て実現することが多く、木造住宅のPRは、潜在的なユーザーに効果があると考えている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後は、90%を超える木造住宅率を踏まえ、非住宅の木造化を進めるためのPRを取り混ぜ実施していく必要がある。 	<p>○新築木造住宅のPRに加え、移住者等に向けた低コストでのリフォーム事例や、非住宅建築のPRを併せて実施し、木材利用を高めていく。</p>

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
◆これからの対策			
4. 食材の安定供給体制の構築を支援			
◆○高知県及び地域での地場産物活用ネットワーク会の開催	○高知県地場産物活用ネットワーク会議開催：7回（H24:2回、H25:2回、H26:2回、H27:1回） ○地域ネットワーク会議等の開催 H24:15市町村 ↓ H27:21市町村	・各地域での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が促進され、活用割合が全国的にも高い状況となった。 ⇒地場産物活用状況調査活用割合（食品数 [^] -ス） H25：39.9%（全国25.8%）（文科省調べ） H26：35.7%（全国26.9%）（文科省調べ） H27：32.6%（速報値）（文科省調べ）	
5. 地場産物の給食への利用促進を支援			
◆地場産物を使った学校給食や食育の推進 ◎「高知の食べものいっぱい入っちゅう日」に取り組む学校給食関係市町村（学校組合）教育委員会等の増加を図る	◆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の推進 ◎地場産物活用割合50%以上の献立を月1回以上実施することを旨とした「高知の食べものいっぱい入っちゅう日」（H26.9月～H28.3月）の実施	・「高知の食べものいっぱい入っちゅう日」について、学校給食実施の13市町村、3県立学校、5特別支援学校から実施報告が提出された。 実施率：市町村（学校組合）教育委員会 38.2%、県立学校 43.8% ⇒本事業を通じて学校給食への地場産物活用推進体制づくりが進んできた。	
6. 将来の本県農畜水産物の応援団づくりを支援			
◆○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	○食育・食農教育等の体験学習の実施 ○関係する食育関連事業について紹介（農畜産物、魚食等の食育に関する出前事業等） ○食育月間、食育の日の推進 ○全国学校給食甲子園（地場産物を活かした我が校の自慢料理コンテスト）等の推進	⇒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してきた。	

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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>・地場産物活用状況調査活用割合(食品数[※]に) H27:32.6% (文科省調べ)</p> <p>・食育・学校給食研究協議会等で取組事例の報告ができるようになった。</p>	B	<p>・各地域では関係者による日常的な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>・安定供給体制の整備が十分でない地域への支援が必要。</p>	<p>・食育・学校給食課題解決対応推進委員会・課題対応チーム会及び地域での地場産物活用ネットワーク会議等連携を充実するための会議等の開催</p> <p>・取組事例の情報発信</p>
◆同上	同上	同上	<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等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>・「高知の食べものいっぱい入っちゃう日」について、学校給食関係の市町村(学校組合)教育委員会等での取組を依頼したが、参加数が伸びなかった。</p> <p>・地場産物を活用した献立の開発が必要。</p>	<p>地場産物を使った学校給食や食育の推進</p> <p>・「高知の食べものいっぱい入っちゃう日」に取り組み学校給食関係市町村(学校組合)教育委員会等が増加</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>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してきたが、食育・食農教育の成果の評価方法を検討する必要がある。</p>	<p>各学校の学校教育活動全体における計画的、継続的な食育・食農教育等の実施</p> <p>・全体での継続的な食育・食農教育等の推進</p> <p>・食育事業の成果を発信</p> <p>・関係部局の事業実施を支援</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 一覧表

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
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		
1. 事業者間のマッチング支援機能の強化		
◆「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 ○タイムリーな情報提供 ○相談・マッチング機能の強化 ○高知県工業会等、各種団体との連携強化 ◎ものづくり技術展示会での商談機会の拡大 ★産振センターの組織体制の強化	◆ものづくり地産地消・外商センター(H23～H25のものづくり地産地消センター)を中心とした総合相談窓口の設置やものづくり企業への一貫したサポート、機械装置開発のマッチング等を実施 ・訪問企業数 H24:900社、H25:962社、H26:772社、H27:2,057社 ・総合相談窓口の設置(マッチング相談件数) H24:400件、H25:451件、H26:550件、H27:603件 ・ものづくり地産地消推進会議(H26.4月設立)の活動を通じたニーズ発掘や相談会開催に向けたJ A等訪問 H26:81件、H27:103件 ・高知県工業会、産業振興センター、県による3者協定の締結(H27.3月) ・ものづくり総合技術展での商談機会の拡大 H24:285件、H25:386件、H26:558件、H27:625件 ・ものづくり企業への質の高い支援を実施するため、主任コーディネーター3名を配置(H27～)技術統括1名増員(H28.1～)	⇒マッチング件数 H24:78件、H25:105件、H26:109件、H27:176件 ⇒ものづくり地産地消推進会議の活動を通じた機械装置開発マッチング件数 H26:7件、H27:4件 ⇒ものづくり総合技術展での商談による成約金額 H24:68,517千円、H25:72,997千円、H26:30,606千円、H27:69,484千円
◆★県内食品加工業と産地とのマッチング	◆★産地側の加工用原材料の情報収集と加工企業の実需情報を把握してマッチングを行い、加工用原材料の利用促進につなげる。 ・H24：産地現況調査（15回）、企業ニーズ調査（14企業） ・農産物加工マッチング推進支援チーム会 H24：2回、H25：5回、H26：5回 ・こだわり農産物展示・相談会 ※H25から地域産品商談会（H27は産地視察型商談会）と同じ会場連携して開催。	・こだわり農産物展示相談会へ参加 H25：13事業者 H26：30事業者 ⇒ 15事業者が成約 H27：23事業者

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p>これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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 68件</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>・ものづくり補助金を活用した製品</p> <p><H27年度> 開発件数 68件</p>	<p>再掲 (A+)</p>	<p>「ものづくり地産地消センター」を設置(H23)(H26から「ものづくり地産地消・外商センター」に改編)し、ものづくりに関する様々な相談に一元に対応する仕組みを構築 年々相談件数・マッチング件数が増加し、地産の取組は広まりつつある。</p> <p><課題> ・企業が大きく成長し拡大再生産に繋げていくためには、これまでの取り組みに加え、企業の経営ビジョンを実現するための事業戦略を共有し、事業戦略の実現化を支援していく取り組みが必要 ・高知発の製品・技術のさらなる周知と、外商に繋げていくための商談機会の確保</p>	<p>地産のさらなる強化</p> <p>○事業戦略策定・磨き上げの支援</p> <p>○企業の課題に応じたセミナー等の実施</p> <p>○県外企業を招待した商談会の拡充</p> <p>○さらなる防災関連認定製品の開発を進め、数多くの製品を生み出す支援</p>
<p>◆食料品製造業出荷額等(飲料・飼料含む)</p> <p>861億円(H22) →935億円(H27)</p>	<p><H27年度見込> 892億円</p> <p><直近の実績> 892億円(H26)</p>	<p>A-</p>	<p>○県内食品加工業と産地との具体的なマッチングにはつながっていないものの、マッチングのきっかけとなるこだわり農産物展示・相談会への参加事業者は増えており、小売側との実際の成約につながるケースもある。</p> <p><課題> ・小売側・加工事業者側のニーズに合った加工用原材料の生産や磨き上げが必要。 (県内量販店でのテストマーケティングやこだわり農産物展示・相談会等への参加事業者を増やし、ニーズに合った原材料の生産や商品の磨き上げにつなげる必要がある)</p>	<p>○支援チーム会の連携と情報共有を強化して、食品まるごと応援事業や県内量販店でのテストマーケティングを活用したニーズ把握、こだわり農産物展示・相談会でのきっかけづくりなど、食品加工業と産地の効果的なマッチングに取り組む。</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
◆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） ★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 ★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	★直販所を販売拠点とした加工品開発を支援するためのアドバイザーを派遣。（H24～） ★国の6次産業化ネットワーク活動交付金を活用し、新商品開発や販路開拓等を支援。（H26～） ★起業支援型地域雇用創造事業により、3事業者に委託して、地域の農産物を活用した商品開発や販路開拓を実施。（H25～H26） ★生産者と食品加工事業者等とのマッチング支援のため、展示・相談会を実施。（H25～） ★伝統作物活用実証ほの設置や研修会の開催等、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った。	・加工商品開発アドバイザーの派遣 H24：13事業者 H25：4事業者、延べ11回 H26：9事業者、延べ20回 H27：要望なし ・6次産業化ネットワーク活動交付金の採択 H26：1事業者 H27：2事業者 ⇒起業支援型地域雇用創造事業の実施後の正規雇用者 H26：4名 ・展示・相談会の開催 H25農産物加工相談会 ：出展者13者、来場者83社 H26こだわり農産物展示・相談会 ：出展者30者、来場者169名 H27こだわり農産物展示・相談会 ：出展者23者、来場者200名以上 ・伝統作物活用実証ほの設置 H25：県内4カ所5品目 H26：県内4カ所6品目 H27：県内4カ所5品目（9品種） ⇒実証ほの設置により、栽培方法に関する知見が得られ、品種特性や加工特性を把握することができた。 ・伝統作物研修会や試食会等の実施 H25：伝統作物研修会 参加者94名 試食会：3回、参加者150名 田村カブ飲食店向けPR：7店舗 H26：伝統作物研修会 参加者90名 地域資源を活用した研修会 1カ所 H27：伝統作物研修会 参加者53名 ⇒飲食店向けのPRでは田村カブの評価が高かった。 ⇒地域活性と田村カブの継承を目指して「田村蕪株式会社プロジェクト」がスタートし、飲食店10店舗と連携した。
◆★事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大	◆★水産加工業交流促進協議会を開催し、以下の取組を実施 H24：3回、H25：2回、H26：2回、H27：1回 企業間の連携等に関する講習会、加工場の視察交流会等を実施。また、シーフードショーに協議会員が連携して出展（H26、H27）	・水産加工業交流促進協議会での商談会への参加など連携した取り組みが促進 ⇒事業者間の交流が促進され、シーフードショーへの出展場面で連携強化が図られた（H26、H27） ・高知県水産物加工販売組合が発足（H26）
◆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 ★研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化 ★研究会によるプランの検証とアドバイスを毎年実施 ★バイヤーを招いた個別相談会等を開催し、早期の成果につなげるとともに、プランづくりの意欲を喚起 ★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	・研究会開催：85回 H24：31回 H25：25回 H26：24回 H27：5回 ・専門家派遣 延べ77社152回 H24：延べ31社63回 H25：延べ24社46回 H26：延べ22社43回 ・訪問企業数 延べ492社 H24：85社 H25：116社 H26：241社 H27：50社	・研究会会員数 372 （食品：166、天然素材：101、環境：56、健康福祉：49） H24：212 H25：254 H26：312 ・研究会参加数 延べ1,234社1,590名 H24：延べ435社554名 H25：延べ418社547名 H26：延べ330社410名 H27：延べ51社79名 ⇒ 事業化プラン認定数 34 （食品18、天然素材8、環境6、健康福祉2） H24：13 H25：10 H26：9 H27：2 ⇒ 販売金額 20.8億円（H24～26） H24：4.9億円 H25：7.7億円 H26：8.2億円 ⇒ 新規雇用 101名 （食品68、天然素材7、環境7、健康福祉19） H24：17名 H25：40名 H26：44名
◆○研究開発から事業化まで、一貫した支援を実施	同上	同上

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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>(H23年度末加工品調査40億円)</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している。</p> <p>〈H27年度〉 ○加工品調査 4.6億円 (H27調査)</p> <p>○実証品目 5品目</p>	再掲 (A+)	<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、補助事業等による支援を実施した結果、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た。</p> <p>・実証ほの設置により品種特性や加工特性を把握することができ、栽培面積の拡大や有利販売、加工原材料としての品種統一など新たな動きが見られる。</p>	<p>○引き続きそ野を広げる取り組みを実施するとともに、県域流通へステップアップさせ産業に育てる取り組みを実施する。</p> <p>○直販所における消費者の安全・安心のニーズに対応する取り組みを強化する。</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>	—	再掲 (一)	<p>○水産加工業交流促進協議会での取り組みを通じ、県内水産加工事業者間の交流が促進</p> <p>〈課題〉 ・加工事業者に共通する衛生管理などの情報共有</p>	<p>○事業者間の連携強化と更なる取組の推進</p> <p>・衛生管理に関する講習会の開催など</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>〈H27年度〉 ・事業化プラン認定件数 37件 (H24～H27累計)</p>	再掲 (A)	<p>○成長分野育成研究会での専門家による商品企画へのアドバイス等を通じ、事業化アイデアから新たな事業化プランづくりまで一貫してサポート</p> <p>〈課題〉 ・事業化プラン認定件数は増えているものの、近年売上が伸び悩み</p>	<p>○バイヤーとの個別相談を増やすなど、マーケットインの視点からの取り組みを強化（事業化プランの精度の向上と早期成約）</p> <p>○一貫支援の強化（ものづくり地産地消・外商センター等と支援スキームを再構築）</p>
<p>・販売金額 100億円 (H24～H27)</p>	<p>〈H27年度〉 29.2億円 (H24～H27累計)</p>	再掲 (A-)		
<p>・新規雇用 110人 (H24～H27)</p>	<p>〈H27年度〉 新規雇用 169名 (H24～H27累計)</p>	再掲 (A+)		
◆同上	同上	同上	同上	同上

<p>産業成長戦略（連携テーマ）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>◆これからの対策</p>	<p>具体的な取り組み</p> <p>（ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）</p>	<p>具体的な成果</p> <p>（ 可能な限り具体的な数値を記載 ）</p>
<p>◆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</p> <p>◎商工労働部のシェアオフィス事業と連携し、入居企業への支援や県外企業の誘致</p> <p>◎意識啓発に繋がるセミナーや個別相談会、コンテンツプロデューサーによる個別指導の開催</p> <p>○カードデザインコンテストの開催により、県内イラストレーターの発掘と雇用創出促進</p> <p>◎コンテンツ関連事業者や金融機関を会員とするコンテンツビジネス起業研究会によるビジネスマッチングの推進</p>	<p>◆セミナーや個別相談会等を開催することによりクリエイター及び事業者の意識啓発を図るとともに、見本市及びデザインコンテストを開催することによりクリエイター及び事業者のビジネスマッチングを推進する。また、商工労働部と連携し、県外コンテンツ関連企業の誘致活動を行う。</p> <p>◎県外コンテンツ関連企業に対するアプローチ H24～H27</p> <p>◎県内クリエイター見本市の開催 H24：1回、H25：1回</p> <p>◎著作権セミナーの開催 H24：1回、H25：1回、H26：1回、H27：1回</p> <p>◎地域発ブランディングセミナーの開催 H26：1回</p> <p>◎土佐まるごとビジネスアカデミーにおける研修の開催 H27：トップレクチャー1回、基礎編5コマ</p> <p>◎デザインコンテストの開催 H25：1回、H26：1回、H27：1回</p> <p>◎コンテンツビジネス起業研究会によるビジネスマッチング H27：発注事業者による説明会2回</p>	<p>(H24)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内クリエイター見本市への出展者23名、参加事業者42名 ・著作権セミナーへの参加者数111名 <p>(H25)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ゲームイラスト制作会社の誘致：1社 ⇒新規雇用者数：16名 ・県内クリエイター見本市への出展者17名、参加事業者40名 ・著作権セミナーへの参加者数124名 ・カードデザインコンテストへの応募者数130名のうち優秀賞16名、奨励賞8名を選出 ⇒入賞者及び首都圏ゲーム開発会社のマッチング件数6件 <p>(H26)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域発ブランディングセミナーへの参加者数：103名 ・著作権セミナーへの参加者数137名 ・カードデザインコンテストへの応募者数193名のうち優秀賞11名、特別賞6名、奨励賞9名を選出 ⇒入賞者及び首都圏ゲーム開発会社とのマッチング件数41件 <p>(H27)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ゲーム関連会社及びソフトウェア制作会社（企業誘致）の設立：2社 ⇒新規雇用者数：58名 ・土佐まるごとビジネスアカデミー トップレクチャー及び基礎編（商品・デザイン戦略）への参加者数延べ247名 ・著作権セミナーへの参加者数：91名 ・キャラクターデザインコンテストへの応募者数176名のうち優秀賞2名、奨励賞16名、特別賞17名、育成枠4名を選出 ⇒入賞者及びゲーム開発会社とのマッチング件数：51件 ・ビジネスマッチング件数：4件
<p>◆南海トラフ地震への備えと連動させた防災関連産業との地産地消・外商の推進</p> <p><総合的な支援></p> <ul style="list-style-type: none"> ★「防災関連産業交流会」の設置 ★防災産業推進コーディネータの設置 ★産学官連携による防災関連の研究開発の推進 <p><「地産」を推進するためのものづくり支援></p> <ul style="list-style-type: none"> ★試作機の開発支援 ★試験研究機関での技術支援 ★全国に通用するものづくり支援 ★海外展開のための製品改良支援 <p><「地消」を推進するための広報・販路開拓支援></p> <ul style="list-style-type: none"> ★県内でのPR ★公的調達の促進 <p><「外商」を推進するための販路開拓の支援></p> <ul style="list-style-type: none"> ★防災関連の主要展示会への出展 ★トップセールスの実施 ★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 ★県内での導入実績づくりによる信用力の付与 	<p><交流></p> <ul style="list-style-type: none"> ・防災関連産業交流会（個別相談を含む）の開催 H24：2回 H25：4回 H26：7回 H27：7回 <p><地産></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり補助金の募集（H26～随時募集） 審査会開催数H24：4回 H25：3回 H26：6回 H27：8回 ・防災関連製品認定制度審査会の開催 H24：1回 H25：2回 H26：2回 H27：2回 <p><地消></p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内での製品PR活動 H24：16市町村23会場 H25：6市町村15会場 H26：12市町村26会場 H27：13市町村23会場 合計 47市町村87会場 （主なイベント） ・地域防災フェスティバル ・KOCHI防災危機管理展 ・ものづくり総合技術展 ・公的調達の推進のため公的調達制度を市町村に紹介 <p><外商></p> <ul style="list-style-type: none"> ・県外見本市出展回数 H24：4回 H25：5回 H26：13回 H27：9回 合計 31回 ・ものづくり地産地消・外商センター（H26.4.1開所）による県外市町村訪問 	<p><交流></p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒防災関連産業交流会会員数の推移 H24：77社 → H25：100社 → H26：138社 H27：150社 <p><地産></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり補助金を活用した試作開発（交付件数） H24：11件 H25：3件 H26：4件 H27：0件 （開発事例） ・折りたたみ式防災ボートの試作開発 ・農業用防災重油タンクの試作開発 ・人道橋 丸太橋の試作開発 ・防災関連製品認定制度による「高知県防災関連登録製品」の認定 H24：47件 H25：19件 H26：19件 H27：21件 （累計106件、うち廃止2件） <p><地消></p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内での製品PR活動 H24：223社出展 H25：217社出展 H26：184社出展 H27：183社出展 合計 807社出展 ・公的調達制度を導入した県内市町村 室戸市、香美市、香南市、南国市、高知市、土佐市、須崎市、いの町、中土佐町、津野町（10市町） ・公的調達（県での購入） H24：4044千円 H25：16,157千円 H26：15,596千円 H27：2,744千円 <p><外商></p> <ul style="list-style-type: none"> ・県外見本市出展社数 H24：28社 H25：36社 H26：62社 H27：54社 合計180社 ⇒成約件数H24：167件 H25：63件 H26：63件 H27：134件 合計427件 ・ものづくり地産地消・外商センター（H26.4.1開所）による県外市町村訪問回数1103回 ⇒防災関連製品の売上実績 H24：6千万円→H25：10.7億円 →H26：15.4億円→H27：23.8億円

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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>○各セミナーに毎回定員を超える参加があり、ニーズの高さがうかがわれるとともに、クリエイター及び事業者の意識啓発に繋がっている。また、H27年度以降はクリエイター及び事業者のマッチング事例も出てき始めた。</p> <p>○デザインコンテストについては、県内外から多数の応募があり、入賞者とゲーム開発会社とのビジネスマッチングが一定数実現できた。</p> <p>・入賞者はゲーム開発会社とのビジネスマッチングだけでなく、県内ゲームイラスト会社等による指導を受けることができ、人材育成にも繋がっている。</p> <p><課題> ・ゲーム開発会社からの継続的な発注には繋がりにくい。</p> <p>○企業誘致については、誘致件数及びそれに伴う新規雇用者数にて一定の成果が出てきており、コンテンツ産業の集積の土台が形成されつつある。</p> <p><課題> ・誘致企業の定着・成長のためには、技術者（プログラマーやイラストレーター）の確保が必須だが、県内での確保が困難な状況にある。</p>	<p>○各セミナーについては、ニーズも高く、クリエイター及び事業者とのマッチングも進み始めていることから、内容を大幅に充実・強化したうえで引き続き開催する。</p> <p>・セミナー内容の検討</p> <p>○デザインコンテストについては、H27年度までの成果及びゲーム市場動向の変化を踏まえ、廃止することとした。</p> <p>○企業誘致については、商工労働部との連携に加え、産業振興推進部とも連携し、U・Iターン者の確保に向け、移住施策とも連動した誘致活動を行う。</p> <p>・U・Iターンシステム、移住セミナー等活用の促進</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	—	再掲 (一)	<p><地産> ○防災関連産業交流会において、企業と市町村等との情報交換、製品PR、個別相談会を実施（会員数：150社） ○ものづくり補助金を活用した防災関連製品の試作開発や製品改良を支援（製品開発助成件数：18件（H24～27）） ○H24より防災関連製品の品質や安全面の観点から審査を行う認定制度を創設。以降、認定製品数は順調に増加（認定製品数：106件、うち廃止2件） [課題] ・さらなる製品開発・磨き上げの促進</p> <p><外商> ○県外見本市等を活用した情報発信 ○防災関連製品の販売額は飛躍的に拡大（売上高：23.8億円（H27）） ○海外への販路開拓に向けた取り組みを開始（台湾での商談会を開催（H27）） [課題] ・さらなる売上的大幅増に向けた国内販売戦略と海外展開の強化</p>	<p><地産> ・さらなる防災関連認定製品の開発を進め、数多くの製品を生み出す支援</p> <p><外商> [国内] ○物流を検証したうえでの新たなネットワークの構築と自治体を中心としたセールス活動の強化 [海外] ○台湾の取り組みを東南アジアや北米など、他エリアに拡大</p>
・ものづくり補助金を活用した製品開発件数 20件（H24～H27）	<H27年度> ・ものづくり補助金を活用した製品開発（交付）件数 18件（H24～H27）	再掲 (A)		
・県内の全市町村への県内製品の導入件数 100%	<H27年度> ・登録製品の購入実績がある市町村数 24（70%）	再掲 (A)		

<p>産業成長戦略（連携テーマ）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>◆これからの対策</p>	<p>具体的な取り組み</p> <p>（ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）</p>	<p>具体的な成果</p> <p>（ 可能な限り具体的な数値を記載 ）</p>
<p>2. 県内産業の技術力、商品開発力の向上への支援</p> <p>◆工業技術センター等が行う技術研修</p> <p>◎人材育成事業（工業技術センター）</p> <p>◎人材育成事業（紙産業技術センター）</p> <p>◆「ものづくり産業強化事業費補助金」によるものづくり企業に対する支援</p> <p>○試作機の開発支援</p> <p>★防災関連の製品開発の推進</p> <p>◎企業間連携や産学官連携の充実・強化</p> <p>◎県内外の展示会等でのPR</p> <p>★補助金のメニューの明確化と審査会機能の強化</p> <p>◎海外展開のための製品改良支援</p> <p>◆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繋げていくため、県内中小企業の設備投資を促進</p> <p>★現行の企業立地に対する補助制度に加え、小規模事業者にも使いやすい補助制度の創設</p> <p>○県制度融資による事業者支援</p> <p>◎小規模企業者設備貸与制度の見直しによる事業者支援</p> <p>★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</p> <p>★金融機関や関係支援機関等との連携の強化</p>	<p>◆企業技術者への製造技術や品質管理等の技術研修及び技術指導を行い、産業の担い手となる技術者を養成した。</p> <p>◎人材育成 H24：33コース、H25：56コース、 H26：68コース、H27：29コース</p> <p>機械、金属加工、食品加工等の各分野の専門家を、中小企業等に派遣し、新製品・新商品の開発や技術者の育成、企業の技術力の強化の助言、指導を行う。</p> <p>◎紙産業技術センター かみわざびとづくり事業の実施（開放試験設備利用研修、技術力向上を目指した研修、製品化への技術支援、講演会等による情報提供） H24：21回、H25：18回、H26：33回、 H27：20回</p> <p>・試作機の開発支援 応募件数 H24：43件 H25：15件 H26：13件 H27：18件</p> <p>・試作機の開発支援（うち防災関連） 応募件数 H24：21件 H25：3件 H26：8件 H27：1件</p> <p>(H26～)</p> <p>・審査会におけるアドバイス機能の強化</p> <p>・県内のみならず県外・海外ニーズも視野に入れた支援</p> <p>1. 設備投資促進事業（標準型） 県内事業者（製造業）が行う設備投資に対し、対象経費の6.8%の補助を実施。</p> <p>(1) 補助金交付決定件数 累計 32件</p> <p>(2) 補助金交付決定額 累計 280,017千円</p> <p>(3) 売上10億円以下の企業に関して、新規雇用がなくても、県経済への貢献（県内取引増や賃上げ等処遇改善）が年300万円以上となる場合、利用を可能とするよう平成27年度より改正を実施</p> <p>2. 設備投資促進事業（特別型）の創設 H27年度より、経済波及効果の高い設備投資に対し、対象経費の25%の補助を実施する【特別型】を創設。</p>	<p>・人材育成参加者 H24：584人 H25：767人 H26：1,001人 H27：283人</p> <p>・技術指導アドバイザーの派遣 H24：4社7回派遣（その他講習会9回派遣）、 H25：3社4回派遣（その他講習会8回派遣）、 H26：9社22回派遣、 H27：4社10回派遣</p> <p>・かみわざびとづくり事業研修等参加者 H24：244人、H25：256人、H26：217人、 H27：250人</p> <p>・試作機の開発支援 採択件数 H24：33件 H25：13件 H26：12件 H27：17件</p> <p>⇒交付件数 H24：23件 H25：24件 H26：10件 H27：11件</p> <p>・試作機の開発支援（うち防災関連） 採択件数 H24：16件 H25：2件 H26：7件 H27：1件</p> <p>⇒交付件数 H24：11件 H25：3件 H26：4件 H27：2件</p> <p>1. 設備投資促進事業（標準型） ・補助金交付決定件数 累計 32件 (H24：12件 H25：6件 H26：5件 H27：9件)</p> <p>・補助金交付決定額 累計 280,017千円 (H24：49,928千円 H25：64,601千円 H26：45,850千円 H27：119,638千円)</p> <p>・設備等投資額 累計 4,456,996千円 (H24：829,873千円 H25：1,015,445千円 H26：687,801千円 H27：1,923,877千円)</p> <p>2. 設備投資促進事業（特別型） ・補助金交付決定件数 累計 6件 (H27：6件)</p> <p>・補助金交付決定額 累計 116,938千円 (H27：116,938千円)</p> <p>・設備等投資額 累計 653,538千円 (H27：653,538千円)</p> <p>⇒新規雇用者数：102名 ⇒県内製造業者の生産能力の向上：16.1億円</p>

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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 (H24～H27)	<H27年度> 2,635人	再掲 (A+)	○企業、団体からの要望に沿った研修を実施することで計画以上の参加が得られ、技術者の資質向上を図ることができた。 <課題> ・技術開発の潮流の変化に対応できる研修の選定 ・技術継承を円滑、シームレスに行うことができる研修の選定	○これまでの企業、団体からの要望に沿った研修を実施するとともに、分析機器や測定機器を使用した実践的な研修を充実する。
技術指導アドバイザーの派遣 10社25回派遣 (H24～H27)	<H27年度> 20社43回派遣	再掲 (A+)	○個別に企業を訪問するなどの活動を行い、企業様の様々なニーズに即応できる支援を展開し、技術力の向上を図ることができた。	○製造技術者の育成が進み、企業からの要望も増えていることから、事業を継続する。
かみわざひとつくり事業 (H24～H27) 1,000人	<H27年度> 参加者 967人	再掲 (A)	○業界の要望に沿った研修等を実施することで、概ね当初計画の参加者が得られた。 <課題> ・新規導入の機械整備の活用	○新規導入設備を最大限に活用した研修等を実施し、新しい技術に対応できる中核人材の育成を目指す。
◆県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している ・ものづくり補助金を活用した製品 開発件数 40件 (H24～H27)	・ものづくり補助金を活用した製品 <H27年度> 開発件数 68件	再掲 (A+)	「ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金」を創設（H22）（H27から「ものづくり産業強化事業費補助金」に統合）し、試作開発や製品改良の支援を開始。防災関連や農業分野などで全国に通じる製品が生まれつつある。 [課題] ・本県のものづくりをさらに強化するためには、 ○さらなる事業化プランの発掘と精度向上 ○スピーディな開発・製品化 ○上記を担う人材の育成が必要	○ものづくり地産地消・外商センターと連携した一貫支援の実施 ○新たな試作開発や製品の磨き上げ
◆設備投資の増加により生産性の向上や競争力の維持が図られ、県内企業の生産額が増加する ・一事業所当たりの設備投資額：全国平均値の68%（香川県と同程度） 150万円 →280万円 ・生産能力の増加額：10億円（企業立地等による見込み360億円の内数）	・一事業所当たりの設備投資額：24.2億円 (H26工業統計データ(H28.1.29公表)より) ・生産能力の増加額：16.1億円	再掲 (A)	○県の補助制度により設備投資が拡大 ○H27より、経済波及効果の高い設備投資に対し、対象経費の25%を助成する新しいメニューを創設 <課題> ・さらに多くの拡大再生産に向けた設備投資を促進していく必要がある ・今後想定される人手不足や県外加工の県内加工化などへの対応 ・県内企業に好評であった「国のもの補助」が終了した後のさらなる設備投資の促進	○新たに事業戦略の策定からその実行までの支援を行うなど一貫支援体制をさらに強化 ○産業振興センター等との連携強化により、国内外での外商をさらに強化

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
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 ◆○企業誘致の受け皿の整備	・全国トップクラスの助成制度を実現するために、企業立地促進要綱等を改正 ・DMアンケートに加え、H25から立地セミナー（大阪、名古屋）、コールセンター見本市出展（東京）を行い、新規案件を掘り起こすとともに、営業活動を行う ・立地企業へのアフターフォローを行い、設備投資補助メニューの提案等により、工場等の増設を促進	・立地件数：50件（H24～27、食品・事務系含む） （製造業）39件（新設4件、増設35件） （事務系）11件（新設9件、増設2件） ⇒製造品出荷額等：+350億円（一部推計値含む） 新規雇用：1,268人（フル稼働時）
4. 「ものづくりの地産地消」から外商への展開支援 ◆ものづくり企業を対象にした県外での受注拡大の取組への支援を実施 ○新たな分野の見本市へ出展 ○成約につながりやすい効果的な商談会の開催 ○関係機関との連携により、見本市、商談会参加後の県内企業へのフォローアップ ○県内企業が行う県外企業への県内製品・技術のPR活動への支援 ★新製品の企画立案から販路開拓等までを総合的に支援する補助制度を創設 ★海外への販路開拓を推進するため、貿易協会と連携し、支援体制を強化	◆ものづくり地産地消・外商センターによる、県内ものづくり企業の県外見本市への出展支援や県外外商コーディネーター等による外商支援を実施 ・支援体制の拡充 H26:経営統括1名、技術統括1名配置 県外外商コーディネーター2名増員（名古屋・東京各1名） H27:主任コーディネーター3名配置 貿易促進コーディネーター2名（貿易協会）常駐 ・県外見本市への出展 H24:13見本市・73小間 H25:41見本市・117小間 H26:40見本市・176小間 H27:31見本市・173小間 ・海外展示商談会への出展 H27:5見本市 16企業参加 ・事業化プランの作成支援 H26:30件の作成を支援 H27:35件の作成を支援 ・産業振興センターと関係機関との業務連携協定の締結 （H26:四銀,高銀,幅多信金,三井住友海上火災,商工中金） （H27:台日産業技術合作促進会とMOU締結） ・ものづくり産業強化事業費補助金の創設（H27～） 製品の事業化プランの段階から設備投資までを後押しするよう制度を拡充するとともに、1本の補助要綱にパッケージ化。	⇒外商支援の成果（売上高） H24:2.5億円→H25:16.2億円→H26:27.1億円 →H27:40.8億円（うち海外売上2.6億円） ⇒事業化プランの策定件数 H26:30件 H27:35件

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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>・ 新增設 40件(H24～H27)</p>	<p><H27年度></p> <p>・ 新增設：50件 (食品、事務系含む)</p>	<p>再掲 (A+)</p>	<p>○企業の新設及び増設は着実に進んでいる。 ⇒ 県内外の企業への投資活動の誘引により50件の企業立地を実現(H24～H27末)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「新設」は事務系職場を中心に13件、県内新規雇用は685人(フル操業時) ・ 「増設」は37件、県内新規雇用は583人(フル操業時) <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新設、増設候補企業のニーズを踏まえた各部局との連携による企業立地の推進。 ・ 本県の強みを活かした第一次産業分野等や、地理的条件の影響が少なく、徐々に集積が進みつつある事務系職場への対応の加速化。 	<p>○全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 企業立地推進会議及び総合支援チームによる企業立地の実現 <p>○県内企業と県外から進出している企業のさらなる増設の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 徹底したアフターフォロー ・ 立地プランの提案等による投資を促すアプローチ <p>○第一次産業分野等と連携した企業立地の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ [新規]ALL-KOCHIでのセミナー・フェア等の開催によるPFI企業等の掘り起こし ・ 第一次産業分野等への県内外企業の参入促進 ・ 加工・販売など関連産業の一体的な誘致 <p>○事務系職場の集積拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 集積に向けたパッケージ型支援策の強化 ・ 多種多様な事務系職場の誘致 ・ [新規]立地企業を核とした新たな企業の誘致
<p>・ 製造品出荷額 350億円(企業立地等による見込み360億円の内数)、新規雇用1,300人</p>	<p><H27年度></p> <p>・ 製造品出荷額：350億円(推計含む)</p> <p>・ 新規雇：1,268人</p>	<p>再掲 (A)</p>		
<p>◆商談会や見本市を活用した外商活動の活性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>見本市出展件数 125回(H24～H27)</p> <p>商談会(下請)開催件数 39回(H24～H27)</p>	<p>再掲 (A+)</p>	<p>○ものづくりに関する様々な相談に一元的に対応する仕組みを構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ H23 産業振興センターに「ものづくり地産地消センター」を開設 ・ H24 産業振興センターに「外商支援部」を設置 ・ H26 組織統合し、「ものづくり地産地消・外商センター」を設置 <p>○外商支援により売上が飛躍的に拡大 (H27:40.8億円)</p> <p>○海外展開支援に取り組んだことで着実に実績が上がっている。(H27:2.6億円)</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ さらなる事業化プラン(製品企画書)の発掘と精度向上 ・ 県外コーディネーターと連携したさらなる外商の強化 ・ 県内企業の営業力の向上 ・ 県外、海外への外商の強化 	<p>外商の加速化と海外展開の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ○事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援の拡充 ○東京営業本部の設置等、外商サポートの強化 ○防災関連製品の新たな販売先の開拓 ○JETRO等、海外市場に精通した支援機関と連携したきめ細やかな海外展開支援
<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>受注金額(外商支援の成果) 86.6億円(H24～H27)</p>	<p>再掲 (A+)</p>		

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
1 地産地消・地産外商戦略の展開		
(3) 食品加工の推進		
1. 地域加工の取組支援		
◆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 ○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 ★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	・県内7地域において地域本部体制を整え、ワンストップの支援窓口として事業者等の相談対応、サポートを実施 ・PDCAサイクルに沿って、事業の進捗に応じたサポートを実施するため、定期的に地域本部会議を開催 ・産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金により、事業の育成・定着等を支援 H24～26累計（地域AP分） 88事業 補助金交付実績1,049,010千円、 雇用人数のべ493人 （うち食品加工28事業、402,817千円、 のべ197人） ・産振総合補助金による支援 H24～27実績 77件 交付決定額1,199,322千円 （うち食品加工31件、564,646千円） ・産振アドバイザーによる支援 H24～27累計 206件 派遣回数592回 ・産振計画シンポジウムの開催 H24～26 延べ10会場 ・地域アクションプランの取り組み事例紹介記事の作成 H24～26 累計30事例 ・土佐の産業おこし参加プランの募集 ・地域の頑張る人づくり事業費補助金による担い手育成支援 H27実績 4件 交付決定額3,154千円 （うち食品加工2件、1,633千円）	・産振計画シンポジウム（H24～26）に延べ1,869人が参加 ・地域アクションプランの取り組み事例紹介記事の作成により、計画への参画を促す広報ツールが充実 ・土佐の産業おこし参加プランに54件の応募 ・地域の頑張る人づくり事業費補助金の活用による研修修了者数 計18名（うち食品加工8名） ⇒2期計画期間中（H24.9～H27.9）に追加した地域アクションプラン 48件（うち食品加工20件） ⇒3期計画の新規アクションプラン 28件（うち食品加工5件） ・産振総合補助金の活用により、県内各地で地域資源を活用した食品加工施設や直販施設を整備 ・産振アドバイザーからの指導・助言により、地域資源を使った新たな商品を開発 ⇒雇用の創出（H24～27）522人 ※H21からの累計 1,145人 ⇒H21～25に産振総合補助金（ステップアップを除く）を活用した事業（地域APの取り組みのうち売上高により補助事業の効果を図ることが適当と判断される事業分）の売上増加額（H24～26累計）8,711,713千円 ※H22～26累計 10,772,169千円
◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣 ○産振アドバイザー	産振アドバイザーの派遣 H24 事業採択件数53件 派遣状況140回 H25 事業採択件数57件 派遣状況159回 H26 事業採択件数54件 派遣状況170回 H27 事業採択件数42件 派遣状況123回 計 事業採択件数206件 派遣状況592回 課題抽出型メニューの追加 H25 事業採択件数2件 派遣状況2回（内数） H26 事業採択件数1件 派遣状況3回（内数） H27 事業採択件数1件 派遣状況1回（内数） 計 事業採択件数4件 派遣状況6回（内数）	・アドバイスを受け、地域資源を使った新たな商品開発に取り組んだ。 ⇒H24商品開発 5品 H25商品開発 6品 H26商品開発 6品 H27商品開発 6品
◆○雇用の安定に向けた活動を支援	◆○各グループへの聞き取り調査による課題の抽出、加工技術や経営の向上、新商品の開発や商談会等への参加等に関する助言や指導を実施 ◆○県内外の催事や商談会等に参加 H24：5回、H26：8回、H26：14回、H27：9回 ◆○観光漁業体験の受け入れや食育授業を実施 H25：17回、H26：10回、H27：11回	・土佐ひめいち企業組合のきびなごから寿司等が三越伊勢丹の通信販売カタログに掲載（H25）、JALファーストクラスの機内食に採用（H26） ・土佐産くろしお工房が新商品を開発（H26：あんこうカット、鍋用、冷凍、H27：アジの竜田揚げ） ・加須郷の加工直売施設「魚舎」のグループ活動がスタート（H27） ⇒県内の地域加工9グループが活動を現在も継続し、雇用の場確保に貢献

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	（これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 （目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む））	
◆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	—	—	○産業振興推進地域本部のきめ細やかなサポートにより地域アクションプランの円滑な進捗が図られたほか、第2期計画期間中には48件、さらに3期計画の新規アクションプランとして28件の地域アクションプランを追加しており、新たな事業に挑戦する事業主体は着実に増加している。 また、地域アクションプランの事業主体が産振総合補助金等各種支援策を効果的に活用し、加工施設や直販施設の整備や衛生管理体制の強化等に取り組んだことによって、シラス・フリ・宗田節・粟等地域資源の活用が進み、雇用の創出や所得の向上が図られた。 〈課題〉 ・雇用増や所得向上の効果のさらなる広がりをもたらすためには新しい取り組みへの挑戦や新たな実践者の確保（掘り起こし）が求められるが、こうした取り組みを担う人材が不足している状況にあることから、地域の産業振興等の取り組みをけん引する意欲ある担い手の育成が必要である。	○これまでの成果を踏まえ、取り組みを継続する。 ・さらなる官民協働、市町村や関係団体等との連携協調により、産業振興計画を推進 ・第2期計画の総括において明らかとなった個別の課題に対し、産業振興アドバイザーの活用等による支援を強化 ・地域の頑張る人づくり事業費補助金により地域の産業振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手の育成を支援し、新たな実践者の掘り起こしと産業振興計画の取り組みへの参画促進を図る
◆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	—	—	アドバイザーの派遣により、地域資源を使った新たな商品が開発されるなど、事業者が直面する課題解決に寄与した。また、一部の事業者には、本制度の活用をきっかけに、補助事業を活用した長期的な経営計画づくりに本格的に取り組む等の動きも見られた。	○地域アクションプラン等の取り組みを後押しするための有効なツールとして、制度のさらなる活用促進を図る。 ・課題抽出型の活用による課題の明確化 ・アドバイザー派遣後の、事業の進捗状況に応じたフォローアップ ・過去の派遣実績を元にしたアドバイザー情報の蓄積と共有 ・地域産業や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手が実践するビジネスプラン策定へのアドバイザー派遣をメニュー化
◆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	〈H27年度〉 事業者の成果目標達成状況： 「概ね達成できた」「将来達成が見込まれる」が9割以上[目標設定数96件中93件] （H27年度進捗状況報告）	A+	〈課題〉 ・アドバイスの効果が分かり難い事例があることから、効果が測定できるよう、事業者がアドバイザーに期待する内容や成果目標をあらかじめ明確にしておく必要がある。 ・事業者の自立に向けた、さらなる能力向上への支援。	
◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献	9グループが活動を継続	再掲 (A+)	○各グループが取り組む新商品の開発や販路開拓などへの支援を行うことで、各グループの活動が継続 〈課題〉 ・各グループともメンバーの高齢化が進行しており、活動継続のためには担い手の確保や地域ぐるみの支援が必要。	○これまでと同様、各グループの熟度に応じた支援を通じ、グループ活動の継続と雇用の安定を図る。 ・現状の把握と課題の抽出 ・催事や商談会等への参加 ・新商品の開発 ・食育授業の実施

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
2. 産業化の取組支援		
(1) 生産に関する施策		
◆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	★直販所を販売拠点とした加工品開発を支援するためのアドバイザーを派遣。（H24～） ★国の6次産業化ネットワーク活動交付金を活用し、新商品開発や販路開拓等を支援。（H26～） ★起業支援型地域雇用創造事業により、3事業者に委託して、地域の農産物を活用した商品開発や販路開拓を実施。（H25～H26） ★生産者と食品加工事業者等とのマッチング支援のため、展示・相談会を実施。（H25～） ★伝統作物活用実証ほの設置や研修会の開催等、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った。	・加工商品開発アドバイザーの派遣 H24：13事業者 H25：4事業者、延べ11回 H26：9事業者、延べ20回 H27：要望なし ・6次産業化ネットワーク活動交付金の採択 H26：1事業者 H27：2事業者 ⇒起業支援型地域雇用創造事業の実施後の正規雇用者 H26：4名 ・展示・相談会の開催 H25農産物加工相談会 ：出展者13者、来場者83社 H26こだわり農産物展示・相談会 ：出展者30者、来場者169名 H27こだわり農産物展示・相談会 ：出展者23者、来場者200名以上 ・伝統作物活用実証ほの設置 H25：県内4カ所5品目 H26：県内4カ所6品目 H27：県内4カ所5品目（9品種） ⇒実証ほの設置により、栽培方法に関する知見が得られ、品種特性や加工特性を把握することができた。 ・伝統作物研修会や試食会等の実施 H25：伝統作物研修会 参加者94名 試食会：3回、参加者150名 田村カブ飲食店向けPR：7店舗 H26：伝統作物研修会 参加者90名 地域資源を活用した研修会 1カ所 H27：伝統作物研修会 参加者53名 ⇒飲食店向けのPRでは田村カブの評価が高かった。 ⇒地域活性と田村カブの継承を目指して「田村無式会社プロジェクト」がスタートし、飲食店10店舗と連携した。
◆★事業化を軌道に乗せる活動への支援	◆★新たな事業化案件の掘り起こしや地域AP等による加工場の整備を支援 ◆★前処理加工の協業化など事業者間の連携についての協議会を3回開催（H25） ◆★水産加工事業者の外商推進を図るため、シーフードショー（東京・大阪）に高知県ブースを設置（H26、H27）	・第2期計画中に、新たに8つの事業者等が加工事業に着手 ・地域APや6次産業化による水産加工事業者の出荷額（H27:19事業者、1,467百万円 うち第2期計画中新規8事業者387百万円） ・水産加工品の多様な需要に対応するための事業者間の連携が強化された ・シーフードショー（東京・大阪）に県内事業者が出展（H26：30件、H27：35件）
◆★事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大	◆★水産加工業交流促進協議会を開催し、以下の取組を実施 H24：3回、H25：2回、H26：2回、H27：1回 企業間の連携等に関する講習会、加工場の視察交流会等を実施。また、シーフードショーに協議会員が連携して出展（H26、H27）	・水産加工業交流促進協議会での商談会への参加など連携した取組が促進 ⇒事業者間の交流が促進され、シーフードショーへの出展場面で連携強化が図られた（H26、H27） ・高知県水産物加工販売組合が発足（H26）
◆★漁業者による6次産業の創出	◆★6次産業化に興味のある漁業者と事業計画策定に向けた協議を実施 H24：2回、H25：3回、H26：11回、H27：4回 ◆★総合化事業計画の認定申請（1件）、ソフト事業の補助申請（2件）を支援 ◆★認定事業者へのフォローアップを実施 ◆★認定事業者が商談会やイベントに参加（9回）（H27） ◆★認定事業者が新商品の開発に取り組む（H27）	・新たに1者が事業者に認定 ・認定事業者2者が国のソフト事業を実施 ・認定事業者1者が商談会に参加 ⇒6次産業化に取り組む事業者の販売額H24：17百万円→H26：23百万円に増加→H27：31百万円 ⇒商談会で新規の取引先を確保（H26：3件、H27：6件）
◆○衛生管理の高度化を促進	◆○高知県食品高度衛生管理手法の認定取得を目指す事業者との協議 （H25：1件、H26：1件、H27：2件）	水産関連加工業者のうち ⇒4件が食品高度衛生管理手法の認定取得（H24：1件、H25：1件、H26：2件） ⇒1件が高知県版HACCPの認証取得（H26）

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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>(H23年度末加工品調査 40億円)</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している。</p> <p>〈H27年度〉 ○加工品調査 46億円 (H27調査)</p> <p>○実証品目 5品目</p>	再掲 (A+)	<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、補助事業等による支援を実施した結果、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た。</p> <p>・実証ほの設置により品種特性や加工特性を把握することができ、栽培面積の拡大や有利販売、加工原材料としての品種統一など新たな動きが見られる。</p>	<p>○引き続きそ野を広げる取り組みを実施するとともに、県域流通へステップアップさせ産業に育てる取り組みを実施する。</p> <p>○直販所における消費者の安全・安心のニーズに対応する取り組みを強化する。</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>	—	再掲 (—)	<p>○地域AP等による加工施設の整備や連携した外商の取組等の支援を通じて加工出荷額が増加</p> <p>〈課題〉 ・円滑な事業推進のための原魚の安定確保、さらなる外商の推進に向けた連携の強化</p>	<p>○水産加工業を中心とした関連産業の集積</p> <p>・原魚確保や加工品出荷の安定化を図るための冷凍保管ビジネスの導入の検討 ・広域的な視点に立った残さい加工施設整備の検討</p>
◆同上	—	同上	<p>○水産加工業交流促進協議会での取り組みを通じ、県内水産加工事業者間の交流が促進</p> <p>〈課題〉 ・加工事業者に共通する衛生管理などの情報共有</p>	<p>○事業者間の連携強化と更なる取組の推進</p> <p>・衛生管理に関する講習会の開催など</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>〈H27年度〉 認定事業者の販売額：31百万円 (H27)</p>	再掲 (A—)	<p>○漁業者の6次産業化の取組が前進し、新たな事業者の認定や国のソフト事業の実施による新商品の開発、販路拡大につながった。</p> <p>〈課題〉 ・漁獲量、収穫量が不安定なため商品の安定供給が困難</p>	<p>○認定事業者の取組のフォローアップと新たな事業者の掘り起こし</p> <p>・安定出荷を図るための保管庫の整備を検討 ・引き続き6次産業化に関心のある漁業者の総合化事業計画策定の支援</p>
<p>◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工場が取得</p>	<p>〈H27年度〉 食品衛生高度管理認定取得4件 HACCP取得1件</p>	再掲 (A—)	<p>○水産加工場の衛生管理のレベルアップをソフト面で支援し、県版HACCPの認証取得、その前段となる食品高度衛生管理手法の認定取得につながった。</p> <p>〈課題〉 ・取組が未実施の加工場における衛生管理のレベルアップ ・平成28年度より高知県食品総合衛生管理認定基準に切り替わり現在の県版HACCPは平成31年で効力を失うため、新たな県版HACCPの取得を進めていく必要がある。</p>	<p>○高知県食品総合衛生管理認定基準に準拠した衛生管理のレベルアップを支援</p> <p>・衛生管理に関する講習会の開催 ・県版HACCPの取得に向けた指導助言</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
◆★事業者間の連携強化による多様なニーズへの対応を促進 ◆★養殖魚の前処理加工の促進	◆★多様なニーズに対応するため加工事業者5社が連携して取り組む団体（高知県水産物加工販売組合）を設立 ◆★同組合会議を開催（H26：5回、H27：2回） ◆★宿毛湾養殖魚外商推進協議会による取組を支援 協議会の開催（4回） ・養殖魚外商推進ビジョンを策定 ・養殖魚加工場等の視察（熊本県天草市、鹿児島県東町漁協、大分県漁協）（H26） ・中国大連での水産物市場調査、中国国際漁業博覧会への活魚サンプル出荷（H26） ・漁協、漁業者、加工事業者が連携し夏期の養殖ブリの前処理加工に着手（H26） ・沖縄大交易会の調査（H27） ・すくも湾漁協が水産加工業連携促進事業費補助金を活用し、フィレマシーンを導入（H27） ・養殖漁業者が産振補助金を用いて新しい養殖魚の前処理加工場（1件）を整備（H27）	・シーフードショー（東京・大阪）へ共同出展 ・共通パンフレットを作成し商談会等で活用 ・共用衛生検査機器を導入 ・食品の共同分析委託 ⇒組合設立により、顧客からの多様なニーズに連携して対応できる体制が一部構築（H26～27） ・天然ブリの品質が低下する夏期に、脂ののった養殖ブリを出荷できる宿毛湾の優位性を活かした「夏旨ブリ」の前処理加工がスタート H26年度 養殖ブリ約40,000尾加工 H27年度 養殖ブリ約95,000尾加工 ・加工した養殖魚の輸出に取り組み高知県養殖魚輸出促進協議会が発足
2. 産業化の取組支援		
(2) 加工に関する施策		
◆★事業者に対する総合的な支援 ◆○首都圏マーケットと連携した商品づくり ◎関西・中部地区のマーケットと連携した商品づくり ○業務筋向けの商品づくり	◆★企業が外商活動に取り組み中で明らかになった課題を解決するため、企業の課題ごとに設置したサポートチームが、「拡大再生産プランづくり」から、販売促進、生産力の強化など、各企業の事業展開を総合的に支援する。 ・庁内関係部署との情報共有（27回） ・県内事業者への課題聞き取り（延べ129件） ○マーケットニーズに基づいた売れる商品づくりを進めていくため、首都圏等の高質系スーパーと連携し、テスト販売や商品評価の収集分析を行い、県内事業者の商品の開発、改良につなげる。 パートナー店：高質系スーパー6店舗 （首都圏3店舗、中部圏1店舗、関西圏2店舗） ◆業務用商品については、飲食チェーンなどのメニュー開発を行う企業と連携して、産業フードプロデューサーによる面談、アドバイスをしながら、業務用商品の開発を支援する。 ・県内企業の参加増 H25：51社 H26：64社 H27：67社	<H27> ・受付件数（31件） ※個別の企業ヒアリングを実施し、課題や企業の方向性を確認しながら、事業者からの応募に基づき、課題の解決に向けたサポートチームを設置し、拡大再生産を支援 ・商品開発・改良：5社25商品 ○パートナー店以外での定番採用につながるなど、外商機会が拡大 バイヤー等の意見を基に、補助金等を活用してマーケットニーズに沿った商品の磨き上げ 県や地産外商公社とパートナー店とのネットワークの構築 <H25> ・応募事業者：83事業者 214商品 ・テスト販売：52社 延べ299商品 ・テスト販売売上額：3,639千円 <H26> ・応募事業者：83事業者 297商品 ・テスト販売：53社 延べ200商品 ・テスト販売売上額：4,335千円 ⇒業務用事業者と県内企業とのマッチングにより成約が実現 H25：12企業20商品 H26：14企業43商品 H27：14企業49商品
◆★高知県を代表するヒット商品の開発支援	◆★魅力的な土産物・特産品は、地産外商に大きく寄与することに加え、本県の食の豊かさや魅力をアピールし、その認知度の向上に役立つことから、高知家プロモーションや観光政策とも連携しながら、高知県の外商をけん引する新たな土産物（名産品）を開発する。 <H26> 国内外で商品開発や販売指導に実績があるアドバイザーを招聘し、勉強会や試作品づくりを実施（講演会、勉強会、相談会） <H27> 「高知家土産物コンクール」を実施し、商品の磨き上げ、販売力強化、情報発信に取り組む ・エントリー：136商品（94社）※当初140商品 →入賞商品10品と上位3品を選定 ・入賞商品PRイベント：9回（県内、東京） ・個別相談会：年3回・のべ23社参加	<H26> 参加事業者：127企業 <H27> ・テスト販売を通じた販売額：2,829千円 ・新規取引件数：18件 ・商品開発（改良）：2件

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆事業者間連携による 製造販売体制の確立	—	再掲 (—)	<p>○水産加工事業者5社からなる水産物加工販売組合が設立され、事業者間連携による製造販売体制の確立に向けた取組がスタート</p> <ul style="list-style-type: none"> ・共通パンフレットの作成やシーフードショーへの共同出展 <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後の具体的な取組の決定や課題の抽出 	<p>○協議の継続による更なる取組の推進と連携の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・組合会議の開催 ・取組への必要な支援
◆養殖魚の前処理加工 事業が開始	<H27年度> ブリ加工原魚取扱量 95,000尾	再掲 (A+)	<p>○養殖魚の産地加工事業がスタート</p> <ul style="list-style-type: none"> ・漁協、養殖業者、加工事業者等との連携による養殖魚の本格的な前処理加工がスタートするとともに、養殖業者による新たな加工施設の整備など、養殖魚の前処理加工が大幅に前進 <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・加工処理能力の強化、衛生面の高度化 ・海外市場をにらんだ販路開拓 	<p>○高度加工ビジネスへのステップアップ及び加工関連ビジネスの振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存加工施設の高度化 ・生産サイドでのHACCP取得
◆食料品製造業出荷額 等（飲料・飼料含む）	<H27年度見込> 892億円 <直近の実績> 892億円（H26）	A—	<p>○ステージアップするための課題（成長の芽）の把握</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内事業者が、それぞれ外資にチャレンジする中で、商品づくりや販路開拓、事業拡大に向けての課題が見えてきた。 ・個別に企業ヒアリング等を行って課題を把握するとともに、地産外商公社や産業振興センターなど関係機関と連携して総合的なサポートに取り組んでいる。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者ごとの「拡大再生産プラン」づくり及び実行が必要。 	<p>○地産外商の成果を、着実に事業者の「拡大再生産」につなげていくための取り組みを強化していく。</p>
◆同上	同上	同上	<p>○平成26年度で事業廃止</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまでの地産外商公社を中心とした外商活動で県外バイヤー等との関係も構築されたことから、6店舗との委託契約に基づかなくても、販路先のバイヤーからの商品開発へのアドバイスや販売機会の確保が可能となったことから、平成26年度で廃止。 ・これまで培ってきた高質系スーパーや卸事業者等との関係を活かして、産地視察型商談会や産地招聘、仲介・あっせんなど、地産外商を推進する中で「マーケットイン型商品づくり」が行われるよう取り組む。 <p>○平成27年度で事業廃止</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産業フードプロデューサーとの連携により、業務用事業者と県内企業の成約や、新たな商品の開発につながった。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・加工・業務用需要は今後も増加が予想されるため、地域の食材の生産も含め、新たな販路開拓や販売拡大の取り組みが必要。 	<p>○地産外商公社が首都圏を中心に培ってきたノウハウやネットワークを活かして、外商活動の範囲を全国に広げ、より踏み込んだ支援を実施しており、その活動を通じて、県内事業者のマーケットイン型の商品づくりを支援していく。</p> <p>○食品産業クラスターを形成し、新たな相乗効果を発揮。</p>
◆同上	同上	同上	<ul style="list-style-type: none"> ・高知県内外でPR活動を行うことで、一定認知され、県内外で新たな販売先ができるなど、効果が表れている。また、入賞事業者がPR活動に参加することで、消費者への商品の伝え方・売り方などのノウハウが蓄積され、自発的な商品開発・改良などの機運も高まりつつあり、一定の成果が表れ始めている。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県産品のさらなる知名度向上及び商品力向上の強化。 	<p>○「土産物コンクール」を拡充し、PRする商品カテゴリーを拡げていくことで、様々な商品群での磨き上げ支援、認知度向上につなげていく。</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
◆★県内食品加工業と産地とのマッチング	◆★産地側の加工用原材料の情報収集と加工企業の実需情報を把握してマッチングを行い、加工用原材料の利用促進につなげる。 ・H24：産地現況調査（15回）、企業ニーズ調査（14企業） ・農産物加工マッチング推進支援チーム会 H24：2回、H25：5回、H26：5回 ・こだわり農産物展示・相談会 ※H25から地域産品商談会（H27は産地視察型商談会）と同じ会場で開催して開催。	・こだわり農産物展示相談会へ参加 H25：13事業者 H26：30事業者 → 15事業者が成約 H27：23事業者
◆「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 ○タイムリーな情報提供 ○相談・マッチング機能の強化 ○高知県工業会等、各種団体との連携強化 ◎ものづくり技術展示会での商談機会の拡大 ★産振センターの組織体制の強化	◆ものづくり地産地消・外商センター（H23～H25ものづくり地産地消センター）を中心とした総合相談窓口の設置やものづくり企業への一貫したサポート、機械装置開発のマッチング等を実施 ・訪問企業数 H24:900社、H25:962社、H26:772社、H27:2,057社 ・総合相談窓口の設置（マッチング相談件数） H24:400件、H25:451件、H26:550件、H27:603件 ・ものづくり地産地消推進会議（H26.4月設立）の活動を通じたニーズ発掘や相談会開催に向けたJA等訪問 H26:81件、H27:103件 ・高知県工業会、産業振興センター、県による三者協定の締結（H27.3月） ・ものづくり総合技術展での商談機会の拡大 H24:285件、H25:386件、H26:558件、H27:625件 ・ものづくり企業への質の高い支援を実施するため、主任コーディネーター3名を配置（H27～） 技術統括1名増員（H28.1～）	⇒マッチング件数 H24:78件、H25:105件、H26:109件、H27:176件 ⇒ものづくり地産地消推進会議の活動を通じた機械装置開発マッチング件数 H26:7件、H27:4件 ⇒ものづくり総合技術展での商談による成約金額 H24:68,517千円、H25:72,997千円、H26:30,606千円、H27:69,484千円
◆食品産業研究会における企業の事業化支援 ★研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化 ★研究会によるプランの検証とアドバイスを毎年実施 ★バイヤーを招いた個別相談会等を開催し、早期の成果につなげるとともに、プランづくりの意欲を喚起 ★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	・研究会開催：41回 H24：9回 H25：9回 H26：10回 H27：13回 ・専門家派遣 延べ56社122回 H24：延べ18社38回 H25：延べ15社35回 H26：延べ13社28回 H27：延べ10社21回 ・訪問企業数 延べ175社 H24：34社 H25：29社 H26：75社 H27：37社	・研究会会員数 178 H24：92 H25：112 H26：145 H27：178 ・研究会参加数 延べ508社703名 H24：延べ151社198名 H25：延べ159社212名 H26：延べ88社127名 H27：延べ110社166名 ⇒ プラン認定数 20 H24：5 H25：7 H26：5 H27：3 ⇒ 販売金額 12.7億円（H24～27） H24：3.2億円 H25：3.2億円 H26：2.9億円 H27：3.4億円 ⇒ 新規雇用 106名 H24：10名 H25：25名 H26：33名 H27：38名
◆工業技術センターが行う技術支援の充実 ○企業等の技術課題に合わせたきめ細かな支援	◆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。	・技術支援による商品化数 H24：48件 H25：41件 H26：34件 H27：42件
◆工場の衛生管理の高度化を支援 ◎認証・認定取得に向けた指導・支援の強化 ○関係各課と連携したうえでの対象施設の掘り起こし ○関連部署と連携した食品表示に対する指導・支援 ★HACCP導入型基準の設定及び普及	◆HACCPの考え方を取り入れた高知県食品衛生管理認証制度及び高知県食品高度衛生管理手法認定制度の取得に向けた指導・支援を行う。 ◎認証・認定取得に向けた指導・支援の強化 福祉保健所にHACCP指名食品衛生監視員を複数名配置するために、養成講習会への参加を行った。 H24：4名、H25：3名、H26：1名、H27：5名 ○地産地消・外商課等と連携し、講習会等による普及を行った。 H24：14回、H25：13回、H26：13回、H27：17回 ★HACCP導入型基準の設定（H27.10.23公布、12.1施行） HACCP12手順を含む認証制度（食品総合衛生管理認証制度）の創設（H28.3.31）	・高知県食品衛生管理認証取得施設数 H24：新規 3施設⇒合計18施設 H25：新規 4施設⇒合計22施設 H26：新規 5施設（廃止1施設）⇒合計26施設 H27：新規 2施設（廃止3施設）⇒合計25施設 ・高知県食品高度衛生管理手法認定取得施設数 H24：新規10施設⇒合計10施設 H25：新規 6施設（廃止1施設）⇒合計15施設 H26：新規 8施設⇒合計23施設 H27：新規 7施設（廃止1施設）⇒合計29施設

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆同上	◆同上	同上	<p>○県内食品加工業と産地との具体的なマッチングにはつなげていないものの、マッチングのきっかけとなるこだわり農産物展示・相談会への参加事業者は増えており、小売側との実際の成約につながるケースもある。</p> <p><課題> ・小売側・加工事業者側のニーズに合った加工用原材料の生産や磨き上げが必要。 (県内量販店でのテストマーケティングやこだわり農産物展示・相談会等への参加事業者を増やし、ニーズに合った原材料の生産や商品の磨き上げにつなげることが必要)</p>	<p>○支援チーム会の連携と情報共有を強化して、食品まるごと応援事業や県内量販店でのテストマーケティングを活用したニーズ把握、こだわり農産物展示・相談会でのきっかけづくりなど、食品加工業と産地の効果的なマッチングに取り組む。</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 68件</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>◆ものづくり補助金を活用した製品 開発件数 68件</p>	再掲 (A+)	<p>「ものづくり地産地消センター」を設置(H23)(H26から「ものづくり地産地消・外商センター」に改編)し、ものづくりに関する様々な相談に一元的に対応する仕組みを構築 年々相談件数・マッチング件数が増加し、地産の取組は広まりつつある。</p> <p><課題> ・企業が大きく成長し拡大生産に繋げていくためには、これまでの取り組みに加え、企業の経営ビジョンを実現するための事業戦略を共有し、事業戦略の実現化を支援していく取り組みが必要 ・高知発の製品・技術のさらなる周知と、外商に繋げていくための商談機会の確保</p>	<p>地産のさらなる強化 ○事業戦略策定・磨き上げの支援 ○企業の課題に応じたセミナー等の実施 ○県外企業を招待した商談会の拡充 ○さらなる防災関連認定製品の開発を進め、数多くの製品を生み出す支援</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>○成長分野育成研究会での専門家による商品企画へのアドバイス等を通じ、事業化アイデアから新たな事業化プランづくりまで一貫してサポート</p> <p><課題> ・事業化プラン認定件数は増えているものの、近年売上が伸び悩み ・企業の事業化プラン策定や外商活動を支援する体制が新設・強化されたことにより、研究会活用の場面が相対的に低下</p>	<p>○バイヤーとの個別相談会を増やすなど、マーケットインの視点からの取り組みを強化(事業化プランの精度の向上と早期成約) ○支援機能を地産地消・外商課に移管し、従来の機能を強化</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>・商品開発支援 30件/年</p>	<p><H27年度> 165件の商品化済み (41件/年以上)</p>	再掲 (A+)	<p>○年間目標値を10件以上上回る成果が得られた。研究テーマからの派生以外に、日常の技術相談、訪問、依頼試験、設備利用等の業務も商品化件数の増加に繋がった。</p>	<p>○商品開発に積極的に取り組むため、事業を継続する。</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><H27年度> 条例へのHACCP導入型基準の新たな設定</p>	A+	<p>○HACCPの考え方を取り入れた高知県食品衛生管理認証施設及び高知県食品高度衛生管理手法認定施設が年々増加している。</p> <p>・高知大学、高知県立大学及び地産地消・外商課等と連携し、講習会等を行うことにより、HACCPの考え方に基づく自主衛生管理を普及することができた。</p>	<p>○HACCP12手順を含む新たな認証制度である食品総合衛生管理認証制度を推進する。</p> <p>・地産地消・外商課等と連携し、講習会等による自主衛生管理の普及を推進する。</p>
<p>◆認証施設数 30施設</p>	<p><H27年度> 25施設</p>	A	<p>・高知県食品衛生法施行条例の公衆衛生上講ずべき措置の基準にHACCP導入型基準を設定した。これに合わせて、HACCP12手順を含む新たな認証制度を策定した。</p> <p><課題> 食品事業者へのHACCP12手順による衛生管理の知識の普及と取り組みを推進することが重要</p>	<p>・福祉保健所における通常の監視業務の中でHACCP導入型基準をどの程度、満たしているかを確認し、認証を取得できそうな施設に対しては取得を促していく。</p>
<p>◆認定施設数 50施設</p>	<p><H27年度> 29施設</p>	A-		

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
◆ これからの対策			
◆ ◎生産管理高度化における基本の徹底と信用の見える化に向けた中核的人材の育成とネットワーク化	<p>◎生産管理高度化を目指し、受講者のレベルに合わせた研修を実施。</p> <p>地産地消・外商課主催研修に加え、寄附金による県立大学主催の生産管理高度化講座を開講。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ H24：10回（延べ410人） ・ H25：12回（延べ400人） ・ H26：14回（延べ527人） ・ H27：20回（延べ500人） <p>※県版HACCPの取得に向けて、事業者からの相談に対応するとともに個別指導を実施。</p> <p>◎商談会等を通じて、食品高度衛生管理手法の指導 商談会への出展企業に対し、衛生管理3点セット「動線図、工程フロー、衛生管理マニュアル」を義務付け。</p>	<p>⇒食品高度衛生管理手法認定施設の増加 H24年1月から実施→H27：25施設</p> <p>⇒県版HACCP認定施設の増加 H23：15施設→H27：29施設</p>	
◆ ◎外商の拡大に向けた表示適正化の徹底	<p>◎食品表示に関する研修会を実施。</p> <p>◎食品表示適正化支援事業を食品産業協議会に委託し、食品表示に関して関連法所管部署と連携したワンストップアドバイス窓口を設置。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食品表示研修の実施 H24：3回開催、延べ188人参加 H25：6回開催、延べ401人参加 H26：6回開催、延べ212人参加 H27：6回開催、延べ204人参加 ・ 食品表示アドバイスの実施 H24：479件 H25：583件 H26：616件 H27：668件 	
(3) 人材に関する施策			
◆ 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	<p>産業振興アドバイザーの派遣</p> <p>H24 事業採択件数53件 派遣状況140回 H25 事業採択件数57件 派遣状況159回 H26 事業採択件数54件 派遣状況170回 H27 事業採択件数42件 派遣状況123回 計 事業採択件数206件 派遣状況592回</p> <p>課題抽出型メニューの追加</p> <p>H25 事業採択件数2件 派遣状況2回（内数） H26 事業採択件数1件 派遣状況3回（内数） H27 事業採択件数1件 派遣状況1回（内数） 計 事業採択件数4件 派遣状況6回（内数）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ アドバイスを受け、課題の解決に必要なスキルの上習得や意識の向上が図られた。 <p>⇒ 経営計画の作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 販売促進方法や衛生管理手法等の習得 ・ 店舗レイアウトやPOP・HP等の情報発信に必要な技術の習得 ・ 6次産業化についての理解や意識啓発 	
◆ ★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 ○ 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>◆ ★ビジネスに必要な幅広い分野の内容について、基礎知識から応用・実践力まで体系的に習得することができるビジネス研修「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」をH24年度から実施。</p> <p>H24：25科目、H25：33科目、H26：35科目、H27：35科目</p> <p>○ 新商品開発や農商工連携ビジネスについて学ぶ「目指せ！弥太郎 商人塾」をH22年度から実施。H24年度からは土佐MBAの応用・実践編（H27年度から実践編）に位置づけ。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ H24～H27年度「土佐MBA」受講者数：延べ6,959名 ・ H22～H27年度「目指せ！弥太郎 商人塾」受講者数：91事業者 <p>⇒ 受講者による新商品開発と販路拡大、起業・法人化の事例がみられ、受講生同士のコラボ商品も生まれている。</p>	

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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>○県版HACCP及び高知県食品高度衛生管理手法認定施設が増加した。</p> <p>○事業者のレベルに応じた研修や、地産外商公社を中心に商談会等に出展する事業者に対して衛生管理手法の導入を指導してきたことから、衛生管理の普及が進んでいる。</p> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・近年の食品事故の影響などから、小売店等が製造現場に求める衛生基準は格段にレベルアップ。 ・特に、小売業者（コンビニ）等がHACCP手法を取り入れた「衛生管理基準」を定めて「工場監査」を実施し、それをクリアすることが定番取引の条件としているなど、製造現場での衛生管理の充実が重要。 ・小売店等の基準に合致しないことで、ビジネスチャンスを逃さないよう、高度化支援を一層強化することが必要。 	<p>○事業者への「HACCP手法」の導入を支援。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HACCP研修の充実 ・事業者自らが改善しながら取り組めるよう支援 <p>○製造現場の改善を支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワnstoppの相談窓口を設置し、事業者ごとに支援 ・県内の卸・小売業者の衛生担当者と連携して、製造現場の改善を支援
◆同上	同上	同上	<p>○各課が連携し、ワnstoppで対応することにより表示アドバイス件数は年々増加している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続的にアドバイス事業を行うことで、リピーターとなっている事業者の食品表示に関する知識レベルが向上しており、H27年4月に改正された食品表示法への対応もあり、同事業を継続していく必要がある。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・H27年4月の食品表示法改正により、5年以内の加工食品への栄養成分表示が義務化。 	<p>○事業者へのアドバイスと研修を充実させて、事業者が食品表示法の改正に円滑に対応できるよう支援する。</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	—	再掲 (一)	<p>アドバイザーの派遣により、課題解決に必要なスキルの習得や意識の向上が図られるなど、事業者が直面する課題解決に寄与した。また、一部の事業者には、本制度の活用をきっかけに、補助事業を活用した長期的な経営計画づくりに本格的に取り組む等の動きも見られた。</p> <p>(課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アドバイスの効果が分かり難い事例があることから、効果が測定できるよう、事業者がアドバイザーに期待する内容や成果目標をあらかじめ明確にしておく必要がある。 ・事業者の自立に向けた、さらなる能力向上への支援。 	<p>○地域アクションプラン等の取り組みを後押しするための有効なツールとして、制度のさらなる活用促進を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題抽出型の活用による課題の明確化 ・アドバイザー派遣後の、事業の進捗状況に応じたフォローアップ ・過去の派遣実績を元にしたアドバイザー情報の蓄積と共有 ・地域産業や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手が実践するビジネスプラン策定へのアドバイザー派遣をメニュー化
◆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><H27年度> 事業者の成果目標達成状況： 「概ね達成できた」「将来達成が見込まれる」が9割以上[目標設定数96件中93件] (H27年度進捗状況報告)</p>	再掲 (A+)	<p>○土佐MBAには毎年多くの方に受講いただき、実践編の受講者が新商品開発や販路開拓につながり、受講生同士のコラボ商品も生まれるなど、産業人材の育成に一定の成果が見られている。今後も産業人材の裾野の拡大と受講者の事業化へのサポート強化により、各地域の産業振興を促進することが期待される。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・遠隔地でも受講できるよう土佐MBA入門編・基礎編ではインターネット配信を実施しているが、より学習効果の高い受講環境の整備が必要 ・実践編修了者がさらに地域リーダーとして成長するためにH27年度に新設したアドバンスコースの受講促進と、受講者の地域アクションプランへの展開等のサポート ・起業の促進及びニーズに対応する上級講座の拡充 	<p>○受講者の事業化支援を強化し、産業人材の裾野を拡大するための課題を解決したうえで、事業を継続する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受講者のココロビジネスチャレンジサポート事業の活用促進 ・県中央部以外でも高い学習効果の得られるサテラ（サテライトプラットフォーム）の実施 ・起業を促進するための講座の拡充 ・次期経営層を対象としたエグゼクティブコースの開催 ・商人塾地域セミナーの開催
◆ビジネスの基礎を習得した人材の育成	—	再掲 (一)	<p>○土佐MBAには毎年多くの方に受講いただき、実践編の受講者が新商品開発や販路開拓につながり、受講生同士のコラボ商品も生まれるなど、産業人材の育成に一定の成果が見られている。今後も産業人材の裾野の拡大と受講者の事業化へのサポート強化により、各地域の産業振興を促進することが期待される。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・遠隔地でも受講できるよう土佐MBA入門編・基礎編ではインターネット配信を実施しているが、より学習効果の高い受講環境の整備が必要 ・実践編修了者がさらに地域リーダーとして成長するためにH27年度に新設したアドバンスコースの受講促進と、受講者の地域アクションプランへの展開等のサポート ・起業の促進及びニーズに対応する上級講座の拡充 	<p>○受講者の事業化支援を強化し、産業人材の裾野を拡大するための課題を解決したうえで、事業を継続する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受講者のココロビジネスチャレンジサポート事業の活用促進 ・県中央部以外でも高い学習効果の得られるサテラ（サテライトプラットフォーム）の実施 ・起業を促進するための講座の拡充 ・次期経営層を対象としたエグゼクティブコースの開催 ・商人塾地域セミナーの開催
◆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><H27年度> 商人塾の各年度修了アンケートでは48事業者（52.7%）が新たな事業展開との回答</p>	再掲 (A)	<p>○土佐MBAには毎年多くの方に受講いただき、実践編の受講者が新商品開発や販路開拓につながり、受講生同士のコラボ商品も生まれるなど、産業人材の育成に一定の成果が見られている。今後も産業人材の裾野の拡大と受講者の事業化へのサポート強化により、各地域の産業振興を促進することが期待される。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・遠隔地でも受講できるよう土佐MBA入門編・基礎編ではインターネット配信を実施しているが、より学習効果の高い受講環境の整備が必要 ・実践編修了者がさらに地域リーダーとして成長するためにH27年度に新設したアドバンスコースの受講促進と、受講者の地域アクションプランへの展開等のサポート ・起業の促進及びニーズに対応する上級講座の拡充 	<p>○受講者の事業化支援を強化し、産業人材の裾野を拡大するための課題を解決したうえで、事業を継続する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受講者のココロビジネスチャレンジサポート事業の活用促進 ・県中央部以外でも高い学習効果の得られるサテラ（サテライトプラットフォーム）の実施 ・起業を促進するための講座の拡充 ・次期経営層を対象としたエグゼクティブコースの開催 ・商人塾地域セミナーの開催

産業成長戦略（連携テーマ） 一覧表

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
1 地産地消・地産外商戦略の展開		
(4) 地産外商の推進		
1. 総合的な支援		
◆◎県産品の販売促進のため、産業間で連携して支援	○地産外商公社の体制強化 (H24) 外商課を2課体制 4名→5名 (H25) プロモーション戦略局設置 2名→3名 外商課強化 5名→7名 (H27) 外商部設置 外商第一課(東京) 3名→4名 大阪グループ新設 2名 高知事務所 4名→5名 ○地産外商公社が主催・出席する展示商談会への参加 (H24) 延べ106社(実 81社)うち新規47社 (H25) 延べ194社(実 102社) // 38社 (H26) 延べ286社(実 139社) // 51社 (H27) 延べ553社(実 173社) // 40社 ○大手卸売業者との連携強化(H26~) ・大手卸事業者の展示会に出展 H26 日本アクセス、国分、トモシア、スハラ 食品、五味商店 等 H27 日本アクセス、国分、加藤産業、トモシア 三井食品、スハラ食品、五味商店 等 ○パートナー企業(旭食品)と県内事業者のビジネス マッチング 第1回(H26.10) 参加事業者40社 第2回(H27.6) 参加事業者31社 ○まるごと高知を活用した商談会の開催・支援 H24: 104件 H25: 139件 H26: 72件 H27: 67件 ○個別営業訪問 H24: 541件 H25: 761件 H26: 816件 H27: 1,388件 ○産地訪問等の支援 H24: 23件 H25: 25件 H26: 32件 H27: 99件	【公社アンケート結果】330社中 215社回答 ⇒公社の外商活動に参加した事業者数(成約金額の回答 があった事業者数) H24: 107社→H25: 107社→H26: 135社 →H27: 137社 ⇒公社の活動を契機とした成約件数(うち定番件数)と 金額 H24: 2,603件(1,117件) 7.68億円 H25: 3,333件(1,828件) 12.35億円 H26: 4,393件(2,420件) 16.06億円 H27: 6,555件(3,690件) 20.79億円 ○公社の外商活動について(H27) ・「大きく役立っている」「役立っている」79.3% ・「大いに期待している」「期待している」96.3% ○エリア別の成約件数(H27 6,555件) ・首都圏 49.7% ・関西圏 15.2% ・中部圏 9.0% ・その他 26.1% ⇒公社の活動に伴う経済波及効果 H24: 23.1億円→H25: 30.7億円→H26: 34.8億 円→H27: 43.2億円 ⇒TVなどメディアへの露出の広告換算効果 H24: 22.2億円→H25: 68.1億円→H26: 52.4億 円→H27: 60.6億円
◎「高知家」の認知度の維持・向上と、高知家を認知した方の具体的な行動誘発につなげるための施策の展開	◎高知県をひとつの大家族に見立てた高知家プロモーション活動を平成25年度から展開。 スローガン H25「高知家は、ひとつの大家族やき。」 H26「高知家のええもん、ぜんぶおすすわけやき。」 H27「高知家の家族は、みんなあがスターやき。高知家ALL STARS」 具体的な成果につなげるため、高知家統一セールスキャンペーン推進本部が核となって、高知家プロモーションと連動した地産外商、観光振興、移住促進の各施策を展開する 重点品目: 土佐茶、トマト、にら、土佐文旦、宗田節、土佐はちきん地鶏、ブランド養殖魚マダイ、土佐和紙、海洋深層水関連商品	<H25> ⇒ウェブサイトアクセス数90.8万PV(目標70万PV) ⇒広告換算効果3億1,200万円 ⇒ピンバッジ8万5千個 <H26> ⇒関東・関西圏における高知家認知度28%(目標25%) ⇒広告換算効果5億3,600万円 ⇒ピンバッジ9万7千個 <H27> 【高知家プロモーション】 ⇒関東・関西圏における高知家認知度36%(目標35%) ⇒高知家スター登録1,565人 ⇒広告換算効果 9億3,000万円 ⇒ピンバッジ 7万個 【重点品目プロモーション】 ⇒広告換算効果 8億5,500万円

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p>これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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>○地産外商公社を中心に、大手卸業者等との関係構築などにより外商機会の拡充を図りながら、県内事業者の外商活動をサポートしたことで、外商に取り組む事業者が増加し、成約件数も飛躍的に増加した。特に、規模の小さい事業者における売上の伸びが大きい。</p> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内の大手事業者の拡大再生産を促していくことや、さらなる成約拡大を図るため、高知県立大学や福祉保健所等との連携により一定整ってきた基礎的な生産管理体制を、取引先から要求される水準まで高めていくことが必要。 	<p>○県内の大手事業者の拡大再生産に向けた支援を強化する。</p> <p>○県内事業者の生産管理体制の充実に取り組む。</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>OH26年度末の高知家の認知度は当初の目標を上回る28%となった。</p> <p>OH27年度末の高知家の認知度は当初の目標を上回る36%となった。</p> <p>○高知家を認知した方の具体的な行動を誘発するため、高知家プロモーションと連動した施策や重点品目のセールス活動を展開している。</p>	<p>○高知家の認知度35%を目指すとともに、情報発信の内容・時期を戦略的にコントロールするなどさらなる成果に向けたプロモーション活動を展開する。</p> <p>○統一セールスキャンペーンについて、高知家プロモーションと連動したプロモーションや生産者から小売まで戦略を共有した強力なセールス活動を展開する。</p>

産業成長戦略（連携テーマ）			
戦略の柱		具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
取組方針			
施策			
◆これからの対策			
◆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 ○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 ★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		<ul style="list-style-type: none"> ・県内7地域において地域本部体制を整え、ワンストップの支援窓口として事業者等の相談対応、サポートを実施 ・PDCAサイクルに沿って、事業の進捗に応じたサポートを実施するため、定期的に地域本部会議を開催 ・産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金により、事業の育成・定着等を支援 H24～26累計（地域AP分） 88事業 補助金交付実績1,049,010千円、 雇用人数のべ493人 （うち地産外商39事業、586,133千円、 のべ276人） ・産振総合補助金による支援 H24～27実績 77件 交付決定額1,199,322千円 （うち地産外商44件、567,316千円） ・産振アドバイザーによる支援 H24～27累計 206件 派遣回数592回 ・産振総合計画シンポジウムの開催 H24～26 延べ10会場 ・地域アクションプランの取り組み事例紹介記事の作成 H24～26 累計30事例 ・土佐の産業おこし参加プランの募集 ・地域の頑張る人づくり事業費補助金による担い手育成支援 H27実績 4件 交付決定額3,154千円 （うち地産外商3件、2,358千円） 	<ul style="list-style-type: none"> ・産振総合計画シンポジウム（H24～26）に延べ1,869人が参加 ・地域アクションプランの取り組み事例紹介記事の作成により、計画への参画を促す広報ツールが充実 ・土佐の産業おこし参加プランに54件の応募 ・地域の頑張る人づくり事業費補助金の活用による研修修了者数 計18名（うち地産外商15名） ⇒2期計画期間中（H24.9～H27.9）に追加した地域アクションプラン 48件（うち地産外商22件） ⇒3期計画の新規アクションプラン 28件（うち地産外商14件） ・産振総合補助金の活用により、県内各地で地域資源を活用した食品加工施設や直販施設を整備 ・産振アドバイザーからの指導・助言により、商品力を強化したほか、販売等に関する戦略を策定 ⇒雇用の創出（H24～27）522人 ※H21からの累計 1,145人 ⇒H21～25に産振総合補助金（ステップアップを除く）を活用した事業（地域APの取り組みのうち売上高により補助事業の効果を図ることが適当と判断される事業分）の売上増加額（H24～26累計）8,711,713千円 ※H22～26累計 10,772,169千円
2. 商品の磨き上げを支援			
◆◎「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		<ul style="list-style-type: none"> ◆「まるごと高知」を中心とした会社の外商活動 ・まるごと高知を活用した商談会の開催・支援 H24：104件 H25：139件 H26：72件 H27：67件 ・個別営業訪問 H24：541件 H25：761件 H26：816件 H27：1,388件 ・仕入れ担当者の産地訪問等の支援 H24：23件 H25：25件 H26：32件 H27：99件 ・まるごと高知報告会 H24：2会場 H25：2会場 H26：2会場 H27：2会場 	<ul style="list-style-type: none"> ・テストマーケティング・催事商品 H24：201商品 H25：179商品 H26：241商品 H27：198商品 ・店舗情報のフィードバック（年4回） H24：845社 6,501商品（のべ） H25：843社 6,665商品（のべ） H26：873社 6,792商品（のべ） H27は県産品データベースの機能を充実させ、登録している事業者が随時POSレジ情報を検索できるようになった。（登録事業者数：398社（H28、3末現在））
◆地域資源を活用した商品発掘コンクールの隔年実施 ○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		<ul style="list-style-type: none"> ◆H25年度コンクールを実施 商品の磨き上げ及び販路拡大を目的に実施 <H25> ○審査会 応募数 114社114商品 （参考）H23 120社269商品 ○バイヤーズ見本市（商談会） ○入賞事業者は大規模商談会に参加 食品 スーパーマーケットトレードショー 非食品 rooms（ルームス） ※応募商品数が減少した理由 H25は、商品の磨き上げと県内外への販路拡大にしっかりとつながるよう、1事業者1商品の応募に制限したため 	<ul style="list-style-type: none"> <H25> ○1次審査会 ・一般消費者及びバイヤーが審査⇒58商品が通過 ・全事業者に対して、審査員の意見をフィードバックし、商品の磨き上げを支援 ○2次審査会 ・9名の審査員に各社プレゼンテーションを実施 ・入賞10商品を決定 ○バイヤーズ見本市 ・1次審査を通過した58商品と21の県内外のバイヤー向けの見本市を開催し、商談を進めた ○入賞事業者が大規模商談会に出展 ・スーパーマーケットトレードショー 8社 ※フード30選に2商品が選出 「美丈夫ゆずしゅわっ」「ミレービックバック」
◆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		<ul style="list-style-type: none"> 産業振興アドバイザーの派遣 H24 事業採択件数53件 派遣状況140回 H25 事業採択件数57件 派遣状況159回 H26 事業採択件数54件 派遣状況170回 H27 事業採択件数42件 派遣状況123回 計 事業採択件数206件 派遣状況592回 課題抽出型メニューの追加 H25 事業採択件数2件 派遣状況2回（内数） H26 事業採択件数1件 派遣状況3回（内数） H27 事業採択件数1件 派遣状況1回（内数） 計 事業採択件数4件 派遣状況6回（内数） 	<ul style="list-style-type: none"> ・アドバイスを受け、商品力の強化を図った。 ⇒商品のパッケージデザインの製作 販売先に合わせて商品規格の見直し 地域資源を活用した観光メニューづくり

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p>これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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>○産業振興推進地域本部のきめ細やかなサポートにより地域アクションプランの円滑な進捗が図られたほか、第2期計画期間中には48件、さらに3期計画の新規アクションプランとして28件の地域アクションプランを追加しており、新たな事業に挑戦する事業主体は着実に増加している。</p> <p>また、地域アクションプランの事業主体が産振総合補助金等各種支援策を効果的に活用し、外商拡大に向けた取り組みが行われたことにより、雇用の創出や所得の向上が図られた。</p> <p>・ゆずや冷菓の海外輸出が軌道に乗るとともに、中国への活魚の試験的な輸出が始まるなど、海外への販路拡大に向けた取り組みが県内各地で進んだ。</p> <p><課題></p> <p>・雇用増や所得向上の効果の広がりをもたらすためには新しい取り組みへの挑戦や新たな実践者の確保(掘り起こし)が求められるが、こうした取り組みを担う人材が不足している状況にあることから、地域の産業振興等の取り組みをけん引する意欲ある担い手の育成が必要である。</p>	<p>○これまでの成果を踏まえ、取り組みを継続する。</p> <p>・さらなる官民協働、市町村や関係団体等との連携協働により、産業振興計画を推進</p> <p>・第2期計画の総括において明らかとなった個別の課題に対し、産業振興アドバイザーの活用等による支援を強化</p> <p>・地域の頑張る人づくり事業費補助金により地域の産業振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手の育成を支援し、新たな実践者の掘り起こしと産業振興計画の取り組みへの参画促進を図る</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) H23年度末実績 52商品/年	<H27年度> 198商品	A+	<p>○制度の県内事業者への周知、参加の促進によりテストマーケティング、催事の商品数は平成26年度までは順調に伸びてきた。</p> <p>○平成27年度は、県内事業者の取引先の拡大などにより、「まるごと高知」以外に意見を聞く場が広がっており、「まるごと高知」を活用したテストマーケティング、催事の商品数は平成26年度を下回った。</p>	○引き続き、制度の周知、参加の促進を行い、事業者、商品の掘り起こしを行う。
◆コンクールへの応募商品が増加している (269商品→300商品)	<直近の実績> 114商品 (H25年度)	B	<p>○平成25年度は、商品の磨き上げや販売の拡大をきめ細かく支援するため、事業者の出展商品を1商品に制限(強化)</p> <p>・消費者や審査員の意見を全事業者にフィードバック</p> <p>・審査員に対して1社ごとにプレゼンテーション</p> <p>・県内外のバイヤー21社との見本市の開催</p> <p>○そのため、応募商品数が目標を大幅に下回ったものの、新たな販売機会の確保や商品の開発、県外市場にチャレンジする事業者の支援には着実に繋がっている。</p> <p>○また、コンクール以外でも、これまでの地産外商公社を中心とする外商活動により、事業者の外商への意欲は高まっている</p> <p>・地域産品商談会、産地視察型商談会(高知市)への参加事業者 H24:60社 H25:71社 H26:103社 H27:93社</p> <p>・公社が主催・出展する展示商談会への参加事業者 H24:106社 H25:194社 H26:286社 H27:553社</p>	<p>○H28年度～ コンクール開催</p> <p>○引き続き、県内事業者が外商へチャレンジする機会を確保するとともに、外商の成果を拡大再生産につなげていくため、個別の課題に対応したサポートチームを設置し、企業の成長を支援</p> <p>○外商にチャレンジする機会については、大規模な商談会やターゲットを絞った商談会、これまでのパイプを活かした商談会など、事業者のターゲットに沿って支援していく</p> <p>○産地に県内外のバイヤーを招く「産地視察型商談会」など、生産現場を直接見て、商談する機会を支援していく</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	—	再掲 (一)	<p>アドバイザーの派遣により、商品力の強化が図られるなど、事業者が直面する課題解決に寄与した。また、一部の事業者には、本制度の活用をきっかけに、補助事業を活用した長期的な経営計画づくりに本格的に取り組む等の動きも見られた。</p> <p>(課題)</p> <p>・アドバイザーの効果に分かり難い事例があることから、効果が測定できるよう、事業者がアドバイザーに期待する内容や成果目標をあらかじめ明確にしておく必要がある。</p> <p>・事業者の自立に向けた、さらなる能力向上への支援。</p>	○地域アクションプラン等の取り組みを後押しするための有効なツールとして、制度のさらなる活用促進を図る。
◆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	<H27年度> 事業者の成果目標達成状況: 「概ね達成できた」「将来達成が見込まれる」が9割以上[目標設定数96件中93件] (H27年度進捗状況報告)	再掲 (A+)		<p>・課題抽出型の活用による課題の明確化</p> <p>・アドバイザー派遣後の、事業の進捗状況に応じたフォローアップ</p> <p>・過去の派遣実績を元にしたアドバイザー情報の蓄積と共有</p> <p>・地域産業や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手が実践するビジネスプラン策定へのアドバイザー派遣をメニュー化</p>

産業成長戦略（連携テーマ）			
戦略の柱		具体的な取り組み	具体的な成果
取組方針		〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
施策			
◆これからの対策			
<p>◆○産学官連携による新商品の開発を支援</p> <p>◆工業技術センターが行う技術支援の充実 ○企業等の技術課題に合わせたきめ細かな支援</p> <p>◆「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づき、紙産業の振興を抜本強化 ◎高付加価値製品の開発と加工技術の確立への支援 ◎新技術の企業への普及 ◎外商支援の徹底と紙産業の営業力の強化、新分野への進出を支援 ◎人材確保や育成 ◎土佐和紙等のブランド化</p>		<p>◆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。</p> <p>◆紙産業のさらなる振興を図るため、5つの基本方針に基づき具体的な取り組み内容などを取りまとめ実行した</p> <p>◎高付加価値製品の開発と加工技術確立への支援を行うため、新規設備導入 ・試験研究課題数：4課題 ・H26年度補正地域オープンイノベーション促進事業（経済産業省）への提案 ・新規備品の導入：9機種 ◎新技術の企業への普及のため、新規設備導入の準備やHP等への掲載準備 ・新規導入設備説明会の開催：3回 ・高知CNF（セル・ファイバー）研究会の開催：2回 ◎ものづくり地産地消・外商センターの専任担当者による営業活動へのサポート ◎人材確保や育成への取組み ・製紙関連企業対象の初任者研修の開催：6回 ・インターンシップ受入の拡大にむけた企業への働きかけ</p>	<p>・技術支援による商品化数 H24：48件 H25：41件 H26：34件 H27：42件</p> <p>◎高付加価値製品の開発と加工技術確立への支援を行うため、新規設備導入 ・H26年度補正地域オープンイノベーション促進事業（経済産業省）採択（280万円） ◎新技術の企業への普及のため、新規設備導入の準備やHP等への掲載準備 ・新規導入設備説明会：3回 111人参加 ・高知CNF研究会：2回 53人参加 ◎ものづくり地産地消・外商センターの専任担当者による営業活動へのサポート ・企業訪問 21社 370回 ・展示会等への出展支援 7回 のべ16社出展 ◎人材確保や育成への取組み ・製紙関連企業対象の初任者研修の開催：6回 150人参加 ・インターンシップ受入：企業4社＋紙産業技術センター計10人参加</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 ○関係各課と連携したうえでの対象施設の掘り起こし ○関連部所と連携した食品表示に対する指導・支援 ★HACCP導入型基準の設定及び普及</p>		<p>◆HACCPの考え方を取り入れた高知県食品衛生管理認証制度及び高知県食品高度衛生管理手法認定制度の取得に向けた指導・支援を行う。</p> <p>◎認証・認定取得に向けた指導・支援の強化 福祉保健所にHACCP指名食品衛生監視員を複数名配置するために、養成講習会への参加を行った。 H24：4名、H25：3名、H26：1名、H27：5名 ○地産地消・外商課等と連携し、講習会等による普及を行った。 H24：14回、H25：13回、H26：13回、H27：17回 ★HACCP導入型基準の設定（H27.10.23公布、12.1施行） HACCP12手順を含む認証制度（食品総合衛生管理認証制度）の創設（H28.3.31）</p>	<p>・高知県食品衛生管理認証取得施設数 H24：新規 3施設⇒合計18施設 H25：新規 4施設⇒合計22施設 H26：新規 5施設（廃止1施設）⇒合計26施設 H27：新規 2施設（廃止3施設）⇒合計25施設 ・高知県食品高度衛生管理手法認定取得施設数 H24：新規10施設⇒合計10施設 H25：新規 6施設（廃止1施設）⇒合計15施設 H26：新規 8施設⇒合計23施設 H27：新規 7施設（廃止1施設）⇒合計29施設</p>
3. 県産品の販路の拡大を支援			
<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>◆「まるごと高知」を中心とした公社の外商活動 ・高知フェアの開催・支援（公社） H24：50回 H25：63回 H26：101回 H27：145回 ・まるごと高知を活用した商談会の開催・支援 H24：104件 H25：139件 H26：72件 H27：67件 ・個別営業訪問 H24：541件 H25：761件 H26：816件 H27：1,388件 ・仕入れ担当者の産地訪問等の支援 H24：23件 H25：25件 H26：32件 H27：99件 ・店舗売上 H24：3.86億円 H25：4.23億円 H26：4.41億円 H27：4.71億円</p>	<p>⇒公社の活動を契機とした成約件数（うち定番件数）と金額 H24：2,603件（1,117件） 7.68億円 H25：3,333件（1,828件） 12.35億円 H26：4,393件（2,420件） 16.06億円 H27：6,555件（3,690件） 20.79億円</p> <p>⇒公社の活動に伴う経済波及効果 H24：23.1億円→H25：30.7億円→H26：34.8億円→H27：43.2億円 ⇒TVなどメディアへの露出の広告換算効果 H24：22.2億円→H25：68.1億円→H26：52.4億円→H27：60.6億円</p>
<p>◆◎官民協働による効果的な物流の仕組みづくり</p>		<p>○県内事業者の実態把握（H26 ヒアリング56社） 消費税増税やドライバー不足などによる物流費の上昇もあり、物流コストの削減はより大きな課題となっている。</p> <p>○関西・首都圏向けのチルド便の輸送システムの構築。</p> <p>○県外量販店等へ広い流通ネットワークを持つ旭食品株式会社と「6次産業化及び地産外商の推進に関する協定」を締結し、県内事業者71社とのビジネスマッチングを実施。</p>	<p>チルド便の輸送システム 協力企業のチルド便が、ドライバー不足等で減便（2便⇒1便）したことや、「個別に小ロットで送付しており、宅配便が便利」などの理由により、輸送システムを活用する事業者は少数にとどまっている。</p> <p>旭食品株式会社とのビジネスマッチング 同社とのビジネスマッチング（2回）に計71社の県内事業者が参加し、マッチングが成立した事業者は物流コストの削減に向けて取り組んでいるが、課題解決には至っていない。</p>

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (<u>目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む</u>)</p>	
◆全国レベルの加工・品質管理技術を持つ企業の増加 ・商品開発支援 30件/年	<H27年度> 165件の商品化済み (41件/年以上)	再掲 (A+)	○年間目標値を10件以上上回る成果が得られた。研究テーマからの派生以外に、日常の技術相談、訪問、依頼試験、設備利用等の業務も商品化件数の増加に繋がった。	○商品開発に積極的に取り組むため、事業を継続する。
◆高付加価値製品の開発が進む	—	再掲 (一)	○新規設備の導入が完了した。研究会や分科会などの体制づくりが進み、新たな製品開発プランづくりや新製品開発の支援を開始した。 <課題> ・新しく導入する機械設備の情報発信や利用促進 ・新製品開発に向けた研究計画を作成 ・早期の製品開発	○新規導入設備毎に分科会・研究会を立ち上げ、企業との共同研究などによる、新技術・製品開発に向けた活動を積極的に推進する。
◆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	<H27年度> 条例へのHACCP導入型基準の新たな設定	再掲 (A+)	○HACCPの考え方を取り入れた高知県食品衛生管理認証施設及び高知県食品高度衛生管理手法認定施設が年々増加している。 ・高知大学、高知県立大学及び地産地消・外商課等と連携し、講習会等を行うことにより、HACCPの考え方に基づく自主衛生管理を普及することができた。	○HACCP12手順を含む新たな認証制度である食品総合衛生管理認証制度を推進する。 ・地産地消・外商課等と連携し、講習会等による自主衛生管理の普及を推進する。
◆認証施設数 30施設	<H27年度> 25施設	再掲 (A)	・高知県食品衛生法施行条例の公衆衛生上講すべき措置の基準にHACCP導入型基準を設定した。これに合わせて、HACCP12手順を含む新たな認証制度を策定した。 <課題> 食品事業者へのHACCP12手順による衛生管理の知識の普及と取り組みを推進することが重要	・福祉保健所における通常の監視業務の中でHACCP導入型基準をどの程度、満たしているかを確認し、認証を取得できそうな施設に対しては取得を促していく。
◆認定施設数 50施設	<H27年度> 29施設	再掲 (A-)		
◆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	—	—	○5年目に入り、バイヤーに「まるごと高知」の存在が浸透し、直接店舗に来店して商品を吟味していくケースも増加しており、首都圏の拠点としての役割を果たしている。 <課題> ・「まるごと高知」の来店客数の伸び悩み	○高知家プロモーションと連動した店舗プロモーションに取り組み、来店客数の増加につなげる。
◆「まるごと高知」設置による経済波及効果 (H27:25億円) H23年度末実績 15.5億円	<H27年度> 43.2億円	A+		
◆情報発信の広告 換算:25億円 H23年度末実績 23.3億円	<H27年度> 60.6億円	A+		
◆官民協働での新たな物流の仕組みにより多くの県産品が効率的に首都圏等に輸送されている	—	—	○様々な取り組みも行ってきたが、決め手を欠いている。	○本県の強みである一次産業を活用し、加工することで付加価値をつけて利益があげられる形で外商していく。

<p>産業成長戦略（連携テーマ）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>◆これからの対策</p>	<p>具体的な取り組み</p> <p>（ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）</p>	<p>具体的な成果</p> <p>（ 可能な限り具体的な数値を記載 ）</p>
<p>◆◎官民協働による外商活動のさらなる展開</p>	<p>・高知県食品外販協同組合の活動実績</p> <p>H24 高知フェア等の開催：16回、組合員数：45社 H25 高知フェア等の開催：11回、組合員数：50社 H26 高知フェア等の開催：20回、組合員数：50社 H27 高知フェア等の開催：23回、組合員数：55社</p>	<p>・高知県食品外販協同組合の活動実績</p> <p>H24 売上高：63,218千円、取引先数：32社 H25 売上高：58,562千円、取引先数：40社 H26 売上高：66,932千円、取引先数：55社 H27 売上高：85,328千円、取引先数：72社</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>・高知フェア等の開催 H24：121回、 H25：159回 H26：208回、 H27：211回</p> <p>・「高知家」おとり寄せ・贈り物カタログ配付 H23～</p> <p>・包括協定締結 株式会社ローソン H19年10月 株式会社ファミリーマート H21年7月 株式会社サークルKサンクス H21年8月 イオン株式会社 H23年7月 株式会社フジ H24年8月 株式会社スリーエフ H25年4月</p>	<p>・「高知家」おとり寄せ・贈り物カタログ販売実績 2011（盛夏版）2,221千円（2011.6～2011.8） 2011（秋冬版）3,190千円（2011.11～2012.9） 2012（春夏版）1,701千円（2012.4～2012.9） 2012（秋冬版）4,964千円（2012.11～2013.5） 2013（盛夏版）1,129千円（2013.6～2013.8） 2014（通年版）6,382千円（2013.9～2014.8） 2015（通年版）6,340千円（2014.9～2015.8） 2016（通年版）4,929千円（2015.9～2016.6）</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> <p>◎商談のラインナップを充実させ、商談機会を拡大</p>	<p>○スーパーマーケット・トレードショーへの出展者 （H24：47社→H25：58社→H26：50社→H27：58社）</p> <p>○FOODEX JAPANへの出展者 （H24：20社→H25：24社→H26：33社→H27：32社）</p> <p>○大手卸売業者主催の商談会への出展者 （H25：38社→H26：118社→H27：193社）</p> <p>○居酒屋産業展への出展者 （H25：8社→H26：10社→H27：16社）</p> <p>○「まるごと高知」食の商談会への出展者 （H24：39社→H25：66社→H26：71社→H27：51社）</p> <p>○「まるごと高知」での商談会の開催・支援 （H24：104回→H25：139回→H26：72回→H27：67回）【再掲】</p> <p>○産地視察型商談会の開催 ・地域産品商談会を拡充して、H27年度から県外市場に重点を置いた地産外商の取り組みとして、県内外のバイヤーを招いて、生産現場の訪問も兼ねた産地視察型商談会を県内5ブロックで開催（5月の全体会：出展者93事業者、バイヤー54社）</p> <p>○旭食品株式会社と県内事業者のビジネスマッチング【再掲】 （H26：40社参加→H27：31社参加）</p>	<p>・産地視察型商談会の開催（416商談）【再掲】</p> <p>⇒地産外商会社の成約件数・金額が大幅に増加。</p> <p>H24年度 成約件数：2,603件（定番採用：1,117件） 成約金額：768百万円 広告換算効果：22.2億円</p> <p>H25年度 成約件数：3,333件（定番採用：1,828件） 成約金額：1,235百万円 広告換算効果：68.1億円</p> <p>H26年度 成約件数：4,393件（定番採用：2,420件） 成約金額：1,606百万円 広告換算効果：52.4億円</p> <p>H27年度 成約件数：6,555件（定番採用：3,690件） 成約金額：2,079百万円 広告換算効果：60.6億円</p>
<p>◆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</p> <p>◎公社と連携した海外展開へのきめ細かい支援</p>	<p>◆本県が日本一の産地であるという強みを持つユズを中心に欧州、米国、豪州などで賞味会や商談会など様々なプロモーション活動を展開。</p> <p>★輸出に取り組む県内事業者を支援するため、各事業者のステージに応じたサポートを展開。</p> <p>①セミナー、講演等による勉強会 ②商流等のあわせ、国内商談会の開催 ③海外商談会・展示会 ④成約、事後フォロー</p> <p>★貿易促進コーディネーターによる個別企業相談等の実施。</p>	<p>⇒H21年には、50,783千円であった食品の輸出額がH26年は338,427千円とこの6年間で6.7倍に拡大 H21：50,783千円→H22：95,773千円→H23：128,960千円→H24：203,188千円→H25：271,444千円→H26：338,427千円</p> <p>⇒貿易に取り組む事業者が大幅に増加 H22：15社→H23：24社→H24：37社→H25：44社→H26：49社→H27：68社</p>
<p>◆◎貿易を担う人材育成の強化</p>	<p>◆土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）の枠組みの中で、貿易に初めて取り組む事業者を対象にした入門編、次のステップとなる基礎編等を開催。</p> <p>また、シフト高知等が実施する個別の輸出セミナー等も共催・後援となり、県内事業者に参加呼びかけ等を実施。</p> <p>・入門編参加者延べ87名、基礎編参加者延べ332名（H24～H27の累計）</p>	<p>・人材育成を通じて貿易実務や相手国の商習慣などの知識を習得されたことにより、H21年からH25年の間で貿易に継続的に取り組む事業者（食品関係）の増加等につながった。</p> <p>⇒貿易に取り組む事業者が大幅に増加 H22：15社→H23：24社→H24：37社→H25：44社→H26：49社→H27：68社</p>

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆同上	同上	同上	<p>○H25～27年度の売上高は順調に伸長しており、一定の成果が認められる。</p> <p>・H26年度の売上高は昨年対比127.5%、フェア開催数もH25年度の11件に対しH26年は20件、H27年23件と大きく伸びている。</p> <p>・新規取引先がH25年度の8件に対して、H26年度は15件、H27年度は17件となるなど取引先数も増加しており、業態も卸、小売、メーカー等幅広く拡大している。</p> <p><課題></p> <p>・より一層の県産品の販売拡大のため、新規のフェアや商談会の開拓にあたり、幅広い業態や商談会の種類の検討が望まれる。</p>	○これまでの成果を踏まえ、県・地産外資会社とのさらなる連携により、外商活動を拡大していく。
◆県産品の認知度が向上し、定番化商品が拡大	—	—	<p>○定期的な高知フェア等の開催に加え、外商活動の全国展開によるエリア・頻度の拡充により、県産品の知名度向上・外商機会の増加が見込める。</p> <p><課題></p> <p>・量販店等が実施している高知フェア等の情報収集と、継続的な県産品の販路拡大につながる高知フェア等の選択の徹底が必要。</p> <p>・フェア開催後の状況の確認及び定番化に向けたフォローアップが必要。</p>	○これまで県や地産外資会社が培ってきたノウハウやネットワークを活かして、県内事業者の販路開拓・販売の拡大を目指す。
◆同上	同上	同上	<p>○継続した展示商談会・見本市への出展により、売り手と買い手を引き合わせることににおいては、一定の効果があったと考えられる。</p> <p><課題></p> <p>・展示商談会スケジュールの情報収集と、出展に係る効果を検証するため、商談会終了後の情報収集の徹底が必要。</p> <p>・商談機会の創出だけでなく、事業者がその機会を活かせるように、商談・プレゼン能力等のレベルアップが求められる。</p> <p>・商談会後のフォローアップによる商品の磨き上げなど、継続的な支援が必要。</p>	○これまでの成果を踏まえ、ビジネスマッチングの機会を拡大するとともに、県内事業者のレベルアップを図っていく。
◆貿易に取り組む事業者（食品関係） 25社（H23） →50社（H27）	（H27年度） 貿易に取り組む事業者 （食品関係）：68社	A+	<p>○本県に強みのあるユズを売り込むため、食の情報発信力の高いパリで、現地商社と連携してトップシェフ、バイヤー、マスコミを招いた賞味会を開催し、そこでの高評価を力に、欧州全土や豪州等への展開につなげる手法を確立した。</p> <p>○ユズ関連を中心とした食料品の輸出額が目標の3億円を上回り、貿易促進コーディネーターを配置して、企業のステージに応じたきめ細かいサポートを展開したことから、貿易に取り組む事業者も増加した。</p>	○土佐酒の販路拡大を強化するとともに、関係部局や関係機関と連携して、新たに力を入れる輸出品目の戦略づくりに取り組む。 <p>○企業のステージや商品に応じたサポートを行って、輸出に取り組む企業や団体のすそ野を拡大していく。</p> <p>○輸出額が高い市場には主要品目をメインに、展示会への出展や商談会開催等を実施して、輸出の量的拡大を目指す。</p> <p>○市場の成長や販路開拓が見込める市場には、賞味会の開催や展示会出展、インバウンドとの連携等により、商談の確保や販路拡大にチャレンジする。</p>
輸出額 約1億円（H23） →3億円（H27）	<直近の実績> 4.3億円（H27年暫 定値）	A+	<p><課題></p> <p>ユズに続く輸出品目の販路拡大と戦略づくりに取り組む必要がある。</p>	
◆同上	同上	同上	<p>○継続的に実施していくことで新たに貿易に取り組む事業者の増加等につながっている。</p> <p><課題></p> <p>新たに貿易に取り組む事業者の増加につながるよう、講座内容等を作り込んでいく必要がある。</p>	○企業のステージや商品に応じたサポートにより、輸出に取り組む企業や団体のすそ野を拡大していく。

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
◆◎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)	・県産品総合ポータルサイトの運営（H21.10～） <H24> ・ソーシャルメディア活用研修開催（4回） ・Webモニター調査実施（5件） ・県産品プレゼント実施（8回） <H25> eコマースサイト「高知家のえいもん家」開始 <H26> eコマースサイト「高知家のええもん家」再開始 ※10/1～ ※名称変更 ※26年度で終了（商品の一部は高知県地産外商公社のeコマースへ移行） ・季節キャンペーン実施（3回） ・モニターキャンペーン実施（1回） <H27> 重点セールス品目のページを追加（9月） ・Facebook「高知うまいもの情報室」の運営 <H24> 約350投稿 <H25> 約350投稿 <H26> 約330投稿 <H27> 約189投稿	県産品ポータルサイトのアクセス状況 ・セッション数、総ページビュー数（/年） ⇒eコマース誘導件数（/年） <H24>・309,316、925,416 ⇒124,006 <H25>・257,188、711,493 ⇒119,496 <H26>・185,944、497,887 ⇒72,171 <H27>・168,366、387,948 ⇒59,731 県産品プレゼント応募数 8回 当選者152名（応募6,550名） ソーシャルメディア活用研修参加者 4回 167名 Webモニター調査 ※モニター数（応募者数） 5件 モニター 138名（4,570名） eコマース「高知家のえいもん家」販売実績 <H25>31点、42,399円 <H26>189点、423,154円 Facebookの「いいね！」数 H24,12月末 1,000 H25年度末 3,700 H26年度末 5,851 H27年度末 10,087
◆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 ○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 ○マリン・エコラベル・ジャパンの普及	◆県外での商談会や見本市等への出展により、取引拡大を目指していくためH26年度から実施（3年間） ○地産外商活動の実施 シーフードショー、土佐の宴、まるごと高知・食の商談会、高知家のこだわり青果と魚商談会に、漁協、水産加工事業者、産地買受人が出展し、商談を行った	(H26) ・商談会等に6団体が出展 ⇒成約12件 (H27) ・商談会に6団体が出展 ⇒成約18件
	○マリンエコラベルの普及 ・高知県漁協がカツオ、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） ・高知県漁協が認証（生産段階）を更新（H27）	・マリン・エコラベルに対する消費者や流通加工業者の理解が進まないなか、本県水産物の認証取得を有利販売に結び付けることは、現時点では困難であるが、先進的な取組を行う現場への信頼感への外貨事業を推進するうえの一助となり得ている。

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (<u>目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む</u>)</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。 (H23) 7,000件/月 ↓ (H27) 10,000件/月</p>	<p><H27年度> 4,978件/月</p>	B	<p>○県産品総合ポータルサイト「高知まるごとネット」 ・アクセス数（セッション数、PV数、eコマース誘導件数）は、H24年度をピークに年々減少している。 ・H24年度まではページ新設によるコンテンツの増加や応募企画など、サイトの魅力を向上させる取組を進め、サイト構成が一定出来上がったが、H25年度以降は、随時外部リンクやブログの登録はあるもののページ修正にとどまるなどによりサイトの動きが停滞し、リピーター回数が減少しているものと思われる。 ・H26年9月にサーバーを庁内クラウドへ移行した際に、URLが変更されたこともアクセス数減少の一因であると考える。 H27年度は、高知県重点セールス品目のページの新設を行った。</p> <p><課題> ・コンテンツの見直しによるサイトの魅力向上。 ・リピーター率向上のためのコンテンツの更新頻度の増加。 ・魅力的なサイトの再構築には、一定のコストが必要。</p> <p>○eコマースサイト「高知家のええもん家」 ・ネット上には大手をはじめ膨大なeコマースサイトが存在し、その中で当サイトを選んでもらうこと、購入してもらうことは非常に難しく、販売実績としても苦戦した。当サイトはH26年度で終了したが、商品の一部は高知県地産外商公社のeコマースへ移行した。</p>	<p>○H29年度に向けた高知家サイトとの統合など、観光、移住サイトも含めた連動の強化について、H28年度に分析・検討を行う。</p>
<p>◆地域産品の認知度が向上し、販売が拡大している</p>	—	—	<p>○Facebook「高知うまいもの情報室」 ・ページへの「いいね！」が順調に増加している。 ・26年度に行った文旦キャンペーンにおいて有料広告（新需要開拓マーケティング協議会予算）を実施し、短期間で「いいね！」が急増（約2カ月で1,912増加）したことから、有料広告の活用を検討していく必要がある。</p> <p><課題> ・ページへの「いいね！」は増加しており情報発信力は向上しているが、次のステップに向けた戦略と、投稿や投稿のための情報収集の仕組みの構築</p>	
<p>◆推進組織による主体的な外商活動が定着</p>	<p>漁協や生産者、加工事業者で組織する団体が活動を継続</p>	再掲 (一)	<p>○商談会等への出展により、徐々に取引につながっている。今後も取り組みを継続させることで取引の拡大が可能。</p> <p><課題> ・出展事業者による名刺交換や見積を出した事業者への丁寧なフォロー</p>	<p>○商談会、見本市等への継続的な出展を促すことで、今後も取引の拡大に向けた支援を行う。</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>県を代表する魚種（カツオ、サバ、キンメダイ、キビナゴ）でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得</p>	再掲 (一)	<p>○水産資源の持続的利用や生態系の保全を図るための資源管理活動を積極的に行っている漁業者を支援し、かつ消費者をはじめとする関係者の水産資源の持続的利用や海洋生態系保全活動への積極的参加を促進することを目的としたMEL認証であるが、消費者や水産流通関係者に当該認証制度が浸透しておらず、他の都道府県に先んじた本県の取組は、実利を生み出しているとは言い難い状況である。</p> <p><課題> MEL認証を所管する「大日本水産会」や認証に係る審査の運用面を担っている「水産資源保護協会」に対して、当該認証制度の普及・啓発に対する一層の努力を求めていく必要がある。</p>	<p>・当該事業については、他の地産地消および地産外商事業とともに継続的にその取組を支援していく。</p>

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取り組み	具体的な成果
戦略の柱		〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
取組方針			
施策			
◆これからの対策			
◆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	◆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 ◎県漁協子会社による「応援の店」とのマッチングなど県内事業者の外商活動を支援	◆大都市圏の飲食店と県内の水産関係事業者のネットワークを構築し、取引きの拡大につなげていくため「高知家の魚応援店制度」を創設 ★「高知家の魚応援の店」の登録及び外商活動（H26） ・「高知家の魚応援の店」の登録 ・高知家のこだわり青果と魚商談会の開催（大阪） ・産地見学会の開催：19店舗（関西10、関東9店舗） ・県産水産物を使用したフェアの開催：21店舗（関西12店舗、関東9店舗） （H27） ・「高知家の魚応援の店」の登録 ・高級飲食店の産地招へい ・農業振興部と連携した商談会の開催 ・「築地につぼん漁港市場」商談会の開催 ◎県漁協子会社による県内事業者の外商活動の支援 ・「高知家の魚応援の店」へのニーズ収集によるサンプル出荷や要望等を県内事業者にフィードバック ・高級飲食店への高鮮度出荷	（H26） ・「高知家の魚応援の店」の登録：374店舗 ⇒「応援の店」と取引につながった県内事業者：19 ・商談会：出展事業者17、来場151社 ⇒取引成約数：23件 ・産地見学会：「高知家の魚応援の店」19店舗 ・県産水産物を使用したフェア：21店舗 （H27） ・「高知家の魚応援の店」の登録累計：585店舗 ・高級飲食店の産地招へい：5回 ・高知家のこだわり青果と魚商談会（東京、大阪各1回） 出展延べ29事業者、来場延べ258社 ⇒成約数：17件 ・産地見学会：「応援の店」19店舗 ・築地につぼん漁港市場商談会 出展延べ25事業者、来場101店舗 ⇒成約数：20件 ・ニーズ収集203件、サンプル出荷200件 ⇒成約57件 ・高級飲食店への高鮮度出荷 ⇒成約10件
★県産園芸品等を積極的に取り扱い、PRしてくれる飲食店や小売店を「高知家の野菜・くだもの応援の店」として登録し、地産外商を推進	◆首都圏での本県水産物のPRと外商活動の展開 ★「築地につぼん漁港市場」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 ◎県漁協子会社による「漁港市場」での商談会の開催など県内事業者の外商活動を支援	・こだわり展示商談会の開催 H24年度：東京2回 H25年度：東京1回、大阪1回 H26年度：東京1回、大阪1回 H27年度：東京1回、大阪1回 ・ブラッシュアップ会の開催 H24年度：3回 H25年度：3回 H26年度：3回 H27年度：4回 ◆本県水産物の外商への意欲、知識・ノウハウを有する県内水産関係事業者と県が連携して、H26年10月に築地場外市場に新設された築地につぼん漁港市場に「さかな屋 高知家」を出し、店舗を拠点に首都圏における本県水産物のPRを行うとともに、高知県地産外商公社やJFこうち・海の漁心市（株）等と連携しながら首都圏での外商活動を推進 ★築地につぼん漁港市場「さかな屋 高知家」を拠点に行うPRや外商活動の展開 H26： ・他の県内事業者による店頭での催事支援やテストマーケティングの実施 ・店頭での本県水産物の情報発信（映像放映、パンフレット配布等） H27： ・築地につぼん漁港市場を活用した商談会の開催 ・他の県内事業者による店頭での催事支援やテストマーケティングの実施 ・店頭での本県水産物の情報発信（映像放映、パンフレット配布等）	展示商談会の出展者、来場者、成約件数 H24年度：33者、129社、45件 H25年度：45者、216社、53件 H26年度：37者、976社、38件 H27年度：23者、268社、41件 （H26） ・テストマーケティングの実施：12回 （H27） ・テストマーケティングの実施：24回 ⇒店頭販売や外商におけるリピーターの増加による本県水産物の認知度の向上と外商の拡大 ⇒来店者に向けたパンフレット活用による観光や移住情報の発信、看板名称「高知家」の使用による本県認知度の向上
◆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	◆販売拡大拠点設置事業費補助金を活用し、県外の大消費地に流通拠点を設置し、土佐材の出荷を推進 H24：7,368千円 H25：7,504千円 H26：7,000千円 H27：8,520千円 ★プレカット工場との商談等：20社	・大消費地に流通拠点19カ所（H27年度末）を設置 ⇒流通拠点を通じて土佐材を出荷 ロット H24：2,504m ³ H25：2,544m ³ H26：3,994m ³ H27：3,846m ³ 邸別 H24：21棟 H25：24棟 H26：18棟 H27：31棟 ⇒プレカット工場への出荷（サンプル含む）11社（累計）	

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (<u>目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む</u>)</p>	
◆応援の店500店舗とのネットワークの構築	<p>＜H27年度＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「高知家の魚応援の店」の登録：585店舗 ・県内事業者と「応援の店」との取引額：約1億2千万円 	再掲 (A+)	<p>○「高知家の魚応援店制度」による県外飲食店とのネットワークが徐々に広がりを見せ、取引につながってきている。今後も、子会社を通じた「高知家の魚応援の店」へのニーズ収集、サンプル出荷を通じたフォローを実施し、さらなる取引の拡大につなげていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「応援の店」へのサンプル出荷や商談会を通じ、取引につながってきている。 ・「応援の店」によるサンプル評価（品質、荷姿、価格等）は、県内事業者へのフィードバックし、取引の際の参考にしている。 <p>＜課題＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業に積極的な事業者、消極的な事業者に分かれているのが現状で、今後、県内事業者へのヒアリングを通じ、営業活動の誘発に向けた課題の洗い出しが必要。 	<p>○「応援の店」と県内事業者との商談や交流の場を増やし、さらなる取引の拡大に向けた取組を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取引重点店舗の絞り込み ・「応援の店」との産地商談会の実施 ・「応援の店」への訪問によるニーズ収集及び産地へのフィードバック ・サンプル出荷等による取引の拡大 ・高級飲食店に特化した取組の強化 ・県内事業者への定期的な訪問によるフォロー ・産地における高鮮度処理体制の構築
◆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。	—	再掲 (一)	<p>野菜ソムリエの助言などによるブラッシュアップにより営業体制が強化され、展示商談会を通じた商談成約件数も目標を上回り、一定の成果がみられた。ただ、マンネリ化もみられ、今後新たな展開が必要と考えられる。</p>	<p>展示商談会については、地産地消・外商課や地産外商会社の商談会等と一元化。</p> <p>こだわりのある野菜・果物の訴求力向上や商談成約のためのアドバイスやセミナーの開催等により生産者の新たな販路開拓を支援するとともに出展意欲の向上を図る。</p>
◆漁港市場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	—	再掲 (一)	<p>○築地は一般客や観光客のほか、特に近年は多くの外国人観光客が訪れて一層の賑わいを見せていることから、築地につぼん漁港市場を拠点に県と出店事業者が連携して取り組む情報発信活動により本県水産物の認知度向上に寄与することができたと評価。またオープン以後、飲食店などの業務筋の新たな取引先が30件以上となるなど、首都圏での外商先の開拓が徐々に広がりを見せている。</p> <p>＜課題＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・築地につぼん漁港市場「さかな屋 高知家」の施設を活用した外商機会の創出（商談会や催事の開催） ・店頭販売や外商におけるリピーターの増加 	<p>○築地ブランドの地の利を活かし、引き続き築地につぼん漁港市場「さかな屋 高知家」を本県水産物のPR及び外商拠点と位置付け、県と出店事業者が連携して情報発信と外商活動に取り組んでいく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H27年度から開始した首都圏の飲食店を対象に開催する応援店制度の商談会を次年度以降も継続実施するほか、「さかな屋 高知家」の店頭で行う催事の周知と開催実績を重ねるなどして、首都圏における外商機会の場としての認知度を高めながら販路の拡大を図っていく。 ・県や地産外商会社との連携により集客力を高めた「さかな屋 高知家」店舗づくりを行い、リピーターを増加させていく。
◆流通拠点を利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>＜H27年度＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・流通拠点 19カ所（累計） ・ロット出荷 3,846m3 ・郵便出荷 31棟 ・プレカット出荷 7社 	再掲 (一)	<p>○県外の流通拠点の設置が進み、土佐材の出荷量が増加している。今後も協力的な企業を掘り起こして流通拠点を増加させることで、土佐材の出荷量の拡大が期待できる。</p> <p>＜課題＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売能力が高い企業を流通拠点にすることで出荷量は増加しているが、反面、流通拠点企業が納材しているプレカット工場や工務店等に対して、直接の営業（商談）ができないデメリットがある。 	○これまでの成果を踏まえ、必要な予算を確保したうえで、事業を継続する。

産業成長戦略（連携テーマ）			
戦略の柱		具体的な取り組み	具体的な成果
取組方針		〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
施策			
◆これからの対策			
◆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	◆県産材販売促進検証事業費補助金を活用し、低コスト流通の検証、販路開拓のためのサンプル出荷を推進 H26：11,698千円 H27：8,516千円 ◎新しい流通拠点整備事業費補助金を活用し、協同組合高知木材センターの営業活動等を支援 H24：16,254千円 H25：16,485千円 H26：21,466千円 H27見込：21,939千円 ○木材加工流通施設整備事業費補助金により事業者が共同で活用できる木材乾燥機の整備を支援 H25：31,000千円	⇒協同組合高知木材センターの取扱高の増加 H24：3,733m ³ 201,386千円 H25：5,770m ³ 315,463千円 H26：9,427m ³ 523,211千円 H27：12,511m ³ 664,238千円 〔 *H26には、下記を含む。 〕 ・内航船を使用した出荷 1,043m ³ ・製材品のサンプル出荷 28社 *H27には、下記を含む。 ・内航船を使用した出荷 1,043m ³ ・製材品のサンプル出荷 28社 ・関東地方への営業拠点の設置	
◆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、産地商談会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	◆県産材需要拡大サポート事業により一般社団法人高知県木材協会が事業者の外商活動を支援 H24：12,576千円 H25：10,369千円 H26：10,348千円 H27：10,435千円 ○土佐の木販売促進事業費補助金を活用し、消費地商談会、産地商談会、展示販売会を開催 H24：8,428千円 H25：7,022千円 H26：8,901千円 H27：7,033千円 ○消費地商談会 H24：8回 H25：8回 H26：7回 H27：4回 ○産地商談会 H24：20回 H25：19回 H26：28回 H27：28回 土佐材展示会 H24：5回 H25：5回 H26：6回 H27：9回	⇒県外の土佐材等の建築棟数の増 H24：87棟 H25：112棟 H26：119棟 H27：138棟 ⇒展示販売会への土佐材の出荷 H24：942m ³ H25：790m ³ H26：2,087m ³ H27：1,849m ³	
◆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	◆○性能表示木材流通促進事業費補助金を活用し、JAS認定の取得とJAS製材品の出荷を促進 H24：14,343m ³ H25：13,962m ³ H26：18,067m ³	⇒JAS製品の出荷（格付）量の増加 H24：17,591m ³ H25：21,075m ³ H26：22,257m ³ H27：21,314m ³ ・JAS認定工場のJAS製品の割合の増加 H24：26% H25：30% H26：25% ・JAS構造用製材機械等級区分の取得 H24 馬路林材加工協同組合 株式会社吾川森林	
◆○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	◆○県産材ブランド化推進事業費補助金を活用し、品質を表示した製材品の出荷を推進 H27：6,276千円	・県産材のロゴマークとJASマークを表示した製材品の出荷を開始	
◆土佐材パートナー企業の増加と郵別販売の拡大 ○消費地商談会や産地商談会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、郵別部材「土佐パッケージ」の仕組みづくり	◆土佐の木住まい普及推進事業費補助金を活用し、土佐材パートナー企業の登録と郵別販売を推進 H24：7,230千円 H25：7,185千円 H26：6,795千円 H27：8,554千円 ○★土佐の木販売促進事業費補助金を活用し、消費地商談会、産地商談会を開催 H24：8,428千円 H25：7,022千円 H26：8,901千円 H27：7,033千円 消費地商談会 H24：8回 H25：8回 H26：7回 H27：4回 産地商談会 H24：20回 H25：19回 H26：28回 H27：28回	・土佐材パートナー企業の登録 82社（H27年度末現在） ⇒県外の土佐材等の建築棟数の増 H24：87棟 H25：112棟 H26：119棟 H27：138棟	

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (<u>目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む</u>)</p>	
◆同上	同上	同上	<p>○大型製材工場が組合員になり、取り扱う製品が増加したこと、その相乗効果で既存組合員の製品の受注が増加したことにより、協同組合高知木材センターの取扱高が増加している。今後も荷主と買手間に適切なサービスが提供できれば、取扱高の増加が見込める。</p> <p>〈課題〉 ・高知木材センターでは、新たに定期輸送を開始し、利益率高い郵便出荷のウェイトを高めることとしているが、輸送の調整や手間が掛かる郵便出荷（営業～納材）に必要な人員が確保されていない。また、従業員の高齢化が進んでおり、事業継続に必要な木材の専門知識を有する人材の育成が遅れている。 ・事業者の連携等により、小規模事業者の集荷をとりまとめる仕組み作りが必要。</p>	<p>○協同組合高知木材センターの営業や人材育成に関する方針、中期的な計画をヒアリングし、精査したうえで、必要な予算を確保する。 ○県内メーカーから県外取引先までの効率的な輸送を引き続き検証する。 ○本県に特色のあるヒノキ役物については、その専門性と集荷能力が高い協同組合高知木材センターと協同組合西部木材センターの連携による販売活動を中心に支援する。</p>
◆県外の土佐材等の建築棟数 45棟（H22） →150棟/年間	〈H27年度〉 県外の土佐材等の建築棟数 138棟	再掲 (A)	<p>○商談会や展示会を機に顧客を獲得し、一定の成果を上げている。県外の事業者や施主を高知県に招待する産地商談会により、今後も郵便出荷の成約が期待できる。また、流通拠点の増加に伴い展示販売会の開催増と土佐材の知名度アップが見込まれる。</p> <p>〈課題〉 ・例年、ダイレクトメール等で消費地（県外）商談会を案内しているが、興味がある事業者は既に参加済みのためか、出席者が減少している。 ・商談会等で面談した県外事業者への後追い営業やきめ細かなフォローができない県内事業者が多い。 ・土佐材の知名度向上とともに住宅等に採用されるための効果的なきっかけづくりが必要。</p>	<p>○これまでの成果を踏まえ、必要な予算を確保したうえで、県内事業者の外商活動をサポートする事業を継続する。また、県内事業者の後追い営業等に対する支援を拡充する。 ○商談会については新たな集客方法を検討 ・県外の建築士のグループ等と連携して開催 ○土佐材を使用することが取引先企業の事業拡大に繋がるよう、土佐材と取引先企業をPRし、知名度向上を図る。 ○海外の木材市況等の情報を収集する。</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 21%（H22） →30%以上	〈直近の実績〉 JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が25% （H26年度末） JAS格付け実績 1,750m3 （H27.7月上旬時点）	再掲 (A)	<p>○補助事業による支援や取引先事業者からの要請により、JAS製品の出荷量が増加している。</p>	<p>○H27年度から下記の県産材ブランド化事業費補助金に組み換えて実施。</p>
◆同上	同上	同上	<p>○上記「性能表示木材流通促進事業費補助金」を組み替えて、H27から実施。製材品に産地と品質を表示することで、土佐材の知名度向上による取引の拡大が期待できる。</p>	<p>○上記「性能表示木材流通促進事業費補助金」及び「県産材ブランド化推進事業費補助金」の成果を踏まえ、必要な予算を確保したうえで、事業を継続する。</p>
◆県外の土佐材等の建築棟数 45棟（H22） →150棟/年間	〈H27年度〉 県外の土佐材等の建築棟数 138棟	再掲 (A)	<p>○商談会を機に顧客を獲得し、一定の成果を上げている。県外の事業者を高知県に招待する産地商談会により、今後も土佐材パートナー企業の増と郵便出荷の成約が期待できる。</p> <p>〈課題〉 ・例年、ダイレクトメール等で消費地（県外）商談会を案内しているが、興味がある事業者は既に参加済みのためか、出席者が減少している。 ・商談会等で面談した県外事業者への後追い営業やきめ細かなフォローができない事業者が多い。 ・土佐材パッケージの基準ととりまとめと同基準に基づく製品を管理する事業者の選定が進んでいない。</p>	<p>○これまでの成果を踏まえ、必要な予算を確保したうえで、パートナー企業の土佐材住宅等の建築を支援する。また、商談会等に参加したパートナー企業（候補を含む）に対して県内事業者が後追い営業等に対する支援を拡充する。 ○商談会については新たな集客方法を検討 ・県外の建築士のグループ等と連携して開催 ○土佐材を使用することがパートナー企業の取引拡大に繋がるよう、土佐材と土佐材パートナー企業をPRして知名度向上を図る。</p>

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
◆これからの対策			
4. 知的財産の有効活用			
◆○知的財産に関する普及啓発を継続し、意識と知識を向上	啓発普及や実務能力の養成など、段階に応じた知的財産セミナーの開催：57回 (H24-13回、H25-15回、H26-13回、H27-16回)	・知的財産セミナー参加者数：1,674人 (H24-410人、H25-452人、H26-407人、H27-405人)	
◆◎知的財産の取得と管理、活用の促進	知的財産の取得・管理・活用に向けた企業等の取組に対し、相談会や専門家派遣等による支援：通年	・知的財産総合支援窓口(発明協会)による相談件数：4,097件 (H24年度-1,141件、H25年度-879件、H26年度-790件、H27年度-1,287件) ・知的財産相談会の開催・専門家派遣による支援件数：687件 (H24年度-194件、H25年度-161件、H26年度-169件、H27年度-163件)	
◆○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	地域アクションプランに係る商標等の取得・活用に関する相談への対応：通年	・地域APに係る地域団体商標、商標の取得・活用に関する相談受付：22件、うち商標登録出願4件、出願準備2件 (H24年度-14件、2件、2件、H25年度-5件、1件、0件、H26年度-1件、0件、1件、H27年度-2件、2件、0件)	
地産外荷の推進（関西地区）			
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) 高知フェア等の外荷機会の確保			
◆関係機関等とのネットワーク拡大 ★四国産品外荷ネットワークの充実	県人会、ふるさと会、同窓会への参加86回 ふるさと交流会の開催2回 企業立地セミナーの開催3回(H25～) 高知を語る会の開催3回 関西から高知を応援する会の開催4回 関西で活躍する企業の会の開催3回(H26～) 四国産品外荷ネットワーク大阪連絡会の開催13回(H25～)	・ホテル等での高知県（四国）フェア138回 (うち四国産品外荷ネットワークの充実による新規の四国フェア・物産展8回) ・「土佐の宴～高知家の食卓～」 出展者179社 来場者1,383人 ・フードテック出展者10社 ・ファベックス関西出展者24社 ⇒平成27年度の食品成約数 成約件数992件 362百万円	
◆関西における高知県産品のPRと外荷機会の確保 ◎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	企業等訪問件数879回 商談会の開催、出展及び出展支援38回 ・試食商談会「土佐の宴～高知家の食卓～」 ・フードテック ・ファベックス関西 ・天下の台所 ・買いまっせ売れ筋商品発掘市 ・まいどおおきに博 ・'13食博覧会・大阪 他 個別商談の支援(マッチング)	・ホテル等での高知県(四国)フェア138回 ・「土佐の宴～高知家の食卓～」 出展者179社 来場者1,383人 ・フードテック出展者10社 ・ファベックス関西出展者24社 ⇒平成27年度の食品成約数 成約件数992件 362百万円	

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p>これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 <u>(目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</u></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)	<H27年度> ○年間405人	A	○少人数の参加によるPCを利用した研修や連続講習などを実施したことにより、参加者数は目標に至っていないが、ニーズに応じた知的財産セミナーは実施できている。 <課題> ・知的財産の知識のない人向けのセミナーに加えて、知的財産を活用できる人材の育成に向けたセミナーの開催等、幅広い視点での知的財産セミナーの開催が必要である。	○ターゲットを明確にした知的財産セミナーを開催し、内容に応じた参加者へのアプローチを行っていく。
◆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)	<H27年度> ○年間1,287件	A	○相談件数については、国の指導によりH25年度から相談を受けても氏名等が判明しないものについては件数としてカウントしなくなったことにより目標には達しなかった。 ○件数は伸びていないが、相談内容の高度化や専門化が進んでいる。 <B評価となった要因分析> ○近年の相談件数等の状況は変わっていないが、H23年度から国の委託事業として知的財産総合支援窓口が開設されたことにより、支援方法や件数のカウント方法が変更されたことによる。 ○専門家等による支援件数については、新設された相談窓口で解決できる事例が増えたことにより件数が減少した。	○引き続き、中小企業等の知的財産の活用に向けた支援を継続する。
◆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)	<H27年度> ○年間163件	B	○相談件数については、国の指導によりH25年度から相談を受けても氏名等が判明しないものについては件数としてカウントしなくなったことにより目標には達しなかった。 ○件数は伸びていないが、相談内容の高度化や専門化が進んでいる。 <今後の課題> ・企業訪問や相談窓口のPR強化などにより、知的財産を意識し、活用する企業をさらに掘り起こすことが必要である。	
◆地域アクションプラン関連事業による知的財産の活用 →21件 (7地域×3件、 H23年度全228 事業の約1割)	<H27年度> ○相談22件、うち商標出願又は出願準備6件 (H24~H27累計)	A+	○相談に応じて対応してきており、目標を達成できている。 ・商標出願に結び付いたものもあり、成果が表れている。 <課題> ・今後も産業振興推進地域本部と連携し、支援制度の周知に努めていくことが必要である。	○引き続き、地域の知的財産の活用に対する取組を支援していく。 ・支援制度のPRを強化していく。
◆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	<H27年度> 1,000名	A+	○高知県にゆかりのある企業や関係者との繋がりを深めるとともに、それらのネットワークを活用して新たな人脈をひろげることができた。 高知県産品の情報発信や訪問により、新たな取引先のネットワークを構築することで県産品の販路拡大に期待が持てる。	○これまでのネットワークを維持しつつ、それらを活用した更なる販売先としてのネットワークの拡大を目指す。
◆同上	同上	同上	○高知県大阪事務所の主催する試食商談会「土佐の宴～高知家の食卓～」の開催をはじめとする食に関する商談会を重ねてきた結果、県内生産者や事業者の参加数が増えるとともに、関西の飲食関係者や流通関係者等とのつながりが広がり、マッチング機会の増加につながることができた。 また、地産外商会社の職員が新たに配置されたことにより、一層マッチング機会が増えるとともに、県内の生産者や事業者へのフォローが強化された。 ・関西での商談会に参加する県内生産者や事業者数が増加し、来場者も増える好循環につながることができた。 ○高知県フェアの継続的な開催により、高知県産品の認知度向上につながることができた。	○販売先への訪問及び高知県産品の情報発信を強化し、関西の飲食関係者や流通関係者との繋がりを深めるとともに、商談の成約に向けたフォローをより強化していく。

産業成長戦略（連携テーマ）			
戦略の柱		具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
取組方針			
施策			
◆これからの対策			
◆県産品取扱店との連携 ○関西の直販所等との連携 ◎とさの店との連携 ★高知家の魚PRパートナー店との連携		大阪事務所での物産展開催81回 ・土佐の木曜市 ・4県連携物産展 他 高知家おらんくのうまいもんキャンペーン4回 「高知家の魚応援の店」登録店募集（H26～）	・「土佐の木曜市」来場者数12,966人（平均146人） ⇒売上13,701千円（平均154千円） ・おらんくのうまいもんキャンペーン参加店 H24：23店 H25：29店 H26：32店 H27：40店 ・高知家の魚応援の店（関西）278店（H28.3.31時点）
（2）マスメディアを活用した観光情報発信 ◆○マスメディアを活用した観光情報の発信		H24：新聞・雑誌社訪問 8社15件 TV・ラジオ局訪問 5件 その他 5件 H25：新聞・雑誌社訪問 12社24件 TV・ラジオ局訪問 6社8件 その他 11件 H26：新聞・雑誌社訪問 10社16件 TV・ラジオ局訪問 4社7件 その他 7件 H27：新聞・雑誌社等訪問 12社14件 TV・ラジオ局訪問 2社2件	（H24） ・新聞等への掲載 24件 TV・ラジオ出演9件 ⇒県外から高知への入込客数 3,840千人 （H25） ・新聞等への掲載 43件 TV・ラジオ出演 8件 ⇒県外から高知への入込客数 4,072千人 （H26） ・新聞等への掲載 54件 TV・ラジオ出演 9件 ⇒「こうち女子旅」ツアーの商品化（催行なし） （H27） ・新聞等への掲載 59件 TV・ラジオ出演3件 ⇒県外から高知への入込客数 4,086千人
（3）観光展やイベントなどでの情報発信 ◆○観光展・イベントでの情報発信・PR		H24：観光展・イベントでのPR 56件 H25：観光展・イベントでのPR 58件 H26：観光展・イベントでのPR 43件 H27：観光展・イベントでのPR 57件	（H24）・観光展・イベント展への出展 45件 ⇒県外から高知への入込客数 3,840千人 （H25）・観光展・イベント展への出展 49件 ⇒県外から高知への入込客数 4,072千人 （H26）・観光展・イベント展への出展 39件 ⇒県外から高知への入込客数 4,013千人 （H27）・観光展・イベント展への出展 46件 ⇒県外から高知への入込客数 4,086千人
（4）誘客活動の実施 ◆◎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による交流人口の拡大		H24：旅行社訪問85件 スポーツ関連団体訪問19件 H25：旅行社訪問82件 スポーツ関連団体訪問8件 大学・専門学校訪問6件 H26：旅行社訪問70件 スポーツ関連団体訪問2件 大学・専門学校訪問14件 H27：旅行社訪問102件 スポーツ関連団体訪問3件 大学・専門学校訪問8件	（H24）⇒仁淀川流域への新ルートが商品化（2社）、催行された （H25）⇒幡多地域への体験型旅行が商品化、嶺北地域と京都の短期大学が相互交流実施、専門学校の研修旅行を誘致 （H26）・嶺北の企業と京都の短期大学が受託研究契約締結 ⇒地域連携実習が単位化 （H27）⇒京都の大学で企画展を実施、大阪の専門学校が嶺北地域で研修し、当地域への旅行商品を企画
（5）外国人観光客の誘致のための情報収集、情報発信 ◆○インバウンドに関する情報収集		H25：インバウンド関連訪問 35件 H26：インバウンド関連訪問 6件 H27：インバウンド関連訪問 14件	（H25）・6カ国がINAP国際会議のブース展示に参加 （H26）・台湾ランタンフェスティバルへの参加 （H27）・台湾ランタンフェスティバルへの参加

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 <u>(目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</u></p>	
◆同上	同上	同上	<p>○「土佐の木曜日」や「高知家おらんくのうまいもんキャンペーン」の開催、また「高知家の魚応援の店」の増加により、高知県産品のファンが増え、高知県は食べ物美味しいというイメージが定着してきている。</p> <p><課題> ・土佐町のサテライトショップ「とさ千里」が平成27年2月に閉店。</p>	<p>○「高知家の魚応援の店」や「高知家の野菜・くだもの応援の店」との連携強化により、食材の提案、県内生産者や事業者とのマッチングにつなげていく。</p> <p>○量販店の高知フェア開催時等に合わせて県産品の販売情報を発信するなど、消費者への効果的なPRに努める。</p>
◆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	<H27年度> 103件	A+	<p>○メディア関係者との間で良好な関係を築くことにより、費用対効果の高い情報発信はできている。</p> <p><課題> ・メディア情報発信向け予算の確保、メディア関係者とのネットワークの構築が必要。</p>	<p>○引き続き定期的なアプローチや、早めの情報提供と情報収集に取り組むとともに、メディア関係者とのネットワークの拡大を図っていく。</p>
◆各種イベントの実施・参加 (H22) 47件→ (H27) 60件	<H27年度> 46件	B	<p>○積極的なPR活動に取り組むことができた。</p> <p><課題> ・誘致につなげるための効果的なPRの検討が必要。</p>	<p>○観光情報の発信機会を広く確保し、効果的なPRを行う。</p> <p>・観光コンベンション協会や地産外商公社等と連携し、物産展についても観光情報の発信の場に組み込んでいく。</p>
◆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	<H27年度> 4回/年	A+	<p>○旅行会社への情報発信は出来ているが、スポーツ団体等へは引き続きコンベンション協会と連携し、ニーズにマッチした情報発信やフォローが必要。</p> <p><課題> ・関係先との連携を強化していくことが必要。</p>	<p>○引き続き、関係先との連携を深めて訪問活動等に取り組む。</p>
◆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	—	—	<p>○関係先との良好な関係を保ちつつ、継続した活動に取り組んだ。</p> <p><課題> ・時宜を捉えたインバウンドに有効な情報を的確に収集し、受け入れ体制を充実させることが必要。</p>	<p>○引き続き関係先への訪問と連携を行って、ニーズを的確に把握して受け入れ体制を整え、高知県への誘致につなげていく。</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
地産外商の推進（中部地区）		
1. 県産品の販売拡大		
（1）高知フェア等の外商機会の確保		
◆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た開催機会の拡充 ○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	◆中部地区で商品流通に精通している方をアドバイザーとして迎え、高知県中部地区地産外商戦略計画を策定。計画策定後も引き続き、アドバイザーの方々に外商活動に関する意見をいただくとともに、新規の販路開拓及び外商機会の確保・拡充を行った。 ○高知フェアの開催機会の拡充 H24:14回、H25:18回、H26:26回、H27:28回 ○商談会への出席 H25:2件、H26:3件、H27:1件 ○アドバイザーとのフォローアップ委員会を開催し、高知県中部地区地産外商戦略計画を基に、外商活動の報告及び今後の外商活動についての意見交換の実施 H24:2回、H25:2回、H26:2回、H27:2回	(H24) ・高知フェア、物産展等の開催（14回）:24,000千円 (H25) ・高知フェア、物産展等の開催（18回）:36,000千円 ・定期的取引の仲介:2,000千円 (H26) ・高知フェア、物産展等の開催（26回）:34,000千円 ・定期的取引の仲介:5,450千円 (H27) ・高知フェア、ホテル等フェア、物産展等の開催（28回）:31,000千円 ・定期的取引の仲介:31,500千円
（2）試食・商談会等を活用した新たな販路開拓		
◆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	◆愛知県調理師会総会への出席（H26～）、司厨士協会展示商談会へ出展（H27）し、新たな販路開拓や人的ネットワークの開拓に努めた。 ○商談会等への参加や、既人的ネットワークを通じての紹介等によ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継続出展（H23～） H23:3ブース、H24:4ブース、H25:3ブース、H26:3ブース、H27:4ブース ○「土佐の宴」への名古屋バイヤー等の招待（H24～） ○テレビ番組、雑誌、新聞等への高知県関係の特集の放映や掲載。	(H24) ・NAGOYAフードビジネスショーへの出展:4社 ・「土佐の宴」への名古屋バイヤー等の招待:31名 (H25) ・NAGOYAフードビジネスショーへの出展:5社 ・「土佐の宴」への名古屋バイヤー等の招待:22名 ・事務所関与による新聞等への高知県関係記事の掲載:18件 (H26) ・第92回愛知調理師会総会への出席 ・NAGOYAフードビジネスショーへの出展:7社 ・「土佐の宴」への名古屋バイヤー等の招待:16名 ・事務所関与による新聞等への高知県関係記事の掲載:24件 (H27) ・第93回愛知調理師会総会への出席 ・NAGOYAフードビジネスショーへの出展:9社 ・「土佐の宴」への名古屋バイヤー等の招待:14名 ・事務所関与による新聞等への高知県関係記事の掲載:15件
（3）企業誘致の推進		
◆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	◆新規企業への訪問や企業立地セミナーを行い、新規企業誘致に努めた。 ○既立地企業への訪問 H24:26件、H25:18件、H26:26件、H27:17件 ○企業立地セミナーの開催 H26:1回、H27:1回	(H26) ・企業立地セミナーへの参加社数:73社（98名） (H27) ・企業立地セミナーへの参加社数:52社（71名）
（4）効果的な観光PR、プロモーション活動の展開		
◆○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	◆○四国ツーリズム創造機構や高知県観光コンベンション協会とともに観光に関する企業への訪問、来所 H24:21件、H25:80件、H26:86件、H27:107件 ・高知フェアや各種イベント等で高知県観光パンフレットの配布 H25:8,800セット、H26:14,415セット、H27:23,005セット	(H25) ・事務所関与による新聞等への高知県関係記事の掲載:18件 ・四国ツーリズム創造機構主催の商談会への参加:1回 (H26) ・事務所関与による新聞等への高知県関係記事の掲載:24件 ・高知県観光コンベンション協会主催の商談会への参加:1回 (H27) ・事務所関与による新聞等への高知県関係記事の掲載:15件 ・高知県観光コンベンション協会主催の商談会への参加:1回

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p>これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 <u>(目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</u></p>	
◆中部地区での高知県 産品の販売額の増加 H23年度：40,000千 円 ↓ H27年度：51,000千 円	<H27年度> 62,000千円	A+	<p>○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、巨大なマーケットである。中部地区で、名古屋を中心に高知フェアの開催や、商談会への参加、高知食材を使った料理教室の開催などの外資機会の拡大に努めた結果、高知県産品の販売額と定番的商品取引額は増加している。</p> <p><課題> ・中部地区は地産地消の考え方が強く、高知県産品と類似の商材も多く、消費者に対するインパクトがあまり高くない。その中で、選ばれる商品となるためには、同様の商品との差別化、優位性を強く打ちだしていくプロモーション展開を行い、高知の食材を好きになるモチベーションづくりが必要。</p>	<p>○「健康」、「安全」、「高級」など、食に関してこだわりを持つミドルクラス以上の消費者をメインターゲットとし、商材の魅力を発信する。</p> <p>・量販店、ホテルでの露出拡大</p> <p>・商材の魅力の認知拡大や、外資関係者のアドバイスを踏まえた商材の開発・改良を図るため、アンテナショップの開設の可能性や、他の効果的な方法を検討する。</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	—	—		
◆飲食店等での高知県 フェアの定番化 H23年度：3件	<H27年度> 20件	A+	<p>○飲食店等での高知フェアの開催に尽力し、開催数が年々増加している。その中から定番化につながる商品もあり、高知県産品の取扱店舗数も増えている。</p> <p><課題> ・中部地区は他の都市圏と比べ閉鎖的な土地柄といわれており、継続的な取組につながる取引口座開設等に時間がかかるが、一度受け入れてもらえると長く取り引きを継続してくれる土地柄でもあり、既存の人的ネットワークの更なる信頼関係の積み上げによる、新規販路の開拓や、予算の拡充等によりプロモーションを拡大し、地道に商材の魅力を発信し続け、一つでも多く、高知県産品の定番化につなげることが重要。</p>	<p>○中部地域で、高知フェアが定番化している状況を創出していく。</p> <p>・高知フェアや商談会での売れ筋商品を定番化商品として繋げることを目指す</p> <p>・販売開拓の基礎となる人的ネットワークの構築、拡大</p>
◆高知県産品の取扱店 舗数の拡大 H23年度：0件	<H27年度> 54件 ※名古屋事務所が把握 している延べ取引社数 (卸業者含む)	A+		
◆企業誘致の推進 新規企業の誘致 ～27年度：1件 H21年度：1件	新規企業の誘致 ～27年度：0件	B	<p>○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だが、企業を取り巻く経営状況が依然厳しく、県内に新規工場を検討していた企業も、スケールメリットを活かすため、海外進出に計画変更するなど、海外を視野に入れている企業が多いことから、高知県への進出企業の発掘は容易ではない。</p>	<p>○既進出企業のアフターケアの継続に加え、H31年に2社新規誘致に向け、産業団体関係者などから情報収集を行い、地道に取り組む。</p>
◆商品造成につなげる ためのエージェントとの 関係強化 ・エージェント訪問 回数 H27：延60社 H23：延21社	<H27年度> 107社	A+	<p>○信仰心に厚い土地柄で（愛知県は仏閣数全国1位）、空海人気が高くお遍路に関する問い合わせは多いが、他の高知県の認知度が高くないため、旅行会社等への情報提供、量販店等での物販と同時の観光PR、マスコミを活用したPR等で観光情報を積極的にPRし、高知県の認知向上に努めた。</p>	<p>○高知県の最新情報やターゲットを絞った旅行プランを作成し、エージェント訪問を行う。</p> <p>○四国ツーリズム創造機構や観光コンベンション協会との連携、マスメディア等を通じた高知家プロモーションとの連動、複便化された航空機路線などを活用し、高知県のPRを行う。</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
2 新エネルギーを産業振興に生かす		
1. 太陽光発電の導入促進		
(1) 大規模太陽光発電の導入促進 ◆本県の自然条件を活かしたメガソーラーの整備 ○こうち型地域還流再エネ事業スキームによる事業化の推進 ○希望事業者等からの導入の提案や相談への対応 ○本県の優位性等を生かした太陽光発電所の設置促進	◆○再生可能エネルギーの導入促進と地域資源活用のメリットを最大限地域に還流させるため、「こうち型地域還流再エネ事業」スキームにより、H25年度から官民協働による発電事業を実施 (H24~H25) ○こうち再生可能エネルギー事業化検討協議会の開催(2回) ○同太陽光発電検討部会の開催(4回)	(H24) ・「こうち型地域還流再エネ事業」スキームの創設(H25~H26) ⇒スキームによる発電事業会社の設立(6社) ⇒発電事業会社へ6市町村及び19事業者(うち県内事業者18社、うち地元市町村事業者9社)が参画 ※重複分は除く (H26~H27) ⇒発電開始(7ヶ所、発電規模約10MW)
(2) 中小規模太陽光発電の導入促進 ◆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	◆○中規模として、県有施設を活用し、県内事業者が行う太陽光発電事業を支援、小規模として、自治会が主体となった太陽光発電事業の支援を行った。 <中規模> (H26) ・県有施設の屋根貸し事業公募対象施設の決定(12施設)及び事業者の公募 <小規模> (H24~H25) ・こうち再生可能エネルギー事業化検討協議会の開催(2回) ・同太陽光発電検討部会の開催(4回) ・国や市町村補助金等の周知	<中規模> (H26) ・候補事業者(1者)及び候補施設(6施設)の決定(H27) ⇒事業実施に向けた事業計画の確認・調整作業、国への設備認定・電力会社への連系契約手続き等(6施設、発電容量215.6kW) <小規模> (H24~H26) ・自治会が主体となった太陽光発電の事業化計画の策定 ⇒モデル自治会の集会所に太陽光発電設備を導入(5kw程度)、また、それ以外の3ヶ所にも導入
2. 小水力発電の導入促進 ◆具体的な事業実施に向けた取組(小水力発電) ○希望事業者等からの導入の提案や相談への対応 ○小水力発電導入に向けた検討 ★水源のさと石原「北郷」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的支援 ★事業化に向けての支援	◆地域の貴重な資源を活用した発電事業によって得られる利益を地域に還元する新たなモデル作りを目指すとともに、市町村等に対し支援を行う。 (H24~H25) ○こうち再生可能エネルギー事業化検討協議会の開催(2回) ○★同小水力発電検討部会の開催(3回) (H24) ○小水力発電導入有望地点現地調査の実施(12地点) (H24~) ★地域団体等の事業化に向けた支援	(H25~) ・民間主体により、県内各地域での取り組みが動き出す(5ヶ所程度) ⇒事業計画、建設工事等に着手(5ヶ所程度) (H24~H26) ・水源のさと石原「北郷」発電所建設計画<基本設計及び実施設計の作成> (H27~) ⇒水源のさと石原「北郷」発電所建設工事着手のための準備 (H25~) ・土地改良区による概略設計、実施設計 ⇒H29稼働開始に向けた建設工事着手 (H27) ・1村による小水力発電所が完成(145kW)

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	（これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 （目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む））	
◆大規模太陽光発電の 導入量 25,988kW（うちメ ガソーラー0kW） （H23年度末） →61,750kW（うち メガソーラー 28,000kW）	〈H27年度〉 276,111kW うちメガソーラー 82,831kW	A+	○こうち型地域還流再生事業により、県内6市町村7カ所で、出力規模約10メガワットの発電が開始され、再生エネの導入が促進された。 ○発電事業会社へは、県内中小企業者を中心に19社（重複除く）が出資を行っており、発電事業への参画の機会を提供できた。 ○建設工事や点検や草刈り等保守管理、資金調達において県内事業者や県内金融機関が活用されており雇用に繋がっていると思われる。 ○また、民間においても多数の事業が進められ、27年度末のメガソーラーの導入量は82,831kW増となり、再生エネの導入が大幅に促進された。	○系統の強化など国への政策提言を行う。 ○H28.3に策定した太陽光発電施設の設置・運営等に関するガイドラインを活用して、設備認定を受けた設備のスムーズな導入を図る。
◆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 メガソーラーの導入 0件（H23年度末）	〈H27年度〉 メガソーラーの導入件 数52件	A+	（課題） ・電力需要の少ない中山間地域を多く抱える本県においては、送電網が脆弱であることから、さらなる事業参入が困難となっている地域が増えている。 ・太陽光発電の設置・運営そのものに関する規制等がないため、事業者と地域住民との間でトラブルが発生している。	
◆保守管理業務などで 新たな雇用が発生して いる	大規模太陽光発電所の 増加に伴い、保守管理 業務等で新たな雇用に 繋がっている	—		
◆中小規模太陽光発電 の導入量 25,988kW（H23年 度末）→50,000kW	〈H27年度〉 276,111kW、うち 中小規模 193,280kW	A+	○中小規模太陽光発電については、固定価格買取制度の開始もあり、導入が進んだ。 ○中規模については、県有施設の屋根貸し事業について、6施設において事業を行う候補事業者が決定している。H27年度は、事業内容の確認・調整や、国への設備認定・電力会社への連系統統契約手続き等を行った。 ○小規模については、自治会が主体となり小規模な太陽光発電を導入した場合の事業化計画の策定を行い、4カ所（1市）の導入につながった。	○屋根貸し事業については、県との協定締結手続き等を行い、発電開始に至るよう事業を進めていく。 ○住宅等での自家消費の推進。蓄電池、電気自動車等の活用の検討。
◆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 23,513kW （H23年度末）	〈H27年度〉 276,111kW、うち 小規模67,920kW	A+	（課題） ・売電以外の付加価値、メリットが見えにくい。 ・固定価格買取制度の買取価格が年々低下する影響により、事業性が見込みにくくなっている。	
◆県内企業により屋根 借り事業等が行われて いる	〈H27年度〉 事業実施に向けた事業 計画の調整等	B		
◆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	—	—		
◆小水力発電の導入量 3,359kW（H23年度 末） →3,359kW	〈H27年度〉 3,654kW	A+	○3カ所程度の地域において、民間が主体となった事業計画や工事が進められている。（新エネルギー推進課把握分） ○公営企業局において『水源のさと石原「北郷」発電所』の発電開始（H30度後半）に向け、引き続き、取り組みを進める。	○地域主体の事業化にあたってハードルとなっている調査・設計、手続きの費用の支援策の検討 ○県外を含めた情報収集を行うとともに、県と市町村が連携して手続きの明確化などを検討する。
◆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	—	—	（課題） ・事前の調査や手続き等で、事業の実施に至るまで数年かかってしまったため、早期の大幅な導入が見込めない。 ・事業化に向けた調査・設計等に費用がかかり、地域主体の事業化にはハードルが高い。 ・水利権等の法的手続きが複雑であり、また普通河川の取扱事例が少なく時間がかかる。	

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
3. 風力発電の導入促進 ◆具体的な事業実施に向けた取組（風力発電） ○希望事業者等からの導入の提案や相談への対応 ◆地域のメリットの創出 ○地域のメリットの創出に向けた支援 ★事業化に向けての支援 ◆★洋上風力発電の検討	(H24~H25) ◆〇こうち再生可能エネルギー事業化検討協議会の開催（2回）、同風力発電検討部会の開催（4回） (H24~H27) ◆〇梶原町における風力発電事業計画策定等への支援（20回） (H26) ★梶原町風力発電事業におけるパートナー事業者選定プロポーザルの実施への協力（H26~H27） ★梶原町との協議等（25回） (H26) ◆★洋上風力発電に関する勉強会の開催（2回）	(H24~H25) ・「梶原町風力発電事業スキーム（たたき台）」まとめ (H26~H27) ・梶原町風力発電事業におけるパートナー事業者の決定 ・「梶原町内に設置を検討する風力発電事業に関する基本協定書」の締結（県、梶原町、パートナー事業者による三者協定） ⇒設備認定申請、接続検討申込 (H26) ・勉強会への参加実績 のべ145名（民間事業者、金融機関、市町村等） (H27) ⇒洋上風力発電に対する意識の高まり（民間団体主催による講演会の開催）
4. 木質バイオマスエネルギーの利用促進 【原料供給対策】 ◆◎原木や林地残材の搬出に対する支援 ◆◎木質バイオマス燃料の安定供給	◆◎作業道の開設や集材架線の設置、流通経費の支援、高性能林業機械等の導入及び事業地取得等の支援を実施 ◆◎安定供給に向けて以下の取り組みを実施。 ・県内木質ペレット製造事業者の製造状況調査及び工程改善に向けた協議の実施（3事業者） ・新規に大型の木質ペレット製造工場の整備を支援（1事業者） ・木質バイオマス発電施設の整備を支援（2事業者）	・作業道開設 ⇒H24：148,956m、H25：5,216m、H26：4,570m ・作業ポイント ⇒H24：1m、H25：9箇所、H26：14箇所 ・集材架線 ⇒H24：31,050m、H25：5,150m、H26：8,050m ・流通経費支援 ⇒H24：1m、H25：21,116m、H26：49,177m ³ ・高性能林業機械導入 ⇒H24：7台、H25：12台、H26：8台 ・既存木質ペレット製造工場の模様替えにより工程改善が図られ、ペレット生産量が増加 ⇒H24：2,107t、H25：2,783t、H26：3,105t ・新規木質ペレット製造工場の施設整備 ⇒H26：1施設 グリーン・エネルギー研究所 ※フル稼働時 (年間製造能力：5,000t、原木使用量10,200t)

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆風力発電の導入量 36,450kW (H23年 度末) →71,450kW	<H27年度> 36,150kW	B	○県内の3地域で、民間等による事業計画が進められているが、許認可手続き等により時間を要しているため、導入量の目標が未達成となっている。今後、これらの事業が進めば、目標が達成できる見込みである。(新エネルギー推進課把握分) (課題) ・電力需要の少ない中山間地域を多く抱える本県においては、送電網が脆弱であることから、さらなる事業参加が困難となっている地域が増えている。 ・大規模風力発電は、投資コストが大きく、県外企業の参加が多い。	○系統の強化など国への政策提言を行う。 ○導入が計画されている県外事業者による風力発電事業について、関係町及び事業者と地域貢献について意見交換を行う。
◆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	—	—		
◆◆同上	同上	同上	○梶原町内での風力発電事業について、パートナー事業者を選定し、事業計画の作成に着手した。 ・今後、事業計画を基に、事業実施の判断(県としての事業への参画)が必要となる。 (課題) ・系統連系枠の確保。事業性の検討。	○県、町、パートナー事業者による基本協定に基づき、協力を行う。
◆◆同上	同上	同上	○民間を中心に意識が高まっている。 (課題) ・事業の可能性は現実的にあるのか。(NEDOの風況調査結果では可能性がありそうである。) ・事業主体となる団体等が出てくるのか。	○国においても実証段階中であり、情報収集を行っていく。
◆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	<H27年度未見込> 40万3千トン	再掲 (A+)	○路網や機械の整備等、総合的な原木増産の取組により、製材工場や木質バイオマス利用に向けた、供給体制づくりが進んで来ている。	○総合的な原木増産の取組の継続と、木質バイオマスに必要な機械の導入や仕組みづくりを進める。
◆森林からの収集量 11万4千トン (H21)→23万5千 トン	<H27年度> 25万3千トン	再掲 (A+)		
◆製材工場等からの収 集量11万3千トン (H21)→16万8千 トン	<H27年度未見込> 15万4千トン	再掲 (A)		
◆◆◆同上	同上	同上	○木質ペレットの安定供給体制が整ってきている。 ・既存の木質ペレット製造工場が工程改善等により安定した製造を行えるようになってきている。 ・新しく整備された宿毛市の木質ペレット製造工場が稼働し始め、フル稼働の生産量となると、県内の需要量に見合った供給体制が整う。 ○2つの木質バイオマス発電所がFIT運用による売電を開始し、発電向けのバイオマスが本格的に供給され始めた。 (課題) (熱利用) ・冬場中心の需要に見合った県産木質ペレット等の安定供給に向けた体制強化・継続的な地域循環の熱利用のための、木質燃料の量・価格等の安定供給を確保できる新たな支援策の検討。 ・木質ペレットの製造の安定化(量、品質等、特に新規工場) (発電) ・燃料となる原木の収集・安定供給体制の仕組みづくり ・木質バイオマス発電の稼働による低質材価格変動の把握及び対応 ・発電用木質バイオマス証明ガイドラインの運用指導 ・市町村による木質バイオマス代行証明の仕組みの普及拡大 ・木質バイオマス供給に向けた小規模林業協議会との連携	(熱利用) ○県産木質ペレットの自給率向上に向けた、安定供給体制の更なる強化を進める。 ・木質燃料の安定供給(量、価格等)を確保できる新たな支援策の検討。 (発電) ○燃料となる原木の収集・安定供給体制の仕組みづくり ・発電事業者からの継続的な協議と課題への対応 ・木質バイオマス証明ガイドラインの継続的な運用指導 ・市町村による木質バイオマス代行証明の仕組みの普及拡大 ・木質バイオマス供給に向けた小規模林業協議会との連携強化

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
【利用促進対策】 ◆○木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化 ◆○幅広い分野での木質バイオマス利用を促進 ◆○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	◆○木質バイオマスボイラーの導入を支援。また、木質バイオマスボイラー利用農家とメーカーとの意見交換も行った。 ◆○木質バイオマス発電施設の整備を支援 ◆学校施設の給湯や温泉施設、食品加工施設の乾燥工程、庁舎の冷暖房など幅広い分野で木質バイオマスボイラーの導入を支援 ◆○ボイラー利用者のコスト負担を軽減するために、木質バイオマスの熱利用による環境価値を証明化して、企業等に販売するグリーン熱証明の取り組みを実施	・木質バイオマスボイラーの導入により木質バイオマス利用量が増加 ⇒H24：28台、H25：35台、H26：46台（うち農業分野） H24：26台、H25：27台、H26：44台 木質バイオマスボイラーの改良点 小型化、メンテナンス性向上、コストダウン ・木質バイオマス発電施設の稼働により木質バイオマス利用量が増加（2施設） ⇒H26（送電規模・木質チップ使用量）※フル稼働時 グリーン・エネルギー研究所 （5,800kw・93,000t） 土佐グリーンパワー （5,650kw・87,000t） ・農業分野以外での木質バイオマスボイラーの導入 ⇒H24：2台、H25：8台、H26：2台 ・農家による木質バイオマス燃焼灰の自家利用が始まった。 ・産廃処分を行う事業者の燃焼灰の適正な取扱が図られた。 ⇒事業活用 H25：6事業者、H26：3事業者 ⇒ボイラーシステムのモニタリングを行い、グリーン熱設備の認定取得：2事業者 ・グリーン熱証明書の大きな市場が形成されず、収入が見込めないことから事業中止
【事業化対策】 ◆○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	◆○木質バイオマスエネルギー利用促進協議会・運営委員会・勉強会の開催 H24：5回、H25：5回、H26：5回 ◆◎安芸・芸西地域における集団化の推進 ◆★証明ガイドラインの適正な運用の支援 【再掲】 ・木質バイオマス発電施設の整備を支援（2事業者）	・協議会メンバーの増加 H24末：117人、H25末：118人、H26末：138人 ・協議会・運営委員会・勉強会参加人数 （協議会）H24：第1回 55人、第2回 50人 H25：第1回 44人、第2回 39人 H26：第1回 52人、第2回 40人 （委員会）H24：第1回 14人、第2回 12人 H25：第1回 13人、第2回 12人 H26：第1回 12人、第2回 10人 （勉強会）H24：62人、H25：53人、H26：47人 ・安芸・芸西地域の木質ペレットボイラーの導入により集団化が進んでいる ⇒H24：85台、H25：103台、H26：125台 ※累計台数 ・自主行動規範の策定による適正な分別管理 ⇒H24：5件 ・市町村による証明代行 ⇒H26末：10市町村 【再掲】 ・木質バイオマス発電施設の稼働により木質バイオマス利用量が増加（2施設） ⇒H26（送電規模・木質チップ使用量）※フル稼働時 グリーン・エネルギー研究所 （5,800kw・93,000t） 土佐グリーンパワー （5,650kw・87,000t）

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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	木質バイオマス利用量 (H27年度末見込) 40万3千トン	再掲 (一)	<p>○安芸・芸西地域を中心に施設園芸における県内メーカーの木質ペレットボイラーの導入が進んでおり、機器の小型化等の改良や一定の低コスト化が進んでいる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・複数台のボイラーを一括入れすることで、更なる低コスト化につながっている事例もある。 ・自動運転による燃焼システムや熱交換機器など、技術的にも改良が加えられ、ボイラー機器のバージョンアップが進んでいる。 ・合わせて現場での様々なノウハウが蓄積されてきており、木質ペレットボイラーメーカーの県外販売が、ノウハウ込みで進められている。 <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一定のコストダウンが図られたとは言え、依然、重油ボイラーの3~4倍の機械代となっている。 ・ボイラー導入を闇雲に進めることはできず、基本的に機器は受注により製造・販売されるため、コストダウンには限界があり、一定の設備導入支援策の継続が必要。 ・木質バイオマスボイラーの導入に合わせて、木質燃料の安定供給体制を一体的な強化によるエネルギー自給率の向上が重要。 	○木質バイオマスボイラーの設備導入に係る継続的な支援
◆同上	同上	同上	<p>○農業分野以外での熱利用も少しずつ進んでおり、加えて、FIT制度による木質バイオマス発電が本格的に始まり、木質バイオマス利用が一気に増加した。</p> <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・木質バイオマス燃料の安定供給(量、単価等。詳細は上記のとおり) ・幅広い分野への木質バイオマスボイラー等の導入支援 	○年間の木質燃料需要につながる幅広い分野への木質バイオマスボイラー等の導入支援を継続的に行う。
◆同上	同上	同上	<p>○農家による木質バイオマス燃焼灰の自家利用が始まり、農業現場による循環利用の仕組みが整ってきている。</p> <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ペレット代金に燃焼灰の回収・処分コストを含めている事例もあり、自家利用が進んだ場合の整理が必要。 ・発電燃焼灰は、発生量が熱利用と比較にならず自家利用は進められないため、中間処理等による量的な対応を図りながら、関係者と連携して有効利用の事例を増やしていくことが重要。 	○木質バイオマス燃焼灰の自家利用を中心とした有効活用を関係者との連携により、継続的に進める。 ○発電燃焼灰は、発電事業者との定期的な協議により、発生・取扱状況を把握するとともに、県の関係組織等の協力により、対応を進める。 ・他県の状況も情報収集するなど、有効利用に向けた取り組みを進める。
◆同上	同上	同上	<p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内や海外の先進事例や最新情報による、長期的視点に立った方針の検討 	○木質バイオマス発電と木質バイオマス熱利用が両立する仕組みの検討を進める。
◆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量 (H27年度末見込) 40万3千トン	再掲 (一)	<p>○木質バイオマスエネルギー利用促進協議会の取組により、情報共有や供給・利用についての協議を継続的に行う体制ができていると考える。</p> <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県の木質バイオマス利用の更なる推進に向け、協議会による木質バイオマス利用の提言などを、次期産業振興計画の方向性に反映させる。 ・高知県の木質バイオマス利用の取組の情報発信の強化 ・協議会の推進体制の強化 	○高知県の木質バイオマス利用の取組の情報発信の強化 ・協議会の推進体制の強化
◆同上	同上	同上	<p>○農業現場の実情を踏まえた事業の最適化を図るために、メーカーや農協、市町村等と連携しながら取組を進めている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・集団化によるペレット配送や燃焼灰回収処理等の効率化 	○効率的なペレット配送体制に見合った集団利用の拡大 ○効率的なペレット配送システムの、県内他地域への水平展開
◆同上	同上	同上	<p>○2箇所の木質バイオマス専焼発電所が本格稼働し、木質バイオマス利用が大きく進展した。</p> <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・燃料となる原木の収集・安定供給体制の仕組みづくり(量、単価等。詳細は上記のとおり) ・木質バイオマス発電の稼働による低質材価格変動の把握及び対応 ・発電用木質バイオマス証明ガイドラインの運用指導 ・市町村による木質バイオマス代行証明の仕組みの普及拡大 ・自伐林家等小規模出材者も参画できる仕組みづくり 	○燃料となる原木の収集・安定供給体制の仕組みづくりを継続的に進める。 ○熱電併給による小規模木質バイオマス発電所の整備及び熱利用の推進【新規】

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
5. 防災拠点等への新エネルギーの導入促進 ◆★防災拠点等に対する導入の支援	◆★グリーンニューディール基金を活用し、地域の防災拠点等において、再生可能エネルギーや蓄電池等の導入を支援することで災害に強い自立・分散型のエネルギーシステムの導入を進める (H25) ・グリーンニューディール基金事業への申請、採択（環境省） (H25～H27) ・高知県グリーンニューディール基金事業評価委員会の開催（5回）	(H25) ・高知県グリーンニューディール基金の創設（18億円） ・導入施設の決定（県、市町村等 約70施設）（H26～H27） ⇒防災拠点等施設に対し、太陽光発電設備や蓄電池等の導入実施（合計78施設：県13施設、市町村等64施設、民間1施設） ※事業追加により施設数増加 ※市町村等施設ののうち1施設はH28年度へ事業繰越
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		
◆○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）	・県内園芸用重油年間使用量調査の実施 ・重油価格高騰緊急対策事業の周知と実施 ・省エネ部会及びコスト低減効果検証チーム（H24～25） ・節油対策調査の実施	・省エネ・節油対策関係資料集作成（H25） ・園芸用A重油の使用量は着実に減少 ⇒園芸用A重油の使用量 71,000kl（H20～22の平均） → 66,000kl（H24）→ 62,000kl（H25） → 54,000kl（H26）→ 50,000kl（H27）
(2) 新施設園芸システムの構築		
◆新施設園芸技術の確立に向けた研究開発 ○新施設園芸技術研究会による開発支援 ★施設内環境制御技術の開発推進 ★新施設園芸技術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	・大学、民間企業等で構成する「こうち新施設園芸システム研究会」（平成27年度から新施設園芸技術研究会に名称変更）による開発、普及支援 ・技術研修のため研究員4名をオランダに派遣し研究員の資質向上を図るとともに、高軒高ハウス6棟を建設し試験を実施 ・新施設園芸技術に関する17研究課題を実施 ・LEDの利用技術確立（ミョウガ、トルコギキョウ） ・環境制御（炭酸ガス施用等）による高収量、高品質技術の確立（既存型ハウス：ピーマン、ニラ、ナス、キュウリ、高軒高ハウス：パプリカ、ミョウガ） ・ヒートポンプ利用技術の確立（ピーマン：冷暖房と局所暖房による低コスト生産技術開発） ・高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス、ピーマンの品種の特性解明および有望系統の育成	・「こうち新施設園芸システム研究会」（平成27年度から新施設園芸技術研究会に名称変更）を開催し、関係機関との連携、開発技術の普及を推進 ⇒H25：研究会2回、PT会2回 H26：研究会2回、PT会4回 H27：研究会2回開催 ・高軒高ハウスでのパプリカにおいて、ハイワイヤー栽培、オランダ型温度管理、炭酸ガス施用、循環型養液栽培の組み合わせにより収量増を確保。 ・ヒートポンプ利用による局所暖房の効果を確保。 ・ナス、キュウリ、ミョウガでの炭酸ガス施用効果を確保。 ・ヒートポンプを利用した夜冷栽培によって、高温期定植のオリエンタル系ユリの品質向上を確認。 ・ミョウガ：LED電球による電照栽培技術を確認。炭酸ガス施用による増収効果を確保。 ・トルコギキョウ：出荷時期別LED電球利用技術を確認。 ・ニラ：炭酸ガス施用と電照による増収を確認 ・オリエンタル系ユリ：ヒートポンプエアコン（冷房機能）の高温期夜冷による高品質化技術を確認。 ・既存品種よりも収量性に優れる系統がナス3、ピーマン5系統得られた。

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆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	＜H27年度末見込＞ 太陽光設備や蓄電池等の導入施設77施設 ※1施設はH28年度へ繰越し	—	○県内の多くの防災拠点等に太陽光発電設備や蓄電池等を導入することができた。 (課題) ・必要最小限の設備のため、24時間程度しか見込んでいない。 (長期間となった際の対応) ・国からの基金事業が終了したため、今後の財源確保が必要。 ・耐用年数後の再整備等が未定。 ・固定価格買取制度との併用ができないことや補助率が1/3と低かったこともあり、民間事業者の利用がほとんどなかった。	○国から補助を受け行ってきた基金事業は終了するが、国の補助制度の周知を行い、活用を図っていく。
◆A重油使用量 現状(H20～22の平均)71,000kl →H27目標60,000kl	＜H27年度＞ 50,000kl(H27)	再掲 (A+)	・A重油の使用量の把握や、削減方法並びに支援事業などを具体的に農業者や関係機関へ周知、実行に移すことで目標を大きく上回る成果となった。	・既存・新規の技術を取り入れた省エネ対策の継続。
◆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	＜直近の実績＞ ・施設内環境制御を利用した栽培技術の普及(ピーマン) 1,372a(H26) ・現地高軒高ハウスでの新技術を利用した栽培開始 施設ミョウガ、ナス、ピーマンで栽培開始	再掲 (A+)	・4年間の取り組みの結果、本県主要野菜において、炭酸ガス濃度、湿度、温度、土壌水分、施肥量などを適正に管理することで、既存型ハウスでも大きな増収効果が得られることが明らかになった。 ・高軒高ハウスにおいても、パプリカでは環境制御技術を組み合わせることで、オランダではなく高知県の気象条件でも高収量を得られることが明らかとなった。 ＜課題＞ ・ニラでは、炭酸ガス施用により葉先枯症状の発生が助長される傾向が認められていることから、その原因究明と回避技術の確立が急務となっている。 ・パプリカ等の果菜類では、これまで検討してきた各種技術を総合的に組み合わせ、新しい栽培技術として体系化する必要がある。	・これまで取り組んできた炭酸ガス施用や温湿度制御に加え、光利用効率の向上や補光技術の試験導入により、一層の増収を目指す。 ・経済性の評価も加味しながら関係各課と連携し、得られた基礎技術を速やかに普及させる。
◆暖房コスト 20%の削減	＜直近の実績＞ ・暖房コスト 25.5%減(ピーマン：H26年12～H27年1月上旬)	再掲 (A+)		
◆既存型ハウスに対応した新技術の確立 促成ピーマンの収量30%増 促成ナスの収量30%増 促成キュウリの収量30%増 施設ニラの収量20%増	＜H27年度＞ 既存型ハウスに対応した新技術の確立 ・促成ピーマンの収量60%増 ・促成ナスの収量57%増 ・促成キュウリの収量倍増 ・施設ニラの収量71%増	再掲 (A+)		
◆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倍増)	＜H27年度＞ 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122%増	再掲 (A+)		
◆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	＜H27年度＞ ・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(ナス3系統、ピーマン5系統)	再掲 (A+)		

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
7. 新エネルギー関連産業の育成 ◆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 ◆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 ◆太陽光発電関連企業の集積 ○太陽光発電関連産業の誘致 ◆風力発電の機器普及 ○県内企業による機器の普及	(H24) ★新エネルギー関連製品・技術等に関する県内企業へのアンケートの実施（741事業者へ発送） (H25) ★新エネルギー産業交流会に関するアンケートの実施（100事業所へ発送） (H24) ★小水力発電をテーマとした産業交流会の開催（2回） (H27) ★太陽光発電等をテーマとした産業交流会の開催（1回） (H24～H26) ★県工業会、県内企業との情報交換（6回） (H25,H26) ★再生可能エネルギーに関する国や県内民間企業主催のフォーラムへ参画（3回） (H24) ◆新エネルギー関連製品・技術等に関する県内企業へのアンケートの実施（741事業者へ発送） (H25) ◆新エネルギー産業交流会に関するアンケートの実施（100事業所へ発送） (H24～H26) ◆県工業会、県内企業との情報交換（6回） (H24) ○小水力発電をテーマとした産業交流会の開催（2回） (H24) ◆新エネルギー関連製品・技術等に関する県内企業へのアンケートの実施（741事業者へ発送） (H25) ◆新エネルギー産業交流会に関するアンケートの実施（100事業所へ発送） (H24～H26) ◆県工業会、県内企業との情報交換（6回） (H27) ★太陽光発電等をテーマとした産業交流会の開催（1回） (H24) ◆新エネルギー関連製品・技術等に関する県内企業へのアンケートの実施（741事業者へ発送） (H25) ◆新エネルギー産業交流会に関するアンケートの実施（100事業所へ発送） (H24～H26) ◆県工業会、県内企業との情報交換（6回）	(H24) ・新エネルギー関連製品・技術等に関する県内企業からのアンケート集計（148事業所から回答） (H25) ・新エネルギー産業交流会に関するアンケート集計（100事業所から回答） ⇒ものづくりに意欲のある企業を掘り起こすための基礎情報の収集 (H24) ・産業交流会への参加者（2回、のべ95名）⇒意識の高まり (H27) ・産業交流会への参加者（1回、81名）⇒意識の高まり (H24～H26) ・新たな企業の掘り起こしや課題等について情報交換 ⇒意識の高まり (H24) ・新エネルギー関連製品・技術等に関する県内企業からのアンケート集計（148事業所から回答） (H25) ・新エネルギー産業交流会に関するアンケート集計（100事業所から回答） ⇒ものづくりに意欲のある企業を掘り起こすための基礎情報の収集 (H24～H26) ・新たな企業の掘り起こしや課題等について情報交換 ⇒意識の高まり (H24) ・産業交流会への参加者（2回、のべ95名） ⇒意識の高まり (H24) ・新エネルギー関連製品・技術等に関する県内企業からのアンケート集計（148事業所から回答） (H25) ・新エネルギー産業交流会に関するアンケート集計（100事業所から回答） ⇒ものづくりに意欲のある企業を掘り起こすための基礎情報の収集 (H24～H26) ・新たな企業の掘り起こしや課題等について情報交換 ⇒意識の高まり (H27) ・産業交流会への参加者（1回、81名） ⇒意識の高まり (H24) ・新エネルギー関連製品・技術等に関する県内企業からのアンケート集計（148事業所から回答） (H25) ・新エネルギー産業交流会に関するアンケート集計（100事業所から回答） ⇒ものづくりに意欲のある企業を掘り起こすための基礎情報の収集 (H24～H26) ・新たな企業の掘り起こしや課題等について情報交換 ⇒意識の高まり

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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	◆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ない	B	<p>○産業交流会の開催等に取り組んできたが、結果（ものづくり）につなげることはできなかった。</p> <p>○企業独自で、太陽熱集熱装置、小水力発電及び風力発電機器の開発や製造に取り組んでいる事例はある。</p> <p>(課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・意識が高まりつつあったが、直接的な行動につながらない。 ・主たるマーケットがないため、供給体制を構築しようとする機運が起こりにくい。 ・「県外（他社）製品」＋「県内企業が対応可能な製品」との組合せにより活路を見出す必要。 	○産業交流会の開催、ものづくり地産地消・外商センターとの協働、助成制度の紹介等を行い促進を図っていく。
◆小水力発電関連機器の開発、製造に県内企業が携わっている	◆小水力発電関連機器の開発、製造に県内企業が携わっている	A+	<p>○産業交流会の開催等に取り組んできたが、結果（ものづくり）につなげることはできなかった。</p> <p>○企業独自で、小型の水車発電機等を製造している事例はある。</p> <p>(課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・意識が高まりつつあったが、直接的な行動につながらない。 ・主たるマーケットがないため、供給体制を構築しようとする機運が起こりにくい。 ・「県外（他社）製品」＋「県内企業が対応可能な製品」との組合せにより活路を見出す必要。 	○産業交流会の開催、ものづくり地産地消・外商センターとの協働、助成制度の紹介等を行い促進を図っていく。
—	—	—	<p>○産業交流会の開催等に取り組んできたが、結果（ものづくり）につなげることはできなかった。</p> <p>○企業独自で、太陽熱集熱装置の開発に取り組んでいる事例はある。</p> <p>(課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・意識が高まりつつあったが、直接的な行動につながらない。 ・主たるマーケットがないため、供給体制を構築しようとする機運が起こりにくい。 ・「県外（他社）製品」＋「県内企業が対応可能な製品」との組合せにより活路を見出す必要。 	○産業交流会の開催、ものづくり地産地消・外商センターとの協働、助成制度の紹介等を行い促進を図っていく。
◆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	◆県内企業による風力発電の小型機器が開発され県内での導入が行われている	A	<p>○産業交流会の開催等に取り組んできたが、結果（ものづくり）につなげることはできなかった。</p> <p>○企業独自で、小型の風力発電機等を製造している事例はある。</p> <p>(課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・意識が高まりつつあったが、直接的な行動につながらない。 ・主たるマーケットがないため、供給体制を構築しようとする機運が起こりにくい。 ・「県外（他社）製品」＋「県内企業が対応可能な製品」との組合せにより活路を見出す必要。 	○産業交流会の開催、ものづくり地産地消・外商センターとの協働、助成制度の紹介等を行い促進を図っていく。

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
3 産学官連携による力強い産業の礎を築く		
産学官連携による力強い産業の礎を築く		
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		
<ul style="list-style-type: none"> ◆産学官民連携による産業振興などの推進 <ul style="list-style-type: none"> ★産学官民連携に向けたワンストップ窓口の設置 ★事業化に向けた支援プログラムの実施 ★県内外の知恵や人材等を活用した産学官民連携の推進 ○土佐MBAによる産業人材育成の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ◆産学官民連携センターの開設準備 <ul style="list-style-type: none"> ★ワンストップ窓口での相談件数：100件（目標） ★支援プログラムの実施：5件（27年度目標） ★連続講座：4講座（27年度予定） 大学等のシース・研究内容紹介：28回（27年度予定） 経営者トーク：11回（27年度予定） 高知家フューチャーセミナー：5回（27年度予定） 	<ul style="list-style-type: none"> ◆永国寺キャンパス内に産学官民連携センターを開設（H27.4～） <p><直近の実績></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワンストップ窓口での相談件数：104件 ・支援プログラムの実施：3件 ・連続講座：4講座 ・大学等のシース・研究内容紹介：26回 ・経営者トーク：10回 ・高知家フューチャーセミナー：4回 ・アイデアソン：2回 ・ビジネスプランコンテスト：1回
<ul style="list-style-type: none"> ◆産学官連携による新産業の創出 <ul style="list-style-type: none"> ○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 ○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 ○中期テーマ研究開発事業による共同研究 ○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 	<ul style="list-style-type: none"> ◆産学官の連携を強化するため連携会議を開催するとともに、産業振興につなげるために産学官による共同研究を実施した。 <ul style="list-style-type: none"> ○産学官連携会議の開催 <ul style="list-style-type: none"> H24：3回、H25：3回、H26：2回、H27：3回 ○分野別テーマ部会（新エネルギー、防災、食品）の開催 <ul style="list-style-type: none"> H24：9回、H25：6回、H26：3回 ○プロジェクトチーム会（機能性表示、フィンパブル）の開催 <ul style="list-style-type: none"> H27：2回 ○中期テーマ研究の新規採択及び継続研究の実施（新規）H24：2件、H25：2件、H26：2件、H27：2件（継続）H24：3件、H25：5件、H26：4件、H27：4件 ○中期テーマ研究を支援するため医療分野の専門家派遣やセミナーを開催 <ul style="list-style-type: none"> H25：4回（派遣2回、セミナー2回） ○中期テーマ研究を支援するため成果報告会を開催 <ul style="list-style-type: none"> H27：3回（フィンパブル） 	<p>（H24）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中期テーマへの新規応募件数11件のうち2件を採択し、継続研究3件と合わせて5件の共同研究を実施⇒共同研究による特許出願件数：1件 <p>（H25）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中期テーマへの新規応募件数4件のうち2件を採択し、継続研究5件と合わせて7件の共同研究を実施⇒共同研究による特許出願件数：3件 <p>（H26）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中期テーマへの新規応募件数7件のうち2件を採択し、継続研究5件と合わせて7件の共同研究を実施⇒共同研究による特許出願件数：2件⇒事業化件数：2件⇒事業化のためベンチャー企業設立：1社 <p>（H27）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中期テーマへの新規応募件数5件のうち2件を採択し、継続研究4件と合わせて6件の共同研究を実施⇒共同研究による特許出願件数：4件⇒事業化件数：2件
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		
<ul style="list-style-type: none"> ◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援 <ul style="list-style-type: none"> ★研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化 ★研究会によるプランの検証とアドバイスを毎年実施 ★バイヤーを招いた個別相談会等を開催し、早期の成果につなげるとともに、プランづくりの意欲を喚起 ★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 	<ul style="list-style-type: none"> ・研究会開催：107回 <ul style="list-style-type: none"> H24：31回 H25：25回 H26：24回 H27：27回 ・専門家派遣 延べ89社176回 <ul style="list-style-type: none"> H24：延べ31社63回 H25：延べ24社46回 H26：延べ22社43回 H27：延べ12社24回 ・訪問企業数 延べ574社 <ul style="list-style-type: none"> H24：85社 H25：116社 H26：241社 H27：132社 	<ul style="list-style-type: none"> ・研究会会員数 386（食品：178、天然素材：102、環境：56、健康福祉：50） <ul style="list-style-type: none"> H24：212 H25：254 H26：370 H27：386 ・研究会参加数 延べ1,452社1,887名 <ul style="list-style-type: none"> H24：延べ435社554名 H25：延べ418社547名 H26：延べ330社410名 H27：延べ269社376名 ⇒ 事業化プラン認定数 37（食品20、天然素材9、環境6、健康福祉2） <ul style="list-style-type: none"> H24：13 H25：10 H26：9 H27：5 ⇒ 販売金額 29.2億円（H24～27） <ul style="list-style-type: none"> H24：4.9億円 H25：7.7億円 H26：8.2億円 H27：8.4億円 ⇒ 新規雇用 169名（食品106、天然素材33、環境8、健康福祉22） <ul style="list-style-type: none"> H24：17名 H25：40名 H26：44名 H27：68名

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆高知県産学官民連携センターの取組が周知され、県内外の英知を導入した産業人材育成研修等へ、本県の産業や地域の担い手などが参加	〈H27年度〉 産（農業、製造、食品、IT、サービス、金融他）、学（大学教授、職員、大学生）、官（県職員、市町村関係者）、民（一般市民）から多岐にわたって参加があり、産業や地域の担い手も多く参加した。	A+	<ul style="list-style-type: none"> ・県内すべての高等教育機関の協力のもと、産学官民連携センターを開設。当初想定したペースで事業は進捗した。 ・連続講座や産業人材育成研修等では県外の講師を、シース・研究内容紹介と経営者トークでは県内の講師を招き、県内外の英知を結集した。 ・延べ1,440名が産学官民連携センターが主催する連続講座等のイベントに参加しており、取組が周知された。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・センターの取組のさらなる周知により、企業や一般の参加率を高める取組が必要。 ・ワンストップ窓口での相談や講座等を通じて出されたアイデアやシース、ニーズ等を事業に結びつける取組について、サポート体制の構築や補助金の新設などにより、起業や新事業展開に向けたフォローアップを充実する。 	<p>○事業の検証に基づいた取組の整理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・センターの取組を幅広く広報するとともに、必要とされる方に、きちんと情報が届くような仕組みの構築 ・連続講座やセミナー等と人材育成研修との整理統合 ・ビジネスプランコンテストの開催による事業化につなげるためのステージの新設 ・アイデア等を事業に結びつける「ココプラビネスチャレンジサポート」によるビジネスプランの磨き上げに向けた関係機関との連携や支援の仕組みの改善
◆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	〈H27年度〉 4件	再掲 (A+)	<p>○事業化件数が4件であり、研究成果を生かした事業化が進みつつある。今後、新事業・新産業として展開され、新たな雇用を生むなど本県経済への波及効果が期待できる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産学官連携会議で日常的に交流する場ができたことで、産学官の距離感が縮まり、相互理解が進んだ。 ・産学官連携産業創出研究推進事業（中期テーマ）を実施したことで、大学と県内企業の具体的なタイアップ事例が増え、共同研究が動き出すとともに、産学連携の意識が向上した。 ・専門家派遣などの支援によりベンチャー企業が設立された。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・産業振興につながる有望な研究テーマのさらなる掘り起し ・事業化の早期実現 ・研究成果を生かした製品バリエーションの拡充などによるさらなる事業拡大 	<p>○これまでの研究成果により事業化されたコア技術を活用し、産業界・企業間連携をさらに推進することで、多分野での産業利用やものづくりにつながる研究や製品改良を支援する。</p> <p>○共同研究終了後の事業化や研究継続に対するフォローアップを徹底するとともに、産業振興センターや関係部局などとの連携を強化する。</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	〈H27年度〉 ・事業化プラン認定件数 37件 (H24～H27累計)	再掲 (A)	<p>○成長分野育成研究会での専門家による商品企画へのアドバイス等を通じ、事業化アイデアから新たな事業化プランづくりまで一貫してサポート</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業化プラン認定件数は増えているものの、近年売上が伸び悩み ・企業の事業化プラン策定や外資活動を支援する体制が新設・強化されたことにより、研究会活用の場面が相対的に低下 	<p>○成長分野育成支援事業のうち、「天然素材」「環境」「健康福祉」の3分野の研究会については廃止し、支援体制が整ったものづくり地産地消・外資センターでフォローアップを実施</p> <p>○「食品産業研究会」については、地産地消・外資課に移管し、従来の機能を強化</p>
・販売金額 100億円 (H24～H27)	〈H27年度〉 29.2億円 (H24～H27累計)	再掲 (A-)		
・新規雇用 110人 (H24～H27)	〈H27年度〉 新規雇用 169名 (H24～H27累計)	再掲 (A+)		

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
(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		
◆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	◆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 ○推進中の共同研究の成果を出す 24年：研究4件、支援5件、 25年：研究4件、支援2件、 26年：研究4件、支援1件、 27年度：研究3件、支援1件 （このうち共同研究契約締結 24年：4件、25年：5件、 26年：4件、27年：5件） ◎県内での事業化を検討 勉強会の開催（H27年：1回実施）	◆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 ・ミネラル調整液を供給できる体制が整い、平成24年度末までに製品開発用(41,493L)、研究用(2,913L)を3社に供給した。⇒その後各社が多数販売。 ⇒スラリーアイス製造装置の製品化を支援し、事業化に成功した。 ⇒日本初のアジアオノリの陸上養殖の事業化について技術支援を行い、その安定生産に寄与した。 ⇒Mega-ton Water System 海水淡水化システムの実用化に共同研究先が成功した。
◆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 ★研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化 ★研究会によるプランの検証とアドバイスを毎年実施 ★バイヤーを招いた個別相談会等を開催し、早期の成果につなげるとともに、プランづくりの意欲を喚起 ★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	・研究会開催：41回 H24：9回 H25：9回 H26：10回 H27：13回 ・専門家派遣 延べ56社122回 H24：延べ18社38回 H25：延べ15社35回 H26：延べ13社28回 H27：延べ10社21回 ・訪問企業数 延べ175社 H24：34社 H25：29社 H26：75社 H27：37社	・研究会会員数 178 H24：92 H25：112 H26：145 H27：178 ・研究会参加数 延べ508社703名 H24：延べ151社198名 H25：延べ159社212名 H26：延べ88社127名 H27：延べ110社166名 ⇒ プラン認定数 20 H24：5 H25：7 H26：5 H27：3 ⇒ 販売金額 12.7億円（H24～27） H24：3.2億円 H25：3.2億円 H26：2.9億円 H27：3.4億円 ⇒ 新規雇用 106名 H24：10名 H25：25名 H26：33名 H27：38名
◆産学官連携による新商品の開発を支援 ◆工業技術センターが行う技術支援の充実 ○企業等の技術課題に合わせたきめ細かな支援	◆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。	・技術支援による商品化数 H24：48件 H25：41件 H26：34件 H27：42件
◆「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づき、紙産業の振興を抜本強化 ◎高付加価値製品の開発と加工技術の確立への支援 ◎新技術の企業への普及 ◎外商支援の徹底と紙産業の営業力の強化、新分野への進出を支援 ◎人材確保や育成 ◎土佐和紙等のブランド化	◆紙産業のさらなる振興を図るため、5つの基本方針に基づく具体的な取り組み内容などを取りまとめ実行した ◎高付加価値製品の開発と加工技術確立への支援を行うため、新規設備導入 ・試験研究課題数：4課題 ・H26年度補正地域オープンイノベーション促進事業（経済産業省）への提案 ・新規備品の導入：9機種 ◎新技術の企業への普及のため、新規設備導入の準備やHP等への掲載準備 ・新規導入設備説明会の開催：3回 ・高知CNF（加-サカバ）研究会の開催：2回 ◎ものづくり地産地消・外商センターの専任担当者による営業活動へのサポート ◎人材確保や育成への取り組み ・製紙関連企業対象の初任者研修の開催：6回 ・インターンシップ受入の拡大にむけた企業への働きかけ	◎高付加価値製品の開発と加工技術確立への支援を行うため、新規設備導入 ・H26年度補正地域オープンイノベーション促進事業（経済産業省）採択（28百万円） ◎新技術の企業への普及のため、新規設備導入の準備やHP等への掲載準備 ・新規導入設備説明会：3回 111人参加 ・高知CNF研究会：2回 53人参加 ◎ものづくり地産地消・外商センターの専任担当者による営業活動へのサポート ・企業訪問 21社 370回 ・展示会等への出展支援 7回 のべ16社出展 ◎人材確保や育成への取り組み ・製紙関連企業対象の初任者研修の開催：6回 150人参加 ・インターンシップ受入：企業4社＋紙産業技術センター 計10人参加

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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	—	再掲 (一)	<p>○製品開発などの事業化を推進するため、県内外の企業や大学、工業技術センター等と連携している</p> <p>○認知度をさらに向上させるため、地元の自治体や企業との連携が進んでいる。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・製品開発などによる事業化の推進 ・室戸海洋深層水の注目度を向上させるPR 	<p>○地元企業への事業化支援の強化</p> <p>○中長期的なテーマとして、地元自治体や観光産業等と連携したPRの強化</p> <p>○研究成果の情報発信</p>
◆海洋深層水を利活用した新たな産業化が進みつつある	—	再掲 (一)		
◆地元企業や関係団体の新たな事業化が進んでいる	—	再掲 (一)		
◆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	—	再掲 (一)	<p>○成長分野育成研究会での専門家による商品企画へのアドバイス等を通じ、事業化アイデアから新たな事業化プランづくりまで一貫してサポート</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業化プラン認定件数は増えているものの、近年売上が伸び悩み ・企業の事業化プラン策定や外資活動を支援する体制が新設・強化されたことにより、研究会活用場面が相対的に低下 	<p>○バイヤーとの個別相談を増やすなど、マーケットインの視点からの取り組みを強化（事業化プランの精度の向上と早期成約）</p> <p>○支援機能を地産地消・外資課に移管し、従来の機能を強化</p>
◆全国レベルの加工・品質管理技術を持つ企業の増加 ・商品開発支援 30件/年	〈H27年度〉 165件の商品化済み (41件/年以上)	再掲 (A+)	<p>○年間目標値を10件以上上回る成果が得られた。研究テーマからの派生以外に、日常的技術相談、訪問、依頼試験、設備利用等の業務も商品化件数の増加に繋がった。</p>	<p>○商品開発に積極的に取り組むため、事業を継続する。</p>
◆高付加価値製品の開発が進む	—	再掲 (一)	<p>○新規設備の導入が完了した。研究会や分科会などの体制づくりが進み、新たな製品開発プランづくりや新製品開発の支援を開始した。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新しく導入する機械設備の情報発信や利用促進 ・新製品開発に向けた研究計画を作成 ・早期の製品開発 	<p>○新規導入設備毎に分科会・研究会を立ち上げ、企業との共同研究などによる、新技術・製品開発に向けた活動を積極的に推進する。</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
◆○県産品の付加価値向上を目指した機能性成分等の活用研究	・農産物機能性生成分活用研究会を設置。 ・県産主要農産物等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機能性が期待される成分について、継続的に検討し、絞り込みを行う。 ・有効な品目、成分について、具体的に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。	・平成26年度より試験研究課題として「高知県農産物の機能性成分の特性評価」に取り組み、本県産15品目について機能性成分の分析及びデータ蓄積が開始できた。 ・本県産主要野菜は出荷時期によって機能性成分含量が異なることが明らかとなった。 ・高糖度トマトや赤ピーマンは普通トマトやグリーンピーマンに比べてビタミンC含量が高かった。 ・ニラやネギ類のパーシャルシール包装は一般包装より糖やビタミンC等を保持することが明らかとなった。
◆○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	・産学官の連携を図り、試験研究の効率的な推進を行う。 ・果樹分野では高知県果樹研究協議会との連携により、生産者と研究機関及びJA等での情報共有を図る。 ・フンタンの加工を行う民間業者と、実用的で加工適性の高い種なしフンタン栽培技術現地試験について協議 ・土佐フンタンに関する「酵素剥皮プロジェクト」現地検討会の開催	・高知県立大学及びJA全農こうちとの協力による新ブランド土佐茶「CHARARA」は好評を博し、その取り組みはマスコミ等にも取り上げられ、県内外における土佐茶の認知度アップにつながった。また、試験結果を産地にフィードバックすることで、荒茶品質向上への意識が高まった。 ・酵素剥皮は他の方法に比べて、むき実にフレッシュ感があることが確認されたとともに、生産から加工、販売までの、今後の目標の明確化と共有化が図れた。 ・土佐灸茶では、新たに8商品が認証され、商品のバリエーションが増えた。 ・新茶まつりでの土佐茶の認知度が高まった。
◆新施設園芸技術の確立に向けた研究開発 ○新施設園芸技術研究会による開発支援 ★施設内環境制御技術の開発推進 ★新施設園芸技術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	・大学、民間企業等で構成する「こうち新施設園芸システム研究会」（平成27年度から新施設園芸技術研究会に名称変更）による開発、普及支援 ・技術研修のため研究員4名をオランダに派遣し研究員の資質向上を図るとともに、高軒高ハウス6棟を建設し試験を実施 ・新施設園芸技術に関する17研究課題を実施 ・LEDの利用技術確立（ミョウガ、トルコギキョウ） ・環境制御（炭酸ガス施用等）による高収量、高品質技術の確立（既存型ハウス：ピーマン、ニラ、ナス、キュウリ、高軒高ハウス：パプリカ、ミョウガ） ・ヒートポンプ利用技術の確立（ピーマン：冷暖房と局所暖房による低コスト生産技術開発） ・高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス、ピーマンの品種の特性解明および有望系統の育成	・「こうち新施設園芸システム研究会」（平成27年度から新施設園芸技術研究会に名称変更）を開催し、関係機関との連携、開発技術の普及を推進 ⇒H25：研究会2回、PT会2回 H26：研究会2回、PT会4回 H27：研究会2回開催 ・高軒高ハウスでのパプリカにおいて、ハイワイヤー栽培、オランダ型温度管理、炭酸ガス施用、循環型養液栽培の組み合わせにより収量増を確認。 ・ヒートポンプ利用による局所暖房の効果を確認。 ・ナス、キュウリ、ミョウガでの炭酸ガス施用効果を確認。 ・ヒートポンプを利用した夜冷栽培によって、高温期定植のオリエンタル系キュウリの品質向上を確認。 ・ミョウガ：LED電球による電照栽培技術を確認。炭酸ガス施用による増収効果を確認。 ・トルコギキョウ：出荷時期別LED電球利用技術を確認。 ・ニラ：炭酸ガス施用と電照による増収を確認 ・オリエンタル系キュウリ：ヒートポンプエアコン（冷房機能）の高温期夜冷による高品質化技術を確認。 ・既存品種よりも収量性に優れる系統がナス3、ピーマン5系統得られた。

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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	—	—	<ul style="list-style-type: none"> ・本県産野菜15品目について、出荷期間中の2~4ヶ月ごとに分析し、作型、出荷時期、栽培法および品種の違い等による機能性成分含量および抗酸化性を明らかにする体制ができた。 〈課題〉 ・現在、生鮮食品については機能性表示制度に基づく届け出は1件もなされておらず、当初の想定よりも本制度を活用するのはハードルが高いと判断された。本県産農産物についての機能性成分表示や同表示制度の活用方法の検討が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> ・生鮮品では成分量に変動があり、含有量を表示するのは難しいとの見解がある。試験研究により明らかにした機能性成分をどのように販売促進に活用するのか園芸連、関係機関と情報共有し有利販売に繋げる。
◆魅力ある商品づくり が進められている ・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	—	—	<ul style="list-style-type: none"> ・新ブランド土佐茶「CHARARA」は好評を博し、その取り組みはマスコミ等にも取り上げられ、県内外における土佐茶の認知度アップにつながった。 ・新茶まつり等をとおして土佐茶の認知度を高めることができた。 〈課題〉 ・訪花昆虫の防除を行わない条件では、土佐フンタンの種なし化は困難であった。次年度は、防除を行っている条件下での試験を予定。 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者の視点に立った魅力ある商品づくりのため、産学官の連携を図り、試験研究の効率的な推進を行う。
◆普及に移せる新技術 の確立	<直近の実績> <ul style="list-style-type: none"> ・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開始 	再掲 (A+)	<ul style="list-style-type: none"> ・4年間の取り組みの結果、本県主要野菜において、炭酸ガス濃度、湿度、温度、土壌水分、施肥量などを適正に管理することで、既存型ハウスでも大きな増収効果が得られることが明らかになった。 ・高軒高ハウスにおいても、パブリカでは環境制御技術を組み合わせることで、オランダではなく高知県の気象条件でも高収量を得られることが明らかとなった。 〈課題〉 ・ニラでは、炭酸ガス施用により葉先枯症状の発生が助長される傾向が認められていることから、その原因究明と回避技術の確立が急務となっている。 ・パブリカ等の果菜類では、これまで検討してきた各種技術を総合的に組み合わせ、新しい栽培技術として体系化する必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・これまで取り組んできた炭酸ガス施用や温湿度制御に加え、光利用効率の向上や補光技術の試験導入により、一層の増収を目指す。 ・経済性の評価も加味しながら関係各課と連携し、得られた基礎技術を速やかに普及させる。
・暖房コスト 20%の削減(ピーマン) (慣行との比較)	<直近の実績> ・暖房コスト 25.5%減(ピーマン) ：H26年12~H27 年1月上旬)	再掲 (A+)		
・促成ピーマンの収量 30%増 (慣行との比較)	<H27年度> ・促成ピーマンの収量 60%増	再掲 (A+)		
・促成ナスの量30% 増 (慣行との比較)	<H27年度> ・促成ナスの収量 57%増	再掲 (A+)		
・促成キュウリの収量 30%増 (慣行との比較)	<H27年度> ・促成キュウリの収量 倍増	再掲 (A+)		
・施設ニラの収量 20%増 (慣行との比較)	<H27年度> ・施設ニラの収量 71%増	再掲 (A+)		
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 倍増 (慣行との比較)	<H27年度> 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 122%増	再掲 (A+)		
・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	<H27年度> ・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(ナス3系統、ピー マン5系統)	再掲 (A+)		

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
◆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	◆森の工場承認事業体を中心に次の取組を実施した。 ○高性能林業機械の導入や建設機械を林業機械に改良するなどの搬出間伐の効率化を図った（H24-27） 導入42台、改良19台 ○森の工場において基幹的な作業道の整備（開設、復旧等）の支援を行い、効率的な搬出間伐に向けた路網の充実を図った（H24-27） 作業道開設 532,966m 機能強化、災害復旧等 延べ73路線 ○生産性の向上に向けた工程調査及び改善の提案、現地指導、新たな生産システムの普及、作業道の開設や災害復旧等の技術指導を実施した（H24-27） 作業システム改善 85回、延べ54事業者 作業道開設・災害復旧 36回、延べ39事業者 また、国の公募事業による先進的林業機械の導入・改良・調査の支援を実施した（高知大学と連携）（H25） 2事業者 ○H27より新たな生産システムの導入に必要な機械設備の整備に対する支援を拡充した。	・災害に強い作業道開設や無駄のない生産システムへの改善に向けた意識が高まっている ・森の工場の林内路網密度は県下全体と比較して高くなった （H26） 森の工場 44.3m/ha 県下全体 30.4m/ha ⇒提案した手法を自主的に吟味しより効果的な手法の提案により取り組む事業者が出てきた ⇒新たな生産システムを本格的に導入する事業者が生まれてきた
◆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	（H24） ◆新エネ関連製品・技術等に関する県内企業へのアンケートの実施（741事業者へ発送）（H25） ◆新エネルギー産業交流会に関するアンケートの実施（100事業者へ発送）（H24～H26） ◆県工業会、県内企業との情報交換（6回） （H24） ○小水力発電をテーマとした産業交流会の開催（2回）	（H24） ・新エネ関連製品・技術等に関する県内企業からのアンケート集計（148事業所から回答）（H25） ・新エネルギー産業交流会に関するアンケート集計（100事業所から回答） ⇒ものづくりに意欲のある企業を掘り起こすための基礎情報の収集（H24～H26） ・新たな企業の掘り起こしや課題等について情報交換 ⇒意識の高まり （H24） ・産業交流会への参加者（2回、のべ95名） ⇒意識の高まり
◆○宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組	・サンゴ採集船10隻の位置データをGPSデータロガーにて収集し、漁場利用状況に係る解析を実施 ・サンゴ漁業者提出の漁獲成績簿の解析	○宝石サンゴに関する採集実態調査 ⇒サンゴ船の採集実態を定量的に把握することに成功し、潜水艇調査結果（サンゴ分布）との検証が可能となった。

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆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 原木生産量 40万4千m3(H22)→ 72万m3	<H27年> 原木生産量 59万2千m3	再掲 (A)	<p>○森の工場内の搬出間伐の労働生産性は平成22年度の3.0m3/人日より伸び悩んできたが、平成26年度は3.3m3/人日、平成27年度は3.5m3/人日(速報値)と改善の兆しが見られる</p> <p>《課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人員の確保が難しくなっているとの声があり、事業量の拡大への影響が懸念される ・効率的な生産システムを稼働させるためのノウハウが十分でない ・収益性の向上には、人員や機械の稼働率を一層向上させる必要がある ・地形にマッチした生産システム構築のためには、架線集材のさらなる普及・生産性改善が必要 	○これまでの取組を継続しつつ、生産システムの改善に向けた支援の一層の強化を図る
◆整備済「森の工場」 面積 37,161ha(H22)→ 69,800ha	<H27年度> 65,980ha(累計)	再掲 (A)		
◆小水力発電関連機器の開発、製造に県内企業が携わっている	◆小水力発電関連機器の開発、製造に県内企業が携わっている	再掲 (A)	<p>○アンケートの実施や産業交流会の開催等に取り組んできたが、結果（ものづくり）につなげることはできなかった。</p> <p>○企業独自で、小型の水車発電機等を製造している事例はある。</p> <p>《課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・意識が高まりつつあったが、直接的な行動につながらない。 ・主たるマーケットがないため、供給体制を構築しようとする機運が起こりにくい。 ・「県外（他社）製品」＋「県内企業が対応可能な製品」との組合せにより活路を見出す必要。 	○新エネルギービジョンの改定にあわせ、県内外の状況を調査し、今後の見込み等も判断していく。
◆適正な資源管理手法の確立	—	再掲 (一)	○ 潜水調査、漁獲成績報告書の解析から宝石サンゴの資源管理に必要な基礎資料（サンゴの分布や資源状況）を収集することができた。	○ 宝石サンゴ資源の持続的利用とCITES引き続きCOP17での規制提案の否決に向けた基礎資料を収集していく ※COP17提案なし
◆CITES、COP16・17での規制提案の否決	—	再掲 (一)		

<p>産業成長戦略（連携テーマ）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>◆これからの対策</p>	<p>具体的な取り組み</p> <p>〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕</p>	<p>具体的な成果</p> <p>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p>
<p>◆養殖生産技術向上のための技術開発</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>★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>・シヨウガ添加試験（H24～H26、マダイ、カンパチ）</p> <p>・直七果汁添加試験（H24、マダイ）</p> <p>・適正給餌試験（H24～H26、マダイ、カンパチ） （通常の給餌と、通常より回数を減らした給餌で飼育試験を行い、成長を損なわずに飼料費を節約できる給餌方法を確立する）</p> <p>・補償成長試験（H24～H26、カンパチ、マダイ） （通常の給餌と、一定期間餌止めしてから給餌を再開する方法で飼育試験を行い、成長を損なわずに飼料費を節約できる給餌方法を確立する）</p> <p>・成熟抑制試験（H24～H26、マダイ） （通常の給餌と、給餌量を抑えることで成熟を抑制する給餌方法で試験を行い、成長を損なわずに成熟に伴う品質の悪化（体色の黒化）を防ぐ給餌方法を確立する）</p> <p>・環境・赤潮調査の実施（H24～H27）</p> <p>・魚病診断・ワクチン指導等の実施（H24～H27）</p> <p>・宿毛湾で赤潮に対する避難漁場の整備に向けた手続きを支援（H26）</p> <p>・宿毛地区にて赤潮対策に使用する入来モンモリの毒性試験を実施（H26）</p>	<p>○シヨウガ添加試験 餌へのシヨウガ添加で抗毒性の上昇を確認 ⇒カンパチの餌にシヨウガ粉末を添加することで寄生虫の感染を63%に抑制、作業効率の向上とコストの削減が可能になった（H25） ⇒シヨウガベスト1.5%添加区においてハダムシ寄生数の減少を實現し、カンパチ養殖グループに学習会を開催（H26）</p> <p>○直七果汁添加試験 ・魚の体色や食味試験の評価は添加区が優れていた（H24） ⇒直七果汁添加魚は食味試験での評価が高く、一般消費者に対する試食試験でも高評価</p> <p>○適正給餌試験 ・マダイ1歳魚：高水温期には給餌量を15%削減、低水温期には給餌量を30%削減（H24） ⇒給餌量を控えることで高水温期、低水温期とも飼料効率率が10%向上 ・マダイとカンパチについて、水温下降期における餌止め方法を開発（H25） ⇒適正給餌方法が概ね確立、マダイ1歳魚では給餌量を約17%削減できることを實現 ⇒給餌制限による効率的な給餌方法及び成熟抑制による高品質魚の生産方法のマニュアルを作成 ・適正給餌試験では増肉コストを27%削減できることを實現（H26） ⇒マダイの給餌量を約25%削減できたことから、大谷地区のタイ部会にて実証試験を開始（H27）</p> <p>○成熟抑制試験 マダイの給餌量を制限することで、成長は損なわずに成熟を抑制し、成熟に伴う体色の黒化を緩和できることを明らかにした（H24～H25）</p> <p>○補償成長試験 ・カンパチ0歳魚では、最長4週間の絶食後でも給餌再開10週目で非絶食魚と同等に体重が回復（H24） ・マダイの成熟と成長を抑制しても、その後の適正給餌によって体重の回復を確認（H26） ⇒カンパチでは給餌量を30%削減できることを實現（H26）</p> <p>・環境調査・赤潮調査の継続と調査結果の適切な通報 ⇒赤潮等の被害予防と軽減に貢献 ・養殖業者への学習会や関係機関による協議、意見交換の実施 ⇒漁業者自らによる環境モニタリング意識の向上</p> <p>・魚病診断やワクチン指導の継続と情報提供 ⇒魚病被害の予防と軽減が図られるとともに、学習会の実施をとおして養殖業者の被害軽減技術が向上 ・宿毛湾で赤潮に対する避難漁場の整備完了（H26） ・入来モンモリの安全性を確認（H26）</p>
<p>（3）中期テーマの共同研究を加速する支援制度の創設</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>◆産学官の連携を強化するため連携会議を開催するとともに、産業振興につなげるために産学官による共同研究を実施した。</p> <p>○産学官連携会議の開催 H24：3回、H25：3回、H26：2回、H27：3回</p> <p>◎分野別テーマ部会（新エネルギー、防災、食品）の開催 H24：9回、H25：6回、H26：3回</p> <p>◎プロジェクトチーム会（機能性表示、フィンパブル）の開催 H27：2回</p> <p>◎中期テーマ研究の新規採択及び継続研究の実施 （新規）H24：2件、H25：2件、H26：2件、H27：2件 （継続）H24：3件、H25：5件、H26：4件、H27：4件</p> <p>◎中期テーマ研究を支援するため医療分野の専門家派遣やセミナーを開催 H25：4回（派遣2回、セミナー2回）</p> <p>◎中期テーマ研究を支援するため成果報告会を開催 H27：3回（フィンパブル）</p>	<p>（H24）</p> <p>・中期テーマへの新規応募件数11件のうち2件を採択し、継続研究3件と合わせて5件の共同研究を実施 ⇒共同研究による特許出願数：1件（H25）</p> <p>・中期テーマへの新規応募件数4件のうち2件を採択し、継続研究5件と合わせて7件の共同研究を実施 ⇒共同研究による特許出願件数：3件（H26）</p> <p>・中期テーマへの新規応募件数7件のうち2件を採択し、継続研究5件と合わせて7件の共同研究を実施 ⇒共同研究による特許出願件数：2件 ⇒事業化件数：2件 ⇒事業化のためベンチャー企業設立：1社（H27）</p> <p>・中期テーマへの新規応募件数5件のうち2件を採択し、継続研究4件と合わせて6件の共同研究を実施 ⇒共同研究による特許出願件数：4件 ⇒事業化件数：2件</p>

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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	—	再掲 (一)	<p>○マダイ、カンパチにおいて給餌量削減試験等を実施し、給餌コスト削減に関する知見を蓄積した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マダイでは、導入から出荷までの成長段階と水温に対応した8つの期間について、適正給餌頻度を概ね把握することができた。また、カンパチでは飼料効率が低下する高水温期及び低水温期における適正給餌頻度を把握できた。 ・低水温期にマダイ・カンパチを絶食させても、その後の給餌で体重の回復が確認できたことから、給餌コストの大幅な削減が図れることが明らかになった。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ショウガ添加物を利用したハダムシ駆除はコストの面で課題があるため、既存の方法（淡水浴）の改良等により駆除効果を高める必要がある 	<p>○ハダムシの駆除について検討を進めるとともに、適正給餌試験結果の養殖現場への普及を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ファインパルを利用した淡水浴手法の改善と、走光性を利用したハダムシ対策手法の開発（H27から事業実施中） ・適正給餌により、成長や品質を損わずに飼料費を削減する手法の定着
			<p>○漁場環境調査や赤潮調査、魚病診断を通して、漁業被害の予防や軽減が図られた</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・漁場環境調査、赤潮調査、魚病診断の精度向上 ・漁業者自らが漁場を管理するための意識の向上 	<p>○漁業者が自らがサンプリングを行い、環境モニタリングに対する意識を持つよう働きかけてきた結果、漁協等が主体的に環境調査をするようになった。今後は産業振興計画の取組としては取り下げ、漁業者の自主的な取組を必要に応じて支援していく。</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	(H27年度) 4件	再掲 (A+)	<p>○事業化件数が4件であり、研究成果を生かした事業化が進みつつある。今後、新事業・新産業として展開され、新たな雇用を生むなど本県経済への波及効果が期待できる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産学官連携会議で日常的に交流する場ができたことで、産学官の距離感が縮まり、相互理解が進んだ。 ・産学官連携産業創出研究推進事業（中期テーマ）を実施したことで、大学と県内企業の具体的なタイアップ事例が増え、共同研究が動き出すとともに、産学連携の意識が向上した。 ・専門家派遣などの支援によりベンチャー企業が設立された。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・産業振興につながる有望な研究テーマのさらなる掘り起し ・事業化の早期実現 ・研究成果を生かした製品バリエーションの拡充などによるさらなる事業拡大 	<p>○これまでの研究成果により事業化されたコア技術を活用し、産業界・企業間連携をさらに推進することで、多分野での産業利用やものづくりにつながる研究や製品改良を支援する。</p> <p>○共同研究終了後の事業化や研究継続に対するフォローアップを徹底するとともに、産業振興センターや関係部局などとの連携を強化する。</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				

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
3. 産学官連携による本県産業を担う人材の育成		
◆○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	◆「永国寺キャンパスに関する基本方針」のとりまとめ ◆永国寺キャンパス整備に関する基本設計・実施設計を作成 ◆永国寺キャンパス教育研究棟及び地域連携棟の竣工	・教育研究棟と地域連携棟（産学官民連携センター含む）が竣工し、H27年4月から供用開始。
◆★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 ○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（あぎんど）塾～	◆★ビジネスに必要な幅広い分野の内容について、基礎知識から応用・実践力まで体系的に習得することができるビジネス研修「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」をH24年度から実施。 H24：25科目、H25：33科目、H26：35科目、H27：35科目 ○新商品開発や農商工連携ビジネスについて学ぶ「目指せ！弥太郎 商人塾」をH22年度から実施。H24年度からは土佐MBAの応用・実践編（H27年度から実践編）に位置づけ。	・H24～H27年度「土佐MBA」受講者数：延べ6,959名 ・H22～H27年度「目指せ！弥太郎 商人塾」受講者数：91事業者 ⇒受講者による新商品開発と販路拡大、起業・法人化の事例がみられ、受講生同士のコラボ商品も生まれている。
◆○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リーダー（FBC）人材創出事業）	◆○H20年度～24年度までは文部科学省の補助事業により高知大学が実施していた土佐FBCについて、同補助事業が終了したH25年度からは県から寄附を行い、高知県寄附講座として継続実施	・H25～27年度の土佐FBC修了生：116名（学外教室を含めると169名） ⇒修了生による新商品の開発と販路拡大の事例がみられ、大学との共同研究への発展も生まれている。

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;"> これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む) </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	工科大の経済・マネジ メント学群が開設さ れ、県立大の文化学部 も定員等拡充されてい る。 県立大文化学部H27 入学者 (H26) 168人 (91人) うち 県内84人 (32人) 工科大経・マネH27 入学者 (H26) 178人 (117人) うち 県内72人 (54人)	A+	<ul style="list-style-type: none"> ・教育研究棟・地域連携棟が完成し、H27年度に永国寺キャンパスが供用開始され、産業人材の育成や社会人教育等の充実に向け、新たなスタートを切ることができた。 ・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により、2つの学部・学群を合わせて入学者数が138人増加している。特に、県内出身者は86人から156人で対前年1.8倍、70人の大幅な増となり、県内高校生の進学先の受け皿として大きな効果をもたらした。 	
◆ビジネスの基礎を習 得した人材の育成	—	—	○土佐MBAには毎年多くの方に受講いただき、実践編の受講者が新商品開発や販路開拓につながり、受講生同士のコラボ商品も生まれるなど、産業人材の育成に一定の成果が見られている。今後も産業人材の裾野の拡大と受講者の事業化へのサポート強化により、各地域の産業振興を促進することが期待される。	○受講者の事業化支援を強化し、産業人材の裾野を拡大するための課題を解決したうえで、事業を継続する。
◆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	〈H27年度〉 商人塾の各年度修了ア ンケートでは48事業 者 (52.7%) が新た な事業展開との回答	A	<p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・遠隔地でも受講できるよう土佐MBA入門編・基礎編ではインターネット配信を実施しているが、より学習効果の高い受講環境の整備が必要 ・実践編修了者がさらに地域リーダーとして成長するためにH27年度に新設したアドバンスコースの受講促進と、受講者の地域アクションプランへの展開等のサポート ・起業の促進及びニーズに対応する上級講座の拡充 	<ul style="list-style-type: none"> ・受講者のココプラビジネスサポートチャレンジ事業の活用促進 ・県中央部以外でも高い学習効果の得られるサテプラ (サテライトプラットフォーム) の実施 ・起業を促進するための講座の拡充 ・次期経営層を対象としたエグゼクティブコースの開催
◆食品産業の中核人材 を3年間で129名輩出	〈H27年度〉 修了生169名	A+	○土佐FBC修了生が地域の食品加工分野の中核人材として活躍しており、今後も本県の食品産業の振興に寄与することが期待される。 <課題> <ul style="list-style-type: none"> ・修了生の客観的なレベルの保証により、食品加工分野の中核人材育成プログラムとしての価値を高めると同時に、修了生の対外的な評価を高める。 	○土佐FBC修了生の客観的なレベル認定を行える環境を整備し、第2期として実施を予定しているH29年度まで事業を継続するとともに、H30年度以降 (第3期) の事業継続を検討する。 ・国家認証制度「食の6次産業化プロデューサー (食Pro.)」の認定プログラム化の検討

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
4 中山間の暮らしを支える産業づくり		
1. 小さなビジネスの推進		
◆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 ◎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 ◎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	・地域づくり支援事業費補助金による支援 H24:20件 H25:29件 H26:12件 H27:11件（小さなビジネス分） ・地域づくりアドバイザーの派遣による支援 H24:7件 H25:7件 H26:1件 H27:1件 ・産振アドバイザーの派遣による支援 H26:2件 ・小さなビジネスの認定 H25:48件 H26:10件 H27:6件 ・地域づくり交流会の開催（H26まで） H24:2回 H25:1回 H26:1回	・設備投資の実施による生産体制の強化や新商品の開発 小さなビジネスの指定件数 H27:61件（28市町村） ⇒新規雇用2件、新商品開発14件、生産体制の強化15件、販路拡大11件、売上げの向上11件、生産量の増加2件
◆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 ○情報提供や橋渡しによるバックアップ体制の充実	・集落活動センター推進事業費補助金による支援 H24:7件 H25:12件 H26:18件 H27:20件 ・集落活動センター推進アドバイザーの派遣 H24:9件 H25:11件 H26:9件 H27:15件 ・各種研修の実施 H24:3回 H25:10回 H26:12回 H27:13件	・集落活動センターの開設 H24:6箇所 H25:7箇所（累計13箇所） H26:4箇所（累計17箇所） H27:9箇所（累計26箇所）
◆集落営農組織等による6次産業化の推進 ○地域資源の発掘と活用	○組織の運営に対して、関係機関と連携して総合的な支援を実施（新規作物の導入、加工等の取り組みの支援）。 ○園芸品目導入に関心を持つ集落営農組織において、実証圃設置、栽培指導等の支援を実施。	・こうち型集落営農組織の増加 H23:17組織→H24:17組織 →H25:22組織→H26:24組織 →H27:32組織 ⇒売上げ向上 H22:99,620千円→H25:128,155千円 ⇒様々な園芸品目等の導入（施設）ニラ、米ナス、ピーマンほか（露地）プロッコリネ、ナバナほか（その他）四方竹、ギンナンほか ⇒経営の多角化（交流活動）13組織（加工）15組織
2. 拠点ビジネスの推進		
◆○多角経営を基本とする地域拠点ビジネスの推進	・産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援 H24:101,950千円 H25:33,804千円 H26:23,915千円 合計159,669千円 ・産業振興アドバイザーの派遣による支援 H24:4件 H25:5件 H26:3件 H27:3件 合計15件 ・産業振興推進総合支援事業費補助金による支援 H24:107,334千円 H25:150,000千円 H26:94,213千円 H27:実績なし 合計351,547千円	・拠点ビジネスを展開している取り組み9件（うち、2期計画中に拠点ビジネスとして新たに展開を始めたもの3件：ドラゴン広場、なぶら土佐佐賀、村の駅ひたか） ・拠点ビジネスの構築に向け、新たな仕組みづくり等を行っている取り組み5件 ・販売拠点施設の整備 6箇所（ドラゴン広場、海の駅、なの市・なのカフェ、なぶら土佐佐賀、村の駅ひたか、キラメッセ室戸「楽市」） ⇒雇用の創出（H24-27）61人

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	（これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 （目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む）	
◆「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	〈H27年度〉 26ヶ所	A	地域本部と市町村等が連携し、各地域に潜在する小さなビジネスの案件の掘り起こしを行ったことで、集落活動センターの取組に限らず、28市町村の61件（H28.2月末時点）の取り組みを「小さなビジネス」として指定し、支援を行った。 これらの育成を推進することにより、中山間地域の住民力を高め、また、地域アクションプランのすそ野を広げる取り組みができた。 ＜課題＞ ・地域アクションプランのすそ野を広げる、集落活動センターにつなげるという観点から、更なる小さなビジネス案件の掘り起こしが必要。 ・生産者が高齢化し、後継者の育成が課題。	・既存の取り組みの活性化に向け、事業のブラッシュアップや人材育成、販路開拓、拠点ビジネスとの連携強化など、個々の課題に対応した、きめ細かなサポートを行う。 ・これまで案件のなかった観光分野を含め、各地域の小さなビジネスの掘り起こしを行う。
◆同上	同上	同上	住民主体で地域の課題解決に向けた仕組みづくりを行う「集落活動センター」（H28.3月末時点で20市町村26箇所、H28.4.1時点で22市町村30箇所が開設）を核として、地域資源を活用した特産品づくりや観光交流活動が行われるなど、小さなビジネスの芽出しや新たな事業展開が図られた。 ＜課題＞ ・集落活動センターの将来的な規模拡大に向けた取り組みの一層の加速化 ・集落活動センターの取り組みの継続・持続と機能強化	・重点的な事業支援によるロールモデルの確立と普及、県民との意識の共有を図るとともに、経済活動拡充に向けた人材の育成・確保や、集落活動センターのネットワークづくりを推進する。
◆「こうち型集落営農数」 H24.3 17組織 ↓ H28.3 32組織	〈H27年度〉 こうち型集落営農組織 H28.3 32組織	再掲 (A+)	【再掲】 ・関係機関の連携によるこうち型集落営農支援により、園芸品目の増加と売り上げの向上につながった。また、交流や加工等の経営の多角化に取り組む組織も増加した。 ＜課題＞ ・集落営農組織が将来的に集落の農地を守り、農業を維持していくには、経営の安定化が必要。そのためには、園芸品目の導入や加工など経営の複合化に取り組むこうち型集落営農の更なる広がりが必要。	【再掲】 ・集落営農をコーディネートできる人材（リーダー、関係機関）の育成・確保 ・こうち型集落営農組織を育成するため、普及組織・関係機関による、地域課題の現状分析、推進方策の共有化 ・法人化に向けた意識啓発とこうち型集落営農組織の法人化の推進。
◆新たな拠点ビジネスの展開 4年間で3箇所	〈H27年度〉 3箇所	A+	各拠点ビジネスを地域の実情に合わせて支援することにより、各拠点の機能強化が図られたほか、売上げの好調な推移など地域の所得の向上につながっている。 第2期計画終了時点において、9件（11市町村）の案件が「拠点ビジネス」として展開しており、5件（5市町）の案件が「拠点ビジネス」の構築に向けた仕組みづくりを行っている。 ＜課題＞ ・拠点ビジネスが展開されている（予定含む）市町村が16に止まっており、さらなる掘り起こしが必要。 ・仕組みづくりを行っている取り組みについては、他の直販所とのネットワークづくり等支援組織を活用した運営の安定化と体制の強化が必要。	・現在展開中の拠点ビジネスについては、地域の所得の向上や雇用の創出がもたらされる取り組みとなるよう、それぞれの課題に対応したきめ細かなサポートを継続する。 ・拠点ビジネスの構築に向けた仕組みづくりを行っている取り組みについては、早期の展開に向け、組織づくりや小さなビジネスとの連携等へのサポートを行う。 ・必要な市町村で拠点ビジネスが展開されるよう、新規案件の掘り起こしを行う。

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
5 産業人材の育成・確保		
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 ◆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及び研究成果の普及	◆キャリア教育推進事業を実施し、指針「高知のキャリア教育」に基づく取組を行ってきた。H25年度からは、県内3市を指定(3年指定)し、地域と連携したキャリア教育の研究成果を普及している。 ○キャリア教育推進地域担当会の開催 H25: 8回、H26: 4回、H27: 4回 ○キャリア教育推進地域連絡協議会の開催 H25: 4/30・2/18、H26: 5/1 ○キャリア教育連絡協議会の開催 H25: 8/2、H26: 8/26、H27: 12/1・7・11 ◎キャリア教育推進地域推進校研究発表会の開催 H25: 1回、H26: 15回、H27: 16回 ◎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 H25: 2月、H26: 2月、H27: 2月 ★中学生用キャリア教育副読本の作成配付 H24: 1月 ◎キャリア教育リーフレットの作成と配付 H25: 8月、H26: 12月、H27: 3月	(H24) ・キャリア教育連絡協議会の参加者: 450名 ・中学生用キャリア教育副読本の作成配付: 19000部 ⇒全体計画作成率(小: 89.4%、中: 88.7%) ⇒年間指導計画作成率(小: 46.6%、中: 71.3%) (H25) ・キャリア教育推進地域担当会の参加者: 53名 ・キャリア教育推進地域連絡協議会の参加者: 96名 ・キャリア教育連絡協議会の参加者: 354名 ・キャリア教育推進地域研究発表会の参加者: 53名 ・キャリア教育リーフレットの作成と配付数: 5294部 ⇒全体計画作成率(小: 100%、中100%) ⇒年間指導計画作成率(小: 79.6%、中: 82.4%) (H26) ・キャリア教育推進地域担当会の参加者: 52名 ・キャリア教育推進地域連絡協議会の参加者: 56名 ・キャリア教育連絡協議会の参加者: 439名 ・キャリア教育推進地域研究発表会の参加者: 1037名 ・キャリア教育リーフレットの作成と配付数: 5439部 ⇒全体計画作成率(小: 100%、中100%) ⇒年間指導計画作成率(小: 94.4%、中: 93.5%) (H27) ・キャリア教育推進地域担当会の参加者: 48名 ・キャリア教育連絡協議会の参加者: 743名 ・キャリア教育推進地域推進校研究発表会の参加者: 1564名 ・キャリア教育リーフレットの作成と配付数: 6000部 ⇒全体計画作成率(小: 100%、中100%) ⇒年間指導計画作成率(小: 97.4%、中: 98.1%)
◆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)	◆「高知のキャリア教育」に基づき、様々な事業を企画。各高等学校は、学校の実情に応じた事業の活用方法を検討し、実行 ○高校生スキルアップ講習会 生徒の就職活動を支援するために2つの講座を企画・実行 筆記試験対策講座 H25: 16校 H26: 19校 H27: 13校実施 ビジネスマナー講座 H25: 25校 H26: 27校 H27: 27校実施 ★生徒のビジネスマナーや勤労観を学ぶ研修会の推進 他機関と連携し、進路決定者に対する研修を企画、実行 H26: 20校実施 H27: フラッシュアップセミナー14校実施 ★中途退学者の半減 H25: 校長会で組織的な生徒支援を周知 H26: 重点校10校を指定し、課題解決のため 中退防止半減プランを作成 スクールカウンセラーSCの週2日配置10校 仲間づくり合宿9校実施 H27: SC15校に拡充、仲間作り合宿実施予定 スクールソーシャルワーカー(SSW)配置、 キャリアノート14校で活用 ○インターンシップの実施 H25: 生徒の企業見学20校、H26: 22校 H27: 22校実施 ○アグリウォッチング H25: 7校、H26: 11校、H27: 8校実施 ◎進路講演会の推進 H25: 13校 H26: 31校 H27: 31校が実施	各支援事業が学校の取組の一部として位置づけられるようになった。これらの取組が中途退学者の減少や、早期離職率の減少につながっている。 ・高校生スキルアップ講習会受講者の増加 筆記試験対策講座 H25: 16校960名、H26: 19校702名 H27: 13校807名 ビジネスマナー講座 H25: 25校1,506名 H26: 27校1,899名 H27: 27校1,408名 ・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) フラッシュアップセミナー H26: 20校 214名 H27: 14校 238名 ⇒中途退学者の減少 H24: 191→H26: 109名 → H27: 98名 (指定校、H27年度末) ・インターンシップの実施 H25: 生徒の企業見学 20校1,877名 H26: 生徒の企業・学校見学22校1,811名 112事業所、大学、専門学校23校 H27: 生徒の企業・学校見学23校2,290名 187事業所、22校 ・アグリウォッチングの充実 H25: (1回)7校19名 H26: (2回)11校47名 H27: (2回)8校48名 ・進路講演会の推進 H25: 13校397名 H26: 31校6,153名(生徒4,934名、 保護者710名、教員509名) H27: 31校6,924名(生徒5,700名、 保護者457名、教員767名) ⇒離職率(1年目) H22: 全国20.7%、高知県27.5%(差6.7%) H25: 全国19.9%、高知県22.4%(差2.5%) H26: 全国19.4%、高知県24.4%(差5.0%)

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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>〈H27年度〉 小・中学校ともに 100%</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>	A+	<p>○すべての小・中学校にキャリア教育の全体計画が整備され、また、年間指導計画の作成率は向上してきており、各学校の教育課程上の位置付けが図られている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キャリア教育連絡協議会、キャリア教育リーフレットの作成・配付を通じて、全体計画・年間指導計画の必要性を周知することで、作成率の向上を図ることができた。 ・推進地域(指定3市)の研究成果を、H26年度は、研究発表会を通じて各教育事務所管内に普及することができた。H27年度は、実践事例の配信や研究発表会を通じて発信した。 <p>〈課題〉 全体計画や年間指導計画に基づいて、キャリア教育の視点を取り入れた教育活動が県内各校で実践されていく必要がある。</p>	<p>○これまでの成果(推進地域での研究成果)を基に、各小・中学校のキャリア教育の取組の充実を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・すべての小・中学校のキャリア教育担当者を対象に、各教育事務所管内別にキャリア教育地区別指導者養成研修を開催し、各校での取組充実を図る。 ・キャリアシートを作成し、すべての小・中学校に配付することで、キャリア教育充実に向けて授業での活用を図る。
◆各事業実施校の拡大・高校生スキルアップ講習会	<p>〈H27年度〉 27/36校</p> <p>H22: 21/37校 →H27: 30/36校</p>	A	<p>スキルアップ事業において、外部講師による研修を受講することで、就職を希望する生徒が社会人として必要な基礎的な知識を身につけるとともに、ビジネスマナーに対する意識を高めることができた。</p> <p>スキルアップ講習会の受講生は減少しているが、学校独自の研修等で実施している。</p>	<p>外部講師を招聘して講習会を開催しているが、教員のマナー講座の講師として指導力も向上させる。</p>
・生徒のビジネスマナーや勤労観を学ぶ研修会	<p>〈H27年度〉 27/36校</p> <p>H27: 36/36校</p>	A	<p>高校卒業後就職する生徒が3学期に生徒のビジネスマナーや勤労観を学ぶ講座を受講することによって、社会人になる手前の不安を解消し、社会人として必要なスキルを得ることができた。</p> <p>各学校で教員が進路指導を行う際にも、この制度をもっと活用する必要がある。</p>	<p>外部機関の金融講座や労働法に関する高校生向けの研修への参加も促す。</p>
・中途退学者数の減少(重点校)	<p>〈H27年度〉 H27 98名</p> <p>H24: 191名 H27: 指定校の 中退者数を半減</p>	A	<p>重点校10校での中退防止半減プランに基づいたスクールカウンセラーの配置拡充などの取組により、組織的な相談・指導体制が充実したことが、生徒たちの課題の早期発見や個別の支援につながり、重点校の中退者数は大幅な減少傾向にある。</p>	<p>これまでの中退防止重点校の成果を基に、取組を広げ、県立学校全体の中退退学率を全国平均に近づける。</p>
・インターンシップまたは企業見学	<p>〈H27年度〉 24/36校</p> <p>H22: 20/37校 →H27: 36/36校</p>	A-	<p>インターンシップ事業を含めた他の就職支援全体の取組により、公立高等学校(全・定)の就職内定率は、H22年度92.6%からH27年度98.4%に上昇。</p>	<p>大学進学者が多い学校においても、企業見学会等の機会を増やすとともに、就職希望者については、インターンシップ等の朱公体験を推奨する。</p>
・農林業体験インターンシップ(アグリウォッチングの充実)	<p>〈H27年度〉 48/30名</p> <p>H22: 18/30名 →H27: 30/30名 (定員30名)</p>	A+	<p>地域農業や栽培管理、経営者との対話等を通じて、地域文化の理解や農業科目の補完ができ、学習意欲の向上が図れた。また、普通科高校の生徒においては、高知県の1次産業への理解が深まり、将来の進路設計の参考となった。</p> <p>一度に多くの生徒を受け入れていただける農家や施設を開拓する必要がある。</p>	<p>事業を引き続き継続し、高知県の1次産業への理解を深めさせる。できるだけ多くの生徒を参加させるため、事業は年2回実施する。</p>
・生徒・保護者・教員対象進路講演会	<p>〈H27年度〉 31/36校</p> <p>H22: 9校/37校 →H27: 36/36校</p>	A	<p>高知県の企業の現状や考え方などを生徒・教員・保護者に情報提供することで意識啓発を図るとともに、教員と企業との繋がりを広げることができた。開催を希望する学校が年々増加している。</p>	<p>各校において、保護者が参加できる講演会をできるだけ多く企画する。</p> <p>また、企業理解のための進路講演もしくはセミナー等を推奨する。</p>
・離職率(1年目)の減少	<p>(直近の実績) 高知県: 24.4% 全国: 19.4% 労働局データ 20.7%(全国) ↓ 公立・私立すべて (H26年3月卒業生) H27: 全国水準にする</p>	A-	<p>インターンシップ、進路決定者研修等に生徒が参加することによって、生徒の勤労意識が向上した。また、教員も、企業との情報交換会や企業見学会に参加することによって、充実した就職支援が行えるようになった。</p> <p>結果として、内定率は向上したが、離職については、全国平均との差が広がっている。離職の状況について詳細な分析が必要。</p>	<p>高校を卒業後、1年後の離職調査を行い、離職の原因等について分析し、今後の施策等を検討する。</p> <p>(調査: 全公立高校 平成26年度卒業生の1年後の状況調査 調査日 5月末日)</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
<p>◆県内産業や県内企業に対する生徒・教員の理解促進</p> <p>○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演習や技術指導等を通じて学校と産業界との連携を強化</p> <p>○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</p> <p>★私立中高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援</p>	<p>◆県内産業担い手人材育成事業の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> 産業系の県立高校を対象に <ol style="list-style-type: none"> ①生徒の企業実習デュアルシステム事業 ②企業技術者による技術指導事業 ③産業教育担当教員の企業研修事業 ④企業と学校との共同研究事業 を実施する <p>◆県内企業理解促進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> 私立中高等学校の生徒を対象に、県内産業や企業の魅力を伝えるため、企業見学及び職業講話を実施する 産業界、行政、学校が連携した人材育成を行うことについて、学校や教員の理解を深める教員研修を教育センターと連携し実施する 	<p>◆県内産業担い手人材育成事業</p> <p>（県内産業や県内企業に対する生徒・教員の理解促進）</p> <p>H24実績 実施校17校 参加生徒899名、企業150社</p> <p>H25実績 実施校18校 参加生徒1068名、企業222社</p> <p>H26実績 実施校17校 参加生徒925名、企業230社</p> <p>H27実績 実施校18校 参加生徒942名 企業226社</p> <p>◆県内企業理解促進事業</p> <p>（私立中高等学校の生徒：職業講話及び企業見学）</p> <p>（H24年度：企業見学5社 参加2校 生徒95名） （H25年度：企業見学2社 参加1校 生徒8名） （H26年度：企業見学2社 参加1校 生徒15名） （H27年度：職業講話2社 参加2校 生徒360名）</p> <p>（教員の県内企業に対する理解促進）</p> <p>（H24年度：企業等22社 教員98名） （H25年度：企業等17社 教員75名） （H26年度：企業等12社 教員58名） （H27年度：企業等8社 教員56名）</p>
<p>◆○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】</p>	<p>【高知工科大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> 開学時からインターンシップを正規科目として実施 例年、学士課程3年生の約8割がインターンシップを体験 グローバル人材を求める企業のニーズに応えるべく、平成25年度より海外インターンシップを導入 <p>【高知県立大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> インターンシップ関連のガイダンスの実施 事前講習を実施 受入企業訪問 	<p>【高知工科大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> 学内選考・自主開拓を含め、25年度は、250社422名26年度は258社428名、27年度は239社425名がインターンシップを体験 海外インターンシップを選考会を経て実施し、25年度は、3ヶ国5社8名（タイ・アメリカ・フィリピン）26年度は、3ヶ国6社9名（タイ・ベトナム・オーストラリア）27年度は、3ヶ国5社13名（ベトナム・オーストラリア・インド） <p>【高知県立大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> オリエンテーションに選算306名の学生が参加 事前講習を年4回実施 マッチングセミナーに通算149名の学生が参加 キックオフセミナーに通算33名の学生が参加 インターンシップ参加者（H26:81名 H27:86名）
<p>◆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</p> <p>○しごと体験受講による就職者の正規雇用率の向上</p> <p>○ジョブカフェ利用者のキャリア形成の支援を図る</p> <p>○幡多サテライトの機能の強化を図る</p> <p>◎利用者のニーズをとらえたセミナーを開催する</p> <p>★女性求職者の訓練プログラムを実施して就職を支援する</p>	<p>◆しごと体験講習の実施</p> <p>◆キャリアコンサルタントによる相談業務の実施</p> <p>◆幡多サテライト</p> <p>H25：キャリアコンサルタントの相談日の増（週3日→週4日）</p> <p>◆オリジナルセミナーの開催</p> <p>◆対象を女性に特化した「女性のための就活支援セミナー」の開催</p>	<p>◆しごと体験講習受講者数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H24：412人（うち幡多：65人） ・H25：358人（うち幡多：42人） ・H26：362人（うち幡多：39人） ・H27：310人（うち幡多：31人） <p>◆しごと体験受講後の就職者数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H24：263人（うち幡多：49人） ・H25：236人（うち幡多：32人） ・H26：223人（うち幡多：27人） ・H27：216人（うち幡多：23人） <p>◆しごと体験受講者の正規雇用率</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H24：41%（うち幡多：51%） ・H25：48%（うち幡多：44%） ・H26：42%（うち幡多：33%） ・H27：43%（うち幡多：13%） <p>◆来所者数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H24：17,119人（うち幡多：1,604人） ・H25：15,952人（うち幡多：1,494人） ・H26：13,369人（うち幡多：1,131人） ・H27：12,028人（うち幡多：1,366人） <p>◆相談件数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H24：8,037人（うち幡多：831人） ・H25：7,656人（うち幡多：878人） ・H26：6,558人（うち幡多：620人） ・H27：6,391人（うち幡多：674人） <p>◆来所者の相談件数割合</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H24：47%（うち幡多：52%） ・H25：48%（うち幡多：59%） ・H26：49%（うち幡多：55%） ・H27：53%（うち幡多：49%） <p>◆就職者数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H24：1,120人（うち幡多：70人） ・H25：1,050人（うち幡多：56人） ・H26：927人（うち幡多：53人） ・H27：881人（うち幡多：62人） <p>◆セミナー受講者数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H24：1,529人 ・H25：1,322人 ・H26：1,207人 ・H27：1,013人

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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。	—	再掲 (一)	<p>○地域産業担い手人材育成事業は、平成20年度から始まり、事業として8年目となり、対象校に定着している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成20年度 参加校9校・参加生徒数416名 ・協力企業46社 <li style="text-align: center;">↓ ・平成27年度 参加校18校・参加生徒数946名 ・協力企業226社 <p>○校内での発表会を開催して、事業に参加した生徒から発表を行うことにより広く学校内に周知をしてくれるようになった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成26年度 高知東工業高校・伊野商業高校開催 ・平成27年度 高知東工業高校・伊野商業高校開催 須崎工業高校ほか 	<p>○引き続き、学校、産業界のニーズの把握に努め効果的な事業の運営を進めていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規協力企業の開拓 ・学校内での発表会の開催 ・県内企業理解促進事業実施校の拡大
◆高校生の県内就職割合 H22：58.1% ↓ H27：72%	<H27年度> 63.9%	再掲 (A一)	<p>○産業界の協力により、早い段階から企業を知ることで生徒の企業理解を深める取組が実施できた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成27年度 高知東工業高校の1年生を対象とした企業見学の実施 <p>○県内企業からの求人票の早期提出の促進等により、県内就職希望者の就職率は向上しているが、県外への就職希望者も依然として多い状況</p>	
◆望ましい職業観を持った人材の輩出	—	—	<p>【高知工科大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学生の社会に対する理解・意識が向上している ・学生の将来に対する目的意識が醸成されている <p>【高知県立大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターンシップに対する参加学生の理解・意識が高まった。 ・インターンシップを体験し、各自の漠然とした職業観と現実とのギャップを知り、より具体的な職業観を持つことにつながった。 ・文化学部2回生を必修化したことで、学生の意欲のばらつきという課題が出たためH27に選択科目とした。 	<p>【高知工科大学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実習受入先のさらなる確保・拡充 ・受入先への本学取り組みの理解促進・定着 <p>【高知県立大学】</p> <p>必修科目から選択科目にしたことで、参加人数の減少はやむを得ないが、意欲のある学生の参加増を目指す。</p>
◆しごと体験受講者の正規雇用率 H22：17% ↓ H27：50%	<H27年度> 43%	再掲 (A)	<p>○しごと体験受講者の正規雇用率は目標値に近づいているものの、下記の理由等により目標達成には至っていない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・しごと体験受講者の中には、就職意欲が少なく正規雇用につながらない方もおり、受講者の正規雇用への意識の醸成が必要。 ・しごと体験受入先企業で、非正規での雇用形態を希望する企業の割合が増えている。 <p>○雇用情勢が好転する中で、来所者数や相談件数は減少傾向にある。</p> <p>○併設ハローワークとの連携により、近年の相談件数割合は改善傾向となってきた。</p>	<p>○受講者の状況に合わせたきめ細やかな事前指導により、就職意欲の向上を図る。</p> <p>○推進員による正規雇用を前提としたしごと体験受入企業の開拓。</p> <p>○来所者への丁寧な声掛けと着実な相談への誘導</p> <p>○フェイスブックやツイッターの活用</p>
◆ジョブカフェ来所者の相談件数割合 H22：54% ↓ H27：70%	<H27年度> 53%	再掲 (B)	<p>○就職情報を見て帰るだけの来所者が増えており、その方に丁寧に声掛けして、ジョブカフェの相談へとつなげることが十分にできていなかった。</p> <p>○ジョブカフェが就職情報収集の場だけでなく、気軽に専門家の就職アドバイスを受けることができる場であることを、若年求職者に更に周知していく必要がある。</p>	

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
(2) 地域産業を創造、リードする人材育成		
◆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	産業振興アドバイザーの派遣 H24 事業採択件数53件 派遣状況140回 H25 事業採択件数57件 派遣状況159回 H26 事業採択件数54件 派遣状況170回 H27 事業採択件数42件 派遣状況123回 計 事業採択件数206件 派遣状況592回 課題抽出型メニューの追加 H25 事業採択件数2件 派遣状況2回（内数） H26 事業採択件数1件 派遣状況3回（内数） H27 事業採択件数1件 派遣状況1回（内数） 計 事業採択件数4件 派遣状況6回（内数）	・～目指せ！弥太郎商人（あきんど）塾～のフォローアップ研修受講生 H24 H22年度生4事業者、H23年度生16事業者 H25 H23年度生9事業者、H24年度生9事業者 H26 H24年度生8事業者、H25年度生14事業者 ⇒フォローアップにより受講生（事業者）の事業プランの磨き上げや、具体的なビジネスへの挑戦などに繋がった。
◆★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 ○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～	◆★ビジネスに必要な幅広い分野の内容について、基礎知識から応用・実践力まで体系的に習得することができるビジネス研修「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」をH24年度から実施。 H24：25科目、H25：33科目、H26：35科目、H27：35科目 ○新商品開発や農工商連携ビジネスについて学ぶ「目指せ！弥太郎 商人塾」をH22年度から実施。H24年度からは土佐MBAの応用・実践編（H27年度から実践編）に位置づけ。	・H24～H27年度「土佐MBA」受講者数：延べ6,959名 ・H22～H27年度「目指せ！弥太郎 商人塾」受講者数：91事業者 ⇒受講者による新商品開発と販路拡大、起業・法人化の事例がみられ、受講生同士のコラボ商品も生まれている。
◆★県と市町村の職員がともに学ぶ合う研修「土佐まるごと立志塾」を実施	◆★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ために、自治体や産業支援機関の産業振興の実践事例について学び、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全6回の研修をH25年度から実施	（H25～27年度） ・計139名修了（市町村職員103名、県職員36名） ⇒個別政策提案について、「すでに行っている」2名（6%）、「今後行う予定」15名（50%）と回答（H27.12月実施アンケート） 修了生有志による自主勉強組織「こうち立志塾政策デザイン研究会」が発足（H27年5月）
◆◎貿易を担う人材育成の強化	◆土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）の枠組みの中で、貿易に初めて取り組む事業者を対象にした入門編、次のステップとなる基礎編等を開催。 また、ゼロ高知等が実施する国別の輸出セミナー等の共催・後援となり、県内事業者に参加呼びかけ等を実施。 ・入門編参加者延べ87名、基礎編参加者延べ332名（H24～H27の累計）	・人材育成を通じて貿易実務や相手国の商習慣などの知識を習得されたことにより、H21年からH25年の間で貿易に継続的に取り組む事業者（食品関係）の増加等につながった。 ⇒貿易に取り組む事業者が大幅に増加 H22：15社→H23：24社→H24：37社→H25：44社→H26：49社→H27：68社
◆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	★6次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定を支援。H25年度からは、高知6次産業化サポートセンターを委託により設置して、初期相談から、総合化事業計画の策定支援及びフォローアップまで、事業者の段階に応じた支援を実施。 ★農業創造人材育成事業（農業創造セミナーの開催）（H23～H27）	・農業創造セミナー受講生 H23：11グループ・32名 H24：9グループ・27名 H25：15グループ・49名 H26：18グループ・44名 H27：17グループ・38名 ⇒総合化事業計画の認定事業者数 H23：12事業者 H24：5事業者 H25：4事業者 H26：4事業者 H27：2事業者

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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	—	再掲 (一)	<p>アドバイザーの派遣により、事業プランの磨き上げや、具体のビジネスへの挑戦に繋がった。</p> <p>(課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アドバイザーの効果が分かり難い事例があることから、効果が測定できるよう、事業者がアドバイザーに期待する内容や成果目標をあらかじめ明確にしておく必要がある。 ・事業者の自立に向けた、さらなる能力向上への支援。 	<p>○地域アクションプラン等の取り組みを後押しするための有効なツールとして、制度のさらなる活用促進を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題抽出型の活用による課題の明確化 ・アドバイザー派遣後の、事業の進捗状況に応じたフォローアップ ・過去の派遣実績を元にしたアドバイザー情報の蓄積と共有 ・地域産業や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手が実践するビジネスプラン策定へのアドバイザー派遣をメニュー化
◆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><H27年度> 事業者の成果目標達成状況： 「概ね達成できた」「将来達成が見込まれる」が9割以上[目標設定数96件中93件] (H27年度進捗状況報告)</p>	再掲 (A+)	<p>○土佐MBAには毎年多くの方に受講いただき、実践編の受講者が新商品開発や販路開拓につながり、受講生同士のコラボ商品も生まれるなど、産業人材の育成に一定の成果が見られている。今後も産業人材の裾野の拡大と受講者の事業化へのサポート強化により、各地域の産業振興を促進することが期待される。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・遠隔地でも受講できるよう土佐MBA入門編・基礎編ではインターネット配信を実施しているが、より学習効果の高い受講環境の整備が必要 ・実践編修了者がさらに地域リーダーとして成長するためにH27年度に新設したアドバンスコースの受講促進と、受講者の地域アクションプランへの展開等のサポート ・起業の促進及びニーズに対応する上級講座の拡充 	<p>○受講者の事業化支援を強化し、産業人材の裾野を拡大するための課題を解決したうえで、事業を継続する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受講者のココロビジネスチャレンジサポート事業の活用促進 ・県中央部以外でも高い学習効果の得られるサテラ（サテライトプラットフォーム）の実施 ・起業を促進するための講座の拡充 ・次期経営層を対象としたエグゼクティブコースの開催 ・商人塾地域セミナーの開催
◆ビジネスの基礎を習得した人材の育成	—	再掲 (一)	<p>○受講者が研修を通じて作成した政策提案について、4割以上が実施或いは実施予定となった。また、修了生有志による自主勉強組織が発足し、県と市町村のネットワークが強化されつつあり、今後、県と市町村の協働による地域の産業振興が促進されることが期待できる。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・政策提案が事業化されるよう、或いは事業化の可能性の高い政策提案が行われるよう、特に市町村が研修に職員を参加させるインセンティブの検討が必要。 ・修了生ネットワークの活動がさらなる価値を生み出すための支援策の検討が必要。 	<p>○個別政策提案が事業化につながり、受講者のネットワークが維持・強化されるようフォローアップの仕組みを整えながら事業を継続する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政策提案が事業化につながるよう既存制度の活用や新制度の検討。 ・修了生と合同研修を実施
◆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><H27年度> 商人塾の各年度修了アンケートでは48事業者(52.7%)が新たな事業展開との回答</p>	再掲 (A+)	<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>○個別政策提案が事業化につながり、受講者のネットワークが維持・強化されるようフォローアップの仕組みを整えながら事業を継続する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政策提案が事業化につながるよう既存制度の活用や新制度の検討。 ・修了生と合同研修を実施
◆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>○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>○個別政策提案が事業化につながり、受講者のネットワークが維持・強化されるようフォローアップの仕組みを整えながら事業を継続する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政策提案が事業化につながるよう既存制度の活用や新制度の検討。 ・修了生と合同研修を実施
◆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><H27年度> 4割以上が実施中或いは実施予定</p>	A+	<p>○継続的に実施していくことで新たに貿易に取り組む事業者の増加等につながっている。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たに貿易に取り組む事業者の増加につながるよう、講座内容等を作り込んでいく必要がある。 	<p>○企業のステージや商品に応じたサポートにより、輸出に取り組む企業や団体のすそ野を拡大していく。</p>
◆貿易に取り組む事業者（食品関係）が倍増している 食料品輸出事業者 (H23) 25社 →(H27) 50社	<p><H27年度> 貿易に取り組む事業者（食品関係）：68社</p>	再掲 (A+)	<p>○農業創造セミナーに参加したグループが、新たな商品開発に取り組み、販売計画の具体化及び既存商品の改良などが進むなど、研修参加グループの課題解決に向けた取り組みが進んだ。セミナーの中で、事業計画作成により方向性を明確にすることができ、商品開発への意識が高まった。</p> <p>○法認定を27事業者が受けた。</p>	<p>○引き続きすそ野を広げる取り組みを実施するとともに、県域流通へステップアップさせ産業に育てる取り組みを実施する。</p>
◆自ら考え企画・販売できる農業者の育成 (6次産業化に取り組む組織数増加) (H23年度末 26グループ)	<p>実践コースの受講者 <H27年度> 56グループ</p>	再掲 (A+)	<p>○法認定を27事業者が受けた。</p>	<p>○引き続きすそ野を広げる取り組みを実施するとともに、県域流通へステップアップさせ産業に育てる取り組みを実施する。</p>
◆6次産業化に取り組む事業者数の増加 (H23年度末 12事業者)	<p>法認定事業者数 <H27年度> 27事業者</p>	再掲 (A+)		

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
◆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】 ・観光人材育成塾「とさ旅セミナー」の実施 H24：ワークショップ 県内7エリアで各3回 フォローセミナー 県内2カ所各1回 作成プランのセールス活動を実施 （首都圏、関西、中四国） H25：ステップアップ研修の実施 県内3エリアで各7回 ・「広域観光みらい会議」の開催 H26：3回 H27：1回（全3回予定） ・「土佐の観光創生塾」の実施（H27） 西部地域：2回（全6回予定） 中央・東部地域：1回（全6回予定） ・アドバイザーによる体験型観光推進研修等の実施 H24：38回、H25：26回、H26：41回、 H27：7回（7.17現在）	（H24） ・「とさ旅セミナー」の実施 参加者：7地域計270名 作成プラン数：6地域計37プラン ⇒作成したプランのモデルコース商品化：2地域 （H25商品化） ・アドバイザーによる研修会 参加者：703名 （H25） ・「とさ旅セミナーステップアップ研修」の実施 参加者：計39名 ⇒プロモーション活動等を通じた旅行商品化：3件 ・アドバイザーによる研修会 参加者：410名 （H26） ・「広域観光みらい会議」の開催 参加者：319名 ・アドバイザーによる研修会 参加者：507名 （H27(7.17現在)） ・「広域観光みらい会議」の開催 参加者：102名 ・「土佐の観光創生塾」の実施 参加者：2地域計69名 ・アドバイザーによる研修会 参加者：79名
◆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	観光ガイド団体のブロック別研修会等の開催 H24：5回 H25：5回 H26：7回 H27：6回 （予定） 個別研修会への支援	県内ガイドの連携及びレベルアップ等の意識の高まり、観光ガイド連絡協議会独自の研究交流会等が開催された。 観光ガイド団体 28団体 観光ガイド団体会員数 470人 （H26.12月現在） ガイドコース数 52コース
◆○観光事業者等へのおもてなし研修の実施	国際観光受入研修及びおもてなし研修の開催 H24：2回 H25：1回 H26：1回 H27：1回 （予定）	観光事業者等がおもてなし研修を受講することで、事業者の観光客に対するおもてなしの気運の醸成につながっている。
◆○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	◆○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 ・アドバイザーによる体験型観光推進研修や旅行会社へのセールス活動等の実施 H24：38回、H25：26回、H26：41回、 H27：7回（7.17現在） ・全国ほんもの体験フォーラムin高知の開催 （H28.3開催）	（H24） ・アドバイザーによる研修会 参加者：703名 （H25） ・アドバイザーによる研修会 参加者：410名 （H26） ・アドバイザーによる研修会 参加者：507名 （H27(7.17現在)） ・アドバイザーによる研修会 参加者：79名 （民泊受入世帯数）（H27.7.23現在） 安芸エリア32件、嶺北エリア58件、高幡エリア127件、幡多エリア80件 （観光コンベンション協会による教育旅行セールス） （H24）関東1回 （H25）関東4回、関西2回 （H26）関東3回、関西2回
◆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）	◆企業技術者への製造技術や品質管理等の技術研修及び技術指導を行い、産業の担い手となる技術者を養成した。 ◎人材育成 H24：33コース、H25：56コース、 H26：68コース、H27：29コース 機械、金属加工、食品加工等の各分野の専門家を、中小企業等に派遣し、新製品・新商品の開発や技術者の育成、企業の技術力の強化の助言、指導を行う。 ◎紙産業技術センター かみわざびとづくり事業の実施（開放試験設備利用研修、技術力向上を目指した研修、製品化への技術支援、講演会等による情報提供） H24：21回、H25：18回、H26：33回、 H27：20回	・人材育成参加者 H24：584人 H25：767人 H26：1,001人 H27：283人 ・技術指導アドバイザーの派遣 H24：4社7回派遣（その他講習会9回派遣）、 H25：3社4回派遣（その他講習会8回派遣）、 H26：9社22回派遣、 H27：4社10回派遣 ・かみわざびとづくり事業研修等参加者 H24：244人、H25：256人、H26：217人、 H27：250人

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆観光産業を担う 人材が育成される	—	再掲 (一)	<p>○観光人材の育成に向けたセミナー等の継続実施により、地域観光の担い手の育成につながり、地域の資源を活かした観光商品を作成する力が徐々に付いてきている。</p> <p>○県内各広域エリアで作られた周遊プランなどが旅行商品化されている。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・より魅力ある旅行商品化に向け、地域で観光を担う事業者等の旅行商品作成力の強化を引き続き図る必要がある。 	<p>○これまでの成果を踏まえ、事業を拡充する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人材育成塾等を通じた観光の担い手の育成を継続して行っていくとともに、セールス活動など誘客面にも力を注いでいく。 ・アドバイザーの現地調査や研修会などを通じ、地域の関係者が連携して資源の磨き上げを行う等の魅力ある商品化に向けた支援を行っていく。
◆人材育成塾の 参加者 200名	<H27年度> 369名	再掲 (A+)		
◆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	—	再掲 (一)	<p>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</p> <p>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、独自の取組にもつながった。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・新たなガイド団体の育成 	<p>○これまでの成果を踏まえた事業の継続</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ガイド団体のレベルアップ支援 ・ガイドの新規会員の増加対策支援 ・外国人観光客への対応支援 ・新規ガイド団体の設立支援
◆◆◆同上	同上	同上		
◆◆◆同上	同上	同上	<p>観光事業者等への研修を実施することにより質の高いサービスを提供</p>	<p>○これまでの成果を踏まえた事業の継続</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光事業者のレベルアップ支援 ・外国人観光客への対応支援
◆◆◆同上	同上	同上	<p>○アドバイザーによる教育旅行や体験型観光の推進に向けた研修を通じて、地域におけるプログラム等の磨き上げが進むとともに、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。</p> <p>また、県内の民泊受入可能な世帯数が増加し、学校教育における地域の受入体制が整ってきている。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・一層の受入体制の充実を図るため、地域での担い手の育成を引き続き行っていく必要がある。 	<p>○これまでの成果を踏まえ、事業を拡充する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光アドバイザーの現地調査や研修会などを通じ、地域の関係者が連携して資源の磨き上げを行うとともに、民泊の受入世帯の増加に向けた取り組みへの支援を行っていく。
◆技術レベルに応じた 能力向上と資格取得率 アップ	<H27年度> 2,635人	再掲 (A+)	<p>○企業、団体からの要望に沿った研修を実施することで計画以上の参加が得られ、技術者の資質向上を図ることができた。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・技術開発の潮流の変化に対応できる研修の選定 ・技術継承を円滑、シームレスに行うことができる研修の選定 	<p>○これまでの企業、団体からの要望に沿った研修を実施するとともに、分析機器や測定機器を使用した実践的な研修を充実する。</p>
技術研修 1,600人 (H24～H27)				
技術指導アドバイザー の派遣 10社25回派遣 (H24～H27)	<H27年度> 20社43回派遣	再掲 (A+)	<p>○個別に企業を訪問するなどの活動を行い、企業の様々なニーズに即応できる支援を展開し、技術力の向上を図ることができた。</p>	<p>○製造技術者の育成が進み、企業からの要望も増えていることから、事業を継続する。</p>
かみわざびとづくり事 業 (H24～H27) 1,000人	<H27年度> 参加者 967人	再掲 (A)	<p>○業界の要望に沿った研修等を実施することで、概ね当初計画の参加者が得られた。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規導入の機械整備の活用 	<p>○新規導入設備を最大限に活用した研修等を実施し、新しい技術に対応できる中核人材の育成を目指す。</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
◆◎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	◎生産管理高度化を目指し、受講者のレベルに合わせた研修を実施。 地産地消・外商課主催研修に加え、寄附金による県立大学主催の生産管理高度化講座を開講。 ・H24：10回（延べ410人） ・H25：12回（延べ400人） ・H26：14回（延べ527人） ・H27：20回（延べ500人） ※県版HACCPの取得に向けて、事業者からの相談に対応するとともに個別指導を実施。 ◎商談会等を通じて、食品高度衛生管理手法の指導 商談会への出展企業に対し、衛生管理3点セット「動線図、工程フロー、衛生管理マニュアル」を義務付け。	⇒食品高度衛生管理手法認定施設の増加 H24年1月から実施→H27：25施設 ⇒県版HACCP認定施設の増加 H23：15施設→H27：29施設
◆◎外商の拡大に向けた表示適正化の徹底	◎食品表示に関する研修会を実施。 ◎食品表示適正化支援事業を食品産業協議会に委託し、食品表示に関して関連法所管部署と連携したワンストップアドバイス窓口を設置。	・食品表示研修の実施 H24：3回開催、延べ188人参加 H25：6回開催、延べ401人参加 H26：6回開催、延べ212人参加 H27：6回開催、延べ204人参加 ・食品表示アドバイスの実施 H24：479件 H25：583件 H26：616件 H27：668件
◆派遣研修の継続 ○技術交流訪問団 ○学生交流 ★民間交流への支援	・技術交流訪問団の派遣 ・研究員のオランダ企業への派遣 ・農業大学のオランダ・レンティス校との交流の実施 ・民間交流への支援	・技術交流訪問団のべ4回の派遣 ⇒交流団参加者 H24:28名、H25:21名、H26:26名、 H27:28名(予定)のべ103名参加 ・農技センターの研究員のオランダ長期研修の実施 ⇒研究員2名がオランダの企業及び研修施設で3か月研修 ・農大生のオランダへの留学と短期訪問及び留学生の受入 ⇒交流実績 H24:留学2名・短期訪問6名・受入3名、 H25:留学2名・短期訪問2名、 H26:留学1名・受入3名 H27:留学2名 のべ留学7名・短期訪問8名・受入6名 ・民間交流への支援(H26) ⇒JA土佐くろしお園芸部がオランダ訪問を企画し15名が参加。
◆★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	・オランダ交流活動の県民への周知とオランダの農業の技術の理解を深めるため、技術交流セミナーを開催。 ・オランダからの技術者招聘によるセミナーの開催	・オランダ技術交流セミナー開催（各年度1回、のべ4回開催） ⇒セミナー参加者 H24:147名、H25:146名、H26:155名、 H27:122名 のべ570名参加

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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	—	再掲 (一)	<p>○県版HACCP及び高知県食品高度衛生管理手法認定施設が増加した。</p> <p>○事業者のレベルに応じた研修や、地産外商公社を中心に商談会等に出展する事業者に対して衛生管理手法の導入を指導してきたことから、衛生管理の普及啓発が進んでいる。</p> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・近年の食品事故の影響などから、小売店等が製造現場に求める衛生基準は格段にレベルアップ。 ・特に、小売業者（コンビニ）等がHACCP手法を取り入れた「衛生管理基準」を定めて「工場監査」を実施し、それをクリアすることが定番取引の条件としているなど、製造現場での衛生管理の充実が重要。 ・小売店等の基準に合致しないことで、ビジネスチャンスを逃さないよう、高度化支援を一層強化することが必要。 	<p>○事業者への「HACCP手法」の導入を支援。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HACCP研修の充実 ・事業者自らが改善しながら取り組めるよう支援 <p>○製造現場の改善を支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワンストップの相談窓口を設置し、事業者ごとに支援 ・県内の卸・小売業者の衛生担当者と連携して、製造現場の改善を支援
◆同上	同上	同上	<p>○各課が連携し、ワンストップで対応することにより表示アドバイス件数は年々増加している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続的にアドバイス事業を行うことで、リピーターとなっている事業者の食品表示に関する知識レベルが向上しており、H27年4月に改正された食品表示法への対応もあり、同事業を継続していく必要がある。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・H27年4月の食品表示法改正により、5年以内の加工食品への栄養成分表示が義務化。 	○事業者へのアドバイスと研修を充実させて、事業者が食品表示法の改正に円滑に対応できるよう支援する。
◆交流事業 訪問団 年間催行 1回	<H27年度> 訪問団 年間催行 1回	再掲 (A+)	<ul style="list-style-type: none"> ・農技センターの研究員のオランダの企業研修では、先進技術情報の取得とともに人的連携が構築された。 ・農大生のオランダへの留学とオランダからの留学生の受入では、知識や経験の蓄積、視野の広がりとともに、オランダ留学を志す入学志願者も出てきた。 ・県が中心になって行っていた交流に加え、民間が独自に行う事例も出てきた。 	・オランダとの交流で得た知識や人脈などが、本県の環境保全型農業や次世代型新施設園芸システムの普及に、効果的に活用できるような組立が必要。
◆交流事業 技術交流セミナー 年間催数 2回	<H27年度> 技術交流セミナー 2回/年 (計8回)	再掲 (A+)	<ul style="list-style-type: none"> ・オランダとの交流事業を広く一般にも周知すると共に、交流の成果報告や情報交換の場となった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・オランダとの交流で得た知識や人脈などが、本県の環境保全型農業や次世代型新施設園芸システムの普及に効果的に活用できるような組立が必要。 ・ビジネス面での交流のさらなる発展

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
◆新施設園芸技術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 ★オランダ技術アドバイザーの招聘	・オランダからの技術者招聘によるセミナーの開催	・農業指導者及び研究者向けオランダ先進農業技術研修の実施（H25、26） ⇒H25：90名（6月）、127名（1月） H26：149名（6月）、152名（1月） のべ518名が参加 ・農業者も参加できる公開講座を主としたオランダ技術者のセミナー開催（H27） ⇒298名（6月）、144名（2月）のべ442名が参加
◆森林経営計画の策定等に向けた集約化の促進 ○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	○提案型集約化施業を実践できる森林施業プランナー育成研修の実施（毎年） ○森林経営計画樹立に向けた制度の概要や支援事業について森林組合、林業事業体等に対し事業説明会及び個別ヒアリングを実施するとともに、森林整備地域活動支援交付金制度や森林境界明確化事業による支援を行った。（毎年）	・研修会の実施により、森林施業プランナーの育成を図った。 研修終了者 91名（H24：41名、H25：17名、H26：21名、H27：12名） ・説明会（H24：277名、H25：141名、H26：146名、H27：17名）、個別ヒアリング（H24：81名、H25：225名、H26：82名、H27：146名） ・森林経営計画の樹立面積 74,894ha（H24：22,259ha、H25：22,306ha、H26：19,456ha、H27：10,873ha） ・森林境界明確化事業による明確化した面積 2,618ha（H24：695ha、H25：1,023ha、H26：572ha、H27：328ha）
◆事業体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	◆以下の取り組みを実施。 ・建設業新分野説明会における支援制度等の説明（H24-27）8回 ・高性能林業機械の導入や建設機械から林業機械への改良などの支援を行った（H24-27）導入7台、改良5台 ・効率的な搬出間伐を行うための基幹的な作業道の整備（開設、復旧等）への支援を行った（H24-27）作業道開設 89,731m 機能強化、災害復旧等 延べ6 路線 ・生産性の向上に向けた功程調査及び改善の提案、現地指導、新たな生産システムの普及、作業道の開設や災害復旧等の技術指導を実施した（H24-27） 作業システム改善 16回、延べ11事業体 作業道開設・災害復旧 6回、延べ7事業体	⇒建設業からの新規参入事業体数（H24-27）1社 ・機械化等により生産システムの改善に取り組む事業体が生まれてきた ⇒導入した高性能林業機械の活用により生産性が向上した事業体が出てきた
◆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	◆森林組合が安定的に経営を継続できる意欲と能力を備えた組織へ変革していくため、中期経営計画の策定及びその手法の習得等に対して支援。 ○中期経営計画の策定、定着のための支援 H24：16組合、H25：13組合、H26：6組合 ○合併促進への支援（H26：2地区）	・中期経営計画の策定（策定組合の推移） H24：20組合、H25：22組合、H26：23組合 ・森林組合の合併促進 H26：嶺北地区及び幡多東部地区において合併モデルプランを策定
◆漁協役職員の人材育成 ○中長期的な視点で役員・管理職員及び中堅・若手職員を育成するため研修を継続	◆H24年度から2ブロック（東部・中央、西部）で講演や実務研修会を開催するとともに、26年度からは、漁協の要望に応じて講師を派遣する出前研修を実施 ○研修の開催回数 H24：15回、H25：11回、H26：14回、H27：13回	研修参加延べ人数 （H24）・164人 （H25）・195人 （H26）・297人 （H27）・253人

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆同上	同上	同上	<ul style="list-style-type: none"> ・オランダの技術コンサルタント会社とのパートナーシップにより、直接オランダの栽培管理技術を学ぶことができ、新技術での試験研究や現場導入が進んだ。 ・公開講座としたオランダ技術者のセミナーには、多くの農業者の参加があり、生産現場での環境制御技術などの新しい技術への理解が深まった。 	同上
◆森林経営計画の樹立面積0ha (H23) → 155千ha	(H27年度) 74,894ha	再掲 (A一)	<p>○森林経営計画制度の開始以来、森林組合及び林業事業体に向けた制度や支援事業の説明会及び個別ヒアリングを実施するとともに、木材増産推進プロジェクトチーム等により原木生産の拡大に向け、森林経営計画/森の工場の策定推進に取り組んで来た。</p> <p>その結果、県下の全ての森林組合(23組合)をはじめ42事業体、県や市町村(8)の計73団体が計画策定に取り組み、H27年度末で累計74,894haとなるが、目標の155,000haに対する達成率は48%。</p> <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・森林組合及び林業事業体は、計画樹立に向けて比較的同意の取れやすい箇所から進めてきており、今後は森林所有者が小規模分散傾向となることから集約化に多大な時間を要することが予想される。 	<p>○これまでの成果を踏まえ、以下の事について引き続き取り組んでいく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存計画のエリア内及び周辺の未同意の所有者への働きかけ ・計画樹立未着手の市町村への働きかけ ・森林整備地域活動支援交付金のさらなる活用 ・森林情報管理システム(GIS)の森林所有者情報の整備及び森林組合及び事業体等への積極的な情報提供。 ・特にH28年度末で森林施業計画制度から森林経営計画制度へ完全移行となるため、森林経営計画樹立に向けた取組みを強化していく必要がある。ただし、目標樹立面積については見直しが必要。
◆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	—	再掲 (一)	<p>○社会情勢の変化により建設業からの新規参入事業体を確保することが難しくなっている一方、新たな森の工場づくりを進めるなど林業への定着が進んでいる事業体が見られる。</p> <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本業である建設業の比率が増加している事業体も出てきている。 	<p>○事業体の新規参入の促進は必要であることから、単独の「これからの対策」から次の2つの項目に移行して取り組みを進めることとした。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規参入→「森林の集約化と経営委任の推進」 ・定着の支援→「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」
◆同上	同上	同上	<p>○中期経営計画の策定は、県内23組合のすべての森林組合が中期経営計画を策定し、進捗管理と見直しを行っている。</p> <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・合併の促進を進めていくうえで、森林組合の経営力の強化が前提となるため、経営基盤の脆弱な森林組合等への重点的な支援が急務。 	<p>○経営が悪化する森林組合に対して、経営コンサルタント等による経営の安定化に向けた指導を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・個別指導として、事業工程管理票の作成指導、資金計画表の作成指導、定期的な事業進捗管理を実施し、経営改善に取り組む。
◆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	—	再掲 (一)	<p>○参加者は昨年度と比べて若干減ったものの、参加組合は10組合増となり、研修事業が漁協役職員の資質向上の手法の一つとして定着してきた。</p>	<p>○研修の必要性について、一定の理解が深まり、今後は漁協(系統団体)自らが人材育成を行う。</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
◆ 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	◆ 広報用パンフレット・DVDの作成・配布 ・パンフレット（H25：3,000部、H26：3,000部、H27：3,000部） ・DVD（※随時作成して配布：約100枚程度） ◆ 入校年齢制限の緩和 （H28入校生から対応：29歳以下→39歳以下） ◆ 生活相談員の配置（1名） 【自己都合退校率】 ・H24 → 14.5% ・H25 → 20.3% ・H26 → 4.3% ・H27 → 6.5% ◆ 就職コーディネーターの配置（1名） 【就職率（関連企業就職）】 ・H24 → 88.2%（93.3%） ・H25 → 91.2%（87.1%） ・H26 → 93.1%（92.6%） ・H27 → 90.9%（93.3%） ◆ 指導員研修の実施 （機械、溶接、塑性、自動車、建築等） ・H24：15コース、16人 ・H25：9コース、10人 ・H26：8コース、10人 ・H27：9コース、10人 ◆ 設備整備状況（H22～27：100万円超） ・溶接ロボット ・プレスブレーキ用レーザー式安全装置 ・ハイブリットシステムカットモデル ・パンタ式リフト 他	(H25) ・入校生の充足率 73.3% ・自己都合による中途退校率 20.3% ・修了生の就職率 91.2% （関連職種への就職率） 87.1% ⇒修了者34名のうち31名が就職し、うち関連職種への就職が27名となり、企業への人材供給が一定なされた。 ・充足率：目標数値を下回っている ・退校率：目標数値を大幅に下回っている ・就職率：目標数値を達成することができた (H26) ・入校生の充足率 53.3% ・自己都合による中途退校率 4.3% ・修了生の就職率 93.1% （関連職種への就職率） 92.6% ⇒修了者29名のうち27名が就職し、うち関連職種への就職が25名となり、企業への人材供給が一定なされた。 ・充足率：目標数値を大幅に下回っている ・退校率：目標数値を達成することができた ・就職率：目標数値を達成することができた (H27) ・入校生の充足率 59.0% ・自己都合による中途退校率 6.5% ・修了生の就職率 90.9% （関連職種への就職率） 93.3% ⇒修了者33名のうち30名が就職し、うち関連職種への就職が28名となり、企業への人材供給が一定なされた。 ・充足率：目標数値を大幅に下回っている ・退校率：目標数値を達成することができた ・就職率：目標数値を達成することができた
◆ 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	◆ 介護系訓練 ・H25：23コース、291名入校（充足率83.1%） ・H26：19コース、234名入校（充足率78%） ・H27：13コース、166名入校（充足率85.1%） ◆ 情報系訓練 ・H25：36コース、501名入校（充足率91.1%） ・H26：36コース、509名入校（充足率91.7%） ・H27：29コース、387名入校（充足率89%） ◆ 事務系訓練 ・H25：10コース、149名入校（充足率94.9%） ・H26：10コース、160名入校（充足率98.8%） ・H27：6コース、89名入校（充足率98.9%）	◆ 介護系訓練 ・H25：就職者228名、就職率88.0%（介護福祉士除く） ・H26：就職者182名、就職率85.5%（介護福祉士除く） ・H27：就職者127名、就職率82.7%（介護福祉士除く） ◆ 情報系訓練 ・H25：就職者398名、就職率82.1% ・H26：就職者273名、就職率79.5% ・H27：就職者239名、就職率84.7% ◆ 事務系訓練 ・H25：就職者120名、就職率84.5% ・H26：就職者93名、就職率69.3% ・H27：就職者52名、就職率68.3%

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆企業が求める人材供給の進展	—	再掲 (一)	<p>○訓練を修了した者については、関連職種への就職率も高く、企業が求める人材供給は一定なされている。</p> <p>○入校生確保に向けた取り組みとして下記の取組を実施 ・パンフレット、ポスター等のリニューアル ・女性向け学校案内チラシの作成 ・学校案内動画をHP上に掲載</p> <p>○入校生確保の取組により、定員（105名）を超える応募者となる年もあり、充足率は改善傾向にあった。 ・H22 応募者数：101人（充足率：62.9%） ・H23 応募者数：120人（充足率：66.7%） ・H24 応募者数：121人（充足率：66.7%） ・H25 応募者数：123人（充足率：73.3%）</p>	<p>○県立高等技術学校の訓練のあり方（答申）に基づく取組を推進。</p> <p>○若者・女性の掘り起こし ・若者や女性をさらに意識したパンフレットの作成 ・ものづくり教室等の開催による地域及び小中高生へのPR</p> <p>○学卒者以外の掘り起こし ・入校年齢制限の引き上げ 29歳以下→39歳以下 *幅広い年齢層での訓練生の確保を目指す。 (H28入校生から対応)</p>
<p>(施設内) ◆定員に対する充足率 H22：62.9% ↓ H27：100.0%</p>	<p><H27年度> (施設内) ◆定員に対する充足率 H27：59.0%</p>	再掲 (B)	<p><B評価の要因分析> ◆近年の景気回復等で新規高卒者の就職率が高まり、応募者が定員を下回るようになった。 ・H26 応募者数：102人（充足率：54.3%） ・H27 応募者数：89人（充足率：59.0%） ◆入校生確保に向けた取り組みのさらなる強化が課題となっている。</p> <p>○一方、修了生の就職率及び関連就職率とも高くなってきている。 ・H22就職率 82.6%（うち関連 84.2%） ・H23就職率 92.3%（うち関連 94.4%） ・H24就職率 88.2%（うち関連 93.3%） ・H25就職率 91.2%（うち関連 87.1%） ・H26就職率 93.1%（うち関連 92.6%） ・H27就職率 90.9%（うち関連 93.3%）</p> <p>○自己都合による中途退校率については、生活相談員を配置することにより一定、改善されてはきているが、引き続き訓練生への支援体制の継続が必要である。</p>	
<p>◆自己都合による中途退校率 H22：18.9% ↓ H27：10.0%</p>	<p><H27年度> ◆自己都合による中途退校率 H27：6.5%</p>	再掲 (A+)	<p>○自己都合による中途退校率については、生活相談員を配置することにより一定、改善されてはきているが、引き続き訓練生への支援体制の継続が必要である。</p>	<p>○自己都合退校の防止に向けた訓練生への支援体制の強化（生活相談員の継続配置）</p>
<p>◆就職率 H22：82.6% ↓ H27：90.0%</p>	<p><H27年度> ◆就職率 H27就職率 (うち関連企業就職) 90.9% (93.3%)</p>	再掲 (A+)	<p>○就職率については、就職コーディネーターを配置することにより関連職種への就職率も向上してきている状況であるが、引き続き訓練生への支援体制の継続が必要である。</p>	<p>○就職コーディネーターの継続配置及び配置期間の延長（6月→12月） ・就職率向上に向けた訓練生への支援体制の強化 ・関連企業に就職した者に対するサポート体制</p>
<p>(委託訓練) ◆就職率 H22：68.4% ↓ H27：75.0%以上</p>	<p><H27年度> (委託訓練) ◆H27就職率 81.9% ・介護系：82.7% ・情報系：84.7% ・事務系：68.3%</p>	再掲 (A+)	<p>○人手不足分野である介護福祉分野への人材輩出が業界からも望まれているが、事務系訓練へのニーズが高く、介護系訓練の充足率が低い状況であり、対応が必要である。</p> <p>○一方、委託訓練全体の近年の就職率を見た場合下記のとおりであり、目標数値は達成しているものの伸び悩みの状況である。 【近年の就職率】 ・H24 → 78% ・H25 → 81% ・H26 → 79% ・H27 → 82%</p>	<p>○介護系訓練の周知広報については、関係部局とも連携しながら実施していく。</p> <p>○就職率の向上については、引き続き就職支援員や巡回就職支援指導員と委託先との連携を強化し、取り組んでいく。</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
◆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務所枠の設定	◆従業員研修を行う企業に対して、研修講師を派遣するなど人材育成の取組を支援する。 ◆H25 集合型研修 14回実施 派遣型研修 15回実施（申込31社） ◆H26 派遣型研修 12回実施（申込34社） 内4回は、福祉・介護枠 ◆H27 派遣型研修 33回実施、16社（申込26社）	(H25) ・集合型研修 受講者：635人 ・講師派遣研修 受講者：432人 (H26) ・講師派遣研修 受講者：296人 (H27) ・講師派遣研修 受講者：632人 ⇒平成22年度から集合型・講師派遣型の研修事業開始 平成26年度からは講師派遣型研修のみ実施
◆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	○訓練設定状況 ・H24：10コース、定員92人 （*溶接9、配管1） ・H25：14コース、定員119人 （*溶接13、配管1） ・H26：32コース、定員250人 （*機械4、溶接18、塑性4、電気1 配管2、木造2、左官1） ・H27：46コース、定員359人 （*機械8、溶接24、塑性4、電気2 自動車1、配管2、木造3、左官2）	○訓練実施状況 ・H24：受講者数 71人 ・H25：受講者数 100人 ・H26：受講者数 171人 ・H27：受講者数 223人 ⇒H26からは溶接、配管以外のコースも新たに設定し、受講者数の大幅な増加につなげることで、労働者への必要な技能・技術等のレベルアップを図ることができた。
◆○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	◆「永国寺キャンパスに関する基本方針」のとりまとめ ◆永国寺キャンパス整備に関する基本設計・実施設計を作成 ◆永国寺キャンパス教育研究棟及び地域連携棟の竣工	・教育研究棟と地域連携棟（産学官民連携センター含む）が竣工し、H27年4月から供用開始。
◆産学官民連携による産業振興などの推進 ★産学官民連携に向けたワンストップ窓口の設置 ★事業化に向けた支援プログラムの実施 ★県内外の知恵や人材等を活用した産学官民連携の推進 ○土佐MBAによる産業人材育成の推進	◆産学官民連携センターの開設準備 ★ワンストップ窓口での相談件数：100件（目標） ★支援プログラムの実施：5件（27年度目標） ★連続講座：4講座（27年度予定） 大学等のシース・研究内容紹介：28回（27年度予定） 経営者トーク：11回（27年度予定） 高知家フューチャーセミナー：5回（27年度予定）	◆永国寺キャンパス内に産学官民連携センターを開設（H27.4～） <直近の実績> ・ワンストップ窓口での相談件数：104件 ・支援プログラムの実施：3件 ・連続講座：4講座 ・大学等のシース・研究内容紹介：26回 ・経営者トーク：10回 ・高知家フューチャーセミナー：4回 ・アイデアソン：2回 ・ビジネスプランコンテスト：1回
◆○工科大大学院の起業家コースによる人材育成	工科大学大学院起業家コースにより、起業家精神や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を行う。また、平成22年度より高知市永国寺キャンパスで授業を行っており、より受講しやすい環境を整えている。	・起業家コースの学生は、27年度末時点22人であり、うち県内生は、8人。 ・土日に授業を開講することで、社会人学生の利便性向上にも繋がっている。
◆○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	【高知工科大学】 授業を公開講座として、毎年、音楽文化論及び地域活性化システム論を一般に公開している。 【高知県立大学】 県民向け、専門職等への再教育を目的とした講座の実施を行う。公開講座(文化学部・看護学部・社会福祉学部・健康長寿センター)、県民開放授業、履修証明プログラム、生産管理高度化講座（H25年度～）	【高知工科大学】 継続実施をすることにより、県民に認知され、多くの方に受講していただいている。 ・音楽文化論（H26：318人、H27：348人） ・地域活性化システム論（H26：338人、H27：230人） 【高知県立大学】 ・看護相談室（H26：299人、H27：201人）、文化学部公開講座（H26：408人、H27：463人）、健康長寿センター（H26からは地域教育研究センター含む）公開講座（H26：758人、H27：540人）と、定着した取り組みとして一定の参加があり、県民の学び意欲に答えることができています。また、平成25年度より行っている生産管理高度化HACCP講座の受講者が、HACCP管理者資格を取得するなど成果が上がっている。（企業1社1名、学生4回生11名、3回生27名）

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆研修受講者数 H22：346人 ↓ H27：580人	<H27年度> H27：632人 (16社、33回)	再掲 (A+)	<ul style="list-style-type: none"> ○各企業のニーズに合わせて、集合型及び講師派遣型の従業員研修を行ってきたところであり、企業が人材育成に取り組むきっかけづくりや、従業員の自己啓発による企業のキャリアアップにもつながった。 ○平成26年度からは、自ら企画した研修に講師を派遣することで、企業の課題に即した研修となり、研修を実施した企業では、人材育成の取組が定着した。 	<ul style="list-style-type: none"> ○一定規模の企業は、自社研修が実施できているが、零細企業等自社のみでは研修実施が難しい企業のニーズに対応するため、ジョブカフェこうちにおいて、在職者研修を実施する。
◆在職者訓練の実施 500人 (H24～H27)	<H27年度> 565人 (H24～H27)	再掲 (A+)	<ul style="list-style-type: none"> ○各業界団体等とも連携しながら雇用されている労働者等を対象に技能・技術の習得・スキルアップ等を図るための訓練が実施できた。 ○また、H27からは12時間未満の訓練コースも設定し、受講の機会を広げた。 ○H27は受講者アンケートを実施し、より一層ニーズ把握に努めた。 	<ul style="list-style-type: none"> ○引き続き、産業界のニーズ把握に努め、効果的な在職者訓練を実施していく。 ・新入社員を対象とした訓練の実施 (＊2～3カ月の訓練) ・在職者訓練の資格取得(スキルアップ)等に対応する短時間(12時間未満)の訓練の実施
◆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	工科大の経済・マネジ メント学群が開設さ れ、県立大の文化学部 も定員等拡充されてい る。 県立大文化学部H27 入学者(H26) 168人(91人)うち 県内84人(32人) 工科大経・マネH27 入学者(H26) 178人(117人)うち 県内72人(54人)	再掲 (A+)	<ul style="list-style-type: none"> ・教育研究棟・地域連携棟が完成し、H27年度に永国寺キャンパスが供用開始され、産業人材の育成や社会人教育等の充実に向け、新たなスタートを切ることができた。 ・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により、2つの学部・学群を合わせて入学者数が138人増加している。特に、県内出身者は86人から156人で対前年1.8倍、70人の大幅な増となり、県内高校生の進学先の受け皿として大きな効果をもたらした。 	
◆高知県産学官民連携 センターの取組が周知 され、県内外の英知を 導入した産業人材育成 研修等へ、本県の産業 や地域の担い手などが 参加	<H27年度> 産(農業、製造、食 品、IT、サービス、金 融他)、学(大学教 員、職員、大学生)、 官(県職員、市町村関 係者)、民(一般市 民)から多岐にわたっ て参加があり、産業や 地域の担い手も多く参 加した。	再掲 (A+)	<ul style="list-style-type: none"> ・県内すべての高等教育機関の協力のもと、産学官民連携センターを開設。当初想定したペースで事業は進捗した。 ・連続講座や産業人材育成研修等では県外の講師を、シーズ・研究内容紹介と経営者トークでは県内の講師を招き、県内外の英知を結集した。 ・延べ1,440名が産学官民連携センターが主催する連続講座等のイベントに参加しており、取組が周知された。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・センターの取組のさらなる周知により、企業や一般の参加率を高める取り組みが必要。 ・ワンストップ窓口での相談や講座等を通じて出されたアイデアやシーズ、ニーズ等を事業に結びつける取組について、サポート体制の構築や補助金の新設などにより、起業や新事業展開に向けたフォローアップを充実する。 	<ul style="list-style-type: none"> ○事業の検証に基づいた取組の整理 ・センターの取組を幅広く広報するとともに、必要とされる方に、きちんと情報が届くような仕組みの構築 ・連続講座やセミナー等と人材育成研修との整理統合 ・ビジネスプランコンテストの開催による事業化につなげるためのステージの新設 ・アイデア等を事業に結びつける「ココプラビネスチャレンジサポート」によるビジネスプランの磨き上げに向けた関係機関との連携や支援の仕組みの改善
◆経営的視点を有する 人材の育成	—	—	<p>主として社会人を対象に、土日に授業を開講することで、経営的視点を有する人材の育成に繋がっていると考え。</p>	<p>引き続き、高知市永国寺、東京、大阪の3拠点で双方向リアルタイムで円滑に授業を実施する。</p> <p>コースの機能強化を図るため、県内企業のニーズを取り入れ、コースを再編する。</p>
	—	—	<p>【高知工科大学】 多くの県民に認知され、開催告知前の問い合わせも増えており、県民の学ぶ意欲に応えることができた。</p> <p>【高知県立大学】 高知県立大学の特色を生かした一般県民向け・専門職向けの公開講座については、定着し県民の学ぶ意欲に応えることができた。また当初の計画にはなかった生産管理高度化HACCP講座も資格取得につながる講座となっている。</p>	<p>今後も県民のニーズにあった講座を開設するとともに、県民に周知するための効果的なPRを行う。</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
<p>【拠点整備】 ◆○あったかふれあいセンター事業の実施</p> <p>【国への制度化提案】 ◆★国の交付金を活用した取組の実施</p> <p>【国への制度化提案】 ◆★生活困窮者支援や新たな地域支援事業等への対応</p> <p>【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</p>	<p>【拠点整備】 ・あったかふれあいセンター事業の実施 ・介護予防の取組強化と認知症カフェの設置推進</p> <p>政策提言の実施 ・小規模多機能支援拠点の持続的運営による地域活性化(H26.8.27)</p> <p>政策提言の実施 ・地域支援事業の見直し等に対応するための人材確保対策等の強化(H26.5.19)</p> <p>職員研修等の実施</p>	<p>・あったかふれあいセンター 平成24年度 27市町村、35箇所 平成25年度 27市町村、36箇所 平成26年度 28市町村、38箇所 平成27年度 29市町村、42箇所 ⇒訪問機能等の強化やサテライト施設の増加などにより、地域における支え合いのネットワークが県内各地で張り巡らされている。 ・あったかふれあいセンターの実施による雇用創出 平成26年度 約148人役 (コーディネーター34人役、スタッフ114人役) ⇒資格や専門性が生かされた雇用の場の創出につながっている。</p> <p>・「地域住民生活等緊急支援のための交付金」に「地方創生先行型」の事業メニューとして盛り込まれた。 ⇒平成26年度補正予算対応</p> <p>・介護保険制度の見直しに関する国のガイドラインにおいて、通所型サービスに障害者や子どもなども加わることができる「共生型」が盛り込まれた。</p> <p>・あったかふれあいセンターの職員研修検討会を開催し、現場で活躍しているコーディネーター等の意見を取り入れたことで、受講者の理解を深め、実践につなげられる研修内容を組み立てることができた。 ⇒推進連絡会や職員研修等により、職員の意識向上やスキルアップが図れた。</p>
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		
<p>(就農前) ◆U・Iターン就農者の確保</p> <p>★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 ★相談窓口の一元化と体制強化 ★提案型募集に取り組む産地への支援</p>	<p>★農業担い手育成センターを整備(H26.4)し、就農希望者向け講座等の研修を充実(会場数、定員) H23: 3会場50人、H24: 3会場50人、 H25: 3会場90人、H26: 3会場100人、 H27: 4会場130人</p> <p>★新規就農相談センターによる就農相談の実施 H23~26: 職員が随時対応(主に1名) H27: 就農コンシェルジュの配置(2名)</p> <p>★産地提案型担い手確保対策の実施 新規就農者確保育成対策に係る各種説明会の実施 H26: 46回</p>	<p>・講座受講生の増加 H23: 41人、H24: 41人、H25: 84人、 H26: 104人、H27: 101人</p> <p>・長期研修生の増加 H23: 17人、H24: 14人、H25: 17人、 H26: 16人、H27: 21人</p> <p>・新規就農相談センターによる就農相談数の増加 H23: 131人、H24: 140人、H25: 151人、 H26: 219人、H27: 263人</p> <p>・産地提案書策定による募集活動 H27: 20産地が産地提案書を策定 H27: 県外就農相談会への参加: 11産地</p> <p>・新規就農者の増加 ⇒H23: 234人、H24: 221人、H25: 263人 H26: 261人、H27: 269人</p>
<p>◆実践研修への支援</p> <p>★青年就農給付金(準備型)の活用 ★条件不利地就農希望者への研修支援 ○農地等の情報提供 ★農地の確保への支援 ○実践研修から就農へのスムーズな移行への支援</p>	<p>★青年就農給付金事業費補助金(H24~)の活用に向けた各種事業説明会を開催し、就農前後の青年就農者の増加を図った。</p> <p>★新規就農研修支援事業に条件不利地就農者育成区分を新設(H27.4)</p> <p>○遊休農地・ハウスの情報収集 H24農地125件、ハウス7件、H25農地149件、ハウス6件、H26農地225件、ハウス3件、H27農地166件、ハウス4件</p> <p>★全市町村に対して、H25年度に人・農地プランの作成に向けた指導・助言を実施、H26年度以降は人・農地プランの見直しを指導</p>	<p>・青年就農給付金(準備型)の活用 H24: 28人、H25: 38人、H26: 35人 H27: 58人</p> <p>・条件不利地就農希望者に向けた産地提案書の策定 H27: 5市町村6提案</p> <p>・マッチング件数(農地、ハウス)【うち新規就農者】 H24: 88件、13件【18件、5件】 H25: 62件、2件【11件、0件】 H26: 52件、3件【16件、0件】 H27: 49件、3件【19件、3件】</p> <p>・人・農地プランの作成、見直し H25: 34市町村で213のプラン作成 H26~27: 全213プランで見直し実施</p>

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆あっ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	<H27年度> 29市町村42箇所	A	◆あったかふれあいセンターの設置が進み、県内各地で地域における支え合いのネットワークが構築されている。 なお、未実施の5市町村も含め、引き続き、市町村との連携を図りながら設置と機能強化を進める。	◆あったかふれあいセンターの機能強化 ・介護予防、生活支援サービスの提供 ・認知症カフェの設置 ・運動機能の維持・向上につながるサービス提供機能の検討 ・あったかふれあいセンターと集落活動センターが連携した取り組みの推進
◆職員の研修 修了者率 100% ⇒地域課題の早期発見・解決の仕組みづくりを進め、職員が地域福祉活動のコーディネーターの役割を担う	<H27年度> あったか職員の研修修了者率 コーディネーター研修 70.0% 新任スタッフ向け研修 59.2%	A		
◆◆同上	同上	同上	◆地域の実情に応じた弾力的な活用が可能となる地方創生に向けた 新型交付金の創設と財源確保に向けた政策提言の実施。	同左
◆◆同上	同上	同上	◆介護保険制度の見直しに伴う新たな介護予防サービス等の提供の 検討。	◆あったかふれあいセンターの機能強化 ・介護予防、生活支援サービスの提供 ・認知症カフェの設置 ・運動機能の維持・向上につながるサービス提供機能の検討 ・あったかふれあいセンターと集落活動センターが連携した取り組みの推進
◆◆同上	同上	同上	◆介護保険制度の見直しに伴う新たな介護予防サービス等の提供に 必要となる人材の育成。 ◆リハビリテーション専門職等との連携によるあったかふれあいセ ンター職員のスキルアップ	同上
◆新規就農者数 年間280人 (H23: 234人)	<直近の実績> 年間269人 (H27.6調査) ※H26.6.2~ H27.6.1	再掲 (A)	○ここ2年間は260人を超える新規就農者の確保に繋がった。 <課題> ・新たな取り組みである企業の農業参入や産地提案型担い手確保対 策の充実など、担い手を明確化した確保・育成対策に取り組む必要 がある。	○生産と連動した必要な担い手を明確にし、新 たな取り組みである企業の農業参入や産地提案 型担い手確保対策に対応した担い手の確保育成 対策に更に取り組む。 ・企業の農業参入に対応した雇用就農者の確 保・育成対策 ・産地提案型の担い手確保対策の原則全市町村 への波及と県外からの就農者の確保 ・新たに設定した担い手確保・育成に必要な対 策の強化 ・就農前の育成強化（農業担い手育成センタ ーの強化（受入数拡充・雇用就農希望者への対 応）
◆指導農業士 H23: 49人 H27: 90人	<H27年度> 124人	再掲 (A+)		
◆人・農地プラン の作成 H27: 200集落 (H25から開始)	<H27年度> 県下全域で人・農地プ ランの見直し: 210 プラン	再掲 (A+)		
◆◆◆同上	同上	同上		
			○実践研修の受入農家となる指導農業士が増加した。 <課題> ・産地提案型に対応した産地の受入体制強化が必要である。	
			○県下全域をカバーする人・農地プランが作成された。 <課題> ・担い手を育成し計画的に農地を累積していくためには、地域農業 の将来の姿について徹底的な話し合いが必要。	○新たに設定した担い手確保・育成に必要な対 策の強化 ・入口対策の強化（相談会やこうちアグリ スクールの拡充など：今以上に広く集める） ・関係機関の役割分担や農地・ハウス等の準備 に向けた支援 ・地域での話し合いに基づく農地集積計画を 人・農地プランに反映させる。

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
◆営農定着への支援 （就農時） ○青年就農給付金（経営開始型）の活用 （就農後） ○経営安定への支援 ○雇用就農に向けた支援	★青年就農給付金事業費補助金（H24～）の活用に向けた各種事業説明会を開催し、就農前後の青年就農者の増加を図った。 ○経営安定給の支援 就農から5年以内の認定新規就農者等の経営状況の把握とフォローアップの実施 H23：70人、H24：103人、H25：133人、 H26：164人、H27：165人 ◎農業法人向け従業員育成研修の開催 H24：研修会1回（30人） H25：研修会3回（延べ23人） H26：研修会4回（延べ48人） H27：研修会6回（延べ84人）	・青年就農給付金（経営開始型）の活用 H24：148人、H25：228人、H26：266人 H27：236人 ・認定新規就農者等の経営目標の達成状況 H23：40%、H24：32%、H25：24%、 H26：33%、H27：33% ・新規就農者の増加 ⇒H23：234人、H24：221人、H25：263人 H26：261人、H27：269人
◆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 ○就農相談の実施と就農後の技術及び経営指導	・有機のがっこう「土佐自然塾」の運営支援 ・有機農業技術定着支援事業（有機のがっこうへの人件費に対する補助金：H24 2,555千円、H25 2,155千円、H26 738千円） ・有機のがっこう卒業生の経営状況聞き取り調査（9名） ・環境保全型農業直接支援対策「ロック別説明会」の開催（18回） ・有機JAS認証取得支援事業業務委託（H24：1,058千円） ・高知県環境保全型農業普及推進事業費補助金交付実績（有機JAS認定手数料補助）：55件（H24～H27） ・有機農業推進に関するアンケート調査の実施：アンケート38件、面談8件（H27） ・県有機農業推進基本計画の見直し	・有機のがっこう運営協議会：37回 ・有機のがっこうにおける研修生：計45名（7～10期生、H24～H27） ⇒卒業生の就農者：33名、うち県内就農者：18名 ・環境保全型農業直接支払交付金交付実績 ⇒有機農業実施分 2,254千円（H24）、2,299千円（H25）、 2,413千円（H26）、2,192千円（H27） ⇒環境保全型農業直接支援対策に係る有機農業の取組実績（H23～H27） 取組面積：79ha→110ha 市町村数：14市町村→のべ19市町村 ・有機JAS認定の補助金交付実績2,594千円（H24～H27） ⇒有機JAS認定事業者（H23～H26） 事業者数：29事業者→42事業者 面積：45.3ha→52.5ha 農家戸数：88戸→82戸 ・高知県有機農業推進基本計画検討会の開催（7名） ・パブリックコメントの実施 ⇒「高知県有機農業推進基本計画」の改定（H27年4月28日）と公開（H27年6月17日）
◆有機栽培の作付体系の実証 ◎実証結果の有機農業者への情報提供	・有機のがっこう「土佐自然塾」の運営支援 ・有機農業技術部会（12回） ・担い手育成センター（環境保全型畑作振興センター）での有機農業栽培技術実証。	・有機農業技術の実証と経営評価のとりまとめ：15品目（H24～H26計） ・現地栽培事例、県内優良事例の取りまとめ ⇒有機栽培事例集Vol.4の作成（栽培事例7品目、活動事例1事例）
◆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	・有機のがっこう「土佐自然塾」の運営支援 ・有機農業の推進に関する講演会の開催（4回）	・有機農業者ネットワークの会の開催（H24～H26） ⇒有機のがっこう卒業生と有機農業実践者、消費者、流通関係者との研修会や交流会の開催（計9回、214名） ・有機農業の推進に関する講演会の開催 ⇒開催回数 H23：0回→6回（H25～H27） 参加者数：のべ420名
◆◎経営者（担い手）の育成	◆◎法人化セミナーの開催 H24：セミナー11回（延べ145人） H25：セミナー11回（延べ107人） H26：セミナー11回（延べ115人） H27：セミナー9回（延べ96人）	・法人化個別相談（件数、回数） ⇒農地の権利を取得して農業経営を行う法人の増加数 H24：13件、15回 ⇒20法人 H25：4件、9回 ⇒23法人 H26：9件、16回 ⇒10法人 H27：3件、3回 ⇒35法人
◆◎法人経営体の育成	◆同上	同上
◆◎法人経営体の組織化と経営発展への支援	◆◎農業法人経営研修会の開催 H24：研修会10回（延べ131人） H25：研修会19回（延べ210人） H26：研修会21回（延べ233人） H27：研修会19回（延べ270人）	・「カブタ リアビ」の新規加入会員数 H24：1、H25：3、H26：1、H27：0 ・経営改善個別相談（件数、回数） H24：9件、14回 H25：12件、22回 H26：9件、20回 H27：3件、5回

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆◆◆同上	同上	同上	<p>○青年就農給付金（経営開始型）を活用した新規就農者が増加し、5年後の所得目標達成に向けて農業経営を開始した。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・就農後の育成強化に向けた態勢強化が必要。 ・雇用就農者の営農定着のためには、雇用者に対する労務管理などの研修が必要。 	<p>○継続して営農定着に向けた支援に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・就農後の育成強化（農業担い手育成センターや農業振興センターでのフォローアップ体制強化（勉強会などの開催）） ・引き続き、雇用者に対する研修を充実していく。
◆有機JAS認証 農家戸数 5件/年 H23：88戸 ↓ H27：108戸	<直近の実績> 約7件/年 (H26：82戸)	再掲 (A)	<ul style="list-style-type: none"> ・県及び市町村の有機農業推進体制は一定整備された。 ・支援体制設置市町村数は、有機栽培での環境保全型農業直接支払交付金事業が実施可能な市町村数の19である。 ・H23からの3カ年で新たに20戸（約7戸/年）が認証を受けた。（延べ戸数H23:109戸→H26：129戸） ・認定事業者数並びに面積は増加傾向にある。 ・販売先との信頼構築等により再認証を受けない農家もある。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・有機のがっこう「土佐自然塾」閉塾に伴う有機農業者の育成強化 ・就農3～5年後を目標とした経営安定化 生産技術の向上⇒技術情報の提供の必要性 安定的な販路の確保⇒消費者や実需者、流通業者とのマッチング ・有機農業者の実態把握と支援策検討のための要望把握 ・有機農業者のネットワーク化 ・新たな高知県有機農業推進基本計画で定めた目標の周知と推進体制の確立 	<ul style="list-style-type: none"> ・有機JAS取得について継続して支援を行う。 ・新たな高知県有機農業推進基本計画で定めた目標の周知と推進体制の確立
◆支援体制設置市町村 H23：9市町村 (26%) ↓ H27：17市町村 (50%)	<H27年度> 19市町村（56%）	再掲 (A+)	<ul style="list-style-type: none"> ・栽培事例集を取りまとめたことにより、有機栽培を指導するための基礎資料ができた。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・各地域の気象条件・土壌条件等の要因が大きいため、統一的なマニュアルを作成することは困難。 	<ul style="list-style-type: none"> ・各地域の気象条件・土壌条件等に適合した技術体系を確立するため、各地域における実証ほの設置を支援していく。
◆◆同上	同上	同上	<ul style="list-style-type: none"> ・有機農業者間、並びに有機農業者と消費者間の交流が深まった。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・有機のがっこうへの補助金が終了したことにより、事業の要件としていた有機農業者ネットワークの会が継続して開催されない可能性がある。 ・販路拡大につながる取り組みが必要。 	
◆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	<H27年度> 農地の権利を取得し農 業経営を行う法人数： 151法人	再掲 (A+)	<p>○法人化セミナーの開催や個別相談により、法人経営体の増加が図られてきている。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・法人化を進めるためには、対象毎に具体的な法人化計画の作成支援が必要。 	<p>○これまでの取り組みを踏まえ、法人化志向農家等に対する法人化セミナーや個別指導の充実などきめ細かい支援を行う。併せて、JA出資型法人や企業の農業参入に対する支援など、地域の核となる経営体の育成を図っていく。</p>
◆同上	同上	同上	同上	同上
◆同上	同上	同上	<p>○農業法人向けの研修会を開催し、農業法人間での情報交換や相互研鑽を促した。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内農業法人の多様なニーズへの対応が必要。 	<p>○これまでの取り組みを踏まえ、更に内容を充実した研修会を開催していく。</p>

<p>産業成長戦略（連携テーマ）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>◆これからの対策</p>	<p>具体的な取り組み</p> <p>〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕</p>	<p>具体的な成果</p> <p>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p>
<p>◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保</p> <p>○就業者向けの林業体験の実施 ○就業希望者へのPR方法の改善</p>	<p>◆林業労働力の確保を図るため、新規就業者職業紹介アドバイザーを設置し、雇用情報の収集や情報の提供を行うとともに、就業相談会や林業体験教室など、就業希望者と林業事業者とのマッチングを図るあらゆる取り組みを実施した。</p> <p>○就職相談会・林業体験教室の実施 ○就業希望者へのPR方法の改善 ・Uターン就職相談会への参加 ・高校生を対象とした就業支援活動 ・雇用情報収集のための事業者訪問件数 ・新規就業者と事業者とのマッチング</p>	<p>・林業体験教室開催への参加者 H24：21名、H25：10名、H26：15名、 H27：11名 ・就業希望者へのPR方法の改善 ・Uターン就職相談会への参加 H24：9回、H25：9回、H26：9回、 H27：9回 ・高校生を対象とした就業支援活動 学校訪問（H24～H27）延べ61校 技術研修受講者（H24～H27）延べ147人 ・事業者訪問件数 H24：延べ172社、H25：延べ181社、 H26：延べ161社、H27：延べ142社 ・マッチング件数 H24：8件、H25：4件、H26：7件、 H27：7件 ・担い手数 H24：1,662人、H25：1,605人、 H26：1,602人</p>
<p>◆林業技術者養成手法の改善、強化</p> <p>★林業学校における人材の育成・確保 ○木材生産の技術習得の推進 ○先進的事業体への技術者派遣による生産技術の向上</p>	<p>◆林業技術者及び後継者に対して基礎研修教育を行うとともに、高度な機械化技術等についての実践的技術と能力を有し、効率的な林業生産活動の出来る優れた技術者の養成を行った。</p> <p>★林業事業者の確保に向けて林業学校を平成27年4月に開校し、実践的な技術・知識を身につけ即戦力となる人材を育成。 ○木材生産に必要な知識と技術を習得させるため、林業技術者養成養成研修を実施した。 ○先進的事業体への技術者を派遣することにより、より高度で実践的な技術を身に付けた技術者を養成した。</p>	<p>・林業学校基礎課程の修了者14名 ・木材生産の技術習得の推進 林業技術者養成研修の受講者数 H24：523名、H25：1,057名、H26：1,944名 H27：467名 ・先進的事業体への技術者派遣による生産技術の向上 H24：6名、H25：6名、H26：12名</p>
<p>◆○事業者における就労環境の改善</p>	<p>◆○退職金共済の掛金への支援、林業就労環境改善事業等による雇用環境や労働安全衛生の向上の促進を図り、林業事業者における就労環境の改善に取り組んだ。</p>	<p>・退職金共済の掛金への支援 H24：388人、H25：372人、H26：355人、 H27：360人 ・「労働環境改善計画」認定事業者数 H28.3.31現在：97事業者</p>
<p>◆自伐林家等による生産を促進</p> <p>○自伐林家の生産活動の支援 ○副業型林家の育成 ★小規模林業推進協議会による情報共有等 ★自伐林家等の生産活動に必要な林業機械レンタル費用等の支援</p>	<p>◆○小規模林業の推進に関する以下の取り組みを行った。 ○副業型林家養成のため、OJT研修へ支援し、担い手を養成した。 ★小規模林業推進協議会を平成27年1月18日に設立し、小規模林業の実践者を組織化した。 ★自伐林家等支援事業や緊急間伐総合支援事業による搬出間伐等への支援</p>	<p>・副業型林家育成支援事業（研修参加者数） H24：20名、H25：11名、H26：19名 H27：30名 ・小規模林業推進協議会の運営 ・設立総会の開催（1/18） ・平成26年度第1回協議会の開催（3/28） ・通常総会及び平成27年度第1回協議会（6/27） ・第2回協議会（10/31） ・第3回協議会（H28/3/12） ・H28.3.31現在 会員数：304名 ・H24：135人、H25：135人、H26：204人が事業を活用 ⇒制度の周知が進み、自伐林家の積極的な活用が見られるようになった</p>
<p>◆地域の特産林産物の生産活動の支援とPR</p> <p>○市町村と連携した総合的な支援</p>	<p>◆○地域アクションプランを中心に、市町村と連携し特産林産物の生産拡大に向けた支援を実施。 ⇒土佐備長炭の製成窯の導入など</p>	<p>・土佐備長炭（白炭）の生産量 ⇒H22 674kg → H26 1,225kg</p>
<p>◆漁業の担い手の確保</p> <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 ○漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし ○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>○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 ・H25～共同経営型漁業を研修対象に追加 ○漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし ・漁業就業セミナーの開催（H25：4回、H26：3回、 H27：3回） ○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 ・H25～高知県漁協に漁業就業支援アドバイザーを配置</p>	<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 ・新たな長期研修受入地区（H25：東洋町1名・安芸市4名・土佐市1名・黒市町1名、H26：香南市1名・高知市1名） ・H25～機船船びき網、小型底びき網を対象に長期研修を実施 ・短期研修受入実績（H24：2名、H25：18名、 H26：35名、H27：33名） ・長期研修受入実績（H24：2名、H25：7名、 H26：11名、H27：12名） ○漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし ・漁業就業セミナー参加者数（H25：46名、H26：28名、 H27：23名） ○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 ・H25～アドバイザーによる修了生の水場状況等の確認を定期的実施 ⇒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、頭打ち若しくは減少傾向であった研修開始者数及び新規就業者数が増加に転じた</p>

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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	—	再掲 (一)	<p>○雇用情報ネットワーク事業による雇用情報の収集・整理、高校及び就業希望者への情報提供の実施、就業相談会や林業体験教室等の開催による就業希望者と林業事業体のマッチングを行ってきた結果、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てきた。</p> <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・高齢化や就労環境の整備が十分ではないことから他産業への流出の影響がある。 	<p>○引き続き、雇用情報ネットワーク事業を実施するとともに、職業紹介アドバイザーによる雇用のマッチングの促進を強化し、林業就業者の確保に努める。</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	—	再掲 (一)		
◆担い手 1,645人(H22) →1,732人	〈H27年度末見込〉 1,611人 〈直近の実績〉 1,602人 (H26年度末)	再掲 (B)		
◆◆◆同上	同上	同上	<p>○国の緑の雇用制度を活用し、新規就業者を確保するとともに、林業技術者養成養成研修により、木材生産に必要な高度な知識と技術を習得させた。また、先進的事業体への技術者派遣により、より高度で実践的な技術を身に付けた技術者を養成できた。また、即戦力となる林業技術者を育成していくため、新たに林業学校を創設した。</p> <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・木材の増産に向け素材生産を行える人材の育成が急務 	<p>○林業学校の開校により、即戦力となる林業の担い手から、将来の高知県の核となる人材の育成まで、幅広い人材を育成していく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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るよう、引き続き、林業技術者養成研修の実施や国の「緑の雇用」制度を活用する。
◆◆◆同上	同上	同上	<p>○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一定図られた。</p> <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他の産業と比べて収入や労働条件の改善が十分とはいえない。 	<p>○これまでの成果を踏まえ、雇用環境の改善や労働安全衛生の向上が図られるよう、引き続き支援を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・優良な林業事業体を選定し、労働改善の安定に向けた取り組みを行うとともに、引き続き、雇用環境の改善や就労環境の整備が図られるよう、認定事業体数を増やすなど、全体のレベルアップを図っていく。
◆◆◆同上	同上	同上	<p>○OJT研修の実施により副業型林家を養成し、担い手の裾野を広げることができた。また、小規模林業の実践者を組織化することで必要な支援策の実施が可能となり、所得向上にもつながった。</p> <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模林業推進協議会の会員の拡大 ・小規模林業の普及促進を図るために必要な支援策の充実 	<p>○小規模林業の推進による担い手の裾野を拡大していくため、小規模林業推進協議会の組織を強化するとともに、会員を対象とした支援策の充実を図っていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後も県単独補助事業による支援を継続していくとともに、事業規模の拡大等による国庫補助事業への移行などについても支援を行っていく。
◆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	〈H27年度〉 1,180 t H26に続きH27においても日本一の生産量となった。	再掲 (一)	<p>○主要な生産物であるシキミ・サカキやきのご類など技術指導を実施しているものの、生産者の高齢化に伴い生産量が減少している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産量の拡大を目指し、シキミ・サカキの耕作放棄地の再生に向けた試験を開始した。 ○土佐備長炭では、新たな製炭窯の導入及び特用林産就業者の育成により順調に生産量を拡大している。 ・今後、備長炭(白炭)を増産していくためには、出荷・販売体制の強化、原料の安定供給が必要。 	<p>○生産する商品の品質のさらなる向上や、共同出荷・販売などにより産地のブランド化を進めていく。特に、シキミ・サカキについては、庁内の関係部署が連携し、産地から流通までの一体的な支援体制による、産地化に向けた取組を推進する。</p> <p>○原木の安定供給のため、循環利用可能な原木材を整備を推進する。</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	新たに民間企業や漁協が行う漁業の担い手育成制度を設立し、大型定置網漁業、メジカひき縄漁、マダイ養殖業の研修実施体制を整備	再掲 (A+)	<p>○対象地域や漁業種類の拡大などにより、新規漁業就業者をH24～H26累計113名(37名/年)確保できた。H27年度は新規漁業者を47名確保した。</p> <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・勧誘活動体制の強化 ・複数指導体制の構築 ・支援制度の見直し 	<p>○漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘の促進</p> <p>○研修の受け入れ体制の強化</p> <p>○長期研修の実施</p> <p>○民間企業や漁協が行う漁業の担い手の育成の支援</p> <p>○新規漁業就業者等の設備投資への支援</p>
◆年間32名の新規就業者を確保 (4年間合計128名)	H27年度新規漁業者 47名 (4年間合計160名)	再掲 (A+)		
◆研修修了生を地域の中核的漁業者として育成	—	再掲 (一)		

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）																		
<p>◆関心から行動へと促すための情報や機会の提供</p> <p>◎移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応/東京相談窓口の充実/大阪出張相談の実施</p> <p>★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ガイドブック等のリニューアル</p> <p>★アクティブな情報発信による「人財」誘致【再掲】</p>	<p>○高知県の移住相談窓口の体制強化 ・移住・交流コンシェルジュの体制強化 ・東京の相談窓口の開設 ・大阪で出張移住相談の実施</p> <p>○高知家で暮らし隊、移住支援大使、県外関係機関に向けた移住関連情報の提供</p> <p>○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</p> <p>○都市部での移住相談会等の開催や移住体験ツアーの実施</p> <p>○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ガイドブック等のリニューアル</p> <p>○アクティブな情報発信による「人財誘致」【再掲】 ・民間人材ビジネス事業者と連携した都市部人材に向けた情報発信</p> <p>○多種多様な人材の獲得に向けて、事業承継・人材確保センター等との連携</p>	<p>○移住相談者数 H23年度：1,254人 H24年度：1,259人 H25年度：1,817人 H26年度：3,458人 H27年度：3,943人</p> <p>○高知家で暮らし隊の会員新規登録者数 H23年度：371人 H24年度：503人 H25年度：690人 H26年度：1,398人 H27年度：1,112人</p>																		
<p>◆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</p> <p>○官民協働による「高知県移住推進協議会」の運営</p> <p>◎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】</p> <p>○市町村「専門相談員」の配置の促進</p> <p>○地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及</p> <p>★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</p>	<p>○官民協働による「高知県移住推進協議会」の設立と協議会の開催</p> <p>○官民協働による移住希望者、移住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、リフォーム割引、移住者ローン優遇制度、マンスリーマンション契約金割引、高知市内の短期契約可能賃貸物件の確保等）</p> <p>○移住・交流コンシェルジュによる相談対応【再掲】</p> <p>○市町村における「移住専門相談員」の配置の促進</p> <p>○「地域移住サポーター」の委嘱と普及</p> <p>○県内の移住支援団体「高知家移住促進プロジェクト（KIP）」の取り組み支援</p>	<p>○移住者数 H23年度：120組 H24年度：121組 H25年度：270組 H26年度：403組 H27年度：518組</p> <p>○県内市町村「移住専門相談員」配置状況 H23年度：10市町村 H24年度：13市町村 H25年度：17市町村 H26年度：22市町村 H27年度：26市町村</p>																		
<p>◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化</p> <p>○U・Iターン人材情報システムへ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</p> <p>◎職業紹介対象企業をシステムに登録された全求人企業に拡大する</p>	<p>◆U・Iターン就職相談会の開催</p> <p>◆高知県U・Iターン無料職業紹介所の機能の強化（アドバイザー1名、企業開拓員1名に加え、H27からマッチング担当1名を新たに配置）</p>	<p>◆高知県U・Iターン人材情報システム</p> <p>○登録状況</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>新規登録企業</th> <th>新規登録求職者</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>・H24： 62社</td> <td>298人</td> </tr> <tr> <td>・H25： 82社</td> <td>415人</td> </tr> <tr> <td>・H26： 108社</td> <td>369人</td> </tr> <tr> <td>・H27： 181社</td> <td>376人</td> </tr> </tbody> </table> <p>○斡旋数</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>・H24： 52件</td> </tr> <tr> <td>・H25： 106件</td> </tr> <tr> <td>・H26： 72件</td> </tr> <tr> <td>・H27： 269件</td> </tr> </tbody> </table> <p>○県内就職者数（うち斡旋による就職者数）</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>・H24： 38人（4人）</td> </tr> <tr> <td>・H25： 38人（6人）</td> </tr> <tr> <td>・H26： 51人（3人）</td> </tr> <tr> <td>・H27： 88人（32人）</td> </tr> </tbody> </table>	新規登録企業	新規登録求職者	・H24： 62社	298人	・H25： 82社	415人	・H26： 108社	369人	・H27： 181社	376人	・H24： 52件	・H25： 106件	・H26： 72件	・H27： 269件	・H24： 38人（4人）	・H25： 38人（6人）	・H26： 51人（3人）	・H27： 88人（32人）
新規登録企業	新規登録求職者																			
・H24： 62社	298人																			
・H25： 82社	415人																			
・H26： 108社	369人																			
・H27： 181社	376人																			
・H24： 52件																				
・H25： 106件																				
・H26： 72件																				
・H27： 269件																				
・H24： 38人（4人）																				
・H25： 38人（6人）																				
・H26： 51人（3人）																				
・H27： 88人（32人）																				
<p>◆本県出身の県内外大学への県内企業の情報の提供</p> <p>◎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</p> <p>○民間と連携して、県内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</p> <p>★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</p> <p>★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）</p>	<p>◆本県出身の県外大学生等への県内企業の情報提供</p> <p><H27年取組></p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京・大阪で開催される就職ガイダンスへの参加 ・企業ガイドブックへ高知県へのUターンを推進する広告を掲載、県外大学主催のUターンセミナーや保護者会等で当該冊子や県の就職情報等の紹介ツールを配布、説明 ・県外在住の大学生ヘイターンシップ等Uターン就職支援情報をDMで発信 ・大学進学前の高校生等に、県のU・Iターン支援のポータルサイト情報等を入れたクリアファイルを配布し、サイトへの登録を促進 ・大学の就職支援職員を招いた高知県内企業見学会&企業との交流会の開催 	<p>◆県外大学生等に高知県の就職情報の提供</p> <p><H27年取組></p> <ul style="list-style-type: none"> ・就職ガイダンスへの参加 東京1回・大阪2回 参加県内企業22社・県外への来場学生32名 ・四国UIターン就職・転職フェアの開催 大阪 参加県内企業20社・県外への来場学生9名 ・企業ガイドブックへの県のPR掲載（2誌） ・大学訪問や大学のUターンサイトでの情報提供 延142大学 ・大学の保護者会での情報提供 15大学 ・県外在住の大学生へのDM発送 1,195件 ・高校生等へのクリアファイル配布 7,036枚 ・高知県内企業見学会&交流会の開催（11/4開催 19大学20名及び21企業30名参加） 																		

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆移住者数 年間500組 ※県十市町村で把握 する移住者数	＜H27年度＞ 移住者数 年間518組	再掲 (A+)	<p>《総合評価》</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「高知家で暮らす。」による情報発信や、東京の移住相談窓口の開設、首都圏への人材確保コーディネーターの配置などにより、移住関心層をスムーズに移住相談に繋げることができた。 <ul style="list-style-type: none"> ・「高知家で暮らす。」アクセス数（セッション数）と移住相談者の相関比率 H24：0.48%→H27：0.75% ・移住相談者数 H23：1,254人→H27：3,943人 <p>《乗り越えるべき課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○他県の移住促進の取り組みが加速化する中、競争に打ち勝つことが必要（再掲） ○各産業分野と連携し、本県の魅力ある人材ニーズを都市部人材に届け、マッチングするための取組の強化が必要 ○暮らし隊会員数増に向けた取り組みの強化が必要 	<p>課題をふまえた次のステージにおいて、以下のとおり移住促進策のバージョンアップを図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○県内の人材ニーズを都市部人材に直接届け、働きかける体制を構築（都市部人材と地域を繋ぐツアーの実施、ふるさと回帰支援センターを活用した人材確保コーディネーターによる出張就職相談会の実施等） ○「高知家で暮らす隊」を全面に出したPRの実施
同上	同上	同上	<p>《総合評価》</p> <ul style="list-style-type: none"> ●移住促進策と産業分野の担い手確保策の連携や、市町村の受入体制の充実等により、相談から移住までの一連の支援体制が整い、移住者も増加した。 <ul style="list-style-type: none"> ・移住者数 H23：120組→H27：518組（23年度の4.3倍） ・移住専門相談員 H23：10市町村→H27：26市町村 ・地域移住サポーター H23：0人→H27：16市町77人 ◇企業人材の誘致については、民間ビジネス事業者4社との協定で、再就職支援対象者をターゲットに求人情報を発信したが、現住所を拠点とする傾向が強く、十分な成果に繋がらなかった。 <ul style="list-style-type: none"> ・人材誘致（再就職支援）の取り組みを通じた移住者 2人 <p>《乗り越えるべき課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○移住者支援体制の更なる強化が必要 	<p>課題をふまえた次のステージにおいて、以下のとおり移住促進策のバージョンアップを図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○市町村相談窓口における「仕事・住まい」の情報提供機能の向上 ○高知版CCRCの具体化に向けた取り組み
◆企業が求める人材の確保	—	再掲 (一)	<ul style="list-style-type: none"> ○求人企業の新規登録は増加傾向にあるが新規登録求職者数は、若干減少。Uターン希望者の掘り起こしがまだまだ必要である。 ○マッチング担当の配置により、斡旋による求職者数が増加し、全体の就職者数も増加した。 	<ul style="list-style-type: none"> ○県が事業承継・人材確保センターの運営を委託している高知商工会議所にUターン事業も委託することにより、マッチングの強化を図る。 ○中核人材を含むUターン希望者及び求人企業の掘り起こしにも、引き続き積極的に取り組む。
◆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	—	再掲 (一)	<ul style="list-style-type: none"> ○県外大学保護者会や大学主催のUターンセミナーに参加することで、大学からの高知県のUターン就職のサポートについての講演依頼が多くなった。 ○就職支援協定大学との連携が深まった。 <ul style="list-style-type: none"> ・県内企業見学会への参加 ・県内での保護者会への参加 ・大阪での就職フェアへのキャリアセンターの見学参加 	<ul style="list-style-type: none"> ○県出身者が多い大学を中心とした就職支援協定先の拡大 ○県内外の大学生、保護者等に対する本県と県内企業等の魅力及び就職関連情報を提供する仕組みの強化

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み （対策に関する具体的な取り組み内容を記載）	具体的な成果 （可能な限り具体的な数値を記載）
(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 ◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化 ○U・Iターン人材情報システムへ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 ◎職業紹介対象企業をシステムに登録された全求人企業に拡大する ◆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 ◆県内事業者等への事業承継に対する理解促進及び後継者人材の確保 ★円滑な事業承継をすすめるための研修会等の実施 ★後継者・中核人材等の育成支援	◆U・Iターン就職相談会の開催 ◆高知県U・Iターン無料職業紹介所の機能の強化（アドバイザー1名、企業開拓員1名に加え、H27からマッチング担当1名を新たに配置） ○高知での起業や就業を考えている都市部の人材を対象とした研修の実施 ○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費について、市町村を支援 ・事業承継・人材確保センターのPRの実施 金融機関、商工会、商工会議所、市町村、関係機関等へ実施 ・県内事業所（50歳以上の経営者、従業員5名以上）2,762社にアンケートを実施 ・商工会、商工会議所と連携したセミナーの開催（県内12箇所） 220名参加 ・他団体主催セミナーへの講師派遣（県内11箇所） ・東京駐在の求職コーディネーターを2名配置による中核人材の掘り起し 首都圏企業の訪問（57社）協働の森企業への訪問（5社）、大学、県人会、同窓会訪問（16件）他 ・マネージャー（求人担当）による県内企業情報の取集企業訪問（51社）、獲得求人数（45件）	◆高知県U・Iターン人材情報システム ○登録状況 新規登録企業 新規登録求職者 ・H24： 62社 298人 ・H25： 82社 415人 ・H26： 108社 369人 ・H27： 181社 376人 ○斡旋数 ・H24： 52件 ・H25： 106件 ・H26： 72件 ・H27： 269件 ○県内就職者数（うち斡旋による就職者数） ・H24： 38人（4人） ・H25： 38人（6人） ・H26： 51人（3人） ・H27： 88人（32人） ○平成26年度研修参加者（就業支援研修） ・座学研修44名、マッチング交流会15名、フィールドワーク4名 （起業支援研修） ・座学研修17名、フィールドワーク1名 ○平成27年度研修参加者（就業支援研修） ・座学研修：59名、合同企業就職相談会531名、就職11名 （起業支援研修） ・座学研修：延べ117名、現地研修11名、移住2名 ・事業承継・人材確保センターのPRにより、244件の相談申込（うち事業承継107件 人材確保137件） ・求職者登録 143名 ⇒事業承継のマッチング 4件 ⇒人材確保のマッチング11件

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆企業が求める人材の確保	—	再掲 (一)	<p>○求人企業の新規登録は増加傾向にあるが新規登録求職者数は、若干減少。Uターン希望者の掘り起こしがまだまだ必要である。</p> <p>○マッチング担当の配置により、斡旋による求職者数が増加し、全体の就職者数も増加した。</p>	<p>○県が事業承継・人材確保センターの運営を委託している高知商工会議所にUターン事業も委託することにより、マッチングの強化を図る。</p> <p>○中核人材を含むUターン希望者及び求人企業の掘り起こしにも、引き続き積極的に取り組む。</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	〈H27年度〉 0組	再掲 (B)	<p>〈総合評価〉</p> <p>●この研修を実施することで、高知暮らしに関心がある都市部人材に直接、「高知」の魅力を発信することができ、高知への移住に繋がった。(H27年度研修参加者のうち、就職決定者11名)</p> <p>〈乗り越えるべき課題〉</p> <p>○都市部人材へのアプローチを強化するため、研修機会の増加が必要</p>	<p>○次のステージはH27年度の実績を踏まえ、以下のとおり内容の見直しを実施する。</p> <p>【H28改善ポイント】</p> <p>(就業研修)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・合同企業就職相談会(フェアと同時開催)を東京・大阪でそれぞれ2回ずつ開催(起業研修) ・東京に加え、大阪でも研修を実施
◆事業承継の必要性について認知される	—	再掲 (一)	<p>○センターへの相談件数は、自主目標の100件を達成し、事業承継・人材確保センター設置及び活用性は周知されている。</p> <p>○金融機関や工業との連携等による事業承継・人材確保センターの関与により4件の事業承継や事業承継計画の策定がなされた</p> <p>○これから増えていく求人に対応する求職者情報の蓄積が今後必要</p>	<p>〈事業承継〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○事業承継・人材確保センターのPRの実施 ○商工会、商工会議所と連携したセミナーの開催 ○金融機関・各支援機関等を通じた情報収集による訪問等、事業承継に向けた支援 ○事業者からの相談対応及び計画の策定等の支援 <p>〈人材確保〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○マネージャー(求人担当)による県内企業情報の収集 ○人材確保コーディネーターによる首都圏での中核人材の発掘 ○県外事務所等と連携した人材情報の収集 ○戦略的人材活用セミナーの開催 ○ホームページ等を活用した求職者の確保

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
6 移住促進による地域と経済の活性化		
1. 高知を知って・好きになってもらう		
<ul style="list-style-type: none"> ◆広く高知のよさを知って、魅力を感じて、好印象を持ってもらうための多様な情報発信 ★「高知家」プロモーションと連動した「高知家の移住」のPR ◎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 	<ul style="list-style-type: none"> ○コンセプトコピー「高知家はひとつの大家族やき。高知家」を核とした「高知家」プロモーションの実施 ○高知家プロモーションと連動した「高知家の移住」PR 	<ul style="list-style-type: none"> ○首都圏、関西圏における「高知家」の認知度の向上（H25：22%→H26：28%→H27:36%）
2. 移住に関心を持ってもらう		
<ul style="list-style-type: none"> ◆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 ★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） ★アクティブな情報発信による「人財」誘致 ★「幸せ移住パッケージシステム」での情報提供 ★「幸せ移住プランコンテスト」の実施（～H26） ★ターゲット別（仕事×年代等）移住促進戦略の展開 	<ul style="list-style-type: none"> ○移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」の内容変更等、移住の取り組みを「高知家」と連動 ○「高知家で暮らす。」の機能改善、SEO対策の実施 ○国のポータルサイト「全国移住ナビ」を活用した移住関連情報の発信 ○アクティブな情報発信による「人財誘致」 ・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 ・移住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 ○「仕事」「住む場所」に加え「趣味」の情報をホームページで提供する「幸せ移住パッケージシステム」を構築 ○「高知家で暮らす。」に「子育て」「アクティブシニア」などの暮らし方や世代に着目したコンテンツを作成 ○ポータルサイト「高知家で暮らす。」への訪問者増加対策（リスティング広告・WEB広告、インターネットアンケート、バナー掲載依頼等）の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ○移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」のアクセス数（セッション数） H24年度：260,012件 H25年度：430,080件 H26年度：429,236件 H27年度：525,243件 ○「幸せ移住パッケージシステム」のアクセス数 H25年度：18,693件 H26年度：17,350件 H27年度：16,381件
3. 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう		
<ul style="list-style-type: none"> ◆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によるきめ細かな相談対応/東京相談窓口の充実/大阪出張相談の実施 ★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ガイドブック等のリニューアル ★アクティブな情報発信による「人財」誘致【再掲】 	<ul style="list-style-type: none"> ○高知県の移住相談窓口の体制強化 ・移住・交流コンシェルジュの体制強化 ・東京の相談窓口の開設 ・大阪で出張移住相談の実施 ○高知家で暮らし隊、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 ○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 ○都市部での移住相談会等の開催や移住体験ツアーの実施 ○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ガイドブック等のリニューアル ○アクティブな情報発信による「人財誘致」【再掲】 ・民間人材ビジネス事業者と連携した都市部人材に向けた情報発信 ○多種多様な人材の獲得に向けて、事業承継・人材確保センター等との連携 	<ul style="list-style-type: none"> ○移住相談者数 H23年度：1,254人 H24年度：1,259人 H25年度：1,817人 H26年度：3,458人 H27年度：3,943人 ○高知家で暮らし隊の会員新規登録者数 H23年度：371人 H24年度：503人 H25年度：690人 H26年度：1,398人 H27年度：1,112人

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆移住者数 年間500組 ※県十市町村で把握 する移住者数	＜H27年度＞ 移住者数 年間518組	A+	<p>《総合評価》</p> <ul style="list-style-type: none"> ●高知家プロモーションの推進により、高知ファンの増加や高知の認知度の向上に繋がった。 <ul style="list-style-type: none"> ・高知家認知度 H25：22%→H26:28%→H27:36% <p>《乗り越えるべき課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○他県の移住促進の取り組みが加速化する中、競争に打ち勝つことが必要 	<p>課題をふまえた次のステージにおいて、以下のとおり移住促進策のバージョンアップを図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○高知家プロモーションのフリーパブリシティ、バイドパブリシティの展開等によるメディア露出を通じた移住PRの実施
◆移住者数 年間500組 ※県十市町村で把握 する移住者数	＜H27年度＞ 移住者数 年間518組	同上	<p>《総合評価》</p> <ul style="list-style-type: none"> ●高知家プロモーションとの連携による移住のPRや、移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」への誘導策により、アクセスが増加した。 ◇リスティング広告・WEB広告等によるサイトへの誘導施策により、移住関心層の掘り起こしに繋がっている。また、暮らし隊会員への誘導という側面では、リスティング広告・WEB広告はインターネットアンケートと比較して4倍の誘導効果があった。 <ul style="list-style-type: none"> ・（H25.4月以降の）移住者アンケート集計結果／情報収集の方法 インターネット66% ・「高知家で暮らす。」のアクセス数（セッション数） H24：260,012件→H27：525,243件 ・リスティング広告及びWEB広告 実施期間：H27.12月～H28.2月 アクセス増加効果：62,180件 実施期間中のアクセスと暮らし隊登録の相関比率：0.12% （インターネットアンケートにおける相関比率：0.03%） ◇H25から稼働している「幸せ移住パッケージシステム」による「仕事」「住まい」等の情報提供については、移住者アンケートにおいて、移住を検討する際に活用したという回答は少数であるものの、一定の利用（アクセス）が見られる。 <ul style="list-style-type: none"> ・「幸せ移住パッケージシステム」のアクセス数 H25：18,693件→H26：17,350件→H27：16,381件 ・移住者アンケート集計結果／利用した支援策 幸せ移住パッケージシステムと回答した方2% <p>《乗り越えるべき課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○他県の移住促進の取り組みが加速化する中、競争に打ち勝つことが必要（再掲） 	<p>課題をふまえた次のステージにおいて、以下のとおり移住促進策のバージョンアップを図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○年間を通じたWEB広告等の実施 ○子育て雑誌への広告掲載などを通じた移住関心層以外へのアプローチの実施 ○雑誌記者の県内招致を通じた移住PRの実施
◆移住者数 年間500組 ※県十市町村で把握 する移住者数	＜H27年度＞ 移住者数 年間518組	同上	<p>《総合評価》</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「高知家で暮らす。」による情報発信や、東京の移住相談窓口の開設、首都圏への人材確保コーディネーターの配置などにより、移住関心層をスムーズに移住相談に繋げることができた。 <ul style="list-style-type: none"> ・「高知家で暮らす。」アクセス数（セッション数）と移住相談者の相関比率 H24：0.48%→H27：0.75% ・移住相談者数 H23：1,254人→H27：3,943人 <p>《乗り越えるべき課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○他県の移住促進の取り組みが加速化する中、競争に打ち勝つことが必要（再掲） ○各産業分野と連携し、本県の魅力ある人材ニーズを都市部人材に届け、マッチングするための取組の強化が必要 ○暮らし隊会員数増に向けた取組の強化が必要 	<p>課題をふまえた次のステージにおいて、以下のとおり移住促進策のバージョンアップを図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○県内の人材ニーズを都市部人材に直接届け、働きかける体制を構築（都市部人材と地域を繋ぐツアーの実施、ふるさと回帰支援センターを活用した人材確保コーディネーターによる出張就職相談会の実施等） ○「高知家で暮らす」を全面に出したPRの実施

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
4. 移住について真剣に考えて決めてもらう ◆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 ○官民協働による「高知県移住推進協議会」の運営 ◎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 ○地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及 ★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 ◆受入施設の整備と利用促進 ★移住者向け住宅の確保促進 ★県内都市部における「お試し滞在」の促進 ◆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 ◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化 ○U・Iターン人材情報システムへ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 ◎職業紹介対象企業をシステムに登録された全求人企業に拡大する	○官民協働による「高知県移住推進協議会」の設立と協議会の開催 ○官民協働による移住希望者、移住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、リフォーム割引、移住者ローン優遇制度、マンスリーマンション契約金割引、高知市内の短期契約可能賃貸物件の確保等） ○移住・交流コンシェルジュによる相談対応【再掲】 ○市町村における「移住専門相談員」の配置の促進 ○「地域移住サポーター」の委嘱と普及 ○県内の移住支援団体「高知家移住促進プロジェクト（KIP）」の取り組み支援 ○市町村のお試し滞在住宅等の移住者支援施設整備支援 ○移住者向け住宅の確保に向けて。市町村等による空き家の中間保有の促進、空き家内の荷物・処分支援等の実施 ○民間団体・企業と連携した高知市周辺部の「お試し滞在」の受け皿となる施設の確保 ・長期：マンスリーマンションの契約金割引 ・中期：高知市内の短期契約可能賃貸物件の確保 ・短期：ホテルにおける長期連泊プランの試行 ○高知での起業や就業を考えている都市部の人材を対象とした研修の実施 ○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費について、市町村を支援 ◆U・Iターン就職相談会の開催 ◆高知県U・Iターン無料職業紹介所の機能の強化（アドバイザー1名、企業開拓員1名に加え、H27からマッチング担当1名を新たに配置）	○移住者数 H23年度：120組 H24年度：121組 H25年度：270組 H26年度：403組 H27年度：513組 ○県内市町村「移住専門相談員」配置状況 H23年度：10市町村 H24年度：13市町村 H25年度：17市町村 H26年度：22市町村 H27年度：26市町村 ○県内市町村のお試し滞在住宅等の移住者支援施設の整備状況 H23年度：11市町村 H24年度：13市町村 H25年度：17市町村 H26年度：17市町村 H27年度：21市町村 ○平成26年度研修参加者（就業支援研修） ・座学研修44名、マッチング交流会15名、フィールドワーク4名 （起業支援研修） ・座学研修17名、フィールドワーク1名 ○平成27年度研修参加者（就業支援研修） ・座学研修：59名、合同企業就職相談会531名、就職11名 （起業支援研修） ・座学研修：延べ117名、現地研修11名、移住2名 ◆高知県U・Iターン人材情報システム ○登録状況 新規登録企業 新規登録求職者 ・H24： 62社 298人 ・H25： 82社 415人 ・H26： 108社 369人 ・H27： 181社 376人 ○斡旋数 ・H24： 52件 ・H25： 106件 ・H26： 72件 ・H27： 269件 ○県内就職者数（うち斡旋による就職者数） ・H24： 38人（4人） ・H25： 38人（6人） ・H26： 51人（3人） ・H27： 88人（32人）

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆移住者数 年間500組 ※県十市町村で把握 する移住者数	＜H27年度＞ 移住者数 年間518組	同上	<p>《総合評価》</p> <p>●移住促進策と産業分野の担い手確保策の連携や、市町村の受入体制の充実等により、相談から移住までの一連の支援体制が整い、移住者も増加した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住者数 H23：120組→H27：518組（23年度の4.3倍） ・移住専門相談員 H23：10市町村→H27：26市町村 ・地域移住サポーター H23:0人→H27：16市町77人 <p>◇企業人材の誘致については、民間ビジネス事業者4社との協定で、再就職支援対象者をターゲットに求人情報を発信したが、現住所を拠点とする傾向が強く、十分な成果に繋がらなかった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人財誘致（再就職支援）の取り組みを通じた移住者 2人 <p>《乗り越えるべき課題》</p> <p>○移住者支援体制の更なる強化が必要</p>	<p>課題をふまえた次のステージにおいて、以下のとおり移住促進策のバージョンアップを図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○市町村相談窓口における「仕事・住まい」の情報提供機能の向上 ○高知版C C R Cの具体化に向けた取り組み
◆同上	同上	同上	<p>《総合評価》</p> <p>●県内市町村のお試し滞在住宅等の移住者支援施設が増加したことで、移住希望者が移住前に高知を知り、慣れ親しむことができる「お試し」で滞在できる環境が一定整備された。</p> <p>●移住者向け住宅の確保に向けて市町村と連携し取り組みを進めた結果、住宅の整備や（市町村の）住宅改修補助制度の創設など、一定の効果があげた。</p> <p>《乗り越えるべき課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○県内の各市町村における活用可能な空き家等の把握及び掘り起こしが必要 ○お試し滞在（移住）の機会の拡充が必要 	<p>課題をふまえた次のステージにおいて、以下のとおり移住促進策のバージョンアップを図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○各市町村の空き家に関する現状等の把握を踏まえた、活用可能な空き家の掘り起こしや、活用促進の支援策を強化し、移住者向け住宅の確保を促進 ○お試し滞在（移住）を促進するため、空き家等を活用したお試し滞在施設の整備を促進
◆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	＜H27年度＞ 0組	B	<p>《総合評価》</p> <p>●この研修を実施することで、高知暮らしに関心がある都市部人材に直接、「高知」の魅力を発信することができ、高知への移住に繋がった。（H27年度研修参加者のうち、就職決定者11名）</p> <p>《乗り越えるべき課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○都市部人材へのアプローチを強化するため、研修機会の増加が必要 	<p>○次のステージはH27年度の実績を踏まえ、以下のとおり内容の見直しを実施する。</p> <p>【H28改善ポイント】 （就業研修）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・合同企業就職相談会（フェアと同時開催）を東京・大阪でそれぞれ2回ずつ開催（起業研修） ・東京に加え、大阪でも研修を実施
◆企業が求める人材の確保	—	再掲 (一)	<p>○求人企業の新規登録は増加傾向にあるが新規登録求職者数は、若干減少。Uターン希望者の掘り起こしがまだまだ必要である。</p> <p>○マッチング担当の配置により、斡旋による求職者数が増加し、全体の就職者数も増加した。</p>	<p>○県が事業承継・人材確保センターの運営を委託している高知商工会議所にUターン事業も委託することにより、マッチングの強化を図る。</p> <p>○中核人材を含むUターン希望者及び求人企業の掘り起こしにも、引き続き積極的に取り組む。</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 戦略の柱 取組方針 施策 ◆これからの対策	具体的な取り組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
(就農前) ◆U・Iターン就農者の確保 ★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 ★相談窓口の一元化と体制強化 ★提案型募集に取り組む産地への支援	★農業担い手育成センターを整備(H26.4)し、就農希望者向け講座等の研修を充実(会場数、定員) H23:3会場50人、H24:3会場50人、 H25:3会場90人、H26:3会場100人、 H27:4会場130人 ★新規就農相談センターによる就農相談の実施 H23~26:職員が随時対応(主に1名) H27:就農コンシェルジュの配置(2名) ★産地提案型担い手確保対策の実施 新規就農者確保育成対策に係る各種説明会の実施 H26:46回	・講座受講生の増加 H23:41人、H24:41人、H25:84人、 H26:104人、H27:101人 ・長期研修生の増加 H23:17人、H24:14人、H25:17人、 H26:16人、H27:21人 ・新規就農相談センターによる就農相談数の増加 H23:131人、H24:140人、H25:151人、 H26:219人、H27:263人 ・産地提案書策定による募集活動 H27:20産地が産地提案書を策定 H27:県外就農相談会への参加:11産地 ・新規就農者の増加 ⇒H23:234人、H24:221人、H25:263人 H26:261人、H27:269人
◆実践研修への支援 ★青年就農給付金(準備型)の活用 ★条件不利地就農希望者への研修支援 ○農地等の情報提供 ★農地の確保への支援 ★実践研修から就農へのスムーズな移行への支援	★青年就農給付金事業費補助金(H24~)の活用に向けた各種事業説明会を開催し、就農前後の青年就農者の増加を図った。 ★新規就農研修支援事業に条件不利地就農者育成区分を新設(H27.4) ○遊休農地・ハウスの情報収集 H24:農地125件、ハウス7件 H25:農地149件、ハウス6件 H26:農地225件、ハウス3件 H27:農地166件、ハウス4件 ★全市町村に対して、H25年度に人・農地プランの作成に向けた指導・助言を実施、H26年度以降は人・農地プランの見直しを指導	・青年就農給付金(準備型)の活用 H24:28人、H25:38人、H26:35人 H27:58人 ・条件不利地就農希望者に向けた産地提案書の策定 H27:5市町村6提案 ・マッチング件数(農地、ハウス)【うち新規就農者】 H24:88件、13件【18件、5件】 H25:62件、2件【11件、0件】 H26:52件、3件【16件、0件】 H27:49件、3件【19件、3件】 ・人・農地プランの作成、見直し H25:34市町村で213のプラン作成 H26~27:全213プランで見直し実施
(就農時) ◆★営農定着への支援 青年就農給付金(経営開始型)の活用 (就農後) ○経営安定への支援 ○雇用就農に向けた支援	★青年就農給付金事業費補助金(H24~)の活用に向けた各種事業説明会を開催し、就農前後の青年就農者の増加を図った。 ○経営安定給の支援 就農から5年以内の認定新規就農者等の経営状況の把握とフォローアップの実施 H23:70人、H24:103人、H25:133人、 H26:164人、H27:165人 ○農業法人向け従業員育成研修の開催 H24:研修会1回(30人) H25:研修会3回(延べ23人) H26:研修会4回(延べ48人) H27:研修会6回(延べ84人)	・青年就農給付金(経営開始型)の活用 H24:148人、H25:228人、H26:266人 H27:236人 ・認定新規就農者等の経営目標の達成状況 H23:40%、H24:32%、H25:24%、 H26:33%、H27:33% ・新規就農者の増加 ⇒H23:234人、H24:221人、H25:263人 H26:261人、H27:269人
◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保 ○就業者向けの林業体験の実施 ○就業希望者へのPR方法の改善	◆林業労働力の確保を図るため、新規就業者職業紹介アドバイザーを設置し、雇用情報の収集や情報の提供を行うとともに、就業相談会や林業体験教室など、就業希望者と林業事業者とのマッチングを図るあらゆる取り組みを実施した。 ○就業相談会・林業体験教室の実施 ○就業希望者へのPR方法の改善 ・U・Iターン就職相談会への参加 ・高校生を対象とした就業支援活動 ・雇用情報収集のための事業者訪問件数 ・新規就業者と事業者とのマッチング	・林業体験教室開催への参加者 H24:21名、H25:10名、H26:15名、 H27:11名 ・就業希望者へのPR方法の改善 ・U・Iターン就職相談会への参加 H24:9回、H25:9回、H26:9回、 H27:9回 ・高校生を対象とした就業支援活動 学校訪問(H24~H27)延べ61校 技術研修受講者(H24~H27)延べ147人 ・事業者訪問件数 H24:延べ172社、H25:延べ181社、 H26:延べ161社、H27:延べ142社 ・マッチング件数 H24:8件、H25:4件、H26:7件、 H27:7件 ・担い手数 H24:1,662人、H25:1,605人、 H26:1,602人

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</p>	
◆新規就農者数 年間280人	〈直近の実績〉 年間269人 (H27.6調査) ※H26.6.2～ H27.6.1	再掲 (A)	<p>〇ここ2年間は260人を超える新規就農者の確保に繋がった。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たな取り組みである企業の農業参入や産地提案型担い手確保対策の充実など、担い手を明確化した確保・育成対策に取り組む必要がある。 	<p>〇生産と連動した必要な担い手を明確にし、新たな取り組みである企業の農業参入や産地提案型担い手確保対策に対応した担い手の確保育成対策に更に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業の農業参入に対応した雇用就農者の確保・育成対策 ・産地提案型の担い手確保対策の原則全市町村への波及と県外からの就農者の確保 ・新たに設定した担い手確保・育成に必要な対策の強化 ・就農前の育成強化（農業担い手育成センターの強化（受入数拡充・雇用就農希望者への対応）
◆指導農業士 H23：49人 H27：90人	〈H27年度〉 124人	再掲 (A+)		
◆人・農地プラン の作成 200集落	〈H27年度〉 県下全域で人・農地プランの見直し：210プラン	再掲 (A+)		
◆◆◆同上	同上	同上	<p>〇実践研修の受入農家となる指導農業士が増加した。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・産地提案型に対応した産地の受入体制強化が必要である。 <p>〇県下全域をカバーする人・農地プランが作成された。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・担い手を育成し計画的に農地を集積していくためには、地域農業の将来の姿について徹底的な話し合いが必要。 	<p>〇新たに設定した担い手確保・育成に必要な対策の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・入口対策の強化（相談会やこうちアグリスクールの拡充など：今以上に広く集める） ・関係機関の役割分担や農地・ハウス等の準備に向けた支援 ・地域での話し合いに基づく農地集積計画を人・農地プランに反映させる。
◆◆◆同上	同上	同上	<p>〇青年就農給付金（経営開始型）を活用した新規就農者が増加し、5年後の所得目標達成に向けて農業経営を開始した。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・就農後の育成強化に向けた態勢強化が必要。 ・雇用就農者の営農定着のためには、雇用者に対する労務管理などの研修が必要。 	<p>〇継続して営農定着に向けた支援に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・就農後の育成強化（農業担い手育成センターや農業振興センターでのフォローアップ体制強化（勉強会などの開催）） ・引き続き、雇用者に対する研修を充実していく。
◆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	—	再掲 (一)	<p>〇雇用情報ネットワーク事業による雇用情報の収集・整理、高校及び就業希望者への情報提供の実施、就業相談会や林業体験教室等の開催による就業希望者と林業事業体のマッチングを行ってきた結果、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てきた。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・高齢化や就労環境の整備が十分ではないことから他産業への流出の影響がある。 	<p>〇引き続き、雇用情報ネットワーク事業を実施するとともに、職業紹介アドバイザーによる雇用のマッチングの促進を強化し、林業就業者の確保に努める。</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	—	再掲 (一)		
◆担い手 1,645人 (H22) →1,732人	〈H27年度末見込〉 1,611人 〈直近の実績〉 1,602人 (H26年度末)	再掲 (B)		

産業成長戦略（連携テーマ）			
戦略の柱		具体的な取り組み （ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）	具体的な成果 （ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
取組方針			
施策			
◆これからの対策			
	◆漁業の担い手の確保 ◎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 ○漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし ◎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	◎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 ・H25～共同経営型漁業を研修対象に追加 ○漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし ・漁業就業セミナーの開催（H25：4回、H26：3回、H27：3回） ◎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 ・H25～高知県漁協に漁業就業支援アドバイザーを配置	◎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 ・新たな長期研修受入地区（H25：東洋町1名・安芸市4名・土佐市1名・黒土町1名、H26：香南市1名・高知市1名） ・H25～機船船びき網、小型底びき網を対象に長期研修を実施 ・短期研修受入実績（H24：2名、H25：18名、H26：35名、H27：33名） ・長期研修受入実績（H24：2名、H25：7名、H26：11名、H27：12名） ○漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし ・漁業就業セミナー参加者数（H25：46名、H26：28名、H27：23名） ◎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 ・H25～アドバイザーによる修了生の水揚状況等の確認を定期的実施 ⇒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、頭打ち若しくは減少傾向であった研修開始者数及び新規就業者数が増加に転じた
	◆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 ★企業のサテライトオフィスの誘致 ◎専門家派遣や事業連携先の紹介などにより創業や事業継続・拡大を支援 ★入居する企業や新規創業者への初期経費の支援 ★ITなどの専門人材の確保と地域の雇用創出	◆シェアオフィスへの入居促進と事業者への支援 ★シェアオフィスの設置及び事業計画の認定 H25：3町、H26：1町、H27：2市町 ★企業のサテライトオフィスの誘致活動 H25：ビジネスプランコンテストの実施 県外企業にダイレクトメールの送付 H26：起業セミナー、高知県視察ツアーを各2回実施 個別の視察対応等 H27：サテライトオフィス誘致セミナー、高知県視察ツアー実施 ◎専門家派遣や事業連携先の紹介などにより創業や事業継続・拡大を支援 H26：専門家派遣1件 ★入居事業者に対する初期経費等の補助金交付 H26：交付決定5件 ★ITなどの専門人材の確保と地域の雇用創出 H25：人材育成セミナー2回開催 H27：入居企業と県内学生の交流事業の実施 IT人材転職フェアの開催	(H25) ・シェアオフィス設置：3町 ・ビジネスプランコンテスト：応募8件、入賞4件 ・ダイレクトメールの送付：約4,800件 ・人材育成セミナー：延べ18名参加 ⇒シェアオフィス入居予定：6事業者 (H26) ・シェアオフィス設置：1町 ・起業セミナー：延べ73名参加 ・視察ツアー：延べ21名参加 ・個別の視察対応等：3社 (H27) ・シェアオフィス設置：1市1町 ・入居企業と県内学生の交流事業：15名参加 ・サテライトオフィス誘致セミナー：14社参加 ・視察ツアー：3社参加 ・IT人材転職フェア：25名参加 ⇒入居事業者：6事業者 県内雇用：5名 移住：4名
5. 高知に安心して住み続けてもらう			
	◆地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポート ◎市町村の「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 ○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	○市町村「移住専門相談員」の配置によるフォローアップ [再掲] ○「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 ○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	○地域移住サポーターの委嘱状況 H25年度：28人 H26年度：44人 H27年度：77人

平成27年度末に 目指すべき姿		総 括		28年度の展開
目標	実績	数値目標等 に対する 客観的評価	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 (目標の未達成の要因分析や乗り越えるべき課題の記載も含む)</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	新たに民間企業や漁協 が行う漁業の担い手育 成制度を設立し、大型 定置網漁業、メジカひ き縄漁、マダイ養殖業 の研修実施体制を整備	再掲 (A+)	<p>○対象地域や漁業種類の拡大などにより、新規漁業就業者をH24～H26累計113名(37名/年)確保できた。H27年度は新規漁業者を47名確保した。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・勧誘活動体制の強化 ・複数指導体制の構築 ・支援制度の見直し 	<p>○漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ○研修の受け入れ体制の強化 ○長期研修の実施 ○民間企業や漁協が行う漁業の担い手の育成の支援 ○新規漁業就業者等の設備投資への支援
◆年間32名の新規就 業者を確保 (4年間合計128名)	H27年度新規漁業者 47名 (4年間合計160名)	再掲 (A+)		
◆研修修了生を地域の中 核的漁業者として育成	—	再掲 (—)		
◆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	—	再掲 (—)	<p>○県内6地域のシェアオフィスに事業者が入居し、県内新規雇用、県外からの移住等により、中山間地域の活性化につながっている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・入居事業者数については、新規創業者の発掘が難しく、20事業者の入居は難しいと思われるが、今後も企業のサテライトオフィス誘致など、入居企業を核とした新たな展開が期待できる。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域間競争が激しさを増すことから、本県シェアオフィスの知名度アップや、特徴づくりが必要。 ・ITなど専門スキルを持った人材が県内(特に中山間地域)には不足しているため、県外からの人財誘致が必要。 ・シェアオフィスに入居した企業を核とした新たな事業の展開 ・集落活動センターと連携したシェアオフィス事業の展開 	<p>○これまでの成果や課題をふまえ、事業を強化していく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村のシェアオフィス事業計画づくりの支援を継続し、入居促進のための誘致活動を強化 ・入居事業者の専門人材の確保に向けた支援を強化 ・入居企業を核とした関連企業の誘致、企業集積による特徴づけ、若者の就職による定住など地域の活性化につながる支援 <p>※H28からは計画推進課(起業推進室)に事業移管</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	<H27年度> ・シェアオフィス設置 地域数：6地域 ・入居事業者数：6事 業者	再掲 (A—)		
◆移住者数 年間500組 ※県十市町村で把握す る移住者数	<H27年度> 移住者数 年間518組	再掲 (A+)	<p><<総合評価>></p> <p>◇移住者のフォローを行う「地域移住サポーター」は、増えてはいるものの、更なる拡充が必要。</p> <p>・地域移住サポーター H23:0人→H27:16市町村77人</p> <p><<乗り越えるべき課題>></p> <p>○移住者が地域に馴染み、定着できるよう、地域地域のフォローアップ体制の更なる充実が必要</p>	<p>課題をふまえた次のステージにおいて、以下のとおり移住促進策のバージョンアップを図る。</p> <p>○市町村と連携して、県内の移住支援団体によるネットワーク「高知家移住促進プロジェクト」の構成メンバーの拡大や、地域移住サポーターの更なる拡充を図り、移住者の定着に向けたフォローアップ体制を充実</p>