

変わろう・変えよう・産業と暮らし

高知県産業振興計画

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

産業成長戦略



平成 21 年 3 月

高 知 県

【産業成長戦略・目次】

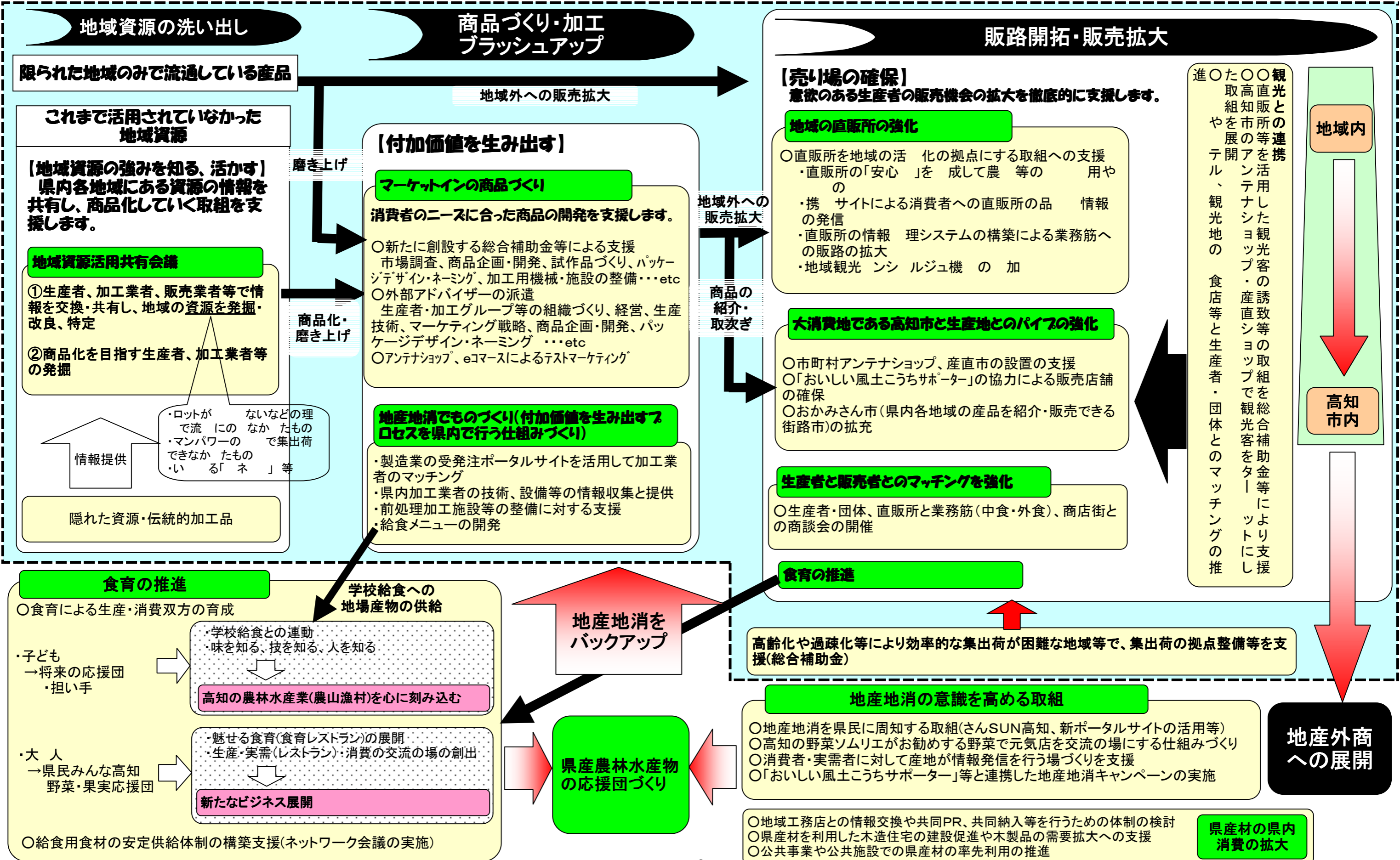
I	産業間の連携戦略	1
1	地産地消・地産外商戦略	1
	（1）地産地消	1
	（食育）	
	（2）地産外商	15
	（3）食品加工の推進	33
2	ニューツーリズムの推進と観光への地域産物の活用	49
3	木質バイオマスの有効活用	57
4	中山間地域の産業づくり	65
5	建設業の新分野進出	79
6	人材育成・人材確保	89
II	専門分野の成長戦略	119
1	農業分野	119
2	林業分野	173
3	水産業分野	217
4	商工業分野	249
5	観光分野	301
	<付属資料>	
	用語の解説	325

I 産業間の連携戦略

1 地産地消・地産外商戦略

(1) 地産地消 (食育)

地産地消（食育を含む）の推進フローと支援の枠組み



連携テーマ【地産地消】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 地産地消に対する意識を高める取組を推進	<p>◆地産地消については、県民の約9割が認知しており、自ら取り組むサポーター数が558社(人)になるなど、県民生活に定着しつつあるが、行動には十分結びついていない</p>	<p>◆「高知の野菜ソムリエがお勧めする野菜で元気店」の選定、「おいしい風土こうちサポーター」の登録など、地域食材の積極的な利用を県民に広く呼びかけ、PR活動を行ってきた</p>		<p>◆県民の地産地消の意識を高める取組を実施 ◎学校での食育をとおして、子どもたちに地域の産品を使う大切さを理解させ、親に伝えてもらうと共に、家庭では親から子へ地産地消の意義を伝える ◎「野菜ソムリエがお勧めする『野菜で元気店』」や「おいしい風土こうちサポーター」と協力して、地産地消キャンペーンなどを実施</p>	○		
2. 地域産品の販路拡大を支援	<p>◆地域では高齢化と過疎化が進み、効率的な出荷が困難</p> <p>◆業務筋の露地野菜に対するニーズに対応できる食材供給システムがない</p> <p>◆食関係の業務筋の直近の傾向は、中国餃子事件以降、加工品(惣菜)企業や消費者から、安心・安全な県産野菜を求める傾向が高まる</p> <p>◆高知市は34万人の消費人口を有する大きなマーケットであり、地域の直販所が数多く出店している</p> <p>◆地域の直販所が、大消費地である高知市内など地域外での販路を確保するには、情報が少なく、業務筋との交渉にも不慣れなど困難が多い</p>	<p>◆直販所における新たなマーケットへの展開を行うためのデータ分析 ・生産から販売までを見据えた生産・販売計画の元になるデータを検討 ・露地(旬)野菜の業務筋対応への勉強会</p> <p>◆業務筋への対応 ・産地と加工(惣菜)会社とのマッチング支援 ・共同配送等の検討(配送コストの低減) ・旅館やホテルへのメニュー提案、研修の協力</p>	<p>◆直販所自らによるキメの細かい情報(品揃え等)発信力が弱く、データの活用等が十分でなかった</p> <p>◆業務筋の露地野菜に対するニーズに対応できる食材供給システムがない</p> <p>◆地域の直販所は、高知市内など地域外の情報が少ないため、効果的な販路開拓ができない</p>	<p>◆★高齢化、過疎化に対応した集出荷システムの構築のため、地域での集出荷拠点整備を支援</p> <p style="text-align: center;">P171 農業分野別図(農13)参照</p> <p>◆業務筋(外食、中食、学校給食)のニーズに合わせた生産、出荷、情報発信ができる直販所づくりを支援 ★業務筋との予約取引を可能とするための、作付け状況や直販所での生産者の販売実績に関する情報を提供できる情報管理システムの構築を支援 ★業務筋と直販所との商談の場を設定</p> <p>◆★高知市内でのアンテナショップ[®]の設置、産直市の開設を支援 ◎産直市設置のルールづくりや関係機関との調整を行い、生産者と商店街とのマッチングを支援</p>	○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>高知の野菜ソムリエがお勧めする野菜で元気店を、生産者、料理人、消費者との交流の場にする仕組みづくり</p> <p>生産者・農業団体・消費者、実需者との積極的な交流 県地産地消・外商課：消費者、実需者、生産者との交流の機会創出への支援</p>			<p>◆県民の地産地消の意識が高まると共に、取引や売上が向上する</p>	<p>◆地産地消が進み、県産品利用率が上がるに従って、生産量や食料自給率も上がり、産業全体が活性化</p> <p>【農業分野】 ◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
	<p>消費者、実需者に対して産地が情報発信(出前授業、料理紹介等)を行う場づくりを支援</p> <p>生産者・農業団体・食育(出前授業、農業体験等)への積極的な取組、産地からの情報発信 県産地づくり課：食育の場づくりへの支援、産地からの情報発信の支援</p>				
<p>地域での集出荷拠点整備を支援</p> <p>県地域づくり支援課：中山間地域産業再生モデル事業による支援</p>	<p>県計画推進課：産業振興推進総合支援事業費補助金による支援</p>			<p>◆車の運転が出来ない人も直販所への出荷が気軽にできるようになる</p>	
<p>P44 別図(地1)参照</p>	<p>直販所の販売形態の充実・強化</p> <p>生産者・農業団体：従来の来店型から情報発信力のある業務筋にも対応できる店への取組の検討と実践 県地産地消・外商課：情報発信力強化、来店型強化(店舗の魅力アップ)、業務筋への販路拡大支援及び情報管理システム構築の支援 業務筋と直販所のマッチング(コーディネート)</p>				
<p>P293 商工業分野別図(商工22)参照</p>	<p>高知市内でのアンテナショップの設置、産直市の開設を支援</p> <p>生産者、一次産業団体：高知市内など、地域外での販売先を確保、商店街をアンテナショップとして活用することによる、販路の確保と消費者ニーズの把握による商品力の向上 県経営支援課：商店街にぎわい再生推進事業費補助金の創設 空き店舗を活用した出店に対し支援 県経営支援課、地産地消・外商課：おかみさん市(県内各地域の産品を紹介・販売できる街路市)の拡充</p>			<p>◆直販所販売額 (H20:70億円 →H23:76億円)</p>	
<p>生産者と商店街とのマッチングを支援</p> <p>生産者と商店街とのネットワークづくり 県経営支援課：関係機関(団体等)とのネットワークづくりにより産直店・産直市への出店を支援</p>	<p>地域資源活用共有会議との連携 県経営支援課：地域資源活用共有会議との連携により、産直店・産直市への出店を支援</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【地産地消】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 地域産品の販路拡大を支援	◆多くの直販所が、商品の出荷・補充を生産者任せにしている		◆屋の早い時間帯から品切れになるなど、販売機会を逃している	◆◎「おいしい風土こうちサポート」店のご協力による、意欲ある生産者の販路拡大を支援 ◆★販売チャンスを見逃さない商品管理の仕組みづくりを支援(来店型販売形態の充実・強化) ・在庫状況を生産者に知らせる情報システムの活用を進めることや、アナログで管理している先進事例の紹介も含め、地域に合った商品管理の仕組みづくりを支援		○	
3. 直販所と消費者・量販店などとの交流機会の拡大のための取組を支援	◆地域の生産者にとって、直販所は重要な販売拠点としての役割を担っている(H19:年間売上約70億円) ◆地域の直販所は、地域外との結節点となっているが、集客のために直販所自らによる商品や観光など地域の情報を発信する力が弱い ◆食の安全・安心の観点から、国産野菜を求める動きは、消費者においても顕著であるが、本県の園芸農業の取組が県内ではあまり認知されておらず、生産と消費の距離感が縮まっていない	◆量販店の野菜等食育情報発信力強化への支援 ・量販店に対する産地の取組の紹介(産地訪問・意見交換)	◆生産者、実需者、消費者が交流する場が少ない ◆消費者、実需者が県内の一次産品の生産状況をあまり知らない ◆観光誘客の取組が弱く、せっかくの資源である直販所を活かしきれていない	◆消費者、実需者、生産者との交流の機会創出の取組を支援 ◎商品やイベント、地域の観光などの情報発信を支援 ★直販所を拠点として地域の観光案内、ツアー企画の実施などの観光客誘客の取組を支援		○	○
4. 木材に関する地産地消 (1)住宅や施設等への県産材の利用	◆森林県でありながら、戸建住宅の木造率が全国平均を下回っている(全国:85%、高知県:80%) ◆森林県でありながら、公共的建築施設の木造率が全国平均並(全国:24%、高知県:25%)	◆県産材を活用した木造住宅への助成 ◆高知県産材利用促進方針を策定し、県有施設は原則木材化するなど、県が率先して県産材利用を促進	◆民間施設では、地産地消の意識より、コスト面から県外材(外国産も含む)を利用する傾向がある ◆木造公共施設等の建設コストをいかに抑えるか	◆◎木造住宅に関する情報発信の強化 ◆◎地域工務店との情報交換や、共同PR、共同納入などを行うための体制を検討		○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
				◆機会損失が解消され、売上及び来店者数が伸びてくる	◆来店者の増加により、地域が活性化する
<p>「おいしい風土こうちサポーター」店のご協力による、意欲ある生産者の販路拡大を支援</p> <p>「おいしい風土こうちサポーター」店：販路開拓への協力(棚の提供) 県産地消課(H21～地産地消・外商課)：サポーター店舗の紹介、取次ぎ</p>					
				◆観光客をはじめとした、来店者数が伸び、販売額が増加する	
<p>直販所を活用した観光客誘客の取組を支援</p> <p>県観光政策課：総合補助金により、「道の駅」などで観光や地域物産の情報を一元的に発信し、旅行者の利便性の向上と観光消費額の増加につなげる取組を支援</p>					
				◆戸建て住宅の木造率が、全国平均を上回っている県をはじめ、市町村が実施する公共事業で県産材が積極的に使われている	◆木材の利用が山を守ることにつながることが理解され、住宅分野をはじめ、公共施設での木材利用率が高まり、学校や保育園などでの木製品導入が進む
<p>木や木造住宅のPR</p> <p>高知県木材普及推進協会：情報発信事業の実施 県木材産業課：こうちの木の家普及推進事業によるPR事業への支援</p> <p>住宅関連業界の参画促進</p> <p>高知県木材普及推進協会：関係者との調整、事業化の検討・決定 県木材産業課：工務店等住宅関連企業が参画し、共同して木造住宅をPRする仕組みの検討</p> <p>森林・林業・木材産業・住宅関連産業界が一体となったPR活動への展開</p> <p>高知県木材普及推進協会：新たな仕組みによる情報発信事業の実施 県木材産業課：新たな対策による支援</p>					
<p>地域ネットワークの形成</p> <p>地域工務店等：ネットワークの運営や地産地消型地域住宅の企画・検討 県木材産業課：地域ネットワークの形成に向けて、情報交換および助言等の支援</p> <p>地域ネットワークへの支援</p> <p>地域工務店等：地域住宅のPR・建築促進 県木材産業課：完成した地域住宅の流通促進、市町村の再開発計画への働きかけ</p> <p>地域工務店等：必要に応じて事業を活用し、事業拡大 県木材産業課：必要に応じて、国交省事業等の活用を支援し、地域住宅の推進を支援</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【地産地消】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向			
					1	2	3	
4. 木材に関する地産地消 (1)住宅や施設等への 県産材の利用				◆◎県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援 ◆○公共事業や公共施設での県産材の率先利用				○
(2)学校等への木製品の導入	◆学校等への木製品導入事業に対する現場のニーズは高いが、半額負担のため、更新の際に木製品に切り替える例あり(事業費推移 H18:8,291千円、H19:13,909千円、H20:16,294千円)	◆学校等への県産の木製机や椅子などの導入を支援するため、「木づかい支援事業」による補助金(補助率1/2)の実施	◆本人(市町村)負担があるため、すぐに新しいものを購入するのではなく、切替の時期を待つ傾向がある	◆○県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援				○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>県産材を利用した木造住宅の建設促進のための支援</p> <p>県木材産業課:こうち安心の木の住まいづくり助成事業による支援。木造専用団地の新規開拓 県関係各課:CO²固定量の認証制度による木造住宅の建設の促進</p>	<p>県産材を利用した木造住宅の建設促進のための支援</p> <p>市町村:モデル住宅建築による木造住宅建設の普及 県木材産業課:地域材ブランド化推進事業を創設し、市町村が建築するモデル住宅に支援</p>				
<p>県産材の率先利用</p> <p>県木材産業課:「高知県産材利用推進方針」に基づく、公共施設等の木造化の推進や公共工事への積極的な木材利用の拡大</p> <p>市町村:公共施設での県産材の率先利用 県木材産業課:県産材利用推進に向けた行動計画の次期対策の検討</p> <p>県木材産業課:市町村の取組を促進。県産材利用推進に向けた行動計画の実行</p>	<p>県産材利用の拡大</p> <p>県木材産業課:県産材利用のPR、公共土木工事への新工法の採用</p> <p>県木材産業課:県産材利用のPRを強化し、県産材利用の取組を民間へ拡大。合法木材の利用拡大に向けて勉強会の実施</p>				
<p>県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援</p> <p>県民:県産木材の積極的な利用 県木材産業課:木づかい促進事業による幼稚園、保育園、小学校、中学校への木製品の導入に対して支援。木づかい促進事業による公共的な施設等への木製品の導入に対して支援</p> <p>県民:県産木材の積極的な利用 県木材産業課:木づかい促進事業を拡充し、幼稚園、保育園、小学校、中学校への木製品の導入に対して支援。木づかい促進事業による公共的な施設等への木製品の導入に対して支援</p>				◆公共施設や教育施設の内装や家具に積極的に木材が使われている	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【地産地消(食育)】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 食材の安定供給体制の構築を支援	<p>◆地場産物の使用状況は、軽量野菜を中心とする本県の生産状況からみると、米、野菜を中心に地域食材が積極的に活用されている状況 ※重量ベースでの使用状況(米97.1%、野菜49.6%、水産物31.9%)</p> <p>◆学校給食における地場産物の活用状況は37.3%であり、これは佐賀県(44.2%)、大分県(42.8%)、岡山県(40.9%)、北海道(40.8%)、熊本県(37.9%)に次ぎ第6位である。(平成19年度文部科学省調査 食品数ベース)</p>	◆地域レベルの食材の供給体制の構築への支援	◆生産者の「給食で使って欲しい」との思いと、現場の「地域の食材を使いたい」との思いをマッチングする場が少ない	<p>◆県産主要野菜や魚の学校給食への安定供給体制の構築による県産食材使用率の向上</p> <p>◎食材の安定供給体制構築を支援</p> <p>★生産者による出前授業などの食育の実施を通じた生産者や団体など関係者のネットワークづくり</p>	○		
2. 地場産物の給食への利用促進を支援	◆学校給食は大量調理であること、食材は当日納入、当日調理、決まった時間までに提供しなければならぬことから、納入には一次処理が必要だが、その対応ができていない	◆農商工連携事業などを活用した漁協、加工業者、給食会などとの連携促進	<p>◆前処理加工・冷凍保管のための施設・設備、事業者が少ないため、大量に獲れた魚介類を加工・冷凍できず、学校給食に必要な量を安定供給できない</p> <p>◆生鮮品の下処理や必要数量の確保など、給食の食材として使いやすい条件が整っていない</p>	<p>◆前処理加工・冷凍保管など利用しやすい条件の整備</p> <p>★前処理加工・冷凍保管施設の設置を支援</p> <p>★前処理加工・冷凍保管の事業化可能性(事業化モデル)や適正規模に関する調査の実施</p> <p>◆◎冷凍食品、加工食品の開発に対する支援</p> <p>◆◎地場産物(魚種、野菜ごと)や給食の食材価格に見合ったメニューの開発</p> <p>◆★地場産物を学校給食に取り入れるための調査研究</p>	○		

P245 水産業分野別図(水6)参照

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>環境保全型農業に関する食農教育の実施と給食への供給体制の構築</p> <p>生産者・農業団体:環境保全型農業に関する食農教育への積極的な取組と、主要野菜の安定供給体制の構築の検討、実践 県教育委員会、産地づくり課:好き好き高知野菜大好きっ子育成事業の仕組みの構築 県農振センター:環境保全型農業に関する食農教育に取り組む産地への技術支援</p>			<p>◆学校給食の食材として安定的に供給する体制が構築されることで、地場産物の利用拡大につながる</p> <p>【農業分野】 ◆給食に対応している生産者組織数 (H20:85組織 → H23:90組織)</p>	<p>◆学校給食の食材として地場産物を安定的に供給する体制が構築されることで、地場産物の利用拡大が一層進む</p> <p>◆給食を通じて本県の農林水産業や地域特産物への理解を高めることで、将来の本県農畜水産物の応援団が増加する</p> <p>【農業分野】 ◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
<p>交流や応援団づくりの検討</p> <p>県園芸流通課:流通関係者との交流事業や出前授業、販売促進事業を通じた高知県産園芸品の応援団づくりの検討</p> <p>P45 別図(地2)参照</p>	<p>取組の実践</p> <p>生産者・農業団体:県産園芸品の応援団の活用、環境保全型農業の取組PR 県産地づくり課・流通支援課:効果的な企画立案、県産園芸品の応援団づくりと運営、産地へのフィードバック</p> <p>食材の安定供給体制の構築を支援</p> <p>県スポーツ健康教育課:産業振興食育推進事業(地場産物を学校給食に取り入れるためのネットワーク会議の実施)</p>				
<p>前処理加工設備や冷凍保管設備等の整備を支援<設備></p> <p>事業の適正規模モデルの作成</p> <p>県合併・流通支援課:前処理加工・冷凍保管事業基本設計のための調査</p> <p>事業の具現化</p> <p>事業実施主体(候補):事業実施の検討及び決定、事業計画策定、会社設立 県合併・流通支援課:事業化への働きかけ、計画策定等への支援</p> <p>施設整備</p> <p>事業実施主体:実施設計後、工場建設、事前の営業活動など 市町村:必要に応じた支援 県漁業振興課:工場建設に係る支援</p>				<p>◆前処理加工・冷凍保管施設の事業化、操業開始</p> <p>◆生鮮品の下処理や必要数量の確保など、給食の食材として使いやすい条件が整い、利用拡大される</p>	
<p>地域の冷凍保管庫整備</p> <p>市町村:冷凍保管庫の整備 県水産振興課:財政支援</p> <p>P45 別図(地2)参照</p>	<p>地域の加工施設整備</p> <p>事業者:加工施設の整備 市町村・県漁業振興課:施設整備への支援</p> <p>地場産物や給食の食材価格に見合ったメニューの開発</p> <p>県スポーツ健康教育課:産業振興食育推進事業(地場産物を学校給食に取り入れるための調査研究、献立レシピの作成)</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【地産地消(食育)】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 地場産物の給食への利用促進を支援	<ul style="list-style-type: none"> ◆各地域で行われている食育は米、野菜中心で、地域特産物の活用が少ない ◆米・野菜以外の土佐はちきん地鶏、文旦、メロンなど(以下、「地域特産物」)は、価格が最大のネックとなり活用が進んでいない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域特産物を使ったメニュー提案 	<ul style="list-style-type: none"> ◆食べ方(文旦などの剥き方等)を知らない子どもたちの増加 ◆学校給食の地域特産物活用は、地域や農業に対する理解と子供を通じた消費宣伝の効果が期待されるが、価格面で活用が困難 	<ul style="list-style-type: none"> ◆★地域特産物の給食への食材供給を支援 <ul style="list-style-type: none"> ・地域特産物の食材供給に対する助成 ・給食への安定供給体制の構築の支援 ◆◎地場産物(魚種、野菜ごと)や食材価格に見合ったメニューの開発(再掲) 	○		
3. 将来の本県農畜水産物の応援団づくりを支援	<ul style="list-style-type: none"> ◆各地域の学校で行われている給食に使われる食材を教材とした食育でも、米、野菜での取り組み事例が大部分 	<ul style="list-style-type: none"> ◆学校給食と連携した食育活動の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・学校栄養職員に対する研修 ・学校教育と連携した食育活動への支援(市町村支援) ◆小学校での出前授業や調理実習による、魚食普及活動の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ◆県内農産物の主要品目が、学校給食メニューに登場する機会が少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域特産物の食農教育と給食への食材供給の支援による地域特産物の理解促進 <ul style="list-style-type: none"> ◎生産者が行う出前授業や現場体験などの食育への取組をコーディネート ★学校給食と食育との連携を通じた、将来の高知の農畜水産物応援団づくり <ul style="list-style-type: none"> ①地域特産物(土佐はちきん地鶏、土佐ジロー、文旦、メロン等)の生産者による食育と、給食への食材供給に対する支援を行い、本県特産物の「ジュニア博士」を育成 ②主要野菜(ナス、ピーマン、シントウ、ニラ、オクラ)の生産者による食育と、給食への安定供給体制の構築の支援 ★高知の野菜大好きっ子表彰事業による実需者の意識醸成 ★食育・食農教育等体験学習の実施 	○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>高知ジュニア博士育成のための特産農産物の食農教育と食材供給</p> <p>生産者・農業団体:食農教育への積極的な取組 県産地づくり課:高知ジュニア博士育成事業補助制度の創設 県農振センター、畜産試験場、茶業試験場:食農教育に取り組む生産者団体への技術支援</p>			<p>◆地域特産物への理解が深まり、子どもから親に話をすることで、家庭での消費も増える</p>	<p>◆給食を通じて本県の農林水産業や地域特産物への理解を高めることで、将来の本県農畜水産物の応援団が増加する</p>
<p>交流や応援団づくりの検討</p> <p>県園芸流通課:流通関係者との交流事業や出前授業、販売促進事業を通じた高知県産園芸品の応援団づくりの検討</p>	<p>取組の実践</p> <p>生産者・農業団体:県産園芸品の応援団の活用、環境保全型農業の取組PR 県産地づくり課:流通支援課:効果的な企画立案、県産園芸品の応援団づくりと運営、産地へのフィードバック</p>			<p>◆地場産物を使った給食や食育を通じて、子ども達が将来の高知県農畜水産物の応援団となる</p>	
				<p>好き好き高知野菜大好きっ子宣言チームの表彰と普及啓発</p> <p>県産地づくり課:表彰制度の創設</p>	
				<p>高知ジュニア博士育成のための特産農産物の食農教育と食材供給</p> <p>生産者・農業団体:食農教育への積極的な取組 県産地づくり課:高知ジュニア博士育成事業補助制度の創設 県農振センター、畜産試験場、茶業試験場:食農教育に取り組む生産者団体への技術支援</p>	
<p>P45 別図(地2)参照</p>				<p>学校給食と食育との連携を通じた、将来の高知の農畜水産物応援団づくり</p> <p>県スポーツ健康教育課:産業振興食育推進事業(食育、食農教育等体験学習の実施)</p>	

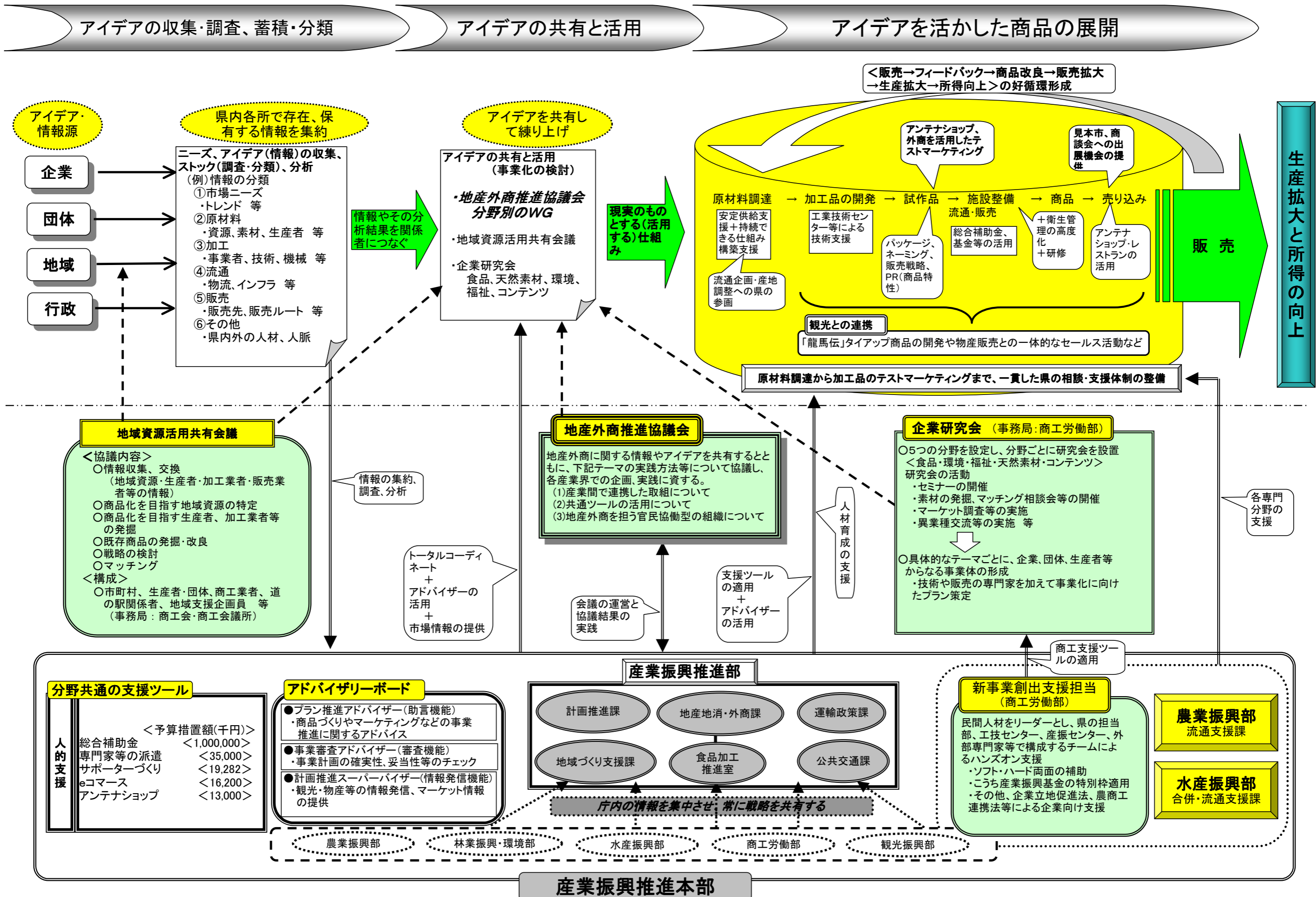
※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

I 産業間の連携戦略

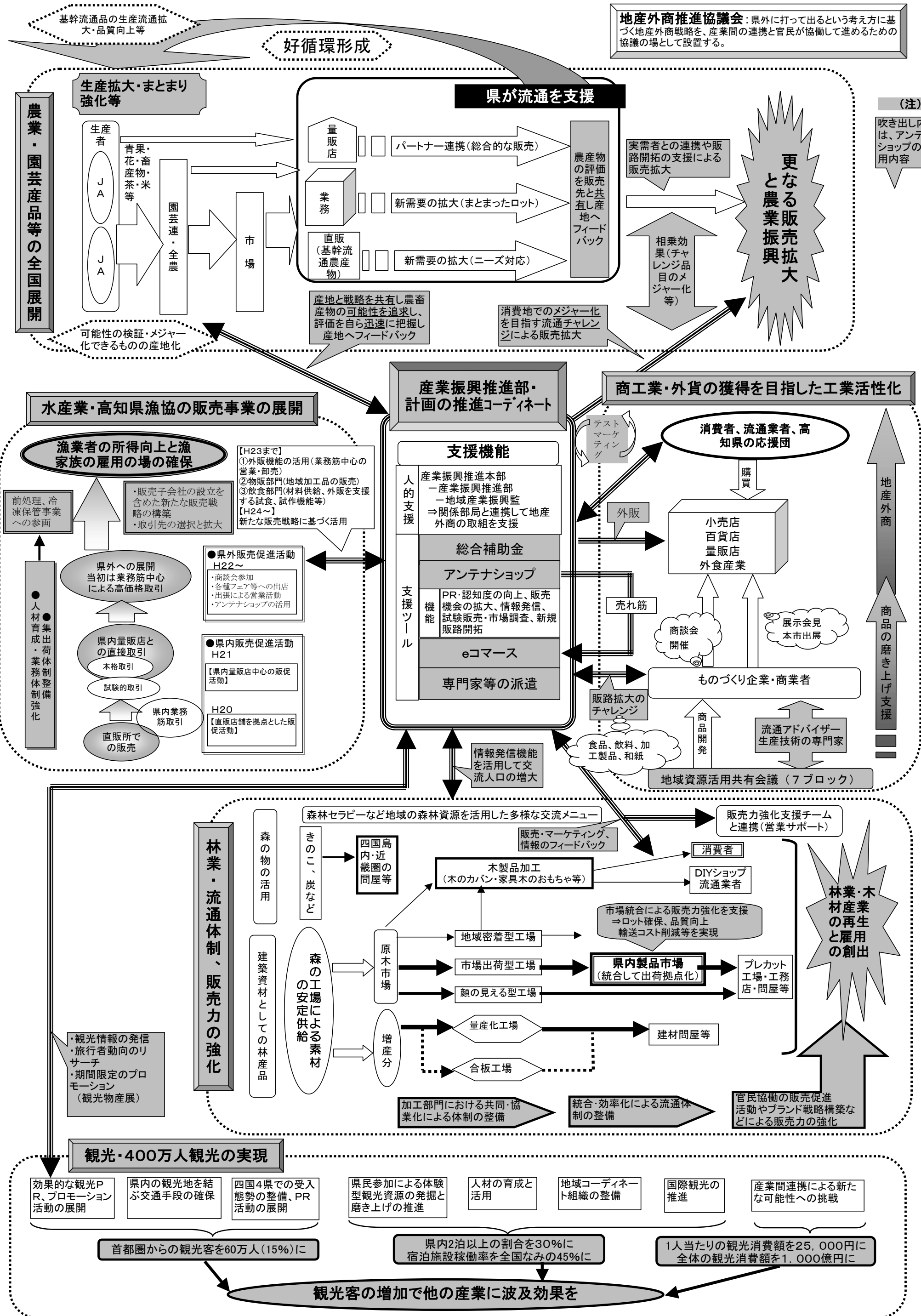
1 地産地消・地産外商戦略

(2) 地産外商

地産外商戦略(食品加工を含む)の実践プロセスと支援の枠組み



各産業分野の「地産外商戦略」



連携テーマ【地産外商】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 総合的な支援	<p>◆産業分野ごとに販売促進の支援は行われているが、産業間の連携による取組が弱い</p>	<p>◆産業分野ごとに販売促進のための支援を実施</p> <p>◆産業分野ごとに県や国の補助金等による商品開発や施設整備等への支援を実施</p>	<p>◆産業間の連携による取組の推進等、産業振興計画を強力に推進するための全庁横断的な組織が必要</p> <p>◆地域アクションプランの実行を支援する体制が必要</p> <p>◆販売促進に関する支援が必要な生産者や事業者、地域資源の状況は様々であり、柔軟に対応できる使い勝手の良い補助金が必要</p>	<p>◆★県産品の販売を促進するため、産業間で連携した取組を新しい組織で支援 ・テーマごとに支援チームを組織し、事業のコーディネートと適用する支援事業の検討及び実施</p> <p>◆★地域アクションプランの実行を支援する体制を地域ごとに整備 ・各出先機関、地域支援企画員及び関係部局が連携して取り組む体制を県内の地域ごとに整備し、それぞれ統括責任者を置いて、個別のテーマごとに、その実行を徹底して支援</p> <p>◆★県産品の販売を促進するため、生産から販売に至る各段階を対象に、ハード、ソフトの多様なメニューをパッケージ化した総合補助金を適用し、支援 ・事業者等のニーズに柔軟に対応できる使い勝手の良い補助金 ・支援に当たっては、既存事業や国の有利な事業も組み合わせることで最適な事業を選択して適用</p>			
2. 商品の磨き上げを支援	<p>◆農産物・水産物とも生鮮での市場取引が中心</p>	<p>〈園芸農産物〉 ◆大消費地から遠隔地であっても、一元集出荷体制を基盤に約130品目もの多品目のセット販売と品質、ロットの確保による安定供給により、全国各地に有利販売</p> <p>◆関東関西地区における県産園芸品のイメージアップと消費拡大(CM放映、試食宣伝活動など)</p> <p>◆関東関西中京地区での環境保全型農業のトップランナーへの取組PR(出前授業や流通関係者との産地交流など)</p>	<p>〈園芸農産物〉 ◆消費流通構造の変化や消費者ニーズの多様化に対応できる販売戦略の不足</p>	<p>〈園芸農産物〉 ◆★支援体制の強化と新たな販路拡大への取組 ・大消費地の量販店との販売戦略の共有とパートナーシップづくり ・中食外食等への販路拡大 ・特産野菜販売促進のための観光等とのコラボ企画・実践 ・果実・花卉の販売促進</p>			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>新しい組織の設置</p> <p>県: 産業振興推進本部・産業振興推進部の設置</p>			<p>◆商品企画から流通・販売にいたるまで一貫して県産品の販売を支援する県の体制が構築され、事業が実施されている</p>	<p>◆地域資源を活かした消費者ニーズに基づく商品づくりや多様な販路の確保が進められている</p> <p>↓</p> <p>◆県産品の販売が拡大している</p> <p>↓</p> <p>◆雇用が創出され、所得が向上している</p>
	<p>県地産地消・外商課: 高知県地産外商推進協議会を設置し、地産外商に関する各産業分野間の連携や官民協働による具体的な地産外商の実践に関する協議を実施</p>				
	<p>民間団体・市町村・県: 地産外商を担う官民協働型の新組織(財団法人等)の設置</p>				
	<p>地域アクションプランの実行支援体制の整備</p> <p>県: 産業振興推進地域本部の設置(地域ごとに統括責任者(地域産業振興監)を配置し、その下で、出先機関・地域支援企画員等が連携して取り組む体制の整備)</p>				
	<p>総合補助金の適用・支援</p> <p>県計画推進課: 産業振興推進総合支援事業費補助金の創設</p>				
	<p>浜加工グループ: 衛生管理体制・品質管理体制の確立、営業活動の強化による新たな販路開拓、売れる商品づくり</p> <p>県合併・流通支援課: 浜加工グループの行なう上記取組への支援</p> <p>県漁業指導所・工業技術センター: ビジネス転換に必要な新商品開発等に関する技術指導による支援</p>				
<p>P44 別図(地1)参照</p>				<p>◆魅力ある商品づくりが進められている</p> <p>・首都圏をはじめとする県外市場に目を向け、消費者の視点に立った魅力ある商品づくりの推進</p>	
<p>支援体制の構築と事業創設</p> <p>県関係課: 一元的に支援できる体制の構築、新需要開拓マーケティング事業の創設(野菜・果樹・花卉)</p>	<p>新体制による新たな販路開拓と有利販売への実践</p> <p>※県関係課は新組織や連携に関わる各部担当課</p> <p>農業団体: 流通販売戦略の企画提案(野菜・果樹・花卉)と県との共有と実践</p> <p>県関係課: 流通販売戦略の企画提案(野菜・果樹・花卉)と農業団体との共有と支援</p>				
	<p>中食・外食等への販路拡大</p> <p>農業団体: 業務加工向け商材企画、メニュー提案等業務筋への販売活動、業務ニーズに基づく荷姿調整等産地との協議、実需者との交流、販売後の総括と実需者・産地との共有</p> <p>県関係課: 上記取組の企画・実践を支援</p>				
	<p>効果的な量販店フェアの開催</p> <p>農業団体: 量販店等への高知の生産戦略を含めたフェアの企画提案、量販店との販売戦略の共有、バイヤーの産地招聘や生産者の量販店等への派遣による交流、フェア後の総括と量販店・産地との共有</p> <p>県関係課: 上記取組の企画・実践を支援</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【地産外商】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 商品の磨き上げを支援	<p>◆県外市場を視野に入れた商品づくりが十分できていない ・優れた地域資源がありながら全国に展開している商品はごく一部に止まっている</p> <p>◆首都圏の既存のアンテナショップは、郊外型の立地のため消費者情報の生産者へのフィードバック機能や情報発信力が十分でない</p> <p>◆地域資源を活用した新しい取組が少ない</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>地域団体商標登録数 高知県：4件 全 国：406件 地域団体商標：地域の名称及び商品(サービス)の名称等から商標について、一定の範囲で周知された場合に、事業協同組合等の団体による登録を認める制度。「土佐打刃物」等4件が登録済み</p> </div>	<p>◆インターネットを活用したモニター制度や首都圏のアンテナショップでの試験販売等による消費者ニーズ等の調査への支援</p> <p>◆地域産品を活用した商品の開発支援 ・意欲のある事業者の発掘(定期的な情報交換会の開催、身近な成功事例の紹介、意欲がうかがえる事業者の情報収集・意欲の喚起) ・育成への取組(産業振興センターの専門家や各種助成制度の紹介、事業者への必要とする情報提供やサポートの実施) ・関係機関との連携(発掘から育成まで関係機関と連携したサポートの実施)</p> <p>◆中山間地域産業再生アドバイザー-事業による中山間地域の拠点ビジネスへの支援</p> <p>◆有名小売店(紀ノ国屋等)の協力による商品の磨き上げ</p>	<p>◆消費者ニーズに関する情報の収集、生産者への情報のフィードバックが不十分なため、消費者ニーズに基づくものづくりが十分にできていない</p> <p>◆商品企画から流通・販売にいたるまで総合的にマネジメントをする人材が不足している</p>	<p>◆★新しいアンテナショップの活用等による、テストマーケティングの機会の提供、県産品に関するモニター調査やアンケート調査の実施、生産者等への情報のフィードバックの充実・強化</p> <p>◆◎担い手や核となる人材・団体の育成・確保</p>	○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>特産野菜等コラボ企画・実践</p> <p>農業団体・市町村等・IPM等の地域の取組を実需者へ紹介、観光資源とのコラボ企画提案、実需者と産地の交流、企画の実践・総括 県関係課:上記取組の企画・実践を支援</p>				
	<p>果実の販売促進</p> <p>農業団体:生産者・農業団体・県による地域の現状把握や課題の共有、生産流通販売戦略策定と共有・実践 県関係課:生産販売戦略の共有と取組の支援</p>				
	<p>花きの販売促進</p> <p>農業団体:市場等でのモニタリングへの参画、結果を踏まえた産地の生産流通戦略協議・実践 県関係課:市場等でのモニタリング、生産流通戦略の策定支援及び実施の支援</p>				
	<p>アンテナショップ設立準備</p> <p>農業団体:品目の選定協議、出荷に向けた産地調整、販売戦略作りと生産者・農業団体・県の共有 県関係課:品目の選定支援</p>	<p>アンテナショップとの連携</p> <p>農業団体:品目の拡大協議、出荷に向けた産地調整、販売拡大に向けた戦略作りと生産者・農業団体・県の共有・実践 県関係課:上記取組の支援</p>			
	<p>新しいアンテナショップの活用等による商品企画・商品化への支援</p> <p>地産外商推進協議会:新アンテナショップの運営方法、販売企画や品揃え等の基本方針を協議 県地産地消・外商課:高知県地産外商推進協議会の設立、運営</p>	<p>地産外商推進協議会:新アンテナショップへの商品提案、県内生産者・事業者への首都圏消費者情報のフィードバック 県地産地消・外商課:高知県地産外商推進協議会の運営</p>			
	<p>新しいアンテナショップの活用等による商品企画・商品化への支援</p> <p>県産品ブランド課:地域が一体となって取り組む県産品のブランド化構想の策定やマーケティングの実践に対する支援</p>	<p>県計画推進課:産業振興推進総合支援事業費補助金により地域が一体となって取り組む県産品のブランド化構想の策定やマーケティングの実践に対し支援</p> <p>民間団体・市町村・県:地産外商を担う官民協働型の新組織(財団法人等)の設置(再掲)</p> <p>県地産地消・外商課:土佐のいい物おいしい物発見コンクールの開催、コンクール入賞商品のアンテナショップでの情報発信</p>			
	<p>担い手や核となる人材・団体の育成・確保</p> <p>県:産業振興推進アドバイザー事業による支援</p> <p>浜加工グループの意識と行動の経営的視点への誘導 浜加工グループ:グループ化に向けた活動強化・意識の醸成、ビジネス感覚や営業ノウハウの習得(経営的視点への意識の転換による行動変革) 漁協・市町村・県漁業指導所:新たなグループの掘り起こし、グループ化の推進 県合併・流通支援課:先進地との交流会・講演会の開催(リーダー、中核的人材の育成)、経営アドバイザーや専門家による事業計画づくり等の個別指導による支援</p>				

P282 商工業分野別図(商工11)の下図参照

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【地産外商】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 商品の磨き上げを支援	<p>◆商品企画の弱さ等から市場ニーズに合った商品の提供力が弱い</p> <p>◆食品製造業は零細企業が多く企業体力が弱いことなどから出荷額が低迷している</p>	<p>◆加工による農林水産物の商品化・高付加価値化と流通・販売ルートの開拓への支援</p> <p>◆補助事業(県産品ブランド化企画推進事業等)による、県産品の高付加価値化等によりブランド化を目指すモデル事例へ支援</p> <p>◆試験研究機関の研究開発、技術支援による新商品、新品種、新品目、高品質生産技術、品質保持技術の開発</p>	<p>◆商品企画から流通・販売までの各段階における外部の視点の導入が不十分であるため、魅力ある商品づくりができていない</p> <p>(1.5次産品の課題)</p> <p>◆原材料の安定確保、品質のバラツキの是正</p> <p>◆品揃えやロットの確保が十分でない</p> <p>◆優位性を発揮する品位(素材や技術)の確保</p> <p>◆物流方法や所要時間を考慮した品質・衛生安全性の確保</p> <p>◆マーケティング力(商品の差別化・販売ターゲットや価格)の強化</p> <p>◆都市部で評価されるパッケージ形態やデザイン開発能力</p> <p>◆市場競争力を高める低コスト・高品質生産技術、新商品、新品目の開発</p> <p>◆商品開発のための研究部門をもつ企業がほとんどない</p>	<p>◆★地域で生産者や商工業者等が連携して地域資源を発掘・商品化する場づくり(地域資源活用共有会議の創設)</p> <p>◆★デザイナーやマーケティングの専門家等の外部の人材を活用し、商品の磨き上げや効果的なマーケティング活動等の推進を支援</p> <p>◆★加工による農林水産物の商品化・高付加価値化と流通・販売ルートの開拓への支援の充実・強化(新組織・総合補助金を中心とした支援)</p> <p>◆○商品カテゴリー別のブランド化の推進を支援</p> <p>◆○県産品の高付加価値化等によりブランド化を目指すモデル事例への支援</p> <p>◆◎試験研究機関の充実・強化(新商品の開発や技術支援等)、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進</p> <p>◆◎産学官連携による新商品の開発を支援</p> <p>◆○HACCPや森林認証制度などの導入を支援</p>	○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>P292 商工業分野別図(商工21)参照</p>	<p>地域資源活用共有会議の設置</p> <p>地域資源活用共有会議: 商工業者や生産者等を中心に構成し、地域資源や地場産品の発掘、商品化を協議(県内7ブロックに設置) 商工会等: 事務局を設置 県計画推進課: 産業振興推進地域本部が対応</p>				
<p>外部人材を活用した商品の</p> <p>県地域づくり支援課: 中山間地域産業再生アドバイザー事業による支援</p>	<p>外部人材を活用した商品の磨き上げ等の推進への支援</p> <p>県地産地消・外商課: 産業振興推進アドバイザーによる商品の磨き上げ等の支援</p>				
<p>P46 別図(地3)参照</p>	<p>外部人材を活用した商品の磨き上げ等の推進への支援</p> <p>専門家: 事業者への助言(既存商品のブラッシュアップ) 県地産地消・外商課: 専門家リストの作成、専門家を活用した商品相談会、セミナーの開催</p>				
<p>P282 商工業分野別図(商工11)参照</p>					
<p>県産品ブランド課: 県産品ブランド化企画推進事業費補助金、県産食材利用新商品開発連携推進事業費補助金</p>	<p>県計画推進課: 産業振興推進総合支援事業費補助金の創設(再掲)</p> <p>県試験研究機関: 地域特産物のブランド化技術支援</p>			<p>P44 別図(地1)参照</p>	
	<p>県試験研究機関: 農畜産物の高品質・安定・多収生産技術の開発 IPM技術確立支援</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【地産外商】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向																				
					1	2	3																		
3. 県産品の販路の拡大を支援 施策	<p>◆首都圏をはじめとする大消費地への県産品や観光等の情報発信力が弱く、売込みが十分できていない (首都圏の既存のアンテナショップの現状) ・郊外型の立地で、規模が小さいため消費者情報の生産者へのフィードバック機能や情報発信力が十分でない(再掲) ・他の小売業者や飲食業者へ売り込んでいく卸売機能がない</p> <p>アンテナショップの来場者数の県別比較</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>都道府県名</th> <th>来場者数(H19)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>沖縄県</td> <td>234万人</td> </tr> <tr> <td>北海道</td> <td>206万人</td> </tr> <tr> <td>新潟県</td> <td>91万人</td> </tr> <tr> <td>岩手県</td> <td>60万人</td> </tr> <tr> <td>鹿児島県</td> <td>50万人</td> </tr> <tr> <td>香川県</td> <td>46万人</td> </tr> <tr> <td>愛媛県</td> <td></td> </tr> <tr> <td>※ 高知県</td> <td>11万人</td> </tr> </tbody> </table> <p>既存のアンテナショップは首都圏に立地している27道県のうち、利用者数、売上額ともに15位。他県平均と比べて、利用者数で39%、売上額で38%と低位にある</p>	都道府県名	来場者数(H19)	沖縄県	234万人	北海道	206万人	新潟県	91万人	岩手県	60万人	鹿児島県	50万人	香川県	46万人	愛媛県		※ 高知県	11万人	<p>◆流通側とタイアップした商談会の開催</p> <p>◆商品計画機構や企業コーディネーターによる販路開拓の支援</p> <p>◆事業者等の展示会や見本市等への出展に対する補助(産業振興センターの補助金)</p> <p>◆高知フェア等、量販店主体の販売促進活動への支援(園芸品等)</p> <p>◆消費者や流通・販売業者と生産者の情報交換・交流機会の拡大(産地見学会の開催等)</p> <p>◆生産者、加工業者、流通・販売業者、観光業者等の相互のマッチングの推進</p> <p>◆加工等による農林水産物の商品化・高付加価値化と流通・販売ルートの開拓への支援(再掲)</p>	<p>◆首都圏の既存のアンテナショップの情報発信力や県産品の売り込み機能が十分でない</p> <p>◆県外市場に対する関心が低いこと、また、規模の小さい企業が多いことから、県外への販売力が弱く、販路が確保できていない</p> <p>◆販路の開拓・拡大のためには卸売業や流通専門家を活用する必要があるが(小売業と卸売業では、ビジネスの性質が異なるため、BtoBの得意な専門の人材や協力企業が必要)、十分できていない ・県産品を扱う卸売業者の確保 ・大手流通業者との取引確保 ・事業者等の営業活動力強化</p> <p>◆業務筋(外食・中食等)等への新たな需要の掘り起こしが十分できていない</p>	<p>◆★高知県を総合的に売り出す営業拠点として東京都心に新しいアンテナショップを設置(物販だけでなく、生産者団体とも連携した外食や中食、卸・小売業者等への県産品の売り込み拠点)、事前フェアの開催(新しいアンテナショップの機能) ・販路開拓機能(卸売事業の展開)・観光情報発信機能 ・物販機能 ・飲食機能 ・ふるさと情報の発信機能</p> <p>◆◎消費者や流通・販売業者と生産者の情報交換・交流機会の拡大による県産品のPRと消費者ニーズの把握への支援(情報交換会、交流会、研修会、産地体験ツアーの開催)</p> <p>◆◎生産者、加工業者、流通・販売業者、観光業者等の相互のマッチングを推進することによる販路開拓への支援(全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催)</p>			
都道府県名	来場者数(H19)																								
沖縄県	234万人																								
北海道	206万人																								
新潟県	91万人																								
岩手県	60万人																								
鹿児島県	50万人																								
香川県	46万人																								
愛媛県																									
※ 高知県	11万人																								

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>高知県を総合的に売り出す営業拠点として東京都心に新しいアンテナショップを設置</p>				<p>◆首都圏をはじめとする県外への情報発信を強化し、高知県を丸ごと売り出すことで、県産品の販売が拡大されている ・多様な販路を確保</p>	
<p>県産品ブランド課:基本計画の策定、物件調査</p>	<p>県地産地消・外商課:アンテナショップ設置に向けた取組(物件確定・賃貸借契約締結、施設運営者決定、店舗内装工事等)</p>	<p>県地産地消・外商課:アンテナショップオープン</p>	<p>県地産地消・外商課:施設運営業務 想定する機能:①販路開拓業務②観光情報発信機能③物販機能④飲食機能⑤ふるさと情報の発信機能</p>		
<p>民間団体・市町村・県:地産外商を担う官民協働型の新組織(財団法人等)の設置(再掲)</p>					
<p>支援体制の構築と事業創設【再掲】</p>	<p>新体制による新たな販路開拓と有利販売への実践【再掲】</p>			<p>※県関係課は新組織や連携に関わる各部担当課</p>	
<p>県関係課:一元的に支援できる体制の構築、新需要開拓マーケティング事業の創設(野菜・果樹・花卉)</p>	<p>農業団体:流通販売戦略の企画提案(野菜・果樹・花卉)と県との共有と実践 県関係課:流通販売戦略の企画提案(野菜・果樹・花卉)と農業団体との共有と支援</p>				
<p>P159 農業分野別図(農2)参照</p>	<p>中食・外食等への販路拡大【再掲】</p>				
	<p>農業団体:業務加工向け商材企画、メニュー提案等業務筋への販売活動、業務ニーズに基づく荷姿調整等産地との協議、実需者との交流、販売後の総括と実需者・産地との共有 県関係課:上記取組の企画・実践を支援</p>				
	<p>効果的な量販店フェアの開催【再掲】</p>				
	<p>農業団体:量販店等への高知の生産戦略を含めたフェアの企画提案、量販店との販売戦略の共有、バイヤーの産地招聘や生産者の量販店等への派遣による交流、フェア後の総括と量販店・産地との共有 県関係課:上記取組の企画・実践を支援</p>				
	<p>特産野菜等コラボ企画・実践【再掲】</p>				
	<p>農業団体・市町村等:IPM等の地域の取組を実需者へ紹介、観光資源とのコラボ企画提案、実需者と産地の交流、企画の実践・総括 県関係課:上記取組の企画・実践を支援</p>				
	<p>果実の販売促進【再掲】</p>				
	<p>農業団体:生産者・農業団体・県による地域の現状把握や課題の共有、生産流通販売戦略策定と共有・実践 県関係課:生産販売戦略の共有と取組の支援</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【地産外商】

取組方針 施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
3. 県産品の販路の拡大を支援					○		

- ◆★県外における高知ファンクラブの組織化、県産品の情報提供(県人会、著名人、県産品愛用者)
- ◆★高知ファンクラブのメンバーへの定期的な県産品の頒布会の実施
- ◆★贈答品(歳暮・中元・ギフト)に関する県産品愛用運動の展開
- ◆★海外事務所を活用、民間(ジエトロや商社等)との連携による貿易拡大への支援

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	花きの販売促進【再掲】				
	農業団体:市場等でのモニタリングへの参画、結果を踏まえた産地の生産流通戦略協議・実践 県関係課:市場等でのモニタリング、生産流通戦略の策定支援及び実施の支援				
	アンテナショップ設立準備【再掲】	アンテナショップとの連携【再掲】			
	農業団体:品目の選定協議、出荷に向けた産地調整、販売戦略作りと生産者・農業団体・県の共有 県関係課:品目の選定支援	農業団体:品目の拡大協議、出荷に向けた産地調整、販売拡大に向けた戦略作りと生産者・農業団体・県の共有、実践 県関係課:上記取組の支援			
交流や応援団づくりの検討	取組の実践				
県園芸流通課:流通関係者との交流事業や出前授業、販売促進事業を通じた高知県産園芸品の応援団づくりの検討	生産者・農業団体:県産園芸品の応援団の活用、環境保全型農業の取組PR 県産地づくり課:流通支援課:効果的な企画立案、県産園芸品の応援団づくりと運営、産地へのフィードバック				
P284 商工業分野別図(商工13)参照	商談会の開催等 専門店:バイヤーによる商品へのアドバイス、商品改良の実施、売り出しイベントの実施 県産地地消・外商課:複数の専門店のバイヤーを招いた商談会の開催、売り出しイベントの実施				
P285 商工業分野別図(商工14)参照	全国的な展示会や見本市への出展支援 県内事業者:セミナーの受講、展示会への商品出品、人員派遣 県産地地消・外商課:スーパーマーケットトレードショーへの出展、出展商品の募集、出展効果を高めるためのセミナーの開催				
P286 商工業分野別図(商工15)参照	県内事業者:展示会への商品出品、人員派遣 県産地地消・外商課:「F'09食博覧会・大阪」への出展、出展商品の募集 大阪事務所、観光コンベンション協会:観光情報の発信				
県産品愛用運動	高知ファンクラブの組織化・県産品の情報提供				
県企画調整課:県職員への県産品利用意向アンケート調査の実施	県産地地消・外商課:県外の県人会メンバー等への県産品広報紙の送付、雑誌等の出版社や大手のポータルサイト運営事業者等とのネットワークづくり、首都圏や大阪にある高知県に縁のある飲食店と連携した県産品試食会や高知フェアの開催による高知のサポーターづくり				
P47 別図(地4)参照					
P287~290 商工業分野別図(商工16~19)参照	食品系にターゲットを絞り、商社機能を活用した輸出商談会及び海外商談会の開催。上海へのアンテナショップ等の開設 県産地地消・外商課:輸出向け商談会の開催、海外商談会の開催、上海アンテナショップ開設、東南アジア市場調査、国際弁護士・弁理士相談、商社等の活用促進				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【地産外商】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
3. 県産品の販路の拡大を支援	◆首都圏等の大消費地から遠距離であるというハンディキャップを抱えている	◆事業者等のeコマースの拡大に向けたIT技術講習会の開催(産業振興センターや商工会等) ◆県産品に関する情報発信(県産品データベースやマスメディアを活用したPR) ◆県産園芸品のイメージアップと消費拡大(CM放映や試食宣伝活動への支援) ◆環境保全型農業への取組のPR(出前授業や産地交流) ◆物産展での観光PRの実施	◆eコマース等の無店舗販売のノウハウを持つ企業が少ない	◆★インターネットを活用した県産品販売への支援(eコマース) ・eコマースのノウハウ獲得のための研修会等の開催 ・大手eコマースサイトと連携した取組の推進の検討 ・観光の情報発信サイトと連携した県産品のeコマースの拡大に対する支援 ・継続的に購入してもらい顧客を確保するための支援 ◆◎県産品に関する情報発信機能の充実・強化(ホームページの充実、マスメディアを活用したPR(野菜や畜産物))			○
4. 企業の販売力の強化を支援	◆県外への営業活動ができる人材を有する企業が少ない	◆知的財産の保護と活用に向けた支援 ◆商工会などを通じた経営指導、企業体質の強化 ◆事業者等の展示会や見本市等への出展に対する補助(産業振興センターの補助金)(再掲) ◆新商品の開発や販路の開拓に関するセミナー等による企業の育成	◆規模の小さい企業が多いこと等から、県外への営業活動ができる人材を有する企業が少ない	◆◎知的財産の保護と活用に向けた支援 ◆◎全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催(再掲) ◆★新商品の開発や販路の開拓に関するセミナー等による企業の育成			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
インターネットを活用した県産品販売への支援(eコマース)				◆県内企業の販売力が強化されている ・県外へ打って出ることのできる企業の育成	
<p>県企画調整課(H21～地産地消・外商課): 楽天市場「まち楽 高知」の開設等大手eコマースサイトとの連携</p> <p>県地産地消・外商課: 高知を丸ごと情報発信するための新しいポータルサイトの構築</p> <p>P47 別図(地4)参照</p> <p>eコマースのノウハウ獲得のための研修会等の開催</p> <p>県経営支援課: 「eコマースセミナー開催事業」によるセミナーの実施</p> <p>H22年度以降は参加する事業者の知識・技術習得レベルに応じてレベルの高い内容のものも検討</p> <p>P291 商工業分野別図(商工20)参照</p> <p>県産品に関する情報発信機能の充実・強化</p> <p>県企画調整課(H21～地産地消・外商課): 楽天市場「まち楽 高知」の開設等大手eコマースサイトとの連携(再掲)</p> <p>県地産地消・外商課: 高知を丸ごと情報発信するための新しいポータルサイトの構築(再掲)</p> <p>P47 別図(地4)参照</p>					
知的財産の保護と活用に向けた支援				◆県内企業の販売力が強化されている ・県外へ打って出ることのできる企業の育成	
<p>県新産業推進課: 知財活用モデル支援事業、知的所有権センターの機能充実</p> <p>商談会の開催等</p> <p>専門店: バイヤーによる商品へのアドバイス、商品改良の実施、売り出しイベントの実施 県地産地消・外商課: 複数の専門店のバイヤーを招いた商談会の開催、売り出しイベントの実施</p> <p>P284 商工業分野別図(商工13)参照</p> <p>全国的な展示会や見本市への出展支援</p> <p>県内事業者: セミナーの受講、展示会への商品出品、人員派遣 県地産地消・外商課: スーパーマーケットトレードショーへの出展、出展商品の募集、出展効果を高めるためのセミナーの開催</p> <p>P285 商工業分野別図(商工14)参照</p> <p>県内事業者: 展示会への商品出品、人員派遣 県地産地消・外商課: 「'09食博覧会・大阪」への出展、出展商品の募集 大阪事務所、観光コンベンション協会: 観光情報の発信</p> <p>P286 商工業分野別図(商工15)参照</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

I 産業間の連携戦略

1 地産地消・地産外商戦略

(3) 食品加工の推進

※ 概念図は、P 1 7 (地産外商) を参照

連携テーマ【食品加工の推進】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 地域加工への取組 施策	<p>◆年間販売額100万円未満の製造者が約60%を占めており、製造者の意向も現状維持、減産が全体の3/4に達するなど、地域における加工の担い手である農林漁家の生産意欲が低い</p> <p>◆消費者視点の売れる商品づくりができていない</p> <p>◆県内の農協や生産者グループ等が、自らが生産した農林水産物を原材料として加工している農林水産加工品の約90%は、柚子の加工品</p>	<p>◆少量でも扱える外食産業等とのマッチングを進めるため、業務筋(宿泊施設)等への紹介を行った</p> <p>◆「おいしい加工食品マップ」などの冊子の作成や、ホームページによる情報発信を行った</p> <p>◆補助事業等を活用した施設整備や商品開発など、製造者グループのニーズに応じた支援を行った</p> <p>◆加工品に使える食材、調理法の検討(JA等への提案)を行った</p> <p>◆地域活性化の取組や活動に対する支援を中心に実施した(水産関係)</p>	<p>◆地域加工をさらに発展させるためのフォローアップ体制がない</p> <p>◆組織基盤の脆弱性から、設備投資、生産拡大が困難である事例が多い</p> <div style="text-align: center;">↓</div> <p>◆ビジネスチャンスを見逃すケースや、後継者不足により、伝統的な加工技術そのものが廃れかけているケースがあるなど、地域での生産意欲が低くなっている</p>	<p>◆地域アクションプランの実行を支援する体制を地域ごとに整備</p> <p>★各出先機関、地域支援企画員及び関係部局が連携して取り組む体制をブロックごとに整備し、個別のテーマごとに、その実現を徹底して支援</p> <p>★デザイナーなどの外部専門家による商品企画の支援</p> <p>◎地域の直販所や量販店での販路の確保を支援</p> <p>◎「おいしい風土こうちサポーター」店舗の紹介・取次ぎ、協力店舗での試験販売などの実施</p> <p>◆★生産から販売に至るまでのハード、ソフトをパッケージ化した事業による支援</p> <p>◆工場の衛生管理の高度化を促進</p> <p>★流通・販売業者が求める衛生管理水準達成への誘導</p> <p>★流通・販売業者が求める衛生管理水準達成への支援</p>			
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #e0f0ff;"> <p>(食品加工の意義)</p> <p>外食や中食の広まりにより、食品加工へのニーズが高まっている中、</p> <p>①巨大マーケットである首都圏をはじめ、県外へ打って出ることができる。</p> <p>・生鮮のままでは鮮度の問題などから、遠隔地での販売に制約を受ける場合がある。</p> <p>②本県の強みである一次産品にさらに付加価値を付けて販売できる。</p> <p>③産業間の連携が促進され、産業全体への波及効果が期待できる。</p> </div>							

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>地域アクションプランの実行を支援する体制を地域ごとに整備</p> <p>県：産業振興推進地域本部の設置(地域ごとに統括責任者(地域産業振興監)を配置し、その下で、出先機関・地域支援企画員等が連携して取り組む体制を整備)</p>			<p>◆地域加工の進展により地域事業者の所得が向上している</p>	<p>◆地域加工の推進により地域の雇わいの創出、所得の向上が図られている</p>
	<p>外部専門家による商品企画の支援</p> <p>県地域づくり支援課：中山間地域産業再生アドバイザーによる支援</p> <p>県地産地消・外商課：産業振興推進アドバイザーによる商品企画への支援</p> <p>専門家：事業者への助言(既存商品のブラッシュアップ)</p> <p>県地産地消・外商課：専門家リストの作成、専門家を活用した商品相談会、セミナーの開催</p>			<p>P46 別図(地3)参照</p> <p>P282 商工業分野別図(商工11)の上図参照</p>	
	<p>「おいしい風土こうちサポーター」店のご協力による、意欲ある生産者の販路拡大を支援</p> <p>県地産地消課(H21～地産地消・外商課)：サポーター店舗の紹介、取次ぎ</p>				
	<p>P44 別図(地1)参照</p> <p>総合補助金の創設</p> <p>県：産業振興推進総合支援事業費補助金の創設</p>				
	<p>支援体制や相談窓口等の検討</p> <p>県関係課：総合的な補助制度の創設、ワンストップサービスを提供する窓口の設置を検討</p>	<p>地域のこだわりを活かした加工品の開発や規模拡大の推進</p> <p>生産者・農業団体：地域固有の技術の継承(後継者の確保)</p> <p>県地産地消・外商課：地域加工をさらに成長させるためのフォローアップ体制の整備</p> <p>伝統的な加工技術者の選定と普及・啓発</p>			
		<p>浜加工グループが行う商品開発から販売までの取組を総合的に支援</p> <p>浜加工グループ：衛生管理体制・品質管理体制の確立、営業活動の強化による新たな販路開拓、売れる商品づくり</p> <p>県合併・流通支援課：浜加工グループの行なう上記取組への支援</p> <p>県漁業指導所・工業技術センター：ビジネス転換に必要な新商品開発等に関する技術指導による支援</p>			
		<p>工場の衛生管理の高度化の促進</p> <p>県工業技術センター：食品加工製品の安全性及び品質管理技術の支援(I期)</p>			
		<p>県福祉保健所：衛生講習会による意識啓発</p>			
		<p>県食品・衛生課：高知県食品衛生管理認証制度の普及(認証施設5施設、認証基準作成8業種)</p>			<p>認証施設8施設へ 認証基準作成10業種へ</p>
		<p>※県関係課は新組織や連携に関わる各部担当課</p> <p>衛生管理の高度化に向けた研修や認証取得への支援</p> <p>生産者・農業団体：衛生管理高度化研修等への積極的な参加による意識の醸成</p> <p>県関係課：HACCP、ISO等の認証の取得への誘導(意識啓発、スタッフアップを目的とした研修の実施等)</p> <p>HACCP、ISO等の認証取得に対する支援(ハード、ソフトの支援)</p>			

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【食品加工の推進】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 産業化への取組 (1)生産に関する施策	(生産における現状) ◆本県の農産物は、全般的に他県産に比べて高水準の市場価格で取引されていることから、生鮮品での販売が主軸になっており、加工に取り組んでいるところは、散見される程度(水産物もほとんどが鮮魚での出荷である) ◆一定のロットを必要とする原材料の安定的な供給ができていない	◆栽培技術指導、樹園地の整備等、産地が取り組む原材料の安定供給への取組に対する支援	◆全国流通を視野に入れた加工品の原材料となる一次製品の選定と、取り組むシステムとなっていない	(生産に関する施策) ◆★生産(産地調整を含む)から販売までトータルに相談、指導できる体制を整備し、加工用原材料の安定的な供給を支援 ◆★市町村や商工団体などによる地域資源活用共有会議の創設により、地域資源の発掘や商品開発などを支援 ◆◎産学官の連携による商品開発の支援 ◆◎試験研究機関の充実・強化による商品開発の支援 ◆◎加工用原材料の安定供給<生産地の確保> ◆★前処理加工設備や冷凍保管設備等の整備を支援<設備>			
	◆産地側、食品加工企業側ともに、お互いの情報(栽培状況、技術力、情報力)をよく知らないため、商品化に向けたマッチングができていない	◆異業種が交流できる場の提供や、企業や産地への情報提供を行った ・おいしい風土こうちサポーター交流会の開催 ・食に関する企業等が会員のNPO法人による産地訪問のコーディネート	◆情報不足(県内一次製品の生産状況、県内加工業者の技術力等)のため、生産者と食品加工業者のマッチングができていない	◆生産者と食品加工業者のマッチングの推進 ★地域資源活用共有会議(再掲)で加工原料に関する情報を全県的に共有			

P245 水産業分野別図(水6)参照

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>支援体制や相談窓口等の検討</p> <p>県関係課:総合的な補助制度の創設、ワンストップサービスを提供する窓口の設置を検討</p>	<p>加工向け農産物の安定供給の確保と加工、流通、販売までトータルに支援する体制による取組の推進</p> <p>生産者・農業団体:食品加工業者との積極的な交流、加工用原材料の安定的な供給 県関係課:加工用原材料の生産(産地調整を含む)から、加工、流通、販売まで、トータルに支援できる体制の整備、生産から販売に至るまでのハード、ソフトをパッケージ化した事業による支援</p>			<p>◆需給がマッチした加工用原材料の生産体制が確立し、安定供給が可能となっている</p> <p>◆企業が食品加工に取り組む事例が増えている</p> <p>◆産学官連携による加工食品の開発が進んでいる</p>	<p>◆食品加工業の振興により雇用の創出、所得の向上が図られている</p>
<p>戦略の策定と共有</p> <p>生産者、農業団体、県農業振興部:品目別総合戦略の策定と共有</p>	<p>戦略の実践(PDCAサイクル)</p> <p>生産者・農業団体:課題の解決策への主体的取組 県農業振興部:課題解決に向けた支援策の組み立てと支援</p>			<p>◆十分なマーケティングと営業展開により商品の販売が拡大している</p>	
<p>P292 商工業分野別図(商工21)参照</p>	<p>地域資源活用共有会議の設置</p> <p>地域資源活用共有会議:商工業者や生産者等を中心に構成し、地域資源や地場産品の発掘、商品化を協議(県内7ブロックに設置) 商工会等:事務局を設置 県計画推進課:産業振興推進地域本部が対応</p>				
<p>P276 商工業分野別図(商工5)参照</p>	<p>産学官の連携による商品開発の支援、試験研究機関の充実・強化による商品開発の支援</p> <p>県工業技術センター:農商工連携による新たな商品開発及び食品産業の育成 食品加工特別技術支援員等の配置による商品開発の推進</p>				
	<p>産学官の連携による商品開発の支援、試験研究機関の充実・強化による商品開発の支援</p> <p>県試験研究機関:農畜産物等の高品質・安定多収生産技術の開発(原料生産支援)</p>				
	<p>前処理加工設備や冷凍保管設備等の整備を支援<設備></p> <p>適正規模モデルの作成</p> <p>県合併・流通支援課:前処理加工・冷凍保管事業基本設計のための調査</p>				
	<p>事業の具現化</p> <p>事業実施主体(候補):事業実施の検討及び決定、事業計画策定、会社設立 県合併・流通支援課:事業化への働きかけ、計画策定等への支援</p>		<p>施設整備</p> <p>事業実施主体:実施設計後、工場建設、事前の営業活動など 市町村:必要に応じた支援 県漁業振興課:工場建設に係る支援</p>		
<p>地域の冷凍保管庫整備</p> <p>市町村:冷凍保管庫の整備 県水産振興課:財政支援</p>	<p>地域の加工施設整備</p> <p>事業者:加工施設の整備 市町村・県漁業振興課:施設整備への支援</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【食品加工の推進】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 産業化への取組 (2)加工等に関する施策	(加工等における現状) ◆食の外部化が進行している現在、加工することによって、高付加価値をつけ、流通させていくことの重要性が増加 ◆新たな商品開発力が不足 ◆首都圏など大きな市場の情報を的確に掴んだ商品づくりができていない ◆小規模な経営体が多く、大きな取引や加工用設備の整備が難しい	◆補助事業等(地域資源活用プログラム、ごち産業振興基金等)による商品開発、マーケティング、販路開拓、機械開発、施設整備等への支援 ◆地域産品を活用した新商品の開発支援 ◆生産者団体が取り組む加工施設整備への支援	◆加工に関するトータルな相談、指導、支援システムがない ◆食品加工企業による魅力的な商品開発ができていない ◆食品加工企業への設備導入支援制度が脆弱なため発展しなかった(基本的に経産省関連補助金は設備導入は不可。そのため融資制度等に対応) ◆組織基盤の脆弱性から、設備投資、生産拡大が困難である事例が多い ◆優位性を発揮する品位(素材や技術)の確保 ◆マーケティング力(差別化・ターゲット・価格)の強化 ◆海外情報の獲得 <div style="text-align: center;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: fit-content;"> ◆農業の生産振興につながるような食品加工は、柚子やしょうがに限られており、新たな産業化に至る可能性を持った食品加工への取組が進んでいない状況である </div>	<総合的な支援> ◆★食品加工を進めるため、産業間で連携した取組を新しい組織(産業振興推進部)で支援 ・テーマ毎に支援チームを結成し、事業のコーディネートと適用する支援事業の検討・実施 ◆★食品加工を進めるため、生産から販売に至る各段階を対象に、ハード、ソフトの多様なメニューをパッケージ化した総合補助金により支援 ◆★生産から販売に至るまでのハード、ソフトをパッケージ化した事業により支援 <生産者視点> ◆新商品の開発を支援 ★市町村や商工団体などによる地域資源活用共有会議(再掲)の創設により、商品開発などを支援 ★テーマごとの研究会方式によるビジネスプランのブラッシュアップなどを支援 ◎産学官連携による新商品の開発への支援(再掲) ◎試験研究機関の充実・強化を行い、新商品の開発や技術支援を実施(再掲) <県外の消費者視点> ◆★首都圏など大消費地の消費者の視点での商品開発を支援 ・アンテナショップでの販売・テストマーケティング ・観光客への販売・テストマーケティング ★龍馬伝とタイアップした商品の開発・販売 →インターネットを使った販売へつなげる			

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>新しい組織の設置</p> <p>県:産業振興推進部地産地消・外商課に食品加工推進室を設置</p>				
	<p>総合補助金の創設</p> <p>県計画推進課:産業振興推進総合支援事業費補助金の創設</p>				
	<p>地域資源活用共有会議の設置(再掲)</p> <p>地域資源活用共有会議:商工業者や生産者等を中心に構成し、地域資源や地場製品の発掘、商品化を協議(県内7ブロックに設置) 商工会等:事務局を設置 県計画推進課:産業振興推進地域本部が対応</p>				
	<p>食品等テーマごとの研究会方式による企業支援</p> <p>県工業振興課:・テーマ別研究会設置・運営 ・研究会発事業化支援補助制度の創設</p>				
	<p>県外の消費者視点での商品開発の支援</p> <p>県県産品ブランド課:地域が一体となって取り組む県産品のブランド化構想の策定やマーケティングの実践に対する支援</p> <p>県計画推進課:産業振興推進総合支援事業費補助金により地域が一体となって取り組む県産品のブランド化構想の策定やマーケティングの実践に対する支援</p> <p>県地産地消・外商課:土佐のいい物おいしい物発見コンクールの開催、コンクール入賞商品のアンテナショップでの情報発信</p>				
	<p>総合的に情報を発信するアンテナショップの展開等(機能整備)</p> <p>地産外商推進協議会:新アンテナショップの運営方法、販売企画や品揃え等の基本方針を協議 県地産地消・外商課:地産外商推進協議会の運営</p> <p>地産外商推進協議会:新アンテナショップへの商品提案、県内生産者・事業者への首都圏消費者情報のフィードバック 県地産地消・外商課:地産外商推進協議会の運営</p>				
	<p>「土佐・龍馬であい博」のイメージキャラクター「ロ」の活用</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【食品加工の推進】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 産業化への取組 (2)加工等に関する施策	<p>◆スーパーなど大規模な顧客の需要水準に見合う工場の衛生管理が困難</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品衛生法などの手続きが煩雑 ・高度な衛生管理に対応する設備整備が困難 		<p>◆工場の衛生管理の高度化が進んでいない</p> <p>◆物流方法や所要時間を考慮した品質・衛生安全性の確保</p>	<p><事業化支援></p> <p>◆★産業支援機関と金融機関の連携による事業化の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商工団体、金融機関、行政等からなる食品加工支援会議を設置し、関係者が連携して支援 ・専門家のコーディネートによる支援 ・前処理加工設備や冷凍保管設備等の整備(再掲) <p>◆★食品加工の中核企業の育成や小規模企業者の連携による体質強化</p> <p>◆★地域資源を活用する食品加工企業の誘致</p> <p>◆★一次産業の生産現場の省力化を図るため一次産業と工業団体との連携強化を推進</p> <p><衛生管理の高度化></p> <p>◆★工場の衛生管理の高度化を支援(再掲)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・衛生管理高度化研修等への積極的な参加による意識の醸成 ・HACCP、ISO等の認証の取得への誘導(意識啓発、ステップアップを目的とした研修の実施) ・HACCP、ISO等の認証取得に対する支援(ハード・ソフト) 	○	○	
(3)人材に関する支援	<p>(人材に関する現状)</p> <ol style="list-style-type: none"> ①商品開発やデザイナーなどの専門家が少ない ②マーケティングや営業展開ができる人材が少ない ③専門家を雇用・確保できるところが少ない 		<p>(人材に関する課題)</p> <p>◆デザイナーなどの専門家の確保</p> <p>◆専門家を雇用できる体制づくり</p>	<p>◆★デザイナーなど外部専門家の活用による支援</p> <p>◆◎産学官連携による支援の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知大学と市町村が連携し、今後の地域における食料産業を支える中核人材を養成する事業を実施(土佐フードビジネスクリエイター(FBC)人材創出事業) 			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿		
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)	
<p>P292 商工業分野別図(商工21)参照</p> <p>P272 商工業分野別図(商工1)参照</p>	<p>地域資源活用共有会議の設置(再掲)</p> <p>地域資源活用共有会議: 商工業者や生産者等を中心に構成し、地域資源や地場製品の発掘、商品化を協議(県内7ブロックに設置) 商工会等; 事務局を設置 県計画推進課: 産業振興推進地域本部が対応</p>					
	<p>食品等テーマごとの研究会方式による企業支援(再掲)</p> <p>県工業振興課: テーマ別研究会設置・運営 研究会発事業化支援補助制度の創設</p>					
	<p>地域資源を活用する食品加工企業の誘致</p> <p>県企業立地課: ゆず関連のこれまで立地した企業の協力により、新たな企業を導入することで、地域で一貫したゆずを中心とする食品工業の集積を推進</p>					
	<p>一次産業と工業団体との連携強化</p> <p>意見交換会の実施</p> <p>県商工政策課: 一次産業と工業団体との意見交換会の実施</p>	<p>意見交換の場づくり</p> <p>県新産業推進課: 企業等ネットワーク構築支援事業の創設</p>	<p>意見交換の場から出された課題解決支援(研究開発等)</p>	<p>工業会等の技術力を生かした事業化の展開</p>		
		<p>工場の衛生管理の高度化への支援</p> <p>県工業技術センター: 食品加工製品の安全性及び品質管理技術の支援(I期)</p>				
	<p>HACCP、ISO等の認証の取得への誘導</p> <p>県福祉保健所: 衛生講習会による意識啓発</p> <p>県食品・衛生課: 高知県食品衛生管理認証制度の普及(認証施設5施設、認証基準作成8業種)</p>				<p>認証施設8施設へ 認証基準作成10業種へ</p>	
	<p>※県関係課は新組織や連携に関わる各部担当課</p>	<p>衛生管理の高度化に向けた研修や認証取得への支援</p> <p>生産者・農業団体: 衛生管理高度化研修等への積極的な参加による意識の醸成 県関係課: HACCP、ISO等の認証の取得への誘導(意識啓発、ステップアップを目的とした研修や外部の専門家による支援の実施等) HACCP、ISO等の認証取得に対する支援(総合補助金等によるハード、ソフトの支援)</p>				
	<p>外部専門家による商品企画の支援</p> <p>県地域づくり支援課: 中山間地域産業再生アドバイザーによる支援</p>	<p>県地産地消・外商課: 産業振興推進アドバイザーによる支援</p>		<p>P46 別図(地3)参照</p>		
		<p>県: 土佐FBC人材創出事業への支援(実習主体の研修)</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【食品加工の推進】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 産業化への取組 (3)人材に関する支援				◆◎担い手や核となる人材や団体の育成・確保の推進			○

※これからの対策の ☆は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>P46 別図(地3)参照</p>	<p>担い手や核となる人材・団体の育成・確保</p> <p>県地産地消・外商課・産業振興推進アドバイザー事業による支援</p>				
	<p>担い手や核となる人材・団体の育成・確保</p> <p>浜加工グループの意識と行動の経営的視点への誘導 浜加工グループ:グループ化に向けた活動強化・意識の醸成、ビジネス感覚や営業ノウハウの習得(経営的視点への意識の転換による行動変革) 漁協・市町村・県漁業指導所:新たなグループの掘り起こし、グループ化の推進 県合併・流通支援課:先進地との交流会・講演会の開催(リーダー、中核的人材の育成)、経営アドバイザーや専門家による事業計画づくり等の個別指導</p>				
	<p>公設試験研究機関が行う技術支援・人材育成の充実</p> <p>県工業技術センター:専門技術研修等の実施 食品加工特別技術支援員の配置 技術指導アドバイザーの派遣</p>				
<p>P276 商工業分野 別図(商工5)参照</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

産業振興推進総合支援事業費補助金の概要 別図(地1)

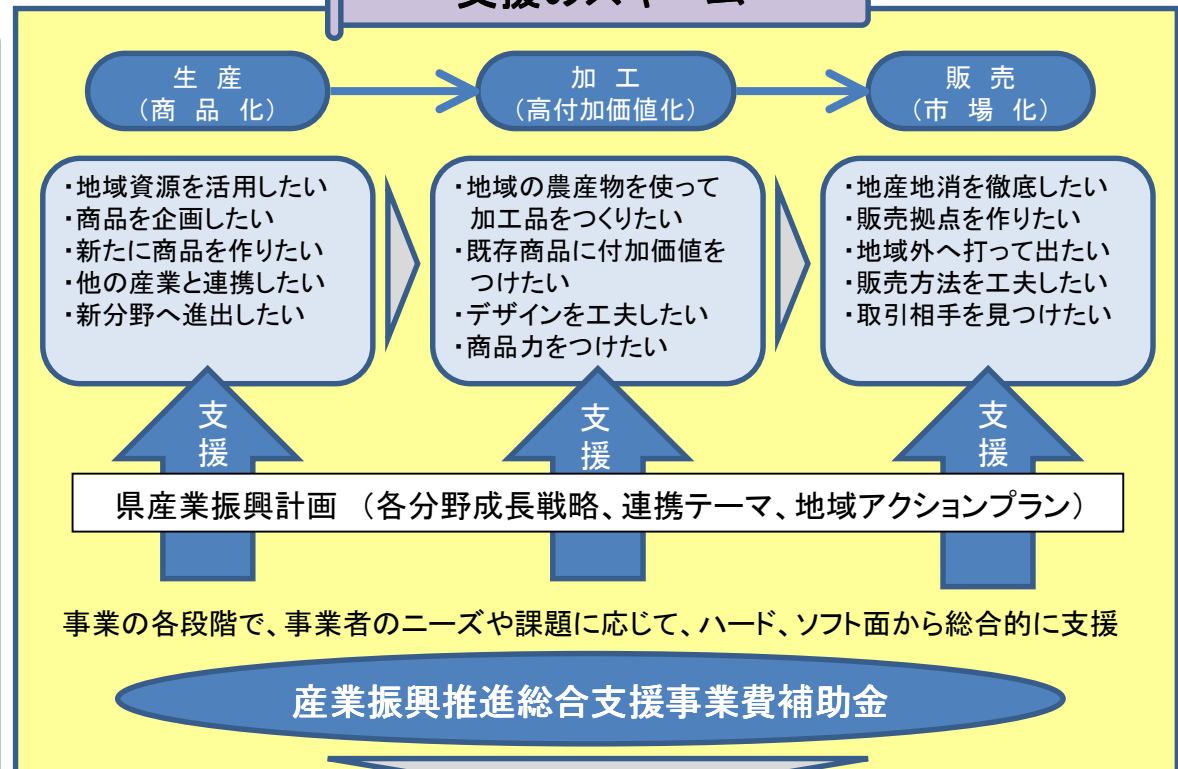
産業振興計画を着実に推進するため、商品企画・開発や加工、販路拡大など、生産から販売段階までの取組を総合的に支援する。

補助金の概要

- ◆ **補助対象事業**
地域アクションプランなど県産業振興計画に位置づけられた取組で、本県産業に資する取組(ハード事業、ソフト事業)
- ◆ **対象事業者**
市町村等、地域団体、3者以上で構成された組織(共同体、協議会、グループなど)、一定の条件を満たす企業等(個人事業者を含む)
- ◆ **補助先**
原則として、市町村等(間接補助)
- ◆ **補助率** 原則として、1/2 以内
(ただし、地域への経済波及効果が高いと認められた取組は、2/3以内とする。)

□他の事業(国・県)への継ぎ足し補助の実施
→ 最大2/3まで嵩上げ
□企業のハード整備事業も対象(1/2以内)
- ◆ **補助限度額**
1事業あたり 年間 50,000千円
- ◆ **要件**
地域の資源を活用すること
事業計画(ビジネスプラン)の作成

支援のスキーム



計画の3つの柱

足下を固め、活力ある
県外市場に打って出る

産業間連携の強化

足腰を強め、新分野
へ挑戦

産業振興食育推進事業

学校給食の地産地消日本一を目指す



地産地消・食育の推進

学校給食に地場産物の利用拡大

食育活動による
地場産物への理解促進

内 容

- ・体験学習のメニューづくり
- ・実施に向けての働きかけ
- ・地域の生産者等の派遣依頼、調整
- ・事業の評価
- ・次年度に向けての企画

連 携 先

- ・生産者
- ・漁業者
- ・JA
- ・漁協
- ・JA女性部
- ・漁協女性部
- ・ヘルスマイト
- ・流通関係者
- ・料理研究家
- ・調理師
- ・ボランティア



連携・協力・活用



目的:

- ・自然や文化、産業に関する理解を深める
 - ・生産等に関わる人々への感謝の心を育てる
 - ・食文化や伝統食の継承 等
- 学校教育活動全体で、計画的に継続して取り組む

体験学習

- ・食育、食農教育
- 米づくり
- 栽培体験、収穫体験
- 調理実習 等

ネットワーク会議

- ・安定供給体制の構築
- ・課題の共有
- ・取組の推進

調 査

- ・地場産物の活用実態の把握
- ・実効性のある取組目標の設定
- ・評価、進行管理

連携・協力

地産地消担当

計画推進担当

食品加工担当

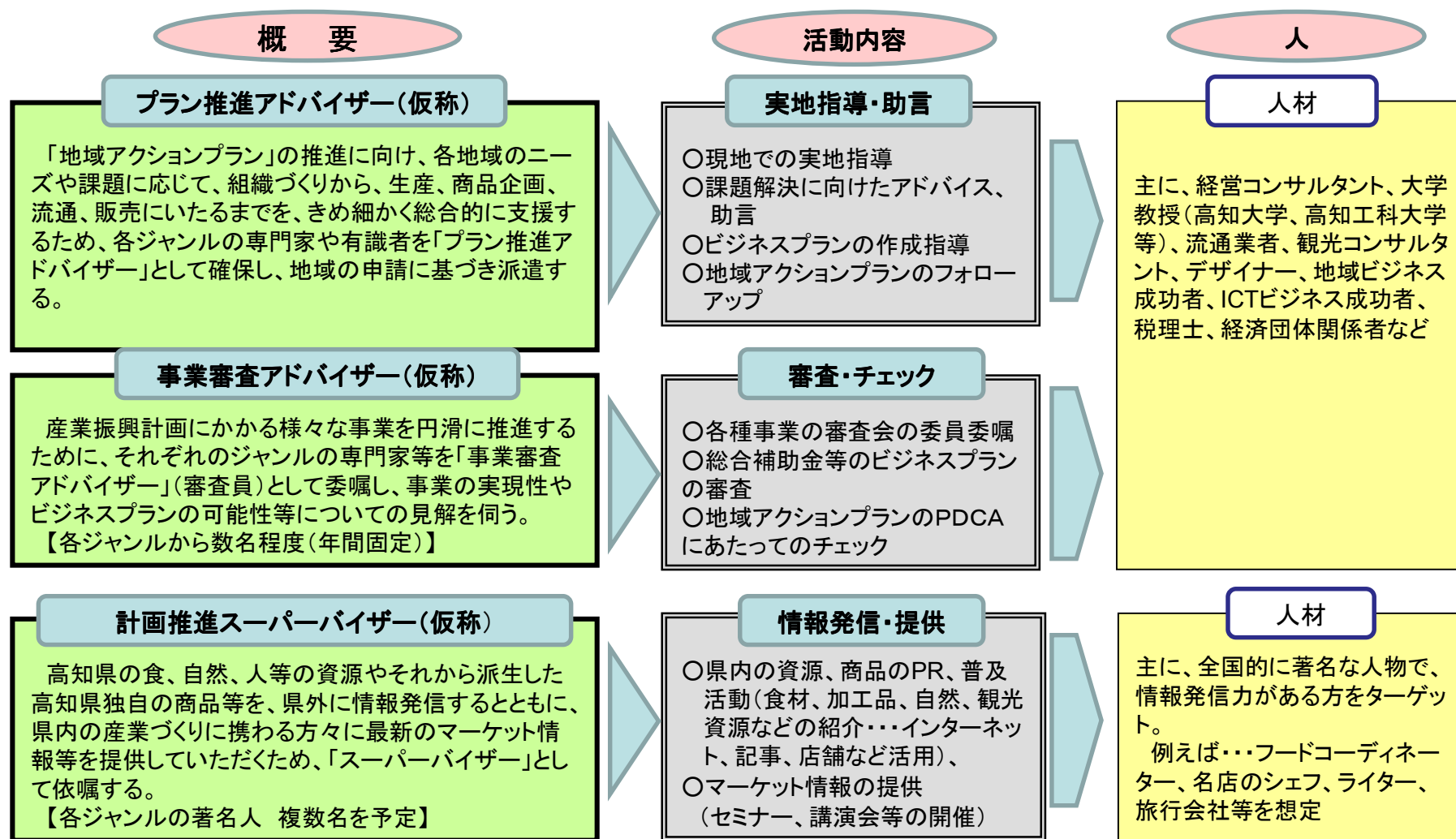
産業振興推進部

産業振興推進アドバイザー事業の概要

別図(地3)

【ねらい】

本県の産業振興について、様々な角度から指導、アドバイス、情報提供をいただくとともに、本県の持つ「食」、「自然」、「人」などの強みを全国に情報発信していただける人材を「アドバイザー」として確保し、産業振興計画の円滑な推進に資する。(3種類のアドバイザーで構成)



高知サポーターネットワーク化推進事業・県産品情報発信強化事業の概要

別図(地4)

高知サポーターネットワーク化推進事業

●県産品等の情報を掲載した広報紙の作成、首都圏等の高知県に縁のある飲食店とタイアップした県産品 試食会や高知フェアの実施等により、高知県のサポーターづくりを推進し、県産品の販路拡大を図る。

おいしい風土こうちサポーター(県外版)ネットワーク化事業

高知の食材
・野菜
・果実
・肉
・魚
...etc

提供

高知に縁のある首都圏
や大阪の飲食店

開催

企業訪問等によるマスコミ関係者
等とのネットワークづくり

県産品
試食会

参加

マスコミ関係者等

高知
フェア

来店

首都圏等の消費者

県産食材の継続的利用

マスコミ、口コミによる情報発信

県産品広報紙作成事業

(広報紙の内容)
県産品情報、生産者のこだわり、高知の食と
からめた地域の観光情報
.....etc

郵送又はメルマガ配信

県産品等の情報提供

県外在住の高知県関係者

県産品情報発信強化事業

●県産品や観光などの情報を満載した新しいポータルサイトを開設することにより、首都圏等での情報発信を強化し、高知県や県産品の認知度の向上や、サポーターづくりを進める。

県内事業者の
eコマースサイト

リンク

新ポータルサイト

・県産品や観光、移住・定住等の高知の
情報を丸ごと発信
・県内のeコマース事業者が運営するeコマ
ースサイトのリンクページを構築し、事
業者のサイトへの新たな入口を提供

連携

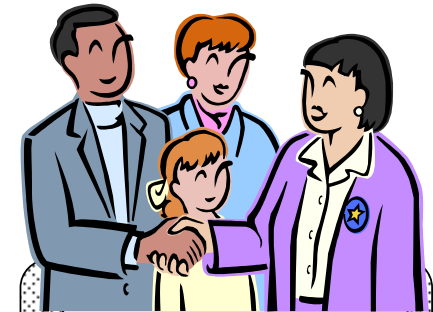
大手eコマースサイト
大手ポータルサイト

出店

・情報発信
・県産品の
販売拡大
...etc

・情報発信
・県産品の
販売拡大
...etc

首都圏等
の消費者



高知県や県産品の
サポーター、リピー
ターづくり

◆県産品の販売拡大
◆観光客の増加
◆ふるさと寄付金
.....etc

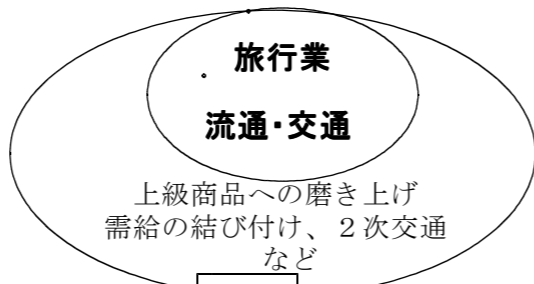
I 産業間の連携戦略

2 ニューツーリズムの推進と 観光への地域産物の活用

「ニューツーリズム」が成り立つ3つの観点からの概念図

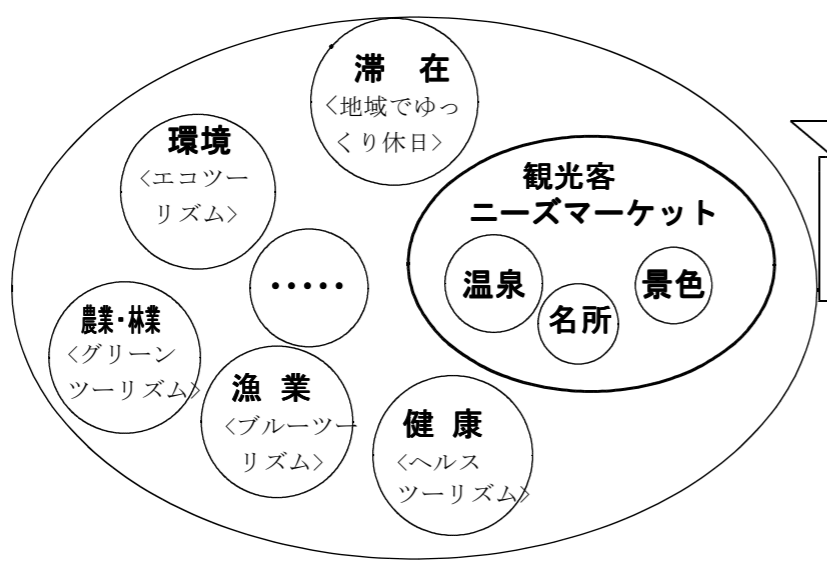
=需要(観光旅行ニーズ、マーケット)、供給(観光資源、施設、地域)、両者をつなぎ付ける流通システム(旅行商品、交通、情報)=

◆「産業」レベルでの発想
新しい旅行業・旅行商品を踏まえた「産業」としての展開

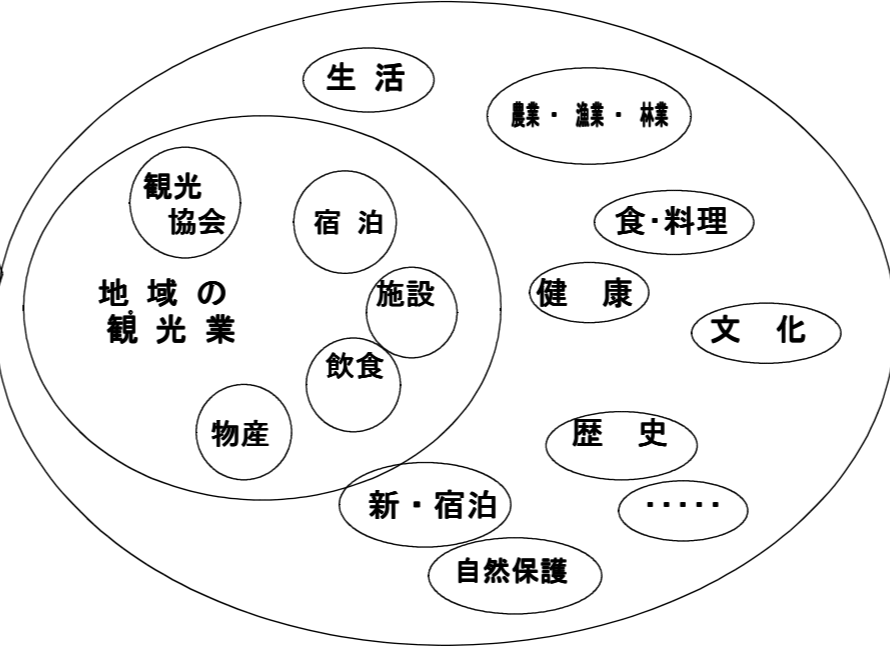


【ニューツーリズム・旅行システムの周辺】
 ・旅行業者は、大量を効率的にというパック旅行といわれる募集企画型旅行で産業として成長。
 ・需給双方の多様化で、大量・効率化だけでは限界。
 ・旅行業のビジネスモデル自身も変えるべき部分はあるべき部分ではない時代の到来(新三種旅行業 等)

◆旅行スタイルの変化
個人化・本物志向、多様化・高度化する観光ニーズ



◆「着地型」観光の可能性の拡大
日常生活など身近な素材も磨けば地域観光資源に



【ニューツーリズム・マーケットの周辺】
 ・国内観光旅行のマーケットの個人化・高度化の形態は、もはや「ニュー」ではなく当たり前として捉えるべき時代。
 ・その結果として、「環境＝エコツアー」が現れ、「本物の農業・漁業体験＝グリーンツアー、ブルーツアー」などが注目。
 ・さらに、旅行の対象が変化しただけでなく、例えば、一つの地域に滞在してゆっくり休日を楽しみたいとか、旅行を通じて自分の健康をチェックし増進したいという「ヘルスツアー」といったように旅行スタイルも変わってきている。


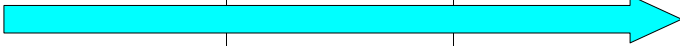

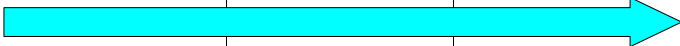
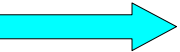

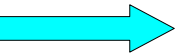
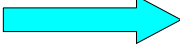
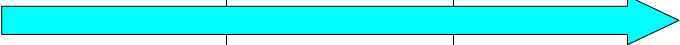
【ニューツーリズム・地域資源の周辺】
 ・地域の光(観光)は、従来の観光資源や観光施設だけではないはず。
 ・地域に根ざした第一次産業や伝統文化あるいは生活文化そのものも外部の人達から観ると魅力的であり、観光の対象となっている。
 ・従来の観るだけの観光資源についても、資源の見せ方や旅行者への伝え方を見直すことで、新しい価値が見出されることもあるはず。
 ・そういう中で、従来の観光関係の事業者だけでなく、第1次産業や商業さらにはまちづくりの人達と連携して地域の魅力を発見・再認識し、外へ向けて発信し、商品化していくための体制づくりが大切。

- 【地域観光資源・素材/イメージ例】
- 生活・・・ つるべ井戸、囲炉裏(昔話)、五右衛門風呂、童謡の道、田舎で起こる楽しい「事件」 etc.
 - 自然・・・ 満天の星、紅葉、溪流・溪谷、清流、水辺、森林、棚田、竹林、霧、海岸線、磯、沈む夕日、小鳥のさえずり、虫の音、ホテルの乱舞、田園風景(水田と水鏡、風紋、風にそよぐ早苗、緑の絨毯、黄金の波 etc.) etc.
 - 食・・・ 旬の食材、お漬物、味噌、こんにゃく、手打ちそば、採れたての〇〇ジュース、手作りデザート、美味しい岩清水(コーヒー)、新鮮な魚介類、地酒、〇〇餅、田舎寿司 etc.
 - 文化・・・ 神楽、伝統芸能、お祭り、催事、雛祭り、火振り漁、各種文化フェスティバル etc.
 - 歴史・・・ 脱藩の道、向学の道、〇〇邸、記念碑、銅像、平家の落人伝説、ゆかりの地・人物、墓、家 etc.
 - 体験・・・ 農業体験、林業体験、大敷き網、釣り、山菜採り、陶芸、炭焼き、山菜取り、漂流物(海からの贈り物)採取、キャンプ、手づくり料理体験 etc.
 - 健康・・・ 森林セラピー、ハイキング、自然散策、健康料理体験 etc.
 - 新・宿泊・・・ 農林漁家民宿等、〇〇時代に建てられた古民家、廃校を利用した宿泊施設(しもなの郷、清流館、森の巣箱 etc.) etc.

連携テーマ【 ニューツーリズムの推進と観光への地域産物の活用 】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 産業間連携による新たな可能性への挑戦 (1)ニューツーリズムの推進	◆農林漁家民宿等はH18:29軒 → H20:41軒と増加傾向 ◆教育旅行の受入(幡多広域観光協議会)年間平均約2,300人 ◆単発的、個人的な取組は実施されているが連携が十分進んでいない ◆情報を一元的に管理し提供していくための情報共有の場がない ◆「花・人・土佐であい博」を契機に、漁業体験やウオーキングツアー等の取組が拡大してきている	◆農家レストランや農林漁家民宿等の開業を支援している ◆新たな体験プログラムづくりやモニターツアーの実施、安全管理の徹底など、体験メニューの質の向上を支援している ◆集落環境や交流施設整備への支援、森林セラピーロードの整備などを促進している ◆「花・人・土佐であい博」により、地域資源の掘り起こしや受入態勢づくりを支援している ◆(財)高知県観光コンベンション協会が旅行業登録を行い、市町村等の要請に基づいてモニターツアーを主催している	◆体験型メニューの受入れ容量が小さく、期間限定などの制約があるため観光商品になりにくい ◆テーマ性を持ったツアーの造成など、旅行者ニーズに沿った受入態勢づくりまで取組が進んでいない ◆ノウハウやマーケティングが不足しており観光商品としての魅力に欠けている ◆地域や産業間、同業者、民間組織との連携が不十分で、効果的な情報発信ができていない ◆顧客の満足度を高める意識や“業”として取り組む意識が低い ◆旅行商品化するためには安全性の確保や補償問題などの解決が必要 ◆中山間や漁村地域までの二次交通の整備が進んでいない	◆受入態勢づくりの充実 ◎体験ツーリズムの拠点となる農林漁家民宿等の充実 ◎アクセス道路や生活環境、交流施設の改善など環境整備を推進 ◎外部アドバイザーの活用やインストラクターの育成 ★地域コーディネート組織を強化・新設し、広域的なワンストップ態勢を確立			
				◆体験メニューの充実 ◎「花・人・土佐であい博」で芽出した地域資源の継続的育成と新たな資源発掘の支援 ★子ども農山漁村交流プロジェクトの推進			
				◆情報発信の展開 ◎「よさこいネット」からグリーンツーリズムや物産情報へ導く仕組みの構築			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業


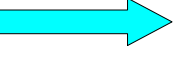

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿		
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)	
 <p>県観光振興課: 地産地消課などとの連携による情報の共有, 観光ビジョン実践支援事業費補助金で体験型観光の受入態勢づくりの取組を支援</p>	 <p>体験ツーリズムの拠点となる農林漁家民宿等の充実</p>			<p>◆地域資源を活かした体験メニューや農林漁家民宿等が拡大している</p> <p>◆体験メニューや交通アクセスなど、ニューツーリズムに関する情報を一元的に、かつ、タイムリーに提供している</p>	<p>◆地域資源を活かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、滞在型の観光客を逐年で受け入れしている</p> <p>◆年間を通じて安定した誘客により、収入の確保につながっている</p>	
	<p>県関係課: 農林漁家民宿等の開業支援など</p>					
	 <p>アクセス道路や生活環境、交流施設の改善など環境整備を推進</p>					
	<p>県関係課: アクセス道路や生活環境、交流施設の改善など</p>					
	 <p>外部アドバイザーの活用やインストラクターの育成</p>					
	<p>市町村、観光団体等: 外部アドバイザーの活用やインストラクターの育成 県観光政策課: 観光産業振興事業費補助金でアドバイザー活用等の取組を支援</p>					
 <p>県観光振興課: 地産地消課などとの連携による情報の共有, 観光ビジョン実践支援事業費補助金で体験型観光の受入態勢づくりの取組を支援</p>	 <p>「花・人・土佐であい博」で芽出した地域資源の継続的育成と新たな資源発掘の支援</p>					
	<p>市町村、観光団体等: 地域イベントの実施と観光商品化に向けた取組 県観光振興部: 地域イベントや継続できる観光商品化への取組等を支援</p>					
	 <p>県関係課: 受け皿となる地域の拡大の促進</p>	<p>子ども農山漁村交流プロジェクトの推進</p>				
		<p>幡多広域観光協議会: プロジェクトのモデル地区として子どもの受入教育旅行商品の開発 県関係課: プロジェクト推進の支援と教育旅行誘致のための取組を支援, 受け皿となる地域の拡大の促進</p>				
 <p>県観光振興課: 地産地消課などとの連携による情報の共有, 観光ビジョン実践支援事業費補助金で体験型観光の受入態勢づくりの取組を支援</p>	 <p>「よさこいネット」からグリーンツーリズムや物産情報へ導く仕組みの構築</p>					
	<p>市町村、観光団体等: グリーンツーリズムや物産情報の発信を強化 (財)高知県観光コンベンション協会: 「よさこいネット」とのリンクなど情報の一元化の推進</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【 ニューツーリズムの推進と観光への地域産物の活用 】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 産業間連携による新たな可能性への挑戦 (2) 観光への地域産物の活用	◆旅行情報誌によるアンケートで本県は“食”の魅力が全国トップクラス ◆宿泊施設や飲食店、道の駅などでの地産地消の取り組みにバラツキがある ◆首都圏などにおいて情報発信の場が少ない ◆地場産品を活用した土産物のバリエーションが少ない	◆スーパーよさこいなど首都圏をはじめとする地域で観光PRと物産展を組み合わせ実施してきた ◆「花・人・土佐であい博」で“食”を組み合わせた体験メニューづくりを推進した ◆有名な料理人によるレシピの開発と情報発信を行ってきた ◆「土佐の料理传承人」などで食によるもてなしを担う組織を育成・支援してきた ◆生産者と実需者(宿泊施設など)のマッチング支援を行ってきた ◆各市町村等の県外での観光物産PRや地場産品の販売促進を県外事務所が支援してきた ◆観光プロモーション等において地場産品を使用した料理や宇宙酒などを提供してのPRを実施した	◆観光部門の取組と物産販売・PRの取組とが積極的に連携するという視点が弱い ◆地域食材の安定的、適正価格での提供態勢が十分整っていない ◆地域産品を使用した魅力ある土産品やレシピの開発などが少ない ◆販売者側に地場産品を積極的に売ろうとする意識が薄い	◆地域産物の商品化を促進 ◎地域産物を活かした土産品づくり、統一メニューづくり ◎地域産物を体験メニューに組み入れる取組を支援 ◆地域産物の観光施設等での販売促進 ★生産者と実需者とのマッチングをさらに進めシステムとして構築 ◎観光地で地場産品販売所や土産品店、レストランなどへ誘導する観光ルートの設定を促進 ◆地域産物の情報発信を促進 ★アンテナショップの役割を見直し、観光物産情報の発信とともに都会におけるニーズ調査機能を強化 ◎観光と物産の一元的な情報発信を促進	○	○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

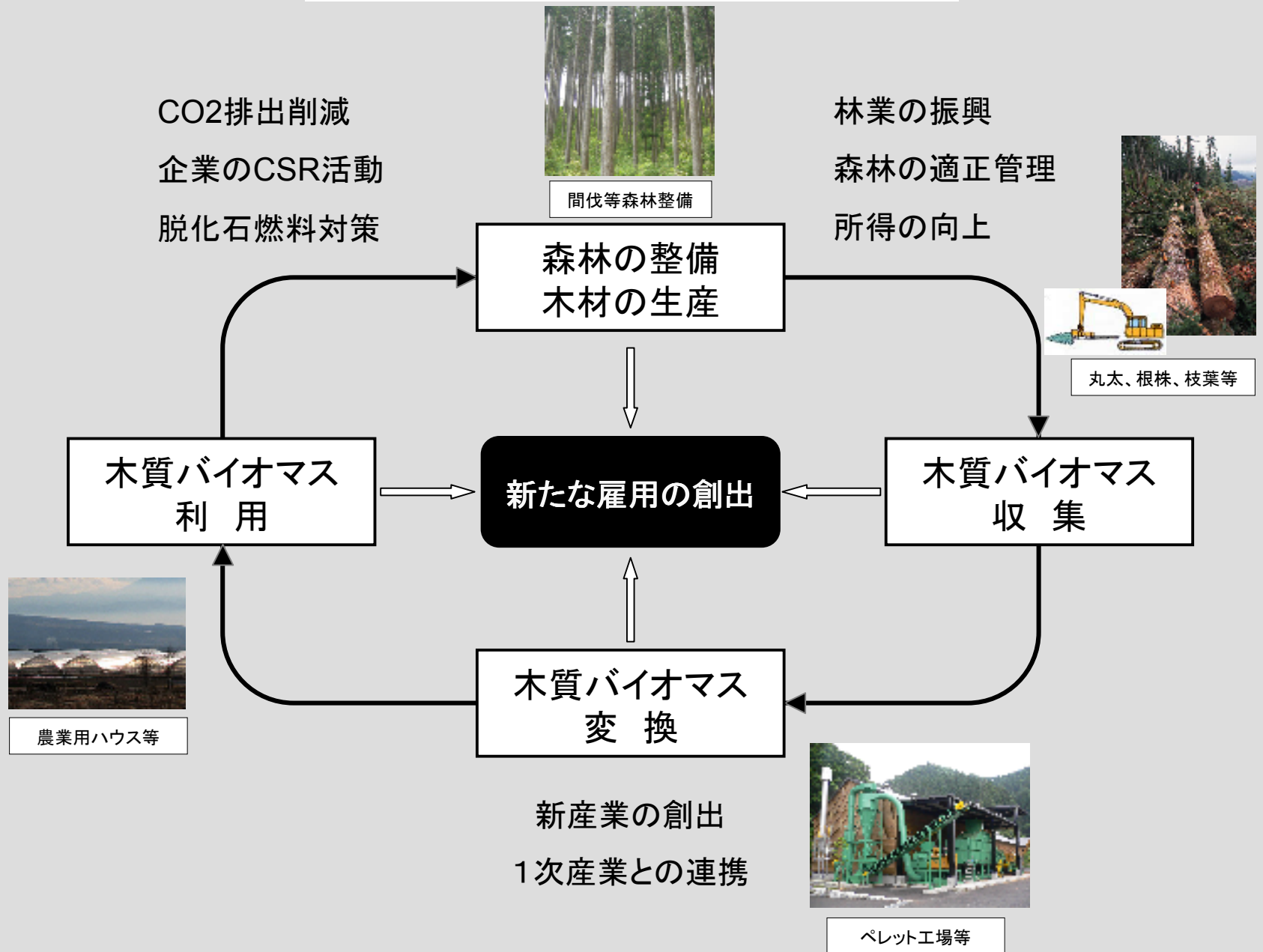
H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
 <p>県観光振興課:地産地消課などの連携による情報の共有、観光ビジョン実践支援事業費補助金で地域産物を使用したメニューの開発などを支援</p>	<p>地域産物を活かした土産づくり、統一メニューづくり</p> <p>事業者:地域産物を活かした土産品の開発、宿泊施設等での統一メニューづくり 県関係課:高付加価値をめざした事業者の取組を支援</p>			<p>◆宿泊施設や道の駅などでの地場産物の使用が拡大し、観光客へ魅力ある”地場産品”や”食”の提供が広がっている</p> <p>◆観光と物産の一元的な情報発信がなされている</p>	<p>◆地域の特色ある”食”を活かした旅行商品が本県観光の魅力となり、観光客の増加につながっている</p> <p>◆観光客による地場産品の購入が促進され、高知県のイメージアップと地域経済の活性化につながっている</p>
	<p>地域産物を体験メニューに組み入れる取組を支援</p> <p>事業者:一次産業資源などを積極的に活用した体験メニューの開発 県関係課:高付加価値をめざした事業者の取組を支援</p>				
 <p>県観光振興課:地産地消課などの連携による情報の共有、観光ビジョン実践支援事業費補助金で地域産物を使用したメニューの開発などを支援</p>	<p>生産者と実需者とのマッチングをさらに進めシステムとして構築</p> <p>県関係課:生産者と実需者とのマッチングシステムの構築による地産地消の推進</p>			<p>◆観光と物産の一元的な情報発信がなされている</p>	<p>◆地域の特色ある”食”を活かした旅行商品が本県観光の魅力となり、観光客の増加につながっている</p> <p>◆観光客による地場産品の購入が促進され、高知県のイメージアップと地域経済の活性化につながっている</p>
	<p>地場産品販売所や土産品店、レストランに誘導する観光ルート設定の促進</p> <p>事業者:地場産品販売所や土産品店、レストラン等の品揃えや販売手法の改善による魅力アップ 県関係課:地場産品販売所等を含む観光周遊ルートの作成や情報発信を支援</p>				
 <p>県観光振興課:地産地消課などの連携による情報の共有、観光ビジョン実践支援事業費補助金で地域産物を使用したメニューの開発などを支援</p>		<p>首都圏アンテナショップの活用</p> <p>県東京事務所:アンテナショップを核にした情報発信</p>		<p>◆観光と物産の一元的な情報発信がなされている</p>	<p>◆地域の特色ある”食”を活かした旅行商品が本県観光の魅力となり、観光客の増加につながっている</p> <p>◆観光客による地場産品の購入が促進され、高知県のイメージアップと地域経済の活性化につながっている</p>
		<p>観光と物産の一元的な情報発信を促進</p> <p>事業者:道の駅などで観光と物産の情報を一元的に発信 県観光政策課:観光産業振興事業費補助金で情報の一元化の取組を支援</p>			

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

I 産業間の連携戦略

3 木質バイオマスの有効活用

木質バイオマスの有効活用



連携テーマ【木質バイオマスの有効活用】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 未利用森林資源の有効活用 (1) 原料収集システム整備	<ul style="list-style-type: none"> ◆原油価格の大幅な変動や地球温暖化対策への対応として、バイオマス燃料の需要が増加している ◆製材工場の残材は利用されているが、林地残材の利用は進んでいない <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content;"> 木質バイオマス年間利用量(H19) 9万7千トン </div> <ul style="list-style-type: none"> ◆生産・供給コストが高く、木屑や木質ペレットを安定的に利用できる体制ができていない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆製材工場の端材として発生する木質バイオマスの利用拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ◆林地残材については採算が合わないため、利用の対象と考えられていない ◆低コスト化に必要な機械類が普及していない(収集・運搬車両) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆生産～収集～配送のシステム化の検討 ★県庁内に推進体制を構築 ★先行地域を参考にシステム化の検討 ★効率的な収集運搬の実証事業への支援 ◆★県工業会や一次産業(林業等)との連携による機器開発(効率的な生産・積み込み・搬送を可能にする機械器具の開発) ◆コスト差を埋める支援の仕組みの検討 ◎企業CSR、排出量取制度、公的資金等の活用 ◆○地球温暖化対策と一体となったPR活動 	○	○	
					○	○	
					○	○	
					○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
				<p>木質バイオマス年間利用量 13万2千トン</p> <p>◆林地残材、製材端材等を木質バイオマスエネルギー源として有効利用されている</p> <p>◆森林からの収集量 3万4千トン</p> <p>◆製材工場等からの収集量 9万8千トン</p>	<p>木質バイオマス年間利用量 28万トン</p> <p>◆林地残材、製材端材等を木質バイオマスエネルギー源として有効利用されている</p> <p>◆森林からの収集量 16万トン</p> <p>◆製材工場等からの収集量 12万トン</p>
<p>推進体制の整備</p> <p>県木材産業課:木質バイオマス活用推進協議会の設置</p>					
<p>システム化の検討</p> <p>県森林技術センター:木質バイオマス収集運搬システムの検討</p>					
<p>収集運搬への支援</p> <p>県木材産業課:木質バイオマスニュービジネス創出事業(林野庁)を活用した取組 県林業改革課:素材生産に伴い派生する低質材の搬出に支援</p>	<p>収集運搬への支援</p> <p>県林業改革課:森の工場からの搬出支援策の改善及び、自伐林家による低質材の搬出への支援</p>				
<p>P211 林業分野別図(林2)参照</p>	<p>低コスト化に向けた機器の開発・改良</p> <p>県新産業推進課:県工業会や一次産業(林業等)との連携による機器の開発・改良に対する外部資金獲得等の支援</p>				
<p>木質バイオマスを活用したCO2削減プロジェクトの推進</p> <p>県環境共生課:排出量取引地域モデル事業</p>					
<p>県環境共生課:木質バイオマス地域循環モデル事業</p>					
<p>温暖化対策と一体となったPR活動</p> <p>県関係課:市町村や民間事業者と連携したPR活動の促進</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【木質バイオマスの有効活用】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 未利用森林資源の有効活用 (2) 利用の普及	<ul style="list-style-type: none"> ◆セメント会社や発電所、施設園芸などで化石燃料代替品としての需要が高まっている ◆木屑や木質ペレットを燃料とする設備・機器が高価また、まだ実証段階であり、長期間利用されたものがなく耐久性、安定性等が確認されていないため普及していない ◆スイス製トップボイラーによる園芸ハウスの加温実証試験 	<ul style="list-style-type: none"> ◆木質バイオマスの利用拡大に向けた地域推進会議の開催 ◆木質バイオマス燃料の園芸用ボイラーの開発普及 	<ul style="list-style-type: none"> ◆木質バイオマスより有利な、材料や燃料があったため需要が少なかった ◆県内では燃料の木質ペレットを一定価格で安定供給できるシステムが整っていない ◆暖房効率、作業性、安全性、コスト、収益性など優位性が検討できていない ◆燃料特性上取扱が不便(嵩張る・煤煙・燃焼灰等) ◆イニシャルコストが高い 	<ul style="list-style-type: none"> ◆木屑焚き、ペレット焚きの設備・機器の開発と普及への支援 <ul style="list-style-type: none"> ○ボイラーの実証と改良 ◎機器導入の補助事業のメニュー化 ◆★公共施設における木質バイオマス利用施設の整備 ◆★地球温暖化対策の一環としての、グリーンエネルギー利用の促進 ◆残灰回収のシステム化と再利用の検討 <ul style="list-style-type: none"> ◎農業団体、市町村、県等による検討会の設置 	○	○	
					○	○	
					○	○	
					○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>農業用ボイラーの性能把握と改良</p> <p>県環境農業推進課、研究開発課：各種木質ボイラーの実証試験及び検証(コスト、安全性等)</p>	<p>農業用ボイラーの実証への支援</p> <p>県環境農業推進課：研究開発実証成果をふまえたボイラー改良と低コスト化の支援</p> <p>安価で信頼性の高い木質バイオマス利用施設や機器の開発・改良</p> <p>県新産業推進課：機器の開発・改良に対する外部資金獲得等の支援</p> <p>農業用ボイラー等の利用施設の整備</p> <p>県木材産業課：木質バイオマス普及事業(利用機器導入への支援)の創設 県関係課：森林・林業・木材産業づくり交付金(林野庁)の活用 地域バイオマス利活用交付金(農水省)の活用 省石油型施設園芸技術導入推進事業(農水省)の活用</p>			<p>◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレットが広く利用されている</p>	<p>◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレットが広く利用されている</p> <p>◆木質バイオマス起源のグリーン電力が幅広く利用されている</p>
	<p>公共施設への利用施設の整備</p> <p>県関係課：森林・林業・木材産業づくり交付金(林野庁)の活用 地域バイオマス利活用交付金(農水省)の活用</p>				
	<p>積極的なPR活動</p> <p>県関係課：木質バイオマス起源によるグリーンエネルギー利用について、市町村や民間事業者と連携した、PR活動の展開</p>				
	<p>燃焼灰処理システムの検討</p> <p>県環境農業推進課：燃焼灰の有効活用に向けた検討</p>				

P215 林業分野別図(林6)参照

P215 林業分野別図(林6)参照

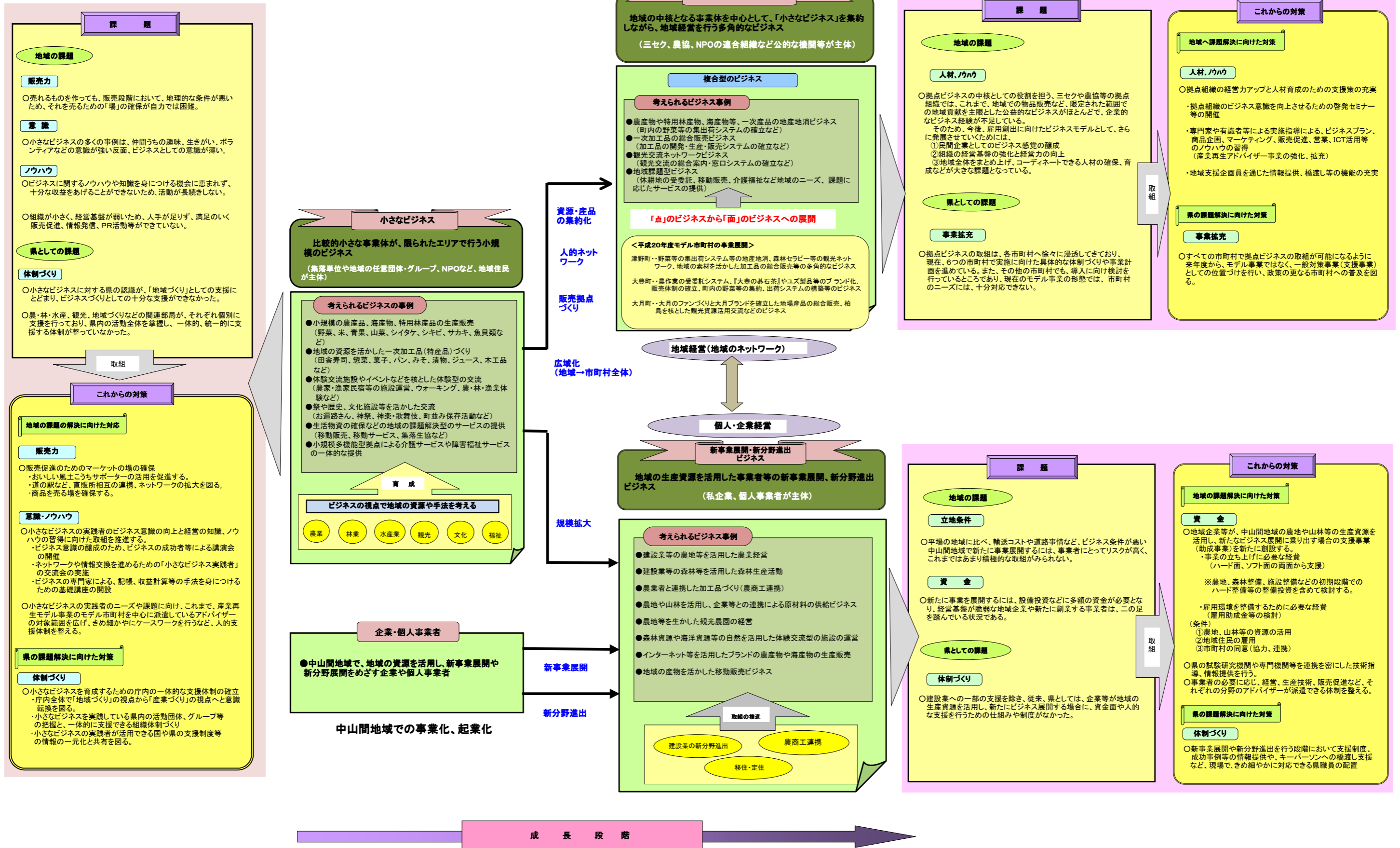
※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
- 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
- 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

I 産業間の連携戦略

4 中山間地域の産業づくり

中山間地域における「小さなビジネスの育成」から「新たなビジネスづくり」に向けての戦略



連携テーマ【中山間地域の産業づくり】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 中山間地域の産業づくり (1) 小さなビジネスの育成 (小さなビジネスの発掘から育成へ)	◆中山間地域では、集落単位や地域のNPO、任意団体・グループなど、比較的小さな事業体が主体となっており、「生きがいつくり」や「元気づくり」、「地域貢献」などを目的に、限られたエリアで事業展開している「小さなビジネス」を事例が数多くみられる <小さなビジネスの例示> ・小規模の農産物、海産物、特用林産品の生産販売(野菜、米、青果、山菜、シイタケ、シキビ、サカキ、魚貝類等) ・地域の資源を活かした一次加工品(特産品)づくり(田舎寿司、惣菜、菓子、パン、みそ、漬物、ジュース、木工品等) ・体験交流施設やイベントなどを核とした体験型の交流(農家・漁家民宿等の施設、ウォーキング、農・林・漁業体験等) ・生活物資の確保など、地域の課題解決型のサービスの提供(移動販売、移動サービス、集落生協等) ・小規模多機能型拠点による介護サービスや障害福祉サービスの一体的な提供	◆小さなビジネスの活動に対して、県では、地域支援企画員などを通じ、地域の元気づくりや集落の維持、活性化など、「地域づくり」の視点で、助成や情報提供、橋渡しなどの支援を行ってきた [支援事業] ①集落維持活動支援事業、元気のできる市町村総合補助金等の県の支援事業 ②国の集落等にかかる支援制度 ◆しかしながら、これまでの県の支援は、「地域づくり」にとどまり「産業づくり」や「ビジネス」といった一歩踏み込んだ形での支援には至っていなかった	(地域としての課題) ◆小さなビジネスの多くの事例は、仲間内の趣味、生きがい、ボランティアなどの意識が強い反面、ビジネスとしての意識が薄い ◆ビジネスに関するノウハウや知識を身につける機会に恵まれず、十分な収益をあげることができないため、活動が長続きすることが困難である ◆組織が小さく、経営基盤が弱いため、人手が足りず、満足いく販売促進、情報発信、PR活動等ができない ◆売れるものを作っても、販売段階において、地理的な条件が悪いため、それを売するための「場」の確保が自力では困難 (県としての課題) ◆小さなビジネスに対する県の認識が、「地域づくり」としての支援にとどまり、ビジネスづくりとしての十分な支援ができなかった ◆農・林・水産、観光、地域づくりなどの関連部署が、それぞれ個別に支援を行っており、県内の活動全体をを掌握し、一体的、統一的に支援する体制が整っていなかった	◆ビジネス意識の向上と経営の知識、ノウハウの習得に向けた取組の推進 ◎地域でのネットワークや情報交流会の実施 ★ビジネスの基礎知識の習得のための講座等の開設			
				◆人的支援体制の強化 ◎アドバイザー制度の支援範囲の拡大 ◎工業技術センター等、試験研究機関との連携の強化			
				◆マーケットの場の確保 ◎おいしい風土こうちサポーターの活用促進 ◎道の駅など、直販所の相互連携、ネットワークの拡大 ◎商品を売る場の確保			

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【 連携テーマ 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>基礎講座、セミナーの創設 (アドバイザー等の派遣)</p> <p>商工会議所等：講座への協力(講座の運営、実施など) 県産業振興推進部：実施体制づくり</p> <p>地域ネットワーク、情報交流</p> <p>県地域づくり支援課：ネットワーク組織やブロックごとの交流会の開催</p>			<p>◆小さなビジネスの実践者の意識が前向きに変化し、意欲的になるとともに、地域内で波及効果を及ぼし、各地域でビジネスの芽が芽生える</p>	<p>◆小さなビジネスの取組が、中山間地域のビジネスモデルとして確立され、高齢者の所得の向上や、UIターン等の雇用の受け皿となる</p>
<p>アドバイス体制の拡充検討</p> <p>県地域づくり支援課：アドバイザー制度の拡充、支援体制の検討(3種類のアドバイザー配置) 県公設試験研究機関：食品加工等の支援体制の強化</p> <p>P46 地産地消・地産外商 別図(地3)参照</p>	<p>アドバイザー事業の実施</p> <p>県産業振興推進部：新アドバイザー制度の実施、事業者への周知、現場の支援体制のづくり 県公設試験研究機関：支援体制の強化 事業者：講座への参加、ノウハウ習得</p>			<p>◆ビジネスに関する専門的な知識や技術習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果につながり、それぞれの事業者等に利益アップや所得向上をもたらしている</p>	
<p>支援方法の検討</p> <p>県地域づくり支援課：拠点づくりのための総合補助金等の内容検討、連携体制づくり 県企画調整課：サポーターとの連携方法の検討</p> <p>県アンテナショップの検討</p> <p>県商工労働部(H21～県地産地消・外商課)：設置に向けた検討</p>	<p>販売のサポート体制の確立</p> <p>事業者：補助金の活用、施設、設備等の整備 県産業振興推進部：販売促進のための人、資金、情報支援の体制づくり(総合補助金等)</p>			<p>◆販路の確保により、これまで地域で埋没していた商品が認知され、地域からヒット商品が生まれる</p>	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【中山間地域の産業づくり】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向			
					1	2	3	
1. 中山間地域の産業づくり (1) 小さなビジネスの育成 (小さなビジネスの発掘から育成へ)	◆中山間地域では、集落単位や地域のNPO、任意団体・グループなど、比較的小さな事業体が主体となっており、「生きがいづくり」や「元気づくり」、「地域貢献」などを目的に、限られたエリアで事業展開している「小さなビジネス」を事例が数多くみられる <小さなビジネスの例示> ・小規模の農産物、海産物、特用林産品の生産販売(野菜、米、青果、山菜、シイタケ、シキビ、サカキ、魚貝類等) ・地域の資源を活かした一次加工品(特産品)づくり(田舎寿司、惣菜、菓子、パン、みそ、漬物、ジュース、木工品等) ・体験交流施設やイベントなどを核とした体験型の交流(農家・漁家民宿等の施設、ウォーキング、農・林・漁業体験等) ・生活物資の確保など、地域の課題解決型のサービスの提供(移動販売、移動サービス、集落生協等) ・小規模多機能型拠点による介護サービスや障害福祉サービスの一体的な提供	◆小さなビジネスの活動に対して、県では、地域支援企画員などを通じ、地域の元気づくりや集落の維持、活性化など、「地域づくり」の視点で、助成や情報提供、橋渡しなどの支援を行ってきた [支援事業] ①集落維持活動支援事業、元気づくり市町村総合補助金等の県の支援事業 ②国の集落等にかかる支援制度 ◆しかしながら、これまでの県の支援は、「地域づくり」にとどまり「産業づくり」や「ビジネス」といった一歩踏み込んだ形での支援には至っていなかった	(地域としての課題) ◆小さなビジネスの多くの事例は、仲間内の趣味、生きがい、ボランティアなどの意識が強い反面、ビジネスとしての意識が薄い ◆ビジネスに関するノウハウや知識を身につける機会に恵まれず、十分な収益をあげることができないため、活動が長続きすることが困難である ◆組織が小さく、経営基盤が弱いため、人手が足りず、満足のいく販売促進、情報発信、PR活動等ができない ◆売れるものを作っても、販売段階において、地理的な条件が悪いため、それを売るための「場」の確保が自力では困難 (県としての課題) ◆小さなビジネスに対する県の認識が、「地域づくり」としての支援にとどまり、ビジネスづくりとしての十分な支援ができなかった ◆農・林・水産、観光、地域づくりなどの関連部署が、それぞれ個別に支援を行っており、県内の活動全体を掌握し、一体的、統一的に支援する体制が整っていなかった	◆庁内の一体的な支援体制の確立 ★地域づくりから産業づくりへと意識転換 ◎一体的に支援できる組織体制の確立 ◎国等の支援制度のとりまとめと情報の一元化				○ ○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【 連携テーマ 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>庁内の支援体制づくり</p> <p>県地域づくり支援課: 産業づくりに向けた政策の地域への浸透(地域支援企画員等への意識づくり等)、現場の支援体制の拡充に向けた検討 県企画調整課: 国等の支援事業等の一元化の仕組み、連携体制の構築</p>	<p>庁内の支援体制の確立</p> <p>市町村: 地域アクションプランの推進に向けた支援体制の構築 県産業振興推進部: 実施体制の充実、(国、庁内、市町村との連携体制の構築)</p>			<p>◆国の支援事業の採択を受ける事業者が増加する</p> <p>◆国や県の事業を活用したビジネスの成功例が生まれる</p>	<p>◆小さなビジネスの取組が、中山間地域のビジネスモデルとして確立され、高齢者の所得の向上や、UIターン等の雇用の受け皿となる</p>

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外販の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【中山間地域の産業づくり】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 中山間地域の産業づくり (2) 拠点ビジネスの推進 (小さなビジネスから拠点ビジネスへ)	<p>◆本県の中山間地域では、全国に先行して、過疎化、高齢化が進行しており、集落機能の低下や、農地、山林の荒廃などの課題に直面。若年層の地域への定着を進めるための政策を進めることが不可欠になっている</p> <p>◆雇用の受け皿となっていた一次産業や建設業が衰退しており、これに変わる中山間地域での新たな雇用の受け皿づくりが急務となっている</p> <p>◆そのため、中山間地域には、地域の資源を活かした加工品づくりなどに取り組む「ビジネスの芽」を育てあげ、「小さなビジネス」として確立させ、そのうえで、雇用の創出や所得の向上にさらに繋げていくためには、製品の集約化や人的なネットワーク化などにより、「大きなビジネス」として成長させていくことが必要である</p>	<p>◆県では、市町村や地域住民のニーズを踏まえ、中山間地域での「雇用の創出」と「所得の向上」を目指した、新たなビジネスモデルの検討を昨年度から進めてきた</p> <p>◆こうした検討を踏まえ、本年度から、地域の中核となる事業体を中心に、「小さなビジネス」などを集約しながら、多角的なビジネスを展開する「拠点ビジネス」といった取組を、中山間地域の新たな産業政策として打ち出した(点としてのビジネス一面としてのビジネス)</p> <p>◆中山間地域産業再生モデル事業を新設し、こうした拠点ビジネスに取り組む市町村を、モデル地域として選定し、人(アドバイザー派遣)、資金(助成金)、情報(地域支援企画員によるケースワーク)の面から、総合的に支援している</p> <p>・H20年度モデル市町村…津野町、大豊町、大月町</p>	<p>(地域としての課題)</p> <p>◆拠点ビジネスの中核としての役割を担う、三セクや農協等の拠点組織では、これまで、地域での物品販売など、限定された範囲での地域貢献を主眼とした公益的なビジネスがほとんどで、本格的な民間ビジネスの経験が不足している。そのため、今後、雇用創出に向けたビジネスモデルとして、さらに発展させていくためには、①民間企業としてのビジネス感覚の醸成②組織の経営基盤の強化と経営力の向上③地域全体をまとめ上げ、コーディネートできる人材の確保、育成などが大きな課題となっている</p> <p>(県としての課題)</p> <p>◆拠点ビジネスの取組は、各市町村へ徐々に浸透してきており、現在、6つの市町村で実施に向けた具体的な体制づくりや事業計画を進めている。また、その他の市町村でも、導入に向け検討を行っているところであり、現在のモデル事業の形態では市町村のニーズに十分対応できない</p>	<p>◆拠点組織の経営力アップと人材育成</p> <p>★セミナー、研修会の開催 ◎専門家や有識者等による実践指導(産業再生アドバイザー制度の拡充) ◎地域支援企画員を通じた情報提供、橋渡し機能の充実</p> <p>◆拠点ビジネスの支援制度の充実、強化</p> <p>◎モデル事業から一般対策事業への拡充</p>	○	○	○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【連携テーマ】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>経営セミナーの創設 (アドバイザーの派遣)</p> <p>市町村:拠点組織へのバックアップ体制の充実 拠点ビジネス組織:講座への参加、経営革新、経営力の向上 県産業振興推進部:アドバイザー制度の周知、現場の支援体制の整備</p>			<p>◆34市町村すべてで、拠点ビジネスの仕組みが構築され、本県の中山間地域のビジネスモデルとして確立し、全国的に認知される</p>	<p>◆拠点ビジネスの組織相互の連携や協働体制が確立などによって、取組が一段階進歩し、より広いエリアでの「大きなビジネス」として成長する</p>
<p>補助事業の強化、充実に向けた検討</p> <p>市町村:拠点ビジネスに向けた地域での仕組みづくり検討 県地域づくり支援課:総合補助金としての助成制度の見直し、市町村への事業周知、関係市町村との調整、実施要領の作成</p>	<p>総合補助金の創設・事業強化</p> <p>市町村:実施に向けた事業計画の作成、地域内の組織体制づくり 県産業振興推進部:現場での実施体制の充実、拠点ビジネスへの政策誘導</p>				

※改革の方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【中山間地域の産業づくり】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかったか、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 中山間地域の産業づくり (3) 中山間地域の資源を活用した新事業展開、新分野進出の推進 (小さなビジネスから新事業展開、新分野進出ビジネスへ)	◆本県の産業構造は、公共事業依存の色彩が強く、特に、中山間地域では、その比重は高く、こうした産業が雇用の大きな受け皿になっている。しかしながら、公共事業の削減に伴い、地域の建設業や製造業の経営状況は厳しく、こうした業種を中心に地域企業の新たなビジネス展開が必要になっている ◆一方、中山間地域では、有効に活用されていない農地や山林などの貴重なビジネス資源、生産資源が多く存在しており、こうした資源をいかに活用するかが、産業づくりの大きな鍵を握っている	◆これまで、建設業の新分野進出支援については、商工労働部(雇用労働政策課雇用対策チーム)が、「建設業新分野進出支援グループ」の活動等を通じて、支援事業説明会の開催や訪問調査を実施するなど、建設業者に対する相談、情報提供などの支援を行ってきた	(地域としての課題) ◆平場の地域に比べ、輸送コストや道路事情など、ビジネス条件が悪い中山間地域で、新たに事業展開するには、リスクが高く、これまではあまり積極的には行われなかった ◆新たに事業を展開するには、設備投資などに多額の資金が必要となり、経営基盤が脆弱な地域企業や新たに創業する事業者にとって、この足を踏んでいる状況である (県としての課題) ◆建設業への一部の支援を除き、従来、県としては、企業等が地域の生産資源を活用し、新たにビジネス展開する場合に、資金面や人的な支援を行うための十分な仕組みや制度がなかった	◆新事業展開や新分野進出を後押しするための支援制度の充実 ★資金面から支援できる助成制度の創設 ◆県の試験研究機関や専門機関等との連携 ◎技術指導の実施 ◎情報提供の充実 ◆事業者の必要に応じたアドバイザーの派遣 ◎アドバイザー制度の支援範囲の拡大(再掲)			○
							○
							○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>総合補助金の内容検討</p> <p>県企画調整課・地域づくり支援課:総合補助金のメニューとして助成事業の創設、関係者への周知</p>	<p>総合補助金の創設</p> <p>事業者:補助金の活用、施設、設備等の整備 市町村:新事業展開、新分野進出へのバックアップ体制の充実 県産業振興推進部:新事業展開現場での実施体制の充実</p>			<p>◆中山間地域で農地や山林を活用しながら、新事業を展開したり、新分野に進出する事業者が増加し、ビジネスモデルとなる事業者が現出する</p>	<p>◆それぞれの中山間地域で、雇用の創出、所得の向上が図られ、引き続き地域で住み続けられるような「雇用の受け皿」となる</p> <p>◆中山間地域の耕作放棄地等の増加に歯止めがかかる</p>
<p>連携体制の構築</p> <p>県地域づくり支援課:工業技術センター等の公設試験研究機関との調整、商工労働部との協働体制の構築(建設業支援等) 農業、林業分野等の専門組織との協力体制の構築</p>	<p>技術指導等の実施</p> <p>県産業振興推進部:アドバイザー制度の周知、現場の支援体制の整備 県公設試験研究機関:新分野進出事業者への支援体制の強化 県地域づくり支援課:橋渡し、情報提供等の支援</p>			<p>◆県の試験研究機関や専門機関の支援ノウハウやシステムが確立され、事業者のニーズに応えられるようになる</p>	
<p>アドバイス体制の確立</p> <p>県地域づくり支援課:アドバイザー制度の拡充、支援体制の検討(3種類のアドバイザー配置) 県公設試験研究機関:食品加工等の支援体制の強化</p> <p>P46 地産地消・地産外商 別図(地3)参照</p>	<p>アドバイザー事業の実施</p> <p>事業者:進出する分野の知識、技術、ノウハウ習得 県産業振興推進部:新アドバイザー制度の実施、事業者への周知、現場の支援体制のづくり 県公設試験研究機関:支援体制の構築</p>			<p>◆新分野の技術やノウハウを習得することで、事業が軌道に乗り、利益と雇用を生む成功事例が生まれる</p>	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【中山間地域の産業づくり】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 中山間地域の産業づくり (3) 中山間地域の資源を活用した新事業展開、新分野進出の推進 (小さなビジネスから新事業展開、新分野進出ビジネスへ)	◆本県の産業構造は、公共事業依存の色彩が強く、特に、中山間地域では、その比重は高く、こうした産業が雇用の大きな受け皿になっている。しかしながら、公共事業の削減に伴い、地域の建設業や製造業の経営状況は厳しく、こうした業種を中心に地域企業の新たなビジネス展開が必要になっている ◆一方、中山間地域では、有効に活用されていない農地や山林などの貴重なビジネス資源、生産資源が多く存在しており、こうした資源をいかに活用するかが、産業づくりの大きな鍵を握っている	◆これまで、建設業の新分野進出支援については、商工労働部(雇用労働政策課雇用対策チーム)が、「建設業新分野進出支援グループ」の活動等を通じて、支援事業説明会の開催や訪問調査を実施するなど、建設業者に対する相談、情報提供などの支援を行ってきた	(地域としての課題) ◆平場の地域に比べ、輸送コストや道路事情など、ビジネス条件が悪い中山間地域で、新たに事業展開するには、リスクが高く、これまではあまり積極的には行われなかった ◆新たに事業を展開するには、設備投資などに多額の資金が必要となり、経営基盤が脆弱な地域企業や新たに創業する事業者にとって、この足を踏んでいる状況である (県としての課題) ◆建設業への一部の支援を除き、従来、県としては、企業等が地域の生産資源を活用し、新たにビジネス展開する場合に、資金面や人的な支援を行うための十分な仕組みや制度がなかった	◆現場の支援体制の確立 ◎地域への支援人材の配置			○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【連携テーマ】

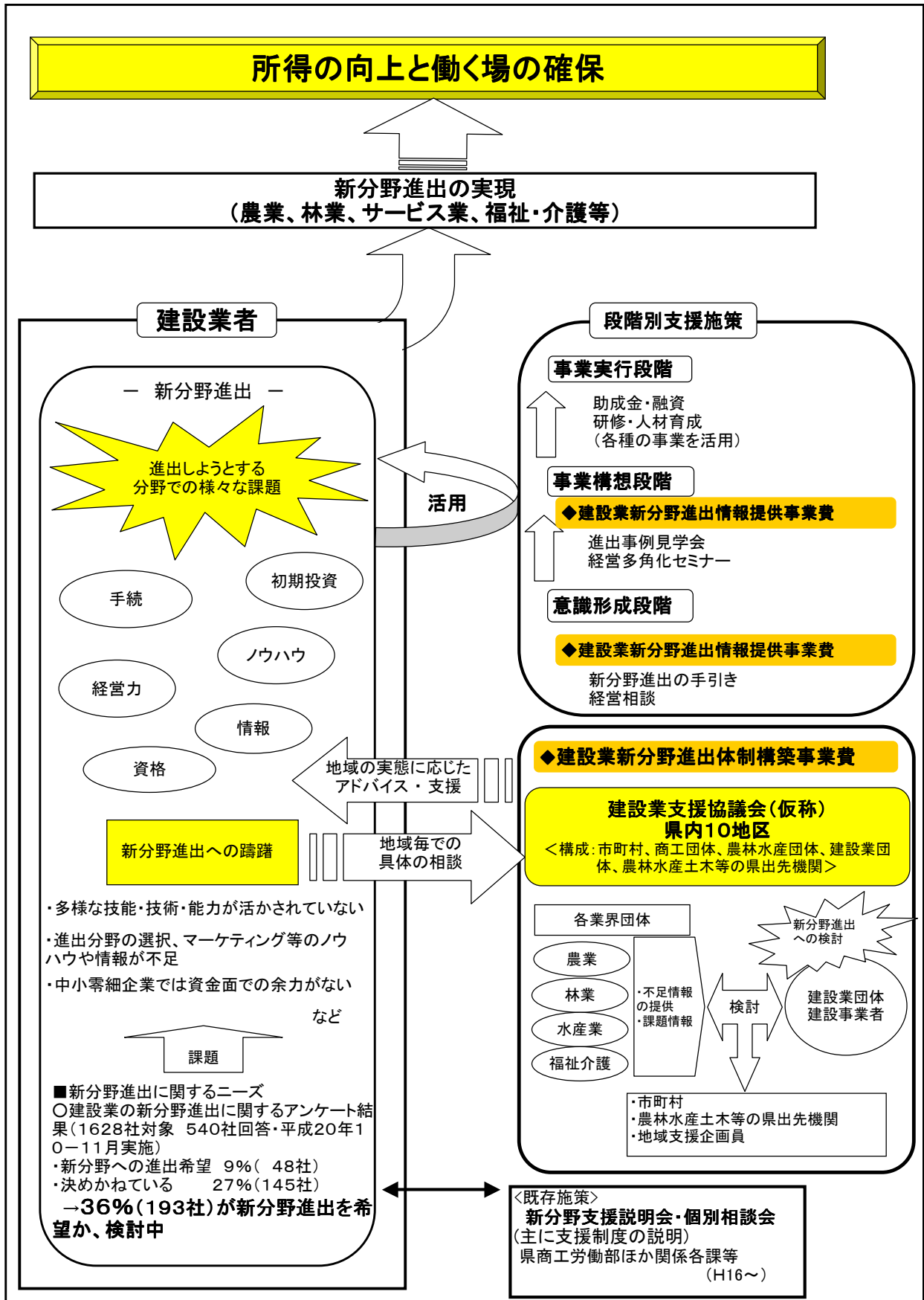
H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>現場体制の強化、充実</p> <p>県地域づくり支援課:産業づくりに向けた政策の地域への浸透(地域支援企画員等への意識づくり等)、現場の支援体制の拡充に向けた検討</p>	<p>現場での人的体制の確立</p> <p>市町村:支援体制の充実 県産業振興推進部:支援体制の拡充(支援人材の配置)、県、市町村、地域の関係機関との連携体制の構築 県雇用労働政策課:建設業の支援のための地域での組織体制づくり(協議会等の立ち上げ)</p>			<p>◆県の現場における支援体制が確立され、事業者から満足される状態になる</p>	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

I 産業間の連携戦略

5 建設業の新分野進出

○建設業の新分野進出 概念図



連携テーマ【建設業の新分野進出】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
1. 地域での活力と雇用の確保・創出	(1) 新分野進出の促進	◆市町村の産業別総生産に占める高い建設業の割合 (H17年度) 建設業が上位5位までに入る市町村 15市町村 (42.9%)	◆新分野進出説明会の実施 ・H16年度から県内ブロック毎に実施 ・延べ参加企業490社、相談企業67社 (H19年度) 97社参加(うち個別相談12社) (H20年度) 63社参加(うち個別相談16社)	◆建設業者 ・様々な経験や技能、技術を持つ職員、工程管理能力、重機等建設機械を使った計画的な作業能力など、その持つ能力を十分活かしきれていない ・依然として根強い災害等公共事業への期待 ・地域の中小零細企業では、資金面での余力がない ・建設業が受注型産業であったため進出分野の選択や地域連携、マーケティング等のノウハウや情報が不足	◆新分野進出等に関する調査、訪問相談の実施 ★新分野進出に関するアンケート ◎個別訪問による相談支援			
		◆公共事業費の減少とともに就業者も大きく減少 (H12年度) 1,700億円 47,313人 (H17年度) 978億円 38,073人 (H17~H12) ▲722億円 ▲9,240人				◆新分野進出の支援 H16から新たな事業展開に挑む企業を支援 ・頑張る企業総合支援事業 12社 (H17~H19認定) ・ファンド事業(建設業経営革新支援事業)3社 (H19~) ・H19年度から県に相談窓口設置	◆進出が期待される分野 ・農業、林業、福祉・介護などの多くの分野で参入が期待されているが、分野特有の課題も多く、企業単独では円滑な進出や事業拡大は容易ではなく、支援者、協力者が不足	◆地域毎の新分野進出支援体制の構築 ★現場において、ハンズオンでの支援活動を強化するための県の人的支援体制を整備
		◆多い企業倒産 (H18年度) 104件 (うち建設業41件 (39.4%)) (H19年度) 84件 (うち建設業36件 (42.9%))		◆県の支援策 ・説明会での制度説明に留まり、経営者の経営革新の意識改革や進出を促す支援まで至っていない ・身近な進出事例が進出拡大に活かしきれていない ・個別相談や支援決定企業とのフォローに課題	◆個別経営指導の充実 ★経営専門家派遣事業の実施 ★ビジネスプラン作成アドバイザーの派遣 等			
		◆建設業者は、近年の公共事業費の急激な減少で厳しい経営環境		◆地域支援体制 ・地域で円滑な事業展開を図るためには、これまでの関係機関による支援だけでなく、市町村を巻き込んだ総合的支援が欠かせない	◆進出支援措置の充実 ★職員資格取得促進(受講料、検定受検料の負担軽減) ★初期投資の負担軽減 等			
		◆新分野進出の検討、実施に踏み出せない建設業者が多数存在			◆情報提供の充実 ◎新分野進出の手引きの作成・配布 ★研修、セミナー、見学会等			

※これからの対策の ★は新規事業 ◎は拡充事業 ○は継続事業

【 連携テーマ 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿		
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)	
<p>アンケート調査、個別訪問</p> <p>県雇用労働政策課:建設業者の新分野進出に関するアンケート 雇用対策チーム(建設業の新分野進出グループ、林業担い手確保グループ):個別訪問による相談支援</p>				<p>◆支援体制の構築と進出を促進する環境づくりによる新分野進出事例の拡大</p> <p>◆建設業の新分野進出数 H20: 75社(累計) ↓ H23: 108社(累計)</p>	<p>◆建設業の新分野進出拡大による地域産業の活性化と働く場の確保</p> <p>◆建設業の新分野進出数 H29:253社(累計)</p>	
	<p>県職員によるハンズオンでの支援活動</p> <p>県職員:現場におけるハンズオンでの支援活動の実施</p>					
<p>市町村との調整</p> <p>県雇用労働政策課:建設業支援協議会(仮称)の設置に向けて、市町村との協議</p>		<p>建設業支援協議会(仮称)の設置</p> <p>市町村等の関係機関:「建設業支援協議会(仮称)」を順次設置し、地域内でのマッチング等の支援</p>				
				<p>経営専門家、ビジネスプランアドバイザーの派遣</p> <p>産業振興センター、商工会連合会、商工会議所、中小企業団体中央会:国の地域力連携拠点事業の活用により、専門家等の派遣(5回まで無料)</p>		
				<p>職員資格取得の促進</p> <p>産業振興センター:経営革新支援事業の人材育成事業で対応する</p>		
				<p>初期投資の負担軽減</p> <p>県計画推進課:産業振興推進総合支援事業費補助金による支援</p> <p>産業振興センター:こうち産業振興基金の経営革新支援事業・建設業経営革新事業での支援</p>		
				<p>手引きの配布や進出事例の紹介等、情報提供の充実</p> <p>県商工政策課:手引きの作成・配布、研修・セミナー・見学会等の開催を通じた身近な進出事例の紹介等</p>		

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【建設業の新分野進出】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
(農業分野)	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行 ◆ 年齢や経営規模に関わりなく、「意欲と能力のある者」を「担い手」と位置づけ、その育成確保を進めているところ ◆ 後継者対策として、新規就農や農業以外の分野からの新規参入に重点をおいた取組を推進 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 異業種からの農業参入を平成15年度から支援 <ul style="list-style-type: none"> ・19年度末までの相談件数 103件 ・うち14件が法人経営開始(経営面積のべ約20.5ha) ・建設業から参入した8法人(のべ約14ha)のうち、1法人は園芸産地を牽引する経営実績を上げ、4法人は一定規模での農業生産や耕作放棄地の解消等により、地域農業に貢献〔うち畜産部門〕 ・19年度末までの相談件数 3件 ・うち1件は、農家育成プロジェクトチーム(振興協議会・県)で経営収支等を説明 ・飼養管理技術、経営、畜産環境への対応などの人的支援 ◆ ハウス等の整備支援 <ul style="list-style-type: none"> ・(H16)新規参入農業生産法人支援モデル事業<県単> ・(H17~18)強い農業づくり交付金のアグリチャレンジャー支援<国> ・(現行)レンタルハウス整備事業<県単>、強い農業づくり交付金の経営構造対策<国> ◆ 制度資金 <ul style="list-style-type: none"> 認定農業者は低利な農業制度資金利用可能 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 担い手のすそ野を広げるための取組 <ul style="list-style-type: none"> ・参入希望者 <ul style="list-style-type: none"> 事前の地元調整、主体性・計画性、技術習得への真摯な対応などが十分でなかった ※必要条件 <ul style="list-style-type: none"> 事前の地元調整 農地情報の収集・確保 技術の習得 販路の確保 資本金(初期投資が必要) 労働力の確保 ・県の支援策 <ul style="list-style-type: none"> コーディネート機能(相談から参入まで)、フォロー体制(相談から営業開始、経営安定までの充実が課題) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 研修の拡充 <ul style="list-style-type: none"> ◎ 農業技術を持った労働者の確保 ★ 雇用を活用した規模拡大の推進 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> P168 農業分野別図(農10)参照 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 初期投資の軽減支援 <ul style="list-style-type: none"> ◎ 園芸用ハウス確保支援 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> P168 農業分野別図(農10)参照 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ○ 	
(林業分野)	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 高齢化等により就業者が減少し、健全な森林整備が進まなくなっている 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 森林組合と建設業者等とのジョイントによる森林整備 ◆ 県営林を活用した雇用の場づくり ◆ 建設業界に対して新分野進出への働きかけ 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 建設業者には森林の情報がなく、仕事の実績もないため森林所有者の信頼を得られない場合が多く、計画の取りまとめ等が進まない <ul style="list-style-type: none"> また、土木工事にはない特殊技術が必要であり、準備期間を要するとともに、建設業に比べ林業の収益性の低さも課題となっている ◆ 建設業者から見た課題 <ul style="list-style-type: none"> ・山の情報が無い ・初期投資が必要 ・収益性が低い ◆ 森林所有者から見た課題 <ul style="list-style-type: none"> ・実績がないため信頼関係がない ・技術がない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 新分野進出等に関する調査、訪問相談の実施 <ul style="list-style-type: none"> ○ 林業事業者と建設業とのジョイントに関する意向調査 ◆ ★建設業者向け森林技術研修会の充実 ◆ ◎建設業からの参入に向け、森林技術研修体制の充実 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ○ ○ ○ ○ ○ 		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>技術研修の実施</p> <p>県環境農業推進課:農業 大学校研修教育推進事 業(ネット研修や長期研修 等を実施)</p>	<p>研修の拡充</p> <p>県農業農村支援課:新規 就農総合対策事業の 拡充(農家体験研修) 県環境農業推進課:農 業大学校研修教育推進 事業(働きながら農業技 術を学べるコースを追 加)</p> <p>県農業農村支援課:経営 対策事業の拡充(企業的 経営体育成研修等)</p>			<p>◆農業分野への進出が 拡大していること</p>	<p>◆参入した企業が、地 域農業を牽引できる 経営感覚に優れた担 い手として成長するこ と</p>
<p>初期投資の軽減</p> <p>県園芸流通課:新規就農 者等に対するレンタル用 の新設ハウス整備を支援 県協同組合指導課:参入 する際に利用できる資金 への利子助成</p>	<p>初期投資のさらなる軽減</p> <p>県産地づくり課:レンタル ハウス整備事業の見直し</p>	<p>大規模経営の場合には、支援対象となる事業主 体があった時点で予算措置を提案</p>			
<p>ジョイントに関する意向調 査</p> <p>県森づくり推進課:建設 業者とのジョイントに関 する林業事業者の意向 調査</p>	<p>参入を希望する建設会社等に対し、不安や問題点等を解消 するために、訪問相談を継続的に実施</p> <p>県森づくり推進課</p>			<p>◆林業事業者と建設業 とのジョイントを中心 に、地域にあった協働 の環境づくりを進め、 林業分野への進出が 拡大していること</p>	<p>◆参入した企業が優れ た担い手として成長し、 計画的・効率的な森 林整備ができている こと</p>
<p>技術研修の実施</p> <p>県林業改革課・森づくり推 進課:建設業者とのジョイ ントモデル事業体で実施</p>	<p>作業路開設技術や間伐、搬出技術の向上のため、講師を 派遣し現地研修を実施</p> <p>県森づくり推進課:林業技術出前講座開催事業の創設</p>		<p>P212 林業分野 別図(林3)参照</p>		
	<p>林業参入にあたり、必要な技術研修を建設業からの参入 に対応して、研修の回数や定員を拡大</p> <p>県森づくり推進課:人づくり推進事業の拡充</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【建設業の新分野進出】

取組方針		現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
					◆○森林整備事業実施のためのセミナー等の実施、指導		○	○
					◆◎林業事業体と建設業とのジョイントの支援強化 (公有林の活用促進、ソフト対策、作業道開設、間伐の実施)		○	○
					◆★林業用機械初期投資への財政支援		○	○
(福祉・介護分野)	◆土木・建設業を含め介護保険事業への異業種からの参入は見られるが、別会社の設立によるものが多く、実態の把握はできていない	◆問い合わせへの対応のみ	◆経営者の介護保険制度に関する理解不足 ◆専門的人材の不足	◆資格取得講習会の案内等、情報提供の充実 ◆福祉・介護分野への就業促進事業の実施 ★福祉・介護人材確保緊急支援事業の実施			○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	補助事業や森林施業計画づくりなど、森林整備事業に必要な事務手続きなどについて、個別訪問指導やセミナーを開催 県森づくり推進課				
	ジョイントを促進するために、県営林を活用した取り組みを市町村有林などを含めた取り組みに拡大 県森づくり推進課: 県営林プロポーザル事業の推進 市町村: 県と趣旨を同じくした事業への取組による支援				
モデル事業体への支援 県林業改革課・森づくり推進課: ジョイントモデル事業体間の調整や問題点の把握	施業地集約化等のソフト対策の強化(合意形成のための協議や資源調査等) 作業道開設、間伐への新規参入の促進(林業事業体による技術指導等) 県林業改革課: 森の工場活性化対策事業及び路網整備地域連携モデル事業による支援				
林業用機械導入への支援 県林業改革課: 森林整備推進事業・森の腕たち育成事業	県林業改革課: 森の工場活性化対策事業による支援				
	情報提供の充実・研修実施 県高齢者福祉課: 県商工労働部が実施する新分野支援説明会、研修、セミナー等を通じて情報提供を実施 福祉・介護分野で就業したことがない者の参入を促進するための就業前研修の実施			◆福祉・介護分野への進出が拡大していること	◆参入した企業が優れた担い手として成長すること

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

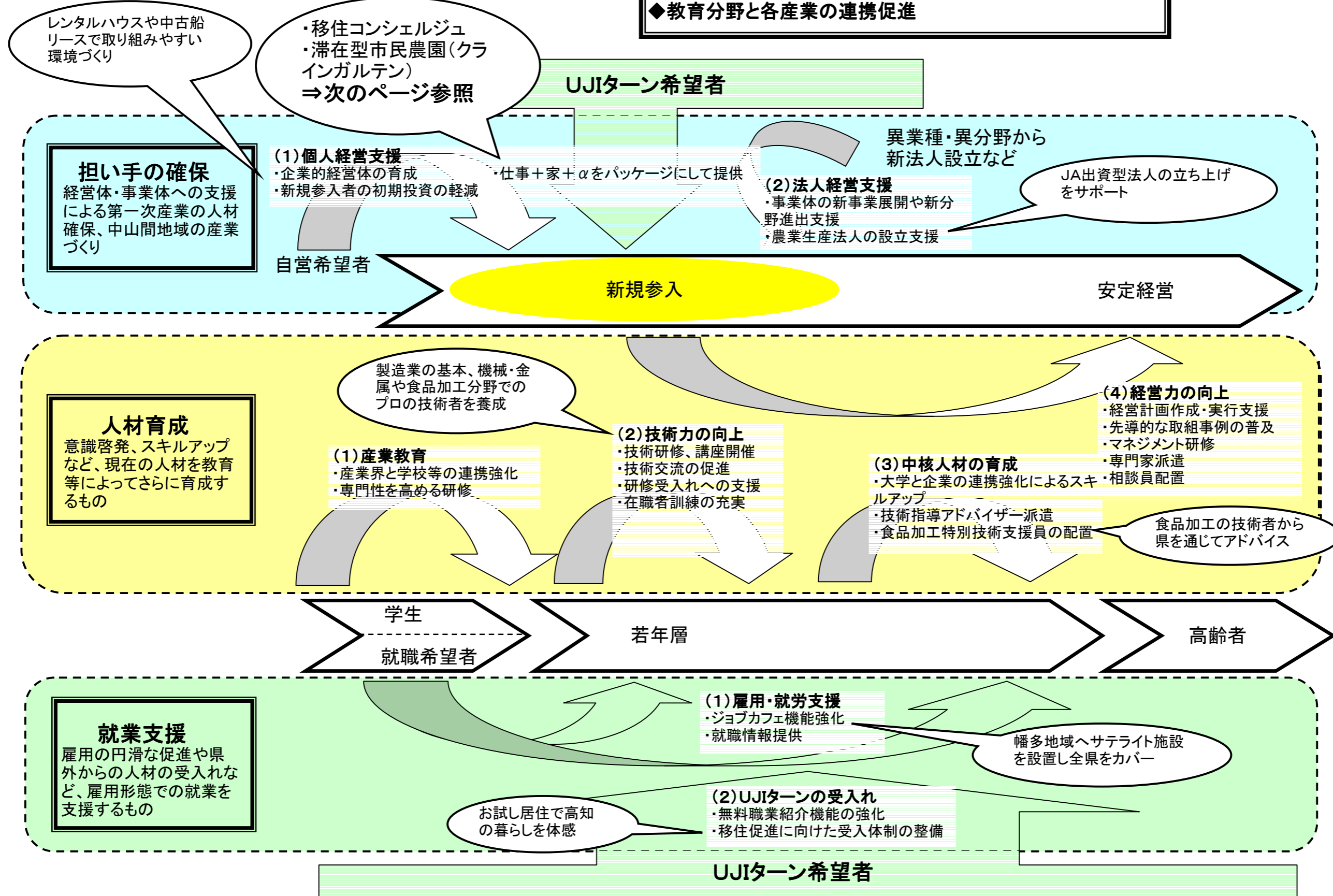
I 産業間の連携戦略

6 人材育成・人材確保

連携テーマ【人材育成・人材確保】

【連携の目的】

- ◆雇用の円滑な促進などによる若者の県内定着
- ◆県外からのUJIターン受入れの促進
- ◆中山間地域の資源を活用した就労の促進
- ◆教育分野と各産業の連携促進



連携テーマ【人材育成・人材確保】 (あったか高知で、暮らそうよ・UJIターン担い手の確保)



都市に住む方、県ゆかりの方、仕事をなくした方 など

2地域居住やロングステイも視野に、きめ細やかな対応で移住等の確実な実現をサポート

情報発信・相談

○3名程度
○ふるさと雇用再生基金を活用

県庁内、市町村、民間等
中国・四国の各県

連携

県 <ワンストップ窓口> 移住コンシェルジュ
(地域づくり支援課) 相互連携 (仮称/移住ビジネス協議会)

情報提供・紹介

<企業に就職したい方等への支援>
Uターン人材情報システムの登録企業の拡大等

市町村等

団塊の世代の方々
など

現役世代の方々
など

- 田舎暮らしがしたい。
- 農のある暮らしがしたい。
- 長期滞在・2地域居住がしたい。

交流・長期滞在

2地域居住・定住

体験ツアー

パッケージツアーにして提供

- お試し滞在施設
- 農家・漁家民宿
- 体験メニュー
- 生活関連施設

整備する市町村やNPO等を支援します。

クラインガルデン (滞在型市民農園)

整備する市町村を支援します。

家 + 菜園 + 農業指導

家と菜園の情報をセットにして提供

空き家等の情報を収集

菜園 + 家

家庭菜園等ができる土地の情報を収集

	農業	林業	水産業
体験	窪川アグリ体験塾 インターネット学習/「2泊3日のカウリング」	林業労働力確保支援センター 林業体験研修(1~2日) 林業就業支援講習(20日間)	漁業・漁村生活体験(3~7日)
研修(ステップ1)	窪川アグリ体験塾等の 寮付き研修施設を 紹介	新規就業者のための職業紹介ア ドバイザーを設置します。	新規就業に 必要な情報 セットにして 提供
実践研修(ステップ2)	農業大学校や有機の がっこうなどでの取 り組みを充実します。	就職先と家 の情報をセッ トにして提供	研修 + 家
定着(ステップ3)	実践研修先と近隣の家 をセットにして 情報提供	JA出資型法人等 の設立に向けた 取り組みを支援 します。	就業に必要な 様々な支援 沿岸漁業改善資金、 漁業後継者資金など の融資や中古船をリ ース利用できる仕組 みを作ります。
	家 + 農業生産法人 等への就職	森林組合 第3セクター 民間林業会 社へ就職	融資 + 漁船
	新規就農総合 対策事業 研修生への手当や受 け入れ農家への手当 を充実します。	緑の雇用担い手 対策事業 林業事業者が担い手 を確保、育成する 場合に研修生の技 術習得などを支援 します。	研修 + 家
	耕作放棄地等の農地 の活用	基幹林業労働者養成研修 ステップアップのための専門的技術・ 技能、資格の取得を支援します。	研修 + 家 + 起業
	農地 + 融資補助		国々の制度を活用した地域 での活動、研修 ○「田舎で働き隊」(農林水産省) ○「地域おこし協力隊」(総務省) ○「集落支援員」(総務省)

市町村、NPOでの
仕組みづくりを
支援します。

コミュニティ
ビジネス等

連携テーマ【人材育成・人材確保】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
1. 人材の育成 (1) 産業教育		<ul style="list-style-type: none"> ◆専門高校から大学・専門学校への進学者の増加 ◆新規高卒の就職希望者のうち県内希望者は6割以上いるが、県内就職者の割合が減少 ◆県内に専門高校で学んだ知識・技術などを活かす求人の不足 ◆早期離職率が高い 	<ul style="list-style-type: none"> ◆産業教育審議会の開催 ◆インターンシップ推進事業 ◆産業教育民間講師招へい事業 ◆地域産業担い手人材育成事業 ◆高校生スキルアップセミナー ◆保護者対象進路講話 	<ul style="list-style-type: none"> ◆単なる卒業後の出口指導に止まる場合があった ◆地元企業との連携がやや希薄であった 	<ul style="list-style-type: none"> ◆発達段階に応じたキャリア教育の推進 ◎教員の指導力向上 ◆◎これまで取り組んできた事業を「地元企業や他の教育機関との連携強化」をキーとして再構築 ◆◎専門性の基礎・基本の確実な定着に重点を置いた教育活動の充実 ◆教員の資質・指導力の向上 ◎専門性を高める企業や大学への留学制度や研修会の充実 ◆◎施設・設備の充実 			○
		<ul style="list-style-type: none"> ◆若年者の県外流出が増加 <p>新規高卒者の就職率は向上するなかで、県外就職者は増加し、20年3月には52%と半数を超過 15年3月:24.8% →20年3月:52.0%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆新規高卒者の就職促進(就職率の向上) <p>13年度:69.9% →19年度:88.0%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆新規高卒者の県外流出の増加 <p>産業界、行政、学校の連携した県内就職への取組が十分でない</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆新規高卒者の県内就職促進 <p>◎企業実習や企業研修等を通じた学校と産業界、企業との連携強化</p>			○
		<ul style="list-style-type: none"> ◆農業高校卒業後の農業自営者が激減 	<ul style="list-style-type: none"> ◆農林業体験インターンシップ ◆林業担い手育成事業 	<ul style="list-style-type: none"> ◆若年者の一次産業離れ ◆担い手の減少 	<ul style="list-style-type: none"> ◆◎行政機関、地元企業、教育機関との連携強化 ◆◎1次・1.5次産業関連に係る教育内容の充実 		○	○
		<ul style="list-style-type: none"> ◆海洋高校への入学者数減少 	<ul style="list-style-type: none"> ◆船舶職員養成 ◆海洋産業と水産業従事者の育成 	<ul style="list-style-type: none"> ◆海洋高校への入学者数の減少 ◆若者の一次産業離れ(◆土佐海援丸の老朽化:H25廃船) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆★実習船「土佐海援丸」の新船建造 ◆★高知海洋高校の教育課程の見直し等により魅力化 			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
教職員を対象としたキャリアアカウンティングセミナーの開催	関係機関との連携強化			◆望ましい職業観・人生観を持った生徒の育成 ◆県内企業等に対する認識の向上	◆産業界、行政、教育界の連携のしくみ、人材供給体制の確立により、企業が求める多様な人材を確保
専門性を高める企業や大学への留学制度や研修会の充実	社会や産業構造の変化に対応した学科変更の検討 施設・設備の充実		産業関係学科の学科変更開始	◆先端技術等の指導の充実 ◆産業関係学科の学科変更開始	
担い手人材育成事業の創設	担い手人材育成事業の充実			◆産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材供給が進展	
産業界:指導者の派遣、実習受入れ等 県雇用労働政策課(高等学校課):地域産業担い手人材育成事業の実施(10校)	県雇用労働政策課(高等学校課):対象校の拡大と事業の充実(10校→23校)		P295 商工業分野別図(商工24)参照		
農林業インターンシップ 林業担い手育成事業	生徒のモチベーションを高めるための生産品認証制度の創設			◆関連資格の取得 ◆生徒の学習意欲の高揚 ◆即戦力の担い手育成	
教育課程等の検討開始	土佐海援丸設計	土佐海援丸建造開始		◆目的意識を高く持った生徒の増	◆3級海技士取得者の増加 ◆各種資格の取得促進などにより関連分野への進路実現

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【人材育成・人材確保】

取組方針 施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 人材の育成 (2) 技術力の向上	<p>◆中山間地域では、集落単位や地域のNPO、任意団体・グループなど、比較的小さな事業体が主体となっており、「生きがいづくり」や「元気づくり」、「地域貢献」などを目的に、限られたエリアで事業展開している「小さなビジネス」を事例が数多くみられる</p>	<p>◆小さなビジネスの活動に対して、県では、地域支援企画員などを通じ、地域の元気づくりや集落の維持、活性化など、「地域づくり」の視点で、助成や情報提供、橋渡しなどの支援を行ってきた</p>	<p>◆小さなビジネスの多くの事例は、仲間内の趣味、生きがい、ボランティアなどの意識が強い反面、ビジネスとしての意識が薄い</p> <p>◆ビジネスに関するノウハウや知識を身につける機会に恵まれず、十分な収益をあげることができないため、活動が長続きすることが困難である</p> <p>◆組織が小さく、経営基盤が弱いため、人手が足りず、満足いく販売促進、情報発信、PR活動等ができない</p> <p>◆売れるものを作っても、販売段階において、地理的な条件が悪いため、それを売るための「場」の確保が自力では困難</p>	<p>◆人的支援体制の強化</p> <p>◎アドバイザー制度の支援範囲の拡大</p> <p>◎工業技術センター等、試験研究機関との連携の強化</p>			
	<p>◆これまで120品目を超える園芸作物により、高い品質とロットの確保、安定的かつ計画的な供給により、消費地の信頼を確保し、「高知ブランド」としての地位を築いてきたが、近年は系統率の低下など産地のまとまりが弱まっている</p> <p>◆各品目の生産部会への参加率が低下傾向</p> <p>◆園芸品目において、生産者間、産地間による技術差がある</p>	<p>◆高収量・高品質を目的とした栽培講習会や個別指導による部会への支援を農業団体や農業振興センターが実施</p>	<p>◆篤農家の優れた生産技術を他の生産者に伝える県下的な仕組みがなかった</p>	<p>◆★学び教えあう場の仕組みづくり</p> <p>P161 農業分野別図(農4)参照</p> <p>P162、163 農業分野別図(農5・6)参照</p>			
	<p>◆全国的な有機農産物に対する消費者の関心の高まり</p> <p>◆有機農業実践者の育成と就農支援を実施(有機のがっこうの支援)</p>	<p>◆高知県有機農業推進基本計画(平成20年5月)を策定</p> <p>◆栽培技術のマニュアル化のため実証ほを設置</p> <p>◆有機農業実践農家の実態調査及び消費者の意識調査を実施</p> <p>◆有機のがっこう研修生の就農支援と卒業生の組織化</p> <p>◆NPO団体等への組織活動支援</p> <p>◆有機農業推進年次別推進計画(平成19～25年)の策定</p>	<p>◆生産技術面、流通販売面共に不安定</p> <p>◆有機実践農家の情報やネットワーク不足</p>	<p>◆計画的な有機農業の普及・推進、研修受け入れ農家への支援</p> <p>◎有機農業就農希望者に対する研修及び就農支援、就農後の技術及び経営指導</p> <p>◎有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者との情報交換や交流の場づくり</p>			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>アドバイス体制の拡充検討</p> <p>県地域づくり支援課: アドバイザー制度の拡充、支援体制の検討 (3種類のアドバイザー配置) 県公設試験研究機関: 食品加工等の支援体制の強化</p>	<p>アドバイザー事業の実施</p> <p>事業者: 講座への参加、ノウハウ習得 県産業振興推進部: 新アドバイザー制度の実施、事業者への周知、現場の支援体制づくり 県公設試験研究機関: 支援体制の強化</p>			<p>短期的な視点(平成23年度末)</p> <p>◆ビジネスに関する専門的な知識や技術習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果につながり、それぞれの事業者等に利益アップや所得向上をもたらしている</p>	<p>中長期的な視点(概ね10年先)</p> <p>◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されている(若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持)</p>
<p>「学び教えあう場」の設置と取組の実践</p> <p>生産者: 自主的な参加と実践 農業団体: 「学び教えあう場」の仕組みづくりや産地間交流への主体的な関わり 県園芸流通課(H21~産地づくり課): 環境農業推進課・農振センター: 篤農家のほ場に「学び教えあう場」を設置、生産者が自主的に参加する「学び教えあう場」の仕組みづくりや産地間交流の運営のコーディネートなどによる、生産コストに耐える産地の再構築を支援</p> <p>篤農家のほ場に「学び教えあう場」を9月から123ヶ所設置、仕組みづくり(重油高騰の影響が大きい産地主要品目中心)</p> <p>篤農家のほ場に「学び教えあう場」を約50ヶ所追加、仕組みづくり(露地、果樹を含む産地の主要品目)</p> <p>篤農家のほ場に「学び教えあう場」を170ヶ所程度で継続、レベルアップ(露地、果樹を含む産地の主要品目)</p>				<p>◆「学び教えあう場」の設置数: 170ヶ所程度</p> <p>ナス(A地区) 参加率: 100% 10a当たり収量 H20園芸年度: 15.6t ↓ H23園芸年度: 18t</p>	
<p>「学び教えあう仕組みづくり」推進会の設置と運営</p> <p>生産者・農業団体・県・篤農家、農業団体、県による「学び教えあう仕組みづくり」推進会の開催(産地単位)</p> <p>生産者交流推進会の開催</p> <p>生産者・農業団体・県: 各産地の優良事例発表や流通関係者の講演会等による品目をまたがる産地のレベルアップ(県域、品目横断)</p>					
<p>有機農業就農希望者に対する研修及び就農支援、就農後の技術及び経営指導</p> <p>生産者: 遊休農地・施設等の情報提供、有機農業の技術指導及び研修の受け入れ、就農希望者の視察等への協力 農業団体: 遊休農地・施設等の情報提供、レンタルハウス整備事業等の活用、新規就農者に対する技術及び経営指導 市町村: 遊休農地・施設等のリスト化、窓口の設置 県環境農業推進課: 研修受け入れ農家の把握、新規就農希望者等への研修や就農支援、研修受け入れ農家への支援 県農振センター: 技術及び経営指導体制の充実</p>				<p>◆有機農業就農者: H19: 9名 → 5名/年</p> <p>◆支援体制設置市町村: H20: 6市町村(18%) ↓ H23: 17市町村(50%)</p> <p>◆有機JAS認証農家戸数: H19: 84戸 ↓ H23: 100戸</p> <p>◆県内消費者の認知度: H20: 51% ↓ H23: 75%</p>	
<p>有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者との情報交換や交流の場づくり</p> <p>消費者: 援農活動への参加、有機農産物の購入 生産者: 組織活動への参加、有機JAS認証の取得 農業団体: 有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、有機農産物の販路拡大 県環境農業推進課: 有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施 県農振センター: 有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施 産地化に向けた支援</p>					

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(産地地消の徹底、産地外販の推進、海外販路開拓への挑戦)
- 2 産地間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
- 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(産地地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【人材育成・人材確保】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
1. 人材の育成 (2) 技術力の向上		<ul style="list-style-type: none"> ◆森林資源は成熟しつつある ◆国際的な木材需給の状況や、地球温暖化の防止などに対する森林への関心の高さなどから、国産材が見直されてきている ◆県産材の生産(資源の活用)は依然として低調 ◆森林の所有規模が小さく、効率的計画的な生産活動が停滞 ◆林業の担い手が高齢化・減少している 	<ul style="list-style-type: none"> ◆森の工場に取り組む事業体の掘り起こし ◆作業道整備や機械化、OJTの実施など生産システムの改善への支援 ◆専従チームによる労働生産性や工程改善への支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆生産システムを使いこなすノウハウが浸透していない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地形や資源状態など、個々の森林にマッチする効率的な作業システムの導入を促進 <ul style="list-style-type: none"> ○作業道開設や機械導入への支援 ○技術指導 ○先導的、模範的な取組事例のPR 			○
					<ul style="list-style-type: none"> ◆技術者養成手法の改善、強化 <ul style="list-style-type: none"> ◎技術者のOJTの推進 			○
					<ul style="list-style-type: none"> ◆企業内での訓練が質的・量的に十分できていない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆在職者訓練の支援 <ul style="list-style-type: none"> 認定職業訓練校への助成や高等技術学校での在職者訓練 	<ul style="list-style-type: none"> ◆企業在職者の技術、技能の向上 <ul style="list-style-type: none"> 中小零細企業では施設や資金面での制約がある 	<ul style="list-style-type: none"> ◆在職者訓練の充実 <ul style="list-style-type: none"> ◎利用者拡大のための事業主団体への助成充実 ◎高等技術学校を活用した計画的な在職者訓練の実施 ◎機械・金属、食品加工企業等に対する技術人材の育成

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>作業道や機械導入への支援</p> <p>事業体: 現地に合う生産システムの導入 積極的な設備投資 効率的な生産システムの習熟 県林業改革課: 作業道開設、高性能林業機械の導入への支援</p>	<p>事業体: 積極的に異業種からの参入を支援 県林業改革課: 建設機械から林業機械へ改良への支援</p>	P210 林業分野別図(林1)参照			
<p>技術指導・先導的な取組のPR</p> <p>県林業改革課: 普及指導員による優良事例の紹介や技術指導</p>					
<p>技術者養成研修の実施</p> <p>県森づくり推進課: 人づくり推進事業により、林業技術者の養成を実施</p>	<p>技術者養成研修の充実</p> <p>事業体: 県の研修と併せて緑の雇用担い手育成事業等を活用した担い手の育成 森林組合連合会等: 事業体の指導 県森づくり推進課: 林業技術者養成研修の拡充(研修回数、定員の見直し) 地域の要望に対応出来る現地研修制度(林業技術出前講座)の創設</p>				
<p>事業主団体への助成</p> <p>事業主団体: 在職者訓練の実施 県雇用労働政策課: 認定職業訓練費補助金</p>	<p>事業主団体への助成充実</p> <p>事業主団体: 在職者訓練の充実 県雇用労働政策課: 認定職業訓練費補助金の拡充</p>				
<p>在職者訓練の実施</p> <p>高等技術学校: 在職者訓練の実施</p>	<p>在職者訓練の充実</p> <p>高等技術学校: 計画的な在職者訓練の実施による受講者の拡大</p>				
<p>機械・金属、食品加工企業等に対する技術人材の育成</p> <p>県工業技術センター: ・専門的技術研修の実施</p>	<p>県工業技術センター: ・専門的技術研修の実施 ・食品加工特別技術支援員の配置 ・技術指導アドバイザーの派遣</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【人材育成・人材確保】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 人材の育成 (3)中核人材の育成		◆U・ターン就職情報の提供と無料職業紹介 求職者と求人企業双方への情報提供と無料職業紹介(H20～)	◆人材の確保 県内では専門的なスキルを持ち、企業の即戦力となる人材が不足している	◆専門的なスキルを持った中核人材の確保 ◎大学と企業の連携強化			○
				◎食料産業を支える中核人材の養成	○	○	○
(4)経営力の向上	◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行 ◆年齢や経営規模にかかわらず「意欲と能力のある者」を「担い手」と位置づけ、その育成・確保を進めているところ	◆国の施策の担い手への集中化・重点化方針に対応し、認定農業者については、主業農家に占める認定農業者割合を全国平均レベルに引き上げること为目标とした育成・確保対策 ・地域の候補者を認定農業者に早期に誘導する仕組みづくり ・認定期間の中間年や満了を迎える農業者に対し、進捗状況の確認と達成への支援強化	◆高齢化や経営環境悪化等による候補者の減少 ◆規模拡大支援の充実	◆○新規認定者の確保と併せ、認定期間の中間年や満了を迎える農業者に対し、進捗状況の確認と達成への支援 P168 農業分野別図(農10)参照			○
				◆経営規模拡大による企業的経営体の育成と優良な労働力の確保 ★経営規模拡大による企業的経営体の育成 P168 農業分野別図(農10)参照			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>大学、企業との連携</p> <p>県雇用労働政策課:インターンシップの促進</p>	<p>大学、企業との連携強化</p> <p>県雇用労働政策課:インターンシップの促進と大学と企業の交流促進の支援</p>				
<p>食料産業を支える中核人材の養成</p> <p>高知大学:土佐フードビジネスクリエーター人材創出事業の実施 県工業技術センター:現場実習指導、研修講師など</p>	<p>食品加工特別技術支援員等の配置</p> <p>県工業技術センター:食品企業への商品開発等の支援、技術指導アドバイザーの派遣</p>	<p>P276 商工業分野別図(商工5)参照</p>			
<p>森林施業プランナーの育成(全森連事業)</p> <p>事業体:研修生の派遣 自らの経営実態の把握 森林組合連合会:研修の実施 県森づくり推進課ほか:研修会の実施支援</p>	<p>事業体:実務者等の派遣 協力 研修課題取組への協力体制の整備 森林組合連合会:研修への参加の指導 研修サポート 県森づくり推進課:研修開催</p>				
<p>認定農業者の育成・確保とフォローアップ</p> <p>生産者:経営改善計画の作成と着実な実行 農業団体(担い手育成総合支援協議会):計画の進捗状況把握と達成への支援 県農業農村支援課:計画達成への総合的な支援策の充実 県農振センター:計画達成のための指導、助言</p>				<p>◆認定農業者数 H20:3,666経営体 ↓ H23:4,340経営体</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
	<p>企業的経営体の育成</p> <p>生産者:企業的経営計画の作成と実践 農業団体(担い手育成総合支援協議会):企業的経営実現のための研修会開催、地域への専門家の派遣等 県農業農村支援課:企業的経営育成への支援策の充実 県環境農業推進課:企業的経営育成のための個別指導等支援 県農振センター:規模拡大志向農家等リスタート(H21~H23) 先進事例調査(H21) 規模拡大に意欲ある農家への個別指導(H21~H23)</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【人材育成・人材確保】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
1. 人材の育成 (4) 経営力の向上		◆高いマネジメント能力や効率的な生産(伐採・搬出)システムを駆使できるノウハウを備えた林業事業体が少ない	◆事業体に対するコスト管理の勉強会などの専任チームによる経営指導 ◆森林組合と建設業者等とのジョイントに向けた研修会や勉強会の開催	◆優良事例の情報が十分に活用されていない ◆経営者のマネジメント能力が十分でなかった ◆事業体の中に核となる人材が十分に育っていない	◆○先導的・模範的な事業体の取組事例を参考とする普及、指導			○
					◆経営者を対象としたマネジメント研修の実施 ○中長期ビジョン、経営方針の策定指導 ○外部有識者(アシストマネージャー)の派遣による経営の支援			○
					◆○所得の確保など林業事業体における就労条件の改善			○
					◆○経営力強化のための森林組合の合併促進の支援			○
					◆○森林整備支援策の改善			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>先導的な取組を参考とする指導</p> <p>県林業改革課:普及指導員による指導</p>				<p>◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している</p> <p>◆県下の森林組合数 21</p>	<p>◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している</p> <p>◆県下の森林組合数 17</p>
	<p>経営者を対象とした研修の実施</p> <p>各森林組合:森林組合長等幹部職員への研修への参加 森林組合連合会:研修会の開催 森林組合の指導 県森づくり推進課:経営ビジョンの策定方法に関する研修の開催支援</p>	<p>各森林組合:森林組合長等幹部職員への研修への参加 森林組合連合会:研修会の開催 森林組合の指導 県森づくり推進課:アクションプラン策定に関する研修の開催支援</p>	<p>各森林組合:森林組合長等幹部職員への研修への参加 森林組合連合会:研修会の開催 森林組合の指導 県森づくり推進課:レビューシステムの構築手法に関する研修の開催支援</p>	<p>◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる</p>	<p>◆年間を通じた安定的な仕事量が確保されている</p>
	<p>中期ビジョン策定の支援</p> <p>(毎年6森林組合×3年) 森林組合:中期経営ビジョンの策定 森林組合連合会:経営コンサルの実施とサポート 県森づくり推進課:セミナー形式による経営コンサルの実施への支援</p>				
<p>事業体の就労環境の充実</p> <p>県森づくり推進課:林業就労環境改善事業による、雇用環境や労働安全衛生の向上への指導、支援</p>	<p>県森づくり推進課:森林施業プランナーへのフォローアップと、施業集約化、提案型施業による事業体の安定的な事業量確保の支援 林業就労環境改善事業により、雇用環境や労働安全衛生の向上の促進</p>				
<p>国有林等との連携強化による通年就労の促進</p> <p>四国森林管理局:国有林の活用 市町村:市町村有林の活用 県森林部関係各課:四国森林管理局等や市町村との協議など連携を強化する</p>					
<p>森林組合の合併支援</p> <p>森林組合:合併に必要な業務を推進 森林組合連合会:安芸地区3森林組合を指導し、合併に向け支援 県森づくり推進課:安芸地区の3森林組合の合併指導</p>	<p>森林組合:合併に必要な業務を推進 森林組合連合会:幡多西部地区の3森林組合を指導し、合併に向け支援 県森づくり推進課:幡多西部地区の3森林組合の合併指導 指導他各森林組合への指導継続</p>	<p>森林組合:合併に必要な業務を推進 森林組合連合会:高幡地区の3森林組合を指導し、合併に向け支援 県森づくり推進課:高幡地区の3森林組合の合併指導 指導他各森林組合への指導の継続</p>	<p>森林組合:合併に必要な業務を推進 森林組合連合会:嶺北地区の4森林組合を指導し、合併に向け支援 県森づくり推進課:嶺北地区の4森林組合の合併指導</p>		
<p>森林整備支援策の改善</p> <p>事業体:現場の実態から、制度改善に向けた積極的な提案 県林業改革課:造林補助申請システムの変更 各施業の歩係の点検 標準単価の随時改正</p>	<p>搬出間伐支援策の拡充</p> <p>県林業改革課:搬出間伐支援策の中に搬出材種の多いタイプを追加 基幹作業道整備、路網グレードアップ対策を強化</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外販の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【人材育成・人材確保】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 人材の育成 (4) 経営力の向上	<ul style="list-style-type: none"> ◆経営体の多くは零細で、いわゆるドンブリ勘定 ◆延滞債務の増加が漁業経営を圧迫 ◆漁協に経営指導の意識が欠如 ◆赤潮や魚病等による被害が養殖経営を圧迫 	<ul style="list-style-type: none"> ◆一部の漁業者を対象とした漁業経営指導協会等による経営指導 ◆養殖共済制度の普及と掛金の助成(3年間限定) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁業者の希薄な経営意識 ◆経営指導を担う漁協職員が不在 ◆従来の経営指導は対象や効果が限定的 ◆養殖業者の共済掛金に対する割高感 	<ul style="list-style-type: none"> ◆組合員に対する経営指導体制を整備 <ul style="list-style-type: none"> ◎経営指導を担う相談員の配置 ◎相談員のレベルアップを支援 			○
	<ul style="list-style-type: none"> ◆県において、意欲を持った漁業者などの把握ができていない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域活性化の取組や活動に対する支援を中心に実施 ◆試験研究機関による製品開発試験等による支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆意欲のあるリーダーなどの人材が不足 ◆グループ育成のコンセプトに経営的視点までが視野になかった ◆製造設備等生産資源の不足 	<ul style="list-style-type: none"> ◆★零細な加工事業者の意識と行動の経営的視点への誘導 ◆★零細な加工事業者への商品開発から販売までの取組を総合的に支援 	○	○	○
	<ul style="list-style-type: none"> ◆本県の産業構造は、公共事業依存の色彩が強く、特に、中山間地域では、その比重は高く、こうした産業が雇用の大きな受け皿になっている。しかしながら、公共事業の削減に伴い、地域の建設業や製造業の経営状況は厳しく、こうした業種を中心に地域企業の新たなビジネス展開が必要になっている ◆一方、中山間地域では、有効に活用されていない農地や山林などの貴重なビジネス資源、生産資源が多く存在しており、こうした資源をいかに活用するかが、産業づくりの大きな鍵を握っている 	<ul style="list-style-type: none"> ◆これまで、建設業の新分野進出支援については、商工労働部(雇用労働政策課雇用対策チーム)が、「建設業新分野進出支援グループ」の活動等を通じて、支援事業説明会の開催や訪問調査を実施するなど、建設業者に対する相談、情報提供などの支援を行ってきた 	<ul style="list-style-type: none"> ◆平場の地域に比べ、輸送コストや道路事情など、ビジネス条件が悪い中山間地域で、新たに事業展開するには、リスクが高く、これまではあまり積極的には行われなかった ◆新たに事業を展開するには、設備投資などに多額の資金が必要となり、経営基盤が脆弱な地域企業や新たに創業者にとって、二の足を踏んでいる状況である 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ビジネス意識の向上と経営の知識、ノウハウの習得に向けた取組の推進 ◎地域でのネットワークや情報交流会の実施 ★ビジネスの基礎知識の習得のための講座等の開設 		○	○
	<ul style="list-style-type: none"> ◆小売り販売額は平成9年から、事業所数、従業者数は平成11年から減少が続いている ◆卸売り売上高、事業所数、従業員数は平成11年をピークに減少傾向 ◆高知市勤労世帯の可処分所得は平成13年以降減少傾向 	<ul style="list-style-type: none"> ◆商工会等を通じた小規模事業者の経営改善指導 ◆経営者の経営力向上等への支援・経営革新塾や各種セミナーの開催 	<ul style="list-style-type: none"> ◆過疎化・高齢化による消費購買力の低下 ◆消費行動の広域化による地元離れ ◆新商品の開発や新たな販売手法の導入など域外への販路拡大の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ◆消費者ニーズに応じた商業の展開・促進 ◎事業者の経営革新への取組の推進 	○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>経営指導を担う相談員の配置</p> <p>県漁協:組合員の指導を担う相談員5名を配置</p>	<p>県漁協:相談員を27名に増員し、指導体制を強化</p>			<p>◆記帳を行うモデル経営体の選定と実践</p> <p>◆養殖共済の加入率を全国平均まで引上げ(36%→56%)</p>	<p>◆記帳を行うモデル経営体の拡大</p> <p>◆企業的な漁業経営への移行</p>
<p>相談員のレベルアップを支援</p> <p>県海洋政策課(H21～合併・流通支援課):相談員の研修等を通じたレベルアップを支援</p>					
	<p>浜加工グループの意識と行動の経営的視点への誘導</p> <p>浜加工グループ:グループ化に向けた活動強化・意識の醸成、ビジネス感覚や営業ノウハウの習得(経営的視点への意識の転換による行動変革)</p> <p>漁協・市町村・県漁業指導所:新たなグループの掘り起こし、グループ化の推進</p> <p>県合併・流通支援課:先進地との交流会・講演会の開催(リーダー、中核的人材の育成)、経営アドバイザーや専門家による事業計画づくり等の個別指導による支援</p>			<p>◆他の地区のモデルとなる起業グループを複数育成</p>	<p>◆高付加価値化起業の条件を備えた漁村地域には、少なくとも各1グループを育成</p>
	<p>基礎講座、セミナーの創設</p> <p>商工会議所等:講座への協力(講座の運営、実施など)</p> <p>県産業振興推進部:実施体制づくり</p> <p>地域ネットワーク、情報交流</p> <p>県地域づくり支援課:ネットワーク組織や交流会の開催(ブロックごと)</p>			<p>◆小さなビジネスの実践者の意識が前向きに変化し、意欲的になるとともに、地域内で波及効果を及ぼし、各地域でビジネスの芽が芽生える</p>	<p>◆小さなビジネスの取組が、中山間地域のビジネスモデルとして確立され、高齢者の所得の向上や、UIターン等の雇用の受け皿となる</p>
<p>重点指導事業の充実</p> <p>商工会等:経営革新等に取り組む意欲ある事業者に対し、重点的な指導支援を実施</p> <p>県経営支援課:連合会等と連携し、商工会等に対し、指導助言を実施</p>	<p>研修会の実施</p> <p>県経営支援課:小規模事業経営支援事業費補助金制度の拡充</p> <p>商工会連合会等が実施する経営指導員の資質向上を図る研修会を支援</p>			<p>◆地域資源を活かした商品の販売ルートの拡大</p> <p>◆消費者ニーズに対応して魅力向上に取り組む商店の増加</p>	<p>◆外貨獲得に取り組む事業者や消費者に支持される事業者が増加し、地域商業が活性化</p>

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外販の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【人材育成・人材確保】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 就業支援 (1) 雇用・就労支援	<p>◆就業者は減少し失業率も高い(国勢調査7年→17年)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口816千人→796千人(▲20千人) ・就業者410千人→370千人(▲40千人) ・失業率(17年)県7.9%、全国6.0% ・若年者の失業率(17年)県11.7%、全国8.5% <p>◆有効求人倍率は低く雇用情勢は厳しい</p> <p>19年度平均 県0.50倍 全国1.02倍</p> <p>◆ニート、フリーターが多く存在</p> <p>ニート 3,230人 (17年国勢調査) フリーター12,400人(14年就業構造基本調査)</p> <p>◆雇用情勢が厳しい中、せっかく求人があっても就職に結びついていない雇用のミスマッチも生じている</p> <p>20年4月 有効求人数8,521人 →就職件数1,371人</p>	<p>◆ジョブカフェこうちを中心とする若年者の就業促進</p> <p>利用促進、相談機能充実と就職支援</p> <p>19年度: 来所10,561人 相談4,072人 就職385人</p>	<p>◆若年離職者の就業支援の強化</p> <p>ジョブカフェの認知度が不足 国、県、市町村や各支援機関の連携が弱い</p>	<p>◆若年離職者の就業促進</p> <p>◎ジョブカフェの機能強化と自立支援機関や国との連携による就職促進</p> <p>◎市町村が行う地域密着型の人材育成の取組を支援</p> <p>◆地域における新たな受け皿の確保</p> <p>◎市町村が行う新たなサービスの創造による地域の雇用創出の取組支援</p>			○
		<p>◆U・Iターン就職情報の提供と無料職業紹介の実施</p> <p>求職者と求人企業双方への情報提供と無料職業紹介(H20～)</p>	<p>◆就職支援情報</p> <p>国、県、民間等が支援情報をそれぞれ発信しているが、県民には、窓口が多く情報が十分活用されていない</p>	<p>◆求人求職情報の利便性の向上</p> <p>★専用ポータルサイトの設置と関係機関とのリンク強化による情報の円滑な提供</p>			○
	<p>◆林業の担い手が高齢化・減少している</p>	<p>◆基幹林業技術者の養成研修</p> <p>◆県営林を活用した新規就業者の確保</p> <p>◆林業体験教室の実施</p> <p>◆無料職業紹介や就業面談会の実施</p>	<p>◆就労条件などの職場改善が進んでいない</p> <p>◆就業希望者へ就業条件などの提示が不明瞭であった</p>	<p>◆○就業希望者向けの林業体験の実施</p> <p>◆◎就業希望者へのPR方法の改善</p>			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>若者自立支援機関との連携</p> <p>県雇用労働政策課(生涯学習課): ジョブカフェと若者サポートステーションとの連携</p>	<p>ジョブカフェの機能強化</p> <p>県雇用労働政策課: 幡多地域へジョブカフェうちのサテライト設置</p>	<p>P296 商工業分野別図(商工25)参照</p>		<p>◆産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材供給が進展</p>	<p>◆産業界、行政、教育界の連携のしくみ、人材供給体制の確立により、企業の求める多様な人材を確保</p>
<p>市町村の人材育成の支援</p> <p>市町村: 新パッケージ事業による人材育成、就業促進</p> <p>県雇用労働政策課: 市町村の人材育成の支援</p>	<p>県全域への普及</p> <p>県雇用労働政策課: 国の制度を活用した取組の県全域への普及</p>				
	<p>市町村が行う地域雇用創出の取組への支援</p> <p>市町村: 「あったかふれいセンター」の設置による雇用の創出</p> <p>県地域福祉部: 国の「ふるさと雇用再生特別交付金」の活用による市町村の取組への支援</p>				
<p>就職情報の利便性の向上</p> <p>県雇用労働政策課: 「高知ごとネット」の開設</p>	<p>P297 商工業分野別図(商工26)参照</p>				
<p>就業希望者への支援</p> <p>労働力確保支援センター: 雇用情報の収集 ホームページによる広報 就業希望者向けの林業体験研修及び林業就業相談会の実施</p> <p>県森づくり推進課: 労働力確保支援センターと協力し、雇用情報の収集、広報活動</p>	<p>就業希望者への支援充実</p> <p>労働力確保支援センター: 就業者アドバイザーによる雇用情報の収集強化 ホームページの充実等による広報の強化 就業希望者向けの林業体験研修 林業就業相談の実施</p> <p>県森づくり推進課: 労働力確保支援センターと協力し、雇用情報の収集 適時の学校訪問等広報の強化</p>			<p>◆林業担い手 1,560人</p>	<p>◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されている(若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持)</p>

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【人材育成・人材確保】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 就業支援 (2)UJIターンの受入れ		<ul style="list-style-type: none"> ◆U・Iターン就職情報の提供と無料職業紹介の実施 求職者と求人企業双方への情報提供と無料職業紹介(H20～) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆人材の確保 県内では専門的なスキルを持ち、企業の即戦力となる人材が不足している 	<ul style="list-style-type: none"> ◎県のU・Iターン無料職業紹介機能の強化 			○
		<ul style="list-style-type: none"> ◆お試し居住施設整備 ◆情報の発信 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域での受入体制が弱い(空き家確保) ◆他地域と差別化したPR ◆民間ビジネスとしての仕組みの構築が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ◆移住・交流促進の強化 ★滞在型市民農園の整備 ◎受入体制の整備 ◎効果的な情報発信 ★移住ビジネスの検討 		○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>無料職業紹介の開始</p> <p>県雇用労働政策課: UIターン無料職業紹介の開始、相談会の実施</p>	<p>無料職業紹介の機能強化</p> <p>県外事務所: UIターン無料職業紹介の開始、相談会の実施、登録企業・人材の拡充</p>			<p>◆産業界、行政、教育界の連携の強化により企業等が求める人材供給が進展</p>	<p>◆産業界、行政、教育界の連携のしくみ、人材供給体制の確立により、企業等の求める多様な人材を確保</p>
<p>移住・交流促進</p> <p>地域づくり支援課: 中長期滞在施設整備(お試し居住)、県外での説明会、HPIによるPR</p>	<p>移住・交流促進の強化</p> <p>地域づくり支援課: 潜在型農園の整備、「住宅」「生産基盤」「生産技術」をパッケージ化した仕組みづくりと情報提供、民間ビジネスの検討</p> <p>P118 別図(人1)参照</p>				

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
- 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
- 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【人材育成・人材確保】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
3. 担い手確保 (1) 個人経営支援		<p>◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行</p> <p>◆年齢や経営規模にかかわらず「意欲と能力のある者」を「担い手」と位置づけ、その育成・確保を進めているところ</p> <p>認定農業者数 H19:3,563経営体</p>	<p>◆国の施策の担い手への集中化・重点化方針に対応し、認定農業者については、主業農家に占める認定農業者割合を全国平均レベルに引き上げることを目標とした育成・確保対策</p> <p>・地域の候補者を認定農業者に早期に誘導する仕組みづくり</p> <p>・認定期間の中間年や満了を迎える農業者に対し、進捗状況の確認と達成への支援強化</p>	<p>◆高齢化や経営環境悪化等による候補者の減少</p> <p>◆規模拡大支援の充実</p>	<p>◆経営規模拡大による企業的経営体の育成と優良な労働力の確保</p> <p>◎優良な労働力の確保</p> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> P168 農業分野別図(農10)参照 </div>			○
		<p>◆後継者対策等として、新規就農や農業以外の分野からの新規参入に重点をおいた取組を推進</p>	<p>◆新規就農者は、世代交代による主業農家数の維持に必要な数(年間150人)を目標とした確保対策</p> <p>◆営農定着に至る各段階で、資金・技術・情報面での総合的な支援</p>	<p>◆新規就農の経営環境悪化等による伸び悩み</p> <p>◆研修支援等の強化</p> <p>◆JAIによる農業経営への参画</p>	<p>◆市町村での実践研修や遊休ハウスの活用等に対する支援</p> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> P168 農業分野別図(農10)参照 </div>			○
			<p>◆お試し居住施設整備</p> <p>◆情報の発信</p>	<p>◆地域での受入体制が弱い(空き家確保)</p> <p>◆他地域と差別化したPR</p> <p>◆民間ビジネスとしての仕組みの構築が必要</p>	<p>◆◎移住・交流促進の強化</p> <p>○受入体制の整備</p> <p>○効果的な情報発信</p> <p>○移住ビジネスの検討</p> <p style="text-align: right;">【再掲】</p>		○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>企業の経営体の育成</p> <p>生産者: 企業の経営計画の作成と実践 農業団体(担い手育成総合支援協議会): 企業の経営実現のための研修会開催、地域への専門家の派遣等 県農業農村支援課: 企業の経営育成への支援策の充実 県環境農業推進課: 企業の経営育成のための個別指導等支援 県農振センター: 規模拡大志向農家等リストアップ(H21~H23) 先進事例調査(H21) 規模拡大に意欲ある農家への個別指導(H21~H23)</p>			<p>◆認定農業者数 H20: 3,666経営体 ↓ H23: 4,340経営体</p>	<p>◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されている(若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持)</p>
	<p>優良な労働力の確保</p> <p>県農業農村支援課: 研修生受け入れ農家への支援策の充実 県農業大学校: 働きながら農業技術を学べる研修コースを追加</p>				
	<p>農業団体(農業会議): 求人希望する法人を農業会議に登録し、新規就農者等をあつせん</p>	<p>企業の経営体と優良な労働力のマッチング</p> <p>農業団体(農業会議): 求人希望する法人に加え規模拡大志向農家を登録 農業技術をもった雇用希望者も登録し、求人と雇用のマッチングを図る</p>			
	<p>県農業農村支援課: 農業技術をもった者を確保できる仕組みづくり</p>	<p>農業農村支援課: 労働力確保・あつせんのシステム稼働への支援</p>			
<p>実践研修の支援</p> <p>生産者: 研修生の受け入れ 県農業農村支援課: 就農予定地の市町村で実践研修を行う研修生を支援</p>	<p>研修の拡充</p> <p>生産者: 研修生の受け入れ(受入先の拡充) 県農業大学校研修課: 長期研修の中に農家体験研修を追加 県農業農村支援課: 研修生への支援の充実と研修受入農家等への支援の創設</p>			<p>◆新規就農者数 年間150人</p>	
<p>遊休ハウスの活用</p> <p>農業団体(県農業公社): 遊休ハウス等の情報を収集し、就農希望者に情報提供 県農業農村支援課: 遊休ハウス等の情報収集活動への支援</p>					
<p>初期投資の軽減</p> <p>県園芸流通課: 新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援 県協同組合指導課: 就農する際に利用できる無利子の資金の貸付</p>	<p>初期投資のさらなる軽減</p> <p>県産地づくり課: 中古ハウスを修繕してハウスをレンタルするメニューを追加</p>				
<p>移住・交流促進</p> <p>地域づくり支援課: 中長期滞在施設整備(お試し居住)、県外での説明会、HPIによるPR</p>	<p>移住・交流促進の強化</p> <p>地域づくり支援課: 滞在型農園の整備、「住宅」「生産基盤」「生産技術」をパッケージ化した仕組みづくりと情報提供、民間ビジネスの検討</p>	<p>P118 別図(人1)参照</p>			

※改革の方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産地消の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【人材育成・人材確保】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
3. 担い手確保 (1)個人経営支援	<ul style="list-style-type: none"> ◆林業の担い手が高齢化・減少している 	<ul style="list-style-type: none"> ◆県単独事業による森林所有者への間伐等の支援 		<ul style="list-style-type: none"> ◆自伐林家等による生産を促進 <ul style="list-style-type: none"> ★小規模な生産活動を支援する仕組みの創設 ★副業型林家の育成 			○
	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁業就業者数はH5からの10年間で約30%減少 ◆新規漁業参入者はH15年19名、H16年23名、H17年22名、H18年25名、H19年41名 ◆過去3年間の新規就業者の前職は、サラリーマンからの転職なども多い(40歳以上49名、30歳台19名、30歳未満20名) ◆支援事業で確保した漁業者12名(平均年齢34歳)は中堅漁業者として定着 	<ul style="list-style-type: none"> ◆若齢者の確保に重点 ◆漁業就業支援事業の実施(生活費と技術指導への支援) ◆新規就業時の支援(制度資金による支援) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁業の魅力が大きく低下(魚価安、資源減少、3Kイメージ) ◆新規就業時のハードル(漁労技術、初期投資、漁村環境)の高さ ◆一部の地域を除き、市町村、漁協の受入体制の不備 	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁業の担い手の確保 <ul style="list-style-type: none"> ◎新規参入を促進する仕組みの充実 ★幅広い世代からの漁業就業者の確保 ◎新規就業者が住みやすく、働きやすい環境づくり <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> P242 水産業分野 別図(水3)参照 </div>			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>小規模な生産活動の支援</p> <p>自伐林家:生産活動への積極的な取組 森林組合:管轄内の自伐林家支援に積極的に参画 県林業改革課:森林組合を介した収集、仕分け、販売への支援</p> <p>副業型林業への技術支援</p> <p>自伐林家等:制度の積極的な活動による森林整備の促進 森林組合:技術指導での協力 県森づくり推進課:地域の要望に対応出来る現地研修(林業技術出前研修)の実施</p>	<p>P211 林業分野別図(林2)参照</p> <p>P212 林業分野別図(林3)参照</p>			<p>◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されている(若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持)</p>
<p>新規漁業就業者の確保 若者を対象とした漁業研修や生活支援</p>	<p>新規参入を促進する仕組みの充実</p> <p>漁協:指導者の確保、中古船取得制度の仕組みへの関与、准組合員制度の活用 市町村:中古船取得制度の仕組みへの関与と財政支援 県水産政策課:制度資金の拡充 県漁業振興課:研修制度の充実・生活支援・技術指導、中古船取得支援</p> <p>幅広い世代からの漁業就業者の確保の推進</p> <p>漁業者、漁協:地域内での働きかけや地域外からの勧誘の積極的な実施 市町村:漁協と一体となった担い手確保活動の実施やUターン者情報の収集 県漁業振興課:就業意欲を高めるための情報提供やPR</p> <p>新規就業者が住みやすく、働きやすい環境づくり</p> <p>漁業者、漁協:新規就業者が自立するための支援、指導。地域住民による精神面での支援 市町村:若者の定住促進、Uターン者の確保のための住環境整備 県漁港漁場課:市町村による生活環境整備への支援</p>				<p>◆幅広い世代から就業者を確保 (後継者確保から担い手の確保へ) ◆「年間22名程度(H15~H18平均)の新規就業者を確保</p>

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【人材育成・人材確保】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかったか、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
3. 担い手確保 (2) 法人経営支援	◆後継者対策等として、新規就農や農業以外の分野からの新規参入に重点をおいた取組を推進	◆異業種からの農業参入支援 ・支援制度等の情報発信や相談対応 ・地元調整や各課題への対応支援 ・栽培技術等の向上や資金等の確保に向けた支援	◆事前の地元調整や農地、技術、労働力、資金等の確保	◆◎異業種からの農業参入支援 P168 農業分野別図(農10)参照			○
				◆★JA出資型法人の設立を強気にサポート P169 農業分野別図(農11)参照			○
	◆林業の担い手が高齢化・減少している		◆就労条件などの職場改善が進んでいない ◆就業希望者へ就業条件などの提示が不明瞭であった	◆○所得の確保など林業事業者における就労条件の改善【再掲】 ◆★経営者を対象としたマネジメント研修などによる職場改善の促進支援			○
◆本県の産業構造は、公共事業依存の色彩が強く、特に、中山間地域では、その比重は高く、こうした産業が雇用の大きな受け皿になっている。しかしながら、公共事業の削減に伴い、地域の建設業や製造業の経営状況は厳しく、こうした業種を中心に地域企業の新たなビジネス展開が必要になっている ◆一方、中山間地域では、有効に活用されていない農地や山林などの貴重なビジネス資源、生産資源が多く存在しており、こうした資源をいかに活用するかが、産業づくりの大きな鍵を握っている	◆これまで、建設業の新分野進出支援については、商工労働部(雇用労働政策課雇用対策チーム)が、「建設業新分野進出支援グループ」の活動等を通じて、支援事業説明会の開催や訪問調査を実施するなど、建設業者に対する相談、情報提供などの支援を行ってきた	◆平場の地域に比べ、輸送コストや道路事情など、ビジネス条件が悪い中山間地域で、新たに事業展開するには、リスクが高く、これまではあまり積極的には行われなかった ◆新たに事業を展開するには、設備投資などに多額の資金が必要となり、経営基盤が脆弱な地域企業や新たに創業する事業者にとって、二の足を踏んでいる状況である	◆新事業展開や新分野進出を後押しするための支援制度の充実 ★資金面から支援できる助成制度の創設 ◆ジョイント化など異業種からの参入の促進 ★技術研修などソフト対策の強化 ◎ハード支援の実施			○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
				◆新規就農者数 年間150人	◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されている(若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持)
円滑な参入に向けた支援 農業団体(担い手育成総合支援協議会):経営計画の作成支援、企業が主体となり計画を進めていくように意識づけ、円滑な参入のための地元調整支援					
技術研修の支援 県農業大学校:ネット研修や長期研修等を実施	研修の拡充 県農業農村支援課:研修生受け入れ農家への支援策の充実 企業の経営育成への支援策の充実 県農業大学校:働きながら農業技術を学べるコースを追加				
初期投資の軽減 県園芸流通課:新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援 県協同組合指導課:参入する際に利用できる資金への利子助成	初期投資のさらなる軽減 県産地づくり課:中古ハウスを修繕してハウスをレンタルするメニューを追加 県農業農村支援課:大規模経営の場合には、支援対象となる事業主体があった時点で予算措置を提案				
支援の準備 農業団体、県農業振興部:設立マニュアルの作成	設立に向けた支援 農業団体:先進事例調査、組合員等関係者の合意形成 県農業農村支援課:法人設立へのJAの取組の支援 県農振センター:経営計画の作成支援、技術指導			◆JA出資型法人数 H23:5法人	
初期投資の軽減 県園芸流通課:新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援	初期投資のさらなる軽減 県産地づくり課:中古ハウスを修繕してハウスをレンタルするメニューを追加 県農業農村支援課:大規模経営の場合には、支援対象となる事業主体があった時点で予算措置を提案				
事業者の就労環境の充実 県森づくり推進課:林業就労環境改善事業による、雇用環境や労働安全衛生の向上への指導、支援	県森づくり推進課:森林施業プランナーへのフォローアップと、施業集約化、提案型施業による事業者の安定的な事業量確保の支援 林業就労環境改善事業により、雇用環境や労働安全衛生の向上の促進 職場改善の促進 森林組合:職場改善の実施 森林組合連合会:森林組合の指導 県森づくり推進課:マネジメント研修等を通じた職場改善指導			◆効率的な林業生産活動を行うことが出来る優れた担い手が育成されている ◆林業担い手 1,560人	
総合補助金の内容検討 県地域づくり支援課:総合補助金のメニューとして助成事業の創設、関係者への周知	総合補助金の創設 事業者:補助金の活用、施設、設備等の整備 市町村:新事業展開、新分野進出へのバックアップ体制の充実 県産業振興推進部:新事業展開現場での実施体制の充実				◆中山間地域で農地や山林を活用しながら、新事業を展開したり、新分野に進出する事業者が増加し、ビジネスモデルとなる事業者が現出する
森林整備事業への積極的な参入の促進 事業者:ジョイントへの協力参入事業者:積極的なチャレンジ 林業事業者との協調 技術習得 林業事業者への協力要請 県森づくり推進課:県営林を活用した参入者の森林整備試行 県林業改革課:作業システム試行への支援 ジョイントによる小規模モデル団地形成へのソフト支援	林業事業者:新規参入者への技術指導 県林業改革課:林業事業者による異業種参入者への技術指導(作業道、間伐) 建設機械から林業機械に改良への支援				◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業者が効率的な生産活動を展開している

※改革の方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業関連機(高付加価値化)の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

連携テーマ【人材育成・人材確保】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかったか、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
3. 担い手の確保 (2) 法人経営支援	<p>◆本県の産業構造は、公共事業依存の色彩が強く、特に、中山間地域では、その比重は高く、こうした産業が雇用の大きな受け皿になっている。しかしながら、公共事業の削減に伴い、地域の建設業や製造業の経営状況は厳しく、こうした業種を中心に地域企業の新たなビジネス展開が必要になっている</p> <p>◆一方、中山間地域では、有効に活用されていない農地や山林などの貴重なビジネス資源、生産資源が多く存在しており、こうした資源をいかに活用するかが、産業づくりの大きな鍵を握っている</p>	<p>◆これまで、建設業の新分野進出支援については、商工労働部(雇用労働政策課雇用対策チーム)が、「建設業新分野進出支援グループ」の活動等を通じて、支援事業説明会の開催や訪問調査を実施するなど、建設業者に対する相談、情報提供などの支援を行ってきた</p>	<p>◆平場の地域に比べ、輸送コストや道路事情など、ビジネス条件が悪い中山間地域で、新たに事業展開するには、リスクが高く、これまではあまり積極的には行われなかった</p> <p>◆新たに事業を展開するには、設備投資などに多額の資金が必要となり、経営基盤が脆弱な地域企業や新たに創業する事業者にとって、二の足を踏んでいる状況である</p>	<p>◆拠点組織の経営力アップと人材育成</p> <p>★セミナー、研修会の開催 ◎専門家や有識者等による実践指導(産業再生アドバイザー制度の拡充) ◎地域支援企画員を通じた情報提供、橋渡し機能の充実</p>	○	○	○
				<p>◆県の試験研究機関や専門機関等との連携</p> <p>◎技術指導の実施 ◎情報提供の充実</p>			○
				<p>◆事業者の必要に応じたアドバイザーの派遣 ◎アドバイザー制度の支援範囲の拡大(再掲)</p>			○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

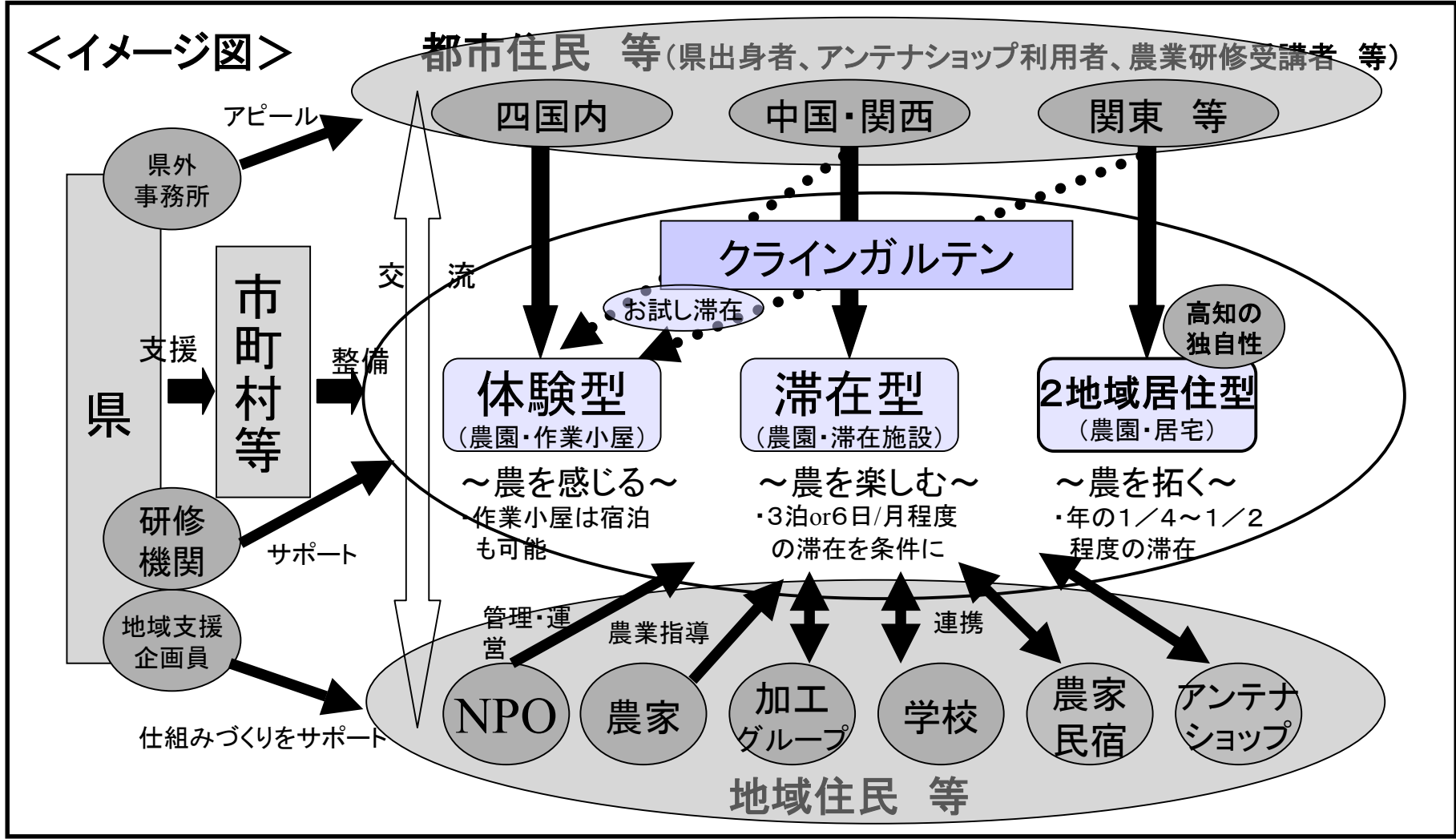
H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>経営セミナーの創設</p> <p>市町村:拠点組織へのバックアップ体制の充実 拠点ビジネス組織:講座への参加、経営革新、経営力の向上 県産業振興推進部:アドバイザー制度の周知、現場の支援体制の整備</p>				<p>◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されている(若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持)</p>
<p>連携体制の構築</p> <p>県地域づくり支援課:工業技術センター等の公設試験研究機関との調整、商工労働部との協働体制の構築(建設業支援等) 農業、林業分野等の専門組織との協力体制の構築</p>	<p>アドバイザーの実施</p> <p>県産業振興推進部:アドバイザー制度の周知、現場の支援体制の整備 県公設試験研究機関:新分野進出事業者への支援体制の強化</p>			<p>◆県の試験研究機関や専門機関の支援ノウハウやシステムが確立され、事業者のニーズに応えられるようになる</p>	
<p>アドバイ体制の確立</p> <p>県地域づくり支援課:アドバイザー制度の拡充、支援体制の検討(3種類のアドバイザー配置) 県公設試験研究機関:食品加工等の支援体制の強化</p>	<p>アドバイザー事業の実施</p> <p>事業者:講座への参加、ノウハウ習得 県産業振興推進部:新アドバイザー制度の実施、事業者への周知、現場の支援体制のづくり 県公設試験研究機関:支援体制の強化</p>			<p>◆新分野の技術やノウハウを習得することで、事業が軌道に乗り、利益と雇用を生む成功事例が生まれる</p>	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

クラインガルテン整備の概要

別図(人1)

<p><背景></p> <ul style="list-style-type: none"> ・田舎暮らしや農のある暮らしを希望される方の増加 ・食の安心・安全への関心の高まり ・移住・長期滞在先としての他地域との差別化の必要性 	<p><効果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住・長期滞在の地として、高知のブランド化が図られる ・地域づくりや農業の担い手づくりにつながる ・地域の産業興しの起爆剤になる可能性がある 	<p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・生活面、農業面での受入れの仕組みづくり ・他地域との差別化するための高知の独自性 ・効果的な都市部へのアピールの方法
--	--	--



Ⅱ 専門分野の成長戦略

1 農業分野

まとまりの形成

まとまりのある産地づくり

共通課題

中山間地域の活性化

消費地に信頼され選ばれる産地の実現

生産戦略

まとまりのある園芸産地の再構築

園芸戦略推進会議における戦略の共有と実践

- ・県域・地域における農業者と農協が信頼関係で ばれる産地のまとまりの再構築
- ・生産流通販売戦略に基づく取組の実践と進 管理

まとまりのある園芸産地の育成〔学・教 あう場の仕組みづくりと取組の実践〕

- ・農家の 場に「学・教 あう場」を設 所得の確保につながる高品質・高収量を目指して取組を実践
- ・品目別総合戦略の栽培技術課題の解決や新技術の開発・導入・普及に向けた実証事業による支援

園芸用ハウス面積の確保〔レンタルハウス整備事業の充実〕

- ・資材高騰に対応した 度 等の見直しや中 ハウスの有効活用、国 事業によるハウス整備

認証制度等の整理と活用 エコシステム栽培認証等の推進と環境保全に貢献できる仕組みづくり

農業環境規範やGAPの取組 地域や品目に応じた高知県版GAPの普及

生産履歴記載・農業の適正使用の徹底 農業を売る・使う、農産物を出荷するときの対応徹底

生産工程管理ウォッチャーシステムの構築 生産工程管理ウォッチャーシステムの構築

IPM技術の開発と県内全域への普及 土着天敵の活用、品目ごとの技術確立

IPM映像マニュアル作成、指導マニュアルの改正等 IPM映像マニュアル作成、指導マニュアルの改正等

家畜ふんたい肥利用による肥料高騰対策 家畜ふんたい肥利用による肥料高騰対策

保温対策の徹底、重油代替暖房機の実証と普及 保温対策の徹底、重油代替暖房機の実証と普及

有機農業の推進 計画的な有機農業の普及推進、研修や就業支援

有機農業への支援 有機農業への支援

ランダウエストラント市 高知 園芸農業協定の のトップランナーとの技術・ 化交流等

流通・販売戦略

高知県産園芸品の販売促進と消費拡大

- ・園芸こうち販促進事業によるメディアを活用した総合的なPR
- ・環境を軸としたイメージアップと販売戦略の展開
- ・出前授業の実施や流通関係者と産地の交流、見本市への出典
- ・高知のエコ農産物を活用した新メニュー等の提案・開発

消費流通構造の変化に対応した新たな販路開拓と有利販売

- ・中食・外食等業務需要への販路拡大
- ・流通関係者とのパートナーシップづくりと効果的な量販店フェアの開催
- ・食-農-観光の産業コラボレーション等による新しい需要や販路の開拓
- ・果実と花きの販売促進
- ・新アンテナショップとの連携

園芸

競争に打ち勝つ高知ブランドを再構築

品目別総合戦略の実践

生産から流通・販売までを見通した総合戦略の共有と実践

- ・園芸28、米、茶、畜産5の計35品目を策定
- ・今後も、必要に応じて地域の戦略品目を追加
- ・品目ごとに生産から流通までの総合戦略に基づく対策を実施
- ・生産者、農協等農業団体、行政が戦略を共有し、課題の解決に向けて実践、評価、改善策の策定を継続 (PDCAサイクル)

生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築

生産から流通・販売に至るまでトータルに支援する体制を構築し、販路開拓と有利販売を行う

- ・新たな販路開拓と有利販売のための流通支援体制の整備
- ・生産・流通販売、研究開発の一体的な取組による消費者ニーズへの迅速な対応

環境保全型農業のトップランナーの地を確立

全国へ展開

農産物輸出の推進

品目の取組進捗に応じた輸出の拡大

- ・農産物輸出促進事業による支援強化
- ・信頼できるパートナーとの関係強化・連携による輸出の拡大

い の育成と生産資 の保全

認定農業者の育成・確保

- ・新規認定者の確保と認定農業者へのフォローアップ
- ・経営規模拡大による企業的経営体の育成と優良な労働力の確保

新規就農者の確保・育成

- ・市町村での実践研修や遊休ハウスの活用等に対する支援
- ・異業種からの農業参入支援
- ・JA出資型法人の設立を強力にサポート

経営不振農家への支援

- ・JAグループと県の協働の取組強化

農業農村整備の推進

- ・高知県農業農村整備推進基本 に基づく事業の計画的な実施
- ・基 水利施設の適正な 新と 保全
- ・農地・水・環境保全向上対策の推進

農業団体との連携

- ・農業振興にあたっての県と農業団体の連携
- ・連携を支える組織機能の強化

生活できる所得の確保

生活できる所得を確保するこうち型集落営農の実現

中山間地域において農業で生活できる所得を確保する仕組みづくりを推進

- ・集落内の合意形成により、園芸品目等を導入し、農業で所得の確保を目指す
- ・モデル集落への重点支援を実施 (H20:10集落、H21:5集落、計15集落)

モデル集落の成功事例を一般対策に移行

有望品目の導入と定着

現地実証試験による栽培実証や販路開拓活動の支援

- ・先行品目の定着と産地化産地化に向けた作付面積の拡大
- ・栽培技術の確立と改善
- ・販売促進活動の充実
- ・新たな品目の掘り起こし
- ・情報収集・分析・評価の継続

ステップアップの促進

集落ぐるみの共同活動の促進〔農業生産体制の整備と農地の保全〕

集落営農の推進

中山間地域等直接支払制度の活用

- ・集落の合意形成
- ・リーダーの育成
- ・作業の受委託や機械の共同利用の促進

農地・水・環境保全向上対策の推進

- ・農地や水路等を維持・保全する共同活動の推進
- ・環境負荷低減への営農活動の推進

地域資 の活用

複合経営による所得の確保

新たな取組による農業・農村の発展

「高知の食」を活用した取組の拡大

地産地消の持続的発展

- ・来店型販売形態の充実・強化と業務筋のニーズに合わせた生産、出荷、情報発信ができる直販所づくり
- ・県民みんな高知農産物応援づくり

食育(学校給食)による地産地消の拡大

- ・地域の特産物の食農教育と給食への食材供給の支援による特産物の理解促進
- ・県産主要野菜や魚の学校給食への安定供給体制の構築による県産食材使用率の向上

1.5次産業の推進

産業化への取組

- ・原材料の生産から加工、流通、販売まで、トータルに支援を行う体制の構築と事業のパッケージ化
- ・工場の衛生管理の高度化

地域加工の推進

- ・高知県産にこだわりを持った加工品や地域固有の加工技術を活かした加工品が、地域で開発できるよう、企画から加工の規模拡大までの総合的な支援体制づくりと事業のパッケージ化

関係機関・団体等の一体的な取組

- ・商工業分野
- ・食品産業
- ・機械工業

- ・観光分野
- ・旅行業、外食産業
- ・ホテル、旅館等

- ・大学・研究所等
- ・NPO
- ・民間団体

- ・行政
- ・市町村
- ・県

- ・健康福祉分野
- ・教育分野

連携

グリーン・ツーリズムの推進

- ・集落がひとまとまりとなって生産、加工、体験、販売までを手がけ、集落を丸ごと情報発信
- ・グリーン・ツーリズムが楽しめる高知県として、農林漁家民宿を拠点として売り込む滞在型のニューツーリズムの推進

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
<p>1. 生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築 (1)生産から流通・販売にいたるまでトータルに支援</p> <p>P158 別図(農1)参照</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆量販店の価格支配力の増大、家庭消費の減少、業務需要の拡大、輸入の増大など消費流通構造の変化 ◆全国でも高いシェアのある品目の産地化や環境保全型農業の先進的な取組などの多くの実績を上げているが、産地づくりと流通販売の情報交換が十分に行われていない ◆これまでに無いほど生産資材が高騰し、農家所得が大幅に減少するなど園芸農業は非常に厳しい状況 ◆園芸の産出額は、1,021億円から737億円(H5→H18△284億円) 園芸連の取扱額は、935億円から630億円(H4→H20△305億円) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆園芸戦略推進会議において消費地に信頼される産地づくりを目指して、品質・数量の確保、安定供給、安全安心志向への対応など農家の所得向上につながる戦略を県域で決定、共有、実践 ◆園芸こうち販売促進事業により、メディアを活用した県産野菜のPRや、佐藤弘道氏による「高知やさい体操」やなせたかし氏による「高知野菜11人きょうだい」キャラクターを活用したイメージアップと消費拡大を図る 園芸連・県が連携した消費地情報の収集と提供(東京・大阪) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆消費流通構造の変化に対応でき、高知県の優れた取組が評価されるなど有利販売に向けた流通販売体制の強化 ◆消費地ニーズに迅速に対応できる、またIPMを全域へ普及拡大するなど、有利販売を見通した産地のまとまりの強化 	<p>◆★消費流通構造の変化に対応でき消費地に評価されるよう生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築</p>	○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>支援体制の構築と事業創設</p> <p>県関係課:一元的に支援できる体制の構築、新需要開拓マーケティング事業の創設(野菜・果樹・花き)</p> <p>P159 別図(農2)参照</p> <p>※県関係課は新組織や連携に関わる各部担当課</p>	<p>新体制による新たな販路開拓と有利販売への支援の実践</p> <p>農業団体:流通販売戦略の企画提案(野菜・果樹・花き)と県との共有と実践 県関係課:流通販売戦略の企画提案(野菜・果樹・花き)と農業団体との共有、支援</p>			<p>◆県産園芸品の認知向上 関東:7位→5位 関西:3位→1位</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
	<p>中食・外食等への販路拡大</p> <p>農業団体:業務加工向け商材企画、メニュー提案等業務筋への販売活動、業務ニーズに基づく荷姿調整等産地との協議、実需者との交流、販売後の総括と実需者・産地との共有 県関係課:上記取組の企画・実践を支援</p>				
	<p>効果的な量販店フェアの開催</p> <p>農業団体:量販店等への高知の農業戦略を含めたフェアの企画提案、量販店との販売戦略の共有、バイヤーの産地招聘や生産者の量販店等への派遣による交流、フェア後の総括と量販店・産地との共有 県関係課:上記取組の企画・実践を支援</p>				
	<p>特産野菜等コラボ企画・実践</p> <p>農業団体・市町村等:IPM等の地域の取組を実需者へ紹介、一次産品や観光資源とのコラボ企画提案、実需者と産地の交流、企画の実践・総括 県関係課:上記取組の企画・実践を支援</p>				
	<p>果実の販売促進</p> <p>農業団体:生産者・農業団体・県による地域の現状把握や課題の共有、生産流通販売戦略策定と共有・実践 県関係課:生産販売戦略の共有と取組の支援</p>				
	<p>花きの販売促進</p> <p>農業団体:市場等でのモニタリングへの参画、結果を踏まえた産地の生産流通戦略協議・実践 県関係課:市場等でのモニタリング、生産流通戦略の策定支援及び実施の支援</p>				
	<p>アンテナショップ 設立準備</p> <p>アンテナショップとの連携</p> <p>農業団体・生産者組織:品目の選定協議調整、出荷に向けた産地調整、販売戦略づくりと生産者・農業団体・県の共有 県関係課:アンテナショップの運営方法の明確化と農業団体・生産者組織との協議調整及び取組支援</p> <p>農業団体:品目の拡大協議、出荷に向けた産地調整、販売拡大に向けた戦略作りと生産者・農業団体・県の共有、実践 県関係課:上記取組の支援</p>				
	<p>高知県青果物のイメージアップと消費拡大</p> <p>園芸こうち販売促進事業実行委員会(園芸連、JA中央会、県で組織): 園芸こうち販売促進事業により、メディアを活用した県産野菜のPR等を実施</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業関連機軸の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 生産から流通販売までの一元的支援体制の構築 (2) 農産物輸出の推進 <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content;"> P158 別図(農1)参照 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆農産物の輸出については、世界情勢の変化による富裕層の台頭や、世界的な日本食ブームにより、輸出の可能性が広がっている 本県農産物でも、市場経由したものが仲卸等により輸出されている実態はあった ◆平成17年からの事業化により、アジアを中心とした青果物・花き・ゆず加工品等の販路開拓に取り組む各産地があるが、パートナーとの連携や販売促進活動の実施、情報収集など十分ではなく、継続的な販売とはなっていない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆高知県農産物輸出促進事業による支援(H17~) ・輸出に専門的なノウハウを持った信頼できるパートナーづくり(事例: グロリオサー大田花き) ・国内外での商談会や展示会への出展(グロリオサー、土佐文旦、水晶文旦、フルーツマト、メロン、ニラ、シシトウ、ゆず加工品等) ・テスト輸出を通じた課題の抽出とノウハウの蓄積 ・鮮度保持技術の研究開発に取組中 ・「高知県農産物輸出促進協議会」を設置し勉強会の開催や流通セミナーを実施 	<ul style="list-style-type: none"> ◆相手国と商慣習が大きく異なり、国内とは比較にならないほど高いリスクがある ・商慣習: クレーム発生時の対応・処理、代金回収 ・貿易制度: 外国為替の変動に伴う為替リスク、検疫条件、各種証明手続 ・信頼できるパートナーの確保と継続した販売展開 	◆品目の取組進度に応じた輸出の拡大 ◎農産物輸出促進事業による支援強化	○		
2. まとまりのある園芸産地の再構築 (1) 園芸戦略推進会議における戦略の共有と実践 <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content;"> P160 別図(農3)参照 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆国内外の産地間競争の激化や、量販店の価格支配力の増大等、園芸農業を取り巻く厳しい環境に対応するため、課題解決に向けて具体的な実践活動を実施するため、県域と13地域の園芸戦略推進会議を設置し取り組み始めた ◆消費流通構造の変化はその後進み、販売価格は低迷し、加えて近年の重油や資材の高騰により農業経営は危機的な状況 ◆一部地域では、生産者の農協離れにより、価格安定制度の加入要件に定められた系統出荷率を下回るなど深刻な状況 	<ul style="list-style-type: none"> ◆系統共販、共同計算では農協等農業団体と農家のコミュニケーションを強化し系統出荷の意義の徹底等を図り、輸送では価格決定方式に競争性を導入し、運賃の低減を図る他、安全安心、資材コスト等の各課題について取組を進めた ◆平成20年度には生産者同士が学びあい教えあう仕組みづくりへの取組を開始し、品目別の生産から流通までの一元的な総合戦略を策定 	<ul style="list-style-type: none"> ◆量販店の価格支配力の増大、消費流通構造の変化、産地間競争の激化、資材高騰等に対応できる産地のまとまりの形成 	◆◎県域・地域における農業者と農協が信頼関係で結ばれる産地のまとまりの再構築		○	
(2) まとまりのある園芸産地の育成	<ul style="list-style-type: none"> ◆これまで120品目を超える園芸作物により、高い品質とロットの確保、安定的かつ計画的な供給により、消費地の信頼を確保し、「高知ブランド」としての地位を築いてきたが、近年は系統率の低下など産地のまとまりが弱まっている ◆各品目の生産部会への参加率が低下傾向 ◆園芸品目において、生産者間、産地間による技術差がある 	<ul style="list-style-type: none"> ◆高収量・高品質を目的とした栽培講習会や個別指導による部会への支援を農業団体や農業振興センターが実施 	<ul style="list-style-type: none"> ◆篤農家の優れた生産技術を他の生産者に伝える県下の仕組みがなかった 	◆★学び教えあう場の仕組みづくり <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content;"> P161 別図(農4)参照 </div>	○		○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>輸出の拡大に向けた検討</p> <p>果園芸流通課:重点品目と重点国の検討</p>	<p>輸出の拡大の実践</p> <p>生産者・農業団体:テスト輸出を通じた課題の抽出とノウハウの蓄積、商談会への参画や継続的な輸出への取組 県流通支援課:農産物輸出促進事業による支援強化(補助の拡大)、信頼できる輸出の専門パートナーとの関係強化、パートナーと連携した輸出の拡大、検証と改善</p>			<p>◆農産物(野菜、果実、花き)の輸出の拡大</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
<p>これまでの総括と産業振興計画の共有</p> <p>生産者・農業団体・県農業振興部:園芸戦略推進会議の総括、産業振興計画の共有と実践に向けての協議</p>	<p>生産流通販売戦略に基づく取組の実践と進捗管理</p> <p>生産者・農業団体: 県育成品種の活用や業務需要開拓など生産流通販売戦略の立案と産地との共有、実践に向けて生産者と合意形成、販路拡大や品質の向上とロットの確保、安定的な供給体制の強化、産地への情報のフィードバックと改善 県農業振興部:産業振興計画を基軸とした新たな戦略の推進、各プロジェクトや地域園芸戦略会議による進捗管理、生産流通販売戦略の企画立案支援と生産者・農業団体との共有、実践への支援、産地への情報のフィードバックと改善支援</p>			<p>◆高い品質と収量を確保する生産者のまとまりづくりにより、生産戦略、流通戦略を共有し、消費地に信頼される産地を形成</p> <p>◆園芸品の系統率 H19園芸年度 64% ↓ H23園芸年度 70%</p> <p>◆「学び教えあう場」の設置数:170ヶ所程度</p> <p>ナス(A地区) 参加率:100% 10a当たり収量 H20園芸年度:15.6t ↓ H23園芸年度:18t</p>	
	<p>「学び教えあう場」の設置と取組の実践</p> <p>生産者:自主的な参加と実践 農業団体:「学び教えあう場」の仕組みづくりや産地間交流への主体的な関わり 県園芸流通課(H21～産地づくり課)・環境農業推進課・農振センター:篤農家のほ場に「学び教えあう場」を設置、生産者が自主的に参加する「学び教えあう場」の仕組みづくりや産地間交流の運営のコーディネートなどによる、生産コストに耐える産地の再構築を支援</p> <p>篤農家のほ場に「学び教えあう場」を9月から123ヶ所設置、仕組みづくり(重油高騰の影響が大きい産地主要品目中心)</p> <p>篤農家のほ場に「学び教えあう場」を約50ヶ所追加、仕組みづくり(露地、果樹を含む産地の主要品目)</p> <p>篤農家のほ場に「学び教えあう場」を170ヶ所程度で継続、レベルアップ(露地、果樹を含む産地の主要品目)</p>				
	<p>「学び教えあう仕組みづくり」推進会の設置と運営</p> <p>生産者・農業団体・県・篤農家、農業団体、県による「学び教えあう仕組みづくり」推進会の開催(産地単位)</p>				
		<p>生産者交流推進会の開催</p> <p>生産者・農業団体・県:各産地の優良事例発表や流通関係者の講演会等による品目をまたがる産地のレベルアップ(県域、品目横断)</p>			

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外需の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. まとまりのある園芸産地の再構築 (3) 園芸用ハウス面積の確保 P160 別図(農3)参照	◆ハウス面積の減少及び老朽化ハウスの増加等に歯止めがかからない	◆平成2年度からレンタルハウス整備事業を実施 ◆施設園芸農業を振興するためハウス面積の確保が必要であり、新規就農や規模拡大、高度化などに対応したハウス整備を実施 ◆平成14年度から、低コスト耐候性ハウスの整備を実施(国庫事業)	◆園芸品の価格低迷や資材などの高騰による投資意欲の低下 ◆高齢化や後継者不足による園芸品の生産力が低下 ◆レンタルハウス整備事業は新設ハウスのみを対象としている	◆レンタルハウス整備事業の充実 ◎資材高騰に対応した補助限度額等の見直し ★中古ハウスの有効活用 ○国庫事業の有効活用			○
3. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (1) 環境保全型農業の目指す姿 P162、163 別図(農5・6)参照	◆消費者の食に対する信頼と安全・安心、さらには環境に対するニーズは増加 ◆高知県は、平成6年から環境保全型農業に取り組み、技術の確立と普及に加えて、廃棄物の適正処理、残留農薬の検査体制、環境ISO14001等の実践等様々な取組等で環境保全型農業の先進県	◆高知県環境保全型農業総合推進プラン(平成19年4月)の実行によるブランド力の強化(「環境保全型農業のトップランナーの地位を確立」の項共通)	◆生産から流通まで、環境保全型農業を高知県農業全体のスタンダードにしていく必要 ◆販売流通面での付加価値の創出	◆消費者に安全・安心と信頼を！ ◆農業者に誇りとやりがいをも！ ◆後継者に夢と未来を！ ◎産地自らが、環境保全型農業の取組のファンに ◎全国のトップランナーの地位を構築(消費者から選ばれる産地へ)	○		○
(2) IPM技術の開発と県内全域への普及	◆高知の園芸は、天敵等を利用した減農薬の取組(IPM技術:総合的病害虫・雑草管理技術)が日本一	◆IPM技術体系の品目拡大と県内全域への普及	◆市販のIPM技術資材では防除困難な、海外からの侵入害虫の発生 ◆天敵を利用する必要のない品目でのIPM技術の必要性の認識が関係者、生産者共に低い	◆IPM技術について全品目、県内全域への技術確立と普及 ◎土着天敵の活用 ◎品目ごとの技術確立 ○実証ほの設置 ○IPM映像マニュアル作成 ◎指導マニュアルの追加・改正			○
(3) 土づくりと施肥の改善	◆環境にやさしい農業を行うため、良質なたい肥による土づくり、化学合成肥料の適正使用を推進 ◆家畜ふんたい肥の余剰が7,469t/年、肥料が高騰	◆施肥基準の策定、県内たい肥マップの作成 施肥基準に基づき、各地域で品目毎の具体的な施肥改善	◆家畜ふんたい肥の成分のばらつきや発酵不足 ◆栽培期間の長期化、中長期展張フィルムの普及等により、太陽熱消毒や湛水処理等による連作障害対策が不十分	◆家畜ふんたい肥利用による肥料高騰対策 ○家畜ふんたい肥の製造の改善 ◎家畜ふんたい肥の利活用の促進 ○野菜(27品目)の施肥基準の策定 ◎果樹・花きの施肥基準の策定			○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【 農業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>制度の拡充検討</p> <p>県園芸流通課: 補助限度額等の見直し</p>	<p>新規・規模拡大・建替え(高度化)等のさらなる推進</p> <p>生産者・農業団体: 事業導入によるハウス整備 県産地づくり課: 補助限度額等の改正や中古ハウステンタル区分の新設により拡充した事業の実施</p>			<p>◆園芸用ハウス面積 H19: 1,594ha ↓ H23: 1,520haを確保</p> <p>ハウス面積減少率(H7→H19)による推計面積 H23: 1,391ha</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
<p>国庫事業によるハウス整備の実施</p>					
<p>産地自らが、環境保全型農業の取組のファンに(環境保全型農業の実践に向けた生産者および農業関係者の意識高揚)</p>				<p>◆環境保全型農業を県内全域・全品目に普及</p>	
<p>全国のトップランナーの地位を構築(消費者から選ばれる産地へ)</p> <p>生産者: 環境保全型農業の実践、自らの取組に誇りとやりがいを持つ、取組を点検し毎年見直し改善、取組を記載し情報発信 農業団体: 環境保全型農業の積極的推進、生産対策、流通対策両面からの普及体制づくりと実践、産地の取組を点検し毎年見直し改善、産地の取組を情報発信 県環境農業推進課: 環境保全型農業の積極的推進、生産対策、流通対策両面からの普及体制づくりと実践、県内全体の取組を点検し毎年見直し改善、県内全体の取組を整理し情報発信</p>					
<p>土着天敵を活用したIPM技術体系の再構築 品目ごとの新たな天敵利用技術の確立 実証ほの設置によるIPM技術の検討</p>				<p>◆IPM技術体系数 H19: 5品目 ↓ H23: 10品目</p>	
<p>IPM映像マニュアルの作成</p>	<p>指導マニュアルの改正(新たな品目の追加等)</p>			<p>◆品目別普及率(戸数) H19→H23 ナス類 : 26→65% ピーマン類: 48→80% ミョウガ : 51→90%</p>	
<p>生産者: 実証ほの設置協力、生産部会による研究活動の促進(情報の共有) 農業団体: 天敵利用研究会等の組織化 県環境農業推進課: 新たな品目へのIPM技術の検証・普及、土着天敵の利用普及のための支援、県内全域へのIPM技術普及</p>				<p>◆土着天敵リレーの体制 温存ハウス活用市町村数 H20: 3市町村(9%) ↓ H23: 17市町村(50%)</p>	
<p>家畜ふんたい肥の製造の改善</p>	<p>家畜ふんたい肥の利活用の促進</p>			<p>◆家畜ふんたい肥の余剰 H19: 7,469t ↓ H23: 0t</p>	
<p>野菜(27品目)の施肥基準の策定</p> <p>果樹・花きの施肥基準の策定</p>				<p>◆土壌診断処方箋点数(野菜): H19: 7,879点 ↓ H23: 9,200点</p>	
<p>生産者: 作物別の利用事例の収集のための情報提供、生産部会による研究活動の促進 農業団体: 地域内循環の仕組み作り(耕種農家と畜産農家との連携促進)、土壌診断・処方箋に基づく施肥設計の推進 県環境農業推進課: 家畜ふんたい肥を活用した土づくり資材・施肥低減方法の普及</p>				<p>◆施肥基準の策定 野菜: 27品目 花き: 10品目 果樹: 10品目</p>	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外需の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
3. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (4)有機農業の推進 <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content;"> P162、P163 別図(農5・6)参照 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆全国的な有機農産物に対する消費者の関心の高まり ◆有機農業実践者の育成と就農支援を実施(有機のがっこうの支援) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆高知県有機農業推進基本計画(平成20年5月)を策定 ◆栽培技術のマニュアル化のため実証ほを設置 ◆有機農業実践農家の実態調査及び消費者の意識調査を実施 ◆有機のがっこう研修生の就農支援と卒業生の組織化 ◆NPO団体等への組織活動支援 ◆有機農業推進年次別推進計画(平成19～25年)の策定 	<ul style="list-style-type: none"> ◆生産技術面、流通販売面共に不安定 ◆有機実践農家の情報やネットワーク不足 	<ul style="list-style-type: none"> ◆計画的な有機農業の普及・推進、研修受け入れ農家への支援 ◎有機農業就農希望者に対する研修及び就農支援、就農後の技術及び経営指導 ◎有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者との情報交換や交流の場づくり 	○	○	
(5)省エネルギー対策	<ul style="list-style-type: none"> ◆施設園芸においては施設内温度を一定に保つために、化石燃料による暖房用加温機の使用が一般的 ◆重油価格の高騰を背景に、生産コストは上昇 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ハウス内張被覆の多層化などの徹底指導 ◆耐低温性品種の育成 ◆産業技術部を中心に木質バイオマスボイラーの開発の取組 ◆木質バイオマスボイラーの実証への支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆化石燃料からのシフトの模索(木質バイオマス、ヒートポンプ等) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆省エネ対策の徹底 ○保温対策の徹底 ○耐低温性品種の開発・導入 ◆重油代替暖房機実証への支援と普及(木質バイオマス、ヒートポンプ等) ◎重油代替暖房機の実証 ◎重油代替暖房機の普及推進 			○
(6)農業環境規範やGAPの取組	<ul style="list-style-type: none"> ◆市場での異物混入や腐敗事故が毎年発生(H19園芸年度 1,098件) ◆園芸産地として、農業環境規範及び食品安全GAPなどの導入が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ◆高知県版GAP(農産物の安全性を確保するため農業者等の生産・出荷段階において取り組む工程管理)の策定及び映像マニュアル制作中 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域や品目の特性に応じた生産工程管理の取組不足、PDCAの理念の浸透不足 ◆第三者も含めた工程管理をチェックする仕組みが未整備 	<ul style="list-style-type: none"> ◆高知県版GAPをそれぞれの地域や、品目に応じた形で発展普及 ○県版GAP作成と実践 ◎地域別・品目別GAP作成と実践 ◎県版GAP見直しと実践 	○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>有機農業就農希望者に対する研修及び就農支援、就農後の技術及び経営指導</p> <p>生産者：遊休農地・施設等の情報提供、有機農業の技術指導及び研修の受け入れ、就農希望者の視察等への協力 農業団体：遊休農地・施設等の情報提供、レンタルハウス整備事業等の活用、新規就農者に対する技術及び経営指導 市町村：遊休農地・施設等のリスト化、窓口の設置 県環境農業推進課：研修受け入れ農家の把握、新規就農希望者等への研修や就農支援、研修受け入れ農家への支援 県農振センター：技術及び経営指導体制の充実</p>				<p>◆有機農業就農者 H19:9名 → 5名/年</p> <p>◆支援体制設置市町村 H20:6市町村(18%) ↓ H23:17市町村(50%)</p> <p>◆有機JAS認証農家戸数 H19: 84戸 ↓ H23:100戸</p> <p>◆県内消費者の認知度 H20:51% ↓ H23:75%</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
<p>有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者との情報交換や交流の場づくり</p> <p>消費者：援農活動への参加、有機農産物の購入 生産者：組織活動への参加、有機JAS認証の取得 農業団体：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、有機農産物の販路拡大 県環境農業推進課：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施 県農振センター：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施 産地化に向けた支援</p>				<p>◆県内の園芸用年間重油使用量 H18:89,000キロリットル ↓ H23:70,000キロリットル</p>	
<p>保温対策の徹底指導</p> <p>生産者、農業団体：省エネチェックリストによる点検 県環境農業推進課・農振センター：チェックリストの作成と点検支援、省エネ対策プロジェクトチームの設置運営</p>					
<p>耐低温性品種の開発・導入</p> <p>生産者、農業団体：実証試験ほの設置、調査協力 県環境農業推進課・農振センター：実証試験ほの調査、経済性評価 県農業技術センター：耐低温性品種の開発</p>					
<p>重油代替暖房機の実証</p> <p>生産者、農業団体：実証試験ほの設置、調査協力 県環境農業推進課・農振センター：実証試験ほの調査、経済性評価、省エネ対策プロジェクトチームの設置</p>				<p>重油代替暖房機の普及推進</p> <p>生産者、農業団体：脱化石燃料加温機の導入推進 農産地づくり課・農振センター：脱化石燃料加温機の導入推進、省エネ対策プロジェクトチームによる情報収集と提供</p>	
<p>県版GAP作成</p> <p>県環境農業推進課：県版GAPの作成と啓発 県農振センター：取組体制の確立</p>				<p>地域別・品目別GAP作成</p> <p>生産者：GAPへの取組、地域別・品目別GAPの作成協力と実践 農業団体：全集出荷場でのGAPへの取組実践、各地域・各品目に応じた特色ある取組への発展 地域協議会(生産者、農業団体、行政等で構成)：地域別・品目別GAP作成 県環境農業推進課：地域別・品目別GAP作成支援と普及 県農振センター：地域別・品目別GAP作成支援と普及</p>	
<p>県版GAP見直し</p> <p>県環境農業推進課：地域別・品目別GAPを参考に県版GAPの見直し</p>				<p>◆高知県版GAPの普及点検シート ・生産者版(その1) H19: 8% ↓ H23:100%</p> <p>・集荷場版(その2) H19: 3JA ↓ H23:16JA</p> <p>◆異物混入事故の発生 H20園芸年度:57件 ↓ H23園芸年度: 0 件</p>	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業関連機種の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
3. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (7)生産履歴記帳・農薬の適正使用の徹底 P162、163 別図(農5・6)参照	◆残留農薬基準がポジティブリスト制に移行し、中国産等の輸入農産物(特に生鮮品)で基準値オーバーが相次ぎ、国産志向が高まるなか、県産農産物においても農薬事故が発生	◆JAグループでは平成13年度から生産履歴記帳運動を展開(現在の記帳率:85%)、平成21年度末までに、記帳・回収を100%達成するよう目標を設定 ◆あるJAでは『生産履歴のない農産物はJAとして取り扱わない』姿勢で、生産履歴記帳・回収100%を達成 ◆県や高知市では市場や直販所に出荷された農産物の残留検査を実施(300検体)、また、JAグループでは年間約2,000検体の残留農薬の自主分析を実施	◆危機意識の希薄化と取組のマンネリ ◆購買、営農、販売の情報共有と連携 ◆農薬事故発生再発防止の仕組みが未整備 ◆県内全域で、生産履歴記帳・回収・点検を徹底 ◆安全安心への取組全体を消費者を含む第三者も交えて点検していく仕組みが未整備	◆ 農薬を売るとき の生産者への対応徹底 ○営農と購買の情報交換と連携強化 ◎第三者等による定期的な実践チェック ◆ 農薬を使うとき の対応徹底(記帳・回収・点検) ○生産履歴記帳・回収100%の達成 ○適正使用の指導の継続 ◎IPM型防除層の検討・作成・活用 ◆ 農産物を出荷する(預かる)とき の対応徹底(記帳・回収・点検) ◎農産物(商品)と生産履歴はセットである意識徹底 ○自主残留農薬検査の継続 ○生産履歴記帳システムの活用推進			○
				◆ 県産農産物の生産工程管理ウオッチャーシステムの構築 ★第三者を含めた農産物の生産工程管理ウオッチャーシステムの検討 ◎生産履歴記帳、高知県版GAP実践等のチェック	○		○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【 農業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>営農と購買の情報交換と連携強化</p> <p>生産者:登録内容と履歴の確認 農業団体・全肥商連:登録内容の説明責任を徹底、農業販売職員の意識と資質の向上、窓口対応の徹底、電算システムの活用、土日・休日の対応を含めた販売履歴チェック体制の確立 県環境農業推進課・農振センター:研修会の充実、農業管理指導士の育成</p> <p>第三者等による定期的な実践チェック</p>				<p>◆農業事故の発生 H19:8件 ↓ H23:0件</p> <p>◆生産履歴記帳率 H20: 85% ↓ H21: 100%</p> <p>◆直販所の安心係設置率 H20: 67% ↓ H23: 100%</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
<p>生産履歴記帳・回収100%の達成</p> <p>適正使用の指導の継続 IPM型防除層の検討・作成・活用</p> <p>生産者:登録内容、履歴確認、記帳の徹底 農業団体:研究会、生産部会、巡回指導の充実、購買、販売、集荷場との連携強化 県環境農業推進課・農振センター:IPMマニュアルの作成、研修会、生産部会等の充実</p>					
<p>農産物(商品)と生産履歴はセットである意識徹底 (県外出荷品、県内流通品、直販品含めて「履歴のない農産物は取り扱いできない・しない」理念を徹底)</p> <p>生産者:記帳の徹底と提出 直販組織:安心係の設置と活動強化 農業団体:全戸記帳運動の徹底、購買、営農、販売、集荷場の連携強化、集荷場毎、部会毎のワーキング活動強化 県環境農業推進課・園芸流通課(H21～産地づくり課)・農振センター:JA毎、集荷場毎、部会毎のワーキング活動強化、戦略会議安全安心PTとの連携強化</p>					
<p>自主残留農薬検査の継続 生産履歴記帳システムの活用推進</p> <p>生産者:自主検査への協力、記帳の徹底 農業団体:検査センターによる定期的な自主検査実施、記帳システム活用目品の拡大、生産者が取組やすい様式への工夫 県環境農業推進課:地方市場、直販所等での検査の実施 県農振センター:生産者が取組やすい様式への工夫協力</p>					
<p>第三者を含めた農産物の生産工程管理ウオッチャーシステムの検討</p> <p>生産履歴記帳、高知県版GAP実践等のチェック</p> <p>生産者:記帳、GAPの実践徹底と提出、PDCAの実践 農業団体:購買、営農、販売、集荷場の連携強化、集荷場毎、部会毎のワーキング活動強化、PDCAチェック体制の確立と実践 県環境農業推進課・農振センター:JA毎、集荷場毎、部会毎のワーキング活動強化支援、PDCAチェック体制の確立と実践支援</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
3. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (8) 認証制度等の整理と活用 P162、163 別図(農5・6)参照	◆県認証、特裁ガイドライン、エコファーマー、ISO14001、エコシステム栽培、有機JAS認証など各種制度を推進	◆JAグループによる系統出荷はエコシステム栽培認証に集約して登録品目数、農家数を拡大推進していく方針を決定し、登録拡大に向けた要件の見直し実施 ◆エコシステム栽培認証の要件の見直しとエコシステム栽培認証への集約	◆ナス、ピーマン、シントウ、ミョウガ以外の品目での登録農家数が少ない ◆消費地や市場に、認証の取組内容や基準がわかりにくい ◆認証農産物の有利販売	◆エコシステム栽培認証等の推進と環境保全に貢献できる仕組みづくり ○品目数及び登録農家数の拡大に向けたエコシステム栽培認証の要件の見直し改善 ◎エコシステム栽培認証への集約と推進体制の強化 ★消費者のエコシステム栽培認証農産物の購入が環境保全に貢献できる仕組みづくり	○		○
(9) 環境を軸としたイメージアップと販売戦略の展開	◆全国的な野菜消費の減少のなか、「流通関係者と産地との交流」や、関東や関西など大消費地における小学校等への「出前授業」、佐藤弘道氏による「高知やさい体操」制作など本県の環境保全型農業の取組をPR ◆いくつかの市場や量販店等で高知の環境に優しい農業の取組への認知度が高まり、取引が拡大	◆「安全安心な高知野菜」のPRのため、主に小学生を対象とした出前授業の実施や流通関係者と産地の交流事業の開催	◆エコ農産物の認知度の向上と消費地との連携強化 ・販促活動や消費地との交流に積極的に参加する体制強化 ◆エコ農産物を軸とした新需要の創出と取引の拡大	◆出前授業の実施や流通関係者と産地の交流 ◎交流や応援団づくりと実践 ◆高知のエコ農産物を活用した新メニュー等の提案・開発 ★新需要創出組織の検討と立ち上げ ★外食・中食での新たな需要の創出 ◆新しい食-農-観光の産業コラボレーション等による新しい需要や販路の開拓 ★新需要創出組織の検討と立ち上げ ★農-食-観光連携による新たな需要の創出	○		
(10) オランダウェストラント市-高知友好園芸農業協定の締結	◆オランダ国の施設園芸は輸出産業として発展、天敵利用や環境制御による病害虫対策、肥料成分等をハウス外に一切排出しないクローズドシステム等、農業や化学肥料等の環境への負荷を極力抑える多くの技術で世界のトップランナーを走る国として認知	◆交配昆虫利用技術、天敵利用技術の先進地として情報収集・交換 ◆高知方式の養液栽培技術の開発と普及 ◆花き類、特にオリエンタルユリ等の高品質切り花生産	◆生産者や関係者の自主的なレベルでの訪問や交流が主体 ◆環境条件や生産規模等が全く違うオランダの技術や仕組みをそのまま導入するのではなく、高知に応じた形へ進化	◆世界のトップランナーと日本のトップランナーの友好園芸農業協定締結 ★技術交流 ★文化交流 ★県内外へのPR	○		○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>品目数及び登録農家数の拡大に向けた エコシステム栽培認証の要件の見直し改善</p> <p>消費者のエコシステム栽培認証農産物の購入が「協働の森」、「四万十川の清流保全」、 「CO2削減」等の環境保全に貢献できる仕組みづくり 仕組みづくりの検討</p> <p>エコシステム栽培認証への集約と推進体制の強化</p> <p>仕組みの実現と運用</p> <p>消費者：エコ農産物の購入と環境保全に貢献できる仕組みへの参画 生産者：環境保全型農業の実践と情報発信、地域内でできる環境保全活動の実践と情報発信、環境保全に 貢献できる仕組みづくりへの参画 農業団体：環境保全型農業の推進、地域内でできる環境保全活動の協力と実践、環境保全に貢献できる仕組み づくりへの協力と実践、生産者への意識啓発と情報発信、消費者への情報発信 県環境農業推進課・園芸流通課(H21～産地づくり課)・農振センター：環境保全型農業の推進、環境保全活動の 協力と実践、環境保全に貢献できる仕組みづくりと実践、生産者への意識啓発と情報発信、消費者への情報 発信</p>				<p>◆エコシステム栽培認証取 得率 系統出荷農産物 H20園芸年度：24% ↓ H23園芸年度：80%</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力 ある農業の実現</p>
<p>交流や応援づくりの 検討</p> <p>県園芸流通課：流通関 係者との交流事業や 出前授業、販売促進 事業を通じた県産園 芸品の応援づくりの 検討</p> <p>効果的な企画立案 パートナーづくり 産地の意識啓発</p> <p>生産者・農業団体：県産園芸品の応援団の活用、環境保全型農業の取組のPR 県産地づくり課・流通支援課：効果的な企画立案、県産園芸品の応援団づくりと運営、産地 への フィードバック</p>				<p>◆出前授業受講者数 H19年度：1,596人/年 ↓ H23年度：2,000人/年</p>	
<p>※県関係課は 新組織や連携 に関わる各部 担当課</p> <p>新需要創出組織 づくりの検討と立 ち上げ</p> <p>産地の意識改革 出荷体制づくりと実践 契約販売体制づくりと実践 外食・中食実需者へ新マーケットづくりを企画提案 消費地の情報収集と連携・コラボレーション</p> <p>生産者：意識改革、実需者ニーズに対応した安定生産、契約販売等への対応 農業団体：産地の意識改革、実需者ニーズに対応した安定生産指導、出荷販売体制の確立、産地と実需 者のコーディネート、PRと販売促進 県関係課：産地の意識改革、情報収集と企画提案、産地と実需者のコーディネート、PRと販売促進支援</p>					
<p>新需要創出組織 づくりの検討と立 ち上げ</p> <p>産地の情報収集 農一食一観光コラボレーションを企画提案 消費地の情報収集と連携・コラボレーション</p> <p>生産者：意識改革、実需者ニーズに対応した安定生産、契約販売等への対応、農一食一観光等での新 たな連携 農業団体：産地の意識改革、実需者ニーズに対応した安定生産指導、出荷販売体制の確立、農一食一 観光等の連携づくり、産地と実需者のコーディネート、PRと販売促進 県関係課：産地の意識改革、情報収集と企画提案、農一食一観光等の連携づくり、産地と実需者のコー ディネート、PRと販売促進支援</p>					
<p>友好園芸農業協定締結 に向けた準備と締結</p> <p>技術交流 文化交流 県内外へのPR</p> <p>生産者：技術交流等への参画と実践 農業団体：締結を活かす活動への協力及び技術交流等への参画と実践、協定締結記念イベントやフェアへの協力、 県内外へのPR ウエストラント市と県内の関連企業：民間レベルでの交流やビジネスの可能性を相互に模索 県関係課：ウエストラント市、オランダ大使館、両国の関係機関や関連企業との合意形成や調整、情報提供、技術 や文化交流等への参画と支援、協定締結記念イベントやフェアの開催、交流ブースの設置、県内外へのPR</p>					

※改革の方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
<p>4. 生活できる所得を確保する こうち型集落営農の実現 (1)こうち型集落営農の実現</p> <p>P164 別図(農7)参照</p>	<p>◆本県では、これまで個人経営による園芸農業が中心であったことから、集落営農の組織化があまり進んでいない状況</p> <p>◆県の人口が、現在の80万人から30年後は60万人に減少するとの推計からも、さらに、中山間地域は過疎化・高齢化が急速に進み、集落機能の衰退を予測</p> <p>◆中山間地域で農業で生活できる所得を確保する仕組みづくりとして、集落内の合意形成により、園芸品目等を導入し、農業で所得確保を目指す「こうち型集落営農」を実現するため、平成20年度に県内で10集落をモデル集落として選定</p>	<p>◆中山間地域等直接支払制度を活用して、合意形成を進める「きっかけ」とするとともに、集落のリーダーを育成</p> <p>◆集落営農組織が取り組む農業用機械・施設等の整備に対する支援</p> <p>◆モデル集落の重点支援 ・ソフト面では仕組みづくり、ハード面では基盤づくり ・組織の設立から運営に対して、関係機関と連携して総合的に支援</p>	<p>◆集落の合意形成など、時間と手間のかかる困難な課題を解決し、集落のまとまりへとステップアップしていくこと</p> <p>◆集落営農支援に向けた市町村・農協等との連携強化のための体制づくり</p>	<p>◆こうち型集落営農の推進 ◎モデル集落の追加選定 ◎こうち型集落営農への到達 ◎モデル集落の成功事例を一般対策に移行して各市町村に拡大</p> <p>P165 別図(農8)参照</p>			○
<p>(2)集落営農の推進</p>				<p>◆集落営農組織の活動促進 ◎集落営農を進めるための話し合いの場づくりと実践活動や品目選定への支援</p>			○
<p>(3)有望品目の導入・定着</p>	<p>◆プロジェクトチーム会(PT会)を立ち上げ、有望品目の導入、定着を推進</p>	<p>◆有望品目の定着に向け、現地実証試験による栽培実証や販路開拓活動の支援</p>	<p>◆栽培面積の拡大が進んでいない品目、栽培技術の改善が必要な品目、商品知名度が低い品目がある</p>	<p>◆◎現地実証試験による栽培実証や販路開拓活動の支援</p>	○		○

※これからの対策の ★は新規事業 ◎は拡充事業 ○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>こうち型集落営農の推進</p> <p>生産者：こうち型集落営農の実現に向けた集落の合意形成と取組 市町村・農業団体：こうち型集落営農への誘導と取組集落への支援 県環境農業推進課(H21～産地づくり課)：こうち型集落営農モデル育成事業(H20モデル集落を10集落選定) 県農業農村支援課：中山間地域集落営農等支援事業(モデル集落育成タイプ)による支援 県園芸流通課(H21～産地づくり課)：レンタルハウス整備事業(モデル集落支援区分)による支援 県環境農業推進課(H21～産地づくり課)・農振センター：こうち型集落営農の取組支援(幅広いコーディネート)</p>				<p>◆モデル集落数 H20:10集落 ↓ H23:15集落</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
<p>モデル集落の追加選定</p> <p>県産地づくり課：こうち型集落営農の実現を目指すモデル集落を5集落、追加選定(計15集落)</p>		<p>こうち型集落営農とは</p> <p>過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、有望な園芸品目等を導入し、農業で生活できる所得を確保する仕組み</p>			
<p>集落営農による持続的な営農活動を推進</p> <p>生産者：集落営農ビジョンの検討・共有と、実践活動への取組 市町村・農業団体：集落営農への事業導入及び販路確保支援 県農業農村支援課：中山間地域集落営農等支援事業(一般タイプ)による支援 県農業農村支援課・環境農業推進課(H21～産地づくり課)・農振センター：集落営農を進めるための話し合いの場づくりと実践活動や品目選定への支援</p> <p>市町村・農業団体：集落営農組織等の育成及び発展支援 県農業農村支援課：中山間地域集落営農等支援事業に市町村等へのソフト事業を追加</p>				<p>◆生産額5千万円以上の品目数 H23:5品目</p>	
<p>有望品目の導入・定着</p> <p>生産者・農業団体・市町村：現地実証試験への協力、有望品目の面積拡大と生産者組織の設立、有望品目戦略会議への参画 県環境農業推進課(H21～産地づくり課)・農振センター： 導入品目の有望性の検証と新たな品目の地域への提示⇒現地実証ほの設置⇒経済性評価(PDCA) 栽培講習会の開催、生産者組織の設立支援、品目毎の産地化と目標の共有のための有望品目戦略会議の設置</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業関連機軸の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
5. 品目別総合戦略の実践 (1) 生産から流通・販売までを見通した総合戦略の共有と実践 P166 別図(農9)参照	◆品目別に生産対策、流通対策などをそれぞれ展開し、総合戦略化がされていない	◆生産戦略としては収量や品質の向上のための技術対策、生産を振興するための施設整備支援対策など、流通対策としては鮮度保持対策、消費拡大対策など、さまざまな課題に対して取組を推進	◆業務需要の拡大や消費の減少傾向などの消費流通構造の変化、コスト増大や高齢化等の生産構造の変化に総合的に対応する、生産から流通までを一元的に捉えた総合戦略とそれに基づく展開が不十分	◆★品目ごとに生産から流通までの総合戦略に基づく対策を実施 園芸28、米、茶、畜産5の計35品目を策定 今後も、必要に応じて地域の戦略品目を追加する ※以下に抜粋して示す品目以外は、資料を別途整理	○		○
(2) 園芸の振興 【ミョウガ】	◆全国1位の生産量(H18:3,438t)、シェア64.9%である ◆需要期の4～6月出荷増が単価安の一因となっている ◆需給のバランスの崩れにより再生産価格を下回ることがある ◆近年、惣菜会社でのメニュー化等バラ需要が増える傾向にある ◆ミョウガにおける養液栽培導入状況は県内全域で59%	◆高いレベルの生産技術開発により産地化が図られた ◆期間値決め等による価格の下落防止 ◆業務需要向けバラ出荷等への取組 ・個人農家レベルでのバラ出荷対応 ・バック包装品をバラしての出荷対応 ◆排水処理については農業技術センター等において、処理装置の現地実証に取組、H20年度にはモデル事業(県単事業)により実用型機の導入と改良に取り組む	◆収量の高い作型に偏ることで、出荷ピークと需要期がかい離 ◆排水処理能力の改良(ハウス外設置)を踏まえた、装置の本格普及に向けた国庫補助事業の導入への支援	【ミョウガ】 ★価格安定制度の創設と実施 ★需要期を踏まえた作型の検討 ★業務需要の拡大など、まとまりを活かした販売戦略への対応 ★排水処理装置の開発・導入	○		○
【ナス】	◆全国1位の生産量(H18:39,100t)、シェア10.5%である ◆価格安定制度の要件(系統出荷率)を割った産地があり、産地のまとまりにほころびが見られる ◆販売単価は低下傾向にあり、農業用資材の高騰等も重なり農家所得は低下	◆生産部会の活性化等を通じた産地のまとまり再構築への取組 ◆品質・収量性に優れた、新品種「土佐鷹」の導入 ◆IPM技術の導入による安全・安心への取組	◆JAを中心としたまとまりのある産地づくりを通じた安定供給体制の確立 ◆IPM技術を踏まえた所得の確保・向上のための高品質・多収化技術の普及	【ナス】 ★JAを中心としたまとまりのある産地づくり ◎IPM技術の確立・普及	○		○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>戦略の策定と共有</p> <p>生産者・農業団体・県農業振興部:品目別総合戦略の策定と共有</p>	<p>戦略の実践(PDCAサイクル)</p> <p>生産者・農業団体:課題の解決策への主体的取組 県農業振興部:課題解決に向けた支援策の組立と支援</p>				<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
<p>価格安定制度の創設検討</p> <p>県園芸流通課:制度の創設検討</p>	<p>価格安定制度の実施</p> <p>生産者・農業団体:制度への参加 市町村・県産地づくり課:制度の支援</p>			<p>◆需給動向を見据えた業務需要の拡大</p>	
<p>県域での生産出荷実績の検証・作型の検討</p> <p>農業団体:産地の作付け調整と計画出荷に向けた仕組みづくり 県農業振興部:農業団体の取組支援</p>	<p>産地の作付け調整と計画出荷に向けた取組</p> <p>生産者:取組の共有と実践 農業団体:取組の共有と作型変更への支援 県農業振興部:作型変更への支援と効果の検証</p>				
<p>販売戦略を立案・実践する仕組みづくり 業務需要への取引拡大の検討</p> <p>農業団体・県園芸流通課(H21～産地づくり課・流通支援課):販売戦略の提案と共有</p>	<p>販売戦略の実践 業務需要への取引拡大</p> <p>生産者・農業団体:取組の共有と実践 県産地づくり課・流通支援課:取組の共有と実践支援</p>				
<p>排水処理技術開発・改良と実証</p> <p>生産者・農業団体:実証・改良への協力 県農技センター:排水処理装置の現地実証・改良版の開発</p>					
<p>排水処理装置の導入推進</p> <p>生産者・農業団体:県単モデル事業の導入 須崎市・県環境農業推進課:導入支援</p>	<p>排水処理装置の整備</p> <p>農業団体:補助事業の本格導入 市町村・県環境農業推進課:国庫補助事業の導入支援</p>				
<p>篤農家技術の普及を通じた産地のまとまりの形成</p> <p>生産者:篤農家技術(18tどり技術)の提供・導入 農業団体・県農振センター:篤農家技術の体系化・研究会等の開催 県園芸流通課(H21～産地づくり課)・環境農業推進課:篤農家技術の体系化・研究会開催支援</p>					<p>◆18tどり達成農家率(18tどりを旨とする農家に占める割合) H20: 48% ↓ H23: 100%</p>
<p>系統率向上対策の取組検証</p> <p>農業団体・県園芸流通課(H21～産地づくり課):課題の明確化</p>	<p>改善策の提示・実践(PDCA)</p> <p>農業団体:改善策の実践 県産地づくり課:関係団体との協議、改善策の提示</p>				<p>◆系統出荷率ナス(A地区) H19園芸年度:52% ↓ H23園芸年度:60%</p>
<p>IPM技術の確立・普及</p> <p>生産者:IPM技術の導入・習得 農業団体・県農振センター:IPM技術の実証・高度化、農家への普及 県農業技術センター:IPM技術の開発 県環境農業推進課:IPM技術の導入支援(天敵温存ハウス等)</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業関連機軸の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
5. 品目別総合戦略の実践 【ユズ】 <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 5px; width: fit-content; margin-top: 10px;"> P166 別図(農9)参照 </div>		<ul style="list-style-type: none"> ◆全国1位の生産量(H18:8,880t)、シェア44%である ◆生産者の高齢化や隔年結果等で生産量が不安定 ◆主要産地の青果出荷量は約1,500t(23%)、うち冬至用は50%以上を占める ◆近年、加工原料用ユズ酢の需要が多く、不足気味 	<ul style="list-style-type: none"> ◆栽培技術主体での産地育成 ◆有利販売のため、ユズ振興対策協議会で現地調査等を通じて出荷予測 ◆果樹試験場による優良系統の選抜 ◆優良系統の現地検証 ◆各産地への搾汁施設等の設置(8ヶ所) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆生産者が高齢化し、園地の維持管理が困難化 ◆出荷予測システムの検証や情報の共有化が不十分 ◆果樹試験場における原母樹維持及び穂木の供給、新たな系統作出が困難 ◆優良系統の産地内での増殖配付体制が未確立 ◆需要動向に応じた計画的な搾汁 	【ユズ】 ◎将来にわたってゆず園を維持管理する仕組みづくり ◎出荷予測システムの検証と精度向上 ★種苗供給体制の整備 ◎優良系統による新改植の推進 ◎加工原料用ユズ酢の安定供給	○	○	
	【ブタン】	<ul style="list-style-type: none"> ◆全国1位の生産量(約8,750t)、シェア87%である ◆県内需要量を大きく上回る潜在生産能力 ◆県内市場の飽和化、贈答需要の低迷による単価安 ◆産地、グループ毎の販売展開 ◆産地、園地、年次間により収量品質にバラつきがある 	<ul style="list-style-type: none"> ◆栽培技術を主体とした産地振興策を実施 ◆果樹試験場で高品質化技術を確立(マルチ栽培等) ◆1産地で光センサー選果機を導入し、品質の一定化に取り組む 	<ul style="list-style-type: none"> ◆県内需要に余力があり、県全体の販売戦略を今まで必要としなかった ◆全国展開には、効果的な消費宣伝と内容品質のバラつきを平準化するための光センサーやマルチの導入による高品質化が必要 	【ブタン】 ★ブタン振興に向けた組織のあり方検討の場づくり ★効果的な消費宣伝戦略の県域での検討と県内及び全国レベルでの展開 ◎収量・品質向上技術の普及(マルチ栽培等) ◎主要産地への光センサー選果機の導入	○	○	
	【ユリ】	<ul style="list-style-type: none"> ◆粗収益に対する生産コストが非常に高い ◆県域での消費拡大への取組はない ◆各産地と各市場ごとの結びつきが強い ◆生産部会の活動にばらつきがある ◆課題解決への取組が産地ごとに異なる 	<ul style="list-style-type: none"> ◆栽培技術の普及を中心とした振興策の実施 ◆生産部会が主体となった販売拡大の取組 ◆個別の生産者に対する技術支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆作型ごとの収支が明確化されておらず、生産者ごとの経営計画の策定が不十分であった ◆各産地と各市場との日々の連携が強く、自己完結となり、高知県の総合的な情報発信となっていなかった ◆直接消費者にPRする手段が少ない ◆県域で課題を共有し、解決する場がない 	【ユリ】 ★経営管理能力向上のためのコンサルタント活動 ★高知県産花きの総合的な情報発信 ★情報共有の場づくり	○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>園地の維持管理の仕組みづくり</p> <p>生産者・農業団体・農作業受委託組織等への積極的参加 県環境農業推進課・農振センター・農作業受委託組織、作業班体制等による管理作業請負の仕組みづくり</p>				<p>◆ユズの生産量 H18~H19:8,911t ↓ H22~H23:8,440t</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力 ある農業の実現</p>
<p>出荷予測の精度向上と計画的販売強化</p> <p>生産者:出荷予測システム、共同販売への協力、予約出荷量の厳守 農業団体:出荷予測システムの検証に基づく精度向上と販売総合対策会議の実施、系統率向上対策の実践 県園芸流通課(H21~産地づくり課・流通支援課)・環境農業推進課・出荷予測システム、販売総合対策会議への支援と情報の共有化</p>					
<p>優良系統の維持及び優良種苗の供給と新改植の推進</p> <p>生産者:優良系統による新改植の実施 農業団体等:優良系統の母樹園設置、健全種苗の生産・提供、新改植への支援(補助事業の導入) 県果樹試験場:優良系統(5系統)の穂木の提供・原母樹の維持・管理 県園芸流通課(H21~産地づくり課):原母樹園の改修、国庫補助事業導入への支援</p>					
<p>ユズ酢の安定供給</p> <p>生産者:搾汁施設等への原料ユズの安定供給 農業団体等:計画的な搾汁施設等の導入、需要動向に基づいた安定供給 県園芸流通課(H21~産地づくり課):需要動向調査、国庫補助事業導入への支援</p>					
<p>検討の場づくりと振興策の検討</p> <p>生産者:検討の場への参画、振興策の検討 農業団体:協議会設立に向けた支援、振興策の検討 県園芸流通課(H21~産地づくり課・流通支援課): 検討の場の設定、協議会設立に向けた支援、振興策の検討</p>				<p>◆光センサー選果機導入 H20年度:1ヶ所 ↓ H23年度:2ヶ所</p> <p>◆光センサー選果機導入に伴う高品質化と園芸連取扱量の拡大</p>	
<p>販売戦略を立案・実践する仕組みづくり 販売戦略の検討・策定</p> <p>生産者:産地の取組合意(協議会)、光センサー選果機導入の検討 農業団体:販売戦略の提案、県との共有による実践体制の整備、光センサー選果機導入の検討 県園芸流通課(H21~産地づくり課・流通支援課):販売戦略の提案、農業団体との共有による実践体制の整備</p>					
<p>販売戦略の実践</p> <p>生産者・農業団体:取組の共有と実践、光センサー選果機導入 県産地づくり課・流通支援課:取組の共有と実践支援、補助事業による光センサー選果機導入支援</p>					
<p>高品質生産技術の普及</p> <p>生産者:マルチ栽培等の導入 農業団体:光センサー選果データ等の活用による園地マップの作成、マルチ栽培等の普及拡大支援(補助事業の導入) 県産地づくり課:マルチ等の導入を補助事業等で支援</p>				<p>◆栽培面積の現状維持 H20年度:91ha</p>	
<p>作型ごとの収支の実態把握</p> <p>生産者ごとの目標の明確化及び経営計画の作成支援</p> <p>生産者:作型ごとの収支の把握と目標設定、計画の実践 農業団体:生産者ごとの目標設定と経営計画の策定及び実践の支援 県園芸流通課(H21~産地づくり課)・環境農業推進課・農振センター:作型ごとの収支の実態把握、経営計画策定及び実践支援</p>					
<p>高知県の花きの総合PR、マーケティングを基にした生産流通戦略の検討・実践</p> <p>生産者・農業団体:PR事業への積極的参画、マーケティング情報を基にした生産流通戦略策定と実践 県流通支援課・環境農業推進課・農振センター:市場における品目別モニタリングとPR、全国規模の展示会におけるPR、各産地の生産流通戦略策定及び実践の支援</p>					
<p>情報の共有と県域での課題解決への取組</p> <p>生産者:情報共有の場への積極的な参画 農業団体:情報共有の場への積極的な参画、他産地の情報収集 県園芸流通課(H21~産地づくり課・流通支援課)・環境農業推進課・農振センター:情報交換の場づくり、共通課題の選定と解決策の検討</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外需の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業関連機種の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
5. 品目別総合戦略の実践 (3) 売れる米づくり <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> P166 別図(農9)参照 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆近年の温暖化等により品質低下が著しく、県産米の評価が低下 ◆米の生産過剰等により米価は下落傾向、加えて集落営農や受委託組織の育成が遅れており、生産コスト低減が進みにくい 	<ul style="list-style-type: none"> ◆基本技術の徹底による高温と日照不足に対応した高品質米の生産振興 ◆需要に即した売れる米づくりに取組む産地、及び生産コスト低減に向けた地域の担い手育成への支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆気象変動等への対応が不十分 ◆品種開発が進んでいない ◆集落営農や農作業受委託による生産コスト低減 ◆早期米のリレー出荷体制の確立 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域特性を活かした売れる米づくりの推進 ○高品質安定生産とコスト低減の取組への支援 ◎南国そだちを核とした早期米の販売促進活動への支援 			
(4) 土佐茶産地の再構築	<ul style="list-style-type: none"> ◆ペットボトル茶の大幅な増加に伴い、茶葉の消費が減少し、本県産荒茶価格が、大きく低下 ◆販売価格の低下と合わせ、生産者の高齢化により、栽培意欲が低下し、放棄茶園が増加 	<ul style="list-style-type: none"> ◆生産履歴記帳の徹底など安全・安心への取組に対する指導 ◆生産者団体の主体的な消費拡大活動 	<ul style="list-style-type: none"> ◆茶園を維持し、生産を継続できる体制づくり 	<ul style="list-style-type: none"> ◆「土佐茶」の販売推進体制の構築 ★土佐茶販売対策協議会への支援 ◎生産から流通販売までの対策への支援の強化 			
(5) 畜産の振興 【酪農】	<ul style="list-style-type: none"> ◆減産型生産から増産へ ◆飼料高騰による所得の減少 	<ul style="list-style-type: none"> ◆牛群検定情報を活用した乳量・乳質改善への取組や牛群検定の加入促進 ◆価格・経営安定対策や制度資金による経営支援 ◆学校給食等消費拡大への取組 	<ul style="list-style-type: none"> ◆飼料高騰に対する生産性向上とコスト低減 ◆乳量・乳質改善への取組強化 	<ul style="list-style-type: none"> 【酪農】 ◎効果的な乳量・乳質改善の取組への支援 			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 農業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>高品質安定生産とコスト低減の取組</p> <p>生産者:生産コスト低減と販売戦略に基づく売れる米づくりの実践 農業団体:販売戦略に基づく売れる米づくりの実践への支援 県農技センター:高品質安定生産への支援(品種育成) 県環境農業推進課・農振センター:高品質安定生産への支援(栽培技術指導)、集落営農、農作業受委託への支援</p>				<p>◆南国そだちの栽培面積 H20:100ha ↓ H23:500ha</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
<p>県産米の販売促進</p> <p>全農こうち:県産米の販売促進活動の実践 農業団体:地域特性を活かした売れる米づくりの販売促進活動の実践 県環境農業推進課:県産米の販売促進活動への支援</p> <p>南国そだちを核とした早期米の販売促進活動</p> <p>全農こうち:早期米の販売促進活動の強化 県環境農業推進課:早期米の販売促進活動への支援</p>					
<p>土佐茶販売対策協議会への支援</p> <p>生産者・農業団体:協議会の設置 市町村・県農業農村支援課:協議会への参画</p> <p>茶園を維持し、生産を継続できる体制づくり</p> <p>生産者・農業団体:生産対策への取組及び流通・販売対策の実施 県農業農村支援課:生産から流通・販売までの対策への支援の強化</p>				<p>◆県内緑茶消費量の県内産シェア H19:48% ↓ H23:60%</p>	
<p>牛群検定の加入促進と指導強化</p> <p>県畜産振興課・家畜保健衛生所:牛群検定情報の活用及び加入促進</p> <p>乳用牛舎快適性改善モデルの実証・調査</p> <p>マニュアルによる普及</p> <p>全農こうち:乳用牛舎快適性改善モデルの実証への補助 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:乳用牛舎快適性改善モデルの実証調査</p> <p>県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:乳用牛舎快適性改善モデル農家の実証調査</p> <p>県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:乳用牛舎快適性改善モデルの事例集作成や普及啓発</p>					
<p>◆1頭当たり県平均乳量 H19年度:7,500kg ↓ H23年度:8,000kg</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業関連機軸の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
5. 品目別総合戦略の実践 【肉用牛】	<p>P166 別図(農9)参照</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆肉用牛農家戸数や頭数の減少 ◆飼料高騰や子牛・枝肉市場価格の低下による所得の減少 ◆土佐和牛の中で、土佐褐毛牛は、黒毛和牛を中心とした脂肪交雑重視の和牛肉流通体系では、販売価格の上積みが見込めない状況 	<ul style="list-style-type: none"> ◆質量兼備の種雄牛早期造成による土佐褐毛牛改良のスピードアップ ◆優良繁殖雌牛の保留・導入の推進による生産基盤の強化 ◆価格・経営安定対策や制度資金による経営支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆飼料高騰に対する生産性向上 ◆消費の拡大 ◆土佐和牛ブランドの再構築による新たな販売流通戦略の展開が必要 	<p>【肉用牛】</p> <p>◎生産性向上への支援</p> <p>★土佐和牛ブランドの再構築への支援</p>	○		○
【養豚】		<ul style="list-style-type: none"> ◆飼料高騰や環境対策に対応しながら、堅調な肉豚価格の推移により生産規模を維持するが、平成20年から価格が低落 	<ul style="list-style-type: none"> ◆慢性疾患対策等の生産性向上対策の推進 ◆肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆飼料高騰に対する生産性向上 ◆肉豚価格安定基金の生産者分積立金積み増しの軽減 	<p>【養豚】</p> <p>★飼料用米給与による畜産物のブランド化に向けた実証への支援</p> <p>◎肉豚地域保証価格への支援</p>	○		○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>子牛育成技術改善</p> <p>畜産会:子牛の適正発育への奨励 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:子牛育成マニュアルの作成・普及</p>	<p>篤農家の技術を生かした育成・肥育成績向上への取組拡充強化</p> <p>畜産会:篤農家による研修や繁殖・肥育農家合同研修会の実施、育成・肥育技術の検証 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:子牛育成マニュアルの普及、篤農家の技術を生かした子牛育成や肥育技術改善の取組への支援</p>	<p>土佐和牛としての土佐褐毛牛及び黒毛和牛の生産流通戦略の策定</p> <p>全農こうち・生産者団体・畜産会・流通業者・消費者団体:土佐和牛ブランド推進協議会設立、土佐和牛の生産・販売流通戦略の明確化 県畜産振興課:土佐和牛ブランド推進協議会設立支援</p>	<p>土佐褐毛牛の地産外商を視野においた生産流通戦略の展開</p> <p>黒毛和牛の地産地消を視野においた生産流通戦略の展開</p> <p>協議会:県内外のPR戦術や販売流通戦略の展開による表示店舗や販路の拡大</p> <p>県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:県内外のPRや販路拡大への支援</p>	<p>◆肉用牛飼養頭数(2月現在) H19年度:6,300頭 ↓ H23年度:7,000頭</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
<p>地域の取組体制の確立(四万十町)</p> <p>JA四万十飼料米活用研究会 畜産農家(豚、牛、鶏)、JA四万十、(有)営農支援センター、くみあい飼料、県畜産振興課、家畜保健衛生所、農振センター、畜産試験場、四万十町</p>	<p>飼料用米の生産実証</p> <p>(有)営農支援センター:飼料米の生産、低コスト生産に向けた取組 県環境農業推進課・農振センター:飼料用米生産の技術支援 JA四万十:飼料用米の需給調整、助成事業の実施 耕種農家:農地の提供 四万十町:農地集積への協力</p>	<p>飼料用米の生産拡大</p> <p>豚実証のまとめ、今後の取組方針の決定と実行</p> <p>養豚農家:飼料用米を給与した畜産物の生産拡大 JA四万十:飼料用米の給与に関する技術支援、豚肉の品質チェック くみあい飼料:飼料用米を配合飼料に加工 県畜産振興課・家畜保健衛生所:飼料用米の給与技術の提供、豚肉の品質チェックの支援、PR活動の支援 四万十町:PR活動の支援</p>	<p>肉豚地域保証価格の生産者積立金の積み増し</p> <p>生産者:肉豚地域保証価格の生産者積立金の積み増し 配合飼料基金:肉豚地域保証価格の改定</p> <p>県畜産振興課:肉豚地域保証価格の生産者積立金の積み増しへの支援</p> <p>肉豚地域保証価格の生産者積立金造成</p> <p>生産者・県畜産振興課:肉豚地域保証価格の生産者積立金造成 配合飼料基金:肉豚地域保証価格の生産者積立金造成事業実施</p>	<p>◆仁井田米豚(仮称)給与頭数 H20年度:320頭 ↓ H23年度:3,200頭</p>	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業関連機種の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
5. 品目別総合戦略の実践【土佐ジロー】 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> P166 別図(農9)参照 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆県が開発した卵肉兼用鶏として昭和61年から普及を開始、平成8年7月に商標登録 ◆土佐ジロー協会は県から種卵供給を受け、雛の孵化を県外業者に委託、しかし、経営が悪化し、平成20年6月末から県が孵卵業務を緊急避難的に実施 	<ul style="list-style-type: none"> ◆種卵及び雛の安定供給への支援 ◆飼養管理マニュアルに基づく技術指導 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ブランド力の向上 ◆生産体制の確立による生産量の確保 ◆特定JAS認証取得による品質の確保 ◆生産体制に見合う販路の確保 ◆消費者へのPR 	【土佐ジロー】 ★飼養羽数5万羽生産流通体制への支援(平成23年度達成)	○		○
【土佐はちきん地鶏】	<ul style="list-style-type: none"> ◆産業規模で飼育可能な高品質肉用鶏として県が開発、平成18年8月に商標登録 ◆平成19年度は1万羽、平成20年度は約4万羽の生産計画 	<ul style="list-style-type: none"> ◆平成18年3月土佐はちきん地鶏振興協議会を設立 ◆平成19～20年度に大川村で種鶏孵卵センター及び生産農場の整備を支援 ◆平成19年度からPRや販路拡大を支援 ◆飼養管理マニュアルに基づく技術指導 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ブランドの確立 ◆種鶏孵卵センターの円滑な運営と生産農家の育成による生産量の確保 ◆特定JAS認証取得による品質の確保 ◆生産体制に見合う販路の確保 ◆消費者へのPR 	<ul style="list-style-type: none"> ◆土佐はちきん地鶏生産流通戦略 ◎14万羽(平成23年度)生産体制への支援(平成25年度達成20万羽) ★販路の拡大への支援	○		○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>生産基盤の維持</p> <p>県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場： 糞安定供給への支援</p>	<p>生産基盤の拡大</p> <p>協会：県内孵卵施設整備、中山間地域の農家育成や品質の確保 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：生産拡大への支援</p>	<p>協会：中山間地域の農家育成や品質の確保 県畜産振興課：生産拡大への支援</p>	<p>加工処理販売体制の確立(生産・処理・販売に至る会社組織の設立)</p> <p>協会：加工処理体制の整備や生産・処理・販売会社組織設立の検討・準備 県畜産振興課：加工処理販売体制の構築への支援</p> <p>協会：会社組織の設立・運営</p>	<p>◆土佐ジロー飼養羽数(2月現在) H19年度：2.85万羽 ↓ H23年度：5万羽</p> <p>◆採卵鶏飼養羽数 H19年度：2.15万羽 ↓ H23年度：3.5万羽</p> <p>◆肉用鶏飼養羽数 H19年度：0.7万羽 ↓ H23年度：1.5万羽</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
<p>生産基盤の整備(糞安定供給や生産農家の育成)</p> <p>生産者・協議会：既存農場の規模拡大、プロジェクトチームによる新規農家現地説明会の開催 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：第1次種鶏孵卵センター整備や技術支援</p>	<p>生産基盤の拡大</p> <p>生産者・協議会：新規農家の研修制度や生産資材レンタル制度の創設、第2次種鶏孵卵センター整備の検討 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：生産農家の育成への支援</p>	<p>生産者・協議会：第2次種鶏孵卵センターの整備・運営 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：第2次種鶏孵卵センター整備や生産農家の育成への支援</p>	<p>加工処理販売体制の強化(生産・処理・販売に至る会社組織の設立)</p> <p>協議会：加工処理体制の整備や生産・処理・販売会社組織設立の検討・準備 県畜産振興課：加工処理販売体制の構築への支援</p> <p>協議会：会社組織の設立・運営</p>	<p>◆土佐はちきん地鶏生産羽数 H19年度：1万羽 ↓ H23年度：14万羽</p>	
<p>ブランドの確立</p> <p>協議会：県内外のPR戦略や販売流通戦略の展開、販路開拓 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：県内外のPRや販路開拓への支援</p>	<p>販路の拡大</p> <p>協議会：地鶏肉特定JAS認定取得、県内外のPRや販路開拓 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：地鶏肉特定JAS認定取得、県内外のPRや販路開拓への支援拡充強化</p>	<p>販路の拡大</p> <p>協議会・会員企業：地鶏肉特定JAS認定維持、県内外のPRや販路拡大 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：販路拡大への協働</p>			

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業関連機軸の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
5. 品目別総合戦略の実践 【畜種共通】 P166 別図(農9)参照		<ul style="list-style-type: none"> ◆穀物の高騰等を反映して配合飼料価格は上昇、経営収支は悪化 ◆配合飼料価格安定制度による経営への影響緩和及び経営安定対策による経営の安定化を図りながら、自給飼料の生産拡大、慢性疾病対策等の生産性向上対策を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ◆畜産経営体自らが自己所有地等を利用する自給飼料生産を支援 ◆稲発酵粗飼料、再生稲の飼料化に取り組む地域の飼料作物の作付拡大 ◆簡易放牧及び公共牧場を利用した低コスト生産の推進 ◆慢性疾病対策等の生産性向上対策の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ◆飼料自給率の向上 ◆地域一体となった取組 ◆労働力不足 ◆生産性向上 	<ul style="list-style-type: none"> ◆畜産における生産コストの低減対策 ★飼料自給率向上への支援 ◎家畜衛生対策の強化による生産性向上への支援 			○
6. 担い手の育成と生産資源の保全 (1) 認定農業者の育成・確保 P168 別図(農10)参照		<ul style="list-style-type: none"> ◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行 ◆年齢や経営規模にかかわらず「意欲と能力のある者」を「担い手」と位置づけ、その育成・確保を進めているところ 	<ul style="list-style-type: none"> ◆国の施策の担い手への集中化・重点化方針に対応し、認定農業者については、主業農家に占める認定農業者割合を全国平均レベルに引き上げることを目標とした育成・確保対策 ・地域の候補者を認定農業者に早期に誘導する仕組みづくり ・認定期間の中間年や満了を迎える農業者に対し、進捗状況の確認と達成への支援強化 	<ul style="list-style-type: none"> ◆高齢化や経営環境悪化等による候補者の減少 ◆規模拡大支援の充実 	<ul style="list-style-type: none"> ◆○新規認定者の確保と併せ、認定期間の中間年や満了を迎える農業者に対し、進捗状況の確認と達成への支援 			○
					<ul style="list-style-type: none"> ◆経営規模拡大による企業の経営体の育成と優良な労働力の確保 ★経営規模拡大による企業の経営体の育成 ◎優良な労働力の確保 			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>自給飼料(牧草、飼料作物)の生産拡大</p> <p>生産者:生産実証、面積拡大 JA:関連事業の実施、生産・給与に係る技術支援 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:給与技術の支援、飼料分析 県環境農業推進課・農振センター:生産技術の支援 市町村:農地集積への協力</p>				<p>◆再生稲発酵粗飼料の生産面積 H20年度:16ha ↓ H23年度:52ha</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
<p>耕畜連携による再生稲発酵粗飼料の活用 生産実証(～H20) 面積拡大(H21～)</p> <p>生産者:生産実証、面積拡大 JA:地域内需給調整、関連事業の実施、生産・給与に係る支援、取組事例の紹介 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:検討会の開催、給与技術の支援、飼料分析 県環境農業推進課・農振センター:生産技術の支援 市町村:農地集積への協力</p>					
<p>PDCAサイクルによる家畜衛生の向上</p> <p>生産者:衛生対策のスケジュール策定、実践 JA:実践への支援 県畜産振興課・家畜保健衛生所:衛生状況の把握と対策への技術支援、対策効果の検証</p>					
<p>認定農業者の育成・確保とフォローアップ</p> <p>生産者:経営改善計画の作成と着実な実行 農業団体(担い手育成総合支援協議会):計画の進捗状況把握と達成への支援 県農業農村支援課:計画達成への総合的な支援策の充実 県農振センター:計画達成のための指導、助言</p>				<p>◆認定農業者数 H20:3,666経営体 ↓ H23:4,340経営体</p>	
<p>企業の経営体の育成</p> <p>生産者:企業の経営計画の作成と実践 農業団体(担い手育成総合支援協議会):企業の経営実現のための研修会開催、地域への専門家の派遣等 県農業農村支援課:企業の経営育成への支援策の充実 県環境農業推進課:企業の経営育成のための個別指導等支援 県農振センター:規模拡大志向農家等リストアップ(H21～H23)、先進事例調査(H21) 規模拡大に意欲ある農家への個別指導(H21～H23)</p>					
<p>優良な労働力の確保</p> <p>県農業農村支援課:研修生受け入れ農家への支援策の充実 県農業大学校:働きながら農業技術を学べる研修コースを追加</p>					
<p>農業団体(農業会議):求人希望する法人を農業会議に登録し、新規就農者等をあつせん</p> <p>企業の経営体と優良な労働力のマッチング</p> <p>農業団体(農業会議):求人希望する法人に加え規模拡大志向農家を登録 農業技術をもった雇用希望者も登録し、求人と雇用のマッチングを図る</p>					
<p>県農業農村支援課:農業技術をもった者を確保できる仕組みづくり</p> <p>県農業農村支援課:労働力確保・あつせんのシステム稼働への支援</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
6. 担い手の育成と生産資源の保全 (2) 新規就農者の確保・育成 <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px 0;"> P168 別図(農10)参照 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆後継者対策等として、新規就農や農業以外の分野からの新規参入に重点をおいた取組を推進 	<ul style="list-style-type: none"> ◆新規就農者は、世代交代による主業農家数の維持に必要な数(年間150人)を目標とした確保対策 ◆営農定着に至る各段階で、資金・技術・情報面での総合的な支援 ◆異業種からの農業参入支援 ・支援制度等の情報発信や相談対応 ・地元調整や各課題への対応支援 ・栽培技術等の向上や資金等の確保に向けた支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆新規就農の経営環境悪化等による伸び悩み ◆研修支援等の強化 ◆事前の地元調整や農地、技術、労働力、資金等の確保 ◆JAIによる農業経営への参画 	<ul style="list-style-type: none"> ◆◎市町村での実践研修や遊休ハウスの活用等に対する支援 			○
				<ul style="list-style-type: none"> ◆◎異業種からの農業参入支援 			○
				<ul style="list-style-type: none"> ◆★JA出資型法人の設立を強力にサポート <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px 0;"> P169 別図(農11)参照 </div>			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 農業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>実践研修の支援</p> <p>生産者:研修生の受け入れ 県農業農村支援課:就農予定地の市町村で実践研修を行う研修生を支援</p>	<p>研修の拡充</p> <p>生産者:研修生の受け入れ(受入先の拡充) 県農業大学校研修課:長期研修の中に農家体験研修を追加 県農業農村支援課:研修生への支援の充実と研修受入農家等への支援の創設</p>			<p>◆新規就農者数 年間150人</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力 ある農業の実現</p>
<p>遊休ハウスの活用</p> <p>農業団体(県農業公社):遊休ハウス等の情報を収集し、就農希望者に情報提供 県農業農村支援課:遊休ハウス等の情報収集活動への支援</p>					
<p>初期投資の軽減</p> <p>県園芸流通課:新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援 県協同組合指導課:就農する際に利用できる無利子の資金の貸付</p>	<p>初期投資のさらなる軽減</p> <p>県産地づくり課:中古ハウスを修繕してハウスをレンタルするメニューを追加</p>				
<p>円滑な参入に向けた支援</p> <p>農業団体(担い手育成総合支援協議会):経営計画の作成支援、企業が主体となり計画を進めていくように意識づけ、円滑な参入のための地元調整支援</p>					
<p>技術研修の支援</p> <p>県農業大学校:ネット研修や長期研修等を実施</p>	<p>研修の拡充</p> <p>県農業農村支援課:研修生受け入れ農家への支援策の充実 企業の経営育成への支援策の充実 県農業大学校:働きながら農業技術を学べるコースを追加</p>				
<p>初期投資の軽減</p> <p>県園芸流通課:新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援 県協同組合指導課:参入する際に利用できる資金への利子助成</p>	<p>初期投資のさらなる軽減</p> <p>県産地づくり課:中古ハウスを修繕してハウスをレンタルするメニューを追加 県農業農村支援課:大規模経営の場合には、支援対象となる事業主体があった時点で予算措置を提案</p>			<p>◆JA出資型法人数 H23:5法人</p>	
<p>支援の準備</p> <p>農業団体、県農業振興部:設立マニュアルの作成</p>	<p>設立に向けた支援</p> <p>農業団体:先進事例調査、組合員等関係者の合意形成 県農業農村支援課:法人設立へのJAの取組の支援 県農振センター:経営計画の作成支援、技術指導</p>				
<p>初期投資の軽減</p> <p>県園芸流通課:新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援</p>	<p>初期投資のさらなる軽減</p> <p>県産地づくり課:中古ハウスを修繕してハウスをレンタルするメニューを追加 県農業農村支援課:大規模経営の場合には、支援対象となる事業主体があった時点で予算措置を提案</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業関連機会の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
6. 担い手の育成と生産資源の保全 (3) 経営不振農家への支援 P168 別図(農10)参照	<ul style="list-style-type: none"> ◆農家の経営改善に取り組む意欲があるJAと経営改善支援チームを結成し、農家のニーズや課題に応じた取組を支援 ◆19年度は、JAから支援要請のあった121戸への支援を開始 ・成果として1年の取組で、12戸の経営が好転して支援対象外へ 	<ul style="list-style-type: none"> ◆経営改善支援チームの対応等 ・経営実績の分析診断結果に基づき、生産と生活の調和がとれた中長期的な経営改善目標の策定とその実行を支援 ・成果の検証と手法(改善策、支援手法)の見直し ・実務担当者や優良事例発表、研修によるJAグループの主体的な取組の促進 	<ul style="list-style-type: none"> ◆経営不振農家に対する経営改善支援手法が未定着 ◆農家の経営実態を把握する仕組みが不十分 ◆生産資材の高騰による生産コストの上昇、運転資金の確保 	<ul style="list-style-type: none"> ◆経営不振農家に対するJAグループと県の協働の取組強化 ◎個別農家に対する経営改善支援活動の強化 ★JAの主体的な取組をサポート ★支援農家の営農資金に対する支援 			○
(4) 農業農村整備の推進	<ul style="list-style-type: none"> ◆県では昭和30年代以降、農業の生産性向上や農業構造の改善により、農業振興を図る上で不可欠な農業農村の基盤整備を継続的に実施 その結果、平成19年度末時点で9,830haの水田をほ場整備するとともに、農業用排水路や取水堰、排水機場等の整備により、安定した農業生産に寄与 併せて、55箇所地すべり指定地において一期対策を完了するなど、安心して暮らせる農村の環境整備の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ◆高知県農業農村整備推進基本方針(H19～H23)に基づく事業の計画的な実施 ・ほ場整備は、数値にとらわれることなく、園芸農業の振興に効果の高い地区は引き続き実施 ・老朽化した土地改良施設のうち、広範囲に大きな影響を及ぼすかんがい排水施設(幹線用・排水路、取水堰、排水機場)は早急な対策に向け検討 ・長工期化農道は、国、県・市町村道等の整備状況や地域農業の変化も見極めつつ、必要に応じ計画変更等の見直しを実施 ・地すべり指定地や危険ため池は、専門家の診断によりカルテを作成し、地域住民への情報提供と、計画的な対策工事を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ◆予防保全対策の技術体系確立 ・予防保全は、平成15年10月に閣議決定された「土地改良長期計画」において初めて示された新しい分野であり、現時点では技術的に未確立 	<ul style="list-style-type: none"> ◆基幹的農業水利施設の適正な更新と予防保全 ◎適切な機能保全計画の策定と予防保全工事の実施に向けた、機能診断マニュアルの策定等技術力の向上 			○
	<ul style="list-style-type: none"> ◆昭和一桁世代のリタイアにより、「田役」組織が弱い。また県、市町村とも財政状況が急激に悪化し、公共予算規模が縮小 	<ul style="list-style-type: none"> ◆「田役」組織の再構築に、国の「農地・水・環境保全向上対策」を導入 	<ul style="list-style-type: none"> ◆事業継続と制度改正の要望 ・H23までの時限事業であり、共同活動と減農薬・減化学肥料栽培の定着を図るため、必要に応じ平成24年度以降の事業継続と農家の取り組みやすい制度改正が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ◆農地・水・環境保全向上対策の推進 ◎活動組織との意見交換やアンケート等施策評価を踏まえ、事業継続と制度改正を要望 			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>経営改善の取組支援</p> <p>農業団体・県環境農業推進課・農振センター：農業団体毎の経営改善支援チームによるコンサルテーション活動の実施、農業団体の主体的な取組への支援、経営改善支援チームの取組成果の検証と手法の見直し</p>				<p>◆経営改善農家割合： H19:10% ↓ H23:20%以上</p> <p>◆経営再建を支援する農家のうち、経済余剰が生まれる農家の割合</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
<p>経営診断システムの構築</p> <p>農業団体：経営診断システムの構築 県環境農業推進課：経営診断システム構築への支援、経営指標の作成と提供</p>		<p>経営診断システムの運用</p> <p>農業団体：経営診断システムの運用 県環境農業推進課：経営診断システムの効率運用支援 分析診断書の作成と活用</p>			
<p>経営資金に対する支援の創設(効果を検証して継続)</p> <p>農業団体：必要な営農資金の供給 県協同組合指導課：支援農家に対し、営農資金保証枠の拡大、営農資金への利子助成</p>					
<p>耐用年数を経過した施設の機能診断と機能保全計画の策定</p> <p>市町村・土地改良区：劣化状況や維持管理に関する情報提供、機能保全計画案の検討 県農業基盤課・農振センター：機能診断の実施と機能保全計画の策定</p>				<p>◆機能診断・機能保全計画の策定施設数 H23:22/27施設 (策定施設数/対象施設数)</p>	
<p>機能診断マニュアル検討会の立ち上げ</p> <p>市町村・土地改良区：検討会への参画 県農業基盤課：施設機械に関する機能診断マニュアル策定検討会の立ち上げ 県農振センター：対象市町村・土地改良区との調整</p>		<p>機能診断マニュアルの策定</p> <p>市町村・土地改良区：機能診断マニュアルの策定</p>			
<p>機能診断マニュアル骨子の作成</p> <p>市町村・土地改良区：維持管理上の課題の情報提供 県農業基盤課：マニュアル骨子の作成 県農振センター：維持管理上の課題の把握・分析・整理</p>		<p>マニュアルに基づく機能診断の実施と適切な維持管理</p> <p>市町村・土地改良区：機能保全計画に基づく適切な維持管理 県農業基盤課・農振センター：マニュアルに基づく機能診断の実施と機能保全計画の策定</p>			
<p>意見交換会の実施</p> <p>市町村・活動組織：制度上の課題・要望事項等の提案 県農業基盤課・環境農業推進課・農振センター：県下7ブロックで活動組織代表者との意見交換会を実施</p>				<p>事業継続・制度改正要望</p> <p>県農業基盤課・環境農業推進課：事業の継続と農家の取り組みやすい制度改正を国に要望</p>	
<p>施策評価(県段階：中間)</p> <p>市町村・活動組織：アンケート等施策評価への協力 県農業基盤課・環境農業推進課・農振センター：施策に関するアンケートの実施</p>		<p>中間評価の報告</p> <p>市町村・活動組織：事業継続制度改正に係る要望 県農業基盤課・環境農業推進課・農振センター：国へ中間評価の報告、制度改正等要望の取りまとめ</p>			

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業関連機軸の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【2. 新たな取組による農業・農村の発展】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 1. 5次産業の推進 (1) 産業化への取組 <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px 0;"> P170 別図(農12)参照 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆産地側、食品加工企業側ともに、お互いの情報(栽培状況、技術力、情報力)をよく知らない ◆食の外部化が進行している現在、加工することによって、高付加価値をつけ、流通させていくことの重要性が増加 ◆本県の農産物は、全般的に他県産に比べて高水準の市場価格で取引されていることから、生鮮品での販売が主軸になっており、加工に取り組んでいるところは、散見される程度 	<ul style="list-style-type: none"> ◆生産者団体が取り組む加工施設整備への支援 ◆栽培技術指導、樹園地の造成等、産地が取り組む原材料の安定供給への取組に対する支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆加工に関するトータルな支援システムとなっていない ◆工場の衛生管理の高度化が進んでいない ◆食品加工企業への設備導入支援制度が脆弱 ◆全国流通を視野に入れた加工品の原材料となる一次産品の選定と、取り組むシステムがない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆★原材料の生産から、加工、流通、販売まで、トータルに支援を行う体制の構築と、事業のパッケージ化 ◆★工場の衛生管理の高度化 		○	
(2) 地域加工の推進	<ul style="list-style-type: none"> ◆県内の農協や生産者グループ等が、自らが生産した農林水産物を原材料として加工している農林水産加工品の約90%は、柚子の加工品 ◆年間販売額100万円未満の製造者が約60%を占めており、製造者の意向も現状維持、減産が全体の3/4に達するなど、地域における加工の担い手である農林漁家の生産意欲が後退 	<ul style="list-style-type: none"> ◆少量でも扱える外食産業等とのマッチング ◆加工品に使える食材、調理法の検討 ◆製造者グループのニーズに応じた支援 ◆冊子、ホームページによる情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域加工をさらに発展させるためのフォローアップ体制がない ◆組織基盤の脆弱性から、設備投資、生産拡大が困難である事例が多い 	<ul style="list-style-type: none"> ◆★高知県産にこだわりを持った加工品や地域固有の加工技術を活かした加工品が、地域で開発できるよう、企画から加工の規模拡大までの総合的な支援体制づくりと、事業のパッケージ化 		○	

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【 農業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>支援体制や相談窓口等の検討</p> <p>県関係課: 総合的な補助制度の創設、ワンストップサービスを提供する窓口の設置を検討</p>	<p>加工向け農産物の安定供給の確保と加工、流通、販売までトータルに支援する体制による取組の推進</p> <p>生産者・農業団体: 食品加工業者との積極的な交流、加工用原材料の安定的な供給 県関係課: 加工用原材料の生産(産地調整を含む)から、加工、流通、販売まで、トータルに支援できる体制の整備、生産から販売に至るまでのハード、ソフトをパッケージ化した事業による支援</p>			◆新商品開発 H23: 1品以上	◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現
<p>※県関係課は新組織や連携に関わる各部担当課</p>	<p>衛生管理の高度化に向けた研修や認証取得への支援</p> <p>生産者・農業団体: 衛生管理高度化研修等への積極的な参加による意識の醸成 県関係課: HACCP、ISO等の認証の取得への誘導(意識啓発、ステップアップを目的とした研修の実施) HACCP、ISO等の認証取得に対する支援(ハード、ソフト)</p>				
<p>支援体制や相談窓口等の検討</p> <p>県関係課: 総合的な補助制度の創設、ワンストップサービスを提供する窓口の設置を検討</p>	<p>地域のこだわりを活かした加工品の開発や規模拡大の推進</p> <p>生産者・農業団体: 地域固有の技術の継承(後継者の確保) 県関係課: 地域加工をさらに成長させるためのフォローアップ体制の整備 伝統的な加工技術者の選定と普及・啓発</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【2. 新たな取組による農業・農村の発展】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 「高知の食」を活用した取組の拡大 (1) 地産地消の持続的発展 <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin-top: 10px;"> P170 別図(農12)参照 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆地産地消については、県民の約9割が認知しており、自ら取組むサポーター数が558社(人)になるなど、県民生活に定着 ◆直販所(量販店のインショップを含む)は、店舗への来店者に対する販売形態としては、ほぼ、飽和状態 ◆食関係の業務筋の直近の傾向は、中国餃子事件以降、加工品(惣菜)企業から、県産野菜の調達を求めるケースが増加 ◆こうした志向の変化は、消費者においても顕著であるが、本県の園芸農業の取組が県内ではあまり認知されておらず、生産と消費の距離感が縮まっていない状況 	<ul style="list-style-type: none"> ◆直販所における新たなマーケットへの展開を行うためのデータ分析 ◆生産から販売までを見据えた生産・販売計画の元になるデータを検討 ◆露地(旬)野菜の業務筋対応への勉強会 ◆業務筋への対応 ◆産地と加工(惣菜)会社とのマッチング支援 ◆共同配送等の検討(配送コストの低減) ◆旅館ホテルへのメニュー提案、研修の協力 ◆量販店の野菜等食育情報発信力強化への支援 ◆量販店に対する産地の取組紹介(産地訪問・意見交換) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆直販所自らによる決めの細かい情報(品揃え等)発信力が弱く、データの活用等が十分でなかった ◆業務筋の露地野菜に対するニーズに対応する食材供給システムがない ◆生産者、実需者、消費者が交流する場が少ない ◆消費者、実需者が県内の一次産品の生産状況をあまり知らない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆★来店型販売形態の充実・強化と業務筋(外食、中食、学校給食)のニーズに合わせた生産、出荷、情報発信ができる直販所づくり ◆★県民みんな高知農産物応援団づくり <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin-top: 10px;"> P171 別図(農13)参照 </div>	○		
(2) 食育(学校給食)による地産地消の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ◆高知県の、重量ベースでの地域食材使用状況は、軽量野菜を中心とする本県の生産状況からみると、米、野菜を中心に地域食材が積極的に活用されている状況 ◆米・野菜以外の土佐はちきん地鶏、文旦、メロンなど(以下、「地域特産物」)については、価格が最大のネックとなって活用が進まず、各地域の学校で行われている給食に使われる食材を教材とした食育でも、米、野菜での取組事例が大部分 	<ul style="list-style-type: none"> ◆学校給食と連携した食育活動の推進 ◆地域特産物を使ったメニュー提案 ◆地域レベルの食材の供給体制の構築への支援 ◆学校栄養職員に対する研修 ◆学校教育と連携した食育活動への支援(市町村支援) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆各地域で行われている食育は米、野菜中心で、地域特産物の活用が少ない ◆食べ方(文旦などの剥き方等)を知らない子どもたちの増加 ◆学校給食の地域特産物活用は、地域や農業に対する理解と子供を通じた消費宣伝の効果が期待されるが、価格面で活用が困難 ◆県内農産物の主要品目が、学校給食メニューに登場する機会が少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆★地域の特産物の食農教育と給食への食材供給の支援による特産物の理解促進(将来の高知の農畜水産物応援団づくり) ◆★県産主要野菜や魚の学校給食への安定供給体制の構築による県産食材使用率の向上(将来の高知の農畜水産物応援団づくり) 	○		

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【 農業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>直販所の販売形態の充実・強化</p> <p>生産者・農業団体: 従来の来店型から情報発信力のある業務筋にも対応できる店への取組の検討と実践 県地産地消・外商課: 情報発信力強化、来店型強化(店舗の魅力アップ)、業務筋への販路拡大支援及び情報管理システム構築の支援、業務筋と直販所のマッチング(コーディネート)</p>			<p>◆直販所販売額 H20:70億円 ↓ H23:76億円</p> <p>◆給食に対応している生産者組織数 H20:85組織 ↓ H23:90組織</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
	<p>高知の野菜ソムリエがお勧めする野菜で元気店を、生産者、料理人、消費者との交流の場にする仕組みづくり</p> <p>生産者・農業団体: 消費者、実需者との積極的な交流 県地産地消・外商課: 消費者、実需者、生産者との交流の機会の創出への支援</p> <p>消費者、実需者に対して産地が情報発信(出前授業、料理紹介等)を行う場づくりを支援</p> <p>生産者・農業団体: 食育(出前授業、農業体験等)への積極的な取組、産地からの情報発信 県産地づくり課: 食育の場づくりへの支援、産地からの情報発信の支援</p>				
	<p>○高知ジュニア博士育成のための特産農産物の食農教育と食材供給</p> <p>生産者・農業団体: 食農教育への積極的な取組 県産地づくり課: 高知ジュニア博士育成事業補助制度の創設 県農振センター、畜産試験場、茶業試験場: 食農教育に取組む生産者団体への技術支援</p>			<p>◆食農教育実施市町村 H23:33市町村</p> <p>◆地域の実態に合った県内産食材使用率目標の設定(教育委員会)</p>	
	<p>好き好き高知野菜大好き宣言チームの表彰と普及啓発</p> <p>県産地づくり課: 表彰制度の創設</p> <p>環境保全型農業に関する食農教育の実施と給食への供給体制の構築</p> <p>生産者・農業団体: 環境保全型農業に関する食農教育への積極的な取組と、主要野菜の安定供給体制の構築の検討、実践 県教育委員会、産地づくり課: 好き好き高知野菜大好き子育成事業の仕組みの構築 県農振センター: 環境保全型農業に関する食農教育に取り組む産地への技術支援</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【2. 新たな取組による農業・農村の発展】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
3. グリーン・ツーリズムの推進 (1) グリーン・ツーリズムの推進 <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: fit-content; margin-top: 10px;"> P170 別図(農12)参照 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆都市の農村に対する関心は高く、両者間で交流を進めることを必要と考える都市住民が約8割を占める等、農村への強い期待感 ◆一方、県内中山間の高齢化は顕著で、集落機能が衰退してきており、あらゆる方面から活性化を図ることが急務 	<ul style="list-style-type: none"> ◆農村資源の活用 ・集落の価値の再構築手段としてのグリーン・ツーリズムの活用方策の検討・実践 ・農村資源の活用を行う地域コーディネート組織への支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆農村資源の活用 ・農村(農業)の価値の再認識と付加価値化 ・高齢者が生産活動を行う体制づくりと出荷方法の確立 ・高齢者が取組んでいた農産加工の復活と技術の伝承方法、売る仕組みづくり ◆農村の魅力の情報発信 ・農業(農産物)を軸にした情報発信 ・個々の資源を面としてとらえた(集落)情報の発信 	<ul style="list-style-type: none"> ◆★集落がひとまとまりとなって生産、加工、体験、販売までを手がけ、集落を丸ごと情報発信 	○	○	
	<ul style="list-style-type: none"> ◆県内では農林漁家民宿、農林漁家レストランの開業件数は右肩上がりであり、特に農林漁家民宿では、「農林漁家民宿おかあさん100選」に選ばれるなど、全国レベルに達するところも存在 	<ul style="list-style-type: none"> ◆アクセシビリティの向上 ・カーナビによるグリーン・ツーリズム施設の案内ソフト(システム)の構築 ◆地域でまとまりのあるグリーン・ツーリズムの商品化 ・企業の福利厚生、観光業等、民間活力との連携 ・子ども農山漁村体験交流プロジェクトの取組支援 ◆効果的な情報発信の検討・研究 ・農村・農業・人の歴史探訪等による情報収集と、効果的な情報発信への支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域をコーディネートする組織の強化(商品造成に向けて) ・実践者のネットワークの充実・強化 ◆情報発信の強化 ・農林漁家民宿・農林漁家レストランの情報整備(誘客) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆◎グリーン・ツーリズムが楽しめる高知県として、農林漁家民宿を拠点として売り込む滞在型のニューツーリズムの推進 		○	

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

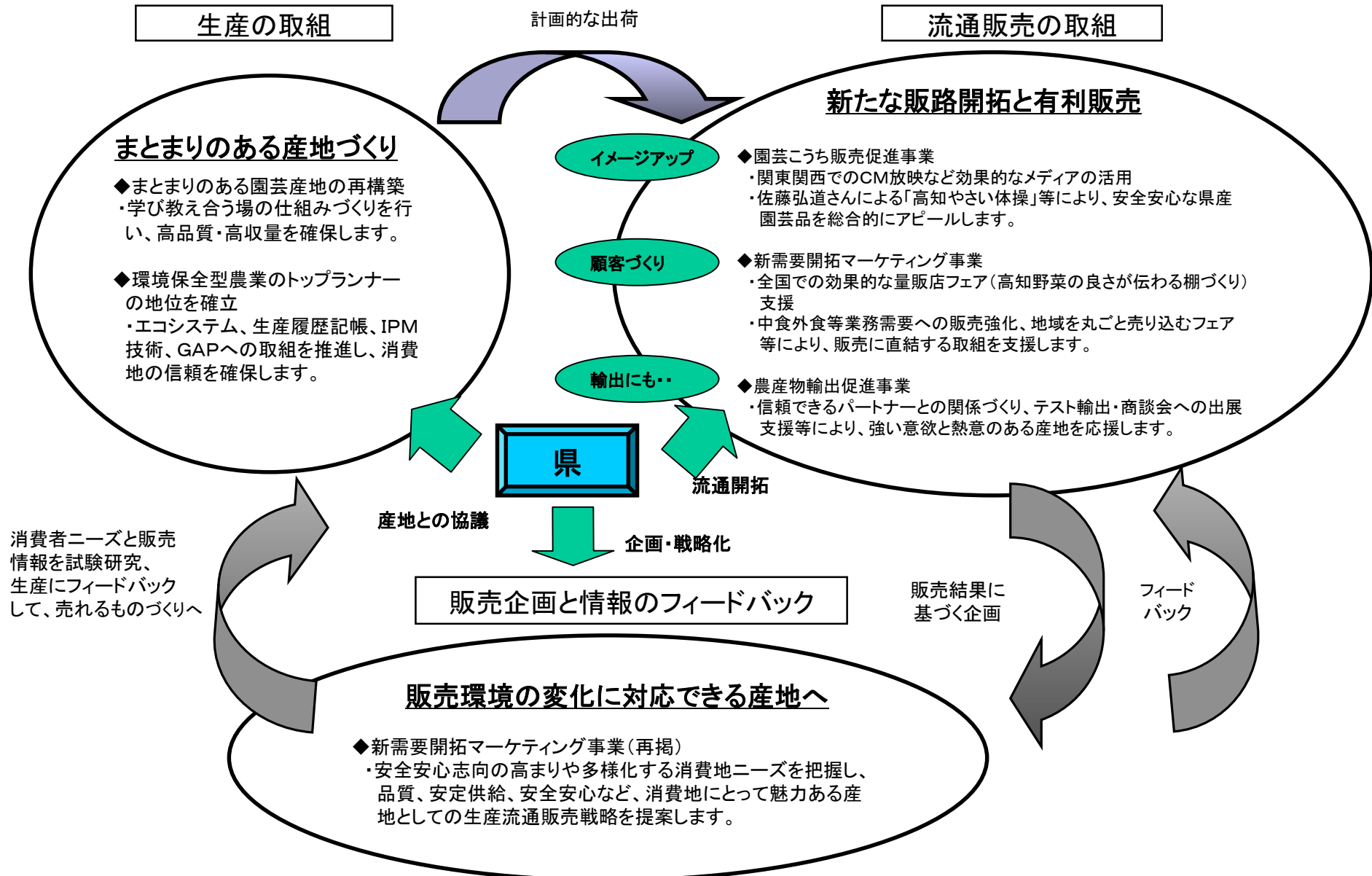
H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>集落営農組織(モデル)の検討</p> <p>県地産地消課(H21～産地づくり課):モデル集落支援体制の検討・設置</p>	<p>資源の洗い出し、柱とする品目の決定、展開方法の検討等集落の合意形成(計画の策定)への支援</p> <p>集落・農業団体・市町村:集落の価値の再構築手段としてのグリーン・ツーリズムの活用方策の検討</p> <p>県産地づくり課:集落を丸ごと売り込むグリーン・ツーリズムに取り組むモデル集落の計画策定を支援</p>	<p>計画実践の支援【モデル集落の追加(H22+1、H23+1)】</p> <p>集落・農業団体・市町村:計画に基づくグリーン・ツーリズムの活用方策の実践</p> <p>県産地づくり課:モデル集落の取組支援、モデル事例の普及・啓発</p>	<p>◆集落丸ごとグリーン・ツーリズムに取り組むモデル集落 H23:3集落</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>
	<p>カーナビでの誘導環境(マップコード)整備</p> <p>まちむら交流機構:県内のグリーン・ツーリズム施設の位置情報を作成・公開</p> <p>県地産地消課(H21～地産地消・外商課):まちむら交流機構との連携</p>	<p>観光部との連携強化によるニューツーリズムとしての情報発信強化</p> <p>生産者(実践者):自らによる積極的な情報発信、市町村、県等が行う情報発信への協力</p> <p>県地産地消・外商課:実践者に対する効果的な情報発信支援、関係機関との連携による有機的な情報発信の仕組みづくり</p> <p>県観光コンベンション協会:HPでの積極的な情報発信</p>			
		<p>企業の福利厚生、観光業者との連携による福利厚生ツアー等の事業化</p> <p>生産者(実践者):企業の福利厚生、観光業等、民間活力との有機的な連携への積極的な参加</p> <p>県地産地消課(H21～地産地消・外商課):福利厚生企業等と市町村等の連携窓口、企業の福利厚生、観光業等、民間活力と連携する有機的な情報発信</p>			
	<p>子ども農山漁村交流プロジェクト事業モデル地域として実施</p> <p>県地産地消課:受入地域の支援窓口</p>	<p>子ども農山漁村交流プロジェクト事業受入地域支援による集落が受け入れるグリーン・ツーリズムの体制整備</p> <p>集落・市町村:受入体制の整備</p> <p>県地産地消課(H21～地産地消・外商課):自立できるツーリズムビジネスの育成と地域ぐるみの取組を支援</p>			

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
- 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
- 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築

別図(農1)



新需要開拓マーケティング事業概要

現状の取組

高知野菜のイメージアップ

園芸こうち販売促進事業

<実行委員会> 県・園芸連・JA中央会
 メディアを活用した県産野菜のPR
 佐藤弘道氏による「高知やさい体操」
 やなせたかし氏による「高知野菜11人きょうだい」キャラクター
 成果：認知度関東7位、関西3位

環境保全型農業のPR

流通関係者等産地交流事業

市場関係者、仲卸、量販店バイヤーを産地へ招聘し、
 環境保全型農業をPRする
 成果：対象者数110名 (H18~19)

出前授業

関東関西中京地区の小学校等に生産者が出向き、
 環境保全型農業をPRする。
 成果：受講者数7,829名 (H14~19)

見本市出展(スーパーよさこい、農林水産祭)

一般の方への高知野菜の展示販売
 成果：スーパーよさこい
 入場者数65,000名 (H19)
 農林水産祭
 入場者数47,000名 (H20)

その他

農産物輸出促進事業

信頼できるパートナーとの関係づくり、テスト輸出、
 商談会への出店等の支援。
 グロリオサ、野菜・果実、ユズ加工品等

背景と課題

国民消費の減少

野菜：目標 350g → 288g (H18)
 1日当たりの摂取量

量販店の価格支配力の増大

大規模小売店 46% → 59%
 (H10 → 18)

中食外食等業務需要の増加

家計消費 45%
 中食外食加工 55%

農業生産額

▲306億円 (H5 → H18)
 1021億円 → 715億円

園芸連取り扱い額

▲312億円 (H4 → H19)
 934億円 → 622億円

産地の分散化

安芸冬春ナス系統率
 (H14 → H18)
 ▲11% (65% → 54%)

生産資材の高騰

重油：41円 (H16.1) → 89.2円
 (H20 園芸年度全国平均)
 ナス販売価格：
 433円/kg (H2) → 299円/kg (H19)

消費流通構造の変化への対応が急務

消費流通構造の変化に対応した流通販売戦略の再構築

野菜に比べて、果樹や花きのPR事業は弱い

園芸連を中心とした流通販売の強化

更なる農家所得の向上に繋がる販路開拓が必要

生産資材は高騰するのに価格は低迷

<産地の関心>
販路開拓と有利販売

高知県産ブランドの再構築と販売に直結する活動

新需要開拓マーケティング事業

更なる販路開拓と有利販売 (野菜・果樹・花き)

<流通販売戦略の企画立案>
 <産地との関係を強化した販売戦略の展開>
 <消費地ニーズに対応できる産地調整>
 野菜・特産果樹・花き

こうち野菜果実販路開拓事業

<負担金 (県・園芸連1/2負担)>

- 全国での効果的な量販店フェア (高知野菜等の棚づくり)
 - ・量販店とのパートナーづくり (高知のファンづくり)
 - ・高知の良さを知ってもらう (環境保全型農業など)
 - ・高知ならではの企画立案と支援 (園芸連や関係機関との企画会議)
- ※ 企業商談にも通用する販促パンフやフェア用DVDの作成

中食外食等業務需要の開拓

- ・新たな業務需要の掘り起こし

特産果樹の販路拡大

- 文旦 一般消費者向けに県外販路の開拓
美味しさと香りを武器に食べてもらってPR
- 新高梨 日本1大きい梨、香り高く甘い高級品として贈答用にPR、地位を確立 など

アンテナショップとの連携

- ・オンリー1の品目、高付加価値のある品目の販売
- ・一般品目のPRの場として活用 (カフェやディスプレイ用)

特産野菜等コラボレーション事業

<補助金 市町村1/2>

- ・地域野菜等と一次産品、観光資源等とのコラボ販売企画の展開
- ・地域で協議会を設置 (市町村、JA、園芸連、県など)

高知の花き総合PR事業

<委託料>

- ① ジャパンフラワーフェスティバル (総合的なPR)
- ② 花きモニタリングPR (販売に直結するPR)

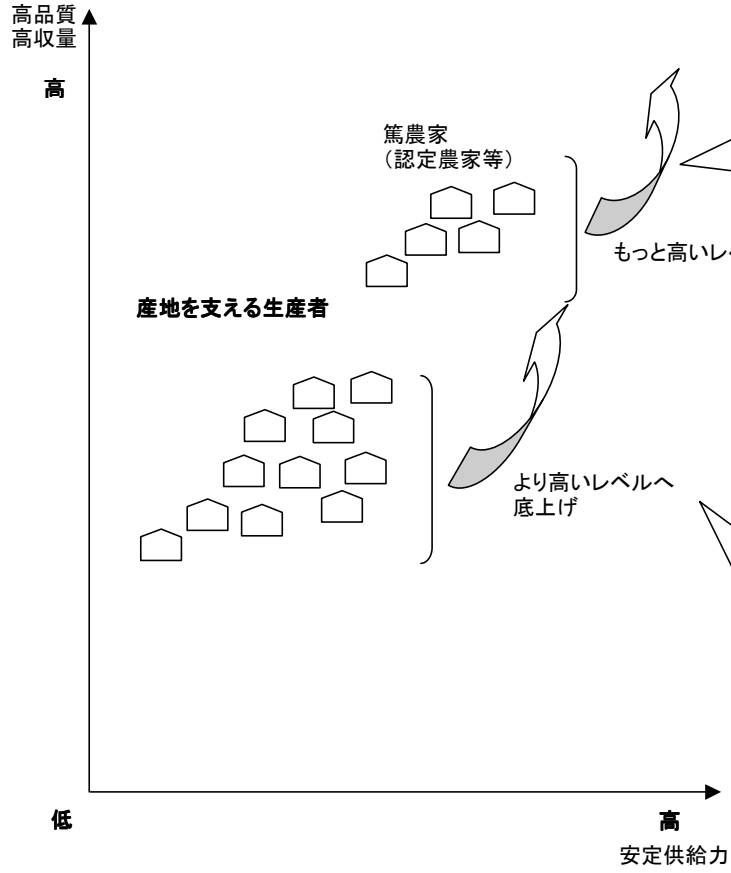
現行事業の継続

<農家所得の向上>
 <高知県の基幹産業である園芸農業の振興>

まとまりのある園芸産地を再構築します

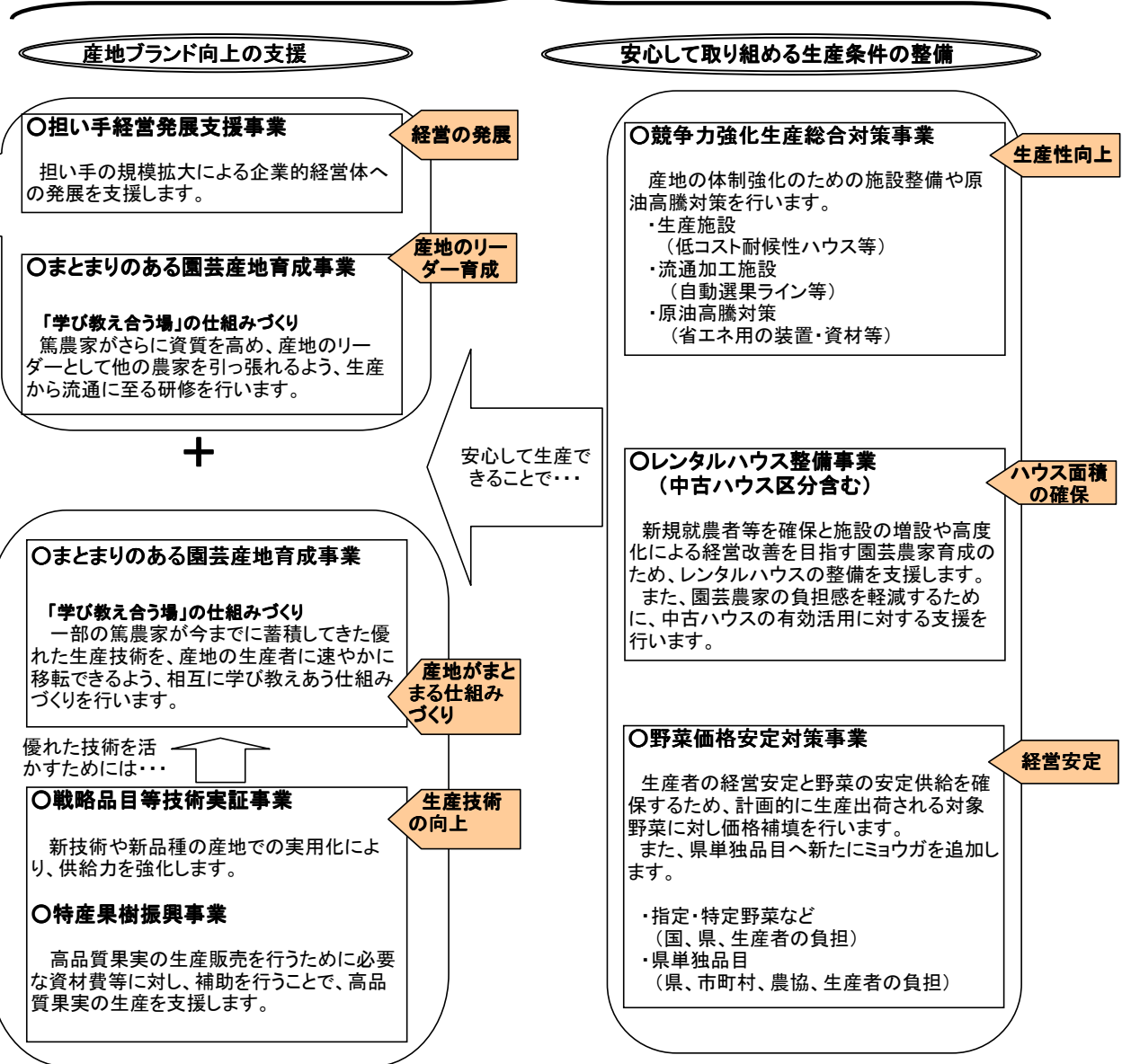
別図(農3)

活発な産地活動で、
産地ブランドを磨きます



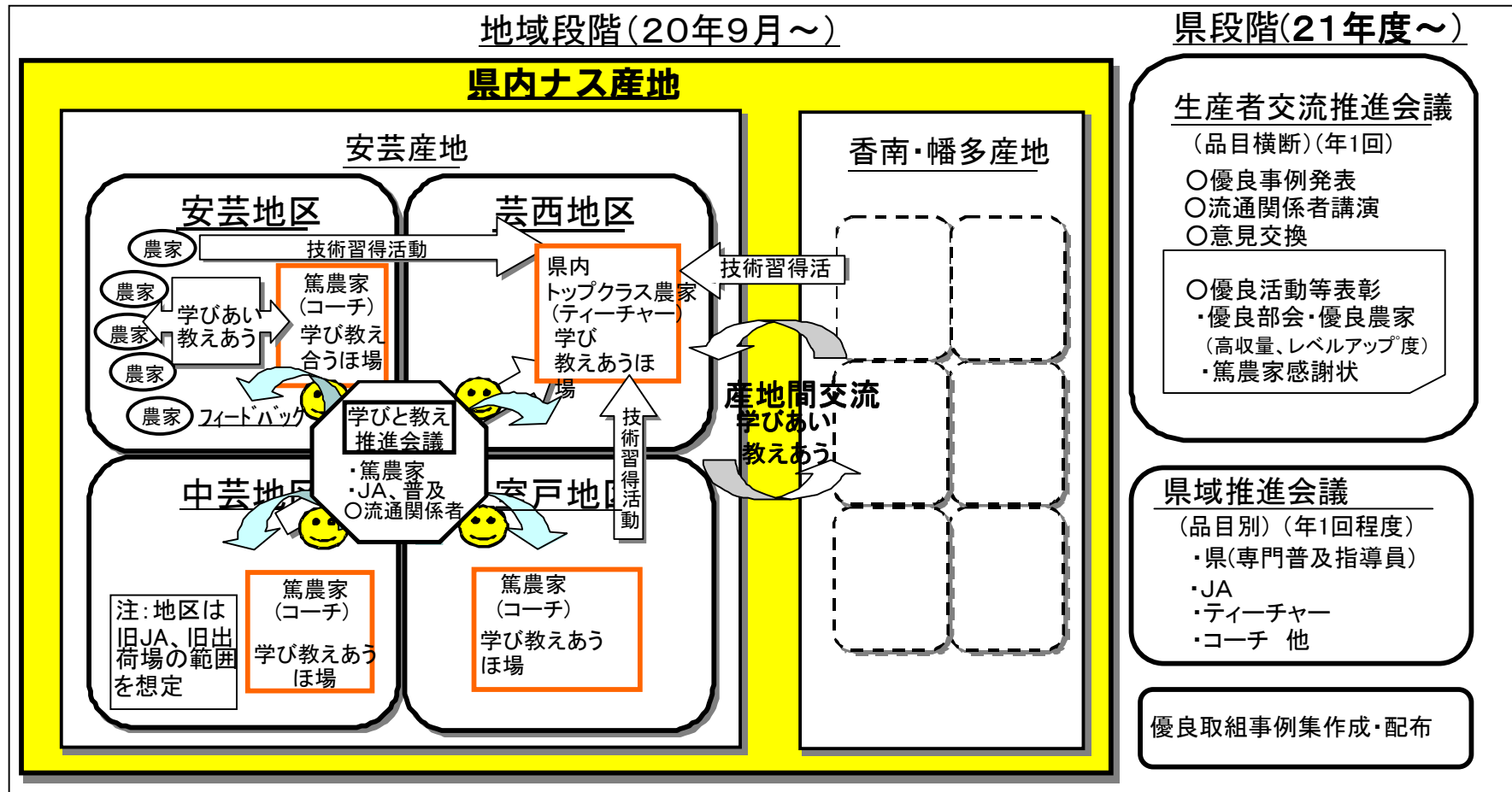
※産地ブランド: 高品質、高収量、安定供給

産地全体のレベルアップ



まとまりのある園芸産地育成事業（取組イメージ）

別図(農4)



学び教えあうほ場 170ヶ所設置（野菜、花卉、果樹）



まとまりによる高いレベルの産地形成
 ☆技術力 ☆組織力 ☆農家意識
 の高位平準化



コスト高などへの対応だけでなく
 ★農家所得の確保
 ★消費地に高く評価される産地
 ★競争力のある産地

環境保全型農業のトップランナーの地位を確立

別図(農5)



トップランナーの地位を築く!

夢・未来へ
(啓発・PR)

～ 生産から流通販売に至るまでの安全・安心を支援する事業体系 ～

オランダウエストラント市-高知友好園芸農業協定締結事業

環境保全型農業普及推進事業

○新しくチャレンジする農家グループ等への支援 ○温存ハウス整備 ○環境保全型農業をスタンダードに!

生産
流通段階
生産段階

総合支援
(リスク、負担軽減)

流通対策と
販路開拓
(マーケティングと
販売促進・PR)

農産物の安全
・安心確保
(品質・衛生管理向上)

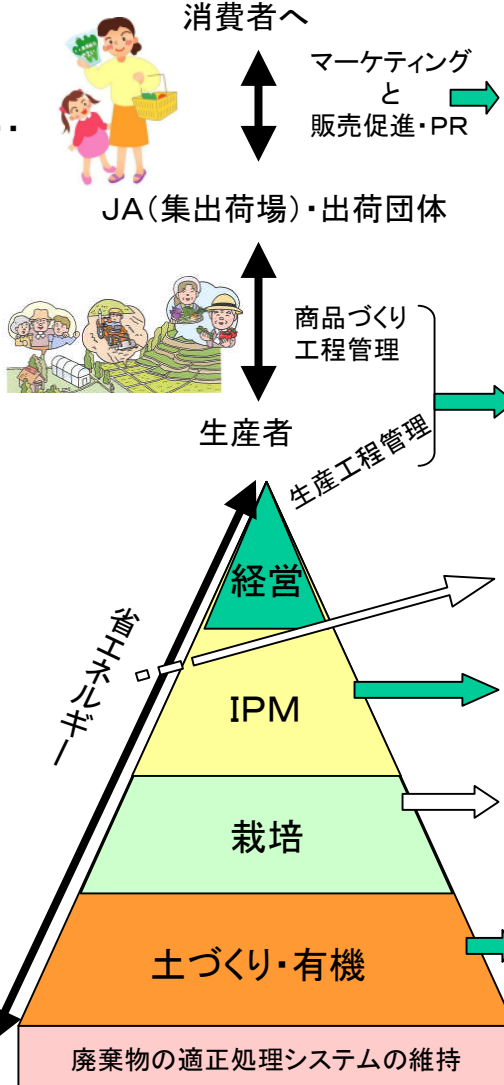
省エネルギー対策

生産対策
(IPM技術
確立と定着)

有機農業支援

土づくり対策

○: H21年度に事業化
☆: 部会等で検討



消費者へ

マーケティングと販売促進・PR

JA(集出荷場)・出荷団体

商品づくり 工程管理

生産者

生産工程管理

経営

IPM

栽培

土づくり・有機

廃棄物の適正処理システムの維持

新需要開拓マーケティング事業 …『菜援隊』高知野菜で日本を救え! …

○新しい食-農-観光の産業コラボレーションによる新需要創出
○エコ農産物を活用した新メニュー等の提案・開発など新しい需要や販路の開拓
○出前授業の実施、流通関係者や消費者と産地の交流
☆環境保全に貢献できるしくみづくり
○エコシステム栽培等認証制度の推進

販売戦略部会で支援

こうち環境・安全・安心点検システム推進事業

○高知県版GAPを地域や品目に応じた形で進化させて普及
☆県産農産物の生産工程管理ウオッチャーシステムの構築

認証・GAP部会で推進

環境保全型農業普及推進事業

○エコシステム栽培認証等の推進

☆重油代替暖房機実証への支援と普及

省エネルギー部会で検討

総合的病害虫管理技術実証事業

○分かちあい・高めあう場づくり
○IPM技術について全品目、県内全域への技術確立と普及

IPM部会で推進

学び教えあう場の仕組みづくり

有機部会で推進

有機農業支援事業

○計画的な有機農業の普及・推進、研修受け入れ農家への支援

ステップアップ土づくり事業

○家畜ふん堆肥利用による肥料高騰対策 ○適正施肥

土づくり部会で推進

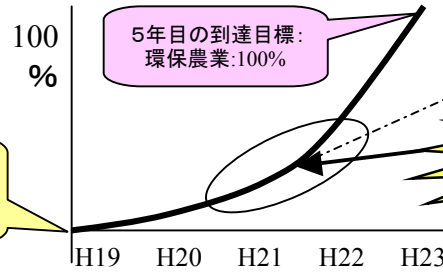
環境保全型農業普及推進事業

☆養液ミョウガの排液処理対策支援

「環境保全型農業総合推進プラン」を加速化して実現

別図(農6)

高知の野菜は
いつでも
安全安心で
おいしいね!



トップランナーの地位を築く!

基本方針	農業者に対する意識啓発	農産物の安全・安心確保	有機質資源の循環利用の推進	環境負荷を軽減した生産技術の開発と普及	有機農業への支援	使用済生産資材等の適正処理	農産物の流通対策
今までの取組	<ul style="list-style-type: none"> ・フォーラムや農産物フェア ・県版GAP 生産者用点検シート 映像マニュアル作成 	<ul style="list-style-type: none"> ・認証制度の活用 ・生産履歴記帳 ・残留農薬検査と危機管理 ・集荷場用点検シート 	<ul style="list-style-type: none"> ・耕畜連携による土づくり ・たい肥の品質向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・施肥基準の作成 ・IPMマニュアル作成と実証 映像資料作成 ・省エネ対策 	<ul style="list-style-type: none"> ・県推進計画策定 ・有機農業研修施設への支援と就業支援 ・栽培実証 ・実態調査 	<ul style="list-style-type: none"> ・廃プラ等の適正処理 ・養液栽培の排液処理装置の実証 	<ul style="list-style-type: none"> ・農(産地)と食(消費地)交流促進 ・高知野菜ソムリエ育成 ・直販所安心係設置
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・関係者全体の意識の向上 ・PDCAサイクルの定着 	<ul style="list-style-type: none"> ・事故の再発防止 ・安全安心確保対策徹底 ・エコシステム認証への集約 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域内循環のしくみ ・品目、作型に応じた活用推進 ・肥料高騰への対策 	<ul style="list-style-type: none"> ・県内全域への普及 ・全品目での普及 ・施肥の改善 ・重油高騰への対策 	<ul style="list-style-type: none"> ・技術の体系化 ・研修希望者や就業希望者に応じた支援 ・実践農家の経営安定 	<ul style="list-style-type: none"> ・ハウス・ほ場周辺環境整備 ・排液処理装置の普及 	<ul style="list-style-type: none"> ・環境保全型農業の産地としてのまとめ ・PRと販売促進 ・新需要の開拓

H21年度からの重点実施計画

対策	PDCAを産地に定着		技術をさらに磨く		消費者にしっかり伝える	
	<ul style="list-style-type: none"> ・産地全体の意識向上 ・事故ゼロキャンペーン ・第三者を含む工程管理ウォッチャーシステム構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・記帳運動の支援強化(生産履歴への県版GAP盛り込み) ・農薬販売時対応強化 ・園芸連(JAグループ)エコシステム認証の要件・しくみ改善 ・各種認証の整理 	<ul style="list-style-type: none"> ・たい肥マップの活用 ・地域内循環利用促進 ・土づくりマニュアル ・直販農家等での利用促進 	<ul style="list-style-type: none"> ・土着天敵の利用拡大 ・地域や品目に応じた普及への支援 ・オランダウェストラント市との友好園芸農業協定締結 ・施肥量の低減 	<ul style="list-style-type: none"> ・有機実践農家組織活動への支援強化 ・研修受け入れ農家への支援 ・規模拡大の支援 ・有機JAS認証取得支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・ハウス、ほ場周辺環境整備推進 ・排液処理普及への支援(農技センターとの連携、補助事業活用促進)

新たな提案	こうち環境・安全・安心点検システム推進事業	総合的病害虫管理技術実証事業	新需要開拓マーケティング事業 …葉援隊-こうち野菜で日本を救え!…
	ステップアップ土づくり事業	有機農業支援事業	
	オランダウェストラント市-高知友好園芸農業協定締結事業		

生活できる所得を確保するこうち型集落営農の実現

別図(農7)

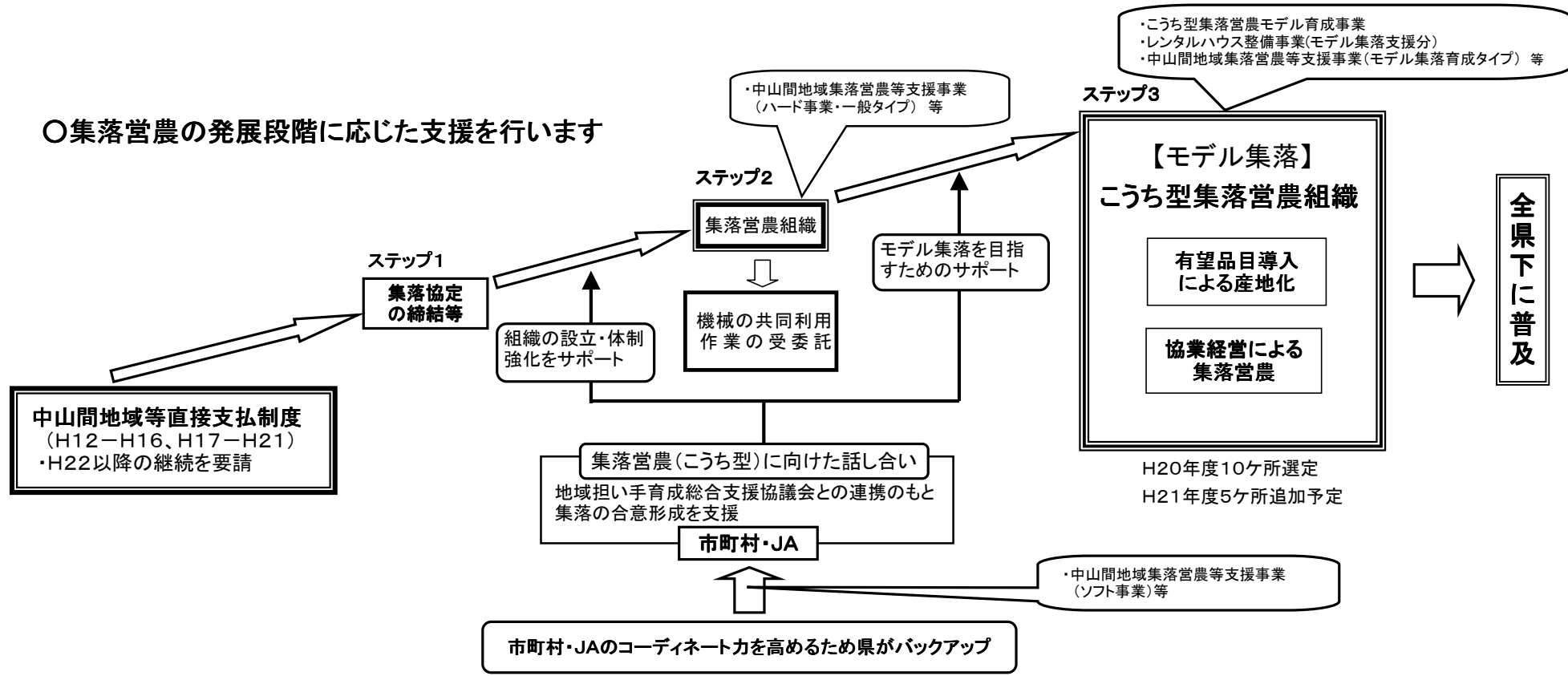
～ 中山間地域等における集落営農の展開 ～

こうち型集落営農の目指すべき方向
 将来にわたって集落で生活できる農業の仕組み
 (収益性の高い園芸品目等の産地化による所得の向上
 みんなで力を合わせて、集落の土地利用や営農をまとまりを持って管理・運営)

集落営農への取組
 H20-H23 (集落営農組織を125→200
 モデル集落を15ヶ所育成)

・こうち型集落営農モデル育成事業
 ・レンタルハウス整備事業(モデル集落支援分)
 ・中山間地域集落営農等支援事業(モデル集落育成タイプ)等

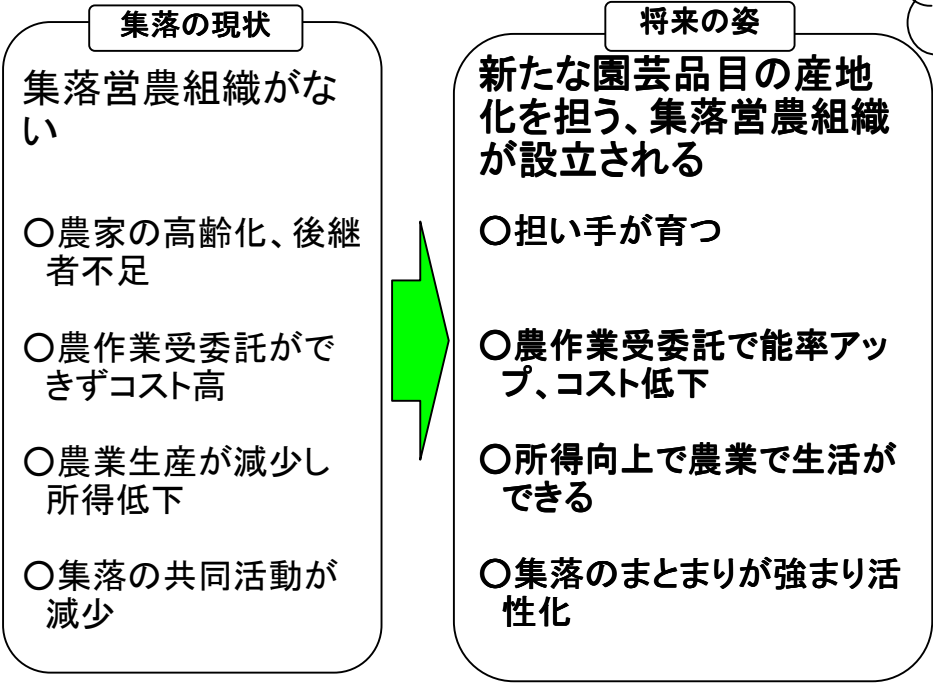
○集落営農の発展段階に応じた支援を行います



モデル集落営農の実現（取組のイメージとスケジュール）

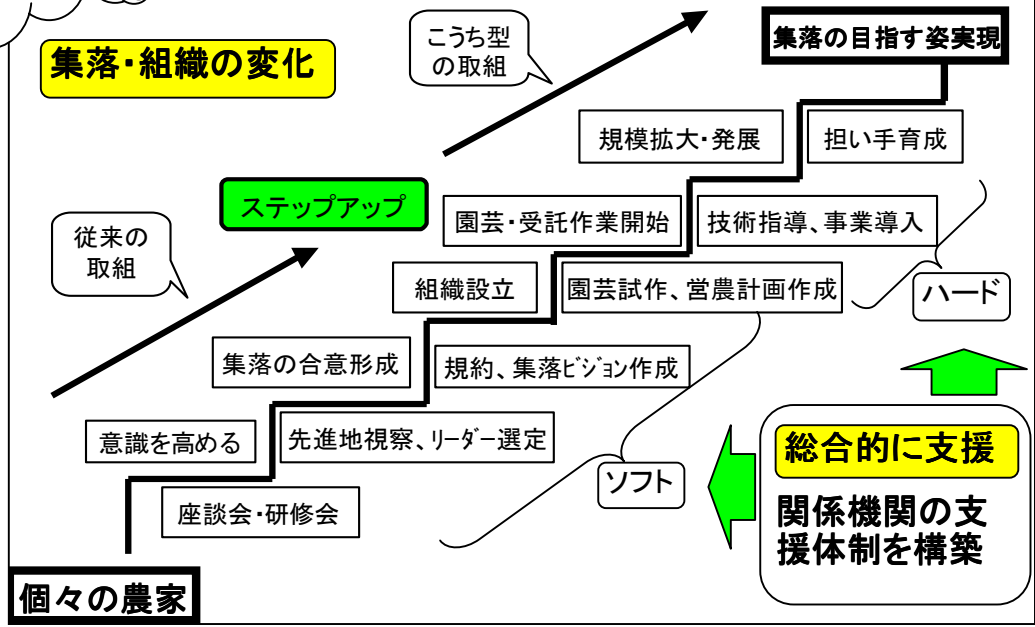
別図(農8)

モデル集落の現状と将来の姿



ステップアップには、たくさんのハードルがあります。

モデル集落の発展段階



モデル集落の活動スケジュール

1年目	2年目	3年目	4年目以降
規約作成、組織設立・集落営農ビジョン作成			
農作業受委託組織づくり、規約、料金設定		受託作業実施・面積拡大	
園芸作物試作・選定		園芸作物の本格栽培・規模拡大	
経理の一元化、簿記記帳			
営農計画作成・補助事業導入			

モデル集落の成功事例を、県内の中山間地域に波及していく

品目別総合戦略の実践

生産

野菜

果樹

花き

品目別総合戦略策定品目【園芸】

ミョウガ、ナス、キュウリ、ニラ、シシトウ、ピーマン、ショウガ、メロン、小ネギ、オクラ、米ナス、小ナス、トマト、オオバ、イチゴ、ナバナ、ブロッコリー、ラッキョウ

ユズ、ブンタン、ミカン、ナシ、小夏、ポンカン

ユリ、グロリオサ、トルコギキョウ、シュッコンカスミソウ

園芸戦略推進事業

まとまりのある園芸産地育成事業

レンタルハウス整備事業

品目別施策

戦略品目等技術実証事業

野菜価格安定事業(県単)

ミョウガの価格安定事業の創設

ユズ優良種苗供給体制整備支援事業

ユズの健全な原母樹の確保

環境保全型農業現地実証モデル事業

ミョウガ排水処理装置の導入

特産果樹振興事業

- ・遮光ネットでミツ症を予防(ナシ)
- ・マルチ栽培で品質向上(ブンタン、ミカン)
- ・非破壊糖度センサーで低品質品出荷防止(ナシ)
- ・あり方検討の場づくり(ナシ、ブンタン)

流通・販売

新需要開拓マーケティング支援対策

新需要開拓マーケティング事業

(青果物流通支援対策事業)

(こうち野菜果実販路開拓事業)
 ・販路拡大、消費宣伝活動の支援
 ・生産地での生産・出荷調整への支援

(高知の花き総合PR事業)
 ・JFF(ジャパンフラワーフェスティバル)への出展
 ・市場におけるモニタリングとPR

園芸戦略推進事業

園芸こうち販売促進事業

・園芸こうち販売促進実行委員会等による「園芸高知」のPR

水稲

こうち売れる米づくり産地育成事業等(農産振興対策事業)

・「南国そだち」の面積拡大に向けた支援等

茶

土佐茶振興対策事業

・生産を継続する仕組づくりに向けた生産加工流通総合調査

畜産

酪農

・乳用牛舎快適性向上モデル事業
・再生稲飼料増産緊急対策事業

肉用牛

・肉用牛生産技術向上緊急対策事業

養豚

・飼料用米利活用化緊急対策事業
・地域肉豚価格安定対策事業

養鶏

・土佐ジロー生産流通拡大事業
・土佐はちきん地鶏普及対策事業

畜種共通

・家畜飼料特別支援資金利子補給事業(国庫)

・消費者ニーズに対応した売れる米づくりの体制整備
・本県産米のトップバッターとして「南国そだち」の県外販売促進活動への支援

・販売対策・消費拡大への取組
(県内の消費拡大、販路拡大、県外へのアプローチ)

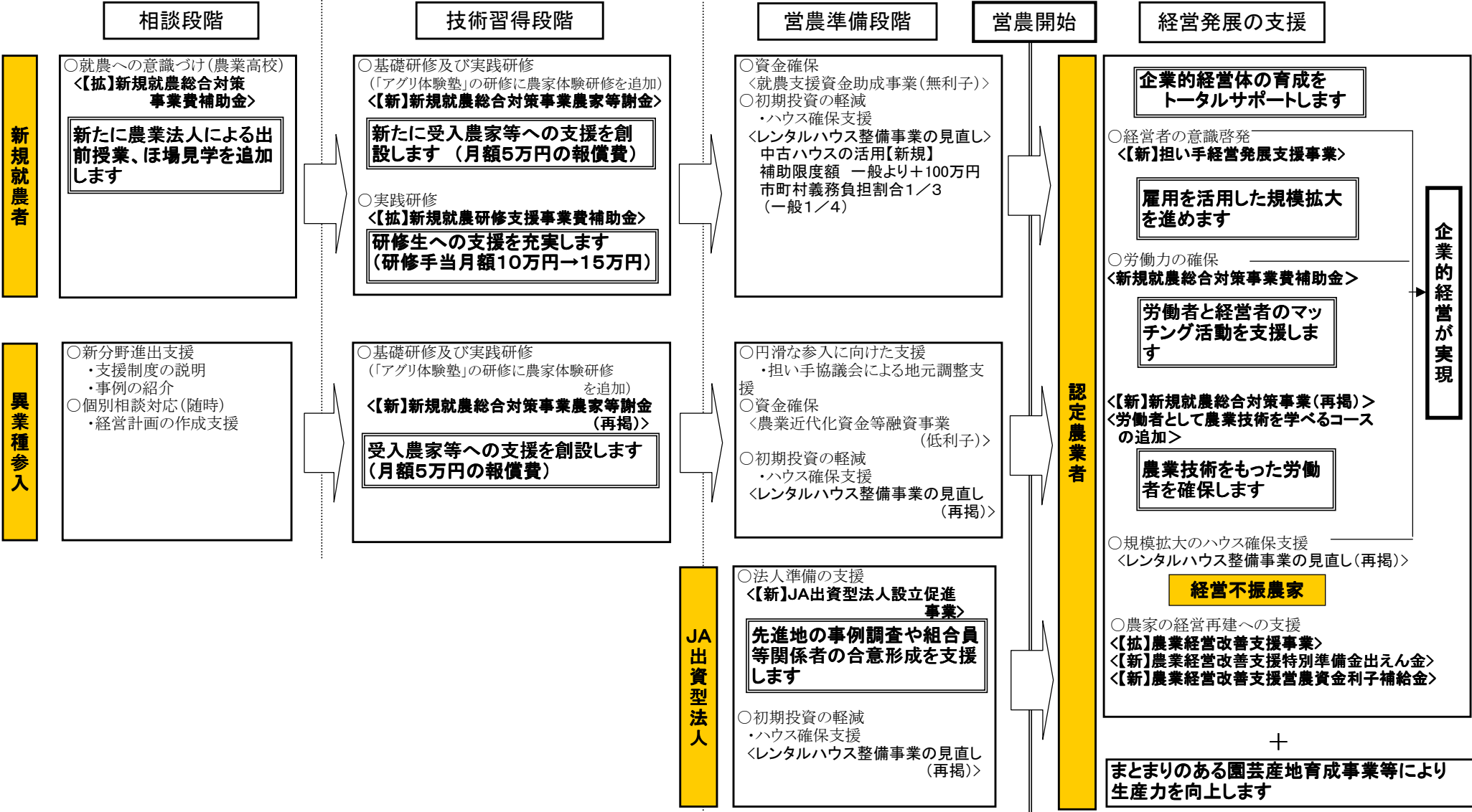
・土佐和牛消費拡大事業

・土佐ジロー生産流通拡大事業
・土佐はちきん地鶏普及対策事業

農業の担い手のすそ野を広げ生産力を高めます

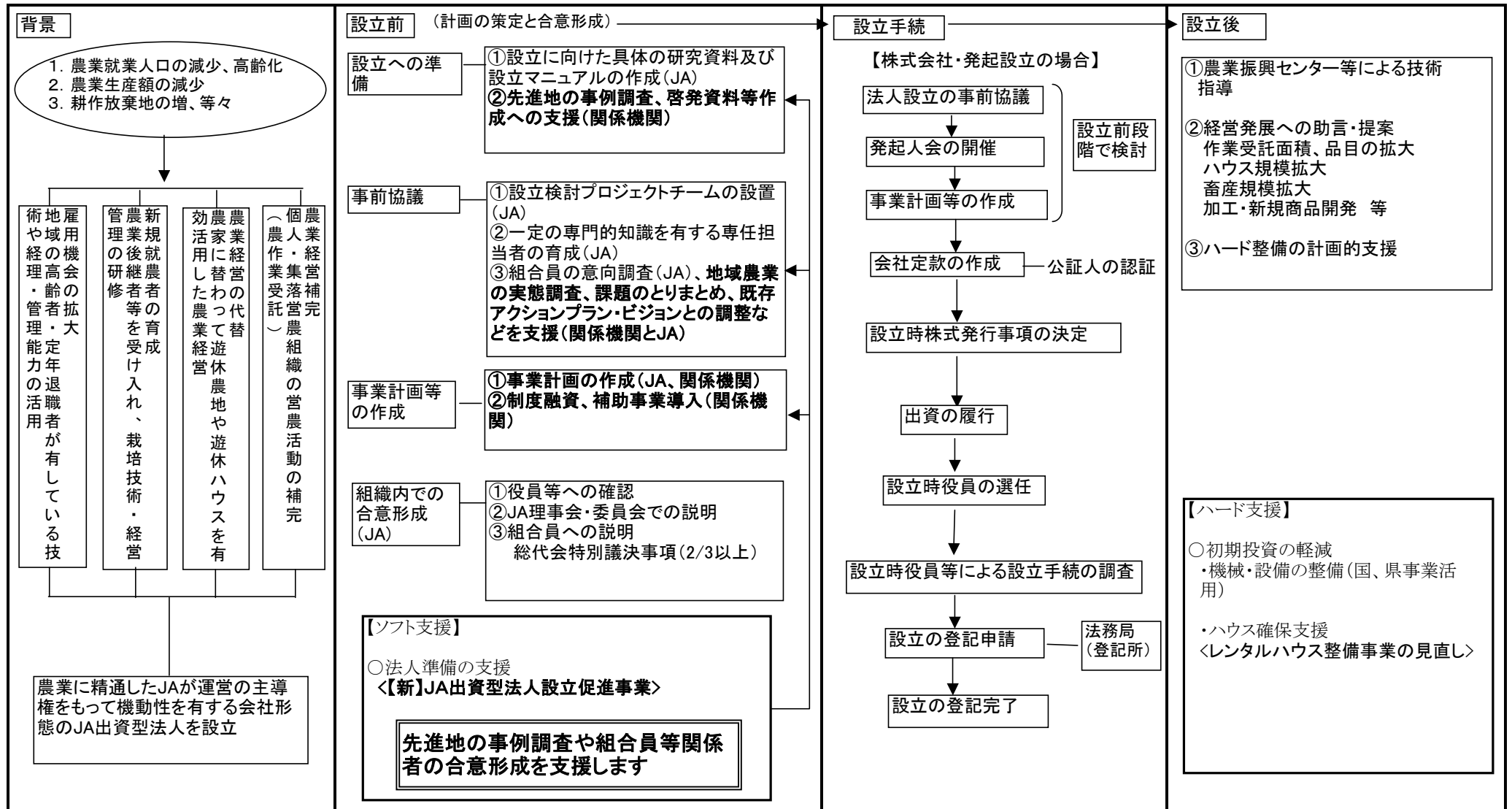
別図(農10)

～ 担い手育成の各段階ごとにきめ細かい支援 ～



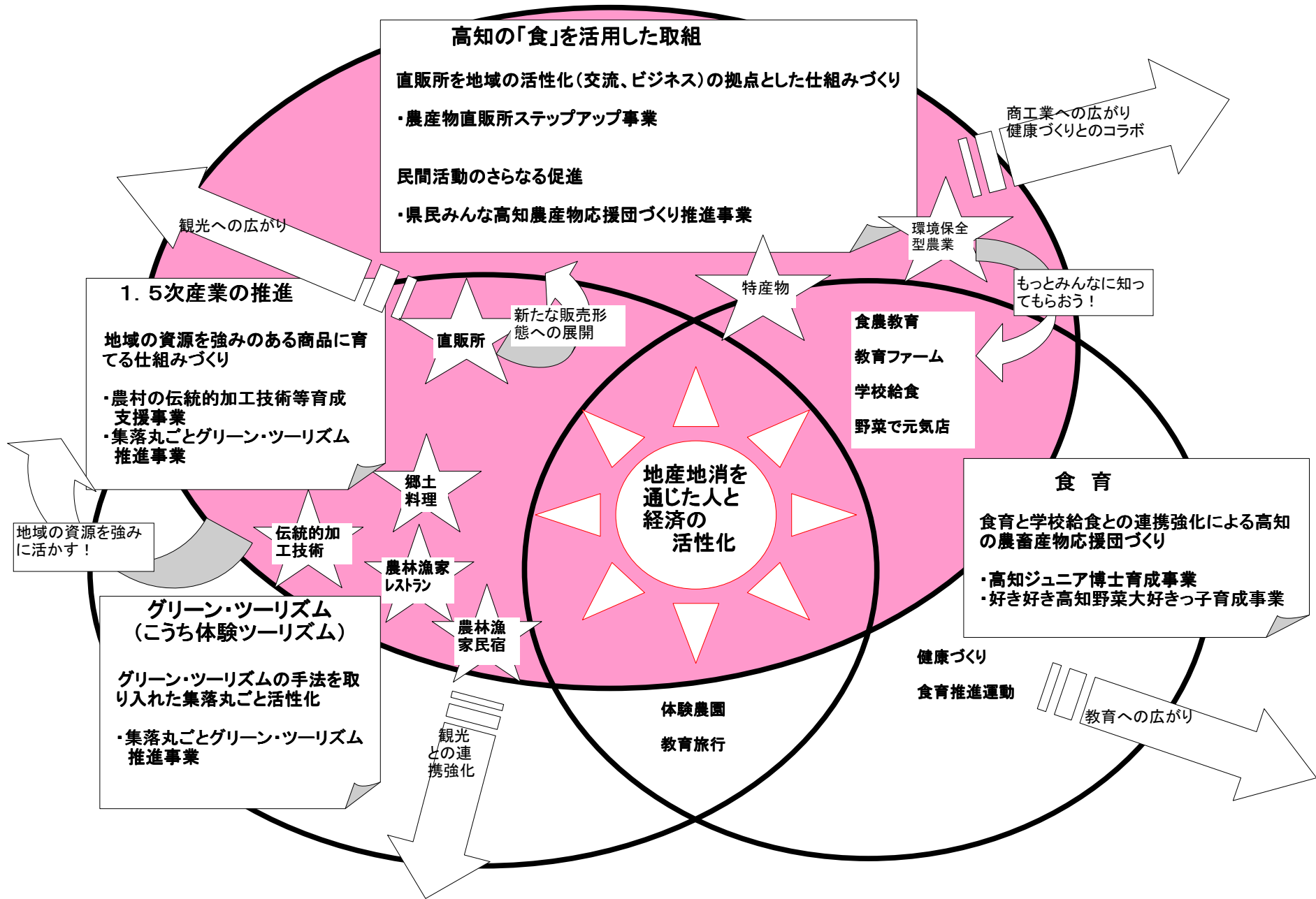
JA出資型法人設立から営農後までのプロセス図

別図(農11)



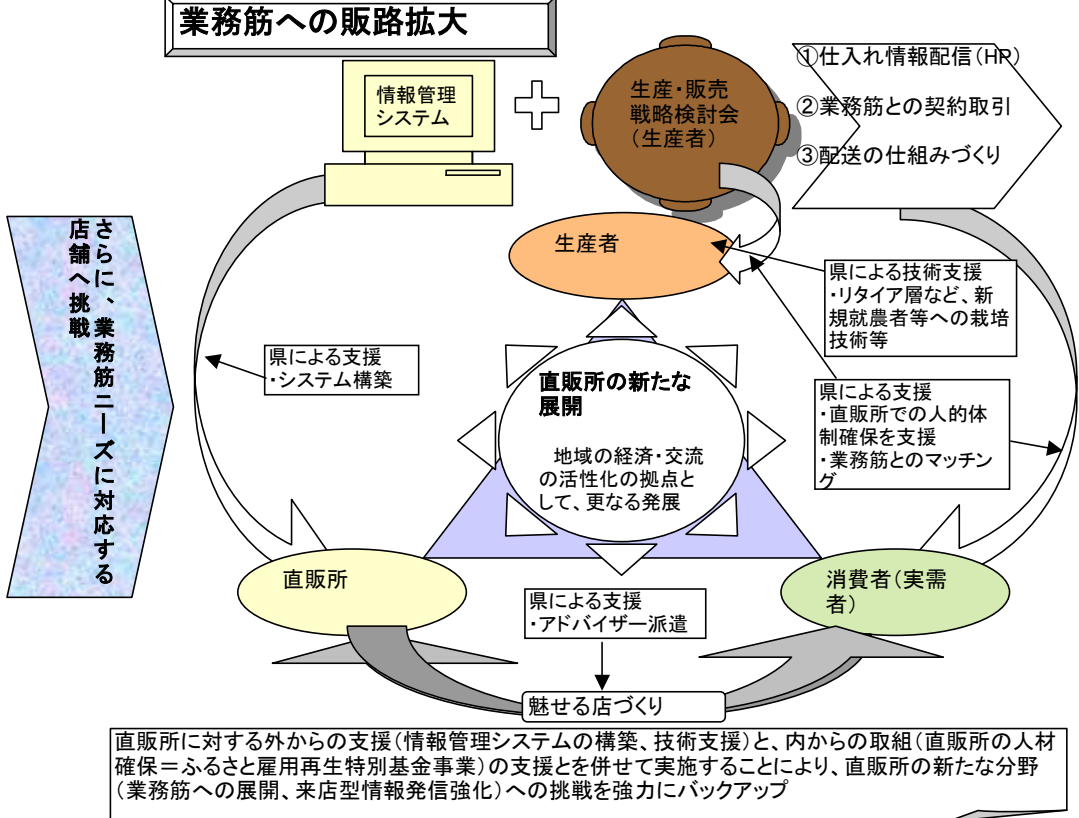
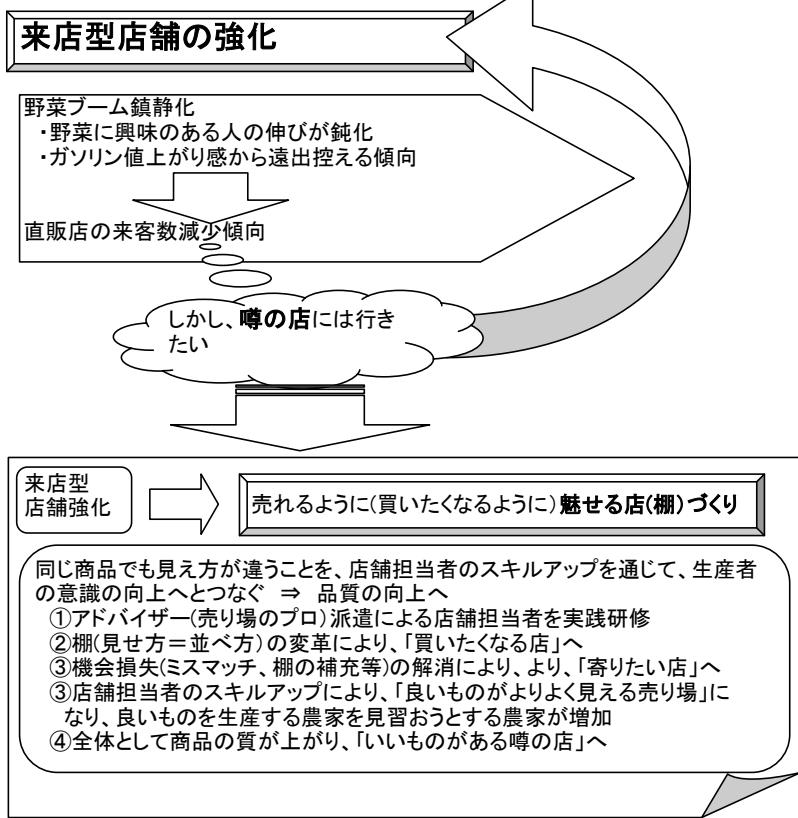
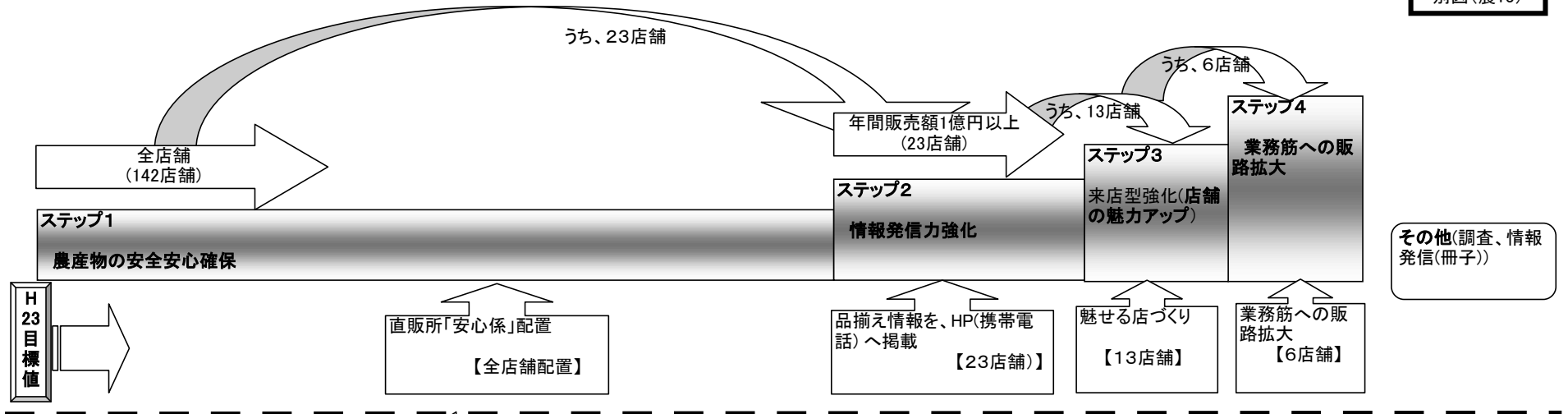
新たな取組による農業・農村の発展

別図(農12)



農産物直販所ステップアップ事業の全体イメージ

別図(農13)



Ⅱ 専門分野の成長戦略

2 林業分野

豊かな森林資源を活用した所得の向上と雇用の創出

現 状

戦略の柱【1. 林業・木材産業の再生】

国際的な木材需給の状況や、地球温暖化の防止などに対する森林への関心の高まりなどから、国産材が見直されてきています。

また、製材品の工業製品化が求められる一方で、木材という自然素材に対して、安全・安心といった面での関心が高まっています。

原木生産

- ①森林の所有規模が小さく、まとまりのある施業地を確保しにくいことに加え、林業の採算性の悪化から素材生産は停滞しています。
- ②高いマネジメント能力や効率的な生産（伐採・搬出）システムを備えた林業事業者が少ない状況です。
- ③林業の担い手が高齢化・減少しています。

加工

- ④県内の加工事業者の多くは、消費者ニーズに対応できていません。
- ⑤消費者の求める、高品質な製品を大量に供給できる事業者が少ない状況です。

流通

- ⑥木材価格が低迷する中で、原木価格に占める流通コスト負担が大きくなっています。
- ⑦大消費地から遠隔地であることに加え、取引単位が小さく、小口輸送のため、輸送コストがハンディとなっています。

目 標

集約化・効率化

中長期目標
●原木生産量
44万6千m³→65万m³



- ①森の工場の整備
施業地を集約化し効率的な生産システムにより、計画的に木材を生産する「森の工場」を整備します。
- ②事業者の育成
低価格でも収益を確保できる、競争力を持った林業事業者を育成します。

中長期目標
●担い手 1,508人 → 1,700人
●年収 (林業雇用労働者(原木生産)) 400万円

- ③担い手の育成
効率的な生産システムに対応できる担い手を育成・確保します。
自伐林家等による生産活動を促進し、所得の向上を目指します。

共同化・効率化・高付加価値化・統合化

中長期目標
●製材品の生産量
31万1千m³→35万5千m³



- ④製材工場等の体制の整備
協同化や大型加工施設の設置により、生産量の拡大を図ります。

中長期目標
●乾燥材の生産量 5万4千m³→11万9千m³

- ⑤製品の品質の向上
乾燥機などの導入の促進により高品質化を図ります。

- ⑥原木の流通体制の整備
伐採現場から製材工場へと原木の流通を短絡化するとともに安定供給を図ります。

- ⑦製品の流通体制の整備
産地・消費地間の大ロット輸送と、消費地での効率的に配送できる体制をつくります。

主な施策

- ①
 - ◎集約化などソフト対策の強化
 - 地形や資源状態など、個々の森林にマッチする効率的な作業システムの導入を促進
(作業道の開設、高性能林業機械等の導入など)
- ②
 - 高い生産性を実現している先進的な事業者の取組事例の普及
 - ◎林業事業者における経営ビジョンの作成やマネジメント能力の向上への支援
(ビジョンの作成指導や外部専門家によるアドバイスなど)
 - ◎森林組合と建設業者等とのジョイントにより林業への参入を促進
(森の工場づくり(作業道等)への建設業者等の参入をサポートなど)
- ③
 - 所得の向上など事業者における就労条件の改善による新規就業の促進
 - ◎新規就業者等に対するきめ細やかな支援
(林業体験やOJTなど)
 - ★自伐林家等の生産活動を支援
(小口の素材やバイオマスを引き取る仕組みづくりなど)
- ④
 - ◎既存製材工場の協同化への支援
 - ◎加工分野での共同・協業化の促進
(推進チームによるサポートなど)
 - ★大型加工場の誘致
- ⑤
 - ★JAS制度の普及と認定工場の拡大
 - ◎乾燥機やグレーディング機器の導入の促進
- ⑥
 - 直送体制や協定取引の推進
 - ★山元土場の増設(仕分け機能と流通ロット確保)への支援
 - 原木市場のコスト改善
- ⑦
 - ★製品市場の統合と共同受注・仕上げ・輸配送体制の整備
 - ★小規模製材工場の共同輸送方式の研究
 - ★量産化工場などでの安定取引先との提携の促進
 - ★大消費地に流通拠点の設置を検討
(コスト削減のため、首都圏等に配送拠点の整備)

現 状

販 売

⑧個々の事業体では営業力に限界があるため、製品市場に頼らざるを得ないが、出荷量と出荷額は年々減少しています。
森林県でありながら、戸建て住宅の木造率が全国平均を下回っています。

目 標

販売力の強化



⑧販売力の強化

安全・安心で環境に配慮した産地として消費地にアピールしていきます。
地産地消を推進し、木造住宅はもとより、県産材をあらゆるところで積極的に使用していきます。

主な施策

- ⑧
- ◎企業と行政が連携した販売促進活動の推進
 - ◎安全・安心の産地のPRなど、ブランド戦略を構築し、顔の見える取引を支援
 - 森林認証取得への支援とPR
 - ◎消費地工務店とのネットワークづくりの促進
 - ◎木造住宅に関する情報発信の強化
 - ◎県産材を利用した木造住宅建設の促進や、木製品の需要拡大のための支援

戦略の柱【2. 木質バイオマス利用の拡大】

原油価格の変動や地球温暖化対策への対応として、木質バイオマス燃料へのニーズが高まっています。

木質バイオマス

①製品の生産・供給コストが高く、木屑や木質ペレットを安定的に利用できる体制ができていません。

未利用資源の有効活用

中長期目標

●木質バイオマス利用量
9万7千トン→28万トン



①木質バイオマス利用の拡大

森林資源の新たな用途としてエネルギー利用の拡大に取り組みます。

- ①
- ★林地残材の収集・運搬コスト低減へ向けた取組に支援
 - ★木質バイオマス利用施設の整備への支援
 - ◎排出量取引制度などの社会的な支援の仕組みづくり

戦略の柱【3. 森のものの活用】

食の安全・安心や、自然への関心が高まっています。

森のもの

①特用林産物（きのこや木炭など）をはじめ、森の資源が活かされていません。
②都市部での自然指向は高まっているが、中山間地域との交流人口は増えていません。

中山間地域での所得向上



①森の資源の活用

地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得の向上を図ります。

②都市との交流の促進

森林資源を活用し、森林・林業体験や森林セラピーなどエコツーリズムを推進し、都市との交流人口を拡大します。

- ①
- ◎地域の特用林産物生産活動の支援とPR
 - ★特用林産物の共同集荷や多様な販売の仕組みづくり（直販所を利用した販売ルートづくりなど）
 - ②
 - ★自然とのふれあいや林業体験、森林セラピーなど、他分野と連携した魅力あるメニューづくりへの支援（地域のアイデアをハンズオンサポートなど）
 - ◎森林環境教育や森林保全ボランティアのリーダー育成

戦略の柱【4. 健全な森づくり】

水源かん養や災害防止など、森林のもつ公益的機能が注目されており、特に近年CO2吸収源対策としての森林整備が求められています。

森林管理

①適正に管理されず荒廃が懸念される森林が増加しています。

健全な森づくりと新たな森林管理ビジネスへの展開

中長期目標

●間伐面積（H20～H24）
75,000ha



①森林の適正な管理

森林所有者の管理意識の醸成と森林情報の把握に努め、間伐など必要な施業の実施と、適正に管理ができる仕組みづくりに取り組みます。

- ①
- ◎間伐の積極的な推進
 - ★管理代行など新たな森林管理の仕組みの検討と、森林所有者への理解の促進

戦略の柱【1. 林業・木材産業の再生】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 原木の生産の集約化・効率化 (1) 森の工場の整備	<ul style="list-style-type: none"> ◆森林資源は成熟しつつある ◆国際的な木材需給の状況や、地球温暖化の防止などに対する森林への関心の高さなどから、国産材が見直されてきている ◆県産材の生産(資源の活用)は依然として低調 <p>原木生産量(H18) 44万6千m³</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆森林の所有規模が小さく、効率的計画的な生産活動が停滞 	<ul style="list-style-type: none"> ◆森の工場に取り組む事業者の掘り起こし ◆作業道整備や機械化、OJTの実施など生産システムの改善への支援 ◆専従チームによる労働生産性や工程改善への支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆「森の工場」の理念が十分浸透していない ◆「森の工場」の制度が難解で手続きが煩雑であった ◆森林に関心の希薄な所有者が増加し、集約化が難しくなってきた ◆間伐だけでは素材生産量が充分でない ◆効率の高い生産システムを稼働させるための路網や機械整備が不足している ◆生産システムを使いこなすノウハウが浸透していない ◆森林の境界などの森林情報の把握に対する取組が不十分であった 	<ul style="list-style-type: none"> ◆「森の工場」の拡大、推進 <ul style="list-style-type: none"> ◎間口の拡大と運用の簡素化 ◎ソフト対策等支援の強化 ◆森林所有者の「森の工場」への理解の促進 <ul style="list-style-type: none"> ○提案型集約化施策を実践できる森林施業プランナーの育成 ◆「森の工場」における小面積皆伐の実施と確実な更新 <ul style="list-style-type: none"> ○確実な更新へ向けた課題の検討と実践 ◆地形や資源状態など、個々の森林にマッチする効率的な作業システムの導入を促進 <ul style="list-style-type: none"> ○作業道開設や機械導入への支援 ○技術指導 ○先導的、模範的な取組事例のPR ◆森林の管理代行などの仕組みづくりの検討 <ul style="list-style-type: none"> ★森林部内にワーキンググループを設置 ◆森林境界の明確化に関する事業の促進 <ul style="list-style-type: none"> ★事業促進のためのPRと支援 			○
							○
							○
							○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
				<p>原木生産量 50万m3</p> <p>◆施業林地を集約化し、効率的な作業システムによる、計画的な木材生産を行うことの出来る「森の工場」が整備されている</p> <p>◆整備済「森の工場」面積 43,000ha</p>	<p>原木生産量 65万m3</p> <p>◆施業林地を集約化し、効率的な作業システムによる、計画的な木材生産を行うことの出来る「森の工場」が整備されている</p> <p>◆整備済「森の工場」面積 90,000ha</p>
<p>森の工場づくりの推進</p> <p>事業体: 森林所有者への呼びかけ 県林業改革課: 合意形成や計画づくりへ向けた資源調査への支援 小規模団地の試行的な形成</p>	<p>ソフト対策の強化 ~ 間口の拡大と運用の簡素化</p> <p>県林業改革課: 合意形成や計画づくりへ向けた資源調査への支援を強化 工場認定基準の緩和 森の腕たち育成事業との統合</p> <p>P210 別図(林1)参照</p> <p>国有林や市町村有林との連携</p> <p>県林業振興・環境部関係各課: 実施に向けた調整、事業の実施</p>				
<p>森林施業プランナーの育成(全森連事業)</p> <p>事業体: 研修生の派遣 自らの経営実態の把握 森林組合連合会: 研修の実施 県森づくり推進課ほか: 研修会の実施支援</p>	<p>事業体: 実務者等の派遣 協力 研修課題取組への協力体制の整備 森林組合連合会: 研修への参加の指導 研修サポート 県森づくり推進課: 研修開催</p>				
	<p>小面積皆伐についての検討</p> <p>県林業改革課、事業体: 関係者を交えた検討チームによる影響と効果、更新促進の方策の検討</p>	<p>小面積皆伐の実施と確実な更新</p> <p>事業体: 小面積皆伐の実施と確実な更新 県林業改革課: 皆伐の実施と確実な更新に向けた支援</p>			
<p>作業道や機械導入への支援</p> <p>事業体: 現地に合う生産システムの導入 積極的な設備投資 効率的な生産システムの習熟 県林業改革課: 作業道開設、高性能林業機械の導入への支援</p>	<p>事業体: 積極的に異業種からの参入を支援 県林業改革課: 建設機械から林業機械に改良への支援</p> <p>P210 別図(林1)参照</p>				
<p>技術指導・先導的な取組のPR</p> <p>県林業改革課: 普及指導員による優良事例の紹介や技術指導</p>					
<p>「健全な森づくり」に記載</p>					

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外需の推進、海外販路開拓への挑戦)
- 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
- 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>先導的な取組を参考とする指導</p> <p>県林業改革課:普及指導員による指導</p>				<p>◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業者が効率的な生産活動を展開している</p>	<p>◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業者が効率的な生産活動を展開している</p>
	<p>経営者を対象とした研修の実施</p> <p>各森林組合:森林組合長等幹部職員の研修への参加 森林組合連合会:研修会の開催 森林組合の指導 県森づくり推進課:経営ビジョンの策定方法に関する研修の開催支援</p>	<p>各森林組合:森林組合長等幹部職員の研修への参加 森林組合連合会:研修会の開催 森林組合の指導 県森づくり推進課:アクションプラン策定に関する研修の開催支援</p>	<p>各森林組合:森林組合長等幹部職員の研修への参加 森林組合連合会:研修会の開催 森林組合の指導 県森づくり推進課:レビューシステムの構築手法に関する研修の開催支援</p>	<p>◆県下の森林組合数 21</p>	<p>◆県下の森林組合数 17</p>
	<p>中期ビジョン策定の支援</p> <p>(毎年6森林組合×3年) 森林組合:中期経営ビジョンの策定 森林組合連合会:経営コンサルの実施とサポート 県森づくり推進課:セミナー形式による経営コンサルの実施への支援</p>				
<p>森林組合の合併支援</p> <p>森林組合:合併に必要な業務を推進 森林組合連合会:安芸地区3森林組合を指導し、合併に向け支援 県森づくり推進課:安芸地区の3森林組合の合併指導</p>	<p>森林組合:合併に必要な業務を推進 森林組合連合会:幡多西部地区の3森林組合を指導し、合併に向け支援 県森づくり推進課:幡多西部地区の3森林組合の合併指導他、各森林組合への指導継続</p>	<p>森林組合:合併に必要な業務を推進 森林組合連合会:高幡地区の3森林組合を指導し、合併に向け支援 県森づくり推進課:高幡地区の3森林組合の合併指導他、各森林組合への指導の継続</p>	<p>森林組合:合併に必要な業務を推進 森林組合連合会:嶺北地区の4森林組合を指導し、合併に向け支援 県森づくり推進課:嶺北地区の4森林組合の合併指導</p>		
<p>森林整備事業への積極的な参入の促進</p> <p>事業者:ジョイントへの協力参入事業者:積極的なチャレンジ 林業事業者との協調 技術習得 林業事業者への協力要請 県森づくり推進課:県営林を活用した参入者の森林整備試行 県林業改革課:作業システム試行への支援 ジョイントによる小規模モデル団地形成へのソフト支援</p>	<p>林業事業者:新規参入者への技術指導 県林業改革課:林業事業者による異業種参入者への技術指導(作業道・間伐)建設機械から林業機械への改良を支援</p>				
<p>森林整備支援策の改善</p> <p>事業者:現場の実態から、制度改善に向けた積極的な提案 県林業改革課:造林補助申請システムの変更 各施策の歩掛りの点検 標準単価の随時改正</p>	<p>搬出間伐支援策の拡充</p> <p>県林業改革課:搬出間伐支援策の中に搬出材積の多いタイプを追加 基幹作業道整備、路網グレードアップ対策を強化</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外販の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業関連機の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 林業・木材産業の再生】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 原木の生産の集約化・効率化 (3) 担い手の育成	◆林業の担い手が高齢化・減少している	◆基幹林業技術者の養成研修 ◆県営林を活用した新規就業者の確保 ◆林業体験教室の実施 ◆無料職業紹介や就業面談会の実施 ◆建設業者に対する補助制度等の勉強会や個別指導の実施 ◆県単独事業による森林所有者への間伐等の支援	◆就労条件などの職場改善が進んでいない ◆就業希望者へ就業条件などの提示が不明瞭であった	◆★経営者を対象としたマネジメント研修などによる職場改善の促進支援 ◆○就業希望者向けの林業体験の実施 ◆◎就業希望者へのPR方法の改善 ◆技術者養成手法の改善、強化 ◎技術者のOJTの推進 ◆○所得の確保など事業体における就労条件の改善 ◆自伐林家等による生産を促進 ★小規模な生産活動を支援する仕組みの創設 ★副業型林家の育成			○
							○
							○
							○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【 林業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>職場改善の促進</p> <p>森林組合:職場改善の実施 森林組合連合会:森林組合の指導 県森づくり推進課:マネジメント研修等を通じた職場改善指導</p>			<p>◆効率的な林業生産活動を行うことが出来る優れた担い手が育成されている</p> <p>◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる</p> <p>◆担い手 1,560人</p>	<p>◆効率的な林業生産活動を行うことが出来る優れた担い手が育成されている</p> <p>◆年間を通じた安定的な仕事量が確保されている</p> <p>◆担い手 1,700人</p> <p>◆林業雇用労働者(原木生産)の年収 400万円</p>
<p>就業希望者への支援</p> <p>労働力確保支援センター:雇用情報の収集 ホームページによる広報 就業希望者向けの林業体験研修及び林業就業相談会の実施 県森づくり推進課:労働力確保支援センターと協力し、雇用情報の収集、広報活動</p>	<p>就業希望者への支援充実</p> <p>労働力確保支援センター:就業者アドバイザーによる雇用情報の収集強化 ホームページの充実等による広報の強化 就業希望者向けの林業体験研修 林業就業相談の実施 県森づくり推進課:労働力確保支援センターと協力し、雇用情報の収集 適時の学校訪問等広報の強化</p>				
<p>技術者養成研修の実施</p> <p>県森づくり推進課:人づくり推進事業により、林業技術者の養成を実施</p>	<p>技術者養成研修の充実</p> <p>林業事業体:県の研修と併せて緑の雇用担い手育成事業等を活用した担い手の育成 森林組合連合会等:事業体の指導 県森づくり推進課:林業技術者養成研修の拡充(研修回数、定員の見直し) 地域の要望に対応出来る現地研修制度(林業技術出前講座)の創設</p>				
<p>事業体の就労環境の充実</p> <p>県森づくり推進課:林業就労環境改善事業による、雇用環境や労働安全衛生の向上への指導、支援</p>	<p>県森づくり推進課:森林施業プランナーへのフォローアップと、施業集約化、提案型施業による事業体の安定的な事業量確保の支援 林業就労環境改善事業により、雇用環境や労働安全衛生の向上の促進</p>				
<p>国有林等との連携強化による通年就労の促進</p> <p>四国森林管理局:国有林の活用 市町村:市町村有林の活用 県森林部関係各課:四国森林管理局等や市町村との協議など連携を強化する</p>					
	<p>小規模な生産活動の支援</p> <p>自伐林家:生産活動への積極的な取組 森林組合:管内の自伐林家支援に積極的に参画 県林業改革課:森林組合を介した収集、仕分け、販売への支援</p> <p>P211 別図(林2)参照</p>				
	<p>副業型林業への技術支援</p> <p>自伐林家等:制度の積極的な活用による森林整備の促進 森林組合:技術指導での協力 県森づくり推進課:地域の要望に対応出来る現地研修制度(林業技術出前研修)の実施</p> <p>P212 別図(林3)参照</p>				

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外需の推進、海外販路開拓への挑戦)
- 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
- 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 林業・木材産業の再生】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 大型工場の整備や中小加工事業体の共同・協業化	<p>◆森林資源は成熟しつつある</p> <p>◆国際的な木材需給の状況や、地球温暖化の防止などに対する森林への関心の高さなどから、国産材が見直されてきている</p> <p>◆製材品の工業製品化が求められる一方で、木材という自然素材に対して、安全・安心といった面での関心が高まっている</p> <p>◆県内の加工事業体の多くは、消費者ニーズに対応しきれず、生産量が年々減少している</p>						
(1) 製材工場等の体制の整備	<p>製材品の生産量 (H18) 31万1千m³</p> <p>◆中小零細な事業者が多く、乾燥設備等への設備投資が困難</p>	◆大型製材工場の誘致に向けた関係者との協議	◆品質を確保し、量産化する製材工場を目指すべきところ ・個々の企業は資金不足 ・協同化に対する意識は希薄 ・従来の役物製材の魅力からの意識転換ができなかった	<p>◆大型製材工場の誘致</p> <p>◎必要な原木供給量の確保 ★事業実施主体の設立支援 ◎工場用地確保に向けた支援</p> <p>◆★単板工場(合板材料)などの設置の検討</p> <p>◆◎地元製材業の協同化への支援 ◆加工分野での共同、協業化の促進 ◎設備投資計画の検討と支援</p>			○
							○
					○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 林業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
				<p>製材品の生産量 31万5千m³</p> <p>◆大規模加工施設が設置されると共に、既存企業の共同・協業化が促進されている</p>	<p>製材品の生産量 35万5千m³</p> <p>◆既存の加工事業体は、協同の乾燥、仕上げ施設を持ち、高品質化を図っている</p> <p>◆一方、増産された素材に対応する大規模加工施設が設置され、高付加価値化を図っている</p>
<p>大型製材工場の誘致</p> <p>県木材産業課: 誘致企業への継続的な進出要請、関係団体及び関係町村との調整</p> <p>必要な原木量と工場用地の確保</p> <p>市町村: 工場用地の確保への取組</p> <p>県林業改革課、木材産業課: 供給計画(集荷体制含む)案の作成 工場用地確保に対する支援</p>	<p>事業体の設立支援</p> <p>事業体: 事業協同組合の設立</p> <p>県木材産業課: 誘致企業と県内関係企業との調整、申請機関等(経営支援課)との調整、進出先(町)との調整</p> <p>県林業(振興)事務所: 事業計画作成及び事業化へ向けた支援</p>		<p>製材工場整備</p> <p>事業体: 施設整備</p> <p>県木材産業課: 農産漁村活性化プロジェクト支援交付金による支援(農水省)</p> <p>県企業立地課: 企業立地促進事業補助金による支援</p>		
<p>単板(合板材料)工場などの設置の検討</p> <p>県木材産業課: 必要な情報の収集</p>	<p>県木材産業課: 進出条件等(場所、資源状況、集荷体制等)の調査・検討、パートナー(進出)企業の調査</p>				
<p>地元製材業の協同化への支援</p> <p>県林業(振興)事務所: 既存中核企業の意識改革、協同化に向けたグループ化の働きかけ</p> <p>加工分野での共同、協業化の促進</p> <p>事業体: 流通拠点の組織化</p> <p>県木材産業課: 新たな流通拠点の設立支援</p>	<p>事業体: 設備投資の検討、設備投資</p> <p>県木材産業課(推進チーム): 共同生産・人工乾燥など地域の体制の確立 県外ビルダー等との連携支援</p> <p>事業化へ向けた支援(設備投資計画の経営面の簡易診断や活用可能な補助事業説明)</p>				
	<p>事業体: 設備投資の検討、設備投資</p> <p>県木材産業課(推進チーム): 製品市場統合による販売力を強化(共同受注+共同仕上げ+共同輸配送)できる体制整備への支援 人工乾燥・性能表示施設の共同化・拠点化支援 設備投資計画の検討支援</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 林業・木材産業の再生】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 大型工場の整備や中小加工事業体の共同・協業化 (2) 製品の品質の向上	◆消費者の求める、高品質な製品を大量に供給できる事業体が少ない	◆木材乾燥機の導入	◆消費者(工務店等)のニーズが、強度等の性能重視に変化している中で、乾燥などの品質の向上に対する意識が不十分であった ◆機器の導入に対する中小の個別事業体の資金不足	◆JAS制度の普及と認定工場の拡大 ★供給体制づくりへの支援 ★品質表示された県産材のPR ◆乾燥機やグレーディング機器の導入の促進 ◎共同、協業化の体制づくりへの支援 ◎施設導入に対する支援			○
					○		

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【 林業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>JAS制度の普及</p> <p>(社)高知県木材協会:普及活動の実施 県木材産業課:普及活動の実施</p> <p>JAS認定工場拡大への支援</p> <p>(社)高知県木材協会:認定申請の支援、認定工場の指導</p>	<p>JAS認定工場の拡大と支援</p> <p>JAS認定工場等:品質・性能表示された県産材の供給、品質の確保 (社)高知県木材協会:認定申請の支援、認定工場の指導 県木材産業課:性能表示木材流通促進事業による支援</p> <p>官民一体でのPR活動</p> <p>JAS認定工場等:顧客等へPRを実施 県木材産業課:企業や県外出先機関と連携したPR活動の実施</p>			<p>◆JAS認定工場が20以上となり、県下で、強度など、性能表示に取り組んでいる</p> <p>◆乾燥材(国産材)の年間生産量 6万9千m³</p>	<p>◆森林認証や品質の確保、キット化された建築部材の販売などを通じて、産地と消費者の顔の見える関係を構築し、安全・安心な産地として消費地にアピールできている</p> <p>◆乾燥材(国産材)の年間生産量 11万9千m³</p>
<p>共同、協業化の体制づくりへの支援</p> <p>事業体:品質確保の必要性の再認識 共同、協同化体制の確立 県木材産業課:共同、協業化の推進、組織化づくりへの支援 乾燥の技術指導、研修会の開催 地域ニーズの掘り起こし</p>	<p>施設導入に対する支援</p> <p>事業体:施設導入 県木材産業課(木材販売促進チーム):企業間の連携をサポート 補助事業、制度融資による施設導入に対する支援</p>				

P213
別図(林4)参照

※改革の方向 1 足を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 林業・木材産業の再生】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
3. 流通の統合・効率化	<ul style="list-style-type: none"> ◆森林資源は成熟しつつある ◆国際的な木材需給の状況や、地球温暖化の防止などに対する森林への関心の高さなどから、国産材が見直されてきている ◆県産材の生産(資源の活用)は依然として低調 ◆製材品の工業製品化が求められる一方で、木材という自然素材に対して、安全・安心といった面での関心が高まっている 						
(1)原木の流通体制の整備	<ul style="list-style-type: none"> ◆新たな流通システムが生まれつつあるが、既存システムとの調整が取れていない ◆県内には、木材を大量にかつ安定的に取り扱う供給先が少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆新生産システム等において、関係者と直送の仕組みの検討 ◆原木供給協定など協定販売等の実施 	◆流通ルートの多様化や、ニーズの変化に現在対応中	<ul style="list-style-type: none"> ◆素材生産の現場と製材工場の間での直送体制や協定取引の推進 ○仕組みの検討・調整と支援 ◆山元土場(ストックヤード)の増設への支援 ★仕組みの検討・調整と支援 ◆原木市場における極立(はえたて)の見直しなど、コスト改善の促進 ○仕組みの検討・調整と支援 ◆★原木市場の在庫情報や入荷予想等を、IT等を活用して随時公表することで、購入者の利便性の向上を図る取組を支援 	○	○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 林業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
				<p>◆山元土場などが整備され原木の協定取引が進んでいる</p> <p>◆原木市場等のコスト改善が促進されている</p>	<p>◆山から工場への直送や、原木市場を活用した効率的な流通体制が整備されている</p> <p>◆工場の大型化や協定による年間取引などが進み、安定した供給先が確保され、木材加工の県内需要が高まっている</p>
<p>効率的な原木直送システムの実証試験</p> <p>事業体:素材流通コーディネート事業による協定取引の推進 県木材産業課:林業生産流通革新的取組支援事業の取組を支援</p>	<p>協定取引の推進</p> <p>事業体:新生産システム参加事業体の協定取引の実践 県木材産業課:協定取引の推進支援</p>				
	<p>山元土場の整備計画</p> <p>事業体:素材コーディネート事業と連携して、必要な山元土場の計画策定</p>	<p>山元土場の増設</p> <p>事業体:山元土場の整備等 県木材産業課:山元土場整備への支援</p>			
<p>原木共販所機能の見直し</p> <p>事業体:コスト改善に向けた実証試験の実施 県木材産業課:林業生産流通革新的取組支援事業の取組を支援</p>	<p>原木共販所機能の改善実施</p> <p>事業体:作業手順の改善やコスト削減策の実施</p>				
	<p>原木市場に関する情報のリアルタイム開示の検討</p> <p>事業体:開示情報や手法の検討 県木材産業課:入荷及び販売・在庫情報のシステム化に向けた取組を支援</p>	<p>原木市場の情報開示による利用者の利便性向上</p> <p>事業体:ITを活用した情報等の発信、サービスの提供 県木材産業課:情報活用への支援</p>			

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外販の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 林業・木材産業の再生】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
3. 流通の統合・効率化 (2) 製品の流通体制の整備	<ul style="list-style-type: none"> ◆大消費地から遠隔地にあるとともに、取引単位が小さいことから、輸送コストがハンディとなっている ◆個々の事業体では営業力に限界があるため、市場に頼らざるを得ないが、年々売り上げは減少している 	<ul style="list-style-type: none"> ◆共同輸配送や定時輸送体制の検討 ◆関西の既存流通拠点と連携した工務店等への営業活動の実施 ◆原木市場と県内製材工場との年間取引への支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆製材品の量産工場は、独自の流通を構築し、その他の多くは、製品市場に依拠していたため、共同・協業化に対する意識が不十分であった 	<ul style="list-style-type: none"> ◆★小規模製材の輸送コスト削減のための共同輸送方式の研究 ◆★量産化工場の安定取引先との提携促進 ◆製品市場等の統合による販売力の強化(共同受注+共同仕上げ+共同輸配送)の出来る体制への支援 ★運営体制等の調整 ★体制の整備等に必要な支援 ◆大消費地に流通拠点の設置を検討 ★中核企業の選定 	○		
					○		
					○		
					○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>効率的な流通体制の検討</p> <p>事業体+県木材産業課: 物流コスト削減に向けた共同配送システムの構築に向けた研究</p>	<p>効率的な流通体制の整備</p> <p>事業体: 共同輸配送の立ち上げ及び輸送業者への委託実施 県木材産業課: 共同輸送体制整備への支援</p>		<p>◆製品市場の統合が進み、集荷拠点として機能し始め、共同受注や配送が始まっている</p>	<p>◆既存企業の製品は流通を一元化することで、効率的な流通体制が確立されている</p> <p>◆量産加工場は、大手プレカット等と直送体制をとり効率的な輸送が確立されている</p> <p>◆製品市場等の機能を改善・活用することで、営業力を強化し、消費者の求める製材品の質・量を確保、供給できている</p>
	<p>安定取引先との提携促進</p> <p>事業体+県木材産業課: 県の信用力を活用した安定取引先の開拓</p>				
<p>製品市場(新流通拠点)の整備</p> <p>事業体: 経営体質強化に向けた共同意識の醸成等 県木材産業課: 新しい木材流通拠点整備事業による経営の安定化に向けた支援</p>	<p>共同事業に向けた取組</p> <p>事業体: 共同事業の実施に向けた取組 県木材産業課: 共同事業の実施に向けた計画策定への支援</p>	<p>市場統合と共同事業の実施</p> <p>事業体: 共同事業の運営と製材品市場統合の実施 県木材産業課: 林業・木材産業構造改革事業による施設整備の支援</p>			
<p>中核企業の選定</p> <p>事業体: 業界内の連携した体制の構築を検討 県木材産業課: 中核となる県内企業の選定</p>	<p>流通ルートの構築</p> <p>事業体: 流通ルートの検討、流通拠点(県外協力企業)との連携体制構築、業界内の連携した体制構築 県木材産業課: 流通ルートの検討、県外出先機関と連携し流通拠点(県外協力企業)との連携体制構築を支援</p>	<p>販路開拓と供給体制構築</p> <p>事業体: 県産材の安定供給 県木材産業課: 県外出先機関と連携し流通拠点を活用した販路開拓活動を支援</p>			

※改革の方向 1 足を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 林業・木材産業の再生】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
4. 販売力の強化 (1) 販売力の強化	◆顔の見える取引や産地ブランドの確立に向けた取引が始まっている ◆森林県でありながら、戸建て住宅の木造率が全国平均を下回っている	◆企業間の連携と県の信用力を活かした県内製材品の販路の拡大 ◆市場調査(アンケート)による販路開拓に向けた方法の検討 ◆産地へのバスツアーなど森林認証材の差別化の支援 ◆木造住宅指定団地の指定による木造住宅の促進 ◆「木と人出会い館」等による、木造住宅の安全、安心のPR ◆梁桁ネットワークの整備 ◆県施設の木造化と市町村施設への要請による公共施設木造化の推進 ◆県産材での木造住宅建設への支援 ◆公共土木工事における木製品や木製型枠の使用の推進	◆多くの製材は、プロダクトアウトからの脱却が出来なかった ◆プレカットの台頭で、乾燥材等の性能重視、大ロット化を求められたが、役物製材から脱却できず、また、協同化の意識も希薄であった	◆企業と連携し県の信用力を活かした販売促進活動の推進 ◎県外出先機関と連携した活動の強化 ◆「れいほくスケルトン」のようなブランド戦略を構築し、顔の見える取引を支援 ◎地域の取組を商品化する体制への支援 ◆◎観光や地域の産業と連携し、産地見学会を都市との交流の場に発展させるための受け皿体制への支援 ◆○森林認証取得への支援とPR	○		

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>県外出先機関との連携</p> <p>県木材産業課: 県外出先機関参加によるメーリングリストの活用</p> <p>官民一体で行う販売促進活動</p> <p>事業体: 商談会の開催等による販売促進活動の実施 県木材産業課: 地域林業総合支援事業による商談会開催の支援 企業や県外出先機関と連携して販売促進活動を支援</p>	<p>PRツールの強化</p> <p>事業体: パンフレットを活用した販売促進活動の実施 県木材産業課: パンフレットの作成・PR</p> <p>県東京事務所との連携強化</p> <p>県木材産業課: 県東京事務所との連携による関東方面への郵別供給に関する研究</p>	<p>関東への郵別供給の強化</p> <p>事業体: 販売促進活動の実施 県木材産業課: 企業や県東京事務所と連携して販売促進活動を支援</p>		<p>◆県職員(県外事務所含む)が企業と連携して、消費地での営業を展開している 地域のブランドづくりが始まりPRが強化され、地産外商に積極的に取り組んでいる</p> <p>◆戸建て住宅の木造率が、全国平均を上回っている 県をはじめ、市町村が実施する公共事業で県産材が積極的に使われている</p> <p>◆公共施設や教育施設の内装や家具に積極的に木材が使われている</p>	<p>◆森林認証や品質が確保され、キット化された建築部材の販売などを通じて、産地と消費者の顔の見える関係が構築され、安全・安心な産地として消費地にアピール出来ている</p> <p>◆木材においても地産地消の意識が定着し、木造住宅はもとより、県産材をあらゆるところで積極的に使用されている</p>
<p>販路開拓への支援</p> <p>事業体: 消費者向けセミナー等販路開拓活動の実施 県木材産業課: 地域林業総合支援事業 県外出先機関等との連携による販路開拓を支援</p> <p>P213 別図(林4)参照</p>	<p>地域ニーズの掘り起こしと推進体制への支援</p> <p>県木材産業課: 県産業振興推進部等と連携し地域ニーズの掘り起こし</p> <p>県産材の知名度向上</p> <p>事業体: 性能・品質表示木材・梁桁材の安定供給 県木材産業課: 性能表示木材流通促進事業、土佐の梁桁材普及推進事業による取組を支援</p> <p>P214 別図(林5)参照</p>	<p>地域関係者: 推進体制の構築、新商品づくり・ブランド化の検討 県木材産業課: 地域ニーズに応じて、関係者による推進体制構築を支援</p>	<p>事業体: 商品開発や地域ブランドづくり 県木材産業課: 必要に応じて、事業導入を支援</p>		
<p>バスツアーの開催</p> <p>事業体: バスツアーの開催 県木材産業課: 地域林業総合支援事業による支援</p>	<p>事例や地域資源等の情報整理</p> <p>県木材産業課: 市町村等地域関係者より情報収集・整理</p>	<p>受け皿体制の検討</p> <p>事業体: 連携体制の検討・構築、事業の実施 市町村: 地域関係者との調整 県木材産業課: 収集した情報を整理し地域関係者に提供。地域ニーズに応じ、観光や地域産業との連携体制の構築を支援</p>			
<p>森林認証取得への支援とPR</p> <p>事業体: 森林認証の取得・拡大、認証材のPR 県木材産業課: 地域林業総合支援事業による支援</p>	<p>地域ニーズの掘り起こしと新たな森林認証取得への支援</p> <p>県木材産業課: 県林業(振興)事務所等と連携した地域ニーズの把握</p> <p>PRの強化</p> <p>事業体: パンフレットの活用による認証材のPR 県木材産業課: パンフレットを作成・PR</p>	<p>事業体: 森林認証の新規取得 県木材産業課: 県林業(振興)事務所と連携し、新たな認証取得への取組を支援</p>			

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 林業・木材産業の再生】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
4. 販売力の強化 (1) 販売力の強化	◆顔の見える取引や産地ブランドの確立に向けた取引が始まっている ◆森林県でありながら、戸建て住宅の木造率が全国平均を下回っている	◆企業間の連携と県の信用力を活かした県内製材品の販路の拡大 ◆市場調査(アンケート)による販路開拓に向けた方法の検討 ◆産地へのバスツアーなど森林認証材の差別化の支援 ◆木造住宅指定団地の指定による木造住宅の促進 ◆「木と人出合い館」等による、木造住宅の安全、安心のPR ◆梁桁ネットワークの整備 ◆県施設の木造化と市町村施設への要請による公共施設木造化の推進 ◆県産材での木造住宅建設への支援 ◆公共土木工事における木製品や木製型枠の使用の推進	◆多くの製材は、プロダクトアウトからの脱却が出来なかった ◆プレカットの台頭で、乾燥材等の性能重視、大ロット化を求められたが、役物製材から脱却できず、また、協同化の意識も希薄であった	◆◎消費地工務店とのネットワークづくりの促進支援 ◆◎ITの積極的な活用による情報発信と消費者ニーズの把握 ◆○梁桁ネットワークのシステム整備と利用拡大への支援 ◆◎木造住宅に関する情報発信の強化 ◆◎地域工務店との情報交換や、共同PR、共同納入などを行うための体制を検討	○	○	○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【 林業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>企業と一体となったネットワーク強化の活動</p> <p>事業体: 新たな県内企業の参画を呼びかけ 県木材産業課: 県外出先機関と連携し既存ネットワークとの連携強化を支援</p>	<p>新たなネットワークづくり</p> <p>事業体: 新たなネットワーク構築、事業展開 県木材産業課: 企業と連携し新たな連携先選定とネットワークづくりを支援</p>			<p>◆県職員(県外事務所含む)が企業と連携して、消費地での営業を展開している 地域のブランドづくりが始まりPRが強化され、地産外商に積極的に取り組んでいる</p> <p>◆戸建て住宅の木造率が、全国平均を上回っている 県をはじめ、市町村が実施する公共事業で県産材が積極的に使われている</p> <p>◆公共施設や教育施設の内装や家具に積極的に木材が使われている</p>	<p>◆森林認証や品質が確保され、キット化された建築部材の販売などを通じて、産地と消費者の顔の見える関係が構築され、安全・安心な産地として消費地にアピール出来ている</p> <p>◆木材においても地産地消の意識が定着し、木造住宅はもとより、県産材をあらゆるところで積極的に使用されている</p>
<p>「高知県木材情報センター」でのPR</p> <p>(社)高知県木材協会: ホームページの管理運営 県木材産業課: ホームページの運営を支援</p>	<p>「高知県木材情報センター」の充実</p> <p>(社)高知県木材協会: 関係者との調整、情報の反映とPRの情報発信 県木材産業課: 県産材の良さ(強度性能等)や優良な県産材の情報を整理・提供</p>	<p>(社)高知県木材協会: 必要に応じホームページのリニューアルを実施 県木材産業課: 必要に応じ中小企業庁等の事業導入によるリニューアルを支援</p>			
<p>ネットワークシステムの整備</p> <p>事業体: リアルタイムの情報提供 (社)高知県木材協会: システムの管理運営 県木材産業課: 在庫情報やシステム管理を支援</p>					
<p>梁桁材の情報収集と発信</p> <p>県木材産業課: 強度性能等の情報を収集・整理・提供</p> <p>品質向上のための技術指導</p> <p>県木材産業課、県森林技術センター: 梁桁材生産実態調査の実施</p>	<p>県木材産業課: 梁桁材を利用した住宅の事例紹介を支援</p> <p>梁桁材の品質向上</p> <p>事業体: 高品質梁桁材の供給 県木材産業課、県森林技術センター: 品質基準づくりと指導</p>				
<p>木や木造住宅のPR</p> <p>高知県木材普及推進協会: 情報発信事業の実施 県木材産業課: こうちの木の家普及推進事業によるPR事業への支援</p>	<p>住宅関連業界の参画促進</p> <p>高知県木材普及推進協会: 関係者との調整、事業化の検討・決定 県木材産業課: 工務店等住宅関連企業が参画し、共同して木造住宅をPRする仕組みの検討</p>	<p>森林・林業・木材産業・住宅関連産業界が一体となったPR活動への展開</p> <p>高知県木材普及推進協会: 新たな仕組みによる情報発信事業の実施 県木材産業課: 新たな対策による支援</p>			
<p>地域ネットワークの形成</p> <p>地域工務店等: ネットワークの運営や地産地消型地域住宅の企画・検討 県木材産業課: 地域ネットワークの形成に向けて、情報交換および助言等の支援</p>	<p>地域ネットワークへの支援</p> <p>地域工務店等: 地域住宅のPR・建築促進 県木材産業課: 完成した地域住宅の流通促進、市町村の再開発計画への働きかけ</p>	<p>地域工務店等: 必要に応じて事業を活用し、事業拡大 県木材産業課: 必要に応じて、国交省事業等の活用を支援し、地域住宅の推進を支援</p>			

※改革の方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 林業・木材産業の再生】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
4. 販売力の強化 (1) 販売力の強化	◆顔の見える取引や産地ブランドの確立に向けた取引が始まっている ◆森林県でありながら、戸建て住宅の木造率が全国平均を下回っている	◆企業間の連携と県の信用力を活かした県内製材品の販路の拡大 ◆市場調査(アンケート)による販路開拓に向けた方法の検討 ◆産地へのバスツアーなど森林認証材の差別化の支援 ◆木造住宅指定団地の指定による木造住宅の促進 ◆「木と人出会い館」等による、木造住宅の安全、安心のPR ◆梁桁ネットワークの整備 ◆県施設の木造化と市町村施設への要請による公共施設木造化の推進 ◆県産材での木造住宅建設への支援 ◆公共土木工事における木製品や木製型枠の使用の推進	◆多くの製材は、プロダクトアウトからの脱却が出来なかった ◆プレカットの台頭で、乾燥材等の性能重視、大ロット化を求められたが、役物製材から脱却できず、また、協同化の意識も希薄であった	◆○公共事業や公共施設での県産材の率先利用 ◆◎県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援 ◆○県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援	○		

※これからの対策の ☆は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>県産材の率先利用</p> <p>県木材産業課:「高知県産材利用推進方針」に基づく、公共施設等の木造化の推進や公共工事への積極的な木材利用の拡大</p>	<p>県木材産業課:県産材利用推進に向けた行動計画の次期対策の検討</p> <p>市町村:公共施設での県産材の率先利用</p>	<p>県木材産業課:市町村の取組を促進 県産材利用推進に向けた行動計画の実行</p>		<p>◆県職員(県外事務所含む)が企業と連携して、消費地での営業を展開している 地域のブランドづくりが始まりPRが強化され、地産外商に積極的に取り組んでいる</p> <p>◆戸建て住宅の木造率が、全国平均を上回っている 県をはじめ、市町村が実施する公共事業で県産材が積極的に使われている</p> <p>◆公共施設や教育施設の内装や家具に積極的に木材が使われている</p>	<p>◆森林認証や品質が確保され、キット化された建築部材の販売などを通じて、産地と消費者の顔の見える関係が構築され、安全・安心な産地として消費地にアピール出来ている</p> <p>◆木材においても地産地消の意識が定着し、木造住宅はもとより、県産材をあらゆるところで積極的に使用されている</p>
<p>県産材利用の拡大</p> <p>県木材産業課:県産材利用のPR 公共土木工事への新工法の採用</p>	<p>県木材産業課:県産材利用のPRを強化し、県産材利用の取組を民間へ拡大 合法木材の利用拡大に向けて勉強会の実施</p>				
<p>県産材を利用した木造住宅の建設促進のための支援</p> <p>県木材産業課:こうち安心の木の住まいづくり助成事業による支援 木造専用団地の新規開拓 県関係各課:CO2固定量の認証制度による木造住宅の建設の促進</p>	<p>県産材を利用した木造住宅の建設促進のための支援</p> <p>市町村:モデル住宅建築による木造住宅建設の普及 県木材産業課:地域材ブランド化推進事業を創設し、市町村が建設するモデル住宅に支援</p>				
<p>県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援</p> <p>県民:県産木材の積極的な利用 県木材産業課:木づかい促進事業による幼稚園、保育園、小学校、中学校への木製品の導入に対して支援 木づかい促進事業による公共的な施設等への木製品の導入に対して支援</p>	<p>県民:県産木材の積極的な利用 県木材産業課:木づかい促進事業を拡充し、幼稚園、保育園、小学校、中学校への木製品の導入に対して支援 木づかい促進事業による公共的な施設等への木製品の導入に対して支援</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【2. 木質バイオマス利用の拡大】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 未利用森林資源の有効活用 (1) 原料収集システム整備	<ul style="list-style-type: none"> ◆原油価格の大幅な変動や地球温暖化対策への対応として、バイオマス燃料の需要が増加している ◆製材工場の残材は利用されているが、林地残材の利用は進んでいない <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content;"> 木質バイオマス年間利用量(H19) 9万7千トン </div> <ul style="list-style-type: none"> ◆生産・供給コストが高く、木屑や木質ペレットを安定的に利用できる体制ができていない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆製材工場の端材として発生する木質バイオマスの利用拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ◆林地残材については採算が合わないため、利用の対象と考えられていない ◆低コスト化に必要な機械類が普及していない(収集・運搬車両) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆生産～収集～配送のシステム化の検討 <ul style="list-style-type: none"> ★県庁内に推進体制を構築 ★先行地域を参考にシステム化の検討 ★効率的な収集運搬の実証事業への支援 ◆★県工業会や一次産業(林業等)との連携による機器開発(効率的な生産・積み込み・搬送を可能にする機械器具の開発) ◆コスト差を埋める支援の仕組みの検討 <ul style="list-style-type: none"> ◎企業CSR、排出量取引制度、公的資金等の活用 ◆○地球温暖化対策と一体となったPR活動 	○	○	
					○	○	
					○	○	
					○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 林業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
				木質バイオマス年間利用量 13万2千トン	木質バイオマス年間利用量 28万トン
				◆林地残材、製材端材等を木質バイオマスエネルギー源として有効利用されている ◆森林からの収集量 3万4千トン ◆製材工場等からの収集量 9万8千トン	◆林地残材、製材端材等を木質バイオマスエネルギー源として有効利用されている ◆森林からの収集量 16万トン ◆製材工場等からの収集量 12万トン
推進体制の整備 県木材産業課:木質バイオマス活用推進協議会の設置				→	
システム化の検討 県森林技術センター:木質バイオマス収集運搬システムの検討				→	
収集運搬への支援 県木材産業課:木質バイオマスニュービジネス創出事業(林野庁)を活用した取組 県林業改革課:素材生産に伴い派生する低質材の搬出に支援	収集運搬への支援 県林業改革課:森の工場からの搬出支援策の改善及び、自伐林家による低質材の搬出への支援			→	
P211 別図(林2)参照	低コスト化に向けた機器の開発・改良 県新産業推進課:県工業会や一次産業(林業等)との連携による機器の開発・改良に対する外部資金獲得等の支援	P210 別図(林1)参照		→	
木質バイオマスを活用したCO2削減プロジェクトの推進 県環境共生課:排出量取引地域モデル事業				→	
県環境共生課:木質バイオマス地域循環モデル事業				→	
温暖化対策と一体となったPR活動 県関係課:市町村や民間事業者と連携したPR活動の促進				→	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【2. 木質バイオマス利用の拡大】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 未利用森林資源の有効活用 (2) 利用の普及	<ul style="list-style-type: none"> ◆セメント会社や発電所、施設園芸などで化石燃料代替品としての需要が高まっている ◆木屑や木質ペレットを燃料とする設備・機器が高価 また、まだ実証段階であり、長期間利用されたものがなく耐久性、安定性等が確認されていないため普及していない ◆スイス製チップボイラーによる園芸ハウスの加温実証試験 	<ul style="list-style-type: none"> ◆木質バイオマスの利用拡大に向けた地域推進会議の開催 ◆木質バイオマス燃料の園芸用ボイラーの開発普及 	<ul style="list-style-type: none"> ◆木質バイオマスより有利な、材料や燃料があったため需要が少なかった ◆県内では燃料の木質ペレットを一定価格で安定供給できるシステムが整っていない ◆暖房効率、作業性、安全性、コスト、収益性など優位性が検討できていない ◆燃料特性上取扱が不便(嵩張る・煤煙・燃焼灰等) ◆イニシャルコストが高い 	<ul style="list-style-type: none"> ◆木屑焚き、ペレット焚きの設備・機器の開発と普及への支援 ○ボイラーの実証と改良 ◎機器導入の補助事業のメニュー化 	○	○	
				◆★公共施設における木質バイオマス利用施設の整備	○	○	
				◆★地球温暖化対策の一環としての、グリーンエネルギー利用の促進	○	○	
				◆残灰回収のシステム化と再利用の検討 ◎農業団体、市町村、県等による検討会の設置	○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>農業用ボイラーの性能把握と改良</p> <p>県環境農業推進課、研究開発課：各種木質ボイラーの実証試験及び検証(コスト、安全性等)</p>	<p>農業用ボイラーの実証への支援</p> <p>県環境農業推進課：研究開発実証成果をふまえたボイラー改良と低コスト化の支援</p> <p>安価で信頼性の高い木質バイオマス利用施設や機器の開発・改良</p> <p>県新産業推進課：機器の開発・改良に対する外部資金獲得等の支援</p> <p>農業用ボイラー等の利用施設の整備</p> <p>県木材産業課：木質バイオマス普及事業(利用機器導入への支援)の創設 県関係課：森林・林業・木材産業づくり交付金(林野庁)の活用 地域バイオマス利活用交付金(農水省)の活用 省石油型施設園芸技術導入推進事業(農水省)の活用</p>			<p>◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレットが広く利用されている</p>	<p>◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレットが広く利用されている</p> <p>◆木質バイオマス起源のグリーン電力が幅広く利用されている</p>
	<p>公共施設への利用施設の整備</p> <p>県関係課：森林・林業・木材産業づくり交付金(林野庁)の活用 地域バイオマス利活用交付金(農水省)の活用</p>				
	<p>積極的なPR活動</p> <p>県関係課：木質バイオマス起源によるグリーンエネルギー利用について、市町村や民間事業者と連携した、PR活動の展開</p>				
	<p>燃焼灰処理システムの検討</p> <p>県環境農業推進課：燃焼灰の有効活用に向けた検討</p>				

※改革の方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【3. 森のものの活用】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 森の恵みを余すことなく活用する (1) 生産体制の整備	◆中山間地域は高齢化・人口減少が続いている ◆食の安全・安心や、自然への関心が高まっている ◆特用林産物をはじめ、森の資源が活かしきれしていない	◆キノコや木炭など特用林産物の生産活動への支援 ◆小学校などでの県産材の机や遊具など、木製品の購入への支援	◆地域資源に目を向けたきめ細やかな取組が不十分であった ◆安価な輸入品との競争により淘汰されてきたことに加え、生産者の高齢化や、産地の過疎化などで担い手が減少した ◆情報発信が不十分であった	◆○普及指導員による生産技術の普及 ◆地域の特用林産物の生産活動の支援とPR ○市町村と連携した総合的な支援 ◆★多品目少量生産に対応する、共同集荷システムの仕組みづくりを支援 ◆販売体制への支援 ★道の駅など販売チャネルの確保や、インターネットを活用した販売支援 ★市町村と連携した情報発信 ★他分野と連携した取組を指導	○ ○ ○		

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【 林業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
				◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得の向上に取り組んでいる また、高齢の方でも収入が得られる機会が創出されている	◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得が向上している また、高齢の方でも収入が得られる機会が創出されている
地域に適した特用林産物の生産の促進 県木材産業課、森づくり推進課：普及指導員による生産者への情報提供や、消費者ニーズに応えられる、生産技術の普及					
特用林産物の生産活動の支援 地域林業者等：施設整備など生産コストの削減等による積極的な生産活動 県木材産業課：市町村との連携強化や地域林業総合支援事業による支援					
	特用林産物を安定的に供給できる体制整備の支援 地域林業者等：共同集荷施設整備等による生産コストの削減。施設の共同利用や安定供給に向けたネットワークの確立 県木材産業課：地域林業総合支援事業による支援				
	特用林産物の販売体制への支援 地域林業者等：道の駅など販売チャネルの確保やインターネットを活用した販売 県木材産業課：地域林業総合支援事業を活用した顔の見える安全・安心な特用林産物の販売への支援 産地特有の個性ある情報を消費者に情報発信する取組への支援				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外需の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【3. 森のものの活用】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 森の恵みを余すことなく活用する (2) 都市との交流の促進	◆都市部での自然指向は高まっているが、中山間地域との交流人口は増えていない	◆教育委員会や地域等との連携による、林業の役割や森林の楽しさなどを伝える取組の推進 ◆企業等による森林整備へのフィールドづくりやPR ◆市町村と連携した森林セラピーやグリーンツーリズムなどのプログラムづくりとPR ◆地場産品や山間の宿泊施設等を掲載したガイドブックなどの作成による交流の促進	◆各分野が連携した取組みが弱かった ◆地域のリーダー的人材が不足していた ◆情報発信が不十分であった	◆◎森林環境教育や森林保全ボランティアリーダーの育成 ◆交流促進の支援 ○農山村体験等の推進 ◆地域の自主的な取組の支援 ◎森川海の連携など県民主体の取組を推進 ◆地域資源の組み合わせなど魅力あるメニューづくりの支援 ★他分野との連携の促進			○
							○
							○
							○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 林業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>森林環境教育の推進</p> <p>県森林政策課:学校現場での年間を通した山の学習の取組や出前方式での森林環境学習や、林業体験などを支援</p> <p>ボランティア団体や人材の育成支援</p> <p>県森林政策課:森林保全ボランティア団体の設立や間伐等の森林整備活動を支援</p>				<p>◆中山間地域の森林資源や文化などを融合させ、体験型の観光などを推進し都市との交流人口を拡大している</p>	<p>◆中山間地域の森林資源や文化などを融合させ、体験型の観光などを推進し都市との交流人口を拡大している</p>
<p>PR等の強化</p> <p>県森林政策課:情報誌の作成、配布による森の情報の提供</p> <p>県林業環境政策課:ホームページなどによる森の案内人、林業体験メニューの都市住民や観光客などへの情報提供、利用促進を拡充</p> <p>交流の促進や導入の整備</p> <p>県林業環境政策課:都市と山村の交流の促進や森の案内人の養成、紹介などを支援</p>					
<p>地域の主体的な活動の促進</p> <p>県森林政策課:県民が企画、実施する森川海の連携した都市と山村の継続的な交流促進活動を支援。森林保全ボランティア団体等による間伐や、近な里山林、水辺林、竹林等の森林整備活動を支援</p> <p>県林業環境政策課:森川海をテーマとした都市と山村の継続的な交流拡大支援の強化</p>					
<p>魅力あるメニューづくりの支援</p> <p>県森林政策課:情報誌の作成・配布やホームページにより森を活用した体験型観光商品の情報提供を支援</p> <p>県林業環境政策課:森の案内人の養成や紹介を通して体験型観光の担い手づくりを支援</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外販の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業関連機種の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【4. 健全な森づくり】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
1. 荒廃森林の解消・鳥獣被害防止の推進(森林整備の推進) (1) 荒廃森林の解消に向けた森林整備の推進		<ul style="list-style-type: none"> ◆水源かん養や災害防止など森林のもつ公益的機能が注目されており、特に近年森林吸収源対策としての森林整備が求められている ◆適正に管理されず荒廃が懸念される森林が増加している ◆林業の採算性が悪化し、森林所有者の経営意欲が減退している ◆小規模な森林所有者が多く、森林所有者の高齢化や世代交代により、森林の所在地や境界が不明になるなど、森林の情報が失われつつある 	<ul style="list-style-type: none"> ◆森林環境税を活用した間伐の推進 ◆森林ボランティア団体の設立と活動への支援 ◆地域の森林ボランティア団体と連携した県民参加の森林保全活動の実施 ◆協働の森による企業参加の森林整備の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ◆森林に関心の希薄な所有者が増加してきた ◆森林の境界などの森林情報の把握に対する取組が整っていない ◆管理だけでは収益性が確保できないため、事業として成り立たない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆荒廃森林解消のための間伐推進 <ul style="list-style-type: none"> ◎間伐等促進法及び緊急間伐推進条例に基づく間伐の推進 ○森林環境税等を活用した間伐の推進 ○不在村地主等への森林整備の働きかけ 			○
					<ul style="list-style-type: none"> ◆森林の管理代行などの仕組みづくりの検討 <ul style="list-style-type: none"> ★森林部内にワーキンググループを設置 ★モデル実証事業の創設 			○
					<ul style="list-style-type: none"> ◆森林所有者に対する普及啓発活動の強化 <ul style="list-style-type: none"> ○公報等によるPR 			○
					<ul style="list-style-type: none"> ◆森林境界の明確化に関する事業の促進 <ul style="list-style-type: none"> ★事業促進のためのPRと支援 			○
					<ul style="list-style-type: none"> ◆○県民参加や企業支援による森林管理の促進 ◆○森林保全ボランティアの支援 			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 林業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>緊急間伐推進条例に基づく間伐の推進</p> <p>森林所有者:自己所有林の管理責任を果たす 事業者:森林所有者への呼びかけ 間伐実施技能の向上 市町村:間伐推進に向けた県民へのPR 県林業改革課:造林事業、緊急間伐総合支援事業などによる間伐への支援</p> <p>森林環境税による若齢林の保育間伐への支援</p> <p>県林業改革課:CO2吸収機能の高い若齢林(Ⅲ~Ⅳ齢級)を対象に、他事業との併用による保育間伐の実施を支援</p>	<p>間伐等促進法に基づく間伐の推進</p> <p>県林業改革課:条件不利森林への間伐支援策の強化</p> <p>不在村地主等への森林整備の働きかけ</p> <p>森林組合:森林情報を明確にし、所有者への働きかけ 市町村:森林所有者情報のデータ提供 県森づくり推進課:森林組合の活動を支援</p>			<p>◆間伐の必要性が周知されるとともに、適正な森林管理が行われている</p> <p>◆間伐面積(H21~H23) 45,000ha</p>	<p>◆間伐の必要性が周知されるとともに、森林保全管理が新たな環境ビジネスとして展開されている</p> <p>◆間伐面積(H21~H24) 61,000ha</p>
<p>森林管理代行ワーキンググループの設置</p> <p>県森づくり推進課:森林部内にワーキンググループを設置し、他県や類似事業の情報収集と今後の取組方法を協議</p> <p>P216 別図(林7)参照</p>	<p>森林管理手法の検討</p> <p>市町村、森林組合:手法検討への協力 モデル事業の実施 県森づくり推進課:検討委員会の開催 管理代行手法の検討 モデル事業の設計(アンケート分析 中間報告書作成 モデル事業実施森林組合の選定)</p> <p>県森づくり推進課(委員会):前年度のモデル事業の検証とフォローアップ モデル事業の改良・実施</p> <p>県森づくり推進課:モデル事業のフォローアップと改良・実施、収集した課題等の整理、管理代行に向けた可能性、課題の解決など、報告書の取りまとめと管理システムの提案</p>				
	<p>モデル実証事業の実施</p> <p>森林所有者:自ら管理できない森林は管理代行へ任せる 森林組合:管理代行契約の試行及び、問題点や改善点等をまとめ、検討委員会へ提出 県森づくり推進課:管理代行の実証を行う森林組合を支援</p>				
	<p>森林境界明確化への取り組み</p> <p>県森づくり推進課:森林管理手法検討委員会における検討内容の進捗にあわせ、ホームページ等を通じて、森林所有者への広報の実施</p>				
<p>県庁内ワーキンググループで検討</p> <p>県森づくり推進課、森林政策課、林業改革課、用地対策課(土木部)による森林情報保全の取組指針検討チームで、課題の整理と対策の検討・地籍調査の概要と情報共有などの連携内容の調整</p>	<p>森林境界明確化への取り組み</p> <p>事業者:森林境界明確化への積極的な取組 市町村:取組への協力 県森づくり推進課:森林境界明確化への取組を支援</p>	<p>事業者:森林境界が明確化された森林の、管理代行への移行を検討 市町村:取組への協力 県森づくり推進課:森林境界明確化への移行等を支援</p>			
<p>地域の主体的な活動の促進</p> <p>県林業環境政策課:森林保全ボランティア団体等による間伐等の森林整備活動を支援</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【4. 健全な森づくり】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
1. 荒廃森林の解消・鳥獣被害防止の推進 (森林整備の推進) (2) 鳥獣被害防止の推進		◆シカの生息密度が大幅に増加しており、森林環境への悪影響が深刻化している	◆シカの被害防除対策の実施	◆抜本的な捕獲対策が取れていなかった	◆計画的にニホンジカの個体数調整を行う ○捕獲対策の確実な実施			○
					◆森林に対する食害等への防除対策の促進 ◎被害実態の把握と有効な対策の検討 ○鳥獣被害対策への支援			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

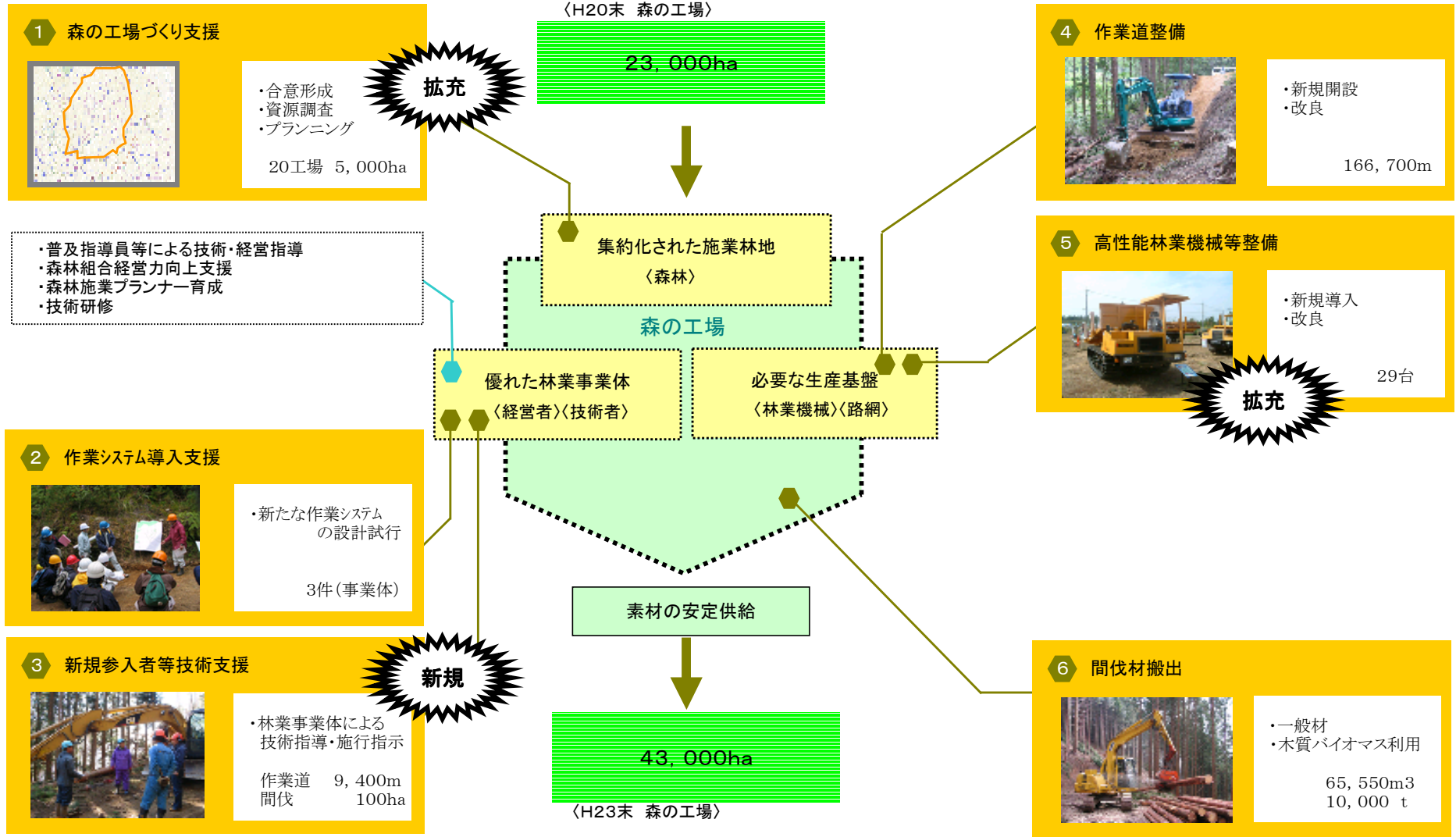
【 林業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>計画的なニホンジカの個体数調整</p> <p>県鳥獣対策課:特定鳥獣保護管理計画に基づく個体数調整の実施(駆除)</p>				<p>◆シカの適正な個体数管理と防除対策により、森林環境への悪影響を軽減する</p>	<p>◆シカの適正な個体数管理と防除対策により、森林環境への悪影響を軽減する</p>
<p>シカ森林被害対策の検討と被害実態の把握</p> <p>事業体、市町村:調査への協力(情報提供等) 県林業改革課:被害実態の概略調査及び被害対策の検討</p>	<p>シカ被害実態の調査</p> <p>事業体、市町村:調査への協力 県林業改革課:森林被害の実態調査、モニタリング調査のためのマニュアルづくり</p>	<p>事業体、市町村:調査への協力 県林業改革課:森林被害の実態調査、モニタリング調査の実施</p>			
<p>シカ被害対策の推進</p> <p>森林所有者等:被害防除対策の実施 県林業改革課:シカ被害防除施設の整備に支援</p>					

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

森の工場活性化対策事業(拡充)

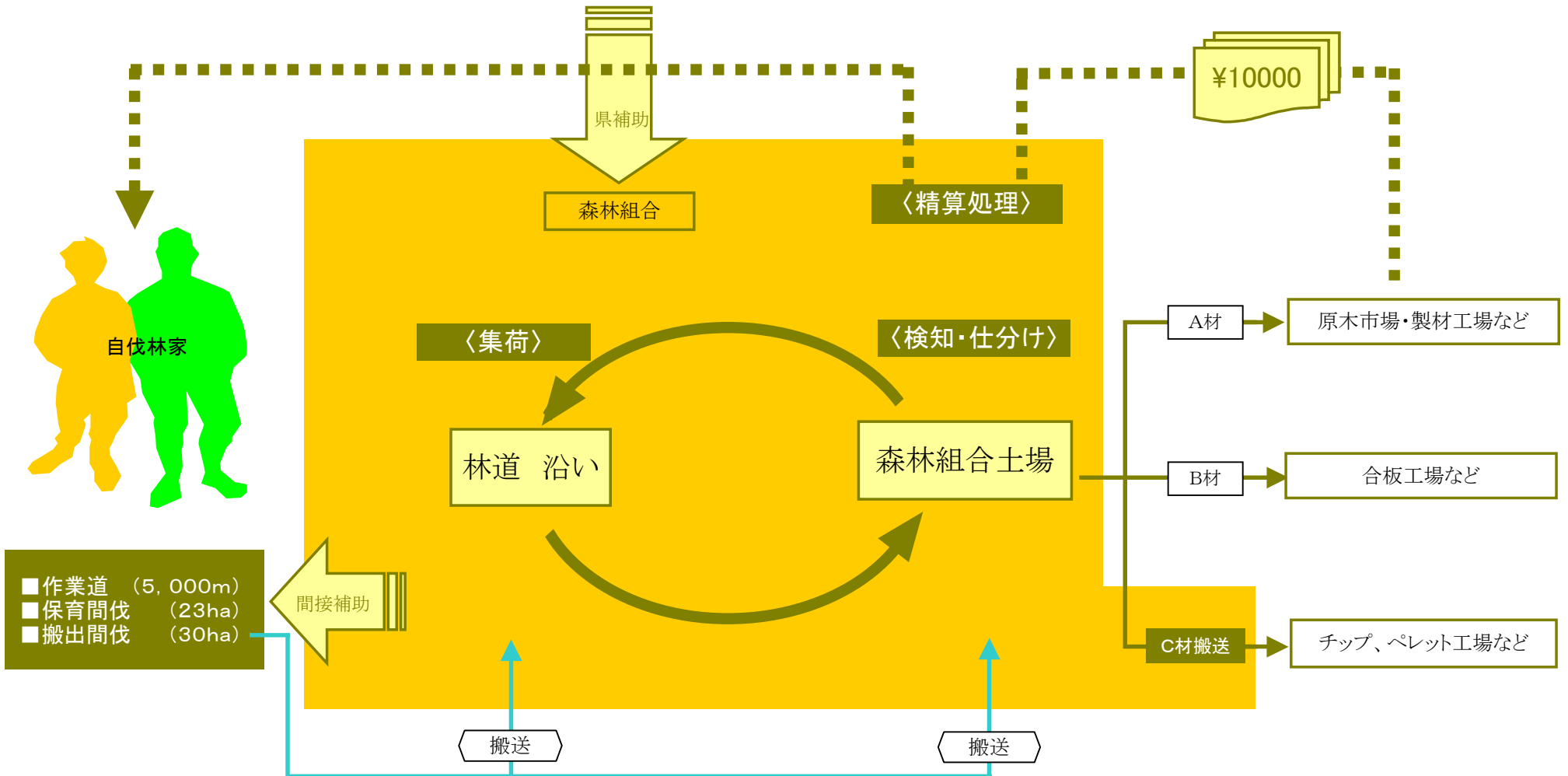
対策のポイント
 収益性の向上、林業就業者の確保と育成を進めるため、施業の集約化や森林整備(間伐実施・作業道開設など)、生産活動(機械整備、作業システムの確立、間伐材の搬出・販売)を支援します。



自伐林家等支援事業



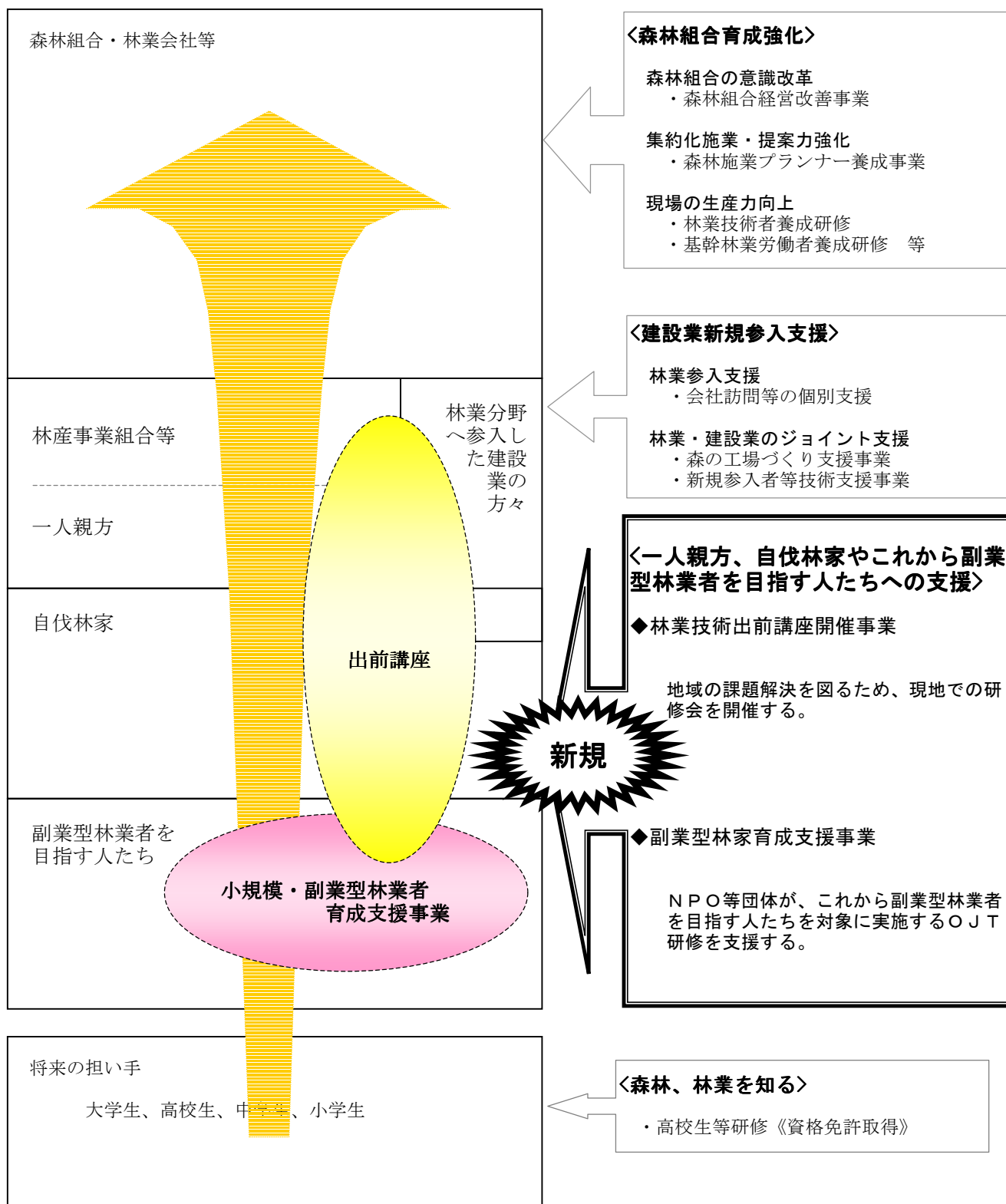
対策のポイント
自伐林家が所得の向上を図るために行う森林整備(間伐実施・作業道開設など)や、生産活動(間伐材の搬出・販売)を支援します。



中山間の副業型林業者を育てる事業

対策のポイント

地域の特色・要望に沿った研修の実施を支援することにより、林業の知識・技術を修得したり、新たな人脈・ネットワークを得る機会をつくとともに、森林作業から副収入を得ることにより、中山間地域への関心を高め、交流人口の増加や定住化を推進する。



性能表示木材流通促進事業



対策のポイント

含水率・強度の表示やJAS制度の活用を促し、性能や品質が目に見える木材の安定的な供給を推進することで、市場での信頼性を高め、県産材の販路開拓に繋がります。

市場

■改正建築基準法等の動きを反映し、性能が確か信頼性の高い製品が求められている。

■外材、国産材を含む、全国の建築用材出荷量のうち、JAS格付割合は10%であり、このうちの国産材の割合は3.5% (推定値)

県内製材業

■JAS制度の普及状況

H19に9工場が新たに認定され、県下の認定工場は12工場となり、取得を検討する工場も増えている。

■性能測定による新たなサービスの付加

「れいほくスケルトン」では、構造上強度が求められる横架材等には、製品の強度を測定し、求められる強度を満たした部材を提供している。

林業分野での産業成長戦略

■加工【製品の品質の向上】

・JAS制度の普及に取り組み、認定工場の拡大

■販売【販売力の強化】

・企業と県が連携した販売促進活動の推進
・ブランド戦略を構築し、顔の見える取引を推進

全国に先駆けて、県下をあげて性能表示製品の流通促進に取り組むことにより、市場に【高知県産木材は性能が表示されており、信頼できる木材】をいうイメージが定着し、県産木材の知名度向上と需要拡大を図る。

性能表示木材流通促進事業

- ②計画認定
- ④交付決定
- ⑥確認

■高知県
・安定供給計画に基づき、県外に流通する性能表示木材に対して1立方当り定額の助成

- ①供給計画
- ③事業申請
- ⑤供給実績報告

■事業主体

JAS認定工場・製材業等が組織する団体(製材品市場含む)

性能表示木材の供給計画

- ・性能表示の種類(JAS、強度、含水率など)
- ・供給時期
- ・供給先と供給量など

供給先の開拓

安定供給計画づくり

ニーズを反映

供給計画に基づいて性能表示木材を供給

■木材供給先

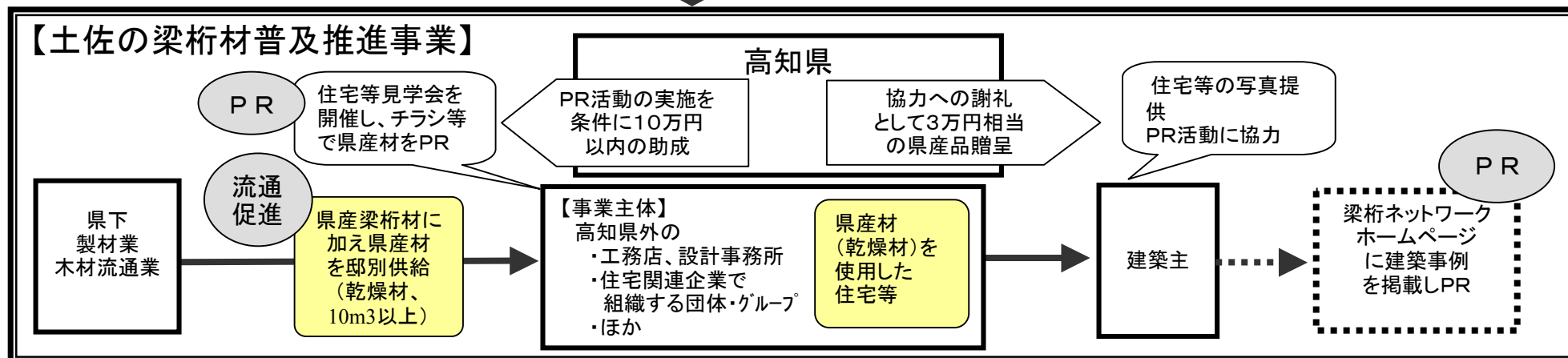
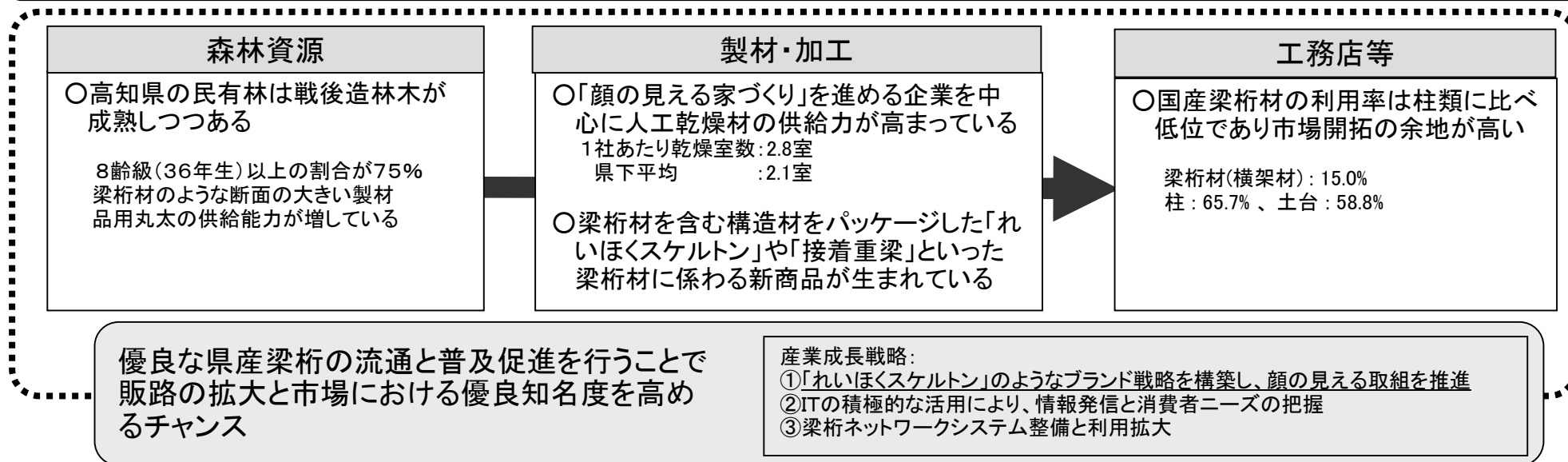
高知県外の
・工務店
・設計士事務所
・木材流通業
・プレカット工場
・製材品市場など

土佐の梁桁材普及推進事業

新規

対策のポイント

県外で建築される住宅等において、県産梁桁材の利用と住宅見学会や建築事例紹介などの普及・PRを一体的に推進して、その販路拡大に繋がります。

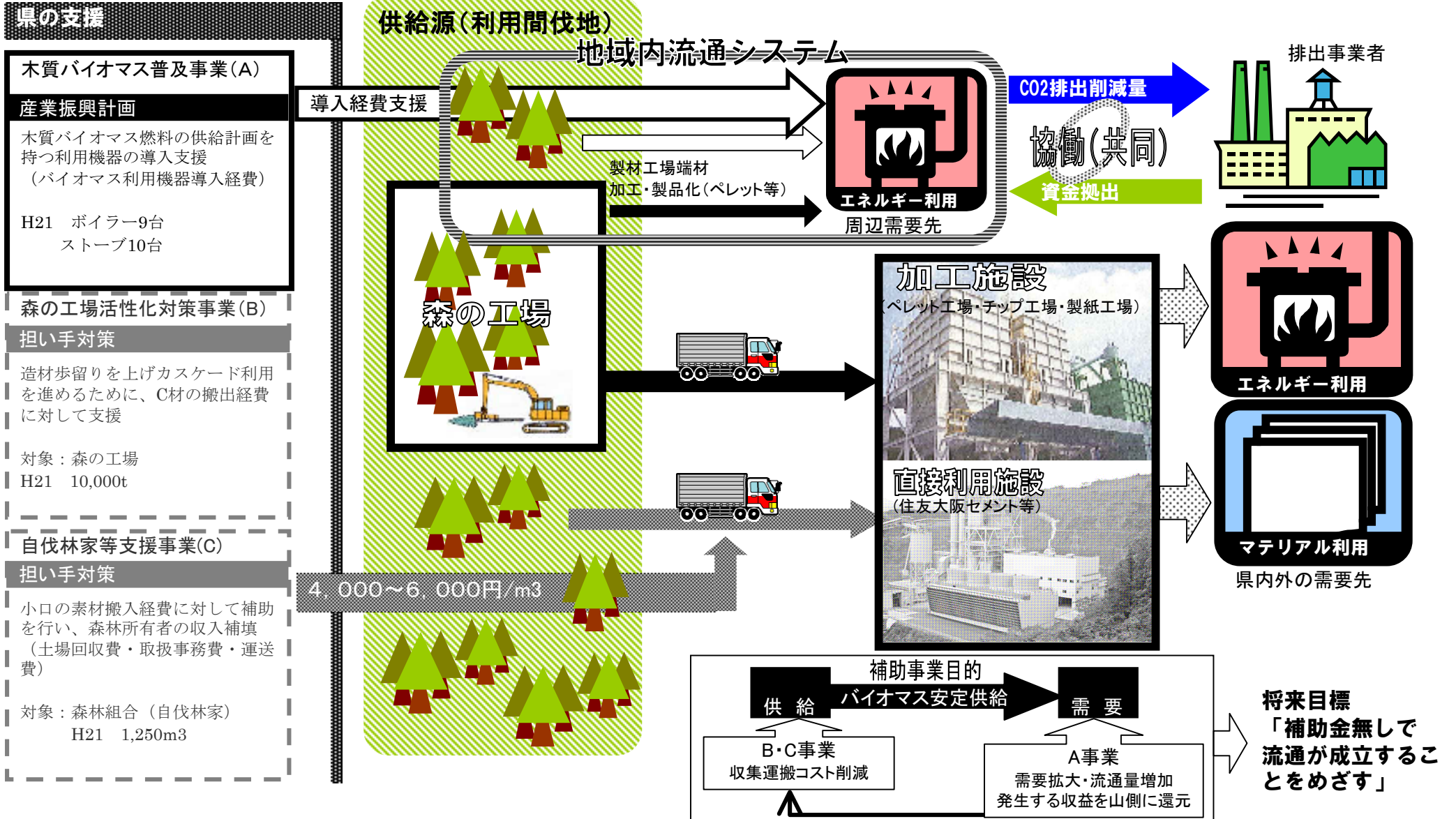


木質バイオマス普及事業



対策のポイント

木質バイオマス燃料の利用機器導入を支援し利用量を増加させることにより、未利用木質バイオマスの活用を促進します。

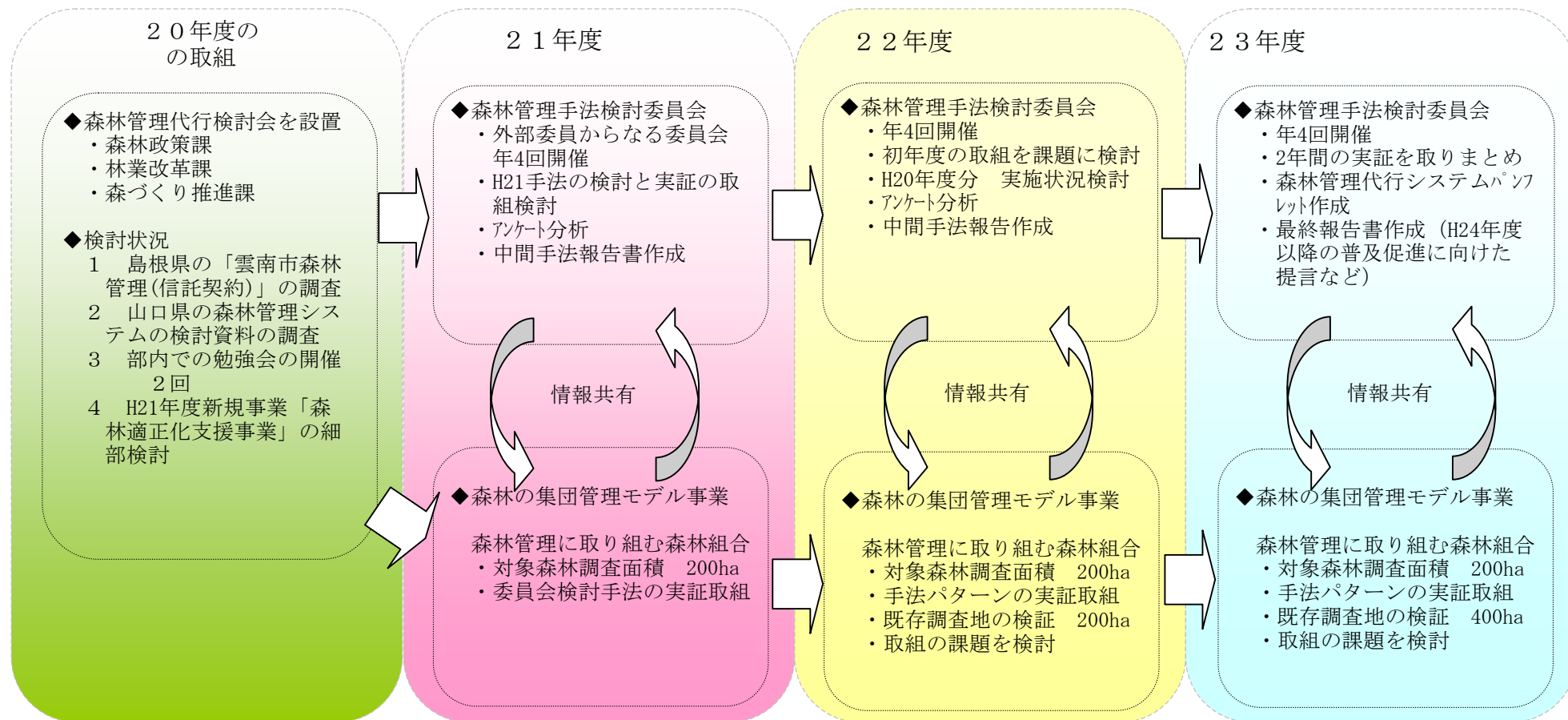


森林管理適正化支援事業



対策のポイント

森林所有者の不在村化や管理意欲の低下などにより、適正な管理が行われていない森林について管理手法を検討し、普及につなげる。



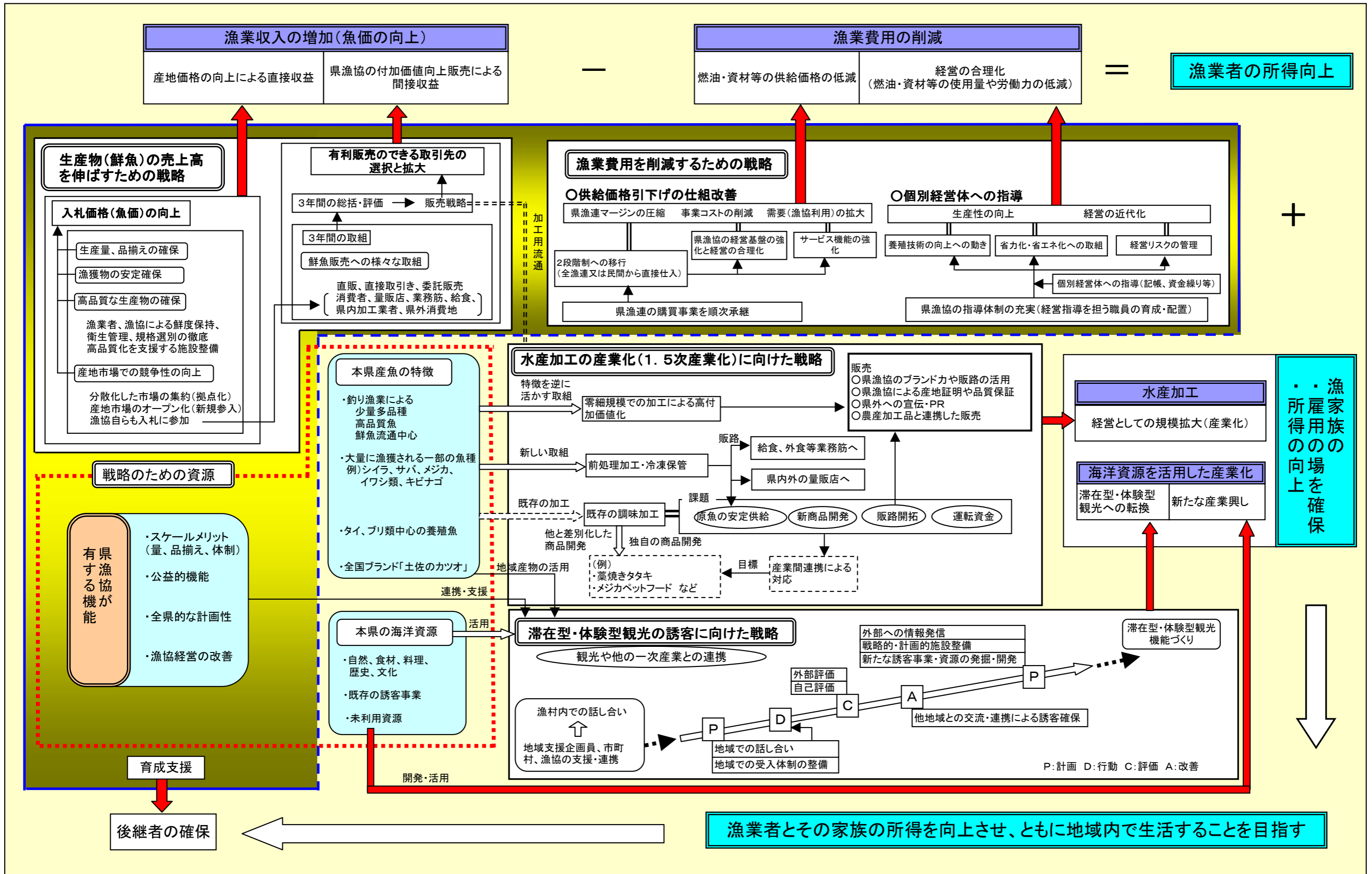
- ・森林資源、地形条件・経済林・保全林など森林資源パターンによる管理方法を制度化する。
- ・森林境界確定の事業成果とリンクしながら、間伐事業量の確保と雇用の創出の視点で管理手法を確立する。
- ・管理代行システムの信頼度の向上及び管理契約費用のメニュー化確立
- ・吸収源対策の加速化・放置森林や荒廃森林の解消と健全な森づくりの推進
- ・森林放棄所有者の森林対策の検討(公共団体への寄附による公的管理など)

新しい森林管理の手法の確立に向け

Ⅱ 専門分野の成長戦略

3 水産業分野

【今後も持続する漁業・漁村の構築に向けた戦略】



戦略の柱【1. 生産物(鮮魚)の売上高を伸ばすための戦略 (1)生産物の量の確保、

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 生産量、品揃えの確保 漁獲物の安定確保 (1)既存の漁港・漁場等の設備資源の活用 P241 別図(水2)参照	(黒潮牧場の整備) ◆12基体制を維持 ◆1基年平均5千万円の水揚げがあるが、設置場所により漁獲効果に大きな差異 ◆原材料の高騰により整備コストが増加 (沿岸カツオ一本釣船用の活餌供給基地) ◆佐賀、土佐清水(H19～休止中)、須崎の3ヶ所で実施体制が整っている ◆加領郷は、現在、実施されていない ◆カツオ一本釣り漁業の生産性向上のためには活餌供給基地が不足 ・佐賀、土佐清水漁港では漁協の求めにより県外活餌者が盛漁期のみ活餌を供給 ・須崎では県内業者が恒常的に活餌供給を行っているが漁模様により左右され安定した供給ができない	◆更新時には同じ場所に、同じ鋼製ケーブル仕様で再設置 ◆施設整備等を支援	◆効率的配置については漁業者間の調整が困難 ◆浮魚礁ごとの漁獲効果データの蓄積が不十分 ◆飼育技術が不十分、事業全般のノウハウの不足 ◆土佐沖へのカツオの来遊が不安定 ◆活餌に適したイワシ類の来遊が不安定(宿毛湾)	◆漁獲の増加に貢献する黒潮牧場の整備 ★12基体制のもとでの最大漁獲に向けた最適化再配置 ★整備の低コスト化 ◆◎実施に向けた技術の習得と施設の整備 ◆◎活餌供給基地の増加			○
(2)燃油高騰、就業者の高齢化を考慮した漁場の整備、漁港の活用	(沈設型魚礁) ◆効果が明らかでないことなどから整備を休止中	◆利用状況報告書による効果の把握 ◆市町村を通じた漁獲量調査の実施	◆漁獲効果把握のための漁業者等の協力が得られにくい ◆調査機材等の性能不足	◆沈設型魚礁の再整備に向けた取組 ★調査船による現況調査 ◎漁獲効果把握の仕組みづくり ★調査結果の情報提供による利用促進と新たな漁具漁法の導入 ★沈設型魚礁の整備方針の検討(整備再開の可否、整備手法等)			○
	(磯焼け対策) ◆県内の藻場面積は減少傾向(S50の1,035ha→H12には700ha、現在はさらに減少) ◆ウニ除去により一部の地域では藻場が回復したが、回復の見られない地域も見られる ◆水産庁に要望を行い、H21年度からの事業の制度化を図った	◆県が実施した実証試験で「ウニ除去」が藻場回復に有効であることが判明	◆国の従来の支援策はハードとソフトのセットや、費用対効果の立証などを求められるなど事業導入のハードルが高かった ◆本県の海域特性に応じた回復手法が明らかでなかった	◆★国の新たな制度(環境生態系保全活動支援事業)の導入による磯焼け対策の実施 ◆★藻場の有効利用方法の検討			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

質の向上及び市場競争性の導入を通じた産地入札価格の向上】

【水産業分野】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年後)
計画的更新整備	12基体制のもとでの最大漁獲に向けた最適化再配置 漁業者:最適化再配置に向けた漁業者間の調整(黒牧委員会で協議検討)、漁獲状況の報告 県漁業振興課:利用者への聞き取り調査(利用状況、依存度等)と漁業者間調整への支援 県漁港漁場課:既存計画に基づく整備	県漁港漁場課:最適化再配置計画に基づく整備実施		◆黒潮牧場の最適配置に向けた漁業者の調整、コスト削減のための情報収集に基づく設置の着手	◆12基体制堅持の下で、最適位置への設置(最大漁獲量の確保)
整備の低コスト化 県水産振興課(H21～漁業振興課)、漁港漁場課:低コスト化に向けた情報収集と設計者との協議、低コスト仕様採用の方針決定			県漁港漁場課:低コスト仕様による整備実施		
	実施に向けた技術の習得と施設の整備・活餌供給基地の増加 【県外業者による活餌供給(佐賀、土佐清水)】 県漁協:取組体制整備 佐賀、土佐清水の活餌供給量増加に向けた県外業者との協議 県漁業振興課:施設整備支援 【地元採捕による活餌供給(宿毛、須崎)】 漁業者、漁協:活餌の採捕・養殖技術の習熟と事業の実施 県漁業振興課、漁業指導所:技術の定着に向けた支援と設備投資への支援	県漁協:土佐沖でのカツオ漁場形成時の活餌供給の実施		◆現行の佐賀、土佐清水の供給基地としての充実(取扱量の増)	◆県内6ヶ所に漁港を活用した活餌供給を整備(加須郷、宇佐への事業拡大)
	調査船による現況調査 県水産試験場:現況調査の実施(まず3年間で県設置魚礁を中心に調査)			◆水産試験場調査船による現況調査を実施(タイプごとのサンプル調査)	◆県内の沈設型魚礁についてほぼ網羅的に状況を把握
	漁獲効果把握の仕組みづくり 県漁業振興課:漁業者、漁協の意見を踏まえた合理的な漁獲効果把握の仕組みづくり 漁業者:漁獲情報の提供 県漁業振興課:漁獲情報の取りまとめ			◆調査結果を踏まえた沈設型魚礁の整備方針の検討	◆費用対効果を踏まえた整備方針に基づく、沈設型魚礁の新規設置
	調査結果の情報提供による利用促進と新たな漁具漁法の導入 漁業者:魚礁漁場の積極的活用と、新たな漁具漁法導入への合意形成 県漁業振興課:中間的なものを含め、調査結果を随時漁業者に情報提供				◆新たな漁具漁法の導入による利用価値の向上
	沈設型魚礁の整備方針の検討 県漁業振興課:現況調査結果及び漁獲効果調査結果に基づく沈設型魚礁の整備方針の検討				
本県独自の磯焼け対策実証試験と指針の作成	国の新たな制度(環境生態系保全活動支援事業)の導入による磯焼け対策の実施 漁業者:活動組織の設立と活動の実践 市町村:財政支援と地元活動組織への円滑な運営支援 県漁業振興課:技術支援、追跡調査の支援及び取組への気運醸成(「磯焼け指針」の普及) 県水産試験場:追跡調査の実施			◆ウニ除去による藻場の回復(H21は県内5ヶ所着手、H22以降は数ヶ所追加)	◆藻場回復を受けた漁業生産活動の実施 ◆ウニ除去実施地域の拡大

※改革の方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外販の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 生産物(鮮魚)の売上高を伸ばすための戦略 (1)生産物の量の確保、

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 生産量、品揃えの確保 漁獲物の安定確保 (3) 燃油高騰への対策 P241 別図(水2)参照	◆燃油単価の増大が漁業経営を圧迫	◆国、県ともにソフト面(省エネ手法の定着等)の対策や融資制度による支援を実施(ソフト事業) ・省燃油操業実証事業(国) ・船底清掃支援及び省エネ研修会開催(県)	◆漁業者の設備投資への意欲低下 ◆省エネ手法の定着は進みつつあるがハード面の転換は進んでいない	◆燃油高騰に強い漁業経営の確立 ○省エネ機器等の情報提供と国の研究開発への要望 ★ハード面の経営構造改善を進めるための誘導策			○
(4) 就業者の減少・高齢化を踏まえた漁業秩序の確立による資源の確保と効率的漁獲	(漁業取締) ◆漁業違反の頻発 ◆県外漁船による越境違反操業 ◆県警、海保との連携が不十分 ◆違法な漁獲が存在するため漁業者が資源を有効活用できない	◆取締船3隻の機能向上と同船を活用した取締 ◆県警OBアドバイザーの配置で取締職員育成と県警との捜査協力関係強化 ◆若東地区での磯根密漁防止連絡会議の開催	◆悪質巧妙化する違反への対応不足 ◆漁業者への違法意識醸成のための啓発の不足 ◆他の捜査機関との連携不足 ◆取締経費の確保	◆★3年間の集中取締 ◆★地域防犯組織の設立・活動支援			○
	(漁業調整) ◆漁業制度と漁業実態が部分的に不調和 ◆各種漁業間の紛争が存在 ◆漁業の効率化に制約	◆協議会等の場で双方の意見調整による紛争未然防止 ◆調整の整った地域から規制緩和を推進	◆利害関係の対立を地元で調整する漁協の指導力の低下 ◆相互理解による合意形成が進まない	◆紛争の解消と規制緩和の推進 ◎紛争当事者間の協議の場の設定 ◎紛争の防止 ◎規則改正、規制緩和等による実態に適合した制度の構築			○
(5) コスト計算に基づく効果的な栽培漁業の推進	◆栽培漁業基本計画の目標(大型種苗の放流)達成が遅れている ◆マダイ、ヒラメ、エビ類、イサキ(いずれも小型種苗)の生産と放流を実施	◆県による小型種苗の生産と配付及び効果調査の実施 ◆市町村による中間育成の実施 ◆新規対象魚種の種苗生産技術開発	◆大型種苗の育成、放流のための中間育成が一部の市町村を除き定着しなかった ◆クエ、アマダイ等の高級魚は費用対効果、生産技術の問題で対象魚種とするには至らず	◆★大型種苗の集中放流と効果の検証			○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

質の向上及び市場競争性の導入を通じた産地入札価格の向上

【水産業分野】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿		
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)	
省エネ機器等の情報提供と国の研究開発への要望	県水産振興課(H21～漁業振興課): 省エネの最新技術を情報収集し漁業者に提供 省エネ機器、機関、船体に関する研究開発を国に要望			◆ソフト施策による省エネ操業の定着 ◆ハード対策(省エネ機器の普及等)による燃油高騰に強い漁業経営への構造改革		
ソフト対策による省エネ操業の定着	ハード面の経営構造改善を進めるための誘導策 漁業者: 支援制度の積極的活用による構造改善 漁協、市町村: 支援制度の仕組みへの関与、漁業者への指導 県水産政策課: ハード面での構造改善への支援 県漁業振興課: ハード面での構造改善への支援 省エネ機関・機器、省エネソフト対策に関する情報収集と提供			◆違反摘発の強化 ◆県外漁船の検挙	◆漁業違反通報の減少	
通常取締り	3年間の集中取締 漁業者・漁協・市町村: 機動的な違反情報の提供 県漁業管理課: 取締船による違反の抑止 地元漁民やフェリー会社等からの効果的な情報収集(用船や協力漁船の利用) 県警・海保との連携の充実(連絡会議等)			◆啓発活動による違反防止		
室戸地区へ防犯組織の設立	地域防犯組織の設立・活動支援 漁業者: 相互牽制による法令の遵守 漁業者・漁協・市町村: 防犯組織の設立と参加、モラル向上への取組 県漁業管理課: 違反未然防止に向けた啓発方法の改善 防犯組織の設立支援 防犯組織: 巡視、啓発、情報提供 県の財政支援と会費徴収による自主運営			◆漁業者の相互理解による紛争解消	◆漁業紛争の解消 ◆規制緩和による漁業生産活動の効率化	
	紛争当事者間の協議の場の設定 漁業者・漁協: ・必要に応じ新たな協議の場の設定・参加 ・規制緩和等の検討 県漁業管理課: ・協議の場づくりの働きかけ	紛争の防止 漁業者・漁協: ・業者間の紛争防止協議の推進 ・積極的な紛争防止、解決 ・自主的なルール作りとその成文化 ・規制緩和の推進 県漁業管理課: ・第3者の立場での参加、意見の対立を調整 ・協議結果のルール化、法令遵守の指導・支援				
		規則改正、規制緩和等による実態に適合した制度の構築 県漁業管理課: ・紛争の解決等協議の整った案件につき着手 ・地元関係者、周辺地区調整 ・試験操業等の実施 県漁業管理課: ・調整の整ったものから順次制度の見直し				
小型種苗の放流	大型種苗の集中放流と効果の検証 漁業者、漁協: 効果調査への協力と放流資源の管理 市町村: 中間育成技術のレベルアップ、効果調査への協力 県漁業振興課: 大型種苗の生産、計画的な施設の維持管理 効果調査結果の広報と大型種苗放流の有利性の普及啓発 県漁業指導所、水産試験場: 効果測定、効果調査、中間育成の技術指導			◆県による大型種苗の生産、放流と効果調査への着手 ◆市町村等が実施する中間育成技術のレベルアップ	◆大型種苗の放流が定着した状態	

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(産地地消の徹底、産地外需の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 生産物(鮮魚)の売上高を伸ばすための戦略 (1)生産物の量の確保、

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 生産量、品揃えの確保 漁獲物の安定確保 (6) 広く「漁業の担い手」を確保	◆ 漁業就業者数はH5からの10年間で約30%減少 ◆ 新規漁業参加者はH15年19名、H16年23名、H17年22名、H18年25名、H19年41名 ◆ 過去3年間の新規就業者の前職は、サラリーマンからの転職なども多い(40歳以上49名、30歳台19名、30歳未満20名) ◆ 支援事業で確保した漁業者12名(平均年齢34歳)は中堅漁業者として定着	◆ 若齢者の確保に重点 ◆ 漁業就業支援事業の実施(生活費と技術指導への支援) ◆ 新規就業時の支援(制度資金による支援)	◆ 漁業の魅力が大きく低下(魚価安、資源減少、3Kイメージ) ◆ 新規就業時のハードル(漁労技術、初期投資、漁村環境)の高さ ◆ 一部の地域を除き、市町村、漁協の受入体制の不備	◆ 漁業の担い手の確保 ◎ 新規参加を促進する仕組みの充実 ★ 幅広い世代からの漁業就業者の確保 ◎ 新規就業者が住みやすく、働きやすい環境づくり P242 別図(水3)参照			○
2. 高品質な生産物の確保(鮮魚の商品化) (1) ソフト面 P243 別図(水4)参照	◆ 鮮度保持、衛生管理に関する意識や技術に、漁業者間での差がある(特に一部の網漁業では改善が必要) ◆ 市場搬入後から搬出までの鮮度保持、衛生管理は市場による格差が大きい ◆ 規格選別は、市場によりバラバラである	◆ 一部のブランド魚種(キンメダイ、清水サバ)や漁業種類(定置網漁業)については鮮度保持に関する取組を実践	◆ 品質保持への努力量と魚価反映への金銭的因果関係がわかりづらい ◆ 一部のブランド魚種を除き、意識の統一が未実施 ◆ 漁業者や漁協職員の意識が低い ◆ 魚種ごとの規格は、産地任せ	◆ ★ 鮮度保持・衛生管理・規格選別に対する意識・行動の改革			○ ○
(2) ハード面	◆ 高度衛生管理型市場は田ノ浦市場のみ ◆ 主な市場には製氷装置や冷海水製造装置などの鮮度・衛生管理施設を整備済み ◆ 主要な市場以外の一部で海水殺菌装置の新たな需要がある ◆ 上記施設の老朽化などによる更新需要がある	◆ 地域の要望に応じて施設整備を実施	◆ 分散した産地市場での取扱量に応じた整備を行っており、規模が小さい ◆ 市場の統廃合や販売計画を見据えた整備になっていない ◆ 新たなハード整備に必要な漁協の自己資金の調達 ◆ 行政側の財源の確保	◆ 高度衛生管理に対応した市場の施設整備を促進 ○ 拠点市場の計画的整備 ◆ ○ 拠点市場への重点投資及び必要性の高い市場への鮮度保持・衛生管理施設の更新などによる高品質な生産物の確保			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

質の向上及び市場競争性の導入を通じた産地入札価格の向上】

【水産業分野】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
新規漁業就業者の確保 若者を対象とした漁業研修や生活支援	<p>新規参入を促進する仕組みの充実</p> <p>漁協:指導者の確保、中古船取得制度の仕組みへの関与、准組合員制度の活用 市町村:中古船取得制度の仕組みへの関与と財政支援 県水産政策課:制度資金の拡充 県漁業振興課:研修制度の充実・生活支援・技術指導、中古船取得支援</p>			<p>◆幅広い世代から就業者を確保 (後継者確保から担い手の確保へ)</p> <p>◆「年間22名程度(H15~H18平均)の新規就業者を確保</p>	<p>◆年間22名以上の新規就業者を確保</p>
	<p>幅広い世代からの漁業就業者の確保</p> <p>漁業者、漁協:地域内での働きかけや地域外からの勧誘の積極的な実施 市町村:漁協と一体となった担い手確保活動の実施やUターン者情報の収集 県漁業振興課:就業意欲を高めるための情報提供やPR</p>				
	<p>新規就業者が住みやすく、働きやすい環境づくり</p> <p>漁業者、漁協:新規就業者が自立するための支援、指導 地域住民による精神面での支援 市町村:若者の定住促進、Uターン者の確保のための住環境整備 県漁港漁場課:市町村による生活環境整備への支援</p>				
	<p>鮮度保持・衛生管理・規格選別に対する意識・行動の改革</p> <p>漁業者・漁協:鮮度保持、衛生管理、規格選別に対する意識・行動改革と販売実践(クレーム対応)等を通じた技術の高度化とその継続 県水産振興部、工業技術センター: ・鮮度保持、衛生管理に関する意識・行動改革の取組支援 ・価格バランスを踏まえた規格選別の理解促進(学習会の開催など) ・鮮度保持、衛生管理に関する技術的支援(普及・定着) 県水産試験場・漁業指導所・工業技術センター:鮮度保持技術に関する日常的支援</p>			<p>◆漁業者による、より質の高い鮮度保持の実施</p> <p>◆特別な鮮度保持ニーズ(沖ノなど)へ対応できる技術習得</p> <p>◆市場における鮮度保持、衛生管理の統一実施</p> <p>◆規格選別の普及</p> <p>◆上記取組による適正な価格の確保</p>	<p>◆市場からの高い評価と信頼を得ての浜値の向上</p>
宿毛市田ノ浦市場の整備	<p>拠点市場の計画的整備</p> <p>県漁協:清水市場の具体的な整備計画を策定 県合併・流通支援課:整備計画の策定を支援</p>			<p>◆高度衛生管理に対応可能な市場の整備計画策定(1地区)</p> <p>◆鮮度保持、衛生管理施設の更新需要への対応</p>	<p>◆高度衛生管理に対応可能な市場の整備(完了1地区、計画策定1地区)</p> <p>◆鮮度保持、衛生管理施設の更新需要への対応</p>
	<p>拠点市場への重点投資及び必要性の高い市場への鮮度保持、衛生管理施設の更新などによる高品質な生産物の確保</p> <p>漁協:市場統合や販売戦略を見据えた鮮度保持・衛生管理施設の整備(更新)、荷揚げ、荷捌きの省力化、自動化 県漁業振興課:上記取組への支援</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(産地地消の徹底、地産地消の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 生産物(鮮魚)の売上高を伸ばすための戦略 (1)生産物の量の確保、

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
3. 産地市場での競争性の向上 (1)分散化した市場の集約(拠点化)	◆産地市場拠点化計画を策定し、県内に7つの拠点市場を位置付け ◆県漁協は5つの拠点市場と21のサブ市場を運営 (取扱高の減少等に伴い、8市場が休止)	◆近年の市場統合の実績は、清水地区で漁協合併に伴い3つの市場を統合した事例のみ	◆県主導での総論的な議論に止まり、市場関係者の主体的な議論が欠如 ◆市場統合の必要性についての、サブ市場に水揚げする組合員の理解不足	◆市場統合に向けた関係者との協議の場づくり ★情報の収集と意識の醸成 ★市場整備計画策定協議会の設置 ◆○市場統合を見据えたハード整備			○
(2)産地市場のオープン化(新規参入)	◆仲買人は市場ごとに固定化し、かつ減少傾向 ◆市場ごとに参入条件等に関するルールがまちまち ◆市場取引に関する排他的な因習の存在	◆市場ルールの見直しや仲買人との協議に着手(H20)	◆仲買人の既得権益を背景とした市場の排他性 ◆仲買人と漁業者との協議不足	◆★既存の仲買人との信頼関係の構築 ◆オープン化に伴う運営リスクの管理 ○電算システムの整備 ★取引情報の迅速な把握 ◆市場ルールの統一と販売力を有する新たな仲買人の誘致 ★市場ルールの統一と普及 ★新たな仲買人の誘致			○
(3)漁協自らも入札に参加	◆多くの漁協は受託販売業務に止まり、市場への参入実績なし	◆直販施設の開設に向け、試験的に入札参加(H20)		◆入札担当職員の育成 ◎市場入札への参入 ◎販路拡大の段階に応じたレベルアップ			○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

質の向上及び市場競争性の導入を通じた産地入札価格の向上】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	情報の収集と意識の醸成 県漁協:市場統合の先進事例等を調査 県合併・流通支援課:県漁協の市場統合に向けた活動を支援	県漁協:重点地区を選定し統合に向けた具体的な協議を開始		◆市場統合に向けた漁協内部での議論を喚起	◆漁協による市場統合計画の策定と実行
市場整備計画策定協議会の設置 県漁協:清水市場の整備に向けた意見交換を実施	県漁協:清水市場整備計画策定協議会を設置し、具体的な整備計画を策定 県合併・流通支援課・土佐清水市:協議会の運営と市場整備計画の策定を支援				
	市場統合を見据えたハード整備 県漁協・市町村・県漁業振興課・県漁港漁場課:既存の事業を活用し、市場統合を見据えたハード整備を実施				
既存の仲買人との信頼関係の構築 県漁協:仲買人との意見交換を開始	県漁協:仲買人との協議会を設置し、定期的な意見交換を継続 県合併・流通支援課:仲買人との協議会の運営を支援			◆市場のオープン化の仕組みづくり(市場ルールの統一等) ◆新規参入の促進	◆オープンな産地市場の実現
電算システムの整備 県漁協:取引情報の管理に必要な電算システムを整備 市町村・県海洋政策課:県漁協の電算システムの整備を支援	取引情報の迅速な把握 県漁協:電算システムの稼働により名寄せ管理が可能となり、運営リスクが解消				
市場ルールの統一と普及 県漁協:仲買人からの受入保証金や決済サイト等の統一と新規参入に係るガイドラインの策定	県漁協:市場関係者に対する新たな市場ルールの周知、徹底				
	新たな仲買人の誘致 県漁協:新規参入を希望する仲買人の受け入れ 県漁協:販売力を有する新たな仲買人の誘致活動を展開				
市場入札への参入 県漁協:拠点市場等への入札に参入 県海洋政策課:拠点市場等への入札参入を支援	販路拡大の段階に応じたレベルアップ 県漁協:販路拡大に伴う主要な市場への参入と品揃えの確保等が可能な現場の人員・体制の整備、本所販売担当職員と入札担当職員の連携強化 県合併・流通支援課:入札担当職員の能力向上に資する取組を支援			◆主要な市場で入札・仕立・配送システムを構築	◆全ての拠点市場で入札・仕立・配送システムを構築

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 生産物(鮮魚)の売上高を伸ばすための戦略 (2) 県漁協による

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
<p>【今後3年間の取組】 ○様々なチャネルを通じての販売の実施 ・有利販売先、販売方法の模索、検討 ・有利販売に向けた人材育成、ノウハウの習得外</p> <p>【総括・評価を踏まえた取組】 ○販売子会社の設立も含めた、以後の販売戦略の構築 ○販売戦略に基づく取扱量の拡大による、漁協収益の向上と漁業者への収益還元</p>	<p>◆多くの漁協は受託販売業務にとどまり、市場への参入実績なし</p> <p>◆一部、小規模な消費者への直接販売、業務筋との直接取引、消費地市場出荷がなされている</p> <p>◆営業力、交渉力を持った人材が少ない</p> <p>◆有利販売のノウハウがない (あらゆる有利販売チャネルでの販売実績の積み重ねが必要)</p> <p>◆県漁協の財務基盤は弱く、リスクの引き受けや必要人員確保の余裕がない</p>			<p>◆◎県漁協の流通販売事業に関する取組強化</p> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> P244 別図(水5)参照 </div>	○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

「土佐の魚」への付加価値向上

【水産業分野】

				目指すべき姿	
H20	H21	H22	H23	短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
				◆取引先に応じた集出荷体制整備と販売ノウハウの獲得	◆有利販売のできる取引先の選択と拡大
県漁協の流通販売事業に関する取組強化 直販店を中心とした販売事業の展開	県内量販店との直接取引の展開 アンテナショップのオープン	首都圏を中心とした取引の展開	総括・評価	◆営業担当職員(プロ)の養成	◆市場信用力の獲得と産地としての認知度向上、ブランド化の実現
県漁協: ・集出荷体制や販売事業のノウハウ確立 ・多様な有利販売チャネルの開拓 ・販売体制と財務基盤の強化 ・販売に関する人材の効果的な育成(プロの育成) ・外部アドバイザーの意見の活用や民間販売会社との連携による漁業者、漁協職員の育成 ・浜への情報のフィードバックによる一層の高品質化 ・3年後の総括と販売戦略の構築 市町村:県と連携した県漁協への取組支援、地域での独自の取組 県合併・流通支援課: ・県漁協の流通販売事業に対する支援 ・本県水産物のPR、ブランド化 ・地産地消など消費拡大の取組 ・健全経営早期実現への支援				◆有利販売先の見極め(3年間の総括・評価)と以後の販売戦略の構築	◆漁業者への収益還元(手数料の引き下げ等)の実施 ◆多くの漁業者が実感できる浜価値向上への寄与(実現)

※改革の方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【2. 県1漁協による漁業費用を削減するための戦略】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 供給価格引下げの仕組改善 (1) 県漁連の事業承継による中間マージンの圧縮	◆系統3段階制が燃油・資材の供給価格引下げの足加 ◆25漁協が合併しH20. 4. 1、県漁協を設立 ◆県漁連総会で県漁協へのH22年度末までの事業移管を決議(H20. 10. 1)	◆県漁連の包括承継を前提とした漁協合併の推進	◆17漁協が県1漁協合併を否決し、県漁連の包括承継は困難化	◆県漁連の事業承継 ○電算システムの整備 ★県漁連の事業承継 ◆★中間マージンの還元 ◆事業承継(漁連の組織改編)に伴う影響の緩和 ★資金調達を支援 ★不参加漁協への軽油供給の仕組みづくり ★不参加漁協への軽油の供給			○
(2) 事業コスト(手数料等)の削減	◆合併前は、漁協経営の悪化に伴い各種手数料が増加 ◆県漁協は支所別、市場別に手数料率を設定	※条件整備(合併時の参画基準の設定、欠損金を持たぬ漁協に対し経営改善計画の策定・実行を義務付け)	◆5億円の欠損金を抱えてスタートした県漁協は欠損金の計画的な圧縮を最優先に位置付け	◆県漁協の経営基盤の強化と経営の合理化 ○収支管理の徹底 ○借入金の圧縮を支援			○
(3) 需要(漁協利用)の拡大	◆合併前は、組合員の漁協離れが進み、民間との取引が伸長 ◆民間に比べ総じて割高でサービスの質も低水準	◆組合員に対し漁協の購買事業を利用するよう要請	◆サービス業としての意識と行動の欠如	◆★ニーズ調査に基づくサービス改善と人材育成			○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【 水産業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>電算システムの整備</p> <p>県漁協:取引情報を一元管理するための電算システムの整備 市町村・県海洋政策課:県漁協の電算システムの整備を支援</p>	<p>県漁連の事業承継</p> <p>県漁協:県漁連から軽油購買事業を承継し、全漁連との直接取引を開始</p>		<p>県漁協:県漁連の全ての購買事業を承継し、2段階制が完了</p>	<p>◆県漁連からの事業承継による2段階制への移行</p>	<p>◆すべての取扱手数料の支所間の平準化による組合員への還元の実施</p>
	<p>中間マージンの還元</p> <p>県漁協:軽油購買事業を承継し、中間マージンを組合員に還元</p>		<p>県漁協:重油、資材購買事業を承継し、中間マージンを組合員に還元</p>		
	<p>資金調達を支援</p> <p>県合併・流通支援課:事業承継に伴う新たな県漁協の運転資金等の調達を支援</p>				
	<p>不参加漁協への軽油供給の仕組みづくり</p> <p>県合併・流通支援課:軽油購買の業務提携に係る県漁協と不参加漁協との協議の場を設定</p>	<p>県合併・流通支援課:免税軽油の取引情報を一元管理するため、県漁協と不参加漁協とのシステムの接続を支援</p>	<p>不参加漁協への軽油の供給</p> <p>県漁協:不参加漁協との本格的な軽油取引を開始</p>		
<p>収支管理の徹底</p> <p>県漁協:支所別・ブロック別に収支管理を徹底 系統団体・県海洋政策課(H21～合併・流通支援課):経営の健全性・透明性の確保を指導</p>				<p>◆最高7.5%(一部を除く)の販売手数料率を6%以下に引下げ</p>	
<p>借入金の圧縮を支援</p> <p>県海洋政策課(H21～合併・流通支援課):長期借換資金制度を創設し支援</p>				<p>◆燃油供給価格の支所間の平準化(最大差21円/L、H19実績)</p>	
	<p>ニーズ調査に基づくサービス改善と人材育成</p> <p>県漁協:アンケート調査で把握した組合員のニーズに基づきサービス内容を見直すとともに、サービス業としての人材を育成 県合併・流通支援課:サービスの改善や人材育成を支援</p>			<p>◆燃油購買事業の組合員利用率を5%引上げ(78%→83%)</p>	<p>◆燃油購買事業の組合員利用率を90%以上に引上げ</p>

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【2. 県1漁協による漁業費用を削減するための戦略】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
2. 個別経営体への指導 (1)生産性の向上に向けた漁業費用の削減		<ul style="list-style-type: none"> ◆近年の燃油価格の高騰により費用が増大 ◆漁業不振に伴い積極的な設備投資が大幅に減少 	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁業制度資金による資金調達を支援 ◆燃油高騰緊急対策による支援 ◆養殖技術の指導 	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁業者の担保力の脆弱化 ◆漁業不振や後継者不在により、設備投資意欲が減退 ◆経営体間で養殖技術の格差が拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ◆★漁業の構造改善に資する取組を支援 ◆◎漁業金融制度を見直し、零細な漁業者の資金調達を支援 			○
					<ul style="list-style-type: none"> ◆○養殖生産者グループの育成 			○
(2)経営の近代化		<ul style="list-style-type: none"> ◆経営体の多くは零細で、いわゆるドンブリ勘定 ◆延滞債務の増加が漁業経営を圧迫 ◆漁協に経営指導の意識が欠如 ◆赤潮や魚病等による被害が養殖経営を圧迫 	<ul style="list-style-type: none"> ◆一部の漁業者を対象とした漁業経営指導協会等による経営指導 ◆養殖共済制度の普及と掛金の助成(3年間限定) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁業者の希薄な経営意識 ◆経営指導を担う漁協職員が不在 ◆従来の経営指導は対象や効果が限定的 ◆養殖業者の共済掛金に対する割高感 	<ul style="list-style-type: none"> ◆組合員に対する経営指導体制を整備 <ul style="list-style-type: none"> ◎経営指導を担う相談員の配置 ◎相談員のレベルアップを支援 			○
					<ul style="list-style-type: none"> ◆養殖共済の加入を推進 <ul style="list-style-type: none"> ★重点的な普及啓発活動の実施 ○異常な赤潮による被害の緩和 			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 水産業分野 】

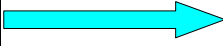

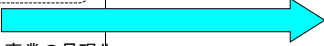
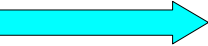

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>漁業の構造改善に資する取組を支援 漁業金融制度を見直し零細な漁業者の資金調達を支援</p> <p>漁業者: 支援制度の積極的活用による構造改善 漁協、市町村: 支援制度の仕組みへの関与、漁業者への指導 県水産政策課: ハード面での構造改善への支援と構造改善を可能にする金融制度の見直し 県漁業振興課: ハード面での構造改善への支援 省エネ機関・機器、省エネソフト対策に関する情報収集と提供</p>			◆ 燃油消費量をピーク時より概ね10%削減	◆ 漁業経営の構造改善
	<p>養殖生産者グループの育成</p> <p>漁協・県水産振興課(H21～漁業振興課): 養殖生産者のグループづくりや養殖技術の向上、新たな販売活動等を支援</p>				
	<p>経営指導を担う相談員の配置</p> <p>県漁協: 組合員の指導を担う相談員5名を配置 県漁協: 相談員を27名に増員し、指導体制を強化</p>			◆ 記帳を行うモデル経営体の選定と実践 ◆ 養殖共済の加入率を全国平均まで引上げ(36%→56%)	◆ 記帳を行うモデル経営体の拡大 ◆ 企業的な漁業経営への移行
	<p>相談員のレベルアップを支援</p> <p>県海洋政策課(H21～合併・流通支援課): 相談員の研修等を通じたレベルアップを支援</p>				
	<p>重点的な普及啓発活動の実施</p> <p>系統団体・県水産政策課: 経営意識の啓発や共済制度の普及に関する地区別の説明会を実施</p>				
	<p>異常な赤潮による被害の緩和</p> <p>県海洋政策課(H21～水産政策課): 赤潮特約掛金の一部を助成 県水産試験場、漁業指導所: 赤潮発生状況の監視、対策指導</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【3. 水産加工の産業化(1. 5次産業化)に向けた戦略】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 零細規模での加工による高付加価値化 (1) 経営的視点に立った新たな加工経営体の育成 (2) 既存グループなどの経営的視点を持った取組とその発展	◆県において、意欲を持った漁業者などの把握ができていない ◆規模拡大の潜在的な意欲はあるものの、現状に満足している	◆地域活性化的な取組や活動に対する支援を中心に実施 ◆試験研究機関による製品開発試験等による支援	◆意欲のあるリーダーなどの人材が不足 ◆グループ育成のコンセプトに経営的視点までが視野になかった ◆製造設備等生産資源の不足 ◆ビジネス感覚の欠如(家事優先、おつきあい意識、どんぶり勘定等) ◆新商品開発の技術が不足 ◆販路が限定されている ◆営業のノウハウがない ◆商品の品質管理、衛生管理が不十分 ◆グループ育成のコンセプトに営利追求までの視野がなかった ◆製造設備が不十分	◆★零細な加工事業者の意識と行動の経営的視点への誘導 ◆★零細な加工事業者への商品開発から販売までの取組を総合的に支援			
2. 前処理加工・冷凍保管による供給 <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 50%; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> P245 別図(水6)参照 </div>	◆県内の漁獲物のほとんどが鮮魚での出荷 ◆学校給食での県産魚の使用率約32%(農産物使用率約50%) ◆消費者、業務筋の「魚をさばく」省力化志向の強まり			◆前処理加工・冷凍保管事業の事業化推進 ★事業の適正規模モデル作成 ★事業の具現化 ★施設整備 ◆★地域の加工施設・冷凍保管庫の整備			

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
 浜加工への技術支援	浜加工グループの意識と行動の経営的視点への誘導 浜加工グループ:グループ化に向けた活動強化・意識の醸成、ビジネス感覚や営業ノウハウの習得(経営的視点への意識の転換による行動変革) 漁協・市町村・県漁業指導所:新たなグループの掘り起こし、グループ化の推進 県合併・流通支援課:先進地との交流会・講演会の開催(リーダー、中核的人材の育成)、経営アドバイザーや専門家による事業計画づくり等の個別指導による支援			◆他の地区のモデルとなる 起業グループを複数育成	◆高付加価値化起業の条件を備えた漁村地域には、少なくとも各1グループを育成
	浜加工グループへの商品開発から販売までの取組を総合的に支援 浜加工グループ:衛生管理体制・品質管理体制の確立、営業活動の強化による新たな販路開拓、売れる商品づくり 県合併・流通支援課:浜加工グループの行なう上記取組への支援 県漁業指導所・工業技術センター:ビジネス転換に必要な新商品開発等に関する技術指導による支援			◆儲けを実感し、経営的視点を持った(少なくとも2団体が転換)取組に着手	
	 事業の適正規模モデル作成 県合併・流通支援課:前処理加工・冷凍保管事業基本設計のための調査	 事業の具現化 事業実施主体(候補):事業実施の検討及び決定、事業計画策定、会社設立 県合併・流通支援課:事業化への働きかけ、計画策定等への支援	 施設整備 事業実施主体:実施設計後、工場建設、事前の営業活動など 市町村:必要に応じた支援 県漁業振興課:工場建設に係る支援	◆事業化の可能性及び適正規模に関する調査の実施 ◆前処理加工・冷凍保管事業の事業化、操業開始	
地域の冷凍保管庫整備 市町村:冷凍保管庫の整備 県水産振興課:財政支援	 地域の加工施設整備 事業者:加工施設の整備 市町村・県漁業振興課:施設整備への支援				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外販の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【4. 滞在型・体験型観光の誘客に向けた戦略】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 滞在型・体験型観光機能づくり (1) 漁村・地域での受入体制の強化 (ソフト施策)	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域全体としての取組となっていない ◆一部の住民が独自の営業活動を行っている(専業・兼業) ◆メニューに多様性が乏しく、夏場にメニューが集中している 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域の活性化の視点での取組を行ってきた 	<ul style="list-style-type: none"> ◆所得に結びつけていく発想がなかった 	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁村・地域での受入体制の整備 ★意識改革・組織づくりなどの取組のための地域診断 ◎住民による組織・体験メニューづくりなど地域活動の実践 ○来訪者受入れに必要な施設整備 			○
(2) 漁村・地域での受入基盤の整備 (ハード整備)	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁村住民の生活環境の立遅れ ◆来訪者の視点からは受入基盤が脆弱 	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁村住民の生活改善のための公共施設の整備に取り組んできた 	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁村住民の生活改善事業に対する財源確保が不十分であり、進捗率が低い ◆来訪者向けの環境改善として別枠の財源がない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁村・地域での受入基盤の整備 ○漁村住民のための生活環境の改善 ◎来訪者受入れのための環境整備 			○
(3) 情報発信・商品売込	<ul style="list-style-type: none"> ◆地元マスコミを使った独自の広報活動や口コミに頼った営業活動 ◆単発的なイベントの開催 	<ul style="list-style-type: none"> ◆一部の地域ではHPを開設 ◆他団体主催のイベントへの出店 	<ul style="list-style-type: none"> ◆情報発信力が弱い ◆商売という発想がなく、販売能力に乏しい 	<ul style="list-style-type: none"> ◆全県的な情報の一元化共同販売体制の構築 ◎情報発信・商品販売力の強化 			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>意識改革・組織づくりなどの取組のための地域診断</p> <p>県漁港漁場課: 観光商品となる地域の特性・資源の開発するため、旅行者の視点で専門業者による地域診断を実施</p>	<p>住民による組織・体験メニューづくりなど地域活動の実践</p> <p>漁業者(地域住民): 組織化と活動への取組 サービス業としてのノウハウや資格の取得 体験メニューの開発、試行(改善)などへの取組 県関係課(市町村): 上記に対する支援 活動に伴う法規制に係る許認可の指導・支援</p>	<p>来訪者受入れに必要な施設整備</p> <p>漁業者(地域住民): 来訪者受入れのための施設整備への取組 県漁港漁場課(市町村): 上記に対する支援</p>	<p>◆県内40箇所で開催型・体験型観光メニューづくりに着手</p>	<p>◆県内10箇所で開催型・体験メニュー等の拡充による滞在体験・通年型の観光活動を実施</p>
<p>漁村住民のための生活環境の改善</p> <p>県漁港漁場課(市町村): 計画的な漁村住民の生活環境の整備</p>		<p>来訪者受入れのための環境整備</p> <p>漁業者(地域住民): 来訪者の増加に向けた取組 県漁港漁場課(市町村): 来訪者の増加に合わせた公共施設の整備</p>		<p>◆漁村住民のための生活環境の計画的な改善</p> <p>◆上記ソフト施策と連動した施設整備の実施</p>	
	<p>情報発信・商品販売力の強化</p> <p>漁業者(地域住民): 全県的な仕組みへの参画 独自の売込み 情報発信手段(パソコン・パンフ等)の整備 リピータ増に向けた働き掛け 県関係課(市町村): 全県的な品揃え・情報発信に取組める体制づくり 情報発信手段・商品販売に対する支援</p>	<p>体験型観光商品のテストマーケティング</p> <p>漁業者(地域住民): モニターツアーの受入れ 県関係課(市町村): 上記に対する支援</p>	<p>eコマース</p> <p>新アンテナショップ</p>	<p>◆狙いどおりの顧客に対し、的確な商品情報が届く仕組みづくり</p> <p>◆アンテナショップ等、一元化募集5箇所</p>	<p>◆来訪者の見つけやすい情報づくり</p> <p>◆アンテナショップ等、一元化募集10箇所</p>

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外需の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

【中山間地域に賑わいを取り戻すための資源豊かな河川づくりに向けた戦略】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向			
					1	2	3	
1. 河川資源の増強 (1)河川資源の種苗放流と増殖 (2)資源の自然再生産が可能な河川づくり (3)環境保全と適正利用のための関係者の連携	◆漁業生産としての河川利用の衰退 ◆人工構造物・河川改修や濁水・濁水などにより魚類等の生息適地が減少し、健全な生息や再生産に悪影響 ◆河床の変化や山林荒廃による土砂流出などによりアユなどの産卵適地が減少 ◆温暖化による異常な気象の影響が内水面資源に悪影響 ◆冷水病がアユ資源に悪影響を与えていたが、関係者の努力により徐々に成果が得られつつある ◆カワウ、外来魚などの食害により内水面資源に悪影響 ◆漁協の遊漁料収入減少と組合員減少による資源増殖や環境保護活動の制限 ◆内水面資源を守るための利水調整・庁内連携が、一部河川については図られ一定の成果が得られつつある	◆アユ・モクズガニ等の種苗生産施設の整備と再生産に適した種苗の供給 ◆県営うなぎ放流 ◆産卵場整備などアユ資源を守る取組 ◆落ちアユ漁期の変更と弾力的な運用による産卵親魚の保護 ◆物部川をモデルに、流域が連携した森林整備など河川環境保全へ向けた取組 ◆放流種苗やおとりアユについて冷水病を保管していないアユの使用徹底 ◆カワウ、外来魚などの外的要因への対策と取組 ◆河川整備などに対する意見照会に対して、河川資源を守る立場から発言	◆資源の減少には多くの要因が考えられ、決定的な対策を取りえない ◆温暖化など地域では解決できない問題もある ◆古くからの慣習である落ちアユ漁を制限することが困難な河川がある ◆生息環境の整備や森川海の連携など河川環境を保全する活動には漁協や行政の取組だけでは限界がある ◆利水関係者等の利害が一致せず、内水面資源の保護だけを強要することはできない	◆○種苗放流や産卵場造成などの人工的対策による資源増殖 ◆○自然再生産による資源増殖につながる取組				○ ○
2. 冬季における河川の利活用	◆アユ漁期は6～10月と12月、アマゴ漁期は3～9月であり、冬季は河川が利活用されていない	◆仁淀川中流域での冬季のアマゴ釣り場の試行	◆冬季のアマゴ釣を規制している調整規則の改正	◆アマゴ釣り場を冬季に河川中流域に設け、誘客資源として活用する ★規制解除のための調査と規則改正 ★他河川への取組拡大				○
3. 全国から人を呼ぶことのできる情報発信	◆四万十川が全国ブランドとして通用しているが、県内には天然アユが遡上するまだまだ自然豊かな河川が多く存在する		◆四万十川以外についてはPR不足	◆◎関係機関(部署)との連携による県外への情報発信 ◆◎誘客受け入れ体制の整備				○

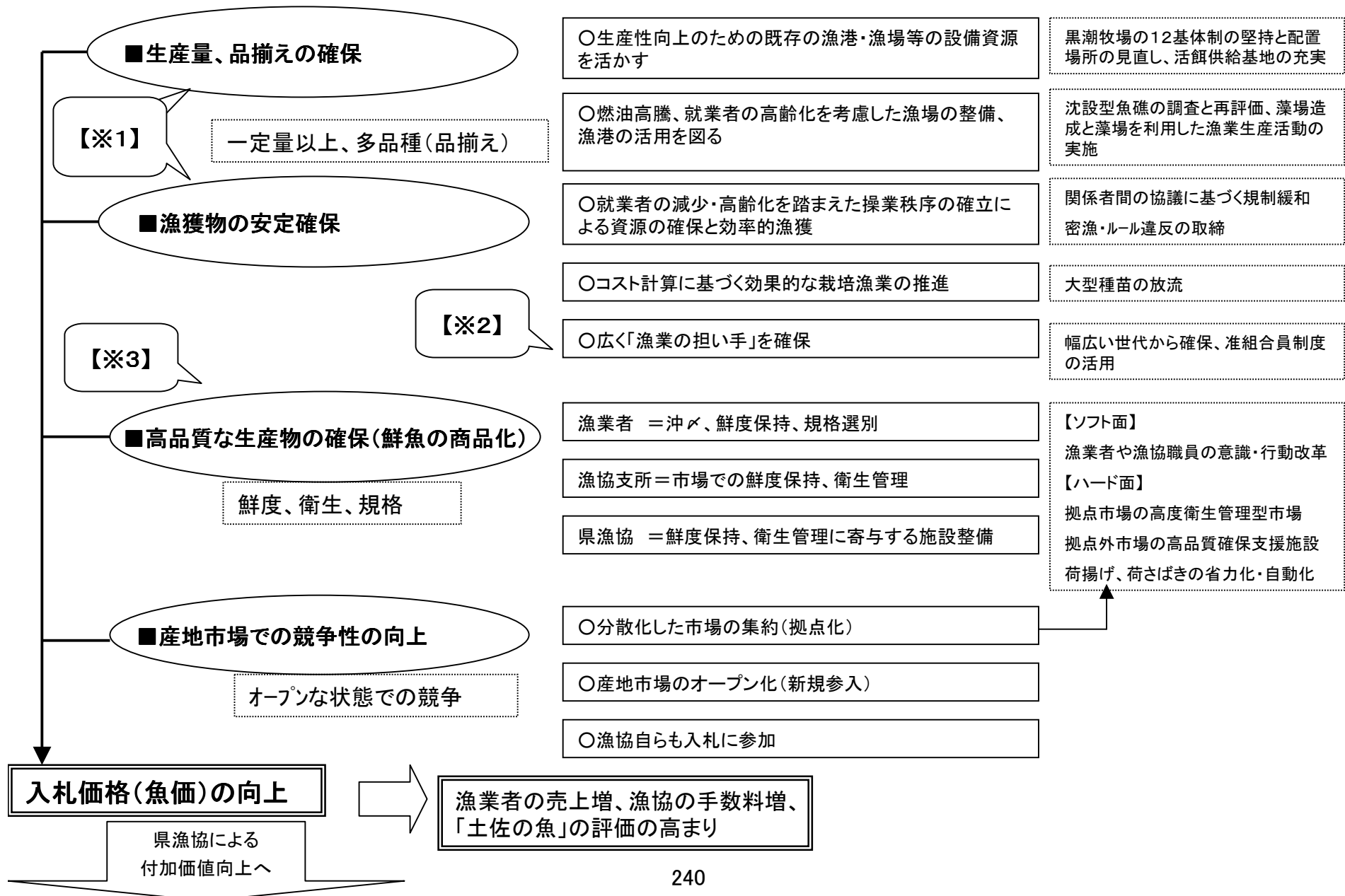
※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 水産業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>種苗放流や産卵場造成などの人工的対策による資源増殖 自然再生産による資源増殖につながる取組</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>県民: 自然保護意識の醸成と環境保全・資源保護活動への参画 新たな病気や外来魚を持ち込まないなど、本来の河川の姿を守るための理解と協力 漁協: 防疫や遺伝的多様性などに配慮した責任ある種苗放流 産卵場造成や禁漁期設定などによる資源保護の取組推進 行政や海面漁協など他団体との連携や流域住民を巻き込んだ環境保全や資源保護の取組推進 市町村: 流域住民への啓発 地域の利害関係者間の調整と連携の促進 県漁業振興課: 内水面資源増強や河川環境に応じた放流技術などの調査研究の一層の推進 (財)内水面種苗センターによる防疫・健苗性確保のための取組への支援 漁協などが行う資源増強の取組に対する支援 魚類等の生態に適した河川改修や魚道整備などへの協力 河川環境を保全するための森川海の連携の推進 県民への啓発 広域的視点からの利害調整 利害関係者等の協力を得るための庁内外の連携</p> </div>				<p>◆種苗放流や産卵場造成など人工的対策により資源の維持が図られている状態</p>	<p>◆種苗放流や産卵場造成などの人工的対策に加え、資源の自然再生産も徐々に拡大しつつある状態</p> <p>◆魚たちを豊かに育む河川の復活を目指して関係者が一丸となって取組を続けている状態</p>
<p>規制解除のための調査と規則改正(3河川)</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>漁協: 調査協力と地元調整 県内水面漁業センター: 河川での調査 県漁業管理課: 調整規則の改正へ向けた国との調整</p> </div> <p>他河川への取組拡大</p> <p>県漁業振興課: 取組の紹介</p>				<p>◆3河川にて冬季のアマゴ釣場を整備</p>	<p>◆概ね10河川においてアマゴの冬季釣り場を設定</p>
<p>関係機関(部署)との連携による県外への情報発信</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>漁協・市町村・県関係課: 仕組みづくり</p> <p>漁協・市町村・県関係課: 関係機関が連携した情報発信</p> </div> <p>誘客受入体制の整備</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>漁協・市町村・県関係課: 準備協議</p> <p>漁協・市町村・県関係課: 受入体制の整備と支援</p> </div>				<p>◆全国に跨る清流を維持し情報を発信</p>	<p>◆情報の発信により全国から人が訪れ地域に賑わいがもたらされている</p>

※改革の方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外販の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

(1) 生産物の量の確保、質の向上及び市場競争性の導入を通じた産地入札価格の向上



【※1】 漁業資源を確保する取組

別図(水2)

漁業者による対策

漁業者間の調整による規制緩和	地域防犯組織の設立
◎規制緩和促進事業 ●関係漁業協議の場の設定・参加 ●紛争解決のための話し合い ●自主的なルールづくり ●規則改正・規制緩和等による実態に適合した制度の構築	◎漁業違反集中取締対策事業 ●巡視による監視活動 ①情報収集・「県、協力機関」への違反通報 ②現場での注意・指導 ●啓発活動 ①看板の設置・防犯パンフレットの作成配布 ②広報活動(広報車等の活用) ●研修活動 ①「県、協力機関」との連絡会議の開催 ②法令等に関する研修会開催 ③講演会の開催

燃油高騰、高齢化への対応

近場の資源を増やす取組

放流種苗の大型化
◎種苗生産委託事業
●放流効果を向上させるため、より大きく育成したヒラメ、エビ類の放流を推進

藻場回復の取組
◎磯焼け対策等沿岸域機能回復支援事業
●ウニ駆除による磯焼け対策
●事前調査及び追跡調査の実施

タイ、アジ、イサキ等の定着資源



沈設型魚礁

紛争防止のための規制

通常の漁業取締

県による対策

3年間の集中取締
◎漁業違反集中取締対策事業
●県外違反船の取締強化
①用船取締の実施
②哨戒活動の強化
③定期船からの情報収集
④水産庁、近隣県との連携強化
⑤漁業者からの情報収集体制の強化

沈設型魚礁の再評価
◎沈設型魚礁現況調査
●21～23年度:実態調査
●24年度～:実態調査を踏まえた設置に向けた検討

漁業資源



水産試験場による資源調査研究

密漁

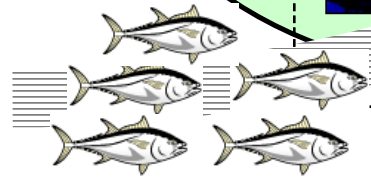
浮魚礁(黒潮牧場)



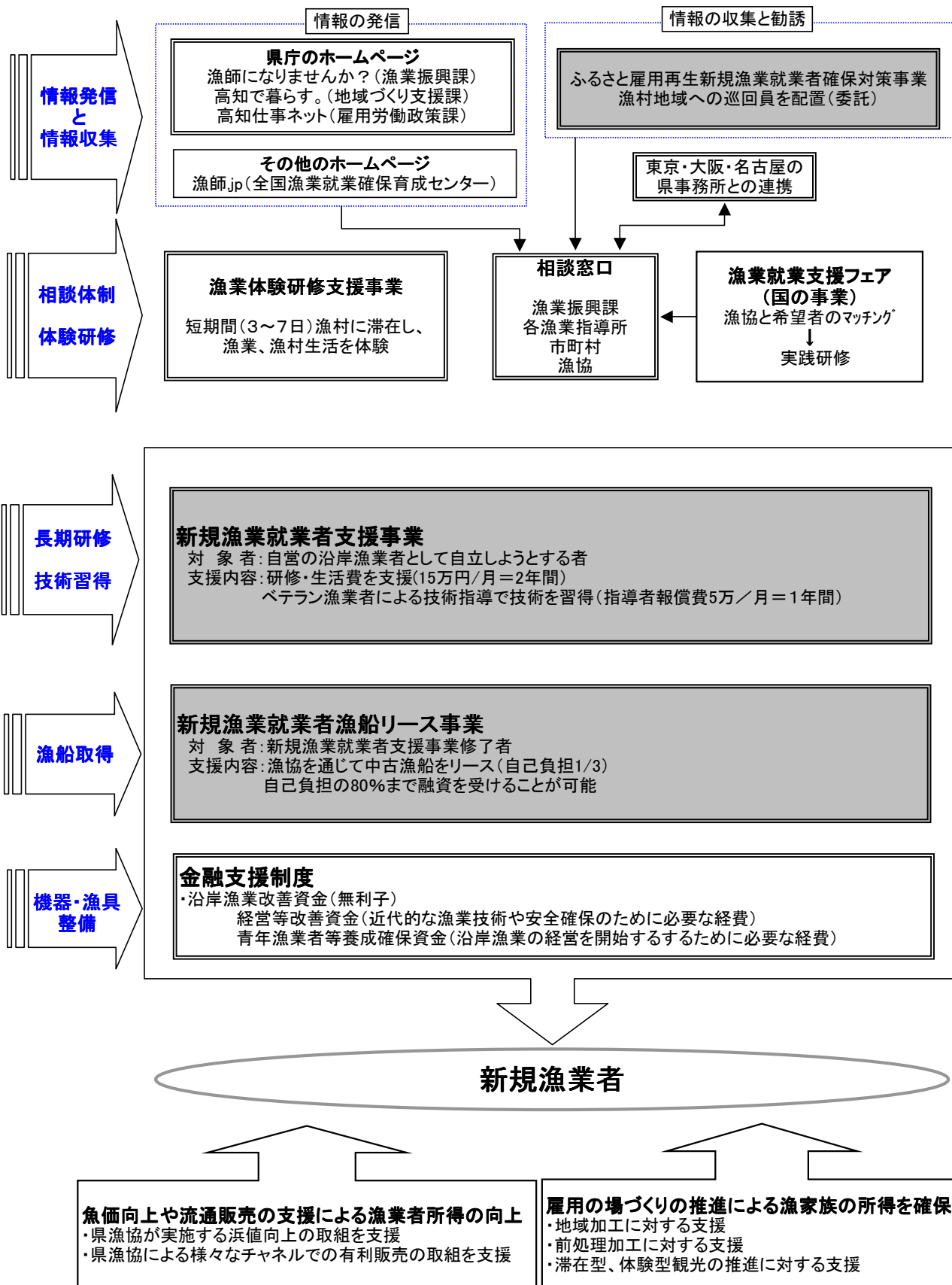
カツオ、マグロ等の回遊資源(黒潮とともに回遊)

黒潮牧場の整備
◎広域漁場整備事業
●漁獲効果の高まる位置へ再配置
●12基体制を維持するための整備の低コスト化

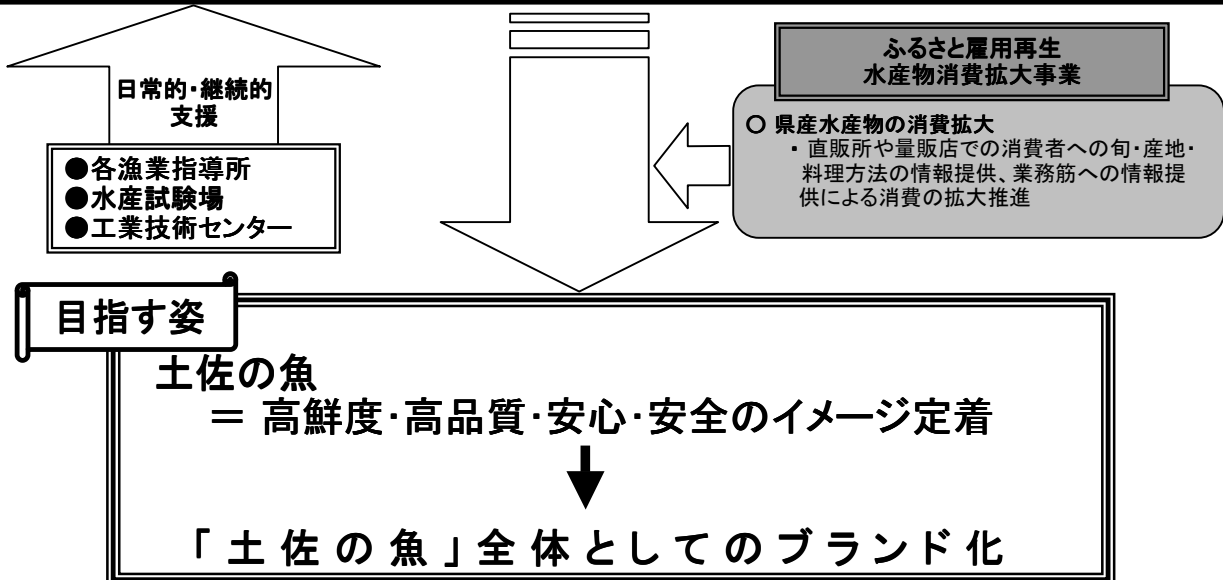
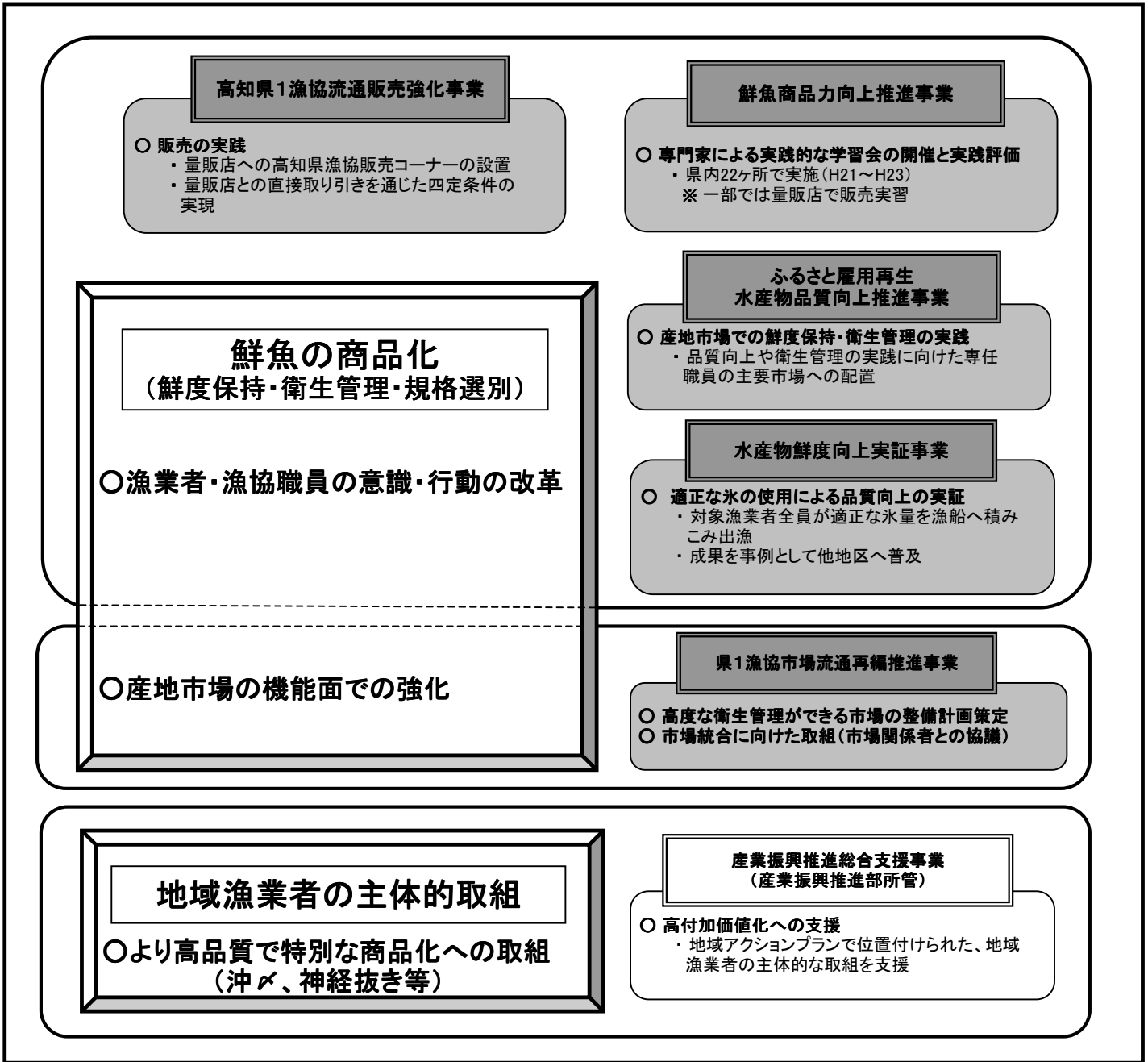
漁獲の効率を高める取組



【※2】 新規就業者確保対策

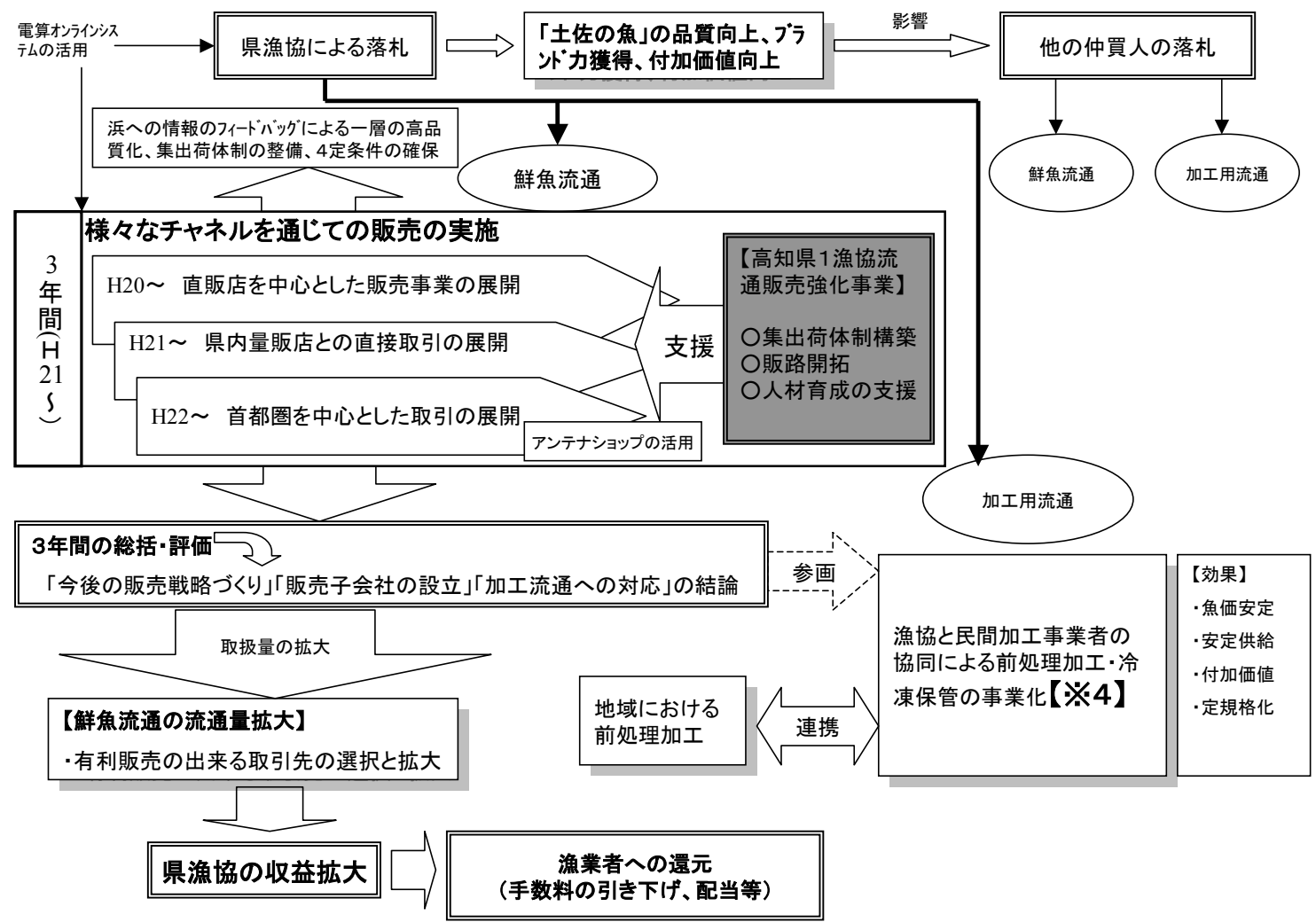


【※3】 鮮魚の商品化に向けた取組



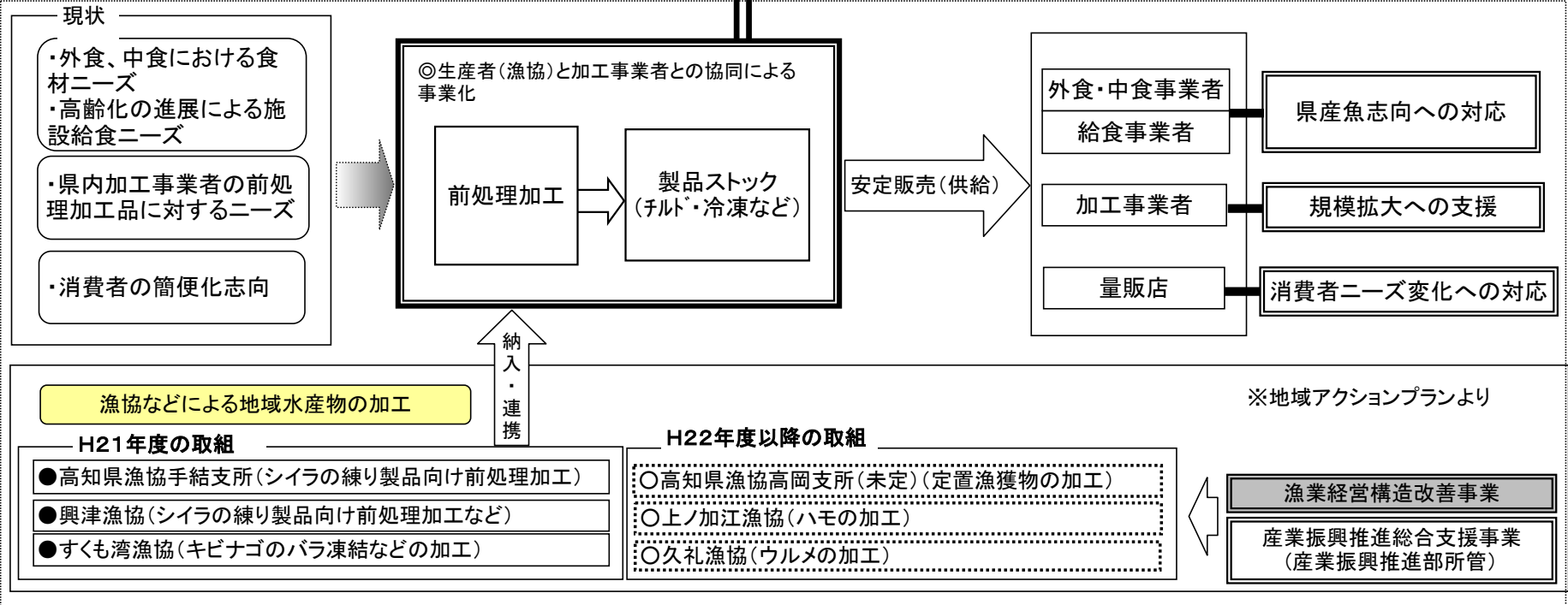
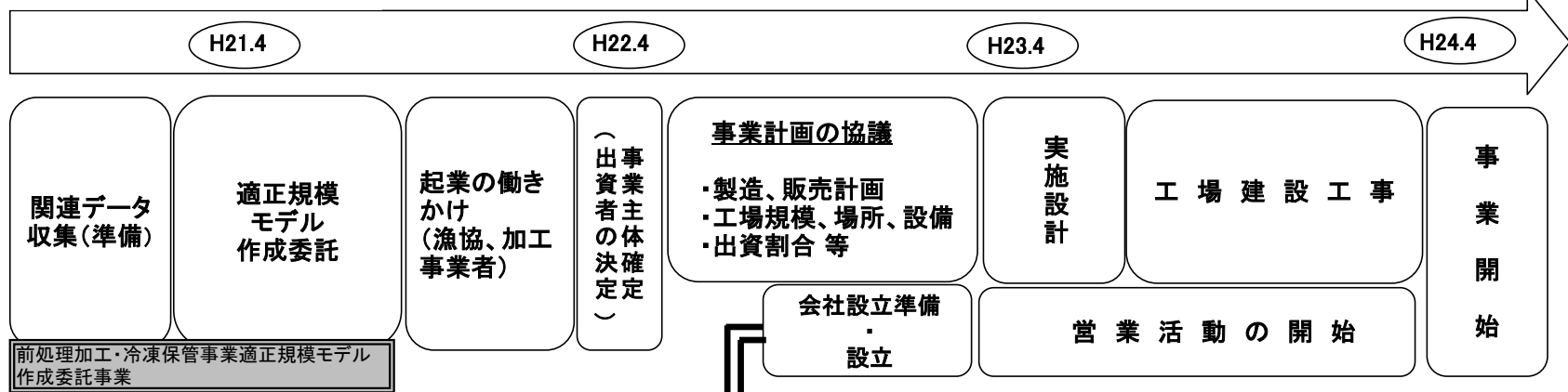
(2) 県漁協による「土佐の魚」への付加価値向上

別図(水5)



【※4】地域と連携した前処理加工の起業に向けた取組

事業開始までのタイムスケジュール



※味付加工(地域水産物の零細規模での加工)については、

水産物地域加工支援事業費補助金 水産物地域加工グループ育成事業 で支援。

漁村における『滞在型・体験型観光の誘客に向けた戦略』

【現状】

地域資源の何が商品になるかわからない
所得に結びつけていく発想がない
情報発信力が弱く販売能力に乏しい

【目標】

収入の確保
雇用の場の確保

【課題】

地域住民の意識改革
地域における協力体制の構築
顧客満足度を高めるメニューづくり

【顧客ニーズのアドバイス】

◎地域住民参加の意見交換会

- ・地域住民への説明と意見交換
- ・地域コンセプトの提示
- ・活動計画案の提示

◎漁村の現状評価

- ・診断
- ・助言

◎漁村地域資源調査委託

- 地域の現状把握（コンサルタント調査）
 - ・現地調査（地域資源）
（歴史・景観・伝統料理・食材 など）
 - ・実情の聴取（関係者）
（専門家・地域支援企画員・市町村・漁協・住民代表 など）

●市町村（仮申請者）募集 県内40ヶ所の診断

滞在型・体験型観光推進事業

◎滞在型・体験型観光推進事業補助金

- 事業主体
 - ①地域住民組織 ②漁業協同組合
- 補助率
 - 県：事業費の50%以内
 - 第Ⅰ期活動の補助金上限：22.5万円
 - 第Ⅱ期活動の補助金上限：37.5万円
 - 補助期間は、最大3ヶ年間
- 事業内容（補助対象）
 - ①受入れのための技術取得活動
サービス業としてのノウハウや資格の取得
（講習会、講演会、勉強会開催、講師派遣）
指導者の発掘、人材育成 など
（インストラクター、コーディネーター講習）
 - ②組織づくりに向けた活動
地域住民参加による協議会の設立・運営
（協議会議の運営に係る費用）
協議会による定期的な活動と評価 など
（アドバイザーの派遣、モニターツアー）
 - ③メニューづくり・情報発信活動
商品販売のイベント開催
（イベント資材、安全・衛生対策機材）
情報発信能力の強化・機能向上 など
（HP製作、パンフレット作成、更新）

現在活動中

支援（第Ⅰ期）

支援（第Ⅱ期）

施設整備

◎旅行業界専門家等による審査

事業計画の認定

◎漁村コミュニティ基盤整備事業（ハード事業）

- 事業内容
 - 来訪者受入施設の整備に対する助成
（例）総合交流施設、宿泊・体験施設、直販施設、漁家レストラン
情報基盤施設（津波警報） など
- 補助率
 - 国・県：事業費の60%以内

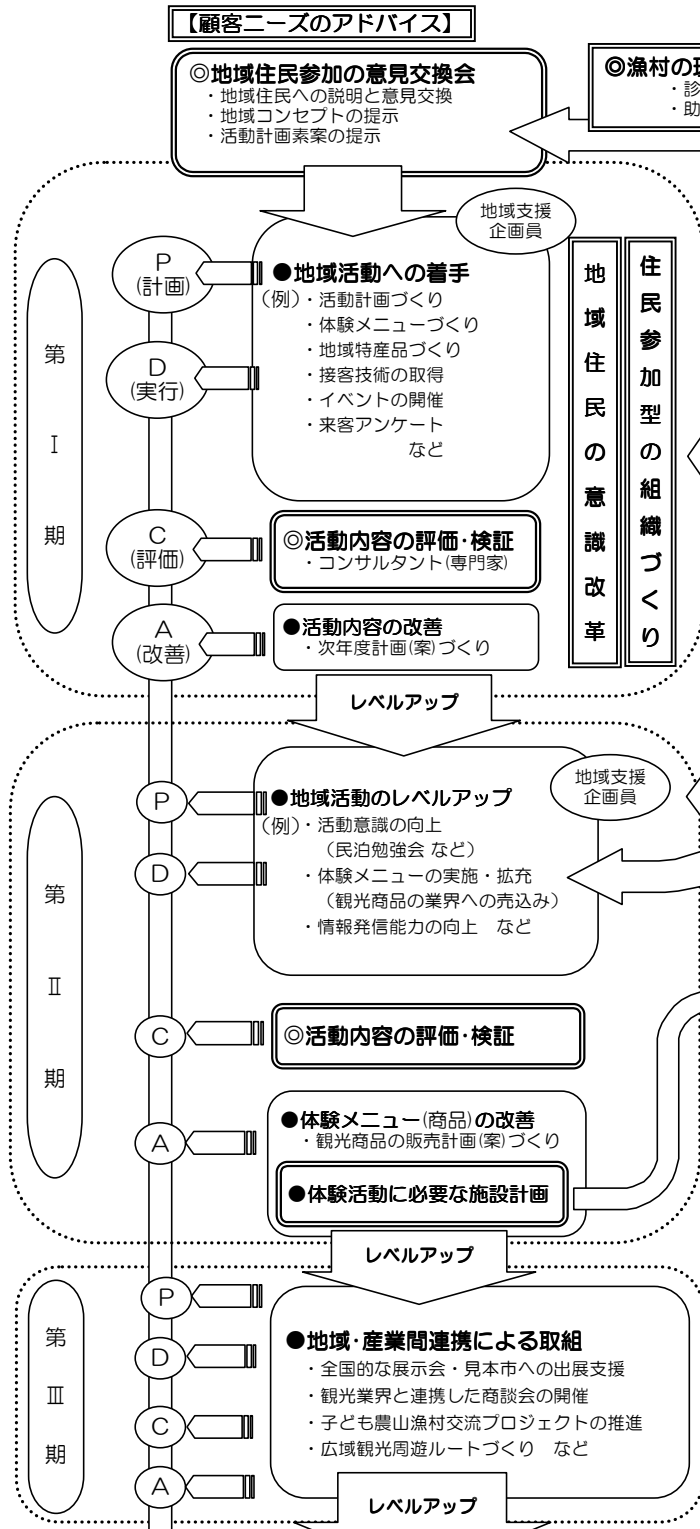
◎漁業集落環境整備事業（公共ハード）

- 事業内容
 - 来訪者受入環境の整備に対する助成
（例）防災安全施設（津波避難施設）
漁業集落道路、集落排水施設、緑地・広場 など
- 補助率
 - 国・県：事業費の70%以内

支援

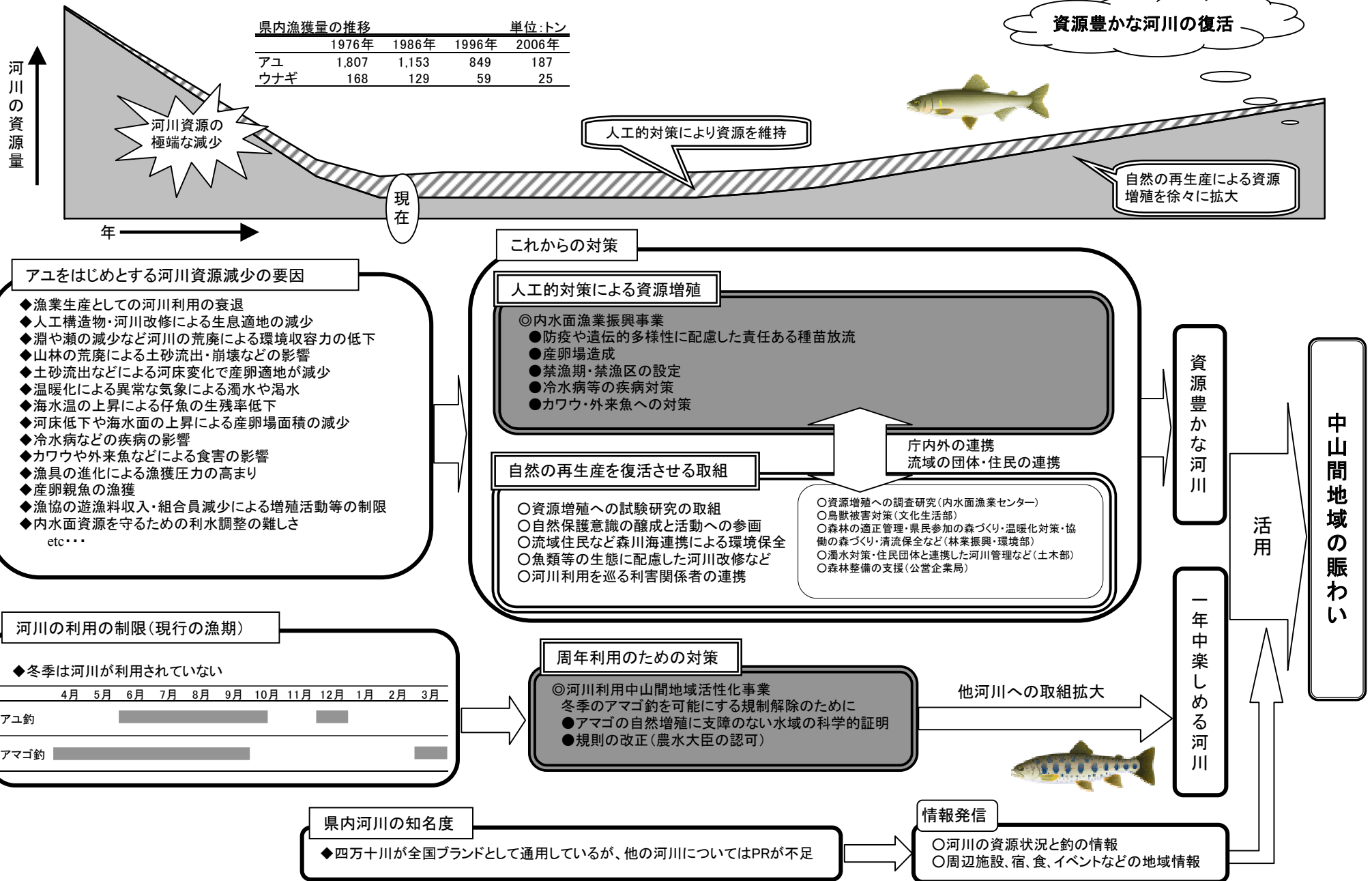
地域の特性や資源を活かしながら、地域が一体となって、滞在型・体験型観光推進地域を構築

漁業外収入及び雇用機会の増加により漁家所得の向上



【中山間地域に賑わいを取り戻すための資源豊かな河川づくりに向けた戦略】

別図(水8)



Ⅱ 専門分野の成長戦略

4 商工業分野

現状・これまでの取組

工場企業の振興

【現状】
○製造品出荷額等は平成7年をピークに減少。ここ4～5年はほぼ横ばい
○県経済を支えてきた産業(窯業・土石、木材・木製品、衣服など)が低迷
○落ち込みをカバーする産業が育っていない
○世界的シェアを持つキラリと光る企業もある
【これまでの取組】
○新分野への進出など経営革新への取り組みの推進
○相談受付型の個別企業への支援対応

全国でも
下に低迷する
高県工業

企業立地の推進

【現状】
○県内の製造品出荷額の50%、従業員数の30%を占める
○昭和58年以降 新設130件、増設40件
【これまでの取組】
○本県の強みであるアフターケア対策を基本に、地縁血縁と地元の熱意をモットーにした企業立地の推進

新たな産業の創出

【現状】
○研究開発の成果が製品化・事業化まで結びつくものがない
【これまでの取組】
○大学等との産学官連携による研究開発
○県内の研究機関や企業の技術シーズを生かした研究開発の支援

1.5次産業の推進

【現状】
○一次製品の生産者は、加工用より生鮮での高値出荷を目指す傾向
○県内の一次産品を活用する食品加工の取組が弱い
○県外への販売力や流通ノウハウを持つ企業が少ない
【これまでの取組】
＜生産・加工＞
○地域産品を活用した商品の開発支援
○流通側とタイアップした商談会の開催
＜流通・販売＞
○商工会などを通じた経営指導、企業体質の強化
○商品計画機構や企業コーディネーターによる販路開拓支援

商業の振興(全般)

【現状】
○小売販売額は平成9年から、事業所数・従業員数は平成11年から減少が続く
○卸売売上高、事業所数、従業員数は平成11年をピークに減少傾向
○人口減少・高齢化による地域マーケットの縮小
【これまでの取組】
○商工会等を通じた小規模企業者の経営改善指導
○経営者の経営力向上への支援、経営革新塾や各種セミナーの開催

商店街の振興

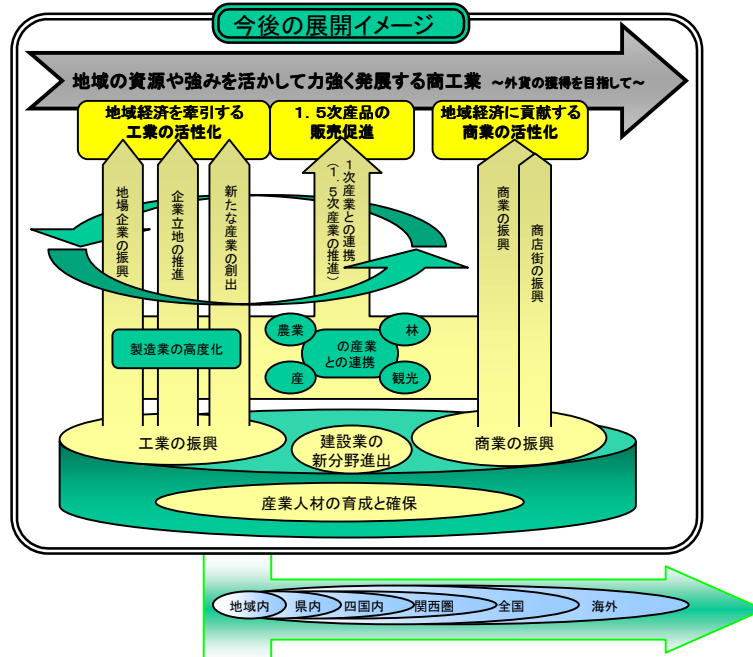
【現状】
○大規模量販店進出による個店の活力低下
○商店街の活力低下
【これまでの取組】
○国の間接補助金、高度化融資によるアーケードカラー舗装等のハード整備

産業人材の育成と確保

【現状】
○若者の失業率が高く、近年は高校生の県外流出も増加
○企業では中核的な人材が不足し確保が難しい状況
【これまでの取組】
○新規高卒者の就職促進(就職率の向上)
○ジョブカフェこうちを中心とした若年者の就業促進

建設業の新分野進出

【現状】
○公共事業の減少に伴い、就業の減や経営環境の悪化
○農林や林業、介護や福祉などを担う人材不足
【これまでの取組】
○新分野進出説明会の実施
○ファンド等による新分野進出支援



今後の施策の展開方向

- 1 地域経済を牽引する工業の活性化～外貨の獲得目指して～
 - (1)ものづくり企業の強化
 - <工場企業の振興>
 - ・工場企業の競争力強化と産業集積の向上
 - <企業立地の推進>
 - ・地域の特性を生かした企業誘致の推進
 - <新たな産業の創出>
 - ・研究開発成果の県内での事業化
 - (2)1次産業との連携(1.5次産業の推進)
 - 「おいしさ」や「高品質」「安全安心」などをキーワードに高知県ブランドを確立
- 2 地域経済に貢献する商業の活性化
 - 新たな発想で商店づくりや商店街の活性化に取り組む
- 3 産業人材の育成と確保
 - ミスマッチの解消による円滑な人材の確保
- 4 建設業の新分野進出
 - 新分野進出による地域での働く場の確保

これからの対策 (★新規事業、◎拡充事業)

工場企業の振興

- ★成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援
 - ・食品などテーマごとに研究会を設置し、事業化に向けたプランづくりを促進
 - ・県と中核企業との緊密な連携確保と迅速なバックアップの仕組みづくり
- ★「中核企業を目指す企業の育成」と「小規模事業者の連携等による体質強化」を目指し、県の専任チームの定期的な企業訪問、全ての産業支援機関が連携した支援体制を構築し、企業支援を充実
- ★インターネットを活用した企業情報の発信と販路拡大の支援

企業立地の推進

- 本県の強みである地域固有の技術や資源を活用した誘致
- ★核となる企業や不足業種の誘致を進め、地域内で完結する生産体制の構築(サプライチェーンマネジメント化)
- 企業立地基盤(工業団地等)の整備の推進
 - ・県市町村共同開発型の団地開発、工業用水道、情報基盤の整備

工業の振興

新たな産業の創出

- ★これまでの研究成果や地域資源を活用して、新たな事業展開を図る企業が行う研究開発や設備投資、販路開拓などに対する支援
- ★まんがに代表される県内に潜在するコンテンツを発掘するとともに、それらをビジネスにつなげていく仕組みづくりを支援
- ★健康福祉分野のニーズや市場情報、専門家の助言等による具体的なプランづくりを進める場の提供や、複合的な福祉サービスの提供を支援

1.5次産業の推進

- ★生産技術の専門家や流通アドバイザーなど外部人材の活用による戦略的な企業経営を支援
- ★地域で生産者や商工業者等が連携して、地域資源の発掘や原材料確保を協議する場を7つのブロックに設置
- ★生産者・関係団体との連携調整による原材料処理や加工用設備の整備への財政的支援
- ★アンテナショップの再構築による販路開拓拠点、観光情報発信拠点等の整備
 - ※物産だけでなく、生産者団体とも連携した外食や中食、卸・小売業者等への県産品の売り込み拠点とする
 - ・都心への新しいアンテナショップの設置
- ★県主催の商談会などによる県産品の売り込みの支援
- ★海外展開の推進に向けた新たな取組

商業の振興(全般)

- ◎個店の経営改善への取組を促進
 - ・魅力ある個店づくりや外貨の獲得に重点を置いた経営改善の指導
 - ・経営改善に取り組む商業者に、経営内容の診断・指導のため専門家を派遣
- ★地域外への販路拡大
 - ・アンテナショップや産直ショップの設置を支援
 - ・商工業者と生産者が地域資源の発掘・商品化を協議する場づくり(地域資源活用共有会議)
- ★インターネットを活用したeコマースの展開を支援

商店街の振興

- ◎商店街の活性化の取組
 - ・商業者と住民団体が一体となった商店街活性化イベントの実施
 - ・新しく販売を始めたい人のために空き店舗活用を支援
- ★中心市街地活性化に取り組む市町村を支援
- ★観光との連携により地域の商業の活性化

人材育成・建設業支援

産業人材の育成と確保

- ◎学校・企業との連携の強化
- ★就職支援相談センター(ジョブカフェ)の機能充実
- ◎地域で行う人材育成の普及拡大
- ★機械・金属、食品加工企業等に対する技術人材の育成
- ◎中核的な人材の誘致
- ★求人求職情報の利便性の向上

建設業の新分野進出

- ★新分野進出に係る様々な課題を解決するため、地域での支援体制を構築
- ◎新分野進出を促進する環境づくり

戦略の柱【1. 外貨を稼ぐ商工業】

取組方針 施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 地域経済を牽引する工業の活性化 (1)ものづくり企業の強化 ・地場企業の競争力強化と産業集積の向上 ・地域の特性を生かした企業誘致の推進 ①地場企業の振興	◆製造品出荷額等は、H7年(7,055億円)をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい ・H18年 5,498億円(全国46位) ・45位(鳥取)1兆346億円、47位(沖縄)5,280億円 ※H19年工業統計(速報) ◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない ・従業員数4～9人 全体の47% " 100人以上 全体の3% <製造品出荷額> ・従業員数4～9人 全体の6% " 100人以上 全体の49%	◆新分野への進出など経営革新への取組の推進(一般公募型の財政支援制度) ・頑張る企業総合支援事業 ・こうち産業振興基金ほか ◆相談受付型の個別企業への支援対応	◆分野や規模を問わない一律の中小企業施策の展開に留まっている ◆企業間の連携等が薄く、総じて個々の企業体力を強化できず、成長に限界があった	◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援 ★テーマごと(例:食品加工等)の研究會方式による企業支援 ★企業との緊密な連携確保と迅速なバックアップ	○	○	○
				◆総合的な支援体制の構築(産業支援機関の連携による具体的支援策の検討) ★地域経済を牽引する中核企業を目指す企業の育成 ★小規模事業者の連携等による体質強化	○		
				◆★販路の拡大(インターネット利用、県主催の商談会の開催等)	○		
				◆★大学との連携(大学と地元企業のマッチングの場の提供)			○
				◆◎機械・金属、食品加工企業等に対する技術人材の育成			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 商工業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>P272 別図(商工1)参照</p>	<p>食品、天然素材</p> <p>テーマごとの研究会方式による企業支援 企業との綿密な連携確保と迅速なバックアップ</p> <p>県工業振興課: ・テーマ別研究会設置・運営 ・研究会発事業化支援補助制度の創設</p>			<p>◆複数の中核的な企業と、それを支えるグループ企業群の形成</p> <p>◆研究会発の事業化件数 H23: 30件(累計)</p>	<p>◆地場企業と誘致企業の連携による高い技術力を持った産業群の形成 ◆本県の特性を生かした新たな産業の育成と活発な事業展開</p> <p>◆研究会発の事業化件数 H29: 90件(累計)</p>
	<p>P273、274 別図(商工2・3)参照</p>	<p>地域経済を牽引する中核企業を目指す企業の育成 小規模事業者の連携等による体質強化</p> <p>県工業振興課: ・中核企業等育成支援会議の設置 ・技術者の養成、ビジネスマッチング、生産性向上 ・専任チームの定期的な企業訪問</p>			<p>◆経営革新等認定企業数 H20: 160社(累計) ↓ H23: 220社(累計)</p>
<p>P275 別図(商工4)参照</p>		<p>インターネット利用、県主催の商談会の開催等</p> <p>県工業振興課: ・インターネットを活用した企業情報の発信と受注の確保 ・展示会への参加助成 産業振興センター: ・県外商談会の開催</p>			<p>◆電子商取引普及率(BtoB) H18: 10.8% ↓ H23: 13.2%</p>
	<p>P276 別図(商工5)参照</p>	<p>大学と地元企業のマッチングの場の提供</p> <p>県新産業推進課: ・県内の工業会等のニーズ把握 ・事業化につながる技術を有する大学研究者と企業への技術説明、個別相談 ・産学のネットワークを構築する。</p>			
<p>機械・金属、食品加工企業等に対する技術人材の育成</p> <p>県工業技術センター: ・専門的技術研修の実施</p>		<p>県工業技術センター: ・専門的技術研修の実施 ・食品加工特別技術支援員の配置 ・技術指導アドバイザーの派遣</p>			<p>◆技術研修受講者数 H20: 9コース 75人(年間) ↓ H21~H23: 14コース 400人(年間)</p>

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 外貨を稼ぐ商工業】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
1. 地域経済を牽引する工業の活性化 (1)ものづくり企業の強化 ・工場企業の競争力強化と産業集積の向上 ・地域の特性を生かした企業誘致の推進 ②企業立地の推進		<ul style="list-style-type: none"> ◆製造品出荷額の50%従業員数30%を占める ◆58年以降、新設130件増設40件、出荷額3,500億円(H17企業ヒアによる実績 + 18年度以降の新増設分) ※18年度以降分 新12、増20、出荷額870億円 ◆高度化に資する表面処理等の誘致; 金型4、熱処理1 プラスチック成型3 アルミ鋳込2 同ダイカスト1、鍛造1 研磨2(プラスチック、ガラス研磨) ◆成長が期待できる研究開発型企業の立地 ◆中央部での工業団地の在庫が2haとなっていること ◆アフターケア対策トップクラスの評価 	<ul style="list-style-type: none"> ◆本県の強みであるアフターケア対策を基本に地縁血縁と地元の熱意をモットーにした企業立地の推進 ・大型立地は2社 ・基盤技術関係企業14社 ・コールセンター等の誘致を本格的に開始(H16年)し、6社640人の新規雇用 ・アフターケア対策大型立地を除き、2社の工場が出荷額200億円を超える ・基盤整備関係流通系やオフィスパーク関連を重視したことから、工業団地の開発等が十分でなかった 	<ul style="list-style-type: none"> ◆中央部での計画的な団地開発等ができなかったことから、工業団地の在庫が不足、工業用水や情報基盤面で課題 ◆立地優遇策の強化競争や立地環境で他県に力負けする ◆工業集積が脆弱なことから、表面処理等の企業の不足と熟練工などの層が薄い 	◆◎本県の強みを生かした誘致(地域固有の技術・資源・企業等の活用)			○
					◆◎県内製造業の高度化に繋がる誘致			○
					◆◎不足する事務系職場の誘致			○
					◆◎既存立地企業へのアフターケア対策の充実(増設の促進)			○
					◆企業立地基盤(工業団地等)の整備の推進(県市町村共同開発型の団地開発、工業用水道、情報基盤の整備) ○工業団地の開発 ★情報基盤の整備			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 商工労働分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>地域固有の技術や成長分野等の誘致企業を活用した誘致</p> <p>地域資源を活用した誘致</p> <p>県内で不足する業種の誘致と企業間でのマッチング機能強化による地域で一貫した生産体制(SCM化)の拡大</p> <p>P277 別図(商工6)参照</p> <p>コールセンター等の誘致</p> <p>重点対策企業へのフォローアップ対策</p> <p>増設の見込みが高い企業へのフォローアップ</p> <p>これまでの新增設計画の着実な実現</p>				<p>◆固有技術や資源などを活用した誘致や、不足する業種の誘致が進み、地域で一貫した生産体制(SCM化)の拡大</p> <p>◆企業立地件数(新增設件数) H21~H23: 8件</p>	<p>◆地場企業と誘致企業の連携による高い技術力を持った産業群の形成</p> <p>◆本県の特徴を生かした新たな産業の育成と活発な事業展開</p> <p>◆企業立地件数(新增設件数) H24~H29: 15件</p>
<p>工業団地の開発 県企業立地課・県市町村共同開発の推進</p>	<p>情報基盤の整備 県企業立地課:工業団地等への光回線の整備に要する補助制度の創設</p>			<p>◆新たに分譲を開始する工業用地面積(中央部) H20: 2ha(在庫) ↓ H23: 5ha(累計)</p>	<p>◆新たに分譲を開始する工業用地面積(中央部) H29: 45ha(累計)</p>
<p>第一段階</p> <p>南国工業団地</p> <p>香南工業団地</p> <p>第二段階の団地</p>	<p>用地取得</p> <p>測量設計</p>	<p>造成工事</p> <p>用地取得</p> <p>3箇所程度ピックアップし適地調査 ※工場用地整備事業費補助金のうち、用地調査の内容を充実</p>	<p>分譲</p> <p>造成工事</p> <p>開発着手</p>		

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外需の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 外貨を稼ぐ商工業】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 地域経済を牽引する工業の活性化 (1)ものづくり企業の強化 ・研究開発成果の県内での事業化 ③新たな産業の創出	◆幅広い企業、大学が研究開発を行ったが研究開発の成果が製品化・事業化まで結びつくものが少ない	◆大学等との産学官連携による研究開発に取り組む、また県内の研究機関や企業の技術シーズを生かした研究開発を支援	◆研究開発成果を新製品などに結びつける開発力や技術力、企業体力を持つ企業が少ない ◆コンテンツ開発や、高齢者比率の上昇に伴う新商品の開発、新サービス展開ニーズへの対応	◆★コンテンツ産業(まんが、デザイン等)、健康福祉産業の事業化に向けた取組の推進 <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> P278 別図(商工7)参照 </div>			○
				◆★地域資源を活用した新産業の推進(竹、紙等)			○
				◆★一次産業と工業団体との連携を推進し、ニーズに基づく研究開発を促進			○
				◆★情報関連の研究開発や組込みソフトなど新たな分野の取組に向けた人材育成・確保を支援			○
				◆★研究開発から事業化まで、一貫した支援体制の構築による新産業の推進			○

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

【 商工労働分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>コンテンツビジネスの事業化</p> <p>県関係課:検討チームを設置し、具体的な事業化展開を検討 産業振興センター:勉強会事業の実施(経済産業省事業) ※H21～は、コンテンツビジネス検討の研究会を実施予定</p>	<p>県内クリエイターの実態把握</p> <p>県新産業推進課:クリエイター実態調査の実施</p> <p>クリエイター見本市の検討、準備</p> <p>県新産業推進課:県内クリエイターをPRするイベント開催に向けた検討、準備</p> <p>国の事業の導入</p> <p>県内事業者:国の事業を導入し、ビジネスモデルを実証</p>	<p>クリエイターDBシステムの構築、運営</p> <p>クリエイター見本市(第1回)の開催(参加)</p> <p>県新産業推進課:県内クリエイターをPRするイベント開催(参加)</p>	<p>クリエイターと企業とのビジネスマッチング拡大</p> <p>クリエイター見本市(第2回)の開催(参加)</p>	<p>◆複数の中核的な企業と、それを支えるグループ企業群の形成</p> <p>◆コンテンツビジネスの起業化件数 H23: 1件</p>	<p>◆地場企業と誘致企業の連携による高い技術力を持った産業群の形成 ◆本県の特性を生かした新たな産業の育成と活発な事業展開</p> <p>◆コンテンツビジネスの起業化件数 H29: 3件(累計)</p>
<p>事前検討会の実施</p> <p>県新産業推進課:分野ごとの事前検討会の実施</p> <p>P280 別図(商工9)参照</p>	<p>健康福祉、環境分野</p> <p>・テーマごとの研究会方式による企業支援 ・企業との綿密な連携確保と迅速なバックアップ</p> <p>県新産業推進課:テーマ別研究会設置・運営</p> <p>県地域福祉政策課:ふるさと雇用再生あったかふれあいセンター事業の創設 ・地域ニーズに即した預かり・見守り・介護サービスの展開を支援</p>	<p>P279 別図(商工8)参照</p>		<p>◆研究会発の事業化件数【再掲】 H23: 30件(累計)</p>	<p>◆研究会発の事業化件数【再掲】 H29: 90件(累計)</p>
<p>地域資源(竹、紙等)を活用した研究開発を支援</p> <p>産業振興センター:地域資源活用型研究開発事業(経済産業省事業)</p>	<p>地域資源(竹、紙等)</p> <p>研究成果を活用した事業化を支援</p> <p>県新産業推進課:新事業創出支援事業の創設(支援チームの設置)</p>				
<p>意見交換会の実施</p> <p>県商工政策課:一次産業と工業団体との意見交換会の実施</p>	<p>工業会等の技術力を生かした事業化の展開</p> <p>県新産業推進課:企業等ネットワーク構築支援事業の創設</p>				
<p>IT人材の育成</p> <p>県関係機関:組み込みソフトウェアに関する勉強会の実施</p>	<p>今後、需要が見込める高度IT人材の育成を促進し、県内IT産業の競争力を強化</p> <p>県新産業推進課:組み込みソフトウェアなどに関する勉強会や、関係団体との意見交換会の実施</p>				
<p>新産業推進を支援する体制の検討</p> <p>県新産業推進課:高知COE推進本部の改編強化</p>	<p>事業化までを一貫して支援する体制の整備</p> <p>県新産業推進課:新事業創出支援事業の創設(支援チームの設置)</p> <p>P281 別図(商工10)参照</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外高の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 外貨を稼ぐ商工業】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
1. 地域経済を牽引する工業の活性化 (2) 1次産業との連携 (1. 5次産業の推進) - 1. 5次産品の販売促進 <生産・加工分野>		<ul style="list-style-type: none"> ◆新たな地域資源の活用 の取組が少ない ・地域団体商標登録数: 4件 全国: 406件 ・計画認定 本県 10件 全国 452件 本県の認定地域資源数 204 ◆1次産品の生産者は生鮮での有利販売を志向する傾向 ◆企画の弱さなどから市場ニーズに合った商品の提供力が弱い ◆食品企業の出荷額の低迷 ・零細企業が多く企業体力が弱い 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域産品を活用した商品の開発支援 ◆流通側とタイアップした商談会の開催 ◆有名小売店の協力による商品ブラッシュアップ ◆法令等の規制や基準などの情報提供 ◆見本市などへの出展補助 ◆モニター制度による消費者情報の収集提供 ◆アンテナショップでの試験販売などニーズ調査支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆原材料の安定確保、品質のバラツキ ◆優位性を発揮する素材や技術の優位 ◆物流方法や所要時間を考慮した品質・衛生安全性の確保 ◆マーケティング力(差別化・ターゲット・価格)の強化 ◆パッケージ形態やデザイン開発能力 ◆消費者ニーズに関する情報収集 	◆1次産業との連携に向けた新たな仕組みづくり ★生産者と連携した地域資源の商品化を促進 ★地域資源活用共有会議の設置	○	○	
					◆公設試験研究機関が行う技術支援の充実 ★食品加工特別技術支援員等の配置			○
					◆食品加工体制の構築 ★生産者や関係団体と連携した原材料の確保対策 ★食品の生産施設(前処理施設等)の整備支援	○	○	
					◆マーケットインのものづくり ★総合的に情報を発信するアンテナショップの展開等	○	○	
					◆1次産業者と工業会等との連携強化 ★1次産業の生産現場の省力化に向けた取組の推進	○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 商工業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>P282 別図(商工11)の 上図参照</p> <p>P292 別図(商工21)参照</p> <p>P276 別図(商工5)参照</p>	<p>県外販路獲得を目指す事業者の育成</p> <p>専門家:事業者への助言(既存商品のブラッシュアップ) 県地産地消・外商課:県産品ブランド課:専門家リストの作成、専門家を活用した商品相談会、セミナーの開催</p>			<p>◆「おいしさ」「高品質」「安全・安心」などをキーワードにした高知県ブランドの確立</p> <p>◆農商工連携ファンドの認定件数 H23:12件(累計)</p>	<p>◆生産、加工から流通、販売を、関係者が力を合わせて取り組む、県内ネットワーク、産業界間の連携による販売の促進</p> <p>◆農商工連携ファンドの認定件数 H29:30件(累計)</p>
	<p>地域資源活用共有会議の設置</p> <p>地域資源活用共有会議:商工業者や生産者等を中心に構成し、地域資源や地場産品の発掘、商品化を協議(県内7ブロックに設置) 商工会等:事務局を設置 県産業振興推進地域本部が対応</p>				
	<p>食品加工特別技術支援員等の配置</p> <p>県工業技術センター: ・食品企業への商品開発等の支援 ・技術指導アドバイザーの派遣</p>				
<p>P272 別図(商工1)参照</p>	<p>食品等テーマごとの研究会方式による企業支援</p> <p>県工業振興課: ・テーマ別研究会設置・運営 ・研究会発事業化支援補助制度の創設</p>				
<p>マーケットインのものづくり</p> <p>県産品ブランド課:地域が一体となって取り組む県産品のブランド化構想の策定やマーケティングの実践に対する支援</p>	<p>県計画推進課:産業振興推進総合支援事業費補助金による支援</p> <p>県地産地消・外商課:土佐のいい物おいしい物発見コンクールの開催、コンクール入賞商品のアンテナショップでの情報発信</p>			<p>◆新アンテナショップの来店者数 H23:100万人(年間)</p>	<p>◆新アンテナショップの来店者数 H29:100万人(年間)</p>
<p>P282 別図(商工11)の 下図参照</p> <p>P283 別図(商工12)参照</p>	<p>総合的に情報を発信するアンテナショップの展開等(機能整備)</p> <p>地産外商推進協議会:新アンテナショップの運営方法、販売企画や品揃え等の基本方針を協議 県地産地消・外商課:地産外商推進協議会の運営</p> <p>県地産地消・外商課:地産外商推進協議会の運営 地産外商推進協議会:新アンテナショップへの商品提案、県内生産者・事業者への首都圏消費者情報のフィードバック</p>				
<p>意見交換会の実施</p> <p>県商工政策課:一次産業と工業団体との意見交換会の実施</p>	<p>意見交換の場づくり</p> <p>県新産業推進課:企業等ネットワーク構築支援事業の創設</p>	<p>意見交換の場から出された課題解決支援(研究開発等)</p>	<p>工業会等の技術力を生かした事業化の展開</p>		

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業界連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 外貨を稼ぐ商工業】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
1. 地域経済を牽引する工業の活性化 (2) 1次産業との連携 (1. 5次産業の推進) - 1. 5次製品の販売促進 ＜流通・販売分野＞		<ul style="list-style-type: none"> ◆新たな地域資源の活用 の取組が少ない ・地域団体商標登録数: 4件 全国: 406件 計画認定 本県 10件 全国 452件 本県の認定地域資源数 204 ◆1次製品の生産者は生鮮での有利販売を志向する傾向 ◆企画の弱さなどから市場ニーズに合った商品の提供力が弱い ◆食品企業の出荷額の低迷 ・零細企業が多く企業体力が弱い 	<ul style="list-style-type: none"> ◆商工会などを通じた経営指導、企業体質の強化 ◆商品計画機構や企業コーディネータによる販路開拓支援 ◆IT技術講習会の開催 ◆海外事務所での営業サポート 	<ul style="list-style-type: none"> ◆販売エリア拡大に向けた生産・物流チャネルの充実 ◆無店舗販売のノウハウの獲得(eコマース) ◆海外へのアプローチ ◆営業活動力の強化 ・専門家の活用 ◆県産品を扱う流通の確保 ・全国的な流通業者との取引確保 	<ul style="list-style-type: none"> ◆流通販売機能の強化 ◎商談会等の開催 ★全国的なフェアへの県としての出展 ★eコマースによるビジネスの拡大 ◎専門家や海外事務所を活用した貿易の振興 ◆マーケットインのものづくり ★総合的に情報を発信するアンテナショップの展開等(再掲) 	○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 商工業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>P284 別図(商工13)参照</p> <p>P285 別図(商工14)参照</p> <p>P286 別図(商工15)参照</p>	<p>商談会の開催等</p> <p>専門店:バイヤーによる商品へのアドバイス、商品改良の実施、売り出しイベントの実施 県地産地消・外商課:複数の専門店のバイヤーを招いた商談会の開催、売り出しイベントの実施</p>			<p>◆「おいしさ」「高品質」「安全・安心」などをキーワードにした高知県ブランドの確立</p>	<p>◆生産、加工から流通、販売を、関係者が力を合わせて取り組む、県内ネットワーク、産業界間の連携による販売の促進</p>
	<p>全国的なフェアへの県としての出展</p> <p>県内事業者:セミナーの受講、展示会への商品出品、人員派遣 県地産地消・外商課:スーパーマーケットトレードショーへの出展、出展商品の募集、出展効果を高めるためのセミナーの開催</p>				
	<p>県内事業者:展示会への商品出品、人員派遣 県地産地消・外商課:「09食博覧会・大阪」への出展、出展商品の募集 大阪事務所、観光コンベンション協会:観光情報の発信</p>				
<p>eコマースを展開する県内事業者の支援</p> <p>県経営支援課:インターネットショッピングモール業者等と連携した県内事業者の情報発信を行うサイトの構築(「まら楽 高知」など)</p>	<p>セミナー等を通じた事業者のIT活用技術の向上</p> <p>県経営支援課:「eコマースセミナー開催事業」によるセミナーの実施</p>	<p>H22年度以降は参加する事業者の知識・技術習得レベルに応じてレベルの高い内容のものも検討</p>			
<p>P287~290 別図(商工16~19)参照</p>	<p>食品系にターゲットを絞り、商社機能を活用した国内輸出商談会及び海外商談会の開催。上海へのアンテナショップ等の開設</p> <p>県地産地消・外商課 ・輸出向け商談会の開催 ・海外商談会の開催 ・上海アンテナショップ開設 ・東南アジア市場調査 ・国際弁護士・弁理士相談 ・商社等の活用促進</p>				
<p>県産品ブランド課:基本計画の策定、物件調査</p>	<p>県地産地消・外商課:アンテナショップ設置に向けた取組(物件確定・賃貸借契約締結、施設運営者決定、店舗内装工事等)</p> <p>県地産地消・外商課:アンテナショップオープン</p>	<p>県地産地消・外商課:施設運営業務 想定する機能:①販路開拓業務②観光情報発信機能 ③物販機能④飲食機能⑤ふるさと情報の発信機能</p>	<p>総合的に情報を発信するアンテナショップの展開等(施設整備)</p>	<p>◆新アンテナショップの来店者数 H23:100万人(年間)</p>	<p>◆新アンテナショップの来店者数 H29:100万人(年間)</p>

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業界連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 外貨を稼ぐ商工業】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
2. 地域経済に貢献する商業の活性化 ・商業振興		<ul style="list-style-type: none"> ◆小売り販売額は平成9年から、事業所数、従業員数は平成11年から減少が続いている ◆卸売り業売上高、事業所数、従業員数は平成11年をピークに減少傾向 ◆高知市勤労世帯の可処分所得は平成13年以降減少傾向 	<ul style="list-style-type: none"> ◆商工会等を通じた小規模企業者の経営改善指導 ◆経営者の経営力向上等への支援・経営革新塾や各種セミナーの開催 	<ul style="list-style-type: none"> ◆過疎化・高齢化による消費購買力の低下 ◆消費行動の広域化による地元離れ ◆新商品の開発や新たな販売手法の導入など域外への販路拡大の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ◆消費者ニーズに応じた商業の展開・促進 ◎事業者の経営革新への取組の推進 	○		
					<ul style="list-style-type: none"> ◆ネット市場への出店支援 ★インターネットを活用したeコマースの展開を支援 ★セミナー等を通じた事業者のIT活用技術の向上 	○		
					<ul style="list-style-type: none"> ◆潜在的な地域資源などの活用による商材開発 ★地域資源活用共有会議の設置 	○		
					<ul style="list-style-type: none"> ◆アンテナショップや産直ショップの出店支援 ★中心商店街の空き店舗の活用 	○		
					<ul style="list-style-type: none"> ◆高齢者の買物等の利便性の確保 ○移動販売・宅配などへの支援 	○		
<商店街の振興>		<ul style="list-style-type: none"> ◆郊外大型店への消費の流出(消費者ニーズの変化への対応の遅れ) ◆中心商店街の衰退傾向に歯止めがかからない状況 ◆事業者の意欲減退 	<ul style="list-style-type: none"> ◆国の間接補助金、高度化融資によるアーケード、カラ舗装などのハード整備 ◆中山間地域等商業振興総合支援事業による街路灯などの小規模なハード整備や商店街活性化のためのソフト事業の支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街の取組が共同施設整備などハード事業に偏り、消費者ニーズへの対応が遅れ、大規模量販店に顧客が流れた ◆ソフト事業も商工会等や事業者が企画したもので、必ずしも地域住民のニーズなどを満たすものでなかった 	<ul style="list-style-type: none"> ◆消費者ニーズに応じた商業の展開・促進(再掲) ◎事業者の経営革新への取組の推進 	○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 商工業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>重点指導事業の充実</p> <p>商工会等:経営革新等に取り組む意欲ある事業者に対し、重点的な指導支援を実施</p> <p>県経営支援課:連合会等と連携し、商工会等に対し、指導助言を実施</p>	<p>研修会の実施</p> <p>県経営支援課:小規模事業経営支援事業費補助金制度の拡充</p> <p>商工会連合会等が実施する経営指導員の資質向上を図る研修会を支援</p>			<p>◆地域資源を活かした商品の販売ルートの拡大</p> <p>◆消費者ニーズに対応して魅力向上に取り組む商店の増加</p>	<p>◆外貨獲得に取り組む事業者や消費者に支持される事業者が増加し、地域商業が活性化</p>
<p>eコマースを展開する県内事業者の支援</p> <p>県経営支援課:インターネットショッピングモール事業者等と連携した県内事業者の情報発信を行うサイトの構築(「まち楽高知」など)</p> <p>P291 別図(商工20)参照</p> <p>P292 別図(商工21)参照</p>	<p>セミナー等を通じた事業者のIT活用技術の向上</p> <p>県経営支援課:「eコマースセミナー開催事業」による啓発セミナーの実施</p> <p>H22年度以降は参加する事業者の知識・技術習得レベルに応じてレベルの高い内容のものも検討</p>			<p>◆電子商取引の普及率(BtoC)</p> <p>H18: 7.5%</p> <p>↓</p> <p>H23: 11.3%</p>	<p>◆電子商取引の普及率(BtoC)</p> <p>H29: 14.5%</p>
<p>P293 別図(商工22)参照</p>	<p>地域資源活用共有会議の設置</p> <p>地域資源活用共有会議:商工業者や生産者等を中心に構成し、地域資源や地場製品の発掘、商品化を協議(県内7ブロックに設置)</p> <p>地域資源発掘アドバイザーの設置</p> <p>県地産地消・外商課:産業振興推進アドバイザー事業による地域資源活用共有会議へのアドバイザーの派遣</p>				
	<p>空き店舗を活用した出店支援</p> <p>県経営支援課:商店街にざわい再生推進事業費補助金制度の創設</p> <p>空き店舗を活用した出店に対し支援</p>				
<p>中山間地域での移動販売等の支援</p> <p>県地域づくり支援課:中山間地域生活支援総合事業費補助金制度</p> <p>移動販売等に使用する車両などの整備</p> <p>地域内で生活物資を確保するための店舗の整備</p>					
<p>重点指導事業の充実</p> <p>商工会等:経営革新等に取り組む意欲ある事業者に対し、重点的な指導支援を実施</p> <p>県経営支援課:連合会等と連携し、商工会等に対し、指導助言を実施</p>	<p>研修会の実施</p> <p>県経営支援課:小規模事業経営支援事業費補助金制度の拡充</p> <p>商工会連合会等が実施する経営指導員の資質向上を図る研修会を支援</p>			<p>◆活性化に前向きに取り組む商店街では、個々の商店の魅力が向上し、売上が増加</p>	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外消の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【1. 外貨を稼ぐ商工業】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 地域経済に貢献する商業の活性化	<p>◆ 郊外大型店への消費の流出 (消費者ニーズの変化への対応の遅れ)</p> <p>◆ 中心商店街の衰退傾向に歯止めがかからない状況</p> <p>高知市中心商店街の例では、商品販売額約40%減 (H6→H19) 休日歩行者通行量約60%減 (H10→H19) 空店舗率約12% (H10→H19で8ポイント増)</p> <p>◆ 事業者の意欲減退 → 後継者の不在、売上の減少、商店街の将来への不安など</p>	<p>◆ 国の間接補助金、高度化融資によるアーケード、カラ―舗装などのハード整備</p> <p>◆ 中山間地域等商業振興総合支援事業による街路灯などの小規模なハード整備や商店街活性化のためのソフト事業の支援</p>	<p>◆ 商店街の取組が共同施設整備などハード事業に偏り、消費者ニーズへの対応が遅れ、大規模量販店に顧客が流れた</p> <p>◆ ソフト事業も商工会等や事業者が企画したもので、必ずしも地域住民のニーズなどを満たすものでなかった ↓ 快適で楽しく買物ができる商店街の環境づくり</p>	<p>◆ 人を呼び込む賑わいの仕組みづくり ◎ 事業者と地域住民が一緒に取り組む商店街活性化イベントの開催</p> <p>◆ 商店街の機能向上支援 ★ 空店舗活用による新規出店者への支援 ★ 御用聞き、宅配サービスなどへの支援</p> <p>◆ 商店街と産地・生産者を結ぶネットワークづくり ◎ 商店街と産地との情報共有 (産直店・産直市等の実施)</p> <p>◆ 商店街の環境対応への支援 ○ リサイクル活動、エコポイント導入への支援</p> <p>◆ 中心商店街の活性化 ○ 中心市街地活性化基本計画(コンパクトシティ)への支援 ○ 市町村との連携による支援</p> <p>◆ 観光との連携による地域商業の活性化 ★ 観光客を呼び込むためのルートマップ作りや商品開発 ★ 空き店舗を活用した観光案内拠点を整備</p>	○	○	
<商店街の振興>					○		
						○	
						○	
							○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 商工業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>商工団体と住民団体の協働</p> <p>県経営支援課: こうち商業振興支援事業費補助金制度 商工団体と住民団体が協働で取り組む商業の活性化事業を支援</p>	<p>P294 別図(商工23)参照</p>			<p>◆活性化に前向きに取り組む商店街では、個々の商店の魅力が向上し、売上が増加</p> <p>◆外貨獲得に取り組む事業者や消費者に支持される事業者が増加し、地域商業が活性化</p> <p>◆高知市中心商店街の空き店舗率 H20: 15.3% ↓ 増加傾向に歯止めをかける</p> <p>◆高知市商店街の歩行者通行量 H20: 休日56,341人 ↓ 減少傾向に歯止めをかける</p>	
<p>P293 別図(商工22)参照</p>	<p>空き店舗を活用した出店支援</p> <p>県経営支援課: 商店街にぎわい再生推進事業費補助金制度の創設 ・商店街への新規出店等への支援 ・コミュニティ・ビジネスへの支援</p>				
<p>商店街と生産者とのネットワークづくり</p> <p>県経営支援課: 関係機関(団体等)とのネットワークづくりにより産直店・産直市への出店を支援</p>	<p>地域資源活用共有会議との連携</p> <p>県経営支援課: 地域資源活用共有会議との連携により、産直店・産直市への出店を支援</p>	<p>P292 別図(商工21)参照</p>			
<p>商工団体と住民団体の協働</p> <p>県経営支援課: こうち商業振興支援事業費補助金制度により商店街の活性化につながるエコ・リサイクル活動を支援</p>	<p>P294 別図(商工23)参照</p>				
<p>活性化基本計画認定済又は策定中の市町村との連携</p> <p>県経営支援課: 計画認定済又は策定中の市町村との連携による支援</p>					
<p>市町村との連携</p> <p>県経営支援課: 中心商店街の活性化に取り組む市町村との連携による支援</p>					
<p>P294 別図(商工23)参照</p> <p>P293 別図(商工22)参照</p>	<p>商工団体と住民団体の協働</p> <p>県経営支援課: こうち商業振興支援事業費補助金制度により支援</p> <p>空き店舗を活用した出店支援</p> <p>県経営支援課: 商店街にぎわい再生推進事業費補助金制度の創設 空き店舗を活用し、商店街に人を呼び込むための商店街観光施設整備を支援</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外販の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【2. 産業人材の育成】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
1. 県内産業界が求める人材の育成と確保 ・産業人材の育成と確保		◆就業者は減少し失業率も高い (国勢調査7年→17年) ・人口816千人→796千人(▲20千人) ・就業者410千人→370千人(▲40千人) ・失業率(17年) 県7.9%、全国6.0% ・若年者の失業率(17年) 県11.7%、全国8.5%	◆新規高卒者の就職促進(就職率の向上) 13年度:69.9% →19年度:88.0%	◆新規高卒者の県外流出の増加 産業界、行政、学校の連携した県内就職への取組が十分でない	◆新規高卒者の県内就職促進 ◎企業実習や企業研修等を通じた学校と産業界、企業との連携強化			○
		◆有効求人倍率は低く雇用情勢は厳しい 19年度平均 県0.50倍 全国1.02倍	◆ジョブカフェこうちを中心とする若年者の就業促進 利用促進、相談機能充実と就職支援 19年度:来所10,561人 相談4,072人 就職385人	◆若年離職者の就業支援の強化 ジョブカフェの認知度が不足 国、県、市町村や各支援機関の連携が弱い	◆若年離職者の就業促進 ◎ジョブカフェの機能強化と自立支援機関や国との連携による就職促進			○
		◆ニート、フリーターが多く存在 ニート 3,230人 (17年国勢調査) フリーター12,400人(14年就業構造基本調査)			◎市町村が行う地域密着型の人材育成の取組を支援			○
		◆雇用情勢が厳しい中、せっかく求人があっても就職に結びついていない雇用のミスマッチも生じている 20年4月 有効求人数 8,521人 →就職件数 1,371人	◆在職者訓練の支援 認定職業訓練校への助成や高等技術学校での在職者訓練	◆企業在職者の技術、技能の向上 中小零細企業では施設や資金面での制約があり、質的・量的に訓練が十分でない	◆在職者訓練の充実 ◎利用者拡大のための事業主団体への助成充実			○
		◆若年者の県外流出が増加 新規高卒者の就職率は向上するなかで、県外就職者は増加し20年3月には52%と半数を超過 15年3月:24.8% →20年3月:52.0%			◎高等技術学校を活用した計画的な在職者訓練の実施			○
				◎機械・金属、食品加工企業等に対する技術人材の育成			○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 商工業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>担い手人材育成事業の創設</p> <p>産業界・指導者の派遣、実習受入れ等</p> <p>県雇用労働政策課(高等学校課):地域産業担い手人材育成事業の実施(10校)</p>	<p>担い手人材育成事業の充実</p> <p>県雇用労働政策課(高等学校課):対象校の拡大と事業の充実(10校→23校)</p> <p>P295 別図(商工24)参照</p>			<p>◆産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材供給が進展</p> <p>◆高校生の県内就職割合 H20:48.0% ↓ H23:60.0%</p>	<p>◆産業界、行政、教育界の連携のしくみ、人材供給体制の確立により、企業が求める多様な人材を確保</p> <p>◆高校生の県内就職割合 H29: 75.0%</p>
<p>若者自立支援機関との連携</p> <p>県雇用労働政策課(生涯学習課):ジョブカフェと若者サポートステーションとの連携</p>	<p>ジョブカフェの機能強化</p> <p>県雇用労働政策課: 幡多地域へジョブカフェのサテライト設置</p> <p>P296 別図(商工25)参照</p>			<p>◆ジョブカフェうち利用者の就職者数 H19:385人(年間) ↓ H23:800人(年間)</p> <p>◆新パッケージ事業実施市町村数 H20: 8(累計) ↓ H23: 15(累計)</p>	<p>◆ジョブカフェうち利用者の就職者数 H29: 800人(年間)</p>
<p>市町村の人材育成の支援</p> <p>市町村:新パッケージ事業による人材育成、就業促進</p> <p>県雇用労働政策課:市町村の人材育成の支援</p>	<p>県全域への普及</p> <p>県雇用労働政策課:国の制度を活用した取組の県全域への普及</p>				
<p>事業主団体への助成</p> <p>事業主団体:在職者訓練の実施</p> <p>県雇用労働政策課:認定職業訓練費補助金</p>	<p>事業主団体への助成充実</p> <p>事業主団体:在職者訓練の充実</p> <p>県雇用労働政策課:認定職業訓練費補助金の拡充</p>			<p>◆技能検定受検者数 H20:885人(年間) ↓ H23:950人(年間)</p>	<p>◆技能検定受検者数 H29: 1,000人(年間)</p>
<p>在職者訓練の実施</p> <p>高等技術学校:在職者訓練の実施</p>	<p>在職者訓練の充実</p> <p>高等技術学校:年間計画に基づく在職者訓練の実施による受講者の拡大</p>				
<p>機械・金属、食品加工企業等に対する技術人材の育成</p> <p>県工業技術センター: ・専門的技術研修の実施</p>	<p>県工業技術センター: ・専門的技術研修の実施 ・食品加工特別技術支援員の配置 ・技術指導アドバイザーの派遣</p> <p>P276 別図(商工5)参照</p>			<p>◆技術研修受講者数 H20: 9コース 75人(年間) ↓ H21~H23: 14コース 400人(年間)</p>	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外需の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【2. 産業人材の育成】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 県内産業界が求める人材の育成と確保 ・産業人材の育成と確保		◆U・ターン就職情報の提供と無料職業紹介の実施 求職者と求人企業双方への情報提供と無料職業紹介(H20～)	◆人材の確保 県内では専門的なスキルを持ち、企業の即戦力となる人材が不足している	◆専門的なスキルを持った中核人材の確保 ◎大学と企業の連携強化			○
				◎県のU・ターン無料職業紹介機能の強化			○
				◆求人求職情報の利便性の向上 ☆専用ポータルサイトの設置と関係機関とのリンク強化による情報の円滑な提供			○
		◆就職支援情報 国、県、民間等が支援情報をそれぞれ発信しているが、県民には、窓口が多く情報が十分活用されていない					

※これからの対策の ☆は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 商工業分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
大学、企業との連携 県雇用労働政策課:インターンシップの促進	大学、企業との連携強化 県雇用労働政策課:インターンシップの促進と大学と企業の交流促進の支援			◆産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材供給が進展 ◆産業界、行政、教育界の連携のしくみ、人材供給体制の確立により、企業が求める多様な人材を確保	
無料職業紹介の開始 県雇用労働政策課:UIターン無料職業紹介の開始、相談会の実施	無料職業紹介の機能強化 県外事務所:UIターン無料職業紹介の開始、相談会の実施、登録企業・人材の拡充				
就職情報の利便性の向上 県雇用労働政策課:「高知ごとネット」の開設	P297 別図(商工26)参照				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外需の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

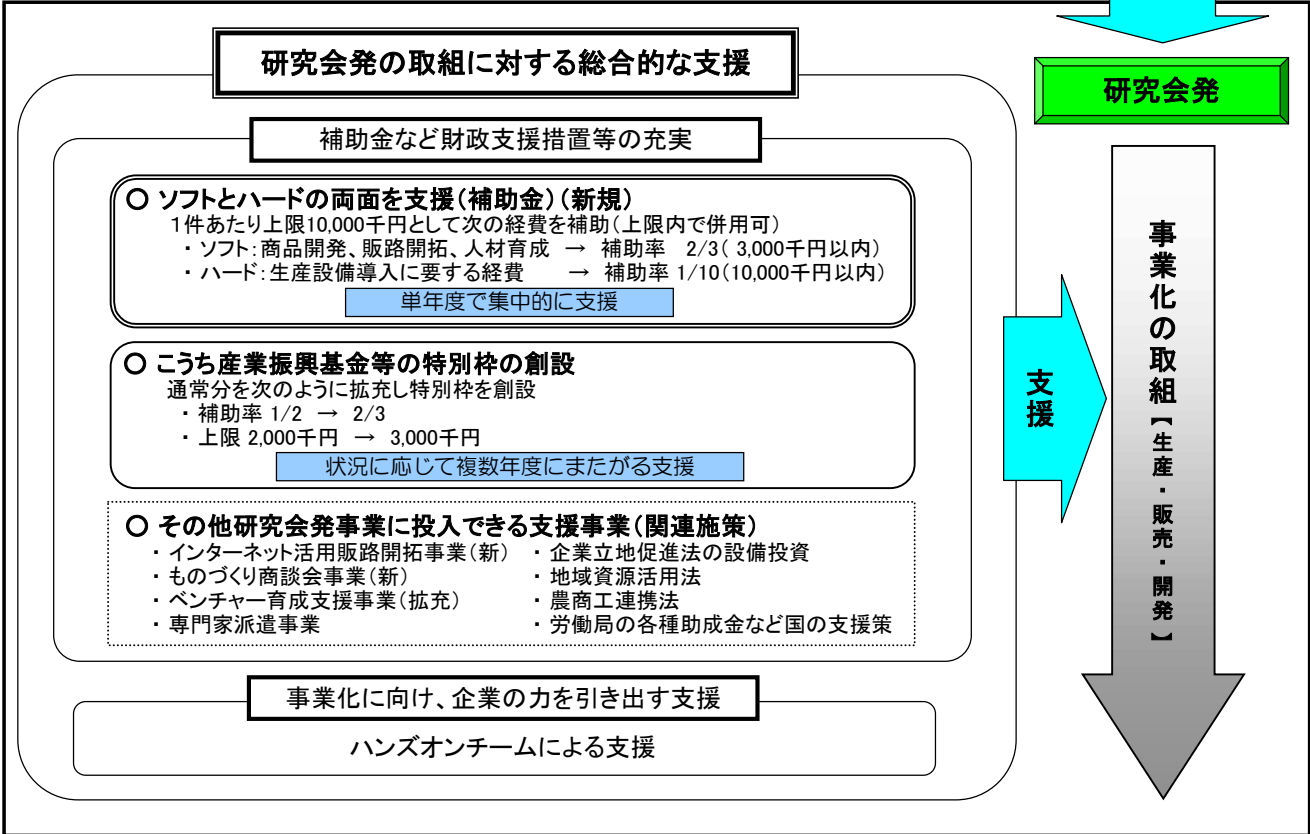
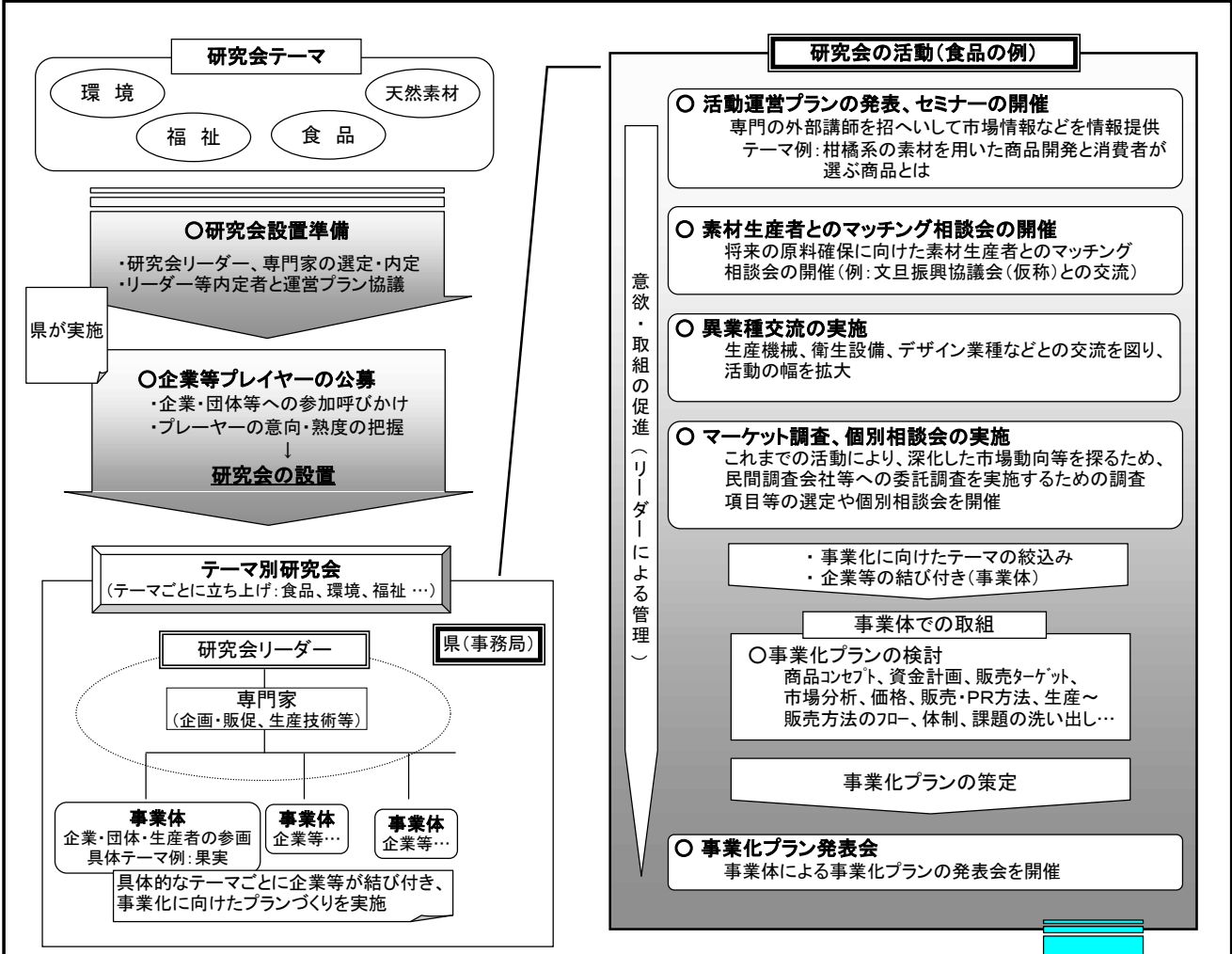
戦略の柱【3. 就労の場づくり】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
1. 建設業の新分野進出の実現 ・建設業の新分野進出	◆ 市町村の産業別総生産に占める高い建設業の割合 (H17年度) 建設業が上位5位までに入る市町村 15市町村 (42.9%) ◆ 公共事業費の減少とともに就業者も大きく減少 (H12年度) 1,700億円 47,313人 (H17年度) 978億円 38,073人 (H17~H12) ▲722億円 ▲9,240人 ◆ 多い企業倒産 (H18年度) 104件 (うち建設業41件 (39.4%)) (H19年度) 84件 (うち建設業36件 (42.9%)) ◆ 建設業者は、近年の公共事業費の急激な減少で厳しい経営環境 ◆ 新分野進出の検討、実施に踏み出せない建設業者が多数存在	◆ 新分野進出説明会の実施 ・H16年度から県内ブロック毎に実施 ・延べ参加企業490社、相談企業67社 (H19年度) 97社参加 (うち個別相談12社) (H20年度) 63社参加 (うち個別相談16社) ◆ 新分野進出の支援 H16年度から新たな事業展開に挑む企業を支援 ・頑張る企業総合支援事業 12社 (H17~H19認定) ・ファンド事業 (建設業経営革新支援事業) 3社 (H19~) ・H19年度から県に相談窓口設置	◆ 建設業者 ・様々な経験や技能、技術を持つ職員、工程管理能力、重機等建設機械を使った計画的な作業能力など、その持つ能力を十分活かしてきていない ・依然として根強い災害等公共事業への期待 ・地域の中小零細企業では、資金面での余力がない ・建設業が受注型産業であったため進出分野の選択や地域連携、マーケティング等のノウハウや情報が不足 ◆ 進出が期待される分野 ・農業、林業、福祉・介護などの多くの分野で参入が期待されているが、分野特有の課題も多く、企業単独では円滑な進出や事業拡大は容易ではなく、支援者、協力者が不足 ◆ 県の支援策 ・説明会での制度説明に留まり、経営者の経営革新の意識改革や進出を促す支援まで至っていない ・身近な進出事例が進出拡大に活かしてきていない ・個別相談や支援決定企業へのフォローに課題 ◆ 地域支援体制 ・地域で円滑な事業展開を図るためには、これまでの関係機関による支援だけでなく、市町村を巻き込んだ総合的支援が欠かせない	◆ 地域毎の新分野進出支援体制の構築 ★現場において、ハンズオンでの支援活動を強化するための県の人的支援体制を整備 ★市町村単位の「建設業支援協議会 (仮称)」を設置 ◆ 個別経営指導の充実 ★経営専門家派遣事業の実施 ★ビジネスプラン作成アドバイザーの派遣 等 ◆ 進出支援措置の充実 ★職員資格取得促進 (受講料、検定受検料の負担軽減) ★初期投資の負担軽減 等 ◆ 情報提供の充実 ◎新分野進出の手引きの作成・配布 ★研修、セミナー、見学会 等	P298 別図(商工27)参照 ○	P298 別図(商工27)参照 ○	P298 別図(商工27)参照 ○

※これからの対策の ★は新規事業 ◎は拡充事業 ○は継続事業

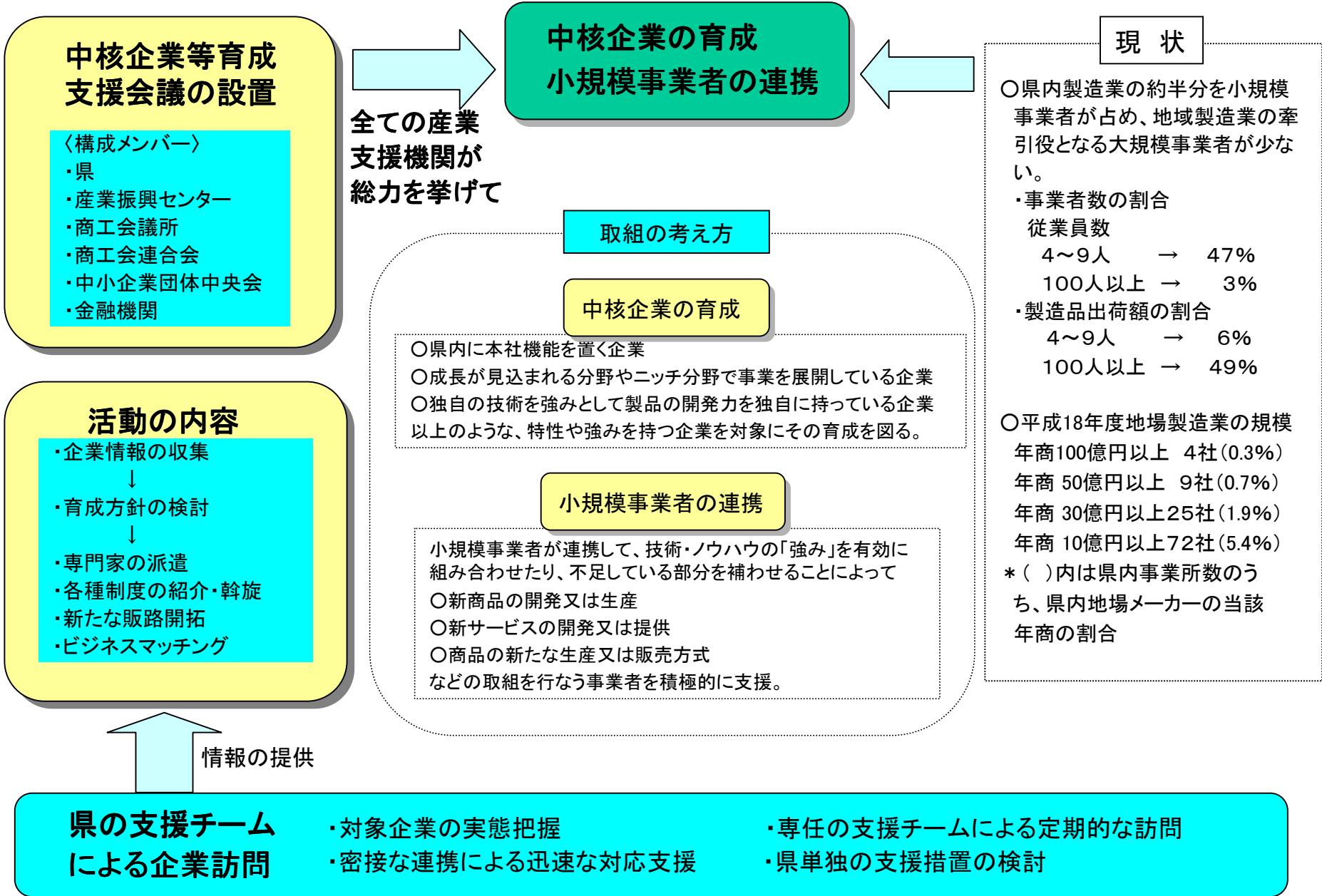
テーマごとの研究会方式による企業支援の枠組み

別図(商工1)



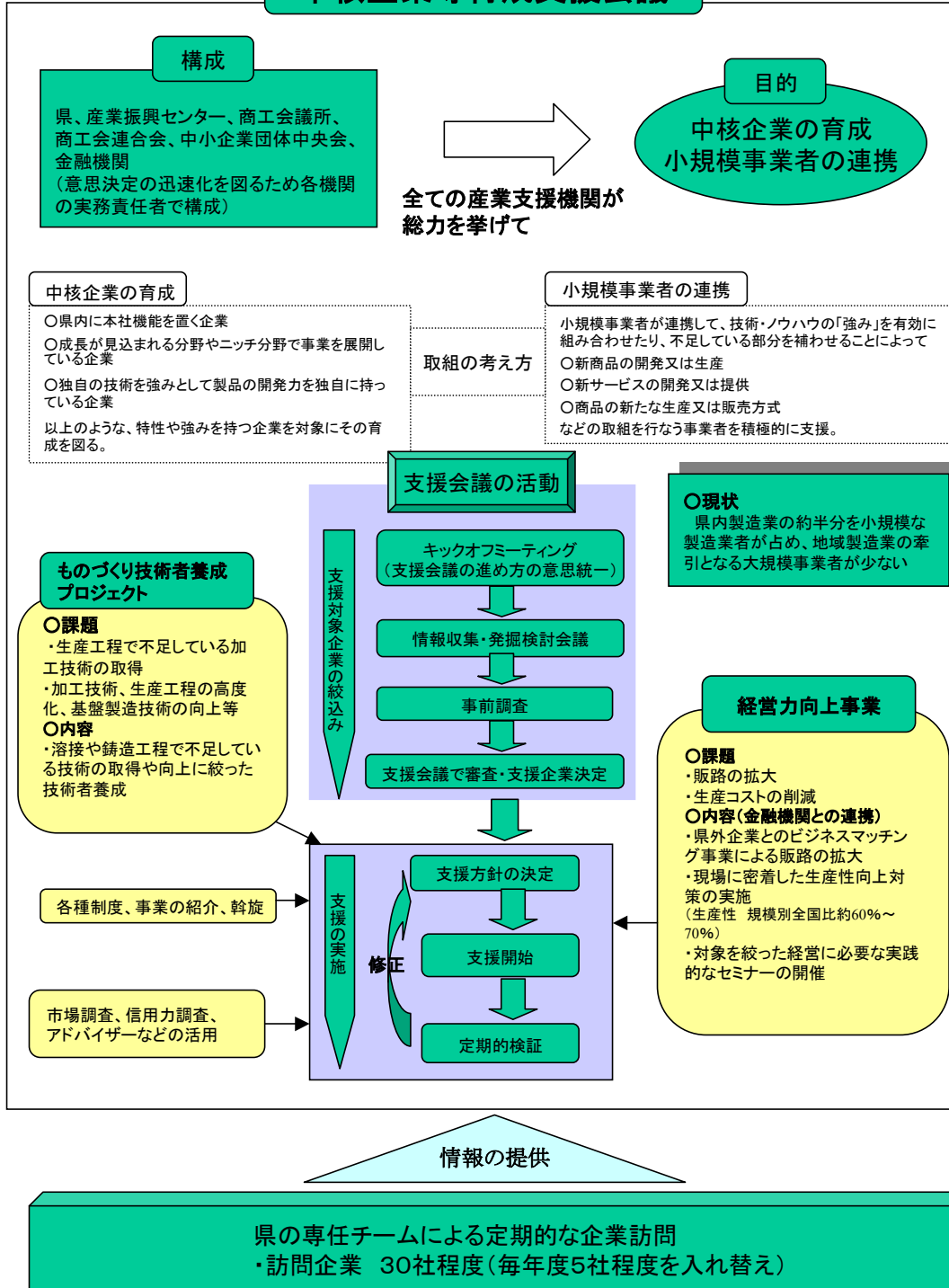
総合的支援体制のイメージ図

別図(商工2)



中核企業等育成支援会議

別図(商工3)



ものづくり企業の販路拡大に向けた支援体制の構築について

別図(商工4)

- 新規・拡充の取組
- 既存の取組

現在までの取組と課題

インターネットを活用した営業活動

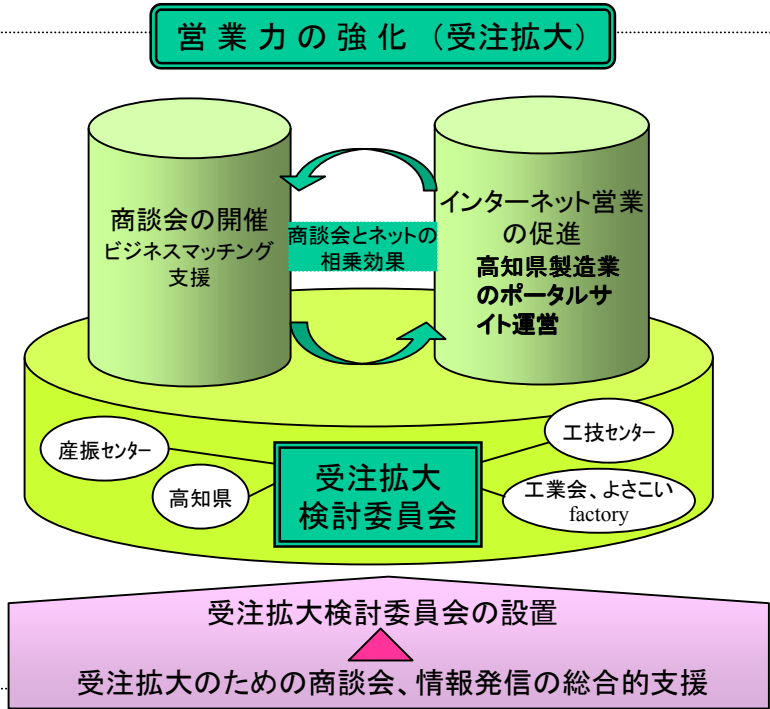
- 高知よさこいファクトリーの創設・運営 (H13～)

リアルな場での営業活動

- 受注企業名簿 (H17) の作成
- 産業振興センターの専門調査員による発注開拓
- 高知県工業会の共同受注部会による受注開拓
- 個別企業への商談会等への参加支援

課題

- 県内企業の情報発信力が弱い
- 新規受注先開拓等のための営業力に欠ける
- 小規模な企業が多く、複数社による連携した受注確保が困難



インターネットを活用した受注拡大

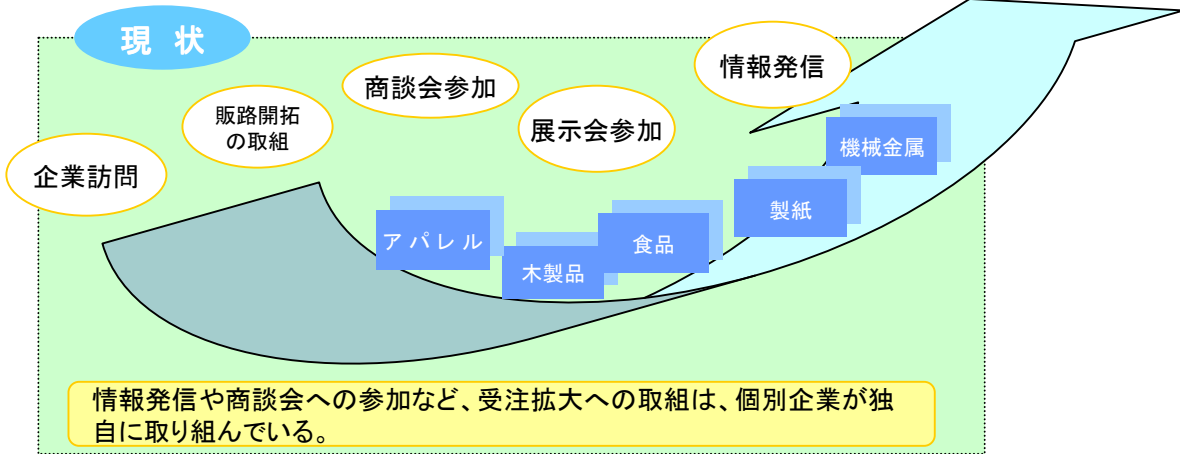
- 高知県製造業の受発注ポータルサイト構築
 - ・高知県が前面に立った信用力の付与
 - ・検索エンジンの上位に表示(SEO)させる仕組みの提供
 - ・インターネット営業、インターネット協業の促進
 - ・県内製造業のデータベース機能を持たすため、ポータルサイトへの参加を促進 当初150社
- 県ホームページからの企業情報発信
 - ・県内のユニークな企業のパブリシティを支援
- 既存受発注サイトの有効活用

●受注拡大検討委員会の設置

県、産業振興センター、工業技術センター、県工業会、よさこいfactoryが連携して、インターネットを県全体で活用するトータル的な支援と受発注商談会との有機的な連携を促進。
*公正に幅広く参画できる仕組みづくり

商談会等による受注拡大

- 商談会等の開催
 - ・信用力付与→県がバックアップする商談会の開催
 - ・連携受注の仕掛け→高知県ブースの設置
- 企業データベースの作成
 - ・受注企業名簿を改編し、商談会や営業に活用
- 産業振興センターの専門調査員
 - ・大手製造業等の訪問による発注開拓

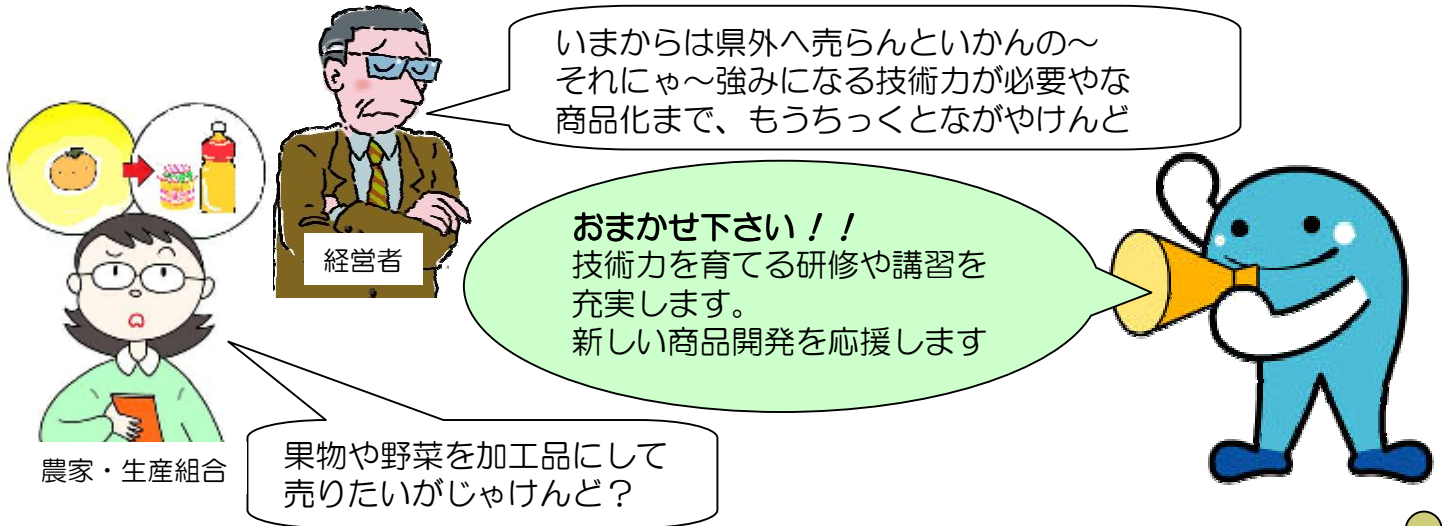


産業技術人材の育成

別図(商工5)

産業を振興するため、企業の「技術人材」の育成や、商品開発を支援するとともに、地域の方々が食品加工を行うお手伝いをします。

そのために、工業技術センターを始めとする県の試験研究機関が、外部の専門家も活用して全力で支援します。



○産業技術人材育成事業

製造技術や品質管理の研修により、産業の担い手となる製造技術者を養成します。

研修14コース

○食品加工特別技術支援員

外部人材を登用し、研修、技術相談、商品開発の支援を進めます。

○技術指導アドバイザーによる企業活動支援事業

食品加工、機械、金属加工などの専門分野の技術指導アドバイザーを企業へ派遣し、企業技術者の育成、企業の技術力の強化、新製品(商品)の開発を促進します。

○人材育成研修の充実

H20：9コース

→H21：14コース 400名

- ・地域食品加工者育成のための技術支援
- ・電子機器ノイズ対策技術研修
- ・熱処理研修会

等

○食品加工、機械・金属加工分野等の技術相談、巡回指導の強化

○食品加工特別技術支援員による支援強化

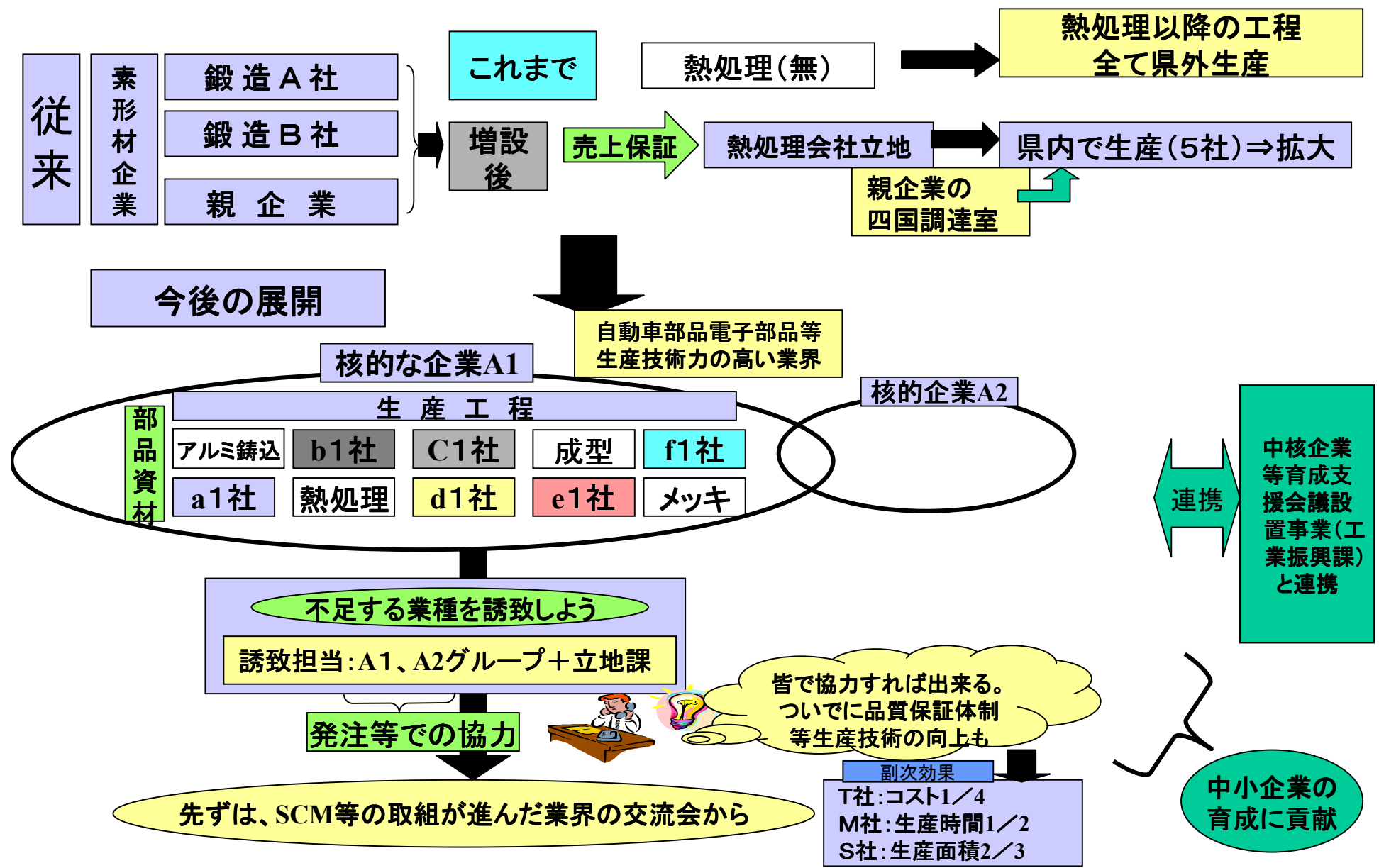
- ・商品の開発支援
- ・食品加工に関する技術研修
- ・食品加工に関する技術相談

○特定の課題に対して集中的に支援

○企業技術者の育成により、企業の技術力の強化を図る

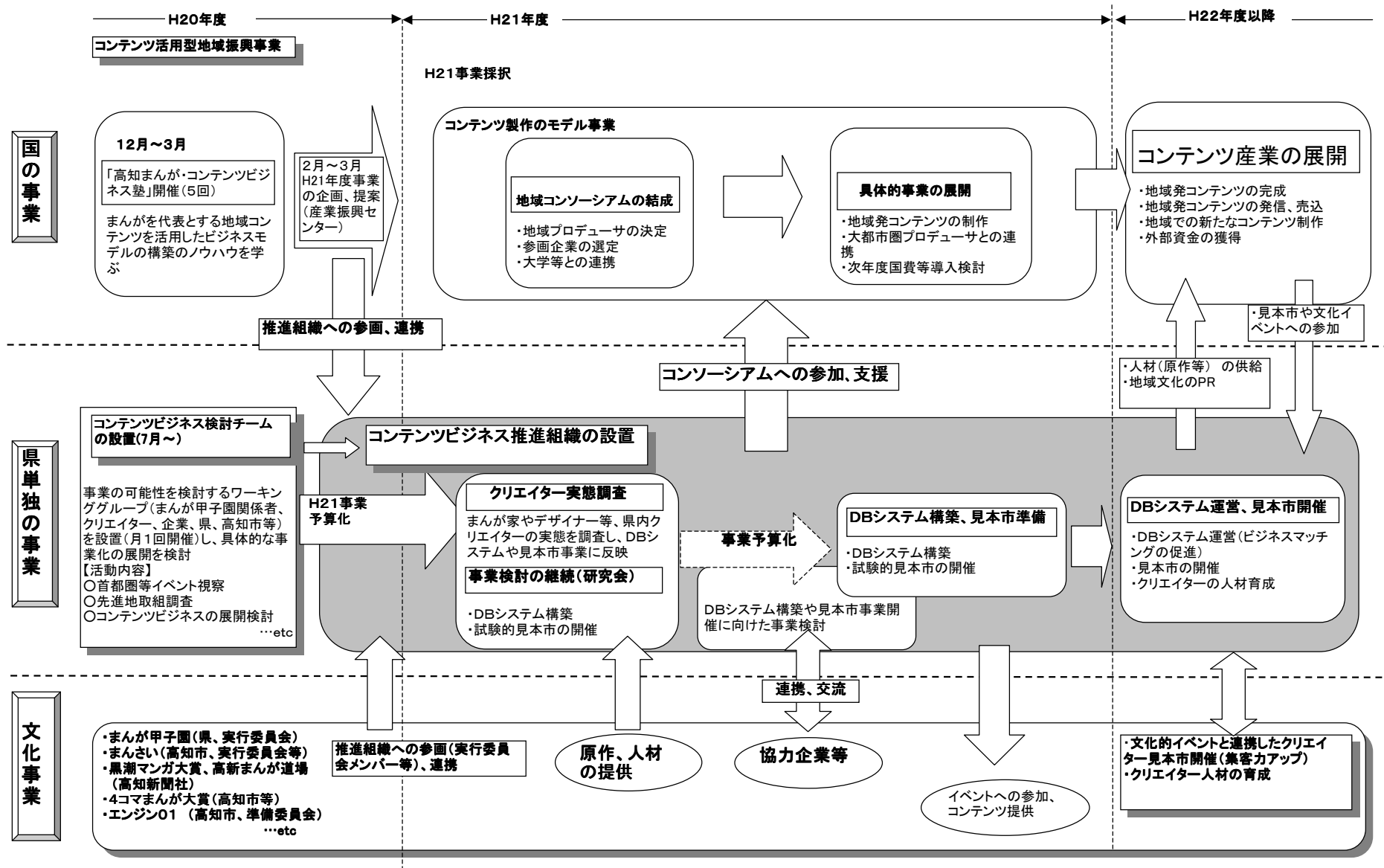
○新製品(商品)の開発を促進

SCM(サプライチェーンマネジメント)推進イメージ



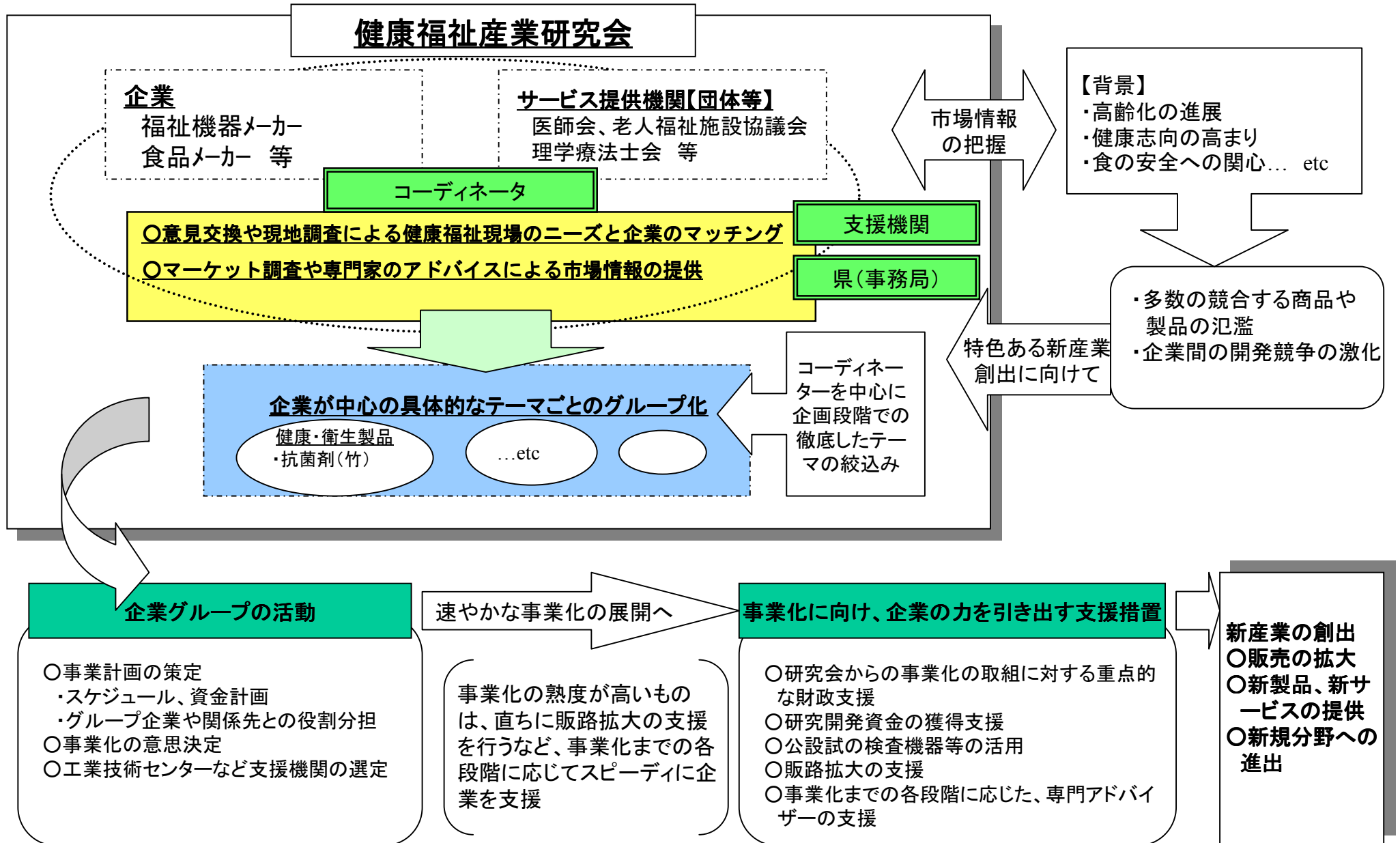
コンテンツ産業振興の今後のスケジュール(案)

別図(商工7)



健康福祉産業の創出に向けた取組

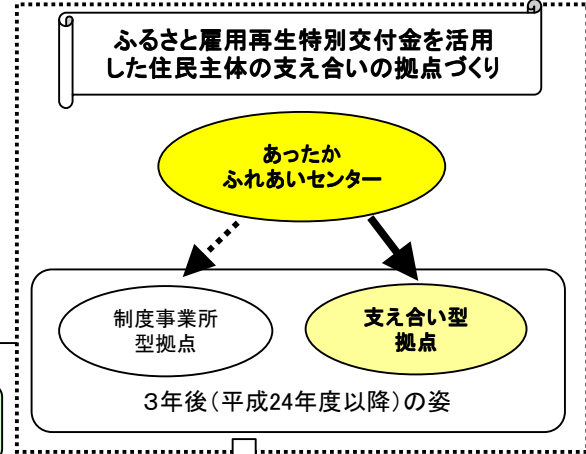
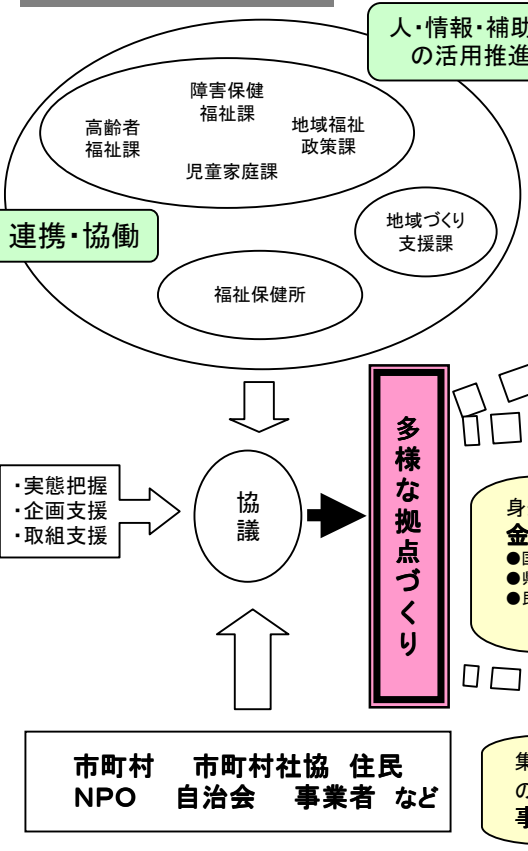
別図(商工8)



ふるさと雇用再生あったかふれあいセンター事業費補助金

目的
 高齢者や子ども、障害者など誰もが集い、健康づくりや介護予防、生活支援の拠点となる場を、いろいろな補助金等を活用し、住民、事業者、専門家、行政の協働によって増やしていく。

取組の進め方

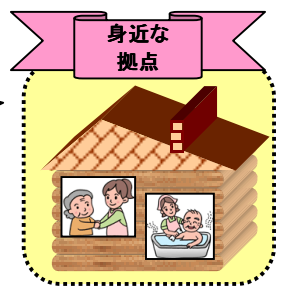


地域福祉政策課、福祉保健所が当初から関わり、「あったかふれあいセンター」の持続可能な運営体制づくりを支援

身近な拠点は、各種補助金・助成金を活用

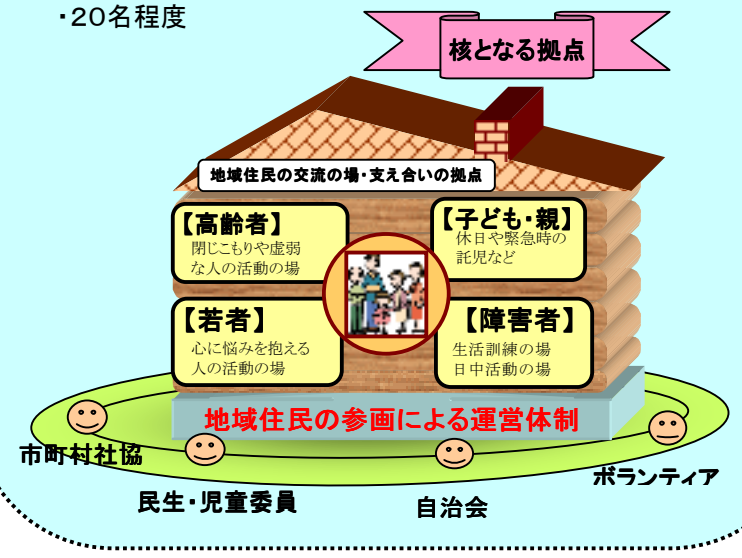
- 国補助金: 地域介護・福祉空間整備等交付金等
- 県補助金: 住宅等改造支援事業費補助金等
- 民間助成金: 日本財団、福祉医療機構等

集落主体の小規模な地域の集いの場は、「集落維持・再生推進事業」等を活用



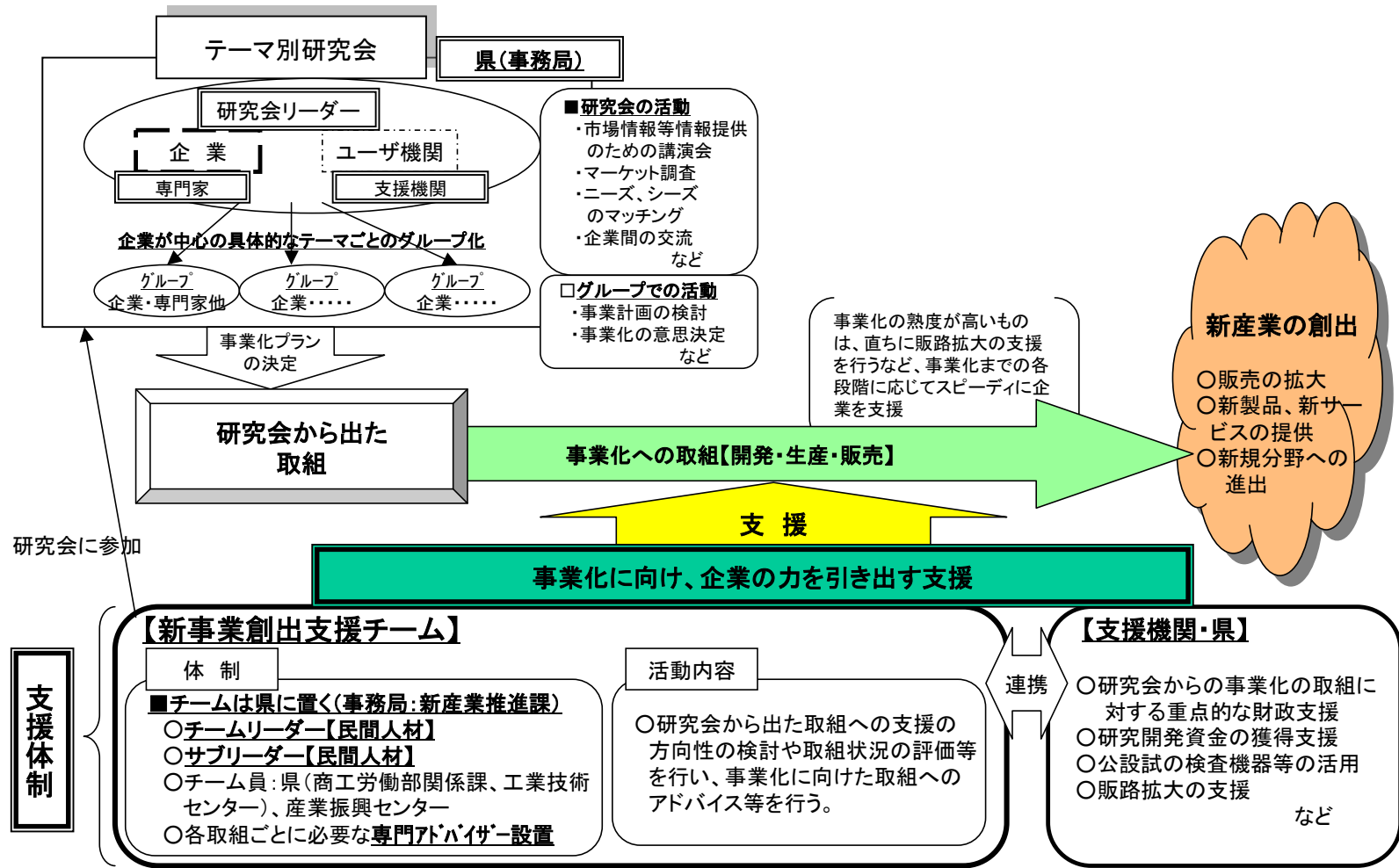
あったかふれあいセンターのイメージ

- 共生型
 - ・高齢者、障害者、子ども、子育て中の母親など誰でも
- 多機能
 - ・機能例
 - ①集う…サロン、デイサービス、放課後の児童の居場所
 - ②泊まる…緊急時の宿泊
 - ③預かる…緊急時の一時預かり
 - ④訪ねる…配食サービス、見守り、買い物代行
 - ⑤働く…生活訓練、就労支援
 - ⑥送る…送迎サービス、外出支援
- 運営体制
 - ・住民参画による地域に開かれた持続可能な運営体制
- スタッフ体制(想定)
 - ・コーディネーター1名、生活支援員1名、ボランティア(必要人数)、離職者等3人程度
- 利用者数
 - ・20名程度



新たな事業の創出に向けた支援体制

別図(商工10)

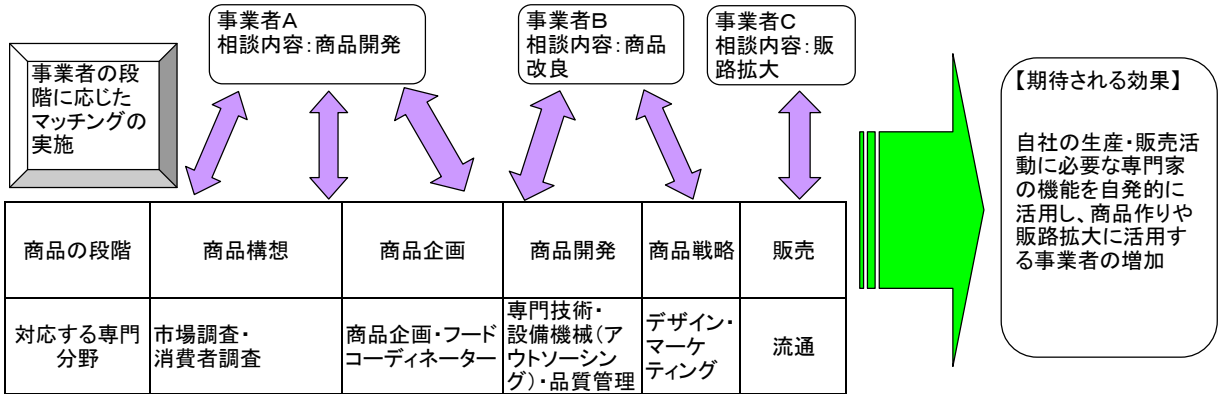


県産品魅力向上事業

別図(商工11)

商品相談会開催事業

相談マッチングのイメージ

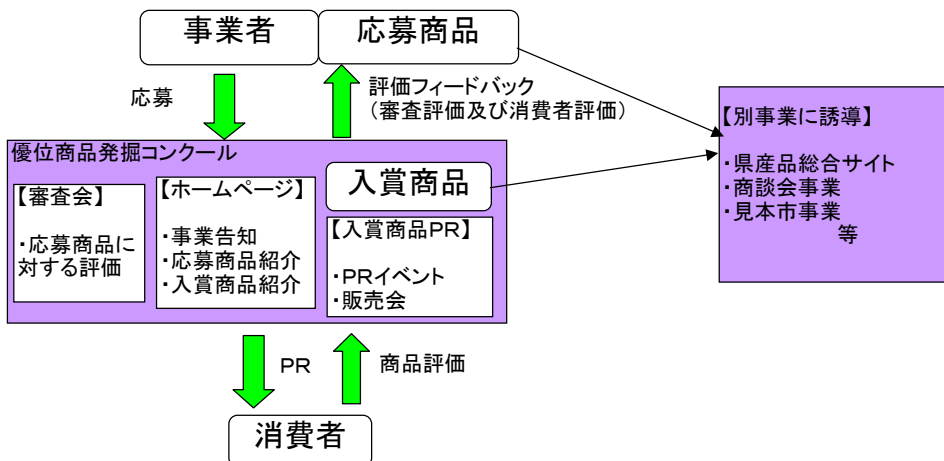


優位商品発掘・PR事業

1 期待される効果

事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・新商品作りへの意欲喚起 ・応募商品のPR効果 ・審査コメントのフィードバックによる商品改良
入賞商品	<ul style="list-style-type: none"> ・入賞商品への信用力付与 ・販売会の実施による、販路拡大のきっかけ作り
消費者	<ul style="list-style-type: none"> ・応募商品のPRによる、県産品への認知向上 ・入賞商品のPRによる、県産品への認知向上 ・応募商品、入賞商品に対する消費者評価
産業振興計画	<ul style="list-style-type: none"> ・優良商品の発掘 ・商談会、見本市等、別事業への誘導

2 事業イメージ図



3 事業の実施周期について

費用対効果の点から、事業の実施を平成17年度以降は2年に1度と設定している。
 【理由】: 隔年実施であれば、事業者の新商品開発への意欲を保つことが可能であり、かつ、コンクール自体の存在感を保つことが可能であるため。

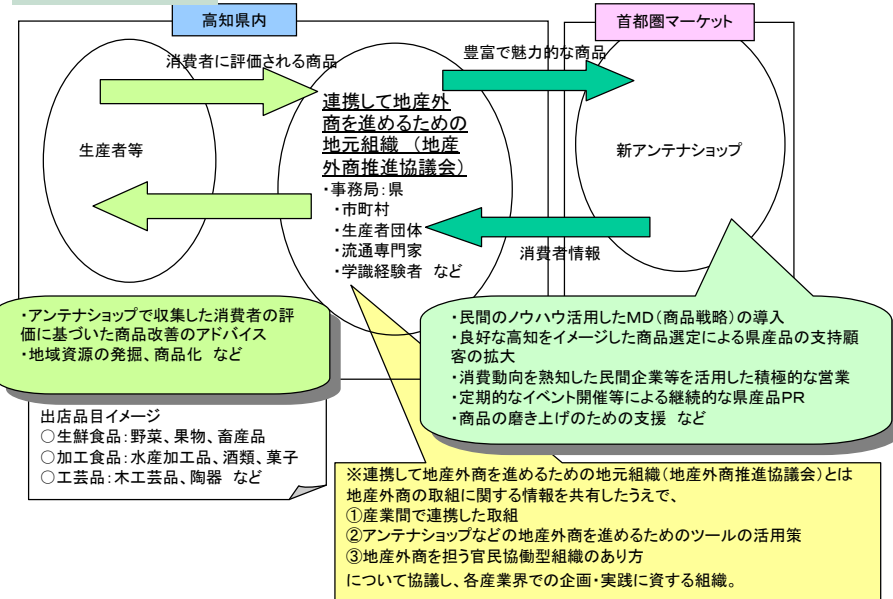
アンテナショップ推進事業

首都圏における新アンテナショップの考え方(案)

1. 首都圏における新アンテナショップ設置の目的

◎ 都心へ新しいアンテナショップを設置し、物販だけでなく、生産者団体とも連携した外食や中食、卸・小売業者等への県産品の売り込み拠点とする

連携の仕組みづくり



2. 新アンテナショップの概要

(1) 備える機能

- ①販路開拓機能(卸売事業の展開) ②観光情報発信機能 ③物販機能
- ④飲食機能 ⑤ふるさと情報の発信機能

これらの機能により、高知県産品の認知度向上やイメージアップを図る。

BtoB取引拡大や、eコマース、一般市場での販売拡大、観光客増大につなげる。

(2) 立地条件

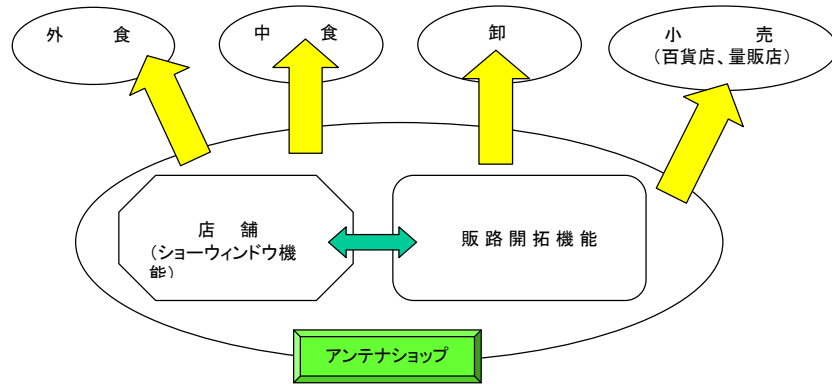
集客力のある立地場所を確保することが最も重要。

〈想定要件〉

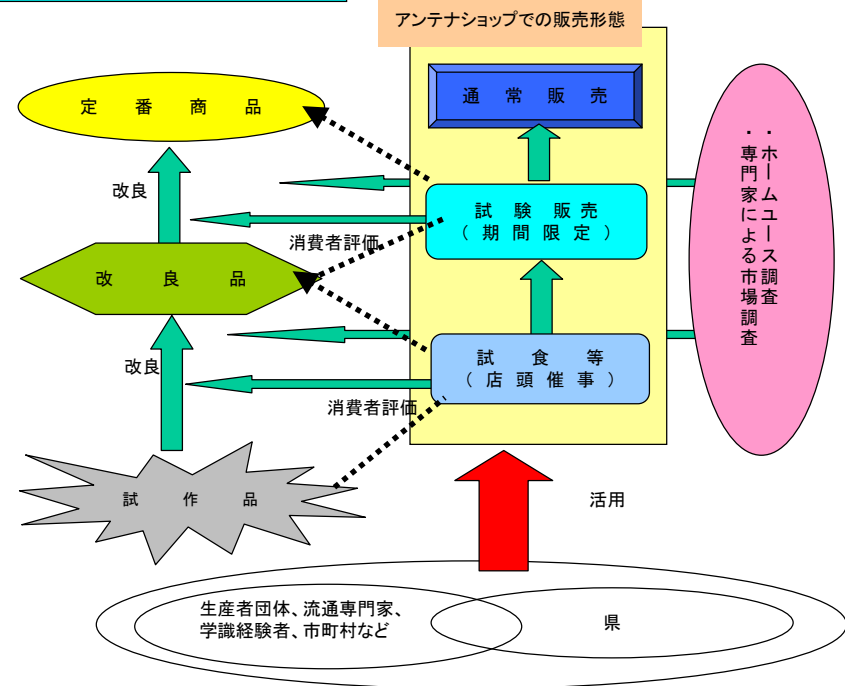
- ①主要駅に近く、間口が比較的広いこと。
- ②複数階を可とするが、路面階に一定の面積を確保。
- ③延面積は、理想としては450㎡(135坪)程度、最低限として200㎡(60坪)程度。
- ④ そのうち、物販は原則として路面階とし、150㎡~100㎡(45坪~30坪)程度。
- ⑤アンテナショップの備える機能のうち物販以外については、賃貸物件に応じて再検討。

別図(商工12)

販路開拓イメージ

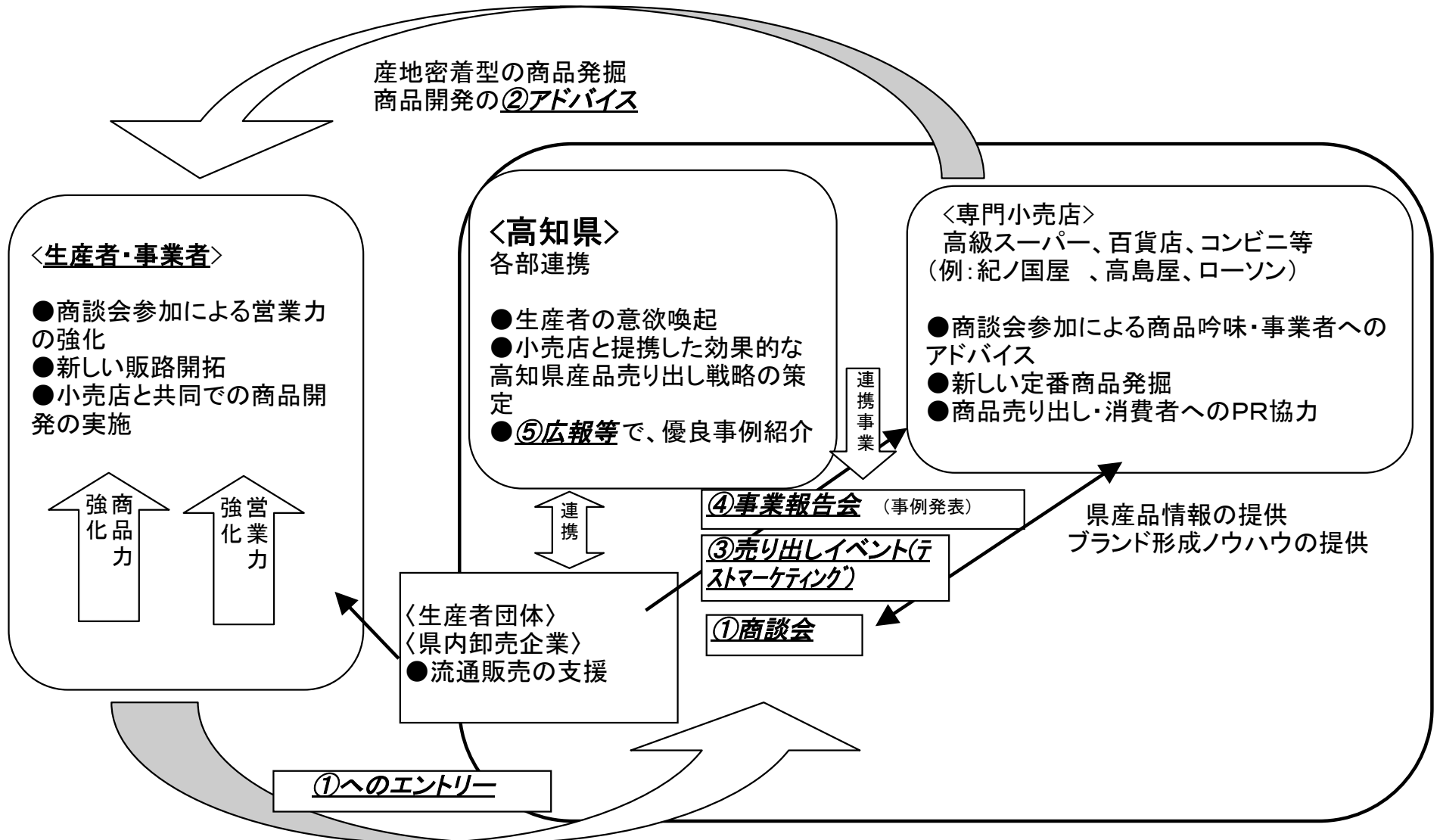


物販による商品の磨き上げイメージ



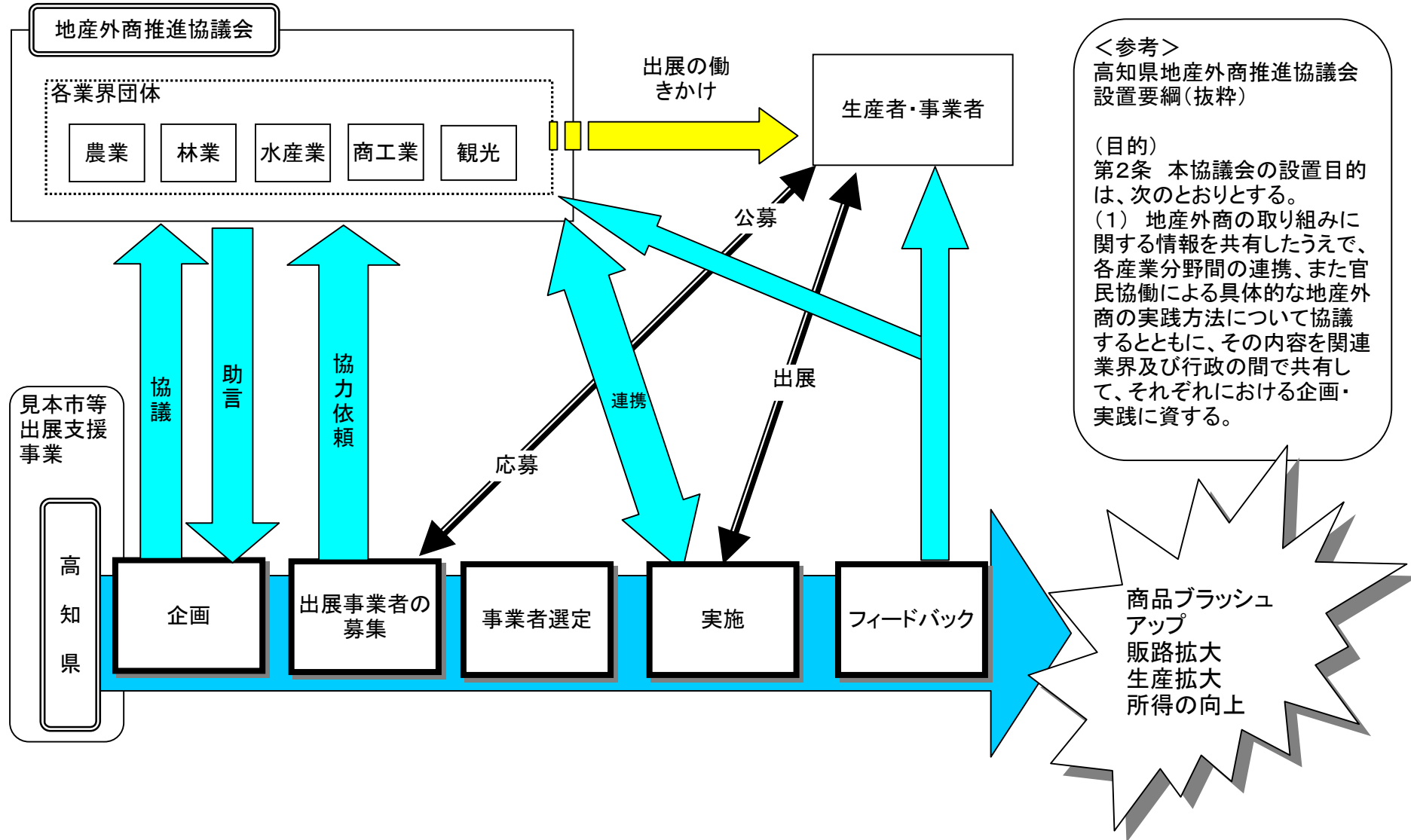
専門小売店連携商品発掘事業のイメージ

別図(商工13)



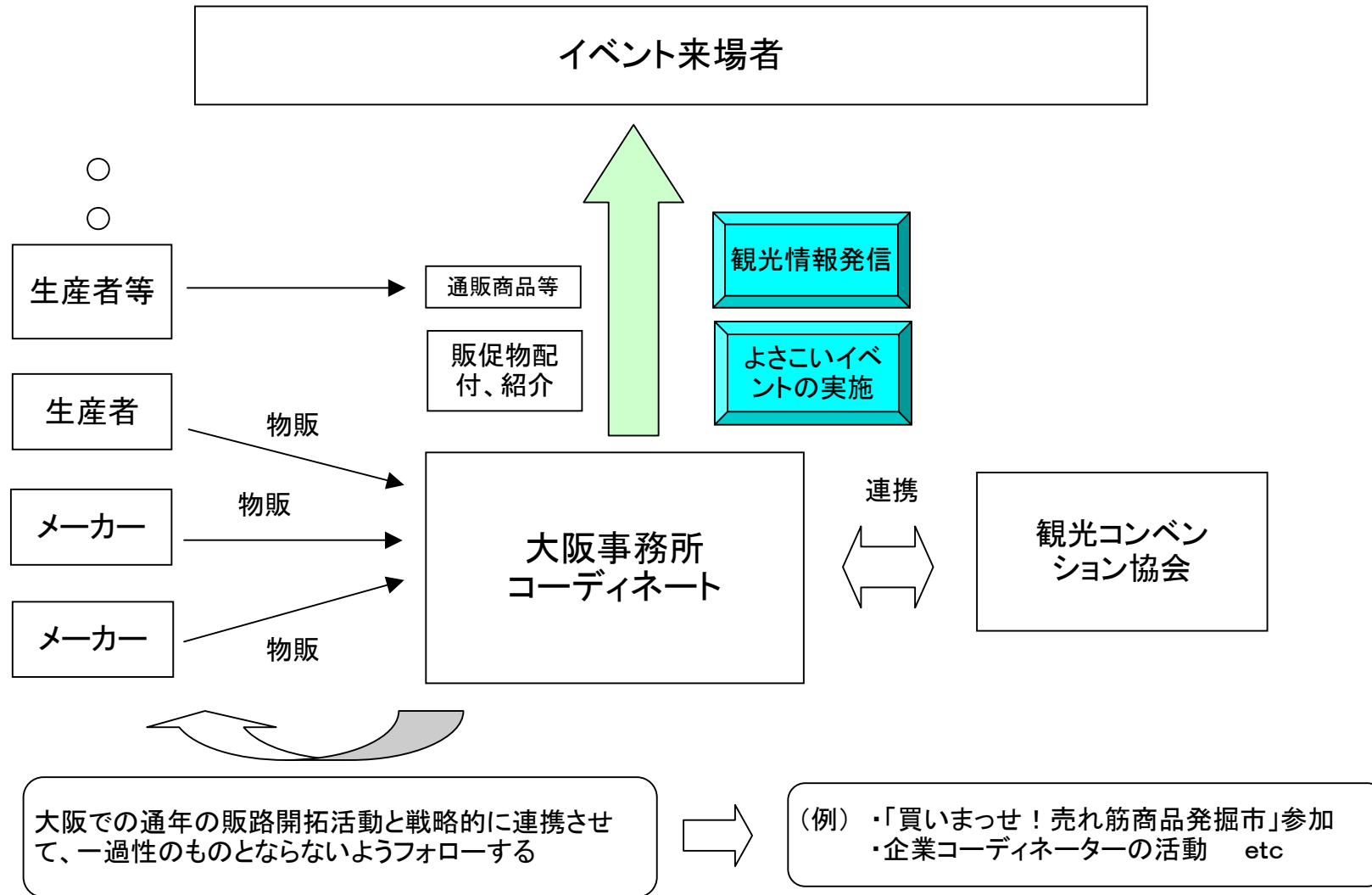
見本市等出展支援事業の実施スキーム

別図(商工14)



<参考>
高知県地産外商推進協議会
設置要綱(抜粋)

(目的)
第2条 本協議会の設置目的は、次のとおりとする。
(1) 地産外商の取り組みに関する情報を共有したうえで、各産業分野間の連携、また官民協働による具体的な地産外商の実践方法について協議するとともに、その内容を関連業界及び行政の間で共有して、それぞれにおける企画・実践に資する。



県内企業の輸出拡大に向けた具体的な取組

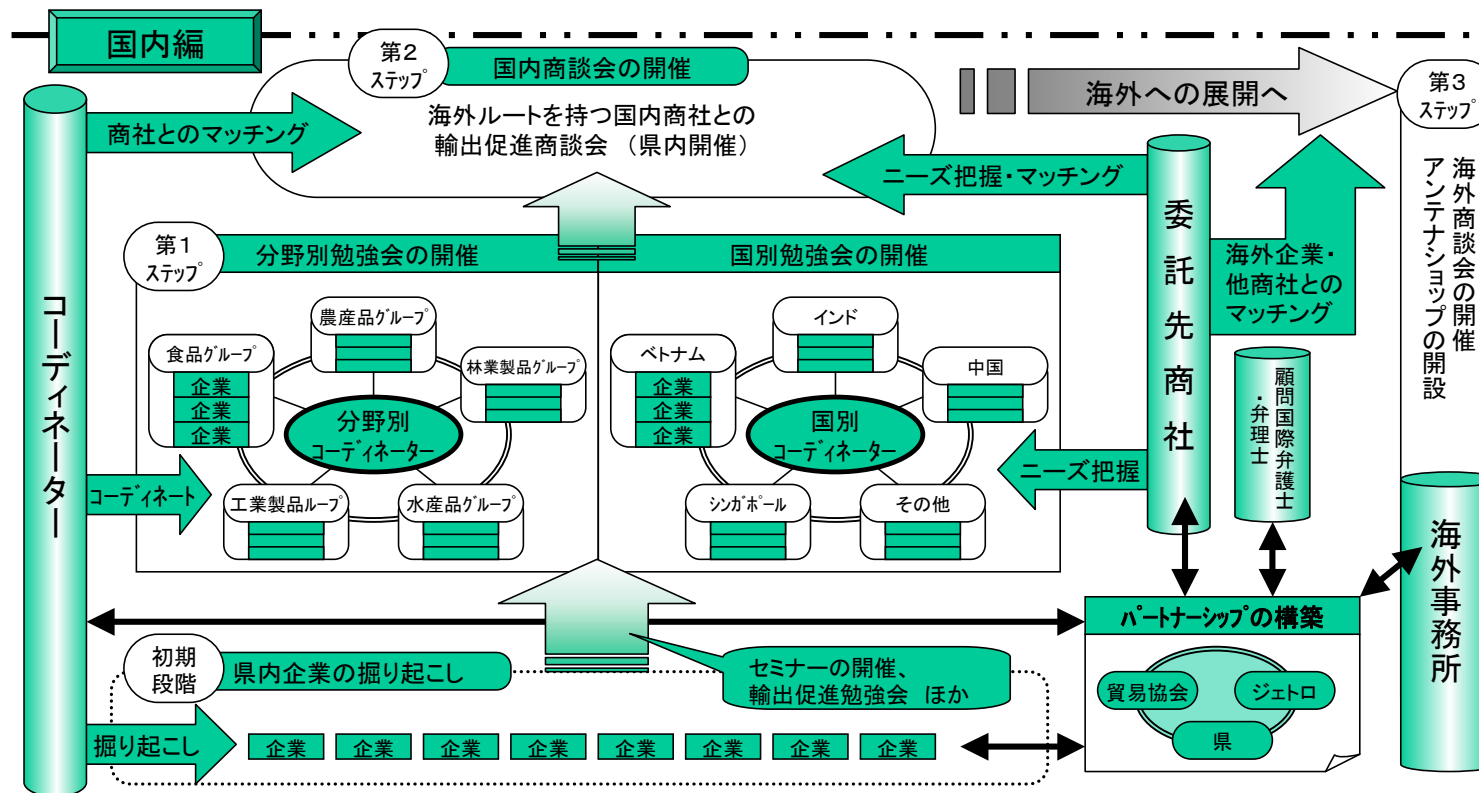
別図(商工17)

現状・課題

- ◆ 海外事務所を活用した取引では、輸入に対して輸出が極端に少ない現状であり、輸出額を増やすことが最大の課題
- ◆ また、国内における支援活動も十分ではなく、海外ネットワークと国内ネットワークの連携体制を構築することが急務

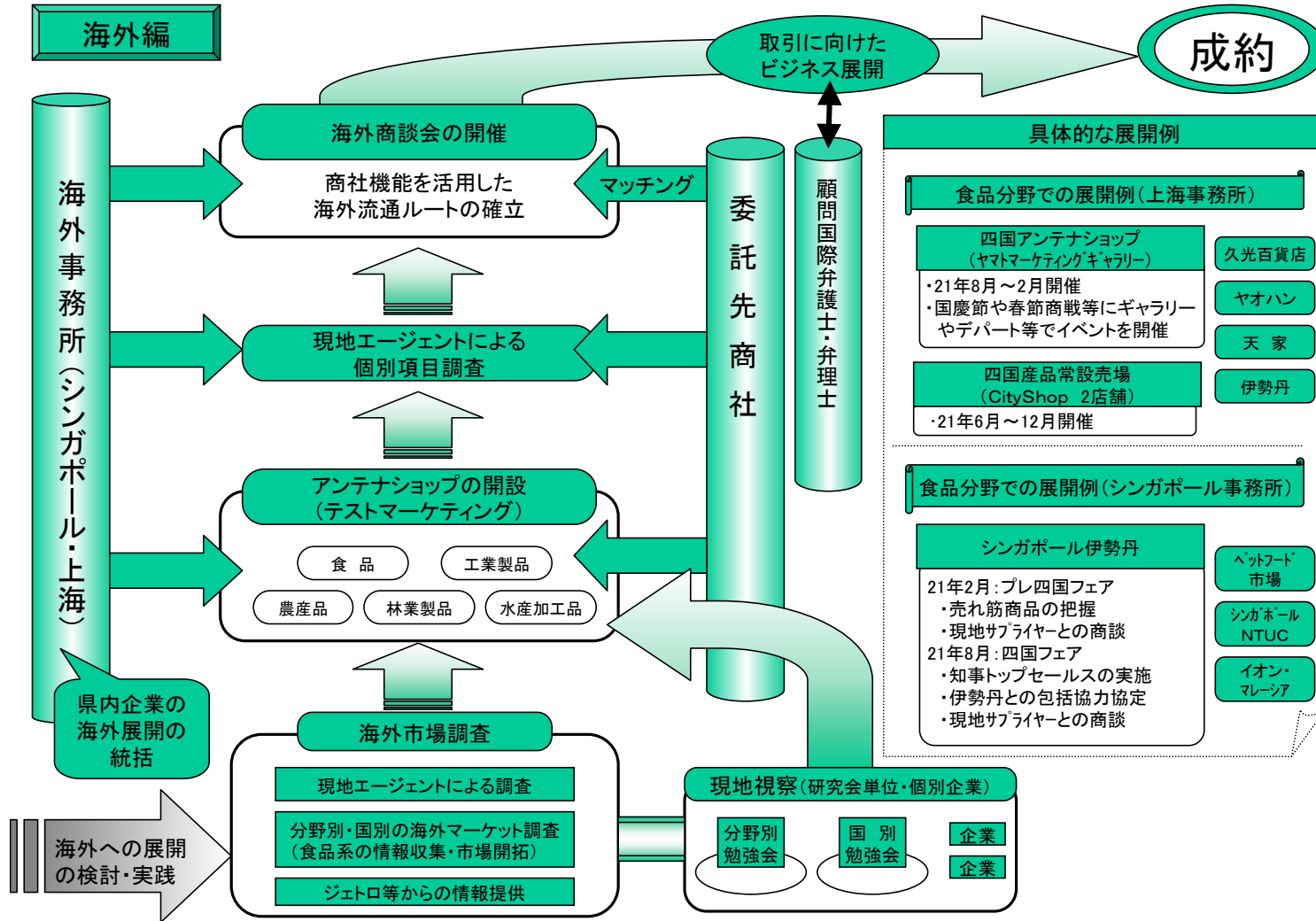
対応策

- ◆ 県内企業の輸出拡大を短期的かつ効果的に実現するため、新たに以下の取組を実施
 [国内向け] 貿易関連の活動経験を持つコーディネーター(商社OB等)を設置し、県内企業の掘り起こしと勉強会のコーディネートを行う
 [海外向け] 商社と貿易支援の委託協定を締結し、商社の持つ優れたネットワーク力を活用した強力なセールス活動を行い販路を開拓する



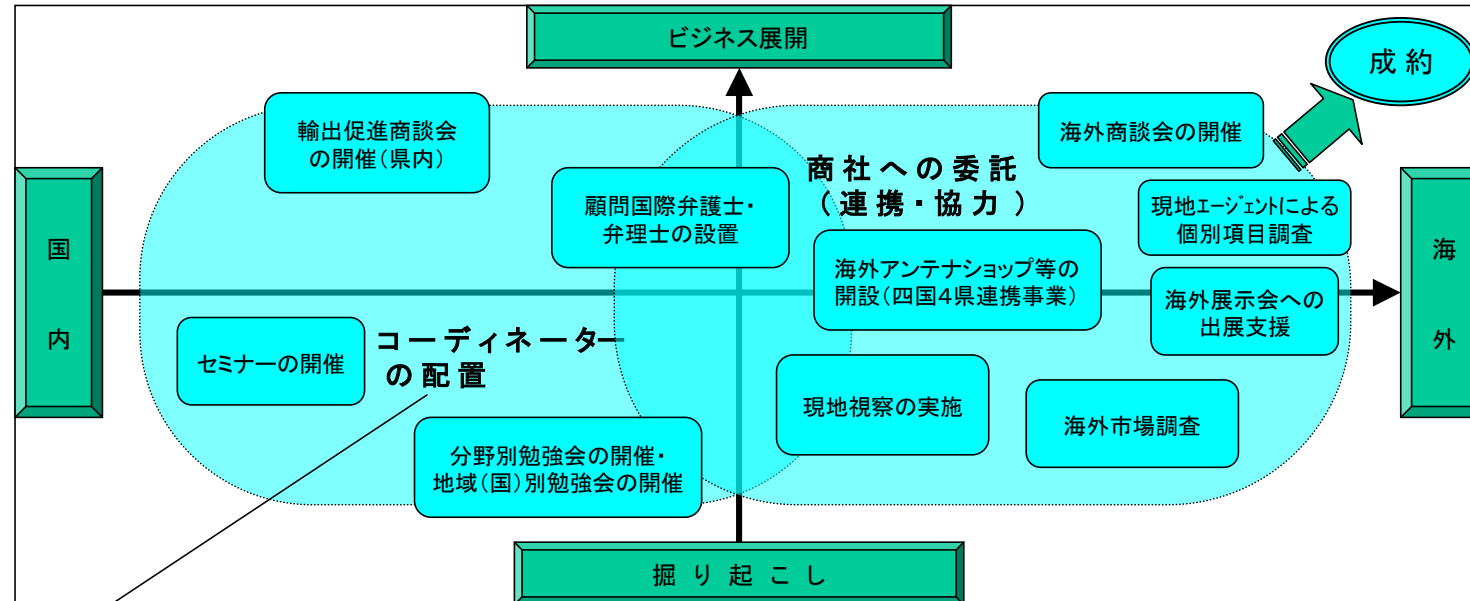
県内企業の輸出拡大に向けた具体的な取組

別図(商工18)



海外展開の推進に向けた支援策の位置づけ

別図(商工19)



支援体制イメージ ～(社)高知県貿易協会への委託～

【コーディネーター:4名】

①分野別担当 (2名...食品系・1次産業系)

- ・それぞれの分野で活動経験を持つ商社OB等を想定し、県内掘り起こしを担う
- ・内外での商談会・委託関係を結ぶ商社との窓口となり、県の方針に従って、現場での指示・連携の業務を担う

②地域(国)別担当(2名)

- ・英語・中国語の語学力を有し、活動経験のある商社OB等を想定
- ・シンガポール・上海の海外事務所から受ける要望や指示の窓口として、両事務所のテーマや個別課題を県内において展開・解決する
- ・分野別コーディネーターと連携するとともに、食品系・一次産業系以外をテーマとした活動を展開する

【事務局員:1名】

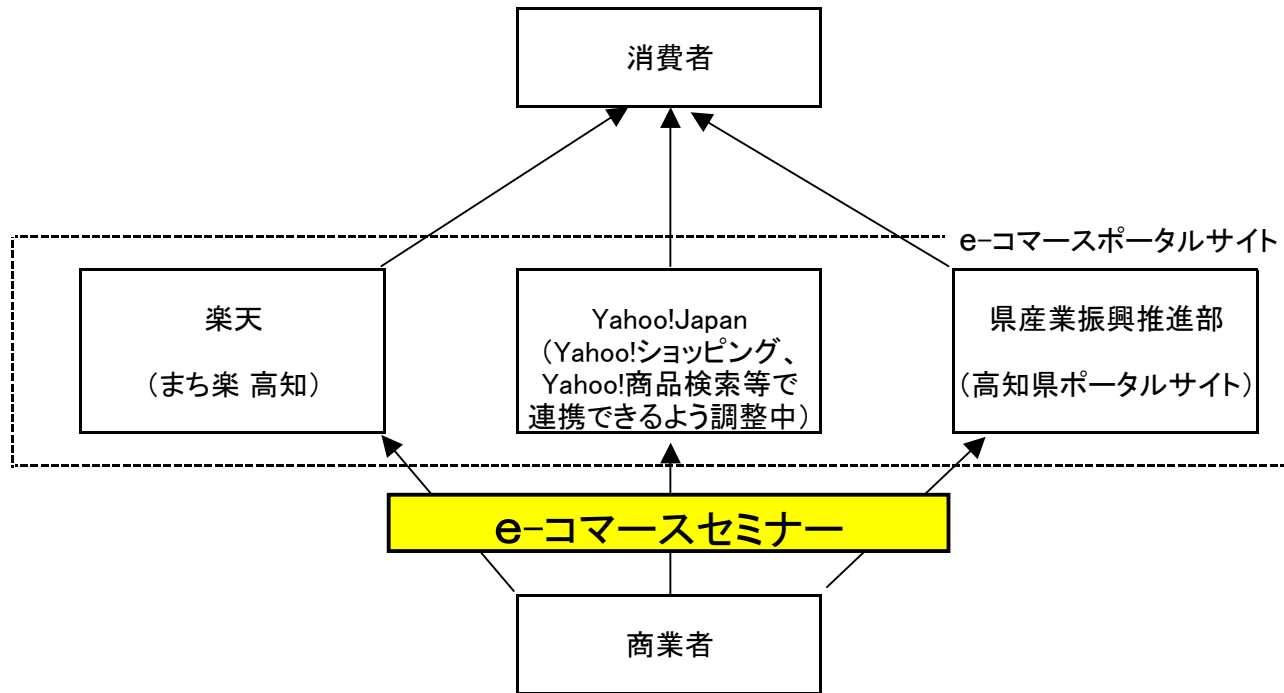
4名のコーディネーターの活動を円滑に行うため経理等を行うとともに、プロジェクトチームの一員として方針・活動計画の立案・実行に参画

「e-コマースセミナー開催事業」

別図(商工20)

① e-コマースポータルサイトの立ち上げ

○楽天、Yahooショッピング、県企画部と協力し、高知県内商業者が販売する県産品を告知するサイトの立ち上げやプロモーションの実施



② e-コマースに進出

○e-コマースやITに関する知識を商業者に得てもらい出店を促進するためe-コマースセミナーを開催

e-コマースに参入及びe-コマースポータルサイトに参加するために必要な知識を得てもらうためのセミナーを実施

講師は楽天・Yahoo等からの派遣を軸に検討中

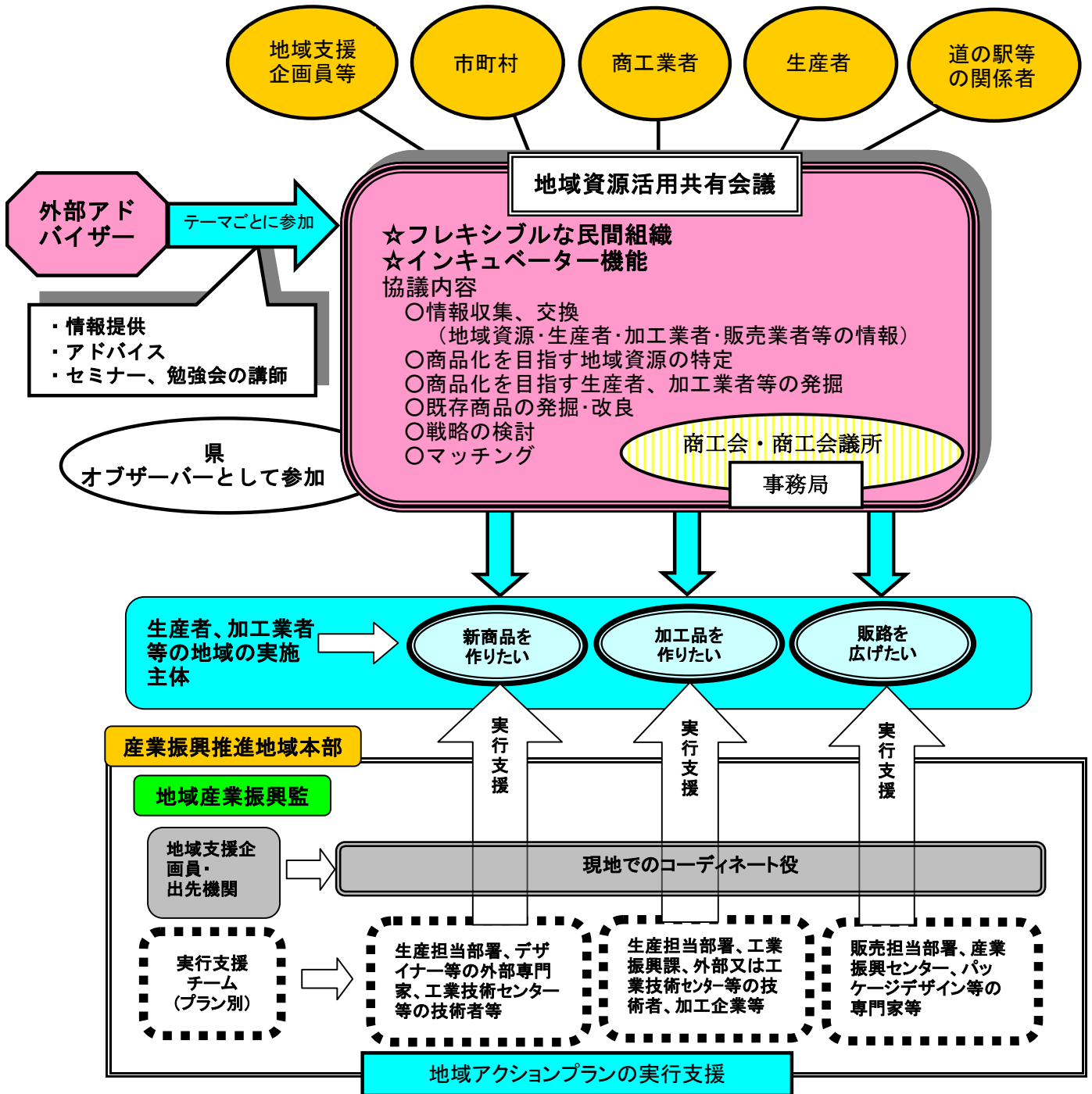
地域資源活用共有会議

別図(商工21)

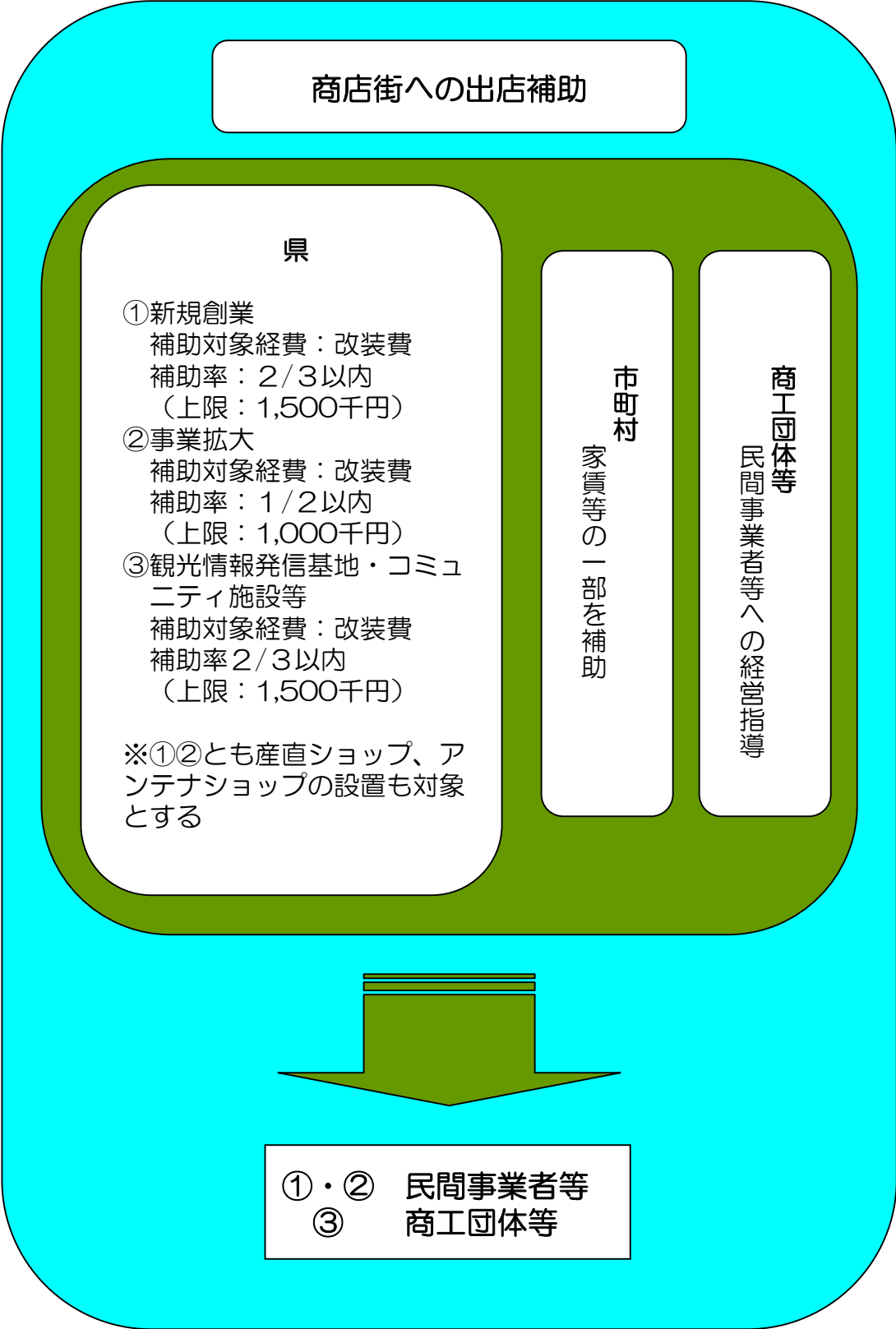
1. 事業内容

地域の資源や地場産品の情報共有、商品化のための協議会を地域の商工業者や生産者等を中心とする組織により開催し、その事業実施主体となる生産者や加工業者を見出していく。

この会議の開催に要する経費を商工会等（事務局設置）に補助する。



商店街にぎわい再生推進事業
〈空き店舗の有効活用〉



別図 (商工23)

こうち商業振興支援事業

商業者と住民団体等との協働による新たな視点からの商業振興への取組を支援



県

- ・補助率 2/3 以内
- ・上限 1,000千円



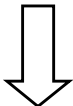
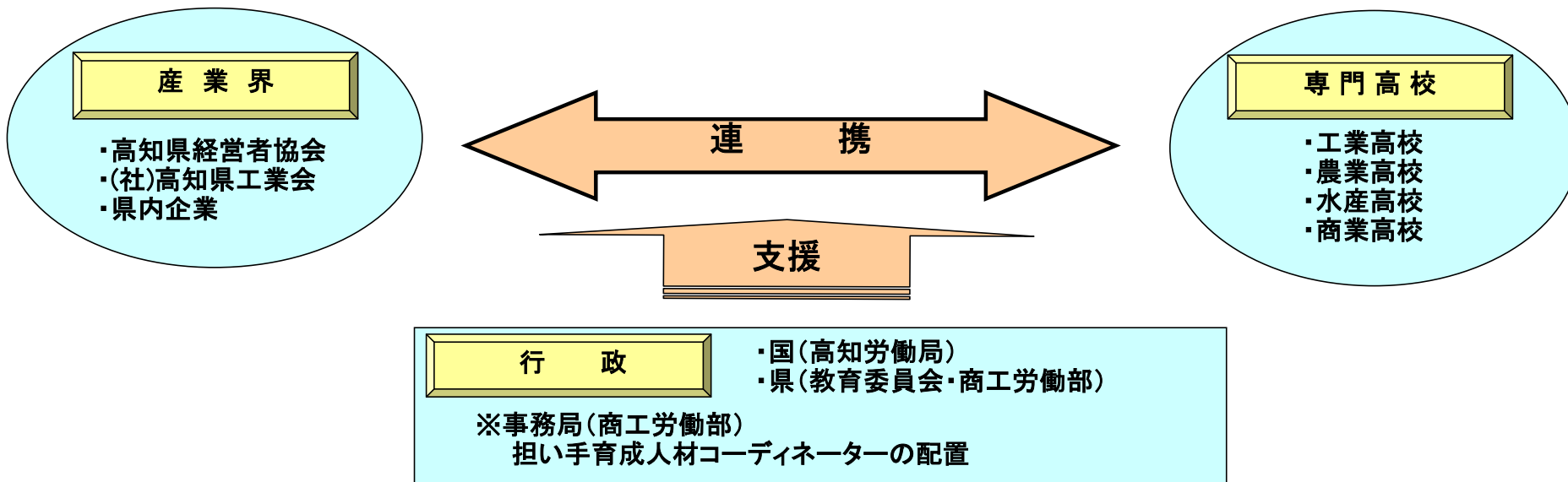
商店街イベント

地域産業担い手人材育成事業(拡充)

【現状】 将来の地域産業を支える担い手の育成と、若年労働力の確保を目的に、専門高校と産業界、行政による連携体制を構築し、人材の育成に取り組むため、H20年度に創設

専門高校10校を対象にして連携事業を実施(H21.2.16現在)

- ①生徒の企業実習(デュアルシステム)事業 (実施校5校 実施生徒50名 連携企業23社)
- ②企業技術者等による技術指導事業 (実施校6校 実施生徒279名 連携企業13社)
- ③産業教育担当教員の企業研修事業 (実施校3校 実施教員7名 連携企業5社)
- ④企業と学校との共同研究事業 (実施校6校 実施生徒70名 連携企業8社)



【課題】 ・産業界、学校、行政の連携強化による仕組みの構築
・横への広がり

【提案】 ・実施校の拡大 (10校 → 23校)
・(新)受入れ企業との意見交換会の開催
・(新)事例集の作成

就職支援相談センター事業費

若年者のための就職支援のワンストップサービスセンター「ジョブカフェこうち」のサテライトを幡多地域に新設し、機能強化を図るとともに、しごと体験講習等の充実により、若年者の就職を促進する。

■ジョブカフェこうち本部■

- 実施方法
民間団体に委託して実施する
- 委託内容
 - ①センター管理・運営
キャリアコンサルタントによる就職相談など
【拡充】・キャリアコンサルタント1名増員
・企業サポーターの活用
・ホームページの充実
 - ②学校出張相談
高等学校や若者サポートステーション等への出張相談など
 - ③セミナー事業
就活応援セミナー、合同面接会など
 - ④しごと体験雇用支援事業
【拡充】若年者しごと体験10日間コースの拡大
100人枠→200人枠
※利用率が低い5日間コースは廃止
年齢制限の拡大
「34歳以下」→「39歳以下」

【新規】■幡多サテライト■

- 実施方法
民間団体に本部と一括して委託し実施する
- 委託内容
 - ・サテライトの管理・運営
 - ・キャリアコンサルタントによる就職相談など
 - ・しごと体験講習や各種訓練の受付
 - ・研修や職業訓練その他就業に関する情報提供
 - ・幡多地域の学校との連携
- 組織体制
キャリアコンサルタント1名
アテンダント1名
- 開設日及び時間(予定)
週3日(火・木・土)
午前11時～午後7時
- 場所
四万十市内

ポータルサイト「高知しごとネット」

別図(商工26)

現 状

県内の職業紹介事業所については、官・民、無料・有料を含め、70ヶ所程度あるが、情報の一元的集約化が図られていない。

課 題

県内就職を希望する求職者は多様な求人情報を効果的に収集することができない。

対 応

インターネットを活用して、求人情報の一元的集約化を図る。

効 果

一つのサイトで県内の求人情報を把握できるようになる。

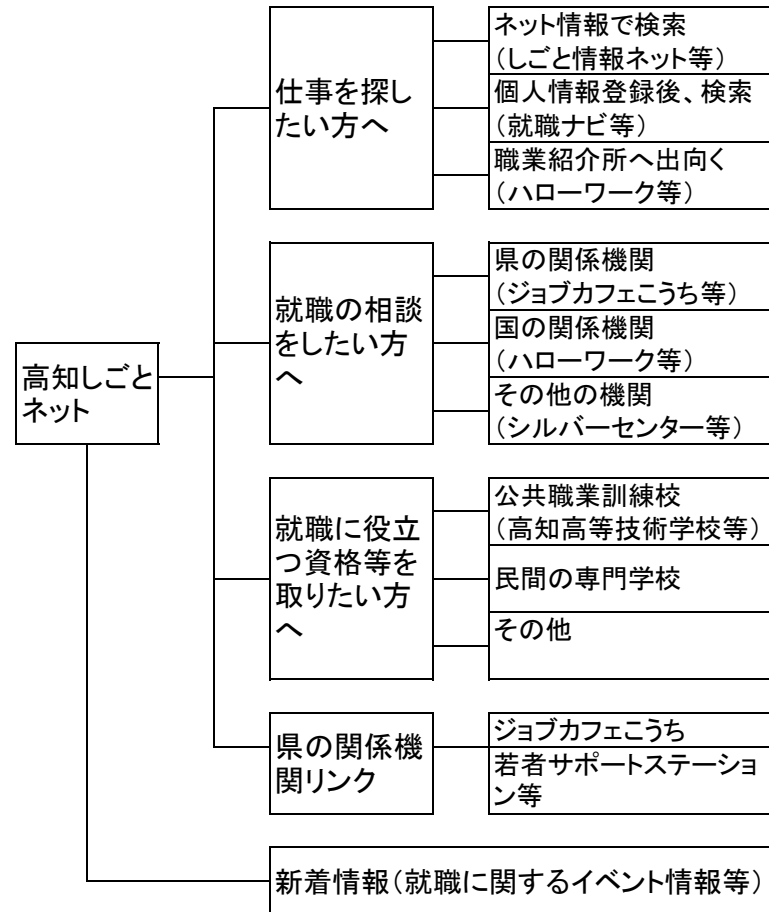
求職者側は、従来よりも数多くの選択肢の中から仕事を選べるようになる。

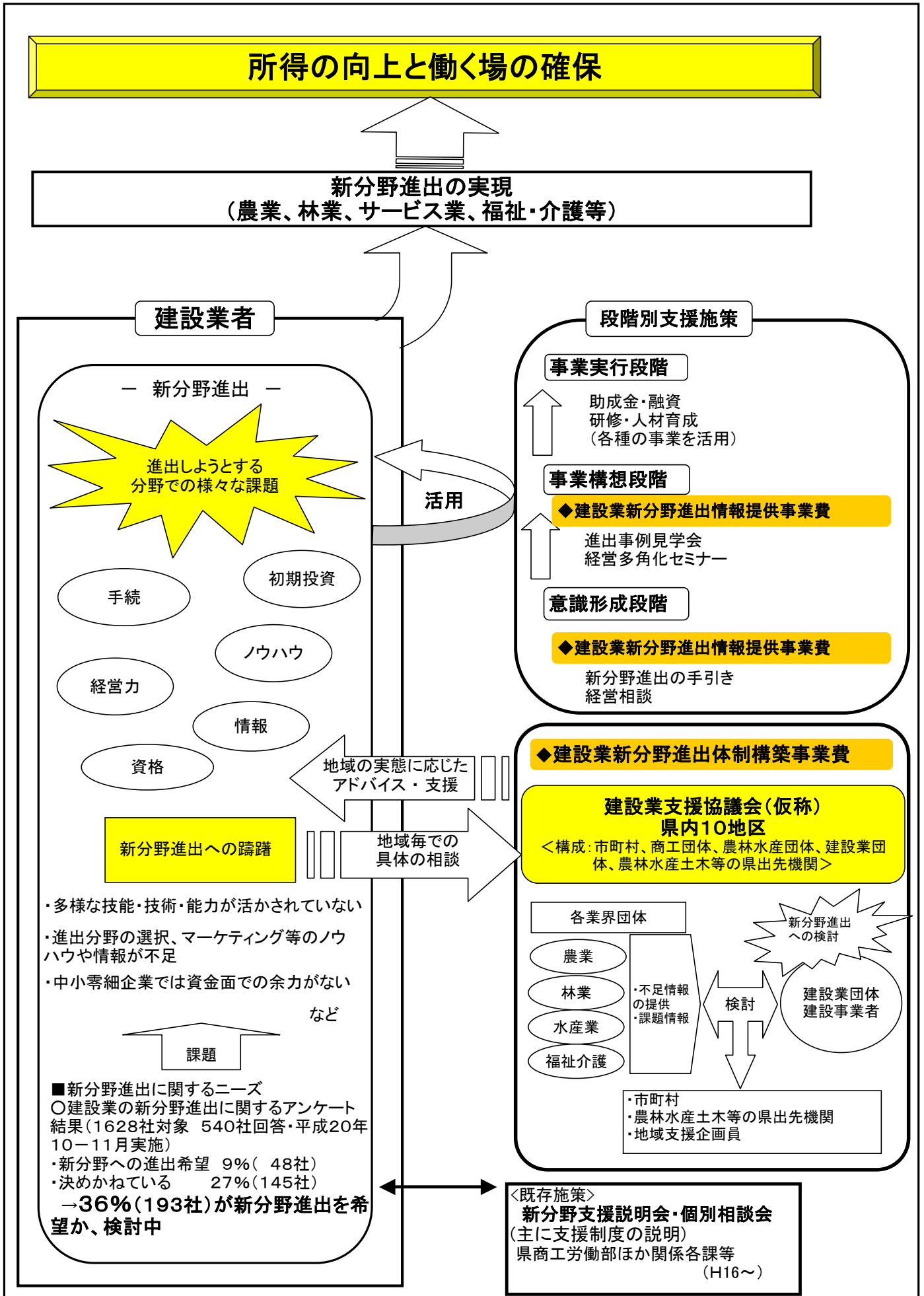
雇用のミスマッチの解消につながる。

就職に関するイベント情報等を入手することで就職の機会が増える。

ポータルサイトのイメージ図

※ 県庁ホームページ内の「一つのポータルサイト」の中に官民の就職支援の情報を一括掲載（ワンクリックで検索）





成長が期待される分野と具体的な対応策

【参考資料】

分野	見込まれるニーズ	具体的な展開	克服すべき課題	今後の対応策	備考	
安心・安全 (1次産業との連携)	安心・安全な社会への関心の高まり		○原材料の安定確保 (時期・量・コスト・集荷体制の整備)	○生産者や関係団体と連携した原材料の確保対策 ・地域資源活用共有会議(仮称)の創設【再掲】	・首都圏での高知県の青果の価格は他県の2.4倍	
	○安全な原材料を使用した食品	○地場の1次産品を使った加工食品の開発・製造(1.5次産業の推進)	○生産者と商工業者とのマッチング	○原料ストック用の冷凍設備や、ペースト・乾燥・粉末化のための原料の前処理設備の整備や企業立地	・全国生鮮品の6割は業務加工用(非消費)	
	○天然素材にこだわった商品	○竹やアロエ、木材、漆喰等の天然素材を活用した商品開発	○天然素材のコスト高	○1次産業者と製造技術者のマッチングの場の創設 ・地域資源活用共有会議(仮称)の創設【再掲】	・天然素材の販売量の増加 天然由来素材応用製品市場 2004年 1兆7844億円 2010年 2兆 62億円 [富士経済H20予測]	
	○健康志向へ対応する食品	○産学官による地域資源を活用した機能性食品の研究開発	○成分効果の実証	○「新しい産業こうち推進本部」の活用【再掲】	・健康食品の市場は拡大しつづけ、約1兆1千億円強の規模【富士経済調べ】	
	○災害に強い建設工法	○新しい免震工法の開発	○システムの構築	○県内公共建築物への展開の検討	・南海地震が2007年から30年以内に発生する確率50%	
	○個人の健康維持努力(自己管理)の支援	○健康測定機器の研究開発	○新たな研究体制の構築	○高知大(医学部)や工科大、公設試との連携強化	・血圧計、体温計、体重計等の健康管理機器の国内市場は2006年度633億円	
○生活の豊かさが実感できる社会の実現	○ペットビジネス産業	○地域食材を使ったペットフードの開発	○生産体制、施設の整備	○「新しい産業こうち推進本部」の活用【再掲】	・ペット関連総市場は拡大基調。2007年度は前年度比2.5%増の1兆955億円	
環境	地球規模の問題(温暖化防止や食糧問題)への関心	○環境対応型機械・部材の研究開発(圧入機、真空吸引車、地盤改良機等)	○生産効率の向上	○中核企業としての位置づけと支援策の検討 ・生産規模の拡大による生産効率の向上 ・環境関連の新技术の導入による事業化	・低騒音・環境配慮(生分解性油脂の利用、クリーンな排ガス)の圧入機の売上増	
	○環境に負荷をかけない製品や技術		○海外進出の促進	○環境関連の幅広い分野で国のプロジェクト導入の検討		
	石油に代替するクリーンエネルギー	○太陽光発電用部品(シリコンウェハー)製造	○立地環境の整備	○環境関連の幅広い分野で国のプロジェクト導入の検討【再掲】	○企業立地の促進	・世界の太陽電池生産量2007年に前年比50.9%の増加
	○太陽光発電		○適正素材の不足	○1次産業者と製造技術者のマッチングの場の創設 ・地域資源活用共有会議(仮称)の創設		
	○木質バイオマス	○木質バイオマス原料製造(1.5次) ○木質バイオマス利用機器の開発・製造	○原材料輸送費の低減化	○「新しい産業こうち推進本部」の活用	○原材料コスト削減のための合理的輸送システムの確立	・拡大する全国の木質燃料の需要(H18生産量約2万5千トン、対前年比16%増)
地球規模の問題(温暖化防止や食糧問題)への関心	○省エネや水銀レスの次世代製品	○量産化に向けた生産体制の確立	○「新しい産業こうち推進本部」の活用【再掲】	○企業立地の促進	・光源・照明国内市場 2005年 7046億円 2010年 1兆186億円	
石油に代替するクリーンエネルギー	○燃料電池	○自動車向け燃料電池、部材の研究開発	○研究開発体制の整備	○「新しい産業こうち推進本部」の活用【再掲】	・高知県発による研究開発の知財所有 県外企業と県内企業による新会社の設立	
○燃料電池		○燃料電池のインフラ整備	○企業立地の促進	○企業立地の促進	・経済産業省は燃料電池車を国内で2010年に5万台、2020年には500万台に増やす目標を設定	
高齢化(人口減少)	1次産業の技術革新	○生産者と工業関係者の連携による省力化機械・装置の開発	○研究開発体制の構築	○1次産業者と工業会等の連携会議による具体的な研究開発の促進及び基金による事業化の支援	・2005年県内販売農家 60歳以上の構成比43.8%(2000年40.1%) 75歳以上の構成比17.7%(2000年13.0%)	
	○高品質な製造技術・省エネルギー技術などを活かした1次産業	○野菜工場による高付加価値野菜の生産	○コストの低減化	○生産性の向上、生産技術の高度化、生産管理システムの効率化などの取組強化	・食品小売業界の仕入れニーズ 1位:安全性のこだわり 82% 2位:原材料のこだわり 37% 3位:おもしろさ・話題性&有名ブランド 29% [H17中小企業総合研究機構アンケート]	
	高齢者向けの商品の需要拡大	○歯科材料(歯科用地金)の研究開発	○立地環境の整備	○国のプロジェクト導入の検討【再掲】	○歯科部材の生産拡大	・歯科材料メーカーの出荷額の拡大
	○高齢者向けの日用品	○高齢者向け健康福祉・介護機器の開発	○医療機関等と連携した効果の実証	○「新しい産業こうち推進本部」の活用【再掲】	○産学連携による効果実証の取組、研究体制のマッチング	・高齢化率の将来推計【再掲】 H17: 25.9% H22: 28.4% H27: 32.3% [国立社会保障・人口問題研究所の人口推計]
高齢者向けの商品・サービスの需要拡大	○高齢者の健康志向	○コスト競争力の強化	○量産化につなげる市場開拓、コストの低減	○企業立地の促進		
先端技術	高機能家電製品への需要拡大	○次世代ディスプレイ用の液晶・有機EL等の部材(ZnO-TFTや透明導電膜)の研究	○研究成果の事業化	○「新しい産業こうち推進本部」の活用【再掲】	・ディスプレイデバイス世界市場 2006年 10兆4609億円 2012年 13兆2493億円	
	○携帯電話や薄型TVの新しい部材	○電子・デバイス部品の生産拡大	○設備の更新	○立地企業の新たな事業展開への支援	・高知県発による研究開発の知財所有	
	省エネルギーの実現	○高機能の特殊紙の研究開発(二次電池のセパレート)	○研究成果の事業化	○「新しい産業こうち推進本部」の活用【再掲】	○企業立地の促進	・2007年 世界半導体市場は2556億ドルで6年連続拡大(米国半導体工業界発表値) 液晶ディスプレイ世界市場の予測 2006年 8兆4874億円 2012年 11兆 867億円
○次世代電池の需要の拡大	○次世代電池等の部品生産				・電気自動車等での燃料電池の需要増加	
情報	エンターテインメント市場の拡大	○高知の強みである「まんが」を生かしたコンテンツ産業の創出	○ブロードバンド環境の整備	○文化環境部(まんがを核とした産業振興及び地域・観光振興)の取組と連携・情報交換しながら、WGIに参加し、県内でのコンテンツ産業振興の取組を検討	・世界のテレビアニメ市場の約6割が日本製	
	○まんが・アニメなどのコンテンツ	○ソフトウェア業の展開(組み込みソフト技術、共同利用型ソフトの開発)	○多様な受注を可能にするための企業間連携	○ソフトウェア業と他業種の連携強化	・組み込みソフトの市場規模 約3兆2700億円 (対前年比約20%増) [2007年経済産業省調査]	
	○情報サービス産業	○大量退職する団塊の世代の能力の活用	○情報処理技術者の育成と確保	○情報処理推進機構等と連携し、IT人材の育成支援を行う	○工科大学との連携による新産業の推進	・経済産業省ではSaaSの利用促進に向けた利用環境整備施策を平成19年度から実施中
○情報加工型産業			○県の著作権を活用した行政アプリケーションの他県展開(2県)			

「1. 5次産業の推進」に関連する具体的な取り組み（商工労働部）

【参考資料】

分類	生産・加工		流通・販売	
	現状・課題	対応策	現状・課題	対応策
① 地産地消-1 (地域から地域内)	<ul style="list-style-type: none"> 生産直売による値頃感 需要が不安定なため少量生産 製品・品質にバラツキがある 地域外からの来店客ニーズの把握が不十分 	<p>地域資源活用共有会議の設置</p> <p>商工業者や生産者などを中心に 地域資源や地場産品の発掘、商品化</p>	<ul style="list-style-type: none"> 地域外ニーズの把握が不十分 配送可能エリアに限界がある 	<p>地域資源活用共有会議の設置</p> <ul style="list-style-type: none"> 販売力の強化 販売希望商品の相談窓口の一元化 道の駅等との商談会の開催 <p>・商工会等による地域資源活用共有会議の設置 商品の販売促進</p>
	② 地産地消-2 (地域から高知都市圏)	<ul style="list-style-type: none"> 流通コストを吸収できる生産体制 商品の競争力が弱い(パッケージ・価格・品質) 原材料の周年安定的な確保 消費者の情報不足 高知都市圏の消費者のニーズに関する情報不足 <p>・製品・品質にバラツキがある</p>	<p>食品の生産施設(前処理設備等)の整備 企業誘致、一次産業側との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> 生産性の向上やコスト圧縮のための技術支援 →工業技術センターの技術指導 生産者や関係団体と連携した原材料の確保対策 加工業者の体質強化へ向けた対策(企業連携の促進) <p>・地域資源活用共有会議の設置</p>	<ul style="list-style-type: none"> 個人の出荷体制に限界がある 高知都市圏の消費者の情報不足 産直販売や量販店インショップ間の競争激化 市内産直販売 店舗数 29軒 売上 16億7,200万円 立地条件の良い場所の確保が困難
③ 地産外消-1 (地域から四国)	<ul style="list-style-type: none"> 物流方法や所要時間を考慮した衛生安全性の確保 適正表示や空間率などの規制の遵守 安定生産のための周年確保 地域特性が売りにならない 類似商品の中での競争力の強化 マーケティングの不足(差別化・ターゲット・価格・パッケージ) 四国の消費者のニーズに関する情報不足 <p>・製品・品質にバラツキがある ・原材料が安定的に確保できない</p>	<p>生産技術の指導及び衛生検査 →工業技術センターでの技術指導 菌検査等の公的証明必要性の啓発</p> <ul style="list-style-type: none"> JAS、HACCPによる認証の促進 こうち産業振興基金の活用 <p>・食品の生産施設(前処理設備等)の整備対策 ・生産性の向上やコスト圧縮のための技術支援 ・生産者や関係団体と連携した原材料の確保対策 ・加工業者の体質強化へ向けた対策(企業連携の促進)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 県産品を扱える卸業者の確保 高速道路のストロー効果で卸業者の弱体化 営業のための経営資源が弱い POS端末の負担ができない eコマースの知識不足 四国の消費者のニーズに関する情報不足 	<p>eコマースによるビジネスの拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費地での競合品情報の収集提供 →流通相談会の開催 経営革新、こうち農工商連携基金、こうち産業振興基金の活用 eコマースの推進 事業者と経営指導員のIT技術の向上支援 (ITセミナーの開催・ITアドバイザー派遣など)
	④ 地産外消-2 (地域から関西・中京圏)	<ul style="list-style-type: none"> 翌日販売になるため、在庫管理と見込生産が必要 各地域(神戸・大阪・名古屋など)に応じたエリアマーケティングを活かしたものづくり 都市部で評価されるパッケージ形態やデザイン開発能力の不足 価格競争の激化 関西・中京圏の消費者ニーズに関する情報不足 <p>・マーケティングの不足(差別化・ターゲット・価格・パッケージ) ・製品・品質にバラツキがある ・原材料が安定的に確保できない</p>	<p>流通商品開発支援の体制整備 各アンテナショップ等による売れ筋情報の提供 (直接面談・ポイント伝授など) 地域資源発掘アドバイザーの設置(県外事務所)</p> <ul style="list-style-type: none"> 大阪・名古屋事務所での消費者情報の収集提供 <p>・生産技術の指導及び衛生検査 ・菌検査等の公的証明必要性の啓発 ・JAS、HACCPによる認証の促進 ・食品の生産施設(前処理設備等)の整備対策 ・生産性の向上やコスト圧縮のための技術支援 ・生産者や関係団体と連携した原材料の確保対策 ・加工業者の体質強化へ向けた対策(企業連携の促進)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 多様な流通形態が存在する (大手流通業者・専門小売店、地域に縁故ある取引) 関西・中京圏の消費者ニーズに関する情報不足 <p>・営業のための経営資源が弱い ・eコマースの知識不足</p>
⑤ 地産外消-3 (地域から首都圏)	<ul style="list-style-type: none"> 絶対的な優位性を発揮する品位(素材や技術の優位性)不足(類似の商品が全国から集められている) 物流コストに耐えられる商品開発が弱い 情報の質や量が限定的(首都圏2店舗) 首都圏の消費者ニーズに関する情報不足 <p>・製品・品質にバラツキがある ・原材料が安定的に確保できない</p>	<p>専門家を活用した商品ブラッシュアップ</p> <ul style="list-style-type: none"> 販売戦略を立てた商品づくり →情報収集、専門家助言を活用 物流コストを吸収できる付加価値の高い商品づくり <p>・各アンテナショップ等による売れ筋情報の提供 ・地域資源発掘アドバイザーの設置(県外事務所) ・生産技術の指導及び衛生検査 ・菌検査等の公的証明必要性の啓発 ・JAS、HACCPによる認証の促進 ・生産者や関係団体と連携した原材料の確保対策 ・食品の生産施設(前処理設備等)の整備対策 ・加工業者の体質強化へ向けた対策(企業連携の促進)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 大手流通業者との取引は僅少 協力小売業者との商品ブラッシュアップ 情報発信力が弱い 首都圏の消費者ニーズに関する情報不足 物流コストに耐えられる商品開発が弱い <p>・営業のための経営資源が弱い ・eコマースの知識不足</p>	<p>スーパートレードショー(ハイヤー関係)への県としての出展 食の博覧会(一般消費者)への県としての出展 新たなアンテナショップの検討</p> <ul style="list-style-type: none"> 量販店等の多様な流通ルートの確保 物流コストを吸収できる付加価値の高い商品づくり <p>・消費地での競合品情報の収集提供 ・地場産品フェアの開催(商談会・地域資源の活用) ・地域資源発掘アドバイザーの設置(県外事務所) ・地域資源発掘アドバイザーと情報共有会議の連携支援 ・消費者ニーズ、流通業者ニーズに即した商品斡旋、情報提供 ・eコマースの推進 ・事業者と経営指導員のIT技術の向上支援</p>
	⑥ 地産外消-4 (地域から輸出)	<ul style="list-style-type: none"> 海外マーケットの知識不足(ターゲットを定められない) 販売チャネルがない 貿易商習慣の違い 海外の消費者ニーズに関する情報不足 	<p>ジェトロや商社等の貿易の専門家の活用 シンガポール、上海の海外事務所の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> 相手国の事情に合わせた商品づくり 	<ul style="list-style-type: none"> 海外市場情報、人的ネットワークの不足 海外の消費者ニーズに関する情報不足 <p>・営業のための経営資源が弱い ・eコマースの知識不足</p>

①の段階から進むにつれてハードルは段階と高くなる(生産性の向上・高付加価値化などの選択)

生産性を上げてコスト削減を図るの
か、高付加価値化によりコストを吸収する
のか、いずれかの選択が迫られる。

再掲項目(明朝体文字)自
体
も段々レベルが高くなる

Ⅱ 専門分野の成長戦略

5 観光分野

滞在型・体験型観光の推進

【基本方向】①県民参加による、自ら輝く状況づくり ②自然・歴史・文化を活かした“まち”の魅力づくり ③誘客効果のあるイベント等の振興 ④時代にあったセンスと統一感のあるPR活動 ⑤首都圏や海外を睨んだ広域連携の推

1 新規市場の開拓

一策 効果的な観光PR、プロモーション活動の展開

- アンテナショップやマスメディアを活用した観光と物産の一元的な情報発信
- 県、(財)高知県観光コンベンション協会、市町村、観光施設等の情報共有の場づくり
- 「龍馬伝」の放送を最大限に活かし、全県的な観光振興につなげるため「土佐・龍馬であい博」を開催
- よさこいネットの充実や観光・物産のポータルサイトなど、ウェブサイトを活用した情報発信

二策 県内の観光地を結ぶ交通手段の確保

- 「MY遊バス」等周遊バスの運行体系の強化（「土佐・龍馬であい博」に関連する周遊バスの運行も検討）
- 「観光ガイドタクシー」を活用した周遊プラン（モデルコース）の企画・実施
- 優待レンタカー制度の導入について、四国観光立県推進協議会事業での実施をリード
- 公共交通を使ったモデルコースの設定や案内情報の充実

三策 四国4県での受入態勢の整備、PR活動の展開

- 四国4県とJ・R四国で構成する四国観光立県推進協議会を幅広い民間参加の組織に強化
- 首都圏でのPR・プロモーション活動、旅行エージェンツ等と連携したキャンペーン事業、東アジアを対象としたインバウンドフォーラム等の実施
- 二次交通対策として、優待レンタカー制度の導入について、四国観光立県推進協議会事業での実施をリード（再掲）

足下を固め、活力ある県外市場へ打って出る

◆首都圏からの観光客
36万人→60万人

足腰を強め、新分野に挑戦

◆県内2泊以上の割合
25%→30%
◆宿泊施設の稼働率
37%→全国並みの45%

「観光八策」の推進で、
400万人観光の実現、1,000億円産業へ

産業間連携の強化

◆1人当たりの観光消費額
23,780円→25,000円
◆全体の観光消費額
725億円→1,000億円

2 滞在型観光への転換

四策 地域の自然・歴史・文化などを活かした県民参加による体験型観光資源の発掘と磨き上げの推進

- 「龍馬伝」の放送を最大限に活かし、全県的な観光振興につなげるため「土佐・龍馬であい博」を開催（「花・人・土佐であい博」で芽出した地域資源の継続的な育成と支援も実施）（再掲）
- 広域観光周遊ルートづくり
- まち歩き観光の拡充と情報発信
- 地域産物を活用した魅力づくり
- 教育旅行の受入態勢づくり
- 滞在型・体験型観光推進の気運づくりのための研修、講演会等の実施
- 旅行の動機づけとなるイベント等の企画

産業振興計画に基づく地域での取組を観光産業振興事業費補助金等により

五策 観光振興に寄与する人材の育成と活用

- 地域で観光をテーマに活動している人材のネットワークの場の設置
- 観光ガイドのスキルアップのための研修の開催と有料ガイドへの移行
- 「土佐・龍馬であい博」の企画・運営における民間アドバイザーの活用
- 滞在型・体験型観光推進の気運づくりのための研修、講演会等の実施（再掲）

六策 地域コーディネーター組織の整備

- 着地型旅行商品をめざした広域周遊ルートづくりや広域観光情報の発信など、ワンストップサービスを担う地域コーディネーター組織の立ち上げを支援

七策 国際観光の推進

- 国際観光推進会議（仮称）を設置し、官民一体となった国際観光推進のための意識の醸成と戦略（海外からの観光客のニーズ調査、観光案内板等の多言語化、宿泊施設等の従業員研修等）を策定・推進
- 観光案内板、誘導標識、パンフレットの多言語化の推進

3 産業間連携の推進

八策 産業間連携による新たな可能性への挑戦

商工業分野

- 「龍馬伝」とタイアップした商品の開発、販売
- 首都圏のアンテナショップによる販路開拓・観光情報発信拠点の整備
- 高知の「食」をテーマにした魅力づくりや土産品づくりへの支援と販売促進
- インターネットを活用したeコマースの展開を支援
- 観光客を商店街に呼び込むためのルートマップづくりや商品開発を支援
- 空き店舗を活用した観光案内の拠点整備を支援

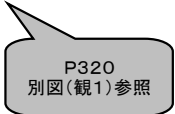
観光分野

- 地域コーディネーター組織の整備（再掲）
- 「花・人・土佐であい博」で芽出した地域資源の継続的な育成と支援（再掲）
- 「よさこいネット」からグリーンツーリズムや物産情報へ導く仕組みの構築
- 地域産物を体験メニューに組み入れる取組を支援（再掲）
- 観光地で地場産品販売所や土産品店、レストランなどへ誘導する観光ルートの設定を促進
- 道の駅や直販所等での「観光と物産」の一元的な情報発信を支援

一次産業分野

- グリーンツーリズム、ブルーツーリズム、森林セラピー、間伐体験などの体験メニューの充実と外部アドバイザーの活用やインストラクターの養成
- 農林漁家民宿等の開設など受入態勢づくりへの支援
- 全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催
- 県内の先進地等への視察研修を活用した観光の商品化
- 子ども農山漁村交流プロジェクトの推進
- 生産者と実需者とのマッチングをさらに進めるシステムづくり

戦略の柱【 滞在型・体験型観光の推進 】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向			
					1	2	3	
1. 効果的な観光PR、プロモーション活動の展開	◆(財)高知県観光コンベンション協会において、情報発信やプロモーションを担っている	◆(財)高知県観光コンベンション協会の「よさこいネット」のイベントカレンダーなど、各団体組織が直接情報を書き入れて、県内の情報をタイムリーに一元化する仕組みを導入 ◆全国各地のエージェントへのアプローチや首都圏・韓国等におけるプロモーションを展開	◆多様化する旅行形態や観光ニーズに呼应し、ターゲットを明確にした観光情報の発信が不十分 ◆(財)高知県観光コンベンション協会は賛助会員制度で運営しており、未加入会員の情報が十分に掲載されていない ◆プロモーションを行うターゲットなどを戦略的に明確にできていない ◆県、(財)高知県観光コンベンション協会、民間組織の課題の共有化とその対処方法を統一化する場がない	◆観光PR戦略の確立 ◎観光と物産の一元的な情報発信 ★情報共有の場づくり		○	○	
				◆「龍馬伝」を活かしたPR、プロモーション活動の展開 ★「土佐・龍馬であい博」の開催 		○	○	
				◆時代の流れに沿ったウェブサイトの有効活用などへの支援 ◎ウェブサイトの有効活用を支援		○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 観光分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>観光と物産の一元的な情報発信(よさこいネットの充実、観光・物産ポータルサイトの活用)</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会:観光PR戦略に基づく情報発信、プロモーション活動 県観光政策課:「本家よさこい・高知」を活用したPR</p> <p>県東京事務所:首都圏アンテナショップを核にした情報発信、プロモーション活動</p> <p>情報共有会議の設置</p> <p>観光団体、市町村、(財)高知県観光コンベンション協会、県関係課等:PR戦略の検討と情報共有のシステム化</p>			<p>◆官民で本県観光の広報をはじめとする振興策の検討が行われる</p> <p>◆官民による広報協力体制が確立される</p>	<p>◆本県の観光や物産など情報発信が一元化され、効果的・効率的なプロモーションが実現する</p>
<p>県観光振興課:土佐・龍馬であい博推進協議会の設置、旅行エージェントによるモニターツアーの実施</p>	<p>「土佐・龍馬であい博」の開催</p> <p>市町村、観光団体等:「土佐・龍馬であい博」の地域イベントの実施、サテライトの運営 土佐・龍馬であい博推進協議会:プレイベントやオープニングイベントの開催、首都圏をはじめとする市場へのPR、メイン会場の運営</p>	<p>市町村、観光団体等:「土佐・龍馬であい博」の地域イベントの実施、サテライトの運営 土佐・龍馬であい博推進協議会:メイン会場の運営、PRの展開</p>			
<p>ウェブサイトの有効活用を支援</p> <p>市町村、観光団体等:ウェブサイトを活用した観光と物産の一元的な情報発信等 県観光振興課:観光ビジョン実践支援事業費補助金でウェブサイト活用の取組を支援</p>	<p>市町村、観光団体等:ウェブサイトを活用した観光と物産の一元的な情報発信等 県観光政策課:観光産業振興事業費補助金でウェブサイト活用の取組を支援</p>				

※改革の方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【 滞在型・体験型観光の推進 】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
2. 県内の観光地を結ぶ交通手段の確保	<ul style="list-style-type: none"> ◆県外観光客の61%が自家用車、22%が観光バスを利用しており、全体の8割強が県内の移動手段を持っている ◆公共交通機関を利用した、周遊ルートの作成などはできていない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆GWや夏休み期間、週末などにMY遊バスを運行している ◆四国観光立県推進協議会が、JAL・ANAとタイアップし、一定の期間四国周遊バスを運行している 	<ul style="list-style-type: none"> ◆来県者の周遊性を確保するための二次交通が不十分 ◆定期的な周遊バスは利用者数との費用対効果から、継続的な運行が困難である ◆公共交通機関の運行便数が少なく、効率的な周遊ルートの作成が困難である 	<ul style="list-style-type: none"> ◆周遊バスの運行体系の強化 ◎周遊バスの運行体系の強化 ◆観光ガイドタクシーを活用した周遊観光の推進 ◎観光ガイドタクシーの推進 ◆四国4県連携による優待レンタカー制度の導入 ◎四国4県連携による優待レンタカー制度の導入 ◆公共交通機関の利用促進 ◎公共交通を使ったモデルコースの設定や案内情報の充実 	○	○	
3. 四国4県での受入態勢の整備、PR活動の展開	<ul style="list-style-type: none"> ◆四国観光立県推進協議会は、H5年に四国4県とJRF四国の5団体で設立され、アクションプランに基づいて、情報発信事業や誘致推進事業などに取り組んでいる ◆他の地域においては、九州観光推進機構などのように官民一体となった観光振興組織が設立されており、協議会においても、さらに官民一体となった組織再編のための勉強会を開催し、新たな組織の早期発足をめざしている ◆国のVJC事業などとタイアップしながら取組を進めている 	<ul style="list-style-type: none"> ◆旅行エージェントや航空会社とのタイアップによる、旅行商品造成事業や四国周遊バスの運行による誘客事業 ◆HPをはじめとする「癒しの四国」情報発信事業 ◆四国の認知度を向上させるためのインバウンドフォーラムを国とタイアップして開催 ◆旅行者の利便性の向上と、観光施設等の情報発信のための「四国で得するパスポート」を発行するなどの事業を実施してきた 	<ul style="list-style-type: none"> ◆四国を一体として捉えた広域観光ルートの設定やPRが不十分 ◆広範に民間事業者を巻き込んだ観光施策を展開することができていない ◆事業はアクションプランに基づいて適切に実施してきたが、その基となる観光戦略の再構築が必要である 	<ul style="list-style-type: none"> ◆四国観光の推進組織の体制強化 ◎組織の再編とPR活動等の拡充 ◆四国4県連携による優待レンタカー制度の導入(再掲) ◎四国4県連携による優待レンタカー制度の導入 	○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>周遊バスの運行</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会:MY遊バス、であい博号、四万十川バスの運行</p>	<p>土佐・龍馬であい博推進委員会:各地域における「土佐・龍馬であい博」に関連する周遊バスの運行について検討</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会:MY遊バスの運行</p>	<p>(財)高知県観光コンベンション協会、バス事業者:各地域のであい博周遊バスの運行</p> <p>県観光政策課:(財)高知県観光コンベンション協会と「であい博」に関連する周遊バスの運行状況の分析と次年度以降の運行について検討</p>	<p>(財)高知県観光コンベンション協会、バス事業者:検討の結果に基づく周遊バスの運行</p>	<p>◆四国4県連携によるレンタカー利用促進のための、優遇特典制度が導入されるとともに、観光カーナビ情報が充実され、誘客に寄与する</p> <p>◆観光ガイドタクシー制度が定着しつつあり、利用者が徐々に増大する</p> <p>◆イベント開催時には、官民一体でMY遊バスなど臨時バスが運行される態勢が整う</p>	<p>◆レンタカーや観光タクシーを中心とした、二次交通制度が定着する</p> <p>◆公共交通機関や臨時バス等による周遊観光体系が整う</p>
<p>観光ガイドタクシーの推進</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会:観光ガイドタクシーによる周遊プランの企画実施</p>	<p>四国観光立県推進協議会:「駅から観光タクシー」制度導入の検討</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会:タクシー旅行商品の導入、観光ガイドタクシーの態勢強化と周遊プランの実施</p>	<p>四国観光立県推進協議会:「駅から観光タクシー」制度の実施</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会:タクシー旅行商品の充実、観光ガイドタクシーの態勢強化と周遊プランの実施</p>		<p>◆一定のエリアについては、公共交通機関を利用した周遊観光が行えるように、住民生活と観光客に配慮した運行体系が整う</p>	
<p>四国観光立県推進協議会:大手旅行会社とのタイアップによる優待レンタカーの実施</p>	<p>四国観光立県推進協議会:優待レンタカー制度の導入について検討</p> <p>県観光政策課:四国観光立県推進協議会の事業として優待レンタカー制度を高知県がリード</p>	<p>四国観光立県推進協議会:優待レンタカー制度の導入</p>			
	<p>公共交通を使ったモデルコースの設定や案内情報の充実</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会、県おもてなし課:公共交通を使った周遊モデルコースの設定と情報の提供</p>				
<p>四国観光立県推進協議会:新組織の検討、これまでの取組の総括</p>	<p>組織の再編とPR活動等の拡充</p> <p>四国観光立県推進協議会:官民による新組織への移行、総括を踏まえた事業の構築と展開(首都圏でのPR、プロモーション活動、旅行エージェント等と連携したキャンペーン事業、インバウンドフォーラムの開催など)</p>			<p>◆四国観光立県推進協議会が組織再編され、官民一体となった組織で運営される</p> <p>◆国際観光推進の機運が高まり、受入れのための課題を克服する取組が進む</p>	<p>◆四国レベルで官民一体となった観光推進組織が確立され、外国人観光客や首都圏からの旅行者が増大する</p>
<p>四国観光立県推進協議会:大手旅行会社とのタイアップによる優待レンタカーの実施</p>	<p>四国観光立県推進協議会:優待レンタカー制度の導入について検討</p> <p>県観光政策課:四国観光立県推進協議会の事業として優待レンタカー制度を高知県がリード</p>	<p>四国観光立県推進協議会:優待レンタカー制度の導入</p>			

※改革の方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【 滞在型・体験型観光の推進 】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向						
					1	2	3				
4. 地域の自然・歴史・文化などを活かした県民参加による体験型観光資源の発掘と磨き上げの推進	<p>◆高知県への県外観光客数は300万人強で推移している</p> <p>◆観光客の約3割は日帰り客で、1泊2日を含めると約75%を占める</p> <p>◆体験型観光の一例であるエコツアーに行ったことがある割合は約3%、今後、「ぜひ行ってみたい」、「行ってみたい」を合わせると50%超にのぼる</p> <p>◆旅行雑誌の統計でも「旅先のおいしいものを求めて」や「未知のものにふれたくて」、「感動したい」の割合が上昇している。なお、高知県への宿泊旅行目的では「おいしいものを食べる」や「名所・旧跡の観光」が上位になっている</p>	<p>◆「花・人・土佐であい博」の実施により、地域のイベントや体験メニューの発掘、商品化を行っている</p> <p>◆観光ビジョン実践支援事業により、地域が観光を推進するための事業を支援している</p> <p>◆(財)高知県観光コンベンション協会が、着地型商品の企画造成や販売を目的として旅行業の免許を取得した</p>	<p>◆地域独自の歴史や文化などの魅力を観光商品として活かしてきていない</p> <p>◆年代別・旅行形態別などのターゲットを明確にした商品開発や情報発信ができていない</p> <p>◆観光スポットを結ぶ広域的な周遊ルートづくりが十分でない</p>	<p>◆「花・人・土佐であい博」事業の継承と発展を支援</p> <p>◎「花・人・土佐であい博」で芽出した地域の取組を支援</p> <p>◆「龍馬伝」を契機とした新たな観光戦略の展開</p> <p>★「土佐・龍馬であい博」の開催(再掲)</p> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p>P320 別図(観1)参照</p> </div> <p>◆広域観光周遊ルートづくりへの支援</p> <p>◎広域周遊ルートの新たなメニューづくり</p> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p>P322 別図(観3)参照</p> </div> <p>★観光圏整備事業の導入</p> <div style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p>P321 別図(観2)参照</p> </div> <p>○観光案内板、誘導標識の整備</p>		○ ○			○ ○		○ ○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 観光分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>県花・人・土佐であい博推進課: であい博事業の実施</p>	<p>「花・人・土佐であい博」で芽出した地域の取組を支援</p> <p>市町村、観光団体等: 旅行商品となる地域イベントの実施 県観光振興部: 「龍馬伝」に合わせて実施する地域のイベントを支援</p> <p>市町村、観光団体等: 地域アクションプランに基づく取組を実施 県観光政策課: 観光産業振興事業費補助金で地域アクションプランの取組を支援</p>			<p>◆滞在型・体験型観光を実現するため、官民及び各地域が連携して推進する態勢が整う</p> <p>◆2010年の「龍馬伝」の放送を契機に、本県の入込み客数が増える(H19:305万人→400万人)</p>	<p>◆県内各地の観光資源が多彩となり、特長ある体験メニューが勢揃いする</p> <p>◆地域間・産業間連携による、本県独自の新たな視点での観光商品が造成される</p>
<p>県観光振興課: 土佐・龍馬であい博推進協議会の設置、旅行エージェントによるモニターツアーの実施</p>	<p>「土佐・龍馬であい博」の開催</p> <p>市町村、観光団体等: 「土佐・龍馬であい博」の地域イベントの実施、サテライトの運営 土佐・龍馬であい博推進協議会: プレイメントやオープニングイベントの開催、首都圏をはじめとする市場へのPR、メイン会場の運営</p> <p>市町村、観光団体等: 「土佐・龍馬であい博」の地域イベントの実施、サテライトの運営 土佐・龍馬であい博推進協議会: メイン会場の運営、PRの展開</p>				
<p>県観光振興課: 観光ビジョン実践支援事業費補助金で広域パンフレット作成等を支援</p>	<p>広域周遊ルートの新たなメニューづくり</p> <p>市町村、観光団体、(財)高知県観光コンベンション協会等: モデルコースの設定とウェブサイト、パンフレット等を作成 県観光政策課: 観光産業振興事業費補助金でルートづくりを支援</p>				
<p>幡多地域の観光団体、市町村等: 観光圏整備事業の申請 県観光振興課: 幡多地域における観光圏整備事業申請に向けた支援</p>	<p>観光圏整備事業による広域周遊ルートづくり</p> <p>幡多地域の観光団体、市町村等: 観光圏整備事業による周遊ルートづくり 県観光政策課: 観光圏整備事業費補助金で周遊ルートづくりの取組を支援</p>				
<p>観光案内板、誘導標識等の整備</p> <p>市町村、観光団体等: 観光案内板や誘導標識等の設置 県おもてなし課: 観光案内板等整備事業費補助金による設置支援</p>	<p>観光案内板、誘導標識等の整備</p> <p>市町村、観光団体等: 観光案内板や誘導標識等の設置 県観光政策課: 観光施設等緊急魅力向上事業費補助金による設置支援</p>				

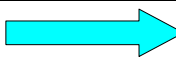
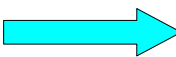


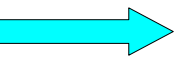
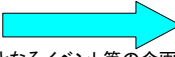
※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【 滞在型・体験型観光の推進 】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
4. 地域の自然・歴史・文化などを活かした県民参加による体験型観光資源の発掘と磨き上げの推進	<p>◆高知県への県外観光客数は300万人強で推移している</p> <p>◆観光客の約3割は日帰り客で、1泊2日を含めると約75%を占める</p> <p>◆体験型観光の一例であるエコツアーに行ったことがある割合は約3%、今後、「ぜひ行ってみたい」、「行ってみたい」を合わせると50%超にのぼる</p> <p>◆旅行雑誌の統計でも「旅先のおいしいものを求めて」や「未知のものにふれたくて」、「感動したい」の割合が上昇している。なお、高知県への宿泊旅行目的では「おいしいものを食べる」や「名所・旧跡の観光」が上位になっている</p>	<p>◆「花・人・土佐であい博」の実施により、地域のイベントや体験メニューの発掘、商品化を行っている</p> <p>◆観光ビジョン実践支援事業により、地域が観光を推進するための事業を支援している</p> <p>◆(財)高知県観光コンベンション協会が、着地型商品の企画造成や販売を目的として旅行業の免許を取得した</p>	<p>◆地域独自の歴史や文化などの魅力を観光商品として活かしてきていない</p> <p>◆年代別・旅行形態別などのターゲットを明確にした商品開発や情報発信ができていない</p> <p>◆観光スポットを結ぶ広域的な周遊ルートづくりが十分でない</p>	<p>◆まち歩き観光などへの支援</p> <p>◎まち歩き観光の拡充と情報発信</p> <p>◆地域産物を活用した魅力づくりへの支援</p> <p>◎農林漁家民宿、レストラン等の充実強化</p> <p>◆教育旅行の受入態勢づくりへの支援</p> <p>◎体験メニューの商品化</p> <p>★子ども農山漁村交流プロジェクトの推進</p> <p>◆滞在型・体験型観光推進の気運づくり</p> <p>◎気運づくりのための研修、講演会等の実施</p> <p>◆旅行の動機づけとなるイベント等の企画</p> <p>★核となるイベント等の企画</p>		○	○
						○	○
							○
						○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 観光分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
 <p>県観光振興課: 観光ビジョン実践支援事業費補助金でガイド団体育成やマップづくりなどを支援</p>	<p>まち歩き観光の拡充と情報発信</p> <p>ガイド組織: 研修会等の開催 市町村、観光団体: ウェブサイトやマップ等による情報発信、案内板の整備 県観光政策課: 観光産業振興事業費補助金でガイド団体育成やマップづくりなどを支援 県おもてなし課: 観光ガイド研修の実施</p>			<p>◆滞在型・体験型観光を実現するため、官民及び各地域が連携して推進する態勢が整う</p> <p>◆2010年の「龍馬伝」の放送を契機に、本県の入込み客数が増える(H19:305万人→400万人)</p>	<p>◆県内各地の観光資源が多彩となり、特長ある体験メニューが勢揃いする</p> <p>◆地域間・産業間連携による、本県独自の新たな視点での観光商品が造成される</p>
 <p>県観光振興課: 観光ビジョン実践支援事業費補助金で地域産物を活用した「食」の魅力づくりなどを支援</p>	<p>農林漁家民宿、レストラン等の充実強化</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会: 観光と地域産物の一元的な情報発信 県関係課: 農林漁家民宿、レストランの開業支援など 県観光政策課: 観光産業振興事業費補助金で地域産物を観光に活かす取組などを支援</p>				
 <p>県観光振興課: 観光ビジョン実践支援事業費補助金で教育旅行の受入れを行っている幡多広域観光協議会の取組を支援</p>	<p>体験メニューの商品化</p> <p>県観光政策課: 観光産業振興事業費補助金で教育旅行の受入態勢づくりなどを支援</p>				
 <p>県関係課: 受け皿となる地域の拡大の促進</p>	<p>子ども農山漁村交流プロジェクトの推進</p> <p>幡多広域観光協議会: プロジェクトのモデル地区として子どもの受入教育旅行商品の開発 県関係課: プロジェクト推進の支援と教育旅行誘致のための取組を支援、受け皿となる地域の拡大の促進</p>				
 <p>(財)高知県観光コンベンション協会: 会員との意見交換会の開催 県観光振興課: 市町村観光主管課長等会議の開催(市町村、観光協会、(財)高知県観光コンベンション協会、地域支援企画員)</p>	<p>気運づくりのための研修、講演会等の実施</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会: 会員との意見交換会 県観光政策課: 観光主管課長等会議の内容を見直し、講演会などを実施、成長戦略や地域アクションプランに基づく情報交換の実施</p>				
	 <p>核となるイベント等の企画</p> <p>観光団体、商工団体、市町村、県等: 官民一体となって季節ごとのイベントの検討</p>	<p>観光団体、商工団体、市町村、県等: 新たなイベント等の実施及び支援</p>			

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外需の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【 滞在型・体験型観光の推進 】

取組方針	施策	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
						1	2	3
5. 観光振興に寄与する人材の育成と活用		◆ボランティア観光ガイドの育成を行ってきた ◆平成19年度末の県内観光ガイド団体数は15団体である	◆観光ガイドの育成、スキルアップをめざした研修会を開催してきた	◆地域の観光をプロデュースし、リードする人材が少ない ◆体験をサポートする観光ガイドやインストラクターなどが不足している ◆高度な内容のガイドには有料化へ移行することも念頭におき、新しい雇用の場づくりを推進する必要がある	◆地域で活動する人材のネットワークづくり ★ネットワークの場の設置		○	○
					◆観光ガイドの育成、充実 ◎観光ガイドの育成、充実		○	○
					◆PR戦略づくり等にあたっての専門家(アドバイザー)の活用 ★専門家(アドバイザー)の活用		○	○
					◆滞在型・体験型観光推進の気運づくり(再掲) ◎気運づくりのための研修、講演会等の実施		○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 観光分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
	<p>ネットワークの場の設置</p> <p>参加者:情報交換、ニュービジネスの検討等 県観光政策課:ネットワークの場づくり 県関係課:ニュービジネスの展開に向けた側面的な支援</p>			<p>◆「龍馬伝」を通じて、県民の観光客をお迎えしようとする機運が高まる</p> <p>◆ボランティアガイドをはじめとする「おもてなし」の組織が育成され、官民がそれぞれの役割を果たす</p>	<p>◆「観光産業」を推進する地域リーダーが生まれる</p> <p>◆観光ガイド組織が、全市町村に設立される</p> <p>◆県民参加のおもてなしの態勢が確立される</p>
<p>県観光振興課:観光ビジョン実践支援事業費補助金で観光ガイドのスキルアップなどを支援 県おもてなし課:観光ガイド研修の実施によるスキルアップと交流の促進</p>	<p>観光ガイドの育成、充実</p> <p>ガイド組織:研修会等の開催、有料ガイドへの移行 県観光政策課:観光産業振興事業費補助金で観光ガイド育成の取組を支援 県おもてなし課:観光ガイド研修の実施によるスキルアップとネットワークの推進</p>				
<p>専門家(アドバイザー)の活用</p> <p>県観光部:「土佐・龍馬であい博」のためのアドバイザーの招へい</p>	<p>県観光振興部:「土佐・龍馬であい博」のためのアドバイザーの招へい</p>				
<p>(財)高知県観光コンベンション協会:会員との意見交換会の開催 県観光振興課:市町村観光主管課長等会議の開催(市町村、観光協会、(財)高知県観光コンベンション協会、地域支援企画員)</p>	<p>気運づくりのための研修、講演会等の実施</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会:会員との意見交換会 県観光政策課:観光主管課長等会議の内容を見直し、講演会などを実施、成長戦略や地域アクションプランに基づく情報交換の実施</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外需の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【 滞在型・体験型観光の推進 】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
6. 地域コーディネート組織の整備	<p>◆ 轄多広域観光協議会が、教育旅行誘致などで地域コーディネート機能を発揮しているが、旅行業法登録を持たない任意組織であり、活動の制限がある</p> <p>◆ その他の地域においては、その機能を持つ組織がなく、情報の提供、問い合わせなどに一元的に対応できていない</p>	<p>◆ 観光ビジョン実践支援事業により、轄多広域観光協議会の取組を支援してきた</p>	<p>◆ 広域単位の取組をコーディネートするしっかりした組織が未確立</p> <p>◆ 現状において、轄多広域観光協議会を除き、組織を設立するための核となる組織が見当たらない</p> <p>◆ 旅行手配の手数料収入などで組織の運営経費をまかなう見込みが立たないことなどにより、関係者の合意形成が難しい</p>	<p>◆ 地域コーディネート組織の立ち上げ支援</p> <p>★ 地域コーディネート組織の立ち上げ支援</p>			○ ○
7. 国際観光の推進	<p>◆ 本県での外国人観光客のH19年度述べ宿泊者数は、17,190人で全国シェアは0.08%、45位である</p> <p>◆ うち東アジア地域が61.8%を占めており、韓国は32.6%、台湾は18.4%を占めている</p> <p>◆ 訪日教育旅行の受け入れ希望校が少なく、推進するための仕組みづくりが困難</p>	<p>◆ (財)高知県観光コンベンション協会が、韓国を中心としてプロモーション活動を行ってきた</p> <p>◆ 観光案内板整備の際には、多国語標記を行う取組を推進してきた</p> <p>◆ 韓国全羅南道庁に職員を研修派遣し、現地情勢の把握や交流を進めてきた</p> <p>◆ 本県への訪日教育旅行の要請があった場合には、個別に受け入れのための調整に努めた</p>	<p>◆ 国際観光に関する戦略が構築されていない</p> <p>◆ 直前キャンセルなど、生活習慣の違いによるとまどいが本県受入側施設にある</p> <p>◆ 観光関連業者全体として、外国人観光客を積極的に誘致しようとする姿勢に至っていない</p> <p>◆ 訪日教育旅行を受け入れる学校を増加させる必要がある</p>	<p>◆ 国際観光推進会議(仮称)の設置</p> <p>★ 国際観光推進会議(仮称)の設置</p> <p>◎ 観光案内板、誘導標識、パンフレットの多言語化の推進</p>			○ ○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 観光分野 】

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>→</p> <p>幅多地域の観光団体、市町村等：観光圏整備事業の申請 県観光振興課：幅多地域における観光圏整備事業申請に向けた支援</p>	<p>→</p> <p>地域コーディネート組織の立ち上げ</p> <p>幅多広域観光協議会：法人格の取得、旅行業登録、事務局体制の強化、着地型旅行商品をめざした広域周遊ルートづくり 幅多地域の観光団体、市町村等：観光圏整備事業の実施 県観光政策課：地域コーディネート組織確立支援事業費補助金で地域コーディネート組織の確立に向けた取組を支援及び人的支援</p>	<p>→</p> <p>市町村、県観光政策課：東部、中部地域で地域コーディネート組織の推進について検討</p>	<p>→</p>	<p>◆県内先進事例として、幅多広域観光協議会が法人格や旅行業法などの資格を取得し、地域エージェントとして誘客事業を実施</p>	<p>◆県域全体をエリアとする(財)高知県観光コンベンション協会と、県内3ブロックの広域観光組織が機能する</p> <p>◆広域観光組織と各観光協会や観光・宿泊施設が一体化し、誘客と受入れの役割分担が機能する</p>
<p>→</p> <p>国際観光推進会議(仮称)の設置</p> <p>県観光振興課：国際観光推進会議(仮称)の設置、海外マーケット情報等の講演会、外国人観光客接客研修の実施</p>	<p>→</p> <p>国際観光推進会議(仮称)：国際観光推進のための戦略の検討(海外からの観光客のニーズ調査、標識・パンフレットの多言語化、宿泊・観光施設従事者向けの研修等)</p>	<p>→</p> <p>国際観光推進会議(仮称)：戦略に基づく取組を推進 県観光政策課：観光産業振興事業費補助金で国際観光の推進を支援</p>	<p>→</p>	<p>◆国際観光を推進するため官民の協力態勢が確立される</p> <p>◆本県として統一的な国際観光推進の取組が、官民それぞれの立場で展開される</p>	<p>◆外国からの誘客態勢が確立され、本県への外国からの入込み客が増加し、経済効果を発揮する</p>
<p>→</p> <p>観光案内板、誘導標識の多言語化の推進</p> <p>市町村、観光団体等：観光案内板や誘導標識の多言語化を実施 県おもてなし課：観光案内板等整備事業費補助金による設置支援</p>	<p>→</p> <p>市町村、観光団体等：観光案内板や誘導標識の多言語化を実施 県観光政策課：観光施設等緊急魅力向上事業費補助金による設置支援</p> <p>県おもてなし課：県設置の観光案内板や誘導標識等の多言語化を実施</p>	<p>→</p>	<p>→</p>	<p>→</p>	<p>→</p>
<p>→</p> <p>観光パンフレットの多言語化の推進</p> <p>(財)高知県観光コンベンション協会：英語、韓国語、簡体字中国語、繁体字中国語の4ヶ国語でのパンフレット作成</p>	<p>→</p>	<p>→</p>	<p>→</p>	<p>→</p>	<p>→</p>

※改革の方向 1 足を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外販の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【 滞在型・体験型観光の推進 】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかったか、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
8. 産業間連携による新たな可能性への挑戦 (1)ニューツーリズムの推進	◆農林漁家民宿等はH18:29軒 → H20:41軒と増加傾向 ◆教育旅行の受入(幡多広域観光協議会)年間平均約2,300人 ◆単発的、個人的な取組は実施されているが連携が十分進んでいない ◆情報を一元的に管理し提供していくための情報共有の場がない ◆「花・人・土佐であい博」を契機に、漁業体験やウオーキングツアー等の取組が拡大してきている	◆農家レストランや農林漁家民宿等の開業を支援している ◆新たな体験プログラムづくりやモニターツアーの実施、安全管理の徹底など、体験メニューの質の向上を支援している ◆集落環境や交流施設整備への支援、森林セラピーロードの整備などを促進している ◆「花・人・土佐であい博」により、地域資源の掘り起こしや受入態勢づくりを支援している ◆(財)高知県観光コンベンション協会が旅行業登録を行い、市町村等の要請に基づいてモニターツアーを主催している	◆体験型メニューの受入れ容量が小さく、期間限定などの制約があるため観光商品になりにくい ◆テーマ性を持ったツアーの造成など、旅行者ニーズに沿った受入態勢づくりまで取組が進んでいない ◆ノウハウやマーケティングが不足しており観光商品としての魅力に欠けている ◆地域や産業間、同業者、民間組織との連携が不十分で、効果的な情報発信ができていない ◆顧客の満足度を高める意識や「業」として取り組む意識が低い ◆旅行商品化するためには安全性の確保や補償問題などの解決が必要 ◆中山間や漁村地域までの二次交通の整備が進んでいない	◆受入態勢づくりの充実 ◎体験ツーリズムの拠点となる農林漁家民宿等の充実 ◎アクセス道路や生活環境、交流施設の改善など環境整備を推進 ◎外部アドバイザーの活用やインストラクターの育成 ★地域コーディネート組織を強化・新設し、広域的なフンストップ態勢を確立			
				◆体験メニューの充実 ◎「花・人・土佐であい博」で芽出した地域資源の継続的育成と新たな資源発掘の支援 ★子ども農山漁村交流プロジェクトの推進			
				◆情報発信の展開 ◎「よさこいネット」からグリーンツーリズムや物産情報へ導く仕組みの構築			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 観光分野 】

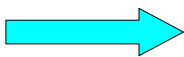
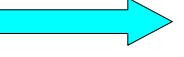
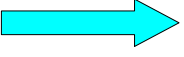
H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
<p>県観光振興課: 地産地消課などの連携による情報の共有、観光ビジョン実践支援事業費補助金で体験型観光の受入態勢づくりの取組を支援</p>	<p>体験ツーリズムの拠点となる農林漁家民宿等の充実</p> <p>県関係課: 農林漁家民宿等の開業支援など</p> <p>アクセス道路や生活環境、交流施設の改善など環境整備を推進</p> <p>県関係課: アクセス道路や生活環境、交流施設の改善など</p> <p>外部アドバイザーの活用やインストラクターの育成</p> <p>市町村、観光団体等: 外部アドバイザーの活用やインストラクターの育成 県観光政策課: 観光産業振興事業費補助金でアドバイザー活用等の取組を支援</p> <p>地域コーディネート組織を強化・新設し、広域的なワンストップ態勢を確立</p> <p>市町村、観光団体等: 地域コーディネート組織に結集して広域観光の取組を推進 県観光政策課: 地域コーディネート組織確立支援事業費補助金で広域観光の推進を支援</p>	<p>◆地域資源を活かした体験メニューや農林漁家民宿等が拡大している</p> <p>◆体験メニューや交通アクセスなど、ニューツーリズムに関する情報を一元的に、かつ、タイムリーに提供している</p>	<p>◆地域資源を活かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、滞在型の観光客を過年で受け入れしている</p> <p>◆年間を通じて安定した誘客により、収入の確保につながっている</p>		
<p>県観光振興課: 地産地消課などの連携による情報の共有、観光ビジョン実践支援事業費補助金で体験型観光の受入態勢づくりの取組を支援</p> <p>県関係課: 受け皿となる地域の拡大の促進</p>	<p>「花・人・土佐であい博」で芽出した地域資源の継続的育成と新たな資源発掘の支援</p> <p>市町村、観光団体等: 地域イベントの実施と観光商品化に向けた取組 県観光振興部: 地域イベントや継続できる観光商品化への取組等を支援</p> <p>子ども農山漁村交流プロジェクトの推進</p> <p>幡多広域観光協議会: プロジェクトのモデル地区として子どもの受入教育旅行商品の開発 県関係課: プロジェクト推進の支援と教育旅行誘致のための取組を支援、受け皿となる地域の拡大の促進</p>				
<p>県観光振興課: 地産地消課などの連携による情報の共有、観光ビジョン実践支援事業費補助金で体験型観光の受入態勢づくりの取組を支援</p>	<p>「よさこいネット」からグリーンツーリズムや物産情報へ導く仕組みの構築</p> <p>市町村、観光団体等: グリーンツーリズムや物産情報の発信を強化 (財)高知県観光コンベンション協会: 「よさこいネット」とのリンクなど情報の一元化の推進</p>				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外販の推進、海外販路開拓への挑戦)
2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

戦略の柱【 滞在型・体験型観光の推進 】

取組方針	現状	これまでの取組 (今まで何に取り組んできたか)	課題 (今までなぜ上手く進まなかった、できなかったのか)	これからの対策	改革の方向		
					1	2	3
8. 産業間連携による新たな可能性への挑戦 (2) 観光への地域産物の活用	◆旅行情報誌によるアンケートで本県は“食”の魅力が全国トップクラス ◆宿泊施設や飲食店、道の駅などでの地産地消の取組にバラツキがある ◆首都圏などにおいて情報発信の場が少ない ◆地場産品を活用した土産物のバリエーションが少ない	◆スーパーよさこいなど首都圏をはじめとする地域で観光PRと物産展を組み合わせ実施してきた ◆「花・人・土佐であい博」で“食”を組み合わせた体験メニューづくりを推進した ◆有名な料理人によるレシピの開発と情報発信を行ってきた ◆「土佐の料理传承人」などで食によるもてなしを担う組織を育成・支援してきた ◆生産者と実需者(宿泊施設など)のマッチング支援を行ってきた ◆各市町村等の県外での観光物産PRや地場産品の販売促進を県外事務所が支援してきた ◆観光プロモーション等において地場産品を使用した料理や宇宙酒などを提供してのPRを実施した	◆観光部門の取組と物産販売・PRの取組とが積極的に連携するという視点が弱い ◆地域食材の安定的、適正価格での提供態勢が十分整っていない ◆地域産品を使用した魅力ある土産物やレシピの開発などが少ない ◆販売者側に地場産品を積極的に売ろうとする意識が薄い	◆地域産物の商品化を促進 ◎地域産物を活かした土産品づくり、統一メニューづくり ◎地域産物を体験メニューに組み入れる取組を支援 ◆地域産物の観光施設等での販売促進 ★生産者と実需者とのマッチングをさらに進めシステムとして構築 ◎観光地で地場産品販売所や土産品店、レストランなどへ誘導する観光ルートの設定を促進 ◆地域産物の情報発信を促進 ★アンテナショップの役割を見直し、観光物産情報の発信とともに都会におけるニーズ調査機能を強化 ◎観光と物産の一元的な情報発信を促進	○	○	
							○
							○
							○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

H20	H21	H22	H23	目指すべき姿	
				短期的な視点(平成23年度末)	中長期的な視点(概ね10年先)
 <p>県観光振興課: 地産地消課などとの連携による情報の共有、観光ビジョン実践支援事業費補助金で地域産物を使用したメニューの開発などを支援</p>	<p>地域産物を活かした土産づくり、統一メニューづくり</p> <p>事業者: 地域産物を活かした土産品の開発、宿泊施設等での統一メニューづくり 県関係課: 高付加価値をめざした事業者の取組を支援</p>			<p>◆宿泊施設や道の駅などでの地場産物の使用が拡大し、観光客へ魅力ある”地場産品”や”食”の提供が広がっている</p> <p>◆観光と物産の一元的な情報発信がなされている</p>	<p>◆地域の特色ある”食”を活かした旅行商品が本県観光の魅力となり、観光客の増加につながっている</p> <p>◆観光客による地場産品の購入が促進され、高知県のイメージアップと地域経済の活性化につながっている</p>
	<p>地域産物を体験メニューに組み入れる取組を支援</p> <p>事業者: 一次産業資源などを積極的に活用した体験メニューの開発 県関係課: 高付加価値をめざした事業者の取組を支援</p>				
 <p>県観光振興課: 地産地消課などとの連携による情報の共有、観光ビジョン実践支援事業費補助金で地域産物を使用したメニューの開発などを支援</p>	<p>生産者と実需者とのマッチングをさらに進めシステムとして構築</p> <p>県関係課: 生産者と実需者とのマッチングシステムの構築による地産地消の推進</p>			<p>◆観光と物産の一元的な情報発信がなされている</p>	<p>◆地域の特色ある”食”を活かした旅行商品が本県観光の魅力となり、観光客の増加につながっている</p> <p>◆観光客による地場産品の購入が促進され、高知県のイメージアップと地域経済の活性化につながっている</p>
	<p>地場産品販売所や土産品店、レストランに誘導する観光ルート設定の促進</p> <p>事業者: 地場産品販売所や土産品店、レストラン等の品揃えや販売手法の改善による魅力アップ 県関係課: 地場産品販売所等を含む観光周遊ルートの作成や情報発信を支援</p>				
 <p>県観光振興課: 地産地消課などとの連携による情報の共有、観光ビジョン実践支援事業費補助金で地域産物を使用したメニューの開発などを支援</p>		<p>首都圏アンテナショップの活用</p> <p>県東京事務所: アンテナショップを核にした情報発信</p>		<p>◆観光と物産の一元的な情報発信がなされている</p>	<p>◆地域の特色ある”食”を活かした旅行商品が本県観光の魅力となり、観光客の増加につながっている</p> <p>◆観光客による地場産品の購入が促進され、高知県のイメージアップと地域経済の活性化につながっている</p>
		<p>観光と物産の一元的な情報発信を促進</p> <p>事業者: 道の駅などで観光と物産の情報を一元的に発信 県観光政策課: 観光産業振興事業費補助金で情報の一元化の取組を支援</p>			

※改革の方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る(地産地消の徹底、地産外商の推進、海外販路開拓への挑戦)
 2 産業間連携の強化(高付加価値化の推進、すそ野が広い観光産業の戦略的展開)
 3 足腰を強め、新分野へ挑戦(生産地の足腰の強化と担い手の育成、中山間地域の産業づくり、新産業の創出)

土佐・龍馬であい博 ～「龍馬伝」の放送をとらえて観光ビッグ・バンへ～

①一過性に終わらせない ②観光ツアーを呼べる観光商品づくり ③県内全域をフィールドにする

総合アドバイザーの全国的な視点からの助言による効果的な事業の展開

全国への情報発信

- ・テレビ等マスメディアを活用した首都圏など新規市場へのPR
- ・龍馬ゆかりの府県等と連携したPR
- ・企業商品を活用したPR
- ・ツアー商品化に向けた旅行会社へのセールスやモニターツアーの実施

サテライト会場への誘

サテライト会場
(地域の核)

観光施設

地域イベント

ゆかりの地

二次交通の整備
(周遊バス、観光ガイドタクシー等)

- ・サテライト会場での広域の観光情報の提供
- ・地域イベントの開催
- ・まち歩き観光の拡充
- ・物産販売
- ・土産品の開発
- ・観光ガイドの養成

文化施設での展開

- ・幕末などの特別企画展の開催
- ・県民向けの高知の歴史や偉人の講座

コンシェルジュ機能の強化

テーマ館
[話題性
きっかけ]

情報発信館

→ **土佐・龍馬であい博終了後も情報発信機能を継**

【観光・物産の一元的情報発信】

- ・観光客へのプラスアルファの情報提供
- ・地域イベントや体験型観光等のリアルタイムで確実な情報提供
- ・二次交通の詳細な情報提供
- ・ニーズに応じた観光ガイドの活動情報の提供
- ・地域への誘導を促す情報
- ・地元ならではのグルメ等の物産情報の提供
- ・その他観光客の様々なニーズに合わせた詳細な情報の提供

行ってみたい 体験したい
食べてみたい 買ってみたい
また来たい

滞在期間の延長!
リピーターの増加!
「クチコミ」による
高知県のイメージアップ!



高知での消費拡大
観光による産業振興
県全域の賑わい・活力向上

四万十・足摺エリア(幡多地域)観光圏

四万十の恵みと黒潮のかけこみ ～でっかい探検フィールド“はた、”～

別図(観2)

【観光圏の区域】高知県四万十市、宿毛市、土佐清水市、黒潮町、大月町、三原村の6市町村

【観光圏整備計画の期間】平成21年4月1日～平成26年3月31日

【数値目標】観光入込客数: 187万人<H20年度推定>→220万人<H25年度>(四万十市・宿毛市・土佐清水市の3市合計)

宿泊者数 : 45万人<H20年度推定>→ 56万人<H25年度>(四万十市・土佐清水市の2市合計)

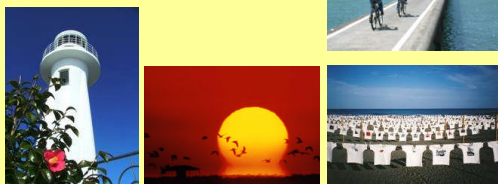
国の支援
・観光圏整備事業補助
など

四万十・足摺エリア(幡多地域)観光圏協議会

四万十市、宿毛市、土佐清水市、黒潮町、大月町、三原村
観光団体、商工団体、旅館組合、運輸事業者
NPO法人等

観光コンテンツ・観光資源の活用

- ・体験型観光プログラムの開発
- ・着地型旅行商品の開発
- ・広域周遊ルートの作成

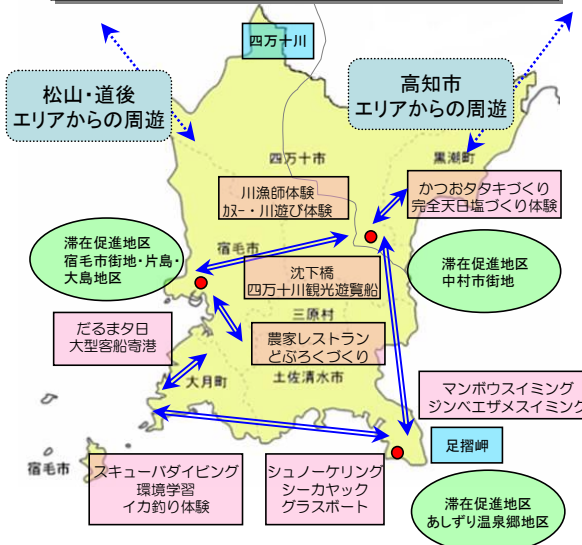


教育旅行の誘致と一般観光旅客への拡がり

- ・教育旅行誘致の実績とノウハウを活かし
圏域内で2泊3日以上の「滞在型・体験型観光」の推進



圏域内2泊3日以上周遊ルート



宿泊(連泊)の魅力の向上(滞在促進地域)

- ・地域食材統一メニューの提供
- ・泊食分離クーポン発行
- ・連泊優待サービス



人材育成・受け入れ態勢

- ・観光ボランティアガイド育成
- ・ガイド組織ネットワーク化
- ・「観光コンシェルジュ」の確立



観光案内・情報提供の充実

- ・観光案内所、案内板の整備
- ・案内板・パンフレットの多言語化
- ・V案内所(外国語対応)の開設
- ・webサイト情報の充実



移動の利便性の向上

- ・レンタサイクル等の有効活用
- ・観光周遊バスの運行
- ・観光ガイドタクシーの充実
- ・公共交通機関との連携



連携事業の実施

- ・観光地域づくり実践プランによる社会資本整備
- ・子ども農山漁村交流プロジェクトのモデル地域指定
- ・みなと振興交付金事業によるおもてなし施設整備
- ・竜串自然再生事業による観光資源の保護

など

世界ジオパークをめざして ~高知から四国へ そして世界へ~

~ジオパーク~
 地質や地形、それに影響を受ける自然、文化資源などを見どころとする自然公園。
世界ジオパーク
 世界ジオパークネットワークにより、ヨーロッパと中国を中心に18ヶ国57ヶ所が認定されているが、日本の認定地域はない。(H21.2.1現在)
日本ジオパーク
 日本ジオパーク委員会が国内7ヶ所を認定(H20.12.8)。(洞爺湖有珠山、糸魚川、島原半島、アポイ岳、南アルプス中央構造線エリア、山陰海岸、**室戸**)

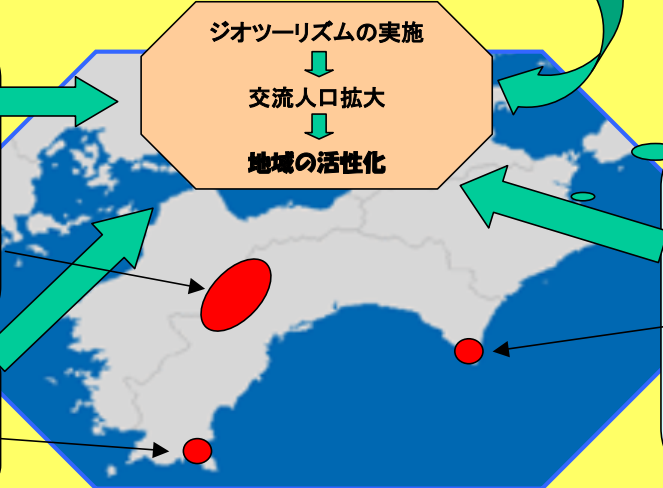
H20の取り組み
 ○四国広域協議会の立ち上げ (H20.11.7)
 ・四国全体のビジョンや基本計画などの検討
 ○各県2ヶ所のモデル地域調査実施
 ・高知県内: 足摺竜串地域、四国カルスト(天狗高原)地域
 ○アクションプログラムの作成
 ・ジオパークに取り組む地域の指針とする

高知県ジオパーク連絡協議会の設立(H21.2.13)
 構成: 県、室戸市、土佐清水市、芸西村、
 本山町、仁淀川町、佐川町、越知町、
 梶原町、日高村、津野町

滞在型・体験型観光の推進
〈観光八策〉
 四策: 地域の自然・歴史・文化などを活かした県民参加による体験型観光資源の発掘と磨き上げの推進

〈仁淀川・四国カルスト地域〉
 ・仁淀川・四国カルストジオパーク推進協議会の設立(H21.1.21)
 四国カルストは石灰石とずり鉢状の窪み(ドリーネ)が点在し、仁淀川地域は日本最古の化石産地で、「日本地質学発祥の地」と言われる。
 +
 ・天狗高原、安居渓谷、中津渓谷などの景勝地
 ・横倉山自然の森博物館、佐川地質館
 ↓
 魅力の向上

〈土佐清水市〉
 ・元ユネスコ部長の現地調査(H21.2.1)
 ・竜串や見残し海岸などは、奇岩・奇勝が点在し、地学教材の宝庫と言われており、足摺岬などの景勝地も豊富。



ガイド養成
 観光案内板の充実
 推進組織の強化 など

〈室戸地域〉
 ・室戸ジオパーク推進協議会の設立(H20.6.12)
 ・日本ジオパークの認定(20.12.8)
 室戸岬では、巨大地震によって起こされた台地の一目で隆起が見られる。
 +
 ・海洋深層水を活用したヘルスツーリズム
 ・四国霊場88ヶ所巡り
 ・吉良川の町並み散策
 ↓
 魅力の向上

< 付属資料 >

用語の解説

アルファベット

用語	解説
B to B	「Business to Business」の略 (B2B と表記されることもある)。企業対企業の電子商取引を表す。広義には、従来の電話や FAX に変わり、Web や電子メールなどを利用して、人間が受発注を行うような比較的原始的なものも含む。
CSR活動	CSRとは、「Corporate Social Responsibility」の略で、企業の社会的責任を意味する。収益を上げ配当を維持し、法令を遵守するだけでなく、消費者への適切な対応、環境問題への配慮、地域社会への貢献などのために行う企業の活動。
DIYショップ	日曜大工のように自ら修理や物作りをするために必要な物を販売している店（ホームセンター）。
e-コマース	インターネットや専用線のようなコンピュータネットワーク上での電子的な情報交換によって、商品やサービスを分配したり売買したりすること。
GAP	「Good Agricultural Practice」の略。農作物の生産において、農産物の食品安全性や品質確保、環境負荷低減、労働安全の確保等を目的に、農業生産工程を点検し、記録し、見直し改善していく管理手法。
HACCP	「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危険分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。
IPM	IPM (Integrated Pest Management 総合的病害虫・雑草管理)とは、病害虫や雑草防除において、化学農薬だけにたよるのではなく天敵、防虫ネット、防蛾灯など様々な防除技術を組み合わせ、農作物の収量や品質に経済的な被害が出ない程度に発生を抑制しようとする考え方。これに基づく防除技術は安全・安心な農産物の安定生産と、環境への負荷を軽減した持続可能な農業生産を両立するために有効である。
ISO14001	環境に配慮した組織運営を行うための国際規格をいう。企業などが環境問題に取り組んでいくため「仕組み」を定めて、実行していくための様々な事柄が要求されており、ISO14001を取得するためには、求められている事柄を満たす仕組みを確立し、維持して、審査登録機関による審査を受けることが必要である。
JAS制度	JASとは、「Japanese Agricultural Standard」の略で、日本農林規格を意味する。農林水産物やその加工品につけられる品質保証のための規格を定めている制度。
JA出資型法人	JAが出資して設立された法人。県内で設立を進めようとするJA出資型法人は、担い手が不足している地域などで、地域農業の振興のために、JAが経営を主導して事業（農作業の受託、農業経営など）を行う農業生産法人のことで、産業振興計画ではこの法人のことを指している。
NPO	「NonProfit of Organization」の略。政府・自治体や私企業とは独立した存在として、市民・民間の支援のもとで社会的な公益活動を行う組織・団体。特定非営利活動法人、非営利組織、非営利団体、市民活動法人、市民事業体をいう。
OJT	「On-the-Job Training」の略。仕事の現場等で、業務に必要な知識や技術を日々の仕事を通じて習得させる能力開発手法又は習得させる研修、教育訓練。
PDCA (サイクル)	計画 (Plan) を実行 (Do) し、評価 (Check) して改善 (Action) に結びつけ、その結果を次の計画に活かすプロセスのこと。
SCM	「Supply Chain Management」 (サプライチェーンマネジメント) の略。サプライチェーンマネジメントの解説を参照。
VJC事業	ビジット・ジャパン・キャンペーン事業の略称。2010年に訪日外国人旅行者数を1,000万人とする目標を掲げ、日本の観光情報を海外に発信するとともに日本の魅力的な旅行商品の造成等を官民一体で推進するため国が提唱している事業。

あ行

用語	解説
アクセシビリティ	アクセスのしやすさの度合い。

用語	解説
あったかふれあいセンター	高齢者や子ども、障害者など誰もが集い活動し、子育てや生活支援、介護などのサービスを一体的に提供する場所。（いろいろな補助金などを活用し、住民、事業者、専門家、行政の協働によって設置される。）
アテンダント	受付係。この計画では、ジョブカフェこうちの受付係を指し、単なる受付業務を行うだけでなく、来所者の悩みや相談内容等、来所目的に応じてキャリアコンサルタント等の担当者に対応を引き継ぐ。
荒茶（あらちゃ）	収穫した茶の葉を蒸して揉む工程の後乾燥させたもので、含有水分が多く、大きさも不揃いな状態のお茶。
アンテナショップ	企業や自治体などが自社（当該地方）の製品の紹介や消費者の反応を見ることを目的として開設する店舗のこと。
移住コンシェルジュ	移住や中長期滞在等を希望される方の相談窓口として、さまざまな情報を提供する民間の案内人。
磯焼け	海藻類が繁茂している水域を「藻場（もば）」と呼び、これが大規模に消失し焼け野原のようになった状態を「磯焼け」という。磯焼けの原因は、海水温の上昇などの環境変化や藻食性魚類、ウニ類による食害などが考えられている。
イニシャルコスト	施設や設備を新規導入する際に必要となる経費のこと。初期費用。
稲発酵粗飼料	稲の子実が完熟する前に刈り取り、ロール状にしたものを、長期保存を可能とするために乳酸菌を加え、ビニールフィルムで包みサイレージ（発酵）化した牛の飼料のこと。
インキュベータ機能	インキュベータとは、卵を人工的に孵化させる孵卵器を意味する。この計画では、地域資源の情報の収集と共有を図り、商品化等の検討を行う地域資源活用共有会議の果たす役割について例えたもの。
インバウンドフォーラム	四国観光立県推進協議会と四国運輸局がタイアップして国のデジタル・ジャパン・キャンペーンの一環として取り組んでいる事業。東アジア地域の旅行会社やマスコミを四国に招いて、観光・宿泊施設の視察や商談会を開催し、四国への旅行商品の造成や現地の雑誌等への四国の情報の掲載などを促進している。
エージェント	代理業者のこと。代理人。
駅から観タクン	駅のタクシーを利用して、周辺の観光地を格安料金で楽しんでいただくためのタクシー観光プラン。JRが中心となって展開しており、二次交通対策の一つとして県内での導入を目指している。
エコシステム栽培（認証）	園芸連が、生産者の取組を認証し表示する制度。化学合成農薬の使用だけに頼らず、生態系や生産物への影響を少なくする、人と環境にやさしい栽培方法として、総合的病害虫・雑草管理技術（IPM技術）を取り入れた栽培管理の基準や高知県版GAP、土づくり等の要件を設け、審査し登録する。
エコツーリズム	地域の自然や文化への理解を深め、より良い保全とゆとりある活用により、観光と産業を持続的に発展させる活動。
エコファーマー	「持続性の高い農業生産方式の導入に関する法律」に基づき、都道府県知事から、たい肥等による土づくりと化学肥料や化学合成農薬の使用の低減を一体的に行う農業生産方式を導入する計画について認定を受けた農業者の愛称。
エコポイント	公共交通機関の利用によるCO2削減やマイバックの使用など、環境にやさしい行動への対価としてポイントが付き、それを地域の社会貢献活動などに還元できる仕組みのこと。
(高知県)園芸戦略推進会議	輸入野菜の増加、国内競合産地との競争激化、量販店のバイイングパワーの増大などにより、危機的な状況に置かれている本県園芸農業の立て直しを図るため、平成12年9月に設置された「園芸こうちパワーアップ戦略会議」を発展的に改組し、農業団体（中央会、園芸連、全農高知県本部、県内の全農協）と県が一体となって園芸振興の課題解決を進めていくために平成15年9月に設置された県域の会議。 この会議の中に、本県園芸農業の抱える課題を①系統共販、②共同計算、③輸送、④安全・安心、⑤資材コスト、⑥営農対策の6つのテーマに区分し、それぞれプロジェクトチームを設置し、具体的な課題解決に取り組んでいる。
おいしい風土こうちサポーター	地産地消を県内全域に広げていくために、地産地消の取組に賛同し、率先して実践される方々のこと。県への申込みによって、「生産」、「医療・福祉施設」、「観光施設等」、「食品加工」、「量販店等」及び「消費者」の区分ごとに登録されている。

用語	解説
オランダウェストラント市	オランダは10,300haものガラス温室を有し（高知県の園芸施設総面積は約1,600ha）、天敵利用を主とするIPM技術や施設園芸において農業や化学肥料の環境への負荷を極力抑える技術で世界のトップランナーの国として認知されている。中でもウェストラント市は、4,300haのガラス温室が集中しており、パプリカ、トマト、ナス等の野菜類や花き類等、オランダの中でも最も施設園芸農業の盛んな市であり、全域で先進的な環境保全型による園芸農業が営まれている。
温存ハウス	農家自らが、天敵が必要なときにすぐ利用できるように、作物を栽培しているハウスとは別に、育苗ハウスや利用されていないハウス等を活用して、土着天敵を維持したり、増やしたりするためのハウス。

か行

用語	解説
海外事務所	この計画では、高知県シンガポール事務所と高知県上海事務所のこと。
皆伐	一定範囲の樹木を一時的に全部又は大部分伐採すること。
価格安定制度	野菜の作柄は天候に影響を受けやすく、短期間に価格が大きく変動することから、野菜の生産・出荷の安定を図ることで、野菜農業の健全な発展と国民の消費生活を安定させることを目的とした国の制度。対象とする期間・市場に出荷した野菜価格が低下したとき、一定の要件を満たす産地の生産者に対して補給金が支払われる。
活餌	生きている餌。この計画では、かつお一本釣り漁業で、かつおの群を船に引き寄せさせるために撒かれる活きたかたくちいわし、まいわしなどのこと。
環境保全型農業	農業の持つ物質循環機能を活かし、生産性との調和などに留意しつつ、土づくり等を通じて化学肥料、農薬の使用等による環境負荷の軽減に配慮した持続的な農業をいう。
環境保全型農業のトップランナー	平成19年に高知県が策定した「高知県環境保全型農業総合推進プラン」の中で示された、高知県の農業が目指し、その地位を築いていくべき姿。全国のトップレベルにある取組として、天敵昆虫や交配昆虫等の利用によるIPM技術、国際規格である環境ISO14001を農家段階まで実践した環境に配慮した取組、県内全域で確立している廃ビニール等の適正処理体制、JAグループ全体による残留農薬の自主検査体制等がある。
観光ガイドタクシー	この計画では、高知県観光ガイドタクシー認定制度実行委員会が認定した、高知の観光の知識と優れた接客マナーをもつドライバーの運転するタクシー。地域を巡るタクシープランを設定して利用促進などに努めている。
観光圏整備事業	観光地が広域的に連携した「観光圏」を整備することで、国内外の観光客が2泊3日以上滞在できるエリアの形成を目指す観光庁の補助事業。県内では幡多地域で、H21年度からの事業導入を目指している。
乾燥材	建築用材などとして使用する前に、あらかじめ乾燥させた木材。
間伐	育成段階にある森林において、樹木の混み具合に応じて樹木の一部を伐採（間引き）すること。残存木の利用価値の向上と森林の有する諸機能の維持増進を図るために行う。
企業コーディネーター	この計画では、（財）高知県産業振興センターが東京と大阪に配置し、ビジネスマッチングや販路拡大のサポート、情報収集などを行う人。
企業的経営体	高い経営・生産管理能力を備え、雇用労働力を有効活用し、高所得を目指す大規模経営体。
木と人出会い館	林業・木材関係団体と建築士の団体が連携し、木造住宅等の情報を提供する施設。
機能診断マニュアル	耐用年数を経過し、老朽化が進む取水堰や排水機場など基幹的農業水利施設について、長寿命化のために行う部分的な補修工事など、最適な予防保全手法の検討に必要な調査手順書で、施設の点検・診断方法や余寿命の推定方法などを内容とするものをいう。
キャリアコンサルタント	求職者等が、適性や職業経験等に応じて自らが職業生活設計を行い、これに即した職業選択や職業訓練の受講等の職業能力開発を効果的に行うことができるよう、相談業務を行う人。ジョブカフェこうちに常駐する。

用語	解説
牛群検定	酪農家が飼っている乳牛1頭1頭の乳量や牛乳の成分、体重などを毎月1回（晩と朝で1セット）測定し、そのデータを集計して遺伝能力の改良や飼養管理の改善に活用するシステム。
共同計算制度	県産主要野菜の出荷販売において、①農協・農家間の過当競合の抑止と個々に生じるリスク緩和と分散、経費コストの低減、②統一した規格・ブランドによる顧客への供給力と取引力の強化、販路の確保と開拓、③農協や品目の調整・組合せによる計画出荷の充実と信頼の向上、県益の拡大と適正分配、などの目的達成と販売メリットを高めるため、全農協による県域共同販売をもとにした販売代金のプール計算を行う方法。
業務筋（中食・外食）	ホテル、レストラン、居酒屋等の外食関係業者及び惣菜、弁当チェーンなどの中食関係業者。
魚礁	海底の隆起部で魚が集まり好漁場となる場所。自然の海底地形によるものは天然礁と呼ばれ、人工的に構造物を設置したものは人工魚礁と呼ばれる。人工魚礁は形態により沈設型、中層型、表層型に分けられる。
拠点ビジネス	農協や第三セクターなど、地域の中核となる組織を拠点にして、野菜や加工品などの製造販売や、グリーンツーリズムなど観光交流のサービスなどを多角的、複合的に組み合わせたビジネス。
窪川アグリ体験塾	就農を予定している方や農業体験を希望する方を対象に、高知県立農業大学校が実施する研修のこと。U・Iターンによる就農予定者を対象の実習を中心とした長期研修、インターネットによる通信講座と農場実習（スクーリング）を組み合わせた新しいなかビジネススクール、農業実践者を対象とした営農大学講座や女性農業者講座などのほか、様々な研修・講座を開設している。
クラインガルテン	ドイツ語で「小さな庭」という意味の簡易宿泊施設のある滞在型市民農園。1区画ごとに休憩や簡易宿泊が可能な小屋（ラウベ）が設けられる。日本では1990年代から全国各地で整備されている。
グリーン・ツーリズム	農山漁村地域の豊かな自然に親しみ、そこに息づく暮らしや文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動のこと。
クリーンエネルギー	太陽光、太陽熱、地熱、風力、水力などの自然エネルギー及び水素エネルギーなど、環境に負荷のかからないエネルギー。
クリエイター	デジタルコンテンツの制作者、デザイナー、イラストレーター、漫画家、作家、作曲家、画家など創造的な活動を行う人。
グレーディング機器	製材品等をグレード（等級、品等）区分するために用いる機器。
黒潮牧場	かつおやまぐろ類を対象に土佐湾に設置（現在12基）されている表層型浮魚礁。
経営革新塾	国からの委託を受け、商工会議所等が実施している新事業展開等を目指す若手後継者の方などを対象に経営戦略、組織マネジメント等の知識、ノウハウ等、経営革新に役立つ知識を20～30時間で習得する講座。
経営革新等認定企業	「中小企業の新たな事業活動の促進に関する法律」に基づく経営革新計画を策定し、承認された企業等。
経営診断システム	この計画では、農家の経営改善や経営発展を図るために、農家個人の経営実績を栽培作物毎に分析するシステムのことで、JAグループ高知が平成21年度中の稼働を目指している。
系統（販売）	農家が、農協、園芸連を通じて農産物を販売すること。
系統共販	農家が、園芸連が定める選果選別規格に基づき、農協を通じて園芸連経由で、県内外の園芸連取引会社において一元的に販売する方法。
県漁協	高知県漁業協同組合。県内25の海面漁協が合併して平成20年4月1日に発足した。組合員数1万3千人（県内シェア55%、H19）、販売取扱高116億円（県内シェア：70%、H19）で四国最大の規模を有する。

用語	解説
県認証	この計画では、「高知県無農薬・減農薬栽培農産物認証」の略称で、県が農産物の栽培方法を認証し表示する制度。農薬を使用しない栽培、又は節減対象農薬の成分回数を慣行栽培の5割以上あるいは8割以上減らした栽培を認証する。栽培計画が認証された農産物には、県の環境保全型農業の統一キャラクター「エコタン」を貼付することができる。
コールセンター	企業において、オペレーターが集約的に、電話等を利用して顧客へのサービス提供を専門に行う対応センターのこと。こうした業務は、社内に部署を設置するほか、近年は、専門会社に委託する傾向にある。
高性能林業機械	従来のチェーンソーや集材機等に比べ、作業の効率化や労働強度の軽減等の面で優れた性能を持つ林業機械。
こうち型集落営農	過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、有望な園芸品目等を導入し、農業で生活できる所得を確保する仕組み。
こうち環境・安全・安心点検システム	高知県版GAPと同義。GAPという概念を、農業者にとってより親しみやすい形で取り組んでもらえるよう工夫したものの。
高知県食品衛生管理認証制度	HACCPの考え方を取り入れた、県独自の衛生管理基準に適合する食品関連施設を認証する制度。平成15年に創設し、食品関係営業者の自主衛生管理の向上を図り、消費者に安全性の高い食品を提供することを目的としている。 平成20年度末で「魚肉練り製品製造業」や「鰹のたたき製造業」等の8業種で、業種ごとに基準が定められている。
高知県版GAP	高知県では、園芸農業を主とする産地の状況に合わせて、独自に高知県版GAPとして、農業者自らが主体的に生産から出荷までのそれぞれの工程管理を点検し、必要に応じて内容の改善に役立てる「こうち環境・安全・安心点検シートその1」と、農業団体や集出荷場が主体的に流通段階での工程管理を点検し、必要に応じて内容の改善に役立てる「こうち環境・安全・安心点検シートその2」とを作成し推進している。（「GAP」参照）
高知県木材情報センター	消費者や木材関係者に最新の木材関係の情報を提供している（財）日本木材総合情報センターの支部組織として、各県に配置されている木材に関する相談所のこと。高知県では（社）高知県木材協会内に設置されている。
こうち産業振興基金	（財）高知県産業振興センターに100億円の基金を造成し、平成19年度から10年間にわたり運用益を活用することにより、地域経済の活性化を支援している。
高知COE推進本部	県内の産学官の連携による研究開発の推進と研究成果の事業化の支援を行うため、（財）高知県産業振興センターに設置した本部（平成18～19年度）。【※COE：センター・オブ・エクセレンス（卓越した科学技術振興の拠点）】
高知しごとネット	県庁のホームページ内に開設した国や県、民間の職業紹介事業所等の就職支援の情報を一元的に集約した専用ポータルサイト。
高知ジュニア博士	学校給食への地域特産物の供給や、生産者の食農教育により、高知県の特産物の味を知り、農業や生産者のことをより深く理解する子ども達を育てることで、家庭や地域の中で特産物についての伝達ができ、将来の高知県の農産物の応援団になってもらおうとする事業の中で指す子どものこと。
高知野菜11人きょうだい	「アンパンマン」でおなじみの漫画家やなせたかし先生による11種類の高知やさいをきょうだいに見立てたキャラクター。11品目は、高知の基幹品みょうが、オクラ、なす、きゅうり、シシトウ、こねぎ、ピーマン、しょうが、メロン、米ナス、にら。
高知やさい体操	園芸こうち販売促進事業実行委員会（園芸連、高知県、JAグループ高知）の取組の一貫。高知県で採れる野菜や、野菜の大切さを、多くの方々に知っていただくきっかけづくりとするため、NHKおかあさんと一緒でおなじみの「佐藤ひろみち」と「谷口くにひろ」さんのご協力により「高知やさい体操」と「高知やさい体操 おひさまの味」の楽曲が平成20年2月に完成。県内外のイベント時に生産者、農業関係者等が実演し、高知やさいのPRを行っている。
高知よさこいファクトリー	平成13年度に、県、産業振興センターの支援により、県内製造業者の受注拡大等を目的として、インターネット上に設立されたポータルサイトの名称。現在は、ポータルサイトへの登録企業等で組織する高知よさこいfactory推進協議会により運営されている。
高等技術学校	職業能力開発促進法に基づき設置された県立の公共職業能力開発施設で、高知・中村の2校がある。職業に必要な技術・知識を習得するための訓練を実施している。
合法木材	世界中で横行している違法伐採を防止するため、それぞれの国の森林関係の法令において、合法的に伐採されたことを証明された木材のこと。

用語	解説
子ども農山漁村交流プロジェクト	H20年度からの5年間に、農山漁村で1週間程度の宿泊体験活動（農林漁家での宿泊体験を含む）を全国2万3千校の小学生（5年生）に経験してもらう事業。総務省、文部科学省、農林水産省の連携施策事業として実施している。
コミュニティ・ビジネス	地域の課題を地域住民が主体的に、ビジネスの手法を用いて解決し、また、コミュニティの再生を通じて、その活動の利益を地域に還元する取組のこと。
コラボ（販売）企画	この計画では、地域野菜等の販売戦略として、地域の一次産品や観光資源等を活用しながらストーリー性を持たせ、販売拡大や生産拡大につなげる企画。
コンシェルジュ機能	お客さまの求めに応じて、各種の情報を一ヶ所で総合的に案内する機能。案内だけでなく、宿泊などの手配を含む場合もある。
コンテンツビジネス	漫画や写真、映像、音楽、コンピュータゲームなど創造的活動によって生み出されたものを活用したビジネス。
コンパクトシティ	様々な機能を中心部に集中させた都市のことで、機能を集めることによって、相乗的な経済交流活動が活発になり、中心市街地の活性化が期待できるとされている。

さ行

用語	解説
再生稲	稲を刈り取った株から再生して出てくる稲のことで、ひこばえ、二番穂とも呼ばれる。牛の飼料として利用するために、肥料や水を与えて成長させる。収穫量は苗から育てた稲の半分程度であるが、育苗や田植えが必要ないことから栽培コストがかからないというメリットがある。
作業道	林道などから分岐し、立木の伐採、搬出、造林などの林内作業を行うために作設される簡易な構造の道路。
サテライト	この計画では、ジョブカフェこうちの支所のことで、主にキャリアコンサルタントによる個別の就職相談や職業適性検査、就職に関する情報などを無料で提供する。高知市本部に対して、衛星（サテライト）のような施設。
サテライト会場	この計画では、「土佐・龍馬であい博」で、地域への誘客の核として設置するサブ会場。その地域の情報をきめ細かく発信することで、誘客を図る。
サプライヤー	商品などの供給者。商品製造業者。
産地市場	主として漁業者又は水産業協同組合から出荷される水産物の卸売のため、その水産物の陸揚地において開設される市場。
残留農薬基準	食品衛生法第7条に基づく食品規格で、農産物などに残留しても許容される農薬の最大上限値を定めたもの。この基準を超えて農薬が残留している農産物は、国産品・輸入品問わず、流通・販売などが禁止されている。
ジェトロ	「Japan External Trade Organization」日本貿易振興機構の略称。国際見本市の開催、輸出促進への協力などを行う。
四国観光立県推進協議会	四国4県とJR四国の5団体で構成する観光協議会。海外や首都圏への情報発信、旅行会社や航空会社とタイアップした四国のキャンペーンを展開するなど、四国の認知度の向上や誘客促進に取り組んでいる。
実需者	実際に商品を購入して消費する者。例えば、地産地消の取組で、野菜を作る人を生産者、それを材料として購入して客に食事を提供する宿泊施設を実需者という。青果物流通の場合の実需者とは、卸会社、仲卸から先の量販店、量販店の共同仕入れ組織、外食（レストラン等）、中食（惣菜業者等）、食品加工業者（漬物等）、食品問屋等のこと。
地鶏肉特定JAS認定	地鶏肉の品質に関する表示方法や生産方法等についての基準を定め、その過程等について登録機関が認定を行うもの。認定製品にはJASマークを貼付できる。
自伐林家	自己の所有する森林で伐採・搬出などを行い林業を営む林家。

用語	解説
遮光ネット	減光や日長の調節、温度上昇抑制などを目的として作られた、ポリエステルなどを素材とする資材。作物の種類や使用する目的により遮光率や色が異なる。
重油代替暖房機	重油以外のエネルギー源を使用する暖房機。施設栽培用暖房機のエネルギー源として、木質バイオマス、電気等が検討されている。
集落営農	集落単位で農業生産活動の一部又は全部を共同で行う営農形態をいい、この場合において、規約や収支計画・事業計画に基づいて活動する組織を「集落営農組織」という。
主業農家	農業所得を主とし、65歳未満で年60日以上農業に従事している者がいる農家をいう。
種苗（大型・小型）	放流用や養殖用の魚類などの稚魚のこと。県では、ヒラメ、エビ類等の種苗を人工的に生産し放流用として配付している。これまでの放流用種苗のサイズはヒラメ40mm、クマエビ15mmと小型であったが、今後は放流効果を向上させるため、より大きく育成したヒラメ（60mm）、クマエビ（35mm）も放流用種苗として生産する。
商社機能	<ul style="list-style-type: none"> 蓄積した情報収集・分析機能や市場開拓機能。 事業経営に関わるノウハウ、リスクマネジメント機能。 IT（情報技術）、LT（物流技術）、FT（金融技術）、MT（マーケティング技術）などの機能のこと。
商品計画機構	県、市町村、産業団体等の出資により設立した「株式会社高知県商品計画機構」のことで、県内資源を活用した商品開発・改良、販売戦略の確立、販路開拓・拡大の支援を行っている。
食育	生涯を通じた健全な食生活の実現、食文化の継承、健康の確保等が図られるよう、自らの食について考える習慣や食に関する様々な知識と食を選択する判断力を楽しく身につけるための学習等の取組をいう。
食農教育	農業分野と教育分野が一体となり、食料と農業に関する学習や農業体験学習等を通じて、食べ物や食生活、農業・農村について正しい理解を深めるための教育をいう。
ジョブカフェ（こうち）	若年者のための就職支援相談センターで、高知市帯屋町に開設。併設のハローワークと連携して、職業相談から職業紹介まで、ワンストップでサービスを提供している。
飼料用米	飼料の原料として生産される米（稲の子実）のこと。
森林施業プランナー	森林を所有する方に、森林の管理などに必要な施業の方法、間伐等に必要経費、木材販売見込額などを明らかにした提案書「森林施業プラン」を提示するなど、きめ細かなプランを作成できる人。
森林セラピー	森林浴、森林レクリエーションを通じ、森林が彩なす風景や香り、音色、肌触りなどによる、森のいのちや力を感じるような心理的効果や、森林の地形、自然を利用した医療、リハビリテーション、カウンセリングによる健康回復、維持、増進活動。
森林認証制度	持続可能な森林経営の行われている森林を第三者機関が評価、認証し、そこから生産された木材などの林産物を区分することにより、消費者がこれらの林産物を選択し、購入できるようにする民間主体の制度。
森林保全ボランティア	森林の整備・保全に係わるボランティア。森林所有者に代わり、維持管理ができなくなった森林などの整備を行う。
水源かん養	雨水を貯留し、河川へ流れ込む水の量を平準化して洪水を防止したり、土壌を通過することにより水を浄化するなど、豊かな水を生み出す森林の働き。
好き好き高知の野菜大好きっ子宣言チーム	生産者による食農教育により高知県の農業や野菜についての理解を深めることで、子どもたちが主体で高知県の主要野菜を使った学校給食へのメニュー提案等、そういった主要野菜を使った学校又はクラス単位での取組を通じて、高知の野菜好きの子どもたちを育てていく事業の中で指す子どもたち（クラス単位など）のこと。
生産工程管理ウォッチャーシステム	農業者や農業団体、集出荷場が取り組む高知県版GAP等の生産から流通に至る工程管理の実施状況、記録の保管、取組の改善状況等について、消費者等の第三者を含むメンバーらによって確認してもらう仕組み。
生産履歴記帳	JAグループが実施する「生産履歴記帳運動」で、資材の誤った使用を防ぎ、適正に使用するため、主に農薬や肥料の種類、施用時期、使用量などについての記帳、回収、チェックを実施する。

用語	解説
接着重梁	大スパンの構造の場合に、単一材ではその断面に限度があるため、単一材を重ねて接着し、厚みを大きくした梁のこと。集成材の一つ。
施肥基準	気象や土壌等の条件にあった施肥量や施肥の時期を定めたもの。環境保全型農業の進展には、作物や地域の気象、土壌等の条件にあった過不足のない適正な施肥が重要である。そこで、各都道府県において、施肥量の目安となる施肥の基準値や方法を策定しており、これらの情報を技術指導者等を通じて農業者の方に伝えるための目安となる施肥基準を作成している。

た行

用語	解説
太陽熱消毒	太陽熱を利用することで環境に負荷をかけることなく、土壌伝染性病原菌や土壌中の害虫、雑草等を駆除する方法。通常、農地を透明なポリエチレンで覆うことによって行う。
湛水処理	畑の土壌病原菌は酸素の豊富な条件で生息しやすく、逆に湛水して酸素不足の状態になると病原菌は死滅しやすくなる。このような性質を利用して、古くから畑に水をためて水田状態にするなどの生物的防除法のこと。湛水処理には、病原菌の減少効果のみでなく、作物の残さや残根の分解促進効果、土壌線虫の減少効果、作物に余分な成分である塩類等の除去効果、雑草の抑制、ほ場の均一化等の作用があり、低コストな生物的防除法として重要な方法の一つ。
単版工場	丸太から大根の「かつらむき」のように薄くはぎ取った板（貼り合わせると合板になる）を製造する工場。
地域コーディネーター組織	広域的な観光情報の発信や問い合わせへの対応、着地での旅行手配などをワンストップで行う組織のこと。この組織があると観光客の利便性が格段に向上し、旅行会社も旅行商品を作りやすくなる。また、広域的に観光振興を図る際に中心的な役割を担うことになる。
地域コンソーシアム	事業を行うことを目的とした地域の企業やNPOなどによる連携体制。
地域支援企画員	市町村と連携しながら、実際に地域に入って、住民と同じ目線で考え、住民とともに活動することを基本に、それぞれの地域の実情やニーズに応じて支援を行う県職員。（現在60名が市町村に駐在）
地球温暖化	人間活動による二酸化炭素やメタンなどの放出量が増大し、大気中の温室効果ガスの濃度が高まることによって起こる現象で、地球の気温が気候の自然な変動の範囲を超えて上昇すること。
着地型旅行商品	着地（旅行先）の旅行会社などが企画した現地発着ツアーのこと。例えば、東京で高知への旅行商品を買う場合は発地型旅行商品というのに対して、着地の高知で「龍馬を巡る旅」などを企画して売ることが着地型旅行商品という。
中山間地域等直接支払制度	農業生産活動の条件が不利な中山間地域等において、農家に対する一定額の交付を通じて農業生産活動を維持できるようにし、耕作放棄地の発生を防止することによって、農地・農村の有する多面的機能を確保する制度。この制度では、集落内の農家が協定（集落協定）を結び、農業生産活動を5年以上継続する必要がある。
中心市街地活性化基本計画	「中心市街地の活性化に関する法律」に基づき、中心市街地の活性化に関する施策を総合的かつ一体的に推進するため、市町村が策定する基本的な計画のこと。内閣総理大臣が認定を行い、認定を受けた基本計画に基づく事業に対して、国より集中的かつ効果的な支援が受けられる。
直販店・直販所	常設店舗であって、生産者又は生産者グループが自らが生産、又は製造したものを直接販売するところ。
テストマーケティング	新商品の本格的な市場参入に先立って、試験的に実市場で販売や広告宣伝活動などを行い、その反応を調査・検証する活動のこと。
出前授業	この計画では、主に県外消費地の学校等に出向いて、本県園芸品への理解を深めるとともに消費拡大を図ることを目的として、園芸品の生産に関わる者が、直接本県の園芸農業の概要や環境保全型農業への取組紹介、本県園芸品を使った調理実習等を行うことをいう。
電子商取引	eコマースとも言い、インターネット上で全ての商取引を行う仕組み。
土佐はちきん地鶏	いずれも高知県原産の土佐九斤と大軍鶏を交配させたクキンシャモの雄と白色プリマスロックの雌から生まれた高品質肉用鶏。ほど良い歯ごたえと脂質の少ない地鶏本来の旨さが特徴。

用語	解説
特裁ガイドライン	生産された地域の慣行レベル（各地域の慣行的に行われている節減対象農薬及び化学肥料（窒素成分）の使用状況のことで）に比べて、節減対象農薬の使用回数が5割以下、かつ化学肥料の窒素成分量が5割以下で栽培された「特別栽培農産物」に係るガイドライン。平成16年4月に改正され、化学合成農薬や化学肥料の使用状況に応じて区分毎に設定されていた名称（無農薬・無化学肥料・減農薬・減化学肥料栽培農産物）が「特別栽培農産物」に統一された。
篤農家	優れた生産技術を持ち、高収量・高品質を実現することで安定した農業経営を行っている、地域のモデルとなる農家をいう。
特用林産物	林野から産出される木材以外の産物。きのこ、木炭等。
土佐ジロー	高知県原産の天然記念物土佐地鶏の雄と米国原産のロードアイランドレッドの雌を交配して生まれた卵肉兼用の地鶏。卵は小ぶりながら濃厚な味、肉は適度な歯ごたえがあり深い味わいが特徴。
土佐のいい物・おいしい物発見コンクール	県内事業者の有する優位性を持つ商品を発掘、PRすることによって、商品改良や販路開拓を支援することを目的に開催するコンクール。平成12年度に第1回コンクールを開催して以来、現在までに7回開催している。
土佐の料理伝承人	高知の豊かな食文化を伝えるため、地域の郷土料理について卓越した知識・技術をもち、伝承活動に取り組んでいる、市町村長の推薦により県が選定した56団体・個人の方々をいう。
土佐・龍馬であい博	2010年のNHK大河ドラマ「龍馬伝」の放送にあわせて開催する博覧会。高知駅前に誘客の核としてドラマ関連の情報を発信するテーマ館と、観光や物産の情報を一元的に発信する情報発信館を設置するほか、滞在型・体験型観光の推進に向け、県内各地で「自然」や「食」、「歴史」や「文化」などの魅力を活かしたイベントを実施する。
土壌診断処方箋	作物の収量や品質の向上あるいは養分の過不足による生育障害等を改善していくために、生産者への①聞き取り、②土壌診断、③理化学的の分析診断、④作物診断等によって、その症状や改善目的に応じた対策の処方箋を示す。土壌の性質や作物の種類によって基準値は異なる。
土着天敵	地域に生息している土着の昆虫やクモ等その他生物で、作物に被害を及ぼす害虫の天敵となるもの。土着天敵は、特定防除資材（特定農薬）として指定されている。天敵を活用した防除には、メーカー等によって製品資材化されており、農家がいつでも購入できる状態の天敵を利用する場合と、地域にもともという土着の天敵昆虫を利用する場合とがある。ハウスなどの閉鎖系空間では購入天敵中心の利用が多いが、ほ場が周りの自然と連続している露地栽培では土着天敵が比較的利用しやすい。
土着天敵リレー	作物の栽培が終了後、ほ場内で自然に増えた土着天敵を、栽培期間が異なる別のほ場の作物等へ移動させてリレーしていく方法。ほ場内で増えた土着天敵は、作物の栽培が終了してしまうと維持できなくなり、農家はまた次の栽培の際に天敵を探して捕獲してこなければならぬことから、高知県で始めた方式。同じ地域内でリレーする地域内リレーと、山間部と平野部等の気象条件が異なる地域間でリレーする地域間リレーがある。（ただし、生態系が異なるため、県をまたぐ土着天敵のリレーは農業取締法で禁止されている。）
トップセールス	この計画では、知事が、県内製品の特長や優秀性を宣伝し、積極的にセールスを行うこと。

な行

用語	解説
中食（なかしょく）	レストランなどで食事をする外食と、家庭で料理を作って食べる内食（うちしょく）との中間で、コンビニエンスストア、スーパーマーケットなどで販売されている調理・加工済みの弁当やそう菜を家庭や職場、学校などで食べることを、又はその食品のことをいう。
南国そだち	平成18年に県奨励品種に採用された県育成の極早生品種で、7月中の出荷が可能な良食味米。コシヒカリとのリレー出荷により県外消費地での有利販売を目指している。
肉豚地域保証価格	豚肉の市場価格が下落したときに、生産者積立金により補てん金の交付を行う基準となる各都道府県団体が定めた地域保証価格。
ニューツーリズム	テーマ性が強く、人や自然とのふれあいなどの体験的な要素を取り入れた旅行のこと。テーマとしては産業観光、エコツーリズム、グリーンツーリズムなどがあり、旅行会社主導でなく地域側が旅行商品を作るという特徴がある。
乳用牛舎快適性改善モデル	牛舎の暑熱対策や給水施設、飼槽などの改善により乳牛の快適性を向上させることで、個体能力を今以上に引き出し、乳量や乳質が改善されることを実証するモデル農家。

用語	解説
認定農業者	農業経営基盤強化促進法に基づき、効率的かつ安定的な農業経営を目指して、自ら作成した5年後の目標とその改善策を内容とする「農業経営改善計画」が市町村長の認定を受けた農業者をいう。
農業環境規範	我が国の農業生産全体を環境保全を重視したものに転換するため、農業者自らが取り組むべき規範として国が平成17年3月に策定。作物の生産においては、土づくりの励行、適切で効果的・効率的な施肥、効果的・効率的で適正な防除、廃棄物の適正な処理・利用、エネルギーの節減等、農業者が環境保全に向けて最低限取り組むべき事項をまとめたもの。農業者自らが生産活動を点検し、改善に努めるためのものである。
農業生産法人	農業経営を行うため、売買や貸借により農地の権利を取得できる法人。農地法では、原則として農業生産法人以外の法人は、農地の取得・使用ができないとされている。
農作業受委託組織	農地の所有者等から農作業の一部又は全て作業の委託を受け、委託者に代わって現実に農作業を行う組織。
農商工ファンド	中小企業者と農林漁業者が連携して行う新たな取組に助成するために、国の地域中小企業応援ファンドの仕組みを活用し、県や市町村等も基金の積み増しをして、高知県産業振興センターに設置した基金。
農林漁家民宿	農林漁業や田舎の生活が体験できたり、とれたばかりの新鮮な素材を活用した料理を味わうことができる、農家、林家及び漁家等が経営する宿泊施設。
農林漁家レストラン	農林漁家自ら又は農林漁家との密接な連携の下で、その農林漁家が生産した食材又は地域の食材を使って調理・提供している、当該地域に立地するレストラン。

は行

用語	解説
排水処理装置	養液栽培から生じる排水に含まれる余剰の硝酸態窒素やリンを処理する装置。水田土壌中の微生物の力で硝酸態窒素を無害な窒素ガスに変え、またカキ殻によりリンを除去する。栽培期間を通じて窒素・リン共に総理府令に定められた排水基準値以下を維持できる。ミョウガの排水については培地の色素についても分解する必要がありさらに改良が加えられている。
配合飼料価格安定制度	配合飼料の原料となるトモロコシなどの価格高騰による畜産経営の損失を緩和するための制度をいう。
排出量取引（制度）	国や企業ごとに温室効果ガスの排出枠（キャップ）を割り当て、枠を超えて排出した国（企業）と余っている国（企業）との間で排出枠を取引（トレード）し、結果として全体の排出量を一定量以下に収める制度。
バイヤー	商品を買付けする仕事をする人。商品選定、仕入価格、売買戦略などを卸売業者や生産者等と商談する担当者。
浜加工	地元で水揚げされる水産物を、漁協の女性グループや青年グループなどが、比較的小さな規模で干物や練り製品などの水産加工品に加工することをいう。
梁桁ネットワーク	県内の製材業者や木材流通業者がネットワークを組んで、県産の梁桁材を常時一定量ストックし、消費者ニーズに応えようとする取組。
ハンズオン支援	ハンズオン（Hands-on）とは、直訳で「手を置く（触れる）」との意味。ハンズオン支援とは、専門家等が直接的に手取り足取り指導することをいう。
ヒートポンプ	水を低いところから高いところへ押し上げるポンプのような原理で、低温側から高温側へ熱を移動させる仕組み。低い温度の熱源から冷媒（熱を運ぶための媒体）を介して熱を吸収することによって、高い温度の熱源をさらに高くする機器。
光センサー選果機	光センサー（非破壊糖度センサーともいう）とは、果実の1個1個に光を照射し、果実内部を透過あるいは、反射してきた光の量を分析して、糖度・酸度・内部障害などを測定する装置。ミカンやリンゴなどの果実の選果機に導入することで、切ったり、傷をつけることなく内部品質の検査が可能。本県では、農協の選果場で、温州ミカン、土佐文旦、小夏などの選果・選別に利用されている。
ビジネスマッチング	中小企業やベンチャー企業、起業家の事業展開を支援するため、それらの企業等とビジネスパートナーの出会いの場を提供し、ビジネスパートナーとの事業連携や事業提携等を図ろうとするもの。

用語	解説
非破壊糖度センサー	光センサーと同義語で、果実の1個1個に光を照射し、果実内部を透過あるいは、反射してきた光の量を分析して、糖度・酸度・内部障害などを測定する装置。大規模な選果機に導入されるタイプや、ポータブルタイプで、生産現場や農家の選果場、小売店などでも手軽に糖度を測定することができるタイプがある。
フードビジネスクリエイター	一次産品の高付加価値化のために、食品の加工・製造や品質管理、機能性食品の生産に関する技術のほか、商品開発や分析、経営にいたる幅広い知識を持った、食品産業の中核を担う人材のことを指す。
副業型林家	森林の所有の有無にかかわらず、森林整備や木材の生産活動にかかわって、林業の営みを副業的に行っている人々の総称。
ブラッシュアップ	商品の特性にみがきをかけ、さらに良くすること。
ブルーツーリズム	漁村に滞在して、漁業体験やその地域の自然や文化に触れ、地元の人々との交流を楽しむ余暇活動のことをいう。
プレカット	木造住宅の建設において、従来、大工が手で刻んでいた木材の継手・仕口などを、工場に設置された自動工作機械で加工すること。
プロダクトアウト	企業が商品開発・生産・販売活動を行ううえで、企業側の有する技術や優位性などを基本に、それらの事業活動を取り組んでいこうとする経営姿勢。マーケットインの反意語。
ヘルスマイト	地域で食生活改善を主なテーマとして、健康づくりのためのボランティア活動をしている「食生活改善推進員」の愛称。
ポータルサイト	インターネットに接続するときに、玄関口となるウェブサイト。
ホームユース調査	お客様に、自宅に商品を持ち帰っていただき、使用後に意見や感想をアンケートにより収集すること。
ポジティブリスト制度	残留基準が設定されていない農薬が残留する食品の流通・販売等を禁止する制度。食品中に残留する農薬について食品衛生法第11条に基づき、残留基準が設定されているが、基準が設定されていない農薬が含まれる食品については規制が困難であることから、平成18年5月から導入された。

ま行

用語	解説
MY遊バス	土・日・祝日・GW・夏休みなどに(財)高知県観光コンベンション協会が運行している定額料金で一日乗り放題のバス。現在は、JR高知駅～五台山～桂浜のコースを運行している。路面電車も市内190円区間は乗り放題の特典がある。また、夏休みには、四万十周遊川バスも運行している。
マーケットイン	企業が商品開発・生産・販売活動を行ううえで、商品・サービスの購買者のニーズを優先し、購買者の視点で商品開発を行うとともに、購買者が求めている数量だけ提供していこうとする経営姿勢。プロダクトアウトの反意語。
前処理加工	魚類の場合では、魚類の料理や加工品の材料とするために、魚のうろこを剥ぎ、エラや内臓あるいは頭部を除いた状態やさらに3枚におろしたり、切り身の状態に加工することをいう。下ごしらえのことをいう。
まちむら交流機構	(財)都市農山漁村交流活性化機構の愛称。都市住民の自然・ふるさと志向とこれに対応して豊かなむらづくりを進めようとする農山漁村の意向を踏まえて、都市と農山漁村の交流を積極的に推進するとともに、都市と農山漁村が一体となった地域活性化のための国民的規模の運動を展開し、もって農山漁村の活性化を図り、国土の均衡ある発展及び自然と調和のとれた豊かでうるおいのある社会の実現に資することを目的としている。
マルチ資材	作物に好適な土壌環境をつくるために、土壌の表面を覆うプラスチックフィルムなどでできた資材。効果として、乾燥、加湿など土壌の水分調節、地温調節、雑草の発生抑制などがある。
マルチ栽培	地面をシートフィルム等で被覆し、地温や土壌水分の調節、病害虫、雑草の防除等を図る栽培技術。ミカンなどの果樹類では株元やほ場全体にシートフィルムを被覆し、雨水の侵入を防ぐことで適度な水分ストレスを与え、糖度の向上や着色促進などの品質向上に利用。近年、消費者の高品質嗜好の高まりに対応し導入が進んでいる。

用語	解説
木質バイオマス	バイオマスとは再生可能な生物由来の有機性資源で、樹木からなるバイオマスのことを木質バイオマスという。樹木の木部、樹皮、葉などで、林地に残された材や製材工場の残材、建築解体木材も含む。
木質ペレット	木材を粉碎、圧縮、成型した固形燃料で、長さは1～2cm、太さは6～12mm程度の円筒状のもの。
木造住宅指定団地	調和の取れた良好な街並みを形成するため、県産材を使った一団（10戸以上）の木造住宅を建築することを条件に県が指定する住宅団地。
モニタリング	企業等が、実際に商品を使用しているモニターに対し、使用感や感想を収集するリサーチ手法。また、企業の消費者調査等において、サービス評価などの日常的・継続的な点検のこと。
森の工場	一団の森林を対象に、林業事業者が森林所有者と森林の管理に関する協定や受委託契約を結び、計画的・効率的に間伐などの森林整備を実施し、収益や安定的な雇用の確保等を図りながら、持続的な林業経営を行う森林の団地。

や行

用語	解説
野菜ソムリエ	野菜や果物の美味しさや楽しさを理解し、伝えることのできるスペシャリストとして日本ベジタブル&フルーツマイスター協会が認定している人のこと。高知県では、高知県の農業、食文化を学ぶ講座を受講した野菜ソムリエを「高知の野菜ソムリエ」として登録している。
山元土場（ストックヤード）	木材を山から加工場等へ輸送する際に一時的に利用する木材の集積場所のうち、伐採現場に近い山元に構える貯木場のこと。必要に応じて木材の太さや長さ、品質に応じた簡易な仕分けを行う機能を持つ。
有機JAS（有機JAS認証制度）	農林水産大臣に登録を受けた第三者機関（登録認定機関）が、有機農産物等の生産工程管理者（農家や農業生産法人等）や製造業者を認定し、認定を受けた者は、有機農産物や有機加工食品について、有機JAS規格に適合しているかどうかを格付けし、その結果、適合していると判断したものに有機JASマークを付すことができる制度。有機JASマークがない農産物に「有機」や「オーガニック」等の表示を付すことは法律で禁止されている。
有機農業	化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと、遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業をいう。
有機のがっこう	平成18年4月、有機農業の実践者を育成し、修了生の県内への定住を図り、有機農業の振興と地域の活性化を促進するため、NPO法人「黒潮蘇生交流会」と県の協働により土佐町に開校した研修施設。有機農業に関心があり県内での新規就農希望者、又は環境保全型農業の実践希望者を対象に1年間の研修を実施。
優待レンタカー制度	一般的なレンタカーに特典を付加したレンタカー制度。例えば、四国内での乗り捨て料金を無料、又は格安にするなどして、公共交通機関を利用しにくい観光が難しい地域をレンタカーで観光してもらおうという二次交通整備の試み。
養液栽培	植物の生長に必要な養水分を、液肥として与える栽培方法。培地を用いない水耕栽培、噴霧耕と、培地を用いた固形培地耕とがある。現在、トマトやナスなどのナス科の野菜、ホウレンソウやレタスなどの軟弱野菜、メロンやイチゴなどの果物的果菜類、バラなどの花卉に多く用いられている方法である。高知県ではミョウガでも多く普及している。
養殖共済制度	中小漁業者の経営の安定化を図るため、漁業災害補償法に基づき、養殖中の養殖生物が台風、赤潮、病害虫等により死亡、流失等の損害を受けた場合、その損失を国が最終引受先となり補償する共済制度。漁業共済に加入すると、法律等にもとづき国や都道府県から掛金の助成も行われる。
よさこいネット	(財)高知県観光コンベンション協会が運営する高知県の観光情報ホームページ。県内の季節ごとのイベント情報なども掲載しており、年間約380万件のアクセスがある。
4定条件	定時・定量・定規格・定価格のこと。大型量販店や外食産業等は、品質・鮮度・数量等の面で商品を安定的に供給していく必要があることから、その仕入元に対して、「4定条件」を強く求める傾向にある。

ら行

用語	解説
楽天市場「まち楽 高知」	楽天株式会社運営する日本最大級のeコマースサイト「楽天市場」の、都道府県別、エリア別に特産品などを販売する「まち楽」のページに、高知県が平成20年12月に開設した「まち楽高知『あったか高知で待ちゆうき』」のこと。地域の特産品や観光情報などを、都道府県や政令指定都市などの自治体が掲載できるタイアップページが順次開設されている。

用語	解説
林業事業体	森林所有者などからの委託又は立木の購入等により、造林、伐採などの林業作業を行う森林組合、素材生産業者など。世界農林業センサスでは「林業サービス事業者等」に相当する。
林業労働力確保支援センター	林業労働力の確保の重要性から施行された「林業労働力の確保の促進に関する法律(平成8年法律第45号)」に定められた、知事が指定した団体で、林業における雇用改善の促進対策、林業就業者の育成・確保対策、情報の提供相談その他の援助等を総合的な業務としている団体。
冷水病	ギンザケやアユに発生する細菌感染症で、現在、養殖場や河川で全国的に流行し、最も被害を与えている病気の一つ。高知県においては、平成4年に養殖場で、平成6年には河川で確認された。元々は、北米のマスの病気であり、琵琶湖産アユの放流により全国へ広がったと見られている。
れいほくスケルトン	高知県の嶺北地方で生産されたスギ材を100%使用した、住宅の基本構造体のキット商品。
レンタルハウス	農協等が整備し、農業者にレンタルするハウスのこと。県のレンタルハウス整備事業では、県、市町村が補助を一定の割合で行っている。

わ行

用語	解説
若者サポートステーション	いわゆるニートやひきこもり傾向にある概ね15歳から40歳未満までの若者を対象に、個別相談やソーシャルスキルトレーニング等により、就学や就労に向けた自立支援を行う。

変わろう・変えよう・産業と暮らし
高知県産業振興計画

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

産業成長戦略

平成 21 年 3 月

発行 高知県 政策企画部 政策推進課

(平成 21 年 4 月からの連絡先)

高知県 産業振興推進部 計画推進課

〒780-8570 高知市丸ノ内1丁目2-20

TEL 088-823-9333

FAX 088-823-9255

E-mail:120801@ken.pref.kochi.lg.jp

<http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120801/>

