

産業成長戦略の平成31年度の改定のポイント(案)

・ 農業分野	1
・ 林業分野	20
・ 水産業分野	30
・ 商工業分野	39
・ 観光分野	55
・ 産業間の連携戦略（連携テーマ）	
地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）	62
移住促進による地域と経済の活性化	71
起業や新事業展開の促進	74
産学官連携による力強い産業の礎を築く・担い手の育成・確保	77

※本資料の内容は予算見積段階のもので、
今後の協議により、内容の追加・修正を行う場合があります。
また、各事業の実施にあたっては、議会の予算承認が必要となります。

農業分野の展開イメージ ～地域で暮らし稼げる農業～

分野を代表する目標

農業産出額等 (飼料用米交付金含む)

農業生産量

野菜 (主要11品目)
果樹 (主要2品目)
花き (主要3品目)
畜産 (土佐あかうし飼育頭数)

出発点(H26)	965億円	⇒	現状(H29)	1,201億円	⇒	4年後(H31)	1,060億円	⇒	6年後(H33)	1,090億円	⇒	10年後(H37)	1,150億円
出発点(H26)	9.5万t	⇒	現状(H29)	9.3万t	⇒	4年後(H31)	11.6万t	⇒	6年後(H33)	12.2万t	⇒	10年後(H37)	13.3万t
出発点(H26)	2.12万t	⇒	現状(H29)	2.08万t	⇒	4年後(H31)	2.45万t	⇒	6年後(H33)	2.47万t	⇒	10年後(H37)	2.52万t
出発点(H26)	2,251万本	⇒	現状(H29)	2,085万本	⇒	4年後(H31)	2,655万本	⇒	6年後(H33)	2,764万本	⇒	10年後(H37)	3,054万本
出発点(H26)	1,728頭	⇒	現状(H29)	2,236頭	⇒	4年後(H31)	2,660頭	⇒	6年後(H33)	3,100頭	⇒	10年後(H37)	4,020頭

柱1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

次世代型こうち新施設園芸システムの普及拡大とNext次世代型こうち新施設園芸システムへの進化により、生産力の向上と高付加価値化を図り、産地を強化する。

次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

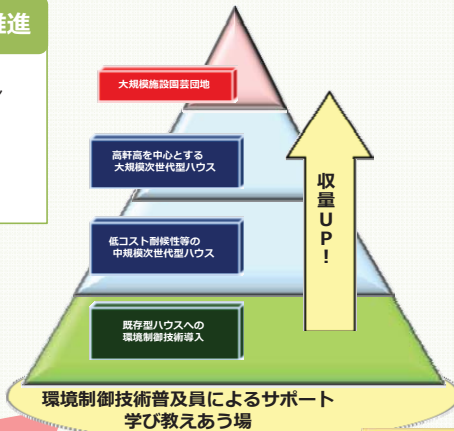
- 拡 学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及
- 環境制御技術のレベルアップと省力化技術の開発・カイゼン方式の導入支援による生産性の向上
- 拡 次世代型ハウス等の整備支援
- 拡 Next次世代型こうち新施設園芸システムへの進化
- 拡 地元と協働した企業の農業参入の推進
- オランダ交流を活かした先進技術の普及推進

環境保全型農業の推進

- IPM技術の普及拡大 ○ G A Pの推進
- 有機農業の推進 ○ 省エネルギー対策の推進

園芸品目別総合支援

- 野菜園芸品目の総合戦略支援 (ナス、ニラ、露地野菜等)
- 特産果樹生産振興 (ユズ、文旦)
- 花き生産振興 (コリ、トルコギキョウ、グロリオサ)



水田農業の振興

- 県産米のブランド化の推進
- 酒米の生産振興
- 水田の有効活用に向けた有望品目への転換

畜産の振興

- 拡 土佐和牛 ○ 養豚 ○ 土佐ジロー
- 土佐はちきん地鶏
- 酪農
- 拡 食肉センターの整備
- 拡 次世代こうち新畜産システムの実証と確立

6次産業化の推進

- 農産物加工の裾野の拡大とステップアップ
- 直販所支援の強化

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

中山間地域の農業を支える中山間農業複合経営拠点と集落営農組織の拡大に加え、各地域毎に「地域農業戦略」を策定し、組織間連携の仕組みを構築する。

中山間農業複合経営拠点の整備推進

- 拡 中山間農業複合経営拠点の県内への拡大



集落営農の推進

- 拡 集落営農の裾野の拡大
- こうち型集落営農と法人化へのステップアップ

中山間に適した農産物等の生産

- 土佐茶産地の振興
- 薬用作物の振興

日本型直接支払制度の推進

- 中山間地域等直接支払制度の推進
- 多面的機能支払制度の推進

事業戦略の策定・実行支援

- 事業戦略による好循環のシステム構築

柱5 地域に根差した農業クラスターの形成



生産増⇒所得向上⇒担い手増の好循環を拡大再生産へ!

担い手の確保 & 経営体の強化!

施設園芸団地を核に 関連産業を集積させ、より多くの雇用を生み出す!

地域地域で若者が暮らせる 持続可能な農業を実現!

柱4 生産を支える担い手の確保・育成

産地提案型担い手確保対策や研修体制を強化するとともに、新規就農時や規模拡大時の課題となっている農地の確保を強化し、担い手の確保・育成を図る。

新規就農者の確保・育成

- 拡 U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化
- 拡 畜産の担い手確保に向けた体制の強化
- 拡 雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化
- 拡 農業の担い手確保に向けた研修体制の強化
- 実践研修・営農定着への支援

農地の確保

- 拡 担い手への農地集積の加速化
- 拡 園芸団地の整備促進
- 国営緊急農地再編整備事業の推進

家族経営体の強化及び 法人経営体の育成

- 家族経営体の経営発展に向けた支援
- 拡 法人経営体への誘導と経営発展への支援
- 拡 経営体を支える労働力の確保と省力化の推進

柱3 流通・販売の支援強化

大型直販所とさのさとを活用した中・小規模の販売体制を構築し、基幹流通の拡大につなげるとともに、J A 高知県、とさのさと連携して輸出を促進し、さらなる外商の拡大を目指す。

規模に応じた販路開拓、販売体制の強化

基幹流通	拡 集出荷施設の再編統合等による集出荷体制の強化
中規模	○ 卸売市場と連携した業務需要の開拓 ○ 加工用ニーズへの対応
小規模	新 とさのさとを活用した地産外商の強化 ○ ごだわりニッチ野菜・果実の販路開拓
花き	○ 展示商談会や、スポーツイベント等を活用した販促・PRの強化

農産物の輸出の推進

- 拡 J A 高知県、とさのさと連携した農産物の輸出の強化

ブランド化の推進

- 高知家プロモーションの活用やパートナー量販店等との連携による販促・P R

所得の向上!

農業分野の体系図

分野の目指す姿	地域で暮らし稼げる農業				
分野を代表する数値目標	農業産出額等 (飼料用米交付金含む)	出発点(H26):965億円 ⇒ 現状(H29):1,201億円 ⇒ 4年後(H31):1,060億円 ⇒ 6年後(H33):1,090億円 ⇒ 10年後(H37):1,150億円			
	農業生産量	野菜(主要11品目)	出発点(H26) 9.5万t ⇒ 現状(H29) 9.3万t ⇒ 4年後(H31) 11.6万t ⇒ 6年後(H33) 12.2万t ⇒ 10年後(H37) 13.3万t	果樹(主要2品目)	出発点(H26) 2.12万t ⇒ 現状(H29) 2.08万t ⇒ 4年後(H31) 2.45万t ⇒ 6年後(H33) 2.47万t ⇒ 10年後(H37) 2.52万t
		花き(主要3品目)	出発点(H26) 2,251万本 ⇒ 現状(H29) 2,085万本 ⇒ 4年後(H31) 2,655万本 ⇒ 6年後(H33) 2,764万本 ⇒ 10年後(H37) 3,054万本	畜産(土佐あかうし飼養頭数)	出発点(H26) 1,728頭 ⇒ 現状(H28) 1,964頭 ⇒ 4年後(H31) 2,660頭 ⇒ 6年後(H33) 3,100頭 ⇒ 10年後(H37) 4,020頭

戦略の柱	1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化	2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築	3 流通・販売の支援強化	4 生産を支える担い手の確保・育成	5 地域に根差した農業クラスターの形成
-------------	--------------------------------	------------------------------	---------------------	--------------------------	----------------------------

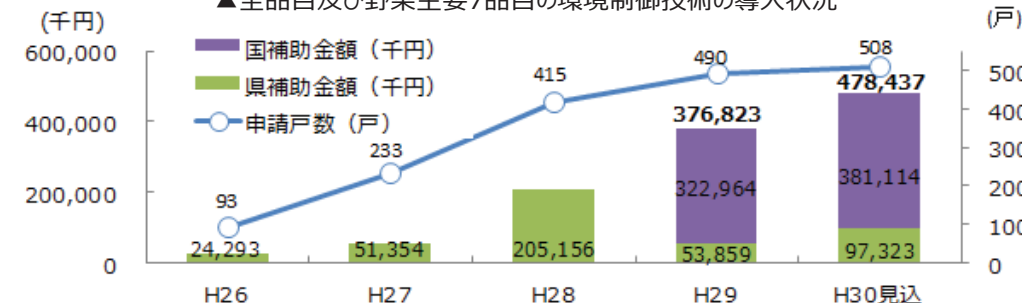
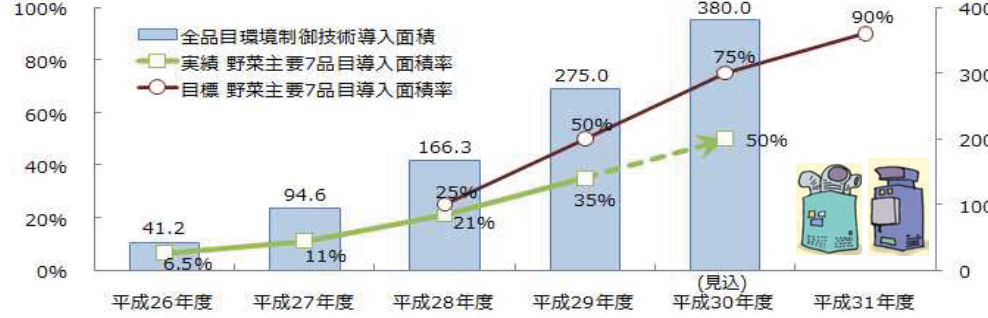
戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ■環境制御等の新たな技術の積極的な展開、生産性の高い施設の整備や更新により、生産力を高める ■安全・安心で高品質な生産につながるIPM技術等の更なる普及により、消費地に選ばれる産地を形成する ■地域の特性を活かした米や畜産など、高品質の生産を強化するとともに、6次産業化の取り組みを拡げて農産物の付加価値を高める 	<ul style="list-style-type: none"> ■集落営農と中山間農業複合経営拠点の取り組みを拡大し、中山間地域の農業の競争力を高め、地域全体で支える仕組みを構築する 	<ul style="list-style-type: none"> ■本県農産物のプロモーション活動等によるブランド化の推進や、流通規模に応じた販路開拓・販売体制を強化する ■加工専用素材(規格外品や新たな品目)の流通拡大に取り組む ■本県の高品質な園芸品を新たに海外マーケットに売り込み、定番化を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ■生産を強化し、拡大再生産を実現するために必要な、産地が求める担い手の確保・育成を図る ■家族経営体の持続的発展や、法人化の推進などにより、強い経営体を育成する 	<ul style="list-style-type: none"> ■次世代型ハウスによる施設園芸団地を核として、食品加工、物流拠点、直販所、レストラン等の関連産業が集積した「地域に根差した農業クラスター」を形成し、より多くの雇用を生み出す
---------------	--	---	---	---	--

戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> ○次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進 <ul style="list-style-type: none"> ・導入7品目の出荷量 ②⑥: 79,355t → ③①: 9.9万t → ③③: 10.3万t → ③⑦: 11.3万t ・次世代型ハウスの整備促進(累計) → ③①: 72ha → ③③: 116ha → ③⑦: 201ha ○安全・安心・高品質で選ばれる園芸品の生産 <ul style="list-style-type: none"> ・天敵利用による害虫防除技術(IPM虫害版)の導入面積率 施設キュウリ ②⑥ 24% → ③①: 60% → ③③: 80% → ③⑦: 90% 施設カンキツ ②⑥ 6% → ③①: 20% → ③③: 40% → ③⑦: 60% ・省力的病害防除技術(IPM病害版)の導入面積率 施設ナス ②⑥ 0% → ③①: 40% → ③③: 80% → ③⑦: 100% 施設キュウリ ②⑥ 0% → ③①: 40% → ③③: 80% → ③⑦: 100% 	<ul style="list-style-type: none"> ○集落営農組織による農地(田・畑)のカバー率(耕地面積ベース) ②⑦: 13% → ③①: 21% → ③③: 26% → ③⑦: 30% ○こうち型集落営農組織数 ②⑦: 32 → ③①: 80 → ③③: 100 → ③⑦: 140 ○集落営農法人組織数(うち収入20,000円以上の組織数) ②⑦: 16(2) → ③①: 40(10) → ③③: 50(13) → ③⑦: 70(18) ○中山間農業複合経営拠点の整備数 ②⑦: 4 → ③①: 20 → ③③: 30 → ③⑦: 35 	<ul style="list-style-type: none"> ○委託先卸売会社を通じた業務需要果実の取引金額 ②⑥: 0.46億円 → ③①: 5.6億円 → ③③: 6.4億円 → ③⑦: 8億円 ○加工専用素材の供給品目数 ②⑥: 3品目 → ③①: 11品目 → ③③: 15品目 → ③⑦: 23品目 ○卸売会社への業務委託により定着する輸出品目数 → ③①: 10品目 → ③③: 14品目 → ③⑦: 18品目 	<ul style="list-style-type: none"> ○新規就農者数 ②⑦: 267人 → 320人/年間 ○農地の権利を取得し農業経営を行う法人数 ②⑥: 107 → ③①: 235 → ③③: 299 → ③⑦: 427 ○H26新規認定農業者の経営改善計画の目標達成率 100% 	<ul style="list-style-type: none"> ○農業クラスターの形成数 <大規模(販売金額:3億円以上)> 4年後 6年後 10年後 箇所数 2 ⇒ 3 ⇒ 5 販売金額(億円) 10 ⇒ 15 ⇒ 25 雇用創出(人)(※) 130 ⇒ 195 ⇒ 325 参入事業者数 4 ⇒ 6 ⇒ 10 <中規模(販売金額:1~3億円)> 4年後 6年後 10年後 箇所数 3 ⇒ 5 ⇒ 10 販売金額(億円) 6 ⇒ 10 ⇒ 20 雇用創出(人)(※) 72 ⇒ 120 ⇒ 240 参入事業者数 3 ⇒ 5 ⇒ 10 <小規模(販売金額:1億円未満)> 4年後 6年後 10年後 箇所数 8 ⇒ 12 ⇒ 20 販売金額(億円) 6 ⇒ 9 ⇒ 15 雇用創出(人)(※) 90 ⇒ 135 ⇒ 225 参入事業者数 4 ⇒ 6 ⇒ 10 (※)パート含む。
-------------	--	--	---	--	---

取組方針・主な「具体的な取り組み」	<ol style="list-style-type: none"> 次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及 ◆環境制御技術のレベルアップと省力化技術の開発・カイゼン方式の導入支援による生産性の向上 ◆【拡充】次世代型ハウス等の整備支援 ◆【拡充】Next次世代型こうち新施設園芸システムへの進化 ◆【拡充】地元と協働した企業の農業参入の推進 ◆オランダ交流を活かした先進技術の普及推進 環境保全型農業の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆IPM技術の普及拡大 ◆GAPの推進 ◆有機農業の推進 ◆省エネルギー対策の推進 園芸品目別総合支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆野菜園芸品目の総合戦略支援(ナス、ニラ、露地野菜等) ◆特産果樹生産振興(ユズ、文旦) ◆花き生産振興(ユリ、トルコギキョウ、グロリアサ) 水田農業の振興 <ul style="list-style-type: none"> ◆県産米のブランド化の推進 ◆酒米の生産振興 ◆水田の有効活用に向けた有望品目への転換 	<ol style="list-style-type: none"> 集落営農の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】集落営農の裾野の拡大 ◆こうち型集落営農と法人化へのステップアップ 中山間農業複合経営拠点の整備推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】中山間農業複合経営拠点の県内への拡大 中山間に適した農産物等の生産 <ul style="list-style-type: none"> ◆土佐茶産地の振興 ◆薬用作物の振興 ◆園芸品目別総合支援(再掲) 日本型直接支払制度の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆中山間地域等直接支払制度の推進 ◆多面的機能支払制度の推進 事業戦略の策定・実行支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆こうち型集落営農と法人化へのステップアップ(再掲) ◆中山間農業複合経営拠点の県内への拡大(再掲) 	<ol style="list-style-type: none"> 規模に応じた販路開拓、販売体制の強化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】集出荷施設の再編統合等による集出荷体制の強化 ◆卸売市場と連携した業務需要の開拓 ◆加工用ニーズへの対応 ◆【新規】とさのさとを活用した地産外商の強化 ◆こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓 <p><花き></p> <ul style="list-style-type: none"> ◆展示商談会や、スポーツイベント等を活用した販促・PRの強化 農産物の輸出の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】JA高知県、とさのさとを活用した農産物の輸出の強化 ブランド化の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆高知家プロモーションの活用やパートナー量販店等との連携による販促、PR 	<ol style="list-style-type: none"> 新規就農者の確保・育成 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】U・ターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化 ◆【拡充】畜産の担い手確保に向けた体制の強化 ◆【拡充】雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化 ◆【拡充】農業の担い手確保に向けた研修体制の強化 ◆実践研修・営農定着への支援 家族経営体の強化及び法人経営体の育成 <ul style="list-style-type: none"> ◆家族経営体の経営発展に向けた支援 ◆【拡充】法人経営体への誘導と経営発展への支援 ◆【拡充】経営体を支える労働力の確保と省力化の推進 農地の確保 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】担い手への農地集積の加速化 ◆【拡充】園芸団地の整備促進 ◆国営緊急農地再編整備事業の推進 	<ol style="list-style-type: none"> 次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】次世代型ハウス等の整備支援(再掲) ◆【拡充】Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化(再掲) ◆【拡充】地元と協働した企業の農業参入の推進(再掲) 関連産業の集積 <ul style="list-style-type: none"> ◆食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進 農地の確保(再掲) <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】担い手への農地集積の加速化(再掲) ◆【拡充】園芸団地の整備促進(再掲)
--------------------------	---	---	---	---	---

現状

県では、オランダの先進技術を、高知の気候条件やハウスの構造、栽培品目などに合わせて改良を重ね、「次世代型こうち新施設園芸システム」として進化させて確立し、平成26年度から、県内各地に広く普及するため、環境制御普及推進員の配置や環境制御装置の導入への支援等に取り組んできた。



【環境制御技術の導入事業の活用】

- 事業の活用により、年々、環境制御技術の導入面積が増加。
- H29から、国の産地パワーアップ事業の活用を基本に、事業要件にあわないもの（50万円未満のもの等）を県の環境制御技術普及促進事業で支援。

増収効果や支援事業をPR!!

- 学び教えあう場での検討会
- 環境制御技術普及推進員の活動強化
- TV、ラジオでの広告
- メーカー、地元市場等外部パワーによるアプローチ

限界収量突破!!

農業産出額の向上に貢献!!

台風による被害

雇用者不足

省力機器導入申請増加

H29年度の申請戸数490戸に比べ、H30年度末には508戸(見込)と増加しているが……

課題

野菜主要7品目の環境制御導入面積率75%に向けた加速的な普及ができていない

- 要因として、災害による復旧の優先をはじめ、雇用者不足の中、省力化を優先する方や増収効果への対応を懸念し見送る方がみられることがあげられる。

年々進化する環境制御技術に対応するためには技術サポート体制の強化が必要

対策

1 学び教えあう場等のさらなる支援強化

環境制御技術は年々進化しており、新たな課題やさらに高度な環境制御技術の導入のための適正な管理についての支援が必要となってきていることから、県内各地に設置している学び教えあう場等を活用し、**専門のアドバイザーによる直接的な現場技術指導と指導者の技術サポート能力向上**を図る。

拡充 専門アドバイザー

- 専門性の高い
- 新たな課題
- 高度な環境制御技術

サポート能力向上 現場指導

環境制御技術普及推進員

- 推進員が核となったサポート体制の強化により、未導入農家へのアプローチを徹底

学び教えあう場での検討会

- 環境制御技術に係る119箇所の学び教えあう場で情報発信

情報共有

次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会

- 技術フェア、研修会、現地検討会やSNSによる情報発信

2 県農業再生協の「産地パワーアップ計画」の見直しによる省力機器導入

雇用者不足から省力化を優先する方や増収効果への対応を懸念し見送る方がみられるため、また、Next次世代に向け省力化・効率化を図るため、出荷調整機器、自動開閉装置、フッ素系長期展張資材等の**省力化につながる機械・資材の導入が環境制御装置と同時に導入**できるように、国と協議を行い、**県農業再生協の「産地パワーアップ計画」の見直し**を図る。

【県農業再生協の産地パワーアップ計画】

- 県農業再生協議会が策定した「産地パワーアップ計画」は、環境制御技術を導入する産地として、県域での作成を国に認めていただき実施しており、**環境制御装置のリース導入に特化**している。
- ⇒従来の環境制御装置のみに加え、**「環境制御装置+省力化機器・資材」に見直し**

【環境制御装置リース導入】

1棟に導入する環境制御装置一式の本体価格が**50万円以上**

+

【環境制御装置+省力化機器・資材】

拡充

+ 出荷調整機器

本体価格が50万円以上

+ 自動開閉装置

本体価格が50万円以上

3 県の環境制御普及促進事業の継続

環境制御技術の成果が出ており、各産地から事業継続を求める声が多いこと、産地パワーアップ事業についてもH31の継続が見込まれることから、**引き続き、産地パワーアップ事業の要件にあわないもの**について、県の環境制御技術高度化事業として**国とメニューを合わせ実施**する。

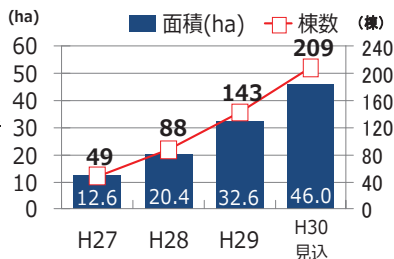
【産地パワーアップ事業の要件】

- その地域において、品目の栽培面積が1ha以上であること
- 機械リースは本体価格が50万円以上であること

現状

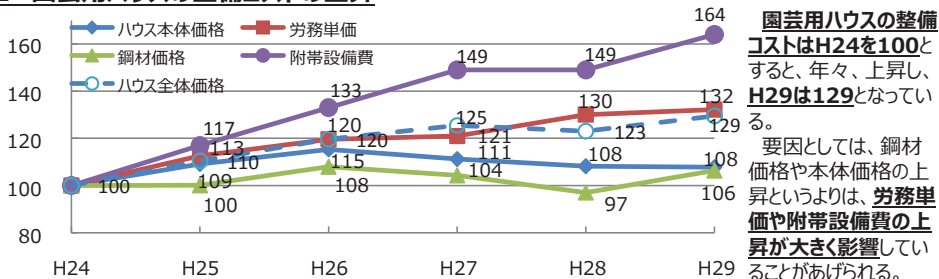
県では、オランダの先進技術を、高知の気候条件やハウスの構造、栽培品目などに合わせて改良を重ね、増収・増益が実現できる「次世代型こうち新施設園芸システム」として進化させて確立し、平成26年度から、県内各産地に広く普及させるため、既存型ハウスへの環境制御技術の普及と、**環境制御機器を標準装備した次世代型ハウスの整備等**への支援を行ってきた。

次世代型ハウスは、四万十町次世代団地をトップモデルとして、県内各地に普及し、平成27年度から**平成30年度末までに、209棟 46.0ha**の整備となる見込み。



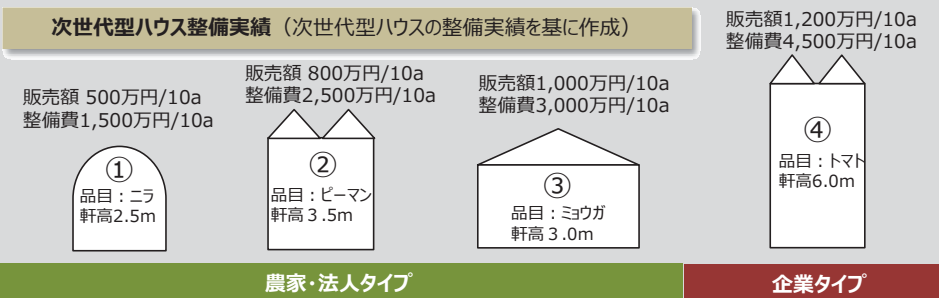
背景

1 園芸用ハウスの整備コストの上昇



園芸用ハウスの整備コストはH24を100とすると、年々、上昇し、**H29は129**となっている。
要因としては、鋼材価格や本体価格の上昇というよりは、**労務単価や付帯設備費の上昇が大きく影響している**ことがあげられる。

2 次世代型ハウスの整備コストが高価



次世代型ハウスの整備費用は、通常の軒高2mの一般ハウス1,000万円/10aに比べ、**1.5倍～4.5倍のコスト**がかかっている。要因としては、軒高の高さや耐風速35m/sから**本体価格が高いことに加え**、長期展張資材や養液栽培システム、統合環境制御等、**コストの高い付帯設備が多く入っている**ことがあげられる。

農家の声



- 次世代型ハウスの見積もり額が高く、あきらめた。若者には投資が大きすぎる。
- 次世代型ハウスの整備計画を立て、補助残額の借入れについて、金融機関等に相談したところ、難しいと言われ断念した。
- 次世代型ハウスを整備し、栽培を開始して、ようやく、必要なスペックがわかってきた。次に規模拡大する時は、**スペックを見直し、もっと安上がりに整備できる自信**がある。

課題 【次世代型ハウスの普及と若者の参入】

若者は、農業経営発展に向けた投資意欲は高いが、次世代型ハウスの整備コストが高い。地域農業の持続的発展には、若者の参入と長期にわたる営農継続が不可欠。

将来を見据え、今、若者への次世代型ハウス参入支援が必要！

整備コストの低減
初期投資の低減

【H30の対応】

整備コスト低減に向け、次世代型こうち新施設園芸推進協議会で検討

- 経営規模や品目、コストに応じた次世代型ハウスのスペックの検討
- スケールメリット及び労務単価や付帯設備費を考慮した入札の検討
(スケールメリットを考慮した規模、十分な工期、ハウス本体と付帯設備の分離入札等の検討)

対策 【若者をターゲットとした負担軽減】

整備コスト低減に向けた活動を続けていくとともに、初期投資低減に向けた取り組みを強化

【次世代型ハウスのレンタル方式の強化】

- 産地パワーアップ事業や次世代型ハウス・農業クラスター促進事業を活用して、**企業や法人農家が賃借用ハウスを建設しレンタルを行う方式を開始**
(企業の場合は、認定農業者として市町村が認定)

現時点では、レンタルできるのは、JAや市町村のみ

強化
国との協議や要綱等の改正

企業や法人農家もレンタルすることを可能とする

資産のない若者の就農機会が増加!!

企業がレンタルする場合
農業経験のない企業では、賃貸先農家との連携により、栽培技術を早期習得!!

法人農家がレンタルする場合
雇用就農者の独立やのれん分け等が容易に!!

JA
市町村

レンタル方式は初期投資が低減でき、人気!!

JA
市町村

企業
法人農家

【次世代型ハウス整備への支援拡充】

さらに借り受けた若者が独立自営で面積拡大!!
若者が法人農家に発展自分もレンタルしてあげる!!

■ 補助事業の支援拡充

国費を活用して45歳未満の若者が次世代型ハウスを整備する場合に、**10%の加算**を行うことで、国費を活用したよりスペックの高い次世代型ハウスの初期投資を低減し、**若者の参入意欲を高め、次世代型ハウス参入増加**を図る。

・対象者は45歳未満であって、認定農業者または青年農業者の認定を受けた者とする。

- 認定農業者：市町村が農業経営基盤強化法に基づき認定
スーパー資金等の低利融資制度、農地流動化対策等の活用が可能
- 青年農業者：知事が次代の中核的農業経営者を目指す優秀な農業青年として認定

・地域農業の中心を担う若者が、20～30年間の長期に渡り、安心して安定した経営を次世代型ハウスで継続

→ 生産性が高く、より災害に強い耐風速50m/sの次世代型ハウスの整備拡大

○想定整備事業費 7,500万円(整備費2,500万円/10a、整備面積30a)

事業区分	合計補助率	補助金額	自己負担	備考
強い農業づくり交付金等(産地パワーアップ)	50% (国)	37,500千円	37,500千円	耐候性ハウス(耐風速50m/s)・軒高3.5m未満 補助限度額3,300万円/10a
New +次世代加算(10%)	60% (国+県)	45,000千円	30,000千円	同上

- **施設園芸農業の飛躍的発展** (園芸農業生産性日本一を誇る本県の施設園芸農業の更なる生産性向上を図る)
 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**
 ⇒ **栽培、出荷、流通までを見通したIoPクラウドを構築し、AIにより営農支援** (「次世代型施設園芸システム」を「Next次世代型」へと進化)

《次世代型》 高収量・高品質

- 温度、湿度、炭酸ガス濃度など
- **ハウス内環境を見える化** (ほぼ手動で制御)
- 次世代型ハウス | 46ha(H27~H30見込)
- 環境制御技術 | 50%の農家に普及 (主要7品目)

進化

《Next次世代型》

超高収量・高品質化

高付加価値化

超省力化・省エネルギー化

IoPクラウド

- 「ハウス内環境」+「生理・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 ⇒ 産地全体としてSuper四定へ (定時、定量、定品質、定価格)
- さらに**出荷量・出荷時期の予測、作業の効率化**

- **施設園芸関連産業群の創出・集積** (関連する機器・システムを開発し、県外・海外にも販売する)
- **IoP専門人材の育成**

最先端の研究

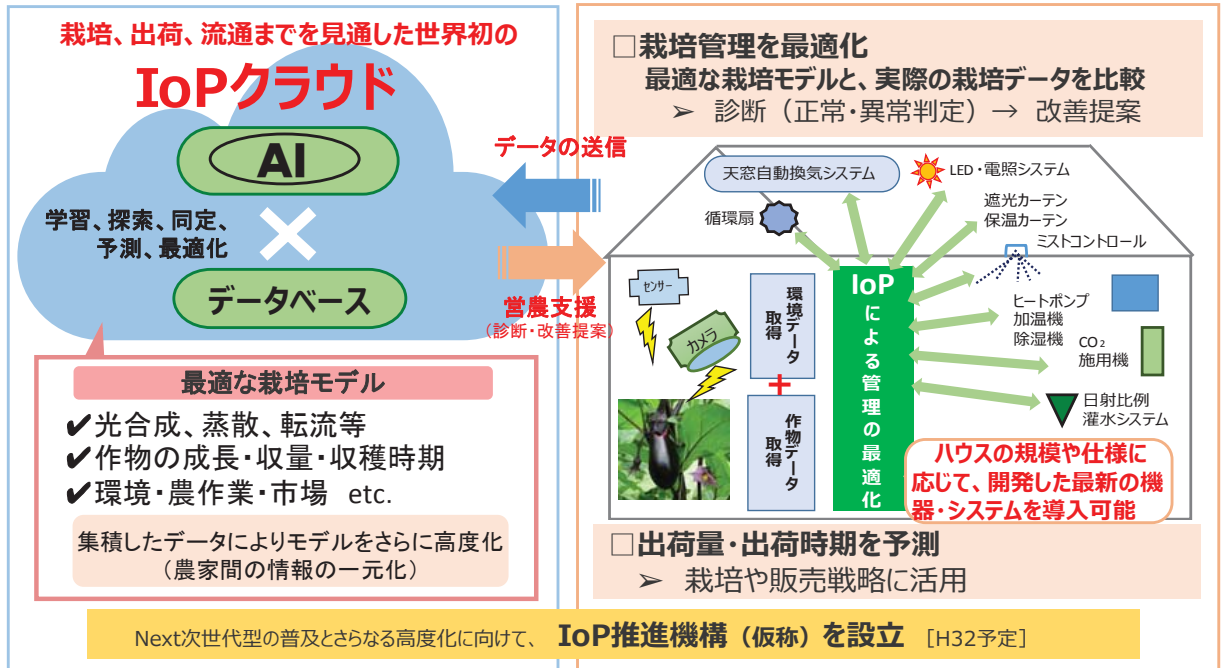
生産システム	作物の生理・生育の可視化による生産の最適化 労働 (時間と技) の可視化による匠の技の伝承
省力化技術	生産や収穫作業の自動化、省力化技術の研究
高付加価値化	特定の機能性成分等を強化した品種や栽培方法の開発、 医科学的検証
流通システム	出荷量・出荷時期等の予測システム開発
統合管理	システム全体の最適化、ネットワークインフラの研究 等

世界トップレベルのIoP研究の拠点を目指す

IoP専門人材の育成

- I o P 連携プログラム (修士課程) の展開
 高知大学農学専攻 (改組) × 高知大学医科学専攻 × 高知工科大
- I o P 教育プログラム (学士課程) の展開
- I o P 塾、土佐 F B C (研究開発人材育成コース) の開校 等

クラウド構築・運用 (データに基づく営農支援)



推進体制

高知県Next次世代型施設園芸農業に関する産学官連携協議会
 【会長】尾崎正直 高知県知事 【事業責任者】受田浩之 高知大学副学長
 高知県、高知大、高知工科大、高知県立大、JA中央会、園芸連、
 工業会、IoT推進ラボ研究会、四国銀行、高知銀行

KPI

- ① 野菜の産出額を130億円増加させる H29推計 | 621億円→10年後 (H39) | 751億円
- ② 新規雇用就農者を1,000人増加させる
- ③ 専門人材育成プログラム受講生の地元就職・起業数100人を達成する
- ④ 施設園芸関連産業群の集積：機器・システムを100億円販売する 等 ※②~④は10年間の累計

現状

○企業の農業参入については、農業者自らが法人化したものが多く、**異業種からの農業参入は46法人と全体（180法人）の約3割に留まっている。**

異業種からの農業参入の状況（平成29年）



○市町村の中には積極的に誘致活動を行い、企業の農業参入に成功している事例がある。参入意欲がある企業も多く、成功事例を見て、**企業誘致に対する市町村の意欲も高まっている。**

（成功例）日高村 ⇒ **（株）イチネン農園を誘致**
ポイント！→村が地権者の意向を調査、必要な農地確保・施設整備を支援

課題

【課題1】土地の確保

企業の農業参入にあたっては、**企業の求める条件の用地確保が最大のネック**。地域の土地情報の収集と、地権者への支援策に加えて、耕作者に農地を提供いただくための対策が必要。

【課題2】企業と市町村とのマッチング

日高村の成功事例からも市町村の協力は不可欠である。これまでは、企業から相談があった場合、個別に市町村へ照会を行っていたが、市町村の農地確保や支援措置等の受入体制の**情報が整備できていなかった**ため、**効率的、効果的なマッチングができていなかった**。

【課題3】企業へのPR

市町村別の情報がいないことから、**企業に対して候補地や栽培品目等の具体的な提案が十分にできていない**。

対応策

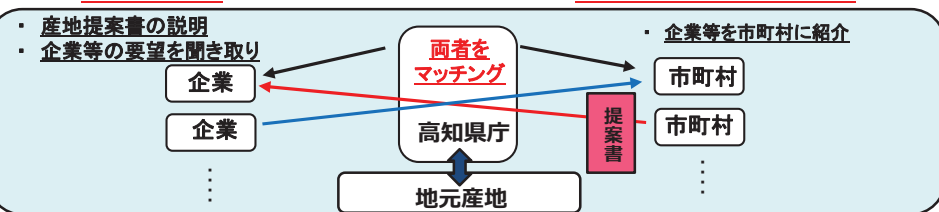
取組1 土地の確保対策の強化（別途バージョンアップを作成）

- ①市町村による土地情報の収集支援** 補助先：市町村 補助率：定額
市町村が企業版産地提案書等に基づいて行う農地活用の意向調査や農地所有者の同意を得るための活動、農地の情報収集等に**必要な経費を助成**する。
- ②耕作者への支援**（別途バージョンアップを作成）
地権者に代わり土地を維持管理してきた耕作者への用地提供に対する支援
- ③地権者への支援（H30予算対応済み）**
1ha以上の園芸用地を20年以上賃借いただける地権者へ協力金の支援

取組2 企業と市町村とのマッチング体制の強化

地域の振興品目や周辺環境の情報、提供できる土地の情報などを記載した**「企業版産地提案書」**を全市町村での作成を目指し、**地域情報として企業へ提供する**。

また、**提案書を元に**、地元と協働できる企業と市町村を**マッチングさせる体制を強化**する。



取組3 企業への誘致活動強化

「企業版産地提案書」を活用して、県内外でのPR活動を強化

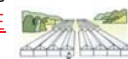
- ・参入希望企業が参加する**「農業参入フェア」**に参加
- ・企業へのPR強化を図るため、**企業の農業参入支援ホームページを作成**。
- ・民間金融機関と連携して**企業の農業参入セミナー**を開催。
- ・高知南国国営農地整備事業の園芸団地構想を見据えて、農業参入に関心のある企業への積極的な新規訪問・再訪問を行い、企業誘致活動をさらに強化。



地元と協働した企業の農業参入による産地の活性化

(1) 企業という新たな地域の担い手育成

参入企業という新たな担い手が地域に定着することで、**基幹品目の生産面積・生産量の維持**に貢献！



(2) 企業参入による雇用就農の増加

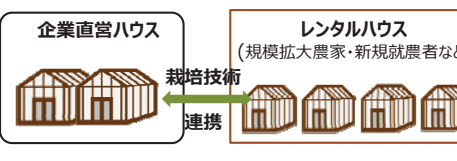
企業による大規模次世代ハウスの整備により、雇用就農が増加。雇用の場の創出により、県外からの**移住者も積極的に呼び込む！**
雇用就農で技術と資金を蓄え、将来は自立経営を目指す若者が増加！



(3) 参入企業による地域の担い手育成

参入企業によるレンタル方式の次世代型ハウス整備により、**若者が次世代施設園芸へ参入できる機会が増加！**

規模拡大農家もビジネスパートナーとして企業と連携した営農を展開。



(4) クラスタ形成による地域活性化

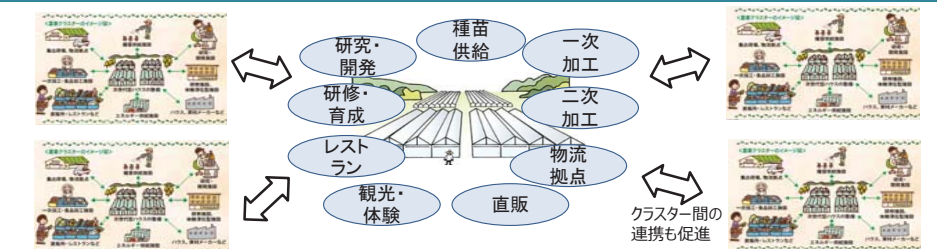
参入企業を中心に、関連産業を集積し、農業クラスターを形成することで、地域経済の活性化と**若者が定着する魅力のある地域づくり！**



(5) 企業間の情報の場づくり

県内各地域に参入企業が進出することで参入企業間の情報交換の場づくりを進め、**企業間の連携や新規事業化**を促す。

(6) Next世代の取り組みによる大規模クラスターの形成



肉用牛の生産基盤の強化

-JA・市町村・県の連携による肉用牛経営の安定に向けた新たな基金の創設-

現状

☆土佐和牛頭数は25年度以降増加
25年度3,787頭→29年度4,818頭
(4年間で1,031頭増)

☆これまでの増頭対策は初期投資を中心にした支援

子牛・母牛を増やす

- ・雌子牛の市場導入、自家保留の支援
- ・肉用牛導入基金による繁殖雌牛の貸付け
- ・受精卵移植による土佐あかうし増頭対策

畜舎・機械を整備する

- ・畜産クラスター事業等による畜舎整備や機械導入への支援

担い手を確保する

- ・就農相談窓口の設置
- ・県域「産地提案型」による研修支援
- ・畜産担い手育成畜舎の整備（32年度）

☆さらに生産性向上に取り組む

生産性を向上する

- ・IoTを活用した個体管理の見える化による繁殖成績の向上

課題

- ☆肉用牛経営は所得の確保までに年月を要する（雌牛の導入から子牛出荷）
→その間、多額の飼養管理経費が発生（飼料費、診療費、種付料、敷料費など）
- ☆飼料価格、子牛価格の高騰により、新規や規模拡大農家を困る肉用牛農家の資金不足は深刻
- ☆既存事業では子牛価格の上昇に対応できる支援がない

うちの市町村にも基金が欲しい！



地域から支援要望あり

高いけど、やっぱりいい雌牛欲しい！

規模拡大農家や新規畜産農家は

- ① 新しい牛舎が欲しい
- ② 牛が欲しい
- ③ 効率的に飼いたい
- ④ 資金が欲しい

既存事業



畜舎・機械を整備する



子牛・母牛を増やす



生産性を向上する



3年目まで収入が無かった！！

・エサ代、衛生費
どうしよう。
・貯めてた子牛導入
資金を回さないと。

対策

- ☆肉用牛導入に必要な経費に幅広く対応する基金の造成への支援
- ・官民共同による基金造成（産地JAと市町村が造成する基金に、県が上乘せ）
- ・地域での取組を、県内各市町村へ展開

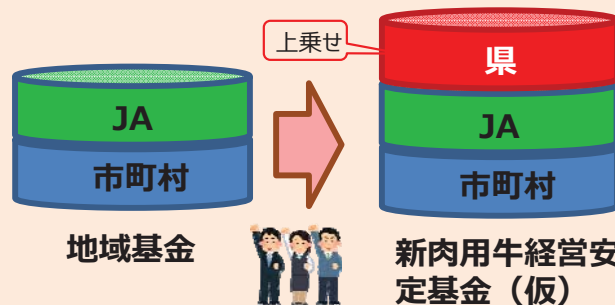
新しく整備した牛舎に無理なく牛を導入できたよ



規模拡大農家

地域

各市町村へ展開



☆基金のメリット☆
(既存資金との比較)

- ・肉用牛農家であれば誰でも利用可能
→認定農業者に限らない
→年齢制限がない
- ・無利子
→新規就農者に限らない
- ・迅速な資金供給
→3日程度

安心して牛を飼い始めることができるね。がんばるぞ！



新規就農者

補助対象：肉用牛素畜費・導入経費・自家保留経費等
(限度額：90万円/頭)

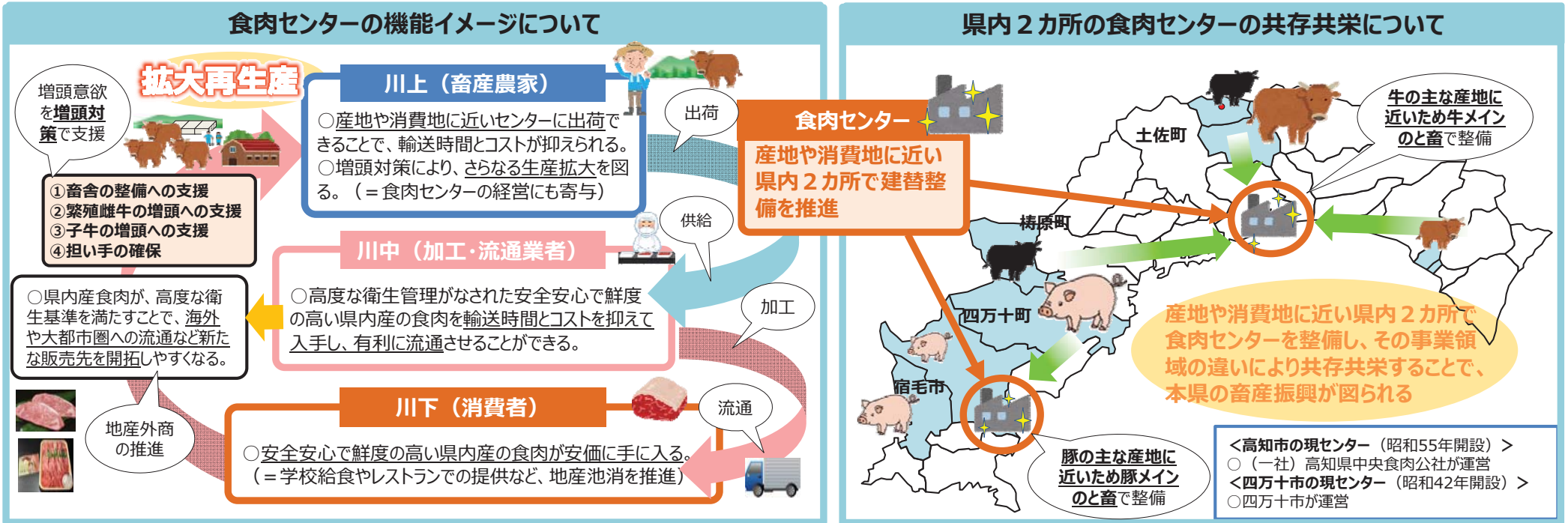
<地域の実例>

- ☆土佐町肉用牛増殖対策基金
 - ・JA土佐れいほく、土佐町が運営
 - ・貸付対象は、素畜費・導入経費・自家保留牛経費など増頭に資する経費に幅広く対応
 - ・限度額40万円、貸付期間3年以内、無利子
- 産地づくりに大きく寄与
土佐町での肉用牛頭数：平成25年度603頭→平成29年度1,049頭
(4年間で446頭増)

☆新食肉センターでのさらなる
と畜頭数の増加につながる

- 食肉センターは、畜産農家だけではなく、流通加工業者、小売業者、飲食店、宿泊業者など、**関連事業者の裾野が広く**、川上から川下までの取り組みを好循環させ、拡大再生産につなげるために**極めて重要な公共インフラ**であり、本県の**畜産振興、安全・安心な食肉の供給**という観点から、**県内に存続し、産地や消費地の近くにあることが求められる必要不可欠な施設**である。
- 県内2か所の食肉センターは、耐用年数が経過し老朽化が進んでおり、可能な限り早期に建替整備を行う必要があるため、**高知市のセンターについては2022年度、四万十市のセンターについては2023年度の操業に向け、関係者と連携して整備を推進する。**
- 建替整備に当たっては、県内における牛や豚の産地を考慮し、**高知市の食肉センターは牛メイン、四万十市の食肉センターは豚メイン**のと畜とし、その**事業領域の違いにより共存共栄**することで、本県の畜産振興が図られる。

1 食肉センターの機能と県内2か所で共存共栄することによる畜産振興について



2 県内2か所の新食肉センターの整備スケジュールについて

項目	整備の方向性	2018 (H30年度)	2019 (H31年度)	2020	2021	2022	2023
高知市の新食肉センター (民設民営)	<ul style="list-style-type: none"> ○牛の主な産地は、嶺北・東部地域であり、産地に近い食肉センターが必要との観点から、牛メインのと畜とする。 ○産振計画に基づく増頭計画を着実に実行するとともに、従来のと畜事業に加え、新たに部分肉加工、セリ、内臓販売等の機能を取り込むことで黒字化を図る。 	協議会設立	協議会で事業実施	新会社設立	新会社で事業実施 (民設)	新会社が運営 (民営)	
四万十市の新食肉センター (公設民営)	<ul style="list-style-type: none"> ○豚の主な産地は、四万十町や幡多地域であり、産地に近い食肉センターが必要との観点から、豚メインのと畜とする。 ○新たな養豚場の整備等により豚のと畜頭数を増加させることでさらなる黒字化を図る。 	基本計画策定	基本設計	新会社設立	新会社で事業実施 (公設)	新会社が運営 (民営)	
			8		強い農業づくり交付金(国)の活用		

① 生産効率の改善

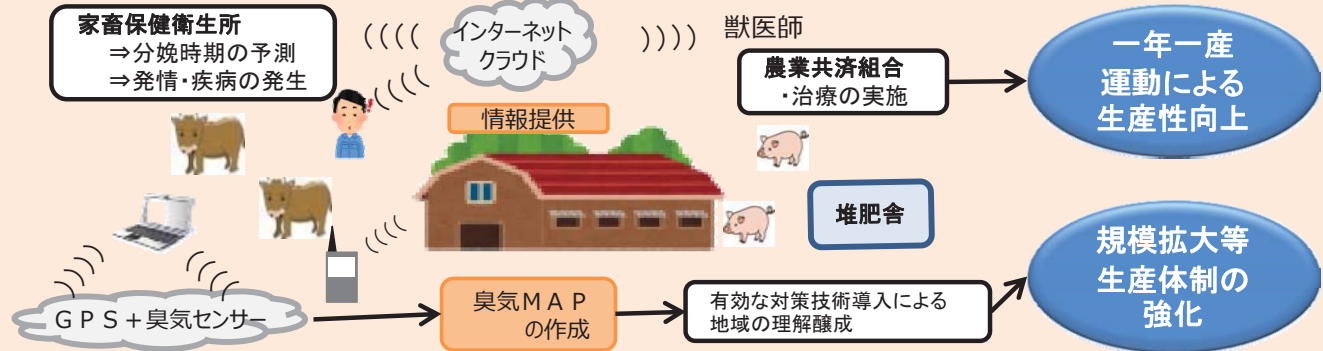
☆肉用牛の個体管理への利用 (IoTの活用)

- ① 牛にセンサーを取り付け、行動変化の随時計測による発情発見
- ② センサー情報の一元集約化による分娩時期等の予測

② 生産施設の充実

☆環境対応型施設の整備

- ① 農家個々に応じた環境負荷軽減のための新技術の検討
- ② 臭気対策の必要箇所と対策効果の見える化 (臭気マップ)



① ☆肉用牛の個体管理への利用 (IoTの活用)

【現状】30年度の取組

- 畜産試験場でIoT機器の発情発見の精度検討 → 「土佐あかうし」でも高い検知率 (91.6%)
- 行動変化の異なる飼養形態 (繋ぎ飼い・放牧飼いやなど) 別によるIoT機器の発情発見の精度



31年度の取組

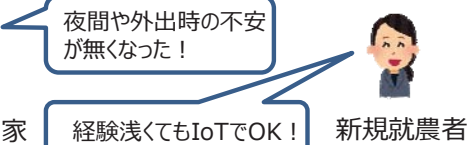
- ・家畜保健衛生所へのIoT機器 (センサー親機、子機) の配備
- ・飼い方が異なるモデル農家での実証、地域内データ共有の検討



32年度以降

普及に向けた取組

→活用可能な農家への導入支援 モデル農家 経験浅くてもIoTでOK! 新規就農者



② ☆環境対応型施設の整備

【現状】30年度の取組

- 新技術の情報収集や先進地事例調査 → 技術研修会の開催や有効性の確認
- 農家毎の対策必要箇所や有効技術が不明

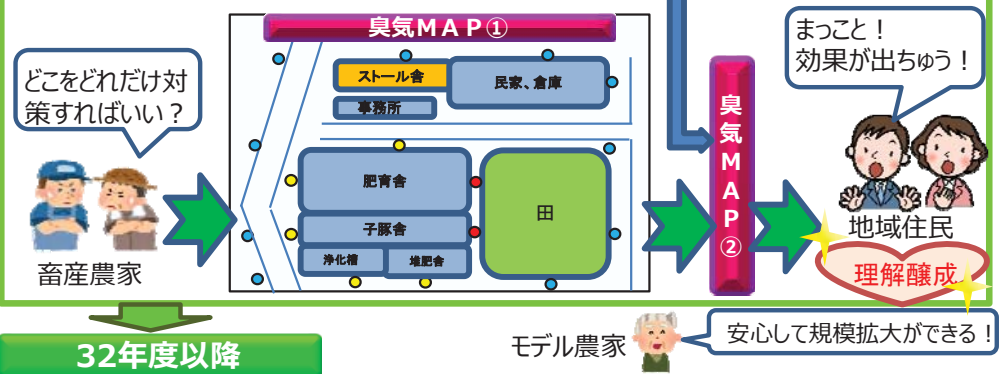
様々な臭気対策技術

- ・臭気吸着分解シートの利用
- ・畜産臭気を良い香りに変える香料の散布
- ・オゾンガスによる脱臭 & 排水浄化技術 など

31年度の取組

- ・臭気マップ作成技術の検証
- ・モデル農家での実証 (課題と対策効果の見える化)

- 臭気MAP ①課題箇所の見える化
- ・臭気センサーによる測定
- ・農場地図への落とし込み
- 臭気MAP ②対策効果の見える化
- ・有効な対策技術の導入



32年度以降

普及に向けた取組 →要望農家への導入支援 →地域における環境対策の自立

低コスト

- 基本的な臭気対策 (糞便の早期分離、こまめな清掃など) ... 指導・助言
- 安価な資材による対策 (消臭シート、臭気対策香料など) ... 導入支援
- 新設に伴う対策 (バイオフィルター、ウインドレス化など) ... 国事業の活用

高コスト

現状

◆ 地域農業を支える組織は、県内全域に広がっており、また、事業戦略づくり等を通じて、組織の維持・発展につながっている。

地域農業を支える組織



生産基盤を下支え

日本型直接支払制度
(中山間地域等直接支払・多面的機能支払)

- 集落営農組織
集落営農組織数 H27:204 ⇒ 現在: 217
うち ころち型 H27: 32 ⇒ 現在: 59
法人 H27: 16 ⇒ 現在: 25
- 中山間農業複合経営拠点
複合経営拠点数 H27: 4 ⇒ 現在: 17
- 中山間地域等直接支払
集落協定数 H27:565 ⇒ H29: 595
- 多面的機能支払
活動組織数 H27:347 ⇒ H29: 354

課題

◆ 農地の利用調整や労働力の確保、機械の共同利用などを、組織間連携によりカバーし合う仕組みが必要。

《個々の組織の共通課題》

- > オペレーターや作業員等の労働力不足
- > 広範囲に分散した農地や条件不利地では作業が非効率
- > 機械や施設の大型化が困難
- > 省力化・効率化のためにスマート農業の導入が必要
- > 担い手の確保育成のために受入体制づくりが必要
- > 農業者の減少により農地の維持管理が困難

バージョンアップのポイント

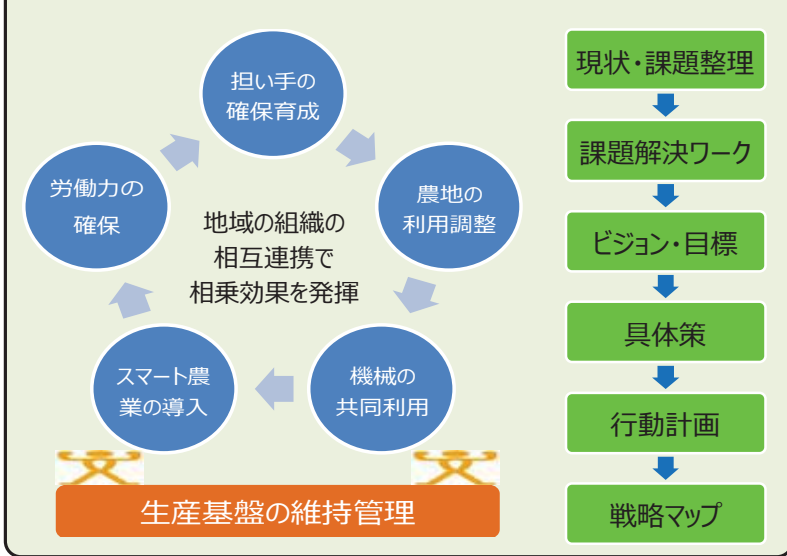
「地域農業戦略」による好循環のシステムの構築

- ① 組織間連携による「地域農業戦略」づくり
 - ・ 地域(旧市町村単位以上)の組織が連携し、地域農業の進むべき道しるべとなる「地域農業戦略」を策定
 - ・ 戦略では、農地の利用調整や労働力の確保、機械の共同利用などを、組織間による相互連携を検討
- ② 「地域農業戦略」の策定・実行の支援体制の構築
 - ・ 「地域農業戦略」の策定から実行に至るまでを支援する体制を構築

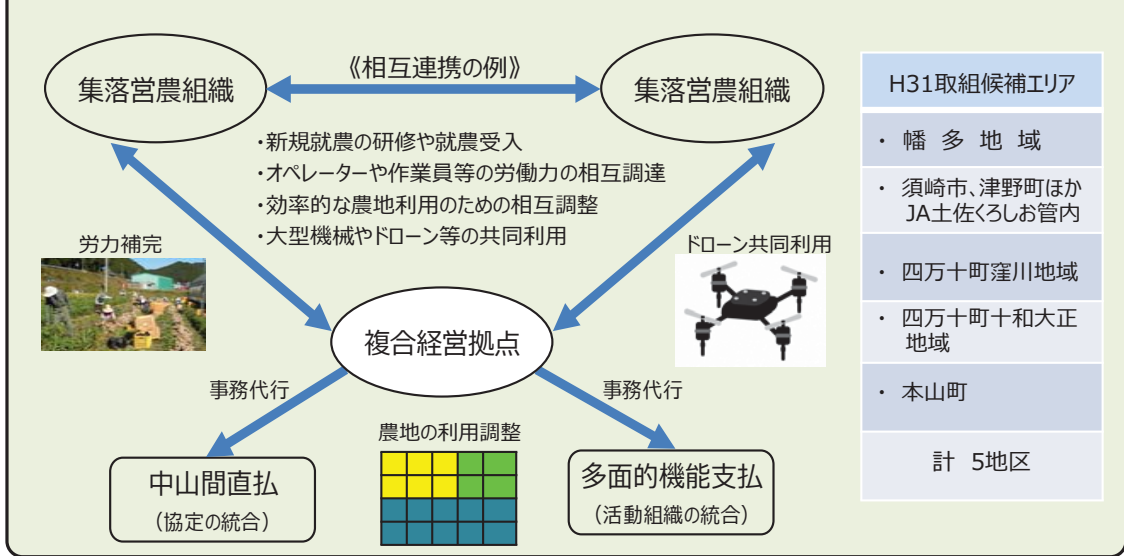
地域農業戦略の概要

◆ 目的：地域農業の将来ビジョンの実現に向けて、地域の組織が相互連携し、取り組みを循環させる「地域農業戦略」を策定
 ◆ エリア：旧市町村単位以上 ◆ 策定主体：地域農業戦略協議会(仮称) ◆ 実施主体：複合経営拠点、集落営農組織、中山間地域等直接支払の集落協定、多面的機能支払の活動組織等

地域農業戦略のイメージ



地域農業戦略の展開イメージ



地域農業戦略協議会(仮称)

◆ 協議会の構成メンバー：
県(地域農業推進課、農業振興センター)、市町村、JA、農業委員会、土地改良区、複合経営拠点、集落営農組織等

◆ 協議会の役割：
・ 地域農業戦略の策定・実行

県域の支援チーム

地域営農アドバイザー(専門家) + 農業振興部関係課

現状

- ・JA中央会をはじめ、関係機関と連携のもと、各産地からの要望に即し、H28年度以降、**7箇所の集出荷施設の再編統合や高度化**を図ってきた。
- ・整備した各産地では、省力化や効率化が実現でき、産地強化につながっている。

課題

- ・**県域の集出荷体制の強化に向けた具体的な計画がない**ため、各産地での集出荷に係る課題解決に留まっており、スケールメリットによる効率化や低コスト化を実現する**広域の集出荷施設の整備が進んでいない**。
- ・園芸流通センターをはじめ、**主要な集出荷施設が、南海トラフ地震の津波浸水地域内**にある。
- ・集出荷施設での**労働力不足が深刻化**しており、**作業の効率化や省力化に向けた取り組み**が急務となっている。



対策

(1) 県域の新たな集出荷体制・仕組みづくり

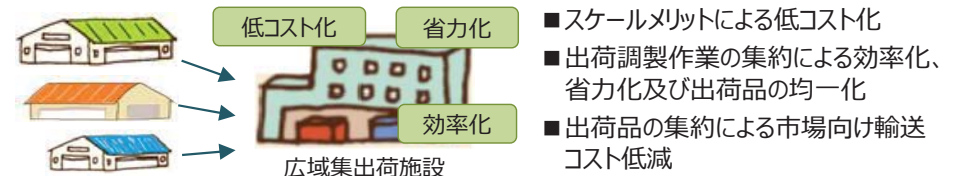
- ・県域の集出荷体制の強化に向け、J A 高知県の発足を機に、新たに策定する計画について、**計画策定の段階から県が参画**。
- ・計画においては、J A 高知県と連携し、県域の集出荷体制の強化に向け、拠点となる**広域の集出荷施設の整備**をはじめ、**南海トラフ地震対策**や**出荷調整ラインのさらなる自動化**等を盛り込み、課題解決に取り組むとともに、**生産者の出荷調整労力の軽減**や**出荷コストの低減**につなげていく。

(2) 集出荷施設での作業の効率化や省力化

- ・労働力不足に対応するため、出荷調整ライン等の高度化や導入を支援するとともに、作業の効率化や省力化を実現できる**トヨタのカイゼン方式の手法**を、**集出荷施設に導入**する。

計画に沿って、順次、集出荷施設等の整備を行い、**将来にわたって産地を支える集出荷システムを構築!!**

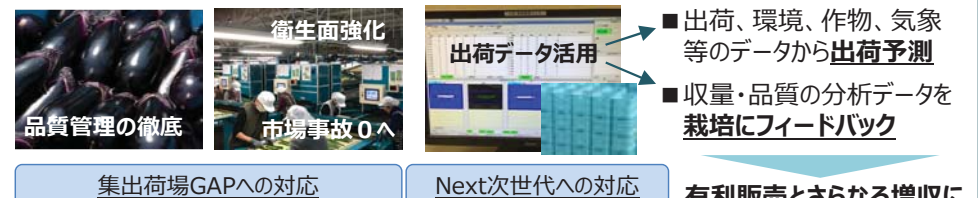
(1) 集出荷施設の再編統合による拠点となる広域集出荷施設の整備



(2) 出荷調整ラインのさらなる自動化や出荷作業の効率化

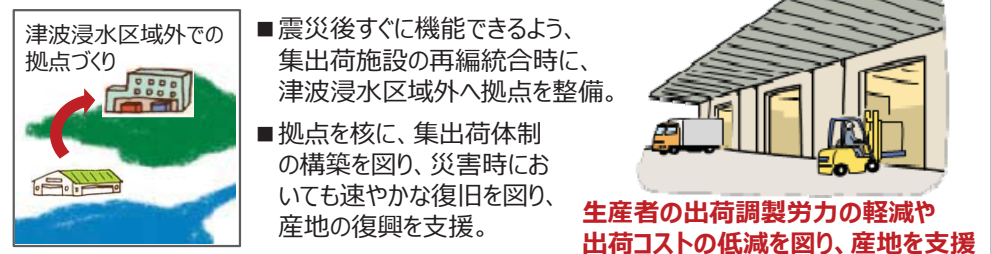


(3) 品質管理の徹底や出荷データ活用に向けた施設の高度化と仕組みづくり



有利販売とさらなる増収に向けた新たな仕組みづくり

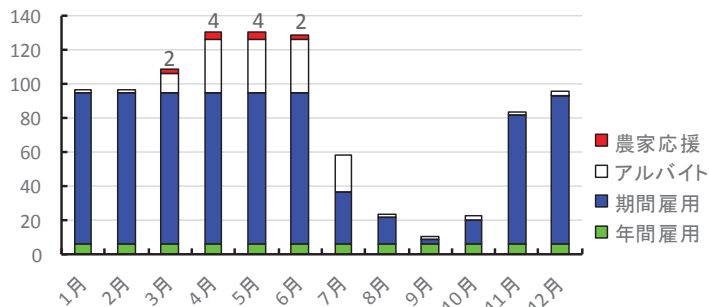
(4) 南海トラフ地震に対応した集出荷体制の構築



JA集出荷場の現状と課題

集出荷場とは・・・

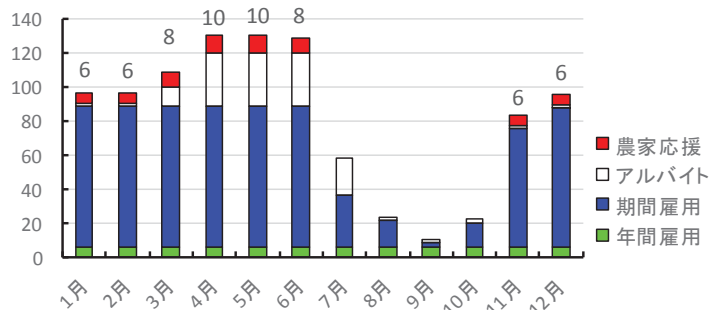
- 選果から出荷までの作業を請け負うことで
 - ・ 農家は栽培管理に専念、個々の農家のリスク分散
 - ・ 出荷用の段ボール等の資材費、流通コストの低減
 - ・ ロット拡大により取引力が強化、販売メリット分配



JA高知春野集出荷場の月別の作業者数 (1日平均の実人数)
※ 数字は「農家応援」の人数

- 収穫ピーク時を中心に労働力が不足
- 新たな雇用の確保は困難 (賃金を上げてても人がこない)
- 農家の動員も常態化 (アルバイトの確保が難しい)
- 農家も高齢化 ⇒ 今後のさらなる労働力不足が懸念

このままだと今後は・・・



JA高知春野集出荷場の月別の作業者数
※ 数字は「農家応援」の人数

- JA集出荷場の労働力不足はさらに深刻に
- 農家の応援の必要性が増加 ⇒ 農家の労働負荷が拡大

対策と効果

【現在、モデル経営体では・・・】

- **カイゼン手法を活用して労働生産性向上を目指す**
【対象】 6モデル経営体 (施設ピーマン、トマト、ニラ、ネギ、花き)

現場改善 (ムリ・ムダ・ムラ削減) 手法を習得し、現場の課題を自らが解決できるよう専門家が指導・助言

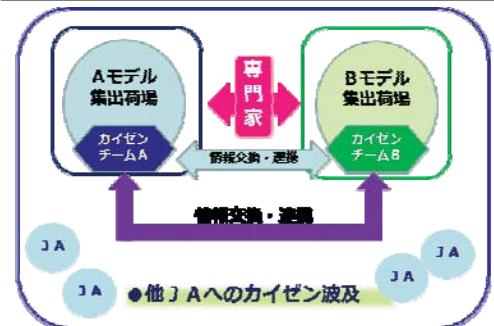


気づき、改善意欲の発現
農業分野でも効果がみられ始める
集出荷場の労働力不足対策としても期待

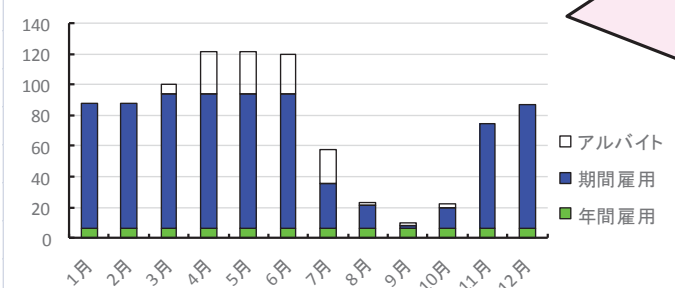


- **モデル集出荷場を選定しカイゼン方式を導入 (補助金：補助率1/2)**

- ・ モデル集出荷場2カ所を選定し、先行指導 (2年)
- ・ JAは、現場のリーダーで構成する「カイゼンチーム (3~5名程度を想定)」を中心にコンサルの診断・助言事項を自ら実行することにより手法を習得 →→ 他地域に効果を波及



ムダをなくす事により、必要な雇用人員を削減



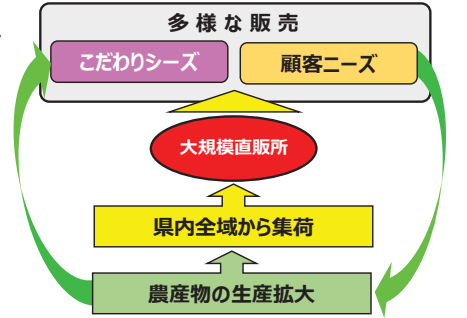
JA高知春野集出荷場の月別の作業者数

- 農繁期 (11~6月) の必要人員が8名減ることで
○JA：コスト削減！
8ヶ月 × 8時間 × 800円/h × 8人 = 12,288,000円
- 農家：
・ 手数料削減による所得向上
12,288,000円 ÷ 8,000t × 40t/20a = 61,440円
(平均的な20aの農家を想定)
× 60t/30a = 92,160円
× 120t/60a = 184,320円
- ・ 農家の労働負荷の軽減 →→栽培に専念！

フードチェーンのポイント

◆大規模直販所を核とした双方向の物流情報によるフードチェーン

- ①大規模直販所に県内全域から多種多様な農産物が集荷
- ②大規模直販所から双方向（シーズ・ニーズ）の物流情報を発信
- ③大規模直販所を核に川上から川下までのフードチェーンを構築



フードチェーンによる拡大再生産

①本県農産物の逸品を外商

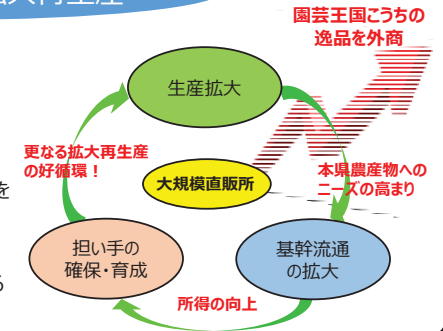
・県外の実需者や消費者への本県農産物の良き広告塔になることで、市場を通じた基幹流通にも良き成果につながるという好循環を生み出す

②系統出荷の求心力の向上

・集荷と多様な外商による系統外・こだわりの生産者を系統に誘導といった系統出荷の求心力を高める

③生産者の所得向上

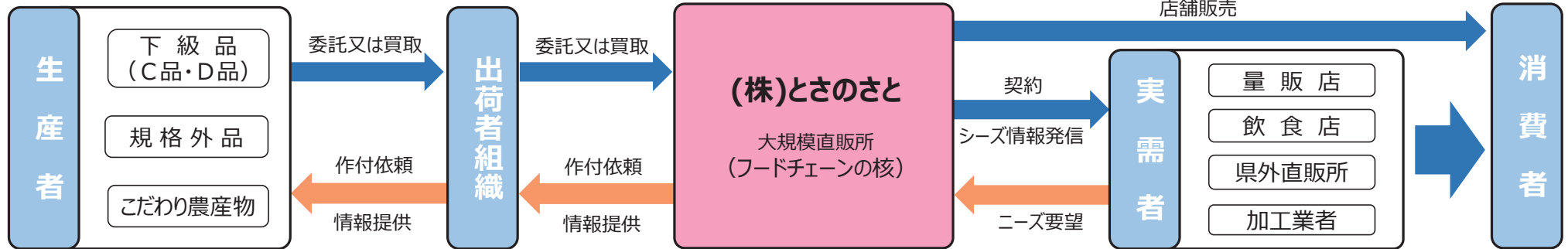
・これまで売り先のなかった規格外品も集荷・販売することで、生産者の所得向上を目指す



川上（生産）

川中（流通）

川下（販売）



出荷の確保

確実に農産物が集まる
仕組み作りが 最優先

○生産者のアプローチ

- ・既存の直販所出荷者への拡大要請・提案
- ・こだわり生産者への出荷要請・提案
- ・新たな生産者の掘り起こし
- ・販路拡大PT・加工業務PTとの連携

○栽培支援

- ・JA、農振センターとの連携

企画提案

- ・生産状況の把握(実需への提案へ)
- ・ニーズ情報の提供、品目提案
- ・販売方法(パッケージ、規格等)の提案
- ・取引情報フィードバック、取引先の提案

店舗販売

- ・品揃え、数量の安定確保
- ・少量品目など販売トライから定番化へ
- ・こだわりの組合せ商品化(ギフト等の提案)
- ・産地情報発信 など

店舗外販売（県内・県外）

- ・県内施設(給食、福祉、観光等)向け商材確保・提案
- ・県内飲食店への取引提案
- ・「とさのさと」ブランドによる販路開拓(統一パッケージによるギフト対応)
- ・県外直販所向けの販売展開

販売計画の策定

- ・販売実績等に基づいた生産提案、営業戦略の策定と進捗管理

販路開拓・確保

- ・ニーズ調査による産地への提案
- ・カタログ販売の拡大(専門店、百貨店、ゆうパック等)
- ・県外直販所での販売
- ・高知家の魚応援の店との取引開拓
- ・関西地区への消費開拓
(例:ドクターオブジァース、厳選食品安心堂)
- ・多様なニーズへの対応(産地調整)
- ・商材提案、高知県のPR(情報発信)

地産外商公社との外商・営業連携

高知県農産物の輸出強化

○これまでの取組

- ・市場を経由する間接輸出を進めることで、代金回収のリスク回避や信頼できる輸出パートナーを確保し、ローリスクで輸出を拡大。
- ・「新需要開拓マーケティング協議会(県、園芸連、JA中央会)で、取引市場からの提案により販路を拡大

○成果

販売額(千円)	H28	H29	H30	H31
青果	3,571	10,330	15,000	30,000
花き	6,450	7,252	15,000	20,000

※H28～29は実績

卸売会社への業務委託により定着する品目数 H26:0→ H30:累計6品目

○見えてきた課題

- <生産>・国内需要に応えることが精一杯で、輸出拡大に向けた**更なる増産**が必要
- <販売>・輸出相手国に限られており、輸出先の**多チャンネル化**が必要
- ・本県の主力農産物は輸出の難しい品目(ナスやシシトウなど)が多く、**輸出向けの新たな品目の掘り起こし**が必要

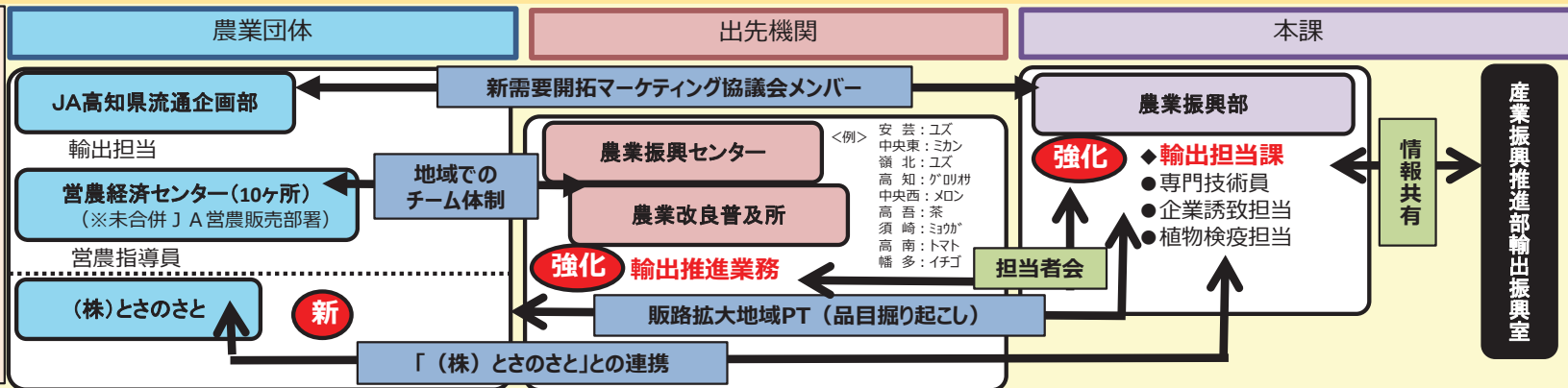
さらなる輸出拡大に向けて生産～販売の好循環を目指す新たな推進体制を構築

推進体制

新

●農産物輸出拡大プロジェクトチーム

- メンバー：右記団体
- チーム長：農業振興部 輸出担当
- 全体会：年4回程度(年間計画策定、進捗確認、活動実績報告等)
- 地域会：農業振興センターと営農経済センターで随時開催
- 検討内容：
 - ・輸出品目の栽培、販売状況 確認
 - ・(株)とさのさとの取扱い品目掘り起こし
 - ・消費地情報の共有
 - ・有望品目の検討
 - ・包装資材等の改良検討
 - ・販促活動の計画策定 等



役割分担

生産拡大

◆輸出品目の増産と有望品目の探索

- ・環境制御技術や次世代ハウスの導入促進による増産
- ・園芸用ハウスの補助事業に輸出向けメニューを新設
- ・高知県農産物輸出推進協議会の活動強化による輸出向け生産意識の向上

- 生産部会へ輸出品目の導入を提案し、輸出向けの生産を拡大する
- 輸出パートナーの産地招へい等を通じて消費地情報を収集し、新品目を検討する
- 園芸用ハウス整備事業輸出メニューの活用

- 環境制御技術や次世代型ハウスの導入を推進する
- 農業団体との連携をさらに強化する
- 販路拡大PTと連携して新品目を掘り起こす
- 検疫条件に対応した農薬使用基準を作成する

- 園芸用ハウス整備事業に輸出メニューを新設する
- 輸出パートナーの産地招へいの企画等により、産地への消費地情報フィードバックを徹底する
- 輸出支援策の広報や農産物輸出推進協議会による輸出意識の啓発に取り組む
- 各国の検疫条件を確認する

◆企業参入による大規模栽培と輸出向け園地の導入促進

- ・企業訪問の強化による誘致活動と参入企業への輸出仕向け提案
- ・園芸用ハウスの輸出向けメニュー新設や次世代型ハウスへの支援等による企業誘致

- 輸出専用園地の設置を支援する
- 園地やハウスの導入を支援する

- 地元市町村との調整を図る

- 輸出をキーワードに企業訪問を強化する
- 企業版産地提案書の作成支援等、企業と市町村のマッチングにつなげる

販売拡大

◆卸売会社への業務委託により培ったノウハウを活用した販売拡大

- ・各地域の卸売会社で構成する「土佐会」と連携した、キーマンとなる輸出事業者を掘り起こし
- ・複数の販売ルート獲得による販売チャンネルの拡大

- 卸売会社への業務委託による取組状況や取組で得た輸出先の消費地情報を生産者にフィードバックする
- 「土佐会」と連携して、輸出事業者の掘り起こしを卸売会社への要請する
- 輸出事業者への輸出品目提案など、アプローチを強化する

- 卸売会社への業務委託による取組状況や取組で得た輸出先の消費地情報を共有し、産地支援につなげる

- 卸売会社等との定期的な面談等を通じて、より効果的な展開方法の検討を行う
- 「土佐会」と連携して、輸出事業者の掘り起こしを進める

◆海外での販売促進強化と販売チャンネルの拡大

- ・海外での販促活動や市場調査に対する支援強化と産業振興推進部と連携した販促支援
- ・JA高知県の輸出体制強化と(株)とさのさと(大型直販所)を活用した販売の多チャンネル化

- 輸出先の消費地情報を踏まえて、食べ方提案や包装資材の改良につなげる
- 高知フェアや試食宣伝等の販促活動に参加し、生産者の声を伝える効果的なPRにつなげるとともに消費地情報を直接収集する
- 農家訪問を強化し、「とさのさと」への集荷を増やす

- 海外での販促活動や市場調査を支援する
- 「とさのさと」を活用した新たな集荷ルートへの対応を支援する

- 新需要開拓マーケティング協議会や県補助金により、生産者の販促活動やマネキン派遣等を支援する
- 産業振興推進部が実施する海外でのプロモーション等と連携した販促活動を企画・支援する
- 「とさのさと」をはじめとした販売の仕組みづくりの企画・実行支援を行う

現状

産地提案型担い手確保対策の取り組み状況

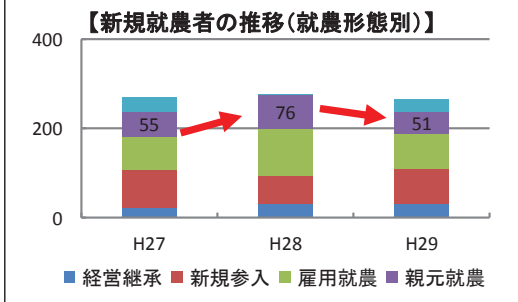
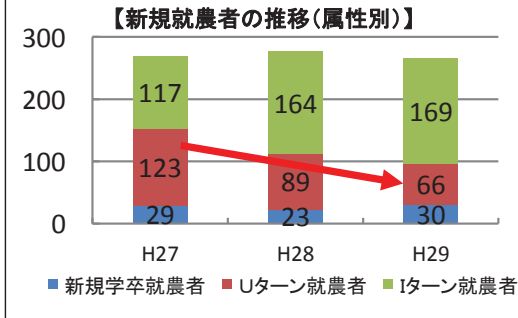


①産地提案書の策定

区分	H28.3	H29.3	H30.3	H31.1
市町村数	25	29	31	32
産地提案書数	31	42	60	76
募集人数	61	84	125	158

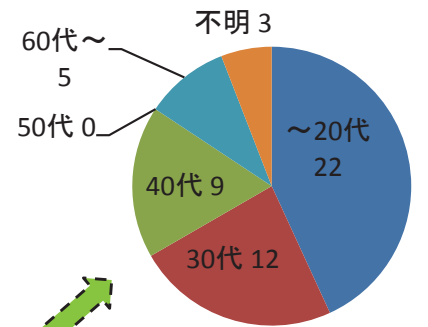
②県内外での相談活動(相談件数)

	27年度	28年度	29年度	H31.12
相談会	383	629	468	564
就農コンシェルジュ等	101	130	69	429
合計	484	759	537	993



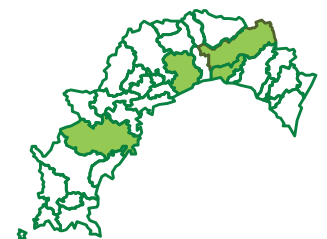
近年、Uターン就農者が減少傾向。一方で、産地提案書を活用した取り組みなどによりIターン就農者は増加傾向。

【親元就農者の年齢構成】



H29年度の親元就農者51名のうち、30代以下が34名。このことから、親元就農するのは、親世代が比較的若く主力で農業経営を担っている世帯が多いと考えられる。

【県の親元就農応援区分活用状況】



H29年度の親元就農者51名のうち、親元就農応援区分の活用者は4市町で7名。

課題

課題1 親元就農への効果的なPRができていなかった

- ◆ 既存の産地提案書はIターン者向けの内容が多く、Uターンでの親元就農者向けの情報が不足していた。
- ◆ 県内外で他産業に従事している農家子弟に対して、親元就農を促す情報が十分届いていない。

課題2 親元就農への支援策が活用しづらい

- ◆ 国及び県の支援策を親元就農者が活用する場合の要件等は以下のとおりで、親元就農を加速化するためには支援策の見直しが必要。

	支援内容	親元就農者が活用する場合の主な要件	農業者の声
(国事業) 準備型	150万円 (最長2年間)	就農後5年以内に親の経営を継承	親世代が比較的若く、経営も順調な世帯では、5年以内の経営継承や新たな品目の導入は現実的ではない
(国事業) 経営開始型	最大150万円 (最長5年間)	就農後5年以内に親の経営を継承 新たな作目の導入など新規就農者と同様の経営リスクを負う	
(県事業) 親元就農応援区分	120万円 (1回限り)	担い手育成センターで3ヶ月以上の研修を受ける	担い手育成センターから遠い地域の対象者は研修を受けづらい

今後の方向

対策1 親元就農者の呼び込みの強化

- ◆ 対象者別 (親元就農者、Iターン就農者) に必要な情報を掲載した産地提案書を作成
- ◆ 親世代 (現役の農業者) へのPRを強化
※ J A 生産部会などで親世代に直接説明、J A 広報などを活用した情報発信の充実

対策2 親元就農への支援を強化

- ◆ 既存事業 (親元就農応援区分) の要件緩和と支援メニューの拡充
※ 研修・品目要件の緩和 (各地域での研修・地域の主要品目を追加)、経営開始型タイプの拡充 (就農後の継続支援を追加) など

対策3 産地提案型担い手確保対策の活動強化を支援

- ◆ 産地の将来ビジョンの検討、提案書の増加やブラッシュアップによる募集人数の増加、相談会への先輩新規就農者の参画など、ワンランクアップした産地提案型担い手確保対策に取り組む産地に対して活動に必要な経費を支援

現状

- 農業法人数については、増加傾向であるが、高知県においては単位面積当たりの収益性を重視した家族経営が中心であったことから、**他の都道府県と比較して農業経営の法人化が遅れている。**

平成28年度調査結果	平成29年度調査結果	第3期産振計画目標値
169経営体	180経営体	235経営体

認定農業者に占める法人の割合は、**5.2%と全国41位**

- 新規就農者数のうち雇用就農者について、昨年度と比較したところ、**次世代園芸団地のような雇用創出力の大きい企業や大規模法人での募集が減少したことなどにより、減少している。**

平成28年度調査結果	平成29年度調査結果	第3期産振計画目標値
105人	77人	100人

課題

【課題1】 家族経営体の経営発展と法人化の推進

地域において農業者の減少・高齢化が進展する中、担い手が経営面積の拡大や新たな生産方式の導入、雇用労働者の確保等を図るためには、**農業経営の法人化を進めていくことが必要である。**

【課題2】 雇用就農と法人経営の安定化の促進

雇用就農の受け入れを行っていない農業法人等に対して、支援制度の周知を行い、新たな受け皿を確保するとともに、支援水準を引き上げることで、**法人経営の安定化を図ることが必要である。**

	支援対象	支援水準	支援期間
雇用就農	就農者の雇用先	国：120万円	2年

対応策

今年度の取組

【取組1】 高知県農業経営相談センターの開設

県農業会議を事務局として、**農業団体や商工団体等を構成員とする高知県農業経営相談センターを開設**し、担い手の相談内容に応じて、税理士、社会保険労務士、司法書士、経営コンサルタント等の専門家で構成する支援チームが伴走型支援を実施する。

【取組2】 農業経営力向上セミナーの実施

農業経営の法人化を目指している農業者を対象に、**企業会計や労務管理等をテーマとしたセミナーを県内5カ所で3回実施**する。

【取組3】 農業経営発展研修会の実施

農業経営の法人化につながる家族経営の経営発展を図るため、**先進事例研修や農業経営マネージメント研修、農業次世代人材育成セミナーを実施**する。

さらなる強化

【取組1】 民間金融機関と連携した農業経営の法人化の推進

民間金融機関を高知県農業経営相談センターの構成員するとともに、**民間金融機関のコンサル能力を活用**し、農業経営の法人化を支援。

	今年度	来年度(案)
センターの構成員	高知県JA中央会、日本政策金融公庫 等	高知県JA中央会、日本政策金融公庫、 四国銀行、高知銀行 等

【取組2】 新たな雇用就農支援の創設

雇用就農の受け入れを行っていない農業法人等に支援制度の周知を図るとともに、**国費事業の上乗せ支援**を行うことにより、雇用就農と法人経営の安定化を促進する。

	従来の支援内容	新たな支援内容(案)
雇用就農	支援対象：就農者の雇用先 支援金額：国 120万円 支援期間：2年	支援対象：就農者の雇用先 支援金額：150万円(国 120万円、県 30万円) 支援期間：2年

現状

- 農業地域の人口減少や作業者の高齢化
- 他産業との労力競合(有効求人倍率1倍超)
- 各地域からの求人は季節的、短期的かつ低賃金

	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
A農協	← 果菜類の収穫 →											
B農協								← ショウガ・ユズの収穫 →				



●地域内での労働力の確保が難しい状況に

- ★県外や県内都市部からの労働力確保
- ★長期就労が可能な県域での労働力循環の仕組み作りが必要!



こうした状況にJA四万十では…

○「一次産業ネット」や「アグリナビ」等の全国サイトへの掲載、高知新聞への折込広告による求職者募集を展開

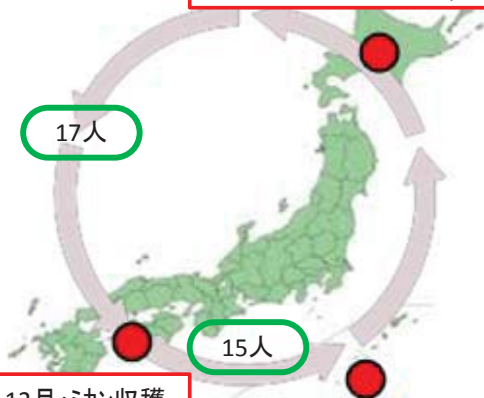
●その結果、農繁期に県外・地域外から労働力を確保

	確保人数	うち		確保期間	作業内容
		県外	県内		
H29	20	6 (3)	14	10~11月	ショウガの収穫
H30	29	16 (5)	13	10~11月	ショウガの収穫

※ () 内はJAにしうわへ移動した人数

※JAふらの～JAにしうわ～JAおきなわの連携事例

4～10月:ミカン収穫等(120人)



17人

15人

11,12月:ミカン収穫 (250人)

1～3月:サウキビ収穫等

キーワードは「連携」「循環」

課題は「宿泊所の確保」等

JA高知県への移行を契機に

対策

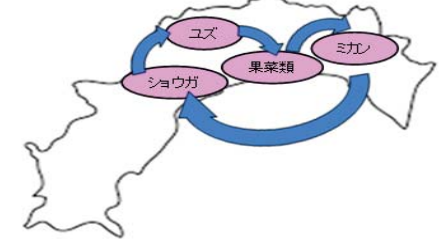
①長期間就労を可能とする県域での労働力循環

- JA高知県において県域の無料職業紹介所を開設
- JA高知県各営農センター、単独JA単位で求人掘り起こし
- JA高知県が地域の枠を越えてマッチング
- 同時に、長期間就労が可能となる作業リレーシステムを構築して求職者を募集

9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
← 果菜類定植 →			← ショウガ収穫 →			← ユズ収穫 →			← Hミカン収穫 早期米荷受 →		

【県の支援】

- ★高知県農業労働力確保対策補助金
 - 新聞折込広告等の掲載経費の補助
 - 農作業サポート隊設置に係る経費の補助
- ★作業量の分散が図られ、周年作業が可能となる品目・作型の検討

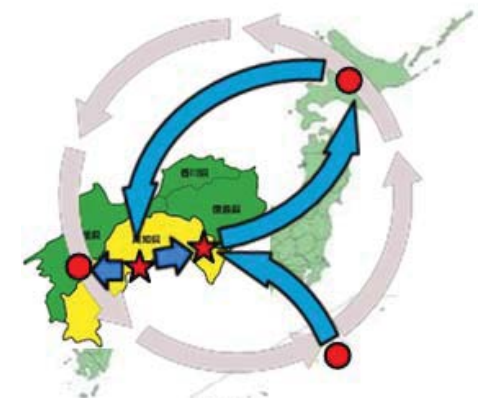


②県外からの労働力確保

- JA高知県及び各営農センター、単独JA、市町村等が行う、全国サイトへの掲載等によるアルバイト募集を強化
- アルバイトの宿泊所の確保(遊休施設の改修・民泊 等)
- JA高知県として、「JAふらの～JAにしうわ～JAおきなわの取組」へアプローチ

【県の支援】

- ★高知県農業労働力確保対策補助金
 - 「一次産業ネット」や「アグリナビ」等の全国サイトへの掲載経費の補助
 - 宿泊施設の改修・確保、宿泊施設からほ場までの移手段の確保に係る経費の補助



現状

(1) 農業委員会の新制度(※)への移行状況

年度	平成28年	平成29年	平成30年
新制度への移行	6市町村	25市町村	33市町村

(※)農業委員の他に、地域に農地利用最適化推進委員を設置

(2) 農地中間管理機構の貸付実績

年度	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	計
面積	23.8 ha	169.7 ha	144.9 ha	128.7 ha	467.0 ha
うち新規就農者	0.25 ha	1.19 ha	0.72 ha	3.52 ha	5.68 ha

(3) 高知県の区画整備率

- ・ 田の区画整備率は、**約32%**と**全国39位**(なお、全国平均は約65%)
- ・ 畑の区画整備率は、**約14%**と**全国41位**(なお、全国平均は約67%)

(4) 市町村やJA等の連携による農地確保の取組

- ・ 南国市 7.6 ha (南国市、JA、土地改良区、県 等)
- ・ 四万十市 2.6 ha (四万十市、県、中間管理機構、地元企業 等)



課題

【課題1】 農業委員会の報酬条例の整備が遅れていること

農業委員会の新制度への移行は完了したが、**報酬条例(農地利用最適化交付金の活用要件)の整備を行っている市町村は15市町村に留まっている。**

【課題2】 農地情報が収集できておらず、担い手への農地のあっせんが進んでいないこと

市町村農業委員会や県農業会議、農地中間管理機構が連携して農地の出し手情報を収集し、これらの組織がつなぎ役となって**担い手に農地をあっせんする取組が進んでいない。**

【課題3】 マッチングしやすい区画整備済み農地が少ないこと

従来の基盤整備は受益者負担を伴うため営農条件の良い農地を作り出す取組が進んでおらず、受益者負担の軽減につながる**国や県の支援措置が農業者等に十分周知されていない。**

対応策

今年度の取組

【取組1】 農業委員会の報酬条例の整備を支援

条例を作成する上での助言等を行うことにより、**未制定の市町村での報酬条例の整備**を支援する。

【取組2】 農地活用の意向調査の実施及び農地のあっせんの推進

各地域で農地情報に詳しい市町村農業委員会を中心に、県農業会議と農地中間管理機構が連携して**農地活用の意向調査を実施**するとともに、**調査に基づき貸し出す意向のある農地を担い手に紹介し、担い手の農地確保を支援**する。

【取組3】 新規就農者農地確保等支援事業の創設(9月補正予算で措置)

新規就農者の初期投資の軽減や農地の有効活用を図るため、新規就農者が農地を貸借する場合に、**一定期間その賃借料を支援**する。

【取組4】 基盤整備事業の周知の徹底

農地中間管理機構と県土連との間で連携協定を締結するとともに、土地改良区のネットワークを活用して、**市町村や農業者に対し機構関連基盤整備事業(地元負担なし)の周知**を行う。

さらなる強化

【取組1】 市町村による企業用の土地情報の収集を支援(再掲)

市町村が企業版産地提案書等に基づいて行う農地活用の意向調査や農地所有者の同意を得るための活動、農地以外の土地の情報収集等に**必要な経費を助成**する。

補助先: 市町村
補助率: 定額

【取組2】 担い手の園芸用農地の確保を推進

園芸品目の生産拡大を促進するため、農地中間管理事業を活用して園芸品目の作付を希望する農業法人や農業者に1ha未満の農地を提供した農地所有者に対して**協力金を交付**する。

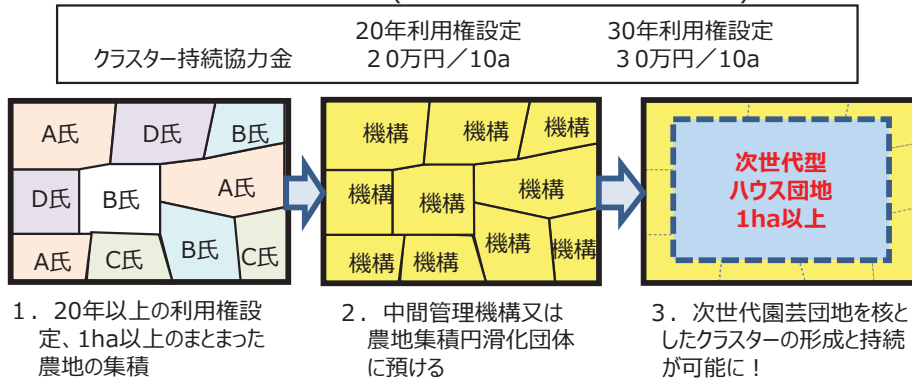
補助先: 農地中間管理機構
補助率: 定額(10a当たりの単価設定を想定)
※ 園芸団地用地の確保支援とは別事業

園芸団地用地の耕作者への支援

現状

- ・農業クラスターの核となる園芸団地の整備促進に向け、課題となっている「まとまった園芸団地用地の確保」に取り組んできた。
- ・H30には、1ha以上のまとまった農地の集積と20年以上の利用権設定を推進するため、クラスター持続協力金を創設し、**南国市や四万十市で、まとまった園芸団地用地の確保が進み始めた。**

■ 農業クラスター計画策定事業(次世代園芸団地用地確保事業)



課題

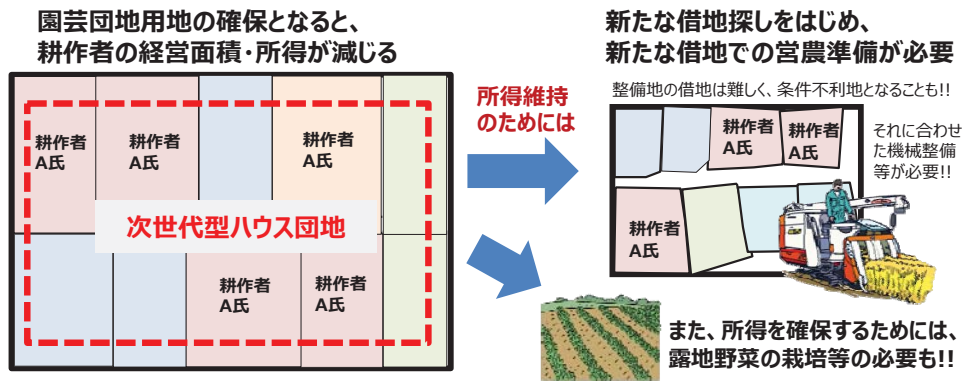
- ・地権者への合意を進める中、現在までお世話になってきた**耕作者(大規模稲作農家)の理解が得られることを条件**とする地権者が多くみられ、園芸団地用地の合意が耕作者に委ねられた。
- ・**耕作者にとっては**、作業効率を考え、計画的に借りてきた農地を手放すこととなる上に、収入が減ることから、**理解が得られにくい。**
- ・南国市の耕作者から、**耕作者への配慮が欲しいとの要請あり。**

まとまった園芸団地用地の確保において、耕作者への支援策が必要

対策

農業クラスター計画策定事業の拡充

農業クラスター計画策定事業の中の次世代園芸団地用地確保事業を拡充し、1ha以上のまとまった農地の集積と20年以上の利用権設定等を要件に、**耕作者の新たな営農開始に向けた支援**を行う。



拡充

農業クラスター計画策定事業(次世代園芸団地用地確保事業)

- ◇補助先 : 市町村
- ◇補助対象者 : 要件に該当する農地での耕作者
- ◇補助対象要件
 - ① 1ha以上の次世代園芸団地の用地確保
 - ② 地権者から20年以上の利用権設定、中間管理機構等の同意
 - ③ 農業クラスタープラン又は次世代団地基盤整備基本計画の策定
- ◇補助対象経費 : 耕作者の新たな営農開始に係る経費
- ◇補助率 : 市町村負担額の1/2以内
県補助上限額 10万円/10a

まとまった園芸団地用地の確保→次世代型ハウス等の整備→新たな農業クラスターの形成

分野を代表する目標

**木材・木製品製造業出荷額等
原木生産量**

出発点 (H26) 204億円 → 現状 (H28) 207億円 → 4年後 (H31) 220億円 → 6年後 (H33) 232億円 → 10年後 (H37) 256億円
出発点 (H26) 61万m³ → 現状 (H29) 66.8万m³ → 4年後 (H31) 78万m³ → 6年後 (H33) 81万m³ → 10年後 (H37) 90万m³

構築した川上から川下までの仕組みを生かして、“森の資源”を余すことなく活用

柱1 原木生産のさらなる拡大

○生産性の向上による原木の増産

- ・森の工場の拡大・推進
- 拡** 林地台帳システムの機能充実等による集約化の促進
- ・効率的な生産システムの導入を促進
- 拡** 10tトラック道の整備の強化
- 本県の地形に適した林業機械の開発
- 高性能林業機械等の導入・整備
- 林道整備の促進に向けた協議会・WGの開催
- 森林組合の生産工程改善による生産性向上
- ・皆伐の促進
- ・原木の安定供給システムの構築



○持続可能な森林づくり

- ・再造林の推進
- 新** 再造林を推進するため協議会及び再造林推進員を設置
- 拡** コンテナ苗を活用した再造林への支援
- ・間伐の推進



○再造林コストの縮減

- ・一貫作業システムの促進



柱5 担い手の育成・確保

○林業大学の充実・強化

- ・林業大学における人材育成
- 拡** 木造建築を担う建築士のリカレント教育の強化〔再掲〕
- ・森林組合等の県内事業者への雇用促進
- きめ細かな担い手育成・確保の強化
- ・林業労働力確保支援センターとの連携
- 定期相談会の開催
- フォレストスクールの開催
- ・移住施策との連携による担い手の確保
- ・特用林産業新規就業者の支援



○事業者の経営基盤の強化

- ・林業事業者のマネジメント能力向上
- 拡** 林業事業者における労働環境の改善

○小規模林業の推進

- ・小規模林業の活動を支援

柱4 木材需要の拡大

○木質バイオマス発電所の安定稼働

○木質バイオマスの利用拡大

- ・木質ペレット等の安定供給の促進
- ・幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大
- ・木質バイオマス発電の促進



○A材の需要拡大

- 拡** 付加価値の高い製品開発の推進〔再掲〕



○CLT等の普及促進

- ・CLT等建築物の普及促進と需要拡大
- 木造化を促進するための設計支援



○建築士の育成

- 拡** 林業大学におけるリカレント教育及び各種団体との連携による木造建築を担う建築士の育成

○経済同友会など各種団体との連携

- 拡** 施主への理解醸成のためのセミナーの開催
- 新** 施主等への木造・木質化のプッシュ型提案〔再掲〕
- 新** 非住宅木造建築の提案・相談窓口の設置〔再掲〕

○住宅・低層非住宅建築物における木材利用の促進

- ・低層非住宅建築物の木造化の促進
- ・県産材を活用した木造住宅建築の促進



D材（端材等）

C材（低質材）

バイオマス利用

木質バイオマス発電所2箇所 (H27稼働)

B材（中質材）

ラミナ用材

CLT用ラミナ工場 (H28稼働)

集成材工場 (H28稼働)

A材（良質材）

建築用材

大型製材工場 (H25稼働)

柱2 加工体制の強化

○高次加工施設の整備

- ・CLTパネル工場の整備



○製材工場の強化

- ・製材事業者の加工力強化
- 事業戦略の策定及びフォローアップ
- ・県内企業による協業化・大型化の検討

○付加価値の高い製品づくり

- 拡** 共同乾燥（JAS）施設等の整備の推進
- 拡** 付加価値の高い製品開発の推進



林業・木材産業 クラスターの形成

TOSAZAIセンターを核とした『プッシュ型提案』による木材需要の拡大と販売促進を一体的に推進

全国レベルの専門家と連携



柱3 流通・販売体制の確立

○プッシュ型提案等による外商体制の強化（A材の販売促進）

- ・TOSAZAIセンターの充実・強化
- 新** 全国レベルの木造建築の専門家と連携し施主等へのプッシュ型提案
- 新** 非住宅木造建築の提案・相談窓口の設置
- 新** サプライチェーン・マネジメントの推進



○流通の統合・効率化

- ・県外流通拠点を活用した取引の拡大
- ・トレーラー等による低コスト・定期輸送の増加

○販売先の拡大

- ・県外での土佐材を使用した建築の促進
- ・海外への販売促進



林業分野の体系図

分野の目指す姿	○ 山で若者が働く、全国有数の国産材産地
分野を代表する数値目標	木材・木製品製造品出荷額等 出発点(H26):204億円⇒現状(H28):207億円⇒4年後(H31):220億円⇒6年後(H33):232億円⇒10年後(H37):256億円 原木生産量 出発点(H26):61万m3⇒現状(H29):66.8万m3⇒4年後(H31):78万m3⇒6年後(H33):81万m3⇒10年後(H37):90万m3

戦略の柱	1 原木生産のさらなる拡大	2 加工体制の強化	3 流通・販売体制の確立	4 木材需要の拡大	5 担い手の育成・確保
戦略の方向性	・成熟した森林資源を最大限に生かせる仕組みづくりを推進する	・消費者ニーズに対応した競争力の高い加工事業体を育成する ・CLTパネル工場をはじめとする林業・木材産業クラスターの形成を目指す	・大消費地や海外をターゲットとした、組織的・継続的な外商活動を展開する	・低層非住宅の木造化等により飛躍的な需要拡大を図る ・木質バイオマスの利用拡大を促進する	・優れた人材を育成・確保する
戦略目標	・森の工場からの原木生産量(間伐)の拡大 ②⑥:10.9万m3 → ③①:15.1万m3 → ③③:15.3万m3 → ③⑦:17.0万m3	・県産製材品の出荷量の増加 ②⑥:23.3万m3 → ③①:27.4万m3 → ③③:28.4万m3 → ③⑦:28.4万m3	・県産製材品の県外出荷量の増加 ②⑥:□16.1万m3 → ③①:□20.1万m3 → ★0.0万m3 ★0.1万m3 ③③:□19.7万m3 → ③⑦:□15.8万m3 ★1.5万m3 ★5.4万m3 (□:一般製材品 ★:高次加工品)	・木質バイオマス利用量の増加 ②⑥:35.6万トン → ③①:57.3万トン → ③③:58.0万トン → ③⑦:60.6万トン	・林業就業者数の増加 ②⑥:1,602人 → ③①:1,747人 → ③③:1,777人 → ③⑦:1,870人 ・新規雇用者数の増加(川下・累計) ③①:32人 → ③③:58人 → ③⑦:96人
取組方針「主な」 ◆「具体的な取り組み」	1. 生産性の向上による原木の増産 ◆森の工場の拡大・推進 ・ [拡充] 林地台帳システムの機能充実等による集約化の促進 ◆効率的な生産システムの導入を促進 ・ [拡充] 10tトラック道の整備の強化 ・本県の地形に適した林業機械の開発 ・高性能林業機械等の導入・整備 ・林道整備の促進に向けた協議会・WGの開催 ・森林組合の生産工程の改善による生産性の向上 ◆皆伐の促進 ◆原木の安定供給システムの構築 2. 持続可能な森林づくり ◆再造林への支援と低コスト育林の推進 ・ [新規] 再造林を推進するため協議会及び再造林推進員を設置 ・ [拡充] コンテナ苗を活用した再造林への支援 ・一貫作業システムの促進 ◆間伐の推進	1. 製材工場の強化 ◆製材事業体の加工力強化 ・事業戦略の策定支援及びフォローアップ ・ [拡充] 付加価値の高い製品開発の推進 ◆県内企業による協業化・大型化の検討 ・ [拡充] 共同乾燥(JAS)施設等の整備の推進 2. 高次加工施設の整備 ◆CLTパネル工場の整備 3. 林業・木材産業クラスターの形成 ◆加工施設を中心としたクラスター形成の促進	1. 流通の統合・効率化 ◆県外流通拠点を活用した取引の拡大 ◆トレーラー等による低コスト・定期輸送の増加 ◆外商活動体制の抜本強化 ・ [新規] 全国レベルの木造建築の専門家と連携し施工等へのプッシュ型提案 ・ [新規] TOSAZAIセンター内に非住宅木造建築の提案・相談窓口を設置 ・ [新規] TOSAZAIセンターのサプライチェーン・マネジメントの促進 2. 販売先の拡大 ◆県外での土佐材を使用した建築の促進 ◆海外への販売促進	1. 住宅・低層非住宅建築物における木材利用の促進 ◆公共事業や公共施設での県産材の率先利用と木製品の需要拡大 ◆低層非住宅建築物の木造化の促進 ・付加価値の高い製品開発の推進〔再掲〕 ・ [拡充] 施工主への理解醸成のためのセミナーの開催 ・ [新規] 施工主等への木造・木質化のプッシュ型提案〔再掲〕 ・ [新規] 非住宅木造建築の提案・相談窓口を設置〔再掲〕 ・ [拡充] 林業大学校におけるリカレント教育及び各種団体との連携による木造建築を担う建築士の育成 ◆県産材を活用した木造住宅建築の促進 2. CLTなどの普及 ◆CLT建築物の需要拡大 ・木造化を促進するための設計支援 3. 木質バイオマスの利用拡大 ◆木質ペレット等の安定供給の促進 ◆幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大 ◆木質バイオマス発電の促進	1. 林業大学校の充実・強化 ◆林業大学校における人材育成 ・ [拡充] 木造建築を担う建築士のリカレント教育の強化〔再掲〕 ◆県内事業者等への就労促進・定着率の向上 ・森林組合等の県内事業者への雇用促進 2. きめ細かな担い手育成・確保の強化 ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保 ・定期相談会の開催 ・フォレストスクールの開催 ◆移住施策との連携による担い手の確保 ◆特用林産業新規就業者の支援 3. 事業者の経営基盤の強化 ◆林業事業者のマネジメント能力向上 ◆ [拡充] 林業事業者における労働環境の改善 4. 小規模林業の推進 ◆小規模林業の活動を支援

【拡充】

・林業専用道(規格相当)への支援の嵩上げ

【戦略の方向性】 原木生産のさらなる拡大に向けた路網整備の強化

現状と課題

●原木増産に向け林内路網の整備を進めているが、運搬効率が
高い10t積みトラック道の整備が立ち遅れている。

※民有林の林道(トラック道)密度(H28年度末)
高知県:5.2m/ha 全国:5.5m/ha

全国との差0.3m/haは、
延長140kmに相当

【10t積みトラック道の整備】

●各林業事務所に林道整備促進協議会を設置し、林道・林業専用道(市町村管理)＋林業専用道(規格相当)の両輪で取り組んでいる。

○林道・林業専用道【市町村管理】

- ・本県は、地形が急峻かつ複雑で、全国に比較して整備コストが高い。
- ・県や市町村が整備を進めているが、事業費が高く、工事期間も長期にわたるため、活用には一定期間が必要。

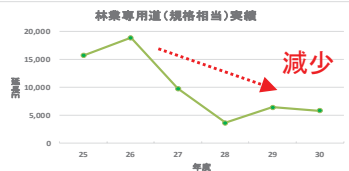
開設コスト(概算)の比較

林道(幅員4.0m)		林業専用道(幅員3.5m)	
高知県	30万円/m	高知県	7万円/m
全国	20万円/m	全国	5万円/m

○林業専用道(規格相当)【事業体管理】

・補助事業により林業事業体が整備を進めているが、傾斜がきつくとコストが掛かる地域では自己負担が嵩み開設が進まない。

事業費3万円/m(幅員3.5m)
県補助金:2.5万円/m
自己負担:0.5万円/m



林業専用道(規格相当)は、開設コストが低い緩傾斜地(地山勾配0°～20°)を中心に整備しているが、適地が減少している。

対策

①事業体による10tトラック道の整備の強化

傾斜が一定きつい(20°～30°)地域でも開設が進むよう林業専用道(規格相当)開設事業への支援を嵩上げ

・支援額(上限)
現行2.5万円/m → 3.2万円/m

・事業費
現行3.0万円/m → 4.0万円/m

・事業量
6,000m

②林道整備促進協議会による路網整備・管理に関する調整

・効果の高い路網の計画的な整備の推進

路網整備の強化



協議会

効果

1. 原木増産の加速化

- ①事業地の拡大
- ②集約化の推進
- ③生産性の向上

※運搬効率の向上により、採算がとれる事業地が拡大

試算:10tトラック道1路線1000m
(利用区域の65%がスギ人工林の場合)

- ・森林作業道の開設延長 1,000m
- ・利用区域の最大増加量 410ha
- ・最大木材(間伐)生産量 21,320m³



2. 持続可能な森林づくり



【戦略の方向性】 林業適地(※)における再造林の推進

(※) 林業適地：林道からの距離が1km以内で、スギ・ヒノキの生育に適した森林

【拡充】

- ・増産・再造林推進協議会の設置
- ・再造林推進員の活動支援

現 状

森林所有者の負担軽減や低コスト造林の推進などの施策を進めているが、再造林率は停滞

再造林経費の90%支援
低コスト造林の導入などに取り組むが・・・



再造林率低位(30~40%)で推移

課題

- ◎森林所有者の意欲低下
- ◎地域の推進体制がない
- ◎推進する担い手不足 etc

この状況が続くと……
将来、年間約1,000haの人工林が天然林化！



- ・森林所有者の山離れ
- ・林業成長産業化に障害
- ・森林の荒廃

※人工林資源の減少に歯止めが掛からず
およそ50年後に持続的な
林業生産が困難に！！

50年後の人工林
資源は、今、植林
が必要！！

待た
なし！

林業関係者が一体となった早急な再造林率の向上対策が必要！！

対 策

1. 地域ぐるみの再造林推進体制の構築

【増産・再造林推進協議会の設置】

- ◆6林業事務所に設置(増産WG内)
- ◆構成員：森林組合、林業事業者、苗木生産者、市町村、林業事務所 など
- ◆協議会の取り組み
 - ・再造林推進への意識高揚と啓発
 - ・伐採情報の収集と共有
 - ・低コスト造林の実践と普及
 - ・再造林推進員の登録

・再造林推進員(プランナー)による 森林所有者への提案活動



【主な業務】

- ①再造林の必要性の喚起
- ②施業プランの作成・提案
- ③再造林の同意取得
- ④経営受託 など

※再造林推進員は、
森林組合・林業事業者の職員
から登録

2. 植栽時期の平準化と低コスト施業の推進

- ◆一貫作業・低密度植栽・
コンテナ苗の活用の推進 一貫作業
- ◆低コスト育林(隔年下刈り等)
の推進
- ◆生長の早い樹種(エリートツリー・早生樹)
の研究と技術開発

下刈り

早生樹

エリートツリー



効 果

☆林業事業者(皆伐)と森林組合(再造林)の連携の促進

- ・森林所有者へのトータルプランの提案
- ・一貫作業による低コスト化など

☆林業事業者と森林組合の意識改革

- ・再造林の担い手(プランナー)の増
- ・林業事業者：再造林事業への参入
- ・森林組合：再造林の推進活動の加速化

再造林率の向上

- ・将来の森林資源の醸成
- ・林業・木材産業の持続的な発展
- ・森林の公益的機能の維持増進

【再造林の目標】

・再造林率：現状40% ⇒ 70%(2023年)



原木生産のさらなる拡大のためには、森林資源や森林所有者の情報を把握し森林施業を集約化する必要がある

現状と課題

◆集約化について

- 林業事業者が、森林所有者情報や森林資源情報を収集し、事業地を確保している。（森の工場、森林経営計画の活用）
- 一方で、所有者等が不明の区域では集約化が進んでいないため、必要な情報を整備するとともに、市町村が主体となった取組が必要。

【森林所有者情報】

- ・林地台帳には森林簿と登記簿の情報が掲載されているが、登記簿は相続登記を行っていない場合も多く、所有者を把握できないことがある。
- ・林地台帳の運用には、所有者情報の精度の向上が必要。

【森林資源情報】

- ・森林簿は、正確な森林の状況を反映していない場合が多い。
- ・したがって、事業計画を作るためには現地調査を行い、多くの時間と労力をかけなければならない。

【新たな森林管理システムへの対応】

- ・新たな森林管理システムは、集約化の促進に効果がある。
- ・林務の専門職員の配置を行っていない市町村が多い。
- ・したがって、森林管理システムの推進には県の支援が必要。

(参考)

	H25	H26	H27	H28	H29
原木生産量 (万m3)	49.5	61.0	59.2	62.8	66.8
森の工場 (千ha)	59.1	63.3	66.0	67.5	71.3
森林経営計画 (千ha)	44.7	64.6	76.3	84.1	100.6
※カバー率	9.5%	13.7%	16.3%	17.9%	21.5%

※カバー率は、民有林面積：468.9千haに対する森林経営計画の面積率

取組みの方向性

集約化の推進に向けて、林地台帳の機能充実と森林資源情報の高度化の取組を推進する。

◆林地台帳システムの機能向上

- 施業履歴や伐採届などの情報を集約
- 法務局からの登記簿情報による所有者情報をタイムリーに登載
- 課税台帳の所有者情報を簡易に登載
- 経営管理意向調査の対象森林の選定機能を付加

◆森林資源情報の高度化

- 航空レーザ計測から得られたデータを解析し、詳細な森林情報を整備し森林GISに格納
 - ・詳細地形図
路網や崩壊跡など樹木下の地形が把握可能（路網計画や防災・土木分野での活用）
 - ・林相図
樹種や樹高、立木本数等が把握可能（間伐が必要な林分の選定や原木生産量の予測等での活用）



集約化の促進に効果のある新たな森林管理システムの効率的な推進にもつながる

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

- 中小製材事業体を対象にした共同による乾燥(JAS)材生産に必要な設備等の整備を調査。
- 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）



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

熱度の高い
地域から
水平展開

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

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)

1 現状・課題

- 森林資源が成熟化する一方、木材需要を牽引してきた住宅着工戸数は、今後減少する見込み
- このため、新たな市場として非住宅木造建築の推進に向け、一般製材品を活用したA型トラスなど構造資材の開発を支援
- 高単価での取引が見込まれるA材を活用した付加価値の高い商品開発及び販路拡大が必要

2 商品開発の方向性（コンセプト）

- 顧客の潜在ニーズの把握（マーケット・イン）と潜在ニーズに応える商品開発（プロダクト・アウト）
 - 販売店等（顧客）・県内製造メーカー・デザイナーとの連携による商品づくり
- 高知県産材の特徴を活かした商品づくり
 - 豊富な高齢級（51年生以上）の森林資源や市場から高い評価を受けている木の強さ・材面の美しさなどを活かした商品づくり

3 ターゲットとなる顧客と商品

想定される新商品

- 非住宅建築物に対応した
- ・構造材
 - ・内装材
 - ・家具や什器類など木製品

顧客

- ・広告代理店など企画会社
- ・デベロッパー
- ・医療・福祉・観光関連施設などを取り扱う設計事務所
- ・事務機器メーカーなど



建築物等

- ・チェーン店などの商業施設
- ・ホテル、マンション
- ・医療・福祉・観光関連施設
- ・オフィス家具 など



会議用テーブル・イス



木質壁ラーメン

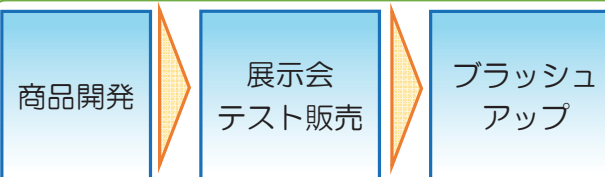
4 商品開発から販路拡大までの支援スキーム

Step1: プラットホームの設置とマッチング

プラットホームの設置

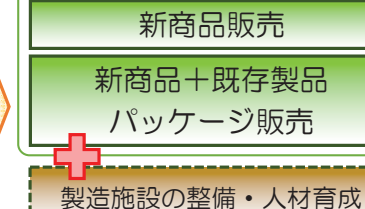
- ① セミナー及び交流会の開催
外商や商品開発等に関する学びや顧客などとのマッチングの場の提供
- ② 市場調査（企業訪問、展示会など）
- ③ アドバイザーによる商品開発やブラッシュアップに関する個別相談

Step2: 新製品の開発



※ 森林技術センター等が技術サポート

Step3: 販路開拓



TOSAZA | センター + 補助制度による支援

1. TOSAZAIセンター設置の目的

A材をはじめとする県産材製品等の県内外への販売促進及び県内の製材所、木製品を取り扱う市場、木材関係企業等の外商促進に向けた取り組みの支援体制を強化するため、県下の木材業界をサポートする「**TOSAZAIセンター**」を設置し、木材産業の発展と県産材の需要拡大を推進する。

2. TOSAZAIセンターの取り組み

*外商促進に向けた提案・営業活動等を展開

◆事業展開のイメージ

- 戦略1 既存マーケットシェアの拡大【住宅】
 - ・県外市場における外商促進に向け、県内生産体制の整備や流通の改善等の取り組みを展開
- 戦略2 新たなマーケットの開拓【非住宅】
 - ・非住宅建築物の木造化を促進するため、新商品と一般製材品をセットで提案・売り込み
- 戦略3 新たな活用策の展開【内装材等】
 - ・木材製品の付加価値を高めるため、店舗・マンション内装等に使用する県産材製品（内装、建具、家具等）の開発、製造・販売をサポートする取り組みを展開

木材製品を
「より高く」「より多く」販売

中山間地域へ
「利益を還元」

少子高齢化等により新設住宅着工の減少が推測される中、非住宅分野の開拓が急務

【非住宅分野の現状・課題】

【建築士】

- ・非住宅建築物の木造・木質化に携わった経験を有する建築士が少ない
→ 建築物への木材の使用に消極的

【施主】

- ・施主に対して、非住宅建築物の木造・木質化の情報が少ない
→ 木造・木質化を検討する際に、相談する先もわからない状況

取り組み
の強化

非住宅木造建築の推進に向け、建築士の育成と施主への理解醸成を図る必要がある

3. TOSAZAIセンターの取り組み【拡充】

■全国レベルの建築士集団との連携

- ・team Timberizeと連携し、施主へのプッシュ型提案、建築士の育成、商品開発に向けた取り組みを展開

【取組内容】

- ・プッシュ型提案による施主の掘り起こし
- ・施主の個別案件に対応した企画書等の作成及び提案
- ・施主の理解を深めるためのパンフ等の作成
- ・経済同友会などと連携したセミナーの開催
- ・林業大学校や建築士団体と連携し、県内外において木造設計に関する研修会等の開催
- ・提案・相談窓口寄せられた内容への対応
- ・構造材、内装材等の製品開発へのアドバイス

■提案・相談窓口の設置

- ・県内外の木造建築に関するプッシュ型提案・相談に対応する窓口を設置し、木造・木質化を推進

【取組内容】

- ・建築士を配置し、木造・木質化に関するプッシュ型提案・相談に対応
- ・木造・木質化をPRするホームページの作成及び管理
 - * 非住宅建築物の事例紹介／非住宅建築発注の手引き／木製品の紹介（開発した構造部材、内装材、木製品等）
- ・県内自治体への木材活用に向けたアドバイス
- ・県内製材事業者や建築士とのマッチング

■サプライ・チェーン・マネジメントの推進

- ・県内の流通、製材事業者等と効率的な出荷に向けた取り組みを展開

【取組内容】

- ・県内製品市場等と協議会を設置
- ・サプライ・チェーン・マネジメントの体制の整備に向けた勉強会の開催
- ・消費地におけるマーケット情報の収集と分析
- ・木材需要情報の県内事業者間での共有に向けた仕組みづくり
- ・製品（在庫）管理及び連携出荷体制の整備

＜現状・課題＞ ○これまで中・大規模の非住宅木造建築物の事例が少なく、設計に対応できる建築士が不足。

○一部の地域では、非住宅木造建築の建築士を育成する取り組みが始まっている。

しかし、登録建築士数（1級建築士登録者数：36万人（H29. 4現在））に比べてその育成者数は少ない。

【技術者養成の取組事例】 高知県 <県立林業大学校 専攻課程 木造建築講座>、A県など<木造建築マイスター養成・中大規模木造建築技術者養成講座など>

・非住宅建築物の木造設計に必要な構造計算や木材の特性などを学び、設計スキルを身に付ける技術者を養成



木材需要の拡大に向けては、非住宅木造建築物の整備推進と併せて
非住宅木造建築物の設計スキルや木材の知識に精通した建築士を大量に育成することが必要

＜これからの取り組み＞

項目	内容	連携先との役割分担
高知県立林業大学校 都市部出張講座	・東京・大阪において、非住宅木造建築の設計に興味を持っている方などを対象に、木造建築の魅力などの講座 [1日]	・高知県が主催、講師は、チームティンバライズなど ・都市部の自治体、経済・建築団体との連携による参加者の募集
高知県立林業大学校 サマー・ウインタースクール	・林業大学校において、非住宅木造建築を始めたい建築士を対象に、設計など必要となる知識や技術が幅広く習得できる夏期・冬期集中講座（※県内のモデル建築物も活用） [1週間程度]	・高知県が主催、講師は林業大学校の特別教授など ・連携した全国の建築関係団体などが参加者の募集（広報） ・設計事務所、デベロッパーなどの社員研修に位置づけ
高知県立林業大学校 リカレントコース	・林業大学校において、非住宅木造建築の設計を始めている方などを対象に、設計に必要な実践的な知識や技術が習得できる連続講座（3コース） [7～22日間]	・高知県が主催、講師は林業大学校の特別教授など ・連携した全国の建築関係団体が参加者の募集（広報） ・設計事務所、デベロッパーなどの社員研修に位置づけ
各種団体 高知県との連携による講習会の開催	・各地域において、非住宅木造建築関係の講習会を実施している団体と、相互の講習会参加者の拡大に向けた連携強化 [1～5日間] ・講習会が実施されていない地域等とは、CLT首長連合などを通じて、講習会の開催を促進	・各種団体等が主催、高知県と団体がカリキュラムや講師などの情報交換、広報、木造建築物ツアー、全国規模の講習会開催など連携協力 ・全国知事会（国産木材活用PT）、CLT首長連合各自治体、全国建築関係団体における講習会開催の促進
TOSAZAIセンター 土佐材販売拠点との連携による講習会の開催	・販売拠点のある地域において、建築士事務所、工務店を対象に、木造建築の魅力などについての講習会を開催 [1日] ・土佐材の良さをPR	・主催はTOSAZAIセンター、講師はチーム・ティンバライズや林業大学校の特別教授など ・販売拠点企業とTOSAZAIセンターが参加者の募集

高知県における非住宅木造建築物の設計ができる建築士を育成する取り組みを他地域へ拡大

離職者の年代別割合

	H25	H26	H27	H28
20代以下	16%	20%	10%	22%
30代	14%	20%	20%	11%
40代	14%	15%	14%	12%
50代	13%	14%	9%	12%
60代以上	43%	31%	48%	43%

社会保険制度等への加入率

労災保険	雇用保険	健康保険	厚生年金	退職金制度
100%	82%	81%	75%	76%

給与体系(森林組合)

	月給制	月給・出来高	日給	日給・出来高	出来高
S60	—	—	30%	46%	20%
H27	11%	13%	46%	29%	1%

労働災害発生状況(休業4日以上)

	H26	H27	H28	H29
死傷災害	93人	89人	83人	71人
(うち死亡)	(4人)	(0人)	(1人)	(3人)

【戦略の方向性】

- ・ 60歳未満の林業就業者の離職を低減し、担い手を確保する
- ・ 若者が、林業を生涯の仕事として志すことを目指す

【現状】

- ・ 離職者のうち、60歳未満の割合は60%程度と高い傾向
- ・ 離職の理由は就業前のイメージと就業後の仕事とのミスマッチ等が多い傾向
- ・ 労災保険以外の加入率は80%程度
- ・ 月給制への移行が進みつつあるが、その割合は24%
- ・ 労働災害の発生件数は減少傾向だが、他産業に比べ発生率が高い
- ・ 経営の不安定な事業体は、改善計画の達成度が低く改善がなかなか進まない

【課題】

- ・ 若年層の定着率の向上
- ・ 通年雇用化による社会保険制度等への加入率の向上
- ・ 給与体系等の確立
- ・ 安全対策の徹底
- ・ 改善計画の目標達成に向けた課題の掘り下げや具体的な手順等が不十分

【取り組みの方向性】

- ・ 林業事業体における労働環境の改善の進捗状況を分析し、助言指導を充実・強化
- ・ 就業者の定着に向けたフォローアップ

【具体的な取り組み】

林業雇用管理改善推進アドバイザーの配置

就業者の定着率の向上を図り、意欲と能力のある林業事業体を育成するため、林業事業体への労働環境等の改善に向けた助言・指導を行うアドバイザーを、林業労働力確保支援センターに配置する。

(内容)

- ・ 個別訪問（1事業体につき年3～4回訪問）し、改善計画の実施状況の把握と実施上の課題を抽出
- ・ 課題解決に向けた対策を検討し、助言指導
- ・ 事業体毎に改善措置実施状況をデータベース化
- ・ 雇用主等を対象にした雇用管理に関する研修会を開催
- ・ 就業から3年程度の間、就業者と個別面談し、就業状況の把握と定着における課題を抽出



林業を魅力ある職業・産業へ

水産業分野の展開イメージ ～ 若者が住んで稼げる元気な漁村 ～

分野を代表する目標

漁業生産額(宝石サングを除く)

出発点 (H25) : 446億円 ⇒ 現状 (H28) 420億円 ⇒ 4年後 (H31) : 460億円 ⇒ 6年後 (H33) 476億円 ⇒ 10年後 (H37) : 490億円

水産加工出荷額

出発点 (H25) : 173億円 ⇒ 現状 (H28) 199億円 ⇒ 4年後 (H31) : 200億円 ⇒ 6年後 (H33) 203億円 ⇒ 10年後 (H37) : 220億円

生産から加工・流通に至る水産業クラスターの形成



漁村

柱5 活力ある漁村づくり

漁村の資源を生かした活動の支援！！

(1) 高齢者や女性の活躍の場づくり

- 高齢者等に対応した漁場づくり
- 加工グループの商品開発や販路開拓などの支援

(2) 交流人口の拡大

- 遊漁や体験漁業の振興
- にぎわいのある河川づくり



流通



柱1 漁業生産の構造改革

漁業の構造改革と養殖生産ビジネスの拡大！！

(1) 効率的な漁業生産体制への転換

- 高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化
- カツオ漁業の経営の安定化対策等の強化
- 新規漁業就業者等の設備投資への支援
- 黒潮牧場15基体制の維持
- 急潮予測システムの構築

(2) 日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成

- クロマグロやブリ類の人工種苗量産体制の確立
- 中間育成漁場の開拓

(3) 新規漁場の開拓

- 企業誘致の促進や新たな漁法の導入による生産量の増大



柱4 流通・販売の強化

都市圏や国外への外商活動の強化！！

(1) 外商ビジネスの拡大

- 「高知家の魚応援の店」と県内事業者とのマッチング等による取引の拡大
- 高鮮度出荷や「さかな屋高知家」を活用した首都圏における県産水産物のPRと外商活動の推進の支援
- シーフードショーへの出展や商談会等への参加による販路開拓とPR活動の支援
- 消費地市場とのネットワークを活かした取引の拡大

(2) 産地市場の機能強化

- 鮮度向上や衛生管理等の取り組みの支援
- 産地市場の統合の推進



生産

柱2 担い手の育成・確保

新規就業者の積極的な掘り起こしと中核的な漁業者の計画的な育成！！

(1) 担い手の育成

- 高知県漁業就業支援センターの設置による担い手対策の抜本強化
- 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
- 新規就業希望者が自立するための長期研修の実施
- 民間企業や漁協が行う漁業の担い手の育成の支援

(2) 就業時における支援

- 制度資金の見直しによる資金融通の円滑化を促進
- 新規漁業就業者等の設備投資への支援(再掲)



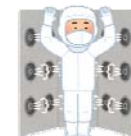
好循環を生み出し
拡大再生産へ！！

柱3 市場対応力のある産地加工体制の確立

産地加工の拡大と雇用の場の確保！！

(1) 高度加工ビジネスへのステップアップ

- HACCPに対応した加工施設の立地促進
- 加工施設の衛生管理体制の高度化



(2) 加工関連ビジネスの展開

- 県内の残さい処理体制の再構築
- 加工品や原料の製造・保管に必要な冷凍保管ビジネスの事業化



加工

水産業分野の体系図

分野の目指す姿	若者が住んで稼げる元気な漁村			
分野を代表する数値目標	漁業生産額(宝石サンゴを除く) 水産加工出荷額	出発点(H25):446億円 ⇒ 現状(H28):420億円 ⇒ 4年後(H31):460億円 ⇒ 6年後(H33):476億円 ⇒ 10年後(H37):490億円	出発点(H25):173億円 ⇒ 現状(H28):199億円 ⇒ 4年後(H31):200億円 ⇒ 6年後(H33):203億円 ⇒ 10年後(H37):220億円	

戦略の柱	1 漁業生産の構造改革	2 担い手の育成・確保	3 市場対応力のある産地加工体制の確立	4 流通・販売の強化	5 活力ある漁村づくり
------	-------------	-------------	---------------------	------------	-------------

戦略の方向性	生産性の高い漁業への構造改革を進めるとともに、人工種苗量産体制の確立などにより養殖生産ビジネスの拡大を図る。また、新たな漁場の開拓に取り組む。	就業希望者の積極的な掘り起こしを行い新規就業者の確保に努めるとともに、法人等と連携し次世代を担う中核的な漁業者を計画的に育成する。	国内外の市場に対応できる産地加工体制を確立し、生産の拡大により雇用の場の創出を図る。	少量多品種の特性を活かした外商の拡大や消費地市場とのネットワークの強化を図るとともに、国外への販路を開拓することで、本県水産物の販売力の向上を図る。	漁村の資源を活用した活動を支援し、地域での暮らしを支える。
--------	---	---	--	--	-------------------------------

戦略目標	<p>★ 鮮魚の県内市場取扱額</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ㉔ 85億円 ⇒ ㉑ 90億円以上 ⇒ ㉓ 92億円以上 ⇒ ㉕ 95億円以上 <p>★ 人工種苗の供給尾数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ カンパチ ㉔ 0尾 ⇒ ㉑ 50万尾 ⇒ ㉓ 120万尾 ⇒ ㉕ 300万尾 ・ クロマグロ ㉔ 0尾 ⇒ ㉑ 1万尾 ⇒ ㉓ 3万尾 ⇒ ㉕ 10万尾 <p>★ 新規就業者数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ (H24-26平均) 37名/年 ⇒ ㉑ 50名/年 ⇒ ㉓ 50名/年 ⇒ ㉕ 50名/年 	<p>★ 衛生管理の高度化に対応した加工場の割合</p> <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 24% ⇒ ㉑ 100% ⇒ ㉓ 100% ⇒ ㉕ 100% <ul style="list-style-type: none"> ・ 海外HACCP対応型の加工場 ㉔ 0件 ⇒ ㉑ 3件 ⇒ ㉓ 4件 ⇒ ㉕ 5件 <p>★ 養殖魚の前処理加工</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 出荷額 ㉔ 5億円 ⇒ ㉑ 29億円 ⇒ ㉓ 32億円 ⇒ ㉕ 36億円 ・ 雇用人員 ㉔ 58名 ⇒ ㉑ 120名 ⇒ ㉓ 125名 ⇒ ㉕ 130名 	<p>★ 「応援の店」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県内参画事業者の出荷額 ㉔ 1億円 ⇒ ㉑ 4億円 ⇒ ㉓ 5億円 ⇒ ㉕ 6億円 <p>★ 産地市場の集約化</p> <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 33市場 ⇒ ㉑ 28市場 ⇒ ㉓ 23市場 ⇒ ㉕ 15市場 <p>★ 水産物の輸出</p> <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 0.2億円 ⇒ ㉑ 4億円 ⇒ ㉓ 13億円 ⇒ ㉕ 16億円 	<p>★ 高齢者等に対応した漁場づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 0か所 ⇒ ㉑ 5か所 ⇒ ㉓ 7か所 ⇒ ㉕ 10か所
------	---	--	--	--

取組方針「主な」 ◆ 具体的な取組み	<p>(1) 効率的な漁業生産体制への転換</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [新規]高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化 ◆ カツオ漁業の経営安定対策等の強化 ◆ 法人等の生産現場への参入の促進 <p>(2) 日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 人工種苗量産体制の確立 ◆ 試験研究機能の充実・強化 ◆ 中間育成漁場の開拓 <p>(3) 新規漁場の開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [新規]企業誘致の促進や新たな漁法の導入による生産量の増大 	<p>(1) 担い手の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [新規]高知県漁業就業支援センターの設置による担い手対策の抜本強化 ◆ 移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実 ◆ 法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり <p>◆ [新規]新規就業者の経営の安定化に向けた営漁指導員の配置、育成</p> <p>(2) 就業時における支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 就業時の設備投資、資金調達への支援 ◆ 新規就業者が参入しやすい環境づくり 	<p>(1) 高度加工ビジネスへのステップアップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 既存加工施設の高度化 ◆ 既存加工施設の衛生管理体制の強化 ◆ HACCPに対応した加工施設の立地促進 <p>(2) 加工関連ビジネスの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 残さい加工ビジネスの再構築 ◆ 冷凍保管ビジネスの事業化 <p>(3) 輸出の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [拡充]水産物の輸出の本格展開 ◆ 輸出に適した加工用原魚の確保 	<p>(1) 外商ビジネスの拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [拡充]「応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化 ◆ 県内産地の対応力の強化 ◆ 消費地市場と連携した外商活動の展開 ◆ 販売の拡大を背景とした新たな物流システムの構築 <p>(2) 産地市場の機能強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 市場統合による拠点市場への水揚げの集約化 ◆ 荷捌き機能や衛生管理体制等の強化 <p>(3) 輸出の促進【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [拡充]水産物の輸出の本格展開 ◆ 輸出に適した加工用原魚の確保 	<p>(1) 高齢者や女性の活躍の場づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 高齢者等に対応した漁場づくり ◆ 『地域加工』の支援 <p>(2) 交流人口の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [拡充]遊漁や体験漁業の振興 ◆ にぎわいのある河川づくり
-----------------------	---	---	--	---	---

バージョンアップ 取組の方向性

地元合意のもと、3つの取組を推進

- イワシ活餌確保のための土佐湾への火光利用まき網の導入
- 定置網への企業誘致に向けた未利用漁場に関する情報の発信
- 養殖業への企業誘致の推進及び既存業者への人工種苗の活用促進

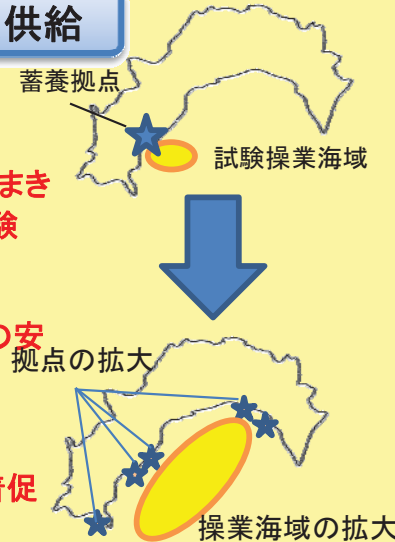
県内のイワシ活餌

- 【現状・課題】
- 佐賀では他県から買入れ
 - 宿毛湾ではまき網による採捕、供給
 - その他中央部では定置による採捕、供給
 - イワシ類を大量に採捕できるまき網漁業が宿毛湾に限られている
 - 県内の活餌供給は不安定
- 【目指す方向性】
- 活餌の安定供給のため、土佐湾へ火光利用まき網漁業を導入
 - 宿毛湾で技術が確立されたまき網での活餌採捕を土佐湾に導入し、活餌のさらなる安定確保を図る

イワシ活餌の安定供給

目指す方向性

- ・ 土佐湾での火光利用まき網による活餌採捕試験 (H31~H32)
- ↓
- ・ 漁協自営による活餌の安定供給体制の確立 (H33~H34)
- ↓
- ・ 地域漁業としての定着促進 (H35~)



取組内容

- 【H31年度~H32年度】
- 海区漁業調整委員会での取扱方針の決定
 - 試験操業の実施
- 【新】イワシ活餌安定供給促進事業(委託事業)
- * 委託先: 高知県漁協
 - * 内容: 火光利用まき網による活餌採捕試験
 - * アドバイザーの招聘による技術支援
- 【H33年度~H34】
- 活餌採捕、蓄養技術の向上
 - 短期許可による定着促進
- 【目指すべき姿(H35以降)】
- まき網によるイワシ活餌採捕の定着
 - 活餌の安定供給によるカツオ水揚げの促進
 - 操業隻数、区域、イワシ蓄養拠点の拡大

定置網漁業

- 【現状・課題】
- 免許件数の減少とともに、生産量も減少
 - 操業の再開には多額の初期投資が必要
- 【新規参入の動向】
- 足摺(H25)、伊田(H29)では、県の支援事業を活用し事業承継

定置網漁業

目指す方向性

- ・ 未利用漁場の利用促進
- ・ 企業誘致のための情報発信



取組内容

- 【H30年度】
- 【新】定置漁業調査等委託事業(9月補正)
- 【H31年度】
- 候補地への企業誘致活動の展開
 - 漁業権の免許

魚類養殖業

- 【現状・課題】
- 県中央部では、経営体の減少により空き漁場が増加
 - 新規参入には多額の初期投資が必要
 - 新規参入を拒否する事例も見られる
- 【新規参入の動向】
- 企業が県の支援事業を活用し新規参入(H29)

魚類養殖業

目指す方向性

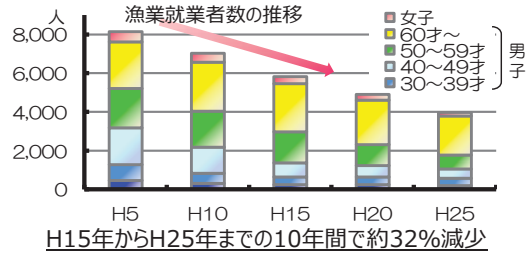
- ・ 新規参入に向けた地元調整
- ・ 既存漁場の利用促進



取組内容

- 【H31年度】
- 【新】新規参入に向けた関係漁業者の意識醸成のための協議の実施
 - 県中央部でのブリ人工種苗中間育成やクロマグロ養殖試験に対する支援を継続(H30~)
 - 民間企業などの新規参入や規模拡大に対する支援

現状



【担い手対策の現状】

- ・H12年度から長期研修制度を開始
- ・これまでに81人の長期研修生を受け入れ、うち60人が研修を終え漁業就業

担い手対策の課題

【就業相談】

- ・支援制度が多岐にわたり、実務担当が制度ごとに異なる
- ・相談窓口や支援制度の全体像が分かりにくい

【短期研修】

- ・研修期間が短いため、地域や漁業種類の適性が絞りにくい

【長期研修】

- ・研修期間が長く、指導者の負担が大きい
- ・責任の所在があいまい
- ・研修生の身分が不安定

【雇用型漁業】

- ・国事業は事業開始時期が限定的で、予算が慢性的に不足していることから、ニーズに対応しにくい

【漁家子弟】

- ・親族経営型漁業への漁家子弟の新規就業に対する支援制度がない

【フォローアップ】

- ・漁業者として自立するためのフォローアップ体制が弱い
- ・研修修了後の支援がない
- ・漁船取得時のトラブルが多い

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

今後の対応

項目	これまでの取組	今後の取組	期待される効果	他県との比較による優位性	
				評価	説明
支援体制	<ul style="list-style-type: none"> ・(任意団体) 高知県漁業就業支援センターを漁業振興課内に設置 (H30.10.15) ⇒相談窓口を一元化 ・漁業就業支援組織検討委員会を設置 ⇒センターの組織強化に向けた協議 (H30.12~H31.3) 	<ul style="list-style-type: none"> ・(一社) 高知県漁業就業支援センターを設立し、就業希望者を総合的に支援 (H31.4~) ・(一社) 高知県漁業就業支援センターの組織強化 (H32.4~) 	<ul style="list-style-type: none"> ・総合的に支援する新たな体制の整備により、就業後のフォローアップまでの一貫した支援が可能 	◎	法人組織での支援は宮崎県と本県のみ
就業相談・人材確保	<ul style="list-style-type: none"> ・各実務担当(県、市町村、漁業就業アドバイザー、漁協)が相談に対応 ・ライフスタイルの提案 	<ul style="list-style-type: none"> ・【拡】漁業への就業や支援制度に関する相談窓口と各種情報管理の一元化 ・【拡】市町村、漁協、大数組合等と連携した漁村提案の強化(ライフスタイル提案の磨き上げ) ・【拡】相談者等とのコミュニケーションの強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・漁村提案による就業者の受入増加 ・短期研修の受講者、長期研修への移行者の増加 	◎	地域の魅力を発信するライフスタイル提案と漁村提案型就業者募集は本県のみ
短期研修(体験研修)	<ul style="list-style-type: none"> ・県内の漁村地域で3~7日間の研修 	<ul style="list-style-type: none"> ・【拡】天候に左右されない研修日数と地域や指導者とのコミュニケーション時間を確保するとともに、研修希望者の意向に合わせて柔軟に対応するために、研修期間を延長(3~20日間) ・【拡】就業したい漁業が固まっていない研修希望者が、自分に合った地域や漁業を見極めるための研修プランの提案 	<ul style="list-style-type: none"> ・就業希望者の地域や漁業種類の見極め ・受講者の思いに沿った研修の実施 	○	長期(1週間以上)の体験研修を受けられるのは秋田県、石川県、福井県、島根県、佐賀県と本県のみ
長期研修	<ul style="list-style-type: none"> ・漁業技術の習得に向けた2年間の研修 	<ul style="list-style-type: none"> ・漁業技術の習得や自立後の経営安定に向けた2年間(研修1年間+自立支援1年間)の支援を実施(【新】自営漁業者育成事業) ※自立支援の詳細はフォローアップ ・センターが研修生を雇用することで、研修生の社会保険等への加入による身分の安定化ときめ細かい進捗管理を実施(調整中) 	<ul style="list-style-type: none"> ・指導者の負担の軽減 ・責任の明確化 ・研修生の身分の安定化 	◎	研修生の雇用は本県のみ
雇用型漁業	<ul style="list-style-type: none"> ・国の事業を活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・雇用型漁業における新規就業者の育成にかかる経費を支援(【新】雇用型漁業支援事業) 	<ul style="list-style-type: none"> ・定置網などの雇用型漁業における新規就業者の増加 	○	雇用型漁業への新規就業に対する支援は三重県、兵庫県、鳥取県、山口県と本県のみ(近海・遠洋を除く)
漁家子弟	-	<ul style="list-style-type: none"> ・後継者の確保に向けて親族経営型漁業への漁家子弟の新規就業を支援(【新】漁家子弟支援事業) 	<ul style="list-style-type: none"> ・親族経営型漁業における漁家子弟の着業の増加 	○	漁家子弟の新規就業に対する支援は岡山県、山口県と本県のみ
フォローアップ	<ul style="list-style-type: none"> ・県漁業指導所による現場指導 	<ul style="list-style-type: none"> ・【新】研修修了後、1年間の生活支援金を給付(※自営漁業者育成事業) ・【新】県内6ブロックで新たに配置する営漁指導員や漁業指導所と連携し、経営改善等のアドバイスを実施 ・研修修了後、本人の希望等により日単位で再研修を実施(【新】再研修事業) ・【新】センターで漁船を取得し、研修での活用や研修生へのレンタル事業を実施(H32~) ・【新】漁船アドバイザーを配置し、独立後の漁船取得をサポート 	<ul style="list-style-type: none"> ・自立後の経営安定化による漁村への定着 ・研修修了後の技術面の向上と不安の解消 ・独立時期に合わせた円滑な漁船の確保 	○	研修後の支援金の給付は山口県、香川県、大分県と本県のみ

ライフスタイル提案 (H28~)

※ 7地域 (10市町) と1組合が作成 (H31.1月現在)



漁業と漁村の情報をパッケージ

【内容】

(室戸市の例)

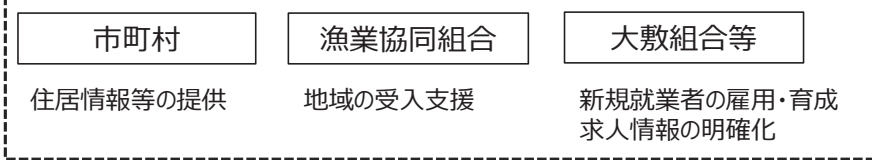
- ・大型定置網漁業【雇用型】
- ・先輩就業者の声
- ・地域情報 (余暇の過ごし方、病院や学校等の生活インフラ)

【課題】

- ・ 求人、指導者、住居等の情報を具体的に提案する仕組みになっていない

漁村提案

【漁村地域における関係者の連携】



【内容】

- ・ **住居や求人の具体的な情報**
- ・ 地域の漁業
- ・ 様々な支援制度や支援体制

就業者募集の強化に向けて、地域が受入体制を整備

支援内容とスケジュール

内容	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
潜在ニーズの掘り起こし・ライフスタイルの磨き上げ	→											
受入・サポート体制の構築を指導		→										
漁村提案のコーディネート			→									
漁村提案の情報発信				→								
漁村提案のバージョンアップ (随時) ※							→					

※条件等の変更に応じて見直し

情報発信

(一社) 漁業就業支援センター

連携強化

(一社) 高知県移住促進・人材確保センター

- 漁業就業セミナーの開催
 - ・ 県内漁村で年3回開催
 - ・ 地元漁業者等と意見交換
- 漁業就業支援フェアへの出展
 - ・ 東京、大阪、福岡で開催
 - ・ 本県の支援制度等の優位性をアピール
- ホームページやメディアの活用
 - ・ センターホームページの開設と更新
 - ・ 県の広報番組等で漁村地域をPR

- 高知暮らしフェア
- 高知就職・転職フェア
- ホームページ (求人ネット)

・ 漁村への移住、漁業就業の両面から地域に安心して入ることができる環境を整備
・ 就業の中心的受皿となる雇用型漁業における新規就業者の雇用を促進

年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
年間取引額	0.6億円	1.2億円	2.2億円	3.2億円	3.5億円 (目標)	4億円 (目標)
登録店舗数	374店舗	585店舗	690店舗	804店舗	900店舗 (目標) ※H30.12末 924店舗	1,000店舗 (目標)



これまでの取組

- 産地見学会の開催
- 「応援の店」へのニーズ収集や産地へのフィードバック
- 「応援の店」を対象とした商談会や試食提案会の開催
- 高級飲食店や取引の可能性の高い飲食店の産地招へい
- 産地での高鮮度処理体制の構築

これまでの成果

H30.12月末時点 首都圏を中心に「高知家の魚応援の店」924店舗に拡大



- 少量多品種の特色をもつ県産水産物と他店との差別化を図りたい都市圏の飲食店のニーズをマッチングする仕組み作りにより取引額は大きく拡大

※アンケート調査による県内参画事業者との年間取引額と取引率

	H26年度	H29年度	
取引額	0.6億円	3.2億円	5.3倍
取引率	31%	58%	27ポイントUP

- 産地見学会など県内産地への招へいにより、本県への強い思いをもつ応援団の形成ができた

【取組方針】

- これまで外商の場として培ってきた高知家の魚応援の店のネットワークを本県との緊密な関係性を土台とした
- ・本県の魅力を情報発信する場
 - ・本県の応援団 として幅広く活用していく

今後の取組

1 《県産食材の販路拡大の場としての活用》

- 水産物により築いた販路を農産物など県産食材全体の外商の場に拡大
- ・農業振興部や地産外商公社と連携したALL高知での県産食材の売り込み
 - ・高知フェアの開催等の働きかけ
- (平成31年度) **新** 全国100店舗での高知フェアの開催

2 《情報発信の場としての活用》

- 本県の食を含めた高知の魅力を店舗を通じて情報発信
- ・観光や産地の情報、県の取組などについて店舗内にパンフレット等を設置

3 《高知の魅力の語り部としての活用》

- シェフ自らが本県の魅力を直接、情報発信
- ・シェフ同士のネットワークの中で県産食材の魅力を紹介
 - ・来店客への県産食材を含めた高知の魅力を紹介
- (平成31年度) シェフグループへの取組支援 (3グループ)

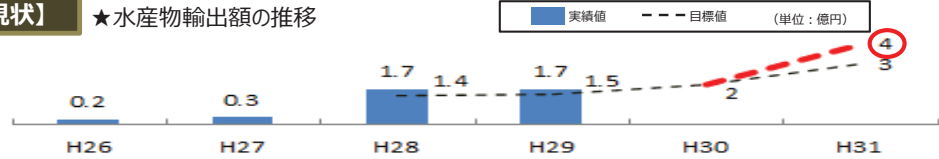
4 《県内事業者のさらなるレベルアップに向けたパートナーとしての活用》

- ミシュランの星を持つなどスターシェフを中心とした応援の店から技術面や消費者ニーズに沿った視点による助言を得て産地の磨き上げを行い、外商に意欲のある事業者を一層後押し
- ・産地見学会や産地招へいの機会を通じたアドバイス
 - ・サンプル提供によるアドバイス、他産地の取組情報の提供
- (平成31年度) **拡** 産地見学会の開催 (20店舗×3回) 産地招へい (4店舗) サンプル出荷 (一般200、高鮮度60)

【概要】

県産水産物の販路開拓を目指す高知県養殖魚輸出促進協議会(平成28年3月設立、漁協・水産加工会社・物流業者で構成)等と連携し、輸出の本格展開へつなげる
 ・海外見本市等への出展や海外ニーズに合致した商品開発などに意欲のある事業者主体が行う活動を支援し、輸出に向けた販路開拓に取り組む
 →H31年4月から事業目的を拡大した「高知県水産物輸出促進協議会(仮)」の立ち上げに併せ、「水産物有望案件販路開拓事業費補助金(仮)」を新設し支援
 ・世界に通用する水産加工施設のHACCP認証取得を推進(対米、対E U向けHACCP) (※水産加工業高度化支援事業費補助金)

【現状】 ★水産物輸出額の推移



- 県内では産業振興計画により養殖魚の産地加工が大きく伸展(H26~)するも国内消費は縮小傾向
- 海外では、新興国の経済発展や欧米での健康志向等により水産物需要が急速に上昇傾向
- 第1ステージ(H28~H30)では、輸入規制のハードルが低い東・東南アジアから取組を開始

【H28~30年度の主な取組】

国・地域	H28	H29	H30
香港	現地調査	総合食品見本市FOOD EXPO2017出展	水産見本市SEAFOOD EXPO ASIA2018出展
ベトナム	-	水産見本市VIETFISH2017出展	水産見本市VIETFISH2018出展
シンガポール	○応援の店(寿司店)での高知フェア開催 ○JF神田わだつみの高知フェア開催	○応援の店(寿司店)での高知フェア開催	総合食品見本市FHA2018出展
タイ	-	総合食品見本市THAIFEX2017出展	総合食品見本市THAIFEX2018出展
米国	-	水産見本市SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA2018出展	水産見本市SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA2019(予定)
中国	-	-	週1の定期便(航空便)取引開始
その他	○インド・マレーシア現地調査 ○沖縄大交易会出展	○沖縄大交易会出展	ドバイ水産見本市SEAFEX出展

主な成果

- 各国別に商社等の商流や、海外飲食店等との一定の販路が構築できつつある
- 取組に積極的な県内事業者の経験値もあがり、一定のノウハウが蓄積されつつある

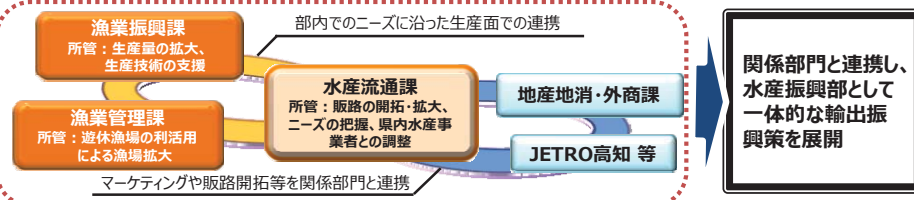
課題

- 1 県産水産物の販路開拓が期待でき、かつ県内企業の要望が強い新たな市場の開拓
- 2 有望市場でのさらなる販路の拡大
- 3 海外HACCP認定取得の推進・事前の水産施設登録制度の周知、各国ニーズに合う商品開発

輸出のボトルネック

加工用原魚の確保
 ・海外で需要の高い大型(7kg前後)のブリの生産が必要
 (遊休漁場の利活用、早期採卵人工種苗の活用)

≪H31 県水産振興部の体制≫

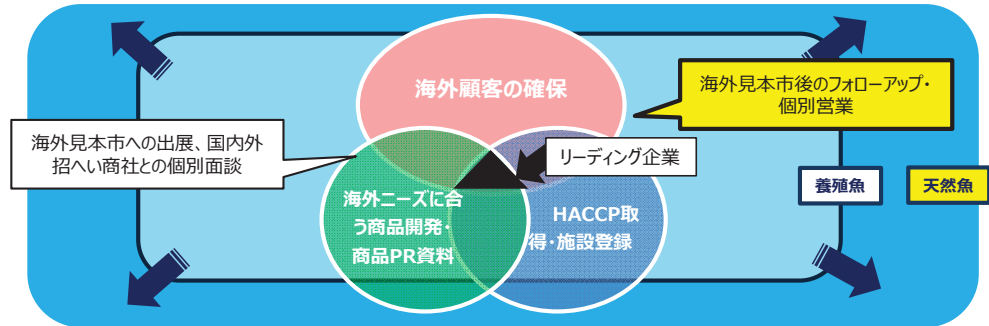


【H31年度の取組方向】

バージョンアップのポイント

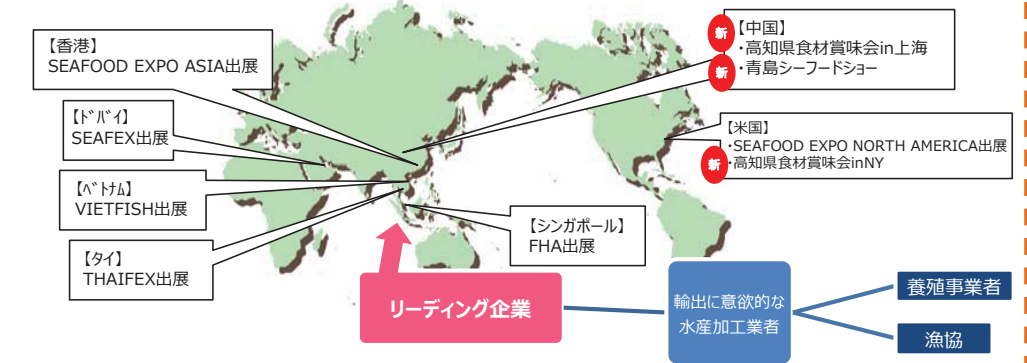
1 本県の水産物輸出事業のけん引役である「高知県養殖魚輸出促進協議会」が事業目的を「養殖魚」のみから「養殖魚を中心とする水産物」に拡充

販路開拓の対象魚種を「養殖魚を中心とする水産物」に拡充することにより、当面のターゲット市場であるアジアで好評な天然魚も含めた本県の水産物の特徴である多種多様な水産物をPRするとともに、海外顧客の裾野を拡大



2 産地での生産・加工<川上>から海外への外商<川下>まで連携した、リーディング企業による有望市場における販路拡大への重点的な支援

- ターゲット国の求める施設登録等の要件を備え、これまでの海外販路開拓の結果、一定の顧客(商流含む)を得、海外ニーズに合う商品開発等にも意欲的な事業者(以下「リーディング企業」と呼称)の動きを重点的に支援することで、リーディング企業の商品のみならず協力関係にある県内事業者の商品の販路開拓を推進
- 海外見本市での出展時はもちろん、その後のアフターフォローについても支援対象とすることで、より緊密な販路開拓を推進



【有望(重点)地域】ベトナム・シンガポール・香港・タイ・ドバイ・米国 新 中国(上海・青島)

3 海外HACCP認定取得の推進・事前の水産施設登録制度の周知、各国ニーズに合う商品開発支援

- ① HACCP導入のための専門家によるコンサルティング
 - ② HACCP認定取得のための審査手続きの負担軽減
- ※①大日本水産会の「HACCP認定加速化支援事業」を活用。補助率：1/2
 ※②同会の「水産食品加工施設HACCP」(FDA HACCP相当) 認定受審経費を補助。補助率：定額

現状・課題

- 高齢化等により遊漁船業等の担い手が不足
 - 遊漁船業等への就業に興味がある漁業者等はあるが、初期投資や手続きが煩雑なことがネック
 - 一方、H31.2から始まる自然・体験型観光キャンペーンは遊漁振興には追い風
 - インバウンドは「モノ消費」から「コト消費」へとニーズが変化しているが、どのような遊漁船業等のコンテンツに需要があるか不明
- 〔ホエールウォッチングでは外国人客増
遊漁船、磯釣り、ダイビング、体験漁業などでは時々外国人客の来訪あり〕

取組方針

- リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～を契機に
遊漁船業等の取組を**加速化**
- ① 旅行商品・観光商品の造成・磨き上げ
 - ② **新規就業の促進**
 - ③ **インバウンド対応の強化**

対策とスケジュール

H30年度

H31年度

● 旅行商品開発支援委託業務

内容：旅行商品の造成・磨き上げ、商品の提案

インバウンドモニターツアー、H30年度実施内容のフォローアップを追加

【H30実施地区・旅行商品造成・磨き上げ内容】

- | | |
|---------|---------------------|
| ① 室戸市 | 室戸岬クルーズ |
| ② 須崎市 | 釣り筏・カニ網＋食事 |
| ③ 黒潮町 | 海のオーロラ「夜光虫」見学ツアー |
| ④ 土佐清水市 | 釣りブリ漁見学・体験 |
| ⑤ 大月町 | 観光イカ釣り＋食事、サンセットクルーズ |

【H31実施地区・旅行商品造成・磨き上げ内容予定】

- | | |
|--------|--------------|
| ⑥ 安芸市 | シラス・ちよい釣りツアー |
| ⑦ 高知市 | たたき体験や伝統漁業体験 |
| ⑧ 中土佐町 | 一日漁師体験 |
| ⑨ 室戸市 | 大敷網 |
| ⑩ 大月町 | マグロツアー |

※ ⑨は農山漁村振興交付金、⑩地産外商推進事業費補助金を活用予定

計10商品を
造成・
磨き上げ

H30年度実施内容のフォローアップ

- **インバウンド対象モニターツアー**（外国人留学生・旅行者）
ホエールウォッチング（土佐市）、釣り筏（須崎市）、マダイ釣り（高知市）
↳ インバウンド対応コンテンツの絞込みや受入れのためのツール整備→横展開

遊漁船業等の取組を加速化

● 遊漁船業等アドバイザー委託業務

内容：遊漁船業者等を対象に経営実態を踏まえた助言・指導 → 報償費により対応のため廃止

● 遊漁船業等振興事業費補助金

内容：遊漁船業者等を対象としたハード・ソフトの支援

● 生産基盤維持向上事業費補助金

内容：漁業の維持向上のための共同利用施設の整備等への支援

● 農山漁村振興交付金（農泊推進（渚泊分））【国】

内容：漁村等における農泊の推進に対する支援

● 遊漁船業等への新規就業（漁業からの多角経営化含む）の促進

- ・新規就業への支援を強化
法定備品、船舶の改修、研修費用等
- ・漁協が実施する遊漁船業等の取組に係る基盤整備の支援を追加
船舶の購入、改修、漁業体験施設の整備等

● インバウンド対応の強化

- ・インバウンド体制の整備の支援を追加
wifi整備、多言語化（パンフレット、ホームページ）等
- ・先進地調査・視察

商工業分野の展開イメージ ～拡大再生産による雇用拡大と、地域の賑わいによる活気ある商工業～

分野を代表する目標 **製造品出荷額等** 出発点 (H26) 5,260億円 ⇒ 現状 (H28) 5,678億円 ⇒ 4年後 (H31) 6,000億円以上 ⇒ 6年後(H33) 6,400億円以上 ⇒ 10年後 (H37) 7,000億円以上

「地産」のさらなる強化

柱3 絶え間ないものづくりへの挑戦

1 ものづくり企業の製品開発の促進

- 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支援
- 高付加価値な製品開発への支援
- 農業団体と商工団体との協定に基づく農商工連携プロジェクトへの支援

2 生産性向上（省力化・高付加価値化）の推進

- IoT推進ラボ研究会や各産業分野によるニーズ抽出の拡大[再掲]
- IoT推進ラボ研究会におけるニーズとシーズのマッチング、プロジェクト創出の推進[再掲]
- 生産性を高める設備投資の推進（補助事業＋融資制度）
- 工業技術センターの生産性向上（省力化・高付加価値化）に向けた支援強化

3 メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興

- 価値提案型の防災関連製品の開発や営業活動の支援強化



水節用テリ収集機

4 紙産業の飛躍的な成長の促進

- 「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づく紙産業の振興
- 土佐和紙総合戦略の実施
- 高付加価値な製品開発への支援[再掲]



土佐和紙総合戦略

5 外商強化に向けた食品加工の高度化

- 市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化

6 産学官連携によるイノベーションの創出

- 研究成果を産業利用するための支援



ファイバブル発生装置

7 地域商業の活性化

- 商店街のにぎわい創出への支援（具体的な振興計画の策定・実行支援他）
- 新規創業・店舗魅力向上への支援
- インバウンドとキャッシュレス化に向けた環境整備

「外商」のさらなる拡大

柱4 外商の加速化と海外展開の促進

1 ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進（メイドイン高知の防災関連製品含む）

- 東京営業本部による外商サポート
- 企業の課題に応じたセミナー等の実施
- 見本市出展や商談会の開催
- 技術提案型商談会等の開催
- 防災関連製品の新たな販売先の開拓



中野ライフガードTEC2018 in名古屋
防災関連製品カタログ

2 県内企業の海外等展開を促進

- 海外での市場調査支援
- 国内外の商社等とのマッチング強化
- 海外バイヤーの招へい等海外展開支援のさらなる強化
- 海外での外商活動支援（セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展）
- JICA及びJETRO等と連携した海外展開・ODA（政府開発援助）案件化の促進

柱1 持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定と働き方改革の推進

1 事業戦略策定等への支援

- 事業戦略の策定・磨き上げ・実行への支援
- 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

2 地域の事業者の経営力強化

- 商工会及び商工会議所との連携による経営計画の策定と事業展開への支援

3 働き方改革の推進

- 経営基盤強化への支援と連携した働き方改革の推進
- 人手不足が顕著な産業分野への支援の強化
- 働き方改革の機運醸成に向けた先行事例の広報強化

柱2 Society5.0の実現に向けた産業集積と課題解決型産業創出の加速化

1 IT・コンテンツ関連産業の集積の加速化

- IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致活動の充実・強化
- IT・コンテンツアカデミーによる人材育成の充実・強化
- 首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化

2 課題解決型産業創出の加速化

- IoT推進ラボ研究会や各産業分野によるニーズ抽出の拡大
- IoT推進ラボ研究会におけるニーズとシーズのマッチング、プロジェクト創出の推進
- Society5.0関連の実証実験促進による課題解決や産業（技術）集積の加速化

高知発のものづくりを



全国・海外へ!



地産外商の成果を「拡大再生産」へ

柱6 産業人材の育成・確保

1 人材確保の推進

- 移住施策と一体となった中核人材の確保
- 新規卒業者の県内就職促進
- 組織連携による労働参画機会の拡大
- 首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化[再掲]



企業向けインターンシップセミナー

2 円滑な事業承継への支援

- 事業承継ネットワークによる事業者への事業承継の啓発とニーズの掘り起こし
- 実務の担い手の育成により事業承継を大幅に加速

3 人材の育成の推進

- 産業界のニーズに応じた人材の育成（高等技術学校における多能工の育成他）
- 伝統的工芸品産業等の人材育成
- IT・コンテンツアカデミーによる人材育成の充実・強化[再掲]

4 働き方改革の推進

- 経営基盤強化への支援と連携した働き方改革の推進[再掲]
- 人手不足が顕著な産業分野への支援の強化[再掲]
- 働き方改革の機運醸成に向けた先行事例の広報強化[再掲]
- 従業員の定着対策
- 従業員の能力開発支援
- 新規高卒就職者の離職防止



39

柱5 企業立地や起業の促進

1 全庁一丸となった企業立地の推進

- 地域産業クラスターからの発展による企業立地
- ものづくり企業の強化につながる企業立地
- 本県をフィールドとした防災分野や第一次産業のIoT化等に取り組み高知ならではの新産業の企業立地
- 事務系職場の集積拡大
- IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致活動の充実・強化[再掲]



(仮称) 南国日草工業団地

2 起業に取り組む事業者等への支援の強化

- IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進
- 創業融資メニューの活用促進

企業立地補助制度

+

人材確保・育成支援の強化

IT・コンテンツ関連企業事務系職場の集積拡大

(IT・コンテンツ人材の育成、首都圏の人材・企業とのネットワークの構築等)

商工業分野の体系図

分野の目指す姿	拡大再生産による雇用拡大と、地域の賑わいによる活気ある商工業					
分野を代表する数値目標	製造品出荷額等 現状(H28):5,678億円 ⇒ 4年後(H31):6,000億円以上 ⇒ 6年後(H33):6,400億円以上 ⇒ 10年後(H37):7,000億円以上					

戦略の柱	「地産」のさらなる強化		「外商」のさらなる拡大	地産外商の成果を「拡大再生産」へ		
	1 持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定と働き方改革の推進	2 Society5.0の実現に向けた産業集積と課題解決型産業創出の加速化	3 絶え間ないものづくりへの挑戦	4 外商の加速化と海外展開の促進	5 企業立地や起業の促進	6 産業人材の育成・確保
戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ●事業者の事業戦略、経営計画の策定を支援し、持続的な拡大再生産の好循環へつなげる ●経営基盤強化への支援と連携して働き方改革の取組を進める 	<ul style="list-style-type: none"> ●課題解決型産業創出を促す仕組みを構築し、生産性向上や地域の課題解決を図るとともに、新たな産業創出を図る。 ●IT・コンテンツ関連産業の集積拡大を目指し、企業誘致と人材の育成・確保の取組を進める。 	<ul style="list-style-type: none"> ●絶え間ないものづくりへの挑戦を後押しし、世界に通じる製品・技術を生み出す ●暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ●国内にとどまらず、海外展開を促進し、外商をさらに加速する 	<ul style="list-style-type: none"> ●本県の強みを活かした第一次産業分野等と連携した幅広い視点からの産業クラスター化を目指す ●全国的なニアショア(地方拠点開設)志向を活かしたオールインワンのきめ細やかなサポートを武器に、事務系職場の集積を目指す ●起業等の取組みへの支援を強化する 	<ul style="list-style-type: none"> ●新たな事業展開や企業が必要とする人材の円滑な確保を目指す ●働き方改革の取組を進め、人材の定着・確保に繋げる
戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> ・事業戦略を持つ企業数 ①:200社(H28～H31累計) ・策定後5年を経過した企業の売上高の目標達成割合100% ・経営計画の策定支援件数 ①:2,058件(H28～H31累計) 	<ul style="list-style-type: none"> ・IoTプロジェクト関係(H28～H31累計) ①創出件数:②:30件 ②自立件数:③:7件 ・新規雇用者数(IT・コンテンツ分野)(H27からの累計) ⑦:71人→⑧:300人 →⑨:500人→⑩:900人 ・IT・コンテンツ関連企業立地件数(H25からの累計) ⑦:6件→⑧:20件→⑨:26件→⑩:38件 	<ul style="list-style-type: none"> ・設備投資助成関係 ①生産性向上計画の作成 ②自立件数:③:7件 ③:22件(H30～H31累計) ②利子補給制度を活用した設備投資実施件数 ③:160件(H30～H31累計) ・防災関連認定製品(累計) ⑥:85品→⑦:162品 →⑧:190品→⑨:246品 ・紙産業の製造品出荷額等 ⑥:669億円→⑦:690億円 →⑧:730億円→⑨:800億円 ・空き店舗への出店 ⑥:59件(H21～H26累計) →⑦:100件(H28～H31累計) ・チャレンジショップ開設 ⑦:4箇所→⑧:14箇所 	<ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成約額 ⑥:27.1億円→⑦:73億円 →⑧:100億円→⑨:183億円 ・防災関連認定製品の売上高 ⑥:48.5億円→⑦:64億円 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業立地による製造品出荷額等 ⑥:252億円→⑦:612億円 →⑧:806億円→⑨:900億円 ・企業立地による雇用創出数(H28からの増加人数) ③:800人→④:1,100人→⑤:1,900人 (うち事務系職場 ③:350人 →④:500人→⑤:900人) 	<ul style="list-style-type: none"> ・県出身県外大学生の県内就職率 ⑥:13.6%→⑦:30%
取組方針「主な」 ◆「具体的な取組み」	<ol style="list-style-type: none"> 1. 事業戦略策定等への支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆事業戦略の策定・磨き上げ・実行への支援 ◆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 2. 地域の事業者の経営力強化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】商工会及び商工会議所との連携による経営計画の策定と事業展開への支援 3. 働き方改革の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆経営基盤強化への支援と連携した働き方改革の推進 ◆【拡充】人手不足が顕著な産業分野への支援の強化 ◆【拡充】働き方改革の機運醸成に向けた先行事例の広報強化 	<ol style="list-style-type: none"> 1. IT・コンテンツ関連産業の集積の加速化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致活動の充実・強化 ◆【拡充】IT・コンテンツツアカデミーによる人材育成の充実・強化 ◆【拡充】首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化 2. 課題解決型産業創出の加速化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】IoT推進ラボ研究会や各産業分野によるニーズ抽出の拡大 ◆IoT推進ラボ研究会におけるニーズとシーズのマッチング、プロジェクト創出の推進 ◆【新規】Society5.0関連の実証実験促進による課題解決や産業(技術)集積の加速化 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ものづくり企業の製品開発の促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆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による支援 ◆高付加価値な製品開発への支援 ◆農業団体と商工団体との協定に基づく農商工連携プロジェクトへの支援 2. 生産性向上(省力化・高付加価値化)の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】IoT推進ラボ研究会や各産業分野によるニーズ抽出の拡大[再掲] ◆IoT推進ラボ研究会におけるニーズとシーズのマッチング、プロジェクト創出の推進[再掲] ◆生産性を高める設備投資の推進(補助事業+融資制度) ◆【拡充】工業技術センターの生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた支援強化 3. メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】価値提案型の防災関連製品の開発や営業活動の支援強化 4. 紙産業の飛躍的な成長の促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づく紙産業の振興 ◆【新規】土佐和紙総合戦略の実施 ◆高付加価値な製品開発への支援[再掲] 5. 外商強化に向けた食品加工の高度化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化 6. 産学官連携によるイノベーションの創出 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】研究成果を産業利用するための支援 7. 地域商業の活性化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】商店街のにぎわい創出への支援(具体的な振興計画の策定支援他) ◆新規創業・店舗魅力向上への支援 ◆【新規】インバウンドとキャッシュレス化に向けた環境整備 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進(メイドイン高知の防災関連製品含む) <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】東京営業本部による外商サポート ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施 ◆【拡充】見本市出展や商談会の開催 ◆技術提案型商談会等の開催 ◆【拡充】防災関連製品の新たな販売先の開拓 2. 県内企業の海外等展開を促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】海外での市場調査支援 ◆【拡充】国内外の商社等とのマッチング強化 ◆【拡充】海外バイヤーの招へい等海外展開支援のさらなる強化 ◆【拡充】海外での外商活動支援(セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展) ◆【拡充】JICA及びJETRO等と連携した海外展開・ODA(政府開発援助)案件化の促進 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全庁一丸となった企業立地の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆地域産業クラスターからの発展による企業立地 ◆ものづくり企業の強化につながる企業立地 ◆本県をフィールドとした防災分野や第一次産業IoT化等に取り組み高知ならではの新産業の企業立地 ◆事務系職場の集積拡大 ◆【拡充】IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致活動の充実・強化[再掲] 2. 起業に取り組む事業者等への支援の強化 <ul style="list-style-type: none"> ◆IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進 ◆創業融資メニューの活用促進 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人材確保の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆移住施策と一体となった中核人材の確保 ◆【拡充】新規学卒者の県内就職促進 ◆組織連携による労働参画機会の拡大 ◆【拡充】首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化[再掲] 2. 円滑な事業承継への支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆事業者の事業承継に関する周知とニーズの掘り起こし ◆【拡充】実務の担い手の育成により事業承継を大幅に加速 3. 人材の育成の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】産業界のニーズに応じた人材の育成(高等技術学校における多能工の育成他) ◆【拡充】伝統的工芸品産業等の人材育成 ◆【拡充】IT・コンテンツツアカデミーによる人材育成の充実・強化[再掲] 4. 働き方改革の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆経営基盤強化への支援と連携した働き方改革の推進[再掲] ◆【拡充】人手不足が顕著な産業分野への支援の強化[再掲] ◆【拡充】働き方改革の機運醸成に向けた先行事例の広報強化[再掲] ◆従業員の定着対策 ◆従業員の能力開発支援 ◆新規高卒就職者の離職防止

経営支援コーディネーターの増員(+2名)

現状	計画策定当初見込件数(指導員数)	計画策定済件数 H30.11末	支援事例	経営支援コーディネーターの取り組みの進め方	方針
5ブロック (各ブロックにコーディネーター1名配置)				コーディネーター	
安芸	55(11名)	36	 <p>「高知カンパニーブルワリー」創業支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●地域の実情等を十分理解した上で、経営計画の策定・実行に対する支援活動のPDCAを回す。 ●地域連絡会議を開催し、関係機関との情報共有、地域課題の集約等を図る。 ●事業者に産振計画等の取り組みの浸透を図る。 	<p>●コーディネーターミーティング(月1回・県も参加)による進捗管理・検証、コーディネーター間の情報交換・共有等を行う。</p> <p>●専門経営指導員(専経)によるバックアップ等(専経のOJTも兼ねる)</p>
嶺北・物部川	65(13名)	85			
仁淀川	75(15名)	95	 <p>IDADA NUTS BUTTER創業支援</p>	<p>県連</p>	<p>●コーディネーターミーティング(月1回・県も参加)による進捗管理・検証、コーディネーター間の情報交換・共有等を行う。</p> <p>●専門経営指導員(専経)によるバックアップ等(専経のOJTも兼ねる)</p>
高幡	55(11名)	61			
幡多	85(17名)	120			
合計	335(67名)	397			

効果 (H28)経営計画策定前の業況を上回った件数572件/641件(89%)

小規模事業者にとって経営計画の策定＝経営力強化

課題

H28経営計画策定支援状況の集計の結果浮かび上がった課題解決や全計画のPDCA実行に相当の時間・労力を要する

- ①膨大な策定支援件数と質の確保
(H28～H31)目標2058件と今後増えていく計画について外部要因・内部要因等の戦略性を意識したPDCAを着実に回し、アウトリーチ型の支援が必要
- ②計画策定前の業況を下回った案件の原因分析と底上げ【H28:69件/641件(10.8%)】
仁淀川18.8%、幡多16.3%と高く、更なる支援が必要。
- ③事業承継を目的とした計画策定支援は、今後増加する見込み【H28:9件/679件(1.3%)】
安芸、嶺北・物部川、仁淀川で実績がある。緊急性の高いテーマなので、集中支援が必要。
- ④創業を目的とした計画策定支援では、若者や移住者等の創業を支援【H28:50件/679件(7.4%)】
幡多24%、安芸14%と高く、創業場所としての可能性を更に高める支援が必要。
- ⑤ものづくり補助金を契機とした計画策定支援は生産性向上に繋がるので、今後支援強化が必要【H28:32件/659件(4.9%)】
物部川31%と高知市に次ぐ県下第2の生産拠点。県経済の底上げに繋げる集中支援が必要。
- ⑥地域密着型業種である飲食業、小売業の計画策定割合が低い地域がある。【H28小売118件/641件(18.4%)】【H28飲食99件/641件(15.4%)】
物部川小売9.2%、安芸飲食6.4%と低い。地域一丸となった支援が効果を発揮する業種なのでより積極的な支援が必要

小規模事業者が抱える2大課題「事業承継」と「人手不足」の解消に向けた連携を徹底

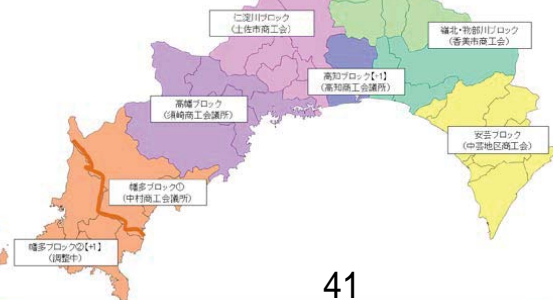
高知県移住促進・人材確保センター 高知県事業引継ぎ支援センター 高知県働き方改革推進支援センター

(課題) 経営計画実行と新たな課題解決の同時進行には相当の時間と労力を要する

(現状) 策定済み経営計画のPDCA実行時に「事業承継」と「人手不足」の課題を発見

(現状) 新たな経営計画策定の際に「事業承継」と「人手不足」の視点も入れる

経営支援コーディネーターの配置



バージョンアップの内容

経営支援コーディネーター2名増員による支援強化

- 高知ブロックを新設し1名配置
- 幡多ブロックを2分割し追加ブロックに1名配置

取り組みの方向性

- 計画策定目標件数(H30:504件,H31:572件)の達成と確実な実行に向けた支援を強化
 - ・2名増員により、県下全域の支援体制を確立する
- 「事業承継」と「人材確保」に向けた連携を徹底
 - ・策定済み計画を3つの視点(働き方改革、事業承継、移住促進人材確保)で総チェックし、事業承継や人材確保に向けた取り組みを強化する
- 個の支援から面の支援に繋がる経営計画の戦略的な策定支援
 - ・中心市街地エリアの個店支援等、戦略としての面の支援、及び、アウトリーチ型の支援を強化する

見込まれる効果

計画の底上げ・事業承継・人材確保の取り組みにより小規模事業者の持続的な発展に貢献

現状分析①

企業の労働関係法令への認識が足りない

働き方改革推進支援センターに寄せられた相談内容を見ると、「社内規定」に関するものが1割を占め、「雇用関係の手続き」や「労働時間の管理」の仕方が分からないといった、労働関係の基礎的な相談が、特に従業員が29人以下の事業者において多い。限られた人数で事業活動を行っているため、法令遵守の認識や知識を深める余裕がないのではないかと考えられる。

課題①

労働関係法令の普及・啓発が必要

現状分析②

働き方改革への関心が低い

経営指導員が対援をしている経営者において、販路拡大や生産性向上等に重点が置かれ、働き方改革の優先度が低いのではないかと考えられる。

県内企業で8割超を占める従業員数9人以下の小規模な事業者では、従業員が少数で余力がなくセミナー等への参加が難しいこと、働き方改革への意識改革につなげていないため、相談件数が少ないと考えられる。また、働き方改革推進支援センターが、商工会議所の単位で実施するセミナーへの参加者が少ない。

課題②

意識改革の醸成が引き続き必要

現状分析③

製造業者以外の業種への掘り起こしが足りない

今年度は、事業戦略策定企業を重点的に支援を行ってきたため、「製造業」からの相談が全体の4割を占めている。

一方、人手不足が顕著な、介護や建設業、小売業からの相談が少なく、製造業以外の業種をさらに掘り起こしていく必要がある。

課題③

人手不足の顕著な業種へのアプローチ強化が必要

現状分析④

働き方改革への人材や実践ノウハウが足りない

県主催のセミナーでのアンケートにおいて、働き方改革を推進していく人がいない、「具体策が分からない」といった声があった。

四銀地域経済研究所の調査においても、「取り組みに対するノウハウの不足」の課題や、今後現れてほしい効果として「業務効率化・生産性向上」が上位に挙げられている。

課題④

仕組みづくり、人材育成・生産性向上に向けた支援が必要
ロールモデルを作り、共有・拡大させていくことが必要

企業の取組展開

目指す姿と取組の視点

評価指標 (KPI)

平成31年度の取組

Step 1 働き方改革の必要性を理解し、「自分ごと」化する

企業の存続と成長のために 今やらねば!

Step 2 課題を見つけてプランを立てる

自社に何が必要? 何ができる?

Step 3 仕組みをつくる

マニュアルなどを活用した仕組みづくりが必要!

Step 4 仕組みを運用し、実践する

成功事例を活用するなど、はじめが肝心!

Step 5 検証・見直し

問題は? より使いやすいするには

Step 6 取組の定着

従業員のやる気UP! 業務の効率化!

- 目指す姿① 多様な人材がいまいきと能力を発揮できる環境を創る! (職場環境の整備)
- 目指す姿② 人材確保・定着により企業の成長を支える! (生産性向上)

1 働き方改革の歯車を増やす

●必要性の周知による意識の醸成

- ▶労働関係法令の普及・啓発
- ▶機運醸成に向けた広報の強化
- ▶人手不足の顕著な業種へのアプローチ強化

2 働き方改革の歯車を回す

●企業の課題発見に向けた支援

- ▶生産性向上推進アドバイザー派遣
- ▶生産性向上に向けた生産現場の課題解決

●企業の制度設計に向けた支援

- ▶働き方改革推進支援センター機能強化
- ▶実践支援アドバイザー派遣制度創設

▶企業内のリーダーとなる人材の養成

- ▶リーダー養成講座の開催

3 働き方改革の歯車を大きくする

●先進的企業の増加

- ▶WLB推進企業の増加
- ▶くるみん等国の認定企業の増加

●生産性向上に向けた支援

- ▶生産性効率化等に向けた支援強化

4 働き方改革の歯車を加速させる

●ロールモデルの横展開の推進

- ▶モデル優良事例の共有と拡大

KPI

平成31年度就業環境等実態調査の結果を踏まえKPIの設定を検討

〈KPI項目の例示〉

- ◆国や県の支援によって改善された企業数
 - ・就業規則
 - ・半日又は時間単位の有給休暇制度 など

〈参考〉

【就業環境整備】

- ◆一人当たりの年次有給休暇の取得率 48.8%
 - ※2017中小企業労働事情実態調査報告書
- ◆週労働時間60時間以上の雇用者の割合 6.1%
 - ※H29年就業構造基本調査
- ◆WLB推進企業認証数 H30.12 210社

【人材確保】

- ◆新規高卒者の県内就職率 H30年3月卒 64.1%
 - ※文部科学省 高等学校卒業者の就職状況に関する調査
- ◆県外大学生のUターン就職率 H30年3月卒 18.1%
 - ※商工政策課調査
- ◆県内大学生の県内就職率 H29年3月卒 35.8%
 - ※私学大学支援課、計画推進課集計



1 働き方改革の歯車を増やす 働き方改革の必要性の周知により意識を醸成

- ◆商工会等との連携強化(経営計画と連動した働き方改革診断シート活用による支援強化)
- ◆コーディネーターによる企業訪問
 - ※建設業、福祉業(介護)へのアプローチ強化
 - ・高知家健康宣言企業及び育児休暇・育児休業取得促進宣言企業へアプローチ
 - ・業界団体を通じた会員企業へアプローチ
- ◆働き方改革推進支援センターの機能強化
- ◆働き方改革キャンペーンの実施 (8月:ノー残業キャンペーン、11月:有給休暇取得キャンペーン)
- ◆働き方改革セミナーの開催(県・働き方改革推進支援センター)
- ◆モデル優良事例集の作成・配布(県や業界団体の広報、県の広報番組やHP)
- ◆就業環境等実態調査(県内の実態を把握するため、以降2年ごとに実施)
- ◆労働関係法令の普及・啓発説明会 <労働局と連携>

2 働き方改革の歯車を回す 企業の課題発見、制度設計を支援

- ◆働き方改革マニュアルを活用した支援強化
- ◆働き方改革推進支援センターの機能強化[再掲]
- ◆実践支援アドバイザーの派遣による企業支援
- ◆働き方改革推進職場リーダーの養成(集合型・連続5回講座)
- ◆生産性向上推進アドバイザーによる生産性向上に向けた課題解決の支援
- ◆インターンシップ充実等による新規卒業者の県内就職促進
 - ・企業向けインターンシップセミナー
 - ・PR動画作成支援セミナー
- ◆事業戦略や経営計画の策定実行支援と合わせたサポート

3 働き方改革の歯車を大きくする 先進的企業を増加させる・生産性向上に向けた支援

- ◆先進的企業の増加
 - ◆WLB推進企業認証制度の普及拡大
 - ・高知家健康宣言企業及び育児休暇・育児休業取得促進宣言企業へアプローチ
 - ◆くるみん・えるぼし等の普及拡大
 - ◆生産性向上に向けた支援
 - ◆Society5.0の実現に向けた産業集積と課題解決型産業創出の加速化
 - ◆工場の生産性向上に向けた支援強化(工業技術センター)
 - ◆生産効率化、高付加価値化に向けた支援(生産技術・機械設計コーディネーター等)
 - ◆設備投資の実行に向けた支援(もの補助、民間融資の活用)

4 働き方改革の歯車を加速させる ロールモデルの横展開を図る

- ◆モデル優良事例集の作成・配布[再掲](人材確保に繋げる)
- ◆モデル優良事例の紹介・県や業界団体の広報・県の広報番組やホームページ

労働局・産業振興センター・商工会・商工会議所との連携

県内の現状と課題

- ▶ IT・コンテンツ企業の集積は順調に進捗しているが、Society5.0関連企業の立地はまだまだ少ない
- ▶ IoT推進ラボ研究会、農林水各部の生産性向上PTを中心に、IoT技術導入のニーズ抽出は進展しているものの、第一次産業以外の分野のニーズ抽出は限定的
- ▶ Society 5.0の実現には、①関連企業(技術)の県内集積の促進、②IoTやAI、ビッグデータ等の第4次産業革命の技術革新を県内のあらゆる分野に活かす意識と取り組みが必要

H31バージョンアップのポイント

- ▶ Society5.0関連企業の誘致活動の強化及びIT・コンテンツ人材の育成・確保施策の充実・強化
- ▶ 県行政の様々な分野の計画に課題解決のためIoT技術等を活用することを位置づけ、ニーズを抽出
- ▶ Society5.0関連実証実験を促進する補助金の創設により、県内の課題解決を加速・関連企業(技術)の集積を促進

※Society 5.0(ソサエティ ゴーデンゼロ)とは

- サイバー空間とフィジカル(現実)空間を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会 (Society)
- フィジカル(現実)空間からセンサーとIoTを通じてあらゆる情報が集積(ビックデータ)し、人工知能(AI)がビックデータを解析し、高付加価値を現実空間にフィードバック
- 本県においては、IoTやAI、ビックデータ等のデジタル技術を活用し、県内のあらゆる分野の課題解決を図るとともに、開発されたシステムの地産外商や企業の集積による雇用創出等の産業振興を目指す

築いてきた全国とのネットワークを活かした

IT・コンテンツ関連産業の集積の加速化

●IT・コンテンツ人材の育成・確保の充実・強化

- 拡 ○土佐MBA IT・コンテンツアカデミーの充実・強化
- 新 ○工科大(永国寺C):IT・コンテンツ初入門講座(公開講座)
- 新 ○高知大(朝倉C、共通教育):AI技術人材育成講座(公開講座)

拡 ○首都圏IT・コンテンツネットワークの充実・強化

- ・エンジニア・クリエイターに加え、マネジメント層の人材確保の充実強化に向けて、人材の掘り起こし⇒交流⇒職業紹介を一貫通貫する仕組みを構築(職業紹介は民間で実施)
- ※マネジメント層の不足が企業の成長や誘致の壁となる課題を克服

人材の安定的供給

●IT・コンテンツ関連企業の誘致活動の充実・強化

- 拡 ○立地有望企業の掘り起こし・企業訪問の充実・強化
- ・2,000社アンケートに加え、Society5.0関連企業(IoT、AI等の事業を主業とする企業)について、信用調査会社に委託しスクリーニング・立地可能性を精査し、立地有望企業を抽出
- ・抽出した企業に信用調査会社と同行訪問することにより、誘致活動を効果的・効率的に推進
- ・課題解決型産業創出(Society5.0関連の実証実験の促進)と連動した企業誘致活動の推進

○IT・コンテンツ関連企業のシェアオフィスへの入居促進

- ・IT・コンテンツ関連企業の誘致活動と一体的に推進

人材確保を誘致の強みに

アプリ開発人材育成講座 等

企業集積の
効果波及(立地企業等による課題解決)

課題解決の実証フィールドとしての地位確立(企業立地を促進)

第一次産業や中山間地域の課題などからのニーズの抽出を通して

課題解決型産業創出の加速化

これまでの取り組み

ニーズ抽出

- IoT推進ラボ研究会の現場訪問によるニーズ抽出
 - ・研究会会員と現場訪問を行い、現場ニーズや解決策に関する意見交換会を開催
- 第一次産業等における生産性向上プロジェクト
 - ・関係部局等のPTが、川上から川下までの全過程の中でボトルネックを見つけ、IoTや機械の導入等のニーズを抽出

マッチング

- IoT推進ラボ研究会におけるニーズとシーズのマッチング
- ※県内企業で対応できない場合、経済同友会会員等の県外企業とマッチング

取り組みを拡大

充実・強化のポイント

- 拡 ●農林水産業分野に加え、県行政の様々な分野の計画に、課題解決のためSociety5.0関連技術(IoT、AI、ビッグデータ等の導入)を活用することを各部署が位置づけ、ニーズを抽出

新 各本部会議において、課題解決に資するICT・IoTのニーズ抽出を進捗管理

産業振興推進本部会議	日本一の健康長寿県構想推進会議	少子化対策推進本部会議
中山間総合対策本部会議	南海トラフ地震対策推進本部会議	豪雨災害対策推進本部会議
社会資本整備推進本部会議	スポーツ振興推進本部会議	情報化推進会議 など

新 ●Society 5.0関連の実証実験の促進

- シーズ側企業の提案による県内での実証実験に対する助成制度を創設
- ※既存のIoT推進事業費補助金(ニーズ発の事業への助成)を拡充

※助成条件
①県内事業者を含むコンソーシアム、
②高知県の課題解決や生産性向上に資する事業、③先進性、市場性、実現可能性に優れている 等

- 拡 ●プロジェクトをビジネスとしてスケールさせるための個別チームによる支援

IoT技術人材育成講座

ニーズ側・シーズ側のプレイヤーを拡大



現状・課題

- 情報系の知識や技術を学ぶ県内の学生の多くは就職時に県外に転出
- 学生の大手企業志向が強まり、Uターン就職希望率は低下
- 一方、IT・コンテンツ関連の立地企業が増加し、IT人材等の採用が増加
- IT・コンテンツアカデミーは、受講者が1,529人(延べ3,294人)になるなど順調に進捗。一方、Society5.0関連技術の人材育成講座はまだ少ない

ポイント

- 県内及び県外でIT・コンテンツ関連の多様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
- 好循環を実現しSociety5.0の実現等につなげるため、講座の追加等内容を充実・強化

これまでの成果 企業立地件数：18件、新規雇用者数：239名						目標
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	◆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
	(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)	e-Janネットワークス(株)	k2Vision	

人材供給・企業立地の促進

- 県内高等教育機関
- 高知工科大学
 - 高知大学
 - 高知県立大学
 - 高知工業高等専門学校
 - 高知情報ビジネス&フード専門学校
 - 国際デザイン・ビューティカレッジ
 - 高知開成専門学校
 - 土佐情報経理専門学校
 - 高知職業能力開発短期大学校

土佐MBA 高知県IT・コンテンツアカデミー → 12月末現在で1,529人(延べ3,294人)が受講

専門講座

- 新** ●ゲームプランナー育成講座
 - ・立地企業を持つ人材育成プログラムを活用
 - ・ゲームの企画について学ぶ講座
- ゲームプログラマー育成講座
 - ・立地企業を持つOJTプログラムを活用
 - ・チーム単位でゲーム開発を実践
- デジタルマーケティング人材育成講座
 - ・立地企業を持つ人材育成プログラムを活用
 - ※高知大・工科大の講座に組み込み
- 新** ●AI技術人材育成講座
 - ・AIの知識・技術を持つ人材を育成
 - ・高知大学における公開講座(集中講義方式(15コマ))
- 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
- ゲームデザイナー育成講座
 - ・立地企業を持つ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>
 - ・立地企業を持つ人材育成プログラムを活用
- 新** ●WEBデザイナー育成講座
 - ・業界団体の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<イキガートコース県内版>
 - ・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
- アプリ開発人材育成講座<イキガートコース県外版>
 - ・企業の即戦力として必要なプログラミングを習得
 - ・首都圏等の民間の講座と連携し県外の人材を確保
- IT先端技術利活用講座
 - ・Webサービス等の先端技術を習得

基礎講座

- 拡** ●IT・コンテンツビジネス入門講座
 - ・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
 - ①高知大学(朝倉キャンパス)における公開講座(15週連続の講座)
 - ②工科大(永国寺キャンパス)における公開講座(2か月で16コマの講座)
- 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<教育プログラムの内容>
 - ①ITリーダー(大学生等)育成プログラム(1か月)
 - ②中高校生プログラミング体験学習
- 拡** ●アプリ開発人材育成講座<ベーシックコース>
 - ・中学校・高等学校のパソコン部にメンターを派遣し、プログラミング出前講座を実施
 - ※プログラミングに興味の高い層に集中投資

ねらい

スタートライン

マッチング

補助金申請

審査のポイント

目指す姿

プロジェクト創出

現行制度

IoT推進事業費補助金
地産地消・外商型

1. ニーズ発の課題解決

2. ものづくりの地産地消・外商

▶ 上記1及び2を両立できる県内中小企業のIoT製品の試作開発を支援

- ✓ 県外企業は対象外
- ✓ 大企業は対象外
- ✓ 研究会の提案公募手続を経た案件のみ対象

● 研究会等によるニーズ抽出からスタート

- ▶ IoT推進ラボ研究会の現場訪問によるニーズ抽出
- ▶ 生産性向上プロジェクトによるニーズ抽出



● 抽出したニーズとシーズ（県内IoT企業）のマッチング

- ▶ 県内IoT企業に提案を公募し、ベストの解決策をニーズ側が選択



● 対象者
県内に開発拠点を持つ中小企業者

- 補助率
2/3以内
- 補助上限額
1,000万円
- 事業期間
2年以内
- 申請受付
随時

- ▶ 県内の課題解決につながる製品開発であること
- ▶ 地産外商に繋がるビジネスモデルであること

県内企業のものづくりを応援

- ▶ 県内IoT企業による新たな付加価値を生み出すIoT製品やサービスの開発が拡大
- ▶ 本県の課題解決を図るとともに、そのノウハウを蓄積し、IoTやAIなどの先端技術を活用した「ものづくりの地産地消・外商」が拡大

- これまでの成果（機械を含む）
- ・ ニーズ抽出件数：44件
 - ・ ニーズとシーズのマッチング中の件数：13件
 - ・ マッチング成立済みの件数：27件
 - ・ 製品完成：4件

拡 県行政の様々な分野の計画に、課題解決のためSociety 5.0関連技術（IoT、AI、ビッグデータ等の導入）を活用することを位置づけ、ニーズを抽出

拡 プロジェクトをビジネスとしてスケールさせるための個別チームによる支援

各本部会議において、課題解決に資するICT・IoTのニーズ抽出を進捗管理

産業振興推進本部会議	日本一の健康長寿県構想推進会議	少子化対策推進本部会議
中山間総合対策本部会議	南海トラフ地震対策推進本部会議	豪雨災害対策推進本部会議
社会資本整備推進本部会議	スポーツ振興推進本部会議	情報化推進会議 など

新 シーズ側企業の提案によるSociety 5.0関連実証実験を促進する補助金の創設により、県内の課題解決を加速し、関連企業（技術）の集積を促進

プロジェクト創出

Society 5.0推進事業費補助金

1. 価値提案型の公益的な課題解決

2. 企業誘致・産業集積

▶ Society 5.0関連の有力IoTシーズの実証実験を県内に呼び込む

- ✓ 県外企業もOK
- ✓ 県内企業もOK
- ✓ 大企業もOK
- ✓ 地域課題の解決に繋がる民間の自由なシーズ提案を公募

4者以上でコンソーシアムを組成

● IT企業によるシーズ提案からスタート

- ▶ 県が提示する大枠のテーマに沿った実証実験を公募（医療・福祉、中山間地域対策、防災、環境、土木、観光、教育、その他の行政課題）



● 県内IT企業とのコンソーシアム組成支援

- ▶ 県外企業から希望があった場合、研究会会員から募集

● 実証フィールドのニーズ側事業者の紹介

- ▶ 研究会会員又は関係機関への照会により候補者を探索

県外企業と県内企業の連携体制の構築により、県内企業の技術力向上及び育成を図る

● 対象者
4者以上が参加するコンソーシアム（構成員のうち1者以上は県内IoT企業を含むこと）

- 補助率
2/3以内
- 補助上限額
2,500万円
- 事業期間
2年以内
- 申請受付
年2回公募予定

▶ 高知県での課題解決、社会実装につながる

- ▶ 以下の事業は不採択
 - ・ 研究会で既に取り組んでいるプロジェクトと内容が重複する事業
 - ・ 県内企業の事業活動を阻害（民業圧迫）する恐れのある事業
 - ・ 公益性を欠く事業（民間で対応すべき案件等）

・ 県内企業の事業活動に最大限配慮
・ 県内へのレガシー創出を重視

▶ 有力なシーズを有する県外企業の実証実験を呼び込むことにより、地域課題の解決が加速

▶ 県外企業との連携により、県内企業の技術力が向上（Society 5.0関連技術の県内集積が促進）

▶ Society 5.0関連の実証フィールドの地位を確立し、企業の立地や産業集積が拡大

連携



関連団体との連携による情報発信、サポート（情報産業協会、工業会、製紙工業会、農業協同組合中央会、森林組合連合会、漁業協同組合、大学・高専、産学官民連携センター）

現状・課題

- ▶ IT・コンテンツ企業の集積は順調に進捗(累計18社、新規雇用者数239人)。一方、IoTやAI、ロボット等の事業を主業とするSociety5.0関連企業の立地はまだ少ない
- ▶ IT・コンテンツアカデミーによる人材育成に加えて県外からの人材確保が企業集積の加速化の鍵
 - ① 県内求職者数(H30年度)は、H26年度より約15%減少し、今後も人手不足の状況が継続見込み
 - ② 立地企業の成長や企業立地の促進のためには、エンジニア等に加えマネジメント層の人材確保が必要

ポイント

- ▶ マネジメント層、エンジニアの人材確保に向けた首都圏IT・コンテンツネットワークにおける人材マッチングの仕組みの構築
- ▶ Society5.0関連の実証実験の促進等との連動
- ▶ Society5.0関連企業の誘致活動の体系的推進(企業のスクリーニング⇒アンケート調査⇒重点企業への訪問⇒立地有望企業のフォローアップ)

県外からの人材確保の充実・強化

【拡】首都圏IT・コンテンツネットワークの充実・強化

① 首都圏における継続的な人材・企業の掘り起こし

- ▶ 職業紹介の受け皿となる県内企業の情報発信の充実・強化（HP、SNS）
- ▶ ネットワーク大交流会や<エキスパートコース県外版>を通じた掘り起こし
- ▶ UIターン関連のイベントやコミュニティ、IT系勉強会等の参加者への掘り起こし
- ▶ 移住促進策や県外大学生のUIターン促進策と連携した掘り起こし etc

【本県の強みを首都圏等の人材に訴求】

- ① 交流から職業紹介までを一気通貫する手厚いサポート
- ② 学びの場の充実（アカデミー）
- ③ 立地企業の増加
- ④ 働きやすい環境、自然、食

【新】② 本県への就職・移住に向けた個別サポートの充実

- ▶ ネットワーク会員との面談を通じた求職者情報の収集・管理
- ▶ ネットワーク大交流会でのUIターン相談や県内企業とのマッチングの徹底

● 職業紹介を希望する会員

・面談を通じて、希望職種や雇用条件等の情報を収集し、職業紹介に必要な資料を作成

● 職業紹介を希望しない会員

・本県の情報を継続的に発信
 ・<エキスパートコース県外版>へ誘導
 ・UIターンへの興味・関心を喚起 etc

・職業紹介資料を県内に本店を置く登録職業紹介事業者へ提供

※職業紹介事業者は、予め公募し登録する制度を創設（移住促進・人材確保センターや県内の民間事業者の登録を想定）

③ 登録職業紹介事業者による人材マッチング ※委託業務の対象外

安定的人材供給
 (企業誘致の強み)



就職先の増加
 (IT・コンテンツ企業を目指す人材の増加)

企業誘致活動の充実・強化

【新】1 Society5.0関連の立地有望企業の抽出・企業訪問の徹底

① Society5.0関連企業のスクリーニング

- ▶ 信用情報を元にIoT、AI、ロボット、ビッグデータ、ドローン、画像解析・音声認識等を主業とする企業を掘り起こし(2,000社～3,000社程度と推計)

② 立地意向調査アンケート調査(回収率向上のため電話フォローを徹底)

- ▶ オフィス新增設計画に加えて、実証実験等のニーズも調査
 ※仮に回収率20%以上とすると、2,000社×20%=400社

③ 回収したアンケートの分析・重点訪問企業の絞り込み(40社)

- ▶ ①事業内容、②経営状況、③地方への進出意向、④実証実験等のニーズの高さ等を判断基準として訪問企業を絞り込み

④ 重点訪問企業への訪問(信用調査会社との同行訪問40社)

- ▶ 訪問後は、立地有望企業を整理し、フォローアップを継続的に推進

【新】2 課題解決型産業創出(Society5.0関連の実証実験)と連動した企業誘致活動の推進

3 幅広いIT・コンテンツ関連企業の誘致

- ▶ 「IT・コンテンツ産業振興アドバイザー」や既立地企業等とのネットワークを生かした立地有望企業の掘り起こし
- ▶ 企業立地意向アンケート調査(2,000社)による立地有望企業の掘り起こし

4 IT・コンテンツ関連企業のシェアオフィスへの入居促進

【今後誘致する企業について】

- ① 県内企業と事業内容、人材確保等の面で競合しない企業
- ② 円滑な人材確保が期待できる企業(事業内容、経営状況、待遇 etc)

IoT技術を活用したものづくり生産支援システムの開発（H31～32）

現状	課題	課題への対応策	期待される効果
<ul style="list-style-type: none"> IoT技術を活用して、生産設備のデータを取得するシステムを導入できていない県内企業が多く、データに基づく改善活動が進んでいない 市販システムは本県の中小企業にはオーバースペックなことが多く高価 古く独自の設備で製造している企業など生産設備や機器が多様 IoTに関するノウハウが不足 	<ul style="list-style-type: none"> IoTシステムを県内企業へ普及させるためには、様々な生産現場に対応できるシステムの開発 企業内でシステムを維持・管理できる人材が不足 取得したデータを分析・評価し、改善につなげるノウハウが不足 	<ul style="list-style-type: none"> 個々の生産現場に合わせてカスタマイズできるIoTシステムの開発 興味をもつ県内企業で実証し、複数のモデルケースづくり 開発システムの活用事例発表や研修を行い、県内企業へ普及 IoT・AIに関する技術研修の強化 	<ul style="list-style-type: none"> 生産実態をデータに基づいて的確に把握し、改善することで生産性や品質が向上 IoT・AIに関する知識を持った人材が育成され、企業の自立的な生産性向上につながる

対応・解決策（研究内容）

IoT実証研究(H28～30)を踏まえて、IoT実用化研究にバージョンアップ

① カスタマイズできるシステム開発

◇様々な現場の生産設備に合わせてカスタマイズできるシステムを開発

- 多様性のあるモデル企業を選定
- モデル企業の生産設備を対象に、デバイスやソフトを試作開発
- 他の企業に普及できるように事例パターンごとに取りまとめ
- 企業ニーズに基づく機能の追加

生産設備の機能や取得するデータによりシステムを変更

センサーの有無・種類など

稼働・停止時間、温度、速度、圧力データなど



システム共通部分
ネットワーク通信、データベース

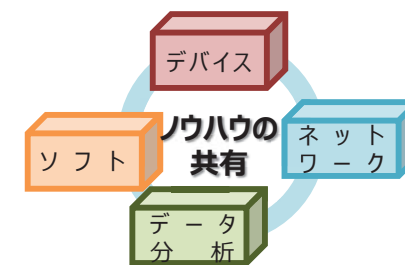
② 蓄積データの活用

- ◇生産支援システムにより、取得・蓄積したデータの加工（見える化）、分析手法の検討を実施
- ・既存システムに加え、AIの活用を研究課題として実施

③ システムの展開

◇県内企業への開発システムの展開

- モデル企業と連携したシステム開発
- 要素技術をまとめた普及研修
- 導入事例の周知
- 新規導入の場合の技術支援
- 紙関連企業にも積極的に展開 など



④ 技術人材の育成

◇IoT・AIに関する技術人材の育成

- ・具体的に企業内でシステムを活用できる人材の育成
- ・「技術者養成講座」において講座内容を強化
- ・モデル企業事例の学習やIoT活用の可能性を検討
- ・外部講師によりAI活用に対する理解を深める など

防災関連市場調査のポイント

- 独自の技術や発想をもとにした「製品開発（プロダクトアウト型）」を促すとともに利用シーンを明確にする等、ユーザーに寄り添った製品の提案が必要。
例：「リビングに置けるおしゃれな防災バッグ」「車載用防災セット」「デスクに収まるA4サイズの備蓄セット」etc
- 有力な防災商社が企業・病院・自治体等に向け、多くの流通チャンネルを有しているのが現状。エンドユーザーへの個別営業のみで事業拡大を図ることは困難であり、商社及びフロント企業を「協力者」として取り込んでいくことが必要。
- 都内を中心とした関東・大阪・名古屋は官需民需ともに普及率が高く、更新または買い増し需要が中心となる傾向にあり、競争環境も厳しいが、市場としては大きい。
- 業界内では相次ぐ災害により、これまで防災への意識が低かったとされている①中国地方、②近畿圏（大阪以外）で対策実施の動きが活発になるとの見方が強い。

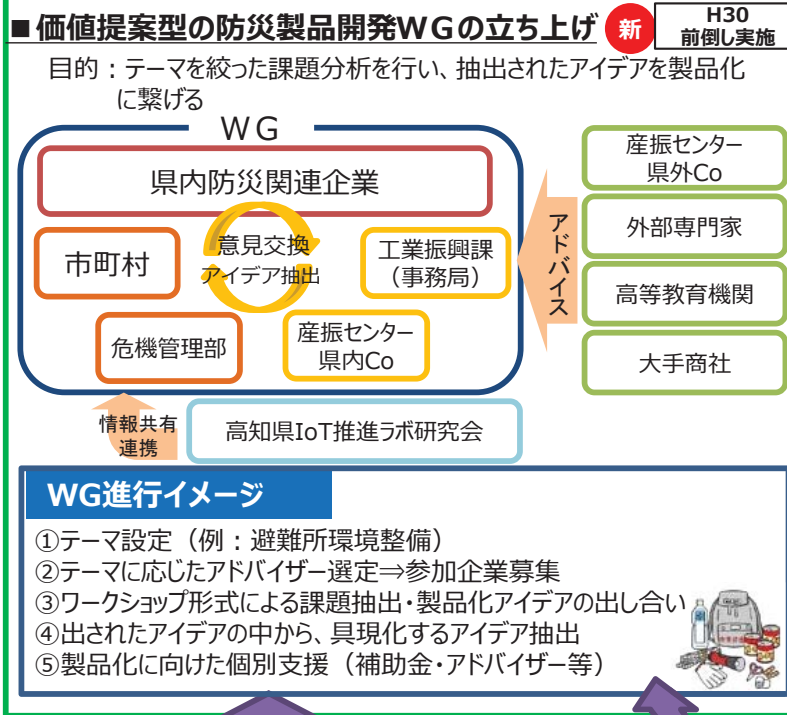
大手防災商社からのヒアリング

- 各商社においては、価格競争に陥らないよう、独自性のある商品を求めている。 ● 市場のボリュームとして大都市圏が圧倒的に大きいことは当面変わらない。
- 各商社は営業する際に提案主力商品を3つほど用意し、それを切り口として他の製品も紹介し、総合提案をしている。単品営業しても口座をつくってもらうことすら難しいため、総合提案できるよう商品を揃えることや商社の総合提案に乗せていくことが必要。

バージョンアップのポイント

- POINT 1**
・外商の拡大に繋がる地産の強化を図るため価値提案型の製品開発WGを立ち上げ
- POINT 2**
・多くの商流チャンネルを有する大手商社等との関係を深めるため商談機会を拡大
- POINT 3**
・今後、市場拡大が見込まれる関西・中国地方への外商を強化
- POINT 4**
・地産・外商の強化に向け防災市場に精通したアドバイザーを設置

「地産」の強化



バイヤー目線でのアドバイス

地消・外商活動から得られたニーズを製品開発へ！

大手防災商社OBを委嘱予定
(H31.3~)

ターゲットとなる外商先・効果的な外商手法についてアドバイス

「地消」の強化

■ 県域版マッチング

- ・ものづくり総合技術展を活用したマッチング（県内企業28社出展）
⇒全市町村訪問実施。訪問時に来場を強く要請

■ 地域版マッチング

新 H30
前倒し実施

- ・県内ブロック単位でのマッチング機会の提供
⇒地域本部、県内防災関連企業の意向を踏まえ実施

■ 市町村等への製品PR

- ・県内防災訓練や防災イベント等での防災関連製品の展示
- ・自主防災組織人材育成研修での防災関連登録製品の紹介
- ・全市町村訪問実施（再掲）。現場課題のヒアリング及び課題に応じた提案型の製品紹介

「外商」の強化

市場調査結果をふまえ、外商エリアや商談機会の拡大により、これまで未開拓であった商流チャンネルとのマッチングを強化！

■ 東京営業本部の体制強化

拡

- ・商流チャンネル・販売エリアの拡大（東京駐在 Co+1、大阪駐在 Co+1）

■ 見本市出展の強化

拡

- ・防災関連見本市への高知県ブース出展増（H30：6会場⇒H31：9会場）

■ ミニ展示商談会首都圏エリア以外での開催強化

拡

- ・大阪開催の増（H30：1回⇒H31：2回）

■ 防災商社との個別相談会強化

拡

- ・防災商社を本県に招聘しての訪問型相談会を実施
- ・これまでの首都圏大手防災商社との相談会に加え、地域防災商社との個別相談会を実施

■ 新たな商流チャンネルの開拓

拡

■ 包括協定締結企業との連携強化

拡

防災関連産業振興アドバイザー（仮称） 新

ニーズ



- 豪雨対策 水位計、雨量計、水で膨らむ土嚢
- 揺れ対策 転倒防止
- 土砂崩れ対策 伸縮計、傾斜計
- 火災対策 感震ブレーカー
- 安否確認システム 等



- 被害状況の把握と情報発信 情報提供アプリ（避難所・土砂災害情報等）
- 避難経路の確保と誘導 簡易設置型避難階段、誘導灯
- 避難の為に機材・グッズ 避難ポルト、利用シーン別防災セット 等



- 長期常温保存食品 高栄養価レトルト食品、5年保存缶詰
- 避難所生活の改善 カセット型発電機、プライバシー対策
- 医療救護対策 など 医薬品の保管・運搬 等

各シーン別（備える・逃げる・生きる）の部会を立ち上げ

アイデア抽出

（様々な機会を提供し、アイデア出しをサポート）

セミナー（年間3回程度）

- 防災アドバイザー、防災商社、被災地関係者等により、市場から求められている防災製品をテーマに講演
- ⇒課題の共有と関心の喚起

ユーザーへのヒアリング

- 自主防災組織リーダー等を対象にした地域版マッチングにてヒアリング実施、ニーズを収集（県内5ブロックにて実施）

現場視察（適宜）

- 防災訓練、避難所運営訓練、被災地等を視察し、課題を把握

相談会

- 防災アドバイザーによる相談会（年間6回程度）
- 大手防災商社との相談会（年間4回程度）

営業活動を通じたヒアリング（適宜）

- 幅広い情報網を持つ防災商社等へ市場のトレンドをヒアリング
 - ・防災専門商社
 - ・警備会社
 - ・百貨店 など

モニタリング（適宜）

- 既存製品やサンプルをユーザーに提供し、意見を収集

参加企業

- 製品開発・改良を希望する企業を募集
- 県・産振センターによる企業訪問での掘り起こし

アイデア絞り込み・製品開発

（製品化が見込めるアイデアごとにWGを設置し製品開発をサポート）

製品開発WG

【役割】

- 製品アイデアの絞り込み・磨き上げ
- 製品企画書の作成
- 試作開発

【想定するWGの枠組み】

防災関連
設備・機器

防災食品、
避難所
生活改善

防災
システム

etc.

情報共有・連携

支援

アドバイザー

- 防災アドバイザー
- ユーザー
- 市町村
- 危機管理部
- 健康政策部
- 防災商社
- 建設土木コンサル
- 高等教育機関
- 産振センター（県外Co）
- 工業技術センター

各種補助金

- ものづくり事業戦略推進事業費補助金（市場調査事業、製品開発事業）*食品を除く
- 食品産業総合支援事業費補助金（商品開発・改良、商品PR・テストマーケティング）

高知県
ラボ研究会
推進

製品化・販売

新たな課題に応じたさらなる製品開発へ!!

現状

原料や用具の調達難、後継者不足、需要の減少などにより本県の伝統産業である土佐和紙の存続が危機的状況にある。

課題

原材料や用具の確保、後継者の育成、製品開発や販路の開拓、文化の伝承に取り組み、土佐和紙の伝統産業としての振興を図る。

土佐和紙総合戦略

川上から川下まで
一貫支援

基本方針①

土佐和紙の原料確保

こうぞ農家と土佐和紙生産者の意見交換会の開催

こうぞ生産・加工グループの組織化・活動の強化等（紙すき職人やボランティアの参画等）

補助金等による助成

農地等の情報収集・斡旋



基本方針②

用具の確保と土佐和紙生産者の後継者育成

いの町所有の簀桁の修繕と貸出（新規後継者等への起業支援）

用具

用具製作技術者の育成（研修事業の継続）

用具製作技術研修者への技術支援（用具データの提供）

土佐和紙生産者

後継者の掘り起こしと長期研修の促進

後継者制作物の県や学校での活用

基本方針③

土佐和紙のPR・販売促進・製品開発

土佐和紙の優位性の分析とPRへの活用

PR

土佐こうぞ使用の土佐和紙認証制度の創設

土佐和紙の良さをイベントやホームページ等でPR

販売

見本市出展や小売店でのフェア開催等

博物館等のショップでの販売

開発

新商品開発（新用途開発）の技術支援

基本方針④

土佐和紙文化の発信と無形文化遺産登録

文化

紙とあそぼう作品展や国際版画トリエンナーレ展の開催、県文化施設等でのPR

教育現場での啓発活動（副読本での紹介や施設での体験学習等）

ユネスコ

土佐和紙保存会の活動支援

技術保持団体設立に向けた関係者との調整



実行

土佐和紙振興プロジェクトチーム

商工労働部（工業振興課、経営支援課、紙産業技術センター）、農業振興部（環境農業推進課）産業振興推進部（仁淀川地域本部、地産地消・外商課）、中山間振興・交通部（中山間地域対策課）文化スポーツ部（文化振興課）、教育委員会（文化財課）

連携

土佐和紙の関係者

- 楮生産者
- J A
- 原料商
- 手すき和紙職人
- 用具保存会
- 土佐和紙保存会
- 手すき和紙組合
- いの町紙の博物館
- 土佐和紙工芸村

特産品を用いた常温長期保存できる商品の開発 (H31~33)

現 状	課 題	課題への対応	期待される効果
<ul style="list-style-type: none"> ◆大消費地から遠い本県では、長期保存できる食品（冷凍・レトルト）の開発が必要不可欠 ◆中でもバイヤーや市場ニーズが高いのは、『常温流通』できる長期保存食品 ◆特に市場が成長しているレトルト食品の開発に対する県内企業のニーズが高い 	<ul style="list-style-type: none"> ◆H29年度からハードル技術による常温長期保存食品を開発しているが、商品が限定的 ◆レトルト加工できる県内事業者が少ない ◆県内企業・工業技術センターとともにレトルト食品に関する設備やレシピ等のノウハウが不足 	<ul style="list-style-type: none"> ◆レトルト殺菌機等を導入し、レトルト商品の研究開発を推進 ◆レトルト食品の開発を希望する企業と連携し、基礎データの収集とともにレシピを開発 ◆一定の技術的知見を蓄積した段階で、幅広い企業に技術を普及 ◆当面は、展示会で試食提供できるレベルの試作をめざす 	<ul style="list-style-type: none"> ◆外食・中食業界や、介護食・離乳食・非常食、少人数家庭向け商品が開発され、地産外商につながる（高知県産の付加価値をもった商品） ◆本県の特産品を用いた『日持ちする土産物』の需要に対応 ◆県内のレトルト加工業者の規模拡大や増加が見込まれる

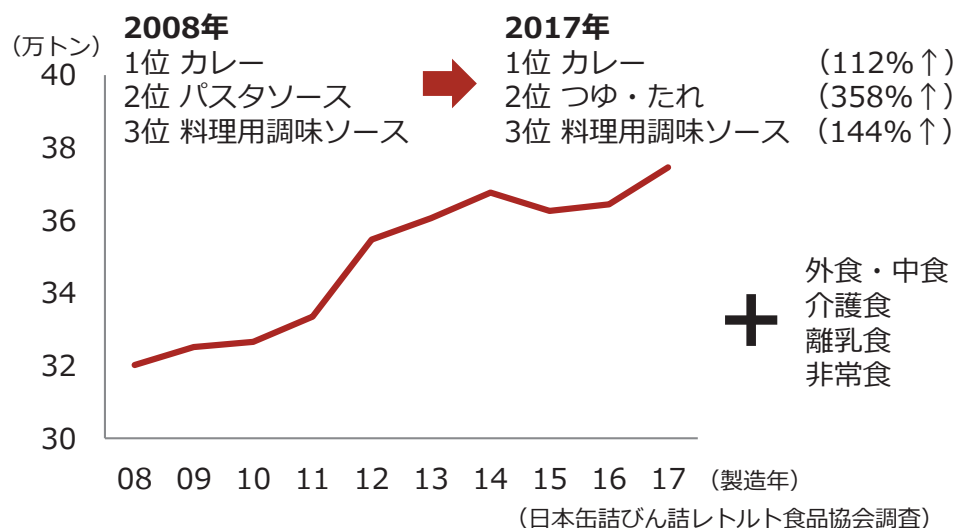
《食品のハードル技術を利用した製品開発支援：H29~31》

＜ハードル技術＞水分活性やpHの調整、日持ち向上剤の添加など、微生物の増殖を妨げる障害（ハードル）を組み合わせて、加工食品の腐敗を防止する技術。

	塩・糖（少）	塩・糖（多）
中性	カレー・シチュー ハヤシ・ミートソース 食肉野菜混合煮・スープ パスタソース・かまめしの素 食肉調理品・水産類・飯類 つゆ・たれ・農産類 料理用調味ソース	酒盗 佃煮
酸性	ジュース ポン酢	はちみつ ジャム

赤色：レトルト殺菌で商品化 黄色：ハードル技術で商品化

過去10年のレトルト食品生産数量の推移 (117%↑)



《研究概要等》

食材	包材	加工技術	達成目標
<ul style="list-style-type: none"> ◆購入者が《高知産》に価値を感じる素材を選定 ◆高温処理でも価値の低下が少ないものを選定 ◆《水産物》シラス、鰹、鰻、鮎、サツキマス ◆《農産物》柑橘、ナス、トマト ◆《畜産物》ジビエ、あかうし等 	<ul style="list-style-type: none"> ◆安価で、耐熱性や遮光性が高く、保存性にも優れているアルミパウチでモデル試験を行う ◆近年開発ニーズが高まっている《鍋つゆ、スープ類》に対応するため、陳列棚で自立するスタンドパウチを用いた含気包装について試験を行う 	<ul style="list-style-type: none"> ◆食感や風味の低下を抑える材料サイズやカット方法の検討 ◆殺菌での加熱を考慮した、前処理加熱方法の検討 ◆レトルト殺菌において、最小加熱で最大効果を発揮する温度・圧力条件の検討 ◆各種講習会への職員派遣 	<ul style="list-style-type: none"> ◆年間5商品を開発 ◆新規設備を利用した調理及び殺菌方法について講習会を実施 ◆当センターの機器を利用して自社のレトルト商品を開発し、OEM発注ができる企業を増やす ◆レトルト加工のOEM受注ができる企業を増やす

現状

課題

対応策

●高知市中心商店街以外の地域では、商店街の衰退が進み、店舗の減少など、商業機能が低下している

- ・地域住民の利便性の確保を図るために、商業機能の維持・発展が必要であるが、商店主が高齢化するなどメンバーがおらず、新たなことに取り組めていない。
- ・地域商業の活性化や商業機能の強化に向けて取り組もうとする若手商業者もいるものの、組織化されていない。

(空き店舗率)
高知市中心商店街
H24年度:14.1% → H29年度:11.7%
高知市周辺商店街
H24年度:16.2% → H29年度:16.7% 出典:高知市
高知市以外
H30年度:20.0% 出典:県地域商業実態調査

(通行量調査)
[H24~H29]
高知市:約7.6% 増加(35,589人→38,295人)
四万十市:約13.0% 減少(5,127人→4,462人)
※高知市中心商店街10地点、四万十市中心商店街5地点で、冬期・平日・昼間に行った調査による
出典:高知県

●外国人観光客・消費税増税時のポイント還元への対応が進んでいない

(高知市中心部8商店街へのアンケート結果)
※H30.10. 対象:478店舗 回収率:56.3%
・現金以外の支払い方法が選択できる店舗は比較的多いが、概ねクレジットカードのみの対応[63.6%]
・キャッシュレス決済が可能な店舗であっても、利用可能を表示していない店舗が存在する[26.9%]
・「現金のみ」の店舗では、今後も「対応するつもりはない」との考えをもった店舗が半数近く存在する[45.9%]

※高知市中心商店街でも上記のような調査結果のため、それ以外の地域では、さらに意識が薄いと推測される。

●商店街活性化に向けての課題

- ・それぞれの「まちの強み」や持っている「資源」を活かしきれていない
- ・様々なクラスター事業を活用した、地産外商の取組との連携が不十分
- ・具体的な商店街振興計画を立てていない
- ・若手商業者グループへのサポート体制が整っていない
- ・地域によっては、事業者、商工会等、市町村で「商業振興」に対する意識の差がある

●キャッシュレス化に向けての課題

- ・キャッシュレス化によるメリット、種類や仕組みについて知る機会が少ない
 - ・クレジットカードに加え、電子マネーやQRコードを使ったモバイルウォレットなど、決済方法が多様に広がりを見せており、各店舗にどの方式が合うのか分かりづらい状況
 - ・キャッシュレス決済が可能な店舗でも、決済手数料の増加を懸念し、店頭表示をしていないなど、積極的な活用がされていない
 - ・その場で入金があるという即時性により、現金を優先する傾向が強い
- (中山間地域)
・道路網も発達している現在、消費税増税時のポイント還元等に対応しなければ、消費の域外流出に拍車がかかることが予想される

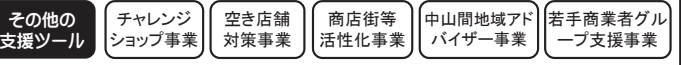
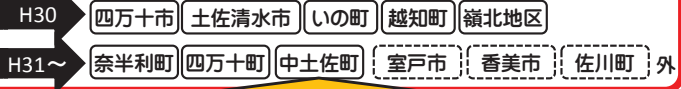
(新) 地域振興推進支援事業費補助金

支援の強化

〇〇商店街振興計画

「まちの強み・資源」の活用や地域産業クラスター・観光クラスター・地域アクションプランを取り込んだ具体的な振興計画を、商店街、商工会・商工会議所、各市町村、県と一緒に策定・実行する!

- 商店街振興計画の策定・実行
- ・地元事業者、商工会議所・商工会、市町村、県(地域本部含む)、他がメンバーとなり、幅広い意見を徴集するための協議会を設置
 - ・協議会(全体会)の他に、WGを開催し、地域資源等を活用した取組を検討・計画
 - ・取組ごとに、事業主体を定めたアクションプランを作成、数値目標を設定し実行
 - ・自然体験型観光による交流人口の増加、移住者受入の促進、事業承継(継業)、特産品を活用した新たな商品の開発など、地域の課題に対応した面的な取組を支援機関と連携して進める
 - ・県、市町村等の支援ツールを最大限に活用しながら取組を進める
 - ・PDCAサイクルを回し、常に見直しを行う



- ・経営支援コーディネーター
- ・地域連絡会議
- ・移住促進人材確保センター
- ・働き方改革推進支援センター
- ・事業承継ネットワーク
- ・金融機関等

(新)キャッシュレス化普及促進の取組

★商店街の事業者がキャッシュレス化への理解・意識の改革を行っていくため、現状と今後の動向、また、キャッシュレス化のメリットなどについて、商工会・商工会議所、金融機関と連携してセミナーを実施する(県内全域での開催)
会場については、県内事業者の参加の利便性を高めるため、地域本部単位の7ブロックで開催(高知市、安芸、物部川、嶺北、仁淀川、高幡、幡多の各ブロック)

キャッシュレスセミナーとは?

- ・キャッシュレス化によるコストカットや売上増加の事例紹介等
- ・消費税増税に合わせたポイント還元等について
- ・軽減税率に伴うシステム改修に係る補助事業の紹介
- ・各種決済システムの紹介 他

	前払い (プリペイド)	即時払い (リアルタイムペイ)	後払い (ポストペイ)
サービス例	電子マネー (交通・流通)	デビットカード (銀行系・国際ブランド系)	モバイルウォレット (QRコード、NFC等)
特徴	事前にお金をチャージ	銀行口座から即時引き落とし	銀行口座から後日引き落とし

【国の施策】(仮)キャッシュレス・消費者還元事業

- (1)消費者への還元
消費税率引上げ後9ヶ月間、キャッシュレス決済手段を用いて支払いを行った場合、個別店舗で5%、フランチャイズチェーン加盟店等で2%を消費者に還元
- (2)決済端末等の導入補助
必要な端末導入費用の1/3を決済事業者が負担、2/3を国が補助
- (3)決済手数料の補助
加盟店手数料(3.25%以下)の1/3を期間中補助
- (4)キャッシュレス決済の周知・普及

これまでの取組

- ・ものづくり企業の海外展開は、防災関連産業を中心に、経済発展が見込まれる一方、風水害など本県の気候風土と共通点がある台湾や東南アジアをターゲットとしてきた
- ・これらの国々に対し、セミナーやMOUを通じた相手方政府との関係構築を図るとともに、展示会出展を通じた現地企業等とのマッチングを支援
- ・その他地域についても、企業の要望に応じ高知県産業振興センター海外支援コーディネーター等が適宜支援

政府との関係構築、現地企業とのマッチング機会の提供

 <p>台湾</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ MOU締結(台湾防災産業協会) ■ フォーラム&商談会 ■ トップセールス ■ 防災セミナー ■ secutech出展 	 <p>タイ</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ MOU締結(工業省、サブコン) ■ トップセールス ■ METALEX出展 ■ ミッション団派遣 	 <p>インドネシア</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 防災セミナー&商談会 ■ Manufacturing出展 	 <p>ベトナム</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ トップセールス ■ 政府機関への企業プレゼン ■ ミッション団派遣 	 <p>フィリピン</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 防災セミナー&商談会 ■ トップセールス ■ 政府機関への企業プレゼン 	 <p>その他地域</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ スリランカにおいて防災セミナー&商談会 ■ その他アジア、アメリカ等への進出に向けた情報収集
--	--	--	--	---	---

今までの活動により見えてきた課題

- ① 廉価な海外製品との価格競争 ② 現地でのアフターフォロー体制 ③ 人材確保、現地での人的ネットワークの構築

今後の強化策

具体的な商談に繋げるステージへ

- ・今までの活動により各国政府機関との関係を一定構築したことから、展示会出展など既存の取り組みを継続するとともに、新たなマッチング機会の提供など取り組みを強化

各国共通の強化のポイント

- **国内外の商社等とのマッチング強化** 拡
 - JETROやJICAなど支援機関のネットワークを活用した国内外の商社等の掘り起こし
 - 東南アジア等を商圏とする国内商社等を訪問し、県内企業の製品を紹介するとともに高知県に招聘、県内企業とマッチング
- **海外見本市（JETRO主催ブースへの出展）での現地コンサルタント等を活用した現地企業とのマッチングやアフターフォローの強化**

課題への対応

- ・商社等との関係強化により、現地での営業活動、アフターフォロー体制を強化

■ ODA活用先の拡大

- 海外展開の足掛かりとなる「案件化調査」の活用先を掘り起こし
【申請サポート件数 H29：1件 → H30：4件(予定)】

■ ODAのステージアップに向けた支援強化

- 「案件化調査」の次のステップとなる「普及実証」への申請支援
【申請サポート件数 H29：なし → H30：1件】

課題への対応

- ・ODAを活用したカウンターパート（相手方政府）への製品提案
- ・スペックインによる廉価な海外製品との差別化

各国における新たな取組

- SUBCON THAILAND出展 拡
- タイサブコンの県内企業訪問（MOUに基づき高知県に招聘）
- 防災セミナーinベトナム開催（ベトナム建設省からの要望）
- 県内防災関連企業と現地コンサルとの個別商談
- 食品プロモーションと連携した産業機械以外の製品提案

人材育成・確保に向けた取組

- JETRO等と連携した海外情勢セミナーや貿易実務講座の実施 人材育成
- 移住促進・人材確保センターと連携した中核人材マッチングの促進 人材確保

海外展開・ODA案件化サポートチームにおいて支援を強化 拡

【目的】
ODA案件化サポートチームの支援対象とメンバーを拡大・改組し、海外展開に踏み出す企業の掘り起こしと、海外展開を行っている企業の状況に応じ、展示会・専門家派遣やODA事業など支援策を総合的に活用し支援

- 【メンバー】
- | | | |
|---------------|---------------|-------------|
| ■ JICA四国センター | ■ JETRO高知 | ■ 中小機構四国 |
| ■ 高知県産業振興センター | ■ 高知県貿易協会 | ■ シンガポール事務所 |
| ■ 工業会等団体（新） | ■ 金融機関（新） | ■ 高等教育機関（新） |
| ■ 市町村（新） | ■ 県工業振興課（事務局） | |

海外拠点等の体制強化 拡

- ASEAN地域における現地での活動支援を強化

現状・課題

- 県内企業の人手不足が深刻化
- 就活準備セミナー等の学生の参加者が少ない
- インターンシップを実施している県内企業が少ない
 - ・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)
 - ・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%) (※)
 - (出展：リクルートキャリア「就職白書2018」)
- 企業と学生の交流の機会が少ない
⇒ 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。
 - ・採用競争が激化し、県内企業の採用予定者数の内定を出した企業は約2割。
 - (出典：県の企業への聞き取り調査結果 H30、12月末現在)
- 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。
- 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 企業における「新卒採用等への取組状況」に関する調査)
 - ・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」

セミナー参加企業の声

- インターンシップセミナー
 - ・未実施企業：「実施する」、「実施を検討する」、約97%
 - ・実施企業：「プログラムの改善に役立つ」100%
- 企業のPR動画作成セミナー
 - ・「作成する」、「作成を検討する」約93%

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。

- 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上でのセミナーを開催する。
- 企業のPR動画の作成支援及び求人ネットの改修
 - 専門家によるセミナーや派遣などにより、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。
- 四国内の大学への情報提供

対応策1

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による支援
 - 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。
- インターンシッププログラムの作成支援等
 - 専門家によるセミナーや派遣などにより、インターンシッププログラムの作成による受入企業の拡大やプログラムの磨き上げを支援する。
- 複数の企業による合同インターンシップ実施支援等

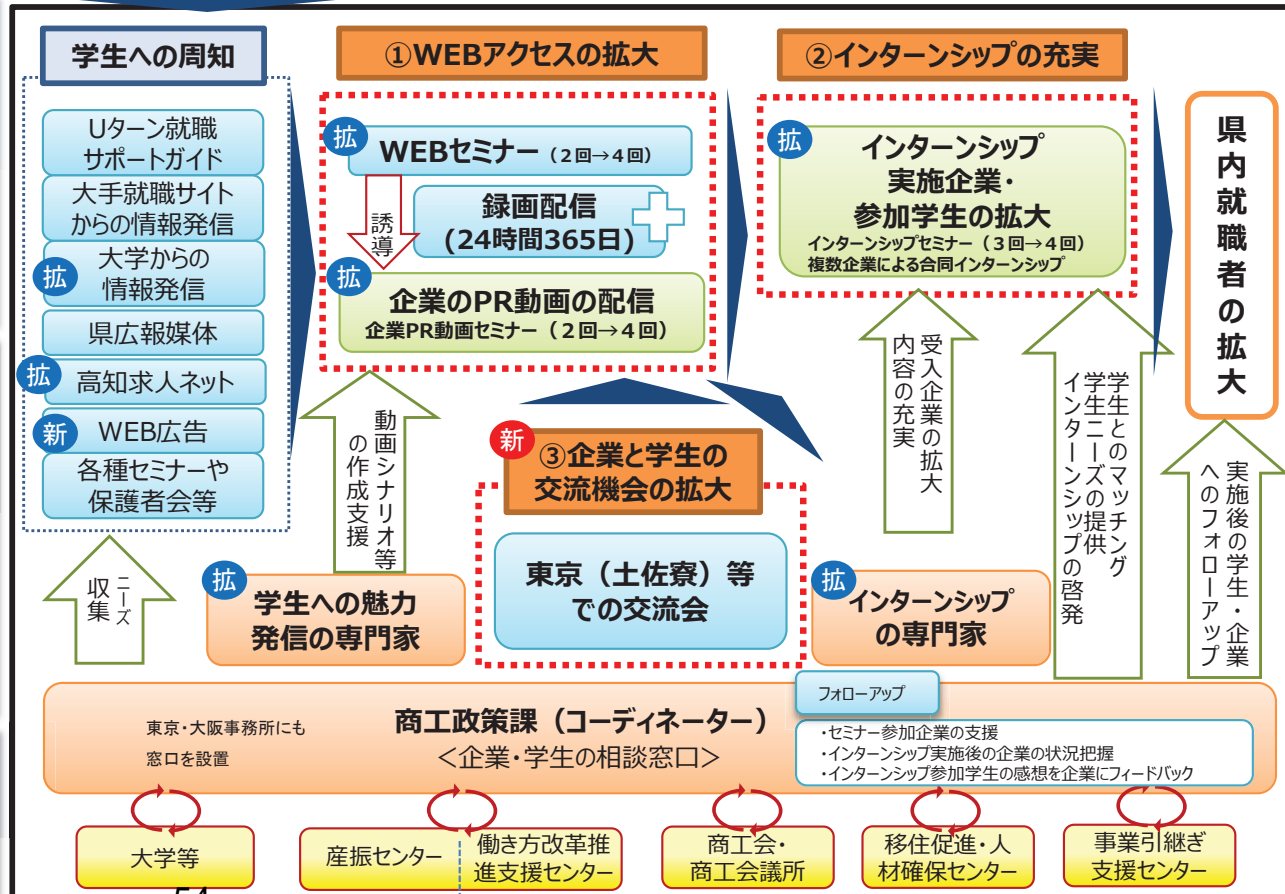
対応策2

③ 企業と学生の交流機会の拡大

学生と企業の若手職員などの交流を通じて県内企業の魅力を発信する。

- 東京(土佐寮)等での交流の場づくり

対応策3



観光分野の展開イメージ ～世界に通用する「本物と出会う高知観光」の実現～

分野を代表する目標

県外観光客入込数
観光総消費額

出発点(H27) : 408万人 ⇒ 現状(H29) : 440万人 ⇒ 4年後(H31) : 435万人以上 ⇒ 6年後(H33) : 450万人以上 ⇒ 10年後(H37) : 470万人以上
 出発点(H26) 1075億円 ⇒ 現状(H29) : 1126億円 ⇒ 4年後(H31) : 1230億円以上 ⇒ 6年後(H33) : 1300億円以上 ⇒ 10年後(H37) : 1410億円以上

【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

戦略の柱1 戦略的な観光地づくり

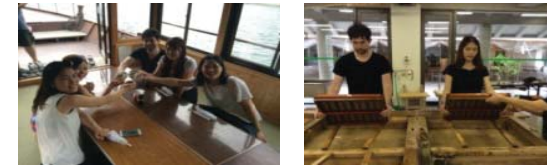
●本県観光の強みである「自然」「食」「歴史」の更なる磨き上げによる戦略的な観光地づくり

- 新** 磨き上げてきた「食」や「歴史」の観光資源に加えて、「自然&体験キャンペーン」を通じた観光資源の磨き上げと観光クラスターの形成 (それぞれ外国人受入対応を含む)
- 拡** 「土佐の観光創生塾」による地域の事業者が主体となった自然・体験型観光商品の拡大と事業者連携 (地域観光クラスター化) の推進
- 拡** アウトドア拠点など核となる観光地づくりの推進と再活性化
民間活力を積極的に導入した観光地づくり
- 官民の一層の連携による広域観光組織の体制及び機能の強化
 - ・広域観光組織の機能強化
 - ・地域コーディネーターの配置
- 新** 土佐れいほく博に向けた取り組みの加速化
- 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
 - ・サイクリングコースのPR及び環境整備の促進
 - ・スポーツイベント開催促進



戦略の柱4 国際観光の推進

- 外国人向け旅行商品の販売促進
 - ・対象市場のニーズに合った旅行商品の販売促進
- 拡** 自然&体験キャンペーンを生かした個人旅行 (FIT) 向け旅行商品の造成・販売
- 拡** 国際チャーター便を活用した商品造成



“おもてなし”でリピーター化
フィードバックによる改善

外国人観光客にも対応する高知ならではの
歴史・食・自然が連動した観光地づくりを推進!

磨き上げた観光資源・商品を
国内外の市場へ

【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

戦略の柱3 OMOTENASHI(おもてなし)の推進

- 国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境整備
 - ・きめ細かな観光情報の提供
- 新** 「自然&体験キャンペーン」に合わせハード・ソフト両面からの観光案内所の機能充実
 - ・観光基盤の整備(受入態勢の充実)
 - 自然・体験型観光の受入環境の整備
 - 外国人観光客とのコミュニケーション力の向上支援
- 新** 顧客の評価を体験事業者等にフィードバックする機会の創出
 - ・バリアフリー観光の推進



龍馬バスポート



おもてなしトレ



おもてなしクashi

戦略の柱4 国際観光の推進

- 高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上
- 拡** 海外セールス拠点による四国各県の空港を活用したチャーター便の誘致

積極的なセールス
& プロモーションで
観光客が高知へ

【売る】PR・プロモーション

戦略の柱2 効果的なセールス&プロモーション

- 効果的な広報・セールス活動の展開
 - 新** 「自然&体験キャンペーン」の展開
 - 新** 特設ウェブサイトによるPRと予約販売
 - ・国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化
- 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
 - ・アマ合宿・大会誘致、2020東京オリパラ、ラグビーワールドカップ2019事前チームキャンプ等誘致、高知龍馬マラソンの開催
- コンベンション等 (MICE) の誘致活動の強化
 - ・中小規模の大会・学会・報奨旅行の誘致
 - ・高知県ゆかりの企業へのアプローチ

戦略の柱4 国際観光の推進

- 効果的な広報・セールス活動の展開
 - 拡** 海外セールス拠点の追加(米・豪・中・韓)
 - 拡** 国内外の企業等と連携しSNSなどを活用した情報発信の展開
 - 国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域周遊観光の推進
 - 東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的な活用
 - 拡** 全国のよさこい主催団体が集える企画・プロモーションの展開
 - ・海外向けプロモーションの展開

四国DMO(仮称)との連携

全体を下支え

戦略の柱5 事業者の強化と観光人材の育成

- 観光産業を支える事業者の強化や人材の育成と商品造成功率の向上
- 拡** 「土佐の観光創生塾」による本県観光を担う観光人材の育成と事業者連携(地域観光クラスター化)の推進
 - ・広域観光組織の機能強化
 - ・外国人観光客にもおもてなしができる観光人材及び観光55団体の育成



観光分野の体系図

分野の目指す姿	世界に通用する「本物と出会う高知観光」の実現	
分野を代表する数値目標	【県外観光客入込数】 出発点(H27)：408万人 ⇒ 現状(H29)：440万人 ⇒ 4年後(H31)：435万人以上 ⇒ 6年後(H33)：450万人以上 ⇒ 10年後(H37)：470万人以上 【観光総消費額】 出発点(H26)：1075億円 ⇒ 現状(H28)：1101億円 ⇒ 4年後(H31)：1230億円以上 ⇒ 6年後(H33)：1300億円以上 ⇒ 10年後(H37)：1410億円以上 ※入込数には、MICE、スポーツを含める。	

戦略の柱	1 戦略的な観光地づくり	2 効果的なセールス&プロモーション	3 OMOTENASHI（おもてなし）の推進	4 国際観光の推進	5 事業体の強化と観光人材の育成
------	--------------	--------------------	------------------------	-----------	------------------

外国人観光客にも対応する高知ならではの歴史・食・自然が連動した観光地づくりを推進

戦略の方向性	歴史、食、自然を一体的に連動させた戦略的な観光地づくりの推進	「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」の開催を通じたプロモーションとセールス活動の強化	外国人観光客にも対応した受入基盤の抜本的整備	外国人観光客のニーズに対応した商品づくりと高知県の認知度を飛躍的に向上するプロモーションの展開	観光産業を支える人材の育成と事業体の強化
--------	--------------------------------	--	------------------------	---	----------------------

戦略目標	・全国から誘客できる観光拠点の整備 ◎:2か所→①:10か所→②:14か所→③:17か所 ※県立施設含む ・広域観光組織の体制強化（法人化） ◎:3か所→①:5か所→②:6か所→③:6か所	・温暖な気候や自然環境といった高知県の強みを活かし、年間通じたスポーツツーリズムの強化 ◎:6万人→①:7万人→②:11万人→③:13万人→④:15万人 ・MICEの受入強化 ◎:2万人※(3.2万人)→①:4.0万人→②:5.0万人→③:5.0万人 ※3.2万人からスポーツ関連を除いたもの	・観光客満足度調査における「大変良い」、「良い」の回答の割合の増加 「宿泊先」「観光施設」◎:77%→①:78%→②:79%→③:80% 「食事処・料理店」◎:79%→①:80%→②:80%→③:80% ・「おもてなしトイレ」における満足度（「大変良い」、「良い」）の割合 ◎:80%→①:80%→②:80% ・「おもてなしタクシー」における満足度（「大変良い」、「良い」）の割合 ◎:80%→①:80%→②:80%	・観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数 ◎:38,590人泊（3万人泊）→①:14.8万人泊→②:22万人泊→③:30万人泊 ※()内は、観光庁公表数値のうち従業員数10人以上の宿泊施設での宿泊者数 H28年度からは、観光庁公表数値のうち全国で一般的に使用されている従業員数10人以上の宿泊施設と従業員数10人未満の宿泊施設の宿泊者数を合わせた数値を使用。	・広域観光組織の体制強化（法人化） ◎:3か所→①:5か所→②:6か所→③:6か所
------	--	--	--	--	--

取組方針・主な「具体的な取り組み」	1 本県観光の強みである「食」「歴史」「自然」の更なる磨き上げによる戦略的な観光地づくり ◆【新規】磨き上げてきた「食」や「歴史」の観光資源に加えて、「自然&体験キャンペーン」を通じた観光資源の磨き上げと観光クラスターの形成（それぞれ外国人受入対応を含む） ◆【拡充】「土佐の観光創生塾」による地域の事業者が主体となった自然・体験型観光商品の拡大と事業者連携（地域観光クラスター化）の推進 ◆【拡充】民間活力を積極的に導入した観光地づくり ◆アウトドア拠点など核となる観光地づくりの推進と再活性化 2 官民の一層の連携による広域観光組織の体制及び機能の強化 ◆広域観光組織の機能強化 ◆地域コーディネーターの配置 ◆【新規】土佐らしい博に向けた取り組みの加速化 3 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進 ◆サイクリングツーリズムの取組強化（県推奨サイクリングコースのPRとサイクリング環境整備の促進） ◆自然を活かしたスポーツイベントの開催促進	1 効果的な広報・セールス活動の展開 ◆【新規】「自然&体験キャンペーン」の展開 ◆【新規】特設ウェブサイトによるPRと予約販売 ◆国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化 ◆観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信 ◆【拡充】四国ツーリズム創造機構の四国DMOとの連携 2 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進【再掲】 ◆施設整備に合わせたアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致の強化 ◆2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、ラグビーワールドカップ2019の事前チームキャンプ等の誘致 ◆高知龍馬マラソンの開催 3 コンベンション等(MICE)の誘致活動の強化 ◆中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致 ◆大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート ◆高知県ゆかりの企業へのアプローチ	1 国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境整備（クルーズ船の受入対応を含む） ◆龍馬パスポートの継続と拡充 ◆【拡充】きめ細かな観光情報の提供 ・県内広域7か所（ブロック）全てに外国人観光案内所の設置 ・「自然&体験キャンペーン」に合わせハード・ソフト両面からの観光案内所の機能充実 ◆【拡充】観光基盤の整備（受入態勢の充実） ・外国クルーズ客船寄港時の受入態勢の充実 ・外国人観光客とのコミュニケーションカの向上支援 ◆バリアフリー観光の推進 2 観光客の満足度をさらに高めるおもてなしの取組 ◆おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大 ◆外国人観光客にもおもてなしができる観光人材及び観光ガイド団体の育成 ◆観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信【再掲】	1 効果的な広報・セールス活動の展開【再掲】 ◆【拡充】海外セールス拠点の追加（米・豪・中・韓） ◆【拡充】国内外の企業と連携しSNSなどを活用した情報発信の展開 ◆【拡充】四国ツーリズム創造機構の四国DMO（仮称）との連携【再掲】 2 外国人向け旅行商品の販売促進 ◆対象市場のニーズに合った旅行商品の販売促進 ◆【拡充】自然&体験キャンペーンを生かした個人旅行（FIT）向け旅行商品の造成・販売 ◆【拡充】国際チャーター便を活用した商品造成 3 高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上 ◆【拡充】海外セールス拠点による四国各県の空港を活用したチャーター便の誘致 4 国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域観光の推進 ◆広域周遊観光の推進 5 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的な活用 ◆【拡充】全国のよさこい主催団体が集える企画・プロモーションの展開 ◆海外に向けプロモーションの展開	1 観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上 ◆「土佐の観光創生塾」の更なる充実による本県観光を担う観光人材の育成 ◆【拡充】「土佐の観光創生塾」による地域の事業者が主体となった自然・体験型観光商品の拡大と事業者連携（地域観光クラスター化）の推進【再掲】 （地域観光クラスター化）の推進【再掲】 ◆広域観光組織の機能強化【再掲】 ◆地域コーディネーターの配置強化【再掲】 ◆外国人観光客にもおもてなしができる観光人材及び観光ガイド団体の育成【再掲】
-------------------	--	---	---	--	---

自然・体験型の観光資源を磨き上げ、付加価値を高めるとともに、外商につなげ、持続可能な観光振興を図る

戦略 【観光商品をつくる】

インバウンドにも対応できる魅力ある商品の磨き上げ

事業戦略や基本構想の作成
4定条件の確保に向けた環境整備
 民間活力の導入

1~4 共通
 自然・体験アドバイザーの活用

1 事業プランづくり

事業戦略や基本構想の作成

観光拠点等整備事業費補助金の活用 (15件)

拡 土佐の観光創生塾 (7件)

2 体験プログラムの磨き上げ

4定条件を確保する磨き上げ

観光拠点等整備事業費補助金の活用 (15件)

拡 土佐の観光創生塾 (64件)

NEW ガイド・インストラクター養成の事業化

3 体験・滞在型観光施設の整備

付加価値を向上させる観光施設の整備

民間の活力を生かした磨き上げ・整備

観光拠点等整備事業費補助金の活用 (19件)

拡 観光拠点等需要調査事業(民活)の活用

4 自然景観・ビュースポットの整備

付加価値を向上させる観光クラスターの形成

観光拠点等整備事業費補助金の活用 (3件)

各地域の周遊ルートと広域単位の周遊ルートを形成

※()書はH30年度の予定数

戦略 【売る】

国内外に向けた情報発信と販売

団体客と個人客の誘客拡大
 民間事業者と連携したセールス
 特設ウェブサイトやSNSによる情報発信

1~3 共通
 自然・体験アドバイザーの活用

1 情報発信ツールの整備と活用

事業者自らHPやSNSを活用し、国内外に発信

拡 土佐の観光創生塾 (64件)

特設ウェブサイトでの旅行商品の検索と予約販売

民間事業者等とコラボした情報発信

特設ウェブサイトや国内外の企業等と連携したSNSの活用

・SNS (日本語)

(ツイッター・インスタグラム 各10~20回/月)

・SNS (フェイスブック[英・繁]・インスタグラム

15回/月程度)

2 個人客の誘客拡大

事業者自らOTAの登録を行い、Webでの商品販売を拡大

拡 土佐の観光創生塾 (64件)

特設ウェブサイトでの旅行商品の検索と予約販売

特設ウェブサイトや国内外の企業等と連携したSNSの活用

・SNS (フェイスブック[英・繁]・インスタグラム

15回/月程度)

海外OTAとFIT専用エージェントとの連携

3 旅行エージェントへのセールス

観光商品説明会や個別セールスなど様々な機会を通じた売り込み

広域観光組織による近県へのセールス

コンベンション協会による全国セールス

(東京・大阪・名古屋・福岡・中国地方等)

海外セールス拠点の配置とFIT向けの商品造成に向けたモニターツアーの実施

※海外セールス拠点 8市場

戦略 【もてなす】

スムーズな予約受付と満足度の向上、サービスの改善

周遊を促す**観光案内機能の充実**
サービス水準の向上

1 サービス水準の確保

周遊を促し経済効果を高める**周辺情報の提供**(棚を活用)

インストラクターやガイドのスキル向上と受入体制整備

観光拠点等整備事業費補助金の活用

NEW 自然・体験型観光アドバイザー(体験磨き上げ)の活用

拡 土佐の観光創生塾(事業者間連携)

NEW ガイド・インストラクター養成の事業化

2 サービスに対する評価

OTAサイトの感想・評価やアンケート調査の意見や提案などで現状を把握

拡 土佐の観光創生塾(OTA販売55件)

NEW 顧客の評価を定期的に収集し、フィードバックを行う機会の創出

3 旅行者に対する事前の情報提供

特設ウェブサイトでの旅行商品の検索と予約販売

顧客が必要とする情報の事前提供

<OTAの登録要件>

・催行人数、内容等の予約情報

・実施/中止の判断基準や安全対策、保険など

NEW 安全業務マニュアルのサンプルを事業者へ提供

NEW【観光案内所の機能充実】

総合案内所(3ヶ所)、広域ブロックの拠点案内所(10ヶ所)、地域の案内所(40ヶ所)が観光情報、周辺情報の提供など観光客の多様なニーズにきめ細かく対応

・観光地、観光施設、体験プログラム、公共交通、宿泊施設等の情報提供

・決済環境、無料Wi-Fi、多言語対応などの整備

NEW 観光案内所機能強化事業費補助金の活用

NEW 観光案内アドバイザーの活用

自然 & 体験キャンペーン 特設ウェブサイトの仕組み



データ連携
 オンライン旅行会社
 じゃらん
 アソビュー
 アクティビティ ジャパン
 …

スムーズな予約の実現
 手入力
 その他
 観光協会など
 市町村

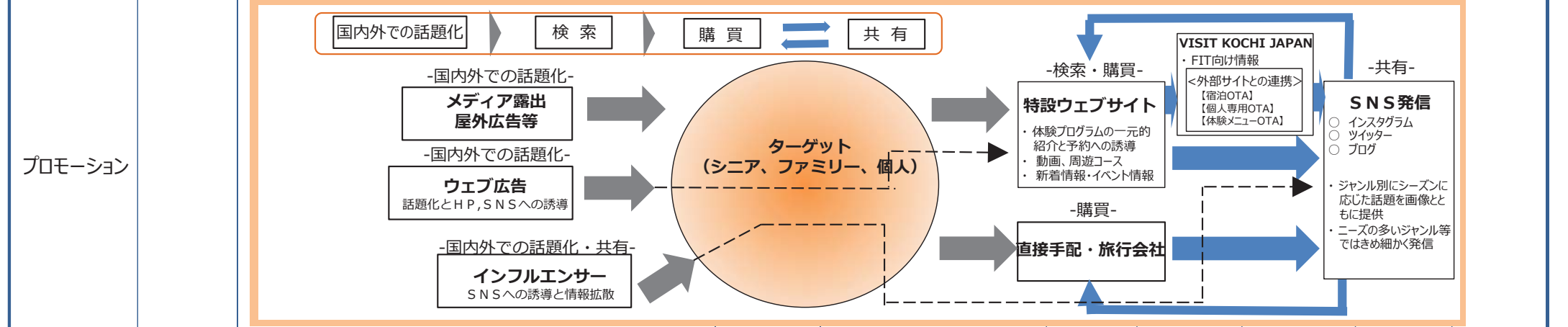
フィードバックによる改善・バージョンアップ

自然&体験キャンペーンの展開と新たなラインアップ（2019年上期）

・緑：自然景観
 ・赤：体験・滞在型観光施設
 ・青：体験プログラム
 ・灰：イベント

柱1、2

2019年		リョーマの休日 ～自然&体験キャンペーン～									
幕末維新博		<自然・体験+歴史+食>									
予定		1月	2月		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
主なコンテンツ	東部	●伊尾木洞の観光案内施設OPEN (ガイド駐在・安芸市) ●ゆずFes (2/9～3/10 中芸地区) ※体験型博覧会 ●東部エリアイベント (2/10 室戸世界ジオパークセンター)		●内原野陶芸館の陶芸体験バージョンアップ (焼き上がり期間大幅短縮・安芸市) ●魚梁瀬森林公園オートキャンプ場リニューアルOPEN (馬路村)		●大型海上アスレチックスタート (東洋町) ●Muroto Base 55 (旧ライダーズイン室戸) OPEN					
	中部	●スタートイベント (2/1～3 こうち旅広場) ●牧野植物園の新たな園地のリニューアル(2/1) ●龍河洞イベント「光と雪の物語」(2/1～2/24) ●高知龍馬マラソン (2/24)		●ヤ・シイパークでのグランピング(宿泊)イベント(香南市) ●ヤ・シイパークでのアクティビティのバージョンアップ (SUP・香南市) ●スノーピークかわの駅おちOPEN (宮の前) ※日ノ瀬エリアオープン済 ●仁淀川カヌー開き (いの町) ●さめうら湖の環境整備 (カヌー用浮浅橋整備・土佐町) ●さめうら湖での新たなアクティビティ導入 (釣り専用ボートなど・大川村) ●ゆとりすとパークおとよのコテージ等のグレードアップ (大豊町)		●土佐れいほく博(7/7) スタート ●アウトドアヴィレッジもとやま OPEN(本山町) ●グランドオープン (香美市) ●高知仁淀ブルーライド (5/26)					
	西部	●釣り遊BINGO (11/23～2/24・大月町、宿毛市、土佐清水市) ●西部エリアイベント (2/23 柏島観光情報発信センターほか) ●柏島観光情報発信センターOPEN (2/23 情報発信・物販・大方町)		●嶺北エリアイベント (3/24 早明浦ダム直下ふれあい公園) ●龍河洞リニューアル・プレOPEN		●瓜白キャンプ場リニューアルOPEN (土佐清水市) ●大月エコロジーキャンプ場での新たな体験アクティビティ導入(クリアカヤック等) ●マリンアクティビティのバージョンアップ (カヌー・SUP・宿毛市) ●四万十・足摺チャレンジライド (3/9・10 幡多エリア・四万十町) ●セラピーロードのリニューアル (梶原町) ②四万十リバーフェスタ (四万十町) ●ダイビングの受入拡大 (四万十町) アクティビティのバージョンアップ(ラフティング・カヌー)		●高知仁淀ブルーライド (5/26)			
磨き上げ	■ 2018年度の土佐の観光創生塾の塾生による四季に応じた旅行商品(鍛冶屋体験など)が順次販売される (旅行商品造成予定数：64件 (うちOTA登録予定55件))										



H31上期の旅行商品化に向けたセールス⇒観光説明会,個別訪問,商談会,モニターツアー
 海外セールス拠点による重点市場でのFIT向け商品の展開

H31下期の旅行商品化に向けたセールス
 海外セールス拠点による重点市場でのFIT向け商品の展開

磨き上げてきた2月1日の主なラインアップ(体験・滞在型観光施設、体験プログラム)

山

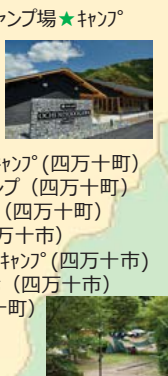
体験・滞在型観光施設

- 龍河洞★冒険コース(香美市)
- ゆとりすとパークおとよ(大豊町)
- 西島園芸団地★果物狩り(南国市)
- 県立牧野植物園(高知市)
- 横倉山自然の森博物館(越知町)
- 佐川地質館(佐川町)
- のいち動物公園(香南市)



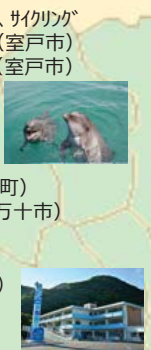
川

- 安田川アユおどる清流キャンプ場★キャンプ(安田町)
- スノーパークおち淀川キャンプフィールド★キャンプ(越知町)
- オートキャンプ場ウエル花夢★キャンプ(四万十町)
- ふるさと交流センター★キャンプ(四万十町)
- リバーパーク轟★キャンプ(四万十町)
- かわらっこ★キャンプ(四万十町)
- 四万十ひろばキャンプ場★キャンプ(四万十町)
- 四万十学遊館あきついお(四万十町)
- 海洋堂かつば館(四万十町)



海

- 室戸世界ジオパークセンター★ジオガイド、サイクリング(室戸市)
- 室戸ドルフィンセンター★イルカふれあい(室戸市)
- むろと廃校水族館(室戸市)
- 白浜キャンプ場★キャンプ(東洋町)
- ヤシパーク★キャンプ(香南市)
- 桂浜水族館(高知市)
- 興津青少年旅行村★キャンプ(四万十町)
- オートキャンプ場とまるっと★キャンプ(四万十町)
- 県立足摺海洋館(土佐清水市)
- 足摺海底館(土佐清水市)
- 貝類展示館海のギャラリー(土佐清水市)



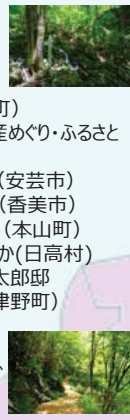
歴史・文化・生活など

- 内原野陶芸館★陶芸、ガラス体験(安芸市)
- 芸西村伝承館★白下糖焼き上げ(芸西村)
- 高知よさこい情報交流館★鳴子づくり(高知市)
- 日曜市(高知市)
- ひろめ市場(高知市)
- 海洋堂ホビー館四万十★ジオ作り(四万十町)
- キラメッセ室戸 鯨館(室戸市)
- 中岡慎太郎館(北川村)
- 岡御殿(田野町)
- 安田まちなみ交流館・和(安田町)
- 安芸市立歴史民俗資料館(安芸市)
- 絵山蔵(香南市)
- 創造広場「アクトランド」(香南市)
- 県立歴史民俗資料館(南国市)
- 県立高知城歴史博物館(高知市)
- 県立坂本龍馬記念館(高知市)
- 高知城(高知市)
- 県立文学館(高知市)
- 県立美術館(高知市)
- 自由民権記念館(高知市)
- 龍馬の生まれたまち記念館(高知市)
- 大原富枝文学館(本山町)
- いの町紙の博物館(いの町)
- 青山文庫(佐川町)
- 吉村虎太郎邸(津野町)
- 橋原千百年物語り(橋原町)
- 四万十市郷土博物館(四万十町)
- ジョシ万次郎資料館(土佐清水市)
- 宿毛歴史館(宿毛市)



【自然ガイド、フットパス等】

- ★ 樹齢千年の天然杉のある森を歩くが「ト」ツアー・郷土の森を歩く会(室戸市)
- ★ 四万十源流点散策(津野町)
- ★ 魚梁瀬森林鉄道100年遺産めぐり・ふるさとセンター(馬路村)
- ★ 伊尾木洞ガイド・観光協会(安芸市)
- ★ 塩の道ウォーキング・観光協会(香美市)
- ★ もとやまフットパス・観光協会(本山町)
- ★ めだか池フットパス・村の駅ひだか(日高村)
- ★ よしこの散策ガイドツアー・虎太郎邸(津野町)
- ★ 天狗高原トレイル・散策・天狗荘(津野町)
- ★ 森林セラピー「か」付きウォーキング・集活センター「まつばら」(橋原町)



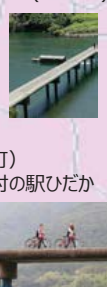
【カヌー、SUP等】

- ★ SUP・スゴイスポート(日高村)
- ★ カヌー・かわらっこ(四万十町)
- ★ カヌー・カヌー館(四万十町)



【遊覧船】

- ★ 仁淀川観光遊覧船・屋形舟仁淀川(日高村)
- ★ 川舟下り・四万十かつば組合(四万十町)
- ★ 四万十川観光遊覧船・さこや、カヌー館、なつとく、四万十の碧(四万十町)



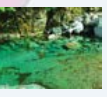
【サイクリング】

- ★ レンタサイクル・観光協会(いの町)
- ★ レンタサイクル・屋形船仁淀川、村の駅ひだか(日高村)



【渓谷ガイド】

- ★ 中津渓谷が「ト」・仁淀ブルー協議会(仁淀川町)
- ★ 安居渓谷が「ト」・仁淀ブルー協議会(仁淀川町)



【バーベキュー】

- ★ バーベキュー・こここに館(いの町)



【スキューバダイビング】

- ★ ダイビング・四万十ダイブ(四万十町)
- ★ 沖の島体験が「ト」・パラフィカリン(宿毛市)
- ★ ガイディング・フィカリス、マリナドーム柏島(大月町)



【SUP】

- ★ SUP・COMODO URANOUCI(須崎市)

【漁業体験、釣り】

- ★ 漁業体験・漁協上ノ江支所(中土佐町)
- ★ しらす漁見学+ちよい釣りツアー(安芸市)
- ★ 船釣り・フィッシングスター(高知市)
- ★ 船釣り、磯渡し、貝採り・観光漁業センター(須崎市)
- ★ 電車で船釣り体験・西本渡船(土佐清水市)
- ★ 釣り・うぐるBOX(宿毛市)
- ★ 釣いかだ・渡船振興会(須崎市)
- ★ 釣り筏と釣り堀・釣筏幸丸(須崎市)
- ★ ファミリーフィッシング・観光協会(宿毛市)



【遊覧船、クルーズ】

- ★ 土佐湾クルージング・ドラゴン広場(土佐市)
- ★ ガラスボート・電串観光汽船、物産館ながしま(土佐清水市)
- ★ 足摺岬クルージング・岡野渡船(土佐清水市)
- ★ 足摺岬観光船・英丸(土佐清水市)
- ★ 漁船で巡るジョシ万次郎体験ツアー・観光協会(土佐清水市)
- ★ 電串見残し奇岩パ・ツアー・電串観光汽船(土佐清水市)



【料理体験】

- ★ 薫焼きかき揚げ体験・海の駅とろむ(室戸市)
- ★ かまぼこ作り・土佐魚菜市場(須崎市)
- ★ 郷土料理体験・すくも湾漁協栄喜婦人部(宿毛市)



【ものづくり体験等】

- ★ 天日塩づくり体験(田野町)
- ★ 天日塩づくり・ソルティープ(黒潮町)
- ★ さんごアクセサリー作り・観光協会(宿毛市)
- ★ ビーチコミング・砂浜美術館(黒潮町)
- ★ 電串ジオガイド(土佐清水市)



【ものづくり体験】

- ★ 陶芸体験・NISHIDA(高知市)
- ★ 陶芸体験・もりたうつわ製作所(土佐市)
- ★ ガラス体験・ガラス工房とち(南国市)
- ★ とんぼ玉作り、吹きガラス体験・海辺のガラス工房(黒潮町)
- ★ 紙漉き体験・紙の博物館、くらと(いの町)
- ★ はた織り体験・はた舎(いの町)
- ★ 数珠づくり・珊瑚工房花虫八放(土佐市)
- ★ 土佐打刃物工房見学(土佐市)
- ★ 刃物鍛造体験・迫田打刃物製作所(須崎市)
- ★ 草木染め体験・かわらっこ(四万十町)
- ★ スタンプでTシャツづくり・砂浜美術館(黒潮町)
- ★ 硯づくり・村硯加工生産組合(三原村)



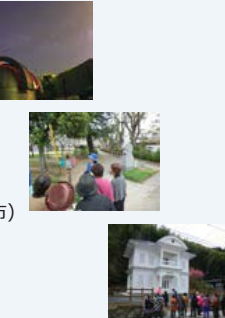
【料理体験】

- ★ こけら寿司作り・体験教室(東洋町)
- ★ 手打ちそば、ピザ焼き体験・汗見川ふれあいの郷清流館(本山町)
- ★ こんにゃく作り、そば打ち、手作りピザ・集活センター柳野(いの町)
- ★ 田舎寿司作り・集活センターであいの里蜷川(黒潮町)
- ★ ピザ焼き体験・集活センターほっと平山(香美市)
- ★ ピザ焼き体験・集活センターたいご岩(佐川町)
- ★ バウムクーヘン作り・ほどの(いの町)
- ★ キムチ作り・集活センター「はつせ」鷹取(橋原町)



【文化体験等】

- ★ 乗馬体験・南国ホースパーク(南国市)
- ★ 天体観測・四万十天文台(四万十町)
- ★ 着物体験・観光協会(四万十町)
- ★ はし拳体験・観光協会(宿毛市)
- 【まちあるき】
- ★ なはりまち歩き・集活センターなはりの郷(奈半利町)
- ★ 町並みガイド・観光ボランティアの会(安芸市)
- ★ 芸西村あるき・芸西村文化資料館(芸西村)
- ★ まち歩き・高知城下の会、龍馬の生まれたまち記念館(高知市)
- ★ まち歩き・いの町ガイドくらぶ(いの町)
- ★ まち歩き・佐川くろがねの会(佐川町)
- ★ まち歩き・まちかどギャラリー(須崎市)
- ★ 脱藩ウォーク・であいの会(橋原町)
- ★ 散策が「ト」・あちこちたんね隊(四万十町)
- ★ 足摺七不思議が「ト」ツアー・観光ボランティア会(土佐清水市)
- ★ すくも町歩き・宿毛観光市民ガイドの会(宿毛市)
- ★ お遍路体験・観光協会(宿毛市)



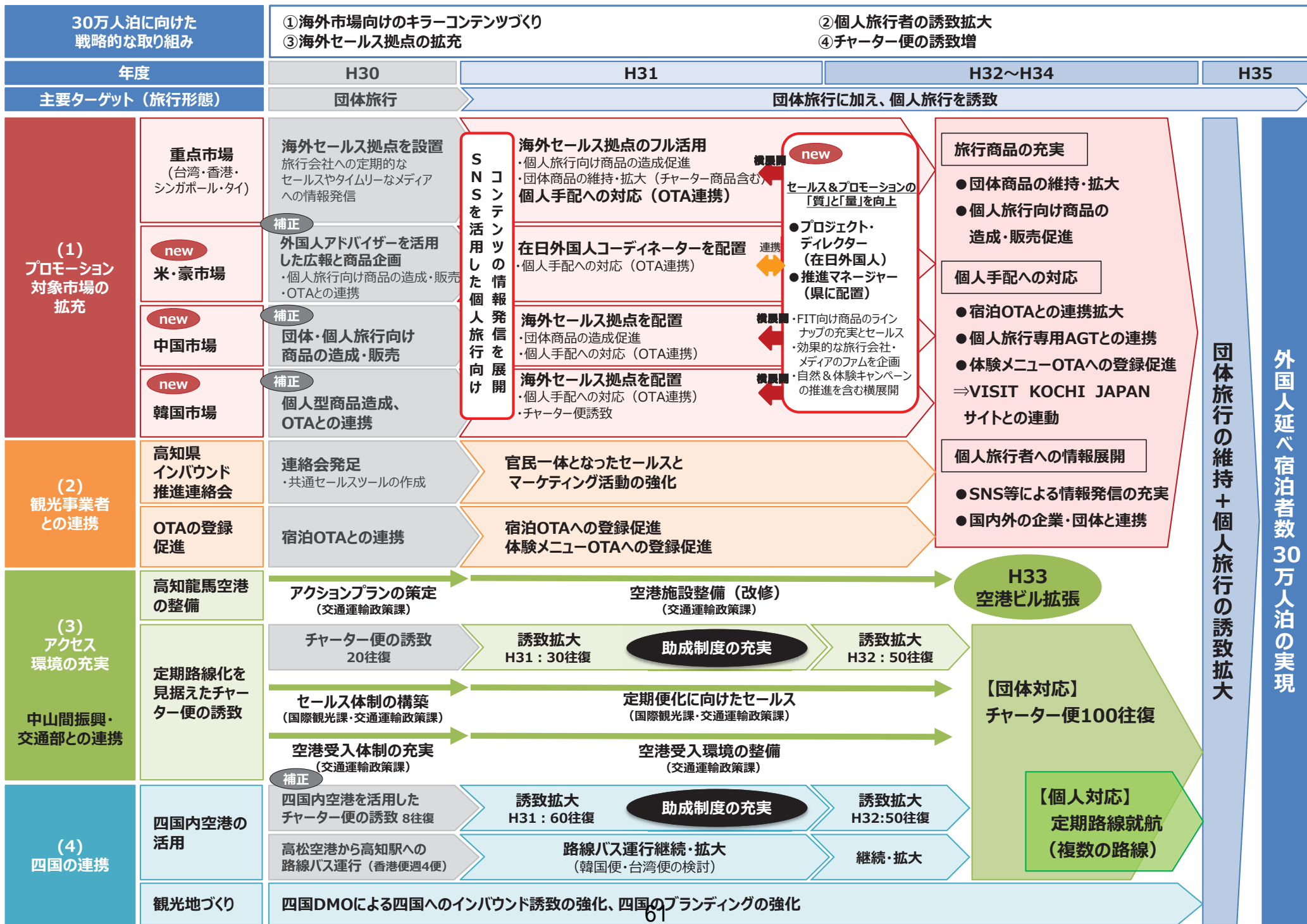
【凡例】

- ...体験・滞在型観光施設
- ★...体験プログラム
- ※事業者名は、問い合わせ先を記載
- ※アンダーラインは、集落活動センター実施分

【出典】

自然&体験キャンペーン公式ガイドブック、龍馬パスポートⅢ紹介冊子、集落活動センター紹介冊子「土佐巡り」、よさこいネット「高知県キャンプ場情報サイト」などに掲載している主な施設、体験プログラムで、キャンペーンスタート時点で受入を行っているものを掲載 ※公式ガイドブックについては、掲載予定の内容

※注 体験プログラムは、荒天などの気象やその他の条件により催行できない場合があります。



団体旅行の維持 + 個人旅行の誘致拡大

外国人延べ宿泊者数30万人泊の実現

連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》の展開イメージ ～素材を生かした加工立県、県産品が全国ブランドに～

分野を代表する
目標

食料品製造業出荷額等

出発点(H26)892億円⇒現状(H28)1,080億円⇒4年後(H31)1,000億円 + α ⇒ 6年後(H33)1,035億円 + α ⇒ 10年後(H37)1,085億円 + α

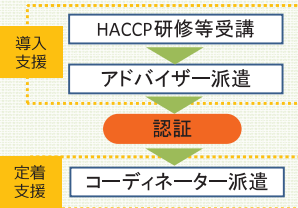
※目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算

地産の強化

柱1 定番化に向けた商品づくり

食品加工のさらなる生産管理高度化支援

- 大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援



- (県版HACCP第2ステージの認証取得に向けた支援)
- ・HACCP研修の開催
- ・HACCPアドバイザーの派遣
- (県版HACCP第3ステージの認証取得に向けた支援)
- ・一般衛生管理（PRP）研修の実施
- ・HACCPコーディネーターの派遣の強化
- ・保健所勉強会の充実

農水産物加工の推進

- 農産物
 - 農産物加工の裾野の拡大とステップアップ
 - 直販所支援の強化
- 水産物
 - HACCPに対応した加工施設の立地促進
 - 冷凍保管ビジネスの事業化

市場が求める商品づくり

- 商品力アップへの支援
 - ・商品づくり伴走支援（商品づくりWG）の強化
 - ・高知県産品商談会の実施（年2回開催）
- 商品開発・改良に向けた意欲の醸成
 - ・高知家のうまいもの大賞の開催
- 外商事業者のすそ野の拡大とステージアップ
 - ・地産外商社を核とした関係機関との連携強化
 - ・ブロック別地産外商地域支援会議の開催
 - ・ブロック商談・相談会の開催
- 工業技術センターによる支援
 - ・常温長期保存技術を活用した商品開発支援
 - ・食品加工冷凍冷蔵技術の高度化

外商の強化

柱2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ

地産外商社を核とした外商機会の拡大

- 地産外商社の全国展開のさらなる推進
 - ・ネットワークを活用した外商エリアの拡大
 - ・多様な業務筋への外商強化
- 地域商社への支援強化と連携体制の構築（地域外商力向上事業費補助金の創設）

県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開

- 高知家プロモーションの地域でのより一層の活用・定着に向けた高知家ブランディングの強化
 - ・高知家コンセプトのさらなる浸透
 - ・Web等を活用した高知家情報の発信



農水産物の外商強化

- 加工用ニーズへの対応
- 大型直販所を活用した地産外商の強化
 - ・「高知家の魚 応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化



柱3 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

国・地域別の輸出拡大

- 有望市場（安定）での展開
- 新興市場（チャレンジ）での展開
 - ・農水産物の輸出の本格展開
 - ・輸出拡大に向けた県内企業の支援体制強化（輸出企業の掘り起こし、本格的な輸出戦略策定と実行支援）
 - ・海外拠点等の体制を強化

品目別の輸出拡大

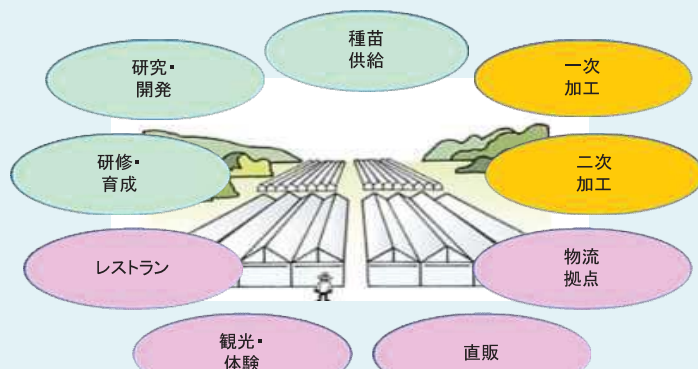
- ・ユズの輸出拡大（輸出向けの供給量の確保及び付加価値向上等）
- ・土佐酒の輸出拡大（欧州で得た評価やノウハウを活かした米国やアジアへの販路拡大等）
- ・大型水産加工施設の本格稼働にあわせた販路拡大（水産物と土佐酒やユズをセットにした販路拡大等）
- ・生産現場と結びついた新たな品目の掘り起こし

好循環を生み出し拡大再生産へ

拡大再生産策の強化

柱5 地域に根差した産業クラスターの形成

第一次産業等を核として、地域地域に関連する産業群を生み出し、持続的な雇用と、より大きな経済波及効果を創出

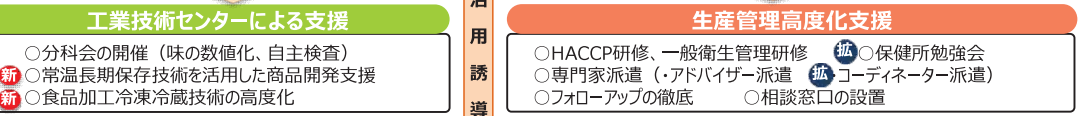
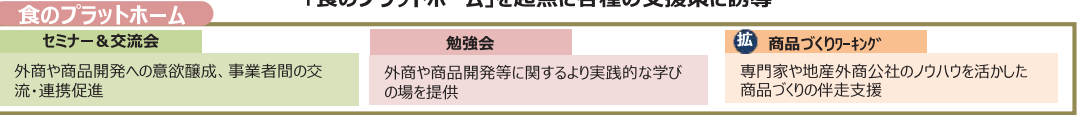


地域の産業クラスターの形成に向けた支援

柱4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

食品加工の総合支援

「食のプラットフォーム」を起点に各種の支援策に誘導



食品ビジネスまるごと応援事業

1 事業戦略策定 中長期ビジョンにより企業のステージアップを支援	2 商品開発・改良 商品づくりワーキング参加企業その他県内事業者の商品開発・改良を支援	3 生産管理高度化 県版HACCPの認証取得とさらなるレベルアップを支援
食品産業総合支援事業費補助金 ※事業戦略策定事業者は重点支援 《商品開発・改良》 試作品開発費、展示商談会出展費、eコマースサイト開設費、機器導入費 等 《生産管理高度化》 機器導入費、修繕費、国際規格（FSSC等）取得費 等		

連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開(食品分野)》の体系図

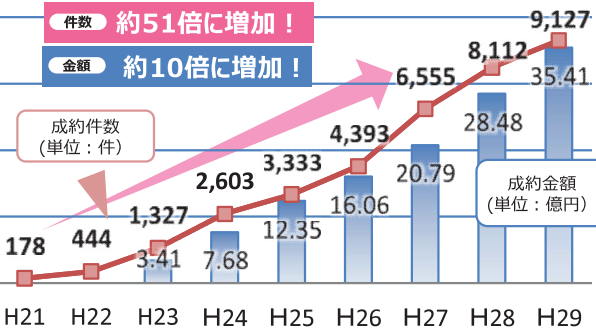
分野の目指す姿	「素材を生かした加工立県」「県産品が全国ブランドに」
分野を代表する数値目標	食料品製造業出荷額等 出発点(H26):892億円⇒現状(H28):1,080億円⇒4年後(H31):1,000億円+α⇒6年後(H33):1,035億円+α⇒10年後(H37):1,085億円+α ※上記目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算

戦略の柱	地産の強化	外商の強化		拡大再生産
	1 定番化に向けた商品づくり	2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ	3 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化	4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し
戦略の方向性	市場が求める商品づくりに向けて、市場関係者の協力を得ながら各企業を個別に支援するとともに、生産管理高度化の支援など、定番化に向けた商品づくりを強化する	地産外商会社の全国展開を進めるとともに、外商に挑戦する事業者のビジネスチャンスを広げ、より大きな商流につなげていく	ユズ及び土佐酒の輸出拡大や、定番化に向けて新たに力を入れる品目の掘り起こし等により、国別・品目別の輸出戦略を本格的に展開する	事業者が外商活動に取り組む中で明らかになった課題を解決し、企業の総合力を高める支援体制を強化するとともに、拡大再生産に向けた設備投資等を支援する
戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> 生産管理高度化(県内計170社の外商企業群)【県版HACCP(第2ステージ)認証取得企業】 ⑦:一→③①200社 水産加工の出荷額等 ⑤:173億円→③:200億円→③③:203億円→⑦:220億円 	<ul style="list-style-type: none"> 地産外商会社の活動による成約 ⑥:16.1億円→③①:36億円 海洋深層水関連の県内製造品売上高(食品関連) ⑥:95億円→③①:108億円→③③:114億円→⑦:122億円 	<ul style="list-style-type: none"> 食料品の輸出額 ⑥:3.38億円→③①:9億円→③③:12億円→⑦:17億円 貿易に取り組む企業 ⑥:49社→③①:100社 	<ul style="list-style-type: none"> 規模の大きな事業者への支援による拡大再生産に伴う売上増(食品関連工場の新増設等) ⑥:一→③①:43億円→③③:52億円→⑦:72億円 外商活動参画事業者への支援による拡大再生産に伴う売上増 ⑥:一→③①:20億円→③③:29億円→⑦:44億円 水産加工の出荷額等(再掲) ⑤:173億円→③:200億円→③③:203億円→⑦:220億円
取組方針・主なもの ◆具体的な取り組み	<ol style="list-style-type: none"> 食品加工のさらなる生産管理高度化支援 ◆【拡充】大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援 農産物加工の推進 ◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ(再掲) ◆直販所支援の強化(再掲) 水産物加工の推進 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進(再掲) ◆冷凍保管ビジネスの事業化(再掲) 市場が求める商品づくり ◆【拡充】商品力アップへの支援 ◆商品開発・改良に向けた意欲の醸成 ◆【拡充】外商事業者のすそ野の拡大とステージアップ 食のプラットフォームを起点とした商品づくり ◆【拡充】商品づくりの伴走型支援 地場産物の利用推進 ◆地域アクションプランの実行支援 ◆小さなビジネスの発掘・育成 	<ol style="list-style-type: none"> 地産外商会社を核とした外商機会の拡大 ◆【拡充】地産外商会社の全国展開のさらなる推進 「まるごと高知」の情報発信力の強化 ◆店舗プロモーションの展開 県産品の認知度維持・向上と販売促進につながる展開 ◆高知家プロモーションの地域でのより一層の活用・定着に向けた高知家ブランディングの強化 農産物の外商強化 ◆加工用ニーズへの対応(再掲) ◆【新規】大型直販所を活用した地産外商の強化(再掲) 水産物の外商強化 ◆「応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化(再掲) 海洋深層水関連商品の外商強化 ◆海洋深層水関連商品のさらなる商品開発や販路開拓の支援とブランド力の強化(再掲) 関西地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開 ◆関西地区における高知フェア等の外商活動機会の確保 中部地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開 ◆中部地区における高知フェア等の外商活動機会の確保 	<ol style="list-style-type: none"> 国・地域別の輸出拡大 ◆【拡充】有望(安定)市場での展開 ◆【拡充】新興(チャレンジ)市場での展開 品目別の輸出拡大 ◆ユズの輸出拡大 ◆特産果樹生産振興(ユズ、文旦)(再掲) ◆土佐酒の輸出拡大 ◆酒米の生産振興(再掲) ◆【拡充】水産物の輸出の本格展開(再掲) ◆定番化に向けた新たな品目の掘り起こし 企業のサポート強化 ◆貿易に取り組む企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援 	<ol style="list-style-type: none"> 食品加工の総合支援 ◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットフォームの強化 ◆【拡充】市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(工業技術センター)(再掲) ◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化 高度加工ビジネスへのステップアップ ◆既存加工施設の衛生管理体制の強化(再掲) ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進(再掲) 企業の設備投資支援の強化 ◆生産性を高める設備投資の推進(補助事業+融資制度)(再掲)
	戦略の柱	5 地域に根差した産業クラスターの形成		
戦略の方向性	本県産業をもう一段力強く成長させていくため、地域に根差した産業を核としたクラスターを地域地域で生み出し、持続的な雇用と大きな経済波及効果を創出する			
戦略目標	食品産業クラスターの形成による出荷額等 ⑦:一→③①:10億円→③③:15億円→⑦:15億円以上			
取組方針・主なもの ◆具体的な取り組み	<ol style="list-style-type: none"> 地域の産業クラスターの形成に向けた支援 ◆川上から川下までの情報を効率的に集約してクラスター化を誘導 ◆地域アクションプランの実行支援(再掲) 企業立地の推進 ◆全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の実現(再掲) 			

食品分野の地産外商戦略(国内)

取組の成果

公社等の外商支援による成約件数、成約金額



課題 (戦略の方向性)

さらなる成果の上積みを目指し、

伸びが期待できる地域への外商強化

- ・ネットワークを存分に活用
- ・商圏に応じ効果的に展開

伸びが期待できる業態への外商強化

地域商社の活動のさらなる活性化

外商をにらんだ商品開発等のさらなる促進

強化のポイント

ポイント1 さらなる外商エリアの拡大と販売拡大

○ネットワーク (ボランタリーチェーン、大手卸売業者等) を活かす

ポイント2 業務筋への外商拡大

○業務用卸売業者や飲食店グループとの関係強化

ポイント3 地域商社への支援強化

○地域商社への支援強化と連携体制の構築

ポイント4 外商の展開に連動した「地産の強化」

○食のプラットフォーム商品づくりワーキングの取り組み強化等

ポイント1 さらなる外商エリアの拡大と販売拡大

○これまで構築したネットワークを活かす!

首都圏	新 ◆ボランタリーチェーン・小売店グループとの関係を活かした外商エリアの拡大【関東以北】 ◆大手卸との関係を活かした販売拡大
関西	新 ◆ボランタリーチェーンとの関係構築 ◆大手卸・パートナー企業との関係を活かした販売拡大
中部	◆県公認アンテナショップを拠点とした外商活動 ◆地元卸・大手卸支社との関係構築
中四国九州	◆パートナー企業、小売店グループとの関係を活かした販売拡大

ポイント2 業務筋への外商拡大

○多様な業務筋への外商強化!

首都圏	新 ◆大手給食サービス企業との関係構築 新 ◆業務筋向け大規模展示商談会の出展 ◆業務用卸との関係強化
関西	◆業務用卸・飲食店グループとの関係強化 ◆包括協定企業や大手飲料メーカーとの連携強化
中部	◆飲食店 (レストラン・居酒屋) 等への販路開拓
中四国九州	◆飲食店 (レストラン・居酒屋) 等への販路開拓

ポイント3 地域商社への支援強化

○支援を強化し連携体制を構築!

【地域商社への支援を目的とする補助制度の創設】

新 ◆地域外商力向上事業費補助金の創設
物産展等の出展、地域商社主催の商談会・勉強会の開催に対して支援

【県、地産外商公社、地域商社の連携体制の構築】

新 ◆「地産外商情報共有会議」の設置
県、公社、地域商社それぞれが持つ情報 (外商先ニーズや商品評価等) を共有し、外商活動における互いの連携を図るとともに、地域商社の主体的な活動や地域商社間の連携を促進

ポイント4 外商の展開に連動した「地産の強化」

拡 ◆商品づくりワーキング (小売用商品) の充実
○アドバイザーを増員しコース数を増 (3コース⇒4コース)

新 ◆常温長期保存技術を活用した商品開発支援の強化 (工業技術センターの機能強化)
○レトルト商品開発の支援による販路の拡大

新 ◆商品づくりワーキング (業務用商品) の実施
○中食・外食向け商品づくりを支援 (2コース)

新 ◆食品加工冷凍冷蔵技術の高度化 (工業技術センターの機能強化)
○高度な加工技術の普及による水産加工品の高付加価値化

新 ◆地域商社との連携による県内事業者の外商拡大と商品づくりのレベルアップ支援
○地域商社による活動報告、商流の現場を踏まえた外商や商品づくりについての県内事業者へのアドバイス (食のプラットフォームを活用)

拡 ◆生産管理高度化のさらなる推進 ○外商事業者に対する県版HACCP第3ステージ認証取得に向けた支援

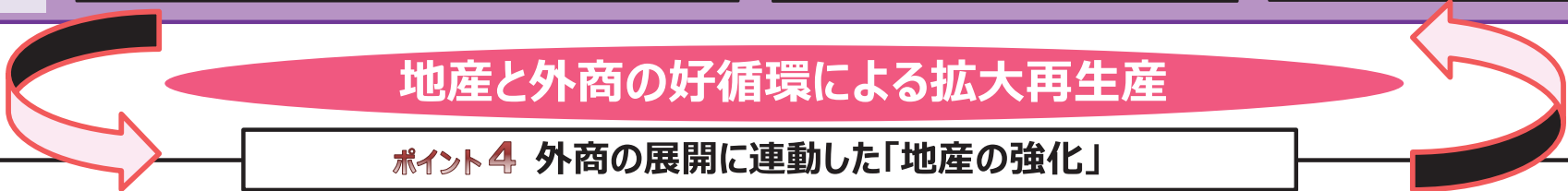
食品加工の総合支援

外商の強化の
ポイント

ポイント1 さらなる外商エリアの拡大と販売拡大

ポイント2 業務筋への外商拡大

ポイント3 地域商社への支援強化



ポイント4 外商の展開に連動した「地産の強化」

食のプラットフォーム（地産の強化の起点）

セミナー & 交流会

外商や商品開発への意欲の醸成、事業者間の連携を促進

- 専門家によるセミナー（外商、商品開発等）
- 事業者による活動報告、新商品等の試食会
- 新** ■ 地域商社による活動報告、外商や商品づくりへのアドバイス

勉強会

テーマをさらに掘り下げ、**実践的な学びの場**を提供

- 外商力アップ
- 高付加価値な商品づくり
- 食品加工技術・品質管理の向上
- 新** ■ 輸出へのチャレンジ

商品づくりワーキング

専門家や地産外商公社による**商品づくりの伴走支援**

- 拡** ■ 専門家の伴走による小売用商品づくり（3コース）
- 新** ■ 専門家の伴走による業務用商品づくり（2コース）
- 地産外商公社の伴走による小売用商品づくり



誘導

誘導

食品加工高度化支援拠点（工業技術センター）の機能強化

- 商品力アップに向けた分科会の開催
 - ・味覚センサー等を活用した味の数値化、自主検査分科会
- 新** ○ 常温長期保存技術を活用した商品開発支援の強化
 - ・レトルト商品開発の支援による販路の拡大
- 新** ○ 食品加工冷凍冷蔵技術の高度化
 - ・高度な加工技術の普及による水産加工品の高付加価値化



活用誘導

生産管理の高度化支援（県版HACCP認証取得促進とレベルアップ）

- 研修等の実施
 - ・HACCP研修、一般衛生管理研修
- 拡** ○ S3認証取得に向けた勉強会の開催
- 専門家の派遣
 - ・アドバイザー（認証取得促進）
 - 拡** ・コーディネーター（S3へのステージアップ）

高知県産品の信頼性を高めるため、**外商事業者の県版HACCP第3ステージ認証取得を目指す。**

- フォローアップの徹底
 - ・重点事業者リストに基づく進捗管理
- 相談窓口の設置



活用誘導

食品ビジネスまるごと応援事業

相談件数65件、サポートチーム編成34件、事業戦略・事業化プラン策定支援28件（12月末現在）

1 事業戦略の策定	中長期ビジョンにより企業のステージアップを支援	<input type="checkbox"/> 事業戦略アドバイザー <input type="checkbox"/> 事業戦略コーディネーター <input type="checkbox"/> サポートチーム
2 商品開発・改良	商品づくりワーキング参加企業その他県内事業者の商品開発・改良を支援	<input type="checkbox"/> 商品づくりアドバイザー <input type="checkbox"/> サポートチーム
3 生産管理高度化	県版HACCPの認証取得とさらなるレベルアップを支援	<input type="checkbox"/> HACCPアドバイザー <input type="checkbox"/> サポートチーム

拡 食品産業総合支援事業費補助金

《商品開発・改良》
試作品開発費、パッケージ制作費、PRパンフレット制作費、展示商談会出展費、eコマースサイト開設費、商品開発に資する機器導入費 等

《生産管理高度化》
HACCP手法の導入に必要な機器導入費、修繕費、国際規格（FSSC等）取得費 等

※事業戦略策定企業は補助上限額をかさ上げ

食品分野の事業戦略の策定・実行支援の強化

- ・外商活動を行っている県内事業者が外商効果をさらに拡大するためには、**新商品づくり**と**販路開拓**が非常に重要。
- ・外部環境などの現状をしっかりと行い、明確な目標を設定し、その目標達成に向けたアクションプランを作成する**事業戦略**の必要性が増している。

このような課題に対して・・・

- ・ 外商の成果が出ない
- ・ 課題を客観的に分析したい
- ・ 既存の商品を見直したい
- ・ 新たに販路を拡大したい

戦略の柱を固める

専門家等による指導・助言

商品力

×

販路

事業戦略の策定・実行

- ・ 進捗へのフォローアップ
- ・ 補助制度による支援
- ・ 適時見直しバージョンアップ

■ 全体の流れ

策定支援

10～12社

■ 専門指導

戦略の柱となる外商力等を指導
→ **事業戦略アドバイザー**によるセミナー及び講座の実施

セミナー（5月）

事業戦略セミナー

基礎講座（6月下旬～9月下旬）

コンセプトシート

オリエンシート、商品企画書

販売企画書

プレゼンテーション

事業戦略策定支援会議（11月）

- ・ブラッシュアップに向けたアドバイス
- ・有効性の評価

■ 伴走支援

事業戦略への落とし込み
→ **事業戦略コーディネーター**及び**サポートチーム**による伴走支援

事業戦略への落とし込み

商品・販路等の棚卸

戦略目標の設定等

行動計画の策定

サポートチーム

商工会、商工会議所、地産外商公社、地域本部、工業技術C、外商課

構成員

高知大学、金融機関、事業戦略アドバイザー、事業戦略コーディネーター、サポートチーム等

新

実行支援

11社

■ フォローアップ支援

アクションプランの進捗状況把握
→ 事業者訪問によるヒアリング

進捗確認（5月）

事業者訪問

課題なし → 継続実行

進捗確認（10月）

事業者訪問

課題なし → 継続実行

課題あり

課題あり

実行上の課題解決

事業戦略の見直し支援

事業戦略コーディネーター等による伴走支援

商品づくり支援

商品づくりワーキングや食品産業総合支援補助金による支援

販路開拓支援

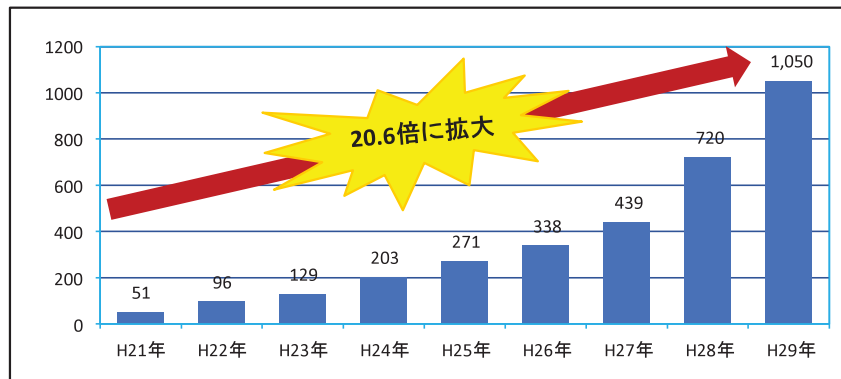
地産外商公社やアドバイザー派遣による支援

実行状況のフォローアップを行い、継続的な実行を支援

食料品の輸出のさらなる加速化

輸出額推移

単位: 百万円



品目別輸出額推移

	H27年(2015)	H28年(2016)	H29年(2017)	H29/H28
ユズ(果汁・玉)	155,623千円	179,249千円	293,925千円	64.0%増
日本酒・リキュール	140,636千円	170,359千円	200,704千円	17.8%増
上記以外 (加工品・生鮮)	142,981千円	371,014千円	555,701千円	49.8%増
計	439,240千円	720,622千円	1,050,330千円	45.8%増

これまでの取り組みの成果

- 【全体】
○平成29年の食料品の輸出額が目標額を大きく上回る10億円超えとなる。
- シンガポール: 211百万円 (国別輸出先国第1位)
 - インドネシア: 15百万円 (対前年伸率第1位: 350%増)
 - ユズ: 2億94百万円 (64%増)
 - 日本酒: 2億円 (18%増)
 - 加工品等: 5億55百万円 (50%増)
- 【農産物】
○卸売会社を通じて現地のパートナーを確保し、H30年度はシンガポール向けにミカンの輸出が拡大。また、卸売会社からの提案によりタイへ輸出開始
- 【水産物】
○H30年度は、ベトナム向けに海上コンテナで輸出するまでに拡大、上海向けには毎週一回のペースで空輸の輸出が定着
○大型水産加工施設が着工。県内初の米国向け水産 HACCP取得に取り組む。
- 【加工品】
○H30年度は、米国やインドネシア等の現地商社や量販店等とのパイプを強化し新たな販路を開拓
○米国食品安全強化法 (FSMA) 対応の動きが県内企業に拡大

さらなる輸出拡大に向けた課題

- 【全体】
○輸出に取り組む企業のさらなる掘り起こし
○加工品と農水産物を組み合わせたさらなる輸出拡大
○ワンストップの相談窓口体制の構築
○輸出額のさらなる拡大に向けた海外拠点の強化
- 【農産物】
○(ユズ) 生産現場と連携した輸出手向け供給量の確保や付加価値向上の取り組み
○輸出品目の増産及び輸出手向けの新たな品目・品種の探索や育成
○新たな輸出ルートや輸出国の開拓
- 【水産物】
○大型水産加工施設の本格稼働にあわせた販路拡大に向けた取り組み強化 (米国、中国等)
- 【加工品】
○各企業が着実に輸出額を伸ばしていくための企業の各ステージに応じた支援策の強化 (戦略策定・輸出手様の商品開発支援、海外事務所等によるバックアップ)
○欧州で得た評価やノウハウを活かした米国、アジアにおけるさらなる販路拡大

平成31年度バージョンアップのポイント

POINT 1 農水産物の輸出の本格化!

- これまでの取り組みによる水産物の輸出拡大と大型水産加工施設の本格稼働等にあわせ、水産物の輸出支援を強化する。需要拡大が期待できる米国や中国、東南アジアをターゲットに現地商社等のキーパーソンとの連携を強化し販路開拓に取り組む。
- 本格化する水産物の輸出にあわせて土佐酒やユズ等をセットにした売込みを強化し販売拡大につなげる。
- 生産現場と連携した農産物の輸出品目の生産拡大や新たな輸出有望品目の掘り起こし、輸出支援策の拡充

拡充する主な取り組み

- (農) 新たなパートナーを確保し輸出力・国を拡大
- (農) 生産現場と連携強化、輸出支援策の拡充 (企業誘致をテコにした輸出拡大の取組強化、県内3ブロックで産物輸出協議会開催、園芸用ハウス整備事業に輸出メニュー新設等)
- (水) 米国水産 HACCP 対応支援
- (水) 海外市場のニーズに対応できる加工用原魚の確保
- 国別の取り組みのさらなる強化
 - ・現地商社と連携し、水産物と土佐酒やユズ等をセットにした賞味会の開催
 - ・現地の飲食コンサルタントを起用し、定期的なフェアや情報発信の実施

POINT 2 輸出拡大に向けた県内企業の支援体制の強化!

- 企業の本格的な輸出戦略の策定とさらなる磨き上げ、輸出手様の商品開発の支援を行い、着実に輸出拡大につなげていくための施策と体制を強化
- 地産外商社の機動力や企業情報を効果的に活用し、新たに輸出に取り組む県内企業の掘り起こしや国内商社への営業を強化

拡充する主な取り組み

- ジェトロ高知及び地産外商社との連携を強化し輸出に取り組む企業の掘り起こし及び各企業のステージに応じた支援を行い輸出拡大につなげる。
- ジェトロと連携した企業毎の輸出戦略及び事業計画の策定と実行支援
- 首都圏の商社とのネットワークを強化し輸出企業の支援に向けた地産外商社の活動強化
- 輸出手様の商品開発支援

POINT 3 ジェトロ高知との連携強化!

- ジェトロ高知との連携を強化し、全庁の海外ビジネス展開を総合的に支援する体制を構築

POINT 4 海外拠点等の体制強化!

- 食品の輸出拡大を図るため、商社やキーパーソンとの関係づくりを強化するとともに、重点市場を中心に、海外ビジネスサポーター (仮称) を設置し、企業ニーズに応じた現地支援体制を構築
- 食品の輸出に加えて、防災製品の輸出、観光インバウンド等の経済活動の拡大がさらに期待されるASEAN地域での活動体制を強化

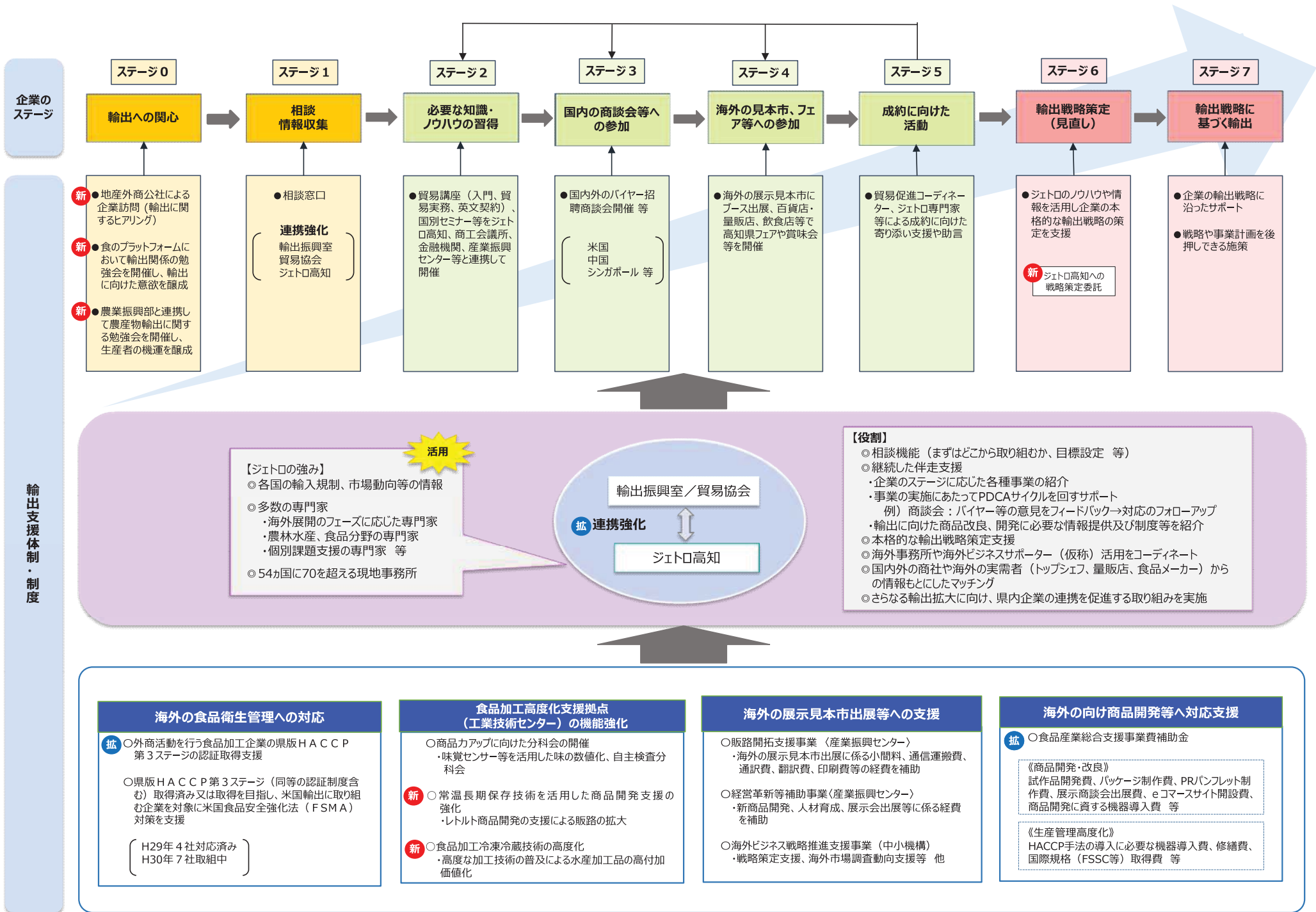
拡充する主な取り組み

- 重点市場を中心に、海外ビジネスサポーター (仮称) を設置
- ASEAN地域でコンサルタント等のノウハウを活用
- ジェトロ高知との連携を強化し、全庁の海外ビジネス展開を総合的に支援する体制を構築 (再掲)

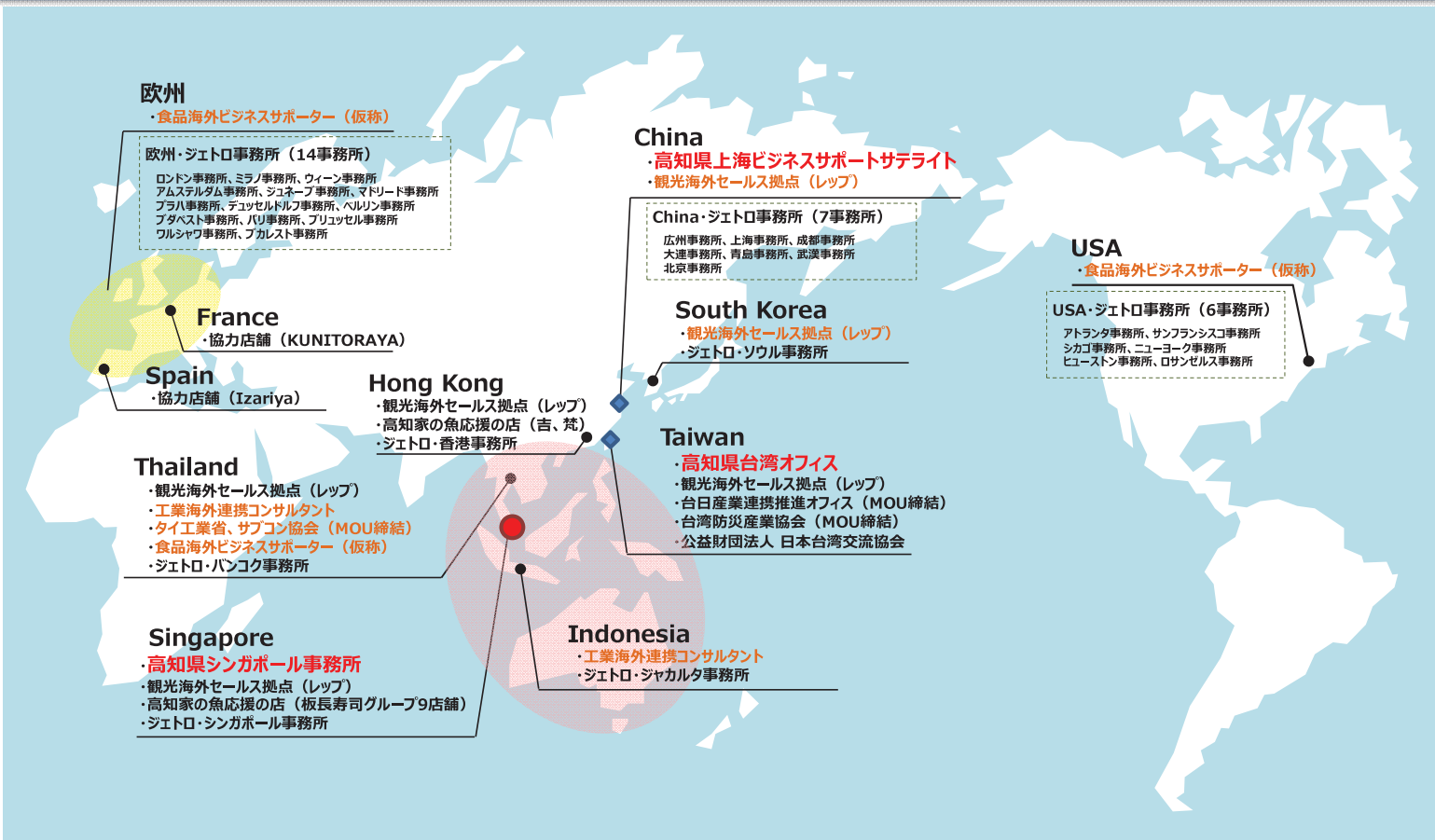
輸出促進に向けた国別事業展開の強化

国		品目	主な取り組み
有望市場	 強化 シンガポール	加工品、土佐酒、農水産物	①事務所機能を生かした商社等と連携した農水産物の販路拡大（量販店等でのフェア、東南アジア最大級の食品展示見本市出展等） ②アジアへのショーケース機能を生かした近隣アジアへの情報発信の強化
	 フランス・欧州	ユズ、土佐酒	①ロンドンでの土佐酒の高い評価を生かし欧州での販路拡大と情報発信の強化 ②商社等と連携したKOCHI YUZUの認知度向上の強化（欧州最大級の食品展示見本市出展等）
	 強化 米国	水産物、土佐酒、加工品	①これまで培ってきた商社とのパイプを生かし、特に情報発信力の高いN Yにおいて、水産物と土佐酒、ユズ等をセットにした飲食店向けの賞味会を開催 ②現地の飲食店コンサルタント等を起用し、定期的な高知県フェアの開催や飲食店への個別訪問営業を実施 ③水産H A C C P、F S M Aへの対応支援を継続して行い、輸出に向けた基盤整備を強化 ④食品展示見本市等への出展による販路開拓
	 香港	農水産物、加工品	①本県に縁のある商社等のルートを積極的に活用した販路開拓 ②水産物を中心とした飲食店向けの販路開拓 ③各企業のニーズに応じたマッチング支援（品目に応じて適当な商社紹介等） ④食品展示見本市等への出展による販路開拓
	 強化 中国	水産物、土佐酒、加工品	①商社と連携して、土佐酒・水産物をセットにした飲食店向けの販路開拓 ②四国4県連携事業を通じ上海に次ぐ市場として成都、深圳の販路開拓 ③食品展示見本市等への出展による販路開拓
	 台湾	土佐酒、加工品	①現地酒ディストリビューター数社と連携した土佐酒の販路拡大と情報発信強化 ②商社のパイプを生かした販路拡大 ③販路拡大が期待できる商品（健康志向へ訴求等）の販路開拓・拡大
	 タイ	加工品、農水産物、土佐酒	①出展効果が高い展示見本市を活用した販路拡大（タイ国最大級の食品展示見本市出展等） ②商社や人脈を生かした飲食店向けの販路開拓 ③商社等と連携した農水産物の販路開拓（量販店、飲食店への販路開拓）
新興市場	 強化 インドネシア	ユズ、加工品	①商社と連携しジャカルタに加え、バリのホテル向け販路開拓 ②ジャカルタでの飲食店、量販店向けの販路拡大
	 オーストラリア	ユズ、土佐酒、加工品	①商社と連携し試食提案会の開催、量販店でのプロモーション等による販路拡大
	 ベトナム	水産物、土佐酒、加工品	①四国4県連携事業を活用した飲食店、量販店の販路開拓 ②食品展示見本市等への出展による販路開拓
	 UAE	加工品	①食品展示見本市（2回目）への出展を通じた販路開拓
	 マレーシア	加工品	①シンガポールのショーケース機能を活用した商品提案や商流の確保

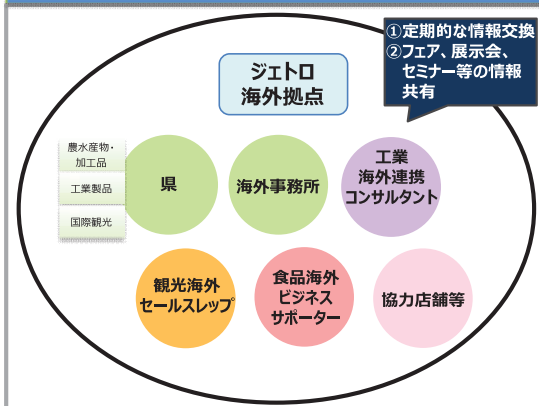
県内企業のステージに応じた輸出拡大支援



輸出促進と国際観光の推進に向けた海外での高知県ネットワークの構築



対象国での高知県ネットワークのイメージ



ジェットロ海外拠点の支援メニュー

- 海外現地コーディネーターによる輸出支援相談サービス（各分野の専門家（コーディネーター）による相談）
- 中小企業海外展開現地支援プラットフォーム（現地政府や地場企業等のネットワークを持つコーディネーターによる支援）
- ビジネス・サポートセンター（短期貸オフィス、アドバイザーによるコンサルティングサービス）
- 海外プリーフィングサービス（専門アドバイザー等による情報提供）等

輸出とインバウンドの連携

- 1 海外のシェフやバイヤー等の産地訪問への海外メディア招へい
- 2 海外メディア等の招聘ツアーや取材協力
- 3 「高知県フェア」など現地イベントでの観光PR

重点市場	ジェットロ海外事務所	海外拠点等				その他
		総合	食品	観光	工業	
シンガポール	・シンガポール事務所	・高知県シンガポール事務所	・高知家の魚応援の店（板長寿司グループ9店舗）	・観光海外セールス拠点（レップ）		・スポーツシンガポール賞書、国立スポーツ学校賞書
台湾	（公益財団法人 日本台湾交流協会）	・高知県台湾オフィス		・観光海外セールス拠点（レップ）	・台日産業連携推進オフィス（MOU締結） ・台湾防災産業協会（MOU締結）	・まんが交流賞書（新竹県）、交流賞書（新竹県）
香港	・香港事務所		・高知家の魚応援の店（吉、菘）	・観光海外セールス拠点（レップ）		
中国	・上海事務所、他 6事務所	・高知県上海ビジネスサポートサテライト		・観光海外セールス拠点（レップ） 新		・INAP会員港（青島港）、姉妹都市（安徽省）
韓国	・ソウル事務所			・観光海外セールス拠点（レップ） 新		・INAP会員港（唐津港、木浦新港）、姉妹都市（全羅南道）、まんが交流協定（富川市）
タイ	・バンコク事務所	（シンガポール事務所）	・食品海外ビジネスサポーター（予定） 新	・観光海外セールス拠点（レップ）	・工業海外連携コンサルタント ・工業省、サブコン協会（MOU締結） 新	
ベトナム	・ハノイ事務所、ホーチミン事務所	（シンガポール事務所）				
インドネシア	・ジャカルタ事務所	（シンガポール事務所）			・工業海外連携コンサルタント 新	・INAP会員港（タンジュンペラ港）
マレーシア	・クアラルンプール事務所	（シンガポール事務所）				
フィリピン	・マニラ事務所	（シンガポール事務所）				・INAP会員港（スービック港、セブ港、ダバオ港）、姉妹都市（ベンゲット州）
オーストラリア	・シドニー事務所	（シンガポール事務所）				
アメリカ	・ニューヨーク事務所、他 5事務所		・食品海外ビジネスサポーター（予定） 新			
欧州	・ロンドン事務所、他 13事務所	・協力店舗（Paris KUNITORAYA、Madrid Izariya） ・食品海外ビジネスサポーター（予定） 新				・チェコ共和国（チェコ五輪委員会賞書）、ドイツ（スポーツ少年団国際交流協定書）、オランダウエストラント市（友好園芸農業協定）
U A E	・ドバイ事務所					

平成31年度 移住促進策のバージョンアップ

分野を代表する目標

県外からの移住者

出発点 (H26) : 403組⇒現状 (H29) : 816組⇒4年後 (H31) : 1,000組

基本となる取り組み



Step 1 高知を知って・好きになってもらう

- ◆高知家プロモーションと連携した移住PR
 - ・高知家プロモーションの推進により、高知ファンが増加や高知の認知度が向上



高知家は、
いろいろな
家族で
大家族。

Step 2 移住に関心を持ってもらう

- ◆情報発信・提供
 - ・「高知家で暮らす。」を通じた情報発信
 - ・SNSを通じたタイムリーな情報発信
 - ・「幸せ移住パッケージシステム」による情報提供
 - ・メディアへの広告や訴求力のある媒体での広報



Step 3 主体的な行動に移ってもらう

◆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
- ・H27～10名体制（高知・東京・大阪（出張相談））
- 移住体験ツアーや都市部等での移住相談会の実施
- 県外で高知への移住に協力いただく「移住支援特使」の委嘱（11社31人）



移住・交流コンシェルジュ

Step 4 移住について真剣に考えてもらう

◆サポート体制の充実

- 移住希望者に寄り添うサポートの実施
- ・移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応（再）
- ・市町村の「移住専門相談員」が相談対応や空き家調査等を実施
- ⇒ 移住専門相談員 H30.8末：28市町村45人



◆(一社)高知県移住促進・人材確保センターによる「移住」

「Uターン就職」「中核人材確保」の業務の一体的な展開

- 各産業分野の担い手確保の窓口
- 【農業】就農コンシェルジュ、農業担い手育成センター、担い手協議会、農業大学校
- 【林業】林業学校、林業労働力確保支援センター、小規模林業推進協議会
- 【水産業】漁業就業支援アドバイザー
- 【商工業】産業振興センター、商工会議所、商工会、事業承継ネットワーク
- 【福祉】福祉人材センター 等

◆受入体制の充実

- 移住のハードルを下げる仕掛けづくりと住宅の確保促進
- ・移住者向け住宅の確保促進
- ・高知市を中心とした「二段階移住」の取り組みの展開
- ・「高知家生涯活躍のまち」（高知版CCRC）の取り組みの推進

Step 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の充実

- 「移住専門相談員」や「地域移住サポーター」によるフォローアップ
- ⇒ 地域移住サポーター H30.11末：21市町130人
- 移住者交流会の開催などによる移住者間のネットワークづくり

3つの視点

1

リーチを広げる

2

アクティブに働きかける

3

ゲートウェイを広げる

◆KPI◆

※12月末時点

- 《アクセス数》 321,739件 (前年同期比 85%)
- 《相談者数》 3,484人 (前年同期比104%)
- 《新規暮らし隊》 722人 (前年同期比100%)
- 《移住者数》 681組957人 (前年同期比118%)

◎地域間競争の激化が進む中、高知の強みを活かした、より戦略的な取組が必要

課題1

- 年間移住者1,000組の達成と定常化には
 - ・本県の出身者やファンにとどまらず、現在、本県に縁もゆかりのない方にもリーチする等、裾野を広げることが重要
 - ・「志」を満たす仕事の情報等、本県の強みや魅力をターゲットにしっかり情報発信することが必要

○高知の強みが伝わる情報発信の強化

課題2

- ・企業や地域の担い手や後継者等の魅力的な人材ニーズを掘り起こすためには、地域の支援機関が一体となって、事業継続や継業に向けた新たな事業展開を一气通貫で伴走支援することが必要
- ・相談者を着実に移住につなげるためには、移住・交流コンシェルジュや市町村移住相談員によるきめ細やかな対応が重要

○移住促進・人材確保センターと地域の支援機関が連携した伴走支援の強化

- ・生きがいややりがいを地方に求めている方の「志」を満たす仕事の掘り起こしと提案が重要
- ・潜在需要が大きいUターンの促進が必要
- ・起業や学びの支援、起業者のコミュニティ等、高知の強みを移住促進に活かすことが必要

○ターゲット別の戦略的なアプローチの強化

◆「志」移住 ◆ Uターン ◆ 移住×起業×(IT)

課題3

- ・住宅の確保のためには、各地域で体制が整いつつある空き家再生・活用促進専門家グループの活動を推進することが必要
- ・他県にはない独自の取組「二段階移住」のさらなる推進が必要
- ・市町村が行うお試し滞在の仕組みの強化が必要
- ・移住者の継続的な確保に向けては、移住者の定住を促進し、移住者が移住者を呼び込む好循環をつくる必要がある

○市町村と連携した受入体制の充実

リーチを広げる！

1 情報発信をさらに強化する

●高知の強みが伝わる情報発信の強化

- 新** ◆首都圏における本県出身者や本県ファン等のネットワーク化による送り出し機能の強化
- 拡** ◆都市部の方の「志」を満たす仕事の情報を、「志」移住としてモデル化し、「高知求人ネット」等で情報発信
- ◆高知の強みや魅力を、他県と差別化した方法で情報発信（情報編集部による情報発信、暮らしの指標を数値で明示 など）
- ◆ターゲットに効果的な広報手段（LINE等のSNS）を活用した情報発信

アクティブに働きかける！

2 ターゲット別の戦略的なアプローチを強化し、確実に移住につなげる

●移住促進・人材確保センターと地域の支援機関が連携した伴走支援の強化

- 拡** ◆商工会議所、商工会等、地域の支援機関と連携した人材ニーズのさらなる掘り起こしと「高知求人ネット」の充実・強化
- ◆移住・交流コンシェルジュと市町村移住相談員が連携した相談対応の強化

●「ターゲット別」戦略的なアプローチの強化

「志」移住	Uターン	移住×起業×(IT)
◆高知求人ネットでモデル化（再掲）		新 ◆市町村が行う「移住×起業×(IT)」の取組を支援
	◆人材ニーズのさらなる掘り起こしと「高知求人ネット」の充実・強化（再掲）	拡 ◆KOCHI STARTUP PARKを活用した「地域おこし協力隊×起業」の推進
		◆首都圏における本県出身者や本県ファン等のネットワーク化による送り出し機能の強化（再掲）
		新 ◆わくわく地方生活実現政策パッケージの積極的な活用

ゲートウェイを広げる！

3 市町村と連携して受入体制のさらなる充実を図る

- 拡** ◆移住者の受け皿となる空き家確保に向けた市町村と「空き家再生・活用促進専門家グループ」との連携を強化
- 拡** ◆二段階移住のさらなる促進（民間業者と連携した高知市内でのお試し滞在物件の掘り起こし、二段階目の市町村への移住を促進する支援策の強化 等）
- 新** ◆市町村が行う宿泊施設を活用した短期お試し滞在を支援
- 拡** ◆市町村が行う地域移住サポーターと連携した定住に向けた取組を支援（移住者交流会の開催、移住者からのお悩み相談への対応等）

「オール高知」の移住促進・人材確保センターによる事業展開

連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》の体系図

分野の目指す姿	移住者と一緒に創る元気な地域
分野を代表する数値目標	県外からの移住者 出発点(H26):403組→現状(H29):816組→4年後(H31):1,000組

戦略強化に向けた3つの視点	リーチ（届く範囲）を広げる！	アクティブに働きかける！	ゲートウェイ（受け皿）を広げる！
---------------	----------------	--------------	------------------

戦略の柱	1-1 高知を知って、好きになってもらう 1-2 潜在層の移住についての関心を高める	2-1 高知ファンに移住に関心を持ってもらう 2-2 顕在層に高知の移住について意識してもらう	3 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう	4 移住について真剣に考えてもらう	5 高知に安心して住み続けてもらう
------	---	--	-----------------------	-------------------	-------------------

戦略の方向性	(1-1) 広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信 (1-2) 潜在的な移住関心層等に、移住や地方で活躍することについて魅力を感じてもらい、移住についての関心を更に高めるような情報発信	(2-1) 高知ファンに、移住と言えば高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信 (2-2) 顕在化された移住関心層等に、移住と言えば高知県と意識してもらえるような情報発信	関心から行動に促すための情報や機会の提供	不安を解消してもらいサポートの充実。移住に至るまでの仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示	地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実
--------	---	--	----------------------	--	---

戦略目標	高知家の認知度 ②⑥:28%(3月実績) → ③①:35% 総務省の移住・交流情報ガーデンの地方への年間移住あっせん件数 ②⑦:約7,600件 → ③②:11,000件 ※国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」におけるKPI	移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」のセッション数 ②⑥:429,236件 → ③①:588,000件	移住相談者数 ②⑥:3,458人 → ③①:5,000人 「高知家で暮らし隊」会員新規登録者数 ②⑥:1,398人 → ③①:2,200人	相談窓口を通じた移住者数 ②⑥:403組 → ③①:1,000組	県・市町村の移住相談窓口利用者の3年目の県内定着率 ②⑦:87% → ③①:90%以上
------	--	---	--	-------------------------------------	--

取組方針・主な「具体的な取組み」	1 (マス・ターゲットへの)情報発信の大幅拡大 ◆高知家プロモーションと徹底的に連動した移住PRと「ALL高知家」による情報拡散	1 (高知ファンへの)アプローチの強化 ◆ 独自性の高い移住情報の発信 新 首都圏における高知県出身者や高知ファン等のネットワーク化による送し出し機能の強化【再掲】 -ターゲットに効果的な広報手段(LINE等のSNS)を活用した情報発信	1 新規相談者の獲得対策の強化 ◆ 相談機会の拡大 -「高知家で暮らし隊」の会員増加及び「高知暮らしフェア」への更なる誘客対策 2 各分野の担い手確保策との連携による人財誘致の促進 ◆ 人財誘致の促進に向けたアプローチの強化 拡 人材ニーズのさらなる掘り起こしと「高知求人ネット」の充実・強化 新 わくわく地方生活実現政策パッケージの積極的な活用	1 移住のハードルを下げる仕掛けづくりと住宅の確保策の強化 ◆ 相談から移住に繋げるための取り組みの強化 -二段階移住の取組の促進 -移住・交流コンシェルジュと市町村移住相談員が連携した相談対応の強化 ◆ 「仕事」と「住まい」の確保策の強化 -空き家確保に向けた市町村と民間事業者との連携強化 新 市町村が行う、宿泊施設を活用した短期お試し滞在を支援	1 移住後の定住に向けたフォロー体制の深化 ◆ 「ALL高知家」による地域の移住者の受入気運の醸成 拡 定住促進に向けたサポート体制の強化
	2 (潜在層への)情報発信の大幅拡大 ◆ 潜在層の取り込みの強化 新 首都圏における高知県出身者や高知ファン等のネットワーク化による送し出し機能の強化	2 ターゲット別の戦略的アプローチ策の展開 ◆ 効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる 拡 「高知求人ネット」による志を満たす働き方のモデル提案 ◆ 新たなエリアでの人材ルートの開拓	3 都市部の人材・起業家の誘致 ◆ 起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致	◆ 全県的な移住支援ネットワークの構築	

各産業分野の取り組み
◆ **【拡充】** U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化【農業】(再掲)
◆ **【拡充】** 林業労働力確保センターと連携した就業者の確保【林業】(再掲)
◆ 移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実【水産業】(再掲)
◆ **【拡充】** 首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築【商工業】(再掲)

◆首都圏におけるネットワークの構築と送り出し機能の強化

目的

さらなる移住促進（年間移住者1,000組の達成と定常化）に向けては、

- ・現在、高知県に縁もゆかりもない方にもリーチする等、裾野を広げる新たな取り組みが必要
- ・高知県の出身者やファン等のU・Iターンを着実に進めることが必要

→ 高知県への移住者が多い首都圏において、高知県の出身者やファン等をネットワーク化した「高知家コミュニティ」を形成。コミュニティに新たな層を呼び込むとともに、「学び」や「交流」、仕事情報の提供等を通じてコミュニティ会員の高知県への興味を喚起。移住のハードルを下げる取り組みへと誘導することで、U・Iターンの気運を醸成する

<高知家コミュニティ> 高知県への移住や就職・転職情報の発信、移住フェアや各分野が実施する首都圏セミナー等への効果的な誘導を行うためのネットワーク（=会員組織）※会員：「高知家コミュニティ」LINEアカウントへの登録者を想定

コミュニティを作る

◎ 3つのアプローチでコミュニティに誘導する

アプローチ1.
広く、多くの人にリーチし、高知県に関心を持たせる

SNSに強い著名人をインフルエンサーとし、高知県に興味のない層にも情報を拡散させる

→ 実際にコミュニティの一員として活動してもらう様子を公式Twitter、Instagram等へ掲載することにより閲覧者のコミュニティ参加意欲を煽る

<インフルエンサー（イメージ）>
一般の人からの認知度も高く、SNSでのフォロワーも多い著名人

アプローチ2.
志ある若者の意識を高知県へ向かわせる

地方で活躍したい若者に対して情報発信力がある方をインフルエンサーとし、高知県を活躍の場として認識させる

→ 高知県における具体的な活躍シーンを、SNS（LINE、FB等）やイベント等を通じて情報発信し、コミュニティへ誘導する

<インフルエンサー（イメージ）>
地方で活躍したい若者とコミュニティと接点があり、SNS媒体の運用にも長け、独自のチャネルでの拡散にも期待できる

アプローチ3.
高知県出身者のネットワークをさらに広げる

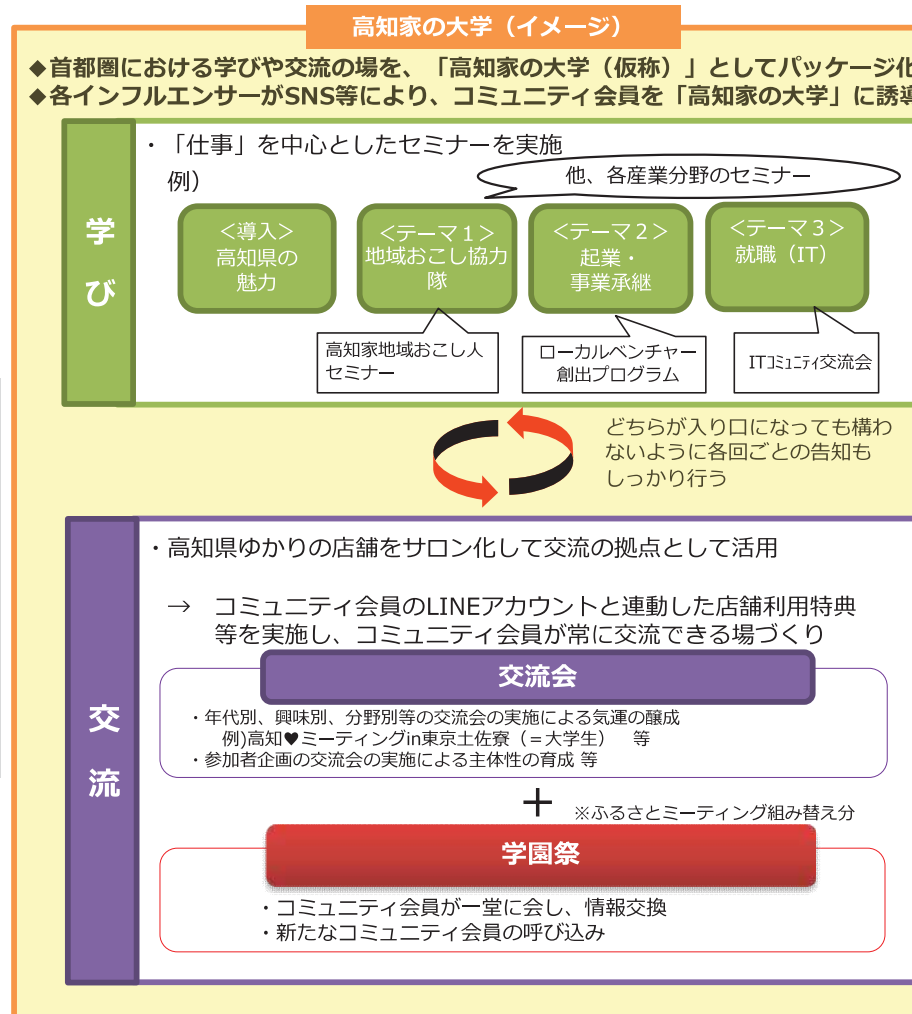
高知県出身者の既存のネットワークの情報発信力のある方をインフルエンサーとし、ネットワークに属さない出身者等にも情報を発信する

→ SNS（LINE）等での情報発信により、コミュニティへの参加を促進。出身者の実態も把握する

<インフルエンサー（イメージ）>
東京土佐寮、同窓会、県人会等の中心人物
※東京事務所が各ネットワークにアプローチ

送り出し機能を強化する

◎ 「学び」や「交流」、仕事情報の提供等を通じて、高知県への興味を喚起することで、コミュニティの送り出し機能を強化



「志」を満たす仕事情報の提供

ハードルを下げる

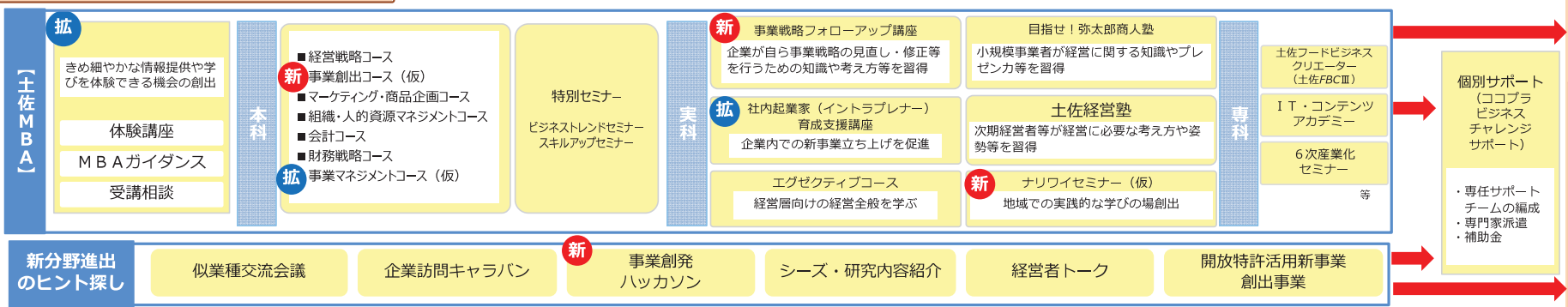
◎ 移住のハードルを下げる各種支援策に誘導する

移住・交流コンシェルジュや就職コーディネーター等による個別フォロー

- 自分に合った地域や仕事をじっくり探したい**
 - ◆お試し滞在
 - 新 市町村が行う宿泊施設を活用したお試し滞在に対する支援
 - ◆二段階移住
 - 拡 高知市でのお試し住宅の確保（県職員住宅、民間物件等）等
 - ◆地域おこし協力隊 等
- 仕事の体験をしたい、企業を知りたい**
 - ◆こうち就業体験支援
 - ・ワーキングホリデー
 - ・兼業プロジェクト 等
- 起業や就業に向けた知識や技術を身につけたい**
 - ◆土佐MBA
 - ◆こうちスタートアップパーク（KSP）
 - ◆第一次産業の研修制度 等
- 起業や継業・就業に伴うリスクや費用を下げたい**
 - ◆各産業分野の助成制度や伴走支援
- U・Iターン後の暮らしをイメージしたい**
 - ◆高知家で暮らす
 - 拡 移住者インタビューの充実
 - 暮らしの数値化 等
 - ◆高知求人ネット
 - 拡 マッチング機能の強化 等

戦略の柱1 起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート

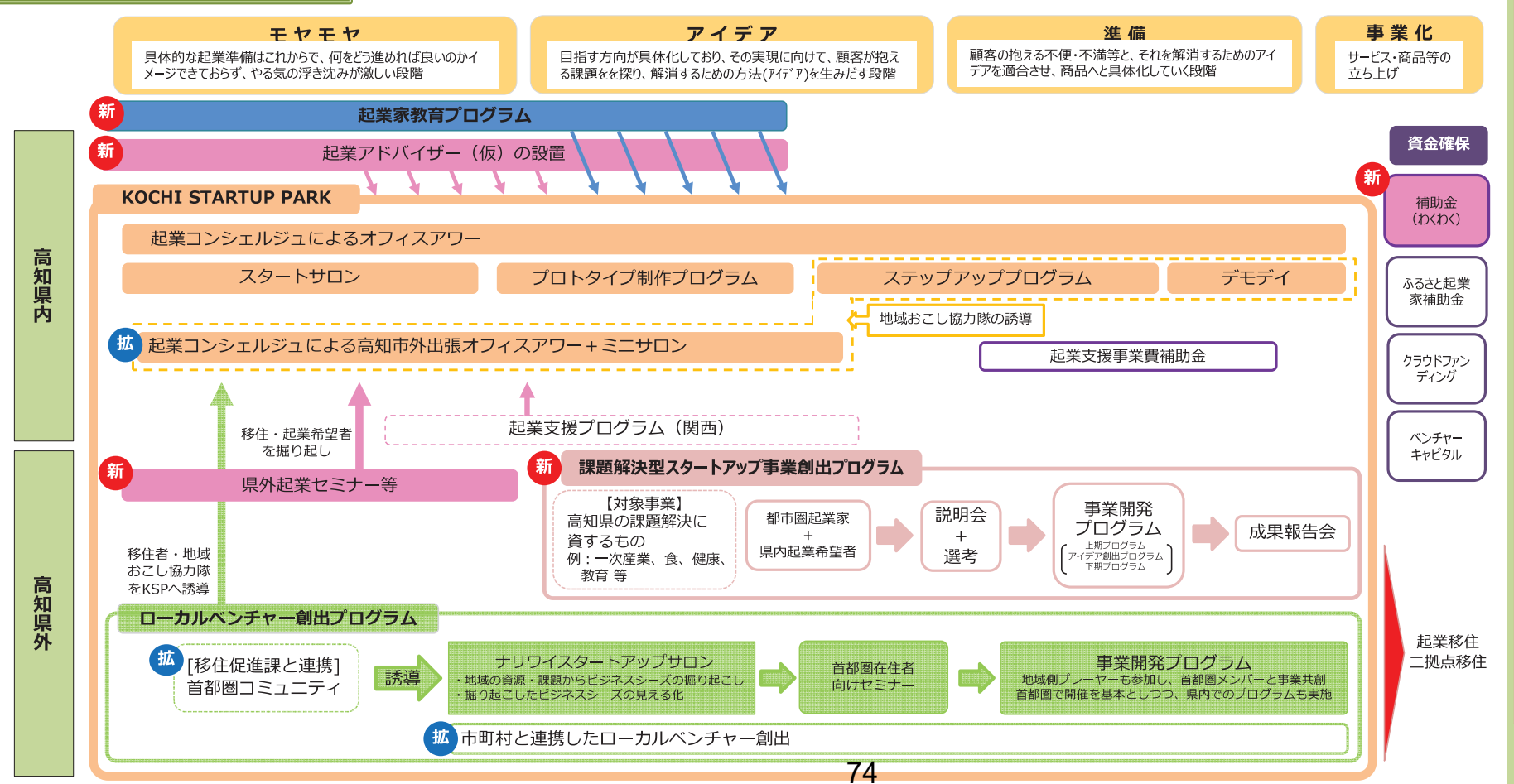
新事業展開の推進に関する取り組み



戦略の柱2 起業・新事業展開に向けた各分野における一貫サポート

- IoT
- ものづくり
- IT・コンテンツ
- 企業立地
- 商業
- 食品
- その他

起業推進の取り組み



連携テーマ(起業や新事業展開の促進)の体系図

分野の目指す姿	持続的に新たな挑戦が行われる環境をつくる
分野を代表する数値目標	県のサポートによる起業・新事業展開件数 ○起業・第二創業件数 現状(H28～H29累計(3月末時点)): 75件 ⇒ 4年後(H28～H31累計):100件 ⇒ 6年後(H28～H33累計):150件 ⇒ 10年後(H28～H37累計):250件 ○新商品開発件数 現状(H28～H29累計(3月末時点)):313件 ⇒ 4年後(H28～H31累計):500件 ⇒ 6年後(H28～H33累計):750件 ⇒ 10年後(H28～H37累計):1250件

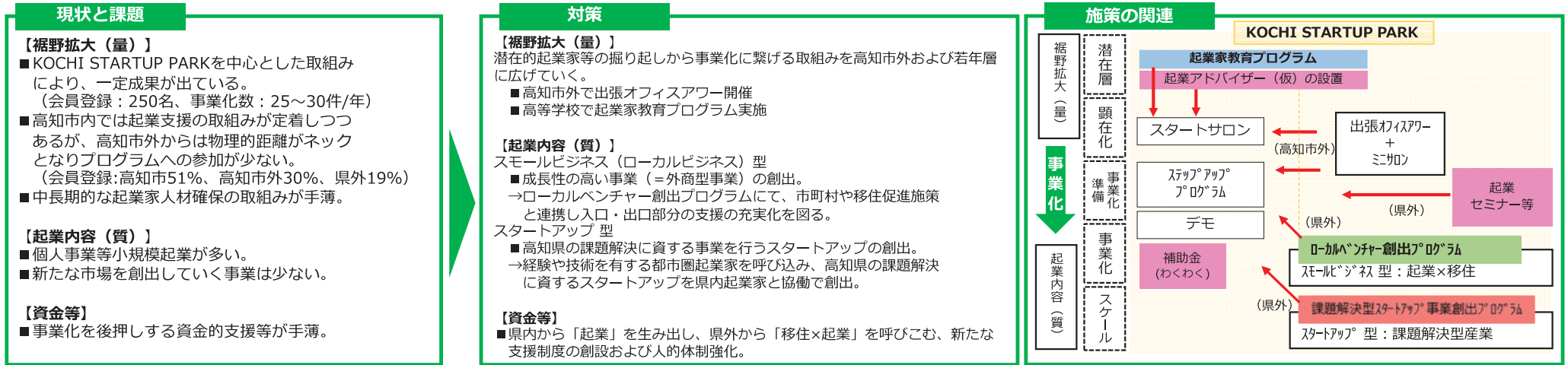
戦略の柱	1 起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート	2 起業・新事業展開に向けた各分野における一貫サポート
------	----------------------------------	-----------------------------

方戦 向略 性の	起業や新事業展開を目指す方々の事業プランづくりからその実践までを、ココプラとこち起業サロンが一体となって、それぞれのステージごとに切れ目なく後押しする	各分野において、アイデア段階から計画段階、商品開発、販路開拓までを一貫してサポートする
----------------	---	---

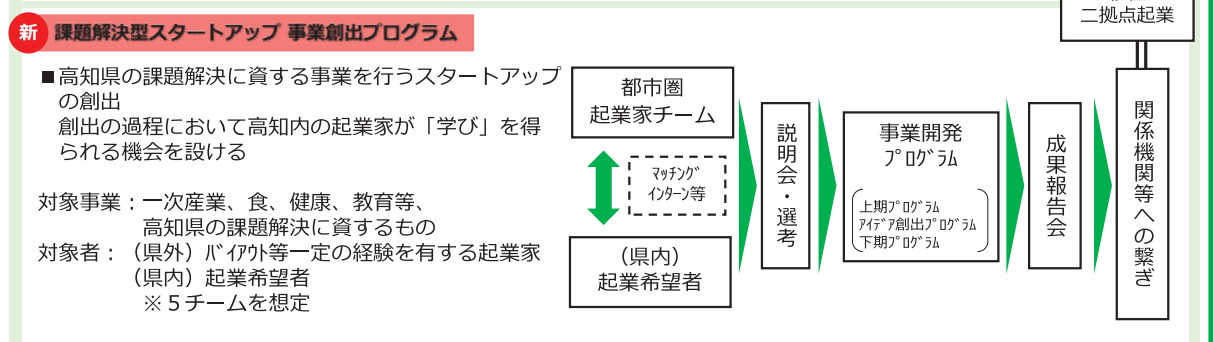
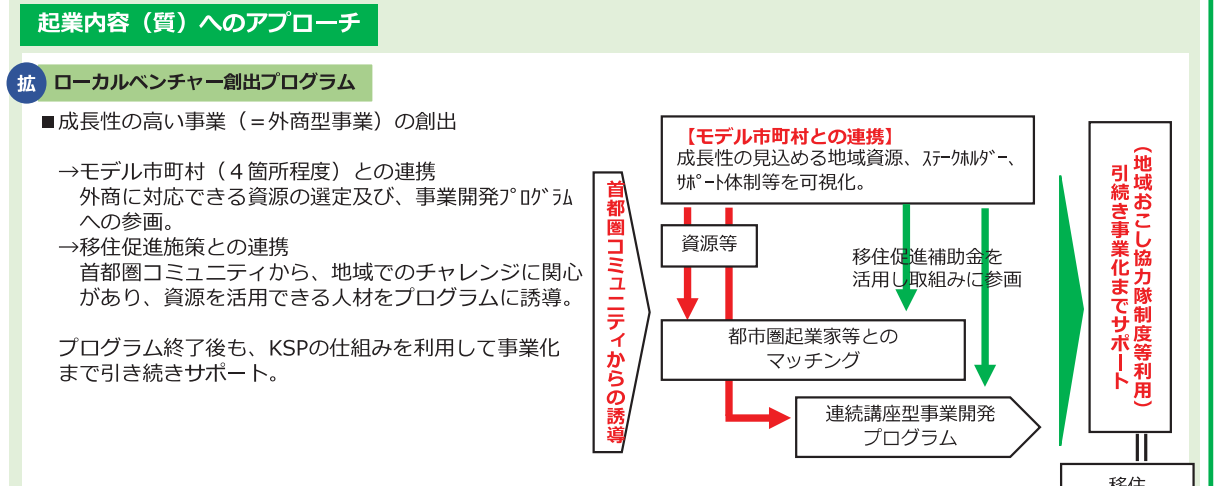
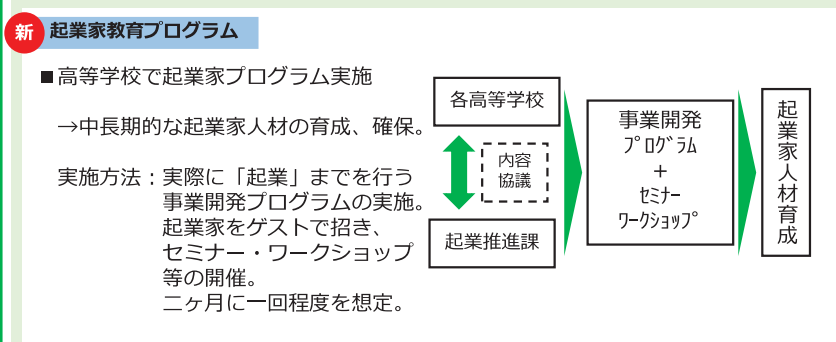
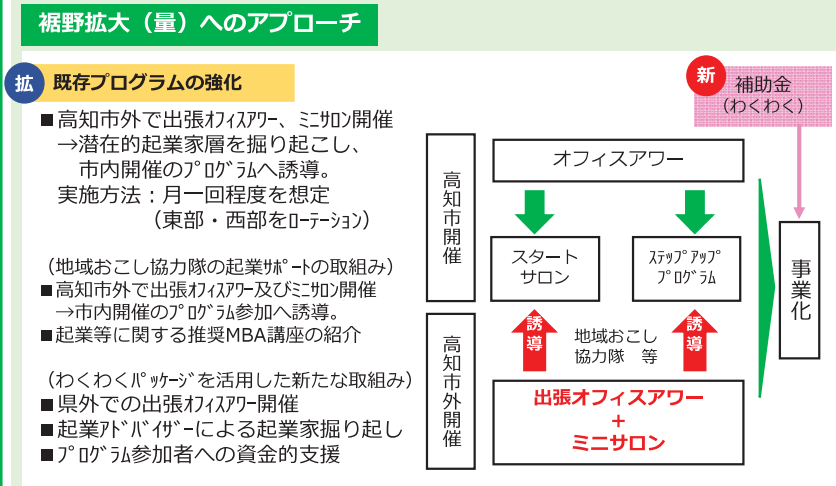
取組方針・主な「 ◆ 具体的な取り組み」	(1) 起業(第二創業含む)に関する総合的なサポート ◆ [拡充] 「こち起業サロン(こちスタートアップパーク)」を中心とした段階別サポート ◆ [拡充] 中山間地域の地域資源や事業シーズを活用した、都市圏の起業希望者の呼び込み ◆ アイデアを生み出し、磨く機能を強化(連続講座、開放特許活用新事業創出事業、企業訪問キャラバン) ◆ サポートプログラムによる磨き上げ(ココプラビジネスチャレンジサポート等) ◆ [新規] 高知県の課題解決に資する事業創出を行うスタートアップの呼び込み ◆ 起業・就業マインドを持つ都市部人材の誘致(再掲) ◆ [拡充] 産学官民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(再掲)	(1) IoTの推進 ◆ 高知版IoTの推進(再掲) (2) ものづくり分野でのサポート ◆ 県内での研究成果を生かし、産業利用を推進するための支援を強化(再掲) ◆ 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(再掲) ◆ 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による支援(再掲) ◆ 生産性向上プロジェクトチームによるニーズ抽出 ◆ 生産性向上プロジェクトチームで抽出したニーズのマッチング等によるプロジェクト創出(再掲) ◆ 生産性向上プロジェクトチームで抽出したニーズの試作開発支援等による製品開発支援(再掲) ◆ 高付加価値な製品開発への支援(再掲) ◆ 生産性を高める設備投資の推進(補助制度+融資制度)(再掲) ◆ 工業技術センターの生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた支援強化(再掲) ◆ 「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づき、紙産業の振興をさらに強化(再掲) ◆ さらに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(再掲) (3) IT・コンテンツ分野でのサポート ◆ 本県ならではの企業への支援策を生かしたIT・コンテンツ関連企業の立地促進(再掲) ◆ 事業計画策定等に関する相談会の開催や事業化に係る経費助成(再掲) ◆ IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進(再掲) (4) 企業立地分野でのサポート ◆ 全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現(再掲) ◆ 立地企業を核とした新たな企業の誘致(再掲) (5) 商業分野でのサポート ◆ 商店街のにぎわい創出への支援(再掲) ◆ 新規創業・店舗魅力向上への支援(再掲) (6) 食品分野でのサポート ◆ 市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(再掲) ◆ 食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットフォームを構築(再掲) ◆ 本県の強みを生かした商品づくりを伴走型で支援(再掲) ◆ 食品ビジネスまるごと応援事業の強化(再掲) ◆ 地域アクションプランの実行支援(再掲) (7) その他の分野でのサポート ◆ シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援 ◆ 創業融資メニューの活用促進(再掲)
-------------------------	---	--

起業推進の取り組みの強化（第3期産業振興計画のバージョンアップ）

ポイント：裾野拡大（量）の取組を継続しつつ、起業内容（質）の向上を目指す。



「KOCHI STARTUP PARK」の充実・強化



産業人材の育成(土佐MBA)と産学官民連携のバージョンアップ

これまでの取組



- ◇土佐MBAは平成31年度で8年目（商人塾、土佐経営塾10年）となり、学びの場としては一定定着（受講者の増や参加者の評価等）。
- ◇県内高等教育機関と連携した産業振興の取組みに関しても、事業者の関心は高く、事業への参加者は増加傾向。

課題認識

- ◇学びの場の継続・充実の必要性
- ◇新たな事業の創出に向けた支援強化
- ◇県内企業・事業者の個別課題に対する支援
- ◇農林水産業等の事業戦略策定事業者のフォローアップ
- ◇移住者・移住希望者に対する「学びの場」のアピール

【参考】

土佐MBA受講者数（本科・実科）
 H30 延べ2,539人
 ※H30年12月31日現在

産学官民連携・交流事業
 H30 延べ1,370人
 ※H30年度末見込み



H31バージョンアップのポイント

① 課題解決と事業成長につながる学びの場を充実

- 農林水産業をはじめ各分野の事業戦略・経営戦略を策定する事業者への受講誘導
- 土佐MBA本科のカリキュラム編成を見直し
 情報ビジネスコースの廃止→事業創出コースの新設及びマーケティング・商品企画コース、事業マネジメントコースへの再編
- 地域での学びの場の提供
 商人塾短期集中セミナーin幡多 →ナリワイセミナー（仮）※地域での実践的な学びの場

② 事業者(社内)のアイデアを事業化や製品化につながる支援策の強化

- 新たなアイデアやビジネスマッチングを狙いとする「事業創発ハッカソン」の開催
 都市部のIoTビジネスパーソンを交えて、アイデア創出、事業創造のイベントを実施
- 事業戦略フォローアップ講座の開催
- 社内起業家（イントラプレナー）育成支援講座等のアフターフォローの強化
- 包括協定締結企業の知見、視点を導入

<その他参加を促す取組み>

- ・受講料アップによる参加意識の向上
- ・参加の少ない業種業界へのアプローチ（医療、社会福祉系、サービス業等）
- ・「おためしMBA」の拡充 など

H30	H31
<p>おためしMBA 土佐MBA本科</p> <ol style="list-style-type: none"> ①経営戦略 ②マーケティング・商品開発 ③会計 ④財務戦略 ⑤情報ビジネス ⑥組織・人的マネジメント ⑦事業管理 <p>●(応用) エグゼクティブコース ●スキルアップセミナー ●ビジネストレンドセミナー</p> <p>土佐MBA実科</p> <ol style="list-style-type: none"> ①目指せ！弥太郎 商人塾 ②商人塾短期集中セミナーin幡多 (新) ③土佐経営塾 ④社内起業家(イントラプレナー)育成支援講座(再掲) ⑤新事業創出講座 (再掲) <p>産学官民連携・交流事業</p> <ol style="list-style-type: none"> ①シーズ・研究内容紹介 ②企業訪問キャラバン ③似業種交流会議 (新) ④異業種交流会 ⑤経営者トーク ⑥知財マッチング ⑦社内起業家(イントラプレナー)育成支援講座 (新) ⑧新事業創出講座 	<p>おためしMBA</p> <ol style="list-style-type: none"> ①経営戦略 ②マーケティング・商品企画 (改) ③会計 ④財務戦略 ⑤組織・人的マネジメント ⑥事業マネジメント (改) ⑦事業創出 (新) <p>●スキルアップセミナー ●ビジネストレンドセミナー</p> <ol style="list-style-type: none"> ①目指せ！弥太郎 商人塾 ②エグゼクティブコース ③ナリワイセミナー(仮)(新) 地域での実践的な学びの場 ④土佐経営塾 ⑤社内起業家(イントラプレナー)育成支援講座(再掲) ⑥事業戦略フォローアップ講座 (再掲) <ol style="list-style-type: none"> ①シーズ・研究内容紹介 ②企業訪問キャラバン ③似業種交流会議 ④事業創発ハッカソン (新) ⑤経営者トーク ⑥開放特許活用新事業創出事業 (改) ⑦社内起業家(イントラプレナー)育成支援講座 +アフターフォロー (新) ⑧事業戦略フォローアップ講座 (新)