

## 産業成長戦略のさらなる強化策

第3期産業振興計画ver.3のさらなる強化策(全体像)	.....	1
・Next次世代型施設園芸農業の推進	.....	2
・新規就農者の確保策の強化	.....	3
・品質の高い製材品の生産体制強化	.....	4
・漁業生産現場への企業参入の促進	.....	5
・新規漁業就業者の確保策の強化	.....	6
・IT・コンテンツ産業の人材育成・確保の充実・強化	.....	7
・新規大卒者の県内就職促進策の強化	.....	8
・自然・体験型観光キャンペーンの推進	.....	9
・国際観光の推進	.....	10
・新規就航する国内LCC路線の活用	.....	11

# 第3期産業振興計画ver.3のさらなる強化策

持続的な拡大再生産の創出に向け、「第3期産業振興計画ver.3」では、**3つの施策群**をそれぞれ大幅に強化

## 1 成長に向けた「メインエンジン」をさらに強化！

1. 継続的に新たな付加価値を生み出す仕組みを意図的に構築
2. 取引の範囲のさらなる拡大

先々にわたって成長し続けていくために最も重要な施策群

## 2 成長の「壁」を乗り越える！

3. 担い手の確保策の抜本強化
4. 省力化・効率化の徹底に向けたサポートの強化

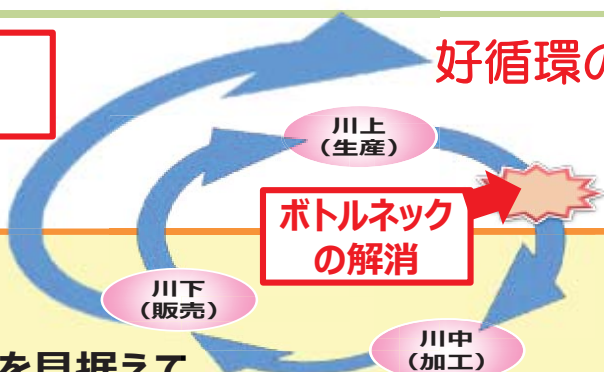
現下の人手不足の深刻化という課題に対応するため新たに政策の柱として位置づけ

## 3 成長を支える取り組みを強化！

5. 起業や新事業展開の促進
6. 地域産業クラスターの形成
7. 人材育成・確保の取り組みの充実
8. 事業戦略の策定と実行支援の強化

牽引役を作る

好循環の創出



## さらなる強化のポイント（9月補正等）

本年度上半期の状況をしっかり検証し、より実効性の高いものへと施策を速やかに改善

### ポイント① 次なるステージを見据えて、本県産業のさらなる牽引役を作る仕掛けを強化

一次・二次産業

- **【農業】施設園芸農業の飛躍的発展 + 【関連産業】施設園芸関連産業群の創出・集積**
  - ・Next次世代型施設園芸システムの開発に本格着手
- **【林業】品質の高い製材品の生産体制強化**
  - ・共同乾燥やJAS認定に必要な設備等の整備に向けた調査
- **【水産業】漁業生産現場への企業参入の促進**
  - ・定置網漁業で効率的な生産が見込める未利用漁場の調査

三次産業

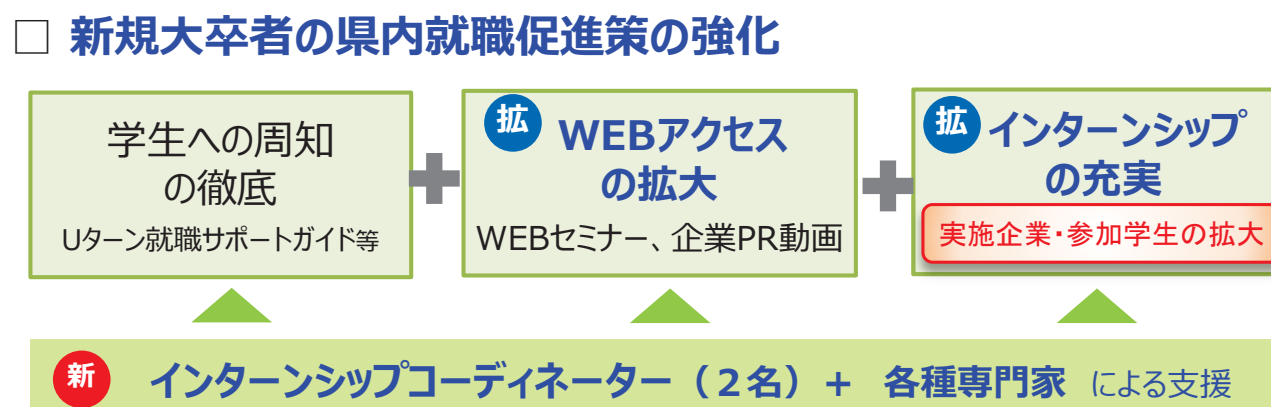
- **【観光】歴史・食・自然を連動させた観光地づくり**
  - ・自然・体験型観光キャンペーンの展開に向けた取組の加速
    - 観光資源の磨き上げ、プロモーションの展開、こうち旅広場における総合案内機能や周遊促進機能の強化、沈下橋の修繕への新たな支援制度の創設 等
  - ・外国人観光客のさらなる誘客促進
    - 重点市場の強化：海外セールス拠点（レップ）による販売促進の強化 等
- **【観光】新規就航する国内LCC路線の活用**

の新産業創出

- **IT・コンテンツ関連産業の振興**
  - ・IT・コンテンツアカデミーのさらなる充実

### ポイント② 深刻化する人手不足の克服に向け、担い手の確保・育成策をさらに強化

全般



一次産業

- **【農業】新規就農者の確保策の強化**
  - ・新規就農者の経営初期の農地の賃料支援、PR情報等の発信強化
  - ・企業版産地提案書による企業の農業参入の促進※
- **【水産業】漁業就業者の確保策の強化**
  - ・漁業就業希望者の相談窓口の一元化（高知県漁業就業支援センター）※
  - ・総合的な支援組織の設置の検討

※印は、補正予算を伴わないもの

アプリ開発人材育成講座

新 県外版のエキスパートコース

拡 プログラミングキャンプの追加開催

等

8月末現在の受講生 1,093人(延べ2,338人)

# Next次世代型施設園芸農業の推進

- ◆ 園芸農業生産性日本一を誇る高知県の施設園芸農業の地位を確固たるものとするため、**施設園芸農業の飛躍的発展**に取り組む。  
 ⇒ 多様な園芸作物の生理・生育情報のAIによる可視化と利活用を実現する**IoP (Internet of Plants)** 等の**最先端の研究**  
 ⇒ オランダの最先端技術を取り入れ、全国に先駆けて普及を開始した「次世代型施設園芸システム」を「Next次世代型」として飛躍的に進化
- ◆ 併せて、**施設園芸関連産業群の創出・集積**を推進する。

## 《現在の取組（次世代型）》

### 高収量・高品質化

- ✓ 温度、湿度、炭酸ガス濃度など
- ハウス内環境が見える化**（ほぼ手動で制御）

- 「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及（H26～）
- 次世代型ハウスの普及 32.6ha（H27～H29）
  - 環境制御技術が35%の農家に普及（主要7品目）

進化

## 《取組のさらなる進化（Next次世代型）》

### 超高収量・高品質化 超省力化・省エネルギー化 高付加価値化

- ✓ 「ハウス内環境」+「生育」の可視化  
 ⇒ レベルに応じた営農指導 ⇒ **統合制御(自動化)**
- ✓ **農家間の情報の一元化**  
 ⇒ **Super四定へ（定時、定量、定品質、定価格）**
- ✓ **収穫量・時期の予測**
- ✓ **作業の効率化**

## 推進体制

産学官の英知を結集し、園芸農業の飛躍的発展に向け事業を推進



## H30年度の事業

**Next次世代型施設園芸農業推進事業費 670,470千円**  
**【9月補正予算】**

施設園芸農業の飛躍的な発展に向けた研究開発・人材育成事業を実施

### 《IoP研究開発》

#### 生産システム・省力化技術の研究開発

- 「作物の生理・生育の見える化」
- 「労働（時間と技）の見える化」
- 「生産や収穫作業の自動化、省力化」
- IoP研究ハウスの整備

#### 流通システム技術の研究開発

- AIを活用した出荷予測システムの開発
- クラウドサービスの構築に向けたテスト運用

### 《人材育成》

#### 人材招へいや人材育成の実施

- 世界トップレベル人材の招へい
- IoP教育ハウスの整備
- 新たな教育プログラムによる専門人材育成

#### 高付加価値化技術の研究開発

- 栄養成分、機能性成分等の分析方法の構築
- 主要農作物の品質及び機能性成分の評価
- 栄養成分等を強化した品種、栽培方法の開発

### 《マネジメント》

#### 計画策定、運営・進捗管理

- 事業計画の策定と進捗管理 (PDCA)
- 協議会の開催運営 (2月)

## 《目指す姿》

施設園芸農業の飛躍的発展と施設園芸関連産業群の創出・集積

### IoP推進機構（仮称） （H32年度設立予定）

#### ◆IoPクラウドの構築・運用 （H31年度から試験運用）

栽培、出荷、流通までを見通した世界初のシステム

#### ◆普及指導

県農業振興センター  
 JA営農指導組織  
 学び教えあう場  
 （115箇所） 等

#### ◆Next次世代型の機器・システムの開発・商品化

### 営農支援・情報共有

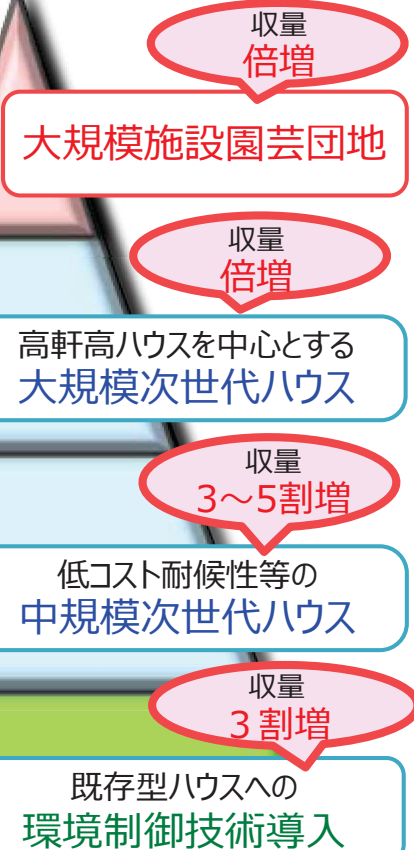
農家の規模・ニーズに応じて最適な営農モデルを提供

### 情報の一元化

### 導入

- ・ 超高収量・高品質化
- ・ 超省力化・省エネルギー化
- ・ 高付加価値化

国内外にも販売



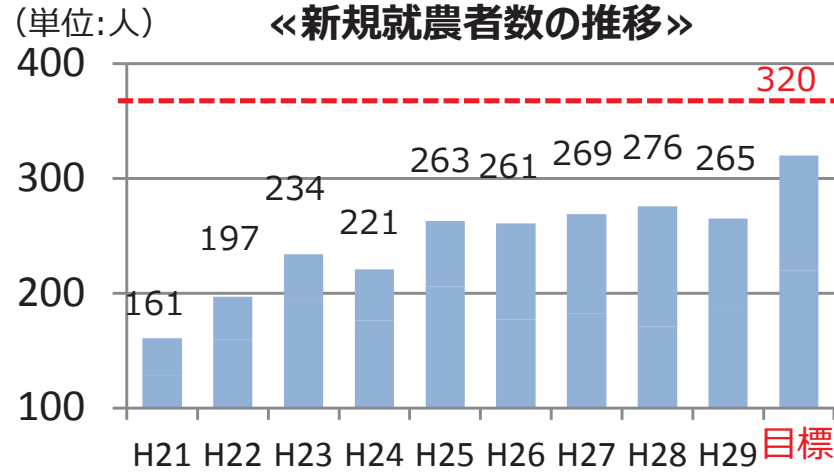


# 新規就農者の確保策の強化

## 就農における高知県の現状

- 目標：H31年度の目標新規就農者数：320人
- 現状：H29年度の新規就農者数：265人  
H29年度の新規就農者の出身地：県内85%、県外10%

- ・産業振興計画が始まって以降、新規就農者数は増加
- ・目標達成には55人の上積みが必要



## 優れた園芸技術等を有し就農への環境が整った高知県

### 就農前

- ◆ 就農に関する知識や技術等の学び
  - ・担い手育成センターや農業大学校に就農形態や進路に応じたメニューを設置
  - ・産地の篤農家の下で、日本一の生産性を誇る次世代型こうち新施設園芸システムの園芸技術等を学ぶ機会が充実
- ◆ 産地とのマッチング  
産地提案書により就農者の希望する産地とマッチング

### 就農時

- ◆ 営農開始に向けた初期投資  
園芸用ハウス整備への支援により負担を軽減

### 就農後

- ◆ 知識や技術等の研鑽  
生産者同士等による知識や技術等の交流が盛ん
- ◆ 生産の高度化  
環境制御技術やIoT技術等の導入支援により高度化に係る負担を軽減

### 販売

- ◆ 安定した売上の確保
  - ・園芸連による一元集出荷体制で出荷コスト削減や安定した取引が可能
  - ・高知県ブランドで全国の消費地へ出荷

## 就農における高知県の課題

- ・県外の若者に高知県農業の魅力が伝えきれていない
- ・他県に比べて農地の賃料が高く、農地が借りづらい
- ・雇用就農の受け皿が少ない

## 新規就農者の確保に向けた強化のポイント

### 経営初期の賃料支援

- 新** 新規就農者農地確保等支援事業費補助金  
967千円【9月補正予算】
- ・新規就農者の経営初期の農地の賃料を支援し、農地の確保を促進  
実施主体：（公財）高知県農業公社、市町村  
補助率：1/2

### PR情報等の発信強化

- ・高知県農業の魅力をもっとPRするパンフレットを作成し、情報発信を強化  
実施主体：（公財）高知県農業公社  
補助率：定額

### さらに

#### 今年度の取組

- ・農地あっせん体制の確立により新規就農者の農地確保を促進
- ・企業版産地提案書の作成により企業の農業参入を促進

#### 来年度の取組

- ・Uターン就農への支援や農家子弟に対しての情報発信等による自営就農の更なる確保
- ・農地の出し手と受け手のマッチング強化による園芸用農地の確保
- ・企業版産地提案書による企業の農業参入の更なる促進

## 新規就農者の年間目標者数を確保し生産を拡大！

# 品質の高い製材品の生産体制強化

## 市場の動向

- 木造建築でのプレカット工法の増加  
→ 品質が安定している人工乾燥材の需要増加  
木造軸組工法住宅のうちプレカットが占める割合：92%(H29)
- 非住宅木造建築では品質の確かな **J A S 製材が必須**

## 現状

- 県内の人工乾燥材の状況
  - 全製材品に占める人工乾燥材の割合  
H26：高知（29%）→ 全国（34%）  
H29：高知（32%）→ 全国（42%）  
*全国との差は拡大*
  - 製材事業体の人工乾燥材の割合  
大手製材事業体 5社：70%  
中小製材事業体84社：30%  
*中小のシェアが低い*  
(※大手製材事業体：原木消費量1万m3/年以上)
- 県内の J A S 機械等級区分の状況
  - J A S 機械等級区分認定事業体  
H26：高知（6社）→ 全国（64社）  
H29：高知（6社）→ 全国（72社）  
*全国との差は拡大*
  - J A S 機械等級区分格付け出荷量(H29)  
高知（9千m3）→ 全国（629千m3）  
*全国の約1%*

## 課題

- 人工乾燥材、JAS製材の生産体制の強化  
中小製材事業体の生産拡大が重要  
しかし、後継者の有無や経営状況等により、製材事業体単独での新たな設備投資（乾燥施設等）への積極性に温度差  
共同乾燥施設等の整備の検討

地域に根ざしたモデル事業を創出し、生産体制を強化

## 事業概要

- 単独では設備導入が難しい**中小製材事業体**を対象に、**共同による乾燥や J A S 認定**に必要な設備等の整備に向けた調査を実施。
- 調査結果を受けてモデル施設の整備を進め、その取組を県内全域に水平展開
- これまでA材需要に対応してきた中小製材事業体を活かした、品質の高い製材品を安定供給できる高知県を目指す。

## 製材品高品質化モデル事業調査委託

### <委託内容>

- 製材事業体の実態調査  
・経営状況、加工能力等の把握
- 事業計画の作成  
・製品アイテム（柱・梁用、内装用等）の検討  
・収支シミュレーションの実施  
・事業規模の決定や設備（加工、乾燥機）の選定
- 事業運営方法の検討  
・事業主体の形態の検討  
・共同乾燥のルールづくり（在庫等のリスクや費用負担等）



県内への水平展開  
(県全域のレベルアップ)

品質の高い製材品を安定供給できる高知県へ

H30.11～H31.3	H31	H32
【9月補正】 製材品高品質化モデル 事業調査委託業務	製材品高品質化 モデル施設の整備	モデル事業の 実施内容検証
既存施設(乾燥機)の稼働率向上及び 製材品の高品質化に向けた取組		

熱度の高い  
地域から  
水平展開

### 出荷量目標 (H34)

- ◇人工乾燥材  
126,000m3 (H29: 77,000m3)
- ◇J A S 製材 (機械等級)  
36,000m3 (H29: 9,000m3)



# 漁業生産現場への企業参入の促進

## 目的

○本県沿岸において定置網漁業で効率的な生産が見込める未利用海域の特性等を調査し、企業に情報提供を行うことにより、新規参入を促進する。

## 現状

### 【本県定置網漁業の現状】

- ・H15年と比較して4件（経営体）の減少
- ・従業員の確保難や水揚げ減による廃業
- ・操業再開には多額の初期投資が必要
- ・廃業からの年数経過による漁場特性の変化や伝承技術・情報の消失

	H15	H20	H25	H30
経営体数	28	29	30	24
免許件数	38	41	40	34
生産量（トン）	13,425	16,038	15,604	9,700(H29)

※経営体数、免許件数は1/1現在。生産量は各年1/1～12/31

### 【新規参入の動き】

- ・廃業となった漁場の一部では、県の支援事業を活用して操業が再開（H25足摺岬、H29伊田）
- ・H24年に廃業し、現在は未利用の貝の川でも新規参入の動き

※廃業が進む中でも、一部の漁場では承継や新規参入が見られる

**未利用漁場の再活用を促進し、漁業生産量の拡大を図る必要**

## 目指す方向性・課題

### 【目指す方向性】

- 優良漁場の発掘と企業誘致
  - ・現在未利用となっている漁場の有望性を調査
  - ・定置網漁業のノウハウを有する製網会社等を通じて資本力を持つ企業を誘致

### 【課題】

- ・企業受入による地域振興への理解促進
- ・労働力の確保
- ・陸揚げ機能（岸壁、付帯設備等）の確保
- ・企業誘致活動の展開



○：調査予定漁場

## 補正予算計上事業

### 定置漁業調査等委託事業

#### 海底地形調査

詳細な海底地形を把握

定置網の敷設位置や規模、形状を検討

#### 潮流調査

最適な網の設置方向を把握

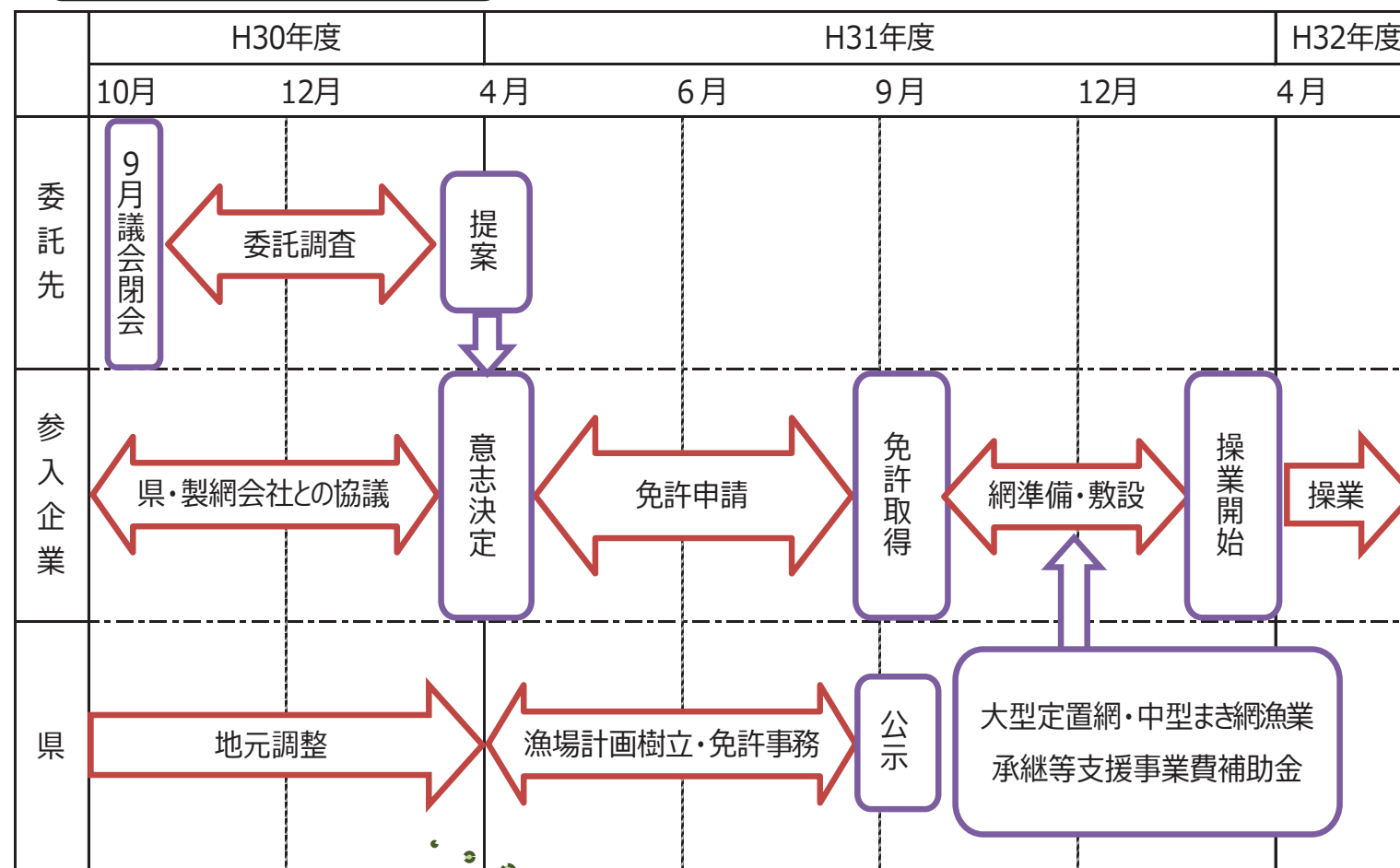
#### 水中カメラ調査

残物、底質等を確認

- 過去のデータ等から、水揚げされる魚種や漁獲量を試算
- 最新設備や機器を導入した場合の操業スタイル等をシミュレーション

**定置網漁業スタートアッププログラムの提案**

## 今後のスケジュール



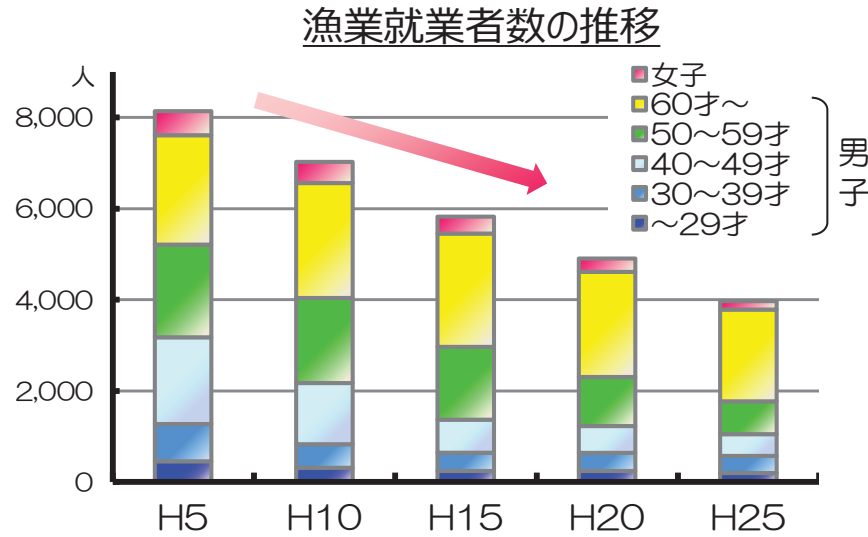
魅力ある漁場の発掘が急務

# 新規漁業就業者の確保策の強化

## 現状

### 【漁業就業者数の現状】

- ・漁業就業者数はH15からH25までの10年間で約32%減少し、4,000人を割り込んでいる。
- ・一方、近年は40～50人が新たに漁業に就業している。



就業希望者のさらなる掘り起こしや、支援策、支援体制の充実が必要

## これまでの取組

事業	内容
短期研修	県内の漁村地域での3日～7日の研修を支援
長期研修	漁業技術の習得に向けた2年間の研修を支援
移住・漁業就業フェア	都市部における漁業就業に関する相談会
漁業就業セミナー	体験乗船、漁業者との意見交換、就業支援制度の紹介（県内開催）
漁船リース	研修生等が漁船を円滑に導入できるよう、（一社）高知県漁船リース事業協会が行うリース漁船の取得・整備を支援
漁業就業支援アドバイザー	就業希望者のさまざまな相談への対応、研修事業実施の調整

## 課題と取組方針

〈課題〉	〈取組方針〉
○支援制度の実務担当機関	
・支援制度が多岐にわたり、実務担当が制度ごとに異なることから、研修生は相談窓口や支援制度の全体像がわかりにくく、独立に向けたプランづくりに支障	・漁業就業希望者が安心して漁業に就業できるサポート体制を構築するため、 <u>長期研修を始めとする一元的な支援が必要</u>
○研修生の受入体制	
・長期研修は漁業者が指導を担っているが、技術伝承や人材育成の専門家ではなく、 <u>指導方法等にバラツキ</u>	・体系的な研修を実施するため、地域や漁業種類ごとのカリキュラムによる <u>指導者のレベルアップが必要</u>
○研修修了後のフォローアップ	
・研修修了者が <u>経営安定するまでの支援が不十分</u>	・研修修了者の水揚状況等の調査や経営安定等に向けて支援が必要
○漁業就業アドバイザーの充実	
・漁業就業アドバイザーは、漁村での生活から漁船確保まで、あらゆる内容の様々な相談等に対応する必要	・移住促進・人材確保センターとの連携強化による <u>漁業就業アドバイザーのスキルアップが必要</u> ・研修生等の漁船確保を支援するため、 <u>専門知識を持つ漁船アドバイザーの配置が必要</u>

## 今後の対応とスケジュール

### H30.10中旬 相談窓口の一元化（漁業就業支援センター）

漁業振興課内に相談窓口を設置

### H30.11 漁業就業希望者を総合的に支援する新たな組織について検討・協議を行う委員会を設置（9月補正）

#### ■ 構成員

- ・漁業協同組合、市町村、県

#### ■ 委員会開催

- ・H30.11～H31.3の間に3回開催予定

#### ■ 検討・協議内容

- ・新たな組織の体制、事業計画案、収支計画案等

検討内容を踏まえて、平成31年度以降の支援体制について必要な見直しを実施



# IT・コンテンツ産業の人材育成・確保の充実・強化

現状・課題

- 県内で情報系の知識や技術を学ぶ学生の多くが就職時に県外に転出
- 一方、これまでの取り組みにより、IT・コンテンツ関連企業の県内立地が進捗し、アプリ開発人材等の県内での採用が増加
- 県内での人材育成に加えて、県外からの人材確保施策の充実・強化が必要

ポイント  
対策の

- 首都圏等に高知県のIT・コンテンツ関連の新たな学びの場を創出することによって、  
①実践的プログラミング技術等を持つ人材が増加 ⇒ ②IT・コンテンツ関連企業へ安定的に人材を供給 ⇒ ③人材確保が容易であることで更に企業立地が促進 ⇒ ④就職先が確保されていることで人材の県内定着・集積が更に促進する好循環を実現

これまでの成果 企業立地件数：16件、新規雇用者数：224名

県内IT企業	(株)アイレップ	(株)AVOCADO	(株)シンフィールド	(株)SHIFT PLUS
	(株)Nextremer	(株)dataremer	(株)コムニコ	(株)オルトプラス高知
WICKS(株)	(有)データプロ	(株)ビジュアライズ	エンザントレイズ(株)	.....

目標

- ◆ 企業立地件数  
・H31末：20件、H37末：38件
- ◆ 新規雇用者数  
・H31末：300名、H37末：900名

## 人材供給・企業立地の促進

土佐MBA 高知県IT・コンテンツアカデミー 8月末現在で1,093人(延べ2,338人)が受講

専門講座

●IoT技術人材育成講座  
・シーズ側・ニーズ側のIoT人材を一体的に育成

●ゲームプログラマー育成講座  
・立地企業が持つOJTプログラムを活用

●SNSマーケティング人材育成講座<初級編>  
・立地企業が持つ人材育成プログラムを活用

●IT先端技術利活用講座  
・Webサービス等の先端技術を習得

●ゲームデザイナー育成講座  
・立地企業が持つOJTプログラムを活用

拡 ●デジタルマーケティング人材育成講座  
・立地企業が持つ人材育成プログラムを活用

●アプリ開発人材育成講座<実践コース>  
・企業の即戦力として必要なプログラミングを習得  
・県内における講座開講で県内在住の人材を育成

新 ●アプリ開発人材育成講座<実践コース>  
・企業の即戦力として必要なプログラミング等を習得  
・首都圏等の講座と連携し県外の人材を確保

## 専門講座の拡充

- 拡 立地企業の「オーダーメイド」による専門講座の拡充
- ◆ Webサイト等を活用したデジタルマーケティングの知識・技術を持つ人材を育成
  - ◆ 高知大学を会場とした大学生や社会人対象の15回連続の公開講座

- 拡 <エキスパートコース>の拡充  
《首都圏等での人材育成と本県への移住促進を一体的に推進》
- ◆ 「アプリ開発等人材育成講座運営費補助金」を創設 **新**
  - ◆ 一定の要件を満たす県外のプログラミング教室等の運営事業者が、修了後に県内企業に就職又は本県に移住した受講者に対して受講料等を返還した場合、当該運営事業者に対して講座運営経費の一定額を補助

- 首都圏ネットワーク交流会等の場で県内企業と受講生とのマッチングを推進
- 移住促進・人材確保センターと連携した移住サポートを推進
- 県外大学生の県内就職促進の取り組みと連携

## 基礎講座の拡充

- 拡 <アドバンスコース>の拡充(プログラミングキャンプの追加開催)
- ・ 1日体験会及び3Daysキャンプともに定員の2倍を超える受講申込
  - ・ キャンプの追加開催により、抽選に漏れた中高校生の受講機会を確保するとともに、育成した県内の大学生ITリーダーの知識・技術の更なる向上を図る

県内教育機関(大学、高専、専門学校、ポリテク等)

連携

基礎講座

●IT・コンテンツの初入門  
・IT・コンテンツ産業の業界動向、身につけるべき知識・技術等に関する講演等  
・高知大学を会場に15回連続の公開講座を実施

拡 ●アプリ開発人材育成講座<アドバンスコース>  
・最先端の教育プログラムに基づき、大学生等が中・高校生にプログラミングを教える講座

●アプリ開発人材育成講座<ベーシックコース>  
・中学校・高等学校におけるプログラミング出前講座

専門講座へ誘導

大学生を専門講座へ誘導

誘導

誘導



# 新規大卒者の県内就職促進策の強化

## 現状・課題

### ■ 県内企業の人手不足が深刻化

- ・県内企業から県内大学への求人件数に対する充足率 H29:18.3%  
(出展：高知労働局)

### ■ 就活準備セミナー等の学生の参加者が少ない

### ■ 学生の就職に重要であるインターンシップを実施している県内企業が少ない

- ・大学生の新規採用を行っている県内企業のうちインターンシップ実施企業は35%  
(商工政策課調べ) (H29全国平均68%)
- ・インターンシップに参加した学生の22%は参加企業に就職予定  
(29%の学生は同業種の企業に就職予定)  
(出展：リクルートキャリア「就職白書2018」)

⇒ **学生に県内企業の情報が十分に伝わっていない**

## 考えられる要因

### ■ 学生の志向

- (出典：マイナビ大学生就職意識調査、マイナビ大学生Uターン・地元就職に関する調査)
- ・大手企業志向の割合は、H27卒：42.9%⇒H30卒：54.5%と年々増加。
- ・学生のUターン就職希望率は、H23卒：49.1%⇒H30卒：33.8%と3割減少。

### ■ 学生の企業情報の入手方法

- ・学生の地元企業の情報入手方法の第1位が就職サイト (41.2%) とWEBが中心。

### ■ 県外学生の地元での就職活動の負担が大きい

- (出典：マイナビ大学生Uターン・地元就職に関する調査)
- ・県外大学生が地元企業への就職活動で最も障害に感じていること  
第1位「地元までの交通費」、第3位「地元までの距離・時間」、第4位「学業とのスケジュール調整」

### ■ 企業にインターンを実施するためのノウハウが少ない

- (出典：経済産業省調査)
- ・インターンシップを実施しない理由  
第1位「社員の負担が大きい」 第2位「どんなプログラムを用意してよいか分からない」

## 学生の県内就職促進に向け、高知の企業や高知で働く魅力を学生に伝える取組を更に強化

### ① WEBアクセスの拡大

学生の企業情報を収集するメインの手段となっているWEBでのアクセスを拡大することにより県内企業の魅力や情報を学生に広く伝える。

#### ● 企業のPR動画の作成支援等

専門家によるアドバイスやセミナーなどにより、企業のPR動画の作成支援を行うとともに、完成した動画を「高知求人ネット」等で公開する。

#### ● WEBセミナーの実施

学生が好きな時間・場所で参加できるWEB上でのセミナーを大手就職支援会社のサービスを利用して開催する。

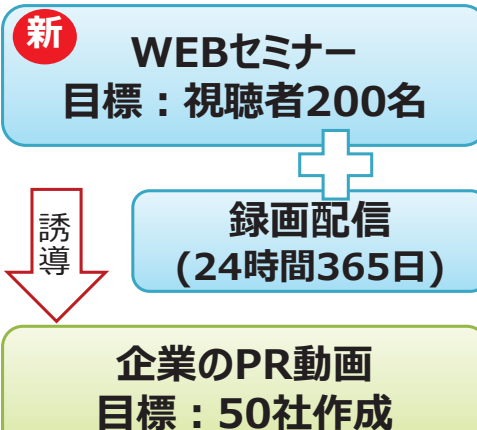
### 対応策1

#### 学生への周知

- Uターン就職サポートガイド
- 大手就職サイトからの情報発信
- 大学からの情報発信
- 県広報媒体
- WEB広告
- 各種セミナーや保護者会等

収集

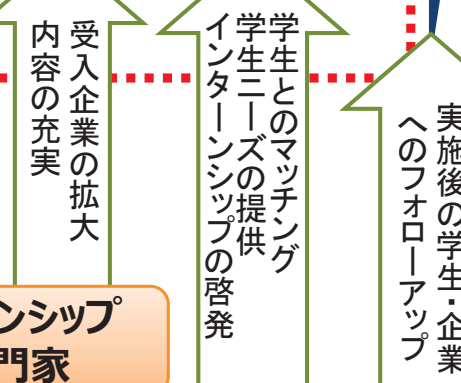
### ① WEBアクセスの拡大



新 学生への魅力発信の専門家

### ② インターンシップの充実

インターンシップ実施企業・参加学生の拡大



新 インターンシップの専門家

県内就職者の拡大

### ② インターンシップの充実

学生が就職先を決定するのに重要な役割となるインターンシップの実施企業及び参加学生の増加を図る。

#### ● インターンシップコーディネーターの配置

実施企業の掘り起こしや学生の相談対応、企業と学生のマッチングなどを、関係機関との連携や専門家の活用により一貫して支援する。

#### ● 専門家の活用

インターンシップの専門家を活用し、セミナー開催や個別相談により、受入企業の拡大やプログラムの磨き上げを支援する。

### 対応策2

新 商工政策課 (コーディネーター2名)  
＜企業・学生の相談窓口＞

東京・大阪事務所にも  
窓口を設置

大学等

産業振興センター

働き方改革推進支援センター

商工会・商工会議所

移住促進・人材確保センター

事業引継ぎ支援センター

# 自然・体験型観光キャンペーンの推進

## キャンペーンの目的

これまで取り組んできた歴史や食を生かした観光振興を引き続き推進するとともに、高知ならではの手つかずの自然景観や、それらを生かしたアクティビティから地域の生活文化体験まで、幅広い自然・体験型の観光基盤を磨き上げ、多くの誘客につなげるとともに、持続可能な観光振興につなげる。

## キャンペーン推進のポイント

外貨を稼ぐ仕組みの構築

中山間地域の振興

効果的なプロモーションの実施

インバウンドにも対応

## 自然・体験型観光キャンペーンの展開

2018 (H30) 年度 ~ 2020年度

### 広報・誘客事業

キャンペーンの盛り上げ・P R  
旅行会社へのセールス活動

全国に影響力のあるメディア等のネットワークを生かした話題化やターゲットに応じたきめ細かな情報発信を行う

自然・体験資源と歴史、食資源を組み合わせ、団体・個人向け商品として国内外の旅行会社にセールス活動を行い、本県への旅行商品造成を促進

### 受入事業

特別イベントの実施、周遊促進、  
観光資源の磨き上げ

キャンペーンにふさわしい特別感のあるイベントの開催や、地域が主体的に行う特別イベントへの支援によって周遊や話題化を促進

新たな経済効果を生む観光資源をつくる市町村及び民間事業者等の取組を、民間活力も活用しながらハード、ソフト、両面にわたって支援

### こうち旅広場事業

こうち旅広場の改修、運営

こうち旅広場における自然・体験型観光キャンペーンの総合案内機能や周遊促進機能を強化

## 平成30年9月補正予算の概要

### 1. 自然・体験型観光キャンペーン準備委員会の取組

自然・体験型観光キャンペーン事業費補助金【149,487千円】  
(債務負担:131,000千円)

① プロモーションの展開 【広報事業94,120千円】  
(債務負担:40,000千円)

#### ■ 全国の中での話題化・認知度向上

- 注目を集めるプロモーション (パブリシティ) 活動
- イベント、催事に合わせたTV等の全国的なメディア露出
- ブLOGGER等によるウェブでの情報発信・拡散

#### ■ ターゲットに応じたきめ細かな情報発信

- HP、ウェブ広告、SNS等での情報発信・拡散
- 近県向けTVCM等のメディア露出
- 交通機関、高速道路等での屋外広告

② 旅行会社へのセールス 【11,000千円】

- 観光説明会、地域を巡るモニターツアー等の開催
- ウェブ系旅行会社と連携した誘客促進

③ 受入事業の展開 【28,400千円】

- 盛り上がりをつくり出すオープニング・スタートイベント等

④ 企画運営費 【15,967千円】 (債務負担:91,000千円)

### 2. 観光コンベンション協会の取組

観光振興推進事業費補助金【38,764千円】  
(債務負担:454,976千円)

#### こうち旅広場事業

- とさてらす、幕末志士社中の改修 [15,934千円]

- 自然・体験型観光キャンペーンに関する総合案内機能の強化
- 四季を意識した映像の上映、パネル展示
- 動画モニターの設置
- 訪問客がゆっくりとくつろぎつつ観光プランを検討できる設備の充実(wifi等)

- こうち旅広場の管理運営 [22,830千円] (債務負担:454,976千円)

- とさてらす、幕末志士社中、龍馬パスポート等の管理運営経費 (H30~32)

### 3. 自然・体験型観光資源の磨き上げ

観光拠点等整備事業費補助金【51,226千円】



## 背景

- ・平成31年2月から**自然・体験型観光キャンペーン**を開催
- ・年内には成田国際空港、関西国際空港から高知龍馬空港への**国内線（LCC）新規就航**が開始

## 取組方針

成田国際空港、関西国際空港の利用の多い**米豪・中国・韓国市場**に向けて**自然・体験型観光**を中心にした**プロモーション**を行い、誘客につなげる。重点市場（台湾・香港・シンガポール・タイ）に向けては、**海外セールス拠点（レップ）**による**販売促進を強化**するとともに、**四国3県の空港と連携したチャーター便**を活用した新たな企画商品の**造成・販売促進**に取り組む。

## 事業概要

### ① 自然・体験型観光キャンペーン及び国内線（LCC）新規就航を生かしたプロモーションの展開 【14,904千円（事務費含む）】

#### (1) 米豪市場

自然・体験を好む傾向の強い米豪市場向けのセールス素材や情報発信手法の選定を進めるとともに、個人旅行者（FIT）向け商品企画・販売及び情報発信を実施

#### 【実施内容】

- 広報コンサルティング
- モニターツアーの実施
- アドバイザリー会議の開催
- FIT向け商品企画・販売及び情報発信

#### (2) 中国市場

約4割が団体ツアー利用者のため、日本政府観光局（JNTO）の協力を得て、旅行会社を招請し、県内事業者との商談会などを実施

#### 【実施内容】

- 旅行会社向けファムツアーの実施
- 旅行会社のホームページを活用した情報発信
- 県内事業者との商談会の開催

#### (3) 韓国市場

約9割がFITのため、JNTOの協力を得て、メディアを招請し、ファムツアーや現地情報交換会を実施

#### 【実施内容】

- メディア向けファムツアーの実施
- 旅行の動機付けとなるブログやメディアを活用した情報発信
- 現地情報交換会の開催

### ② 重点市場の強化

#### (1) 海外セールス拠点（レップ）による販売促進の強化 【3,000千円】

重点市場（台湾・香港・シンガポール・タイ）の旅行会社に対し、高知特集の広告作成等を支援することにより、周遊商品の販売促進を図る。

#### (2) チャーター便を活用した新たな企画商品の造成 【5,760千円】

四国3県の空港と連携したチャーター便を活用した新たな旅行商品を企画・販売する旅行会社に対して支援を行い、誘客を図る。

# 新規就航する国内LCC路線の活用

国内LCC路線（成田・関空）の就航に伴う航空ネットワークの拡充をテコにして、県民の利便性向上と県経済の発展を実現させる

## LCC高知路線の就航

成田 関空 同時2路線開設

### LCC就航によるメリット

I 成田・関空と直結

II リーズナブルな運賃

### ① 県民の利便性向上

- 海外旅行の増加
- 移動手段の多様化
- 観光・帰省などの増加
- 乗継利用による国内旅行の多様化
- 地産外商の促進

### ② 国内観光客の増加

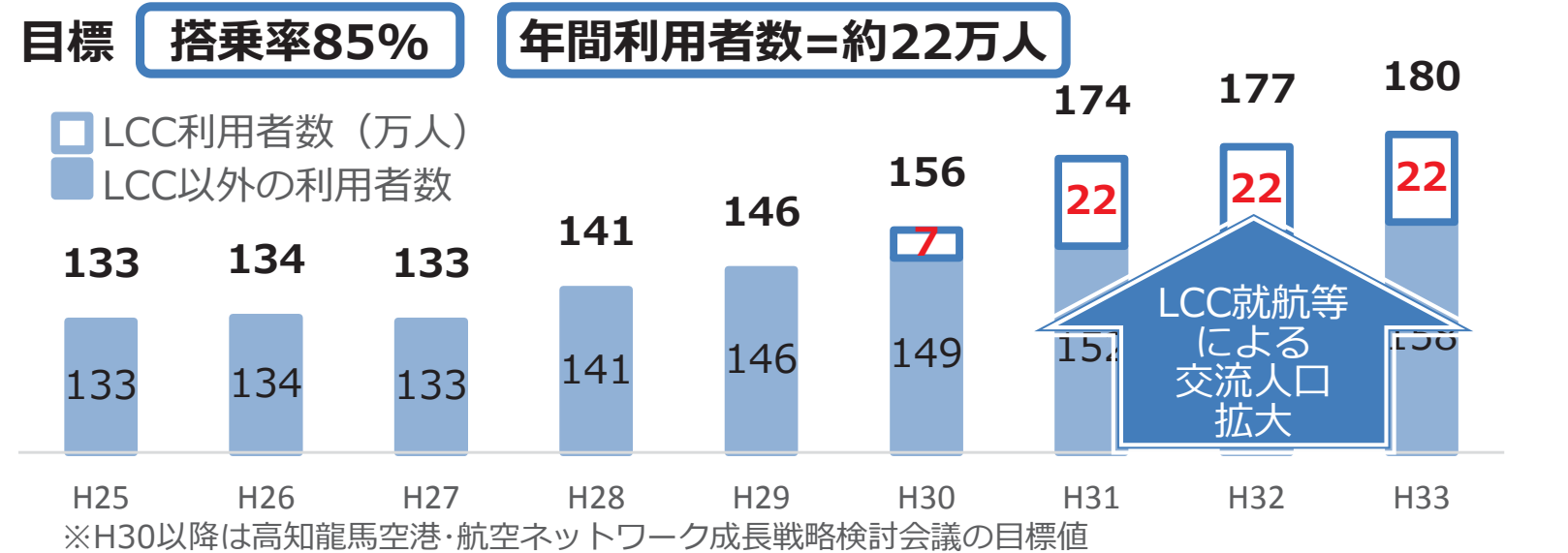
- 新たな観光客の創出・取込み
- リピーターの増加
- 松山・高松両空港との連携による四国周遊の促進
- 国内18路線のネットワークの活用

### ③ インバウンドの増加

- 成田・関空を利用する外国人の誘客
- ジェットスターグループの国際ネットワークの活用  
国内：成田から6都市、関空から7都市に接続  
国外：アジア・オセアニアで18カ国80都市以上に接続



## 高知龍馬空港の利用者数見込み



### 期待される経済波及効果

指標	値
搭乗率	85%
県外観光客総消費額	約7.7億円/年
県外観光客経済波及効果	約12億円/年

※新たな観光客の創出分のみ 11