

Ⅱ 第1期計画（平成21～23年度）の総括

1 第1期計画の評価

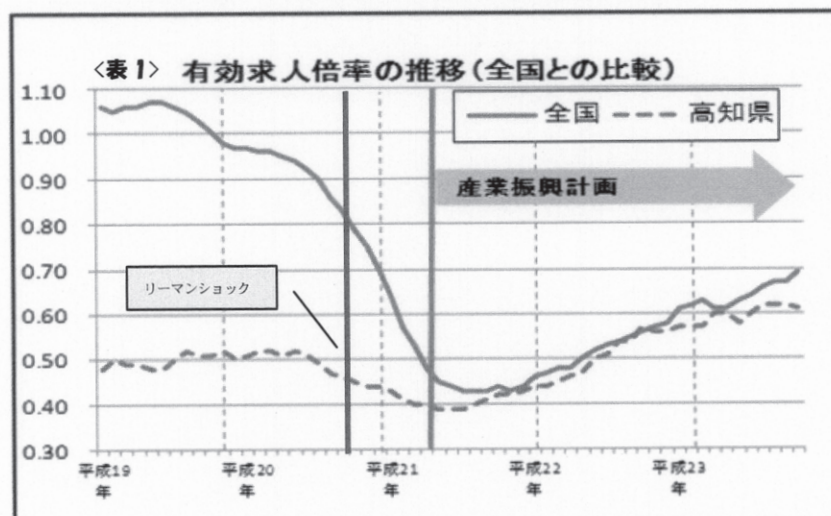
第1期計画は、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）」、「強みである第1次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、「①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」、「②産業間連携の強化」、「③足腰を強め、新分野へ挑戦」という3つの改革のための基本方向のもと、取り組みを進めてきました。

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

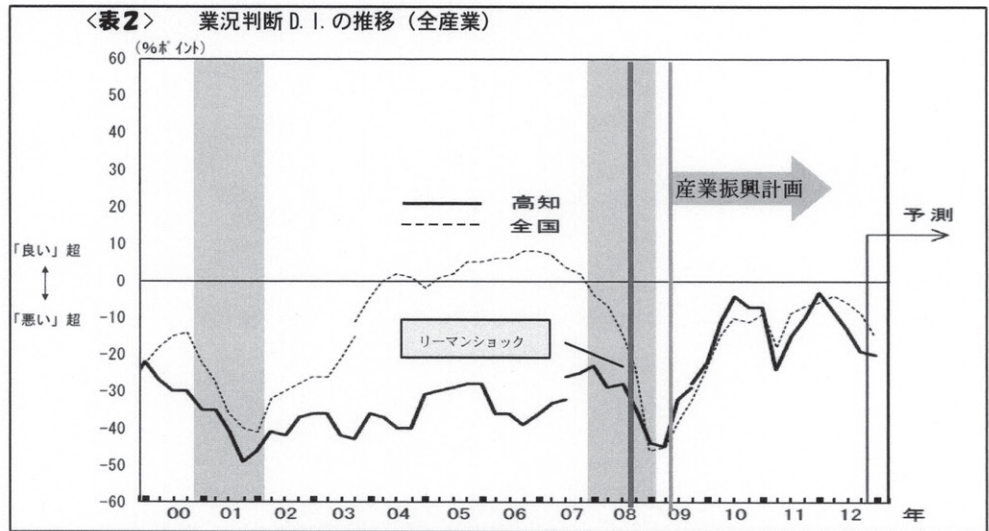
その一方で、国への積極的な政策提言などが功を奏し、生活対策・経済危機対策の臨時交付金の重点配分を受けることができたことや、国の雇用対策事業が活用できたことは、計画を進めるうえで大きな推進力となりました。加えて、NHK大河ドラマ「龍馬伝」放送の効果も、計画推進の大きな後押しとなりました。

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

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

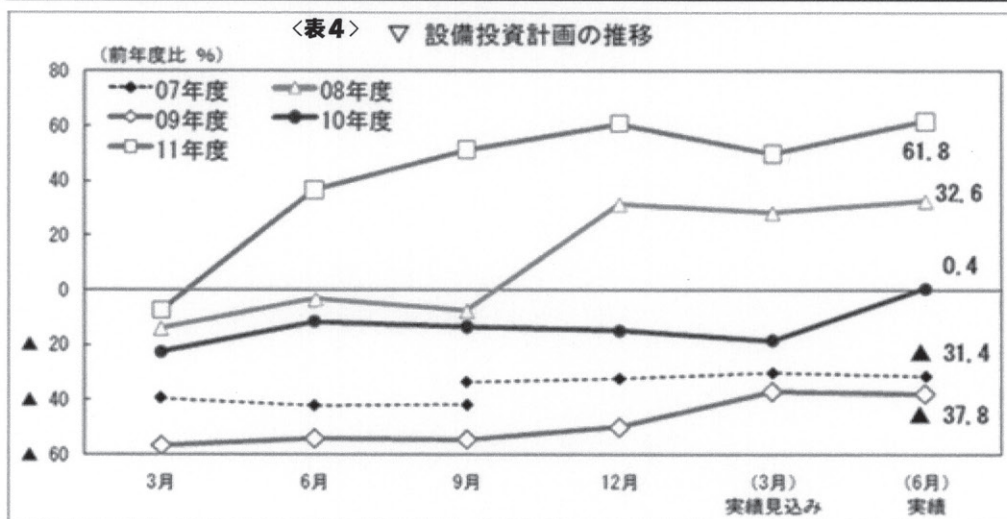
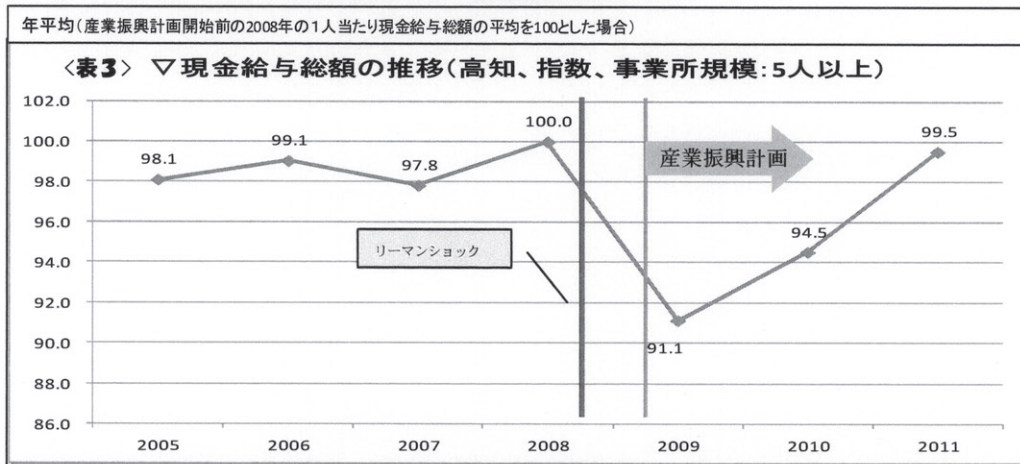


有効求人倍率(表1)や企業の業況判断D.I.(表2)の全国比較では、ここ数年全国の景気回復の波に乗れず低迷していたものが、産業振興計画の取り組みとともに全国的な動向に並んで



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

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



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

《主な取り組みの成果》

■基本方向①「足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」(地産外商の推進)

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

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

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

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

▶まるごと高知の状況

平成23年度：売上高390百万円 来店者72.2万人

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

▶フェア、展示・商談会の開催等

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

平成20年度：13件 → 平成21年度：72件 → 平成22年度：111件

→平成23年度：129件

※上記のうち

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

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

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

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

⇒地産外商公社による仲介・あっせんによる成約件数

平成 22 年度：444 件 → 平成 23 年度：1,327 件

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

→平成 23 年度：23.3 億円

▶新たに貿易に取り組む企業（平成 21～23 年度合計）：24 社

▶国内外でのセミナーや商談会の開催等

- ・貿易促進コーディネーターによるサポート（平成 21～23 年度合計）：982 件
- ・伊勢丹シンガポールや香港そごう等でのフェアの開催（平成 22～23 年度合計）：10 回
- ・フランスでユズ賞味会の開催（平成 23 年度） → ユズ果汁注文：11.5 トン
- ・シンガポールの大手飲料メーカーへのユズ果汁の輸出（平成 23 年度）：9 トン

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

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

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

→平成 23 年度：12 回 参加者 123 社 成約件数 82 件

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

《乗り越えるべき課題》

- 商品の競争力の強化を図るため、大都市市場と生産地間相互の情報交換をさらに活発化することが必要
- 地理的なハンディを克服するための新たな物流の構築も必要（リードタイムの短縮・コストダウン・高鮮度流通等）
- 海外においては、県産品の認知度が十分でなく、事業者にはハードルが高い状況。挑戦の継続・定着に向けて、他県との競争を勝ち抜く施策の強化が必要

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

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

【ものづくりの地産地消】

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

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

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

▶ものづくり地産地消センターでの相談・マッチング件数

相談件数(平成23年6月～平成24年3月末):218件

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

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

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

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

(食品加工)37コース1,123名

▶企業立地 平成23年度に全国トップクラスの支援策に拡充

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

《乗り越えるべき課題》

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

【食品加工】

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

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

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

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

→ 平成23年度：102

3年間の研究会活動を通して13件が商品化

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

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

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

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

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

平成23年度 430件、高度化研修（20講座）受講者：580人

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

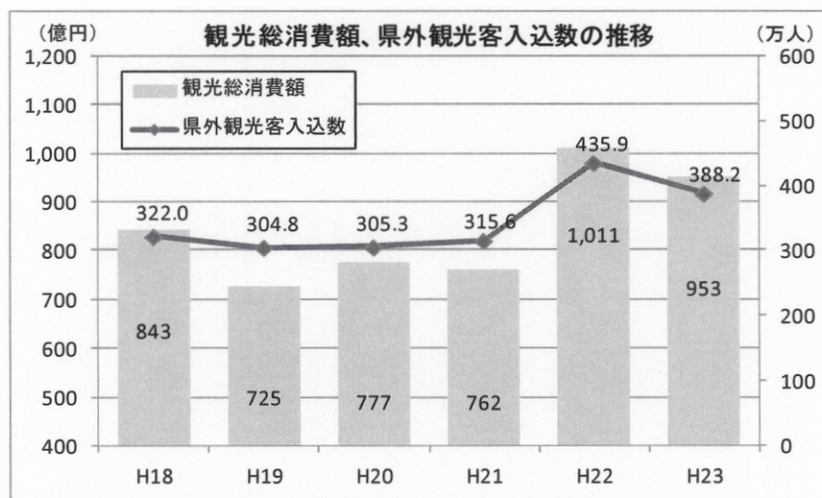
《乗り越えるべき課題》

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

【観光】

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

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



▶**県外観光客入込数**

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

▶**県内観光客の県内観光総消費額**

平成 19 年：725 億円→平成 22 年：1,011 億円→平成 23 年：953 億円

▶**「龍馬伝」放送による経済波及効果 535 億円（日銀高知支店調べ）**

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

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

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

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

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

: 4,404 人（前年比 7.4 倍）

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

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

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《**乗り越えるべき課題**》

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

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

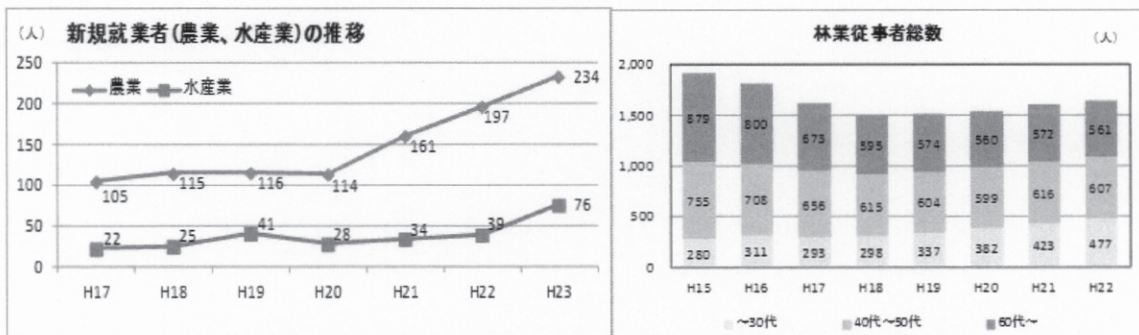
第1次産業の強みを維持していくため、生産地の強化や担い手の育成、そして、新たな強みを見い出すための新産業創出などに取り組んできました。

【第1次産業】

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

《乗り越えるべき課題》

農業分野

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

林業分野

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

水産業分野

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

【新産業の創出・企業立地の推進】

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

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

- ▶参加企業・支援機関数 平成21年度：160 → 平成22年度：203 → 平成23年12月：247
- ▶認定された39の事業化プランのうち、32件が事業化（残り7件も事業化に向けて準備中）
⇒雇用効果29名、売上累計高3.3億円
- ▶高知県ソーシャルゲーム企画コンテストによるゲーム化 平成24年1月配信開始
- ▶30件の企業立地が実現（平成21～23年度）
⇒フル操業時の新規雇用1,079人、出荷額245億円の増

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

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

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

【新エネルギー】

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

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

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

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

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

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

■地域にある強み（資源）を生かす＜地域アクションプラン＞

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

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

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

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

▶総合補助金活用実績（平成21～23年度）

：のべ138事業 総事業費5,597百万円（県補助金額：2,073百万円）

○事業者内訳

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

○分野別件数及び県補助金額

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

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

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

⇒平成22年度 約6.1億円/年の増 [35事業計]

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

＜地域アクションプランの項目数の推移＞

[件]

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

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

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

《乗り越えるべき課題》

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

《参考資料① 産業成長戦略の各施策の個別評価》

産業振興計画の目指す成果は、本県の産業全体の底上げにあります。

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

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

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

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

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

(インプットの例) 展示商談会の開催：●回

(アウトプットの例) 展示商談会への参加事業者：●事業者

(アウトカムの例) 展示商談会による成約件数：●件、成約額：●●億円

【評価基準】

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

◎ 4段階評価の結果

施策数	S	A	B	C
420	89	283	46	2

《参考資料② 地域アクションプランの成果等》

《取り組みごとの特徴》

【食品加工の取り組み】

- 地域資源を活用した農水産加工の取り組みが大きく前進
 - ・農産加工：マ'茶、米粉、四方竹、ショ'ガ'や文旦の飲料、こだわり野菜の加工品、直七の調味料等
 - ・水産加工：カ'、シ'ラ、うるめ、ヒ'ナ'、養殖魚等

【地産地消・地産外商の取り組み】

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

- 県内での商品の発掘・磨き上げ、外商活動に挑戦

【魅力ある観光地づくり】

- 県内の観光資源の磨き上げによる魅力の高まり
 - ・室戸ジオパーク、モネの庭、森林鉄道遺産、中岡慎太郎館、土佐っ歩、海洋堂ホビー館 等
- 地域に根差した体験メニューの育成
 - ・川かとのふれあい体験、サ'ゴ'ウ'ッチ'ン'ガ'やシ'ヤ'ク'、仁淀川カ'ー'ラ'フ'ィ'ン'グ'、ド'ラ'ゴ'ン'カ'ー'、農業・漁業体験、森林セ'レ'ー'ド'、カ'オ'のたたきづくり 等

【多角的なビジネスの展開】

- 中山間地域の活性化につながる地域資源を活用した多角的なビジネスが進展
 - ・本山町特産品ブランド化未来創造構築事業
 - ・津野町地域資源「ふる」活用ビジネス事業
 - ・四万十町拠点ビジネス体制整備事業
 - ・地域資源を統括したプ'ラ'ム'構築によるしみずの元気再生事業
 - ・果樹（ユズ）・露地野菜の産地づくりによる三原村農業所得安定向上支援事業
 - ・大月まるごと販売事業 など
- その他の特徴的な取り組み
 - ・薬用作物（大手製薬会社での漢方薬製造の原料となる薬用作物の産地育成）
 - ・土佐はちきん地鶏（県内での生産拠点の展開により新しい地場産業を目指す）
 - ・土佐備長炭（新たな共同窯・研修窯の設置による生産量の拡大、新規生産者の養成）
 - ・農家レストラン（地産地消、安全安心を背景に生産者と消費者をつなぐ仕組みとして構築）
 - ・「かつお」まるごと商品開発プ'ロ'ジェ'クト（かつおを加工・商品化し、新たな「食」ビジネスを展開） 等

《効 果》

【雇用の受け皿、売上高等経済効果】

- 地域アクションプランによる雇用の創出
 - 623人（第1期計画期間を通しての雇用増数）
- 総合補助金活用事業の効果
 - 平成21～22年度に総合補助金を導入した76事業のうち、売上高により補助事業の効果を測ることが適当と判断される事業（決算の時期により現時点で平成23年度の売上高が把握できない事業を除く）58事業の売上高の増減合計
 - ⇒平成22年度 約6.1億円/年の増[35事業計]
 - 平成23年度 約14.5億円/年の増[58事業計]
 - （いずれも事業実施前との比較）

【産地と一体となった企業の取り組み】

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

【全国・世界基準に挑戦】

- ・室戸ジオパークの世界ジオパークの認証
- ・ブランド米「土佐天空の郷」のお米日本一コンテスト最優秀賞
- ・世界的に有名な海洋堂との連携によるフ'ィ'グ'ャ'のミ'ュ'ジ'ム'整備

【地域ブランドの確立へ】

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

2 今後の展開（さらなる飛躍に向けた挑戦）

- 実行3年間の取り組みでは、前述したような成果が出始めており、今回の総括により、改めて、本県経済の根本的な課題を解決し、県勢浮揚を成し遂げるために、3つの基本方向によって進めてきたことが間違いなかったことを確認できました。
一方で、その成果は、まだ一部にとどまっており、また、これまで実行してきたからこそ明らかになった「乗り越えるべき課題」もあります。
- このため、第2期計画は、次の3つの視点を持って、第1期計画をさらに進化させました。また、各産業分野に共通する方向として「産業人材を育てる」を新たに加えて整理した5つの基本方向により、強力に推進していくこととしました。

【3つの視点】

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

【改革のための基本方向】

《第1期計画》

- ①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- ②産業間の連携を強化する
- ③足腰を強め、新分野に挑戦

《第2期計画》

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

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