

# 【 総 論 】

# I 産業振興計画の全体像

---

## 1 はじめに

高知県では、県経済が抱える積年の課題に正面から向き合い、経済を根本から元気にするためのトータルプランとして、「高知県産業振興計画」を策定し、平成 21 年度から官民一丸となって県勢浮揚に挑戦してきました。

この計画は、社会経済情勢の変化やPDCA<sup>1</sup>サイクルによる改善、新たな課題への対応などを行うため、毎年度、内容をバージョンアップしていますが、令和2年度からスタートした第4期高知県産業振興計画(以下「第4期計画」という。)の計画期間が、令和5年度末で終了したことから、これまでの15年間の取り組みを土台に、令和6年度から令和9年度までの4年を計画期間とする「第5期高知県産業振興計画」(以下「第5期計画」という。)を策定しました。

## 2 第1期計画策定の背景

第1期高知県産業振興計画(以下「第1期計画」という。)を策定した当時は、以下のような背景がありました。

### ■「人口減少による負のスパイラル」をたどってきた本県経済

当時、日本全体としては、平成 14 年2月から始まった景気回復が戦後最長の 69 ヶ月間続き、有効求人倍率や業況判断D. I. (日本銀行調査)等も上昇を続けていましたが、平成 19 年夏以降、アメリカのサブプライム住宅ローン問題を背景とした原油・原材料価格の高騰、輸出の減少等により景気後退局面に入ったところでした。

本県においては、公経済への依存度が高く、産業基盤が弱いことから、戦後最長と言われた景気回復の恩恵を十分に受けることができず、また、かつては全国の景気に一定連動していた有効求人倍率(図 1)も、この間 0.5 倍前後で低迷、業況判断D. I. (図 2)もほぼ同じような形で全国の動きに関わりなく、低迷を続けていました。

こうしたところに、全国的な景気回復の波に乗ることができなかった本県経済の構造的な問題が見て取れます。

同時に、全国の景気回復局面では、若者を中心に多くの人材が県外に流出し、本県から他都道府県への人口の転出超過が加速(H17 年度:2,849 人、H18 年度:3,537 人、H19 年度:5,222 人、H20 年度:3,411 人)しました(図 3)。

また、本県は、全国より 15 年先行して平成2年から人口が自然減の状態に陥り(図 4)、また、高齢化も全国より 10 年先行して進行しています。これにより、働き手となる「生産年齢人口」の減

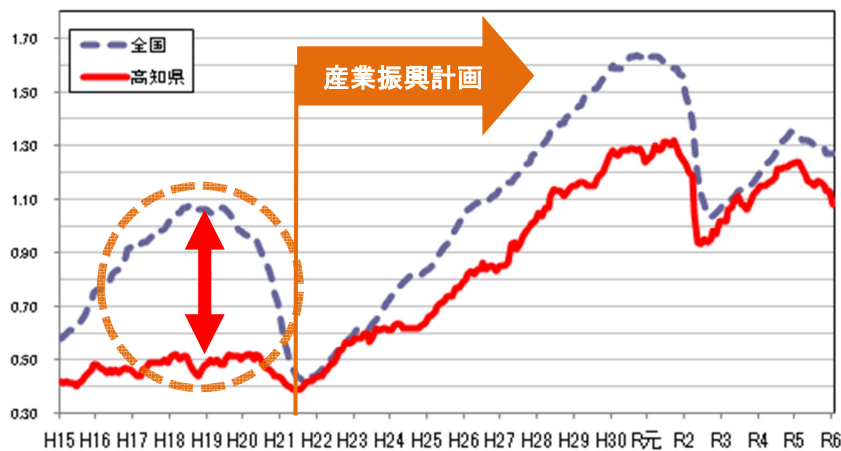
---

<sup>1</sup> Plan (計画)、Do (実行)、Check (検証)、Action (改善) による行動プロセス

少が加速し、同時に、消費意欲が旺盛な若者を中心に、「モノを買う人」の数が減少した結果、本県の年間商品販売額は平成9年から平成19年の10年間で約2割減少するなど、県内市場も大きく縮小しました(図5)。

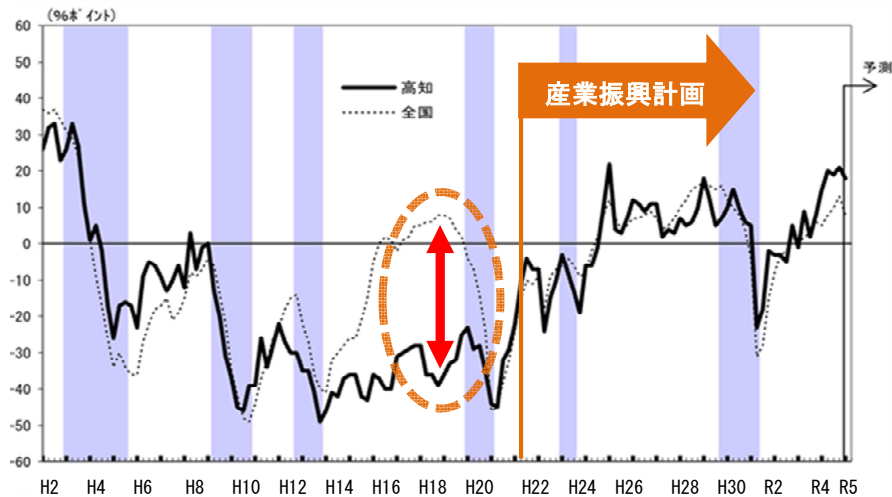
このように、本県では、戦後、人口の社会減による経済の縮小が、さらに人口の社会減を加速させ、それが過疎化と高齢化を同時に招き、特に、出生率の高い中山間地域ほどこうした傾向が顕著になった結果、全国に先行して人口が自然減の状態にも陥り、このことで、より一層経済が縮むという、「人口減少による負のスパイラル」をたどってきました。

図1 平成14年から20年頃にかけて全国平均に大きく引き離される本県の有効求人倍率



出典：職業安定業務統計(季節調整済み)

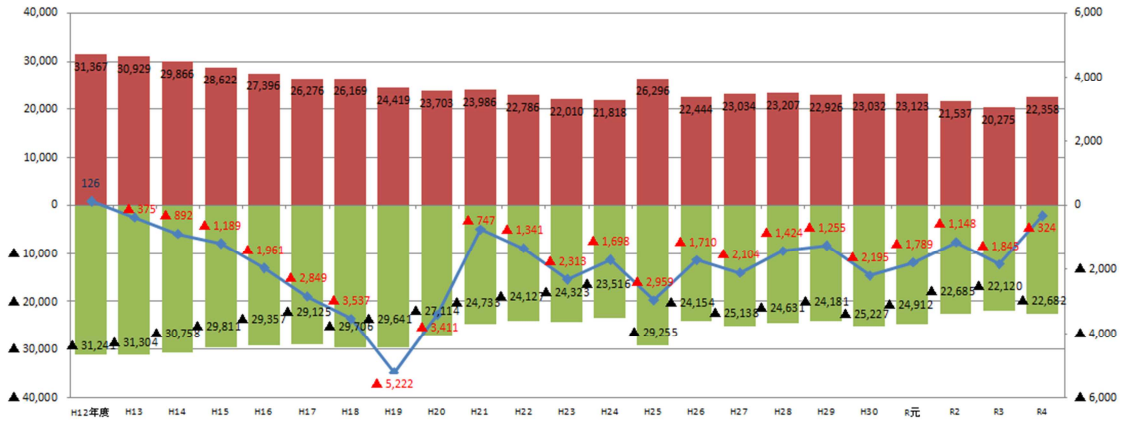
図2 本県の業況判断D.I.も有効求人倍率と同様に低迷



出典：日本銀行高知支店「全国企業短期経済観測調査」

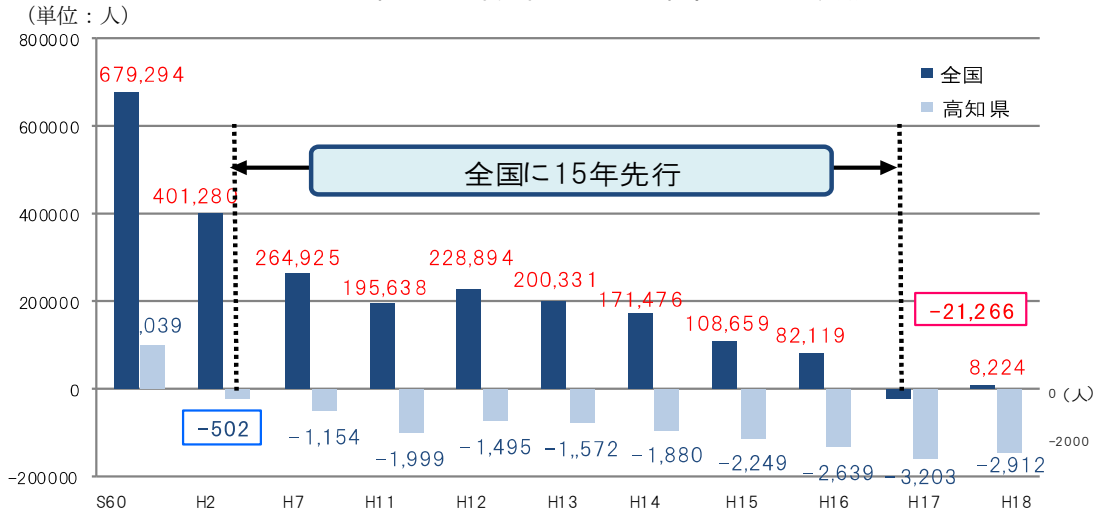
(単位：人)

図3 本県人口の社会減が進行



出典：高知県推計人口、市町村別住民基本台帳人口等

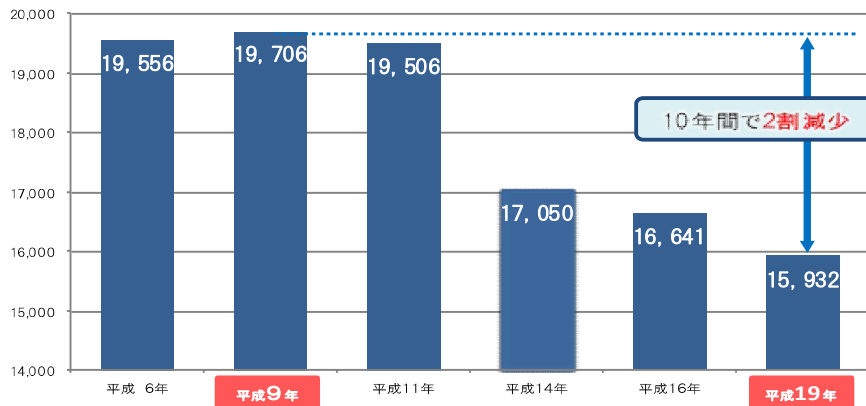
図4 全国に15年先行して進む本県の人口自然減



出典：人口動態調査

図5 本県の年間商品販売額は平成9年からの10年間で2割減少

(単位：億円)



出典：商業統計調査



### 3 産業振興計画策定の意図(目的)

#### ■「高知県産業振興計画」の推進

「人口減少による負のスパイラル」により、下降を続けていた本県経済を上昇に転じさせ、県勢浮揚を成し遂げるためには、本県経済の根本的な課題に正面から向き合い、抜本的な体質強化を図ることが必要でした。

このため、官民が同じ方向に力を合わせて進む旗印ともなる、本県経済の体質強化に向けたトータルプランとして「高知県産業振興計画」を平成 20 年に策定し、平成 21 年度からスタートさせました。

人口構成上、今後も当分の間、本県の人口減少は続き、県内市場の規模も減少バイアスがかかり続けることが見込まれるため、この計画では、県内市場頼りではなく、「活力ある県外・海外の市場に高知県産のモノを売ることで、県外・海外から外貨を獲得する」＝「地産外商(ちさんがいしよう)」を戦略の柱としています。

また、世界的なデジタル化やグリーン化の進展、さらには長期化する物価高騰など、本県を取り巻く環境が大きく変化する中、県経済が成長を続けていくためには、各産業分野の構造転換を通じて足腰をより強くすることに加え、経済成長の礎となる新たな価値を創出していくことが重要です。

このため、第5期計画からは、戦略の柱に、これまでの「地産外商」に加え、新たな価値を生み出すための「イノベーション(変革)」を据えます。

#### 【参考】イノベーションの類型(OECD「オスロ・マニュアル」)

(出所:経済産業省「R3.3.16 ウィズ・ポストコロナ時代における地域経済産業政策の検討」)

- 「イノベーション」とは、技術革新にとどまらず、新しい価値を生み出すことに資する行為を広く包含する概念。

①プロダクト・イノベーション	従来にない新しい製品・サービスを生み出し、市場へ投入
②プロセス・イノベーション	生産工程や配送方法、それらを支援する活動(プロセス)を大幅に改善
③マーケット・イノベーション	既存の手法とは異なる、新しいマーケティング・コンセプトやマーケティング戦略を導入
④組織イノベーション	業務慣行や組織編成、社外との関係について、新しい手法を導入し、組織そのものを変革

## ■「高知県産業振興計画」による中山間地域の活性化

本県では県土の約9割を中山間地域が占め、そこに県民の皆様の約4割が暮らしています。その中山間地域では、昭和35年から令和2年の間に、人口が51.1%減少(図6)するなど、一段と厳しい状況に置かれています(同時期における県全体の人口減少は19.1%)。

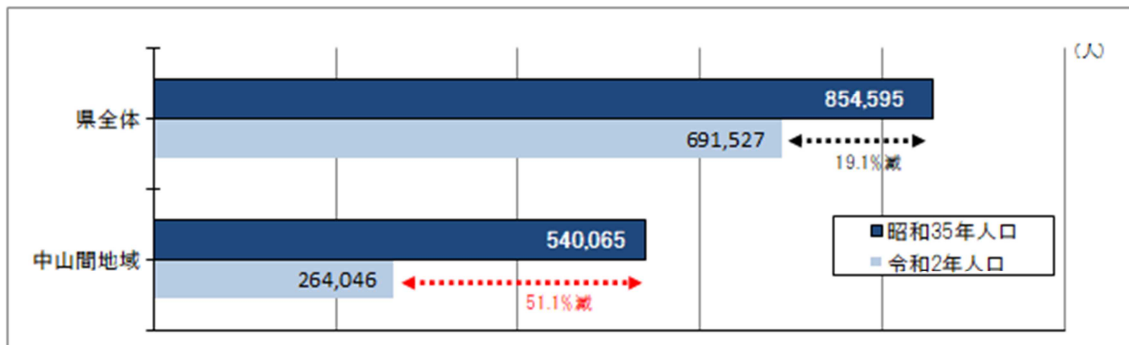
本県の基幹産業である農業や林業などの多くは中山間地域で行われており、観光誘客における高知県の売りである「豊かな自然」の多くは中山間地域に存在し、また、そこから多くの安心安全な食材などが供給されます。

また、産業面のみならず、水源涵養や防災など国土保全の面でも、また日本の原風景であり憩いや癒しの場としても、中山間地域は本県にとって、なくてはならないものです。

中山間地域の振興なくして県勢浮揚はなし得ないものと考えています。

このため、「中山間地域再興ビジョン」(令和6年3月策定)と連動し、産業振興計画の様々な施策を総動員して、中山間地域の活性化を図っていきます。

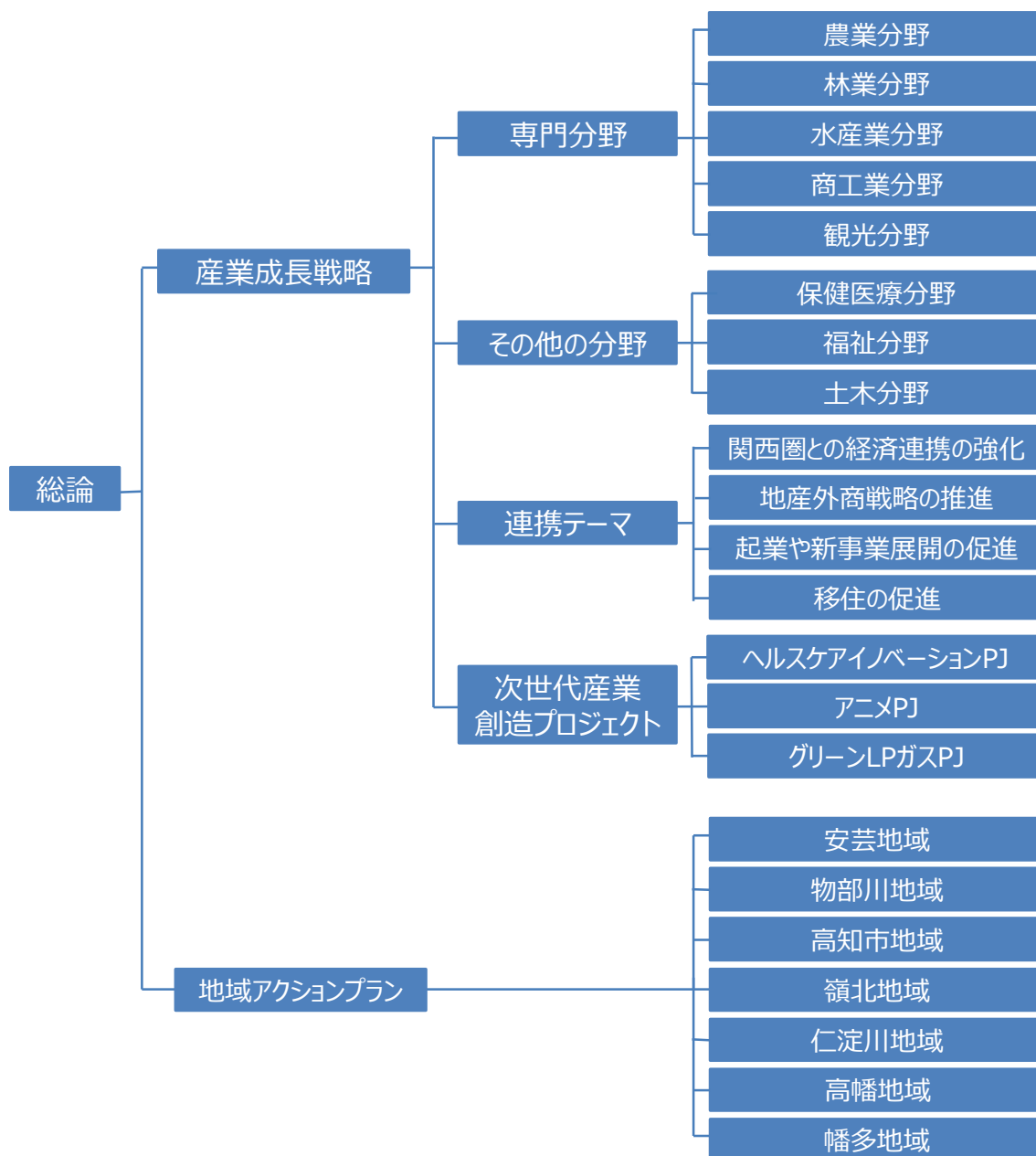
図6 高知県と中山間地域の人口動態比較(単位:人)



出典：国勢調査結果

#### 4 産業振興計画の構成等

産業振興計画は、計画全体の基本的な考え方や方向性を示した「総論」と、各産業分野や連携して取り組むテーマの戦略を示した「産業成長戦略」、さらに、県内7つの地域それぞれにおける取り組みを行動計画として取りまとめた「地域アクションプラン」の3つで構成しています。



## ■総論

総論では、より多くの県民の皆様に産業振興の取り組みに参画いただき官民協働を進めていくため、県民の皆様と共有させていただく「目指す将来像」や「計画全体を貫く目標」などを掲げていきます。

また、その実現に向け、「地産外商」と「イノベーション」の2つの戦略の柱の下、「5つの戦略」により、多面的かつ重層的に施策を展開していきます。なお、計画のバージョンアップに当たっては、毎年度クロス SWOT 分析(本県の持つ強みや弱み、機会や脅威を整理し、「強み」を生かし、「弱み」をも強みに転じる視点から取るべき施策を導き出す分析)を積極的に活用し、施策の方向性を再確認し、具体的な施策の強化につなげていきます。

## ■産業成長戦略

総論で示した「目指す将来像」や「計画全体を貫く目標」の実現に向け、「専門分野」、「連携テーマ」、「次世代産業創造プロジェクト」を設定し、重点的に振興を図る分野を定めています。

専門分野は、農業・林業・水産業・商工業・観光の5つの産業分野で構成しています。また、これら専門分野間を結ぶ取り組みである連携テーマは、「関西圏との経済連携の強化」、「地産外商戦略の推進」、「起業や新事業展開の促進」、「移住の促進」の計4つのテーマで構成しています。さらに、産学官民が連携し、新たな産業を創造する取り組みである次世代産業創造プロジェクトを進めていきます。

それぞれの専門分野等ごとに、「目指す姿」や数値目標を設定し、その実現に向けた戦略の柱や戦略目標、具体的な取り組みなどについて、どういう取り組みを、いつ、誰が、どのような形で実施していくのか(5W1H)を記載しています。

また、各分野を貫く共通テーマとして、「デジタル化の推進」、「グリーン化の推進」、「グローバル化の推進」、「担い手の育成・確保」、「中山間地域の振興」、「SDGsの推進」を設定し、取り組みを進めます。

また、第5期計画から、県経済において大きなウエートを占める保健医療・福祉分野および土木分野を位置付けます。これらの分野は、これまでも「日本一の健康長寿県構想」や「高知県建設業活性化プラン」においてそれぞれ取り組んできましたが、県における経済政策の一体性を確保する観点から、生産性向上や人材確保などの取り組みを進めていきます。

## ■地域アクションプラン

地域の文化や特色といった地域性や、生活圏域、行政サービス面でのまとまりを考慮して、7つの地域を設定し、それぞれの地域で進める具体的な取り組みを明らかにしています。

その取り組みは、「地域からの発案で提案されるもの」と「産業成長戦略の取り組みのうち地域の独自性を有するもの」に分けられます。地域アクションプランは、地域の雇用の創出や所得の向上を目指す取り組みを、市町村との連携のもとに支援する県の計画であると同時に、事業実施主体の行動計画としての性格も有しています。

また、地域資源の付加価値を高めるための商品開発や販路拡大といった事業者ごとの取り組みに加え、第一次産業から第三次産業までの各産業にわたる産業群を作るといった、より大きな経済波及効果を生み出す取り組みについても、地域地域で推進します。

産業成長戦略の取り組みと同様に、数値目標を設定したうえで、5W1Hを記載しています。

## 5 産業振興計画の効果的な推進

### ■好循環の創出とネットワークの創出を図る

経済活動において「川上→川中→川下」へとモノやサービスが流れていく過程には、どこかに好循環を阻む隘路(ボトルネック)があります。このボトルネックを無視して対策を強化しても十分な効果が期待できません。

このため、好循環の創出に向け、常に川上から川下までのシステム全体を考察したうえで、ボトルネックを発見・解消し、牽引役をつくる取り組みを各分野で展開するとともに、多くの方々が県勢の発展に向けて力を合わせて取り組めるよう、民間や地域の方々の挑戦に対し、県としての公正性・公益性を担保しつつ、人的な側面と財政的な側面の両面で支援を行います。

また、三層構造の政策群、すなわち第一層の基幹となる産業を育成する「産業成長戦略」、第二層の各地域で地産外商に取り組む「地域アクションプラン」、第三層のこれらの効果が届きにくい中山間地域の小規模な集落を対象とした「集落活動センター」の取り組みにより県内全域をカバーし、地域の隅々にまで効果をもたらすネットワークを意図的に構築します。

併せて、地産外商や移住促進などの取り組みを推進するうえで、県内はもとより県外から多くの人材や知恵、資本を呼び込むことが重要となることから、包括協定などの官民協働の全国的なネットワークづくりを進めます。加えて、市町村においても全国的なネットワークづくりが進むよう、県においてサポートをしていきます。

### ■計画の進捗管理を徹底する(PDCAサイクルにより絶えずバージョンアップを図る)

どんなに計画を作っても、その計画に基づいて実際に取り組みが行われなければ、絵に描いた餅でしかありません。また、計画は様々な検討を行った上で策定していますが、実際に実行してみると、事前の見込みと違ったり、社会状況が大きく変化し、実態と合わなくなったりすることがしばしば起こります。

このため、産業振興計画では、Plan(計画)→Do(実行)→Check(検証)→Action(改善)というPDCAサイクルを絶えず繰り返すことで、計画の実効性を高めています。

具体的には、個々の取り組みについては、数値目標を設定したうえで、その取り組みの進め方や手順、人的・財政的支援の投入量などが、適切かつ効果的であったかを、随時、点検しています。

これに加えて、施策群ごとに、各施策がうまく連携できているか、また連携の太さが十分かという視点から、ある施策で実施したことが、効果的に次の施策に繋がっているのか、一連の施策群の成果がプラスのスパイラルになり次のステージに繋がっているのか、新たな参加者が広がる形

になっているのか、一連の取り組みが数値目標及び定性的な目標の達成に繋がっているのか、といった大きな視点での点検・検証も行っています。

さらに、各分野で設定した4年後の目標達成に向けて、毎年度の到達点を定め、各施策がどこまで進んでいるのか、その道筋は正しいのか、施策の投入量が足りているのか、新しい仕組みは必要ないのか、といった視点での点検・検証を行っています。

こうした様々な角度からの点検・検証を通じて、施策をより実効性の高いものへと適宜改善するとともに、毎年度、計画自体に改定を加えて、バージョンアップを図っています。

## ■官民協働、市町村との連携協調による取り組みを進める

産業振興計画は、計画の策定の段階から実行に至るまで、県民の皆様や各産業に携わる方々、民間の有識者の方々など、数多くの皆様にご参画いただいております。この「官民協働」により進めることを基本としています。さらに多くの皆様に産業振興の取り組みにご参画いただけるよう、積極的な広報や、県民の皆様・産業団体の方々との対話を通して、産業振興計画の取り組みや、目指すところを丁寧に説明させていただくとともに、川上から川下までの多様なニーズに対応できる総合的な施策群を用意(背景や考え方は注1参照)することにより、官民協働のさらなる推進を図っていきます。

また、この官民協働を進めていくためにも、県と市町村が現状や課題を共有し、ベクトルを合わせて取り組みを加速していくことが重要です。このため、県と市町村が両輪となって、産業振興にあたっていけるよう、さらなる連携協調を図っていきます。

なお、官民協働、市町村との連携協調による取り組みを進めていくうえで、多くの皆様と成功イメージを共有させていただくことが重要となることから、第2期計画から、「目指す将来像」や「各産業分野の数値目標」などを掲げています。

### 注1)産業間の連携を重視した川上から川下までのトータルプランとして策定

言うまでもなく、経済活動そのものを行うのは民間の事業者や団体、個人の皆様であり、本県の産業振興を図るうえで、多くの民間の皆様の挑戦が何よりも重要です。

しかし、本県は、小規模で零細な中小企業が多く、また産業や技術の集積も少ないため、資金や人材、技術など、様々な経営資源が不足し、生産基盤が必ずしも十分とはいえない事業者も多くいらっしゃいます。

事業者の皆様の多様なニーズに応えていく必要があることや、本県が、全国に先駆けて人口減少や少子高齢化が進む、課題先進県であることを考えたときに、ある特定の分野だけに政策を集中させるのでは、県勢浮揚を成し遂げることはできません。

また、産業分野は多岐にわたるとともに、それぞれの産業分野においても、生産から加工・

流通・販売といくつもの活動が行われています。しかも、経済の実態としては、こうした産業間や各段階が密接に結びついています。

このため、産業振興計画は、従来の行政の計画のような、分野ごとに分断、特化した縦割りの計画ではなく、産業間の連携を重視し、かつ、川上から川下までの多様なニーズに対応できるよう、生産面はもとより、事業戦略の策定や、商品開発、販路開拓、設備投資、担い手育成など、総合的な仕組みを用意したトータルプランとして策定しています。

なお、産業振興計画は、こうした考え方により推進していきますが、一定軌道に乗ってきた取り組みについては見直しを行ったうえで、県としては、海外への輸出やインバウンド観光の推進といったより困難な分野やより高度な分野にチャレンジしていきたいと考えています。併せて、特に第3期計画からは、民間の持つ潜在力を引き出し、持続的な成長を後押しするため、事業戦略の策定・実行支援や新たな付加価値の創造を促すプラットフォームの構築など、持続的な成長を促す仕組みづくりに力点を置いて施策を推進しています。



## 6 産業振興計画の推進体制

### ■県庁内の推進体制

産業振興計画は、農業、林業、水産業、商工業、観光、そして、地産地消・地産外商や移住促進など、振興を図る分野が多岐にわたりますので、関係する部局や関連する計画との連携を図り、全庁一丸となって推進していく必要があります。

そのための推進組織として、知事を本部長とする「産業振興推進本部」を設置し、計画全体の進捗管理や課題事項の検討・調整などを行っています。あわせて、この推進本部の下に「関係部長会議」、「幹事会」、「庁内情報共有会議」を設置し、戦略についての重点的な協議や情報の共有などを行っています。さらに、必要に応じて、「プロジェクトチーム」を設置し、関係するセクションが連携し個別のテーマについて施策の立案などの検討を行っています。

また、地域アクションプランの実行を支援するため、7つの地域に「産業振興推進地域本部」を設置し、産業部門の出先機関や地域支援企画員等を統括する責任者(地域産業振興監)を置き、その地域における地域アクションプラン全体の推進を図っています。あわせて、個別の地域アクションプランごとに、関係機関の担当者などで構成する「地域アクションプラン実行支援チーム」を設け、地域アクションプランの実行をきめ細かくサポートしています。

### ■庁外委員によるフォローアップ体制

官民協働で実行する産業振興計画を、より効果的かつ実行性あるものとするため、産業団体の代表者や学識経験者、市町村長等で構成し、計画全体を受け持つ「産業振興計画フォローアップ委員会」を頂点に、専門分野を受け持つ5つの専門分野ごとの「専門部会」、地域アクションプランを受け持つ県内7つの地域ごとの「地域アクションプランフォローアップ会議」を設置し、約200名の委員の方々にご参画いただき、計画の進捗状況や評価、検証、修正・追加などに関する検討を行っています。

## 外部委員会【委員数 約200名】

### 産業振興計画フォローアップ委員会

【役 割】 計画全体の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討  
【メンバー】 各産業分野の団体代表者、学識経験者、市町村の代表者 など

### 産業成長戦略

#### 専門部会 (専門分野ごとに開催)

農 業   林 業   水産業   商工業   観 光

【役 割】 各専門分野における進捗状況の検証、評価、修正・追加について検討  
【メンバー】 フォローアップ委員会委員（関係分野）、各分野の活動実践者 など

### 地域アクションプラン

#### 地域アクションプランフォローアップ会議 (地域ごとに開催)

安 芸   物部川   高知市   嶺 北  
仁淀川   高 幡   幡 多

【役 割】 地域アクションプランの進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる協議  
【メンバー】 市町村長、関係団体の長、住民代表 など

## 産業振興推進本部

### 本部会議

【役 割】 計画全体の進捗管理、課題事項の検討・調整 など  
【メンバー】 知事、副知事、関係部長、地域産業振興監 など

### 関係部長会議

【役 割】 産業成長戦略に関する重点協議  
【メンバー】 知事、副知事、関係部長 など

### 幹事会

【役 割】 推進本部の活動の補佐  
【メンバー】 産業振興推進部副部長、関係部主管課長など

### 庁内情報共有会議

【役 割】 計画にかかる情報共有  
【メンバー】 地域産業振興監、関係部主管課長 など

### 地域本部（地域ごとに設置）

安 芸   物部川   高知市   嶺 北  
仁淀川   高 幡   幡 多

【役 割】 地域アクションプランの進捗管理、総合補助金の総括、アドバイザー派遣等の企画・実施、新たな取組の発掘 など  
【メンバー】 地域産業振興監、関係出先機関長、商工政策課長、地域観光課長、地域支援企画員（総括） など

### 地域アクションプラン実行支援チーム

【役 割】 個別のプランごとのサポート など  
【メンバー】 地域本部構成機関の職員、地域支援企画員 など

## Ⅱ 第5期計画の推進

### 1 第5期計画で掲げる目標

#### ①産業振興計画の推進によって目指す将来像(成功イメージ)

『地域における新しい挑戦により、持続的に経済が発展する「高知県」』

県民の皆様には産業振興の取り組みに参画いただき、官民協働で進めていくために、第5期計画では、「地域における新しい挑戦により、持続的に経済が発展する「高知県」」の実現を将来像に掲げ、官民協働、市町村との連携協調により、全力で取り組みます。

なお、この将来像には、「県内各地域において、より多くの県民の皆様が産業振興の取り組みに参画し、新たな挑戦が行われることで、持続的に経済が発展する高知県にしていきたい」という思いが込められています。

#### ②計画全体を貫く目標

産業振興計画の取り組みの効果を測るため、「一人当たり県民所得」について、4年後・10年後(注2)の目標を設定し、到達状況を検証します。

《目標》一人当たり県民所得(※)を4年後(R9)に280万円以上にする

[R2年度:249.1万円 全国41位]

⇒10年後(R15)一人当たり県民所得を全国中位(20位台)にする

(※)県民所得とは、県全体が得る所得の総額。個人の所得や企業の所得などを含んだ県経済全体の水準を表す指標の一つ。「一人当たり県民所得」とは、県民所得を総人口で除したもの。

(一人当たり県民所得=県民所得(雇用者報酬+営業余剰等+財産所得)÷総人口)

県民所得は、県全体が得る所得の総額であり、個人の所得や企業の所得などを含んだ県経済全体の水準を表す指標の一つです。

一人当たり県民所得は、県民所得を総人口で除したものであり、県経済全体を表す指標の中で、将来の県経済の姿を県民の皆様にも実感してもらえる指標であると考え、第5期計画では目標として設定しました。

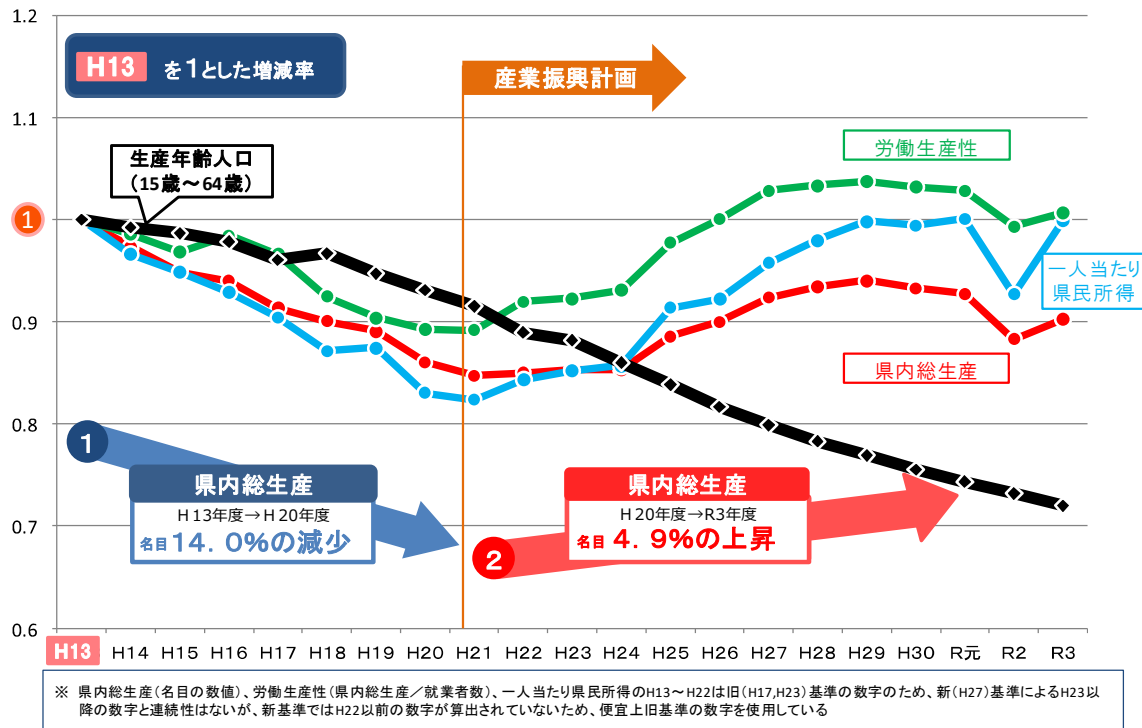
注2)「4年後目標」は第5期計画の終期(令和9年度)における達成目標

「10年後目標(令和15年度)」は第5期計画における中長期的な視点としての目標

この「目指す将来像」や「計画全体を貫く目標」の実現に向けて、各分野においても、これに連なる「4年後・10年後の目標」、「分野の目指す姿」を掲げて取り組みます。

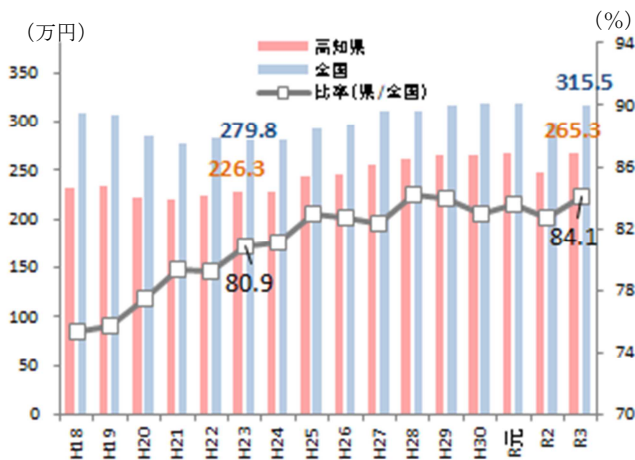
なお、県民所得は結果の公表が2年遅れであることから、タイムリーに評価ができる、「現金給与総額」、「日銀短観の業況判断D. I.」、「日銀短観の設備投資計画」、「有効求人倍率」などの指標についても、全国との比較や経年の変化を注視し、計画の効果を検証し、施策等の改善につなげていきます。

図7 県内総生産等の推移



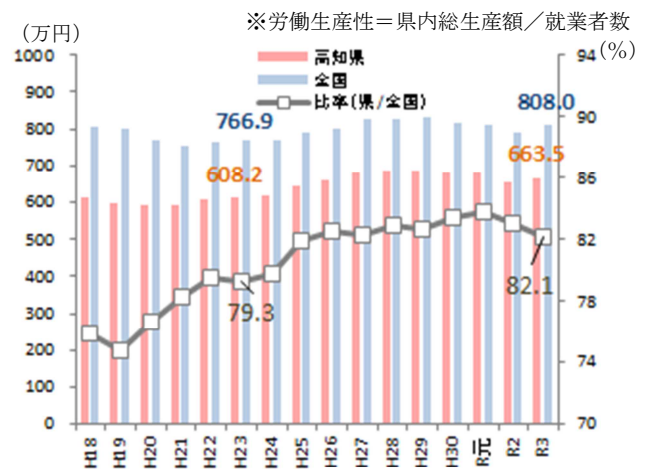
出典：県民経済計算報告書

図8 一人当たり県民所得の推移



出典：県民経済計算報告書

図9 労働生産性の推移



出典：県民経済計算報告書

### ③各分野における目標

「計画全体を貫く目標」と同様に、各分野においても、「4年後」、「10年後」の目標を設定し、到達状況を検証していきます。

なお、掲げた数値目標は、官民が共有して、何としても成し遂げると強い思いを持ち、取り組もうとするものですが、世界経済や社会情勢などの環境に大きな変化があり、目標の前提が大きく変わった場合は、柔軟に対応することが必要だと考えられます。

国全体の人口が減少し、国内市場がますます縮む中で、現状を維持すること自体、簡単なことではありません。まして、増加を目指すことは大変困難なことだと考えています。

しかし、これまでの取り組みを通じて、生産年齢人口が減少する中にあっても、各分野の生産額等は増加傾向にあり、また、かつてはマイナス成長であった県内総生産は概ねプラス成長へと転じています。多くの皆様と「やればできる」という思いを共有させていただき、第5期計画に掲げた目標の達成に向け、官民一丸となって挑戦を続けます。

## 2 本県産業の内的要因・外的要因(クロスSWOT分析)

本県経済の持続的な発展を図るためには、本県の強みや弱みを常に見つめ直すとともに、社会経済状況の変化を的確に捉えながら、強みをさらに生かし、弱みをも強みに転ずることが重要となります。

このため、これまでの計画の実行によって得られた成果や残された課題、コロナ禍における社会経済構造の変化などを踏まえて、改めて本県の強み(S)・弱み(W)・機会(O)・脅威(T)の4要因による分析(クロスSWOT分析)を行い、第5期計画に反映しました。

### (1) 本県の強み

- ・【食】高い評価の食・独自の食文化、多様な一次産品
- ・【自然と歴史】多くの歴史資源・幕末ロマン、河川の水質、海の水質、  
比較的温暖な気候・豊かな自然環境、まんが文化
- ・【人・技術力】明るい県民性・温かい人柄、独自の技術力を持つ地場企業、  
過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術、  
志ある実践者の増加、これまで築き上げてきた県外や海外とのつながり

#### ■食：高い評価の食・独自の食文化、多様な一次産品

本県は、温暖な気候や全国トップクラスの年間日照時間と年間降水量<sup>1</sup>からもたらされる多様な農畜産物や水産物に恵まれており、「地元ならではのおいしい食べ物が多い都道府県ランキング」で高い評価を得ています。

・農業生産性(耕地面積 1haあたりの園芸農業産出額)

全国第1位<sup>2</sup>

・全国シェアトップクラスの農作物(表1)

・環境保全型農業の先進的取り組み

・大手旅行情報誌の宿泊旅行アンケート調査<sup>3</sup>

『地元ならではのおいしい食べ物が多かった  
都道府県』

高知県 平成 21、30、令和元、3年 全国第2位

平成 22、23、24、26、27、29年 全国第1位

表1 高知県の主要品目の全国における位置づけ

品目名	出荷量	全国シェア	全国順位
ナス	38,700t	16.3%	1位
キュウリ	24,200t	5.1%	6位
ピーマン (シシトウを含む)	13,100t	9.8%	3位
シシトウ	2,010t	40.9%	1位
ミョウガ	4,890t	93.1%	1位
ニラ	13,800t	27.7%	1位
オクラ	2,020t	18.4%	2位
ショウガ	16,800t	45.7%	1位
ユズ	11,200t	52.1%	1位
ブタン	7,598t	95.3%	1位
日向夏(小夏)	1,775t	33.8%	2位
ユリ	1,060万本	9.6%	3位

野菜・花き：令和4年産(ミョウガ、オクラは令和2年産)  
果樹：令和3年産

<sup>1</sup> 社会生活統計指標—統計でみる都道府県のすがた 2024—(総務省)

<sup>2</sup> 農林水産省データ(R4年産)より高知県算出(産出額は米、畜産、加工農産物を除き、耕地面積は米(稲)を除く)

<sup>3</sup> じゃらん宿泊旅行調査(株式会社リクルートライフスタイル)

■ **自然と歴史**：多くの歴史資源・幕末ロマン、河川の水質、海の水質、比較的温暖な気候・豊かな自然環境、まんが文化

本県は、全国的な知名度を有する自然に恵まれ、環境保全の取り組みも全国に先駆けて進めています。

- ・四万十川：『もっとも自然が残っていると考える日本の川』13年連続第1位<sup>1</sup>
- ・仁淀川：『平均水質(BOD値)が最も良好な河川』に過去10年間で7回選出<sup>2</sup>
- ・全国上位の年間日照時間(令和4年全国第5位)、年間降水量(令和4年全国第8位)
- ・森林資源：森林面積が県土の面積の84パーセント(森林率全国第1位)
- ・環境のトップランナー：  
全国に先駆けた森林環境税の導入や環境先進企業との協働の森づくり事業などの取り組みを通じた森林の整備、カーボン・オフセットなどCO<sub>2</sub>削減の仕組みづくり
- ・室戸ジオパーク：世界ジオパークネットワークへの加盟(令和2年1月再認定)

また、本県には全国の人々を魅了する歴史資源もあります。

- ・明治維新：『幕末の偉人で最も会ってみたい人』第1位<sup>3</sup> 坂本龍馬
- ・「四国遍路」～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～(平成27年4月日本遺産(文化庁)に認定)
- ・森林鉄道から日本一のゆずロードへ～ゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化～(平成29年4月日本遺産(文化庁)に認定)
- ・高知城、高知城歴史博物館、坂本龍馬記念館など、多くの歴史観光スポット

また、多くの著名な漫画家を輩出していることでも知られ、高知にはまんが文化を育む土壤があるとと言えます。

- ・「まんが甲子園」：毎年8月、全国の高校生を対象に本県で開催
- ・まんがやキャラクターをテーマとした施設<sup>4</sup>

■ **人・技術力**：明るい県民性・温かい人柄、独自の技術力を持つ地場企業、過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術、志ある実践者の増加、これまで築き上げてきた県外や海外とのつながり

高知県は、「おいしい食」や「豊かな自然」など、たくさんの魅力がありますが、一番の魅力は「高知県人の家族のような温かさ」です。

- ・「高知の人は、明るくて元気だと思えますか」というアンケートに、大いに、やや・ある程度そうだと答えた人：73.8% (平成25年土佐経済同友会アンケート)

こうした高知県の魅力を「高知家」プロモーションを通して、全国に向けて発信してきました。

- ・都市部住民2,400人に対して行ったアンケート調査(令和5年3月)では、高知県への好感度は57.9%、行きたい度は49.8%、住みたい度は17.6%、「高知家」を認知している方になると、好感度は81.5%、行きたい度は75.3%、住みたい度は39.4%へ上昇

また、高知県人は、よさこい祭りに代表される活力も合わせ持っています。

- ・よさこい鳴子踊り：国内では全国45都道府県、約200カ所以上の祭りで演舞される  
海外では34の国や地域で踊りが披露されている

<sup>1</sup> 水にかかわる生活意識調査 1997～2009年(ミツカン水の文化センター)

<sup>2</sup> 全国一級河川の水質状況 2013～2022年(国土交通省)

<sup>3</sup> 県アンケート調査 2018年10月調査

<sup>4</sup> 高知市の「横山隆一記念まんが館」、「高知まんがBASE」、香美市の「やなせたかし記念館・アンパンマンミュージアム」等

製造業の分野では、伝統的な技術の応用や先進的な技術の開発などにより独自の分野を切り拓いた機械工業や紙産業にみられるように、先見性・創造力ある優れた人材や先進的な技術力を有しています。

・ニッチな分野<sup>1</sup>で全国的、世界的シェアを誇るキラリと光る地場企業の技術<sup>2</sup>

また、たびたび本県を襲ってきた台風や地震など、過去の自然災害の経験や教訓により培った防災に関する知識や技術があります。さらに、地産外商や観光をはじめとする産業振興の取り組みを通して、志のある実践者が増加するとともに、県外や海外とのつながりが築き上げられ、本県の強みが増しています。

このように、本県にはおいしい食、豊富な自然や歴史資源、優れた人材や技術力があります。本県産業をさらに力強いものにしていくためには、こうした「食」、「自然と歴史」、「人・技術力」の強みをより一層生かしていく必要があります。

## (2) 本県の弱み

- ・【人口問題】 少子化・高齢化の加速、県内経済規模の縮小、担い手の不足、若者の県外流出と基幹産業のなさ、中山間地域の衰退
- ・【地理的ハンディ】 大消費地から遠距離、県内各地に観光スポットが点在、自然災害が多い、プレート型地震
- ・【経済体質】 中小・小規模事業者が多い、製造業分野の産業集積度が低い、食料品出荷額が少ない、休廃業・解散の増加、経済規模の小ささ

■人口問題：少子化・高齢化の加速、県内経済規模の縮小、担い手の不足、若者の県外流出と基幹産業のなさ、中山間地域の衰退

本県では、人口が全国に15年先行して自然減となり、高齢化率(図10)の上昇でも10年先行しています。また、中山間地域を中心に総人口の減少が続いており、県内市場の規模にも減少バイアスがかかり続けています。さらに、国立社会保障・人口問題研究所(社人研)による2050年(令和32年)までの県人口の将来推計(図10、11)では、生産年齢人口が令和2年の約56%、おおよそ21万人まで減少すると見込まれるとともに、今後も高齢者の割合はますます高くなります。

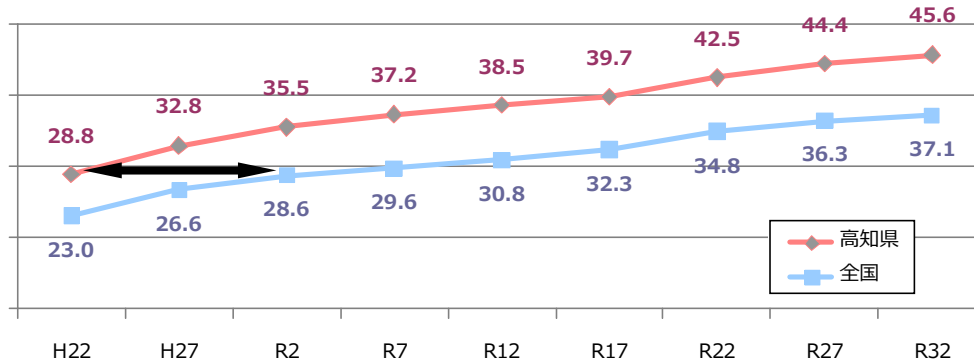
さらに、人口の社会減は改善傾向にはあるものの、依然として若い世代を中心に県外流出が続いています。そうした中、出生数が2年連続で大幅に減少しており、少子化傾向がますます加速しています。このような状況から脱却するためには、若年人口の減少を食い止め、持続可能な人口構造へと転換していく必要があります。

<sup>1</sup> ニッチとは「隙間」の意味で、大企業がターゲットとしないような小さな市場や、潜在的にはニーズがあるが、まだビジネスの対象として考えられていないような分野

<sup>2</sup> 高知では11の企業が特定の分野で日本一・世界一のシェアを占める(四国経済連合会「四国のチカラ 世界・日本トップクラスを誇る四国の企業71(2017年)、四国経済産業局2020年版「グローバルニッチトップ企業100選」)

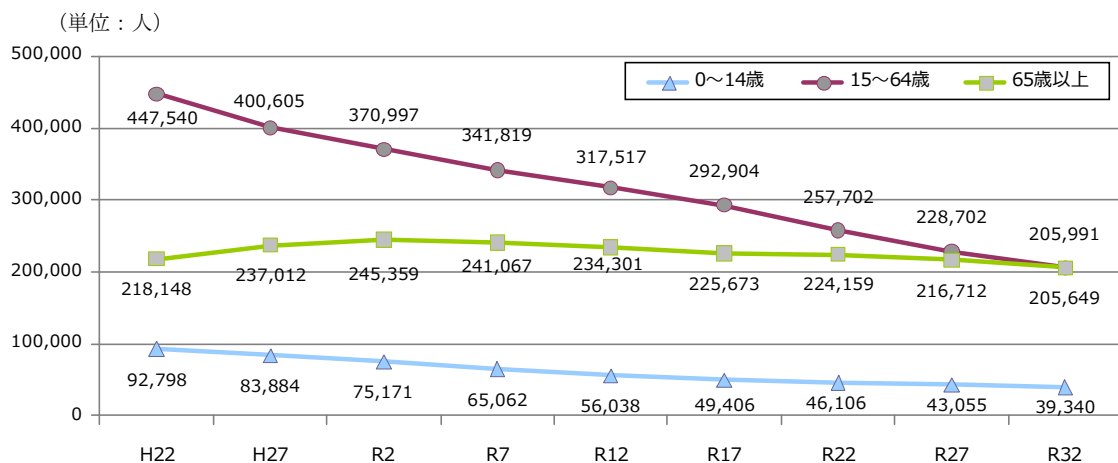


図 10 65 歳以上人口の割合（社人研による推計）  
 (単位：%)



出典：国勢調査（総務省）（H17, 22, 27, R2）、日本の都道府県別将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）

図 11 高知県の将来推計人口（社人研による推計）



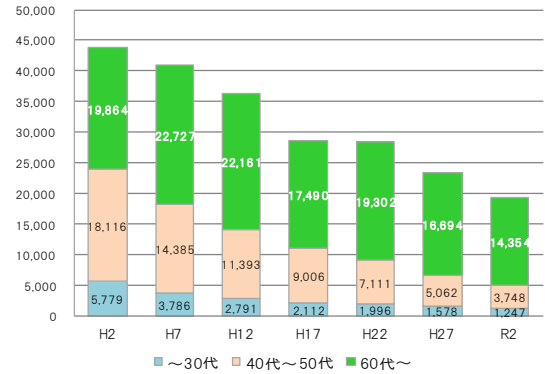
出典：国勢調査（総務省）（H17, 22, 27, R2）、日本の都道府県別将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）

こうした少子化・高齢化の進行による影響は様々なところに及んでおり、例えば県内の年間商品販売額(p.4 図 5 参照)は、平成9年の約2兆円から平成 19 年には約1兆6千億円となり、10年間で約2割も減少しました。将来の人口推計に照らせば、県内市場は、今後も縮小を続けていくことが予想されます。

本県の強みとなっている食や自然の豊かさは、本県の基幹産業である第一次産業によって支えられていますが、担い手の減少や高齢化が進んでいることが課題となっています。

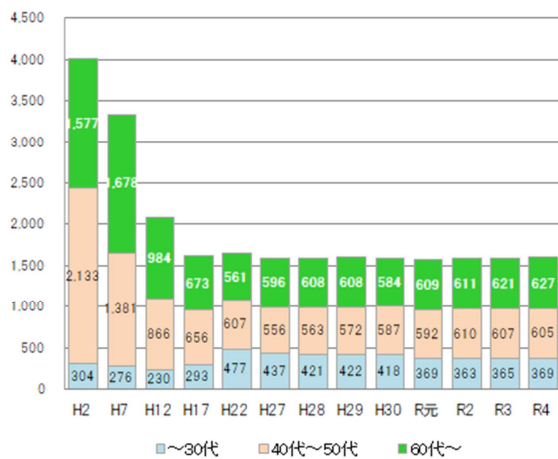
産業振興計画の取り組みにより、第一次産業の新たな担い手の確保につながるといった成果も一定表れていますが、依然として生産年齢人口の減少や若者の県外流出が続き、これに雇用情勢の改善による失業率の低下が加わって、第一次産業(図 12、13、14)だけでなく、第二次産業、第三次産業においても、担い手不足が深刻な状況にあります。コロナ禍後の新規求人数は、回復傾向にあるものの、中・長期的には担い手不足の傾向は続くものと見られています。

図 12 基幹的農業従事者数の推移



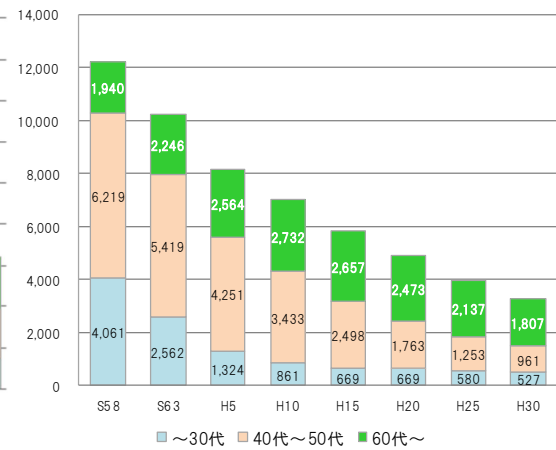
出典：農林業センサス

図 13 林業就業者数の推移



出典：県林業振興・環境部 林業労働力調査

図 14 漁業就業者数の推移



出典：漁業センサス

■地理的ハンディ：大消費地から遠距離、県内各地に観光スポットが点在、自然災害が多い、プレート型地震

本県は、東京や大阪など人口が集中する大消費地から遠いうえに、中山間地域が県土の約9割を占め、大規模に生産できる平野が少ないという地理的、地形的なハンディキャップがあります。このため、大消費地への物流コストがかさむことや生産規模が小さいためにロットが揃いにくいという弱点があります。

加えて、県内の道路や公共交通網の整備が十分でなく、県内各地に点在している景勝地や観光施設、体験スポットなどを効率よく巡ることが難しいといった点も課題です。

また、台風や大雨などの自然災害が多いことや、今後30年以内で70～80%の確率で発生するといわれる南海トラフ地震など、本県産業に大きく影響を与える災害リスクへの対応が必要です。

■**経済体質**：中小・小規模事業者が多い、製造業分野の産業集積度が低い、食料品出荷額が少ない、休廃業・解散の増加、経済規模の小ささ

本県は、食品加工産業の集積に乏しく、その多くは小規模であることから、第一次産業の強みを生かした食品加工への展開、食品周辺の産業への波及が弱く、一部の加工工程を県外でせざるを得ないなど、機会損失も生じています。

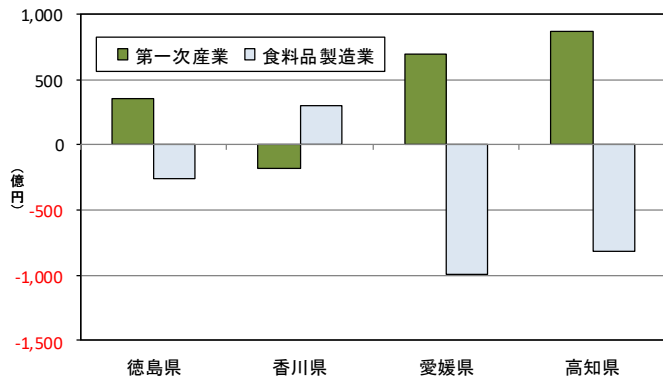
機械系のものでづくりの分野では、ニッチな分野で活躍している企業はあるものの、基幹的な産業の集積、技術の集積が弱く、特に製造業の層の厚みに乏しいのが現状です。

その結果、第一次産業に関連が深く、その強みを最も生かされると考えられる食料品製造業の分野における県際収支(図 15)が、大幅な移輸入超過(赤字)となっています。

さらには、県際収支全体(図 16)を見てみますと、本県は約 5,900 億円の移輸入超過となっており、縮小した県内市場において、県外資本に大きく食い込まれている状況です。

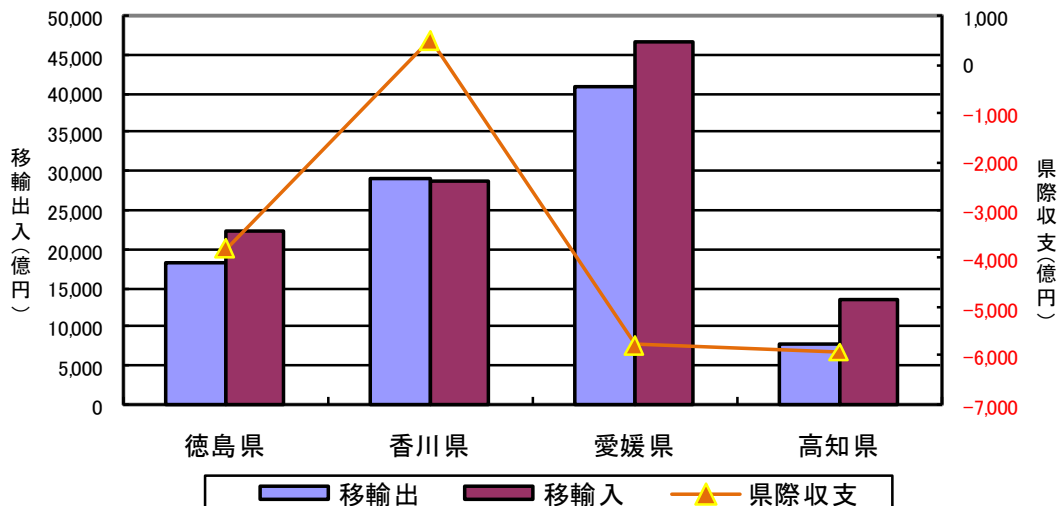
また、休廃業・解散の件数は増加傾向にあります。

図 15 四国 4 県の県際収支（第一次産業、食料品製造業）



出典：産業連関表（平成 27 年）

図 16 四国 4 県の移輸出・移輸入額



出典：産業連関表（平成 27 年）

### (3) 機会(チャンス)とすべき世界の潮流や全国の趨勢

- ・【生活者の意識・ニーズ】防災意識の高まり、食の安全・安心志向、健康志向、移住への関心の高まり、コロナ後のニーズの変化（食、観光、消費行動等）
- ・【全国的な社会・経済情勢】社会経済構造の変化（デジタル化の進展、多様で柔軟な働き方の広がり等）、2025年大阪・関西万博、防災対策の強化、大学の地域貢献
- ・【国際化（グローバル化）】インバウンド需要の回復、日本食・酒ブーム、輸出の促進、外国人技能実習制度の見直し
- ・【環境】サステナビリティの考え方、日本一の森林率・第二次産業が少ない（GXの先進地としての可能性）

#### ■生活者の意識・ニーズ：防災意識の高まり、食の安全・安心志向、健康志向、移住への関心の高まり、コロナ後のニーズの変化（食、観光、消費行動等）

平成23年3月に発生した東日本大震災をはじめ、土砂災害や噴火などの自然災害や異常気象により、全国的、世界的に防災の意識が高まっています。こうした中、本県では、台風や南海地震といった自然災害と戦ってきた歴史があり、これらの自然災害への対策を通じて得たノウハウを生かした防災関連産業の振興に官民一体となって取り組んでいます。

また、国内外での食品偽装問題などの影響により、消費者の食の安全・安心へのニーズが高まるとともに、高齢者の増加や疾病予防に重点を置いた購買・消費動向への変化などにより、健康的な食生活への志向が強まっています。

さらに、コロナ禍を経て、人々の生活や価値観が変化し、都市部における移住への関心も高まっています。本県の強みや魅力を存分に生かして、新しい人の流れを呼び込み、地域や経済の活性化につなげるチャンスと言えます。

#### ■全国的な社会・経済情勢：社会経済構造の変化（デジタル化の進展、多様で柔軟な働き方の広がり等）、2025年大阪・関西万博、防災対策の強化、大学の地域貢献

コロナ禍を契機に社会全体のデジタル化が進み、テレワークや副業・兼業、ワーケーションなど、多様で柔軟な働き方が広がるなど、社会経済構造が大きく変化しています。こうした変化に対応し、本県においても、多様な人材の活用や働き方の促進、様々な分野での最先端のデジタル技術の活用を促すことにより、イノベーションの創出や課題解決が期待できます。

また、大阪をはじめとする関西圏は、大阪・関西万博などの大規模プロジェクトを控え、経済活力がさらに高まっています。こうした活力を誘引することができれば、本県経済を一層、活性化することが可能です。

その他にも、近年、国内外で大規模な自然災害が多発し、防災対策が強化されており、国内だけでなく海外にも、本県の防災関連の製品や技術を活用いただける可能性もあります。

また、大学においては、地域や民間との連携を促進する専門の機関を設け、それぞれの得意分野や最先端の研究活動を実用化につなげるとともに、地域における専門人材の育成に取り組むなど、地域貢献につながる取り組みを積極的に進めています。本県においても、こうした機会を各産業分野に生かしていく環境が整いつつあります。

#### ■国際化(グローバル化):インバウンド観光の回復、日本食・酒ブーム、貿易の自由化(輸出の促進)、外国人技能実習制度の見直し

インバウンド観光は、コロナ禍により日本全体で大きく落ち込んでいましたが、新型コロナウイルスによる入国制限等がなくなったことで、日本を訪れる外国人観光客が大きく回復しています。これに伴い本県においても、インバウンド観光は回復基調にあります。

世界的な需要回復を捉え、外国人観光客の満足度をさらに高めるべく、多言語化や無料 Wi-Fi 環境などの受入環境の整備と併せて、インバウンド誘客を促進することで、本県への外国人観光客の飛躍的な増加を図ることができると考えられます。

また、本県産品の海外への輸出については、貿易の自由化による関税の撤廃・引き下げや外国人の日本食ブームなどが追い風となることが期待されます。

さらに、各産業分野における人手不足に対応するため、外国人材についても、技能実習制度に変わる新たな制度の動きを捉えつつ、各産業の継続・発展を支える貴重な人材として、また、地域社会の一員として受け入れ、育成・定着を図っていくことも重要です。

#### ■環境:サステナビリティの考え方、日本一の森林率・第二次産業が少ない(GXの先進地としての可能性)

現在、世界各国において、カーボンニュートラルの実現に向け、脱炭素化の取り組みが進められています。本県においても、本県の特色を生かしながら、気候変動への対応と産業振興に向けた取り組みを実行していくことで、持続的な経済成長が期待できます。

加えて、持続可能な社会の実現を目指して、SDGsの取り組みが、世界中で進められています。県内事業者においても、SDGsに取り組むことにより、新たなビジネスチャンスが生まれる可能性があります。

さらに、本県の高い森林率や第二次産業が少なく工業化が進んでいないことは、サステナビリティの考え方においてプラスに働き、本県がGX(グリーントランスフォーメーション)<sup>1</sup>の先進地となる可能性を秘めています。

---

<sup>1</sup> 化石エネルギー中心の産業・社会構造をクリーンなエネルギー中心へ転換するための変革や実現に向けた活動

#### (4) 脅威となる社会経済の動向

- ・【全国的な社会・経済情勢】都市部への人口の一極集中と地方の衰退、物価高騰によるビジネス環境の変化、貿易の自由化(安価な外国製品の流入)、海外諸国の平均所得の伸び・円安、空き家・空き店舗、耕作放棄地の増加、リモートワークの普及による県外企業への人材流出とそれに伴う県内企業の人手不足の深刻化
- ・【地域間競争】県外製品・資本の流入、地域間競争の激化
- ・【国際情勢】ウクライナ情勢に起因する部品等供給停滞、エネルギー・食料の不安定な需給、外国人材の受入競争激化

#### ■全国的な社会・経済情勢:都市部への人口の一極集中と地方の衰退、物価高騰によるビジネス環境の変化、

貿易の自由化(安価な外国製品の流入)、海外諸国の平均所得の伸び・円安、  
空き家・空き店舗、耕作放棄地の増加、リモートワークの普及による県外企業への人材  
流出とそれに伴う県内企業の人手不足の深刻化

高度経済成長期以降、東京圏の転入超過が続き、総人口の3割近い人々が東京圏で生活するなど、都市部への一極集中が進んでいます。一方で、地方部においては、都市部への人口の流出に加えて、少子化・高齢化の進展により、人口減少が進行しています。

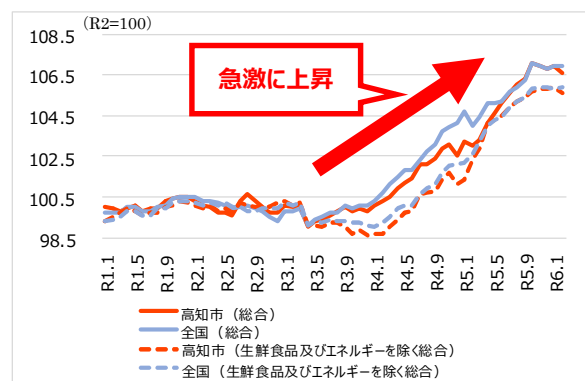
また、日本経済は、個人消費が飲食・旅行などの対面サービスを中心に持ち直し、企業の設備投資も高水準で推移するなど、緩やかに持ち直しています。しかしながら、世界的な物価上昇の長期化やそれを受けた急速な金融引き締めなど、経済を下押しする要因が複数存在しています。本県においても、運輸業や宿泊業等の観光関連の産業、飲食業など幅広い産業分野で、回復基調にあるものの、物価上昇(図 17、18)の長期化が様々な産業分野に影響を及ぼしています。県経済を取り巻く環境が大きく変化する中、従来の社会や経済を前提にしたビジネスモデルでは、事業の持続的な発展は望めません。県経済が力強く成長を続けていくためには、あらゆる産業分野において構造転換を促し、未来につながる産業づくりに挑戦していくことが不可欠です。

図 17 A 重油価格の推移



出典：農業物価統計調査

図 18 消費者物価指数の推移



出典：消費者物価指数

令和4年の日本の貿易総額(輸出額と輸入額の合計)約 220 兆円は、同年の日本の国家予算(約 108 兆円)を大きく上回り、輸出額、輸入額とも世界第5位の規模となっています。貿易総額は国内外の様々な経済動向の影響を受け増減を繰り返してきました。経済のグローバル化が進み、世界のどこかの国で顕在化した影響が、少なからず日本にも波及する状況となっており、世界経済が一層不安定な中、今後も日本経済への様々な影響が懸念されます。貿易の自由化による関税の撤廃・引き下げにより、安価な外国製品の流入に伴う価格の低下、それによる生産の減少といった影響も考えられます。特に本県の場合は、生産条件が不利な中山間地域が多いといった厳しい実情もあります。

さらに、人口減少に伴う担い手不足などを背景に、空き家や空き店舗、耕作放棄地の増加も課題となっています。

また、リモートワークの普及は、働く場所を選ばない柔軟な働き方を加速し、県内に住みながら県外企業で働くことも可能となります。裏を返せば、地場企業における人手不足が深刻化する恐れがあるため、県内の人材確保対策がより重要となってきます。

こうした脅威に立ち向かっていくためにも、本県の強みである第一次産業などの取り組みをさらに力強く展開していく必要があると考えています。

#### ■地域間競争：県外製品・資本の流入、地域間競争の激化

インターネットなどの ICT(情報通信技術)の普及は、人・物・情報の交流の飛躍的な進展をもたらしましたが、その一方で、近隣地域だけでなく全国や海外との競争を余儀なくされ、様々な県外製品や資本が流入し、様々な分野で厳しい集客交流競争や産地間競争にいや応なく巻き込まれるという状況も生み出しています。

また、人口減少を抑制するために、様々な自治体が移住促進に力を入れています。

こうした地域間競争は、今後もより一層強まり、今後も引き続いていくと見込まれます。このため、他地域との競争を常に意識し、外からの視点や他地域の情報などを積極的に収集し、本県の魅力を打ち出していけるよう、これらを踏まえた取り組みが求められています。

#### ■国際情勢：ウクライナ情勢に起因する部品等供給停滞、エネルギー・食料の不安定な需給、外国人材の受入競争激化

ロシアによるウクライナへの侵攻は、世界的なサプライチェーンの混乱やエネルギー、食料の不安定な需給を引き起こしました。軍事侵攻が長期化する中で、日本にもその影響は及んでいます。

また、近年、海外の賃金上昇ペースが国内よりも速いほか、円安が進んでいることで、外国人労働者にとって、日本で働くことの経済的なメリットが以前よりも小さくなっており、今後、国際的な人材獲得競争が激化し、日本よりも高賃金の国が選択される傾向が強まる可能性があります。



# SWOT分析を踏まえた施策の強化の方向性



## O Opportunities

機会	生活者の意識・ニーズ	全国的な社会・経済情勢	国際化（グローバル化）	環境
	<ul style="list-style-type: none"> <li>防災意識の高まり</li> <li>食の安全・安心志向</li> <li>健康志向</li> <li>移住への関心の高まり</li> <li>コロナ後のニーズの変化（食・観光・消費行動等）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会経済構造の変化（デジタル化の進展、多様で柔軟な働き方の広がり等）</li> <li>2025年大阪・関西万博</li> <li>防災対策の強化</li> <li>大学の地域貢献</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンド需要の回復</li> <li>日本食・酒ブーム</li> <li>貿易の自由化（輸出の促進）</li> <li>外国人技能実習制度の見直し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サステナビリティの考え方</li> <li>日本一の森林率、第二次産業が少ない（GXの先進地としての可能性）</li> </ul>

## S Strengths

### 強み

食

- 高い評価の食、独自の食文化
- 多様な一次産品

自然と歴史

- 河川の水質（仁淀川・四万十川）
- 海の水質（柏島、室戸海洋深層水）
- 比較的温暖な気候、豊かな自然環境
- 多くの歴史資源、幕末ロマン
- まんが文化（アンパンマン、フクちゃん等）

人・技術力

- 明るい県民性、温かい人柄
- 独自の技術力を持つ地場企業
- 過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術
- 志ある実践者の増加
- （これまで築き上げてきた）県外や海外とのつながり

S	高い評価の食／豊かな自然環境／独自の技術力を持つ地場企業	O	デジタル化の進展／多様で柔軟な働き方の広がり	戦略1 関連
<p>➡ 本県の強みである<b>第一次産業における最新のデジタル技術を活用したスマート化を始め、第二次、第三次産業を中心とした県内事業者のデジタル化を促進</b>する</p>				
S	高い評価の食／豊かな自然環境／多くの歴史資源／暖かい人柄	O	インバウンド回復／日本食・酒ブーム	戦略2 関連
<p>➡ <b>「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぴり高知旅キャンペーン」を展開し、滞在型観光を推進</b>する</p>				
S	豊かな自然環境	O	サステナビリティの考え方／日本一の森林率	戦略1 関連
<p>➡ 本県の有する豊かな<b>森林資源の再生産の促進やグリーン化に資する製品の開発促進</b>など、産業のグリーン化を図る</p>				
S	高い評価の食／豊かな自然環境／多くの歴史資源	O	2025年大阪・関西万博	戦略2 関連
<p>➡ <b>アンテナショップと大阪・関西万博を最大限に活用した「オール高知」の態勢による観光誘客と外商拡大を促進</b>する</p>				

## W Weaknesses

### 弱み

人口問題

- 少子化・高齢化の加速
- 県内経済規模の縮小
- 若者の県外流出と基幹産業の無さ
- 担い手の不足
- 中山間地域の衰退

地理的ハンディ

- 大消費地から遠距離
- 県内各地に観光スポットが点在
- 自然災害が多い
- プレート型地震

経済体質

- 中小・小規模事業者が多い
- 製造業分野の産業集積度が低い
- 食料品出荷額が少ない
- 休廃業・解散の増加
- 経済規模の小ささ

W	自然災害が多い／プレート型地震	O	防災意識の高まり／防災対策の強化	戦略4 関連
<p>➡ 自然災害が多いという弱みを強みに変え、<b>「防災先進県・高知」を目指して、防災関連産業の振興</b>を図る</p>				
W	若者の県外流出と基幹産業の無さ／担い手の不足	O	デジタル化の進展／多様で柔軟な働き方の広がり	戦略5 関連
<p>➡ <b>デジタル人材の育成や土佐MBAによるリカレント・リスクリングの後押し</b>を通じて、産業人材の育成・確保を図る</p>				
W	若者の県外流出と基幹産業の無さ／休廃業・解散の増加	O	多様で柔軟な働き方の広がり／サステナビリティの考え方	戦略5 関連
<p>➡ <b>新事業やイノベーションを生み出すため、起業・スタートアップへの支援を強化</b>する</p>				
W	若者の県外流出と基幹産業の無さ／大消費地から遠距離	O	移住への関心の高まり／多様で柔軟な働き方の広がり	戦略4 関連
<p>➡ <b>柔軟な働き方の広がりや若年層の地方移住への関心の高まりをチャンスと捉え、移住促進などの取り組みを強化</b>する</p>				



# T

## Threats

### 脅威

全国的な社会・経済情勢	地域間競争	国際情勢
<ul style="list-style-type: none"> <li>・都市部への人口の一極集中と地方の衰退</li> <li>・物価高騰等によるビジネス環境の変化</li> <li>・貿易の自由化（安価な外国製品の流入）</li> <li>・海外諸国の平均所得の伸び・円安</li> <li>・空き家・空き店舗、耕作放棄地の増加</li> <li>・リモートワークの普及による県外企業への人材流出とそれに伴う県内企業の人手不足の深刻化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県外製品、資本の流入</li> <li>・地域間競争の激化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ウクライナ情勢に起因する部品等供給停滞</li> <li>・エネルギー・食料の不安定な需給</li> <li>・外国人材の受入競争激化</li> </ul>

(参考)第5期計画では、強化した施策を、次の「5つの戦略」に基づき総合的に展開

<b>S</b> 高い評価の食／豊かな自然環境／独自の技術力を持つ地場企業	<b>T</b> 物価高騰等によるビジネス環境の変化／エネルギー・食料の不安定な需給	戦略1 関連
<p>➡ 新たな時代の原動力となるデジタル化・グリーン化・グローバル化の推進により、<b>各産業の構造転換を促進</b>する</p>		
<b>S</b> 高い評価の食／豊かな自然環境／独自の技術力を持つ地場企業	<b>T</b> 県外製品・資本の流入／物価高騰等によるビジネス環境の変化	戦略1 関連
<p>(第一次産業、食品産業、ものづくり産業、観光等 共通)</p> <p>➡ 社会経済構造の変化に対応できる足腰の強い産業への転換を目指し、<b>高付加価値な製品開発を促進</b>するとともに、競争力を高める<b>省力化・効率化の取り組みを促進</b>する</p>		
<p>➡ 働き方改革の推進により、<b>労働条件や労働環境の改善を図る</b></p>		
<b>S</b> 高い評価の食／豊かな自然環境／独自の技術力を持つ地場企業／県外や海外とのつながり	<b>T</b> 貿易の自由化（安価な外国製品の流入）／海外諸国の平均所得の伸び・円安	戦略3 関連
<p>➡ <b>新たな柱となる輸出品目の掘り起こしや新たなマーケットの開拓の推進</b>により、県産品の輸出の拡大を図る</p>		
<b>W</b> 少子化・高齢化の加速／担い手の不足	<b>T</b> 海外諸国の平均所得の伸び／外国人材の受入競争激化	戦略3 関連 戦略4 関連
<p>➡ 必要な産業人材を確保するため、<b>外国人材が暮らしやすく、働きやすい環境整備を通じて、外国人材の活躍を推進</b>する</p>		
<b>W</b> 担い手の不足／若者の県外流出と基幹産業の無さ	<b>T</b> 都市部への人口の一極集中／外国人材の受入競争激化	戦略5 関連
<p>➡ <b>若者や女性、高齢者など多様な人材が定着・活躍しやすい環境整備</b>に取り組み、新規就業者の増加や人材の確保を促進する</p>		
<b>W</b> 県内経済規模の縮小／中山間地域の衰退	<b>T</b> 物価高騰等によるビジネス環境の変化／地域間競争の激化	戦略2 関連
<p>➡ 競争力の維持・向上に向けて、<b>商品やサービスの磨き上げを促進</b>する。環境の変化に対応できるよう<b>企業の新たなチャレンジを支援</b>する</p>		

### 戦略 1

構造転換型戦略

### 戦略 2

地域産業スケールアップ型戦略

### 戦略 3

グローバル展開型戦略

### 戦略 4

課題解決型戦略

### 戦略 5

人材起点型戦略

### 3 第5期計画の戦略

#### ■戦略の柱

##### 「地産外商」と「イノベーション(変革)」

今後も一定の人口減少が避けられない中、県経済が成長を続けていくためには、地産外商をより一層進めることに加え、経済成長の礎となる新たな価値を創出することが重要です。

このため、第5期計画では戦略の柱に、これまでの「地産外商」に加え、新たな価値を生み出す「イノベーション(変革)」を据え、これまでの取り組みをさらに充実、強化します。

#### ■5つの戦略

「目指す将来像」や「計画全体を貫く目標」、各分野における「4年後・10年後の目標」を実現していくため、2つの戦略の柱の下、次の「5つの戦略」により、多面的かつ重層的に施策を展開します。

##### 【戦略1 構造転換型戦略】 足腰が強く、持続可能な産業へ

デジタル化、グリーン化といった新たな時代の潮流を先取りし、各産業分野において、生産性の向上や付加価値を高める構造転換を推進する。また、ヘルスケアやアニメといった新たな価値を生み出す産業の創出を促進する。

##### 【戦略2 地域産業スケールアップ型戦略】 稼げる地域産業へ

地域資源を生かした地産の強化を図るとともに、観光客の誘致や県産品の外商拡大の取り組みをさらに推進する。また、関西圏の経済活力をより一層県経済に取り込むことで、観光客の誘致や県産品の外商拡大を図る。

##### 【戦略3 グローバル展開型戦略】 世界に選ばれる高知県へ

世界に通用する製品や魅力的な観光地づくりなどを通じて、海外市場への県産品の輸出拡大やインバウンド観光を推進するとともに、外国人材の活躍を推進する。

##### 【戦略4 課題解決型戦略】 課題先進県から課題解決先進県へ

防災関連産業の振興や人口減少対策と連動した新たな人の流れを促進するなど、本県の社会的課題の解決と成長の両立を図る。

##### 【戦略5 人材起点型戦略】 人に投資し、人が活躍できる県へ

起業の促進やリカレント・リスキリングの後押し、担い手の確保策などの取り組みにより、人が活躍できる県を目指す。

# 第5期産業振興計画の戦略体系

## 第5期産業振興計画 戦略の柱

## 地産外商

## イノベーション（変革）

～2つの戦略の柱の下、「5つの戦略」により、多面的かつ重層的に施策を展開～





4 第5期計画の重点取り組み

【戦略1 構造転換型戦略】 1 生産性向上(省力化・高付加価値化)の後押し (1) 産業のデジタル化



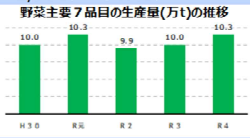
IoPクラウドSAWACHIのトップ画面

森林クラウド「Clowood」運用開始

【取組概要】

①栽培や出荷などの様々なデータを収集、蓄積したデータ連携基盤「IoPクラウドSAWACHI」の本格運用を開始 (R4.9月～)

IoPクラウドを核としたデータ駆動型農業の普及に取り組む  
IoPクラウド利用農家数：  
1,177戸 (R6.3)  
IoPクラウドデータ収集農家数：  
2,593戸 (R6.3)



②森林情報を搭載した森林クラウドシステム「Clowood (クラウド)」の運用を開始 (R5.4月～)  
クラウドの利用を始め、森林施業の効率化・省力化に資する「スマート林業」への転換を加速  
「Clowood」登録数：  
60事業体 (R6.3月)

目標の( )内は、出発点⇒4年後(R9)目標を表す

IoPプロジェクトの推進とデータ駆動型農業による営農支援の強化

施設園芸農家のIoPクラウドの全戸利用を促し、**野菜主要7品目の生産量の拡大 (10.3万t⇒11.4万t)**を目指す

Point

IoPクラウド × データ駆動型農業で生産技術をレベルアップし、反収増とコスト削減で**所得の最大化**を目指す

1 IoPクラウド利用者数の拡大と既登録者へのサポートの強化

- ①周知の機会の拡大 (JA品目部会での説明、JA購買窓口での個別説明等)
- ②クラウド利用農家数の拡大を図るため、補助事業を拡充

2 IoPクラウドの利便性の向上

- ①病害予測情報画面の構築などシステムの改修

3 データ駆動型農業の成功事例の横展開

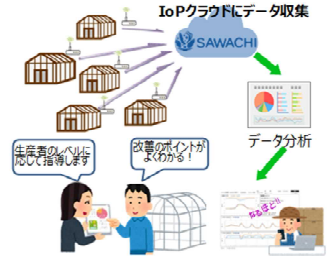
- ①農家に寄り添った営農支援により各地域での成功事例づくりを強化
- ②品目別担当者会等での成功事例の共有

【成功事例】(幅多：促成キュウリ) 若手生産者によるデータ共有グループ

●グループで環境・収量データをIoPクラウドで共有し、データに基づいた指導を実施

⇒グループ農家11戸のうち10戸が地域平均反収以上を達成

※グループ農家の平均反収25.0t/10a (地域平均19.1t/10a) 対比**131%**

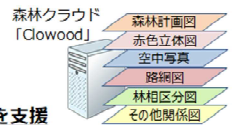


スマート林業の推進

ICTやデジタル技術、先端林業機械を活用するスマート林業への転換を進め、**森の工場の原木生産量の倍増 (12.6万m<sup>3</sup>⇒26.5万m<sup>3</sup>)**を目指す

1 森林クラウド等の活用促進

- ①森林クラウド等を活用した効率的な事業地の絞り込みや森林調査等を促進
- ②森林クラウドでのデジタル情報の活用やスマート林業の推進に必要な人材の育成を支援



データ利用

各種GISソフト等を活用し、データを分析  
 路線の配置や地形・資源状況を確認し、路線や伐採の計画を効率的に作成

2 新たな森の工場等における生産性向上につながるイノベーションの推進

- ①再造林を前提とした高性能林業機械の導入支援
- ②省力化・軽労化につながる先端林業機械の実証

Point

森の工場等をフィールドとしたスマート林業の推進により生産性を向上させることで、**林業収支のプラス転換**につなげる

【戦略1 構造転換型戦略】 1 生産性向上(省力化・高付加価値化)の後押し (1) 産業のデジタル化



情報発信システムNABRAS

【取組概要】

①水産業のデジタル化を図る「高知マリンイノベーション」の取り組みの一環として、**情報発信システム「NABRAS」**の運用を開始 (R5.1月～)

「NABRAS」閲覧数：  
約41.2万回 (R5.1～R6.3末)

②県内事業者の生産性の向上や事業転換を進めるためには、デジタル技術の活用が重要  
支援機関などのサポートにより、**デジタル化に取り組む事業者の量的拡大と質的向上**を図る  
商工会・商工会議所の支援によりデジタル化に取り組む事業者数：  
88社 (R6.1)  
産業振興センターの支援によるデジタル化計画の策定数：  
90件 (R6.3)

水産業のデジタル化 (高知マリンイノベーション) の推進

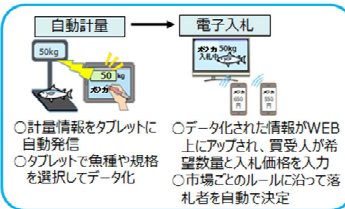
「NABRAS」の普及拡大や産地市場のスマート化を進め、**鮮魚の県内市場取扱額の増加 (73億円⇒88億円)**を目指す

1 「NABRAS」の運用と機能向上

- ①効率的な操業に向けたシステム改修 (魚場の判断に活用できる人工衛星画像の掲載等)

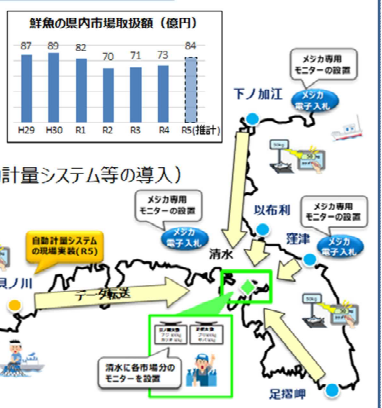
2 産地市場のスマート化

- ①**モデル地域でのスマート化の推進** (土佐清水市の魚市場への自動計量システム等の導入)



Point

スマート化が完了したモデル地域を構築し、**県内の他市場・地域へ横展開**



2次、3次産業を中心とした県内事業者のデジタル化支援

【量的拡大】①商工会・商工会議所での**デジタル化に関する指導・相談件数の増加 (479件⇒960件)**により、デジタル化に取り組む事業者の増加を目指す

②産業振興センターが支援する**デジタル化計画の策定数の増加 (25件⇒210件)**を目指す

【質的向上】③**経済産業省のDX認定企業数の増加 (2社⇒24社)**を目指す

1 デジタルツール活用を始めの一步 (第1段階)

- ①県内事業者の9割を占める小規模事業者に対して、「デジタルツール事例集」等を活用し、経営指導と連動した啓発活動を実施

2 企業の個別課題をデジタルツールで解決 (第2段階)

- ①一定の規模を有する事業者や既にデジタル化に取り組んでいる事業者に対して、効果的なシステム導入を進めるための「デジタル化計画」策定から実行までを支援
- ②高知デジタルカレッジにおける企業内のデジタル化を推進する中核人材の育成

3 全社的なデジタル化推進 (第3段階)


- ①部門ごとの効率化に留まらず、経営者が中心となって全社最適化を目指す意思のある事業者に対して、個社ごとのDX支援チームがデジタル化の視点での事業戦略の磨き上げを行い、「DX認定」の取得を支援

Point

商工団体の啓発活動によるデジタル化の促進と併せ、高知デジタルカレッジの充実により支援機関職員のデジタルスキルを向上



【戦略1 構造転換型戦略】 1 生産性向上(省力化・高付加価値化)の後押し (1) 産業のデジタル化



**【取組概要】**  
 ①保健医療・福祉分野や建設分野において、生産性を高めるためのデジタル化を促進  
 保健医療分野では、オンライン診療やオンライン服薬指導ができる体制づくりを推進する  
 福祉分野では、介護事業所におけるICTの活用促進に向けて支援する  
 建設分野では、ICTを活用した工事の普及を図るとともに、デジタル技術を活用できる人材の育成に取り組む

ICTを活用した生産性の向上 (保健医療・福祉分野、建設分野)

ICTを活用した作業の効率化・省力化を促進し、保健医療・福祉分野や建設分野における生産性の向上を図る

1 保健医療分野での取り組み

- ①デジタルヘルスコーディネーターによるへき地等の集会所での診療所におけるオンライン診療体制の構築支援
- ②オンライン診療専用機器やソフトウェア、オンライン服薬指導に係る機器等の整備への支援

	R4	R5	R6	R7	R8	R9
事業展開	ヘルスケアモへき地等の ドレイン導入 集会所での 支援 実施支援		デジタルヘルスコーディネーターによるオン ライン診療の導入支援			
市町村数	4	8	16	23	31	34




2 福祉分野での取り組み

- ①介護事業所のICT導入や生産性向上に関するワンストップ窓口「介護生産性向上総合支援センター」(仮称)を新たに設置し、事業所を総合的に支援
- ②介護事業所におけるICT機器・介護ロボット等の導入に要する経費を支援

3 建設分野での取り組み

- ①ICT活用工事の指定型発注の拡大を検討、ICT活用工事における入札時の総合評価への加算
- ②最新のデジタル技術に関する研修の実施

【戦略1 構造転換型戦略】 1 生産性向上(省力化・高付加価値化)の後押し (2) 産業のグリーン化



**【取組概要】**  
 ①国は食料・農林水産業の生産力向上と持続性の両立をイノベーションで実現する「みどりの食料システム戦略」を策定  
 本県でも「みどりの食料システム戦略」に対応した有機農業を始めとする環境負荷軽減の取り組みを推進  
 主な作物の有機栽培面積：  
 ユズ54ha、米37ha (R4)

年度	面積 (ha)
H30	135
R1	129
R2	134
R3	144
R4	146

②令和5年9月に策定した「再造林推進プラン」に基づき、森林の有する公益的機能の発揮や2050年カーボンニュートラルの実現に貢献する取り組みを進める

有機農業の推進

環境負荷の軽減や県産野菜の付加価値の向上に向けて、有機農業の取り組み面積の増加 (146ha⇒271ha) を目指す

1 推進体制の強化

- ①地域の有機農業推進検討会を推進協議会へ発展させ、活動を活性化

2 栽培技術の向上

- ①水稲での有機栽培の横展開
- ②栽培技術実証ほの設置 (水田除草機、IPM技術、家畜ふん堆肥等)
- ③有機栽培技術の開発 (促成ビーマン、糸)
- ④家畜ふん堆肥の利用拡大支援

3 販路の開拓、拡大

- ①ユズ(有機に準ずる生産を含む)の産地拡大による輸出も含めた有利販売

Point

水稲・ユズを戦略的品目として選定し、  
 ・水稲では、学校給食での利用拡大  
 ・ユズでは、輸出を含む国内外での販路拡大を図りながら、有機栽培面積を拡大



自律式水田除草機



農作物の害虫の天敵 (カマキリ)

森林資源の再生産の促進

森林資源の再生産につながる事業活動が活発に行われるよう、再造林率の向上 (38%⇒70%) を目指す

1 林業適地への集中投資

- ①新たな森の工場の拡大 (間伐、皆伐、再造林の一体的促進、市町村と連携した集約化)

2 林業収支のプラス転換

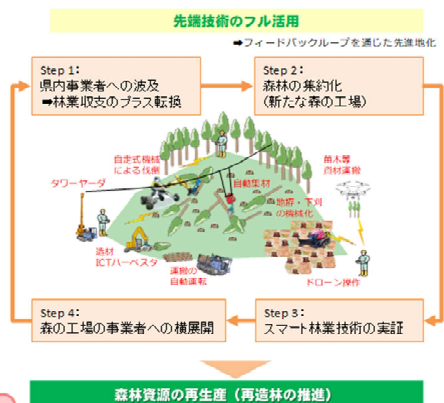
- ①林地残材の利用拡大 (低コスト造林の推進に向けたCD材搬出の支援強化)
- ②成長の優れた苗木等の生産強化
- ③再造林の推進に向けた連携体制の強化 (再造林基金団体の広域化などの仕組みづくり等)

3 多様で健全な森林への誘導

- ①多間伐による長伐期化や針広混交林化の促進

Point

スマート林業の展開等による林業収支のプラス転換を図るとともに、再造林の推進に向けた連携体制の強化を進め、森林資源の再生産を促進





# 【戦略1 構造転換型戦略】 1 生産性向上(省力化・高付加価値化)の後押し (2) 産業のグリーン化



竹を原材料に用いた低炭素プラスチック  
複合材料製造技術の開発



和紙技術を活用した農業用  
生分解性マルチシートの開発

## 【取組概要】

①県内企業が持続的に成長していくためには、**イノベーションにつながる新たな製品・技術の開発**などによる付加価値の向上が不可欠。企業による付加価値の高い製品づくりを支援し、生産性の向上を促進。  
製品等グリーン化推進事業費補助金採択：11件（R4～R5）

## グリーン化を含む「製品開発」への支援

開発された製品が利益を生み出し、企業のさらなる新製品の開発へとつながる好循環を生み出すため、**高付加価値な製品・技術の開発（17件⇒40件）**を促進する

### 1 グリーン化を含む「製品開発」への支援

①「**戦略的製品開発推進事業費補助金**」を新設し、「開発チャレンジ事業」と「製品開発事業」の2段階に分けて支援

### 2 専門的なサポート

①製品構想書と製品企画書の作成段階では、産業振興センターによる伴走支援に加え、**新たに設ける「製品開発支援チーム」**で公設試等との情報共有を行い、課題に応じた専門的なサポートを実施

### Point

構想の具現化や課題検証などのスモールチャレンジを「開発チャレンジ事業」により支援（量的拡大）  
事業化に向けた製品企画書の精度向上を図り、「製品開発事業」により高付加価値で売れる**製品開発**を後押し（質的向上）

### 戦略的製品開発推進事業費補助金

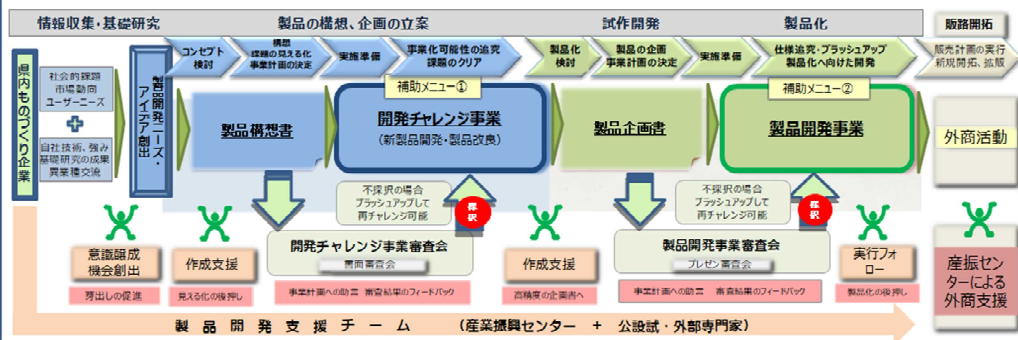
#### ①開発チャレンジ事業

「製品構想書」の検証  
補助率1/2、補助上限額100万円、1年以内、市場調査・部分試作等（人件費対象外）

#### ②製品開発事業

「製品企画書」に基づく製品の開発  
一般枠：補助率1/2、補助上限額1,000万円、2年以内、**人件費1/3まで**  
**イノベーション推進枠**：補助率1/2、**補助上限額2,000万円**、2年以内、**人件費1/2まで**

**製品開発支援チーム**（産業振興センター・公設試等）が「製品構想書」、「製品企画書」の作成を支援



# 【戦略2 地域産業スケールアップ型戦略】 1 地域資源を生かした『地産』の強化



## 【取組概要】

①耕地面積は年々減少傾向にあり、生産効率の悪い農地から減少新規参入の障壁となっている担い手が求める農地確保の課題の解決や既存農家の規模拡大に向けて、**優良農地の整備を促進**。  
新規ほ場整備農地の担い手への集積率：67.5%（R4）

②住宅需要の減少が見込まれる中、県内の製材事業者において、**製品の優位性を向上させて地場競争力を高める**ことが重要。  
非住宅分野等での需要に応えられる**高品質な製材品の生産体制の整備を推進**



高品質な製材品（JAS材）

## 優良農地の迅速な整備と担い手への農地集積の加速化

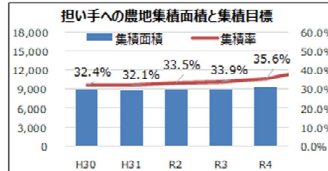
生産性の高い優良農地を迅速に整備するとともに、地域計画に位置づけられた担い手の確保を促進することで**担い手への農地集積面積の増加（9,183ha⇒10,700ha）**を目指す

### 1 地域計画を活用した地域のニーズに応じた基盤整備

①地域条件等から選定したほ場整備候補地の58地区などの事業化の検証と推進  
②地域のニーズに応じた迅速かつきめ細かな基盤整備

### 2 担い手への農地集積の加速化

①全ての予定地区で地域計画を策定（地域計画策定数：259地区）  
②県、市町村、農地中間管理機構、農業委員会等の連携により、担い手がいない農地情報の共有や、農地の利用調整を進める仕組みの構築  
③**集落営農組織の育成が進まない地区での農地の受け皿となる法人を育成**  
④**経営改善計画の作成や専門家派遣による経営改善等の支援を通じた担い手の育成**（新規認定農業者数：年間150人）



### Point

営農農地耕作条件改善事業の面積要件を大幅に緩和し、**生産性の高い優良農地を迅速に整備**。  
⇒**新規参入者の確保と既存農家の規模拡大を促進**

## 高品質な製材品等の供給

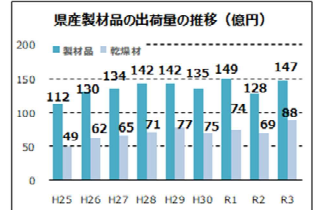
非住宅分野をはじめ新たな需要への高品質な製材品の供給力を向上させ、**乾燥材の出荷量の増加（88千m³⇒126千m³）**及び**JAS機械等級区分構造材の出荷量の増加（14千m³⇒25千m³）**を目指す

### 1 大径材の利用促進

①**将来的な施設整備や製品開発の方向性を示す戦略の策定**（大径材の利用拡大に向けた資源量調査の実施、製材事業者や素材生産業者、建築士、有識者等で構成する大径材利用に向けた研究会の設置）

### 2 需要に応じた製材品の供給体制の整備

①JAS認証の取得や施設整備への支援による製材品の高品質化  
②製材工場の労働安全性向上のための環境整備や人材育成を支援



### Point

**大径材由来の製品開発等を進めるとともに高品質な製材品の供給を促進する。**

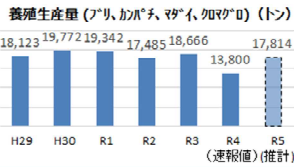


## 【戦略2 地域産業スケールアップ型戦略】 1 地域資源を生かした『地産』の強化



### 【取組概要】

- ①近年、海況の変化、資源量の減少等により漁船漁業の生産が不安定な中、計画的な生産が可能な養殖業の振興が重要  
養殖業の拡大に向けて、漁場の整備や事業者の誘致、生産コストの削減への支援を行う



- ②県産品のさらなる外商の拡大のためには、付加価値の高い商品の開発や人手不足等に対応する生産性向上が不可欠  
売れる商品づくりや企業のデジタル化を支援  
商品開発件数：357件（H28～R4）

### 養殖業の振興

養殖業が抱える課題にパッケージで支援することで**養殖生産量の増加（13,800 t⇒23,000 t）**を目指す

- 規模拡大・新規参入業者の誘致、新たな養殖漁場の整備**
  - ①漁場候補地調査を踏まえた**規模拡大・新規参入業者の誘致**
  - ②漁船リースや新リース事業の実施による規模拡大・新規参入業者への支援拡充
- プリ人工種苗の普及**
  - ①県内養殖業者が導入した**人工種苗の飼育データの解析・提供、県外の事例紹介**
- 生産コストの削減**
  - ①**補償成長を活用した投餌量削減技術の開発・検証による生産コスト削減**
  - ②デジタル機器の導入支援
- リスク対策**
  - ①赤潮発生予測技術の確立・高度化（高知マリンイノベーションの取り組み）
- 担い手対策**
  - ①県内高校・関西圏の専門学校等での就業セミナーや関西での就業フェアの拡充
  - ②多様な人材の参入に向けた労働環境等の整備への支援

#### Point

養殖漁場の整備による**プリ・マダイの増産**や**プリ人工種苗の普及**による**生産の安定化**により、**漁業生産量を確保**

#### Point

**補償成長**と呼ばれる一定期間の餌止め後に給餌を再開した際、**大幅な成長が得られる現象**を利用して**飼料費削減を図る**  
⇒**20%程度の削減が可能**

### 食料品の商品開発力・生産力向上への支援

事業者の商品開発力・生産力の強化及び販路の拡大を図り、**地産外商公社が支援する企業の県外売上額の増加（630億円⇒730億円）**を目指す！

- 商品開発・改良に対する支援の強化**
  - ①**販路に直結した商品づくりを後押しするための商品開発・改良の伴走支援を強化**
  - ②商品開発・改良に対する補助メニューの創設
- 生産性向上に向けた支援の強化（デジタル化・グリーン化の促進）**
  - ①**生産性向上推進アドバイザーにより、食品事業者の生産工程の高度化を促進**
  - ②デジタル化・グリーン化を後押しするための補助メニューの創設
- 事業者の課題解決をサポートする総合支援体制の構築**
  - ①**サポートデスクの新設により、食品産業に関わる相談・支援をワンストップで対応**
  - ②外商の核となりうる事業者を、「外商強化支援チーム」（県、地産外商公社、貿易協会、産業振興センター等で構成）で重点的に支援
- 中長期的な高知県食品産業のあり方検討**
  - ①食品産業の持続的な成長に向けた戦略・体制の検討

#### Point

国内外のバイヤー等と連携した**売れ筋の商品づくり**や、**グリーン化に資するなど、より付加価値の高い商品づくり**を後押しし、**県産品の外商を拡大**

## 【戦略2 地域産業スケールアップ型戦略】 2 『外商』の全国展開



### 【取組概要】

- ①大消費地である関東圏や関西圏を中心に県産品の外商を促進  
関西圏においては、「**関西・高知経済連携強化戦略**」に基づく取り組みを強化し、**R6年にオープン予定の関西圏アンテナショップ**を核とした**外商活動の強化**を図る



<関西圏アンテナショップ出店物件の外観イメージ>  
※令和4年3月24日付け日本郵政グループプレスリリースより引用

### 関西圏との経済連携の強化、県産品の販路拡大

**関東、関西の外商拠点を中心**として、メイドイン高知の商品の外商拡大を進め、さらなる**出荷額等の増加**を目指す

- 関西圏への県産品の外商拡大**
  - ①**関西圏アンテナショップ（R6年7月オープン予定）を核とした外商活動の強化**
  - ②関西圏の卸売事業者等のパートナーとの連携強化
- 園芸品の市場流通の発展**
  - ①**卸売市場と連携した販売拡大**（関東土佐会、関西土佐会への委託）
  - ②マーケットインの視点による業務需要拡大（中食・外食・冷凍食品をターゲットにした戦略の策定・実行等）
- 木材利用の拡大**
  - ①**再造林の実施など環境に配慮した森林由来という新たな価値を加えた木材の流通に向けた仕組み等の検討**
  - ②住宅への木材利用に加え、非住宅建築物の木造化・木質化に向けた取り組みを強化（**非住宅木造建築に取り組む土佐材パートナー企業の開拓**）
- 水産物の販路拡大**
  - ①**「高知家の魚応援の店」との取引の拡大**（県内事業者の営業力強化、マッチングの推進）
  - ②卸売市場関係者と連携した販売拡大（量販店や飲食店での定番化の促進）
- ものづくり企業の販路拡大**
  - ①**企業の営業力強化のための補助メニューの創設**（補助率1/2、上限1,500千円（賃上げの場合2,500千円））
  - ②産業振興センター大阪営業本部に、土木・工法の専門家を配置し、**防災関連製品の外商を強化**

#### Point

「**スーパー・ローカル・ショップ（極上の田舎）**」をコンセプトに、「**物販**」「**情報発信**」「**商品磨き上げ**」の機能を持ったアンテナショップを出店

目標	出発点	4年後目標
市場流通を中心としたJA販売額	602億円 (R5)	650億円
県外製品市場等への県産製材品の出荷量	103千㎡ (R4推計)	121千㎡
「応援の店」への県内参画事業者の出荷額	2.8億円 (R4)	5.7億円
産業振興センターが支援する企業の県外売上高	1,027億円 (R4)	1,190億円



## 【戦略2 地域産業スケールアップ型戦略】 3 滞在型観光の推進



### 【取組概要】

○「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知」の取り組みと盛り上がり将继续させつつ、滞在日数の増とリピート率の向上を図るため、「**極上の田舎、高知。**」をコンセプトとした、**観光キャンペーン**を4年間展開

○中山間地域の魅力ある素材を生かした観光商品づくりや地域での周遊促進など、**中山間地域の観光振興**により、**地域経済を活性化**



### 「どっぷり高知旅キャンペーン」の推進

本県の魅力をじっくりと、たっぷり味わっていただけるキャンペーンの展開により、**県外観光客人泊数の増加（426.6万人泊⇒563.9万人泊）と観光消費額の増加（966億円⇒1,389億円）**を目指す

#### 1 観光商品をつくる

① **コーディネーターによる伴走支援等を通じた「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり**

- ② 地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり等による地域内での周遊・滞在の促進
- ③ 集落活動センターでの食の提供、イベント開催や教育旅行の受入の拡大などによる地元の人との交流の場の創出

#### Point

「住民とふれあう」、「暮らしにふれる」「伝統文化の継承につながる」観光商品の充実を図る

#### 2 観光商品をうる（セールス&プロモーション）

① **シーズンごとにテーマを設定したプロモーション展開、「どっぷり高知旅」をテーマにしたコンテストによる県内外への情報発信**

- ② 地域の伝統芸能などを活用したナイトイベントの開催などによる冬場や夜間の観光素材の充実

#### 3 観光客をもてなす

- ① **セミナー開催やアドバイザー派遣などによる宿泊施設の魅力向上**
- ② **ガイド体験会や講習会などによる観光ガイド人材の裾野の拡大、ガイドスキルの向上**
- ③ **特設ウェブサイトでの情報発信などによるユニバーサルツーリズムの一層の推進**

### 中山間地域において周遊促進や長期滞在につながる観光地づくり

中山間地域において周遊促進や長期滞在につながる観光地づくりを進め、**観光施設の入込客数の増加（111.8万人⇒146.5万人）と一人当たりの立ち寄り件数（※）の増加（1.7件⇒2.2件）**を目指す ※高知市を除く

#### 1 地域ならではの観光商品づくり

① **コーディネーターによる伴走支援等を通じた「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり【再掲】**

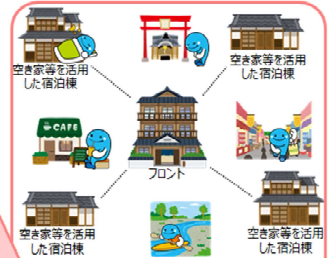
#### 2 長期滞在の促進

① **宿泊施設を中心に長期滞在できる態勢づくりに向けた事業計画策定等への支援**

- ② 地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくりによる飲食提供機能等の強化

#### 3 人材の確保

- ① **移住促進策と連携した人材の誘致**
- ② **商品づくり、周遊促進・滞在延長の取り組みを通じた人材の掘り起こし**



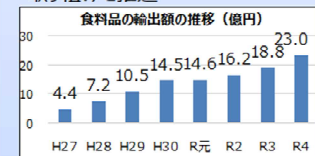
#### Point

特に、中山間地域で**宿泊施設を中心に長期滞在できるエリアを創出し、地域を深く味わいながら過ごすことのできる観光地づくり**を推進

## 【戦略3 グローバル型戦略】 1 県産品の輸出拡大、2 インバウンド観光の推進、3 外国人材の活躍推進

### 【取組概要】

① 有望市場を中心としたプロモーションの展開、食品海外ビジネスサポーターの活動などにより**輸出額は増加**さらなる輸出の拡大に向け、**新たな市場の開拓と地産の強化**に向けた取り組みを推進



② 外国客船の受入や台湾との定期チャーター便就航などにより、本県の**国際観光は回復基調** 延べ宿泊者数と総消費額の増加に向けて取り組みを加速



③ 人口減少が進んでいく中、必要な産業人材を確保するためには、これまで以上に**外国人材の受入れを進めていくことが重要** 「**受入促進**」・「**定着促進**」の2つの視点から取り組みを強化



### 県産品の輸出拡大

輸出品目やターゲット市場の拡大、外商活動の拡充により、**食料品輸出額の増加（23億円⇒47億円）**を目指す

#### 1 食料品の輸出の強化

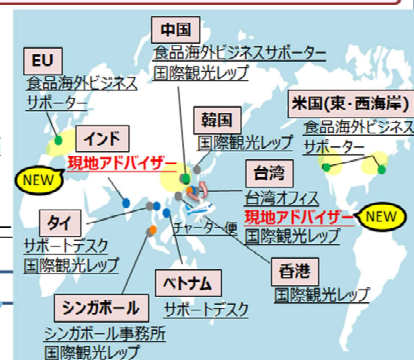
① **「ユズ」「水産物」「土佐酒」に続く、新たな柱となる輸出品目の掘り起こしを推進**

② 輸出の拡大に向けて、地産の強化を推進（「産地づくり」「事業者の輸出対応力向上」「売れる商品づくり」）

③ 米国、欧州、中国等の有望市場に加えて、**新たな市場の開拓を推進**

#### 2 ものづくり企業の輸出支援

① **タイ・ベトナムのサポートデスクに加え、台湾・インドに現地アドバイザーを設置**



### インバウンド観光の推進

① 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致などにより、**延べ宿泊者数の増加（1万人泊⇒17万人泊）**を目指す

② アドベンチャーツーリズムの推進等により消費拡大を図り、**総消費額の増加（3億円⇒57億円）**を目指す

#### 1 インバウンドの拡大

① **定期便化に向けたチャーター便の誘致活動の強化**

② 高知ならではの体験型コンテンツのセールス・プロモーションを通じたアドベンチャーツーリズムの推進

③ **クルーズ客船の誘致**

#### Point

・台湾定期チャーター便の定着化を図るとともに、チャーター便の誘致（韓国・香港）を行う。  
・国際線受入に向けた高知龍馬空港新ターミナルの整備を進める。

### 外国人材の活躍推進

受入促進と定着促進のための取り組みを強化し、「技能実習」及び「特定技能」の**外国人労働者数の増加（3,059人⇒4,000人）**を目指す

#### 1 受入促進

① **MOU締結先の日本語教育センター等で学び一定期間県内に就労した外国人材に対して、定着奨励金を支給**

#### 2 定着促進

① **外国人材受入れのための福利厚生施設等（寮の新設・改修等）の整備に対する融資制度の創設**

② 農業分野における外国人材の確保を図るための生活環境・労働環境の改善支援

③ **事業者が実施する就労環境の整備（翻訳機購入、社内マニュアルの多言語化等）に対する助成**

④ 外国人材のスキルアップに仕組み事業者への助成

#### Point

外国人にとって暮らしやすさや働きやすさ、学びやすさといった点を中心に施策を充実強化し、人手不足の解消を図る



【戦略4 課題解決型戦略】 1 自然災害多発県から「防災先進県・高知」へ

### 防災先進県

# MADE IN KOCHI 高知

防災関連登録製品認定数(累計)

【取組概要】

①〔交流〕  
防災関連産業交流会を通じた情報提供、情報共有(市場ニーズ、防災製品トレンド情報等)

②〔地産〕  
防災製品開発WGや防災関連ADによる防災現場ニーズに応じた製品開発の促進

③〔地消〕  
県内の防災訓練や防災イベント等での防災関連製品の展示PR

④〔外商〕  
県外・海外の防災関連見本市への高知県ブースの設置や、展示商談会の開催によるメイド・イン高知の製品・技術のPR

防災関連登録製品売上高(億円)

防災関連産業の振興

メイド・イン高知の防災関連産業のさらなる振興(防災関連製品の「地産地消」「地産外商」の取組)により、**防災関連製品売上高(126.3億円⇒200億円)**を目指す

1 国内外への販路開拓

(1) 国内

- ①見本市の成約率を高めるため、成約につながりやすい見本市に出展先を絞り、高知県ブースを拡大することによりPR効果を高め、さらなる成約増を目指す
- ②営業代行サービスの活用等にかかる費用を助成し、企業の営業力強化につなげる
- ③防災産社と連携し、企業・自治体等の備蓄の更新市場の販路を開拓

Point

R5:20見本市103社→R6:15見本市103社に絞り、危機管理産業展、先進建設・防災・減災・技術フェアin熊本などで県ブースを拡大

(2) 海外

- ①台湾やフィリピンにおいて防災セミナーを開催し、高知県の防災関連産業をPRすることで、県内企業の海外展開の足がかりとする

Point

本県防災関連産業の強みである工法分野への支援を強化

2 工法分野の支援拡充

- ①防災関連産業交流会のWGを通じて課題の抽出や企業のマッチング等を支援  
→新製品開発は、**新設する戦略的製品開発推進事業費補助金**により支援  
→外商の強化として、事業戦略等推進事業費補助金の**営業力強化推進事業**により、大学による試験データなどのエビデンス取得等を支援
- ②産業振興センター大阪営業本部に、新たに土木・工法分野の専門家を配置し、万博やIR需要の見込まれる関西地区を中心に支援を強化
- ③台湾での外商活動を強化するため、現地の工法の専門家をアドバイザーとして配置し、県内企業の海外展開の支援を強化



【戦略4 課題解決型戦略】 2 新たな人の流れの促進(人口減少対策と運動)

# 最高知!

おいこうち

Uターン促進キャンペーン「最高知!」

【取組概要】

①官民協働、市町村との連携協働のもと、移住促進を進め、**県外からの移住者は大幅に増加**  
一方で、人口減少に歯止めをかけるためには、さらなる移住者の増加が大きな鍵  
Uターン候補者や若者、女性などのターゲットを見据えたアプローチの強化と訴求力の向上を図る

②人口減少が進んでいく中、必要な産業人材を確保するためには、これまで以上に外国人材の受入れを進めていくことが重要  
「**受入促進**」と「**定着促進**」の2つの視点から取り組みを強化

「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者の推移

県外からの移住者のさらなる増加

デジタルマーケティングの活用や関係人口へのアプローチの強化などにより、**移住者数の大幅な増加(1,730人⇒3,000人以上)**を目指す

1 新たな関心層へのアプローチの拡大

- ①マーケティングコンサルタントの活用によるプロモーション戦略の強化や県関連サイトのデータ連携によるアプローチ強化
- ②SNSや位置情報を活用したターゲット広告、テーマ別イベントの実施など**ターゲット層を意識した情報発信の拡大**

Point

デジタルマーケティングの活用により、Uターン・若者・女性など、ターゲット層に応じたプロモーション戦略やホームページを訪れた人の移住イベント、相談窓口への誘導を強化

2 きめ細かな相談体制の強化、仕事と住まいの確保策の強化

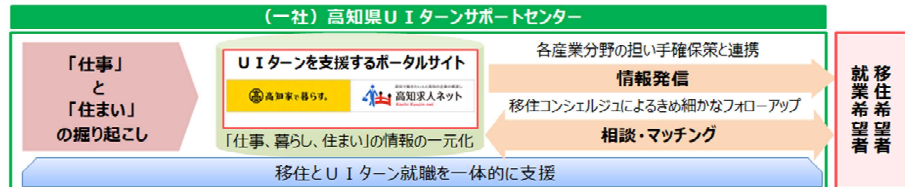
- ①UIターンサポートセンター大阪窓口等の体制強化
- ②電力データを活用した全県的な空き家調査により市町村の空き家掘り起こしを強化

3 Uターン候補者や若者、女性にアプローチする横断的な取組

- ①「**人口減少対策総合交付金**」を創設し、市町村独自の取り組みを強力に支援

4 UIターン就職の促進

- ①県内就職の後押しとなる取り組みとして**奨学金返還支援制度**を創設



外国人材の活躍推進(再掲)

受入促進と定着促進のための取り組みを強化し、「技能実習」及び「特定技能」の**外国人労働者数の増加(3,059人⇒4,000人)**を目指す

Point

外国人にとって暮らしやすさや働きやすさ、学びやすさといった点を中心に施策を充実強化し、人手不足の解消を図る

1 受入促進

- ①MOU締結先の日本語教育センター等で学び一定期間県内に就労した**外国人材**に対して、**定着奨励金**を支給

2 定着促進

- ①**外国人材受入れのための福利厚生施設等(寮の新設・改修等)の整備**に対する融資制度の創設
- ②農業分野における外国人材の確保を図るための生活環境・労働環境の改善支援
- ③**事業者が実施する就労環境の整備(翻訳機購入、社内マニュアルの多言語化等)**に対する助成
- ④外国人材のスキルアップに取り組む事業者への助成



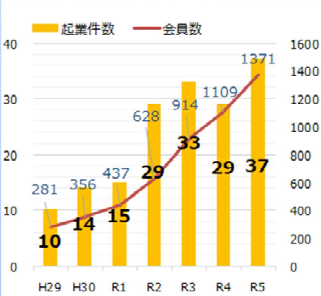
## 【戦略5 人材起点型戦略】 1 産業人材の育成



### 【取組概要】

① 起業を身近に感じ、チャレンジする気運を醸成するとともに、スケールアップを目指す起業家の掘り起こしと成長をサポートし、起業を促進することで地域の活性化や雇用の創出を図る

こうちスタートアップパーク（KSP）を通じた起業件数



## こうちスタートアップパーク（KSP）による起業の促進

起業にチャレンジする気運の醸成やスケールアップを目指す起業家の成長支援等により、「**こうちスタートアップパーク（KSP）**」による**起業件数の増加（年間45件）**を目指す

### 1 中長期的な起業家人材の育成

- ① 小中高校生の起業マインドを醸成する機会の抜本強化（起業体験ワークショップや交流会の回数拡大）
- ② 私立も含めた県内高等学校における起業家教育の導入を推進
- ③ 親世代に起業への理解を深めてもらうため、広報番組を作成・周知

### Point

人口減少対策等の観点から重要となる**中山間地域の若者や女性の起業を促進**するため、中山間地域向けの支援を強化

### 2 県内全域での起業の促進

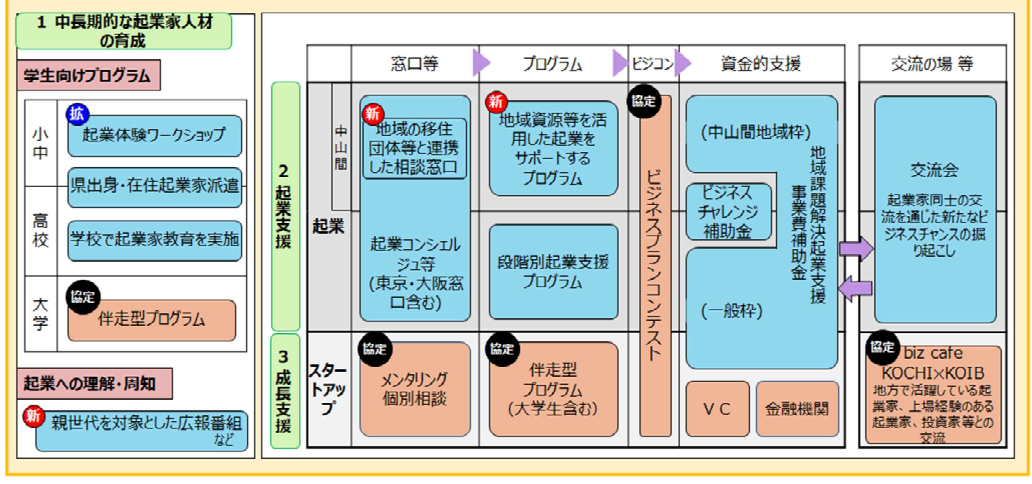
① 中山間地域での起業を後押しするため、相談体制やプログラム、補助制度等を新設

### 3 スタートアップを目指す起業家の発掘・成長支援

① 民間支援団体等と連携し、起業家への伴走支援を実施することで、その成長を後押し



### こうちスタートアップパーク（KSP）



## 【戦略5 人材起点型戦略】 2 各産業の担い手の確保、3 多様な人材が定着・活躍しやすい環境整備

### 【取組概要】

① 担い手不足が深刻化している第一次産業分野においては、新規就業を促進することが必要  
新規就業者の確保対策と併せて、多様な人材が定着・活躍できる環境の整備を促進



## 第一次産業分野における担い手確保

ターゲットを見据えた担い手確保対策の強化を図り、特に**若者や女性の新規就業者の増加**を目指す

### 1 農業分野

- ① 若者をメインターゲットにSNSなどのデジタルツールを活用した農業の魅力の拡散
- ② 女性の働きやすい環境づくりへの支援（労働環境整備への助成等）
- ③ 親元就農者（特に夫婦）への就農後の経営確立に向けた支援

### 2 林業分野

- ① 女性や若者等の就業の促進につながる労働環境改善の取り組みへの支援
- ② 森林クラウドでのデジタル情報の活用やスマート林業に必要な人材の育成を支援
- ③ 半林半Xといった新しい働き方の提案により地域おこし協力隊等の新たな担い手の確保

### 3 水産業分野

- ① 県内高校での就業セミナーの拡充、既存漁業者への広報強化
- ② 関西での就業フェアや、専門学校等での就業セミナーを拡充
- ③ 女性が就業しやすい漁業への転換に向けた女性による意見交換・情報発信
- ④ 雇用条件及び労働環境の改善に向けた専門家派遣や環境整備を支援

	目標	分野	出発点	4年後目標
新規就業者		農業	214人(R4)	320人
		林業	142人(R3)	200人
		水産業	53人(R4)	60人
うち若年(15~34歳)女性就業者		農業	16人(R4)	50人
		林業	2人(R3)	5人
		水産業	2人(R4)	4人

### Point

新規就業者のうち、特に**若者や女性**をターゲットに、就業者の増加・定着につながる取り組みを推進

## 保健医療・福祉分野、建設分野での人材確保

保健医療・福祉分野、建設分野の人材確保を促進する

### 1 保健医療・福祉分野、建設分野での取り組み

- [医療] 県内人材の確保にかかる取組（奨学金貸付制度・奨学金返還支援制度を活用した学生等の県内就職への支援、職場環境整備及び医師の働き方改革の推進等）
- [福祉] 人材確保に向けた新たな推進体制（プラットフォーム）を構築し、介護現場における生産性向上、人材育成・キャリアパスの構築、福祉教育の強化を一体的に推進
- [建設] 出前授業の拡大やデジタル技術を活用して活躍する若者・女性の事例紹介等による魅力発信の強化、入札参加資格審査における加点項目（男性育休）の新設

## 多様な人材が定着・活躍しやすい環境整備

若者や女性、高齢者など多様な人材が活躍できる環境の整備といった**働き方改革に取り組む企業（従業員5人以上）の割合を増加（52.9%⇒65.0%）**させる

### 1 働き方改革の推進

- ① 働きやすい職場環境づくりを支援する補助制度の創設（女性用トイレやキッズルームの整備、パワーアシストスーツの導入等）
- ② 働き方改革コンサルタントの増員（31名→50名）
- ③ 人事評価制度や職務給・ジョブ型人事制度の導入支援

### Point

女性や高齢者、外国人材を始めとする働く意欲のある人が**適材適所で活躍できる環境整備**を後押しすることで、**企業の人材確保・定着**を支援

# 次世代産業創造プロジェクト



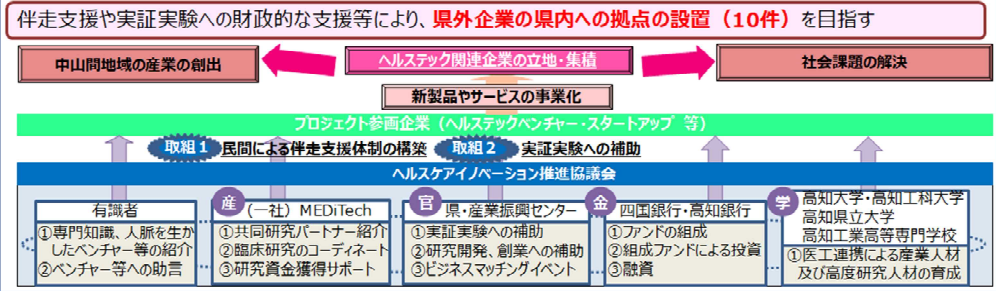
## 【取組概要】

① デジタル技術等を活用したヘルステック分野の新製品やサービスの事業化を支援することで、当分野への県内企業の進出や県外企業の誘致を促し、関連産業の育成とイノベーションの創出を図る

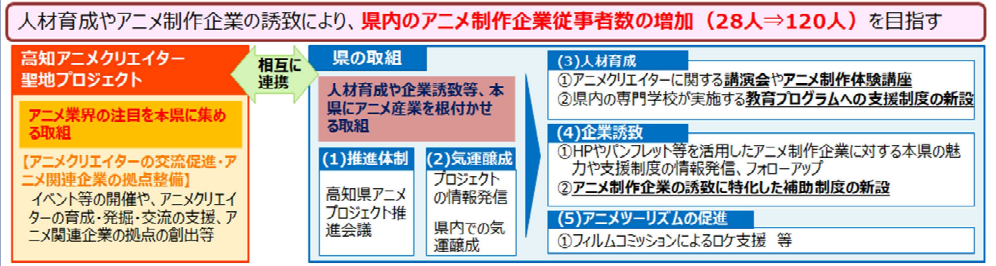
② アニメクリエイターやアニメ関連企業を呼び込むことで、県内にアニメ産業を集積し、雇用創出や地域産業活性化につなげる

③ 高知県の様々なバイオマス資源を活用した、グリーンLPガスの地産地消モデルの確立に向け、資源量の把握や実施事業者の掘り起こし等に取り組み、令和10年度から予定されている実証実験の支援体制を構築する

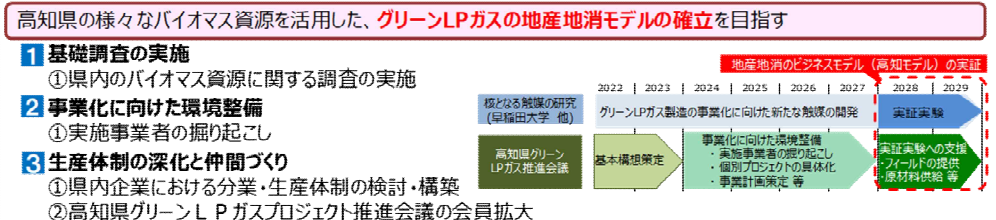
## ヘルスケイノベーションプロジェクト



## アニメプロジェクト



## グリーンLPガスプロジェクト

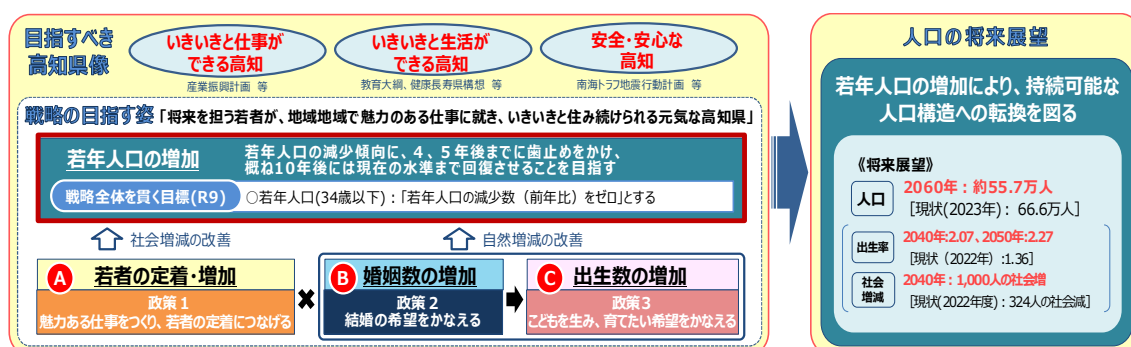




## 5 産業振興計画のさらなる進化に向けて

### ■他の政策との融合・発展

令和6年度からスタートする「高知県元気な未来創造戦略」では、若者の定着・増加、婚姻数の増加、出生数の増加の3つの観点から施策を抜本強化し、若年人口の増加に向けた力強い好循環を生み出していくことで、社会増の達成と出生数の増加を図り、早期に若年人口の減少を食い止め、人口構造を若返らせることを目指しています。



まず、「若者の定着・増加」では、政策1の「魅力ある仕事をつくり、若者の定着につなげる」として、県内に魅力ある仕事を創出し、若者の県内就職を促進するとともに、県外からも数多くのUターン・Iターンを呼び込むための取り組みを推進します。(図のA)

また、「婚姻数の増加」では、政策2の「結婚の希望をかなえる」として、出会いや結婚を後押しする取り組みを推進します。(図のB)

さらに、「出生数の増加」では、政策3の「こどもを生み、育てたい希望をかなえる」として、理想の出生数をかなえる施策や子育て支援を強化します。(図のC)

この3つの対策を一連のものとして講じることで、若者の定着・増加と出生数の増加に向けた良き好循環を生み出せるよう、第5期計画では、引き続き、他の政策の取り組みとの融合、発展を図っていきます。

### ■産業振興計画のさらなる進化に向けて

第5期計画では、「地産外商」と「イノベーション」の2つの戦略の柱の下、「構造転換型戦略」、「地域産業スケールアップ型略」など5つの戦略により、多面的かつ重層的に施策を展開し、足腰の強い産業への構造転換や付加価値の高い産業の育成にチャレンジしていきます。

人口減少の下押し圧力に屈することなく、本県経済が将来に渡って成長し続けていくことができるよう、今後も、引き続き、社会経済構造の変化を捉えながら、計画のさらなる進化を図っていきます。

## (参考) これまでの取り組みの成果と課題

### ■第1期計画における取り組みの成果と課題

平成21年4月にスタートした第1期計画では、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ(資本・産業集積の乏しさ)」、「強みである第1次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、次の3つの「改革のための基本方向」のもと、取り組みを進めました。

#### 改革のための基本方向① 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る

##### ② 産業間連携の強化

##### ③ 足腰を強め、新分野へ挑戦

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

その一方で、国への積極的な政策提言などが功を奏し生活対策・経済危機対策の臨時交付金の重点配分を受けることができたことや、国の雇用対策事業が活用できたこと、加えてNHK大河ドラマ「龍馬伝」放送による龍馬ブーム再燃などが、計画推進の大きな後押しとなりました。

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

具体的には、「地産外商」の推進母体となる一般財団法人高知県地産外商公社を平成21年8月に設立するとともに、首都圏の外商拠点となる「まるごと高知」を平成22年8月にオープン。県と地産外商公社の外商支援によって、外商の成約件数は平成21年度の178件(うち定番採用77件)から、平成22年度は444件(同264件)、平成23年度は1,327件(同611件)と、大きく伸びました。

観光分野では、「土佐・龍馬であい博」を産業振興計画のリーディングプロジェクトとし、官民一体で取り組んできた結果、平成22年の県外観光客入込数は435万人、観光総消費額は1,011億円と、現在の統計方法となった平成15年以降で最高(注:当時)となりました。

また、大きな反動減が心配された翌年も、「志国高知 龍馬ふるさと博」などの対策が功を奏し、県外観光客入込数388万人と、歴代2位(注:当時)という高い水準を維持できました。他にも、公益財団法人高知県産業振興センター内に「ものづくり地産地消センター」を平成23年度に設置し

たこと、四国内でも有数の規模となる大型製材工場の誘致が決定するなど、各分野で取り組みの進展が見られました。

また、地域アクションプランの取り組みや、平成 22 年度からスタートした本県独自の人材育成事業「目指せ！弥太郎 商人塾」などによって、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がったことは、今後に向けて大きな力になるものと期待されます。

これら様々な成果もあり、県経済全体としても、これまで全国に引き離されていた有効求人倍率や業況判断 D.I.が、この間においては全国と同様に上昇に転じるなど、良い兆しが見え始めました。

一方で、県民の皆様が県勢浮揚を実感していただけるまでの成果には至っておらず、より一層の取り組みの充実が必要でした。

## ■第2期計画における取り組みの成果と課題

産業振興計画の推進によって目指す将来像(成功イメージ)

『地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける「高知県」』

平成 24 年4月からスタートした第2期計画においては、より高いレベル、より広がりのある産業振興を目指して、さらなる挑戦を続けていくため、次の3つの視点をもって計画を進化させました。

### 第1の視点

「これまでの取り組みを定着、さらに成長・発展させて、より大きな産業を目指す」

産業振興の取り組みの経済効果をより大きなものにできるよう、地産外商の推進や観光の振興、県内産業の投資の誘発などによって、動き出した数々の事業を定着、さらに成長、発展させて、より大きな動き、大きな産業を目指す。

### 第2の視点

「将来に大きな可能性を秘めている分野に挑戦し、新たな産業集積の形成を目指す」

本県産業が長期にわたって成長、発展し続ける礎を築いていくことができるよう、企業誘致や県内産業の投資の誘発を進めるとともに、防災や新エネルギーなど、将来に大きな可能性を秘めている分野に思い切って挑戦し、新たな産業集積の形成を目指す。

### 第3の視点

「産業振興の取り組みをより地域地域に広げる」

地域アクションプランのさらなる推進や、中山間対策や移住促進策の抜本強化などによって、より多くの県民の皆様が産業振興の取り組みに参画いただき、地域の潜在力を引き出していくことで、その経済効果を地域地域に広げていく。

あわせて、計画全体の見直しを行い、これまでの3つの「改革のための基本方向」に、新たに「新たな産業づくりに挑戦する」「産業人材を育成・確保する」の2つを加え、さらに、平成25年度の第2期計画 ver.2 からは、「移住促進により、活力を高める」を加えて、6つの基本方向により、取り組みを進めました。

その結果、県と地産外商公社の外商支援による成約件数は平成27年度には6,555件と、平成21年度の約37倍に、また、産業振興センターの外商支援による受注金額は平成27年度には40.8億円と、平成24年度の約16倍となるなど、飛躍的に拡大してきました。

さらに、観光振興では、県外観光客入込数が平成25年・26年・27年と3年連続で400万人を超え、400万人が定着してきました。

こうした取り組みを通じて、県が定量的に把握できるものだけでも6,000人を超える雇用が生まれていますし、それ以外にも、観光振興や地産外商の拡大による雇用創出効果も見込まれます。また、長年にわたって、生産年齢人口の減少に連動する形で減少傾向にあった各分野の産出額等は、平成23年前後をターニングポイントとして、上昇傾向に転じるとともに、長らく0.5倍程度であった有効求人倍率も、平成27年に1倍を超え、平成28年3月には過去最高の1.06倍(注:当時)に達するなど、経済全体としてもよい方向に向かっているものと見られました。

しかしながら、正社員の有効求人倍率は、過去最高とはいえ、いまだ0.6倍程度(注:当時)にとどまっており、地域間や職種間の求人の格差も大きいなどの課題がありました。

また、産出額などが上昇に転じたものの力強さが欠ける分野や、地産外商の成果が拡大再生産に十分につなげていない分野も見受けられました。

さらに、本県の人口の社会減は、過去の景気回復局面に比して2分の1程度に縮小しているものの、いまだ人口減少の負のスパイラルは続いており、地域に残りたいと願う若者の希望を十分にかねる状況には至っていません。

このため、真の県政浮揚を目指して、これまでの2期、7年間の取り組みの土台の上に立って、飛躍への挑戦を新たなステージへと引き上げることとしました。

### ■第3期計画における取り組みの成果と課題

#### 産業振興計画の推進によって目指す将来像(成功イメージ)

『地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける「高知県」』

平成28年4月からスタートした第3期計画においては、拡大してきた地産外商の成果を「拡大再生産」の好循環につなげていくため、次の3つのポイントで施策を抜本強化しました。

#### <ポイント①>担い手の育成・確保 (時間軸的な拡大再生産を目指す取り組み)

各産業分野の担い手不足がさらに深刻化している状況を踏まえ、移住施策とも連動し、後継者や担い手の育成・確保対策に一層取り組む。

**<ポイント②>地域産業クラスターの形成（量的な拡大再生産を目指す取り組み）**

地域において持続的な雇用とより大きな経済波及効果を創出するため、企業立地を含めた関連施策を効果的に組み合わせ、地域地域に「第一次産業や観光等、地域に根差した産業を核としたクラスター」（地域産業クラスター）を意図的に生み出す。

**<ポイント③>起業や新事業展開の促進（質的な拡大再生産を目指す取り組み）**

地域の持続的な発展をもたらすためには、継続的に新たな挑戦が行われる環境を醸成していくことが重要であるため、起業や新事業展開の促進を図る。

あわせて、民間の活力を生かして新たな成長の種となる事業を創っていくことが重要となることから、継続的に新たな付加価値の創造を促す仕組みを各産業分野において意図的に構築するとともに、各般の取り組みの土台となる事業戦略の策定と実行の支援を重点的に進めてきました。

こうした結果、地産外商が飛躍的に拡大し、本県経済は、今や人口減少下においても拡大する経済へと構造を転じつつあります。

各種統計データを見ても、産業振興計画に取り組む前の平成 20 年度と第3期計画最終年度である令和元年度のデータを比較すると、本県の一人当たりの県民所得や労働生産性は、国を大きく上回る伸びを示しています。

一人当たりの県民所得	H23 年度→R 元年度：+17.8%（国+13.7%）、R 元年度：国の 83.7%
労働生産性	H23 年度→R 元年度：+14.2%（国+6.0%）、R 元年度：国の 85.3%

しかしながら、これらの指標は、依然、絶対水準では、国を下回っている状況にあり、また、人手不足や後継者不足は年々深刻化しています。加えて、本県の人口の社会増減は、近年、かつての全国的な景気回復の局面に比べて2分の1程度に改善してきたとはいえ、平成 27 年度～令和元年度の5年間では年平均 1,753 人の減と、目標とする人口の社会増減の均衡に向けては、まだ道半ばの状況です。

県経済をさらに活気のあるものとし、より多くの若者が高知に帰ってくるができるようにするため、あるいは、若者が県外に出ず、高知に定住する希望をかなえるようにするためにも、これまでの土台の上に立ち、官民協働による産業振興の取り組みをさらに進めていくことが必要でした。



## ■第4期計画における取り組みの成果と課題

産業振興計画の推進によって目指す将来像(成功イメージ)

『地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける「高知県」』

令和2年4月からスタートした第4期計画においては、地産外商を進めるために必要な施策群を「7つの基本方向」として整理し、そのもとに川上から川下までの多様なニーズに対応できる総合的な施策を展開しました。

### 1 地産の強化

#### ＜基本方向1＞新たな付加価値の創造

新たな時代の成長の原動力となる「デジタル化」、「グリーン化」の取り組みを加速するなど、イノベーションの創出に向けて、付加価値の創造を促す仕組みを強化する。

#### ＜基本方向2＞事業化支援

アフターコロナ・物価高騰に対応した事業戦略の策定・実行支援等により、基本方向1により生み出されたビジネスの種の事業化を支援する。

### 2 外商の強化

#### ＜基本方向3＞外商活動の全国展開

#### ＜基本方向4＞輸出の振興

「1 地産の強化」により生み出されたモノやコトを武器として、外商の取り組みを強化する。県外・海外とのネットワークや輸出の取り組みをさらに強化するとともに、大阪・関西万博などにより経済発展が見込まれる関西圏の活力を本県に呼び込む。

### 3 成長を支える取り組みを強化

#### ＜基本方向5＞人材の育成

#### ＜基本方向6＞担い手の確保

本県経済の礎となる人材の育成や確保の取り組みをより一層進める。若年層の地方移住への関心の高まりといった社会情勢の変化を捉え、移住促進策と連携した各分野の担い手確保策をさらに強化するとともに、人材育成の取り組みを一層充実する。併せて、SDGsの達成に向けた取り組みを支援する。

#### ＜基本方向7＞働き方改革の推進と労働生産性の向上

労働条件や労働環境の改善を図る「働き方改革」の取り組みを経営と両立する形で進める。併せて、デジタル技術の活用などを通じ、省力化・効率化を支援する取り組みを強化する。

### 【コロナ禍や物価高騰への対応】

第4期計画は、新型コロナウイルス感染症という逆風の中でのスタートとなり、拡大傾向にあった本県経済は、感染症の影響で観光分野をはじめとする幅広い業種が大きな打撃を受けました。

このため、このダメージを最小限に食い止めることができるよう、令和2年度は、第4期計画の総合的な施策群に加え、「事業の継続と雇用の維持」「経済活動の回復」「社会・経済構造変化への対応」という3つの局面に応じた取り組みを追加的に実施してきました。

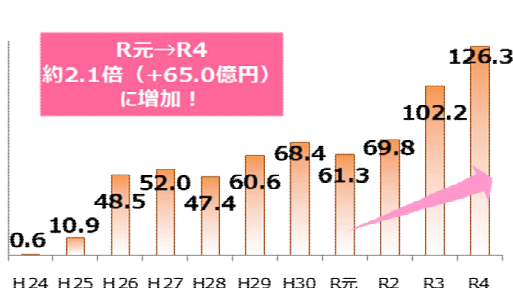
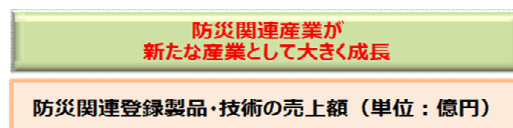
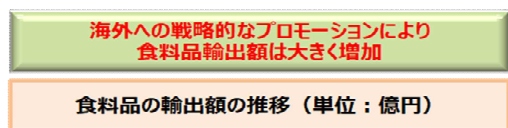
令和3年度には、戦略の方向性に、新たに「ウィズコロナ・アフターコロナ時代への対応」を追加し、これまでの取り組みをより一層強化し、本県経済を再び成長軌道に乗せられるよう、全力で取り組みました。

また、令和4年度は、新型コロナウイルス感染症の影響からは持ち直しつつあるものの、原油価格や物価の高騰が長期化し、様々な産業分野で大きな影響を受けていました。

このように本県を取り巻く環境が大きく変化する中、令和5年度からの第4期計画 ver.4 では、「ウィズコロナ・アフターコロナ時代への対応」を「社会経済構造の変化に対応した持続的な成長の促進」へと戦略の方向性を見直し、取り組みを強化しました。

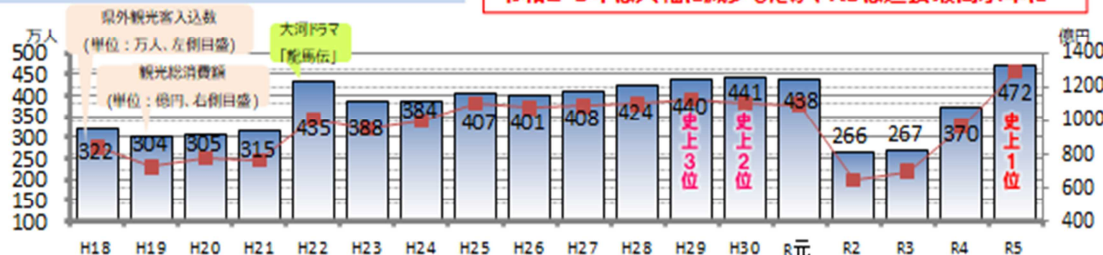
こうした取り組みもあり、現下の県経済は個人消費や観光を中心にコロナ禍からの回復軌道に乗りつつあります。

また、コロナ禍にあっても、各分野で地産外商が大きく前進し、第3期計画の最終年度である令和元年度と令和4年度との比較で、食料品の輸出額は約1.6倍となる23億円、防災関連産業の売上額は約2.1倍となる126.3億円となるなど、着実に取り組みの成果が表れています。さらに、令和5年の県外観光客入込数はコロナ禍前を超え、過去最高となる472万人を記録しました。



県外観光客入込数および観光総消費額

令和2・3年は大幅に減少したが、R5は過去最高水準に



一方、急速な人口減少や世界的なデジタル化、グリーン化の加速に加え、長期化する物価高騰など、社会経済情勢は大きく変化しており、今後はこうした変化にスピード感を持って対応していく必要があります。

【参考】高知県産業振興計画とSDGsの対応表

SDGsの17の目標	1 貧困をなくそう	2 飢餓をゼロに	3 すべての人に健康と福祉を	4 質の高い教育をみんなに	5 ジェンダー平等を実現しよう	6 安全な水とトイレを世界中に	7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに	8 働きがいも経済成長も	9 産業と技術革新の基礎をつくらう	10 人や国の不平等をなくそう	11 住み続けられるまちづくりを	12 つくる責任つかう責任	13 気候変動に具体的な対策を	14 海の豊かさを守ろう	15 陸の豊かさを守ろう	16 平和と公正をすべての人に	17 パートナーシップで目標を達成しよう	
①農業分野	●	●		●	●		●	●	●	●		●					●	
②林業分野	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●
③水産業分野	●	●		●	●			●	●	●		●	●	●	●			●
④商工業分野	●	●		●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●			●
⑤観光分野	●	●		●				●	●	●			●	●	●			●
①保健医療分野			●					●		●	●							●
②福祉分野			●	●				●		●								●
③土木分野								●		●	●							●
①関西圏との経済連携の強化	●	●		●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
②地産外商戦略の推進	●	●		●	●			●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
③起業や新事業展開の促進	●	●		●	●			●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
④移住の促進	●	●		●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
①ヘルスケア イノベーション プロジェクト			●	●	●			●	●	●								●
②アニメプロジェクト				●	●			●	●	●								●
③グリーンLPガス プロジェクト								●	●	●								●