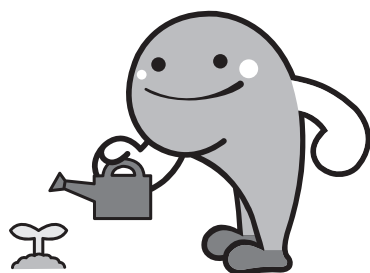
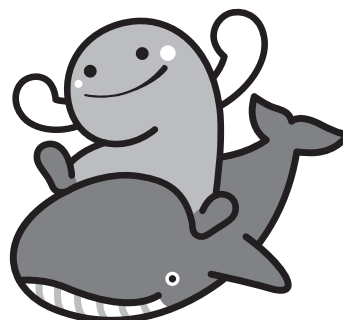
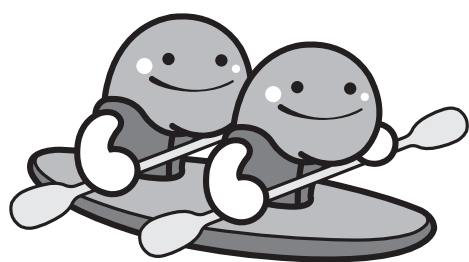


変わろう・変えよう・産業と暮らし
第3期高知県産業振興計画 ver.4

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《 総論・産業成長戦略 》



平成31年3月

高 知 県



第3期高知県産業振興計画の改定にあたって

高知県は、人口の減少が県内市場の縮小を招くことにより若者がさらに県外に流出し、さらに人口減少が加速するといった「人口減少による負のスパイラル」をたどってまいりました。

こうした本県の根本的な課題に真正面から立ち向かい、生産年齢人口の減少に伴い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、「高知県産業振興計画」を策定し、官民一丸となって挑戦を続けています。

平成21年度に産業振興計画の取り組みをスタートして以降、多くの方々にご参画いただき、様々なチャレンジがなされた結果、本県の地産外商は飛躍的に拡大し、各分野の産出額なども増加傾向にあります。また、県内総生産を見ても、かつてはマイナス成長であったものが、プラス成長へと転じています。こうしたことから、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るものと捉えています。

この拡大傾向をより強固なものとし、先々にわたるまで県勢浮揚を確かなものにしていくため、「第3期高知県産業振興計画」(H28年度～H31年度)では、『「地産外商」の取り組みをさらに強化し、その流れをより力強い「拡大再生産」の好循環へとつなげる』ことを目指して、取り組みを進めています。

第3期計画の最終年度となる平成31年度は、現計画の総仕上げに向けて目標達成に必要な施策を強化するとともに、5年後、10年後を見据えて、各分野の取り組みを大幅に強化しております。

特に、経済成長の源泉である付加価値の創造をさらに促していくため、「継続的に新たな付加価値の創造を促す仕組み」を質、量ともに充実を図ったところです。

この大幅に強化をしました第3期計画により、人手不足の深刻化という現下の課題にしっかり対応していくとともに、新たな付加価値の創出が交易の範囲の拡大につながり、さらに、交易の範囲の拡大が新たな付加価値の創出を促すという好循環を生み出してまいりたいと考えております。

「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」の一日も早い実現を目指し、私自身、県庁職員と共に知恵を出し、大いに汗をかいて、県民の皆様と共に、さらなる挑戦を続けてまいります。

皆様の積極的なご参画とご協力を心よりお願い申し上げます。

平成31年3月

高知県知事 尾崎 正直

目次

【総論】

I 産業振興計画の全体像

- 1 はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 2 計画策定の背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 - 「人口減少の負のスパイラル」に陥った本県経済
- 3 産業振興計画策定の意図（目的）・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
 - 負の連鎖を断ち切るために
 - 「経済の活性化」＝「高知県産業振興計画」の推進
 - 「高知県産業振興計画」による中山間地域の活性化
- 4 産業振興計画の構成等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
 - 総論
 - 産業成長戦略
 - 地域アクションプラン
- 5 産業振興計画の効果的な推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9
 - 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
 - PDCAサイクルにより絶えずバージョンアップを図る
- 6 産業振興計画の推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11
 - 県庁内の推進体制
 - 庁外委員によるフォローアップ体制
- 7 これまでの取り組みの成果と課題・・・・・・・・・・・・・・・・ 13
 - 第1期計画における取り組みの成果と課題
 - 第2期計画における取り組みの成果と課題

II 第3期計画の推進

- 1 第3期計画の戦略の方向性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
 - 「地産外商」の取り組みをさらに強化し、その流れをより力強い「拡大再生産」の好循環につなげることを目指す
- 2 第3期計画で掲げる目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
- 3 本県産業の内的要因・外的要因（SWOT分析）・・・・・・・・ 22
 - （1）本県の強み
 - （2）本県の弱み
 - （3）機会（チャンス）とすべき世界の潮流や全国の趨勢
 - （4）脅威となる社会経済の動向
- 4 第3期計画の基本方向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 31
 - 改革のための8つの基本方向
- 5 第3期計画の重点取り組み・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34
- 6 第3期計画の改定（第3次改定）・・・・・・・・・・・・・・・・ 44
- 7 第3期計画のさらなる進化に向けて・・・・・・・・・・・・・・ 49
 - 他の政策との融合・発展
 - 産業振興計画のさらなる進化に向けて

<付属資料>

<u>I 第1期計画の改定</u>	5 2
1 第1期計画における改定の経緯	5 2
<u>II 第1期計画（平成21～23年度）の総括</u>	5 4
1 第1期計画の評価	5 4
2 今後の展開（さらなる飛躍に向けた挑戦）	7 0
<u>III 第2期計画の改定</u>	7 1
1 第1次改定（平成25年3月）の詳細	7 1
2 第2次改定（平成26年3月）の詳細	7 8
3 第3次改定（平成27年3月）の詳細	8 5
<u>IV 第2期計画（平成24～27年度）の総括</u>	9 2
1 第2期計画の取り組みと成果等（全体まとめ）	9 2
2 県政浮揚に向けて乗り越えるべき課題と第3期計画の戦略の方向性	9 7
3 産業成長戦略の総括	9 8
4 地域アクションプランの総括	1 1 6
<u>V 第3期計画のこれまでの改定</u>	1 2 0
1 第1次改定（平成29年3月）の詳細	1 2 0
2 第2次改定（平成30年3月）の詳細	1 2 8
<u>VI 高知県経済等の動向（平成31年3月現在）</u>	1 3 3

【産業成長戦略】

<u>I 専門分野の成長戦略</u>	
1 農業分野	1 4 1
2 林業分野	2 5 7
3 水産業分野	3 3 1
4 商工業分野	3 8 9
5 観光分野	4 9 7
<u>II 産業間の連携戦略</u>	
1 地産地消・地産外商戦略の展開	5 4 9
2 移住促進による地域と経済の活性化	6 0 5
3 担い手の育成・確保	6 3 9
4 地域産業クラスターの形成	6 7 1

5 起業や新事業展開の促進	687
6 産学官連携による力強い産業の礎を築く	709

<付属資料>

I 用語の解説	724
---------	-----

<参考資料>

I 計画のフォローアップ	736
1 フォローアップの経過	736
2 産業振興計画フォローアップ委員会の構成等	745
(1) フォローアップ委員会	745
(2) 専門部会	746
(3) 産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱	748

【地域アクションプラン】……………《別冊》

I 地域区分

II 地域産業クラスターの展開

III 各地域の具体的な取組

- 1 安芸地域
- 2 物部川地域
- 3 高知市地域
- 4 嶺北地域
- 5 仁淀川地域
- 6 高幡地域
- 7 幡多地域

IV 地域アクションプランからの自立プラン

<付属資料>

用語の解説

地域アクションプランフォローアップ会議委員名簿

【 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PDCA¹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、平成 24 年度からスタートした第 2 期高知県産業振興計画（以下「第 2 期計画」という。）の計画期間が、平成 27 年度末で終了したことから、これまでの 7 年間の取り組みを土台に、飛躍への挑戦を新たなステージへ引き上げるため、平成 28 年度から平成 31 年度までの 4 年間の計画期間とする「第 3 期高知県産業振興計画」（以下「第 3 期計画」という。）を策定しました。

今回、第 3 期計画の総仕上げに向けて目標達成に必要な施策を強化するとともに、5 年後、10 年後を見据えて、各分野の取り組みを大幅に強化し、「第 3 期計画 ver.4」へと改定しました。

2 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。

■「人口減少の負のスパイラル」に陥った本県経済

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。

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

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

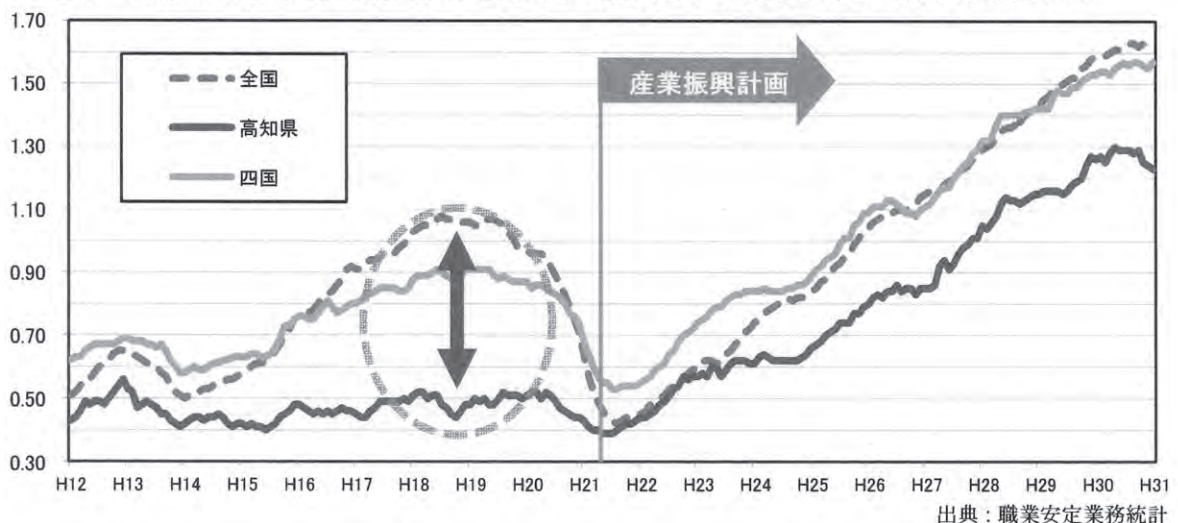


図2 本県の業況判断D.I.も有効求人倍率と同様に低迷

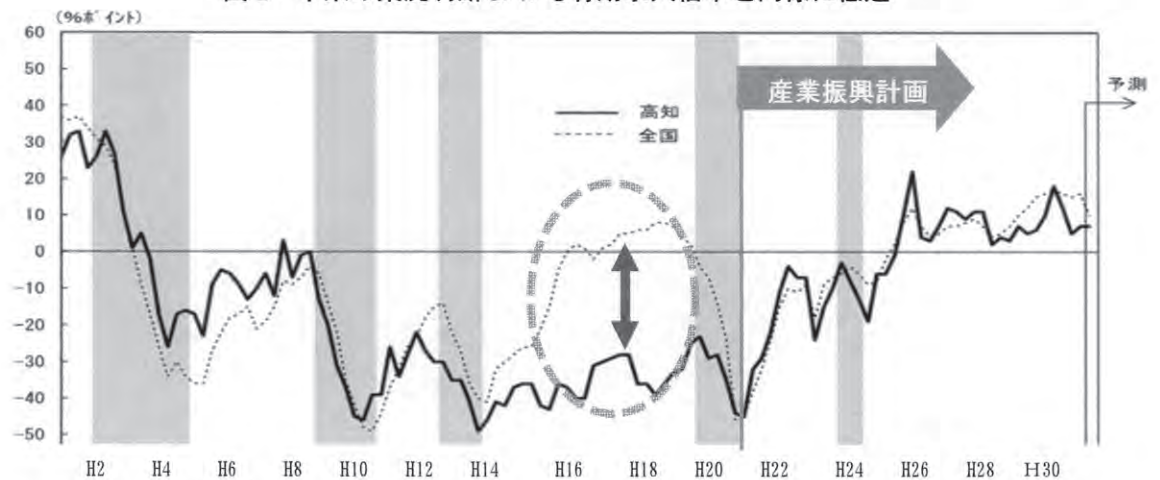
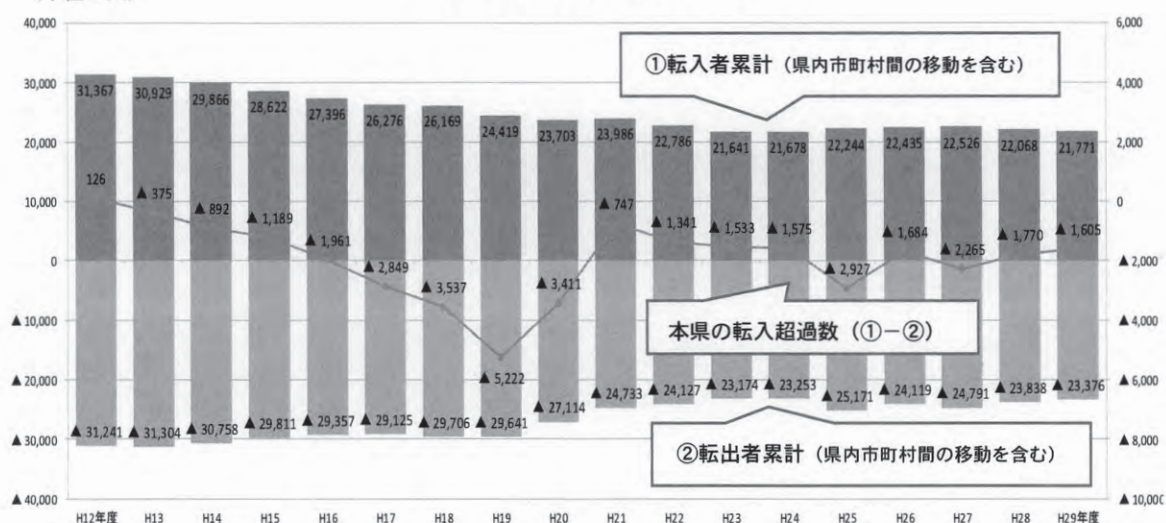
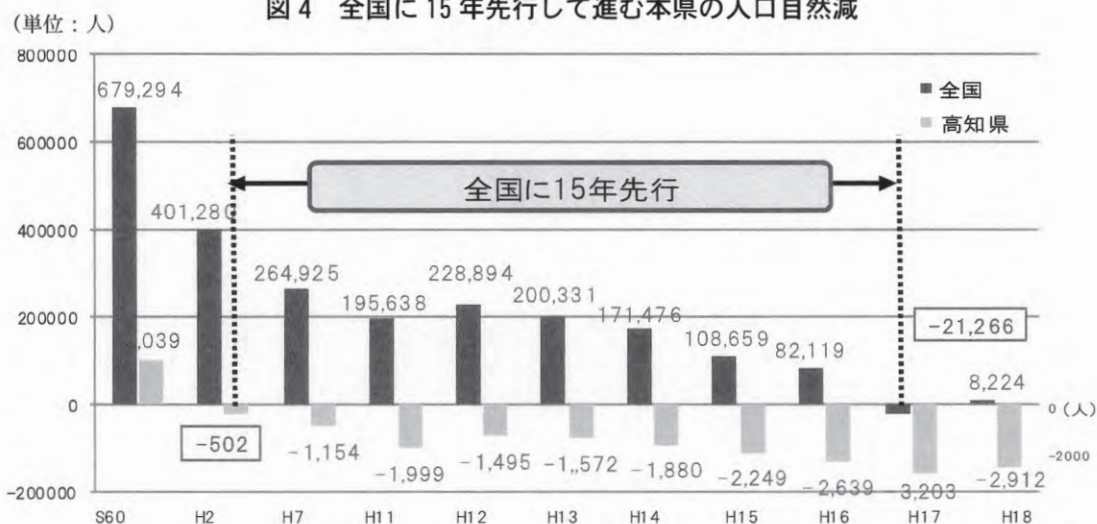


図3 本県人口の社会減が進行



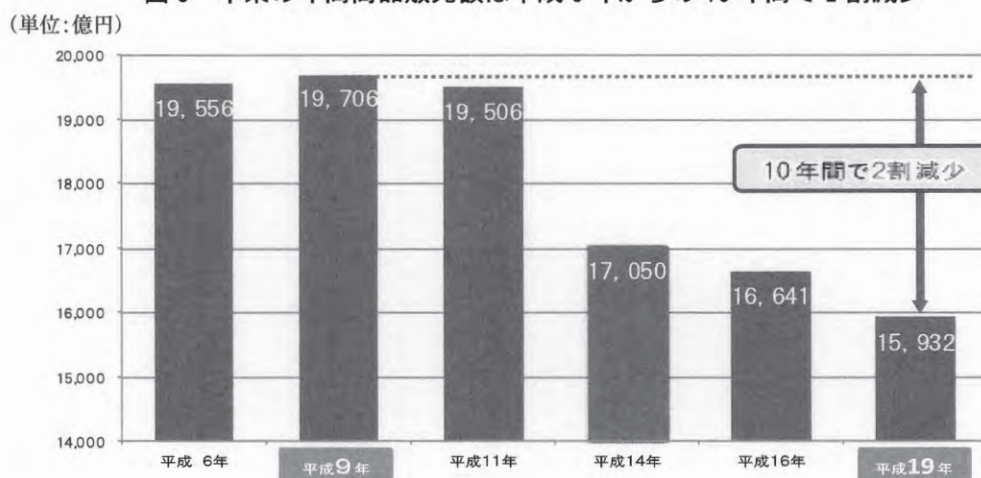
出典：高知県推計人口、市町村別住民基本台帳人口等

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

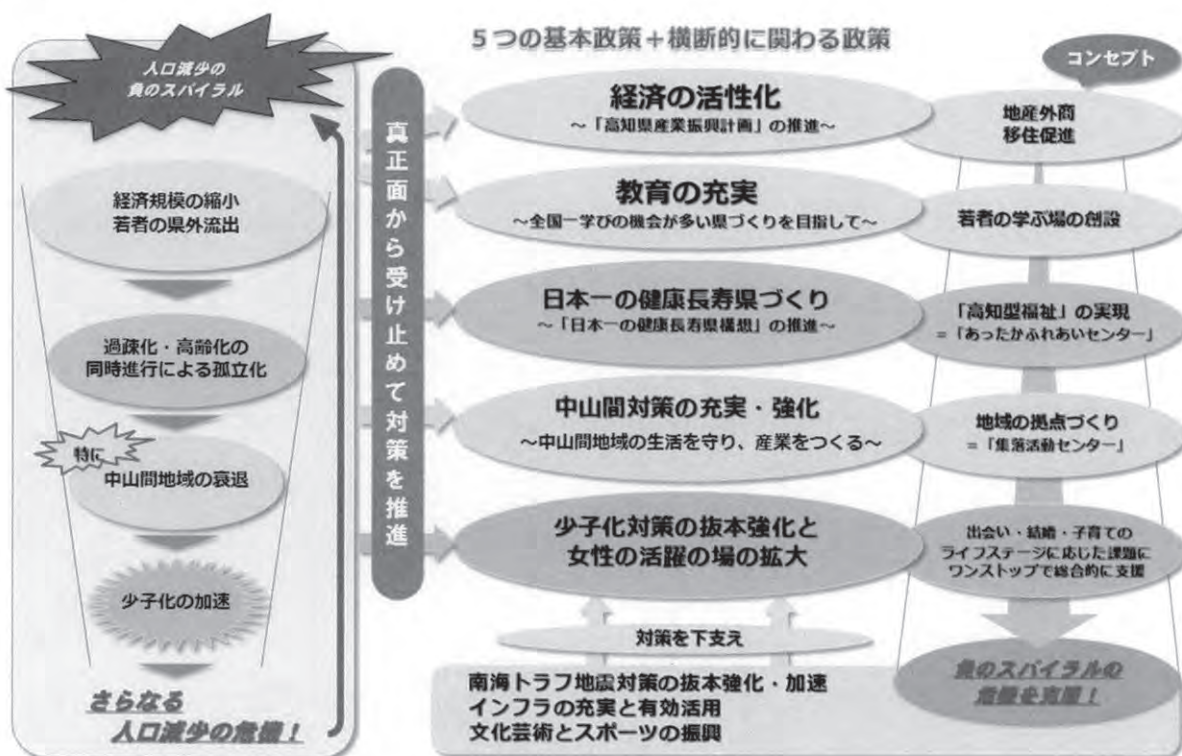


出典：商業統計調査

3 産業振興計画策定の意図(目的)

■負の連鎖を断ち切るために

この人口減少がもたらす負のスパイラルの1つ1つに立ち向かい、これを断ち切るため、「経済の活性化」「教育の充実」「日本一の健康長寿県づくり」「中山間対策の充実・強化」「少子化対策の抜本強化と女性の活躍の場の拡大」の5つの政策と、それらを下支えする「南海トラフ地震対策の抜本強化・加速化」「インフラの充実と有効活用」「文化芸術とスポーツの振興」の3つの政策を総合的に推進しています。



■「経済の活性化」＝「高知県産業振興計画」の推進

このうち、「経済の活性化」では、生産年齢人口の減少に伴い、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、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・海外からお金を稼ぐ」＝「地産外商(ちさんがいしゅう)」を戦略の柱として進めています。

■「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年から平成27年の間に、人口が46.9%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14.8%)。

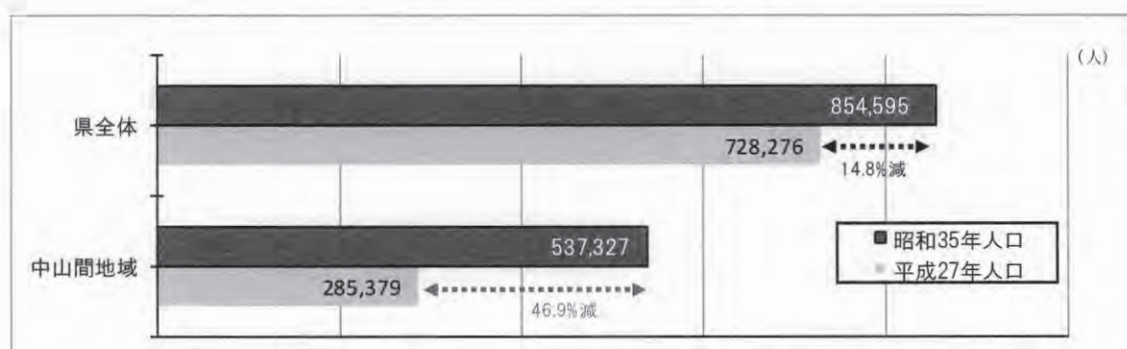
本県の基幹産業である農業や林業などの多くは中山間地域で行われており、観光誘客における高知県の売りである「豊かな自然」の多くは中山間地域に存在し、また、そこから多くの安心安全な食材などが供給されます。

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、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：集落調査

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は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」、「各分野の数値目標」などを掲げています。 ⇒p.16～p.21 参照

また、目指す将来像を実現するために、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」を逆手に取る視点から取るべき施策を導き出す分析)を行ったうえで、今後本県が目指すべき「改革のための基本方向」と、それに基づいて進める重点取り組みなどを整理しています。

■産業成長戦略

総論で示した「改革のための基本方向」を具体化する戦略として、「専門分野」と「連携テーマ」を設定しています。

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おり、これら専門分野間を結ぶ取り組みである連携テーマは、「地産地消・地産外商戦略の展開」「移住促進による地域と経済の活性化」「産学官連携による力強い産業の礎を築く」のほか、第3期計画で抜本強化した「担い手の育成・確保」「地域産業クラスターの形成」「起業や新事業展開の促進」の計6つのテーマで構成しています。

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を記載しています。

そして、この具体的な取り組みの一つひとつについて、数値目標を設定したうえで、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。

■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、県内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「産業成長戦略を地域で具体化する取り組みとして提案されるもの」の2つに大別されます。

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に対して、県が市町村との連携のもとに支援する県の計画ですが、プランの内容は、事業実施主体の行動計画としての性格を有しています。

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

■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。

県勢浮揚を成し遂げるためには、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くことが重要です。このため、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。 ⇒p.16～p.21 参照

■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不可欠です。

一方、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・販売といくつもの段階にわたっています。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。

特に、第3期計画では、拡大してきた「地産外商」の取り組みを力強い「拡大再生産」の好循環につなげるために、新たな成長の種になる事業を創り、事業を展開し、販路を拡大する取り組みを後押しするとともに、そこで生まれた成果を地域地域に波及させていくクラスター化の取り組みを進めるという、一連の政策群を強化しています。

県として、経済の好循環の創出に向け、システム全体を考察したうえで、隘路(ボトルネック)を解消し、牽引役をつくる取り組みを各産業分野で展開するとともに、多くの方々が県経済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。

■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、四半期ごとに、点検しています。

これに加えて、政策群ごとに、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は、毎年度の到達点を定めたうえで、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、計画自体にも改定を加えて、バージョンアップを図っています。

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、第3期計画からは、各産業分野における民間の皆様の自律的な発展を促す施策に注力しながら進めることとし、一定軌道に乗ってきた取り組みについては、「民主導型の官民協働」へと移行し、その分、県としては、より困難なフロントに一層力を注いでいきたいと考えています。

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。

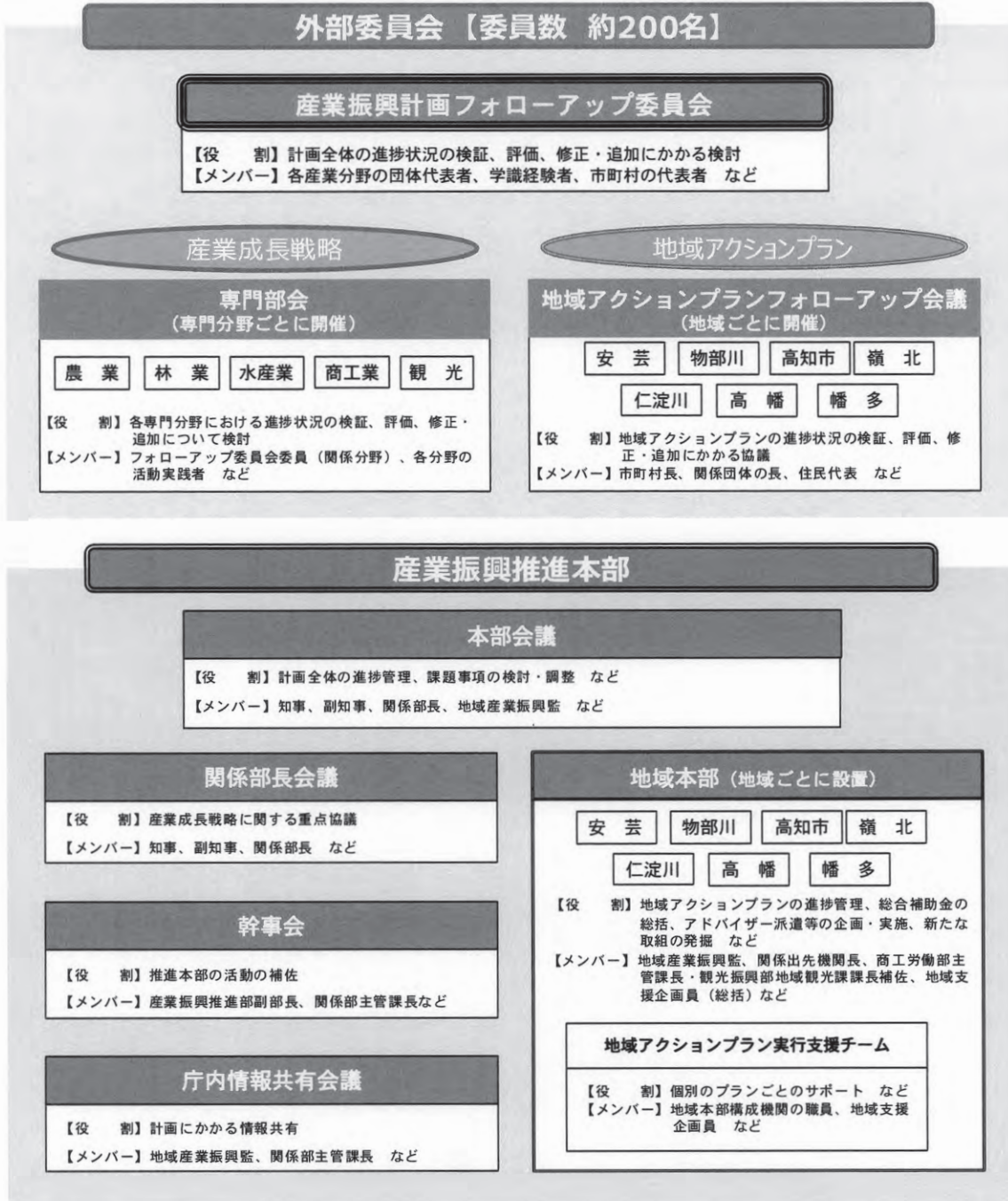
また、地域アクションプランの実行を支援するため、7つの地域に「産業振興推進地域本部」を設置し、産業部門の出先機関や地域支援企画員等を統括する責任者(地域産業振興監)を置き、その地域における地域アクションプラン全体の推進を図っています。あわせて、個別の地域アクションプランごとに、関係機関の担当者などで構成する「地域アクションプラン実行支援チーム」を設け、地域アクションプランの実行をきめ細かくサポートしています。

■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。

なお、「産業振興計画フォローアップ委員会」では、平成 27 年度から、「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」についても、産業振興計画と同様にフォローアップをしています。



7 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1,010億円と、現在の統計方法となった平成15年以降で最高となりました。

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位という高い水準を維持できました。他にも、「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1期計画のより詳細な総括は p.54～p.70 を参照

■第2期計画における取り組みの成果と課題

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、大きな産業を目指します。

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」

本県産業が長年にわたって成長、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します。

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きます。

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、ものづくり地産地消・外商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がっ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なえ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乗って、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2期計画のより詳細な総括は p.92～p.119 を参照

Ⅱ 第3期計画の推進

1 第3期計画の戦略の方向性

■「地産外商」の取り組みをさらに強化し、その流れをより力強い「拡大再生産」の好循環につなげることを目指す

これまでの産業振興計画の取り組みを通じて、地産外商が飛躍的に拡大し、本県経済は、人口減少下においても、今や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年度と直近のデータを比較すると、本県の一人当たりの県民所得や現金給与総額、労働生産性は、国を大きく上回る伸びを示しています。

しかしながら、これらは、依然、絶対水準では、国を下回っている状況にありますし、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29年度は1,605人減となっています。

一人当たりの県民所得	H20年度→H27年度：+15.5%（国+7.6%）、H27年度：国の82.8%
一人当たりの現金給与総額	H20年 →H29年：+5.4%（国△4.3%）、H29年：国の95.2%
労働生産性	H20年度→H27年度：+14.0%（国+4.6%）、H27年度：国の83.6%

こうした状況を克服するためには、本県経済の拡大傾向をより強固なものとし、先々にわたるまで県勢浮揚を確かなものにしていかなければなりません。

そのためには、経済成長の源泉となる「付加価値」を、全ての産業分野において、継続的に生み出し、その「付加価値」により、取引の範囲をさらに拡大し、それをさらなる付加価値の創出へとつなげていくという、力強い「拡大再生産」の好循環を生み出していく取り組みが最も重要です。

また、一層深刻化している人手不足や後継者不足は、今や経営上の大きな課題となっており、これまでの「地産外商」の取り組みを継続していくためにも、また、新たな取り組みにチャレンジしていくためにも、この人手不足、後継者不足という、現下の成長の「壁」を乗り越えていくことが一層重要となっています。

このため、第3期計画において、「成長に向けた「メインエンジン」をさらに強化する」、「成長の「壁」を乗り越える」、「成長を支える取り組みを強化する」という3つの施策群をさらに強化していくことを通じて、本県経済の持続的な発展につなげることを目指します。

⇒取り組みの詳細は、p34～p48 参照

2 第3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」』

より多くの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2期計画より目指す将来像として掲げている「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」」の実現に向け、引き続き、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、「人口減少による県内経済の縮みという本県が抱える積年の課題への対応策として、第一次産業から第三次産業までの『地産』を強化し、県外や海外市場に向けた『外商』に取り組むことで、県内産業の維持・発展と、地域地域に魅力ある働く場の創出を図り、次代を担う若者が、地域地域で誇りと志を持ち、産業の新たな担い手となって活力が保たれ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、「人口の社会増減」「雇用創出数」「県際間の収支」の3つの指標それぞれについて4年後・6年後・10年後(注1)の目標を設定し、到達状況を検証します。

《目標1》4年後に人口の社会増減(転入数と転出数の差による増減)をゼロにする

<H25:▲2,927人、H26:▲1,684人、H27:▲2,265人>

⇒6年後・10年後 社会増減のプラスを定着させる

《目標2》若者が誇りと志を持って打ち込める魅力ある仕事をつくる

4年間で4,000人の雇用(定量的に把握できるもの)を創出する

(上記以外にも定量的に把握できないものの観光振興や地産外商の拡大による雇用創出が見込まれる)

<第1期、第2期計画期間における雇用創出 6,139人>

⇒6年後 雇用創出 6,000人

⇒10年後 雇用創出 10,000人 ※いずれも平成28年度からの累計

《目標3》県際間の収支を改善する

産業振興計画の取り組みによる4年後の移輸出額の増加効果をプラス700億円にする

<平成23年の移輸出額 6,743億円、県際収支▲6,528億円>

⇒6年後 プラス1,000億円

⇒10年後 プラス1,600億円 ※いずれも産業連関表を用いた推計値

また、結果の公表が2年遅れであることや、外部要因の影響を大きく受けることから、県民経済計算による「県民所得」については、目標として掲げていませんが、産業振興計画の推進によって「県民所得」の着実な伸びを目指します。

その他、「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」「県内総生産」「労働生産性」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。

注1)「4年後目標」は第3期計画の終期(平成31年度)における達成目標、「6年後目標」は第2期計画で設定した10年後目標(平成33年度)の検証、「10年後目標(平成37年度)」は第3期計画における中長期的な視点としての目標として、それぞれ設定

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・6年後・10年後の目標」「分野の目指す姿」を掲げて取り組めますが、その際、特に、次のことを意識して各施策を進めていきます。

◎学びの段階から事業化までの多様なサポートにより、実践者のチャレンジを応援する

様々なチャレンジを応援するため、各分野において、多様な支援メニューを取り揃え、個々のニーズにあったメニューを選択できる環境をより充実させ、「全国一学びの機会が多い県」、また、「全国一サポート体制が整った県」となることを目指していきます。

③各分野における目標

「計画全体を貫く目標」と同様に、各分野の目標においても、「4年後」「6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、第1期・第2期計画の取り組みを通じて、生産年齢人口が減少する中であっても、各分野の産出額等が増加傾向に転じ、成長軌道に乗ってくるという形で、一定、局面が変わってきました。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3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。

産業振興計画の取り組みを検証するための数値目標



目指す将来像

地産外商が進み、地域地域で若

目指す将来

戦略

地産外商をさらに強化し、その流れをよ

若者の県外流出を防止する、
県外からの流入を促進する

若者が志を持つ
魅力ある仕事

NEW!

目標年次の意味

◆4年後目標

第3期計画の終期に
おける達成目標

◆6年後目標

第2期計画で設定した
10年目標の検証

◆10年後目標

第3期計画における
中長期的な視点の目標
(かくりたい数字)

計画全体を貫く目標 ①

総合戦略に掲げた目標(2040年に年間
1,000人の社会増)の達成に向けて、

■4年後に人口の社会増減(転入数と
転出数の差による増減)をゼロにする

※H27: △2,265人、H28: △1,770人、H29: △1,605人

6年後、10年後:
社会増減のプラスを定着させる

計画全体を貫く目

■4年間で4,000人の
できるもの)を創出
+ 定量的に把握できな
地産外商の拡大によ

※第1期・第2期計画
雇用創出6,139

6年間: 雇
10年間: 雇
※いずれもト

◎全国一学びの機会が多い県を目指す

学びの段階から事業
実践者の

分野の 目指す姿	農業分野		林業分野		水産業分野			
	地域で暮らし稼げる農業	山で若者が働く、 全国有数の国産材産地	若者が住んで稼げる元気 村	農業産出額等	農業生産量 ※野菜主要11品目	原木生産量	木材・木製品 製造業出荷額等	漁業生産額 ※サンゴ除く
目標 項目	1,150億円 以上	13.3万t 以上	90万㎡ 以上	256億円 以上	490億円 以上	220t 以		
10年後 (H37)	1,090億円 以上	12.2万t 以上	81万㎡ 以上	232億円 以上	476億円 以上	203t 以		
6年後 (H33)	1,060億円 以上	11.6万t 以上	78万㎡ 以上	220億円 以上	460億円 以上	200t 以		
4年後 (H31)	1,201億円 (H29)	9.2万t (H30)	66.8万㎡ (H29)	215億円 (H29)	420億円 (H28)	199t (H2		
現状	965億円 (H26)	9.5万t (H26)	61万㎡ (H26)	204億円 (H26)	446億円 (H25)	173t (H2		
3期計画 発射台	933億円 (H22)	—	40.4万㎡ (H22)	150億円 (H22)	—	160t (H2		
2期計画 発射台								

者が誇りと志を持って働ける高知県

来像の実現！

力強い「拡大再生産」の好循環へ！

て打ち込める
事をつくる

標 ②

雇用（定量的に把握する）

いものの観光振興や
る雇用創出が見込まれる

期間における
人（定量的に把握できるもの）

雇用創出 **6,000人**
雇用創出 **10,000人**
128からの累計



計画の実効性をさらに高めるため、PDCAサイクルにより、数値目標の到達状況を定期的に点検・検証しています。

県際間の収支を改善する

計画全体を貫く目標 ③

■産業振興計画の取り組みによる4年後の移輸出額の増加効果をプラス700億円にする

※H23年 移輸出額 6,743億円
県際収支（移輸出額－移輸入額）△6,528億円

6年後：**プラス1,000億円**
10年後：**プラス1,600億円**

※いずれも産業連関表を用いた推計値

県民所得の向上

県民所得については、結果の公表が2年遅れであること、外部要因の影響を大きく受けることから、目標として掲げていませんが、計画の推進によって「県民所得」の着実な伸びを目指します。

化までの多様なサポートにより、
チャレンジを応援する

◎全国一サポート体制が整った県を目指す

	商工業分野	観光分野		地産地消・地産外商戦略（食品分野）	移住促進
な漁	拡大再生産による雇用拡大と、地域の賑わいによる活気ある商工業	世界に通用する「本物と出会う高知観光」の実現		・素材を生かした加工立県 ・県産品が全国ブランドに	移住者と一緒に創る元気な地域
工荷額	製造品出荷額等	県外観光客入込数	観光総消費額	食料品製造業出荷額等	県外からの年間移住者
億円以上	7,000億円以上	470万人以上	1,410億円以上	1,085億円以上	3期計画の取組による成果を踏まえて設定
億円以上	6,400億円以上	450万人以上	1,300億円以上	1,035億円以上	
億円以上	6,000億円以上	435万人以上	1,230億円以上	1,000億円以上	
億円(8)	5,800億円(H29)	441万人(H30)	1,126億円(H29)	1,089億円(H29)	1,000組以上
億円(5)	5,260億円(H26)	408万人(H27)	1,075億円(H26)	892億円(H26)	816組(H29)
億円(1)	4,681億円(H22)	388万人(H23)	953億円(H23)	861億円(H22)	403組(H26)
					120組(H23)

注) ・農業分野の「農業生産量」の目標は、野菜(主要11品目)のほか、果樹(主要2品目)、花き(主要3品目)、畜産(あかうし飼養頭数)を設定しています
 ・水産業分野の目標は、第2期計画では「沿岸漁業生産額」でしたが、第3期計画では「漁業生産額(サンゴ除く)」に変更しています
 ・地産地消・地産外商戦略(食品分野)の目標である「食料品製造業出荷額等」は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額の合算としています

3 本県産業の内的要因・外的要因(SWOT分析)

本県の厳しい経済の状況を抜本的に変えていくためには、まずは本県の強みとするところを今一度見つめ直し、弱みを洗い直したうえで、強みの持つ潜在力を生かして、弱みを補いながら、さらに伸ばせるところ、可能性のあるところに資源を集中していく必要があります。

今回、計画の実行によって得られた成果や残された課題、本県を取り巻く社会経済情勢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(SWOT分析)を行い、第3期計画 ver.4 に反映しました。

(1) 本県の強み

- ・【食】全国トップレベルの食、多様な一次産品
- ・【自然と歴史】日本一の森林率、多様で豊富な自然、多くの偉人を輩出
- ・【人・技術力】明るい県民性、独自の技術力を持つ地場企業、これまで築き上げてきた県外や海外とのつながり、志ある実践者の増加、過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術

■食：全国トップレベルの食、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³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」で全国トップクラスという評価を得ています。

- ・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⁴
- ・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⁵
『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 20、21、30 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	39,700t	16.4%	1位
キュウリ	23,200t	4.8%	7位
ピーマン (シントウを含む)	13,300t	10.2%	3位
シントウ	3,020t	47.0%	1位
ミョウガ	4,725t	91.1%	1位
ニラ	14,900t	27.6%	1位
オクラ	1,683t	14.3%	2位
ショウガ	16,600t	43.6%	1位
ユズ	13,249t	55.4%	1位
ブantan	10,968t	95.2%	1位
日向夏(小夏)	1,687t	34.2%	2位
ユリ	1,630万本	11.8%	2位

野菜・花き：平成 29 年産（ミョウガ、オクラは平成 28 年産）
果樹：平成 29 年産

³ 社会生活統計指標—統計でみる都道府県のすがた 2019—（総務省）

⁴ 農林水産省データ（H29 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）

⁵ 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**：日本一の森林率、多様で豊富な自然、多くの偉人を輩出

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：『もともと自然が残っていると考える日本の川』13年連続第1位⁶
- ・仁淀川：『平均水質(BOD値)が最も良好な河川』に過去10年間で6回選出⁷
- ・全国トップクラスの年間日照時間(平成29年 全国第8位(2,218時間))、年間降水量(平成29年 全国第9位(2,022mm))
- ・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・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CO₂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(平成27年9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⁸ 坂本龍馬
『一緒に旅してみたい歴史上の人物』第1位⁹ 坂本龍馬
- ・四国八十八箇所霊場と遍路道(平成27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

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

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いますか」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います。

- ・都市部住民2,000人に対して行った平成30年度のアンケート調査(平成30年10月)では、高知県への愛着度・好感度は55.1%、行きたい度は52.8%、住みたい度は15.2%、5年以内に高知県に来たことがある方になると、愛着度・好感度は84.7%、行きたい度は78.1%、住みたい度は30.2%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42都道府県、204の祭りで演舞される
海外では28の国や地域で祭りが開催される

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言えます。

⁶ 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)

⁷ 全国一級河川の水質状況 2012～2017年(国土交通省)

⁸ 県アンケート調査2018年10月調査

⁹ 情報検索サイト「goo」2011年7月調査

・「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¹⁰

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¹¹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¹²

(高知では18の日本一)

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。しかしながら、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、若者の流出、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
- ・【経済体質】 小規模・零細事業者が多い、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

■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、若者の流出、中山間地域の衰退

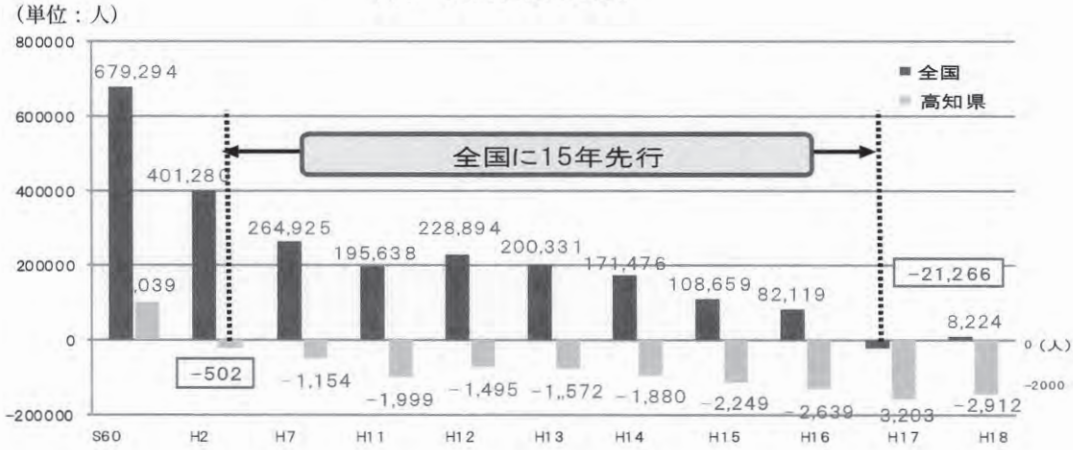
本県では、人口が全国に15年先行して自然減(図7)となり、高齢化率(図8)の上昇でも10年先行しています。また、中山間地域を中心に総人口そのものも減少が続いており、必然的に県内市場は縮小を続けています。さらに、国立社会保障・人口問題研究所(社人研)による2045年(平成57年)までの県人口の将来推計(図8、9)では、生産年齢人口が平成27年の約6割、おおよそ24万人まで減少すると見込まれるとともに、今後も高齢者の割合はますます高くなります。

¹⁰ 高知市の「横山龍一記念まんが館」、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

¹¹ 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

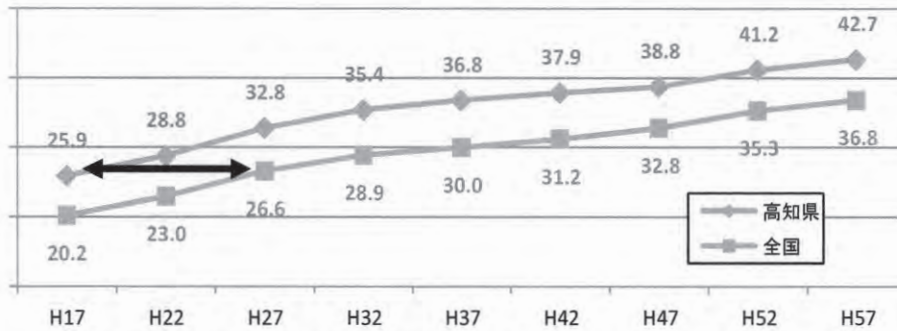
¹² 四国経済産業局「四国が一番 四国が誇る日本一・世界一(平成16年度版)」生産シェア等が日本一・世界一である製品

図7 人口自然増減数



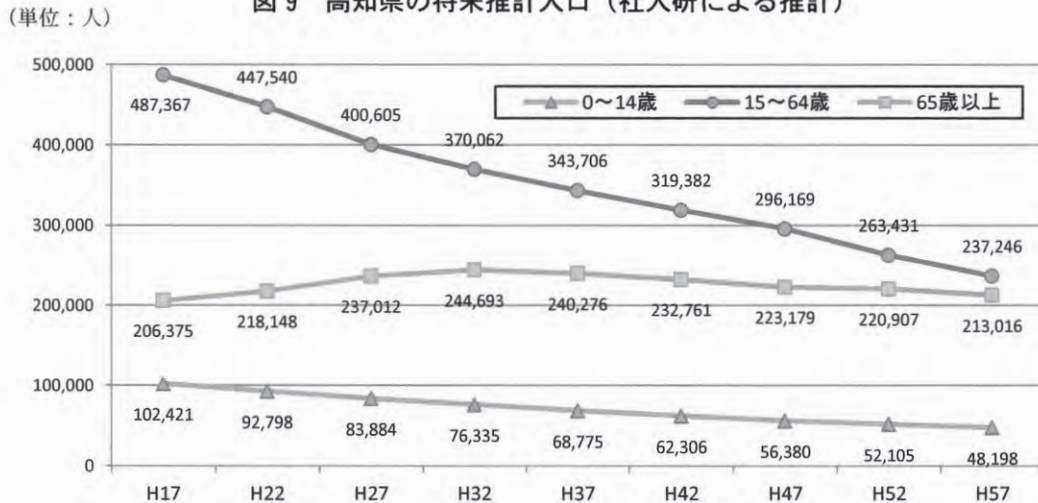
出典：人口動態調査（厚生労働省）

(単位：%) 図8 65歳以上人口の割合（社人研による推計）



出典：国勢調査（総務省）(H17, 22, 27)、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9 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)、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割も減少しています。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問題となっています。

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、担い手不足がより深刻になっています。

図10 農業就業人口の推移

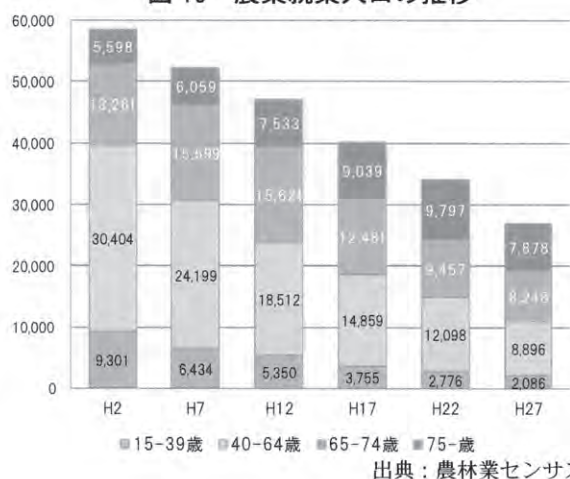


図11 林業就業者数の推移

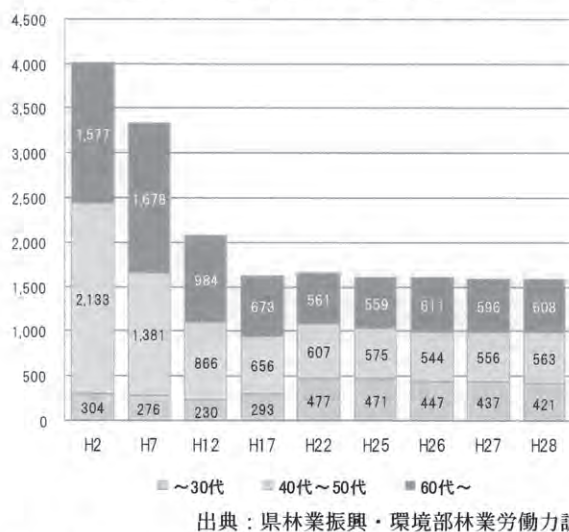
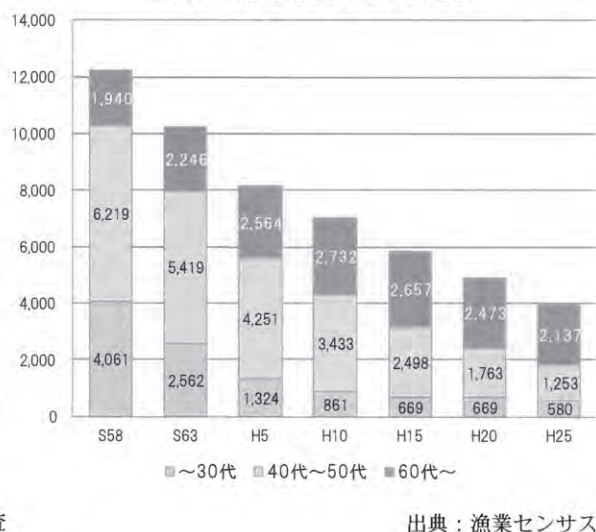


図12 漁業就業者数の推移



■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

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。

■**経済体質**：小規模・零細事業者が多い、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

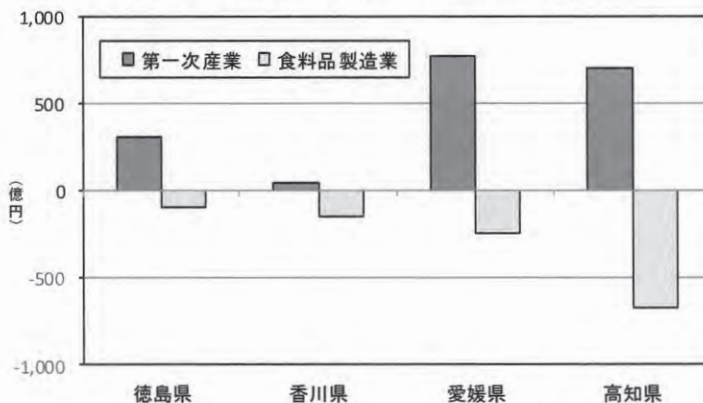
また、本県は、食品加工産業の集積に乏しく、その多くは小規模であることから、第一次産業の強みを生かした食品加工への展開、食品周辺の産業への波及が弱く、一部の加工工程をわざわざ県外でせざるを得ないなど、機会損失も生じています。また、機械系のものづくりの分野ではニッチな分野で活躍している企業はあるものの、基幹的な産業の集積、技術の集積が弱く、特に製造業の層の厚みに乏しいのが現状です。

その結果、第一次産業に関連が深く、その強みを最も生かせ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 13)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 14)を見てみますと、本県は約 6,500 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。

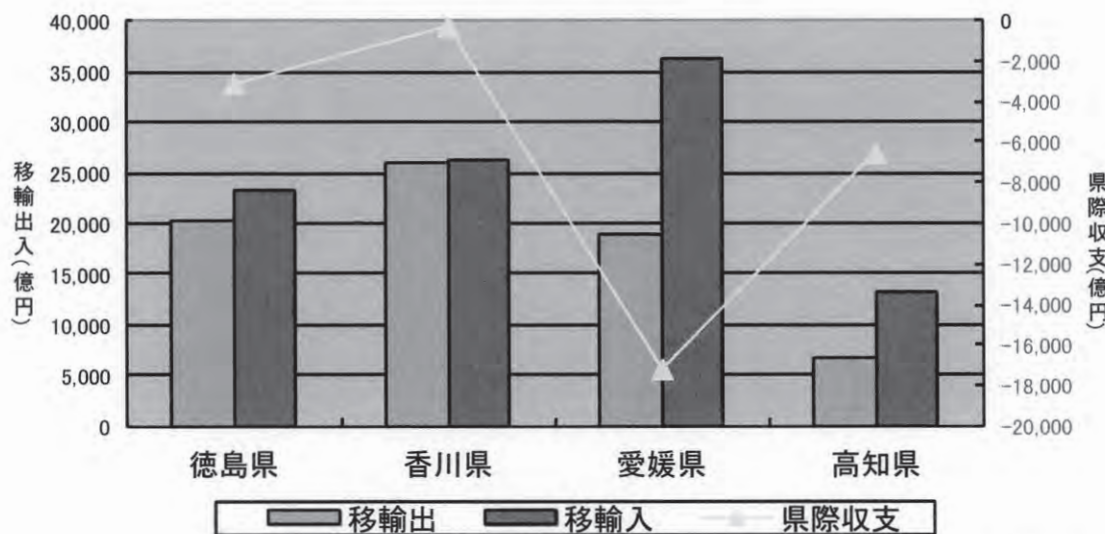
また、休廃業・解散の件数は増加傾向にあり、このままでは多くの働く場が失われてしまいます。

図 13 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 23 年)

図 14 四国 4 県の移輸出・移輸入額



出典：産業連関表(平成 23 年)

(3) 機会(チャンス)とすべき世界の潮流や全国の趨勢

- ・【消費者マインド】消費者ニーズの多様化、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、心の豊かさへの意識の変化
- ・【全国的な社会・経済情勢】全国的な高齢化の進行、ICT、IoT・AIの多面的な活用、大学の地域貢献、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会、防災対策の強化
- ・【国際化】訪日外国人観光客の増加（クルーズ船の寄港増など）、日本食ブーム、貿易の自由化（輸出の促進）

■消費者マインド：消費者ニーズの多様化、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
心の豊かさへの意識の変化

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が振興してきています。

また、国内外で頻発する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・消費動向への変化により、健康的な食生活への志向が強まっています。

その上、近年、田舎暮らしやスローライフへの関心が高まるとともに、「モノの豊かさ」より「心の豊かさ」を求める人の割合も増えており、移住への関心が高まっています。本県の強みや魅力を存分に生かし、全国に情報発信することで高知ファンや移住に関心のある方を増やし、本県への移住に結び付け、地域や経済の活性化につなげるチャンスだと言えます。

■全国的な社会・経済情勢：全国的な高齢化の進行、ICT、IoT・AIの多面的な活用、大学の地域貢献、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会、防災対策の強化

今後、大都市圏においては、より多くのリタイアメント層が生じることが見込まれます。本県は、全国に10年先行して高齢化が進んでおり、今後、高齢者の減少も見込まれることから、大都市圏からリタイアメント層を受け入れる余地が大きいという意味では、これも大きなチャンスと見ることもできます。

リタイアメント層の受け入れによって、経済波及効果だけでなく、医療や福祉、介護などの関連サービスの振興と雇用の創出が期待されます。さらに、「生涯活躍のまち(日本版CCRC)」の取り組みにより、都会のアクティブシニア層を地方に呼び込む流れが生まれれば、このチャンスはさらに拡大していくと考えられます。

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おり、こうした機会を各産業分野に活かしていく環境が整いつつあります。

また、様々な分野でICTやIoT・AIの活用が進んでおり、これらを活用して、売り上げを大きく伸ばす企業も増えていきますし、業務のアウトソーシングやアプリの開発など、様々な新しい仕事も増えてきています。こうした仕事は中山間地域でも行うことが可能です。また、本県の様々な分野での生産やサービスにICTやIoT・AIを取り入れることにより、生産性の向上を図っていくことが期待されます。さらに、中山間地域の様々な課題の解決に、IoT等の技術を活用することにより、新たな産業化につなげていくことも期待されます。

そのほか、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催に向け、全国的にスポーツやこれに関連するカヌー体験といったアクティビティに対する関心が高まることが予想されるため、本県の強みである自然を生かして観光客を増やすことができるという点で、さらに、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る中、国内だけでなく海外にも、本県の防災製品や技術を売り込んでいけるという点でも、大きなチャンスと言えます。

■ **国際化**：訪日外国人観光客の増加(クルーズ船の寄港増など)、日本食ブーム、貿易の自由化(輸出の促進)

近年、日本を訪れる外国人観光客の数は毎年増加しており、それにともない、本県の外国人観光客の数も年々増加しています。

本県では、外国クルーズ客船の寄港が大幅に増加するなど、これまで以上に様々な国から外国人観光客が訪れています。外国人観光客の満足度をさらに高めるべく、多言語化やおもてなしなどの受入環境を整備し、さらに外国人のニーズに応じた旅行商品づくりと情報発信を進めることで、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外商については、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。

(4) 脅威となる社会経済の動向

- ・【**全国的な社会・経済情勢**】全国的な人手不足、貿易の自由化(安価な外国産品の流入)
- ・【**地域間競争**】県外製品・資本の流入、地域間競争の激化

■ **全国的な社会・経済情勢**：全国的な人手不足、貿易の自由化(安価な外国産品の流入)

生産年齢人口の減少や景気の回復などによって、ここ数年、全国的に人手不足感が一層強まってきました。また、本県においても、有効求人倍率が平成27年11月以降1倍を超えたとともに、完全失業率も減少傾向にあるなど、雇用失業情勢は引き続き改善しており、本県経済の持続

的な発展を図るうえで、この人手不足という問題を克服していくことが不可欠であると考えています。

さらに、平成 26 年の日本の貿易総額(輸出額と輸入額の合計)約 159 兆円は、同年の日本の国家予算(約 96 兆円)を大きく上回り、中国、アメリカ、ドイツに次ぐ世界第4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。

また、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。

こうした脅威に立ち向かっていくためにも、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合を余儀なくされ、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、移住促進に力を入れる自治体も増えてきました。

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。

4 第3期計画の基本方向

■改革のための8つの基本方向

- 1 成長に向けた「メインエンジン」をさらに強化する
 - ① 継続的に新たな付加価値の創造を促す仕組みを意図的に構築する
 - ② 交易の範囲のさらなる拡大を図る
- 2 成長の「壁」を乗り越える
 - ③ 担い手の確保策を抜本強化する
 - ④ 省力化・効率化の徹底に向けたサポートを強化する
- 3 成長を支える取り組みを強化する
 - ⑤ 起業や新事業展開を促進する
 - ⑥ 地域産業クラスターを形成する
 - ⑦ 人材育成・確保の取り組みを充実する
 - ⑧ 金融機関等との連携により事業戦略の策定と実行支援を強化する

本県産業をさらに力強いものにしていくためには、ここまで見てきたような「強み」「弱み」「機会（チャンス）」「脅威」とその組み合わせを整理し、さらなる体質強化を図る戦略を導き出すことが重要です。

そのうえで、それらの戦略に沿って、本県が目指すべき姿に向けてのこれまでの取り組みを徹底的に検証し、その対策として欠けていた点、手が届いていなかった点を明らかにして、思い切った対策を講じなければなりません。

第3期計画 ver.4 への改定に際して現下の課題や最新の全国の動向等を分析するとともに、S WOT分析の再点検を行った結果、今後本県が目指すべき基本方向について、別表(SWOT分析と「改革のための8つの基本方向」)のとおり整理しました。

SWOT分析と「改革のための8つの基本方向」



Opportunities

消費者マインド	全国的な社会・経済情勢	国際化
<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズの多様化 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 心の豊かさへの意識の変化 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢化の進行 IoT・AI等の活用 大学の地域貢献 オリ・パラ東京大会 防災対策の強化 	<ul style="list-style-type: none"> 訪日外国人観光客の増加 日本食ブーム 貿易の自由化(輸出の促進)

Strengths

強み

食
<ul style="list-style-type: none"> 全国トップレベルの食 多様な一次産品
自然と歴史
<ul style="list-style-type: none"> 日本一の森林率 多様で豊富な自然 多くの偉人を輩出
人・技術力
<ul style="list-style-type: none"> 明るい県民性 独自の技術力を持つ地場企業 (これまで築き上げてきた) 県外や海外とのつながり 志ある実践者の増加 過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術

Weaknesses

弱み

人口問題
<ul style="list-style-type: none"> 少子化・高齢化の加速 県内経済規模の縮小 担い手の不足 若者の流出 中山間地域の衰退
地理的ハンディ
<ul style="list-style-type: none"> 大消費地から遠距離 県内各地に観光スポットが点在
経済体質
<ul style="list-style-type: none"> 小規模・零細事業者が多い 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

S 多様な一次産品/日本一の森林率/全国トップレベルの食	O 食の安全・安心志向/IoT・AI等の活用/大学の地域貢献	
新技術の導入等により、農畜産物や水産物等の高品質・高収量化(第一次産業の強化)を図り、全国・海外に外商を展開する		基本方向 1・2
S 全国トップレベルの食/独自の技術力を持つ地場企業/県外や海外との繋がり	O 食の安全・安心志向/IoT・AI等の活用/貿易の自由化/日本食ブーム	
豊富な食材や地場産業の技術力を生かして、食品産業、ものづくり産業の高度化を図り、全国・海外に外商を展開する		基本方向 1・2
S 全国トップレベルの食/多様で豊富な自然/多くの偉人を輩出	O 訪日外国人観光客の増加/オリ・パラ東京大会	
食・自然・歴史の魅力を生かした観光商品をつくり、県外・海外から観光客を呼び込む		基本方向 1・2
S 過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術/県外や海外との繋がり/多様な一次産品	O 防災意識の高まり/防災対策の強化/IoT・AI等の活用	
防災関連産業、IT・コンテンツ関連産業、施設園芸関連産業などの新たな産業を創出し、付加価値を生み出す		基本方向 1
S 全国トップレベルの食/多様で豊富な自然/明るい県民性	O 移住への関心の高まり/全国的な高齢化の進行	
若者からリタイアメント層まで多くの方に高知の魅力を感じてもらい移住・定住していただく		基本方向 3・7
S 志ある実践者の増加	O 消費者ニーズの多様化/IoT・AI等の活用	
継続的に新たな挑戦が行われる環境を醸成し、起業・新事業展開を促進する		基本方向 5
W 県内経済規模の縮小/小規模、零細事業者が多い/大消費地から遠距離	O 消費者ニーズの多様化/食の安全・安心志向/日本食ブーム/貿易の自由化	
外商のハードルを下げる共通のプラットフォームをつくり、県内事業者の挑戦を後押しする		基本方向 2
W 中山間地域の衰退/担い手の不足	O 大学の地域貢献/食の安全・安心志向	
地域アクションプランの取り組みを通じて、中山間地域の新たな産業や新たな価値を創出する		基本方向 1
W 若者の流出/製造業分野の産業集積度が低い/食料品出荷額が少ない/県内各地域に観光スポットが点在	O オリ・パラ東京大会/IoT・AI等の活用/消費者ニーズの多様化	
地域産業クラスター、観光クラスターを形成することにより、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を地域地域につくる		基本方向 6

高知県の強みを生かし、弱みをカバーする取り組みを推進！

T Threats

脅威

全国的な社会・経済情勢 ・貿易の自由化（安価な外国産品の流入） ・全国的な人手不足	地域間競争 ・県外製品・資本の流入 ・地域間競争の激化
--------------------------------------------------------	------------------------------------------



S 多様な一次産品/日本一の森林率/全国トップレベルの食/独自の技術力を持つ地場企業/県外や海外との繋がり/多様で豊富な自然/多くの偉人を輩出

T 貿易の自由化（安価な外国産品の流入）/県外製品・資本の流入/地域間競争の激化

T 全国的な人手不足

(第一次産業、食品産業、ものづくり産業、観光等 共通)

➡ 他地域との差別化を図ることができる付加価値の高い商品開発を進める **基本方向 1**

➡ 人手不足を補い、競争力を高める省力化・効率化の取り組みを促進する **基本方向 4**

S 県外や海外との繋がり/独自の技術力を持つ地場企業

T 貿易の自由化（安価な外国産品の流入）/地域間競争の激化

➡ 築き上げてきた国内外とのネットワークを最大限活用し、外商を拡大する **基本方向 2**

S 志ある実践者の増加

T 全国的な人手不足/地域間競争の激化

➡ 経営感覚を持ち、自ら考え行動できる人材を育成・確保する **基本方向 7**

W 中小規模・零細事業者が多い/休業業・解散の増加/担い手の不足

T 県外製品・資本の流入/全国的な人手不足

➡ 事業の継続・発展に向けて、円滑な事業承継や中核人材の確保を図る **基本方向 3**

W 小規模・零細事業者が多い/中山間地域の衰退

T 県外製品・資本の流入/地域間競争の激化

➡ 競争力の維持・向上に向けて、商品やサービスを常に進化し続ける **基本方向 5**

W 担い手の不足/若者の流出/少子化・高齢化の加速

T 全国的な人手不足/地域間競争の激化

➡ 本県産業を支える人材を育成・確保する **基本方向 3・7**

基本方向 1
 継続的に新たな付加価値の創造を促す仕組みを意図的に構築する

基本方向 2
 取引の範囲のさらなる拡大を図る

基本方向 3
 担い手の確保策を抜本強化する

基本方向 4
 省力化・効率化の徹底に向けたサポートを強化する

基本方向 5
 起業や新事業展開を促進する

基本方向 6
 地域産業クラスターを形成する

基本方向 7
 人材育成・確保の取り組みを充実する

+ すべての取り組みの土台

基本方向 8
 金融機関等との連携により事業戦略の策定と実行支援を強化する

5 第3期計画の重点取り組み

「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・6年後・10年後の目標」(p.20～p.21に記載)を実現していくため、第3期計画 ver.4では、8つの基本方向に沿って、取り組みをさらに充実・強化し、引き続きさらなる挑戦を続けます。

【1. 成長に向けた「メインエンジン」をさらに強化する】

基本方向1 継続的に新たな付加価値の創造を促す仕組みを意図的に構築する

人口減少の下押し圧力に屈することなく、本県経済が持続的な発展を成し遂げていくためには、新たな付加価値を生み出し、これにより取引の範囲をさらに拡大し、それをさらなる付加価値の創出へとつげていく、という「地産外商」の好循環を生み出すことが重要となります。このため、すべての産業分野において、継続的に新たな付加価値の創造を促す仕組みをさらに強化します。

具体的には、次の取り組みを進めていきます。

(1) 第一次産業

農業分野では「地域で暮らし稼げる農業」の実現を目指して、高品質・高収量を実現するため、環境制御などの先進技術を導入した「次世代型こうち新施設園芸システム」のさらなる普及を図ります。さらに、このシステムにAIなどの最先端の技術を融合させ、「Next次世代型」として、飛躍的に進化させるため、産学官が連携して開発に取り組むとともに、この取り組みを通じて新たな施設園芸農業関連産業群の創出を目指します。また、生産条件が不利な中山間地域の農業を維持し、活性化するため、集落営農の裾野の拡大と、複合経営に取り組む「こうち型集落営農」の法人化へのステップアップを一体的に進めるとともに、中山間農業複合経営拠点の整備を推進します。

林業分野では「山で若者が働く、全国有数の国産材産地」となることを目指して、構築した川上から川下までの流れをさらに拡大し、全国一の森林率を誇る本県の豊かな森林資源を余すことなくダイナミックに活用していくため、効率的な生産システムの導入や森林組合の生産工程の改善、高性能林業機械の導入、皆伐の促進などにより、生産性向上に取り組むことで、原木生産のさらなる拡大を図ります。また、付加価値の高い製品づくりに向け、県内事業者の新たな製品づくりや共同乾燥施設の整備を推進するとともに、製材事業者の加工力強化やCLTパネルなどの高次加工施設の整備などへの支援により、加工体制のさらなる強化を図ります。さらに、CLT等による低層非住宅建築物等の木造化・木質化の促進により、飛躍的な木材需要の拡大を図ります。

水産業分野では「若者が住んで稼げる元気な漁村」づくりを目指して、漁業のIoT化（高知マリンイノベーション）の推進により、効率的な漁業生産体制への転換を図るとともに、クロマグロ等の人工種苗の量産体制の確立による養殖生産ビジネスの拡大や、地元合意による定置網漁業や養殖業における未利用漁場の利用促進などにより、漁業生産の維持・拡大に取り組みます。また、高度な衛生管理基準を備えた大型の加工施設の稼働などにより、国内外の市場ニーズに対応できる産地加工体制の強化に取り組みます。

(2) 第二次産業

ものづくりの地産地消のさらなる推進を図るとともに、外商ができる付加価値の高い製品を数多く生み出していくため、食品加工や機械系ものづくり、防災関連産業の分野において、徹底した一貫サポート体制により、設備投資の促進とものづくり力や商品力のさらなる強化を図ります。あわせて、本県の強みである紙産業の飛躍的な成長を促進するため、新素材の技術開発や加工技術の確立などに取り組みます。

(3) 第三次産業、全般

IT・コンテンツアカデミーによる人材育成や都市部からの人材確保策の強化、企業誘致の推進などにより、「IT・コンテンツ関連産業の集積」を加速します。また、デジタル技術を活用して、様々な分野の課題解決を図るとともに、この過程を通じて開発された機械やシステムなどの外商を促進する「課題解決型産業創出」を加速します。この2つ取り組みの好循環の創出により、「高知版 Society5.0」の実現につなげます。

観光分野では「世界に通用する『本物と出会える高知観光』を実現」するため、「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」を通じて、自然体験とこれまで磨き上げてきた歴史と食を一体的に連動させた戦略的な観光地づくりを進めるとともに、県内各地域への誘客を促進します。また、外国人観光客のさらなる誘客拡大に向け、これまでの団体旅行に加え、個人旅行(FIT)向け商品の造成・販売促進に取り組みます。

地域における雇用の創出と所得の向上を図るため、「地域アクションプラン」の推進により、地域の資源を活用した新たな産業づくりを進めるとともに、商店街のにぎわい創出や新規創業などへの支援により、地域商業の活性化を図ります。

重点取り組み

※下線は、第3期計画 ver. 4で特に強化した取り組み（以下、同じ）

<第一次産業の付加価値向上と飛躍的な生産拡大>

- [農業] ○「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及推進
- 「Next 次世代型こうち新施設園芸システム」の開発

○中山間農業複合経営拠点の整備、集落営農の推進

○地元と協働した企業の農業参入の促進

[林業]

○生産性の向上による原木の増産

○加工体制の強化（製材事業体の加工力強化、A材（良質材）を活用した付加価値の高い製品開発を展開する仕組みの構築、高次加工施設の整備）

○木材需要の拡大（CLTの普及、低層非住宅建築物の木造化の促進）

[水産業]

○沿岸漁業生産体制の効率化（漁業のIoT化（高知マリンイノベーション）の推進）

○養殖生産ビジネスの拡大

○輸出等にも対応できる水産加工施設の立地促進

○地元合意による定置網漁業や養殖業への企業誘致の促進

<本県の強みや資源を生かした新産業・成長産業の創出>

○第一次産業の強みを生かした食品加工の一層の展開（食のプラットフォームを起点とした食品加工の一貫サポート）

○機械系ものづくりや防災関連産業のものづくり力、商品力の強化（高知県産業振興センター（ものづくり地産地消・外商センター）による一貫サポート、金融機関等との連携による設備投資への支援の強化、価値提案型の防災関連製品の開発促進）

○新素材等を用いた製品や技術の開発による紙産業の振興

○地域アクションプランの推進

<高知版 Society5.0の実現>

○IT・コンテンツ関連産業の集積の加速化（IT・コンテンツアカデミーによる人材育成、首都圏IT・コンテンツネットワークの構築による人材確保、関連企業の誘致活動の強化）

○課題解決型の産業創出の加速化（ニーズ抽出発のプロジェクト創出の推進（第一次産業等の生産性向上プロジェクトの展開、あらゆる分野における Society5.0 関連のニーズ抽出）、シーズ提案発のプロジェクト創出の推進）

○県内企業のデジタル化の促進（ワンストップ相談窓口の設置）

<起業や新事業展開の促進>

○起業支援プログラム「こうちスタートアップ」の充実

<食・歴史・自然の魅力を生かした戦略的な観光地づくり>

○自然&体験キャンペーンの展開（[つくる]インバウンドにも対応できる魅力ある商

品の磨き上げ、[売る]国内外に向けた情報発信と販売、[もてなす]満足度の向上、サービスの改善)

○広域観光推進体制の確立

<商業の活性化>

○商工会等との連携による中山間地域の商業の活性化

基本方向2 交易の範囲のさらなる拡大を図る

本県経済が先々に渡って成長をし続けていくためには、「基本方向1」の取り組みにより生み出された付加価値を武器に対象市場の「量的・質的拡大」を図っていくことが重要となります。このため、すべての産業分野において、交易の範囲のさらなる拡大を図ります。

具体的には、次の取り組みを進めていきます。

国内に向けては、食品加工の分野では「高知県地産外商公社」の活動エリアを首都圏から関西、中部、中国、四国、九州、さらには関東以北にまで広げ、全国規模で県内事業者の営業活動を支援するとともに、機械系ものづくり分野では、「ものづくり地産地消・外商センター」の東京営業本部を中心として、外商支援や見本市出展後のフォローアップ営業等の支援を行います。また、農業分野では青果物等の規模に応じた販路開拓や加工専用素材の流通拡大、林業分野では「TOSAZAI センター」を核とした全国レベルの建築士の専門家集団や経済同友会等と連携した提案型の営業活動や国産材の需要拡大に向けた取り組みの推進、水産業分野では消費地市場と連携した販路拡大や「高知家の魚応援の店」のネットワーク等を活用した取引拡大などを行います。

海外に向けては、ジェトロ高知との連携強化による海外ビジネス展開の総合的な支援や輸出対象国・地域における高知県ネットワークの構築、国内外の商社と県内企業とのマッチングの強化などにより、海外への輸出の本格展開を図ります。

観光分野では、マスメディアやSNSを活用したプロモーションやコンベンション等の誘致活動の強化など、効果的なセールス&プロモーションを展開します。また、国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境を整備するとともに、インバウンド観光のさらなる推進のため、海外セールス拠点の拡充やSNSを活用した個人旅行者向けの情報発信の強化、「自然&体験キャンペーン」やLCC就航を生かした戦略的な取り組みなど、プロモーションの強化を図ります。

重点取り組み

<食品分野や機械系ものづくり分野における外商機会の拡大>

(国内の外商)

- [食品分野]地産外商公社を中心とした外商活動の支援
- [ものづくり分野]高知県産業振興センター(ものづくり地産地消・外商センター)を中心とした外商活動の支援

(海外の外商)

- 輸出拡大に向けた体制強化(貿易推進統括アドバイザーの配置、台湾地域における高知県オフィスの設置、輸出対象国・地域での高知県ネットワークの構築、ジェトロ高知との連携強化等)
- 国・地域別、品目別の輸出戦略の展開(ユズ、土佐酒、水産物、農産物、木材、防災関連製品等の輸出拡大、インフラ技術等の ODA(政府開発援助)案件化の推進)

<一次産品等の流通の仕組みの強化>

- [農業]規模に応じた農産物の販路開拓(大規模直販所を活用した中規模流通、小規模流通の強化)、県産米のブランド化の推進
- [林業]TOSAZAIセンターの外商体制の強化(全国レベルの木造建築の専門家と連携、非住宅木造建築の提案・相談窓口の設置)
- [水産業]「高知家の魚応援の店」と連携した外商活動の強化

<観光商品の効果的なセールス&プロモーション>

(効果的な広報・セールス活動)

- マスメディアを活用したプロモーション
- スポーツツーリズムの推進
- コンベンション等の誘致

(インバウンド観光のさらなる強化)

- 自然&体験キャンペーン、LCCの新規就航を生かしたプロモーションの展開(重点市場におけるセールス拠点の設置、在日外国人コーディネーターの配置)
- 個人旅行者向けの旅行商品の充実、メディア・SNS等を活用した情報発信
- 定期路線化を見据えたチャーター便の誘致
- 高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上
- 外国人観光客の受入環境の整備(クルーズ船の受入体制、Wi-Fi環境、多言語化の強化)
- 「よさこい」の戦略的展開
- 四国4県で連携した観光プロモーションの強化

【2. 成長の「壁」を乗り越える】

基本方向3 担い手の確保策の抜本強化

完全雇用状態を背景とする人手不足の深刻化は、今や経営の大きな課題となっており、これまでの地産外商の取り組みを継続していくためにも、新たな取り組みにチャレンジしていくためにも、大きなボトルネックとなる可能性があります。このため、移住促進策と連携した各産業分野の担い手確保策や新規卒業生などの県内人材の確保・定着の取り組みを強化します。

具体的には、次の取り組みを進めていきます。

(1)雇用環境の改善

各分野で進める事業戦略の策定・実行支援と国が設置する高知県働き方改革推進支援センターが行う支援を融合させ、職場環境の整備と生産性向上の実現に向けた戦略的な「働き方改革」を促進します。

(2)アクティブに働きかける

「高知県移住促進・人材確保センター」を中心とした「オール高知体制」による移住希望者等へのアプローチの強化、「高知家の女性しごと応援室」などによる女性や若者、高齢者などの労働参画機会の拡大促進、新規卒業生の県内就職の促進などを通じて、各分野の担い手や中核人材の確保に取り組みます。

また、事業引継ぎ支援センターや土業、金融機関などとの連携体制を構築し、県内事業者の円滑な事業承継を支援するとともに、新たな在留資格となる「特定技能外国人」等を円滑に受け入れるための環境を整備します。

重点取り組み

<雇用環境の整備>

- 経営と両立する形での働き方改革の促進

<アクティブに働きかける>

(マッチング機能の強化)

- 高知県移住促進・人材確保センターにおける移住促進と人材確保の取り組みの推進
- 高知家の女性しごと応援室の機能拡充
- ジョブカフェうちの支援機能の拡充

(担い手の受け皿となる機能の強化)

○高校や大学などの新規卒業生の県内就職の促進(高知の企業や高知で働く魅力を伝える
取り組みの強化)

○各産業分野の担い手確保策の強化

・IT・コンテンツ人材の育成・確保

・農業担い手育成センター、農業大学校、林業大学校による人材育成・確保

・産地提案型を核とした園芸産地・畜産の担い手確保対策

・漁業就業支援センターを核とした総合的な担い手確保対策

<外国人材の受け入れ環境の整備>

・総合的な相談窓口の設置

基本方向4 省力化・効率化の徹底に向けたサポートの強化

人手不足に対応していくためには、「基本方向3」の担い手確保の取り組みに加え、各事業体における省力化や効率化による生産性の向上が重要になることから、こうした取り組みのサポートを強化します。

具体的には、次の取り組みを進めていきます。

第一次産業等における現場のニーズを抽出し、それに対応したIoTシステムや機械の開発を進めるとともに、各産業分野において新技術の導入を促進します。

また、金融機関等とも連携しながら、事業戦略の策定から、生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた設備投資までを一貫してサポートします。

重点取り組み

[ものづくり分野]

○課題解決型の産業創出の加速化[再掲]

○金融機関等との連携による設備投資への支援の強化[再掲]

[第一次産業]

○[農業]「Next次世代型こうち新施設園芸システム」の開発[再掲]、カイゼン方式の導入促進、
産地を支える集出荷システムの構築

○[林業]原木生産に向けた生産性向上支援(森林組合の生産性向上の取り組み、高性能林業機械の導入促進、林道等の路網の整備、再造林コストの縮減に向けた一貫作業シ

ステム等)

- [水産業]沿岸漁業生産体制の効率化(漁業のIoT化(高知マリンイノベーション)の推進)[再掲]

【3. 成長を支える取り組みを強化する】

基本方向5 起業や新事業展開の促進

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となることから、各産業分野における起業や新事業展開の取り組みを強化します。

具体的には、次の取り組みを進めていきます。

県内での起業や新事業展開の着実な実現に向け、さらなる機運の醸成を図るとともに、体系的な支援プログラムにより、段階別のサポートを行います。また、産学官の連携による様々なイノベーションを創出するため、「産学官民連携センター」において、県内外の英知を導入しながら、新たな事業展開に挑戦する事業者等を後押しします。

さらに、地域の資源を生かした地域アクションプラン等の取り組みへのサポートのほか、ものづくりやコンテンツ、食品などの各分野において、アイデア段階から計画づくり、商品開発、販路開拓までの各段階に応じた一貫サポートを行います。また、拡大再生産に向け、企業立地や設備投資の促進、食品加工の高度化支援に取り組めます。

IT・コンテンツ産業の集積に向けた取り組みを進めるとともに、IT・コンテンツ産業と他産業との融合等による新産業創出に取り組めます。

重点取り組み

- 起業支援プログラム「こうちスタートアップパーク」の充実
- 土佐MBAによる起業・新事業展開へのサポート
- 各分野の個別サポート(IT・コンテンツ産業への支援強化、設備投資の促進等)
- IT・コンテンツ産業と他産業との融合等による新事業創出

基本方向6 地域産業クラスターの形成

地域に残りたいと願う若者の就職に関する希望を叶えるためには、地域地域に第一次、第二次、第三次の各産業にわたる厚みをもった産業群を数多く作り出していくことが必要です。

このため、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）を意図的に生み出し、それぞれの地域に多様な仕事をつくっていきます。併せて、産業集積の幅を広げるため、遊漁・体験漁業等の振興や中山間地域の商業の活性化を図っていきます。

重点取り組み

- 21のクラスタープロジェクトの着実な推進
- クラスター形成に向けた支援策の強化（園芸団地の整備促進等）
- 産業集積の幅を広げる取り組みの強化（遊漁・体験漁業の振興、商店街の活性化等）
- 地域の拠点施設を核とした地域経済の活性化
- 新たなクラスタープロジェクトの掘り起こし

基本方向7 人材育成・確保の取り組みの充実

時々の状況に応じた的確な進化を可能とするのは「人」の力であり、「人」の力こそ、持続的な成長には不可欠です。そのため、人材を育成・確保する取り組みを一層充実します。

具体的には、「土佐まるごとビジネスアカデミー」による体系的な人材育成や地域における人材育成の取り組みを支援するとともに、将来の担い手を育てていくため、発達段階に応じたキャリア教育を実施します。

また、「IT・コンテンツアカデミー」によるIT・コンテンツ人材の育成や文化芸術を産業に生かせる人材の育成など、各分野における人材育成・確保の取り組みを進めます。

重点取り組み

<様々な産業分野における人材育成・確保の取り組みの推進>

[全般、第三次産業]

- 土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）の実施
- IT・コンテンツアカデミーの実施
- 土佐の観光創生塾による観光人材の育成
- 文化人材育成プログラムの実施

[第二次産業]

○工業技術センターによる企業の技術力向上支援

○高等技術学校における在職者訓練等

[第一次産業]

○農業担い手育成センター、農業大学校、林業大学校による人材育成・確保[再掲]

<年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり>

○発達段階に応じたキャリア教育の実施

基本方向8 金融機関等との連携による事業戦略の策定・実行支援の強化

各事業体において、基本方向1から4までに掲げた、新たな付加価値の創出や取引の範囲の拡大、担い手の確保、省力化・効率化の取り組みを効果的に進めるためには、自社の強みや弱み等を分析したうえで、取組べき方向性等を明確化することが重要となります。

このため、第3期計画から重点的に取り組んでいる、事業戦略の取り組みを全ての産業分野に広げるとともに、金融機関などとの連携をさらに強化し、内容のさらなる充実を図ります。

重点取り組み

[三次産業、全般]

○商工会・商工会連合会と連携した地域の事業者の経営計画の策定・実行支援

○土佐の観光創生塾等を通じた観光事業者の事業戦略の策定・実行支援

[第二次産業]

○ものづくり企業の事業戦略策定・実行支援

○食品加工事業者の事業戦略・輸出戦略の策定・実行支援

[第一次産業]

○中山間農業複合経営拠点、集落営農法人及び直販所の事業戦略の策定・実行支援、地域農業戦略の策定・実行支援体制の構築

○製材事業体の事業戦略の策定・実行支援 ○漁業経営体の事業戦略の策定・実行支援

[地域アクションプラン]

○産業振興推進地域本部を中心とした地域アクションプランの事業計画の策定・実行支援

[学びの面からの支援]

○土佐MBAの経営戦略コースの実施

6 第3期計画の改定（第3次改定）

産業振興計画の取り組みに多くの方々にご参画をいただき、様々なチャレンジがなされた結果、本県の地産外商は飛躍的に拡大しており、各分野の産出額なども増加傾向にあります。また、県内実質GDPを見ましても、かつてはマイナス成長であったものが、プラス成長へと転じております。こうしたことから、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るものと捉えており、この拡大傾向をより強固なものとし、先々にわたるまで県勢浮揚を確かなものにしていくことが現下の課題であります。

こうしたことから、第3期計画の最終年度となる平成31年度においては、現計画の総仕上げに向けて目標達成に必要な施策を強化するとともに、5年後、10年後を見据えて、各分野の取り組みを大幅に強化しました。

○第3期計画の総仕上げに向け、目標達成に必要な施策を強化するとともに、次のステージを見据え、新たな付加価値を絶えず創造していく仕組みをさらに強化！

【改定のポイント】

- 1) 「継続的に新たな付加価値の創造を促す仕組み」を量的・質的に拡大
- 2) 交易の範囲の拡大に向けた海外展開の加速
- 3) 担い手の確保・人材育成策のさらなる強化
- 4) 起業促進とも連動した移住施策の強化

以下、4つの改定のポイントについて、それぞれ詳しく述べます。

改定のポイント1

「継続的に新たな付加価値の創造を促す仕組み」を量的・質的に拡大

(ねらい)

新たな付加価値の創造こそが経済成長の源泉であり、本県経済の拡大傾向を先々に渡って確かなものとしていくためには、「継続的に新たな付加価値の創造を促す仕組み」が重要となります。

そのため、5年後、10年後を見据え、各産業分野における”付加価値の創造を促す仕組み”を、より多く、より質高く創り出していきます。なお、仕組みの構築にあたっては、「民間の自律的發展を促す」「県内外の新たな民間参入を促す」ことを重視しています。

【さらなる強化策（主なもの）】

①高知版 Society5.0 の実現

- ・IT・コンテンツ関連産業の集積の加速化
- ・課題解決型の産業創出の加速化
- ・県内企業のデジタル化の推進（ワンストップ窓口の設置）

②起業や新事業展開のさらなる促進

- ・起業支援プログラム「こうちスタートアップパーク」の充実

③第一次産業の飛躍的な生産拡大

[農業]環境制御技術（次世代型こうち新施設園芸システム）の普及促進、AIによる生産性革命（Next次世代型こうち新施設園芸システムの開発）、地元と協働した企業の農業参入の促進

[林業]A材（良質材）を活用した付加価値の高い製品開発を展開する仕組みの構築、生産性の向上による原木の増産と再造林の推進

[水産業]漁業のIoT化（高知マリンイノベーション）の推進、定置網漁業や養殖業への企業誘致の促進

④食品産業のさらなる振興

- ・食品加工の総合支援の強化

⑤防災関連産業のさらなる振興

- ・価値提案型の防災関連製品の開発

⑥自然&体験キャンペーンの開催

[観光商品をつくる]インバウンドにも対応できる魅力ある商品の磨き上げ

[売る]国内外に向けた情報発信とセールス

[もてなす]観光案内所の機能強化と満足度の向上、サービスの改善

○「新たな付加価値創造を促す仕組み」を生かす事業戦略づくり

[全般]商工会、商工会議所等と連携した経営計画の策定・実行支援の強化

[食品]食品加工事業者の事業戦略・輸出戦略の策定・実行支援

[農業]地域農業戦略の策定・実行支援体制の構築

改定のポイント2

交易の範囲の拡大に向けた海外展開の加速

(ねらい)

これまでの地産外商公社やものづくり地産地消・外商センターを中心とした外商支援などにより、国内向けの外商の範囲は着実に広がってきたものの、中長期的には人口減少に伴い国内マーケットの縮小が見込まれており、本県の一次産業や二次産業のさらなる発展を目指すためには、海外への地産外商の取り組みをこれまで以上に強化することが重要となります。

そのため、全国展開をさらに推進するとともに、5年後、10年後を見据え、県産品全体の輸出の大幅な拡大を目指す取り組みを進めていきます。

【さらなる強化策（主なもの）】

①外商活動の全国展開のさらなる推進

[食品] 地産外商公社を核とした外商機会のさらなる拡大、高知家の魚応援の店のネットワークの活用、「とさのさと」を活用した農産物の中規模・小規模流通の強化

[機械系ものづくり] 防災関連製品の外商エリアと商流チャネルの拡大（東京営業本部の体制強化、防災商社との関係強化等）

[林業] プッシュ型提案等による外商体制の強化（全国レベルの木造建築の専門家との連携、非住宅木造建築の提案・相談窓口の設置等）

②海外への輸出の本格展開

[全般] ジェトロ高知との連携強化、輸出対象国・地域での高知県ネットワークの構築（食品海外ビジネスサポーターの配置、ASEAN 地域での活動体制強化等）

[食品] 農水産物の輸出の本格化、輸出拡大に向けた県内企業の支援体制の強化

[機械系ものづくり] ものづくり企業に対する海外展開支援の強化

③インバウンド観光のさらなる推進

・新規就航したLCCや、自然&体験キャンペーンを生かしたプロモーションの強化（中国・韓国でのセールス拠点の設置、米・豪を対象とした在日外国人コーディネーターの配置等）

・個人旅行者向けの旅行商品の充実、メディア・SNS等を活用した情報発信の強化

・定期路線化を見据えたチャーター便の誘致拡大

・四国4県で連携した観光プロモーションの実施（四国ツーリズム創造機構のDMO化）

改定のポイント3

担い手の確保・人材育成策のさらなる強化

(ねらい)

深刻化する人手不足、後継者不足に速やかに対処するとともに、先々にわたる本県経済の発展の礎を築くためにも、各産業分野での担い手の確保と人材育成が必要不可欠です。

そのため、経営と両立する形での県内企業の働き方改革を促進するとともに、移住促進策と連携した各産業分野の担い手確保策や新規学卒者の県内就職の促進などの取り組みをさらに強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

①戦略的な働き方改革の促進

・職場環境の整備と生産性向上の実現に向けた戦略的な働き方改革の促進（人手不足が顕著な産業分野への支援強化等）

②新規大卒者等の県内就職促進策の強化

・高知の企業や高知で働く魅力を伝える取り組みの強化（インターンシップの充実、WEB アクセスの拡大（企業 PR 動画）等）

③各産業分野の取り組みの強化

[農 業]親元就農を促す支援策の強化、広域での農業労働力の確保対策

[水産業]漁業就業支援センターを核とした総合的な担い手確保対策

[商工業]IT・コンテンツアカデミーの充実[再掲] [移 住]（改定のポイント4参照）

④外国人材の受入環境の整備

・国の施策と連動した取り組みの推進（総合的な相談窓口の設置等）

⑤人材育成の取り組みの充実

・体系的な学びの機会の充実（土佐 MBA）

改定のポイント4

起業促進とも連動した移住施策の強化

【さらなる強化策（主なもの）】

①移住促進策の戦略的な展開

- ・移住促進・人材確保センターと商工会・商工会議所等地域の支援機関が連携した人材ニーズのさらなる掘り起こし（移住促進・人材確保センター コーディネーター（求人支援）の3名配置等）
- ・求人情報の磨き上げと情報発信の強化（コーディネーター（求人支援）の配置〔再掲〕、「志」移住、高知求人ネットの充実等）
- ・移住のハードルを下げる取り組みの強化（移住者の受け皿となる空き家確保、二段階移住の取り組み促進、国の「わくわく地方生活実現生活パッケージ」を活用した移住支援金の支給等）

②起業や新事業展開のさらなる促進〔再掲〕

- ・起業支援プログラム「こうちスタートアップパーク」の充実
- ・移住×起業×(IT)
（都市圏の起業家と県内の起業家等との協働プログラムの実施、地域おこし協力隊×起業）

7 第3期計画のさらなる進化に向けて

■他の政策との融合・発展

現在、高知県が進めています「経済の活性化」「教育の充実」「日本一の健康長寿県づくり」「中山間対策の充実・強化」「少子化対策の抜本強化と女性の活躍の場の拡大」の5つの政策と、それらを下支えする「南海トラフ地震対策の抜本強化・加速化」「インフラの充実と有効活用」「文化芸術とスポーツの振興」は、すべて「人口減少の負のスパイラル」1つ1つに立ち向かい、断ち切るための取り組みです。本県は、この人口減少による負のスパイラルという根本的な課題を抱えており、それを克服することが県政における最大の課題です。

この克服に向け、「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、平成27年8月に、2060年の本県人口の将来展望として、国の推計によると約39万人まで減少するとされる本県の人口を、約55万7千人に踏みとどまらせ、将来的な人口の若返りと人口増への転換を目指すという目標を掲げたところです。

この目標の実現のためには、若者のさらなる県内定着や増加を図るとともに、出生率の向上を図っていく必要があります。



若者の定着や増加に向けては、まず、地産外商・拡大再生産の取り組みを通じて、地域地域で多様な働く場の創出を図っていきます。(図のA)

こうして県内に働く場を創出することにより、若者の県外流出を防止するとともに、県外からの移住者の増加にも取り組んでいきます。(図のB)

また、出生率のさらなる向上に向けて、都市部に比べて相対的に出生率が高い中山間地域に若者がとどまることができるよう、この2つ(図のAとB)の取り組みを、特に、中山間地域において力を入れて進めていきます。(図のC)

その上で、県民の皆様の結婚、妊娠・出産、子育ての希望がかなえられる環境を整えていきます。(図のD)

この4つの対策を一連のものとして講じることで、若者の定着・増加と出生率の向上に向けた良き好循環を生み出せるよう、第3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。

＜他の政策との融合・発展の取り組み例＞

- ・「高知家生涯活躍のまち(高知版CCRC)」の推進に向けた、産業振興計画の移住促進策と、日本一の健康長寿県構想の健康・福祉サービスとの連携
- ・中山間地域の産業振興に向けた、産業振興計画の産業成長戦略及び地域アクションプランの取り組みと、中山間対策の集落活動センターの取り組みとの連携
- ・防災関連産業の振興に向けた、産業振興計画の防災関連製品の開発と、南海トラフ地震対策の防災対策との連携
- ・文化芸術の力を産業振興に生かすための文化芸術振興ビジョンによる文化芸術に関わる人材育成の取り組みと、産業振興計画の起業・新事業展開やコンテンツ分野などの取り組みとの連携

■産業振興計画のさらなる進化に向けて

第3期計画 ver.4 では、「成長の「壁」を乗り越える」、「成長に向けた「メインエンジン」をさらに強化する」、「成長を支える取り組みを強化する」という3つの施策群をそれぞれ大幅に強化し、全力で展開していくこととしていますが、人口減少の下押し圧力に屈することなく、本県経済が先々に渡って成長し続けていくために、今後も、引き続き、多くの皆様のお知恵を賜りながら、計画のさらなる進化を図ってまいります。

< 付属資料 >

I	第1期計画の改定	52
II	第1期計画（平成21～23年度）の総括	54
III	第2期計画の改定	71
IV	第2期計画（平成24～27年度）の総括	92
V	第3期計画の改定	120
VI	高知県経済等の動向（平成31年3月現在）	133

I 第1期計画の改定

1 第1期計画における改定の経緯

平成 21 年4月にスタートした第1期計画では、中長期的な視点(概ね 10 年)に立ちながらも、当面の目標を平成 23 年度末に設定し、そこに至る具体的な道筋を示して取り組みました。取り組みの推進にあたっては、状況の変化や地域の新たな動きなどにも対応し、計画をより効果的かつ実効性あるものとするため、PDCAサイクルを通じて、毎年度、計画の改定を重ねてきました。

この間、常に、産業成長戦略の充実とあわせて、地域アクションプランに新たな活動を取り入れることで、多くの県民の方々に参画いただきながら、官民協働で県経済の成長に向けて取り組んできたところです。

■第1次改定(平成 22 年3月)

平成 21 年度は、計画の「実行元年」と位置付けて、「本気で実行」を合言葉に取り組みを進めました。そうした中、一定の成果が表れ、成果につながる兆しも見え始めた一方で、計画を実行に移すことによって、修正すべき部分や拡充すべき部分、新たに追加すべき項目なども明らかになってきました。

このため、実行段階でいただいた県民の皆様の様々なご意見も踏まえ、さらなる効果を発揮させるため、下の5つの柱を中心とした改定により、計画のバージョンアップを図りました。

平成 22 年度は、「挑戦の年」と位置付け、この産業振興計画 ver.2のもと、「果敢に挑戦」を合言葉に取り組みを加速しました。

〔ver. 2 における改定の5本柱〕

(1) 地産外商戦略の加速化

- ・首都圏新アンテナショップのオープン(巨大マーケットでの地産外商戦略の本格的展開)
- ・関西・中部地区での地産外商戦略のワンランクアップを目指した展開 等

(2) 「ものづくりの地産地消」の促進

- ・県内の受発注につながる情報を集約し、関連団体に提供
- ・県内企業の試作品開発を支援する補助金の創設 等

(3) ポスト「龍馬博」の推進

- ・広域ブロック(東部、中央部、西部)ごとに、観光資源の磨き上げによる、1泊以上滞在できる観光地づくり
- ・龍馬人気を生かし、更に広がりを持たせた観光PR、プロモーションの展開 等

(4) 地域の取り組みのステップアップ推進

- ・ステップアッププランへの支援メニューの創設 等

(5) 地域産業を創造・リードする人材の育成・確保

- ・「目指せ! 弥太郎 商人(あきんど)塾」の開講 等

■第2次改定（平成23年3月）

平成22年度は、龍馬ブームを追い風にした観光や地産外商の取り組みをはじめ、雇用の創出などの面でその成果が見え始めてきました。

その一方で、PDCAサイクルによる検証によって、引き続き着実な展開を図るべき取り組みや、更に充実させるべき点が明らかになってきました。

このため、平成23年度は、龍馬ブームの追い風が弱まる中で、これまでに蓄積した仕組みやノウハウを土台として県勢浮揚の足掛かりをしっかりと築く、まさに「正念場の年」と位置付け、着実な成果につなげるための次の5つの柱を中心とした計画のさらなるバージョンアップを図り、挑戦を続けました。

〔ver. 3における改定の5本柱〕

- (1) 外商活動のさらなる展開を図るとともに、「ものづくりの地産地消」を抜本強化
 - ・「ものづくりの地産地消」に関する総合相談窓口の設置
 - ・工業技術センター食品加工研究棟を整備
 - ・「まるごと高知」を拠点にした外商活動の一層の促進 等
- (2) 「龍馬ふるさと博」を核としたポスト龍馬博の展開
 - ・「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催
 - ・広域ブロックごとに1泊以上滞在できる観光地づくりの加速化 等
- (3) 新エネルギーを産業振興に生かす
 - ・木質バイオマスの地域内循環利用システムの構築
 - ・企業誘致などによる太陽光発電機器関連産業の集積の推進
 - ・小水力発電関連機器の開発促進 等
- (4) 産学官連携の強化
 - ・産学官連携会議の設置
 - ・産学官共同研究に対する中期テーマ支援制度の創設
 - ・産業人材育成プログラムの構築 等
- (5) 地域産業の育成と事業化支援の強化
 - ・第1次産業と加工・観光などと組み合わせた「地域拠点ビジネス」の更なる推進
 - ・地域アクションプランの取り組みの地域への定着 等

Ⅱ 第1期計画（平成21～23年度）の総括

1 第1期計画の評価

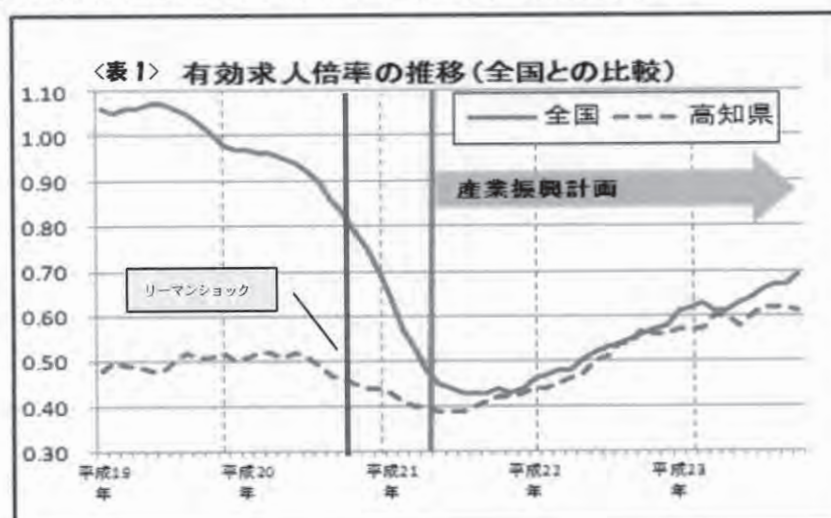
第1期計画は、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）」、「強みである第1次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、「①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」、「②産業間連携の強化」、「③足腰を強め、新分野へ挑戦」という3つの改革のための基本方向のもと、取り組みを進めてきました。

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

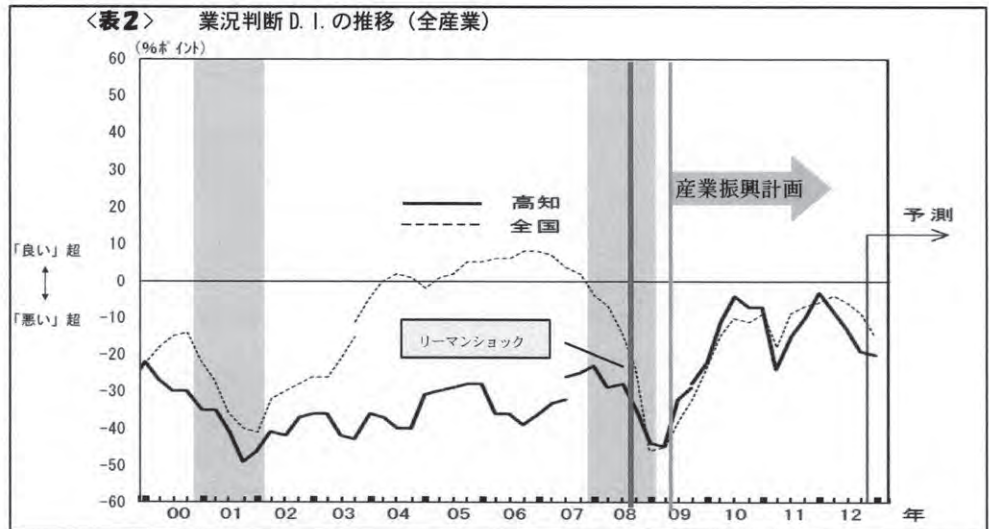
その一方で、国への積極的な政策提言などが功を奏し、生活対策・経済危機対策の臨時交付金の重点配分を受けることができたことや、国の雇用対策事業が活用できたことは、計画を進めるうえで大きな推進力となりました。加えて、NHK大河ドラマ「龍馬伝」放送の効果も、計画推進の大きな後押しとなりました。

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

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

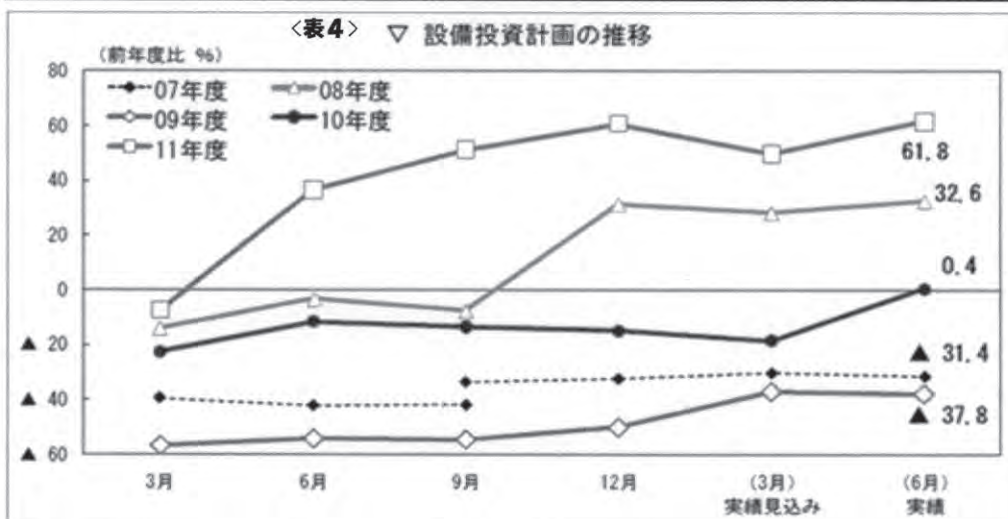
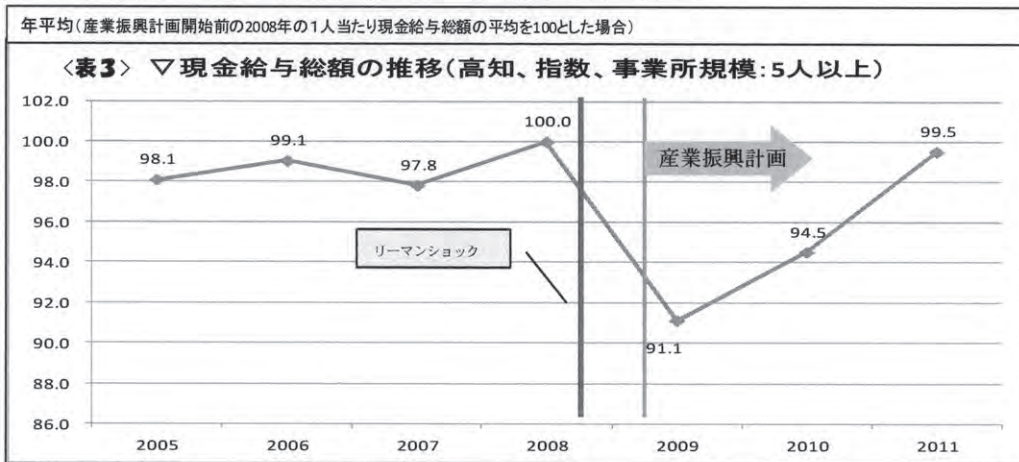


有効求人倍率(表1)や企業の業況判断D.I.(表2)の全国比較では、ここ数年全国の景気回復の波に乗れず低迷していたものが、産業振興計画の取り組みとともに全国的な動向に並んで



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

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



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

《主な取り組みの成果》

■基本方向①「足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」(地産外商の推進)

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

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

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

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

▶まるごと高知の状況

平成23年度：売上高390百万円 来店者72.2万人

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

▶フェア、展示・商談会の開催等

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

平成20年度：13件 → 平成21年度：72件 → 平成22年度：111件

→平成23年度：129件

※上記のうち

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

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

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

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

⇒地産外商公社による仲介・あっせんによる成約件数

平成 22 年度：444 件 → 平成 23 年度：1,327 件

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

→平成 23 年度：23.3 億円

▶新たに貿易に取り組む企業（平成 21～23 年度合計）：24 社

▶国内外でのセミナーや商談会の開催等

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

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

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

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

→平成 23 年度：12 回 参加者 123 社 成約件数 82 件

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

《乗り越えるべき課題》

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

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

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

【ものづくりの地産地消】

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

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

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

▶ものづくり地産地消センターでの相談・マッチング件数

相談件数（平成23年6月～平成24年3月末）：218件

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

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

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

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

（食品加工）37コース1,123名

▶企業立地 平成23年度に全国トップクラスの支援策に拡充

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

《乗り越えるべき課題》

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

【食品加工】

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

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

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

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

→ 平成23年度：102

3年間の研究会活動を通して13件が商品化

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

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

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

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

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

平成23年度 430件、高度化研修(20講座)受講者：580人

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

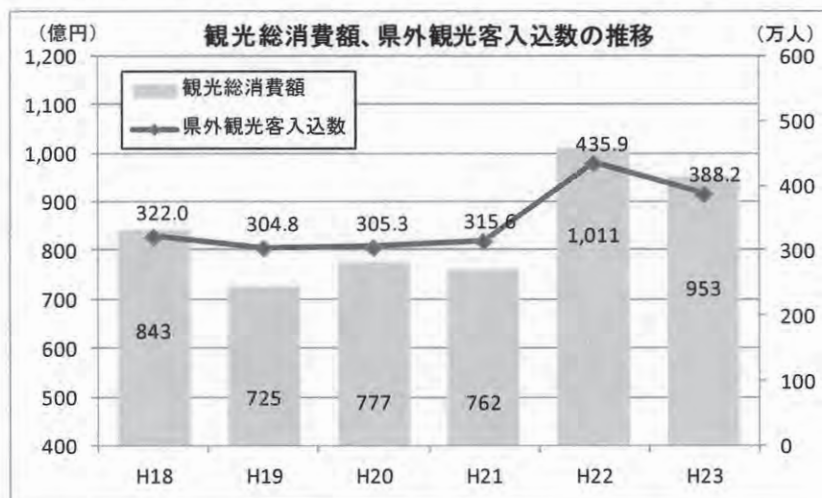
《乗り越えるべき課題》

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

【観光】

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

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



▶**県外観光客入込数**

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

▶**県内観光客の県内観光総消費額**

平成19年：725億円→平成22年：1,011億円→平成23年：953億円

▶**「龍馬伝」放送による経済波及効果535億円（日銀高知支店調べ）**

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

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

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

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

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

：4,404人（前年比7.4倍）

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

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

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《**乗り越えるべき課題**》

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

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

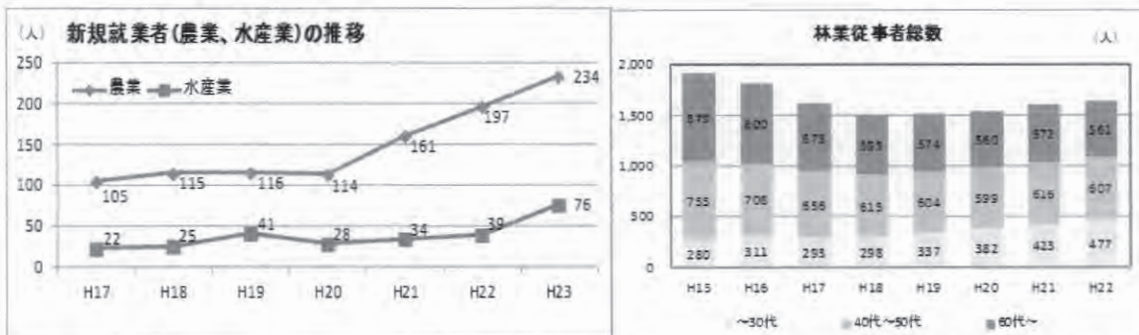
第1次産業の強みを維持していくため、生産地の強化や担い手の育成、そして、新たな強みを見い出すための新産業創出などに取り組んできました。

【第1次産業】

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

《乗り越えるべき課題》

- | | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 農業分野 | <ul style="list-style-type: none"> ○高度な生産技術の普及やこうち型集落営農 (周年化、関連産業の育成) などによる所得向上に向けた取り組みのさらなる推進が必要 ○法人化など担い手の経営強化と雇用拡大が必要 |
| 林業分野 | <ul style="list-style-type: none"> ○競争力を保つための設備の更新さえもままならない状況の改善が必要 ○成熟した森林資源をダイナミックに活用する仕組みづくりが必要 |
| 水産業分野 | <ul style="list-style-type: none"> ○水産物の生産 (養殖漁業、種苗生産) や加工、流通過程におけるさらなる民間活力の導入が必要 ○高鮮度流通、リードタイムの短縮、コストダウンなどを実現するための新たな物流の構築が必要 |

【新産業の創出・企業立地の推進】

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

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

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

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

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

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

【新エネルギー】

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

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

▶木質バイオマスボイラーの導入台数（累計）平成20年度以前：21台 → 平成23年度末：144台

▶木質バイオマスエネルギーとしての利用 平成19年度：97,000t → 平成22年度：133,000t

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

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

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

■地域にある強み（資源）を生かす〈地域アクションプラン〉

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

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

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

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

▶総合補助金活用実績（平成21～23年度）

：のべ138事業 総事業費5,597百万円（県補助金額：2,073百万円）

○事業者内訳

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

○分野別件数及び県補助金額

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

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

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

⇒平成22年度 約6.1億円/年の増 [35事業計]

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

〈地域アクションプランの項目数の推移〉

[件]

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

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

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

《乗り越えるべき課題》

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

《参考資料① 産業成長戦略の各施策の個別評価》

産業振興計画の目指す成果は、本県の産業全体の底上げにあります。

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

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

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

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

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

（インプットの例） 展示商談会の開催：●回

（アウトプットの例） 展示商談会への参加事業者：●事業者

（アウトカムの例） 展示商談会による成約件数：●件、成約額：●●億円

【評価基準】

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

◎ 4段階評価の結果

施策数	S	A	B	C
420	89	283	46	2

《参考資料② 地域アクションプランの成果等》

《取り組みごとの特徴》

【食品加工の取り組み】

- 地域資源を活用した農水産加工の取り組みが大きく前進
 - ・農産加工：マ茶、米粉、四方竹、ショウガや文旦の飲料、こだわり野菜の加工品、直七の調味料等
 - ・水産加工：カハ、シラ、うるめ、牝'ナゴ、養殖魚等

【地産地消・地産外商の取り組み】

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

- 県内での商品の発掘・磨き上げ、外商活動に挑戦

【魅力ある観光地づくり】

- 県内の観光資源の磨き上げによる魅力の高まり
 - ・室戸ジオパーク、モネの庭、森林鉄道遺産、中岡慎太郎館、土佐っ歩、海洋堂ホビー館 等
- 地域に根差した体験メニューの育成
 - ・イカとのふれあい体験、サゴウッチングやシー kayak、仁淀川カー・ラフティング、ドラゴンカー、農業・漁業体験、森林セラピーロード、カオのたたきづくり 等

【多角的なビジネスの展開】

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

《効 果》

【雇用の受け皿、売上高等経済効果】

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

【産地と一体となった企業の取り組み】

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

【全国・世界基準に挑戦】

- ・室戸ジオパークの世界ジオパークの認証
- ・ブランド米「土佐天空の郷」のお米日本一コンテスト最優秀賞
- ・世界的に有名な海洋堂との連携によるフィギュアのミュージアム整備

【地域ブランドの確立へ】

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

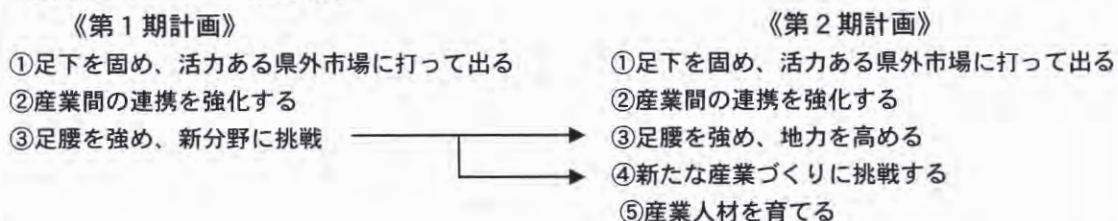
2 今後の展開（さらなる飛躍に向けた挑戦）

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

【3つの視点】

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

【改革のための基本方向】



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

Ⅲ 第2期計画の改定

1 第1次改定（平成25年3月）の詳細

6つの基本方向に向けて、各種の取り組みを進めるため、次の5つのポイントを中心に計画の改定を行います。

【5つの改定のポイント】

- 1) 移住促進策の抜本強化 ～移住の促進により、地域や経済を活性化～
- 2) 力強い第一次産業の確立と地産外商の Next Stage に向けた展開
～魅力ある農林水産物や加工品を全国・海外に～
- 3) 力強いものづくり産業への体質強化
～ものづくりの地産地消のさらなる徹底や震災に強い産業基盤づくりなどにより、本県製造業の競争力を強化～
- 4) 地域が主体となった観光振興の展開と戦略的な誘客活動の一層の推進
～400万人観光、さらにその先の435万人観光を目指して取り組みをステージアップ～
- 5) さらなる実践者の広がり実践力の向上に向けた産業人材の育成強化
～全国一学びの機会が多い県を目指して～

以下、5つの改定のポイントについて、それぞれ詳しく述べます。

改定のポイント1

移住促進策の抜本強化

（改定の背景）

本県は、全国に10年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれる中、産業振興計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取り組みを進めています。

県が行った試算からは、移住による経済波及効果等が一定見込まれており（※）、また、本県には移住希望者に対し訴求できる強みがあること、さらには、全国的な背景から移住に関する環境が変化してきたことなどを踏まえると、移住の促進は、地域の人材確保だけでなく、本県経済の活性化の面からも、大きな効果をもたらすものと考えられます。

このため、全国的な少子高齢化の進展を脅威と捉えるのではなく、将来にわたっての持続的な発展を実現する機会と捉え、課題先進県として課題に真正面から向き合い、本県の「産業振興」「健康長寿県づくり」「中心部の賑わいづくり」「中山間対策」などを有機的に結び付け、移住促進策を強化することによって、経済活性化に繋げる仕組みづくりを、市町村とのさらなる連携のもと官民一体となって取り組んでいきます。

また、全国に10年先行して高齢化が進展する本県と、大都市圏との高齢者人口のピークの違いを捉え、大都市圏からリタイアメント層等を本県に呼び込むためのソフト、ハードの施策を、高知市中心市街地をモデルに検討していきます。

※夫婦50組(100名)が大都市圏等から高知市に移住(夫婦同年齢で60歳時に健康状態)した場合、65億円の経済波及効果

(改定のねらい)

市町村とのさらなる連携強化のもと、移住促進策を抜本強化し、高知ファンや移住に関心のある方を拡げ、本県への移住に結び付けることで、地域の活性化と経済の活性化に繋げていきます。

【さらなる強化策（主なもの）】

- ①広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信
 - ・高知県をPRするコンセプトコピー・プロモーションビデオの制作 など
- ②移住と言えば高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信
 - ・移住ポータルサイトの魅力UPと訪問者の増加対策
 - ・各種メディアを通じたアクティブな情報発信(ターゲット別のプロモーション)
 - ・「仕事」「住む場所」「趣味」の3つのコンテンツを組み合わせた「幸せ移住パッケージ」を作成・提供 など
- ③関心から行動へと促すための情報や機会の提供
 - ・移住・交流コンシェルジュの体制強化 など
- ④不安を解消してもらうサポートの充実
 - ・官民協働による「(仮称)移住推進協議会」を設立
 - ・住まいや暮らしをサポートする「専門相談員」「地域移住サポーター」の配置
 - ・シェアオフィスの整備 など
- ⑤地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実
 - ・専門相談員の配置によるフォローアップ など

【次なる展開の検討】

- 中心市街地での移住促進策の強化に向け、高知市及び経済団体とともに具体策を検討

改定のポイント2

力強い第一次産業の確立と地産外商の Next Stage に向けた展開

(改定の背景)

本県の第一次産業は、農業や漁業の就業者の減少、販売価格の低迷といった厳しい環境に加え、大消費地から距離が遠いというハンディを抱えています。

こうした中、第1期計画の取り組みによって明るい兆しも見え始めており、第2期計画では、生産高のアップを目標に掲げて挑戦しています。

食品加工の分野では、地域アクションプランなどにより、地域資源を活用した新たな加工品づくりが進んでいますが、県外・海外との競争に打ち勝つためには、生産段階からの加工産業の一層の拡大と高付加価値化を進めていく必要があります。

外商面では、挑戦する事業者が着実に増え、販路も広がってきていますが、まだ、一事業者あたりの成約額は少ない状況にあります。

こうした課題を克服するため、さらなる挑戦を続けていく必要があります。

(改定のねらい)

農林水産業や食品加工品分野において、高品質で高付加価値なものづくりや、品目を横断した戦略的なプロモーション活動をもう一段高いレベルで展開することで、さらなる販路の拡大と成約アップを図り、より大きな動き、骨太なものに押し上げます。

【さらなる強化策（主なもの）】

①第一次産業を支える新たな担い手や規模拡大

- ・農地集約化の管理経費や園芸用ハウスの整備を支援(新規就農者をトータルにサポート)、レンタル畜産施設等の整備 など

②市場のニーズに応えられる生産から流通・販売までを見通した足腰の強い生産地づくり

- ・こうち新施設園芸システム(炭酸ガス供給装置、ハウス内環境測定器等)の普及の加速
- ・養殖魚の地産外商の推進(養殖産地との交流ツアーの実施など)、県産水産物の統一ブランドの確立
- ・木質バイオマス発電施設の整備への支援 など

③食品加工の実践者へのステージに応じた支援と生産管理高度化の推進

- ・県内大学を核とした生産管理高度化研修等の実施
- ・高品質系スーパーや業務メニュー開発企業と連携したマーケットイン型の商品づくりを支援 など

④さらなる定番拡大に向けたエリア別の地産外商戦略の展開

- ・(首都圏)地産外商公社のプロモーション部門と外商部門の体制強化
- ・(中部)中京メディアとのネットワークづくりとプロモーションの実施
- ・(関西)展示・商談会への出展拡充と高質系スーパーとの連携強化
- ・(中国・九州)卸業者を対象とした商談会の開催
- ・(高知)フェイスブック等を活用した「eコマース」の構築

⑤本県に優位性のあるユズを中心にした他県をリードする海外展開

- ・欧州横断ユズプロモーション、豪州ユズ賞味会、米国・シンガポール等での展示・商談会などの実施

改定のポイント3

力強いものづくり産業への体質強化

(改定の背景)

本県は、産業集積が乏しいことに加え、毎年 5,000 人を超える生産年齢人口が減少しており、製造業における出荷額は、平成7年をピークに減少傾向にあります。

こうした状況に歯止めをかけ、再び元気を取り戻すために、産学官が連携し、ものづくりの地産地消、新たな技術や製品の開発、防災関連産業や新エネルギー関連産業の創出などに挑戦しています。

こうした取り組みを通して、新たな機械製品が誕生し県外企業との商談が成立するなど、明るい兆しが見え始めていますが、本県を取り巻く環境は依然として厳しい状況にあることから、中長期的な視点に立った力強いものづくり産業を目指して、さらなる挑戦を続けていく必要があります。

(改定のねらい)

産業の厚みを増す「企業立地」や震災に強い産業基盤づくり、動き出した「防災関連産業」、「ものづくりの地産地消」、外商などをさらに強力に推進し、力強いものづくり産業への体質強化を図ります。

【さらなる強化策（主なもの）】

- ①新想定を踏まえた高台への団地開発の加速化（4年後の開発目標 20ha の前倒し）
 - ・香南工業団地の早期完成と新たな工業団地開発の推進、継続的な適地調査の実施
- ②他県との競争力を確保するための企業立地推進策・設備投資誘発策の強化
 - ・ものづくり企業の誘致強化（雇用奨励金の創設、補助限度額のアップ）、事務系職場（コールセンター等）の誘致強化（補助制度の創設など） など
- ③産学官連携による新たな産業の育成を強化
 - ・産業振興に繋がる共同研究への支援強化（中期テーマの実現と新規テーマの採択・支援） など
- ④成長分野研究会発等の有望なプランの成長を後押しする支援の強化
 - ・有望なプランへのパッケージ支援（設備投資への助成の拡充、販路拡大支援、人材支援）
 - ・ビジネスの立ち上がり期への支援強化（事業育成支援金、ハンズオン支援事業の創出）など
- ⑤防災関連産業を大きなビジネスに育てるための施策の拡充
 - ・防災製品開発アドバイザー等の配置、全市町村での公的調達制度の創設支援、県外の展示会への出展機会の拡大 など
- ⑥外貨の獲得に向けた地産外商のさらなる強化
 - ・高知県産業振興センター外商支援部の機能の拡充、県外の展示会への出展機会の拡大

改定のポイント4

地域が主体となった観光振興の展開と戦略的な誘客活動の一層の推進

（改定の背景）

官民挙げたこれまでの取り組みにより、各地で新たな観光資源や体験観光プログラムが誕生し、観光キャンペーン「リョーマの休日」を通して、さらに本県観光のポテンシャルが高まっています。

第2期計画で新たに取り組んでいる地域観光の担い手育成など一連の地域観光の取り組みや、高速道路の延伸をきっかけに、地域博覧会の主体的な企画の発案に結びつくなど、地域の観光振興に対する意識も高まっています。

高知を舞台としたドラマの放送や映画の公開など本県の露出を拡大させる絶好の機会を活かし、本県への誘客に結びつけていく必要があります。

(改定のねらい)

400万人観光、さらにその先の435万人観光を目指して、地域コーディネート組織を中心に、地域が主体となった自律的な観光を推進し、本県観光の底上げを図るとともに、よりターゲットを明確にした戦略的な誘客活動を展開します。

【さらなる強化策（主なもの）】

①地域が主体となった観光振興の取り組みの促進

・観光資源のさらなる発掘・磨き上げ、広域観光組織等の地域コーディネート機能の強化、地域が主体的に開催する大規模イベントの支援、エリアキャンペーンの実施 など

②ターゲットを明確にした効果的な広報・セールス活動の展開

・個人旅行を意識した旅行会社へのセールス活動の強化、近隣県へのイベント情報の発信による週末型の観光客の呼び込み など

③おもてなしの向上によるリピーターの促進

・おもてなしタクシーの利用促進、おもてなしトイレの拡充 など

④本県の優位性を活かしたスポーツツーリズムの推進

・プロスポーツの誘致、アマ合宿・大会の誘致、スポーツイベントの実施

⑤東アジアを中心とした国別戦略に基づくインバウンドの誘致拡大

・四国4県が一体となった外国人観光客誘致の取り組み、大型クルーズ客船やLCCの誘致活動 など

上記①～⑤の他、観光キャンペーン「リョーマの休日」終了後の平成26年度からの観光戦略の構築を行います。

改定のポイント5

さらなる実践者の広がり実践力の向上に向けた産業人材の育成強化

(改定の背景)

本県の産業を継続的に底上げするためには、地域や企業を支える人材の育成が課題です。

このため、第2期計画では、基本方向の一つに「産業人材を育てる」を新たに位置付けるとともに、「全国一学びの機会の多い県」を目指して、取り組みを充実させていくこととしています。

平成24年度は、これまで実施してきた「目指せ弥太郎！商人塾」をバージョンアップし、産学官

が連携して「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」を開講しました。受講者からは高い評価をいただいておりますが、さらに参加者を広げ、ビジネスの実践力を身に付けていただくためには、受講者のニーズに併せて研修内容をバージョンアップしていく必要があります。

併せて、農林漁業従事者を育成・確保するためには、ニーズに即した学びの機会の充実と学びやすい環境を整える必要があります。

（改定のねらい）

産学官が連携し、様々なニーズに応えられる「学びの機会」として人材育成研修を充実させるとともに、第一次産業の担い手拡大や受講者同士のネットワークづくりを進めることで、実践者の輪を広げ、産業振興の取り組みを地域地域に広げていきます。

【さらなる強化策】

①土佐まるごとビジネスアカデミーによる人材育成のパワーアップ

- ・新設科目の創設（出前講座、トップレクチャー、現場研修）、大学への寄付講座等の開設（土佐フードビジネスクリエイター（土佐FBC）、生産管理高度化研修）
- ・「とさ旅セミナー」ステップアップ研修の実施 など

②農林漁業従事者のさらなる育成・確保

- ・「こうちアグリスクール」の拡充（定数増、PR強化）、林業技術者研修のメニュー充実、漁業研修制度の充実（研修期間の延長など） など

2 第2次改定(平成26年3月)の詳細

これまでの5年間、官民協働により産業振興計画の取り組みを積み重ねてきた結果、例えば、林業分野における大型製材工場の稼働のように、その分野を大きく動かすような、本格的な取り組みに挑戦できるようになってきました。

今回の第2次改定では、こうしたこれまでの蓄積を生かし、次の5つの改定のポイントを中心に、より大きな、より実効性のある施策へとバージョンアップしました。

【5つの改定のポイント】

- 1) 「高知家」プロモーションとの連動による「外商」のさらなる加速化
- 2) 観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」を中心とした一層の観光振興
- 3) 移住促進策のさらなる強化等により「人財」を誘致
- 4) 新たな挑戦による第1次産業の競争力強化
- 5) ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで「ものづくり」を一貫してサポート

以下、5つの改定のポイントについて、それぞれ詳しく述べます。

改定のポイント1

「高知家」プロモーションとの連動による「外商」のさらなる加速化

(改定の背景)

全国に先行した人口自然減や高齢化の進展等により、県内市場は大きく減少(年間商品販売額は、平成9年からの10年間で約2割減少)を続けています。

こうした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ため、平成21年度から「高知県産業振興計画」により、活力ある県外市場にモノを売って外貨を稼ぐ「地産外商」を進めることを全体戦略として、県を挙げた取り組みを推進してきました。

これまでの取り組みの結果、外商の成約件数や定番化の件数が大きく伸び、また観光総消費額が1000億円を超えるなど、具体的な成果が見えてきましたが、この手応えをさらに確かなものとし、県勢浮揚を成し遂げるためには、施策と連動させ、高知県の認知度をさらに向上させる取り組みを進めることで、具体的な成果に結びつけていくことが必要です。

(改定のねらい)

平成 25 年6月からスタートした「高知家」プロモーションをさらに強力に推進し、「高知家」の認知度のさらなる向上を図るとともに、県産品の販売拡大といった具体的成果に結び付けていきます。

【さらなる強化策（主なもの）】

(1)「高知家」プロモーションの継続・強化

○OPV 動画制作、「高知家」特設サイトの充実等による切れ目ない話題の提供 など

(2)「高知家」プロモーションとの連携による「県産品」「観光」「移住」のPR 促進

○各部・各団体のセールス施策と計画的に連動させたプロモーションの企画・展開

○平成 26 年度以降の誘客戦略に基づき、「食」を前面に出したプロモーション活動

「リョーマの休日～高知家の食卓～」の推進

○「高知家」プロモーションと連動した「高知家の移住」PR強化 など

(3)メイドイン高知のさらなる広がりを目指す地産外商戦略の展開

○首都圏での外商活動のさらなる強化

○定番化拡大を見据えた外商活動の展開(卸業者との連携による外商活動等) など

(4)食料品輸出額3億円をめざした県産品のグローバル戦略の推進

○他県との競争に打ち勝つユズを中心とした輸出促進の強化

○ユズに次ぐ輸出品目の販路開拓 など

(5)消費者のニーズに応じたマーケットイン型商品づくりの推進

○マーケットイン型商品づくりの取り組み強化

○お土産物開発プロジェクトの展開 など

改定のポイント2

観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」を中心とした一層の観光振興

(改定の背景)

官民挙げたこれまでの取り組みにより、各地で新たな観光資源や体験プログラムが誕生し、観光キャンペーン「リョーマの休日」や「龍馬パスポート」を通して、本県観光のポテンシャルが高まってきています。また、第2期計画で新たに取り組んでいる地域観光の担い手育成など一連の地域

観光の取り組みや、高速道路の延伸をきっかけとした幡多地域の地域博覧会「楽しまん！はた博」の実施を通して、地域の観光振興に対する意識が高まっています。

地理的ハンディキャップを克服するスポーツツーリズムや国別戦略に基づく国際観光の推進により、これまで獲得できていなかった新たな観光客層を呼び込むことができたことから、引き続き取り組みを強化していくことが重要です。

400万人観光の定常化、さらにワンステージアップのためにも、こうした観光振興策のさらなる強化が必要です。

(改定のねらい)

高知ならではの「食」を前面に出したプロモーション「リョーマの休日～高知家の食卓～」を推進し、本県の食のブランドイメージの定着を図り、観光資源としての魅力の向上につなげます。

【さらなる強化策（主なもの）】

(1) 地域観光を牽引する広域観光組織の観光商品づくりの支援

○地域人材の育成による魅力的な観光商品づくり、地域コーディネート組織の機能強化 など

(2) ターゲットを明確にした効果的なPR活動の展開

○「食」を前面に出したプロモーション「リョーマの休日～高知家の食卓～」の推進

○「龍馬パスポートⅡ」による周遊・リピーター対策のさらなる深化 など

(3) おもてなしの向上によるリピーター確保策の促進

○「食」をテーマにした「おもてなしセミナー」の開催など、県民による「食」を通じたおもてなし
気運の盛り上げ、高知の「食」を満喫できるイベントの開催 など

(4) スポーツツーリズムの推進

○プロスポーツの誘致活動の強化、アマ合宿・大会の誘致活動の強化 など

(5) 高知の強み活かした新たな国際観光戦略の推進

○国別プロモーション戦略に基づくインバウンド対策の加速化

○高知県の強みである「おもてなし」や「体験」を最大限に活かした精神的満足度の高い体験型
観光商品の発掘・磨き上げ・造成及びターゲット市場のニーズに合わせたプロモーション活動
の強化 など

改定のポイント3

移住促進策のさらなる強化等により「人財」を誘致

(改定の背景)

本県は、全国に10年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれる中、第2期計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取り組みを進めています。

県土の多くを占める中山間地域は、特に少子高齢化が深刻であり、新たなプロジェクトやコミュニティの維持のための活動を実施する場合にプレイヤーとなる人が不足しており、人材の確保が課題となっています。

移住促進は、平成25年度に移住促進策の抜本強化を計画に位置付け、「高知家プロモーション」と連携した情報発信や、移住・交流コンシェルジュの体制を強化して相談対応に取り組むなどした結果、平成25年度の県外からの移住実績は、平成24年度実績を大幅に上回りましたが、平成27年度の目標である「500組以上」の達成に向けては、もう一段、施策を強化していく必要があります。

(改定のねらい)

平成27年度の目標である県外からの移住者数「500組以上」の達成に向け、求める人財の獲得を目指したアクティブな情報発信や移住者向け住宅の確保促進、民間支援団体等との連携などの移住促進策のさらなる強化を行います。

【さらなる強化策（主なもの）】

(1)「高知家」プロモーションと連動させた移住の情報発信の強化

○高知家プロモーションと連動した「高知家の移住」のPR強化 など

(2) 求める人財を獲得するアクティブな情報発信

○地域人財のニーズを発掘、顕在化する取り組みを強化

○求める人財に着実に届けるアクティブな情報発信

○国等の制度を活用した都市部人財に起業や地域ビジネス事業者への就業を促す仕組みづくり

○「移住・交流コンシェルジュ」の体制充実(東京に移住・交流コンシェルジュを配置) など

(3) 移住希望者向けの住宅等の確保策の強化

○移住者に提供できる「空き家」活用の仕組みづくり など

(4) 移住者受入れ体制づくりの加速化

○民間支援団体等との連携強化 など

(5) 中山間地域等のシェアオフィス事業の着実な推進

○シェアオフィスへの入居及び地域雇用の促進の強化 など

改定のポイント4

新たな挑戦による第1次産業の競争力強化

(改定の背景)

県の第一次産業は、農業など全国的に見て比較的に優位である分野でも、ここ10年で就業者数が約2割減少するなど、本県の強みが強みでなくなりつつあります。

農業分野では、平成25年度に行った調査により、県内JAの主要な園芸品目の生産部会員が10年後には16%減少すると予想されていることから、その減少を補うためには年間280人の新規就農者の確保が必要となっています。

林業分野では、大型製材工場の稼働により、本県の森林資源をダイナミックに活用する仕組みがつついに動き始めましたが、川上から川中、川下にかけての木材の流れを一層しっかりとしたものにする必要があります。また、国内で普及すれば飛躍的な木材の需要拡大が期待されているCLT工法について、本県がトップランナーとしての地位を確立するためには、早期の取り組みが非常に重要となります。

水産業分野では、カツオ一本釣りの活餌供給や、地産地消・地産外商活動などにより、浜値の向上や水揚げの増加といった成果が現れてきており、その成果を漁港・漁村の賑わいにつなげていく必要があります。

(改定のねらい)

新たな担い手の増加など明るい兆しを確かなものにするため、中長期的な発展・成長を可能ならしめる、大規模かつ戦略的な施策を展開します。

【さらなる強化策（主なもの）】

【農業】

(1) 新規就農者の確保対策の強化と、地域の核となる農業者等の規模拡大の推進

- 本県で就農を希望する方が技術や経営の基礎から実践までを学ぶ「農業担い手育成センター」の創設
- 農地を集積して意欲的な農家や法人への貸し出しを促進する「農地中間管理機構」の創設 など

(2) 先進的技術を活かし、収益性の高い園芸農業の実現に向けた本県農産物等の生産基盤強化

- 高軒高ハウスや統合環境制御技術の導入などによる高品質、多収量、周年生産が可能な「次世代施設園芸団地」の整備 など

(3) 県産園芸品のマーケティングの強化

- 量販店や中食・外食等の実需者への営業商談の強化による販路開拓 など

【林業】

(1) 飛躍的な木材の需要拡大が期待されているCLT(直交集成板)の推進

- 先導的なモデル建築物の整備促進、CLT関係法令等の整備促進に向けた加速化
- CLT パネル工場の整備検討・誘致 など

(2) 土佐材販売力の抜本強化

- 土佐材販売力抜本強化プロジェクトチームの大規模取引実現に向けた取り組みへの支援 など

【水産業】

(1) 大都市圏の飲食店等と連携した「高知家の魚」の販売促進

- 「高知家の魚 応援の店」として登録いただいた大都市圏の飲食店等と連携した外商活動の強化
(27年度末までに「高知家の魚 応援の店」500店舗の登録を目標)
- 東京築地場外市場の「全国漁港マーケット」(仮称)を首都圏での本県水産物の情報発信や販売活動の拠点として活用 など

(2) 漁業生産量の維持・拡大のための仕組みづくりと支援の強化

- 県内でのカツオ一本釣り用活餌の安定確保に向けた確保手段の検討
- カツオ等の県内水揚げの促進に向けた協議会の設置 など

(3) 協業化による規模拡大の促進と高品質化の推進による養殖業の振興

- 中小経営体の協業化と規模拡大に向けた支援
- 養殖業に携わる人材の技術習得支援と新規参入者への支援
- マグロの人工種苗の安定確保に向けた挑戦 など

改定のポイント5

ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで「ものづくり」を一貫してサポート

(改定の背景)

県の製造業は、資本や産業の集積が弱く、層の厚みも乏しい状況にあり、出荷額は、平成7年をピークに減少傾向にあり、平成24年は4,944億円で全国最下位となっています。

こうした状況に歯止めをかけ、再び元気を取り戻すために、産学官が連携し、ものづくりの地産地消の推進、新たな技術や製品の開発支援、企業立地の推進に取り組み、また、防災関連産業

や新エネルギー関連産業の新たな産業創出などにも挑戦しています。

これらの取り組みにより、新たな機械製品が誕生し、県外企業との商談が成立するなど、明るい兆しが見え始めていますが、まだまだ効果は限定的であり、ものづくりの地産地消から地産外商までの一連の流れをしっかりと築き、外商の効果を本県経済に大きく呼び込んでくるため、さらなる施策の抜本強化が必要です。

(改定のねらい)

県内企業のビジネスプランづくりから経営から開発、販売に至る過程の一貫支援を行うことにより、ものづくり産業の総合力を高め、力強いものづくり産業へ発展させます。

【さらなる強化策（主なもの）】

- (1) 産業振興センターを中心としたビジネスプランづくりから商品開発・販売促進までの一貫した支援の強化
 - ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進までの一連の施策をパッケージで支援 など
- (2) 力強い産業基盤づくりのための企業立地推進策・設備投資誘発策等の強化
 - 震災に強い新たな団地開発の加速化
 - 新たな設備投資支援策の充実、産業振興計画推進融資の創設 など
- (3) 新たな産業の創出、発展に向けた支援策の強化
 - 防災関連産業の振興 など
- (4) 成長分野研究会発のプラン実現に向けた支援の強化と産学官連携による継続的な産業育成支援
 - 大きな成長が見込まれるプランの実現に向けた支援内容を拡充 など
- (5) 地域の賑わいと生活を支える商業支援の強化
 - 南海トラフ地震に備えた安全・安心な商店街の環境づくりへの支援を創設
 - 移住促進と連携した商店街活性化の取り組みを実施 など

3 第3次改定(平成 27 年3月)の詳細

これまで、産業振興計画の取り組みの結果、例えば、地産外商公社の「外商」活動を契機とした成約件数が平成 21 年度の 178 件から平成 25 年度には 3,333 件と大幅に増加するなど、一部に成果が表れ始めています。また、これまでの6年間の取り組みの積み重ねにより、それぞれの分野を大きく動かす仕組みが整ってきているところでもあります。

こうした状況を最大限生かして、「地産」の取り組みをさらに強化するとともに、「外商」の取り組みも一層強化し、加えて、この地産外商の成果を拡大再生産につなげていくための取り組みも強化し、バージョンアップしました。

この3つの取り組みの強化を柱として、第2期産業振興計画をバージョン4へと改定し、第2期計画に掲げた4年後の数値目標の達成はもとより、さらにその先のより高い次元の新しいステージを目指して、全力で取り組みます。

国の地方創生の動きを受け、今後、他県においても、地産外商や移住促進などの取り組みが活発化し、地域間での競争がさらに激しくなることが想定される中で、本県としても、この他県との競争に打ち勝つことができるよう、より実効性のある施策へと常に施策のバージョンアップを図りながら、官民が一体となって産業振興計画の取り組みをさらに加速していきます。

【3つの改定の柱】

- 1) 「外商」の取り組みの強化
- 2) 「地産」の取り組みの強化
- 3) 「地産外商」の成果を拡大再生産につなげていくための取り組みの強化

【7つの改定のポイント】

- 1) 外商活動の全国展開の強化や輸出振興の本格化
- 2) 400 万人観光の定着と国際観光の抜本強化
- 3) 新技術の導入による第一次産業のステージアップ
- 4) 本県の強みである紙産業のさらなる競争力強化
- 5) 産学官民連携によるイノベーションの創出
- 6) 人財確保・事業承継の取組強化
- 7) 「地産外商」の成果をさらなる雇用の増加へ

以下、7つの改定のポイントについてそれぞれ詳しく述べます。

改定のポイント1

外商活動の全国展開の強化や輸出振興の本格化

(改定の背景)

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ため、活力ある県外市場にモノを売って外貨を稼ぐ「地産外商」を計画の全体戦略として推進してきました。

その取り組みの結果、地産外商公社の成約件数は、平成21年度の178件から平成25年度には3,333件まで拡大してきており、また、食料品輸出額は当初目標としていた2億円を早期に達成し、その後も順調に輸出額の増加につながっています。

勢いが出てきたこの「外商」の流れをさらに太いものにしていくことが重要です。

(改定のねらい)

これまで培ってきたノウハウを生かして、外商活動の全国展開や機械分野での海外販路の開拓支援等に本格的に取り組むことで、勢いが出てきた「外商」の流れを強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

①外商活動の全国展開の強化

- ・地産外商公社の体制を強化し、首都圏に加え、関西・中部、中国、四国、九州にも拡大（従来、県外事務所等が担っていた役割をさらに強化）
- ・ものづくり地産地消・外商センターに主任コーディネーター制を導入するなど支援体制を強化

②食品に加え、機械系も含めた輸出振興を本格化

- ・輸出振興の体制強化（貿易コーディネーターの増員3名→5名、シンガポールや台湾等での輸出振興拠点の整備）

改定のポイント2

400万人観光の定着と国際観光の抜本強化

(改定の背景)

官民挙げたこれまでの取り組みにより、各地で新たな観光資源や体験プログラムが誕生し、本県観光のポテンシャルが高まってきています。県全体の観光の更なる底上げにつなげるためには、各地域において、持続的に旅行商品を生み出す仕組みの強化が必要です。

国別戦略や高知家流おもてなしプロジェクトに基づく国際観光の推進により、これまで獲得できていなかった新たな観光客層を呼び込むことができたことから、引き続き取り組みを強化していくことが重要です。

(改定のねらい)

400万人が定着しつつあるという現状を踏まえ、地域が一体となった戦略的な観光地づくりの推進や国際観光の抜本強化等を行うことで、「旅行商品をつくる」「PRする」「もてなす(リピーターを確保する)」の一連のサイクルをより強化します。

【さらなる強化策(主なもの)】

①地域が一体となった戦略的な観光地づくり

- ・魅力的な観光商品づくりの支援と広域観光組織の機能強化
- ・地域博覧会(H27「高知家・まるごと東部博」、H28「奥四万十博」)の開催支援

②国際観光の抜本強化

- ・国際観光推進コーディネーターの配置(2名)
- ・国内外の博覧会等への積極参加
- ・国際観光推進拠点の整備(香港国際観光団体への職員派遣、台湾現地法人への業務委託)

改定のポイント3

新技術の導入による第一次産業のステージアップ

(改定の背景)

農業分野では、環境制御などの先進技術を活用して高品質・高収量を目指す「次世代型こうち新施設園芸システム」を、農業担い手育成センターや農地中間管理機構の取組と連携し、本格的に県内各地に普及させていくことにより、新たなステージに展開することが重要です。

林業分野では、大型製材工場の稼働や木質バイオマス発電施設の整備により、本県の森林資源をダイナミックに活用する仕組みがついに動き始めましたが、この仕組みを生かし、川上から川中、川下にかけての木材の流れを一層太いものにしていく必要があります。

水産業分野では、「高知家の魚応援の店制度」や「築地につぼん漁港市場」の取り組みにより、大都市圏での本県水産物の外商活動推進に向けての仕組みが整い、この仕組みをしっかりとしたものに進化させる必要があります。

(改定のねらい)

「次世代型こうち新施設園芸システム」など、それぞれの分野で生まれてきた新技術を生かして、第一次産業のステージアップを目指します。

【さらなる強化策（主なもの）】

【農業】

- 「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及促進
- 県内外企業の農業参入の促進

【林業】

- CLTパネルの前工程となるラミナ工場の整備支援
- 小規模林業を実践する方々のニーズに応じた施策をパッケージとして支援

【水産業】

- 「高知家の魚 応援の店」や「築地につぼん漁港市場」を活用した都市圏での外商活動の強化
- 民間事業者と連携して、カンパチ・マグロの人工種苗の種苗生産・中間育成ビジネスのチャレンジ

改定のポイント4

本県の強みである紙産業のさらなる競争力強化

(改定の背景)

高知県の紙産業は、土佐和紙の生産に端を発した、長い伝統のある重要産業の一つであり、高品質の不織布や高機能紙など独自の高い技術によりニッチ分野の市場を確保しています。

一方、新聞・書籍の電子化や人口の減少などにより、紙の需要は縮小傾向にあり、ここ数年の製造品出荷額等はほぼ横ばいの状況です。

紙・紙加工等の製造品出荷額等は 601 億円(H24)で本県の製造品出荷額等の 12%を占めて

おり、紙産業の発展が本県経済に大きく寄与することから、さらなる振興が必要です。

(改定のねらい)

本県の強みである紙産業の振興を行うことで、力強い産業づくりを推進し、紙関連製造品出荷額等を伸ばしていきます。

【さらなる強化策（主なもの）】

- ①技術・製品開発の拠点である紙産業技術センターの機能強化
- ②「高知県紙産業の在り方検討会」の議論に基づき、新たな戦略を推進
 - ・複合加工技術、リサイクル炭素繊維やナノセルロースなどの素材を活用した新技術・高付加価値製品の開発支援
 - ・高知家プロモーションと連動させた土佐和紙のブランド化（重点プロモーション品目）

改定のポイント5

産学官民連携によるイノベーションの創出

(改定の背景)

本県の産業を将来に渡って持続的に発展させるため、志や知識・技術を持った産業人材の育成に力を入れてきました。

平成24年度から始まった「土佐まるごとビジネスアカデミー」には、年間に延べ約1,800人が参加するなど、多くの方の関心が高まっており、今後さらに産業人材の広がりを押し進めていく必要があります。

また、地方創生が我が国の重要なテーマとなっている中、全国に先駆けて人口減少や高齢化が進む本県としては、いろいろな課題に対して、大学などの高等教育機関の知見の活用や、産学官民の連携を促進していくことが極めて重要です。

(改定のねらい)

新たに開設した「産学官民連携センター」を核に産学官民連携を推進し、県内外の英知を導入しながら、「知の拠点」「交流の拠点」「人材育成の拠点」という3つの拠点機能によって、新たな事

業展開に挑戦する皆様を後押しすることで、様々なイノベーションの創出につなげていきます。

【さらなる強化策（主なもの）】

- ① 高等教育機関等の知見を産業振興などに生かす「産学官民連携センター」を開設
 - ・「知」「交流」「人材育成」の3つの拠点機能の整備
 - ・外部人材との交流促進や新たな事業展開への支援
- ② 「知の拠点」永国寺キャンパスの新たなスタート
 - ・高知工科大学経済・マネジメント学群の設置 ・県立大学の文化学部の定員の拡充

改定のポイント6

人財確保・事業承継の取組強化

（改定の背景）

第一次産業を始め、地域地域で新たな取組が進んでいますが、担い手が確保できないため事業展開ができないといったケースも見られます。

特に、近年、休廃業件数が増加していることや後継者不在の企業が5割を超える状況を考慮すると、高知県全体で官民あげて、中小企業・小規模事業者の事業継承を支援する必要があります。

平成26年度から、民間人材ビジネス事業者と連携して進めてきた都市部からの人財誘致の取り組みと連動させながら、県内での受け皿をしっかりと確保したうえで、様々な取り組みの担い手の確保を抜本的に強化する必要があります。

（改定のねらい）

事業承継対策や事業の拡大を図るうえで必要となる中核人材の積極的な確保を支援することで、円滑な事業の継承や拡大再生産につなげ、さらなる売上げや雇用の増を後押しします。

また、第一次産業の担い手確保対策を抜本強化することで、第一次産業のステージアップに必要な人材確保を推進します。

【さらなる強化策（主なもの）】

- ①事業承継に向けた計画の策定や事業拡大に向けた人材のマッチングをサポートする「事業承継・人材確保センター」の設置
- ②人財誘致に向けた民間人材ビジネス事業者との連携の強化・拡大
- ③全国の林業をリードできる人材を輩出する「林業学校」の開校
- ④新規就農の総合窓口となる就農コンシェルジュの配置（2名）

改定のポイント7

「地産外商」の成果をさらなる雇用の増加へ

（改定の背景）

地産外商公社の成約件数は、平成 21 年度の 178 件から平成 25 年度には 3,333 件まで拡大してきました。また、食料品輸出額は当初目標としていた2億円を早期に達成し、その後も順調に輸出額の増加につながっています。[再掲]

平成 26 年度に設置した「ものづくり地産地消・外商センター」では、県内事業者のビジネスプランづくりから販路拡大に至るまで一貫したサポートを展開しており、その結果、外商支援企業の売上が前年度約4割増になるなど、取組が加速しています。

外商によって成果が上がった県内企業が、雇用の拡大を行い、さらに設備投資を行うといった経済の好循環を、官民協働で進めていく必要があります。

（改定のねらい）

ものづくりの各段階における企業のニーズに対応できるよう、企業を一貫して支援できるパッケージ型の補助制度の創設等により、事業拡大に向けた企業の設備投資等を後押しします。

【さらなる強化策（主なもの）】

- ①企業のビジネスプランづくりから外商支援、設備投資までの一貫支援体制の整備
・設備投資を支援する補助制度を強化するとともに、関連する助成制度を統合
- ②成長分野育成研究会事業の強化（研究会へのパイヤー等の参加）

IV 第2期計画（平成24～27年度）の総括

1 第2期計画の取り組みと成果等（全体まとめ）

第1期計画（平成21年度～23年度）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）」、「強みである第一次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、「①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」、「②産業間連携の強化」、「③足腰を強め、新分野へ挑戦」という3つの改革のための基本方向のもと、取り組みを進めました。

こうした取り組みにより、本県の産業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ました。また、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がりました。

第2期計画（平成24年度～27年度）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つの視点をもって第1期計画を進化させました。

【3つの視点】

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、地産外需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、大きな産業を目指します。

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します。

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きます。

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、さらなる官民協働、市町村政との連携協調のもと、取り組みを進めました。

【改革のための基本方向】

《第 1 期計画》

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

《第 2 期計画》

- ①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- ②産業間の連携を強化する
- ③足腰を強め、地力を高める
- ④新たな産業づくりに挑戦する
- ⑤産業人材を育成・確保する
- ⑥移住促進により、活力を高める

さらに、第 2 期計画からは、「産業振興計画の推進によって目指す将来像」や、「計画全体を貫く目標」「各分野の数値目標」などの目標を新たに設定し、この目標達成に向けた状況を絶えず点検・検証しながら、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、計画自体にも改定を加えて、バージョンアップを図ってきました。

<平成 24 年度>

防災関連産業の振興、土佐まるごとビジネスアカデミーの開講、観光キャンペーン「リョーマの休日」の推進、龍馬パスポートの発行、養殖業の振興 等

<平成 25 年度>

移住促進策の抜本強化、高知家プロモーションの展開、地産外商公社のプロモーションの強化、欧州横断ユズプロモーションの展開、高知おおとよ製材の稼働、CLTの普及促進、高台への団地開発の加速化、「楽しまん！はた博」の開催 等

<平成 26 年度>

ものづくり地産地消・外商センターの設置によるものづくりの一貫サポート、次世代型こうち新施設園芸システムの普及開始、農業担い手育成センターの設置、次世代施設園芸団地整備の支援、高知家魚応援の店制度の創設、都市部人材の誘致、東京への移住・交流コンシェルジュの配置 等

<平成 27 年度>

外商活動の全国展開、産学官民連携センターの開設、事業承継・人材確保センターの設置、紙産業の競争力強化、林業学校の開設、小規模林業の推進、ラミナ工場整備の支援、土佐の観光創生塾の実施、「高知家・まるごと東博」の開催 等

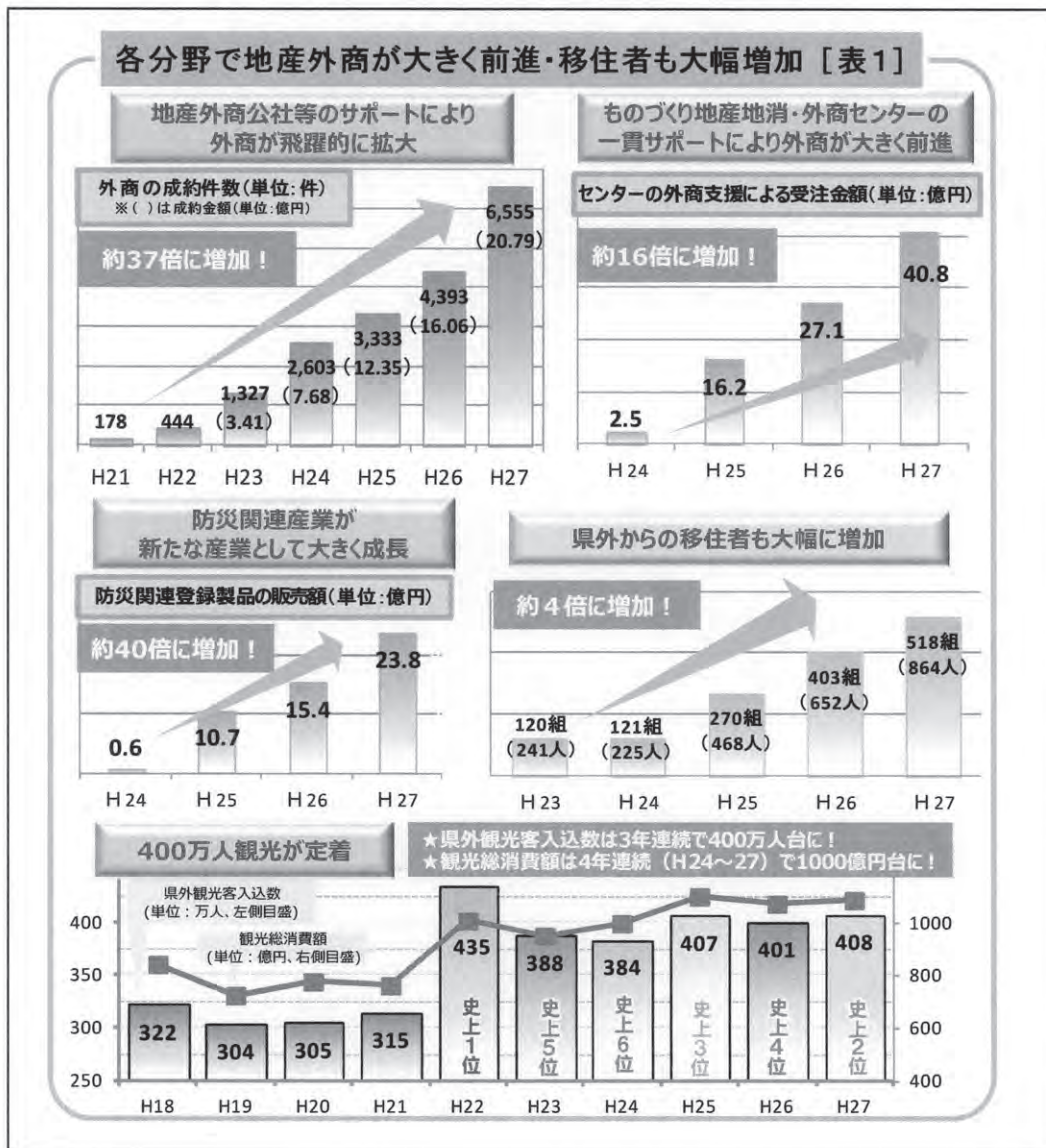
こうした取り組みの結果、県と地産外商公社の外商支援による成約件数は平成 27 年度には 6,555 件と、平成 21 年度の約 37 倍に、また、ものづくり地産地消・外商センターの外

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、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 万人観光が一定定着するなど、各分野で地産外商が大きく進みました。(表 1)

また、これまでの第 1 期計画、第 2 期計画の 7 年間の取り組みを通じて、県が定量的に把握できるものだけでも約 6,000 人の雇用が生まれています(表 2)し、これ以外にも、観光振興や地産外商の拡大等により、多くの雇用創出が見込まれます。

さらには、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(表 3)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 6 月には過去最高の 1.16 倍(注：総括を行った H28.9 月時点の数値等)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す(表 4)。

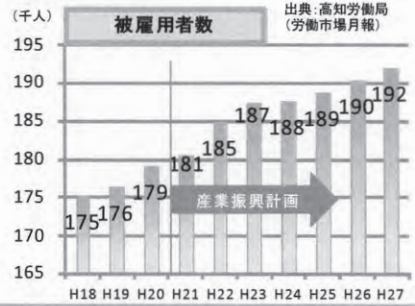
※第 2 期計画から新たに設定した数値目標の達成状況は p. 92 に記載



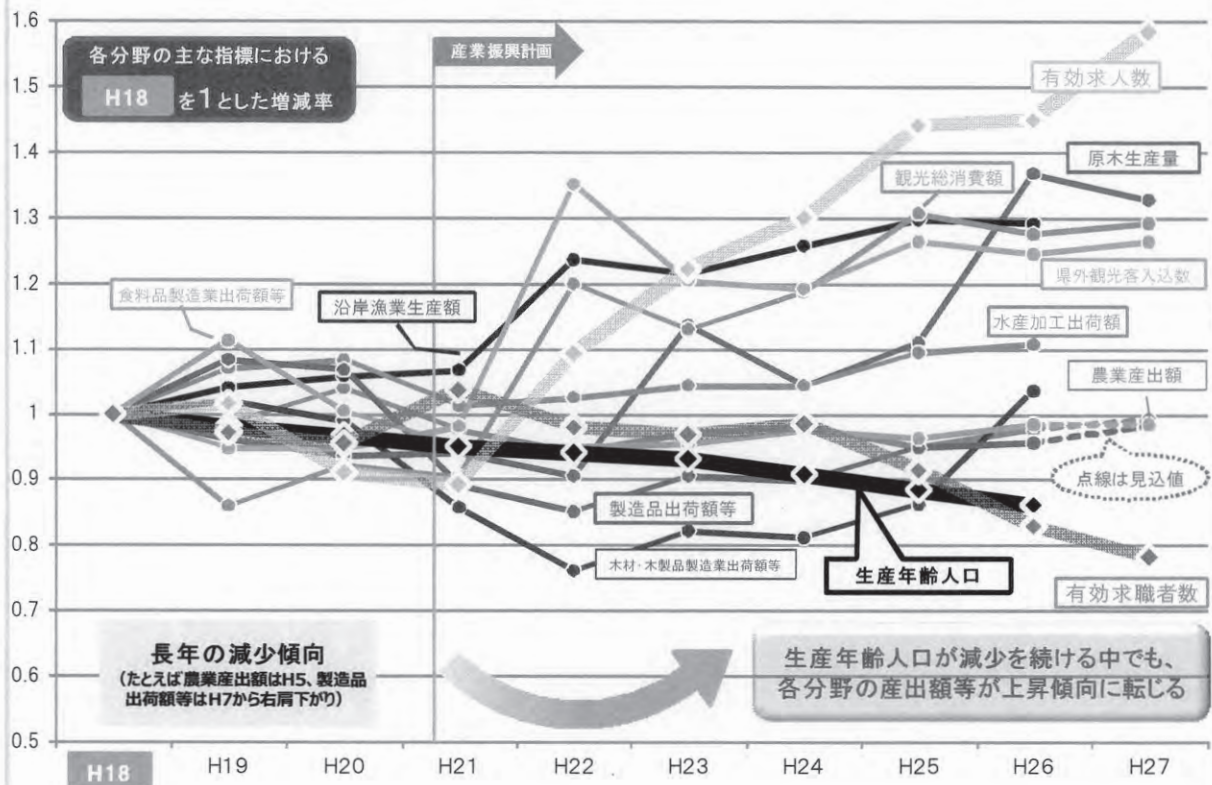
地産外商の拡大などにより新たな雇用が増加 [表2]

県が定量的に把握できているものだけでも以下の雇用を創出。
これ以外にも、観光振興等により多くの雇用創出が見込まれると
ころ

- 地域アクションプラン (H21~27) : 1,145人
- 企業立地 (H21~27) [フル操業時の雇用創出計画値] : 2,167人
- 設備投資促進事業 (H24~27) : 102人
- 成長分野育成支援事業 (H21~27) : 200人
- 第一次産業の新規就業者 (H21~27) : 2,458人
[農業1,606人、林業543人、水産業309人]
- その他 (木質バイオマス発電所等) : 67人

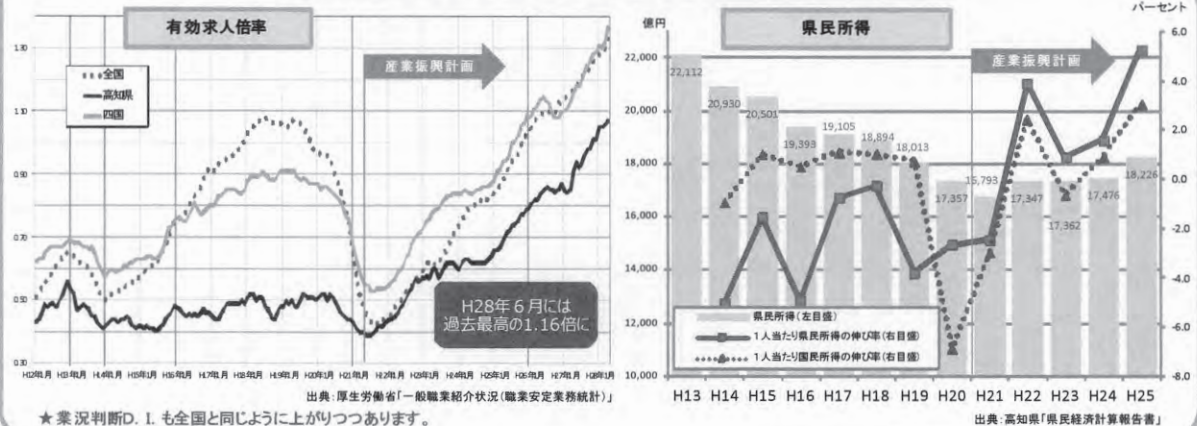


各分野の産出額等が上昇傾向に転じる(上昇傾向に力強さが欠ける分野も) [表3]



*表3及び4の数値等は、総括を行った H28.9 時点のもの

経済全体は良い方向に向かっている [表4]



【数値目標の達成状況】

＜計画全体を貫く目標＞

① 県際間の収支を改善する（10年後の移輸出額の増加効果+1,300億円）

第2期計画スタートから3年間で約508億円の増加効果。これを10年間で換算すると約1,693億円にあたり、目標とする10年間で+1,300億円の達成に向け、順調に進んでいるといえる。

② 今後10年間の人口の社会増減（転入数と転出数の差による増減）をプラスにする

第2期計画期間の社会減は、年平均で約2,000人。

過去の全国的な景気回復局面では、4,000人程度あった社会減が、産業振興計画のスタート以降は、同様の局面でも2,000人前後の社会減に留まっているが、人口の社会増減をプラスにするという高い目標の実現に向けては、産業振興計画の取り組みによって、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を創出し、若者が地域地域で働き続けられる土壌を作っていくことが必要。

＜各分野を代表する数値目標＞

第2期計画では、7つの分野で10項目の目標を設定。このうち7項目が目標達成又は達成見込み。なお、その他の3項目についても、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産出額等が上昇傾向に転じている。

凡例：第2期計画策定時→第2期計画目標 直近値

【目標達成又は達成見込みの項目】

- ▶ 農業（農業産出額）H22：930億円→H27目標：1,000億円以上 直近値（H27）：1,011億円
- ▶ 林業（木材・木製品製造業出荷額等）H22：150億円→H27目標：190億円以上 直近値（H26）：204億円
- ▶ 水産業（沿岸漁業生産額）H21：348億円→H27目標：370億円以上 直近値（H26）：421億円
（水産加工出荷額）H21：160億円→H27目標：170億円以上 直近値（H26）：175億円
- ▶ 商工業（製造品出荷額等）H22：4,681億円→H27目標：5,000億円以上 直近値（H26）：5,260億円
- ▶ 観光（県外観光客入込数）H23：388万人→H27目標：400万人以上 直近値（H27）：408万人
- ▶ 移住促進（移住者数）H23：120組→H27目標：500組以上 直近値（H27）：518組

【目標未達成又は達成が難しい項目】

- ▶ 林業（原木生産量）H22：40.4万 m^3 →H27目標：72万 m^3 以上 直近値（H27）：59.2万 m^3
- ▶ 観光（観光総消費額）H23：953億円→H27目標：1,100億円以上 直近値（H27）：1,089億円
- ▶ 食品加工（食料品製造業出荷額等）H22：861億円→H27目標：935億円以上 直近値（H26）：892億円

注）食品加工については、増設された工場や設備が計画どおりフル稼働すれば、概ね目標を達成する見込みだが、フル稼働に至らない場合もあることから、現時点では目標達成が難しい項目として整理

2 県勢浮揚に向けて乗り越えるべき課題と第3期計画の戦略の方向性

第2期計画の取り組みにより、前述のような一定の成果が見られますが、正社員の有効求人倍率は、過去最高水準とはいえ、いまだ0.55倍（平成28年6月）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す。

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がっていない分野も見受けられます。

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はかなえる状況には至っていません。

このため、第3期計画では、これまでの2期、7年間の取り組みを土台として、県勢浮揚を目指して、さらなる官民協働、市町村政との連携協調により、次の方向性により取り組みを進めていきます。

【第3期計画の戦略の方向性】

- 地産外商の取り組みをさらに強化し、その流れをより力強い「拡大再生産」の好循環へとつなげる

県勢浮揚を成し遂げるためには、これまでの産業振興計画の取り組みを通じて、拡大してきた「地産外商」を、さらにより確実に「拡大再生産」につなげられるかがポイントとなります。

このため、第3期計画では、「地産外商」の取り組みをさらなる「地産」の強化に向かわせ、それがさらに「外商」の拡大につながるという「拡大再生産」の力強い好循環を作り出すことを目指します。特に、この力強い「拡大再生産」に向けて、次の3つのポイントで施策を抜本強化し、全力で取り組みます。

強化ポイント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が依然として減少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。

強化ポイント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。

強化ポイント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。

3 産業成長戦略の総括

各分野の取り組みの成果等は、次のとおりです。

分野	総括<◎取り組みの成果 ◆見えてきた課題>	さらなる挑戦 (重点項目)
農業	<p>◎高齢化等による農家戸数の減少や産地の縮小が進む中において、生産性の向上や販路の開拓、新規就農者の確保などの取り組みにより、農業産出額は増加。目標とした1,000億円を上回る(H18:987億円→H21:963億円→H27:1,011億円)</p> <p>高品質・高収量を実現する最先端の「次世代型こうち新施設園芸システム」を確立し、普及を開始するなど、次のステージに向けた生産拡大の仕組みが整う</p> <p>◆地域で暮らし稼げる農業を目指し、若者にとって魅力ある産業として発展していくためには、さらなる生産性の向上や中山間地域の農業を支える仕組みの再構築、生産を拡大するための農地の確保などについて、より強力な取り組みが必要</p>	<p>農業の拡大再生産に向けた好循環の実現と農業クラスターの形成に取り組む</p>
林業	<p>◎目標とした72万㎡には届かないものの、大型加工施設の整備や木質バイオマスの利用拡大など、森林資源を余すことなく活用する仕組みの構築により、原木生産量が大幅に増加(H18:44.6万㎡→H21:42.0万㎡→H27:59.2万㎡) 長らく衰退傾向にあった高知の山が大きく動き出した</p> <p>◆高知の山でより多くの雇用の場を生み出していくためには、木材需要のより一層の拡大を図るとともに原木生産をさらに拡大させることが必要</p>	<p>成熟した森林資源をさらに生かすことを目指して、新たな木材需要の創出と専門的な人材の育成とに取り組む</p>
水産業	<p>◎高齢化等により漁業者の減少が進む中において、県内への水揚げの促進や養殖業の拡大などにより、沿岸漁業生産額は増加。目標とした370億円を上回る(H18:326億円→H21:348億円→H26:421億円)</p> <p>養殖業や水産加工業が、本県水産業の柱として成長。また、本県の魚の特性(少量多品種)を生かした都市圏での新たな商流を生み出す仕組みが整う</p> <p>◆本県水産業がより多くの若者の雇用の受け皿となるためには、漁業生産量をさらに増加させ、その効果を水産加工や流通などの関連産業により力強く広げていくことが必要</p>	<p>沿岸漁業生産体制や水産加工の取り組みを強化するとともに、都市圏や海外への外商活動を一層進め、生産から加工・流通に至るクラスターの形成を図る</p>
商工業	<p>◎ものづくり地産地消・外商センターによる一貫サポートなどにより、最終製品の開発・販売に挑戦する企業が増加し、外商が飛躍的に拡大。製造品出荷額等も増加に転じ、目標とした5,000億円を平成25年に前倒しで達成(H18:5,498億円→H21:4,909億円→H26:5,260億円)</p> <p>防災関連産業は、新たな産業として大きく成長。また、コンテンツ産業も企業とのネットワークが広がり、企業集積の土台が形成</p> <p>◆本県のものづくり企業の拡大再生産を図るためには、これまでの取り組みに加え、企業の経営ビジョンを実現するための事業戦略の策定から、その実行までを支援していく取り組みが必要</p>	<p>高知発のものづくりの国内外での展開に向け、ものづくりの強化と外商支援の加速化に取り組む</p>

分野	総括＜◎取り組みの成果 ◆見えてきた課題＞	さらなる挑戦 (重点項目)
観光	<p>◎観光商品を「つくる」、その観光商品を効果的にPRして県外に向けて「売る」、本県を訪れる観光客に満足いただけるように「もてなす」という一連のサイクルを抜本強化して取り組んできた結果、目標とした県外観光客入込数400万人を3年連続で達成。400万人観光が一定定着（H18:322万人→H21:315万人→H27:408万人）</p> <p>◆次の目標である435万人観光を早期に実現するためには、本県観光の強みである歴史・食・自然を生かした観光地づくりと国際観光にも対応できる受入環境の整備が必要</p>	外国人観光客にも対応する歴史・食・自然を運動させた観光地づくりを加速させる
外商 (食品加工)	<p>◎現時点では目標とする935億円には届いていない(※)ものの、人口減少により県内市場が縮小する中でも、食料品製造業出荷額等を一定維持（H18:906億円→H21:862億円→H26:892億円）※p.98下の注意書き参照</p> <p>高知県地産外商公社の外商サポートにより、外商に挑戦する事業者が増加し、成約件数・金額ともに飛躍的に拡大。また、戦略的なプロモーションにより、高知ユズが海外で認知され市場が広がるなど、食料品の輸出額は、当初目標の2億円を前倒しで達成</p> <p>◆食品加工業をさらに伸ばすためには、市場が求める衛生基準への対応や、売上規模の大きな事業者の外商拡大が必要</p>	市場が求める商品づくりや生産管理の高度化を一層推進するとともに、外商公社の全国展開をさらに進める
移住	<p>◎移住に至るまでのプロセスを5段階に分けて、それぞれに応じた対策を実施。移住・定住に向けた一連の官民協働による仕組みが整い、目標とした本県への移住者数の年間500組を達成（H23:120組→H27:518組）</p> <p>移住者が地域や経済の担い手として活躍するといった成果が表れ始める</p> <p>◆全国的な地方創生の動きの中で、他県との競争がより厳しくなることが想定。また、地域における後継者や中核人材確保の要請も高まってきており、移住促進の取り組みの更なるパワーアップが必要</p>	移住希望者への情報発信や、地域の受け入れ体制などをさらにレベルアップする
産業人材の育成・確保	<p>◎各産業を支える人材の育成・確保が図られ、地産外商が一層活発に。「事業承継・人材確保センター」や「産学官民連携センター」が開設し、地産、外商、拡大再生産を後押しする仕組みが整う</p> <p>◆依然として、各産業の担い手が不足しており、担い手確保対策と移住促進策との更なるリンケージの強化が必要</p>	移住促進策とも連携した県内外での担い手確保対策と将来を担う人材の育成に取り組む

《各分野における主な取り組みと成果》

■ 農業分野

高齢化等による農家戸数の減少や産地の縮小が進む中において、生産性の向上や販路の開拓、新規就農者の確保などの取り組みにより、農業産出額は増加。目標とした1,000億円を上回る。

高品質・高収量を実現する最先端の「次世代型こうち新施設園芸システム」を確立し、普及を開始するなど、次のステージに向けた生産拡大の仕組みが整う

▽ 農業産出額の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
987	963	930	958	969	938	962	1,011

[農業生産の維持・拡大]

○県内各地への学び教えあう場の設置により栽培技術が向上。また、安全・安心で高品質な生産につながるIPM（総合的な病害虫や雑草の管理）技術の普及を加速化

- ▶ 学び教えあう場の設置数 平成23年度：181 → 平成27年度：207
- ▶ 園芸用ハウスの整備面積 平成24～27年度：63ha
- ▶ IPM技術の導入面積（施設ナス） 平成23年度：62% → 平成27年度：97%

○米、土佐茶、畜産等の地域の特産物の生産拡大やブランド化、生産性の向上を推進

- ▶ 米のブランド化支援組織数（取組面積） 平成23年度：4組織（158ha） → 平成26年度：6組織（471ha）
- ▶ 土佐茶販売額 平成23年度：189百万円 → 平成27年度：214百万円
- ▶ 土佐あかうしの枝肉価格（kgあたり） 平成23年度：1,434円 → 平成27年度：2,392円

[集落営農の推進等による地域農業の維持]

○中山間地域の農業の維持・発展に向けた集落営農や中山間農業複合経営拠点の取り組みが拡大

- ▶ 集落営農組織のカバー率 平成23年度：9% → 平成27年度：13%
- ▶ こうち型集落営農組織 平成23年度：17組織 → 平成27年度：32組織
- ▶ 中山間農業複合経営拠点 平成27年度：4拠点

[次世代型こうち新施設園芸システムの確立と普及]

○施設園芸の先進国であるオランダから学んだ環境制御技術を本県の気候や生産条件に適合させ作り上げた「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及を開始（H26秋～）

- ▶ 環境制御機器の導入面積 平成22年度：17.5ha → 平成26年度：59ha → 平成27年度：95ha
- ▶ 次世代施設園芸団地（四万十町）の整備（4.3ha、平成28年7月から営農開始）

[流通・販売の支援強化]

○園芸品の基幹流通の強化と実需者ニーズに対応できる新たな流通・販売体制を構築

(基幹流通：パートナー量販店での販売強化、中規模流通：中食・外食等の業務需要の開拓、小規模流通：こだわりの農産物と飲食店等をマッチング)

▶《基幹流通》パートナー量販店での高知青果フェア開催回数 平成 23 年度：53 回 → 平成 27 年度：108 回

▶《中規模流通》卸売会社との連携による中食・外食等の業務需要の顧客開拓数：60 件 (平成 21 年 6 月～28 年 3 月)
高知家の野菜・くだもの応援の店制度の店舗数 平成 26～27 年度：39 店舗

▶《小規模流通》生産者と飲食店等の実需者とのマッチング件数 平成 24～27 年度：211 件

○2 地域から EU 等への青果輸出が始まり、これに併せて果汁輸出量が大幅に拡大

▶ユズ果汁、ユズ玉等の輸出量 平成 23 年度：16t → 平成 26 年度：103t

[担い手確保対策の推進]

○新規就農の総合窓口となる就農コンシェルジュを配置し、研修から就農までを一貫サポートする仕組みを構築。また、平成 26 年度に農業担い手育成センターを開設し、研修や先進技術の普及体制を強化。これらの取り組みにより新規就農者が増加

▶新規就農者数：平成 23 年：234 人→平成 27 年：269 人 (平成 24～27 年の累計：1,014 人)

○産地が求める人材を募集する産地提案型の担い手確保対策を推進

▶産地提案書策定数：25 市町村 31 提案 (平成 27 年度末時点)

○農地等の集積・集約化に向け、農地中間管理事業を開始 (平成 26 年 4 月)

▶農地中間管理機構での担い手への貸付：162 件 193.4ha (平成 26～27 年度)

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆地域で暮らし稼げる農業を目指し、若者にとって魅力ある産業として発展していくためには、さらなる生産性の向上や中山間地域の農業を支える仕組みの再構築、生産を拡大するための農地の確保などについて、より強力な取り組みが必要

□農業の拡大再生産に向けた好循環の実現と農業クラスターの形成に取り組む

- ・次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進
- ・中山間農業複合経営拠点の整備促進
- ・規模に応じた販路開拓、販売体制の強化と農産物の輸出の推進
- ・産地提案型の担い手確保対策の強化等による新規就農者の確保、家族経営体の強化及び法人経営体の育成
- ・担い手への農地集約の加速化と園芸団地の整備促進

▽
《第 3 期計画における 4 年後の目標》

○農業産出額等：1,060 億円以上

○農業生産量(※)(野菜主要 11 品目)：11.6 万トン以上

※「農業生産量」の目標は野菜(主要 11 品目)のほか、果樹(主要 2 品目)、花き(主要 3 品目)、畜産(土佐あかうし飼養頭数)を設定

■ 林業分野

目標とした72万 m^3 には届かないものの、大型加工施設の整備や木質バイオマス利用拡大など、森林資源を余すことなく活用する仕組みの構築により、原木生産量が大幅に増加

長らく衰退傾向にあった高知の山が大きく動き出した

▽ 原木生産量の推移（単位：万 m^3 ）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
44.6	42.0	40.4	50.7	46.5	49.5	61.0	59.2

[原木生産の拡大]

○効率的・計画的に原木生産を行う「森の工場」の整備や高性能林業機械の導入、路網整備など、原木の生産効率を高める取り組みが進む

▶森の工場 平成23年度：103工場 62事業体 44,407ha→平成27年度：177工場 67事業体 65,980ha

[加工体制の強化・木材需要の拡大]

《A材》

○平成25年8月に新たな大型加工施設が稼働するとともに、既存製材所の加工力が増強。戸建住宅や公共建築物等での県産木材の利用も進む

▶平成25年8月に高知おとよ製材が稼働（平成28年3月時点：雇用人数67人）

▶戸建住宅の木造率 平成23年：86.2% → 平成27年：91.5%

《B材》

○全国に先駆けて平成25年7月に「CLT建築推進協議会」を設立、平成27年8月に「CLTで地方創生を実現する首長連合」を設立するなど、本県がトップランナーとしてCLTの普及拡大に向けた取り組みを推進

▶CLT建築物の推進：平成26年3月には日本初となるCLT建築物が大豊町で完成

このほか、5施設のCLT建築物を整備中（平成28年9月にはすべて完成）

▶CLT用ラミナ工場の整備（H28年度稼働）

《C材・D材》

○平成27年に県内2ヵ所で木質バイオマス発電所（専焼）が操業を開始したほか、農業用を中心とした木質バイオマスボイラーの導入促進などにより、木質バイオマスの利用量が大きく増加

▶県内2ヵ所で木質バイオマス発電所が操業開始（平成28年3月時点：雇用人数56人）

▶木質バイオマスボイラー導入台数（累計） 平成24～27年度：125台（うち農業分野110台）

▶木質バイオマス利用量 平成21年度：22万7千トン → 平成27年度：40万7千トン

[流通・販売の支援強化]

- 土佐材の流通拠点の活用や、土佐材パートナー企業との連携等、大消費地をターゲットとした外商活動を展開。トレーラー等による定期輸送の取り組みにより、輸送コストを低減

▶流通拠点 平成23年度：10ヵ所 → 平成27年度：19ヵ所（関東7ヵ所、中部2ヵ所、関西7ヵ所、中国1ヵ所、四国1ヵ所、九州1ヵ所）

[担い手の育成・確保策の推進]

- 林業労働力確保支援センターと連携して林業就業者の確保対策を推進

▶林業就業者数は、他産業への流出の影響等により減少 平成23年度：1,661人 → 平成26年度：1,602人

- 平成27年度に林業学校を開設し、即戦力となる人材を育成する基礎課程がスタート。さらに平成30年4月には高度で専門的な人材を育成する専攻課程がスタート予定

▶林業学校基礎課程の修了者 平成27年度：14名

- 「小規模林業推進協議会」を設立し、小規模林業の実践者を組織化。政策パッケージによる一体的支援により小規模林業を推進

▶小規模林業推進協議会構成員（平成27年度末）：304名

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

- ◆高知の山でより多くの雇用の場を生み出していくためには、木材需要のより一層の拡大を図るとともに原木生産をさらに拡大させることが必要

- 成熟した森林資源をさらに生かすことを目指して、新たな木材需要の創出と専門的な人材の育成に取り組む

- ・林業事業体の生産性向上、森林組合の経営基盤強化、苗木の生産体制の強化などによる原木生産のさらなる拡大
- ・既存製材所の加工力の強化、大断面集成材やCLTパネル等の付加価値の高い製品を製造する高次加工施設の整備などによる加工体制の強化
※これらの取り組みにより林業・木材の関連産業のクラスター形成を目指す
- ・低層非住宅建築物の木造化促進などによる木材需要の拡大
- ・土佐材の海外への販売促進
- ・林業現場での即戦力となる人材の育成と高度で専門的な担い手の育成



《第3期計画における4年後の目標》

- 原木生産量：78万m³以上
- 木材・木製品製造業出荷額等：220億円以上

■ 水産業分野

高齢化等により漁業者の減少が進む中であって、県内への水揚げの促進や養殖業の拡大などにより、沿岸漁業生産額は増加。目標とした370億円を上回る

養殖業や水産加工業が、本県水産業の柱として成長。また、本県の魚の特性（少量多品種）を生かした都市圏での新たな商流を生み出す仕組みが整う

▽ 沿岸漁業生産額の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26
326	348	403	396	410	423	421

▽ 水産加工出荷額の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26
158	160	162	165	165	173	175

[県内水揚げの確保・推進]

○黒潮牧場15基体制の維持や、イワシ活餌供給の取り組みの推進、メジカの土曜出漁の開始、大型定置網の事業承継や操業再開の支援等により、漁業生産量を確保

▶黒潮牧場でのカツオ水揚げ量

平成20年度－22年度平均：624トン → 平成23年度－26年度平均：796トン

▶メジカ漁獲量 平成24年－26年平均：3,756トン → 平成27年：4,375トン

▶大型定置網の上半期漁獲量 平成26年：4,672トン → 平成27年：6,441トン

[養殖業の振興・拡大]

○クロマグロの養殖漁場の拡大や生産基盤の整備を支援するとともに、平成26年度からクロマグロ人工種苗の生産技術開発、平成27年度から中間育成の技術開発に着手。平成24年12月から開始したカンパチ人工種苗の量産技術開発を確立

▶クロマグロ養殖生産量 H24年：651トン → H27年：1,517トン、平成27年度には1,000尾の沖出しに成功

▶カンパチ人工種苗 平成27年度に17万尾の量産に成功

○養殖ビジネススクールの開講、設備投資・新技術の導入支援などにより、養殖魚の品質向上や経営体の経営力の強化につながる

[水産加工業の強化・拡大]

○地域アクションプランの取り組みなどにより、新たな水産加工業の事業化や養殖魚の産地加工の取り組みが広がる

▶新たな加工品出荷額・雇用人数 平成21年度：0.1億円・26人 → 平成26年度：11.4億円・164人

▶宿毛地区での養殖ブリの加工・出荷数 平成26年度：40,000尾 → 平成27年度：74,000尾

[少量多品種の特性を活かした外商活動の展開]

○消費地市場とのネットワークを活用したフェアの開催や、「高知家の魚応援の店制度」の創設、東京築地の水産物直販施設「築地につぼん漁港市場」への「さかな屋 高知家」の

オープンなどの外商活動の強化により、本県水産物の取引が拡大

▶関西の量販店でのフェア 平成 27 年度：22 店舗

▶高知家の魚応援の店 平成 27 年度末：585 店舗の県外飲食店が登録

81 の県内事業者が参画（取引額 1.2 億円）

[担い手確保対策の強化]

○漁業就業セミナーの実施や短期・長期研修制度の拡充、受入態勢の強化などにより、新規漁業就業者が増加

▶新規漁業就業者数：平成 22 年：39 人→平成 27 年：47 人（平成 24～27 年の累計：160 人）

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆本県水産業がより多くの若者の雇用の受け皿となるためには、漁業生産量をさらに増加させ、その効果を水産加工や流通などの関連産業により力強く広げていくことが必要

□沿岸漁業生産体制や水産加工の取り組みを強化するとともに、都市圏や海外への外商活動を一層進め、生産から加工・流通に至るクラスターの形成を図る

- ・漁業経営の効率化、法人等の生産現場への参入促進等による生産性の高い漁業への構造転換
- ・人工種苗の量産体制の確立等による養殖生産ビジネスの拡大
- ・既存加工施設の高度化や衛生管理体制の強化、HACCP に対応した加工施設の立地促進などによる市場対応力のある産地加工体制の確立
- ・少量多品種の特性が生きる外商活動の一層の強化、水産物の海外販路の開拓等による流通・販売の強化
- ・新規就業者の積極的な掘り起こしと中核的な漁業者の計画的な育成
- ・高齢者等に対応した漁場づくりや遊漁・体験漁業の振興等による漁村の資源を活かした活動の支援



《第 3 期計画における 4 年後の目標》

○漁業生産額（宝石サンゴ除く）：460 億円以上

○水産加工出荷額：200 億円以上

※第 2 期計画の目標「沿岸漁業生産額」を、第 3 期計画では「漁業生産額（宝石サンゴ除く）」に変更

■ 商工業分野

ものづくり地産地消・外商センターによる一貫サポートなどにより、最終製品の開発・販売に挑戦する企業が増加し、外商が飛躍的に拡大。製造品出荷額等も増加に転じ、目標とした5,000億円を平成25年に前倒して達成

防災関連産業は、新たな産業として大きく成長。また、コンテンツ産業も企業とのネットワークが広がり、企業集積の土台が形成

▽ 製造品出荷額等の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26
5,498	4,909	4,681	4,981	4,945	5,218	5,260

[ものづくりの振興]

○平成26年度に「ものづくり地産地消・外商センター」を設置（※）し、ものづくりに関する様々な相談に一元的に対応する仕組みを構築したほか、製品開発への支援策を強化。これにより外商が大きく前進

（※）平成23年度に産業振興センターに開設した「ものづくり地産地消センター」と、平成24年度に設置した「外商支援部」を統合

▶ものづくりの地産地消の推進

相談件数（うちマッチング件数） 平成24年度：400件（78件） → 平成27年度：603件（176件）

▶ものづくり地産地消・外商センターのサポートによる事業化プラン作成件数：65件（平成26～27年度累計）

▶見本市出展回数 平成24年度：13回 → 平成27年度：31回

▶企業訪問回数 平成24年度：1,212回 → 平成27年度：3,328回

▶外商支援の成果（売上額） 平成24年度：2.5億円 → 平成27年度：40.8億円

○全国トップクラスの助成制度を活用した企業立地の取り組みにより、事務系職場を中心とした新設や既立地企業の増設が進み、新規雇用者が着実に増加

▶立地件数（平成24～27年度）：製造業39件（新設4件、増設35件）、事務系11件（新設9件、増設2件）

▶製造品出荷額等：+350億円（一部推計値含む） ▶新規雇用：1,268人（フル操業時の計画値）

○防災関連産業交流会の開催や防災関連製品の製品開発等への支援、防災関連製品認定制度の創設、国内外での販路開拓支援などにより、防災関連産業が新たな産業として大きく成長

▶防災関連産業交流会の会員数 150社（平成28年3月末現在）

▶防災関連登録製品数 104件（平成24年度～27年度）

▶防災関連製品登録製品販売額 平成24年度：0.6億円 → 平成27年度：23.8億円

○県内の産学官の連携による共同研究を促進し、ファインバブル（微細気泡）や動脈可視化装置などの事業化を実現

▶産学官連携産業創出研究推進事業（中期テーマ研究）実施件数：11件（事業化件数4件）（平成24～27年度）

[産業人材の育成・確保]

○平成27年度に事業承継・人材確保センターを設置し、事業承継や新たな事業展開に必要な

な中核人材の確保に係る支援体制を構築（高知 14 名、東京 2 名）

▶相談件数（うちマッチング件数）事業承継：107 件（4 件）、人材確保：137 件（11 件）（平成 28 年 3 月末現在）

○新規高卒者の県内企業への就職を促進。県外大学との就職支援協定等により県出身県外大学生の県内就職を促進

▶高校生の県内就職割合 平成 23 年度：58.7% → 平成 27 年度：63.9%

▶県出身県外大学生の U ターン就職率 平成 23 年度：14.0% → 平成 26 年度：15.9%

[商業の活性化]

○商店街全体の賑わい創出やチャレンジショップ、空き店舗対策による新規開業支援などにより、空き店舗の活用が進む

▶空き店舗率 平成 23 年度：15.0% → 平成 27 年度：13.1%

[コンテンツ産業の推進]

○コンテンツビジネス起業研究会を平成 22 年に設置し、事業化プランのブラッシュアップや実行を支援。また、県外コンテンツ関連企業へのアプローチ等を実施。本県と県外関連企業とのネットワークが拡大

▶コンテンツビジネス起業研究会の会員数：29 事業者（平成 28 年 3 月末現在）

▶コンテンツ関連企業の立地による新規雇用者数：71 人（平成 25～27 年度累計）

《見えてきた課題（◆）と、さらなる挑戦（□）》

◆本県のものづくり企業の拡大再生産を図るためには、これまでの取り組みに加え、企業の経営ビジョンを実現するための事業戦略の策定から、その実行までを支援していく取り組みが必要

□高知発のものづくりの国内外での展開に向け、ものづくりの強化と外商支援の加速化に取り組む

- ・事業戦略の策定・磨き上げへの支援
- ・ものづくり地産地消・外商センター東京営業本部の設置など外商サポートの強化
- ・防災関連産業のさらなる振興（認定製品のさらなる増加、海外での外商の強化）
- ・新素材等を用いた製品や技術の開発による紙産業の振興
- ・パッケージ型支援策の強化等による事務系職場の集積拡大
- ・助成制度の創設や、人材確保・育成などを含めた支援パッケージによるコンテンツ関連企業のさらなる誘致

《第 3 期計画における 4 年後の目標》

○製造品出荷額等：6,000 億円以上

■ 観光分野

観光商品を「つくる」、その観光商品を効果的にPRして県外に向けて「売る」、本県を訪れる観光客に満足いただけるように「もてなす」という一連のサイクルを抜本強化して取り組んできた結果、目標とした県外観光客入込数 400 万人を 3 年連続で達成。
400 万人観光が一定定着

▽ 県外観光客入込数の推移（単位：万人）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
322	315	435	388	384	407	401	408

▽ 観光総消費額の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
843	762	1,010	953	1,000	1,102	1,075	1,089

<観光商品をつくる>

[地域地域の観光資源の磨き上げ]

○地域博覧会の開催や広域観光組織の体制強化、地域観光の担い手の育成等を通じて、持続的に観光資源を磨き上げ、魅力的な旅行商品を造成していく仕組みを構築

▶県内6ブロックで広域観光組織の設置

▶地域博覧会の開催

楽しまん！はた博（平成25年）、高知家・まるごと東部博（平成27年）

▶地域博覧会の開催などを通じた地域地域の旅行商品づくり

体験プログラム数 はた博：65件、東部博：64件

周遊プラン数 はた博：9件、東部博：23件

▶セミナー等の開催による人材育成

土佐の観光創生塾：60名（平成27年度）、広域観光みらい会議：164名（平成27年度）

<売る>

[全国に向けた観光キャンペーンとセールスプロモーションの展開]

○「リョーマの休日」や旅行会社向けセールスキャラバンの実施、首都圏等のマスメディアでの情報発信などの効果的なセールスプロモーション活動を展開

▶観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」の実施

「高知家の食卓」県民総選挙の実施

▶旅行会社向けセールスキャラバンの実施

旅行会社等出席者数（延べ）平成24年度：209社、411人 → 平成27年度：264社、753人

▶首都圏等のマスメディアでの情報発信（メディア露出件数、広告換算）

平成24年度：33件、13.7億円 → 平成27年度：201件、55.6億円

[スポーツツーリズムの推進]

○スポーツイベントの開催やプロスポーツ及びアマチュアスポーツ合宿の誘致を促進。スポーツツーリズムによる観光客誘致の取り組みが前進

▶平成 27 年度新規誘致：全国大学女子野球、なでしこリーグ、東京 6 大学野球

▶スポーツ宿泊 平成 23 年度：28,365 人泊 → 平成 27 年度：33,923 人泊

[国別戦略に基づく国際観光の推進]

○東アジアを主要なターゲットとして、国内外での旅行博・商談会への参加やセールス活動の強化、海外向け情報発信コンテンツの充実などの取り組みを積極的に展開。外国人観光客が大幅に増加

▶多言語 WEB サイト (VISIT KOCHI JAPAN) の開設 (平成 27 年 9 月)

▶国内外の旅行博・商談会でのセールス 平成 25 年度：4 回 → 平成 27 年度：22 回

▶海外旅行会社の新規開拓数：175 社 (平成 25～27 年度累計)

▶外国人延べ宿泊者数 平成 23 年：1.6 万人泊 → 平成 27 年：4.5 万人泊

<もてなす>

[受入環境の整備]

○龍馬パスポートを活用した周遊促進や、おもてなしトイレ・おもてなしタクシーなどのおもてなし活動を官民挙げて推進

▶龍馬パスポート発行：146,902 人 (平成 28 年 3 月末時点)

▶おもてなしトイレ：721 箇所、おもてなしタクシー：486 人 (平成 28 年 3 月末時点)

○多言語案内板・パンフレット、Wi-Fi 環境の整備など外国人観光客の受入態勢を強化

▶免税店 平成 26 年 4 月：4 店舗 → 平成 28 年 4 月：104 店舗

▶外国クルーズ船の寄港 平成 24 年度：0 隻 → 平成 27 年度：3 隻

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆次の目標である 435 万人観光を早期に実現するためには、本県観光の強みである歴史・食・自然を生かした観光地づくりと国際観光にも対応できる受入環境の整備が必要

□外国人観光客にも対応する歴史・食・自然を連動させた観光地づくりを加速させる

- ・「志国高知 幕末維新博」の開催を通じた歴史資源のリアル化と観光クラスターの形成
- ・アウトドア拠点の整備
- ・外国人観光客にも対応した受入基盤の抜本的整備
- ・外国人向け旅行商品づくりの抜本強化、よさこいの海外向けプロモーションの展開
- ・観光産業を支える人材の育成と事業体の強化



《第 3 期計画における 4 年後の目標》

○県外観光客入込数：435 万人以上

○観光総消費額：1,230 億円以上

■ 地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）

現時点では目標とする 935 億円には届いていない（※）ものの、人口減少により県内市場が縮小する中でも、食料品製造業出荷額等を一定維持 ※p. 92 下の注意書き参照

高知県地産外商公社の外商サポートにより、外商に挑戦する事業者が増加し、成約件数・金額ともに飛躍的に拡大。また、戦略的なプロモーションにより、高知ユズが海外で認知され市場が広がるなど、食料品の輸出額は、当初目標の 2 億円を前倒して達成

▽ 食料品製造業出荷額等の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26
906	862	861	864	884	873	892

[県外市場への売り込みの強化]

- 地産外商の推進母体となる高知県地産外商公社を平成 21 年に設立。首都圏ではアンテナショップ「まるごと高知」を拠点に外商活動を推進
- 名古屋事務所、大阪事務所の外商の取り組みを大幅に強化するとともに、平成 27 年度からは公社の活動範囲を関西・中部、中国・四国・九州に拡大して、外商活動の全国展開を推進

▶地産外商公社の体制：東京 27 人、大阪 2 人、高知 4 人（平成 28 年 3 月末現在）

▶高知県と地産外商公社の支援による外商の主な成果

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
外商成約件数	178	444	1,327	2,603	3,333	4,393	6,555
うち定番採用	77	264	611	1,117	1,828	2,420	3,690
成約金額（億円）	—	—	3.41	7.68	12.35	16.06	20.79
広告換算（億円）	—	17	23.3	22.2	68.1	52.4	60.6
まるごと高知売上（億円）	—	2.5	3.9	3.9	4.2	4.4	4.7

▶県内外での高知フェア・商談会等の開催（地産外商公社実施分を含む）

平成 23 年度：129 回 → 平成 27 年度：255 回

▶外商活動への参画事業者数（地産外商公社の仲介・あっせん数）

平成 23 年度：103 社 → 平成 27 年度：137 社

[農林水産物の外商支援]【再掲】

- 農産物：パートナー量販店等での販促活動、中食、外食等の業務加工需要の顧客開拓
- 水産物：消費地市場と県内産地市場との交流会、大都市圏における本県水産物の販売力の強化（「高知家の魚 応援の店」の創設、「さかな屋 高知家」のオープン）

[海外の販路開拓に挑戦]

○本県に強みのあるユズを中心としたフランスやシンガポールでの認知度向上の取り組みのほか、香港、台湾などでのフェアの開催など各事業者のステージに応じたサポートを実施。食料品の輸出額が増加するとともに、新たに貿易に挑戦する実践者も拡大

▶海外での商談会やフェア等への参加事業者 平成23年：4回、24社→平成27年：13回、49社

▶国内外でのセミナーや商談会の開催等

貿易促進コーディネーターによるサポート（平成21～27年度累計）：延べ3,042件

平成21～23年度累計：延べ982件 → 平成24～27年度累計：延べ2060件

▶フランス、スペイン、デンマーク、ベルギー、アメリカ、シンガポール、オーストラリアでユズ賞味会開催（ユズ果汁・ユズ玉等輸出（平成26年）：103t）

▶食料品の輸出額 平成23年：1.3億円 → 平成26年：3.4億円

[食品加工の生産管理の高度化・市場が求める商品づくり]

○消費地から求められる生産管理（衛生・品質管理、食品表示）の高度化や市場が求める商品づくりに取り組む事業者が増加

▶(旧)県版 HACCP 認定施設 平成22年度以降：25施設

▶高度衛生管理手法認定 平成24年度開始以降：29施設

▶県内量販店でのテストマーケティング 平成27年度：8社13回

▶「まるごと高知」を活用したテストマーケティング・催事 平成27年度：39社198商品

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆食品加工業をさらに伸ばすためには、市場が求める衛生基準への対応や、売上規模の大きな事業者の外商拡大が必要

□市場が求める商品づくりや生産管理の高度化を一層推進するとともに、外商公社の全国展開をさらに進める

- ・事業者への HACCP 手法の導入支援
- ・各企業の事業化プランの策定・実行のサポートにより拡大再生産に向けた企業の成長を後押し
- ・地域に根差した食品産業クラスターの形成
- ・主力のユズ・日本酒に加え、土佐材、養殖魚、農産物等の輸出に挑戦



《第3期計画における4年後の目標》

○食料品製造業出荷額等:1,000億円以上

■ 移住促進による地域と経済の活性化

移住に至るまでのプロセスを5段階に分けて、それぞれに応じた対策を実施。移住・定住に向けた一連の官民協働による仕組みが整い、目標とした本県への移住者数の年間500組を達成

移住者が地域や経済の担い手として活躍するといった成果が表れ始める

▽ 移住達成までの各ステップの実績

	「高知家で暮らす。」アクセス数	相談者数	暮らし隊会員登録者数	移住者数	うち県の相談窓口を通じた移住者数
H23	—	—	371人	120組 241人	47組 104人
H24	260,012件	1,259人	503人	121組 225人	64組 111人
H25	430,080件	1,817人	690人	270組 468人	91組 168人
H26	429,236件	3,458人	1,398人	403組 652人	166組 294人
H27	525,243件	3,943人	1,112人	518組 864人	230組 411人

[Step 1 : 高知を知って・好きになってもらう]

○高知家プロモーションと連動した移住のPRにより、高知ファンの増加や高知の認知度向上が図られる

▶高知家の認知度 平成25年度：22% → 平成27年度：36%

[Step 2 : 移住に関心を持ってもらう]

○移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」の機能強化や「幸せ移住パッケージシステム」による情報提供、アクティブな情報発信等を実施。高知ファンや移住関心層の掘り起こしにつながる

▶「高知家で暮らす。」のアクセス数 平成24年度：260,012件 → 平成27年度：525,243件

[Step 3 : 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう]

○移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応のほか、移住体験ツアーや都市部等での移住相談会の実施、人財誘致の取り組みなど、関心から行動へと促すための情報や機会を提供。これにより、高知への移住関心層をスムーズに移住相談や「高知で暮らし隊」会員登録につなげることができた

▶移住・交流コンシェルジュ 平成25年度：6名 → 平成27年度：10名

東京相談窓口の開設 まるごと高知（平成26年度～）、ふるさと回帰支援センター（平成27年度～）
大阪出張相談の開始（平成26年度～）

▶移住体験ツアー、都市部等での移住相談会 平成24年度：28回 → 平成27年度：38回

▶県と協定を締結した民間人材ビジネス事業者と連携した人財誘致の取り組みの開始（平成26年度～）

[Step 4 : 移住について真剣に考えてもらう]

○移住・交流コンシェルジュ、市町村の移住専門相談員・地域移住サポーターが綿密に連携し、移住希望者に寄り添いながら、不安解消に向けたサポートやきめ細かな情報提供等を実施

○移住促進策と各産業分野の担い手確保策との連携や市町村の受け入れ体制の充実等により、相談から移住までの一連の支援体制が整い、移住者が大幅に増加

▶官民協働による具体的な移住促進策の協議を行う「高知県移住推進協議会」を平成25年度に設立

▶移住専門相談員 平成24年度：10市町村 → 平成27年度：26市町村 37人

▶移住促進策と各産業分野の担い手確保対策との連携

農業分野：農業担い手育成センター、就農コンシェルジュ

林業分野：林業学校、小規模林業推進協議会、林業労働力確保支援センター

水産業分野：漁業就業アドバイザー 商工業分野：事業承継・人材確保センター 等

▶お試し滞在住宅や移住者支援施設等の整備 平成23年度：11市町村 → 平成27年度：21市町村

▶市町村による空き家の中間保有の促進等（平成26年度～）

[Step5：高知に安心して住み続けてもらう]

○移住専門相談員や地域移住サポーターによるきめ細かなフォローアップや、移住者交流会の開催による移住者間のネットワークづくりなど、地域になじんでもらい、住み続けていただくための地域の受け入れ体制を充実

▶地域移住サポーター（県から委嘱） 平成27年度：16市町村 77人

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆ 全国的な地方創生の動きの中で、他県との競争がより厳しくなることが想定。また、地域における後継者や中核人材確保の要請も高まってきており、移住促進の取り組みの更なるパワーアップが必要

□ 移住希望者への情報発信や、地域の受け入れ体制などをさらにレベルアップする

・リーチ（届く範囲）を広げる

高知ファンにとどまらず移住関心層への情報発信の大幅拡大

・アクティブに働きかける

事業承継・人材確保センターを中心とした人財誘致、各分野の担い手確保策との連携（都市部人材と地域をつなぐ仕掛けとなるツアーの実施等）、起業家の誘致

・ゲートウェイ（受け皿）を広げる

高知版 CCRC の展開など、移住について真剣に考えてもらう仕掛けの強化



《第3期計画における4年後の目標》

○県外からの年間移住者：1,000組以上

■ 産業人材の育成・確保

各産業を支える人材の育成・確保が図られ、地産外商が一層活発に。「事業承継・人材確保センター」や「産学官民連携センター」が開設し、地産、外商、拡大再生産を後押しする仕組みが整う

[第一次産業の担い手確保]【再掲】

<農業>

○新規就農の総合窓口となる就農コンシェルジュを配置し、研修から就農までを一貫サポートする仕組みを構築。また、平成 26 年度に農業担い手育成センターを開設し、研修や先進技術の普及体制を強化。これらの取り組みにより新規就農者が増加

▶新規就農者数：平成 23 年：234 人→平成 27 年：269 人（平成 24～27 年の累計：1,014 人）

○産地が求める人材を募集する産地提案型の担い手確保対策を推進

▶産地提案書策定数：25 市町村 31 提案（平成 27 年度末時点）

<林業>

○林業労働力確保支援センターと連携して林業就業者の確保対策を推進

▶林業就業者数は、他産業への流出の影響等により減少 平成 23 年度：1,661 人 → 平成 26 年度：1,602 人

○平成 27 年度に林業学校を開設し、即戦力となる人材を育成する基礎課程がスタート。さらに平成 30 年 4 月には高度で専門的な人材を育成する専攻課程がスタート予定

▶林業学校基礎課程の修了者 平成 27 年度：14 名

○「小規模林業推進協議会」を設立し、小規模林業の実践者を組織化。政策パッケージによる一体的支援により小規模林業を推進

▶小規模林業推進協議会構成員（平成 27 年度末）：304 名

<水産業>

○漁業就業セミナーの実施や短期・長期研修制度の拡充、受入態勢の強化などにより、新規漁業就業者が増加

▶新規漁業就業者数：平成 22 年：39 人→平成 27 年：47 人（平成 24～27 年の累計：160 人）

[産業人材の育成・担い手の確保]

○本県の産業人材の育成の核となる取り組みとして、平成 24 年度から「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐 MBA）」をスタート。学びを生かして地産外商に挑戦し、成果を上げる事業者が増加

▶科目数、受講者数 平成 24 年度：25 科目、延べ 1,672 人 → 平成 27 年度：35 科目、延べ 1,718 人

○観光やものづくり、6 次産業化等、各分野の担い手を育成

▶セミナー等の開催による人材育成（主なもの）

土佐の観光創生塾：60 名（平成 27 年度）、広域観光みらい会議：164 名（平成 27 年度）

農業創造セミナー（実践コース）：56 グループ参加（平成 22～27 年度累計）

ものづくり技術研修：2,635 人（平成 22～27 年度累計）

○県内全ての高等教育機関の協力のもと、「知の拠点」「交流の拠点」「人材育成の拠点」という3つの拠点機能を持つ産学官民連携センター（ココプラ）を開設し、平成27年4月から取り組みをスタート

▶大学等のシーズ・研究内容紹介：全26回、609人参加（以下、平成27年度実績）

▶経営者トーク：全10回、249人参加

▶高知家フューチャーセミナー：全4回、285人参加

▶アイデアソン：全2回、60人参加

▶連続講座：4コース、全22回、143人参加

○平成27年度に事業承継・人材確保センターを設置し、事業承継や新たな事業展開に必要な中核人材の確保に係る支援体制を構築（高知14名、東京2名）【再掲】

▶相談件数（うちマッチング件数）事業承継：107件（4件）、人材確保：137件（11件）（平成28年3月末現在）

○新規高卒者の県内企業への就職を促進。県外大学との就職支援協定等により県出身県外大学生の県内就職を促進【再掲】

▶高校生の県内就職割合 平成23年度：58.7% → 平成27年度：63.9%

▶県出身県外大学生のUターン就職率 平成23年度：14.0% → 平成26年度：15.9%

《見えてきた課題（◆）と、さらなる挑戦（□）》

◆ 依然として、各産業の担い手が不足しており、担い手確保対策と移住促進策との更なるリンケージの強化が必要

□ 移住施策とも連携した県内外での担い手確保と将来を担う人材の育成に取り組む
＜移住・人財誘致の促進＞

・リーチ（届く範囲）を広げる【再掲】

高知ファンにとどまらず移住関心層への情報発信の大幅拡大

・アクティブに働きかける【再掲】

事業承継・人材確保センターを中心とした人財誘致、各分野の担い手確保策との連携（都市部人材と地域をつなぐ仕掛けとなるツアーの実施等）、起業家の誘致

・ゲートウェイ（受け皿）を広げる【再掲】

高知版 CCRC の展開など、移住について真剣に考えてもらう仕掛けの強化

＜U・Iターン等の促進＞

・学生に確実に情報が届く仕組みの構築（保護者等に対する県内企業情報等の提供、奨学金の返還支援制度を活用した産業人材の確保等）

＜第一次産業分野での担い手確保対策＞

・林業学校の充実強化、法人等の参入による中核的な漁業者の育成等

＜本県の産業を担う人材の育成＞

・起業関連やアプリ開発等の講座の新設や県中央部以外での学びの機会の強化等、土佐まるごとビジネスアカデミーをさらに充実

・地域主体の人材育成の取り組みを支援

4 地域アクションプランの総括

地域アクションプランについては、県内7つのブロックに置く産業振興推進地域本部を中心に、ソフト、ハードの施策を組み合わせるきめ細かなサポートを行うとともに、PDCAサイクルによる点検・検証・改善を通して、取り組みの充実を図ってきました。

＜地域アクションプランへの主な支援（第2期計画期間中）＞

- 産業振興推進総合支援事業費補助金：77件、県補助額1,199,322千円
- 観光拠点整備等補助金等：143件、県補助額941,012千円
- 産業振興アドバイザー（専門家の派遣）：163件、延べ499回

その結果、葉にんにくやシラスなど地域資源を活用した新たな農水産加工品が数多く誕生し、さらに、県内各地に地域産品の販売拠点となる直販施設が次々とオープンしたことで、地域の加工品づくりが活発になってきました。

また、土佐備長炭や土佐あかうし、きびなごやカツオ等の水産加工の取り組みでは、需要の増大や衛生管理の高度化に対応して生産体制が強化され、外商がさらに加速するという、拡大再生産に向けた良い流れが生まれてきましたし、ユズの青果や地域資源を活用した冷菓などでは海外への輸出の取り組みが定着・拡大しています。

観光分野では、室戸ジオパークセンターやよさこい情報交流館など、地域の核となる新たな観光拠点施設の整備が進んだほか、地域地域で観光資源の磨き上げや観光人材の育成が図られたこと等により、旅行商品の造りが進展し、400万人観光の定着に貢献しました。

こうしたことから、全体としては、地域に新たな産業が生まれるとともに、地産、外商の挑戦により順調な成長を続けており、地域の雇用の創出と所得の向上につながっています。また、地域アクションプランの取り組みが、地域における新たな経済活動の基盤として重要な役割を果たすようになってきたところも一部に見られるようになってきました。

しかしながら、一部に取り組みの遅れているものや、課題のあるものも見られており、引き続き、実行支援チームによるサポートの強化等、さらなる対策が必要です。

▽ 地域アクションプランへの位置付けによる新たな挑戦が増加

・第2期計画期間中の追加48件

＜地域アクションプランの項目数（単位：件）＞

年度/地域	安芸	物部川	高知市	嶺北	仁淀川	高幡	幡多	計
H24当初	28	23	30	27	38	33	41	220
H27最終	34	26	32	28	40	48	48	256

（プランの動きについては分割・統合・削除があるため、全体の増減数と追加数は一致しません）

・第3期計画当初の新規28件

▽ 地域アクションプランによる雇用の創出：522人（第2期計画期間中）
 [参考：第1期計画期間中の雇用創出数 623人]

▽ 平成21～25年度に産業振興推進総合支援事業費補助金を活用した地域アクションプラン関連事業（売上高により補助事業の効果を図ることが適当と判断される事業に限る）の売上増加額（※）

（※各事業における補助金の活用前と当該年度の売上の伸びの合計）

- ・平成24年度 約20.96億円 [65事業 95件]
- ・平成25年度 約29.66億円 [73事業 107件]
- ・平成26年度 約36.48億円 [87事業 126件]

[主な成果等]

- 地域資源を活用した新たな農水産加工品が誕生
 葉にんにくのたれ、アレルギー対応グルメ缶詰、栗加工品、シラス加工品、米焼酎、トレフルッタ加工品、カンパチ加工品、四万十ポーク加工品 等
- 地域産品の販売拠点となる直販施設が次々とオープンし、地域の加工品づくりが活発化
 東洋町海の駅、キラメッセ室戸「楽市」、JA長岡「なの市」、津野町満天の星、村の駅ひだか、JA四万十みどり市、なぶら土佐佐賀、JA土佐くろしお「土佐くろしお村村営とさっ子広場」 等
- 需要の増大や衛生管理の高度化に対応して生産体制が強化され、外商がさらに加速
 土佐備長炭、土佐あかうし、きびなご加工品、カツオ・ブリの加工品、洋ラン、宗田節加工品 等
 ⇒土佐備長炭は生産量全国一に
- 海外への新たな挑戦が定着・拡大
 《ユズ》フランス等ヨーロッパ諸国に4年連続で青果を輸出 約3t（H24）→約4t（H27）
 《地域産品を使用した冷菓》海外市場での売上が増加 5,554千円（H22）→36,915千円（H27）
 《洋ラン》海外輸出に向け営業活動を展開
 《仁淀川流域木材》県産材住宅の部材1棟分を韓国に初輸出（H26）
- 新たな観光拠点施設の整備や地域地域の観光資源の磨き上げ、観光人材の育成、旅行商品の造成などが進展。また、地域博覧会などを通じて、広域観光組織の機能強化も進む。
 ・観光拠点施設の整備（室戸ジオパークセンター、よさこい情報交流館、海洋堂ホビー館等）
 ・地域博覧会の開催（H25はた博、H27東部博）
 ⇒体験プログラムの数：幡多地域63（H25はた博）、東部地域64（H27東部博）

[各地域の主な取り組みと成果]

安芸地域	ユズの青果輸出におけるヨーロッパとの取引の定着化や、シラス加工施設の整備、土佐備長炭の生産・出荷・販売体制の強化により、販売額の増加や新たな雇用の創出が図られた。その他、地域博覧会開催を契機として、室戸ジオパーク等の観光拠点施設の整備や観光商品づくりが進み、東部地域の観光資源の魅力向上が図られた。
物部川地域	農業分野では、直販所「なの市」「やすらぎ市」の整備により、新たな雇用の創出が図られた。また、シラの販路開拓や、「シャモ鍋セット」などの特産品開発も進んだ。その他、観光面では「高知中央広域観光協議会」が設立され、交流人口の拡大に向け圏域一体となった観光客の誘致活動を展開した。

高知市地域	農産品加工施設の機能強化や、民間事業者と連携したトマトや乳製品の開発など、農産加工による付加価値向上が図られた。また、県産竹材を用いた製品では材料の安定出荷体制を構築した。その他、観光分野では、近隣地域等との連携により滞在型・体験型観光を推進し、観光商品づくりが進んだ。
嶺北地域	れいほくブランドの園芸産地を維持するための研修の充実や土佐あかうしの生産基地の整備、大型製材工場の稼働などにより、新規就農者や新たな雇用の創出が図られた。また、大阪圏都市部の行政、民間団体や県外の大学等と連携し、地域資源の掘り起こしや新たな商品開発、販促活動の充実に取り組み、人的・物的交流が拡大した。
仁淀川地域	仁淀川など観光資源を活かした観光客の誘致が進み、カヌー・ラフティング、屋形船等の新たな体験型観光メニューの利用者が増加。その他、地域製品の販売拠点となるドラゴン広場や村の駅ひだかの整備、地域資源を活用したアイスクリームやカット野菜、一本釣りうるめいわし等の販売促進により、生産者の所得向上や新たな雇用の創出が図られた。
高幡地域	津野町アンテナショップは好調な販売により新たな雇用を創出、四万十町の滞在型市民農園も高い稼働率を継続し移住者の増加に繋がっている。観光分野では「2016 奥四万十博」に向け、5市町村による協議会設立や商工団体・住民の参画により受入準備が進んでいる。その他、四万十の栗や葉にんにく等、地域の素材を活用した加工品づくりなど、新たな取り組みも生まれた。
幡多地域	農林水産加工の販路拡大が進み、事業拡大に着手する取り組みも増えた。商談会への積極的な参加や生産体制の強化により、水産加工品や宗田節、ユズ、備長炭、黒潮町の缶詰などでは、売上の増加や新たな雇用の創出が図られた。その他、観光分野では、「はた博」「はた旅」の誘客促進の取り組みにより、認知度が向上し、観光施設等への入り込みや一般旅行者数が増加した。

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

- ◆地域の雇用を数多く生み出す基幹産業となるためにはより大きな展開が必要
⇒□産業振興推進地域本部を中心とするきめ細かなサポートにより、外商や拡大再生産に向けた挑戦を後押しする
- ◆取り組みが遅れているものや課題がある案件への支援の強化が必要
⇒□うまくいかなかった要因を分析し、必要な手立てを講じる
- ◆地域を元気にするためには地域アクションプランの取り組みをさらに広げていくことが必要であるが、地域によっては担い手がない、または偏在している
⇒□地域が主体の担い手育成を支援することにより、地域の産業を牽引する意欲ある実践者を育成し、新たな取り組みへの挑戦をサポートする
- ◆地域に若者が残るためには、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を数多く創出することが必要
⇒□地域アクションプランの取り組みを土台とした地域産業クラスターの形成に全力で取り組む

【参考資料：各施策、地域アクションプランで設定した数値目標の達成状況】

第2期計画の取り組み一つひとつについても、具体的な取り組みや成果、目標に対する実績などを確認し、総括をしました。また、この総括の中では、「達成状況を客観的に評価できる目標」については、次の4段階評価を実施しています。

「数値目標等に対する客観的評価」の方法

- ・達成状況を客観的に評価できる目標について、以下により4段階評価を実施
(客観的に評価できない定性的な目標については、「-」としている)

区分	評価基準
A+	<ul style="list-style-type: none"> ・数値目標を達成したもの → 数値目標の達成率(または達成見込率)が100%以上 ・数値目標ではないが客観的評価ができる目標を達成した(または達成する見込みがある)もの
A	<ul style="list-style-type: none"> ・数値目標をほぼ達成したもの → 数値目標の達成率(または達成見込率)が60%以上100%未満
A-	<ul style="list-style-type: none"> ・数値目標の達成に向けて十分な進展が見られなかったもの → 数値目標の達成率(または達成見込率)が60%未満
B	第2期計画の取り組み開始時と比べて、数値を改善もしくは維持できなかったもの、または状況を改善できなかったもの

(※) 4段階評価は、一つひとつの取り組みの進展を確認し、その改善を図っていくために実施するものですが、産業振興計画の目指すところは、地産外商を進め、産業全体の底上げを図ることで、「地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県」を創っていくことにあり、この実現に向けて、計画全体として、どういう成果が上がったかがむしろ重要と考えています。

したがって、計画全体の総括及び各分野の総括とあわせて見ていくことが必要となります。

《産業成長戦略》

分野別	評価計	A+	A	A-	B	-
農業分野	79	47	9	9	14	17
林業分野	19	7	6	3	3	13
水産業分野	31	18	4	7	2	49
商工業分野	40	20	9	7	4	22
観光分野	14	9	2	1	2	24
連携テーマ	59	30	12	7	10	32
合計	242	131	42	34	35	157

《地域アクションプラン》

分野別	評価計	A+	A	A-	B	-
安芸地域	49	15	4	15	15	10
物部川地域	48	26	6	5	11	1
高知市地域	36	9	4	7	16	5
嶺北地域	39	15	4	14	6	0
仁淀川地域	62	18	9	13	22	4
高幡地域	68	21	10	17	20	6
幡多地域	74	23	7	29	15	1
合計	376	127	44	100	105	27

V 第3期計画の改定

1 第1次改定（平成29年3月）の詳細

これまでの産業振興計画の取り組みを通じて、地産外商が大きく進み、生産年齢人口が減少する中でも各産業分野の産出額等が上昇傾向に転じてきました。人口が減少する中であっても、本県経済は縮むことなく、むしろ拡大する方向に転じつつあると考えられます。

この流れをさらに力強いものとするため、第3期計画では、「拡大再生産」の好循環を創出していくことを大いに意識しながら、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を地域地域に数多く創り出していくことを目指し、スピード感を持って取り組みを進めてきました。

こうした中、平成28年は年間を通して有効求人倍率が1倍を超えるなど、経済活性化に向けての手応えも感じられるようになってきました。

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0.68倍（平成28年12月）と依然として低く、また、雇用情勢の改善などによる失業率の低下に伴い各産業分野における人手不足がさらに深刻になってきています。

このため、これまでの取り組みの土台の上に立って「地産」「外商」「拡大再生産」の取り組みをもう一段パワーアップさせ、第3期計画をバージョン2へと改定しました。

○持続的な「拡大再生産」の好循環の創出を目指し、「地産」「外商」「拡大再生産」の取り組みをさらにパワーアップ！

【改定のポイント】

- 1) 海外への輸出の本格化
- 2) 435万人観光の早期達成と定常化に向けた取組強化
- 3) 第一次産業における飛躍的な生産拡大
- 4) 1,000億円産業に向けた食品加工のレベルアップ
- 5) 生産性・付加価値の向上と事業戦略の策定によるさらなる地産の強化
- 6) 移住者年間1,000組の実現と定常化に向け、移住施策と担い手確保策との連携をさらに強化
- 7) 地域産業クラスタープロジェクトの具体化による雇用創出
- 8) 起業や新事業展開のさらなる促進

以下、8つの改定のポイントについてそれぞれ詳しく述べます。

改定のポイント1

海外への輸出の本格化

(改定の背景)

- 地産外商会社によるサポート等を通じた外商の成約件数は、平成 21 年度の 178 件から平成 27 年度には 6,555 件と約 37 倍に増加するなど、国内での外商は飛躍的に拡大しています。
- 海外での外商についても、食料品の輸出額は、平成 21 年の 5 千百万円から平成 27 年の 4 億 3 千 9 百万円と 8.6 倍に増加するとともに、ユズや土佐酒の輸出拡大に加え、新たに防災関連製品や水産物、木材などの輸出もスタートしました。これまでの取り組みの結果に一定の手応えを感じており、さらに大きく伸ばすことが可能と考えています。

(強化の方向性)

- 全国展開など、これまでの積極的な国内の外商活動に加えて、輸出を本格化させるため輸出拡大に向けた体制をさらに強化し、国・地域、品目に応じた輸出戦略を展開します。

【さらなる強化策（主なもの）】

①輸出拡大に向けた体制強化

- ・貿易推進統括アドバイザーの配置等により戦略的に輸出を促進
- ・台湾活動支援拠点の強化

②ユズ、土佐酒、水産物、農産物、木材、防災関連製品等の輸出拡大に向けた取組の強化

- ・「KOCHI YUZU」の商標権を生かしたユズの輸出拡大
- ・CLT輸出への挑戦
- ・防災関連製品・技術の台湾や東南アジアでの展開の本格化
- ・インフラ技術等の ODA(政府開発援助)案件化の推進

改定のポイント2

435 万人観光の早期達成と定常化に向けた取組強化

(改定の背景)

- これまでの官民を挙げた取組により、県外観光客入込数は平成 25 年から4年連続で 400 万人を超えており 400 万人観光が定着してきています。
- 近年、外国クルーズ客船の高知新港への寄港が大幅に増加するなど、外国人観光客が増加しています。
- 大政奉還 150 年(平成 29 年)、明治維新 150 年(平成 30 年)は、本県の魅力である歴史や自然、食をアピールする絶好の機会であり、官民を挙げて、観光地としてのポテンシャルをさらに高める取組を進めてきました。

(強化の方向性)

- 435 万人観光の早期達成と定常化に向け、「志国高知 幕末維新博」の開催や地域の核となる観光拠点の形成を通じて持続的な観光振興の基盤をつくり上げるとともに、国際観光の取組をさらに加速させます。

【さらなる強化策（主なもの）】

①戦略的な観光地づくり

- ・幕末維新博を通じた歴史資源の磨き上げ(リアル化)と観光クラスターの形成
- ・地域の核となる観光拠点の形成
(自然を生かしたアウトドア拠点・スポーツ拠点の整備、龍河洞等の再活性化)

②国際観光のさらなる推進

- ・国・地域に応じた戦略的・重点的なプロモーション・セールス活動の展開
- ・外国人観光客向け県内 Free Wi-Fi の統一化
- ・2020 年の東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的展開

改定のポイント3

第一次産業における飛躍的な生産拡大

(改定の背景)

- 担い手の減少に連動する形で減少傾向にあった本県の第一次産業の生産額は、増加に転じています。

農 業(農業産出額) H22:930 億円 → H27:1,011 億円

林 業(木材・木製品製造業出荷額等) H22:150 億円 → H26:204 億円

水産業(沿岸漁業生産額) H21:348 億円 → H26:421 億円

- この流れをさらに力強いものとしていくためには、さらなる生産性や付加価値の向上を図るとともに、需要の拡大を図っていく必要があります。

(強化の方向性)

- 飛躍的な生産拡大を実現するため、新技術の導入等により、それぞれの地産の取り組みを強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

[農業]

- 「次世代型こうち新施設園芸システム」のさらなる普及
- 「中山間農業複合経営拠点」のさらなる整備推進
- 園芸連の中規模流通・小規模流通の強化

[林業]

- 原木増産に向けた森林組合の生産工程改善や高性能林業機械等の導入支援
- 製材所の加工力強化に向けた人材育成と設備整備の支援
- CLT建築の需要拡大に向けた取組の強化
- 新たな木質建材の開発・普及への支援

[水産業]

- クロマグロ人工種苗生産の事業化等、養殖業のさらなる振興
- 輸出等にも対応できる水産加工施設の立地促進
- 新規漁業者等の設備投資や沿岸の雇用型漁業への新規参入等の支援

改定のポイント4

1,000 億円産業に向けた食品加工のレベルアップ

(改定の背景)

- 地産外商公社の外商サポートにより、外商に挑戦する事業者が増加し、成約件数・金額も飛

躍的に拡大しました。これに伴い、食料品製造業出荷額等も増加に転じてきました。（食料品製造業出荷額等 H21:862 億円 → H26:892 億円(+30 億円)）

- さらなる飛躍のためには生産管理や加工技術の一層の高度化などにより、食品産業全体のさらなるレベルアップを図っていく必要があります。

(強化の方向性)

- 飛躍的な生産拡大を実現するため、新技術の導入等により、それぞれの地産の取り組みを強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

- 食品加工高度化支援拠点の整備
 - ・工業技術センターの機能強化
 - ・食品事業者を核とした産学官のプラットフォームづくり
 - ・商品開発や生産管理の高度化等に向けたアクティブな働きかけと一貫サポートの強化
- 地域商社の外商活動への支援（外商会社のノウハウ等の提供、商談会等の開催支援）

改定のポイント5

生産性・付加価値の向上と事業戦略の策定によるさらなる地産の強化

(改定の背景)

- 本県の生産年齢人口は減少を続けていますが、産業振興計画の取組などにより各分野の産出額等はむしろ拡大する傾向にあり、人口減少下でも縮まない経済に転換しつつあります。
- 引き続き、人口減少下にあっても各分野の成長を維持・拡大させるためには、「担い手の確保」の取組に加えて、各産業分野において、さらなる生産性や付加価値の向上に取り組むとともに、事業者の事業戦略の策定を進めていく必要があります。

(強化の方向性)

- 地域の事業者の経営計画や製材事業体の事業戦略など、各産業分野の事業戦略づくりを一貫して支援します。これを基礎として、新技術の導入促進や高知版 IoT の推進により生産性の飛躍的な向上と付加価値の向上を図るとともに、事業者の維持・発展に向けた人材の定着・確保対策を推進します。

【さらなる強化策（主なもの）】

- 各産業分野の事業者の成長の礎となる事業戦略の策定支援の強化
 - ・商工会等による経営計画の策定支援
 - ・製材事業体の事業戦略の策定支援
 - ・土佐MBAの経営戦略コースの充実 等
- 各産業分野における新技術の導入促進
- 高知版IoTの推進
 - ・実証プロジェクトの推進
 - ・システム・サービスの試作開発への支援
 - ・IoT 分野の人材育成
- 事業者の維持・発展に向けた人材の定着・確保対策の推進
 - ・新規高卒者の離職防止・従業員の定着対策
 - ・職種間のミスマッチの解消

改定のポイント6

移住者年間 1,000 組の実現と定常化に向け、移住施策と担い手確保策との連携をさらに強化

（改定の背景）

- これまでの取組により、移住者数は着実に増加してきました。
平成 27 年度：移住者数 518 組（平成 23 年度と比較して約 4 倍に増加）
- 他方、生産年齢人口が継続的に減少していることに加えて、地産外商が進んだが故に、例えば、新しいことにチャレンジしようとしても人材がいない、新しい農業を展開しようとしても後継者がいないといったような状況が一層深刻になってきています。
- 人口減少下においても、本県経済を縮ませず、むしろ拡大の方向にもっていくためには、「引退等により生じるポスト」や「事業創出による新たなポスト」をいかに若い人につなげていけるかがポイントとなります。

（強化の方向性）

- 移住者年間 1,000 組の実現と定常化に向けて、各産業分野の人材ニーズを顕在化、集約化させ、都市部人材とマッチングしていく仕組みをさらに強化するとともに、各産業分野の担い手確

保策を一層強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

○ 様々な人材ニーズの顕在化・集約化と都市部人材とのマッチング強化

- ・移住促進と密接に関連する「U・Iターン就職」「中核人材確保」の業務を一体的に展開
- ・各産業分野の担い手確保策をさらに強化

【農業】 労働力を確保する仕組みの構築

【林業】 都市部でのフォレストスクールの開催

【水産業】 漁村での幅広いライフスタイルの提案

【商工業】 事業承継・人材確保センターによる人材ニーズの掘り起こし、コンテンツ人材の確保対策の強化(首都圏の人材・企業とのネットワークの構築等)

○ 移住のハードルを下げる仕掛けづくり(「二段階移住」の促進、「高知家生涯活躍のまち」(高知版CCRC)の取組の推進)と住宅確保対策の強化

改定のポイント7

地域産業クラスタープロジェクトの具体化による雇用創出

(改定の背景)

- 第3期の産業振興計画では、拡大再生産策として、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を地域地域に生み出していく取組をスタートしました。
- 28年度は18のクラスタープロジェクト(年度途中に2件追加)を立ち上げ、官民協働でクラスタープランの作成などを進めていますが、まだまだ緒についたばかりの状況です。

(強化の方向性)

- クラスタープロジェクトの具体化支援や、遊漁・体験漁業の振興や商店街等の戦略づくりの支援等の産業集積の幅を広げる取組の強化などにより、地域産業クラスターの形成を本格化させます。

【さらなる強化策（主なもの）】

- クラスタープロジェクトの具体化支援
- 産業集積の幅を広げる取組の強化
 - ・遊漁・体験漁業の振興
 - ・商工会等との連携による中山間地域の商業の活性化
- 地域商社の外商活動への支援【再掲】

改定のポイント8

起業や新事業展開のさらなる促進

（改定の背景）

- 継続的に新たな挑戦が行われる環境を整備するため、第3期の産業振興計画では、拡大再生産策として、起業や新たな事業展開を促進する取組をスタートしました。
- 28年度に抜本強化した取組（総合相談窓口の設置、土佐まるごとアカデミーをベースとした起業化プロセスの構築、「こうち起業サロン」など）をさらに強化していく必要があります。

（強化の方向性）

- 起業コンシェルジュを配置し、「こうち起業サロン」の常設化とプログラムのさらなる充実を図るとともに、「ココプラ」と「こうち起業サロン」が一体となって起業等へのサポートを行います。あわせて、コンテンツ産業や創業及び拡大再生産に向けた設備投資への支援を強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

- 「ココプラ」と「こうち起業サロン」とが一体となった起業等へのサポートの強化
- コンテンツ産業への支援強化
- 設備投資の促進
- 各産業分野の事業者の成長の礎となる事業戦略の策定支援の強化【再掲】
- 商工会等との連携による中山間地域の商業の活性化【再掲】

2 第2次改定（平成30年3月）の詳細

第3期計画 ver.3 への改定に際して、現下の課題や最新の全国の動向等を分析するとともに、SWOT分析の再点検を行った結果、今後本県が目指すべき新たな基本方向について、次のとおり整理しました。

○完全雇用状況下における持続的な拡大再生産の好循環の創出に向け、「成長の「壁」を乗り越える」、「成長に向けた「メインエンジン」をさらに強化する」、「成長を支える取り組みを強化する」という3つの側面からの取り組みを大幅に強化！

【新たな8つの基本方向】

- 1 成長に向けた「メインエンジン」をさらに強化する
 - ① 継続的に新たな付加価値創造を促す仕組みを意図的に構築する
 - ② 交易の範囲のさらなる拡大を図る
- 2 成長の「壁」を乗り越える
 - ③ 担い手の確保策を抜本強化する
 - ④ 省力化・効率化の徹底に向けたサポートを強化する
- 3 成長を支える取り組みを強化する
 - ⑤ 起業や新事業展開を促進する
 - ⑥ 地域産業クラスターを形成する
 - ⑦ 人材育成・確保の取り組みを充実する
 - ⑧ 金融機関等との連携により事業戦略の策定と実行支援を強化する

基本方向1

継続的に新たな付加価値創造を促す仕組みを意図的に構築する

【さらなる強化策（主なもの）】

[三次産業、全般]

- 「志国高知 幕末維新博」第二幕(4/21 開幕)の展開
- 自然体験型観光の推進(ポスト幕末維新博)

【さらなる強化策（主なもの）】 ※前頁からの続き

- IT・コンテンツ人材育成の取り組みの大幅強化
- 首都圏 IT・コンテンツネットワークの機能強化
- 課題解決型の産業創出（ものづくり地産地消・外商の推進）

[二次産業]

- 工業技術センターによる高付加価値化支援の強化
- ものづくり産業、食品産業の高度化支援の強化
- 設備投資への支援の強化

[一次産業]

- IoTや AI 技術を活用した Next 次世代農業等の展開（Next 次世代型高知新施設園芸システムへの進化、次世代こうち新畜産システムの実証と確立）
- A 材（良質材）の高付加価値化
- 養殖生産ビジネスの拡大（ブリ類の養殖業者へのヨコワ養殖の普及等）

基本方向2

交易の範囲のさらなる拡大

【さらなる強化策（主なもの）】

[三次産業]

- インバウンド観光のさらなる強化
- 効果的な広報・セールス活動

[二次産業]

- （国内）外商活動の全国展開のさらなる推進
- （海外）輸出の本格展開

[一次産業]

- A 材の販売促進、外商体制の強化
- 「高知家の魚応援の店」と連携した外商活動の強化
- 規模に応じた青果物の販路開拓・販売体制の強化
- 県産米のブランド化の推進

基本方向3

担い手の確保策の抜本強化

【さらなる強化策（主なもの）】

[雇用環境の改善]

- 経営と両立する形での働き方改革(労働条件や労働環境の整備等)の促進

[アクティブに働きかける]

○マッチング機能の強化

- ・移住促進・人材確保センターによる移住希望者等へのアプローチの強化
- ・高知家の女性しごと応援室の機能拡充
- ・ジョブカフェこちの支援機能の強化
- ・高齢者や障害者の労働参画機会の拡大
- ・事業引継ぎ支援センター(国)とのネットワーク強化

○担い手の受け皿となる機能の強化

- ・新規学卒者の県内就職の促進(県内就職や県内企業を知ってもらう機会の充実等)
- ・各産業分野の担い手確保策の強化

IT・コンテンツアカデミーの開講(再掲)

産地提案書の拡充、農業担い手育成センター・農業大学校の充実・強化、畜産試験場の機能強化、林業大学校の本格開校

基本方向4

省力化・効率化の徹底に向けたサポート強化

【さらなる強化策（主なもの）】

- 課題解決型の産業創出(再掲)
- 設備投資絵の支援の強化(再掲)
- IoT や AI 技術を活用した次世代農業等の展開(再掲)
- 原木増産に向けた生産性向上支援
- スマート漁業の推進

基本方向5

起業・新事業展開の促進

【さらなる強化策（主なもの）】

- 「こうちスタートアップパーク」による起業へのサポートの強化
- 土佐 MBA による新事業展開へのサポートの強化
- IT・コンテンツ人材育成の取り組みの大幅強化（再掲）
- 首都圏 IT・コンテンツネットワークの機能強化（再掲）
- IT・コンテンツ産業と他産業との融合等による新事業創出

基本方向6

地域産業クラスターの形成

【さらなる強化策（主なもの）】

- 20 のクラスタープロジェクトの着実な推進
- クラスター形成に向けた支援策の強化
 - ・クラスタープランの PDCA サイクルの推進、露地園芸作物のクラスター形成の推進、園芸団地用地を生み出す仕組みの強化、海洋資源を生かした漁村でのサービス産業の振興（遊漁・体験漁業の振興）
- 地域の拠点施設を核とした地域経済の活性化（周辺への経済波及をもたらす拠点施設の整備支援）

基本方向7

人材育成・確保の取り組みの充実

【さらなる強化策（主なもの）】

- 移住促進・人材確保センター、IT・コンテンツアカデミー、土佐の観光創生塾、土佐まるごとビジネスアカデミー、文化人材育成プログラム
- 工業技術センター、食のプラットフォーム、高等技術学校
- 農業担い手育成センター、農業大学校、林業大学校 等

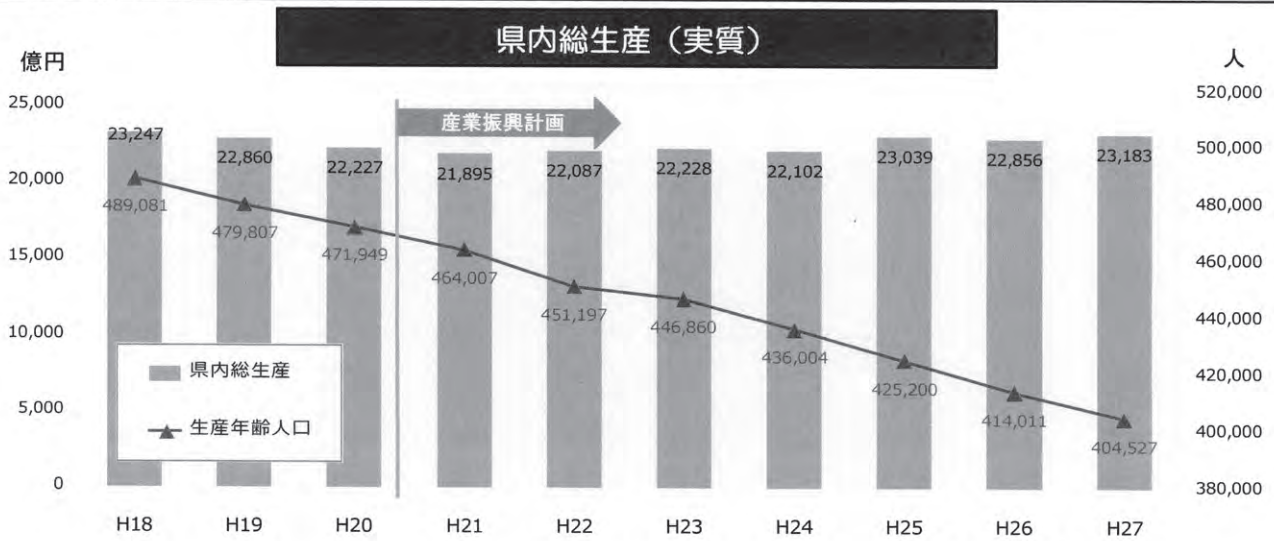
基本方向8

金融機関等との連携による事業戦略の策定と実行支援の強化

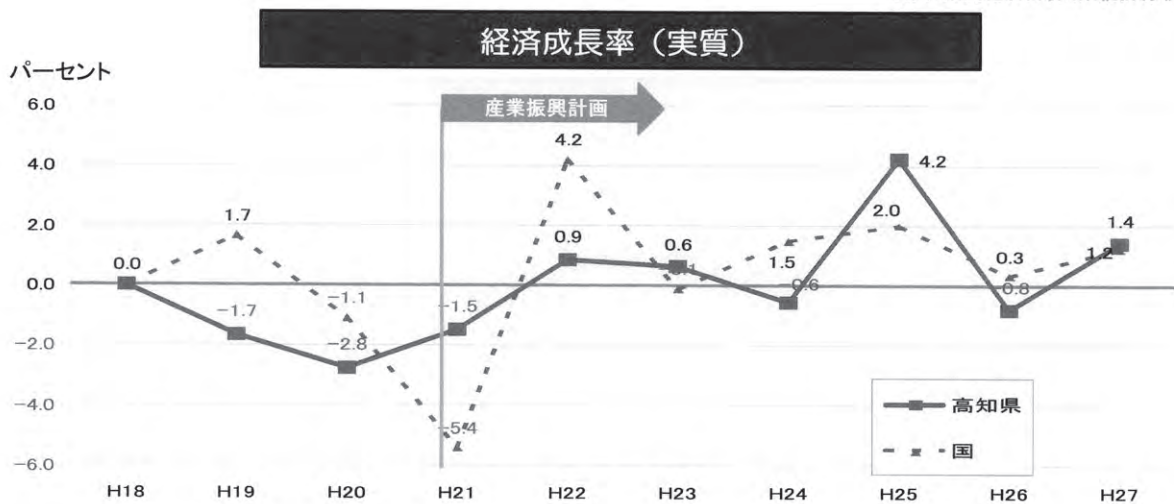
【さらなる強化策（主なもの）】

- 商店街等地域の事業者
- 地域の観光事業者
- ものづくり企業
- 食品加工事業者
- 中山間農業複合経営拠点・集落営農法人
- 製材事業体
- 漁業経営体
- 土佐 MBA

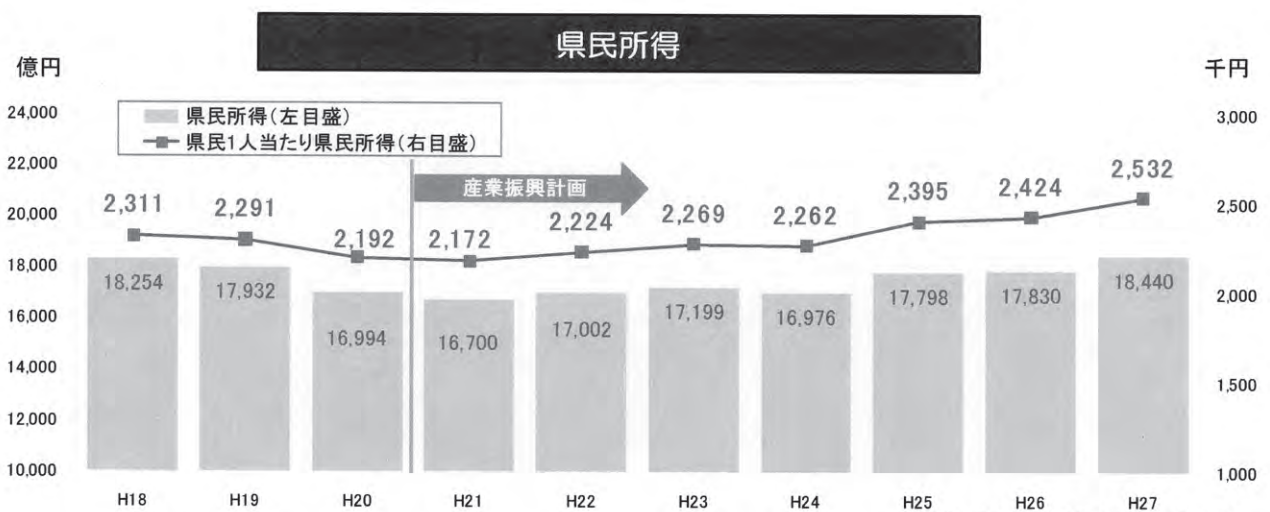
V 高知県経済等の動向（平成31年3月現在）



出典：県民経済計算（県統計分析課）



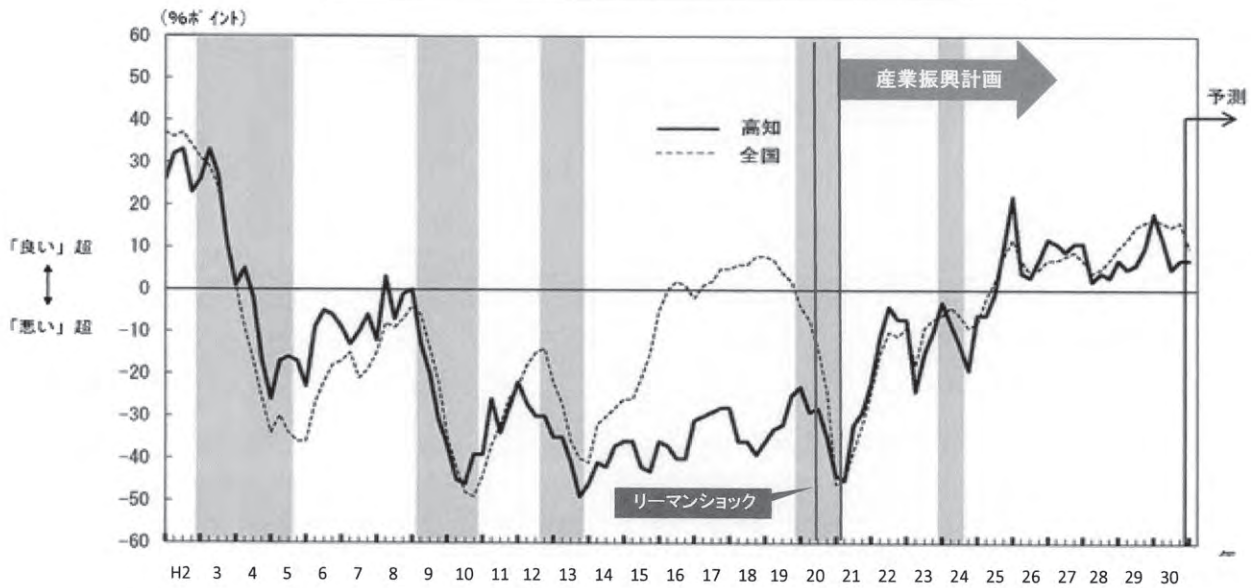
出典：県民経済計算（県統計分析課）、国民経済計算（内閣府）



出典：県民経済計算（県統計分析課）

- ・平成30年4月公表の平成27年度県内総生産は、生産年齢人口が減少を続ける中であっても、実質では、2兆3,183億円と前年度比1.4%増（26年度同0.8%減）と2年ぶりのプラスとなり、本県の経済成長率は国全体の経済成長率を上回った（名目では2兆3,997億円と前年度比3.0%増（26年度同1.4%増）で2年連続のプラス）。
- ・県民所得、一人当たりの県民所得いずれも平成21年度を底に、増加傾向にある。
※名目値とは、実際に市場で取引されている価格に基づいて推計された値。実質値とは、ある年（参照年）からの物価の上昇・下落分を取り除いた値。

▽業況判断D. I.



出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」(2018年12月・高知県分)

- 《全国》・全産業の業況判断D.I.は前回調査（H30.9月）と比べて1ポイント改善した。
 ・製造業では平成30年9月調査から現状対比横ばい(前回16)、非製造業では14ポイントから15ポイントと1ポイントの改善となっている。
- 《本県》・全産業の業況判断D.I.は前回調査（H30.9月）と比べて2ポイント改善した。
 ・製造業では平成30年度9月調査から現状対比横ばい（前回22）、非製造業ではマイナス1から0へ1ポイントの改善となっている。
 ・先行き(平成31年3月までの見通し)については、現状対比横ばいを見込んでいる(全産業：7)。

▽設備投資計画

	前年度比 単位：%								
	実績								2018年度
	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	年度計画
全産業	0.4	61.8	8.1	▲ 39.1	36.7	34.6	▲24.9	26.2	5.8
製造業	19.6	81.1	▲ 27.4	▲ 33.5	68.1	2.1倍	▲32.4	▲2.5	42.8
非製造業	▲ 17.3	36.2	70.7	▲ 43.3	20	▲ 18.4	▲10.6	63.9	▲22.7

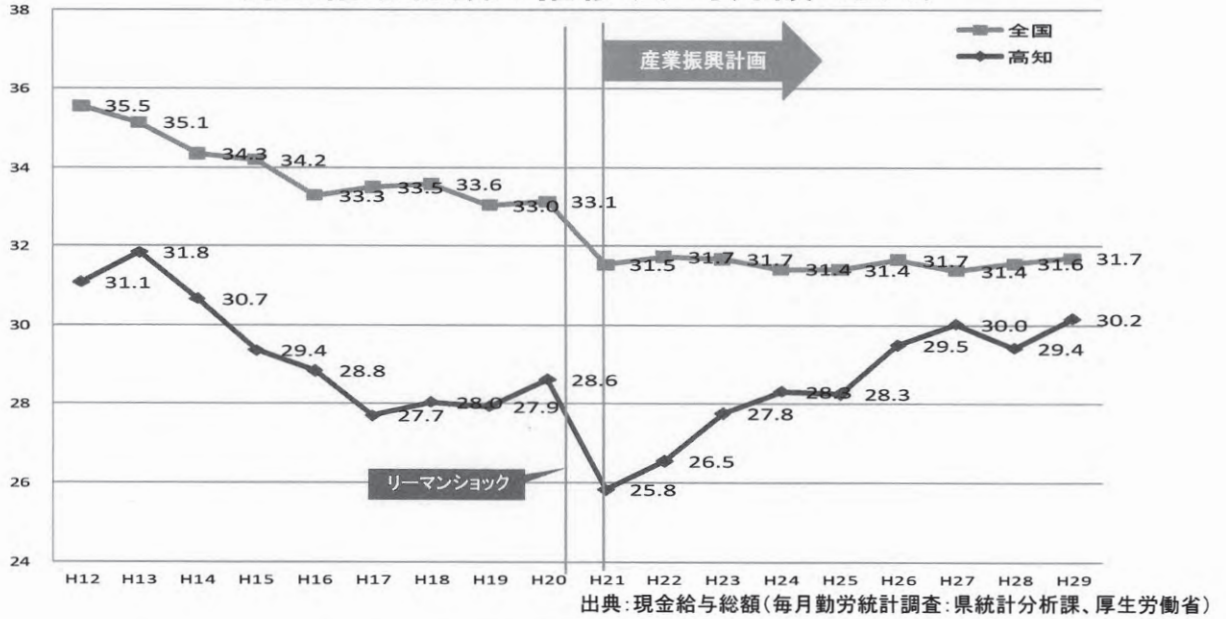
出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」(2018年12月・高知県分)ほか

《日本銀行調査》

- ・2017年度の設備投資額は、前年度を2割強上回る実績となった。
 (全産業：プラス26.2%、製造業：マイナス2.5%、非製造業：プラス63.9%)
- ・2018年度の整備投資額は、前年度を5%強上回る計画となっている。
 (全産業：プラス5.8%、製造業：プラス42.8%、非製造業：マイナス22.7%)

▽現金給与総額（事業所規模5人以上、調査産業計、男女計の月額）

現金給与総額の推移（平均月額：万円）



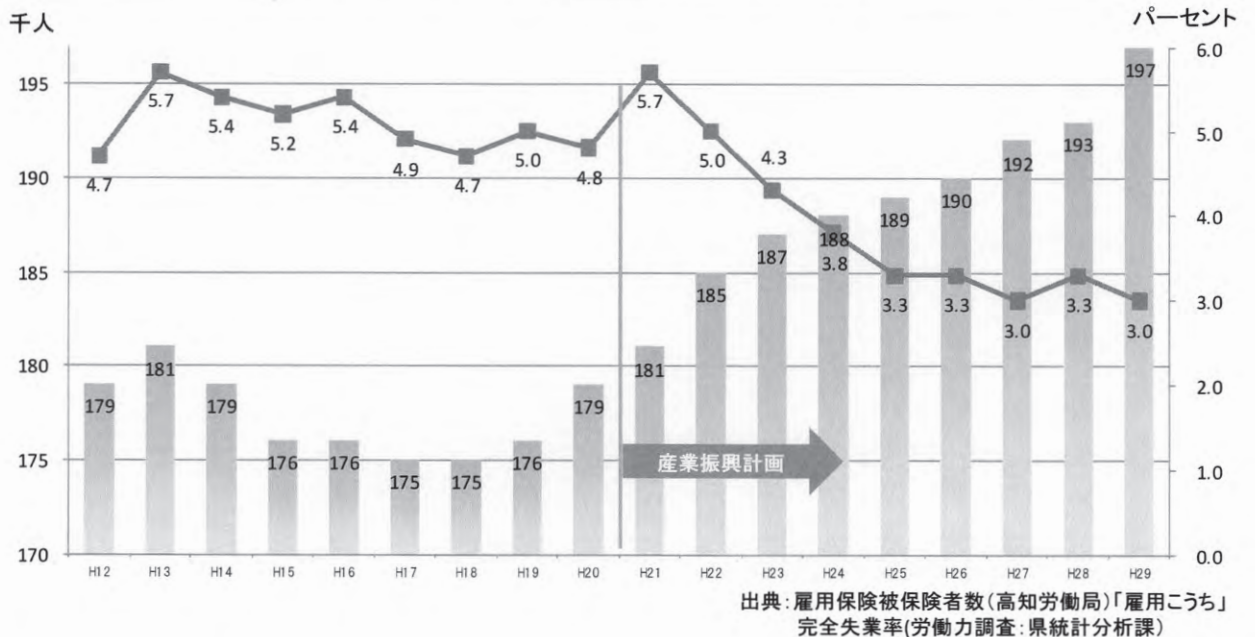
《全国》

リーマンショック時の平成21年に一旦落ち込み、その後の景気局面（H22～）においては、ほぼ横ばいで推移している。

《本県》

全国と同じく平成21年に一旦落ち込んだものの、その後ほぼ横ばいで推移している全国に対し、平成22年から増加傾向に転じている。その結果、全国との差が大幅に縮小している。

▽雇用保険被保険者数・完全失業率



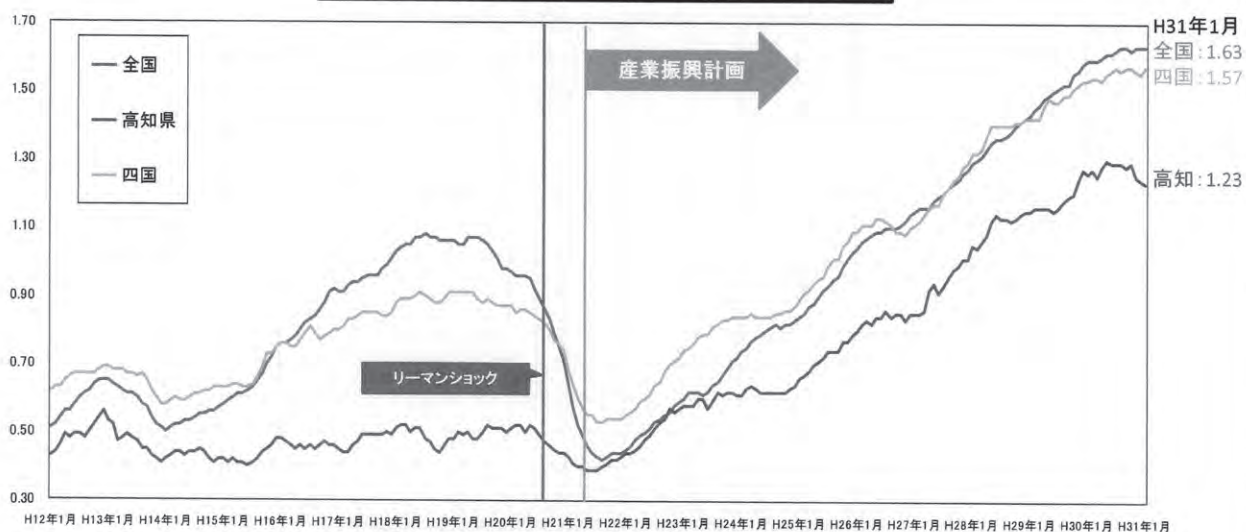
《雇用保険被保険者数》

平成19年度以降、増加傾向となっている。

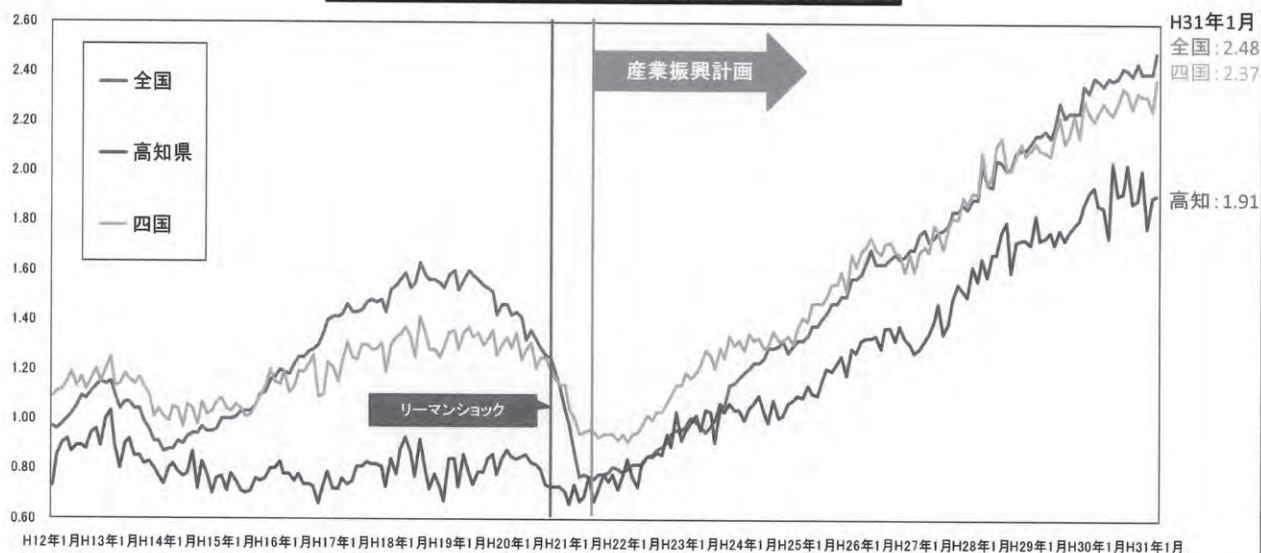
《完全失業率》

平成22年以降、減少傾向となっており、平成29年は3.0%まで改善している。

▽有効求人倍率(季節調整済み)



▽新規求人倍率(季節調整済み)

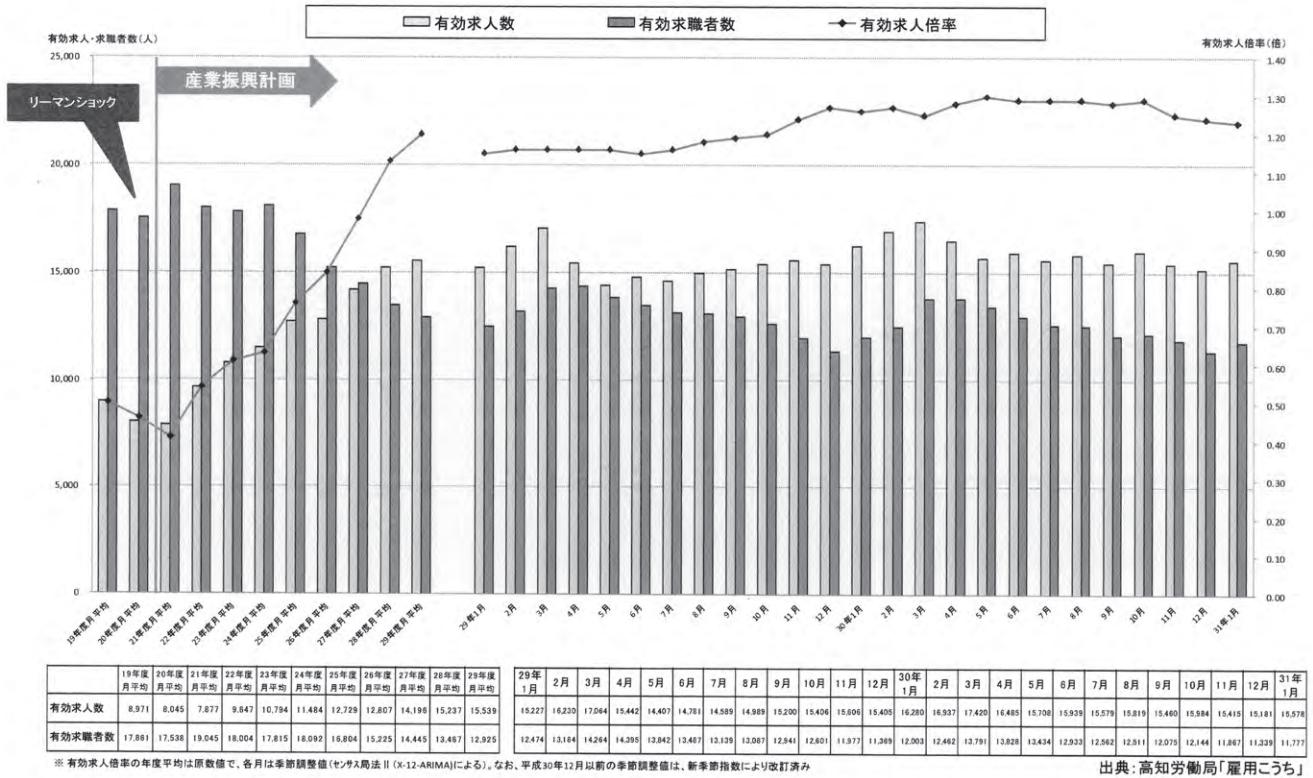


▽主な職業分類別 有効求人倍率(パート含む常用)

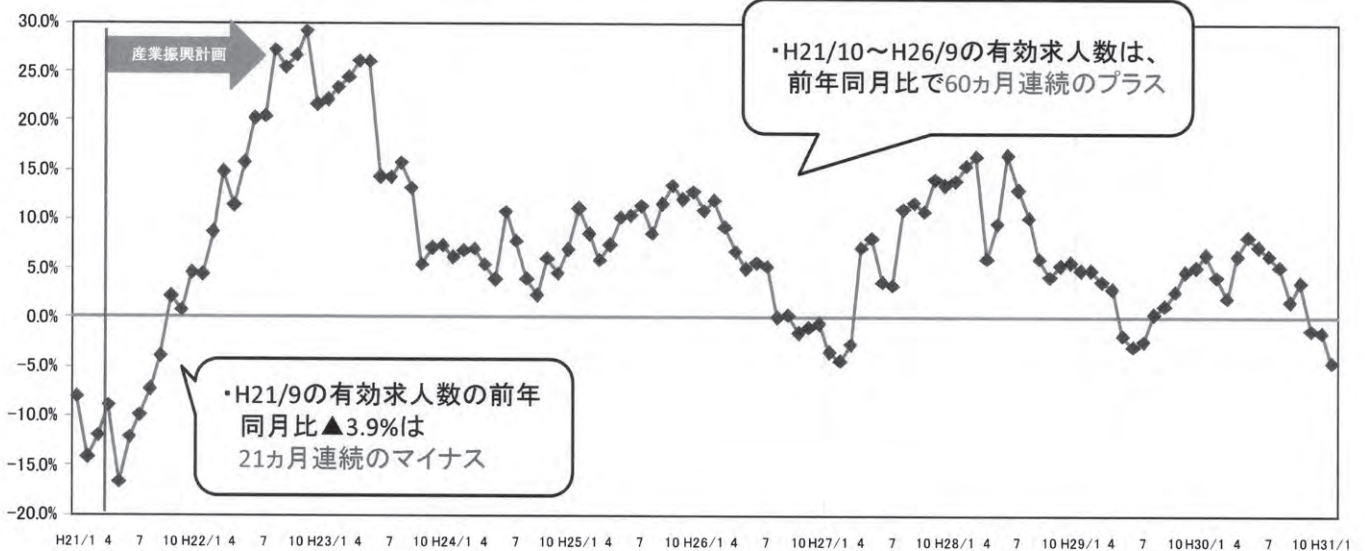
職業	高知県				全国			
	H29年 7月	H30年 1月	7月	H31年 1月	H29年 7月	H30年 1月	7月	H31年 1月
専門的・技術的職業	1.48	1.71	1.56	1.73	1.97	2.38	2.09	2.43
建築・土木技術者等	5.94	6.84	5.02	5.82	5.00	5.85	5.39	6.13
事務的職業	0.37	0.41	0.39	0.43	0.42	0.51	0.47	0.54
販売の職業	1.72	3.01	2.51	2.80	1.98	2.30	2.25	2.43
サービスの職業	2.29	2.35	2.73	2.69	3.18	3.68	3.45	3.70
介護サービスの職業	1.77	1.84	2.15	2.23	3.56	4.18	4.03	4.31
接客・給仕の職業	2.54	3.03	3.38	3.17	3.76	4.29	3.93	4.09
建設・採掘の職業	1.56	2.02	1.58	2.16	3.90	4.54	4.78	5.15
土木の職業	1.33	1.96	1.36	2.13	3.53	4.37	4.61	5.04
建設躯体工事の仕事	4.40	6.27	3.77	2.16	9.59	10.47	10.89	10.58
農林漁業の職業	1.04	1.23	1.03	1.10	1.45	1.46	1.53	1.53
生産工程の職業	1.70	1.93	1.73	1.68	1.55	1.80	1.80	1.91
製品製造・加工処理	2.61	2.53	2.35	1.98	1.78	1.96	1.97	2.02

※有効求人倍率は原数値

▽有効求人人数・有効求職者数(実数値)



▽有効求人人数(原数値)の前年同月比



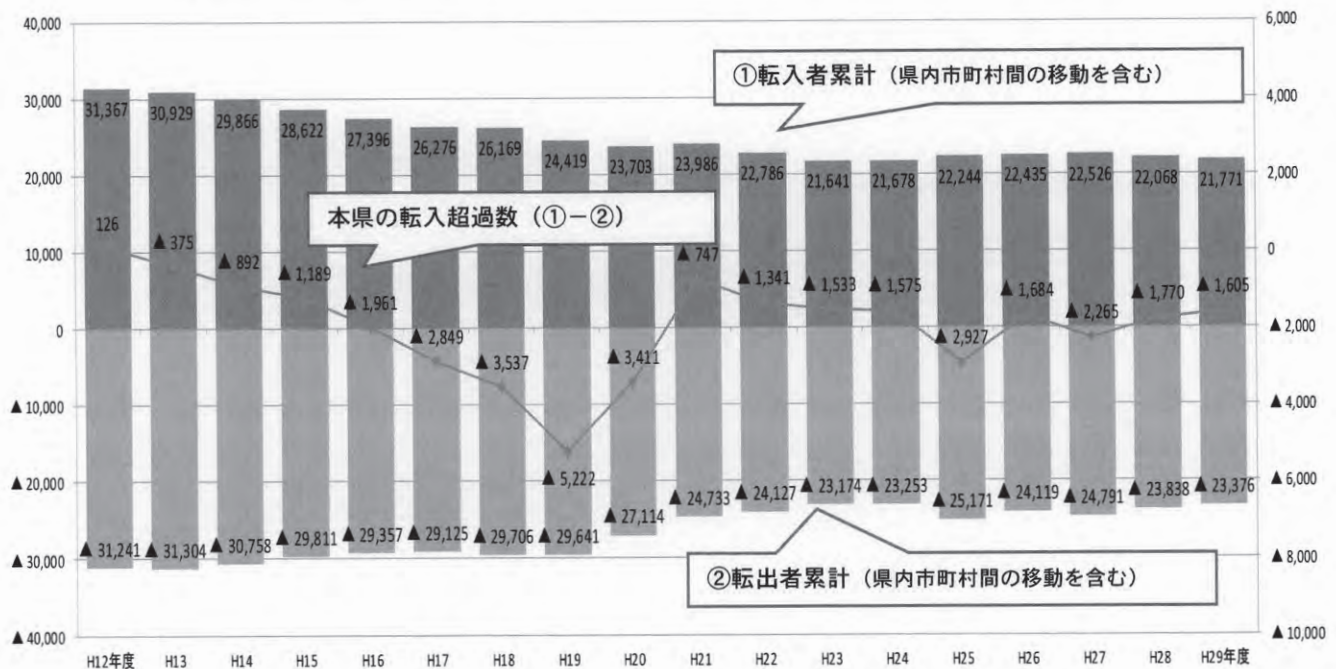
《全国》

- ・平成31年1月の有効求人倍率は1.63倍で、前月と同水準を維持した。
- ・同月の新規求人倍率は2.48倍で、前月に比べて0.08ポイント下回った。
- ・同月の正社員有効求人倍率は1.21倍で、前年同月を0.07ポイント上回った。

《本県》

- ・平成31年1月の有効求人倍率は1.23倍となり、前月に比べて0.01ポイント下回ったものの、高水準を維持した。
 - ・同月の新規求人倍率は1.91倍となり、前月を0.01ポイント上回った。
 - ・同月の正社員有効求人倍率は0.77倍となり、前月を0.02ポイント下回った。
- ※有効求人倍率・新規求人倍率はいずれも季節調整済みの値

▽高知県における他都道府県からの転入・転出・転入超過数



出典：高知県推計人口、市町村別住民基本台帳人口等

《本県》

- ・平成29年度の社会増減は-1,605人であり、前年度の-1,770人から改善した。
- ・全国が景気回復状況下では、本県の社会減が増加する傾向があるが、今回の景気回復局面（H22～）における社会減の幅は、過去の同様局面（H18～H20頃）における社会減の幅の1/2程度にとどまっている。

◆高知県金融経済概況 H31. 3. 8公表<抜粋>（日本銀行高知支店）

【概 論】

高知県の景気は、回復している。

前回の概況公表時（2月上旬）以降の県内景気を見ると、労働需給が引き締められ傾向にあり、雇用者所得も緩やかな増加基調にあるも、個人消費は、冬物商材の販売に弱さがみられるものの、基調としては底堅さを増しつつある。観光は持ち直している。住宅投資は増加しており、設備投資は緩やかに増加しているほか、公共投資も高水準で推移している。こうした需要動向等を背景に、生産は、一部に弱めの動きがみられており、増勢が鈍化している。

先行きについては、企業・家計の両部門において、所得から支出への前向きな循環が続くも、回復が続くと考えられる。もっとも、①海外経済を起点とした県外需要の動向、②人手不足の影響、③これらを踏まえた企業、家計の中長期的な成長期待等の影響について、注視していく必要がある。

【 産業成長戦略 】

I 専門分野の成長戦略

農業分野

農業分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

高齢化や担い手不足などにより農家戸数が減少する中で、生産性の向上や販路の開拓、新規就農者の確保などに取り組んできたことにより、徐々にその成果が現れ始め、平成29年の農業産出額は1,193億円となり、4年連続で増加しています。

具体的な取り組みとしては、オランダから学んだ環境制御技術を本県の気候や生産条件に適合させ作り上げた「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及を推進するとともに、このシステムにIoTやAI技術を組み合わせ、更なる高収量・高品質、高付加価値化・省力化を目指す「Next次世代型こうち新施設園芸システム」の構築を進めています。

また、中山間農業複合経営拠点の整備を県内に拡大するとともに、集落営農の取り組みも積極的に推進し、中山間地域の農業・農村を支える仕組みづくりを進めてきました。

さらに、関係団体と連携したパートナー量販店での販売強化や、卸売会社との連携による中規模流通の拡大、こだわりのある生産者と実需者とのマッチングも進んできました。

担い手の確保については、産地提案型の担い手確保対策を県内全域に拡げ、ここ数年260名を超える新規就農者を確保しています。

この他、農業クラスターの形成についても、新たなプロジェクトが立ち上がるなど、着実に取り組みの進展が図られており、生産の拡大や販路開拓、関連産業の集積等のさらなる取り組み推進について、関係団体等と継続して協議を重ねています。

一方で、本県の農業を支えている家族経営体を持続可能な経営体としていくため、さらなる生産性の向上を図る必要があること、また、耕地面積の約8割を占める中山間地域では複合経営や法人化を進めることにより、地域全体で農業を支える仕組みが必要であること、さらに、生産を拡大していくため、労働力が不足していること、まとまった農地の確保が困難な場合があることなどの課題も見えてきました。

② 第3期計画ver.4の取り組み

地域で暮らし稼げる農業を目指し、若者にとって魅力ある産業として発展できるよう、農業の拡大再生産に向けて、引き続き、次の5つを戦略の柱として取り組みます。

柱1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

環境制御やIoT技術の導入などの新技術の積極的な展開、次世代型ハウスなど生産性の高い施設の整備により、生産力を高めるとともに、安全・安心で高品質な生産につながるIPM技術等の更なる普及により、消費地に選ばれる産地を形成します。

また、地域の特性を活かした米や畜産など、高品質の生産を強化するとともに、6次産業化の取り組みを拡げることにより、農産物の付加価値を高めます。

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

中山間地域の農業を維持・活性化するために、集落営農の裾野の拡大と複合経営に取り組む「こうち型集落営農」と法人化へのステップアップを一体的に進めるとともに、中山間地域の農業の競争力を高め、支える中山間農業複合経営拠点の整備を推進します。また、「地域農業戦略」の策定と実行を支援することにより、地域全体で農業を支える仕組みづくりを進めます。

柱3 流通・販売の支援強化

JA高知県を通じた基幹流通のさらなる強化と(株)とさのさとを核とした流通・販売体制の構築による、中・小規模の新たな販路開拓をするとともに、輸出のさらなる強化に向け、関係機関、団体と連携して新たな推進体制を構築し、輸出先の多チャンネル化や新たな輸出品目の掘り起こしに取り組みます。

柱4 生産を支える担い手の確保・育成

力強い産地の形成に必要な人材を確保するために、引き続き、産地提案型の担い手確保対策を強化していくとともに、親元就農支援の拡充、農業大学校や農業担い手育成センターなどでの担い手の育成に取り組みます。

また、生産性の向上や経営改善支援による家族経営体の持続的発展、法人化の推進などにより、力強い経営体を育成するとともに、労働力を確保する仕組みの構築、トヨタのカイゼン手法の導入などによる省力化に取り組みます。

さらに、農地中間管理機構を中心に担い手への農地集積を加速化するとともに、積極的に優良農地を確保するため、園芸団地の整備も進めます。

柱5 地域に根差した農業クラスターの形成

次世代型ハウスによる施設園芸団地等を核として、食品加工、物流拠点、直販所、レストラン等、関連産業を集積させ、より多くの雇用を生み出す農業クラスターの形成に、農業団体や市町村と連携して取り組みます。

農業分野の展開イメージ

分野を代表する目標

農業産出額等 (飼料用米交付金含む)

出発点(H26) 965億円 ⇒ 現状(H29)

農業生産量

野菜 (主要11品目)

出発点(H26) 9.5万t ⇒ 現状(H30)

果樹 (主要2品目)

出発点(H26) 2.12万t ⇒ 現状(H30)

花き (主要3品目)

出発点(H26) 2,251万本 ⇒ 現状(H30)

畜産 (土佐あかうし飼育頭数)

出発点(H26) 1,728頭 ⇒ 現状(H30)

柱1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

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

次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

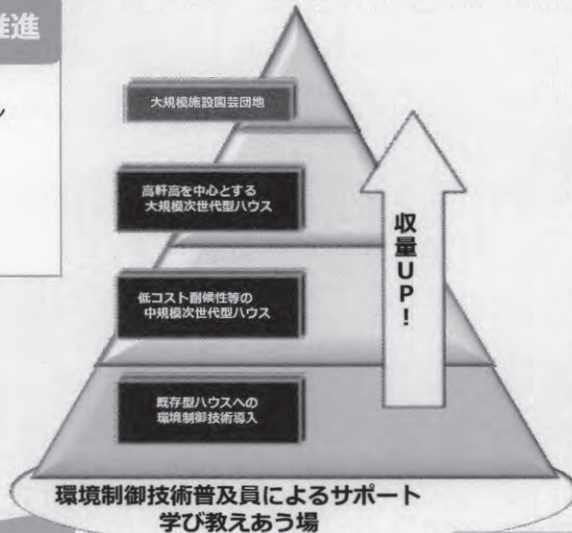
- ④ 学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及
- 環境制御技術のレベルアップと省力化技術の開発・カイゼン方式の導入支援による生産性の向上
- ④ 次世代型ハウス等の整備支援
- ④ Next次世代型こうち新施設園芸システムへの進化
- ④ 地元と協働した企業の農業参入の推進
- オランダ交流を活かした先進技術の普及推進

環境保全型農業の推進

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

園芸品目別総合支援

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



水田農業

- 県産米のブランド
- 酒米の生産振興
- 水田の有効活用への転換

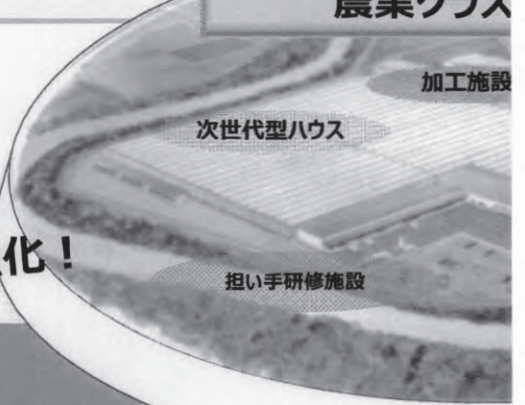
畜産

- ④ 土佐和牛 ○ 和牛
- 土佐はちきん地鶏
- 酪農
- ④ 食肉センターの整備
- ④ 次世代こうち新畜と確立

6次産業

- 農産物加工事業の裾野拡大
- 直販所支援の強化

柱5 地域に根差した農業クラス



生産増⇒所得向上⇒担い手増の好循環を拡大再生産へ!

担い手の確保 & 経営体の強化!

柱4 生産を支える担い手の確保・育成

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

新規就農者の確保・育成

- ④ U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化
- ④ 畜産の担い手確保に向けた体制の強化
- ④ 雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化
- ④ 農業の担い手確保に向けた研修体制の強化
- ④ 実践研修・営農定着への支援

農地の確保

- ④ 担い手への農地集積の加速化
- ④ 園芸団地の整備促進
- 国営緊急農地再編整備事業の推進

家族経営体の強化及び法人経営体の育成

- 家族経営体の経営発展に向けた支援
- ④ 法人経営体への誘導と経営発展への支援
- ④ 経営体を支える労働力の確保と省力化の推進

所得の

～地域で暮らし稼げる農業～

1,201億円	⇒ 4年後(H31)	1,060億円	⇒ 6年後(H33)	1,090億円	⇒ 10年後(H37)	1,150億円
9.2万t	⇒ 4年後(H31)	11.6万t	⇒ 6年後(H33)	12.2万t	⇒ 10年後(H37)	13.3万t
2.29万本	⇒ 4年後(H31)	2.45万本	⇒ 6年後(H33)	2.47万本	⇒ 10年後(H37)	2.52万本
2,019万頭	⇒ 4年後(H31)	2,655万頭	⇒ 6年後(H33)	2,764万頭	⇒ 10年後(H37)	3,054万頭
2,394頭	⇒ 4年後(H31)	2,660頭	⇒ 6年後(H33)	3,100頭	⇒ 10年後(H37)	4,020頭

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

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

業の振興

化の推進
に向けた有望品目

の振興

養豚 ○土佐シロー

備
産システムの実証

化の推進

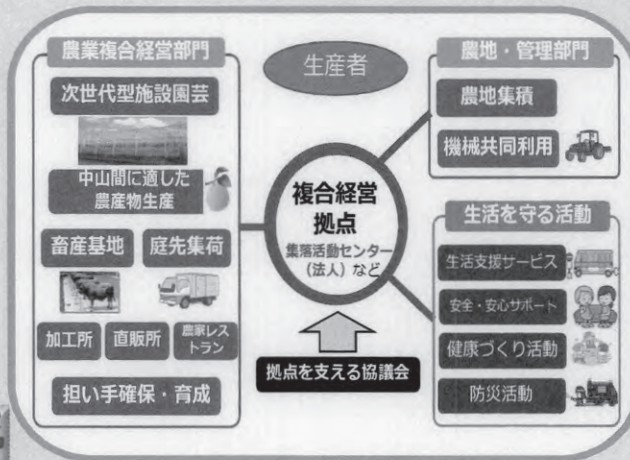
野の拡大とステップアップ
化

皇した ターの形成

拡充

中山間農業複合経営拠点の整備推進

拡 中山間農業複合経営拠点の県内への拡大



集落営農の推進

拡 集落営農の裾野の拡大
○ 小規模集落営農と法人化へのステップアップ

中山間に適した農産物等の生産

○ 土佐茶の生産振興
○ 薬用作物の生産振興

日本型直接支払制度の推進

○ 中山間地域等直接支払制度の推進
○ 多面的機能支払制度の推進

事業戦略の策定・実行支援

○ 事業戦略による好循環のシステム構築

施設園芸団地を核に
関連産業を集積させ、
より多くの雇用を生み出す！

地域地域で若者が暮らせる
持続可能な農業を実現！

柱3 流通・販売の支援強化

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

規模に応じた販路開拓、販売体制の強化

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

農産物の輸出の推進

拡 J A 高知県、とさのさと、卸売市場と連携した農産物の輸出拡大と強化

ブランド化の推進

○ 高知家プロモーションの活用やパートナー量販店等との連携による販促・PR

向上！

分野の目指す姿

分野を代表する 数値目標

農業産出額等 (飼料用米交付金含む)	出発点(H26): 965億円 ⇒ 現状(H29): 1,201
農業生産量	
野菜 (主要11品目)	出発点(H26) 9.5万t ⇒ 現状(H30) 9.2
果樹 (主要2品目)	出発点(H26) 2.12万t ⇒ 現状(H30) 2.2
花き (主要3品目)	出発点(H26) 2,251万本 ⇒ 現状(H30) 2,0
畜産 (土佐あかし飼養頭数)	出発点(H26) 1,728頭 ⇒ 現状(H30) 2,3

戦略の柱

1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

3 流通

戦略の方向性

- 環境制御等の新たな技術の積極的な展開、生産性の高い施設の整備や更新により、生産力を高める
- 安全・安心で高品質な生産につながるIPM技術等の更なる普及により、消費地に選ばれる産地を形成する
- 地域の特性を活かした米や畜産など、高品質の生産を強化するとともに、6次産業化の取り組みを拡げて農産物の付加価値を高める

- 集落営農と中山間農業複合経営拠点の取り組みを拡大し、中山間地域の農業の競争力を高め、地域全体で支える仕組みを構築する

- 本県農産物のブランド化・販路拡大
- 加工専用施設の整備
- 本県の流通ネットワークの強化

戦略目標

- 次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進
 - ・導入7品目の出荷量
 - ②⑥: 79,355t → ③①: 9.9万t → ③③: 10.3万t → ③⑦: 11.3万t
 - ・次世代型ハウスの整備促進(累計)
 - ③①: 72ha → ③③: 116ha → ③⑦: 201ha

- 安全・安心・高品質で選ばれる園芸品の生産
 - ・天敵利用による害虫防除技術(IPM虫害版)の導入面積率
 - 施設キュウリ ②⑥ 24% → ③①: 60% → ③③: 80% → ③⑦: 90%
 - 施設カンキツ ②⑥ 6% → ③①: 20% → ③③: 40% → ③⑦: 60%
 - ・省力的病害防除技術(IPM病害版)の導入面積率
 - 施設ナス ②⑥ 0% → ③①: 40% → ③③: 80% → ③⑦: 100%
 - 施設キュウリ ②⑥ 0% → ③①: 40% → ③③: 80% → ③⑦: 100%

- 集落営農組織による農地(田・畑)のカバー率(耕地面積ベース)
 - ②⑦: 13% → ③①: 21% → ③③: 26% → ③⑦: 30%
- こうち型集落営農組織数
 - ②⑦: 32 → ③①: 80 → ③③: 100 → ③⑦: 140
- 集落営農法人組織数(うち収入20,000千円以上の組織数)
 - ②⑦: 16(2) → ③①: 40(10) → ③③: 50(13) → ③⑦: 70(18)
- 中山間農業複合経営拠点の整備数
 - ②⑦: 4 → ③①: 20 → ③③: 30 → ③⑦: 35

- 委託先卸取引金額
 - ②⑥: 0.46億
 - ③⑦: 8億円
- 加工専用施設
 - ②⑥: 3品目
 - ③⑦: 23品目
- 卸売会社品目数
 - ③⑦: 18品目

取組方針・主な「具体的な取り組み」

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

- #### 2 環境保全型農業の推進
- ◆IPM技術の普及拡大
 - ◆GAPの推進
 - ◆有機農業の推進
 - ◆省エネルギー対策の推進

- #### 3 園芸品目別総合支援
- ◆野菜園芸品目の総合戦略支援(ナス、ニラ、露地野菜等)
 - ◆特産果樹生産振興(ユズ、文旦)
 - ◆花き生産振興(ユリ、トルコキキョウ、グロリオサ)

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

- #### 1 集落営農の推進
- ◆【拡充】集落営農の裾野の拡大
 - ◆こうち型集落営農と法人化へのステップアップ

- #### 2 中山間農業複合経営拠点の整備推進
- ◆【拡充】中山間農業複合経営拠点の県内への拡大

- #### 3 中山間に適した農産物等の生産
- ◆土佐茶の生産振興
 - ◆薬用作物の生産振興
 - ◆園芸品目別総合支援(再掲)

- #### 4 日本型直接支払制度の推進
- ◆中山間地域等直接支払制度の推進
 - ◆多面的機能支払制度の推進

- #### 5 事業戦略の策定・実行支援
- ◆こうち型集落営農と法人化へのステップアップ(再掲)
 - ◆中山間農業複合経営拠点の県内への拡大(再掲)

- #### 1 規模に
- ◆【拡充】集出荷
 - ◆卸売市
 - ◆加工用
 - ◆【新規】
 - ◆こだわ

- #### <花き>
- ◆展示商活用し

- #### 2 農産物の
- ◆【拡充】した農産

- #### 3 ブランド
- ◆高知家ナメ

の体系図

暮らし稼げる農業

億円 ⇒ 4年後(H31):1,060億円 ⇒ 6年後(H33):1,090億円 ⇒ 10年後(H37):1,150億円

1万t ⇒ 4年後(H31) 11.6万t ⇒ 6年後(H33) 12.2万t ⇒ 10年後(H37) 13.3万t
 29万t ⇒ 4年後(H31) 2.45万t ⇒ 6年後(H33) 2.47万t ⇒ 10年後(H37) 2.52万t
 119万本 ⇒ 4年後(H31) 2,655万本 ⇒ 6年後(H33) 2,764万本 ⇒ 10年後(H37) 3,054万本
 194頭 ⇒ 4年後(H31) 2,660頭 ⇒ 6年後(H33) 3,100頭 ⇒ 10年後(H37) 4,020頭

3 販売の支援強化	4 生産を支える担い手の確保・育成	5 地域に根差した農業クラスターの形成
------------------	--------------------------	----------------------------

産物のプロモーション活動等によるブ
の推進や、流通規模に応じた販路開
体制を強化する
用素材(規格外品や新たな品目)の
にに取り組む
高品質な園芸品を新たに海外マー
売り込み、定番化を図る

1売会社を通じた業務需要青果物の
1
億円→③①:5.6億円→③③:6.4億円→
1

1素材の供給品目数
→③①:11品目→③③:15品目→
目
1への業務委託により定着する輸出
→③①:10品目→③③:14品目→
目

応じた販路開拓、販売体制の強化
1集出荷施設の再編統合等による
1体制の強化
1場と連携した業務需要の開拓
1ニーズへの対応
1とさのさとを活用した地産外商の強化
1リニッチ野菜・果実等の販路開拓
.
1談会や、スポーツイベント等を
1た販促・PRの強化
1
1の輸出の推進
1JA高知県、とさのさと、卸売市場と連携
1産物の輸出拡大と強化
1
1化の推進
1プロモーションの活用やパート
1:販店等との連携による販促、PR

6 6次産業化の推進
◆ 農産物加工事業の裾野の拡大
とステップアップ
◆ 直販所支援の強化

■ 生産を強化し、拡大再生産を実現するた
めに必要な、産地が求める担い手の確保・
育成を図る
■ 家族経営体の持続的発展や、法人化の
推進などにより、強い経営体を育成する

○ 新規就農者数
②⑦:267人 → 320人/年間
○ 農地の権利を取得し農業経営を行う法人数
②⑥:107 → ③①:235 → ③③:299 → ③⑦:427
○ H26新規認定農業者の経営改善計画の
目標達成率
100%

1 新規就農者の確保・育成
◆ 【拡充】U・Iターン就農者の確保に向けた
産地提案型担い手確保対策の強化
◆ 【拡充】畜産の担い手確保に向けた体制
の強化
◆ 【拡充】雇用就農者の確保に向けた取り組
みの強化
◆ 【拡充】農業の担い手確保に向けた
研修体制の強化
◆ 【拡充】実践研修・営農定着への支援
**2 家族経営体の強化及び法人経営体の
育成**
◆ 家族経営体の経営発展に向けた支援
◆ 【拡充】法人経営体への誘導と経営発展へ
の支援
◆ 【拡充】経営体を支える労働力の確保と省
力化の推進
3 農地の確保
◆ 【拡充】担い手への農地集積の加速化
◆ 【拡充】園芸団地の整備促進
◆ 国営緊急農地再編整備事業の推進

■ 次世代型ハウスによる施設園芸団
地を核として、食品加工、物流拠点、
直販所、レストラン等の関連産業が
集積した「地域に根差した農業クラ
スター」を形成し、より多くの雇用を
生み出す

○ 農業クラスターの形成数
<大規模(販売金額:3億円以上)>
4年後 6年後 10年後
箇所数 2 ⇒ 3 ⇒ 5
販売金額(億円) 10 ⇒ 15 ⇒ 25
雇用創出(人)※ 130 ⇒ 195 ⇒ 325
参入事業者数 4 ⇒ 6 ⇒ 10
<中規模(販売金額:1~3億円)>
4年後 6年後 10年後
箇所数 3 ⇒ 5 ⇒ 10
販売金額(億円) 6 ⇒ 10 ⇒ 20
雇用創出(人)※ 72 ⇒ 120 ⇒ 240
参入事業者数 3 ⇒ 5 ⇒ 10
<小規模(販売金額:1億円未満)>
4年後 6年後 10年後
箇所数 8 ⇒ 12 ⇒ 20
販売金額(億円) 6 ⇒ 9 ⇒ 15
雇用創出(人)※ 90 ⇒ 135 ⇒ 225
参入事業者数 4 ⇒ 6 ⇒ 10
(※)パート含む。

**1 次世代型こうち新施設園芸シス
テムの普及推進**
◆ 【拡充】次世代型ハウス等の
整備支援(再掲)
◆ 【拡充】Next次世代型こうち新施設
園芸システムへの進化(再掲)
◆ 【拡充】地元と協働した企業の農業
参入の推進(再掲)
2 関連産業の集積
◆ 食品加工、物流、直販所等
関連産業との連携の推進
3 農地の確保 (再掲)
◆ 【拡充】担い手への農地集積の
加速化(再掲)
◆ 【拡充】園芸団地の整備促進(再掲)

分野	農業分野
戦略の柱	1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ■環境制御等の新たな技術の積極的な展開とともに、生産性の高い施設の整備や更新を図ることで生産力を高める ■安全・安心で高品質な生産につながるIPM技術等の更なる普及により、消費地に選ばれる産地を形成する ■地域の特性を活かした米や畜産など、高品質の生産を強化するとともに、6次産業化の取り組みを拡げて農産物の付加価値を高める
--------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進	【導入7品目の出荷量】
		【次世代型ハウスの整備促進】（累計）
	○安全・安心・高品質で選ばれる園芸品の生産	【天敵利用による害虫防除技術（IPM虫害版）の導入面積率】
【省力的病害防除技術（IPM病害版）の導入面積率】		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進	<p>○次世代型こうち新施設園芸システムの確立と普及促進・更なるステップアップに向けた取り組みが進み、技術導入農家の増収効果が向上 ⇒ 20%以上増収した農家が増加 H27:9%→H28:34%</p> <p>・環境制御技術導入への支援 ⇒ 環境制御技術導入面積（累計） H29:275.0ha → H30:380.0ha(7品目:334.1ha)</p> <p>・トヨタのカイゼン手法を活用したコンサル開始 ⇒ 6モデル経営体</p> <p>○環境制御技術を標準装備した次世代型ハウスの整備支援 ⇒ 次世代型ハウス整備面積（累計） H29:32.6ha → H30:46.0ha</p> <p>⇒ 次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会による推進(H30.4.11 協議会設立) 研修会・講習会6回、現地検討会2回、先進地視察研修2回、技術実証1カ所、次世代型こうち新施設園芸技術フェア2日間</p> <p>○Next次世代型こうち新施設園芸システムへの進化 ⇒ 内閣府「地方大学・地域産業創生交付金」を活用した産学官連携プロジェクトが始動 ・産学官連携協議会の設立・開催(7月、11月、1月) ・生産システム・省力化、高付加価値化、流通システム・統合管理に関する13の研究テーマ、計77の研究課題について、100人を超える研究者が研究開始 ・農研機構と「農業・食品分野におけるSociety5.0の実現に向けた連携協力に関する協定」を締結(1/31)</p> <p>○高知県農業への参入に興味のある企業へのアプローチ ⇒ 企業訪問や産地への招聘活動 H27: アンケート回答企業等計66社、延べ146回 H28: アンケート回答企業等計46社、延べ142回 ・農業参入フェア等での事業PR(H29:3回) ・参入を希望する企業(新規・継続)への支援、産地とのマッチング → 7/13清水建設、農林中金、県との連携協定締結 ・四万十市における農業参入希望企業等との協議(14回) → H30.1.9 法人の立ち上げ、用地の絞り込み ・南国市への農業参入希望企業との協議(2社24回)</p>	<p>○環境制御技術の新規導入農家の掘り起こし</p> <p>○ミョウガでは作型によって効果が不明確、ニラでは厳寒期に一部で生理障害が発生 ○炭酸ガス施用技術に加えて、より増収効果を目指した複合環境制御技術へのバージョンアップ ○環境制御技術によるハウスミカンの増収技術が未確立 ○収量増に伴い、収穫や出荷調整にかかる労力が増加するため、作業体系の効率化 ○作業体系の効率化による労働生産性の向上とJA集出荷場等への取り組み拡大</p> <p>○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスター形成を推進するため、園芸団地を生み出していく取り組みが必要 ○市町村等と連携した雇用労働力の確保 ○次世代型ハウス等の初期投資の低減</p> <p>○全国に次世代施設園芸の取組が普及 ⇒高知県農業の先進性の維持・発展のためには、システムの継続的な改善が必要</p> <p>○農業参入企業の経営安定への支援(栽培技術、労務管理、雇用労働力確保への支援) ○園芸団地整備のための優良農地の確保 ⇒優良農地の掘り起こしによる園芸団地化への誘導、長期にわたった園芸用地を確保するため、用地を提供する地権者・耕作者に対する支援策の充実 ⇒市町村による土地情報の収集を支援 ○参入を希望する企業(新規・継続)への支援、産地とのマッチング ⇒「企業版産地提案書」を各市町村が作成し、企業と市町村をマッチングする体制の強化</p>

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:79,355t	H30:79,939t	99,000t	103,000t	113,000t
—	H30:46ha	72ha	116ha	201ha
H26:施設キュウリ24% 施設カンキツ6%	H30:施設キュウリ36% 施設カンキツ13%	60% 20%	80% 40%	90% 60%
H26:施設ナス0% 施設キュウリ0%	H30:施設ナス16% 施設キュウリ3%	40% 40%	80% 80%	100% 100%

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農01】 ◆学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及(H31拡充)	○			○				
【農02】 ◆環境制御技術のレベルアップと省力化技術の開発・カイゼン方式の導入支援による生産性の向上	○			○				
【農03】 ◆次世代型ハウス等の整備支援(H31拡充)	○			○		○		
【農04】 ◆Next次世代型こうち新施設園芸システムへの進化(H31拡充)	○			○		○		
【農05】 ◆地元と協働した企業の農業参入の推進(H31拡充)	○			○		○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進	<p>○オランダとの技術交流の推進 ⇒ オランダ技術交流セミナーに延べ約780名が参加(年1回、6年間)。オランダ交流により施設園芸の最新技術を学ぶとともに、環境制御技術に関する研究開発や普及拡大にもつながった(～H28年度)</p>	<p>○四十万町の次世代施設園芸団地にオランダの技術や機器が本格的に導入されており、さらなる交流による技術の普及とステップアップ</p>
2	環境保全型農業の推進	<p>○IPM技術の普及拡大 ・土着天敵を活用したIPM技術体系の構築や現地実証等により、取り組み面積が拡大 ⇒ 天敵の普及面積率 H23 H30 施設ナス 62% → 99% 施設キュウリ 15% → 36% 施設カンキツ 2% → 13%</p> <p>○GAPの推進 ・高知県版GAP ⇒ ガイドライン準拠GAPへの取り組み部会数 H28:0 → H29:9 ⇒ 実践JA(集出荷場版) H22:9/15JA → H30:15/15JA (68/71 JA集出荷場)</p> <p>○有機農業の推進 ・有機農業の取組実績(有機JASと環境保全型農業直接支払交付金の合計面積) H23 H29 ⇒ 取組面積 124ha → 151ha ・有機JAS認定事業者 H23 H29 ⇒ 事業者数 29 → 42 面積 45.3ha → 54.0ha 農家数 88戸 → 82戸</p> <p>○省エネルギー対策の推進 ・園芸用A重油の使用量 ⇒ H20～22の平均:71,000kl → H29:55,000kl ・重油代替ボイラーの累計台数 ⇒ ヒートポンプ H23:587台 → H29:3,733台 木質バイオマスボイラー H23:114台 → H29:229台</p>	<p>○普及の遅れている施設キュウリ、施設カンキツへの害虫管理技術(虫害版IPM)と農薬のみに頼らない病害管理技術(病害版IPM)の開発と普及 ○省力的に防除できる常温煙霧やくん煙剤の登録促進</p> <p>○国ガイドライン準拠GAPの実践に向けた更なる意識啓発に加え、国内外での販路開拓・ブランド化への対応等を見据えた認証GAP(グローバルGAP)取得に向けた支援</p> <p>○新規就農者等の基本技術不足、有利な販売先の確保と拡大、地域や指導者側の理解不足の解消等</p> <p>○ヒートポンプや木質バイオマス暖房への転換、木質バイオマス燃料の安定供給</p>
3	園芸品目別総合戦略	<p>○農業団体と県が生産出荷指標・生産出荷計画を共同策定 ・県及び地域目標のそれぞれを共有し、生産から販売までの品目別課題の解決へ向けた取り組みを推進 ⇒ 品目別戦略シート及び地域版による進捗管理 H24～H30:野菜10、果樹2、花き3</p> <p>○まとまりのある園芸産地の育成支援 ・現地実証園を中心に学び教えあう場、地域の生産者交流会、現地検討会の取り組みを充実 H30:品目別技術実証17カ所 うち新品目実証 3カ所 省力化実証 3カ所(南国市葉ニンニク)</p>	<p>○産地のまとまり強化、将来のあるべき力強い産地ビジョンと、その目標達成に向けた課題解決策・取り組みの農業団体との共有 ○ナス、ニラの産地維持、拡大のためのビジョンの作成、増収・高品質技術確立と普及による産地の活性化 ○高まる加工業務用ニーズへの対応</p> <p>○ユズ、文旦の産地維持及び拡大のための、優良系統への新植・改植の推進等による生産力の向上、高品質果実等ニーズに対応した生産への誘導、後継者の育成 ○ユズの国内外での需要並びに販路拡大とブランド力の強化、大都市圏における文旦の認知度向上による需要拡大と価格形成</p> <p>○花き3品目(ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ)について、組織活動への支援による高品質栽培技術の普及および販売促進 ○グロリオサについて、多様な育種手法の導入による効率的な新品種の育成</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農06】 ◆オランダ交流を活かした先進技術の普及推進	○			○				
【農07】 ◆IPM技術の普及拡大	○			○				
【農08】 ◆GAPの推進	○			○				
【農09】 ◆有機農業の推進	○			○				
【農10】 ◆省エネルギー対策の推進	○			○				
【農11】 ◆野菜園芸品目の総合戦略支援(ナス、ニラ、露地野菜等)	○			○				
【農12】 ◆特産果樹生産振興(ユズ、文旦)	○	○		○				
【農13】 ◆花き生産振興(ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ)	○	○		○				

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
4	水田農業の振興	<p>○県産米のブランド化の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本山町特産品ブランド化推進協議会、JA四万十、土佐岩戸米営農組合など9組織を支援 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 販売量の増加 H22:654t→H27:1,954t→H30:2,280t ・H27、28には静岡県のお米コンテストで本県産米が特別最高金賞を受賞。全国的に評価される事例も生まれた ・H29に県オリジナル品種「よさ恋人」を奨励品種に採用 <p>○酒米の生産振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県酒造組合(酒造メーカー18社)からの需要量を満たすため作付拡大を図った <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 酒造好適米需給割合 H25:80% → H30:100% ・酒造好適米の品質向上に向けた栽培技術の普及を図った⇒ 酒造好適米「吟の夢」の1.2等米比率 <ul style="list-style-type: none"> H25:58% → H27:79% → H30:80% ・H30に県オリジナル酒米品種「土佐麗」を奨励品種に採用 <p>○水田活用の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域農業再生協議会やJAグループと連携し、飼料用米などによる水田の有効活用を推進 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 非主食用作付面積拡大 <ul style="list-style-type: none"> H25:399ha → H27:1,174ha → H30:1,250ha 	<p>○本県産米のブランド化を図るため、高温耐性品種「よさ恋人」の普及とPR活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ○平坦部の「よさ恋人」から中山間部の「にこまる」につながるリレー出荷体制の構築 <p>○本県産酒造好適米は、酒造メーカーの評価が高いものの、品質(1.2等米比率)が低いため、品質向上に向けた栽培技術の普及が必要</p> <ul style="list-style-type: none"> ○酒造用加工用米の安定供給体制の整備 ○新品種「土佐麗」の高品質安定栽培技術の確立 <p>○非主食用米の作付面積は増加したものの、生産数量目標の達成までは至っておらず、引き続き関係機関と連携した作付の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ○飼料用米では、収量が地域の標準収量を下回ったケースもあり、増収技術の普及 ○水稻から露地野菜へ転換するなど、水田の有効活用による農家所得の安定・向上 ○高まる加工業務用ニーズへの対応
5	畜産の振興	<p>○土佐あかうし</p> <ul style="list-style-type: none"> ・増頭を目指した生産基盤の強化、販路拡大を目指した地産外商による生産流通戦略の展開 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 大都市圏を中心とした需要の高まりにより、枝肉価格や子牛価格が上昇 <ul style="list-style-type: none"> 枝肉価格(税抜) H26:1,964円/kg → H29:2,269円/kg <p>○養豚</p> <ul style="list-style-type: none"> ・飼料用米を飼料とした「米豚」のブランド化と生産頭数の維持(年間10,000頭)への支援 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 米豚生産頭数 H26:10,000頭 → H29:8,456頭 <p>○土佐ジロー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産・流通拡大への支援 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 規模拡大への支援により、飼養羽数がやや増加 <ul style="list-style-type: none"> 飼養羽数 H26:24,146羽 → H29:24,447羽 <p>○土佐はちきん地鶏</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産・流通拡大への支援 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 規模拡大により、生産羽数は増加傾向 <ul style="list-style-type: none"> 生産羽数 H26:60,000羽 → H29:88,021羽 <p>○酪農</p> <ul style="list-style-type: none"> ・牛群検定の推進による乳量改善 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 経産牛1頭当たりの年間乳量 <ul style="list-style-type: none"> H26:8,063kg → H29:8,048kg <p>○飼料</p> <ul style="list-style-type: none"> ・稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ WCS生産面積 H26:145ha → H30:228ha <p>○食肉センター(高知市)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成30年7月に「新食肉センター整備推進協議会」を設立し、新会社の運営シミュレーションの詳細な検討や、地質調査、基本設計を実施 (四万十市) ・新食肉センター整備検討委員会(計4回)を開催し、「四万十市新食肉センター基本計画案」がとりまとめられた 	<p>○土佐あかうし</p> <ul style="list-style-type: none"> ・需要に応えるため、さらなる増頭対策の強化 <p>○養豚</p> <ul style="list-style-type: none"> ・さらなる収益確保のため、規模拡大による生産量の増加や生産コストの低減、6次産業化 <p>○土佐ジロー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・飼養羽数の増加のため、規模拡大の支援や、新たな販売戦略 <p>○土佐はちきん地鶏</p> <ul style="list-style-type: none"> ・規模拡大による将来の増産体制(H31年度:15万羽)に対応した販路拡大 <p>○酪農</p> <ul style="list-style-type: none"> ・さらなる収益性の確保のため、牛群検定の推進強化や土佐あかうし受精卵移植関連事業等を活用した後継牛確保による生乳生産の強化 <p>○飼料</p> <ul style="list-style-type: none"> ・WCSのさらなる生産拡大 <p>○食肉センター(高知市)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・設置・運営主体となる新会社の設立、実施設計、施設整備の実施 (四万十市) ・設計業務、施設整備の実施、養豚場の誘致対策、国交付金の獲得

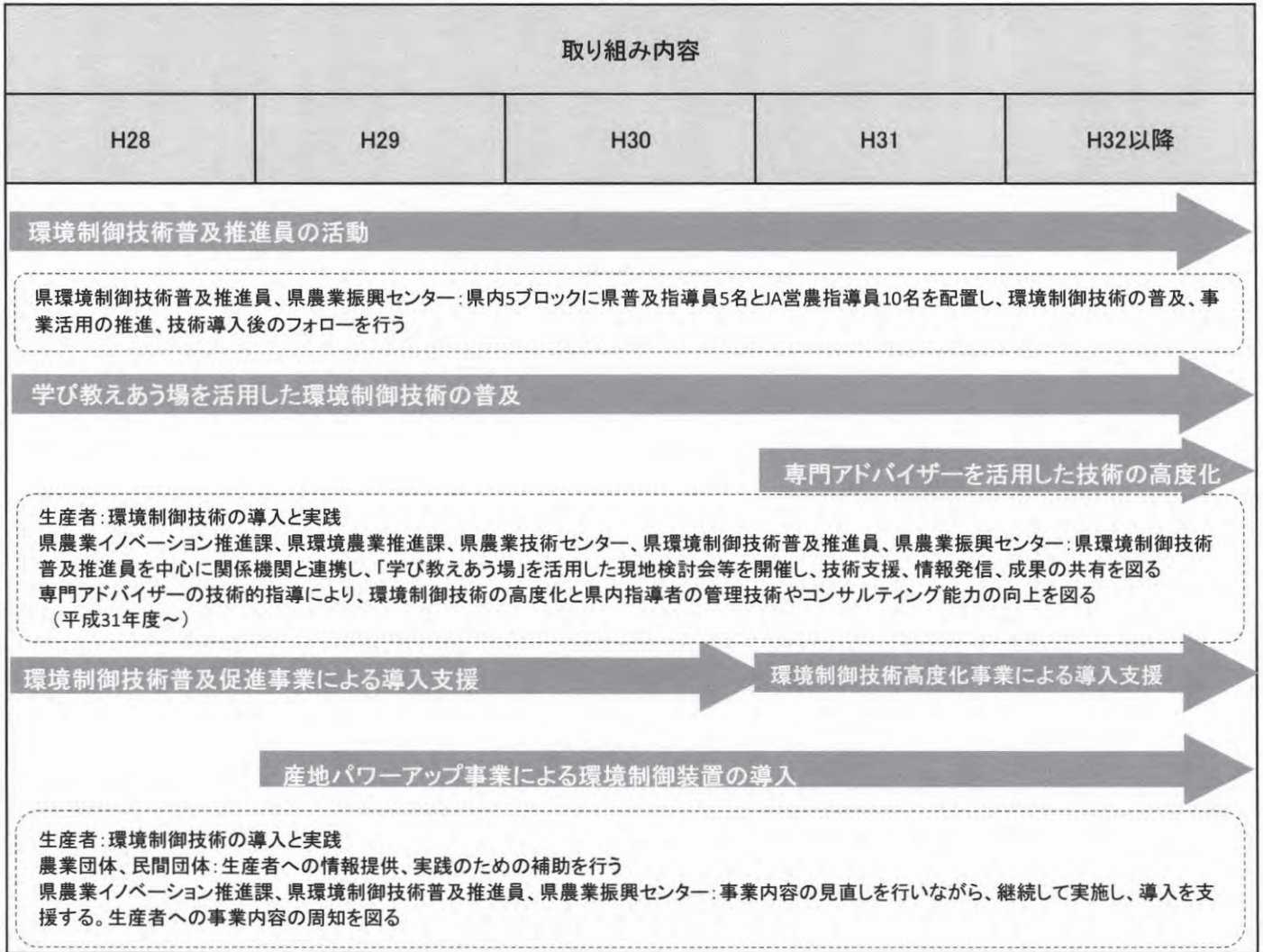
具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農14】 ◆県産米のブランド化の推進	○	○		○				
【農15】 ◆酒米の生産振興	○	○		○				
【農16】 ◆水田の有効活用に向けた有望品目への転換	○			○				
【農17】 ◆肉用牛の生産基盤の強化(H31拡充)	○			○				
【農18】 ◆養豚の生産、加工・販売体制の強化	○	○		○				
【農19】 ◆土佐ジローの生産、販売体制の強化	○	○		○				
【農20】 ◆土佐はちきん地鶏の生産、販売体制の強化	○	○		○				
【農21】 ◆酪農における生乳生産能力の向上	○			○				
【農22】 ◆稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大	○			○				
【農23】 ◆食肉センターの整備(H31拡充)	○			○				

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
5	畜産の振興	<p>○次世代こうち新畜産システム</p> <p>・環境負荷軽減のための新技術の情報収集、および有効性を検証</p> <p>・IoTを活用した家畜管理による生産性向上を図るための活用方法の実証</p>	<p>○次世代こうち新畜産システム</p> <p>・地域に応じた環境負荷軽減のための新技術の情報収集、および有効性を検証</p> <p>・土佐あかうしにおけるデータの収集とシステムの有効性の検証</p>
6	6次産業化の推進	<p>○6次産業化に取り組む人材育成 ⇒ H22～H30:6次産業化セミナー受講グループ70団体</p> <p>○県域流通を目指す事業者への支援 ⇒ H30:20事業者</p> <p>○産振補助金等を活用した直販所の整備支援 ⇒ 県内直販所の売上 H26:93億円 → H29:103億円</p> <p>○食の安全・安心を推進するため、「安心係」の配置 ⇒ 安心係の配置 H27:121店 → H30:128店</p>	<p>○6次産業化の裾野を広げるため、プランナーによる個別相談継続と、6次産業化に関する情報発信及びセミナーの充実</p> <p>○ステップアップに向けた、6次産業化支援チームによる支援継続</p> <p>○新たな直販所整備の支援と、事業戦略の策定支援及び直販所のネットワーク化等による顧客獲得に向けた支援</p> <p>○「安心係」の配置継続と、食品の安全・安心に関する知識のレベルアップ</p>

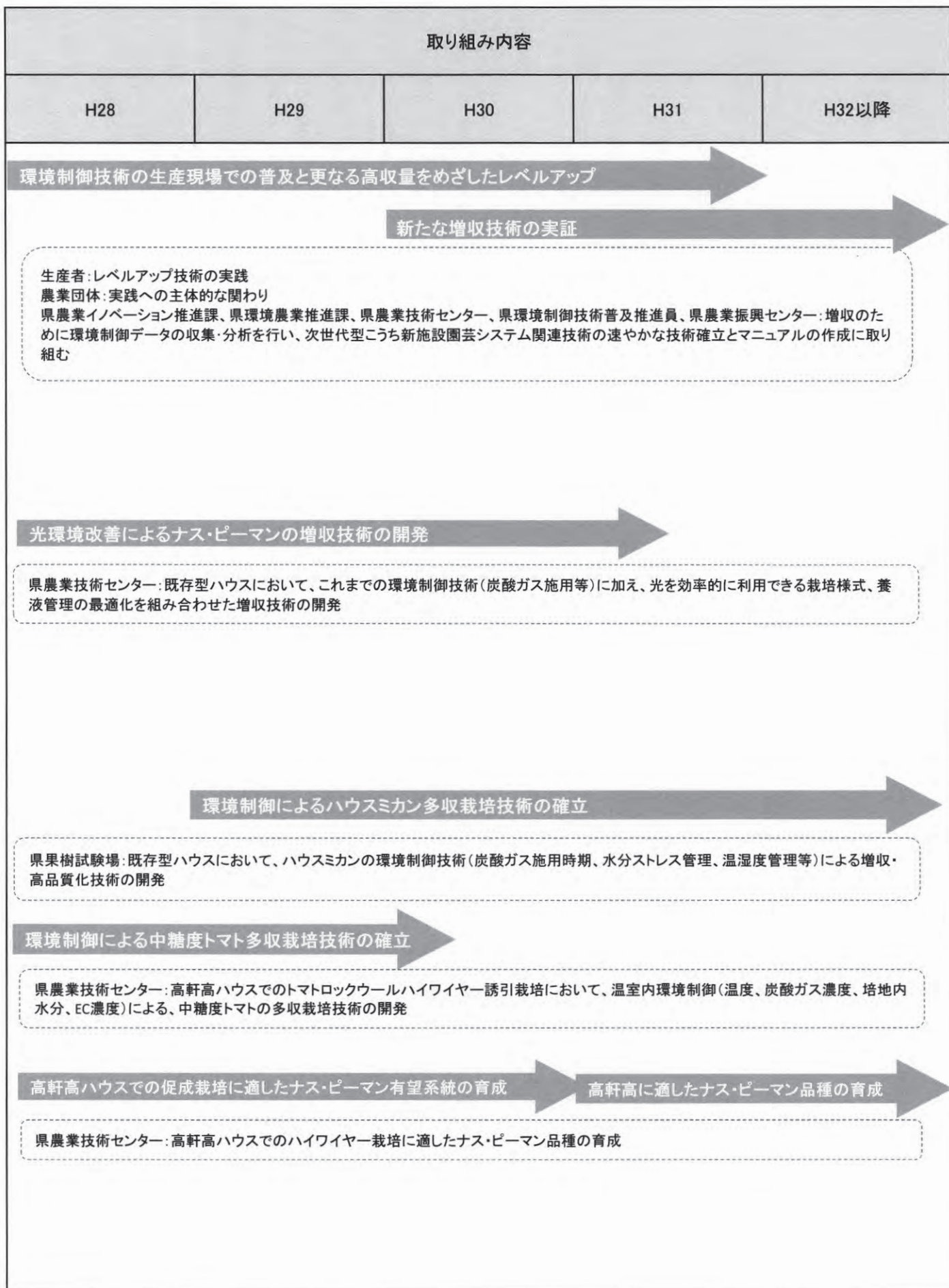
具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農24】 ◆次世代こうち新畜産システムの実証と確立(H31拡充)	○			○				
【農25】 ◆農産物加工事業の裾野の拡大とステップアップ	○	○		○			○	
【農26】 ◆直販所支援の強化		○						

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農01】 ◆学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及(H31拡充)</p>	<p>○環境制御技術を県内全域、全品目へ普及させるため、環境制御技術普及推進員を配置 ○関係機関と連携し、「学び教えあう場」を活用した現地検討会等を開催。技術支援、情報発信、成果を共有 ○環境制御技術高度化事業により導入を支援 ○産地パワーアップ事業、環境制御技術高度化事業により、環境制御技術導入に併せて、省力化機器等の導入を支援</p>	<p>環境制御技術導入面積(主要7品目)</p>	<p>72.6ha(H28.3) ↓ 380ha(H31.3) ↓ 600ha</p>

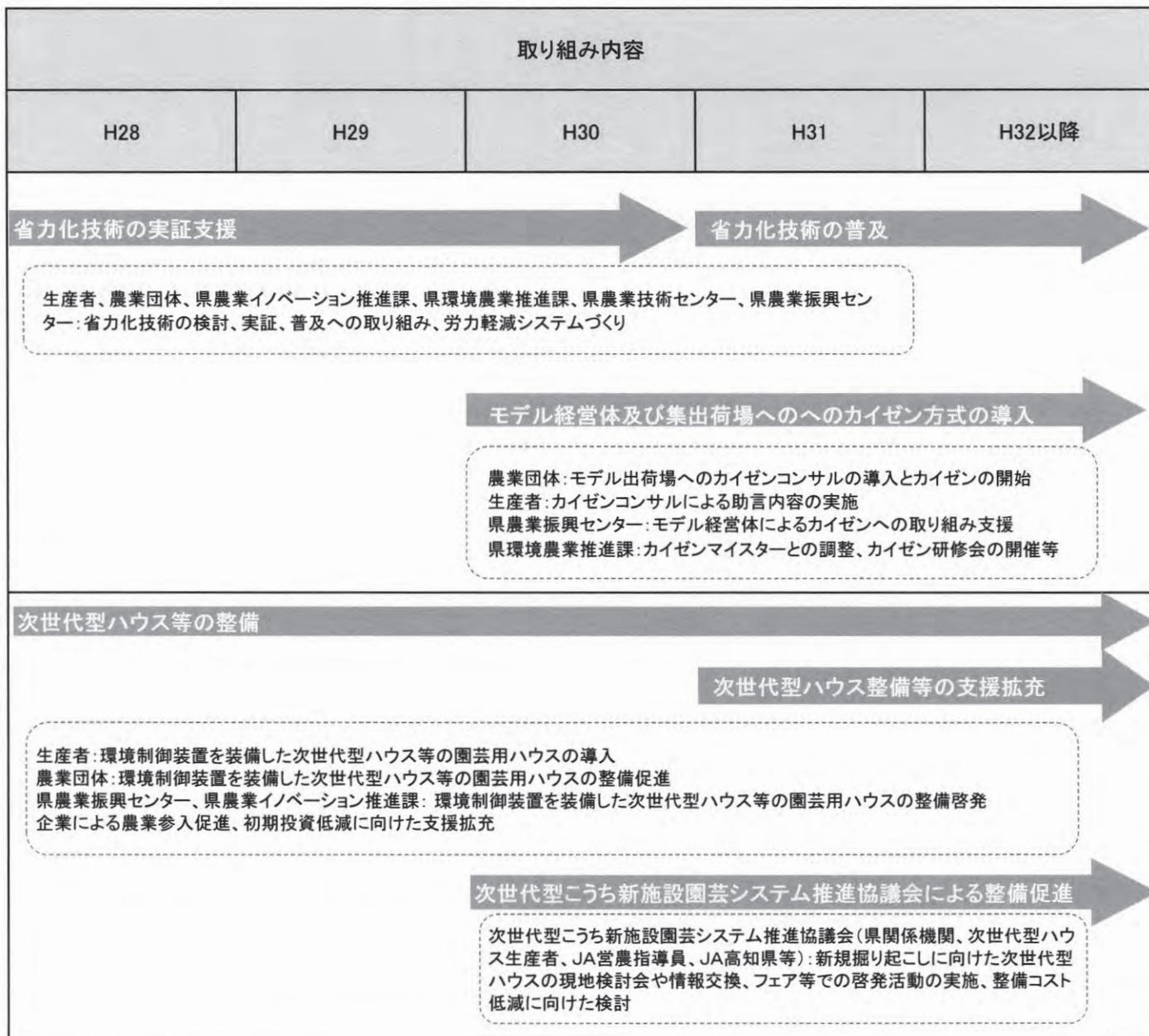
戦略の柱	1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
取組方針	1 次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進



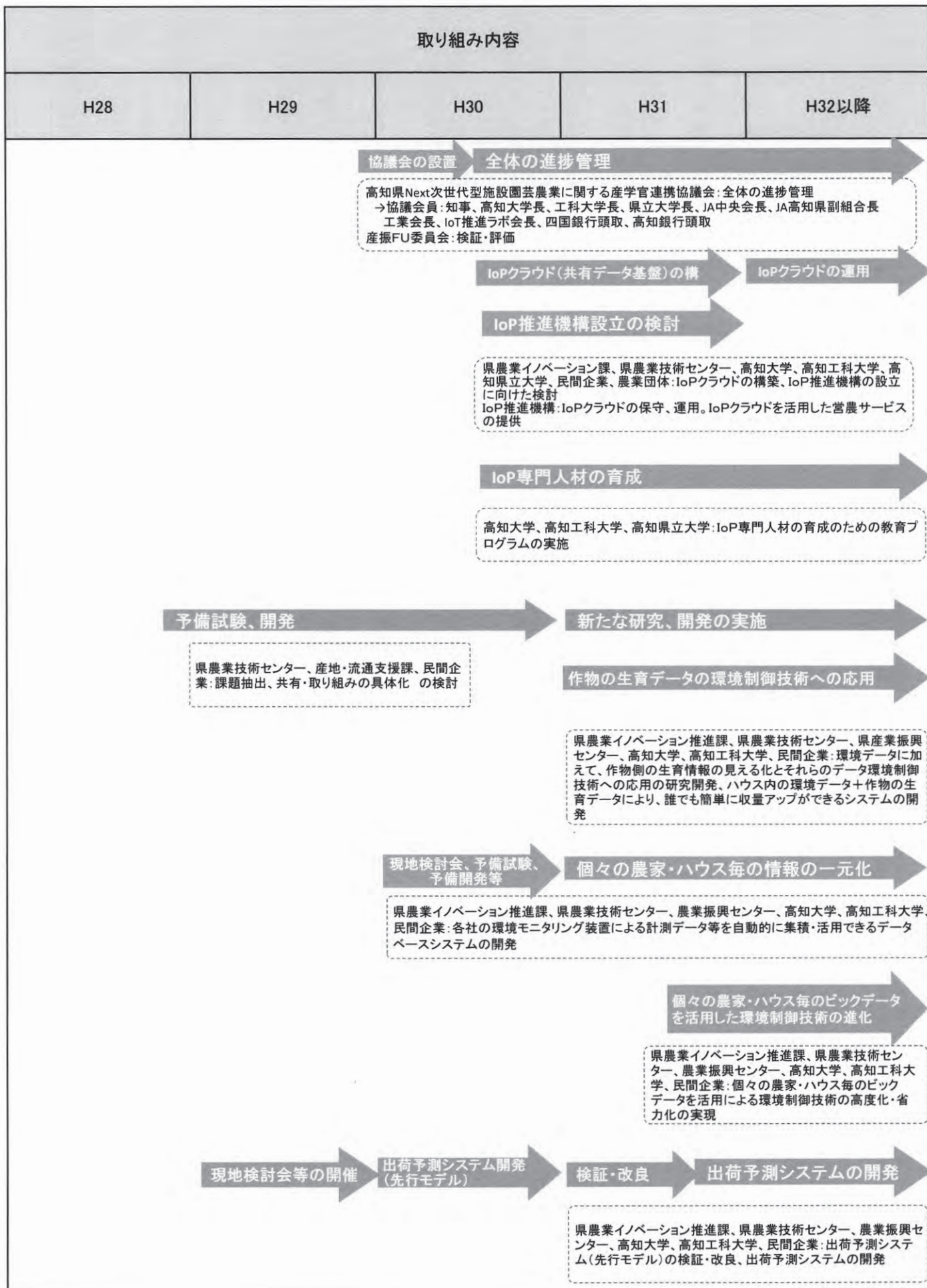
◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農02】 ◆環境制御技術のレベルアップと省力化技術の開発・カイゼン方式の導入支援による生産性の向上</p>	<p>①更なる増収技術の実践と効果の安定化を図るため、篤農家の「学び教えあう場」を活用し、環境制御技術のレベルアップを実践。併せて技術の普及を図る</p> <p>②更なる増収を図るため、これまで取り組んできた炭酸ガス施用や温湿度制御に加え、光利用効率の向上等の技術開発を行う</p>	<p>①生産現場増収技術のレベルアップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ナス 10a当たり増収量 (基準収量11～6月:16.3t) ・ピーマン 10a当たり増収量 (基準収量11～4月:10.8t) <p>②試験研究における新技術の確立</p> <p>ア)既存型ハウスの収量増</p> <ul style="list-style-type: none"> ・促成ピーマン ・促成ナス ・ハウスミカン 高品質、多収技術の開発 <p>イ)高軒高ハウスに対応した新技術: 中糖度トマトの収量</p> <p>ウ)ナス・ピーマン有望系統の育成</p>	<p>①生産現場増収技術のレベルアップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ナス 2.4t(H26) ↓ 2.3t(H30) ↓ 4.9t ・ピーマン 2.6t(H26) ↓ 2.3t(H30) ↓ 3.3t <p>②試験研究における新技術の確立</p> <p>ア)既存型ハウスの収量増</p> <ul style="list-style-type: none"> ・促成ピーマン 24.9t(H26) ↓ 21.7t(H29) ↓ 30t ・促成ナス 25.2t(H26) ↓ 30.2t(H29) ↓ 30t ・ハウスミカン 収量5.5t、果実重80g(H28) ↓ 収量6.0t、果実重90g(H33)を可能にする技術の開発 <p>イ)中糖度トマトの収量</p> <ul style="list-style-type: none"> — ↓ 36.6t(H29) ↓ 37t <p>ウ)ナス・ピーマン有望系統の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> 有望親系統の選定(H27) ↓ 有望F1系統候補育成ナス2、ピーマン4系統(H29) ↓ 有望F1系統の育成



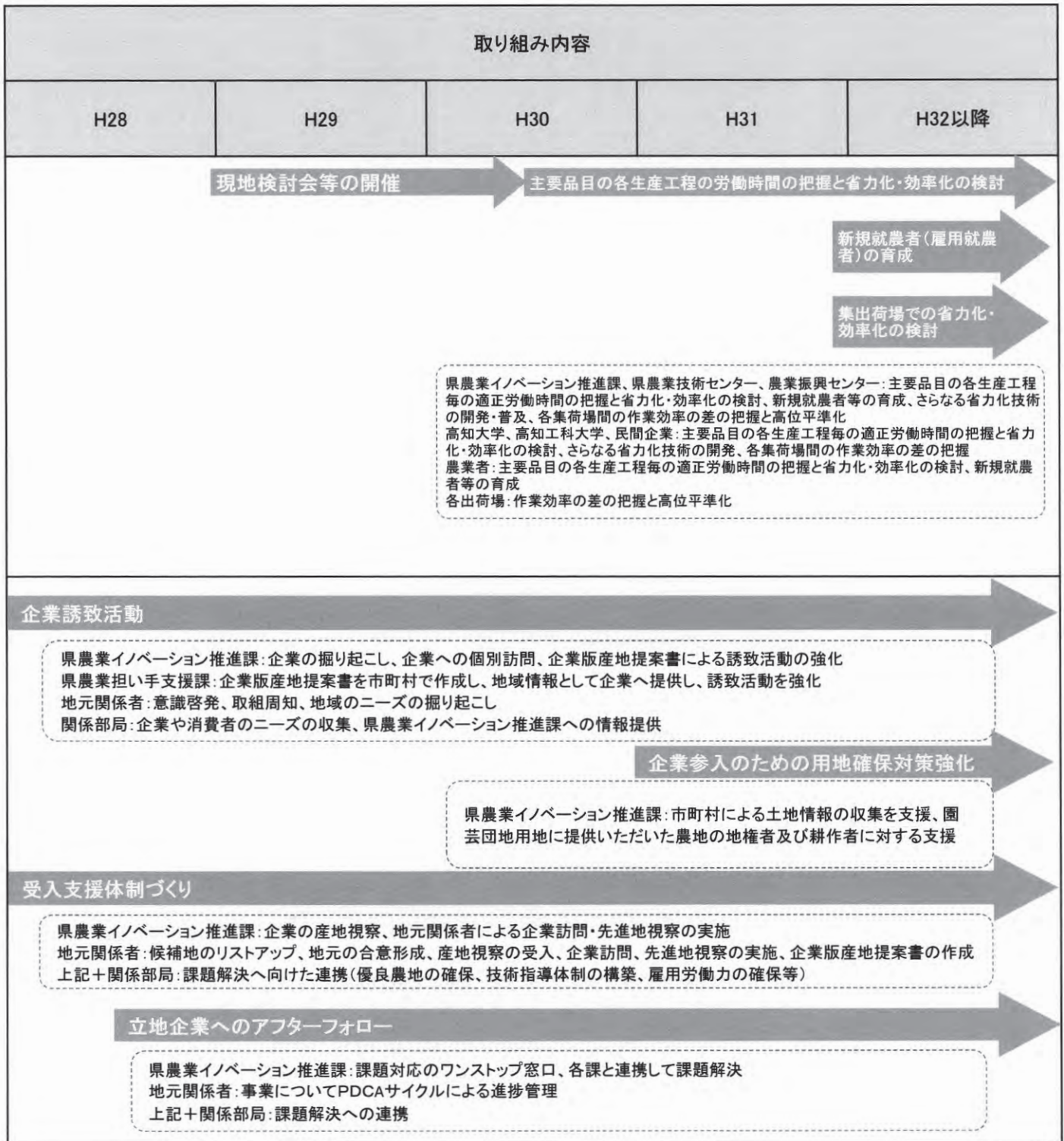
◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農02】 ◆環境制御技術のレベルアップと省力化技術の開発・カイゼン方式の導入支援による生産性の向上</p>	<p>③施設野菜などの栽培管理、収穫・出荷調製等の省力化(軽労化も含む)技術について実証検討、普及を行う</p> <p>④農業現場にトヨタのカイゼン方式を導入し、作業体系の効率化による労働生産性の向上を図る</p>	<p>③省力化技術の現場実証への支援</p> <p>④モデル経営体及び集出荷場でのカイゼンコンサルの実施</p>	<p>③試作(H27) ↓ 省力化の確認 ナス4件・シントウ2件 (H30) ↓ マニュアル作成</p> <p>—(H29) ↓ 6事例(H30) ↓ 10事例</p>
<p>【農03】 ◆次世代型ハウス等の整備支援(H31拡充)</p>	<p>○次世代型こうち新施設園芸システムを推進するため、環境制御装置を標準装備した次世代型ハウス等の園芸用ハウスの整備を促進する</p> <p>○次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会を設立し、普及体制の強化を図る</p> <p>○若者をさらに次世代施設園芸に呼び込むための支援拡充</p> <p>⇒別図<農01>参照(p.242)</p>	<p>次世代型ハウス(軒高2.5m、耐風速35m/s以上)の整備棟数</p>	<p>—(H27.3) ↓ 209棟(H31.3) ↓ 400棟 (H28~H31累計)</p>



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農04】 ◆Next次世代型こうち新施設園芸システムへの進化(H31拡充)	<p>①多様な園芸作物の生理・生育情報のAIによる可視化と活用を実現するIoP (Internet of Plants)等の最先端の研究を行い、「次世代型施設園芸システム」を「Next次世代型」として飛躍的に進化させる。</p> <p>②環境データに加えて、生育情報の見える化とそれらのデータの環境制御技術への応用、環境データと作物側の生育データによる統合環境制御技術への発展等の研究、技術開発により施設園芸関連産業群の創出・集積を推進する</p> <p>③環境測定データ一元化等の情報システムや集出荷場の出荷データと、個々の農家の環境・生育データ、気象データ等の活用による出荷予測システムの開発を開発する</p>	<p>①野菜の産出額</p> <p>②機器・システムのH30からの累計販売額)</p> <p>③環境測定処理等情報システムの開発</p>	<p>①621億円(H29)* ↓ 651億円</p> <p>*出発点の621億円は産出額の主要11品目のH29生産量と過去5年の平均単価より産出</p> <p>②-(H29) ↓ 2.05億円(H30) ↓ 4.5億円</p> <p>③システム開発:0(H29) ↓ 試作システム:1(H30) ↓ 試作システム:2(H31)</p>



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農04】 ◆Next次世代型こうち新施設園芸システムへの進化(H31拡充)</p>	<p>④主要品目の各生産工程毎の適正労働時間の把握と省力化・効率化の検討、新規就農者等の育成、さらなる省力化技術の開発・普及及び各集荷場間の作業効率の差の把握と高位平準化</p> <p>⇒別図<農02>参照(p.243)</p>	<p>④ ・主要品目の各工程のデータ化</p> <p>・施設野菜の労働生産性の上昇率</p>	<p>④ 0品目(H30.3) ↓ 5品目(H32.3)</p> <p>-(H29) ↓ H29年度対比2%上昇</p>
<p>【農05】 ◆地元と協働した企業の農業参入の推進(H31拡充)</p>	<p>○本県において園芸農業に新たに参入する企業を誘致するため、アンケートや展示会でのPR、「企業版産地提案書」等を活用して、誘致対象企業を掘り起こし、個別訪問により立地企業誘致活動を行う</p> <p>○企業参入に必要な用地を確保するため、市町村による土地情報の収集や、園芸用地を提供いただける地権者・耕作者に対する支援策を強化する</p> <p>○地元と協働した企業の農業参入を推進するため、地元関係者(県農業振興センター、地元市町村や農業団体等)と連携し、受入体制づくりを行う</p> <p>○企業による産地視察の受入の他、地元関係者による企業訪問、先進地視察を支援</p> <p>○更なる地元との協働や規模拡大等につなげるため、立地後の企業の要望に対して、関係機関と連携してアフターフォローを行う</p> <p>⇒別図<農03>参照(p.244)</p>	<p>新たに農業に参入する企業</p>	<p>-(H27.3) ↓ 7社(H31.3) ↓ 7社</p>

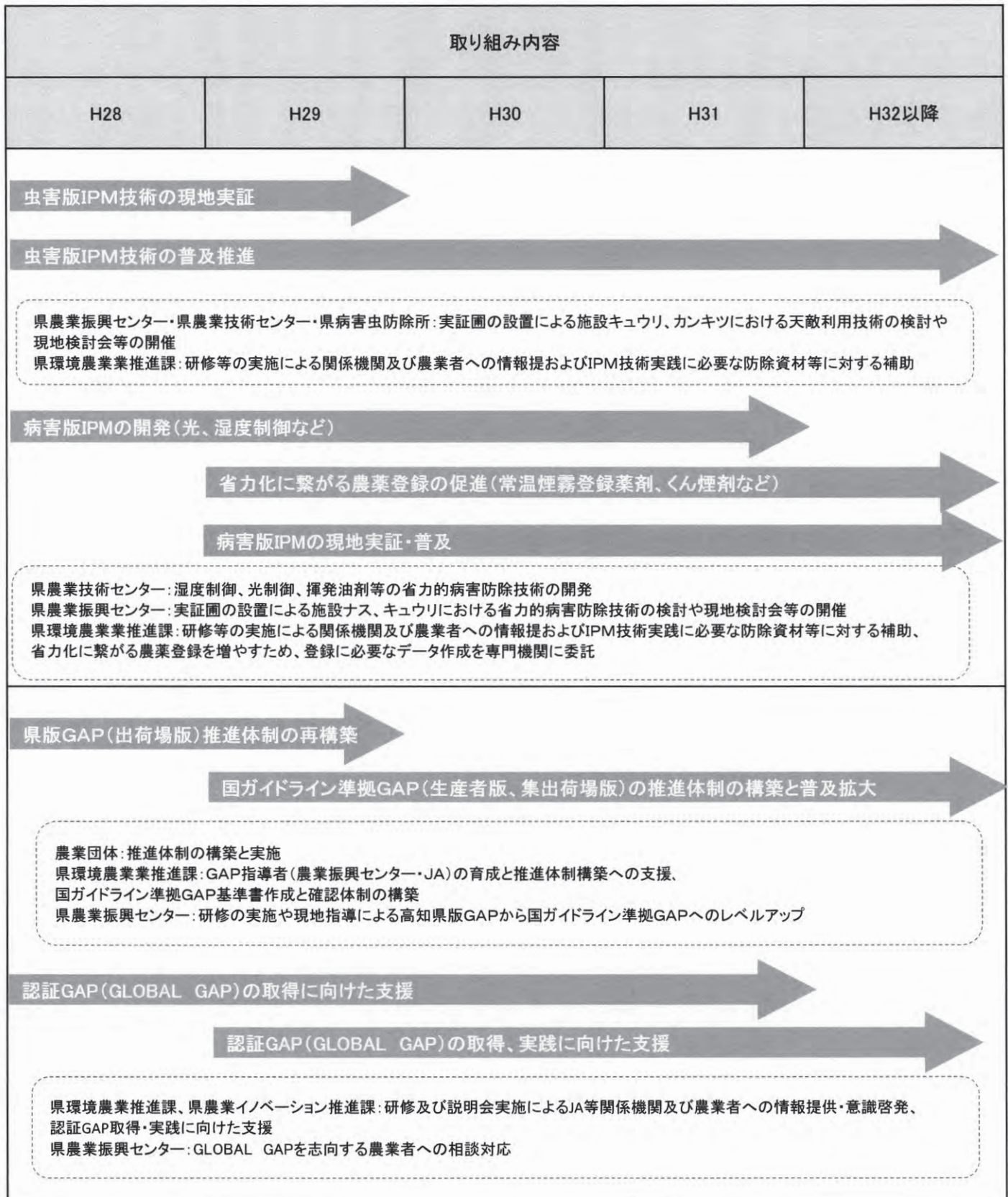


◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農06】 ◆オランダ交流を活かした先進技術の普及推進</p>	<p>○県産農産物の高品質・安定生産を図るため、オランダウェストラント市との園芸技術交流を発展させ、技術の開発と環境制御技術の県内普及を加速化する</p>	<p>①技術交流訪問団への参加者数(次世代型ハウスを整備する企業参入者、生産者等)</p> <p>②オランダ技術交流セミナーへの参加者</p>	<p>①9名(H27) ↓ 9名(H30) ↓ 15名</p> <p>②116名(H27) ↓ 115名(H28) ↓ 150名</p> <p>※H29以降は実施していない。</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
施設園芸技術のレベルアップに向けた技術交流、オランダ技術交流セミナー開催				
生産者:高収量・高品質生産への取組や情報の活用、技術交流セミナーでの交流成果報告 農業団体:技術交流への参加と協力 県環境農業推進課:交流事業のコーディネート、技術交流セミナーの運営、情報集積と発信、環境制御技術推進員の計画的派遣 県環境制御技術普及推進員:オランダでの最新技術の習得と普及				
国際的な視野を持つ農業後継者育成のための技術交流				
農業専攻高校生:技術交流訪問団への参加 県農業大学校生:レンティス校への留学研修による最新のオランダ施設園芸技術などの学習 県農業大学校:学生への支援、語学など留学に必要な基礎教育の実施、オランダ・レンティス校からの留学生受入				
最新の施設園芸技術の導入・普及に向けたオランダ関連企業との連携				
オランダ施設園芸等関連企業:特色ある新品種の導入に向けた種苗会社との連携、新たな機器や技術などの導入に向けた施設園芸機器関連企業との連携 県農業担い手育成センター:オランダ品種の栽培実証やオランダ型栽培技術の実証 県農業技術センター:企業との連携による技術課題の検討、研究の実施 県環境農業推進課・農業イノベーション推進課:オランダ企業とのパートナーシップの構築				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農07】 ◆IPM技術の普及拡大	<p>①施設キュウリ、施設カンキツでIPM技術の取り組みを拡大するために、天敵の導入を推進する</p> <p>②農業だけに頼らない省力的病害管理技術(病害版IPM)の取り組みを拡大するために、病害防除の技術開発及び省力化に繋がる農薬登録の促進と普及を図る</p>	<p>①天敵利用マニュアルの作成数</p> <p>②ナス、キュウリの病害を対象とした省力的防除技術の開発数</p>	<p>①ー(H27) ↓ 1(H30) ↓ 2</p> <p>②3(H27) ↓ 7(H30) ↓ 9</p>
【農08】 ◆GAPの推進	<p>①高知県版GAP(生産者版、出荷場版等の基礎GAP)や国ガイドライン準拠GAPの普及のために推進体制の構築や指導者研修などを実施する</p> <p>②認証GAP(GLOBAL GAP)取得のために、研修や相談対応などを行う</p>	<p>①県版GAP(出荷場版)の実施JA集出荷場数</p> <p>②GLOBAL GAP認証取得経営体数</p>	<p>①9JA(H26) ↓ 15JA(68/71 JA集出荷場)(H30) ↓ 71/71 JA集出荷場</p> <p>②1経営体(H27) ↓ 4経営体(H30) ↓ 5経営体</p>

戦略の柱	1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
取組方針	2 環境保全型農業の推進



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農09】 ◆有機農業の推進</p>	<p>○有機農業を推進するために、生産者の確保、生産者のグループ化、生産の拡大と販路の開拓・販売の拡大を図る</p>	<p>まとまりにより生産・販売に取り組むグループ数</p>	<p>－(H27) ↓ 5グループ(H30) ↓ 5グループ</p>
<p>【農10】 ◆省エネルギー対策の推進</p>	<p>○暖房コストの低減を図るため、重油代替暖房機の導入とともに、生産段階で実践できる基本的な省エネ対策を徹底する</p>	<p>園芸用A重油使用量</p>	<p>53,000kl(H26) ↓ 55,000kl(H29) ↓ 50,000kl</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>有機農業者の確保</p> <p>県環境農業推進課: 就農支援及び就農後のフォローアップ、市町村・JAへの意識啓発 県農業担い手育成センター: 栽培や経営の基礎研修、産地と連携した就農までの総合支援 県農業振興センター: 有機農業新規就農希望者への就農支援、就農開始後の技術研修及び経営支援 市町村: 有機農業の推進体制整備、産地提案型による新規就農者募集、環境保全型農業直接支払における有機農業の取り組みの拡大</p>				
<p>技術指導の充実とグループ化の促進</p> <p>まとまりの活動による品質向上と生産の拡大</p> <p>グループによる販路開拓、販売の拡大</p> <p>県環境農業推進課: 有機農業に関する研修会の開催、有機農業者間の交流促進、有機JAS認定取得支援 県農業イノベーション推進課: 有機農業者と流通・販売業者とのマッチング 県農業振興センター: 実証ほ設置や基礎技術研修の実施等、慣行農業者との技術交流による有機農業者間の交流促進、有機農業者のグループ化及びグループの活動支援 県農業技術センター: IPM技術の開発と普及</p>				
<p>保温対策の徹底、省エネ技術及び耐低温性品種の開発</p> <p>生産者: 生産段階で実践できる基本的な省エネ対策の実施(保温対策、暖房機の管理、温度管理) 農業団体: 省エネ対策の実践支援 県農業振興センター: 省エネ対策の指導、現地事例情報の収集 県農業技術センター: 省エネ技術の開発、耐低温性品種の開発 県環境農業推進課: 省エネに係る情報収集</p>				
<p>重油代替暖房機の普及推進</p> <p>生産者: 重油代替暖房機や省エネ暖房機の導入 農業団体・県農業振興センター・県環境農業推進課・県木材産業振興課: 木質バイオマスの需給動向に係る情報共有 県環境農業推進課: 重油代替暖房機導入状況の取りまとめ</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農11】 ◆野菜園芸品目の総合戦略支援 (ナス、ニラ、露地野菜等)</p>	<p>○産地の維持・発展につながる技術の確立、普及を図るため、地域・品目の実情に応じて高収量・高品質を実現し、生産拡大に向けた取り組みを進め、特に下記の品目について重点的に取り組む</p> <p>①ナス ・日本一のナス産地再構築のため、高夜温栽培技術の確立、普及により品質・収量の向上を図る</p> <p>②ニラ ・日本一のニラ産地の維持・発展のため、環境制御技術の確立と普及により、品質・収量の向上を図る</p> <p>③露地野菜 ・水田の有効活用を図るため、法人、集落営農組織、個人による主要露地品目の生産拡大と、新規品目の導入を支援する</p>	<p>ナス、ニラ、露地野菜の生産量</p> <p>①ナス</p> <p>②ニラ</p> <p>③露地野菜</p>	<p>①27,825t(H26) ↓ 24,972t(H30) ↓ 31,300t</p> <p>②13,851t(H26) ↓ 13,829t(H30) ↓ 17,300t</p> <p>③22,328t(H26) ↓ 18,316t(H30) ↓ 23,000t</p>

戦略の柱	1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
取組方針	3 園芸品目別総合支援

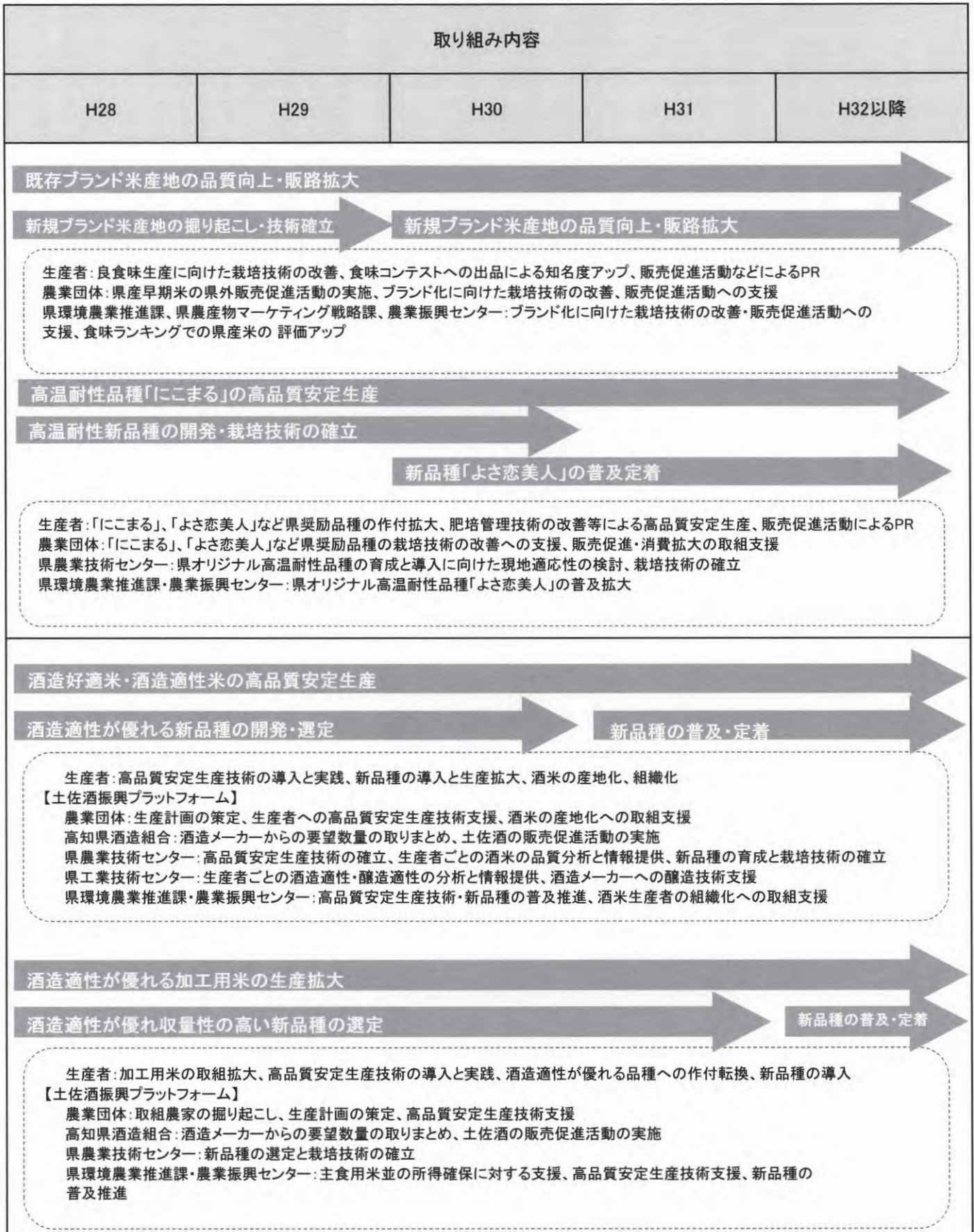
取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
ナスの技術確立		ナスの生産拡大		
生産者:高夜温栽培技術の確立 農業団体・市町村:技術確立への取り組み 県農業イノベーション推進課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター:速やかな技術確立への支援		生産者:高品質生産技術及び品種の導入による生産拡大の実践 農業団体・市町村:技術普及、生産拡大への積極的な取り組み 県農業イノベーション推進課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター:速やかな技術普及および生産拡大への支援		
ニラの技術確立		ニラの生産拡大		
生産者:炭酸ガス施用、電照技術等の環境制御技術確立 農業団体・市町村:技術確立への積極的な取り組み 県農業イノベーション推進課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター:速やかな課題解決、技術確立への支援		生産者:環境制御技術の導入及び生産拡大の実践 農業団体・市町村:技術の普及、生産拡大への積極的な取り組み 県農業イノベーション推進課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター:速やかな技術の普及および生産拡大への支援		
露地野菜の生産拡大				
生産者:有望品目の検討、生産拡大の実践 農業団体・市町村:有望品目の検討、生産拡大への積極的な取り組み 県農業イノベーション推進課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター:有望品目の検討、市場や企業との連携による露地野菜の産地化支援				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農12】 ◆特産果樹生産振興(ユズ、文旦)</p>	<p>①ユズ ・国内生産量の約50%を占める中山間地域の基幹品目であるユズの生産振興を図るため、生産性向上につながる新植・改植や消費拡大に取り組む</p> <p>②文旦 ・本県を代表する特産果樹の生産振興を図るため、高品質化栽培技術や販路開拓に取り組む</p>	<p>ユズ、文旦の生産量</p> <p>①ユズ</p> <p>②文旦</p>	<p>①10,422t (H25～H26年平均) ↓ 10,862t (H29～H30年平均) ↓ 13,100t (H30～H31年平均)</p> <p>②10,690t (H25～H26年平均) ↓ 12,071t (H29～H30年平均) ↓ 11,100t (H30～H31年平均)</p>
<p>【農13】 ◆花き生産振興(ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ)</p>	<p>①ユリ ・生産の効率化、需要に応じた生産を進めるため、高知県リリーズファミリーの活動強化や生産者交流会の活動を支援する</p> <p>②トルコギキョウ ・県農業技術センターとの連携による環境制御技術の確立や需要に応じた品種の選定を進め、生産の効率化、販売促進を図る</p> <p>③グロリオサ ・国内外での県産グロリオサの優位性を保つため、新品種育成および生産拡大への支援を行う ・海外への販路強化・オリンピック・パラリンピックにむけた生産および輸送技術の確立を図る</p>	<p>ユリ、トルコギキョウ、グロリオサの生産量</p> <p>①ユリ</p> <p>②トルコギキョウ</p> <p>③グロリオサ (ア)グロリオサ全体</p> <p>(イ)オリジナル品種 オレンジハート(橙)</p>	<p>①14,383千本(H26) ↓ 12,531千本(H30) ↓ 16,973千本</p> <p>②4,199千本(H26) ↓ 4,182千本(H30) ↓ 4,446千本</p> <p>③(ア)3,929千本(H26) ↓ 3,472千本(H30) ↓ 5,162千本</p> <p>(イ)8.5千本(H26) ↓ 25千本(H30) ↓ 100千本</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>ユズの生産力・生産基盤の強化</p> <p>生産者：優良系統の情報提供、新植・改植、交流会等まとまりの場への参加、輸出用ユズの栽培 農業団体等：優良系統の探索、複製母樹園の設置、苗木の安定供給、担い手の育成、改植事業等の活用支援、輸出用ユズの栽培支援 県農業イノベーション推進課、県環境農業推進課、県果樹試験場、県農業振興センター、市町村等：優良系統の選抜・育種・穂木の提供、改植事業の活用による改植の推進、担い手の確保・育成支援、輸出にかかる技術支援</p>				
<p>ユズのプロモーション・販路拡大</p> <p>生産者：県域連携による国内外でのPR支援 農業団体等：県域連携による国内外でのPR 県農業イノベーション推進課、県農産物マーケティング戦略課、県環境農業推進課、県果樹試験場、県農業振興センター、市町村等：生産者・農業団体が行う青果、果汁、加工品等の国内外でのPR・販路拡大支援</p>				
<p>文旦の生産力・生産基盤の強化</p> <p>生産者：優良系統の情報提供、新植・改植、マルチ栽培等高品質化技術の導入、交流会等まとまりの場への参加 農業団体等：優良系統の探索、高品質化技術導入支援、担い手の育成、改植事業等導入支援 県農業イノベーション推進課、県環境農業推進課、県果樹試験場、県農業振興センター：優良系統の選抜・育種、国庫補助事業活用による改植の推進、高品質化技術の推進、担い手の確保・育成支援</p>				
<p>文旦のプロモーション・販路拡大</p> <p>生産者：生産者自身によるPR 農業団体等：県域連携によるPR、文旦の日等の活用による消費拡大 県農業イノベーション推進課、県農産物マーケティング戦略課、県環境農業推進課、県果樹試験場、県農業振興センター：生産者・農業団体が行うPR・販路拡大支援</p>				
<p>需要に応じた生産・販売促進</p> <p>生産者：県域連携による情報共有・技術力向上、消費ニーズに対応した生産拡大、有望品種の探索・導入 農業団体、流通団体、市町村：消費ニーズに対応した生産誘導、担い手育成 県農業イノベーション推進課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター：有望品目の探索、高品質化技術の開発・確立、生産誘導、担い手確保</p>				
<p>グロリオサの輸出に向けた生産・輸送技術の確立 国内外の販路強化</p> <p>生産者：生産・輸出にむけた検疫対策、輸送技術の確立への支援 農業団体、流通団体、市町村：国内外への販路強化の支援、消費ニーズの把握と共有 県農業イノベーション推進課、県農産物マーケティング戦略課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター：生産・輸送技術の確立支援、輸出・オリンピック需要拡大支援</p>				
<p>生産者育種の加速化</p> <p>生産者：オリジナル品種育成、効率的な増殖技術の導入、販路拡大への支援 農業団体、流通団体：市場性評価の把握、育成品種の消費拡大、販路強化 県農業イノベーション推進課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター：多様な育種手法の情報提供、新系統の育成・提供による生産者育種の加速化支援</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農14】 ◆県産米のブランド化の推進</p>	<p>①米産地のブランド化を推進するために、栽培技術の確立や販売促進に取り組む組織を支援する</p> <p>②県産米のブランド力を強化するために、高温耐性県奨励品種の生産拡大を支援する</p>	<p>①米のブランド力強化に取り組む組織</p> <p>②高温耐性県奨励品種の作付面積</p>	<p>①4組織(H27) ↓ 9組織(H30) ↓ 10組織</p> <p>②361ha(H26) ↓ 560ha(H30) ↓ 1,000ha</p>
<p>【農15】 ◆酒米の生産振興</p>	<p>○酒米の生産振興を図るため、高品質・安定栽培技術の確立および新品種導入への取組を支援する</p>	<p>①酒造好適米、酒造適性米の作付面積</p> <p>(ア)酒造好適米</p> <p>(イ)酒造適性米</p> <p>②酒造好適米の1.2等比率</p>	<p>①(ア)50ha(H27) ↓ 70ha(H30) ↓ 80ha</p> <p>(イ)75ha(H27) ↓ 59ha(H30) ↓ 82ha</p> <p>②54%(H26) ↓ 80%(H30) ↓ 80%</p>

戦略の柱	1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
取組方針	4 水田農業の振興



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農16】 ◆水田の有効活用に向けた有望品目への転換</p>	<p>①水田の有効活用を図るため、法人、集落営農組織、個人による主要露地品目の生産拡大と、新規品目導入への取り組みを支援する</p> <p>②水田の有効活用による飼料用米などの非主食用米の生産拡大を図るため、低コスト・多収技術等への取り組みを支援する</p>	<p>①露地品目(ブロッコリー、ニラ、オクラ、ショウガ等)の新規取り組み面積</p> <p>②非主食用米作付面積</p>	<p>①— ↓ 20ha(H30) ↓ 48ha</p> <p>②1,174ha(H27) ↓ 1,250ha(H30) ↓ 2,500ha</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>露地品目の生産拡大</p> <p>生産者：有望品目の検討、生産拡大の実践 農業団体・市町村：有望品目の検討、生産拡大への積極的な取り組み 県農業イノベーション推進課・県環境農業推進課・県農業振興センター：有望品目の検討、市場や企業との連携による露地野菜の産地化支援</p>				
<p>非主食用米の生産拡大</p> <p>生産者：増収技術の導入と実践、生産コストの削減 農業団体：生産者への需要状況等の情報提供、作付ビジョンに基づく非主食用米の生産拡大の推進、飼料用米等の栽培技術支援 市町村・地域農業再生協議会：水田フル活用ビジョンの見直し、取組推進に効果的な産地交付金の設定、生産者への取組推進 県農業技術センター：低コスト・多収生産技術の検討、有望品種の探索 県農産物マーケティング戦略課・県農業振興センター：制度、事業の情報提供、水田フル活用ビジョンの見直し支援、飼料用米等の栽培技術指導 県農業政策課・県農業再生協議会：水田フル活用ビジョンの見直し、取組推進に効果的な産地交付金の設定</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農17】 ◆肉用牛の生産基盤の強化(H31 拡充)</p>	<p>○肉用牛の安定生産のため、生産性向上やブランド力強化に取り組む</p> <p>○生産拡大のため、繁殖雌牛の増頭、子牛生産性の向上、畜産施設整備、担い手の確保・育成を支援する</p> <p>○特に土佐あかうしについては、育種改良と血統の維持、乳用牛への受精卵移植による生産拡大を支援する</p> <p>⇒別図<農04>参照(p.245)</p>	肉用牛飼養頭数	<p>5,043頭(H26) ↓ 5,685頭(H29) ↓ 6,026頭</p>

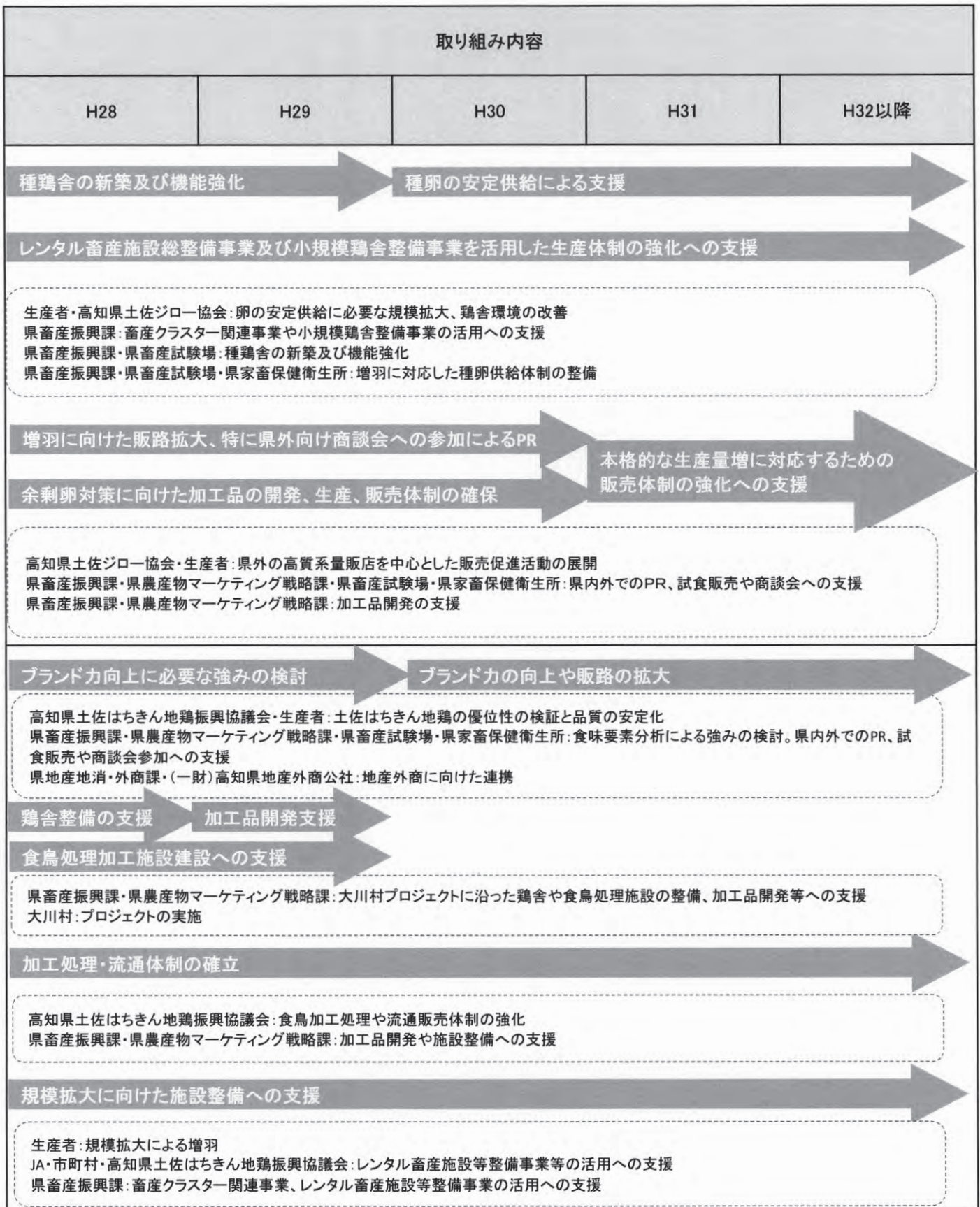
戦略の柱	1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
取組方針	5 畜産の振興

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>土佐和牛繁殖雌牛の増頭による子牛生産拡大への支援</p> <p>生産者：家畜市場からの導入や自家保留による増頭 市町村・JA：家畜市場からの導入や自家保留による増頭への支援 県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：増頭の支援、優良繁殖雌牛供給・選抜への支援</p> <p>生産者：子牛生産拡大への取り組み JA・県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：子牛生産拡大への支援</p> <p style="text-align: right;">規模拡大に向けた肉用牛導入への支援</p> <p>生産者：家畜市場からの導入や自家保留による増頭 市町村・JA高知県・県畜産振興課：新規就農、規模拡大に負担となる肉用牛導入に幅広く活用できる新基金の造成</p>				
<p>乳用牛への受精卵移植による土佐あかうし生産拡大への支援</p> <p>全農ET研究所・酪農家：乳用牛に土佐あかうし受精卵を移植し、子牛を生産 JA・県畜産振興課：酪農家への乳用牛貸付け</p>				
<p>移植体制整備 → 受精卵生産・移植の強化、子牛哺育体制の拡充</p> <p>県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：機器導入や技術向上による受精卵移植体制の整備 全農こうち：キャトルステーションの整備</p> <p>JA・高知大学・県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：受精卵生産の強化</p> <p>土佐町酪農組合・福永畜産（中土佐町）：キャトルステーションでの肥育向け子牛育成 全農ET研究所・JA：受精卵移植への支援 家畜人工授精師・県畜産振興課・県家畜保健衛生所：受精卵移植の実施</p>				
<p>規模拡大に向けた施設整備への支援</p> <p>生産者：規模拡大による増頭 JA・市町村・県畜産振興課・県家畜保健衛生所：レンタル畜産施設等整備事業、畜産クラスター事業活用への支援</p>				
<p>土佐和牛の流通戦略の展開</p> <p>土佐和牛ブランド推進協議会（生産者団体・流通団体・JA・県）：県内外でのPRや生産流通戦略の展開による販路の拡大 県畜産振興課・県農産物マーケティング戦略課、県畜産試験場・県家畜保健衛生所：県内外（海外を含む）でのPR、流通戦略の展開、試食販売や商談会への支援</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農18】 ◆養豚の生産、加工・販売体制の強化</p>	<p>○生産体制の強化のため、新たなブランド豚の作出や多産系種豚の導入の推進、また養豚団地化等の規模拡大を支援する</p> <p>○加工・販売体制の強化のため、6次化や加工品製造の取り組みや地消・外商の強化による販路拡大の取り組みを支援する</p> <p>○県内消費率拡大のため、県内量販店及び県内飲食店における地産・地消の強化による販路拡大の取組を支援する</p>	<p>豚年間出荷頭数</p>	<p>34,473頭(H26) ↓ 43,472頭(H29) ↓ 50,000頭</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>新たなブランド豚の作出 → 需要に見合ったブランド豚の生産頭数の確保</p>				
<p>養豚農家: 高知県の特産物(かんきつ精油抽出残渣、焼酎粕など)を飼料に加えた豚の生産 県畜産振興課・県家畜保健衛生所: 給与技術の指導、肉質評価(成分分析)への支援 県畜産試験場: 適切な給与と方法(給与時期、配合割合、肉質への影響等)の確立</p>		<p>養豚農家: 新たなブランド豚の生産頭数の確保 県畜産振興課・県家畜保健衛生所: 豚肉の品質チェック(成分分析)への支援、PR活動への支援</p>		
<p>→ 新たなブランド豚の作出にチャレンジ</p>				
		<p>県畜産試験場: 新たな給与飼料の研究 養豚農家: 新たな給与飼料を与えた豚の生産実証 県畜産振興課・県家畜保健衛生所: 給与技術の指導、肉質評価(成分分析)への支援</p>		
<p>収益性の向上への取り組み支援</p>				
<p>養豚農家: 多産系種豚の導入や施設整備による生産コスト削減への取り組み実施 JA: 多産系種豚の導入促進等による生産コスト削減への取り組みの支援、畜産クラスター関連事業の活用への支援 (一社)高知県畜産会: 経営分析・指導 県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所: 飼養管理技術の普及や指導、畜産クラスター関連事業の活用への支援</p>				
<p>6次化や加工品製造の取り組み支援</p>				
<p>養豚農家・JA・流通販売業者: 6次化や加工品製造および販売 県畜産振興課・県農産物マーケティング戦略課: PR活動(試食販売、イベントへの参加等)の実施による販路拡大への支援、畜産クラスター関連事業の活用への支援</p>				
<p>地消や外商の強化による販路拡大</p>				
<p>県養豚協会・養豚農家: 県内の大型量販店を中心とした販売促進活動の展開 JA高知県・(一財)地産外商公社: 県外の高質量販店や飲食店を中心とした販売促進活動の展開 県畜産振興課・県農産物マーケティング戦略課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所: 県内外でのPR、試食販売や商談会への支援 県畜産振興課・県農産物マーケティング戦略課: 加工品開発への支援、畜産物消費拡大事業の委託 県内量販店・県内飲食店: 地産地消拡大事業への協力</p>				
<p>養豚農家の団地化等による規模拡大への支援</p>				
<p>養豚農家: 規模拡大による増頭 JA: 畜産クラスター関連事業の活用への支援、候補地の選定、研修会等の開催 市町村: 畜産クラスター関連事業の活用への支援、候補地の選定 県畜産振興課・県家畜保健衛生所: 畜産クラスター関連事業の活用への支援、衛生管理体制の向上に向けた取り組み支援</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農19】 ◆土佐ジローの生産、販売体制の強化</p>	<p>○土佐ジローの増羽のため、生産体制の強化や販路の拡大についての取組を支援する</p>	<p>土佐ジロー飼養羽数</p>	<p>2.5万羽(H26) ↓ 2.4万羽(H29) ↓ 4万羽</p>
<p>【農20】 ◆土佐はちきん地鶏の生産、販売体制の強化</p>	<p>○土佐はちきん地鶏増産のため、ブランド力の向上や販路拡大、規模拡大を支援する</p>	<p>土佐はちきん地鶏年間出荷羽数</p>	<p>6万羽(H26) ↓ 8.8万羽(H29) ↓ 15万羽</p>



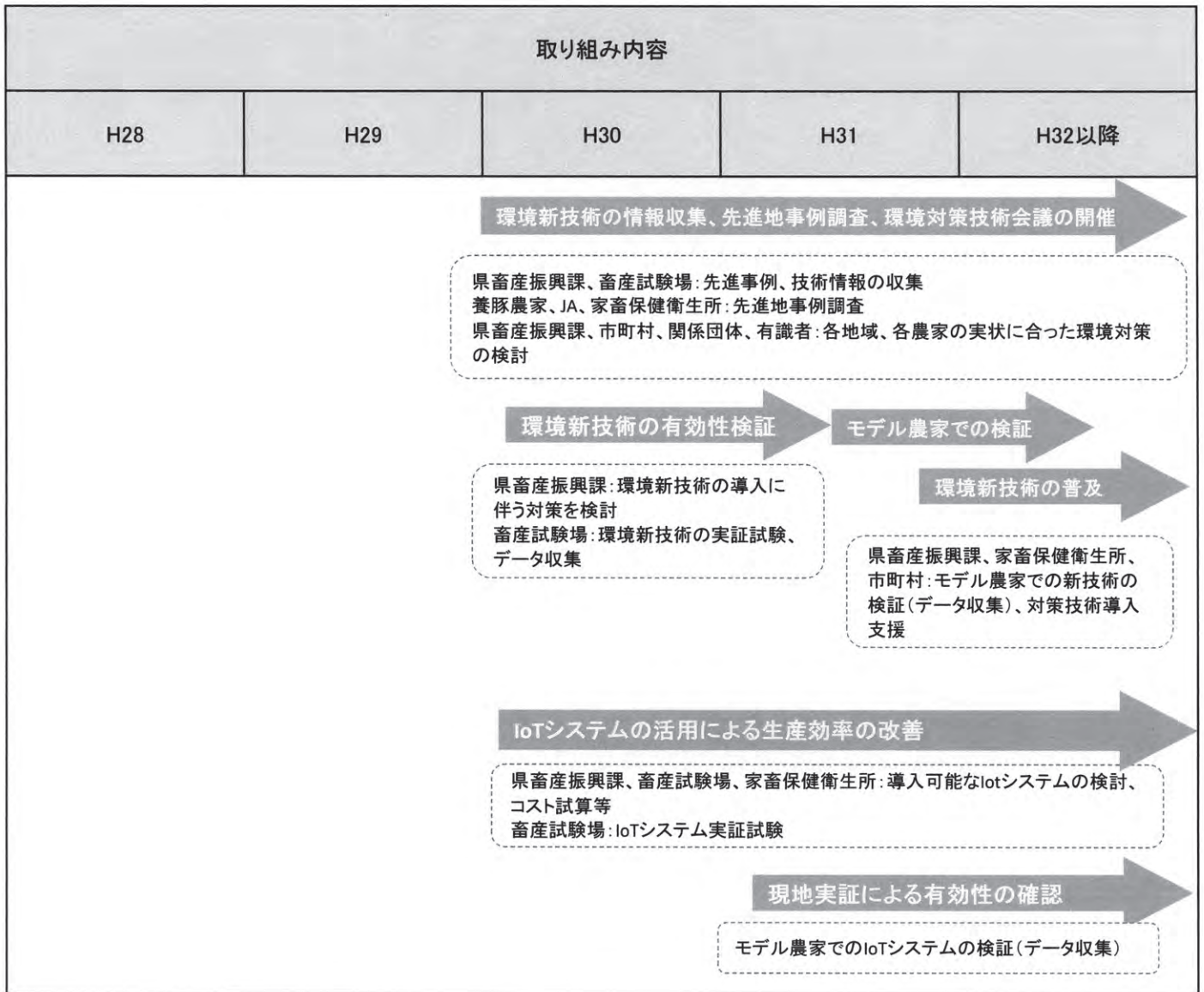
◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農21】 ◆酪農における生乳生産能力の向上</p>	<p>○乳量・乳質向上のために、牛群検定加入と検定情報の活用促進を支援</p> <p>○乳用後継牛確保のために、土佐あかうし受精卵移植用の乳用牛を無償貸付</p> <p>○生産性向上のために、規模拡大や牛舎快適性改善のための牛舎整備を支援</p> <p>○牛乳の消費拡大のために、牛乳料理コンクールや牛乳消費拡大イベントでのPR活動を支援</p>	<p>経産牛1頭当たりの年間乳量</p>	<p>8,063kg(H26) ↓ 8,048kg(H29) ↓ 8,500kg</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
牛群検定情報の活用と検定加入促進				
JA、県酪連協：牛群検定の推進、分娩頭数増加に対する奨励金の交付 県畜産試験場・県家畜保健衛生所：勉強会などによる牛群検定加入促進、牛群検定情報を活用した乳量・乳質改善への指導 県畜産振興課：検定農家に対する検定費用の補助、分娩頭数増加に対する奨励金の交付				
乳用後継牛確保への支援				
生産者：土佐あかうし受精卵移植用乳用牛を借り受け、土佐あかうしの子牛と生乳を生産 JA・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：土佐あかうし受精卵の生産および移植、性別別精液の利用促進 県畜産振興課：土佐あかうし受精卵移植用の乳用牛の導入および酪農家への貸付				
移植体制整備		受精卵生産・移植の強化		
県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：機器導入や技術向上による受精卵移植体制の整備 全農こうち：キャトルステーションの整備		JA・高知大学・県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：受精卵生産の強化 土佐町酪農組合：キャトルステーションでの受精卵移植用乳用牛の預託 JA：受精卵移植への支援 家畜人工授精師・県畜産振興課・県家畜保健衛生所：受精卵移植の実施 県畜産振興課：受精卵移植用乳用牛の預託支援		
牛舎整備への支援				
（牛舎快適性改善の推進） 県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：マニュアルに基づく牛舎快適性改善のための施設改修等の普及（規模拡大への支援） 県畜産振興課・県家畜保健衛生所・JA・市町村：レンタル畜産施設等整備事業および畜産クラスター事業による施設整備への支援				
牛乳消費拡大への支援				
JA高知県・県酪連協：イベントでのPR活動、牛乳料理コンクールの開催 県畜産振興課・県農産物マーケティング戦略課・家畜保健衛生所：消費拡大イベント等への支援				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農22】 ◆稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大</p>	<p>○稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大への支援の継続や飼料作物の生産および簡易放牧の推進により、自給飼料の生産拡大に向けた取り組みを支援</p>	<p>稲発酵粗飼料(WCS)の生産面積</p>	<p>145ha(H26) ↓ 210ha(H29) ↓ 230ha</p>
<p>【農23】 ◆食肉センターの整備(H31拡充)</p>	<p>○食肉センターは、川上、川中、川下の取組を好循環させ、拡大再生産につなげていく重要な役割を担っており、畜産振興や県民への安全・安心な食肉の供給などに必要不可欠な施設である。県内2カ所にある現施設は、老朽化が進んでいることから、新たな整備に向け、県や事業実施主体が中心となり検討を進める。</p> <p>⇒別図<農05>参照(p.246)</p>	<p>新たな食肉センターの整備</p>	<p>—(H28) ↓ —(H29) ↓ 新たな食肉センターの整備</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大への支援の継続				
<p>生産者：生産実証、生産面積の拡大 JA：地域内需給調整、畜産クラスター関連事業の活用への支援、高知県稲発酵粗飼料利用促進事業の実施、WCS生産・給与への支援 市町村：農地集積への協力 県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：WCS給与技術の支援、飼料分析、生産体制の確立支援、畜産クラスター関連事業および高知県稲発酵粗飼料利用促進事業の実施 県農業イノベーション推進課・県農業振興センター：WCS用稲生産技術の指導、生産体制の確立への支援</p>				
飼料作物の生産および簡易放牧の推進				
<p>生産者：生産実証、生産面積の拡大 JA：地域内需給調整、畜産クラスター関連事業の活用への支援、飼料作物の生産・給与への支援 市町村：農地集積への協力 県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：給与技術の指導、飼料分析、畜産クラスター関連事業の実施 県農業イノベーション推進課・県農業振興センター：生産技術の指導</p>				
高知市	整備計画案の作成	食肉センター整備	新施設稼働	
<p>生産者・食肉センター利用業者、流通業者、学識経験者、農業団体、市町村：高知県新食肉センター整備検討会における整備計画案の作成 県畜産振興課：整備検討会の開催</p> <p>新食肉センター整備推進協議会（H30.7月設立）、新食肉センター整備検討会ワーキンググループ：新会社設立や施設整備のあり方について検討 生産者：増頭対策の実施 県畜産振興課：増頭対策や施設整備への支援 市町村：施設整備への支援 JAグループ等：新食肉センター新会社への運営支援、集荷体制の強化等 新食肉センター新会社（名称未定）：施設整備の推進、新食肉センターの運営</p>				
四万十市	整備計画案の作成	食肉センター整備	新施設稼働	
<p>新食肉センター整備検討委員会：新食肉センター基本計画案の策定 県畜産振興課：計画策定支援、施設整備への支援の検討、養豚場誘致への支援 四万十市：施設整備の実施、養豚場の誘致対策の実施、集荷体制の強化 食肉センター利用事業者：養豚場の整備、集荷体制の強化</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農24】 ◆次世代こうち新畜産システムの実証と確立(H31拡充)</p>	<p>○環境対応型施設の導入を推進するため、臭気対策を中心とした環境負荷軽減のための新技術の情報収集、および有効性を検証・導入の推進</p> <p>○IoTを活用した家畜管理による生産性向上を推進するため、肉用牛繁殖経営における活用方法の検討と実証試験の実施</p> <p>⇒別図<農06>参照(p.247)</p>	<p>①臭気対策のモデル農家戸数</p> <p>②IoT機器の発情発見のモデル農家戸数</p>	<p>①0(H29) ↓ 0(H30) ↓ 2戸(H31)</p> <p>②0(H29) ↓ 0(H30) ↓ 11戸(H31)</p>



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農25】 ◆農産物加工事業の裾野の拡大とステップアップ</p>	<p>○6次産業化に取り組む農業者等の裾野を広げるため、6次産業化セミナーの開催と6次産業化に関する情報発信やプランナーによる個別相談を行う</p> <p>○6次産業化の取り組みのステップアップを図るため、6次産業化支援チームによるハンズオン支援を行う</p> <p>○開発した商品の県内外への販路拡大を支援する。</p>	農林水産加工品販売額	<p>46.4億円(H26) ↓ 49.5億円(H29) ↓ 50億円</p>
<p>【農26】 ◆直販所支援の強化</p>	<p>○直販所の整備を支援するとともに、直販所活性化のため、事業戦略の策定及び直販所のネットワーク化や県外観光客も含めた顧客獲得を図る</p> <p>○直販所における食の安全・安心を確保するため、直販所への「安心係」の配置の継続と、「安心係」のレベルアップを図る</p>	直販所売上高	<p>93.3億円(H26) ↓ 103億円(H29) ↓ 100億円</p>

戦略の柱	1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
取組方針	6 6次産業化の推進

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>農産物加工に取り組む裾野の拡大</p> <p>農業者等: 土佐MBAをはじめとする各種セミナー等への参加及びプランナーのアドバイスを契機とする6次産業化への取組み開始 サポートセンター: 6次産業化に係る情報発信、プランナーによる6次産業化に係る個別相談対応 県農産物マーケティング戦略課: 土佐MBAと連携を強化した6次産業化セミナーの開催 県関係課: 6次産業化に関する情報共有</p>				
<p>取組み内容のステップアップと商品の磨き上げ</p> <p>農業者等: 商品の磨き上げと販路拡大 県農業振興センター・地域本部: 専門家を活用した農業者等が取り組む6次産業化のステップアップ支援 県農産物マーケティング戦略課: 土佐MBAと連携を強化した6次産業化セミナーの開催及び専門家を活用したステップアップ支援</p>				
<p>直販所の整備</p> <p>直販所のネットワーク化</p> <p>JAグループ等: 直販所の整備、直販所のネットワーク化や県外観光客も含めた顧客獲得 県農産物マーケティング戦略課: 直販所の整備支援、直販所のネットワーク化支援</p>				
<p>直販所の安全・安心の推進と活性化</p> <p>直販所: 安心係の配置 県関係課: 専門家派遣等による活性化支援、安心係の養成支援、直販所の情報発信支援 県農産物マーケティング戦略課: 安心係の養成とレベルアップ、直販所活性化セミナーの開催(H29～)、直販所活性化のための支援</p>				

分野	農業分野
戦略の柱	2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

戦略の方向性	■集落営農と中山間農業複合経営拠点の取り組みを拡大し、中山間地域の農業の競争力を高め、地域全体で支える仕組みを構築する
--------	-------------------------------------------------------------

戦略目標	目標
	○集落営農組織による農地(田・畑) のカバー率(耕地面積ベース)
	○こうち型集落営農組織数
	○集落営農法人数 (うち収入20,000千円以上の組織数)
	○中山間農業複合経営拠点の整備数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	集落営農の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○集落営農組織設立への支援 ⇒ 集落営農組織のカバー率 H23:9% → H30:16% ○こうち型集落営農の推進と法人化の支援 ⇒ こうち型集落営農組織数 H27:32組織 → H30:70組織 ⇒ 法人数 H27:16組織 → H30:28組織 	<ul style="list-style-type: none"> ○地域の農業を維持発展していくためには、リーダーや関係機関の人材育成を進め、集落営農の更なる裾野の拡大が必要 ○複合経営に取り組む「こうち型集落営農」の更なる拡大と法人化の推進 ○事業戦略の策定支援とPDCAサイクルをフォローする体制の構築
2	中山間農業複合経営拠点の整備推進	<ul style="list-style-type: none"> ○中山間農業複合経営拠点の整備推進 ⇒ 中山間農業複合経営拠点の整備数 H27:4拠点(大豊町、土佐町、本山町、三原村) → H28:11拠点(追加:奈半利町、日高村、四万十市(西土佐)、四万十町(仁井田)、香南市、高知市(土佐山)、南国市) → H29:16拠点(追加:室戸市、四万十町(十和・大正)、四万十町(窪川)、黒潮町、四万十市(中村)) → H30:17拠点(追加:須崎市) 	<ul style="list-style-type: none"> ○中山間地域の農業を支え、競争力を高めるためにも、中山間農業複合経営拠点の取り組みの県内への拡大が必要 ○事業戦略の策定支援とPDCAサイクルをフォローする体制の構築
3	中山間に適した農産物等の生産	<ul style="list-style-type: none"> ○製品茶の販売促進 ⇒ 製品茶販売額 H26:2.1億円 → H29:2.6億円 ○茶樹の再生と茶加工施設の再編整備を支援 ○自走式茶園管理機の導入(H30:1台) ○ミシマサイコの栽培指導や新規生産者の掘り起こし ○薬用作物専門指導員の配置による栽培指導の強化 ⇒ 収量30kg/10a以上の生産者の割合 H26:15% → H28:8% → H29:25% ○有望な薬用作物の導入支援 ・関係機関との連携による情報共有 ・産地化に向けた地域相談会等の情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> ○荒茶価格は低迷傾向。生産者の所得確保に向けた、ターゲットを明確にした販売促進活動と消費拡大の強化 ○茶の生産振興に向けた、高品質な荒茶生産のための加工体制の整備、台切り・改植による茶樹の再生、収穫・整枝時の労力を大幅に削減できる自走式茶園管理機の導入及び作業道整備への支援 ○ミシマサイコ ・2年生品種への転換に伴う栽培技術の確立と普及 ・生産者組織の強化と指導者の確保・育成 ○有望な薬用作物の導入支援 ・地域に適した有望品目の選定と栽培技術の確立
4	日本型直接支払制度の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○日本型直接支払制度の普及推進 ⇒ 中山間地域等直接支払制度 H27 交付面積:5,815ha →H30 交付面積:6,759ha ⇒ 多面的機能支払制度 H27 農地維持支払交付面積:8,940ha →H30 農地維持支払交付面積:9,437ha 	<ul style="list-style-type: none"> ○中山間地域等直接支払制度 ・集落協定の広域化や営農のサポート体制づくりが必要であり、次期対策に向けた集落間の連携や複数集落による広域の集落協定の締結促進 ○多面的機能支払制度 ・水路、農道等の地域資源を維持していくための取り組みの拡大

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:13%	H30:16%	21%	26%	30%
H27:32	H30:70	80	100	140
H27:16 (2)	H30:28 (8)	40 (10)	50 (13)	70 (18)
H27:4	H30:17	20	30	35

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農27】 ◆集落営農の裾野の拡大(H31拡充)	○			○				○
【農28】 ◆こうち型集落営農と法人化へのステップアップ	○			○				○
【農29】 ◆中山間農業複合経営拠点の県内への拡大(H31拡充)	○			○				○
【農30】 ◆土佐茶の生産振興	○	○		○				
【農31】 ◆薬用作物の生産振興	○		○	○				
(再掲)【戦略の柱1 取組方針3】園芸品目別総合支援	○	○		○				
(再掲)【戦略の柱1 取組方針4】水田農業の振興	○	○		○				
(再掲)【戦略の柱1 取組方針5】畜産の振興	○	○		○				
(再掲)【戦略の柱1 取組方針6】6次産業化の推進	○	○		○				○
【農32】 ◆中山間地域等直接支払制度の推進	○			○				
【農33】 ◆多面的機能支払制度の推進	○			○				

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
5	事業戦略の策定・実行支援	○事業戦略の策定支援と実行フォローアップ ⇒ アグリ事業戦略サポートセンターの設置 中山間農業複合経営拠点と集落営農法人を サポート ⇒ 事業戦略策定数 H29 複合経営拠点10 集落営農法人5 →H30 複合経営拠点15 集落営農法人18	○事業戦略の策定支援とPDCAサイクルをフォローする 体制の構築 ・専門家の電話、メール、パソコン遠隔会議による相談、 現地派遣による助言指導を関係機関が共にサポート ○直販所における事業戦略の推進 ・地域農業を支える仕組みとして、支援窓口を一本化

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【戦略の柱2 取組方針1】集落営農の推進	○			○				○
(再掲)【戦略の柱2 取組方針2】中山間農業複合経営拠点の整備推進	○			○				○

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農27】 ◆集落営農の裾野の拡大(H31拡充)</p>	<p>○中山間地域の農業・農村を支える「集落営農」を推進するため、集落のリーダーを育成する「集落営農塾」等を県内各地域で実施し、集落営農組織の設立を進める</p> <p>⇒別図<農07>参照(p.248)</p>	<p>集落営農塾(組織化コース)への参加集落数(延べ)</p>	<p>- (H27) ↓ 567集落 (H28~H30) ↓ 600集落 (H28~H31累計)</p>
<p>【農28】 ◆こうち型集落営農と法人化へのステップアップ</p>	<p>○集落営農組織による地域農業の維持・活性化のため、複合経営による所得確保に取り組む「こうち型集落営農」の更なる拡大と法人化の加速化を進める</p> <p>○事業戦略の策定支援とPDCAサイクルをフォローアップする体制の構築</p>	<p>①園芸品目等実証圃設置数(延べ)</p> <p>②集落営農塾(ステップアップ・法人化・法人経営コース)への参加組織数(延べ)</p>	<p>①-(H27) ↓ 45箇所 (H28~H30) ↓ 36箇所 (H28~H31累計)</p> <p>②-(H27) ↓ 394組織 (H28~H30) ↓ 240組織 (H28~H31累計)</p>

戦略の柱	2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築
取組方針	1 集落営農の推進

取組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降
-----	-----	-----	-----	-------

集落営農組織の育成

集落：集落営農への合意形成と組織設立に向けた取組み
 市町村・農業団体：講演会、視察研修の実施
 農業振興センターと連携した「集落営農塾」の実施及び集落営農組織化のための支援
 組織間連携による地域農業戦略の推進
 県農業振興センター：市町村・農業団体と連携した「集落営農塾」の実施によるリーダーや関係機関の人材育成と講演会、視察研修の実施
 集落営農を進める話し合いの場づくりと集落営農組織化のための支援
 組織間連携による地域農業戦略の推進
 県農業担い手支援課：集落営農をサポート、コーディネートできる人材を育成するための研修会等の開催（推進チーム会、集落営農推進研修会）
 集落営農支援事業による県内全域での集落営農の取組みとステップアップの支援
 組織間連携による地域農業戦略の推進

こうち型集落営農の県内全域へ拡大

集落：こうち型集落営農に向けた合意形成と取組み
 市町村・農業団体：講演会、視察研修の実施
 農業振興センターと連携した「集落営農塾」の実施及びこうち型集落営農への取組み支援
 農業会議、専門家：専門家の派遣による個別指導
 県農業振興センター：市町村・農業団体と連携した「集落営農塾」の実施によるリーダーや関係機関の人材育成と講演会、視察研修の実施
 こうち型集落営農を進めるための話し合いの場づくりと園芸品目等の実証圃の設置支援
 県農業担い手支援課：集落営農をサポート、コーディネートできる人材を育成するための研修会等の開催（推進チーム会、集落営農推進研修会）
 集落営農支援事業によるこうち型集落営農へのステップアップの支援

集落営農法人の拡大

集落：法人化に向けた合意形成と取組み
 市町村・農業団体：講演会、視察研修の実施
 農業振興センターと連携した「集落営農塾」の実施及び法人設立に向けた支援
 農業会議、専門家：専門家の派遣による個別指導
 アグリ事業戦略サポートセンターの設置（H30～）
 県農業振興センター：市町村・農業団体と連携した「集落営農塾」の実施によるリーダーや関係機関の人材育成と講演会、視察研修の実施
 法人設立に向けた支援
 県農業担い手支援課：集落営農をサポート、コーディネートできる人材を育成するための研修会等の開催（推進チーム会、集落営農推進研修会）
 「集落営農法人ネットワーク協議会」の設置による法人組織の連携・交流促進と経営のレベルアップ
 集落営農支援事業による法人化へのステップアップの支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農29】 ◆中山間農業複合経営拠点の県内への拡大(H31拡充)</p>	<p>○中山間地域の農業の競争力を高め支えるため、事業戦略の策定支援とPDCAサイクルをフォローする体制を構築する。また、「複合経営拠点発展交流会」の開催や複合経営拠点支援事業による体制整備支援を行い、「中山間農業複合経営拠点」の取り組みを県内各地域へ拡大する</p> <p>⇒別図<農07>参照(p.248)</p>	<p>中山間農業複合経営拠点の整備数</p>	<p>4地区(H27) ↓ 17地区(H30) ↓ 20地区</p>

戦略の柱	2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築
取組方針	2 中山間農業複合経営拠点の整備推進

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

中山間農業複合経営拠点の経営拡大・発展(既存実施地区)

拠 点 : 拠点事業戦略の策定及び実行
市町村・関係機関 : 拠点事業戦略の策定支援及び実行フォローアップ、複合経営拠点発展交流会及び先進技術現地見学会への参加(H30～)、組織間連携による地域農業戦略の推進
県農業振興センター・地域本部 : 拠点事業戦略の策定支援及び実行フォローアップ、複合経営拠点発展交流会及び先進技術現地見学会の実施支援(H30～)、組織間連携による地域農業戦略の推進
県農業担い手支援課 : 拠点事業戦略の策定支援及び実行フォローアップ、複合経営拠点発展交流会及び先進技術現地見学会の開催(H30～) 複合経営拠点支援事業による複合経営拠点の体制整備支援、組織間連携による地域農業戦略の推進
アグリ事業戦略サポートセンター(H30～) : 拠点事業戦略の策定支援、PDCAサイクルのフォロー

中山間農業複合経営拠点の体制整備(新規実施地区)

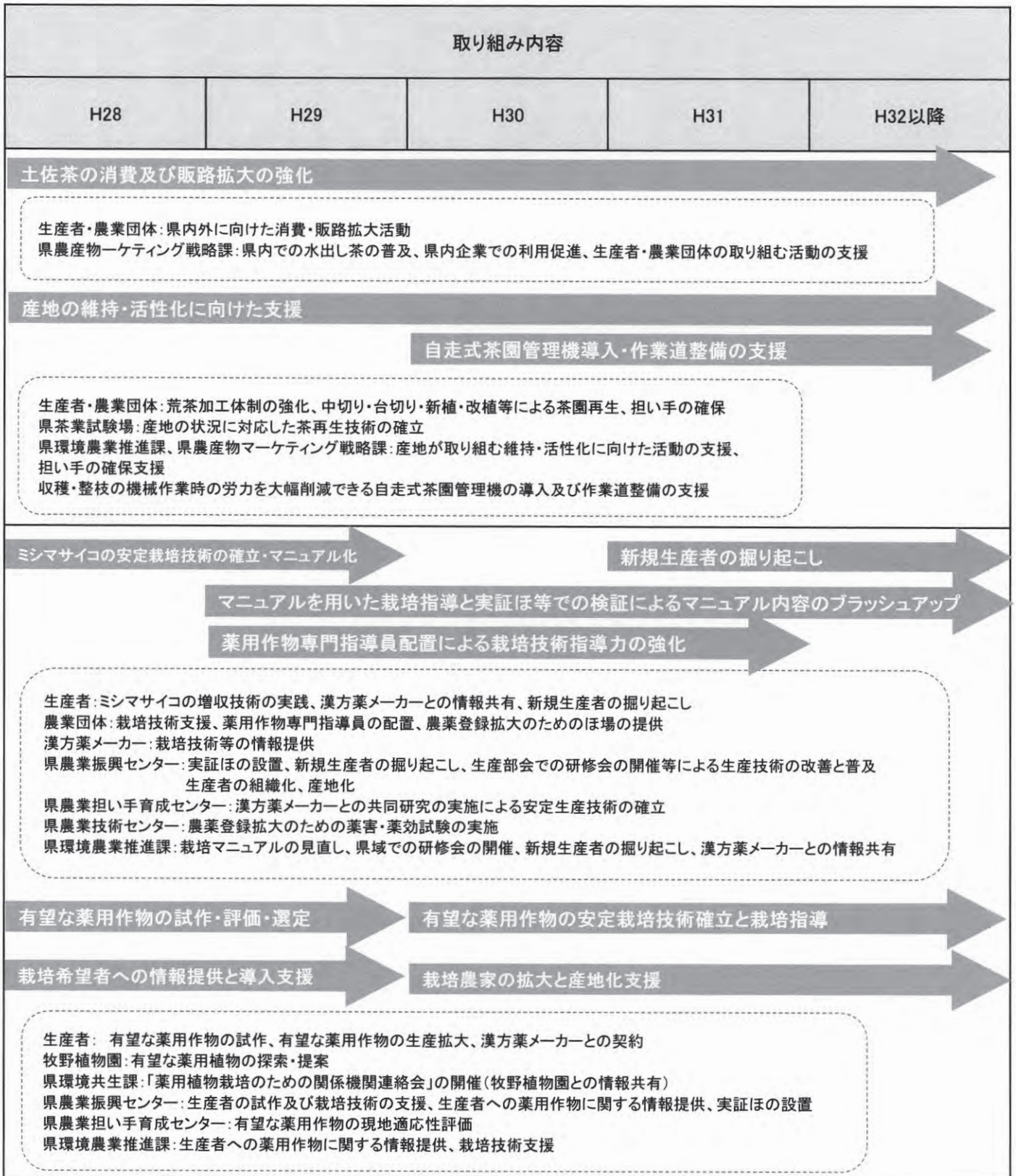
拠 点 : 拠点事業戦略の策定と実践
市町村・関係機関 : 協議会及び運営委員会の設立、拠点事業戦略の策定支援及び実行フォローアップ、拠点となる法人の設立、組織間連携による地域農業戦略の推進
県農業振興センター・地域本部 : 拠点事業戦略の策定支援及び実行フォローアップ、法人設立支援、組織間連携による地域農業戦略の推進
県農業担い手支援課 : 拠点事業戦略の策定支援及び実行フォローアップ、法人設立支援、複合経営拠点支援事業による複合経営拠点の体制整備支援、組織間連携による地域農業戦略の推進
アグリ事業戦略サポートセンター(H30～) : 拠点事業戦略の策定支援

中山間農業複合経営拠点の新規掘り起こし

拠 点 : 構想案作成と組織内取組合意
市町村・関係機関 : 複合経営拠点推進セミナーへの参加(H28)、複合経営拠点推進フォーラムへの参加(H29)、拠点構想策定セミナーへの参加(H31)、複合経営拠点構想の作成
県農業振興センター・地域本部 : 複合経営拠点推進セミナーの実施支援(H28)、複合経営拠点推進フォーラムの実施支援(H29)、拠点構想策定セミナーの実施支援(H31)、複合経営拠点構想の作成支援
県農業担い手支援課 : 市町村・関係機関との協議による新規予定地区の掘り起こし、複合経営拠点支援事業による複合経営拠点推進セミナーの開催(H28)、複合経営拠点推進フォーラムの開催(H29)、拠点構想策定セミナーの開催(H31)、複合経営拠点構想の作成支援
アグリ事業戦略サポートセンター(H30～) : 拠点構想策定セミナーの運営(H31)

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農30】 ◆土佐茶の生産振興</p>	<p>○土佐茶の消費及び販路の拡大を図るため、水出し茶の飲み方の提案、県内企業での利用促進や、県内外での土佐茶のPRや販促活動を強化する</p> <p>○土佐茶産地の維持・活性化を図るため、加工技術の向上による高品質な荒茶生産と、改植・台切り等による茶園再生、担い手の育成・確保を一体的に進める</p> <p>○収穫・整枝の機械作業時の労力を大幅に削減できる自走式茶園管理機の導入及び作業道整備支援への支援</p>	製品茶販売額	<p>2.1億円(H26) ↓ 2.6億円(H29) ↓ 3億円</p>
<p>【農31】 ◆薬用作物の生産振興</p>	<p>○ミシマサイコの産地の維持・拡大を図るため、増収技術の普及や生産者の掘り起こしを行う</p> <p>○有望な薬用作物の生産振興を図るため、関係機関との連携による情報提供や栽培技術の支援をする</p> <p>○薬用作物専門指導員を配置し栽培技術指導力を強化する</p> <p>○生産安定のため農薬の登録拡大に取り組む</p>	収量30kg/10a以上の生産者の割合	<p>15%(H26) ↓ 25%(H29) ↓ 50%</p>

戦略の柱	2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築
取組方針	3 中山間に適した農産物等の生産



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農32】 ◆中山間地域等直接支払制度の推進</p>	<p>○農業生産条件の不利な中山間地域等の農業生産活動を継続するため、中山間地域等直接支払交付金を活用し農用地の維持・管理を実施する</p>	<p>集落協定加入面積</p>	<p>5,815ha(H27) ↓ 6,759ha(H30) ↓ 6,320ha</p>
<p>【農33】 ◆多面的機能支払制度の推進</p>	<p>○農業農村の有する多面的機能の維持・発揮を図るため、多面的機能支払交付金を活用し地域資源(農用地、水路、農道等)の保全管理を実施する</p>	<p>農地維持支払交付面積</p>	<p>8,940ha(H27) ↓ 9,437ha(H30) ↓ 9,800ha</p>

戦略の柱	2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築
取組方針	4 日本型直接支払制度の推進

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>中山間地域等直接支払協定の維持・拡大(第4期対策) 次期対策で継続</p> <p>農業者(集落協定):協定の締結・再締結、広域化、交付面積の拡大 市町村・推進協議会・県農業振興センター・県農業政策課:協定の再締結、広域化、営農活動サポート体制、次期対策に向けた環境整備、交付面積拡大の支援</p>				
<p>中山間地域等直接支払交付金の活用(第4期対策) 次期対策で継続</p> <p>農業者(集落協定):集落協定を締結し農業生産活動の継続に取り組む 市町村・推進協議会・県農業振興センター・県農業政策課:制度の普及・啓発及び実施における指導・助言</p>				
<p>多面的機能支払活動組織の維持・拡大</p> <p>農業者(活動組織):活動組織の設立、広域化、交付面積の拡大 市町村・推進協議会・県農業振興センター・県農業政策課:活動組織の設立、広域化、交付面積拡大の支援</p>				
<p>多面的機能支払交付金(農地維持支払・資源向上支払)の活用</p> <p>農業者等(活動組織):非農家を含む地域コミュニティによる地域資源(農用地、水路、農道等)の保全管理の実施 市町村・推進協議会・県農業振興センター・県農業政策課:制度の普及・啓発及び実施における指導・助言</p>				

分野	農業分野
戦略の柱	3 流通・販売の支援強化

戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ■本県農産物のプロモーション活動等によるブランド化の推進や、流通規模に応じた販路開拓・販売体制を強化する ■加工専用素材(規格外品や新たな品目)の流通拡大に取り組む ■本県の高品質な園芸品を新たに海外マーケットに売り込み、定番化を図る
--------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標
	○委託先卸売会社を通じた業務需要青果物の取引金額
	○加工専用素材の供給品目数
	○卸売会社への業務委託により輸出定着を目指し取り組む品目数(累計)

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	ブランド化の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○パートナー量販店(関西等8社)での販売強化 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 高知青果フェアの開催増加 H24:35回 → H29:75回 	<ul style="list-style-type: none"> ○パートナー量販店との継続した良好な関係づくり ○県産青果物のさらなる認知度の向上 ○招へい産地の固定化
2	規模に応じた販路開拓、販売体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> 【大規模な流通】 ○集出荷施設の再編統合による集出荷体制の強化 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 平成30年度に2カ所の集出荷場の機能強化を実施 【中規模な流通】 ○中食・外食等との業務需要開拓 <ul style="list-style-type: none"> ・卸売会社との連携による業務需要の拡大 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 新規開拓数 H24:- → H29:3件 ・高知家の野菜・くだもの応援の店制度の創設 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 応援の店 H24:- → H29:40店舗 ○顧客と産地をつなぐ新たな流通・販売体制の構築 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 個人向け通販サイト「龍馬マルシェ」の開設(園芸連H27.4.1~H30.12.31、JA高知県H31.1.1~) ⇒ 業務の効率化を目的に、宅配業者と連携した新しい決済システムを導入(園芸連H27.11月~H30.12月、JA高知県H31.1月~) ○規格外品などの園芸品の出荷・流通・販売体制の仕組みづくり <ul style="list-style-type: none"> ・実需者のニーズを踏まえた出荷提案 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 加工業者向けの規格外品の新規取扱開始 ・販路拡大地域PTIによる魅力ある品目の掘り起こし <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 県内12地域でPT設置 【小規模な流通】 ○こだわりニッチ野菜・果実等の販路開拓 <ul style="list-style-type: none"> ・生産者と飲食店等の実需者とのマッチング <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 成約件数 H24:45件 → H29:35件 【花の流通】 ○花きの販売PR強化 <ul style="list-style-type: none"> ・生産者と生花店等の実需者とのマッチング <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 成約件数 H24:- → H29:21件 	<ul style="list-style-type: none"> ○県一JA構想に伴う集出荷施設の再編に関する関係団体との課題と方向性の共有、計画的な再編の実施 ○単年度事業では、短期間で成果が見込まれる取り組みが中心になっており、受託者の活動が制限される ○輸出拡大に向けた海外ニーズの把握及び販路開拓 ○クラスター化に必要な業務加工用ニーズの把握と販路開拓による新たな産地づくり ○取扱商品の拡大 ○栽培方法や品質にこだわった逸品の取扱や発信力の強化 ○素材にこだわりを持った実需者や小口取引先のニーズへの対応 ○来場者の固定化及び外部主催を含め、類似商談会の増加による出展者の減少 ○営業方法やパッケージ等のブラッシュアップ及び新規出展者の掘り起こし ○来場者の固定化 ○新規出展者の掘り起こし ○新たな需要の掘り起こし
3	農産物の輸出の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○輸出品目の定番化 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ ユズについては、これまでの支援により定番化され、輸出促進につながっている ユズ果実 輸出量 H26:3.6t → H30:3.9t 	<ul style="list-style-type: none"> ○輸出拡大に向けた海外ニーズの把握 ・国外の野菜等の嗜好や流通ルートなど、輸出品目の定番化に向けた情報収集 ・販売に結びつけるため、国外の流通ルートに乗せていくことができる輸出方法の確保 ○市場流通、市場外流通を含めた多様な輸出ルートの拡大

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:0.46億円	H29:5.2億円	5.6億円	6.4億円	8億円
H26:3品目	H30:6品目	11品目	15品目	23品目
—	H30:29品目	24品目	28品目	32品目

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農34】 ◆高知家プロモーションの活用やパートナー量販店等との連携による販促、PR		○						
【農35】 ◆(基幹流通)集出荷施設の再編統合等による集出荷体制の強化		○						
【農36】 ◆(中規模)卸売市場と連携した業務需要の開拓(H30拡充)		○						
【農37】 ◆(中規模)加工用ニーズへの対応		○						
【農38】 ◆とさのさとを活用した地産外商の強化(H31新規)		○						
【農39】 ◆(小規模)こだわりニッチ野菜・果実等の販路開拓		○						
【農40】 ◆<花き> 展示商談会や、スポーツイベント等を活用した販促・PRの強化		○						
【農41】 ◆JA高知県、とさのさと、卸売市場と連携した農産物の輸出拡大と強化(H31拡充)		○						

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農34】 ◆高知家プロモーションの活用や パートナー量販店等との連携による 販促・PR</p>	<p>○本県の園芸品の流通・販売を支援するため、パートナー量販店との連携による販促・PR活動の充実・強化及び高知家プロモーションでのPRや「高知家の野菜・くだもの応援の店」等での高知フェアの開催を支援する</p>	<p>①パートナー量販店での高知青果フェア開催</p> <p>②「高知家の野菜・くだもの応援の店」件数</p> <p>③パートナー量販店での「こうちのエコ野菜」認知度</p>	<p>①79回(H26) ↓ 75回(H29) ↓ 120回</p> <p>②20件(H26) ↓ 40件(H30) ↓ 56件</p> <p>③— ↓ 14%(H30) ↓ 調査店での認知度 50%</p>

戦略の柱	3 流通・販売の支援強化
取組方針	1 ブランド化の推進

H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>パートナー量販店を中心とした販売促進</p> <p>新需要開拓マーケティング協議会・農業団体： パートナー量販店を中心とした高知青果フェアの積極的展開、基幹店舗での活動充実、常設コーナーの拡大、新商品の開発促進、パートナー量販店や販売支援員を対象とした産地招へいやセールスプロモーション活動実施による、本県園芸品への理解促進と認知度向上、販促面でのセールス力のアップ 県農産物マーケティング戦略課：上記の活動支援</p>				
<p>高知家プロモーション等の活用による認知度向上</p> <p>新需要開拓マーケティング協議会・農業団体：高知家プロモーション推進室と連携した情報発信、及び応援の店との連携による高知野菜の周知・PRや大手通販会社との連携による認知度向上、卸売市場との委託事業等での園芸品の情報発信やPR活動による本県園芸品の認知度向上、取扱店・取扱品目の増加、新商品の開発推進、パートナー量販店での産地PRや、販売活動の充実による消費者の本県園芸品への理解の浸透 県農産物マーケティング戦略課：上記の活動支援</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農35】 ◆(基幹流通)集出荷施設の再編統合等による集出荷体制の強化(H31拡充)	○効率的な集荷体制の確立や出荷機能の向上等を図るため、既存集出荷施設の高度化や複数の集出荷施設の再編・集約を行う産地を支援する ⇒別図<農08>参照(p.249)	集出荷場の高度化、再編件数	— ↓ 5カ所(H30) ↓ 4カ所
【農36】 ◆(中規模)卸売市場と連携した業務需要の開拓	○外食・中食等の業務需要を拡大させるため、卸売会社と連携した取り組みを強化する	業務需要開拓に係る卸売会社への委託件数	3件(H26) ↓ 8件(H30) ↓ 32件 (H28～H31の累計)
【農37】 ◆(中規模)加工用ニーズへの対応	○業務加工用野菜の需要を開拓するため、川下のニーズに対応した業務加工用野菜の担い手と産地を育成する	加工専用素材の新たな供給産地	— ↓ 2地区(H29) ↓ 4地区 (H28～H31の累計)

戦略の柱	3 流通・販売の支援強化
取組方針	2 規模に応じた販路開拓、販売体制の強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>集出荷施設の集出荷体制の強化</p> <p>農業団体: 集出荷施設の計画的な高度化や再編計画の策定、高度化や再編の実施 県農産物マーケティング戦略課、県農業イノベーション推進課: 国事業等を活用した施設の高度化や再編整備支援 農業団体との連携による再編計画等の調査・把握 県環境農業推進課: JA集出荷場への「トヨタのカイゼン方式」の導入支援(H31~)</p> <p style="text-align: right;">再編・整備計画策定 → 施設の効率化・高度化</p> <p>農業団体: 県域の集出荷体制の強化に向けた再編・整備計画の策定、さらなる自動化や出荷作業効率化、品質管理徹底、出荷データ活用に向けた高度化と仕組みづくり 農業イノベーション推進課: 農業団体との連携による再編・整備計画策定支援、出荷調整ライン等の高度化・整備支援</p>				
<p>卸売会社と連携した業務需要の開拓</p> <p>新需要開拓マーケティング協議会、農業団体: 卸売市場等関係者と連携・協力した本県園芸品の情報発信やセミナーの実施、営業販売活動の展開、実需者ニーズに基づく商品開発、ニーズに基づく新たな産地づくり等 県(農産物マーケティング戦略課、農業振興センター)、販路拡大PT: 上記の活動を支援</p>				
<p>業務加工用野菜のニーズ把握</p> <p>流通業者、農業団体、県(農産物マーケティング戦略課、県農業イノベーション推進課、地産地消・外商課)等: 業務加工用ニーズの把握、提示品目の経営試算や課題の整理</p>				
<p>産地とのマッチングによる担い手の掘り起こしと産地づくり</p> <p>農業団体、県(農業振興センター、農産物マーケティング戦略課)、販路拡大PT: 産地への提示(マッチング)、JA等との連携による担い手の掘り起こし、栽培指導</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農38】 ◆とさのさとを活用した地産外商の強化(H31新規)</p>	<p>○本県農産物の優れた逸品の外商強化や中食・外食等の業務需要の販売拡大を図るため、H31年4月にオープンする大規模直販所を活用して多様な販売の実現を目指す</p> <p>⇒別図<農09>参照(p.250)</p>	<p>大規模直販所への出荷者数</p>	<p>800人(H30) (現とさのさとへの出荷者) ↓ 1,500人</p>
<p>【農39】 ◆(小規模)こだわりニッチ野菜・果実等の販路開拓</p>	<p>○こだわり野菜や果実等の販路開拓及び販売促進のため、生産者と飲食店等のマッチング支援や、生産者の販売促進スキル向上に向けた支援を実施</p>	<p>地産地消・外商課等主催の商談会での商談成立件数</p>	<p>— ↓ 30件(H29) ↓ 40件</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p style="text-align: right;">出荷者・出荷量の確保と生産拡大への支援 </p> <p>農業団体: 現とさのさと出荷者や生産者グループ、法人組織へのアプローチによる出荷者の確保、JA生産奨励事業の周知徹底による生産拡大への誘導等</p> <p>県農産物マーケティング戦略課: 農業団体が取り組む新たな生産者の掘り起こしへの支援、販路拡大PT、加工業務PT、集落営農組織での大型直販所向け生産・出荷に向けた検討</p>				
<p style="text-align: right;">販売拡大と産地情報の発信支援 </p> <p>農業団体: 多彩な品揃えや食べ方提案、生産者との交流機会創出など来客数増加につながる店づくり、飲食店、加工業者等実需者への営業活動と、カタログギフトを活用した販売展開等</p> <p>県農産物マーケティング戦略課: 卸売会社の営業力を活用した業務開拓支援、東京・大阪の園芸分室による販促支援や地産外商会社との連携支援</p>				
<p style="text-align: right;">生産、販売のマッチング支援 </p> <p>農業団体: スケールメリットを活かした効果的な集荷、流通方法の検討・改善、消費者情報のフィードバックの徹底と新品目や販売方法の提案等</p> <p>県農産物マーケティング戦略課: ワーキングチームへの参画による農業団体の取組支援</p>				
<p>こだわりニッチ野菜・果実等の販売促進 </p> <p>県農産物マーケティング戦略課: 県農産物マーケティング戦略課、地産地消・外商課及び(一社)高知県地産外商公社が実施する商談会を活用した、こだわり野菜等の生産者とそれらを求める飲食店等とのマッチング支援、商談のサポート、新規出展の掘り起こし 地産地消・外商課及び地産外商公社が実施する商談会への出展者等を対象としたセミナーや個別指導の実施</p>				
<p>関係団体と連携した販路開拓・販売促進のためのマッチング・ブラッシュアップ支援 </p> <p>県農産物マーケティング戦略課: こだわり野菜や果実等の生産者への支援を行っている団体との連携強化、生産者の販促ツールや販売スキル等の向上に係るブラッシュアップ活動の実施、こだわりを求める飲食店等の産地招へい及びマッチング支援、商談のサポート支援</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農40】 ◆<花き>展示商談会や、スポーツイベント等を活用した販促・PRの強化</p>	<p>①本県花きの販売促進のため、商談会等への参加や実需者へのアプローチ強化、情報収集を支援する</p> <p>②本県花きの認知度向上と活用を促進するため、東京オリンピック(H32年)での県産花きの活用を念頭においた、スポーツイベント等でのPR活動の強化</p>	<p>①商談会等での商談成立件数</p> <p>②東京オリンピック(H32年)での県産花きの活用を念頭においた、スポーツイベント等でのPR活動件数</p>	<p>①11件(H26) ↓ 23件(H29) ↓ 24件</p> <p>②2件(H26) ↓ 10件(H29) ↓ 40件 (H28～H31累計)</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>商談会等による販売促進・販路開拓、実需者への商品PRや実需者に関する情報収集やニーズ把握</p> <p>新需要開拓マーケティング協議会・農業団体・県農産物マーケティング戦略課： 花き関係の商談会等への出展支援 高知丸高花き協議会や農業団体等と連携したPR、販売促進 フラワーアドバイザー等による生花店等実需者等とのマッチング支援・販売促進に関するアドバイス</p>				
<p>東京オリンピックでの活用を念頭においたスポーツイベント等でのPR及び、利用提案</p> <p>東京オリンピック等、全国規模のイベントにおける県産花きの活用</p> <p>新需要開拓マーケティング協議会・農業団体・県農産物マーケティング戦略課： 東京オリンピックでの花き活用に関する情報収集、高知龍馬マラソンや県内外での各種イベント等での県産花きのPR、花文化の振興</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農41】 ◆JA高知県、とさのさと、卸売市場と連携した農産物の輸出拡大と強化(H31拡充)</p>	<p>○本県園芸品の輸出を推進するため、卸売市場等との業務委託を通じて輸出に取り組む品目の増加を目指す</p> <p>○JA高知県、とさのさとと連携して、輸出に有望な品目の探索と、市場流通、市場外流通を含めた輸出ルートの拡大を目指す</p> <p>⇒別図<農10>参照(p.251)</p>	<p>卸売会社への業務委託により輸出に取り組む品目数</p>	<p>—(H27) ↓ 14品目(H29) ↓ 24品目 (H28～H31の累計)</p>

戦略の柱	3 流通・販売の支援強化
取組方針	3 農産物の輸出の推進

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
輸出促進にむけた国外での情報収集活動支援				
農業団体・生産者：輸出促進のためのテスト販売の実施による課題の抽出及びノウハウの獲得、新たな国・地域への輸出に関する現地情報収集、地域のニーズに合致した商材提案等 県農産物マーケティング戦略課、販路拡大PT：県内農業団体や生産者の農産物輸出に向けた取組みへの支援、貿易関係団体等の連携促進 輸出推進協議会（輸出関係農業団体・市町村等）：勉強会の実施による輸出関係情報の収集や情報共有				
輸出促進に向けた産地の意識向上				
アドバイザーによる意識向上の加速化				
高知県農産物輸出推進協議会（県農産物マーケティング戦略課、JA高知県、農業団体、生産者等）：検討会の実施による輸出関係情報の収集や情報共有、H31より推進協議会を県下3ブロックで実施し、輸出に関するアドバイザーを設け意識の向上を図る → 状況により固定した農産物輸出促進アドバイザーの設置を検討				
生産から販売まで一体となった輸出促進				
農産物輸出拡大プロジェクトチーム（県農産物マーケティング戦略課、農業振興センター、JA高知県、農業団体、産業振興推進部輸出振興室）： 海外での販路拡大が期待できる品目の掘り起こし、消費地情報の共有、包装資材等の改良、産地と連携した販促活動の実施 チーム全体での進捗管理と情報共有、案件ごとに検討する地域会の地域開催				
輸出促進にむけた輸出活動支援				
農業団体・生産者：テスト販売や国外の見本市出展などによる輸出ルートの確立、継続した輸出活動の取組み実施 新需要開拓マーケティング協議会：卸売会社との業務委託により、市場を通じた輸出への取組み活動の推進 県農産物マーケティング戦略課：農業関係団体や輸出に強い卸売市場との連携体制確立、県内農業団体や生産者の農産物輸出に向けた取組みへの支援、貿易関係団体等の連携促進 輸出促進部会（JA高知県・（公社）高知県貿易協会、県）：地域別重点品目による輸出方針の実施状況の検証、見直し、実施 県地産地消・外商課・（公社）高知県貿易協会：海外での高知県フェア等の開催及び出展支援、商談サポート				
輸出有望品目の探索と生産拡大支援				
農業団体・県（農業振興センター、農産物マーケティング戦略課）：販路拡大地域PTやとさのさと出荷者への提案による輸出有望品目の探索 農産物マーケティング戦略課：企業誘致による大規模栽培や輸出向け園地の導入支援				
輸出ルート拡大に向けた支援				
農業団体・県農産物マーケティング戦略課：輸出事業者へのアプローチ強化による輸出ルートの拡大、とさのさとの活用など、新たな輸出ルートの探索				

分野	農業分野
戦略の柱	4 生産を支える担い手の確保・育成

戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ■生産を強化し、拡大再生産を実現するために必要な、産地が求める担い手の確保・育成を図る ■家族経営体の持続的発展や、法人化の推進などにより、強い経営体を育成する
--------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標
	○新規就農者数
	○農地の権利を取得し農業経営を行う法人数(集落営農法人を除く)
○H26新規認定農業者の経営改善計画の目標達成率	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	新規就農者の確保・育成	<p>○PRから相談、技術習得など各段階に応じた支援により、新規就農者が増加傾向 ⇒ 新規就農者数 H27:269人→ H29:265人 (うち雇用就農者 H27:87人→H29:77人)</p>	<p>○よりスムーズな就農に向け、産地提案型担い手確保対策の入口対策と出口対策や、親元就農者の増加に向けた取り組みの強化が必要</p> <p>○畜産部門に特化した、就農相談から就農に至るまでの担い手の確保・育成対策</p>
2	家族経営体の強化及び法人経営体の育成	<p>○地域を担う経営体の育成を図るため、法人化セミナーや法人向け研修会、個別相談を実施 ⇒ 農業経営を行う法人数(集落営農法人を除く) H26:107法人 → H30:200法人</p> <p>○経営モデル(環境制御技術を導入した既存ハウス)の作成 ⇒ 7モデル(4品目)を作成 ⇒ 収量が向上した経営事例:16事例</p> <p>○トヨタのカイゼン手法を活用したコンサルの実施 ⇒ 6モデル経営体</p> <p>○地域毎に不足している労働力の実態を把握し、労働力確保対策等について検討を開始 ⇒ 県内11地域で労働力確保PTを設置 ⇒ 高知県労働力確保対策協議会を設立</p>	<p>○家族経営体の強化を推進し産地の持続的発展を図っていくためには、環境制御技術を導入するなど経営発展を目指す農家をフォローアップし、経営の質の向上を図る総合的な取り組みが必要</p> <p>○地域の中核となる雇用や農地の受皿となる法人経営体の育成</p> <p>○作業体系の効率化による労働生産性の向上とJA集出荷場等への取り組みの拡大</p> <p>○各産地で労働力不足と生産増加への対応を進めると共に、地域間で労働力を補完する取り組みが必要</p>

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:269人 (H26.6.2~H27.6.1)	H29:265人 (H29.4.1~H30.3.31)	年間320人		
H26: 107	H30: 200	235	299	427
—	—	100%		

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農42】 ◆U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化(H31拡充)			○					○
【農43】 ◆畜産の担い手確保に向けた体制の強化(H31拡充)			○					○
【農44】 ◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化(H31拡充)			○					○
【農45】 ◆農業の担い手確保に向けた研修体制の強化(H31拡充)			○					○
【農46】 ◆実践研修・営農定着への支援(H31拡充)			○					○
【農47】 ◆家族経営体の経営発展に向けた支援			○					○
【農48】 ◆法人経営体への誘導と経営発展への支援(H31拡充)			○					○
【農49】 ◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(H31拡充)			○	○				○

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	農地の確保	<p>○担い手への農地集積を図るため、地域での話し合いと農地中間管理事業の活用を推進 ⇒ 担い手への農地集積率 H26:21.0%(H27.3) → H29:31.4%(H30.3)</p> <p>○次世代施設園芸団地の施設等整備 【四万十町次世代施設園芸団地】 ⇒ H28.3:ハウス・集出荷施設等が完成 H28.5:周辺の舗装工事等も完了し、団地として完成。竣工式の実施 H28.7:営農開始 【日高村への農業参入企業の次世代型ハウス整備】 ⇒ H29.9月:1号ハウス0.5haが完成 H30.8月:2号ハウス0.5haと3号ハウス1.1haが完成 合計2.1haの次世代型ハウスによりミニトマト栽培が本格始動</p> <p>○園芸団地に適した農地の選定 ⇒H28:県が基盤整備した土地の中から、候補農地21地区を選定。それを基に、市町村と園芸団地に適した農地の確保について検討を開始</p> <p>○南国市植田地区において園芸団地整備のための関係機関との協議(13回)、地権者との話し合い、地権者アンケート調査(9月) ⇒ 園芸団地候補地 H28:0カ所 → H29:1カ所(4ha)</p> <p>○四万十市における園芸団地用地の候補地選定の取組関係機関との協議(H29:14回、H30:9回)→H30:選定中</p> <p>○国営緊急農地再編整備事業(南国市、H32着工予定)において2地区(16ha)の次世代型施設園芸団地の計画案を策定中</p>	<p>○条件の良い農地の情報は地区内で留まる事が多いため、地域に埋もれている情報を収集して担い手にマッチングしていく仕組みの強化が必要 ⇒ H31年から市町村による土地情報の収集に対する支援を拡充</p> <p>○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスター形成を推進するため、園芸団地用地を生み出していく取り組みが必要 → H30年度に1ha以上のまとまった用地を20年以上賃借していただける地権者等に協力金を交付する制度の創設を検討</p> <p>○園芸用地の確保には、地権者のみならず、既存耕作者への支援策が必要 ⇒ H31年度には1ha以上の用地を提供してくれた耕作者に対する支援制度を拡充。</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農50】 ◆担い手への農地集積の加速化(H31拡充)						○		
【農51】 ◆園芸団地の整備促進(H31拡充)						○		
【農52】 ◆国営緊急農地再編整備事業の推進			○	○		○		

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農42】 ◆U・ターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化(H31拡充)</p>	<p>○産地が求める新規就農者の確保・育成に向けて、産地提案書を活用した県内外での就農相談活動や研修実施を支援する</p> <p>⇒別図<農11>参照(p.252)</p>	産地提案書の作成市町村数	<p>25市町村(H28.3) ↓ 32市町村(H30.12) ↓ 34市町村</p>
<p>【農43】 ◆畜産の担い手確保に向けた体制の強化</p>	<p>○肉用牛就農希望者の確保・育成に、畜産版「県域産地提案書」を策定し、相談窓口から就農までの各ステージでの支援体制を確立する</p> <p>○畜産研修施設の確保のため、畜産試験場に「畜産担い手育成畜舎」を設置し、「畜産担い手育成センター」としての機能を持たす</p>	畜産新規就農者数	<p>—(H29) ↓ 0人(H30) ↓ 3人</p>
<p>【農44】 ◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化(H31拡充)</p>	<p>○雇用就農者の確保に向けて就農相談会の開催や農の雇用事業の活用促進等により人材を確保したい農業法人等と雇用就農希望者のマッチングを支援する</p>	新規雇用就農者数	<p>87人(H27) ↓ 77人(H29) ↓ 100人(年間)</p>

戦略の柱	4 生産を支える担い手の確保・育成
取組方針	1 新規就農者の確保・育成

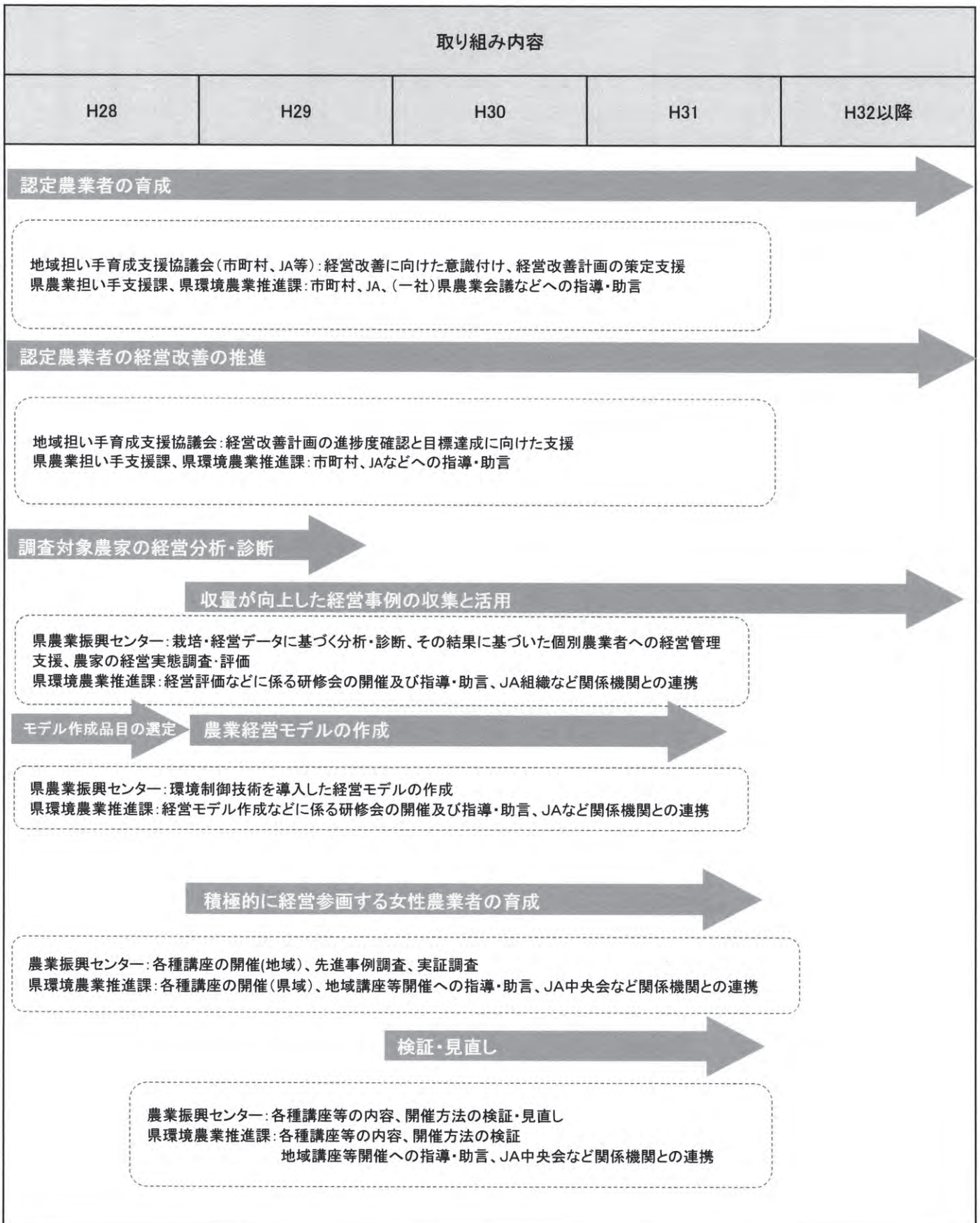
取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>産地提案書の策定への支援</p> <p>新規就農者の確保・育成</p> <p>(一社)県農業会議(就農コンシェルジュ): 就農相談総合窓口活動の実施と産地提案型担い手確保・育成に取り組む産地等との連携 県農業担い手育成センター: 「こうちアグリスクール」の開催や「こうちアグリ体験合宿」の実施 県農業振興部: 専門技術員等による「こうちアグリスクール」講義と就農相談活動の実施 県農業担い手支援課: 新規就農情報の発信や、産地提案型担い手確保の入口対策から出口対策までの支援 // : 農業系大学・農業高校との連携による将来の就農希望者の掘り起こし 地域担い手育成支援協議会(市町村、JA等): 産地提案型による新規就農者確保・育成活動および産地提案書の策定・改定</p>				
<p>畜産版「県域産地提案書」策定による担い手確保の支援</p> <p>生産者: 研修生の受入(指導農業士など研修受入先の拡充) (一社)高知県畜産会: 畜産版県域産地提案書の策定、畜産経営技術指導による就農窓口相談、就農、経営支援、産地との連携 市町村: インターンシップの実施、地域での産地提案書の策定、農業次世代人材投資推進事業(準備型)等の支援 家畜保健衛生所: 空き牛舎、活用可能な畜産施設の情報共有による就農マッチング 県畜産振興課: 関係機関と連携した担い手確保・育成活動への支援、畜産担い手担当者の開催</p> <p>担い手畜舎設計 → 畜舎整備 → 運用開始</p> <p>畜産試験場: 畜舎施設整備、担い手研修カリキュラムの検討 畜産振興課: 運用に向けた体制づくり</p>				
<p>雇用就農者の確保</p> <p>農業法人等と雇用就農希望者のマッチング支援</p> <p>(一社)県農業会議(就農コンシェルジュ): 就農相談総合窓口活動の実施、農の雇用事業による農業法人等への支援や無料職業紹介事業による就農支援、ハローワークなどと連携した就農相談会の実施や雇用情報の提供、農の雇用事業活用支援 県農業大学校: 雇用就農希望者に向けたカリキュラム新設による研修体制の充実 県農業担い手支援課: 新規就農情報の発信や農業系大学・農業高校との連携による将来の雇用就農希望者の掘り起こし、産地から企業を誘致する仕組みづくり</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農45】 ◆農業の担い手確保に向けた研修体制の強化(H31拡充)</p>	<p>①農業大学校 農業の担い手を育成するため、雇用就農等の進路希望に応じたカリキュラムの実施及び高校・農業法人との連携強化を図る</p> <p>②農業担い手育成センター ○新規就農者の確保育成のため、PRや研修生受け入れ体制、研修内容の充実、就農に向けたマッチングの支援を強化する また、新たに目的別研修コース(移住等)の設置、移住促進・人材確保センター等との連携などに取り組む</p> <p>○先進的な生産技術の普及を推進するため、実証・展示機能を充実する</p>	<p>①農業大学校入校生の人数</p> <p>②農業担い手育成センター入校生の人数</p>	<p>①24人(H29) ↓ 36人(H30) ↓ 50人</p> <p>②20人(H27) ↓ 30人(H30.12.1) ↓ 40人</p>
<p>【農46】 ◆実践研修・営農定着への支援(H31拡充)</p>	<p>○就農希望者の営農定着に向けて、農業担い手育成センターでの基礎技術や就農予定地での指導農業士などによる実践技術の習得を支援する</p> <p>○新規就農者の経営の早期安定化のため、栽培技術及び経営指導を強化する</p>	<p>指導農業士認定数</p>	<p>124人(H27) ↓ 188人(H30) ↓ 184人</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p style="background-color: #cccccc; padding: 5px; margin: 0;">入校生の確保・育成・就農支援</p> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p>農業大学校：教育内容の充実と進路指導の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・雇用就農等に対応した進路別カリキュラムの新設 ・次世代型ハウスでの先進技術の習得：環境制御技術、GAP、スマート農業の実践 ・高校・農業法人との連携及びPRの強化：オープンキャンパス、就職がイタンス、長期インターンシップ等の実施、SNS等による情報発信 ・基礎学力の向上：個別指導の実施 </div>				
<p style="background-color: #cccccc; padding: 5px; margin: 0;">研修生の確保・育成・就農支援</p> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p>県農業担い手育成センター：研修生受入体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長期宿泊施設の新設充実による受入人数の拡大、WiFi環境の整備 ・研修内容の充実：施設の増設による研修対応品目の拡大や環境制御等先進技術習得への対応強化、U・Iターン就農者への基礎研修の充実、雇用就農者を対象とした研修等、目的別にコースを設置 移住促進・人材確保センター等との連携、J-GAP認証取得に向けた取り組みを実施 試験場との連携による全部門（野菜・果樹・花き・水稻・茶）に対応した研修体制の整備 ・産地との連携強化：市町村、JAとの連携強化による産地提案型の研修生受け入れの増加 <li style="padding-left: 40px;">農家研修や就農先、営農品目の選定のためのマッチング支援 ・PRの強化：移住相談から就農（移住）までをパッケージにしたPRの展開、SNS等による積極的な情報発信 ・関係機関との連携強化：移住コンシェルジュによる相談会の開催、移住促進センターとの連携 </div>				
<p style="background-color: #cccccc; padding: 5px; margin: 0;">実践研修への支援</p> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p>生産者：研修生の受入（指導農業士など研修受入先の拡充）</p> <p>地域担い手育成支援協議会：研修事業の円滑な推進と実践研修への支援</p> <p>県農業担い手育成センター：就農希望者への基礎及び先進技術研修の実施と産地との連携による就農支援</p> <p>（一社）県農業会議：農業次世代人材投資推進事業（準備型）、新規就農推進事業の活用による研修への支援</p> <p>県農業担い手支援課：新規就農推進事業（後継者育成発展支援）の活用による後継者の就農促進支援、産地提案型担い手確保・育成活動への支援と受入農家の資質向上に向けた研修会の開催支援</p> </div>				
<p style="background-color: #cccccc; padding: 5px; margin: 0;">営農定着への支援</p> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p>農業団体（JA）：営農指導員による営農指導</p> <p>県農業振興センター：普及指導員による技術・経営指導</p> <p>（一社）県農業会議（就農コンシェルジュ）：就農後の相談活動と新規就農推進事業の活用による早期経営安定への支援</p> <p>県農業担い手支援課：新規就農推進事業（親元発展タイプ）や農業次世代人材投資推進事業（経営開始型）の活用による早期経営安定への支援</p> </div>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農47】 ◆家族経営体の経営発展に向けた支援</p>	<p>①産地を支える農業者を育成するため、経営改善意識の醸成、認定農業者への誘導、経営改善計画実現への支援を行う</p> <p>②家族経営の発展を図るため、環境制御等の先進技術に取り組む農業者や新規就農者に経営管理等の支援を行う</p> <p>③女性農業者を対象に栽培技術や経営管理能力の向上と、世代や組織を超えた交流の場として、農業講座「はちぎん農業大学」を開催する</p>	<p>①H26新規認定農業者に対するフォローアップ実施率</p> <p>②経営モデル(環境制御技術を導入した既存ハウス)の作成</p> <p>③収量が向上した経営事例の収集</p> <p>④経営改善目標(チャレンジプラン)を達成した女性農業者の割合</p>	<p>①-(H27) ↓ 47%(H30) ↓ 100%</p> <p>②-(H27) ↓ 7モデル(4品目)(H30) ↓ 9モデル(6品目)</p> <p>③-(H27) ↓ 16事例(H30) ↓ 20事例</p> <p>④-(H28) ↓ 60%(H30) ↓ 100%</p>

戦略の柱	4 生産を支える担い手の確保・育成
取組方針	2 家族経営体の強化及び法人経営体の育成



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【農48】 ◆法人経営体への誘導と経営発展への支援(H31拡充)</p>	<p>○法人経営体の育成・強化を図るため、経営発展を志向する農家の選定や法人化への誘導と、法人経営の質の向上への支援を行う</p>	<p>農業経営力向上セミナーの参加者数</p>	<p>延べ119人(H27) ↓ 延べ154人(H30) ↓ 延べ200人</p>
<p>【農49】 ◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(H31拡充)</p>	<p>①産地の労働力確保のために、労働力確保の仕組み作りへの支援や省力化技術に取り組むとともに、地域間での労働力の調整や県内外での新たな援農者掘り起こし、集出荷場へのカイゼン手法の導入、農福連携の推進に取り組む ⇒別図<農12>参照(p.253)</p> <p>②シシトウ、ナバナ、オクラ、ニラなどの出荷調整にかかる労力を削減するため、機械類の開発と普及、システム作り、現場実証への支援を行う</p>	<p>①労働力確保の具体的な取り組み実施地区</p> <p>②省力化技術の現場実証への支援</p>	<p>①-(H27) ↓ 5地区(H30) ↓ 9地区</p> <p>②試作(H27) ↓ ショウガ収穫調製機の完成(H30) ↓ 実証機の開発</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>法人経営体への誘導</p> <p>地域担い手育成支援協議会：経営発展志向農家の洗い出し、経営試算の作成支援、法人化への意識付け (一社)県農業会議、専門家(税理士等)：農業経営力向上セミナーの開催、個別指導による法人化計画の策定支援、高知県農業経営相談センターによる経営発展への支援</p> <p>市町村：法人化の取り組みに対して支援 県農業担い手支援課、県環境農業推進課：市町村、JA、(一社)県農業会議などへの指導・助言</p>				
<p>法人経営の質の向上の推進</p> <p>(一社)県農業会議、専門家(税理士等)：法人向け研修会の実施、個別指導による経営改善支援、土佐MBA(一般事業者向け講座)への参加誘導 産学官民連携センター：土佐MBA(一般事業者向け講座)の実施 県農業担い手支援課：(一社)県農業会議などへの指導・助言、県産学官民連携センターとの調整</p>				
<p>労働力確保の仕組み作り</p> <p>モデル経営体及び集出荷場へのへのカイゼン方式の導入</p> <p>農福連携の推進</p> <p>農業団体、県農業振興センター、市町村：労働力不足の実態把握、労働力確保対策の検討と仕組み作り モデル経営体及び集出荷場へのカイゼン方式の導入、農福連携の推進 県環境農業推進課、JA高知県、県農業会議：各JA・支所、市町村などへの指導・助言、地域間での労働力調整を支援、県内外での新たな援農者の掘り起こし 県福祉部署：福祉事業所への啓発や農作業体験会への参加呼びかけ、コーディネータの設置 等 県環境農業推進課：農福連携に係る研修会の開催等を実施</p>				
<p>省力化機械の開発(シントウ袋詰めなど) → 省力化機械の普及</p> <p>生産者、農業団体、県農業イノベーション推進課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター：省力化機械類の開発、実証、普及への取り組み、労力軽減システムづくり</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農50】 ◆担い手への農地集積の加速化(H31拡充)	○担い手への農地集積を図るため、農地の有効活用などについての地域合意の形成と、農地の利用調整・集約への支援を行う ⇒別図<農13>参照(p.254)	担い手への農地集積率	21.0%(H26) ↓ 31.4%(H29) ↓ 37%
【農51】 ◆園芸団地の整備促進(H31拡充)	○農業クラスターの形成と園芸団地の基盤整備を促進するため、市町村が作成、改定する農業クラスタープランに対して支援するとともに、市町村や民間企業による次世代園芸団地基盤整備基本計画の作成を支援する ○まとまった園芸団地用地を確保するため、1ha以上の用地を20年以上の長期にわたり賃借してくれる地権者や、用地確保にあたり耕作地を手放す耕作者に対して協力金を交付する ○園芸団地の整備に必要な優良農地を確保するために、農地の基盤整備の費用に対する農家(貸し手)負担を軽減する ⇒別図<農14>参照(p.255)	園芸団地候補地	- (H27) ↓ 1カ所:4ha(H30) ↓ 3カ所(10ha)
【農52】 ◆国営緊急農地再編整備事業の推進	○南国市において、担い手が活用できる優良農地の確保や大規模な施設園芸団地を創設するため、国営事業を導入し農地整備を実施する	国営緊急農地再編整備事業の進捗	- (H27) ↓ 仮同意取得(同意率97%) (H30) ↓ 事業計画案策定(H31)

戦略の柱	4 生産を支える担い手の確保・育成
取組方針	3 農地の確保

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
地域での合意形成の推進				
市町村:農地の有効利用に向けた意識付け、人・農地プランの作成・更新 農業委員会:農地の有効利用に向けた意識付け (一社)県農業会議:農業委員会への指導・助言 県農業担い手支援課:市町村、農業委員会、(一社)県農業会議への指導・助言				
担い手への農地集積の推進				
市町村、農業委員会:農地の利用調整と集積の促進 農地中間管理機構:農地の出し手の掘り起こし、受け手の募集、マッチング (一社)県農業会議:農業委員会への指導・助言 県農業担い手支援課:市町村、農業委員会、(一社)県農業会議、農地中間管理機構への指導・助言、新規就農者への賃料補助、農地の出し手への協力金交付				
次世代施設園芸団地の営農支援及び園芸団地の普及推進				
次世代施設園芸団地推進協議会(事務局:県農業イノベーション推進課)による園芸団地の普及推進		次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会(事務局:県農業イノベーション推進課)による園芸団地の普及推進		
県農業振興センター・県専門技術員・県環境制御普及推進担当等:次世代施設園芸団地の営農支援				
農業クラスタープランの策定・改定、次世代園芸団地基盤整備基本計画の作成				
県農業振興センター、県農業イノベーション推進課:農業クラスター計画策定事業による支援、意識啓発、取組周知、市町村・民間企業:候補地選定、地元住民の意向確認、適地調査(地盤調査、現況測量)、先進地調査、次世代園芸団地基盤整備基本計画作成、農業クラスタープラン策定、見直し				
次世代園芸団地用地の確保、園芸団地整備の円滑化				
県農業イノベーション推進課:農業クラスター計画策定事業において一定以上のまとまった園芸用地を提供していただく耕作者・地権者に対して協力金を交付し、用地の確保を推進する 県農業担い手支援課:園芸団地整備円滑化事業による農地の基盤整備の費用に対する農家(貸し手)負担を軽減				
同意徴集・事業計画策定(営農・農地集積・工事計画等)				事業実施
県農業基盤課(中央東農業振興センター):農政局・南国市・JA・ほ場整備委員会(15組織)と連携して、事業参加者の同意徴集と事業計画の取りまとめをH30～H31に実施し、H32から事業に着手				

分野	農業分野
戦略の柱	5 地域に根差した農業クラスターの形成

戦略の方向性	■次世代型ハウスによる施設園芸団地を核として、食品加工、物流拠点、直販所、レストラン等の関連産業が集積した「地域に根差した農業クラスター」を形成し、より多くの雇用を生み出す。
--------	-----------------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○農業クラスターの形成数 ・大規模(販売金額:3億円以上)	箇所数
		販売金額
		雇用創出
		参入事業者数
	・中規模(販売金額:1~3億円)	箇所数
		販売金額
		雇用創出
		参入事業者数
	・小規模(販売金額:1億円未満)	箇所数
		販売金額
		雇用創出
参入事業者数		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進(再掲)	<p>○環境制御技術を標準装備した次世代型ハウスの整備支援 ⇒ 次世代型ハウス整備面積(累計) H29:32.6ha → H30:46.0ha</p> <p>⇒ 次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会による推進(H30/4/11 協議会設立) 研修会・講習会 6回、現地検討会2回、先進地視察研修2回、技術実証1カ所、次世代型こうち新施設園芸技術フェア2日間</p> <p>○Next次世代型こうち新施設園芸システムへの進化</p>	<p>○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスター形成を推進するため、園芸団地を生み出していく取り組みが必要</p> <p>○市町村等と連携した雇用労働力の確保</p> <p>○次世代型ハウス等の初期投資の低減</p> <p>○全国に次世代施設園芸の取組が普及 ⇒高知県農業の先進性の維持・発展のためには、システムの継続的な改善が必要</p>

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
—	H30:1カ所	2カ所	3カ所	5カ所
—	H30:6.3億円	10億円	15億円	25億円
—	H30:91人	130人	195人	325人
—	H30:5事業者	4事業者	6事業者	10事業者
—	H30:2カ所	3カ所	5カ所	10カ所
—	H30:1.3億	6億円	10億円	20億円
—	H30:66人	72人	120人	240人
—	H30:2事業者	3事業者	5事業者	10事業者
—	H30:5カ所	8カ所	12カ所	20カ所
—	H30:0.7億	6億円	9億円	15億円
—	H30:38人	90人	135人	225人
—	H30:4事業者	4事業者	6事業者	10事業者

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【農03】 ◆次世代型ハウス等の整備支援(H31拡充)	○			○	○			
(再掲)【農04】 ◆Next次世代型こうち新施設園芸システムへの進化(H31拡充)	○			○	○			

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進(再掲)	<p>○高知県農業への参入に興味のある企業へのアプローチ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業訪問や産地への招聘活動 <ul style="list-style-type: none"> H27: アンケート回答企業等計66社、延べ146回 H28: アンケート回答企業等計46社、延べ142回 ・参入を希望する企業(新規・継続)への支援、産地とのマッチング → H29.7.13清水建設、農林中金、県との連携協定締結 ・H30新規企業訪問: 4社、5回 ・四万十市における農業参入希望企業等との協議(H29: 14回、H30:9回) <ul style="list-style-type: none"> ⇒ H30.1.9 農業法人の立ち上げ、用地の絞り込み ・南国市への農業参入希望企業等との協議(H29:2社24回、H30:2社11回) ・農業参入フェア等での事業PR(H29:3回、H30:2回) <p>○市町村による「企業版産地提案書」の作成支援と、企業と市町村をマッチングさせる体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 企業版産地提案書の作成: 4市町村(南国市、宿毛市、佐川町、日高村) 	<p>○農業参入企業の経営安定への支援(栽培技術、労務管理、雇用労力確保への支援)</p> <p>○園芸団地整備のための優良農地の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 優良農地の掘り起こしによる園芸団地化への誘導、長期にまとまった園芸用地を確保するため、用地を提供する地権者・耕作者に対する支援作の充実 ⇒ 市町村による土地情報の収集支援 <p>○参入を希望する企業(新規・継続)への支援、産地とのマッチング</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 「企業版産地提案書」を各市町村が作成し、企業と市町村をマッチングする体制の強化
2	関連産業の集積	<p>○農業クラスタープロジェクトの充実・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 園芸団地や次世代型ハウス等を核として、関連産業を集積させ、さらなる好循環を目指す農業クラスタープロジェクトの取り組みがH29.1月から開始し、H31.2月現在、8つの農業クラスタープロジェクトを推進しており、充実・強化に向けて、ワーキンググループ設置やプラン検討会等を実施。 <p>○生産関連施設の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四万十栗クラスター: 栗ペースト加工場がH29.10月に落成 ・いの町生姜クラスター: JAコスモス生姜集出荷場がH29.12月に落成 ・日高村トマトクラスター: JAコスモスミト選果場がH29.11月に完成 ・四万十次世代トマトクラスター: H31.2月にトマト残渣リサイクル施設、H31.3月に野菜育苗施設(増設)が落成 <p>○新たな農業クラスター形成への動き</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域産業クラスターセミナーの開催: セミナーでは14市町村がクラスタープラン(案)を作成し、参加した南国市はH30.8.6に新たな農業クラスタープランを策定。 ・宿毛市では、H31.3月から農業クラスタープロジェクトを開始する予定。 ・四万十市、高知市では、新たなクラスター形成の動きがある。 	<p>○農業クラスターを推進する体制のさらなる充実が必要</p> <p>○2次・3次関連産業とのさらなる連携が必要</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【農05】 ◆地元と協働した企業の農業参入の推進(H31拡充)								
【農53】 ◆食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進								

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	農地の確保(再掲)	<p>○担い手への農地集積を図るため、地域での話し合いと農地中間管理事業の活用を推進 ⇒ 担い手への農地集積率 H26:21.0%(H27.3) → H29:31.4%(H30.3)</p> <p>○次世代施設園芸団地の施設等整備 【四万十町次世代施設園芸団地】 ⇒ H28.3:ハウス・集出荷施設等が完成 H28.5:周辺の舗装工事等も完了し、団地として完成。竣工式の実施 H28.7:営農開始 【日高村への農業参入企業の次世代型ハウス整備】 ⇒ H29.9月:1号ハウス0.5haが完成 H30.8月:2号ハウス0.5haと3号ハウス1.1haが完成 合計2.1haの次世代型ハウスによりミニトマト栽培が本格始動</p> <p>○園芸団地に適した農地の選定 ⇒H28:県が基盤整備した土地の中から、候補農地21地区を選定。それを基に、市町村と園芸団地に適した農地の確保について検討を開始</p> <p>○南国市植田地区において園芸団地整備のための関係機関との協議(13回)、地権者との話し合い、地権者アンケート調査(9月) ⇒ 園芸団地候補地 H28:0カ所 → H29:1カ所(4ha)</p> <p>○四万十市における園芸団地用地の候補地選定の取り組み 関係機関との協議(H29:14回、H30:9回) → H30:選定中</p> <p>○国営緊急農地再編整備事業(南国市、H32着工予定)において2地区(16ha)の次世代型施設園芸団地の計画案を策定中</p>	<p>○条件の良い農地の情報は地区内で留まる事が多いため、地域に埋もれている情報を収集して担い手にマッチングしていく仕組みの強化が必要 ⇒ H31年から市町村による土地情報の収集に対する支援を拡充</p> <p>○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスター形成を推進するため、園芸団地用地を生み出していく取り組みが必要 ⇒ H30年度に1ha以上のまとまった用地を20年以上賃借していただける地権者に協力を金交付する支援制度の創設</p> <p>○園芸用地の確保には、地権者のみならず、既存耕作者への支援策が必要 ⇒ H31年度には1ha以上の用地を提供してくれた耕作者に対する支援制度を拡充</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【農50】◆担い手への農地集積の加速化(H31拡充)						○		
(再掲)【農51】◆園芸団地の整備促進(H31拡充)						○		

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>(再掲)【農03】 ◆次世代型ハウス等の整備支援(H31拡充) (再掲)【農05】 ◆地元と協働した企業の農業参入の推進(H31拡充)</p>	<p>○農業クラスターを展開するため、企業の農業参入及び、次世代型ハウス等の整備を推進する</p> <p>○農業クラスターの形成を促進するため、各農業振興センターに農業クラスター育成チームを設置。関係部局や関係機関とも連携し、川下の企業のニーズに加え、消費者や加工・流通業者の情報及び、産地(川上)のニーズを収集し、地域の強みを活かしたクラスター形成を推進する</p> <p>○農業クラスター形成につながる企業の農業参入や次世代型ハウスの整備を推進するため、産地の受入支援体制づくりに取り組む</p> <p>○次世代型こうち新施設園芸システムを推進するため、環境制御装置を標準装備した次世代型ハウス等の整備を促進する</p> <p>○次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会を設立し、普及体制の強化を図る</p> <p>○若者をさらに次世代施設園芸に呼び込むための支援を拡充</p> <p>○本県において園芸農業に新たに参入する企業を誘致するため、アンケートや展示会でのPR、「企業版産地提案書」等を活用した誘致対象企業を掘り起こし、個別訪問により立地企業誘致活動を行う</p> <p>○企業参入に必要な用地を確保するため、市町村による土地情報の収集や、園芸用地を提供いただける地権者・耕作者に対する支援策を強化する</p> <p>○地元と協働した企業の農業参入を推進するため、地元関係者(県農業振興センター、地元市町村や農業団体等)と連携し、受入体制づくりを行う</p> <p>○企業による産地視察の受入の他、地元関係者による企業訪問、先進地視察を支援</p> <p>○さらなる地元との協働や規模拡大等につなげるため、立地後の企業の要望に対して、関係機関と連携してアフターフォローを行う</p>	<p>新たに農業に参入する企業</p>	<p>-(H27) ↓ 7社(H31.3) ↓ 7社</p>

戦略の柱	5 地域に根差した農業クラスターの形成
取組方針	1 次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進、2 関連産業の集積、3 農地の確保

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
農業クラスター育成チーム(各農業振興センター)と連携した情報収集				
県農業イノベーション推進課:各農業振興センターの農業クラスター育成チームと連携し、農業クラスターに関する情報収集や各市町村への推進を行う				
関係機関への情報発信・ニーズの掘り起こし				
県農業イノベーション推進課:事業説明会や関係機関(市町村・農協・県農業振興センター・県地域支援企画員)を対象としたクラスター推進セミナーの実施等を通じた情報発信、ニーズの掘り起こし				
次世代型ハウスの整備				
次世代型ハウス整備等の支援拡充				
生産者:環境制御装置を装備した次世代型ハウス等の園芸用ハウスの導入 農業団体:環境制御装置を装備した次世代型ハウス等の園芸用ハウスの整備促進 県農業振興センター、県農業イノベーション推進課:環境制御装置を装備した次世代型ハウス等の園芸用ハウスの整備啓発企業による農業参入促進、初期投資低減に向けた支援拡充				
次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会による整備促進				
次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会(県関係機関、次世代型ハウス生産者、JA営農指導員、JA全高知県等):新規掘り起こしに向けた次世代型ハウスの現地検討会や情報交換、フェア等での啓発活動の実施、整備コスト低減に向けた検討				
企業誘致活動				
県農業イノベーション推進課:企業の掘り起こし、企業への個別訪問、企業版産地提案書による誘致活動の強化 県農業担い手支援課:「企業版産地提案書」を市町村で作成し、地域情報として企業へ提供し、誘致活動を強化 地元関係者:意識啓発、取組周知、地域のニーズの掘り起こし 関係部局:企業や消費者のニーズの収集、県農業イノベーション推進課への情報				
企業参入のための用地確保対策強化				
県農地・担い手対策課:市町村による土地情報の収集を支援 県農業イノベーション推進課:園芸団地用地に提供いただいた農地の地権者及び耕作者に対する支援				
受入支援体制づくり				
県農業イノベーション推進課:企業の産地視察、地元関係者による企業訪問・先進地視察の実施 地元関係者:候補地のリストアップ、地元の合意形成、産地視察の受入、企業訪問、先進地視察の実施、企業版産地提案書の作成 上記+関係部局:課題解決へ向けた連携(優良農地の確保、技術指導体制の構築、雇用労働力の確保等)				
立地企業へのアフターフォロー				
県農業イノベーション推進課:課題対応のワンストップ窓口、関係部局と連携して課題解決 地元関係者:事業についてPDCAサイクルによる進捗管理 上記+関係部局:課題解決への連携				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>(再掲)【農04】 ◆Next次世代型こうち新施設園芸システムへの進化(H31拡充)</p>	<p>①環境測定データ、出荷データ等のビッグ・データを活用した情報システムを開発する</p> <p>②IoT技術を活用した生産工程・労働時間・匠の技の見える化、生産・集出荷・流通販売の工程の効率化による作業効率の改善を進める</p>	<p>①環境測定データ処理等情報システム</p> <p>②主要品目の各工程のデータ化</p>	<p>①システム開発:0 (H30.3) ↓ 試作システム:2 (H32.3)</p> <p>②0品目(H30.3) ↓ 5品目(H32.3)</p>
<p>【農53】 ◆食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進</p>	<p>○生産基盤の強化を図る中で、さらなる付加価値と雇用の創出を実現するために、市町村が中心となった農業クラスタープロジェクトチームで、農業クラスタープランを策定、改定する取り組みを推進するとともに、関連施設の整備やを支援し、農業クラスターの形成を図る</p>	<p>クラスタープラン作成数</p>	<p>—(H27) ↓ 8プラン(H30) ↓ 13プラン</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p style="text-align: center;">環境測定データ処理等情報システムの開発</p> <p style="text-align: center;">県環境農業推進課、県農業イノベーション推進課、県農業技術センター、県農業振興センター、高知大学、高知工科大学、民間企業、農業団体等：作物生育データの環境制御技術への応用、環境測定データの一元化システムの開発、出荷予測のシステムの開発</p>				
<p style="text-align: center;">IoT技術を活用した作業効率の改善による生産性の向上</p> <p style="text-align: center;">生産者：主要品目の生産工程の把握と省力化・効率化の検討、匠の技の解析・見える化の検討、集出荷場での各工程の把握と省力化・効率化の検討</p>				
<p style="text-align: center;">各市町村の農業クラスタープラン策定の推進</p> <p style="text-align: center;">県農業イノベーション推進課：農業クラスター計画策定事業で、農業クラスタープラン策定までの取り組みを支援 農業クラスタープロジェクトチーム：市町村、県農業振興センター、関係機関等で構成し、農業クラスタープランを検討 市町村：農業クラスタープランの策定、見直し</p>				
<p style="text-align: center;">農業クラスター関連施設の整備</p> <p style="text-align: center;">県農業イノベーション推進課：次世代型ハウス・農業クラスター促進事業で、関連施設の整備や露地園芸作物の生産拡大に必要な設備等の導入にかかる費用を支援</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>(再掲)【農50】 ◆担い手への農地集積の加速化(H31拡充) (再掲)【農51】 ◆園芸団地の整備促進(H31拡充)</p>	<p>○担い手への農地集積を図るため、農地の有効活用などについての地域合意の形成と、農地の利用調整・集約への支援を行う</p> <p>○農業クラスターの形成と園芸団地の基盤整備を促進するため、市町村が作成、改定する農業クラスタープランに対して支援するとともに、市町村や民間企業による次世代園芸団地基盤整備基本計画の作成を支援する</p> <p>○まとまった園芸団地用地を確保するため、1ha以上の用地を20年以上の長期に渡り賃借してくれる地権者や、用地確保にあたり耕作地を手放す耕作者に対して協力を交付する</p> <p>○園芸団地の整備に必要な優良農地を確保するために、農地の基盤整備の費用に対する農家(貸し手)負担を軽減する</p>	<p>園芸団地候補地</p>	<p>-(H27) ↓ 1カ所4ha(H30) ↓ 3カ所(10ha)</p>

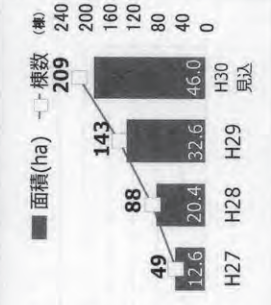
取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
地域での合意形成の推進				
市町村: 農地の有効利用に向けた意識付け、人・農地プランの作成・更新 農業委員会: 農地の有効利用に向けた意識付け (一社)県農業会議: 農業委員会への指導・助言 県農業担い手支援課: 市町村、農業委員会、(一社)県農業会議への指導・助言				
担い手への農地集積の推進				
市町村、農業委員会: 農地の利用調整と集積の促進 農地中間管理機構: 農地の出し手の掘り起こし、受け手の募集、マッチング (一社)県農業会議: 農業委員会への指導・助言 県農業担い手支援課: 市町村、農業委員会、(一社)県農業会議、農地中間管理機構への指導・助言、新規就農者への賃料補助、農地の出し手への協力金交付				
次世代施設園芸団地の営農支援及び園芸団地の普及推進				
次世代施設園芸団地推進協議会(事務局: 県農業イノベーション推進課)による園芸団地の普及推進		次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会(事務局: 県農業イノベーション推進課)による園芸団地の普及推進		
県農業振興センター・県専門技術員・県環境制御普及推進担当等: 次世代施設園芸団地の営農支援				
農業クラスタープランの策定・改定、次世代園芸団地基盤整備基本計画の作成				
県農業振興センター、県農業イノベーション推進課: 農業クラスター計画策定事業による支援、意識啓発、取組周知 市町村及び民間企業: 候補地選定、地元住民の意向確認、適地調査(地盤調査、現況測量)、先進地調査 基本計画策定、農業クラスタープラン策定、見直し				
次世代園芸団地用地の確保、次世代園芸団地整備の円滑化				
県農業イノベーション推進課: 農業クラスター計画策定事業において一定以上のまとまった園芸用地を提供していただく 耕作者・地権者に対して協力金を交付し、用地の確保を推進する 県農業担い手支援課: 園芸団地整備円滑化事業による農地の基盤整備の費用に対する農家(貸し手)負担を軽減				

次世代型ハウス等の整備支援（若者をさらに次世代施設園芸に呼び込むための支援拡充）

現状

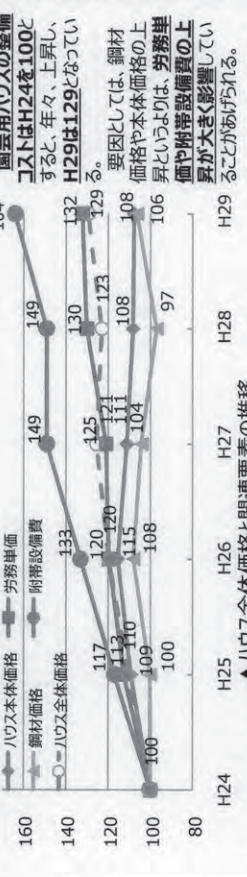
県では、オランダの先進技術を、高知の気候条件やハウスの構造、栽培目などに合わせて改良を重ね、増収・増益が実現できる「次世代型こうち新施設園芸システム」として進化させて確立し、平成26年度から、県内各産地に広く普及させるため、既存型ハウスへの環境制御技術の普及と、環境制御機器を標準装備した次世代型ハウスの整備等への支援を行ってきた。

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

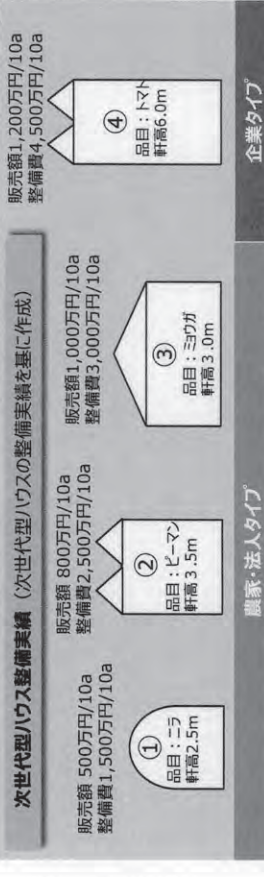


背景

1 園芸用ハウスの整備コストの上昇



2 次世代型ハウスの整備コストが高価



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

農家の声



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

課題

【次世代型ハウスの普及と若者の参入】
 若者は、農業経営発展に向けた投資意欲は高いが、次世代型ハウスの整備コストが高い。地域農業の持続的発展には、若者の参入と長期にわたる営農継続が不可欠。
将来を見据え、今、若者への次世代型ハウス参入支援が必要！

整備コストの低減
 初期投資の低減

【H30の対応】
整備コスト低減に向け、次世代型こうち新施設園芸推進協議会で検討
 ■ 経営規模や品目、コストに応じた次世代型ハウスのスペックの検討
 ■ スケールメリット及び労務単価や附帯設備費を考慮した入札の検討
 (スケールメリットを考慮した規模、十分な工期、ハウス本体と附帯設備の分離入札等の検討)

対策

【若者をターゲットとした負担軽減】

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

【次世代型ハウスのレンタル方式の強化】

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



【次世代型ハウス整備への支援拡充】

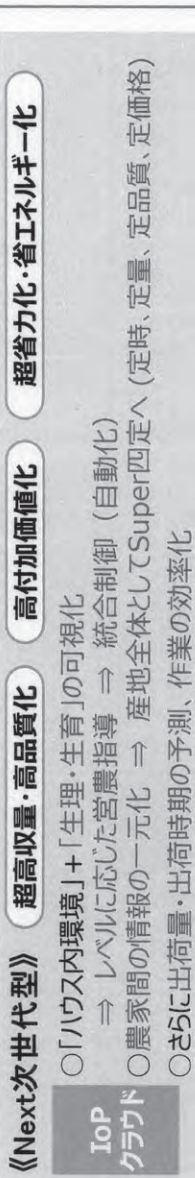
■ 補助事業の支援拡充
 国費を活用して45歳未満の若者が次世代型ハウスの高い次世代型ハウスの初期投資を低減し、若者の参入意欲を高め、次世代型ハウス参入増加を図る。
 ・対象者は45歳未満であって、認定農業者または青年農業者の認定を受けた者とする。
 ・認定農業者：市町村が農業経営強化法に基づき認定
 スーパー資金等の低利融資制度、農地流動化対策等の活用が可能
 ・青年農業者：知事が次代の中核的農業経営者を目指す優秀な農業青年として認定
 ・地域農業の中心を担う若者が、20～30年間の長期に渡り、安心して安定した経営を次世代型ハウスで継続
 → 生産性が高く、より災害に強い耐風速50m/sの次世代型ハウスの整備拡大

さらに増やせた若者が 若者が法人農家に発展
 独立自営で面積拡大!! 自分もレンタルしてあげる!!

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

高知県「IoP (Internet of Plants) 」が導く「Next次世代型施設園芸農業」への進化 <農02>

○ **施設園芸農業の飛躍的発展** (園芸農業生産性日本一を誇る本県の施設園芸農業の更なる生産性向上を図る)
 多様な園芸作物の生理・生育情報のAIによる可視化と活用を実現するIoP (Internet of Plants) 等の最先端の研究
 ⇒ 栽培、出荷、流通までを見通したIoPクラウドを構築し、AIにより営農支援 (「次世代型施設園芸システム」を「Next次世代型」へと進化)



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

最先端の研究

生産システム 作物の生理・生育の可視化による生産の最適化
 労働 (時間と技) の可視化による匠の技の伝承

省力化技術 生産や収穫作業の自動化、省力化技術の研究

高付加価値化 特定の機能性成分等を強化した品種や栽培方法の開発、
 科学的検証

流通システム 出荷量・出荷時期等の予測システム開発

統合管理 システム全体の最適化、ネットワーキングの研究等

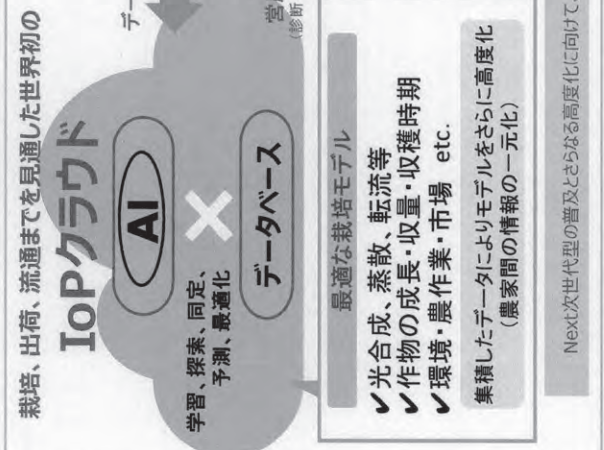
世界トップレベルのIoP研究の拠点を指す

IoP専門人材の育成

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

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

クラウド構築・運用 (データに基づく営農支援)



○ **栽培管理を最適化**
 最適な栽培モデルと、実際の栽培データを比較
 ⇒ 診断 (正常・異常判定) → 改善提案

ハウスの規模や仕様に
 応じて、開発した最新の機
 器・システムを導入可能

○ **出荷量・出荷時期を予測**
 ⇒ 栽培や販売戦略に活用

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

現状

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

異業種からの農業参入の状況（平成29年）



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

（成功例）日高村 ⇒ (株)イチネン農園を誘致

ポイント！→村が地権者の意向を調査、必要な農地確保、施設整備を支援

対応策

取組1 土地の確保対策の強化（別途バージョンアップを作成）

新 ①市町村による土地情報の収集支援 補助先：市町村 補助率：定額
市町村が企業版産地提案書等に基づいて行う農地活用の意向調査や農地所有者の同意を得るための活動、農地の情報収集等に必要経費を助成する。

新 ②耕作者への支援（別途バージョンアップを作成）
地権者に代わり土地を維持管理してきた耕作者への用地提供に対する支援

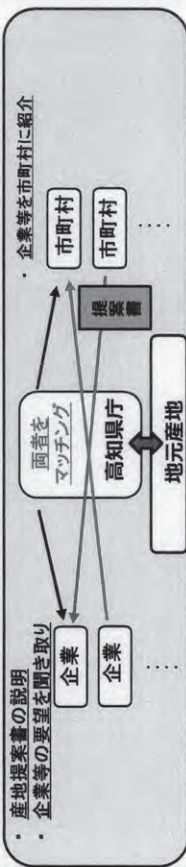
③地権者への支援（H30予算対応済み）

1 ha以上の園芸用地を20年以上賃借いただけた地権者へ協力金の支援

取組2 企業と市町村とのマッチング体制の強化

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

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



取組3 企業への誘致活動強化

「企業版産地提案書」を活用して、県内外でのPR活動を強化

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

課題

【課題1】土地の確保

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

【課題2】企業と市町村とのマッチング

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

【課題3】企業へのPR

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

地元と協働した企業の農業参入による産地の活性化

(1) 企業という新たな地域の担い手育成

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



(3) 参入企業による地域の担い手育成

参入企業によるレンタル方式の次世代型ハウス整備により、若者が次世代施設園芸へ参入できる機会が増加！
規模拡大農家もビジネスパートナーとして企業と連携した営農を展開。



(2) 企業参入による雇用就農の増加

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



(4) クラスタ形成による地域活性化

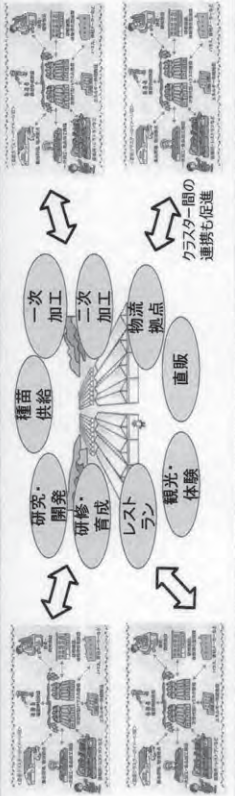
参入企業を中心に、関連産業を集積し、農業クラスターを形成することで、地域経済の活性化と若者が定着する魅力のある地域づくり！



(5) 企業間の情報の場づくり

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

(6) Next世代の取り組みによる大規模クラスタの形成



肉用牛の生産基盤の強化

-JA・市町村・県の連携による肉用牛経営の安定に向けた新たな基金の創設-

<農04>

現状

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

☆これまでの増頭対策は初期投資を中
心にした支援

子牛・母牛を増やす

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

畜舎・機械を整備する

- ・畜産クラスター事業等による畜舎整備や機械導入への支援

担い手を確保する

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

☆さらに生産性向上に取り組む

生産性を向上する

- ・IoTを活用した個体管理の見える化による繁殖成績の向上



課題

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

規模拡大農家や新規畜産農家は



① 新しい牛舎が欲しい

② 牛が欲しい

③ 効率的に飼いたい

④ 資金が欲しい

・工賃代、衛生費
・どうしよう。
・貯めてた子牛導入
資金を回さないと。

高いけど、やっぱりいい雌牛欲しい！

うちの市町村にも基金が欲しい！
地域から支援
要望あり

平成31年度の取り組み

☆肉用牛導入に必要な経費に幅広く対応する基金の造成への支援

- ・官民共同による基金造成（JAと市町村が造成する基金に、県が上乗せ）
- ・地域での取組を、県内各市町村へ展開

【土佐和牛経営安定対策推進事業補助金（うち土佐和牛経営安定基金造成） H31 予算額21,600千円】

地域 → 各市町村へ展開



☆基金のメリット☆
(既存資金との比較)

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

新しく整備した牛舎に無理なく牛を導入できたよ



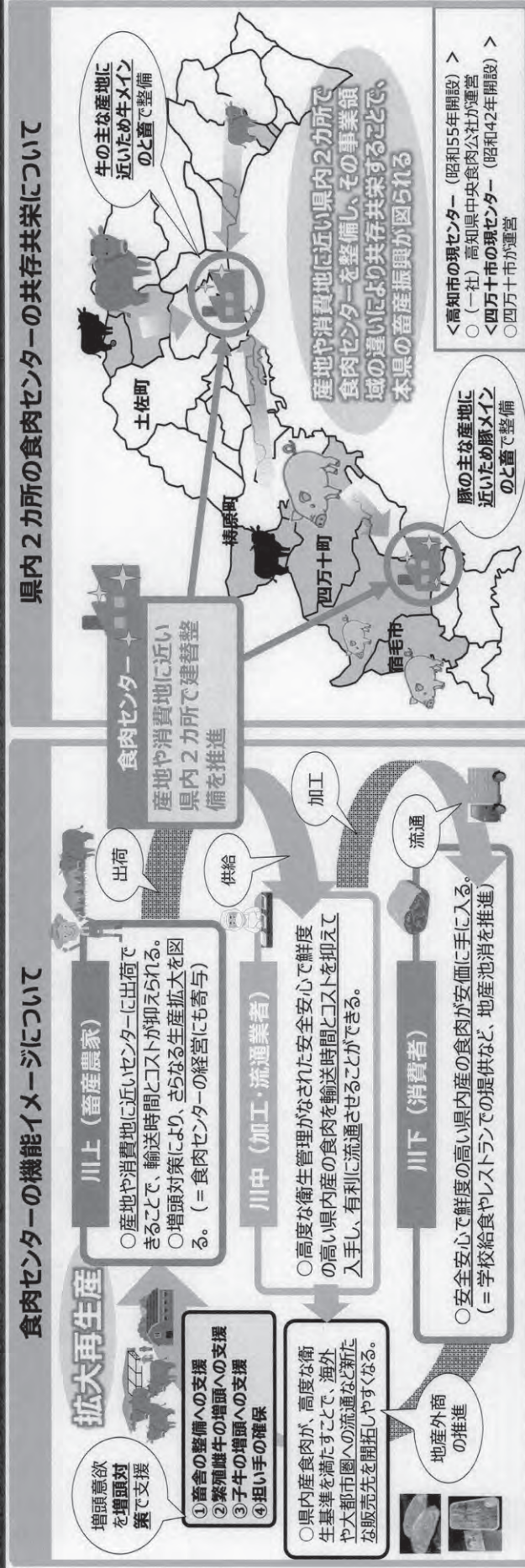
安心して牛を飼い始めることができるね。がんばるぞ！



☆新食肉センターでのさらなる
と畜頭数の増加につながる

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

1 食肉センターの機能と県内2カ所で共存共栄することによる畜産振興について



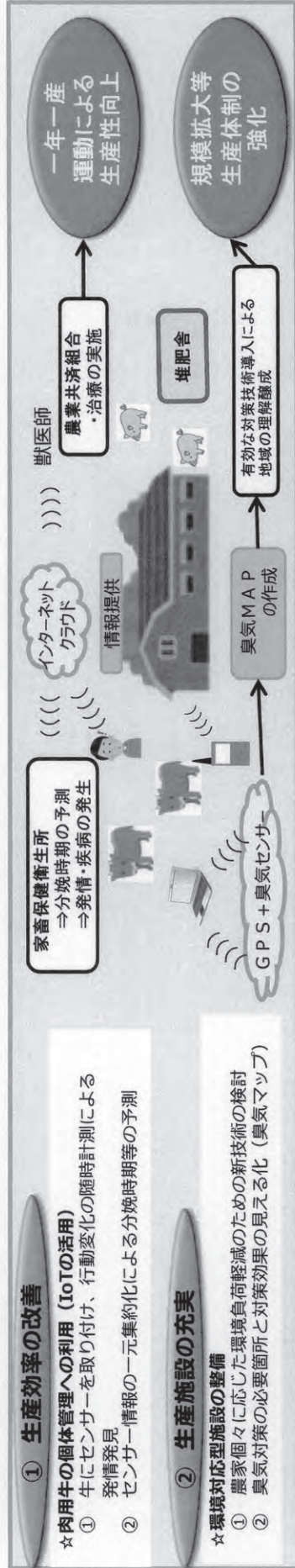
2 県内2カ所の新食肉センターの整備スケジュールについて

項目	2018 (H30年度)	2019 (H31年度)	2020	2021	2022	2023
高知市の新食肉センター (民設民営)	協議会設立	新会社設立	新会社で事業実施 (民設)	新会社設立	新会社が運営 (民営)	新会社が運営 (民営)
四万十市の新食肉センター (公設民営)	協議会設立	協議会で事業実施	基本設計	基本設計	実施設計	実施設計
整備の方向性	協議会設立	協議会で事業実施	基本設計	基本設計	実施設計	実施設計
高知市の新食肉センター (民設民営)	協議会設立	新会社設立	新会社で事業実施 (民設)	新会社設立	新会社が運営 (民営)	新会社が運営 (民営)
四万十市の新食肉センター (公設民営)	協議会設立	協議会で事業実施	基本設計	基本設計	実施設計	実施設計
整備の方向性	協議会設立	協議会で事業実施	基本設計	基本設計	実施設計	実施設計

2022年度: 高知市の新食肉センターが運営開始。四万十市の新食肉センターが整備工事実施。高知市の新食肉センターが整備工事実施。四万十市の新食肉センターが整備工事実施。

2023年度: 高知市の新食肉センターが運営開始。四万十市の新食肉センターが整備工事実施。高知市の新食肉センターが整備工事実施。四万十市の新食肉センターが整備工事実施。

次世代こうち新畜産システムの実証と確立



① 生産効率の改善
 ☆肉用牛の個体管理への利用 (IoTの活用)
 ① 牛にセンサーを取り付け、行動変化の随時計測による発情発見
 ② センサー情報の一元集約化による分娩時期等の予測

② 生産施設の充実
 ☆環境対応型施設の整備
 ① 農家個々に応じた環境負荷軽減のための新技術の検討
 ② 臭気対策の必要箇所と対策効果の見える化 (臭気マップ)

① 畜産健康衛生所
 ⇒分娩時期の予測
 ⇒発情・疾病の発生

インターネットクラウド
 情報提供

獣医師
 農業共済組合
 ・治療の実施

堆肥舎

臭気M.A.P.の作成

有効な対策技術導入による地域の理解醸成

一年一産運動による生産性向上

規模拡大等生産体制の強化

② ☆環境対応型施設の整備

【現状】30年度の取組

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

【課題】

- 農家毎の対策必要箇所や有効技術が不明

31年度の取組

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

32年度以降

普及に向けた取組 → 要望農家への導入支援 → 地域における環境対策の自立

低コスト ↑ ↓ 高コスト

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

① ☆肉用牛の個体管理への利用 (IoTの活用)

【現状】30年度の取組

- 畜産試験場でIoT機器の発情発見の精度検討
 → 「土佐あかうし」でも高い検知率 (91.6%)

【課題】

- 行動変化の異なる飼養形態 (繋ぎ飼い・放牧飼いなど) 別によるIoT機器の発情発見の精度

31年度の取組

- 畜産健康衛生所へのIoT機器 (センサー親機、子機) の配備
- 飼いが異なるモデル農家での実証、地域内データ共有の検討

32年度以降

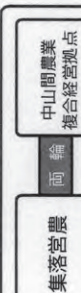
普及に向けた取組
 → 活用可能な農家への導入支援 モデル農家

経験浅くてもIoTOK!
 新規就農者

現 状

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

地域農業を支える組織



生産基盤を下支え

日本型直接支払制度
(中山間地域等直接支払・多面的機能支払)

- 集落営農組織
集落営農組織数 H27:204 ⇒ 現在: 224
うち
法人 H27: 32 ⇒ 現在: 70
個人 H27: 16 ⇒ 現在: 28
- 中山間農業複合経営拠点
複合経営拠点数 H27: 4 ⇒ 現在: 17
- 中山間地域等直接支払
集落協定数 H27:565 ⇒ H29: 595
- 多面的機能支払
活動組織数 H27:347 ⇒ H29: 354

課 題

- ◆ 農地の利用調整や労働力の確保、機械の共同利用などを、組織間連携によりカバーし合う仕組みが必要。
- 《個々の組織の共通課題》
- オペレーターや作業員等の労働力不足
- 広範囲に分散した農地や条件不利地では作業が非効率
- 機械や施設の大型化が困難
- 省力化・効率化のためにスマート農業の導入が必要
- 担い手の確保育成のために受入体制づくりが必要
- 農業者の減少により農地の維持管理が困難

バージョンアップのポイント

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

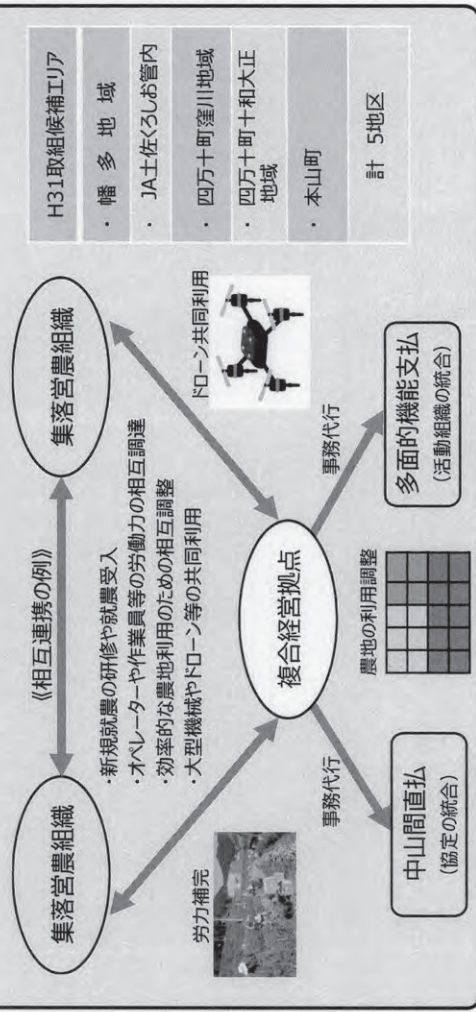
地域農業戦略の概要

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

地域農業戦略のイメージ



地域農業戦略の展開イメージ



地域農業戦略協議会(仮称)

- ◆ 協議会の構成メンバー：
 - 県(農業担い手支援課、農業振興センター)、市町村、J A、農業委員会、土地改良区、複合経営拠点、集落営農組織 等
- ◆ 協議会の役割：
 - ・ 地域農業戦略の策定、実行支援

地域の支援チーム

地域営農アドバイザー(専門家) + 農業振興部関係課

集出荷施設の再編統合等による集出荷体制の強化について

現状

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

課題

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



対策

(1) 県域の新たな集出荷体制・仕組みづくり

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

(2) 集出荷施設での作業の効率化や省力化

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

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

(1) 集出荷施設の再編統合による拠点となる広域集出荷施設の整備



(2) 出荷調整ラインのさらなる自動化や出荷作業の効率化



(3) 品質管理の徹底や出荷データ活用に向けた施設の高度化と仕組みづくり



集出荷場GAPへの対応 Next世代への対応

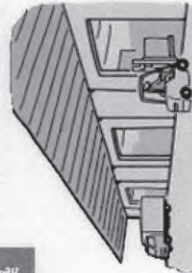
(4) 南海トラフ地震に対応した集出荷体制の構築

- 震災後すぐに機能できるように、集出荷施設の再編統合時に、津波浸水区域外へ拠点を整備。

- 拠点を核に、集出荷体制の構築を図り、災害時においても速やかな復旧を図り、産地の復興を支援。



有利販売とさらなる増収に向けた新たな仕組みづくり

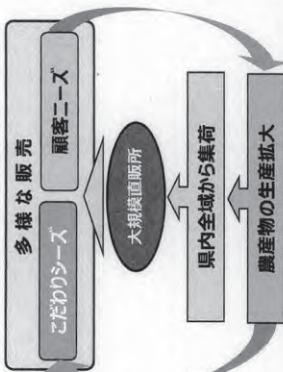


生産者の出荷調整労力の軽減や出荷コストの低減を図り、産地を支援

フードチェーンのポイント

◆大規模直販所を核とした双方の物流情報によるフードチェーン

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



フードチェーンによる拡大再生産

①本県農産物の逸品を外商

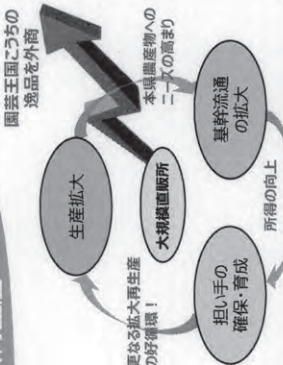
・県外の実需者や消費者への本県農産物の良き広告塔になることで、市場を通じた基幹流通にも良き成果につながるという好循環を生み出す

②系統出荷の求心力の向上

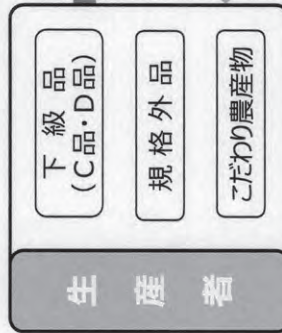
・集荷と多様な外商による系統外・こだわりの生産者を系統に誘導しつつ系統出荷の求心力を高める

③生産者の所得向上

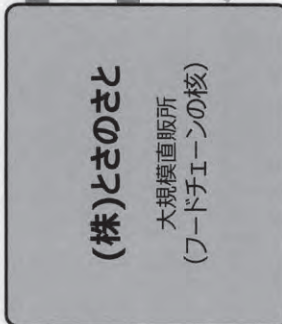
・これまで売り先のなかった規格外品も集荷・販売することで、生産者の所得向上を目指す



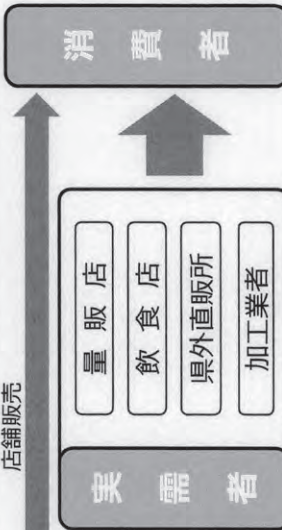
川上（生産）



川中（流通）



川下（販売）



出荷の確保

- 生産者のアプローチ
 - ・既存の直販所出荷者への拡大要請・提案
 - ・こだわり生産者への出荷要請・提案
 - ・市場流通ではないクラスター事業者や農業法人への出荷要請・提案
 - ・販路拡大PPTとの連携
- 栽培支援
 - ・JA、農振センターとの連携

企画提案

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

店舗販売

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

店舗外販売 (県内・県外)

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

販売計画の策定

- ・販売実績等に基づいた生産提案、営業戦略の策定と進捗管理

販路開拓・確保

- ・ワーキンググループ設置による外商の推進体制の強化
- ・県外直販所(全国のJAファーマーズマーケット)の販路開拓
- ・「高知家の魚応援の店」との取引開拓
- ・地産外商公社と連携した外食等実需者との取引開拓
- ・新需要マーケティング協議会と連携した中食・外食等実需者との取引開拓
- ・関係部署等との連携による商談会の開催
- ・販路開拓ステップアップ事業によるマッチングの創出
- ・通販サイトでの販売促進

○これまでの取組

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

○成果

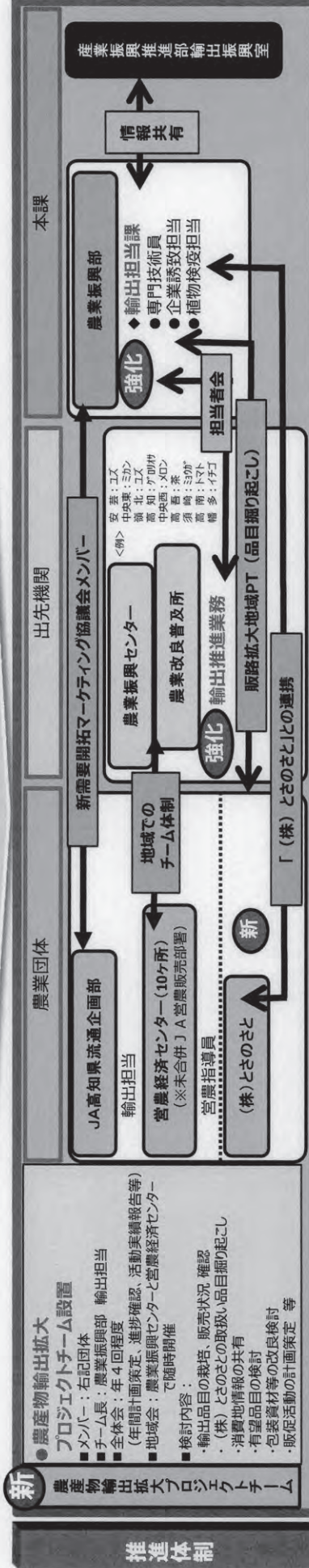
販売額(千円)	H28	H29	H30	H31
青果	3,571	10,330	15,000	30,000
花き	6,450	7,252	15,000	20,000

※H28～29は実績
卸売会社への業務委託により定着する品目数 H26:0 → H30:累計6品目

○見えてきた課題

- ・国内需要に匹敵することが稀一杯で、輸出拡大に向けた更なる増産が必要
- ・生産>国内需要に匹敵する輸出先国の多様なニーズに対応が必要
- ・販売>輸出相手国に限られており、輸出先の多様なニーズに対応が必要
- ・本県の主力農産物は輸出の難しい品目(ナスやシントウなど)が多く、輸出向けの新たな品目の掘り起こしが必要

さらなる輸出拡大に向けて生産～販売の好循環を目指す新たな推進体制を構築



新

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

推進体制

生産拡大

- ◆輸出品目の増産と有望品目の探索
 - ・環境制御技術や次世代ハウスを導入促進による増産
 - ・園芸用ハウスの補助事業に輸取向けメニユーを新設
 - ・高知県農産物輸出推進協議会の活動強化による輸取向け生産意識の向上
- ◆企業参入による大規模栽培と輸取向け園地の導入促進
 - ・企業訪問の強化による誘致活動と参入企業への輸出仕向け提案
 - ・園芸用ハウスの輸取向けメニユー新設や次世代型ハウスへの支援等による企業誘致

販売拡大

- ◆卸売会社への業務委託により培ったノウハウを活用した販売拡大
 - ・各地域の卸売会社で構成する「土佐会」と連携した、キーマンとなる輸出事業者を掘り起こし
 - ・「土佐会」と連携して、輸出事業者の掘り起こしを卸売会社への要請する
 - ・輸出事業者への輸出品目提案など、アプローチを強化する
- ◆海外での販売促進強化と販売チャネルの拡大
 - ・海外での販促活動や市場調査に対する支援強化と産業振興推進部と連携した販促支援
 - ・JA高知県の輸出体制強化(株)とさのさと(大型直販所)を活用した販売の多様なチャネル化

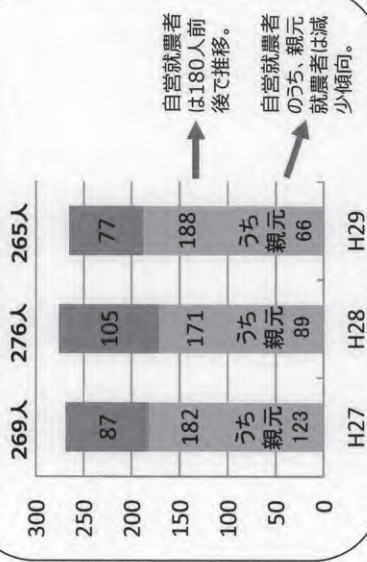
役割分担

- 環境制御技術や次世代ハウスの導入を推進する
- 農業団体の連携をさらに強化する
- 販路拡大PTと連携して新品目を掘り起こす
- 後援条件に対応した農業使用量を作成する
- 園芸用ハウス整備事業輸出メニユーの活用
- 生産部会へ輸出品目を提案し、輸出向けの生産を拡大する
- 輸出パートナーの産地招へい等を通じて消費地情報収集し、新品目を検討する
- 園芸用ハウス整備事業輸出メニユーの活用
- 輸出専用園地の設置を支援する
- 園地やハウスの導入を支援する
- 輸出専用園地の設置を支援する
- 園地やハウスの導入を支援する
- 地元市町村との調整を図る
- 卸売会社への業務委託による取組状況や取組で得た輸出先の消費地情報を共有し、産地支援につなげる
- 海外での販促活動や市場調査を支援する
- 「とさのさと」を活用した新たな集荷ルートへの対応を支援する
- 海外での販促活動や市場調査を支援する
- 「とさのさと」を活用した新たな集荷ルートへの対応を支援する
- 新需要開拓マーケティング協議会や県補助金により、生産者の販促活動やメニユー派遣等を支援する
- 産業振興推進部が実施する海外でのプロモーション等と連携した販促活動を企画・支援する
- 「とさのさと」をはじめとした販売の仕組みづくりの企画・実行支援を行う

現状

- 新規就農者数は増加傾向で推移。自営就農者は近年180人前後で推移し、このうち、農地等の生産基盤があり、伸びしろのある親元就農者が減少傾向にあることなどから、320人の目標に達していない状況
[新規就農者数：114人(H20)⇒265人(H29) 目標 320人(H31)]
- 「産地提案型の担い手確保対策(H27.2月～)」により受入体制を強化。産地で受け入れる人材確保の仕組みが県内に拡大 [産地提案書数：25市町村31提案(H27)⇒32市町村79提案(H30) 目標 全市町村作成]
- また、県新規就農相談センター(農業会議)や地域担い手協議会、移住部署と連携した県内外での就農相談による相談件数が増加し、就農希望者の裾野を広げる機会が拡大。
[相談件数：484件(H27)⇒1,042件(H31.2) 目標 年間1,000件以上]

新規就農者の推移



①産地提案書の策定

区分	H28.3	H29.3	H30.3	H31.3
市町村数	25	29	31	32
産地提案書数	31	42	60	79
募集人数	61	84	125	166

②県内外での相談活動

	27年度	28年度	29年度	H31.2
件数	484	759	537	1042

課題・今後の方向

- ① 潜在層への定住・就業意欲喚起につながる情報発信の強化
 - ◆ 高知県では豊かな自然の中での暮らし方が可能であり、高い技術による施設園芸も盛んであることから、高知県の魅力や農業の強みを情報発信することは有効
 - ◆ 高知県の魅力や農業の強みが十分知られていない。
 - ⇒ 移住部署と連携したPR活動
- ② 産地提案書による各産地の受入体制の強化
 - ◆ 産地提案書による研修開始人数は増加していることから、受入体制の見直しや新たな産地提案書の作成・募集は有効
 - ◆ 課題の抽出や将来予測を踏まえた産地の将来ビジョンの整理が不十分であり、もう一段の人材確保を図る産地提案書としては内容が不十分である。
 - ⇒ 各産地の受入体制のワンランクアップ
- ③ 親元就農の推進
 - ◆ 320人の目標達成を図るためには、自営就農者の更なる確保が必要。このうち、農地等の生産基盤がある親元就農は、新規就農対策の伸びしろであり、ターゲット層として有効
 - ◆ 国の事業は親元就農について様々な要件が課されており、活用しづらい。
 - ◆ 県内外で他産業に従事している農家子弟に対し、親元就農を促す情報が十分届いていない。
 - ⇒ 親元就農支援策の拡充及び親元就農者の呼び込みの強化

対策のバージョンアップ

現行(H30)支援策

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

見直し(H31)支援策

対策1 移住部署と連携したPR活動や各産地の受入体制のワンランクアップ

- ◆ 移住部署と連携して就農相談会を開催するとともに、高知県の魅力や農業の強みを紹介するPR動画を作成し、市町村の移住部署等のホームページ上で公開するとともに、就農相談会での活用
- ◆ 産地の将来ビジョンの検討、提案書の増加やブラッシュアップによる募集人数の増加など、受入体制のワンランクアップに取り組み

対策2 親元就農支援策の拡充

- ◆ 既存事業(親元就農応援区分)の支援メニューの拡充
 - ※ 経営開始型タイプの追加(就農後の継続支援を追加)などにより、従来の120万円から最大240万円に支援水準を引き上げ

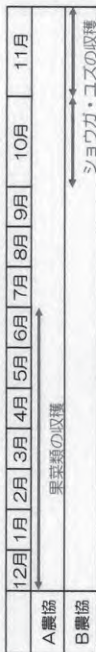
対策3 親元就農者の呼び込みの強化

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

経営体を支える労働力の確保 (広域での農業労働力の確保・循環に向けた取組) <農12>

現状

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



●地域内での労働力の確保が難しい状況に

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

こうした状況にJA四十では…

- 「一次産業ネット」や「アグリナビ」等の全国サイトへの掲載、高知新聞への折込広告による求職者募集を展開
- その結果、農繁期に県外・地域外から労働力を確保

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

※()内はJAにしようわへ移動した人数

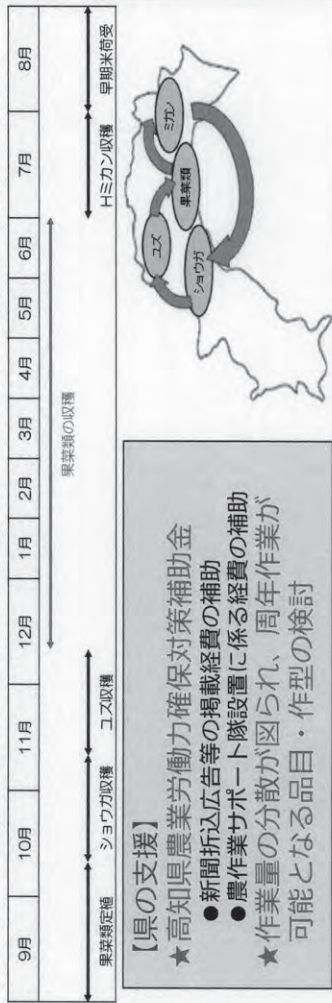
※JAふらの～JAIにしようわ～JAおきなわの連携事例



対策

① 長期間就労を可能とする広域での労働力循環

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



【県の支援】

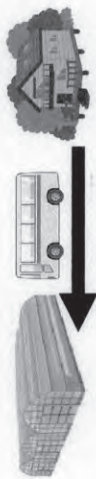
- ★高知県農業労働力確保対策補助金
 - 新聞折込広告等の掲載経費の補助
 - 農作業サポート隊設置に係る経費の補助
- ★作業量の分散が図られ、周年作業が可能となる品目・作型の検討

② 県外からの労働力確保

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

【県の支援】

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



担い手への農地集積の加速化

現状

(1) 農業委員会の新制度(※)への移行状況

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

(※)農業委員の他に、地域に農地利用最適化推進委員を設置

(2) 農地中間管理機構の貸付実績

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

(3) 高知県内の区画整備率

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

(4) 市町村やJA等の連携による農地確保の取組

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



課題

【課題1】 農業委員会の報酬条例の整備が遅れていること
農業委員会の新制度への移行は完了したが、報酬条例(農地利用最適化交付金の活用要件)の整備を行っている市町村は15市町村に留まっている。

【課題2】 農地情報が収集できておらず、担い手への農地のあっせんが進んでいないこと
市町村農業委員会や県農業会議、農地中間管理機構が連携して農地の出し手情報を収集し、これらの組織がつなぎ役となって担い手に農地をあっせんする取組が進んでいない。

【課題3】 マッチングしやすい区画整備済み農地が少ないこと
従来の基盤整備は受益者負担を伴うため営農条件の良い農地を作り出す取組が進んでおらず、受益者負担の軽減につながる国や県の支援措置が農業者等に十分周知されていない。

現状

今年度の取組

【取組1】 農業委員会の報酬条例の整備を支援
条例を作成する上での助言等を行うことにより、未制定の市町村での報酬条例の整備を支援する。

【取組2】 農地活用の意向調査の実施及び農地のあっせんの推進
各地域で農地情報に詳しい市町村農業委員会を中心に、県農業会議と農地中間管理機構が連携して農地活用の意向調査を実施するとともに、調査に基づき貸し出す意向のある農地を担い手に紹介し、担い手の農地確保を支援する。

【取組3】 新規就農者農地確保等支援事業の創設(9月補正予算で措置)
新規就農者の初期投資の軽減や農地の有効活用を図るため、新規就農者が農地を貸借する場合に、一定期間その賃借料を支援する。

【取組4】 基盤整備事業の周知の徹底
農地中間管理機構と県土連との間で連携協定を締結するとともに、土地改良区のネットワークを活用して、市町村や農業者にに対し機構関連基盤整備事業(地元負担なし)の周知を行う。

さらなる強化

【取組1】 市町村による企業用の土地情報の収集を支援(再掲)
市町村が企業版産地提案書等に基づいて行う農地活用の意向調査や農地所有者の同意を得るための活動、農地以外の土地の情報収集等に必要経費を助成する。
補助先: 市町村
補助率: 定額

【取組2】 担い手の園芸用農地の確保を推進
園芸品目の生産拡大を促進するため、農地中間管理事業を活用して園芸品目の作付を希望する農業法人や農業者に1ha未満の農地の農地を提供した農地所有者に対して協力を交付する。
補助先: 市町村
補助率: 定額(10a当たりの単価を設定)
※ 園芸団地用地の確保支援とは別事業

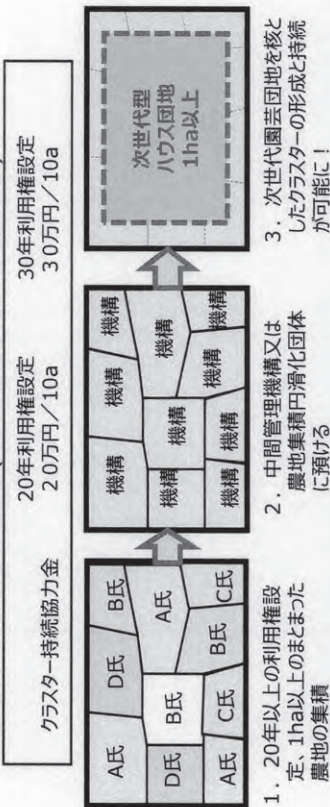
園芸団地の整備促進に向けた農地の確保 (園芸団地用地の耕作者への支援)

<農14>

現状

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

■ 農業クラスター計画策定事業(次世代園芸団地用地確保事業)



1. 20年以上の利用権設定、1ha以上のまとまった農地の集積
2. 中間管理機構又は農地集積円滑化団体に預ける
3. 次世代園芸団地を核としたクラスターの形成と持続が可能!

課題

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

まとまった園芸団地用地の確保において、耕作者への支援策が必要

対策

農業クラスター計画策定事業の拡充

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

園芸団地用地の確保となると、耕作者の経営面積・所得が減じる



新たな借地探しをはじめ、新たな借地での営農準備が必要
整備地の借地は難しく、条件不利地となることも!!



また、所得を確保するためには、露地野菜の栽培等の必要も!!

拡充

農業クラスター計画策定事業(次世代園芸団地用地確保事業)

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

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

I 専門分野の成長戦略

林業分野

林業分野の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

県土の84パーセントを占める森林の豊富な資源を余すことなく活用するため、大型製材工場の整備などの加工体制の強化や木質バイオマス発電施設など、川下側の整備を進めてきたことにより、県内の原木需要は大きく高まりました。これに応じて、川上側では施業地を集約した森の工場の推進や高性能林業機械の導入などにより、原木生産の拡大に取り組んできました。

この結果、県内の原木生産量は、平成22年の40万4千立方メートルから平成29年には66万8千立方メートルへと大幅に増加しました。また、木材・木製品製造品出荷額等は、製材品の出荷量が回復したことなどにより、平成22年の150億円から平成29年には215億円まで増加しています。

一方、木材需要を牽引してきた住宅着工戸数は少子高齢化等により減少傾向となっており、これまであまり木材が使われてこなかった非住宅分野への木材利用が急務となっています。今後、非住宅分野における木材利用を促進し、木材需要の拡大を図るためには、市場ニーズのある付加価値の高い製品づくりや県産材の「外商」の強化などに取り組み、木材製品を「より高く」「より多く」売り、中山間地域に「利益を還元」する仕組みを構築していく必要があります。

②第3期計画ver.4の取り組み

第3期計画では「山で若者が働く、全国有数の国産材産地」を目指す姿として、本県の豊富な森林資源を余すことなく活用し、林業・木材産業の拡大再生産の好循環につなげることにより、中山間地域が元気になるようA材対策を核とした次の5つの戦略の柱により取り組みを進めていきます。

柱1 原木生産のさらなる拡大

林地台帳システムの機能充実等により、施業地の集約化を促進するとともに、運搬効率が高い10t積みトラック道の整備への支援を強化し、原木増産の加速化を進めていきます。また、皆伐後の再造林を促進するため、県内の6つの林業事務所ごとに増産・再造林推進協議会を設置し、林業事業者の職員を再造林推進員として登録して、地域ぐるみの再造林推進体制を構築していきます。

柱2 加工体制の強化

付加価値の高い製品づくりに向け、市場が求める乾燥度や強度などを満たすJAS製品を安定的に供給していくため、中小製材事業者間の共同による乾燥施設整備などを推進することにより、県内のJAS製品の生産体制を強化していきます。あわせて、内装材など高付加価値製品の開発を推進するため、セミナーや交流会の開催を継続的に実施するプラットフォーム機能を設け、県内事業者の新たな製品づくりを一層支援していきます。また、CLTパネル工場などの高次加工施設を核とした林業・木材産業クラスターの形成により、所得の向上と雇用の創出につなげていきます。

柱3 流通・販売体制の確立

県産材の販路拡大に向けては、TOSAZAIセンターにおいて、提案・相談窓口を設け全国レベルの木造建築の専門家集団であるチーム・ティンパライズや経済同友会などと連携し、施主となる企業に対して国産材の活用に向けた理解の醸成や、積極的な提案型の営業活動を行います。また、関東などの消費地に設置している流通拠点の活用やトレーラーによる定期輸送などの取り組みも引き続き進めていきます。

柱4 木材需要の拡大

全国的な木材需要の一層の拡大に向け、経済同友会や全国知事会の「国産木材活用プロジェクトチーム」などとも連携し、公需、民需の両面から、CLTなどを活用した非住宅建築物の木造化・木質化への機運醸成などに積極的に取り組んでいきます。あわせて、林業大学校や各種団体と連携し全国で木造建築を担う建築士を大量に育成していきます。また、木質バイオマス発電所や園芸用ボイラーなどの燃料となるチップやペレット等の安定供給などに引き続き取り組んでいきます。

柱5 担い手の育成・確保

非住宅建築物の木造化・木質化を推進するため、林業大学校におけるリカレント教育の内容を充実させ、木造建築を担う建築士の育成に取り組んでいきます。また、林業事業者の従業員の定着率の向上が図られるよう、林業労働力確保支援センターに雇用管理改善推進アドバイザーを配置し、事業者に対して労働条件等の改善に向けた指導を行います。あわせて、林業労働力確保支援センターと連携して、UIターン就職相談会やフォレストスクールの開催など、新たな林業従事者の確保に引き続き取り組んでいきます。

以上、5つの戦略の柱による取り組みを関係者と一体となって進めることにより、拡大再生産の流れを大きくし、本県の豊かな森林資源を活用した所得の向上と雇用の創出により、中山間地域の活性化を目指していきます。

分野を代表する目標

木材・木製品製造業出荷額等
原木生産量

出発点 (H26) 204億円⇒ 現状 (H29) 215

出発点 (H26) 61万m3⇒ 現状 (H29) 66.8

構築した川上から川下までの仕組みを生

柱1 原木生産のさらなる拡大

○生産性の向上による原木の増産

- ・森の工場の拡大・推進
- ④ 林地台帳システムの機能充実等による集約化の促進
- ・効率的な生産システムの導入を促進
- ④ 10tトラック道の整備の強化
- 高性能林業機械等の導入・整備
- 林道整備の促進に向けた協議会・WGの開催
- 森林組合の生産工程改善による生産性向上
- ・皆伐の促進
- ・原木の安定供給システムの構築

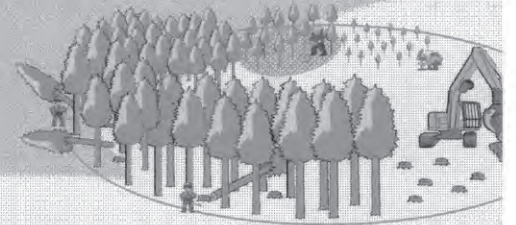


○持続可能な森林づくり

- ・再造林の推進
- ④ 再造林を推進するための協議会及び再造林推進員を設置
- ④ コンテナ苗を活用した再造林への支
- ・間伐の推進

○再造林コストの縮減

- ・一貫作業システムの促進



柱4 木材需要の増

D材 (端材等)

C材 (低質材)

バイオマス利用

木質バイオマス
発電所 2 箇所
(H27稼働)

○木質バイオマス発電所の安定稼働

○木質バイオマスの利用拡大

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



森の資源を
余すことなく活用

B材 (中質材)

ラミナ用材

CLT用ラミナ工場
(H28稼働)

集成材工場
(H28稼働)

A材 (良質材)

建築用材

大型製材工場
(H25稼働)

柱2 加工体制の強化

○高次加工施設の整備

- ・CLTパネル工場の整備

○製材工場の強化

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



○付加価値の高い製品づくり

- ④ 共同乾燥 (JAS) 施設等の整備の推進
- ④ 付加価値の高い製品開発の推進



林業・木材
クラスターの

TOSA
『プッ
需要

数の国産材産地～

億円 ⇒ 4年後 (H31) 220億円 ⇒ 6年後 (H33) 232億円 ⇒ 10年後 (H37) 256億円
 万m³ ⇒ 4年後 (H31) 78万m³ ⇒ 6年後 (H33) 81万m³ ⇒ 10年後 (H37) 90万m³

まして、“森の資源”を余すことなく活用

柱5 担い手の育成・確保

○ 林業大学校の充実・強化

- ・林業大学校における人材育成
- 木造建築を担う建築士のリカレント教育の強化〔再掲〕
- ・森林組合等の県内事業体への雇用促進

○ きめ細かな担い手育成・確保の強化

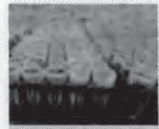
- ・林業労働力確保支援センターとの連携
定期相談会の開催
フォレストスクールの開催
- ・移住施策との連携による担い手の確保
- ・特用林産業新規就業者の支援

○ 事業体の経営基盤の強化

- ・林業事業体のマネジメント能力向上
- 林業事業体における労働環境の改善

○ 小規模林業の推進

- ・小規模林業の活動を支援



援



拡大

A材の需要拡大

付加価値の高い製品開発の推進〔再掲〕

CLT等の普及促進

CLT等建築物の普及促進と需要拡大
木造化を促進するための設計支援

建築士の育成

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



○ 経済同友会など各種団体との連携

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

○ 住宅・低層非住宅建築物における 木材利用の促進

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



産業 形成

全国レベルの
専門家と連携

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



柱3 流通・販売体制の確立

○ プッシュ型提案等による外商体制の強化 (A材の販売促進)

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

○ 流通の統合・効率化

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

○ 販売先の拡大

- ・県外での土佐材を使用した建築の促進
- ・海外への販売促進



分野の目指す姿	○ 山で若者が働く、全国有数の国産材産地
分野を代表する数値目標	木材・木製品製造品出荷額等 出発点(H26):204億円⇒現状(H29): 215億 原木生産量 出発点(H26): 61万m ³ ⇒現状(H29):66.8万

戦略の柱	1 原木生産のさらなる拡大	2 加工体制の強化	3 流通・販
戦略の方向性	・成熟した森林資源を最大限に生かせる仕組みづくりを推進する	・消費者ニーズに対応した競争力の高い加工事業体を育成する ・CLTパネル工場をはじめとする林業・木材産業クラスターの形成を目指す	・大消費地や組織的・継続的
戦略目標	・森の工場からの原木生産量(間伐)の拡大 ②⑥:10.9万m ³ → ③①:15.1万m ³ → ③③:15.3万m ³ → ③⑦:17.0万m ³	・県産製材品の出荷量の増加 ②⑥:23.3万m ³ → ③①:27.4万m ³ → ③③:28.4万m ³ → ③⑦:28.4万m ³	・県産製材品① ②⑥:□16.1万 ★0.0万 ③③:□19.7万 ★1.57 (□:一般製
取組方針・主な「具体的な取り組み」	1. 生産性の向上による原木の増産 ◆森の工場の拡大・推進 ・[拡充]林地台帳システムの機能充実等による集約化の促進 ◆効率的な生産システムの導入を促進 ・[拡充]10tトラック道の整備の強化 ・高性能林業機械等の導入・整備 ・林道整備の促進に向けた協議会・WGの開催 ・森林組合の生産工程の改善による生産性の向上 ◆皆伐の促進 ◆原木の安定供給システムの構築 2. 持続可能な森林づくり ◆再造林への支援と低コスト育林の推進 ・[新規]再造林を推進するための協議会及び再造林推進員を設置 ・[拡充]コンテナ苗を活用した再造林への支援 ◆間伐の推進 3. 再造林コストの縮減 ◆(再掲)再造林への支援と低コスト育林の推進 ・一貫作業システムの促進	1. 製材工場の強化 ◆製材事業体の加工力強化 ・事業戦略の策定支援及びフォローアップ ◆県内企業による協業化・大型化の検討 2. 高次加工施設の整備 ◆CLTパネル工場の整備 3. 林業・木材産業クラスターの形成 ◆加工施設を中心としたクラスター形成の促進 4. 付加価値の高い製品づくり ◆(再掲)製材事業体の加工力強化 ・[拡充]共同乾燥(JAS)施設等の整備の推進 ・[拡充]付加価値の高い製品開発の推進	1. 流通の統合 ◆県外流通拠点の増加 ◆トレーラー等の増加 2. プッシュ型強化 ◆外商活動体 ・[新規]全国家と連携し ・[新規]TOS木造建築の ・[新規]TOSチェーン・マ 3. 販売先の拡大 ◆県外での土促進 ◆海外への販

の体系図

億円⇒ 4年後(H31):220億円⇒ 6年後(H33):232億円⇒ 10年後(H37):256億円
 m³⇒ 4年後(H31):78万m³⇒ 6年後(H33):81万m³⇒ 10年後(H37):90万m³

売体制の確立	4 木材需要の拡大	5 担い手の育成・確保
海外をターゲットとした、組 は外商活動を展開する	<ul style="list-style-type: none"> ・低層非住宅の木造化等により飛躍的な需要拡大を図る ・木質バイオマスの利用拡大を促進する 	<ul style="list-style-type: none"> ・優れた人材を育成・確保する
の県外出荷量の増加 万m ³ → ㉑:□20.1万m ³ → 万m ³ ★ 0.1万m ³ 万m ³ → ㉓:□15.8万m ³ 万m ³ ★ 5.4万m ³ 製材品 ★:高次加工品)	<ul style="list-style-type: none"> ・木質バイオマス利用量の増加 ㉒:35.6万トン → ㉑:57.3万トン → ㉓:58.0万トン → ㉓:60.6万トン 	<ul style="list-style-type: none"> ・林業就業者数の増加 ㉒:1,602人 → ㉑:1,747人 → ㉓:1,777人 → ㉓:1,870人 ・新規雇用者数の増加(川下・累計) ㉑:32人 → ㉓:58人 → ㉓:96人
<ul style="list-style-type: none"> き・効率化 ポイントを活用した取引の拡大 卸による低コスト・定期輸送 提案等による外商体制の 制の抜本強化 レベルの木造建築の専門 施主等へのプッシュ型提案 AZAIセンター内に非住宅 提案・相談窓口を設置 AZAIセンターのサプライ マネジメントの促進 拡大 佐材を使用した建築の 売促進 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 住宅・低層非住宅建築物における木 材利用の促進 ◆低層非住宅建築物の木造化の促進 2. CLT等の普及促進 ◆CLT建築物の需要拡大 3. 木質バイオマスの利用拡大 ◆幅広い分野での木質バイオマスポイ ラー導入の拡大 4. A材の需要拡大 ◆(再掲)製材事業体の加工力強化 5. 建築士の育成 ◆(再掲)低層非住宅建築物の木造化 の促進 ・[拡充]林業大学校におけるリカレント 教育及び各種団体との連携による木 造建築を担う建築士の育成 6. 経済同友会など各種団体との連携 ◆(再掲)低層非住宅建築物の木造化 の促進 ・[拡充]施主への理解醸成のためのセ ミナーの開催 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 林業大学校の充実・強化 ◆林業大学校における人材育成 ・[拡充]木造建築を担う建築士のリカ レント教育の強化[再掲] ◆県内事業体等への就労促進・定着率 の向上 ・森林組合等の県内事業体への雇用 促進 2. きめ細かな担い手育成・確保の強化 ◆林業労働力確保支援センターと連携 した就業者の確保 ・定期相談会の開催 ・フォレストスクールの開催 ◆移住施策との連携による担い手の確 保 ◆特用林産業新規就業者の支援 3. 事業体の経営基盤の強化 ◆林業事業体のマネジメント能力向上 ◆[拡充]林業事業体における労働環境 の改善 4. 小規模林業の推進 ◆小規模林業の活動を支援

分野	林業分野
戦略の柱	1 原木生産のさらなる拡大

戦略の方向性	・成熟した森林資源を最大限に生かせる仕組みづくりを推進する
--------	-------------------------------

戦略目標	目標	
	○森の工場からの原木生産量(間伐)の拡大	【森の工場における原木生産量(間伐)】

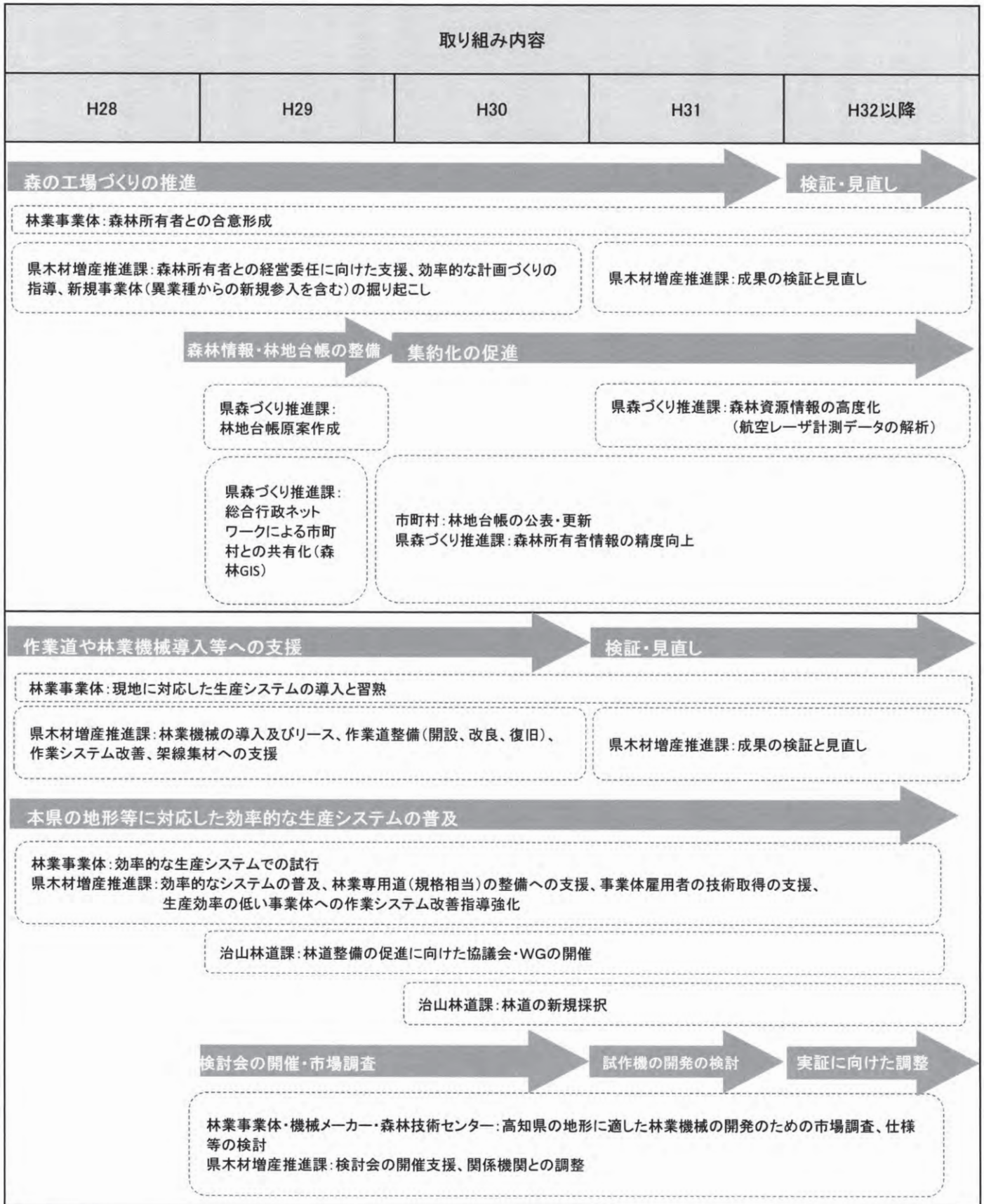
NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	生産性の向上による原木の増産	<ul style="list-style-type: none"> ・森林の集約化と、効率的かつ安定的な間伐材生産を目指す「森の工場」の推進等により、民有林の間伐材生産量は平成22年の107千m3から平成29年には154千m3へと向上(木質バイオマス用材を除く) ・「森の工場」における搬出間伐の生産性は、森の工場以外に比べて高くなり、民有林の間伐事業に従事する林業事業者の多くが「森の工場」に取り組むなど制度の普及が図られた ・皆伐施業地における作業道や集材架線への支援を始めたことなどにより、新たに皆伐事業に取り組む森林組合等が増加した ・事業者の個別訪問により、支援策の説明や原木増産の要請等を行ったことで、これまで関係が希薄であった皆伐や国有林の請負を主体とした林業事業者等とも協力体制が構築されつつある ・大型製材所等の稼働により、県内で原木の供給先が確保されたことから、原木協定販売の取り組みが進められ、山側が安心して出材できる体制が整った ・平成29年度より設置した林道整備促進協議会・WGにおいて、要望路線毎に関係者と検討を進め、開設効果が早期に発現できる林業専用道3路線について採択を行った。 ・以上の取り組みにより、県内の原木生産量は、平成22年の40.4万m3から平成29年は66.8万m3へと大幅に増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・特に小規模な林業事業者を中心に事業地の確保に苦心している状況にあり、安定的にかつ収益性を確保して事業を展開できるまでに至っていないところが多い ・新たに「森の工場」へ参入する林業事業者が著しく減少している ・森林への関心が希薄な森林所有者が増加し、森林の集約化が難しくなっている ・効率的な生産システムの構築には路網の整備が不可欠であり、増産に向けて従業員を増員する林業事業者では、機械装備が不足するケースが見られる ・効率的な生産システムを構築するノウハウが不十分であり、新たな仕組みづくりを後押しする必要がある ・川下が求めるアイテム別の原木の増産や、年間を通した安定供給が必要(木質バイオマス発電用を含む) ・国有林事業の仕事を中心としている林業事業者に、国有林事業が少ない時期に民有林で事業展開を図ってもらうため、事業地の確保に対する支援の検討が必要 ・原木増産に向け林内路網の整備を進めているが、運搬効率が低い10t積みトラック道の整備が立ち遅れている
2	持続可能な森林づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・持続可能な森林づくりを進めるため、再造林や獣害防止施設の設置についての支援を実施 ・伐採跡地の更新を促進するため、「省力化のための低コスト育林指針」を策定 ・今後増加が見込まれる再造林に必要な苗木を確保するため、コンテナ苗生産支援や採種圃の整備を実施 ・造林事業や森林環境税を活用した公益林保全整備事業による保育間伐の支援を実施するとともに、市町村広報や林業機関誌を活用した間伐のPRを実施 ・住友大阪セメント(株)高知工場発電設備において、木質バイオマスを化石燃料と代替利用することで削減されたCO2排出量をクレジット化、また、県有林の間伐により増大した森林のCO2吸収量をクレジット化 ・平成22年度に創設した高知県J-VER制度(平成25年度から高知県版J-クレジット制度に移行)を運営し、プロジェクト登録、クレジット認証を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・苗木生産者が高齢化等により減少している中で、今後増加が見込まれる苗木の需要に対応できるように、生産者の確保や施設整備、生産技術の向上への支援が必要 ・再造林の推進には、補助事業による支援と併せて造林・育林コストを低減し、森林所有者の負担を軽減することが必要 ・持続可能な林業経営を行っていくためには、伐採後の確実な再造林の推進が不可欠だが、再造林率は低位で推移しており、林業関係者が一体となった早急な再造林率向上対策が必要 ・再造林の増加に伴い、シカ被害対策として被害防止ネット等による防除に加え、今後は関係機関と連携した生息密度低減に向けた効果的な取り組みについても検討が必要 ・間伐等の森林整備の必要性について、幅広い周知が必要 ・J-VER(現在はJ-クレジット)プロジェクト参入者の増加により、高知県クレジットの先駆的な取り組みという特徴が薄れつつあるので、高知県のクレジットの特色をどう打ち出していくかの検討が必要 ・全国的にクレジットの販売量が伸び悩んでいる状況であり、クレジット活用の様々な方法の検討が必要
3	再造林コストの縮減	<ul style="list-style-type: none"> ・伐採から植栽までを一貫して行うことで作業効率の向上や再造林コストの低減に有効な一貫作業システムを促進 ・これまで一貫作業システムを実施した箇所の現地調査や効率化に向けた指導を実施 ・一貫作業システムへの働きかけを行い、平成30年度は4事業者が実践 	<ul style="list-style-type: none"> ・高知県の地形条件などに応じた一貫作業システムの確立が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
10.9万m3(H26)	10.2万m3(H29)	15.1m3	15.3万m3	17万m3

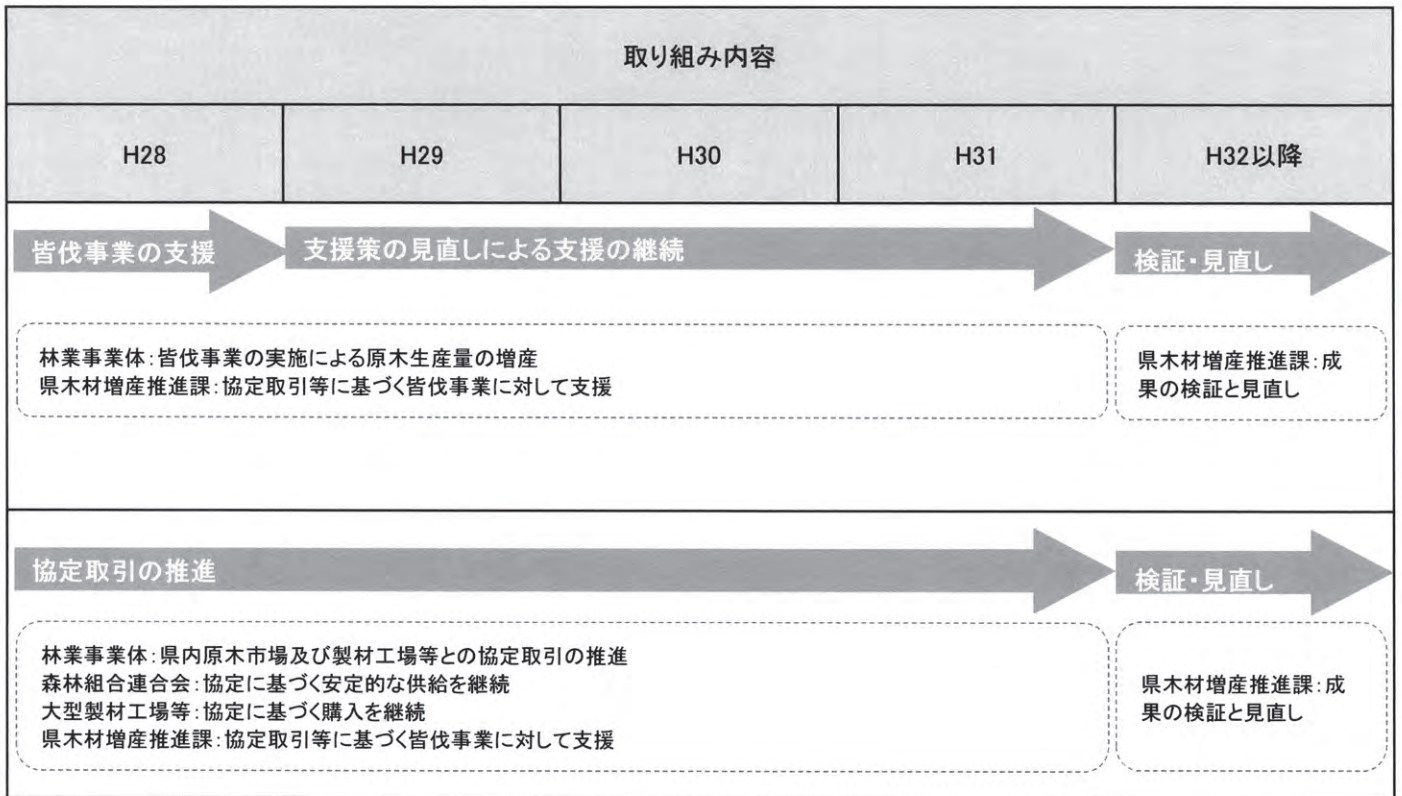
具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【林01】◆森の工場の拡大・推進(H31拡充)	○			○				
【林02】◆効率的な生産システムの導入を促進(H31拡充)	○			○				
【林03】◆皆伐の促進	○			○				
【林04】◆原木の安定供給システムの構築	○			○				
【林05】◆苗木の生産体制の強化	○			○				
【林06】◆再造林への支援と低コスト育林の推進(H31拡充)	○			○				
【林07】◆獣害対策への支援	○			○				
【林08】◆間伐の推進	○			○				
【林09】◆クレジット活用の促進	○	○		○				
(再掲)【林05】◆苗木の生産体制の強化	○			○				
(再掲)【林06】◆再造林への支援と低コスト育林の推進(H31拡充)	○			○				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林01】 ◆森の工場の拡大・推進(H31拡充)</p>	<p>林業事業体の事業地確保のための施業適地の選定や森林所有者との合意形成、効率的な生産システムを展開するための路網配置等の計画への指導を行うとともに、新規事業体(異業種からの新規参入を含む)の掘り起こしを行い、森の工場づくりの推進を図る また、林地集約化に必要となる森林情報を林業事業体に提供することにより、事業地の確保を促進する</p> <p>⇒別図<林01>参照(p.322)</p>	<p>森の工場の承認面積</p>	<p>63,335ha(H26) ↓ 71,256ha(H29) ↓ 81,600ha</p>
<p>【林02】 ◆効率的な生産システムの導入を促進(H31拡充)</p>	<p>今後増加することが見込まれる皆伐跡地の適切な更新を図るため、再造林等への県単独事業による支援を実施する また、森林所有者の費用負担を軽減するため、新たな知見などを踏まえた造林・保育の低コスト手法を検討・普及する</p> <p>⇒別図<林02>参照(p.323)</p>	<p>森の工場における搬出間伐の労働生産性</p>	<p>3.2m³/人日 (H24-26平均) ↓ 3.3m³/人日(H29) ↓ 3.6m³/人日</p>

戦略の柱	1 原木生産のさらなる拡大
取組方針	1 生産性の向上による原木の増産

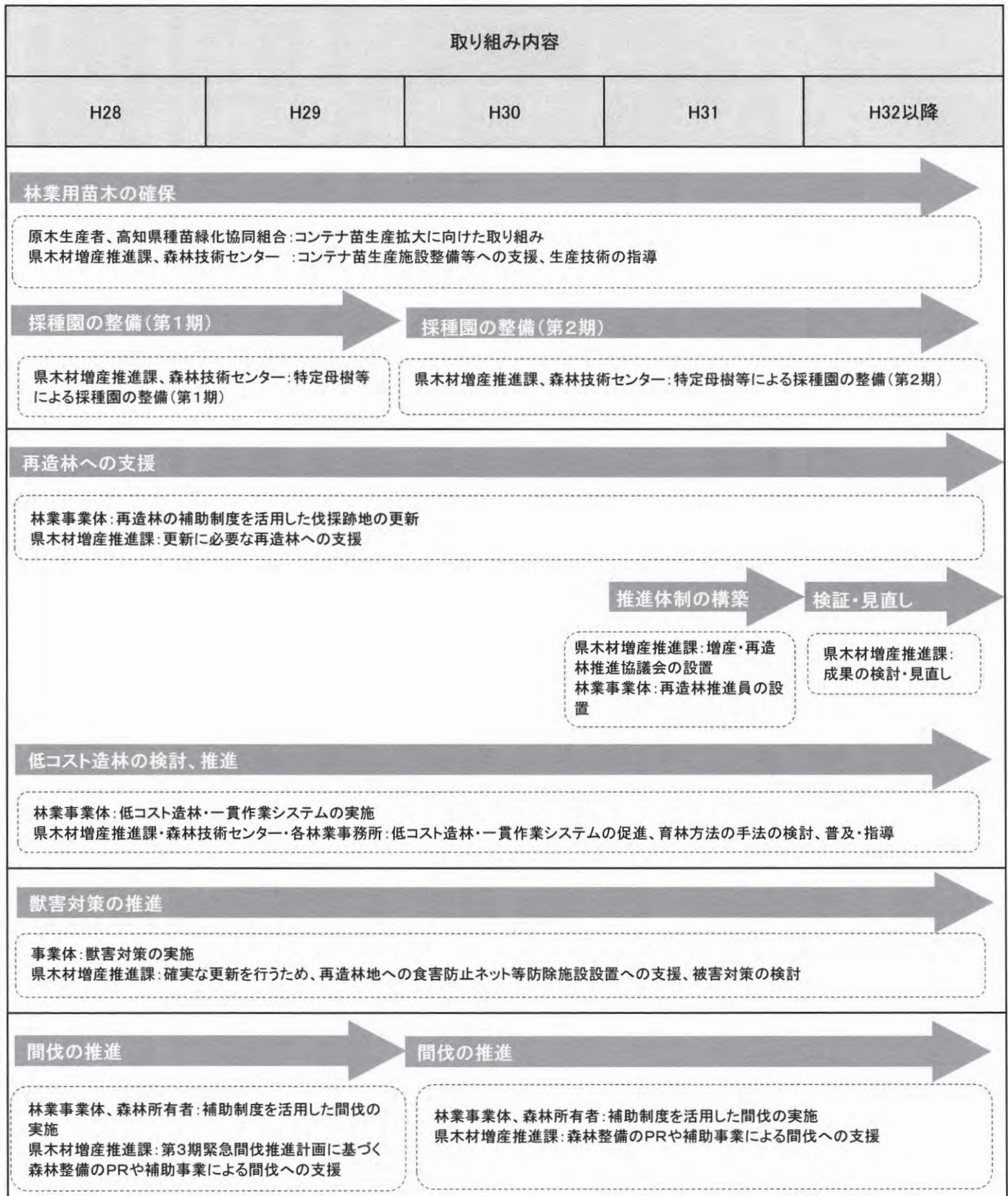


◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林03】 ◆皆伐の促進	県内の製材工場や木質バイオマス発電所に必要な原木を確保するため、県内の加工施設等と原木の安定供給協定を締結した林業事業者が実施する皆伐事業に対して支援する	皆伐事業による原木の生産量	28万m ³ (H26) ↓ 38.9万m ³ (H29) ↓ 35万m ³
【林04】 ◆原木の安定供給システムの構築	整備された大型製材工場や木質バイオマス発電所等に原木を安定的に供給するため、協定取引の推進を強化する	協定取引による原木生産量	20万m ³ (H26) ↓ 26.3万m ³ (H29) ↓ 24万m ³

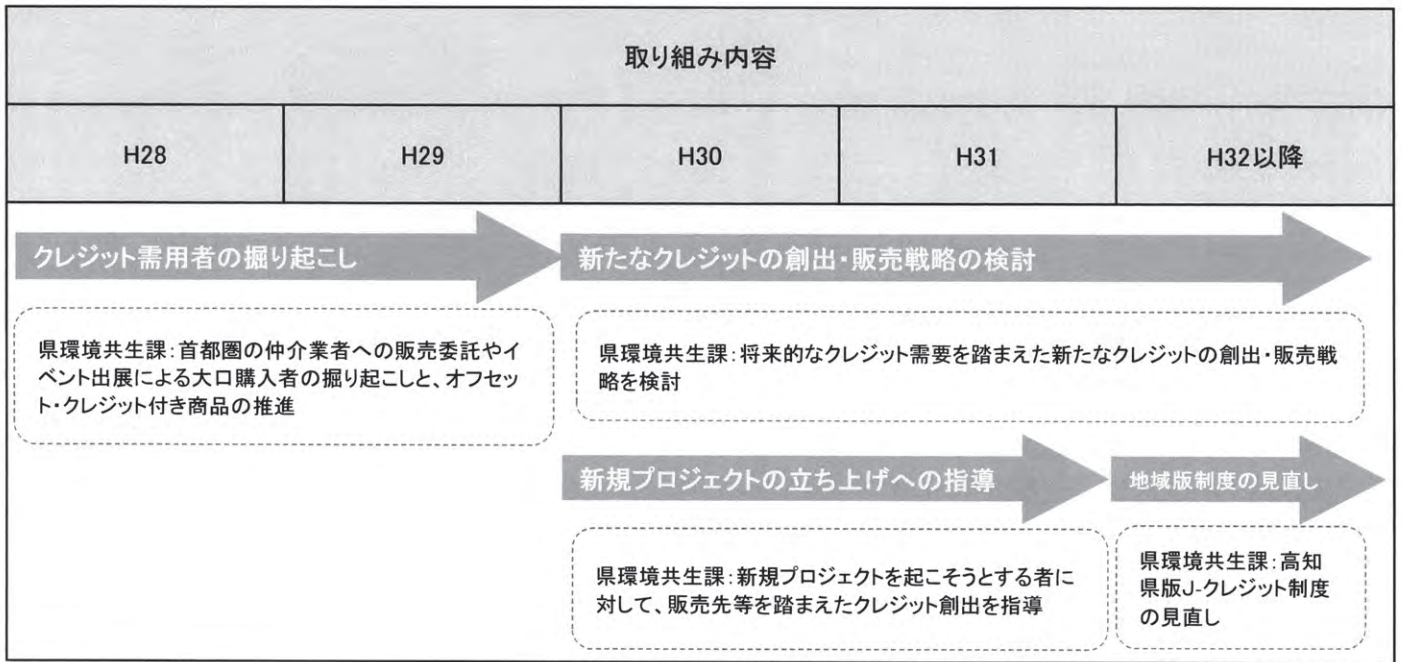


◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林05】 ◆苗木の生産体制の強化	コンテナ苗の生産体制を強化するため、補助事業によるコンテナ苗の生産施設の整備の支援や新規生産者等への生産技術を支援する また、苗木の生産に必要な種苗を確保するため、成長に優れた品種等による採種園を整備する	林業用苗木の生産量	76万本(H26) ↓ 94万本(H29) ↓ 95万本
【林06】 ◆再造林への支援と低コスト育林の推進(H31拡充)	今後増加することが見込まれる皆伐跡地の適切な更新を図るため、再造林等への県単独事業による支援を実施する また、森林所有者の費用負担を軽減するため、新たな知見などを踏まえた造林・保育の低コスト手法を検討・普及する ⇒別図<林03>参照(p.324)	再造林面積	220ha(H26) ↓ 218ha(H29) ↓ 400ha
【林07】 ◆獣害対策への支援	植林の食害防除のため、シカ被害防止施設への支援を実施するとともに、関係機関と連携した効果的な被害対策を検討する	シカ被害対策の実施面積	60ha(H26) ↓ 204ha(H29) ↓ 196ha
【林08】 ◆間伐の推進	間伐の必要性を周知するため、広報誌等を活用した森林整備のPRを実施する また、適正な森林管理を推進するため、補助事業による間伐への支援を実施する	間伐面積	5,259ha(H26) ↓ 3,297ha(H29) ↓ 8,000ha

戦略の柱	1 原木生産のさらなる拡大
取組方針	2 持続可能な森林づくり



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林09】 ◆クレジット活用の促進</p>	<p>森林の環境価値を活用し森林整備への資金循環を進めるため、新たなクレジット活用の方策を検討し、民間企業へのアプローチを推進する また、森林の環境価値を活用し林業振興に寄与するため、高知県版J-クレジット制度運営に取り組み、全国のクレジット流通動向を見つつ、新たなプロジェクトの発掘を目指す</p>	<p>①クレジット販売量 ②高知県版J-クレジット制度のプロジェクト登録件数</p>	<p>① 8,855t-CO2(H26) ↓ 9,882t-CO2(H29) ↓ 22,494t-CO2 ② 12件(H26) ↓ 12件(H30) ↓ 15件</p>



分野	林業分野
戦略の柱	2 加工体制の強化

戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者ニーズに対応した競争力の高い加工事業体を育成する ・CLTパネル工場をはじめとする林業・木材産業クラスターの形成を目指す
--------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○県産製材品の出荷量の増加	【製材品出荷量】

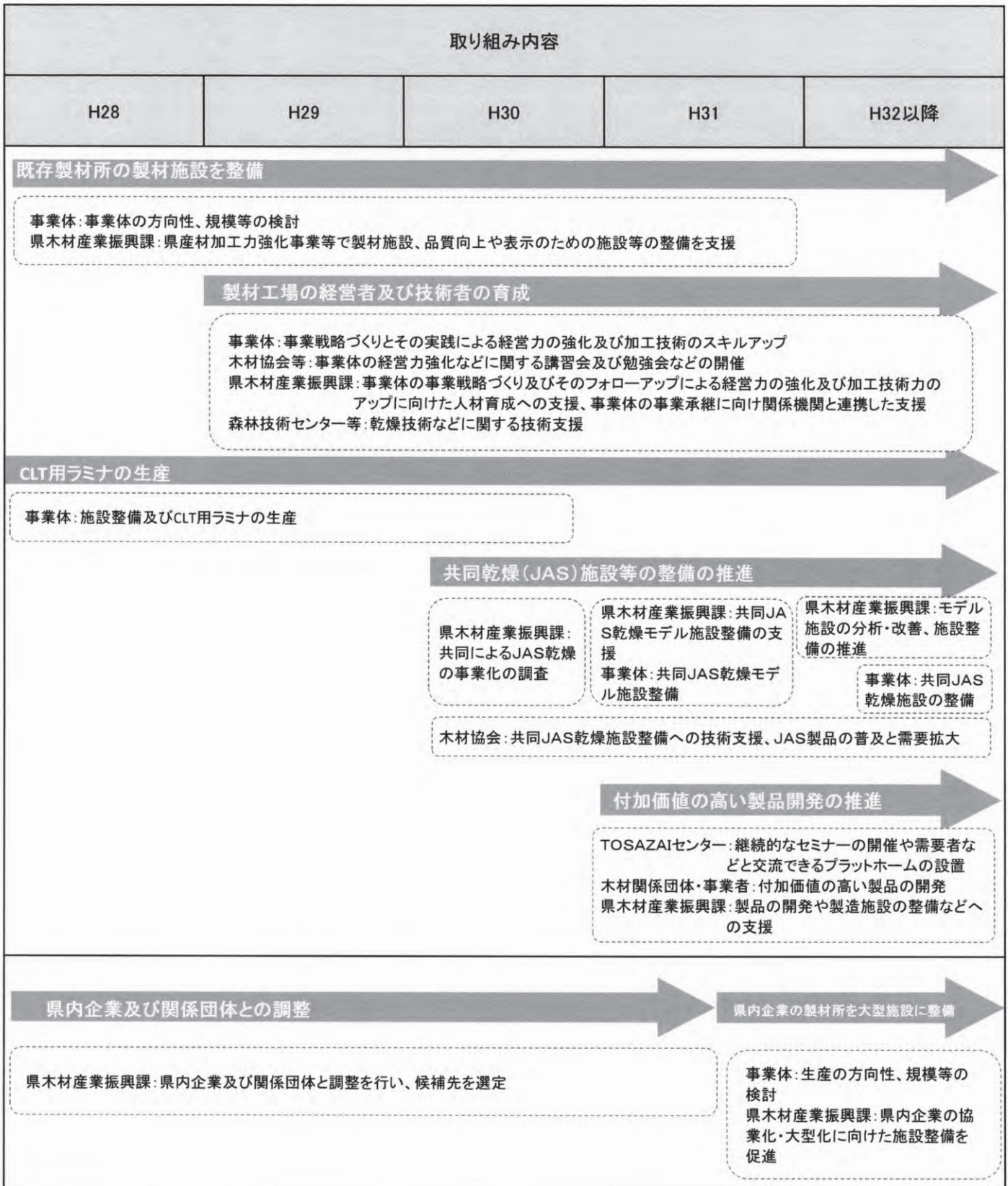
NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	製材工場の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・製材品出荷量を拡大させるために、県内の加工事業体の施設整備を支援してきた ・県外から企業誘致を行い、本県の木材産業を牽引する大型製材施設を整備した 	<ul style="list-style-type: none"> ・住宅着工戸数の減少などにより、販売が伸び悩んでいる ・競争力や付加価値の高い製品開発が必要 ・経営者の高齢化等により、事業承継が必要 ・従業員も高齢化しており、人材確保と加工力の強化のために人材育成が必要
2	高次加工施設の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・加工事業体によるCLT用ラミナ工場及び集成材工場の整備を行った 	<ul style="list-style-type: none"> ・製材品価格が低迷しており、木材の高付加価値化や需要拡大につながる高次加工施設の整備が必要
3	林業・木材産業クラスターの形成	<ul style="list-style-type: none"> ・大型製材工場や木質バイオマス発電所、ラミナ工場等の施設整備が進み、A材からD材までを余すことなく使う体制が大きく前進した 	<ul style="list-style-type: none"> ・さらなる所得の向上と雇用の増加を図るため、付加価値の高い製品を製造する高次加工施設の整備を進めるなど、加工施設を核とした林業・木材産業クラスターの形成が必要
4	付加価値の高い製品づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・人工乾燥材生産を拡大させるため乾燥機導入を支援してきた ・JAS製品の普及を図るためJAS製品格付出荷への支援をした(H21～H28) ・非住宅向けの構造資材(4製品)の開発、木製品(3製品)の開発・改良、新たな内装材等の開発(1製品) 	<ul style="list-style-type: none"> ・人工乾燥材及びJAS製品の生産拡大が進んでいないため、人工乾燥(JAS)材生産に必要な施設整備及びJAS製品の需要拡大が必要 ・木材需要を牽引してきた住宅着工戸数は今後減少する見込みであり、非住宅分野における木材利用の促進が必要 ・非住宅建築物への木材の活用を進めるため、JAS製品やA材を活用した付加価値の高い製品開発、さらに販路拡大が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
23.3万m3(H26)	23.9万m3(H29)	27.4万m3	28.4万m3	28.4万m3

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【林10】◆製材事業者の加工力強化(H31拡充)	○			○				○
【林11】◆県内企業による協業化・大型化の検討(H31拡充)	○							
【林12】◆CLTパネル工場の整備	○							
【林13】◆加工施設を中心としたクラスター形成の促進	○			○		○		
(再掲)【林10】◆製材事業者の加工力強化(H31拡充)	○			○				○

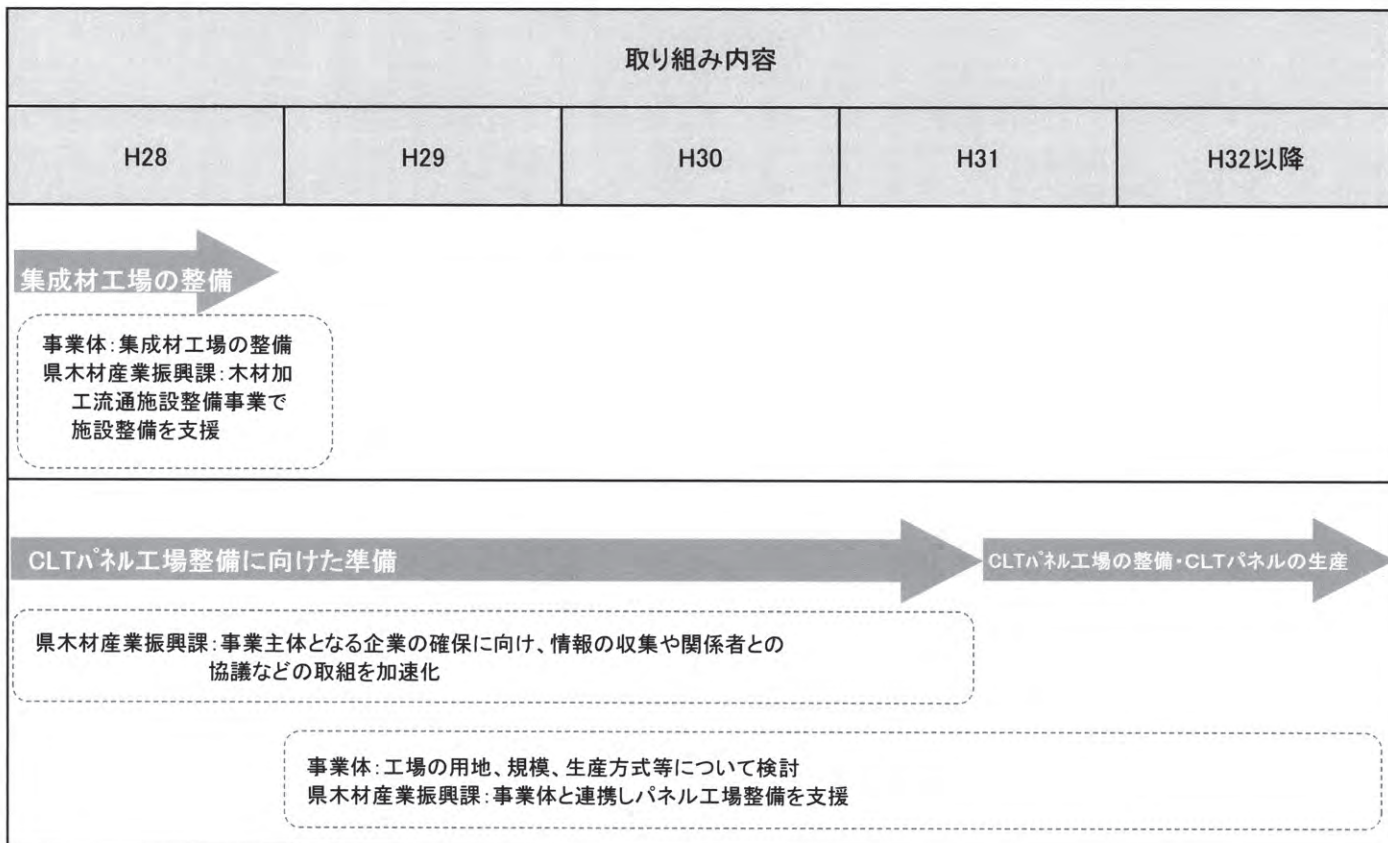
◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林10】 ◆製材事業体の加工力強化(H31拡充)</p>	<p>県内製材事業体の経営力を強化するため、事業戦略の策定とその実践に対する支援を行うとともに、製材事業体の事業戦略に基づく経営力の向上に必要な技術者の育成や製材関連施設の導入等に対して支援を行う。</p> <p>また、CLTパネル工場の整備に伴い、既存製材工場の施設整備を支援し、CLT用ラミナの供給体制を構築する</p> <p>製材品の需要拡大を図るため、木材関係団体や事業者と連携し、JAS乾燥材や内装材など付加価値の高い製品の開発を強力に推進する</p> <p>⇒別図<林04>参照(p.325) ⇒別図<林05>参照(p.326)</p>	<p>国産材の製材品出荷量</p>	<p>12.9万m³(H26) ↓ 15.1万m³(H29) ↓ 17.0万m³</p>
<p>【林11】 ◆県内企業による協業化・大型化の検討(H31拡充)</p>	<p>県内製材事業体の強化及び製材コストの削減を図るために、県内企業の協業化や大型化に向けた施設整備を支援することにより、品質の確かな競争力のある木材製品の生産・出荷を目指す</p>	<p>原木消費量3万m³の製材工場数</p>	<p>2社(H26) ↓ 2社(H29) ↓ 3社</p>

戦略の柱	2 加工体制の強化
取組方針	1 製材工場の強化



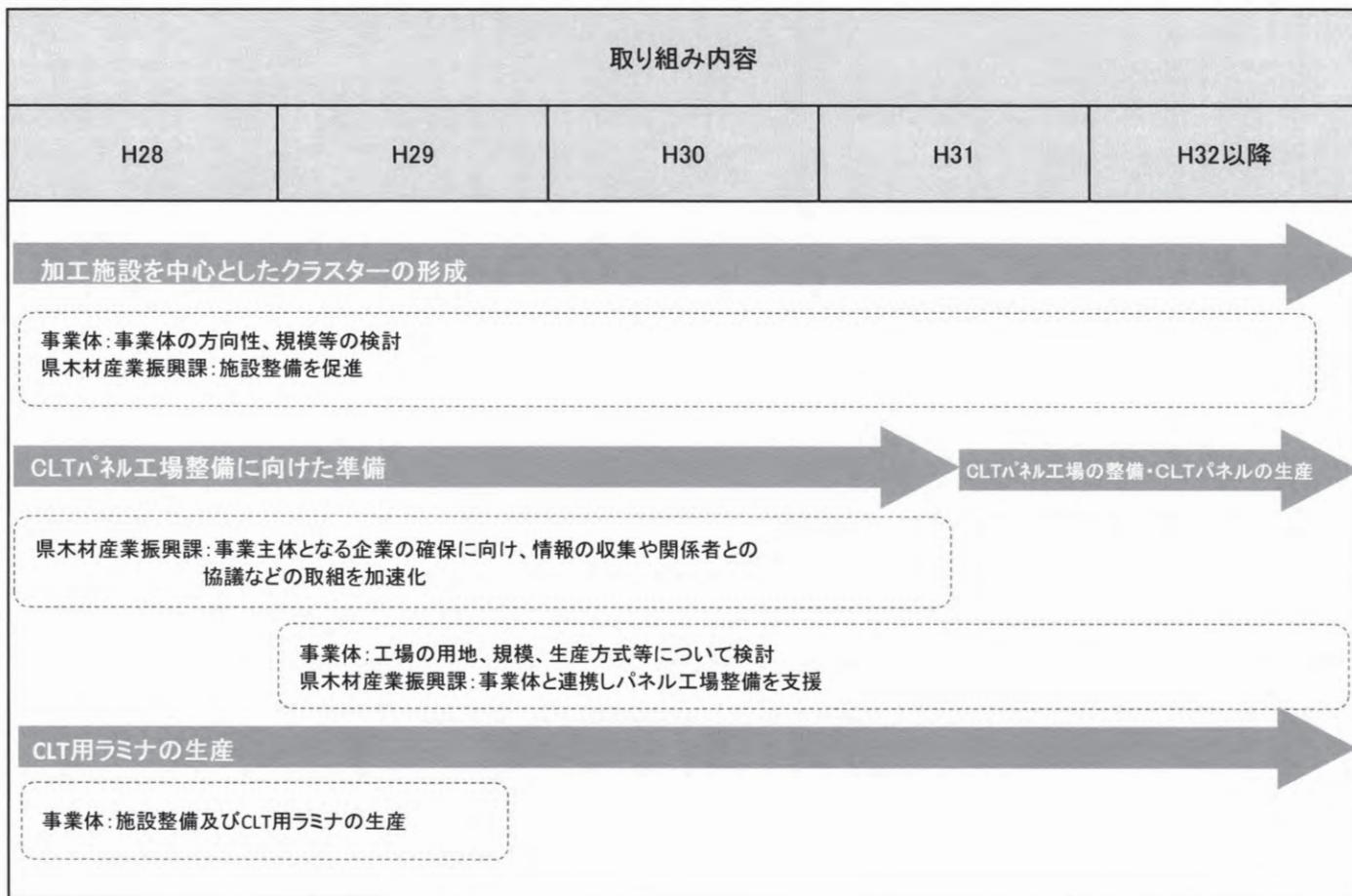
◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林】 ◆集成材工場の整備	木材の高付加価値や需要拡大のため、県内企業が行う木材加工高次施設の整備に対して支援を行い、本県の木材加工力を強化する	構造用集成材工場の工場数	- (H26) ↓ 1施設(H28) ↓ 1施設 28年度に終了
【林12】 ◆CLTパネル工場の整備	本県の成熟した森林資源を活用するため、本県の木材加工施設の核となるCLTパネル工場の整備を行う	CLTパネル工場の工場数	- (H26) ↓ - (H29) ↓ 1施設

戦略の柱	2 加工体制の強化
取組方針	2 高次加工施設の整備



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林13】 ◆加工施設を中心としたクラスター形成の促進</p>	<p>雇用の拡大及び経済波及効果を高めるため、CLTパネル工場を核とした林業・木材産業クラスターを構築し、川上から販売まで一体となった取組を推進する</p>	<p>新規雇用者数 (製材所・累計)</p>	<p>—(H26) ↓ 11人(H30) ↓ 20人</p>

戦略の柱	2 加工体制の強化
取組方針	3 林業・木材産業クラスターの形成



分野	林業分野
戦略の柱	3 流通・販売体制の確立

戦略の方向性	・大消費地や海外をターゲットとした、組織的・継続的な外商活動を展開する
--------	-------------------------------------

戦略目標	目標	
	○県産製材品の県外出荷量の増加	【県産製材品の県外出荷量（一般製材品）】 【県産製材品の県外出荷量（高次加工品）】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	流通の統合・効率化	<ul style="list-style-type: none"> ・県外企業と協定を締結して流通拠点を設置（H29年末：24箇所）し、消費地における保管・配送工程等の改善と土佐材の展示によるPRを行った ・また、製材品の県外販売窓口一元化に向けて、協同組合高知木材センターに外商担当職員を配置するとともに、大型トレーラ等を使用し、製材品を積み合わせて定期的に関東、東海、近畿地方に出荷する取り組みにより、消費地までの輸送コストの低減を図った ・土佐材販売力抜本強化プロジェクトチームを設置し、事業者の共同による大規模取引や低コスト輸送体制の構築に取り組んだ 	<ul style="list-style-type: none"> ・県外流通拠点の増加、トレーラを使用した定期・低コスト輸送の増便により、土佐材の利便性とコスト競争力を高め、更なる取引の拡大を図ることが必要
2	プッシュ型提案等による外商体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・一般社団法人高知県木材協会に関東地方の営業職員を配置するなど、外商活動の体制強化を行った ・平成30年4月に高知県木材協会の中にTOSAZAIセンターを設置し、木材需要の拡大に向けてさらに外商体制を強化 ・また、技術面等から外商活動を支えるために、平成30年12月に全国レベルの木造建築の専門家集団であるチーム・ティンバライズと連携協定を締結 	<ul style="list-style-type: none"> ・取引の規模や形態（ロット、邸別など）、取引先（中間流通業、最終消費者など）に応じて、県内製品市場や製材事業者を適切にマッチングし、販売に繋げる体制を強化することが必要 ・施主となる企業に対して、木材を活用する意義や木材の特徴など、国産材の活用に向けた理解の醸成が必要 ・施主に対して、非住宅建築物の木造化・木質化に関する情報が少なく、木造化・木質化を検討する際の相談先が必要 ・川上、川中が一体となって、製材品の需要情報を共有し、原木から製材品の供給まで協力できる関係の構築が必要
3	販売先の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・土佐材流通促進協議会（H29年12月末：43社）が、県外消費地において商談会を開催するとともに、県外工務店や設計士等を県内産地に招待して商談会を開催し、土佐材販売のパートナー企業の登録に繋げた ・また、パートナー企業と連携して土佐材のPRを行い、県外で土佐材を使用した建築を推進した ・海外での販売拡大を図るため、木材輸出に関するセミナーの開催、韓国や台湾での展示会出展、台湾へのCLTの試験的な輸出のほか、土佐材流通促進協議会及びその構成員が行った輸出に向けた営業・商談等を支援した 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費地や県内産地での商談会等で面談した事業者に対して、継続的にアフターフォローを行い、取引に繋げることが必要 ・木材輸出に関する知識や事例の普及により県内事業者の意欲を高めるとともに、土佐材に対する海外事業者のニーズを適切に把握し、マッチングして取引に繋げる体制づくりが必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
16.1万m3(H26)	15.1万m3(H28)	20.1万m3	19.7万m3	15.8万m3
0.0万m3(H26)	0.0万m3(H28)	0.1万m3	1.5万m3	5.4万m3

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【林14】◆県外流通拠点を活用した取引の拡大		○						
【林15】◆トレーラ等による低コスト・定期輸送の増加		○						
【林16】◆外商活動体制の抜本強化(H31拡充)		○						
【林17】◆県外での土佐材を使用した建築の促進		○						
【林18】◆海外への販売促進		○						

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林14】 ◆県外流通拠点を活用した取引の拡大</p>	<p>県外消費地における輸送の効率化を図るとともに、土佐材の知名度を向上させて販売拡大につなげるため、木材市場やプレカット工場等に設置した土佐材の流通拠点を活用して実施する住宅の建築工程に応じた配送や土佐材展示会の開催等を支援する</p>	<p>県外流通拠点における県産製材品の取扱量</p>	<p>4.4万m³(H26) ↓ 5.9千m³(H29) ↓ 5.7千m³</p>
<p>【林15】 ◆トレーラ等による低コスト・定期輸送の増加</p>	<p>土佐材を県外消費地に低コストで安定的に供給できる体制を構築するため、トレーラ等を利用して実施する積み合わせによる定期輸送を支援する</p>	<p>トレーラ等による県産製材品の定期輸送量</p>	<p>—(H26) ↓ 3.9千m³(H30) ↓ 3.2千m³</p>

戦略の柱	3 流通・販売体制の確立
取組方針	1 流通の統合・効率化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降
-----	-----	-----	-----	-------

拠点を活用した流通の効率化と販売拡大

土佐材流通促進協議会又は事業体：企業と協定を結び県外流通拠点を設置、拠点を利用して定期便等によるロット輸送や建築工程に応じた邸別配送などの取扱量を拡大、拠点を活用して展示会を開催
 県木材産業振興課：拠点を活用した流通の効率化や土佐材のPR活動を補助事業等により支援

拠点活用の検証等 → **拠点を活用した販売拡大**

県外流通拠点企業及び県木材産業振興課：拠点活用事業の検証、今後の効果的な拠点活用方法等の検討

土佐材流通促進協議会又は事業体：検討された内容で拠点利用
 県木材産業振興課：補助事業等による支援

定期輸送体制の検証・改善

土佐材販売力抜本強化プロジェクトチーム又は事業体、土佐材流通促進協議会：トレーラ等を使用した定期（共同）輸送・役物定期便体制の検証・改善
 県木材産業振興課：トレーラ等を使用した定期（共同）輸送・役物定期便の検証・改善を補助事業等により支援

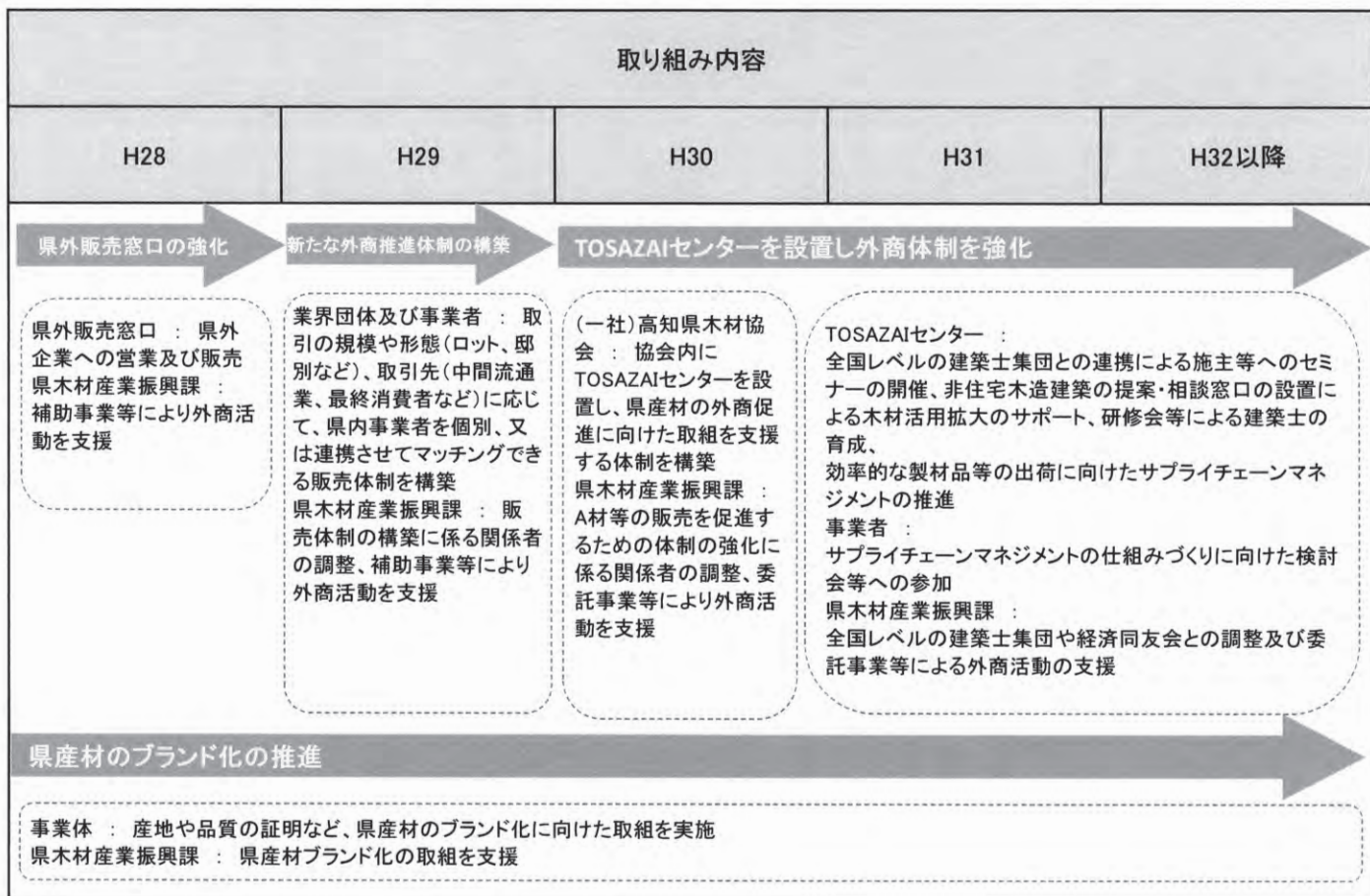
定期輸送の事業化検討 → **定期輸送の事業化**

土佐材販売力抜本強化プロジェクトチーム及び県木材産業振興課：定期輸送の事業化案の作成、関連事業体との調整

土佐材販売力抜本強化プロジェクトチーム又は事業体：定期輸送を事業化し、補助事業なしで運行

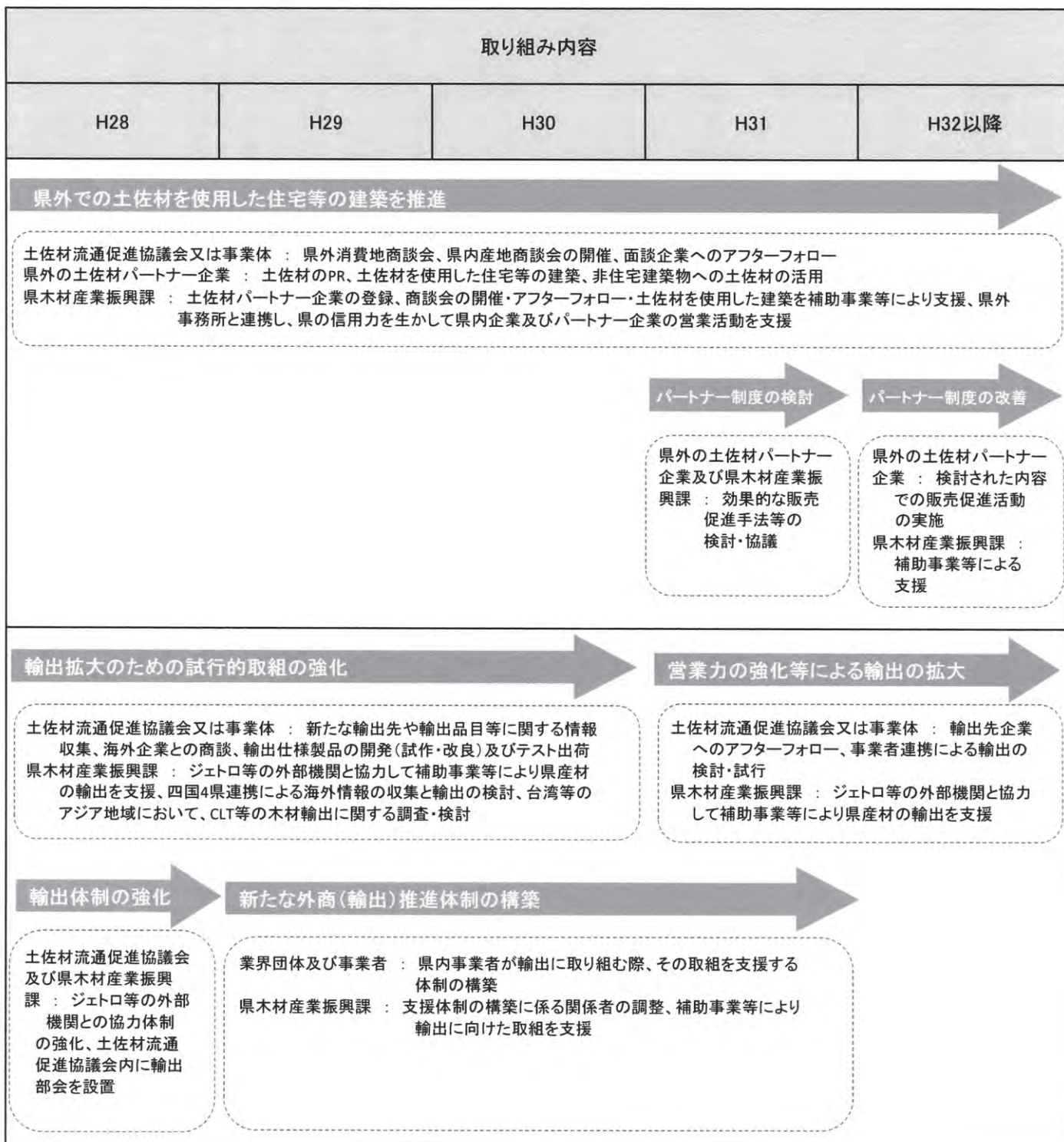
◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林16】 ◆外商活動体制の抜本強化(H31拡充)</p>	<p>県内の事業者の外商活動を強化し、土佐材の販売を拡大するため、県外販売窓口となる企業の営業体制強化を支援し、経営の自立を促進するとともに、取引の規模や形態、取引先に応じて、県内事業者を適切にマッチングできる事業者を育成する</p> <p>また、全国レベルの建築士集団と連携し、非住宅木造建築の推進に向けた、施主の理解醸成と建築士の育成に取り組む</p> <p>他県、他メーカーの製品からの優位性を確立するため、産地や品質等のブランド化を推進するための取組を支援する</p> <p>⇒別図<林06>参照(p.327)</p>	<p>県外販売窓口による 県産製材品の県外出荷量</p>	<p>20.1千m³(H26) ↓ 25.1千m³(H29) ↓ 22.2千m³</p>

戦略の柱	3 流通・販売体制の確立
取組方針	2 プッシュ型提案等による外商体制の強化



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林17】 ◆県外での土佐材を使用した建築の促進</p>	<p>県外消費地での土佐材を使用した建築を推進するため、県内事業者が連携して行う県外工務店や設計士等との商談会の開催、商談会等で面談した企業へのアフターフォローを支援する また、県外企業を土佐材販売のパートナーとして登録し、連携して土佐材のPR活動を行う</p>	<p>県外での土佐材を使用した住宅等の建築棟数</p>	<p>119棟(H26) ↓ 144棟(H30) ↓ 180棟</p>
<p>【林18】 ◆海外への販売促進</p>	<p>海外の有望な国において、土佐材の販売を拡大するため、木材輸出に関する情報を収集し、県内事業者に提供するとともに、その営業活動等を支援する</p>	<p>県産材製品の輸出量</p>	<p>1.9千m³(H26) ↓ 2.1千m³(H29) ↓ 3.0千m³</p>

戦略の柱	3 流通・販売体制の確立
取組方針	3 販売先の拡大



分野	林業分野
戦略の柱	4 木材需要の拡大

戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・低層非住宅の木造化等により飛躍的な需要拡大を図る ・木質バイオマスの利用拡大を促進する
--------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○木質バイオマス利用量の増加	【木質バイオマス利用量】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	住宅・低層非住宅建築物における木材利用の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・公共施設等については、県産材利用推進方針及び行動計画を作成し、県庁全体で共有することで施設の木造・木質化の取り組みが浸透 ・全市町村で地域材の率先利用の方針を策定 ・低層非住宅の木造化は新たな取り組みであり、県内の建築士等から木造建築に関する意識調査を実施 ・木造住宅については、県産材の利用量に応じた支援やPR活動に取り組み、戸建住宅の木造率は平成24年から全国平均を上回っている 	<ul style="list-style-type: none"> ・低層非住宅の木造化は進んでおらず、木造率は低い状況 ・住宅の木造化の取り組みは浸透してきているものの、木材需要の拡大に向けてはさらなる推進が必要 ・これまで、中・大規模の非住宅木造建築の事例が少なく、設計に対応できる建築士が不足しているため、非住宅木造建築物の設計・提案ができる建築士の育成が必要
2	CLT等の普及促進	<ul style="list-style-type: none"> ・平成25年度にCLT建築推進協議会を設立し、フォーラムや研修会を開催するなどCLTの普及を推進 ・平成30年度末には累計17施設のCLT建築物が完成 ・平成27年8月には、全国14自治体の首長で構成する「CLTで地方創生を実現する首長連合」を設立し、全国規模でのCLTの普及拡大を展開(現在構成員111首長に拡大) 	<ul style="list-style-type: none"> ・CLTの認知度は広がってきているものの、様々な施設での活用までには至っていない ・CLTのメリットや木を使う意義など、施主への理解醸成がさらに必要 ・蓄積された技術やノウハウを建築士などに普及していくことが必要
3	木質バイオマスの利用拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・高知県木質バイオマスエネルギー利用促進協議会を中心に、関係者による意見交換や情報の共有を実施 ・日本木質バイオマス協会や日本木質ペレット協会と連携し、最新技術の情報収集や県内事業者の取り組みへのアドバイスなどを実施 ・施設園芸を中心に、木質バイオマスボイラー導入を支援 ・平成30年度末の木質バイオマスボイラー導入台数279台 ・平成27年から木質バイオマス発電施設が2箇所稼働 ・低質材の需要が大幅に拡大 ・燃烧灰の自ら利用の考え方を整理 	<ul style="list-style-type: none"> ・木質バイオマスボイラーの導入は進んできたが、施設園芸での利用が多く、他業種への浸透は深まっていない ・木質バイオマス燃料の安定供給が必要
4	A材の需要拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・非住宅木造建築の設計に対して支援(平成30年度5施設) ・県内で開発された構造用新製品の普及促進を図るため、モデル建築物の整備を支援(平成29年度1施設、平成30年度2施設) ・非住宅向けの構造資材(4製品)の開発、木製品(3製品)の開発・改良、新たな内装材等の開発(1製品) 	<ul style="list-style-type: none"> ・木材需要を牽引してきた住宅着工戸数は今後減少する見込みであり、非住宅分野における木材利用の促進が必要 ・非住宅建築物への木材の活用を進めるため、JAS製品やA材を活用した付加価値の高い製品開発、さらに販路拡大が必要
5	建築士の育成	<ul style="list-style-type: none"> ・林業大学の専攻課程(木造設計コース)や短期課程(木造建築コース)において、木造建築を担う建築士を育成 	<ul style="list-style-type: none"> ・これまで、中・大規模の非住宅木造建築の事例が少なく、設計に対応できる建築士が不足しているため、非住宅木造建築物の設計・提案ができる建築士の育成が必要
6	経済同友会など各種団体との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・経済同友会と県との共同プロジェクトは、平成30年10月に東京でシンポジウムを開催し、木造の中高層ビルを広める取り組みなどを発表 ・建築技術支援協会(東京)とタイアップし、企業などを対象にした、CLTの特性や木の魅力などを理解してもらう講座を開催 ・平成30年12月に全国レベルの木造建築の専門家集団であるチーム・ティンパライズと県産木材の需要拡大に向けた連携協定を締結 	<ul style="list-style-type: none"> ・施主となる企業に対して、木材を活用する意義や木材の特徴など、国産材の活用に向けた理解の醸成が必要 ・非住宅木造建築物の設計に携わる建築士が全国的に不足しており、全国の建築関連団体などと連携して、全国各地においてスキルアップに向けた講習会などの開催が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
35.6万トン(H26)	41.2万トン(H29)	57.3万トン	58.0万トン	60.6万トン

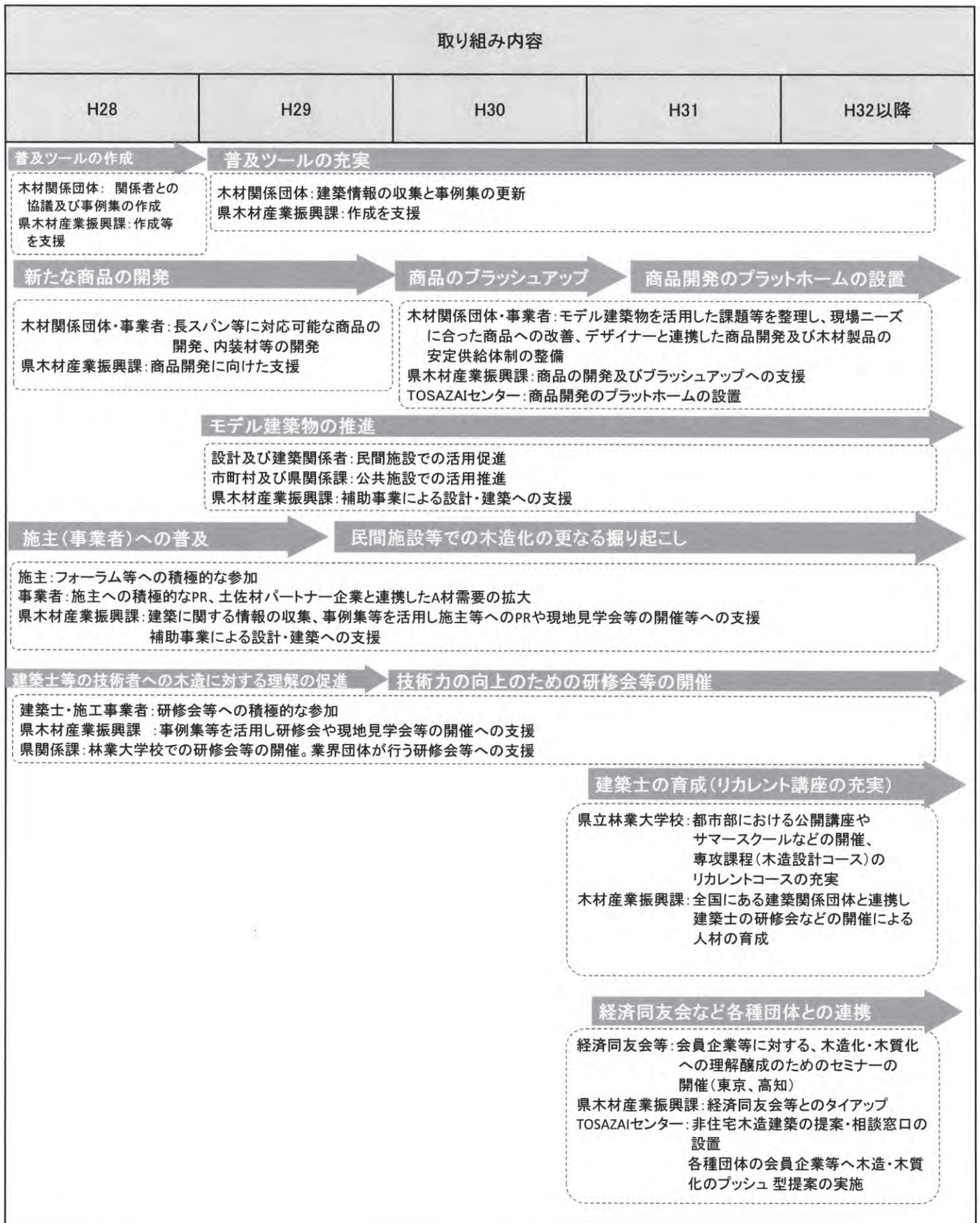
具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【林19】◆公共事業や公共施設での県産材の率先利用と木製品の需要拡大	○							
【林20】◆低層非住宅建築物の木造化の促進(H31拡充)	○							
【林21】◆県産材を活用した木造住宅建築の促進	○							
【林22】◆CLT建築物の需要拡大	○							
【林23】◆木質ペレット等の安定供給の促進	○							
【林24】◆幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大	○							
【林25】◆木質バイオマス発電の促進	○							
【林26】◆燃焼灰の有効利用	○							
(再掲)【林10】◆製材事業者の加工力強化(H31拡充)	○			○				○
(再掲)【林20】◆低層非住宅建築物の木造化の促進(H31拡充)	○							
(再掲)【林16】◆外商活動体制の抜本強化(H31拡充)		○						
(再掲)【林20】◆低層非住宅建築物の木造化の促進(H31拡充)	○							
(再掲)【林16】◆外商活動体制の抜本強化(H31拡充)		○						
(再掲)【林20】◆低層非住宅建築物の木造化の促進(H31拡充)	○							

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林19】</p> <p>◆公共事業や公共施設での県産材の率先利用と木製品の需要拡大</p>	<p>建築物の木造化を推進するために、公的機関における県産材の率先利用を促進する</p>	<p>県有施設の木造化率</p>	<p>75%(H26)</p> <p>↓</p> <p>100%(H29)</p> <p>↓</p> <p>100%</p>

戦略の柱	4 木材需要の拡大
取組方針	1 住宅・低層非住宅建築物における木材利用の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>県及び市町村による木造・木質化及び公共工事での木材利用の促進 → 県産材利用方針の → 新たな利用方針に基づく木材利用の促進</p>				
<p>木材関係団体・事業者：木材製品の供給体制の整備 市町村：各市町村の木材利用推進方針に基づき、施設の木造・木質化を推進 県関係課：「高知県県産木材の供給及び利用の促進に関する条例」及び「高知県産材利用推進方針」に基づき、公共施設等の木造・木質化と、公共工事への積極的な木材利用の推進 県木材産業振興課：木材利用に関する情報提供と条例及び県方針の取組の推進及び進捗管理、市町村への情報の提供と取組を要請 TOSAZAIセンター：市町村に対し公共施設の木造化・木質化についてのプッシュ型提案を実施</p>				
<p>木製品の需要促進 → 県産材利用方針の見直し → 新たな利用方針に基づく木製品の需要促進</p>				
<p>県民及び事業者：県産木製品の積極的な活用 木材関係団体・事業者：木製品の供給体制の整備 市町村：各市町村の木材利用推進方針に基づき、県産木製品の積極的な活用 県関係課：「高知県県産木材の供給及び利用の促進に関する条例」及び「高知県産材利用推進方針」に基づき、県産木製品の積極的な活用 県木材産業振興課：木製品に関する情報の提供と事業者や市町村の取組を支援</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林20】 ◆低層非住宅建築物の木造化の促進(H31拡充)</p>	<p>民間施設の木造化を図るため、施主に対し木造施設への理解を深める取組の推進と、木造施設を提案できる建築士を育成する また、施設内の空間を確保するために、長スパン等に対応可能な商品を開発する</p> <p>⇒別図<林07>参照(p.328)</p>	<p>低層非住宅の木造化率</p>	<p>26%(H26) ↓ 32%(H29) ↓ 34%</p>

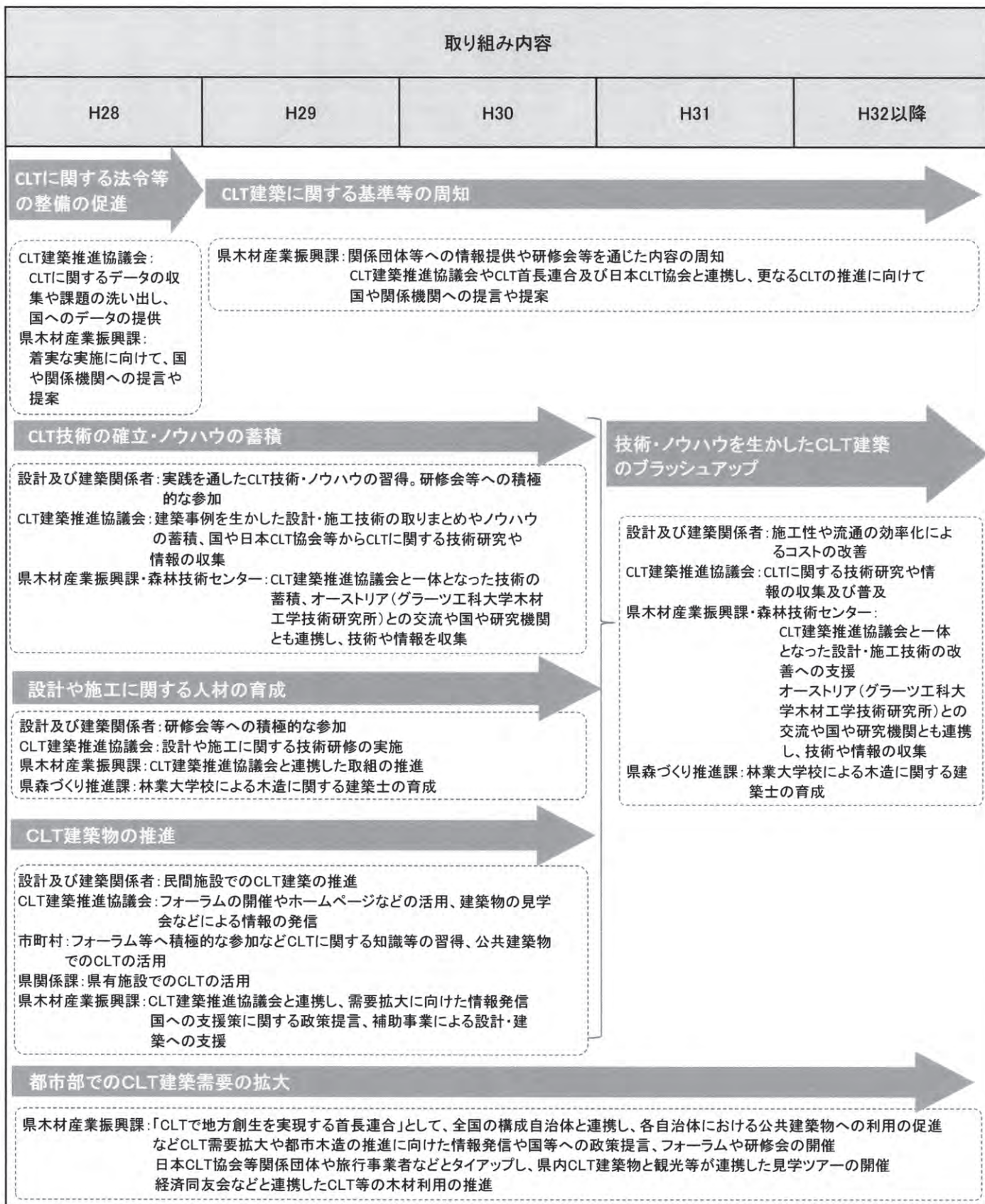


◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林21】 ◆県産材を活用した木造住宅建築の促進</p>	<p>個人の住宅における木材利用を促進するために、県産材を活用した木造住宅への支援と取組のPR 施主に対し積極的に情報発信することで、県産材利用の促進を図る</p>	<p>戸建て住宅の木造率</p>	<p>90.4%(H26) ↓ 92.7%(H30) ↓ 現状値以上 (全国平均以上)</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>県産木造住宅の建築促進</p> <p>建築関係団体：県と連携して事業の講習会の開催や機関誌等を活用しPR 県木材産業振興課：県産木造住宅への支援制度により木材需要の拡大を促進 県関係課：Co2固定量の認証による木造住宅の建築促進 県木材産業振興課・住宅課：県産材による居住性能の高い住宅技術開発及び供給体制の整備</p> <p style="text-align: right;">県産木造住宅支援事業の見直しと建築促進</p> <p style="text-align: right;">県木材産業振興課：県産木造住宅への支援制度によるJAS製材品の支援</p>				
<p>林業・木材産業・住宅関連産業界が連携したPR活用</p> <p>高知県木材普及推進協会：メディアの活用やイベントの開催などによる情報の発信 県木材産業振興課：木材普及推進協会と連携によるPR活動の実施</p>				
<p>木材普及推進の見直し</p> <p>高知県木材普及推進協会：推進体制等の検討 県木材産業振興課：木材普及推進協会と連携し取組を検討</p>		<p>木材に関する相談窓口の検討</p> <p>高知県木材普及推進協会：問い合わせ等に対応できるワンストップ体制の整備 県木材産業振興課：木材普及推進協会と連携し取組を推進</p>		

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林22】 ◆CLT建築物の需要拡大</p>	<p>低・中層建築物への木材利用を拡大していくために、CLTIに関する技術等の向上や人材の育成、情報の発信による需要の拡大を推進する</p>	<p>CLT建築物の整備数</p>	<p>1棟(H26) ↓ 17棟(H30) ↓ 24棟</p>

戦略の柱	4 木材需要の拡大
取組方針	2 CLT等の普及促進



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林23】</p> <p>◆木質ペレット等の安定供給の促進</p>	<p>木質バイオマスの利用者の安心を得るために、木質ペレット等燃料の供給に関する仕組みを構築する</p>	<p>木質ペレットの県内自給率</p>	<p>40% (H26)</p> <p>↓</p> <p>78% (H29)</p> <p>↓</p> <p>100%</p>
<p>【林24】</p> <p>◆幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大</p>	<p>低質材の熱利用の拡大を図り、重油等の化石燃料の削減を推進するため、木質バイオマスボイラーの取組を広くPRし、様々な業種での導入を促進する</p>	<p>木質バイオマスボイラー燃料利用量</p>	<p>2.1万トン (H26)</p> <p>↓</p> <p>2.7万トン (H30)</p> <p>↓</p> <p>2.5万トン</p>

戦略の柱	4 木材需要の拡大
取組方針	3 木質バイオマスの利用拡大

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>木質ペレットの県内自給率の向上 → 木質バイオマスボイラー導入の促進に合わせた供給体制の検討</p> <p>製造事業者:原料となる低質材の安定確保と製造コストのダウン及び品質の確保 流通・配送事業者:効率的な流通・配送の仕組みづくり 県木材産業振興課:関係事業者とビジョンを共有のうえ連携し、現場等の情報の把握及び取組を支援</p>				
<p>様々な分野での熱利用の状況を把握 → 木質バイオマスボイラーの取組みのPRによる幅広い分野での導入促進</p> <p>事業者:木質バイオマスボイラーの取組の趣旨を理解し積極的に導入 県木材産業振興課:熱利用の情報を収集し対応を検討 木質バイオマス推進の意義及び取組事例を広く情報発信するとともに、導入に対する支援</p>				
<p>環境貢献の仕組みづくり → 環境貢献を認証する制度の普及及び運用</p> <p>県木材産業振興課及び県関係課:CO2削減認証制度等の仕組みづくり</p> <p>事業者:制度を活用し、自らの取組をPR 県木材産業振興課及び関係各課:制度の普及と適正な運用</p>				
<p>木質バイオマスボイラーの改良・低コスト化</p> <p>県内機械メーカー:安価で信頼性の高い木質バイオマス利用機器の開発 県関係課:機器の開発等への支援</p>				
<p>地域熱供給モデル構築</p> <p>事業者:事業性評価及び地域熱供給の実施 県木材産業振興課:事業化に向けた支援</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林25】 ◆木質バイオマス発電の促進</p>	<p>森林資源(再生可能エネルギー)の有効活用による発電を推進するために、既存施設の安定稼働と、新たな小規模発電施設の整備を検討する</p>	<p>木質バイオマス発電施設の整備量</p>	<p>2施設(H26) ↓ 2施設(H30) ↓ 3施設</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>既存の木質バイオマス発電施設の安定稼働</p> <p>木質バイオマス発電事業者: 燃料となる低質材の安定確保 県関係課: 木質バイオマス発電事業者及び林業関係者双方の情報を把握し、低質材の確保に向けた取組を支援</p>				
<p>小型木質バイオマス発電に関する情報の収集及び勉強会の開催</p> <p>木質バイオマスエネルギー利用推進協議会: 市町村や事業者等関係者による小規模バイオマス発電に関する勉強会等を開催 県木材産業振興課・木材増産推進課: 小型木質バイオマス発電に関する情報の発信と関係者による勉強会等の取組を支援</p>				
<p>小型木質バイオマス発電施設の検討</p> <p>事業実施主体: 具体的な施設整備に向けた検討 市町村: 地域の関係者と事業化に向けた調整 県木材産業振興課・木材増産推進課: 関係者の取組を支援</p>				
<p>小型木質バイオマス発電施設の整備</p> <p>木質バイオマス発電事業者: 発電施設の整備とともに、燃料となる低質材安定確保に向けて、林業事業者等との連携を強化 県木材産業振興課・木材増産推進課: 小型木質バイオマス発電の整備や低質材の確保に向けた取組を支援</p>				
<p>木質バイオマス証明ガイドラインの適正な運用</p> <p>事業者: 木質バイオマス証明ガイドラインの内容を理解し適正に運用 市町村: 木質バイオマス代行証明の仕組みを導入し、自伐林家など小規模林業者の参入を促進 県木材産業振興課・木材増産推進課: 制度の普及に取り組むとともに、適正な運用に向けた制度の周知</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林26】 ◆燃焼灰の有効利用</p>	<p>純粋な木質バイオマス燃料の使用により発生した燃焼灰をさらに循環利用していくために、燃焼灰の有効利用に向けた取組を推進する</p>	<p>燃焼灰の利用が広がっている</p>	<p>自ら利用の普及(H26) ↓ 自ら利用の普及(H30) ↓ 自ら利用に加えて新たな利用が進んでいる</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
燃焼灰の自ら利用の普及		取り組みの検証と改善		
木質バイオマス利用者：自ら利用に向けた取組内容の整理と適正な運用 県関係課：現場の状況を把握するとともに、適正な運用に向けた指導の実施		木質バイオマス利用者：取組の整理と検証及び改善 県関係課：現場の状況を把握するとともに、利用者との協議により必要な改善を検討		
新たな用途開発				
木質バイオマス利用者：広く情報収集を行うとともに、研究機関等とも連携し用途開発を促進 県木材産業振興課・森林技術センター・環境研究センター：様々な角度からの情報収集や研究機関等との連携を図り、短期・長期両視点から用途開発の方向性を検討				

分野	林業分野
戦略の柱	5 担い手の育成・確保

戦略の方向性	・優れた人材を育成・確保する
--------	----------------

戦略目標	目標	
	○林業就業者数の増加	【林業就業者数】
	○新規雇用者数の増加	【新規雇用者数(川下・累計)】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	林業大学校の充実・強化	<ul style="list-style-type: none"> ・平成27年4月に県立林業学校を開校し、即戦力となる林業の担い手を育成する「基礎課程」と、既に林業活動を実践している方を対象にした「短期課程」を開講 短期課程: 延べ1,179名(H27)、延べ1,479名(H28)、延べ1,377名(H29)、延べ1,744名(H30) 基礎課程: 14名(H27)、19名(H28)、20名(H29)、22名(H30) ・平成30年度の本格開校に向けて、校舎等の施設整備や専攻課程のカリキュラムの策定などを進め、CLTを活用した校舎や全国初の架線シュミレーターを装備した大型実習棟が完成 ・平成30年4月に、専攻課程を新たに設置し、県立林業大学校として本格開校し、初代校長に世界的建築家の隈研吾氏が就任 専攻課程: 18名(H30) 隈校長による公開講座の開催 受講者400名(H30) ・平成30年10月本県で開催された第38回全国豊かな海づくり大会のご訪問先に選定され、両陛下が隈校長の御先導で木造設計コースの授業をご視察。本校の特色ある学校づくりを全国に情報発信。 	<ul style="list-style-type: none"> ・優秀な人材を確保するために、県内のみならず移住施策と連携しながら県外からのU・Iターン者への働きかけが必要 ・特にH30年に開講した専攻課程の研修生確保のため、教育内容の充実や就業先の開拓を強力に進め、基礎課程と同様の実績を作っていく必要がある。 ・林業学校で育成した人材の県内定着率を上げるため、労働力確保支援センターと連携して、森林組合や林業事業者とのマッチングを図るとともに、インターンシップを通じて確実な雇用につなげていく必要がある ・木造建築を担う人材を育成するため、木材需要の拡大に向けて非住宅木造建築物の設計スキルや木材の知識に精通した建築士を育成するリカレント教育等を強化する必要がある。 ・H31年度から始まる森林経営管理制度を円滑に運用するため、市町村職員を対象とした森林管理に必要な基礎知識を学べる研修を行う必要がある。 ・教育理念である林業を目指す若者達のプラットフォームを実現するために、全国に向けて情報発信力を一層高める必要がある。 ・開かれた林業大学校づくりに向け地域や関係機関との組織的、継続的な連携強化に努める必要がある。
2	きめ細かな担い手育成・確保の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・林業労働力確保支援センターに新規就業アドバイザーを配置し、雇用情報の収集・整理、高校訪問及び就業希望者への情報提供を実施した ・就業相談会や林業体験教室等の開催による就業希望者と林業事業者のマッチングを行い、県内事業者への就業に繋げるとともに、国の「緑の雇用」制度を活用したOJT研修や林業技術者養成養成研修により、技術力をアップさせ定着率の向上に努めた ・市町と連携したOJT研修で、土佐備長炭などの新規委業者の養成を行った 修了生数(H24年度～H27年度): 8名 (H28年度～H29年度): 10名 	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢化や他産業への流出により、一旦増加に転じた林業就業者は減少から横ばい状況となっており、労働力確保支援センターと連携し、就業希望者へのよりきめ細やかな対応(情報提供、就労相談・体験、雇用先の斡旋)が必要 ・原木増産を進めるうえで、新規就業者の確保は喫緊の課題となっており、県内のみならず移住促進の取り組みとの連携を強化し、県外から優秀な人材を呼び込む取組が必要 ・土佐備長炭などの特用林産物の振興のため、高齢化等に対応して引き続き新規就業者を確保する必要がある
3	事業者の経営基盤の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・森林組合経営改善事業により、森林組合の安定経営やこれを支える人材の育成に努めた。また、23森林組合が中期経営計画の策定を行った ・林業事業者の就労環境の改善を進めるために、「労働環境改善計画」認定事業者数を増やすとともに、認定事業者を対象に退職金共済の掛金への支援、林業就労環境改善事業等による雇用環境や労働安全衛生の向上に努めた 「労働環境改善計画」認定事業者数 H30.3月末現在: 83事業者 退職金共済の掛金への支援 H24: 388人、H25: 372人、H26: 355人、H27: 360人、H28: 369人、H29: 350人 	<ul style="list-style-type: none"> ・森林組合や林業事業者の経営基盤が脆弱であり、賃金や雇用条件などの就労環境が、他産業と比較して必ずしも良好とはいえず、さらなる改善が必要 ・原木増産の取り組みが進む中、森林組合については、意識改革の進んでいる組合と進まない組合の2極化が見られるため、経営基盤の脆弱な森林組合等への重点的な支援が急務となっている ・林業事業者についても、経営基盤は脆弱であり、高性能機械等の施設整備への支援や、雇用環境の改善や労働安全衛生の向上のための支援が引き続き必要 あわせて、労働改善の安定に取り組む認定事業者数を増やすなど、全体のレベルアップを図る必要がある ・離職者のうち60歳未満の割合は60%程度と高い傾向にあり、離職者を低減させるための取り組みが必要である。

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
1,602人(H26)	1,602人(H29)	1,747人	1,777人	1,870人
—	—	32人	58人	96人

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【林27】◆林業大学校における人材育成(H31拡充)			○				○	
【林28】◆県内事業者等への就業促進・定着率の向上			○				○	
【林29】◆開かれた大学校づくりの推進			○				○	
【林30】◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保			○				○	
【林31】◆移住施策との連携による担い手の確保			○				○	
【林32】◆特用林産業新規就業者の支援			○				○	
【林33】◆林業事業者のマネジメント能力向上	○		○	○			○	
【林34】◆林業事業者における労働環境の改善(H31拡充)	○		○				○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
4	小規模林業の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・NPO団体に助成し、OJT研修により副業型林家を養成した(H21年度～H26年度:受講者105名) ・H28年度から小規模林業総合支援事業をスタートさせ、事業地の確保や人材育成に取り組む市町村を支援(佐川町ほか5市町村) ・平成27年1月18日小規模林業推進協議会を設立し、政策パッケージで支援することで、担い手の裾野を広げる取り組みを行っている。(会員数:設立時 45名 ⇒ H30.3月末現在 468名) 	<ul style="list-style-type: none"> ・市町村との連携を強化して施業地の確保等に努めることで、中山間地域の定住促進を図る必要がある ・特に、担い手の裾野を広げていくためには、県内のみならず移住施策との連携により県外からU・Iターン者を呼び込んでいく努力が必要 ・小規模林業推進協議会の構成員は多様であり、個々のニーズにあった支援策が必要

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【林35】◆小規模林業の活動を支援			○				○	

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林27】 ◆林業大学校における人材育成 (H31拡充)</p>	<p>○関係機関と連携した入校生の確保 森林の有する多面的な機能の継続的 発揮や、木材利用の視点に立った効率 的な林業経営ができる高度で専門的な 職業能力を持つ人材を育成するため、 全国から多くの人材を集め、林業のエキ スパートから木造設計士まで幅広い人 材を育成する 特に今年からスタートした専攻課程の 入校生確保に向けて、昨年度の学校訪 問で得た学校担当者との人脈を活かし た早期の募集活動やフォレストスクー ル、移住相談会など労働力確保支援セ ンター等関係機関と連携した研修生確 保の取り組みを強化</p> <p>○木造建築を担う人材の育成 木材需要の拡大に向けて非住宅木造 建築物の設計スキルや木材の知識に精 通した建築士を育成するリカレント教育 等を強化</p> <p>⇒別図<林07>参照(p.328)</p> <p>○新たな森林管理システムを担う市町 村職員の育成 H31年度から導入される新たな森林経 営管理制度の円滑な運用のために、市 町村林業担当者等を対象とした人材育 成を強化する必要がある。 ○リカレント教育の充実・強化 森林・林業、木造建築に関する知識・ 技術のレベルアップを図り、社会に開か れた学校づくりを進めるために、社会人 の学び直しの場であるリカレントコースを 一層充実強化する必要がある。</p>	<p>林業学校研修修了者 数(年平均)</p>	<p>—(H26) ↓ 40人(H30) ↓ 27人</p>

戦略の柱	5 担い手の育成・確保
取組方針	1 林業大学校の充実・強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
高知県立林業学校の先行開校 県立林業学校：林業学校を創設、短期課程及び基礎課程を先行開講し即戦力となる人材を育成		高知県立林業大学校の本格開校 県立林業大学校：専攻課程を新設し、林業のエキスパートから木造設計士まで幅広い人材を育成		
本格開校に向けた校舎等の施設整備 県森づくり推進課、建築課：H30年4月の本格開校に向けた新校舎等の建築（CLT部材を利用した木造工法）				
移住促進と連携した研修生の確保 林業労働力確保支援センター：U・Iターン就業相談会・森林の仕事ガイダンスへの参加 県立林業大学校：U・Iターン就業相談会等への参加、オープンキャンパス開催による優秀な人材の確保、インターネットを通じた積極的な情報発信 県森づくり推進課：移住促進課、林業労働力確保支援センター、林業大学校と連携し優秀な人材を確保				
専攻課程の入校生確保 県立林業大学校専攻課程：大学・農業高等学校等での進路ガイダンスの実施、人脈を活かした高校、大学等への積極的な訪問活動、大学等へのフォレストスクールの紹介・参加要請 県森づくり推進課、労務センター：フォレストスクール等での学校紹介				
林業活動実践者の知識や技術のスキルアップ 県立林業大学校短期課程（定員：コースにより設定）：林業活動実践者の知識と技術のスキルアップ研修の実施 県森づくり推進課：ニーズに応じたカリキュラムの作成・講師の確保、講座内容のPR、受講者アンケート調査によるカリキュラムの見直し				
木造建築を担う人材の育成 県立林業大学校専攻課程：都市部における公開講座、サマースクールなどの開催、専攻課程木造設計コースのリカレントコースの充実				
新たな森林管理システムを担う市町村職員の育成 県立林業大学校短期課程：市町村職員等を対象とした人材育成研修の実施				
リカレント教育の充実・強化 県立林業大学校専攻課程：分野別7コースの講座を開講し、専攻課程のカリキュラムを年間10日程度開講することにより、専門的な知識を有する人材を育成				
実践的な技術・知識や技術のスキルアップ 県立林業大学校基礎課程（定員：20名）：林業活動に必要な基礎的な知識の修得、現場での実践研修の実施、インターンシップの実施（研修期間：1年間）、即戦力の人材を養成するカリキュラムの作成・講師の確保、緑の青年就業準備給付金（県費上乘せ）による研修受講への支援 森林組合・事業体：インターンシップの受け入れ				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林27】 ◆林業大学校における人材育成 (H31拡充)</p>	<p>○質の高い教育の提供 今年からスタートした専攻課程の教育内容の充実を図るとともに、より完成的な技術力が身につく、質の高い教育が提供できるよう、インターンシップの受け入れ企業等の開拓を進めていく。</p>		
<p>【林28】 ◆県内事業体等への就業促進・定着率の向上</p>	<p>林業大学校の研修生が、森林組合等の県内企業に就業できるよう雇用促進を働きかけるとともに、労働力確保支援センターと連携した林業事業体とのマッチングや、インターンシップを通じて確実な雇用につなげる また、林業大学校で養成した人材の県内定着率を上げるため、森林組合・事業体の取り組みに対し、雇用条件などの就労環境の改善や雇用拡大を図るよう指導を強化する 特に、新たに開講した専攻課程では、インターンシップ受け入れ企業や就業先の開拓を行い確実な就業につなげる。</p>	<p>林業学校研修生等の県内就職者数(年平均)</p>	<p>－(H26) ↓ 30人(H30) ↓ 21人</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>専攻課程のカリキュラムの策定</p> <p>県森づくり推進課、木材増産推進課、木材産業振興課、森林技術センター：H30年4月の本格開校に向け、専攻課程の講義内容、シラバス、講師等の検討</p>				
<p>高度で専門的な知識や技術を持ち中核を担う人材の育成</p> <p>県立林業大学校専攻課程(定員30名)：森林管理、林業技術、木造設計の3コースを新設、将来の林業を支える高度で専門的な人材を育成(研修期間：1年間)</p>				
<p>専攻課程の教育内容の充実強化</p> <p>県立林業大学校専攻課程(定員:30名)：特別教授による高度で専門的な授業の実施、CPD制度を活用した研修の充実強化、専門家等からのアドバイスを受けた既存カリキュラム、シラバス等の見直し・作成、研究機関等とのプロジェクト研修の開催、緑の青年就業準備給付金(県費上乘せ)による研修受講者への支援</p>				
<p>基礎課程研修修了生への就業支援</p> <p>林業労働力確保支援センター：就業者アドバイザーによる森林組合・事業体へのマッチング(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連携した就業相談会の開催、森林組合・事業体に雇用拡大を働きかけ</p>				
<p>専攻課程研修修了生への就業支援の強化</p> <p>林業労働力確保支援センター：就業者アドバイザーによる森林組合、事業体へのマッチング(就業相談会の実施) 県森づくり推進課・県立林業大学校：労働力確保支援センターと連携した就業相談会の開催、森林組合・事業体に雇用拡大を働きかけ 森林組合・事業体：インターンシップの受け入れ、雇用拡大の取組を強化</p>				
<p>建築分野等への就業促進の強化</p> <p>林業労働力確保支援センター、県立林業大学校：専攻課程のインターンシップ受け入れ企業や就業先の開拓を強化、建設分野等への就業促進[確実な就業につなげる取組みを強化] 設計事務所・工務店等：インターンシップの受け入れ、雇用拡大の取組を強化</p>				
<p>就業条件等の把握</p> <p>林業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、雇用条件の把握等 県森づくり推進課：労働力確保支援センターと連携した雇用情報の収集、認定事業体の雇用改善計画の実行管理を指導強化 森林組合・事業体：雇用改善計画の実行による就労環境の改善</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林29】 ◆開かれた大学校づくりの推進</p>	<p>地域や関係機関との組織的、継続的な連携強化に向け、経済同友会、地元大学校等との連携を進めるとともに、外部委員による運営委員会の設置や地元行事への積極的な参加など開かれた大学校づくりの取り組みを強化する。</p>	<p>短期課程(リカレントコース等)の受講者数(延べ人数)</p>	<p>-(H26) ↓ 1,744人(H30) ↓ 1,670人</p>


取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
		全国に向けた情報発信力の充実強化		
		県立林業大学校：HPやFacebook等の広報活動の充実、マスコミへのPR(新聞、TV、ラジオ)、地方紙・業界紙への積極的な情報提供、エブリディ・オープンキャンパスの開催		
		運営委員会の設置及び運営		
		県立林業大学校：林業、木材産業及び木造建築の各分野の第一人者で構成する運営委員会の設置、全国に開かれた大学校づくりに向けた運営		
		地域懇談会の設置及び運営		
		県立林業大学校：地域における林業、木材産業、建築などの業界並びに教育関係者など幅広い職種の代表者による地域懇談会の設置、地域との連携協働による開かれた特色ある学校づくりの推進		
		経済同友会・地元大学等の連携強化		
		県立林業大学校：経済同友会、地元大学等との連携による共通講座等の検討・実施 経済同友会：民間企業の人材による出張授業、公開講座の開催等 研究機関・地元大学等：共通講座の検討、次年度のカリキュラムへの講座の組み込み		

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林30】 ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保</p>	<p>林業労働力を確保するため、林業労働力確保支援センターに新規就業者職業紹介アドバイザーを配置し、雇用情報の収集や提供を行い、併せて、就業相談会や林業体験教室などを開催し、就業希望者と林業事業体とのマッチングを図り、就業までを支援する また、国の「緑の雇用」制度によるOJT研修や林業技術者養成研修を実施し、就業者の技術力向上と職場定着を支援する</p>	<p>新規就業者数(年平均)</p>	<p>55人(H26) ↓ 68人(H29) ↓ 68人</p>
<p>【林31】 ◆移住施策との連携による担い手の確保</p>	<p>U・Iターン就職相談会等において、移住希望者に林業体験教室等への参加を促し、林業という仕事への理解を深めてもらい、移住・定住の実現を図るとともに、林業の担い手を確保する</p>	<p>林業分野へのU・Iターン新規就業者数(年平均)</p>	<p>6名(H26) ↓ 11名(H29) ↓ 6名以上</p>

戦略の柱	5 担い手の育成・確保
取組方針	2 きめ細かな担い手育成・確保の強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>就業希望者への情報提供</p> <p>林業労働力確保支援センター：林業就業相談会の開催、林業事業者等の雇用情報の収集提供、高校生の就職状況の把握、ホームページへ林業就業相談会を掲載、U・ターン就職相談会・森林の仕事ガイダンスへの参加 県森づくり推進課：林業就業相談会の開催を支援、新規就業者職業紹介アドバイザーの配置、高校生等への林業学校の紹介、さんSUN高知へ林業就業相談会を掲載、U・ターン就職相談会・森林の仕事ガイダンスへの参加</p>				
<p>就業希望者の受入強化</p> <p>林業労働力確保支援センター：PRビデオ作製、定期的な相談会の開催、フォレストスクールの開催、希望者のニーズに応じた視察対応 県森づくり推進課：PRビデオ作製の支援、定期的な相談会の開催を支援、フォレストスクールの開催を支援、希望者のニーズに応じた視察対応を支援</p>				
<p>新規就業者への支援</p> <p>林業労働力確保支援センター：林業体験教室・林業就業支援講習・高校生研修の開催、林業事業者等の雇用情報の収集提供、ホームページによる研修情報の提供、労働環境改善計画の実行管理、就業後の相談対応を実施 県森づくり推進課：林業体験教室等の開催を支援、新規就業者職業紹介アドバイザーの配置、労働環境改善計画の指導</p>				
<p>技術者養成研修の実施</p> <p>林業事業者等：緑の雇用現場技能者育成対策事業と林業労働力確保支援センター事業を活用した担い手の育成 森林組合連合会等：林業事業者の指導 林業労働力確保支援センター：緑の雇用現場技能者育成対策事業と林業労働力確保支援センター事業による研修の実施及び林業事業者等への周知 県森づくり推進課：技術者養成研修の実施を支援、労働環境改善計画の認定、森林研修センター研修館の管理運営状況を把握</p>				
<p>移住関心層へ広く情報提供</p> <p>林業労働力確保支援センター：林業体験教室・林業就業支援講習・森林未来塾の開催、U・ターン就職相談会・森林の仕事ガイダンスへの参加、林業事業者等の雇用情報の収集提供、フォレストスクールの開催 県森づくり推進課：林業体験教室等の開催を支援、さんSUN高知へ林業就業相談会を掲載、U・ターン就職相談会・森林の仕事ガイダンスへの参加、フォレストスクールの開催を支援</p>		<p>移住者へ定住支援</p> <p>林業労働力確保支援センター：新規就業者職業紹介アドバイザーによる就職後の継続的なフォローを実施 県立林業大学校：即戦力となる林業就業者を育成（基礎課程）、小規模林業実践者向けの研修を実施（短期課程） 小規模林業推進協議会：小規模林業実践者同士の交流・連携・情報交換、スキルアップ 県森づくり推進課：給付金制度による基礎課程研修生を支援、小規模林業推進協議会会員の安全防具の導入等への支援、「高知家で暮らす。ポータルサイト」の住まいの情報の提供</p>		

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林32】 ◆特用林産業新規就業者の支援	特用林産業に新たに就業し市町村が認定した者に対し、OJTによる生産等技術習得に要する経費を市町村と連携して支援する	特用林産業における新規就業者数(累計)	8名(H24～H27) ↓ 10名(H28～H29) ↓ 20名(H28～H31)

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>特用林産業新規就業者の育成支援 </p> <p>地域林業者等：生産技術の習得 市町村：新規就業者の認定、実践研修経費への支援 県森づくり推進課：市町村が負担する実践研修経費への支援</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林33】 ◆林業事業者のマネジメント能力向上</p>	<p>林業事業者が安定的に経営を継続できる意欲と能力を備えた組織に変わるとともに、これを支える人材を育成するため、事業者に対する指導及び研修を実施する</p> <p>また、原木生産の担い手である民間事業者の林地集約化を的確に進めるため、森林施業プランナーの育成を働きかけ、経営基盤となる施業地の集約化を主体的に進めていく事業者数を増やしていく</p>	<p>森林施業プランナーがいる雇用改善計画認定事業者数</p>	<p>47事業者(H26) ↓ 50事業者(H29) ↓ 60事業者</p>
<p>【林34】 ◆林業事業者における労働環境の改善(H31拡充)</p>	<p>林業事業者の経営状態が脆弱で計画的な雇用ができないため、就労環境の改善や経営の安定化に取り組む認定事業者の雇用改善計画の実行により就労環境の改善を図る</p> <p>⇒別図<08>参照(p.329)</p>	<p>雇用改善計画認定事業者数</p>	<p>96事業者(H26) ↓ 83事業者(H29) ↓ 100事業者</p>

戦略の柱	5 担い手の育成・確保
取組方針	3 事業体の経営基盤の強化

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>森林組合の経営改善 → 森林組合の体制強化 → 検証及び支援の見直し</p> <p>森林組合：中期経営計画に基づく事業の進捗管理と経営改善の実践 森林組合連合会：中期経営計画に基づく事業の進捗管理手法の指導、経営管理者の育成、森林施業プランナー及び現場技能者の実践力向上 県森づくり推進課、木材増産推進課、森林技術センター、林業事務所：森林組合連合会と連携した経営及び現場指導の実施</p> <p>森林組合：体制強化に向けた経営改善の実践 森林組合連合会：中期経営計画に基づく事業の進捗管理及び体制強化への指導 県森づくり推進課、木材増産推進課、森林技術センター、林業事務所：森林組合連合会と連携した施業集約化及び木材生産基盤（林業機械・作業道）の整備に向けた支援</p> <p>県森づくり推進課：取組み結果の検証及び支援見直し 森林組合連合会：中期経営計画に基づく達成状況の検証、指導内容の見直し</p>				
<p>民間事業体の経営基盤力強化に向けた支援 → 検証及び支援の見直し</p> <p>民間事業体：研修会への参加、経営改善の実践 県立林業大学校：研修会の開催 県森づくり推進課、木材増産推進課、森林技術センター、林業事務所：雇用改善計画認定事業体への経営及び現場指導の実施、施業集約化及び木材生産基盤（林業機械・作業道）の整備に向けた支援</p> <p>県森づくり推進課：取組み結果の検証及び支援見直し</p>				
<p>森林施業プランナーの育成 → 森林施業プランナーのスキルアップ</p> <p>森林組合・林業事業体：研修への派遣、職場での実践 県立林業学校：研修会の開催、育成指導 県森づくり推進課、木材増産推進課、森林技術センター、林業事務所：研修開催への支援、育成支援</p> <p>森林組合・林業事業体：研修への派遣、職場での実践 県立林業大学校：研修会の開催、育成指導 県森づくり推進課、木材増産推進課、森林技術センター、林業事務所：研修開催への支援、育成支援</p>				
<p>事業体の就労環境の充実</p> <p>森林組合・林業事業体：雇用改善計画の実行による就労環境の改善 林業労働力確保支援センター：認定事業体への指導及びフォローアップ 県森づくり推進課：事業量確保ができるよう森林施業プランナーの支援、退職金共済の掛金への支援や林業就労環境改善事業等により、雇用環境や労働安全衛生の向上の促進、(H31～)雇用管理改善推進アドバイザーの配置</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【林35】 ◆小規模林業の活動を支援</p>	<p>林業の裾野を広げ新たな担い手を確保するため、他部局や市町村の移住施策と連携し県外からのU・Iターン者の呼び込みを強化する 併せて、小規模林業推進協議会の活動を通じて、実践者のニーズを把握したうえで、政策パッケージの内容を充実させる また、施業地の確保等に取り組む市町村等を支援し、小規模林業に参入しやすい受入体制を整えることで、中山間地域の定住促進を図る 林業大学校(短期課程)において、実践活動に必要な資格取得研修を実施し、スキルアップを図る</p>	<p>小規模林業推進協議会の会員数</p>	<p>203人(H26) ↓ 468人(H29) ↓ 400人</p>

戦略の柱	5 担い手の育成・確保
取組方針	4 小規模林業の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>移住施策と連携したU・Iターン者の呼び込みの強化</p> <p>県移住促進課：HPによる移住情報の発信、移住セミナー、モニターツアーの開催 市町村：移住体験ツアーの開催、住居情報等の発信、生活基盤の確保支援 農業担い手育成センター：就農相談会、体験教室の開催 県森づくり推進課：林業版モニターツアーの開催、小規模林業広報誌の作成</p>				
<p>市町村と連携した小規模林業の推進による移住促進をモデル展開</p> <p>市町村：副業型林家の育成及び活動拠点の確保支援 NPO、集落活動センター：技術指導の実施、支援 県森づくり推進課：市町村と連携した事業展開</p>			<p>モデル事業の展開</p> <p>市町村：モデル事業を参考に事業展開 NPO、集落活動センター：技術指導の実施、支援 県森づくり推進課：市町村と連携した事業展開</p>	
<p>小規模林業実践者のニーズにあった支援施策の実施</p> <p>小規模林業推進協議会：小規模林業実践者同士の交流・連携・情報交換、スキルアップ 市町村：小規模林業の推進に参画 林業大学校短期課程：小規模林業実践者向けのスキルアップ講習を開催 県森づくり推進課、木材増産推進課、木材産業振興課：支援施策を集約した政策パッケージにより、一体的な支援を実施</p>				
<p>小規模林業推進協議会の組織強化</p> <p>小規模林業推進協議会：小規模林業実践者同士の交流・連携・情報交換、スキルアップ 市町村、森林組合：オブザーバーとして参加 県森づくり推進課：協議会事務局 県林業(振興)事務所：地区協議会事務局</p>				

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

現状と課題

◆集約化について

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

【森林所有者情報】

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

【森林資源情報】

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

【新たな森林管理システムへの対応】

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

(参考)

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

※カバー率は、民有林面積：468.9千haに対する森林経営計画の面積率

取組みの方向性

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

- ◆林地台帳システムの機能向上
 - 施業履歴や伐採届などの情報を集約
 - 法務局からの登記簿情報による所有者情報をタイムリーに登載
 - 課税台帳の所有者情報を簡易に登載
 - 経営管理意向調査の対象森林の選定機能を付加
- ◆森林資源情報の高度化
 - 航空レーザ計測から得られたデータを解析し、詳細な森林情報を整備し森林GISに格納
 - ・詳細地形図
 - 路網や崩壊跡など樹木下の地形が把握可能(路網計画や防災・土木分野での活用)
 - ・林相図
 - 樹種や樹高、立木本数等が把握可能(間伐が必要な林分の選定や原木生産量の予測等での活用)

集約化の促進に効果のある新たな森林管理システムの効率的な推進にもつながる

10tトラック道の整備の強化

<林02>

【拡充】

- ・林業専用道(規格相当)への支援の嵩上げ

【戦略の方向性】 原木生産のさらなる拡大に向けた路網整備の強化

現状と課題

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

※民有林の林道(トラック道)密度(H28年度末)
高知県: 5.2m/ha 全国: 5.5m/ha
全国との差0.3m/haは、
延長140kmに相当

【10t積みトラック道の整備】

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

○林道・林業専用道【市町村管理】

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

開設コスト(概算)の比較

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

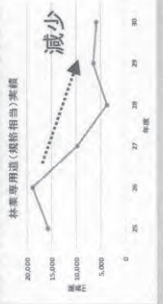
○林業専用道(規格相当)【事業体管理】

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

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



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



対策

- ① 事業体による10tトラック道の整備の強化

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

・支援額(上限)
現行2.5万円/m → 3.2万円/m

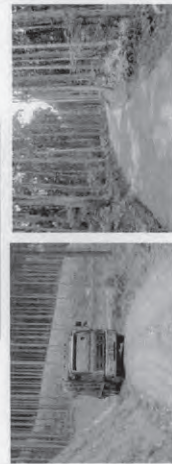
・事業費
現行3.0万円/m → 4.0万円/m

・事業量
6,000m

- ② 林道整備促進協議会による路網整備・管理に関する調整

・効果の高い路網の計画的な整備の推進

路網整備の強化



協議会

効果

- 1. 原木増産の加速化

- ① 事業地の拡大
- ② 集約化の推進
- ③ 生産性の向上

※運搬効率の向上により、採算がとれる事業地が拡大

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

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



- 2. 持続可能な森林づくり



再造林の推進

< 林03 >

【拡充】

- ・増産・再造林推進協議会の設置
- ・再造林推進員の活動支援

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

再造林経費の90%支援
低コスト造林の導入などに取り組むが...

再造林
低コスト化



再造林率は低位(30~40%)で推移

課題

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

この状況が続くと.....
将来、年間約1,000haの人工林が天然林化!

- ・森林所有者の山離れ
- ・林業成長産業化に障害
- ・森林の荒廃

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

50年後の人工林
資源は、今、植林
が必要!!

林業関係者が一体となった早急な再造林率の向上対策が必要!!

【戦略の方向性】 林業適地(※)における再造林の推進

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

現 状

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

再造林経費の90%支援
低コスト造林の導入などに取り組むが...

再造林
低コスト化



再造林率は低位(30~40%)で推移

課題

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

この状況が続くと.....
将来、年間約1,000haの人工林が天然林化!

- ・森林所有者の山離れ
- ・林業成長産業化に障害
- ・森林の荒廃

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

50年後の人工林
資源は、今、植林
が必要!!

林業関係者が一体となった早急な再造林率の向上対策が必要!!

対 策

1. 地域ぐるみの再造林推進体制の構築

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

・再造林推進員(プランナー)による

森林所有者への提案活動

【主な業務】

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

※再造林推進員は、森林組合・林業事業者の職員から登録



2. 植栽時期の平準化と低コスト施業の推進

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

下刈り
早生樹
エリートツリー



効 果

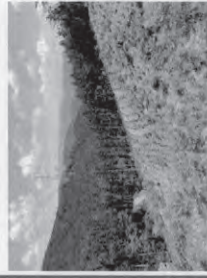
- ☆林業事業者(皆伐)と森林組合(再造林)の連携の促進
- ・森林所有者へのトータルプランの提案
- ・一貫作業による低コスト化など
- ☆林業事業者と森林組合の意識改革
- ・再造林の担い手(プランナー)の増
- ・林業事業者：再造林事業への参入
- ・森林組合：再造林の推進活動の加速化

再造林率の向上

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

【再造林の目標】

・再造林率：現状40% ⇒ 70%(2023年)



品質の高い製材品の生産体制の拡大

<林04>

市場の動向

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

現状

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

課題

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

事業概要

- 中小製材事業体を対象にした共同による乾燥(JAS)材生産に必要な設備等の整備を調査。
- 調査結果を受けてモデル施設の整備を進め、その取組を県内全域に水平展開。
- これまでA材需要に対応してきた中小製材事業体を活かした、品質の高い製材品を安定供給できる高知県を目指す。

製材品高品質化調査委託

<委託内容>

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



県内への水平展開 (県全域のレベルアップ)

品質の高い製材品を安定供給できる高知県へ

出荷量目標 (H34)

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

H32

H31

H30.11 ~ H31.3

熱度の高い
地域から
水平展開

モデル事業の
実施内容検証

製材品高品質化
モデル施設の整備

【9月補正】
製材品高品質化
調査委託

既存施設(乾燥機)の稼働率向上及び
製材品の高品質化に向けた取組

商品開発の推進による県産材需要の拡大について

<林05>

1 現状・課題

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

2 商品開発の方向性（コンセプト）

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

3 ターゲットとなる顧客と商品

想定される新商品
非住宅建築物に対応した

- ・ 構造材
- ・ 内装材
- ・ 家具や什器類など木製品

顧客

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

建築物等

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



会議用テーブル・イス



木質壁ラーム

4 商品開発から販路拡大までの支援スキーム

Step 1: プラットホームの設置とマッチング

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

Step 2: 新製品の開発

商品開発

展示会
テスト販売

ブラッシュ
アップ

※ 森林技術センター等が技術サポート

Step 3: 販路開拓

新商品販売
新商品＋既存製品
パッケージ販売

製造施設の整備・人材育成

TOSAZAIセンター + 補助制度による支援

県産材の需要拡大

◆ 木材需要の開拓及び県産材の活用に向けた体制の強化

1. TOSAZAIセンター設置の目的

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

2. TOSAZAIセンターの取り組み

◆ 事業展開のイメージ

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

* 外商促進に向けた提案・営業活動等を展開

木材製品を
「より高く」「より多く」販売
→
中山間地域へ
「利益を還元」

少子高齢化等により新設住宅着工の減少が推測される中、非住宅分野の開拓が急務

【非住宅分野の現状・課題】

- 【建築士】
 - ・ 非住宅建築物の木造・木質化に携わった経験の有する建築士が少ない
→ 建築物への木材の使用に消極的
- 【施主】
 - ・ 施主に対して、非住宅建築物の木造・木質化の情報が少ない
→ 木造・木質化を検討する際に、相談する先もわからない状況

取り組みの強化

非住宅木造建築の推進に向け、建築士の育成と施主への理解醸成を図る必要がある

3. TOSAZAIセンターの取り組み【拡充】

■ 全国レベルの建築士集団との連携

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

【取組内容】

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

■ 提案・相談窓口の設置

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

【取組内容】

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

■ サプライ・チェーン・マネジメントの推進

- ・ 県内の流通、製材事業者等と効率的な出荷に向けた取り組みを展開

【取組内容】

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

非住宅建築物の木造建築を担う人材の育成

<林07>



<現状・課題> ○これまで中・大規模の非住宅木造建築物の事例が少なく、設計に対応できる建築士が不足。
○一部の地域では、非住宅木造建築の建築士を育成する取り組みが始まっている。

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

【技術者養成の取組事例】 高知県 <県立林業大学校 専攻課程 木造建築講座>、A県など<木造建築マスター養成・中大規模木造建築技術者養成講座など>
・非住宅建築物の木造設計に必要な構造計算や木材の特性などを学び、設計スキルを身に付ける技術者を養成

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

<これからの取り組み>

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

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

林業事業体における労働環境の改善

<林08>

離職者の年代別割合

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

社会保険制度等への加入率

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

給与体系(森林組合)

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

労働災害発生状況(休業4日以上)

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

【戦略の方向性】

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

【現状】

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

【課題】

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

【取り組みの方向性】

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

【具体的な取り組み】

雇用管理改善推進アドバイザーの配置

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

(内容)

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

林業を魅力ある職業・産業へ

支援制度

I 専門分野の成長戦略

水産業分野

水産業分野の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

漁業生産の構造改革では、クロマグロの人工種苗生産において量産化技術の確立に取り組んだほか、大型定置網漁業や養殖業への企業参入、中型まき網漁業の事業承継など地産の強化に取り組みました。

担い手の育成・確保では、漁業就業セミナーの開催や漁村のライフスタイル提案による就業希望者の掘り起こし、漁業体験研修や就業に向けた長期研修等に取り組みました。平成30年10月には、漁業就業希望者の相談窓口の一元化を図るため漁業振興課内に高知県漁業就業支援センターを設置しました。

産地加工では、新たな加工施設の操業により養殖ブリやマダイの加工取扱量が拡大するとともに、米国等への輸出に対応できる衛生管理基準を備えた大型加工施設や原料等の確保に向けた冷凍保管施設の整備など、衛生管理体制の構築に向けた取り組みも前進しました。

流通・販売では、「高知家の魚応援の店」の登録数は926店舗（H30年度末時点）に達し、その取引額は約3.5億円に拡大しました。産地では、神経締めなどの高鮮度処理の取り組みが広がり、県産魚の評価が高まりつつあります。

活力ある漁村づくりでは、リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～を契機に漁村におけるサービス業を創出するため、県内5地域での体験メニューの旅行商品化に取り組みました。また、宇佐地区協議会が取り組む被せ網によりアサリの資源回復が確認されたことから天皇洲の一部を開放し、潮干狩り体験を実施しました。

②第3期計画ver.4の取り組み

漁業者とその家族が将来にわたって生活していける「若者が住んで稼げる元気な漁村」の実現を目指して、次の5つを戦略の柱として、これまでの取り組みのステップアップを図るとともに、生産から加工、流通・販売に至る水産業クラスターを形成し、好循環を生み出すことにより拡大再生産を図っていきます。

柱1 漁業生産の構造改革

黒潮牧場の高機能化や漁場予測システムの開発、市場における自動計量システムの導入等、水産業のIoT化を推進することで、生産や販売において技術革新に取り組む「高知マリンイノベーション」を推進します。

養殖業においては、クロマグロの人工種苗生産の量産体制の確立と県内養殖業者への普及を促進するとともに海外市場においてニーズの高い養殖ブリの人工種苗生産の技術開発に取り組めます。

また、定置網漁業への企業参入を促進することで漁業生産量の増大や雇用の場を確保するとともに、カツオ水揚量の増大に向けて土佐湾での火光利用まき網によるイワシ活餌の採捕試験に取り組めます。

柱2 担い手の育成・確保

漁業就業支援センターを一般社団法人化することで組織体制を強化し、求人や住居等の情報をあわせて発信する漁村提案による就業希望者の掘り起こしや、雇用型漁業への新規就業者や漁業後継者の育成を支援します。また、新規就業者の経営安定に向けた営漁指導員による経営指導など担い手対策を抜本的に強化します。

柱3 市場対応力のある産地加工体制の確立

輸出に向けたHACCPの導入支援や加工施設、冷凍保管施設の操業後のフォローアップなどにより、国内外のニーズに対応できる産地加工体制の強化に取り組めます。

柱4 流通・販売の強化

「応援の店」との取引拡大を進めるとともに、これまでに培ってきた「応援の店」とのネットワークを活かし、県産水産物や食、観光など本県の魅力の情報発信に取り組めます。

また、輸出の本格化に向け、対象魚種を養殖魚に加えて多種多様な県産水産物に拡大し、これまでに取り組んできたシンガポールなどの有望市場に加え、新たに中国などへの販路を開拓していきます。

柱5 活力のある漁村づくり

遊漁船業等の取り組みを加速化するため、旅行商品の造成や磨き上げを行うとともに、外国人を対象としたインバウンド対応の強化や遊漁船業等への新規就業の支援に取り組めます。

水産業分野の展開イメージ ～ 若者が住んで稼げる元気な

分野を代表する目標

漁業生産額(宝石サンゴを除く)
水産加工出荷額

出発点 (H25) : 446億円 ⇒ 現状 (H28) 42
出発点 (H25) : 173億円 ⇒ 現状 (H28) 19

生産から加工・流通



漁村

柱5 活力ある漁村づくり

漁村の資源を生かした活動の支援！！

(1) 高齢者や女性の活躍の場づくり

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

(2) 交流人口の拡大

- 拡** 遊漁や体験漁業の振興
- にぎわいのある河川づくり



流通



柱1 漁業生産の構造改革

漁業の構造改革と養殖生産ビジネス

(1) 効率的な漁業生産体制への転換

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

(2) 日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成

- クロマグロやブリ類の人工種苗量産体制の確立
- 中間育成漁場の開拓

(3) 新規漁場の開拓

- 新** 企業誘致の促進や新たな漁法の導入による生産量の増大



柱4 流通・販売の強化

都市圏や国外への外商活動の強化！！

(1) 外商ビジネスの拡大

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

(2) 産地市場の機能強化

- 鮮度向上や衛生管理等の取り組みの支援
- 産地市場の統合の推進



魚村 ～

10億円 ⇒ 4年後 (H31) : 460億円 ⇒ 6年後 (H33) 476億円 ⇒ 10年後 (H37) : 490億円
 19億円 ⇒ 4年後 (H31) : 200億円 ⇒ 6年後 (H33) 203億円 ⇒ 10年後 (H37) : 220億円

流通に至る水産業クラスターの形成

生産

生産の拡大！！



育成



柱2 担い手の育成・確保

新規就業者の積極的な掘り起こしと
 中核的な漁業者の計画的な育成！！



(1) 担い手の育成

- (一社) 高知県漁業就業支援センターの設置による担い手対策の抜本強化
 - 漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘の促進
 - 新規就業希望者が自立するための長期研修の実施
 - 民間企業や漁協が行う漁業の担い手の育成の支援
- 新規就業者の経営安定に向けた営漁指導員の配置、育成



(2) 就業時における支援

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



好循環を生み出し
 拡大再生産へ！！

柱3 市場対応力のある 産地加工体制の確立

産地加工の拡大と雇用の場の確保！！

(1) 高度加工ビジネスへのステップアップ

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



(2) 加工関連ビジネスの展開

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



3) 輸出の促進

水産物の輸出の本格展開
 輸出に適した加工用原魚の確保

加工

分野の目指す姿	若者が住みやすい水産地域	
分野を代表する数値目標	漁業生産額 (宝石サンゴを除く) 水産加工出荷額	出発点(H25): 446億円 ⇒ 現状(H28): 420億円 出発点(H25): 173億円 ⇒ 現状(H28): 199億円

戦略の柱	1 漁業生産の構造改革	2 担い手の育成・確保	3 市場対応型水産加工
戦略の方向性	効率的な漁業生産体制への転換を進めるとともに、人工種苗量産体制の確立などにより養殖生産ビジネスの拡大を図る。また、漁業生産量の増大に向けて定置網漁業への企業誘致や新たな漁法の導入に取り組む。	漁業就業支援センターの設置により就業希望者の就業相談から就業後の経営安定に向けたフォローアップまで、担い手の育成・確保に向けた総合的な支援に取り組む。	国内外の市場ニーズに対応した水産加工体制を確立し、新たな加工場の創出を図る。

戦略目標	★ 鮮魚の県内市場取扱額 ・ ㉔ 85億円 ⇒ ㉑ 90億円以上 ⇒ ㉓ 92億円以上 ⇒ ㉗ 95億円以上 ★ 人工種苗の供給尾数 ・カンパチ ㉔ 0尾 ⇒ ㉑ 50万尾 ⇒ ㉓ 120万尾 ⇒ ㉗ 300万尾 ・クロマグロ ㉔ 0尾 ⇒ ㉑ 1万尾 ⇒ ㉓ 3万尾 ⇒ ㉗ 10万尾 ★ 新規就業者数 ・ (H24-26平均) 37名/年 ⇒ ㉑ 50名/年 ⇒ ㉓ 50名/年 ⇒ ㉗ 50名/年	★ 衛生管理の徹底 加工場の衛生管理 ㉔ 24% ⇒ ㉑ ・海外HACCP対応 ㉔ 0件 ⇒ ㉑ ★ 養殖魚の生産 ・出荷額 ㉔ 5億円 ⇒ ㉑ ⇒ ㉓ ・雇用者 ㉔ 50人 ⇒ ㉑ ⇒ ㉓
------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

取組方針・主な「具体的な取り組み」	(1) 効率的な漁業生産体制への転換 ◆ [新規]高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化 ◆ カツオ漁業の経営安定対策等の強化 ◆ 法人等の生産現場への参入の促進 (2) 日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成 ◆ 人工種苗量産体制の確立 ◆ 試験研究機能の充実・強化 ◆ 中間育成漁場の開拓 (3) 新規漁場の開拓 ◆ [新規]企業誘致の促進や新たな漁法の導入による生産量の増大	(1) 担い手の育成 ◆ [新規](一社)高知県漁業就業支援センターの設置による担い手対策の抜本強化 ◆ 移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実 ◆ 法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり ◆ [新規]新規就業者の経営安定に向けた営漁指導員の配置、育成 (2) 就業時における支援 ◆ 就業時の設備投資、資金調達への支援 ◆ 新規就業者が参入しやすい環境づくり	(1) 高度加工ステップアップ ◆ 既存加工場の設備更新 ◆ 既存加工場の強化 ◆ HACCPに準拠した加工場の促進 (2) 加工関与の拡大 ◆ 残さい加工場の創設 ◆ 冷凍保管施設の整備 (3) 輸出対応 ◆ [拡充]水産加工品の輸出 ◆ 輸出に適した包装の導入
-------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

予の体系図

主んで稼げる元気な漁村

億円 ⇒ 4年後(H31):460億円 ⇒ 6年後(H33):476億円 ⇒ 10年後(H37):490億円
 億円 ⇒ 4年後(H31):200億円 ⇒ 6年後(H33):203億円 ⇒ 10年後(H37):220億円

志力のある 工体制の確立	4 流通・販売の強化	5 活力ある漁村づくり
に対応できる産地加工 生産の拡大により雇用 図る。	少量多品種の特性を活かした外商の拡大 や消費地市場とのネットワークの強化を図 るとともに、国外への販路を開拓することで、 本県水産物の販売力の向上を図る。	漁村の資源を活用した活動を支援し、 地域での暮らしを支える。
高度化に対応した 割合 100% ⇒ ③③ 100% ⇒ ③⑦ 100% 対応型の加工場 3件 ⇒ ③③ 4件 ⇒ ③⑦ 5件 前処理加工 億円 ⇒ ③① 29億円 ③③ 32億円 ⇒ ③⑦ 36億円 8名 ⇒ ③① 120名 ③③ 125名 ⇒ ③⑦ 130名	★ 「応援の店」 ・県内参画事業者の出荷額 ②⑦ 1億円 ⇒ ③① 4億円 ⇒ ③③ 5億円 ⇒ ③⑦ 6億円 ★ 産地市場の集約化 ②⑦ 33市場 ⇒ ③① 28市場 ⇒ ③③ 23市場 ⇒ ③⑦ 15市場 ★ 水産物の輸出 ②⑥ 0.2億円 ⇒ ③① 4億円 ⇒ ③③ 13億円 ⇒ ③⑦ 16億円	★ 高齢者等に対応した漁港漁場 づくり ②⑦ 0か所 ⇒ ③① 5か所 ⇒ ③③ 7か所 ⇒ ③⑦ 10か所
エビジネスへの アップ 施設の高度化 施設の衛生管理体制の 対応した加工施設の立地 連ビジネスの展開 エビジネスの再構築 ビジネスの事業化 の促進 産物の輸出の本格展開 加工用原魚の確保	(1) 外商ビジネスの拡大 ◆ [拡充]「応援の店」や「さかな屋高知 家」を拠点とした外商活動の一層の 強化 ◆ 県内産地の対応力の強化 ◆ 消費地市場と連携した外商活動の 展開 ◆ 販売の拡大を背景とした新たな 物流システムの構築 (2) 産地市場の機能強化 ◆ 市場統合による拠点市場への水揚げ の集約化 ◆ 荷捌き機能や衛生管理体制等の強化 (3) 輸出の促進【再掲】 ◆ [拡充] 水産物の輸出の本格展開 ◆ 輸出に適した加工用原魚の確保	(1) 高齢者や女性の活躍の 場づくり ◆ 高齢者等に対応した漁場づくり ◆ 『地域加工』の支援 (2) 交流人口の拡大 ◆ [拡充]遊漁や体験漁業の振興 ◆ にぎわいのある河川づくり

分野	水産業分野
戦略の柱	1 漁業生産の構造改革

戦略の方向性	効率的な漁業生産体制への転換を進めるとともに、人工種苗量産体制の確立などにより養殖生産ビジネスの拡大を図る。また、漁業生産量の増大に向けて定置網漁業への企業誘致や新たな漁法の導入に取り組む。
--------	-------------------------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	県内市場取扱額	鮮魚全体(宝石サンゴを含まない)
	人工種苗の供給尾数	カンパチ クロマグロ

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	効率的な沿岸漁業生産体制への転換	<ul style="list-style-type: none"> ○設備投資等への支援 <ul style="list-style-type: none"> ・新規漁業事業者等を対象に漁船取得やエンジン換装等の設備を支援 [漁船取得] H24: 4件、H26: 2件、H27: 4件、H28: 4件、H29: 6件 H30: 2件 [エンジン換装等] H24: 5件、H25: 4件、H26: 6件、H27: 9件、H28: 6件 H29: 11件、H30: 9件 ○黒潮牧場15基体制の堅持 [黒潮牧場の更新] H24: 2基、H25: 1基、H26: 1基、H27: 2基、H28: 1基 H29: 1基、H30: 1基 ○カツオー一本釣り漁船への活餌供給 <ul style="list-style-type: none"> ・宿毛湾のまき網漁船においてカタクチイワシの採捕と養成技術を確立 ・黒潮町佐賀において、漁協を中心とした活餌供給体制を整備 ○生産工程の改善による生産性の向上 <ul style="list-style-type: none"> ・水産業生産性向上PT会議において高知マリンイノベーションの主要な取組である「IoTの活用による産地市場の効率化」や「海況データ等を活用した漁場予測システムの開発」等のニーズを抽出 ○養殖業の経営体質の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・養殖ビジネススクールの開講による知識の習得、協業体の形成による経営改善、新技術の導入による餌料費削減を支援し、養殖業者の経営力を強化 ○定置網漁業の経営の効率化等 <ul style="list-style-type: none"> ・網成り調査への支援や、急潮の予測のための潮流解析及び急潮予報の発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな設備投資支援事業による新規漁業事業者の確保と既存漁業者の経営改善 ・黒潮牧場の最適配置に向けた漁業関係者の合意形成 ・黒潮牧場の高機能化や漁場予測システムの開発等による釣り漁業の操業の効率化の推進 ・民間企業等による新規参入や既存漁業者の規模拡大による養殖生産量の維持・拡大

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:85億円	H30:88億円	90億円以上	92億円以上	95億円以上
H26:0尾	H30:0尾	50万尾	120万尾	300万尾
H26:0尾	H30:0尾	1万尾	3万尾	10万尾

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【水01】◆漁業経営の効率化(新規就業者等の設備投資への支援)	○			○				
【水02】◆漁業経営の効率化(黒潮牧場15基体制の維持)	○			○				
【水03】◆漁業経営の効率化(近海カツオ一本釣り漁業の経営安定対策等の強化)	○			○				
【水04】◆漁業経営の効率化(生産工程の改善による生産性の向上)	○			○				
【水05】◆高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化(H31新規)	○			○				
【水06】◆漁業経営の効率化(定置網漁業の安定的な経営体制の確立)	○			○				
【水07】◆漁業経営の効率化(既存養殖業の振興)	○		○	○			○	
【水08】◆大敷組合など漁業経営体の法人化	○			○				
【水09】◆法人等の生産現場への参入の促進	○			○				

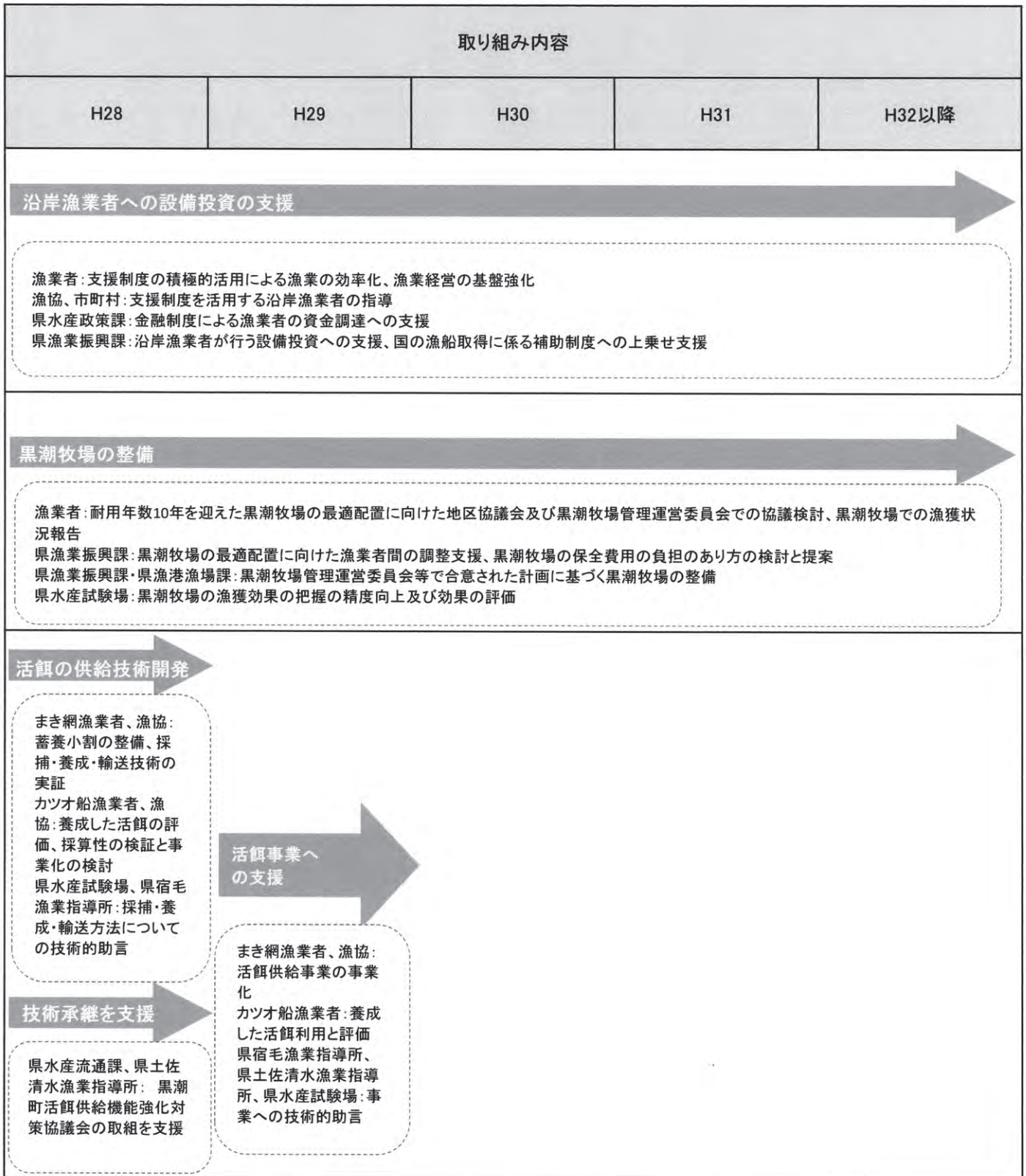
NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成	<ul style="list-style-type: none"> ○クロマグロ <ul style="list-style-type: none"> ・人工種苗の基礎的な生産技術を確立 [沖出し尾数] H26: 49尾、H27: 1,045尾、H28: 約17,000尾、 H29: 約23,000尾、H30: 5,500尾 [中間育成漁場の確保] H29: 新たな中間育成漁場を免許し、運用を開始 [養殖種苗試験配布尾数] H27: 約100尾、H28: 約3,000尾、 H29: 約2,100尾(出荷サイズ約7,700尾生産) H30: 0尾(沖出し後のへい死が止まらず中間育成を中止) ○カンパチ <ul style="list-style-type: none"> ・H28に民間事業者による事業レベルでの供給を開始 [養殖種苗出荷尾数] H28: 12,000尾、H29: 50,000尾 H30: 休止(マダイ種苗増産のため) ○試験研究機能の充実・強化 <ul style="list-style-type: none"> ・H28に水産試験場古満目分場を開設し、運用を開始 	<ul style="list-style-type: none"> 【クロマグロ】 <ul style="list-style-type: none"> ・人工種苗の量産体制の確立 ・人工種苗の養殖現場への普及 ・人工種苗を活用したマグロ養殖への新規参入の促進 【カンパチ】 <ul style="list-style-type: none"> ・種苗の品質向上 ・中間育成漁場の適地等の検討(ペコ病感染のリスク回避) 【ブリ】 <ul style="list-style-type: none"> ・高品質な人工種苗の量産技術の確立 ・ペコ病の防除技術の開発
3	新規漁場の開拓	<ul style="list-style-type: none"> ○定置網漁業の復活 <ul style="list-style-type: none"> ・黒潮町伊田漁場での再開に向けた支援を実施し、 H28に操業が再開 ・H30に定置網漁業における県内3カ所の未利用漁場を調査 ○養殖業の新規参入や規模拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・H29に須崎市野見湾においてマダイ養殖への新規参入を支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・大型定置網、中型まき網や養殖業における事業承継・遊休漁場の活用等による生産量の維持・増大 ・調査した定置網漁場等への企業誘致 ・カツオ活餌の確保に向けた火光利用まき網の試験操業

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【水10】◆人工種苗量産体制の確立	○					○		
【水11】◆試験研究機能の充実・強化	○					○		
【水12】◆中間育成漁場の開拓	○					○		
【水13】◆企業誘致の促進や新たな漁法の導入による生産量の増大(H31新規)	○					○		

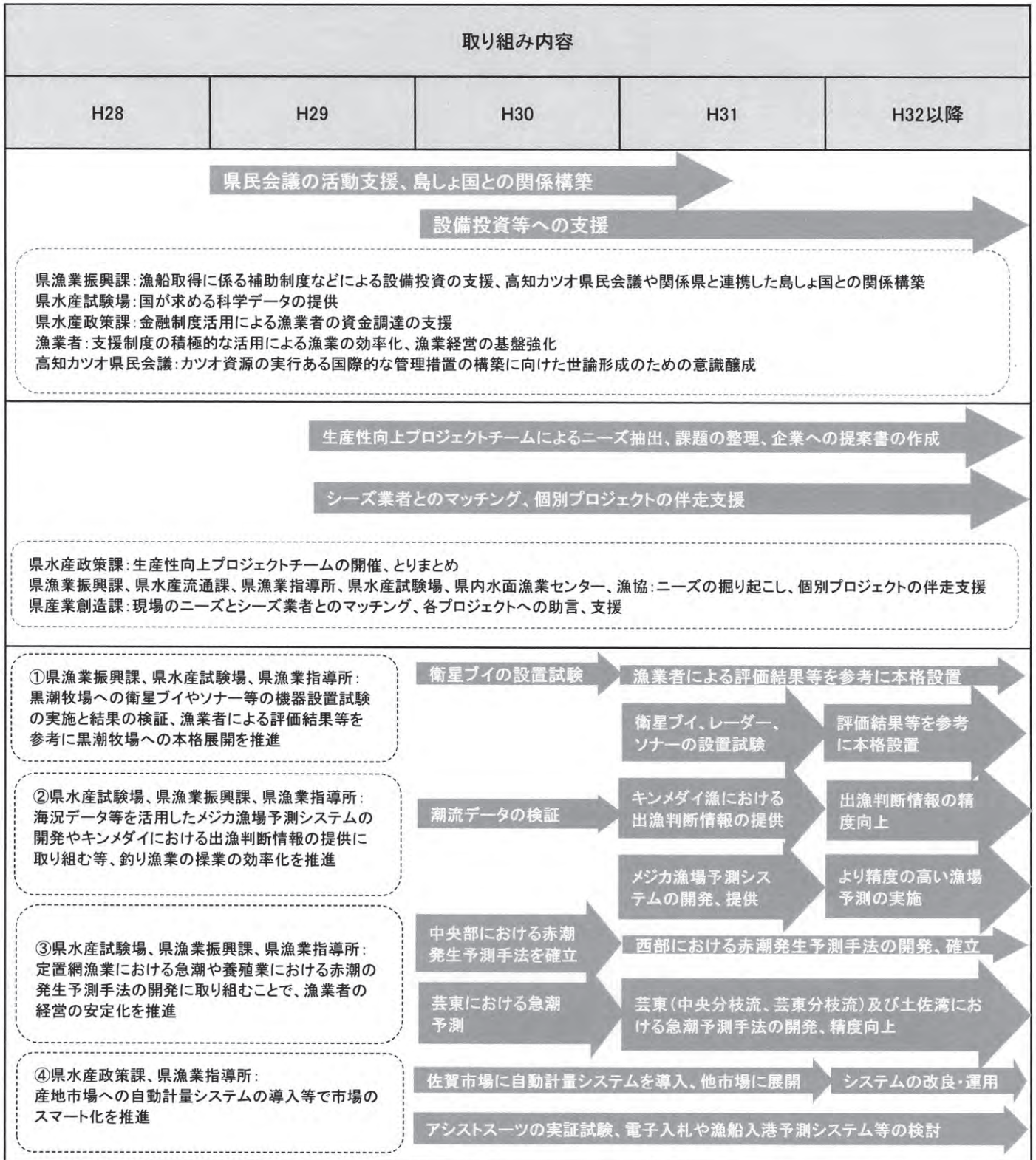
分野	水産業分野
----	-------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【水01】</p> <p>◆漁業経営の効率化(新規就業者等の設備投資への支援)</p>	<p>沿岸漁業設備投資促進事業では、設備投資意欲を促進するため、漁業者の漁業用設備の整備を支援し、操業の効率化による経営の基盤強化を図る</p> <p>漁業就業者を確保するため、新規漁業就業者の設備投資に優先的かつ有利な条件で支援する</p>	<p>操業の効率化による漁業者の収益性の向上</p>	<p>-(H27) ↓ 8名(H30) ↓ 新規漁業就業者13名のうち、10名が設備投資を実施</p>
<p>【水02】</p> <p>◆漁業経営の効率化(黒潮牧場15基体制の維持)</p>	<p>漁業者の漁獲量の維持・向上を図るため、耐用年数10年を迎えた黒潮牧場から順次更新、最適配置を行う</p>	<p>黒潮牧場の年平均漁獲量</p>	<p>平均1,500トン/年(H24年～H26年) ↓ 1,754トン(H29) ↓ 1,500トン以上/年(H28年～H31年)</p>
<p>【水】</p> <p>◆漁業経営の効率化(カツオ船へのイワシ活餌の安定供給体制)</p>	<p>カツオの県内への水揚げを促進するため、宿毛湾で漁獲されるイワシ類を活餌に養成する実証試験を行い、活餌を県内で安定的に確保する手段を構築する</p>	<p>県内での活餌安定供給</p>	<p>活餌の試験レベルでの出荷(H27) ↓ 活餌事業の開始(H29) 29年度に終了</p>

戦略の柱	1 漁業生産の構造改革
取組方針	1 効率的な沿岸漁業生産体制への転換



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水03】 ◆漁業経営の効率化(近海カツオ一本釣り漁業の経営安定対策等の強化)	カツオ漁業を次代につなぐための、カツオ漁業経営の改善やカツオ資源の回復に向けた資源管理の取組を推進する	カツオ生産量	平均17,088トン/年 (H23年～H27年) ↓ 14,548トン(H29) ↓ 17,000トン(H31年)
【水04】 ◆漁業経営の効率化(生産工程の改善による生産性の向上)	現場ニーズに対する解決策についてニーズの掘り起こしを行い、機械化や新技術の導入により課題解決を図る	新技術の導入や機械化による生産工程の改善の件数	- (H29) ↓ 0件(H30) ↓ 4件
【水05】 ◆高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化(H31新規)	漁業者の高齢化や担い手不足に歯止めをかけるため、漁業のIoT等を推進することで操業の効率化や経営の安定化を図る ⇒別図<水01>参照(p.382)	①土佐黒潮牧場の高機能化に必要な機器等の選定 ②漁場予測システムや出漁判断情報等の開発件数 ③急潮及び赤潮発生予測手法の開発 ④産地市場のスマート化に資する機器等の導入件数	① -(H30) ↓ 機器2種選定(H31) ② -(H30) ↓ 2件(H31) ③2件(H30) ↓ 2件(H31) ④-(H30) ↓ 2件(H31)

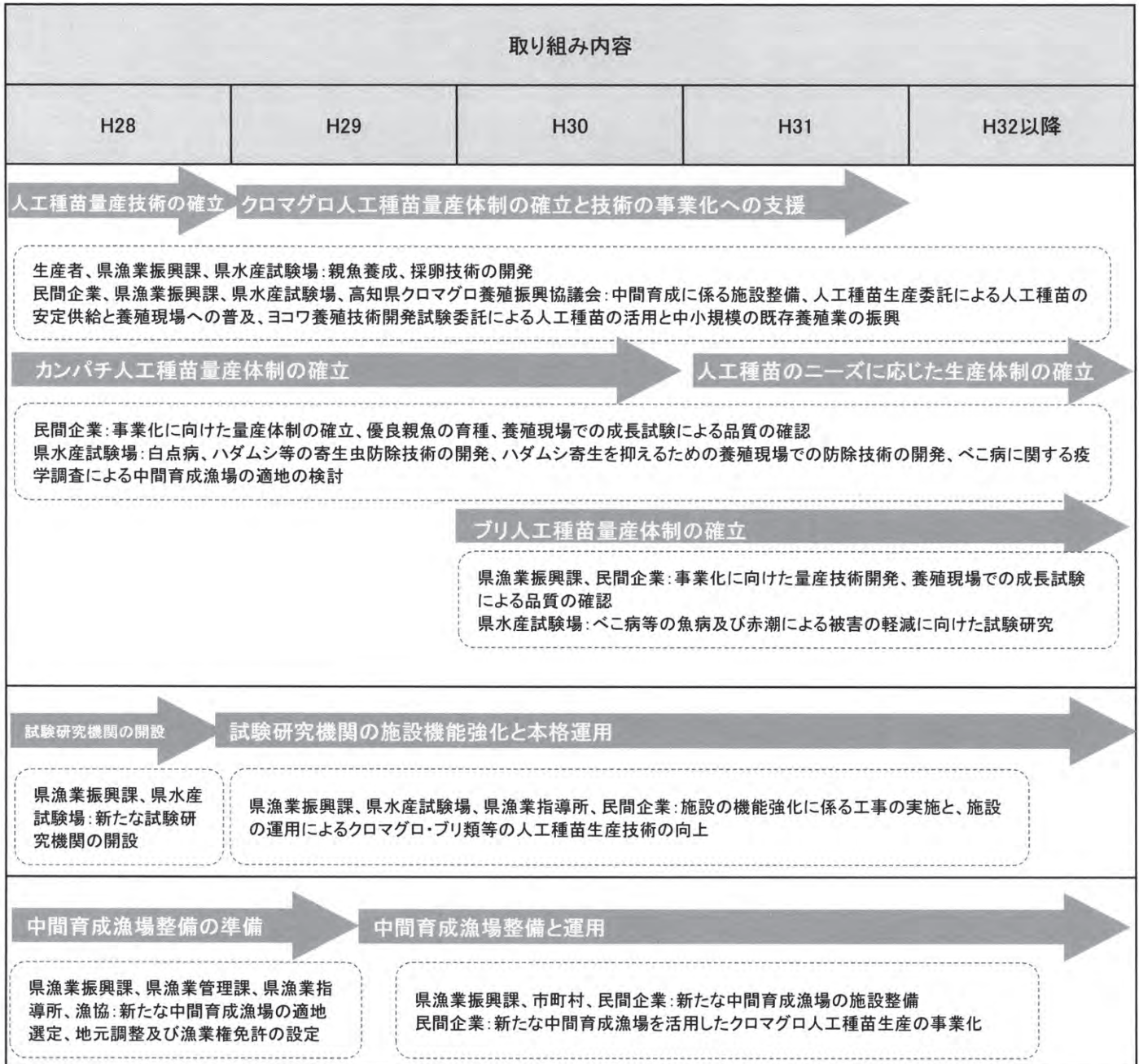


◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【水06】 ◆漁業経営の効率化(定置網漁業の安定的な経営体制の確立)</p>	<p>定置網漁業の経営安定を図るため、網成りの状況調査や先進地での研修等の結果を活用するとともに、急潮の予測手法を開発する</p>	<p>①大型定置網の漁獲量 ②急潮の予測手法の開発</p>	<p>①11,594トン以上(H26) ↓ 9,733トン(H29) ↓ 16,400トン以上 ②-(H27) ↓ 急潮発生情報の提供5回(H30) ↓ 急潮予測手法の確立</p>
<p>【水07】 ◆漁業経営の効率化(既存養殖業の振興)</p>	<p>県内養殖業者の後継者を確保するため、協業化等による新規参入や規模拡大を促進し、経営基盤強化を図る。また、高い技術と知識を備えた担い手を育成するため、実践研修や知識を習得する各種研修を実施する。さらに、経費の削減のため、水産試験場が開発した餌料費を削減できる給餌方法の導入促進を図る</p>	<p>養殖マダイの生産額</p>	<p>48億円(H25) ↓ 40億円(H28) ↓ 48億円</p>
<p>【水08】 ◆大敷組合など漁業経営体の法人化</p>	<p>地域産業を維持し、雇用を確保するため、定置網漁業やまき網漁業等の沿岸漁業経営体の法人化を支援する</p>	<p>沿岸漁業経営体の法人化</p>	<p>○漁業別法人数(率) ・大型定置網漁業 16%(H27) ・中型まき網漁業 55%(H27) ↓ ・大型定置網漁業 22%(H30) ・中型まき網漁業 67%(H30) ↓ ・大型定置網漁業 33% ・中型まき網漁業 77%</p>
<p>【水09】 ◆法人等の生産現場への参入の促進</p>	<p>生産現場での漁業経営の近代化を図るため、担い手育成団体となった法人や、民間企業等の養殖業、中型まき網漁業、大型定置網漁業への参入を促進する</p>	<p>生産現場へ新たに参入した法人数</p>	<p>-(H27) ↓ 3法人(H30) ↓ 4人以上</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>敷設状況調査と設置技術者の養成 → 敷設状況調査等の活用による生産性の向上</p> <p>定置網漁業者、民間企業、漁協：自航式水中カメラによる網成り調査、潮流及び深度調査、GPS敷設位置確認調査、自航式水中カメラによる立碇設置状況調査、調査結果を踏まえた小規模漁具改良試験、若手職員の先進地における派遣研修 市町村、県漁業振興課、県水産政策課：生産性向上に係る取組の支援 定置網漁業者、民間企業、漁協、県漁業指導所、水産試験場：調査結果を基礎資料とし、漁場カルテの作成や定置網の網成り改良を検討</p>				
<p>現場潮流の解析 → 調査結果に基づく急潮対策の具体化</p> <p>県水産試験場：調査の実施 定置網漁業者、漁協：調査への協力</p> <p>県水産試験場：急潮予測手法の開発 定置網漁業者、民間企業、漁協、県漁業指導所、水産試験場、県漁業振興課：解析結果や上記敷設状況調査等に基づく急潮対策の検討と体制づくり</p>				
<p>協業体の支援</p> <p>協業体：餌の改良や栄養剤の使用、効率的な給餌方法等の新技術を用いた生産試験の実施実施 県漁業指導所：協業体が行う生産試験への支援</p>				
<p>技術・知識の習得と生産性の向上</p> <p>漁協、県漁業指導所、県漁協振興課、県水産試験場：技術を習得するための実践研修と知識を習得するための各種研修の実施</p>				
<p>漁業経営体の法人化推進</p> <p>県漁業管理課：法人化取組促進、定置網漁業権の移転 県水産政策課：経営改善計画の策定指導、認定 県漁業振興課：養殖業協業体の法人化を促進</p>				
<p>法人等の生産現場への参入促進</p> <p>県漁業振興課、県漁業指導所、県漁業管理課：担い手育成団体の活動支援や大敷組合の法人化、定置網の遊休漁場や中型まき網漁業、養殖業への民間企業参入の促進 民間企業等：漁業生産への参入の検討</p>				

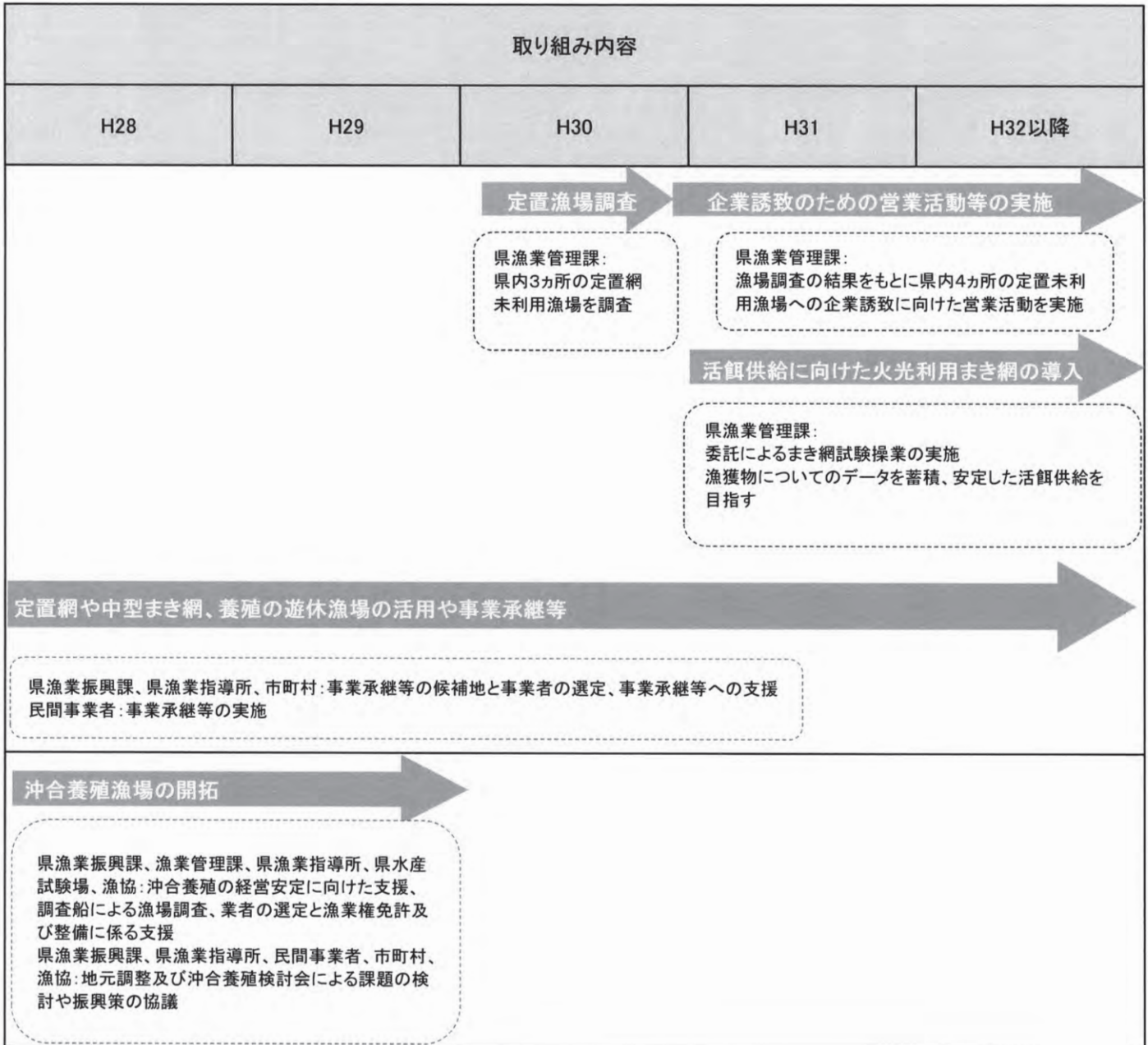
◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【水10】</p> <p>◆人工種苗量産体制の確立(H30拡充)</p>	<p>クロマグロ養殖の生産量の増大とカンパチ、ブリ養殖業者の経営安定を図るため、高品質な人工種苗の量産体制を確立する</p>	<p>①クロマグロ 沖出し尾数</p> <p>②カンパチ 種苗生産体制</p> <p>③ブリ種苗生産体制</p>	<p>①1,000尾(H27) ↓ 5,500尾(H30) ↓ 3万尾</p> <p>②試験出荷(H27) ↓ 種苗生産の事業化(H29) ↓ 養殖現場のニーズに応じた高品質な人工種苗の実用化</p> <p>③生産技術未開発(H29) ↓ 生産技術開発(H30) ↓ 人工種苗生産の事業化</p>
<p>【水11】</p> <p>◆試験研究機能の充実・強化</p>	<p>クロマグロ養殖の生産量の増大とブリ類養殖業者の経営安定を図るため、種苗生産技術開発等を行う試験研究機能の充実・強化を図る</p>	<p>新たな試験研究機関の設置</p>	<p>-(H27) ↓ 新たな試験研究機関の稼働(H29) ↓ 新たな試験研究機関の施設機能強化と本格稼働</p>
<p>【水12】</p> <p>◆中間育成漁場の開拓</p>	<p>クロマグロ人工種苗の安定供給体制を構築し、中間育成ビジネスを創出するため、新たな中間育成漁場を開拓する</p>	<p>中間育成漁場の開拓</p>	<p>-(H27) ↓ 中間育成漁場の運用を開始(H29) ↓ 新たな中間育成漁場の本格運用</p>

戦略の柱	1 漁業生産の構造改革
取組方針	2 日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【水13】 ◆企業誘致の促進や新たな漁法の導入による生産量の増大(H31新規)</p>	<p>本県の定置網漁業や中型まき網、養殖業の生産量を増大させ、雇用の場を確保するため、定置網への企業誘致に向けた未利用漁場に関する情報の発信を行うとともに、民間事業者の参入による事業承継や遊休漁場の再開等を支援する</p> <p>また、活餌供給用イワシの安定的な確保に向けた土佐湾への火光利用まき網の導入を図る</p> <p>⇒別図<水02>参照(p.383)</p>	<p>①未利用漁場への企業参入</p> <p>②火光利用まき網の試験操業実施回数</p>	<p>①-(H30) ↓ 4漁場に参入(H31)</p> <p>②-(H30) ↓ 5回</p>
<p>【水】 ◆沖合漁場の開拓</p>	<p>本県養殖業の持続的な振興を図るため、新たな養殖漁場を沖合に開拓する</p>	<p>沖合養殖漁場</p>	<p>1か所(H27) ↓ 1か所(H29) 29年度に終了</p>

戦略の柱	1 漁業生産の構造改革
取組方針	3 新規漁場の開拓



分野	水産業分野
戦略の柱	2 担い手の育成・確保

戦略の方向性	(一社)漁業就業支援センターの設置により漁業就業希望者の就業相談から就業後の経営安定に向けたフォローアップまで、担い手の育成・確保に向けた総合的な支援に取り組む。
--------	-----------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標
	県内市場取扱額 鮮魚全体(宝石サンゴを含まない) 新規就業者数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	担い手の育成	<ul style="list-style-type: none"> ○就業者の掘り起こし <ul style="list-style-type: none"> ・漁業就業セミナーの実施や漁業就業フェアへの参加により就業希望者を掘り起こし ○短期研修 <ul style="list-style-type: none"> ・県漁協への委託により迅速・柔軟に研修を実施できるよう仕組みの見直し [受講者数] 3名(H12～23年度平均)→H24:2名、H25:18名、H26:35名、H27:33名、H28:21名、H29:17名、H30:22名 ○長期研修 <ul style="list-style-type: none"> ・漁業種類(底びき網、パッチ網、養殖等)の拡大(H25～) [受講者数]3名(H12～23年度平均)→H24:2名、H25:7名、H26:11名、H27:12名、H28:16名、H29:8名、H30:18名 ○担い手育成団体 <ul style="list-style-type: none"> ・担い手育成団体が研修生を雇用し、計画的に漁業の担い手を育成する制度を創設(H27～) ○新規就業者の確保 <ul style="list-style-type: none"> ・以上の取り組みにより次のとおり就業者を確保 H25:37名、H26:29名、H27:47名、H28:55名、H29:44名、H30:43名 	<ul style="list-style-type: none"> ・主要漁業の新規就業希望者をはじめとする漁村地域での幅広い担い手の掘り起こし ・住居や地域の漁業の求人等の具体的な情報の提供 ・経営が安定するまでの支援が不十分 ・既存の制度では支援が不十分な雇用型漁業の新規就業者育成や漁業後継者育成の支援 ・民間企業等による漁業生産現場への参入と担い手育成
2	就業時における支援	<ul style="list-style-type: none"> ・新規漁業就業者等を対象に独立に向けた漁船取得を支援 [漁船取得] H24:4件、H26:2件、H27:4件、H28:4件、H29:5件 H30:2件 	新規漁業就業者の漁労・養殖生産設備取得への支援による就業の促進

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:85.0億円	H30:88億円	90億円以上	90億円以上	92億円以上
H26:37名/年	H30:43名/年	50名/年	50名/年	70名/年

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【水14】◆(一社)高知県漁業就業支援センターの設置による担い手対策の抜本強化(H31新規)			○				○	
【水15】◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実			○				○	
【水16】◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり			○				○	
【水17】◆新規就業者の経営安定に向けた営漁指導員の配置、育成(H31新規)			○				○	
【水18】◆就業時の設備投資、資金調達への支援	○		○	○			○	

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【水14】 ◆(一社)高知県漁業就業支援センターの設置による担い手対策の抜本強化 (H31新規)</p>	<p>相談窓口や支援制度の全体像が分かりにくい、就業後のフォローアップが十分でないといった課題に対応するため、就業希望者を総合的に支援する一元的な支援体制を整備するとともに支援対策を抜本強化する</p> <p>⇒別図<水03>参照(p.384)</p>	<p>自営型漁業における新規就業者数</p> <p>雇用型漁業における新規就業者数(国事業含む)</p> <p>漁家子弟の新規就業者数</p>	<p>-(H30) ↓ 7名</p> <p>-(H30) ↓ 20名</p> <p>-(H30) ↓ 3名</p>
<p>【水15】 ◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実</p>	<p>自営等の沿岸漁業者を確保するため、移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実を図る</p>	<p>新規漁業就業者支援事業による新規漁業就業者数</p>	<p>2名(H26) ↓ 5名(H30) ↓ 13名 (H31年度以降は【水14】でも実施)</p>
<p>【水16】 ◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり</p>	<p>漁業生産量の維持・増大と優秀な担い手の確保を図るため、従来のマッチングによる研修に加えて、民間企業や漁業協同組合が行う漁業の担い手の育成を支援する</p>	<p>担い手育成団体支援事業による新規漁業就業者数</p>	<p>-(H26) ↓ 1名(H30) ↓ 12名</p>

戦略の柱	2 担い手の育成・確保
取組方針	1 担い手の育成

取組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降
-----	-----	-----	-----	-------



漁業就業支援センター：
漁業就業希望者に対するワンストップ相談窓口の設置

漁業就業支援センター：組織体制の強化（一般社団法人化）、就業相談、就業希望者の掘り起こし、新規研修事業の創設と支援、漁船アドバイザーによる研修終了生の漁船取得支援
 市町村：漁業就業支援センターへの参画、研修事業への財政支援
 漁協：漁業就業支援センターへの参画、営漁指導員による研修終了生への経営的な助言
 県漁業振興課：漁業就業支援センターへの参画と財政支援



漁業就業支援センター：
漁船の取得と研修での活用、研修終了生へのレンタル

移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実

漁業就業支援センター：相談窓口、県内外就職相談会での勧誘活動、指導者の確保に向けた取組、移住担当機関との連携による就業希望者の掘り起こし、漁村の魅力を生かした幅広いライフスタイルをパッケージ化して提案、地域の住居や漁業の具体的な情報を漁村提案として発信、漁業体験研修の実施、長期研修の受入調整、生活支援・技術指導、研修未実施地区に対する制度の周知
 漁協：沿岸漁業設備投資促進事業への取組
 市町村：沿岸漁業設備投資促進事業への取組、財政支援、移住支援
 県水産政策課：無利子・低利融資制度の利用促進
 県漁業指導所：研修の受け入れ調整や指導者の確保に向けた取組の支援
 県漁業振興課：移住担当機関や他部局との連携、研修制度の充実、担い手対策の進捗管理とさらなる充実・強化の検討

法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり

担い手育成団体：研修生を研修期間中雇用し、特定の漁業種類において、責任を持って計画的に漁業の担い手を育成
 漁業就業支援センター：相談窓口、県内外就職相談会での勧誘活動、研修生の確保に向けた取組、移住担当機関との連携による就業希望者の掘り起こし
 漁協：沿岸漁業設備投資促進事業への取組
 市町村：沿岸漁業設備投資促進事業への取組、財政支援、移住支援
 県水産政策課：無利子・低利融資制度の利用促進
 県漁業指導所：研修の受け入れ調整や研修生の確保に向けた取組の支援、研修カリキュラム等の作成へのフォローアップ
 県漁業振興課：移住担当機関や他部局との連携、対象となる漁業種類及び担い手育成団体に適した法人の掘り起こし、生活支援・技術指導、関連地区における事業説明会の開催、担い手育成団体の漁業就業フェア等への参加を促進

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水17】 ◆新規就業者の経営安定に向けた 営漁指導員の配置、育成(H31新規)	漁業者に対して経営指導を行う漁協職員(営漁指導員)を県内6ブロックに配置し、漁業者の経営安定を図る 漁協と県は、営漁指導アドバイザーの設置、研修会の開催、先進地視察などを通じて営漁指導員を育成する	営漁指導員の配置人数	-(H30) ↓ 6名

分野	水産業分野
----	-------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水18】 ◆就業時の設備投資、資金調達への支援	漁業就業者を確保するため、新規漁業就業者へは、優先的に設備投資を支援する	就業時の設備投資、資金調達への支援の実施件数	0件(H26) ↓ 2件(H30) ↓ 3件
【水】 ◆新規就業者が参入しやすい環境づくり	新規漁業就業者が参入しやすい環境を整備するため、就業に係る地元調整や研修希望者から研修修了生までのフォローアップ等を担当するアドバイザーを増員する	新規漁業就業者支援事業及び担い手育成団体支援事業による新規漁業就業者数	2名(H26) ↓ 6名(H30) ↓ 25名

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
営漁指導員による経営指導				
漁協：営漁指導員を各ブロックに1名配置 営漁指導員：定期的に新規就業者をはじめとする漁業者のもとを訪問し、経営指導を実施 漁業就業支援センター・県漁業指導所：営漁指導員と連携して新規就業者の自立をフォローアップ				
営漁指導員の育成				
漁協：研修会や先進地視察を開催し、営漁指導員の育成を図る 県水産政策課：営漁指導アドバイザーを委嘱するとともに、営漁指導員育成のための研修会や先進地視察の開催を支援 営漁指導アドバイザー：営漁指導員から取組状況を把握し、助言・指導				

戦略の柱	2 担い手の育成・確保
取組方針	2 就業時における支援

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
就業時の設備投資、資金調達への支援				
漁業就業支援センター：漁船・漁労設備の取得に向けた支援 漁協：相談窓口、沿岸漁業設備投資促進事業、漁船導入支援事業及び浜の担い手漁船リース緊急事業への取組、准組合員制度の活用 市町村：沿岸漁業設備投資促進事業、漁船導入支援事業及び浜の担い手漁船リース緊急事業への取組、財政支援 県水産政策課：無利子・低利融資制度の利用促進 県漁業指導所：漁船・漁労設備の取得に向けた支援 県漁業振興課：就業時の設備投資及び資金調達への支援の充実、国の漁船取得に係る補助制度への上乗せ支援				
新規就業者が参入しやすい環境づくり				
漁協・市町村：地元への定着支援 漁業就業アドバイザー：研修修了生の操業状況調査、相談への対応 県漁業指導所：漁労技術、水揚向上への技術的助言 県漁業振興課：支援制度の拡充とアドバイザーの増員、アドバイザーや関係機関と				
				H31年度以降は、【水14】で実施

分野	水産業分野
戦略の柱	3 市場対応力のある産地加工体制の確立

戦略の方向性	国内外の市場に対応できる産地加工体制を確立し、生産の拡大により雇用の場の創出を図る。
--------	--------------------------------------------

戦略目標	目標
	衛生管理の高度化に取り組んだ加工場の割合(海外HACCP対応型の衛生管理高度化養殖魚加工場) 養殖魚の前処理加工製造品出荷額、雇用者数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	高度加工ビジネスへのステップアップ	<ul style="list-style-type: none"> ○HACCP研修参加(地産地消・外商課が主催) [参加事業者数] H30:16事業者(H28~H30累積) ○県版HACCP認証取得 [認証取得事業者] H30:11事業者(H28~H30累積) (第2ステージ:6、第3ステージ:5) ○HACCPに対応した加工施設の立地促進 <ul style="list-style-type: none"> ・宿毛市で民間企業の水産加工施設が操業 ・宿毛市で民間企業の大規模水産加工施設が完成(H31.3月末) 	<ul style="list-style-type: none"> ・HACCP認証取得に必要な施設改修や人材の育成 ・HACCP研修受講後のフォローアップ ・民間企業の加工施設整備に対する支援 ・円滑な施設整備及び従業員の確保
2	加工関連ビジネスの展開	<ul style="list-style-type: none"> ○残さい加工ビジネス・冷凍保管ビジネス <ul style="list-style-type: none"> ・土佐清水メジカ産業クラスタープロジェクト推進協議会が発足 ・土佐清水市における宗田節加工の協業化や共同煮熟、冷凍保管、残さい加工施設の整備の包括的な事業計画を策定 ○冷凍保管ビジネス <ul style="list-style-type: none"> ・土佐清水市の冷凍保管施設が完成(H31.2月) ・宿毛市で民間企業の冷凍保管施設(大型加工施設に附帯)が完成(H31.3月末) 	<ul style="list-style-type: none"> ・メジカ関連産業の維持、拡大のための加工原魚の安定確保、作業工程の効率化及び安定した残さい加工体制の構築 ・冷凍保管施設の効率的な運用

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:24%(0件)	H30:59%(0件)	100%(3件)	100%(4件)	100%(5件)
H26:5億円、58名	H29:11億円、82名	29億円、120名	32億円、125名	36億円、130名

具体的な取組	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【水19】◆既存加工施設の高度化	○	○		○		○		
【水20】◆既存加工施設の衛生管理体制の強化	○	○		○		○		
【水21】◆HACCPに対応した加工施設の立地促進	○	○		○		○		
【水22】◆残さい加工ビジネスの再構築		○				○		
【水23】◆冷凍保管ビジネスの事業化		○				○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	輸出の促進	<p>○高知県養殖魚輸出促進協議会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・漁協、加工業者、ディーラー、商社、物流業者等による高知県養殖魚輸出促進協議会が設立 →事業目的等を拡充し、名称を高知県水産物輸出促進協議会(仮称)に変更予定 ・水産物の国際取引に精通した企業にアドバイス業務を委託し、協議会の輸出に向けた活動を支援 ・協議会が行う国際商談会への出展等による販路開拓、次年度の出展等を見据えた現地調査などを支援 <p>[国際商談会への出展等]</p> <p>FOOD EXPO/SEAFOOD EXPO ASIA(香港)、THAIFEX(タイ)、VIETFISH(ベトナム)、FHA(シンガポール)、SEAFEX(ドバイ)、SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA(米国)、沖縄大交易会</p> <p>○HACCP対応等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大日本水産会等による一般的衛生管理講習会・輸出セミナーやHACCP研修会の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・海外商談会出展など高知県養殖魚輸出促進協議会(H31年4月1日～高知県水産物輸出促進協議会(仮称))による輸出に向けた活動の促進 ・HACCP認証の取得など輸出に対応した水産加工施設の衛生管理体制の高度化への対応 ・輸出に取り組む事業者の貿易対応力の向上

具体的な取組	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【再掲】【水21】 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進	○	○		○		○		
【水24】 ◆水産物の輸出の本格展開(H31拡充)	○	○						

分野	水産業分野
----	-------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水19】 ◆既存加工施設の高度化	さらなる産地加工の拡大と外商の推進に向けて、事業者のフォローアップや新たな掘り起こしを行うとともに、事業者間の連携の強化を支援する	地域APや6次産業化等による水産加工出荷額が増加	6.8億円(H26) ↓ 10.7億円(H29) ↓ 8.0億円
【水20】 ◆既存加工施設の衛生管理体制の強化	県内水産加工事業者の外商拡大を目指して、大手小売や飲食店等の業務筋の安全基準に対応できるよう、衛生・品質管理の高度化を目指した研修を開催する	HACCP等の研修に参加した事業者数	- (H27) ↓ 16社(H28～30) ↓ 16社
【水21】 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進	養殖魚の前処理加工事業の拡大を図るため、輸出にも対応できる加工施設の整備を支援する	HACCP導入のための専門家による指導回数	- (H27) ↓ 3回(H30) ↓ 5回

戦略の柱	3 市場対応力のある産地加工体制の確立
取組方針	1 高度加工ビジネスへのステップアップ

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>産地加工ビジネスのさらなる推進に向けた施策の推進 → 新規掘り起こし、事業者間の連携促進</p> <p>加工事業者：事業の円滑な運営、事業者間の連携による製造販売体制の強化 県水産流通課：地域支援企画員と連携した事業者の取組の支援、新たな取り組みの掘り起こし、ブランド化への支援</p>				
<p>HACCP手法導入に向けたハード・ソフト面での取組の推進 → 研修受講後のフェローアップ</p> <p>加工事業者：食品衛生法「HACCP手法」の導入を視野に入れた衛生管理体制の整備 県水産流通課：地産地消・外商課及び食品衛生課と連携した事業者の取組への支援</p>				
<p>輸出を目指す事業者の加工施設等のHACCP認定取得を支援</p> <p>→ 新たな加工施設の整備 → 新加工施設の操業</p> <p>加工事業者：輸出に対応したHACCPの認定を取得するための加工場の施設改修や新たな加工場の整備 県水産流通課：施設改修や新設に係る支援</p>				

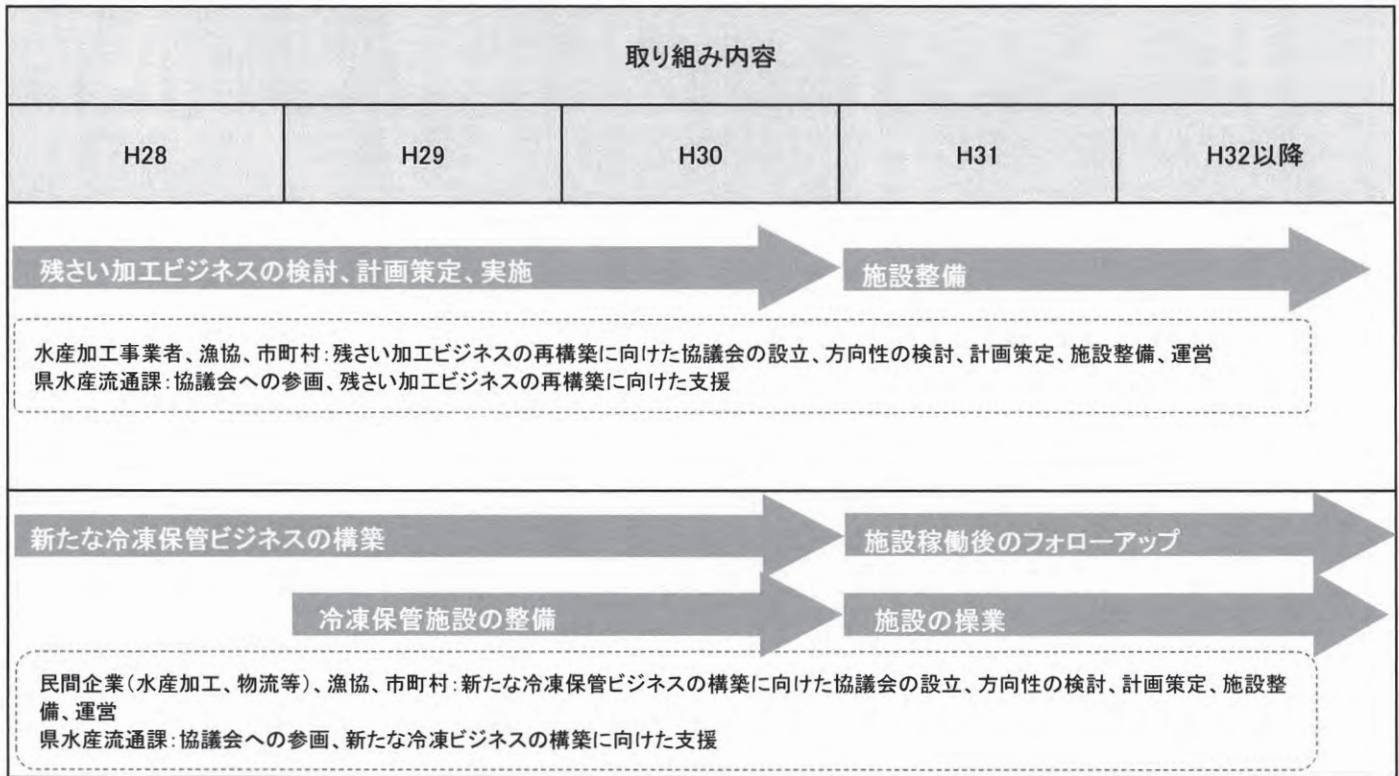
分野	水産業分野
----	-------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水22】 ◆残さい加工ビジネスの再構築	メジカ加工や養殖魚の前処理加工で発生する残さいビジネスを再構築するため、既存処理施設の老朽化や残さい利用を巡る情勢の変化を踏まえた、県内の残さい処理体制の今後のあり方を検討する	幡多圏域での残さい加工ビジネスの構築	- (H27) ↓ 土佐清水市が整備する残渣加工施設の実施設計の完了(H30) ↓ 幡多圏域での新たな残さい加工施設の操業
【水23】 ◆冷凍保管ビジネスの事業化	加工用原魚の安定確保や加工品等の安定供給を図るため、県内水産業の冷凍保管機能の強化を進める	新たな冷凍保管ビジネスの構築	- (H27) ↓ 土佐清水市と宿毛市で冷凍保管施設が竣工(H30) ↓ 新たな冷凍保管ビジネスの開始

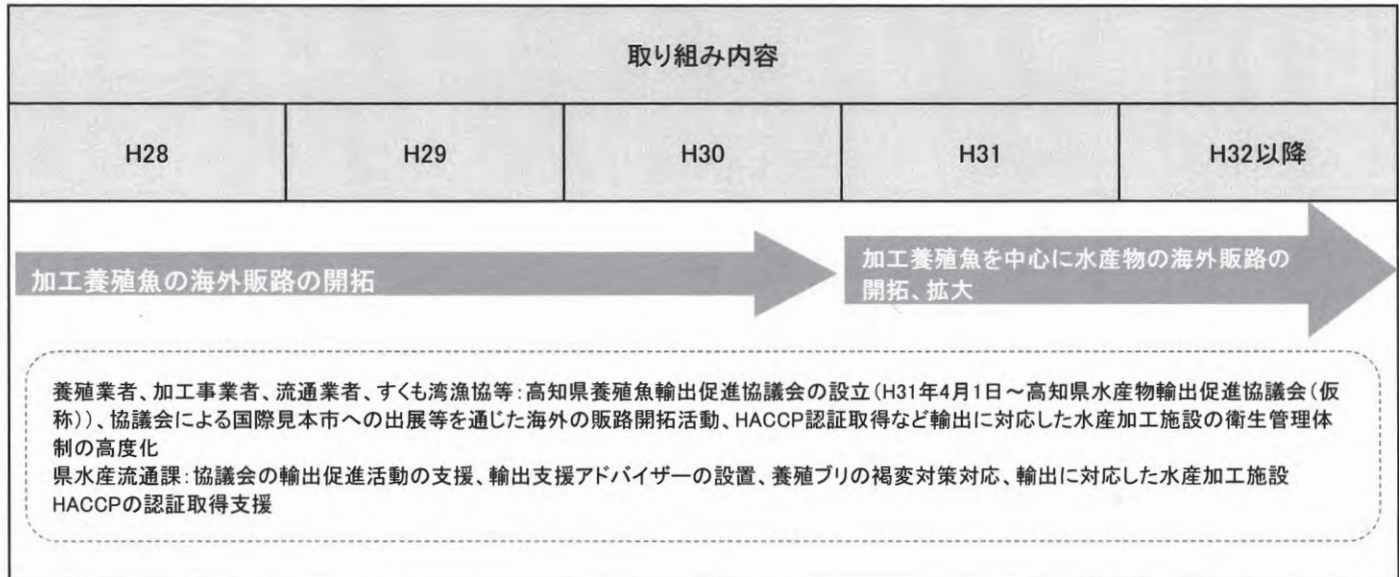
分野	水産業分野
----	-------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水24】 ◆水産物の輸出の本格展開 (H31拡充)	加工養殖魚を中心とした水産物の輸出の促進を図るため、輸出に取り組む事業者の組織化や国際見本市への出展等を通じた海外販路の開拓等の取組を支援する ⇒別図<水04>参照(p.385)	国際見本市への出展	- (H27) ↓ 6回(H30) ↓ 7回

戦略の柱	3 市場対応力のある産地加工体制の確立
取組方針	2 加工関連ビジネスの展開



戦略の柱	3 市場対応力のある産地加工体制の確立
取組方針	3 輸出の促進



分野	水産業分野
戦略の柱	4 流通・販売の強化

戦略の方向性	少量多品種の特性を活かした外商の拡大や消費地市場とのネットワークの強化を図るとともに、国外への販路を開拓することで、本県水産物の販売力の向上を図る。
--------	----------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標
	「応援の店」県内参画事業者の出荷額
	産地市場の集約化 水産物の輸出額

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	外商ビジネスの拡大	<p>○「高知家の魚応援の店」の取引拡大のため、新規「応援の店」登録100店舗及び取引拡大の可能性が有る店舗を重点にフォロー、産地における高鮮度処理体制の定着</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「応援の店」との取引額3.5億円(H30末見込み) ・「応援の店」登録店舗:925店舗(H31.1末) ・県内事業者との取引率:58%(H29年度末) ・産地見学会の開催:延べ10回(H30年度末) ・高鮮度処理の指導:県内定置等23カ所実施 <p>○県内水産関係事業者と県が連携して、築地につぼん漁港市場に「さかな屋高知家」を出店し、店舗を拠点に首都圏における県産水産物の外商活動・PRを展開</p> <p>○関西、中四国、九州の消費地市場(卸売業者等)との交流による関係強化やフェアの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場合同会議の開催:7回(H23~) ・関西地区量販店で高知フェア等の開催:延べ59店舗(H27~) 	<ul style="list-style-type: none"> ○高知家の魚応援店制度 ・県産水産物の取扱いに意欲的な店舗の掘起こしによる登録店舗の拡大 ・マッチングの機会を活かした取引の拡大 ・店舗訪問によるフォローアップ、信頼関係の構築 ・産地指導による高鮮度処理体制の定着化と高鮮度魚の流通拡大 ○消費地市場との連携 ・水産物フェアの継続、高知県産品フェアへの移行 ・消費市場でのイベントの参加による取引の拡大
2	産地市場の機能強化	<p>○優良衛生品質管理市場の認定取得</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内3市場が優良衛生品質管理市場の認定を取得 H24:すくも湾中央市場、H25:清水魚市場、H26:室戸岬魚市場 <p>○市場統合</p> <ul style="list-style-type: none"> ・足摺岬魚市場を清水魚市場へ統合(H27) ・佐賀魚市場にて、市場統合や衛生管理に関する協議会が発足(H29) ・田野町魚市場を奈半利町魚市場に統合(H29) ・以布利魚市場を清水魚市場に統合(H30予定) 	<ul style="list-style-type: none"> ○衛生管理体制の強化 ・優良衛生管理市場の認定取得のためのハード対策及びソフト対策に当たっての漁協の費用負担 ○市場統合 ・市場統合のための漁業者や産地買受人の合意形成 ・市場統合のための施設整備や不要施設撤去に係る漁協の費用負担

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:1億円	H30:3.5億円	4億円	5億円	6億円
H27:33市場	H29:32市場	28市場	23市場	15市場
H26:0.2億円	H29:1.7億円	4億円	13億円	16億円

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【水25】◆「応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化(H30拡充)		○						
【水26】◆県内産地の対応力の強化	○	○						
【水27】◆消費地市場と連携した外商活動の展開		○						
【水28】◆販売の拡大を背景とした新たな物流システムの構築		○						
【水29】◆市場統合による拠点市場への水揚げの集約化	○			○				
【水30】◆荷捌き機能や衛生管理体制の強化	○			○				

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	輸出の促進(再掲)	<p>○高知県養殖魚輸出促進協議会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・漁協、加工業者、ディーラー、商社、物流業者等による高知県養殖魚輸出促進協議会が設立→事業目的等を拡充し、高知県水産物輸出促進協議会(仮称)に変更予定 ・水産物の国際取引に精通した企業にアドバイスを業務を委託し、協議会の輸出に向けた活動を支援 ・協議会が行う国際商談会への出展等による販路開拓、次年度の出展等を見据えた現地調査などを支援 <p>[国際商談会への出展等]</p> <p>FOOD EXPO/SEAFOOD EXPO ASIA(香港)、THAIFEX(タイ)、VIETFISH(ベトナム)、FHA(シンガポール)、SEAFEX(ドバイ)、SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA(米国)、沖縄大交易会</p> <p>○HACCP対応等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大日本水産会等による一般的衛生管理講習会・輸出セミナーやHACCP研修会の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・海外商談会出展など高知県養殖魚輸出促進協議会(H31年4月1日～高知県水産物輸出促進協議会(仮称))による輸出に向けた活動の促進 ・HACCP認証の取得など輸出に対応した水産加工施設の衛生管理体制の高度化への対応 ・輸出に取り組む事業者の貿易対応力の向上

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【再掲】【水24】◆水産物の輸出の本格展開(H31拡充)		○	○					

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水25】 ◆「応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化(H31拡充)	平成31年度末までに「応援の店」の登録店舗を1,000店舗まで増やし、県内事業者の「応援の店」との取引の拡大を支援する ⇒別図<水05>参照(p.386)	「高知家の魚応援の店」の登録店舗数	374店舗(H26) ↓ 926店舗(H30) ↓ 1,000店舗
【水26】 ◆県内産地の対応力の強化	「高知家の魚応援の店」のニーズに対応していくため、産地での神経締めや血抜き等の高鮮度処理、施氷方法の改善等、県内事業者の商品力向上を図り取引店舗の拡大を支援する	「高知家の魚応援の店」1店舗あたり、年100万円以上の取引をする県内事業者数	15事業者(H26) ↓ 26事業者(H30) ↓ 40事業者
【水27】 ◆消費地市場と連携した外商活動の展開	県外消費地市場(卸業者等)での取引の維持・拡大を目的に、県内産地市場の買受人と取引のある県外卸業者・仲卸業者との人的交流の構築を図る場として交流事業を展開するとともに、これまでに構築した人的ネットワークを活かした関西地区等量販店での水産物フェア等を開催する	県外消費地市場地区の量販店での水産物フェア等の開催店舗数	20店舗(H27) ↓ 累計56店舗(H30) ↓ 累計100店舗
【水28】 ◆販売の拡大を背景とした新たな物流システムの構築	首都圏や関西圏等の遠隔地への新たな物流システムを構築するため、荷物の集約化等、効率的な物流の検討、試行を支援する	新たな物流に取り組む地区	- (H27) ↓ 3地区(H30) ↓ 3地区

戦略の柱	4 流通・販売の強化
取組方針	1 外商ビジネスの拡大

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>「応援の店」や「さかな屋高知家」を活用した外商強化 → 「応援の店」との連携した取組みの強化</p> <p>県内事業者: 「応援の店」の増加に伴う営業活動の展開、事業者間による連携の検討 県水産流通課: 「応援の店」の登録店舗の増加に伴い、産地見学会や商談会等のさらなるマッチング機会の創出、「応援の店」と連携した県産水産物のPR、「さかな屋高知家」での県産水産物の提案会等、県内事業者の外商活動を支援</p>				
<p>産地体制の強化 → 産地体制の強化及び定着支援</p> <p>漁協: 品質向上に向けた生産者や県内事業者への指導等 生産者: 漁獲直後の十分な施氷や活き締め等の処理による品質の向上 県内事業者: 出荷時の十分な施氷や荷姿の改善等による商品力の向上 県水産流通課、県漁業指導所: 生産者や県内事業者への神経締めや施氷方法等、高鮮度処理技術の指導、助言を行い品質の高い水産物を供給する体制を構築、定着</p>				
<p>県外の主要な消費地市場の卸売業者等との交流事業の展開・関西地区量販店での水産物フェア等の開催</p> <p>産地買受人: 交流事業への参加による大阪市場など県外消費地市場関係者(卸業者等)との交流促進 県水産流通課: 交流事業の企画運営(消費地市場関係者の招へいと産地買受人への参加の働きかけ)や、水産物フェア等の開催に向けた関西地区量販店の発掘・実施調整</p>				
<p>効果的な物流方法の検討、試行</p> <p>県漁協: 佐賀市場等の改修整備計画の策定と市場統合に向けた取組に着手 県内事業者: 事業者間連携による物流コストの圧縮に向けた検討 県水産流通課: 県漁協による市場統合への取組支援や「さかな屋高知家」を活用した関東圏での物流の効率化の検討と試行、エア便等の活用によるリードタイムの短縮に向けた試行</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水29】 ◆市場統合による拠点市場への水揚げの集約化	漁協経営の効率化や魚価の向上、物流の合理化を図るため、拠点市場への市場統合を推進する	合意形成に向けた協議会開催数(延べ)	0回/年(H27) ↓ 4回/年(H30) ↓ 4回/年
【水30】 ◆荷捌き機能や衛生管理体制等の強化	市場競争力を高めるため、荷捌き機能の強化や衛生管理講習会の開催等による新たな優良衛生品質管理市場の認定取得を支援する	優良衛生品質管理市場認定数	計3市場(H27) ↓ 計3市場(H30) ↓ 計4市場

戦略の柱	4 流通・販売の強化
取組方針	2 産地市場の機能強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>水産物拠点市場の機能向上を支援</p> <p>県水産政策課、市町村:市場統合を目指した漁協の取組を支援 漁協:市場統合に向けた地元合意形成やハード整備計画等を推進</p>				
<p>市場の衛生管理体制の強化</p> <p>県水産政策課、市町村:市場の衛生管理体制の強化に向けた漁協の取組を支援 漁協:衛生管理講習会の開催、ソフト及びハード体制の強化</p>				

分野	水産業分野
戦略の柱	5 活力ある漁村づくり

戦略の方向性	漁村の資源を活用した活動を支援し、地域での暮らしを支える。
--------	-------------------------------

戦略目標	目標
	高齢者等に対応した漁場づくり

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	高齢者や女性の活躍の場づくり	<p>○ウニ駆除による地先海域の藻場の再生</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H21年度から国の支援を受け、磯焼け対策としてのウニ除去活動を毎年計画的に実施 ・ウニ除去したエリアを追跡調査し、テングサ類やホンダワラ類の藻場が形成されていることを確認 ＊ウニ除去活動面積：222ha（H21～H28） <p>○地先海域を活用した漁場づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・投石による漁場整備を支援 ⇒H30：3漁場 <p>○地域加工グループの取り組み支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域加工グループが取り組む商品開発や販売促進を支援 ⇒県内地域加工7グループが活動を継続、雇用の場の確保に貢献 ・漁業者による6次産業の創出を支援 ⇒6次産業化に取り組む事業者の販売額：H24：17百万円 → H29：38百万円 <p>○既存加工施設の高度化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域AP等による加工施設の整備や連携した外商の取組等を支援 ⇒新たな事業化による出荷額：2,091百万円（H29） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ウニが原因の磯焼け面積は293haあるので、活動面積のさらなる拡大が必要 ・再生した藻場の有効活用（高齢者等に対応した漁場づくり等） ・投石による漁場整備の実施地区の掘り起こし <p>・地域加工グループの担い手確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ・さらなる外商の推進に向けた連携の強化 ・6次産業化認定事業者のフォローアップと新たな掘り起こし ・さらなる産地加工の拡大に向けた人材の確保

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:0か所	H30:3か所	5か所	7か所	10か所

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【水31】◆高齢者等に対応した漁場づくり(漁港)	○			○				
【水32】◆高齢者等に対応した漁場づくり(漁場)	○			○				
【水33】◆『地域加工』の支援	○			○				
【再掲】【水19】◆既存加工施設の高度化	○	○		○		○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	交流人口の拡大	<p>○遊漁船業等の振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・遊漁船業等の実態調査により、利用客の減少、固定化等による経営規模の縮小等の現状を把握 ・アドバイザーの派遣により遊漁船業者等への指導、助言を実施 ・海洋資源を生かした旅行商品を開発(5件) <p>○基盤整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・都市と漁村の交流及び漁村・漁港の環境整備を促進するため、窪津漁港において休憩所、広場、駐車場及び植栽等を整備 ・宇佐漁港において係留施設利用者へのアンケート結果を基に改善項目を設定、照明灯の設置やタラップの修繕等を実施 <p>○規制緩和</p> <ul style="list-style-type: none"> ・漁業調整規則の改正による遊漁者の漁具・漁法等の制限(まき餌釣り、やす)の規制を緩和 <p>○アサリ資源の回復</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域活動組織による浦ノ内湾でのアサリ漁場の底質の改善や食害の防止(かぶせ網)等の保全活動の実施 ・かぶせ網によるアサリ資源の回復手法の確立 ・資源の管理と持続的利用に取り組む団体に対する採捕の承認制の導入 <p>○河川資源の種苗放流</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県が種苗生産事業を担う体制を構築し、H28・29年度に放流用アユ種苗5.3トン及び放流用モクズガニ種苗81千尾を生産し県内漁協等に供給 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者間の連携による受入体制の整備 ・サービス業としての意識改革とノウハウの取得 ・安全で快適なサービスの提供による女性客等の掘り起こし ・周辺観光との連携による旅行商品づくりの加速化とインバウンド対応の強化 ・効果的な情報発信 ・遊漁船業への新規就業の促進 ・遊漁者の利便性向上への対応 ・来訪者及びプレジャーボート係留施設利用者の利便性向上への対応 ・漁業調整規則の改正による遊漁者の漁具・漁法等の制限(ひき縄釣り)の規制緩和 ・かぶせ網等のアサリ資源の保全活動の継続 ・食害生物の駆除 <p>・産卵場の造成や放流等の継続的な実施による河川資源の増殖</p> <p>・河川環境保全の取組支援</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【水34】◆遊漁や体験漁業の振興(遊漁船業等の振興)(H30拡充)	○					○		
【水35】◆遊漁や体験漁業の振興(漁港等の整備)	○					○		
【水36】◆遊漁や体験漁業の振興(規制緩和)	○					○		
【水37】◆遊漁や体験漁業の振興(アサリの増殖)	○					○		
【水38】◆にぎわいのある河川づくり	○							

分野	水産業分野
----	-------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水31】 ◆高齢者等に対応した漁場づくり (漁港)	漁港の泊地を増殖場・養殖場として利用するなど、近場の漁場づくりに向けた施設整備を進めることで、高齢者等が漁業活動を行い生活できる環境づくりを図る	漁港の泊地等を活用し新たな漁場が整備された漁港数	0漁港(H27) ↓ 0漁港(H30) ↓ 1漁港
【水32】 ◆高齢者等に対応した漁場づくり (漁場)	沿岸域の環境・生態系を維持・回復するため、地域活動組織の活動の支援を継続し、ボランティア等の参加者や活動面積を拡大する 高齢者等に対応した漁場づくりのために、藻場の活用や投石等を行う	高齢者等に対応した漁場の整備	0漁場(H27) ↓ 3漁場(H30) ↓ 4漁場
【水33】 ◆『地域加工』の支援	漁村の雇用の場を確保するため、地域加工グループの活動の継続を支援する	活動している地域加工グループ	9グループ(H27) ↓ 9グループ(H30) ↓ 9グループ以上

戦略の柱	5 活力ある漁村づくり
取組方針	1 高齢者や女性の活躍の場づくり

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>既存漁港を活用した漁場の整備</p> <p>県漁港漁場課:市町村及び漁協関係者との調整を図り、既存漁港を活用して増殖場・養殖場などの漁場造成を促進</p>				
<p>磯焼け対策活動の継続などによる高齢者等に対応した漁場づくり</p> <p>漁業者、地域活動組織:磯焼け対策活動の継続 市町村:財政面及び円滑な運営の支援、広報でのボランティア参加呼びかけ 県漁業振興課:国補助事業の導入による財政面での支援 県水産試験場:地域活動組織の取組に対する技術的支援</p>				
<p>漁村での雇用の場として持続可能な活動の展開 → 新たなグループの掘り起こしや取組支援</p> <p>地域加工グループ:持続可能な活動の展開 漁協、市町村:円滑なグループ活動の実施に向けた支援 県漁業指導所、県水産流通課:グループの方向性に応じた取組の支援、新たなグループの掘り起こし</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水34】 ◆遊漁や体験漁業の振興(遊漁船業等の振興)(H31拡充)	遊漁等の振興を図るため、豊かな海洋資源等を生かした遊漁船業や体験漁業等の取り組みを支援し、またその旅行商品化を推進する。 ⇒別図<水06>参照(p.387)	遊漁や体験漁業の旅行商品化・磨き上げをした数	- (H27) ↓ 5件(H30) ↓ 10件 (H30,31累計)
【水35】 ◆遊漁や体験漁業の振興(漁港等の整備)	○プレジャーボート係留施設の整備と適正管理 プレジャーボート係留施設の照明灯、タラップ等の整備・補修を進めるとともに、指定管理者と連携しながら、適正な管理と利用者サービスの向上を図る	整備対象施設における機能や安全性の確保等に関する対策項目数	0項目(H27) ↓ 4項目(H30) ↓ 6項目
	○来訪者受け入れのための環境整備 漁村での豊かな自然や漁業体験を通じて、都市と漁村の交流を促進し漁村地域の活性化を図るため、漁村・漁港において来訪者の受け入れのため環境整備を進める	都市からの来訪者を受け入れるための環境整備がされた漁村地区数	0地区(H27) ↓ 1地区(H30) ↓ 1地区
【水36】 ◆遊漁や体験漁業の振興(規制緩和)	高知県漁業調整規則で制限されている遊漁者の漁具漁法について、漁業や海洋環境等に支障のない範囲で見直しを行う	高知県漁業調整規則の改正	- (H27) ↓ まき餌釣及びやす使用の制限を解除(H28) ↓ ひき縄の制限を解除

戦略の柱	5 活力ある漁村づくり
取組方針	2 交流人口の拡大

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>実態の把握 → 遊漁船業や体験漁業等の振興 →</p>				
<p>県漁業振興課、 県漁業指導所： 遊漁等の実態 の把握</p>	<p>県漁業振興課、県漁業指導所：実態やニーズに基づく振興策の検討、遊漁船業者の組織化、整備への支援（支援制度の拡充、基盤整備等）、アドバイザーの設置、新たな観光資源の発掘</p>	<p>県水産政策課、県漁業指導所：実態調査等に基づく振興策の検討、整備への支援（支援制度の拡充、基盤整備等）、アドバイザーによる助言、遊漁船業等を紹介するホームページの作成、新たな観光資源の発掘</p>		
		<p>旅行商品の開発や磨き上げ等を支援 →</p>		
		<p>県水産政策課、県漁業指導所：遊漁船業等の旅行商品化と旅行エージェントへの売り込み、インバウンド対応や新規就業等を支援</p>		
<p>プレジャーボート係留施設の整備 →</p>				
<p>県漁港漁場課：利用者の安全確保と利便性を向上させるため、プレジャーボート係留施設の整備を促進</p>				
<p>来訪者受け入れのための環境整備 →</p>				
<p>県漁港漁場課：都市と漁村の交流を促進するため、漁村・漁港の環境整備を促進</p>				
<p>高知県漁業調整規則の改正 → 新たな遊漁者の漁具漁法の制限の周知徹底 →</p>				
<p>漁業管理課：改正に向けた水産庁との協議 高知海区漁業調整委員会：沿岸部会による制限緩和の影響等の調査</p>	<p>漁業管理課：HP等を利用した周知</p>			
<p>状況に応じた制限内容の見直し →</p>				
<p>漁業管理課：遊漁や漁業の状況に応じて、制限内容の見直しを随時行う</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【水37】 ◆遊漁や体験漁業の振興(アサリの増殖)</p>	<p>干潟機能の維持・回復によるアサリの増殖を図るため、地域活動組織などが行う被せ網等のアサリ資源の保全活動を支援する</p>	<p>食害対策としてのかぶせ網の敷設面積</p>	<p>1,600m²(H26) ↓ 27,650m²(H30) ↓ 30,000m²</p>
<p>【水38】 ◆にぎわいのある河川づくり</p>	<p>内水面における水産資源の増強を図るため、防疫や遺伝的多様性に配慮した責任ある種苗放流、産卵場造成、禁漁期・禁漁区の設定及び冷水病等の疾病対策を支援する。 自然の再生産能力を高めるため、資源増殖の試験研究、自然保護意識の醸成と活動への参画、流域住民などによる環境保全、魚類等の生態に配慮した河川改修の提案等を実施する</p>	<p>・種苗放流や産卵場造成などの人工的対策の実施 ・自然再生産による資源増殖につながる取り組みの実施</p>	<p>-(H27) ↓ -(H30) ↓ 種苗放流や産卵場造成など人工的な対策により資源の維持が図られている状態</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>地域活動組織による保全活動の継続</p> <p style="text-align: center;"> </p> <p>漁業者、地域活動組織：被せ網や食害生物の駆除などの保全活動、増殖したアサリの有効活用（潮干狩り事業、垂下式養殖への種苗供給等）、垂下式養殖を実施 市町村：財政面及び円滑な運営の支援、広報でのボランティア参加呼びかけ 県漁業振興課・水産政策課：財政面での支援 県水産試験場、県中央漁業指導所：地域活動組織の取組に対する技術的支援</p>				
<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</p> <p>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と情報発信 市町村：県が行うアユ等種苗生産事業への支援、協力 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、関係機関の応分の役割分担のもとでのアユ種苗生産事業の実施、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等への協力、河川環境保全の推進、県民への啓発とHPによる情報発信、利害関係者等の協力を得るための庁内外の連携</p>				
<p>自然再生産による資源増殖につながる取組</p> <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：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と情報発信 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：河川環境保全や資源利用方法の検討による漁場管理計画提言、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への協力、河川環境保全の推進、県民への啓発、広域的視点からの利害調整</p>				

高知マリンイノベーションの推進

バージョンアップ
取組の方向性

漁業者の高齢化や担い手不足に直面する本県水産業では、川上から川下におけるボトルネックの解消を図るため、IoTを活用する等、確実性の高い操業方法への転換や操業の効率化が不可欠

新 海況データ等を活用した漁場予測システムの開発

① 新 海況データ等を活用したメジカの漁場予測

メジカ曳縄漁業では魚場の探索に係る燃油代が経費の大きな割合を占めており、確実性の高い操業が求められる。水産試験場の研究によると急激な温度変化がある（等温線が狭い）海域で漁場が形成されやすいことが明らかになってきた。

⇒水温データ等の解析による漁場予測手法の開発、精度向上

② 土佐黒潮牧場の高機能化

新 土佐黒潮牧場周辺の魚群情報の発信

・15基の黒潮牧場の設置により、カツオをはじめとする高度回遊性魚類を網集、このうち4基では水温等の情報を提供

⇒漁業者は水温等の情報を参考に出漁を判断

黒潮牧場への魚の集積状況が分かれば確実性の高い操業が可能に

⇒魚群を感知し、データを送信する機能を有する衛星ブイを黒潮牧場13号に設置（H30）、観測状況や漁業者の評価を踏まえ本格設置（H31）

⇒黒潮牧場18号に小型レーダーを、黒潮牧場9号にソナーを設置（H31）、観測状況や漁業者の評価を踏まえ本格設置（H32）

新 潮流データを活用した出漁判断情報の提供（キンメダイ等）

・キンメダイ釣漁業では上潮と下潮の流向・流速が異なる二枚潮が発生した場合、キンメダイの漁獲は困難で、経費が無駄になる

・アカムツ等を漁獲する深海底はえ縄漁業においても下潮の状況によっては漁獲を失う場合がみられる

水産試験場の研究によると

黒潮牧場に設置している潮流計の10mと100mの流向・流速が漁獲量に影響していることが明らか

⇒キンメダイの生息域に近い潮流データを取得するため
黒潮12号のセンサーを設定変更し、精度を検証（H30）

⇒黒潮牧場10号で計測予定

⇒二枚潮発生情報を提供（H31）

情報発信の目指すべき姿



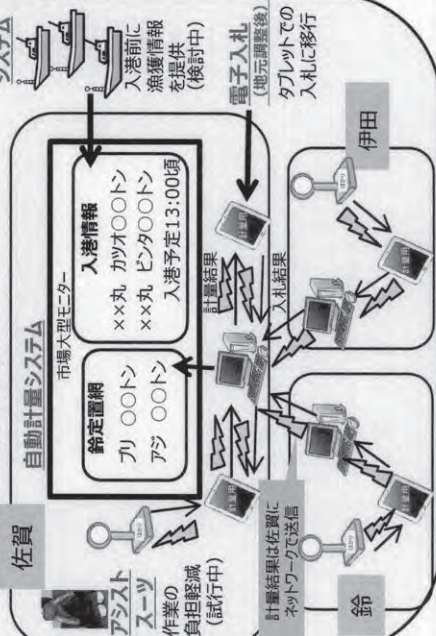
市場のIoT化を推進

鈴及び伊田の佐賀市場への統合にともないスマート化を推進

佐賀市場への統合スケジュール

H30	H31	H32	H33
基本構想策定	詳細設計	工事	供用開始

H29水揚げ：佐賀424百万円、鈴100百万円、伊田90百万円
⇒市場統合後 佐賀614百万円



定着

急潮予測手法の確立及び精度向上

定置網漁業にとって急潮は網の流出等、多額の損害をもたらすため、定置網の経営安定を進めるうえで急潮予測は不可欠

・水産試験場の急潮予報は急潮被害の軽減に大きく貢献（H28年度以降、7回の注意喚起のうち6回で急潮が発生）

芸東地区では「紀南分枝流」の予測手法が確立

・H30年度に室戸市高岡にリアルタイムブイを設置



リアルタイムブイ

予測手法の精度向上に繋げるとともに、他の分枝流や土佐湾における急潮予測手法の開発に取り組み

⇒土佐湾における急潮予測手法の開発（H31）

⇒予測スピードの向上と速やかな情報提供

養殖

赤潮発生予測手法の開発

・赤潮が発生した場合、酸欠等により養殖魚が死亡

⇒養殖小割の移動や阻止めが被害軽減の有効な対策

・早期の対策が不可欠であるが、微量で被害を及ぼすプランクトンの場合は対策が間に合わないのが現状

赤潮プランクトンを遺伝子レベルで検知できる機器（リアルタイムPCR）を水産試験場がH29に導入し、中央部（野見湾、浦ノ内湾）の赤潮予測に着手

H30年度中に中央部の赤潮予測手法を確立

県西部にもリアルタイムPCRを導入することで

新 H31年度、西部の赤潮予測手法を開発

水産業のIoT等を推進することで操業の効率化や経営の安定化を図る

地元合意のもと、3つの取組を推進

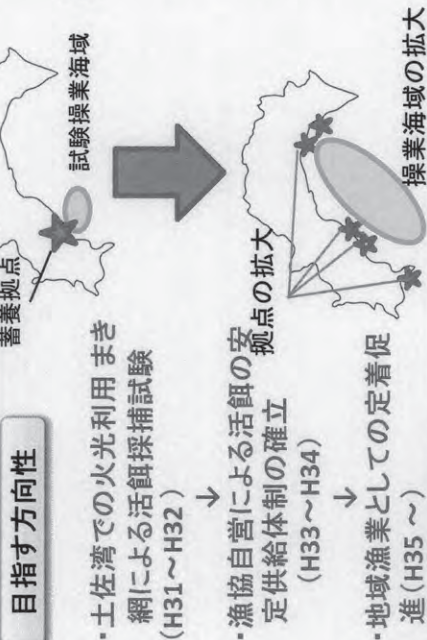
バージョンアップ
取組の方向性

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

県内のイワシ活餌

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

イワシ活餌の安定供給



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

取組内容

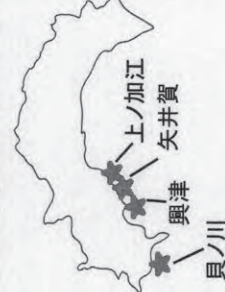
- 【H31年度～H32年度】
 ○ 海区漁業調整委員会での取扱方針の決定
 ○ 試験操業の実施
 【新】イワシ活餌安定供給促進事業(委託事業)
 * 委託先: 高知県漁協
 * 内容: 火光利用まき網による活餌採捕試験
 * アドバイザーの招聘による技術支援
 【H33年度～H34】
 ○ 活餌採捕、蓄養技術の向上
 ○ 短期許可による定着促進
 【目指すべき姿 (H35以降)】
 ○ まき網によるイワシ活餌採捕の定着
 ○ 活餌の安定供給によるカツオ水揚げの促進
 ○ 操業隻数、区域、イワシ蓄養拠点の拡大

定置網漁業

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

定置網漁業

- 目指す方向性
- 未利用漁場の利用促進
 - 企業誘致のための情報発信



取組内容

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

魚類養殖業

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

魚類養殖業

- 目指す方向性
- 新規参入に向けた地元調整
 - 既存漁場の利用促進



取組内容

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

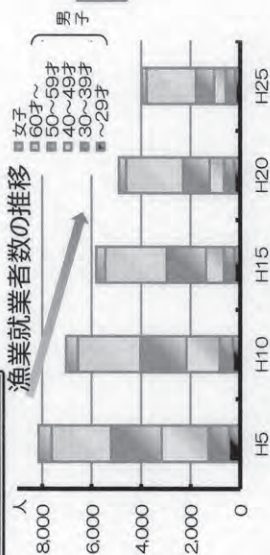
新たな漁業の担い手確保対策

<水03>

対策のポイント

- 漁業就業希望者を総合的に支援する新たな体制を整備
- 一元的な支援体制の整備に合わせて支援対策を抜本的に見直し

現状と課題



- ・H12年度から長期研修制度を開始
- ・これまでに81人の長期研修生を受け入れ、うち60人が研修を終え漁業に就業
- ・H30.10.15に(任意団体)高知県漁業就業支援センターを設置し、相談窓口を一元化

項目	課題
支援体制	支援制度が多岐にわたり、実務担当が制度ごとに異なることから、支援体制の全体像の把握に支障
短期研修	研修期間が短く、長期研修を実施する地域や漁業種類の見極めが困難
長期研修	事故等への不安や指導者の負担が大き、指導方法・内容に個人差
フォローアップ	経営が安定するまでの支援が不十分、スムーズな漁船取得が困難



H15年からH25年までの10年間で約32%減少

漁業就業支援センターの法人化

漁業就業希望者のさらなる確保に向けて、支援体制や対策を抜本的に強化
 関係市町村、漁協、県の参画と、専属職員の配置による就業希望者への総合的な支援

PR・相談 体験・マッチング

独立支援

定着促進

新 漁業就業総合支援事業費

- ◆ 漁業就業セミナー
 - ◆ 就業相談と短期研修への誘導
 - ◆ FIA・相談会への出席
 - ◆ 漁村提案への支援(住居や求人等の具体的情報)
 - ◆ 漁業就業支援センター専用HPの運営
- 拡 ◆ 短期研修(期間を延長し、複数の地域や漁業種類で柔軟に実施)

- 新 ◆ 共通カリキュラムによる座学研修
- 新 ◆ 長期研修の実施(1年間)と自立後の経営安定を支援(1年間)
 - ◆ 研修期間における研修生の損害保険の定額支給、必要な装備等を貸与
 - ◆ 地域の中核的漁業者の育成に向け、遊漁船業、水産加工等の研修も実施
- 新 ◆ 雇用型漁業の新規就業者の雇用を支援
- 新 ◆ 漁業後継者の育成を支援

- ◆ 小型船舶操縦士免許、海上特殊無線技術士免許の取得を支援
- 新 ◆ 研修修了後、本人の希望等により日単位の再研修を実施
- ◆ (H32~)センターで漁船を取得し、研修への活用や研修終了生等への漁船のレンタル
- 新 ◆ 早期の経営安定化に向けた経営改善等をアドバイス

- ◆ : 漁業就業総合支援事業費
- : 漁業就業支援センターで実施
- : 現行支援体制で継続

- [継続]担い手育成団体支援事業
- 研修終了後に新組織が支援
- 新規漁業就業支援事業(H30以前開始分)

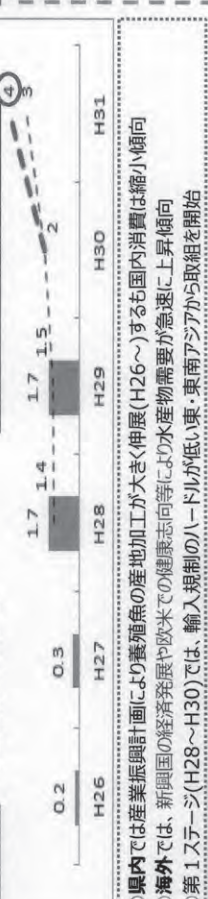
- 新 ◆ 漁船アドバイザーによる新規就業者の漁船探しと見極めを支援
- [継続]漁船取得を支援 漁船導入支援事業費

県産水産物の輸出の本格展開

【概要】 県産水産物の販路開拓を目指す高知県養殖魚輸出促進協議会(平成28年3月設立、漁協・水産加工会社・物流業者で構成)等と連携し、輸出の本格展開へつなげる

- ・海外見本市等への出展や海外ニーズに合致した商品開発などに意欲のある事業主体が行う活動を支援し、輸出に向けた販路開拓に取り組む
- H31年4月から事業目的を拡大した「高知県水産物輸出促進協議会(仮)」の立ち上げに併せ、「水産物輸出促進事業費補助金」の事業内容を充実
- ・世界に通用する水産加工施設のHACCP認証取得を推進(対米、対EU向けHACCP) (※水産加工業高度化支援事業費補助金)

【現状】 ★水産物輸出額の推移 (単位:億円)



○県内では産業振興計画により養殖魚の産地加工が大きく伸び(H26~)するも国内消費は縮小傾向

○海外では、新興国の経済発展や欧米での健康志向等により水産物需要が急速に上昇傾向

○第1ステージ(H28~H30)では、輸入規制のハードルが低い東・東南アジアから取組を開始

【H28~30年度の主な取組】

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

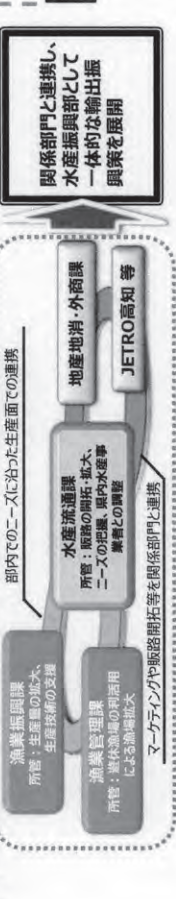
主な成果

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

課題

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

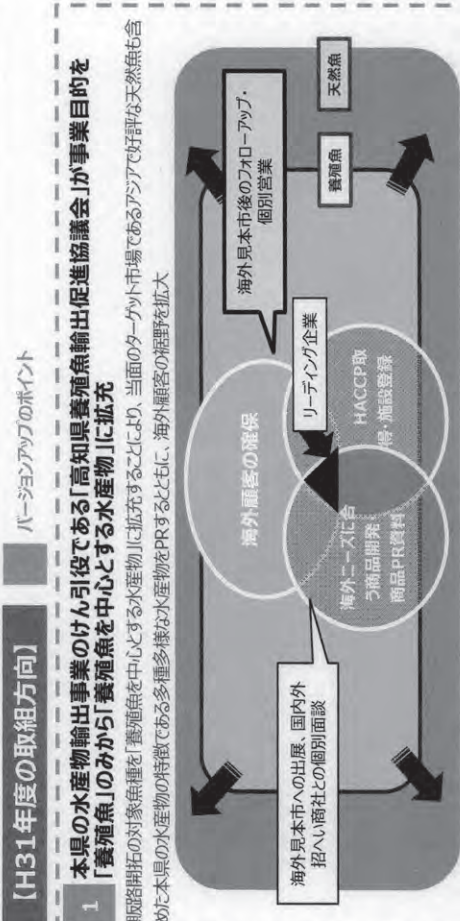
「H31 県産水産物振興部の体制」



【H31年度の取組方向】 バージョンアップのポイント

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

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



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

○ターゲット国の求める施設登録等の要件を備え、これまでの海外販路開拓の結果、一定の顧客(商流含む)を得、海外ニーズに合う商品開発等にも意欲的な事業者(以下「リーディング企業」と呼称)の動きを重点的に支援することで、リーディング企業の商品のみならず協力関係にある県内事業者の商品の販路開拓を推進

○海外見本市での出展時はもちろん、その後のアフターフォローに関しても支援対象とすることで、より緊密な販路開拓を推進



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

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

① HACCP導入のための専門家によるコンサルティング

② HACCP認定取得のための審査手続の負担軽減

※①④大日本水産会の「HACCP認定加速化支援事業」を活用。補助率：1/2

※②同会の「水産食品加工施設HACCP」(FDA HACCP相当)認定受審経費を補助。補助率：定額

「高知家の魚応援店制度」のネットワークの活用方法について



年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
年間取引額	0.6億円	1.2億円	2.2億円	3.2億円	3.5億円	4億円 (目標)
登録店舗数	374店舗	585店舗	690店舗	804店舗	926店舗	1,000店舗 (目標)

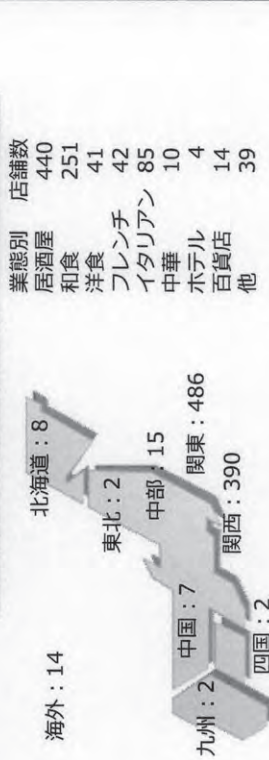
これまでの取組

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

これまでの成果

H31.3月末時点 首都圏を中心に

「高知家の魚応援の店」926店舗に拡大



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

取引額は大きく拡大

※ アンケート調査による県内参画事業者との年間取引額と取引率

取引額	H26年度	H29年度	H30年度	H26との比較
取引額	0.6億円	→ 3.2億円	→ 3.5億円	5.8倍
取引率	31%	→ 58%	→ 62%	31ポイントUP

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

【取組方針】

これまで外商の場として培ってきた高知家の魚応援の店のネットワークを本県との緊密な関係性を土台とした

- ・ 本県の魅力を情報発信する場
- ・ 本県の応援団として幅広く活用していく

今後の取組

1+4=5

1 《県産食材の販路拡大の場としての活用》

水産物により築いた販路を農産物など県産食材全体の外商の場に拡大

- ・ 農業振興部や地産外商公社と連携したALL高知での県産食材の売り込み
- ・ 高知フェアの開催等の働きかけ

(平成31年度) 新 全国100店舗での高知フェアの開催

2 《情報発信の場としての活用》

本県の食を含めた高知の魅力を店舗を通じて情報発信

- ・ 観光や産地の情報、県の取組などについて店舗内にパンフレット等を設置

3 《高知の魅力の語り部としての活用》

シエフ自らが本県の魅力を直接、情報発信

- ・ シエフ同士のネットワークの中で県産食材の魅力を紹介
- ・ 来店客への県産食材を含めた高知の魅力を紹介

(平成31年度) シエフグループへの取組支援 (3グループ)

4 《県内事業者のさらなるレベルアップに向けたパートナーとしての活用》

ミシュランの星を持つなどスターシエフを中心とした応援の店から技術面や消費者ニーズに沿った視点による助言を得て産地の磨き上げを行い、外商に意欲のある事業者を一層後押し

- ・ 産地見学会や産地招へいの機会を通じたアドバイス
- ・ サンプル提供によるアドバイス、他産地の取組情報の提供

(平成31年度) 産地見学会の開催 (20店舗×3回) 産地招へい (4店舗)

サンプル出荷 (一般200、高鮮度15)

遊漁船業等のインバウンド対応の強化・新規就業の促進

<水06>

現状・課題

- 高齢化等により遊漁船業等の担い手が不足
- 遊漁船業等への就業に興味がある漁業者等はあるが、初期投資や手続きが煩雑なことがネック
- 一方、H31.2から始まる自然・体験型観光キャンペーンは遊漁振興には追い風
- インバウンドは「モノ消費」から「コト消費」へとニーズが変化しているが、どのような遊漁船業等のコンテンツに需要があるか不明

〔ホエールウォッチングでは外国人客増
遊漁船、磯釣り、ダイビング、体験漁業などでは時々外国人客の来訪あり〕

取組方針

- リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～を契機に遊漁船業等の取組を**加速化**

- ① 旅行商品・観光商品の造成・磨き上げ
- ② 新規就業の促進
- ③ インバウンド対応の強化

対策とスケジュール

H30年度

● 旅行商品開発支援委託業務

内容：旅行商品の造成・磨き上げ、商品の提案

【H30実施地区・旅行商品造成・磨き上げ内容】

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

H31年度

● 旅行商品開発支援委託業務

内容：インバウンドモニターツアー、H30年度実施内容のフォローアップを追加

【H31実施地区・旅行商品造成・磨き上げ内容（予定）】

- ⑥ 安芸市 シラス・ちよい釣りツアー
- ⑦ 高知市 たたき体験や伝統漁業体験
- ⑧ 中土佐町 一日漁師体験 ※ ⑨は農山漁村振興交付金、大敷網
- ⑨ 室戸市 ⑩地産外商推進事業費補助金を活用予定
- ⑩ 大月町 マグロツアー

計10商品を造成・磨き上げ

H30年度実施内容のフォローアップ

- インバウンド対象モニターツアー（外国人留学生・旅行者）
「丸刈オウゴン」（土佐市）、釣り筏（須崎市）、マダイ釣り（高知市）を予定
「インバウンド」対応コンテンツの絞込みや受入れのためのツール整備 → 横展開

遊漁船業等の取組を加速化

● 遊漁船業等振興事業費補助金

内容：遊漁船業者等を対象としたハード・ソフトの支援

● 遊漁船業等アドバイザー委託業務

内容：遊漁船業者等を対象に経営実態を踏まえた助言・指導

報償費対応
に移行

● 農山漁村振興交付金（農泊推進（渚泊分））【国】

内容：漁村等における農泊の推進に対する支援
実施地区：東洋町、宇佐・浦ノ内（土佐市、須崎市）、室戸市
（宇佐・浦ノ内、室戸市はH31も継続）

● 遊漁船業等振興事業費補助金

- 遊漁船業等への新規就業（漁業からの多角経営化含む）の促進
- 新規就業への支援を強化（法定備品、船舶の改修、研修費用等）
・漁協が実施する遊漁船業等の取組に係る支援（船舶の購入、改修、漁業体験施設の整備等）
- インバウンド対応の強化
- インバウンド体制の整備の支援を追加（wifi整備、多言語化（パンフレット、ホームページ）等）

● インバウンド等先進地調査（事務費）

※ 農山漁村振興交付金【国】を活用
・県外先進地（自然体験・インバウンド受入れ）調査及び県内事業者への講習会等

I 専門分野の成長戦略

商工業分野

商工業分野の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

商工業分野では「製造品出荷額等」を代表する指標とし、平成31年には6,000億円以上を達成する目標を掲げ、企業支援などの取り組みを進めてきました。その結果、平成29年の製造品出荷額等は5,800億円となっており、着実に成果が現れています。

地産の強化では、産業振興センターにもものづくり地産地消・外商センターを設置し、企業のものづくりを一貫してサポートする体制を構築し、企業の持続的な発展に向けた事業戦略の策定・実行を支援してまいりました。また、設備投資においては、補助制度や融資制度の拡充等により企業の生産額や雇用数の増加に繋がりました。さらに、防災関連産業や紙産業など、本県の強みを生かした産業の振興に向けた支援も強化し、売上高や製造品出荷額も順調に伸びています。

外商の強化では、ものづくり地産地消・外商センターに東京営業本部を設置し、外商支援体制と活動の抜本強化を図り、外商支援による成約額が、平成24年度は2億5千万円であったものが、平成30年度は66億8千万円と約27倍になるなど、大幅に増加しました。

このような地産・外商の推進の結果、拡大再生産の動きが進み、企業立地では、事務系職場やIT・コンテンツ関連企業を中心とした新設と、既立地企業の増設及びそれに伴う新規雇用も着実に増加しています。

また、拡大再生産の好循環を実現するためには、人材の確保が重要であることから、新規学卒者の県内就職の促進を図るとともに、高知県移住促進・人材確保センターを設置して、新たな事業展開に必要な中核人材の確保を行う支援体制を構築しました。また、平成30年度には、高知県事業承継ネットワークを構築して、支援機関が連携して事業承継を促進し、休廃案件数の抑制と地域の雇用維持に取り組んでいます。さらに、IT・コンテンツ関連の人材確保・育成等の取り組みも強化しました。

しかしながら、深刻化する人手不足の解消には、県内企業の人材の確保・育成・定着やAI・IoTなどを活用した生産性向上をさらに推進する必要があるため、上向きに転じたこれまでの流れを一層伸ばし、力強いループに乗せるため、各施策のさらなるバージョンアップを図る必要があります。

②第3期計画ver.4の取り組み

これまでの取り組みをさらに加速し、拡大再生産への流れを力強く進めるため、第3期計画においても製造品出荷額等を代表する指標に定め、最終年度(平成31年)の目標である6,000億円以上の達成に向けて、以下の6つを柱にして取り組みを進めていきます。

柱1 持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定と働き方改革の推進

産業振興センターにおいて、事業戦略の策定・磨き上げ・実行支援を行うとともに、商工会や商工会議所と連携して、商店街などの地域の事業者の経営計画策定・実行を支援していきます。加えて、人材の定着・確保にも繋がるよう、経営基盤強化の取り組みと連携した働き方改革も併せて推進します。

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

IoTなどのデジタル技術を活用し、県内のあらゆる分野の課題解決を図るとともに、開発されたシステムの地産外商や企業の集積による雇用創出等の産業振興を目指すため、IT・コンテンツ関連産業の集積と課題解決型産業創出の取り組みを、密接に連動させながら推進していきます。

柱3 絶え間ないものづくりへの挑戦

県内の事業者の生産性向上に向けた設備投資への支援や工業技術センターにおける産業技術人材育成の取り組みを引き続き行います。また、防災関連産業のさらなる振興に向け、価値提案型の製品開発を推進します。さらに土佐和紙の伝統的産業としての振興を図るため、土佐和紙総合戦略に基づいた取り組みを着実に実施します。

柱4 外商の加速化と海外展開の促進

国内については、ものづくり地産地消・外商センターの体制強化を図るとともに、防災市場に精通した防災関連産業振興アドバイザーを委嘱するなどして、さらなる外商活動の強化を図ります。また、海外については、国内外の商社等とのマッチングを強化するとともに、海外見本市において現地コンサルタントを活用した現地企業とのマッチングやアフターフォローを強化することで、輸出のさらなる加速化を図ります。

柱5 企業立地や起業の促進

各部局と連携し、第一次産業分野等への県内外企業の参入促進と関連産業の一体的な誘致及び事務系職場、IT・コンテンツ関連企業の集積拡大を図ります。

柱6 産業人材の育成・確保

官民連携の事業承継ネットワークによる啓発やニーズの掘り起こし、土業専門家等実務の担い手の育成や経営計画の策定・実行支援との連携による事業承継への支援に取り組めます。また、新規学卒者の県内就職を促進するため、インターンシップの実施企業及び参加学生の拡大に取り組むとともに、企業と学生のマッチングから実施後のフォローアップまで一貫支援を行います。併せて、移住促進・人材確保センターと連携し、移住施策等と一体的な取り組みを進めます。さらに、IT・コンテンツ人材の育成・確保に向けて、IT・コンテンツアカデミーを充実するとともに、首都圏等でのネットワークを活用した人材確保を促進します。

商工業分野の展開イメージ ～拡大再生産による～

分野を代表する目標 **製造品出荷額等** 出発点（H26）5,260億円 ⇒ 現状（H29）5,800億円 ⇒ 4

「地産」のさらなる強化

柱3 絶え間ないものづくりへの挑戦

1 ものづくり企業の製品開発の促進

- ものづくり地産地消・外商センターを中心としたマッチングによる支援
- 高付加価値な製品開発への支援
- 農業団体と商工団体との協定に基づく農商工連携プロジェクトへの支援

2 生産性向上（省力化・高付加価値化）の推進

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

3 メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興

- 価値提案型の防災関連製品の開発や営業活動の支援強化



水陸両用子り収集艇

4 紙産業の飛躍的な成長の促進

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

5 外商強化に向けた食品加工の高度化

- 市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化

6 産学官連携によるイノベーションの創出

- 研究成果を産業利用するための支援

7 地域商業の活性化

- 商店街のにぎわい創出への支援（具体的な振興計画）
- 新規創業・店舗魅力向上への支援
- キャッシュレス化普及促進への支援

柱1 持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定と働き方改革の推進

1 事業戦略策定等への支援

- 事業戦略の策定・磨き上げ・実行への支援
- 事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援

2 地域の事業者の経営力強化

- 商工会及び商工会議所との連携による経営計画の策定と事業展開への支援

3 働き方改革の推進

- 経営基盤強化と連動した企業の働き方改革への支援（人手不足が顕著な産業分野への支援の強化、働き方改革の機運醸成に向けた先行事例の広報強化他）

高知発のものづくりを



地産外商の成果を

柱6 産業人材の育成・確保

1 人材確保の推進

- 移住施策と一体となった中核人材の確保
- インターンシップの拡大等による新規学卒者の県内就職促進
- 組織連携による労働参画機会の拡大
- 首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化[再掲]



企業向けインターンシップセミナー

2 円滑な事業承継への支援

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

3 人材の育成の推進

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

4 働き方改革の推進

- 経営基盤強化と連動した企業の働き方改革への支援[再掲]
- 従業員の定着対策
- 従業員の能力開発支援
- 新規高卒就職者の離職防止

雇用拡大と、地域の賑わいによる活気ある商工業～

年後（H31）6,000億円以上 ⇒ 6年後（H33）6,400億円以上 ⇒ 10年後（H37）7,000億円以上

「外商」のさらなる拡大

柱4 外商の加速化と海外展開の促進

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

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



防災関連製品
カタログ

中部ライフガードTEC2018
in名古屋

2 県内企業の海外等展開を促進

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

業の

土佐和紙総合戦略

ファイナブル発生装置

画の策定・実行支援他)

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

1 IT・コンテンツ関連産業の集積の加速化

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

2 課題解決型産業創出の加速化

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

3 デジタル技術活用による生産性向上の促進

- 企業のデジタル技術導入に向けた支援

全国・海外へ！



「拡大再生産」へ

柱5 企業立地や起業の促進

1 全庁一丸となった企業立地の推進

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

2 起業に取り組む事業者等への支援の強化

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

企業立地補助制度

+

人材確保・育成支援の強化

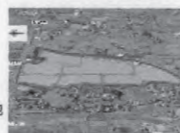


IT・コンテンツ関連企業
事務系職場の集積拡大

(IT・コンテンツ人材の育成、
首都圏の人材・企業とのネットワークの構築等)



(仮称) 南国日曜工業団地



分野の目指す姿	拡大再生産による雇用拡
分野を代表する数値目標	製造品出荷額等 現状(H29):5,800億円 ⇒ 4年後(H31):6,0

戦略の柱	「地産」のさらなる強化		
	1 持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定と働き方改革の推進	2 Society5.0の実現に向けた産業集積と課題解決型産業創出の加速化	3 絶え間ないものづくりへの挑戦
戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ●事業者の事業戦略、経営計画の策定を支援し、持続的な拡大再生産の好循環へつなげる ●経営基盤強化への支援と連動して働き方改革の取組を進める 	<ul style="list-style-type: none"> ●課題解決型産業創出を促す仕組みを構築し、生産性向上や地域の課題解決を図るとともに、新たな産業創出を図る。 ●IT・コンテンツ関連産業の集積拡大を目指し、企業誘致と人材の育成・確保の取組を進める。 	<ul style="list-style-type: none"> ●絶え間ないものづくりへの挑戦を後押しし、世界に誇る製品・技術を生み出す ●暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る
戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> ・事業戦略を持つ企業数 ①: 200社(H28～H31累計) ・策定後5年を経過した企業の売上高の目標達成割合100% ・経営計画の策定支援件数 ①: 2,058件(H28～H31累計) 	<ul style="list-style-type: none"> ・IoTプロジェクト関係(H28～H31累計) ①創出件数: ①: 30件 ②自立件数: ①: 7件 ・新規雇用者数(IT・コンテンツ分野)(H27からの累計) ⑦: 71人→④: 300人 →③: 500人→⑦: 900人 ・IT・コンテンツ関連企業立地件数(H25からの累計) ⑦: 6件→①: 20件→③: 26件→⑦: 38件 	<ul style="list-style-type: none"> ・設備投資助成関係 ①生産性向上計画の作成支援件数 ③: 22件(H30～H31累計) ②利子補給制度を活用した設備投資実施件数 ③: 160件(H30～H31累計) ・防災関連認定製品(累計) ②: 85品→③: 162品 →③: 190品→⑦: 246品 ・紙産業の製造品出 ②: 669億円→③: 750億円→ ・空き店舗への出店 ②: 59件(H21～H2 →③: 100件(H28 ・チャレンジショップ ⑦: 4箇所→ ①: 14
取組方針・主な「具体的な取組み」	<ol style="list-style-type: none"> 1. 事業戦略策定等への支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆事業戦略の策定・磨き上げ・実行への支援 ◆事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援 2. 地域の事業者の経営力強化 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]商工会及び商工会議所との連携による経営計画の策定と事業展開への支援 3. 働き方改革の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]経営基盤強化と連動した企業の働き方改革への支援(人手不足が顕著な産業分野への支援の強化、働き方改革の機運醸成に向けた先行事例の広報強化他) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. IT・コンテンツ関連産業の集積の加速化 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致活動の充実・強化 ◆[拡充]IT・コンテンツアカデミーによる人材育成の充実・強化 ◆[拡充]首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化 2. 課題解決型産業創出の加速化 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]IoT推進ラボ研究会や各分野によるニーズ抽出の拡大 ◆IoT推進ラボ研究会におけるニーズとシーズのマッチング、プロジェクト創出の推進 ◆[新規]Society5.0関連の実証実験促進による課題解決や産業(技術)集積の加速化 3. デジタル技術活用による生産性向上の促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]企業のデジタル技術導入に向けた支援 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ものづくり企業の製品開発の促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆ものづくり地産地消・外商センターを中心としたマによる支援 ◆高付加価値な製品開発への支援 ◆農業団体と商工団体との協定に基づく農商工連携への支援 2. 生産性向上(省力化・高付加価値化)の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]IoT推進ラボ研究会や各分野によるニーズ大[再掲] ◆IoT推進ラボ研究会におけるニーズとシーズのマプロジェクト創出の推進[再掲] ◆生産性を高める設備投資の推進(補助事業+融 ◆[拡充]工業技術センターの生産性向上(省力化・化)に向けた支援強化 3. メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]価値提案型の防災関連製品の開発や営業支援強化 4. 紙産業の飛躍的な成長の促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づく創 ◆[新規]土佐和紙総合戦略の実施 ◆高付加価値な製品開発への支援[再掲] 5. 外商強化に向けた食品加工の高度化 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]市場ニーズに基づく製品開発や品質管理(6. 産学官連携によるイノベーションの創出 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]研究成果を産業利用するための支援 7. 地域商業の活性化 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]商店街のにぎわい創出への支援(具体的画の策定支援他) ◆新規創業・店舗魅力向上への支援 ◆[新規]キャッシュレス化普及促進への支援

予の体系図

大と、地域の賑わいによる活気ある商工業

100億円以上 ⇒ 6年後(H33):6,400億円以上 ⇒ 10年後(H37):7,000億円以上

戦	「外商」のさらなる拡大	地産外商の成果を「拡大再生産」へ	
	4 外商の加速化と海外展開の促進	5 企業立地や起業の促進	6 産業人材の育成・確保
通	<ul style="list-style-type: none"> ●国内にとどまらず、海外展開を促進し、外商をさらに加速する 	<ul style="list-style-type: none"> ●本県の強みを生かした第一次産業分野等と連携した幅広い視点からの産業クラスター化を目指す ●全国的なニアショア(地方拠点開設)志向を生かしたオールインワンのきめ細やかなサポートを武器に、事務系職場の集積を目指す ●起業等の取り組みへの支援を強化する 	<ul style="list-style-type: none"> ●新たな事業展開や企業が必要とする人材の円滑な確保を目指す ●働き方改革の取組を進め、人材の定着・確保に繋げる
図	<ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成約額 ②⑤: 27.1億円→③①: 73億円→③③: 100億円→③⑦: 183億円 ・防災関連認定製品の売上高 ②⑤: 48.5億円→③①: 64億円 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業立地による製造品出荷額等 ②⑤: 252億円→③①: 612億円→③③: 806億円→③⑦: 900億円 ・企業立地による雇用創出数(H28からの増加人数) ③①: 950人→③③: 1,100人→③⑦: 1,900人(うち事務系職場 ③①: 435人→③③: 500人→③⑦: 900人) 	<ul style="list-style-type: none"> ・県出身県外大学生の県内就職率 ②⑤: 13.6%→③①: 30%
荷額等 730億円 ③⑦: 800億円			
6累計) ～H31累計) 開設 箇所			
ツチング	<ol style="list-style-type: none"> 1. ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進(メイドイン高知の防災関連製品含む) <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]東京営業本部による外商サポート ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施 ◆[拡充]見本市出展や商談会の開催 ◆技術提案型商談会等の開催 ◆[拡充]防災関連製品の新たな販売先の開拓 2. 県内企業の海外等展開を促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]海外での市場調査支援 ◆[拡充]国内外の商社等とのマッチング強化 ◆[拡充]海外バイヤーの招へい等海外展開支援のさらなる強化 ◆[拡充]海外での外商活動支援(セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展) ◆[拡充]JICA、JETRO等と連携した海外展開・ODA(政府開発援助)案件化の促進 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全庁一丸となった企業立地の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆地域産業クラスターからの発展による企業立地 ◆ものづくり企業の強化につながる企業立地 ◆本県をフィールドとした防災分野や第一次産業のIoT化等に取り組む高知ならではの新産業の企業立地 ◆事務系職場の集積拡大 ◆[拡充]IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致活動の充実・強化[再掲] 2. 起業に取り組む事業者等への支援の強化 <ul style="list-style-type: none"> ◆IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進 ◆創業融資メニューの活用促進 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人材確保の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆移住施策と一体となった中核人材の確保 ◆[拡充]インターンシップの拡大等による新規学卒者の県内就職促進 ◆組織連携による労働参画機会の拡大 ◆[拡充]首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化[再掲] 2. 円滑な事業承継への支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]事業承継ネットワークによる事業者への事業承継の啓発とニーズの掘り起こし ◆[拡充]実務の担い手の育成による事業承継の促進 3. 人材の育成の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]産業界のニーズに応じた人材の育成(高等技術学校における多能工の育成他) ◆[拡充]伝統的工芸品産業等の人材育成 ◆[拡充]IT・コンテンツアカデミーによる人材育成の充実・強化[再掲] 4. 働き方改革の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]経営基盤強化と連動した企業の働き方改革への支援[再掲] ◆従業員の定着対策 ◆従業員の能力開発支援 ◆新規高卒就職者の離職防止
携プロジェ			
ぐ抽出の拡			
ツチング、			
資制度)			
高付加価値			
活動の支			
産業の振興			
の支援強化			
な振興計			

分野	商工業分野
戦略の柱	1 持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定と働き方改革の推進

戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者の事業戦略、経営計画の策定を支援し、持続的な拡大再生産の好循環へつなげる ・経営基盤強化への支援と連動して働き方改革の取組を進める
--------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		目標
戦略目標	○事業戦略策定等への支援	事業戦略を持つ企業数(累計) 策定後5年を経過した企業の売上高の目標達成割合100%
	○地域の事業者の経営力強化	経営計画の策定支援件数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	事業戦略策定等への支援	<ul style="list-style-type: none"> ・民間シンクタンク等をメンバーとする「事業戦略支援会議」の指示・助言を受け企業の経営ビジョンを実現する「事業戦略」の策定・磨き上げ・実行をサポート ●事業戦略支援会議の開催 12回(H30) ●事業戦略の策定(H28からの累計) 着手171社(内完成148社) 着手予定19社 計190社 ・事業戦略に取り組む企業の掘り起こしや意識の醸成を目的とする普及啓発セミナーや課題に応じたセグメント(要素)別セミナーの開催 ●普及啓発セミナーの開催 1回(5/14 241人) ●地域版普及啓発セミナーの開催3回(113人) ●ココプラと連携したセミナーの実施6コース(1,046人) ●セグメント別セミナーの開催 4回(87人) 9/19「研究開発・設計」30人、9/27「製造」15人、1/28「製造」33人、3/11「製造」9人 ・全国に通用する製品づくりを目指して、県内事業者が新たに取り組む製品開発について、企画段階から販路拡大までをまとめた事業化プラン(製品企画書)を作成支援 ●事業化プランの作成 策定済40件(H30) 	<ul style="list-style-type: none"> ・さらなる事業戦略策定着手への動機づけや意識の醸成が必要 ・職員のさらなる能力向上と支援チームの連携強化 ・企業の担当者の課題解決のための学びの場への参加促進 ・事業戦略でのより根本的な課題分析と継続的な磨き上げ ・働き方改革推進支援センターの取組と「人材確保、育成・定着」「生産性向上」等の取組みの推進 ・事業戦略と絡めた案件のさらなる掘り起こし ・工技センター、紙技センター等との連携
2	地域の事業者の経営力強化	<ul style="list-style-type: none"> ・商工会や商工会議所と連携し、意欲的な事業者の発掘や重点指導を実施 ・連絡会議・地域連絡会議を開催し、商工会・商工会議所による経営計画の策定や実行への支援の状況、地域の事業者のニーズや課題を把握するとともに、産業振興計画の施策等の情報を共有 ●経営計画策定支援件数(H28からの累計) 1,773件(H31.3末現在) 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者への経営計画策定の必要性の浸透 ・地域の事業者の個々の経営課題に対応するため、他機関との関係を強化 ・経営指導員のさらなる支援力の向上 ・事業者の経営計画の策定・実行支援に関する業務の質的・量的増加に対応し、PDCAを着実に回していくための伴走型支援の充実 ・事業承継・働き方改革など新たな取組みの推進
3	働き方改革の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・高知県働き方改革推進支援センターの設置 ●ワンストップ相談 376件(H30) ●企業訪問 371件(H30) ●働き方改革のセミナーの実施 59回(H30) ●出張相談会の実施 61回(H30) ●広報用チラシの作成・配布(2万枚)、ホームページの掲載 ・「ワークライフバランス推進企業」認証の普及拡大 ●アドバイザー(3名)による企業訪問 459件(H30) ●ワークライフバランス推進認証企業数 新規26社 更新54社 累計認証企業数219社(H31.3末現在) 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業の労働関係法令への認識が足りない ・働き方改革への関心が低い ・製造業者以外の業種への掘り起こしが足りない ・働き方改革への人材や実践ノウハウが足りない ・人材確保等に繋がる優良事例の横展開

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
-	H30:148社 (H28~H30年度累計)	200社 (H28~H31年度累計)	-	-
-	-	-	-	-
-	1,773件 (H28~H30年度累計)	2,058件 (H28~H31年度累計)	-	-

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商01】 ◆事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げ・実行への支援								○
【商02】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施			○				○	○
【商03】 ◆事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援								○
【商04】 ◆商工会及び商工会議所との連携による経営計画の策定と事業展開への支援(H31拡充)			○				○	○
【商05】 ◆経営基盤強化と連動した企業の働き方改革への支援(H31拡充)			○					○

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商01】 ◆事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げ・実行への支援	<p>企業の経営ビジョンを実現する事業戦略の策定から課題解決までを支援し、企業の成長を総合的にサポートすることで拡大再生産につなげる</p> <p>事業戦略策定後は、事業戦略支援会議でPDCAサイクルを回しながら目標達成に向けた伴走支援を行う</p>	<p>①事業戦略を持つ企業数(累計)</p> <p>②策定後5年を経過した企業の売上高の目標達成割合</p>	<p>① - (H27) ↓ 148社 (H28～H30累計) ↓ 200社 (H28～H31累計)</p> <p>② - ↓ 100%</p>
【商02】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施	<p>事業戦略に取り組む企業の掘り起こしのための普及啓発セミナーや課題に応じたセグメント(要素)別の個別セミナー等を開催する</p>	<p>セミナー等の参加者数</p>	<p>- (H27) ↓ 2,594人 (H28～H30累計) ↓ 3,200人 (H28～H31累計)</p>
【商03】 ◆事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援	<p>・県内のものづくり企業を訪問し、(公財)高知県産業振興センターの取り組みをPR。意欲ある事業者の発掘やその後の活動のフォローを実施</p> <p>・企業訪問等を通じた事業化プラン(製品企画書)作成企業の掘り起こしと作成済みプランの実現化をサポート</p>	<p>事業化プランの作成件数</p>	<p>30件(H26) ↓ 40件(H30) ↓ 40件</p>

戦略の柱	1 持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定と働き方改革の推進
取組方針	1 事業戦略策定等への支援

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
事業戦略の策定 ⇒ 磨き上げ ⇒ 経営ビジョン実現に向けたサポート活動の展開				
<p>県工業振興課、(公財)高知県産業振興センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業と協働で経営ビジョン(5年後10年後の目指す姿)を明確化したうえで、企業の事業戦略(課題解決に向けた中長期の工程表)を策定・磨き上げ ・事業戦略支援会議において、個別企業の方向性、事業戦略支援チームの構成や具体的なアドバイス内容を決定するとともに、事業戦略支援チームへの指示/助言、その後の進捗管理とフォローを実施 ・事業戦略支援チームが、充実した施策を活用し、各企業への個別サポートを実施 				
<p>県工業振興課、(公財)高知県産業振興センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業戦略シートのKPI項目に「人材育成・確保・定着」の視点等を実施 				
事業戦略に取り組む企業の掘り起こし(普及啓発セミナーの開催や関係機関との連携)				
企業の成長に向け、課題に応じたセグメント(要素)別の個別セミナーやココプラと連動した土佐MBA講座の開催				
<p>県工業振興課、(公財)高知県産業振興センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業戦略の取り組みに関する普及啓発・機運醸成のためのセミナーを開催 ・課題に応じたセグメント(要素)別の個別セミナーやココプラと連動した土佐MBA講座等を開催 				
既存の事業化プランの実現化サポート				
事業化プランの作成サポート ⇒ 実現化サポート				
<p>(公財)高知県産業振興センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内ものづくり企業を訪問し、意欲ある事業者を掘り起こし、製品開発に向けた活動をフォロー ・統括及び専任担当者により、事業化プラン(製品企画書)の案件または候補先を発掘 ・作成にあたっては、統括のアドバイスを得ながら、事業者と専任担当者が共同で作成 ・事業者・同センターが合同で計画の進捗状況を定期的に確認し、計画変更の必要性について協議・実行 ・プランの実施に際しては、県や国等の施策を活用しながら、専任担当者が中心になってフォローを実施 				
<p>(公財)高知県産業振興センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・統括及び専任担当者による事業戦略の策定支援の中での作成促進 				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【商04】 ◆商工会及び商工会議所との連携による経営計画の策定と事業展開への支援(H31拡充)</p>	<p>商工会や商工会議所の伴走型支援により地域の事業者の経営計画の策定や事業展開をサポートし、経営力の強化を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県商工会連合会や高知県商工会議所連合会と連携し、経営力の強化を目指す地域の事業者の経営計画の策定等を支援 ・経営指導員のスキル向上を図るため、中小企業大学校での受講や、中小企業診断士の資格取得について支援 ・経営指導員の支援力向上を図るため、高知県商工会連合会にスーパーバイザーを新たに配置し、経営計画の事業展開を支援 ・経営計画の策定・実行支援の質を確保し、確実な実行を支援するため、経営支援コーディネーターを新たに配置する <p>⇒別図<商01>参照(p.484)</p>	<p>①経営計画の策定支援件数</p> <p>②中小企業診断士の有資格者数</p>	<p>①-(H28) ↓ 1,773件 (~H30累計) ↓ 2,058件 (~H31累計)</p> <p>②12名 (~H27累計) ↓ 12名 (H30累計) ↓ 16名 (~H31累計)</p>

戦略の柱	1 持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定と働き方改革の推進
取組方針	2 地域の事業者の経営力の強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p style="text-align: center;">経営計画の策定支援</p> <p style="text-align: center;">県内各商工会、県内各商工会議所：経営力の強化を目指す地域の事業者の経営計画の策定等を支援</p>				
<p style="text-align: center;">経営指導員のスキル向上を図るための支援</p> <p>県内各商工会、県内各商工会議所：経営指導員がスキル向上を図るため、中小企業大学校研修を積極的に受講</p> <p>県経営支援課：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スーパーバイザーを高知県商工会連合会に配置し、経営指導員のOJTを実施(H30～) ・経営支援コーディネーターを各ブロック(5ブロック)に配置し、経営計画の策定・実行支援の質の確保、確実な実行を支援(H30～) ・経営支援コーディネーターを2名増員し、県下全ブロック(6ブロック)に配置(H31～) ・職場内外の研修参加等を積極的に支援 				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【商05】</p> <p>◆経営基盤強化と連動した企業の働き方改革への支援(H31拡充)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人手不足が顕著な産業分野への支援の強化 ・働き方改革の機運醸成に向けた先行事例の広報強化 	<p>県内企業の働き方改革推進の機運醸成を図るとともに、多様な人材が能力を發揮できる職場環境づくりを推進することにより、企業等の生産性向上と人材確保に向けた支援を行う。</p> <p>製造業分野に加え介護や建設業など、人手不足が顕著な業種への支援を強化する。</p> <p>働き方改革に取り組む企業を増加させるため、「高知県ワークライフバランス推進企業認証制度」を普及・拡大し、認証企業をはじめとするモデル優良事例集の共有、拡大を図る。</p> <p>また、ノー残業デーや年次有給休暇取得促進等の働き方改革キャンペーンを実施し企業の働き方改革推進への機運を醸成する。</p> <p>⇒別図<商02>参照(p.485)</p>	<p>ワークライフバランス推進認証レベル企業数</p>	<p>173社 (参考:H28 認証企業数) ↓ 659社(H31.3末現在) ↓ 1,000社(H31)</p>

戦略の柱	1 持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定と働き方改革の推進
取組方針	3 働き方改革の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p style="text-align: right;">経営基盤強化への支援と連動した働き方改革の推進 </p> <p style="border: 1px dashed black; border-radius: 10px; padding: 5px; margin: 5px 0;">働き方改革推進支援センター：事業戦略や経営計画の策定等の支援と連携した働き方改革の推進</p> <p style="text-align: right;">企業の生産性向上に向けた支援 </p> <p style="border: 1px dashed black; border-radius: 10px; padding: 5px; margin: 5px 0;">産業振興センター：生産効率化・高付加価値化に向けた支援</p> <p style="text-align: right;">人手不足が顕著な産業分野への支援の強化 </p> <p style="border: 1px dashed black; border-radius: 10px; padding: 5px; margin: 5px 0;">働き方改革推進支援センター：人手不足が顕著な、建設業・介護業等への支援強化</p> <p style="text-align: right;">ロールモデルとなる企業の事例集の作成 働き方改革キャンペーンの実施 </p> <p style="border: 1px dashed black; border-radius: 10px; padding: 5px; margin: 5px 0;">県雇用労働政策課：ロールモデルとなる企業の取組事例集を作成・配布、働き方改革推進キャンペーンの実施</p>				

分野	商工業分野
戦略の柱	2 Society5.0の実現に向けた産業集積と課題解決型産業創出の加速化

戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・課題解決型産業創出を促す仕組みを構築し、生産性向上や地域の課題解決を図るとともに、新たな産業創出を図る ・IT・コンテンツ関連産業の集積拡大を目指し、企業誘致と人材の育成・確保の取組みを進める
--------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○IT・コンテンツ関連産業の集積の加速化	新規雇用者数(IT・コンテンツ分野)(H27からの累計)
○課題解決型産業創出の加速化	IoTプロジェクト創出件数	IoTプロジェクト自立件数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	IT・コンテンツ関連産業の集積の加速化	<ul style="list-style-type: none"> ・IT・コンテンツ企業立地助成制度を活用した誘致活動を展開 ・首都圏のIT・コンテンツ産業関連の専門家と連携しながらIT・コンテンツ関連企業との人脈形成等を推進 <ul style="list-style-type: none"> ●企業訪問件数 H27～H30:459件 ●企業立地件数 H25～H30:18件 ・立地企業延べ9社の会社説明会を共催又は開催支援 <ul style="list-style-type: none"> ●新規雇用者数 H28:12人、H29:4人、H30:2人 ・『アプリ開発人材育成講座』及び『イラストビジネス基礎講座』(土佐MBA)の開催 <ul style="list-style-type: none"> ●受講者数 H28:365人(延べ受講者数)、H29:82人(受講者実数) ・IT・コンテンツアカデミーの開催 <ul style="list-style-type: none"> ●受講者実数 H30:1,620人(延べ3,456人) ・社外研修費(旅費、滞在費等)への助成 <ul style="list-style-type: none"> ●交付決定 H28:1件 ・首都圏で開催する高知家IT・コンテンツネットワーク交流会等を通じて、首都圏の人材の掘り起こしと確保、人材と企業のマッチング、企業誘致を推進 <ul style="list-style-type: none"> ●ネットワーク交流会 H29～H30:12回(大交流会5回、ミニ交流会7回) ●ネットワーク会員数:254人 ・立地企業延べ9社(H28～H30)の会社説明会の共催又は開催支援 <ul style="list-style-type: none"> ●新規雇用者数 H28～H30:18人(H28:12+H29:4+H30:2) 	<ul style="list-style-type: none"> ・立地有望案件(IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業)の更なる掘り起こし ・IT・コンテンツ産業人材の不足 ・企業が求める専門化・多様化に対応した人材育成、企業とのマッチング ・IT・コンテンツ産業人材の不足 ・人材・企業の掘り起こし ・企業とのマッチング
2	課題解決型産業創出の加速化	<ul style="list-style-type: none"> ・農林水の各部ごとに設置した生産性向上プロジェクトチーム等によるIoT技術や機械の導入等のニーズを抽出 ・抽出したニーズに適切に対応するための、生産性向上推進アドバイザーによる専門的な助言及びシステム等の仕様書作成への支援 <ul style="list-style-type: none"> ●生産性向上PTによるニーズ抽出:45件(農17、林11、水17、～H30累計) ●生産性向上PTで抽出したニーズに基づくプロジェクト創出:16件(農13件、林1件、水2件、～H30累計) 	<ul style="list-style-type: none"> ・機械・IoTシステムを開発するシーズ側企業が試作開発を行うための補助金の裏負担への投資のリスクが大きい ・機械・IoTシステムを導入するニーズ側(一次産業生産者等)が製品を導入するための費用負担ができず、試作開発に躊躇するシーズ側企業が多い

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27: 71人	H30: 247人	H31: 300人	H33: 500人	H37: 900人
H27: 6件	H30: 18件	20件	26件	38件
-	30件(H28~H30累計)	30件	-	-
-	7件(H28~H30累計)	7件	-	-

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商06】 ◆IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致活動の充実・強化(H31拡充)	○				○			
【商07】 ◆IT・コンテンツアカデミーによる人材育成の充実・強化(H31拡充)								○
【商08】 ◆首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化(H31拡充)				○				○
【商09】 ◆IT・コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援				○				○
【商10】 ◆各分野によるニーズ抽出(H31拡充)	○			○				
【商11】 ◆各分野で抽出したニーズのマッチング等によるプロジェクト創出(H31拡充)	○			○				
【商12】 ◆各分野で抽出したニーズの試作開発支援等による製品開発支援(H31拡充)	○			○				

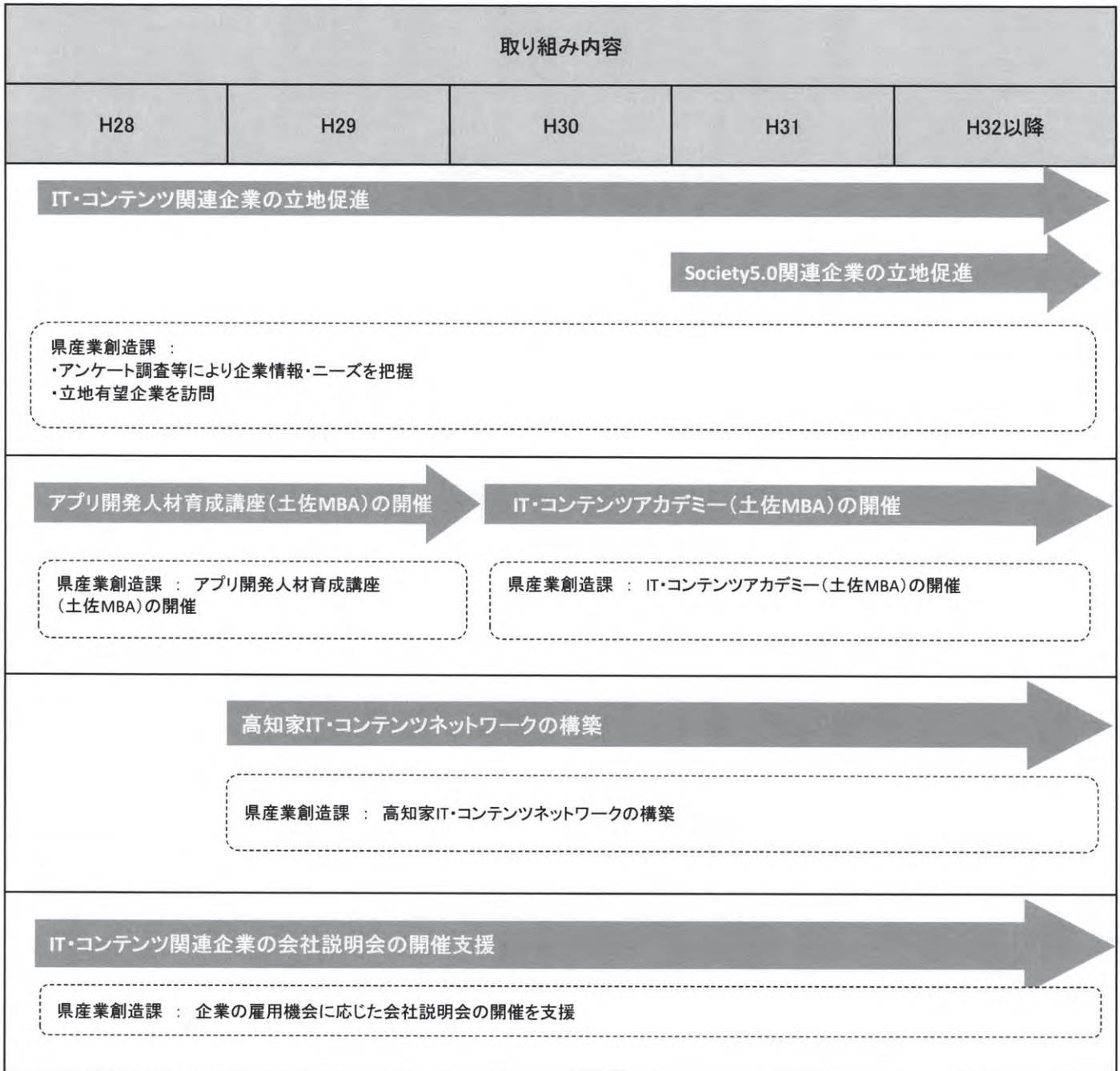
NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	課題解決型産業創出の加速化	<ul style="list-style-type: none"> ・IoT普及啓発セミナー、土佐MBA IoT技術人材育成講座による人材育成 ・高知県IoT推進ラボ研究会会員企業の現場訪問や農林水の各部ごとに設置した生産性向上プロジェクトチーム等によるIoT技術や機械の導入等のニーズ抽出 ・ニーズとシーズ(IT企業等)のマッチングの推進 ・専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援 ●研究会会員数:163事業者(H31.3末時点) ●H30セミナー開催数:5回 ●研究会会員企業による県内の一次産業等の現場訪問:7回 ●IoTプロジェクトの創出件数:30件(H28-H31.3月累計) ●IoTプロジェクト自立件数:7件(H28-H31.3月累計) 	<ul style="list-style-type: none"> ・県内事業者の多くは、IT活用が限定的 ・県内情報産業は、課題を持つ現場の情報(実情)を把握できていない ・IoTに関する「システム」「サービス」の試作開発を行うための費用への支援 ・IoT技術の活用やデータ分析を行うスキルを身につける人材育成
3	デジタル技術活用による生産性向上	<ul style="list-style-type: none"> ・企業のデジタル化に関するワンストップ窓口をIoT推進室に設置し、デジタル技術の活用を支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・県内企業の多くは、IT活用が限定的

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商13】 ◆普及啓発セミナー等の開催	○		○	○			○	
【商14】 ◆高知県IoT推進ラボ研究会でのマッチング等によるプロジェクトの創出	○			○				
【商15】 ◆専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援	○			○				
【商16】 ◆Society5.0関連の実証実験促進による課題解決や産業(技術)集積の加速化(H31新規)	○			○				
【商17】 ◆企業のデジタル技術導入に向けた支援(H31新規)	○			○				

分野	商工業分野
----	-------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商06】 ◆IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致活動の充実・強化(H31拡充)	<p>これまで行ってきたIT・コンテンツ関連企業の誘致に加え、最先端のデジタル技術を有する企業の立地に繋げるため、Society5.0関連企業に特化した立地有望企業の掘り起こし等を実施することにより、企業情報・ニーズを把握し、IT・コンテンツ関連企業立地助成制度やSociety5.0関連の実証実験に対する助成制度、立地に当たっての人材確保・育成支援、立地後の企業間の連携等を一連の支援パッケージとしてPRする</p> <p>⇒別図<商03>参照(p.486~489)</p>	訪問事業者延べ件数	41件(H27) ↓ 156件(H30) ↓ 150件
【商07】 ◆IT・コンテンツアカデミーによる人材育成の充実・強化(H31拡充)	<p>IT・コンテンツ関連企業の更なる県内集積を実現するため、土佐MBAにおいて、企業や大学、専門学校等と連携した講座を体系的に組み合わせて実施する「高知県IT・コンテンツアカデミー(仮称)」を開講し、人材育成を大幅に充実・強化</p> <p>⇒別図<商03>参照(p.486~489)</p>	土佐MBA受講者数	247人(H27) ↓ 1,620人(H30) ↓ 1,000人
【商08】 ◆首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化(H31拡充)	<p>高知家IT・コンテンツネットワークを核として、首都圏からの人材確保や本県への立地企業の掘り起こしを積極的に推進するため、首都圏における人材の掘り起こしから、ネットワーク会員登録への誘導、職業紹介、人材マッチングに至る一連の仕組みを構築</p> <p>⇒別図<商03>参照(p.486~489)</p>	ネットワーク登録者数	- (H27) ↓ 254人(H30) ↓ 300人
【商09】 ◆IT・コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援	<p>よりスムーズな採用に繋げるため、企業の雇用機会に応じた会社説明会の開催を支援する</p> <p>⇒別図<商03>参照(p.486~489)</p>	企業の雇用機会に応じた会社説明会の開催回数	- (H27) ↓ 5回(H30) ↓ 3回

戦略の柱	2 Society5.0の実現に向けた産業集積と課題解決型産業創出の加速化
取組方針	1 IT・コンテンツ関連産業の集積の加速化



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商10】 ◆各分野によるニーズ抽出(H31拡充)	関係部局等によるプロジェクトチームが、川上から川下までの全生産過程を俯瞰し、生産性向上のボトルネックとなっている課題を見つけるとともに、これらの課題の解決につながる機械化・IoT化等のニーズ抽出を行う ⇒別図<商03>参照(p.486~489)	ニーズ抽出件数	- (H29) ↓ 45件(～H30累計) (内訳:農業17件、林業11件、水産業17件) ↓ 51件(～H31累計) (内訳:農業18件、林業13件、水産業20件)
【商11】 ◆各分野で抽出したニーズのマッチング等によるプロジェクト創出(H31拡充)	ニーズに対する解決策を、ものづくり企業やIT企業から提案してもらうための仕様書等に基づき、ニーズとシーズのマッチングを行い、個別のプロジェクトを創出する ⇒別図<商03>参照(p.486~489)	機械化・IoT化のプロジェクト創出件数	- (H29) ↓ 16件(～H30累計) (内訳:農業13件、林業1件、水産業2件) ↓ 18件(～H31累計) (内訳:農業9件、林業5件、水産業4件)
【商12】 ◆各分野で抽出したニーズの試作開発支援等による製品開発支援(H31拡充)	試作開発費用を助成する補助制度等を活用し、企業が行う機械やIoTシステムなどの開発や実証実験を支援する ⇒別図<商03>参照(p.486~489)	製品開発の完了件数	- (H29) ↓ 6件(～H30累計) (内訳:農業6件) ↓ 11件(～H31累計) (内訳:農業5件、林業4件、水産業2件)

戦略の柱	2 Society5.0の実現に向けた産業集積と課題解決型産業創出の加速化
取組方針	2 課題解決型産業創出の加速化


取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p style="text-align: right;">各部局の生産性向上プロジェクトチームによるニーズ抽出、案件の個別シート作成</p> <p style="text-align: right;">個別シートに基づき、仕様書を作成</p>				
<p>・農業振興部IoT推進PT ・林業・木材産業生産性向上PT ・水産業生産性向上PT: 各生産現場の生産性向上のための機械化・IoT化のニーズを抽出(農業PTはIoT化のみ)、生産性向上推進アドバイザーと連携し、ニーズに対する解決策をIT企業やものづくり企業に提案してもらうための仕様書を作成</p> <p>・JA高知中央会「省力化・機械化推進検討プロジェクト会議」: 生産性向上のための機械化のニーズ抽出、ニーズとシーズとのマッチングを実施</p> <p>・県産業創造課: 各プロジェクトチームが行うニーズの抽出や、解決策をIT企業やものづくり企業に提案してもらうための仕様書作成を伴走支援</p>				
<p style="text-align: right;">仕様書の提示等により、ニーズ(課題)とシーズ(解決策)のマッチングを実施</p>				
<p>・県産業創造課 高知県IoT推進ラボ研究会において、仕様書等に基づき、現場のニーズとシーズ業者とのマッチングを実施</p> <p>・(公財)高知県産業振興センター ものづくり地産地消推進会議において、仕様書等に基づき、現場のニーズとシーズ業者とのマッチングを実施</p> <p>・農業振興部IoT推進PT・JA高知中央会「省力化・機械化推進検討プロジェクト会議」・林業・木材産業生産性向上PT・水産業生産性向上PT: 高知県IoT推進ラボ研究会やものづくり地産地消推進会議との連携によりマッチングを促進</p>				
<p style="text-align: right;">試作開発に係る補助金等による支援</p>				
<p>・県産業創造課 国や県の補助制度の活用等により、IoTシステムの製品開発を支援</p> <p>・(公財)産業振興センター 国や県の補助制度の活用等により、機械の製品開発を支援</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商13】 ◆普及啓発セミナー等の開催	IoTの仕組みや活用方法を学ぶためのセミナーを開催する。また、土佐MBAにおいて、IoTで収集したデータを分析しビジネスモデルを提案するための技術教育を県内情報通信事業者等に対して行う ⇒別図<商03>参照(p.486~489)	IoT普及啓発セミナーの開催回数	- (H27) ↓ 17回(H28~H30累計) ↓ 20回(H28~H31累計)
【商14】 ◆高知県IoT推進ラボ研究会でのマッチング等によるプロジェクト創出	IoTが解決策となり得る課題の抽出を行い、課題解決のニーズを持つ現場とその解決のためのシーズを持つ企業とのマッチングを行うこと等により個別のプロジェクトを立ち上げる ⇒別図<商03>参照(p.486~489)	IoTプロジェクトの創出件数	- (H27) ↓ 30件(H28~H30累計) ↓ 30件(H28~H31累計)
【商15】 ◆専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援	プロジェクトをビジネスとして自立させるため、IoTの専門家派遣や試作開発費用を支援する補助制度等を活用し、専任担当者による伴走支援を行う ⇒別図<商03>参照(p.486~489)	IoTプロジェクト自立件数	- (H28) ↓ 7件(H28~H30累計) ↓ 7件(H28~H31累計)
【商16】 ◆Society5.0関連の実証実験促進による課題解決や産業(技術)集積の加速化(H31新規)	Society5.0関連実証実験を促進する補助金の創設により、県内の課題解決を加速し化するとともに、関連企業(技術)の集積を促進 ⇒別図<商03>参照(p.486~489)	IoTプロジェクトの創出件数	- (H30) ↓ 4件(H31)

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>セミナー開催により、IoT技術を活用する企業を掘り起こすとともに、活用事例を研究</p> <p>土佐MBAによるIoT技術に関する人材育成講座を開講</p> <p>県産業創造課： <ul style="list-style-type: none"> 普及啓発セミナーの内容の検討、講師選定、個別相談会の実施 県産業創造課、県産学官民連携センター： <ul style="list-style-type: none"> 土佐MBA人材育成講座：全体調整、研修運営、受講生へのフォローアップ </p>				
<p>庁内関係部局へのヒアリングや研究会企業による現場訪問により、課題を抽出</p> <p>課題(ニーズ)を抽出後、解決策(シーズ)を提案できる企業とのマッチングを実施</p> <p>県産業創造課、庁内関係部局： <ul style="list-style-type: none"> 庁内関係部局へのヒアリングを実施し、各分野の生産性向上プロジェクトチームや研究会企業とともに現場訪問を実施 </p>				
<p>IoT推進アドバイザーや国のメンター派遣等による専門家による支援</p> <p>試作開発に係る補助金による支援</p> <p>県産業創造課、庁内関係部局： <ul style="list-style-type: none"> 専門家の選定、派遣の実施、相談者へのフォローアップ 国や県の補助制度の活用により、プロジェクトの自立化を支援 </p>				
<p>有力シーズを保有する県外企業の実証実験を呼び込む補助金により、課題解決</p> <p>県産業創造課： <ul style="list-style-type: none"> Society 5.0関連実証実験を促進する補助金により、県外で成功している有力なシーズを保有する県外企業等の実証実験を本県に呼び込み、県内の課題解決を加速するとともに、関連企業(技術)の集積を促進 </p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商17】 ◆企業のデジタル技術導入に向けた支援(H31新規)	企業のデジタル化に関するワンストップ相談窓口をIoT推進室に設置 ⇒別図<商03>参照(p.486~489)	デジタル技術の導入支援件数	- (H30) ↓ 24件(H31)

戦略の柱	2 Society5.0の実現に向けた産業集積と課題解決型産業創出の加速化
取組方針	3 デジタル技術活用による生産性向上の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<div style="text-align: right; margin-bottom: 10px;">  </div> <div style="border: 1px dashed black; border-radius: 15px; padding: 10px; margin-left: auto; margin-right: auto;"> <p>県産業創造課：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・普及啓発セミナー等による意識醸成・掘り起こし ・デジタル化に関する相談体制の整備・伴走支援 ・IT企業とのマッチング </div>				

分野	商工業分野
戦略の柱	3 絶え間ないものづくりへの挑戦

戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・絶え間ないものづくりへの挑戦を後押しし、世界に通じる製品・技術を生み出す ・暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る
--------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○生産性向上(省力化・高付加価値化)の推進	<ul style="list-style-type: none"> 設備投資助成による県内企業の生産能力増加額 設備投資助成による雇用創出数(H28からの増加人数) 生産性向上計画の作成支援件数 利子補給制度を活用した設備投資実施件数
○メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興	防災関連認定製品(累計)	
○紙産業の飛躍的な成長の促進	紙産業の製造品出荷額等	
○地域商業の活性化	空き店舗への出店	
	チャレンジショップ開設	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	ものづくり企業の製品開発の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり地産地消・外商センターを中心として、総合相談窓口を設置し、機械装置開発のマッチング等を実施したほか、「ものづくり産業強化事業費補助金」により、県内企業が実施する試作開発・製品改良を支援し、企業の商品開発への支援を行った ●相談件数704件(H30) ●マッチング件数556件(H30) ・ものづくりの地産地消の推進と高知発の製品・技術を広く県外・海外へ発信する「ものづくり総合技術展」を開催 ●11/15～17 138事業者出展、25,663人来場(うち、小中高生3,080人)、商談 761件 ・「ものづくり産業強化事業費補助金」により、県内企業が実施する試作開発・製品改良を支援 ●補助事業による支援件数128件(H22～H29) ・「ものづくり事業戦略推進事業費補助金」により、県内企業が実施する試作開発・製品改良を支援 ●補助事業による支援件数5件(H30) ・商談会開催などの外商支援とともに、高知家プロモーションや高知海洋深層水企業クラブと連携した情報発信を展開 ・知的財産に関する普及啓発を行うことで、知的財産に対する理解が広まりつつある ・知的財産に関する相談会や専門家派遣を行うことにより、知的財産の取得や活用が広まりつつある ・地元企業の商品化や団体への技術支援・研究等を実施 ・深層水を利用した共同研究や技術支援が増加し、スラリーアイスの利用拡大やスジアオノリの陸上養殖など6件の事業化を支援した 	<ul style="list-style-type: none"> ・各分野の生産性向上PTや関係機関と連携した機械化案件の増加や製品の磨き上げ ・高知発の製品・技術の周知と、外商につなげていくための商談機会の確保 ・高知県の未来の担い手である小中学生、高校生等の来場をさらに増やすための教育機関との連携 ・開発後の販売を確かなものにするために、より客観的な市場性の確認が必要 ・室戸海洋深層水のブランド化を推進し、他地域との区分化や市場信頼性の向上を図る ・一般社団法人化(H30.4.1)した海洋深層水企業クラブとの連携強化 ・中小企業等の知的財産に関する意識を高めるため、普及啓発を行うとともに、県内での成功事例を増やすことが必要 ・新分野開拓のための県内公設試、県内外大学、産業支援機関との連携

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:11.2億円	120.9億円 (H24～H30累計)			
-	94人(H28～ H30累計)			
-	3件(H30)	22件(H30～H31累計)	-	-
-	50件(H30)	160件(H30～H31累計)	-	-
H26:85品	H30:144品	162品	190品	246品
H26:669億円	H28:715億円	730億円	750億円	800億円
59件(H21～26累計)	32件(H28～H30累計)	100件(H28～31累計)	-	-
H27:4箇所	12箇所	14箇所	-	-

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商18】 ◆ものづくり地産地消・外商センターを中心としたマッチングによる支援		○						
【商19】 ◆ものづくり総合技術展の開催		○	○					
【商20】 ◆高付加価値な製品開発への支援		○						
【商21】 ◆海洋深層水関連商品のさらなる商品開発や販路開拓の支援とブランド力の強化		○	○					
【商22】 ◆知的財産に関する普及啓発及び知的財産の活用促進		○						
【商23】 ◆海洋深層水の新たな分野への展開と県内企業の事業化支援		○						

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	生産性向上(省力化・高付加価値化)の推進	<p>・ものづくり産業強化事業費補助金により、県内企業の積極的な設備投資を支援 (本補助金の取組みとこれまでの成果)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●本補助金への申請件数:58件(H24~H29累計) ●本補助金活用による生産能力増加額:120.9億円(H24~H30累計) ●本補助金活用による雇用創出数:196人(H24~H30累計) <p>・ものづくり事業戦略推進事業費補助金により、県内企業の設備投資に係る生産性向上計画の策定を支援 (本補助金の取組みとこれまでの成果)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●H30:3件採択 	<ul style="list-style-type: none"> ・人手不足を補い、各事業者の競争力を高めるために、省力化、効率化のための設備投資の促進が必要 ・事業戦略や生産性向上に向けた計画の策定支援から設備投資を促す融資の実行までの一連の仕組みの強化
3	メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興	<p>・メイドイン高知の防災関連製品の地産地消・外商を推進するため、「交流」「地産」「地消」「外商」の各段階に応じて企業を支援することにより、関連製品の製品数・売上高ともに増加</p> <ul style="list-style-type: none"> ●防災関連産業交流会会員数 H24:77社 ⇒H29:182社 ⇒H30:194社 ●ものづくり産業強化事業費補助金(試作・改良)の活用 H24~H29:37件採択 ●ものづくり事業戦略推進事業費補助金の活用 H30:2件採択 ●防災関連認定製品数 H24~H30:144製品 ●県外見本市への出展 H24~H30:55回、358社 ●防災関連製品売上高 H24:0.6億円、H25:10.9億円、H26:48.5億円、H27:52.0億円、H28:47.4億円、H29:60.6億円 	<ul style="list-style-type: none"> ・開発後の販売を確かなものにするために、より客観的な市場性の確認が必要
4	紙産業の飛躍的な成長の促進	<p>【新製品・新技術の開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●分科会活動の実施 複合加工機分科会、CNF分科会、紙質分科会、土佐方式分科会、素材製造技術分科会を設置 開催数:のべ17回 参加者:のべ125社、267人 ●研究会活動の実施 複合加工機研究会、CNF研究会、紙質研究会、リサイクル炭素繊維研究会、素材製造技術研究会を設置 開催数:のべ124回 参加者:のべ133社、238人 ●支援体制の強化 新たな機械設備を活用した技術支援を実施 紙産業振興アドバイザー:派遣5件 専門知識を持った企業OBの配置:5名 ●新製品開発数:5件 	<ul style="list-style-type: none"> ・研究会活動から生まれた製品開発研究の早期事業化 ・新素材CNFの産業利用に向けた本県独自の研究開発の推進 ・企業の生産性向上のための取組が必要



具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商10】 ◆各分野によるニーズ抽出(H31拡充)	○			○				
(再掲)【商11】 ◆各分野で抽出したニーズのマッチング等によるプロジェクト創出(H31拡充)	○			○				
(再掲)【商12】 ◆各分野で抽出したニーズの試作開発支援等による製品開発支援(H31拡充)	○			○				
(再掲)【商13】 ◆普及啓発セミナー等の開催	○		○	○				○
(再掲)【商14】 ◆高知県IoT推進ラボ研究会でのマッチング等によるプロジェクトの創出	○			○				
(再掲)【商15】 ◆専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援	○			○				
【商24】 ◆生産性を高める設備投資の推進(補助事業+融資制度)	○	○		○				
【商25】 ◆工業技術センターの生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた支援強化(H31拡充)	○			○				○
【商26】 ◆価値提案型の防災関連製品の開発や営業活動の支援強化(H31拡充)	○							
(再掲)【商20】 ◆高付加価値な製品開発への支援	○							
【商27】 ◆「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づく紙産業の振興	○		○					○

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
4	紙産業の飛躍的な成長の促進	<p>【土佐和紙総合戦略の策定】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内PTIにより土佐和紙総合戦略を策定(H30.10) 	<ul style="list-style-type: none"> ・土佐和紙の原料確保、用具の確保 ・土佐和紙生産者後継者の育成 ・土佐和紙のPR、販売促進 ・土佐和紙文化の発信、無形文化遺産登録
		<p>【外商支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●紙関連重点支援企業29社にもものづくり地産地消・外商センターの専任担当者を配置。377回訪問(H30)し、事業戦略の策定や販路拡大(展示会出展や販促活動)を支援 ●各種商談会・展示会への出展支援を13回実施し、延べ26社(H30)の販路開拓を支援した <p>【取り組み方針の確認と強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●紙産業フォローアップ委員会の実施 1回 	<ul style="list-style-type: none"> ・高知家プロモーションと連動した情報発信が必要 ・インターネットを通じた販路開拓への支援が必要 ・さらなる市場の開拓と製品の開発の促進
5	外商強化に向けた食品加工の高度化	<ul style="list-style-type: none"> ・工業技術センターの支援により、H28～29年度の累計で76アイテムの新商品が開発された 	<ul style="list-style-type: none"> ・新技術活用などによる、市場に対応した高付加価値商品の開発 ・品質管理の強化による大手企業等との取引の拡大 ・食品製造機器メーカーと食品企業等との企業間連携の推進
6	産学官連携によるイノベーションの創出	<ul style="list-style-type: none"> ・産学官連携会議の開催等により、産学官の連携意識が向上 ・産学官連携産業創出研究推進事業(実用化研究)、産学官連携事業化支援推進事業(事業化研究・応用研究)による支援を実施 (実用化研究) <ul style="list-style-type: none"> 支援件数:16件(H23～H30) 事業化件数:7件(H23～H30) (事業化研究) <ul style="list-style-type: none"> 支援件数:5件(H30) 事業化件数:1件(H30) (応用研究) <ul style="list-style-type: none"> 支援件数:1件(H28～H30) 事業化件数:5件(H28～H30) ・引き続き事業化や、さらに付加価値の高い製品づくり、多分野での産業利用に向けた研究開発が進んでいる 	<ul style="list-style-type: none"> ・研究成果を生かして、幅広い分野で活用できる製品の開発など事業化の拡大に向けた県内の研究機関、ものづくり企業等のネットワーク化 ・産業振興につながる有望な研究テーマのさらなる掘り起こし ・実用化研究の研究成果の事業化、事業化後の販路開拓などに向けた、産学官民連携センターや産業振興センター等の関連機関等との連携強化
7	地域商業の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・チャレンジショップ継続10箇所、具体的な商店街等振興計画策定への着手5箇所、新たに空き店舗対策補助金を活用した市町村3箇所等、新たな活動などにつながっている 	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街等振興計画未策定地域における事業者、商工会等、市町村間での意識差 ・チャレンジショップ事業の新規開設が進んでいないため、商店街振興計画の策定と合わせて新規開設につなげていくことが必要
		<p>【キャッシュレス化の状況把握と情報提供】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知市中心商店街の各個店を対象としたアンケート調査 ・キャッシュレス化啓発のチラシ作成・配布 ・商工会・商工会議所等に対しキャッシュレス化に向けた国の補助事業等の情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・キャッシュレス化や多言語表記等の環境整備を進めることが必要 ・キャッシュレス化によるメリット、種類や仕組み等、具体的な内容について知る機会が必要 ・すでにキャッシュレス決済が可能な店舗での積極的な活用促進が必要 ・消費税増税時のポイント還元に向けた対応が必要

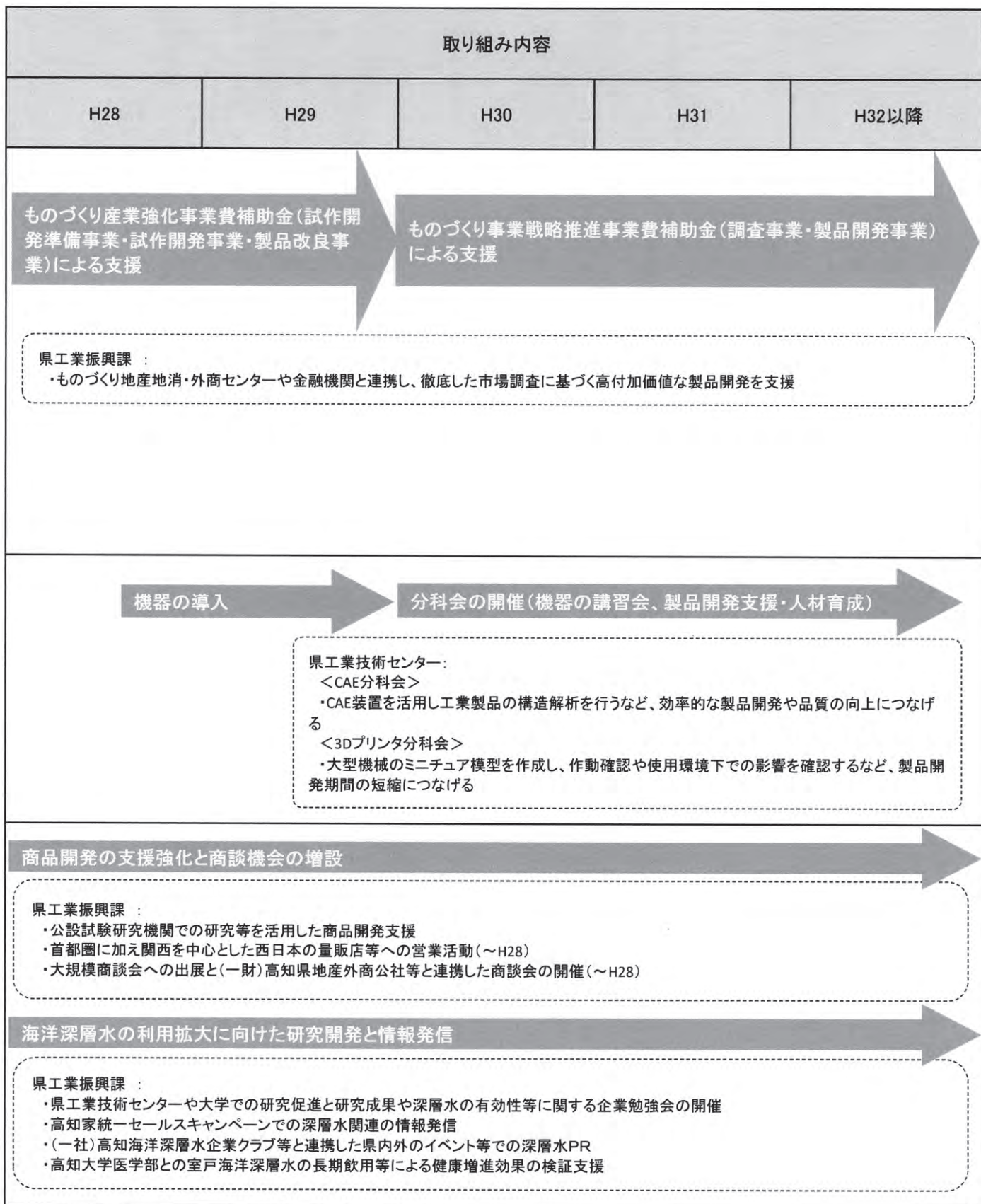
具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商28】 ◆土佐和紙総合戦略の実施(H31新規)	○		○				○	
(再掲)【商20】 ◆高付加価値な製品開発への支援	○							
【商29】 ◆市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(H31拡充)	○	○						
【商30】 ◆県内での研究成果を生かし、産業利用を推進するための支援を強化(H31拡充)	○							
【商31】 ◆商店街のにぎわい創出への支援(具体的な振興計画の策定支援他)(H31拡充)	○					○		
【商32】 ◆新規創業・店舗魅力向上への支援	○					○		
【商33】 ◆キャッシュレス化普及促進の支援(H31新規)	○							○

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商18】 ◆ものづくり地産地消・外商センターを中心としたマッチングによる支援	ものづくり総合相談窓口を設置し、各分野の生産性向上PTや関係機関と連携した機械装置開発等のマッチング(相談対応)等を実施	①相談件数 ②マッチング件数	①550件(H26) ↓ 704件(H30) ↓ 700件 ②95件(H26) ↓ 556件(H30) ↓ 500件
【商19】 ◆ものづくり総合技術展の開催	ものづくりの地産地消の推進と高知発の製品・技術を知ってもらうために、ものづくり総合技術展を継続開催。あわせて、国内外の企業を招へいし、商談会を開催	商談件数	558件(H26) ↓ 761件(H30) ↓ 750件

戦略の柱	3 絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	1 ものづくり企業の製品開発の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>ニーズ掘り起こし ⇒ マッチング支援 </p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p>ものづくり地産地消・外商センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県主催の各種イベント等(産業振興計画シンポジウム等)において「相談コーナー」を設置 ・企業訪問により県内ニーズに対応した商品開発をする企業を発掘 </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px dashed black; padding: 10px; width: 30%;"> <p>ものづくり地産地消・外商センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出前相談会を市町村とタイアップ・開催(年:7地域14市町村) ・業界団体のイベントについては、1件ごとにその効果を検証し、継続案件を選抜 </div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 10px; width: 30%;"> <p>ものづくり地産地消・外商センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各分野の生産性向上PTとの連携・情報共有を図り、ものづくり地産地消会議を有効活用することで、機械装置開発のマッチング等を支援 </div> </div>				
<p>総合技術展の開催 ⇒ 商談会のフォローアップ </p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 10px;"> <p>ものづくり地産地消・外商センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり総合技術展を開催 ・ものづくり総合技術展にあわせて、国内外の企業を招へいし、商談会を開催 </div>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商20】 ◆高付加価値な製品開発への支援	<p>高知県発の製品を全国に展開するために、徹底した市場調査とそれに基づく新たな製品開発を支援</p>	<p>①調査事業による支援件数</p> <p>②ものづくり事業戦略推進事業費補助金(製品開発事業)による支援件数</p> <p>③ものづくり産業強化事業(試作開発準備事業・試作開発事業・製品改良事業)による支援件数</p>	<p>①-(H29) ↓ 0件(H30) ↓ 35件 (H30~H31累計)</p> <p>②-(H29) ↓ 5件(H30) ↓ 30件 (H30~H31累計)</p> <p>旧③102件 (H22~H27累計) ↓ 26件 (H28~H29累計)</p>
	<p>製造業の生産性向上や熟練技術の継承などに対応するため、新たに導入したCAE(Computer Aided Engineering)・3Dプリンタを活用した分科会を開催し、デジタルエンジニアリングに関する講習会や技術支援を行う</p>	<p>2分科会(CAE、3Dプリンタ)参加者数</p>	<p>-(H29) ↓ 174人(H30) ↓ 305人 (H30~H31累計)</p>
【商21】 ◆海洋深層水関連商品のさらなる商品開発や販路開拓の支援とブランド力の強化	<p>新たな商品開発について、公設試験研究機関での研究等を活用した商品開発支援を行う</p> <p>また、H30.4.1から一般社団法人化する海洋深層水企業クラブとの連携強化を図るとともに、高知家キャンペーン等とも連動した情報発信を行う。</p>	<p>①深層水関連の県内製造品売上高</p> <p>②商品開発支援数</p>	<p>①98億円(H26) ↓ 102億円(H30) ↓ 112億円</p> <p>②-(H27) ↓ 37製品(H28~30累計) ↓ 40製品 (H28~H31累計)</p>

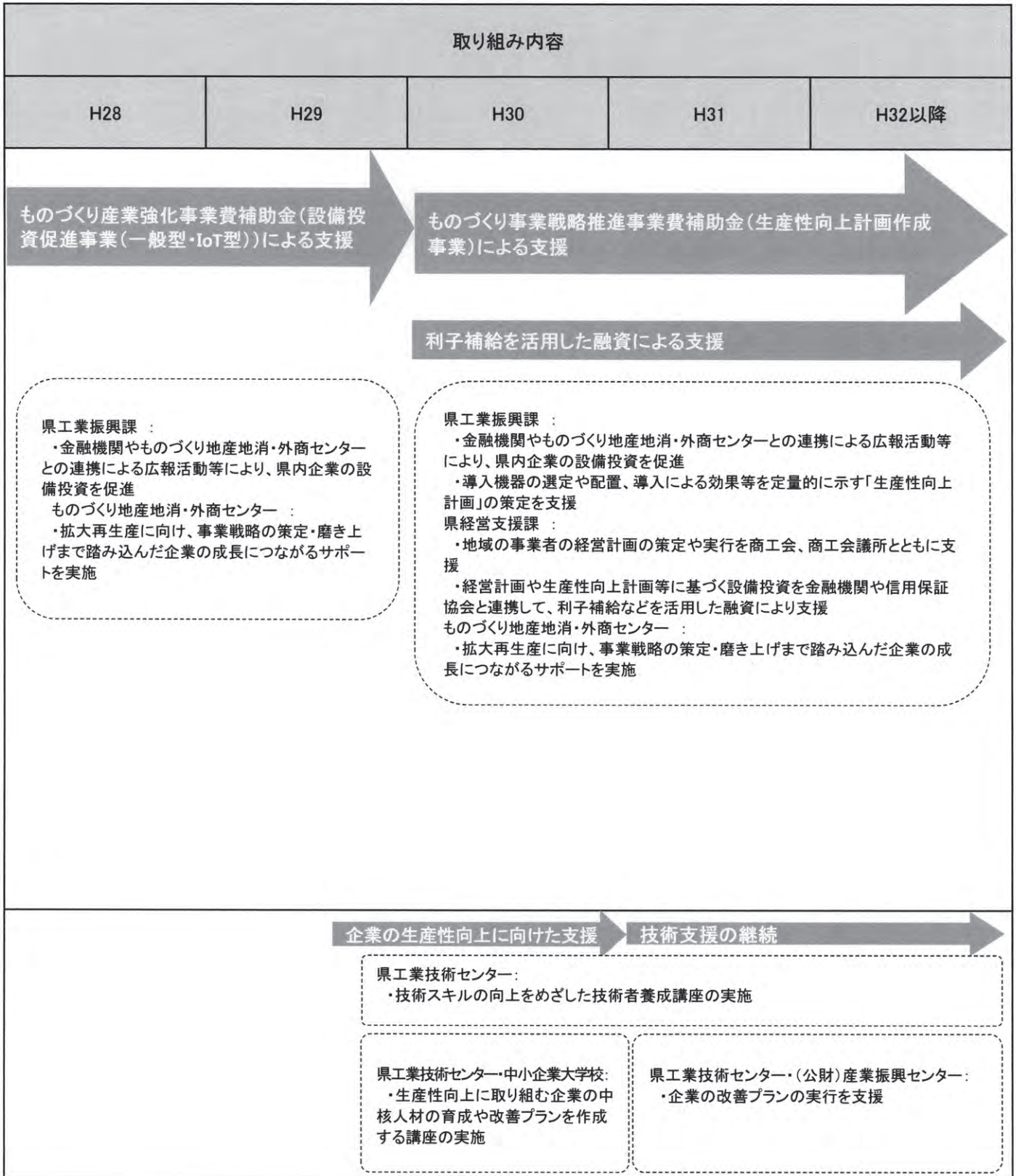


◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【商22】</p> <p>◆知的財産に関する普及啓発及び知的財産の活用促進</p> <p>・知的財産に関する普及啓発を継続し、意識と知識を向上</p> <p>・知的財産の取得と管理、活用の促進</p>	<p>・関係機関において実施される知的財産セミナーなどの情報を集約し、対象者のニーズに応じた学習機会を確保することで、効果的に知的財産に関する知識と意識の向上を図る</p> <p>・知的財産の取得・管理・活用に取り組もうとする企業や団体のニーズを掘り起こし、専門家による相談会や専門家派遣などによって具体的な課題を解決に導く</p> <p>・地域アクションプランの取り組みにおいて、地域団体商標等を積極的に取得・管理することで、地域ブランドの確立につなげる</p>	<p>知的財産セミナー参加者の拡大</p> <p>①知的財産総合支援窓口等による相談件数</p> <p>②知的財産相談会及び専門家派遣による支援件数</p>	<p>1,674人 (H24～H27累計) ↓ 502人(H30) ↓ 1,830人 (H28～H31累計)</p> <p>①4,097件 (H24～H27累計) ↓ 1,311件(H30) ↓ 3,560件 (H28～H31累計)</p> <p>②687件 (H24～H27累計) ↓ 204件(H30) ↓ 750件 (H28～H31累計)</p>
<p>【商23】</p> <p>◆海洋深層水の新たな分野への展開と県内企業の事業化支援</p> <p>・有望と思われる研究の顕在化</p> <p>・研究開発及び事業化の推進</p>	<p>・海洋深層水の新たな分野への展開と県内企業の事業化を支援する</p> <p>・県内公設試験研究機関、大学の深層水に関するシーズの探索と県内企業のニーズをマッチングさせ、事業化につなげる</p>	<p>深層水関連の事業化及び製品化数</p>	<p>4件(H24～27累計) ↓ 3件(H28～30累計) ↓ 4件(H28～31累計)</p>
<p>【商】</p> <p>◆建設業の新分野進出 (H28年度に終了)</p>	<p>建設業の持つ能力を活かして、農林業や介護福祉など、新たな分野へ進出し、地域で働く場を確保するため、新分野進出を行おうとする建設事業者を総合的に支援する</p>	<p>建設業の新分野進出数</p>	<p>284件(H27) ↓ 315社(H28)</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>知的財産に関する知識と意識の向上</p> <p>(一社)高知県発明協会、高等教育機関、市町村、県産業創造課： ・関係機関において実施される知的財産セミナーなどの情報を集約し、対象者のニーズに応じた学習機会を確保することで、効果的に知的財産に関する知識と意識の向上を図る</p>				
<p>知的財産の取得と管理、活用の促進</p> <p>(一社)高知県発明協会、県産業創造課： ・知的財産の取得・管理・活用に取り組もうとする企業や団体のニーズを掘り起こし、専門家による相談会や専門家派遣などによって具体的な課題を解決に導く</p> <p>市町村、県地域支援企画員、(一社)高知県発明協会、県産業創造課： ・地域アクションプランの取り組みにおいて、地域団体商標等を積極的に取得・管理することで、地域ブランドの確立につなげる</p>				
<p>深層水関連の事業化支援</p> <p>県海洋深層水研究所： ・海洋深層水の新たな分野への展開と県内企業の事業化支援</p>				
<p>建設事業者の経営強化のため新分野進出に対する取り組みを支援</p> <p>県商工政策課：建設業経営革新推進アドバイザーを配置し、企業訪問による個別支援、セミナーや先進地視察等の実施 (公財)高知県産業振興センター：こうち産業振興基金の建設業経営革新支援事業による支援</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商24】 ◆生産性を高める設備投資の推進 (補助事業+融資制度)	<p>県内企業が生産性等を高め、県内での生産活動の継続と雇用の維持につなげ、より成長するよう、県内企業に対する設備投資を促す</p>	<p>①生産性向上計画の作成支援件数</p> <p>②利子補給制度を活用した設備投資実施件数</p> <p>旧①設備投資助成による県内企業の生産能力増加額</p> <p>旧②設備投資助成への申請件数</p> <p>旧③設備投資助成による雇用創出数</p>	<p>①-(H29) ↓ 3件(H30) ↓ 22件 (H30~H31累計)</p> <p>②-(H29) ↓ 50件(H30) ↓ 160件 (H30~H31累計)</p> <p>旧①11.2億円(H26) ↓ 120.9億円 (H24~H30累計)</p> <p>旧②38件 (H24~H27累計) ↓ 20件 (H28~H29累計)</p> <p>旧③102人 (H24~H27累計) ↓ 94人 (H28~H30累計)</p>
【商25】 ◆工業技術センターの生産性向上 (省力化・高付加価値化)に向けた 支援強化	<p>生産性向上に取り組む企業に対して、①技術スキルの向上をめざした人材育成、②企業の具体的な改善プラン作成を支援する。また、企業ごとに専任担当者を配置し、人材育成から改善プランの作成・実行までをサポートする。</p> <p>⇒別図<商04>参照(p.490)</p>	<p>①技術者養成講座の受講者数</p> <p>②改善プラン作成及び実行企業数</p>	<p>①-(H29) ↓ 300人(H30) ↓ 年平均100人</p> <p>②-(H29) ↓ 改善プラン作成6社 (H30) ↓ 年平均5社</p>

戦略の柱	3 絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	2 生産性向上（省力化・高付加価値化）の推進



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【商26】 ◆価値提案型の防災関連製品の開発や営業活動の支援強化(H31拡充)</p>	<p>・異業種間での情報交換を行う防災関連産業交流会の活動を通じ、ニーズの把握や製品情報の収集を行うほか、専門家派遣や試作開発助成金などの支援策を活用した「メイドイン高知」の防災関連製品の開発・磨き上げを支援</p> <p>・防災関連製品認定制度や公的調達による与信の付与や県内の防災訓練等での展示により県内での購入促進を支援</p> <p>⇒別図<商05>参照(p.491)</p>	<p>①防災関連産業交流会会員数</p> <p>②防災関連製品認定制度による認定製品数</p>	<p>①138社 (H26累計) ↓ 194社 (H30累計) ↓ 206社(H31累計)</p> <p>②106製品 (H27累計) ↓ 144製品 (H30累計) ↓ 162製品(H31累計)</p>

戦略の柱	3 絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	3 メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興





取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
防災関連産業交流会の開催				
県工業振興課： <ul style="list-style-type: none"> ・市町村等の防災ニーズと県内企業の製品等とのマッチングや、本県の実情に即した製品の開発・改良などの取組みを進めるために「防災関連産業交流会」を開催(全体会) 				
既存の認定商品の地消支援 ⇒ 製品改良支援				
試作開発支援 ⇒ 認定 ⇒ 公的調達等による地消支援 ⇒ 製品改良支援				
県工業振興課： <ul style="list-style-type: none"> ・防災製品開発WGによる製品開発・改良の支援 ・防災市場に精通したアドバイザーを設置し、価値提案型の製品開発や外商活動を支援 ・ものづくり産業強化事業費補助金(H30以降はものづくり事業戦略推進事業費補助金)による市場調査と製品開発の支援 ・公設試験研究機関等と連携した技術的支援の実施 ・防災関連製品認定制度に基づく「メイドイン高知」の製品・技術の認定 ・新事業分野開拓者認定制度を活用した公的調達の推進 ・公的調達制度未導入の市町村に対して早期創設のためのフォローを実施 ・防災訓練や防災イベント等での防災関連製品の展示PR支援 				
ポータルサイト構築 ⇒ 「防災関連製品ポータルサイト」の運用				
県工業振興課： <ul style="list-style-type: none"> ・インターネットを活用した国内外への製品・技術PR【商29】 ・アクセス状況を分析し、製品開発・販路開拓に有効な情報を県内企業にフィードバック 				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【商27】 ◆「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づく紙産業の振興</p>	<p>「紙産業の在り方検討会」で取りまとめた5つの基本方針に基づき、紙産業をさらに強化するため</p> <ul style="list-style-type: none"> ・製品開発プランづくりの支援強化 ・高付加価値製品の開発と加工技術の確立 ・外商支援の徹底 ・中核人材の確保と育成の強化 	<p>①新製品開発数</p> <p>②技術研修の受講者数</p>	<p>① - (H27) ↓ 15件(H28～H30累計) ↓ 20件(H28～H31累計)</p> <p>②239人 (H24～H26平均) ↓ 1,011人 (H28～H30累計) ↓ 累計1,200人 (H28～H31)</p>

戦略の柱	3 絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	4 紙産業の飛躍的な成長の促進

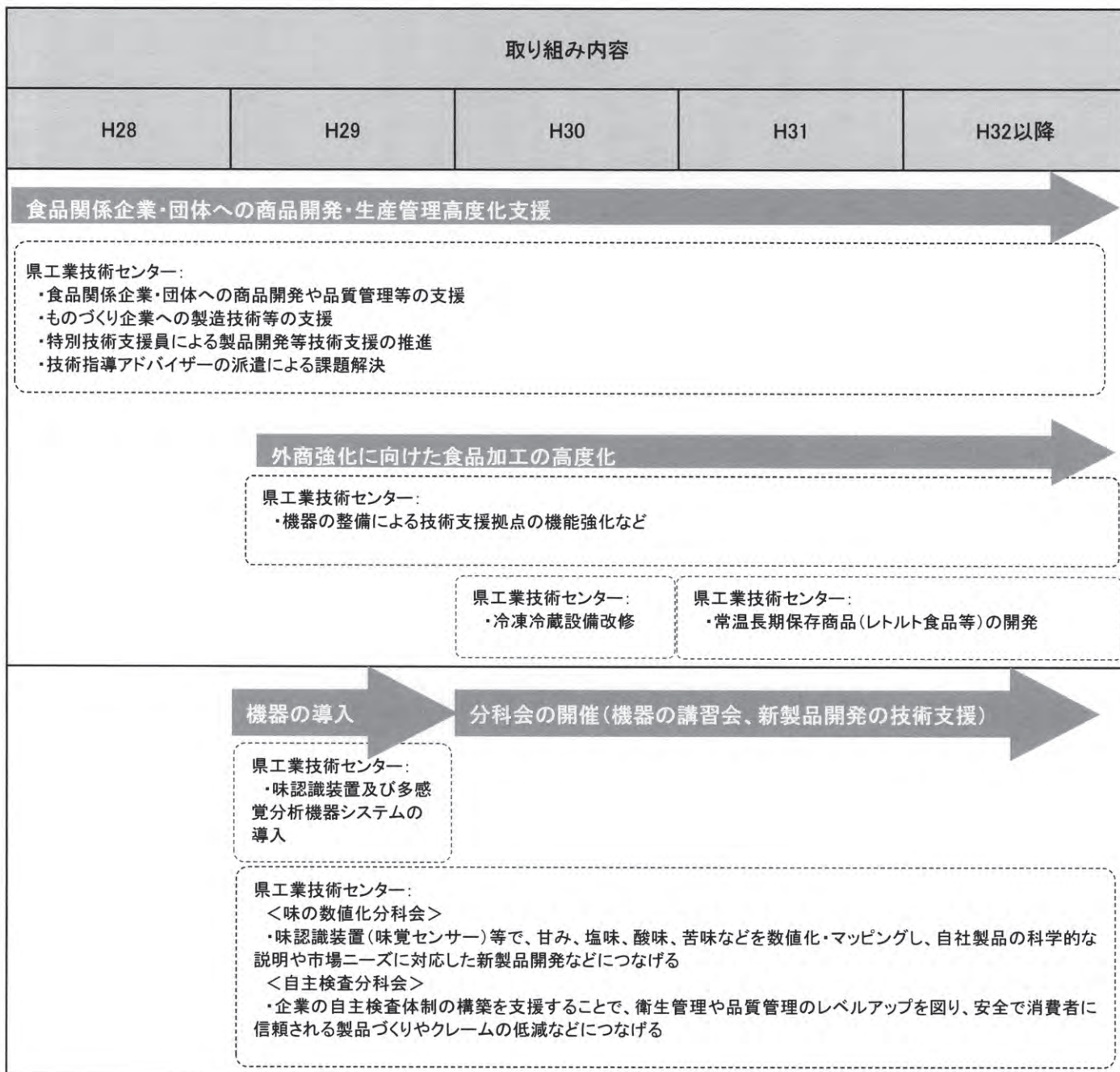
取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
製品プランづくりの支援強化				
県紙産業技術センター：紙産業振興アドバイザーなどと連携し、現場ニーズと企業とのマッチングによる新製品開発を強化				
高付加価値製品の開発と加工技術の確立				
県紙産業技術センター： <ul style="list-style-type: none"> ・新規導入機械設備等による企業の製品開発の推進 ・早期の製品化や新技術の確立、本県独自の事業化の推進 ・研究成果の情報発信 ・企業の設備投資に対する支援策の強化 ・新素材(セルロースナノファイバー(CNF)等)に関する技術開発の強化 				
外商支援の徹底				
県工業振興課： <ul style="list-style-type: none"> ・高知家プロモーションを活用した情報発信により、本県製品のPR力を高めるとともに、ギフトショーなどへの出展による販路拡大の強化 ・バイヤーを招へいした商談会の強化 ・若手経営者グループなどと連携し、高知家プロモーション活動を通じて積極的に展開 				
(公財)高知県産業振興センター： <ul style="list-style-type: none"> ・ギフトショー(東京)やMETALEX(タイ)など、国内外の展示会への出展支援を強化 ・東京営業本部や専任担当者などによる新たな販路開拓などの外商支援を徹底 ・バイヤーを招へいした商談会の強化 ・紙関連企業の設備機器・部品やメンテナンスの県内調達などを推進するため、ものづくり企業とのマッチングを強化 				
中核人材の確保と育成の強化				
県紙産業技術センター：アイデア～事業化プラン～研究開発～事業化までを一貫して推進できる中核人材を育成(各分科会、開放試験設備利用研修、講演会を実施) (一社)高知県製紙工業会、県工業振興課：インターンシップや工業系高校の生徒の企業見学などを強化				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【商28】 ◆「土佐和紙総合戦略」の実施 (H31新規)</p>	<p>「土佐和紙総合戦略」で取りまとめた4つの基本方針に基づき、土佐和紙の振興を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土佐和紙の原料確保 ・用具の確保と土佐和紙生産者の後継者育成 ・土佐和紙のPR・販売促進・新製品開発 ・土佐和紙文化の発信と無形文化遺産登録 <p>⇒別図<商06>参照(p.492)</p>	<p>①原料生産面積</p> <p>②後継者育成研修了生(累計) ※H35までに11名修了</p> <p>③土佐和紙販売額</p> <p>④技術保持団体の設立</p>	<p>①4.6ha(H28) ↓ - (H30) ↓ 4.8ha(H31)</p> <p>②2名(H29) ↓ 2名(H30) ↓ 2名(H31)</p> <p>③5.9億円(H29) ↓ - (H30) ↓ 6.2億円(H31)</p> <p>④H32年度に1団体設立</p>

取り組み内容							
H28	H29	H30	H31	H32以降			
<p>土佐和紙の原料確保 </p> <p>高知県手すき和紙協同組合、県工業振興課： ・原料生産者と土佐和紙生産者との意見交換会の実施 ・こうぞ生産グループの組織化、既存グループの活動強化</p> <p>県工業振興課： ・こうぞ栽培が可能な土地の情報収集、あっせん</p>							
<p>用具の確保と土佐和紙生産者の後継者育成 </p> <p>県文化財課：用具製作技術者の養成研修への支援 県工業振興課：土佐和紙職人の後継者育成研修への支援</p>							
<p>土佐和紙のPR・販売促進・新製品開発 </p> <p>県工業振興課：見本市への出展支援や小売店でのフェアへの参加によるPR、土佐和紙製品の県関係施設等での販売支援</p> <p>県紙産業技術センター、県工業技術センター：土佐和紙の特徴を活かした新製品開発と企業への技術支援</p> <table border="1" data-bbox="877 1176 1508 1355"> <tr> <td> 県工業振興課： 土佐和紙認証制度に向けた情報収集等 </td> <td> 県工業振興課： 認証制度の検討・創設（検討会など） </td> <td> 県工業振興課： 認証制度の運用 </td> </tr> </table>					県工業振興課： 土佐和紙認証制度に向けた情報収集等	県工業振興課： 認証制度の検討・創設（検討会など）	県工業振興課： 認証制度の運用
県工業振興課： 土佐和紙認証制度に向けた情報収集等	県工業振興課： 認証制度の検討・創設（検討会など）	県工業振興課： 認証制度の運用					
<p>土佐和紙文化の発信と無形文化遺産登録 </p> <p>県文化振興課：県立施設等での土佐和紙の活用や企画展の実施 県文化財課：土佐和紙保存会の活動支援と保持団体の設立に向けた支援</p>							

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【商29】 ◆市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(H31拡充)</p>	<p>食品関係企業・団体が地産外商を進めるため、商品開発や品質管理技術の向上を支援をする ⇒別図<商07>参照(p.493)</p>	<p>新製品開発数</p>	<p>165アイテム (H24～H27累計) ↓ 115アイテム (H28～H30累計) ↓ 140アイテム (H28～H31累計)</p>
	<p>消費者や市場ニーズに対応した売れる商品づくりに向け、新たに導入した味認識装置や多感覚器分析システムを活用した分科会を開催する。また、HACCP対応まで届かない中小零細事業者が、さらなる外商の拡大に向けて安全・安心な製品づくりを進めるための分科会を開催し、講習会や技術支援を行う</p>	<p>2分科会(味の数値化、自主検査)参加者数</p>	<p>-(H29) ↓ 209人(H30) ↓ 300人 (H30～H31累計)</p>

戦略の柱	3 絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	5 外商強化に向けた食品加工の高度化



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【商30】 ◆県内での研究成果を生かし、産業利用を推進するための支援を強化(H31拡充)</p>	<p>①大学等の研究シーズや企業ニーズに基づき、概ね3年程度で事業化研究(製品化の研究)に移行するなど、将来的に事業化が期待できる産学官連携による新たな研究開発を支援する(実用化研究)</p> <p>②大学等の中期的な研究成果や企業の優れた技術等に基づく、概ね2年程度で製品又は試作品開発が見込める研究開発を支援する(事業化研究)</p> <p>③これまでの研究成果により事業化されたコア技術を活用し、産業間・企業間連携をさらに推進することで、多分野での産業利用やものづくりにつながる研究や製品改良等を支援する(応用研究)</p> <p>・国の政府機関移転の取組に端を発し、県及び高知大学、国立研究開発法人海洋研究開発機構(JAMSTEC)が連携して、海底微生物の機能性の解明及び機能性を活用した新産業の創出をめざす ・JAMSTECから提供される海底微生物の機能性解明に着手し、事業化につながる可能性を調査する</p>	<p>①実用化研究により事業化された件数</p> <p>②事業化研究により事業化された件数</p> <p>③応用研究により新たな分野で事業化された件数</p>	<p>①4件 (H23～H27累計) ↓ 7件 (H23～H30累計) ↓ 11件 (H23～H31累計)</p> <p>②— ↓ 1件 (H29～H30累計) ↓ 1件 (H29～H31累計)</p> <p>③— ↓ 5件 (H28～H30累計) ↓ 2件 (H28～H31累計)</p>

戦略の柱	3 絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	6 産学官連携によるイノベーションの創出

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降
-----	-----	-----	-----	-------

産学官連携会議の開催

県内大学等、(一社)高知県工業会、金融機関、(公財)高知県産業振興センター、県産業創造課：県内の産学官が日常的に情報共有や交流を図り、共同研究や事業化を推進

産学官連携プロジェクトチームによる取り組み

県産業創造課：産学官連携におけるプロジェクトチームを設置し、新たな課題の解決や重要なテーマ等を連携して推進

産学官連携共同研究推進事業

- ◆産学官連携産業創出研究推進事業(実用化研究)
- ◆産学官連携事業化支援推進事業(事業化研究) (H29～)
- ◆産学官連携多分野利用促進事業(応用研究) (H31から事業化研究と統合)

H29: こうち産業振興基金の終了に伴い、新たに事業化段階の支援事業を創設することで、実用化研究から事業化研究、応用研究までの各フェーズを切れ目なく支援する

H31: 実用化研究を支援する産学官連携産業創出研究推進事業の中に事業化の方向性等を探る予備的研究段階を支援する「チャレンジ枠」を創設することで、有望な研究テーマの掘り起こしと新しい研究チームの育成を行う

県産業創造課:

- ・産業振興につながることを期待される産学官共同研究を支援

県産業創造課、県工業技術センター等:

- ・継続研究及び研究成果を生かした事業化を支援

県内企業:

- ・事業化(製品化)の推進及び販路の拡大

(公財)高知県産業振興センター:

- ・事業化および販路拡大の支援

海洋資源等の機能性を活かした新産業の創出

県産業創造課:

- ・高知大学等の機能性解明研究を支援

高知大学:

- ・JAMSTECから提供される海底微生物の機能性を解明

JAMSTEC:

- ・海底微生物に関する情報及び微生物の提供


- ・高知大学における研究の技術支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【商31】</p> <p>◆商店街のにぎわい創出への支援 (具体的な振興計画の策定支援他) (H31拡充)</p>	<p>地域ごとに、中心商店街や中山間地域などの実態を踏まえた施策を展開し、地域商業の活性化を図る</p> <p>・商店街の賑わい創出のためのソフト事業の実施を支援</p> <p>・中山間地域の商業集積地での若手事業者による取組みや新規開業、地域の魅力の再発見等を支援し、商業機能の向上を図る</p> <p>・アンテナショップ「てんこす」を通じた商店街の賑わい創出への支援</p> <p>・地域資源の活用や産業クラスター、観光クラスターとの連携を盛り込んだ、地域商業の活性化のための具体的な「商店街等振興計画」の策定支援</p> <p>⇒別図<商08>参照(p.494)</p>	<p>①高知市中心商店街歩行者通行量</p> <p>②高知市中心商店街空き店舗率</p> <p>③中山間地域の商業活性化に向けて新たな取組みを進めるグループの動き</p> <p>④具体的な振興計画の策定数</p>	<p>①52,242人(H27) ↓ 57,624人(H30) ↓ 66,000人</p> <p>②12.4%(H26) ↓ 12.5%(H30) ↓ 10.0%</p> <p>③—(H28) ↓ 5件(H30) ↓ 30件 (H29～H31累計)</p> <p>④—(H29) ↓ 4件(H30) ↓ 10件 (H30～H31累計)</p>
<p>【商32】</p> <p>◆新規創業・店舗魅力向上への支援</p>	<p>商店街のさらなる魅力向上を図るため、「チャレンジショップ事業」や「空き店舗対策事業」による新規開業、「店舗魅力向上事業」による既存店の魅力アップを支援(店舗魅力向上事業はH29で終了)</p> <p>・「チャレンジショップ事業」により、商店街等での開業を目的とした、お試し開業施設の運営を支援</p> <p>・「空き店舗対策事業」により、商店街等の空き店舗を活用した新規開業を支援</p> <p>・「店舗魅力向上事業」により、新たなサービスや商品の提供を行おうとする既存店の事業計画の実施を支援</p>	<p>①チャレンジショップ開設箇所数</p> <p>②空き店舗への出店数</p> <p>③店舗魅力向上事業の活用数</p>	<p>①4箇所(H27) ↓ 12箇所 ↓ 14箇所 (H27～H31累計)</p> <p>②59件 (H21～H26累計) ↓ 32件 (H28～H30累計) ↓ 100件 (H28～H31累計)</p> <p>③10件(H27) ↓ 13件(H28～H29累計)</p>

戦略の柱	3 絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	7 地域商業の活性化

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
商店街等の賑わい創出につながるソフト事業実施への支援				
県経営支援課： ・商店街等活性化事業により、商工団体等が取組む商店街等の賑わい創出につながるソフト事業の実施を支援				
中山間地域での商業活性化に向けた取組みを支援				
県経営支援課：若手商業者グループ支援事業、事業経営アドバイザー事業等の各支援策を活用して中山間地域での商業活性化を支援				
アンテナショップ「てんこす」を通じた商店街のにぎわい創出への支援				
県経営支援課： ・アンテナショップ「てんこす」が実施する、にぎわい創出への取組みを支援				
具体的な振興計画の策定支援				
県経営支援課：地域資源等を活用した具体的な商店街等振興計画の策定を支援				
チャレンジショップの整備				
県経営支援課： ・チャレンジショップ事業により、市町村と連携し、商店街等でチャレンジショップを設置し、円滑な運営と効果的な事業の実施を支援				
空き店舗への出店支援				
県経営支援課：空き店舗対策事業により、商店街の活性化につながる空き店舗への出店者を支援				
既存店の魅力アップ支援				
県経営支援課：店舗魅力向上事業により、商店街の活性化につながる既存店の魅力向上を支援				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【商33】 ◆キャッシュレス化普及促進の支援 (H31新規)</p>	<p>[中心商店街への外国人観光客の受入れ] ・事業者等を対象に、キャッシュレスについてのセミナーを県内7ブロックで開催し、キャッシュレス化への理解を深めていくとともに意識の改革を図る。 ⇒別図<商08>参照(p.494)</p>	<p>セミナー参加者数</p>	<p>－(H30) ↓ 1,000人(H31)</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<div style="text-align: right; margin-bottom: 10px;">  中心商店街への外国人観光客受入れ支援 </div> <div style="border: 1px dashed black; border-radius: 15px; padding: 10px; display: inline-block;"> <p>県経営支援課： ・県内7ブロックでの キャッシュレスセミナー の実施</p> </div>				

分野	商工業分野
戦略の柱	4 外商の加速化と海外展開の促進

戦略の方向性	国内にとどまらず、海外展開を促進し、外商をさらに加速する
--------	------------------------------

戦略目標	目標	
	○ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進 (メイドイン高知の防災関連製品含む)	防災関連認定製品の売上高 ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による 成約額

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進(防災関連製品含む)	<ul style="list-style-type: none"> 各企業ごとの専任担当者や統括等が、企業ニーズに応じた各種施策の提案や活用、同行訪問、技術的助言などの積極的な支援を各支援機関と連携し展開 県外コーディネーターと連携し、見本市出展や商談機会を拡大し、外商成果額が飛躍的に増加 ●見本市出展 国内 H24:13回、H25:41回、H26:40回、H27:31回、H28:30回、H29:26回、H30:24回 ●サポート対象企業の成果額 H24:2.5億円、H25:16.2億円、H26:27.1億円、 H27:40.8億円、H28:50.8億円 H29:58.0億円、H30:66.8億円 ●メイドイン高知の防災関連製品の地産地消・外商を推進するため、「交流」「地産」「地消」「外商」の各段階に応じて企業を支援することにより、関連製品の製品数・売上高ともに増加 ●防災関連産業交流会会員数 H24:77社 ⇒H29:182社 ⇒H30:194社 ●ものづくり産業強化事業費補助金(試作・改良)の活用 H24~H29:37件採択 ●ものづくり事業戦略推進事業費補助金の活用 H30:2件採択 ●防災関連認定製品数 H24~H30:144製品 ●県外見本市への出展 H24~H30:55回、358社 ●防災関連製品売上高 H24:0.6億円、H25:10.9億円、 H26:48.5億円、H27:52.0億円、 H28:47.4億円、H29:60.6億円 	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏を中心としたさらなる販路の拡大 防災関連製品は売上増に向けた民需の拡大等の検討 ●県外・海外への外商の強化
2	県内企業の海外等展開を促進	<ul style="list-style-type: none"> 各企業ごとの専任担当者や統括等が、企業ニーズに応じた各種施策の提案や活用、同行訪問、技術的助言などの積極的な支援を各支援機関と連携し展開 ・(公財)高知県産業振興センター内に海外支援コーディネーターを配置し、統括を含めた海外支援チームを編成し、県内企業の海外展開支援を開始 ●見本市出展・商談会 海外 H27:5回(タイ2回、台湾、韓国、中国) H28:6回(タイ2回、台湾2回、ベトナム、フィリピン) H29:6回(タイ2回、台湾2回、スリランカ、インドネシア) H30:7回(タイ2回、台湾3回、インドネシア2回) ●バイヤー招聘 H28:15企業・団体 17名(台湾、タイ、中国、ルーマニア、イギリス) H29:13企業・団体 18名(台湾、タイ) H30:9企業・団体 20名(台湾、タイ、ベトナム、韓国) ●首都圏見本市(デジタルコンテンツEXPO)への出展支援(県がブース借上げ) ●出展企業 H28:3社、H29:4社、H30:3社 ●継続商談 H28:3件、H29:5件、H30:4件 	<ul style="list-style-type: none"> 海外にチャレンジする企業の増加と、海外展示会・商談会後の成約に向けた取り組み(同行訪問、バイヤー招聘、商談サポート等) ●出展企業の営業力強化

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:48.5億円	H29:60.6億円	64億円	-	-
H26:27.1億円	H30:66.8億円	73億円	100億円	183億円

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商34】 ◆東京営業本部による外商サポート(H31拡充)		○						
(再掲)【商02】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施			○				○	○
【商35】 ◆見本市出展や商談会の開催(H31拡充)		○						
【商36】 ◆技術提案型商談会等の開催		○						
【商37】 ◆防災関連製品の新たな販売先の開拓(H31拡充)		○						
【商38】 ◆海外での市場調査支援(H31拡充)		○						
【商39】 ◆国内外の商社等とのマッチング強化(H31拡充)		○						
【商40】 ◆海外バイヤーの招へい等海外展開支援のさらなる強化(H31拡充)		○						
【商41】 ◆海外での外商活動支援(セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展)(H31拡充)		○						
【商42】 ◆JICA、JETRO等と連携したODA(政府開発援助)案件化の促進(H31拡充)		○						
【商43】 ◆首都圏見本市への出展支援		○						

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商34】 ◆東京営業本部による外商サポート(H31拡充)	県外への営業力強化を促し、販売実績に結び付けるための営業拠点として設置した東京営業本部において、首都圏における外商サポートを強化する ⇒別図<商09>参照(p.495)	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(防災関連製品含む)	40.8億円(H27) ↓ 66.8億円(H30) ↓ 73億円
【商35】 ◆見本市出展や商談会の開催(H31拡充)	県内の特色ある製品や技術を国内外へ積極的にPRし、県内ものづくり企業の販路開拓をサポートすることで、県内製造品出荷額の増加につなげる ⇒別図<商09>参照(p.495)	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(防災関連製品含む)	40.8億円(H27) ↓ 66.8億円(H30) ↓ 73億円
【商36】 ◆技術提案型商談会等の開催	複数の県外発注企業を招へいして商談会を実施するとともに、工場の視察や加工技術のデモ等を行い、県内企業の技術を紹介することで新たな下請受注につなげる	商談会開催事業(技術提案型商談会等)など下請受注拡大大支援による成約額	1.3億円(H26) ↓ 4.6億円(H30) ↓ 5億円
【商37】 ◆防災関連製品の新たな販売先の開拓(H31拡充)	防災関連の主要な展示会への高知県ブースの設置や都市部でのミニ商談会の開催、Eコマースとの連携強化などにより、民需も含めた新たな販売先を開拓 ⇒別図<商05>参照(p.491)	防災関連製品認定制度による認定製品の売上高 (【商34】【商35】と一部重複あり)	48.5億円(H26) ↓ 60.6億円(H29) ↓ 64億円 ※うち海外 - (H26) ↓ 15.9億円(H29) ↓ 8億円

戦略の柱	4 外商の加速化と海外展開の促進
取組方針	1 ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進（メイドイン高知の防災関連製品含む）


取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
ものづくり地産地消・外商センターによる外商サポート活動の推進				
<p>ものづくり地産地消・外商センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京営業本部の設置（新規商談先の開拓やミニ展示商談会の開催） （H31年度のミニ展示商談会は、ニーズの高かった大阪で1回増の2回とし、東京5回、名古屋1回で開催予定） ・外商コーディネーターによる同行訪問の積極的なコーディネート ・首都圏でのマーケット調査等による支援 ・外部専門家の派遣等により代理店開拓や製品の改良、広報手法など専門的助言を実施 ・包括協定先と連携した販路拡大支援 				
事前準備のサポート ⇒ 見本市出展・商談会開催 ⇒ 商談のフォローアップ				
<p>ものづくり地産地消・外商センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大都市圏で開催される主要見本市や専門分野の見本市に高知県ブースを出展し、県内企業の製品・技術のPRを通じた販路拡大を支援 ・見本市及び商談会の出展内容等企画提案、広報、商談フォローなど、成約実現に向けて支援を展開 				
技術提案型商談会等の開催 ⇒ 商談のフォローアップ				
<p>ものづくり地産地消・外商センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・下請企業の受注拡大に向けて、県外企業を招いて、加工技術デモや工場視察などをセットにした技術提案型の商談会を開催 ・県外で開催される合同受注拡大商談会への参加を支援 				
<p style="text-align: center;">ものづくり地産地消・外商センター ・見本市出展で県内の優れた技術や工法をPR</p>				
県外・海外への販路拡大				
<p>県工業振興課、ものづくり地産地消・外商センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・防災市場に精通したアドバイザーを設置し、価値提案型の製品開発や外商活動を支援 ・県外コーディネーターと連携した販路拡大支援 やEコマースとの連携強化などによる民需の開拓 ・防災関連の主要な展示会に高知県ブースを設置し、メイドイン高知の製品・技術をPR ・大手バイヤーとの個別相談会によりマッチングと製品・技術のブラッシュアップを支援 ・包括協定先と連携した販路拡大支援 ・台湾や東南アジアでの見本市への出展や技術セミナーの開催により、製品・技術の紹介と併せて、防災先進県高知をPR ・台湾や東南アジアでの展開を拡充しながら、他エリアへも市場拡大を図る ・国内外の商社等との連携を強化し、輸出の拡大を図る ・JICA・JETRO・損保会社等、関係機関と連携したセミナー開催等、県内企業の海外展開を支援 				
ポータルサイト構築 ⇒ 「防災関連製品ポータルサイト」の運用				
<p>県工業振興課：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターネットを活用した国内外への製品・技術PR ・アクセス状況を分析し、製品開発・販路開拓に有効な情報を県内企業にフィードバック【商08】 ・Eコマースとの連携強化による民需の開拓Eコマース 				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商38】 ◆海外での市場調査支援(H31拡充)	国内における県内企業の海外展開に向けた体制づくりや取り組みを、個別の市場調査や専門家派遣等により支援する ⇒別図<商09>参照(p.495)	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(海外分)	2.6億円(H27) ↓ 8.6億円(H30) ↓ 10億円
【商39】 ◆国内外の商社等とのマッチング強化(H31拡充)	国内貿易商社とのマッチングを実施することで、県内企業の特徴ある製品や技術の海外での販路開拓につなげる ⇒別図<商09>参照(p.495)	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(海外分)	2.6億円(H27) ↓ 8.6億円(H30) ↓ 10億円
【商40】 ◆海外バイヤーの招へい等海外展開支援のさらなる強化(H31拡充)	海外での商談会や見本市出展で発掘した現地の有力企業を本県で開催するものづくり総合技術展での商談会や企業視察等に招へいすることにより販路開拓につなげる ⇒別図<商09>参照(p.495)	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(海外分)	2.6億円(H27) ↓ 8.6億円(H30) ↓ 10億円
【商41】 ◆海外での外商活動支援(セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展)(H31拡充)	海外における商談会や展示会への出展支援、営業活動の同行等、具体的なサポートを実施することで、県内製造品出荷額の増加につなげる ⇒別図<商09>参照(p.495)	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(海外分)	2.6億円(H27) ↓ 8.6億円(H30) ↓ 10億円
【商42】 ◆JICA、JETRO等と連携したODA(政府開発援助)案件化の促進(H31拡充)	ODA関連事業等を活用した海外展開を促進し、県内企業の製品や技術の販路開拓につなげるために、海外展開セミナーの開催や商社やODAコンサルタント等とのマッチング、現地政府へのトップセールス活動など具体的なサポートを実施する ⇒別図<商09>参照(p.495)	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(海外分)	2.6億円(H27) ↓ 8.6億円(H30) ↓ 10億円

戦略の柱	4 外商の加速化と海外展開の促進
取組方針	2 県内企業の海外等展開を促進

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
セミナー開催・掘り起こし ⇒ 海外での市場調査支援、各種専門家派遣等支援				
<p>ものづくり地産地消・外商センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業訪問により新たなサポート対象企業を掘り起こし ・ものづくりや海外展開に関するセミナーや個別相談会を開催 ・JETRO等関係機関のネットワークを活用し、個別の市場調査を支援、また、海外展開計画を連携して作成支援 ・取引契約書等の作成を支援 ・外部専門家の派遣等により代理店開拓や製品の改良、広報手法など専門的助言を実施 ・統括や海外支援コーディネーター等による海外展開支援 				
国内外貿易商社とのマッチング ⇒ 商談のフォローアップ				
<p>ものづくり地産地消・外商センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業訪問により新たなサポート対象企業を掘り起こし ・国内貿易商社とのマッチングを実施 ・マッチング後の成約に向けたフォローアップの実施 				
海外バイヤーを招へいした商談会・企業視察の実施 ⇒ 商談のフォローアップ				
<p>ものづくり地産地消・外商センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外バイヤー等を招へいし、商談や企業視察を実施 ・商談会、展示会後の成約に向けたフォローアップの実施 				
見本市出展・商談会開催 ⇒ 商談のフォローアップ				
企業ニーズに応じた同行訪問等個別サポート				
<p>ものづくり地産地消・外商センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外でのセミナー商談会の開催や各種展示会への出展をサポート ・商談会、展示会での現地コンサルタント等を活用した現地企業とのマッチングやアフターフォローの支援の実施 ・海外企業、代理店とのアポイント実現や商談への同行支援の実施 				
ODA案件化サポートチームによる取組み				
<p>県工業振興課：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり地産地消・外商センター、JETRO、JICA、中小企業基盤整備機構等と連携して「高知県海外展開・ODA案件化サポートチーム」を設置 ・海外展開セミナーの開催 ・海外事業戦略の策定支援から商社やODAコンサルタント等とのマッチングなど、ODA関連事業等を活用した海外展開をサポート ・相手国政府機関へのトップセールスなどによる県内企業の製品や技術のPR 				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商43】 ◆首都圏見本市への出展支援	比較的小規模なIT・コンテンツ関連企業にとって重荷となっている見本市出展に係る負担を軽減し、販路開拓に繋げるため、首都圏で開催される見本市において高知県としてブースを借上げ、出展するIT・コンテンツビジネス起業研究会会員を公募する	見本市出展事業者数 (IT・コンテンツ分野)	- (H27) ↓ 10社 (H28～H30 累計) ↓ 12社 (H28～H31 累計)

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-right: 10px;"> 販路拡大支援 </div>  </div> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; margin-top: 5px;"> 県産業創造課：首都圏見本市等への出展支援 </div>				

分野	商工業分野
戦略の柱	5 企業立地や起業の促進

戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・本県の強みを生かした第一次産業分野等と連携した幅広い視点からの産業クラスター化を目指す ・全国的なニアショア(地方拠点開設)志向を生かしたオールインワンのきめ細やかなサポートを武器に、事務系職場の集積を目指す ・起業等の取り組みへの支援を強化する
--------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	○全庁一丸となった企業立地の推進	目標
		企業立地による製造品出荷額等
		企業立地による雇用創出数(H28からの増加人数)
		新規雇用者数(IT・コンテンツ分野)(H27からの累計)
		IT・コンテンツ企業立地件数(H25からの累計)

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	全庁一丸となった企業立地の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・製造業と事務系職場を中心に企業誘致を展開、さらに、第一次産業やコンテンツ産業など、本県の強みを生かした誘致を進めるため、全庁的な総合支援体制により、企業立地を推進 ・立地決定件数:71件(H24~30年度末) ・新規県外誘致や県内企業の新增設ニーズに対応する、新たな工業団地(高知中央産業団地及び(仮称)南国日章工業団地)の整備を進めており、高知中央産業団地については、H29年度末に工事が完成 ・県内企業及び県外から進出している企業への継続的な企業訪問により、業況確認を行うとともに、企業の課題解決に向けた支援や補助金制度など企業立地に関わる各種優遇措置の紹介を実施 ・農業分野については、平成27年度に企業立地補助金を拡充して企業の農業参入支援を対象化し、県農業振興部と連携した企業誘致活動を実施 ・平成27年度に、企業立地推進会議を設置し、庁内各部局と連携した誘致対象企業の掘り起こしと誘致活動を開始 ・地理的条件の影響が少なく、雇用創出に即効性があるバックオフィスやコールセンターを中心に、全国トップクラスの支援制度や人材確保を中心とするきめ細かなアフターフォローを強みとして誘致活動を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・庁内外での立地案件の掘り起こしと、有望な案件への総合支援チームによる誘致活動の展開 ・企業のニーズを踏まえた各部局との連携強化 ・企業ニーズにあった人材の不足への対応 ・立地企業の受け皿となる新たな工業団地の早期整備 ・業績が好調な県内企業の県外への工場等の増設や転出を防ぎ、県内での更なる設備投資を促進 ・県外から進出している企業の工場等が、その企業にとって主力工場等となるよう業容の拡大を図るための更なる設備投資や工場等の増設を促進 ・本県の強みを活かした第一次産業分野等と連携した企業立地の推進 ・企業のニーズを踏まえた各部局との連携強化 ・主に県中心部に集積が進みつつある事務系職場の立地の更なる加速化と、県内各地域への立地の実現 ・また、企業ニーズにあった人材の不足への対応

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:252億円	H30:538億円	612億円	806億円	900億円
—	H30:865人	950人	1,100人	1,900人
H27:71人	H30:247人	H31:300人	H33:500人	H37:900人
H27:6件	H30:18件	20件	26件	38件

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商44】 ◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現	○	○						
【商45】 ◆立地企業の受け皿の整備	○							
【商46】 ◆徹底したアフターフォロー	○	○						
【商47】 ◆立地プランの提案等による投資を促すアプローチ	○	○						
【商48】 ◆ALL KOCHIでのセミナー・フェア等の開催によるアプローチ企業の掘り起こし	○							
【商49】 ◆第一次産業分野等への県内外企業の参入促進	○							
【商50】 ◆加工・販売など関連産業の一体的な誘致	○							
【商51】 ◆集積に向けたパッケージ型支援策の強化(県内各地域への立地促進)	○							
【商52】 ◆企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施	○		○					○
【商53】 ◆多種多様な事務系職場の誘致	○							
【商54】 ◆立地企業を核とした新たな企業の誘致	○							
(再掲)【商06】 ◆IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致活動の充実・強化(H31拡充)	○				○			

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	<p>起業に取り組む事業者等への支援の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・IT・コンテンツビジネス起業研究会において、事業計画策定等に関する個別相談会を開催し、事業化を推進。認定事業化プランに対し経費を助成 ●事業化プラン認定件数 H22～H30:11件 ・起業研究会会員の商品・サービスと県内企業等のニーズをマッチングし、相互取引を促進 ●成約件数 H27～H30:10件 ・市町村が整備する中山間地域等シェアオフィスの利用を促進 ●シェアオフィス設置 県内9カ所 ●入居企業18社(うち県内事業者10社、県外事業者8社) ・入居事業者が農業・林業インターンシップの企画運営による移住・就業支援や、地元自治体のCM・PR動画の製作等を行っており、雇用の拡大だけでなく地域の活性化にも寄与 ・平成28年度に県制度融資の創業融資メニューを改め、金利を引き下げるとともに以内金利を導入することで、新たに起業する者の負担をより軽減するなど資金面での支援を行った H28～H30融資実績件数:224件 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業化プラン案の迅速なブラッシュアップ ・県内企業等のニーズの更なる掘り起こし ・シェアオフィスへの入居促進活動の強化 ・起業者及び金融機関への、融資メニューの周知

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商55】 ◆事業計画策定等に関する相談会の開催や事業化に係る経費助成	○				○			
【商56】 ◆IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進	○				○			
【商57】 ◆シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援	○				○			
【商58】 ◆創業融資メニューの活用促進	○				○			

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商44】 ◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現	企業立地推進会議(各部の副部長で構成)による、各部案件の掘り起こしと、有望な案件に対する総合支援チームによる、立地プランの提案からアフターフォローまで一貫した支援を実施	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 21件(H30) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商45】 ◆立地企業の受け皿の整備	企業立地の受け皿を確保するため、(仮称)南国日章工業団地及び(仮称)高知布師田団地の整備を促進するとともに、さらなる開発候補地の掘り起こしを行う	工業団地の分譲面積	7.9ha(H26) ↓ 12.9ha(H30) ↓ 24ha
【商46】 ◆徹底したアフターフォロー	県内企業及び県外から進出している企業への継続的な訪問による業況確認及び各支援機関や金融機関、市町村等との情報共有・連携による企業の課題解決支援	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 21件(H30) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商47】 ◆立地プランの提案等による投資を促すアプローチ	業績が好調な県内企業の県外への工場等の増設や転出を防ぎ、県内での更なる設備投資を促進するとともに、県外から進出している企業の工場等が、その企業にとって主力工場等となるよう業容の拡大を図るための更なる設備投資や工場等の増設を促進	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 21件(H30) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商48】 ◆ALL KOCHIでのセミナー・フェア等の開催によるアプローチ企業の掘り起こし	大都市圏で開催するセミナーやフェア等において、高知県の立地環境や各種取り組みを企業立地推進会議等の庁内各部局と連携してPRすることで、新規の誘致対象企業を掘り起こし	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 21件(H30) ↓ 40件 (H28～H31累計)



戦略の柱	5 企業立地や起業の促進
取組方針	1 全庁一丸となった企業立地の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>企業立地推進会議及び総合支援チームによる一貫支援</p> <p>県企業立地課： <ul style="list-style-type: none"> 各部からの案件を掘り起こし 総合支援チームによる支援(立地プラン構築・提案、投資への誘導・誘致活動、企業立地後のアフターフォロー等) </p>				
<p>高知中央産業団地の整備</p> <p>(仮称)南国日章工業団地の整備</p> <p>(仮称)高知布師田団地の整備</p> <p>開発候補地の掘り起こし</p> <p>県企業立地課、市：立地企業の受け皿が不足する県中央部において、県市の共同による工業団地整備を促進</p>				
<p>企業訪問活動の強化による徹底したアフターフォロー</p> <p>県企業立地課： <ul style="list-style-type: none"> 継続的かつ定期的に、また要請に応じて企業訪問を行い、業況等の確認をするとともに企業の課題解決に向けた支援を各機関と連携して行うなど、徹底したアフターフォローを実施 </p>				
<p>業績好調な県内企業や県外から進出している企業への更なる投資を促すアプローチ</p> <p>県企業立地課：補助制度など優遇措置や工業団地の紹介等、立地プランの提案による設備投資の促進</p>				
<p>企業立地セミナー開催及びフェア出展等による県外での企業誘致促進のためのPR活動</p> <p>県企業立地課：大都市圏で高知県のPRを行うことで、新規案件の掘り起こしを行い、誘致活動を通じて企業立地を促進</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商49】 ◆第一次産業分野等への県内外企業の参入促進	農業や水産業など、本県の強みである第一次産業分野等への県内外企業の参入を促進	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 21件(H30) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商50】 ◆加工・販売など関連産業の一体的な誘致	第一次産業分野等への企業の参入の促進とあわせて、加工工場や販売拠点等の関連産業を一体的に誘致	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 21件(H30) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商51】 ◆集積に向けたパッケージ型支援策の強化(県内各地域への立地促進)	コールセンター等立地促進事業費補助金のバージョンアップ(サテライトオフィス設置時の補助要件緩和)等による支援の強化	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 21件(H30) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商52】 ◆企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施	立地企業のそれぞれのニーズにマッチした人材を育成するため、雇用型OJT形式の実務訓練及び従業員のキャリアアップにつながる訓練を実施	新規雇用者数	—(H27) ↓ 71人(H30) ↓ 195人 (H28～H31累計)
【商53】 ◆多種多様な事務系職場の誘致	ダイレクトメールによる本県立地情報の発信及びコールセンター見本市(東京及び大阪で開催)への出展による、県民のニーズに応じた多種多様な事務系職場の掘り起こし	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 21件(H30) ↓ 40件 (H28～H31累計)

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>第一次産業分野等への企業参入の促進</p> <p>県企業立地課： <ul style="list-style-type: none"> 多様なチャンネルによる案件のキャッチ(企業立地セミナー、フェア、DM、金融機関等からの紹介等)と企業訪問による立地プランの提案 </p>				
<p>加工・販売など関連産業の一体的な誘致</p> <p>県企業立地課： <ul style="list-style-type: none"> 多様なチャンネルによる案件のキャッチ(企業立地セミナー、フェア、DM、金融機関等からの紹介等)と企業訪問による立地プランの提案 </p>				
<p>コールセンター等立地促進事業費補助金のバージョンアップ等による支援の強化</p> <p>県企業立地課： <ul style="list-style-type: none"> サテライトオフィス設置時の補助要件を緩和 市町村や民間による、受け皿となるオフィス整備への誘導 </p>				
<p>オーダーメイド型雇用訓練の実施</p> <p>県企業立地課：立地企業での雇用によるOJT形式の実務訓練を通じた育成</p>				
<p>オーダーメイド型スキルアップ訓練の実施</p> <p>県企業立地課： <ul style="list-style-type: none"> 立地企業の従業員を対象とした、専門技能などキャリアアップにつながる研修型訓練の実施 </p>				
<p>事務系職場を対象とした、ダイレクトメールによる立地情報の発信</p> <p>県企業立地課： <ul style="list-style-type: none"> 企業の事業計画検討時期にあわせ、関東圏及び関西圏に発送 企業誘致以外に、シェアオフィス、第一次産業等、フック(本県進出のきっかけ)となる情報の発信 </p>				
<p>コールセンター見本市(東京及び大阪)への出展</p> <p>県企業立地課： <ul style="list-style-type: none"> 見本市開催時期：H28大阪5月下旬、東京11月中旬、H29～東京7月下旬、11月初旬(予定) 市町村や庁内関連部署(シェアオフィス、コンテンツ産業関連等)と連携した情報発信の強化 </p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商54】 ◆立地企業を核とした新たな企業の誘致	立地後の人材確保等のきめ細かなアフターフォローによる立地企業の事業拡大を支援し、関連企業の誘致につなげる	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 21件(H30) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商】 ◆海外への情報発信 (H28年度に終了)	コンテンツ関連企業の誘致を視野に入れ、文化、まんが等の本県の魅力を国内及び世界に向けて発信するため、国内外向けPR番組を制作し、放送する	国内外向けPR番組 放送回数	— ↓ 9回(H28)

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>立地企業へのアフターフォロー </p> <p>県企業立地課：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ハローワーク、県、市町村の合同による人材確保の支援 ・きめ細かな企業訪問による企業の課題への対応 				
<p>海外への情報発信 </p> <p>県文化推進課：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内向けBS番組の制作・放送 ・BS番組を再編集・翻訳し海外でも放送 				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商55】 ◆事業計画策定等に関する相談会の開催や事業化に係る経費助成	事業化の可能性が高い企画案を掘り起こし、ビジネスに繋げるため、事業計画策定や開発、販路開拓、融資等に関する専門家や金融機関への個別相談会を開催し、事業化を推進するとともに、事業化に係る経費を助成する	事業化プラン認定件数(IT・コンテンツ分野)	10件(H27) ↓ 11件(H30) ↓ 22件 (H27～H31累計)
【商56】 ◆IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進	IT・コンテンツビジネス起業研究会の会員同士の更なる交流や協業を促進するため、研究会における先進的な取組事例紹介から実技研修に至るまでの様々なメニュー提供や会員への情報共有を行って協業を促進するとともに、企業、団体等の発注ニーズを掘り起こし、会員とのマッチングに繋げる	IT・コンテンツビジネスマッチング件数	4件(H27) ↓ 20件(H30) ↓ 40件 (H27～H31累計)
【商57】 ◆シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援	中山間地域の活性化を図るため、豊かな自然環境や遊休施設等を活用して市町村によるシェアオフィスの整備や入居する企業・新規創業者等への支援を実施する	シェアオフィスへの入居事業者数	6事業者(H26) ↓ 18事業者(H30) ↓ 15事業者
【商58】 ◆創業融資メニューの活用促進	金融機関と信用保証協会の協力により県が融資条件等を定め、低利・低保証料で融資を行うことで、新たに起業する者の負担を軽減し、資金面での支援を行う	県融資制度の創業等融資メニューの利用件数	230件 (H24～H27累計) ↓ 224件(H28～H30累計) ↓ 270件 (H28～H31累計)

戦略の柱	5 企業立地や起業の促進
取組方針	2 起業に取り組む事業者等への支援の強化

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
IT・コンテンツビジネス事業化支援				
県産業創造課：IT・コンテンツビジネス起業研究会による事業計画策定から開発、販路開拓、広報支援までの経費助成を含む「まるごと支援」を実施				
企業間取引・協業の促進				
県産業創造課： ・IT・コンテンツビジネス起業研究会における情報交換会や勉強会の開催、企業や団体等の発注ニーズの掘り起こしにより企業間取引・協業を促進				
シェアオフィスへの入居促進				
県産業創造課：市町村と連携したシェアオフィスのPRや入居者の募集				
市町村、県産業創造課：シェアオフィス入居企業と地方進出を検討している企業との意見交換・情報交換や現地視察などの実施				
専門人材等の確保と地域の雇用創出				
県起業推進室：シェアオフィス入居企業等と自然豊かな環境で働きたい都市部のIT系技術者とのマッチングを実施 市町村、県起業推進室：入居企業と連携し、県内等の学生を対象とした合宿型インターンや交流などにより地域の雇用を促進				
新規創業等の事業者支援				
市町村、県産業創造課：入居事業者に対する初期経費への支援 産業支援機関、県産業創造課：専門家派遣によるハンズオン支援や事業連携先の紹介などによる創業や事業の継続・拡大に対する支援				
起業家への資金面の支援				
県経営支援課：高知県中小企業等融資制度の創業融資メニューにより、起業家の資金面を支援				

分野	商工業分野
戦略の柱	6 産業人材の育成・確保

戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな事業展開や企業が必要とする人材の円滑な確保を目指す ・働き方改革の取組み進め、人材の定着・確保に繋げる
--------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○就職支援の推進	県出身県外大学生の県内就職率

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	人材確保の推進	<p>1. 求職者獲得に向けた高知県移住促進・人材確保センターのPRを行い、登録増に繋げるとともに、県内求人への掘り起しを行うこと等を通じて、中核人材のマッチング(H31.3末:87件)の拡大を図ることができた</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「高知家で暮らす」JHPと連携強化し、高知求人ネットへの誘導を図り高知の求人情報を発信 ・同窓会員(県立大及び土佐高等)へチラシ等送付、SEO対策実施等 ・センター求人求職ポータルサイト機能追加(一次産業、ハローワーク、福祉、雇用を伴わない求人情報を一元的に集約し情報発信する機能) ・メルマガによる県内求人情報の定期的配信 ・UIターン就職相談会・転職フェア等開催 ・県内企業への中核人材アンケート調査の実施や産振センター等との連携により、経営者等とのヒアリングを通じて人材面での課題を明確にし、必要となる求人ニーズの掘り起しを実施 ・東京コーディネーターによる首都圏企業への求人情報の提供(述べ371件:3月末時点) ・東京コーディネーターによる首都圏在住求職者面談(述べ117件:3月末時点) ・首都圏企業と高知県企業との人材交流に関する交流会の実施による人材マッチングの促進 ・セミナー開催等による企業の人材確保・定着の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・仕事の掘り起こしと企業の採用力アップ・雇用環境の改善 ・プロフェッショナル人材の確保 ・県内企業の魅力等の効果的な発信及びマッチングの強化
		<ul style="list-style-type: none"> ・県内外での新規学卒者を対象にしたセミナーの実施 ・就職情報誌等を活用した県内企業や就職支援情報の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・WEBを活用した情報発信の強化 ・インターンシップの充実 ・学生と企業の交流の場の拡充
		<ul style="list-style-type: none"> ・生涯現役促進地域連携協議会での高齢者を対象としたセミナー&企業合同説明会(3回) 参加企業 35企業 参加者数 96人 就職につながったもの 5人 ・ハローワークでの出張相談会開催による相談者の確保 H30.5~12 34回 相談者 204人 ・仕事力パワーアップ事業利用者 H30.6~12 442人 内就職者数 104人 	<ol style="list-style-type: none"> (1)潜在する働く意欲のある高齢者の掘り起し (2)事業所が切り出した高齢者ができる仕事と高齢者の就労条件とのマッチング (3)県内の若年求職者等支援機関の連携 (4)ジョブカフェこうち仕事力パワーアップ事業利用者の就職促進
		<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏で開催する高知家IT・コンテンツネットワーク交流会(ネットワーク会員数:254人)等を通じて、首都圏の人材の掘り起こしと確保、人材と企業のマッチング、企業誘致を推進 ・立地企業6社(H28~H30)の会社説明会の共催又は開催支援 ●新規雇用者数 H28~H30:18人(H28:12+H29:4+H30:2) 	<ul style="list-style-type: none"> ・IT・コンテンツ産業人材の不足 ・人材・企業の掘り起こし ・企業とのマッチング
2	円滑な事業承継への支援	<ul style="list-style-type: none"> ・事業承継等推進事業費補助金の交付 交付件数:H27:3件、H28:10件、H29:5件、H30:16件 ・セミナーや包括協定機関との連携を活用した承継支援の周知 相談件数:432件、マッチング件数:35件(H27~H31.3月累計) ・事業承継ネットワークによる事業承継ニーズの掘り起こし 事業承継診断の実施:1,421件(H31.3末時点) ・実務支援者の育成に向けたセミナーの実施(4回) 土業専門家、金融機関担当者等延べ241名参加 	<ul style="list-style-type: none"> ・中小事業者への事業承継の啓発および潜在ニーズの効率的な掘り起こし ・実務支援を担う専門家の育成、スキルアップ

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:15.9%	H29:18.1%	30.0%	-	-

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商59】 ◆移住施策と一体となった中核人材の確保			○				○	
【商60】 ◆インターンシップの拡大等による新規学卒者の県内就職促進(H31拡充)			○				○	
【商61】 ◆組織連携による労働参画機会の拡大			○				○	
(再掲)【商08】 首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化(H31拡充)			○				○	
(再掲)【商09】 ◆IT・コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援			○				○	
【商62】 ◆事業承継ネットワークによる事業者への事業承継の啓発とニーズの掘り起こし(H31拡充)			○				○	
【商63】 ◆実務の担い手の育成による事業承継の促進(H31拡充)			○				○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	人材の育成の推進	<p>・伝統的工芸品産業等後継者育成対策事業による短期体験研修や研修生受入事業の実施</p> <p>●短期研修の実施状況 H26:3名(和紙1名、硯2名)、H28:1名(硯)、H29:1名(硯)、H30:2名(和紙1名、硯1名)</p> <p>●長期研修の実施状況 H27:5名(和紙2名、打刃物2名、硯1名) H28:5名(和紙2名、打刃物2名、硯1名) H29:8名(和紙2名、打刃物4名、硯2名) H30:6名(和紙1名、打刃物4名、硯1名)</p> <p><工業技術センター></p> <p>・技術研修開催 企業、団体からの要望に沿った研修を実施し、H28～30年度の累計で、1,096名が参加</p> <p><紙産業技術センター></p> <p>・かみわざひとづくり事業(分科会・開放試験設備利用研修会等)の実施 38回、延べ183企業363人参加</p> <p>・紙産業技術初任者研修会の実施 3回、延べ14企業39人参加</p> <p>・経営技術者講演会 1回、34企業・団体82人参加</p> <p>・紙産業中核人材育成講座 1回、延べ11企業11人参加</p> <p>・高等技術学校において、ものづくり分野の人材育成のための学卒者向けや企業在職者向けの職業訓練、また、早期就職を目指す離転職者向けの職業訓練を実施した</p>	<p>・伝統的産業に興味のある人材の発掘・育成と販路開拓</p> <p>・研修希望者の受入生産者の確保、負担軽減</p> <p>・研修後、後継者として地域に定着するためのフォローが必要</p> <p>・若手から中堅までそれぞれの技術レベルに応じたカリキュラムの設定</p> <p>・研修終了後の受講者へのフォローアップなどきめ細かい対応</p> <p>・企業の受入体制の充実や、企業、大学、学生のマッチング促進</p> <p>・企業の取組みが多岐にわたるため、適切な技術情報の提供や研修テーマの選定</p> <p>・学卒者向け・企業在職者向け訓練の、学生や企業等への周知</p> <p>・就職率の向上に向けての支援</p>
4	働き方改革の推進	<p>・ジョブカフェこうちで、就職内定者(高校生)を対象にした早期離職防止を目的としたセミナーを実施</p> <p>・ワークライフバランスを推進するため、子育てしやすい職場環境づくりに取組む企業の認証、支援やセミナーを実施</p>	<p>・新入社員のフォローアップ</p> <p>・従業員定着のための労働環境改善や人材育成への企業の意識の醸成</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商64】 ◆伝統的工芸品産業等の人材育成(H31拡充)							○	
【商65】 ◆工業技術センター等が行う技術研修（人材育成事業(工業技術センター・紙産業技術センター)）							○	
(再掲)【商25】 ◆工業技術センターの生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた支援強化(H31拡充)	○			○			○	
【商66】 ◆産業界のニーズに応じた人材の育成(高等技術学校における多能工の育成他)(H31拡充)							○	
(再掲)【商07】 ◆IT・コンテンツアカデミーによる人材育成の充実・強化(H31拡充)							○	
(再掲)【商05】 ◆経営基盤強化と連動した企業の働き方改革への支援(H31拡充)								○
【商67】 ◆新規高卒就職者の離職防止			○				○	
【商68】 ◆従業員の定着対策			○				○	
【商69】 ◆従業員の能力開発支援			○				○	

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商59】 ◆移住施策と一体となった中核人材の確保	産業振興センター等との連携強化により、事業拡大が期待できる事業者を訪問し、求人ニーズの掘り起こしを行う また、セミナー等の開催により経営者に対し、中核人材の必要性について周知	中核人材の求人件数	137件(H27) ↓ 351件(H30) ↓ 420件
	首都圏において人材確保コーディネーターによる首都圏企業や県人会等の訪問等を通じて求職登録者の増加を図り、求人ニーズとのマッチングを行う	①新規求職登録者数 ②中核人材のマッチング件数	①— ↓ 751人(H30) ↓ 570人 ②11件(H27) ↓ 87件(H30) ↓ 100件

戦略の柱	6 産業人材の育成・確保
取組方針	1 人材確保の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>事業者の求人ニーズの掘り起こし</p>				
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%; border: 1px dashed gray; padding: 5px;"> <p>県事業承継・人材確保センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者への訪問やセミナーの開催により、中核人材の必要性の周知や求人ニーズの掘り起こしを行う ・商工会や商工会議所が地域の事業者の経営計画策定を伴走型支援する中で、計画実現に必要な人材ニーズを掘り起こす </div> <div style="width: 45%; border: 1px dashed gray; padding: 5px;"> <p>(一社)高知県移住促進・人材確保センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者への訪問やセミナーの開催により、中核人材の必要性の周知や求人ニーズの掘り起こしを行う </div> </div>				
<p>中核人材の掘り起こし、企業とのマッチング</p>				
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%; border: 1px dashed gray; padding: 5px;"> <p>県事業承継・人材確保センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Uターン等転職希望者に対し、センターの高知求人ネットによる情報発信や首都圏等で開催するUターン就職相談会での相談対応等を通じて、求職登録者の増加を図り、マッチングを拡大する ・移住施策と連携した、様々な人材ニーズの顕在化・集約化による都市部人材とのマッチング強化 </div> <div style="width: 45%; border: 1px dashed gray; padding: 5px;"> <p>(一社)高知県移住促進・人材確保センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Uターン等転職希望者に対し、センターの高知求人ネットによる情報発信や首都圏等で開催するUターン就職相談会での相談対応等を通じて、求職登録者の増加を図り、マッチングを拡大する。 </div> </div>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商60】 ◆インターンシップの拡大等による新規学卒者の県内就職促進(H31拡充)	【新規高卒者の県内企業への就職促進】 本県産業を担う人材の育成と確保を促進するため、教育委員会等と連携し、県内企業への就職希望意識の醸成を図るとともに、求人票の早期提出や求人への拡大要請等により、新規高卒者の県内就職を支援する	新規高卒者の県内就職率	62.3%(H26) ↓ 63.1%(H29) ↓ 75.0%
	【新規大卒者の県内企業への就職促進】 ・県内外の大学生に、WEBを活用して県内企業の魅力や情報等を発信する。 ・インターンシップの充実や学生と企業の交流の場の拡大等により県内企業への就職の動機づけや、Uターン就職を支援する ⇒別図<商10>参照(p.496)	県外大学生のUターン就職率	15.9%(H26) ↓ 18.1%(H29) ↓ 30.0%
	【若年者の就職支援】 「ジョブカフェこうち」において、就職相談や各種セミナー及び職場体験講習を実施し、若年者の就業を支援する	ジョブカフェこうちが実施する職場体験講習受講者の正規雇用率	42.0%(H26) ↓ 42.6%(H30) ↓ 50.0%
	【Uターンの促進】 Uターン就職希望者と県内求人企業に求人・求職情報を提供するとともに、無料職業紹介を実施し、Uターン就職を促進する	高知求人ネットへの登録者の県内企業への就職者数	51人(H26) ↓ 71人(H30) ↓ 140人(H31)



取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
新規高卒者の県内企業への就職促進				
<p>県教育委員会高等学校課： ・県立高等学校での担い手・志育成事業等、県内企業理解促進のための事業の実施 県商工政策課： ・私立高等学校での県内企業理解促進事業の実施及び実施校の拡大 県商工政策課、県教育委員会高等学校課、高知県労働局： ・新規高卒者への求人票の早期提出や求人枠の拡大などを県内企業等に要請</p>				
新規大卒者の県内企業への就職促進				
<p>県商工政策課： ・官民連携による県内就職促進に向けた広報活動 ・高知求人ネットの学生向け情報ページによる情報発信 ・Uターン就職サポートガイドによる情報発信と定期購読の登録促進 ・就職支援協定先大学の拡大、訪問等による協力大学の開拓 ・県内の就職に向けた意識の醸成のための学生向けセミナーの開催 ・関係団体や民間企業との連携によるインターンシップ情報の充実と周知</p>				
若年者の就職支援				
<p>県雇用労働政策課： ・キャリアコンサルタントによる職業相談・職業適性診断の実施 ・各種セミナーの開催、学校出前講座の実施 ・職場体験講習の実施⇒受入企業の開拓・受講後の正規雇用率の向上 ・求職者の特性に応じた研修と事前の職業訓練による就職困難者の就職・定着事業の検討と実施</p>				
Uターンの促進				
<p>県商工政策課、(一社)高知県移住促進・人材確保センター： ・本県へのUターン就職希望者と県内求人企業の双方に求人・求職情報の提供 ・無料職業紹介所の運営(県内求人企業への就職斡旋、紹介状の発行) ・Uターン就職相談会への参加による取組の周知とシステム登録の促進</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商61】 ◆組織連携による労働参画機会の拡大	【高齢者】 年齢に関わりなく生涯現役で活躍し続けられる環境づくりを推進するため、高齢者と企業のマッチングを図る合同説明会の開催や高齢者の就労支援を行う「相談窓口」を設置するなどの生涯現役促進地域連携事業を実施する	生涯現役促進地域連携事業実施による就業者数	- (H29) ↓ 32人(H30) ↓ 160人 (H30～32累計)
	【若者無業者等】 コミュニケーション力や社会人としての自覚の不足など何らかの課題を抱えていることから就職や定着に至りにくい若年求職者へのサポートを強化して就職に繋げる事業(仕事カパワーアップ事業)を実施する	事業を利用した求職者の就職率	- (H29) ↓ 22.6% (H30) うち、正規雇用率 44.7% 仕事カパワーアップ事業を利用した求職者の就職率: 70% うち、正規雇用率 50% (H31)

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p style="text-align: right;">生涯現役促進地域連携事業の実施 </p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p>県雇用労働政策課：(生涯現役促進地域連携協議会等と連携)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者就職支援に関するホームページの開設や情報誌の発行 ・高齢者就職支援セミナーの開催 ・高齢者の就労支援に関する相談窓口の設置 </div>				
<p style="text-align: right;">ジョブカフェうちにおける仕事カパワーアップ事業の実施 </p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p>県雇用労働政策課</p> <p><仕事カパワーアップ事業の内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ・キャリアコンサルタントによる就職相談 ・就職基礎力養成講座の実施 ・業界研究・企業見学の実施 ・少人数セミナーの実施 ・職場体験講習の実施 など </div>				



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商62】 ◆事業承継ネットワークによる事業者への事業承継の啓発とニーズの掘り起こし(H31拡充)	事業承継の必要性やセンターの取り組み内容について、マスメディアを活用した広報のほか、金融機関、商工会、商工会議所等による事業承継ネットワークと連携し、事業者向けセミナーや個別相談の実施により周知や相談対応、ニーズの掘り起こしを行う	事業承継等に係る相談件数	107件(H27) ↓ 432件 (H27～H30累計) ↓ 750件 (H28～H31累計)
【商63】 ◆実務の担い手の育成による事業承継の促進(H31拡充)	専門的な支援を担う実務専門家を育成し、マッチングの促進を図る	事業承継等のマッチング件数	4件(H27) ↓ 39件 (H27～H30累計) ↓ 100件 (H27～H31累計)

戦略の柱	6 産業人材の育成・確保
取組方針	2 円滑な事業承継への支援

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
事業承継等の必要性の普及・啓発 				
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%; border: 1px dashed gray; padding: 5px;"> <p>県事業承継・人材確保センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者向けセミナーや個別相談会の実施により周知 ・金融機関、県内各商工会、県内各商工会議所等を対象とした研修会の実施 </div> <div style="width: 45%; border: 1px dashed gray; padding: 5px;"> <p>県商工政策課、事業承継ネットワーク：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者向けセミナーや個別相談会を活用した意識醸成及び相談対応 ・事業者の意識醸成に向けた県や事業承継ネットワークの広報媒体を通じた情報発信 ・経営計画策定・実行支援の取組みと連携した事業承継への支援 </div> </div>				
事業承継やM&Aの推進 				
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%; border: 1px dashed gray; padding: 5px;"> <p>県事業承継・人材確保センター：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・支援チームや専門家派遣による支援 ・小規模M&Aにおける土業活用の仕組みづくり <p>県商工政策課：事業承継等推進事業費補助金による事業承継計画の策定やM&Aの支援</p> </div> <div style="width: 45%; border: 1px dashed gray; padding: 5px;"> <p>県商工政策課、事業承継ネットワーク：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業承継等推進事業費補助金による事業承継計画策定およびM&Aマッチング等の促進 ・事業戦略や経営計画等を通じた事業承継ニーズの掘り起こし ・顕在化した案件の分析及び具体支援の実施 ・実務支援者育成セミナーの実施 </div> </div>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値 (H31)
【商64】 ◆伝統的工芸品産業等の人材育成 (H31拡充)	伝統的工芸品産業等が求める後継者の育成を行うため、短期研修、長期研修、研修環境の整備を促進する	研修生の増加を図り、研修後に後継者として活躍する人材を育成する	長期研修生 5名 (H27) ↓ 長期研修生 6名 (H30) ↓ 長期研修生 10名
【商65】 ◆工業技術センター等が行う技術研修 (人材育成事業(工業技術センター・紙産業技術センター))	機械・金属、化学、食品加工企業等に対する技術人材を育成するための技術研修等を実施する	①技術研修の受講者数(県工業技術センター) ②技術研修の受講者数(県立紙産業技術センター)	①314人 (H24～H26平均) ↓ 1,096人 (H28～H30累計) ↓ 累計1,550人 (H28～H31) ②239人 (H24～H26平均) ↓ 1,011人 (H28～H30累計) ↓ 累計1,200人 (H28～H31)




戦略の柱	6 産業人材の育成・確保
取組方針	3 人材の育成の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>伝統的工芸品産業等の後継者育成研修の実施 </p> <p>県工業振興課、市町村：伝統的工芸品産業等後継者育成対策事業の実施</p>				
<p>機械・金属・電子、化学、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： <ul style="list-style-type: none"> ・専門的技術研修の実施 ・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>県紙産業技術センター：アイデア～事業化プラン～研究開発～事業化までを一貫して推進できる中核人材を育成(各分科会、開放試験設備利用研修、講演会を実施)</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商66】 ◆産業界のニーズに応じた人材の育成(高等技術学校における多能工の育成他)(H31拡充)	【高等技術学校・施設内訓練】 ・人手不足分野である「ものづくり分野」に人材を輩出していくため、高校校において製造系、中村校において建築系の訓練を実施する ・各訓練科の入校生を確保し、それぞれの職業に必要な基礎的技能・知識を習得させた人材を育成し、就職につなげる	①高等技術学校の入校選考応募率 ②高等技術学校の中途退校率(自己都合) ③高等技術学校の就職率	①97.1%(H26) ↓ 83.8%(H30) ※H18-27平均応募率:104% ↓ 120% ②4.3%(H26) ↓ 13.5%(H30) ※H18-27平均退校率:21.5% ↓ 10% ③93.1%(H26) ↓ 87.3%(H30) ↓ 100%
	【高等技術学校・在職者訓練】 産業界や企業のニーズに合った企業 在職者向けの訓練を実施することで、企業 在職者にとって必要な資格取得やスキル アップを目指す	高等技術学校の在職者 訓練受講者数	565人 (H24-27累計) ↓ 636人(H28-30累計) ↓ 680人 (H28-31累計)
	【高等技術学校・委託訓練】 離転職者等が、再就職に必要な技能 及び知識を習得するために、地域の実 情に応じた職業訓練を実施し、早期就 職につなげる	高等技術学校が実施 する委託訓練受講者 の就職率	79.2%(H26) ↓ 80.7%(H29) ※H22-26平均就職率:76% ↓ 80%

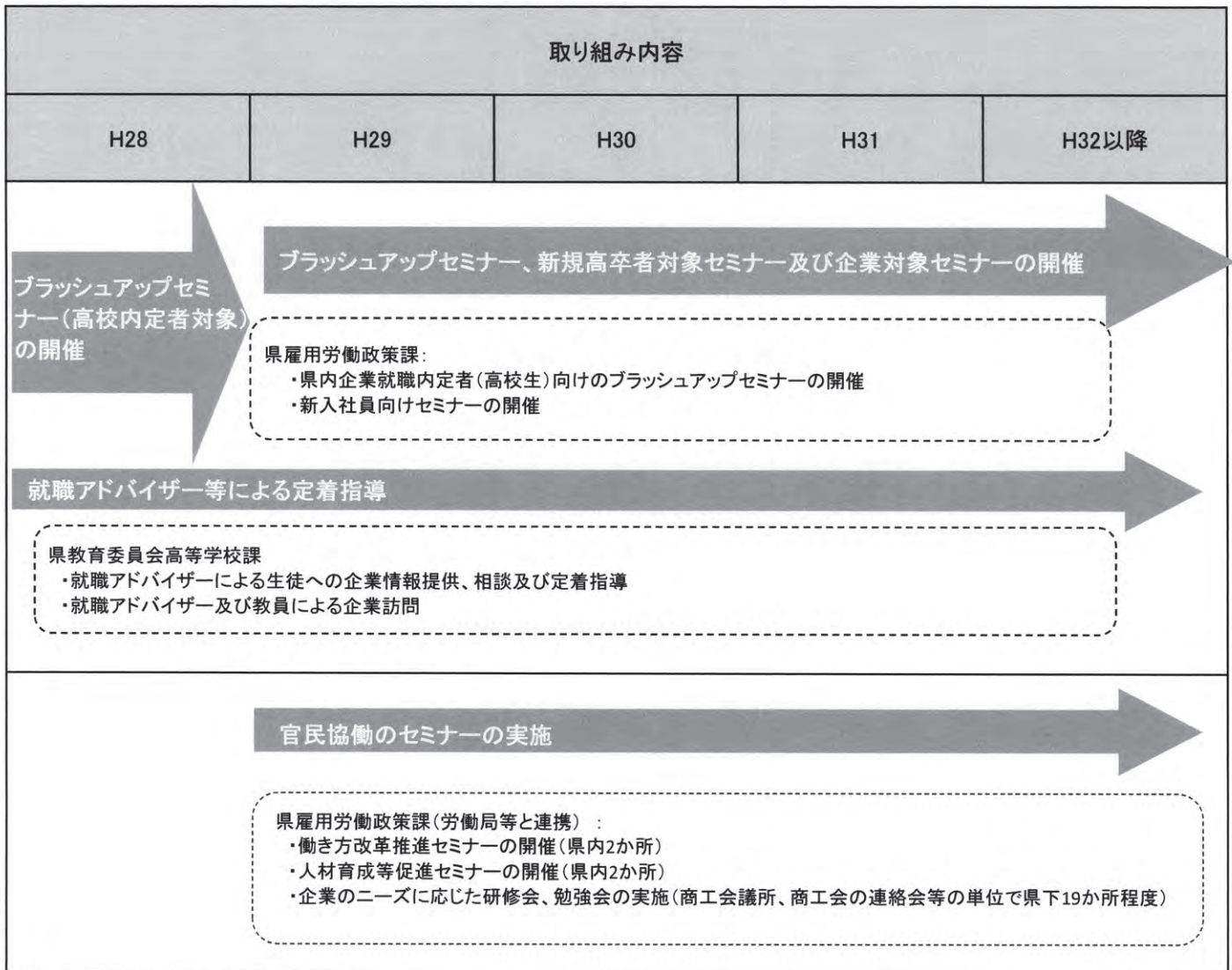
取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
高等技術学校における学卒者訓練の実施				
高等技術学校：産業界のニーズに沿った基礎的な技能・知識の習得等のための訓練を実施し、地域産業を担う人材を育成・輩出				
高等技術学校の機能強化				
高等技術学校： <ul style="list-style-type: none"> ・企業ニーズに沿った技術の取得ができる訓練カリキュラムへの変更 ・パンフレット、ホームページ内容の充実や、学校訪問の強化等による広報活動の実施 ・訓練に必要な機器等の計画的な更新 				
訓練生に対する支援体制等の強化				
高等技術学校(高知校)： <ul style="list-style-type: none"> ・自己都合退校防止のための生活相談員の配置日数等の増による相談体制の強化 ・訓練生の就職率向上等のための就職コーディネーターの配置期間の増による支援体制の強化 				
高等技術学校における在職者訓練の実施				
高等技術学校： <ul style="list-style-type: none"> ・産業界や企業のニーズにあった「レディメイド型研修」、「オーダーメイド型研修」の設定 ・企業在職者に必要な資格の取得や、スキルアップを目指した訓練の実施 				
民間教育訓練施設を活用した離転職者訓練の実施				
高等技術学校： <ul style="list-style-type: none"> ・企業ニーズに応じたビジネスマナー等の基礎的訓練や資格取得を目指した訓練の実施 ・求職者等のニーズにあったパソコンスキル習得のための基礎的訓練の実施 ・介護福祉士養成コースを含む、雇用吸収率の高い介護系訓練の実施 ・企業実習を併用したより実践的な訓練の実施 				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商】 ◆社外研修費への助成 (H29年度に終了)	即戦力となる人材の育成を促進するため、社外研修費(旅費、滞在費含む)へ助成する	社外研修費への助成件数	1件(H27) ↓ 0件(H29)
【商】 ◆産学情報交換会の開催 (H29年度に終了)	教育カリキュラムへ企業ニーズ等を反映するため、産学情報交換会を開催する	産学情報交換会開催回数	2回(H27) ↓ 0回(H29)
【商】 ◆クリエイター等向けセミナー(土佐MBA)の開催 (H28年度に終了)	県内クリエイター及び事業者の意識を啓発し、引いてはアプリ開発分野との産業連携に繋げるため、首都圏等で活躍するクリエイターやコンテンツプロデューサーを招聘し、デザイン分野等のセミナー土佐MBAで開催する	クリエイター等向けセミナー開催回数	10回(H27) ↓ 5回(H28)

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>社外研修費への助成 </p> <p>県産業創造課：社外研修費(旅費、滞在費含む)への助成</p>				
<p>産学情報交換会の開催 </p> <p>県産業創造課：産学情報交換会の開催、高等教育機関</p>				
<p>クリエイター等向けセミナー(土佐MBA)の開催 </p> <p>県まんが・コンテンツ課、県産学官民連携センター：セミナー(土佐MBA)の開催</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商67】 ◆新規高卒就職者の離職防止	<p>・新規高卒就職者の離職防止のため、入社前後の不安の解消や社会人としての自覚と責任感を養成する県内企業就職内定者及び新入社員向けセミナーの実施、また、新卒者採用企業等を対象とした人材育成・社員の定着支援のためのセミナーを実施する</p> <p>また、県立高校において、就職アドバイザー等が、生徒へ企業情報提供・相談及び定着指導を行うとともに、定着支援に重点を置いた企業訪問を行う</p>	新規高卒者の1年目の離職率	— ↓ 23.8%(H29.3月卒) (参考) H29.3月卒業生の1年目の離職率全国平均：17.1% ↓ 全国平均以下にする
【商68】 ◆従業員の定着対策	<p>・生産性の向上や従業員が働き続けられる企業を目指して、労働条件・労働環境の整備や経営計画の策定、人材育成などをテーマとするセミナーを開催し、企業の取組み促進の気運を高める</p>	セミナー参加企業数	— ↓ 620社(H29～30累計) ↓ 900社(H29～31累計)

戦略の柱	6 産業人材の育成・確保
取組方針	4 働き方改革の推進



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商69】 ◆従業員の能力開発支援	【若年者の就職支援】 「ジョブカフェこうち」において、就職相談や各種セミナー及び職場体験講習を実施し、若年者の就業を支援する	ジョブカフェこうちが実施する職場体験講習受入企業のうち、重点職種企業の就職率	67.0%(H27) ↓ 60.0%(H30) ↓ 70.0%
	【高等技術学校・施設内訓練】(商66一部再掲) ・人手不足分野である「ものづくり分野」に人材を輩出していくため、高知校において製造系、中村校において建築系の訓練を実施する ・各訓練科の入校生を確保し、それぞれの職業に必要な基礎的スキル・知識を習得させた人材を育成し、就職につなげる	①高等技術学校の中 途退校率(自己都合) ②高等技術学校の就職率	①4.3%(H26) ↓ 13.5%(H30) ※H18-27平均退校率: 21.5% ↓ 10% ②93.1%(H26) ↓ 87.3%(H30) ↓ 100%
	【高等技術学校・在職者訓練】(商66再掲) 産業界や企業のニーズに合った企業 在職者向けの訓練を実施することで、 企業在職者にとって必要な資格取得や スキルアップを目指す	高等技術学校の在職者 訓練受講者数	565人 (H24-27累計) ↓ 636人 (H28-30累計) ↓ 680人 (H28-31累計)
	【高等技術学校・委託訓練】(商66再掲) 離職者等が、再就職に必要な技能 及び知識を習得するために、地域の実 情に応じた職業訓練を実施し、早期就 職につなげる	高等技術学校が実施 する委託訓練受講者 の就職率	79.2%(H26) ↓ 80.7%(H29) ※H22-26平均就職率:76% ↓ 80%

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
若年者の就職支援				
県雇用労働政策課： <ul style="list-style-type: none"> ・キャリアコンサルタントによる職業相談・職業適性診断の実施 ・各種セミナーの開催、学校出前講座の実施 ・職場体験講習の実施⇒受入企業の開拓・受講後の正規雇用率の向上 ・求職者の特性に応じた研修と事前の職業訓練による就職困難者の就職・定着事業の検討と実施 				
高等技術学校における学卒者訓練の実施				
高等技術学校：産業界のニーズに沿った基礎的な技能・知識の習得等のための訓練を実施し、地域産業を担う人材を育成・輩出				
高等技術学校の機能強化				
高等技術学校： <ul style="list-style-type: none"> ・企業ニーズに沿った技術の取得ができる訓練カリキュラムへの変更 ・パンフレット、ホームページ内容の充実や、学校訪問の強化等による広報活動の実施 ・訓練に必要な機器等の計画的な更新 				
訓練生に対する支援体制等の強化				
高等技術学校(高知校)： <ul style="list-style-type: none"> ・自己都合退校防止のための生活相談員の配置日数等の増による相談体制の強化 ・訓練生の就職率向上等のための就職コーディネーターの配置期間の増による支援体制の強化 				
高等技術学校における在職者訓練の実施				
高等技術学校： <ul style="list-style-type: none"> ・産業界や企業のニーズにあった「レディメイド型研修」、「オーダーメイド型研修」の設定 ・企業在職者に必要な資格の取得や、スキルアップを目指した訓練の実施 				
民間教育訓練施設を活用した離転職者訓練の実施				
高等技術学校： <ul style="list-style-type: none"> ・企業ニーズに応じたビジネスマナー等の基礎的訓練や資格取得を目指した訓練の実施 ・求職者等のニーズにあったパソコンスキル習得のための基礎的訓練の実施 ・介護福祉士養成コースを含む、雇用吸収率の高い介護系訓練の実施 ・企業実習を併用したより実践的な訓練の実施 				

経営計画の策定・実行支援

<商01>

対策のポイント

ポイント1

経営計画の策定・実行支援をサポートするため、経営支援コーディネーターの増員、事務局長設置基準の見直し等による支援体制の強化

ポイント2

事業承継・働き方改革など喫緊の課題に対応できるように地域連絡会議による各支援機関の連携強化

現状・課題

- ・ 事業者の経営計画の策定・実行支援に関する業務が質・量ともに増加 (H28:641件 H29:487件 H30:645件 累計1,773件)
- ・ 事業承継・働き方改革など新たな取り組みへの対応 (中小事業者数 H21: 29,548者 → H26: 26,373者 5年間で3,175者減少)

地域の事業者

ステップ1 意欲の醸成

- ・ 経営計画の重要性を認識
- ・ 経営計画策定の基礎知識を習得

ステップ2 計画の策定 (P)

自社の強み・弱み等を分析のうえ、経営計画を策定 (31年度目標: 572件)

ステップ3 計画の実行 (D)

策定した計画に基づき、取り組みを実行

ステップ4 見直し・実行 (C・A)

計画を見直し、見直した計画に基づき、取り組みを実行

ポイント1

<支援体制の強化>

〇 拡 経営支援コーディネーターの増員 (既存5 + 増員2)

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

ポイント2

<各支援機関との連携強化>

〇 商工会・商工会議所の取り組み例

- ・ セミナーの開催 (創業支援、経営計画策定、広報戦略、会計・税務等)
- ・ 巡回指導、会報配付等による情報発信
- ・ SWOT分析
- ・ 財務分析
- ・ その他情報提供 (業界・競合等の状況、商圏分析、ソフトの活用等)

〇 商工会・商工会議所

- ・ 生産性向上 (新設備導入、工程改善を支援)
- ・ 新商品開発 (専門家派遣等により高付加価値商品の開発を提案)
- ・ 販路開拓 (シーフードショー、アグリフードEXPO等県内外の展示会・商談会への出展を支援)
- ・ 事業承継、働き方改革を支援

〇 拡 事務局長設置基準等の見直し

- ・ 要因分析 (専門家派遣等により売上や利益が伸び悩む原因の究明)
- ・ 改善支援 (要因分析に基づく取り組みを支援)

地域ごと・県全体での課題への取り組み

ポイント2

<各支援機関との連携強化>

経営計画と連動した働き方改革診断シート活用による支援強化

産振センター

地域本部

中央会

県

事業戦略セミナーなどの開催、呼びかけ

地域アクションプラン、地域産業クラスターの情報等を共有

商工会

商工会議所

働き方センター

産振センター

地域本部

中央会

県

事業引継支援センター

移住促進・人材確保センター

金融機関

保証協会

- ・ 県内を3ブロック化し、各ブロックにブロックコーディネーターを配置
- ・ 土業等実務者の育成による小規模M&Aの促進

- ・ 経営計画を人材確保の視点で再検証し、さらなる人材ニーズの掘り起こし
- ・ 高知求人ネットを活用し、魅力的で効果的な求人情報の作成を支援 など

経営計画の策定・実行段階から、金融機関等と商工会・商工会議所が連携して事業者を支援

働き方改革の推進に向けたバージョンアップ

<商02>

現状分析①

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

労働関係法令の普及・啓発が必要

課題①

企業の取組展開

Step 1 働き方改革の必要性を理解し、「自分ごと」化する
企業の存続と成長のために 今やらねば!

Step 2 課題を見つけてプランを立てる
自社に何が必要? 何ができる?

Step 3 仕組みをつくる
マニュアルを運用し、仕組みづくりが必要!

Step 4 仕組みを運用し、実践する
成果が期待できる仕組みづくりが大切!

Step 5 検証・見直し
問題は? より使いやすくするには

Step 6 取組の定着
従業員のやる気UP! 業務の効率化!

現状分析②

働き方改革への関心が低い
経営指針が定まっている経営計画において、販社や生産性向上等に重点が置かれ、働き方改革の認知度は低く、と考えられる。
興味関心は低いものの、働き方改革の推進は、従業員が10人以上の事業者が9割以上、従業員が10人以下の事業者が7割以上、と、働き方改革への意識が高まっている。また、働き方改革推進支援センターが、商工連携の場として実施するセミナーへの参加者が少ない。

意識改革の醸成が引き続き必要

課題②

目指す姿と取組の視点

- 目指す姿① 多様な人材がいきいきと能力を発揮できる環境を創る! (生産性向上)**
目指す姿② 人材確保・定着により企業の成長を支える! (生産性向上)
- 働き方改革の歯車を増やす
 - 必要性の周知による意識の醸成
 - 労働関係法令の普及・啓発
 - 機運醸成に向けた広報の強化
 - 人手不足の顕著な業種へのアプローチ強化
 - 働き方改革の歯車を回す
 - 企業の課題発見に向けた支援
 - 生産性向上推進アドバイザー派遣
 - 生産性向上に向けた生産現場の課題解決
 - 企業の制度設計に向けた支援
 - 働き方改革推進支援センター機能強化
 - 実践支援アドバイザー派遣制度創設
 - 企業内のリーダーになる人材の養成
 - リーダー養成講座の開催

働き方改革の歯車を大きくする

- 先進的企業の増加**
- WLB推進企業の増加
 - くみん等国の認定企業数の増加
- 生産性向上に向けた支援**
- 生産性効率化等に向けた支援強化

働き方改革の歯車を加速させる

- ロールモデルの横展開の推進
- モデル優良事例の共有と拡大

現状分析③

製造業以外の業種への掘り起こしが足りない
今年度は、事業戦略策定企業を重点的に支援を行ってきたため、「製造業」からの相談が全体の4割を占めている。
一方、人手不足が顕著な、介護や建設業、小売業からの相談が少なく、製造業以外の業種をさらに掘り起こしていく必要がある。

人手不足の顕著な業種へのアプローチ強化が必要

課題③

評価指標 (KPI)

KPI
平成31年度就業環境等実態調査の結果を踏まえKPIの設定を検討

- (KPI項目の例示)
- 国や県の支援によって改善された企業数
 - 就業規則
 - 平日又は時間単位の有給休暇制度 など

- (参考)
- 【就業環境整備】**
- 一人当たりの年次有給休暇の取得率 48.8%
 - ※2017中小企業労働事情実態調査報告書
 - 週労働時間60時間以上の雇用者の割合 6.1%
 - ※H29年就業構造基本調査
 - WLB推進企業認証数 H30.12 210社
 - 【人材確保】
 - 新規高卒者の県内就職率 H30年3月卒 64.1%
 - ※文部科学省 高等学校卒業生の就職状況に関する調査
 - 県外大学生のUターン就職率 H30年3月卒 18.1%
 - ※商工政策課調査
 - 県内大学生の県内就職率 H29年3月卒 35.8%
 - ※私学大学支援課、計画推進課集計



現状分析④

働き方改革への人材や実践ノウハウが足りない
県主催のセミナーでのアンケートにおいて、働き方改革を推進していく人がいない、「具体策が分からない」といった声があった。
四国地域経済研究所の調査においても、「取り組みに対するノウハウの不足」の課題や、今後期待してほしい効果として「業務効率化・生産性向上」が上位に挙げられている。

仕組みづくり、人材育成・生産性向上に向けた支援が必要

課題④

平成31年度の取組

- 働き方改革の歯車を増やす
 - 働き方改革の必要性の周知により意識を醸成
 - 商工会等との連携強化(経営計画・働き方改革診断シート活用による支援強化)
 - セミナーによる企業訪問
 - 建設業、福祉業(介護)へのアプローチ強化
 - 高知健康宣言企業及び育児休暇・育児休業取得促進宣言企業へのアプローチ
 - 業界団体を通じた企業へのアプローチ
 - 働き方改革推進支援センターの機能強化
 - 働き方改革キャンペーンの実施(8月・ノー残業キャンペーン、11月:有給休暇取得キャンペーン)
 - 働き方改革セミナーの開催(県、働き方改革推進支援センター)
 - モデル優良事例集の作成・配布(県や業界団体の広報、県の広報番組やHP)
 - 就業環境等実態調査(県内の実態を把握するため、以降2年ごとに実施)
 - 労働関係法令の普及・啓発説明会 <労働局と連携>
- 働き方改革の歯車を回す
 - 企業の課題発見、制度設計を支援
 - 働き方改革マニュアルを活用した支援強化
 - 働き方改革推進支援センターの機能強化(再掲)
 - 実践支援アドバイザーの派遣による企業支援
 - 働き方改革推進支援センターの養成(集合型・連続5回講座)
 - 生産性向上推進アドバイザーによる生産性向上に向けた課題解決の支援
 - インターンシップ充実等による新規卒業者の県内就職促進
 - 企業向けインターンシップセミナー・PR動画作成支援セミナー
 - 企業戦略や経営計画の策定実行支援と合わせたサポート
- 働き方改革の歯車を大きくする
 - 先進的企業の増加
 - WLB推進企業認証制度の普及と拡大
 - 高知健康宣言企業及び育児休暇・育児休業取得促進宣言企業へのアプローチ
 - くみん等国の普及と拡大
 - 生産性向上に向けた支援
 - Society5.0の実現に向けた産業集積と課題解決型産業創出の加速化
 - 工場等の生産性向上に向けた支援強化(工業技術センター)
 - 生産効率化、高付加価値化に向けた支援(生産技術、機械設計コーディネーター等)
 - 設備投資の実行に向けた支援(もの補助、民間融資の活用)
- 働き方改革の歯車を加速させる
 - ロールモデルの横展開を図る
 - モデル優良事例集の作成・配布(再掲)(人材確保に繋げる)
 - モデル優良事例の紹介
 - 県や業界団体の広報
 - 県の広報番組やホームページ

労働局・産業振興センター・商工会・商工会議所との連携

Society 5.0の実現に向けたIT・コンテンツ関連産業の集積・課題解決型産業創出の加速化

対策のポイント

- ▶ Society5.0関連企業の誘致及びIT・コンテンツ人材の育成・確保の取り組みの充実・強化
- ▶ 県行政の様々な分野の計画にデジタル技術の活用を位置づけ、ニーズを抽出
- ▶ Society5.0関連実証実験を促進する補助金の創設により、県内の課題解決・関連企業(技術)の集積を加速

県内の現状と課題

- ▶ IT・コンテンツ関連企業の集積は順調に進捗しているが、Society5.0関連企業の立地はまだ少ない
- ▶ 農林水各部の生産性向上PTを中心に、ニーズ抽出は進展しているものの、第一次産業以外の分野のニーズ抽出は限定的
- ▶ Society 5.0の実現には、①関連企業(技術)の県内集積の促進、②デジタル技術を県内のあらゆる分野の課題解決に活かす意識と取り組みが必要

※本県におけるSociety 5.0 (ソサエティゴテンゼロ) とは

○IoTやAI、ビッグデータ等の最先端のデジタル技術を活用し、あらゆる分野の課題解決を図るとともに、開発されたシステムの地産外商や企業集積による雇用創出等の産業振興を旨とする

IT・コンテンツ関連産業の集積の加速化

- IT・コンテンツ人材の育成・確保の充実・強化
 - 土佐MBA IT・コンテンツアカデミーの充実・強化
 - 新・工科大(公開講座):IT・コンテンツビジネス入門講座
 - 新・高知大(公開講座):AI技術人材育成講座
 - 新・ゲームプランナー育成講座、WEBデザイナー育成講座
- 首都圏 IT・コンテンツネットワークの充実・強化
 - ・エンジニア・クリエイターや、マネジメント層の人材確保の充実・強化に向けて、人材の掘り起こし⇒交流⇒県内企業とのマッチングをトータルで推進する仕組みを構築 (県内企業とのマッチングは民間ベースで推進)

人材の安定的供給

- IT・コンテンツ関連企業の誘致活動の充実・強化
 - 立地有望企業の掘り起こし・企業訪問の充実・強化
 - ・日本標準産業分類に基づく2,000社アンケートに加え、Society5.0関連企業(IoT、AI等の事業を営む企業)について、信用調査会社に委託しスクリーニング・立地可能性調査を新たに実施
 - ・抽出した企業に信用調査会社と同行訪問することにより、誘致活動を効果的・効率的に推進
 - ・課題解決型産業創出(Society5.0関連の実証実験の促進等)と連動した企業誘致活動の推進

企業集積の効果波及
(立地企業による課題解決等)



課題解決の実証フィールドとしての地位確立
(企業立地を促進)

課題解決型産業創出の加速化

これまでの取り組み

ニーズ抽出 51件

- IoT推進ラボ研究会の現場訪問
- 第一次産業等における生産性向上プロジェクト

マッチング 19件/51

- IoT推進ラボ研究会におけるニーズとシーズのマッチング

実証実験・製品開発等 27件/51

- 専門家等による指導・助言
- 試作開発等に対する助成

製品化 5件/51

取り組みを拡大

充実・強化のポイント

高知デジタルフロンティアプロジェクトの推進

- 農林水産業分野に加え、県行政の様々な分野の計画に、課題解決のためSociety5.0関連技術を活用することを各部署が位置づけ、現場のニーズを抽出し、新たなビジネスの機会などを開拓

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

新 Society 5.0関連の実証実験の促進

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

プロジェクトをビジネスとしてスケールさせるための個別チームによる支援

STEP1
意識醸成・掘り起こし

STEP2
個別相談

STEP3
マッチング

新 ● 県内企業のデジタル化のワンストップ支援の推進
〈総合相談窓口の設置〉

Society5.0の実現に向けたIT・コンテンツ関連産業の集積の加速化(土佐MBA IT・コンテンツアカデミーの充実・強化) <商03>

現状・課題

- 情報系の知識や技術を学ぶ県内の学生の多くは就職時に県外に転出
- 学生の大手企業志向が強まり、Uターン就職希望率は低下
- 一方、IT・コンテンツ関連の立地企業が増加し、IT人材等の採用が増加
- IT・コンテンツアカデミーは、受講者が1,620人(延べ3,456人)になるなど順調に進捗。一方、Society5.0関連技術の人材育成講座はまだまだ少ない

ポイント

- 県内及び県外でIT・コンテンツ関連の多様な学びの場を創出することによって、
- ①実践的プログラミング技術等を持つ人材が増加 ⇒ ②IT・コンテンツ関連企業へ安定的に人材を供給 ⇒ ③人材確保が容易であることで更に企業立地が促進 ⇒ ④就職先が確保されていることで人材の県内定着・集積が更に促進する好循環を実現
- 好循環を実現しSociety5.0の実現等につなげるため、講座の追加等内容を充実・強化

県内IT企業	(株)アイレップ	(株)AVOCADO	(株)シフトワールド	(株)SHIFT PLUS	(株)Nextremer
(株)ビジョアライズ	(株)dataremer	(株)コムニコ	(株)オールドプラス高知	WICKS(株)	(有)データプロ
	エンザントレイズ(株)	e-Janネットワークス(株)	k2Vision

目標

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

これまでの成果 企業立地件数：18件、新規雇用者数：247名

人材供給・企業立地の促進

土佐MBA 高知県IT・コンテンツアカデミー H30年度 1,620人(延べ3,456人)が受講

専門講座

- 新** ● **ゲームプログラマー育成講座**
 - ・立地企業が持つ人材育成プログラムを活用
 - ・ゲームの企画について学ぶ講座
- **ゲームプログラマー育成講座**
 - ・立地企業が持つOJTプログラムを活用
 - ・チーム単位でゲーム開発を実践
- **IoT技術人材育成講座**
 - ・シース側・ニース側のIoT人材を体系的に育成
- **IoT技術人材育成講座**
 - ・AIの知識・技術を持つ人材を育成
 - ・高知大学における公開講座(集中講義方式(15コマ))
- **IoT技術人材育成講座**
 - ・業界団体の持つ人材育成プログラムを活用
- **IoT技術人材育成講座**
 - ・Webサービス等の先端技術を習得

基礎講座

- **IT・コンテンツビジネス入門講座**
 - ・IT・コンテンツ産業の業界動向、身につけるべき知識・技術等に関する講演等
 - ① 高知大学(期倉キャンパス)における公開講座(15週連続の講座)
 - ② 工科大(永国寺キャンパス)における公開講座(2か月で16コマの講座)
- **アプリ開発人材育成講座**
 - ・最先端の教育プログラムに基づき、大学生等が中・高校生にプログラミングを教える講座
 - ＜教育プログラムの内容＞
 - ① ITリーダー(大学生等)育成プログラム(1か月)
 - ② 中高生プログラミング体験学習
- **アプリ開発人材育成講座**
 - ＜ベリックコース＞
 - ・業界団体の持つ人材育成プログラムを活用
 - ・Webサービス等の先端技術を習得

土佐MBA 高知県IT・コンテンツアカデミー H30年度 1,620人(延べ3,456人)が受講

専門講座

- **ゲームプログラマー育成講座**
 - ・立地企業が持つOJTプログラムを活用
 - ・チーム単位でゲーム開発を実践
- **ゲームプログラマー育成講座**
 - ・立地企業が持つOJTプログラムを活用
 - ・チーム単位でゲーム開発を実践
- **IoT技術人材育成講座**
 - ・シース側・ニース側のIoT人材を体系的に育成
- **IoT技術人材育成講座**
 - ・AIの知識・技術を持つ人材を育成
 - ・高知大学における公開講座(集中講義方式(15コマ))
- **IoT技術人材育成講座**
 - ・業界団体の持つ人材育成プログラムを活用
- **IoT技術人材育成講座**
 - ・Webサービス等の先端技術を習得

基礎講座

- **IT・コンテンツビジネス入門講座**
 - ・IT・コンテンツ産業の業界動向、身につけるべき知識・技術等に関する講演等
 - ① 高知大学(期倉キャンパス)における公開講座(15週連続の講座)
 - ② 工科大(永国寺キャンパス)における公開講座(2か月で16コマの講座)
- **アプリ開発人材育成講座**
 - ・最先端の教育プログラムに基づき、大学生等が中・高校生にプログラミングを教える講座
 - ＜教育プログラムの内容＞
 - ① ITリーダー(大学生等)育成プログラム(1か月)
 - ② 中高生プログラミング体験学習
- **アプリ開発人材育成講座**
 - ＜ベリックコース＞
 - ・業界団体の持つ人材育成プログラムを活用
 - ・Webサービス等の先端技術を習得

Society 5.0の実現に向けた課題解決型産業創出の加速化

ねらい

スタートライン

マッチング

補助金申請

審査のポイント

目指す姿

現行制度
IoT推進事業費補助金
地産地消・外商型

1. ニーズ発の課題解決
2. ものづくりの地産地消・外商
 - ▶ 上記1及び2を両立できる県内中小企業のIoT型製品の試作開発を支援
 - ✓ 県外企業は対象外
 - ✓ 大企業は対象外
 - ✓ 研究会の提案公募手続きを経た案件のみ対象

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

- 抽出したニーズとシーズ(県内IoT企業)のマッチング
 - ▶ 県内IoT企業に提案を公募し、ベストの解決策をニーズ側が選択

- 対象者
県内に開発拠点を持つ中小企業者
- 補助率
2/3以内
- 補助上限額
1,000万円
- 事業期間
2年以内
- 申請受付
随時

- ▶ 県内の課題解決につながる製品開発であること
 - ▶ 地産外商に繋がるとはビジネスモデルであること
- 県内企業のものづくりを応援

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

ニーズ抽出発のプロジェクト創出

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

拡 プロジェクトをビジネスとしてスケールさせるための個別チームによる支援

各本部会議において、課題解決に資するICT・IoTのニーズ抽出を進捗管理

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

新

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

Society 5.0推進型
IoT推進事業費補助金

1. 価値提案型の公益的な課題解決
2. 企業誘致・産業集積
 - ▶ Society 5.0関連の有力IoTシーズの実証実験を県内に呼び込む
 - ✓ 県外企業もOK
 - ✓ 県内企業もOK
 - ✓ 大企業もOK
 - ✓ 地域課題の解決に繋がる民間の自由なシーズ提案を公募

- IT企業によるシーズ提案からスタート
 - ▶ 県が提示する大枠のテーマに沿った実証実験を公募(医療・福祉、中山間地域対策、防災・環境、土木・観光、教育、その他の行政課題)

- 県内IT企業とのコンソーシアム組成支援
 - ▶ 県外企業から希望があった場合、研究会会員から募集
 - 実証フィールドのニーズ創業者の紹介
 - ▶ 研究会会員又は関係機関への照会により候補者を探索
- 県外企業と県内企業の連携体制の構築により、県内企業の技術力向上及び育成を図る

- 対象者
4者以上が参加するコンソーシアム(構成員のうち1者以上は県内IoT企業を含むこと)
- 補助率
2/3以内
- 補助上限額
2,500万円
- 事業期間
2年以内
- 申請受付
年2回公募予定

- ▶ 高知県での課題解決、社会実装につながる
 - ▶ 以下の事業は不採択
 - ・研究会で既に取り組んでいるプロジェクトと内容が重複する事業
 - ・県内企業の事業活動を阻害(民業圧迫)する恐れのある事業
 - ・公益性を欠く事業(民間で対応すべき案件等)
- 県内企業の事業活動に最大限配慮
県内へのレガシー創出を重視

- ▶ 有力なシーズを有する県外企業の実証実験を呼び込むことにより、地域課題の解決が加速
- ▶ 県外企業との連携により、県内企業の技術力が向上(Society 5.0関連技術の県内集積が促進)
- ▶ Society 5.0関連の実証フィールドの地位を確立し、企業の立地や産業集積が拡大

シーズ企業の提案発のプロジェクト創出



連携

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

Society5.0の実現に向けたIT・コンテンツ関連企業の集積の加速化（県外からの人材の確保・企業誘致活動の充実・強化）〈商03〉

現状・課題

- ▶ IT・コンテンツ企業の集積は順調に進捗(累計18社、新規雇用者数247人)。一方、IoTやAI、ロボット等の事業を主業とするSociety5.0関連企業の立地はまだまだ少ない
- ▶ IT・コンテンツアカデミーによる人材育成に加えて県外からの人材確保が企業集積の加速化の鍵
- ① 県内求職者数(H30年度)は、H26年度より約15%減少し、今後も人手不足の状況が継続見込み
- ② 立地企業の成長や企業立地の促進のためには、エンジニア等に加えマネジメント層の人材確保が必要

ポイント

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

県外からの人材確保の充実・強化

首都圏IT・コンテンツネットワークの充実・強化

- ① 首都圏における継続的な人材・企業の掘り起こし
- ▶ 職業紹介の受け皿となる県内企業の情報発信の充実・強化 (HP、SNS)
- ▶ ネットワーク大交流会や<エキスポ>コース県外版>を通じた掘り起こし
- ▶ UIターン関連のイベントやコミュニティ、IT系勉強会等の参加者への掘り起こし
- ▶ 移住促進策や県外大学生のUIターン促進策と連携した掘り起こし etc

【本県の強みを首都圏等の人材に訴求】

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

新 ② 本県への就職・移住に向けた個別サポートの充実

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

● 職業紹介を希望する会員

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

● 職業紹介を希望しない会員

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

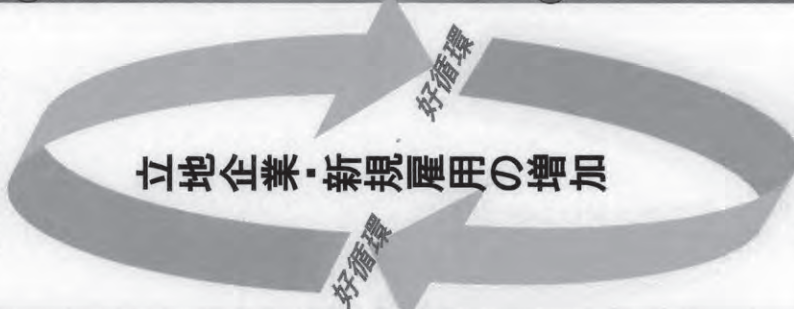
- ・職業紹介資料を県内に本店を置く登録職業紹介事業者者に提供

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

③ 登録職業紹介事業者による人材マッチング ※ 委託業務の対象外

安定的人材供給 (企業誘致の強み)

立地企業・新規雇用の増加



就職先の増加 (IT・コンテンツ企業を 目指す人材の増加)

企業誘致活動の充実・強化

新 1 Society5.0関連の立地有望企業の抽出・企業訪問の徹底

① Society5.0関連企業のスクリーニング

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

② 立地意向調査アンケート調査(回収率向上のため電話フォローを徹底)

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

③ 回収したアンケートの分析・重点訪問企業の絞り込み(40社)

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

④ 重点訪問企業への訪問(信用調査会社との同行訪問40社)

- ▶ 訪問後は、立地有望企業を整理し、フォローアップを継続的に推進

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

3 幅広いIT・コンテンツ関連企業の誘致

- ▶ IT・コンテンツ産業振興アドバイザーや既立地企業等とのネットワークを生かした立地有望企業の掘り起こし

- ▶ 企業立地意向アンケート調査(2,000社)による立地有望企業の掘り起こし

4 IT・コンテンツ関連企業のシェアオフィスへの入居促進

【今後誘致する企業について】

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

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

対応・解決策 (研究内容)

①カスタマイズできるシステム開発

- ◇様々な現場の生産設備に合わせてカスタマイズできるシステムを開発
- ・多様性のあるモデル企業を選定
- ・モデル企業の生産設備を対象に、デバイスやソフトを試作開発
- ・他の企業に普及できるよう事例パターンごとに取りまとめ
- ・企業ニーズに基づき機能の追加

②蓄積データの活用

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

生産設備の機能や取得するデータによりシステムを変更

センサーの有無・種類など
稼働・停止時間、温度、速度、圧力データなど



システム共通部分
ネットワーク通信、データベース

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

③システムの展開

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



④技術人材の育成

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

防災関連産業のさらなる振興に向けて

<商05>

対策のポイント

POINT 1 価値提案型の製品開発WGを立ち上げ、外商の拡大に繋がる地産の強化を図る

POINT 2 多くの商流チャネルを有する大手商社等との関係を深めるため商談機会を拡大する

POINT 3 今後、市場拡大が見込まれる関西・中国地方への外商を強化する

POINT 4 地産・外商の強化に向け防災市場に精通したアドバイザーを設置する

防災関連市場調査及び大手防災商社へのヒアリングから得られた課題

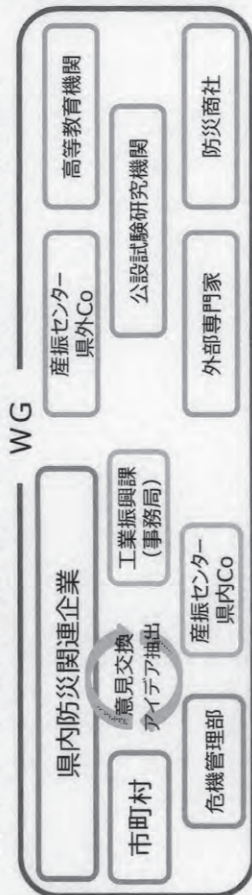
- 独自の技術や発想をもとにした「価値提案型の製品開発」を促すとともに利用シーンを明確にする等、ユーザーに寄り添った製品の提案が必要。
- 有力な防災商社が企業・病院・自治体等に向け、多くの流通チャネルを有しており、商社及びフロント企業を「協力者」として取り込んでいくことが必要。
- 都内を中心とした関東・大阪・名古屋といった大都市圏は官需民需ともに備蓄品等の普及率が高く、更新または買い増し需要が中心となる傾向にあり、競争環境も厳しいが、市場のボリュームとして圧倒的に大きい。
- 業界内では相次ぐ災害により、これまで防災への意識が低かったとされている①中国地方、②近畿圏（大阪以外）で対策実施の動きが活発になるとの見方が強い。
- 単品営業しても取引口座をつくってもらうことは難しいため、総合提案できるような商品を揃えることや商社の総合提案機能を活用することが必要。

「地産」の強化

POINT 1

■ 価値提案型の防災製品開発WGの立ち上げ **新**

目的：テーマを絞った課題分析を行い、抽出されたアイデアを製品化に繋げる



WG進行イメージ

- ① テーマ設定（避難所の環境改善、防災食品、土木建設 etc.）
- ② テーマに応じた勉強会、現場視察、専門家派遣等
- ③ 課題分析・製品化アイデアの抽出
- ④ 製品化に向けた個別支援（補助金・アドバイザー等）

大手防災商社OB
を委嘱

地消・外商活動から得られた
ニーズを製品開発へ！

「地消」の強化

■ 県域版マッチング

・ものづくり総合技術展を活用した
マッチング

■ 地域版マッチング **新**

・県内ブロック単位でのマッチング
機会の提供

■ 市町村等への製品PR

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

「外商」の強化

POINT
2-3

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

■ 東京営業本部の体制強化 **拡**

・商流チャネル・販売エリアの拡大

■ 見本市出展の強化 **拡**

・防災関連見本市への高知県ブース出展増

■ ミニ展示商談会首都圏エリア以外での開催強化 **拡**

・大阪開催の増

■ 防災商社との個別相談会強化 **拡**

■ 新たな商流チャネルの開拓 **拡**

■ 包括協定締結企業との連携強化 **拡**

【防災関連登録製品売上目標】
60.6億円 (H29) → 64億円 (H31)

POINT 4

防災関連産業振興アドバイザー **新**

土佐和紙総合戦略の実施

現状

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

課題

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

土佐和紙総合戦略

川上から川下まで
一貫支援

基本方針①

土佐和紙の原料確保

こうぞ農家と土佐和紙生産者の意見交換会の開催

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

補助金等による助成

農地等の情報収集・斡旋



基本方針②

用具の確保と土佐和紙生産者の後継者育成

いの町所有の資材の修繕と貸出（新規後継者等への起業支援）

用具製作技術者の育成（研修事業の継続）

用具製作技術研修者への技術支援（用具データの提供）

後継者の掘り起こしと長期研修の促進

後継者制作物の県や学校での活用

基本方針③

土佐和紙のPR・販売促進・製品開発

土佐和紙の優位性の分析とPRへの活用

土佐こうぞ使用の土佐和紙認証制度の創設

土佐和紙の良さをイベントやホームページ等でPR

見本市出展や小売店のフェア開催等

博物館等のショップでの販売

新商品開発（新用途開発）の技術支援

基本方針④

土佐和紙文化の発信と無形文化遺産登録

紙とあそぼう作品展や国際版画トリエンナーレ展の開催、県文化施設等でのPR

教育現場での啓発活動（副読本での紹介や施設での体験学習等）

土佐和紙保存会の活動支援

技術保持団体設立に向けた関係者との調整



実行

土佐和紙振興プロジェクトチーム

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



土佐和紙の関係者

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

特産品を用いた常温長期保存できる商品の開発 (H31~33) 工業技術センター <商07>

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

《食品のハードル技術を利用した製品開発支援：H29~31》

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

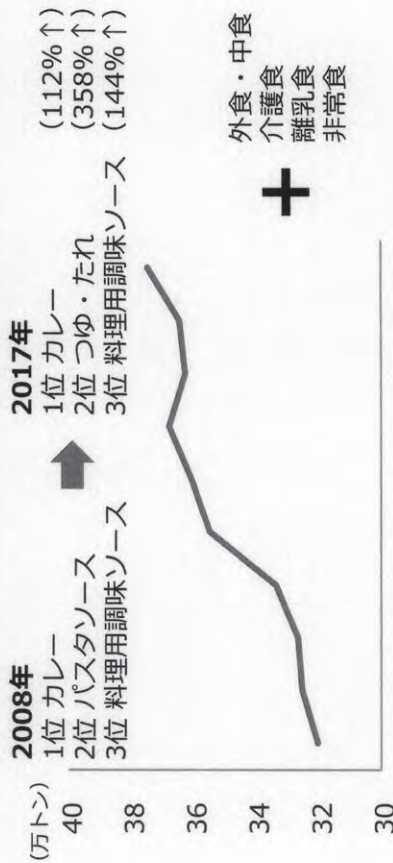
	塩・糖(少)	塩・糖(多)
中性	カレー・シチュー ハヤシ・ミートソース 食肉野菜混合煮・スープ パスタソース・かまめしの素 食肉調理品・水産類・飯類 つゆ・たれ・農産類 料理用調味ソース	酒盗 佃煮
酸性	ジューズ ボン酢	はちみつ ジャム

赤色：レトルト殺菌で商品化 黄色：ハードル技術で商品化

《研究概要等》

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

過去10年のレトルト食品生産数量の推移 (117%↑)



08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 (製造年)
(日本缶詰びん詰レトルト食品協会調査)

現状

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

・地域住民の利便性の確保を図るために、商業機能の維持・発展が必要であるが、店主が高齢化するなどメンバーがおらず、新たなことに取り組めていない。

Table with 2 columns: Location (空き店舗率) and Data (H24年度: 14.1%, H29年度: 11.7%, etc.)

(通行人調査) H24～H29 高知市: 約7.6% 増加 (85,589人→38,295人) 四万十市: 約13.0% 減少 (5,127人→4,462人)

※高知市中心商店街10地点、四万十市中心商店街5地点で、冬期・平日・昼間に行った調査による 出典:高知県

●外国人観光客・消費税増税時のポイント還元への対応が進んでいない

(高知市中心部6商店街へのアンケート結果) ※H30.10. 対象:478店舗 回収率:56.3% 現金以外の支払い方法が選択できる店舗は比較的多いが、概ねクレジットカードのみの対応[63.6%]

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

課題

●商店街活性化に向けての課題

- ・それぞれの「まちの強み」や持っている「資源」を活かしきれていない
・様々なクラスタ事業を活用した、地産外産の取組との連携が不十分
・具体的な商店街振興計画を立てていない

●キャッシュレス化に向けての課題

- ・キャッシュレス化によるメリット、種類や仕組みについて知る機会が少ない
・クレジットカードに加え、電子マネーやQRコードを使ったモバイルウォレットなど、決済方法が多様になり、各店にどの方式が合うのかわからずらいう状況

・キャッシュレス決済が可能な店舗でも、決済手数料の増加を懸念し、店頭表示をしていないなど、積極的な活用がされていない

・その場で入金があるという即時性により、現金を優先する傾向が強い (中山間地域)
・道楽網も発達している現在、消費税増税時のポイント還元等に対応しなければ、消費の域外流出に拍車がかかることが予想される

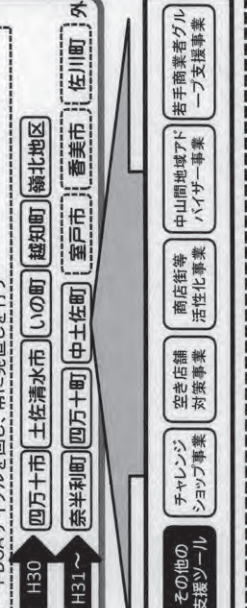
支援の強化

(新)商店街等振興計画推進事業費補助金 「商店街振興計画」に位置づけられた取組の実行を支援(H31～H35) 補助率:1/2 補助上限:5,000千円/年

〇〇商店街振興計画

「まちの強み・資源」の活用や地域産業クラスタ、観光クラスタ、地域アクションプランを取り込んだ具体的な振興計画を、商店街、商工会、商工会議所、各市町村、県が一緒に策定・実行する!

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



経営支援「アドバイザー」 地域連携会議

- ・金融機関等
・移住促進人材確保センター
・働き方改革推進支援センター
・事業承継サポートワーク

(新)キャッシュレス化普及促進の取組

★商店街の事業主がキャッシュレス化への理解・意識の改革を行っていただくため、現状と今後の動向、また、キャッシュレス化のメリットなどについて、商工会・商工会議所、金融機関と連携してセミナーを実施する(県内全域での開催)

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

Table with 2 columns: Feature (キャッシュレス化) and Description (ポイント還元, システム改修, etc.)

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

ものづくり企業に対する海外展開支援

これまでの取組

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

政府との関係構築、現地企業とのマッチング機会の提供

台湾

- MOU締結(台湾防災産業協会)
- フォーラム&商談会
- トップセールス
- 防災セミナー
- secutech出展

タイ

- MOU締結(工業省、サブコン)
- トップセールス
- METALEX出展
- ミッション団派遣

インドネシア

- 防災セミナー&商談会
- Manufacturing出展

ベトナム

- トップセールス
- 政府機関への企業プレゼン
- ミッション団派遣

フィリピン

- 防災セミナー&商談会
- トップセールス
- 政府機関への企業プレゼン

その他地域

- スリランカにおいて防災セミナー&商談会
- その他アジア、アメリカ等への進出に向けた情報収集

今までの活動により見えてきた課題

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

今後の強化策

具体的な商談に繋げるステージ

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

各国共通の強化のポイント

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

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

- **ODA活用先の拡大**
→ 海外展開の足掛かりとなる「案件化調査」の活用先を掘り起こし
【申請サポート件数 H29：1件 → H30：4件(予定)】
- **ODAのステージアップに向けた支援強化**
→ 「案件化調査」の次のステップとなる「普及実証」への申請支援
【申請サポート件数 H29：なし → H30：1件】

課題への対応
・ODAを活用したカウンターパート(相手方政府)への製品提案
・スベックワインによる廉価な海外製品との差別化

各国における新たな取組

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

人材育成・確保に向けた取組

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

人材育成
人材確保

海外展開・ODA案件化サポートチームにおいて支援を強化

- 【目的】
海外展開・ODA案件化サポートチームの支援対象とメンバーを拡大・改組し、海外展開に踏み出す企業の掘り起こしと、海外展開を行っている企業の状況に応じ、展示会・専門家派遣やODA事業など支援策を総合的に活用し支援
- 【メンバー】
- JETRO高知
 - JICA四国センター
 - 高知県産業振興センター
 - 工業会等団体(新)
 - 市町村(新)
 - 中小機構四国
 - シンガポール事務所
 - 金融機関(新)
 - 高等教育機関(新)
 - 県工業振興課(事務局)

海外拠点等の体制強化

- ASEAN地域における現地での活動支援の強化

県内企業の人手不足が深刻化

- 就活準備セミナー等の学生の参加者が少ない
 - インターンシップを実施している県内企業が少ない
 - 企業と学生の交流の機会が少ない
- ⇒ 学生に県内企業の情報が十分に伝わっていない

現状・課題

- **学生の志向** (出典：マイナビ大学生就職意識調査、マイナビ大学生Uターン・地元就職に関する調査)
 - ・大手企業志向の割合は、H27卒：42.9%⇒H30卒：54.5%と年々増加。
 - ・学生のUターン就職希望率は、H23卒：49.1%⇒H30卒：33.8%と3割減少。
- **学生の企業情報の入手方法**
 - ・学生の地元企業の情報入手方法の第1位が就職サイト (41.2%) とWEBが中心。
- **企業にインターンを実施するためのノウハウが少ない** (出典：経済産業省 企業における「新卒採用等への取組状況」に関する調査)
 - ・インターンシップを実施しない理由 第1位「社員の負担が大い」 第2位「どんなプログラムを用意してよいか分からない」

考えられる要因

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

① WEBアクセスの拡大

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

拡 ● WEBセミナーの実施

学生が好きな時間・場所で参加できるWEB上でのセミナーを開催する。

拡 ● 企業のPR動画の作成支援及び求人ネットの改修

専門家によるセミナーや派遣などにより、企業のPR動画の作成支援を行うとともに、完成した動画を「高知求人ネット」等で公開する。

拡 ● 四国内の大学への情報提供

② インターンシップの充実

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

拡 ● インターンシップコーディネーターによる支援

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

拡 ● インターンシッププログラムの作成支援等

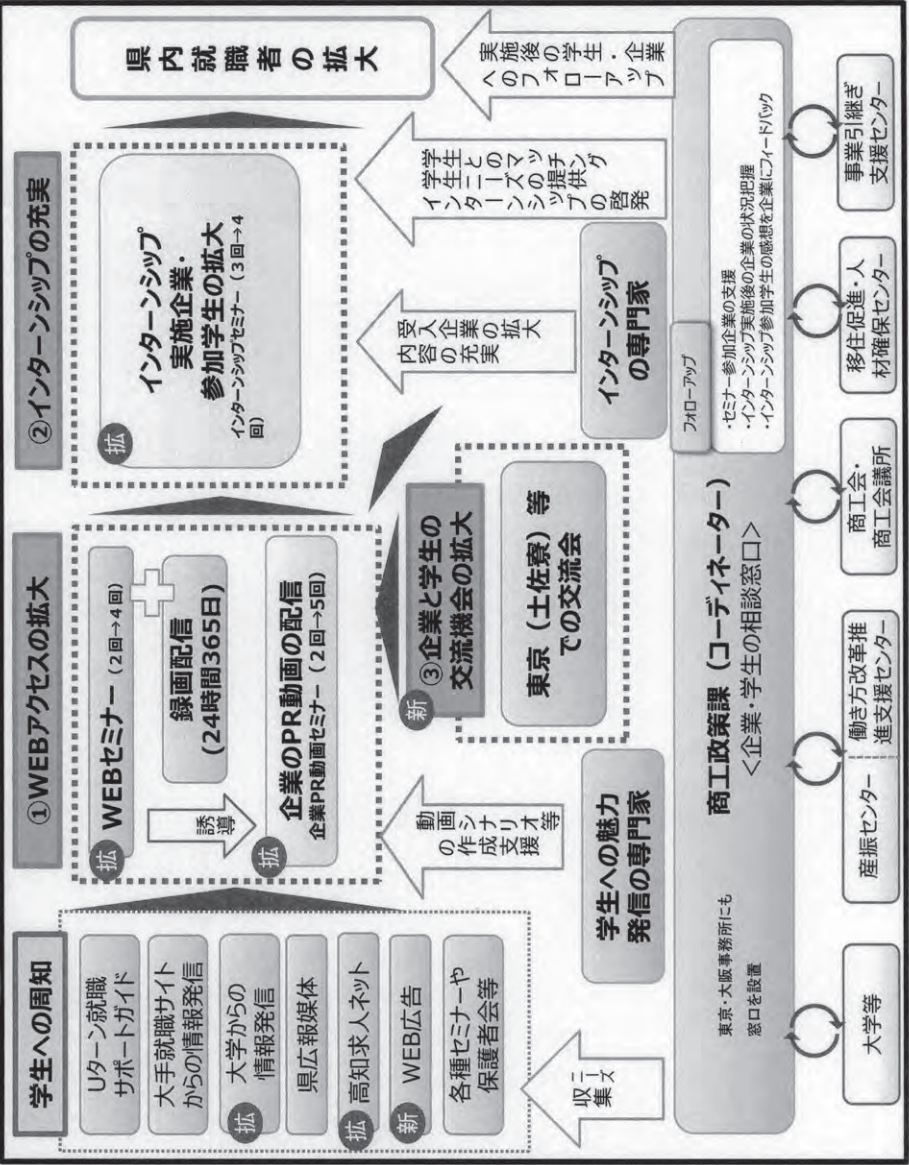
専門家によるセミナーや派遣などにより、インターンシッププログラムの作成による受入企業の拡大やプログラムの磨き上げを支援する。

新 ● 複数の企業による合同インターンシップ実施支援等

③ 企業と学生の交流機会の拡大

学生と企業の若手職員などの交流を通じて県内企業の魅力を発信する。

新 ● 東京（土佐寮）等での交流の場づくり



I 専門分野の成長戦略

観光分野

観光分野の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

第1期計画では、大河ドラマ「龍馬伝」の放送を契機として開催した「土佐・龍馬であい博」「志国高知 龍馬ふるさと博」の二つの博覧会を通じて、自然や歴史など本県の持つ魅力を組み合わせた体験プログラムの開発や、観光客から高い評価を受けている「食」のイベントを開催するなど、観光分野から他の産業への波及効果をさらに高める取り組みを行ってきました。また、第2期計画では、第1期計画の取り組みを通じて得られた成果や資源を最大限活用し、「楽しまん！はた博」や「高知家・まるごと東部博」といった地域博覧会の開催、龍馬パスポートの取り組みなどによる全国に通用する観光地づくり、本県の認知度を高めるための国内外への情報発信の強化などに取り組みました。このような一連の取組の結果、雇用の創出や大きな経済波及効果を導き出すとともに、地域の持続的な観光振興に対する意欲の向上にもつなげることができました。

平成28年度からの第3期計画では、外国クルーズ客船の寄港地といった機会を捉えた外国人観光客の受入環境の整備と誘致拡大や「志国高知 幕末維新博」の開催を通じた歴史観光の基盤づくりを推進するとともに、地域を一体的に周遊できる観光クラスターを形成するなど、5つの戦略の柱に沿って取り組みを進めてきた結果、平成25年以降6年連続で400万人を達成し、平成30年には、県外観光客入込数が過去最高を記録した前年と同水準の約441万人となり、400万人観光の定着を図ることができました。

②第3期計画ver.4の取り組み

リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～に合わせて、自然や体験資源を生かした観光基盤づくりをはじめ、民間活力を導入した観光拠点の整備や国際観光の振興にも一層取り組み、第3期計画の目標である435万人観光の定常化と観光消費額1,230億円の実現に向けて、引き続き以下の5つの戦略の柱に沿って取り組みを進めていきます。

一つ目の戦略の柱「戦略的な観光地づくり」では、県内各地域への誘客を促進するため、地域として一定のまとまりがあるエリアにおいて、自然景観や体験滞在メニューと歴史資源や食資源などを結び付け、周遊観光の魅力押し出した観光クラスターを形成し、観光消費の拡大を目指していきます。また、民間の知見やノウハウの導入も図りながら本県の豊かな自然を生かした新たな経済効果を生み出すアウトドア観光の拠点やサービスの整備に取り組むほか、龍河洞や四国カルスト等の魅力をさらに高めるなど外貨を稼ぐ自然体験型観光の仕組みづくりを進めます。さらに、地域での持続的な観光振興の中心的な役割を担う広域観光組織に対して、法人化や、各地域の主体的な商品の造成販売などの取り組みを積極的に支援し、官民の一層の連携により広域観光組織の機能強化を図っていきます。

二つ目の戦略の柱「効果的なセールス&プロモーション」では、これまで磨き上げてきた食や歴史資源の活用に加え、「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」を中心としたプロモーション活動を展開し、これまで獲得してきた顧客層を維持しつつ、個人客や外国人旅行者など新たなターゲットの獲得につなげることで、さらなる誘客を図ります。中でも、特設ウェブサイトや民間事業者と連携したSNSを活用したきめ細かな情報発信や、海外向けの観光情報サイトによる外国人旅行者向けの情報発信を行うとともに、特設ウェブサイトの機能を活用したスムーズな予約の実現や旅行エージェントの態様に応じた売り込みなど、セールス活動の強化を行います。

三つ目の戦略の柱「OMOTENASHI(おもてなし)の推進」では、国内外からの観光客の満足度をさらに高めるため、自然&体験キャンペーンに合わせたハード・ソフト両面からの観光案内所の機能強化やパリアフリー観光の推進に向けた取り組み、外国人観光客とのコミュニケーション力向上のための研修の実施など、受入環境整備の取り組みをさらに進めていきます。

四つ目の戦略の柱「国際観光の推進」では、これまでの台湾・香港・シンガポール・タイの重点4市場に加え、中国・韓国にも現地の旅行動向に精通した現地法人を海外セールス拠点として配置し、これまでの団体旅行に加え、個人旅行向け商品の造成・販売促進に取り組めます。また、アメリカ、オーストラリア向けに在日外国人コーディネーターを配置し、個人旅行専門の旅行会社との連携やSNS等を活用した外国人の目線での情報発信を行うなど、個人旅行者向け商品の充実と販売促進を図ります。また、四国ツーリズム創造機構の四国DMO化によるインバウンドの推進や高知龍馬空港の整備と連携した国際チャーター便の戦略的な誘致拡大などのアクセス環境の向上に取り組めます。さらに、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、「よさこい」を戦略的に活用するため、全国のよさこい主催団体が集える企画を通じたプロモーション展開とともに、海外メディアに国内外のよさこいを発信してもらい、よさこいの認知度をさらに高める取り組みを展開していきます。

五つ目の戦略の柱「事業体の強化と観光人材の育成」では、「土佐の観光創生塾」を通じた地域の観光事業者の育成や商品の磨き上げをはじめ、研修等の実施により外国人観光客へのおもてなしができる人材やガイド団体の育成を図るとともに、観光産業を支える事業体の強化にも取り組んでいきます。

観光分野の展開イメージ ～世界に通用

分野を代表する目標

県外観光客入込数 出発点(H27)：408万人 ⇒ 現状(H30)：441万人 ⇒
 観光総消費額 出発点(H26) 1075億円 ⇒ 現状(H29)：1126億円 ⇒

【観光商品をつくる】観

戦略の柱1 戦略的な観光地づくり

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

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



“おもてなし”でリピーター化
 フィードバックによる改善

外国人観光客にも対応する
 歴史・食・自然が連動した

【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

戦略の柱3 OMOTENASHI(おもてなし)の推進

● 国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境整備

- 拡・きめ細かな観光情報の提供
 - ・「自然&体験キャンペーン」に合わせたハード・ソフト両面からの観光案内所の機能強化
- 拡・観光基盤の整備(受入態勢の充実)
 - ・自然・体験型観光の受入環境の整備
 - ・外国人観光客とのコミュニケーション力の向上支援
 - ・バリアフリー観光の推進



・龍馬パスポート



・おもてなしトイレ



・おもてなしタクシー

戦略の柱4 国際観光の推進

高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上

- 拡・国際チャーター便の戦略的な誘致拡大と商品造成販売

積極的なセールス
 & プロモーションで
 観光客が高知へ

全体を

戦略の柱5 事業体の強化と観光人材の育成

● 観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造

- 拡・「土佐の観光創生塾」のさらなる充実による本県観光を担う
 - ・広域観光組織の機能強化
 - ・外国人観光客にもおもてなしができる観光人材及び観光ガイド

する「本物と出会う高知観光」の実現～

4年後(H31)： 435万人以上 ⇒ 6年後(H33)： 450万人以上 ⇒ 10年後(H37)： 470万人以上
 4年後(H31)： 1230億円以上 ⇒ 6年後(H33)： 1300億円以上 ⇒ 10年後(H37)： 1410億円以上

観光資源の発掘・磨き上げ

クラスターの形成

推進



戦略の柱4 国際観光の推進

●外国人向け旅行商品の販売促進

- 対象市場の拡充とニーズに合った旅行商品の販売促進
- 「自然&体験キャンペーン」を生かした個人旅行（FIT）向け旅行商品の造成・販売
（在日外国人の専門家をコーディネーターとして配置）
- 国際チャーター便を活用した商品造成



「高知ならではの
観光地づくりを推進！」

磨き上げた観光資源・商品を
国内外の市場へ

【売る】PR・プロモーション

戦略の柱2 効果的なセールス&プロモーション

●効果的な広報・セールス活動の展開

- 「自然&体験キャンペーン」の開催
 - ・特設ウェブサイトによるPRと予約販売
 - ・国内外のマスメディアやSNSを活用した情報発信の強化

●自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進

- ・アマ合宿・大会誘致、2020東京オリパラ事前合宿の誘致、ラグビーワールドカップ2019トンガ代表事前キャンプ受入、高知龍馬マラソンの開催

●コンベンション等（MICE）の誘致活動の強化

- ・中小規模の大会・学会・報奨旅行の誘致
- ・高知県ゆかりの企業へのアプローチ

戦略の柱4 国際観光の推進

●効果的な広報・セールス活動の展開

- 海外セールス拠点の追加(米・豪・中・韓)
- 国内外の企業等と連携しSNSなどを活用した情報発信の展開
- 個人旅行等のエージェントやOTAとの連携
- 国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域周遊観光の推進
- 東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的な活用
 - 「よさこい」の全国ネットワークの構築
 - 海外に向けたプロモーションの展開

四国DMOの
拡充に向けた
国際観光
推進の
連携

下支え

●成力の向上

観光人材の育成と事業者連携（地域観光クラスター化）の推進

●団体の育成



分野の目指す姿	世界に通用する
分野を代表する数値目標	【県外観光客入込数】 出発点(H27) : 408万人 ⇒ 現状(H30) : 441万人 ⇒ 4年 【観光総消費額】 出発点(H26) : 1075億円 ⇒ 現状(H29) : 1126億円 ⇒ 4年

戦略の柱	1 戦略的な観光地づくり	2 効果的なセールス&プロモーション	3 OMOT(おもてなし)の推進
------	--------------	--------------------	------------------

外国人観光客にも対応する高知ならではの歴史・食・自然が連動した観光地づくり

歴史、食、自然を一体的に連動させた戦略的な観光地づくりの推進	「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」の開催を通じたプロモーションとセールス活動の強化	外国人観光客の抜本的整備
--------------------------------	------------------------------------------------	--------------

・全国から誘客できる観光拠点の整備 ㉔:2か所→㉕:10か所→㉖:14か所→㉗:17か所 ※県立施設含む ・広域観光組織の体制強化(法人化) ㉘:3か所→㉙:5か所→㉚:6か所→㉛:6か所	・温暖な気候や自然環境といった高知県の強みを生かし、年間通じたスポーツツーリズムの強化 ㉜:6万人→㉝:7万人→㉞:11万人→㉟:13万人→㊱:15万人 ・MICEの受入強化 ㊲:2万人※(3.2万人)→㊳:4.0万人→㊴:5.0万人→㊵:5.0万人 ※3.2万人からスポーツ関連を除いたもの	・観光客満足度(「おもてなし」「宿泊先」「食事処・料」) ㊶:78%→㊷:80%→㊸:80%→㊹:80% ・「おもてなし(「良い」「良い」)」 ㊺:80%→㊻:80% ・「おもてなし(「良い」「良い」)」 ㊼:80%→㊽:80%
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

取組方針・主な「具体的な取組み」	1 本県観光の強みである「歴史」「食」「自然」の更なる磨き上げによる戦略的な観光地づくり ◆[新規]磨き上げてきた「食」や「歴史」の観光資源に加えて、「自然&体験キャンペーン」を通じた観光資源の磨き上げと観光クラスターの形成(それぞれ外国人受入対応を含む) ◆[拡充]「土佐の観光創生塾」のさらなる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携(地域観光クラスター化)の推進 ◆[拡充]民間活力を積極的に導入した観光地づくり ◆アウトドア拠点など核となる観光地づくりの推進と再活性化 2 官民の一層の連携による広域観光組織の体制及び機能の強化 ◆[拡充]広域観光組織の機能強化 ・土佐れいほく博に向けた取り組みの加速化 ◆地域コーディネーターの配置 3 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進 ◆サイクリングツーリズムの取組強化(県推奨サイクリングコースのPRとサイクリング環境整備の促進) ◆自然を活かしたスポーツイベントの開催促進	1 効果的な広報・セールス活動の展開 ◆[新規]「自然&体験キャンペーン」の開催 ・特設ウェブサイトによるPRと予約販売 ◆国内外のマスメディアやSNSを活用した情報発信の強化 ◆観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信 ◆[拡充]四国ツーリズム創造機構の四国DMOに向けた連携 2 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進【再掲】 ◆施設整備に合わせたアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致の強化 ◆2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、ラグビーワールドカップ2019の事前チームキャンプ等の誘致・受入 ◆高知龍馬マラソンの開催 3 コンベンション等(MICE)の誘致活動の強化 ◆中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致 ◆大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート ◆高知県ゆかりの企業へのアプローチ	1 国内外からのための受入誘致 ◆龍馬パスオ ◆[拡充]きぬ ・県内広域7観光案内所 ・「自然&体験」ハード・ソフト機能強化 ◆[拡充]観光 ・外国人観光客向上支援 ◆バリアフリー 2 観光客の満足度取組 ◆おもてなし ◆外国人観光客人材及び観光サポート ◆観光サポート情報の情報発信
------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

の体系図

本物と出会える高知観光」の実現

後(H31) : 435万人以上 ⇒ 6年後(H33) : 450万人以上 ⇒ 10年後(H37) : 470万人以上
 F後(H31) : 1230億円以上 ⇒ 6年後(H33) : 1300億円以上 ⇒ 10年後(H37) : 1410億円以上

※入込数には、MICE、スポーツを含める。

ENASHI (おもてな

4 国際観光の推進

5 事業体の強化と観光人材の育成

くりを推進

客にも対応した受入基盤
備

外国人観光客のニーズに対応した商品
づくりと高知県の認知度を飛躍的に向
上するプロモーションの展開

観光産業を支える人材の育成と事業
体の強化

調査における「大変良い」、「良
合の増加
観光施設 ㉔: 77%→
79%→㉕:80%
「理店」 ㉔:79%→㉕: 80%
㉖:80%

・観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者
数
㉔:38,590人泊(3万人泊) →㉕:14.8万人泊
→㉖:22万人泊→㉗:30万人泊

・広域観光組織の体制強化(法人化)
㉔:3か所→㉕:5か所→㉖:6か所→㉗:6か所

「レ」における満足度(「大変良
い割合
80%→㉕:80%

※()内は、観光庁公表数値のうち従業員数10人以上の
宿泊施設での宿泊人泊数。
H28年度からは、観光庁公表数値のうち全国で一般的に
使用されている従業員数10人以上の宿泊施設と従業員数
10人未満の宿泊施設の宿泊人泊数を合わせた数値を使用。

「シー」における満足度(「大変良
い割合
80%→㉕:80%

観光客の満足度をさらに高める
環境整備
パートの継続と拡充
細かな観光情報の提供
カ所(ブロック)全てに外国人観
の設置
旅キャンペーン」に合わせた
フ両面からの観光案内所の

1 効果的な広報・セールス活動の展開【再掲】
◆[拡充]クロスメディアによる情報発信と国
内外のマスメディアと連携した露出の強化
・海外セールス拠点の追加(米・豪・中・韓)
・国内外の企業と連携しSNSなどを活用した
情報発信の展開
◆[拡充]四国ツーリズム創造機構の四国
DMOに向けた連携【再掲】

1 観光産業を支える事業体の強化や人材の育
成と商品造成功力の向上
◆「土佐の観光創生塾」のさらなる充実による
本県観光を担う観光人材の育成
◆[拡充]「土佐の観光創生塾」のさらなる充実
による自然・体験型観光商品づくりと事業者
連携(地域観光クラスター化)の推進【再掲】
◆広域観光組織の機能強化【再掲】
◆地域コーディネーターの配置強化【再掲】
◆外国人観光客にもおもてなしができる観光
人材及び観光ガイド団体の育成【再掲】

基盤の整備(受入態勢の充実)
客とのコミュニケーション力の
一観光の推進

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

度をさらに高めるおもてなしの

3 高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境
の向上
◆[拡充]国際チャーター便の戦略的な誘致
拡大と商品造成販売

レ、おもてなしタクシーの拡大
客にもおもてなしができる観光
光ガイド団体の育成
トアプリを活用した地域の観光資
信【再掲】

4 国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携
した広域観光の推進
◆広域周遊観光の推進

5 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向
けた「よさこい」の戦略的な活用
◆[拡充]「よさこい」の全国ネットワークの構築
◆海外(世界)に向けたプロモーションの展開

分野	観光分野
戦略の柱	1 戦略的な観光地づくり

戦略の方向性	歴史、食、自然を一体的に連動させた戦略的な観光地づくりの推進
--------	--------------------------------

戦略目標	目標
	全国から誘客できる観光拠点の整備 広域観光組織の体制強化(法人化)

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	本県観光の強みである「歴史」「食」「自然」の更なる磨き上げによる戦略的な観光地づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・全国から誘客できる観光拠点のほか、本県を代表する観光名所等観光拠点の整備計画に着手した ・全国的なブランド力を有する企業の監修による、豊かな自然を生かしたアウトドアの拠点の整備に着手し、オープンに向けて進捗した ・地域博覧会の開催などを通じて、地域地域の観光資源の磨き上げや商品造成などにつながった ・セミナー等を継続的に開催して人材の育成を図るとともに、旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターを配置し、商品のさらなる磨き上げに取り組んだ ・民間活力の導入を推進する「観光拠点等需要調査委託事業」により市町村が有する遊休地等の観光開発に係る可能性調査の実施及び観光開発の意向がある有名企業のピックアップ 	<ul style="list-style-type: none"> ・自然&体験キャンペーンに向けた観光資源の磨き上げが必要 ・「自然・体験」を中心としつつ、本県の強みである「歴史」や「食」などが地域地域で一体的に連携した観光地づくりが必要 ・地域地域において本物を感じられるよう、歴史資源や歴史施設のさらなる磨き上げが必要 ・地域で面的な規模拡大を図るための事業者連携の促進支援と、常に新しい観光商品を作り続ける取組が必要
2	官民の一層の連携による広域観光組織の体制及び機能の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー等を継続的に開催して人材の育成を図るとともに、旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターを配置し、商品のさらなる磨き上げに取り組んだ【再掲】 ・県内6ブロックに広域観光組織が設置され、官民の連携による情報発信やセールス活動の強化につながった ・人的・財政的な広域観光組織への支援を継続することで、地域自らの企画による地域博覧会の開催につながるとともに、官民による広域観光推進体制基盤が構築できた ・地域博覧会の開催などを通じて、広域観光組織の体制整備と地域地域の観光資源の磨き上げや旅行商品造成などにつながった 	<ul style="list-style-type: none"> ・広域組織基盤がまだまだ脆弱であり、官民がより一体となった組織体の強化とリーダーの育成が必要 ・体験プログラムや周遊プランを国内外の旅行者のトレンドやニーズに応じて、継続的に磨き上げることが必要 ・広域観光組織においては、マーケティングによる戦略づくりなど先駆的な取組やステップアップを目指す動きがある一方、情報発信等にとどまっている事例がある
3	自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・県内のサイクリストによる県推奨のサイクリングコース(ぐるっと高知サイクリングロード)の環境調査を行うとともに、調査を基にブルーライン等の環境整備に向けた協議を行った ・ぐるっと高知サイクリングロードのPVや多言語(英、繁、韓)のパンフレットを作成するとともに、香港や国内でのサイクリングイベントへの出展によるプロモーションを行った ・自然環境を生かしたスポーツイベントの開催を促進するため、イベント立ち上げ時の経済的負担を軽減するための助成制度の見直しを行った 	<ul style="list-style-type: none"> ・県推奨サイクリングコースの国内・外へのPR及びブルーラインやサイクルオアシスなどサイクリング環境の整備 ・新たなスポーツイベントの大会開催の促進

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:2か所	H30:3か所	10か所	14か所	17か所
H27:3か所	H30:4か所	5か所	6か所	6か所

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【観01】 ◆磨き上げてきた「食」や「歴史」の観光資源に加えて、「自然&体験キャンペーン」を通じた観光資源の磨き上げと観光クラスターの形成(それぞれ外国人受入対応を含む)(H31新規)	○							○
【観02】 ◆「土佐の観光創生塾」のさらなる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携(地域観光クラスター化)の推進(H31拡充)	○							
【観03】 ◆民間活力を積極的に導入した観光地づくり(H31拡充)	○							
【観04】 ◆アウトドア拠点など核となる観光地づくりの推進と再活性化	○							
【観05】 ◆広域観光組織の機能強化(H31拡充)	○							○
【観06】 ◆地域コーディネーターの配置	○							○
【観07】 ◆サイクリングツーリズムの取組強化 (県推奨サイクリングコースのPRとサイクリング環境整備の促進)	○							
【観08】 ◆自然を生かしたスポーツイベントの開催促進	○							

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観01】 ◆磨き上げてきた「食」や「歴史」の観光資源に加えて、「自然&体験キャンペーン」を通じた観光資源の磨き上げと観光クラスターの形成(それぞれ外国人受入対応を含む)(H31新規)	自然景観や自然・体験型の観光資源から新たな経済効果を生み出す新資源をハード・ソフト両面にわたって支援する 各エリアの自然景観やビュースポット等と地域の体験プログラムと、歴史や食等の観光資源とが一体になった観光クラスターを形成し、周遊を促進する ⇒別図<観01>参照(p.544) 別図<観03>参照(p.546)	①自然・体験をテーマにした自然景観、体験滞在型観光施設、体験プログラムの整備 ②観光クラスターの整備数	①38ヶ所(H30) ↓ 28ヶ所以上 ②－(H27) ↓ 15ヶ所(H30) ↓ 20ヶ所以上
【観02】 ◆「土佐の観光創生塾」のさらなる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携(地域観光クラスター化)の推進(H31拡充)	地域地域における自律的・持続的な観光地づくりの推進及び地域観光を担う人材の育成に向け、「土佐の観光創生塾」を開催し、地域コーディネーターのハンズオン支援による自然・体験型観光商品の磨き上げ・販売と地域の事業者が連携した地域観光クラスター化を促進するための取組を支援する ⇒別図<観01>参照(p.544) 別図<観02>参照(p.545)	創生塾を通じたアウトドア・自然体験商品(地域観光クラスターを含む)の販売	－(H29) ↓ 69商品(H30単年度) ↓ 60商品(単年度)
【観03】 ◆民間活力を積極的に導入した観光地づくり(H31拡充)	市町村物件と観光開発の意向がある有望民間企業のピックアップを進め、マッチングの機会を拡大し民間活力を導入した観光振興を図る ⇒別図<観01>参照(p.544)	民間活力の導入件数	－(H30) ↓ 3件

戦略の柱	1 戦略的な観光地づくり
取組方針	1 本県観光の強みである「歴史」「食」「自然」の更なる磨き上げによる戦略的な観光地づくり

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
博覧会に向けた歴史資源のリアル化と観光クラスター整備		自然・体験型観光資源の磨き上げと観光クラスターの形成		
県観光政策課、地域観光課：各地域における歴史資源のリアル化・周遊コース（観光クラスター）づくりに対し、アドバイザーの派遣や財政的な支援などを行い時速的な観光振興につなげる		県観光政策課、県地域観光課： <ul style="list-style-type: none"> ・観光拠点等整備事業費補助金などによる体験滞在型観光施設や体験プログラムの整備 ・自然・体験と歴史や食が一体となった周遊コース（観光クラスター）づくりに対し、アドバイザーの派遣や財政的な支援を実施 		
地域観光クラスター化と売れる観光商品づくりの促進		自然・体験型観光商品の磨き上げと販売の促進		
県地域観光課： <ul style="list-style-type: none"> ・「土佐の観光創生塾」の開催（基礎コース6コマ、専門コース6コマ） ・地域コーディネーターによるハンズオン支援 ・事業者連携の促進によるクラスター形成支援 		県地域観光課： <ul style="list-style-type: none"> ・「土佐の観光創生塾」の開催（事業者の個別の課題に対応したコース設定） ・地域コーディネーター等のハンズオン支援によるアウトドア・自然体験商品の磨き上げ・販売と事業者連携の促進 		
市町村物件と民間企業とのマッチング機会の拡大				
観光拠点等需要調査の実施、民間企業への個別セールス、ファムツアーの実施など				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【観04】 ◆アウトドア拠点など核となる観光地づくりの推進と再活性化</p>	<p>全国からの誘客につながる、本県の豊かな自然を生かしたアウトドア拠点の整備や地域が主体となった観光地づくりを総合的に支援するため、観光拠点の施設の整備や再活性化をはじめ、観光商品のさらなる磨き上げや観光資源の創出、「土佐の観光創生塾」受講者による連携の取組などを支援する</p> <p>⇒別図〈観01〉参照(p.544) 別図〈観03〉参照(p.546)</p>	<p>全国から誘客できるアウトドア拠点や核となる観光拠点の整備と再活性化</p>	<p>2か所(H27) ↓ 3か所(H30) ↓ 10か所</p>
<p>【観】 ◆観光創生塾を活用した地域の事業者連携(地域観光クラスター化)の促進支援と売れる観光商品づくり(産業観光を含む) (H29年度に終了)</p>	<p>地域地域における自律的・持続的な観光地づくりの推進及び地域観光を担う人材の育成に向け、「土佐の観光創生塾」を開催し、地域コーディネーターを配置するとともに、地域観光クラスター化を促進するための取組を支援する</p>	<p>地域観光クラスター化の促進</p>	<p>—(H27) ↓ 17クラスター(H29)</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
アウトドア拠点の整備				
県地域観光課：観光拠点等整備事業補助金などによる、全国的なブランド力を持つ企業の監修による計画づくりや整備への取組支援				
観光拠点の整備				
県地域観光課：観光拠点等整備事業費補助金による、全国からの誘客につながる広域観光の核となる拠点整備の取組支援 <ul style="list-style-type: none"> ・観光拠点整備支援 ・観光資源創出支援 ・観光商品磨き上げ支援 ・広域観光圏二次交通支援 				
地方創生の核となる観光拠点の再活性化と食・自然が一体となった観光クラスターの整備				
県地域観光課、市町村、広域観光組織、地元事業者等： <ul style="list-style-type: none"> ・庁内プロジェクトチームの編成、関係市町村との情報共有等を通じたマスタープランの作成 ・役割分担に基づく県の整備計画づくり、部局間調整(庁内推進チームの設置)、市町村を中心とした地元検討委員会等の設置 ・県の整備計画に基づくハード整備の実施、市町村の実施するハード・受入体制整備、観光事業者が連携して実施する観光クラスター形成支援 				
地域観光クラスター形成への支援				
県地域観光課：観光拠点等整備事業補助金による、「土佐の観光創生塾」受講者を中心とした地域観光クラスター形成への取組支援				
地域観光クラスター化と売れる観光商品づくりの促進				
県地域観光課： <ul style="list-style-type: none"> ・「土佐の観光創生塾」の開催(基礎コース6コマ、専門コース6コマ) ・地域コーディネーターによるハンズオン支援 ・事業者連携の促進によるクラスター形成支援 				

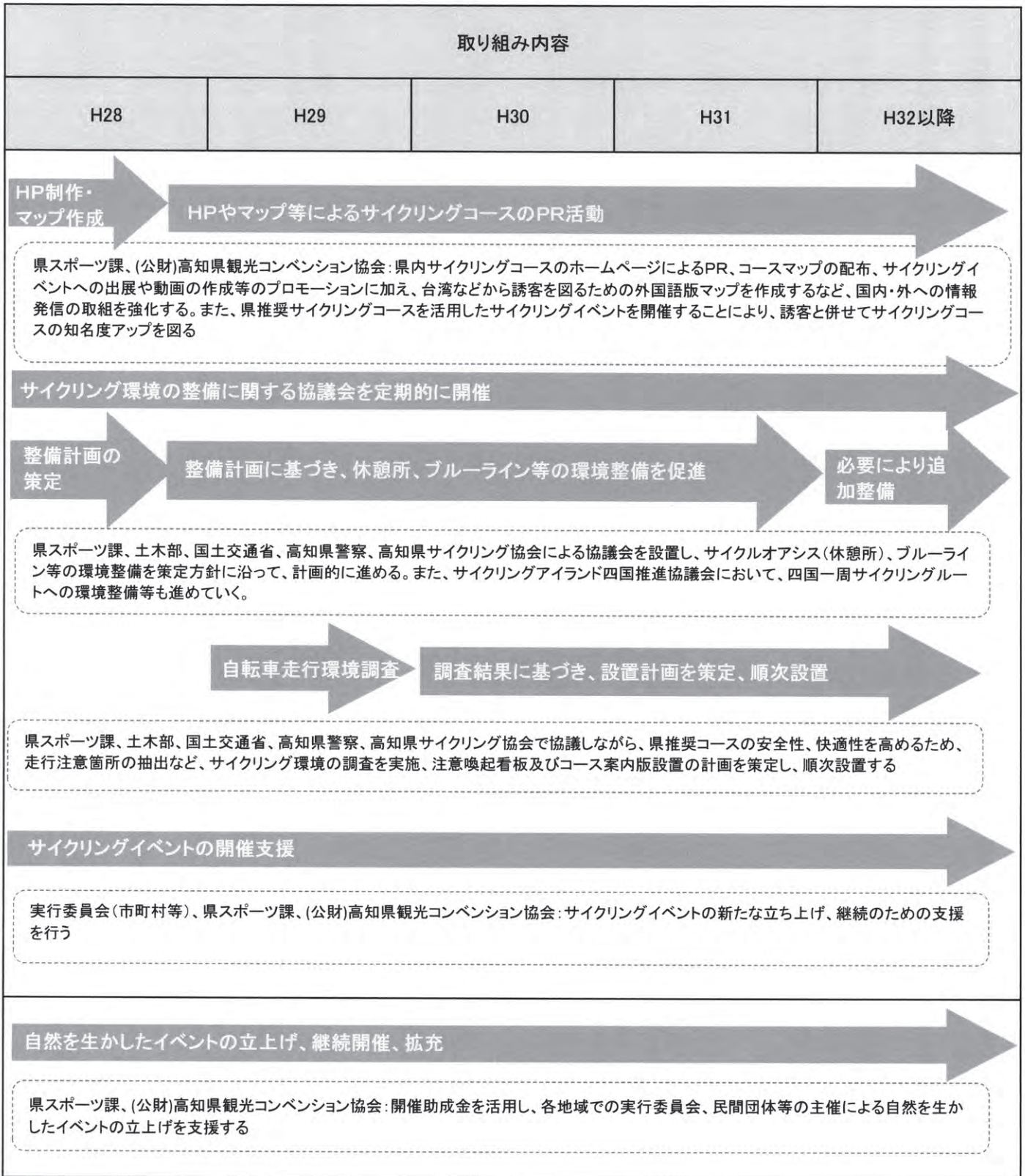
◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観05】 ◆広域観光組織の機能強化(H31 拡充)	広域観光組織が地域の観光地づくりをマネジメントしていくために必要な事業を展開するための体制づくりや周遊観光の推進、「土佐の観光創生塾」の開催や地域コーディネーターの配置による広域観光職員のスキルアップなど、広域的な観光地づくりを総合的に支援する	①広域観光組織の法人化 ②嶺北地域の主要観光施設及び主要宿泊施設の入込数	①3か所(H27) ↓ 4か所(H30) ↓ 5か所 ②主要観光施設 対過去3か年平均 20%増(H31) 主要宿泊施設 対過去3か年平均 10%増(H31)
【観06】 ◆地域コーディネーターの配置	広域観光組織の自律化や地域観光を担う人材の育成に向けて旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターを配置し、広域観光組織の機能強化のためのOJT支援や「土佐の観光創生塾」受講者へのハンズオン支援などを行う	地域コーディネーターの配置	2エリア(H27) ↓ 3エリア(H30) ↓ 3エリア

戦略の柱	1 戦略的な観光地づくり
取組方針	2 官民の一層の連携による広域観光組織の体制及び機能の強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>広域観光組織の総合的な支援</p> <p>県地域観光課: 広域観光推進事業費補助金による広域観光組織の機能強化支援や、周遊観光の推進等の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広域観光推進事業(組織自律化支援、ステップアップ支援 等) ・地域博覧会の開催支援(地域への誘客促進支援、認知度向上支援、受入体制の整備支援 等) <p>県地域観光課: 「土佐の観光創生塾」の開催や地域コーディネーターによるOJT支援を通じた、広域観光組織職員の観光商品造力やセールス等のスキルアップ支援</p>				
<p>広域観光組織の機能強化の支援</p> <p>県地域観光課: 地域コーディネーターの配置による、広域観光組織の自律化支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「土佐の観光創生塾」による人材育成 ・地域コーディネーターによるOJT支援 <p>広域観光組織のステージに応じた事業展開を支援</p> <p>県地域観光課: 地域コーディネーターの配置による、広域観光組織のステージに応じた事業展開支援</p>				
<p>観光創生塾受講者への支援</p> <p>県地域観光課: 地域コーディネーターの県内3エリアへの配置による、個々の事業者の熟度や課題に応じた適切なフォローを実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域コーディネーターによるハンズオン支援 ・売れる観光商品の造成支援 ・地域観光クラスター形成支援 等 <p>次期観光創生塾を通じた受講者への支援</p> <p>県地域観光課、広域観光組織: 学官協働による、地域が主体となった人材育成プログラムを踏まえた地域観光を担う人材育成支援</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【観07】 ◆サイクリングツーリズムの取組強化(県推奨サイクリングコースのPRとサイクリング環境整備の促進)</p>	<p>県推奨サイクリングコースのホームページによるPR、コースマップの配布及びプロモーション動画の作成に加え、台湾などから誘客を図るための外国語版マップを作成するなど、国内・外への情報発信の取組を強化する</p> <p>安全かつ快適にサイクリングを楽しんでいただくため、サイクリング環境の整備に向けて関係機関が連携して取り組みを行う</p> <p>サイクリストが高知で走るきっかけとするため、サイクリングイベントの開催支援を行う</p>	<p>サイクリングイベントの県外からの参加者数</p>	<p>927人(H27) ↓ 734人(H30) ↓ 2,000人</p>
<p>【観08】 ◆自然を生かしたスポーツイベントの開催促進</p>	<p>県外からの誘客を図るため、本県の強みである自然を活かしたイベントの立上げなどの開催支援を行う</p>	<p>自然環境を生かしたスポーツ大会支援事業助成金申請件数(開始3年以内の新規イベント)</p>	<p>- (H27) ↓ 2大会(817人)(H30) ↓ 6大会(1,750人)</p>

戦略の柱	1 戦略的な観光地づくり
取組方針	3 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進



分野	観光分野
戦略の柱	2 効果的なセールス&プロモーション

戦略の方向性	「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」の開催を通じたプロモーションとセールス活動の強化
--------	------------------------------------------------

戦略目標	目標
	温暖な気候や自然環境といった高知県の強みを生かし、年間通じたスポーツツーリズムの強化
	MICEの受入強化

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	効果的な広報・セールス活動の展開	<p>・「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」を通じ、官民一体となったセールス活動を展開</p> <p>・H25～30の県外観光客の入込数は、H27度末に掲げた目標(400万人以上)を6年連続で達成した</p> <p>・新たな観光素材が旅行商品化されること等により、県内各地域への誘客が進んだ</p> <p>・2月1日のキャンペーンスタートに合わせ、特設ウェブサイトの運用を開始した</p> <p>・首都圏等のマスメディアを通じた全国への情報発信の強化</p> <p>※首都圏等マスメディア情報発信事業による露出、広告換算効果</p> <p>H24実績:33件・広告換算13億6400万円 H25実績:50件・広告換算26億8000万円 H26実績:167件・広告換算29億6400万円 H27実績:201件・広告換算55億6200万円 H28実績:279件・広告換算22億4000万円 H29実績:546件・広告換算30億6300万円</p>	<p>・本県観光のさらなるレベルアップのためには、より戦略的な誘客戦略により、他県をリードしていくことが必要</p> <p>・多様化する旅行者のニーズや旅行商品の販売形態を踏まえつつ、歴史・食と組み合わせた自然・体験型の観光を前面に出した効果的なプロモーションが必要</p> <p>・WEB等を活用したきめ細やかな情報発信の強化が必要</p>
2	自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進【再掲】	<p>・競技団体や市町村、関係部局などと連携を密にとりながら、春野運動公園や土佐西南大規模公園の多目的グラウンドなどの施設整備と合わせて、アマチュアスポーツ合宿助成金制度等を活用し、アマチュアスポーツ合宿や大会誘致の取組を行ってきた</p> <p>・ホストタウン登録国(オランダ、シンガポール、オーストラリア、チエコ、トンガ、ハンガリー、キルギス)等を中心としたスポーツ交流活動の実施や、関係者の招へい、合宿受入を行うなど、関係性を深めながら誘致活動に取り組んだ</p> <p>・ラグビーワールドカップ2019事前チームキャンプ誘致については、トンガ王国への訪問や、トンガの子供たちにラグビーボール等をプレゼントする「トンガ応援プロジェクト」の立ち上げなどにより、機運の醸成を図るとともに、トンガ代表チームの関係者による視察の受入などの誘致活動に取り組む、平成31年9月の受入が決定した。平成31年1月に受入準備委員会を設置し、受入に向けて準備を進めている。</p> <p>・高知龍馬マラソン2019大会については、前回大会に引き続き出走者が1万人を超え、県内をはじめ全国各地や海外から参加いただくなど、県内のイベントとして定着し、認知度が高まってきた。</p>	<p>・年間を通じた合宿、大会の受入のため、障害者スポーツ等の新たなターゲットの開拓</p> <p>・関係競技団体やキーマンとなる協力者等とのさらなる関係づくりや、誘致対象国と将来にわたって交流を継続していくレガシー構築のための仕組みづくり</p>
3	コンベンション等(MICE)の誘致活動の強化	<p>・継続的な助成制度等による支援を行うと同時に、販促ツールや過去の大会・学会のデータベースを構築し、効果的かつ効果的なセールスを実施するための基盤を整備</p> <p>・国際ミーティングエキスポ等展示会に積極的に参加し、主催団体等との関係構築に取り組んだ</p> <p>(H30実績)県外参加者数3万1千人</p> <p>・ゆかりの企業へのアプローチのためのターゲットを選定し、セールスを実施。新たなセールス先との関係構築に取り組んだ。</p>	<p>・専門性が求められ競合が激しい分野であるため、他県に比較して会場基盤や地理的条件など本県の弱みを補完しつつ強みを生かしたターゲットの絞り込みや、高知流MICEの企画提案、体制強化が必要</p> <p>・他県では既に蓄積されている大会主催者・関係者との信頼関係をしっかりと構築していく必要がある</p>

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:6万人	H30:9万人	11万人	13万人	15万人
H26:2.0万人	H29:3.1万人	4.0万人	5.0万人	5.0万人

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【観09】 ◆「自然&体験キャンペーン」の開催(H31新規)		○						
【観10】 ◆国内外のマスメディアやSNSを活用した情報発信の強化		○						
【観11】 ◆観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信		○						
【観12】 ◆四国ツーリズム創造機構の四国DMOに向けた連携(H31拡充)		○						
【観13】 ◆施設整備に合わせたアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致の強化		○						
【観14】 ◆2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、ラグビーワールドカップ2019の事前チームキャンプ等の誘致		○						
【観15】 ◆高知龍馬マラソンの開催		○						
【観16】 ◆中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致		○						
【観17】 ◆大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート		○						
【観18】 ◆高知県ゆかりの企業へのアプローチ		○						

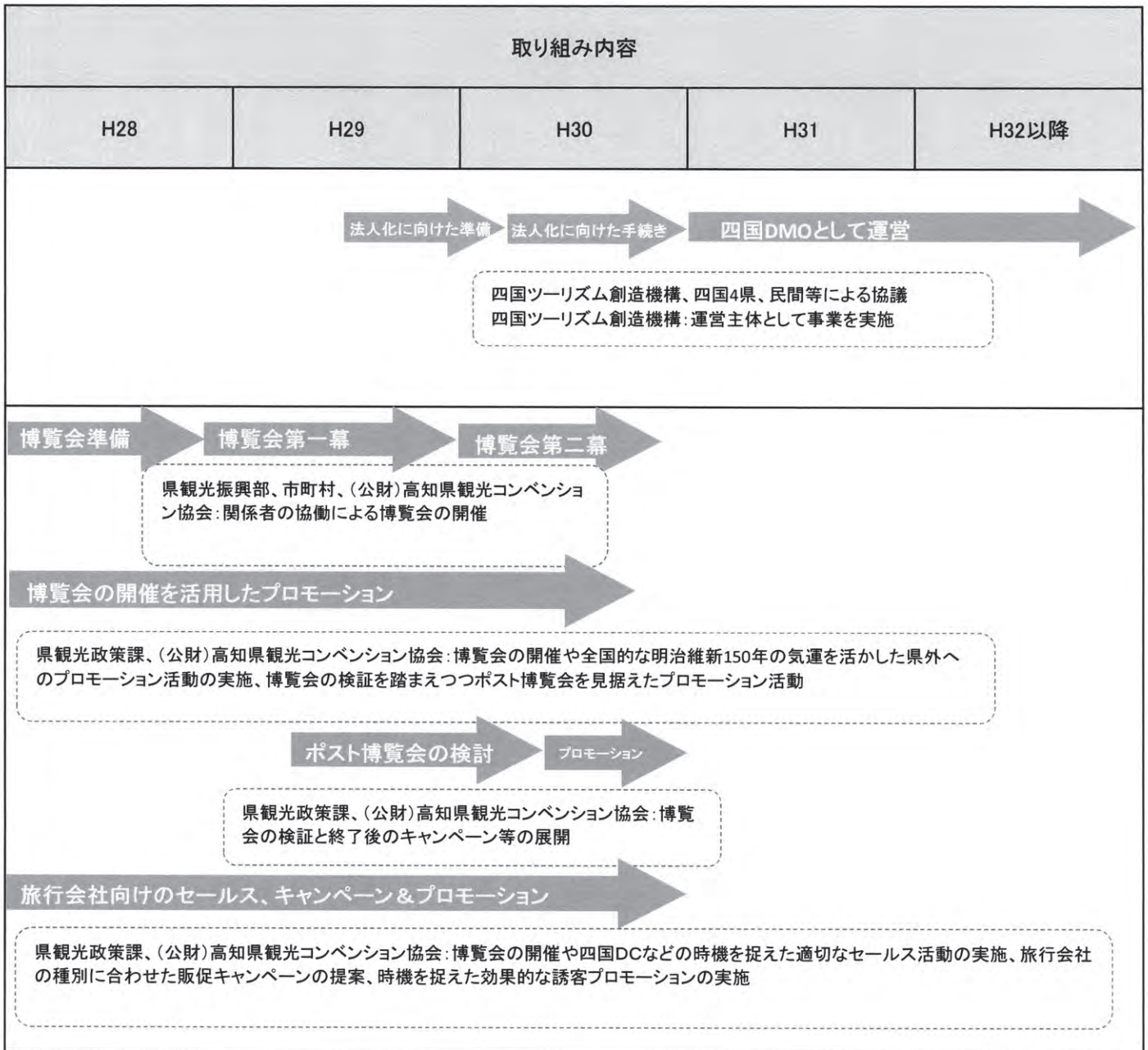
分野	観光分野
----	------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観09】 ◆「自然 & 体験キャンペーン」の開催(H31新規)	2020年が近づくとつれ全国的にスポーツ振興や自然体験の機運が盛り上がってくることが予想されること、また県内ではキャンプ場が整備されるなど自然を生かした観光施設やスポーツ拠点が順次整備されていくことなど、県内外の流れを踏まえ、自然景観や自然を活かした体験を前面に出した全県的な観光キャンペーンを展開することとし、これまで整えてきた歴史、食とあわせて観光基盤を整備しプロモーション活動を展開することで、持続的な観光振興につなげていく ⇒別図〈観01〉参照(p.544) 別図〈観02〉参照(p.545)	特設ウェブサイトのアクセス数	- (H30) ↓ 75万PV ※H31.2月から運用開始
【観10】 ◆国内外のマスメディアやSNSを活用した情報発信の強化	全国及び海外における本県観光の認知度拡大、誘客促進を図るため、首都圏等のマスメディアへの積極的な情報発信を実施することにより、テレビ・雑誌等の媒体で取り上げてもらうパブリシティ活動を強化する	マスメディア等の媒体での露出件数	201件(H27) ↓ 546件(H29) ↓ 401件以上
【観11】 ◆観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信	観光客が、スマートフォンから容易に高知県の観光情報等が取得できるよう、地図サポートアプリケーションを制作し、観光情報の発信を行うとともに、利用者の移動の利便性を向上させることにより、周遊促進を図る	観光サポートアプリのダウンロード数	- (H27) ↓ 17,561件(H30累計) ↓ 1万件

戦略の柱	2 効果的なセールス&プロモーション
取組方針	1 効果的な広報・セールス活動の展開

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p style="text-align: right;">キャンペーンの開催</p> <p style="text-align: right;">県観光振興部、市町村、(公財)高知県観光コンベンション協会、民間事業者:関係者の協働によるキャンペーン等の展開</p> <p style="text-align: right;">プロモーション</p> <p style="text-align: right;">県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:幕末維新博の検証と全国的な機運の盛り上がりを生かした県内外のプロモーション活動の実施</p> <p style="text-align: right;">旅行会社向けのセールス、キャンペーン&プロモーション</p> <p style="text-align: right;">県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:キャンペーン展開などに合わせた適切なセールス活動の実施、旅行会社の種別に合わせた販促活動の提案、時機を捉えた効果的な誘客プロモーションの実施</p> <p style="text-align: right;">顧客の評価を体験事業者等にフィードバックする機会の創出</p>				
<p>首都圏等でのパブリシティ活動の推進</p> <p>県観光政策課、おもてなし課:マスメディアのネットワークを活用したパブリシティ活動の推進と海外向けのパブリシティ活動の強化による高知県の露出拡大</p>				
<p>スマートフォンアプリを活用した地域の観光資源の情報発信</p> <p>県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:地図サポートアプリケーションを活用した、きめ細かな情報発信による観光客の周遊促進・誘導強化、蓄積データによる観光客動向の分析とマーケティングへの活用</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観12】 ◆四国ツーリズム創造機構の四国DMOに向けた連携(H31拡充)	四国を一つの観光地域としてマーケティングやマネジメント等を行うことのできる観光地域づくり組織(DMO化)の立ち上げに向けて、金融機関や交通機関など民間活力の幅広い導入などについて支援していく	H30年度中のDMO化	- (H29) ↓ 法人格の取得・DMO法人登録(H30)
【観】 ◆「志国高知 幕末維新博」の開催(H30年度に終了)	大政奉還150年にあたる平成29年と、明治維新150年にあたる平成30年を大きなチャンスと捉え、「志国高知 幕末維新博」を開催する 博覧会を通じて、県内の様々な史跡などの歴史資源を磨き上げ、地域地域に歴史観光の基盤を整える 磨き上げた歴史資源と、地域の食・自然などが一体となった周遊コースを作り上げ、地域の産業群となる観光クラスターを整備し、博覧会終了後の持続的な観光振興につなげる	①メイン会場(県立坂本龍馬記念館)の入館者数 ※H30.4.21オープン ②メイン会場(県立高知城歴史博物館)の年間入館者数 ※H29.3.4オープン	13万人(H28) ↓ 22万人(H30) - (H27) ↓ 32万人(H30)



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【観】</p> <p>◆ポスト幕末維新博に向けた準備対応(キャンペーン戦略の策定と一部先行実施) (H30年度に終了)</p>	<p>2020年が近づくにつれ全国的にスポーツ振興や自然体験の機運が盛り上がってくることが予想されること、また県内ではキャンプ場が整備されるなど自然を生かした観光施設やスポーツ拠点が順次整備されていくことなど、県内外の流れを踏まえ、自然景観や自然を活かした体験を前面に出した全県的な観光キャンペーンを展開することとし、これまで整えてきた歴史、食とあわせて観光基盤を整備しプロモーション活動を展開することで、持続的な観光振興につなげていく</p>	<p>キャンペーンサイトの構築</p>	<p>- ↓ キャンペーンサイトの構築(H30)</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
		<p>ポスト維新博の準備対応</p> <p>県観光振興部、市町村、(公財)高知県観光コンベンション協会、民間事業者:関係者の協働によるキャンペーン等の展開</p> <p>プロモーション</p> <p>県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:幕末維新博の検証と全国的な機運の盛り上がりを生かした県内外のプロモーション活動の実施</p> <p>旅行会社向けのセールス、キャンペーン&プロモーション</p> <p>県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:キャンペーン展開などに合わせた適切なセールス活動の実施、旅行会社の種別に合わせた販促活動の提案、時機を捉えた効果的な誘客プロモーションの実施</p>		

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観13】 ◆施設整備に合わせたアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致の強化	県、(公財)高知県観光コンベンション協会、市町村、競技団体等が連携を密にし、春野総合運動公園や土佐西南大規模公園の施設整備に合わせて、大学、社会人等のアマチュアスポーツの合宿・大会誘致を強化する。また、年間を通じた合宿、大会の受入のため、障害者スポーツ等の新たなターゲットの開拓にも取り組む。	アマチュアスポーツ合宿による県外宿泊者数(人泊)	35,536人泊(H27) ↓ 44,891人泊(H30) ↓ 55,000人泊
【観14】 ◆2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、ラグビーワールドカップ2019の事前チームキャンプ等の誘致・受入	2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会及びラグビーワールドカップ2019の日本開催を好機と捉え、関係機関と連携し、事前チームキャンプ等の誘致活動や受入環境の整備を行う。 また、大会終了後は、受入国との継続した交流を図り、地域の活性化につなげるとともに、受入により培ったノウハウをトップリーグチーム等の合宿誘致・受入に活かす	①2020年オリンピック・パラリンピック競技大会の事前合宿や視察等の受入回数 ②ラグビーワールドカップ2019代表チームの事前キャンプ等の受入チーム数	- (H27) ↓ 14回(H30) ↓ 12回以上 - (H27) ↓ -(H30) ↓ 1チーム以上
【観15】 ◆高知龍馬マラソンの開催	高知龍馬マラソンの開催を通じて、県民のスポーツや健康への関心を高めるとともに、県内外、国外から多くの方に参加いただくため、安心・安全な大会運営や魅力的な大会づくりを行う。	高知龍馬マラソンへの出走者数	6,543人(H27) ↓ 11,956人(H31.2) ↓ 1万人規模の大会継続

戦略の柱	2 効果的なセールス&プロモーション
取組方針	2 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進【再掲】

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>施設整備に合わせた大学、社会人等のアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致</p> <p>県スポーツ課、(公財)高知県観光コンベンション協会、市町村、競技団体:各団体が連携を密にし、春野総合運動公園や土佐西南大規模公園の施設整備に合わせて、大学、社会人等のアマチュアスポーツの合宿・大会誘致を強化する。</p>				
<p>2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会 事前合宿招致・受入環境整備</p> <p>事前合宿等の受入</p> <p>県スポーツ課、市町村、競技団体、施設の管理者、宿泊施設等が連携しながら、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の事前合宿誘致等及び受入の環境整備を行う。大会終了後も受入国と交流を行うなどして、レガシーの構築や継続と地域の活性化につなげる。</p>				
<p>ラグビーワールドカップ2019事前チームキャンプ誘致・受入環境整備</p> <p>チームキャンプの受入</p> <p>継続した合宿の受入</p> <p>県スポーツ課、(公財)高知県観光コンベンション協会、市町村、高知県ラグビーフットボール協会、施設の管理者、宿泊施設等が連携しながら、ラグビーワールドカップ2019の事前チームキャンプ誘致等及び受入の環境整備を行う。大会終了後も受入国と交流を行うとともに、受入により培ったノウハウをトップリーグチームの合宿誘致・受入に生かす。</p>				
<p>1万人規模の大会継続に向けた魅力ある大会づくり</p> <p>県スポーツ課、市町村等関係機関と連携しながら、高知龍馬マラソンへの参加者1万人規模の大会継続に向けて、ランナーにとって「安心・安全な」大会運営及び魅力ある大会づくりを行う。</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【観16】 ◆中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致</p>	<p>県の協定締結企業や観光特使など、誘致先となり得るネットワークを最大限活用し、企業研修や企業ミーティング、学会等の誘致を進める あわせて、本県の強みである食や自然を活かした、他県にはない魅力的なメニューの提案を行う</p>	<p>コンベンション等の開催件数</p>	<p>55件(H26) ↓ 120件(H29) ↓ 106件</p>
<p>【観17】 ◆大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート</p>	<p>大会を受け入れる業界団体や大学等との連携を強化するとともに、地元事務局となる県内の大学等との関係強化を図る また、会場基盤や地理的条件など本県の弱みを補完し、強みである「食」や「自然」などを活かした特色ある高知流MICEの企画・調整を行う</p>	<p>コンベンション等の開催件数</p>	<p>55件(H26) ↓ 120件(H29) ↓ 106件</p>
<p>【観18】 ◆高知県ゆかりの企業へのアプローチ</p>	<p>明治期に高知出身の人物が創業・発展に携わり、殖産興業の発展に寄与したゆかりの企業に対し、幅広い視点からアプローチを行う</p>	<p>ゆかりの企業とのタイアップの件数</p>	<p>－(H29) ↓ －(H30) ↓ 8件</p>

戦略の柱	2 効果的なセールス&プロモーション
取組方針	3 コンベンション等（MICE）の誘致活動の強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>セールス展開 → 実績を積み、評価を高める → 誘致活動の継続</p> <p>観光政策課：庁内PT開催（関係部局との情報共有と連携強化） 観光政策課・庁内各課室、県外事務所、（公財）高知県観光コンベンション協会：企業等へのセールス（協定締結企業、協働の森、病院等） （公財）高知県観光コンベンション協会、県外事務所：大会等の運営本部等訪問 （公財）高知県観光コンベンション協会：国際ミーティングエキスポ（IME）等への出展、旅行会社への企画提案や、商品素材の提供など、 セールスの強化、高知の強みを活かした魅力的なオプションツアーや会合スポット（ユニークベニュー）の提案</p>				
<p>業界団体や大学等との関係強化 → 実績を積み、評価を高める → 取り組みの継続</p> <p>（公財）高知県観光コンベンション協会：県内事務局となる大学関係者、宿泊施設・会場関係者等の訪問、大会関係者への会場、懇親会 会場、魅力的な観光資源の情報提供や郷土芸能等手配調整、会場・宿泊施設等との連絡会を開催し、連携を強化 （公財）高知県観光コンベンション協会、施設関係者：高知ならではの会議・会合スポットの企画や調整</p>				
<p>企業選定 セールス → セールス展開 具体的なタイアップ展開 → 取り組みの継続・拡大</p> <p>県観光政策課、（公財）高知県観光コンベンション協会：高知出身の人物が創業・発展に携わり、殖産興業の発展に寄与したゆかりの企業 をピックアップ 県観光政策課、（公財）高知県観光コンベンション協会、県外事務所：ピックアップしたゆかりの企業に対してタイアップの具体的内容につい てヒアリングし、個別に企画の提案を行い、セールスを実施</p>				

分野	観光分野
戦略の柱	3 OMOTENASHI（おもてなし）の推進

戦略の方向性	外国人観光客にも対応した受入基盤の抜本的整備
--------	------------------------

戦略目標	目標	
	観光客満足度調査における「大変良い」、「良い」の回答の割合の増加	「宿泊先」「観光施設」
		「食事処・料理店」
	「おもてなしトイレ」における満足度（「大変良い」、「良い」）の割合	
	「おもてなしタクシー」における満足度（「大変良い」、「良い」）の割合	

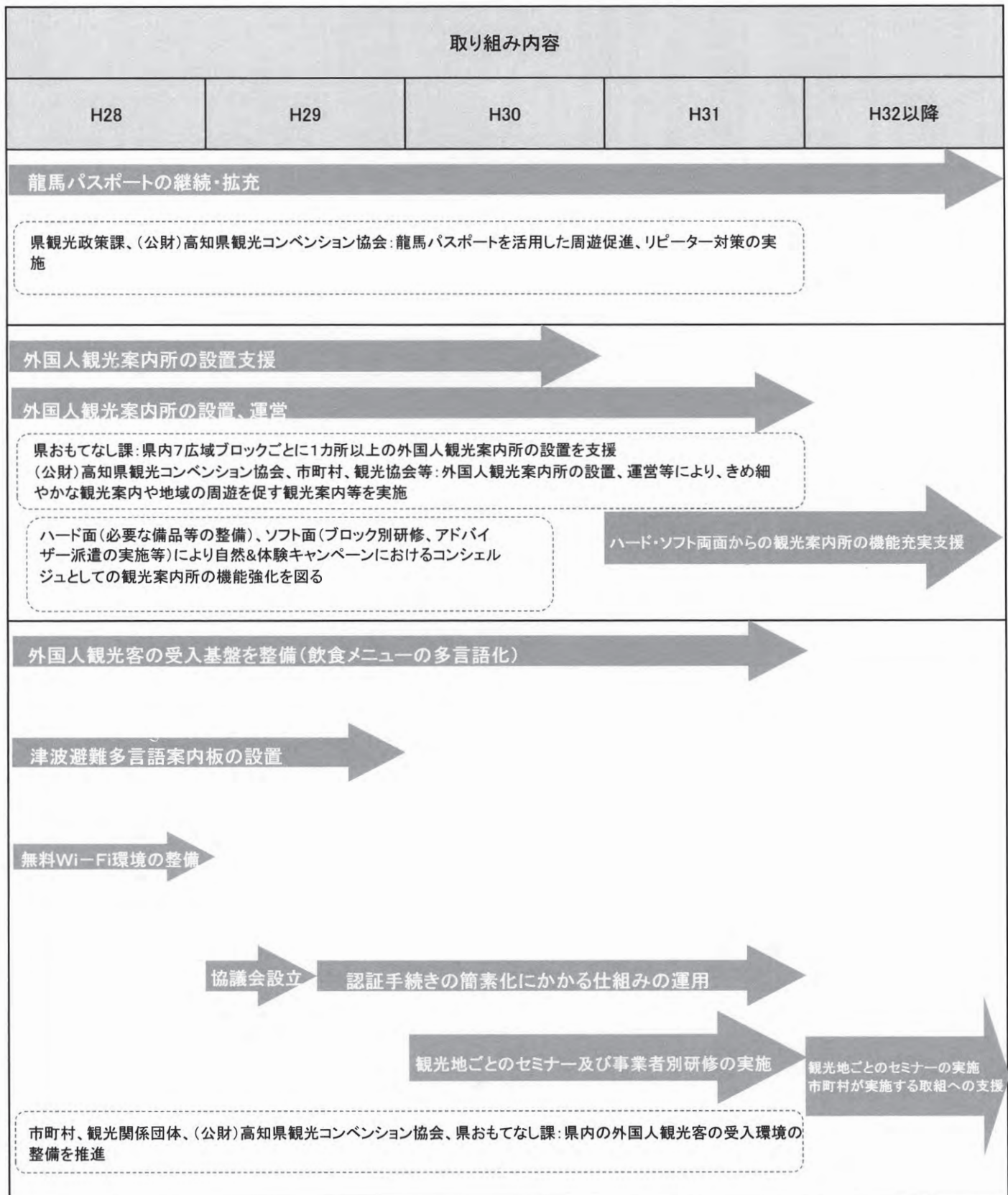
NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境整備	<ul style="list-style-type: none"> ・「龍馬パスポート」を活用した県内周遊・リピーターの促進 ・外国人観光客の受入環境整備を市町村と連携しながら官民協働で強力に推進し、受入環境が整いつつある 	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客へ着地でのきめ細かな観光情報を提供するための外国人観光案内所の設置数の拡大 ・外国人観光客の満足度を高めるための受入基盤のさらなる環境整備
2	観光客の満足度をさらに高めるおもてなしの取組	<ul style="list-style-type: none"> ・観光案内板や観光地の公共トイレ等の整備を支援し、また、おもてなしタクシーの利用促進などを進めることにより、観光客の満足度は全体的に高い傾向にある 	<ul style="list-style-type: none"> ・満足度は全体的に高い傾向にありつつも横ばいであり、もう一段高めるためには、接客マナーの向上などさらなる改善が必要 ・おもてなしトイレ、おもてなしタクシーへの誘導並びに利用促進

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:77%	H29:79%	78%	79%	80%
H26:79%	H29:80%	80%	80%	80%
-	H29:91%	80%	80%	80%
-	H29:77%	80%	80%	80%

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【観19】 ◆龍馬パスポートの継続と拡充	○	○						
【観20】 ◆きめ細かな観光情報の提供(県内広域7ヵ所(ブロック)全てに外国人観光案内所の設置)(H31拡充)	○	○						
【観21】 ◆観光基盤の整備(受入態勢の充実)(H31拡充)	○	○						
【観22】 ◆バリアフリー観光の推進	○	○						
(再掲)【観11】 ◆観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信		○						
【観23】 ◆おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大	○	○						
【観24】 ◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ガイド団体の育成支援	○	○					○	

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観19】 ◆龍馬パスポートの継続と拡充	高知県を訪れる観光客の県内周遊を促進するためのツールとして、また、リーダーとなるきっかけづくりを行うため、「龍馬パスポート」事業を継続・拡充する	龍馬パスポート(青)の利用者数	146,902人(H27) ↓ 193,508人(H29) ↓ 23万人
【観20】 ◆きめ細やかな観光情報の提供(県内広域7カ所(ブロック)全てに外国人観光案内所の設置)(H31拡充)	きめ細やかな観光情報を提供するため、観光案内所の機能充実を図る ・県内広域7ブロックに外国人観光案内所の設置を進める ・県全域の観光案内所ができる総合案内所、県内広域7ブロックの拠点となる観光案内所の設置を進める ⇒別図〈観01〉参照(p.544)	①外国人観光案内所の設置箇所数 ②総合案内所、拠点となる案内所の設置箇所数	①3か所(H26) ↓ 13か所(H30) ↓ 15か所 ②13か所(H30) ↓ 14か所
【観21】 ◆観光基盤の整備(受入態勢の充実)(H31拡充)	外国人観光客の満足度を高めるため、受入基盤を整備する ・飲食店の多言語メニュー作成の支援及び普及拡大 ・主要観光地への津波避難場所等を表示した多言語案内板の設置(H29年度に終了) ・観光施設・観光地等への無料Wi-Fi環境の整備 ・無料Wi-Fi認証手続きの簡素化の推進 ・外国人観光客とのコミュニケーション力の向上のための研修の実施 ⇒別図〈観01〉参照(p.544)	①メニューを多言語化した飲食店の数 ②津波避難多言語案内板の設置数 ③無料Wi-Fi環境の整備箇所数 ④Free Spotを含むWi-Fi提供市町村の協議会への参画数 ⑤研修受講事業者数	①—(H27) ↓ 127店舗(H28) ↓ 800店舗 ②3か所(H27) ↓ 14か所(H28) ↓ 30か所(H29) ③19か所(H27) ↓ 82か所(H28) ↓ 87か所(H29) ④—(H28) ↓ 34市町村(H29) ↓ 25市町村以上(H29) ⑤—(H29) ↓ 25事業者(H30) ↓ 80事業者

戦略の柱	3 OMOTENASHI (おもてなし) の推進
取組方針	1 国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境整備



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観22】 ◆バリアフリー観光の推進	高齢者や障害者、外国人など多様なニーズを持つ観光客にきめ細やかな情報提供ができるようバリアフリー観光の相談態勢を整える	バリア情報、バリアフリー情報の収集件数	－(H29) ↓ 宿泊施設40件 観光施設40件 交通施設10件 (H30) ↓ 宿泊施設100件 観光施設100件 交通施設30件

分野	観光分野
----	------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観23】 ◆おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大	観光地で清潔でおもてなしの心が感じられるおもてなしトイレの拡大を図る おもてなしの心が感じられる観光ガイドタクシー(おもてなしタクシー)の拡大を図る	①おもてなしトイレの認定数 ②おもてなしタクシーの稼働数	①696か所(H26) ↓ 831か所(H30) ↓ 850か所 ②284人(H26) ↓ 357人(H31.2月末) ↓ 600人
【観24】 ◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ガイド団体の育成支援	県内各地域の観光ガイド団体の連携や質の高いガイドの技術の習得を目的とする研修会の開催や外国人対応のできるガイドの育成	観光ガイド団体数	28団体(H26) ↓ 45団体(H30) ↓ 45団体

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>県関係各課、県コンベンション協会、広域観光協議会、観光協会、観光事業者等：現地調査により観光施設のバリア情報、バリアフリー情報を蓄積及び理解推進のための研修会の開催</p>				

戦略の柱	3 OMOTENASHI（おもてなし）の推進
取組方針	2 観光客の満足度をさらに高めるおもてなしの取組

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>県おもてなし課、市町村等：清潔でおもてなしの心が感じられるトイレ「おもてなしトイレ」の普及拡大を図り、観光客の満足度を向上させる 県おもてなし課、(公財)高知県観光コンベンション協会、タクシー業界団体：おもてなしの心が感じられるおもてなしタクシーの普及拡大を図り、観光客の満足度を向上させる</p>				
<p>おもてなし課：県内各地域の観光ボランティアガイド団体や観光事業者等が観光客におもてなしの心で対応できるよう研修会等を実施</p>				

分野	観光分野
戦略の柱	4 国際観光の推進

戦略の方向性	外国人観光客のニーズに対応した商品づくりと高知県の認知度を飛躍的に向上するプロモーションの展開
--------	-------------------------------------------------

戦略目標	目標
	観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数 ※()内は、観光庁公表数値のうち従業員数10人以上の宿泊施設での宿泊者数 H28年度からは、観光庁公表数値のうち全国で一般的に使用されている従業員数10人以上の宿泊施設と従業員数10人未満の宿泊施設の宿泊者数を合わせた数値を使用

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	効果的な広報・セールス活動の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・国内外の旅行博・商談会への参加数 H25:4回、H26:14回、H27:22回、H28:16回、H29:23回、H30:45回 ・外国人向け観光情報サイト「VISIT KOCHI JAPAN」(5言語)の開設(H27.9月～) 	<ul style="list-style-type: none"> ・全国的に見ると高知県への外国人観光客はまだまだ少なく、認知度向上に向けた取組が必要(平成30年外国人延べ宿泊者数全国46位)
2	外国人向け旅行商品の販売促進	<ul style="list-style-type: none"> ・海外旅行会社等ファムツアーの実績 H25:9回、H26:20回、H27:19回、H28:40回、H29:45回、H30:59回 	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客の嗜好やニーズに対応した旅行商品の作成が必要 ・海外市場向けのキラーコンテンツづくり
3	高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・国際チャーター便の運航実績 H28:2便、H29:10便、H30:5便 	<ul style="list-style-type: none"> ・国際定期路線化を見据えたチャーター便の誘致 ・アクセス環境の向上
4	国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・観光庁の広域観光周遊ルートに四国が認定(H27年6月、事業期間:3年間(～H29年)) ・市場調査・戦略策定(5年間のロードマップ作成) ・滞在型コンテンツの作成 ・海外旅行博でのプロモーション(フランスSMT、シンガポールTravel Revolutionへの出展他) ・四国4県による旅行博・商談会等への参加 ・Visit Japan事業での旅行会社及びメディア招請 ・東京都・中国・四国連携事業(H28年4月～) ・訪日外国人旅行者周遊促進事業の活用(H30.6～) 	<ul style="list-style-type: none"> ・四国地域への外国人観光客もまだまだ少ないことから、さらなる外国人観光客の誘客には四国4県や国際線をもつ他の自治体等との連携した取組が必要(平成30年外国人延べ宿泊者数 全国における四国の割合1%)
5	2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的な活用	<ul style="list-style-type: none"> ・全国のよさこい団体との連携による事業を展開 ・2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会設立(H29年3月～)37都道府県91団体(平成31年3月現在) ・総会、理事との意見交換会を開催 ・オリパラ開閉会式等でのよさこい演舞を目指した共通認識(キーコンセプト)や事業計画等の決定 ・理事等による組織委員会会長、副会長等への要望実施 ・世界各地で、よさこいチームの立ち上げやよさこいの祭りを開催 28カ国/地域(平成31年3月現在) 	<ul style="list-style-type: none"> ・本県の主要な観光資源の一つである「よさこい」を「日本の祭り」として世界へアピールし、世界での「よさこい」と「発祥の地高知」の認知度を飛躍的に高めるには、以下の取組が必要 ・全国200以上の「よさこい」が一体となってオールジャパンでPRを展開すること ・世界各地での「よさこい(祭・イベント・チーム)」の定着による世界的な広がりを図ること

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26: 38,590人泊 <small>(3万人泊)</small>	76,100人泊 <small>(H30速報値)</small>	14.8万人泊	22万人泊	30万人泊

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【観25】 ◆クロスメディアによる情報発信と国内外のマスメディアと連携した露出の強化(H31拡充)		○						
【観26】 ◆海外旅行博でのプロモーション		○						
(再掲)【観12】 ◆四国ツーリズム創造機構の四国DMOに向けた連携(H31拡充)		○						
【観27】 ◆対象市場の拡充とニーズに合った旅行商品の販売促進(H31拡充)		○						
【観28】 ◆国際チャーター便の戦略的な誘致拡大と商品造成販売(H31拡充)		○	○					
【観29】 ◆広域周遊観光の促進		○						
【観30】 ◆「よさこい」の全国ネットワークの構築(H31拡充)		○						
【観31】 ◆海外(世界)に向けたプロモーションの展開		○						

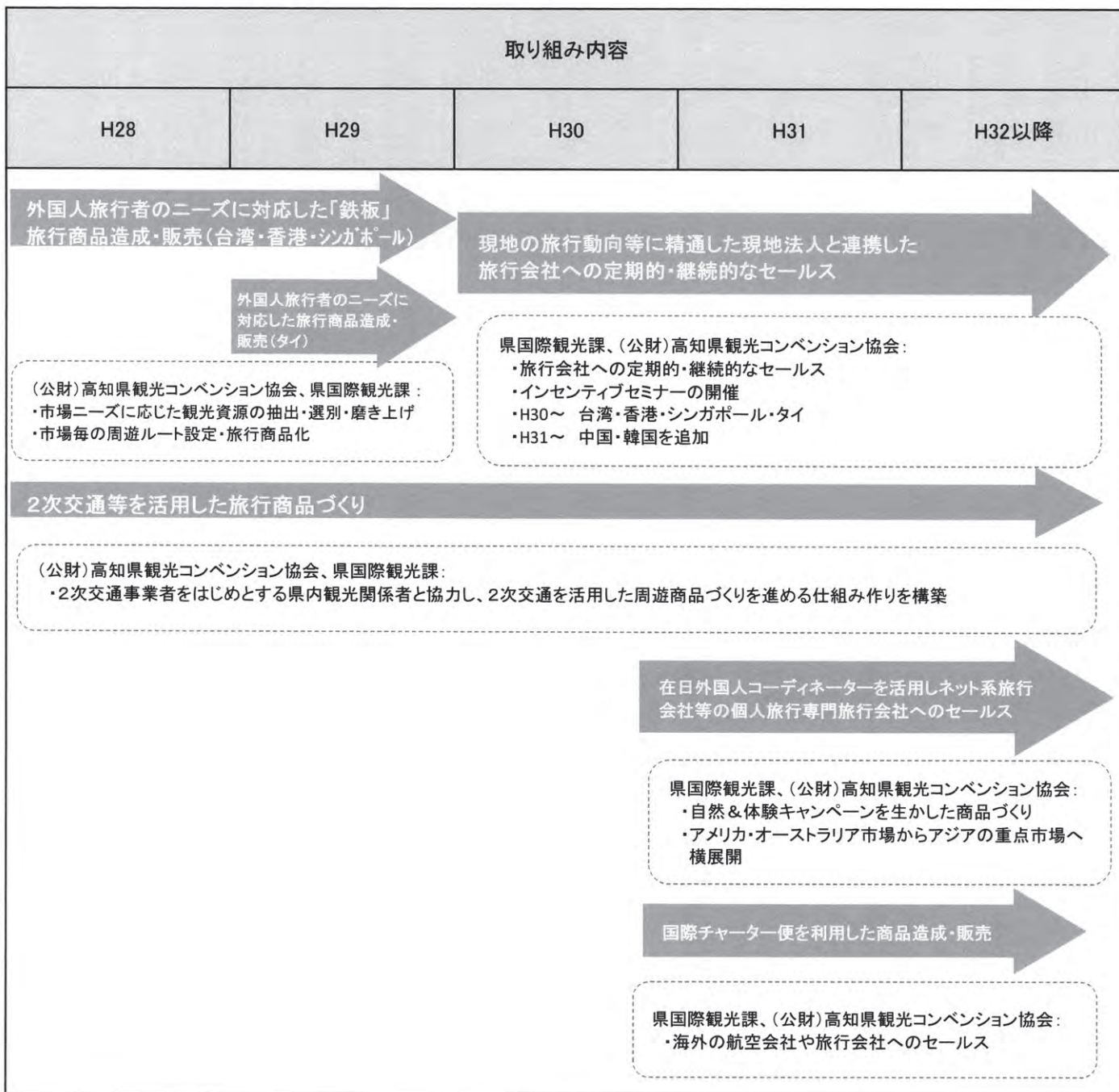
◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【観25】 ◆クロスメディアによる情報発信と国内外のマスメディアと連携した露出の強化(H31拡充)</p>	<p>海外における当県の認知度を向上させるため、外国人向けウェブサイト「VISIT KOCHI JAPAN」及び連動したSNSなどによる情報発信、旅行情報サイトとの連携と、在日外国人メディア招請や海外メディアのモニターツアー招請による露出強化</p> <p>⇒別図〈観04〉参照(p.547)</p>	<p>外国人向けウェブサイト「VISIT KOCHI JAPAN」のページビュー(PV)数</p>	<p>15,000PV(H27) ↓ 332,442PV(H29) ↓ 130,000PV</p>
<p>【観26】 ◆海外旅行博でのプロモーション</p>	<p>当県を含む旅行商品の造成を促進するため、ターゲット市場における海外旅行博等に四国または高知で出展し、あわせて現地旅行会社等への個別セールスを行う</p>	<p>海外旅行博等出展回数</p>	<p>14回(H27) ↓ 23回(H29) ↓ 25回</p>

戦略の柱	4 国際観光の推進
取組方針	1 効果的な広報・セールス活動の展開【再掲】

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>インターネットを活用した情報発信の強化</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県国際観光課:海外での認知度を向上させ、本県へのさらなる誘客を図るため、インターネットを活用して国内外への情報発信を強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多言語による情報発信WEBサイトの充実 ・旅行情報サイト等との連携 ・SNSを使った口コミによる情報拡散 				
<p>国内外のメディアを活用した情報発信の強化</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課、国際観光課:海外での認知度を向上させ、本県へのさらなる誘客を図るため、メディアを活用して国内外への情報発信を強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内外メディア招請等による取材支援 ・海外メディア等への情報発信の強化 ・台湾・香港・シンガポール・タイ・中国・韓国・アメリカ・オーストラリア対象 				
<p>現地メディアを活用した情報発信の強化</p> <p>県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会:海外での認知度を向上させ、本県へのさらなる誘客を図るため、重点市場(台湾・香港・シンガポール・タイ)において現地メディアを活用した情報発信を強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H30～ 中国・韓国も対象に追加 ・現地メディアへの定期的なセールス ・現地雑誌、テレビ、ブログ等での情報発信 ・現地での情報交換会の開催(台湾) 				
<p>在日外国人コーディネーターを活用した情報発信の強化</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県国際観光課:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H30～ アメリカ・オーストラリア対象 ・外国人の目線で観光の魅力を発信 ・個人旅行者の嗜好を深掘りするマーケティングを実施 				
<p>海外旅行博等でのプロモーション</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県国際観光課:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内外での商談会・旅行博等への参加 ・現地旅行会社への個別営業 ・海外拠点(シンガポール・台湾・香港等)を活用した情報収集およびフォロー H30:台湾、香港、シンガポール、タイ H31:中国、韓国、アメリカ、オーストラリア 				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【観27】 ◆対象市場の拡充とニーズに合った旅行商品の販売促進(H31拡充)</p>	<p>本県のターゲット市場のニーズ(嗜好等)に応じた商品を造成するため、高知の魅力を感じることができる「鉄板」観光資源で構成された、各市場毎の「周遊ルート」設定と「旅行商品」の造成・販売を行うとともに、四国内を周遊できる鉄道バス「ALL SHIKOKU RAIL PASS」及び路線バスの利用促進事業やレンタカー企画事業を推進</p> <p>⇒別図〈観04〉参照(p.547)</p>	<p>観光庁宿泊統計調査 外国人延べ宿泊者数 (従業員数10人未満 の施設含む)</p>	<p>38,590人泊(H26) ↓ 76,100人泊(H30) ↓ 148,000人泊</p>

戦略の柱	4 国際観光の推進
取組方針	2 外国人向け旅行商品の販売促進



分野	観光分野
----	------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観28】 ◆国際チャーター便の戦略的な誘致拡大と商品造成販売(H31拡充)	海外からのアクセス環境を向上させるため、国際定期路線化を見据え、高知龍馬空港の整備と連携した国際チャーター便や四国内の空港を活用したチャーター便の誘致拡大を図る ⇒別図〈観04〉参照(p.547)	国際チャーター便の運航数(高知龍馬空港)	4便(H28) ↓ 17便(H29) ↓ 30便

分野	観光分野
----	------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観29】 ◆広域周遊観光の推進	当県の外国人延べ宿泊者数を増加させるため、四国4県および国際線を持つ他の自治体等と連携し、広域での周遊ルートづくり(新規コンテンツの発掘含む)を進めるとともに周遊ルート上における観光案内の強化等を図る	観光庁宿泊統計調査外国人延べ宿泊者数(従業員数10人未満の施設含む)	38,590人泊(H26) ↓ 76,100人泊(H30) ↓ 148,000人泊

戦略の柱	4 国際観光の推進
取組方針	3 高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<div style="border: 1px solid gray; padding: 10px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p style="text-align: center;">国際チャーター便の誘致 </p> <p style="text-align: center;">県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会：高知龍馬空港や四国各県への国際チャーター便の運航を目指し、海外航空会社及び旅行会社へセールスを行う</p> </div>				

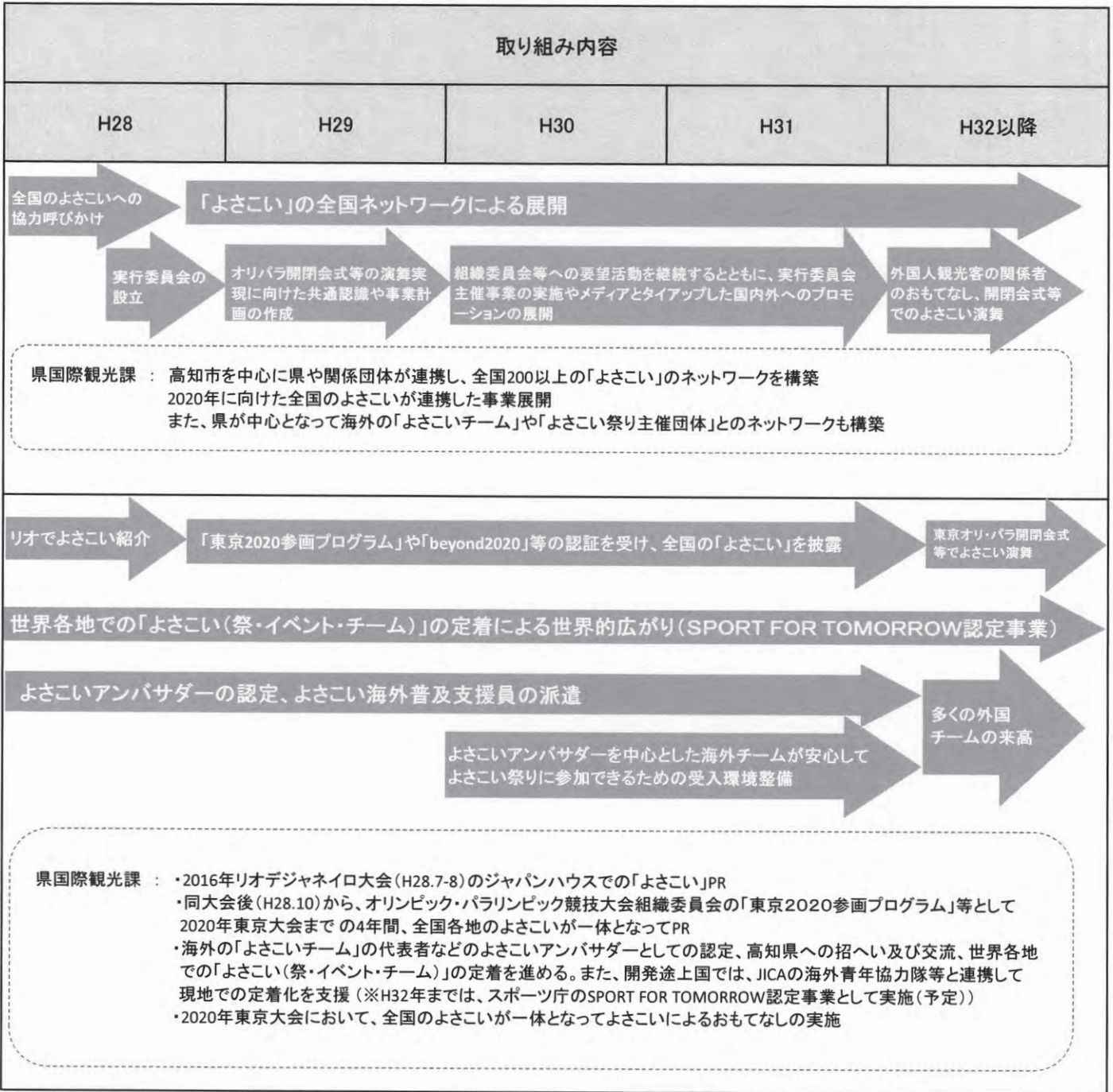
戦略の柱	4 国際観光の推進
取組方針	4 国際直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域国際観光

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 45%; text-align: center;"> <p>観光庁広域観光周遊ルート事業を活用した広域国際観光の推進 </p> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; margin: 5px auto; width: 80%;"> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県国際観光課： ・観光庁・四国広域観光周遊ルート事業(H27～H29)の推進</p> </div> </div> <div style="width: 45%; text-align: center;"> <p>観光庁訪日外国人旅行者周遊促進事業を活用した広域国際観光の推進 </p> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; margin: 5px auto; width: 80%;"> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県国際観光課： ・観光庁・訪日外国人旅行者周遊促進事業(H30.6～)の推進 ・二次交通のプロモーション等による誘客</p> </div> </div> </div>				
<p>その他国施策を活用した広域国際観光の推進 </p> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; margin: 5px auto; width: 80%;"> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県国際観光課： ・観光庁Visit Japan地方連携事業の推進(海外旅行博への出展や、旅行会社・海外メディア招請)</p> </div>				
<p>東京・中国地域(山陰・瀬戸内)・四国地域の連携による外国人旅行者誘致事業を活用した広域国際観光の推進 </p> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; margin: 5px auto; width: 80%;"> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県国際観光課： ・東京都・中国・四国連携事業での周遊ルートづくりや国内外の外国人によるファミツアー実施(H28～)</p> </div>				

分野	観光分野
----	------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【観30】 ◆「よさこい」の全国ネットワークの構築(H31拡充)</p>	<p>全国のよさこい主催団体と、県、よさこい祭振興会、高知市等が連携し、よさこいの魅力を「日本の祭り」として世界へ発信していくため、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開閉会式等での演舞を目指し、関係機関への要望活動や各地でのオリパラを盛り上げる活動を行う</p>	<p>2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会への参加団体数</p>	<p>7(H27) ↓ 91(H30) ↓ 200</p>
<p>【観31】 ◆海外(世界)に向けたプロモーションの展開</p>	<p>2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を通じて、「よさこい」を「日本の祭り」として世界へアピールするとともに、世界でのよさこいネットワークの拡大を図り、「よさこい」と「発祥の地高知」の認知度を飛躍的に高める</p>	<p>①フェイスブックの「いいね」数</p> <p>②よさこいが開催されている国/地域の数</p>	<p>①—(H27) ↓ 1,099件(H30) ↓ 1万件</p> <p>②16ヶ国(H27) ↓ 28ヶ国(H30) ↓ 40ヶ国</p>

戦略の柱	4 国際観光の推進
取組方針	5 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的な活用



分野	観光分野
戦略の柱	5 事業体の強化と観光人材の育成

戦略の方向性	観光産業を支える人材の育成と事業体の強化
--------	----------------------

戦略目標	目標
	広域観光組織の体制強化(法人化)

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・地域博覧会の開催などを通じて、広域観光組織の体制整備と地域地域の観光資源の磨き上げや商品造成などにつながった【再掲】 ・セミナー等を継続的に開催して人材の育成を図るとともに、旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターを配置し、商品のさらなる磨き上げに取り組んだ【再掲】 ・県内の各地域の観光ガイド団体の連携や質の高いガイド技術の習得を目的とする研修会や観光事業者に対するおもてなし研修を実施し、観光客に質の高いサービスの提供につながっている 	<ul style="list-style-type: none"> ・体験プログラムや周遊プランを国内外の旅行者のトレンドやニーズに応じて、継続的に磨き上げることが必要【再掲】 ・地域地域において観光産業を担う事業体は零細であり人材や後継者は依然として不足 ・広域組織基盤がまだまだ脆弱であり、官民がより一体となった組織体の強化とリーダーの育成が必要【再掲】 ・外国人観光客へ対応できる観光ガイドの育成及び観光事業者への人材育成支援




出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:3か所	H30:3か所	5か所	6か所	6か所

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【観32】 ◆「土佐の観光創生塾」のさらなる充実による本県観光を担う観光人材の育成(H31拡充)	○							○
(再掲)【観02】 ◆「土佐の観光創生塾」のさらなる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携(地域観光クラスター化)の推進(H31拡充)	○							○
(再掲)【観05】 ◆広域観光組織の機能強化(H31拡充)	○							○
(再掲)【観06】 ◆地域コーディネーターの配置	○							○
(再掲)【観24】 ◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ガイド団体の育成支援	○	○						○

分野	観光分野
----	------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【観32】 ◆「土佐の観光創生塾」のさらなる充実による本県観光を担う観光人材の育成(H31拡充)</p>	<p>地域地域における自律的・持続的な観光地づくりの推進及び地域観光を担う人材の育成に向け、「土佐の観光創生塾」を開催し、地域コーディネーターのハンズオン支援による自然・体験型観光商品の磨き上げ・販売と地域の事業者が連携した地域観光クラスター化を促進するための取組を支援する</p> <p>⇒別図〈観01〉参照(p.544) 別図〈観02〉参照(p.545)</p>	<p>創生塾を通じたアウトドア・自然体験商品(地域観光クラスターを含む)の販売</p>	<p>-(H29) ↓ 69商品(H30単年度) ↓ 60商品(単年度)</p>
<p>【観】 ◆観光創生塾を通じた人材育成(H29年度に終了)</p>	<p>地域観光を担う人材の育成に向け、「土佐の観光創生塾」を開催し、地域コーディネーターを配置するとともに、地域観光クラスター化を促進するための取組を支援するとともに、商品づくりを継続する仕組みを構築する</p>	<p>売れる観光商品の造成</p>	<p>-(H27) ↓ 75件(H29)</p>

戦略の柱	5 事業体の強化と観光人材の育成
取組方針	1 観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
 観光創生塾を通じた人材育成		 観光創生塾等を通じた人材育成		
<div style="border: 1px dashed gray; border-radius: 15px; padding: 10px;"> <p>県地域観光課:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「土佐の観光創生塾」の開催(基礎コース6コマ、専門コース6コマ) ・地域コーディネーターによるハンズオン支援 ・事業者連携の促進によるクラスター形成支援 </div>		<div style="border: 1px dashed gray; border-radius: 15px; padding: 10px;"> <p>県地域観光課:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「土佐の観光創生塾」の開催(事業者の個別の課題に対応したコース設定) ・地域コーディネーター等のハンズオン支援によるアウトドア・自然体験商品の磨き上げ・販売と事業者連携の促進 </div>		
 観光創生塾を通じた人材育成				
<div style="border: 1px dashed gray; border-radius: 15px; padding: 10px;"> <p>県地域観光課:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「土佐の観光創生塾」の開催(基礎コース6コマ、専門コース6コマ) ・地域コーディネーターによるハンズオン支援 ・事業者連携の促進によるクラスター形成支援 </div>				

自然 & 体験キャンペーン展開の施策群

< 観01 >

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

戦略【観光商品をつくる】

インバウンドにも対応できる魅力ある商品の磨き上げ

事業戦略や基本構想の作成
4 定条件の確保に向けた環境整備
民間活力の導入

- 1~4 共通
自然・体験アドバタイザーの活用

1 事業プランづくり

事業戦略や基本構想の作成

- 観光拠点等整備事業費補助金の活用 (15件)
- 土佐の観光創生塾 (7件)

2 体験プログラムの磨き上げ

- 4 定条件を確保する磨き上げ
- 観光拠点等整備事業費補助金の活用 (15件)
- 土佐の観光創生塾 (69件) (予定含む)
- NEW ガイド・インストラクター養成事業化

3 体験・滞在型観光施設の整備

付加価値を向上させる観光施設の整備
民間の活力を生かした磨き上げ・整備

- 観光拠点等整備事業費補助金の活用 (19件)
- 観光拠点等需要調査事業(民活)の活用

4 自然景観・ビュースポットの整備

付加価値を向上させる観光クラスタの形成
観光拠点等整備事業費補助金の活用 (3件)
各地域の周遊ルートと広域単位の周遊ルート形成

※()内はH30年度の予定数

戦略【売る】

国内外に向けた情報発信と販売

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

- 1~3 共通
自然・体験アドバタイザーの活用

1 情報発信ツールの整備と活用

- 事業者自らHPやSNSを活用し、国内外に発信
土佐の観光創生塾 (69件) (予定含む)
特設ウェブサイトでの旅行商品の検索と予約販売
- 民間事業者等と連携した情報発信
特設ウェブサイトや国内外の企業等と連携したSNSの活用
・SNS (日本語)
(ツインクル・インスタグラム 各10~20回/月)
・SNS (フェイスブック[英・繁]・インスタグラム 15回/月程度)

2 個人客の誘客拡大

- 事業者自らOTAの登録を行い、Webでの商品販売を拡大
土佐の観光創生塾 (69件) (予定含む)
特設ウェブサイトでの旅行商品の検索と予約販売
特設ウェブサイトや国内外の企業等と連携したSNSの活用
・SNS (フェイスブック[英・繁]・インスタグラム 15回/月程度)
海外OTAとFTI専用エージェントとの連携

3 旅行エージェントへのセールス

- 観光商品説明会や個別セミナーなど様々な機会を通じた売り込み
広域観光組織による近県へのセールス
コンベンション協会による全国セールス
(東京・大阪・名古屋・福岡・中国地方等)
海外セールス拠点の配置とFTI向けの商品造成に向けたセミナーの実施
※ 海外セールス拠点 8市場

戦略【もてなす】

スムーズな予約受付と満足度の向上、サービスの改善

周遊を促す観光案内機能の充実
サービス水準の向上

1 サービス水準の確保

- 周遊を促し経済効果を高める周辺情報の提供 (冊を活用)
インストラクターやガイドのスキル向上と受入体制整備
観光拠点等整備事業費補助金の活用
自然・体験型観光アドバタイザー (体験館並みの活用)
土佐の観光創生塾 (事業者間連携)
NEW ガイド・インストラクター養成事業化

2 サービスに対する評価

- OTAサイトの感想・評価やアンケート調査の意見や提案などで現状を把握
土佐の観光創生塾 (OTA新規登録23事業者)
顧客の評価を定期的に収集し、フィードバックを行う機会の創出

3 旅行者に対する事前の情報提供

- 特設ウェブサイトでの旅行商品の検索と予約販売
顧客が必要とする情報の事前提供
<OTAの登録要件>
・旅行人数、内容等の予約情報
・実施/中止の判断基準や安全対策、保険など
NEW 安全業務マニュアルのガバナンスを事業者へ提供

NEW【観光案内所の機能強化】

総合案内所 (3ヶ所)、広域ブロックの拠点案内所 (10ヶ所)、地域の案内所 (42ヶ所) が観光情報、周辺情報の提供など観光客の多様なニーズにきめ細かく対応
観光地、観光施設、体験プログラム、公共交通、宿泊施設等の情報提供
・決済環境、無料Wi-Fi、多言語対応などの整備
NEW 観光案内所機能強化事業費補助金の活用
NEW 観光案内アドバタイザーの活用



自然 & 体験キャンペーン
特設ウェブサイトの仕組み

観光客

閲覧、予約、感想

2月1日開設



県内の情報を集約

詳細画面から予約サイトへ

データ連携

スムーズな予約の実現

その他

市町村・観光協会など

- オンライン旅行会社
- じゃらん
- アンビュー
- アクティビティ ジャパン

フィードバックによる改善・バージョンアップ

自然&体験キャンペーンの展開と新たなラインアップ (2019年上期)

緑：自然景観
赤：体験・滞在型観光施設
青：体験プログラム
灰：イベント

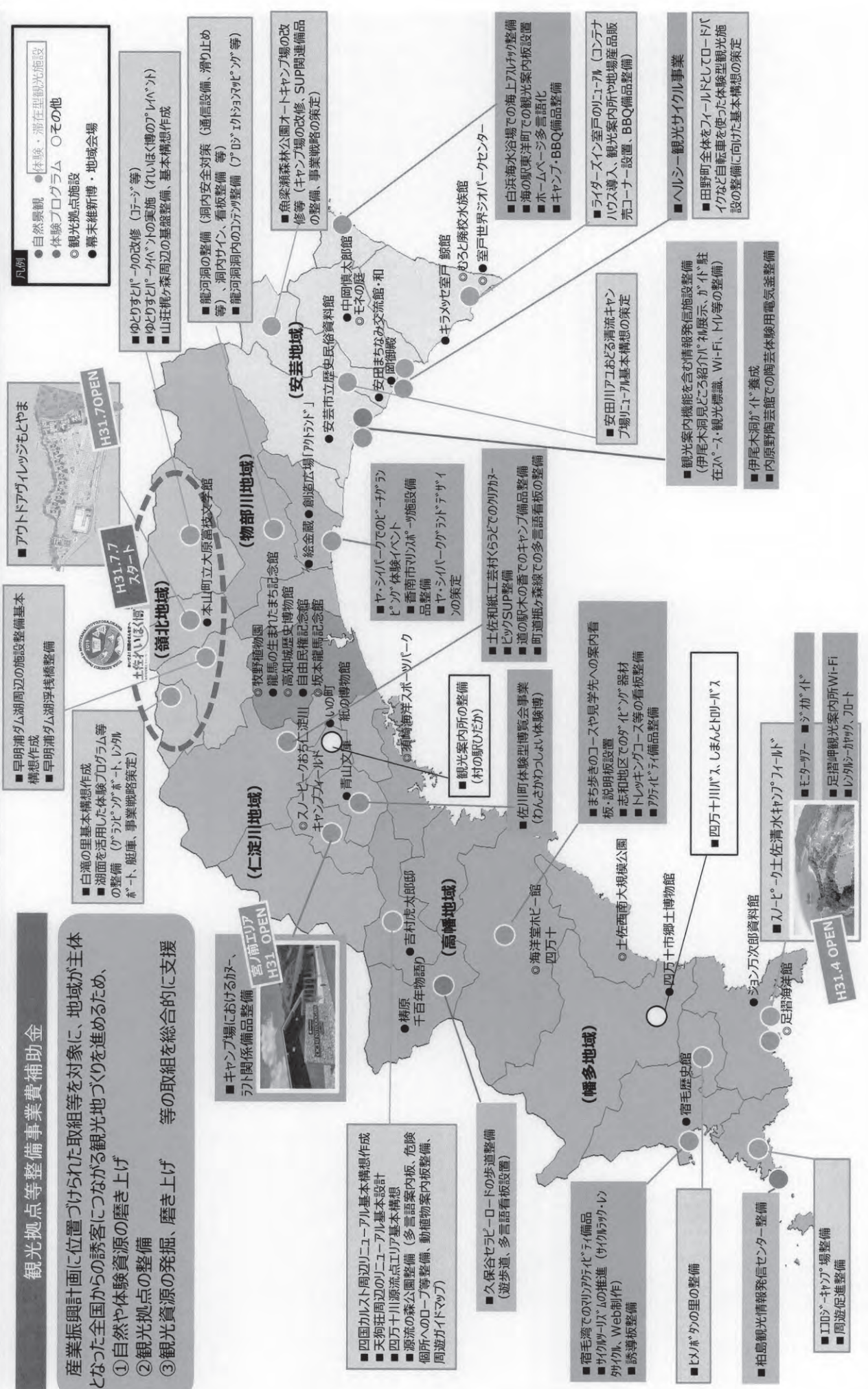
2019年	幕末維新博 ＜歴史＋食＞	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	＜観02＞	
予定	東部	伊尾木洞の観光案内施設OPEN (ガイド駐在・安芸市) ● ゆずFes (2/9～3/10・中芸地区) ※体験型博覧会 ● 東部エリアイベント (2/10 室戸世界ジャパークセンター)	伊尾木洞の観光案内施設OPEN (ガイド駐在・安芸市) ● ゆずFes (2/9～3/10・中芸地区) ※体験型博覧会 ● 東部エリアイベント (2/10 室戸世界ジャパークセンター)	● ヤシバークでのグランピング (宿泊) イベント (3/9・10・香南市) ● ヤシバークでのアクティビティのバリエーションアップ (SUP・香南市) ● スノーパークの駅おち OPEN (宮の前) ※日ノ瀬工科大学オープン済 ● アウトドアアグライヴジもどやま OPEN (木山町)	● 内原野陶芸館の陶芸体験バリエーションアップ (焼き上がり期間大幅短縮・安芸市) ● 魚梁瀬森林公園オートキャンプ場リニューアルOPEN (馬路村)	● 大型海上アスレチックスタート (東洋町) Muroto Base 55 (旧「カヌー」イ室戸) OPEN	● 大型海上アスレチックスタート (東洋町) Muroto Base 55 (旧「カヌー」イ室戸) OPEN	● 大型海上アスレチックスタート (東洋町) Muroto Base 55 (旧「カヌー」イ室戸) OPEN	● 大型海上アスレチックスタート (東洋町) Muroto Base 55 (旧「カヌー」イ室戸) OPEN	● 大型海上アスレチックスタート (東洋町) Muroto Base 55 (旧「カヌー」イ室戸) OPEN	● 大型海上アスレチックスタート (東洋町) Muroto Base 55 (旧「カヌー」イ室戸) OPEN	
		中部	● スタートイベント (2/1～3 高知旅広場) ● 牧野植物園の新たな園地のリニューアル(2/1) ● 龍河洞イベント「光と雪の物語」(2/1～2/24) ● 高知龍馬マラソン (2/1) ● わんさかわつしよい体験博～わんぱく～ (2/2～3/10・佐川町) ※体験型博覧会 ● 釣り遊BINGO (11/23～2/24・大月町、香毛市、土佐清水市) ● 西部エリアイベント (2/23 柏島観光情報発信センターほか) ● 柏島観光情報発信センターOPEN (2/23 情報発信・物販・大月町)	● ヤシバークでのグランピング (宿泊) イベント (3/9・10・香南市) ● ヤシバークでのアクティビティのバリエーションアップ (SUP・香南市) ● スノーパークの駅おち OPEN (宮の前) ※日ノ瀬工科大学オープン済 ● アウトドアアグライヴジもどやま OPEN (木山町)	● 中部エリアイベント (3/24 早明湖ダム直下ふれあい広場) ● 龍河洞リニューアル・フルOPEN ● 高知仁定ブルーライト (5/26) ● スノーパーク土佐清水キャンピングフィールド (旧白キャンパ場)リニューアルOPEN (土佐清水市) ● 大月エコロジーキャンプ場での新たな体験アクティビティ導入(クリアカヤック等) ● マリンアクティビティのバリエーションアップ (カヌー・SUP・香毛市) ● セザペーロードのリニューアル (情報研) ● 四万十リバーフェスタ (四万十町) ● アクティビティのバリエーションアップ(ラフティング・カヌー)	● 内原野陶芸館の陶芸体験バリエーションアップ (焼き上がり期間大幅短縮・安芸市) ● 魚梁瀬森林公園オートキャンプ場リニューアルOPEN (馬路村)	● 大型海上アスレチックスタート (東洋町) Muroto Base 55 (旧「カヌー」イ室戸) OPEN	● 大型海上アスレチックスタート (東洋町) Muroto Base 55 (旧「カヌー」イ室戸) OPEN	● 大型海上アスレチックスタート (東洋町) Muroto Base 55 (旧「カヌー」イ室戸) OPEN	● 大型海上アスレチックスタート (東洋町) Muroto Base 55 (旧「カヌー」イ室戸) OPEN	● 大型海上アスレチックスタート (東洋町) Muroto Base 55 (旧「カヌー」イ室戸) OPEN	● 大型海上アスレチックスタート (東洋町) Muroto Base 55 (旧「カヌー」イ室戸) OPEN
予定	西部	● 伊尾木洞ガイドツアー (東部) ● 森林鉄道遺構とダム巡りツアー (ダムカレ付き) (東部) ● ドルフィンセンターとむろと廃校水族館のコラボ「サット」(東部) ● ガイド付きサイクリング散策 (東部) ● サンセットシーカヤック体験 (中部) ● 和舟船頭体験 (中部) ● ハーバリウム作り体験付き宿泊プラン (西部) ● グラスボート体験&自然公園生き物探検ゲーム (西部) ● ファミリー向け手ぶらで漁船釣り体験 (西部) ● 小刀つくり鍛冶屋体験 (西部) ● 歴史まちあるき&舟人ゆかりのスイーツ (西部) ● スターウォッチング (西部)	● 伊尾木洞ガイドツアー (東部) ● 森林鉄道遺構とダム巡りツアー (ダムカレ付き) (東部) ● ドルフィンセンターとむろと廃校水族館のコラボ「サット」(東部) ● ガイド付きサイクリング散策 (東部) ● サンセットシーカヤック体験 (中部) ● 和舟船頭体験 (中部) ● ハーバリウム作り体験付き宿泊プラン (西部) ● グラスボート体験&自然公園生き物探検ゲーム (西部) ● ファミリー向け手ぶらで漁船釣り体験 (西部) ● 小刀つくり鍛冶屋体験 (西部) ● 歴史まちあるき&舟人ゆかりのスイーツ (西部) ● スターウォッチング (西部)	● 伊尾木洞ガイドツアー (東部) ● 森林鉄道遺構とダム巡りツアー (ダムカレ付き) (東部) ● ドルフィンセンターとむろと廃校水族館のコラボ「サット」(東部) ● ガイド付きサイクリング散策 (東部) ● サンセットシーカヤック体験 (中部) ● 和舟船頭体験 (中部) ● ハーバリウム作り体験付き宿泊プラン (西部) ● グラスボート体験&自然公園生き物探検ゲーム (西部) ● ファミリー向け手ぶらで漁船釣り体験 (西部) ● 小刀つくり鍛冶屋体験 (西部) ● 歴史まちあるき&舟人ゆかりのスイーツ (西部) ● スターウォッチング (西部)	● 伊尾木洞ガイドツアー (東部) ● 森林鉄道遺構とダム巡りツアー (ダムカレ付き) (東部) ● ドルフィンセンターとむろと廃校水族館のコラボ「サット」(東部) ● ガイド付きサイクリング散策 (東部) ● サンセットシーカヤック体験 (中部) ● 和舟船頭体験 (中部) ● ハーバリウム作り体験付き宿泊プラン (西部) ● グラスボート体験&自然公園生き物探検ゲーム (西部) ● ファミリー向け手ぶらで漁船釣り体験 (西部) ● 小刀つくり鍛冶屋体験 (西部) ● 歴史まちあるき&舟人ゆかりのスイーツ (西部) ● スターウォッチング (西部)	● 伊尾木洞ガイドツアー (東部) ● 森林鉄道遺構とダム巡りツアー (ダムカレ付き) (東部) ● ドルフィンセンターとむろと廃校水族館のコラボ「サット」(東部) ● ガイド付きサイクリング散策 (東部) ● サンセットシーカヤック体験 (中部) ● 和舟船頭体験 (中部) ● ハーバリウム作り体験付き宿泊プラン (西部) ● グラスボート体験&自然公園生き物探検ゲーム (西部) ● ファミリー向け手ぶらで漁船釣り体験 (西部) ● 小刀つくり鍛冶屋体験 (西部) ● 歴史まちあるき&舟人ゆかりのスイーツ (西部) ● スターウォッチング (西部)	● 伊尾木洞ガイドツアー (東部) ● 森林鉄道遺構とダム巡りツアー (ダムカレ付き) (東部) ● ドルフィンセンターとむろと廃校水族館のコラボ「サット」(東部) ● ガイド付きサイクリング散策 (東部) ● サンセットシーカヤック体験 (中部) ● 和舟船頭体験 (中部) ● ハーバリウム作り体験付き宿泊プラン (西部) ● グラスボート体験&自然公園生き物探検ゲーム (西部) ● ファミリー向け手ぶらで漁船釣り体験 (西部) ● 小刀つくり鍛冶屋体験 (西部) ● 歴史まちあるき&舟人ゆかりのスイーツ (西部) ● スターウォッチング (西部)	● 伊尾木洞ガイドツアー (東部) ● 森林鉄道遺構とダム巡りツアー (ダムカレ付き) (東部) ● ドルフィンセンターとむろと廃校水族館のコラボ「サット」(東部) ● ガイド付きサイクリング散策 (東部) ● サンセットシーカヤック体験 (中部) ● 和舟船頭体験 (中部) ● ハーバリウム作り体験付き宿泊プラン (西部) ● グラスボート体験&自然公園生き物探検ゲーム (西部) ● ファミリー向け手ぶらで漁船釣り体験 (西部) ● 小刀つくり鍛冶屋体験 (西部) ● 歴史まちあるき&舟人ゆかりのスイーツ (西部) ● スターウォッチング (西部)	● 伊尾木洞ガイドツアー (東部) ● 森林鉄道遺構とダム巡りツアー (ダムカレ付き) (東部) ● ドルフィンセンターとむろと廃校水族館のコラボ「サット」(東部) ● ガイド付きサイクリング散策 (東部) ● サンセットシーカヤック体験 (中部) ● 和舟船頭体験 (中部) ● ハーバリウム作り体験付き宿泊プラン (西部) ● グラスボート体験&自然公園生き物探検ゲーム (西部) ● ファミリー向け手ぶらで漁船釣り体験 (西部) ● 小刀つくり鍛冶屋体験 (西部) ● 歴史まちあるき&舟人ゆかりのスイーツ (西部) ● スターウォッチング (西部)	● 伊尾木洞ガイドツアー (東部) ● 森林鉄道遺構とダム巡りツアー (ダムカレ付き) (東部) ● ドルフィンセンターとむろと廃校水族館のコラボ「サット」(東部) ● ガイド付きサイクリング散策 (東部) ● サンセットシーカヤック体験 (中部) ● 和舟船頭体験 (中部) ● ハーバリウム作り体験付き宿泊プラン (西部) ● グラスボート体験&自然公園生き物探検ゲーム (西部) ● ファミリー向け手ぶらで漁船釣り体験 (西部) ● 小刀つくり鍛冶屋体験 (西部) ● 歴史まちあるき&舟人ゆかりのスイーツ (西部) ● スターウォッチング (西部)	● 伊尾木洞ガイドツアー (東部) ● 森林鉄道遺構とダム巡りツアー (ダムカレ付き) (東部) ● ドルフィンセンターとむろと廃校水族館のコラボ「サット」(東部) ● ガイド付きサイクリング散策 (東部) ● サンセットシーカヤック体験 (中部) ● 和舟船頭体験 (中部) ● ハーバリウム作り体験付き宿泊プラン (西部) ● グラスボート体験&自然公園生き物探検ゲーム (西部) ● ファミリー向け手ぶらで漁船釣り体験 (西部) ● 小刀つくり鍛冶屋体験 (西部) ● 歴史まちあるき&舟人ゆかりのスイーツ (西部) ● スターウォッチング (西部)	● 伊尾木洞ガイドツアー (東部) ● 森林鉄道遺構とダム巡りツアー (ダムカレ付き) (東部) ● ドルフィンセンターとむろと廃校水族館のコラボ「サット」(東部) ● ガイド付きサイクリング散策 (東部) ● サンセットシーカヤック体験 (中部) ● 和舟船頭体験 (中部) ● ハーバリウム作り体験付き宿泊プラン (西部) ● グラスボート体験&自然公園生き物探検ゲーム (西部) ● ファミリー向け手ぶらで漁船釣り体験 (西部) ● 小刀つくり鍛冶屋体験 (西部) ● 歴史まちあるき&舟人ゆかりのスイーツ (西部) ● スターウォッチング (西部)
主なコンテンツ	18年度 土佐の 観光創生塾 塾生による 主な 旅行商品 (予定)	カリキュラムの バリエーションアップ	自然&体験キャンペーンの ラインアップに順次追加									

磨き上げてきた自然景観、体験・滞在型観光施設、体験プログラム

観光拠点等整備事業費補助金

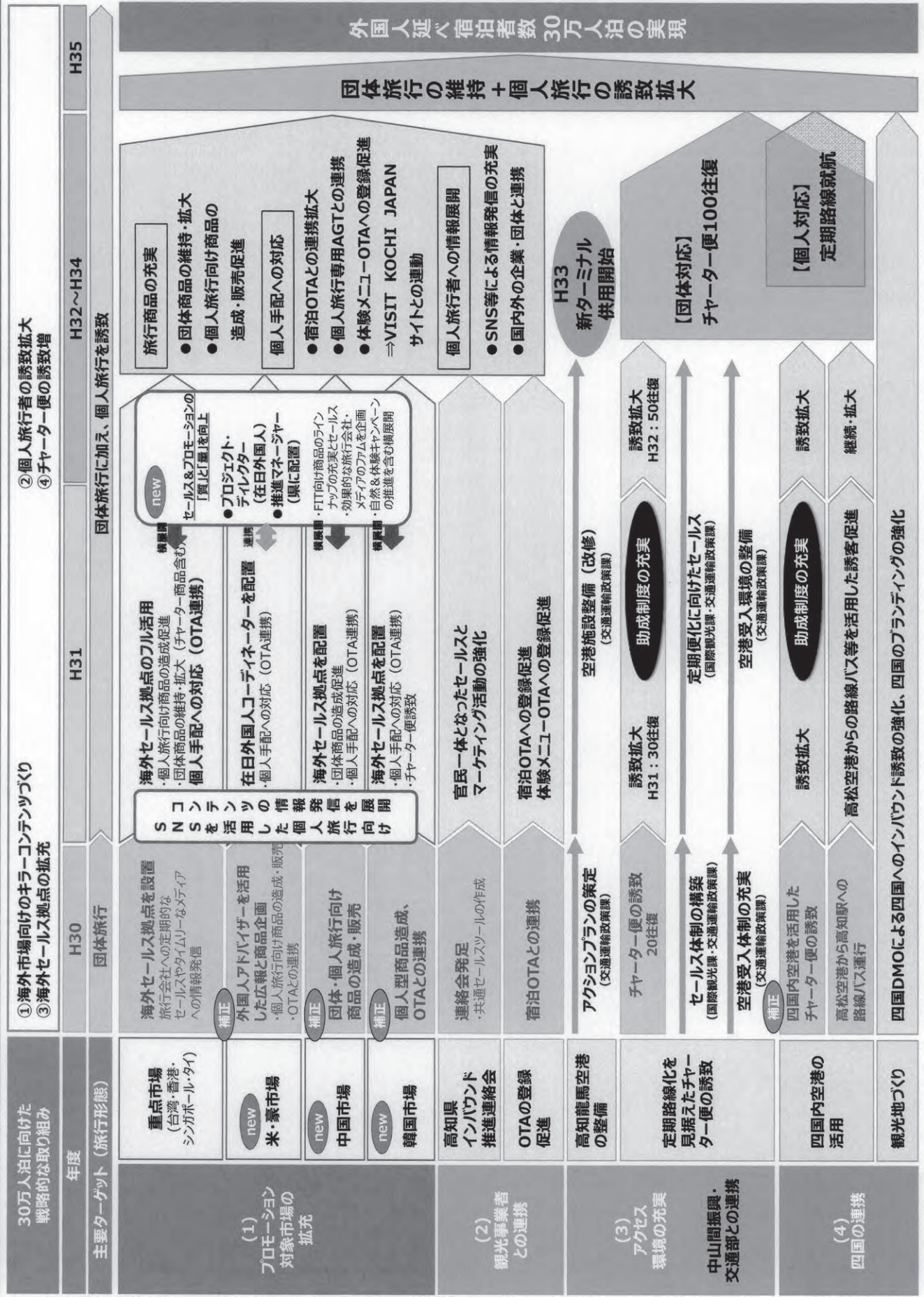
産業振興計画に位置づけられた取組等を対象に、地域が主体となった全国からの誘客につながる観光地づくりを進めるため、

- ① 自然や体験資源の磨き上げ
- ② 観光拠点の整備
- ③ 観光資源の発掘、磨き上げ 等の取組を総合的に支援



外国人延べ宿泊者数30万人泊に向けた戦略的な取り組み

< 観04 >



外国人延べ宿泊者数 30万人泊の実現

団体旅行の維持 + 個人旅行の誘致拡大

Ⅱ 産業界間の連携戦略

地産地消・地産外商戦略の展開(食品分野)

連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開(食品分野)》の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

県内市場の縮小に打ち勝つためには、より活力のある県外市場にモノを売って、「外貨」を稼ぐ地産外商の施策を展開していくことが重要であるため、地産外商の推進母体となる高知県地産外商公社を設立するとともに、首都圏における外商活動の拠点となるアンテナショップ「まるごと高知」を設置しました。

地産外商公社は外商活動の全国展開を進めており、公社の外商活動を契機とした成約件数は、平成21年度の178件から平成29年度は9,127件と大きく伸び、成約金額は35億4100万円にまで達しました。

輸出の取り組みにつきましては、国別、品目別に戦略を立て、欧米やアジアにおいて、商談会や展示見本市への出展などにより販路拡大に取り組んできた結果、平成29年の食料品輸出額が前年対比約3億3000万円増となる約10億5000万円まで大きく伸びてまいりました。

一方で、食品の地産外商をさらに拡大していくためには、小売店等が製造現場に求める高度な衛生基準に対応し、県内事業者がビジネスチャンスを逃さないよう、生産管理の高度化を一層強化していくことが必要です。

また、本県食品産業のさらなる発展に向けては、商品の開発や製造、販売といった各段階における事業者の様々な課題に細やかに対応していくことや、食品加工業の外商成果を第一次産業などの関連産業の拡大にもつなげ、県経済全体の好循環を生み出すことが必要です。

②第3期計画ver.4の取り組み

「素材を生かした加工立県」「県産品が全国ブランドに」を「目指す姿」として掲げ、次の五つを戦略の柱として取り組みます。

柱1 定番化に向けた商品づくり

大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理の高度化に向けて、研修や相談支援を充実させるとともに、専門アドバイザーの活用により、HACCP手法の導入を強力に推進していきます。また、県版HACCP認証を取得した事業者に対して、専門コーディネーターを派遣し、さらなる食品安全の取り組みへの改善を支援するなど、HACCP手法の定着・改善に向けた施策を強化します。

柱2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ

地産外商公社の活動の全国展開を推進し、大手卸売業者や高質系小売店のネットワークを生かした外商エリア・機会の拡大や、外食産業など業務筋への外商拡大や地域商社への支援の強化など、外商に挑戦する事業者のビジネスチャンスを広げて、大きな商流につなげていきます。

高知家プロモーションを地域地域においてより一層活用していただくことで高知家ブランディングを強化し、地産外商・観光振興・移住促進のさらなる成果に結びつけます。

柱3 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

農水産物の輸出を本格化させるとともに、企業の本格的な輸出戦略の策定とさらなる磨き上げなど輸出拡大に向けた施策を強化します。また、商社などのキーパーソンとの関係づくりをさらに強化するとともに、重点市場を中心に食品海外ビジネスサポーターを新たに設置し、支援体制を拡充していきます。

柱4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

食品事業者を核とした食のプラットフォームの取り組みを通して、新商品の開発や改良に向けた実践的な学びや、専門家などによる商品づくりの支援を充実します。また、工業技術センターが有する食品加工の高度化支援機能を活かして、科学的な分析データに基づく商品づくりや品質管理の取り組みを広げていきます。

さらに、事業者の個別課題に対応したサポートチームにより、商品開発などの事業化の支援や、外商を行う事業者のさらなるステージアップに向けた事業戦略の策定と実行を支援していきます。

柱5 地域に根差した産業クラスターの形成

生産から加工、流通、販売までの関係者が、それぞれのノウハウを生かしながら連携し、新たな商品開発や販路開拓に取り組むことを通じて、地域ブランドを創り出す産業クラスターの形成に取り組み、将来的には、県内外の食品加工事業者の新たな立地にもつなげていきます。

連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》の展開イメージ

分野を代表する
目標

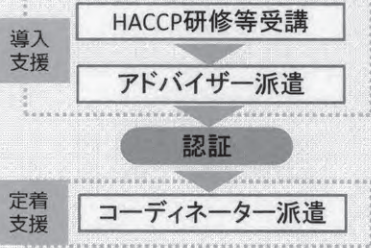
食料品製造業出荷額等 出発点(H26)892億円⇒現状(H29)1,089億円⇒

地産の強化

柱1 定番化に向けた商品づくり

食品加工のさらなる生産管理高度化支援

- 大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援



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

農水産物加工の推進

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

市場が求める商品づくり

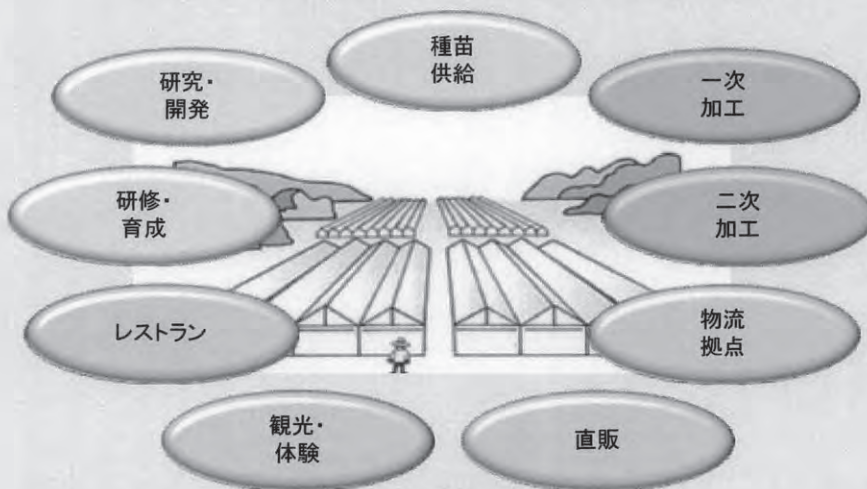
- 商品力アップへの支援
 - 商品づくり伴走支援（商品づくりWG）の強化
 - ・高知県産品商談会の実施（年2回開催）
- 商品開発・改良に向けた意欲の醸成
 - ・高知家のうまいもの大賞の開催
- 外商事業者のすそ野の拡大とステージアップ
 - 地産外商公社を核とした関係機関との連携強化
 - ブロック別地産外商地域支援会議の開催
 - ・ブロック別商談・相談会の開催
- 工業技術センターによる支援
 - 常温長期保存技術を活用した商品開発支援
 - 食品加工冷凍冷蔵技術の高度化

好循環を生み出し拡

拡大再生産策

柱5 地域に根差した産業クラスターの形成

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



地域の産業クラスターの形成に向けた支援

ジ ～素材を生かした加工立県、県産品が全国ブランドに～

4年後(H31)1,000億円 + α ⇒ 6年後(H33)1,035億円 + α ⇒ 10年後(H37)1,085億円 + α

※目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算

外商の強化

柱2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ

地産外商公社を核とした外商機会の拡大

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

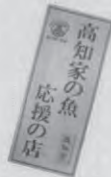
県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開

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



農水産物の外商強化

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



柱3 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

国・地域別の輸出拡大

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

品目別の輸出拡大

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

拡大再生産へ

の強化

柱4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

食品加工の総合支援

食のプラットフォーム

「食のプラットフォーム」を起点に各種の支援策に誘導

セミナー & 交流会 商や商品開発への意欲醸成、事業者間の交流・連携促進	勉強会 外商や商品開発等に関するより実践的な学びの場を提供	拡 商品づくりワーキング 専門家や地産外商公社のノウハウを活かした商品づくりの伴走支援
----------------------------------------------------	-----------------------------------------	-------------------------------------------------------

誘導

誘導

工業技術センターによる支援

- 分科会の開催 (味の数値化、自主検査)
- 常温長期保存技術を活用した商品開発支援
- 食品加工冷凍冷蔵技術の高度化

活用誘導

生産管理高度化支援

- HACCP研修、一般衛生管理研修
- 拡 ○ 保健所勉強会
- 専門家派遣 (・アドバイザー派遣 拡 ・コーディネーター派遣)
- フォローアップの徹底
- 相談窓口の設置

活用誘導

活用誘導

食品ビジネスまるごと応援事業

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

連携テーマ《地産地消・地産外商

分野の目指す姿	「素材を生かした加
分野を代表する数値目標	食料品製造業出荷額等 出発点(H26):892億円⇒現状(H29):1,089億円⇒4年後(H31)

戦略の柱	地産の強化	外商の強
		1 定番化に向けた商品づくり
戦略の方向性	市場が求める商品づくりに向けて、市場関係者の協力を得ながら各企業を個別に支援するとともに、生産管理高度化の支援など、定番化に向けた商品づくりを強化する	地産外商公社の全国展開を進めるとともに、外商に挑戦する事業者のビジネスチャンスを広げ、より大きな商流につなげていく
戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> 生産管理高度化(県内計170社の外商企業群) [県版HACCP(第2ステージ)認証取得企業] ⑲:→⑳200社 水産加工の出荷額等 ㉔:173億円→㉕:200億円→㉖:203億円→㉗:220億円 	<ul style="list-style-type: none"> 地産外商公社の活動による成約 ㉘:16.1億円→㉙:36億円 海洋深層水関連の県内製造品売上高(食品関連) ㉚:95億円→㉛:108億円→㉜:114億円→㉝:122億円
取組方針・主な「具体的な取組み」	<ol style="list-style-type: none"> 食品加工のさらなる生産管理高度化支援 ◆[拡充]大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援 農産物加工の推進 ◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ(再掲) ◆直販所支援の強化(再掲) 水産物加工の推進 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進(再掲) ◆冷凍保管ビジネスの事業化(再掲) 市場が求める商品づくり ◆商品力アップへの支援 ◆商品開発・改良に向けた意欲の醸成 ◆[拡充]外商事業者のすそ野の拡大とステージアップ 食のプラットフォームを起点とした商品づくり ◆[拡充]事業者間連携等による商品づくりを伴走型で支援 地場産物の利用推進 ◆地域アクションプランの実行支援 ◆小さなビジネスの発掘・育成 	<ol style="list-style-type: none"> 地産外商公社を核とした外商機会の拡大 ◆[拡充]地産外商公社の全国展開のさらなる推進 「まるごと高知」の情報発信力の強化 ◆店舗プロモーションの展開 県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開 ◆高知家プロモーションの地域でのより一層の活用・定着に向けた高知家ブランディングの強化 農産物の外商強化 ◆加工用ニーズへの対応(再掲) ◆[新規]「とさのさと」を活用した地産外商の強化(再掲) 水産物の外商強化 ◆[拡充]「応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化(再掲) 海洋深層水関連商品の外商強化 ◆海洋深層水関連商品のさらなる商品開発や販路開拓の支援とブランド力の強化(再掲) 関西地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開 ◆関西地区における高知フェア等の外商活動機会の確保 中部地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開 ◆中部地区における高知フェア等の外商活動機会の確保

戦略の展開(食品分野)の体系図

「工立県」・「県産品が全国ブランドに」

1,000億円 + α ⇒ 6年後(H33): 1,035億円 + α ⇒ 10年後(H37): 1,085億円 + α
 ※上記目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算

化	拡大再生産
輸出戦略に基づく輸出振興の本格化	4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し
<p>ズや土佐酒のさらなる輸出拡大や、大型産加工施設の本格稼働にあわせた水産物の輸出支援強化など、国別・品目別の輸出戦略を本格展開する。</p>	<p>事業者が外商活動に取り組む中で明らかになった課題を解決し、企業の総合力を高める支援体制を強化するとともに、拡大再生産に向けた設備投資等を支援する</p>
<p>食料品の輸出額 ⑩: 3.38億円 → ⑪: 9億円 → ⑬: 12億円 → ⑰: 17億円</p> <p>貿易に取り組む企業 ⑩: 49社 → ⑰: 100社</p>	<ul style="list-style-type: none"> 規模の大きな事業者への支援による拡大再生産に伴う売上増(食品関連工場の新増設等) ⑳: ー → ㉑: 43億円 → ㉓: 52億円 → ㉗: 72億円 外商活動参画事業者への支援による拡大再生産に伴う売上増 ㉒: ー → ㉕: 20億円 → ㉖: 29億円 → ㉘: 44億円 水産加工の出荷額等(再掲) ㉙: 173億円 → ㉚: 200億円 → ㉜: 203億円 → ㉞: 220億円
<p>国・地域別の輸出拡大 [拡充] 有望(安定)市場での展開</p> <p>[拡充] 新興(チャレンジ)市場での展開</p> <p>品目別の輸出拡大 ユズの輸出拡大</p> <p>特産果樹生産振興(ユズ、文旦)(再掲)</p> <p>土佐酒の輸出拡大</p> <p>酒米の生産振興(再掲)</p> <p>[拡充] 水産物の輸出の本格展開(再掲)</p> <p>定番化に向けた新たな品目の掘り起こし</p>	<ol style="list-style-type: none"> 食品加工の総合支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットフォームの強化 ◆ [拡充] 市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(再掲) ◆ 食品ビジネスまるごと応援事業の強化 高度加工ビジネスへのステップアップ <ul style="list-style-type: none"> ◆ 既存加工施設の衛生管理体制の強化(再掲) ◆ HACCPに対応した加工施設の立地促進(再掲) 企業の設備投資支援の強化 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 生産性を高める設備投資の推進(補助事業+融資制度)(再掲)
<p>企業のサポート強化 貿易に取り組む企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援</p>	<p>5 地域に根差した産業クラスターの形成</p> <p>本県産業をもう一段力強く成長させていくため、地域に根差した産業を核としたクラスターを地域地域で生み出し、持続的な雇用と大きな経済波及効果を創出する</p>
<p>戦略の柱</p>	<p>戦略目標</p> <p>食品産業クラスターの形成による出荷額等 ㉟: ー → ㊱: 10億円 → ㊳: 15億円 → ㊷: 15億円以上</p>
<p>戦略の方向性</p>	<ol style="list-style-type: none"> 地域の産業クラスターの形成に向けた支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 川上から川下までの情報を効率的に集約してクラスター化を誘導 ◆ 地域アクションプランの実行支援(再掲) 企業立地の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の実現(再掲)
<p>取組方針(主な)◆ 具体的な取り組み</p>	

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》
戦略の柱	1 定番化に向けた商品づくり

戦略の方向性	市場が求める商品づくりに向けて、市場関係者の協力を得ながら各企業を個別に支援するとともに、生産管理高度化の支援など、定番化に向けた商品づくりを強化する。
--------	------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○生産管理高度化	【県版HACCP(第2ステージ)認証取得企業】(累計)
	○水産物加工の推進	【水産加工の出荷額等】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	食品加工のさらなる生産管理高度化支援	<ul style="list-style-type: none"> ・衛生管理手法の普及啓発 ⇒H28.6から国際標準のHACCP手法に準拠した新たな高知県版HACCP認証制度をスタート。認証取得に向けた研修や専門家派遣などのHACCP導入支援と、認証取得後の定着改善支援を実施(HACCP研修への参加:326社、HACCPアドバイザーの派遣:222社(H28~H30)) ・県版HACCP認証(H28からの累計) ⇒139社(第3ステージ:42社、第2ステージ:97社) ・食品表示に関する研修の実施とワンストップアドバイス窓口の設置により、食品表示の適正化を支援(食品表示アドバイスH27:668件、H28:751件、H29:683件) 	<ul style="list-style-type: none"> ・近年の食品事故の影響などから、小売店等が製造現場に求める衛生基準は格段にレベルアップしており、小売店等の基準に適合しないことで、ビジネスチャンスを逃さないよう、一層の生産管理の高度化が必要 ・食品表示に関する事業者へのアドバイスと研修を充実させて、事業者が食品表示法の改正に円滑に対応できるように支援することが必要 ・HACCP法制化を受けて、さらなる県版HACCPの認証取得の加速化が必要
2	農産物加工の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○6次産業化に取り組む人材育成 ⇒ H22~H30:6次産業化セミナー受講グループ70団体 ○県域流通を目指す事業者への支援 ⇒ H30:20事業者 ○産振補助金等を活用した直販所の整備支援 ⇒ 県内直販所の売上 H26:93億円 → H29:103億円 ○食の安全・安心を推進するため、「安心係」の配置 ⇒ 安心係の配置 H27:121店 → H30:128店 	<ul style="list-style-type: none"> ○6次産業化の裾野を広げるため、プランナーによる個別相談継続と、6次産業化に関する情報発信及びセミナーの充実 ○ステップアップに向けた、6次産業化支援チームによる支援継続 ○新たな直販所整備の支援と、事業戦略の策定支援及び直販所のネットワーク化等による顧客獲得に向けた支援 ○「安心係」の配置継続と、食品の安全・安心に関する知識のレベルアップ
3	水産物加工の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○HACCP研修参加(地産地消・外商課が主催) [参加事業者数] H30:16事業者(H28~H31.1月末累積) ○県版HACCP認証取得 [認証取得事業者] H30:11事業者(H28~H31.1月末累積) (第2ステージ:6、第3ステージ:5) ○HACCPに対応した加工施設の立地促進 ・宿毛市で民間企業の水産加工施設が操業 ・宿毛市で民間企業の大型水産加工施設が完成(H31.3月予定) ○冷凍保管ビジネス ・土佐清水市の冷凍保管施設が完成(H31.2月) ・宿毛市で民間企業の冷凍保管施設(大型加工施設に附帯)が完成(H31.3月末予定) 	<ul style="list-style-type: none"> ・HACCP認証取得に必要な施設改修や人材の育成 ・HACCP研修受講後のフォローアップ ・民間企業の加工施設整備に対する支援 ・円滑な施設整備及び従業員の確保 ・冷凍保管施設の効率的な運用

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27: -	H30: 139社	200社	-	-
H25: 173億円	H28: 199億円	200億円	203億円	220億円

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【外商01】◆衛生管理の高度化における基本の徹底	○							
【外商02】◆HACCP導入型基準への移行に向けた衛生管理の高度化支援	○							
【外商03】◆大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援(H31拡充)	○	○						
【外商04】◆外商の拡大に向けた表示適正化への支援	○							
(再掲)【農25】 ◆農産物加工事業の裾野の拡大とステップアップ	○	○		○				○
(再掲)【農26】 ◆直販所支援の強化		○						
(再掲)【水19】◆既存加工施設の高度化	○	○		○			○	
(再掲)【水20】◆既存加工施設の衛生管理体制の強化	○	○		○			○	
(再掲)【水21】◆HACCPに対応した加工施設の立地促進	○	○		○			○	
(再掲)【水23】◆冷凍保管ビジネスの事業化		○					○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
4	市場が求める商品づくり	<p>・地産外商公社を中心とした外商活動や商品の磨き上げの支援により、定番採用となる県産品が増加(定番採用H24: 1,117件→H29: 5,796件)</p> <p>・アンテナショップ「まるごと高知」の設立以降、県内事業者の外商意欲が高まり、テストマーケティング・催事への出展商品が増加(テストマーケティング・催事への出展商品数 H23: 52件→H29: 199件)</p> <p>・H26年6月に旭食品と「6次産業化及び地産外商の推進に関する協定」を締結し、旭食品と食品加工事業者や農林漁業者とのビジネスマッチングを支援(旭食品と57事業者のマッチングが成立[H26: 26事業者、H27: 29事業者、H28: 2事業者])</p> <p>・県内事業者と県内外のバイヤーとの県内での商談会を開催し、県産品の販路拡大を支援(参加事業者H24: 延べ60社→H28: 延べ183社→H29: 延べ109社、参加バイヤーH24: 延べ39社→H28: 延べ87社→H29: 延べ103社)</p>	<p>・これまでの取り組みで成果が見えてきた外商活動を拡大し、定番化につなげていくためには、消費者ニーズに基づく売れる商品づくりをさらに進めていくことが必要</p> <p>・「まるごと高知」を外商活動の第一ステップと位置づけ、「まるごと高知」を活用した商品の磨き上げを進めていくことが必要</p> <p>・パートナー企業及び包括協定を締結している企業とのさらなる連携が必要</p> <p>・新たに外商活動に取り組む事業者の掘り起こし、事業者の段階に応じた外商支援が必要</p>
5	食のプラットフォームを起点とした商品づくり	<p>・食品事業者を核として、産学官が集うプラットフォームを構築し(H29～)、新商品の開発や改良に向けた実践的な学びや個別商品の磨き上げなどの機会を提供(セミナー・勉強会参加者H29～30(累計): 305名)</p>	<p>・商品開発力の強化など事業者が抱える様々な課題解決を図るため、セミナー・勉強会の開催による意欲の醸成やレベルアップを図るとともに、ものづくり系企業等との連携による新たな事業の創出など、具体的な行動につなげる仕組みづくりが必要</p>
6	地場産物の利用推進	<p>・産業振興推進地域本部を設置し、市町村との連携のもと、各地域アクションプランに掲げた目標設定に向けたきめ細やかなサポートを実施。これにより、地域に新たな産業が生まれるとともに、地産、外商への挑戦により事業は順調な成長を続けており、地域の雇用の創出と所得の向上につながっている</p> <p>(これまでの実績[H29実績見込み含む])</p> <p>※産振総合補助金 245件 39.9億円(補助額ベース)</p> <p>※産振アドバイザー 494件</p> <p>※地域アクションプランによる雇用の創出</p> <p>第1期計画(H21～23): 623人</p> <p>第2期計画(H24～27): 522人</p> <p>第3期計画(H28～30): 476人(見込み)</p> <p>※産振総合補助金を活用した事業の売上の増加額(単年度)H29: 71.5億円</p> <p>・地域の小グループや集落活動センター等による加工品づくりなどの小規模なビジネスの取り組みに対して、生産体制の確立や販路拡大に向けた支援を実施。各地に小さなビジネスの取り組みが広がり、県内外への販路拡大や売上の増加など、ビジネスとしてステップアップする事例も出てきた</p> <p>◆新規案件</p> <p>第3期計画(H28～) 5件</p> <p>◆地域づくり支援事業費補助金(小さなビジネス支援事業)</p> <p>平成28年度 2件 856千円</p> <p>◆集落の活力づくり支援事業費補助金(小さなビジネス案件)</p> <p>第3期計画(H29～) 5件 3,120千円</p> <p>・学校給食に地場産物を活用するための市町村等でのネットワークづくりや、地場産物を活用した学校給食の取組の推進、関係機関と連携した各地域や学校での食育等を推進</p>	<p>・地域アクションプランの取り組みを地域に定着・拡大させるとともに、地域の産業を牽引する意欲ある実践者の育成等による新たな取り組みの創出が必要</p> <p>・地域産品を活用した加工品づくり等の取り組みを広げ、地域住民の所得向上につなげるため、新規案件の掘り起こしと、個々のビジネスのブラッシュアップを図ることが必要</p> <p>・栄養バランスがとれた、安全・安心でおいしい学校給食を計画的に提供する必要がある中で、食材の量的・質的確保、一定規格の安定的な供給体制及び円滑な配送等、関係者の協力体制の強化が必要</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【外商05】◆商品カアアップへの支援	○	○						
【外商06】◆外商事業者のすそ野の拡大とステージアップ(H31拡充)	○	○						
【外商07】◆外商関係の協定等による県内事業者の販路開拓・販売拡大の支援	○	○						
【外商08】◆県内における商談機会の創出	○	○						
【外商09】◆商品開発・改良に向けた意欲の醸成	○	○						
【外商10】◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットフォームを構築	○				○		○	○
【外商11】◆事業者間連携等による商品づくりを伴走型で支援(H31拡充)	○	○						
【外商12】◆地域アクションプランの実行支援	○	○			○	○		
【外商13】◆小さなビジネスの発掘、育成	○	○						
【外商14】◆地場産物を使った学校給食や食育の推進	○							

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商01】 ◆衛生管理の高度化における基本の徹底	事業者の基礎的衛生・品質管理の徹底を支援するため、一般衛生管理研修を開催する。	研修に参加する企業数	21社(H27) ↓ 326社 (H28～H30累計) ↓ 250社 (H28～H31累計)
【外商02】 ◆HACCP導入型基準への移行に向けた衛生管理の高度化支援	事業者のHACCP手法の導入を支援するため、衛生管理に関するワンストップ相談窓口を設置するとともにHACCPアドバイザーを派遣する。	HACCP手法導入に向けたアドバイザー派遣企業数	－(H27) ↓ 222社 (H28～H30累計) ↓ 250社 (H28～H31累計)
【外商03】 ◆大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援(H31拡充)	県版HACCP取得済みの事業者のさらなる食品安全への取り組みを支援するため、専門コーディネーターを派遣して、HACCP手法の定着や製造現場のさまざまな改善を図り、事業者が大手小売業者や業務筋の工場監査に対応できるよう支援する。	HACCP手法の定着・改善に向けたコーディネーター派遣企業数	－(H28) ↓ 49社 (H28～H30累計) ↓ 170社 (H28～H31累計)
【外商04】 ◆外商の拡大に向けた表示適正化への支援	研修やアドバイス事業を通して、食品表示法への事業者の円滑な対応を支援するため、食品表示の適正化のための研修を行うとともに、食品表示関連法の管轄部署と連携して、ワンストップアドバイスを行う。	食品表示に関する相談企業数	151社(H27) ↓ 147社(H29) ↓ 210社

戦略の柱	1 定番化に向けた商品づくり
取組方針	1 食品加工のさらなる生産管理高度化支援

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>外商企業群の衛生管理の徹底</p> <p>事業者の基礎的衛生管理の徹底</p> <p>県地産地消・外商課、県食品・衛生課(各福祉保健所): 一般衛生管理研修を実施し、事業者の衛生管理の基本の徹底に向けた支援を行う</p>				
<p>外商企業群のHACCP手法の導入支援</p> <p>ワンストップ相談窓口による専門家支援</p> <p>事業者のHACCP手法を用いた自主衛生管理の推進</p> <p>県地産地消・外商課、県食品・衛生課(各福祉保健所): HACCP研修の実施と衛生管理に関する相談窓口の設置により事業者の支援体制を強化する。各福祉保健所とも連携しながら、HACCPアドバイザーによる事業者の現場支援を行うことにより、事業者のHACCP手法導入を支援する</p>				
<p>製造現場のレベルアップを目指した生産管理の徹底</p> <p>専門コーディネーターの派遣による生産管理の高度化</p> <p>県地産地消・外商課、県食品・衛生課: HACCP導入型基準を導入した事業者に対し、専門コーディネーターを派遣して、製造現場のレベルアップに向けた支援を行うとともに、包括協定企業、量販店や卸業者を対象とした指導者向け研修の開催などにより、事業者全体の衛生管理レベルの向上を図る</p>				
<p>食品表示研修およびワンストップ相談窓口による知識向上</p> <p>県地産地消・外商課: 食品表示ワンストップ窓口を設置して、研修や個別アドバイスを充実させて事業者が混乱なく新制度へ移行できるように支援を行う。また、ワンストップ相談窓口の積極的なPR活動を行って、より多くの事業者を支援する</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商05】 ◆商品力アップへの支援	県内事業者の持つ個別の課題に対し、専門家がアドバイスを行うことで、商品力アップや商品の改良、開発を促進する	商品力アップや商品の改良、開発を促進するために県が支援する事業者数	65社(H28) ↓ 170社(H28～H30) ↓ 200社 (H28～H31累計)
【外商06】 ◆外商活動のすそ野の拡大とステージアップ(H31拡充)	県内事業者の商品の磨き上げを支援するため、「まるごと高知」でのテストマーケティング機会の提供や、首都圏の消費者や外商活動を通じて収集したバイヤー等の情報や、店舗で得た情報を県内の生産者・事業者にフィードバックする	まるごと高知での新規採用商品数	183商品/年(H26) ↓ 233商品/年(H30) ↓ 200商品/年
【外商07】 ◆外商関係の協定等による県内事業者の販路開拓・販売拡大の支援	県産品の販路開拓・販売拡大を支援するため、パートナー企業との連携や、外商関係の協定を締結した機関との連携により、県産品の取扱拡大を図り、県内外での県産品の認知度向上を進める パートナー企業・・・1社 外商関係協定機関・・・2社	パートナー企業、外商関係協定締結機関との情報共有・連携	(H27) パートナー企業4回/年 包括協定企業1回/年 ↓ (H30) パートナー企業4回/年 協定機関3回/年(随時) ↓ (H31) パートナー企業4回/年 協定機関2回/年(随時)
【外商08】 ◆県内における商談機会の創出	事業者が参加しやすい県内での商談会の開催により、商談機会を確保するとともに、商談の機会等を通じた商品力のアップを目指す	県が開催する商談会への参加事業者数	113社(H27) ↓ 181社(H30) ↓ 140社/年

戦略の柱	1 定番化に向けた商品づくり
取組方針	4 市場が求める商品づくり



取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>専門家からの商品の開発、改良に向けたアドバイス</p> <p>県内事業者:相談会への積極的な参加 県地産地消・外商課、(一財)地産外商公社:専門家からのアドバイスの内容を元に、関係機関が共有しながら、事業者の商品力アップや、商品の改良、開発への取組みを支援する</p>				
<p>「まるごと高知」の活用による商品の改良・開発への支援</p> <p>県内事業者:首都圏での外商活動の拠点として「まるごと高知」を積極的に活用、「まるごと高知」におけるテストマーケティング等への積極的な参加 (一財)地産外商公社:県内での商品発掘を行うと同時に、「まるごと高知」の物販・飲食機能の運営や外商活動を通じて収集した消費者やバイヤー等の情報を県内の生産者・事業者にフィードバックするとともに、県や産業振興センター、金融機関等との連携により、商品の磨き上げを支援 (一財)地産外商公社・県:県内事業者への「まるごと高知」を活用した磨き上げの継続的なPR</p>				
<p>パートナー企業や包括協定締結企業と連携した県産品の認知度向上、販売促進</p> <p>協定締結機関、パートナー企業:県産品の販路拡大・販売促進 県地産地消・外商課:協定締結機関、パートナー企業への情報提供・提案等</p>				
<p>県内での商談会の開催</p> <p>県内事業者:商談会への参加 量販店・卸売業者:商談会への参加 県地産地消・外商課:商談会の開催</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商09】 ◆商品開発・改良に向けた意欲の醸成	県内事業者の商品開発や改良の意欲の醸成等を図るため、商品発掘コンクールを開催し、PRや外商活動を通じ販路開拓・拡大につなげる	商品発掘コンクールへの応募事業者数	86社(H28) ↓ 73社(H30) ↓ 80社
【外商】 ◆県内量販店等での商品の磨き上げ、販路拡大	新たに外商にチャレンジする事業者や商品の第一ステップとして、商品の磨き上げと県内での認知度向上を支援するため、県内量販等の協力によるテストマーケティングを行う	テストマーケティングへの参加事業者数	延べ13社(H27) ↓ 延べ2社(H28) ↓ 年間延べ20社 28年度に終了

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px;"> <p>商品発掘コンクールの開催 </p> <p>県内事業者: 商品開発・改良、外商に意欲を持つ事業者のコンクールへの応募 県地産地消・外商課: コンクールの開催、審査員のアドバイスのフィードバックによる商品磨き上げ・受賞商品の販売拡大</p> </div>				
<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px;"> <p> テストマーケティングによる県内量販店等での商品の磨き上げ、販売強化</p> <p>県内事業者: ニーズ把握や商品磨き上げにより県内量販店等での販売を拡大 県内量販店等: 売場の提供や商品へのアドバイスによる県産品の発掘及び販売強化 県地産地消・外商課: テストマーケティング実施により県内量販店等と県内事業者との繋がりをつくるとともに販売拡大を支援</p> </div>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商10】 ◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットフォームを構築	食品団体を核としてもものづくり系企業や生産者、大学などが広く参加するネットワークづくりを進め、商品開発をはじめとする様々な課題解決の仕組みを構築する ⇒別図<外01>参照(p.602)	セミナー・勉強会への参加企業数	- (H28) ↓ 202社(H30) ↓ 年間200社以上
【外商11】 ◆事業者間連携等による商品づくりを伴走型で支援(H31拡充)	食のプラットフォームに商品開発・改良を具体的実践する場(商品づくりWG)を設け、事業者間連携等による商品づくりを関係機関の役割分担のもと、伴走型で支援する ⇒別図<外01>参照(p.602)	商品アイテム数	- (H30.4) ↓ 38アイテム(H30) ※開発中も含む ↓ 年間10アイテム以上

戦略の柱	1 定番化に向けた商品づくり
取組方針	5 食のプラットフォームづくり

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p style="text-align: center;">産学官のネットワークによる商品開発等の促進 </p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p>県地産地消・外商課: 食品団体を核としたネットワークづくりを進め、商品開発をはじめとする課題解決の仕組みを構築するとともに、課題の共有や学習機会の確保により事業者のレベルアップを図る</p> </div>				
<p style="text-align: center;">事業者間連携等による商品づくりを支援 </p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p>県地産地消・外商課: 食のプラットフォームー商品づくりWGを設け、事業者間連携等による商品づくりを支援する</p> </div>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商12】 ◆地域アクションプランの実行支援	地域の雇用の創出や所得の向上を図るため、県内7地域に地域本部体制を整え、地域アクションプランの実行支援と地域産業クラスターの形成に取り組む また、地域アクションプランの取り組みをさらに広げていくため、新たな実践者の発掘と育成を図る	①雇用創出人数 ②産振総合補助金を活用した事業の売上の増加額(単年度)	①522人 (H24～H27累計) ↓ 476人(見込み) (H28～H30累計) ↓ 600人 (H28～H31累計) ②36.4億円(H26) ↓ 71.5億円(H29) ↓ 59.7億円
【外商13】 ◆小さなビジネスの発掘、育成	中山間地域における潜在力を引き出し、地域の元気づくりを進めるため、市町村と連携し、地域の資源を活用した小さなビジネス事業(51件H31.2現在)のサポート及び新たな案件の掘り起こしを行う	小さなビジネスの新規件数	- (H28.4) ↓ 5件 (H28～H30累計) ↓ 22件 (H28～H31累計)
【外商14】 ◆地場産物を使った学校給食や食育の推進	学校給食で地場産物の活用を促進するための地域の関係者等との協議、「高知の食べ物いっぱい入っちゃう日」「カレーの日」「だいで味わう和食の日」の取り組みについて、また学校教育活動全体での継続的な食育を学校で定着させるための「食育月間」「食育の日」の具体的な取組事例(献立の工夫、地域の伝統料理作り等)など、日常的な取り組みについて、学校給食関係者等を対象とした研修会や会議等を通して周知することにより、学校給食への地場産物活用の意識の向上を図る	学校給食への地場産物活用割合(食品数ベース)	35.7%(H26) ↓ 37.0%(H29) ↓ 50.0%

戦略の柱	1 定番化に向けた商品づくり
取組方針	6 地場産物の利用推進

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>地域アクションプランの実行支援、新たな実践者の発掘・育成</p> <p>地域産業クラスターの形成</p> <p>県：産業振興推進地域本部を引き続き設置し、市町村との連携のもと、各地域アクションプランに掲げた目標達成に向け、きめ細かなサポートを実施 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 ・産業振興アドバイザーによる支援 ・地域の頑張る人づくり事業費補助金による支援</p> <p>「小さなビジネス」の取組みへのサポート(生産基盤の整備支援・専門家派遣・販路開拓支援等)</p> <p>県産業振興推進地域本部、県中山間振興・交通部、市町村：関係機関が連携を図りながら、取組みを進める集落や小グループに対して、個々の課題に応じたきめ細かな支援を展開</p> <p>学校教育活動全体での地場産物を活用した学校給食や食育の推進</p> <p>各学校・給食センター等：地場産物活用のための会議等の開催。量販店、生産者、関係機関等と連携した計画的、継続的な食育の推進 県教委保健体育課：地場産物活用のための会議等の開催。現状把握のための学校給食栄養報告(週報)の実施：年2回 高知県の地場産物学習教材等を活用した食育の推進</p>				

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》
戦略の柱	2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ

戦略の方向性	地産外商公社の全国展開を進めるとともに、外商に挑戦する事業者のビジネスチャンスを広げ、より大きな商流につなげていく
--------	-----------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○地産外商公社の活動強化	【地産外商公社の活動による成約】
	○海洋深層水の利用拡大	【海洋深層水関連の県内製造品売上高（食品関連）】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	地産外商公社を核とした外商機会の拡大	・地産外商会社を中心に、大手卸売業者等との関係構築などにより外商機会の拡大を図るとともに、県内事業者の外商活動をサポートしたことにより、外商に意欲的に取り組む事業者が増え、公社の活動を契機とした成約実績も飛躍的に増加 (公社の活動を契機とした成約件数・金額 H23: 1,327件3.41億円→H29: 9,127件35.41億円)	・地産外商公社の活動の全国展開をさらに進めるとともに、大手卸売業者やパートナー企業との連携や外食産業など新たな外商分野への展開を一層強化することで、外商に挑戦する事業者のビジネスチャンスを広げ、より大きな商流につなげていくことが重要
2	「まるごと高知」の情報発信力の強化	・アンテナショップ「まるごと高知」を拠点とした地産外商公社の情報発信や外商活動により、バイヤーに「まるごと高知」の存在が浸透し、直接店舗に来店して商品を吟味しているケースも増加 (店舗売上 H23: 3.9億円→H29: 4.44億円) (来店者 H23: 722,077人→H29: 696,896人)	・「まるごと高知」の来店者の増加を図るため、店舗プロモーションの展開などにより、常に新しい発見や魅力ある店舗づくりに取り組むことが必要
3	県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開	・H25から高知県をひとつの大家族に見立てた高知家プロモーション活動に官民協働で取り組むとともに、高知家プロモーションと連動した地産外商、観光振興、移住促進の各施策を展開 (H27年度末の高知家の認知度は目標を上回る36%) (高知家ピンバッジ配布数は累計36万個超え) (高知家スターの登録は目標を上回る1,600人以上) (H28年度の広告換算効果は18.1億円)	・高知家の認知度35%を目指すとともに、地域地域で高知家を活用したさらなる展開を実現することで高知家ブランディングを強化し、地産外商、観光振興、移住促進の一層の成果につなげる展開を図る。
4	農産物の外商強化	○地域ブランド米の育成 ・本山町特産品ブランド化推進協議会、JA四万十、土佐岩戸米営農組合など8組織を支援 ⇒ 販売量の増加 H22: 654t→H27: 1,954t→H30: 2,280t ・H27、28には静岡県のお米コンテストで本県産米が特別最高金賞を受賞。全国的に評価される事例も生まれた ・H29に県オリジナル品種「よさ恋美人」を奨励品種に採用 ○養豚 ・飼料用米を飼料とした「米豚」のブランド化と生産頭数の維持(年間10,000頭)への支援 ⇒ 米豚生産頭数 H26: 10,000頭 → H29: 8,456頭 ○土佐ジロー ・生産・流通拡大への支援 ⇒ 規模拡大への支援により、飼養羽数がやや増加 飼養羽数 H26: 24,146羽 → H29: 24,447羽 ○土佐はちきん地鶏 ・生産・流通拡大への支援 ⇒ 規模拡大により、生産羽数は増加傾向 生産羽数 H26: 60,000羽 → H29: 88,021羽	○本県産米のブランド化を図るため、高温耐性品種「よさ恋美人」の普及とPR活動 ○平坦部の「よさ恋美人」から中山間部の「にこまる」につながるリレー出荷体制の構築 ○養豚 ・さらなる収益確保のため、規模拡大による生産量の増加や生産コストの低減、6次産業化 ○土佐ジロー ・飼養羽数の増加のため、規模拡大の支援や、新たな販売戦略 ○土佐はちきん地鶏 ・規模拡大による将来の増産体制(H31年度: 15万羽)に対応した販路拡大

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:16.1億円	H29:35.4億円	36億円	—	—
H26:95億円	H30:98億円	108億円	114億円	122億円

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【外商15】◆地産外商公社の全国展開のさらなる推進(H31拡充)		○						
【外商16】◆店舗プロモーションの展開		○						
【外商17】◆高知家プロモーションの地域でのより一層の活用・定着に向けた高知家ブランディングの強化		○						
【外商18】◆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)		○						
(再掲)【農14】◆県産米のブランド化の推進	○	○		○				
(再掲)【農18】◆養豚の生産、加工・販売体制の強化	○	○		○				
(再掲)【農19】◆土佐ジローの生産、販売体制の強化	○	○		○				
(再掲)【農20】◆土佐はちきん地鶏の生産、販売体制の強化	○	○		○				

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
4	農産物の外商強化	<p>○製品茶の販売促進 ⇒ 製品茶販売額 H26:2.1億円 → H29:2.6億円</p> <p>○茶樹の再生と茶加工施設の再編整備を支援 ○自走式茶園管理機の導入(H30:1台)</p> <p>○パートナー量販店(関西等8社)での販売強化 ⇒ 高知青果フェアの開催増加 H24:35回 → H29:75回</p> <p>【大規模な流通】 ○集出荷施設の再編統合による集出荷体制の強化 ⇒ 平成30年度に2カ所の集出荷場の機能強化を実施</p> <p>【中規模な流通】 ○中食・外食等との業務需要開拓 ・卸売会社との連携による業務需要の拡大 ⇒ 新規開拓数 H24:— → H29:3件</p> <p>・高知家の野菜・くだもの応援の店制度の創設 ⇒ 応援の店 H24:— → H29:40店舗</p> <p>○顧客と産地をつなぐ新たな流通・販売体制の構築 ⇒ 個人向け通販サイト「龍馬マルシェ」の開設(園芸連H27.4.1~H30.12.31、JA高知県H31.1.1~) ⇒ 業務の効率化を目的に、宅配業者と連携した新しい決済システムを導入 (園芸連H27.11月~H30.12月、JA高知県H31.1月~)</p> <p>○規格外品などの園芸品の出荷・流通・販売体制の仕組みづくり ・実需者のニーズを踏まえた出荷提案 ⇒ 加工業者向けの規格外品の新規取扱開始 ・販路拡大地域PTによる魅力ある品目の掘り起こし ⇒ 県内12地域でPT設置</p> <p>【小規模な流通】 ○こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓 ・生産者と飲食店等の実需者とのマッチング ⇒ 成約件数 H24:45件 → H29:35件</p>	<p>○荒茶価格は低迷傾向。生産者の所得確保に向けた、ターゲットを明確にした販売促進活動と消費拡大の強化</p> <p>○茶産地の振興に向けた、高品質な荒茶生産のための加工体制の整備、台切り・改植による茶樹の再生、収穫・整枝時の労力を大幅に削減できる自走式茶園管理機の導入及び作業道整備への支援</p> <p>○パートナー量販店との継続した良好な関係づくり ○県産青果物のさらなる認知度の向上 ○招へい産地の固定化</p> <p>○県一JA構想に伴う集出荷施設の再編に関する関係団体との課題と方向性の共有、計画的な再編の実施</p> <p>○単年度事業では、短期間で成果が見込まれる取り組みが中心になっており、受託者の活動が制限される ○輸出拡大に向けた海外ニーズの把握及び販路開拓 ○クラスター化に必要な業務加工用ニーズの把握と販路開拓による新たな産地づくり</p> <p>○取扱商品の拡大</p> <p>○栽培方法や品質にこだわった逸品の取扱や発信力の強化 ○素材にこだわりを持った実需者や小口取引先のニーズへの対応</p> <p>○来場者の固定化及び外部主催を含め、類似商談会の増加による出展者の減少 ○営業方法やパッケージ等のブラッシュアップ及び新規出展者の掘り起こし</p>
5	水産物の外商強化	<p>○「高知家の魚応援の店」の取引拡大のため、新規「応援の店」登録100店舗及び取引拡大の可能性が有る店舗を重点にフォロー、産地における高鮮度処理体制の定着 ・「応援の店」との取引額3.5億円(H30末見込み) ・「応援の店」登録店舗:925店舗(H31.1末) ・県内事業者との取引率:58%(H29年度末) ・産地見学会の開催:延べ10回(H30年度末) ・高鮮度処理の指導:県内定置等23カ所実施</p> <p>○県内水産関係事業者と県が連携して、築地につぼん漁港市場に「さかな屋高知家」を出店し、店舗を拠点に首都圏における県産水産物の外商活動・PRを展開</p> <p>○関西、中四国、九州の消費地市場(卸売業者等)との交流による関係強化やフェアの開催 ・市場合同会議の開催:7回(H23~) ・関西地区量販店で高知フェア等の開催: 延べ59店舗(H27~)</p>	<p>○高知家の魚応援店制度 ・県産水産物の取扱いに意欲的な店舗の掘り起こしによる登録店舗の拡大 ・マッチングの機会を活かした取引の拡大 ・店舗訪問によるフォローアップ、信頼関係の構築 ・産地指導による高鮮度処理体制の定着化と高鮮度魚の流通拡大</p> <p>○消費地市場との連携 ・水産物フェアの継続、高知県産品フェアへの移行 ・消費市場でのイベントの参加による取引の拡大</p>
6	海洋深層水関連商品の外商強化	<p>・商談会開催などの外商支援とともに、高知家プロモーションや高知海洋深層水企業クラブと連携した情報発信を展開</p>	<p>・室戸海洋深層水のブランド化を推進し、他地域との区分化や市場信頼性の向上を図る ・一般社団法人化(H30.4.1)した海洋深層水企業クラブとの連携強化</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【農30】◆土佐の生産振興	○	○		○				
(再掲)【農34】◆高知家プロモーションの活用やパートナー量販店等との連携による販促、PR			○					
(再掲)【農35】◆(基幹流通)集出荷施設の再編統合等による集出荷体制の強化			○					
(再掲)【農36】◆(中規模)卸売市場と連携した業務需要の開拓			○					
(再掲)【農37】◆(中規模)加工用ニーズへの対応			○					
(再掲)【農38】◆とさのさとを活用した地産外商の強化(H31新規)			○					
(再掲)【農39】◆(小規模)こだわりニッチ野菜・果実等の販路開拓			○					
(再掲)【水25】◆「応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化(H31拡充)			○					
(再掲)【水26】◆県内産地の対応力の強化	○	○						
(再掲)【水27】◆消費地市場と連携した外商活動の展開			○					
(再掲)【水28】◆販売の拡大を背景とした新たな物流システムの構築			○					
(再掲)【商21】◆海洋深層水関連商品のさらなる商品開発や販路開拓の支援とブランド力の強化	○	○						

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
7	<p>関西地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・地産外商公社・「とさの店」・「高知家の魚応援の店」等との連携により、関西の食業界とのネットワークを構築し、協力関係を深めた(食業界ネットワーク人数 H23:450人→H30:2,800人) ・高知県フェアや商談会出展等への支援を行い、県産品の認知度向上や販路拡大(H30高知フェア等開催数:延べ30回、H30商談会出展回数:延べ12回) ・マスメディアへの「志国高知 幕末維新博」及び「リョーマの休日-自然&体験キャンペーン-」等の観光PRや、関西における人的ネットワークを活用して、グランフロント大阪等の注目施設やインテックス大阪、JR京都駅前広場等での集客力のあるイベントでの観光PRを実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・県のネットワークの一層の活用により、新たな営業先を獲得し地産外商公社と連携して外商に取り組むことが必要 ・県産品の動向を注視しながら、関西市場の特性にマッチしたBtoCのプロモーションが必要 ・高知県への誘客を促進するため、メディアへの露出の増のための積極的な訪問や、高知の魅力を周知するため参加者の意識に留まるイベントが必要 ・観光コンベンション協会や地域の観光協議会、市町村など関係団体との情報交換、連携の強化が必要
8	<p>中部地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・量販店や飲食店等に高知フェアの開催を提案し、フェア開催機会の拡大に取り組むとともに、県内企業に対する消費者ニーズ等の情報を提供し、商品の磨き上げにつなげた(高知フェア等の売上H24:14回24,420千円→H30:31回40,964千円) ・中部地区への進出を目指す県内事業者の掘り起こしと進出支援を行い、中部地区でのビジネスマッチングを支援(ビジネスマッチングによる成約実績H25:2,065千円→H30:38,168千円) ・高知県産品の認知度向上を図るため、中京メディアとのネットワークづくりとメディアプロモーション活動を展開 	<ul style="list-style-type: none"> ・定番取扱商品を増やすことが必要 ・取引先(取扱い店舗数)の拡大が必要

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【外商19】◆関西地区における高知フェア等の外商活動機会の確保		○						
【外商20】◆関西地区におけるマスメディアを活用した観光情報発信		○						
【外商21】◆関西地区における観光展・イベントでの情報発信		○						
【外商22】◆関西地区における旅行会社、スポーツ団体、大学等への情報提供の強化		○						
【外商23】◆関西地区における外国人旅行者の誘致のための情報収集・情報発信		○						
【外商24】◆中部地区における高知フェア等の外商活動機会の確保		○						
【外商25】◆中部地区における試食・商談会等を活用した新たな販路開拓		○						
【外商26】◆中部地区における企業誘致の推進		○						
【外商27】◆中部地区における効果的な観光PR、プロモーション活動の展開		○						

分野

連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商15】 ◆地産外商公社の全国展開のさらなる推進(H31拡充)	県産品の販路の開拓、販売の拡大を図るため、県産品データベースを活用しながら、大手卸業者のネットワークを活用し、商品ターゲットに合わせた外商機会の拡大を図るとともに、パートナー企業との同行営業の拡大や高質系小売店等のネットワークを生かした外商の展開、新たな外商先へのアプローチを行う	新たな外商先としてリストに基づいてアプローチする企業数	- 社(H27) ↓ 88社(H29) ↓ 120社

分野

連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商16】 ◆店舗プロモーションの展開	来店者数の増加を図るため、店舗プロモーションを展開する	まるごと高知来店客数	64.7万人(H26) ↓ 69.7万人(H29) ↓ 80万人

戦略の柱	2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ
取組方針	1 地産外商公社を核とした外商機会の拡大




取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>県内事業者の外商活動の支援</p> <p>県内事業者：商品の磨き上げや供給力の向上、県産品データベースへの登録、公社主催等の商談会等への出展 (一財)地産外商公社：大手卸売業者のネットワークを活用し、商品ターゲットに合わせた外商機会の拡大、パートナー企業との同行営業、高質系小売店等のネットワークを生かした外商の展開、新たな外商先へのアプローチ、県産品データベースの活用 (一財)地産外商公社・県：「まるごと高知商談会」の開催等による、県内事業者の公社活用の継続的なPR</p>				

戦略の柱	2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ
取組方針	2 「まるごと高知」の情報発信力の強化

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>店舗プロモーションの強化</p> <p>(一財)地産外商公社・県：連携しながら、店頭での店舗や商品情報の発信、メディア、HP、SNS等の活用、イベントの実施等、店舗プロモーションを強化する</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商17】 ◆高知家プロモーションの地域でのより一層の活用・定着に向けた高知家ブランディングの強化	県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげるため、これまでの取り組みにより高まってきた高知家の認知度とポテンシャル(高知県に対する各意向度の向上)を活かし、県産品等の見込み客の育成へ効果的につなげる情報発信や情報導線の強化を行うため高知家ブランディングを強化する 関係部局と連携を図りながらセールスとプロモーション活動の内容・タイミングのさらなる連動を行う	首都圏、近畿圏における高知家の認知度	28%(H26) ↓ 29.0%(H30.9月) ↓ 35%
【外商18】 ◆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)	「高知まるごとネット」と「県産品データベース」を統合し、県産品情報を効率的に提供することで、高知県や県産品の認知度の向上と販路拡大を目指す。	まるごとネット総ページビュー	32,329件/月(H27) ↓ 34,424件/月(H29) ↓ 70,000件/月

戦略の柱	2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ
取組方針	3 県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>プロモーション・セールス活動の連動強化と販売拡大支援 </p> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p>県民: 高知家プロモーションへの参画 関係団体、県内事業者: 高知家プロモーションへの参画、プロモーション活動のセールス活用(メディア露出活用) 県、(一財)地産外商公社: 部局間の連携を図りながらセールスプロモーション戦略の企画立案、情報導線の強化を行い、セールス施策の効果的な連動を行う</p> </div>				
<p>ホームページの改修 </p> <p>県産品に関する情報発信機能の充実・強化 </p> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p>県内事業者: 商品情報やコンクール受賞情報等、自社の情報発信に活用 (一財)地産外商公社: 高知まるごとネットを運営し、県産品を中心にタイムリーな情報発信を行う</p> </div>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商19】 ◆関西地区における高知フェア等の外商活動機会の確保	<p>食の業界とのネットワークの拡大を図るため、大手卸売事業者や「とさの店」との連携に加え、業界団体や大規模な商業施設などの料理人等を招いた産地視察・試食会等を開催するほか、「高知家応援企業ミーティング@KANSAI」参加企業や包括協定締結企業との連携を通じて関係を強化する。そのネットワークを活用し、地産外商公社と連携して外商の一層の強化につなげる</p> <p>また、高知フェア及び四国フェアの開催や、大型商談会への出展支援、個別営業活動への支援を行い、県内事業者の外商機会を拡大のため、地産外商公社と協力して取り組む</p>	関西地区における高知県産品の売込相手先となる食業界のネットワーク人数	1,000名(H26) ↓ 2,800名 (H26～H30累計) ↓ 3,000名 (H26～H31累計)
【外商20】 ◆関西地区におけるマスメディアを活用した観光情報発信	<p>高知県の観光情報を充実させるため、高知家プロモーションと連動して、新聞・雑誌・フリーペーパーなどマスメディアを活用した情報発信を行う</p> <p>観光情報の発信を効果的なものにするため、マスメディアのニーズに合ったモニターツアーを実施し、本県の強みである「食」をはじめ、歴史・体験・スポーツツーリズムなどを実際に担当者に体験してもらい、ファンになってもらう</p>	関西地区におけるメディアでの高知情報の発信	68件(H26) ↓ 65件(H30) ↓ 90件
【外商21】 ◆関西地区における観光展・イベントでの情報発信	<p>観光展・イベントでの継続的な情報発信のため、テーマ性を持って他県との連携PRを強化し、話題性・注目度の高いイベントを実施する。あわせて、フェイスブックや「関西応援団」、「とさの店」登録店なども活用し、広く情報発信する</p>	関西地区における各種イベント等の実施・参加	43件(H26) ↓ 60件(H30) ↓ 65件
【外商22】 ◆関西地区における旅行会社、スポーツ団体、大学等への情報提供の強化	<p>教育旅行・スポーツ旅行、MICEを含めた旅行商品造成に繋げるため、観光コンベンション協会や関係団体と連携して、旅行会社、スポーツ団体、大学等に対して、施設情報とともに高知の強みである食や自然体験などを個別にきめ細かく情報提供して誘客活動を行う</p>	関西地区における旅行会社、スポーツ団体、大学等への情報提供	86件(H26) ↓ 125件(H30) (①旅行会社・スポーツ団体等 107件 ②大学等 5件) ↓ 140件
【外商23】 ◆関西地区における外国人旅行者の誘致のための情報収集・情報発信	<p>海外向けの旅行会社等に対して、インバウンド誘致に繋がる情報の収集・発信、関係先との情報共有、LCCの定期就航、チャーター便、クルーズ客船の誘致支援へのアプローチを行う</p>	関西地区におけるインバウンド関連機関への訪問等	6件(H26) ↓ 32件(H30) ↓ 35件

戦略の柱	2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ
取組方針	7 関西地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開


取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
ネットワークを活かした営業活動				
県大阪事務所：県で培った業界団体や大規模商業施設などのネットワークを活用し、(一財)地産外商公社との一層の連携により、外商ターゲットに合わせた外商機会を拡大。高品質系スーパー等からの商品磨き上げに向けた意見のフィードバック 四国の他県大阪事務所との連携強化				
高知フェア・四国フェアの開催支援				
県大阪事務所：(一財)地産外商公社と連携し、フェア開催の際の県産品のプロモーションを強化 包括協定締結企業との関係強化による外商機会の拡大四国の他県大阪事務所との連携強化				
県産品取扱店との連携				
県大阪事務所：「とさの店」や「高知家の魚応援の店」、「高知家の野菜・くだもの応援の店」との連携拡充による高知県産品の 認知度向上と販路拡大				
マスメディアを活用した観光情報の発信				
県大阪事務所：地域特性を考慮し、人的な繋がりを最大限に生かした各種マスメディアの活用と更なる情報発信				
観光展・イベントでの情報発信				
県大阪事務所：事務所の立地をはじめとした様々な機会を活かす形でのイベントや、テーマ性、トピックスなどを活用し、興味をもって もらえるイベントを実施				
旅行会社・スポーツ団体、大学等への情報提供の強化				
県大阪事務所：(公財)コンベンション協会や各地域観光協会、市町村など関連団体と連携した効果的な情報提供と誘客活動の実施				
外国人旅行者の誘致のための情報収集・情報発信				
県大阪事務所：国際観光課他関係課、観光コンベンション協会と一体となった関西でのインバウンド情報の収集と情報の発信				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商24】 ◆中部地区における高知フェア等の外商活動機会の確保	<p>県産品の販売額を増やすため、地産外商公社と連携しながら、中部地区への進出を目指す県内事業者の掘り起こしやビジネスマッチングの実施</p> <p>量販店や飲食店等に高知フェアの開催を提案して、県産品と触れ合う機会を確保し、外商機会の拡充に取り組む</p> <p>商品の磨き上げの一助を担えるよう、県内企業に対する消費者ニーズ等の情報提供を行う</p>	<p>中部地区での高知フェア等における高知県産品の販売額</p>	<p>34,000千円(H26) ↓ 40,964千円(H30) ↓ 41,000千円</p>
【外商25】 ◆中部地区における試食・商談会等を活用した新たな販路開拓	<p>定番的取引拡大のため、地産外商公社と連携して、中部地区で外商活動を通じて、構築できつつある人的ネットワークの更なる拡大・強化に向けた取り組みを行う</p> <p>高知県産品の認知度向上を図るため、中京メディアとのネットワークづくりとメディアプロモーションを実施する</p>	<p>中部地区での高知県産品の定番的取引額</p>	<p>5,400千円(H26) ↓ 38,168千円(H30) ↓ 46,000千円</p>
【外商26】 ◆中部地区における企業誘致の推進	<p>企業誘致の推進のため、既立地企業に対する細やかなアフターケアの実施や、高知県への進出検討企業には、企業立地課と連携を図り、速やかに訪問を行うなど地道な発掘を行う</p>	<p>中部地区からの新たな誘致企業数</p>	<p>－(H26) ↓ －(H30) ↓ 2社</p>

戦略の柱	2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ
取組方針	8 中部地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>高知フェア等の外商機会の確保</p> <p>県内事業者：中部地区での高知フェア等の外商機会への参加、バイヤーのアドバイスを踏まえた商品の開発・改良 卸・小売業者：高知フェア等の開催、バイヤーによる商品へのアドバイス 県名古屋事務所、(一財)地産外商公社：量販店等に対する高知フェア等の企画提案等による外商機会の確保 全国センター合同物産観光展での県産品販売、県内企業への消費者ニーズ等の情報提供</p>				
<p>中部地区地産外商戦略の着実な実行(人的ネットワークの構築・拡大、認知度向上に向けた取り組みの実施)</p> <p>県内事業者：名古屋で開催される食の展示・商談会への参加 名古屋バイヤー等：名古屋、大阪での商談会等への参加 県名古屋事務所、(一財)地産外商公社：名古屋で開催される食の展示、商談会への出展、出展業者の選定</p> <p>卸・小売業のバイヤー：県内で開催される商談会への参加 県名古屋事務所、(一財)地産外商公社：県内で開催される商談会への名古屋バイヤー等の招待を契機とした人的ネットワークの構築</p> <p>中部地区のホテル・レストラン等の料理人：県内産地視察の実施や、県内食材を用いた料理教室への参加による県産品のPR 県名古屋事務所：高知県食材を使用した料理教室の開催による高知県産品のPR及び新規販路の開拓</p> <p>中部メディア：高知県への取材、高知県情報の発信 県名古屋事務所：中京メディアとの人的ネットワークの構築及び当該ネットワークを活用した高知県情報の発信</p> <p>県内事業者の外商活動の支援</p> <p>一定エリアの飲食店を対象とした高知フェア実施による新規取引先の開拓 地産外商公社職員を事務所内に配置(H30.4)し中部エリアの外商活動を強化 高知県公認ショップ(H30.9.28オープン)と連携した外商機会の確保</p>				
<p>既立地企業に対するアフターケアの実施</p> <p>県名古屋事務所：既立地企業に対する細やかなアフターケアの実施による増設や新規誘致企業の発掘</p>				
<p>高知県への進出希望企業の地道な発掘</p> <p>県名古屋事務所：県内への進出希望企業の地道な発掘、中部高知県経済活性化顧問等の人材活用</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【外商27】 ◆中部地区における効果的な観光PR、プロモーション活動の展開</p>	<p>本県への誘客につなげるため、来所者に対して地元情報のきめ細かい提供、四国ツーリズム創造機構や観光コンベンション協会と連携したPRの実施、マスメディア等を通じて、高知家プロモーションと連動した高知県のPR等を実施する</p> <p>複便化された航空路線の維持及び更なる増便に向け、航空路線の利用促進に取り組むとともに、高知への旅行商品造成に向けて取り組む</p> <p>高知の魅力を知ってもらい、露出を高めてもらえるよう、メディアをはじめとする関係機関に対して定期的に観光情報を提供する</p> <p>各種イベントを通じて高知県のPRを実施するとともに、よさこい鳴子踊りを通じた文化交流に取り組む</p>	<p>中部地区での観光関係者へ訪問回数</p>	<p>76回(H26) ↓ 103回(H30) ↓ 97回</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>高知県観光のPRの実施、エーエージェントへの商品化の要請 </p>				
<p>県名古屋事務所: につぼんど真ん中祭りへのよさこいチームのエキシビジョン参加、津まつりへのミス高知派遣、全国県人会まつり、名古屋まつり、旅まつりへのブース出展及び高知フェア開催時における高知県観光に関する情報発信</p>				
<p>県名古屋事務所: エーエージェントへイベント情報提供等を行いツアー等商品化の要請、四国ツーリズム創造機構と共同した観光PRの実施</p>				
<p>中部メディア: 高知県への取材、高知県情報の発信 県名古屋事務所: 中京メディアとの人的ネットワークの構築及び当該ネットワークを活用した高知県情報の発信</p>				

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》
戦略の柱	3 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

戦略の方向性	ユズや土佐酒のさらなる輸出拡大や、大型水産加工施設の本格稼働にあわせた水産物の輸出支援強化など、国別・品目別の輸出戦略を本格展開する。
--------	---------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○食料品の輸出拡大	【食料品の輸出額】
	○貿易に取り組む企業の掘り起こし	【貿易に取り組む企業】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	国・地域別の輸出拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・ユズ、日本酒、水産物を中心に、欧米やアジア等で、食品展示見本市や商談会など、様々なプロモーション活動を展開し、H21年からH29年までの8年間で食料品の輸出額が20.6倍に拡大 (H21:0.51億円→H23:1.29億円→H26:3.38億円→H27:4.39億円→H28:7.21億円→H29:10.5億円) 	<ul style="list-style-type: none"> ・有望市場でのさらなる販路拡大および販路拡大が期待でき、かつ県内企業の要望が高い新たな市場の開拓が必要 ・市場の特性の見極めや、市場に応じた衛生基準等への対応が必要
2	品目別の輸出拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・本県に強みのあるユズの輸出拡大・認知度向上に向けて、食の情報発信力の高いパリで、現地商社と連携してトップシェフ、バイヤー、マスコミを招いた賞味会を開催し、そこでの高評価を力に、欧州全土や豪州等への展開につなげる手法を確立 欧州、シンガポール、香港、中国で「KOCHI YUZU」の商標を取得し、ブランド化に向けた取り組みを推進 ○農業団体と県が生産出荷指標・生産出荷計画を共同策定 ・県及び地域目標のそれぞれを共有し、生産から販売までの品目別課題の解決へ向けた取り組みを推進 ⇒品目別戦略シート及び地域版による進捗管理 H24～H29:野菜10、果樹1、花き1 ○まとまりのある園芸産地の育成支援 ・現地実証圃を中心に学び教えあう場、県域の生産者交流会、現地検討会の取り組みを充実 H30:品目別技術実証17カ所 うち新品目実証 3カ所 省力化実証 3カ所(南国市葉ニンニク) ・土佐酒をユズに続く輸出の基幹品目に位置づけて、酒類の情報発信地であるロンドンを始め、パリ、スペインでの試飲商談会等の実施、また香港、台湾でのプロモーションを行う等、欧州やアジアでの認知度向上や販路拡大に向けた取り組みを推進 ・酒米の生産振興 ⇒高知県酒造組合(酒造メーカー18社)からの需要量を満たすため作付拡大を図った(酒造好適米需給割合 H25:80%→H28:100%) ○酒米の生産振興 ・高知県酒造組合(酒造メーカー18社)からの需要量を満たすため作付拡大を図った ⇒酒造好適米需給割合 H25:80% → H30:100% ・酒造好適米の品質向上に向けた栽培技術の普及を図った⇒酒造好適米「吟の夢」の1.2等米比率 H25:58% → H27:79% → H30:80% ・H30に県オリジナル酒米品種「土佐麗」を奨励品種に採用 ○輸出品目の定番化 ⇒ユズについては、これまでの支援により定番化され、輸出促進につながっている ユズ果実 輸出量 H26:3.6t → H30:3.9t 	<ul style="list-style-type: none"> ・高知産ユズのさらなる認知度向上と、ユズに続く輸出有望品目の掘り起こしが必要 ○ユズ、文旦の産地維持及び拡大のための、優良系統への新植・改植の推進等による生産力の向上、高品質果実等ニーズに対応した生産への誘導、後継者の育成 ○ユズの国内外での需要並びに販路拡大とブランド力の強化、大都市圏における文旦の認知度向上による需要拡大と価格形成 ・欧州等における土佐酒の認知度向上、各社の商品特性に応じた輸出戦略の策定とともに、販路拡大が必要 ・本県産酒造好適米は、酒造メーカーの評価が高いものの、品質(1.2等米比率)が低いため、品質向上に向けた栽培技術の普及が必要 ・酒造用加工用米の安定供給体制の整備 ○本県産酒造好適米は、酒造メーカーの評価が高いものの、品質(1.2等米比率)が低いため、品質向上に向けた栽培技術の普及が必要 ○酒造用加工用米の安定供給体制の整備 ○新品種「土佐麗」の高品質安定栽培技術の確立 ○輸出拡大に向けた海外ニーズの把握 ・国外の野菜等の嗜好や流通ルートなど、輸出品目の定番化に向けた情報収集 ・販売に結びつけるため、国外の流通ルートに乗せていくことができる輸出方法の確保 ○市場流通、市場外流通を含めた多様な輸出ルートの拡大

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:3.38億円	H29:10.5億円	9億円	12億円	17億円
H26:49社	H30:100社	100社	—	—



具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【外商28】◆有望(安定)市場での展開(H31拡充)	○	○						
【外商29】◆新興(チャレンジ)市場での展開(H31拡充)	○	○						
【外商30】◆ユズの輸出拡大	○	○						
(再掲)【農12】◆特産果樹生産振興(ユズ、文旦)	○	○		○				
【外商31】◆土佐酒の輸出拡大	○	○						
(再掲)【農15】◆酒米の生産振興	○	○		○				
(再掲)【農41】◆JA高知県、とさのさと、卸売市場と連携した農産物の輸出拡大と強化(H31拡充)		○						

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	品目別の輸出拡大	<p>○高知県養殖魚輸出促進協議会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・漁協、加工業者、ディーラー、商社、物流業者等による高知県養殖魚輸出促進協議会が設立→事業目的等を拡充し、名称を高知県水産物輸出促進協議会(仮称)に変更予定 ・水産物の国際取引に精通した企業にアドバイス業務を委託し、協議会の輸出に向けた活動を支援 ・協議会が行う国際商談会への出展等による販路開拓、次年度の出展等を見据えた現地調査などを支援 <p>[国際商談会への出展等]</p> <p>FOOD EXPO/SEAFOOD EXPO ASIA(香港)、THAIFEX(タイ)、VIETFISH(ベトナム)、FHA(シンガポール)、SEAFEX(ドバイ)、SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA(米国)、沖縄大交易会</p> <p>○HACCP対応等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大日本水産会等による一般的衛生管理講習会・輸出セミナーやHACCP研修会の開催 <p>・貿易に取り組む企業を支援するため、セミナーの開催、商流の斡旋、マッチング、成約、事後フォローなど、企業のステージに応じたサポートを展開してきた結果、貿易に取り組む企業が大幅に増加(H22:15社→H30:100社)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・海外商談会出展など高知県養殖魚輸出促進協議会(H31年4月1日～高知県水産物輸出促進協議会(仮称))による輸出に向けた活動の促進 ・HACCP認証の取得など輸出に対応した水産加工施設の衛生管理体制の高度化への対応 ・輸出に取り組む事業者の貿易対応力の向上 <p>・ユズの輸出で蓄積したノウハウ(※)を活用して、定番化に向けた新たな品目の掘り起こしが必要(※)確実に成約につなげるために現地商社と連携した賞味会を開催して、高い評価を力に各国へ拡販</p>
3	企業のサポート強化	<ul style="list-style-type: none"> ・貿易に取り組む企業を支援するため、セミナーの開催、商流の斡旋、マッチング、成約、事後フォローなど、企業のステージに応じたサポートを展開してきた結果、貿易に取り組む企業が大幅に増加(H22:15社→H30:100社) 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業のステージや商品に応じたサポートを行って、貿易に取り組む企業や団体のすそ野を拡大する取り組みが必要

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【水24】◆水産物の輸出の本格展開(H31拡充)	○	○						
【外商32】◆定番化に向けた新たな品目の掘り起こし	○	○						
【外商33】◆貿易に取り組む企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援	○	○						

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商28】 ◆有望(安定)市場での展開(H31拡充)	さらなる輸出拡大のため、輸出額10,000千円以上(H26年実績)を有望市場として位置付け、有望市場での輸出額増と販路拡大に向けた支援を行う ⇒別図<外02>参照(p.603)	有望市場への食料品輸出額	7カ国253百万円(H26) ↓ 7カ国704百万円(H29) ↓ 10カ国以上680百万円
【外商29】 ◆新興(チャレンジ)市場での展開(H31拡充)	さらなる輸出拡大のため、富裕層の増加や日本の食品市場の成長性などから販路開拓・販路拡大が期待できる国(タイ、インドネシア等)を新興市場として位置付け、新興市場での輸出額増と販路拡大に向けた支援を行う ⇒別図<外02>参照(p.603)	新興市場への食料品輸出額	- (H26) ↓ 4カ国127百万円(H29) ↓ 2カ国以上2千万円

戦略の柱	3 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化
取組方針	1 国・地域別の輸出拡大

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
販路拡大を支援 				
<p>県地産地消・外商課:既存の商流等を活かした展示商談会など効果的なプロモーション機会の創出による輸出支援 海外支援拠点・支援体制の強化:台湾の活動支援拠点を拡充するとともに、高知県貿易推進統括アドバイザーを設置(H29～) 外部専門家:米国食品安全強化法(FSMA)への対応を行う事業者支援のため外部専門家を派遣(H29～) 現地の商社や量販店など「キーパーソン」とのネットワークを強化し、有望市場での輸出促進をさらに加速化 大型水産加工施設の本格稼働等に合わせて水産物輸出の支援強化 企業の本格的な輸出戦略の策定とさらなる磨き上げの支援強化 食品海外ビジネスサポーターを設置し、企業ニーズに応じた現地支援体制を構築</p>				
販路開拓・拡大を支援 				
<p>県地産地消・外商課:商流の確保、輸入規制や衛生管理基準への対応サポート、市場調査、商談会等のプロモーション機会の創出による輸出支援 海外支援拠点・支援体制の強化:台湾の活動支援拠点を拡充するとともに、高知県貿易推進統括アドバイザーを設置(H29～)(再掲) 輸出に取り組む企業のステージに応じた戦略の策定と実行を支援し企業ニーズに応じた新たな市場を開拓 大型水産加工施設の本格稼働等に合わせて水産物輸出の支援強化(再掲) 企業の本格的な輸出戦略の策定とさらなる磨き上げの支援強化(再掲)</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商30】 ◆ユズの輸出拡大	本県の輸出基幹品目であるユズの輸出促進、認知度向上のための取り組みを行う ⇒別図<外02>参照(p.603)	ユズの輸出額	1億3千万円(H26) ↓ 2億93百万円(H29) ↓ 2億円
【外商31】 ◆土佐酒の輸出拡大	本県の輸出基幹品目である土佐酒の輸出促進、認知度向上のための取り組みを行う ⇒別図<外02>参照(p.603)	土佐酒の輸出額	1億円(H26) ↓ 2億円(H29) ↓ 2億円
【外商32】 ◆定番化に向けた新たな品目の掘り起こし	ユズ、日本酒、水産物に次ぐ輸出基幹品目の輸出促進のための取り組みを行う ⇒別図<外02>参照(p.603)	新たに力を入れて取り組む品目数	1品目(H26) ↓ 3品目(H30) ↓ 3品目

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商33】 ◆貿易に取り組む企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援	貿易に取り組む企業のすそ野を広げるため、企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援を行う ⇒別図<外02>参照(p.603)	海外での商談機会の提供数(県が開催又は参画するフェア等)	13回(H26) ↓ 15回(H30) ↓ 55回 (H28~H31累計)

戦略の柱	3 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化
取組方針	2 品目別の輸出拡大

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>関係機関との連携・情報発信力の強化</p> <p>県地産地消・外商課: 商社と目標・戦略を共有した取組みの強化 情報発信力(食べ方、品質、商品群)の強化による認知度向上 農業振興部との連携(安定供給の仕組みづくり等)</p>				
<p>情報発信力強化・関係機関との連携</p> <p>県地産地消・外商課: 情報発信力強化(土佐酒セミナー、試飲会等)による認知度向上 マッチング機会(商談会、展示会等)の拡大 農業振興部との連携(酒造好適米の生産拡大)</p>				
<p>関係機関との連携・掘り起こし</p> <p>県地産地消・外商課: (農水物)農水産部と連携し新たに取り組む品目の選定 (個別企業)公募方式で輸出に意欲のある企業を募る 市場調査、マッチング、マーケティング機会の創出支援、国別輸入規制等の情報提供等</p>				

戦略の柱	3 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化
取組方針	3 企業のサポート強化

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>関係機関と連携した支援</p> <p>県地産地消・外商課: 貿易促進コーディネーター、ジェトロ高知、(一財)地産外商公社等と連携した支援 (貿易セミナーの開催、市場情報や輸入規制等の提供、バイヤーの紹介・マッチング、商談機会の提供、プロモーション機会の提供、事後フォロー)</p>				

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》
戦略の柱	4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

戦略の方向性	事業者が外商活動に取り組む中で明らかになった課題を解決し、企業の総合力を高める支援体制を強化するとともに、拡大再生産に向けた設備投資等を支援する。
--------	---------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○規模の大きな事業者への支援による拡大再生産（食品関連工場の新增設等） ※食品ビジネスまるごと応援事業や設備投資の支援策により、規模の大きな事業者（従業員50人以上）の拡大再生産を後押し	【規模の大きな事業者への支援による拡大再生産に伴う売上増加額（食品関連工場の新增設等）】
	○外商活動参画事業者への支援による拡大再生産 ※地域アクションプランや設備投資の支援策により、外商活動参画事業者の拡大再生産を後押し	【外商活動参画事業者への支援による拡大再生産に伴う売上増加額（地域アクションプランや設備投資の支援策による売上増）】
	○水産物加工の推進	【水産加工の出荷額等】（再掲）

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	食品加工の総合支援	<ul style="list-style-type: none"> ・工業技術センターの支援により、H28～29年度の累計で76アイテムの新商品が開発された。 ・食品事業者を核として、産学官が集うプラットフォームを構築し（H29～）、新商品の開発や改良に向けた実践的な学びや個別商品の磨き上げなどの機会を提供（セミナー・勉強会参加者H29～H31.2（累計）303名） ・食品ビジネスまるごと応援事業を活用して、商品開発・改良など各事業者の個別課題に対応したサポートチームを編成し、事業化の取り組みをトータルでサポート ⇒サポートチームの設置 H28: 46件、H29: 37件、H30: 43件 ⇒事業化プラン等の策定支援 H28: 37件、H29: 28件、H30: 38件 ⇒食品産業総合支援事業費補助金による支援 H28: 23件、H29: 22件、H30: 29件 	<ul style="list-style-type: none"> ・新技術活用などによる、市場に対応した高付加価値商品の開発 ・品質管理の強化による大手企業等との取引の拡大 ・食品製造機器メーカーと食品企業等との企業間連携の推進 ・商品開発力の強化など事業者が抱える様々な課題解決を図るため、セミナー・勉強会の開催による意欲の醸成やレベルアップを図るとともに、ものづくり系企業等との連携による新たな事業の創出など、具体的な行動につなげる仕組みづくりが必要 ・本県食品産業のさらなる発展に向けては、商品の開発や製造、販売といった各段階における事業者の様々な課題にこまやかに対応していくことが必要 ・また、公社の活動等によって蓄積してきたマーケット側の情報や事業者ニーズなどを活用して、食品ビジネスまるごと応援事業の積極的な活用を働き掛け、商品開発等の一層の促進が必要
2	高度加工ビジネスへのステップアップ	<ul style="list-style-type: none"> ○HACCP研修参加（地産地消・外商課が主催） [参加事業者数] H30: 16事業者（H28～H31.1月末累積） ○県版HACCP認証取得 [認証取得事業者] H30: 11事業者（H28～H31.1月末累積） （第2ステージ: 6、第3ステージ: 5） ○HACCPに対応した加工施設の立地促進 <ul style="list-style-type: none"> ・宿毛市で民間企業の水産加工施設が操業 ・宿毛市で民間企業の大規模水産加工施設が完成（H31.3月予定） 	<ul style="list-style-type: none"> ・HACCP認証取得に必要な施設改修や人材の育成 ・HACCP研修受講後のフォローアップ ・民間企業の加工施設整備に対する支援 ・円滑な施設整備及び従業員の確保

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:—	H30:43億円	43億円	52億円	72億円
H26:—	H28:25億円	20億円	29億円	44億円
H25:173億円	H28:199億円	200億円	203億円	220億円

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商29】◆市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(H31拡充)	○	○						
(再掲)【外商10】◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットフォームを構築	○				○		○	○
(再掲)【外商11】◆事業者間連携等による商品づくりを伴走型で支援(H31拡充)	○	○						
【外商34】◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化	○	○						
(再掲)【水20】◆既存加工施設の衛生管理体制の強化	○	○		○		○		
(再掲)【水21】◆HACCPに対応した加工施設の立地促進	○	○		○		○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	企業の設備投資支援の強化	<p>・県内企業及び県外から進出している企業への継続的な企業訪問により、業況確認を行うとともに、企業の課題解決に向けた支援や補助金制度など企業立地に関わる各種優遇措置の紹介を実施</p> <p>・ものづくり産業強化事業費補助金により、県内企業の積極的な設備投資を支援 (本補助金の取組みとこれまでの成果)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●本補助金への申請件数: 58件 (H24～H29累計) ●本補助金活用による生産能力増加額: 120.9億円 (H24～H30累計) ●本補助金活用による雇用創出数: 196人 (H24～H30累計) 	<p>・業績が好調な県内企業の県外への工場等の増設や転出を防ぎ、県内での更なる設備投資を促進</p> <p>・県外から進出している企業の工場等が、その企業にとって主力工場等となるよう業容の拡大を図るための更なる設備投資や工場等の増設を促進</p> <p>・人手不足を補い、各事業者の競争力を高めるために、省力化、効率化のための設備投資の促進が必要</p> <p>・事業戦略や生産性向上に向けた計画の策定支援から設備投資を促す融資の実行までの一連の仕組みの強化</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商46】◆徹底したアフターフォロー	○	○						
(再掲)【商47】◆立地プランの提案等による投資を促すアプローチ	○	○						
(再掲)【商24】 ◆生産性を高める設備投資の推進(補助事業+融資制度)	○	○		○				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【外商34】 ◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化</p>	<p>県内事業者が外商活動に取り組む中で明らかになった課題を解決し、地産外商のさらなる拡大が図られるよう、関係機関や専門家との密接な連携のもと、新たな商品開発・改良をはじめ、生産管理の高度化、地域の外商力の向上に向けてトータルでサポートする</p> <p>⇒別図<外01>参照(p.602)</p>	<p>①事業者等の事業化プランや事業戦略の策定支援件数</p> <p>②①のうち、商談会等を自主的に企画する地域商社への支援件数</p> <p>③事業戦略の策定支援件数</p>	<p>①-(H27) ↓ 103件 (H28～H30累計) ↓ 130件 (H28～H31累計)</p> <p>②-(H29.4) ↓ 3件(H30) ↓ 6件 (H28～H31累計)</p> <p>③-(H29) ↓ 11社(H30) ↓ 年間20社</p>

戦略の柱	4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し
取組方針	1 食品加工高度化支援拠点の整備

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>事業者等の事業化プランの策定・実行を関係機関等で編成するサポートチームにより支援</p> <p>県地産地消・外商課、(一財)地産外商公社、県商工労働部、(公財)産業振興センター、県工業技術センター、商工会・商工会議所、金融機関、市町村等：事業者の拡大再生産を目指し、事業化プランや事業戦略の策定、達成(定番化・販路拡大等)に向けて、関係機関や専門家でサポートチームを編成して支援する</p>				
<p>地域商社が主体となった商談会の開催等を支援</p> <p>地域商社：商談会の企画・開催等 量販店・卸売業者：商談会への参加 県地産地消・外商課：補助メニューでの支援、運営等</p>				
<p>専門家とサポートチームで事業戦略の策定を支援</p> <p>事業戦略アドバイザー：戦略の柱となる商品力等について専門指導 県地産地消・外商課、地域本部、(一財)地産外商公社、商工会・商工会議所等：事業戦略の策定に向けて、専門家と連携して支援する</p>				

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》
戦略の柱	5 地域に根差した産業クラスターの形成

戦略の方向性	本県産業をもう一段力強く成長させていくため、地域に根差した産業を核としたクラスターを地域地域で生み出し、持続的な雇用と大きな経済波及効果を創出する。
--------	----------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○食品産業クラスターの形成	【食品産業クラスターの形成による出荷額等】

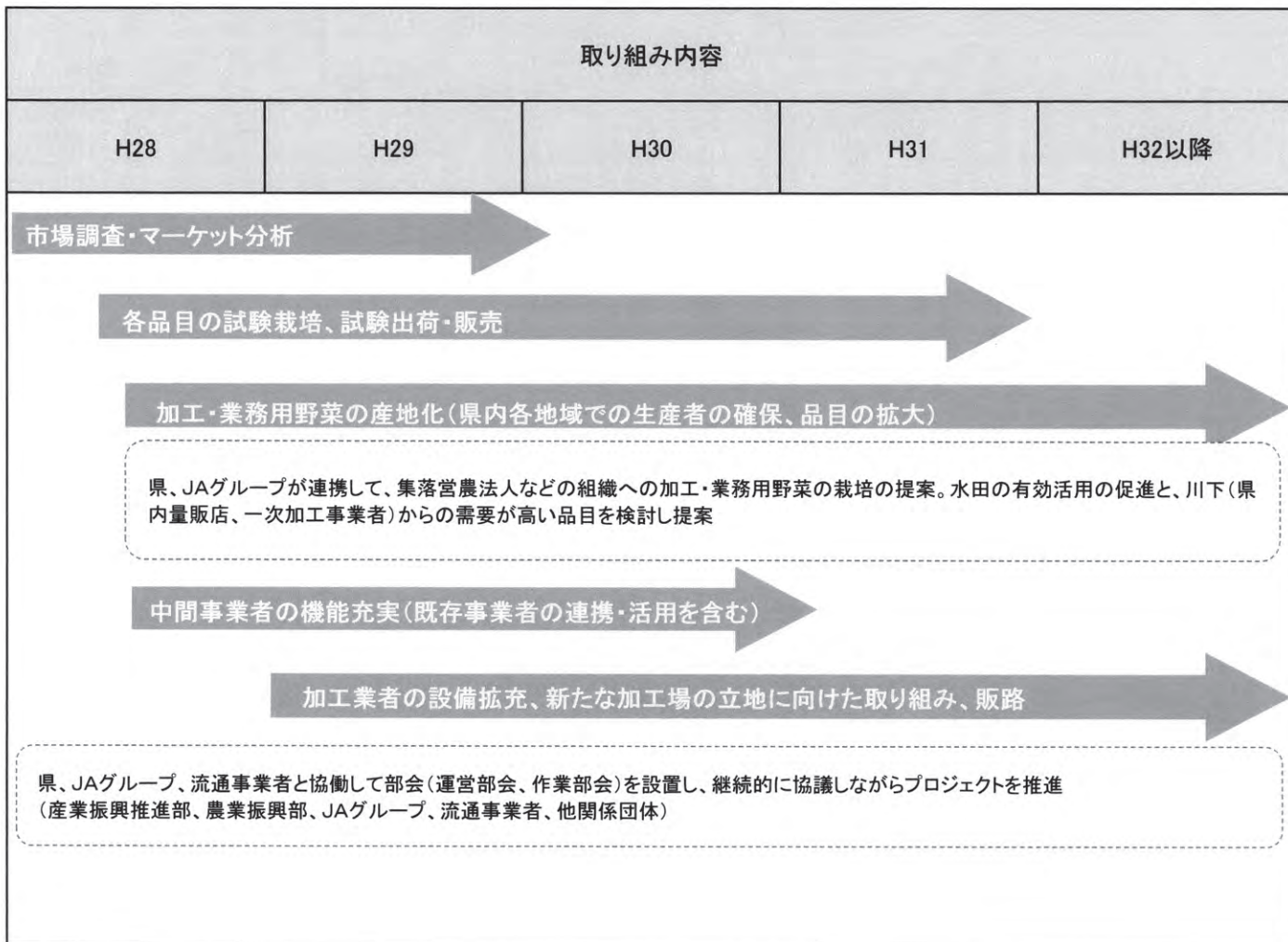
NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	地域の産業クラスターの形成に向けた支援	<ul style="list-style-type: none"> ・加工・業務用野菜産地化プロジェクトの取り組み ⇒関係団体と協働した部会の設置、継続的な取組内容の検討 ⇒試験栽培及び試験出荷・販売の実施、試験栽培品目の拡大 (ジャガイモ、ダイコン、ニンジン、ネギ、キャベツの5品目) ⇒産地化に向けたセミナーの開催、先進地視察の実施 ⇒県内量販店、一次加工事業者の加工・業務用野菜の取扱いに関するアンケートの実施 ・産業振興推進地域本部を設置し、市町村との連携のもと、各地域アクションプランに掲げた目標設定に向けたきめ細やかなサポートを実施。これにより、地域に新たな産業が生まれるとともに、地産、外商への挑戦により事業は順調な成長を続けており、地域の雇用の創出と所得の向上につながっている (これまでの実績[H29実績見込み含む]) ※産振総合補助金 245件 39.9億円(補助額ベース) ※産振アドバイザー 494件 ※地域アクションプランによる雇用の創出 第1期計画(H21～23):623人 第2期計画(H24～27):522人 第3期計画(H28～30):476人(見込み) ※産振総合補助金を活用した事業の売上の増加額(単年度)H29:71.5億円 	<ul style="list-style-type: none"> ・食品産業クラスターの形成に向けて、第一次産業から第三次産業までの関係事業者間の連携強化 ・加工・業務用野菜の産地化に向けた関係者の意識醸成と取り組みの促進 ・加工・業務用野菜の生産に取り組む生産者の確保と生産技術の向上 ・県内外を含めた販売先の確保 ・加工・業務用野菜の販売先となる食品加工場等の立地促進 ・地域アクションプランの取り組みを地域に定着・拡大させるとともに、地域の産業を牽引する意欲ある実践者の育成等による新たな取り組みの創出が必要
2	企業立地の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・製造業と事務系職場を中心に企業誘致を展開、さらに、第一次産業やコンテンツ産業など、本県の強みを生かした誘致を進めるため、全庁的な総合支援体制により、企業立地を推進 ・立地決定件数:62件(H24～29年度末) 	<ul style="list-style-type: none"> ・庁内外での立地案件の掘り起こしと、有望な案件への総合支援チームによる誘致活動の展開 ・企業のニーズを踏まえた各部署との連携強化 ・企業ニーズにあった人材の不足への対応

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:ー	H29:ー	10億円	15億円	15億円以上

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【外商35】◆川上から川下までの情報を効率的に集約してクラスター化を誘導						○		
(再掲)【外商12】◆地域アクションプランの実行支援	○	○			○	○		
(再掲)【商44】◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現	○	○						

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【外商35】 ◆川上から川下までの情報を効率的に集約してクラスター化を誘導</p>	<p>本県産業の一層の発展を目指すため、県内の食品産業関連事業者が相互の強みを活かし、原料となる一次製品の生産をはじめ、加工・流通・販売に至る取り組みを一体的に展開することで、大きな経済効果を生み出し、第一次産業から第三次産業までの所得向上と雇用の創出を図る</p>	<p>食品産業クラスターの形成による雇用の創出数</p>	<p>— (H27) ↓ — (H30) ↓ 100名</p>

戦略の柱	5 地域に根差した産業クラスターの形成
取組方針	1 地域の産業クラスターの形成に向けた支援



食品加工の総合支援

<外01>

外商の強化の
ポイント

ポイント1 さらなる外商エリアの拡大と販売拡大

ポイント2 業務筋への外商拡大

ポイント3 地域商社への支援強化

地産と外商の好循環による拡大再生産

ポイント4 外商の展開に連動した「地産の強化」

食のプラットフォーム（地産の強化の起点）

セミナー&交流会

外商や商品開発への意欲の醸成、事業者間の連携を促進

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

誘導

食品加工高度化支援拠点（工業技術センター）の機能強化

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

活用誘導

勉強会

テーマをさらに掘り下げ、実践的な学びの場を提供

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

誘導

商品づくりワーキング

専門家や地産外商会社による商品づくりの伴走支援

- 専門家の伴走による小売用商品づくり（3コース）
- 専門家の伴走による業務用商品づくり（2コース）
- 地産外商会社の伴走による小売用商品づくり

誘導

活用誘導

生産管理の高度化支援（県版HACCP認証取得促進とレベルアップ）

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

活用誘導



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

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

食品ビジネスまるごと応援事業

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

1 事業戦略の策定

中長期ビジョンにより企業のステータスを支援

- 事業戦略アドバイザー
- 事業戦略コーディネーター
- サポートチーム

2 商品開発・改良

商品づくりワーキング参加企業その他県内事業者の商品開発・改良を支援

- 商品づくりアドバイザー
- サポートチーム

3 生産管理高度化

県版HACCPの認証取得とさらなるレベルアップを支援

- HACCPアドバイザー
- サポートチーム

食品産業総合支援事業費補助金

《商品開発・改良》

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

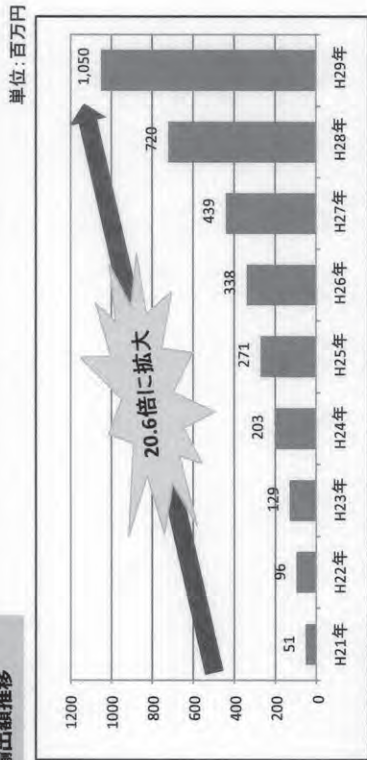
《生産管理高度化》

HACCP手法の導入に必要な機器導入費、修繕費、国際規格（FSSC等）取得費 等

※事業戦略策定企業は補助上限額をかさ上げ

食料品の輸出のさらなる加速化

輸出額推移



品別別輸出額推移

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

これまでの取り組みの成果

- 【全体】
 - 平成29年の食料品の輸出額が目標額を大きく上回る10億円超となる。
 - シンガポール：211百万円(国別輸出先国第1位)
 - インドネシア：15百万円(対前年増率第1位:35.0%増)
 - ユズ：2億94百万円(6.4%増)
 - 日本酒：2億円(1.8%増)
 - 加工品等：5億55百万円(50%増)
- 【農産物】
 - 卸売会社を通じて現地のパートナーを確保し、H30年度はシンガポール向けにミカン輸出が拡大。また、卸売会社からの提案によりタイへ輸出開始
- 【水産物】
 - H30年度は、ベトナム向けに海上コンテナで輸出するまでに拡大、上海向けには毎週一回のペースで空輸の輸出が定着
 - 大規模水産加工施設が着工。県内初の米国向け水産HACCP取得に取組む。
- 【加工品】
 - H30年度は、米国やインドネシア等の現地商社や量販店等とのパイプを強化し新たな販路を開拓
 - 米国食品安全強化法(FSMA)対応の動きが県内企業に拡大

さらなる輸出拡大に向けた課題

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

<外02>

平成31年度バージョンアップのポイント

POINT 1 農水産物の輸出の本格化!

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

拡充する主な取組み

- ① (農) 新たなパートナーを確保し輸出货量・国を拡大
- ② (農) 生産現場と連携強化、輸出支援策の拡充(企業誘致をテコにした輸出拡大の取組強化、県内3フロツクで産物輸出協議会開催、園芸用ハウス整備事業に輸出メニュー新設等)
- ③ (水) 米国水産HACCP対応支援
- ④ (水) 海外市場のニーズに対応できる加工用原魚の確保
- ⑤ 国別の取組みのさらなる強化
 - ・現地商社と連携し、水産物と土佐酒やユズ等をセットにした賞味会の開催
 - ・現地の飲食コンサルタントを起用し、定期的なフェアや情報発信の実施

POINT 2 輸出拡大に向けた県内企業の支援体制の強化!

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

拡充する主な取組み

- ① ジェトロ高知及び地産外商公社との連携を強化し輸出に取組む企業の掘り起こし及び各企業のステージに応じた支援を行い輸出拡大につなげる。
- ② ジェトロと連携した企業毎の輸出戦略及び事業計画の策定と実行支援
- ③ 首都圏の商社とのネットワークを強化し輸出企業の支援に向けた地産外商公社の活動強化
- ④ 輸出仕様の商品開発支援

POINT 3 ジェトロ高知との連携強化!

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

POINT 4 海外拠点等の体制強化!

- (1) 食品の輸出拡大を図るため、商社やキーパートナーとの関係づくりを強化するとともに、重点市場を中心に、海外ビジネスパートナー(仮称)を設置し、企業ニーズに応じた現地支援体制を構築
- (2) 食品の輸出に加えて、防災製品の輸出、観光インバウンド等の経済活動の拡大がさらに期待されるASEAN地域での活動体制を強化
 - ① 重点市場を中心に、海外ビジネスパートナー(仮称)を設置
 - ② ASEAN地域でコンサルタント等のノウハウを活用
 - ③ ジェトロ高知との連携を強化し、全庁の海外ビジネス展開を総合的に支援する体制を構築(再掲)

拡充する主な取組み

- ① 重点市場を中心に、海外ビジネスパートナー(仮称)を設置
- ② ASEAN地域でコンサルタント等のノウハウを活用
- ③ ジェトロ高知との連携を強化し、全庁の海外ビジネス展開を総合的に支援する体制を構築(再掲)

Ⅱ 産業間の連携戦略

移住促進による地域と経済の活性化

移住促進分野の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

本県では、全国に15年先行して人口が自然減の状態に陥り、人口減少による県内の市場は縮小を続けています。このような中、県内の都市部や中山間地域では、それぞれ、空洞化や担い手不足などの諸問題が顕在化してきています。

第3期を迎えた産業振興計画においても、官民協働、市町村政との連携協調のもと、移住促進の取組を進めてきた結果、県外からの移住者の増加(H23:120組→H29:816組)につながるとともに、移住者が地域や経済の担い手として活躍するなどの成果が現れ始めています。

一方で、年2,000人近くの人口の社会減が続く本県にとって、人口減少を緩和し、地域経済を支える担い手を確保していくためには、さらなる移住促進策の強化が必要です。

第3期産業振興計画では、年間移住者1,000組という目標を掲げ、以下の3つの視点により取組の強化を図りました。

視点①: 情報発信の「リーチ(届く範囲)を広げる

- ・移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」HPへのアクセス増加対策
- ・「高知家で暮らす。」情報編集部による情報発信素材の発掘と磨き上げ
- ・ターゲット毎に訴求力のある媒体での広告等の展開 など

視点②: 都市部人材に対して「アクティブに働きかける」

- ・高知県移住促進・人材確保センターと関係機関等との連携による人材ニーズの掘り起こしの強化
- ・人材確保コーディネーターと県外事務所が連携した都市部での中核人材の掘り起こし
- ・本県出身者が多い関西圏における相談体制の強化
- ・県内企業が参加する「就職・転職フェア」や市町村、各産業分野等が参加する都市部での移住相談会「高知暮らしフェア」の開催 など

視点③: 移住の間口や受け皿となる「ゲートウェイを広げる」

- ・高知市を中心とした二段階移住の取り組みの展開
- ・「高知家生涯活躍のまち」(高知版CCRC)の取り組みの推進
- ・「住まい」の確保策を更に拡充し、移住者向け住宅を確保(市町村と「空き家再生・活用促進専門家グループ」との連携強化) など

平成29年10月に開所された「高知県移住促進・人材確保センター」が中心となり、オール高知で取り組んできた結果、平成31年1月末時点の移住実績は、前年同期より1.5割近く多い732組となるなど、順調に推移しております。しかしながら、目標に掲げた1,000組の達成とその定常化に向けて、各分野の担い手確保対策と連動した潜在的な人材ニーズの掘り起こしを進めるとともに、都市部人材とのマッチングをしていくための一連の流れをさらに強化していく必要があります。

②第3期計画ver.4の取り組み

第3期計画の最終年度となるver.4では、これまでの目標である年間移住者1,000組の達成とその定常化に加え、人口社会増減の均衡に向けて移住者のさらなる増加を図る取り組みを進めていく必要があります。

まず、「高知県移住促進・人材確保センター」に新たにコーディネーター3名を加え、商工会や商工会議所などの地域の支援機関と連携し、経営計画の策定支援や事業承継等の様々な支援を通じた人材ニーズの掘り起こしを推進します。また、それらの顕在化した人材ニーズを魅力ある求人情報へ磨き上げ、「高知求人ネット」等を通じて都市部の人材に発信していきます。

また、首都圏でのネットワークの構築や国の「わくわく地方生活実現政策パッケージ」の活用による都市部からの人材の送り出し機能の強化(UJターンの促進)にも取り組んでまいります。

あわせて、市町村と連携した「二段階移住」の取り組みなど移住のハードルを下げる仕掛け作りや、移住者の受け皿となる空き家の活用策など住宅確保策の強化を行います。

こうした強化策を「オール高知」体制で展開していくことにより、移住施策の取り組みのさらなる強化に取り組んでいきます。

連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》の展開

分野を代表する目標

県外からの移住者

出発点（H26）：403組⇒

基本となる取り組み <平成25年度～>

移住に至るまでを5段階に分け、
取り組みを展開！

5段階の

Step 1

高知を知って・好きになってもらう

◆高知家プロモーションと連携した移住PR

- ・高知家プロモーションの推進により、高知ファンの増加や高知の認知度が向上

高知家

高知家は、
いろいろな
家族で
大家族。

Step 2

移住に関心を持ってもらう

◆情報発信・提供

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



Step 3

主体的な行動に移ってもらう

◆関心から行動へと促すための情報や機会の提供

- 移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応
 - ・H27～10名体制（高知・東京・大阪（出張相談））
- 移住体験ツアーや都市部等での移住相談会の実施
- 県外で高知への移住に協力いただく「移住支援特使」の委嘱（11社31人）



移住・交流コンシェルジュ

Step 4

移住について真剣に考えてもらう

◆サポート体制の充実

- 移住希望者に寄り添うサポートの実施
 - ・移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応（再）
 - ・市町村の「移住専門相談員」が相談対応や空き家調査等を実施
 - ⇒ 移住専門相談員 H31.1末：28市町村44人



◆（一社）高知県移住促進・人材確保センターによる「移住」

「UIターン就職」「中核人材確保」の業務の一体的な展開

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

◆受入体制の充実

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

Step 5

高知に安心して住み続けてもらう

◆地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実

- 「移住専門相談員」や「地域移住サポーター」によるフォローアップ
 - ⇒ 地域移住サポーター H31.1末：22市町143人
- 移住者交流会の開催などによる移住者間のネットワークづくり

リーチを広げる！

1 情報発信をさ

●高知の強みが伝

新
拡

- ◆首都圏における本
- ◆都市部の方の「志
- ◆高知の強みや魅力
- ◆ターゲットに効果的

アクティブに働きか

2 ターゲット別の

●移住促進・人材

拡

- ◆商工会議所、商工
- 充実・強化
- ◆移住・交流コンシ

●「ターゲット別」

「志」移

◆高知求人ネット

◆人材ニーズのさら

◆首都圏における

新

◆わくわく地方生活

ゲートウェイを広げ

3 市町村と連携

拡

◆二段階移住のさら

新

◆市町村が行う宿泊

拡

◆市町村が行う地域

◆移住者の受け皿と

イメージ ～移住者と一緒に創る元気な地域～

現状（H29）：816組⇒4年後（H31）：1,000組

第3期計画における強化策

基本となる取り組みに加え、「移住者倍増」を目指して、次の「3つの視点」により戦略を強化

H31目標

移住者数
年間1000組

さらに強化する

異なる情報発信の強化

県出身者や本県ファン等のネットワーク化による送り出し機能の強化
 ①を満たす仕事の情報をモデル化し「高知求人ネット」等で発信
 ②を他県と差別化した方法で情報発信
 ③な広報手段（LINE等のSNS）を活用した情報発信



ける！

戦略的なアプローチを強化し、確実に移住につなげる

確保センターと地域の支援機関が連携した伴走支援の強化

①会等、地域の支援機関と連携した人材ニーズのさらなる掘り起こしと「高知求人ネット」の
 ②ルジュと市町村移住相談員が連携した相談対応の強化



戦略的なアプローチの強化

移住	Uターン	移住×起業×(IT)
①モデル化（再掲）		③新 市町村が行う取組の支援
②なる掘り起こしと「高知求人ネット」の充実・強化（再掲）		③拡 「地域おこし協力隊×起業」の推進
③本県出身者や本県ファン等のネットワーク化による送り出し機能の強化(再掲)		
④実現政策パッケージの積極的な活用		

げる！

専らして受入体制のさらなる充実を図る

なる促進

①施設を活用した短期お試し滞在を支援
 ②移住サポーターと連携した定住に向けた取組を支援



③なる空き家確保に向けた、市町村と「空き家再生・活用促進専門家グループ」との連携を強化

「オール高知」の移住促進・人材確保センターによる事業展開

連携テーマ《移住促進による地

分野の目指す姿	移住者
分野を代表する数値目標	県外からの移住者 出発点(H26):403組→現状(H29):816組→4年後(H3

戦略強化に向けた
3つの視点

リーチ（届く範囲）を広げる！

アク

戦略の柱	<p>1-1 高知を知って、好きになってもらう</p> <p>1-2 潜在層の移住についての関心を高める</p>	<p>2-1 高知ファンに移住に関心を持ってもらう</p> <p>2-2 顕在層に高知の移住について意識してもらう</p>	3 移
戦略の方向性	<p>(1-1) 広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信</p> <p>(1-2) 潜在的な移住関心層等に、移住や地方で活躍することについて魅力を感じてもらい、移住についての関心を更に高めるような情報発信</p>	<p>(2-1) 高知ファンに、移住と言えば高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信</p> <p>(2-2) 顕在化された移住関心層等に、移住と言えば高知県と意識してもらえるような情報発信</p>	関心か提供
戦略目標	<p>高知家の認知度</p> <p>㉔:28%(3月実績) → ㉓:35%</p> <p>総務省の移住・交流情報ガーデンの地方への年間移住あっせん件数</p> <p>㉒:約7,600件 → ㉑:11,000件</p> <p>※国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」におけるKPI</p>	<p>移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」のセッション数</p> <p>㉔:429,236件 → ㉓:588,000件</p>	<p>移住相</p> <p>㉔:</p> <p>「高知</p> <p>㉔:</p>
取組方針・主な「具体的な取り組み」	<p>1 (マス・ターゲットへの)情報発信の大幅拡大</p> <p>◆高知家プロモーションと徹底的に連動した移住PRと「ALL高知家」による情報拡散の促進</p> <p>2 (潜在層への)情報発信の大幅拡大</p> <p>◆[拡充]潜在層の取り込みの強化</p> <p>・首都圏における高知県出身者や高知ファン等のネットワーク化による送り出し機能の強化</p>	<p>1 (高知ファンへの)アプローチの強化</p> <p>◆[拡充] 独自性の高い移住情報の発信</p> <p>・首都圏における高知県出身者や高知ファン等のネットワーク化による送り出し機能の強化(再掲)</p> <p>・ターゲットに効果的な広報手段(LINE等のSNS)を活用した情報発信</p> <p>2 ターゲット別の戦略的アプローチ策の展開</p> <p>◆[拡充] 効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる</p> <p>・都市部の方の「志」を満たす仕事の情報をモデル化し「高知求人ネット」等で発信</p> <p>◆ 新たなエリアでの人材ルートの開拓</p>	<p>1 新</p> <p>◆ 相</p> <p>・「高</p> <p>「高知</p> <p>2 各</p> <p>よ</p> <p>◆[拡充]</p> <p>ロー</p> <p>・商</p> <p>と連</p> <p>こし</p> <p>・わ</p> <p>積</p> <p>◆</p> <p>◆</p> <p>◆</p> <p>◆</p> <p>3 都</p> <p>◆ 起</p> <p>材</p>

地域と経済の活性化》の体系図

と一緒に創る元気な地域

1) : 1,000組

タイプに働きかける！	ゲートウェイ（受け皿）を広げる！	
住に向けた主体的な行動に移ってもらう	4 移住について真剣に考えてもらう	5 高知に安心して住み続けてもらう
から行動に促すための情報や機会の	不安を解消してもらうサポートの充実。移住に至るまでの仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示	地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実
<p>相談者数 3,458人 → ③①:5,000人</p> <p>家で暮らし隊」会員新規登録者数 1,398人 → ③①:2,200人</p>	<p>相談窓口を通じた移住者数 ②⑥ : 403組 → ③①:1,000組</p>	<p>県・市町村の移住相談窓口利用者の3年目の県内定着率 ②⑦:87% → ③①:90%以上</p>
<p>規相談者の獲得対策の強化</p> <p>相談機会の拡大 知家で暮らし隊」の会員増加及び「暮らしフェア」への更なる誘客対策</p> <p>分野の担い手確保策との連携による人財誘致の促進</p> <p>① 人財誘致の促進に向けたアプローチの強化 ② 会議所、商工会等地域の支援機関連携した人材ニーズのさらなる掘り起こし「高知求人ネット」の充実・強化 ③ わく地方生活実現政策パッケージの的な活用</p>	<p>1 移住のハードルを下げる仕掛けづくりと住宅の確保策の強化</p> <p>◆[拡充]相談から移住に繋げるための取り組みの強化 ・二段階移住のさらなる促進 ・移住・交流コンシェルジュと市町村移住相談員が連携した相談対応の強化</p> <p>◆[拡充]「仕事」と「住まい」の確保策の強化 ・市町村が行う宿泊施設を活用した短期お試し滞在を支援 ・移住者の受け皿となる空き家確保に向けた、市町村と「空き家再生・活用促進専門家グループ」との連携を強化</p>	<p>1 移住後の定住に向けたフォロー体制の深化</p> <p>◆[拡充]「ALL高知家」による地域の移住者の受入気運の醸成 ・市町村が行う地域移住サポーターと連携した定住促進に向けた取組を支援</p>
<p>産業分野の取り組み [拡充] U・ターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化【農業】(再掲) 林業労働力確保センターと連携した就業者の確保【林業】(再掲) [新規] 高知県漁業就業支援センターの設置による担い手対策の抜本強化【水産業】(再掲) [拡充] 首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化【商工業】(再掲)</p> <p>市部の人材・起業家の誘致 業・就業マインドを持つ都市部の人の誘致</p>	<p>◆全県的な移住支援ネットワークの構築</p>	

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	1-1 高知を知って、好きになってもらう

戦略の方向性	「1-1 高知を知って、好きになってもらう」: 広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信
--------	-----------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○高知の認知度の向上	【高知家の認知度】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	(マス・ターゲットへの)情報発信の大幅拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・高知家プロモーションの推進により、高知ファンの増加や高知の認知度の向上につながった。 高知家の認知度 H25:22%→H26:28%→H28:31%→H29:26% 	<ul style="list-style-type: none"> ・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	1-2 潜在層の移住についての関心を高める

戦略の方向性	「1-2 潜在層の移住についての関心を更に高める」: 潜在的な移住関心層等に、移住や地方で活躍することについて魅力を感じてもらい、移住についての関心を更に高めるような情報発信
--------	-----------------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○潜在的な移住の移住関心層等の顕在化	【移住・交流情報ガーデンの年間移住あっせん件数】 * 国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略2015」(改訂版)より

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	(潜在層への)情報発信の大幅拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・内閣府の調査(H26.8)によると東京在住者の4割が地方への移住又は今後検討したいと考えている。これを受けて、国において、地方への移住関連情報の提供・相談支援の一元的な窓口として「移住・交流情報ガーデン」の設置、国のポータルサイト「全国移住ナビ」の開設等、地方移住の促進に向けた環境が整いつつある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・移住関心層等の顕在化に向けた取り組みの強化が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:28%	H29:26%	H31:35%	—	—

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住01】◆高知家プロモーションと徹底的に連動した移住PRと「ALL高知家」による情報拡散の促進			○				○	

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:7,600件	H29:9,700件	H32:11,000件	—	—

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住02】◆潜在層の取り込みの強化(H31拡充)			○				○	

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
----	-------------------------

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【移住01】 ◆高知家プロモーションと徹底的に連動した移住PRと「ALL高知家」による情報拡散の促進	広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じて、好印象を持ってもらうため、高知家プロモーションと連動した移住PRを展開するとともに、高知家スター、KIP、移住者等と連携した高知の情報の拡散を促進する	高知県特設サイトから移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」への誘導数(HPセッション数)	21,131件(H26) ↓ 2,582件(H29) ↓ 42,000件

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
----	-------------------------

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【移住02】 ◆潜在層の取り込みの強化(H31拡充)	国等と連携して、潜在的な移住関心層等をターゲットに地方移住についての関心を更に高める取り組みを推進する	移住・交流情報ガーデン等を活用した高知県関連イベントの開催回数	2回(H27) ↓ 2回(H30) ↓ 5回

戦略の柱	1-1 高知を知って、好きになってもらう
取組方針	1 (マス・ターゲットへの) 情報発信の大幅拡大

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらうための多様な情報発信</p> <p>県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、県地産地消・外商課、(一財)県地産外商公社： ・「高知家」を核として各分野で連携し、ストーリー仕立てで高知家の魅力を打ち出した情報の発信 ・移住の入口である高知ファンづくりから、暮らし隊会員オンライン登録までを「高知家」プロモーションと徹底的に連携した移住PRの展開 ・高知家スターやKIPや移住者、移住支援特使、県人会、同窓会、保護者等の「ALL高知家」による情報拡散</p>				

戦略の柱	1-2 潜在層の移住についての関心を高める
取組方針	2 (潜在層への) 情報発信の大幅拡大

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>移住についての関心を更に高める情報発信</p> <p>県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、県地産地消・外商課、(一財)県地産外商公社等： ・中四国や四国ブロックの県と連携した都市部イベントの開催、国のポータルサイト「全国移住ナビ」を活用した情報発信 ・国等への移住交流情報ガーデンやふるさと回帰支援センターを活用した多様なイベントの開催に向けた提案活動の実施 ・移住相談から、暮らし隊会員オンライン登録までを「高知家」プロモーションと徹底的に連携した移住PRの展開 ・パブリシティ効果を狙った雑誌記者等の県内招致 ・発信素材の継続的な発掘と発信情報の磨き上げ ・包括協定企業等の協力を得た情報発信 ・首都圏における高知県出身者や高知ファン等のネットワーク化による送り出し機能の強化</p>				

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	2-1 高知ファンに移住に関心を持ってもらう

戦略の方向性	「2-1 高知ファンに移住に関心を持ってもらう」: 移住と言えば高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信
--------	------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○移住ポータルサイト「高知家で暮らす」のセッション数の増加	【「高知家で暮らす。」のセッション数】

NO	取組方針	これまでの取組みと成果	課題
1	(高知ファンへの)アプローチの強化	<p>・高知家プロモーションとの連携による移住PRや、「高知家で暮らす。」への誘導策の強化により、サイトの訪問件数(セッション数)は増加した。</p> <p>「高知家で暮らす。」のセッション数 H23:87,566件→H28:531,678件→H29:508,402件</p>	<p>・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要</p> <p>・移住に向けた情報収集において大きな役割を果たしているホームページの訪問件数の更なる増加を図る取組みの強化が必要</p>

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:429,236件	H29:508,402件	H31:588,000件	—	—

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住03】◆独自性の高い移住情報の発信(H31拡充)			○				○	

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【移住03】 ◆独自性の高い移住情報の発信 (H31拡充)</p>	<p>高知ファンをターゲットに、高知への移住について意識を高めていくため、独自性の高い情報を発信する。</p>	<p>「幸せ移住パッケージシステム」へのアクセス数</p>	<p>17,350件(H26) ↓ 2,173件(H29) ↓ 26,000件</p>

戦略の柱	2-1 高知ファンに移住に関心を持ってもらう
取組方針	1 (高知ファンへの) アプローチの強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>HPや県外の移住相談窓口等を活用した高知ファンへの効果的な情報発信</p> <p>県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、民間団体等： ・「高知家で暮らす。」での積極的な情報の発信</p>				
<p>高知ファン向けの発信情報の総量と質を上げる</p> <p>県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター： ・「高知家で暮らす。」のアクセス増加対策(高知関連キーワード検索のリスティング広告等)の実施 ・高知のQOL(生活の質)の見える化とHPやガイドブック、セミナー等での情報発信 ・発信素材の継続的な発掘と発信情報の磨き上げ ・首都圏における高知県出身者や高知ファン等のネットワーク化による送り出し機能の強化</p>				
<p>県移住促進課、民間団体等： ・「幸せ移住パッケージシステム」の機能強化策の検討</p>		<p>県移住促進課、民間団体等： ・「幸せ移住パッケージシステム」の機能強化策の実施 (H30より「高知家の仕事・住まい検索システム」として利便性を向上)</p>		

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	2-2 顕在層に高知の移住について意識してもらう

戦略の方向性	「2-2 顕在層に高知の移住について意識してもらう」: 顕在化された移住関心層等に、移住と言えば高知県と意識をしてもらえるような情報発信
--------	----------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○移住ポータルサイト「高知家で暮らす」のセッション数の増加	【「高知家で暮らす。」のセッション数】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	ターゲット別の戦略的アプローチ策の展開	<p>・高知家プロモーションとの連携による移住PRや、「高知家で暮らす。」への誘導策の強化により、サイトの訪問件数(セッション数)は増加した。</p> <p>「高知家で暮らす。」のセッション数 H23:87,566件→H28:531,678件→H29:508,402件</p>	<p>・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要</p> <p>・移住に向けた情報収集において大きな役割を果たしているホームページの訪問件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要</p>

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:429,236件	H29:508,402件	H31:588,000件	—	—

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住04】◆効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる(H31拡充)			○					○
【移住05】◆新たなエリアでの人材ルートの開拓			○					○

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【移住04】 ◆効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる(H31拡充)	移住関心層等をターゲットに、移住といえは高知県と思ってもらえるような、独自性の高い情報を発信する	雑誌媒体等への広告掲載回数	11回(H26) ↓ 28回(H30) ↓ 20回
【移住05】 ◆新たなエリアでの人材ルートの開拓	都市部の人材の誘致に向けた取り組みを強化するため、東京、大阪に次ぐ新しいエリアを開拓する。	東京、大阪以外のエリアでの移住セミナーの開催回数	0回(H26) ↓ 2回(H30) ↓ 3回

戦略の柱	2-2 顕在層に高知の移住について意識してもらう
取組方針	2 ターゲット別の戦略的アプローチ策の展開

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>HPや県外の移住相談窓口等を活用した移住関心層への効果的な情報発信</p> <p>県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、民間団体等： ・「高知家で暮らす。」での積極的な情報の発信 ・ふるさと回帰支援センターに移住相談窓口の開設による移住関心層への情報提供</p>				
<p>移住関心層への発信情報の総量と質を上げる</p> <p>県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター： ・「高知家で暮らす。」のアクセス増加対策(移住関連キーワード検索のリスティング広告等)の実施 ・移住専門誌等への広告掲載等による情報発信の強化 ・高知のQOL(生活の質)の見える化とHPやガイドブック、セミナー等での情報発信 ・子育て世代やアウトドア関心層等のターゲット別に訴求力のある媒体での広告の展開 ・Uターン促進のために県内向け広告の強化及び人材ビジネス会社登録者への情報発信 ・発信素材の継続的な発掘と発信情報の磨き上げ ・パブリシティ効果を狙った雑誌記者等の県内招致 ・都市部の方の「志」を満たす仕事の情報をモデル化し「高知求人ネット」等で発信</p>				
<p>新たな人材ルートを開拓し、都市部の人材の誘致に向けた取組みの強化</p> <p>県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、各産業分野、市町村、民間団体： ・東京、大阪以外の新たなエリアにおいてイベントの実施 ・民間団体等との連携事業の実施</p>				

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	3 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう

戦略の方向性	関心から行動に促すための情報や機会の提供
--------	----------------------

戦略目標	目標	
	○移住相談者の増加 ○「高知家で暮らし隊」会員新規登録者の増加	移住相談者数 新規登録者数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	新規相談者の獲得対策の強化	<p>・「高知家で暮らす。」の積極的な情報更新や、東京の移住相談窓口の開設などにより、高知への移住関心層をスムーズに移住相談や「暮らし隊」会員の新規登録につなげることができた。</p> <p>移住相談者数 H23:1,254人→H28:3,740人→H29:4,186人 「暮らし隊」会員の新規登録者数 H23:371人→H28:790人→H29:897人</p>	<p>・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要</p> <p>・移住の入り口となる相談件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要</p>
2	各分野の担い手確保策との連携による人財誘致の促進	<p>・「高知家で暮らす。」の積極的な情報更新や、東京の移住相談窓口の開設などにより、高知への移住関心層をスムーズに移住相談や「暮らし隊」会員の新規登録につなげることができた。</p> <p>移住相談者数 H23:1,254人→H28:3,740人→H29:4,186人 「暮らし隊」会員の新規登録者数 H23:371人→H28:790人→H29:897人</p>	<p>・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要</p> <p>・移住の入り口となる相談件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要</p>

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:3,458人	H29:4,186人	5,000人	—	—
H26:1,398人	H29:897人	2,200人	—	—

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住06】◆相談機会の拡大(H31拡充)			○					○
【移住07】◆人材誘致の促進に向けたアプローチの強化(H31拡充)			○					○
(再掲)【商59】◆移住施策と一体となった中核人材の確保			○					○
(再掲)【商60】◆インターンシップの拡大等による新規学卒者の県内就職促進(H31拡充)			○					○
(再掲)【商08】◆首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化(H31拡充)			○					○
(再掲)【商09】◆IT・コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援			○					○
(再掲)【農42】◆U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化(H31拡充)			○					○
(再掲)【農43】◆畜産の担い手確保に向けた体制の強化(H31拡充)			○					○
(再掲)【農44】◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化(H31拡充)			○					○
(再掲)【農45】◆農業の担い手確保に向けた研修体制の強化(H31拡充)			○					○
(再掲)【林27】◆林業大学校における人材育成(H31拡充)			○					○
(再掲)【林30】◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保			○					○
(再掲)【林31】◆移住施策との連携による担い手の確保			○					○
(再掲)【林35】◆小規模林業の活動を支援			○					○
(再掲)【水14】◆(一社)高知県漁業就業支援センターの設置による担い手対策の抜本強化(H31新規)			○					○
(再掲)【水15】◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実			○					○
(再掲)【水16】◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり			○					○


NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	都市部の人材・起業家の誘致	<p>・「高知家で暮らす。」の積極的な情報更新や、東京の移住相談窓口の開設などにより、高知への移住関心層をスムーズに移住相談や「暮らし隊」会員の新規登録につなげることができた。</p> <p>移住相談者数 H23:1,254人→H28:3,740人→H29:4,186人 「暮らし隊」会員の新規登録者数 H23:371人→H28:790人→H29:897人</p>	<p>・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要。</p> <p>・移住の入り口となる相談件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要。</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住08】◆起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致			○				○	


◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【移住06】 ◆相談機会の拡大	関心から移住に向けた主体的な行動に促すため、情報や機会を提供する	高知暮らしフェアの参加者	399組(H26) ↓ 1,082組(H30) ※H30～就職・転職フェア含む ↓ 800組

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【移住07】 ◆人財誘致の促進に向けたアプローチの強化(H31拡充)	関心から移住に向けた主体的な行動に促すため、各分野の担い手確保策と連携した人財誘致策を展開する	求人ニーズのある事業体を巡るツアー等の参加者	一組(H27) ↓ 45組(H30) ↓ 50組

戦略の柱	3 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう
取組方針	1 新規相談者の獲得対策の強化


取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>相談機会の拡大 </p> <p>県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、各産業分野、市町村、民間団体： ・東京、大阪(H30～)に(一社)県移住促進・人材確保センターの職員を配置し、相談対応や都市部人材の収集等を行う ・各産業分野、県内の民間人材ビジネス事業者等と連携した移住セミナーやフェアを開催し、地域・企業と都市部人材がマッチングする機会の提供 ・県内での就業体験機会の提供と支援 ・「高知家で暮らし隊」会員制度の更なる魅力向上と会員登録ページへの誘導の強化 ・ターゲットや移住検討熟度に応じた移住体験ツアー等の実施</p>				

戦略の柱	3 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう
取組方針	2 各分野の担い手確保策との連携による人財誘致の促進

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>各分野の担い手確保策と連携した人財誘致の促進 </p> <p>県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、各産業分野、市町村、民間団体等： ・様々な人材ニーズの顕在化・集約化による都市部人材とのマッチング強化 ・求人ニーズのある事業体を巡るツアー等の実施 ・各産業分野のインターンシップ・研修に繋げるツアーの実施 ・「高知家生涯活躍のまち」の普及啓発 ・仕事と移住のモデル(提案書)作成と広報 ・商工会議所、商工会等地域の支援機関と連携した人材ニーズのさらなる掘り起こしと「高知求人ネット」の充実・強化</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【移住08】 ◆起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致	地方での起業や就業を考えている都市部の人材を対象に、その実現に向けた主体的な行動を促すため、研修等の機会を提供する	座学研修参加者数	61人(H26) ↓ 71人(H29) ↓ 100人

戦略の柱	3 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう
取組方針	3 都市部の人材・起業家の誘致

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>都市部の人材の誘致に向けて起業・就業を支援 </p> <p>県産学官民連携・起業推進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、県計画推進課、民間団体等： ・地方での起業、高知での就業を検討する都市部の人材を対象に、その実現に向けた都市部での座学研修や県内企業と直接面談する機会を提供 【就業】都市部での座学研修と企業との就職相談会、高知での短期研修の実施 【起業】都市部での座学研修、高知での現地研修の実施 ・起業研修参加者を対象に「こうち起業サロン」等の取組みと連携し、起業までのサポートの実施</p>				

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	4 移住について真剣に考えてもらう

戦略の方向性	不安や解消してもらうサポートの充実。移住に到るまでの仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示。
--------	-----------------------------------------------

戦略目標	目標	
	○県外からの移住者の増加	相談窓口を通じた移住者数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	移住のハードルを下げる仕組みづくりと住宅の確保策の強化	<p>・移住促進策と産業分野の担い手確保策の連携や、市町村の受入体制の充実等により、相談から移住までの一連の支援体制が整い、移住者も増加した。</p> <p>移住者数 H23:120組→H28:683組→H29:816組</p>	<p>・各産業分野と連携し、本県の魅力のある人材ニーズを都市部人材に届け、マッチングするための取り組みの強化が必要</p>

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:403組	H29:816組	1,000組	—	—

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住09】◆相談から移住に繋げるための取り組みの強化(H31拡充)			○					○
【移住10】◆全県的な移住支援ネットワークの構築			○					○
【移住11】◆「仕事」と「住まい」の確保策の強化(H31拡充)			○					○
(再掲)【商59】◆移住施策と一体となった中核人材の確保			○					○
(再掲)【商60】◆インターンシップの拡大等による新規学卒者の県内就職促進(H31拡充)			○					○
(再掲)【商08】◆首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化(H31拡充)			○					○
(再掲)【商09】◆IT・コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援			○					○
(再掲)【農42】◆U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化(H31拡充)			○					○
(再掲)【農43】◆畜産の担い手確保に向けた体制の強化(H31拡充)			○					○
(再掲)【農44】◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化(H31拡充)			○					○
(再掲)【農45】◆農業の担い手確保に向けた研修体制の強化(H31拡充)			○					○
(再掲)【林27】◆林業大学校における人材育成(H31拡充)			○					○
(再掲)【林30】◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保			○					○
(再掲)【林31】◆移住施策との連携による担い手の確保			○					○
(再掲)【林35】◆小規模林業の活動を支援			○					○
(再掲)【水14】◆(一社)高知県漁業就業支援センターの設置による担い手対策の抜本強化(H31新規)			○					○
(再掲)【水15】◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実			○					○
(再掲)【水16】◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり			○					○

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【移住09】 ◆相談から移住に繋げるための取 り組みの強化(H31拡充)	相談から移住につなげるため、移住希 望者へのサポートを充実するとともに、 移住に至るまでの仕事や住まい等の多 様な情報を提供する	相談から移住までの 誘導率	11.7%(H26) ↓ 19.5%(H29) ↓ 20%
【移住10】 ◆全県的な移住支援ネットワークの 構築	移住相談や移住後のフォロー体制を更 なる充実を図るため、全県的な移住支援 ネットワークを構築する	・高知家移住促進プロ ジェクト(KIP)の参加 団体	5団体(H26) ↓ 6団体(H30) ↓ 8団体
【移住11】 ◆「仕事」と「住まい」の確保策の強 化(H31拡充)	移住者の更なる受入を促進するため、各 地域における「仕事」と「住まい」の確保 策を強化する	①市町村の職業紹介 所の開設数 ②移住者向け住宅及 びお試し滞在施設等 の整備箇所数	①4市町(H27.12) ↓ 8市町(H31.1) ↓ 34市町村 ②59ヶ所(H26) ↓ 89ヶ所(H29) ↓ 700ヶ所 (平成28～31年度累 計)

戦略の柱	4 移住について真剣に考えてもらう
取組方針	1 移住のハードルを下げる仕組みづくりと住宅の確保策の強化

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>移住に至るまでの多様な情報や道筋の提示</p> <p>県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、各産業分野、市町村、民間団体： ・移住・交流コンシェルジュのノウハウの蓄積と市町村移住専門相談員を含めた継続的なレベルアップ ・移住に向けた方向性が定まっている方を対象にした市町村主催の移住体験ツアーを支援 ・「高知家生涯活躍のまち」の展開に向けた支援 ・様々な人材ニーズの顕在化・集約化による都市部人材とのマッチング強化 ・高知市を中心とした二段階移住の取組の促進 ・市町村間の連携への支援 ・移住・交流コンシェルジュと市町村相談員が連携した相談対応の強化</p>				
<p>各地における移住希望者の受入体制を更にレベルアップ</p> <p>県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、市町村、民間団体等： ・移住支援団体の拡大により「高知家移住促進プロジェクト(KIP)」の更なる強化と体制の強化 ・官民協働による「高知県移住推進協議会」「高知県移住推進協議会民間サポート部会」での移住者支援策の検討(H30から「移住促進アドバイザー会議」に改組) ・移住希望者に対して生活圏を意識した情報提供が行えるよう、近隣市町村が連携した移住促進の取組みを支援</p>				
<p>移住希望者への仕事の紹介・提案機能の向上</p> <p>県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、市町村、民間団体： ・市町村における移住専門相談員の更なるレベルアップ、市町村への職業紹介所の開設等による地域の人材ニーズの掘り起こしに向けた取組みの強化 ・都市部企業との人材交流など常時雇用に限らない短期間(派遣・出向等)の人材誘致策の強化</p>				
<p>移住者向けの住宅の確保促進</p> <p>県移住促進課、県住宅課、(一社)県移住促進・人材確保センター、市町村、民間団体： ・市町村をサポートするための空き家の活用に係る相談体制の強化 ・空き家調査から、耐震を含む改修までを一連で支援し、「安全な住まい」の確保を強化 ・活用可能な空き家の掘り起こしや移住者のニーズに合った住まいの提案の実施 ・市町村が行う宿泊施設を活用した短期お試し滞在を支援 ・移住者の受け皿となる空き家確保に向けた市町村と「空き家再生・活用促進専門家グループ」との連携強化</p>				

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	5 高知に安心して住み続けてもらう

戦略の方向性	地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実
--------	-----------------------------------------

戦略目標	目標	
	○移住後のミスマッチを防ぐ	県・市町村の移住相談窓口利用者の3年目の県内定着率

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	移住後の定住に向けたフォロー体制の深化	<ul style="list-style-type: none"> ・移住者のフォローを行う「地域移住サポーター」は、増えてはいるものの、移住者の伸びに比して不十分 地域移住サポーターの委嘱 H23:0人→H28:16市町99人→H29:21市町村110人 	<ul style="list-style-type: none"> ・移住者が地域に馴染み、定着できるよう、地域地域のフォローアップ体制の更なる充実が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:87%	H29:89%	90%以上	—	—

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住12】◆「ALL高知家」による地域の移住者の受入気運の醸成(H31拡充)			○				○	

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【移住12】 ◆「ALL高知家」による地域の移住者の受入気運の醸成</p>	<p>地域になじんでもらい、住み続けていただくため、定住に向けた情報や機会を提供する</p>	<p>地域移住サポーターの委嘱と普及</p>	<p>44人(H26) ↓ 142人(H30) ↓ 150人</p>

戦略の柱	5 高知に安心して住み続けてもらう
取組方針	1 移住後の定住に向けたフォロー体制の深化

取組み内容				
-------	--	--	--	--

H28	H29	H30	H31	H32以降
-----	-----	-----	-----	-------

地域に住み続けてもらうための情報や機会の提供

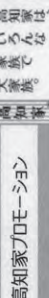
- 県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、市町村、民間団体等：
- ・地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の委嘱の促進や活動PR
 - ・移住・交流コンシェルジュ、市町村、地域移住サポーター等が連携した移住者のフォローアップの実施
 - ・移住者同士の交流会や移住者と地域住民の交流会などの開催を支援

移住促進策のバージョンアップ

現状

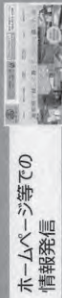
基本となる取り組み

Step 1 高知を知って、好きになってもらおう



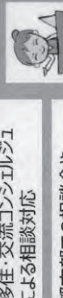
高知家プロモーション
ホームページでの情報発信

Step 2 移住に関心を
持ってもらおう



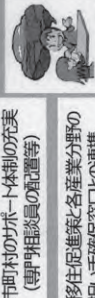
ホームページ等での情報発信

Step 3 主体的な行動に
移ってもらおう



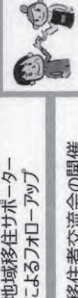
移住・交流コンシエルジュによる相談対応
都市部での相談会や移住体験ツアーの実施

Step 4 移住について
真剣に考えてもらおう



市町村のサポート体制の充実（専門相談員の配置等）
移住促進策と各産業分野の担い手確保窓口の連携

Step 5 高知に安心して
住み続けてもらおう



地域移住サポーターによるフォローアップ
移住者交流会の開催

目標達成に向けた課題

◆ KPI ◆
《アクセス数》 356,015件 ※1月末時点
（前年同期比 84%）
《相談者数》 3,831人
（前年同期比103%）
《新規暮らし者》 788人
（前年同期比101%）
《移住者数》 732組1,027人（前年同期比111%）
◎ 地域間競争の激化が進む中、高知の強みを活かした、より戦略的な取組が必要

課題1

○ 現在本件にゆかりのない方々にリーチする等
裾野を広げる取組が必要
○ 「志」を満たす仕事情報等本県の強みや
魅力を発信することが必要

○ 高知の強みが伝わる情報発信の強化

課題2

○ 地域の支援機関が一体となって、事業継
続や継業に向けた新たな事業展開を一
気通貫で伴走支援することが必要

○ 移住・交流コンシエルジュと市町村の移住
相談員のさらなる連携強化が必要

○ 移住促進・人材確保センターと地域
の支援機関が連携した伴走支援の強化

○ 生きがいややりがいなど「志」を満たす仕事
の掘り起こしと提案が必要

○ 潜在需要が大きいUターンへの促進が必要
○ 起業や学びの支援、起業者のコミュニテイ
等本県の強みを活かすことが必要

○ ターゲット別の戦略的なアプローチ強化

課題3

○ 他県にない独自の取組の推進が必要
○ お試し滞在の仕組みの強化が必要

○ 移住者が移住者を呼び込む好循環をつ
くることが必要

○ 住宅の確保のためには、空き家再生・活用
促進専門家グループの活動を推進すること
が必要

○ 市町村と連携した受入体制の充実

<移01>

平成31年度の取り組み

リーチを広げる！

1 情報発信をさらに強化する

◆ 高知の強みが伝わる情報発信の強化

◆ 首都圏における本県出身者や本県ファン等のネットワーク化による送り出し機能の強化

◆ 都市部の方の「志」を満たす仕事の情報をモデル化し「高知求人ネット」等で発信

◆ 高知の強みや魅力を他県と差別化した方法で情報発信

◆ ターゲットに効果的な広報手段（LINE等のSNS）を活用した情報発信

アクティブに働きかける！

2 ターゲット別の戦略的なアプローチを強化し、確実に移住につなげる

◆ 移住促進・人材確保センターと地域の支援機関が連携した伴走支援の強化

◆ 商工会議所、商工会等、地域の支援機関と連携した人材ニーズのさらなる掘り起こしと「高知求人ネット」の充実・強化

◆ 移住・交流コンシエルジュと市町村移住相談員が連携した相談対応の強化

◆ 「ターゲット別」戦略的なアプローチの強化

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

ゲートウェイを広げる！

3 市町村と連携して受入体制のさらなる充実を図る

◆ 二段階移住のさらなる促進

◆ 市町村が行う宿泊施設を活用した短期お試し滞在を支援

◆ 市町村が行う地域移住サポーターと連携した定住に向けた取組を支援

◆ 移住者の受け皿となる空き家確保に向けた、市町村と「空き家再生・活用促進専門家グループ」との連携を強化

「オール高知」の移住促進・人材確保センターによる事業展開

Ⅱ 産業間の連携戦略

担い手の育成・確保

連携テーマ《担い手の育成・確保》の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

担い手の育成・確保の取り組みは、本県経済発展の礎となる極めて重要な取り組みです。

例えば、地産外商に取り組み始めたとしても、後継者がいなければ、せっかくの取り組みも一過性のものとなってしまいかもれませんし、将来、取り組みを続けていってくれる人材が社内にいなければ、取り組みを拡大しようという意欲も生まれてこないかもしれません。

また、時々の状況に応じて的確に進化していくためには、何よりも「人」の力が必要となります。

このため、産業振興計画では、すべての産業分野において、担い手を確保する取り組みと、学びを通じて一人ひとりの能力を高めていく取り組みを重点的に進めており、地産外商の取り組みの継承・発展や新たな事業の展開につながっています。

こうした地産外商の拡大によって、県内の人材ニーズはさらに高まってきており、そうした中で、完全雇用状態に達していると見られることもあり、県内の多くの経営者からは、人材を確保したくても確保できない、新たな挑戦が持続できるかどうかは人材の確保が鍵となるといった声があがっています。

現下の人手不足の深刻化という課題に対応していくために、また、地産外商の成果を拡大再生産の好循環のパスに乗せていくために、もう一段、取り組みを強化していくことが重要となってきています。

②第3期計画ver.4の取り組み

この「担い手の育成・確保」は、「1 本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実」「2 担い手の確保策の抜本強化」という2つの戦略の柱で分野を超えて連携して取り組みを進めます。

柱1 本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実

まず、戦略の柱1の「本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実」では、人材を育成・確保する取り組みを一層充実します。

具体的には、平成24年度からスタートした「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」や、土佐の観光創生塾、平成27年度からスタートした「地域の頑張る人づくり事業（地域主体の人材育成を支援する制度）」などによって、県内各地での人材育成の機会を増やします。

また、農業大学校、農業担い手育成センター、林業大学校の充実強化や漁業就業支援センターの設立など第一次産業の担い手の育成・確保の取り組みを強化するほか、「IT・コンテンツアカデミー」によるIT・コンテンツ人材の育成や「食のプラットフォーム」の設置による食品加工業者の学習機会の提供など、様々な産業分野における人材育成・確保の取り組みを強化します。

柱2 担い手の確保策の抜本強化

次に、戦略の柱2の「担い手の確保策の抜本強化」では、移住促進策と連携した各産業分野の担い手確保策や新規卒業生などの県内人材の確保・定着の取り組みを強化します。

具体的には、各分野で進める事業戦略の策定・実行支援と国が設置する「高知県働き方改革推進支援センター」が行う支援を融合させ、職場環境の整備と生産性向上の実現に向けた戦略的な働き方改革を促進します。

また、「高知県移住促進・人材確保センター」を中心としたオール高知体制による移住希望者等へのアプローチの強化、「高知家の女性しごと応援室」などによる女性や若者、高齢者などの労働参画機会の拡大促進、新規卒業生の県内就職の促進などを通じて、各産業分野の担い手や中核人材の確保に取り組めます。

さらに、事業引継ぎ支援センターや土業、金融機関などとの連携体制を構築し、県内事業者の円滑な事業承継を支援するとともに、新たな在留資格となる「特定技能外国人」等を円滑に受け入れるための環境を整備します。

連携テーマ《担い手の育成・確保》の展開イメージ ～後継者や

柱1 本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実

(1) 産業人材の育成

土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)

○ビジネスに必要な幅広い分野の基礎知識から応用・実践力まで、受講生のレベルに応じて体系的に習得できるプログラム

- 拡 事業者の課題解決と事業成長を促すためのカリキュラム再編
- 拡 地域での学びの場の拡大
- 新 体験講座や気軽に相談できる場として「おためしMBA」を拡充



地域の頑張る人づくり事

- ・ 地域主体の人材育成の

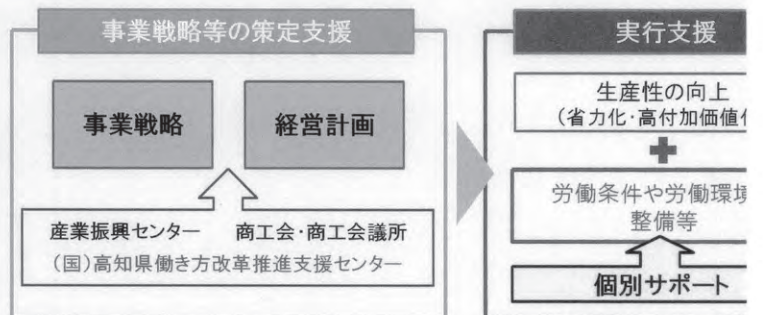
● 土佐の観光創生塾

- ・ 本県観光を担う観光人材
- ・ 自然・体験型観光商品つ

柱2 担い手の確保策の抜本強化

(1) 雇用環境の改善

- 拡 職場環境の整備と生産性向上の実現に向けた戦略的な「働き方改革」の促進



ターゲット

(2) 新規卒業生等の県内就職の促進

ターゲット

(3)

県出身
県外大学生
等



県内大学生
等

女性、
若年無業者等

戦略 学生に情報を届けるための仕組みづくり

- 拡 高知求人ネット(高知の仕事を紹介するポータルサイト)の充実
- Uターン就職サポートガイドによる保護者等への情報提供
- 県外大学との就職支援協定の締結促進

戦略 県内就職・県内企業への関心を高める取り組み

- 高知の企業や高知で働く魅力を伝える取り組みの強化
- 拡 インターシップの充実(コーディネーター2名配置等)
- 拡 WEBアクセスの拡大
(WEBセミナーの実施、企業PR動画の作成支援)
- 拡 企業と学生との交流機会の拡大
- 拡 IT・コンテンツアカデミーの充実【再掲】
- 奨学金の返還支援制度を活用した産業人材の確保

- 県内大学生等の地域定着のための雇用創出プログラム・教育プログラムの実施(COC+)
- 県内企業による合同企業セミナーの開催

- 労働参画機会の拡大(高知家の女性しごと応援室の機能拡充、ジョブカフェうちの支援機能の強化 等)

移住者



中核人材
後継者

戦略

- 新 首
- 拡 高
- ター

戦略

- 拡 高
- 移住

戦略

- 拡 高
- 新 国

(4)

- 拡 官
- 拡 士
- 拡 経

担い手を育成・確保し、取り組みを継承・発展させる～

(柱1・2共通) 各産業分野の担い手育成・確保

業

取組を支援

材の育成
りりと事業者連携の推進 等

【農業分野】

- 産地提案型担い手確保対策の推進
- 農業担い手育成センター、農業大学の充実・強化
- 経営体を支える労働力の確保 ● 親元就農を促す支援策の強化

【林業分野】

- 林業大学の充実・強化
- 都市部で高知の林業を学ぶ「フォレストスクール」の開催

【水産業分野】

- 漁業就業支援センターを核とした総合的な担い手確保対策

【商工業分野】

- IT・コンテンツアカデミーの充実・強化
- 高等技術学校における産業界のニーズに応じた人材育成

【食品分野】

- 食をテーマとした産学官のプラットホーム

【福祉・介護分野】

- 福祉・介護分野への就業促進事業の実施

【全般】 ● 外国人材の受入環境の整備

- 業績の向上
- 人材の定着・確保

- 1 官民を挙げて人材ニーズの掘り起し
(一次産業系、商工系、福祉系、地域系 等)

移住（人材誘致）の促進、中核人材の確保

1 リーチ(届く範囲)を広げる

都圏での県出身者や本県ファン等のネットワーク化
知求人ネットの充実【再掲】
ターゲット別の戦略的アプローチの展開

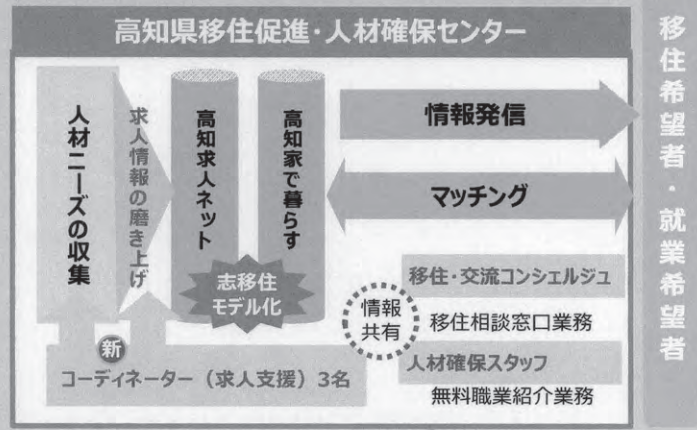
2 アクティブに働きかける

知県移住促進・人材確保センターを核とした
移住促進・人材確保の取り組みの一体的な推進

3 ゲートウェイ(受け皿)を広げる

知市を中心とした二段階移住の取り組みの展開
の「わくわく地方生活実現政策パッケージ」の活用

2 求人情報を磨き上げて、情報発信



円滑な事業承継の促進

民連携の事業承継ネットワークによる事業者への事業承継の啓発とニーズの掘り起し
業専門家等実務の担い手の育成
営計画の策定・実行支援との連携

一体的に活動

分野の目指す姿

後継者や担い手を育成・確保し、取り組みを継承・発展させる

戦略の柱

1 本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実

戦略の方向性

本県経済発展の礎となる人材の育成や確保の取り組みを一層充実する

取組方針・主な「**具体的な取り組み**」

(1)産業人材の育成

- ◆[拡充]産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」の実施
- ◆産学官民連携のプラットフォーム機能を活かした産業振興の推進(再掲)
- ◆地域の産業振興や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手の育成を支援
- ◆[拡充]「土佐の観光創生塾」のさらなる充実による本県観光を担う観光人材の育成(再掲)
- ◆[拡充]「土佐の観光創生塾」のさらなる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携(地域観光クラスター化)の推進(再掲)
- ◆[拡充]広域観光組織の機能強化(再掲)
- ◆地域コーディネーターの配置(再掲)
- ◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ボランティアガイド団体の育成支援(再掲)

(柱1・柱2共通)各産業分野の担い手育成・確保

《農業分野》

- ◆[拡充]U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化(再掲)
- ◆[拡充]畜産の担い手確保に向けた体制の強化(再掲)
- ◆[拡充]雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化(再掲)
- ◆[拡充]農業の担い手確保に向けた研修体制の強化(再掲)
- ◆[拡充]実践研修・営農定着への支援(再掲)
- ◆家族経営体の経営発展に向けた支援(再掲)
- ◆法人経営体への誘導と経営発展への支援(再掲)
- ◆[拡充]経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(再掲)

《林業分野》

- ◆[拡充]林業大学校における人材育成(再掲)
- ◆県内事業体等への就業促進・定着率の向上(再掲)
- ◆開かれた大学校づくりの推進(再掲)
- ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保(再掲)
- ◆移住施策との連携による担い手の確保(再掲)
- ◆特用林産業新規就業者の支援(再掲)
- ◆[拡充]林業事業体における労働環境の改善(再掲)
- ◆小規模林業の活動を支援(再掲)

育成・確保)の体系図

2 担い手確保策の抜本強化

成長の「壁」を乗り越えるため、完全雇用状態を背景とした人手不足の深刻化という現下の課題に対応できる有効な対策を総合的に講じる

(1) 雇用環境の改善

- ◆[拡充] 経営基盤強化への支援と連動した働き方改革の推進(再掲)
- ◆新規高卒就職者の離職防止(再掲)
- ◆従業員の定着対策(再掲) ◆従業員の能力開発支援(再掲)

(2) 新規卒業生等の県内就職の促進

- ◆小中学校キャリア教育実践プランの推進
- ◆高校生の県内企業・学校見学やインターンシップの推進
- ◆社会的自立のための進路支援プログラムの実践
- ◆生徒・保護者・教職員対象の進路講演会開催
- ◆社会人教育の一層の充実(高知県立大学・高知工科大学)
- ◆専門学校生の県内定着に向けた支援
- ◆県内大学生等の県内定着に向けた支援
- ◆[拡充] インターンシップの拡大等による新規学卒者の県内就職促進(再掲)
- ◆奨学金の返還支援制度を活用した産業人材の確保と定着促進
- ◆高知家の女性しごと応援室による就労支援
- ◆組織連携による労働参画機会の拡大(再掲)

(3) 移住の促進、中核人材の確保

- ◆[拡充] 移住促進・人材確保センターを中心とした、移住促進、人材確保策の推進(再掲)
- ◆[拡充] 移住施策と一体となった中核人材の確保(再掲)

(4) 円滑な事業承継の促進

- ◆[拡充] 事業承継ネットワークによる事業者の事業承継の啓発とニーズの掘り起こし(再掲)
- ◆[拡充] 実務の担い手の育成による事業承継の促進(再掲)

《水産業分野》

- ◆[新規] 高知県漁業就業支援センターの設置による担い手対策の抜本強化(再掲)
- ◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実(再掲)
- ◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり(再掲)
- ◆[新規] 新規就業者の経営安定に向けた営漁指導員の配置、育成(再掲)
- ◆就業時の設備投資、資金調達への支援(再掲)

《商工業分野》

- ◆[拡充] 首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化(再掲)
- ◆IT・コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援(再掲)
- ◆[拡充] IT・コンテンツアカデミーによる人材育成の充実・強化(再掲)
- ◆[拡充] 伝統的工芸品産業等の人材育成(再掲)
- ◆工業技術センター等が行う技術研修(人材育成事業(工業技術センター・紙産業技術センター))(再掲)
- ◆[拡充] 工業技術センターの生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた支援強化(再掲)
- ◆[拡充] 産業界のニーズに応じた人材の育成(高等技術学校における多能工の育成他)(再掲)

《食品分野》

- ◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットフォームを構築(再掲)

《福祉・介護分野》

- ◆あったかふれあいセンター事業の実施
- ◆福祉・介護分野への就業促進事業の実施

《全般》

- ◆[新規] 外国人材の受入環境の整備

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）
戦略の柱	1 本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実

戦略の方向性	本県経済発展の礎となる人材の育成や確保の取り組みを一層充実する
--------	---------------------------------

戦略目標	目標
	-

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	産業人材の育成	<p>【産学官民連携センター】 本県の産業人材育成の核となる取り組みとして、平成24年度から産学官連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」をスタート。新商品開発や販路開拓による事業規模拡大、受講生同士のコラボ商品の開発などの成果が出ている。 「土佐まるごとビジネスアカデミー」の延べ受講者数 H24:1,672人 H25:1,648人 H26:1,921人 H27:1,718人 H28:3,006人 H29:4,313人 H30:5,955人</p> <p>【産学官民連携センター】 ・県内すべての高等教育機関の協力のもと、H27年4月、産学官民連携センターを開設。 ・大学等のシーズ・研究内容を紹介するセミナーに4年間で延べ2,149名が参加するなど、“知の拠点”機能が発揮されている。 ・ココブラビジネスチャレンジサポートで、40件の案件をサポートするなど、ビジネスアイデアやプランを事業化に結び付けるための支援システムが構築された。</p> <p>【観光】 ・地域博覧会の開催などを通じて、広域観光組織の体制整備と地域地域の観光資源の磨き上げや商品造成などにつながった【再掲】 ・セミナー等を継続的に開催して人材の育成を図るとともに、旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターを配置し、商品のさらなる磨き上げに取り組んだ【再掲】 ・県内の各地域の観光ガイド団体の連携や質の高いガイド技術の習得を目的とする研修会や観光事業者に対するおもてなし研修を実施し、観光客に質の高いサービスの提供につながっている</p>	<p>【産学官民連携センター】 ○課題解決と事業成長につながる学びの場の充実 ○情報発信の強化、学びを体験できる機会の拡充 ○地域で学びの場の拡大</p> <p>【産学官民連携センター】 ・変化する事業環境や受講者のニーズに合わせたカリキュラムの再編 ・ワンストップ窓口での相談や講座等を通じて出されたアイデアやシーズ、ニーズ等を事業に結びつける「ココブラビジネスチャレンジサポート」の仕組みの活用によって、よりスムーズにビジネスプランを取りまとめる支援システムの効果的運用</p> <p>【観光】 ・体験プログラムや周遊プランを国内外の旅行者のトレンドやニーズに応じて、継続的に磨き上げることが必要【再掲】 ・地域地域において観光産業を担う事業者は零細であり人材や後継者は依然として不足 ・広域組織基盤がまだまだ脆弱であり、官民がより一体となった組織体の強化とリーダーの育成が必要【再掲】 ・外国人観光客へ対応できる観光ガイドの育成及び観光事業者への人材育成支援</p>
2	各産業分野の担い手育成・確保	<p>【農業】 OPRから相談、技術習得など各段階に応じた支援により、新規就農者が増加傾向 ⇒ 新規就農者数 H27:269人→ H29:265人 (うち雇用就農者 H27:87人→H29:77人)</p>	<p>【農業】 ○よりスムーズな就農に向け、産地提案型担い手確保対策の入口対策と出口対策や、親元就農者の増加に向けた取り組みの強化が必要</p> <p>○畜産部門に特化した、就農相談から就農に至るまでの担い手の確保・育成対策</p>

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
-	-	-	-	-

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【担い手01】◆産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」の実施(H31拡充)					○		○	○
(再掲)【産学官01】◆産学官民連携のプラットフォーム機能を活かした産業振興の推進					○		○	
【担い手02】◆地域の産業振興や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手の育成を支援			○				○	
(再掲)【観32】◆「土佐の観光創生塾」のさらなる充実による本県観光を担う観光人材の育成(H31拡充)	○						○	
(再掲)【観02】◆「土佐の観光創生塾」のさらなる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携(地域観光クラスター化)の推進(H31拡充)	○						○	
(再掲)【観05】◆広域観光組織の機能強化(H31拡充)	○						○	
(再掲)【観06】◆地域コーディネーターの配置	○						○	
(再掲)【観24】◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ガイド団体の育成支援	○	○					○	
(再掲)【農42】◆U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化(H31拡充)			○				○	
(再掲)【農43】◆畜産の担い手確保に向けた体制の強化(H31拡充)			○				○	
(再掲)【農44】◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化(H31拡充)			○				○	
(再掲)【農45】◆農業の担い手確保に向けた研修体制の強化(H31拡充)			○				○	
(再掲)【農46】◆実践研修・営農定着への支援(H31拡充)			○				○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	各産業分野の担い手育成・確保	<p>○地域を担う経営体の育成を図るため、法人化セミナーや法人向け研修会、個別相談を実施 ⇒ 農業経営を行う法人数(集落営農法人を除く) H26:107法人 → H30:200法人</p> <p>○経営モデル(環境制御技術を導入した既存ハウス)の作成 ⇒ 7モデル(4品目)を作成 ⇒ 収量が向上した経営事例:16事例</p> <p>○トヨタのカイゼン手法を活用したコンサルの実施 ⇒ 6モデル経営体</p> <p>○地域毎に不足している労働力の実態を把握し、労働力確保対策等について検討を開始 ⇒ 県内11地域で労働力確保PTを設置 ⇒ 高知県労働力確保対策協議会を設立</p>	<p>○家族経営体の強化を推進し産地の持続的発展を図っていくためには、環境制御技術を導入するなど経営発展を目指す農家をフォローアップし、経営の質の向上を図る総合的な取り組みが必要</p> <p>○地域の中核となる雇用や農地の受皿となる法人経営体の育成</p> <p>○作業体系の効率化による労働生産性の向上とJA集出荷場等への取り組みの拡大</p> <p>○各産地で労働力不足と生産増加への対応を進めると共に、地域間で労働力を補完する取り組みが必要</p>
		<p>【林業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成27年4月に県立林業学校を開校し、即戦力となる林業の担い手を育成する「基礎課程」と、既に林業活動を実践している方を対象にした「短期課程」を開講 短期課程:延べ1,179名(H27)、延べ1,479名(H28)、延べ1,377名(H29)、延べ1,744名(H30) 基礎課程:14名(H27)、19名(H28)、20名(H29)、22名(H30) ・平成30年度の本格開校に向けて、校舎等の施設整備や専攻課程のカリキュラムの策定などを進め、CLTを活用した校舎や全国初の架線シュミレーターを装備した大型実習棟が完成 ・平成30年4月に、専攻課程を新たに設置し、県立林業大学校として本格開校し、初代校長に世界的建築家の隈研吾氏が就任 専攻課程:18名(H30) 隈校長による公開講座の開催 受講者400名(H30) ・平成30年10月本県で開催された第38回全国豊かな海づくり大会のご訪問先に選定され、両陛下が隈校長の御先導で木造設計コースの授業をご視察。本校の特色ある学校づくりを全国に情報発信。 	<p>【林業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・優秀な人材を確保するために、県内のみならず移住施策と連携しながら県外からのU・イターン者への働きかけが必要 ・特にH30年に開講した専攻課程の研修生確保のため、教育内容の充実や就業先の開拓を強力に進め、基礎課程と同様の実績を作っていく必要がある。 ・林業学校で育成した人材の県内定着率を上げるため、労働力確保支援センターと連携して、森林組合や林業事業者とのマッチングを図るとともに、インターンシップを通じて確実な雇用につなげていく必要がある ・木造建築を担う人材を育成するため、木材需要の拡大に向けて非住宅木造建築物の設計スキルや木材の知識に精通した建築士を育成するリカレント教育等を強化する必要がある。 ・H31年度から始まる森林経営管理制度を円滑に運用するため、市町村職員を対象とした森林管理に必要な基礎知識を学べる研修を行う必要がある。 ・教育理念である林業を目指す若者達のプラットフォームを実現するために、全国に向けて情報発信力を一層高める必要がある。 ・開かれた林業大学校づくりに向け地域や関係機関との組織的、継続的な連携強化に努める必要がある。
		<ul style="list-style-type: none"> ・林業労働力確保支援センターに新規就業アドバイザーを配置し、雇用情報の収集・整理、高校訪問及び就業希望者への情報提供を実施した ・就業相談会や林業体験教室等の開催による就業希望者と林業事業者のマッチングを行い、県内事業者への就業に繋げるとともに、国の「緑の雇用」制度を活用したOJT研修や林業技術者養成養成研修により、技術力をアップさせ定着率の向上に努めた ・市町と連携したOJT研修で、土佐備長炭などの新規委業者の養成を行った 修了生数(H24年度～H27年度):8名 (H28年度～H29年度):10名 	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢化や他産業への流出により、一旦増加に転じた林業就業者は減少から横ばい状況となっており、労働力確保支援センターと連携し、就業希望者へのよりきめ細やかな対応(情報提供、就労相談・体験、雇用先の斡旋)が必要 ・原木増産を進めるうえで、新規就業者の確保は喫緊の課題となっており、県内のみならず移住促進の取り組みとの連携を強化し、県外から優秀な人材を呼び込む取組が必要 ・土佐備長炭などの特用林産業の振興のため、高齢化等に対応して引き続き新規就業者を確保する必要がある
		<ul style="list-style-type: none"> ・森林組合経営改善事業により、森林組合の安定経営やこれを支える人材の育成に努めた。また、23森林組合が中期経営計画の策定を行った ・林業事業者の就労環境の改善を進めるために、「労働環境改善計画」認定事業者数を増やすとともに、認定事業者を対象に退職金共済の掛金への支援、林業就労環境改善事業等による雇用環境や労働安全衛生の向上に努めた 「労働環境改善計画」認定事業者数 H30.3月末現在:83事業者 退職金共済の掛金への支援 H24:388人、H25:372人、H26:355人、H27:360人、H28:369人、H29:350人 	<ul style="list-style-type: none"> ・森林組合や林業事業者の経営基盤が脆弱であり、賃金や雇用条件などの就労環境が、他産業と比較して必ずしも良好とはいえず、さらなる改善が必要 ・原木増産の取り組みが進む中、森林組合については、意識改革の進んでいる組合と進まない組合の2極化が見られるため、経営基盤の脆弱な森林組合等への重点的な支援が急務となっている ・林業事業者についても、経営基盤は脆弱であり、高性能機械等の施設整備への支援や、雇用環境の改善や労働安全衛生の向上のための支援が引き続き必要 ・あわせて、労働改善の安定に取り組む認定事業者数を増やすなど、全体のレベルアップを図る必要がある ・離職者のうち60歳未満の割合は60%程度と高い傾向にあり、離職者を低減させるための取り組みが必要である。

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【農47】◆家族経営体の経営発展に向けた支援			○				○	
(再掲)【農48】◆法人経営体への誘導と経営発展への支援(H31拡充)			○				○	
(再掲)【農49】◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(H31拡充)			○	○			○	
(再掲)【林27】◆林業大学校における人材育成(H31拡充)			○				○	
(再掲)【林28】◆県内事業者等への就業促進・定着率の向上			○				○	
(再掲)【林29】◆開かれた大学校づくりの推進			○				○	
(再掲)【林30】◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保			○				○	
(再掲)【林31】◆移住施策との連携による担い手の確保			○				○	
(再掲)【林32】◆特用林産業新規就業者の支援			○				○	
(再掲)【林33】◆林業事業者のマネジメント能力向上	○		○	○			○	
(再掲)【林34】◆林業事業者における労働環境の改善(H31拡充)	○		○				○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	各産業分野の担い手育成・確保	<ul style="list-style-type: none"> ・NPO団体に助成し、OJT研修により副業型林家を養成した(H21年度～H26年度:受講者105名) ・H28年度から小規模林業総合支援事業をスタートさせ、事業地の確保や人材育成に取り組む市町村を支援(佐川町ほか5市町村) ・平成27年1月18日小規模林業推進協議会をに設立し、政策パッケージで支援することで、担い手の裾野を広げる取り組みをしている(会員数:設立時 45名 ⇒ H30.3月末現在 468名) 	<ul style="list-style-type: none"> ・市町村との連携を強化して事業地の確保等に努めることで、中山間地域の定住促進を図る必要がある ・特に、担い手の裾野を広げていくためには、県内のみならず移住施策との連携により県外からU・Iターン者を呼び込んでいく努力が必要 ・小規模林業推進協議会の構成員は多様であり、個々のニーズにあった支援策が必要
		<p>【水産業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○就業者の掘り起こし <ul style="list-style-type: none"> ・漁業就業セミナーの実施や漁業就業フェアへの参加により就業希望者を掘り起こし ○短期研修 <ul style="list-style-type: none"> ・県漁協への委託により迅速・柔軟に研修を実施できるよう仕組みの見直し [受講者数] 3名(H12～23年度平均)→H24:2名、H25:18名、H26:35名、H27:33名、H28:21名、H29:17名、H30:22名 ○長期研修 <ul style="list-style-type: none"> ・漁業種類(底びき網、パッチ網、養殖等)の拡大(H25～) [受講者数]3名(H12～23年度平均)→H24:2名、H25:7名、H26:11名、H27:12名、H28:16名、H29:8名、H30:18名 ○担い手育成団体 <ul style="list-style-type: none"> ・担い手育成団体が研修生を雇用し、計画的に漁業の担い手を育成する制度を創設(H27～) ○新規就業者の確保 <ul style="list-style-type: none"> ・以上の取り組みにより次のとおり就業者を確保 H25:37名、H26:29名、H27:47名、H28:55名、H29:44名、H30:43名 	<p>【水産業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主要漁業の新規就業希望者をはじめとする漁村地域での幅広い担い手の掘り起こし ・住居や地域の漁業の求人等の具体的な情報の提供 ・経営が安定するまでの支援が不十分 ・既存の制度では支援が不十分な雇用型漁業の新規就業者育成や漁業後継者育成の支援 ・民間企業等による漁業生産現場への参入と担い手育成
		<ul style="list-style-type: none"> ・新規漁業就業者等を対象に独立に向けた漁船取得を支援 [漁船取得] H24:4件、H26:2件、H27:4件、H28:4件、H29:5件 H30:2件 	<ul style="list-style-type: none"> 新規漁業就業者の漁労・養殖生産設備取得への支援による就業の促進
		<p>【商工業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏で開催する高知家IT・コンテンツネットワーク交流会等を通じて、首都圏の人材の掘り起こしと確保、人材と企業のマッチング、企業誘致を推進 ●ネットワーク交流会 H29～H30:12回(大交流会5回、ミニ交流会7回) ●ネットワーク会員数:237人 <ul style="list-style-type: none"> ・立地企業延べ9社(H28～H30)の会社説明会の共催又は開催支援 ●新規雇用者数 H28～H30:18人(H28:12+H29:4+H30:2) 	<p>【商工業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・IT・コンテンツ産業人材の不足 ・人材・企業の掘り起こし ・企業とのマッチング
		<ul style="list-style-type: none"> ・『アプリ開発人材育成講座』及び『イラストビジネス基礎講座』(土佐MBA)の開催 ●受講者数 H28:365人(延べ受講者数)、H29:82人(受講者実数) ・IT・コンテンツアカデミーの開催 ●受講者実数 H30:1,594人(延べ3,430人) ・社外研修費(旅費、滞在費等)への助成 ●交付決定 H28:1件 	<ul style="list-style-type: none"> ・IT・コンテンツ産業人材の不足 ・企業が求める専門化・多様化に対応した人材育成、企業とのマッチング

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【林35】◆小規模林業の活動を支援			○				○	
(再掲)【水14】◆(一社)高知県漁業就業支援センターの設置による担い手対策の抜本強化(H31新規)			○				○	
(再掲)【水15】◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実			○				○	
(再掲)【水16】◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり			○				○	
(再掲)【水17】◆新規就業者の経営安定に向けた営漁指導員の配置、育成(H31新規)			○				○	
(再掲)【水18】◆就業時の設備投資、資金調達への支援	○		○	○			○	
(再掲)【商08】◆首都圏IT・コンテンツネットワークによる人材確保等の充実・強化(H31拡充)			○				○	
(再掲)【商09】◆IT・コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援			○				○	
(再掲)【商07】◆IT・コンテンツアカデミーによる人材育成の充実・強化(H31拡充)							○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	各産業分野の担い手育成・確保	<p>・伝統的工芸品産業等後継者育成対策事業による短期体験研修や研修生受入事業の実施</p> <p>●短期研修の実施状況 H26:3名(和紙1名、硯2名)、H28:1名(硯)、H29:1名(硯)</p> <p>●長期研修の実施状況 H27:5名(和紙2名、打刃物2名、硯1名) H28:5名(和紙2名、打刃物2名、硯1名) H29:8名(和紙2名、打刃物4名、硯2名)</p> <p><工業技術センター></p> <p>・技術研修開催 企業、団体からの要望に沿った研修を実施し、H28～29年度の累計で、598名が参加</p> <p><紙産業技術センター></p> <p>・かみわざひとづくり事業(分科会・開放試験設備利用研修会等)の実施 27回、延べ135企業278人参加</p> <p>・紙産業技術初任者研修会の実施 3回、8企業24人参加</p> <p>・紙産業中核人材育成講座 1回、11企業11人参加</p> <p>・高等技術学校において、ものづくり分野の人材育成のための学卒者向けや企業在職者向けの職業訓練、また、早期就職を目指す離転職者向けの職業訓練を実施した</p> <p>【食品】</p> <p>・食品事業者を核として、産学官が集うプラットフォームを構築し(H29～)、新商品の開発や改良に向けた実践的な学びや個別商品の磨き上げなどの機会を提供(セミナー・勉強会参加者H29～31.2(累計):303名)</p> <p>○あったかふれあいセンター事業の実施及び機能強化 H30:31市町村 48カ所 231サテライト →H31:31市町村 50カ所 239サテライト</p> <p>○あったかふれあいセンター職員を地域福祉人材として育成する体系的な研修等の実施(H30年度)</p> <p>・あったかふれあいセンター職員研修 ①コーディネーター研修(6/8):30名参加 ②スタッフ研修(6/18、6/21):42名参加 ③テーマ別研修①(9/25):46名参加 ④テーマ別研修②(11/8):42名参加 ⑤データ研修(10/3、10/4):49名参加 ⑥地域支援研修(2/6):67名参加 ⑦フォローアップ研修(スタッフ向け)(3/6、3/8)</p> <p>・あったかふれあいセンター推進連絡会 ①第1回(8/30):109名参加 ②第2回(2/13):93名参加</p>	<p>・伝統的産業に興味のある人材の発掘・育成と販路開拓</p> <p>・研修希望者の受入生産者の確保、負担軽減</p> <p>・研修後、後継者として地域に定着するためのフォローが必要</p> <p>・若手から中堅までそれぞれの技術レベルに応じたカリキュラムの設定</p> <p>・研修終了後の受講者へのフォローアップなどきめ細かい対応</p> <p>・企業の受入体制の充実や、企業、大学、学生のマッチング促進</p> <p>・企業の取組みが多岐にわたるため、適切な技術情報の提供や研修テーマの選定</p> <p>・学卒者向け・企業在職者向け訓練の、学生や企業等への周知</p> <p>・就職率の向上に向けての支援</p> <p>【食品】</p> <p>・商品開発力の強化など事業者が抱える様々な課題解決を図るため、セミナー・勉強会の開催による意欲の醸成やレベルアップを図るとともに、ものづくり系企業等との連携による新たな事業の創出など、具体的な行動につなげる仕組みづくりが必要</p> <p>○地域のニーズに応じたあったかふれあいセンターの整備及び機能強化</p> <p>○高知版地域包括ケアシステムの構築に向けた、医療・介護・福祉の多職種との連携強化</p> <p>○支援の必要な高齢者等を必要なサービスにつなぐ職員の育成</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商64】 ◆伝統的工芸品産業等の人材育成(H31拡充)							○	
(再掲)【商65】 ◆工業技術センター等が行う技術研修 (人材育成事業(工業技術センター・紙産業技術センター))							○	
(再掲)【商25】 ◆工業技術センターの生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた支援強化(H31拡充)	○			○			○	
(再掲)【商66】 ◆産業界のニーズに応じた人材の育成(高等技術学校における多能工の育成他)(H31拡充)							○	
(再掲)【外商10】◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットフォームを構築	○				○		○	○
【担い手03】◆あったかふれあいセンター事業の実施							○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	各産業分野の担 い手育成・確保	<p>○職場環境の改善による安定的な人材確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人材の定着促進・離職防止対策の充実 ・新たな人材の参入促進策の充実 ・人材確保の好循環の強化に向けた取り組みの推進 <p>⇒県が支援する介護職員初任者研修の修了者数 H27:107人 → H30:56人</p> <p>⇒介護福祉士養成校の入学者数 H27:79人 → H30:43人</p> <p>⇒潜在介護福祉士等の就業者数 H27:- → H30:28人</p> <p>⇒福祉人材センターにおける就職者数 H27:340人 → H30:360人</p>	<p>○新たな人材の掘り起こしや柔軟な勤務スタイルの創出などによる多様な人材層の参入促進</p> <p>○外国人介護人材への対応</p> <p>○職員が段階的にスキルアップしながら安心して長く働き続けられる魅力ある職場環境づくりの加速化</p> <p>○介護現場でのハラスメントへの対応</p> <p>○良好な介護現場の「見える化」による介護の仕事の理解促進とネガティブイメージの払拭</p> <p>○平成31年4月に施行される改正入管難民法に伴い、新たな在留資格による外国人労働者の受入れがスタート</p> <p>○外国人が日本人と同様に安心して地域で生活するためには、様々な生活情報について、わかりやすく迅速に入手できる環境等の整備が必要</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【担い手04】◆福祉・介護分野への就業促進事業の実施			○	○			○	
【担い手05】◆外国人材の受入環境の整備(H31新規)			○				○	

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【担い手01】 ◆産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」の実施（H31拡充）	産業振興の担い手となる人材を育成するために、ビジネスに必要な基礎知識から応用・実践力まで、受講生のレベルに応じて体系的に習得できる研修プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」を実施する。 また、社会情勢を踏まえた事業環境の変化に対応して、課題解決と事業成長につながる学びの場として充実を図るため、カリキュラムの見直しを随時実施するとともに、さらなる情報発信の強化や地域で学ぶ場の拡大を図る。	土佐MBAの受講者数	延べ1,718人（H27） ↓ 延べ5,955人（H30） ↓ 延べ3,000人
【担い手02】 ◆地域の産業振興や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手の育成を支援	産業振興や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手を育成するため、地域が主体となって実施する研修会の開催等を支援する	地域の頑張る人づくり事業による研修終了者数	18人（H27） ↓ 114人（H30見込） ↓ 400人（H28～H31累計）
【担い手】 ◆県と市町村の職員がともに学ぶ合う研修「土佐まるごと立志塾」の実施	産業振興の課題解決に向けて、県と市町村がベクトルを合わせた取り組みを促進するために、地域の産業振興に向けた取組への支援に欠かせない知識やスキル、マインドを身に付ける研修「土佐まるごと立志塾」を実施し、県と市町村の職員の課題解決力と連携を強化する。	「土佐まるごと立志塾」での研修を通じて作成した課題解決プランの実施予定率（実施中を含む）	修了生の57%（H27） ↓ 修了生の81%（H29） ↓ 修了生の60%以上（29年度に終了）

戦略の柱	1 本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実
取組方針	1 産業人材の育成

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」の実施

県内高等教育機関(高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知学園短期大学、高知高専等)：講師の派遣、受講者の確保への協力
 県産学官民連携センター：サテプラ(サテライトプラットフォーム：双方向通信による遠隔講義)や録画配信、地域での研修講座の実施等により学びの場を地域に拡大、講師の確保、カリキュラムの見直し、受講生確保の取り組み、事業運営委託手続

意欲ある担い手の育成を支援

事業者等：研修会への参加によりビジネス等に必要な知識を習得
 任意団体、商工会等地域団体、市町村等：地域のニーズやレベルに応じた研修プログラムを企画及び実施。受講生の受講後の活動を支援。
 産学官民連携センター：研修プログラムの作成を支援
 県産業振興推進地域本部：研修プログラムの企画、実施及び受講生の受講後の活動を支援
 県計画推進課：地域の頑張る人づくり事業費補助金により、地域の産業振興や地域振興の取り組みを牽引する担い手育成を支援
 産業振興アドバイザーにより、受講者が行う新たな取り組みを支援

「土佐まるごと立志塾」の実施


市町村職員、県職員(地域支援企画員等)：産業振興に向けた取組への支援に欠かせない知識やスキル、マインドを習得、修了後は「こうち立志塾政策デザイン研究会」(立志塾08による任意団体)を核とした交流・連携
 県産学官民連携センター：全体調整、研修運営、修了生の交流・連携のサポート

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【担い手03】 ◆あつたかふれあいセンター事業の実施</p>	<p>【拠点整備・機能強化】 あつたかふれあいセンター事業の実施及び機能強化</p> <p>【地域福祉の人材育成】 あつたかふれあいセンター職員を地域福祉人材として育成する体系的な研修等の実施</p>	<p>①あつたかふれあいセンター等の小規模多機能支援拠点の整備</p> <p>②あつたかふれあいセンター職員の研修終了者</p>	<p>①29市町村42カ所(H27) ↓ 31市町村48ヶ所(H30) ↓ 旧市町村に1カ所以上:34市町村で53カ所以上</p> <p>②コーディネータ研修70.0% スタッフ研修59.2%(H27) ↓ コーディネーター研修70.6% スタッフ研修55.6%(H30) ↓ 職員の研修修了者率100%</p>
<p>【担い手04】 ◆福祉・介護分野への就業促進事業の実施</p>	<p>増大する福祉・介護ニーズに対応するため、多様な人材の参入促進策の抜本強化を行う</p>	<p>①県が支援する介護職員初任者研修の修了者数</p> <p>②介護福祉士養成校の入学人数</p> <p>③潜在介護福祉士等の就業者数</p> <p>④福祉人材センターにおける就職者数</p>	<p>①107人(H27) ↓ 56人 ↓ 年間242人</p> <p>②79人(H27) ↓ 43人(H30) ↓ 年間73人</p> <p>③ - (H27) ↓ 28人(H30) ↓ 年間10人</p> <p>④340人(H27) ↓ 360人(H30) ↓ 年間200人</p>

戦略の柱	1 本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実
取組方針	2 各産業分野の担い手育成・確保

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>あったかふれあいセンター事業の推進・機能強化普及</p> <p>地域福祉政策課、高齢者福祉課： ○子どもから高齢者まで年齢や障害の有無を問わず、誰もが住み慣れた地域地域で健康の維持・増進と日常生活を支援する必要なサービスを受け、安心して暮らすことができる小規模多機能な支援拠点となる「あったかふれあいセンター」の整備を促進し、生活の質の向上を目指す。</p>				
<p>地域福祉の人材育成</p> <p>地域福祉政策課： ○あったかふれあいセンター職員を対象とした認知症をはじめとする体系的な研修の実施や、リハビリテーション専門職等の派遣等により、地域福祉を支える人材を育成</p>				
<p>福祉・介護職場で活躍する人材の安定確保</p> <p>県地域福祉政策課： ○介護事業所認証評価制度の普及による介護人材の定着率の向上や人材の安定確保 ○ノーリフティングケアの拡大やICT機器の導入促進による職員・利用者の安心・安全と業務の効率化の推進 ○福祉人材センターのマッチング力の強化による人材の参入促進</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【担い手05】 ◆外国人材の受入環境の整備 (H31新規)</p>	<p>外国人が安心して地域で生活できるよう医療や福祉、労働、教育などの生活に関わる様々な事柄について、外国人労働者等からの相談を受け、適切なアドバイスや的確な対応機関への誘導を行うため、「高知県外国人生活相談センター」を設置、運営する。</p>	<p>センター相談件数</p>	<p>— (H30) ↓ 200件 (H31)</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
			<p>外国人材の受入環境の整備 </p> <p>雇用労働政策課:「高知県外国人生活相談センター」をH31.5月中に設置、運営し、外国人の社会生活を支援</p> <p>雇用労働政策課:センターを円滑に運営するため、庁内各部署が参加するワーキンググループで協議を行うとともに、国や市町村、民間団体等の関係機関で構成する運営協議会を開催</p> <p>雇用労働政策課:市町村や事業者、関係団体等を対象に新たな在留資格の制度説明会を開催</p>	

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）
戦略の柱	2 担い手確保策の抜本強化

戦略の方向性	成長の「壁」を乗り越えるため、完全雇用状態を背景とした人手不足の深刻化という現下の課題に対応できる有効な対策を総合的に講じる
--------	----------------------------------------------------------------

戦略目標	目標 -
------	---------

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	雇用環境の改善	<ul style="list-style-type: none"> ・高知県働き方改革推進支援センターの設置 ●ワストップ相談 287件(H31.1末現在) ●企業訪問 213件(H31.1末現在) ●働き方改革のセミナーの実施 47回(H31.1末現在) ●出張相談会の実施 55回(H31.1末現在) ●広報用チラシの作成・配布(2万枚)、ホームページの掲載 ・「ワークライフバランス推進企業」認証の普及拡大 ●アドバイザー(3名)による企業訪問 308件(H31.1末現在) ●ワークライフバランス推進認証企業数 新規17社 更新31社 累計認証企業数210社(H31.1.1現在) 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業の労働関係法令への認識が足りない ・働き方改革への関心が低い ・製造業者以外の業種への掘り起こしが足りない ・働き方改革への人材や実践ノウハウが足りない ・人材確保等に繋がる優良事例の横展開
		<ul style="list-style-type: none"> ・ジョブカフェこうちで、就職内定者(高校生)を対象にした早期離職防止を目的としたセミナーを実施 ・ワークライフバランスを推進するため、子育てしやすい職場環境づくりに取組む企業の認証、支援やセミナーを実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・新入社員のフォローアップ ・従業員定着のための労働環境改善や人材育成への企業の意識の醸成
2	新規卒業生等の県内就職の促進	<ul style="list-style-type: none"> ○すべての小・中学校にキャリア教育の全体計画が整備され、また、年間指導計画の作成率は向上してきており、各学校の教育課程上の位置付けが図られている。 ○県内企業見学やものづくり総合技術展を活用した県内企業理解のための事業に参加する生徒が増加するなど、高等学校における県内企業理解に対する意識が高まりつつある。 	<ul style="list-style-type: none"> ○小・中学校については、全体計画や年間指導計画に基づいて、キャリア教育の視点を取り入れた教育活動が県内各校で実践されていく必要がある。 ○高等学校については、就職して1年目の離職率は依然として全国平均より高い状況が続いている。 社会性の育成に向けて、1年次から系統的、体系的な進路指導の充実を図るとともにミスマッチを防ぐ取組が必要である。
		<ul style="list-style-type: none"> 1)県内外での新規学卒者を対象としたセミナーの実施 (2)就職情報誌等を活用した県内企業や就職支援情報の提供 	<ul style="list-style-type: none"> (1)新規学卒者及び保護者等に対する県内就職への意識醸成 (2)県内外の大学との連携強化 (3)企業のプレゼン力向上
		<ul style="list-style-type: none"> ○働くことを希望する全ての女性を応援する相談窓口として平成26年に開設した「高知家の女性しごと応援室」において、きめ細かなワストップ就労支援や、働きやすい職場づくりに向けた企業へのアドバイスを実施した。 ・相談者数:1,962人 相談件数:5,975件 就職者数:668人 3ヶ月以内に就職を希望する相談者の就職率:65.5%(いずれも開室からH31.3末時点の累計) 	<ul style="list-style-type: none"> ・認知度向上のための広報の強化 ・幅広い年齢層を対象とした女性労働力の掘り起こし ・働きやすい職場づくりや定着支援

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
-	-	-	-	-

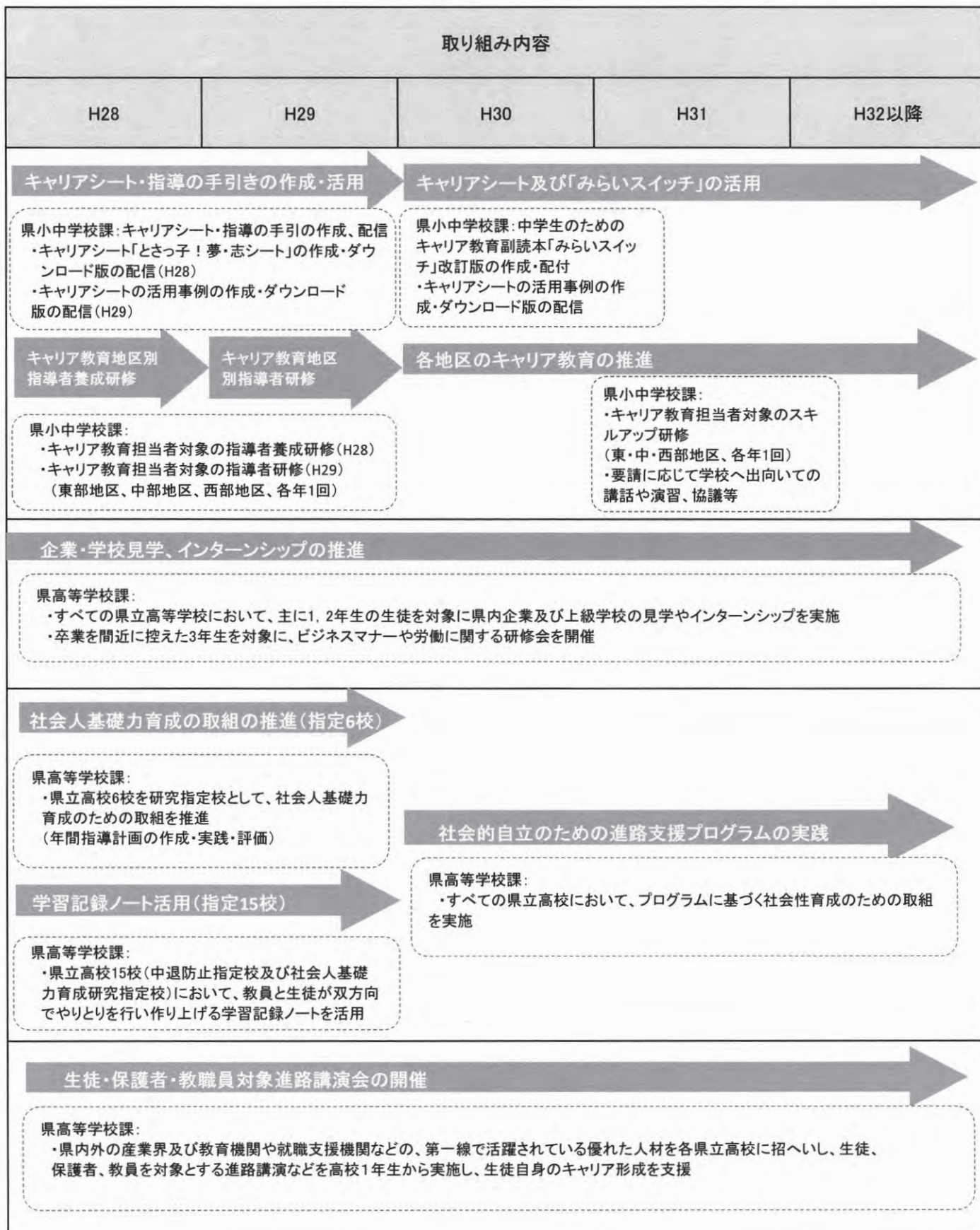
具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商05】◆経営基盤強化と連動した企業の働き方改革への支援(H31拡充)			○					○
(再掲)【商67】◆新規高卒就職者の離職防止			○					○
(再掲)【商68】◆従業員の定着対策			○					○
(再掲)【商69】◆従業員の能力開発支援			○					○
【担い手06】◆小中学校キャリア教育実践プランの推進								○
【担い手07】◆高校生の県内企業・学校見学やインターンシップの推進								○
【担い手08】◆社会的自立のための進路支援プログラムの実践								○
【担い手09】◆生徒・保護者・教職員対象の進路講演会開催								○
【担い手10】◆社会人教育の一層の充実(高知県立大学・高知工科大学)								○
【担い手11】◆専門学校生の県内定着に向けた支援			○					○
【担い手12】◆県内大学生等の県内定着に向けた支援			○					○
(再掲)【商60】◆インターンシップの拡大等による新規学卒者の県内就職促進(H31拡充)			○					○
【担い手13】◆奨学金の返済支援制度を活用した産業人材の確保と定着促進			○					○
【担い手14】◆高知家の女性しごと応援室による就労支援			○					○

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	新規卒業生等の 県内就職の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・生涯現役促進地域連携協議会での高年齢者を対象としたセミナー&企業合同説明会(3回) 参加企業 35企業 参加者数 96人 就職につながったもの 5人 ・ハローワークでの出張相談会開催による相談者の確保 H30.5~12 34回 相談者 204人 ・仕事力パワーアップ事業利用者 H30.6~12 442人 内就職者数 104人 	<ul style="list-style-type: none"> (1)潜在する働く意欲のある高年齢者の掘り起こし (2)事業所が切り出した高年齢者ができる仕事と高年齢者の就労条件とのマッチング (3)県内の若年求職者等支援機関の連携 (4)ジョブカフェこうち仕事力パワーアップ事業利用者の就職促進
3	移住の促進、中核 人材の確保	<p>連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》 参照</p> <p>1. 求職者獲得に向けた高知県移住促進・人材確保センターのPRを行い、登録増に繋げるとともに、県内求人掘り起こしを行うこと等を通じて、中核人材のマッチング(H31.1月末:69件)の拡大を図ることができた</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「高知家で暮らす」HPと連携強化し、高知求人ネットへの誘導を図り高知の求人情報を発信 ・同窓会員(県立大及び土佐高等)へチラシ等送付、SEO対策実施等 ・センター求人求職ポータルサイト機能追加(一次産業、ハローワーク、福祉、雇用を伴わない求人情報を一元的に集約し情報発信する機能) ・メルマガによる県内求人情報の定期的配信 ・Uターン就職相談会・転職フェア等参加 ・県内企業への中核人材アンケート調査の実施や産振センター等との連携により、経営者等とのヒアリングを通じて人材面での課題を明確にし、必要となる求人ニーズの掘り起こしを実施 ・東京コーディネーターによる首都圏企業への求人情報の提供(述べ330件:1月末時点) ・東京コーディネーターによる首都圏在住求職者面談(述べ93件:1月末時点) ・首都圏企業と高知県企業との人材交流に関する交流会の実施による人材マッチングの促進 ・セミナー開催等による企業の人材確保・定着の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・仕事の掘り起こしと企業の採用力アップ・雇用環境の改善 ・プロフェッショナル人材の確保 ・県内企業の魅力等の効果的な発信及びマッチングの強化
4	円滑な事業承継 の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・事業承継等推進事業費補助金の交付 交付件数:H27:3件、H28:10件、H29:5件、H30:18件 ・セミナーや包括協定機関との連携を活用した承継支援の周知 相談件数:414件、マッチング件数:35件(H27~H31.2月累計) ・事業承継ネットワークによる事業承継ニーズの掘り起こし 事業承継診断の実施:1,224件(H30.12月末時点) ・実務支援者の育成に向けたセミナーの実施(4回) 土業専門家、金融機関担当者等延べ241名参加 	<ul style="list-style-type: none"> ・中小事業者への事業承継の啓発および潜在ニーズの効率的な掘り起こし ・実務支援を担う専門家の育成、スキルアップ
5	(再掲)各産業分野の担い手育成・確保		

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商61】 ◆組織連携による労働参画機会の拡大			○				○	
(再掲)【移住01～12】◆人財誘致の促進に向けたアプローチの強化(H31拡充)等			○				○	
(再掲)【商59】 ◆移住施策と一体となった中核人材の確保			○				○	
(再掲)【商62】 ◆事業承継ネットワークによる事業者への事業承継の啓発とニーズの掘り起こし(H31拡充)			○				○	
(再掲)【商63】 ◆実務の担い手の育成による事業承継の促進(H31拡充)			○				○	

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【担い手06】 ◆小中学校キャリア教育実践プランの推進	<p>子どもたちの社会的・職業的自立に向けた力を育てるため、高知のキャリア教育指針に基づき、各地域の特色を生かしたキャリア教育の実践を支援するとともに、県民ぐるみのキャリア教育を推進し、児童生徒が将来の夢や志を持てるようにする。</p> <p>各学校のキャリア教育の指導力を向上させるため、学校・地域で取り組むキャリア教育の研究実践をもとにキャリアシートを作成・配付し、各学校で活用する。</p> <p>教員のキャリア教育の指導力を向上させるため、キャリア教育担当者対象のスキルアップ研修を実施するとともに、要請に応じて学校へ出向き、テーマに基づいて講話や演習、協議を行うことで各学校での校内研修の充実を図る。</p>	キャリアシート活用率 (小・中学校におけるキャリア教育に関する実態調査)	— ↓ 100%(H29) ↓ 活用率90%以上
【担い手07】 ◆高校生の県内企業・学校見学やインターンシップの推進	各県立高等学校において、生徒の進路実現のために必要な職業観、勤労観を身に付けさせるため、県内企業、大学、短大、専門学校等の見学やインターンシップを推進する	県立高等学校在学中に、企業・大学等におけるインターンシップ等に参加した生徒の割合	77.5%(H26) ↓ 97.2%(H30) ↓ 100%
【担い手08】 ◆社会的自立のための進路支援プログラムの実践	各県立高等学校において、高校生の進路決定における課題解決を図るため、高知のキャリア教育の柱のひとつである社会性の育成に焦点をあて、「コミュニケーション能力」、「キャリアデザイン力」の向上等を意識した教育を全校で推進する。	県立高等学校卒業者のうち、進路未定で卒業する生徒の割合	8%(H26) ↓ 5.5%(H30) ↓ 3%以下
【担い手09】 ◆生徒・保護者・教職員対象の進路講演会開催	各県立高等学校において、生徒のキャリア形成の支援を図るため、県内外の産業界及び教育機関や就職支援機関などの、第一線で活躍されている優れた人材を招へいし、進路講演会などを開催する	生徒・保護者・教職員対象の進路講演会を開催した県立高等学校の校数	31校(H26) ↓ 31校(H30) ↓ すべての県立高等学校(36校)

戦略の柱	2 担い手確保策の抜本強化
取組方針	2 新規卒業生等の県内就職の促進



◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【担い手10】 ◆社会人教育の一層の充実(高知県立大学・高知工科大学)	地域や産業を支える人づくりに向け、県民や社会のニーズに応じた社会人教育の充実を図る	産業人材等の育成につながる社会人向け学習プログラムを実施	公開講座、県民開放授業の受講延べ人数(年) 1,782人(H27) ↓ 4,760人(H29) ↓ 4,300人
	大学院社会人教育コースにおいて、組織や社会における高度で複雑な課題を解決し、新たな価値を創造するリーダーを育成する	高知工科大学において既存の起業家コースを機能強化(修士・博士課程の在籍数) 出発点:上記指標の検討(H27年度)	左記指標の検討(H27年度) ↓ 23人(H30.4) ↓ 40人
【担い手11】 ◆専門学校生の県内定着に向けた支援	県内専門学校生の県内定着に向け、各学校や県庁内の関係課等と連携しながら、専門学校生の県内定着に向けた取り組みの検討を行うとともに、県内定着に向けたKPIについてPDCAサイクルを通じて進捗管理を行う	県内専門学校生の県内就職率	77.8%(H26) ↓ 73.9%(H29) ↓ 80%(H31)
【担い手12】 ◆県内大学生等の県内定着に向けた支援	高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知工業高等専門学校及び高知学園短期大学卒業生の県内定着に向け、これらの教育機関と、経済団体、県とが連携し、県内就職率を高める取り組みを実施する (文部科学省の地(知)の拠点大学による地方創生推進事業(以下「COC+」という。)を活用して実施)	県内大学生等の県内就職率	35.9%(H26) ↓ 32.1%(H29) ↓ 42%
【担い手13】 ◆奨学金の返還支援制度を活用した産業人材の確保と定着促進	本県経済を牽引する中核的な担い手を確保するとともに、その定着を促進するため、大学等を卒業後、県内において4年間及び8年間就業する者に対し、日本学生支援機構への奨学金の返還を支援する	奨学金の返還支援の対象となる県内就職者数(中核的な担い手候補者)	0人(H27年度) ↓ 30人(H29年度) ↓ 30人

戦略の柱	2 担い手確保策の抜本強化
取組方針	2 新規卒業生等の県内就職の促進

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>社会人教育機能の充実・強化</p> <p>産業人材等の育成に向けた社会人教育の機能を充実・強化 ・公開講座や県民開放授業の開催、履修証明プログラム、科目等履修制度などにより、県民や社会のニーズに応じた多様な学習プログラムの提供</p>				
<p>起業家コースの機能 → 起業マネジメントコースによる人材育成</p> <p>高知工科大学起業家コースの機能強化を検討 起業マネジメントコースにおける受入れ強化・人材育成の推進 ・起業家コースの機能強化を図り、県内企業のニーズを取り入れた起業マネジメントコースに再編し、学生募集・人材育成を実施</p>				
<p>専門学校生の県内定着を促進</p> <p>県計画推進課：専門学校との定期的な意見交換の実施、関係各課との支援策の検討（個別分野の支援については、関係各課で対応） 専門学校：各学校において学生の県内定着に向けた取組みの実施</p>				
<p>県内大学生等の県内定着を促進</p> <p>高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知工業高等専門学校、高知学園短期大学、土佐経済同友会、高知県中小企業家同友会、高知県工業会、高知県経営者協会、県関係課： COC+の参加機関が連携し、県内高等教育機関卒業生の県内企業への就職促進や雇用創出の取組みを実施 「大学連携まち・ひと・しごと創生推進本部」における事業の進捗状況等の把握</p>				
<p>本県経済を牽引する中核的な担い手の確保と定着促進</p> <p>・H28年度からH31年度に大学等を卒業し、県内で就業する中核的な担い手候補者を小論文と面接により各年度30名選考 ・上記の担い手候補者が、県内で4年間及び8年間の就業を継続したことを確認し、日本学生支援機構への奨学金の返還を支援</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【担い手14】 ◆高知家の女性しごと応援室による就労支援</p>	<p>潜在的な女性労働力を掘り起こすとともに、働くことを希望する女性に対して、多様なニーズに応じたきめ細かな就労支援を実施する。</p>	<p>高知家の女性しごと応援室における就職率</p>	<p>45.8%(H26) ↓ 65.5%(H31.3) ↓ 65%</p>

戦略の柱	2 担い手確保策の抜本強化
取組方針	2 新規卒業生等の県内就職の促進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降
-----	-----	-----	-----	-------

高知家の女性しごと応援室による就労支援

県民生活・男女共同参画課、高知家の女性しごと応援室、ハローワークなど関係機関：

- ・働くことを希望する女性に対して、多様なニーズに応じたきめ細かなワンストップ就労支援を実施
- ・求人開拓員による求職者のニーズにあった求人開拓や、求職者、企業双方の希望条件調整等の実施
- ・再就職支援イベントの開催や子育て支援センター等への訪問による潜在的な女性求職者の掘り起こし(H31拡充)
- ・東部、西部、中部地域における出張相談の実施(H31拡充)
- ・CM放送等を活用した幅広い年齢層へのPR(H31拡充)、ホームページのリニューアル(H31新規)
- ・求職者へのアフターフォローやキャリア形成支援の実施(H30)
- ・働きやすい職場づくりに向けた企業へのアドバイスの実施(H30)、企業向けリーフレットの作成(H31新規)

Ⅱ 産業間の連携戦略

地域産業クラスターの形成

連携テーマ《地域産業クラスターの形成》の概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

産業振興計画のこれまでの取り組みなどによって、各分野で多くの雇用が生まれ、また本県の有効求人倍率は1倍を超えて推移するなど、経済全体として良い方向へ向かっているものと見られます。しかしながら、引き続き人口の社会減が続いていることなどからも、地域に残りたいと願う若者の就職に関する希望を十分にかなえられる状況にはいまだ至っていません。

このため、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を地域地域に生み出すことが重要となります。

そのための手段としては、「第一次産業や観光など、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)を地域地域に生み出していくことが有効であると考えています。

例えば、農業であれば、農業生産の核となる次世代型ハウスの整備を中心として、集出荷場や食品加工場、農産物の直販所、さらにはレストランなどの関連施設を集積させ、これらの産業群を観光などにも生かしていき、農産物の加工・販売、接客、企画、事務など、様々な種類の仕事が生まれていくものと考えています。

これまでの産業振興計画においても、地域アクションプランの実行支援などを通じて、第一次産業を生かした新たな加工や販売、観光拠点を中心とした地域の周遊ルートなど、地域での集積が一定進んできたところですが、第3期計画では、新たに「地域産業クラスターの形成」を連携テーマに位置付け、こうした集積を地域地域で意図的に生み出し、より大きくしていく、つまり点から面に広げ「量的な拡大再生産」を図っていくための仕組みを設け、県内各地で取り組みを展開しています。

具体的には、県庁内へのワンストップ窓口の設置や積極的な川上側・川下側の情報収集によって、クラスターの形成が見込まれる案件に関する情報を収集・集約するとともに、実現可能性の高い案件については、「クラスタープロジェクト」として位置付け、取り組みをスタートさせました。

現在、昨年度までの20プロジェクトに、1つの案件を追加した、21のクラスタープロジェクトについて、官民協働で取り組みを進めています。

取り組みに当たっては、県や市町村、関係団体で構成する「クラスタープロジェクトチーム」を設置し、「クラスタープラン」の策定に取り組んでいます。このプランづくりを通じて、より具体的な取組内容の検討を行うとともに、個々の取り組みに参画する関係事業者をさらに拡大することとしています。

また、「クラスタープラン」の策定後には、プランに基づき展開される第一次産業から第三次産業までの様々な取り組みに対して、各種の支援制度なども活用しながら、クラスタープロジェクトチームを中心にきめ細かくサポートしていくこととしています。

②第3期計画ver.4の取り組み

今後、21のクラスタープロジェクトの具体化に向けて、関係事業者や市町村など様々な関係団体と密接に連携しながら、核となる第一次産業の生産拡大を図るとともに、加工や販売、観光といった第二次、第三次産業の集積を推進していきます。

あわせて、新たなクラスタープロジェクトの掘り起こしを積極的に行っていくことにより、県内の地域地域にクラスターを形成し、多様な雇用の場を創出していきます。

また、クラスターの効果がより大きなものとなるよう、クラスタープランのバージョンアップに必要な支援や遊漁・体験漁業の振興、地域の伝統文化や一次産品などを活かした商店街の活性化など、産業集積の幅を広げる取り組みも強化していきます。

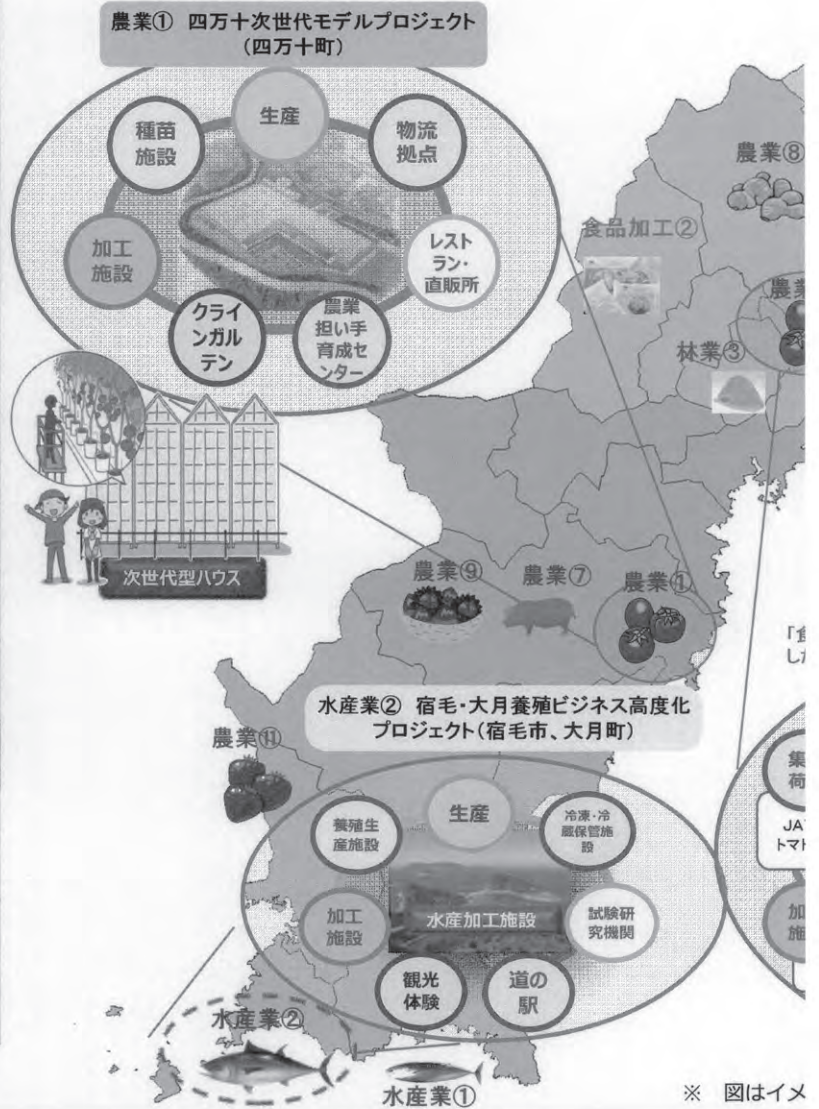
連携テーマ《地域産業クラスターの形成》の展開イメージ

分野を代表する目標

クラスタープランの策定状況を踏まえて設定

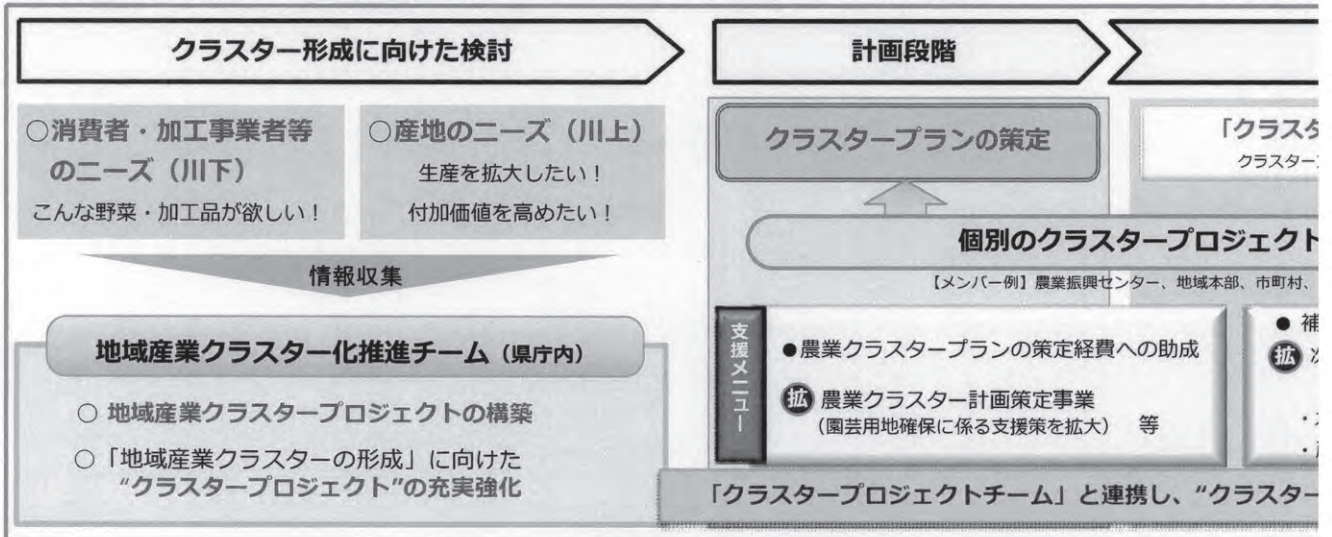
◆「21のクラスタープロジェクト」を推進中（H31.3月現在） ⇒ これらの

農業	① 四万十次世代モデルプロジェクト
	② 日高村トマト産地拡大プロジェクト
	③ 南国市還元野菜プロジェクト
	④ 日本一のニラ産地拡大プロジェクト
	⑤ 日本一のナス産地拡大プロジェクト
	⑥ 嶺北畜産クラスターによる地域の活性化
	⑦ 四万十ポークブランド推進プロジェクト
	⑧ いの町生姜生産・販売拡大プロジェクト
	⑨ 四万十の栗プロジェクト
	⑩ 南国市農業クラスタープロジェクト（ニラ）
NEW	⑪ 宿毛市イチゴ・柑橘成長プロジェクト
林業	① 林業・木材産業クラスタープロジェクト
	② 嶺北地域の林業クラスターによる地域の活性化
	③ 佐川町で展開する自伐型林業での木材産業クラスター
水産業	① 土佐清水メジカ産業クラスタープロジェクト
	② 宿毛・大月養殖ビジネス高度化プロジェクト
	③ 宇佐・浦ノ内水産資源活用クラスタープロジェクト
食品加工	① 加工・業務用野菜の産地化プロジェクト
	② 株式会社フードプラン、仁淀川町等を中心としたカット野菜事業クラスター
その他	① 奈半利町の集落活動センターを中心としたクラスター
	② 竹資源の活用による中山間地域の新たな産業の創出



（地域産業クラスターの推進体制）

※ 図はイメージ

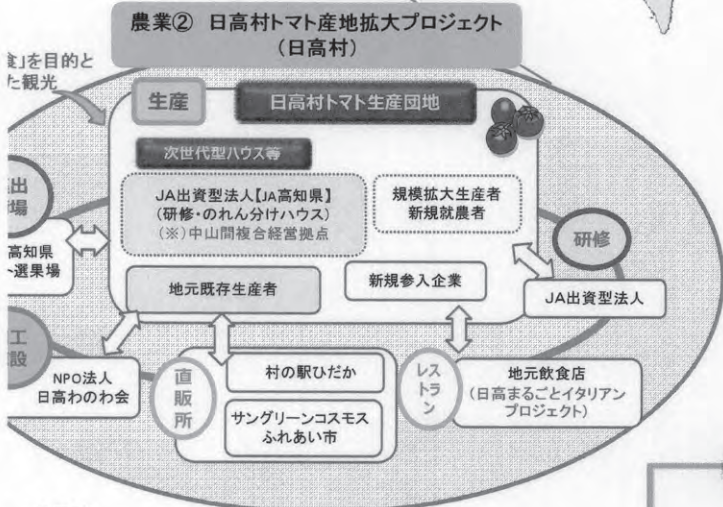
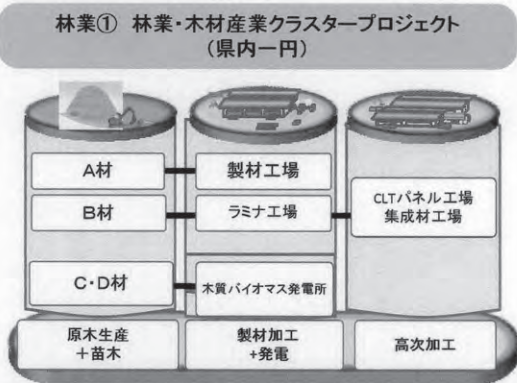
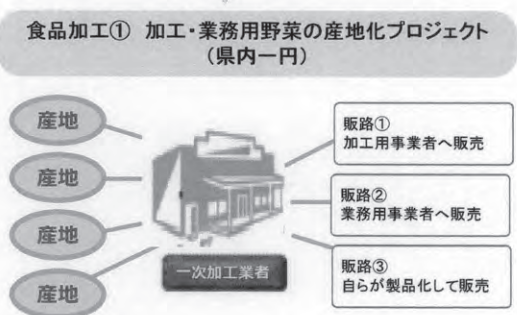


〜点から面へ。多様な仕事を数多く創出する〜

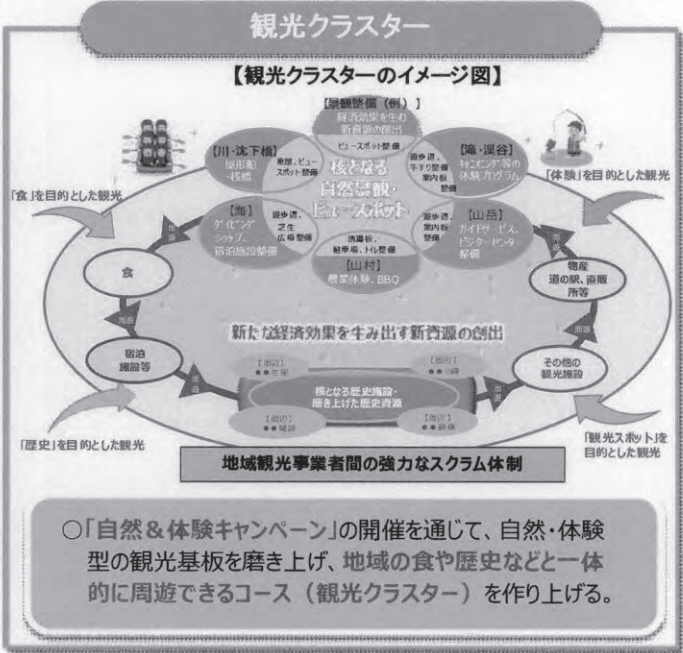
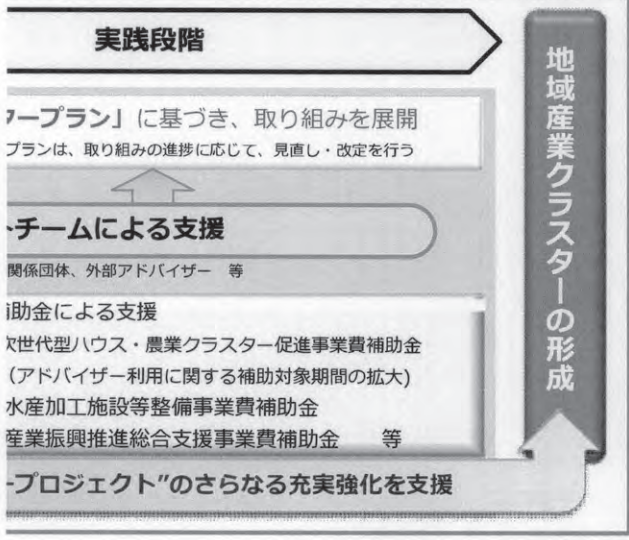
プロジェクトを本格展開するとともに、新たなプロジェクトを掘り起こし、各地で展開



第一次産業から第三次産業までの
多様な仕事の創出
+
地域への経済波及効果



〜プロジェクトです。



分野の目指す姿	点から面へ。多様な仕事を数多く創出する
分野を代表する数値目標	クラスタープランの策定状況を踏まえて設定
戦略の柱	1 地域産業クラスターの形成を促進する
	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を意図的
戦略の方向性	
取組方針・主な「具体的な取り組み」	<p>(1) 地域産業クラスターの形成を促進する</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 地域産業クラスタープロジェクトの具体化支援 <p>(2) 農業クラスターの形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】次世代型ハウス等の整備支援(再掲) ◆【拡充】Next次世代型こうち新施設園芸システムへの進化(再掲) ◆【拡充】地元と協働した企業の農業参入の推進(再掲) ◆【拡充】担い手への農地集積の加速化(再掲) ◆【拡充】園芸団地の整備促進(再掲) ◆ 国営緊急農地再編整備事業の推進(再掲) ◆ 食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進(再掲) <p>(3) 林業・木材産業クラスターの形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 加工施設を中心としたクラスター形成の促進(再掲) <p>(4) 水産業クラスターの形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 既存加工施設の高度化(再掲) ◆ 既存加工施設の衛生管理体制の強化(再掲) ◆ HACCPに対応した加工施設の立地促進(再掲) ◆ 残さい加工ビジネスの再構築(再掲) ◆ 冷凍保管ビジネスの事業化(再掲) <p>(5) 食品産業クラスターの形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 川上から川下までの情報を効率的に集約してクラスター化を誘導(再掲) <p>(6) 産業集積の幅を広げる取り組みの強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】遊漁や体験漁業の振興(遊漁船業等の振興)(再掲) ◆ 遊漁や体験漁業の振興(漁港等の整備)(再掲) ◆ 遊漁や体験漁業の振興(規制緩和)(再掲) ◆ 遊漁や体験漁業の振興(アサリの増殖)(再掲) ◆【拡充】商店街のにぎわい創出への支援(具体的な振興計画の策定支援他)(再掲) ◆ 新規創業・店舗魅力向上への支援(再掲) ◆ 地域アクションプランの実行支援(再掲)

ラスターの形成》の体系図

々に生み出すとともに、第一次、第二次、第三次産業の集積化を進める

(7) **地域商社の外商活動への支援**

- ◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化(再掲)

(8) **企業立地の推進**

- ◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現(再掲)

掲)

分野	連携テーマ《地域産業クラスターの形成》
戦略の柱	1 地域産業クラスターの形成を促進する

戦略の方向性	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を意図的に生み出すとともに、第一次、第二次、第三次産業の集積化を進める
--------	-----------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	地域産業クラスターの形成を促進する	<ul style="list-style-type: none"> ・H28年度から地域産業クラスターの形成に向けた取り組みをスタート。H30年度は、20のプロジェクトにおいて具体的な取り組みを進めてきた。引き続き既存クラスターの取り組みを推進するとともに、新規クラスターの掘り起こしも進める。 ・これまでの取り組みの結果、農業の次世代型ハウスや選果場、水産加工施設の整備など、特に生産部門を中心に取り組みが進捗している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・核となる一次産業の生産拡大は進んできたが、地域産業クラスターの形成に向けた第二次、第三次産業のさらなる産業集積と連携が必要
2	農業クラスターの形成	<ul style="list-style-type: none"> ○環境制御技術を標準装備した次世代型ハウスの整備支援 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 次世代型ハウス整備面積(累計) H29:32.6ha → H30:46.0ha ⇒ 次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会による推進(H30.4.11 協議会設立) 研修会・講習会6回、現地検討会2回、先進地視察研修2回、技術実証1カ所、次世代型こうち新施設園芸技術フェア2日間 ○Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 内閣府「地方大学・地域産業創生交付金」を活用した産学官連携プロジェクトが始動 ・産学官連携協議会の設立・開催(7月、11月、1月) ・生産システム・省力化、高付加価値化、流通システム・統合管理に関する13の研究テーマについて、100人を超える研究者が研究開始 ・農研機構と「農業・食品分野におけるSociety5.0の実現に向けた連携協力に関する協定」を締結(1/31) ○高知県農業への参入に興味のある企業へのアプローチ <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 企業訪問や産地への招聘活動 H27:アンケート回答企業等計66社、延べ146回 H28:アンケート回答企業等計46社、延べ142回 ・農業参入フェア等での事業PR(H29:3回) ・参入を希望する企業(新規・継続)への支援、産地とのマッチング → 7/13清水建設、農林中金、県との連携協定締結 ・四万十市における農業参入希望企業等との協議(14回) → H30.1.9 法人の立ち上げ、用地の絞り込み ・南国市への農業参入希望企業との協議(2社24回) ○担い手への農地集積を図るため、地域での話し合いと農地中間管理事業の活用を推進 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 担い手への農地集積率 H26:21.0%(H27.3) → H29:31.4%(H30.3) ○次世代施設園芸団地の施設等整備【四万十町次世代施設園芸団地】 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ H28.3:ハウス・集出荷施設等が完成 H28.5:周辺の舗装工事等も完了し、団地として完成。竣工式の実施 H28.7:営農開始 ○日高村への農業参入企業の次世代型ハウス整備 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ H29.9月:1号ハウス0.5haが完成 H30.8月:2号ハウス0.5haと3号ハウス1.1haが完成 合計2.1haの次世代型ハウスによりミニトマト栽培が本格始動 	<ul style="list-style-type: none"> ○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスター形成を推進するため、園芸団地を生み出していく取り組みが必要 ○市町村等と連携した雇用労働力の確保 ○次世代型ハウス等の初期投資の低減 ○全国に次世代施設園芸の取組が普及 ⇒高知県農業の先進性の維持・発展のためには、システムの継続的な改善が必要 ○農業参入企業の経営安定への支援(栽培技術、労務管理、雇用労働力確保への支援) ○園芸団地整備のための優良農地の確保 ⇒優良農地の掘り起こしによる園芸団地化への誘導、長年にまとまった園芸用地を確保するため、用地を提供する地権者・耕作者に対する支援策の充実 ⇒市町村による土地情報の収集を支援 ○参入を希望する企業(新規・継続)への支援、産地とのマッチング ⇒「企業版産地提案書」を各市町村が作成し、企業と市町村をマッチングする体制の強化 ○条件の良い農地の情報は地区内で留まる事が多いため、地域に埋もれている情報を収集して担い手にマッチングしていく仕組みの強化が必要 ⇒ H31年から市町村による土地情報の収集に対する支援を拡充 ○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスター形成を推進するため、園芸団地用地を生み出していく取り組みが必要 → H30年度に1ha以上のまとまった用地を20年以上賃借していただける地権者等に協力金を交付する制度の創設を検討 ○園芸用地の確保には、地権者のみならず、既存耕作者への支援策が必要 ⇒ H31年度には1ha以上の用地を提供してくれた耕作者に対しての支援制度を拡充。

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
-	-	-	-	-

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【ク01】◆地域産業クラスタープロジェクトの具体化支援						○		
(再掲)【農03】◆次世代型ハウス等の整備支援(H31拡充)	○			○		○		
(再掲)【農04】◆Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化(H31拡充)	○			○		○		
(再掲)【農05】◆地元と協働した企業の農業参入の推進(H31拡充)	○			○		○		
(再掲)【農50】◆担い手への農地集積の加速化(H31拡充)						○		
(再掲)【農51】◆園芸団地の整備促進(H31拡充)						○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	農業クラスターの形成	<p>○園芸団地に適した農地の選定 ⇒H28:県が基盤整備した土地の中から、候補農地21地区を選定。それを基に、市町村と園芸団地に適した農地の確保について検討を開始</p> <p>○南国市植田地区において園芸団地整備のための関係機関との協議(13回)、地権者との話し合い、地権者アンケート調査(9月) ⇒園芸団地候補地 H28:0カ所 → H29:1カ所(4ha)</p> <p>○四万十市における園芸団地用地の候補地選定の取組関係機関との協議(H29:14回、H30:9回)→H30:選定中</p> <p>○国営緊急農地再編整備事業(南国市、H32着工予定)において2地区(16ha)の次世代型施設園芸団地の計画案を策定中</p> <p>○農業クラスタープロジェクトの充実・強化 ⇒園芸団地や次世代型ハウス等を核として、関連産業を集積させ、さらなる好循環を目指す農業クラスタープロジェクトの取り組みがH29.1月から開始し、H31.2月現在、8つの農業クラスタープロジェクトを推進しており、充実・強化に向けて、ワーキンググループ設置やプラン検討会等を実施。</p> <p>○生産関連施設の整備 ・四万十葉クラスター:葉ペスト加工場がH29.10月に落成 ・いの町生姜クラスター:JAコスモス生姜集出荷場がH29.12月に落成 ・日高村トマトクラスター:JAコスモスミト選果場がH29.11月に完成 ・四万十次世代トマトクラスター:H31.2月にトマト残渣リサイクル施設、H31.3月に野菜育苗施設(増設)が落成</p> <p>○新たな農業クラスター形成への動き ・地域産業クラスターセミナーの開催:セミナーでは14市町村がクラスタープラン(案)を作成し、参加した南国市はH30.8.6に新たな農業クラスタープランを策定。 ・宿毛市では、H31.3月から農業クラスタープロジェクトを開始する予定。 ・四万十市、高知市では、新たなクラスター形成の動きがある。</p>	<p>○農業クラスターを推進する体制のさらなる充実が必要</p> <p>○2次・3次関連産業とのさらなる連携が必要</p>
3	林業・木材産業クラスターの形成	<p>・高知おおとよ製材や木質バイオマス発電所、ラミナ工場等の施設整備が進み、A材からD材までを余すことなく使う体制が大きく前進した</p>	<p>・さらなる所得の向上と雇用の増加を図るため、付加価値の高い製品を製造する高次加工施設の整備を進めるなど、加工施設を核とした林業・木材産業クラスターの形成が必要</p>
4	水産業クラスターの形成	<p>○クロマグロ ・人工種苗の基礎的な生産技術を確立 [沖出し尾数] H26:49尾、H27:1,045尾、H28:約17,000尾、 H29:約23,000尾、H30:5,500尾 [中間育成漁場の確保] H29:新たな中間育成漁場を免許し、運用を開始 [養殖種苗試験配布尾数] H27:約100尾、H28:約3,000尾、 H29:約2,100尾(出荷サイズ約7,700尾生産) H30:0尾(沖出し後のへい死が止まらず中間育成を中止)</p> <p>○カンパチ ・H28に民間事業者による事業レベルでの供給を開始 [養殖種苗出荷尾数] H28:12,000尾、H29:50,000尾 H30:休止(マダイ種苗増産のため)</p> <p>○試験研究機能の充実・強化 ・H28に水産試験場古満目分場を開設し、運用を開始</p>	<p>【クロマグロ】 ・人工種苗の量産体制の確立 ・人工種苗の養殖現場への普及 ・人工種苗を活用したマグロ養殖への新規参入の促進</p> <p>【カンパチ】 ・種苗の品質向上 ・中間育成漁場の適地等の検討(べこ病感染のリスク回避)</p> <p>【ブリ】 ・高品質な人工種苗の量産技術の確立 ・べこ病の防除技術の開発</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【農52】 ◆国営緊急農地再編整備事業の推進			○	○		○		
(再掲)【農53】 ◆食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進	○	○		○			○	
(再掲)【林13】 ◆加工施設を中心としたクラスター形成の促進	○			○		○		
(再掲)【水10】 ◆人工種苗量産体制の確立	○					○		
(再掲)【水11】 ◆試験研究機能の充実・強化	○					○		
(再掲)【水12】 ◆中間育成漁場の開拓	○					○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
4	水産業クラスターの形成	<p>○定置網漁業の復活</p> <ul style="list-style-type: none"> ・黒潮町伊田漁場での再開に向けた支援を実施し、H28に操業が再開 ・H29に須崎市野見湾においてマダイ養殖への新規参入を支援 ・H30に定置網漁業における県内3カ所の未利用漁場を調査 <p>○HACCP研修参加(地産地消・外商課が主催)</p> <p>[参加事業者数]</p> <p>H30:16事業者(H28~H31.1月末累積)</p> <p>○県版HACCP認証取得</p> <p>[認証取得事業者]</p> <p>H30:11事業者(H28~H31.1月末累積)</p> <p>(第2ステージ:6、第3ステージ:5)</p> <p>○HACCPに対応した加工施設の立地促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宿毛市で民間企業の水産加工施設が操業 ・宿毛市で民間企業の大規模水産加工施設が完成(H31.3月末予定) <p>○残さい加工ビジネス・冷凍保管ビジネス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土佐清水メジカ産業クラスタープロジェクト推進協議会が発足 ・土佐清水市における宗田節加工の協業化や共同煮熟、冷凍保管、残さい加工施設の整備の包括的な事業計画を策定 <p>○冷凍保管ビジネス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土佐清水市の冷凍保管施設が完成(H31.2月予定) ・宿毛市で民間企業の冷凍保管施設(大型加工施設に附帯)が完成(H31.3月予定) 	<ul style="list-style-type: none"> ・大型定置網、中型まき網や養殖業における事業承継・遊休漁場の活用等による生産量の維持・増大 ・調査した定置網漁場等への企業誘致 ・カツオ活餌の確保に向けた火光利用まき網の試験操業 <p>○HACCP認証取得に必要な施設改修や人材の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HACCP研修受講後のフォローアップ ・民間企業の加工施設整備に対する支援 ・円滑な施設整備及び従業員の確保 <ul style="list-style-type: none"> ・メジカ関連産業の維持、拡大のための加工原魚の安定確保、作業工程の効率化及び安定した残さい加工体制の構築 ・冷凍保管施設の効率的な運用
5	食品産業クラスターの形成	<ul style="list-style-type: none"> ・加工・業務用野菜産地化プロジェクトの取り組み ⇒関係団体と協働した部会を設置、継続的な取組内容の検討 ⇒試験栽培及び試験出荷・販売の実施、試験栽培品目の拡大(ジャガイモ、ダイコン、ニンジン、ネギ、キャベツの5品目) ⇒産地化に向けたセミナーの開催、先進地視察の実施 ⇒県内量販店、一次加工事業者の加工・業務用野菜の取扱いに関するアンケートの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・食品産業クラスターの形成に向けて、第一次産業から第三次産業までの関係事業者間の連携強化 ・加工・業務用野菜の産地化に向けた関係者の意識醸成と取組みの促進 ・加工・業務用野菜の生産に取り組む生産者の確保と生産技術の向上 ・県内外を含めた販売先の確保 ・加工・業務用野菜の販売先となる食品加工工場等の立地促進
6	産業集積の幅を広げる取り組みの強化	<ul style="list-style-type: none"> ○遊漁船業等の振興 <ul style="list-style-type: none"> ・遊漁船業等の実態調査により、利用客の減少、固定化等による経営規模の縮小等の現状を把握 ・アドバイザーの派遣により遊漁船業者等への指導、助言を実施 ・海洋資源を生かした旅行商品を開発(5件) ○基盤整備 <ul style="list-style-type: none"> ・都市と漁村の交流及び漁村・漁港の環境整備を促進するため、窪津漁港において休憩所、広場、駐車場及び植栽等を整備 ・宇佐漁港において係留施設利用者へのアンケート結果を基に改善項目を設定、照明灯の設置やタラップの修繕等を実施 ○規制緩和 <ul style="list-style-type: none"> ・漁業調整規則の改正による遊漁者の漁具・漁法等の制限(まき餌釣り、やす)の規制を緩和 ○アサリ資源の回復 <ul style="list-style-type: none"> ・地域活動組織による浦ノ内湾でのアサリ漁場の底質の改善や食害の防止(かぶせ網)等の保全活動の実施 ・かぶせ網によるアサリ資源の回復手法の確立 ・資源の管理と持続的利用に取り組む団体に対する採捕の承認制の導入 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者間の連携による受入体制の整備 ・サービス業としての意識改革とノウハウの取得 ・安全で快適なサービスの提供による女性客等の掘り起こし ・周辺観光との連携による旅行商品づくりの加速化とインバウンド対応の強化 ・効果的な情報発信 ・遊漁船業への新規就業の促進 ・遊漁者の利便性向上への対応 ・来訪者及びプレジャーボート係留施設利用者の利便性向上への対応 ・漁業調整規則の改正による遊漁者の漁具・漁法等の制限(ひき縄釣りの規制緩和) ・かぶせ網等のアサリ資源の保全活動の継続 ・食害生物の駆除

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【水13】◆企業誘致の促進や新たな漁法の導入による生産量の増大(H31新規)	○					○		
(再掲)【水19】◆既存加工施設の高度化	○	○		○		○		
(再掲)【水20】◆既存加工施設の衛生管理体制の強化	○	○		○		○		
(再掲)【水21】◆HACCPに対応した加工施設の立地促進	○	○		○		○		
(再掲)【水22】◆残さい加工ビジネスの再構築		○				○		
(再掲)【水23】◆冷凍保管ビジネスの事業化		○				○		
(再掲)【外商35】◆川上から川下までの情報を効率的に集約してクラスター化を誘導						○		
(再掲)【水34】◆遊漁や体験漁業の振興(遊漁船業等の振興)(H31拡充)	○					○		
(再掲)【水35】◆遊漁や体験漁業の振興(漁港等の整備)	○					○		
(再掲)【水36】◆遊漁や体験漁業の振興(規制緩和)	○					○		
(再掲)【水37】◆遊漁や体験漁業の振興(アサリの増殖)	○					○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
6	産業集積の幅を広げる取り組みの強化	<p>・チャレンジショップ継続10箇所、具体的な商店街振興計画策定への着手5箇所、新たに空き店舗対策補助金を活用した市町村3箇所等、新たな活動などにつながっている</p> <p>・産業振興推進地域本部を設置し、市町村との連携のもと、各地域アクションプランに掲げた目標設定に向けたきめ細やかなサポートを実施。これにより、地域に新たな産業が生まれるとともに、地産、外商への挑戦により事業は順調な成長を続けており、地域の雇用の創出と所得の向上につながっている (これまでの実績[H29実績見込み含む]) ※産振総合補助金 245件 39.9億円(補助額ベース) ※産振アドバイザー 494件 ※地域アクションプランによる雇用の創出 第1期計画(H21～23):623人 第2期計画(H24～27):522人 第3期計画(H28～30):476人(見込み) ※産振総合補助金を活用した事業の売上の増加額(単年度)H29:71.5億円</p>	<p>・商店街振興計画の策定は、5箇所で着手、うち4箇所ですべて年度内に策定完了予定となっているが、未策定地域においては、事業者、商工会等、市町村で意識の差がある。</p> <p>・チャレンジショップ事業については、新規開設がすすんでいないため、商店街振興計画の策定と合わせて新規開設に繋げる必要がある。</p> <p>・「活動初期の事業者グループ」や「戦略づくりに取り組む組織」など、各ステージに応じたそれぞれの活性化策について協議する中で、「関係者間の危機意識の差」、「空き店舗や閉店した店舗の有効活用ができていない」などが共通課題としてあり、振興計画の策定や戦略づくりがすすんでいない</p> <p>・地域アクションプランの取り組みを地域に定着・拡大させるとともに、地域の産業を牽引する意欲ある実践者の育成等による新たな取り組みの創出が必要</p> <p>・地域産品を活用した加工品づくり等の取り組みを広げ、地域住民の所得向上につなげるため、新規案件の掘り起こしと、個々のビジネスのブラッシュアップを図ることが必要</p> <p>・栄養バランスがとれた、安全・安心でおいしい学校給食を計画的に提供する必要がある中で、食材の量的・質的確保、一定規格の安定的な供給体制及び円滑な配送等、関係者の協力体制の強化が必要</p>
7	地域商社の外商活動への支援	<p>・食品ビジネスまるごと応援事業を活用して、商品開発・改良など各事業者の個別課題に対応したサポートチームを編成し、事業化の取り組みをトータルでサポート ⇒サポートチームの設置 H28:46件、H29:37件、H30:43件 ⇒事業化プラン等の策定支援 H28:37件、H29:28件、H30:38件 ⇒食品産業総合支援事業費補助金による支援 H28:23件、H29:22件、H30:29件</p>	<p>・本県食品産業のさらなる発展に向けては、商品の開発や製造、販売といった各段階における事業者の様々な課題にこまやかに対応していくことが必要</p> <p>・また、公社の活動等によって蓄積してきたマーケット側の情報や事業者ニーズなどを活用して、食品ビジネスまるごと応援事業の積極的な活用を働き掛け、商品開発等の一層の促進が必要</p>
8	企業立地の推進	<p>・製造業と事務系職場を中心に企業誘致を展開、さらに、第一次産業やコンテンツ産業など、本県の強みを生かした誘致を進めるため、全庁的な総合支援体制により、企業立地を推進 ・立地決定件数:62件(H24～29年度末)</p>	<p>・庁内外での立地案件の掘り起こしと、有望な案件への総合支援チームによる誘致活動の展開</p> <p>・企業のニーズを踏まえた各部局との連携強化</p> <p>・企業ニーズにあった人材の不足への対応</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商31】 ◆商店街のにぎわい創出への支援(具体的な振興計画の策定支援他)(H31拡充)	○					○		
(再掲)【商32】 ◆新規創業・店舗魅力向上への支援	○					○		
(再掲)【外商12】◆地域アクションプランの実行支援	○	○				○	○	
(再掲)【外商34】◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化	○	○						
(再掲)【商44】◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現	○	○						

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【ク01】 ◆地域産業クラスタープロジェクトの 具体化支援</p>	<p>地域産業クラスターは、第1次産業から第3次産業まで、様々な分野に関連し、また関係者の数も多く多様となることから、事業の進捗状況を共有しながら、取り組んでいく必要がある</p> <p>そのため、県や市町村、関係団体で構成する「クラスタープロジェクトチーム」を設置し、「クラスタープラン」を策定するとともに、クラスタープロジェクトごとに工程表等を作成し、定期的に進捗状況や課題の確認を行いながら、具体的な取り組みを実行していく</p>	<p>クラスタープランの策定件数(林業・木材産業クラスター以外)</p>	<p>— ↓ 14/18(H30) ↓ 19/19</p>

戦略の柱	1 地域産業クラスターの形成を促進する
取組方針	1 地域産業クラスターの形成を促進する

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
地域産業クラスターの形成を全庁挙げて推進(定期的に進捗管理)				
県各部署等 : 地域産業クラスターを全庁挙げて推進 県地産地消・外商課 : 産業振興推進本部会議や関係部長会議において、進捗確認のための協議を実施 関係事業者・地域・産業団体・市町村等 : 地域産業クラスターへの参画及び形成支援				
地域産業クラスターに関するワンストップ窓口の設置				
県地産地消・外商課 : 地域産業クラスターに関する県のワンストップ相談窓口の設置				
川上側(産地)と川下側(消費者・加工事業者等)それぞれのニーズに関する情報収集				
県各部署等 : 地域や企業を訪問し、地域産業クラスター化につながるニーズ情報を掘り起こし・整理				
地域産業クラスターの形成支援				
県各部署・地域本部 : 各産業分野の事業・取組みを地域産業クラスター化へつなげる取組みを連携して推進 ※現在プロジェクトに位置付けている21案件の充実強化及び新たなクラスター案件の掘り起こし 地域産業クラスタープロジェクトの案件ごとに、関係機関等で構成するクラスタープロジェクトチームを設置し、関係機関等と調整の上、クラスタープラン等(クラスター化のイメージ図と工程表)を作成し、クラスター形成に向けた具体的な支援を実施 関係事業者・地域・産業団体・市町村等 : 地域産業クラスターへの参画及びクラスター形成への支援等				
クラスター化推進チームによる支援				
県地産地消・外商課 : クラスター化推進チームの設置・運営 県各部署・地域本部 : クラスター化推進チームへの参画、情報共有、プロジェクトの取組みへの支援				
第二次・第三次産業のさらなる集積支援				
県各部署・地域本部・(第二次・第三次産業に関わる)関係事業者・地域・産業団体・市町村等 : 二次・三次ワーキンググループを設置し、第二次・第三次産業の集積の構想についての協議・具体的な取組みの実行				

Ⅱ 産業間の連携戦略 起業や新事業展開の促進

起業分野の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

地域の持続的な発展をもたらすためには、新しく事業を立ち上げることや、既存事業の強みを生かした新商品開発・新事業展開といった「新たな挑戦」が継続的に行われる環境をつくっていくことが重要です。

この「新たな挑戦」がそれぞれの地域で継続的に行われてこそ、地域の産業の活力は維持・向上されますが、新事業を立ち上げるには、様々なスキルや資源を必要とすること、また、事業を立ち上げた後も経営が安定化するまでの間に乗り越えなければならない課題も多いことなどから、実際に事を起こす実践者にとって「新たな挑戦」はハードルの高いものとなっています。

このため、第3期計画では、「起業や新事業展開の促進」を連携テーマとして位置づけ、「起業に関心がある人を増やす」「起業にチャレンジする人を増やす」「起業件数を増やす」ということに重点を置き、起業等に挑戦される方の思いや準備状況に応じたサポートを行ってきました。

平成28年9月にスタートした「起業サロン」では、「起業に興味があるが何から始めればよいか分からない」「アイデアはあるが具体的な進め方に悩んでいる」といった方などを対象に、先輩起業家による講演会や意見交換会などを毎月開催してきました。平成29年度からは、起業にチャレンジする人を増やしていく取り組みを強化するため、起業コンシェルジュによる個別相談や、起業の準備段階に応じた総合的支援プログラム「こうちスタートアップパーク」をスタートさせました。その結果、延べ600人を超える方々が各種プログラムに参加され、起業サロンの会員数も356名(H31.3月末)に達するなど、本県における起業に向けた機運は着実に拡大してきています。

今後は、県内各地において起業のさらなる機運の醸成を図るとともに、より成長性の高い事業を生み出していくことを後押しする取り組みが重要となっています。

②第3期計画ver.4の取り組み

継続的に「新たな付加価値を創造する仕組み」の一環として、下記の2つの柱に基づいた一連の施策を充実強化するとともに、産学官民連携センター「ココブラ」の取り組みと「こうちスタートアップパーク」が一体となって、起業を志す方々や新事業展開を目指す方々へのサポートを行っていきます。

■柱1 起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート

起業の裾野の拡大に向けて、新たに高知市以外の地域で、起業経験者による面談と短時間のプログラム体験ができる場を設けます。これにより、県内各地の起業家層の顕在化と、各種の起業支援プログラムへの誘導を図ります。また、高等学校と協力して、セミナーや事業開発プログラムを実施し、中長期的な視点での起業家人材の育成にも取り組んでいきます。

あわせて、アイデアを事業化につなげていくステップアッププログラムや、先輩起業家によるメンタリングを引き続き実施するとともに、資金的な支援策を拡充することで、起業件数の増加につなげていきます。

このほか、地域でのチャレンジに関心のある都市圏在住の起業希望者を対象としたセミナーを東京・大阪で開催するとともに、サポート体制を整えた県内市町村との連携により、中山間地域での起業の創出と移住の促進につなげていきます。

また、県内の起業希望者と、都市圏の一定の事業経験を有する起業家がチームを組み、課題発見から事業開発までを協働で行うプログラムを新たに実施することで、成長性の高い事業を生み出すためのノウハウ習得なども後押ししていきます。

企業の新事業展開については、土佐まるごとビジネスアカデミーにおいて、新事業や新商品のアイデア発想や計画策定のプロセスを学ぶ「社内起業家育成支援講座」や、特定のテーマのもとに企業の技術者や大学の関係者等が集い、新分野進出のヒント探しなどを行う「似業種交流会議」を開催するなど、産学官民が連携した取り組みを進めていきます。

■柱2 起業・新事業展開に向けた各分野における一貫サポート

事業者の皆様のもう一段、取り組みを強化したいというニーズに対応するため、地域の資源を生かした地域アクションプラン等の取り組みへのサポートはもとより、ものづくりやIT・コンテンツ、食品などの各分野において、アイデア段階から計画段階、商品開発、販路開拓までの各段階に応じた一貫したサポートを行っていきます。

連携テーマ《起業や新事業展開の促進》の展開イメージ

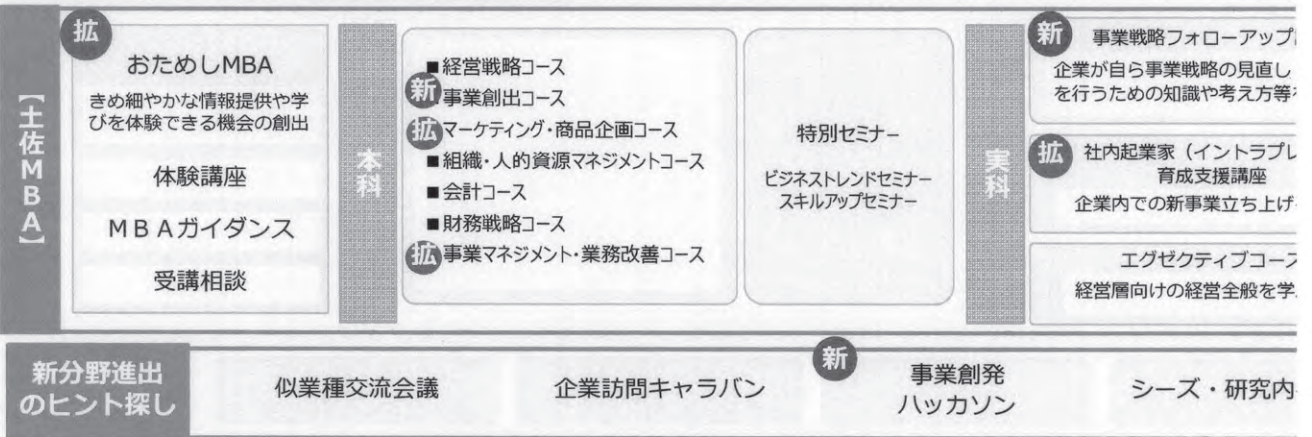
分野を代表する目標

県のサポートによる起業・新事業展開件数

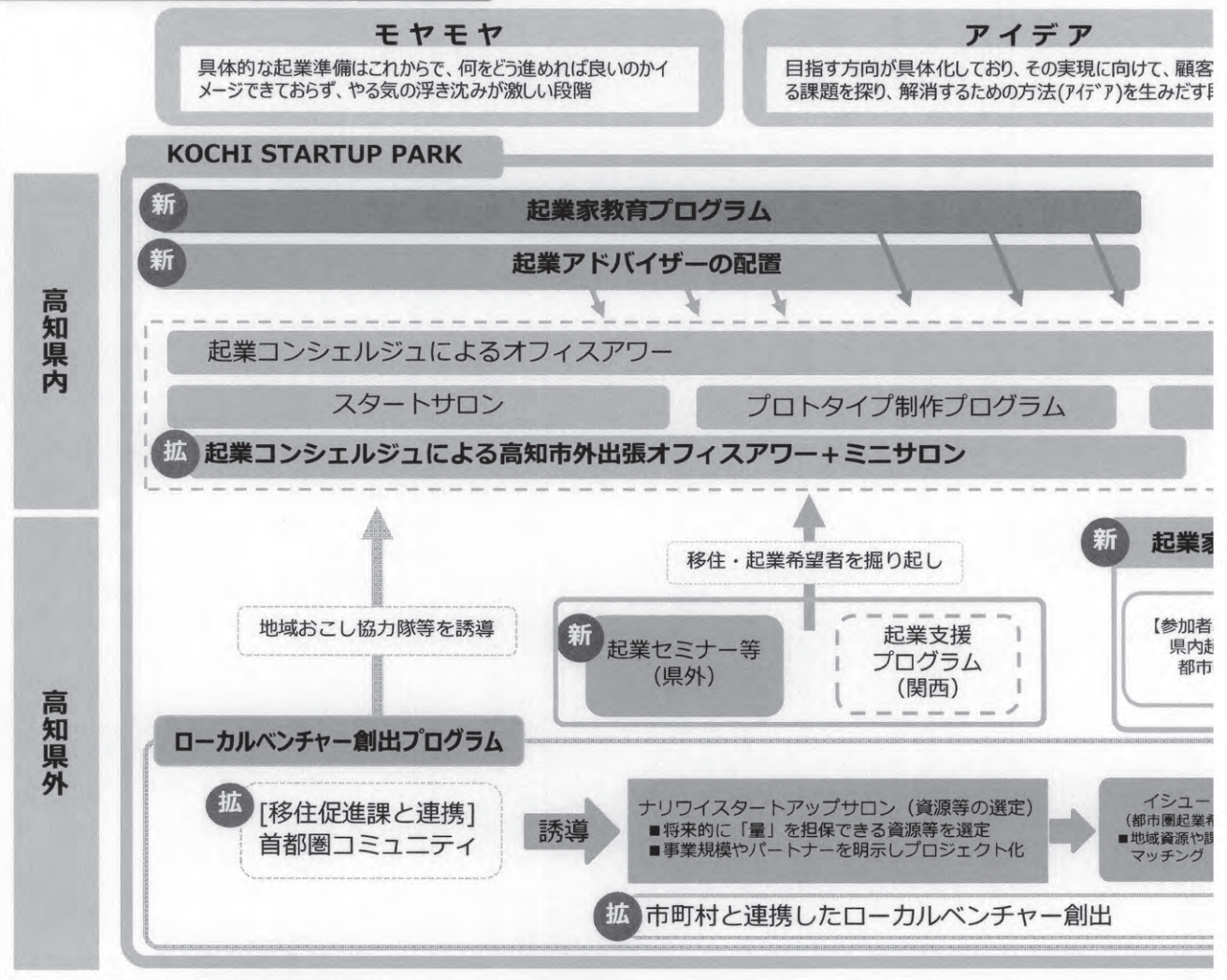
- 起業・第二創業件数 現状（H28～H30累計（1月末時点））113件 ⇒ 4年後
- 新商品開発件数 現状（H28～H30累計（1月末時点））747件 ⇒ 4年後

戦略の柱1 起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート

新事業展開の推進に関する取り組み



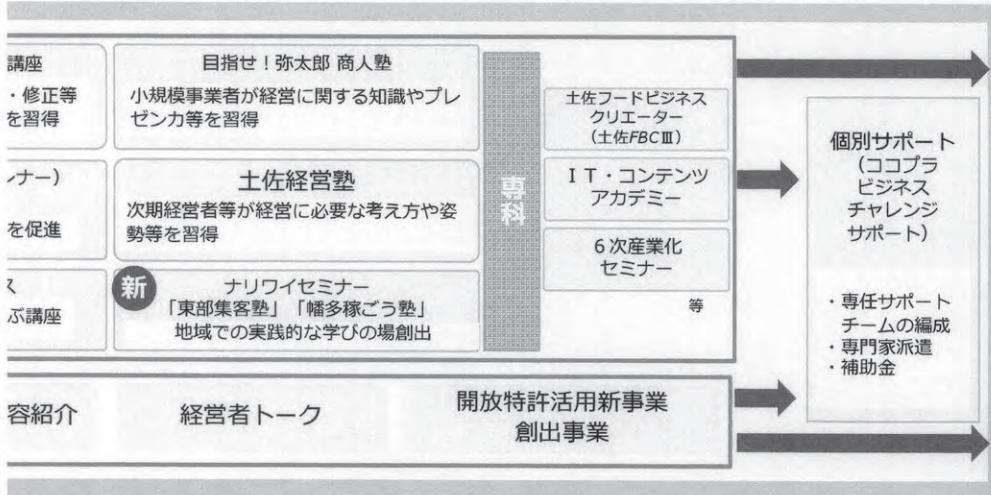
起業推進の取り組み



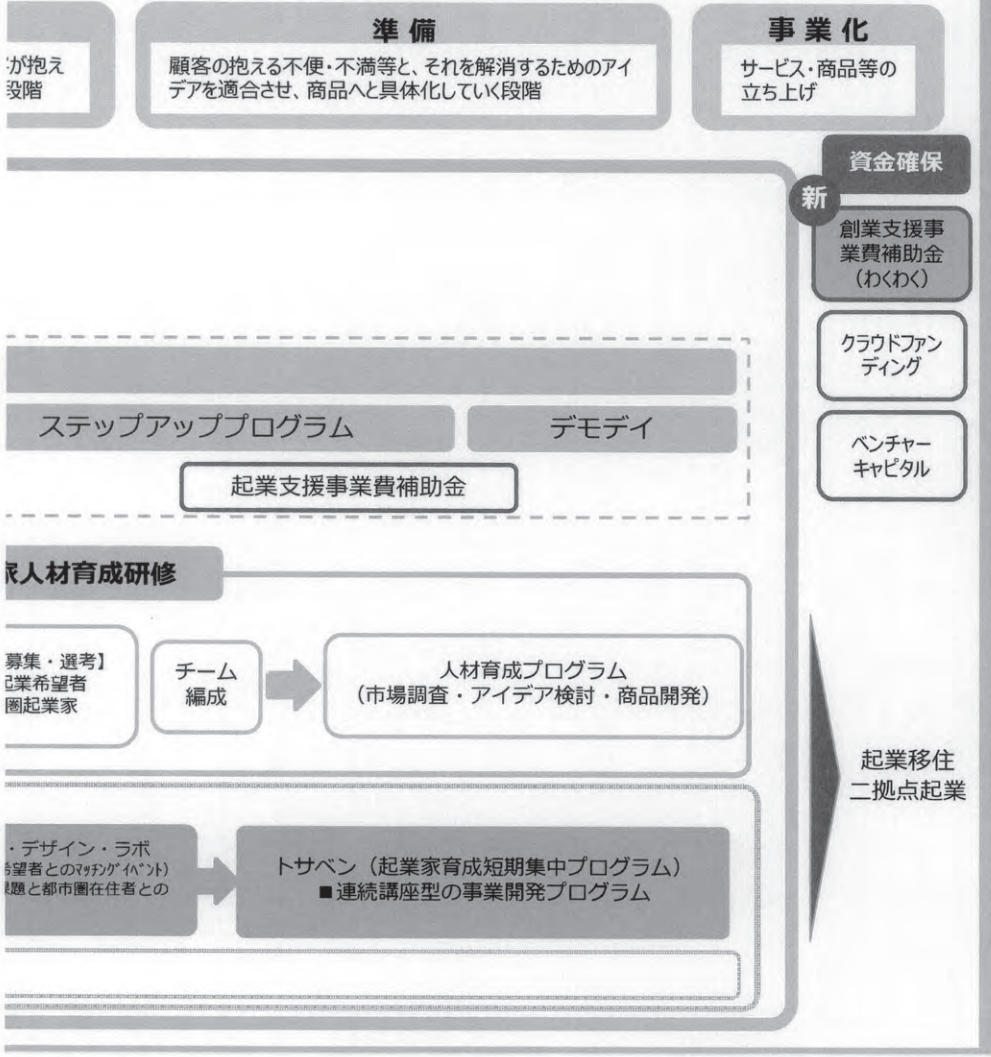
～持続的に新たな挑戦が行われる環境をつくる～

後 (H28～H31累計) 100件 ⇒ 6年後 (H28～H33累計) 150件 ⇒ 10年後 (H28～H37累計) 250件
 後 (H28～H31累計) 500件 ⇒ 6年後 (H28～H33累計) 750件 ⇒ 10年後 (H28～H37累計) 1,250件

戦略の柱2
 起業・新事業展開に向けた各分野における一貫サポート



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



連携テーマ(起業や新事)

分野の目指す姿	持続的に新たな挑戦が行われる環境をつくる
分野を代表する数値目標	県のサポートによる起業・新事業展開件数 ○起業・第二創業件数 現状(H28～H30累計(1月末時点)):113件 ⇒ 4年後(H28・ ○新商品開発件数 現状(H28～H30累計(1月末時点)):747件 ⇒ 4年後(H28・

戦略の柱	1 起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート
------	----------------------------------

戦略の方向性	起業や新事業展開を目指す方々の事業プランづくりからその実践までを、ココプラとこうち起業サロンが一体となって、それぞれのステージごとに切れ目なく後押しする
--------	------------------------------------------------------------------------------

取組方針「主な」 ◆ 具体的な取組み	(1) 起業(第二創業含む)に関する総合的なサポート ◆ [拡充] 「こうち起業サロン(こうちスタートアップパーク)」を中心とした段階別サポート ◆ [拡充] 中山間地域の地域資源や事業シーズを活用した都市圏の起業希望者の呼び込み ◆ [拡充] アイデアを生み出し、磨く機能を強化(連続講座、開放特許活用新事業創出事業、企業訪問キャラバン) ◆ サポートプログラムによる磨き上げ(ココプラビジネスチャレンジサポート等) ◆ [新規] 都市圏起業家との「協働」型の起業家人材育成研修 ◆ [新規] 中長期的な起業家人材の育成 ◆ 起業・就業マインドを持つ都市部人材の誘致(再掲) ◆ [拡充] 産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミ(土佐MBA)」の実施(再掲)
-----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

業展開の促進)の体系図

～H31累計):100件 ⇒ 6年後(H28～H33累計):150件 ⇒ 10年後(H28～H37累計):250件
 ～H31累計):500件 ⇒ 6年後(H28～H33累計):750件 ⇒ 10年後(H28～H37累計):1250件

2 起業・新事業展開に向けた各分野における一貫サポート

各分野において、アイデア段階から計画段階、商品開発、販路開拓までを一貫してサポートする

(1)ものづくり分野でのサポート

- ◆[拡充]県内での研究成果を生かし、産業利用を推進するための支援を強化(再掲)
- ◆事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援(再掲)
- ◆高付加価値な製品開発への支援(再掲)
- ◆生産性を高める設備投資の推進(補助事業+融資制度)(再掲)
- ◆[拡充]工業技術センターの生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた支援強化(再掲)
- ◆[拡充]価値提案型の防災関連製品の開発や営業活動の支援強化(再掲)
- ◆「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づく紙産業の振興(再掲)
- ◆海洋深層水関連商品のさらなる商品開発や販路開拓の支援とブランド力の強化(再掲)

(2)IT・コンテンツ分野でのサポート

- ◆[拡充]IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致活動の充実・強化(再掲)
- ◆[拡充]各分野で抽出したニーズのマッチング等によるプロジェクト創出(再掲)
- ◆[拡充]各分野で抽出したニーズの試作開発支援等による製品開発支援(再掲)
- ◆高知県IoT推進ラボ研究会でのマッチング等によるプロジェクトの創出(再掲)
- ◆[新規]Society5.0関連の実証実験促進による課題解決や産業(技術)集積の加速化(再掲)
- ◆事業計画策定等に関する相談会の開催や事業化に係る経費助成(再掲)
- ◆IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進(再掲)

(3)企業立地分野でのサポート

- ◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現(再掲)
- ◆立地企業を核とした新たな企業の誘致(再掲)

(4)商業分野でのサポート

- ◆商店街のにぎわい創出への支援(再掲)
- ◆新規創業・店舗魅力向上への支援(再掲)

(5)食品分野でのサポート

- ◆市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(再掲)
- ◆商品力アップへの支援(再掲)
- ◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットフォームを構築(再掲)
- ◆[拡充]事業者間連携等による商品づくりを伴走型で支援
- ◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化(再掲)
- ◆地域アクションプランの実行支援(再掲)
- ◆小さなビジネスの発掘、育成(再掲)

(6)その他の分野でのサポート

- ◆シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援(再掲)
- ◆創業融資メニューの活用促進(再掲)

分野	連携テーマ《起業や新事業展開の促進》
戦略の柱	1 起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート

戦略の方向性	■起業や新事業展開を目指す方々の事業プランづくりからその実践までを、ココプラとこうち起業サロンが一体となって、それぞれのステージごとに切れ目なく後押しする
--------	-------------------------------------------------------------------------------

戦略目標	目標	
	-	-

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	起業(第二創業含む)に関する総合的なサポート	<p>○起業等に関する新たな相談窓口の設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H28年4月に起業等に関する新たな総合相談窓口を設け、関係機関と連携したサポート体制を構築。また、同年9月からは「こうち起業サロン」を開催するなど、継続的に新たな挑戦が行われる環境づくりを進めた。 ・H29年6月から「こうち起業サロン」の取り組みを進化させて、起業に向けた体系的な支援プログラムである「こうちスタートアップパーク」を開始し、起業コンシェルジュによる相談体制を整え、起業を目指す方の準備状況に応じたきめ細かなサポートを行った。 ・H30年度は「こうちスタートアップパーク」の取り組みを継続。アイデアを事業化につなげていくステップアッププログラムの実施の他、試行的に出張オフィスアワーを開催するなど、更なる裾野の拡大に向けた取り組みにも着手。これに伴い、起業家会員数も着実に増加している。 <p>サロン会員数 H29: 281名、H30: 356名(3月末) 相談件数 H28: 65件、H29: 257件、H30: 177件(3月末)</p> <p>○ココプラ発の新事業展開プロセスの支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新事業展開に関するノウハウを集中的に学べる講座を開設するとともに、ビジネスのアイデアやシーズ・ニーズを事業化に結びつけるための支援(相談対応やビジネスプランの磨き上げなど)を行った 	<ul style="list-style-type: none"> ・起業に向けた準備段階は様々であり、起業の実現に向けたサポートの強化が必要 ・起業や新事業展開にチャレンジする人をさらに増やしていくためには、潜在的起業家層へのアプローチの強化が必要 ・「こうちスタートアップの」取り組みが浸透し、起業にチャレンジする方の裾野の拡大が進んでいる一方、小規模の起業が大半であるなど、成長性の高い事業を生み出すためのサポートが必要になってきている。 ・企業間の交流や大学等との協力など産学官連携による新事業展開の促進の強化が必要
		<ul style="list-style-type: none"> ・「高知家で暮らす。」の積極的な情報更新や、東京の移住相談窓口の開設などにより、高知への移住関心層をスムーズに移住相談や「暮らし隊」会員の新規登録につなげることができた。 <p>移住相談者数 H23:1,254人→H28:3,740人 「暮らし隊」会員の新規登録者数 H23:371人→H28:790人</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要。 ・移住の入り口となる相談件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要。
		<p>【産学官民連携センター】</p> <p>本県の産業人材育成の核となる取り組みとして、平成24年度から産学官連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」をスタート。新商品開発や販路開拓による事業規模拡大、受講生同士のコラボ商品の開発などの成果が出ている。</p> <p>「土佐まるごとビジネスアカデミー」の延べ受講者数 H24: 1,672人 H25: 1,648人 H26: 1,921人 H27: 1,718人 H28: 3,006人 H29: 4,313人 H30: 5,955人</p>	<p>【産学官民連携センター】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○課題解決と事業成長につながる学びの場の充実 ○情報発信の強化、学びを体験できる機会の拡充 ○地域で学びの場の拡大

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
—	—	—	—	—

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【起01】◆「こうち起業サロン(こうちスタートアップパーク)」を中心とした段階別サポート(H31拡充)					○			
【起02】◆中山間地域の地域資源や事業シーズを活用した都市圏の起業希望者の呼び込み(H31拡充)					○			
【起03】◆アイデアを生み出し、磨く機能を強化(連続講座、開放特許活用新事業創出事業、企業訪問キャラバン)(H31拡充)					○			
【起04】◆サポートプログラムによる磨き上げ(ココブラビジネスチャレンジサポート等)					○			
【起05】◆都市圏起業家との「協働」型の起業家人材育成研修(H31新規)					○			
【起06】◆中長期的な起業家人材の育成(H31新規)					○			
(再掲)【移住08】◆起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致			○		○		○	
(再掲)【担い手01】◆産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」の実施(H31拡充)					○		○	○

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【起01】 ◆「こうち起業サロン(こうちスタートアップパーク)」を中心とした段階別サポート (H31拡充)</p>	<p>・「こうち起業サロン」を進化させた「こうちスタートアップパーク」の取り組みを通じて、起業希望者を支えるコミュニティを形成し、新たなチャレンジを次々と生み出す環境の構築を目指す。 ・モヤモヤ段階からアイデアをプロダクトへと具体化していくために、下記の段階別サポートを展開。 ①「起業コンシェルジュ」を配置し、起業希望者へのメンタリング(起業相談)を実施すると共に、定期的に高知市以外でのメンタリング及びミニサロンを実施 ②自身の志から事業アイデアを掴むとともに、起業への第一歩を後押しする「スタートサロン」の実施 ③事業アイデアをサービスやプロダクトへと具体化していく「ステップアッププログラム」の実施 ④一般の方にお披露目し、フィードバックを得る「デモデイ」の実施 ・資金面では、「起業支援事業費補助金」によりプロトタイプ(試作品)の構築等を支援するとともに、クラウドファンディング型ふるさと納税の仕組みを活用した「ふるさと起業家支援事業費補助金」で事業化を後押しする。</p>	<p>こうち起業サロンの会員数</p>	<p>－(H27) ↓ 356 会員 (H28～H30累計) ※H31.3月末時点 ↓ 400会員 (H28～H31累計)</p>
<p>【起業02】 ◆中山間地域の地域資源や事業シーズを活用した都市圏の起業希望者の呼び込み(H31拡充)</p>	<p>「ローカルベンチャー創出プログラム」を通じて、サポート体制を整えた県内市町村と連携し、都市圏等から起業家等を地域に呼び込む。地域の有休資源や課題を事業シーズとしてデータベース化し地域外にも見える化するとともに、東京等で開催するセミナー等で、それらを活用する事業アイデアを持つ起業家等とのマッチングを行う。また、都市圏の起業希望者等と高知県側のプレイヤーが共に事業開発を行うプログラムを実施し、高知県での新たな起業等の創出に繋げる。</p>	<p>本支援事業を介した起業件数</p>	<p>－(H27) ↓ 5件 (H28～H30) ↓ 6件 (H28～H31累計)</p>
<p>【起】 ◆土佐MBAによる起業人材育成機能を強化(起業家養成講座)</p>	<p>起業家マインドを持った人材を育成するために、「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」(基礎編)に「起業家養成講座」を開設する</p>	<p>起業家養成講座の受講者数</p>	<p>－(H27) ↓ 69名(H29) 29年度に終了</p>

戦略の柱	1 起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート
取組方針	1 起業（第二創業含む）に関する総合的なサポート

取組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

事業アイデアの具体化や磨き上げをサポート

県産学官民連携・起業推進課
 起業希望者、先輩起業家、起業をサポートする方々が集い、起業や新たな事業展開に取り組むことを応援するプログラム（こうちスタートアップパーク）を運営し、会員の準備段階等に応じたサポートを実施
 ・交流機会の提供、メンタリングの実施（起業コンシェルジュ設置）、高知市以外での定期的なメンタリングの実施、起業段階別プログラムの実施
 ・個別相談の実施（専門家や起業経験者等による相談対応、オンライン個別相談の開設）

県関係部局
 起業や新事業展開に関心のある方を「こうちスタートアップパーク」に誘導

産業支援機関
 サポーター会員として新たなチャレンジ（起業や新事業展開の取組み）への助言・伴走支援、各機関への相談者に対し「こうちスタートアップパーク」の取組紹介

移住者等による小さな起業への支援

都市圏からの起業家等の地域への呼び込みを通じた新たな起業

県産学官民連携・起業推進課：地域の有休資源や課題をデータベース化するとともに、それらを活用する事業アイデアを持つ起業家等とのマッチングを実施
 東京等で事業開発プログラムを開催。都市圏の起業家等と高知県側のプレイヤーがともに事業開発を行うことを通じて、高知県の中山間地域での新たな起業等（ローカルベンチャー）の創出に繋げる。

県移住促進課：都市圏在住者向けセミナー等の参加者確保に向けた広報など
 地域の移住支援団体等：移住者等による起業に対して相談支援等の実施

土佐MBAによる起業人材育成機能を強化（起業家養成講座）


※H30以降は こうちスタートアップパークで対応

シンクタンク、県産学官民連携センター等：研修（教育）内容の検討、研修講師
 県産学官民連携センター：全体調整、研修運営、土佐MBA相談員の配置等による受講生へのフォローアップ

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【起03】 ◆アイデアを生み出し、磨く機能を強化(連続講座、開放特許活用新事業創出事業、企業訪問キャラバン)(H31拡充)</p>	<p>起業や新事業展開につながるビジネスのアイデアを生み出し、磨き上げるために、連続講座開催、企業が持つ技術や能力に着目して開放特許活用をきっかけとした新製品開発等のアイデア出しを行うアイデアソンの開催や、関係機関が連携して企業訪問し、共同研究テーマ等の提案を行う企業訪問キャラバンを実施する</p>	<p>①連続講座の開催講座数、参加者数</p> <p>②開放特許活用新事業創出事業等の開催回数、成約件数</p> <p>③企業訪問キャラバンの企業訪問数</p>	<p>①4講座、143人(H27) ↓ 13講座、207人(H28～H30 累計) ↓ 16講座、400人(H28～H31 累計)</p> <p>②-(H27) ↓ 説明会3回、アイデアソン5回、0件(H28～H30 累計) ↓ 4回、4件(H28～H31 累計)</p> <p>③2社(H29) ↓ 9社(H29～H30 累計) ↓ 20社(H29～H31 累計)</p>
<p>【起04】 ◆サポートプログラムによる磨き上げ(ココラビジネスチャレンジサポート等)</p>	<p>ビジネスのアイデアやシーズ、ニーズを事業につなげるため、専任サポートチームを結成し、専門家の派遣や補助事業の活用等によるビジネスプランの磨き上げをサポートする</p>	<p>ココラビジネスチャレンジサポート等による支援件数</p>	<p>4件(H27) ↓ 40件(H28～H30 累計) ↓ 50件(H28～H31 累計)</p>
<p>【起】 ◆ビジネスプランコンテストの開催</p>	<p>県内に新しいビジネスが起り続ける環境を整え、起業や新たな事業展開の取組を促進するために、ビジネスプランコンテストを開催する また、入賞プラン等に対して、磨き上げのプログラムの提供、補助事業の活用等によるプランの事業化をサポートする</p>	<p>ビジネスプランコンテストへの応募件数</p>	<p>15件(H27) ↓ 26件(H30) ↓ 30年度に終了</p>
<p>【起05】 ◆都市圏起業家との「協働」型の人材育成研修(H31新規)</p>	<p>高知県の起業家が、事業経験や技術等を有する都市圏の起業家と協働することを通じて、より成長性の高い事業を生み出すためのノウハウの習得や、投資家等とのネットワーク等を獲得する「人材育成プログラム」を実施する。 ⇒別図(起01)参照(p.708)</p>	<p>①県内若手起業家等の人材育成</p> <p>②高知県に関わる都市圏起業家の呼び込み</p>	<p>①-(H30) ↓ 15名</p> <p>②-(H30) ↓ 20名</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<p>アイデアを生み出し、磨く機能を強化(連続講座、開放特許活用新事業創出事業、企業訪問キャラバン)</p> <p>連携協定企業：研修講師、開放特許の提供、訪問企業のリストアップ シンクタンク等：連続講座の内容の検討、研修講師 県内高等教育機関：研修講師、開放特許活用新事業創出事業等のフォロー、研究内容等の情報提供、企業訪問キャラバン後のフォロー 県産学官民連携センター：全体調整、開放特許活用新事業創出事業等のフォロー、似業種交流会議の開催、企業訪問キャラバン後のフォロー</p>				
<p>サポートプログラムによる磨き上げ(コプラビジネスチャレンジサポート等)</p> <p>専門家：専任サポートチームへの参加、サポート事業へのアドバイス 産業振興支援機関：専任サポートチームへの参加 県内高等教育機関：専任サポートチームへの参加 県産学官民連携センター：専任サポートチームの編成、全体調整 県関係部局：専任サポートチームへの参加</p>				
<p>ビジネスプランコンテストの開催</p> <p>連携協定企業：ビジネスプランコンテストの協賛、審査員 県産学官民連携・起業推進課：全体調整、ビジネスプランコンテストの運営</p>			<p>※H30で終了</p> <p>H31以降は入賞したビジネスプラン等の事業化に向けたフォローを実施</p>	
<p>起業家人材育成研修の実施</p> <p>県産学官民連携・起業推進課：高知県の起業家人材育成研修の運営 産業支援機関：事業創出後の伴走支援 県関係部局：フィールドワークの際の協力等</p>				

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
<p>【起06】 ◆中長期的な起業家人材の育成 (H31新規)</p>	<p>中長期的な起業家人材の育成、確保に向けて、学生に起業家マインドを持ってもらうため、実際に「起業」までのステップを体験する事業開発プログラムを実施する。</p>	<p>起業家教育プログラム導入校数</p>	<p>－(H30) ↓ 3校</p>

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
<div style="text-align: right; margin-bottom: 10px;">  </div> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p> 県産学官民連携・起業推進課：各関係機関と調整を図り、高等学校等でのプログラムを運営 高等学校等：プログラム受け入れ体制構築 </p> </div>				

分野	連携テーマ《起業や新事業展開の促進》
戦略の柱	2 起業・新事業展開に向けた各分野における一貫サポート

戦略の方向性	各分野において、アイデア段階から計画段階、商品開発、販路開拓までを一貫してサポートする
--------	---------------------------------------------

戦略目標	目標	
	—	—

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	ものづくり分野でのサポート	<ul style="list-style-type: none"> 産学官連携会議の開催等により、産学官の連携意識が向上 産学官連携産業創出研究推進事業(実用化研究)、産学官連携事業化支援推進事業(事業化研究・応用研究)による支援を実施 <ul style="list-style-type: none"> (実用化研究) <ul style="list-style-type: none"> 支援件数:15件(H23~H29) 事業化件数:5件(H23~H29) (事業化研究) <ul style="list-style-type: none"> 支援件数:3件(H29) 事業化件数:0件(H29) (応用研究) <ul style="list-style-type: none"> 支援件数:1件(H28~H29) 事業化件数:2件(H28~H29) 引き続き事業化や、さらに付加価値の高い製品づくり、多分野での産業利用に向けた研究開発が進んでいる 	<ul style="list-style-type: none"> 研究成果を生かして、幅広い分野で活用できる製品の開発など事業化の拡大に向けた県内の研究機関、ものづくり企業等のネットワーク化 産業振興につながる有望な研究テーマのさらなる掘り起こし 実用化研究の研究成果の事業化、事業化後の販路開拓などに向けた、産学官民連携センターや産業振興センター等の関連機関等との連携強化
		<ul style="list-style-type: none"> ●事業化プランの作成 策定済22件(H31年1月末) 	<ul style="list-style-type: none"> ●事業戦略と絡めた案件のさらなる掘り起こし ●工技センター、紙技センター等との連携
		<ul style="list-style-type: none"> 「ものづくり産業強化事業費補助金」により、県内企業が実施する試作開発・製品改良を支援 <ul style="list-style-type: none"> ●補助事業による支援件数128件(H22~H29) 「ものづくり事業戦略推進事業費補助金」により、県内企業が実施する試作開発・製品改良を支援 <ul style="list-style-type: none"> ●補助事業による支援件数5件(H30) 	<ul style="list-style-type: none"> ●開発後の販売を確かなものにするために、より客観的な市場性の確認が必要
		<ul style="list-style-type: none"> ものづくり産業強化事業費補助金により、県内企業の積極的な設備投資を支援 <ul style="list-style-type: none"> (本補助金の取組みとこれまでの成果) ●本補助金への申請件数:58件(H24~H29累計) ●本補助金活用による生産能力増加額:120.9億円(H24~H30累計) ●本補助金活用による雇用創出数:196人(H24~H30累計) ものづくり事業戦略推進事業費補助金により、県内企業の設備投資に係る生産性向上計画の策定を支援 <ul style="list-style-type: none"> (本補助金の取組みとこれまでの成果) ●本補助金への申請件数:2件(H31.1時点) 	<ul style="list-style-type: none"> ●人手不足を補い、各事業者の競争力を高めるために、省力化、効率化のための設備投資の促進が必要 ●事業戦略や生産性向上に向けた計画の策定支援から設備投資を促す融資の実行までの一連の仕組みの強化
		<ul style="list-style-type: none"> メイドイン高知の防災関連製品の地産地消・外商を推進するため、「交流」「地産」「地消」「外商」の各段階に応じて企業を支援することにより、関連製品の製品数・売上高ともに増加 <ul style="list-style-type: none"> ●防災関連産業交流会会員数 H24:77社 ⇒H29:182社 ⇒H30:190社(H31.1時点) ●ものづくり産業強化事業費補助金(試作・改良)の活用 H24~H29:37件採択 ●ものづくり事業戦略推進事業費補助金の活用 H30:2件採択 ●防災関連認定製品数 H24~H30:144製品 ●県外見本市への出展 H24~H30:56回、362社 ●防災関連製品売上高 H24:0.6億円、H25:10.9億円、H26:48.5億円、H27:52.0億円、H28:47.4億円、H29:60.6億円 	<ul style="list-style-type: none"> ●開発後の販売を確かなものにするために、より客観的な市場性の確認が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
—	—	—	—	—

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商30】 ◆県内での研究成果を生かし、産業利用を推進するための支援を強化(H31拡充)	○							
(再掲)【商03】 ◆事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援								○
(再掲)【商20】 ◆高付加価値な製品開発への支援	○							
(再掲)【商24】 ◆生産性を高める設備投資の推進(補助事業+融資制度)	○	○		○				
(再掲)【商25】 ◆工業技術センターの生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた支援強化(H31拡充)	○			○				○
(再掲)【商26】 ◆価値提案型の防災関連製品の開発や営業活動の支援強化(H31拡充)	○							

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	ものづくり分野でのサポート	<p>【新製品・新技術の開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●分科会活動の実施 複合加工機分科会、CNF分科会、紙質分科会、土佐方式分科会、素材製造技術分科会を設置 開催数：のべ11回 参加者：のべ113社、249人 ●研究会活動の実施 複合加工機研究会、CNF研究会、紙質研究会、リサイクル炭素繊維研究会、素材製造技術研究会を設置 開催数：のべ112回 参加者：のべ117社、207人 ●支援体制の強化 新たな機械設備を活用した技術支援を実施 紙産業振興アドバイザー：派遣5件 専門知識を持った企業OBの配置：5名 ●新製品開発数：2件 <p>・商談会開催などの外商支援とともに、高知家プロモーションや高知海洋深層水企業クラブと連携した情報発信を展開</p> <p>・地元企業の商品化や団体への技術支援・研究等を実施 ・深層水を利用した共同研究や技術支援が増加し、スラリーアイスの利用拡大やスジアオノリの陸上養殖など6件の事業化を支援した</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・研究会活動から生まれた製品開発研究の早期事業化 ・新素材CNFの産業利用に向けた本県独自の研究開発の推進 ・企業の生産性向上のための取組が必要 <p>・室戸海洋深層水のブランド化を推進し、他地域との区分化や市場信頼性の向上を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一般社団法人化(H30.4.1)した海洋深層水企業クラブとの連携強化 <p>・新分野開拓のための県内公設試、県内外大学、産業支援機関との連携</p>
2	IT・コンテンツ分野でのサポート	<ul style="list-style-type: none"> ・IT・コンテンツ企業立地助成制度を活用した誘致活動を展開 ・首都圏のIT・コンテンツ産業関連の専門家と連携しながらIT・コンテンツ関連企業との人脈形成等を推進 ●企業訪問件数 H27～H30：459件 ●企業立地件数 H25～H30：18件 ・立地企業延べ9社の会社説明会を共催又は開催支援 ●新規雇用者数 H28：12人、H29：4人、H30：2人 <p>・農林水の各部署ごとに設置した生産性向上プロジェクトチーム等によるIoT技術や機械の導入等のニーズを抽出</p> <ul style="list-style-type: none"> ・抽出したニーズに適切に対応するための、生産性向上推進アドバイザーによる専門的な助言及びシステム等の仕様書作成への支援 ●生産性向上PTによるニーズ抽出：44件(農16、林11、水17、～H30累計) ●生産性向上PTで抽出したニーズに基づくプロジェクト創出：12件(農11件、林0件、水1件、～H30累計) <p>・IoT普及啓発セミナー、土佐MBA IoT技術人材育成講座による人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県IoT推進ラボ研究会会員企業の現場訪問や農林水の各部署ごとに設置した生産性向上プロジェクトチーム等によるIoT技術や機械の導入等のニーズ抽出 ・ニーズとシーズ(IT企業等)のマッチングの推進 ・専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援 ●研究会会員数：150事業者(H31.2.13時点) ●H30セミナー開催数：5回 ●研究会会員企業による県内の一次産業等の現場訪問：7回 ●IoTプロジェクトの創出件数：30件(H28～H31.2月累計) ●IoTプロジェクト自立件数：5件(H28～H31.2月累計) <p>・IT・コンテンツビジネス起業研究会において、事業計画策定等に関する個別相談会を開催し、事業化を推進。認定事業化プランに対し経費を助成</p> <ul style="list-style-type: none"> ●事業化プラン認定件数 H22～H30：11件 <p>・起業研究会会員の商品・サービスと県内企業等のニーズをマッチングし、相互取引を促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ●成約件数 H27～H30：10件 	<ul style="list-style-type: none"> ・立地有望案件(IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業)の更なる掘り起こし <p>・機械・IoTシステムを開発するシーズ側企業が試作開発を行うための補助金の裏負担への投資のリスクが大きい</p> <ul style="list-style-type: none"> ・機械・IoTシステムを導入するニーズ側(一次産業生産者等)が製品を導入するための費用負担ができず、試作開発に躊躇するシーズ側企業が多い <p>・県内事業者の多くは、IT活用が限定的</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内情報産業は、課題を持つ現場の情報(実情)を把握できていない ・IoTに関する「システム」「サービス」の試作開発を行うための費用への支援 ・IoT技術の活用やデータ分析を行うスキルを身につける人材育成 <p>・事業化プラン案の迅速なブラッシュアップ</p> <p>・県内企業等のニーズの更なる掘り起こし</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商27】 ◆「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づく紙産業の振興	○		○				○	
(再掲)【商21】 ◆海洋深層水関連商品のさらなる商品開発や販路開拓の支援とブランド力の強化	○	○						
(再掲)【商23】 ◆海洋深層水の新たな分野への展開と県内企業の事業化支援	○							
(再掲)【商06】 ◆IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致活動の充実・強化(H31拡充)	○				○			
(再掲)【商10】 ◆各分野によるニーズ抽出(H31拡充)	○			○				
(再掲)【商11】 ◆各分野で抽出したニーズのマッチング等によるプロジェクト創出(H31拡充)	○			○				
(再掲)【商12】 ◆各分野で抽出したニーズの試作開発支援等による製品開発支援(H31拡充)	○			○				
(再掲)【商14】 ◆高知県IoT推進ラボ研究会でのマッチング等によるプロジェクトの創出	○			○				
(再掲)【商15】 ◆専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援	○			○				
(再掲)【商16】 ◆Society5.0関連の実証実験促進による課題解決や産業(技術)集積の加速化(H31新規)	○			○				
(再掲)【商55】 ◆事業計画策定等に関する相談会の開催や事業化に係る経費助成	○				○			
(再掲)【商56】 ◆IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進	○				○			

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	企業立地分野でのサポート	<ul style="list-style-type: none"> ・製造業と事務系職場を中心に企業誘致を展開、さらに、第一次産業やコンテンツ産業など、本県の強みを生かした誘致を進めるため、全庁的な総合支援体制により、企業立地を推進 ・立地決定件数：62件（H24～29年度末） ・地理的条件の影響が少なく、雇用創出に即効性があるバックオフィスやコールセンターを中心に、全国トップクラスの支援制度や人材確保を中心とするきめ細かなアフターフォローを強みとして誘致活動を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・庁内外での立地案件の掘り起こしと、有望な案件への総合支援チームによる誘致活動の展開 ・企業のニーズを踏まえた各部署との連携強化 ・企業ニーズにあった人材の不足への対応 ・主に県中心部に集積が進みつつある事務系職場の立地の更なる加速化と、県内各地域への立地の実現 ・また、企業ニーズにあった人材の不足への対応
4	商業分野でのサポート	<ul style="list-style-type: none"> ・チャレンジショップ継続10箇所、具体的な商店街振興計画策定への着手5箇所、新たに空き店舗対策補助金を活用した市町村3箇所等、新たな活動などにつながっている 	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街振興計画の策定は、5箇所着手、うち4箇所年度内に策定完了予定となっているが、未策定地域においては、事業者、商工会等、市町村で意識の差がある。 ・チャレンジショップ事業については、新規開設がすすんでいないため、商店街振興計画の策定と合わせて新規開設に繋げる必要がある。 ・「活動初期の事業者グループ」や「戦略づくりに取り組む組織」など、各ステージに応じたそれぞれの活性化策について協議する中で、「関係者間の危機意識の差」、「空き店舗や閉店した店舗の有効活用ができていない」などが共通課題としてあり、振興計画の策定や戦略づくりがすすんでいない
5	食品分野でのサポート	<ul style="list-style-type: none"> ・工業技術センターの支援により、H28～29年度の累計で76アイテムの新商品が開発された ・地産外商公社を中心とした外商活動や商品の磨き上げの支援により、定番採用となる県産品が増加（定番採用 H24: 1,117件→H29: 5,796件） ・アンテナショップ「まるごと高知」の設立以降、県内事業者の外商意欲が高まり、テストマーケティング・催事への出展商品が増加（テストマーケティング・催事への出展商品数 H23: 52件→H29: 199件） ・H26年6月に旭食品と「6次産業化及び地産外商の推進に関する協定」を締結し、旭食品と食品加工事業者や農林漁業者とのビジネスマッチングを支援（旭食品と57事業者のマッチングが成立 [H26: 26事業者、H27: 29事業者、H28: 2事業者]） ・県内事業者と県内外のバイヤーとの県内での商談会を開催し、県産品の販路拡大を支援（参加事業者 H24: 延べ60社→H28: 延べ183社→H29: 延べ109社、参加バイヤー H24: 延べ39社→H28: 延べ87社→H29: 延べ103社） ・食品事業者を核として、産学官が集うプラットフォームを構築し（H29～）、新商品の開発や改良に向けた実践的な学びや個別商品の磨き上げなどの機会を提供（セミナー・勉強会参加者 H29～H31.2（累計）303名） ・食品ビジネスまるごと応援事業を活用して、商品開発・改良など各事業者の個別課題に対応したサポートチームを編成し、事業化の取り組みをトータルでサポート ⇒サポートチームの設置 H28: 46件、H29: 37件、H30: 43件 ⇒事業化プラン等の策定支援 H28: 37件、H29: 28件、H30: 38件 ⇒食品産業総合支援事業費補助金による支援 H28: 23件、H29: 22件、H30: 29件 	<ul style="list-style-type: none"> ・新技術活用などによる、市場に対応した高付加価値商品の開発 ・品質管理の強化による大手企業等との取引の拡大 ・食品製造機器メーカーと食品企業等との企業間連携の推進 ・これまでの取り組みで成果が見えてきた外商活動を拡大し、定番化につなげていくためには、消費者ニーズに基づく売れる商品づくりをさらに進めていくことが必要 ・「まるごと高知」を外商活動の第一ステップと位置づけ、「まるごと高知」を活用した商品の磨き上げを進めていくことが必要 ・パートナー企業及び包括協定を締結している企業とのさらなる連携が必要 ・新たに外商活動に取り組む事業者の掘り起こし、事業者の段階に応じた外商支援が必要 ・商品開発力の強化など事業者が抱える様々な課題解決を図るため、セミナー・勉強会の開催による意欲の醸成やレベルアップを図るとともに、ものづくり系企業等との連携による新たな事業の創出など、具体的な行動につなげる仕組みづくりが必要 ・本県食品産業のさらなる発展に向けては、商品の開発や製造、販売といった各段階における事業者の様々な課題にこまやかに対応していくことが必要 ・また、公社の活動等によって蓄積してきたマーケット側の情報や事業者ニーズなどを活用して、食品ビジネスまるごと応援事業の積極的な活用を働き掛け、商品開発等の一層の促進が必要

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商44】◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現	○	○						
(再掲)【商54】◆立地企業を核とした新たな企業の誘致	○							
(再掲)【商31】◆商店街のにぎわい創出への支援(具体的な振興計画の策定支援他)(H31拡充)	○					○		
(再掲)【商32】◆新規創業・店舗魅力向上への支援	○					○		
(再掲)【商29】◆市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(H31拡充)	○	○						
(再掲)【外商05】◆商品力アップへの支援	○	○						
(再掲)【外商06】◆外商事業者のすそ野の拡大とステージアップ(H31拡充)	○	○						
(再掲)【外商07】◆外商関係の協定等による県内事業者の販路開拓・販売拡大の支援	○	○						
(再掲)【外商08】◆県内における商談機会の創出	○	○						
(再掲)【外商09】◆商品開発・改良に向けた意欲の醸成	○	○						
(再掲)【外商10】◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットフォームを構築	○				○		○	○
(再掲)【外商11】◆事業者間連携等による商品づくりを伴走型で支援(H31拡充)	○	○						
(再掲)【外商34】◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化	○	○						

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
5	食品分野でのサポート	<p>・産業振興推進地域本部を設置し、市町村との連携のもと、各地域アクションプランに掲げた目標設定に向けたきめ細やかなサポートを実施。これにより、地域に新たな産業が生まれるとともに、地産、外商への挑戦により事業は順調な成長を続けており、地域の雇用の創出と所得の向上につながっている (これまでの実績【H29実績見込み含む】) ※産振総合補助金 245件 39.9億円(補助額ベース) ※産振アドバイザー 494件 ※地域アクションプランによる雇用の創出 第1期計画(H21~23):623人 第2期計画(H24~27):522人 第3期計画(H28~30):476人(見込み) ※産振総合補助金を活用した事業の売上の増加額(単年度)H29:71.5億円</p> <p>・地域の小グループや集落活動センター等による加工品づくりなどの小規模なビジネスの取り組みに対して、生産体制の確立や販路拡大に向けた支援を実施。各地に小さなビジネスの取り組みが広がり、県内外への販路拡大や売上の増加など、ビジネスとしてステップアップする事例も出てきた</p> <p>◆新規案件 第3期計画(H28~) 5件 ◆地域づくり支援事業費補助金(小さなビジネス支援事業) 平成28年度 2件 856千円 ◆集落の活力づくり支援事業費補助金(小さなビジネス案件) 第3期計画(H29~) 5件 3,120千円</p>	<p>・地域アクションプランの取り組みを地域に定着・拡大させるとともに、地域の産業を牽引する意欲ある実践者の育成等による新たな取り組みの創出が必要</p> <p>・地域産品を活用した加工品づくり等の取り組みを広げ、地域住民の所得向上につなげるため、新規案件の掘り起こしと、個々のビジネスのブラッシュアップを図ることが必要</p>
6	その他の分野でのサポート	<p>・市町村が整備する中山間地域等シェアオフィスの利用を促進</p> <p>●シェアオフィス設置 県内9カ所 ●入居企業18社(うち県内事業者10社、県外事業者8社) ・入居事業者が農業・林業インターンシップの企画運営による移住・就業支援や、地元自治体のCM・PR動画の製作等を行っており、雇用の拡大だけでなく地域の活性化にも寄与</p> <p>・平成28年度に県制度融資の創業融資メニューを改め、金利を引き下げるとともに以内金利を導入することで、新たに起業する者の負担をより軽減するなど資金面での支援を行った H28~H30.1融資実績件数:208件</p>	<p>・シェアオフィスへの入居促進活動の強化</p> <p>・起業家及び金融機関への、融資メニューの周知</p>

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【外商12】◆地域アクションプランの実行支援		○	○			○	○	
(再掲)【外商13】◆小さなビジネスの発掘、育成		○	○					
(再掲)【商57】 ◆シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援		○				○		
(再掲)【商58】 ◆創業融資メニューの活用促進		○				○		

起業家人材育成研修の実施（都市圏起業家協働型人材育成プログラム）

〈起01〉

高知県内の起業家が、事業経験や技術シーズ等を有する都市圏の起業家との協働を通じて、より成長性の高い事業を生み出すためのノウハウの習得や、投資家等とのネットワーク等を構築する「人材育成プログラム」を実施する。

現状及び課題

より成長性の高い事業の創出

こうちスタートアップパーク（KSP）等の取組により、起業件数は着実に増加。今後は、将来的な雇用創出等に繋がる事業の創出を目指す必要がある。

新規事業を生み出すためのノウハウや人脈の構築

成長性の高い事業の創出には、先進的な技術（テクノロジ）の活用や、投資家等とのネットワークが必要となるが、高知県にはそれらに関するノウハウや人脈等が乏しい。

対策のポイント

都市圏起業家との「協働」型の人材育成プログラム

一定の事業経験等を積んだ都市圏起業家と協働しながら、ノウハウ等を習得するとともに、投資家など高知県に少ない人材とのネットワークを獲得する。

高知県の強みとなる分野での起業家人材の育成

「一次産業」や「食」などを対象とすることで、高知県の強みとなる分野での事業創出・起業人材を育成する。

目指す成果

県内若手起業家等の人材育成 15名

事業の副次的効果

都市圏起業家や投資家等との交流を通じた、KSPをはじめとする高知県内起業家のネットワークや繋がりの拡大／深化



Ⅱ 産業間の連携戦略

産学官連携による力強い産業の礎を築く

連携テーマ《産学官連携による力強い産業の礎を築く》の概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

産業や資本の集積が少なく、中小企業が多い本県では、自社のみで研究員や研究費を持ち、時間をかけて製品の技術的な開発を進めることができる企業が少ないという弱みがあります。

こうした課題を克服するため、産学官連携により「産」の持つ技術やノウハウ、「学」の持つ智恵や研究開発力、「官」(行政)の持つ資金やネットワークを連携させることによって、地域資源の強みを生かした製品づくりや人材育成などを推進することが重要です。

そのため、県内の産学官で構成する「産学官連携会議」や産学官民連携のプラットフォームとなる「産学官民連携センター(ココプラ)」を設置し、取り組みの強化を図ってきました。

これまでの取り組みにより、産学官民の交流機会が数多く創出されるとともに、ファインバブル(微細気泡)の発生装置や、本県で初となる医療用装置(動脈の可視化装置)が開発されるなどの成果が表れてきました。

今後も、さらなる産学官民の連携・交流により、様々なアイデアが生み出され、新たな事業化につながる土壌を醸成するための取り組みを、より一層進めていく必要があります。

②第3期計画ver.4の取り組み

産学官民連携センターの3つの拠点機能を十分に発揮させることで、知が人を呼び、人が知を呼ぶという好循環を生み出し、様々なイノベーションの創出につなげるとともに、産学官連携の一層の強化による産業振興を目指します。

○産学官民連携のプラットフォームの設置

産学官民連携センターでは、次の3つの拠点機能により、様々なイノベーションの創出につなげていくことを目指した取り組みを進めます。

1つ目に「知の拠点」機能として、産学官民連携についての企業や地域などのニーズにしっかり対応し、それを事業化につなげていくため、県内高等教育機関のコーディネータを配置するなど、企業や事業者のビジネス展開や地域づくりなど幅広く産学官民の連携を支援します。

2つ目に「交流の拠点」機能として、県内外から多くの人材や知恵を呼び込み、課題解決・ビジネスチャンスにつなげるため、大学等のシーズ・研究内容紹介や連続講座など産学官民の交流の機会を積極的に創出します。

3つ目に「人材育成の拠点」機能として、産業振興・地域振興の担い手となる人材を育成するため、ビジネスについて基礎から応用・実践まで学ぶ研修プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」を実施します。

○産学官連携によるイノベーションの創出

産学官連携会議を開催し、相互の情報共有や交流を促進するとともに、科学技術を活用した新事業・新産業の創出を目指します。また、個別課題に応じたプロジェクトチームを設置し、産業利用が期待される研究テーマについて、関係機関や部局間の連携による共同研究や事業化を推進することで、より大きな産業の振興につなげていきます。

具体的には、本県の産業振興につながる可能性のある有望な研究テーマについて、次のとおり各フェーズに応じた切れ目ない一貫支援を実施します。

1 実用化研究

・大学等の研究シーズや企業ニーズに基づき、概ね3年程度で事業化研究(製品化の研究)へ移行するなど将来的に事業化が期待できる研究開発

2 事業化研究

・大学等の中期的な研究成果や企業の優れた技術等に基づく、概ね2年程度で製品または試作品開発が見込める研究開発

・これまでの研究成果により事業化されたコア技術を活用し、産業間・企業間連携をさらに推進することで、多分野での産業利用やものづくりにつながる研究や製品改良等

連携テーマ「産学官連携による力強

～産学官の連携・交流により、様々なアイデアが生み

高知県産学官民連携セン

～「高等教育機関の知見・活力」・「永国寺キャンパス内にある地の利

知の
拠点

県内の高等教育機関と協力した
産学官のマッチング促進

交流
の拠点

産学官民の交

産学官共同研究への重点支援

- 学の研究シーズなどを生かした共同研究を重点的に支援
- ・各フェーズ（実用化研究・事業化研究）を切れ目なく支援

産学官連携会議

- 県内の産学官連携を強化し、相互の情報共有や交流を促進するとともに、科学技術を活用した新産業の創出などを旨とする
- 大学等のポテンシャルを活かした産学官共同研究や人材育成などを推進し、本県の産業振興や地域の活性化に寄与する

個別課題に応じたプロジェクトチームの設置

- ・ファインバブル（微細気泡）プロジェクト
- ・機能性表示プロジェクト

交流・連

- 産学官民連携に関するコーディネーター等が協
- ・起業・新事業展開に多様な相談に産学官
- ・大学等のシーズ・研究内容をテーマに意見
- 課題解決・ビジネスチ
- 様々な交流機会を創出
- ・経営者トーク（県内の強みやニーズの紹介
- ・連続講座（ビジネスた様々なテーマの講座
- ・事業創発ハッカソン
- 活用して課題解決に

県内外の英知を導入し、

県外機関等

- 大学
- 研究所
- 企業
- その他機関

県内高等教育機関

- 高知県立大学
- 高知工科大学
- 高知高専
- 高知学園短期大学
- 高知大学

農業振

林業振興

水産振

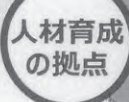
強い産業の礎を築く」の展開イメージ

み出され新たな事業化につながる土壌を醸成する～

ター（愛称：ココプラ）

りを活かし県勢浮揚を目指す“3つの(つながる)拠点機能”～

交流機会の創出



産業振興や地域振興につながる
人材の育成

連携機会の創出

る様々な相談に、アドバイザーや
力して対応

に向けた支援として、事業化に関する
民の連携によるアドバイス等を実施

内容紹介（大学等のシーズや研
交換や連携のアイデアを出し合う）

チャンスにつなげるため、次のとおり、

の企業経営者が講師となり、企業
、今後の事業展開等を紹介）

のアイデアやプランの磨き上げに向け
の開催） 等

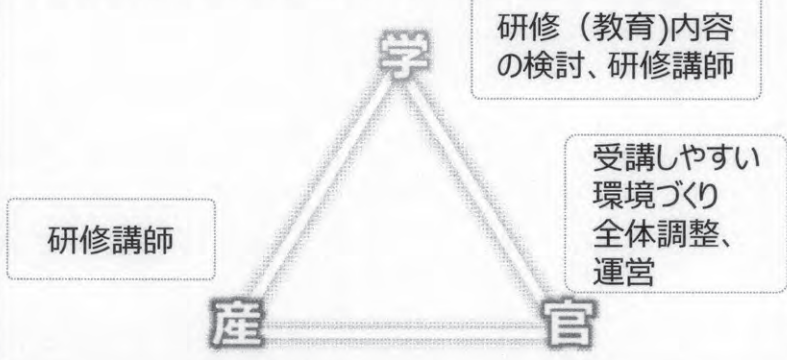
（ITやIoT等の考え方や仕組みを
負するサービスの原案作りを開催）

産業人材の育成

→連携テーマ「担い手の育成・確保」

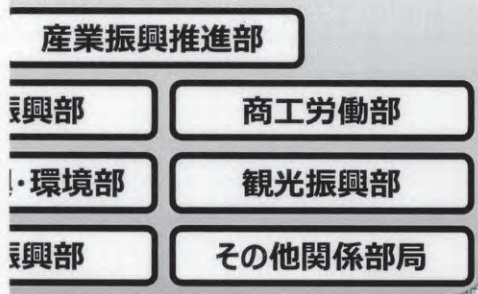
ビジネスについて体系的に学ぶカリキュラムを整備し、
受講者のニーズやレベルに応じて受講できるような環
境を整備し、本県の産業や地域を支える人材の育成を
進める

□土佐まるとビジネスアカデミー（土佐MBA）

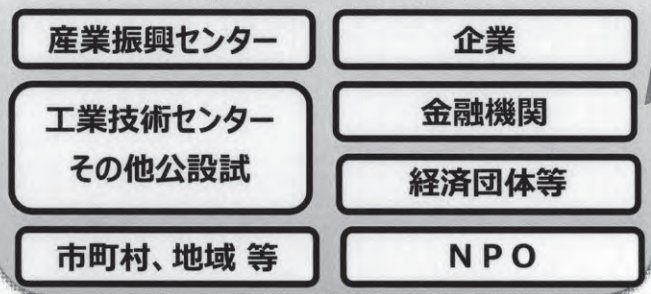


イノベーションを創出

県の産業振興関係部局



県内関係機関等



分野の目指す姿

産学官の連携・交流により、様々なアイデアが生み出され新たな

戦略の柱

1 産学官連携強化による産業の振興

戦略の方向性

産業振興に資する産学官連携の取り組みを推進

取組方針・主な「
◆ 具体的な取り組み」

(1) 産学官連携のプラットフォームの設置

- ◆産学官民連携のプラットフォーム機能を活かした産業振興の推進

(2) 産学官連携によるイノベーションの創出

- ◆[拡充]県内で研究成果を生かし、産業利用を推進するための支援を強化(再掲)

(3) 産学官連携による具体的な取り組みの推進

- ◆県農産品の付加価値向上を目指した機能性成分等の活用の研究
- ◆園芸技術の試験研究機関と関係機関との連携強化(新技術、新商品の開発や技術支援等)
- ◆[拡充]Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化(再掲)
- ◆試験研究機関の充実・強化(再掲)
- ◆海洋深層水の新たな分野への展開と県内企業の事業化支援(再掲)
- ◆「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づき、紙産業の振興をさらに強化(再掲)
- ◆[拡充]市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(再掲)
- ◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットホームを構築(再掲)

強い産業の礎を築く)の体系図

事業化につながる土壌を醸成する

分野	連携テーマ（産学官連携による力強い産業の礎を築く）
戦略の柱	1 産学官連携強化による産業の振興

戦略の方向性	産業振興に資する産学官連携の取り組みを推進
--------	-----------------------

戦略目標	目標	
	-	-

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	産学官連携のプラットフォームの設置	<p>【産学官民連携センター】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内すべての高等教育機関の協力のもと、H27年4月、産学官民連携センターを開設。 ・大学等のシーズ・研究内容を紹介するセミナーに4年間で延べ2,149名が参加するなど、“知の拠点”機能が発揮されている。 ・ココプラビジネスチャレンジサポートで、40件の案件をサポートするなど、ビジネスアイデアやプランを事業化に結び付けるための支援システムが構築された。 	<p>【産学官民連携センター】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・変化する事業環境や受講者のニーズに合わせたカリキュラムの再編 ・ワンストップ窓口での相談や講座等を通じて出されたアイデアやシーズ、ニーズ等を事業に結びつける「ココプラビジネスチャレンジサポート」の仕組みの活用によって、より早くスムーズにビジネスプランを取りまとめる支援システムの効果的運用
2	産学官連携によるイノベーションの創出	<ul style="list-style-type: none"> ・産学官連携会議の開催等により、産学官の連携意識が向上 ・産学官連携産業創出研究推進事業（実用化研究）、産学官連携事業化支援推進事業（事業化研究・応用研究）による支援を実施 <ul style="list-style-type: none"> （実用化研究） <ul style="list-style-type: none"> 支援件数：15件（H23～H29） 事業化件数：5件（H23～H29） （事業化研究） <ul style="list-style-type: none"> 支援件数：3件（H29） 事業化件数：0件（H29） （応用研究） <ul style="list-style-type: none"> 支援件数：1件（H28～H29） 事業化件数：2件（H28～H29） ・引き続き事業化や、さらに付加価値の高い製品づくり、多分野での産業利用に向けた研究開発が進んでいる 	<ul style="list-style-type: none"> ・研究成果を生かして、幅広い分野で活用できる製品の開発など事業化の拡大に向けた県内の研究機関、ものづくり企業等のネットワーク化 ・産業振興につながる有望な研究テーマのさらなる掘り起こし ・実用化研究の研究成果の事業化、事業化後の販路開拓などに向けた、産学官民連携センターや産業振興センター等の関連機関等との連携強化
3	産学官連携による具体的な取り組みの推進	<p>○Next次世代型こうち新施設園芸システムへの進化</p> <p>⇒ 内閣府「地方大学・地域産業創生交付金」を活用した産学官連携プロジェクトが始動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産学官連携協議会の設立・開催（7月、11月、1月） ・生産システム・省力化、高付加価値化、流通システム・統合管理に関する13の研究テーマ、計77の研究課題について、100人を超える研究者が研究開始 ・農研機構と「農業・食品分野におけるSociety5.0の実現に向けた連携協力に関する協定」を締結（1/31） 	<p>○全国に次世代施設園芸の取組が普及</p> <p>⇒高知県農業の先進性の維持・発展のためには、システムの継続的な改善が必要</p>

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
-	-	-	-	-

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【産学官01】◆産学官民連携のプラットフォーム機能を活かした産業振興の推進					○		○	
(再掲)【商30】◆県内での研究成果を生かし、産業利用を推進するための支援を強化(H31拡充)	○							
【産学官02】◆県農産品の付加価値向上を目指した機能性成分等の活用の研究	○							
【産学官03】◆園芸技術の試験研究機関と関係機関との連携強化(新技術、新商品の開発や技術支援等)	○							
(再掲)【農04】◆Next次世代型こうち新施設園芸システムへの進化(H31拡充)	○		○		○			

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	産学官連携による具体的な取り組みの推進	<p>【水産業】</p> <p>【クロマグロ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 人工種苗の基礎的な生産技術を確立 [沖出し尾数] <ul style="list-style-type: none"> H26: 49尾、H27: 1,045尾、H28: 約17,000尾、 H29: 約23,000尾、H30: 5,500尾 [中間育成漁場の確保] <ul style="list-style-type: none"> H29: 新たな中間育成漁場を免許し、運用を開始 [養殖種苗試験配布尾数] <ul style="list-style-type: none"> H27: 約100尾、H28: 約3,000尾、 H29: 約2,100尾(出荷サイズ約7,700尾生産) H30: 0尾(沖出し後のへい死が止まらず中間育成を中止) <p>【カンパチ】</p> <ul style="list-style-type: none"> H28に民間事業者による事業レベルでの供給を開始 [養殖種苗出荷尾数] <ul style="list-style-type: none"> H28: 12,000尾、H29: 50,000尾 H30: 休止(マダイ種苗増産のため) <p>○試験研究機能の充実・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> H28に水産試験場古満目分場を開設し、運用を開始 	<p>【クロマグロ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 人工種苗の量産体制の確立 人工種苗の養殖現場への普及 人工種苗を活用したマグロ養殖への新規参入の促進 <p>【カンパチ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 種苗の品質向上 中間育成漁場の適地等の検討(ペコ病感染のリスク回避) <p>【ブリ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 高品質な人工種苗の量産技術の確立 ペコ病の防除技術の開発
		<ul style="list-style-type: none"> 地元企業の商品化や団体への技術支援・研究等を実施 深層水を利用した共同研究や技術支援が増加し、スラリーアイスの利用拡大やスジアオノリの陸上養殖など6件の事業化を支援した 	<ul style="list-style-type: none"> 新分野開拓のための県内公設試、県内外大学、産業支援機関との連携
		<p>【新製品・新技術の開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●分科会活動の実施 <ul style="list-style-type: none"> 複合加工機分科会、CNF分科会、紙質分科会、土佐方式分科会、素材製造技術分科会を設置 開催数: のべ11回 参加者: のべ113社、249人 ●研究会活動の実施 <ul style="list-style-type: none"> 複合加工機研究会、CNF研究会、紙質研究会、リサイクル炭素繊維研究会、素材製造技術研究会を設置 開催数: のべ112回 参加者: のべ117社、207人 ●支援体制の強化 <ul style="list-style-type: none"> 新たな機械設備を活用した技術支援を実施 紙産業振興アドバイザー: 派遣5件 専門知識を持った企業OBの配置: 5名 ●新製品開発数: 2件 	<ul style="list-style-type: none"> 研究会活動から生まれた製品開発研究の早期事業化 新素材CNFの産業利用に向けた本県独自の研究開発の推進 企業の生産性向上のための取組が必要
		<ul style="list-style-type: none"> 工業技術センターの支援により、H28～29年度の累計で76アイテムの新商品が開発された 	<ul style="list-style-type: none"> 新技術活用などによる、市場に対応した高付加価値商品の開発 品質管理の強化による大手企業等との取引の拡大 食品製造機器メーカーと食品企業等との企業間連携の推進
		<ul style="list-style-type: none"> 食品事業者を核として、産学官が集うプラットフォームを構築し(H29～)、新商品の開発や改良に向けた実践的な学びや個別商品の磨き上げなどの機会を提供(セミナー・勉強会参加者H29～31.2(累計): 303名) 	<ul style="list-style-type: none"> 商品開発力の強化など事業者が抱える様々な課題解決を図るため、セミナー・勉強会の開催による意欲の醸成やレベルアップを図るとともに、ものづくり系企業等との連携による新たな事業の創出など、具体的な行動につなげる仕組みづくりが必要

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【水11】◆試験研究機能の充実・強化	○					○		
(再掲)【商23】◆海洋深層水の新たな分野への展開と県内企業の事業化支援	○							
(再掲)【商27】◆「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づく紙産業の振興	○		○				○	
(再掲)【商29】◆市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(H31拡充)	○	○						
(再掲)【外商10】◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットフォームを構築	○				○		○	○

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【産学官01】 ◆産学官民連携のプラットフォーム機能を活かした産業振興の推進	県内外の知恵や人材を導入し産学官民が連携して行う産業振興や地域の課題解決に向けた取組を促進するために、産学官民連携に向けたワンストップ窓口の設置、アイデアを生み出す仕組みづくり、新事業展開の促進、土佐MBAによる産業人材育成の推進を行う	県産学官民連携センターにおける産学官民が連携した事業化案件数	4件(H27) ↓ 13件(H28～H30累計) ↓ 15件(H28～H31累計)

戦略の柱	1 産学官連携強化による産業の振興
取組方針	1 産学官連携のプラットフォームの設置

取り組み内容				
--------	--	--	--	--

H28	H29	H30	H31	H32以降
-----	-----	-----	-----	-------

産学官民連携のプラットフォーム機能を活かした産業振興の推進

県産学官民連携センター：県内外の高等教育機関や企業等と連携し、相談窓口に寄せられたシーズやニーズ、交流事業、人材育成事業等を通じて出されたアイデア等を新事業展開につなげるための仕組みを構築・点検。必要に応じて修正を加えながら、取り組みを推進。

戦略の柱	1 産学官連携強化による産業の振興
取組方針	3 産学官連携による具体的な取り組みの推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
機能性成分の分析 → 農産物の機能性を高める栽培方法の評価				
機能性成分を活かした販売方法の検討 → 販売の実践と評価				
<p>農産物機能性成分活用研究会(県農産物マーケティング戦略課、県環境農業推進課、県産業創造課、県農業技術センター)により推進 県農業技術センター：県産主要農産物等の持つ機能性成分の分析及び生産現場における栽培方法の違いが機能性に与える影響を明らかにする 農産物機能性成分活用研究会：農産物の機能性成分等を活かした表示・PRなど有利販売に繋がる販売方法を検討、実践と評価を行う</p>				
機能性表示できる品目・成分の探索				
<p>機能性表示プロジェクトチーム会議(高知大学、県立大学、企業、県関係各課)との連携により、機能性表示できる品目・成分の探索。農産物の機能性表示食品としての有効性の検討</p>				
産学官連携によるこうち新施設園芸技術の研究開発				
<p>試験研究機関：こうち新施設園芸技術の研究開発。高知大学との企画連携会議、県及び地区環境制御技術普及推進会議での技術支援</p>				
特産果樹の研究開発及び有望果樹の探索・選定				
<p>県果樹試験場：高知県果樹研究協議会との連携による特産果樹の生産技術の開発、中山間における有望果樹の探索・選定(H28～32)</p>				
茶の新商品開発(高品質半発酵茶) → 茶の新商品開発(高品質煎茶)				
<p>県茶業試験場、全農こうち、茶商：高品質半発酵茶製造技術の確立(H26～30) 県茶業試験場、JA高知県、茶商：仕上げ加工技術の確立による土佐茶の品質向上(H30～32)</p>				

< 付属資料 >

I 用語の解説

アルファベット

用語	解説
AI	人工知能(Artificial Intelligence)。人間が持っている認識や推論などの能力をコンピュータでも可能にするための技術の総称。
ALL KOCHI	農林水産業等の第一次産業分野やIT・コンテンツ産業など、高知(KOCHI)の特色をすべて(ALL)活かし、全庁が一丸となって企業立地の推進に取り組むこと。
CAE	「Computer aided engineering」の略。コンピュータを活用して製品の設計、製造や工程設計の事前検討を行うツール。部品等のぜい弱部を予測する構造解析、空気抵抗や水の対流を可視化し予測する流体解析などができ、解析結果は設計へフィードバックすることで、試作の回数を減らすなどの開発プロセスを効率化することができる。
CCRC	「Continuing Care Retirement Community」の略。シニア世代の方々が健康な間に移り住み、医療や介護が必要になっても、心豊かにアクティブに自立した暮らしができる共同体で、アメリカには2,000以上あると言われている。日本での名称は「生涯活躍のまち」。
CLT	直交集成板(CLT)は、ひき板を幅方向に並べたものを繊維方向が直交するように積層接着した製品。日本農林規格(JAS規格)平成25年12月20日制定、平成26年1月19日施行。CLTは、「Cross Laminated Timber」の略。
FIT	Foreign Independent(Individual) Tour(Traveler)の略。団体旅行に参加せず、航空券などや宿泊施設の手配などを自己手配する海外個人旅行、もしくは外国人の個人旅行者。
F1系統	雑種強勢とよばれる遺伝の現象を利用して、優れた形質を持つ異なる親どうしの交配でできる集団。
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、「ハザップ」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。
IoP	「Internet of Plants」の略。作物の時々刻々と変化する様々な生体情報をインターネット上のクラウドに収集し、環境データ等と合わせた分析等を通じて、最適*な環境制御を行い、収量・品質の向上、作業の省力化等を図る仕組み。 *光合成、糖の分配、蒸散、病虫害抑制等を総合的に判断
IoT	「Internet of Things」の略。様々なモノをインターネットに接続し、通信機能を持たせ、遠隔操作や自動制御を行うとともに、情報の収集、分析等を通じて、最適な手段を選択し、生活を豊かにしたり、仕事を効率化したりする仕組み。
IT・コンテンツビジネス	漫画や写真、映像、音楽、ゲーム、ソフトウェア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。
JA出資法人	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。
JETRO	「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。
JICA	「Japan International Cooperation Agency」国際協力機構の略称。日本の政府開発援助(ODA)を一元的に行う実施機関として、開発途上国への国際協力を行う。
METALEX(タイ)	年1回タイのバンコクで開催される金属加工機器・工作機械を対象とするアセアン最大規模の見本市。
MICE	企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。
ODA(政府開発援助)	発展途上国の経済発展や福祉の向上のために、先進工業国の政府及び政府機関が発展途上国に対して行う援助や出資のこと。インフラ整備の他、海賊対策、感染症対策、人材育成・法制度整備等がある。

ODA案件化サポートチーム	自社の製品や技術のODA事業での活用を目指す県内企業に対して、相手国の情報収集や実現に向けた課題整理、政府機関への橋渡し等の支援をするために、県がJICAやJETROなど関係機関と連携して立ち上げた組織。
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。
Society5.0	フィジカル(現実)空間から、センサーとIoTを通じ、サイバー(仮想)空間に集積したあらゆる情報を、人工知能(AI)が解析し、高付加価値を現実空間にフィードバックするシステム等により、社会的課題の解決と経済的発展を両立する社会
VISIT KOCHI JAPAN	(公財)高知県観光コンベンション協会が、高知県内の観光情報を5言語(英語、中国語(簡体字)、中国語(繁体字)、韓国語、タイ語)圏別の趣味・嗜好に沿って構成した高知県の外国人向け観光情報サイト。平成27年9月開設。
VJ事業(ビジット・ジャパン事業)	ビジット・ジャパン・キャンペーン事業の略称。2016年までに1,800万人、2020年までに2,500万人との中間的な目標の達成を目指して、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
アイデアソン	アイデアとマラソンを組み合わせた言葉。特定のテーマに興味・関心がある人が集まり、テーマに沿ったアイデアを出し合い、課題解決につながるようプランをまとめていくワークショップ形式のイベント。
あったかふれあいセンター	子どもから高齢者まで、年齢や障害の有無に関わらず、誰もが集い、子育てや生活支援、介護などの必要なサービスを受けることができる地域福祉の拠点。
アプリケーション	ある特定の機能や目的の為に開発・使用されるソフトウェア。略してアプリということもある。
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・交流コンシェルジュ	高知県への移住を検討されている方のニーズに応じて、地域や仕事、住まいなど、移住に向けた様々な情報を提供する県の移住総合案内スタッフ
移住・交流情報ガーデン	国がJR東京駅近くに開設した地方移住に関連する一元的な相談窓口
移住専門相談員	市町村の移住相談窓口として、移住を検討されている方のニーズに応じて、マッチする地域や支援制度、住まい、仕事などの情報を提供するスタッフ
移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」	高知県への移住を検討されている方向けに、仕事や住まいの情報、先輩移住者のインタビューなど、高知県への移住にまつわる様々な情報を発信しているポータルサイト
一般社団法人高知県移住促進・人材確保センター	移住相談と人材確保を総合的に行うため、平成29年7月に設立した法人の名称。県と全市町村、関係団体の参画の下(設立時社員43団体)、官民一体となった“オール高知”体制で本県産業の担い手となる人材確保に取り組んでいる。
磯焼け	海藻類が繁茂している水域を「藻場(もば)」と呼び、藻場が大規模に消失し焼く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。
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サイレージ(発酵)化した牛の飼料のこと。
インバウンド	一般的には、外から中に入ってくる意味を持ち(inbound)、観光分野では日本を訪れる外国人旅行者を指す(反対語:アウトバウンド(outbound)…海外旅行をする日本人)。
営漁指導員	新規就業者をはじめとする漁業者の経営安定に向けた指導を行う漁協職員で、平成31年度から県内6カ所(計6名)に配置。
沖合養殖	通常は内湾、内海域で行われる養殖業を外海、沖合域で行おうとするもの
おもてなしタクシー	乗客の皆様には「おもてなしの心」で接客を行うタクシー。(財)高知県観光コンベンション協会が実施する所定の講座を受講し、認定試験に合格したドライバーが乗務している。なお、料金は通常のタクシーと同じ。

おもてなしトイレ	観光客が利用可能であり「おもてなし」に取り組んでいるトイレを公募し、認定されたトイレ。高知県観光振興部おもてなし課が所定の条件を満たしたトイレを認定する。
オプションルツアー	旅行先で楽しむ、小旅行のこと。クルーズ客船の場合、寄港中の自由時間における数時間程度のツアーを指す。

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のこと。
カイゼン	主に製造業の生産現場で行われている作業の見直し活動のこと。ムダの削減による作業効率の向上や安全性の確保などに関して、現場の作業者が中心となって知恵を出し合い、問題解決を図っていく点に特徴があり、農業現場においてもその効果が期待される取組。
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。
家畜市場	家畜を取引するために開設された市場のこと。県内では、高原家畜市場(津野町)と嶺北家畜市場(土佐町)の2ヶ所に開設され、2ヶ月ごとに開催されている。
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。
合宿型インターン	宿泊を伴うインターンシップのこと。
カーボン・オフセット	日常生活や経済活動において避けることができないCO2等の温室効果ガスの排出について、まずできるだけ排出量が減るよう削減努力を行い、どうしても排出される温室効果ガスについて、排出量に見合った温室効果ガスの削減活動に投資することにより、排出される温室効果ガスを埋め合わせるという考え方。
釜炒り茶	緑茶には釜炒り茶と蒸し茶がある。釜炒り茶は茶葉を鉄製の釜で炒って作られる。
「紙産業の在り方検討会」	高知県紙産業の振興をさらに推進するための方策について協議を行った検討会。県内外の有識者で構成し、平成26年9月に設置、平成27年3月に今後の方針について取りまとめを行った。
かみわざひとづくり事業	高知県立紙産業技術センターで行う人材育成事業の名称。
科目等履修制度	科目等履修制度とは、大学、大学院の正規の授業の一部を社会人等の学生以外の者が履修(受講)できる制度で、学校が指定する「科目履修可能科目」などのなかから、関心のある科目のみを選んで履修することができる制度。
環境制御技術	外気温度、ハウス内の温度、湿度、二酸化炭素濃度、日射量等を測定し、これを換気や加湿、二酸化炭素施用等により作物の栽培に適した環境に制御する技術。
間伐	育成段階にある森林において、樹木の込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。
起業家コース	起業家コースとは、高知工科大学大学院のコースの一つ。多くの経営実践の事例に基づき、事業経営に必要な知識、方法、戦略などを教育研究するコース。主に社会人が対象
企業立地推進会議	全庁が一丸となって、企業誘致や既立地企業による拡大再生産を推進する庁内組織。メンバーは庁内関係部局の副部長により構成。
機能性成分	食品の機能性は一次機能(栄養機能)、二次機能(味覚機能:美味しさ)、三次機能(健康を維持する体調調整機能)からなる。機能性成分はこの三次機能を持つ成分。
ギフトショー(東京)	年2回東京で開催される日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市。
キャトルステーション	生後間もない子牛を預かり、1頭ごとの小屋で人工的に哺乳をするなど、子牛を集めて育てるための施設。

牛群検定	毎月、検定員が酪農家の搾乳に立ち会い、乳量、乳成分、繁殖、濃厚飼料などの情報を得て、経営改善に役立てる事業。一言でいえば、牛群の健康診断。
急潮	沿岸域で突然潮の流れが速くなり、沿岸に設置された定置網や養殖網に被害を与える現象。黒潮や親潮の流向変化による影響、低気圧通過による吹送流の発達、潮汐流の影響などが原因として考えられている。
グローバルGAP	ヨーロッパを中心に発展してきた世界標準とも言える第三者認証GAP。認証農場は、世界に約14万農場有り、うち日本は約200農場。認証は、グローバルGAP認証機関が監査し認証する。
黒潮牧場	かつおやまぐろ類を対象に土佐湾に設置(現在15基)されている表層型浮魚礁。
クラウド	インターネットなどのネットワーク経由でユーザーにサービスを提供する形態(クラウド・コンピューティング)。
経営計画	企業が将来の経営活動について意思決定を行い、その行動予定を具体的に取りまとめたもの。
コア技術	製品化するうえで欠かすことのできない中心的な(核となる)技術のこと。
広域観光周遊ルート	複数の都道府県を跨って、テーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地を、交通アクセスも含めてネットワーク化し、平均6～7日である外国人旅行者の滞在日数に見合った、訪日を強く動機づける骨太な「観光動線」。その形成により訪日外国人旅行者の周遊を促進し、地方への誘客を図る観光庁の事業は「広域観光周遊ルート形成促進事業」という。四国は平成27年度に認定された全国7ルートのうちのひとつ。
高知海洋深層水企業クラブ	室戸海洋深層水商品を製造・販売している企業で構成される団体。室戸海洋深層水の特性を活かした商品開発研究や室戸海洋深層水ブランドの確立に取り組んでいる。
こうち型集落営農	集落内の合意形成により、園芸品目や農産加工などの経営の複合化を行い、農業で生活のできる所得の確保を目指す取り組み。
高知求人ネット	(一社)県移住促進・人材確保センターが運営する求職者・求人企業双方の情報検索を円滑に行えるポータルサイト
高知家で暮らし隊	高知県への移住を検討されている方をサポートするための会員制度
高知家の魚応援店制度	東京や大阪などの都市圏で高知県の水産物に関心を寄せる飲食店に「高知家の魚 応援の店」として登録してもらい、県内の水産関係事業者とのマッチングを図り、県内水産物の外商を強化する制度。平成26年度から開始した。
高知家の野菜・くだもの応援の店	本県の園芸品に関心があり、取り扱いがある県外の飲食店に登録していただき、本県園芸品を使ったメニューの提供や、パンフレット等の配置により、県外での本県園芸品のPRや販売促進に協力してもらう制度。
高知家(こうちけ)プロモーション	「高知県はひとつの大家族やき。高知家」のコンセプトコピーのもと「温かい大家族のような高知県人」の魅力を全国に発信し、高知を知ってもらい、好きになってもらうことで、県産品の販売拡大や観光振興、移住促進につなげようと平成25年6月から展開しているプロモーション。
高知県海外展開・ODA案件化サポートチーム	海外展開を目指す県内企業に対して、相手国の情報収集や実現に向けた課題整理、政府機関への橋渡し等の支援をするために、県がJICAやJETROなど関係機関と連携して立ち上げた組織。
高知県紙産業フォローアップ委員会	「高知県紙産業の在り方検討会」において取りまとめた取り組み方針のフォローアップを行うため、平成28年3月に設置。
高知県漁協(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5,985人(県内シェア56%、H29)で四国最大の規模を有する。
高知県漁業就業支援センター	漁業就業に関する相談窓口を一元化するため、平成30年10月15日に任意団体として発足。平成31年度からは一般社団法人化して漁業就業希望者を総合的に支援する。

高知県漁業調整規則	この規則は、漁業法、水産資源保護法に基づき、本県の海面における水産資源の保護、漁業秩序の確立を目的に知事が定めたもので、水産動植物の採捕等に関する制限、禁止、罰則等が規定されている。規則を定めるとき、また、変更するときには農林水産大臣の認可が必要
高知県食品総合衛生管理認証制度(高知県版HACCP)	HACCPの考え方に基づく自主衛生管理プログラムを導入する高知県内の食品取扱施設を認証する制度で、3段階の認証ステージで構成されている。 平成28年にこれまでの制度が全面的にリニューアルされた。
高知県リリーズファミリー	高知県産ユリの魅力発信と、県内のユリ関係者の交流を図るため、平成26年8月に設立された協議会。系統内外のユリ農家、農協、球根会社、運送会社が参加している。
高知マリノイノベーション	本県水産業において効率的な漁業生産体制への転換を図るため、IoTの導入を促進するなど生産や流通現場において技術革新を推進する取り組み。
公的調達制度	県内中小企業者等が生産する新規性や独創性のある新商品の市場への普及拡大を図るため、基準を満たす商品を生産する中小企業者等を認定し、県又は市町村が必要に応じて発注を行い、受注実績を作る制度。
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、高知校・中村校の2校がある。就職に必要な技術・知識を習得するための訓練を実施している。
高夜温栽培技術	ハウス栽培において、収量増加や品質向上を意図して、夜間のハウス内の温度(夜温)を慣行栽培よりも高く設定する栽培法。
ココブラ	平成27年4月に開所した県の組織である高知県産学官民連携センターの愛称。キャッチフレーズの「ココはイノベーションを生み出すプラットフォーム」から。
コールセンター	事業所等において、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部門のこと。
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。

さ行

用語	解説
さかな屋高知家	「築地につぼん漁港市場」内にオープンした高知県の店舗。県内の2事業者と高知県漁協、すくも漁協が共同で出店している。
酒米	日本酒を醸造する原料となる米。主に麴米(こうじまい)として使われる酒造好適米、掛け米(かけまい)として使用される酒造適性米に分けられる。
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。
サテライトオフィス	企業又は団体の本拠から離れた所に設置されたオフィス。
残さい	水産加工品を製造する過程で発生する内臓や骨などの不要部分のこと
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。
産地提案型担い手確保対策	産地や地域が求める人材像を明記した「産地提案書」を策定し、県内外から広く就農希望者を募集する取り組み。
シーズ	企業や大学等有している新しい技術・材料・サービスなどで、新たな産業を生み出す可能性を秘めたビジネスの種(Seeds)。
シェアオフィス	複数の利用者が同じスペースを共有するオフィスのこと。 本県では、中山間地域等において、廃校などの遊休施設を活用し、光インターネットを完備して、都市部の企業や新規創業者の新たなビジネス展開の場所としてシェアオフィスを開設している。
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。

ジョブカフェ(こうち)	若年者(概ね40歳まで)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することにより、就職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。
自家保留	畜産農家が自身の農場で生産した家畜を家畜市場等で販売することなく、繁殖などの目的のために自身の農場に残すこと。
事業承継	会社の経営を後継者に引き継ぐこと。大きく分けて、親族が承継する場合、従業員が承継する場合、M&Aで承継する場合の3つの方法がある。事業承継は、時間がかかるため、早期に着手することが重要。
事業承継計画	中長期の経営計画に、事業承継の時期、具体的な対策を盛り込んだもの。
事業戦略支援会議	企業の経営ビジョンを実現する事業戦略の策定・磨き上げをサポートするために(公財)高知県産業振興センターに設置する会議。個別企業の方向性、支援チームの編成や具体的なアドバイス内容を決定するとともに戦略の進捗管理を実施する。
事業戦略支援チーム	事業戦略策定により明らかとなる企業ごとの課題解決のために、(公財)高知県産業振興センターに設置するサポートチーム。企業と成長イメージを共有し、充実した施策を活用しながら重点的なサポートを行う。
志国高知 龍馬ふるさと博	NHK大河ドラマ「龍馬伝」や「土佐・龍馬であい博」で盛り上がった龍馬ブームを生かし、本県観光の底上げを図るための「ポスト龍馬博の推進」の柱として取組む観光イベント。 龍馬を育んだ土佐の風土をまるごと体感できるよう、「歴史」「花」「食」「自然体験」の4つのテーマで県内各地でイベント等を開催。また、メイン会場としてJR高知駅前に「こうち旅広場」が平成23年7月9日にオープンした。
志国高知 幕末維新博	大政奉還から150年の平成29年と明治維新から150年の平成30年の2カ年にわたって開催する「歴史」を中心とした、「本物のこうちに会える」楽しさ満載の周遊型・延泊型の博覧会。 会期は平成29年3月4日(土)から平成31年1月31日(木)の予定。 京や江戸から遠く離れた土佐の山間から、なぜ多くの若者が維新の志士となって飛び出し、また、その後の自由民権運動に関わっていくのかを探究することで、彼らを育んだ時代につながる土佐の風土・文化や地域の人々、食・自然を知っていただくことを目的とする。
次世代型こうち新施設園芸システム	炭酸ガス濃度や温度、湿度、養水分などのハウス内の環境を制御する「環境制御技術」や、ハウスの天井を従来よりも2倍程度高くし、環境制御技術を標準装備した「次世代型ハウス」といった、オランダの先進技術を、高知県の気候や環境に応じた形にアレンジして、普及推進する取り組み。 Next次世代こうち新施設園芸システムは、上述のシステムの次の世代を見据えて、さらなる収量増加、高品質化、省力化などを実現していくため、環境制御技術にIoTやAI技術を融合するとともに、栽培のみならず出荷、流通までをも見通したシステム。
次世代型ハウス	環境制御装置を標準装備した、軒高2.5m、耐風速35m以上のハウス。
次世代施設園芸団地	オランダを参考にした、地域資源によるエネルギー供給から生産、調製・出荷までを一気通貫して行う園芸団地。高知県では、28年度から四万十町で4.3haのモデル団地が稼働する。
次世代こうち新畜産システム	畜産施設における臭気、騒音、排水対策のための新技術や、IoTを活用した家畜管理における生産性の向上のための技術を、地域の実情に応じた形で普及推進する取り組み。
就農コンシェルジュ	就農相談への対応や地域の要望とのマッチングを図るなど、就農に結びつけるための総合窓口として平成27年4月に(一社)高知県農業会議に配置。
集落営農・集落営農組織	「集落営農」とは、集落の農地と集落を守っていくために、集落で営農について話し合い、集落での合意のもと、共同で作業を行ったり、機械や施設を共同利用したりしながら、集落ぐるみで営農活動を行うもの。 組織に関する定款または規約があり、総会、収支の計画、事業計画等に基づき農業生産活動の一部又は全部を共同で行う組織を「集落営農組織」という。
受精卵移植	受精卵を提供する動物から着床する前の受精卵を取り出し、別の同じ動物種の子宮に移して、妊娠・分娩させる技術。
種苗(大型・小型)	養殖用や放流用の魚類などの稚魚のこと。県では、クロマグロ、カンパチについて、養殖用種苗を卵から安定生産する技術開発を進めている。
消費地市場	水産物の卸売りのために消費地において開設される市場
小規模林業	「自営業者」「一人親方」「NPO法人」「ボランティア団体」「地域おこし協力隊」「林業研究グループ」などが行う小規模な林業経営や林業活動のこと。
抄紙技術	紙を製造する際に必要な原料処理。通常原料となる木材パルプを細かくほぐしてから紙を製造するが、このほぐす処理が、セルロースナノファイバー化するのに有効である。

ジョブカフェ(こうち)	若年者(概ね40歳まで)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することにより、就職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。
シンクタンク	様々な分野の専門家を集めた研究機関。幅広い分野で調査・分析を行い、問題解決や将来予測などの提言をする。
人材確保コーディネーター	主に首都圏において人材情報などを収集するコーディネーター。移住や地方での仕事に関心を持っている都市部の人材に高知の情報を発信し、高知の企業への就・転職を働きかける。
新事業分野開拓者認定制度	県内中小企業者等が生産する新規性や独創性のある新商品を、県や市町村が必要に応じて発注するため、基準を満たす商品を生産する中小企業者等を県が認定する制度。
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、間伐等に必要な経費、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。
セルロースナノファイバー(CNF)	木材や竹等の植物繊維を、化学的、機械的に、繊維幅数nm~数十nmまで解きほぐした。植物を原料とするため地球に優しく、鉄と比較して重さは1/5で強度は5倍と言われており、幅広い産業利用が期待される新素材。
全国移住ナビ	全国の移住関連情報を一元化した国のポータルサイト
総合支援チーム	企業立地推進会議のもとで、関連部局が連携して企業立地に具体的に取り組むため構成するチーム。

た行

用語	解説
多産系種豚	産子数向上を目的として育種改良された繁殖用の雌豚。
多面的機能支払制度	農業、農村の有する、国土の保全、水源の涵養、自然環境の保全、良好な景観の形成等といった多面的機能の維持・発揮を図るための地域の共同活動に係る支援を行い、地域資源の適切な保全管理を推進する制度。
地域移住サポーター	「移住者の身近な相談役」として、移住者がスムーズに地域に溶け込み、馴染むことができるよう、地域と移住者とのつなぎ役としての活動を行う方
地域コーディネート組織	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、広域ブロックでの観光振興を図る際に中心的な役割を担うことになる。
地域産業クラスター	地域地域に多種多様な雇用の場を生み出すために、第一次産業や観光など、地域に根差した産業を核とし、その周辺に関連産業を集積した産業群(クラスター)。
畜産クラスター	地域の畜産の収益性を高めるために、農家を中心に県や市町村、農協等の関係者が連携して、それぞれの責任・役割のもとに取り組むを行うための組織。
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进行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」などを企画して进行ことを着地型旅行商品という。
チャレンジショップ	商店街等への出店を目指し、小売業やサービス業の方などが半年~1年間お試し開業をすることができる施設。
中核人材	企業の後継者候補となる人材や企業の経営、事業拡大を図る際に中核的な役割を担う人材。
中山間農業複合経営拠点	地域農業の核となる市町村農業公社等の経営体が、高収益の施設園芸や中山間地域に適した農産物の生産、6次産業などの稼ぐ取組と、新規就農者の研修事業や庭先集荷、農作業受託などの支える取組を複合経営し、中山間地域の農業の競争力を高め、支える仕組み。
中糖度トマト	糖度5.5~6.0%のトマト。高糖度トマトは一般に糖度8%以上。
築地につぼん漁港市場	各地の漁協や水産物店から直送された魚を販売するために、NPO法人築地食のまちづくり協議会が平成26年10月、東京築地の場外市場にオープンした施設。高知県の他に、新潟県、北海道、静岡県、長崎県が出店している。

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。
「鉄板」観光商品・資源	外国人旅行者からの人気が高い、定番とも言える観光商品や資源。
電照技術	一部の作物が有する、昼夜の長さ(日長)に生育や開花が影響される特性を利用し、栽培期間中の夜間に、電灯等を照射することで日長を操作し、生育や開花を促進または抑制する栽培法。
土佐あかうし	土佐和牛のうち、褐毛和種高知系(土佐褐毛牛)の流通ブランド名。明治時代から高知県内のみで改良されてきた貴重な品種であり、美しい褐色の毛色に、毛分けといわれる目や鼻が黒いのが特徴。程良い霜降りと赤身の美味しさが評価されている。平成24年に地域団体商標に登録された。
土佐MBA	土佐まるごとビジネスアカデミーの略。高知県産学官民連携センターが行う産業人材を育てる取り組みとして、ビジネスに必要となる、経営に関する基礎知識から応用・実践力までを「まるごと」身に付けていただく研修。
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。平成7年に商標登録された。
土佐はちきん地鶏	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。平成18年に商標登録された。
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した観光イベント。JR高知駅前をメイン会場とし、誘客の核としてドラマ関連の展示を行う「高知・龍馬ろまん社中」と、観光や物産の情報を一元的に発信する情報発信館「とさてらす」を設置。また、サテライト会場として、安芸市、梶原町、土佐清水市に、ドラマ関連の展示を行う「社中」を設置し、その地域の広域情報をきめ細かく発信することで、更なる周遊を促す。 さらに、県内各地で「自然」や「食」、「歴史」や「文化」などの魅力を活かした滞在型・体験型観光のイベントを実施し、高知県のイメージアップとファンを獲得する。
特用林産業	林野から産出される木材以外の産物を生産し営みを行うこと。きのこ、木炭等。

な行

用語	解説
二段階移住	移住希望者が比較的都市部の地域等へいったん、移住(滞在)しながら、そこを拠点に自分に合った地域や仕事などを見つけ出し、さらに“二段階目”の移住をすることをいう。「田舎暮らしに憧れるが、一歩がなかなか踏みだせない」といった移住希望者の不安解消や移住地でのミスマッチを防ぐための手法の一つ
日本学生支援機構	日本学生支援機構とは、主に学生向けの奨学金貸与事業を行っている独立行政法人。大学に通う学生のうち約半数が、日本学生支援機構の奨学金の貸与(有利子・無利子)を受けている。
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」について市町村長の認定を受けた農業者をいう。
農業担い手育成センター	高知県で就農を予定している方への基本的な栽培技術習得から、指導者などへの先進技術習得にまで対応した実践型研修施設。長期研修が主体であるが、体験合宿や各種講座など、多様な研修メニューがあり、長期宿泊施設も完備している。
農作業受託組織	農地の所有者等から農作業の一部又は全ての作業の委託を受け、委託者に代わって農作業を行う組織。
農地中間管理機構	農地中間管理事業を実施する機関として県が指定した組織。(高知県では(公財)高知県農業公社)
農福連携	障害者等の農業分野での活躍を通じて、自信や生きがいを創出し、社会参画を促すもので、「農業・農村における課題」、「福祉(障害者等)における課題」、双方の課題解決と利益(メリット)がある「Win-Win」の取組。

は行

用語	解説
ハイワイヤー	軒高が4m以上ある高軒高ハウスの上部にワイヤーを設置し、このワイヤーに生長点部分を誘引して栽培する。生育が進めば、このワイヤーに沿って生長点部をずらしていく。

パートナー量販店	都市圏を中心に、「高知青果フェア」の開催や、パイヤーや青果担当者の産地視察等を通じて、本県の園芸品や環境保全型農業の取り組みのPRに協力いただいている県外の量販店。
はちきん農業大学	女性のための農業講座。女性農業者の活躍促進に向け、栽培技術力・経営管理能力の向上や世代を超えた交流を目的に県域、地域単位で開催する。
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。
伴走型支援	商工会や商工会議所などが、企業の取組みを一緒に走りながら支援すること。
半発酵茶	茶葉を発酵させない緑茶と、完全に発酵させる紅茶の中間にあたる半発酵させた茶(ウーロン茶等)。
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。
非主食用米	新規需要米、加工用米、政府備蓄米など、主食用米の需給に影響を及ぼさない米。
副業型林家	森林の所有の有無にかかわらず、森林整備や木材生産活動に関わって、林業の営みを副業的に行っている人々の総称。
プラットフォーム機能	様々な情報の発信や機会の提供を行うことで、交流が生まれ、ビジネスや研究などの連携を進める役割。
ブルーライン	サイクリング推奨ルートを明示し、分かりやすい案内を行うために路面に塗布された青色のライン。車道を走行する自転車利用者には、左側走行の原則に対する注意を促し、自動車運転者に対しては、自転車への注意を喚起するなどの役割を持つ。
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。
防災関連製品認定制度	県内企業が開発・製造した防災関連製品を県内外のユーザーに安心して購入してもらうために、大学教授などの有識者を審査員として、品質や安全性等の観点で審査を行い認定する制度。

ま行

用語	解説
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。
学び教えあう場	篤農家の持つ栽培技術を伝承するため、篤農のほ場を「学び教えあう場」として位置付けし、そのほ場を活用した現地検討会等の活動を通じ、技術の普及、産地のまとまりづくりを推進する。
メジカ	標準和名はマルソウダ。小型のカツオの近縁種で、最大で全長40cmほどまでにしか成長しない。土佐清水で製造される宗田節の原料。
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。
ものづくり総合技術展	年1回高知市のちばさんセンターで開催されているものづくりの展示会。県内ものづくり事業者の製品・技術の紹介を行うほか、県外事業者を招致した商談会も行われている。
ものづくり地産地消・外商センター	平成26年4月に(公財)高知県産業振興センター内に設置された組織。事業化プラン(製品企画書)づくりから、試作開発、販路開拓まで一貫支援を行う体制を敷いており、ものづくり企業へのサポートを実施している。
ものづくりの地産地消	県内で必要とするものづくりをできるだけ、県内事業者で行うこと。
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
遊漁	レクリエーションを目的に海や川などで水産動植物を採捕する行為のことであり、釣り、潮干狩りなどがある。
遊漁船業	船舶により乗客を漁場に案内し、釣りなどで水産動植物を採捕させる事業のこと。
ヨコワ	クロマグロの若い魚のことで、高知県などで呼称。関東地方では若いマグロをメジと呼ぶ。

ら行

用語	解説
ラミナ	集成材の1つの層を構成する木材のこと。1枚のひき板の場合と、ひき板などを縦つぎ・幅はぎして一定の長さ・幅に修正接着したひき板の場合がある。
リアル化(歴史観光資源の磨き上げ)	歴史施設の展示物と施設周辺の史跡などを一体的に関連付けて、時代背景や資源の持つ意味が連続性を持って詳細に説明できるようにすること。
履修証明プログラム	履修証明プログラムとは、学生を対象とする学位プログラムの他に、社会人等の学生以外の者を対象とした一定のまとまりのある学習プログラムを開設し、その修了者に対して法に基づく履修証明書(Certificate)を交付できる制度
林業事業体	森林所有者などから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、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(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。
レディメイド型研修	開催日程や訓練内容、時間帯などをあらかじめ設定して実施する企業在职者を主な対象者とした職業訓練。
レンタル畜産施設	レンタル畜産施設等整備事業で整備した施設。県及び市町村の補助を受けて農協等が整備した施設を生産者に貸付け。生産者は補助残額を耐用年数に応じて農協等に支払う。
6次産業化	農業者等が自ら生産(1次産業)、加工(2次産業)、流通・販売(3次産業)に一体的に取り組み、所得の確保を目指す、あるいは農業者等が主体的に、2次、3次産業事業者と連携して、地域ビジネスの展開や、新たな産業の創出を図る取り組みのこと。1次×2次×3次=6次を意味する。

わ行

用語	解説
わくわく地方生活実現政策パッケージ	過度な東京圏への一極集中の是正及び地方の担い手不足対策のため、地方創生推進交付金を活用したUIJターンによる企業・就業者の創出を支援する国の事業の名称。
ワークショップ	特定のテーマに興味・関心がある参加者たちが、互いに意見を出し合い、学び合う参加者体験型のイベント。司会進行等の役割を担うファシリテーターが、参加者たちの発言を促したり、議論の方向性を示したりする。

< 参考資料 >

I 計画のフォローアップ

1 フォローアップの経過

2009年	4月 1日	地産外商推進協議会設置要綱 一部改正
(平成21年)	6月 16日	第4回地産外商推進協議会
		第4回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	17日	産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱 施行
	7月 31日	第1回食品加工WG
	8月 21日	第2回食品加工WG
	9月 2日	第5回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	7日	産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱 一部改正
	8日	第1回連携テーマ部会
	10日	第1回観光部会
	"	第1回林業部会
	15日	第1回農業部会
	"	第1回水産業部会
	"	第1回商工業部会
	25日	第3回食品加工WG
	"	第1回フォローアップ委員会
		【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ◇ 地域アクションプランの取り組み状況等 ◇ 計画全体の進捗状況に対する評価等
	11月 20日	第5回地産外商推進協議会
		第6回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	12月 17日	第2回連携テーマ部会
	18日	第6回地産外商推進協議会
		第7回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	22日	第2回林業部会
	"	第2回水産業部会
2010年	1月 7日	第2回観光部会
(平成22年)	12日	第2回農業部会
	13日	第4回食品加工WG
	"	第7回地産外商推進協議会
	14日	第2回商工業部会
	22日	第8回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	25日	第2回フォローアップ委員会
		【主な検討事項】◇ 産業振興計画の取り組みの成果等 ◇ 産業成長戦略の改定 ◇ 今後の進め方等
	2月 4日	第3回観光部会
	28日	第9回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	3月 23日	第3回フォローアップ委員会
		【主な検討事項】◇ 地域アクションプランの成果と今後の展開 ◇ 産業振興計画の改定 ◇ 平成22年度の進め方等
	23日	産業振興計画 ver. 2の決定
	30日	第8回地産外商推進協議会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2010年 (平成22年)	9月 3日	第1回連携テーマ部会
	6日	第1回林業部会
	7日	第1回農業部会
	"	第1回水産部会
	8日	第1回商工業部会
	"	第1回観光部会
	10日	第9回地産外商推進協議会
	22日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ・これまでの取り組みの実績及び施策拡充のポイント ・「ポスト龍馬博」の取り組みの具体化 ◇ 地域アクションプランの取り組み状況等
	11月 22日	第5回食品加工WG
	12月 24日	第2回連携テーマ部会
2011年 (平成23年)	1月 12日	第2回農業部会
	"	第2回林業部会
	"	第2回商工業部会
	13日	第2回水産部会
	18日	第2回観光部会
	"	第10回地産外商推進協議会
	24日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ◇ 産業振興計画の次期改定のポイント
	3月 31日	産業振興計画 ver. 3の決定
	5月 11日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 東日本大震災による県内経済への影響に対する高知県の対応 ◇ 産業振興計画の取り組み状況等 ◇ 平成23年度の進め方
	8月 23日	第1回農業部会
	"	第1回水産部会
	"	第1回商工業部会
	24日	第1回観光部会
	"	第6回食品加工WG
	29日	第1回連携テーマ部会
	"	第11回地産外商推進協議会
	31日	第1回林業部会
	9月 1日	第1回連携テーマ部会
	"	第2回観光部会
	9月 12日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 東日本大震災による県内経済への影響に対する高知県の対応 ◇ 産業振興計画の実行2年半の取り組みの総括等 ◇ 産業成長戦略の次のステージにおける柱（乗り越えるべき課題）等について

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

	9月 22日	第3回観光部会
	11月 10日	第4回観光部会
2012年 (平成24年)	1月 11日	第2回農業部会
	"	第2回林業部会
	"	第2回商工業部会
	13日	第5回観光部会
	"	第2回連携テーマ部会
	16日	第2回水産部会
	16日	第12回地産外商推進協議会
	24日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 第2期高知県産業振興計画の策定方針等 ◇ 高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿 ◇ 重点施策（防災関連産業、新エネルギー関連産業、中山間対策、観光振興）の平成24年度以降の進め方
	3月 12日	第3回林業部会
	13日	第3回農業部会
	3月 23日	第4回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 第2期高知県産業振興計画（案） ・総論・産業成長戦略 ・地域アクションプラン ・産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿 ◇ 平成24年度産の進め方
	31日	第2期産業振興計画の決定
	9月 4日	第1回農業部会
	6日	第1回水産部会
	10日	第1回林業部会
	"	第1回商工業部会
	11日	第1回観光部会
	"	第1回連携テーマ部会
	12日	第13回地産外商推進協議会 (同協議会の発展的改編を決定)
	14日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 第1期計画の総括 ◇ 第2期計画の取り組み状況等 ◇ 高知県経済等の動向及び第2期計画で今後挑戦する新たなテーマ ◇ さらなる飛躍へのポイントの検討状況
2013年 (平成25年)	1月 10日	第2回農業部会
	"	第2回林業部会
	"	第2回水産部会
	"	第2回観光部会
	15日	第2回商工業部会
	22日	第2回連携テーマ部会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2013年 (平成25年)	2月4日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇高知県経済等の動向 ◇第2期産業振興計画の取り組み状況等(産業成長戦略) ◇平成25年度の改定のポイント(産業成長戦略) ◇第2期産業振興計画(ver.2)改定のポイント(全体まとめ)
	3月29日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇平成25年度県予算を踏まえた重点項目(産業成長戦略) ◇地域アクションプランの進捗状況とプランの追加・削除項目 ◇各産業分野の4年後、10年後の目標 ◇計画の基本方向への追加等
	31日	第2期産業振興計画ver.2の決定
2014年 (平成26年)	9月2日	第1回商工業部会
	4日	第1回連携テーマ部会
	5日	第1回水産部会
	9日	第1回農業部会
	"	第1回観光部会
	11日	第1回林業部会
	13日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇高知県経済等の動向 ◇第2期計画ver.2の進捗状況 ・産業成長戦略の各分野における4年後・10年後の目標達成に向けた確認資料 ◇第2期計画ver.3へのバージョンアップのポイント
	1月20日	第2回農業部会
	21日	第2回林業部会
	"	第2回水産部会
"	第2回商工業部会	
"	第2回観光部会	
23日	第2回連携テーマ部会	
27日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇高知県経済等の動向 ◇産業成長戦略の平成25年度の進捗状況等 ◇産業成長戦略の平成26年度の改定のポイント ◇第2期産業振興計画ver.3改定のポイント(全体まとめ)	

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2014年 3月25日
(平成26年)

第3回フォローアップ委員会

- 【主な検討事項】
- ◇地域アクションプランの平成25年度の進捗状況
 - ◇第2期高知県産業振興計画ver. 3(案)
 - ・地域アクションプランの平成26年度の追加・拡充・削除項目
 - ・産業成長戦略の平成26年度県予算を踏まえた重点項目
 - ・第2期高知県産業振興計画ver. 3の主な改定内容
 - ◇平成26年度産業振興計画フォローアップ体制及び年間スケジュール

31日 第2期産業振興計画ver. 3の決定

9月 1日 第1回農業部会

2日 第1回林業部会

" 第1回連携テーマ部会

3日 第1回水産部会

" 第1回商工業部会

4日 第1回観光部会

12日 **第1回フォローアップ委員会**

- 【主な検討事項】
- ◇高知県経済等の動向
 - ◇第2期計画ver. 3の進捗状況
 - ◇第2期計画ver. 4へのバージョンアップのポイント

2015年 1月19日
(平成27年)

第2回農業部会

" 第2回水産部会

20日 第2回林業部会

" 第2回商工業部会

" 第2回観光部会

21日 第2回連携テーマ部会

23日 **第2回フォローアップ委員会**

- 【主な検討事項】
- ◇高知県経済等の動向
 - ◇産業成長戦略の平成26年度の進捗状況等
 - ◇産業成長戦略の平成27年度の改定のポイント
 - ◇第2期産業振興計画ver. 4改定のポイント(全体まとめ)

3月23日

第3回フォローアップ委員会

- 【主な検討事項】
- ◇地域アクションプランの平成26年度の進捗状況
 - ◇第2期高知県産業振興計画ver. 4(案)
 - ・地域アクションプランの平成27年度の追加・拡充・削除項目
 - ・産業成長戦略の平成27年度県予算を踏まえた重点項目
 - ・第2期高知県産業振興計画ver. 4の主な改定内容
 - ◇平成27年度産業振興計画フォローアップ体制及び年間スケジュール

31日 第2期産業振興計画ver. 4の決定

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2015年 (平成27年)	8月24日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成27年度改定版)」の概要について ◇総合戦略で取り組む分野(少子化対策、女性の活躍の場の拡大、中山間対策)の取り組み概要及び進捗状況について	
	8月31日	第1回農業部会	
	9月1日	第1回水産部会	
	2日	第1回林業部会	
	7日	第1回商工業部会	
	"	第1回観光部会	
	9日	第1回連携テーマ部会	
	14日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」のバージョンアップのポイントについて(少子化対策等) ◇第2期産業振興計画ver.4の進捗状況等について(地域アクションプランの追加等) ◇第2期産業振興計画の実行3年半の取り組みの総括等について ・産業成長戦略の実行3年半の取り組みの総括 ・地域アクションプランの実行3年半の取り組みの総括 ◇第2期産業振興計画の成果や課題を踏まえた次のステージにおける「さらなる挑戦」について	
	2016年 (平成28年)	1月18日	第2回連携テーマ部会
		"	第2回水産部会
		19日	第2回農業部会
		20日	第2回林業部会
		"	第2回商工業部会
		"	第2回観光部会
22日		第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇第3期高知県産業振興計画の全体像(案)について ◇第3期高知県産業振興計画の産業成長戦略(案)について ◇高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略の平成28年度の重点施策(案)について(基本目標4)	
3月28日	第4回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成28年度版)(案)について ・総合戦略の改定案 ・基本目標3の重点施策(案) ◇第3期高知県産業振興計画(案)について ・総論・産業成長戦略(案) ・地域アクションプラン(案) ・地域産業クラスタープロジェクト(案)		
3月31日	第3期産業振興計画の決定		

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2016年 9月 1日 第1回水産業部会
(平成28年)

2日 第1回農業部会

" 第1回商工業部会

5日 第1回林業部会

7日 第1回観光部会

" 日 第1回連携テーマ部会

12日 第1回フォローアップ委員会

- 【主な検討事項】
- ◇第2期産業振興計画の総括について
 - ◇第3期産業振興計画の取り組み状況等について
 - ・産業成長戦略の上半期の進捗状況等、取り組みの強化の方向性
 - ・地域アクションプランの上半期の進捗状況、今年度の追加等
 - ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略の取り組み状況等について(基本目標3、4)

2017年 1月 13日 第2回商工業部会
(平成29年)

16日 第2回農業部会

" 第2回林業部会

" 第2回水産業部会

17日 第2回連携テーマ部会

18日 第2回観光部会

20日 第2回フォローアップ委員会

- 【主な検討事項】
- ◇第3期産業振興計画について
 - ・平成28年度の進捗状況等
 - ・平成29年度の改定のポイント
 - ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略について(基本目標4)
 - ・平成28年度の進捗状況等
 - ・平成29年度の改定のポイント

3月 28日 第3回フォローアップ委員会

- 【主な検討事項】
- ◇第3期産業振興計画の進捗状況について
 - ・地域産業クラスターの平成28年度の進捗状況等
 - ・地域アクションプランの平成28年度の進捗状況等
 - ◇第3期産業振興計画ver.2(案)について
 - ・地域アクションプランの改定
 - ・産業成長戦略の改定
 - ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成29年度版)(案)について

31日 第3期産業振興計画ver.2の決定

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2017年 9月 5日 第1回商工業部会
(平成29年)

11日 第1回農業部会

" 第1回林業部会

" 第1回水産部会

" 第1回観光部会

14日 第1回連携テーマ部会

19日 第1回フォローアップ委員会

【主な検討事項】◇第3期産業振興計画ver. 2の取り組み状況等について
 ・産業成長戦略の上半期の進捗状況等
 ・持続的な拡大再生産の好循環に向けたさらなる「地産の強化」
 ・地域アクションプランの上半期の進捗状況、今年度の追加等
 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略の取り組み状況等について(基本目標3、4)

2018年 1月 16日 第2回農業部会
(平成30年)

17日 第2回商工業部会

18日 第2回林業部会

" 第2回水産部会

" 第2回観光部会

" 第2回連携テーマ部会

22日 第2回フォローアップ委員会

【主な検討事項】◇第3期産業振興計画について
 ・第3期産業振興計画ver. 3の改定のポイント(全体まとめ)
 ・産業成長戦略の平成29年度の進捗状況等と平成30年度の改定のポイント
 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略について(基本目標3、4)
 ・平成29年度の進捗状況等
 ・平成30年度の改定のポイント

3月 27日 第3回フォローアップ委員会

【主な検討事項】◇第3期産業振興計画ver. 3(案)について
 ・計画の改定
 ・地域産業クラスタープロジェクトの追加等(平成29年度の進捗状況等を含む)
 ・地域アクションプランの改定(平成29年度の進捗状況等を含む)
 ・平成30年度のフォローアップ体制
 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成30年度版)(案)について

31日 第3期産業振興計画ver. 3の決定

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2018年 8月 31日 第1回農業部会

(平成30年)

9月 7日 第1回観光部会

10日 第1回林業部会

〃 第1回水産部会

〃 第1回商工業部会

14日 第1回フォローアップ委員会

【主な検討事項】◇第3期産業振興計画ver. 3の取り組み状況等について
 ・産業成長戦略の上半期の進捗状況及びさらなる強化策
 ・地域アクションプランの上半期の進捗状況、今年度の追加等
 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略の取り組み状況等について（基本目標3、4）

2019年 1月 17日 第2回農業部会

(平成31年)

18日 第2回林業部会

〃 第2回水産部会

〃 第2回商工業部会

22日 第2回観光部会

24日 第2回フォローアップ委員会

【主な検討事項】◇第3期産業振興計画について
 ・産業成長戦略の平成30年度の進捗状況及び平成31年度の改定のポイント
 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略について（基本目標3、4）
 ・平成30年度の進捗状況及び平成31年度の改定のポイント

3月 27日 第3回フォローアップ委員会

【主な検討事項】◇第3期産業振興計画の進捗状況等について
 ・地域産業クラスターの平成30年度の進捗状況等
 ・地域アクションプランの平成30年度の進捗状況等
 ◇第3期産業振興計画ver. 4（案）について
 ・地域アクションプランの改定
 ・計画の改定
 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成31年度版）（案）について

31日 第3期産業振興計画ver. 4の決定

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

2 産業振興計画フォローアップ委員会の構成等（平成30年度）

(1) フォローアップ委員会

(敬称略・分野毎に五十音順)

分野	氏名	専門部会 部会員等	所属及び役職	備考		
農業	林 幸一 (弘田 憲一)	農業	高知県農業会議 (高知県園芸農業協同組合連合会)	会長 (代表理事会長)		
	久岡 隆	農業	高知県農業協同組合中央会	会長		
林業	小川 康夫	林業	一般社団法人高知県木材協会	会長		
	戸田 昭	林業	高知県森林組合連合会	代表理事会長		
水産業	浦尻 和伸	水産業	すくも湾漁業協同組合	代表理事組合長		
	澳本 健也	水産業	高知県漁業協同組合	代表理事組合長		
商工業	青木 章泰	商工業	高知県商工会議所連合会	会頭		
	山崎 道生	商工業	一般社団法人高知県工業会	会長		
観光	岡内 啓明	観光	公益財団法人高知県観光コンベンション協会	顧問	土佐経済同友会特別幹事	
	小松 昭二	観光	高知県旅館ホテル生活衛生同業組合	副理事長		
	眞田 直也	観光	日本旅行業協会高知地区	委員長		
地方 金融機関	森下 勝彦		株式会社高知銀行	代表取締役頭取		
	山元 文明		株式会社四国銀行	代表取締役頭取		
有識者等	受田 浩之		国立大学法人高知大学	副学長	次世代地域創造センター長	
	臼井 純子		オフィス・ウスイ	代表		
	小原 励一 (前田 浩志)		日本政策金融公庫高知支店	支店長		
	折田 晃一		日本労働組合総連合会高知県連合会	会長		※労働団体
	北澤 和彦		日本放送協会 高知放送局	局長		※報道機関
	久保田 和雅		株式会社日本政策投資銀行	四国支店長		
	竹葉 傳		大宮地域振興協議会	会長		※中山間対策
	田村 壮児		社会福祉法人 高知県社会福祉協議会 (高知県少子化対策推進県民会議)	会長 (副会長)		※少子化対策
	筒井 早智子		公益財団法人こうち男女共同参画社会づくり財団	理事長		※女性の活躍促進
	時久 恵子		高知縣市町村教育委員会連合会	会長		香美市教育長
	那須 清吾	商工業	高知県公立大学法人高知工科大学	学長特別補佐		
	野々口 秀樹		日本銀行高知支店	支店長		
	政所 利子		株式会社 玄	代表取締役		
	吉岡 勝彦		四国経済産業局	地域経済部長		
市町村長 の 代表者等	岡崎 誠也		高知市長会	会長	高知市長	
	池田 洋光		高知県町村会	会長	中土佐町長	
	中澤 慎二		高知市	副市長		
	計 30名					

※()は委員変更に伴う前任者

(2) 専門部会

(敬称略 部会毎に五十音順)

部会	部会長	氏名	フォローアップ委員	所属及び役職	備考
農業	部会長	市川 昌広		国立大学法人高知大学 教育研究部自然科学系農学部門	教授
		遠藤 貢司		高知県全国取引会社協議会	会長
		川井 由紀		JA高知女性組織協議会	会長
		武政 盛博 (濱口 達也)		高知県農業協同組合 (全国農業協同組合連合会 高知県本部)	代表理事組合長 (本部長)
		東谷 望史		馬路村農業協同組合	代表理事組合長
		野村 有弘		高知県食品工業団地事業協同組合	専務理事
		林 幸一 (弘田 憲一)	◎	高知県農業会議 (高知県園芸農業協同組合連合会)	会長 (代表理事会長)
		久岡 隆	◎	高知県農業協同組合中央会	会長
		三谷 英子		学校法人三谷学園RKC調理師学校	校長
森下 由朗		土佐経済同友会	第一次産業活性化委員長		

部会	部会長	氏名	フォローアップ委員	所属及び役職	備考
林業	部会長	石垣 久志		株式会社とされいほく	代表取締役副社長
		小川 康夫	◎	一般社団法人高知県木材協会	会長
		國友 昭香		国友商事株式会社	代表取締役
		後藤 純一		国立大学法人高知大学	名誉教授
		戸田 昭	◎	高知県森林組合連合会	代表理事会長
		西村 秀雄		高知県素材生産業協同組合連合会	専務理事
		政岡 慶子		公益社団法人高知県建築士会	理事
		松本 寛喜		四国森林管理局	森林整備部長
		宮崎 聖		シマント モリモリ団	団長

部会	部会長	氏名	フォローアップ委員	所属及び役職	備考
水産業	部会長	浦尻 和伸	◎	すくも湾漁業協同組合	代表理事組合長
		澳本 健也	◎	高知県漁業協同組合	代表理事組合長
		木下 清		奈半利町漁業協同組合	代表理事組合長
		國吉 正稔		高知中央市場鮮魚仲卸協同組合	代表理事組合長
		武政 嘉八		土佐清水鯉節水産加工業協同組合	代表理事組合長
		西内 正		株式会社タカビシ食品	代表取締役社長
		浜町 明恵		有限会社土佐佐賀産直出荷組合	代表取締役社長
		森岡 克司		国立大学法人高知大学農林海洋科学部	教授
		山下 英		高知県水産物産地買受人連絡協議会	会長
		山本 力		有限会社タカシン水産	代表取締役

※「委員会委員等」…◎:フォローアップ委員会委員

※()は委員変更に伴う前任者

(敬称略 部会毎に五十音順)

部会	部会長	氏名	フォローアップ 委員	所属及び役職	備考	
商工業	部会長	青木 章泰	◎	高知県商工会議所連合会	会頭	
		石原 文子		高知県商工会議所女性会連合会	会長	
		小笠原 妙子		大豊町商工会	会長	
		加藤 稔		一般社団法人高知県情報産業協会	会長	
		中川 香代		国立大学法人高知大学 教育研究部人文社会科学系人文社会科学部門	教授	
		中島 和代		なかじま企画事務所	代表者	
		那須 清吾	◎	公立大学法人高知工科大学	学長特別補佐	
		広末 幸彦		高知県商店街振興組合連合会	理事長	
		弥勒 美彦		公益社団法人高知県貿易協会	会長	
		森澤 正博		一般社団法人高知県製紙工業会	会長	
		安岡 寛道		株式会社野村総合研究所コンサルティング事業本部 ICT・メディア産業コンサルティング部	プリンシパル	
		山崎 道生	◎	一般社団法人高知県工業会	会長	
		吉村 哲也		高知県商工会連合会	会長	

部会	部会長	氏名	フォローアップ 委員	所属及び役職	備考	
観光	部会長	赤池 慎吾		国立大学法人高知大学地域連携推進センター	准教授	
		岩村 大志		物部川DMO協議会	会長	
		岡内 啓明	◎	公益財団法人高知県観光コンベンション協会	顧問	
		片岡 万知雄		一般社団法人高知県バス協会	会長	
		北古味 潤		高知ファイティングドッグス球団株式会社	取締役副社長	
		小松 昭二	◎	高知県旅館ホテル生活衛生同業組合	副理事長	
		眞田 直也	◎	日本旅行業協会高知地区	委員長	
		谷脇 匡晃		土佐経済同友会	観光振興委員長	
		町田 美紀		高知おせっかい協会	共同代表	
		宮村 耕資		日本旅館協会四国支部連合会高知県支部	支部長	
		渡部 淳		高知県立高知城歴史博物館	館長	

※「委員会委員等」…◎:フォローアップ委員会委員

※()は委員変更に伴う前任者

高知県産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱

(設置)

第1条 県経済に活力を取り戻し、将来に一層の希望を持って暮らすことのできる高知県づくりを目指して、官民協働で実行する高知県産業振興計画（以下「産業振興計画」という。）及び高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下「総合戦略」という。）の検証等を行い、より効果的かつ実効性あるものとするため、高知県産業振興計画フォローアップ委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 産業振興計画の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討に関すること。
- (2) 総合戦略の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討に関すること。
- (3) その他委員会の目的を達成するために必要な事項に関すること。

(委員及び組織)

第3条 委員会の委員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。

- (1) 農業、林業、水産業、商工業、観光に関する団体の代表者
 - (2) 地方銀行の代表者
 - (3) 有識者
 - (4) 市町村長の代表者
 - (5) その他知事が必要と認める者
- 2 委員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の3月31日までとする。
 - 3 委員会に委員長1名及び副委員長2名を置き、委員の互選により定める。
 - 4 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。
 - 5 副委員長は、委員長を助け、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。
 - 6 委員長は、必要があると認めるときは委員以外の関係者の出席を求め、資料の提出、意見の表明、説明その他の協力を求めることができる。

(会議)

第4条 委員会の会議（以下「委員会議」という。）は、委員長が招集し、委員長が議長となる。ただし、委員長及び副委員長が選任される前に招集される委員会議については、知事が招集することができる。

- 2 委員会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。

- 3 委員会議は公開とする。ただし、委員会において特に必要があると認めるときは、非公開とすることができる。
- 4 第3条第1項に定める委員が委員会議を欠席する場合、委員長は当該委員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、委員長及び副委員長が選任される前に招集される委員会議は、第3条第1項に定める委員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

(専門部会)

第5条 産業振興計画の産業成長戦略の実行に関し、専門分野の成長戦略について必要なフォローアップを行うため、委員会に次の各号に定める専門部会を設置する。

- (1) 農業部会
- (2) 林業部会
- (3) 水産部会
- (4) 商工業部会
- (5) 観光部会

2 各専門部会の部会員は、委員会の委員及び次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱又は任命する。

- (1) 学識経験者
- (2) 地域活性化の実践的な活動に実績を有する者
- (3) 商工業、観光に関する実務に識見を有する者

3 部会員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の3月31日までとする。

4 専門部会に部会長を置き、部会員の互選により定める。

5 専門部会の会議は、部会長が必要に応じて招集し、部会長が議長となる。ただし、部会長が選任される前に招集される専門部会の会議については、知事が招集することができる。

6 第2項に定める部会員が専門部会の会議を欠席する場合、部会長は当該部会員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、部会長が選任される前に招集される専門部会の会議は、第2項に定める部会員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

7 専門部会の事務局は、当該分野を所管する部の主管課に置く。

第6条 削除

(地域アクションプランフォローアップ会議)

第7条 産業振興計画の地域アクションプランの実行に関し、必要なフォローアップを行うため、地域アクションプランフォローアップ会議（以下「フォローアップ会議」という。）を設置する。

2 フォローアップ会議の名称及びそれぞれの対象地域は、次の表に定めるとおりとする。

名称	対象地域
安芸地域アクションプラン フォローアップ会議	室戸市 安芸市 東洋町 奈半利町 田野町 安田町 北川村 馬路村 芸西村
物部川地域アクションプラン フォローアップ会議	南国市 香南市 香美市
高知市地域アクションプラン フォローアップ会議	高知市
嶺北地域アクションプラン フォローアップ会議	本山町 大豊町 土佐町 大川村
仁淀川地域アクションプラン フォローアップ会議	土佐市 いの町 仁淀川町 佐川町 越知町 日高村
高幡地域アクションプラン フォローアップ会議	須崎市 中土佐町 檜原町 津野町 四万十町
幡多地域アクションプラン フォローアップ会議	宿毛市 土佐清水市 四万十市 大月町 三原村 黒潮町

3 各フォローアップ会議の委員（以下「会議委員」という。）は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。

- (1) 市町村長
- (2) 農業、林業、水産業、商工業、観光に関する団体の代表者
- (3) その他知事が必要と認める者

4 会議委員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の翌年度の3月31日までとする。ただし、会議委員の交代又は増員による場合は、他の会議委員の残任期と同じとする。

5 フォローアップ会議に座長を置き、会議委員の互選により定める。

6 フォローアップ会議の会合は、座長が必要に応じて招集し、座長が議長となる。ただし、座長が選任される前に招集されるフォローアップ会議については、知事が招集することができる。

7 第3項に定める会議委員がフォローアップ会議を欠席する場合、座長は当該会議委員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、座長が選任される前に招集されるフォローアップ会議は、第3項に定める会議委員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

8 フォローアップ会議の事務局は、対象地域に設置する産業振興推進地域本部に置く。

（事務局）

第8条 委員会の事務局は、産業振興推進部計画推進課に置く。

（雑則）

第9条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この要綱は、平成22年5月7日から施行する。

附 則

この要綱は、平成24年7月13日から施行する。

附 則

この要綱は、平成26年7月18日から施行する。

附 則

この要綱は、平成27年7月9日から施行する。

附 則

この要綱は、平成28年7月26日から施行する。

附 則

この要綱は、平成30年4月1日から施行する。

附 則

この要綱は、平成31年4月1日から施行する。

変わろう・変えよう・産業と暮らし
第3期高知県産業振興計画 ver.4
～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《総論・産業成長戦略》

平成31年3月
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 088-823-9049

FAX 088-823-9255

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

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