

変わろう・変えよう・産業と暮らし
第5期高知県産業振興計画

～ 高知の未来を切り拓き、持続的な経済成長へ ～

《 産業成長戦略 》



令和6年3月

高 知 県



【産業成長戦略】

I	専門分野の成長戦略	
1	農業分野	1
2	林業分野	25
3	水産業分野	37
4	商工業分野	57
5	観光分野	79
6	その他の分野	91
II	産業間の連携戦略	
1	関西圏との経済連携の強化	99
2	地産外商戦略の推進	123
3	起業や新事業展開の促進	131
4	移住の促進	137
III	次世代産業創造プロジェクト	143

<付属資料>

I	用語の解説	152
---	-------	-----

<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	160
2	産業振興計画フォローアップ委員会の構成等	172
(1)	フォローアップ委員会	172
(2)	専門部会	173
(3)	産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱	175

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

高齢化の進行等により農家戸数が減少する中、生産性の向上や販路の開拓、担い手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、令和4年の農業産出額等は1,081億円と、産業振興計画がスタートした平成20年から5.4%増加しています。

具体的な取り組みとして、生産面では、オランダから学んだ環境制御技術を本県の生産条件に適合させた「次世代型こうち新施設園芸システム」にIoTやAI技術を組み合わせ、更なる増収、省力化等を目指す「Next次世代型こうち新施設園芸システム」の開発と普及を進めています。

中山間地域では、集落営農組織等の県内への拡大や農村型地域運営組織（農村RMO）の形成推進により、中山間地域の農業・農村を支える仕組みづくりを進めています。

流通・販売面では、卸売市場等とのさらなる関係強化による営業力の強化や県産青果物のトップセールス等、特に関西圏を中心に県産農畜産物の販売拡大に取り組んでいます。

さらに、担い手の確保では、産地提案型の担い手確保対策の県内への普及等の取り組みにより、新規就農者の確保につなげるとともに、労働力の確保に向けて、農福連携やJA無料職業紹介所と連携した取り組み等を進めています。

この他、基盤整備の推進と農地の確保の取り組みでは、地域計画の策定支援等により新規就農や規模拡大する担い手への農地の集積・集約等に取り組んでいます。

② 第5期計画の取り組み

第5期計画では、「生産性の向上と持続可能な生産方式の両立により所得が確保され、いきいきと農業ができる環境が確立されている」ことや「多様な農業人材が農業生産や生産基盤の維持・保全活動に参画し、中山間地域の農業・農村が守られている」ことを目指し、次の5つを戦略の柱として、引き続き取り組みます。

柱1 生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化

IoTクラウド「SAWACHI」を核としたIoTプロジェクトを推進するとともに、クラウドに蓄積されるデータを活用したデータ駆動型営農支援の強化により、農業のデジタル化を推進し、生産性と収益性の向上に取り組みます。

また、「みどりの食料システム戦略」に基づき、有機農業の推進や省エネ技術の導入等により、農業のグリーン化を推進し、持続可能な農業への転換に取り組みます。

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

集落営農組織や農地の受け皿となる法人、農村RMO等、多様な農業人材の確保・育成により、中山間地域に適した品目の生産振興や農業の多面的機能の保持に取り組みます。

柱3 流通・販売の支援強化

関西圏で成果が出てきている卸売市場等との連携による販売強化を横展開し、大都市圏での量販店フェアの強化等により県産農畜産物のさらなる販売額向上に取り組みます。また、青果物・ユズ果汁・花きの輸出の強化等、国外市場へのさらなる販路拡大にも取り組めます。

柱4 多様な担い手の確保・育成

産地提案型担い手確保対策を一層強化するとともに、新たに若者・女性への就農支援の強化を位置づけ、若者・女性向け農業体験・研修の強化や働きやすい環境整備への支援等により、若年層の担い手確保に取り組めます。

柱5 農業全体をけん引する基盤整備の推進と優良農地の確保

令和6年度までに県内259地区で地域計画を策定し、10年後の農地を誰に引き継ぎ、地域の農業をどのように維持・発展させていくのかを明確化します。また、地域計画をもとに、基盤整備により優良農地を確保し、担い手への農地集積に取り組めます。

目指す姿

○生産性の向上と持続可能な生産方式の両立により所得が確保され、いきいきと農業ができる環境が確立されている
○多様な農業人材が農業生産や生産基盤の維持・保全活動に参画し、中山間地域の農業・農村が守られている

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 (R4) 1,081億円 ⇒ 4年後 (R9) 1,224億円 ⇒ 10年後 (R15) 1,248億円

農業生産量 (野菜主要11品目)

出発点 (R4) 12.9万 t ⇒ 4年後 (R9) 14.1万 t ⇒ 10年後 (R15) 14.6万 t

柱1 生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化

(1) Next次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

- ①IoTプロジェクトの推進
- ②データ駆動型農業による営農支援の強化
- ③園芸産地の生産基盤強化
- ④地元と協働した企業の農業参入の推進



(2) 農業のグリーン化の推進

- ①有機農業の推進
- ②堆肥の利用促進
- ③IPM技術の普及拡大
- ④施設園芸における省エネルギー対策
- ⑤みどりの食料システム戦略の推進にかかる技術開発
- ⑥稲WCSの生産拡大

(3) 園芸品目別総合支援

- ①野菜の生産振興
- ②特産果樹の生産振興
- ③花きの生産振興
- ④大規模露地園芸の推進

point

デジタル化でもっと楽しくもっと楽に！もっと儲かる！農業へ



データ駆動型による営農指導 (普及指導員・JA営農指導員)

(4) 水田農業の振興

- ①主食用米の生産振興
- ②酒米の生産振興
- ③水田の有効活用に向けた有望品目への転換

(5) スマート農業の普及推進

- ①スマート農業の実証と実装支援

(6) 畜産の振興

- ①土佐あかしに加えて土佐黒牛のブランド化の推進
- ②肉用牛、養豚の生産基盤強化と生産性向上
- ③土佐ジロー、土佐はちきん地鶏の生産と加工販売体制の強化
- ④酪農における生乳生産能力の向上
- ⑤飼料価格高騰の影響を受けにくい畜産への構造転換
- ⑥稲WCSの生産拡大 (再掲)
- ⑦食肉センターの整備

(7) 6次産業化の推進

- ①新規事業者の掘り起こしと売れる商品づくり

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

(1) 集落営農組織の拡大と農地の受け皿となる法人の育成

- ①集落営農の推進
- ②農地の受け皿となる法人の育成

(2) 組織間連携の推進と地域の中核組織の育成

- ①農村型地域運営組織 (農村RMO) の推進

point 多様な農業人材・組織等により中山間地域の農業を守る



(3) 中山間に適した農産物等の生産

- ①土佐茶の生産振興と販売・消費拡大
- ②野菜の生産振興 (再掲)
- ③特産果樹の生産振興 (再掲)
- ④花きの生産振興 (再掲)
- ⑤大規模露地園芸の推進 (再掲)

柱5 農業全体をけん引する基盤整備の推進と優良農地の確保

point

企業参入や規模拡大に必要な大規模な農地を創出



point 地域計画に基づき担い手へ農地集積



(1) 地域計画の着実な推進

- ①まとまった優良農地の確保に向けた基盤整備の推進
- ②迅速かつきめ細かな優良農地の確保に向けた基盤整備の推進
- ③担い手への農地集積の加速化
- ④園芸団地の整備促進

(2) 基盤整備の推進

- ①まとまった優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 (再掲)
- ②迅速かつきめ細かな優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 (再掲)

(3) 農地の確保

- ①担い手への農地集積の加速化 (再掲)
- ②園芸団地の整備促進 (再掲)

(4) 日本型直接支払制度の推進

- ①中山間地域等直接支払制度の推進
- ②多面的機能支払制度の推進

point

中山間地域の条件の悪い農地をほ場整備で優良農地へ



point

まとまった農地での生産により物量を確保し有利販売へ



柱3 流通・販売の支援強化

(1) 「園芸王国高知」を支える市場流通のさらなる発展

- ①卸売市場と連携した販売拡大
- ②産地を支える集出荷システム構築への支援

(2) 直接取引等多様な流通の強化

- ①「とさのさと」を活用した県産農産物の地産外商の強化
- ②園芸品・米・茶・畜産物のブランド力の強化と総合的な販売PR

(3) 関西圏における県産農畜産物の販売拡大

- ①卸売市場関係者との連携強化による県産青果物の販売拡大

point 大都市圏での量販店フェア強化等により販売額をUP



柱4 多様な担い手の確保・育成

(1) 産地を支える新規就農者の確保・育成

- ①産地提案型による自営就農者への就農支援の強化
- ②雇用就農者への就農支援の強化
- ③畜産の担い手確保の推進

(2) 若者・女性への就農支援の強化

- ①農業の魅力の発信強化
- ②若者・女性向け農業体験・研修の強化
- ③仕事と家事、子育て等を両立できる意識改革の推進
- ④仕事と家事、子育て等を両立できる労働体制の整備
- ⑤女性が働きやすい環境整備への支援
- ⑥産地提案型による自営就農者への就農支援の強化 (再掲)
- ⑦雇用就農者への就農支援の強化 (再掲)

(3) 労働力の確保

- ①JA無料職業紹介所と連携した労働力の確保
- ②農福連携の推進
- ③外国人材の受け入れ支援
- ④仕事と家事、子育て等を両立できる労働体制の整備 (再掲)

(4) 家族経営体の強化及び法人経営体の育成

- ①認定農業者の育成支援
- ②家族経営体の経営発展に向けた支援
- ③法人経営体への誘導と経営発展への支援

生産増 ▶ 所得向上 ▶ 担い手増の好循環を創出！

point

働きやすい環境整備により農業が女性・若者から選ばれる仕事へ



(4) 農畜産物のさらなる輸出拡大

- ①品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大
- ②輸出に意欲的な産地への支援強化

point 品目別輸出戦略に基づき販路を拡大



各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

農業産出額等

出発点(R4):1,081億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:1,224億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:1,248億円

(第4期計画目標(R5):1,221億円)

農業生産量

野菜主要11品目 出発点(R4):12.9万t ⇒ 4年後(R9)の目標:14.1万t ⇒ 10年後(R15)の目標:14.6万t

(第4期計画目標(R5):13.6万t)

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 生産力の向上と 持続可能な農業による 産地の強化	1 構造転換型 2 地域産業スケールアップ型 4 課題解決型	野菜主要7品目の生産量(年間)	継続	10.3万t (R4)	11.0万t	11.4万t	○
		果樹主要2品目の生産量(年間)	継続	2.06万t (R4)	2.45万t	2.41万t	
		花き主要3品目の生産量(年間)	継続	1,634万本 (R4)	2,020万本	1,518万本	
		次世代型ハウスの整備面積(累計)	継続	84.2ha (H27~R4)	120ha	135ha	
		肉用牛飼養頭数(年間)	継続	6,020頭 (R4)	7,333頭	6,341頭	
		稲WCSの作付面積(年間)	新規	284ha (R4)	-	354ha	
		有機農業の取組面積(年間)	新規	146ha (R4)	-	271ha	○
		堆肥(家畜ふん・馬ふん)の利用量(年間)	新規	32,251t <small>(家畜ふんR2、馬ふんR5)</small>	-	36,114t	
		1経営体あたりの生産農業所得(付加価値額)(年間)	新規	320万円 (R4)	-	390万円	
2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築	1 構造転換型 4 課題解決型	農地の受け皿となる法人数(累計)	新規	53法人 (R4)	-	65法人	
		スマート農業の実装面積(ショウガでのドローン防除面積)(年間)	新規	1.8ha (R4)	-	150ha	
3 流通・販売の支援強化	2 地域産業スケールアップ型 3 グローバル展開型	市場流通を中心としたJA販売額(年間)	新規	602億円 (R5) ※R4.9~R5.8	-	650億円	○
		直接取引等多様な流通による外商額(年間)	継続	3.9億円 (R4)	6.0億円	6.5億円	
		農畜産物の輸出額(年間)	継続	9.0億円 (R4)	8.6億円	10億円	

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
4 多様な担い手の 確保・育成	5 人材起点型	新規就農者数(年間)	継続	214人 (R4)	320人	320人	○
		うち女性新規就農者数(年間)	新規	52人 (R4)	—	100人	○
		うち若年(15～34歳)女性新規就農者数(年間)	新規	16人 (R4)	—	50人	○
		うち雇用就農者数(年間)	新規	82人 (R4)	—	120人	○
		認定農業者(新規認定者数)(年間)	新規	121経営体 (R4)	—	150経営体	
		新規農業法人数(年間)	新規	7法人 (R4)	—	16法人	
5 農業全体をけん 引する基盤整備の推 進と優良農地の確保	5 人材起点型	ほ場整備の実施面積(累計)	継続	69.5ha (H2～R4)	239.8ha	303.4ha	
		きめ細かな基盤整備の実施地区(累計)	新規	—	—	40地区	
		担い手への農地集積面積(年間)	新規	9,183ha (R4)	—	10,700ha	○

分野	農業
各産業分野の取り組みの柱	生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	<p>野菜主要7品目の生産量(年間) <冬春ナス、冬春ピーマン、冬春シントウ、冬春キュウリ、ニラ、ミョウガ、冬春トマト></p> <p>【モニタリング方法】 ・年次データは、農林水産省「野菜生産出荷統計」を確認 ・四半期データは、JA高知県「園芸販売取扱速報」を確認</p>	10.3万t (R4)	10.3万t (R4)	11.4万t (R9)	<p>1 IoTプロジェクトの推進 ・データ連携基盤「IoTクラウドSAWACHI」の本格運用を開始(R4.9～) ・IoTクラウド利用農家数(R5) 環境・画像データの利用農家数:601戸 出荷・気象データの利用農家数:1,177戸 データ収集農家数:2,593戸</p> <p>2 データ駆動型農業の推進 ①データ駆動型農業による営農支援の強化 ・データ分析ができる指導員の育成:69名(R5) ・データ駆動型農業による営農支援者数:1,742人(R5) ②データ駆動型農業の実践支援 ・現地実証等を活用した成功事例づくり 実証ほ等の設置:5カ所 (R3～R5) 環境モニタリング機器の設置:96カ所(R3～R5) データ分析結果を返すためのフィードバックシート作成数:11画面(～R5) データ共有グループ数:27グループ161名(R5)</p>	<p>1 IoTプロジェクトの推進 ・IoTクラウド利用農家数のさらなる拡大 ・IoTクラウドのさらなる利便性の向上 ・栽培・経営改善を支援するAIエンジンの開発</p> <p>2 データ駆動型農業による営農支援の強化 ・データ分析ができる技術指導員の更なる育成 ・現場での指導経験の少ない職員への指導力向上 ・増収や経営改善につながる産地単位の成功事例づくりと他産地への横展開</p>	<p>1 IoTプロジェクトの推進 ①クラウド利用農家数の拡大と既登録者へのサポートの強化【R6～R9】 ・JA品目部会での説明やJA購買窓口での個別説明などで周知の機会を増加 ・補助事業の拡充によるIoTクラウド利用農家数と環境測定装置導入農家数の拡大 ②IoTクラウドの利便性の向上【R6～R8】 ・病害予測情報画面の構築及びSAWACHIの既存画面の改修など ③AIエンジンの開発 ・生理生態情報を基に生育予測、収量、収穫時期を予測する営農支援AIの開発【R7】 ・栽培に必要な経費をシミュレーションし、経営収支を改善する収益改善AIの開発【R8】 ・営農支援AIや収益改善AIを活用したトップ層に対する経営改善支援【R7～R9】</p> <p>2 データ駆動型農業による営農支援の強化 ①データ駆動型農業を普及する指導体制の強化【R6～R9】 ・指導力向上のための研修強化により指導技術の高い指導員を育成 ②データ駆動型農業の導入で成果の上がった事例の横展開【R6～R9】 ・農家に寄り添った営農支援により各地での成功事例づくりを強化 ・品目別担当者等を通じた成功事例の共有や課題解決に向けた連携強化 ③農家の生産技術レベルに応じたデータ駆動型農業の実践と拡大【R6～R9】</p> <p>⇒ 別図<農01>参照(P17)</p>
2	<p>果樹主要2品目の生産量(年間) <ユズ、ブタン></p> <p>【モニタリング方法】 各農業振興センターが調査する「園芸品目の統計調査」を確認</p>	2.06万t (R4)	2.06万t (R4)	2.41万t (R9)	<p>1 特産果樹の生産振興 ①県域協議会による生産販売活動支援 ・(ユズ協)優良苗木生産のための県選別系統種木の生産体制支援(母樹数):R1:56樹→R5:64樹 ・(文旦協)県域の検討会の開催による栽培技術の底上げ:R1:2.6 t/10a→R5:2.7 t/10a ②ユズの新植推進 ・果樹経営支援対策事業の活用推進事業活用によるユズの新植面積:R4:5.8ha→R5:7.3ha ③新規栽培者への技術支援 ・ユズWeb学習コンテンツの運用開始 利用農家数:R4:0名→R5:48名</p>	<p>1 特産果樹の生産振興 ①栽培面積の維持拡大 ・優良園地の担い手への流動化 ・水田跡等への新植推進による作業の効率化</p> <p>②反収の増加 ・技術指導による栽培管理の向上 ・平坦地での栽培による作業の効率化 ・新規栽培者の確保・育成による産地の若返り ・スマート農機の導入による省力化 ・データ駆動型農業の推進</p>	<p>1 特産果樹の生産振興 ①栽培面積の維持拡大 ○各産地における園地流動化の仕組みづくり【R6～R9】 ・県東部のユズでの優良事例を県域へ波及 ・園地情報の収集と関係機関での情報共有 ・地域計画と連携し、園地台帳を効率的な手法で整備 ○水田跡等への新植推進による作業の効率化 ・果樹経営支援対策事業の活用による水田跡等への新植推進【R6～R9】 ・農地耕作条件改善事業の活用によるユズ、温州みかんの圃場整備の推進【R6】 ・平坦地での栽培による作業の効率化【R6～R9】</p> <p>②反収の増加 ○技術指導による栽培管理の向上【R6～R9】 ・部会や県域での講習会や交流会による技術の高位標準化 ・ユズでの兼業農家や定年就農者等、幅広い対象への技術指導 ・平坦地での栽培による作業の効率化(再掲) ・新規栽培者の確保、育成による産地の若返り【R6～R9】 ・研修事業、地域おこし協力隊制度との連携【R6～R9】 ・研修受け入れ農家の負担軽減の仕組みづくり【R6～R7】 ○スマート農機の導入【R6～R9】 ・ドローン防除やリモコン草刈り機等の普及 ○データ駆動型農業の推進 ・ブタンや温州みかんでの土壌水分データを活用したかん水等の実証【R6～R8】</p>

分野	農業
各産業分野の取り組みの柱	生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
3	<p>花き主要3品目の生産量(年間) ＜ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ＞</p> <p>【モニタリング方法】 ・年次データは、「高知県の園芸」を確認 ・四半期データは、JA高知県「園芸販売取扱速報」を確認</p>	1,634万本 (R4)	1,634万本 (R4)	1,518万本 (R9)	<p>1 花きの生産振興</p> <p>①データ駆動型農業の推進 ・データを活用し、指導した農家数(ユリ): 12戸(R5)</p> <p>②高品質安定生産技術の開発・確立 ・トルコギキョウの土壌病害対策の推進 低濃度エタノール土壌還元処理: 9戸(R5)</p> <p>③有望品種の探索及びオリジナル品種育成、効率的な増殖技術 ・グロリオサ県育成有望品種「オレンジハート」の生産拡大 R1: 3.4万本→R5: 5.3万本</p>	<p>1 花きの生産振興</p> <p>①データ駆動型農業の推進 ・花きにおけるデータ活用の手法や効果が未確立</p> <p>②中山間地域の花き生産拡大 ・気象変動(特に高温対策技術)対策</p> <p>③消費者・実需者ニーズに対応した新品種の導入支援 ・需要の変化や為替や経費高騰で収益性が悪化している品目の対策 ・新規就農者が少ないため、他品目栽培者や兼業・定年帰農者の獲得</p> <p>④県域組織の活動活性化 ・コロナ禍で組織活動や産地間交流機会の減少</p>	<p>1 花きの生産振興</p> <p>①データ駆動型農業の推進【R6～R9】 ・積算温度や蓄肥大等のデータを活用した、物日や目標とする時期への定時出荷精度の向上 ・温湿度や日射制御による生理障害回避や秀品率の向上</p> <p>②中山間地域の花き生産拡大 ・夏秋作の高温対策技術の確立【R6～R7】 ・需要期出荷に向けた作型の改善【R6～R9】</p> <p>③消費者・実需者ニーズに対応した新品種の導入支援 ・オリジナル品種の生産拡大及び新品種の品種登録支援【R6～R9】</p> <p>④県域組織の活動活性化【R6～R9】 ・既存組織(高知県リリーズファミリー、グロリオサ県育成品種研究会)の活動強化</p>
4	<p>次世代型ハウスの整備面積(累計)</p> <p>【モニタリング方法】 ・四半期毎に事業申請状況を確認</p>	84.2ha (H27～R4)	84.2ha (H27～R4)	135ha (H27～R9)	<p>1 園芸産地の生産基盤強化</p> <p>①環境制御装置を標準装備した次世代型ハウスの整備支援 ・資材費高騰により農家の投資意欲が減退 ・次世代型ハウス整備面積: 443棟90.4ha(H27～R5) ・ハウス業者が提案する低コストモデルハウスの整備: 3棟(R4～R5)</p> <p>2 地元と協働した企業の農業参入の推進 ・参入企業: 12社16.5ha(H27～R5) ・企業参入のための園芸用農地の確保 園芸団地候補地: 4地区 ・立地企業へのアフターフォロー 参入企業が他市町村で規模拡大: 日高村 2.1ha+南国市 1.1ha(R4)</p>	<p>1 園芸産地の生産基盤強化</p> <p>①次世代型ハウスの整備支援 ・資材費高騰により農家の投資意欲が減退 ・国費事業の活用による計画的なハウス整備の推進 ・ハウス整備のコスト低減に向けた検討と情報共有 ・既存ハウスの高度化</p> <p>2 地元と協働した企業の農業参入の推進 ・参入相談のあった企業の要望(条件)に合う情報(農地等)が不足 ・近年、新たな企業参入が進んでいない ・まとまった園芸用農地の確保及びリスト化が必要</p>	<p>1 園芸産地の生産基盤強化</p> <p>①次世代型ハウスの整備支援 ・JA品目部会等での事業説明会の実施による国費事業の活用推進【R6～R9】 ・ハウス整備に係るコスト低減策に関する関係機関や施工業者との検討会の開催【R6】 ・低コストモデルハウスの検証結果の周知【R6～R7】 ・既存ハウスのリノベーション(高度化)に向けた支援【R6～R9】</p> <p>2 地元と協働した企業の農業参入の推進【R6～R9】 ・ワンストップ窓口による相談対応 ・地域計画の策定を踏まえた企業参入のための用地確保対策の強化 ・参入意向のある企業の掘り起こし</p>

分野	農業
各産業分野の取り組みの柱	生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)						
5	肉用牛飼養頭数(年間) 【モニタリング方法】 ・畜産振興課「家畜頭羽数調査」による	6,020頭 (R4)	6,020頭 (R4)	6,341頭 (R9)	<p>1 肉用牛の生産基盤の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ①畜舎整備への支援 <ul style="list-style-type: none"> ・レンタル畜舎施設整備事業による畜舎整備10戸(R1-R5) ②肉用牛導入に必要な資金の供給 <ul style="list-style-type: none"> ・基金造成7市町村470頭(R1-R5) <p>2 肉用牛の生産性の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ①受精卵移植による土佐あかうし増頭(県内酪農家との連携) ②発情発見装置などIoTシステムの普及 <p>3 土佐あかうしに加えて土佐黒牛のブランド化の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・TRB規格による枝肉価格の向上 <p>※飼育頭数(H30→R4)</p> <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>土佐あかうし</td> <td>2,399頭→2,434頭</td> </tr> <tr> <td>土佐和牛(黒牛)</td> <td>2,628頭→2,696頭</td> </tr> <tr> <td>ほか肉用牛</td> <td>959頭→890頭</td> </tr> </table> <p>⇒急激な飼料価格高騰より肥育農家・繁殖農家の経営が悪化し肉用牛生産基盤の弱体化が懸念</p> <p>4 飼料価格高騰等の影響を受けにくい畜産への構造転換</p> <ul style="list-style-type: none"> ・園芸で成果を挙げている専門家を活用した労働生産性向上の取組手法(カイゼンの取組)についてモデル農家での実施→11農場(うち肉用牛4農場)(R5) 	土佐あかうし	2,399頭→2,434頭	土佐和牛(黒牛)	2,628頭→2,696頭	ほか肉用牛	959頭→890頭	<p>1 肉用牛の生産基盤の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・畜産業においてトイレ、シャワー室、更衣室等の労働環境が整備されておらず、特に女性が働きにくい環境となっていることから、今後の担い手確保に懸念 <p>2 肉用牛の生産性の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・IoTシステムの導入にあたっては、特に費用対効果を理由に中山間の小頭数飼い農家で普及が進まない状況 <p>3 土佐あかうしに加えて土佐黒牛のブランド化の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・物価上昇に伴う消費者の節約志向により、全国的に和牛肉の需要が低迷し、土佐和牛(黒毛)の枝肉価格も低迷 <p>4 飼料価格高騰等の影響を受けにくい畜産への構造転換</p> <ul style="list-style-type: none"> ・稲WCSの利用拡大による飼料コストの低減や、カイゼンの取組による労働生産性向上により、収益性の向上を図る必要 	<p>1 肉用牛の生産基盤の強化【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①畜舎整備への支援の充実 <ul style="list-style-type: none"> ・トイレ、シャワー室、更衣室等の付帯設備の整備を支援、女性も働きやすい労働環境を整備 ②肉用牛導入に必要な資金の供給の継続(土佐和牛経営安定基金) <p>2 肉用牛の生産性の向上【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①受精卵移植により生産された土佐あかうしの生産計画の達成 <ul style="list-style-type: none"> ・年間100頭の子牛生産を継続 ②発情発見装置や分娩監視装置などIoT機器の導入支援や遠隔診療による生産性向上 <ul style="list-style-type: none"> ・特に中山間、小頭数飼い農家への普及を支援 <p>3 土佐あかうしに加えて土佐黒牛のブランド化の推進【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①「土佐あかうし」ブランド化の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・TRB規格による肉質・価格の底上げ ②土佐和牛のうち黒毛を「土佐黒牛」として新たにブランド化を推進 <ul style="list-style-type: none"> ・A4以上に格付された土佐和牛(黒毛)の付加価値化に取り組む <p>4 飼料価格高騰等の影響を受けにくい畜産への構造転換【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①稲WCSの生産拡大や広域流通に向けた取組への支援(稲WCS作付面積 R4:284ha→R9:354ha) ②労働生産性向上への取組(カイゼンの取組)の継続 <ul style="list-style-type: none"> ・モデル農家での取組を県内全体へ波及
土佐あかうし	2,399頭→2,434頭												
土佐和牛(黒牛)	2,628頭→2,696頭												
ほか肉用牛	959頭→890頭												
6	稲WCSの作付面積(年間) 【モニタリング方法】 ・水田活用直接支払交付金対象面積の集計による	284ha (R4)	284ha (R4)	354ha (R9)	<p>1 稲WCSの生産拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ①稲WCSの生産拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・生産者の生産実証、生産面積拡大 ・稲発酵粗飼料利用促進事業(～R4) <ul style="list-style-type: none"> →生産体制の確立支援 ・収穫機械等の導入支援 ②稲WCSの利用促進 <ul style="list-style-type: none"> ・畜産農家の利用促進 ・WCS給与技术の支援、飼料分析 ※稲WCS作付面積 <ul style="list-style-type: none"> H30:228ha→R4:284ha ⇒飼料価格高騰による稲WCSの需要の高まり ③平野部と中山間地域でマッチング検討 <ul style="list-style-type: none"> ・稲発酵粗飼料増産促進事業(R5～) <ul style="list-style-type: none"> →生産拡大や広域流通に向けた取組への支援 	<p>1 稲WCSの生産拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ①稲WCSの生産拡大、②稲WCSの利用促進 <ul style="list-style-type: none"> ・需要が高まっている稲WCSの需要量を把握し、計画的に生産拡大に繋げる必要 ③広域流通の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・地域をまたいだ稲WCSの広域流通を円滑に推進し、需要に見合った生産面積の拡大に繋げるため、耕畜連携協議会を設置し取組を支援する必要 	<p>1 稲WCSの生産拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ①稲WCSの生産拡大【R6～R9】 <ul style="list-style-type: none"> ・畜産クラスター事業(国)やこうち農業確立総合支援事業等を活用した専用収穫機械等導入への支援 ・稲発酵粗飼料増産促進事業による、地域協議会が行う取組を支援 <ul style="list-style-type: none"> →オペレーターの育成支援(先進地での実施研修等) →耕種農家が負担する収穫作業や機械運搬の経費負担の軽減 →専用品種の作付推進(先進地への視察研修、実地実証等) ②稲WCSの利用促進【R6～R9】 <ul style="list-style-type: none"> ・輸入粗飼料から国産粗飼料への転換を推進 <ul style="list-style-type: none"> →稲WCSの利用促進による飼料価格高騰等の影響を受けにくい畜産への構造転換 ③広域流通の推進【R6～R9】 <ul style="list-style-type: none"> ・稲発酵粗飼料増産促進事業による遠隔地への供給体制の確立支援 <ul style="list-style-type: none"> →東部地域、嶺北地域・南国市、橘原地域・四万十町でのロール運搬経費の負担軽減 						

分野	農業
各産業分野の取り組みの柱	生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標(R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容(R6～R9)
7	有機農業の取組面積(年間) 【モニタリング方法】 農業振興センターに有機JAS面積を、市町村に環境直払い取組面積をそれぞれ確認し集計(年次)	146ha(R4)	146ha(R4)	271ha(R9)	<p>1 有機農業の推進</p> <p>①推進体制の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有機農業指導員の育成:2名(R4)、5名(R5) ・県域検討会及び地域協議会の設置:21市町村(R5) <p>②有機農業の啓発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講演会、販促会の開催支援:6回(R4～R5) <p>③有機農業の実態、要望等の把握</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有機栽培土壌調査の実施:36圃場(R2) ・有機農業者へのアンケート調査の実施:2回(R4) ・県民世論調査の実施:1回(R4) <p>④栽培技術の向上支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有機農業研修会の開催:1回・55名(R4)、1回・46名(R5) <p>⑤産地活動への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有機JAS認証取得支援:2経営体(R4)、2経営体(R5) ・有機農業産地づくり推進事業の活用:馬路村(R5) 	<p>1 有機農業の推進</p> <p>①さらなる推進体制の強化</p> <p>②肥培管理や病害虫防除等の栽培技術の向上</p> <p>③有機農産物の販路の開拓、拡大</p> <p>④面積拡大に向けた新たな担い手の育成</p>	<p>1 有機農業の推進</p> <p>①推進体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県域の推進検討会を協議会に発展【R6】 ・有機農業指導員の育成(R6は20名を育成)【R6～R9】 ・県単事業による有機JAS認証取得支援と市町村による環境保全型農業直接支払交付金の活用支援【R6～R9】 ・市町村による有機農業産地づくり推進事業(オーガニックビレッジ宣言)の活用支援【R6～R9】 <p>②栽培技術の向上【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有機農業指導員等による栽培技術指導、有機栽培やIPM技術研修会の開催 ・栽培技術実証ほの設置(水田除草機、IPM技術、家畜ふん堆肥等) ・水稲での有機栽培層の作成、ユズでの有機栽培の横展開(水稲とユズを戦略的品目として位置づけ) ・堆肥(家畜ふん・馬ふん)の利用拡大支援 ・有機栽培技術の開発(促成ピーマン、茶等) <p>③販路の開拓、拡大【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オーガニックコーナーのある量販店や有機野菜を加工する業者とのマッチング支援 ・ユズ(有機に準ずる生産を含む)の産地拡大による輸出も含めた有利販売 ・有機農家の組織化による量と品数の確保、商談会への出展支援 ・消費者への理解促進、有機農産物のPR(オーガニックフェスタ等) <p>④担い手の育成【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農業担い手育成センターでの基礎研修の開催 ・有機農家での実践研修の実施 <p>⇒ 別図<農02>参照(P18)</p>
8	堆肥(家畜ふん・馬ふん)の利用量(年間) 【モニタリング方法】 畜産振興課と競馬組合に確認し集計(年次)	32,251t(家畜ふんR2、馬ふんR5)	32,251t(家畜ふんR2、馬ふんR5)	36,114t(R9)	<p>1 堆肥の利用促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・早期水稲における家畜ふん堆肥の連用試験の実施(H16～) ・家畜ふんたい肥マップ・堆肥供給者リストの更新(R5) ・耕畜連携(稲WCS作付)の推進:稲WCS作付面積284ha(R4) ・堆肥の利用推進資料の配付(R4) ・家畜ふん堆肥を利用した実証ほの設置:4カ所(R5) 	<p>1 堆肥の利用促進</p> <p>①推進体制の整備</p> <p>②耕畜間の連携強化</p> <p>③高品質堆肥の生産</p> <p>④利用技術の確立</p> <p>⑤散布労力の軽減</p>	<p>1 堆肥の利用促進</p> <p>①推進体制の整備【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県協議会、地域協議会(市町村、JA、農振センター、家畜保健衛生所等)での取り組み協議 <p>②耕畜間の連携強化【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「家畜ふんたい肥マップ・堆肥供給者リスト」の更新 ・堆肥利用(希望含む)農家の情報共有 ・稲WCSの作付面積の拡大 <p>③高品質堆肥の生産【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・良質な堆肥生産に向けた技術指導 ・堆肥センターにおける家畜ふんペレット化機器の導入支援 ・馬ふんの堆肥化施設の整備支援 <p>④利用技術の確立【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実証ほの設置(農振センター、担育センター) ・試験研究機関での技術開発(水稲・茶等) ・耕種農家の優良活用事例の共有 <p>⑤散布労力の軽減【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・堆肥散布機の導入支援 ・袋詰めによる広域流通や利便性の向上に向けた支援

分野	農業
各産業分野の取り組みの柱	生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
9	<p>1経営体あたりの生産農業所得(付加価値額)(年間)</p> <p>【モニタリング方法】 ・農林水産省「農業生産所得統計」を確認</p>	320万円 (R4)	320万円 (R4)	390万円 (R9)	<p>1 IoTプロジェクトの推進(再掲)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データ連携基盤「IoTクラウドSAWACHI」の本格運用を開始(R4.9～) ・IoTクラウド利用農家数(R5) 環境・画像データの利用農家数:601戸 出荷・気象データの利用農家数:1,177戸 データ収集農家数:2,593戸 <p>2 データ駆動型農業の推進(再掲)</p> <p>①データ駆動型農業による営農支援の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データ分析ができる指導員の育成:69名(R5) ・データ駆動型農業による営農支援者数:1,742人(R5) <p>②データ駆動型農業の実践支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現地実証等を活用した成功事例づくり 実証ほ等の設置:5カ所(R3～R5) 環境モニタリング機器の設置:96カ所(R3～R5) データ分析結果を返すためのフィードバックシート作成数:11画面(～R5) データ共有グループ数:27グループ161名(R5) <p>3 法人経営体への誘導と経営発展への支援</p> <p>①法人経営体への誘導</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農業経営力向上セミナーの開催 R5:77人(6回) <p>②経営発展への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農業経営・就農支援センターによる重点支援対象者への支援 R4:重点支援対象者24経営体(うち法人化を志向5経営体) 	<p>1 IoTプロジェクトの推進(再掲)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・IoTクラウド利用農家数のさらなる拡大 ・IoTクラウドのさらなる利便性の向上 ・栽培・経営改善を支援するAIエンジンの開発 <p>2 データ駆動型農業による営農支援の強化(再掲)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データ分析ができる技術指導員の更なる育成 ・現場での指導経験の少ない職員への指導力向上 ・増収や経営改善につながる産地単位の成功事例づくりと他産地への横展開 <p>3 法人経営体への誘導と経営発展への支援</p> <p>①法人経営体への誘導</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営課題が漠然とした経営相談者が多く、自ら経営の状況を把握することが必要 <p>②経営発展への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・燃油・生産資材の高騰など厳しい経営環境が続く中、自ら農業経営の改善に向けて計画的に取り組む農業者の育成が必要 	<p>1 IoTプロジェクトの推進(再掲)</p> <p>①クラウド利用農家数の拡大と既登録者へのサポートの強化【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JA品目部会での説明やJA購買窓口での個別説明などで周知の機会を増加 ・補助事業の拡充によるIoTクラウド利用農家数と環境測定装置導入農家数の拡大 <p>②IoTクラウドの利便性の向上【R6～R8】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・病害予測情報画面の構築及びSAWACHIの既存画面の改修など <p>③AIエンジンの開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生理生態情報を基に生育予測、収量、収穫時期を予測する営農支援AIの開発【R7】 ・栽培に必要な経費をシミュレーションし、経営収支を改善する収益改善AIの開発【R8】 ・営農支援AIや収益改善AIを活用したトップ層に対する経営改善支援【R7～R9】 <p>2 データ駆動型農業による営農支援の強化(再掲)</p> <p>①データ駆動型農業を普及する指導体制の強化【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・指導力向上のための研修強化により指導技術の高い指導員を育成 <p>②データ駆動型農業の導入で成果の上がった事例の横展開【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農家に寄り添った営農支援により各地での成功事例づくりを強化 ・品目別担当者等を通じた成功事例の共有や課題解決に向けた連携強化 <p>③農家の生産技術レベルに応じたデータ駆動型農業の実践と拡大【R6～R9】</p> <p>3 法人経営体への誘導と経営発展への支援</p> <p>①法人経営体への誘導【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農業経営力向上セミナーの実施 ・法人化に取り組む農業者の掘り起こし ・漠然層への資金繰り表の作成支援 <p>②経営発展への支援【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農業経営・就農支援センターの支援内容の周知と重点支援対象者の掘り起こしの強化 ・重点支援対象者への専門家派遣等による経営改善支援

分野	農業
各産業分野の取り組みの柱	中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	<p>農地の受け皿となる法人数 (累計)</p> <p>【モニタリング方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年次データは、県「集落営農組織等整理シート」を確認 ・四半期データは、農業振興センターからの活動報告により概算値を確認 	53法人 (H21～R4)	53法人 (H21～R4)	65法人 (H21～R9)	<p>1 集落営農の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・集落営農に取り組む集落の掘り起こし R2: 10地区→R2～4: 23地区 ・組織化の意識醸成・合意形成 組織化に向けた集落営農塾の開催 組織化コース R2: 19回→R4: 18回 ・集落営農組織数 H30: 224組織→R5: 223組織 うち法人数 H30: 28法人→R4: 40法人 <p>2 農地の受け皿となる法人の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・集落営農の法人化の推進と経営発展 経営発展に向けた集落営農塾の開催 ステップアップコース R2: 10回→R5: 41回 法人化コース R2: 3回→R5: 4回 法人経営コース R2: 9回→R5: 47回 	<p>1 集落営農の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・集落営農組織の育成が進まない地域が増加 県西部: 基盤整備された集落営農の意向のある地域では、ほぼ組織化できているが、基盤整備の未整備地区での組織化が進まない 県北部: 狭小な条件不利地が多く、農地の集約が難しいため組織化が進まない 県中東部: 農地の受け皿になっているのは園芸農家や大規模稲作農家であるため、組織化が進まない ・集落営農に取り組んでいる集落において、組織化の必要性について意識が共有されないことや、組織の中核となる人材が確保できないことなどにより、組織化に向けた取組を休止する地区がある <p>2 農地の受け皿となる法人の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・労力や資金面から組織の活動が作業受託に留まっているところも多く、法人化に向けた経営計画が作成できないことから法人化に進めない組織がある ・集落営農組織のように、地域の担い手が引き受けられない農地の受け皿として機能している担い手がいるが、十分な支援がない 	<p>1 集落営農の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・目指すべき将来の農地利用の姿を明確化する「地域計画」の策定を契機とした地域での話し合いにおける集落営農の組織化と法人化の推進【R6】 ・「地域計画」に位置づけ、集落営農に取り組もうとする地区や組織を対象に、法人化を視野に入れた組織化や、組織の法人化に向けた合意形成支援【R6～R9】 ・設立組織の経営安定と法人化に向けた農業用機械・施設の整備や、高収益作物の導入等に向けた支援を強化【R6】 <p>2 農地の受け皿となる法人の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・認定農業者としての集落営農法人の育成と地域計画に基づく経営規模拡大を支援【R6～R9】 ・集落営農組織の育成が進まない地域において、地域計画に位置づけられた、地域内の担い手が引き受けきれない農地を担い、営農や新規就農者の育成等の取り組みを行う法人経営体を育成【R6～R9】 ・経営の維持・拡大に向けた農業用機械・施設の整備や、デジタル技術の活用、オペレーター等の確保に向けた支援を強化【R6】 ・農地の受け皿となる法人が集まる交流の場をつくることで、規模拡大に向けた省力化事例などの情報交換を促進【R6～R9】
2	<p>スマート農業の実装面積 (ショウガでのドローン防除面積) (年間)</p> <p>【モニタリング方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境農業推進課へ提出される防除実績を集計 (年次) 	1.8ha (R4)	1.8ha (R4)	150ha (R9)	<p>1 スマート農業の実証と実装支援</p> <p>①スマート農業技術の実証支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実証の実施: 3地区 (R元)、3地区 (R2)、2地区 (R3)、2地区 (R4) <p>②スマート農業技術の周知</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実演会、セミナー等の開催: 13回 (R2)、20回 (R3)、19回 (R4)、25回 (R5) <p>③スマート農業技術の導入支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・補助事業による地域への防除用ドローン導入支援: 6機 (R2)、5機 (R3)、5機 (R4)、7機 (R5) <p>④ドローン防除拡大への環境整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農業の適用拡大試験の実施: 15剤 (R2)、2剤 (R3)、4剤 (R4) ・農業の適用拡大: 15剤 (R3～5)、ショウガ13剤、オクラ2剤 ・出先機関への防除用ドローンの導入: 3機 (R2) ・普及員等の操作技術の習得: 22名 (R2)、2名 (R3)、2名 (R4)、2名 (R5) <p>⑤ドローン防除の実装面積: 506ha (R2)、1,064ha (R3)、1,325ha (R4)、うちショウガ1.8ha、1,345ha (R5)、うちショウガ40ha</p>	<p>1 スマート農業の実証と実装支援</p> <p>①農業の適用拡大が進んだショウガでのドローン防除面積のさらなる拡大</p>	<p>1 スマート農業の実証と実装支援</p> <p>①スマート農業技術の周知【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・普及指導員による実証、実演会やセミナー等の開催による理解・認知度の向上 ・普及指導員による農業支援サービス事業者とのマッチング推進 <p>②スマート農業技術の導入支援【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・補助事業の拡充 (農業支援サービス事業者を対象に追加) による防除用ドローンの導入拡大 <p>③ドローン防除拡大に向けた環境整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ドローン防除体系を組み込んだショウガ防除層の検討【R6～R7】 ・新規導入農家への各種申請に対する支援【R6～R9】 ・防除作業を受託する農業支援サービス事業者への登録支援【R6～R9】 ・実証の拡充のための操作技術を習得した新たな普及指導員の育成 (若干名)【R6～R9】 ・出先機関に導入した実証に用いる防除用ドローンの更新【R9】

分野	農業
各産業分野の取り組みの柱	流通・販売の支援強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	<p>市場流通を中心としたJA販売額(年間)</p> <p>【モニタリング方法】 JA高知県の市場取扱額から月次で確認</p>				<p>1 卸売市場と連携した販売拡大 (1)地域別戦略による卸売市場と連携した販売拡大の推進 ①卸売市場と連携した販売拡大(R2～) ・地域別戦略の策定(全国6地域) ・卸売市場への委託 R1:6社→R2～R5:11社(上記6地域) ・販売拠点となる量販店 R1:27店舗→R4:47店舗→R5:52店舗 ・量販店フェアの開催 R1:461回→R4:3943回→R5:7073回 ・委託による販売額 量販店:R2:12.5億円→R4:21.1億円→R5:23.9億円 中食・外食:R2:2.2億円→R4:3.6億円→R5:3.5億円 ②関西圏での販売強化(R4～) ・関西土佐会への委託(関西全域11社) ・品目別戦略の策定・実施 ・品目別戦略に沿ったフェアの開催</p> <p>(2)新生活様式に対応した販促PR ①デジタルを活用した販促PR(R2～) ・オンラインセミナーや動画による品目・産地PR ②品目の機能性に着目したPR(R3～) ・機能性表示食品「高知なす」の販売PR ・健康宅配冷凍食品としての商品化 ・栄養表示ニラ、非辛みシントウの生産・販売体制の整備</p> <p>【成果】 ○市場流通で開拓した取引先との販売額の拡大(R2:14.7億円→R4:24.7億円→R5:27.4億円) ○関西圏の販売額の拡大(R4:93.8億円→R5:98.8億円(前年比5%増)) ○委託による販売額増加の捉え方より地域全体の販売額増加で把握した方が効果検証がしやすい</p>	<p>1 卸売市場と連携した販売拡大 ・委託により量販店の販売額は伸びたが、中食・外食の伸びが小さく強化が必要 ・関西で効果のあった品目別戦略を関東へ拡大し、取組の強化が必要 ・販売額アップのためには系統取扱量の増加が必要 ・デジタルを活用した販促手法は効果を検証した上で、有効活用によるPR強化が必要 ・機能性を十分にPRできていないため、ターゲットを絞った販売強化が必要</p>	<p>1 卸売市場と連携した販売拡大 (1)大都市圏の関東および関西を中心とした卸売市場等と連携した販売拡大【R6～R9】 ①地域全体の販売額の増加 ・関東土佐会(関東全域)への新規委託 関東土佐会 R5:172億円→R9目標186億円 関西土佐会 R5:99億円→R9目標120億円 JA全体の花を含む販売額 R5:602億円→R9:650億円 ②継続した取扱につながる売り場確保を目指した量販店フェアの実施 ③将来にわたる安定出荷に向けた産地のまとまりの強化(JA取扱量のアップ) ・PT会(JAと県で組織)による課題解決に向けた活動の実行 ④デジタルを活用した販売PR ・購買につながる訴求力のある素材の利活用</p> <p>(2)多様化する食スタイルに対応するマーケットインの視点による業務需要拡大【R6～R9】 ①中食・外食・冷凍食品をターゲットにした戦略の策定・実行 ・業務需要に注力できる市場への委託 ・戦略に基づく提案先の選定、取引に向けた活動 ・機能性に応じたターゲットへの販売(例 ナス・ニラ・量販店、健康宅配食業者、非辛みシントウ:飲食店) ②マーケットの要望に応じた弾力的な出荷形態の検討 ・シントウ、ミョウガの袋包装の検討 ③新たな視点での取組強化 ・適正な価格形成のための消費者理解醸成に向けたPR強化 ・将来にわたる安定出荷に向けた産地のまとまりの強化(JA取扱量のアップ)(再掲) ・市場流通以外の直接的な取引拡大にむけたアドバイザーの設置</p> <p>⇒ 別図<農03>参照(P19)</p>

分野	農業
各産業分野の取り組みの柱	流通・販売の支援強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)																																					
2	直接取引等多様な流通による外商額(年間) 【モニタリング方法】とさのさとへの聞き取り	3.9億円 (R4)	3.9億円 (R4)	6.5億円 (R9)	1「とさのさと」を活用した県産農産物の地産外商の強化 (1)「とさのさと」を活用した外商拡大 ①店舗への県外客誘致 【成果】県外客割合3割に向上 ・高速道路マップ、旅行者を対象としたフリー雑誌などへの広告やQRコードの掲載により誘客のためのPRを実施(主な情報発信地域:関西・中国・四国) ②ギフト・カタログ販売の強化 ・お中元、お歳暮に対応したカタログ制作と顧客への発送 ・冷凍商品等顧客ニーズに合わせたカタログの制作と発送 ・県人会や包括連携協定企業などでの顧客開拓 ・産地への直接交渉によるシーズンに応じた青果物の確保 ③県外ファーマーズマーケット(以下FMという)との連携強化 【成果】R4末 連携FM37か所まで増加 ・県外FMでの店頭販売やとさのさとへの招聘による連携強化と双方の特産品の取引の拡大 (2)WEB販売サイトの販売強化 【成果】登録会員数4,139に増加 ・掲載商品の顧客ニーズに合わせた充実 ・Web広告、送料負担キャンペーンによる会員登録数増加	1「とさのさと」を活用した県産農産物の地産外商の強化 (1)「とさのさと」を活用した外商拡大 ①店舗県外客の販売額向上のためには、客単価アップと客数の増加が必要 ②ギフト・カタログ販売では顧客ニーズに対応した高品質な商品の提供はまだ不足 ③連携FMとの更なる連携強化が必要 ④食肉の県外への販売強化が必要 (2)WEB販売サイトの販売強化 ・会員への直接のPR(旬の情報など)できるメルマガ会員の更なる登録増加が必要	1「とさのさと」を活用した県産農産物の地産外商の強化 (1)「とさのさと」を活用した外商拡大【R6～R9】 ①店舗県外客への販売額向上 ・果実などの高単価商品や贈答向け商品の充実 ⇒生産者への働きかけによる贈答向けとなる箱もの商品の増加 ・県外客にアピールできる(特徴のある高知県産品:土佐文旦、水晶文旦、フルーツマトなど)商品の充実 ・県外客確保に向けたPR活動の継続 ⇒関西圏を中心とした県外観光客を対象とした旅行雑誌等でのPR ②ギフト・カタログ販売の強化 ・イベントや新たなアンテナショップ(KITTE大阪)でのPRによる顧客開拓 ・県内産地との連携強化による高品質な商品の確保 ③県外ファーマーズマーケットとの連携強化 ・新たな提携先FMとの連携 現状37FM ⇒目標45FM(毎年2FM増加) ・連携FMとの関係強化 ⇒出張販売等で関係を強化し、販売の拡大へ 提携FM:高知県の商品の継続した提供(送付) とさのさと:提携ファーマーズの特色ある商品(果実など)の仕入販売 ④食肉の外商強化 ・土佐あかうし、土佐黒牛、豚、鶏などの食肉の販売を強化 ⇒店舗販売に加えて、ブロック肉などの外商を強化し売上アップ (2)WEB販売サイトの販売強化【R6～R9】 ・会員登録のためのイベント(送料負担キャンペーンなど)の開催 ・JAのホームページとのイベント連携や、メディアで県産品が取り上げられるタイミングなどでのタイムリーな情報発信と関連する商品の品揃え ・県外イベントやWEBでのPR活動の継続	百万円 <table border="1" style="font-size: small;"> <thead> <tr> <th>部門別販売額</th> <th>実績 R2</th> <th>実績 R4</th> <th>目標 R9</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>①店舗県外客</td> <td>40</td> <td>255</td> <td>400</td> </tr> <tr> <td>②カタログ・ギフト</td> <td>36</td> <td>57</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>③県外ファーマーズマーケット</td> <td>26</td> <td>38</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>④食肉売り場(県外向け)</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>WEB販売サイト(とさのさと)</td> <td>2</td> <td>38</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>104</td> <td>388</td> <td>650</td> </tr> </tbody> </table>	部門別販売額	実績 R2	実績 R4	目標 R9	1				①店舗県外客	40	255	400	②カタログ・ギフト	36	57	100	③県外ファーマーズマーケット	26	38	70	④食肉売り場(県外向け)	-	-	30	2				WEB販売サイト(とさのさと)	2	38	50	計	104	388	650
部門別販売額	実績 R2	実績 R4	目標 R9																																									
1																																												
①店舗県外客	40	255	400																																									
②カタログ・ギフト	36	57	100																																									
③県外ファーマーズマーケット	26	38	70																																									
④食肉売り場(県外向け)	-	-	30																																									
2																																												
WEB販売サイト(とさのさと)	2	38	50																																									
計	104	388	650																																									

分野	農業
各産業分野の取り組みの柱	流通・販売の支援強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
3	<p>農畜産物の輸出額(年間)</p> <p>【モニタリング方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県園芸品販売拡大協議会から輸出拡大委託業務の輸出額を定期的報告により確認 ・野菜・花きについて主要な市場等への聞き取りにより調査 ・ユズについては高知県貿易実態調査(毎年7月調査、9月中旬公表) 	9.0億円 (R4)	9.0億円 (R4)	10億円 (R9)	<p>1 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大</p> <p>①卸売市場との委託契約を通じた、輸出拡大(野菜・果実)・・・東南アジア中心</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スーパー等で県産フェア開催 ⇒R2:15店舗→R4:30店舗 ⇒委託市場の県産野菜・果実輸出額: R2:14,192千円→R4:5,492千円 (花き)・・・EU圏、R5から米国へ変更 ⇒委託卸売市場の県産花き輸出額(EU圏) R2:4,421千円→R4:4,602千円 <p>②シンガポールの企業への委託による県産農産物への嗜好調査及び効果的なPRIによる需要拡大(R5～)</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒みょうが、ししとう、ユズ加工品など5品目で拡販の可能性が判明 ・シンガポールでの展示見本市での商談件数が増加 ⇒R4:5件→R5:12件 <p>2 輸出に意欲的な産地への支援強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・輸出拡大を図るための事業者の輸出事業計画作成支援及び策定されて計画推進への支援 ⇒R2年0件、R3年2件認定(グロリオサ、イチゴ) ・農産物輸出拡大PTIによる新たな輸出品目(産地)の発掘(4/28.11/20) ・卸売市場輸出室の方を講師に青果物の輸出について講演会(2/7,33名) ⇒輸出に取り組もうとする産地: R2年5産地→ R4年10産地→R5年14産地 ・農産物輸出促進事業費補助金活用 ⇒R2:4件→R5:5件 	<p>1 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・欧米は安全基準のハードルが高い(ユズ果汁) ・世界的に需要が高まっており、ニーズに応え切れていない ・毎年新植されており、今後、慣行栽培のユズ生産量が増加してくるため、慣行栽培ユズの販路の確保 (花き) ・米国、中国への輸出の拡大(果実) ・需要があるみかんは、生産量が減少傾向(野菜) ・アジア周辺地域に安価な物がある品目の輸出増が早急には難しい <p>2 輸出に意欲的な産地への支援強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国の補助事業は規模感等ハードルが高い ・意欲的に輸出に取り組もうとする産地が限られている ・需要のあるみかん、ユズについては要望を満たしていない 	<p>1 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大【R6～R9】</p> <p>①県産農産物の認知度向上及び輸出拡大(ユズ果汁・・・東南アジア)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品メーカーと連携した高知県フェアや展示商談会などで加工品の消費PRIによる需要喚起と取引の拡大(輸出先現地企業への委託) (花き・・・中国、米国) ・花きは中国市場に加えて、米国を対象にグロリオサを主として、その他品目の需要の有無を確認しながら輸出拡大(卸売市場への委託) (果実・・・東南アジア) ・量販店などのバイヤー(サプライヤー)を産地へ招聘し産地との繋がりを強化することで高知県フェアなどの取り組みを強化(卸売市場への委託) (野菜・・・東南アジア) ・展示商談会への出展や量販店などでの試食宣伝及び現地シェフによる県産農産物を利用したメニュー開発とメニュー料理の提供などにより県産農産物の認知度向上・販売拡大(輸出先現地企業への委託) ・量販店や食品メーカーとの県フェアや展示商談会出展などの取り組み強化(輸出先現地企業への委託) ・シンガポール、タイを中心に東南アジアへの販路確保・拡大(卸売市場への委託) (チャレンジ国) ・県庁他部局と連携し、中東などでの商談会への出展による販路確保・拡大【R6～R7】 <p>2 輸出に意欲的な産地への支援強化【R6～R9】</p> <p>①農林水産物・食品輸出促進団体への加入による活動強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国が推進する輸出促進団体へ加入することで、各国の需要動向などの情報収集および消費宣伝活動の充実 <p>②高知県農産物輸出促進事業費補助金活用により支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外における認知度向上や展示商談会出展による需要拡大への支援、また輸出相手国の農業残留基準や植物検疫、衛生基準に対応した生産への支援 <p>③生産拡大に向けた取り組みへの支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産強化による輸出量増加に向けた産地振興への支援(ユズ、みかん)

高知県の農畜産物輸出額推移 単位:百万円

	R2	R3	R4	R5目標
ユズ(果汁・青果・皮)	368	427	745	434
花き	24	92	85	159
果実	14	19	20	43
野菜	12	6	55	196
合計	418	544	905	862

注) R4年のユズは前年在庫分の販売額300万円が加算
R5年目標には畜産30万円が合計されています。

分野	農業
各産業分野の取り組みの柱	多様な担い手の確保・育成

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	新規就農者数(年間) 【モニタリング方法】 ・各農業振興センター単位で新規就農者調査(期間4月～5月、集計6月～7月)を実施し、7月末を目処に前年度における新規就農者数を確認	214人 (R4)	214人 (R4)	320人 (R9)	<p>1 産地提案型による自営就農者への就農支援の強化</p> <p>①親元就農</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主要品目の後継者候補がいる農家の調査 ・R5までに305人(9品目)リストアップ ・リストアップ農家及び後継者候補へのpush型アプローチ ・親元就農支援策のPR <p>②新規参入</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ポータルサイトによる情報発信力強化 ・就農イベント開催等による新たな層へのアプローチ及び参加者の継続したつなぎとめ ・農業経営・就農支援センターによる相談活動(社会人のライフスタイルに合わせた出張相談の開催等) ・就農コンシェルジュによる就農相談者等へのきめ細やかなフォローの実施 ・関係機関(Uターンコンシェルジュ・市町村等)との連携強化 ・産地提案書の情報更新と有効活用による受入体制の強化 ・農業体験(アグリ体験合宿・オーダーメイド型農業体験)の実施 <p>新規就農者数 R元: 261人→R2: 217人→R4: 214人 相談者数(農業経営・就農支援センター) R元: 200人→R2: 186人→R4: 240人(20%増)</p>	<p>1 産地提案型による自営就農者への就農支援の強化</p> <p>①親元就農者への就農支援の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現状の支援策では、国の事業要件を満たす後継者が少なく、親元就農者への十分な支援が行えていない ・親元就農の約44%(H30-R4平均)を34歳以下の若者が占めている。また、34歳以下の親元就農者数は、新規就農者数がピークとなったH28年度に比べ、R2～R3年度には4割まで減少しており親元就農への支援強化が必要 ・生産コストの増大等により親の経営も厳しい中、親が後継者に就農を勧めない状況であり、後継者の農業離れが進んでいる <p>②新規参入者への就農支援の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農業経営・就農支援センターの相談活動を検証し、より効果的な相談会の開催等により就農相談者を増やしていくことが必要 ・就農相談者等への継続的なフォローが必要 ・生産コストの増大等から経営が安定しない新規就農者が増加 ・就農5年目の所得目標250万円以上達成率 H30: 32%→R4: 15% ・昨今の資材高騰等から初期投資が増大し、ハウスの整備費用を聞いて本県への就農をあきらめる人も出てきている 	<p>1 産地提案型による自営就農者への就農支援の強化</p> <p>①親元就農者への就農支援の強化【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・後継者候補及び親世代への就農支援の強化 ・就農研修から就農直後の経営確立までの就農支援の強化 ・親世代及び後継者に支援策の周知を図り、就農への話し合いを促進 <p>②新規参入者への就農支援の強化【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農業経営・就農支援センターによる相談活動の強化(社会人のライフスタイルに合わせた出張相談の実施) ・就農コンシェルジュによる就農相談者やイベント参加者へのきめ細やかなフォローの継続的な実施 ・産地提案書の情報更新と有効活用による受入体制の強化 ・若年層(34歳以下)の就農前研修中の費用負担を軽減する支援の強化 ・トレーニングハウスでの模擬経営による就農研修の強化 ・市町村で新規就農者向け中古ハウスを確保する取組支援 <p>⇒ 別図<農04>参照(P20～22)</p>
2	うち女性新規就農者数(年間)	52人 (R4)	52人 (R4)	100人 (R9)	<p>・これまで女性に特化した取り組みは行っておらず、新規就農者の確保・育成の取り組みの中で支援を実施</p> <p>女性の新規就農者数 R元: 52人(20%)→R2: 51人(24%)→R4: 52人(24%) うち若年者数(34歳以下) R元: 26人(10%)→R2: 21人(10%)→R4: 16人(7%)</p> <p>※()は新規就農者における割合 女性の相談者数(農業経営・就農支援センター) R元: 47人(24%)→R2: 39人(22%)→R4: 58人(29%)</p> <p>※()は相談者数における割合</p>	<p>1 農業の魅力の発信強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本県農業の魅力が若者に十分発信できていない ・農業が職業の選択肢として意識されていない <p>2 仕事と家事、子育て等を両立できる意識改革の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「農業経営は男性」というイメージがあり、女性が単身では就農しにくい ・受入機関の固定観念により、就農が阻まれる場合がある ・「キツイ(肉体労働・暑さ)」「汚れる」などのネガティブなイメージがあり、職業選択の候補とされていない <p>3 若者・女性向け農業体験・研修の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・女性が農業経営に参入しやすく、安定した農業経営をしていくためには、女性に特化した支援策が必要だが、現状では十分な支援がない 	<p>1 農業の魅力の発信強化【R6】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・女性・若者等のロールモデル事例(自営・雇用)の収集と情報発信(HP、パンフレット作成等) ・SNS(Instagram、X(旧ツイッター)等)による本県農業の魅力の発信と、統一ハッシュタグ("#")による情報の拡散 <p>2 仕事と家事、子育て等を両立できる意識改革の推進【R6】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・女性活躍の理解促進に向け、支援機関、研修受入農業者等を対象に啓発活動を実施 <p>3 若者・女性向け農業体験・研修の強化【R6～R9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本県農業の魅力を伝え、農業を職業としてイメージアップさせる体験やセミナーの実施 ・中高生への出前授業や職業体験の実施 ・大学生のインターンシップ受入の拡大 ・就農に向けた女性向け農業体験や研修会の実施 <p>⇒ 別図<農04>参照(P20～22)</p>
3	うち若年(15～34歳)女性新規就農者数(年間)	16人 (R4)	16人 (R4)	50人 (R9)	<p>※()は相談者数における割合</p>	<p>3 若者・女性向け農業体験・研修の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・女性が農業経営に参入しやすく、安定した農業経営をしていくためには、女性に特化した支援策が必要だが、現状では十分な支援がない 	<p>⇒ 別図<農04>参照(P20～22)</p>

分野	農業
各産業分野の取り組みの柱	多様な担い手の確保・育成

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
4	うち雇用就農者数(年間)	82人 (R4)	82人 (R4)	120人 (R9)	1 雇用就農者への就農支援の強化 ・農業経営・就農支援センターによる求人求職者情報の紹介 ・雇用就農支援策(国)の推進 ・雇用就農相談会の開催 ・ポータルサイト求人ページの開設 雇用就農者数 R元: 87人→R2: 84人→R4: 82人	1 雇用就農者への就農支援の強化 ・農業の求人倍率は0.65と低く、雇用就農希望者は一定数いるが就農できていない ・経営体質が脆弱な経営体が多いため、非正規雇用が多い ・休日の設定等の就業規則や福利厚生、労務管理、トイレ・更衣室などの労働環境等の改善が必要 ・雇用の受け皿となる法人数が少なく、新たな経営体の育成が必要	1 雇用就農者への就農支援の強化【R6～R9】 ・求人情報の収集と提供の強化 ・労働環境の整備を支援 ・雇用就農から独立就農を目指す若年者(34歳以下)への支援強化及び企業の経営を目指す新規就農者の育成 ⇒ 別図<農04>参照(P20～22)
5	認定農業者(新規認定者数)(年間) 【モニタリング方法】 各市町村へ3月末時点の認定状況を調査(4月)し把握する	121経営体 (R4)	121経営体 (R4)	150経営体 (R9)	1 認定農業者の育成支援 ①対象者の掘り起こし ・経営改善志向農家への制度の周知等により認定農業者に誘導 ②経営改善計画の作成支援及び実現への支援 ・制度資金や補助事業の活用と併せた関係機関による経営改善計画の作成支援	1 認定農業者の育成支援 ①対象者の掘り起こし ・経営改善志向農家や認定候補者の明確化ができていない ②経営改善計画の作成支援及び実現への支援 ・新規就農者から認定農業者への経営発展に向けた切れ目のない支援が十分実施できていない ・生産コストが増加し収益性が上がらない経営体が多いなか、経営改善の必要性を認識させ、改善の取り組みへと誘導することが必要	1 認定農業者の育成支援 ①認定農業者候補の掘り起こし【R6～R9】 ・地域計画の策定を通じた候補者の明確化 ・経営規模の拡大を志向する新規就農者や法人化を志向する経営体など、経営発展を目指す候補者のリスト化 ②経営改善計画の作成及び実践支援【R6】 ・認定農業者候補(認定新規就農者等)を対象とした経営診断の実施と経営改善計画の作成支援 ・認定農業者組織による収益性の向上等に向けた研修会の実施
6	新規農業法人数(年間) 【モニタリング方法】 各市町村へ12月末、3月末時点の農業法人数を調査し把握する	7法人 (R4)	7法人 (R4)	16法人 (R9)	(再掲) 1 法人経営体への誘導と経営発展への支援 ①法人経営体への誘導 ・農業経営力向上セミナーの開催 R5: 77人(6回) ②経営発展への支援 ・農業経営・就農支援センターによる重点支援対象者への支援 R5: 重点支援対象者27経営体(うち法人化を志向7経営体)	(再掲) 1 法人経営体への誘導と経営発展への支援 ①法人経営体への誘導 ・経営課題が漠然とした経営相談者が多く、自ら経営の状況を把握することが必要 ②経営発展への支援 ・燃油・生産資材の高騰など厳しい経営環境が続く中、自ら農業経営の改善に向けて計画的に取り組む農業者の育成が必要	(再掲) 1 法人経営体への誘導と経営発展への支援 ①法人経営体への誘導【R6～R9】 ・法人化に取り組む農業者の掘り起こし ・漠然層への資金繰り表の作成支援 ②経営発展への支援【R6～R9】 ・農業経営・就農支援センターの支援内容の周知と重点支援対象者の掘り起こしの強化 ・重点支援対象者への専門家派遣等による経営改善支援

分野	農業
各産業分野の取り組みの柱	農業全体をけん引する基盤整備の推進と優良農地の確保

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	ほ場整備の実施面積(累計) 【モニタリング方法】 ・各センターからの月例報告 「事業進捗」により確認	69.5ha (H2～R4)	69.5ha (H2～R4)	303.4ha (H2～R9)	1 まとまった優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 ・プロジェクトチームを立ち上げ事業化に向けた体制を強化 ・権利関係調査等の実施 〔R3～R5:5地区〕 ・ほ場整備実施計画の策定 〔R2～R5:8地区〕 ・人・農地プランを活用した地区の選定 〔R4～R5:9地区〕 〔成果:整備面積(R2～R5)〕 ・実績:113.6ha(計画:239.8ha) 達成度:113.6/239.8=47%	1 まとまった優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 ①入札不調・不落 ・標準歩掛かりと中山間地域の実態との乖離など、地域によって入札不調・不落が発生 ②地域の合意形成 ・未相続農地の増加など地元調整に時間を要し、事業化が遅延 ③まとまった農地の確保 ・補助事業の要件(5ha)の確保が困難	1 まとまった優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 ①地形条件等から選定したほ場整備候補地(58地区)などの事業化に向けた検証と推進 ・各センターの企画担当チーフを中心とするプロジェクトチーム(PT)により、58地区の実情把握と事業化の検証【R6】 ・地域のニーズや検証結果から優先順位を設定し、PTを活用した事業化の推進【R6～R9】 ②入札不調・不落対策【R6～R9】 ・地域の実情を踏まえ、早期の見積活用方式の採用 【課題への対応】 ※地域の合意形成(未相続農地)、まとまった農地の確保の課題については、下段のきめ細かな基盤整備で対応
2	きめ細かな基盤整備の実施地区(累計) 【モニタリング方法】 ・農林水産省への事業採択申請に基づく「採択件数」により確認	- (R4)	- (R4)	40地区 (R4～R9)	1 迅速かつきめ細かな優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 ・県営農地耕作条件改善事業の創設 施設園芸用農地整備【R2】 (事業要件:1.0ha以上) 露地園芸用農地整備【R5拡充】 (事業要件:2.0ha以上) 〔成果:地区数(R2～R5)〕 ・実績:1地区(1ha)	1 迅速かつきめ細かな優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 ・地権者の自己負担 ・まとまった農地の確保 ・地域の合意形成	1 迅速かつきめ細かな優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 ①地域のニーズに応じた迅速かつきめ細かな基盤整備の推進【R6～R9】 ・地元負担を求めない「県営農地耕作条件改善事業」の活用と拡充 (事業要件:施設園芸1.0⇒0.3ha、露地園芸等2.0⇒0.5ha) ・地域計画の策定段階で出された地域のニーズを活用した、実施予定地区のリスト化とリストの更新 ・PTを活用し、事業計画の策定に向けた合意形成への支援 ・新規就農者の確保・育成や産地の維持・発展などに向けた基盤整備の実施
3	担い手への農地集積面積(年間) 【モニタリング方法】 3月末の状況を、市町村への調査(担い手及びその農地利用の実態に関する調査)により確認(4月上旬とりまとめ)	9,183ha (R4)	9,183ha (R4)	10,700ha (R9)	1 担い手への農地集積の加速化 ①地域計画の策定に向けた取組支援 ・R5年度から、全市町村で地域計画の策定の取り組みを開始 ・R6年度末までに、259地区で計画が策定される予定 ②担い手への農地集積の推進 ・農地中間管理機構による農地の出し手・受け手の掘り起こし 出し手情報:260件・64ha(R4) 受け手情報:69件・61ha(R4)	1 担い手への農地集積の加速化 ①地域計画の策定に向けた取組支援 ・地域の農業者、農地所有者等の意向をもとに、将来の農地利用の姿を明確にした実行性のある計画づくりが必要 ・地域計画の実現に向けた取り組みを継続的に行うことが必要 ②担い手への農地集積の推進 ・農地中間管理事業の活用の拡大が必要 ・市町村等関係機関による後継者がいない農地情報の共有や、農地の利用調整を進める仕組みの再構築が必要	1 担い手への農地集積の加速化 ①地域計画の作成・見直し取組支援【R6～R9】 ・地域計画の策定支援 ・将来の農地の受け手を定めた目標地図のブラッシュアップ支援 ②農地中間管理事業の活用拡大【R6～R9】 ・農地の利用権設定方法の変更を契機とした農地中間管理事業の活用推進 ・市町村等関係機関での後継者のいない農地の情報共有と利用調整の仕組みづくり ・農地中間管理機構による農地情報(出し手・受け手)の掘り起こしとマッチング支援 ⇒ 別図<農05>参照(P23～24)

現状・課題

(1) IoPプロジェクトの推進

①データ連携基盤「IoPクラウドSAWACHI」の本格運用を開始(R4.9月～)

- ・IoPクラウド利用(環境・画像データ)農家:601戸(R6.3)
- ・IoPクラウド利用(出荷・気象データ)農家:1,177戸(R6.3)
- ・IoPクラウドデータ収集農家数2,593戸 (R6.3)

⇒IoPクラウド利用農家数のさらなる拡大

⇒IoPクラウドのさらなる利便性の向上

(2) データ駆動型農業による営農支援強化(R3～)

①IoPクラウドを核としたデータ駆動型農業の普及に取り組み、実践農家は一定増加

- ・データ駆動型農業による営農支援者数:1,742人(R6.3)
- ・仲間て情報共有するデータ共有グループ数:27グループ(R6.3)

⇒データ分析ができる技術指導員の育成と技術力向上

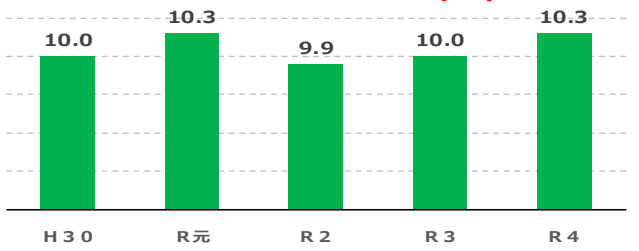
⇒データ駆動型農業の実践者のさらなる拡大

⇒環境測定装置の更なる導入推進

①野菜主要7品目の生産量(万t)

	H30(出発点)	R 4
目標	-	10.8万t
実績	10.0万t	10.3万t(95%)

②H30～R4野菜主要7品目の生産量(万t)の推移



5期計画(令和9年度)の目指す姿

目標値 野菜主要7品目の生産量(年間) 出発点(R4)10.3万t ⇒ 4年後(R9)11.4万t

- ①IoPクラウドを核としたデータ駆動型農業を推進することで、農業のデジタル化が加速
- ②データに基づく最適管理を行うデータ駆動型農業の普及により、各品目の10a当たり収量が増加。加えて、経営の効率化や省力化が図られ、経営安定と所得の最大化を実現!

令和6年度の取り組み

(1) IoPクラウド利用農家数の拡大と既登録者へのサポートの強化

- 拡** ①JA品目部会での説明やJA購買窓口での個別説明などで周知の機会を増加
- 拡** ②補助事業の拡充によるIoPクラウド利用農家数と環境測定装置導入農家数の拡大
- ③IoPクラウドユーザマニュアルの充実

(2) IoPクラウドの利便性の向上

- 拡** ①病害予測情報画面の構築及びSAWACHIの既存画面の改修など

(3) データ駆動型農業を普及する指導体制の強化

- ①指導力向上のための研修強化により指導技術の高い指導員を育成

(4) データ駆動型農業の導入で成果の上った事例の横展開

- ①農家に寄り添った営農支援により各地での成功事例づくりを強化
- ②品目別担当者会等を通じた成功事例の共有や課題解決に向けた連携強化

IoPで
もっと楽しく!
もっと楽に!
もっと儲かる!
農業

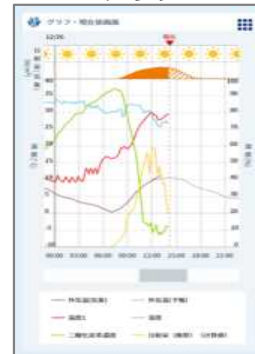


KPI検証

SAWACHIのトップ画面



グラフ



現在値

項目	値	値	値	値
温度(℃)	29.1	18.5	30.3	9.1
湿度(%)	72.7	82.0	89.0	68.2
二酸化炭素濃度(ppm)	498	877	1158	448
日照量(時間)	97.4	102.3	336.0	0.0
湿度・露点(℃)	7.9	3.2	8.7	1.1

ハウス内Liveカメラ



現状・課題

(1) 県内有機農業の現状

有機農業の取組面積・戸数とも横ばい
 ⇒有機JASの認証農業者は、高額なJAS認証費用を負担

有機農業の取組面積の推移

	H29	H30	R1	R2	R3	R4
面積 ha (内 有機JAS)	151 (55)	135 (53)	129 (47)	134 (50)	144 (58)	146 (53)
戸数 (内 有機JAS)	201 (82)	208 (79)	170 (71)	197 (73)	201 (67)	207 (63)

※有機JAS及び環境直払実施分の計

(2) 新規就農者

有機農業に取り組む新規就農者は、自営就農者3.4人/年、雇用就農者6.0人/年と少ない(H30-R4平均)
 ⇒有機農業に取り組む農業者の確保

(3) 有機農業に関する調査

- ①栽培面積の大きい作物は、ユズ(54ha)、米(37ha) ※いずれもR4年：JAS+環直
- ②有機農業者からは、栽培技術の向上(病虫害防除、栽培技術、研修)や販路拡大への支援(商談会、販促イベント、学校給食)を求める声
- ③消費者からは、販売している量販店が少ない、値段が高いなどの意見
- ④流通関係者からは、入荷が不安定(特に夏場)で、品数も少ないため、専用コーナーの設置が難しいとの声
 ⇒有機農業の生産計画に基づく安定的な出荷および売場の確保(グループ化の推進)

5期計画(令和9年度)の目指す姿

目標値 有機農業の取組面積 出発点(R4) 146ha ⇒ 4年後(R9) 271ha

- ①有機農業の指導体制の強化や栽培技術情報の共有などにより、有機栽培技術が向上
- ②有機農家の組織化を推進し、直販所や量販店、加工業者とのマッチングにより販路を拡大
- ③需要が期待できる水稻とユズを「戦略的品目」と位置づけ、新たな生産者の確保と有機農業の取組面積を拡大

令和6年度の取り組み

(1) 推進体制の強化

- 拡** ①地域の推進検討会を協議会に発展
- ②有機農業指導員の育成(集合研修の実施20名)
- ③有機JAS認証取得支援と環境保全型農業直接支払交付金(12千円/10a)の活用推進
- 新** ④市町村によるオーガニックビレッジ宣言の拡大支援

(2) 栽培技術の向上

- ①有機農業指導員等による栽培技術指導、有機栽培やIPM技術研修会の実施
- 新** ②堆肥(家畜ふん・馬ふん)の利用拡大支援
- 拡** ③栽培技術実証ほの設置(11ヶ所:水田除草機、IPM技術、家畜ふん堆肥等)
- 新** ④水稻での有機栽培暦の作成、ユズでの有機栽培の横展開
- 新** ⑤有機栽培技術の開発(促成ピーマン R6~R8、茶 R5~R9)

(3) 販路の開拓、拡大

- ①オーガニックコーナーのある量販店や有機野菜を加工する業者とのマッチング
- 拡** ②ユズ(有機に準ずる生産を含む)の産地拡大による輸出も含めた有利販売
- ③有機農家の組織化と活動支援
 ・組織化による量と品数の確保、商談会出展支援
- ④消費者への理解促進、有機農産物のPR(オーガニックフェスタ等)

(4) 担い手の育成

- ①新規就農者への支援(農家研修、農地の確保等)
 ・農業担い手育成センターにおける基礎研修
 ・有機農家での実践研修

★**水稻・ユズを戦略的品目**として選定し
 ・**水稻**では学校給食での利用拡大
 ・**ユズ**では輸出を含む国内外での販路拡大を図りながら、**有機栽培面積の拡大へ!**

		R5	R6	R7	R8	R9
水稻	取組		栽培暦の作成		栽培暦のリバイス	
	面積	47ha	60ha	73ha	86ha	100ha
ユズ	取組		加工用ユズを中心とした有機への転換促進		環境直払事業の活用支援	
	面積	54ha	55ha	65ha	75ha	85ha

学校給食での利用促進(R5:協議、R6~7:試行、R8~:本格実施)
 除草等栽培技術の実証
 有機農業産地づくり事業の活用支援(馬路村から他市町村へ拡大)
 輸出を含む国内外の販路拡大



有機栽培ユズ



自律式水田除草機



天敵(クビヨウタカシカメ)



出展：農研機構

乗用型水田除草機

現状・課題

(1) 地域別戦略による卸売市場と連携した販売拡大の推進

①市場流通で開拓した取引先との販売額の増加

- ・卸売市場へ販路開拓を委託（委託先を増やして販売力を強化）
R1:6社 → R2~R5:11社（販売額実績把握の対象市場数）
委託により開拓した販売額実績 R1:11.5億円→R5:27.4億円
販売拠点となる量販店 R1:27店舗→R5:52店舗
量販店フェアの開催 R1:461回 →R5:7073回
⇒委託により量販店の販売額は伸びたが、中食・外食の伸びが小さく強化が必要

②関西戦略による販売額の増加

- ・販売データ等の分析に基づく品目別戦略による効果的なフェアの実施
- ・関西戦略に取り組む卸売市場の拡大(R4~)
R3:2社 → R5:11社
R5園芸年度販売額:98.8億円
(販売額前年対比:関西圏:5.3%増 全国:2.8%増)
⇒品目別戦略が関西に限られるため、関東でも実施し、取扱量を確保する取り組み強化が必要

(2) 新生活様式に対応した販促PR

①対面でのPRに代わるデジタルを活用した販促手法の拡大

- ・品目紹介動画の制作・発信(14品目)
- ・オンラインセミナー等による品目・産地PR
⇒効果を検証した上で、有効なデジタル活用によるPR強化

②品目の機能性等に着目したPR

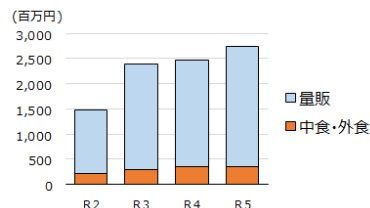
- ・機能性表示食品「高知なす」の販売PR(R3~)
- ・健康宅配冷凍食品として商品化(R3~)
- ・栄養表示二ろ、非辛みシシトウの生産・販売体制の整備の取組(R4~)
⇒機能性を十分にPRできていないため、ターゲットを絞った販売強化

K
P
I
検
証

①委託による販売額

	H30(出発点)	R5
目標	-	25億円
実績	7.5億円	27.4億円

図 委託による分野別の販売額



5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値 市場流通を中心としたJA販売額(年間)

出発点(R5(R4.9~R5.8))602億円
⇒ 4年後(R9(R8.9~R9.8))650億円

- ①大都市圏の関東および関西を中心に、品目別戦略を策定し、販売強化していくとともに、取扱量を拡大させ、高知県全体の販売額を拡大
- ②多様化する食スタイルに対応するため、業務需要への提案を強化し、マーケットを拡大

令和6年度の取り組み

(1) 卸売市場と連携した販売拡大

拡 ①関東土佐会、関西土佐会への委託

関東土佐会：新たに委託をスタート
関東土佐会販売額 R5:172億円→R6目標:175億円
関西土佐会販売額 R5:99億円→R6目標:104億円

拡 ②継続した取扱につながる売り場確保を目指した量販店フェアの実施

拡 ③系統取扱量アップに向けた産地のまとまりの強化

- ・JA取扱量拡大PT活動項目の実行

④デジタルを活用した販売PR

- ・訴求力のある素材の利活用

(2) マーケットインの視点による業務需要拡大

拡 ①中食・外食・冷凍食品をターゲットにした戦略の策定・実行

- ・戦略に基づく提案先の選定、取引に向けた活動
- ・機能性に応じたターゲットへの販売

拡 ②マーケットの要望に応じた弾力的な出荷形態の検討

新 ③新たな視点での取組強化

- ・適正な価格形成のための消費者理解醸成に向けたPR強化
- ・PT会によるJA取扱量のアップ（再掲）
- ・市場流通以外の直接的な取引拡大に向けたアドバイザーの招へい

2大都市圏を重点化することで
全国の販売額を押し上げる

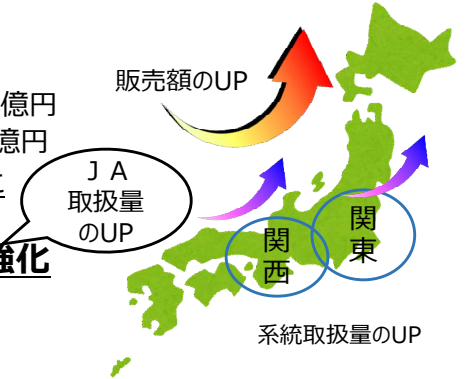
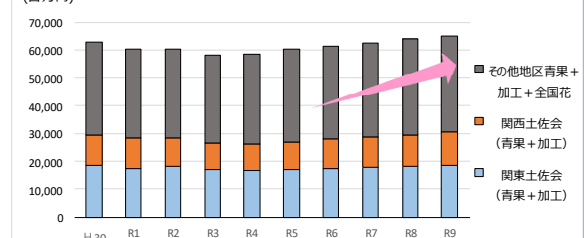


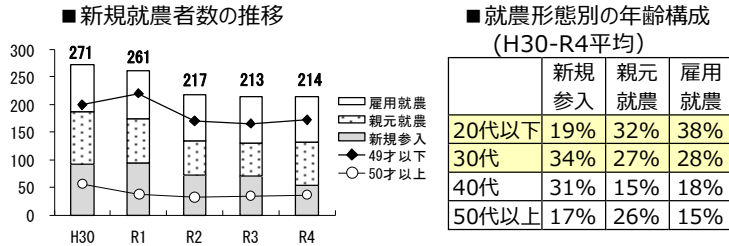
図 販売額の推移と目標



現状・課題

(1) 産地提案型による新規就農者の確保・育成

①産地提案書により新規就農者を募集し、相談者の就農を支援



- ・コロナ禍の令和2年度に自営就農者が前年度比41人減
- ・新規参入は20代が少なく、親元就農・雇用就農は20~30代が多い
⇒若い世代をターゲットに農業の魅力を知らせる施策の強化が必要
20代の呼び込みには親元就農や雇用就農の支援の強化が必要

(2) ターゲットを見据えた担い手確保対策の強化

- ①自営就農 (新規参入、親元就農)
 - ・就農準備資金及び経営開始資金により就農を支援してきたが、資材価格の高騰等から経営が安定しない新規就農者が増加。施設園芸は初期投資も大きく、新規就農者の経済負担が増大
就農5年目の農業所得250万円以上 H30 : 32%→R4:15%
⇒就農時の負担軽減と技術・経営力の早期習得が必要
 - ・親元就農は経営リスクが高まり、就農を躊躇する者も多い
⇒後継者が就農を決断するインセンティブとなる支援が必要
- ②雇用就農
 - ・就農相談会やポータルサイト等から求人情報を提供
求人倍率：0.57倍 (R4年6月~R5年5月) と低い
⇒雇用の受け皿となる経営体の体質強化と企業等の呼び込みが必要
- ③女性の就農
 - ・女性の就農のきっかけは農業後継者との結婚や雇用就農が多い
 - ・女性が単身で新規参入や親元就農する場合「農業＝男性の仕事」の固定観念に阻まれる事例がある
⇒女性の就農者を増やすためには、親元就農や雇用就農への対策強化と固定観念の払拭が重要

K
P
I
検
証

①新規就農者数

	H30(出発点)	R4
目標	320	320
実績	271	214

5期計画 (令和9年度) の目指す姿

目標値

新規就農者数	出発点 (R4) 214人 ⇒ 4年後 (R9) 320人
うち女性新規就農者数	52人 ⇒ 100人
うち若年 (15~34歳) 女性新規就農者数	16人 ⇒ 50人
うち雇用就農者数	82人 ⇒ 120人

- ①本県農業の魅力伝える情報発信や、農業のイメージアップとなる農業体験などにより、女性や若者の就農意欲を喚起させることで、若い世代の新規就農者が増加
- ②就農前の研修から就農直後の経営確立までの経済負担を軽減する支援策を強化することで、女性や若者を中心に自営就農者 (親元就農、新規参入) が増加
- ③雇用の受け皿となる経営体を経営改善支援により育成することで、女性や若者の雇用就農者が増加

令和6年度の取り組み

(1) 若者や女性の就農喚起策の強化

- 新** ①女性就農者等のロールモデルとなる事例の発信 (パンフレット・WEBページ・事例集)
- 新** ②本県農業の魅力を拡散するSNSキャンペーンの実施 (農業者へ#投稿の呼びかけ)
- 拡** ③農業体験ツアー等のイベントのPR広告を戦略的に配信
- 新** ④仕事としての農業の魅力を知ってもらう取り組みを強化 (農業体験やセミナー、中高生への出前授業等)

(2) 女性就農者の受入体制の整備

- 新** ①女性の働きやすい環境づくりへの支援
- 拡** ・女性農業者の意向や困りごとアンケート調査
・労働環境整備に必要な施設や補助器具の導入を支援
- 新** ②支援機関、研修受入農業者等を対象とした固定観念を払拭するための取り組みの実施
・支援機関、研修受入農業者等を対象に、啓発研修会の開催及び研修効果の検証 (意識調査等)

(3) 自営就農への支援の強化

- 拡** ①新規参入を目指す若者・女性の就農前研修期間中の費用負担を軽減 34歳以下に加算
- 新** ②就農前に技術力・経営力の早期習得を図る模擬経営研修を実施するためのトレーニングハウス整備を支援
- 新** ③親元就農する後継者の就農後の早期経営確立を支援するための資金を助成 夫婦での就農は1.5倍

(4) 雇用就農への支援の強化

- 拡** ①雇用就農から独立自営就農を目指す者の就農前研修期間中の費用負担を軽減 34歳以下に加算
- 拡** ②ビジネス感覚に優れた担い手の育成に協力的な農業法人のもとで、法人経営を目指して研修する者を支援 (県版地域おこし協力隊制度の活用)
- ③農業法人等の経営発展、労働環境の整備等を支援

(5) 優良農地の確保と企業等担い手の呼び込み強化

- 拡** ①地域のニーズに応じたきめ細かな基盤整備による優良農地の確保支援
- 拡** ②地域外から企業等の担い手を呼び込むための農地確保及び受入体制整備

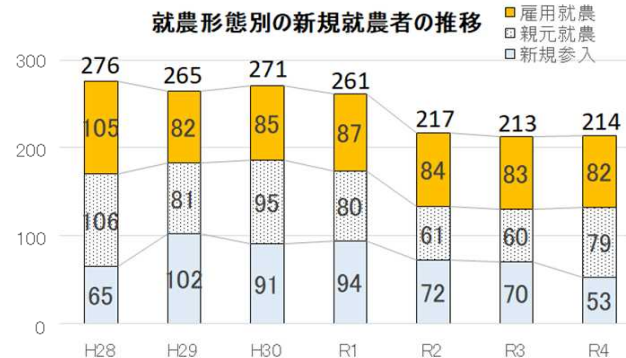
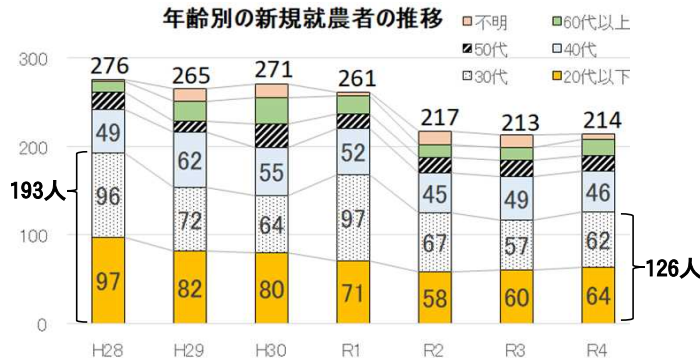
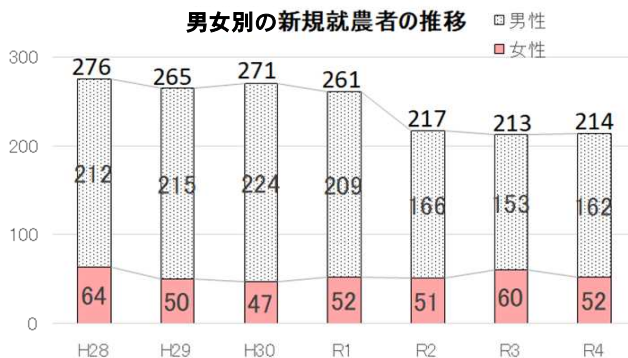
若者、特に女性から選ばれる魅力ある仕事の創出・確保対策（農業分野）〈農04〉

- ・新規就農者数はピークのH28に比べR4は22.5%減少
- ・年齢別で見ると、20代～30代の若年層が多いが、ピークのH28に比べR4は、若年層だけで67人減少しており、新規就農者数減少の主要因になっている
- ・新規就農者が減少している中、女性の新規就農者は例年50人前後で推移

【就農形態別】

- 〈新規参入〉 徐々に減少し、ピークのH29に比べR4はほぼ半数に減少
- 〈親元就農〉 R4には前年比19人増加したが、ピークのH28より26%減少
- 〈雇用就農〉 ピークのH28は、四万十町に施設園芸団地が整備されたことなどが要因で、H29には82人に減少し、その後は80人台で横ばい

現状



農業が職業の選択肢として意識されていない

- ◆ **農業経営・就農支援センターによる就農相談者** ※不明者除く
就農相談者 H28:273人 ⇒ R4:240人
うち女性 (14.7%) (24.2%)
- ◆ **若年層の就業者の割合**
農業 3.8% (2,170人/57,552人)
うち女性 2.5% (679人/27,447人)
- ◆ **中学生へのアンケート** (対象：高知国際中学校3年43人)
Q 将来農業をしてみたいと思いますか
A はい: 0%、いいえ:46.5%、わからない:53.5%
- ◆ **農大・高知農業高校の入学者数の推移 (うち女性)**

	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
農大	23 (5)	24 (9)	36 (9)	28 (5)	28 (4)	30 (3)	33 (5)
高知農業高校	69 (20)	76 (29)	77 (29)	73 (27)	71 (24)	61 (25)	60 (23)

※高知農業高校の入学者数は農業総合科と畜産総合科の合算

＜地域の声＞

- ・女性に自営農業はできない、機械操作や力仕事は無理などの根強い偏見がある。

農業の仕事内容が知られていない

◆ 農業体験参加者の推移 (うち女性)

H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
未実施	未実施	未実施	未実施	未実施	0 (0)	8 (3)

◆ こうちアグリ体験合宿参加者の推移 (うち女性)

H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
45 (10)	35 (12)	37 (12)	20 (3)	未実施	7 (2)	11 (2)

◆ 農業担い手育成センターの入校者数の推移 (うち女性)

H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
26 (3)	34 (1)	32 (2)	23 (1)	30 (4)	37 (3)	37 (3)

＜地域の声＞

- ・女性に農業への興味を持ってもらえるような研修等を充実させてほしい。

特に女性にとって労働環境等が十分でない

- ◆ **ハウス価格高騰による初期投資費用** (対H28年度比/10あたり)
軒高・高強度ハウス H28:12,532千円⇒R4:14,824千円 (118%)
- ◆ **雇用就農に占める非正規雇用の割合** (総務省:就業構造基本調査)
非正規雇用の割合:62.6%
男女別の非正規雇用の割合 女性:77.8%、男性:46.8%
- ◆ **主要品目の家族1人当たりの年間労働時間**
シシトウ:2,287時間 キュウリ:2,239時間 ピーマン:1,917時間

＜地域の声＞

【地域団体との意見交換会】

- ・親の経営基盤が弱いことや、農業情勢の悪化等により親元就農でさえもリスクが高まっている。
- ・中山間地域にあった基盤整備が必要。
- ・未整備の農地では、作業条件が悪い。
- ・基盤整備をしていないと農地が守れない。

【女性農業者との意見交換会】

- ・出産、育児の時など農業の労働力支援がない。
- ・ほ場へのトイレ、更衣室など労働環境の整備支援が必要。

21

要因

若者、特に女性から選ばれる魅力ある仕事の創出・確保対策（農業分野）〈農04〉

目標値

新規就農者数 出発点（R4）214人⇒（R9）320人

うち女性新規就農者数

出発点（R4）52人⇒（R9）100人

うち若年（15～34歳）女性新規就農者数

16人⇒（R9）50人

課題

農業が職業の選択肢として意識されていない

農業の仕事内容が知られていない

特に女性にとって労働環境等が十分でない

① 農業に興味を持ってもらう取組

【情報発信】

- 新** ○ 女性農業者の活躍事例のPR
 - ・ロールモデルとなる県内女性農業者の事例集の作成・情報発信
 - ・農村女性リーダーネットワーク等による情報発信

- 新** ○ SNSで本県農業の魅力を拡散
 - ・農業者等に統一キーワード（#）を付けての投稿を広く呼びかけ
 - ・農業者を対象としたSNS発信講座の開催（発信者の拡大）

- 拡** ○ 戦略的なWeb広告の配信

【意識改革】

- 新** ○ 女性活躍の理解促進、固定観念の払拭
 - ・男性農業者に対する仕事と子育て両立に向けた意識啓発（研修会・チラシ配付）
 - ・支援機関（市町村、JA部会等）への啓発（研修会等）

- 拡** ○ スタートアップセミナーの開催
 - ・東京・大阪で農業の魅力を伝えるセミナーを開催

- 拡** ○ 中学・高校生への出前授業



② 就農をイメージした農業の魅力を知ってもらう取組

【農業体験】

- 新** ○ 農業体験ツアーの開催
 - ・いきいきと活躍する女性や若者の農業者との交流

- 拡** ○ 県内産地訪問
 - ・就農後の生活を具体的にイメージさせる

- 新** ○ こうちアグリ体験合宿
 - ・宿泊短期研修（体験型）に女性が参加しやすいよう、女性向けメニューを新設

- 新** ○ 中学生への職業体験
 - ・農業をイメージアップし職業として捉えるきっかけを作る

- 拡** ○ 農業高校向け宿泊研修の対象を拡大（農業コース等）
 - ・農業担い手育成センターでの1泊研修

- 拡** ○ 大学生のインターンシップ受入



③ 働きやすい環境整備や規模拡大への支援

【環境整備】

- 拡** ○ 女性が働きやすい環境整備への支援
 - ・更衣室、トイレ・シャワー室の設置支援
 - ・アシストスーツ、高さが調節できる作業台等の導入支援
- 新** ○ 仕事と家事、子育て等を両立できる体制の整備
 - ・子育て中の農作業サポート支援体制の検討
 - ・JA無料職業紹介所とデイワーク（短期バイトアプリ）とのタイアップによる労働力確保
 - ・休日確保推進のための酪農ヘルパー制度の検討

【就農支援】

- 新** ○ 親元就農への就農支援
 - ・就農直後の経営確立支援を強化（特に夫婦）
- 新** ○ トレーニングハウスでの模擬経営による就農研修の強化
- 拡** ○ 中古ハウス確保対策への支援
- 拡** ○ 新規就農者等の確保・育成に向けた迅速な農地整備
- 新** ○ 女性向け農業機械研修

【雇用促進】

- 新** ○ 女性が働きやすい環境整備事例の発信



若年層の新規就農者が増加し、地域で暮らし稼げる農業の確立！



現状・課題

(1) 担い手への農地集積の加速化

① 目指すべき将来の農地利用を明確化する「地域計画」の策定支援 (R5~R6)
 ・全市町村で計画策定に取り組む地区の工程表を作成 (259地区)
 ・市町村ごとに関係機関で推進体制を整備
 ⇒ 取り組みに対する認識が薄い市町村もあり、後継者のいない農地所有者や耕作者等からの意向調査や調整が遅れている

② 農地中間管理機構による農地の出し手・受け手の掘り起こし
 ・出し手：132ha (R元) → 64ha (R4)
 ・受け手：86ha (R元) → 61ha (R4)
 ⇒ 農地情報が集まらない状況があり、農業委員会等の各機関が持っている農地情報を共有する仕組みが必要

③ 担い手への農地利用集積
 ・農地中間管理事業を活用し、担い手 (認定農業者、認定新規就農者、基本構想水準到達者、集落営農組織) への農地の利用集積を推進
 8,871ha (H30) → 9,183ha (R4)
 ⇒ 担い手の規模拡大が必要
 集落営農組織等の農地の受け皿となる担い手が不足

(2) 基盤整備の推進

① ほ場整備事業の活用推進
 ⇒ 農地所有者に将来の地域の農地利用の姿を共有させることができず、事業を導入できる、まとまった農地が確保できない

① 新規ほ場整備農地の担い手への集積率 (集積面積/整備済面積)

	H30(出発点)	R4
目標	—	65%
実績	—	67.5%

K
P
I
検
証

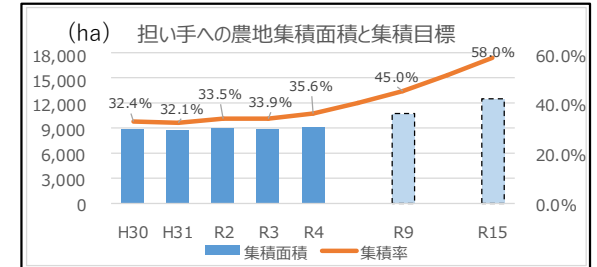
5期計画 (令和9年度) の目指す姿

目標値

担い手への農地集積面積 (年間)

出発点(R4) 9,183ha ⇒ 4年後(R9) 10,700ha

- ① 地域計画を実現させることで、認定農業者等の担い手が中心となって農地を担う農業構造を確立
- ② 地域計画をもとに、基盤整備に向けた営農計画の作成に取り組むことで、優良農地を確保



令和6年度の取り組み

(1) 担い手への農地集積の加速化

- ① 市町村・農業委員会など関係機関で、地域計画の策定に向けた地域での話し合いを支援し、年度内に全ての予定地区で地域計画を策定 (地域計画策定数：259地区)
- ② 担い手が不足する地域について、地域の話し合いにより、企業等の担い手を呼び込むための候補地を目標地区に位置づけ
- ③ 県、市町村、農地中間管理機構、農業委員会等が連携して、担い手がない農地情報の共有や、農地の利用調整を進める仕組みを構築
- ④ 受け手のいない農地の受け皿となる法人を育成
- ⑤ 地域計画をもとに、担い手候補 (認定農業者候補) をリスト化し、経営改善計画の作成や、専門化派遣による経営改善等を支援 (新規認定農業者：150人/年)

地域計画に担い手として位置づけられた集落営農法人等の機械・施設整備を重点支援

(2) 地域計画を活用した地域のニーズに応じた基盤整備の推進

- ① 地域条件等から選定したほ場整備候補地の58地区などの事業化の検証と推進
- ② 地域のニーズに応じた迅速かつきめ細かな基盤整備を推進 (10地区)

◆ 県営農地耕作条件改善事業 (地元負担なし)

- ・ 面積要件の大幅な緩和

〔 露地園芸：2ha ⇒ 0.5ha
 施設園芸：1ha ⇒ 0.3ha 〕

⇒ 生産性の高い優良農地を**迅速に整備**



- ※1 地域計画に位置づけられた担い手 (新規就農者等) を支援
- ※2 産地の維持・発展 (高収益作物への転換) を支援
- ※3 ブランド化への取り組みの支援

優良農地を生み出し雇用を創出

地域の声

- ◆「産振地域団体との意見交換会」、「地域計画策定に向けた意見交換会」、「中山間地域再興ビジョン市町村ヒアリング」等から出された意見
- ◆未整備の農地では、作業条件が悪い
- ◆基盤整備をしていないと農地が守れない
- ◆中山間地域にあった基盤整備が必要 など

現状・課題

- ◆耕地面積は年々減少傾向であり、生産効率の悪い農地から減少
- ◆基盤整備をしていないと担い手が借受けてくれない
- ◆基盤整備の要望は耕作者からが多く、地権者は自己負担してまで事業を行わない

地域のニーズに応じた迅速かつきめ細かな基盤整備の推進

戦略目標

出発点(R4)：－⇒4年後(R9)：40地区(10地区/年)⇒10年後(R15)：100地区

◆県営農地耕作条件改善事業(地元負担なし)

補助率：国50%(55%)、県35%(30%)、市町村15%(15%) ※()は中山間地域の場合の補助率

面積要件の大幅な緩和

⇒生産性の高い優良農地を迅速に整備

R9までに20ha以上の優良農地を生み出す

〔 露地園芸：2ha ⇒ 0.5ha
 施設園芸：1ha ⇒ 0.3ha 〕

〔 工事着手まで**1年程度** 〕 ※既存の県営基盤整備事業では5年程度



各種支援事業の組み合わせでさらなる生産性UP!

- ◆園芸用ハウス整備事業
- ◆競争力強化生産総合対策事業
- ◆スマート農業推進事業：防除用ドローンやリモコン式草刈り機等の導入を支援
- ◆果樹経営支援対策事業(国直採)：優良品目・品種への改植・新植等を支援
- ◆露地園芸有望品目導入支援事業：生産拡大に係る施設・機械等の整備を支援など

優良農地の確保による効果

ポイント① 新規参入者の確保

・条件の悪い農地や耕作放棄地を優良農地に変えることで、新規参入の受皿に
 ⇒**新規参入の障壁となっている農地確保の課題を解消し、積極的な新規参入の受け入れが可能に**

ポイント② 既存農家の規模拡大

・生産性の高い農地ができることで、既存農家の規模拡大が可能
 ⇒**規模拡大により既存農家の経営力が向上し、新たな雇用の創出や事業継承(親元就農)が可能に**

さらなる法人化の推進

最大効果

新規就農者数(新規参入+雇用) 200人(50人/年)以上

※県作成の経営モデル等に基づき推計

一定のまとまった土地を確保することで民間企業の参入も可能に

野菜主要7品目など収益性の高い品目への転換を推進

【参考：本県の1haあたりの農業産出額】

水稻(米)：92万円 ⇒ **野菜主要7品目：5,059万円**

※農林水産省「令和3年生産農業所得統計」、「令和3年耕地及び作付面積統計」等に基づき推計

最大

生み出した優良農地での農業産出額

40地区：年間10億円以上、100地区：年間25億円以上

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の整備、TOSAZAIセンターを中心とした外商強化など、川下側の取り組み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。これに合わせて、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令和4年には73万6千立方メートルへと大幅に増加しました。また、木材・木製品製造業出荷額等も、平成22年の150億円から令和3年には249億円へと、やはり大幅に増加しています。

一方、少子高齢化等により住宅分野における新設住宅着工戸数の減少が見込まれる中、これまであまり木材が使われてこなかった非住宅分野での木材利用の拡大が急務となっています。SDGsやカーボンニュートラル実現の観点から、持続可能な資源として木材の活用を望む企業は増加しており、今後は、再造林など環境に配慮した森林由来の木材という新たな価値を加えることにより産地としての競争力を強化し、県産材の外商などに取り組むことが必要です。

② 第5期計画の取り組み

第5期計画では「山で若者が働く、イノベーション創発型の国産材産地」を目指す姿として、女性や若者などの活躍、そして森林資源の再生産と県産材の付加価値向上を実現するため、次の4つの戦略の柱により取り組みを進めます。

柱1 森林資源の再生産の促進

これまで集約化を進め整備してきた森の工場のインフラ等を最大限に活用し、皆伐・再造林を含めて森林資源の再生産を促進します。また、ICTやデジタル技術、先端林業機械を活用するスマート林業への転換を進め、先端技術をフル活用した林業を推進することにより、さらなる生産性の向上や原木生産の拡大など、林業収支のプラス転換に向けた取り組みを進めます。

柱2 木材産業のイノベーション

森林資源の成熟により増加する大径材を有効活用するため、製材手法の確立や製品開発など将来的な加工力強化に向けた戦略を策定します。また、木材加工施設整備への支援等により、高品質な製材品を持続的に供給できる体制づくりに取り組みます。

柱3 木材利用の拡大

SDGsなど時代のニーズに対応するため、再造林の実施など環境に配慮した森林由来という新たな価値を加えた木材の流通に向けた仕組み等の検討を進めます。また、住宅への木材利用に加え、非住宅建築物の木造化・木質化に向けて、高知県環境不動産等の建築促進に取り組めます。

さらに、関西圏における外商活動の強化に向けて、大阪市に設置した県産材の情報発信・商談拠点の活用等により、木材利用の拡大を図ります。

柱4 多様な担い手の育成・確保

女性等の就業の後押しが期待できるスマート林業の取り組みや若者の価値観を取り込んだ労働環境の改善を支援するとともに、森林資源を活用した事業の実施を支援する中で半林半Xといった新しい働き方を推進し、女性や若者等の新たな担い手の確保につながる取り組みを進めます。

林業分野の施策の展開 ～山で若者が働く、イノベーション創発型の国産材産地～

目指す姿

- ① **川上** 林業適地を中心としてICTやデジタル技術、先端林業機械を活用するスマート林業への転換が進み、伐採後の再生林をはじめ森林資源の再生産につながる事業活動が活発に行われている。
- ② **川中** 原木を安定的に調達する体制が整備され、非住宅分野をはじめ新たな需要への高品質な製材品の供給力が向上している。
- ③ **川下** 住宅への木材利用に加え、非住宅建築物の木造化・木質化に向けた取組を強化することにより県産材利用が拡大している。
- ④ **担い手** デジタル化された森林情報の活用をはじめスマート林業を推進し、女性や若者等の多様な人材がいきいきと活躍している。

分野を代表する目標

原木生産量

出発点 (R4) 73.6万m³ ⇒ 4年後 (R9) 85万m³ ⇒ 10年後 (R15) 85万m³

木材・木製品製造業出荷額等

出発点 (R3) 249億円 ⇒ 4年後 (R9) 255億円 ⇒ 10年後 (R15) 281億円

川上 柱1 森林資源の再生産の促進

(1) 林業適地への集中投資

- 新** ① 林業適地の拡大
- ② 林道等の開設（改良）の促進
- 新** ③ 新たな森の工場の拡大



(2) 林業収支のプラス転換

- 拡** ① 新たな森の工場等における生産性向上につながるイノベーションの推進
- ② 低コスト造林の推進
- 新** ③ 林地残材の利用拡大
- 新** ④ 成長の優れた苗木等の生産強化
- 新** ⑤ 野生鳥獣による食害対策の強化
- 新** ⑥ 再生林の推進に向けた連携体制の強化



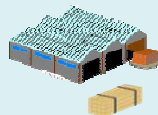
(3) 多様で健全な森林への誘導

- 新** ① 多間伐による長伐期化や針広混交林化の促進

川中 柱2 木材産業のイノベーション

(1) 大径材の利用促進

- 新** ① 将来的な施設整備や製品開発の方向性を示す戦略の策定
 - ・大径材の利用拡大に向けた資源量調査
 - ・大径材利用に向けた研究会の設置
- 新** ② 大径材を利用した製品の開発等
 - ・森林技術センターとの連携による製品の開発
- ③ 大径材加工施設の整備への支援



(2) 需要に応じた製材品の供給体制の整備

- 拡** ① 川上・川中・川下間の連携の強化
 - ・コーディネーターを通じた情報連携の円滑化や、事業者間の原木供給のマッチング
- ② 製材加工の共同化・協業化等の促進による加工体制の強化
- ③ JAS認証の取得や施設整備への支援による製材品の高品質化
- 拡** ④ 製材工場の環境整備（労働安全対策、人材育成等）



(3) 森の資源を余すことなく活用

- ① 木質バイオマスボイラー等の導入促進



川下 柱3 木材利用の拡大

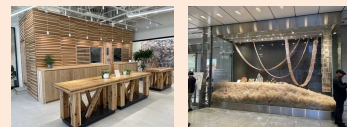
(1) 環境に配慮した新たな木材流通の促進

- 新** ① 環境に配慮した森林由来の木材を認証する仕組みの検討



(2) 非住宅建築物等への木材利用の拡大

- 拡** ① 木材利用の拡大と環境負荷の低減につながる高知県環境不動産の建築を促進
- 拡** ② CLT等を使用した非住宅木造建築物の建築拡大に向けた施主の木材利用に関する理解の醸成
- 拡** ③ TOSAZAIセンターによる非住宅木造建築に取り組む土佐材パートナー企業の開拓
- 新** ④ 室内空間への県産材利用の提案とプロユーズーとの製品開発
- ⑤ 海外への販売促進（有望なエリアにおける販路開拓）



室内空間への木材利用（施工・提案の事例）

先端技術をフル活用し、イノベーション創発型の林業・木材産業を展開！

担い手 柱4 多様な担い手の育成・確保

(1) ターゲットマーケティングによる就業促進に向けた取組の強化

- 拡** ① 女性等をターゲットにした「こうちフォレストスクール」の開催や就業相談への対応などの林業労働力確保支援センターと連携した就業促進に向けた取組の展開
- 新** ② 森林資源を活用した事業の実施を支援し、半林半Xといった新しい働き方の提案により地域おこし協力隊等の新たな担い手を確保

(2) 高度な技術を有する人材の育成

- 新** ① 林業事業体における森林クラウドでのデジタル情報の活用やスマート林業の推進に必要な人材の育成を支援
- 拡** ② 林業大学校において、原木生産に加え再生林の推進に必要な知識と現場経験を得るための研修の実施

(3) 魅力ある職場づくりの推進

- 拡** ① ドローン等の女性が扱いやすい機器の操作研修の開催に加え、林業現場でのスマート林業の実践に向けた林業事業体への個別支援
- ② 更衣室の設置や就業規則の見直しなど、女性等が働きやすい環境整備への支援
- 拡** ③ 事業戦略の実践や女性が働きやすい職場づくり等について学ぶ経営セミナーの開催

ターゲットマーケティングによる就業促進	高度人材の育成	魅力ある職場づくり
<p>高知で林業</p> <p>森林資源を活用した事業</p> <p>新販売</p> <p>森林体験ツアー開催</p> <p>女性や若者等をターゲットにした就業相談などへの対応</p> <p>「半林半X」といった新たな働き方の提案</p> <p>新たな担い手の確保</p>	<p>スマート林業や再生林の取組を進める人材</p> <p>森林クラウド</p>	<p>スマート林業の実践</p> <p>就業規則</p> <p>働きやすい労働環境づくり等</p>
呼び込み	新規就業	定着
女性や若者等、多様な人材が活躍できる林業に向けた取組		

各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

原木生産量
 出発点(R4):73.6万m³ ⇒ 4年後(R9)の目標:85万m³ ⇒ 10年後(R15)の目標:85万m³
 (第4期計画目標(R5):79.6万m³)

木材・木製品製造業出荷額等
 出発点(R3):249億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:255億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:281億円
 (第4期計画目標(R5):228億円)

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 森林資源の再生 産の促進	1 構造転換型戦略	森の工場の原木生産量(年間)	新規	12.6万m ³ (R4)	—	26.5万m ³	○
		民有林の再造林面積(年間)	継続	342ha (R4)	630ha	690ha	○
		森林クラウド利用者数(年度末現在)	新規	— (R5)	—	75事業体	—
2 木材産業のイノ ベーション	2 地域産業スケールアップ型	乾燥材の出荷量(年間)	新規	87千m ³ (R4)	—	126千m ³	○
		JAS機械等級区分構造材の出荷量(年間)	新規	11千m ³ (R4)	—	25千m ³	○
		県産製材品の出荷量(年間)	継続	152千m ³ (R4)	169千m ³	197千m ³	—
3 木材利用の拡大	2 地域産業スケールアップ型	県内における非住宅木造建築物の棟数(年間)	新規	106棟 (R4)	—	121棟	○
		県外製品市場等への県産製材品の出荷量(年間)	新規	103千m ³ (R4推計)	—	121千m ³	○
4 多様な担い手の 育成・確保	5 人材起点型戦略	林業就業者数(年度末現在)	継続	1,593人 (R3)	1,670人	1,690人	○
		[現場] 新規就業者数(年間)	新規	142人 (R3)	—	200人	○
		うち15～34歳女性新規就業者数	新規	2人 (R3)	—	5人	—
		[事務] 新規就業者数(年間)	新規	7人 (R4)	—	11人	—
		うち15～34歳女性新規就業者数	新規	3人 (R4)	—	5人	—
		10人以上を雇用する法人数(累計)	新規	22法人 (R3)	—	30法人	—
		事業戦略実践企業のうち前年度比+3%の限界利益額を達成した企業の割合(年間)	新規	58% (R4)	—	100%	—

分野	林業
各産業分野の取り組みの柱	森林資源の再生産の促進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	森の工場の原木生産量(年間) 【モニタリング方法】 ・県補助事業の四半期毎の実績及び、四半期毎に関係機関等に聞き取り調査を行い、原木生産量を確認	12.6万㎡ (R4)	12.6万㎡ (R4)	26.5万㎡ (R9)	1 作業システムの改善による生産性の向上 ・森林組合支援WGによる新たな作業システムの導入 R2～R4:7組合(H29以降の累計:全23組合) ・スマート林業技術研修会参加事業体 R2～R4:62事業体 ・機械化や自動化の実証活動 R4:のべ7事業体 ⇒原木生産量 H30:64.6万m3→R4:73.6万m3 ・研修会の参加人数:49名 2 森の工場の拡大・推進 ・森の工場の承認面積(累計) H30:72,799ha→R4:85,841ha(R4目標:82,000ha) ⇒森の工場における搬出間伐の労働生産性 H30:3.59m3/人日→R4:3.82m3/人日	1 林業適地への集中投資 ・作業システムの改善等を推進してきたが、生産性の伸びは低位 ・間伐を中心とした森の工場は拡大しており、そのインフラ等を活用し、原木のさらなる安定供給と確実な再造林が必要 2 林業収支のプラス転換 ・スマート林業を促進し生産性の持続的な向上による林業収支のプラス転換と原木生産量の拡大 ・造林コストの軽減に向けた低密度植栽等が拡大しており、この流れを加速化していくことが必要 ・再造林に係る初期費用の軽減に資する基金の取組が開始されており、多様な関係者の協力の拡大が必要 3 多様で健全な森林への誘導 ・間伐等の繰り返しによる長伐期化や針広混交林化など、多様な森づくりが必要	1 林業適地への集中投資【R6～】 ①林業適地の拡大 ・より効率化できる森林の抽出 ②林道等の開設(改良)の促進 ・10トン積トラック道等の整備 ③新たな森の工場の拡大 ・間伐、皆伐、再造林の一体的促進(再造林を前提とした皆伐等への支援等) ・森林経営管理制度の活用等市町村と連携した集約化 2 林業収支のプラス転換【R6～】 ①新たな森の工場等における生産性向上につながるイノベーションの推進 ・再造林を前提とした高性能林業機械の導入支援 ・デジタル化等スマート林業の推進(省力化・軽労化につながる先端林業機械の実証) ②低コスト造林の推進 ・低密度植栽・隔年下刈への支援 ③林地残材の利用拡大 ・低コスト造林の推進に向けたCD材搬出の支援強化 ④成長の優れた苗木等の生産強化 ・挿し木苗に適した品種の特定 ⑤野生鳥獣による被害対策の強化 ・鳥獣害防止ネットの点検等への支援 ⑥再造林の推進に向けた連携体制の強化 ・再造林基金団体の広域化などの仕組みづくり等 3 多様で健全な森林への誘導【R6～】 ①多間伐による長伐期化や針広混交林化の促進 ・間伐等支援の重点化 ⇒別図<林01>参照(P32)
2	民有林の再造林面積(年間) 【モニタリング方法】 ・県補助事業の四半期毎の実績及び、四半期毎に関係機関等に聞き取り調査を行い、再造林面積を確認	342ha (R4)	342ha (R4)	690ha (R9)	1 再造林の促進 ・地域ぐるみでの再造林に向けた意見交換会の参加者 R5:94名 ・各地域における増産・再造林推進協議会を通じた再造林推進員の登録者数 R元:40名→R4:67名 ・再造林推進員による提案活動面積 R元:51ha→R4:163ha ・再造林推進員の提案活動による同意面積 R元:17ha→R4:131ha ・市町村による追加支援(嵩上げ) H30:14市町村→R5:25市町村 ・ミニチュア採種園の拡充 H30:2箇所→R5:3箇所 ・川上及び川中の事業者による「仁淀川町森林保全基金」が設立(R4年12月) ・新たな造林専門事業体の設立の動き R5:5事業体 ・高知県再造林推進会議の設立 (R5年10月、林業関係団体:7団体)		
3	森林クラウド利用者数(年度末現在) 【モニタリング方法】 ・森林クラウドの造林補助金申請システム利用による申請事業体数(四半期毎)	— (R5)	— (R5)	75事業体 (R9)	1 森林クラウドの導入 ・森林クラウドの本格運用開始(R5.4月～) ・森林クラウドユーザー登録数 60事業体(R6.3月) ・森林クラウドの機能拡充により申請・届出機能や計画策定に必要なシステムを搭載(R5年度末) ・QGIS及びタブレット・ドローン研修会の開催 R2～R5:65事業体参加 ・森林クラウドや先進機器を活用した実証活動 R4～R5:4事業体	1 森林クラウドの活用促進 ・森林クラウドの整備やデジタル機器の導入支援により、デジタル情報活用の環境は一定整いつつあるが、データや機器を効率的かつ効果的に扱うスキルについては事業体間で差があり、人材育成支援の継続が必要 ・事業体が必要とするデジタル情報活用技術は画一的なものではなく、事業形態や実装機器、習熟度などにより各事業体毎で様々であり、ニーズに応じた支援を行うことが必要	1 森林クラウドの活用促進 ・森林整備の計画作成等の業務を効率化する機能の操作研修の開催やヘルプデスクなどにより林業事業体の森林クラウドの活用に必要な人材育成を支援【R6～R9】 ・ドローンや電子測量機器等の操作研修会の開催に加え、林業現場での実践に向けた林業事業体への個別支援によりスマート林業の取り組みを推進【R6～R9】

分野	林業
各産業分野の取り組みの柱	木材産業のイノベーション

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	乾燥材の出荷量(年間) 【モニタリング方法】 ・製材事業者への聴取により四半期の進捗状況を確認 ・製材統計(国統計:年次)で実績を確認	88千m3 (R3)	87千m3 (R4)	126千m3 (R9)	1 高品質な製材品等の供給体制の整備 ・木材乾燥機の導入 R3～R5:14台 ⇒人工乾燥材の出荷量 H30:75千m3→R4:87千m3 ・JAS認証 H30:14工場→R4:18工場 ⇒JAS機械等級区分構造材の出荷量 H30:11千m3→R4:11千m3 ・製材加工の共同化・協業化等の促進 しまんと製材工場の稼働(R4) ・SCMフォーラム全体研修会等の開催 R3～R5参加者:222名	1 大径材の利用促進 ・大径材の増加が見込まれる中、その利用を進めるためには、製品の開発や加工施設整備に取り組むことが必要 2 需要に応じた製材品の供給体制の整備 ・住宅需要の減少が見込まれる中、県内の製材事業者において、製品の優位性を向上させて地場競争力を高めることが重要 ・製材品の出荷量は増加しているものの、人工乾燥材やJAS材の供給体制の整備が必要 ・製材業は他の製造業と比較して労災の発生率が4.3倍と高く、安全対策への取組が必要 ・川上、川中、川下の各事業者間での情報連携により製品の規格ごとに安定供給する仕組みが必要	1 大径材の利用促進 ①将来的な施設整備や製品開発の方向性を示す戦略の策定【R6】 ・大径材の利用拡大に向けた資源量調査 ・大径材利用に向けた研究会の設置(製材事業者、素材生産業者、建築士、有識者等) ②大径材を利用した製品の開発等【R6～R9】 ・森林技術センターとの連携による製品の開発 ③大径材加工施設整備への支援【R6～R9】 2 需要に応じた製材品の供給体制の整備 ①川上・川中・川下間の連携の強化【R6～R9】 ・コーディネーターを通じた情報連携の円滑化や、事業者間の原木供給のマッチング ②製材加工の共同化・協業化等の促進による加工体制の強化【R6～R9】 ③JAS認証の取得や施設整備への支援による製材品の高品質化【R6～R9】 ④製材工場の環境整備【R6～R9】 ・製材工場の労働安全性向上のための環境整備や人材育成を支援 ⇒別図<林02>参照(P33)
2	JAS機械等級区分構造材の出荷量(年間) 【モニタリング方法】 ・(一社)木材協会が取りまとめる格付データにより進捗を確認 ・(一社)全国木材検査・研究協会が取りまとめる格付実績を確認	14千m3 (R3)	11千m3 (R4)	25千m3 (R9)	2 製材事業者の生産・経営力の強化 ・事業戦略の策定 R2:3事業者 ・事業戦略の実践支援 R2:8事業者、R3:9事業者、R4:6事業者 3 プラットフォームづくり等による地産・外商体制の強化 ・県外流通拠点等への県産材の共同輸送便 関東・東海・近畿 R4:104便3,714m3 R5:115便3,737m3(～R6.2) ⇒県産製材品出荷量 H30:135千m3→R4:152千m3	3 プラットフォームづくり等による地産外商体制の強化 ・共同輸送は積み合わせる小口事業者が限定的かつ不定期であるため、輸送量の安定化に向け、共同輸送を行う事業者の拡大が必要 共同輸送を行う事業者数 R5:16社	3 プラットフォームづくり等による地産外商体制の強化 ・共同輸送便の小口事業者支援の強化【R6】
3	県産製材品の出荷量(年間) 【モニタリング方法】 ・製材統計(国統計:月次)の値から進捗状況を推計(国統計:年次)で実績を確認	147千m3 (R3)	152千m3 (R4)	197千m3 (R9)			

分野	林業
各産業分野の取り組みの柱	木材利用の拡大

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	県内における非住宅木造建築物の棟数(年間) 【モニタリング方法】 ・年次及び四半期データは土交通省「建築物着工統計調査」を確認	106棟 (R4)	106棟 (R4)	121棟 (R9)	1 県内における住宅・非住宅建築物への木材利用の拡大 ・県産材を活用した木造住宅への支援 木造率 R5:92.9%(全国91.4%) ・CLT建築推進協議会によるフォーラム、研修会の開催等 CLT建築物の建築棟数 R4時点:47棟 ・高知県環境不動産の制度創設(R4)	1 環境に配慮した新たな木材流通の促進 ・SDGsをはじめ環境への関心が高まる中、持続可能性の担保された木材活用を望む企業が増加しており、再造林の実施など環境に配慮した森林由来の木材であることを、情報提供する仕組みが必要 2 非住宅建築物等への木材利用の拡大 [県内] ・県内では、CLT技術セミナーの開催や設計支援等により、CLTを使用した建築物は増加してきたが、非住宅建築物の木造率は低位であり、着工数を増やすことが重要 CLT建築物 R元時点:28棟 →R4時点:47棟(うち公共24棟) 非住宅の 木造率(床面積) R元:15.4%→R5:15.7% 着工数 R元:108棟→R5:111棟 [県外] ・県外では、住宅分野を中心とした営業活動等により、土佐材パートナー企業登録数や流通拠点は増加している一方、今後、拡大が見込まれる非住宅分野への働きかけが手薄 事業支援棟数 R元:159棟(うち非住宅1) →R5:191棟(うち非住宅4) (R6.2末時点申込ベース) ・新たな需要創出として室内空間への木材利用の拡大が必要だが、対応できる事業者や製品が少ない	1 環境に配慮した新たな木材流通の促進 ①環境に配慮した森林由来の木材を認証する仕組みの検討 ・県産材認証制度等の検討【R6～R8】 2 非住宅建築物等への木材利用の拡大 ①建築設計に関するアドバイザーの派遣や勉強会を開催し、木材利用の拡大と環境負荷の低減につながる高知県環境不動産の建築を促進【R6～R9】 ②CLT等を使用した非住宅木造建築物の建築拡大に向けた構造及び完成視察研修への施主の参加拡大による木材利用に関する理解の醸成【R6～R9】 ③TOSAZAIセンター県外駐在員の営業活動等による非住宅木造建築に取り組む土佐材パートナー企業の開拓【R6～R9】 ④消費地における室内空間への県産材利用事例を活用した提案とプロユーザーとの製品開発【R6～R9】 ⑤海外への販売促進(有望なエリアにおける販路開拓)【R6～R9】 ⇒別図<林03>参照(P34)
2	県外製品市場等への県産製材品の出荷量(年間) 【モニタリング方法】 ・四半期ごとの主要な製材事業者等へのヒアリングと、製材統計(国統計:月次)の値から進捗状況を確認	103千m3 (R4) (年間推計値)	103千m3 (R4) (年間推計値)	121千m3 (R9)	1 県外における販路開拓 ・土佐材パートナー企業の登録数 R5:162社 ・土佐材パートナー企業の土佐材住宅等の支援棟数 R5:191棟(R6.2末時点申込ベース) ・流通拠点の設置 R5:28社 ・流通拠点での県産材取扱量 R5:7.5千m3		

分野	林業
各産業分野の取り組みの柱	多様な担い手の育成・確保

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6~R9)
1	林業就業者数(年度末現在) 【モニタリング方法】 ・林業労働力調査により年次データを把握	1,593人 (R3)	1,593人 (R3)	1,690人 (R9)	1 きめ細かな担い手の育成・確保の強化 ①移住希望者に向けた各種相談会の開催 (R2~) 就業相談者数(年度計) R2:149人, R3:134人, R4:133人, R5:125人 ②女性就業者の確保 (R2~) ・女性限定の「こうちフォレストスクール」の開催 (R2~) ・女性向けの林業大学校特別講座の開催 (R2~) 女性就業相談者数(年度計) R2:34人, R3:30人, R4:34人, R5:32人 ③小規模林業の推進 ・小規模林業推進協議会の開催 (R2~) 協議会の会員数 R2:570人, R3:581人, R4:589人, R5:567人 2 林業大学校の充実・強化 ①学校訪問やオープンキャンパスの開催、年間を通じた広報活動の実施 (R2~) ②労務センターと連携したインターンシップの実施や就業 ガイドランスによる就業支援 (R2~) ③デンタル機器を導入した実習環境の整備 林業大学校研修生の入校者数(年度計) R2:45人, R3:44人, R4:39人, R5:45人 林業大学校研修修了生の県内林業 事業体就職者数(年度計) R2:26人, R3:21人, R4:20人, R5:18人 3 スマート林業の推進に向けた環境整備 ①森林クラウドの導入 (R3~R5) 森林クラウド登録数 60事業体 ②森林クラウドや先進機器を活用した実証活動や取組の普及活動 (R4~R5) 参加事業体 21事業体 4 事業体の経営基盤の強化 ①事業戦略の策定による経営改善の推進 (R2~) 事業戦略の実践事業体数(累計) 17事業体 ②林業事業体における経営基盤の強化と就業環境の改善 ・労働力確保支援センターによる指導・助言 雇用改善計画認定事業体 R2:85事業体, R3:82事業体, R4:83事業体 R5:81事業体	1 就業促進に向けた取組 ・女性の就業促進に向けた、林業の魅力やモデルケースなどの情報発信 ・地域おこし協力隊OBなど小規模な林業を担うグループにおいては、森林資源を活用した新たな事業の実施により、一定の収入が確保できる新たな働き方が必要 2 人材育成に向けた取組 ・スマート林業など新たな技術に対応できる人材の育成 ・再造林の推進に必要な造林・育林に関する知識と技術を有する技術者の育成 3 魅力ある職場づくりに向けた取組 ・女性の就業促進の後押しが期待できるスマート林業の実践などの取組の拡大 ・女性や若者視点での労働環境改善の取組の推進 ・林業事業体による経営や労働環境の改善に向けた取組の拡大	1 ターゲットマーケティングによる就業促進に向けた取組 ①女性等をターゲットにした「こうちフォレストスクール」の開催や就業相談への対応などの林業労働力確保支援センターと連携した林業での就業促進に向けた取組の展開【R6~R9】 ②森林資源を活用した事業の実施を支援し、半林半Xといった新しい働き方の提案により地域おこし協力隊等の新たな担い手を確保【R6~R9】 2 高度な技術を有する人材の育成 ①林業事業体における、森林クラウドでのデジタル情報の活用やスマート林業の推進に必要な人材の育成を支援【R6~R9】 ②林業大学校において、原木生産に加え、再造林の推進に必要な知識と現場経験を得るための研修の実施【R6~R9】 3 魅力ある職場づくりの推進 ①ドローン等の女性が扱いやすい機器の操作研修の開催に加え、林業現場でのスマート林業の実践に向けた林業事業体への個別支援【R6~R9】 ②更衣室の設置や就業規則の見直しなど、女性等が働きやすい環境整備への支援【R6~R9】 ③事業戦略の実践や女性が働きやすい職場づくり等について学ぶ経営セミナーの開催【R6~R9】 ⇒別図<林04>参照 (P35)
2	[現場]新規就業者数(年間) 【モニタリング方法】 ・林業労働力調査により年次データを把握	142人 (R3)	142人 (R3)	200人 (R9)			
3	[事務]新規就業者数(年間) 【モニタリング方法】 ・森林組合一斉調査等により年次データを把握	7人 (R4)	7人 (R4)	11人 (R9)			
4	10人以上を雇用する法人数(累計) 【モニタリング方法】 ・林業労働力調査により年次データを把握	22法人 (R3)	22法人 (R3)	30法人 (R9)			
5	事業戦略実践企業のうち前年度比+3%の限界利益額を達成した企業の割合(年間) 【モニタリング方法】 ・企業への聞き取り等により年次データを把握	58% (R4)	58% (R4)	100% (R9)			

現状・課題

- (1) 作業システムの改善等を進めてきたが、生産性の向上の伸びは低位
 （間伐の生産性 H30：3.59m³/人日 → R4：3.82m³/人日）
- (2) 間伐を中心とした森の工場は拡大しており、森の工場のインフラ等を活用し、原木のさらなる安定供給と確実な再造林を進めていくことが必要
 （森の工場 H30：72,799ha → R4：85,841ha）
- (3) 造林コストの軽減に向けた低密度植栽等の拡大の流れを加速化していくことが必要
 （低密度植栽 H30：18% → R4：54%）
- (4) 再造林に係る初期費用の軽減に資する基金の取組が始まっており、多様な関係者の協力の拡大が必要
 （R4：仁淀川町森林保全基金設立）
- (5) 木材生産機能の強化に加え、間伐等の繰返しによる長伐期化や針広混交林化など、多様な森づくりが必要
 （標準伐期齢を超える間伐面積 H30：1,732ha → R4：1,450ha）
 （スギ・ヒノキ以外の植栽面積 H30：18ha → R4：13ha）

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

森の工場の原木生産量（年間）

出発点(R4)：12.6万m³ ⇒ 4年後(R9)：26.5万m³

民有林の再造林面積（年間）

出発点(R4)：342ha ⇒ 4年後(R9)：690ha

- 林業適地を中心としてICTやデジタル技術、先端林業機械を活用するスマート林業への転換が進み、伐採後の再造林をはじめ森林資源の再生産につながる事業活動が活発に行われている。

令和6年度の取り組み

(1) 林業適地への集中投資

森林クラウドなどのデジタル情報の活用等により、効率的に林業が行える林業適地において、施業の集約化を促進。

- 新** ①林業適地の拡大（スマート林業の推進、より効率化できる森林の抽出）
- ②林道等の開設（改良）の促進（10トン積トラック道等の整備）
- 新** ③新たな森の工場の拡大
 - ・間伐、皆伐、再造林の一体的促進（再造林を前提とした皆伐等への支援等）
 - ・森林経営管理制度の活用等市町村と連携した集約化

(2) 林業収支のプラス転換

再造林を推進するための連携体制を強化しつつ、新たな技術等の活用、森林の新たな管理手法に係る情報の収集や野生鳥獣による食害対策を進める。

- 拡** ①新たな森の工場等における生産性向上につながるイノベーションの推進
 - ・再造林を前提とした高性能林業機械の導入支援
 - ・デジタル化等スマート林業の推進（省力化・軽労化につながる先端林業機械の実証、森林クラウドなどのデジタル情報を活用した事業地の絞り込みや森林調査等を促進）
- ②低コスト造林の推進（低密度植栽・隔年下刈への支援）
- 新** ③林地残材の利用拡大（低コスト造林の推進に向けたCD材搬出の支援強化）
- 新** ④成長の優れた苗木等の生産強化（挿し木苗に適した品種の特定）
- 新** ⑤野生鳥獣による食害対策の強化（鳥獣害防止ネットの点検等への支援）
- 新** ⑥再造林の推進に向けた連携体制の強化（再造林基金団体の広域化などの仕組みづくり等）

(3) 多様で健全な森林への誘導

育成してきた人工林資源を最大限に活用するとともに、生物多様性等にも配慮した森づくりを進め、公益的機能を持続的に発揮させる。

- 新** ①多間伐による長伐期化や針広混交林化の促進（間伐等支援の重点化）

原木生産量（民有林）

	H30(出発点)	R3
目標	-	54.4万m ³
実績	46.6万m ³	42.7万m ³

再造林面積（民有林）

	H30(出発点)	R4
目標	-	534ha
実績	263ha	342ha

現状・課題

(1) 製材品の出荷量は増加しているものの、品質・性能の確かな製品（人工乾燥材やJAS材）の供給体制の整備は道半ば

・県産製材品出荷量
(県産製材品出荷量:H30 135千m³→R3 147千m³)

・人工乾燥材出荷量とJAS格付実績
 { 人工乾燥材出荷量:H30 75千m³→R4 87千m³ }
 { JAS格付実績 :H30 12千m³→R4 11千m³ }

(2) 住宅需要の減少が見込まれる中、県内の製材事業者において、製品の優位性を向上させて地場競争力を高めることが重要

・製材工場の動力出力300kw未満
: 65社（製材事業者総数80社）

(3) 大径材の増加が見込まれる中、その利用を進めるためには、製品の開発や加工施設整備に取り組むことが必要

(4) 製材業は他の製造業と比較して労災の発生率が4.3倍と高く、安全対策への取組が必要

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

乾燥材の出荷量

出発点（R4）87千m³ ⇒ 4年後（R9）126千m³

JAS機械等級区分構造材の出荷量

出発点（R4）11千m³ ⇒ 4年後（R9）25千m³

○原木を安定的に調達する体制が整備され、非住宅分野をはじめ新たな需要への高品質な製材品の供給力が向上している。

令和6年度の取り組み

(1) 大径材の利用促進

大径材を利用した製材手法の確立や製品開発、将来的な加工力強化に向けた戦略を策定。

新① 将来的な施設整備や製品開発の方向性を示す戦略の策定

・大径材の利用拡大に向けた資源量調査

・大径材利用に向けた研究会の設置（製材事業者、素材生産業者、建築士、有識者等）

新② 大径材を利用した製品の開発等

・森林技術センターとの連携による製品の開発

③ 大径材加工施設の整備への支援

(2) 需要に応じた製材品の供給体制の整備

今後拡大が見込まれる非住宅分野等での需要に応えられる高品質な製材品の供給体制の整備や品質向上に向けた取組を実施。

拡① 川上・川中・川下間の連携の強化

・コーディネーターを通じた情報連携の円滑化や、事業者間の原木供給のマッチング

② 製材加工の共同化・協業化等の促進による加工体制の強化

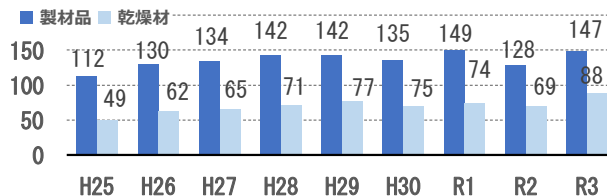
③ JAS認証の取得や施設整備への支援による製材品の高品質化

拡④ 製材工場の環境整備

・製材工場の労働安全性向上のための環境整備や人材育成を支援

① 県産製材品の出荷量

	H30(出発点)	R4
目標		162千m ³
実績	135千m ³	152千m ³



現状・課題

(1) SDGsをはじめ環境への関心が高まる中、持続可能性の担保された木材活用を望む企業が増加。再造林の実施など環境に配慮した森林由来の木材であることを、情報提供する仕組みが必要

(2) 県内では、CLT技術セミナーの開催や設計支援等により、CLTを使用した建築物は増加してきたが、非住宅建築物の木造率は低位
CLT建築物

R元時点：28棟→R4時点：47棟
(うち公共24棟)

非住宅の木造率

R元：15.4%→R4：11.8%

(3) 県外では、住宅分野を中心とした営業活動等により、土佐材パートナー企業登録数や流通拠点数が増加。一方、今後、拡大が見込まれる非住宅分野への働きかけが手薄

拠点数 R元：26社→R4：28社

パートナー数 R元：131社→R4：152社

(4) 新たな需要創出として室内空間への木材利用の拡大が必要だが、対応できる事業者や製品が少ない

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

県内における非住宅木造建築物の棟数

出発点 (R4) 106棟 ⇒ 4年後 (R9) 121棟 (単年)

県外製品市場等への県産製材品の出荷量

出発点 (R4*推計) 103千m³ ⇒ 4年後 (R9) 121千m³(単年)

○住宅への木材利用に加え、非住宅建築物の木造化・木質化に向けた取組を強化することにより県産材利用が拡大している。

令和6年度の取り組み

(1) 環境に配慮した新たな木材流通の促進

再造林の実施など環境に配慮した森林由来という新たな価値を加えた木材の流通に向けた仕組み等の検討。

新①環境に配慮した森林由来の木材を認証する仕組みの検討

(2) 非住宅建築物等への木材利用の拡大

住宅への木材利用に加え、非住宅建築物の木造化・木質化に向けた取組を強化。

拡①建築設計に関するアドバイザーの派遣や勉強会を開催し、木材利用の拡大と環境負荷の低減につながる高知県環境不動産の建築を促進

拡②CLT等を使用した非住宅木造建築物の建築拡大に向けた構造及び完成視察研修への施主の参加拡大による木材利用に関する理解の醸成

拡③TOSAZAIセンター県外駐在員の営業活動等による非住宅木造建築に取り組む土佐材パートナー企業の開拓

新④消費地における室内空間への県産材利用事例を活用した提案とプロユーザーとの製品開発

⑤海外への販売促進（有望なエリアにおける販路開拓）

①非住宅建築物の木造率(床面積ベース)

	H30(出発点)	R4
目標	-	19.0%
実績	17.1%	11.8%

現状・課題

- (1) 林業就業者が平成30年度の1,589人に対して、令和3年度が1,593人
- (2) 就業相談への対応や、林業大学校での人材育成、林業事業体の経営基盤の強化に向けた取組への支援などにより、新規就業者を一定確保でき、林業就業者数は横ばいを維持
- (3) 今後は、戦略的に就業に向けた情報発信や相談対応を進めるとともに、林業事業体による魅力ある職場づくりを推進することで、新規就業を促進
- (4) また、事業者や地域の特徴的な取組を通じ、担い手の育成や確保が進んでいる事例があるため、これらの成功要素の抽出により、取組を強化することを検討

事例1：林業事業体による特徴ある取組

自立意識の高い社風から、技術面に加え経営面においても若い社員を教育し、林業で起業する等の意欲ある社員（若い人材）を輩出

事例2：地域おこし協力隊による特徴ある取組

協力隊OBが林業を担うグループを設立し、小規模な間伐や造林などの森林整備を機動的に実施

- (5) スマート林業など新たな技術に対応できる人材の育成が急務

①林業就業者数

	H30 (出発点)	R 3	R 5
目標	1,650	1,650	1,670
実績	1,589	1,593	-

K
P
I
検
証

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

林業就業者数 出発点（R3）1,593人 ⇒ 4年後（R9）1,690人
新規就業者数 出発点（R3）142人 ⇒ 4年後（R9）200人

- デジタル化された森林情報の活用をはじめスマート林業を推進し、女性や若者等の多様な人材がいきいきと活躍している。

令和6年度の取り組み

(1) ターゲットマーケティングによる就業促進に向けた取組の強化

就業希望者（女性や地域おこし協力隊等）のターゲットに応じた取組を推進。

- 拡** ①女性等をターゲットにした「こうちフォレストスクール」の開催や就業相談への対応などの林業労働力確保支援センターと連携した林業での就業促進に向けた取組の展開
- 新** ②森林資源を活用した事業の実施を支援し、半林半Xといった新しい働き方の提案により地域おこし協力隊等の新たな担い手を確保

(2) 高度な技術を有する人材の育成

林業大学校での即戦力となる技術者の育成に加え、スマート林業の推進に必要な高度人材の育成・確保につながる林業事業体による取組を促進。

- 新** ①林業事業体における、森林クラウドでのデジタル情報の活用やスマート林業の推進に必要な人材の育成を支援
- 拡** ②林業大学校において、原木生産に加え、再生林の推進に必要な知識と現場経験を得るための研修の実施

(3) 魅力ある職場づくりの推進

女性等の就業促進の後押しが期待できるスマート林業の実践といった取組の拡大や若者の価値観を取り込んだ労働環境改善の取組を支援することで、魅力ある職場づくりを進める。

- 拡** ①ドローン等の女性が扱いやすい機器の操作研修の開催に加え、林業現場でのスマート林業の実践に向けた林業事業体への個別支援
- ②更衣室の設置や就業規則の見直しなど、女性等が働きやすい環境整備への支援
- 拡** ③事業戦略の実践や女性が働きやすい職場づくり等について学ぶ経営セミナーの開催

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

漁業者の減少や高齢化に加え、海況の変化等により漁獲量が不安定な中、水産業の成長産業化を図るため、生産性の向上や販路開拓、担い手の確保等に取り組みました。生産面では、デジタル技術を活用した効率的な生産流通体制への転換を進める「高知マリンイノベーション」の推進や、安定生産が可能な養殖生産の拡大、外商の強化に向けた加工施設の立地促進等を行いました。流通・販売面では、「高知家の魚応援の店」への販売拡大や、水産物輸出促進コーディネーター等のネットワークを活用した海外での販路開拓等に取り組んできました。漁業生産を支える担い手の確保では、高知県漁業就業支援センターによる就業相談から就業後までの一貫した支援を行い、関西圏など県外からの就業につなげてきました。

その結果、漁業生産額では、平成20年以降、生産額が減少（H20:483億円→R3:451億円）する中で、養殖業が成長（H20:139億円→R3:228億円）し、また、水産加工出荷額は大きく増加（H20:171億円→R3:224億円）しています。

不漁や物価高騰による経営の圧迫、一部の国での輸入停止、深刻な担い手不足等、水産業を取り巻く環境は厳しさを増しています。そうした中で魅力ある水産業としていくには、デジタル技術を活用したさらなる生産性の向上や養殖業の振興による安定的な生産、新たな販路開拓・販売拡大を図るとともに、担い手として多様な人材の受入れが必要です。

② 第5期計画の取り組み

第5期計画では、「若者が地域で稼げる魅力的な水産業」を実現していくため、環境や社会の変化に強い「持続可能」で、地産外商により「稼げる」、そして多様な人材が活躍できる「働きやすい」水産業の実現に向けて、次の4つを戦略の柱として取り組みを推進します。

柱1 漁業生産の構造改革

高知マリンイノベーションの取り組みでは、情報発信システムNABRASの操業効率化につながる機能向上や情報の充実、経営安定に資する利益シミュレーションツールの普及及び機能強化、市場業務の効率化を目指す産地市場のスマート化等に取り組めます。また、養殖業では、新たな漁場での生産拡大に取り組むとともに、ブリ人工種苗の導入促進や投餌量削減技術の開発による生産コストの削減により、養殖経営の安定化に取り組めます。

柱2 市場対応力のある産地加工体制の強化

輸出の拡大に向けた加工施設の整備や衛生管理の高度化に取り組むとともに、加工用原料や製品の保管に必要な冷凍保管ニーズの掘り起こしや施設整備等への支援に取り組めます。

柱3 流通・販売の強化

消費地の卸売市場関係者や「高知家の魚応援の店」とのネットワークを活かし、取引拡大を進めます。また、輸出の拡大を図るため、国内外の見本市への出展や賞味会の開催、水産物輸出促進コーディネーター等による新たな販路の開拓・販売拡大に取り組めます。

柱4 担い手の確保・育成

さらなる担い手の確保に向け、関西圏の専門学校等や県内高校での就業セミナーの開催の拡充や県独自フェアを実施するとともに、若者や女性など多様な人材が就業しやすい環境づくりに向け、経営体の受入れ環境の整備等への支援の充実を図っていきます。

水産業分野の施策の展開 ～ 若者が地域で稼げる魅力的な水産業 ～

目指す姿

- ① デジタル技術等の活用により、環境や社会の変化に強く安定した所得が得られる "持続可能な" 水産業
- ② 県内のみならず、県外、海外への県産水産物の販路が確立され、誰もが地産外商にチャレンジできる "稼げる" 水産業
- ③ 労働環境の改善により、多様な人材が活躍できる "働きやすい" 水産業

⇒ 「若者が地域で稼げる魅力的な水産業」の実現

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 (R3) 451億円 ⇒ 4年後 (R9) 520億円 ⇒ 10年後 (R15) 545億円
 出発点 (R3) 224億円 ⇒ 4年後 (R9) 284億円 ⇒ 10年後 (R15) 302億円

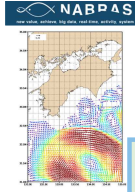
「地産」の強化

柱1 漁業生産の構造改革

生産性の向上や生産量の増大に向けた取り組みを推進！

(1) 高知マリンイノベーションの推進

- 拡** ① 情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化
- ② リスク対策につながる予測手法の開発 (二枚潮、急潮、赤潮)
- 拡** ③ 利益シミュレーションツールの機能強化
- ④ メジカ漁場予測システムの開発
- ⑤ 黒潮牧場の高機能化
- 新** ⑥ スマート市場のモデルケースの構築
- ⑦ 省力化につながるデジタル機器の導入支援



(3) かつお・まぐろ漁業の振興

- ① 事業戦略の実行支援による経営力の向上
- ② 黒潮牧場の高機能化 (再掲)



(4) 定置網漁業の振興

- ① 事業戦略の実行支援による経営力の向上
- ② 事業戦略に基づく設備投資等への支援



柱2 市場対応力のある産地加工体制の強化

産地加工の拡大と雇用の場を創出！

(1) 加工施設の立地促進や機能等の強化

- ① 輸出に対応した加工施設の立地支援
- ② 輸出に適した加工用原魚の確保
- ③ 加工施設の機能強化や衛生管理の高度化



(2) 加工関連産業の強化

- ① 加工用原料や製品の保管に必要な冷凍保管ビジネスの強化

漁業生産額や加工出荷額を安定的に確保！

「外商」の強化

柱3 流通・販売の強化

大都市圏や海外への外商活動を強化！

(1) 外商の拡大

- 拡** ① 「高知家の魚応援の店」とのネットワークを活用した外商活動の強化
- ② 卸売市場関係者のネットワークを活かした取引の拡大
- ③ 商談会等への出展による販路拡大を支援



(2) 輸出の拡大

- 拡** ① 水産物輸出促進コーディネーターや卸売市場関係者のネットワークを活用した販路開拓・拡大
- 新** ② 国内外の商社と連携した海外での賞味会の開催による販路開拓・拡大
- 新** ③ 国内商社等の産地招へいによる県内事業者とのマッチング機会の拡大



(3) 関西圏のパートナーと連携した販売拡大

- ① 卸売市場関係者と連携した量販店等への販売拡大
- 拡** ② 「高知家の魚応援の店」との関係強化による販売拡大
- 拡** ③ 卸売市場関係者等との連携による輸出の拡大



(4) 地域資源を活用した付加価値の創出

- ① あゆを活用した地域活性化の取り組みの推進



多様な人材が参入！
経営体が維持・安定！

好循環を生み出し
拡大再生産へ！

漁業所得が向上！

成長を支える取組の強化

柱4 担い手の確保・育成

新規就業者の確保や育成を支援！

(1) 新規就業者の確保・育成

- 拡** ① 関西圏の専門学校等や県内高校での就業セミナーの開催
- 拡** ② 県独自の就業フェアの開催
- ③ 移住促進策と連携した勧誘の促進
- ④ 就業希望者を対象とした短期・長期研修等の実施



(2) 多様な人材の確保

- 新** ① 女性が就業しやすい漁業への転換に向けた取り組みの推進
- 新** ② 障がい者等の生きがいや雇用の場の確保に向けた水福連携の推進
- ③ 外国人材の受け入れの推進
- ④ 漁業の操業を支える事業者の事業継続に向けた働きかけ



経営の安定と労働環境の整備を支援！

(3) 魅力ある職場づくりの支援

- ① 法人化に向けた支援
- 新** ② 労働環境等の改善に向けた専門家の派遣等の支援
- 新** ③ 若者、女性等の多様な人材が参入・定着しやすい環境整備
- ④ 高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化 (再掲)



各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

- ・漁業生産額(宝石サンゴを除く)
 出発点(R3):451億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:520億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:545億円
 (第4期計画目標(R5):520億円)
- ・水産加工出荷額
 出発点(R3):224億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:284億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:302億円
 (第4期計画目標(R5):270億円)

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 漁業生産の構造 改革	1 構造転換型戦略	鮮魚の県内市場取扱額(年間)	継続	73億円 (R4)	93億円以上	88億円	○
	2 地域産業スケールアップ型戦略	養殖生産量(ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ)(年間)	継続	13,703トン (R4)	21,400トン	23,000トン	○
2 市場対応力のある 産地加工体制の 強化	2 地域産業スケールアップ型戦略	海外HACCP対応型加工施設の整備(累計)	継続	4件 (R4)	4件	6件	
		養殖魚の前処理加工(年間)	継続	49.6億円 (R4)	50億円	97億円	
3 流通・販売の強 化	2 地域産業スケールアップ型戦略	「応援の店」への県内参画事業者の出荷額(年間)	継続	2.8億円 (R4)	5億円	5.7億円	
	3 グローバル展開型戦略	水産物の輸出(年間)	継続	2.7億円 (R4)	7.2億円	17.7億円	○
4 担い手の確保・育 成	5 人材起点型戦略	新規就業者数(年間)	継続	53名 (R4)	60名	60名	○
		うち若年(15~34歳)女性新規就業者数(年間)	新規	2名 (R4)	-	4名	○
		法人経営体数(定置網漁業)(累計)	新規	9法人 (R5.9)	-	12法人	
		事業戦略策定経営体における各年の営業利益の目標達成率(年間)	新規	63% (R4)	-	100%	

分野	水産業
各産業分野の取り組みの柱	漁業生産の構造改革

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	<p>鮮魚の県内市場取扱額(年間)</p> <p>【モニタリング方法】 ・水産試験場及び漁業指導所が前月実績を漁協に聞き取り</p>	73億円 (R4)	73億円 (R4)	88億円 (R9)	<p>1 高知マリンイノベーションの推進 (1)情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化 ・水産振興部が所有する水産に関するデータを一元的に管理するデータベースを構築(データベースに64項目、139データを格納) ・海水温や潮流、赤潮発生情報などの漁業操業に有用な情報や上記データベースのデータを発信する情報発信システムNABRASを構築し、R5.1月末から運用を開始 ⇒運用開始からR6.3月末までの延べ閲覧数は約41.2万回(月平均約2.9万回)、プッシュ通知の登録数は赤潮・急潮が190人、マグロ採捕停止命令が315人</p> <p>(2)リスク対策につながる予測手法の開発 ①二枚潮の発生予測 ・県等による海洋観測データの収集・提供(R2～) ・県提供の海洋観測データを活用したJAMSTECが運用する海況予測システム(JCOPE-T)の精度向上(R2～) ②急潮発生予測手法の開発 ・海洋観測データの収集・蓄積(H27～) ・急潮発生機序の解明・予測手法の開発(H27～) ⇒紀南分枝流「東進型」急潮の発生機序を解明し、予測手法を確立⇒急潮注意報の発出開始(H29～) ⇒紀南分枝流「西進型」急潮の発生機序を解明し、予測手法を確立⇒急潮注意報の発出開始(R4～) ③赤潮予測手法の開発 ・リアルタイムPCRを活用した赤潮早期検知技術の開発(R2～) ・赤潮予測手法の開発(R2～) ⇒浦ノ内湾における赤潮予測手法の確立(R3) ⇒浦ノ内湾における赤潮予測情報の発出・検証(R3～) ・浦ノ内湾における機械学習の導入による赤潮予測の精度向上(R4～) ・赤潮予測手法を養殖現場に活かすための餌止め効果(補償成長)の検証(R2～R3) ⇒得られた成果を養殖事業者等へ普及(R3～R4) ・県・水産庁事業を活用した養殖現場へのデジタル機器の導入支援(R3～) ⇒R3:14経営体、R4:3経営体、R5:1経営体</p> <p>(3)利益シミュレーションツールの機能強化 ・R4は8経営体がツールの活用を開始し、R5は沿岸漁業でのツール開発に着手 ・利益を意識した操業の意識づけにつながった</p>	<p>1 高知マリンイノベーションの推進 (1)情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化 ・利便性の向上(データ更新の迅速性の向上、操作性や視認性の向上)</p> <p>(2)リスク対策につながる予測手法の開発 ①二枚潮の発生予測 ・予測精度の維持・向上 ・予測情報の現場への普及</p> <p>②急潮発生予測手法の開発 ・紀南分枝流急潮の予測精度の向上 ・紀南分枝流急潮以外の予測手法の確立</p> <p>③赤潮予測手法の開発 ・野見湾・宿毛湾における赤潮予測手法の開発 ・浦ノ内湾における赤潮予測の精度向上 ・養殖業のデジタル化</p> <p>(3)利益シミュレーションツールの機能強化 ・利便性の向上(データ更新の迅速性の向上、操作性や視認性の向上)</p>	<p>1 高知マリンイノベーションの推進 (1)情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化 ・利用者の意見に基づくシステムの改良や発信する情報の追加による漁業関係者への普及と利用率の向上【R6～R9】 ・R6年度は以下のシステム改修を実施 ①クロマクロ採捕停止命令通知機能の拡充 ②アンケート機能の実装 ③クロフィル衛星画像表示機能の実装 ④災害情報LINE発信機能の実装 ⇒ 別図<水01>参照(P52)</p> <p>(2)リスク対策につながる予測手法の開発 ①二枚潮の発生予測 ・県等が収集した海洋観測データの提供による予測精度の維持・向上【R6～R9】 ・JAMSTECと漁業者の意見交換会等を通じた予測精度の向上及び予測情報の普及【R6～R9】 ⇒ 別図<水01>参照(P52)</p> <p>②急潮発生予測手法の開発 ・データの蓄積・解析による紀南分枝流急潮の予測精度の向上【R6～R9】 ・気象研究所等と連携した、中央分枝流急潮・土佐湾急潮の発生機序の解明・予測手法の確立【R6～R7】 ・中央分枝流急潮・土佐湾急潮の予測手順の作成、急潮注意報の発出・検証【R8～R9】 ⇒ 別図<水01>参照(P52)</p> <p>③赤潮予測手法の開発 【野見湾・宿毛湾】 ・赤潮予測手法の開発・確立【R6～R7】 ・赤潮予測情報の発出・検証【R8～R9】 【浦ノ内湾】 ・赤潮予測手法に機械学習や赤潮プランクトンの生物学的特性(水温・塩分等が増殖に及ぼす影響)を導入することによる予測精度の向上【R6～R9】 ・湾内での赤潮プランクトンの移動等を予測するためのモデル(流動シミュレーションモデル)の構築【R6～R8】 ・流動シミュレーションモデルの検証・改良【R8～R9】 【全体】 ・県・水産庁事業を活用した養殖現場へのデジタル機器の導入支援【R6～R9】 ⇒ 別図<水01>参照(P52)</p> <p>(3)利益シミュレーションツールの機能強化 ・民間事業者との連携による機能強化【R6】 ・利益シミュレーションツールの普及・高度化の検討【R6～R8】 ・漁獲予測モデルの開発の検討(国の研究機関が開発する漁場予測との連携 等)【R6～R8】 ・操業効率化支援ツールの開発・検討【R9～】 ⇒ 別図<水01>参照(P52)</p>

分野	水産業
各産業分野の取り組みの柱	漁業生産の構造改革

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	<p>(4)メジカ漁場予測システムの開発 ・早稲田大学と連携した予測システムの開発(R2～) ⇒予測情報の試験配信(R5.1～R5.6)</p> <p>(5)黒潮牧場の高機能化 ・黒牧周辺でのカツオ・マグロ漁業の効率化を図るため、黒潮牧場へのソナー等の機器設置及び高機能化の効果を最大限に発揮する黒潮牧場パイを検討 ⇒設置機器(ソナー)、設置パイの候補を選定</p> <p>(6)スマート市場のモデルケースの構築 ・県内の3市場に自動計量システムを導入 (室戸岬、鈴、貝ノ川) ・貝ノ川で現場実装が成功 ・貝ノ川をモデルケースとし、土佐清水市内の他市場も自動計量システムへ切り替えていく方向性を高知県漁協と確認 ・併せてメジカについては、電子入札を導入する計画となっている ・拠点である清水市場に、貝ノ川の水揚げ情報がリアルタイムで表示されるモニターを整備(R6.3月完了)</p> <p>(7)省力化につながるデジタル機器の導入支援 ・省力化につながるデジタル機器・設備の導入を支援 R3:養殖業デジタル化促進事業(県) (14件) R4:水産業スマート化推進事業(国) (1件(3事業者)) R5:燃油等高騰緊急対策設備投資支援事業(県) (6月補正:12件、12月補正:9件予定)</p>	<p>(4)メジカ漁場予測システムの開発 ・予測精度の向上 ・本格運用に向けたシステムの構築</p> <p>(5)黒潮牧場の高機能化 ・ソナー設置方法や取得データの海上からの送信方法の検討</p> <p>(6)スマート市場のモデルケースの構築 ・土佐清水市内の未導入市場の環境整備(機器の導入、ネットワーク環境の整備) ・漁業者、漁協職員、買受人等の市場関係者の意識の醸成</p> <p>(7)省力化につながるデジタル機器の導入支援 ・省力化に繋がるデジタル機器導入等による労働環境改善の横展開が必要</p>	<p>(4)メジカ漁場予測システムの開発 ・予測精度の向上に必要なデータの収集・提供【R6～R9】 ・本格運用に向けたシステムの基本設計【R6】 ・本格運用に向けたシステムの構築【R7】 ・NABRASを活用した予測情報の発信【R8～R9】 ⇒ 別図<水01>参照(P52)</p> <p>(5)黒潮牧場の高機能化 ・設置するソナーの技術的課題(探知範囲の自動制御、方位認識等)の検討【R6～R7】 ・配信方法(通信方法やNABRASとの連携等)の検討【R6～R7】 ・黒潮牧場へのソナーの設置及びNABRASでの配信の開始【R8～】 ・新たな高機能化手法及び高機能化パイの検討【R8～】</p> <p>(6)スマート市場のモデルケースの構築 ・土佐清水市内の全市場で自動計量システムに移行【R6】 ・メジカについて電子入札に移行【R6～R7】 ・メジカ以外の他魚種での電子入札の導入に向けた検討【R7】 ・土佐清水市全体の市場業務のスマート化を実現し、他地域への横展開を推進【R7～R9】 ⇒ 別図<水01>参照(P52)</p> <p>(7)省力化につながるデジタル機器の導入支援 ・県や国の補助事業を活用し、引き続き省力化に繋がるデジタル機器・設備の導入を支援し、作業の効率化や負担軽減等の労働環境改善を図る【R6～R9】 ⇒ 別図<水02>参照(P53)</p>

分野	水産業
各産業分野の取り組みの柱	漁業生産の構造改革

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	<p>2 かつお・まぐろ漁業の振興 (1)事業戦略の実践支援による経営力の向上 ・事業戦略に基づき、採算性の低い時期の操業見直しによる利益向上や、乗組員の確保に向けた就業フェアへの参加による持続性の向上に向けた取組等に繋がった</p> <p>(2)カツオ資源の回復に向けた取り組み ・カツオ資源の持続的利用に向けた資源管理の強化について政策提言を実施(H16～) ・資源及び漁業管理体制の推進についてかつお・まぐろ漁業対策推進道県協議会を通じて国へ要望(S52～) ⇒WCPFC第19回年次会合において新たな漁獲管理の枠組み(管理方式)が導入(R4) ⇒WCPFC第20回年次会合において漁獲努力量・漁獲量が基準値を上回った場合に保存管理措置を見直す規定が追加(R5) ・高知カツオ県民会議の活動に対する支援を実施(H29～)</p> <p>(再掲) (3)黒潮牧場の高機能化 ・黒牧周辺でのカツオ・マグロ漁業の操業の効率化を図るため、黒潮牧場へのソナー等の機器設置及び高機能化の効果を最大限に発揮する黒潮牧場パイを検討 ⇒設置機器(ソナー)、設置パイの候補を選定</p>	<p>2 かつお・まぐろ漁業の振興 (1)事業戦略の実践支援による経営力の向上 ・漁業経営体の経営安定・継続に向けた支援が必要</p> <p>(2)カツオ資源の回復に向けた取り組み ・日本周辺へのカツオ来遊量回復には資源管理の強化が必要</p> <p>(再掲) (3)黒潮牧場の高機能化 ・ソナー設置方法や取得データの海上からの送信方法の検討</p>	<p>2 かつお・まぐろ漁業の振興 (1)事業戦略の実践支援による経営力の向上 ・各経営体に対する事業戦略の実践支援【R6～R7】 ・利益シミュレーションツールを活用した漁業経営のサポートを継続【R6～】 ・漁協営漁指導員や県普及指導員による伴走支援【R6～】</p> <p>(2)カツオ資源の回復に向けた取り組み ・政策提言の実施【R6～R9】 ・かつお・まぐろ漁業対策推進道県協議会を通じた国への要望の実施【R6～R9】 ・高知カツオ県民会議の活動支援【R6～R9】</p> <p>(再掲) (3)黒潮牧場の高機能化 ・設置するソナーの技術的課題(探知範囲の自動制御、方位認識等)の検討【R6～R7】 ・配信方法(通信方法やNABRASとの連携等)の検討【R6～R7】 ・黒潮牧場へのソナーの設置及びNABRASでの配信の開始【R8～】 ・新たな高機能化手法及び高機能化パイの検討【R8～】</p>
					<p>3 定置網漁業の振興 (1)事業戦略の実践支援による経営力の向上 ・事業戦略に基づき、ブランド化による利益向上や、乗組員の確保に向けた就業フェアへの参加による持続性の向上に向けた取組等に繋がった</p> <p>(2)漁船・漁具等の設備投資への支援 ・国のリース事業等(漁船導入支援事業(旧リース事業)・水産業成長産業化沿岸地域創出事業(新リース事業))を活用したリース漁船の取得を支援 旧リース:R4:5件→R5:2件 新リース:R4:1件→R5:2件</p>	<p>3 定置網漁業の振興 (1)事業戦略の実践支援による経営力の向上 ・漁業経営体の経営安定・継続に向けた支援が必要</p> <p>(2)漁船・漁具等の設備投資への支援 ・造船所の減少や資材の調達難等により事業完了が遅れる懸念が高まっている。 ・近年の主要魚種の不漁等により、事業活用者のKPI未達の割合が増加</p>	<p>3 定置網漁業の振興 (1)事業戦略の実践支援による経営力の向上 ・企業的な漁業経営の推進(法人化等による労働環境の改善等)【R6～】 ・各経営体に対する事業戦略の実践支援【R6～R7】 ・利益シミュレーションツールを活用した漁業経営のサポートを継続【R6～】 ・漁協営漁指導員や県普及指導員による伴走支援【R7～】</p> <p>(2)漁船・漁具等の設備投資への支援 ・事業完了までに時間を要する場合は、漁船のレンタルを提案し、漁船の整備・取得までの操業を支援【R6～R9】 ・リース事業体である(一社)高知県漁業就業支援センターと連携し、事業活用後のフォローアップを強化【R6～R9】</p>

分野	水産業
各産業分野の取り組みの柱	漁業生産の構造改革

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
2	養殖生産量(ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ)(年間) 【モニタリング方法】 ・農林水産統計(年1回) ・漁業者への聞き取りにより導入尾数の傾向を把握 ・漁業指導所が漁業者等に浜値を聞き取り(月1回)	18,666トン (R3)	13,703トン (R4)	23,000トン (R9)	1 養殖業の振興 (1)規模拡大・新規参入業者の誘致、生産拡大 ・既存養殖漁場の有効活用に向けた漁場利用状況の調査(R4～R5) ・新規養殖漁場候補地の選定に向けた調査(波、風、地形等)(R5) ⇒土佐湾、宿毛湾内で複数の候補地を選定 ・調査結果を踏まえた地元の意向確認・調整(R5) (2)ブリ人工種苗の導入による養殖経営の安定化 ・ブリ人工種苗生産技術開発委託(H30～R1) ⇒高品質なブリ人工種苗の生産技術確立 ・べこ病対策のための中間育成試験(R2～R3) ⇒浦ノ内湾で中間育成することでべこ病発症を防止できることを確認 ・ブリ人工種苗導入への支援(R4～) ⇒宿毛湾及び香南市の養殖事業者(3者)がブリ人工種苗計34千尾を導入 ⇒ブリ人工種苗の成長・生残等に関する知見を蓄積 (3)「補償成長」を利用した投餌量削減技術の開発による生産コストの削減 ・マダイ・カンパチにおける補償成長を利用した飼料コスト削減技術の開発(H24～H26) ・マダイにおける赤潮予測手法を養殖現場に活かすための餌止め効果(補償成長)の検証(R2～R3) ⇒得られた成果を養殖事業者等へ普及(R3～R4) ・民間企業と連携した補償成長を利用した投餌量削減技術の実証試験(R5)	1 養殖業の振興 (1)規模拡大・新規参入業者の誘致、生産拡大 ・漁業権の設定に向けた地元調整 ・規模拡大・新規参入による養殖生産の拡大 (2)ブリ人工種苗の導入による養殖経営の安定化 ・ブリ人工種苗の導入促進 (3)「補償成長」を利用した投餌量削減技術の開発による生産コストの削減 【マダイ】 ・より効果的に補償成長を発現させるための餌止め方法の検討 ・補償成長を利用した投餌量削減技術の普及 【ブリ】 ・補償成長を利用した投餌量削減技術の開発	1 養殖業の振興 (1)規模拡大・新規参入業者の誘致、生産拡大 ・漁業権の設定に向けた地元調整、漁業権の設定【R6】 ・養殖漁場候補地調査の結果を踏まえた、地元の合意に基づく規模拡大・新規参入業者の誘致活動【R6】 ・規模拡大・新規参入業者への支援の拡充(漁船リース、新リース事業等)【R6～R8】 ⇒ 別図<水02>参照(P53) (2)ブリ人工種苗の導入による養殖経営の安定化 ・R4、R5に県内養殖業者が導入した人工種苗の飼育データを解析・提供することによるブリ人工種苗の導入促進【R6～R9】 ・人工種苗導入に係る先進事例を紹介する講演会の開催【R6】 ⇒ 別図<水02>参照(P53) (3)「補償成長」を利用した投餌量削減技術の開発による生産コストの削減 【マダイ】 ・民間企業と連携した補償成長を利用した投餌量削減技術の普及【R6～R9】 ・より効果的に補償成長を発現させるための餌止め期間の検討【R7～R8】 【ブリ】 ・補償成長を利用した投餌量削減技術の開発【R6～R7】 ・補償成長を利用した投餌量削減技術の普及【R7～R9】 【マダイ・ブリ】 ・餌止めが免疫機能等へ及ぼす影響の評価及び影響の軽減方法の検討【R6～R8】 ⇒ 別図<水02>参照(P53)

分野	水産業
各産業分野の取り組みの柱	市場対応力のある産地加工体制の強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	海外HACCP対応型加工施設の整備(累計) 【モニタリング方法】 ・事業者訪問等による進捗状況の聞き取り	4件 (H29～R4)	4件 (H29～R4)	6件 (H29～R9)	1 加工施設の立地促進や機能等の強化 (1)輸出に対応した加工施設の立地支援 ・輸出に対応した加工施設の整備・改修を支援 ⇒A加工施設:工場稼働開始(R4.6月) ⇒B加工施設:工事着工(R4.12月)、R5.8月に工事完了、工場稼働開始(R5.9月) ⇒C加工施設はR5.3月に工事完了、工場稼働開始(R5.4月) ⇒D加工施設は改修工事がR5.2月に完了 (2)輸出に適した加工用原魚の確保(再掲) ①プリ人工種苗の導入による養殖経営の安定化 ・プリ人工種苗生産技術開発委託(H30～R1) ⇒高品質なプリ人工種苗の生産技術を確立 ・べこ病対策のための中間育成試験(R2～R3) ⇒浦ノ内湾で中間育成することでべこ病発症を防除できることを確認 ・プリ人工種苗導入への支援(R4～) ⇒宿毛湾及び香南市の養殖事業者(3者)がプリ人工種苗計3万尾を導入 ⇒プリ人工種苗の成長・生残等に関する知見を蓄積 (3)加工施設の機能強化や衛生管理の高度化 ・(再掲)輸出に対応した加工施設の整備・改修を支援 ・水産加工施設等のHACCP認証取得を支援 ⇒輸出に対応したHACCP認証取得 R元:1事業者→R5:4事業者 ・養殖魚認証制度の取得支援(R4～) ⇒国際認証制度(ASC、MEL)の機運を醸成するため、R5.3月に高知県水産物輸出促進協議会と一般社団法人大日本水産会の共催で県内事業者を対象とした水産エコラベル認証制度(MEL)についての講習会を実施(3社参加)	1 加工施設の立地促進や機能等の強化 (1)輸出に対応した加工施設の立地支援 ・輸出拡大に向けたさらなる加工施設の整備や機能の強化 ・ALPS処理水の海洋放出に伴う中国による日本産水産物の輸入停止措置により、中国への輸出が停止 (2)輸出に適した加工用原魚の確保(再掲) ①プリ人工種苗の導入による養殖経営の安定化 ・プリ人工種苗の導入促進	1 加工施設の立地促進や機能等の強化 (1)輸出に対応した加工施設の立地支援 ・輸出拡大に向けた新たな加工施設の整備や機能強化等を支援【R6～R9】 ・「水産物輸出促進コーディネーター」によるマーケットニーズに対応した県内事業者の商品開発や販路開拓等を支援【R6～R9】 (2)輸出に適した加工用原魚の確保(再掲) ①プリ人工種苗の導入による養殖経営の安定化 ・R4、R5に県内養殖業者が導入した人工種苗の飼育データを解析・提供することによるプリ人工種苗の導入促進【R6～R9】 ・人工種苗導入に係る先進事例を紹介する講演会の開催【R6】
2	養殖魚の前処理加工(年間) 【モニタリング方法】 ・養殖魚の前処理加工事業者への加工実績の聞き取り(年1回) ・主要な加工事業者に出荷額を聞き取り(四半期ごと)	49.6億円 (R4)	49.6億円 (R4)	97億円 (R9)	1 加工関連産業の強化 (1)加工用原料や製品の保管に必要な冷凍保管ビジネスの強化 ・冷凍保管ビジネスに関する事業者への聞き取りを実施(R5)	1 加工関連産業の強化 (1)加工用原料や製品の保管に必要な冷凍保管ビジネスの強化 ・安定した加工用原魚の確保と、原魚の凍結や保管に必要な施設の整備	1 加工関連産業の強化 (1)加工用原料や製品の保管に必要な冷凍保管ビジネスの強化 ・高知県加工業交流促進協議会での冷凍保管ビジネスに関する協議【R6～R9】 ・冷凍保管施設の整備に向けた支援の実施【R6～R9】

分野	水産業
各産業分野の取り組みの柱	流通・販売の強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	<p>「応援の店」への県内参画事業者の出荷額(年間)</p> <p>【モニタリング方法】 ・県内参画事業者へのアンケート調査(年2回)</p>	2.8億円 (R4)	2.8億円 (R4)	5.7億円 (R9)	<p>1 外商の拡大 (1)「高知家の魚応援の店」とのネットワークを活用した外商活動の強化 ・少量多品種の県産水産物の特徴を生かした産地直送による取り組み、「高知家の魚応援店制度」を活用した、産地見学会・産地招へい、県産水産物メニューフェアの開催、営業活動の実施等により県内参画事業者との取引を促進 「応援の店」登録数：(R2)1,059→(R4)1,149 年間取引額：(R2)2.3億円→(R4)2.8億円</p> <p>(2)卸売市場関係者のネットワークを活かした取引の拡大 ・水産物流通の中核を担い、幅広いネットワークを有する卸売市場関係者と連携(関西：R3年度～、関東：R4年度～) ・量販店や飲食店チェーンでの県産水産物の販売促進活動を展開 関西販売額：(R3)6.9億円→(R4)8.3億円 関東販売額：(R4)：2.7億円</p> <p>(3)商談会等への出展による販路拡大を支援 ・全国規模の見本市(シーフードショー)への出展 ⇒R2：東京14社、大阪15社(成約金額24,344千円) R3：東京15社(成約金額18,184千円) R4：大阪13社、東京13社、大阪13社(成約金額23,226千円)</p>	<p>1 外商の拡大 (1)「高知家の魚応援の店」とのネットワークを活用した外商活動の強化 ・新規取引や既存の取引拡大・回復等につながる効果的な施策の実施が必要</p> <p>(2)卸売市場関係者のネットワークを活かした取引の拡大 ・卸売市場関係者等と連携した、量販店や飲食店チェーン向けの販売促進によるさらなる認知度向上や定番化の推進が必要</p> <p>(3)商談会等への出展による販路拡大を支援 ・さらなる新規顧客開拓による販売額の増大</p>	<p>1 外商の拡大 (1)「高知家の魚応援の店」とのネットワークを活用した外商活動の強化 応援の店と県内参画事業者のネットワークを活用し、関西圏の飲食店やホテルなどの取引拡大を目指す。 ・県内参画事業者の取引拡大につながる商談会の創出【R6～R9】 ・マーケットインの視点による商品の磨き上げ【R6～R9】</p> <p>(2)卸売市場関係者のネットワークを活かした取引の拡大 これまでに構築した関西圏の卸売市場関係者との関係を継続し、県産水産物の販売拡大にあわせ、定番化を推進することで、県産水産物の安定取引を目指す ・継続取引から定番取引につながるような継続的な営業【R6～R9】 ・農水連携フェアを活用したクロスマーチャンダイズ(カテゴリは異なるが関連性のある商品を組み合わせる売り場に陳列)の実施【R6～R9】</p> <p>(3)商談会等への出展による販路拡大を支援 ・全国規模の見本市(シーフードショー)への県ブースの設置による商談会の創出や県産水産物のPRの実施【R6～R9】 ・成約額の増加に向けた出展事業者のフォロー【R6～R9】</p>

分野	水産業
各産業分野の取り組みの柱	流通・販売の強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	<p>2 地域資源を活用した付加価値の創出 (1)あゆを活用した地域活性化の取り組みの推進 ・あゆを観光や地域振興等に有効かつ持続的に活用するため、「あゆ有効活用計画検討会議」を開催し、ビジョンの内容を検討 ⇒「あゆ王国高知振興ビジョン」を策定(R4.3月) ・「あゆ王国高知振興ビジョン推進協議会」を設置し、ビジョンに掲げる取組の進捗等を確認(R4～) ・あゆ王国高知HPを開設し、あゆが食べられる県内の飲食店等の情報やあゆのレシピ、PR動画などを情報発信(R4～) ・インフルエンサーによる情報発信やメディア向けPRを実施 ・県内飲食店等49店舗であゆフェアを開催(R5.7月～R5.9月) ・高知市西敷地で観光客等を対象したあゆPRイベント「こうち天然あゆ祭り」を開催し、4,300人が来場(R5.8月) ・複数河川のあゆを集出荷する体制を構築(R4～) ・国内商社によるドバイでの賞味会にあゆを販売促進(R5.11月) ・釣り具メーカーによるあゆ釣り全国大会の誘致活動を実施(R4～) ⇒仁淀川で西日本ブロック大会が開催(R5.7月)、R6年度の全国決勝大会の開催が仁淀川に決定 ・第2期あゆ王国高知ビジョンを策定予定(R6.3月)</p>	<p>2 地域資源を活用した付加価値の創出 (1)あゆを活用した地域活性化の取り組みの推進 ・ビジョンに掲げる取組の着実な実行と取組のさらなる拡大</p>	<p>2 地域資源を活用した付加価値の創出 (1)あゆを活用した地域活性化の取り組みの推進 ・「第2期あゆ王国高知振興ビジョン」(R6.3月策定予定)に掲げる取組を事業者や漁協、市町村等と連携しながら推進【R6～R9】 ・あゆPRイベントの開催やインフルエンサーの活用等による県産あゆの効果的な情報発信の実施【R6～R9】 ・県産あゆの取引拡大に向けた国内外での販売促進の強化と新たな集荷体制の構築【R6～R9】 ・釣り具メーカー主催のあゆ釣り全国決勝大会でのPRの実施【R6】とさらなる誘致活動の展開【R6～R9】</p>
2	水産物の輸出(年間) 【モニタリング方法】 ・ジェットロ高知・県「食料品輸出額」を確認(年1回) ・主要な輸出事業者からの聞き取り(月1回)	2.7億円 (R4)	2.7億円 (R4)	17.7億円 (R9)	<p>1 輸出の拡大 (1)水産物輸出促進コーディネーターや卸売市場関係者のネットワークを活用した販路開拓・拡大 ・「高知県水産物輸出促進協議会」が国内外の展示会へ出展 [海外見本市] R3: 米国(オンライン展示会1回) R4: シンガポール(3回)、米国(1回) R5: タイ(1回)、ベトナム(1回)、シンガポール(1回)、米国(2回) [国内見本市] R2: 2回(うち1回オンライン)、R3: 3回、R4: 3回、R5: 3回 ・「水産物輸出促進コーディネーター」を配置し、県内事業者の商品開発や販路開拓を支援(R5) ・県産水産物の輸出拡大に向け、関東及び関西の卸売市場関係者等へ業務委託(R5.6月～) ⇒輸出額 R2: 3.9億円、R3: 3.1億円、R4: 2.7億円</p>	<p>1 輸出の拡大 (1)水産物輸出促進コーディネーターや卸売市場関係者のネットワークを活用した販路開拓・拡大 ・ALPS処理水の海洋放出に伴う中国による日本産水産物の輸入停止措置により、中国への輸出が停止 ・中国以外の新たな国への販路の開拓</p>	<p>1 輸出の拡大 (1)水産物輸出促進コーディネーターや卸売市場関係者のネットワークを活用した販路開拓・拡大 ・漁協や加工事業者等で構成する高知県水産物輸出促進協議会による国内外の見本市への出展を支援【R6～R9】 ・水産物輸出促進コーディネーターによる輸出に取り組む事業者の掘り起こしやマーケットニーズに対応した商品開発、新たな販路の開拓・拡大を実施【R6～R9】 ・関東及び関西の卸売市場関係者等の集荷能力や輸出ルートを活用した販路開拓を実施【R6～R9】 ・これまで輸出拡大に取り組んできた米国や東南アジアに加え、台湾やインド、中東諸国などの新たな国への輸出ルートを開拓することで県産水産物の輸出を拡大【R6～R9】 ⇒ 別図<水03>参照(P54)</p>

分野	水産業
各産業分野の取り組みの柱	流通・販売の強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
					<p>(2)国内外の商社と連携した海外での賞味会の開催による販路開拓・拡大 ・国内商社が開催したドバイでの賞味会において、県産水産物、青果物及び酒を販売促進(R5.11月)</p> <p>(3)国内商社等の産地招へいによる県内事業者とのマッチング機会の拡大 ・中国商社が産地を訪問し、県内事業者と商談(R5.6月) ・国内商社がドバイでの賞味会の開催に向けて県内事業者を訪問(R5.5月～)</p>	<p>(2)国内外の商社と連携した海外での賞味会の開催による販路開拓・拡大 ・中国以外の新たな国への販路の開拓 ・賞味会の開催を通じた新たな販路の開拓</p> <p>(3)国内商社等の産地招へいによる県内事業者とのマッチング機会の拡大 ・中国以外の新たな国への販路の開拓 ・国内商社等と県内事業者との効果的なマッチング</p>	<p>(2)国内外の商社と連携した海外での賞味会の開催による販路開拓・拡大 ・国内商社と連携した賞味会をドバイとベトナムで開催【R6～】 ・新たな国での賞味会の開催による販路開拓・拡大【R6～R9】 ⇒ 別図<水03>参照(P54)</p> <p>(3)国内商社等の産地招へいによる県内事業者とのマッチング機会の拡大 ・国内商社等の産地招へいの実施【R6～R9】 ・国内商社等と連携したマーケットニーズに対応した商品開発等の実施【R6～R9】 ・国内商社等からの海外における輸出関連情報の収集【R6～R9】 ⇒ 別図<水03>参照(P54)</p>
2	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	<p>2 地域資源を活用した付加価値の創出 (再掲) (1)あゆを活用した地域活性化の取り組みの推進 ・あゆを観光や地域振興等に有効かつ持続的に活用するため、「あゆ有効活用計画検討会議」を開催し、ビジョンの内容を検討 ⇒「あゆ王国高知振興ビジョン」を策定(R4.3月) ・「あゆ王国高知振興ビジョン推進協議会」を設置し、ビジョンに掲げる取組の進捗等を確認(R4～) ・あゆ王国高知HPを開設し、あゆが食べられる県内の飲食店等の情報やあゆのレシピ、PR動画などを情報発信(R4～) ・インフルエンサーによる情報発信やメディア向けPRを実施 ・県内飲食店等49店舗であゆフェアを開催(R5.7月～R5.9月) ・高知市西敷地で観光客等を対象したあゆPRイベント「こうち天然あゆ祭り」を開催し、4,300人が来場(R5.8月) ・複数河川にあゆを集出荷する体制を構築(R4～) ・国内商社によるドバイでの賞味会にあゆを販売促進(R5.11月) ・釣り具メーカーによるあゆ釣り全国大会の誘致活動を実施(R4～) ⇒仁淀川で西日本ブロック大会が開催(R5.7月)、R6年度の全国決勝大会の開催が仁淀川に決定 ・第2期あゆ王国高知ビジョンを策定予定(R6.3月)</p>	<p>2 地域資源を活用した付加価値の創出 (再掲) (1)あゆを活用した地域活性化の取り組みの推進 ・ビジョンに掲げる取組の着実な実行と取組のさらなる拡大</p>	<p>2 地域資源を活用した付加価値の創出 (再掲) (1)あゆを活用した地域活性化の取り組みの推進 ・「第2期あゆ王国高知振興ビジョン」(R6.3月策定予定)に掲げる取組を事業者や漁協、市町村等と連携しながら推進【R6～R9】 ・あゆPRイベントの開催やインフルエンサーの活用等による県産あゆの効果的な情報発信の実施【R6～R9】 ・県産あゆの取引拡大に向けた国内外での販売促進の強化と新たな集荷体制の構築【R6～R9】 ・釣り具メーカー主催のあゆ釣り全国決勝大会でのPRの実施【R6】とさらなる誘致活動の展開【R6～R9】</p>

分野	水産業
各産業分野の取り組みの柱	担い手の確保・育成

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
48 1	<p>新規就業者数(年間)</p> <p>うち若年(15～34歳)女性新規就業者数(年間)</p> <p>【モニタリング方法】</p> <p>・漁業指導所が漁協や大敷組合等に依頼する新規漁業就業者参入状況調査(6月、12月)により就業状況を把握</p>	<p>53名 (R4)</p> <p>うち若年 女性 2名 (R4)</p>	<p>53名 (R4)</p> <p>うち若年 女性 2名 (R4)</p>	<p>60名 (R9)</p> <p>うち若年 女性 4名 (R9)</p>	<p>1 新規就業者の確保・育成</p> <p>(1) 関西圏の専門学校等や県内高校での就業セミナーの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関西圏の専門学校等での就業セミナーの開催(R4:1校→R5:4校) ・県内高校での就業セミナーの開催(R4:2校→R5:4校) <p>(2) 県独自の就業フェアの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出展事業者向けスキルアップセミナーの開催(参加事業者:R5:11経営体) ・関西での就業フェアの開催(参加者:R4:38名→R5:65名) ・県内での就業フェアの開催(参加者:R5:16名) <p>(3) 移住促進策と連携した勧誘の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住関連フェアへの参加(R4:4回→R5予定:5回) ・Uターンサポートセンターと連携したオンラインセミナーの開催(R5:1回) <p>(4) 就業希望者を対象とした短期・長期研修の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・体験(短期)研修 R4:25回→R5:27回 ・長期(自営漁業) R4:1名→R5:3名 ・雇用型漁業支援事業 R4:13名→R5:18名 ・漁家子弟型漁業支援事業 R4:1名→R5:5名 	<p>1 新規就業者の確保・育成</p> <p>(1) 関西圏の専門学校等や県内高校での就業セミナーの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・就業実績の高い県内や関西圏での就業希望者のさらなる掘り起こしが必要 ・面談者へのフォローアップの強化が必要 <p>(2) 県独自の就業フェアの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・就業実績の高い県内や関西圏での就業希望者のさらなる掘り起こしが必要 ・就業希望者の多い雇用型漁業の出展ブースの拡充が必要 ・出展事業者の面談スキルの向上、面談者へのフォローアップの強化が必要 <p>(3) 移住促進策と連携した勧誘の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規就業者の3割は県外出身者で、引き続き移住施策と連携強化が必要 <p>(4) 就業希望者を対象とした短期・長期研修の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業活用者は新規就業者の過半を占めており、引き続き円滑な技術習得、定着を促進するためには事業の継続が必要 	<p>1 新規就業者の確保・育成</p> <p>(1) 関西圏の専門学校等や県内高校での就業セミナーの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関西圏の水産動物系専門学校や大学での就業セミナー開催(※R6:6校)【R6～R9】 ・県内高校での就業セミナー開催(※R6:6校)【R6～R9】 ・県内高校の就職相談アドバイザーを通じた就業希望者の掘り起こし【R6～R9】 <p>⇒ 別図<水04>参照(P55)</p> <p>(2) 県独自の就業フェアの開催</p> <p>① 出展事業者向けスキルアップセミナーの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・面談者とのマッチング率向上を図るため、フェア出展事業者の面談スキル向上を支援【R6】 <p>② 関西での就業フェアの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・集客効果の高かった鉄道広告やWebページによる広報を強化【R6～R9】 ・雇用型漁業の出展ブースの拡充、会場規模の拡大【R6】 <p>③ 県内での就業フェアの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・好立地な会場選定、県内漁業者にに向けた広報を強化【R6】 <p>(3) 移住促進策と連携した勧誘の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Uターンサポートセンターと連携した、一次産業合同フェア等の開催【R6】 ・移住関連フェアへの参加【R6～R9】 <p>(4) 就業希望者を対象とした短期・長期研修の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・就業希望者のニーズに応じた研修事業等を継続し、円滑な技術習得、定着を促進【R6～R9】 ・事業活用者の増加を図るため、若い担い手の親世代となる既存漁業者への広報を強化【R6～R9】 ・研修終了後に定期的なフォローアップを強化し定着率の向上を図る【R6～R9】
					<p>2 多様な人材の確保</p> <p>(1) 女性が就業しやすい漁業への転換に向けた取り組みの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・定置網漁業者との意見交換会で労働局によるハラスメント講習を実施(R5.9) ・若者・女性を対象とした、仕事の満足度等に関するヒアリング調査の実施(R5.10) ・新規就業者向け座学研修でハラスメント講習を実施(R5:1回) <p>(2) 障がい者等の生きがいや雇用の場の確保に向けた水福連携の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・普及員向け研修会の開催(R5.6) ・水産事業者に対する意向調査の実施(R5.7)53事業者 ・農業、福祉部局との情報共有 <p>(3) 外国人材の受け入れの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国人漁業研修センターが実施する外国人漁業実習事業への支援(H13～) ・特定技能制度の周知(R2～) 	<p>2 多様な人材の確保</p> <p>(1) 女性が就業しやすい漁業への転換に向けた取り組みの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・近年、定置網や養殖等の雇用型漁業では、少人数であるものの女性の参入が続いている。 ・女性就業者の参入促進、定着に必要な課題の抽出が必要 <p>(2) 障がい者等の生きがいや雇用の場の確保に向けた水福連携の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水産事業者の障がい者雇用に対する理解の醸成 ・福祉団体・養護教育施設等の水産業分野の理解の醸成 ・水産業分野において障がい者等が活躍できる作業等の整理 <p>(3) 外国人材の受け入れの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国による技能実習制度の見直し ・外国人材の確保 	<p>2 多様な人材の確保</p> <p>(1) 女性が就業しやすい漁業への転換に向けた取り組みの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・定置網等の操業や漁協業務に女性が試験的に就業し、女性が働く上での課題抽出、効果的な取り組みの検討【R6】 ・県内の女性水産関係者が女性就業の課題や解決策を協議【R6～】 ・R6年度の取り組みで明らかとなった課題の克服に繋がる効果的な取り組みの実施【R7～R9】 ・女性が働きやすい労働環境づくりや女性の受け入れに積極的な経営体を優良事例として広報【R7～R9】 <p>⇒ 別図<水04>参照(P55)</p> <p>(2) 障がい者等の生きがいや雇用の場の確保に向けた水福連携の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水福連携への理解醸成を図るため、水産事業者向け研修会及び福祉事業者向け研修会の開催【R6】 ・水産事業者と障がい者との相互理解、マッチングに向けた作業体験会や意見交換会の実施【R6】 ・取り組みの普及、促進を図るため、先行している農業分野や福祉分野との連携強化(農福連携支援調整会議への参画等)【R6】 ・広報用パンフレットの作成、配布【R6】 <p>⇒ 別図<水04>参照(P55)</p> <p>(3) 外国人材の受け入れの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国人漁業研修センターが実施する研修への支援の継続【R6～R9】 ・現在の受け入れ国以外の情報収集・検討【R6～R9】

分野	水産業
各産業分野の取り組みの柱	担い手の確保・育成

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	<p>(4)漁業の操業を支える事業者の事業継続に向けた働きかけ ・造船所や鉄工所の現状把握 ・(一社)高知県事業承継・引き継ぎセンターとの連携</p> <p>3 魅力ある職場づくりの支援 (1)法人化に向けた支援 (再掲) ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお・まぐろ・定置網漁業) ・事業戦略に基づき、採算性の低い時期の操業見直し(かつお・まぐろ)やブランド化(定置網)による利益向上、乗組員の確保に向けた就業フェアへの参加による持続性の向上に向けた取組等に繋がった</p> <p>(2)労働環境等の改善に向けた専門家の派遣等の支援 ・(再掲)定置網漁業者との意見交換会で労働局によるハラスメント講習を実施(R5.9) ・(再掲)新規就業者向け座学研修でハラスメント講習を実施(R5:1回)</p> <p>(3)若者、女性等の多様な人材が参入・定着しやすい環境整備 (再掲) ①省力化につながるデジタル機器の導入支援 ・省力化につながるデジタル機器・設備の導入を支援 R3: 養殖業デジタル化促進事業(県)(14件) R4: 水産業スマート化推進事業(国)(1件(3事業者)) R5: 燃油等高騰緊急対策設備投資支援事業(県)(6月補正:12件、12月補正:9件予定)</p> <p>(再掲) ②漁船・漁具等の設備投資への支援 ・国のリース事業等(漁船導入支援事業(旧リース事業)・水産業成長産業化沿岸地域創出事業(新リース事業))を活用したリース漁船の取得を支援 旧リース: R4:5件→R5:2件 新リース: R4:1件→R5:2件</p>	<p>(4)漁業の操業を支える事業者の事業継続に向けた働きかけ ・造船所や鉄工所の後継者の確保</p> <p>3 魅力ある職場づくりの支援 (1)法人化に向けた支援 (再掲) ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお・まぐろ・定置網漁業) ・漁業経営体の経営安定・継続に向けた支援が必要</p> <p>(2)労働環境等の改善に向けた専門家の派遣等の支援 ・雇用条件や労働環境の改善を図っている経営体は一部にとどまっており、経営者の意識改革が必要 ・若者や女性、障がい者等の多様な人材が参入・定着するには労働環境等の改善が必要</p> <p>(3)若者、女性等の多様な人材が参入・定着しやすい環境整備 (再掲) ①省力化につながるデジタル機器の導入支援 ・省力化に繋がるデジタル機器導入等による労働環境改善の横展開が必要</p> <p>(再掲) ②漁船・漁具等の設備投資への支援 造船所の減少や資材の調達難等により事業完了が遅れる懸念が高まっている。 ・近年の主要魚種の不漁等により、事業活用者のKPI未達の割合が増加</p> <p>③若者、女性が働きやすい労働環境の整備 ・若者、女性が働きやすい快適な労働環境に向け、トイレや更衣室等の整備が必要</p>	<p>(4)漁業の操業を支える事業者の事業継続に向けた働きかけ ・造船所や鉄工所の稼働状況等について定期的に現状把握し、希望する事業者には(一社)高知県事業承継・引き継ぎセンターを紹介し、後継者の確保を支援【R6～R9】 ・経営支援課と連携し、事業承継の際に活用可能な支援制度等を情報提供【R6～R9】</p> <p>3 魅力ある職場づくりの支援 (1)法人化に向けた支援 (再掲) ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお・まぐろ・定置網漁業) ・企業的な漁業経営の推進(法人化等による労働環境の改善等)【R6～】 ・各経営体に対する事業戦略の実践支援【R6～R7】 ・利益シミュレーションツールを活用した漁業経営のサポートを継続【R6～】 ・漁協営漁指導員や県普及指導員による伴走支援【R6～】</p> <p>(2)労働環境等の改善に向けた専門家の派遣等の支援 ・労働局や男女共同参画センター、水産庁等の専門家(社会保険労務士)派遣制度の活用により、経営者や従業員の意識改革を進め、雇用条件や労働環境の改善を促す【R6～R9】 ・労働環境等の改善や若者の受け入れに積極的な経営体を、優良事例として県HP等で情報発信し横展開を図る【R6～R9】 ・雇用型漁業支援制度の利用要件に、労働環境改善に関する講習会受講を加え、雇用型漁業における意識改革、就業者の定着率向上を図る【R6～R9】 ⇒ 別図<水04>参照(P55)</p> <p>(3)若者、女性等の多様な人材が参入・定着しやすい環境整備 (再掲) ①省力化につながるデジタル機器の導入支援 ・県や国の補助事業を活用し、引き続き省力化に繋がるデジタル機器・設備の導入を支援し、作業の効率化や負担軽減等の労働環境改善を図る【R6～R9】</p> <p>(再掲) ②漁船・漁具等の設備投資への支援 ・事業完了までに時間を要する場合は、漁船のレンタルを提案し、漁船の整備・取得までの操業を支援【R6～R9】 ・リース事業体である(一社)高知県漁業就業支援センターと連携し、事業活用後のフォローアップを強化【R6～R9】</p> <p>③若者、女性が働きやすい労働環境の整備 ・トイレや更衣室等の整備を支援し、若者や女性等の参入促進・定着を図る【R6】 ⇒ 別図<水04>参照(P55)</p>

分野	水産業
各産業分野の取り組みの柱	担い手の確保・育成

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	<p>(再掲) (4)高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化 ・情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化 ・リスク対策につながる予測手法の開発(二枚潮、急潮、赤潮) ・利益シミュレーションツールの機能強化 ・メジカ漁場予測システムの開発 ・黒潮牧場の高機能化 ・スマート市場のモデルケースの構築 ・省力化につながるデジタル機器の導入支援</p>	<p>(再掲) (4)高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化 ・情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化 ・リスク対策につながる予測手法の開発(二枚潮、急潮、赤潮) ・利益シミュレーションツールの機能強化 ・メジカ漁場予測システムの開発 ・黒潮牧場の高機能化 ・スマート市場のモデルケースの構築 ・省力化につながるデジタル機器の導入支援</p>	<p>(再掲) (4)高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化 ・情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化 ・リスク対策につながる予測手法の開発(二枚潮、急潮、赤潮) ・利益シミュレーションツールの機能強化 ・メジカ漁場予測システムの開発 ・黒潮牧場の高機能化 ・スマート市場のモデルケースの構築 ・省力化につながるデジタル機器の導入支援</p>
2	<p>法人経営体数(定置網漁業)(累計)</p> <p>【モニタリング方法】 ・漁業者へ法人化の状況を聞き取り</p>	9法人 (R5.9)	9法人 (R5.9)	12法人 (R9)	<p>1 魅力ある職場づくりの支援 (再掲) (1)法人化に向けた支援 ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお・まぐろ・定置網漁業) ・事業戦略に基づき、採算性の低い時期の操業見直し(かつお・まぐろ)やブランド化(定置網)による利益向上、乗組員の確保に向けた就業フェアへの参加による持続性の向上に向けた取組等に繋がった</p> <p>(再掲) (2)労働環境等の改善に向けた専門家の派遣等の支援 ・定置網漁業者との意見交換会で労働局によるハラスメント講習を実施(R5.9) ・新規就業者向け座学研修でハラスメント講習を実施(R5:1回)</p>	<p>1 魅力ある職場づくりの支援 (再掲) (1)法人化に向けた支援 ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお・まぐろ・定置網漁業) ・漁業経営体の経営安定・継続に向けた支援が必要</p> <p>(再掲) (2)労働環境等の改善に向けた専門家の派遣等の支援 ・雇用条件や労働環境の改善を図っている経営体は一部にとどまっており、経営者の意識改革が必要 ・若者や女性、障がい者等の多様な人材が参入・定着するには労働環境等の改善が必要</p>	<p>1 魅力ある職場づくりの支援 (再掲) (1)法人化に向けた支援 ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお・まぐろ・定置網漁業) ・企業的な漁業経営の推進(法人化等による労働環境の改善等)【R6～】 ・各経営体に対する事業戦略の実践支援【R6～R7】 ・利益シミュレーションツールを活用した漁業経営のサポートを継続【R6～】 ・漁協営漁指導員や県普及指導員による伴走支援【R6～】</p> <p>(再掲) (2)労働環境等の改善に向けた専門家の派遣等の支援 ・労働局や男女共同参画センター、水産庁等の専門家(社会保険労務士)派遣制度の活用により、経営者や従業員の意識改革を進め、雇用条件や労働環境の改善を促す【R6～R9】 ・労働環境等の改善や若者の受け入れに積極的な経営体を、優良事例として県HP等で情報発信し横展開を図る【R6～R9】 ・雇用型漁業支援制度の利用要件に、労働環境改善に関する講習会受講を加え、雇用型漁業における意識改革、就業者の定着率向上を図る【R6～R9】</p>
3	<p>事業戦略策定経営体における各年の営業利益の目標達成率(年間)</p> <p>【モニタリング方法】 ・事業戦略策定経営体へのヒアリング(随時)</p>	63% (R4)	63% (R4)	100% (R9)	<p>1 魅力ある職場づくりの支援 (再掲) (1)法人化に向けた支援 ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお・まぐろ・定置網漁業) ・事業戦略に基づき、採算性の低い時期の操業見直し(かつお・まぐろ)やブランド化(定置網)による利益向上、乗組員の確保に向けた就業フェアへの参加による持続性の向上に向けた取組等に繋がった</p>	<p>1 魅力ある職場づくりの支援 (再掲) (1)法人化に向けた支援 ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお・まぐろ・定置網漁業) ・漁業経営体の経営安定・継続に向けた支援が必要</p>	<p>1 魅力ある職場づくりの支援 (再掲) (1)法人化に向けた支援 ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお・まぐろ・定置網漁業) ・企業的な漁業経営の推進(法人化等による労働環境の改善等)【R6～】 ・各経営体に対する事業戦略の実践支援【R6～R7】 ・利益シミュレーションツールを活用した漁業経営のサポートを継続【R6～】 ・漁協営漁指導員や県普及指導員による伴走支援【R6～】</p>

分野	水産業
各産業分野の取り組みの柱	担い手の確保・育成

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
3	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	<p>(2)若者、女性等の多様な人材が参入・定着しやすい環境整備 (再掲)</p> <p>①省力化につながるデジタル機器の導入支援 ・省力化につながるデジタル機器・設備の導入を支援 R3: 養殖業デジタル化促進事業(県) (14件) R4: 水産業スマート化推進事業(国) (1件(3事業者)) R5: 燃油等高騰緊急対策設備投資支援事業(県) (6月補正: 12件、12月補正: 9件予定)</p> <p>(再掲)</p> <p>②漁船・漁具等の設備投資への支援 ・国のリース事業等(漁船導入支援事業(旧リース事業)・水産業成長産業化沿岸地域創出事業(新リース事業))を活用したリース漁船の取得を支援 旧リース: R4: 5件→R5: 2件 新リース: R4: 1件→R5: 2件</p> <p>(再掲)</p> <p>③高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化 ・情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化 ・リスク対策につながる予測手法の開発(二枚潮、急潮、赤潮) ・利益シミュレーションツールの機能強化 ・メジカ漁場予測システムの開発 ・黒潮牧場の高機能化 ・スマート市場のモデルケースの構築 ・省力化につながるデジタル機器の導入支援</p>	<p>(2)若者、女性等の多様な人材が参入・定着しやすい環境整備 (再掲)</p> <p>①省力化につながるデジタル機器の導入支援 ・省力化に繋がるデジタル機器導入等による労働環境改善の横展開が必要</p> <p>(再掲)</p> <p>②漁船・漁具等の設備投資への支援 ・造船所の減少や資材の調達難等により事業完了が遅れる懸念が高まっている。 ・近年の主要魚種の不漁等により、事業活用者のKPI未達の割合が増加</p> <p>(再掲)</p> <p>③若者、女性が働きやすい労働環境の整備 ・若者、女性が働きやすい快適な労働環境に向け、トイレや更衣室等の整備が必要</p> <p>(再掲)</p> <p>③高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化 ・情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化 ・リスク対策につながる予測手法の開発(二枚潮、急潮、赤潮) ・利益シミュレーションツールの機能強化 ・メジカ漁場予測システムの開発 ・黒潮牧場の高機能化 ・スマート市場のモデルケースの構築 ・省力化につながるデジタル機器の導入支援</p>	<p>(2)若者、女性等の多様な人材が参入・定着しやすい環境整備 (再掲)</p> <p>①省力化につながるデジタル機器の導入支援 ・県や国の補助事業を活用し、引き続き省力化に繋がるデジタル機器・設備の導入を支援し、作業の効率化や負担軽減等の労働環境改善を図る【R6～R9】</p> <p>(再掲)</p> <p>②漁船・漁具等の設備投資への支援 ・事業完了までに時間を要する場合は、漁船のレンタルを提案し、漁船の整備・取得までの操業を支援【R6～R9】 ・リース事業者である(一社)高知県漁業就業支援センターと連携し、事業活用後のフォローアップを強化【R6～R9】</p> <p>(再掲)</p> <p>③若者、女性が働きやすい労働環境の整備 ・トイレや更衣室等の整備を支援し、若者や女性等の参入促進・定着を図る【R6】</p> <p>(再掲)</p> <p>③高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化 ・情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化 ・リスク対策につながる予測手法の開発(二枚潮、急潮、赤潮) ・利益シミュレーションツールの機能強化 ・メジカ漁場予測システムの開発 ・黒潮牧場の高機能化 ・スマート市場のモデルケースの構築 ・省力化につながるデジタル機器の導入支援</p>

現状・課題

(1) 情報発信システム「NABRAS」の運用

- ①「NABRAS」の運用開始 (R5.1~)
- R6.3末までの閲覧数：約41.2万回
- ⇒利便性の向上が必要

(2) リスク対策に繋がる予測手法の開発

- ①二枚潮：JAMSTECとの研究により精度が向上
- ②急潮：紀南分枝流の予測手法を確立
- ③赤潮：浦ノ内湾の赤潮予測手法の確立
- ⇒予測精度の向上や未解明の事象に対する新たな予測手法の確立が必要

(3) 利益シミュレーションツールの開発

- ①8経営体(カツオ:5、定置網:3)で活用開始
- ②沿岸漁業版ツール(4漁業種類)の開発 (R5)
- ⇒利用率の向上を図っていくことが必要

(4) メジカ漁場予測システムの開発

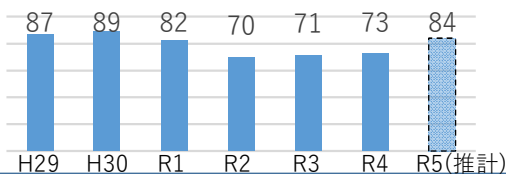
- ①予測結果の試験配信 (R5.1~6)
- ⇒漁業現場での実用化が必要

(5) 産地市場のスマート化

- ①自動計量システムを3市場で導入
- ⇒市場関係者の理解の醸成と現地での実証等のフォローアップが必要

鮮魚の県内市場取扱額

	H30(出発点)	R4
目標	90億円	92億円
実績	89億円	73億円



KPI検証

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値 鮮魚の県内市場取扱額 出発点 (R4) 73億円 ⇒ 4年後 (R9) 88億円

デジタル技術の活用による操業の効率化や産地市場のスマート化により、コスト削減、省力化につなげ、環境や社会の変化に強い持続的な漁業生産体制に転換

令和6年度の取り組み

1 操業の効率化を推進し、持続的な漁業への転換を図る

(1) 情報発信システム「NABRAS」の運用と機能向上

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

(2) リスク対策に繋がる予測手法の開発

- ①予測精度の向上と新たな海域での予測手法の開発（二枚潮、急潮、赤潮）

(3) 利益シミュレーションツールの開発

- 拡** ①より多くの事業者の活用を目指した民間事業者との連携による機能強化

(4) メジカ漁場予測システムの開発

- ①令和7年度からの漁場予測の本格運用に向けたシステムの設計を実施

(5) 養殖業のスマート化

- 拡** ①赤潮被害の軽減に向けた予測手法の開発（再掲）
浦ノ内湾での機械学習等を使った予測精度の向上
- 新** ②操業の効率化や生産コストの削減につながる投餌量削減技術の開発
民間企業と連携した餌止め効果（補償成長）の開発・検証

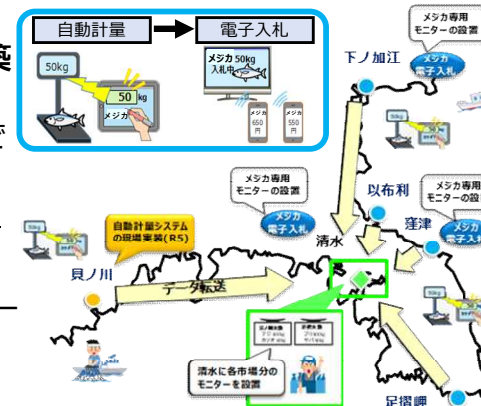


2 市場業務のデジタル化を推進し、業務が効率化された産地市場への転換を図る

(1) 産地市場のスマート化

- 新** ①土佐清水市の産地市場でスマート市場のモデルケースを構築
土佐清水市内の全市場に自動計量システムの機器を導入するとともに、拠点となる清水市場に水揚げ情報がリアルタイムで表示されるモニターの整備を支援
⇒土佐清水市内の全市場の計量を自動計量システムへ移行

メジカの電子入札に向けたシステム改修と、下ノ加江、窪津、清水市場にメジカの水揚げ・入札情報が表示される専用モニターの整備を支援
⇒メジカの電子入札を試行



現状・課題

(1) 漁場の確保

- ①既存漁場には現状活用可能な空きがない
⇒養殖生産の増産には新たな漁場の確保が必要

(2) ブリ人工種苗の普及

- ①ブリ養殖は種苗の多くを天然に依存していることから生産が不安定
- ②海外では、トレーサビリティ、SDGsの観点から人工種苗による養殖魚のニーズが高い
- ③人工種苗の導入を支援し、2業者及び1グループが計3万尾を導入(R4、R5)
⇒ブリ養殖の経営の安定化には人工種苗の更なる普及が必要

(3) 生産コストの削減

- ①近年、餌の価格等が高騰しており、コストが増加
- ②効率的な給餌方法の検討(H24-26)及び餌止め効果の検証(R2-4)を実施
⇒投餌量削減技術の更なる開発・検証・普及が必要
- ③養殖現場へのデジタル機器導入を支援し(R3-5)、17業者が機器を導入
⇒デジタル機器の更なる普及が必要

(4) リスク対策（赤潮）（再掲）

(5) 担い手対策

①養殖生産量（ブリ、カパチ、マガイ、カマガロ）

	H30(出発点)	R4
目標		21,080トン
実績	19,800トン	13,703トン

K
P
I
検
証

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

養殖生産量(ブリ、カパチ、マガイ、カマガロ) 出発点(R4)13,703トン ⇒ 4年後(R9)23,000トン

- ①養殖業が抱える課題（漁場・人工種苗・コスト・担い手）に対してパッケージで支援を行うことで、養殖生産量を増加

令和6年度の取り組み

(1) 新たな養殖漁場の整備、規模拡大・新規参入業者の誘致

- 新** ①養殖漁場候補地調査(R5)の結果を踏まえた、地元の合意に基づく規模拡大・新規参入業者の誘致活動
- 拡** ②規模拡大・新規参入業者への支援の拡充（漁船リース・新リース事業等）
- ③マーケットイン型養殖業の推進に向けた体制づくりへの支援



(2) ブリ人工種苗の普及

- ①R4、R5に県内養殖業者が導入した人工種苗の飼育データを解析・提供することでブリ人工種苗を普及
- ②人工種苗導入の先進事例等を紹介する講演会の開催

(3) 生産コストの削減

- 新** ①投餌量削減技術の開発・検証
補償成長を活用した、より効果的かつ安全な投餌量削減技術の開発・検証に取り組み、養殖現場への普及を図ることで、生産コストを削減
- ②養殖現場でのデジタル化の推進
省力化につながるデジタル機器の導入支援

(4) リスク対策

- ①赤潮発生予測技術の確立・高度化（マリンイノベーションの取組）（再掲）

拡 5) 担い手対策（再掲）

- 新** ①新規就業者の育成・確保
- ②多様な人材が参入しやすい環境整備

現状・課題

(1) 輸出拡大に向けた産地加工体制の構築

①加工施設の立地促進や機能強化等の支援により、海外HACCP対応型加工施設の整備が進展 5件 (H29~R5)

⇒輸出拡大に向けたさらなる加工施設の整備、機能強化や販路開拓が必要

(2) 輸出の拡大

①「高知県水産物輸出促進協議会」が国内外展示会へ出展 R3:4回、R4:7回、R5:8回

②国内外にネットワークを持つ「水産物輸出促進コーディネーター」を配置し、県内事業者の商品開発や販路拡大を支援 (R5)

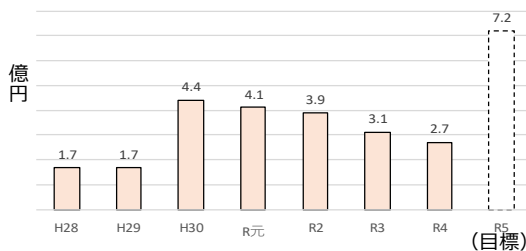
③関東及び関西の卸売市場関係者等の輸出ルートを活用した販路拡大を実施 (R5)

④ALPS処理水の海洋放出に伴う中国による日本産水産物の輸入停止措置により、中国への輸出が停止 (R5)

⇒輸出に取り組む新たな事業者の掘り起こし
⇒国内外の商社等との連携による中国以外の国への販路開拓が必要

① 県産水産物の輸出額

	H30(出発点)	R 4
目標	3億円	3.6億円
実績	4.4億円	2.7億円



5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値 **水産物の輸出額** 出発点 (R4) 2.7億円 ⇒ 4年後 (R9) 17.7億円

①水産物輸出促進コーディネーターや卸売市場関係者等によるネットワークを活用し、新たな販路の開拓や拡大に取り組むことで、県産水産物の輸出額が増加

令和6年度の取り組み

(1) 輸出拡大に向けた産地加工体制の構築

- ①輸出拡大に必要な加工施設の整備や機能強化等を支援
- ②マーケットニーズに対応した商品開発や販路開拓等を支援

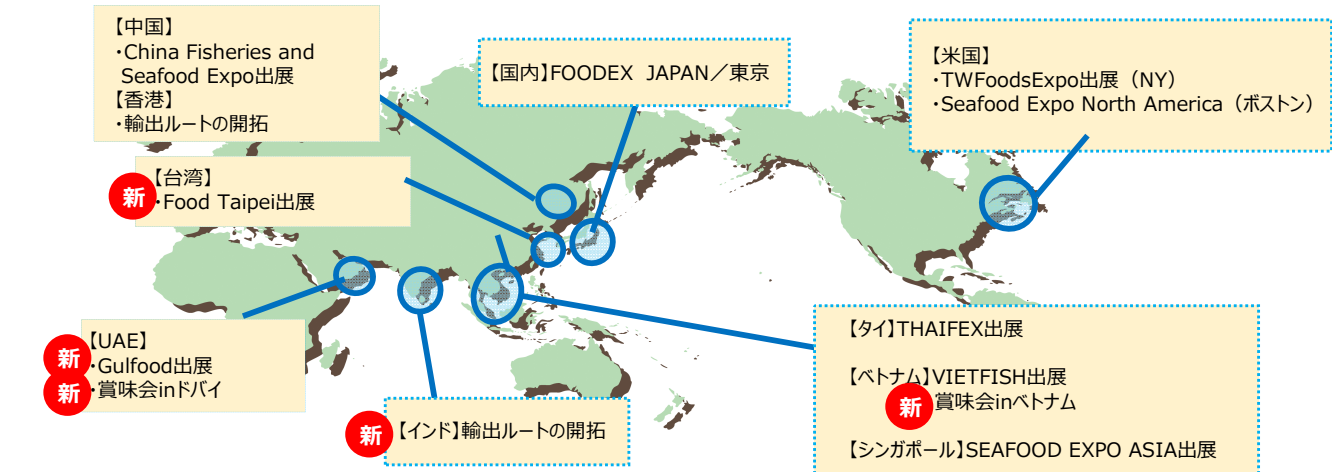
(2) 輸出の拡大

- ①「高知県水産物輸出促進協議会」による国内外の展示会への出展を支援
- ②水産物輸出促進コーディネーターによる県内事業者の商品開発や販路開拓を支援

- 新**・中国以外の新たな国（中東諸国やインドなど）への輸出ルートの開拓
- 新**・国内外の商社と連携した賞味会（ドバイ、ベトナム）を開催することで販路を開拓・拡大
- 新**・国内商社等の産地招へいによる県内事業者とのマッチング機会の増大

- ③卸売市場関係者等と連携した新たな販路の開拓
- ・関東及び関西の卸売市場関係者等の集荷能力や輸出ルートを活用した販路開拓

⇒**経済成長が続くベトナムや中東のハブ市場であるドバイなど、新たな国への輸出ルートの開拓を強化することで県産水産物の輸出を拡大**



54

KPI 検証

現状・課題

(1) 新規就業者の育成・確保

- ① 県独自の就業フェアの開催
 - ② 専門学校等での就業セミナーの開催
 - ③ UIターンサポートセンターと連携した勧誘の促進
 - ④ 短期・長期研修等の実施
- ⇒ 情報発信及び就業希望者の掘り起こしを強化し、更なる新規就業者の確保が必要

(2) 多様な人材が参入しやすい環境整備

- ① 若者・女性漁業者を対象とした、仕事の満足度等に関するヒヤリング調査の実施
 - ② デジタル化、省力化等による作業の効率化
 - ③ 水福連携の推進に向けた勉強会等の実施
- ⇒ 労働環境及び雇用条件の改善が必要

(3) 経営安定に向けた支援

- ① 複数漁業種類の技術習得を支援
 - ② リース事業等の活用により設備投資を支援
- ⇒ 経営を意識した操業実践に向けた支援の強化が必要

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

新規就業者数 出発点（R4）53名 ⇒ 4年後（R9）60名
（うち若年（15～34歳）女性新規就業者数 出発点（R4）2名 ⇒ 4年後（R9）4名）

- ① 県内及び関西圏での情報発信の強化等により、若者や女性の新規就業者が増加
- ② 労働環境及び雇用条件の改善が進むことで、新規就業者が増加、定着

令和6年度の取り組み

若者・女性等の多様な人材が参入しやすい環境整備に向けた支援を強化

【若者】

- 拡** ① 就業希望者の掘り起こし強化に向け、県内高校及び関西圏の専門学校等での就業セミナーの開催を拡充（県内高校 4校→6校、関西圏の専門学校等 4校→6校）

【女性】

- 新** ① 女性が働きやすい漁業への転換に向けた取り組みの検討にあたり、女性による漁業体験を通じた課題抽出の調査や、「高知の水産女子会」による意見交換、勉強会等を行い、効果的な取り組みを提案

【障がい者】

- 新** ① 水産事業者及び福祉事業者向け講習会等の開催により水福連携を推進

【環境づくり等】

- 新** ① トイレや更衣室等の多様な人材が参入しやすい環境整備を支援するとともに、雇用条件等の改善に向けた専門家（社会保険労務士等）の派遣等を支援し、魅力ある職場づくりを支援

・漁業就業者確保委託事業費

県独自の就業フェアの開催、
 専門学校等でのセミナー開催、
 フェア出展事業者向け研修会、
 オンラインセミナーの開催、
 小学生向け漁業紹介動画の作成

・高知県漁業就業支援センター直営研修事業費

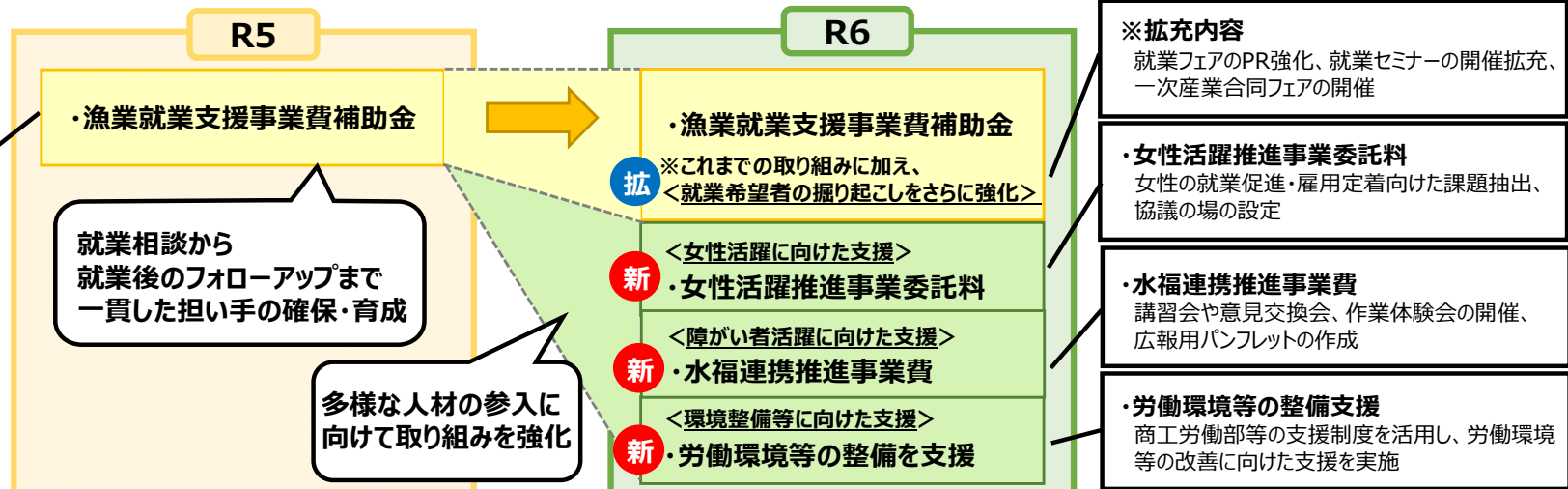
短期研修、県内高校でのセミナー開催、
 共通座学研修への支援

・長期研修等事業費

自営・雇用・漁家子弟研修、
 漁業経営安定化研修への支援

・高知県漁業就業支援センター運営経費

センターの人件費、事務費



R5

R6

・漁業就業支援事業費補助金

・漁業就業支援事業費補助金

就業相談から
 就業後のフォローアップまで
 一貫した担い手の確保・育成

多様な人材の参入に
 向けて取り組みを強化

- 拡** ※これまでの取り組みに加え、
 <就業希望者の掘り起こしをさらに強化>
- 新** <女性活躍に向けた支援>
- 新** ・女性活躍推進事業委託料
- 新** <障がい者活躍に向けた支援>
- 新** ・水福連携推進事業費
- 新** <環境整備等に向けた支援>
- 新** ・労働環境等の整備を支援

※拡充内容
 就業フェアのPR強化、就業セミナーの開催拡充、
 一次産業合同フェアの開催

・女性活躍推進事業委託料
 女性の就業促進・雇用定着に向けた課題抽出、
 協議の場の設定

・水福連携推進事業費
 講習会や意見交換会、作業体験会の開催、
 広報用パンフレットの作成

・労働環境等の整備支援
 商工労働部等の支援制度を活用し、労働環境
 等の改善に向けた支援を実施

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、令和5年には6,500億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、直近の令和3年は、産業振興計画の取り組みを開始して以降最高となる6,015億円を記録し、着実に成果が現れています。

地産の強化では、事業戦略の策定・実行支援や、付加価値の高い製品・技術の開発支援に取り組むとともに、防災関連産業や紙産業など、本県の強みを生かした産業振興の取り組みを展開してきました。企業誘致では、IT・コンテンツ企業を含む事務系企業を中心とした新設や既立地企業の増設、それに伴う新規雇用は着実に増加しています。

外商の強化では、産業振興センターの外商支援体制と活動の強化を図ることで、外商支援による成約額が大幅に増加するなど成果が現れています。

商業の強化では、地域の事業者の経営基盤強化に向けた経営計画や、商店街の活性化に向けた具体的な商店街等振興計画の策定・実行を支援してきました。

成長を支える取り組みの強化では、県内企業のデジタル化への支援やIT・コンテンツ企業の誘致の取り組みを進めてきました。また、新規学卒者の県内就職を促進するとともに、喫緊の課題である事業承継の推進に取り組みました。

一方で、直面する人口減少問題や企業の人手不足への対応が急務となっています。今後は、デジタル技術も活用しながら、省力化や高付加価値化による「生産性の向上」の取り組みと、柔軟な勤務体制や福利厚生充実といった「働き方改革の推進」の取り組みを一層強化し、これらを両輪で進めていく必要があります。

② 第5期計画の取り組み

第5期計画では、「人口減少下でも持続的に成長していく商工業の実現」を目指し、令和9年度に製造業の1人当たり付加価値額939万円以上、製造品出荷額等6,780億円以上の達成に向けて、以下の5つを柱にして取り組みを進めていきます。

柱1 絶え間ないものづくりへの挑戦

事業者の事業戦略の実行支援に取り組むとともに、本県産業からオリジナリティの高い製品を生み出すことを目指し、より高付加価値な製品開発への支援を強化します。加えて、分譲中である南国日章産業団地や新たに分譲を開始した高知中央産業団地（布師田地区）の早期完売に取り組み、ものづくり企業や事務系企業の企業誘致を推進します。

柱2 外商の加速化と海外展開の促進

台湾とインドに新たに現地アドバイザーを設置するとともに、タイとベトナムの現地サポートデスクを活かした個別商談対応に加えて、防災セミナーなどによる新規市場の開拓を行い、海外市場へ挑戦する企業の裾野の拡大と販路の拡大を目指します。また、関西地区の発注企業への商談機会の創出などにより、関西圏におけるさらなる外商の拡大を目指します。

柱3 商業サービスの活性化

商工会等の経営支援機能の抜本的な強化により、地域の事業者の経営計画の策定・実行支援を拡充します。また、各地域の中心商店街等の活性化のため、具体的な商店街等振興計画の策定・実行を支援します。併せて、チャレンジショップでの事業者の育成や中山間地域における空き店舗を活用した新規出店などを支援するとともに、商店街の人の流れを機器で計測し、そのデータを店舗の来店予測やマーケティングなどに活用していくための支援を行います。

柱4 デジタル技術の活用等による生産性の向上と事業構造の変革の促進

県内企業のデジタル化を促進するため、支援機関によるプッシュ型の意欲喚起（量的な拡大）や、ステップアップ（質的な向上）のための支援を強化します。併せて、企業のデジタル化を支える人材育成の充実を図ります。また、ものづくり企業の生産性向上に向けて、生産性向上推進アドバイザーによる企業訪問や公設試験研究機関による支援を通じて、生産性向上に取り組む企業の裾野拡大を図ります。

柱5 事業承継・人材確保の推進

新規学卒者の県内就職の促進や、UIターン就職の促進による企業の中核人材等の確保に加え、「選ばれる高知県」に向けた外国人材の受入・活躍や就職氷河期世代等の就職支援などに取り組みます。また、円滑な事業承継の推進に向けた相談件数、成約件数及び買い手の増加に向けた取り組みを強化します。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一層推進します。

商工業分野の施策の展開 ～人口減少下でも持続的に成長していく商工業の実現～

目指す姿

「人口減少下でも持続的に成長していく商工業の実現」を目指して、5つの柱により取り組みを進めていく。特に、人口減少下において重要となる、高付加価値化や省力化による「生産性の向上」の取り組みと、柔軟な勤務体制や福利厚生充実といった「働き方改革の推進」の取り組みを一層強化し、これらを両輪で進めていくことで、女性・若者・外国人など多様な人材が活躍できる環境づくりを進め、誰もがやりがいを持っていきいきと働ける企業へと成長を促す。

分野を代表する目標

製造業の1人当たり付加価値額 出発点 (R3) 834万円 ⇒ 4年後 (R9) 939万円以上 ⇒ 10年後 (R15) 1,058万円以上
製造品出荷額等 出発点 (R3) 6,015億円 ⇒ 4年後 (R9) 6,780億円以上 ⇒ 10年後 (R15) 7,640億円以上

地産の強化

柱1 絶え間ないものづくりへの挑戦

(1) 事業戦略の実現に向けた実行支援の強化

- ① 事業戦略策定企業へのPDCAの徹底と実行支援

(2) SDGsを意識した製品や特徴ある製品の開発促進

- 新**① 産業振興センター、公設試験研究機関等による高付加価値な製品・技術の開発支援
- ② 現場ニーズに応じた防災関連製品の開発促進
- ③ 紙産業の振興に向けた高機能紙や新素材の開発促進



(3) 高知県の特長を生かした企業誘致の推進

- ① 様々な機会を捉えた企業誘致の推進
- ② 企業ニーズに応えるきめ細かなアフターフォローの実施
- ③ 安全・安心な工業団地の計画的な開発による受け皿の確保と早期分譲
(南国日章産業団地及び高知中央産業団地(布師田地区)の早期完売)



高知中央産業団地
(布師田地区)

外商の強化

柱2 外商の加速化と海外展開の促進

(1) 産業振興センターと連携した販路拡大

- 拡**① 外商サポート強化による販路拡大
- 拡**② 技術の外商サポートによる受注拡大
- ③ 防災関連製品の販路開拓



(2) 海外展開の促進

- ① 海外展開に取り組む企業の掘り起こし
(海外ビジネス交流会の開催、海外戦略支援会議の開催、ものづくり海外戦略アドバイザーの企業訪問による掘り起こし)
- ② 現地サポートデスク(タイ、ベトナム)を活かした個別商談の強化
- 新**③ 現地アドバイザー(台湾、インド)の設置によるビジネス機会の創出
- 拡**④ 防災セミナーの開催による新たな市場の開拓
- ⑤ 外国人材を活用した海外展開の促進

(3) 関西・高知経済連携強化戦略に基づく外商の強化

- 新**① 関西地区の発注企業に幅広いネットワークを持つ団体を通じた商談機会の創出



商業の強化

柱3 商業サービスの活性化

(1) 関係機関との連携による地域の事業者の経営力強化

- 拡**① 商工会及び商工会議所の経営支援機能の抜本的な強化による経営計画の策定・実行支援の拡充

(2) 地域商業の活性化

- 拡**① 商店街のにぎわい創出への支援(具体的な振興計画の策定・実行支援、デジタル技術の活用による商店街活性化の取組の支援)
- 拡**② 空き店舗の活用による新規創業への支援



成長を支える取り組みの強化

柱4 デジタル技術の活用等による生産性の向上と事業構造の変革の促進

(1) 県内事業者のデジタル技術導入に向けた支援

- 拡**① 商工団体やよろず支援拠点(国)によるデジタル技術活用を促進するための啓発の強化
- 新**② 工業技術センターによるロボット・AIなどを活用した製造ラインのスマート化の支援
- 拡**③ 産業振興センターによる中長期的にデジタル化に取り組むための「デジタル化計画」の策定及び実行支援
- 新**④ 個社ごとのDX支援チームによるデジタル化の視点での事業戦略の磨き上げと「DX認定」の取得支援



(2) デジタル化に対応するための人材育成

- 拡**① 高知デジタルカレッジにおける企業内のデジタル化を推進する人材の育成
- 新**② 工業技術センターによるスマートものづくり研究会の開催



(3) ものづくり企業における生産性向上(省力化・高付加価値化)の推進

- ① 産業振興センター、公設試験研究機関等による高付加価値な製品・技術の開発支援(再掲)
- 拡**② 生産性向上推進アドバイザー等による支援の強化

柱5 事業承継・人材確保の推進

(1) 円滑な事業承継の推進

- 拡**① 事業承継・引継ぎ支援センターや移住施策と連携した円滑な事業承継の推進

(2) 人材の育成・確保の推進

- 拡**① 新規卒業者等の県内就職促進と定着支援
- ② 移住施策と一体となった人材確保の支援
- 拡**③ 外国人材の受入・活躍推進
- ④ 就職氷河期世代等の就職支援
- ⑤ 産業界と連携した人材育成と仕事の魅力を訴求する情報発信
- ⑥ 伝統的工芸品産業等の人材育成(土佐和紙総合戦略の実施等)



(3) 働き方改革の推進

- 拡**① 経営基盤強化と運動した企業の働き方改革への支援
(多様な人材が活躍できる環境整備やWLB推進認証企業の拡大等)
- ② 新規高卒就職者の離職防止



ワークライフバランスの推進に取り組んでいます
高知県ワークライフバランス推進協議会

各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

①製造業の1人当たり付加価値額 … 出発点(R3): 834万円 ⇒ 4年後(R9)の目標: 939万円 ⇒ 10年後(R15)の目標: 1,058万円	②製造品出荷額等 … 出発点(R3): 6,015億円 ⇒ 4年後(R9)の目標: 6,780億円 ⇒ 10年後(R15)の目標: 7,640億円	(第4期計画目標(R5): 6,500億円)
--	---	------------------------

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 絶え間ないものづくりへの挑戦	①構造転換型 ④課題解決型	高付加価値な製品・技術の開発件数(累計)	新規	17件 (R2~R4)	-	40件 (R6~R9)	○
		事業戦略実行支援企業のうち前年比+3%の付加価値額を達成した企業の割合(年間)	新規	54.4% (R4)	-	100%	
		紙産業の製造品出荷額等(年間)	継続	796億円 (R3)	790億円	820億円	
		企業誘致の推進による雇用者数(年間)	新規	7,693人 (R4)	うち 中山間 5,000人 女性 3,098人 外国人 134人	9,507人	うち 中山間 5,927人 女性 4,156人 外国人 188人
		(企業誘致の推進による雇用者数(年間) うちIT・コンテンツ企業含む事務系企業)		(1,595人 (R4))	うち 中山間 318人 女性 1,088人 外国人 0人	(2,477人)	うち 中山間 507人 女性 1,704人 外国人 0人
		工業団地の新規開発件数(累計)	新規	2件 (R2~R5)	-	2件 (R6~R9)	
		防災関連登録製品(累計)	継続	200製品 (H24~R5)	191製品	240製品 (H24~R9)	
2 外商の加速化と海外展開の促進	②地域産業スケールアップ型 ③グローバル展開型 ④課題解決型	防災関連登録製品の売上高(年間)	継続	126.3億円 (R4)	91億円	200億円	
		産業振興センターが支援する企業の県外売上高(年間)	新規	1,027億円 (R4)	-	1,190億円	○
		産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上高(年間)	新規	237億円 (R4)	※コロナ関連を除くと734件	274億円	
3 商業サービスの活性化	②地域産業スケールアップ型	経営計画策定支援件数(年間)	継続	917件 (R4)	578件	886件	
		商業集積地における営業店舗数(年間)	新規	4,632店舗 (R4)	-	4,600店舗	
4 デジタル技術の活用等による生産性の向上と事業構造の変革の促進	①構造転換型 ⑤人材起点型	商工会・商工会議所におけるデジタル化に関する指導・相談件数(年間)	新規	479件 (R4)	-	960件	○
		産業振興センターが支援するデジタル化計画の策定数(累計)	継続	90件 (R3~R5)	75件	210件 (R3~R9)	○
		DX認定企業数(累計)	新規	7社 (R5)	-	24社 (R4~R9)	○
		アドバイザー及び公設試の支援による生産性向上の成果件数(在庫削減、生産量増加、作業時間短縮など定量的な効果があるもの)(累計)	新規	4件 (R4)	-	44件 (R6~R9)	
5 事業承継・人材確保の推進	③グローバル展開型 ④課題解決型 ⑤人材起点型	県内出身・県外大学生のUターン就職率(年間)	継続	21.3% (R4)	35%	24%	(R4) 21.3% → (R9) 24% 393人 406人
		県外出身・県外大学生のIターン就職者数(年間)	新規	181人 (R4)	-	220人	
		高知県事業承継ネットワークによる第三者承継のマッチング件数(年間)	継続	51件 (R4)	100件	100件	
		県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数(年間)	継続	3,059人 (R5)	3,150人	4,000人以上	○
		ワークライフバランス推進延べ認証企業数(累計)	継続	632社 (H19~R4)	700社	980社 (H19~R9)	○
		働き方改革に取り組む企業(従業員5人以上)の割合(年間)	新規	52.9% (R5)	-	65%	○

うち 従業員10人未満 100社
中山間 236社

うち 従業員10人未満 200社
中山間 300社

分野	商工業
各産業分野の取り組みの柱	絶え間ないものづくりへの挑戦

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	高付加価値な製品・技術の開発件数(累計) 【モニタリング方法】 四半期ごとに各取組実績を確認する	17件 (R2～ R4)	17件 (R2～ R4)	40件 (R6～ R9)	1 一般的な製品(グリーン化関連製品を除く)の開発支援 ・製品企画書策定支援(R2～R4) 製品企画書策定:122件 うち製品化 :72件(59%) 販売実績あり:40件(33%) ・事業戦略等推進事業費補助金(R2～R5) 「新製品・新技術・新役務開発事業」の採択:109件(R2:39件、R3:33件、R4:20件、R5:17件) うち新製品開発(小規模な改良を除く):12/109件 2 グリーン化関連製品の開発支援 ・製品等グリーン化推進事業費補助金で計111件採択(R4:5件、R5:6件) 製品技術開発済件数:2件(R4)	1 一般的な製品(グリーン化関連製品を除く)の開発支援 ・「市場・顧客分析の甘さ」、「想定外の技術課題発生」等の理由により、販売に至ったものは3割に留まっているため、高付加価値で売れる製品の開発支援が必要 ・補助金の採択件数は年々減少傾向にあり、かつほとんどが小規模な改良で新たな価値を生み出す新製品開発への挑戦が少ないことから、新製品開発に取り組む企業を増やすことが必要 2 グリーン化関連製品の開発支援 ・グリーン化関連製品の開発は、比較規模の大きな企業が先行しているため、グリーン化に資する製品技術の開発に取り組む企業のさらなる発掘と開発促進が必要	1 付加価値の高い製品・技術の開発支援(グリーン化関連製品を含む) ・戦略的製品開発推進事業費補助金による製品開発支援【R6～R9】 構想の具現化や課題検証などのスモールチャレンジを「開発チャレンジ事業」により支援し、事業化に向けた製品企画書の精度向上を図り、「製品開発事業」によって高付加価値で売れる製品開発を後押し ⇒ 別図<商01>参照(P72～73)
2	事業戦略実行支援企業のうち前年比+3%の付加価値額を達成した企業の割合(年間) 【モニタリング方法】 四半期ごとに事業戦略策定企業にヒアリングを行うことにより、決算状況の確認を行う	54.4% (R4)	54.4% (R4)	100% (R9)	1 事業戦略策定企業へのPDCAの徹底 ・事業戦略策定件数:213件(R4末) ・事業戦略の見直し企業:72社(R4末) ・進捗報告、PDCA実施:のべ1,120件(R2:602件、R3:358件、R4:160件) ・策定後5年目決算取得70社の売上高の目標達成割合(累計):45.7%(32社/70社) 2 事業戦略の策定・実行支援 ・事業戦略等推進事業費補助金(R2～R4) 採択 418件 (R2:151件、R3:158件、R4:109件) 交付決定金額 521,363千円 (R2:219,443千円、R3:184,071千円、R4:117,849千円) うち事業戦略策定企業の活用 のべ279件(R2:104件、R3:104件、R4:71件)	1 事業戦略策定企業へのPDCAの徹底 ・事業戦略の策定から5年経過した企業のうち、自社でPDCAを回している企業は約6割。4割は人材不足や個別課題(資金繰りなど)があるため、より細やかな支援が必要 2 事業戦略の策定・実行支援 ・事業戦略は、中小企業が限りある資源を効果的に活用し、競争優位性を築き、持続的に成長していくために有効なものであるため、今後も策定企業を増やしていくことが必要	1 事業戦略策定企業へのPDCAの徹底 ・事業戦略のPDCAを自立的に回せていない企業を中心に支援を強化【R6～R9】 2 事業戦略の策定・実行支援 ・事業戦略策定により収益が改善した好事例を紹介して、策定に取り組む企業の裾野を拡大【R6～R9】 ・事業戦略等推進事業費補助金を改正して営業力強化推進事業を新設し、企業の営業力強化のための取り組みを支援【R6～R9】 ⇒ 別図<商02>参照(P74)

分野	商工業
各産業分野の取り組みの柱	絶え間ないものづくりへの挑戦

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
3	紙産業の製造品出荷額等 (年間) 【モニタリング方法】 経済センサス又は経済構造 実態調査における高知県の 「パルプ・紙・紙加工品製造 業」及び「繊維(うち、フェルト・ 不織布)」の製造品出荷額 等を合算	796億円 (R3)	796億円 (R3)	820億円 (R9)	<p>1 付加価値の高い製品開発の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> 紙産業の振興に向けた高機能紙や新素材の開発促進、技術研修の実施 製品・技術の新規開発件数: 12件 (R2: 2件、R3: 7件、R4: 3件) 技術研修の受講者数: 1,122人 (R2: 391人、R3: 324人、R4: 407人) 研究会の参加者数: 886人 (R2: 244人、R3: 351人、R4: 291人) 製品等グリーン化推進事業費補助金(紙産業のみ) 採択件数 R4: 3件、R5: 2件 交付決定額 62,661千円 <p>2 紙産業における生産性向上</p> <ul style="list-style-type: none"> 生産性向上推進アドバイザーによる企業訪問(個社(オーダーメイド)支援)7社延べ63件(R3: 20件、R4: 43件)、生産性向上支援会議の開催17回(R3: 11回、R4: 6回) 成果例: 作業の標準化(生産量が1.2倍に増加) 機械の稼働率向上(生産量が1.4倍に増加) 作業手順・方法の見直し(不良品が5分の2に減少) 生産性向上セミナーの開催 <ul style="list-style-type: none"> ①管理・マネジメント層 R4: 5名 ②実践・リーダー層 R3: 29名、R4: 4名 ③生産性向上(改善)セミナー R4: 12名 ④入門・メンバー層 R4: 5名 	<p>1 付加価値の高い製品開発の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> 脱炭素化に向けた取り組みは、温室効果ガス排出量の多い紙産業において特に必要 脱炭素化や物流問題(物流費高騰や物流業界の2024年問題)を契機とした地産地消のさらなる推進が必要 <p>2 紙産業における生産性向上</p> <ul style="list-style-type: none"> 自社で主体的に生産性向上を進められる企業を増やすことが必要 電気代、重油代、原材料費、輸送費の高騰による収益悪化をカバーするための工程改善によるコスト削減や生産量増が必要 	<p>1 付加価値の高い製品開発の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> 紙産業の振興に向けた高機能紙や新素材の開発促進、技術研修の実施【R6～R9】 (再掲)戦略的製品開発推進事業費補助金による製品開発支援【R6～R9】 構想の具現化や課題検証などのスモールチャレンジを「開発チャレンジ事業」により支援し、事業化に向けた製品企画書の精度向上を図り、「製品開発事業」によって高付加価値で売れる製品開発を後押し <p>⇒ 別図<商01>参照(P72～73)</p> <p>2 紙産業における生産性向上</p> <ul style="list-style-type: none"> 生産性向上推進アドバイザーによる企業訪問【R6～R9】 生産性向上支援会議の開催【R6～R9】 生産性向上セミナーの開催(意識啓発セミナーと実践型研修)【R6～R9】 アドバイザーの支援による県内企業の生産性向上事例を紹介するパンフレットを作成し、取り組む企業の裾野を拡大【R6】 改善活動先進企業視察の実施(四国内)【R6】 脱炭素化、地産地消推進に向けた取り組みの検討(製紙工業会との意見交換会等)【R6～R9】

分野	商工業
各産業分野の取り組みの柱	絶え間ないものづくりへの挑戦

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
4	企業誘致の推進による雇用者数(年間)(うち事務系企業) 【モニタリング方法】 日常の誘致企業等に対する手厚いアフターフォローの中で常に業況や雇用について確認を行っている	7,693人 (R4) (うち事務系企業1,595人 (R4))	7,693人 (R4) (うち事務系企業1,595人 (R4))	9,507人 (R9) (うち事務系企業2,477人 (R9))	1 様々な機会を捉えた企業誘致の推進 ・誘致対象企業への情報発信(製造業)(R2～R5) ・DM発送10,981社(うち企業訪問24社) ・見本市出展8回(R2～R5) ・見本市出展1,313社(企業訪問9社、継続9社) ・新規訪問:91社(製造業44社、事務系47社) 【成果】 ・立地決定:50件(R2～R5) ・新設21件(事務系20、製造業1) ・増設29件(事務系5、製造業23、その他1) ・南国日章産業団地:4区画分譲(分譲率:72.2%)(R4～R5) 2 企業ニーズに応えるきめ細かなアフターフォローの実施 ・立地企業合同企業説明会(R2～R5) ・参加企業数:延べ91社(参加者数435名)、採用企業数:延べ10社(採用数14名) ・企業単独で行う会社説明会・面接会の開催支援(R2～R5) ・参加企業数:延べ24社136回(参加者数1,055名)、採用企業数:延べ20社(採用数99名) 【成果】 ・企業立地による雇用創出数(H28からの増加人数)(累計) <目標> 606人(R2～R4) (うちIT・コンテンツ企業含む事務系企業314人(R2～R4)) <実績> 529人(R2～R4) (うちIT・コンテンツ企業含む事務系企業206人(R2～R4))	1 様々な機会を捉えた企業誘致の推進 ・南国日章産業団地の早期分譲完了及び高知中央産業団地(布師田地区)への誘致を目指した取り組みの推進 ・デジタル技術の活用による効率的かつ効果的な誘致活動の強化 ・既立地企業への手厚いアフターフォローの実施による事業拡大の促進 ・若者や女性からのニーズが高く、女性の就業者数が多い事務系企業の誘致をさらに推進し、雇用の場の創出を図ることが必要 ・中山間地域に働く場を創出するため、中山間地域への企業誘致・立地をさらに促進していくことが必要 2 企業ニーズに応えるきめ細かなアフターフォローの実施 ・既立地企業への手厚いアフターフォローの実施による事業拡大の促進	1 様々な機会を捉えた企業誘致の推進 ①デジタル技術の活用による効率的かつ効果的な誘致活動の推進 ・PDCAサイクルによる効果的なWEB広告の運用【R6～R9】 ・企業担当者の関心を高めるHPコンテンツの拡充【R6～R9】 ・見本市への出展やDM送付【R6～R9】 ・MA(マーケティングオートメーション)ツールの活用による効率的な誘致活動の実施【R6～R9】 ②若者や女性から人気の高い事務系企業等の誘致の推進 ・IT・コンテンツ企業の誘致の推進 目標:20件【R6～R9】 ・ウェビナーの開催やオリジナルコンテンツ(誘致企業へのインタビュー動画など)の追加による情報発信の強化【R6～R9】 ③理系の学生の県内就職を促進する企業(製造業等)の誘致・立地の推進 ・各部と連携して学生や教授と意見交換を実施し、誘致対象とする企業を絞り込み重点的に誘致を推進【R6～R9】 ・学生や教授に県内の誘致企業を紹介し、県内就職を促進【R6～R9】 ④中山間地域に働く場を創出する企業の誘致・立地の推進 ・事務系企業等への中山間地域への立地に向けた提案の実施【R6～R9】 ⑤県内企業の生産性向上につながる企業の誘致 ・工業会の会員企業や誘致企業等に、取引額が多い県外企業や県内に不足する業種をヒアリングし、誘致対象となる企業を洗い出したうえで、誘致活動を展開【R6～R9】 2 企業ニーズに応えるきめ細かなアフターフォローの実施 ①立地企業の人材確保支援 ・求職者が容易にオンラインで企業との面談や就活イベントへの参加ができるシステムを構築し、企業の人材確保を支援【R6～R9】 ・立地企業合同企業説明会の開催【R6～R9】 ・企業単独で行う会社説明会・面接会の開催支援【R6～R9】 ・高知デジタルカレッジにおける、デジタル人材の育成【R6～R9】 ②立地企業の増設等に向けた支援 ・定期的な企業訪問により、人材確保対策の課題解決に向けた支援【R6～R9】 ・以下の補助金の活用により、立地企業の増設等を推進【R6～R9】 企業立地促進事業費補助金、コールセンター等立地促進事業費補助金、IT・コンテンツ企業立地促進事業費補助金

分野	商工業
各産業分野の取り組みの柱	絶え間ないものづくりへの挑戦

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
5	工業団地の新規開発件数 (累計) 【モニタリング方法】 県の工業団地開発業務で把握	2件 (R2～ R5)	2件 (R2～ R5)	2件 (R6～ R9)	<p>1 安全・安心な工業団地の計画的な開発による受け皿の確保と早期分譲</p> <ul style="list-style-type: none"> ・南国日章産業団地の開発 H28 用地調査 測量設計 R1.6月 造成工事着手 R3.5月 造成工事完成 7区画、約11.3ha ・高知中央産業団地(布師田地区)の開発 H30～R1 用地調査、測量設計 R2.12月 造成工事着手 R5.7月 造成工事完成 6区画、約7.4ha ・工場用地の適地を調査(R1～R5調査) ・候補地選定調査 4市1町 ・条件調査 2市 	<p>1 安全・安心な工業団地の計画的な開発による受け皿の確保と早期分譲</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知中央産業団地(布師田地区)の完成以降、開発中の団地が無く、製造業等の誘致の受け皿となる用地のストックが枯渇する見込み ・条件調査を実施した3市のうち1市については、最終的に地元関係者の理解を得られず、開発を断念している ・また、2市については、候補地の絞り込みや地元関係者との調整に時間を要しており、現時点で新たな工業団地開発に着手できていない 	<p>1 安全・安心な工業団地の計画的な開発による受け皿の確保と早期分譲</p> <ul style="list-style-type: none"> ①複数の開発候補地の確保 ・複数の開発候補地を確保し、工業団地の計画的な開発を行うことで用地の安定供給を図る【R6～R9】 ②新たな工業団地の早期開発 ・条件調査に着手する市町村に対し、費用面に加えて技術面の支援を強化することにより、新たな工業団地の早期開発を推進【R6～R9】
6	防災関連登録製品(累計) 【モニタリング方法】 防災関連製品認定審査会における累計の認定数	200製品 (H24～ R5)	200製品 (H24～ R5)	240製品 (H24～ R9)	<p>1 防災関連製品の開発促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全体会の開催:178名 (R2.3は未実施、R4:23名、R5:155名) ・WGの開催:326名 (R2:55名、R3:183名、R4:37名、R5:51名) ・防災関連産業振興アドバイザーの開発支援による防災関連製品認定:3件 ・メルマガ発信による情報提供(随時) <p>2 防災関連製品申請企業の掘り起こし</p> <ul style="list-style-type: none"> ・防災交流会会員企業数:39社増 (R2末:225社、R3末:242社、R4末:249社) ・防災関連製品登録数:49件 (R2:16製品、R3:16製品、R4:7製品、R5:10製品) ・(再掲)WGの開催:326名 (R2:55名、R3:183名、R4:37名、R5:51名) 	<p>1 防災関連製品の開発促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国的に防災製品の導入が進んでいる中で、県内製品の導入を促進するには他製品との差別化や競争力のある商品開発が必要 ・コロナ禍により感染症対策品の登録が一時的に増えたが、今後はその環境が変化するため、全体会、WGともに、社会ニーズに即した開催内容とする軌道修正が必要 <p>2 防災関連製品申請企業の掘り起こし</p> <ul style="list-style-type: none"> ・防災関連登録製品が増え一定の掘り起こしが進んだ中で、新たな防災関連製品の開発支援と並行して、日常使いのできる防災製品の掘り起こしを進めていく必要がある 	<p>1 防災関連製品の開発促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・WGによる防災関連産業への参画企業の拡大やさらなる製品開発案件の掘り起こし、防災関連産業振興アドバイザーによる製品開発・改良への助言【R6～R9】 ・公設試の技術支援による製品開発支援【R6～R9】 ・産業振興センターの専門家派遣、補助金等による支援【R6～R9】 <p>2 防災関連産業交流会の活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・防災関連製品認定制度の実施、防災関連産業交流会の全体会・WGを通じた情報共有、定期的なメルマガ発信による情報提供(市場・開発ニーズ情報、防災製品トレンド情報等)【R6～R9】 ・日常使うものを災害時にも役立つ「フェーズフリー」な商品開発についてのWGの開催【R6】

分野	商工業
各産業分野の取り組みの柱	外商の加速化と海外展開の促進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	防災関連登録製品の売上高(年間) 【モニタリング方法】 高知県防災関連登録製品の売上高について、半期ごと(年2回)に企業に調査を実施する	126.3億円 (R4)	126.3億円 (R4)	200億円 (R9)	1 県内地消の促進 ・県内防災関連イベント等でのPR活動 37回(延べ144社参加)(R2～R4) 2 国内外への販路拡大 ・県外見本市への出展 27回延べ127社出展・商談2,218件 (R2～R4) ・展示商談会の開催 9回延べ57社出展・商談627件 (R2～R4) ・海外見本市への出展(高知防災のPR) 2回(R4～R5) ・防災関連製品ポータルサイトや海外向け 防災専門ECサイト(JB SHOP)を活用した 情報発信6社8製品 ⇒ 防災関連製品認定制度による認定製 品の売上高 R2: 69.8億円、R3: 102.2億 円、R4: 126.3億円	1 県内地消の促進 ・ターゲットである自治体および大手民間企業 においては、特に地元かつ防災先進県である高 知県内での導入実績が重要であるため、県内での のさらなる導入実績が必要 2 国内外への販路拡大 ・自治体および大手民間企業においては、災 害備蓄が一定進んでいるため、既存備蓄の更 新時に県内製品の採用につなげ、取引を拡大 する取り組みが必要 ・工法の外商支援を強化するため、専門知識 のある人材が必要 ・各国で行ってきた防災セミナーなどの防災技 術のPR活動を成約につなげるために、継続的 な支援ができる現地体制の強化が必要	1 県内地消の促進 ①県内での導入実績の拡大 ・県内防災関連イベント等でのPR活動【R6～R9】 2 国内外への販路拡大 ①県内外の防災ニーズと防災関連製品とのマッチング ・整備済の企業・自治体などの更新需要を狙った営業活動を行うほか、まだアプローチできていない企業・自治体を狙った Webメディアへの広告や百貨店オンラインショップの活用を行う【R6～R9】 ・外商を促進するため、土木・工法に精通する専門家を産業振興センターの大阪営業本部に配置【R6～R9】 ②防災関連製品の販路のグローバル化 ・インドや台湾など防災・インフラ技術セミナーを行った国に現地アドバイザーを配置し、継続的な支援体制を強化【R6～R9】 ・継続的な支援体制が構築されたタイ、ベトナム現地サポートデスクを活用した販路開拓【R6～R9】 ・台湾現地の防災産業協会と連携した台湾販路の構築(ECサイト活用を含む)【R6～R9】 ・防災技術のPRを拡大するため、フィリピンや台湾での防災セミナーの実施等、取り組みを拡大【R6】 ⇒ 別図<商02>参照(P74)
2	産業振興センターが支援する 企業の県外売上高(年間) 【モニタリング方法】 定期的(年2回:9月、3月)に 外商サポート対象企業にヒア リングを行うことにより、産業 振興センターの支援による成 果額の確認を行う	1,027億円 (R4)	1,027億円 (R4)	1,190億円 (R9)	【国内】 1 外商サポート強化による販路拡大 ・県外見本市への出展 66回延べ307社出展・商談8,111件 ⇒ 成果額: 6,393,967千円(R2～R4) ・展示商談会の開催 22回延べ156社出展・商談1,343件 (R2～R4) ・ものづくり総合技術展の開催 308社出展・商談延べ1,798件 ⇒ 成果額: 153,586千円(R2～R4) ・産業振興センター大阪営業本部を設置 (R5～) 2 技術の外商サポートによる受注拡大 ・技術の外商取引拡大商談会 県外45社×県内延べ96社参加・商談 281件 ⇒ 成果額: 1,761,000千円(R2～R4) ・広域合同商談会の開催 県外延べ435社×県内延べ90社参加 商談延べ309件(R2～R4) ・工場視察商談会の開催 19回×県内延べ91社参加・商談延べ 91件(R2～R4) ・単独商談会の開催 県外10社×県内9社参加・商談40件 (R4) ⇒ 産業振興センターの外商支援による 成約額 R2: 82.1億円、R3: 91.7億円、 R4: 101.7億円	【国内】 1 外商サポート強化による販路拡大 ・見本市等で得た顧客候補との接点を生かし、 より成約率を高めるためには各企業の営業力 強化が必要 ・外商サポートを通じて得たマーケットニーズ に対応するため、製品開発を促進する取り組み が必要 ・工法の外商支援を強化するため、専門知識 のある人材が必要(再掲) 2 技術の外商サポートによる受注拡大 ・更なる発注案件の開拓にはこれまでとは違っ たアプローチが必要	【国内】 1 外商サポート強化による販路拡大 ①企業の営業力強化に向けた取り組みを支援 ・企業の営業力強化のための助成メニューを創設(営業拠点の設置や営業代行の利用など、補助対象を拡充)【R6～R9】 ②さらなる成約額増に向けた製品開発の促進による見本市の活性化 ・新規開発製品を優先的に見本市、ミニ展示商談会、現地視察商談会に展示することで、成約件数の増加と高知県ブース の新陳代謝を促す【R6～R9】 ③工法の外商促進 (再掲)・外商を促進するため、土木・工法に精通する専門家を産業振興センターの大阪営業本部に配置【R6～R9】 ⇒ 別図<商02>参照(P74)

分野	商工業
各産業分野の取り組みの柱	外商の加速化と海外展開の促進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
				<p>【海外】</p> <p>1 海外展開に取り組む企業の掘り起こしと伴走支援体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外支援OOIによる海外戦略の策定支援 10社(R2～R4) ・ものづくり海外戦略支援会議(R5～) 海外展開に取り組む企業の掘り起こしに関する情報共有と海外戦略の策定および実行支援の強化 ・産業振興センターにものづくり海外展開サポートデスクを設置(R5) ・海外ビジネス交流会(年4回)(R5) 業種の制限なく気軽に参加できる交流プラットフォームを立ち上げ、海外展開に一歩踏み出す企業の視野の拡大を図った。 <p>2 見本市等のエリア拡大による商談機会の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外経済ミッション団の派遣(R4) ベトナム(8/27～9/1):7社13名 インド(10/16～20):8社10名 <p>(R5)</p> <ul style="list-style-type: none"> ベトナム(8/23～26)21社・団体28名 タイ・インド(11/23～29)7社8名 	<p>【海外】</p> <p>1 海外展開に取り組む企業の掘り起こしと伴走支援体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成果額は伸びてきているが一部企業にとどまっており、各企業への伴走支援体制の強化及び海外展開に参画する企業の掘り起こしが必要 ・海外現地での支援として、見本市出展や出張による商談同行で成約につなげてきたが、より成約率を上げていく取り組みが必要 <p>2 見本市等のエリア拡大による商談機会の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成約へとつなげていくためには、タイムリーな現地情報の収集や現地団体との関係づくりといった現地での継続的な活動が重要 ・海外展開に取り組む企業の視野を拡大するためには海外展開の選択肢を増やすことが必要 	<p>【海外】</p> <p>1 海外展開に取り組む企業の掘り起こしと伴走支援体制の強化</p> <ol style="list-style-type: none"> ①海外展開に取り組む企業の視野の拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・海外ビジネス交流会の開催【R6～R9】 ・海外経済ミッション団の派遣【R7、R9】 ②海外展開に取り組む企業の伴走支援体制の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・海外戦略支援会議の開催【R6～R9】 ・海外支援OOIによる海外戦略の策定支援【R6～R9】 ・ものづくり海外展開サポートデスクによる総合相談対応【R6～R9】 <p>⇒ 別図<商02>参照(P74)</p> <p>2 見本市等のエリア拡大による商談機会の確保</p> <ol style="list-style-type: none"> ①成約に向けた継続的な支援の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・現地アドバイザー(台湾、インド)の設置により、継続的な支援体制を強化【R6～R9】 ・タイ・ベトナム現地サポートデスクや高知県台湾オフィス・シンガポール事務所による支援【R6～R9】 (ニーズに応じて、サポートデスク設置国の拡大を検討) ②県内企業の海外展開の選択肢を増やすため、新たな市場の開拓 <ul style="list-style-type: none"> ・市場開拓の取り組みとして、防災・インフラ技術セミナーの実施【R6、R8】 <p>⇒ 別図<商02>参照(P74)</p>	

分野	商工業
各産業分野の取り組みの柱	商業サービスの活性化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	経営計画策定支援件数(年間) 【モニタリング方法】 商工会・商工会議所への年5回のヒアリングを実施	917件 (R4)	917件 (R4)	886件 (R9)	<p>1 経営計画の策定・実行の支援</p> <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経営計画の策定・実行支援を実施。コロナ禍においては、補助金や給付金の申請支援や資金繰り支援に重点的に取り組み、県内事業者の事業継続と雇用の維持に大きく貢献した 経営計画策定支援件数(目標値) R2:1,312件(558件) R3:908件(563件) R4:917件(578件) ・高知県商工会連合会にスーパーバイザーを配置。OJT/OFF-JTを通じて経営指導員の支援力が向上した(R4年度で終了) 配置数 R2:2名 R3:1名 R4:1名 スーパーバイザーによるOJT実施件数 R2:290件 R3:220件 R4:223件 ・高知県商工会連合会に経営支援コーディネーターを配置。各支援機関との連携を強化することにより、経営計画の策定・実行支援の質が向上した(R4年度で終了) 配置数 R2:7名 R3:8名 R4:8名 経営支援コーディネーターによる支援 R2:113者(法人のみ) R3:232者(法人・個人) R4:156者(法人・個人) ・高知県商工会連合会及び高知商工会議所に経営支援エキスパートを配置。事業再構築や経営改善計画の策定など高難度案件に対応(R5年度から新設) 配置数 R5:4名 	<p>1 経営計画の策定・実行の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍後も続く厳しい経営環境において新事業への事業転換や資金繰りの悪化した事業者への支援など、高度な経営支援案件に対応可能な人材が必要 ・経営計画を策定した事業者に対する実行支援(フォローアップ)の強化 	<p>1 経営計画の策定・実行の支援</p> <p>①経営支援機能の抜本的な強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営指導員の設置基準の定期的な見直しによる人員体制の確保【R6～R9】 ・商工会・商工会議所の自発的な経営支援サービス向上の取り組みを後押し(財政支援を含む)【R6～R9】 ・経営者自身の気づきによる経営改善を促す経営力再構築伴走支援を強化【R6～R9】 ・経営支援の質的効果を検証するため、事業者の経営状態の見える化を実施【R6～R9】 <p>②経営支援エキスパートの配置(R5から継続)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営支援エキスパートの配置を継続し、事業再構築や資金繰りに対する支援を強化【R6～R7】
2	商業集積地における営業店舗数(年間) 【モニタリング方法】 年1回行う地域商業実態調査による確認	4,632店舗 (R4)	4,632店舗 (R4)	4,600店舗 (R9)	<p>1 空き店舗対策事業費補助金による支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街等で、空き店舗を活用して出店する事業者に対して改装費の支援を実施 ・実績69件(H28～R4累計) (H28～R元:42件、R2:10件、R3:7件、R4:10件) <p>2 市町村と連動した支援策の創設</p> <p>①店舗兼住宅活用推進事業による支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗兼住宅の分離に要する費用の支援を実施 ・市町村への訪問等による制度周知 ・予算計上済:3市町(既存予算での対応含む) <p>②中山間地域商業機能維持支援事業費補助金による支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中山間地域で空き店舗を活用して出店する事業者に対して改装費の支援を実施 ・市町村への訪問等による制度周知の実施 ・実績2件(R4) ・予算計上済:3市町(既存予算での対応含む) 	<p>1 空き店舗対策事業費補助金による支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗のさらなる利用促進に向け、改修等が必要な店舗の所有者を対象とした支援の強化が必要 <p>2 市町村と連動した支援策の創設</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街等には店舗兼住宅も多くみられるが、借り手が決まっていない段階では、活用につながらない ・中山間地域での商業機能の維持 	<p>1 空き店舗への出店支援の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗のさらなる利用促進に向け、空き店舗所有者への支援内容を拡充【R6】 <p>2 市町村と連動した支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗兼住宅の分離に要する費用の支援の実施【R6～R9】 ・中山間地域で空き店舗を活用して出店する事業者に対して改装費の支援を実施【R6～R9】 (R6～ 飲食業への補助要件の見直しにより、中山間地域での飲食店の出店をさらに促進) ・各市町村(商工及び移住担当部署)への訪問等により制度の周知及び県と連携した支援策の実施を依頼【R6～R9】 ・事業者への直接の周知を図るため、商店街等振興計画のワーキングでの制度の周知【R6～R9】 ・移住フェアや県広報での制度のPR【R6～R9】 ・地域商業実態調査による、対象物件の掘り起こし【R6～R9】 ・金融機関や宅建協会へのチラシの配布【R6～R9】

分野	商工業
各産業分野の取り組みの柱	デジタル技術の活用等による生産性の向上と事業構造の変革の促進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	商工会・商工会議所におけるデジタル化に関する指導・相談件数(年間) 【モニタリング方法】 ・商工会・商工会議所からの報告を確認(年5回)	479件 (R4)	479件 (R4)	960件 (R9)	1 デジタル化に取り組む事業者の量的拡大 ・県内大多数(約88%)を占める小規模事業者のデジタル化を促進するためには、取り組みを後押しする支援機関・支援者側のデジタル技術を活用した経営支援力の強化が必要 デジタル化支援件数:44件(R5)	1 デジタル化に取り組む事業者の量的拡大 ・県内大多数(約88%)を占める小規模事業者のデジタル化を促進するためには、取り組みを後押しする支援機関・支援者側のデジタル技術を活用した経営支援力の強化が必要	1 デジタル化に取り組む事業者の量的拡大 ・商工会・商工会議所の経営指導員による「デジタルツール事例集」や「みらデジ経営チェック」を活用した相談・指導を実施【R6～R9】 ・商工会連合会に「デジタル化支援員」を配置し、経営指導員の活動を支援することで、小規模事業者のデジタル化促進につなげる【R6～R9】 ・高知デジタルカレッジにおいて、「支援機関向け講座」を実施し、支援機関職員のデジタルスキルを向上させる【R6～R9】 ・国のIT導入補助金や県のデジタル技術活用促進事業費補助金の活用を促進し、企業のデジタル化における負担を軽減【R6】 ⇒ 別図<商03>参照(P75)
2	産業振興センターが支援するデジタル化計画の策定数(累計) 【モニタリング方法】 ・産業振興センターからの報告を確認(毎月)	25件 (R3～R4)	90件 (R3～R5)	210件 (R3～R9)	1 デジタル化の取組の質的向上 ・産業振興センターに中小企業のデジタル化を支援する専門部署を設け、企業のデジタル技術を活用した取り組みを支援(R3～) 伴走支援件数:71件(R3～R4) デジタル化計画策定件数:90件(R3～R5)	1 デジタル化の取組の質的向上 ・中規模企業のデジタル化の取り組みは一定進展しているものの、一定の規模を有する事業者や小規模事業者でも既にデジタル化に取り組んでいる企業にもデジタル投資を効果的・計画的に行うための助言が必要	1 デジタル化の取組の質的向上 ・産業振興センターに設置した中小企業のデジタル化を支援する専門部署において、商工団体やよる支援拠点、金融機関等の関係機関と連携しながら、企業の掘り起こし・相談対応・伴走支援などを実施し、企業のデジタル技術を活用した取り組みを支援【R6～R9】 ・(再掲)国のIT導入補助金や県のデジタル技術活用促進事業費補助金の活用を促進し、企業のデジタル化における負担を軽減【R6】
3	DX認定企業数(累計) 【モニタリング方法】 ・IPA(情報処理推進機構)のDX推進ポータルサイトを確保(毎月)	2社 (R4)	7社 (R5)	24社 (R4～R9)	・デジタル化の取組が業務効率化・生産性向上にとどまらず、付加価値向上のための取り組みにつながっていない ・部門ごとの効率化に留まらず、経営者が中心となって全社最適化・事業変革を目指す意思のある企業が少ない	・産業振興センターにおいて、支援対象企業ごとに「DX支援チーム」を組成し、デジタル化の視点で事業戦略を磨き上げるとともに、経済産業省の「DX認定」取得を支援【R6～R9】 ・国のものづくり補助金や県のデジタル技術活用促進事業費補助金(デジタル化加速枠)の活用を促進し、全社最適化や新製品・サービスの開発、ビジネスモデルの変革といった取り組みの掘り起こしにつなげる【R6】 ⇒ 別図<商03>参照(P75)	
4	アドバイザー及び公設試の支援による生産性向上の成果件数(在庫削減、生産量増加、作業時間短縮など定量的な効果があるもの)(累計) 【モニタリング方法】 四半期ごとに各取組実績を確認	4件 (R4)	4件 (R4)	44件 (R6～R9)	1 生産性向上推進アドバイザー等による支援 ・企業訪問(個社(オーダーメイド)支援) 企業訪問件数 44社延べ260件(R2～R4) (R2:36件、R3:88件、R4:136件) アドバイザー数 R2・R3:1名、R4:2名 ・生産性向上支援会議:17回 (R3開始、R3:11回、R4:6回) ・生産性向上セミナー 参加人数 ①管理・マネジメント層 R4:5名 ②実践・リーダー層 R3:106名、R4:35名 ③生産性向上(改善)セミナー R4:22名 ④入門・メンバー層 R4:6名 <成果例> 生産管理の自動化 (作業時間が4分の1に短縮) 機械の稼働率向上 (生産量が1.4倍に増加) 5Sの推進 (材料費4ヶ月分の削減)	1 生産性向上推進アドバイザー等による支援 ・生産性向上に取り組む企業のさらなる拡大が必要 ・意識醸成やスキル習得をアドバイザーの支援やセミナーでさらに進めて人材を育成し、自社で主体的に生産性向上を進められる企業を増やすことが必要 ・今後は人手不足がより深刻になることが予想され、事業の継続・成長には、これまで以上に生産性の向上が求められている	1 生産性向上推進アドバイザー等による支援 (再掲)・アドバイザーの支援による県内企業の実績を紹介するパンフレットを作成し、取り組む企業の裾野を拡大【R6】 (再掲)・生産性向上推進アドバイザーによる企業訪問【R6～R9】 (再掲)・生産性向上支援会議の開催【R6～R9】 (再掲)・生産性向上セミナーの開催(意識啓発セミナーと実践型研修)【R6～R9】 (再掲)・改善活動先進企業視察の実施(四国内)【R6】 2 スマートものづくり導入支援事業による技術支援 ・県内製造業のAI・ロボット・IoT等のデジタル技術を活用したスマートものづくりの導入と実践できる人材の育成を支援する「スマートものづくり研究会」を立ち上げ、生産プロセスにおける労働供給量の増加や労働生産性の向上を促す【R6～R9】 ⇒ 別図<商03>参照(P75)

分野	商工業
各産業分野の取り組みの柱	事業承継・人材確保の推進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	県内出身・県外大学生のUターン就職率(年間) 【モニタリング方法】 新規大卒者の採用実態調査(高知県出身者の県内就職状況調査/年1回)により確認	21.3% (R4)	21.3% (R4)	24% (R9)	<p>1 県内就職に興味関心を持つ学生の囲い込み <<情報発信>> ・県外大学との就職支援協定締結や協力関係構築・継続に向けた県外大学訪問 R2～R4: 93大学訪問 ・県外大学との就職支援協定の新規締結 R2～R5: 8大学と締結(累計38大学) ・「こうち学生登録」新規登録者数 R2～R5: 2,123名 ・就職支援コーディネーターによる相談対応 R3～R5: 939名(学生及び保護者)</p> <p><<接点を持つ機会の提供>> ・オンライン交流会の開催 R2～R5: 23回、552名参加 ・オンライン合同企業説明会の開催 R4: 2回、68名参加 ・Webセミナーの開催 R2～R3: 4回、253名参加 ・県内での就職活動に係る交通費等助成(大学生等就職支援事業費補助金)(R3～) R3～R5: 728件</p>	<p>1 県内就職に興味関心を持つ学生の囲い込み ・県内大学生やUターン者を含め、県内就職の可能性のあるより多くの学生に、高知での就職を意識してもらうための情報発信の仕掛けが必要 ・県内企業の人材確保を推進していくためには、県外大学生だけでなく、学生時代を高知で過ごす県内大学生の卒業後の県内定着を促す取り組みを強化することが必要 ・大都市圏や他の自治体との人材確保に向けた競争に負けないように、人材確保・定着に効果的な奨学金返還支援制度の創設などを検討</p>	<p>1 県内就職に興味関心を持つ学生の囲い込み ・県外大学との就職支援協定締結や協力関係構築・継続に向けた県外大学訪問【R6～R9】 ・「高知求人ネット」学生サイトによる情報発信【R6～R9】 ・デジタルマーケティングを活用した情報発信【R6～R9】 ・保護者向けサポートセミナーの実施【R6～R9】 ・県内大学における、県内企業を知ってもらうための講義・イベント等の実施【R6～R9】 ・就職支援コーディネーターによる相談対応【R6～R9】 ・県内での就職活動に係る交通費等助成(大学生等就職支援事業費補助金)【R6～R9】 ・奨学金返還支援の対象となる企業と支援候補者の募集・広報【R6】 ・奨学金返還支援の対象者の決定、支援金の支給による支援【R7～R9】</p>
2	県外出身・県外大学生のIターン就職者数(年間) 【モニタリング方法】 新規大卒者の採用実態調査(高知県出身者の県内就職状況調査/年1回)により確認	181人 (R4)	181人 (R4)	220人 (R9)	<p>2 県内企業の効果的な採用活動のための支援 ・採用に関する企業向けセミナーの開催 R2～R5: 12回、341社参加 ・企業向けの専門家派遣(R4～) R4～R5: 34社 ・企業の採用情報発信に係る助成(求人情報発信支援事業費補助金)(R3～) R3～R4: 10件 ・大学職員と県内企業の情報交換会の開催 R2～R5: 10回、130社</p>	<p>2 県内企業の効果的な採用活動のための支援 ・情報発信からインターンシップ、内定・採用に至るまでの一連の流れの中で、オンライン就活や多様化する採用手法に対応した県内企業の採用力の向上が必要</p>	<p>2 県内企業の効果的な採用活動のための支援 ・採用に関する企業向けセミナーの実施【R6～R9】 ・企業向けの専門家派遣による採用力向上の支援【R6～R9】 ・大学職員と県内企業の情報交換会の実施【R6～R9】</p>

分野	商工業
各産業分野の取り組みの柱	事業承継・人材確保の推進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
3	高知県事業承継ネットワーク による第三者承継のマッチン グ件数(年間) 【モニタリング方法】 四半期ごとに高知県事業承 継・引継ぎ支援センター(以 下「センター」という)、金融機 関、税理士へ進捗状況を確 認	51件 (R4)	51件 (R4)	100件 (R9)	1 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と支援体制の強化 ・ネットワーク構成機関による、60歳以上 の事業者に対して事業承継診断の実施 H30:1,428件 → R4:1,349件 ・事業者からの譲渡相談 H30:51件 → R4:294件 ・60歳以上の中小企業経営者4,400者に 対し、チラシとアンケートを送付(R5) ・女性の事業承継を促進するため「事業 承継バトンパスセミナー」を開催(R5.9) ・ネットワーク構成機関の増加 H30:29機関 → R5:40機関 ・(株)日本M&Aセンターと「連携と協力に 関する協定」締結(県)(H30.9) 2 ネットワーク構成機関を通じた事業者へ の周知 ・センターによる事業者及び支援機関向 け会議・セミナーの開催(累計)R2～R4: 115回 ・市町村広報誌や金融機関、商工会・商 工会議所を通じたチラシを配布 R4:55,000枚配布済(R3にも実施) 3 買い手・売り手双方の費用負担を軽減 することでマッチング件数の増加を図る ・【買い手】県融資制度 R4:2件 県補助金 R5:3件 ・【売り手】県補助金 H27～R4:69件 4 土業専門家に対し「事業承継アドバイ ザー制度(OJT)」を実施(R4終了) R3～R4:1件 5 市町村に地域おこし協力隊(事業承継 関連)の活用促進を依頼(R4～) R5:3件(大豊町、三原村、越知町) 第三者承継のマッチング件数 H30:11件 → R4:51件	1 事業者への意識啓発、事業承継ニーズの掘 り起こし ・事業承継の対象となる事業者数に対して、相 談数がまだまだ少なく、相談件数の増加が必要 2 事業承継ネットワークによる第三者承継の促 進 ・売り手に比べて買い手の相談件数が少ない ・中山間地域では商圏の縮小や設備等が更新 されていないなど、成約に結びついていない	1 事業者への意識啓発、事業承継ニーズの掘り起こし ・60歳以上の事業承継の対象となる事業者へ、早期準備と相談に向けたパンフレット、診断シートを送付【R6～R9】 ・事業承継ネットワークが行う「事業承継診断」実施による支援ニーズの掘り起こし【R6～R9】 ・幅広い業種での事業承継推進のため、関係機関・団体と連携した周知の強化【R6～R9】 2 事業承継ネットワークによる第三者承継の推進 ・事業承継奨励給付金を創設し、起業・Uターン希望者に向けたPRを強化することで買い手の増加を図る【R6～R9】 ・移住の取り組みと連携し、後継者人材バンクの登録増加と市町村に地域おこし協力隊(事業承継関連)の活用促進を依頼【R6～R9】 ・ネームクリア案件のHP掲載数増及び事業承継マッチングサイトへの掲載による買い手への情報発信の強化【R6～R9】 ・中山間地域の第三者承継促進のため、後継者が承継前に経営ノウハウ等を習得する期間にかかる生活費を支援【R6～R9】 ・県補助金(中山間地域枠)等の支援メニューの活用に向け、市町村や商工会等への周知と情報共有【R6～R9】

分野	商工業
各産業分野の取り組みの柱	事業承継・人材確保の推進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標(R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容(R6~R9)
4	<p>県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数(年間)</p> <p>【モニタリング方法】 高知労働局が発表する「外国人雇用の届出状況」により確認(10月末時点の人数を1月末に発表)</p>	3,059人(R5)	3,059人(R5)	4,000人以上(R9)	<p>1 海外から優秀な人材を確保 ・送出国側との信頼関係の構築(ベトナム、インドへのミッション団の派遣) 現地への訪問回数 R2:0回→R5:4回</p> <p>2 県内における就労・相談体制の充実 ・事業者向け説明会の開催 R3~R5:10回(参加者259名)</p> <p>3 地域の一員としての受入態勢の充実 ・外国人生活相談センターの運営 相談件数 R2:493件→R5:826件</p>	<p>1 海外から優秀な人材を確保 ・人手不足がより深刻化する中、県経済を持続・発展させていくためには、送出国との関係を一層強化し、優秀な外国人材を送り出してもらうことが必要</p> <p>2 地域の一員としての受入態勢の充実 ・技能実習制度の見直しにおいて外国人本人の意向による転籍を認める方向で検討がされているが、外国人材に本県で働き続けたいと思ってもらえるような環境づくりが必要</p>	<p>1 受入促進の取り組み ・MOU締結先の日本語教育センター等で学び一定期間県内に就労した外国人材に対して、定着奨励金を支給【R6~R9】 ・高知県に関する授業科目の実施に必要な費用(モニターなどのハード整備費用、テキスト作成費用等)を助成【R6~R9】 ・ベトナム・ラムドン省内に新設する日本語教育センターの日本語講師費用を助成【R6~R9】 ⇒ 別図<商04>参照(P76)</p> <p>2 定着促進の取り組み ①外国人が暮らしやすい環境づくり ・外国人材受入れのための福利厚生施設等(寮の新設・改修等)の整備に対する融資制度の創設【R6】 ・外国人生活相談センター(ココフォーレ)による一元的相談窓口の運営【R6~R9】 ・多文化共生等に係る民間団体等の取り組みに対する助成【R6~R9】 ・地域との交流を促進する監理団体などの取り組みへの助成【R6~R9】 ・オーテピアや市町村立図書館における多文化サービスの提供【R6~R9】 ②外国人が働きやすい環境づくり ・外国人材の受入れに係る市町村向け制度説明会の実施【R6~R9】 ・就労環境整備(翻訳機器購入費、社内マニュアル・標識類の多言語化等)に取り組む事業者に対する助成【R6~R9】 ・職業訓練の専門的な日本語習得・作業理解のための教材の提供(農業動画マニュアルなど)【R6~R9】 ③外国人が学びやすい環境づくり ・外国人材のスキルアップに取り組む事業者への助成(業務に関する日本語教育)【R6~R9】 ・高知・中村高等技術学校における在職者訓練の実施【R6~R9】 ・市町村が行う日本語教育の取り組みへの助成【R6】 ・県内の日本語教室の開設、運営支援【R6~R9】 ・e-ラーニングを活用したオンデマンドによる学習機会の提供【R6~R9】 ⇒ 別図<商04>参照(P76)</p>
5	<p>ワークライフバランス推進延べ認証企業数(累計)</p> <p>【モニタリング方法】 毎月の認証(更新を含む)時に、延べ認証企業数の達成状況を確認</p>	632社(H19~R4)	632社(H19~R4)	980社(H19~R9)	<p>1 WLB推進企業認証制度の推進 ワークライフバランス推進アドバイザーによる企業訪問 延べ認証企業数H27:148社→R5:777社</p>	<p>1 WLB推進企業認証制度の推進 ・建設業以外の業種への普及拡大が必要 ・小規模企業、中山間地域に所在する企業への普及拡大が必要 ・複数部門の認証取得に向けた支援の強化が必要</p>	<p>1 WLB推進企業認証制度の推進 ①建設業以外の業種の普及拡大 ・業界団体と連携した取り組みの推進【R6~R9】 ・WLB推進アドバイザーの増員【R6】 ・専用ホームページによる広報【R6~R9】 ②小規模企業、中山間地域に所在する企業への普及拡大 ・WLB推進アドバイザーの増員【R6】(再掲) ③複数部門の認証取得に向けた支援の強化 ・WLB推進アドバイザーの増員【R6】(再掲) ・新聞広告による複数部門認証企業のPR【R6】 ⇒ 別図<商05>参照(P77)</p>

分野	商工業
各産業分野の取り組みの柱	事業承継・人材確保の推進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
6	働き方改革に取り組む企業 (従業員5人以上)の割合(年間) 【モニタリング方法】 高知県労働環境等実態調査				<p>1 働き方改革の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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発揮できる職場環境づくりの推進 <p>【国】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知働き方改革推進支援センター設置(H30～) ・同幡多出張所設置(H31～) ・セミナー開催 H30～R3:263回 延べ相談件数 H30～R3:2,209件 <p>【県】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・働き方改革トップセミナーの開催 R2～R5:8回713社896人 ・労働環境等実態調査の実施 R元:1,968事業所から回収 (回収率39.4%) R3:1,531事業所から回収 (回収率34.8%) R5:2,058事業所から回収 (回収率38.1%) ・働き方改革取組ガイドブックの作成、配付、活用セミナーの開催 R2:22社 27名 ・働き方改革推進職場リーダーの養成 R元～R4:62社108人 ・ワークライフバランス実践支援事業 R2～R4:8社3チーム ・優良事例集の作成、配布(R3、R4) ・働き方改革推進キャンペーンの実施 R元～R4:5回426社 ・働き方改革担当者向けセミナー・交流会の開催 R4:20社 36名 ・高知県登録働き方改革コンサルタントの養成 R5:31名 ・働き方改革コンサルタントによる伴走支援の実施 R5:17社 	<p>1 働き方改革の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・優良事例の横展開や、小規模企業や中山間地域の企業におけるロールモデルの創出などにより、働き方改革に取り組む企業のさらなる拡大が必要 ・高知県登録働き方改革コンサルタントのさらなる養成が必要 ・企業の伴走支援をさらに強化していくことが必要 ・若者や女性、高齢者など、多様な人材が活躍できる環境をつくるためには、短時間勤務や副業・兼業といった多様な働き方の導入を促進するとともに、働きがいの向上にも取り組み、それらのロールモデルを創出していくことが必要 	<p>1 働き方改革(働きやすい職場環境づくり)に取り組む企業の拡大(ロールモデルの創出及び県内企業への取り組みの波及)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・KOCHI Work Style Awardの開催【R6～R9】 ・小規模企業や中山間地域に所在する企業向けセミナーの開催【R6】 ・高知県登録働き方改革コンサルタントの養成【R6】 ・企業の伴走支援の強化【R6～R7】 ・働きやすい職場環境整備に取り組む企業への助成【R6】 <p>⇒ 別図<商05>参照(P77)</p> <p>2 多様な働き方(働きやすい職場環境づくり)の導入支援(ロールモデルの創出及び県内企業への取り組みの波及)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多様な働き方推進セミナーの開催【R6】 ・企業伴走支援の強化【R6～R7】(再掲) ・KOCHI Work Style Awardの開催【R6～R9】(再掲) <p>⇒ 別図<商05>参照(P77)</p> <p>3 働きがいの向上に向けた支援(ロールモデルの創出及び県内企業への取り組みの波及)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人事評価制度構築支援研修会の開催【R6】 <p>⇒ 別図<商05>参照(P77)</p>

現状・課題

(1) 一般的な製品 (グリーン化を除く)

1-1 製品企画書策定支援 (R2~R4)

製品企画書策定: 122件

うち製品化: 72件 (59%)

販売実績あり: 40件 (33%)

「市場・顧客分析の甘さ」、「想定外の技術課題発生」等の理由により、販売に至ったものは3割に留まる
⇒高付加価値で売れる製品の開発支援が必要
(質的向上)

1-2 事業戦略等推進事業費補助金における

「新製品・新技術・新役務開発事業」の採択: 92件

(R2:39件, R3:33件, R4:20件)

新製品開発(小規模な改良を除く): 12/92件

年々減少傾向、かつ、ほとんどが小規模な改良で、新たな価値を生み出す新製品開発への挑戦が少ない
⇒新製品開発に取り組む企業を増やすことが必要 (量的拡大)

(2) グリーン化製品

製品等グリーン化推進事業費補助金で計11件採択
(R4:5件, R5:6件)

グリーン化製品の開発は、比較的規模の大きな企業が先行し、徐々に中小に広がっている

⇒グリーン化に資する製品技術の開発に取り組む企業のさらなる発掘と開発促進が必要

R5

5期計画 (令和9年度) の目指す姿

目標値 高付加価値な製品・技術の開発件数 (累計)

出発点 (R2~R4) 17件 ⇒ 4年後 (R6~R9) 40件

- ①新製品開発にチャレンジする企業が増え、より付加価値の高い製品が数多く生まれる
- ②開発した製品が利益を生み出し、さらなる新製品の開発にチャレンジする好循環が実現

令和6年度の取り組み

本県産業からオリジナリティの高い製品を生み出すことを目指し、グリーン化を含む「製品開発」についての支援を強化

新 事業戦略等推進事業費補助金の「新製品・新技術・新役務開発事業」と、製品等グリーン化推進事業費補助金を統合・強化し、「**戦略的製品開発推進事業費補助金**」を新設

(1) 「開発チャレンジ事業」と「製品開発事業」の2段階に分けて支援

⇒構想の具現化や課題検証などのスモールチャレンジを「開発チャレンジ事業」により支援 (量的拡大)

⇒事業化に向けた製品企画書の精度向上を図り、「製品開発事業」により高付加価値で売れる製品開発を後押し (質的向上)

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

(3) 製品開発事業では、研究開発費のうち実質的に多くを占める**人件費も補助対象**とすることによって、開発をより促進する

R6

①事業戦略等推進事業費補助金の「新製品・新技術・新役務開発事業」

「製品企画書」に基づく新製品等の開発

補助率1/2、補助上限額200万円、1,000万円 (開発仕様を含む製品企画書に基づくもの)、1年以内、人件費対象外

②製品等グリーン化推進事業費補助金

脱炭素化に資する製品等の開発

補助率1/2、補助上限額2,000万円、2年以内、人件費 (全体補助額の1/3まで)

統合
強化

新 戦略的製品開発推進事業費補助金

・開発チャレンジ事業

「製品構想書」の検証

補助率1/2、補助上限額100万円、1年以内、市場調査・部分試作等 (人件費対象外)

・製品開発事業

「製品企画書」に基づく製品の開発

一般枠 : 補助率1/2、補助上限額1,000万円、2年以内、**人件費1/3まで**

イノベーション推進枠 : 補助率1/2、**補助上限額2,000万円**、2年以内、**人件費1/2まで**

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

支援スキーム

新 戦略的製品開発推進事業費補助金

情報収集・基礎研究

製品の構想、企画の立案

試作開発

製品化

販路開拓

社会的課題
市場動向
ユーザーニーズ
+
自社技術、強み
基礎研究の成果
異業種交流

製品開発ニーズ・アイデア創出

情報収集・基礎研究
→
製品の構想、企画の立案
→
試作開発
→
製品化
→
販路開拓

製品構想書

製品構想
・コンセプト
・想定市場、顧客

事業計画
・仮説と実証方法
・課題と検証方法
・スケジュール

補助メニュー①

「開発チャレンジ事業」
(新製品開発・製品改良)

・市場調査 ・部分試作
・知財取得 ・専門家活用
(軽微な改良)
・市場調査 ・試作 (パッケージ
変更、機能追加等)

・補助上限額: 100万円
・補助率: 1/2 ・期間: 1年以内

不採択の場合
ブラッシュアップして
再チャレンジ可能

製品企画書

製品企画
・仕様詳細(機能、強度)
・具体的市場、価格
・コスト、原価

事業計画
・仕様実現の方法
・生産量、生産方法
・販売計画
・スケジュール

不採択の場合
ブラッシュアップして
再チャレンジ可能

補助メニュー②

「製品開発事業」

・製品開発 ・評価試験
・工程設計 ・量産試作

・補助上限額: 1,000万円
(イノベーション推進枠: 2,000万円)
・補助率: 1/2
・事業期間: 2年以内
・人件費: 全体補助額の1/3まで
(イノベーション推進枠: 1/2まで)

販売計画の実行
新規開拓、拡販

外商活動

・営業活動
・展示会出展
・見本市出展
・ホームページ
制作
・WEB商談会
・PR動画製作

など

開発チャレンジ事業審査会

採択

✓ 製品構想と事業計画の**具体性**

・オリジナリティがあるか
・市場を見据えた取組か
・仮説と課題が明確か
・実施方法やスケジュールが妥当か

書面審査会 県 + 外部審査員

事業計画への助言 審査結果のフィードバック

製品開発事業審査会

採択

✓ 製品企画と事業計画の**実現性**

・市場: 規模、顧客、価格
・製品: 新規性、独創性
・技術: 仕様、実現可能性、波及効果
・経営: 事業経費・資金計画、販売計画

プレゼン審査会 金融機関 会計士 大学 県

事業計画への助言 審査結果のフィードバック

意識醸成
機会創出

作成支援

芽出しの促進

見える化の後押し

・最新情報の提供
・アイデアの掘り起こし
・ニーズとシーズの
マッチング
・専門家派遣、相談

・情報の整理
・環境分析のフォロー
・技術相談
・課題抽出

作成支援

高精度の企画書へ

・開発チャレンジ
成果の整理
・ブラッシュアップの
ためのアドバイス

実行フォロー

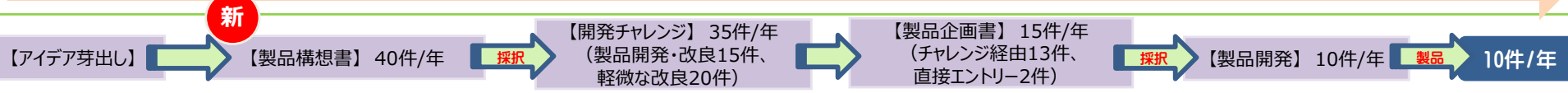
製品化の後押し

・公設試の試験
機器の活用
・新たな課題への
アドバイス

産振センターによる
外商支援

・外商Coによる
営業活動
・見本市への
県ブース出展
・ミニ展示商談会
・ものメッセ
・技術の外商
・県外バイヤーの
招へい
・販路開拓等の
補助金

製品開発支援チーム (産業振興センター + 公設試・外部専門家)



現状・課題

(1) 外商サポート強化による販路拡大

- ①産業振興センターの外商支援による成約額は、概ね目標を達成
(R2:101%,R3:101%,R4:99%)
- ②県外見本市には、R2~R4で66回、延べ307社が出展
⇒顧客候補への後追いが十分できず、見本市等の商談で得た接点を活かきれていないケースがあり、より高い成約率とするためには、各企業の営業力強化が必要

(2) 海外展開に取り組む企業の掘り起こしと伴走支援体制の強化

- ①海外支援COの同行訪問や海外見本市への出展支援により、海外外商支援成果額は、H27の2.6億円からR4の15.1億円(到達目標13億円)に達するなど、順調に伸びている。
⇒成果額は伸びてきているが、実績を上げているのは一部の企業にとどまっている。引き続き、海外展開への参画企業の掘り起こしと、各企業の中長期を見据えた海外戦略に沿った伴走支援が必要

K
P
I
検
証

産業振興センターの外商支援による成約額

	H30(出発点)	R4
目標	63億円	103.1億円
実績	66.8億円	101.7億円
うち海外	8.5億円	15.1億円

5期計画(令和9年度)の目指す姿

目標値 産業振興センターが支援する企業の県外売上高(年間)
出発点(R4) 1,027億円 ⇒ 4年後(R9) 1,190億円

- ①県内企業の営業力強化を支援することにより、成約額がさらに増加
- ②海外ビジネス交流会などで海外展開に取り組む企業の裾野を広げるとともに、ものづくり海外展開サポートデスクによる伴走支援の結果、県内企業の実績が拡大

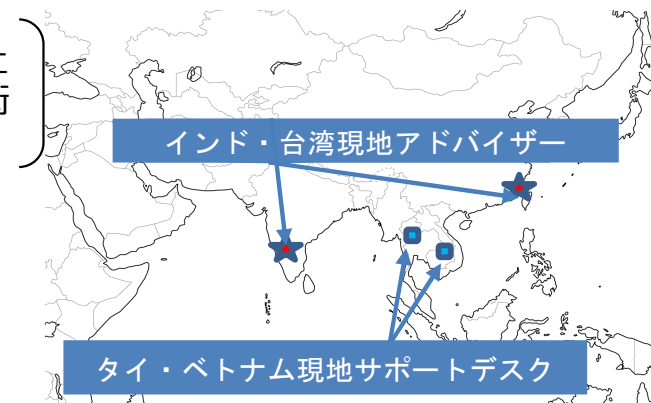
令和6年度の取り組み

【国内】

- 新** (1) 企業の営業力強化
事業戦略等推進事業費補助金に「営業力強化支援メニュー」を新設し、県外で営業代行サービスの活用等にかかる費用を助成
(補助率:1/2、上限1,500千円 海外(グローバル枠含む):400万円、賃上げ加算100万円)
- 新** (2) 土木・工法の専門家による外商支援の強化
産業振興センター大阪営業本部に土木・工法の専門家を配置し、防災関連製品・技術の工法関連の外商支援を強化
- (3) 出展見本市での成約率向上
成約につながりやすい見本市に出展先を絞り、高知県ブースを拡大することにより、PR効果を高めるとともに、高い成約率を目指す
(R5:20見本市103社→R6:15見本市103社 危機管理産業展、先進建設・防災・減災・技術フェアin熊本などで県ブース拡大)

【海外】

- 拡** (4) 現地支援体制の強化
タイ・ベトナムの現地サポートデスクに加えて、新たに、国ごとに販路開拓に向けた知見を有する現地アドバイザーを設置(台湾・インド)



県内の現状と課題

- ①産業振興センター等の支援により中規模事業者のデジタル化の取組は一定進展
- ②中小企業等デジタル化状況調査(R5.3)で、小規模事業者の半数が「デジタル化の必要性はない」と回答。デジタル化の「量的拡大」を図るため、それぞれの事業規模に適した細かな支援を行うことが必要
(※注意点：県内で7割超を占める「5名未満」の小規模事業者は、規模が小さいためデジタルの導入効果に対してコストが過大となり、有償ツール導入は合理的でない場合もある)
- ③一定取組が進んだ事業者については、高付加価値な製品やサービスにつなげられるよう、取組の「質的向上」をさらに進めることが必要

5期計画（令和9年度）の目指す姿

- ◆ **商工会・商工会議所におけるデジタル化に関する指導・相談件数（年間）**
出発点（R4） 479件 ⇒ 4年後（R9） 960件
- ◆ **産業振興センターが支援するデジタル化計画の策定数（累計）**
出発点（R3～R5） 90件 ⇒ 4年後（R3～R9） 210件
- ◆ **DX認定企業数（累計）** 出発点（R5） 7社 ⇒ 4年後（R4～R9） 24社

- ①デジタル化の支援を行うことで、生産性が向上
- ②全社最適化に取り組む企業が増加することで、付加価値向上が実現

第1段階 デジタルツール活用 始めの一步

量的
拡大

■ 支援対象者

県内事業者の9割を占める小規模事業者（多くが個人事業主）
(規模が小さいため、まずは無料ツールの活用を通じた有用性理解が必要)

■ 取組方針

- ①各支援機関の経営指導やセミナーによるデジタル化のきっかけ作り
- ②無料ITツールの活用をサポート

■ R6取組内容

商工会・商工会議所

- ①「デジタル化支援員」を配置し、経営指導員の活動を支援
- ②「デジタルツール事例集」等を活用し、経営指導と連動した啓発活動を実施（経営指導員 約80名）

よろず支援拠点（国）

- ③全ての商工会・商工会議所と連携し、市町村役場等でサテライト相談会を開催
- ④無料や追加費用不要のITツール（SNS、Excel等）活用とともに、ニーズに応じて廉価なツールの導入を支援（IT相談員7名）

中小企業団体中央会

- ⑤中小企業組合を通じたデジタル化支援

- ⑥デジタル技術活用を促進するための啓発セミナーを開催（14回）

高知デジタルカレッジ「デジタル化推進セミナー」

- ※様々な業種に対して出張デジタル講座を開催

製造業、卸小売業、交通運輸業、物流業、旅館業、飲食業、土木建設業、医療業、介護福祉業、教育産業 等

第2段階 企業の個別課題をデジタルツールで解決

■ 支援対象者

一定の規模を有する事業者や小規模でも既にデジタル化に取り組んでいる企業（デジタル投資を効果的・計画的に行うための助言が必要）

■ 取組方針

- ①継続的に取り組むための中期的な実行計画である「デジタル化計画」の策定・実行支援（R6目標 30件）
- ②国補助金の活用を促進するとともに、県単独の補助制度創設を検討

■ R6取組内容

産業振興センター

- ⑦産業振興Cの支援体制を強化し（専門人材3名→4名）、効果的なシステム導入を進めるための「デジタル化計画」の策定から実行までを支援
- ⑧情報産業協会等と連携し、県内ITバンダーとのマッチング支援

工業技術センター

- ⑨ロボット・AIなどを活用した製造ラインのスマート化に向けた伴走支援

⑩国補助制度の活用促進と県単独の補助制度の創設

国IT導入補助金（パッケージソフト導入）

国ものづくり補助金（デジタル枠）

- ◆ IT導入補助金登録バンダー会社とのマッチングを支援

R5.12月補正 デジタル技術活用促進事業費補助金

- ・国補助金で対象とならない、個別システム開発やハード機器整備を支援する県単独の補助制度
- ・補助金の申請支援 **産業振興センター、よろず支援拠点（国）、商工会・商工会議所、金融機関**

⑪デジタル化に取り組む各企業内のデジタル人材を育成

高知デジタルカレッジ

Web・CGデザイナー育成講座、リスティング促進講座

工業技術センター「スマートものづくり研究会」

- ⑫専門的な分野で助言を行う副業デジタル人材とのマッチングを実施

第3段階 全社的なデジタル化推進

質的
向上

■ 支援対象者

部門毎の効率化に留まらず、経営者が中心となって全社最適化を目指す意思のある事業者

■ 取組方針

- ①デジタル化を軸に各社の事業戦略を磨き上げ
- ②「DX認定」取得を通じ、「全社態勢」構築を支援

■ R6取組内容

- ⑬ **個社毎にDX支援チームを組成し、デジタル化の視点で事業戦略を磨き上げるとともに、経済産業省の「DX認定」取得を支援**

産業振興センター（デジタル化推進CO+ものづくりCO）

デジタル化支援機関 情報共有連絡会議（事務局：産業デジタル化推進課）

商工会・商工会議所、よろず支援拠点（国）、中小企業団体中央会
産業振興センター（デジタル化相談窓口）、金融機関

産業振興センター（デジタル化推進CO）、よろず支援拠点（国）
商工会・商工会議所、中小企業団体中央会、金融機関

産業振興センター
（デジタル化推進CO+ものづくりCO）

高知デジタルカレッジ「支援機関向け講座」 → 支援機関職員のデジタルスキルを向上

現状・課題

(1) 海外から優秀な人材を確保

①送出国側との信頼関係の構築（ベトナム、インドへのミッション団の派遣）

現地への訪問回数 R2: 0回→R5: 4回

(2) 県内における就労・相談体制の充実

①事業者向け説明会の開催

R3～R5: 10回（参加者259名）

(3) 地域の一員としての受入態勢の充実

①外国人生活相談センターの運営

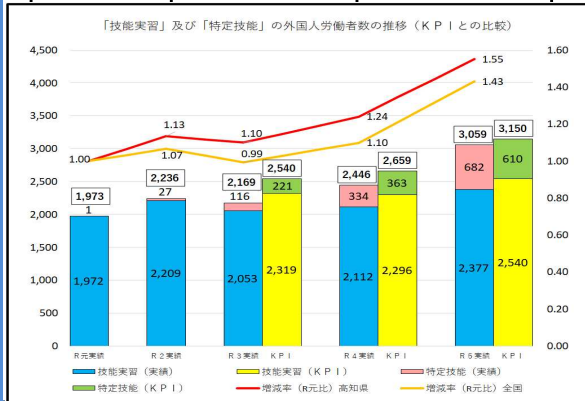
相談件数 R2: 493件→R5: 826件

⇒人手不足がより深刻化する中、県経済を持続・発展させていくためには、送出国との関係を一層強化し、**優秀な外国人材を送り出してもらうことが必要**

⇒技能実習制度の見直しにおいて外国人本人の意向による転籍を認める方向で検討がされているが、**外国人材に本県で働き続けたいと思ってもらえるような環境づくりが必要**

○県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数

	R2(出発点)	R5
目標		3,150人
実績	2,236人	3,059人



5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数（年間）
（技能実習制度は国において見直しをしているところ）

出発点（R5）3,059人 ⇒ 4年後（R9）4,000人以上

①情報発信の強化や奨励金制度の創設など**受入促進策の強化**

により、「**外国人材から選ばれる高知県**」となることを目指す

②外国人材が「**暮らしやすい・働きやすい・学びやすい環境づくり**」の取組を一段と強化し、本県で働く外国人材の満足度を向上させ、**本県への定着**を図る

高知県元気な未来創造戦略と連動

令和6年度の取り組み

<受入促進>

- 新** ①MOU締結先の日本語教育センター等で学び一定期間県内に就労した外国人材に対して、定着奨励金を支給
- 新** ②日本語教育センター等が行う高知県に関する授業科目の実施に必要な費用（モニターなどのハード整備費用等）を助成
- ③ベトナム・ラムドン省内に新設する日本語教育センターの日本語講師費用を助成

<定着促進>

(1) 外国人が暮らしやすい環境づくり

- 新** ①外国人材受入れのための福利厚生施設等(寮の新設・改修等)の整備に対する融資制度の創設
- ②多文化共生等に係る民間団体等の取組に対する助成
- 拡** ③オーテピアや市町村立図書館における多文化サービスの提供

(2) 外国人が働きやすい環境づくり

- 新** ①外国人材の受入れに係る市町村向け制度説明会の実施
- 新** ②就労環境整備（翻訳機器購入費、社内マニュアル・標識類の多言語化等）に取り組む事業者に対する助成
- ③職業訓練の専門的な日本語習得・作業理解のための教材の提供（農作業動画マニュアルなど）

(3) 外国人が学びやすい環境づくり

- 拡** ①外国人材のスキルアップに取り組む事業者への助成（業務に関する日本語教育）
- ②高知・中村高等技術学校における在職者訓練の実施
- 新** ③市町村が行う日本語教育の取組への助成
- 新** ④e-ラーニングを活用したオンデマンドによる学習機会の提供

現状・課題

(1) ワークライフバランスの推進

- ①ワークライフバランス推進企業認証制度の取得を推進し、認証企業数が大幅に増加 (H30 233社→R4 632社 (延ベ))
 ※業種別：建設業 56.4%、医療・福祉12.1%、製造業8.9%の順
 従業員規模別：10人以上の企業 78.4%
 ⇒幅広い業種、小規模事業者の取得を推進していくことが必要
- ②年次有給休暇や男性育休の取得推進により取得率が大幅に上昇 (年休H30 56.1%→R4 67.6%、男性育休H30 7.6%→R4 28.7%)
 ⇒業務を代替する従業員の負担感の解消 など企業内の仕組みづくりが課題

(2) 働き方改革の推進

- ①テレワークやフレックスタイム制、兼業・副業など多様な働き方を導入する企業が増加 (働き方改革に取り組む企業の割合 R1 42.5%→R5 52.9% (従業員5人以上))
 ⇒取組手法が分からない企業、人材不足 により取組ができていない企業も多数

①ワークライフバランス推進認証企業数

	H30(出発点)	R 4
目標	-	525
実績	233	632

5期計画（令和9年度）の目指す姿

すべての世代が活躍し多様な働き方ができる高知県へ

目標値

- ◆ **ワークライフバランス推進延べ認証企業数 (累計)**
 出発点 (H19~R4) 632社 ⇒ 4年後 (H19~R9) 980社
- ◆ **働き方改革に取り組む企業 (従業員5人以上) の割合 (年間)**
 出発点 (R5) 52.9% ⇒ 4年後 (R9) 65%

- ①業種、地域、従業員規模ごとの支援を強化し、認証制度のさらなる普及を図ることで、働きやすい職場を拡大
- ②女性や若者、高齢者など働く意欲のある多様な人材が活躍できるよう、県内企業の支援を強化することで、人材の確保、定着に寄与

令和6年度の取り組み

(1) ワークライフバランスの推進

- 拡** ①ワークライフバランス推進アドバイザーの活動強化 (増員、活動日数増)
 小規模企業、中山間地域への訪問強化、両立支援等助成金の周知等による伴走支援

(2) 働き方改革の推進

- 新** ①働きやすい職場環境づくりを支援する補助制度の創設
【ハード整備に係る支援】女性用トイレ、キッズルームの整備、パワーアシストスーツ導入、外国人人材のための社内マニュアル・標識類の多言語化や翻訳機器購入費用などを支援
【ソフト対策に係る支援】短時間勤務や副業・兼業制度など多様な働き方に係る制度導入時に要する費用 (コンサルティング、就業規則改定などを支援)
- 拡** ②働き方改革コンサルタントによる支援体制強化 (コンサルタント数R5 31名→R6 50 (+19) 名)
- 拡** ③KOCHI Work Style Awardによる企業表彰や取組事例集による好事例の横展開
- 新** ④小規模企業の取組や多様な働き方を紹介するセミナー開催、伴走支援によるモデル事例の創出
- 新** ⑤人事評価制度の導入支援

新 上記の取組を推進するため、**【産業人材確保促進融資制度】を新たに創設**

対象：人材確保 (外国人材含む) のため、必要な福利厚生施設等の整備に要する費用 (例) 社員寮の新設・改修、社員駐車場の整備 など
 貸付限度額：5,000万円、償還期間：20年以内 (据置期間3年以内)

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

高知県観光の取り組みとして、「つくる」「売る」「もてなす」のそれぞれの段階ごとに戦略目標を立て、観光振興に取り組んできました。「つくる」では、地域の核となる観光拠点の整備や、土佐の観光創生塾による旅行商品づくりを進めました。「売る」では、大河ドラマ「龍馬伝」の放送を追い風にした、「土佐・龍馬であい博」をはじめとした博覧会の実施やセールス・プロモーション活動を展開しました。「もてなす」では、おもてなしタクシーや、おもてなしトイレの推進による観光客の満足度向上、龍馬パスポートによる周遊促進とリピーター化に取り組みました。

これらの取り組みにより、計画策定前は300万人台前半であった年間の県外観光客入込数が、平成29年、30年には2年連続で440万人を超えることができました。

その後、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、本県観光は令和2年から大変厳しい状況に直面しましたが、令和4年には観光需要の回復の兆しが見られ、令和5年には連続テレビ小説「らんまん」の放送やドラマの放送にあわせた観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」の開催により、過去最高となる472万人の県外観光客入込数を達成しました。

② 第5期計画の取り組み

第5期計画では、「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぷり高知旅キャンペーン」を4年間展開し、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、たっぷりと味わっていただくことで、第5期計画の目標である観光総消費額1,389億円と県外観光客人泊数563.9万人泊の実現を目指します。

柱1 長期滞在につながる観光地域づくりの推進

地域ならではの魅力ある素材を生かした観光商品づくりを推進し、中山間地域などへの国内外の観光客のさらなる誘客の拡大を目指します。

また、地域住民、観光事業者、市町村等の連携による地域内での周遊促進、滞在時間延長にも取り組みます。

柱2 戦略的セールス&プロモーション

「どっぷり高知旅」をテーマにしたコンテストの実施やシーズンごとにテーマやターゲットを設定したプロモーションの展開など、マスメディアを活用した情報発信を進めます。

また、連続テレビ小説「あんぱん」を生かした情報発信や、神楽をはじめとする伝統芸能を組み込んだナイトイベントなどによる閑散期における誘客の促進に取り組んでいきます。

柱3 おもてなしの推進

ユニバーサルツーリズムを推進するため、バリアフリー観光の相談窓口を運営するほか、特設ウェブサイトでの情報発信を行います。

また、観光ガイドの裾野の拡大やスキル向上、中山間地域で複数の宿を中心に長期滞在できる態勢づくりを支援するなど、長期滞在を目指した受皿づくりを進めます。

柱4 国際観光の推進

定期便化に向けた国際チャーター便の誘致を強化します。

また、アドベンチャーツーリズムの推進などによる旅行商品の高付加価値化や、観光事業者と連携した消費額拡大の取り組みを促進するなど、消費拡大に向けた受入環境整備についても進めていきます。

柱5 観光人材の確保・担い手不足の対応

宿泊施設の生産性向上につながる高付加価値化や年間を通じた観光需要の平準化を進めることで、宿泊施設の安定的な雇用を推進していきます。

また、観光関係事業者とともに、外国人材の活躍を推進する制度の周知や現地送り出し機関等との関係構築に取り組むことで、外国人材の積極的な受入についても進めます。

観光分野の施策の展開 ～「地域のための観光」へ～

目指す姿 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぶり高知旅キャンペーン」を展開し、国内外の観光客に、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、味わっていただくことで、長期滞在や高知のファンの拡大を目指すとともに、観光消費額の増につなげる。

分野を代表する目標
県外観光客人泊数 出発点(R4) 426.6万人泊 ⇒ 4年後 (R9) 563.9万人泊 ⇒ 10年後(R15) 606.8万人泊
観光総消費額 出発点(R4) 966億円 ⇒ 4年後 (R9) 1,389億円 ⇒ 10年後(R15) 1,599億円

【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

柱1 長期滞在につながる観光地域づくりの推進

新 (1) 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり

- ①住民とのふれあい、暮らしに触れる、地元産業の活性化に資する観光商品の造成
- ②神祭への参加など伝統文化の継承につながる体験プログラムの造成

拡 (3) 地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上

- ①集落活動センターを拠点とした宿泊、食の提供、イベント開催など地域との持続的交流につながる観光商品の造成
- ②地域の理解促進につながる教育旅行の受入の拡大(民泊の推進、みどりの学習旅行)

(2) 地域内での周遊・滞在の促進

- 拡** ①地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり
- ②宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の支援
- ③広域観光組織での観光客動向データの活用による滞在型周遊プランの実践

拡 (4) 中山間地域の移動を確保するための2次交通の充実

- ①コミュニティバスなど既存インフラの観光への活用
- ②県内バス事業者との連携による旅行商品化の促進

磨き上げた観光資源・商品を国内外の市場へ

“おもてなし”でリピーター化
観光客の声を商品づくりに反映

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぶり高知旅キャンペーン」の展開

【売る】PR・プロモーション

柱2 戦略的セールス&プロモーション

(1) マスメディアを活用した情報発信

- 新** ①「どっぶり高知旅」をテーマにしたコンテストによる県内外への情報発信
- ②春は「花・みどり」、夏は「アクティビティ」など、シーズンごとにテーマやターゲットを設定したプロモーション展開

新 (3) 龍馬パスポート等を活用したリピーターの獲得

- ①龍馬パスポートを活用した「どっぶり」コンテンツへの誘引策の実施
- ②アプリを活用した龍馬パスポートユーザーへの観光情報発信の強化

(2) 旅行会社向けのセールス活動

- ①旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施
- ②広域観光協議会と連携したセールス活動
- ③教育旅行誘致セールスの実施

拡 (4) 閑散期における誘客の促進

- ①地域の伝統芸能などを組み込んだナイトイベントの実施
- ②MICE及びフィルムコミッションによるロケの誘致
- ③スポーツツーリズムの推進

新 (5) 連続テレビ小説「あんぱん」を生かした情報発信

- ①ドラマの動きと連動したセールス・プロモーション



【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

柱3 おもてなしの推進

拡 (1) ユニバーサルツーリズムの推進

- ①バリアフリー観光相談窓口の設置や特設ウェブサイトでの情報発信
- ②観光関連事業者の人材育成等による受入態勢の強化

(4) 観光客の満足度の向上

- ①高知家おもてなしキャンペーンの展開等による県民運動の強化
- ②観光関連施設の「Wi-Fi、トイレ、キャッシュレス、多言語対応」の受入環境整備を推進

拡 (2) 地域の特色を生かした受入態勢づくり

- ①観光ガイドの裾野拡大やスキル向上
- ②観光施設等でのコンシェルジュ機能の強化
- ③広域観光組織の体制及び機能強化(地域おこし協力隊制度の活用)

拡 ③観光ガイドの裾野拡大やスキル向上【再掲】

(3) 長期滞在を目指した受入態勢づくり

- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の支援【再掲】
- 新** ②中山間地域において、宿泊施設を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援
- 新** ③長期滞在に必要な飲食の提供機能の強化

戦略的セールス&プロモーションで観光客が高知へ

柱4 国際観光の推進

拡 (1) 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致

- ①台湾チャーター便の定着に向けた取り組みの強化
- ②短期チャーター便の誘致(韓国・香港)
- ③国際線受入に向けた高知龍馬空港新ターミナルビルの整備

拡 (4) 旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長

- ①アドベンチャーツーリズムの推進(インバウンド向け「どっぶり高知旅」のセールスやプロモーション)【再掲】

(2) 関西圏からの誘客の促進

- ①観光サイト「日本の観光ショーカー」等を通じた情報発信
- ②関西-高知間のルート上の観光地と連携したPR

(5) 消費額拡大に向けた受入環境整備

- 拡** ①地域通訳案内士等のガイドスキルの向上
- ②観光事業者と連携した消費額拡大の促進

拡 (3) 個人旅行者の誘客の拡大

- ①アドベンチャーツーリズムの推進(インバウンド向け「どっぶり高知旅」のセールスやプロモーション)

全体を下支え

柱5 観光人材の確保・担い手不足の対応

(1) 宿泊施設の生産性向上につながる高付加価値化、長期滞在の推進

- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の支援【再掲】
- 新** ②中山間地域において、宿泊施設を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援【再掲】

拡 (2) 年間を通じた観光需要の平準化

- ①地域の伝統芸能などを組み込んだナイトイベントの実施【再掲】
- ②MICE及びフィルムコミッションによるロケの誘致【再掲】

拡 (3) 積極的な人材の確保

- ①学校などの教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大
- ②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化

各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

県外観光客人泊数
 出発点(R4):426.6万人泊 ⇒ 4年後(R9)の目標:563.9万人泊 ⇒ 10年後(R15)の目標:606.8万人泊

観光総消費額
 出発点(R4):966億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:1,389億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:1,599億円

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 長期滞在につながる観光地域づくりの推進	2 地域産業スケールアップ型	中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間)	新規	209.1万人(14施設) (R4)		273.9万人 (14施設)	○
		1旅行当たりの県内平均立寄数(年間)	新規	2.5件 (R4)		3.2件	○
2 戦略的セールス&プロモーション	2 地域産業スケールアップ型	県外観光客入込数(年間)	継続	370万人 (R4)	460万人	470万人	○
		スポーツによる県外からの入込客数(年間)	継続	53,161人 (R4)	14.5万人	12万人	
3 おもてなしの推進	2 地域産業スケールアップ型	観光満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年間) 【観光施設】	継続	86% (R4)	85%	88%	○
		観光満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年間) 【宿泊施設】	継続	80% (R4)	85%	85%	○
4 国際観光の推進	3 グローバル展開型	観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者(年間)	継続	9,890人泊 (R4)	8万人泊	17万人泊	○
		外国人県内消費額(年間)	新規	3億円 (R4)		57億円	○
5 観光人材の確保・担い手不足の対応	5 人材起点型	県内全産業平均と比較した宿泊業の所定内給与額の水準(年間)	新規	84.8% (R4)		90%	

分野	観光分野
各産業分野の取り組みの柱	長期滞在につながる観光地域づくりの推進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間) 【モニタリング方法】 観光施設からの入込数実績の報告を県でとりまとめ(年1回)	209.1万人 (14施設) (R4)	209.1万人 (14施設) (R4)	273.9万人 (14施設) (R9)	1 観光拠点の整備数(累計) ・H30:8ヶ所 → R5:18ヶ所 ①民間企業の現地視察 ・25社(H30～R5) ②民間企業のノウハウを導入した観光拠点の整備数 ・R元:1件→R5:13件(R元～R5) ③核となる観光拠点入込客数 ・R元:894,024人(12施設)→ R4:993,615人(17施設)	1 地域ならではの魅力ある素材が観光に十分に生かされていない 観光素材となる伝統文化の継承が困難になっている 2 地域での周遊が促進されていない ①観光拠点への集客と拠点から周辺の観光施設への周遊が十分でない ②周遊の取組が個々の施設・事業者等のレベルに留まっており、地域(面)に広がっていない 3 二次交通が脆弱 ①中山間地域へのアクセス、地域間での移動の際に手段が限られる	1 核となる観光施設の磨き上げへの支援【R6～R9】 ①観光振興推進総合支援事業費補助金等の活用 2 マスメディアを活用した情報発信や旅行会社向けのセールス活動【R6～R9】 ①「どっぷり高知旅」をテーマにしたコンテスト等による県内外への情報発信 ②春は「花・みどり」、夏は「アクティビティ」など、シーズンごとにテーマやターゲットを設定したプロモーション展開 ③四国遍路(日本遺産)の情報発信やプロモーション活動の実施 ④旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施 ⑤広域エリアごとのキャンペーンと連動したセールス活動の展開 3 地域内での周遊・滞在の促進【R6～R9】 ①地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり ②広域観光組織での観光客動向データの活用による滞在型周遊プランの実践 ⇒ 別図<観01、観02>参照(P87～89)
2	1旅行当たりの県内平均立寄数(年間) 【モニタリング方法】 県外観光客動態調査のデータを元に、周遊ルートを県が分析(年に1回)	2.5件 (R4)	2.5件 (R4)	3.2件 (R9)	1 広域観光組織の体制強化数(累計の観光庁登録DMO数) ・H30:1 → R4:5【R5:4】 ①デジタルデータ分析ツールの導入【R4～】 ・デジタルデータ等を活用した実証事業の数:24事業(R5) ②滞在型観光プラン策定件数 ・18件(R2～R5)	1 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり【R6～R9】 ①住民とのふれあい、暮らしに触れる、地元産業の活性化に資する観光商品の造成 ②神祭への参加など伝統文化の継承につながる体験プログラムの造成 2 地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上【R6～R9】 ①集落活動センターを拠点とした宿泊、食の提供、イベント開催など地域との持続的交流につながる観光商品の造成 ②地域の理解促進につながる教育旅行の受入の拡大(民泊の推進、みどりの学習旅行) 3 地域内での周遊・滞在の促進【R6～R9】 ①地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり(再掲) ②宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取り組みの支援 ③広域観光組織での観光客動向データの活用による滞在型周遊プランの実践(再掲) 4 中山間地域の移動を確保するための二次交通の充実【R6～R9】 ①コミュニティバスなど既存インフラの観光への活用 ②県内バス事業者との連携による旅行商品化の促進 ⇒ 別図<観01、観02>参照(P87～89)	

分野	観光分野
各産業分野の取り組みの柱	戦略的なセールス&プロモーション

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6~R9)
1	<p>県外観光客入込数</p> <p>【モニタリング方法】 交通機関等からの情報提供を基に、県で推計(年1回)</p>	370万人 (R4)	370万人 (R4)	470万人 (R9)	<p>1 効果的な広報・セールス活動の展開</p> <p>①キャンペーンの展開【R2~】 ・コロナ禍において低迷した観光需要に対し、観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」の展開や需要喚起策(高知観光トク割キャンペーン、高知観光リカバリーキャンペーン)を実施したことにより、コロナ前(R元)の8割まで回復</p> <p>②サステナブルツーリズムの推進【R4~】 ・県内の観光素材についてのヒアリング調査を実施し、サステナブルな要素を抽出し、高知の観光素材がサステナブルであることを可視化する冊子の作成や、SNSを通じた情報発信を実施</p>	<p>1 観光消費額を重視したロングステイ型観光やリピート率の向上、宿泊施設の高付加価値化などの取り組みが必要</p> <p>2 冬場などの閑散期対策が必要</p> <p>3 「らんまん」効果を一過性で終わらせない取り組みが必要</p> <p>4 コロナ禍により変化した観光客のニーズに合わせた観光プロモーションが必要</p>	<p>1 マスメディアを活用した情報発信【R6~R9】</p> <p>①「どっぷり高知旅」をテーマにしたコンテスト等による県内外への情報発信(再掲)</p> <p>②春は「花・みどり」、夏は「アクティビティ」など、シーズンごとにテーマやターゲットを設定したプロモーション展開(再掲)</p> <p>③四国遍路(日本遺産)の情報発信やプロモーション活動の実施(再掲)</p> <p>2 旅行会社向けのセールス活動【R6~R9】</p> <p>①旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施(再掲)</p> <p>②広域エリアごとのキャンペーンと連動したセールス活動の展開(再掲)</p> <p>③教育旅行誘致セールスの実施</p> <p>3 龍馬パスポート等を活用したリピーターの獲得【R6~R9】</p> <p>①龍馬パスポートを活用した「どっぷり」コンテンツへの誘引策の実施</p> <p>②アプリを活用した龍馬パスポートユーザーへの観光情報発信の強化</p> <p>4 閑散期における誘客の促進【R6~R9】</p> <p>①神楽などの伝統文化を組み込んだナイトイベントの実施</p> <p>②スポーツツーリズムの推進及びスポーツ合宿の誘致</p> <p>③MICEの誘致(エクスカーションへの支援強化)</p> <p>④フィルムコミッションによるロケの誘致強化</p> <p>5 連続テレビ小説「あんぱん」を生かした情報発信【R6~R7】</p> <p>①ドラマの動きと連動したセールス・プロモーション</p> <p>⇒ 別図<観01>参照(P87~88)</p>
2	<p>スポーツによる県外からの入込客数(年間)</p> <p>【モニタリング方法】 高知県観光コンベンション協会等と連携し、県外入込客数の達成状況の確認を行う(月1回)</p>	53,161人 (R4)	85,660人 (R5)	12万人 (R9)	<p>1 スポーツツーリズムの推進【R2~】</p> <p>①プロ・トップチーム誘致(年間) 74,237人(R元)→46,338人(R5)</p> <p>②アマチュアスポーツ合宿の誘致(年間) 4,406人(R元)→8,857人(R5)</p> <p>③サイクルイベントの県外参加者数(年間) 1,138人(R元)→993人(R5)</p> <p>④こうちサイクルオアシス登録施設数(累計) 75施設(R元)→84施設(R4)</p> <p>⑤高知龍馬マラソンの出走者数 11,816人(2020大会 R2.2)→8,395人(2024大会 R6.2)</p>	<p>1 プロスポーツのキャンプ・大会の新規誘致及び既存チームの継続</p> <p>①スポーツ施設の整備が必要</p> <p>②受入可能な宿泊施設の確保が必要</p> <p>③野球、サッカーの2競技に集中しており、多種目化が必要</p> <p>2 アマチュアスポーツの合宿・大会誘致</p> <p>①受け入れ地域・施設が限定的。実施時期が夏冬休み・土日等に集中。野球、サッカーの2競技に集中</p> <p>3 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進</p> <p>①サイクルツーリズムをはじめ、台湾や欧米などのインバウンド客を取り込める余地が大きい。取り込みに向け、関係部署や関係機関との連携強化、プロモーションやセールス活動など新たな施策の打ち込みが必要</p>	<p>1 スポーツを通じた交流人口の拡大【R6~R9】</p> <p>(1) 関西に拠点を置くプロチームや企業に所属するトップチームの合宿等誘致</p> <p>①連携協定締結企業や誘致実績のある企業に所属するチームを誘致</p> <p>(2) アマチュアスポーツ合宿等の誘致</p> <p>(3) ワールドマスターズゲームズ関西を契機とした合宿等の誘致</p> <p>2 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進【R6~R9】</p> <p>(1) 地域と連携したスポーツツーリズムの推進</p> <p>①県内のスポーツツーリズムに関する情報を発信</p> <p>②自然環境を活かしたスポーツ大会の開催を促進</p> <p>(2) サイクリング観光の取組強化</p> <p>①サイクリング観光に関する情報発信の強化</p> <p>②サイクルオアシス(空気入れの貸出等の協力店)の拡大</p> <p>3 インバウンド向けスポーツツーリズムの強化【R6~R9】</p> <p>(1) コンテンツの造成</p> <p>①インバウンド向けのスポーツツーリズムの磨き上げ・整理</p> <p>②県内で開催されるスポーツ大会へのインバウンドの取り込み拡大</p> <p>(2) プロモーション</p> <p>①海外展示会への出展や現地代理店との連携</p> <p>②プロモーションサイトを用いた海外向けの情報発信</p>

分野	観光分野
各産業分野の取り組みの柱	おもてなしの推進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	観光満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年間)【観光施設】 【モニタリング方法】 「観光客満足度調査」により、4半期ごとにモニタリングを実施し、達成状況の確認を行う	86% (R4)	87% (R5)	88% (R9)	1 バリアフリー観光に関する相談対応件数(年間) ①34件(R2) → 139件(R5) 2 現地調査によるバリア・バリアフリー情報の収集件数 ①観光:146施設、宿泊:128施設、交通:37施設(H30～R5) 3 観光案内所機能強化研修受講事業者数(延べ)(累計) ①104事業者(H28～R元)→202事業者(H28～R4) 4 外国人観光案内所の設置か所数 ①3ヶ所(H26) → 19ヶ所(R5) 5 宿泊施設魅力向上支援事業による支援 ①機運醸成に向けたセミナー参加者数:147名(R4～R5) ②課題に応じた専門家派遣数38事業者(R4～R5)	1 バリアフリー化と受入環境の整備 ①障がい者や高齢者、外国人など多様なニーズに対応するためには、ユニバーサルツーリズムの取組を県内観光関連事業者へ広げていくことが必要。 ②インバウンド需要の回復に伴い、受入側での「Wi-Fi、トイレ、キャッシュレス、多言語対応」といった環境整備の重要性がますます高まっている 2 国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成や態勢強化が十分でない 3 宿泊施設の魅力向上の取組が個々の施設のレベルに留まっており、より効果的なものとするため、地域で面に広がっていくことが必要 4 中山間地域において長期滞在に必要な機能が十分でない ①ホテル・旅館の多い高知市、幡多地域での観光客の宿泊の割合が高い ②観光スポットの近くに飲食施設がない、土日休みの店が多い、など飲食の提供機能が弱い	1 ユニバーサルツーリズムの推進【R6～R9】 ①バリアフリー観光相談窓口の設置や特設ウェブサイトでの情報発信 ②観光関連事業者へのアドバイザー派遣や研修会の開催等による受入態勢の強化 2 観光客の満足度の向上【R6～R9】 ①高知家おもてなしキャンペーンの展開等による県民運動の強化 ②観光関連施設の「Wi-Fi、トイレ、キャッシュレス、多言語対応」の受入環境整備を推進(観光振興推進総合支援事業費補助金等の活用) ③観光ガイドの裾野拡大やスキル向上 3 地域の特色を生かした受入体制づくり【R6～R9】 ①観光ガイドの裾野拡大やスキル向上(再掲) ②観光施設等でのコンシェルジュ機能の強化 ③広域観光組織の体制及び機能強化(地域おこし協力隊制度の活用) ④四国遍路のおもてなしや環境整備の推進 4 長期滞在を目指した受皿づくり【R6～R9】 ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取り組みの支援(再掲) ②中山間地域において、宿泊施設を中心に長期滞在ができる態勢づくりの支援 ③長期滞在に必要な飲食の提供機能の強化 ⇒ 別図<観01、観02>参照(P87～89)
2	観光満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年間)【宿泊施設】 【モニタリング方法】 「観光客満足度調査」により、4半期ごとにモニタリングを実施し、達成状況の確認を行う	80% (R4)	81% (R5)	85% (R9)			

分野	観光分野
各産業分野の取り組みの柱	国際観光の推進

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者(年間) 【モニタリング方法】 観光庁の「宿泊旅行統計調査」により、延べ宿泊者数を確認(年1回)	9,890人 (R4)	129,480 人泊 (R5・速 報値)	17万人 泊 (R9)	1 海外セールス拠点等を活用した旅行商品の拡充【R2～】 ①外国人向け旅行商品造成数(年間) ・215商品(H30)→319商品(R4) 2 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出【R2～】 ①架空発着の外国人向け旅行商品造成数(年間) ・25商品(H30)→54商品(R4) 3 チャーター便誘致等 ①国際チャーター便の運航数(高知龍馬空港)(年度) ・7往復(H30)→週2回・94往復(R5)	1 インバウンド誘客の取り組み ①台湾定期チャーター便の定着と定期便化 ②台湾以外のチャーター便誘致 ③万博開催に合わせた取り組みの強化 ④個人旅行者向け周遊促進 2 県内消費額の拡大 ①長期滞在の拡大による宿泊日数の増加 ②旅行商品の高付加価値化	1 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致【R6～R9】 ①台湾チャーター便の定着に向けた取り組みの強化 ②短期チャーター便の誘致(韓国・香港) ③国際線受入に向けた高知龍馬空港新ターミナルビルの整備 2 関西圏からの誘客の促進【R6～R9】 ①観光サイト「日本の観光ショーケース」等を通じた情報発信 ②関西-高知間のルート上の観光地と連携したPR 3 個人旅行者の誘客の拡大【R6～R9】 ①アドベンチャーツーリズムの推進(インバウンド向け「どっぷり高知旅」のセールスやプロモーション) ⇒ 別図<観03>参照(P90)
2	外国人県内消費額(年間) 【モニタリング方法】 観光庁の「宿泊旅行統計調査」及び「訪日外国人消費動向調査」のデータを基に、県で算出(年1回)	3億円 (R4)	3億円 (R4)	57億円 (R9)			1 旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長【R6～R9】 ①アドベンチャーツーリズムの推進(インバウンド向け「どっぷり高知旅」のセールスやプロモーション)(再掲) 2 消費額拡大に向けた受入環境整備【R6～R9】 ①地域通訳案内士等のガイドスキルの向上 ②観光事業者と連携した消費額拡大の取り組みを促進

分野	観光分野
各産業分野の取り組みの柱	観光人材の確保・担い手不足の対応

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	<p>県内全産業平均と比較した宿泊業の所定内給与額の水準(年間)</p> <p>【モニタリング方法】厚生労働省が毎年発表する「賃金構造基本調査」により、県内全産業平均と比較した所定内給与額の水準割合の達成状況の確認を行う</p>	84.8% (R4)	84.8% (R4)	90% (R9)	<p>1 宿泊施設の魅力向上による高付加価値化、長期滞在の推進</p> <p>①セミナー開催やアドバイザー派遣による宿泊施設の魅力向上(R4～)</p> <p>2 年間を通じた観光需要の平準化</p> <p>①閑散期での夜間イベントの開催(高知城での夜間イベント)</p> <p>②スポーツツーリズムの推進及びスポーツ合宿の誘致</p> <p>③MICEの誘致</p> <p>④フィルムコミッションによるロケの誘致</p> <p>3 積極的な人材の確保</p> <p>①外国人材の活躍推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県中小企業団体中央会主催で外国人材活用セミナー(宿泊分野)を開催 ・台湾の複数の大学と令和6年度から、宿泊分野でのインターンシップ生派遣について、具体的な調整段階に至る 	<p>1 宿泊施設の人手不足</p> <p>①観光需要の回復に宿泊施設の人手が追いつかず、人手不足が顕在化</p> <p>②募集をかけてもなかなか人が集まらない状況</p> <p>2 観光需要の喚起</p> <p>①1人当たりの観光消費額が、近年横ばい傾向にあり、量から質への転換が必要</p> <p>3 観光需要の平準化</p> <p>①季節により繁閑の差が大きいため、更に需要の平準化に努めることが必要</p> <p>4 外国人材の活躍推進</p> <p>①外国人材の活躍推進への意識が高まりつつあるが、積極的な採用にまでは至っていないことから、業界全体で検討を深め、取組を広げていく必要がある</p>	<p>1 宿泊施設の生産性向上につながる高付加価値化、長期滞在の推進【R6～R9】</p> <p>①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取り組みの支援(再掲)</p> <p>②中山間地域において、宿泊施設を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援(再掲)</p> <p>2 年間を通じた観光需要の平準化【R6～R9】</p> <p>①神楽などの伝統文化を組み込んだナイトイベントの実施(再掲)</p> <p>②MICEの誘致(エクスカージョンへの支援強化)(再掲)</p> <p>③フィルムコミッションによるロケの誘致の強化(再掲)</p> <p>3 積極的な人材の確保【R6～R9】</p> <p>①学校などの教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大</p> <p>②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化</p> <p>⇒ 別図<観01、観02>参照(P87～89)</p>

概要

- **ゴール**
滞在日数の増、合わせてリピート率の向上を図り、観光消費額の増につなげる
- **ターゲット**
オールターゲットを基本としつつ、戦略ターゲットとして**女性・若年層、高年齢層、インバウンド**を設定
- **売り出す素材**
牧野博の取組と盛り上がりをしっかり継続させつつ、**中山間地域**の素材も意識して、これまで磨き上げてきた**食、自然、歴史・文化**を集大成として打ち出し
- **展開方法**
令和6～9年度の**4年間を対象期間**とするキャンペーン方式で展開することとし、**官民一体となった組織によりオール高知で推進**

コンセプト等

- **コンセプト＝「極上の田舎、高知。」**
このコンセプトにおける「田舎」は、稲やかで自然あふれる場所、地域の独自性といったポジティブな意味。**未来に向けて重要な資源と新しい価値を持ち、あらためて見直され、海外からも注目**されている田舎。その「スーパーローカル」ともいえる高知ならではの独自の魅力で一生物の体験を提供。
※コンセプトは、各種施策の柱として設定する概念であり、県外向けにそのまま表現されることはない想定
- **キャンペーン名称＝「どっぶり高知旅キャンペーン」**
日常を忘れ、**高知ならではの魅力をじっくりと、深く、たっぷり味わっていただき、心からの息抜きや、新しい発見・気づきにつなげて強力な高知のファン**になっていただくことを目指す観光（旅）のキャンペーンであることを表現。
- **キャッチコピー**
コンセプトを踏まえつつ、興味喚起に効果的につなげるため、適宜刷新を行うなど柔軟に設定・変更を行う。

4年間の展開イメージ

【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

基本方向：地域への理解が深まる滞在型観光の推進

1. 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり
(例) ・果樹オーナー制度など、地域との持続的交流につながる商品づくり
・神祭への参加など、伝統文化の継承につながる体験プログラム
2. 地域内での周遊・滞在の促進
(例) ・旅行者の動向分析を踏まえたタクシープランやスタンプラリーの実施
3. 地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上
(例) ・集落活動センターを拠点とした交流プログラムづくり
・教育旅行における民泊の推進
4. 中山間地域の移動を確保するための2次交通の充実
(例) ・コミュニティバスなど既存インフラの観光への活用
・県内バス事業者との連携による旅行商品化の促進

【4年後（R9）に目指す姿<目標値>】

- 地域ならではの観光商品が豊富にあり、高知ならではの魅力をじっくりと味わうことができる
<新たな観光商品数=R5:0商品⇒200商品>
- 地域での立ち寄り先が増え、滞在時間の延長につながり、宿泊客も増えている
<1旅行あたりの県内立寄件数=R4:2.5件⇒3.2件>
- 観光客の来訪が地域の活性化につながっている
<民泊受入人数=R4:35名⇒2,500名>

磨き上げた観光資源・商品を国内外の市場へ

“おもてなし”でリピーター化
観光客の声を商品づくりに反映

【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

基本方向：観光客と地元の人との接点を増やす仕組みづくり

1. 地域の特色を生かした受入体制づくり
(例) ・地域ならではの旅を案内してくれるコンシェルジュ機能の強化
2. 長期滞在の促進
(例) ・アドバイザー派遣による宿泊施設の魅力向上
・中山間地域における空き家等を活用した分散型滞在機能の充実
3. 観光客の満足度の向上
(例) ・観光ガイドの裾野の拡大やガイドスキルの向上
・県民が観光客に直接魅力を伝えられるキャンペーン展開
・ユニバーサルツーリズムの一層の推進

【4年後（R9）に目指す姿<目標値>】

- 観光客が地域の中核となるホテル等を拠点に周辺の観光商品を利用する旅行スタイルが定着している<分散型宿泊施設のエリア数=R5:0⇒6>
- 観光コンテンツの提供が収入に結びつく仕組みができるとともに、ガイド等の担い手確保につながっている<ガイド登録者数=R4:882名⇒1,000名>
- 観光客との接点のある地元の人が高知らしいおもてなしができる
<観光施設の満足度=R4:86%⇒88%> <宿泊施設の満足度=R4:80%⇒85%>

戦略のコンセプト
「極上の田舎、高知。」

～「地域のための観光」へ～

【4年後（R9）の全体目標】

- ① 県外観光客入泊数
R4:426.6万人泊⇒563.9万人泊
- ② 観光総消費額
R4:966億円⇒1,389億円

効果的なセールス&プロモーションで観光客を高知に

【売る】PR・プロモーション

基本方向：どっぶり高知旅キャンペーンによる誘客促進

1. マスメディアを活用した情報発信
(例) ・「どっぶり高知旅」をテーマにしたコンテストによる県内外への情報発信
・春は「花・みどり」、夏は「アクティビティ」など、シーズンごとにテーマやターゲットを設定したプロモーション展開
2. 旅行会社向けのセールス活動
(例) ・旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施
・広域エリアごとのキャンペーンと連動したセールス活動の展開
3. 龍馬パスポート等を活用したリピーターの獲得
(例) ・龍馬パスポートを活用した「どっぶり」コンテンツへの誘引策の実施
4. 冬場や夜間の観光素材の充実
(例) 神楽などの伝統文化を組み込んだナイトイベントの実施

【4年後（R9）に目指す姿<目標値>】

- 「心からの息抜き」や「新しい発見」ができる場所として高知県が認識されている
- 夜間や閑散期のコンテンツが充実し、消費拡大につながっている
<県外観光客入込数=R4:370万人⇒470万人>
- ベーリピーターの囲い込みができている
<龍馬パスポートのシルバーへのランクアップ者数=R4:1,550人⇒3,000人>

「どっぶり高知旅キャンペーン -シーズン1-」の展開

<観01>

年度	令和6年度											令和7年度	
四半期	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2-3月	4月	
季節テーマ	どっぶり! 「花・みどり」 (自然をたっぶり体験) ★4/1キャンペーンスタート		どっぶり! 「アクティビティ」(がっつり体験) ★大阪アンテナショップ開業			どっぶり! 「食」(こじゃんと味わう)		どっぶり! 「歴史・文化」(とことん体感) 土佐の豊稔祭 夜間イベント (神楽等伝統文化とのジョイント)			どっぶり! 「花・みどり」		
ドラマ関連	キャスト等の発表(随時)・ロケ地の選定等					県内ロケ(想定)						番組宣伝の開始	◇ドラマ放送開始
推進組織	物部川エリア ★実行委員会 設立総会			★第2回実行委員会			★第3回実行委員会			★プレイベント 第4回実行委員会★			★オープニングイベント・ 博覧会開幕
プロモーション・ セールス	R6下期向け 説明会、セールスなど(4/16東京～)				旅行会社等 モニターツアー		R7上期向け 説明会、セールスなど			各メディアとのタイアップ・広告等 (やなせさんどっぶりコンテンツ(ゆかりの地巡り)等)			
受入環境の整備	やなせさん関連スポットの整備・各地域の観光資源の磨き上げ ゆかりの地マップ作成、周遊施策の企画、特別イベント等の企画											多客期のシャトルバス・ 周遊バスの運行	
話題化・ ヤマづくり	メディア露出を意識したプロモーションを展開し、全国レベルでの話題化を創出												
	<PR企画> 地域からの情報収集・コンテンツ制作準備・インフルエンサーによる発信 メディアプロモート					<PR企画> 収集した素材からコンテンツ作成、発表、情報発信 メディアプロモート							
	<どっぶり高知旅コンテスト> ①市町村向け(R6.3.28結果発表) ②県民向け(R6上半期～) ③旅行者向け(R6下半期～) ④県内学生向け(R6.2月予定)												
各媒体による発信・ 情報拡散	全国メディアや近隣県等のメディアと連携した情報発信					人気ゲームキャラクターとコラボしたプロモーション企画							
	全国メディアへのパブリシティ(取材誘致) 活動によるTV・新聞・雑誌等での発信 ★メディアツアー					★メディアキャラバン(東京)		★情報交換会(東京)		★メディアキャラバン(中四国)		★情報交換会(東京)	
	近隣県等エリア属性に応じた誘客に直結するTV、雑誌等広告 GW・夏休み向けPR 秋の観光シーズンに向けたPR 夜間イベント等の冬場に向けたPR												
公式HPや SNSによる発信	公式HPによる一元的な情報発信(様々な露出を集約先としての公式HPへの誘導につなげる・具体的な過ごし方を動画等のコンテンツで紹介・各地域のHP等に誘導) ターゲットに合わせた「どっぶり高知旅」を紹介する記事制作・発信 ★コンテストに合わせたコンテンツ掲載 どっぶり動画 どっぶり動画 どっぶり動画 どっぶり動画 ★コンテストに合わせたコンテンツ掲載												
	SNS等による情報拡散(コアなファン獲得・話題拡散) ★県民向けどっぶりコンテスト企画を活用した情報拡散 ★旅行者向けどっぶりコンテスト企画を活用した情報拡散												
	X(旧Twitter)、LINEを活用した定期的な観光情報の発信/Instagram、TikTokを活用した画像、動画による情報発信												
その他	県内外の交通広告や高速SA等でのPR実施					ANA・JAL・FDA等航空会社と連携したPR 航空会社等と連携したPR実施							
基本的な PR	ポスター、のぼり等掲出					各エリアごとのどっぶり旅ポスター企画(ポスター 新バージョン追加)							
	公式ガイドブックVol.1発行/イベントチラシ等 発行					公式ガイドブックVol.2発行/イベントチラシ等 発行							
	公式ガイドブック発行等												
	県内関係者向けコンセプト説明資料配布					どっぶりコンテンツを集約・解説したコンセプトブック(着地・県内の関係者向け)							
旅行会社向け セールス等	R6下期向け 説明会、セールスなど(4/16東京～)				旅行会社等 モニターツアー		R7上期向け 説明会、セールスなど			OTAへの広告出稿			OTAへの広告出稿
	海外旅行会社へのセールス ★旅行博(台北)					★トップセールス(台北)		★旅行会社等ファミツアー		★旅行博(台北)		★商談会(台北)	
商品造成・ 二次交通対策	県内バス事業者との連携によるどっぶり観光素材を巡るツアー造成・販売支援												
困り込み策(リ ヒーター化)	ブッシュ型の観光情報発信の会員づくりと情報発信(龍馬バスと連動) 県内関係者と連携したおもてなしキャンペーン<宿泊・飲食・商店街・土産物・交通事業など>(ピンバッジ等のノベルティを活用した土佐弁等のおもてなし活動の推進)												
周遊促進・ 滞在延長	土佐共クーポンブックの発行					土佐共クーポンブックの発行							
	関西圏等からの誘客を意識した周遊企画の実施					ファミリー層や温泉等テーマにした周遊企画の実施							
	広域、市町村内での周遊促進・滞在延長に向けた取組の実施(タクシープランづくり、デジタルスタンプラリー、食の提供機能の強化等)												
ガイド機能・ 体制の強化	ガイド人材の裾野の拡大(①学生等向けガイド体験会の実施 ②ガイド人材とガイド団体との仲介等) 観光ガイドのスキルアップ(①学芸員によるスキルアップ講習会 ②専門家やアドバイザー派遣によるガイドへの専門的な助言)												

現状・課題

(1) 地域ならではの魅力ある素材が観光に十分に生かされていない

例) 集落活動センターでのものづくり体験、地域食材を生かした食事の提供、商店街散策、地元の人が通うお店巡り、農作業体験、間伐体験 など

観光素材となる伝統文化の継承が困難になっている

例) 神楽、祭り、太鼓、郷土料理 など

(2) 地域での周遊が促進されていない

① 取組が個々の施設・事業者等のレベルに留まっており、地域（面）に広がっていない

(3) 長期滞在に必要な機能が十分でない

① ホテル・旅館の多い高知市、幡多地域での観光客の宿泊の割合が高い
② 観光スポットの近くに飲食施設がない、土日休みの店が多いなど、飲食の提供機能が弱い

(4) 二次交通が脆弱

① 中山間地域へのアクセス、地域間での移動の際に手段が限られる

(5) 人材の不足

① 地域で取組等の核となる人材が少ない
② 行事等への参加者・協力者が少ない

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

観光施設入込客 出発点(R4)111.8万人 ⇒ 4年後(R9)146.5万人
1 旅行当たりの県内立寄件数 出発点(R4) 1.7件 ⇒ 4年後(R9) 2.2件
※ いずれの数値も高知市を除く

観光業を中心に地域経済が活性化するとともに、地域の人々が地域の良さを再認識・再発見し愛着を持って暮らしている

令和6年度の取り組み

新 (1) 地域ならではの魅力ある素材を生かした観光商品づくり

① 住民とのふれあい、暮らしに触れる、一次産業の活性化に資する観光商品の造成
② 伝統文化の継承につながる観光商品（宿泊付き）の造成

拡 (2) 観光客動向データ等を活用した周遊促進の取組の強化

① 地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の促進

(3) 長期滞在の促進

① 宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の支援
新 ② 宿泊施設（一棟貸しの宿、古民家ホテルなど）を中心に地域を深く味わいながら過ごすことのできる地域づくり
新 ③ 長期滞在に必要な飲食提供機能の強化

拡 (4) 二次交通対策の充実

① 観光客が利用可能なコミュニティバスやデマンドバス等の情報発信
② 県内バス会社と連携したバスツアーの造成・販売の支援
③ 広域観光協議会等によるタクシープランの造成・販売の支援

拡 (5) 人材の確保

① 移住促進と連携した人材の誘致
② 商品づくり、周遊促進・滞在延長の取組などを通じた人材の掘り起こし

現状

【外国人延べ宿泊者数】 ※観光庁宿泊統計

○令和5年 12.9万人（速報値） 令和元年比 135.8%

【台湾定期チャーター便】

○令和5年度 R5.5.10～R6.3.30 94便 運航
搭乗者 約1.6万人 搭乗率 約94%

【外国客船の受入】

○令和5年度 高知新港寄港数 53隻



取組方針

1 本県への誘客のさらなる拡大

- ①国際チャーター便の誘致活動と定期便化に向けた取り組みの強化
- ②大阪・関西万博に向けた関西圏からの誘客を促進
- ③アドベンチャーツーリズムの推進による個人旅行者の周遊促進

2 外国人観光客による消費拡大

- ①アドベンチャーツーリズムの推進による旅行商品の高付加価値化
- ②消費拡大に向けた受入環境整備を促進

令和6年度の取り組み

1 本県への誘客のさらなる拡大

ポイント① 国際チャーター便誘致活動と定期便化の実現

- 台湾定期チャーター便の定着に向けた取り組みの強化
- 旅行会社や航空会社の商品造成等への支援
- 旅行会社や航空会社と連携した台湾向けプロモーション等
(ウェブ広告、メディアでの情報発信)
- 旅行博等への参加による販売促進

運航期間(予定)

令和6年4月3日～令和7年3月29日 104往復

- 短期チャーター便の誘致
- 韓国・香港をはじめとする国際チャーター便の誘致活動の強化

ポイント② 関西圏からの誘客の促進

- 大阪観光局HPでの高知県情報の発信強化
- 大阪観光局の新たなPRサイト「日本の観光ショーケース」等を通じた情報発信
- 関西・高知周遊ルートの情報発信
- 関西-高知間のルート上の観光地と連携したPR
- OTA(オンライン旅行会社)サイト等を通じた観光情報の発信

ポイント③ 個人旅行者の誘客の拡大

- アドベンチャーツーリズムの推進
- インバウンド向け「どっぶり高知旅」のセールスやプロモーション

2 外国人観光客による消費拡大

ポイント① 旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長

- アドベンチャーツーリズムの推進【再掲】
- インバウンド向け「どっぶり高知旅」のセールスやプロモーション

ポイント② 消費拡大に向けた受入環境整備

- 地域通訳案内士等のガイドスキルの向上
- 受入環境整備の強化による消費拡大の促進
- 高知市中心市街地での外国クルーズ船乗客の受入態勢の充実

R6年度
47隻予定

I 専門分野の成長戦略

その他の分野

その他の分野の取り組みの概要

■ 保健・医療分野

1. 医療DXの推進

デジタルヘルスコーディネーターを配置し、医療DX（オンライン診療やEHR）を推進するとともにオンライン診療を促進するための機器整備の費用などを支援することにより、どの市町村においても在宅医療やオンライン診療を選択できる環境を整備します。

2. 医師、看護職員の育成・確保

高知大学への寄附講座設置、看護教員養成講習会等を実施することで、医療人材の育成を推進します。

また、医師や看護師を志望する学生等に対して奨学金を貸与し、県内で就業する医療人材の確保を図ります。

3. 医療機関の職場環境等（処遇改善含む）の改善・医師の働き方改革の推進

医療機関向けの相談窓口の設置、アドバイザー派遣及び研修会の開催等を実施することで医療スタッフ全体の離職防止や医療安全の確保を図ります。

■ 福祉分野

福祉・介護人材のさらなる確保に向けて、官民協働のプラットフォームを構築し、生産性の向上や人材育成などを一体的に進め、若い世代に選ばれる魅力ある職場づくりを推進します。

1. 介護現場の生産性の向上

ワンストップ型の総合相談窓口の設置による介護事業所への伴走型支援やICT・ロボットの導入支援強化、ノーリフティングケアの推進などにより、事業所における業務効率化や業務改善を支援し、職員の負担軽減とサービスの質の向上を図ります。

2. 人材育成・キャリアパスの構築

高知県福祉・介護事業所認証評価制度のさらなる普及や、福祉・介護事業所の人材育成体制やキャリアパスの構築に向けた高知県全体の福祉研修体系の強化に取り組めます。

3. 若い世代に向けた魅力発信（ネガティブイメージの払拭）

将来を担う若い世代の人材確保に向けて、福祉関係者と学校が連携した福祉教育の推進や学生等を対象とした職場体験の充実を図ります。

4. 多様な人材の参入促進

外国人介護人材の受入体制整備に向けた支援や、シニア層や主婦層などが働きやすい介護助手などの柔軟な働き方の普及などにより、地域における多様な人材の参入促進に取り組めます。

■ 土木分野

1. 建設業の活性化

新規学卒者の県内就職促進については、児童生徒と保護者へのアプローチとして、出前授業の実施箇所数を増やすとともに、新たな魅力発信動画の制作や入札参加資格審査における新たな評価項目の導入などに取り組んでいきます。

また、ICT活用による生産性の向上については、ICTを活用した工事をまだ実施していない中小企業への拡大を図るため、ICT活用工事の指定発注の拡大や入札時の総合評価方式において、ICT活用工事の施工の加点を検討するなど、普及拡大に引き続き取り組めます。

2. 高知新港の振興

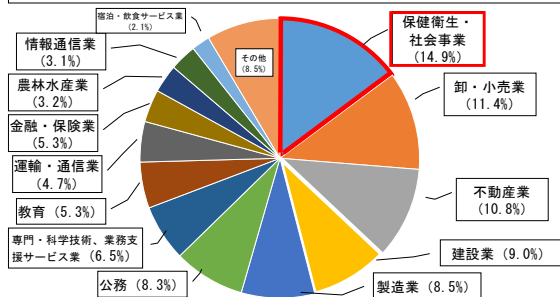
高知新港の利活用の促進に向けて、物流面ではR5に新規就航した新たな外航コンテナ航路を含む、2社3航路の定着に向けたベースカーゴの安定確保を図ることに加え、さらなる利便性の強化に向けて内航航路の誘致に取り組めます。観光面では、寄港地観光メニューの充実や他県港湾と連携した多様なクルーズの誘致により、西日本太平洋側における国際クルーズ拠点を目指します。

保健医療・福祉分野の取り組みの概要

■ 本県の県内総生産において、最も多くの割合を占める「保健衛生・社会事業（14.9%）」は、いきいきと生活ができる高知の実現のために重要な事業であり、「日本一の健康長寿県構想」とあわせ、産業振興計画においても、生産性の向上や人材の確保、関連産業の創出に向けた取り組みを進める

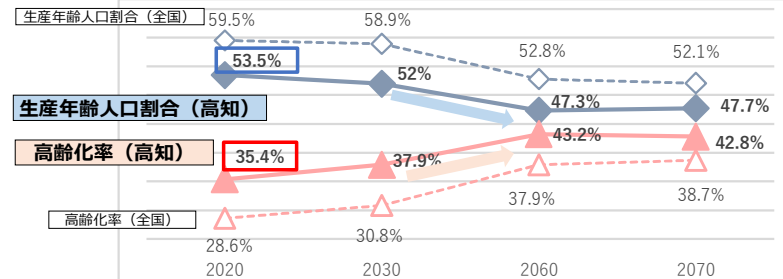
1 県内総生産の構成比（R2） 出典：県民経済計算

保健衛生・社会事業の県内総生産に占める割合
H20:11.5% ⇒ **R2:14.9% (+3.4%)**



2 生産年齢人口と高齢化の状況

全国に先行して生産年齢人口が減少し、高齢化が進行



（出典）【2020数値】国勢調査結果（高知県、総務省）、【2030～高知県】日本の都道府県別将来推計人口（H30(2018)推計）（国立社会保障・人口問題研究所）、【2030～全国】日本の将来推計人口（令和5年推計）（国立社会保障・人口問題研究所）

3 医療・福祉・介護人材の現状

超高齢化社会を支える人材は、若年医師不足、看護職員の県外流出、介護職員の不足が課題となっている

○若年医師（40歳以下）の状況（R2）

地域	割合
高知	78%
全国	108%

※H14年を100とした場合

○県内看護師養成校卒業者の県内就職率

	H30	R4
高知	85.7%	78.7%

○介護職員の有効求人倍率（R5）

2.22（全国3.78）

取り組みの展開イメージ

目指す姿

いきいきと生活ができる高知

県民の誰もが住み慣れた地域で、健やかで心豊かに安心して暮らし続けることのできる高知県

日本一の健康長寿県構想 柱Ⅱ

地域で支え合う医療・福祉・介護サービス提供体制の確立とネットワークの強化

生産性の向上

人材の確保

関連産業の創出

ヘルスケアイノベーションプロジェクト

デジタル技術を活用した医療や健康に関する製品やサービスの事業化を目指す

主な取り組み

生産性の向上 デジタル技術を活用した医療・福祉・介護サービス提供体制の確立

1 医療DXの推進

- ① デジタルヘルスコーディネーターによる医療DX（オンライン診療やEHR）導入の支援
- ② オンライン診療専用機器やソフトウェア等の整備費用を支援

2 介護事業所におけるデジタル化支援

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

人材の確保 「働きやすさ」と「やりがい」を実感できる魅力ある職場づくりによる医療・福祉・介護人材の確保

1 医師、看護職員の育成・確保

医師や看護師を志望する学生等に対する奨学貸付金制度、人材育成のための講演会の開催等により、県内で就業する医療人材の育成及び確保を推進

2 医療機関の職場環境等（処遇改善含む）の改善

医療機関向けの相談窓口の設置、アドバイザー派遣や研修会の開催等により、医療スタッフ全体の離職防止や医療安全の確保を促進

3 福祉人材の確保に向けた新たな推進体制の構築

若い世代に選ばれる魅力ある職場づくりに向けて、官民協働のプラットフォームを構築し、次の取り組みを一体的に推進

- ・介護現場における生産性向上や処遇改善（ワンストップ窓口の設置等）
- ・福祉関係者と学校が連携した福祉教育の強化
- ・福祉・介護事業所の人材育成体制やキャリアパスの構築に向けた福祉研修体系の強化 等

産業の創出 ヘルステック企業が集積による産業創出と地域課題の解決

1 事業化を促進する伴走支援体制の構築

2 実証実験に取り組みやすい環境整備

具体的な取組例

VR技術を活用した精神疾患治療、ウェアラブル端末を活用した健康状態の遠隔観察、AIを活用した生活習慣病予測 など

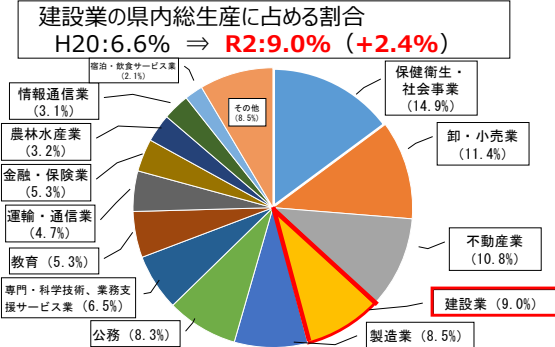
No.	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
	県内医師初期研修医採用数 【モニタリング方法】 医療政策課調べ	68人 (R5)	68人 (R5)	75人 (R9)	⇒卒後の奨学金受給医師の定着が進んでいる(臨床研修を終えて活躍する奨学金受給医師 R5年度178人) ・医学生へ医師養成奨学金貸付金を貸与 →R5新規貸与27人(うち特定科目加算:産婦人科1人、小児科2人、脳神経外科1人)※貸与累計476人	医師養成貸付奨学金受給者の義務年限内の離脱が発生している(累計 卒業生310人のうち45人(14.5%))	・中山間地域の中核的な医療機関における指導・教育環境の整備促進【R6～R9】 ・医師養成奨学金貸与者へのフォロー→医師のキャリア形成支援による定着推進【R6～R9】
	県内看護師等学校養成所卒業者の県内就職率 【モニタリング方法】 医療政策課調べ	78.7% (R4)	78.7% (R4)	85%以上 (R9)	看護フェアの開催(5/13 18の高等学校から78名参加) ・看護師等奨学金の貸付状況→R5年度新規貸付け者数28名、継続53名 ・看護学生のインターンシップ事業受け入れ(20医療機関、87名)	県内養成校新卒者の県内就職率が下落傾向にあり、新卒者を県内に残す取組が必要	・看護学生のインターンシップ事業のさらなる拡大【R6～R9】
	職場環境改善等に取り組む医療機関数 【モニタリング方法】 取組を実施予定の医療機関を年一回募集	46病院 (R5)	46病院 (R5)	70病院以上 (R9)	・WLBワークショップ事業:WLBインデックス調査参加施設:7病院/(新規:3、継続:4)、WLBワークショップ(9/12 5施設16名参加)	・離職理由は人間関係、健康上の問題が多いことから、引き続き就労環境改善に取り組む医療機関を増やすことが必要 ・就労環境改善の取り組みを横展開する策が必要	・看護業務の効率化、看護サービスの充実を実現した取り組みを発表できる機会の場の提供(就労環境改善の取り組みの横展開)【R6～R9】 ・看護部長等看護管理者の能力の向上と病院経営への参画を目的に「看護管理者養成研修事業」の実施【R6～R9】
	へき地等の集会所施設及び診療所の活用を含めたオンライン診療体制が構築されている市町村数 【モニタリング方法】 在宅療養推進課調べ	7市町 (R5・9)	7市町 (R5・9)	34市町村 (R9)	○中山間地域でのオンライン診療の実施 ・宿毛市、土佐清水市の医療機関に対し、ヘルスケアモビリティの導入を支援。 ・宿毛市において看護師がヘルスケアモビリティで患者宅や集会所施設を訪問し、オンライン診療を実施。 ・室戸市は独自にヘルスケアモビリティを整備。 ○オンライン診療の理解促進 ・医療従事者向けのオンライン診療の研修を実施	○中山間地域でのオンライン診療の実施 ・医師等へのオンライン診療などのデジタル技術導入のためのノウハウ(外来診療とオンライン診療との両立方法やEHRの活用等)を普及することが必要 ・オンライン診療は採算性が低く、「専用機器・ソフトウェア整備」などに追加のコストがかかるため、医療機関の負担軽減のための支援策の検討が必要	・オンライン診療専用機器・ソフトウェア整備への支援【R6～R9】 ・デジタルヘルスコーディネーター(医師等)を配置し、医療機関の医療DX(オンライン診療の導入やEHRの活用等)推進を支援【R6～R9】 ・へき地等の集会所施設及び診療所におけるオンライン診療体制の構築を支援【R6～R9】

No.	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	介護事業所のICT導入率 【モニタリング方法】 ・R4介護事業所実態調査(3年毎)の結果を基準値として推計した事業所数とデジタル化支援事業費補助実績から算出した想定値で確認	38.6% (R4.7)	38.6% (R4.7)	60% (R9)	1 介護事業所のデジタル化の促進 ・導入支援セミナーの開催やアドバイザーによる個別支援 ・ICT機器等の導入経費に対する助成 ICT導入率 R4(介護事業所実態調査): 38.6% 2 ノーリフティングケアの推進 ・福祉機器等導入経費に対する助成や施設で取り組みをリードするリーダー等養成研修の実施 介護事業所の実践率 R4:37.7%	1 介護現場の生産性向上の推進 ①官民協働による新たな推進体制の構築 ②事業所の生産性向上や経営の大規模化・協働化に取り組む事業所への支援強化 ③ICT導入事業所の拡大	1 介護現場の生産性の向上 ①介護現場革新会議の設置【R6】 ②ワンストップ型総合相談窓口の設置による支援の強化 ・テクノロジーの活用や働き方改革など事業所の業務改善に向けた相談対応やセミナーの実施【R6～R9】 ・事業所の生産性向上や経営の大規模化・協働化に取り組む事業所への専門家による伴走型支援【R6～R9】 ③デジタル化の促進 ・ICT機器、介護ロボット等導入経費に対する助成制度の拡充【R6～R9】
2	認証福祉・介護事業所数 【モニタリング方法】 ・認証福祉・介護事業所数の時点実績値	254事業所(R5.3末)	254事業所(R5.3末)	550事業所(R9)	1 福祉・介護事業所認証評価制度の推進 ・良好な職場環境の整備に取り組み、県が定めた一定の基準を達成している事業所を認証 ・認証取得に向けた事業者の取り組みをサポート(セミナー・個別相談会・個別コンサルティング) 認証取得事業所 H30:認証開始→R6.3末:40法人223事業所	1 福祉・介護事業所における人材育成体制やキャリアパスの構築に向けた支援強化 ①福祉研修体系の再構築 ②認証福祉・介護事業所のさらなる拡大 ・事業者の認証取得に対するインセンティブの向上 ・認証評価制度の県民認知度の向上 県民認知度:9.5%(R3意識調査(R4.2))	1 人材育成・キャリアパスの構築 ①関係機関との協働による高知県全体の福祉研修体系の強化 ・福祉研修実施機関プラットフォームの構築による高知県全体の福祉研修体系の再構築【R6】 ②福祉・介護事業所認証評価制度の推進 ・良好な職場環境の整備に取り組み、県が定めた一定の基準を達成している事業所を認証【R6～R9】 ・認証取得に向けた事業者の取り組みをサポート(セミナー・個別相談会・個別コンサルティング)【R6～R9】 ・認証評価制度の県民認知度向上に向けた広報強化【R6～R7】
3	学校の福祉教育の実施回数(福祉人材センター) 【モニタリング方法】 ・実績値	年間28回(R4)	年間28回(R4)	年間40回(R9)	1 ネガティブイメージの払拭 ・福祉・介護事業所認証評価制度やノーリフティングケアの認知度向上 ・ふくしフェアの開催等による福祉の仕事の魅力発信 2 福祉教育の推進 ・高校訪問による福祉の仕事セミナーの実施(福祉人材センター) ・小・中・高校生を対象に職能団体等が行うキャリア教育に対する助成	1 将来を担う若い世代に向けた良好な福祉・介護現場の「見える化」や福祉の魅力発信 ①介護の仕事のイメージや社会的評価の向上に向けた情報発信 ②福祉関係者と学校が連携した福祉教育の推進 ③学生等を対象とした職場体験の充実や資格取得支援	1 若い世代に向けた魅力発信(ネガティブイメージの払拭) ①介護の仕事のイメージや社会的評価の向上に向けた情報発信 ・福祉・介護事業所認証評価制度の県民認知度向上に向けた広報強化【再掲】【R6～R9】 ・介護の仕事と魅力の発信【R6～R9】 ②福祉関係者と学校が連携した福祉教育の推進 ・福祉関係者による学校の福祉教育への連携体制の構築【R6】 ③学生等を対象とした職場体験の充実や資格取得支援 ・進路選択を考える高校生を対象とした資格取得支援【R6～R9】 ・高校生を対象とした介護資格取得から就労体験(ホームヘルプ)までのモデル創出【R6】

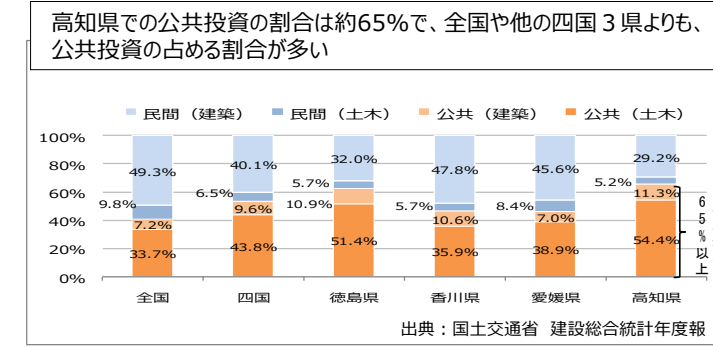
土木分野（建設業）の取り組みの概要

- 建設業は、県民の安全・安心の確保と、地域の活力増進を図り、県民が将来に希望をもって暮らせる県土づくりを推進するうえで、不可欠な産業。
- 建設業が各地域で持続的に発展していくことは、地域の防災力の維持・向上につながるるとともに、地域の雇用を確保し、県経済活性化の下支えにも寄与することから、産業振興計画と連携し、「高知県建設業活性化プラン」において、人材確保や生産性向上に向けた取り組みを進める。

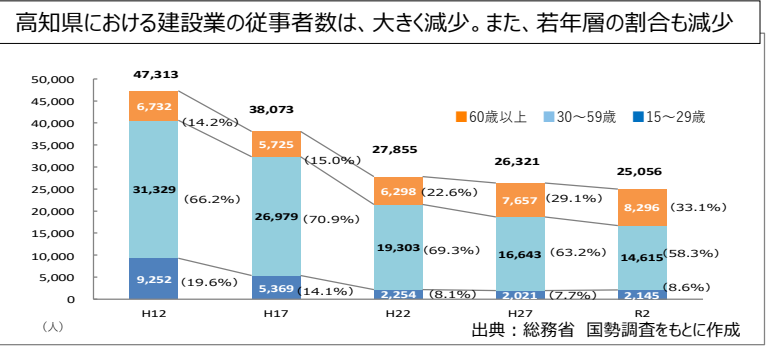
1 県内総生産の構成比 (R2) 出典：県民経済計算



2 民間投資および公共投資の構成比 (令和4年度計)



3 建設業の従事者数 (年齢階層別)



取り組みの展開イメージ

県経済の活性化

必要な公共事業の実施

人材確保

生産性向上

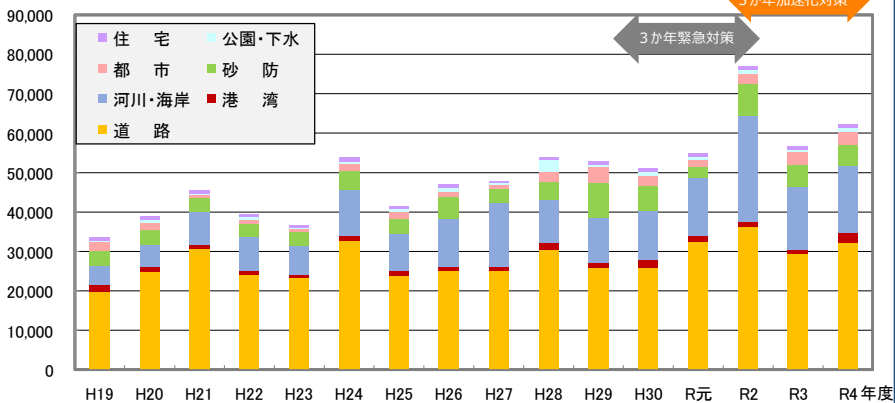
必要な公共事業の実施

国の「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」などの予算を最大限活用し、道路や河川、港湾などのインフラ整備を推進

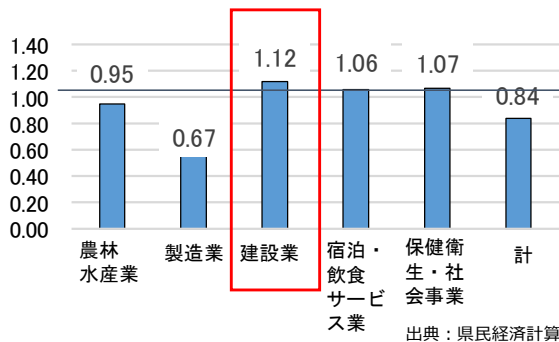


南海トラフ地震など大規模災害に備えるとともに、地域の産業・観光振興などに寄与

県公共工事に関する予算額の推移 (土木部一般会計最終予算の一般公共事業及び単独事業の推移)



<労働生産性の全国比 (R2：高知県÷全国)>



建設業活性化プラン

I 人材確保策の強化

- (1) 児童生徒と保護者へのアプローチ強化
- (2) 魅力発信の強化
- (3) 女性や外国人材などの人材確保の支援
- (4) 働きやすい労働環境の整備

II 生産性向上の推進

インフラ分野のDX推進

R6年度の主な取り組み

1 児童生徒と保護者へのアプローチ強化

出前授業の実施箇所数の拡大 (10土木事務所管内→12土木事務所管内) により、児童生徒に建設業の重要性や魅力を伝える取り組みを強化

2 働きやすい労働環境の整備

入札参加資格審査において新たな評価項目 (男性育休) を新設し、男女問わず、若者が働きやすい労働環境の整備を強化

3 インフラ分野のDX推進

- ① ICT活用工事の指定発注の拡大を検討、ICT活用工事における入札時の総合評価への加点
- ② 最新のデジタル技術 (配筋出来形計測など) に関する研修の実施

No.	目標	出発点	直近値	4年後目標(R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容(R6~R9)
1	<p>高校生の就職者数に占める県内建設業への就職率</p> <p>【モニタリング方法】 ・学校基本調査(年次データ) ※月次及び四半期データの確認方法なし</p> <p>※次期建設業活性化プラン(R6~R9)が未策定であるため、内容修正の可能性あり</p>	12.7% (R3)	12.7% (R3)	15% (R9)	<p>1 児童生徒と保護者へのアプローチ</p> <ul style="list-style-type: none"> ○出前授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・R4:1市 → R5:10市町 ○現場見学会の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・R4:26人 → R5:23人(保護者・教員含む) ○こうち建設フェスタの開催 <ul style="list-style-type: none"> ・R4:来場者約5,000人 → R5:来場者約4,000人 <p>2 魅力発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ○魅力発信動画の制作 <ul style="list-style-type: none"> ・R4「about the Future」「現場の力飯」「建設人づくりびと」「土木って、最高にクリエイティブだ。」 ・R5「かつおとさおりの建設あれこれ！」 <p>3 働きやすい労働環境の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ○入札参加資格審査や総合評価における優遇制度の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・R4:総合評価方式に「女性技術者の配置」を評価項目に追加 ・R5:入札参加資格審査において、「ユースエール」、「えるぼし」の認定事業者への加点を開始 ○週休2日制モデル工事の拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・R4:5,000万円以上の工事を原則、「発注者指定型」の対象 ・R5:1,000万円以上の工事を原則、「発注者指定型」の対象 	<p>1 児童生徒と保護者へのアプローチ</p> <ul style="list-style-type: none"> ○出前授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・実施箇所数の拡大 ○現場見学会の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・参加者数の増 ○こうち建設フェスタの開催 <ul style="list-style-type: none"> ・参加者数の増(特に中高生) <p>2 魅力発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ○魅力発信動画の制作 <ul style="list-style-type: none"> ・新たな魅力発信動画の制作【R6】 <p>3 働きやすい労働環境の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ○入札参加資格審査や総合評価における優遇制度の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・入札参加資格審査 ・評価項目(男性育休)の新設【R6】(総合評価) ・加点対象(若手技術者・女性技術者の配置)工事の拡大【R6】 ○週休2日制モデル工事の拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・「発注者指定型」による週休2日制モデル工事を原則、全ての工事に適用【R6】 	<p>1 児童生徒と保護者へのアプローチ</p> <ul style="list-style-type: none"> ○出前授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・中学校(市町村教育委員会)や高知県建設業協会との連携を強化し、全土木事務所(12事務所)管内で実施【R6】 ○現場見学会の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・参加対象者を高校生から中高生に拡大【R6】 ○こうち建設フェスタの開催 <ul style="list-style-type: none"> ・中高生をターゲットにした出店ブース(同世代である農業高校や商業高校の出店など)の検討【R6】 2 魅力発信 <ul style="list-style-type: none"> ○魅力発信動画の制作 <ul style="list-style-type: none"> ・新たな魅力発信動画の制作【R6】 3 働きやすい労働環境の整備 <ul style="list-style-type: none"> ○入札参加資格審査や総合評価における優遇制度の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・入札参加資格審査 ・評価項目(男性育休)の新設【R6】(総合評価) ・加点対象(若手技術者・女性技術者の配置)工事の拡大【R6】 ○週休2日制モデル工事の拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・「発注者指定型」による週休2日制モデル工事を原則、全ての工事に適用【R6】
2	<p>ICT活用工事の等級別経験企業の割合</p> <p>【モニタリング方法】 ・四半期ごとに、出先事務所に対してICT活用工事を実施状況を調査し、等級別の企業数を確認</p> <p>※次期建設業活性化プラン(R6~R9)が未策定であるため、内容修正の可能性あり</p>	A:17社 B:97社 C:9社 (H29~R4)	A:17社 B:97社 C:9社 (H29~R4)	A:20社 B:137社 C:33社 (H29~R9)	<p>1 ICT活用工事の普及拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ICT活用工事の試行要領を作成 H29~ ・ICT活用工事の対象攻守を拡大 R5:15工種 ・機器等導入補助金を創設 R3:23社 R4:25社 ・ICTによる生産性向上の事例発表を県内全域で展開 R3~R4:16社、12回開催、参加217人 ・ICT活用工事の実施数が毎年倍増 H29:3件 H30:9件 R元:16件 R2:36件 R3:77件 R4:150件 <p>2 新技術を活用できる人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現場技術者向けの実践的な研修を実施 3次元設計データ作成、ICT建機の操作 R4:101人 	<p>1 ICT活用工事の普及拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中小企業へのICT活用の拡大 <p>2 新技術を活用できる人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・増加する新たなデジタル技術に対応した研修の拡充 	<p>1 ICT活用工事の普及拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ICT技術を活用し建設現場の生産性の向上を図るとともに、働き方改革を推進し、若年層に対して建設業の魅力やPRすることで、建設業界への入職を促進 <ul style="list-style-type: none"> ・ICT活用工事の指定発注の拡大を検討【R6】 ・入札時の総合評価方式においてICT活用工事の施工の加点を検討【R6】 <p>2 新技術を活用できる人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> 若者や女性がデジタル技術を活用し活躍できる建設業の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・新たなデジタル技術を活用し活躍する若者や女性の事例を紹介する研修を実施【R6~R9】 ・最新のデジタル技術に関する研修を実施(デジタル技術による筋筋の出来形確認など)【R6~R9】

No.	目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6~R9)
1	高知新港のコンテナ取扱数(実入り) 【モニタリング方法】 ・高知新港コンテナ貨物データベースを確認(月次)	8,040TEU (R4)	8,809TEU (R5)	35,000TEU (R9)	1 県内貨物の利用促進によるベースカーゴの確保 ・インセンティブ制度の拡充 ・ポートセールス対象企業の選定 コンテナ取扱数 R2: 過去最高の10,199TEU R4: コロナ禍等により8,040TEUに減少 2 新規コンテナ航路の誘致による利便性の向上 R5: CMA CGM(CNC)による新規定期航路が就航 3 コンテナ航路の充実に必要な施設整備 R2: ガントリークレーン2号機稼働開始より大型の船形にも対応可能に。	1 2社3航路の定着に向けたベースカーゴの安定確保 ・新規航路の定着に向けた貨物の安定確保 2. 新規コンテナ航路の誘致による利便性の向上 ・さらなる航路サービスの充実にに向けた内航航路の誘致 3. コンテナ航路の充実に必要な施設整備 ・将来の東南アジア直行航路の開設に向けてより大型の船形にも対応できるよう7-1岸壁の増深	1 2社3航路の定着に向けたベースカーゴの安定確保 ・既存荷主に対する高知新港のさらなる活用の働きかけ【R6~R9】 ・ポートセールス候補企業リストなどを活用して県外の新規荷主確保に向けた営業を強化【R6~R9】 ・商社や通関事業者など、荷主以外への営業を強化。【R6~R9】 2 新規コンテナ航路の誘致による利便性の向上 ・内航航路の誘致・定着に向けた貨物の集荷【R6~R9】 3. コンテナ航路の充実に必要な施設整備 ・7-1岸壁増深工事の実施に向けた国との調整【R6~R9】
2	クルーズ船寄港回数(年度) 【モニタリング方法】 ・寄港実績を確認(年次)	15回 (R4)	56回 (R5)	50回 (R9)	クルーズ船寄港地としての定着化・発展 ・ウイズコロナ・アフターコロナを踏まえたクルーズ船の受入れ ・多様なクルーズの誘致 R5寄港回数: 56回	クルーズ船寄港地としての定着化・発展 ・コロナ禍で激減したクルーズ船寄港回数の回復及び定着化と受入体制の強化	クルーズ船寄港地としての定着化・発展 ・モニターツアーの実施などによる新たな寄港地観光メニューの提案【R6~R9】 ・国内外のクルーズ見本市への出展や船社訪問などによる高知新港の露出のさらなる推進【R6~R9】 ・他県港湾と連携し、大型・小型、カジュアル・ラグジュアリー、発着地の別などに対応した寄港ルートを提案【R6~R9】 ・港湾関係者、県内事業者と連携し、安心安全かつ高知らしいおもてなしによる客船受入れ【R6~R9】

Ⅱ 産業間の連携戦略

関西圏との経済連携の強化

関西・高知経済連携強化戦略の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組み（関西戦略）による成果と課題

大阪・関西万博などの大規模プロジェクトに向けて高まる関西圏の経済活力を呼び込み、本県経済の底上げを図るため、令和3年3月に「関西・高知経済連携強化戦略」を策定し、観光誘客や外商拡大などに取り組んできました。

観光の取り組みでは、コロナ禍の影響を大きく受けたものの、令和4年10月以降の入国制限の緩和や、大阪観光局等と連携した誘客プロモーションなどにより、令和5年の外国人延べ宿泊者数は過去最高となる見込みです。

外商拡大の取り組みの農業分野では、関西全エリアでのフェアの実施などにより、コロナ禍の影響で減少した県産青果物の販売額が好転しました。水産分野では、卸売市場関係者と連携した販促活動により、量販店等での県産水産物の販売額が好調に推移しています。林業分野では、流通拠点企業や土佐材パートナー企業と連携した外商活動の強化により、土佐材の取扱量が増加しました。食品分野や商工業分野では、コロナ禍の影響から回復傾向にあり、着実に外商成約金額が増加しています。

大阪・関西万博を見据えた取り組みでは、自治体の万博参加に向けた提案やトップセールスを実施したほか、関西圏の事業者との連携により関連施設への県産材の供給を行いました。

この戦略を本県経済の飛躍への起爆剤とするため、各分野における関西圏との経済連携のステージをもう一段引き上げ、取り組みをより本格化していく必要があります。

② 次期計画（第2期関西戦略）の取り組み

これまでの3年間の取り組みを土台に、令和6年度から令和9年度までの4年間の戦略期間とする「第2期関西・高知経済連携強化戦略」を策定し、令和6年7月に大阪市梅田に開設するアンテナショップと令和7年に開催される大阪・関西万博を最大限に活用した情報発信や外商活動を推進するとともに、関西圏のパートナーとのさらなる連携強化に取り組めます。

1 観光推進プロジェクト

「極上の田舎、高知。」をコンセプトに、これまで磨き上げてきた自然や食、人を集大成として打ち出す「どっぷり高知旅キャンペーン」を新たに展開し、国内外からの観光客の増加につなげます。また、大阪観光局等と連携したプロモーションを強化し、インバウンド観光を推進します。

2 外商拡大プロジェクト

各分野において関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）とのさらなる連携強化やパートナーの掘り起こしに組み込み、一層の外商拡大につなげます。また、新たに設置するアンテナショップにおいて商談機会の創出や県産品の磨き上げを進め、販売拡大につなげます。

3 万博・IR連携プロジェクト

万博会場でよさこいと街路市を柱とした催事を展開し、市町村とともに本県の魅力を世界へ向け発信します。また、万博を契機に関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットに、大阪観光局と連携して本県への誘客を促進するとともに、期間中の需要拡大及び開催後も見据えた県産品等の外商活動を強化します。

4 各プロジェクトを横断的に支える取り組み

アンテナショップを拠点に、関西圏のメディアと連携して本県の食や自然などの魅力を広く発信するとともに、関西と高知を結ぶネットワークの拡充に取り組めます。加えて、デジタルマーケティングを活用し、新たな移住関心層を獲得します。

第2期関西・高知経済連携強化戦略の全体像



戦略の策定・実行

- ◆大阪・関西万博などの大規模プロジェクトに向けて、経済活力が高まる関西圏との経済連携を強化することにより、本県経済の活性化を図ることを目的として、これまでの3年間の取り組みを土台に「第2期関西・高知経済連携強化戦略」を策定
- ◆推進する中で見えてきた課題などに対応するため、「観光推進」「外商拡大」「万博・I R連携」の3つのプロジェクトに基づく取り組みと、各プロジェクトを横断的に支える取り組みを強化し、「オール高知」の態勢により展開

戦略の概要

◆計画期間

- (1) R7年(2025年)の大阪・関西万博の開催や大阪市中心部における大規模な再開発等を見据えた戦略を策定
- (2) 戦略に基づく個々の取り組みの期間は4年間 (R6~9年度)

◆進捗管理

- (1) 高知県産業振興計画に位置付け、四半期ごとにPDCAサイクルによる状況の点検・検証を実施
- (2) 関西圏の経済界や行政関係者等からなる「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」を毎年開催し、進捗状況の報告及び改定内容等の検討を実施

1 観光推進プロジェクト

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぶり高知旅キャンペーン」を通じて、関西圏との連携した取り組みを進めることで、国内外からの観光客の増につなげる。

戦略1 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション

- 拡 高知ならではの魅力の磨き上げと情報発信
- 新 アンテナショップを拠点とした情報発信

戦略2 関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進

- 観光サイト「日本の観光ショーカーズ」等を通じた情報発信
- 関西-高知間のルート上の観光地と連携したPR
- 新 大阪・関西万博への催事参加

戦略3 スポーツツーリズムの推進

- 地域と連携したスポーツツーリズムの推進
- スポーツを通じた交流人口の拡大

2 外商拡大プロジェクト

近距離に位置し、歴史的にも深いつながりを持つ関西圏とのネットワークを土台としながら、各分野において関西圏のパートナーとの連携を一層強化することにより、さらなる外商拡大の取り組みを進める。

戦略 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大

農業	拡 卸売市場と連携した青果物の販売拡大 拡 マーケットインの視点による業務需要拡大	
水産	○ 卸売事業者との連携による外商拡大 拡 「高知家の魚応援の店」との関係強化による水産物の販売拡大	拡 卸売市場関係者との連携によるさらなる輸出の拡大
加工食品	拡 卸売事業者との連携強化による外商拡大 拡 飲食店等への外商活動の強化	拡 商談会・展示会の拡充強化 新 アンテナショップを核とした外商活動の強化
林業	拡 流通拠点との連携による外商活動の強化 拡 顔の見えるつながりの強化による土佐材パートナー企業への販売拡大	拡 非住宅建築向けの構造物材や内装材等の需要拡大の推進
商工	新 企業の営業力強化 拡 防災商社との連携による販路開拓	新 工法の外商の促進

3 万博・I R連携プロジェクト

大阪・関西万博やI Rなどの「大規模プロジェクト」を契機に、関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、本県への誘客を促進するとともに、**万博中の需要拡大や万博後を見据えた県産品等の外商拡大**の取り組みを進める。

戦略1 関西圏を訪れた国内外の観光客に観光地・高知を訴求し誘客

- 拡 国内外に向けたセールス&プロモーションの推進
- 拡 万博を活用した効果的な情報発信

戦略2 万博を契機とした需要拡大を見据えた外商活動等の強化

- 関連施設等での県産食材の活用に向けた営業活動の実施
- 拡 関西圏のパートナーと連携した県産食材の外商拡大
- 拡 万博を機に結んだ協定を生かした非住宅木造建築等への県産木材（土佐材）の利用促進
- 新 工法の外商の促進（再掲）

1 ~ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み

各プロジェクトの取り組みを横断的に支えるため、関西圏での情報発信を強化するとともに、「オール高知」の態勢による取り組みを展開する。また、関西圏の企業や人材等を本県に呼び込むための取り組みを進める。

戦略1 情報発信の強化とネットワークの拡充

- 拡 メディアとのネットワークの強化によるプロモーションの展開
- 拡 アンテナショップを中心とした関西と高知を結ぶネットワークの拡充

戦略2 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む

- 新 デジタルマーケティングを活用した新たな移住関心層の獲得
- 総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進
- 企業誘致の推進



アンテナショップ



「スーパー・ローカル・ショップ（極上の田舎）」を前面に推し出しながら、本県の「食」や「観光」などの魅力の発信や外商拡大に係る取組を展開

- ◆開店時期：令和6年7月（予定）
- ◆出店場所：「KITTE大阪」（2階フロア内、約46坪
区画に本県のテナントを出店）



©Expo 2025

アンテナショップと大阪・関西万博を最大限に活用した「オール高知」態勢による展開

観光客の誘致や外商の促進により経済活力を向上

《連携テーマ》関西圏との経済連携の強化 <第2期関西・高知経済連携強化戦略の全体像>

大阪・関西万博等の大規模プロジェクトに向けて高まる関西圏の経済活力を本県経済の活性化につなげるため、**3つのプロジェクト**に基づく取り組みと、各プロジェクトを横断的に支える取り組みを「**オール高知**」の態勢により展開

1 観光推進プロジェクト

◆ 「**極上の田舎、高知。**」をコンセプトとした「**どっぷり高知旅キャンペーン**」の展開

- アンテナショップでのイベント開催等により、地元の暮らしや住民との触れ合い、伝統文化の体験など、高知ならではの旅の過ごし方を情報発信
- 大阪・関西万博を契機とした関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進



2 外商拡大プロジェクト

◆ **関西圏のパートナーとのさらなる連携強化による外商拡大**

農業分野

- 継続した取扱いにつながる**売り場確保**を目指した量販店フェアの実施
- **中食、外食、冷凍食品**をターゲットにした戦略の策定及び実行

水産業分野

- 卸売市場関係者との連携による外商の拡大（**関西圏の量販店等への販売促進、新たな輸出ルートの開拓**）
- 「**高知家の魚応援の店**」との関係強化による水産物の販売拡大

加工食品分野

- **中小卸売事業者、業務用卸売事業者への営業活動の強化**
- **アンテナショップ**を活用した県産品のPR強化や商談機会の創出、商品の磨き上げ

林業分野

- **非住宅建築に取り組む土佐材パートナー企業の開拓**
- 非住宅建築物の室内空間への**土佐材利用の提案と建築士やデザイナー等との製品開発**

商工業分野

- **企業の営業力強化**のための取り組み（**県外での営業拠点の設置、営業代行の活用等**）を新たに支援
- **土木や工法に精通する専門家の配置**による外商支援の強化



3 万博・I R連携プロジェクト

◆ **万博を契機とした取り組みの強化**

- 大阪・関西万博の開催に向けた**飲食店等への外商活動の強化**
- 大阪・関西万博において、**よさこいの演舞や街路市**を通じた高知の魅力を発信（R7）



©Expo 2025

4 各プロジェクトを横断的に支える取り組み

◆ **情報発信の強化とネットワークの拡充**

- アンテナショップを中心に**関西在住の高知ゆかりの方々**等を巻き込むファンコミュニティの形成（**会員制度の創設やプロモーションイベント**等によるファンの拡大）
- **テレビ等のメディア**を活用した県産品や観光情報等の発信
- **デジタルマーケティング**を活用した**新たな移住関心層**の獲得

アンテナショップと大阪・関西万博を最大限に活用した情報発信や外商拡大

第2期関西・高知経済連携強化戦略の目標一覧

プロジェクト	分野	目標	新規・継続の別	出発点	第1期戦略 R5目標値	4年後（R9） 目標値
観光推進 プロジェクト	観光	関西圏からの観光客入込数（年間）	継続	103万人 （R4）	121万人	131万人
		関西空港経由の外国人延べ宿泊者数（年間）	継続	0.3万人泊 （R4）	3.0万人泊	4.7万人泊
外商拡大 プロジェクト	農業	関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額（年間）	継続	93.8億円 （R4）	120.0億円	120.0億円
	水産業	関西圏の卸売市場関係者と連携した県産水産物の販売額（年間）	継続	8.3億円 （R4）	7.0億円	9.5億円
		関西圏の高知家の魚応援の店への販売額（年間）	継続	1.1億円 （R4）	2.0億円	2.3億円
		関西圏の卸売市場関係者等を經由した水産物の輸出額（年間）	継続	0.3億円 （R4）	1.0億円	2.5億円
	食品	地産外商公社が支援する企業の関西圏での売上額（年間）	新規	115億円 （R4）	—	159億円
	林業	関西圏（三重県を含む）への土佐材出荷量（年間）	継続	2.0万m ³ （R4推計値）	3.1万m ³	3.1万m ³
	商工業	産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上額（年間）	新規	237億円 （R4）	—	274億円
万博・IR連携 プロジェクト	—	—	—	—	—	—
横断的に支える 取り組み	移住	関西圏からの移住者数（年間）	継続	489人 （R4）	390組 ※第1期は組数	900人
		関西圏からの移住者のうちUターン者数（年間）	新規	169人 （R4）	—	270人

分野	≪連携テーマ≫関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	観光推進プロジェクト 【戦略1】「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション 【戦略2】 関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進 【戦略3】 スポーツツーリズムの推進

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	連携するパートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	【戦略1】「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション	関西圏からの観光客入込数(年間) 【モニタリング方法】 交通機関等からの情報提供及び県外観光客動向調査を基に、県で推計(年1回)	103万人 (R4)	103万人 (R4)	131万人 (R9)	○観光関係事業者	1 関西拠点での観光情報の発信 ①JR大阪駅、大阪メトロ、六甲ロープウェイ等でのサイネージ広告 ②高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」や連続テレビ小説を生かした観光博覧会を通じたセールス&プロモーション ③大型店舗などでの高知県フェア等の開催 ・阪神百貨店、蔦屋書店、JR大阪駅 ・神戸ルミナリエにおいて、高知県ブースの出展 ④牧野博士ゆかりの地との連携強化 ・神戸市長との意見交換、六甲高山植物園特別企画等でのPR ⑤高知城夜間イベントでの連携 ・大阪光のルネサンスにおいて、高知県ブースを出展して、高知城夜間イベントなどのPRを実施	1 都市にない高知県ならではの魅力の磨き上げ ①高知の自然の豊かさや地域独自の文化、人のあたたかさ等をより感じられる観光コンテンツの磨き上げ	1 高知ならではの魅力の磨き上げと情報発信 (1)「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり【R6～R9】 ①住民とのふれあい、暮らしに触れる、地元産業の活性化に資する観光商品の造成 ②神祭への参加など伝統文化の継承につながる体験プログラムの造成 (2) 地域内での周遊・滞在の促進 【R6～R9】 ①地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり ②宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の実施 ③広域観光組織での観光客動向データの活用による滞在型周遊プランの実践 (3) 地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上 【R6～R9】 ①集落活動センターを拠点とした宿泊、食の提供、イベント開催など地域との持続的交流につながる観光商品の造成 ②地域の理解促進につながる教育旅行の受入の拡大(民泊の推進) ③「日本みどりのプロジェクト」や関西圏の学生と連携した観光資源の磨き上げ(みどりの学習旅行) (4) マスメディアを活用した情報発信 【R5～R9】 ①「どっぶり高知旅」をテーマにしたコンテスト等による県内外への情報発信 ②春は「花・みどり」、夏は「アクティビティ」など、シーズンごとにテーマやターゲットを設定したプロモーション展開 (5) 旅行会社向けのセールス活動 【R6～R9】 ①旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施 ②広域エリアごとのキャンペーンと連動したセールス活動の展開 ③関西圏への教育旅行誘致セールスの実施 ⇒ 別図<関01>参照(P118)
								2 情報発信の拠点づくり ①関西での観光情報を発信する拠点づくり	2 アンテナショップを拠点とした情報発信 【R6～R9】 (1)アンテナショップでの観光情報発信 ①アンテナショップと連動した店舗及び周辺でのイベントの開催 ⇒ 別図<関01>参照(P118)
2	【戦略2】 関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進	関西空港経由の外国人延べ宿泊者数(年間) 【モニタリング方法】 観光庁の「宿泊旅行統計調査」のデータを基に、県で算出(年1回)	0.3万人泊 (R4)	4.0万人泊 (R5推計値)	4.7万人泊 (R9)	○観光関係事業者 ○大阪観光局 ○関西エアポート	1 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出 ①ブランディング検討会の開催(R4:3回) ②関西と高知をつなぐ旅行商品の造成 2 関西の拠点での観光情報の発信 ①JR新大阪駅及び大阪駅、大阪観光局トラベルセンターでの情報発信 3 国外に向けたセールス&プロモーション ①大阪観光局との共同での取組 ・観光サイト「日本の観光ショーケース」への高知県観光情報の掲載 ・海外旅行博覧会等での共同プロモーション ②関西を起点としたドライブ旅行のプロモーション ・周遊動画やドライブマップの作成 ・OTAでの情報発信 4 大阪・関西万博への催事参加 よさこい鳴子踊りで自治体参加催事への企画案提出(R5)	1 高知の観光情報発信の更なる強化 ①大阪観光局等と連携した情報発信 ②関西－高知間のルート上の観光地との連携 2 大阪・関西万博に対する催事への参画 ①大阪・関西万博来場者への高知県の魅力の発信	1 観光サイト「日本の観光ショーケース」等を通じた情報発信 【R6～R9】 ①関西の「都市型」と本県の「極上の田舎」を組み合わせた情報発信 ②関西と高知をつなぐ旅行商品の造成とオンラインでの販売 ③海外旅行博覧会等での共同プロモーション 2 関西－高知間のルート上の観光地と連携したPR 【R6～R9】 ①ガイドブックの相互配架など、着地での情報発信の強化 ②宿泊OTA(オンライン・トラベル・エージェント)等を活用した発地での情報発信 3 大阪・関西万博への催事参加 【R6～R7】 ①大阪・関西万博の自治体参加催事において、よさこいの演奏や街路市を通じた高知の魅力を発信 ⇒ 別図<関01>参照(P118)

分野	≪連携テーマ≫関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	観光推進プロジェクト 【戦略1】「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション 【戦略2】 関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進 【戦略3】 スポーツツーリズムの推進

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
	【戦略3】 スポーツツーリズムの推進	—	—	—	—	○(公財)高知県観光コンベンション協会 ・市町村・スポーツ関連事業者	1 プロスポーツ及び社会人・大学等のアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致【R2～R5】 ①プロ・トップチーム誘致(年間) 74,237人(R元)→46,338人(R5) ②アマチュアスポーツ合宿の誘致(年間)4,406人(R元)→8,857人(R5) 2 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進【R2～R5】 ①サイクルイベントの県外参加者数(年間)1,138人(R元)→559人(R5) 3 高知龍馬マラソンの開催【R4～R5】 ①高知龍馬マラソンの出走者数 11,816人(2020大会 R2.2)→8,395人(2024大会 R6.2)	1 プロスポーツのキャンプ・大会の新規誘致及び既存チームの継続 ①スポーツ施設の整備が必要 ②受入可能な宿泊施設の確保が必要 ③野球、サッカーの2競技に集中しており、多様化が必要 2 アマチュアスポーツの合宿・大会誘致 ①受け入れ地域・施設が限定的。実施時期が夏冬休み・土日等に集中。野球、サッカーの2競技に集中 3 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進 ①サイクルツーリズムをはじめ、台湾や欧米などのインバウンド客を取り込める余地が大きい。 取り込みに向け、関係部署や関係機関との連携強化、プロモーションやセールス活動など新たな施策の打ち込みが必要	1 地域と連携したスポーツツーリズムの推進 (1)自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進 ①県内のスポーツツーリズムに関する情報を発信 ②自然環境を活かしたスポーツ大会の開催を促進 (2)サイクリング観光の推進 ①サイクリング観光に関する情報発信の強化 ②サイクルオアシス(空気入れの貸出等の協力店)の拡大 2 スポーツを通じた交流人口の拡大【R6～R9】 (1)関西に拠点を置くプロチームや企業に所属するトップチームの合宿等誘致 ①連携協定締結企業や誘致実績のある企業に所属するチームを誘致 (2)アマチュアスポーツ合宿等の誘致 ①アマチュアスポーツ合宿誘致や大会開催を助成 (3)ワールドマスターズゲームズ関西を契機とした合宿等の誘致 ⇒ 別図<関01>参照(P118)

分野	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	外商拡大プロジェクト 【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大

No.	分野	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	重点品目	連携するパートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	農業	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大	関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額（年間） 【モニタリング方法】 ・JA高知県の市場取扱額から月次で確認	93.8億円 (R4)	98.8億円 (R5)	120億円 (R9)	キュウリ、ピーマン、ナス、ニラ、シントウ、ミョウガ	【関西】 ○卸売市場 【県内】 ○JA	1 卸売市場関係者との連携強化による県産青果物の販売拡大 ①卸売市場等と連携した販売拡大とデジタル活用 ⇒関西エリアでの県産青果物の販売PRの展開と品目別戦略の策定・実行 ⇒関西土佐会(卸売市場)との委託契約 R2: 2社→R4: R5: 11社 ⇒量販店等でのフェアの開催 R2: 58回433店→R3: 47回663店 →R4: 103回1548店 →R5: 131回2090店 ⇒みよがの重点PR R4: フェア562店、社食6500食 R5: フェア790店、社食2150食 ⇒デジタルサイネージを活用したPR R5: 500台(みよがが、なす、にら、農水連携) ②業務需要の開拓 ・業務用への提案 ⇒R4: 2社→R5: 5社 ・機能性等PR(セミナー、SNS、産地派遣等含む) ⇒R4: 4回→R5: 4回	1 卸売市場と連携した青果物の販売拡大 品目別戦略により、品目ごとに効果的なフェアの実施時期が見えてきた。 系統率の低い品目は販促イベント企画時に十分な量の確保が必要。 2 マーケットインの視点による業務需要拡大 卸売市場を通じた業務への提案は、流通ルートの違いや単価面などから折り合いが合わないことや、中食や冷凍食品をターゲットにした品目別戦略が必要。 また、機能性等特徴を活かした販売が十分でなく、ターゲットを明確にしたプロモーションが必要。	1 卸売市場と連携した青果物の販売拡大【R6～R9】 ①品目別戦略の運用(キュウリ、ピーマン、ナス、ニラ、シントウ、ミョウガ) ・継続した取扱につながる売り場確保を旨とした量販店フェアの実施 ・系統取扱量アップに向けた産地のみとりの強化 ・農水連携による販売拡大 2 マーケットインの視点による業務需要拡大【R6～R9】 ①業務需要の拡大 ・中食・外食・冷凍食品をターゲットにした戦略の策定・実行 ・機能性等特徴的な品目に応じたターゲットへの販売 ②マーケットのニーズに応じた弾力的な出荷形態の検討 ③新たな視点での取組強化 アドバイザーや高知野菜サポーターなどの専門家のネットワークを活用した販路拡大 ⇒ 別図<関02>参照(P119)
2	水産業	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大	関西圏の卸売市場関係者等と連携した県産水産物の販売額（年間） 【モニタリング方法】 ・委託業者（大阪市中央卸売市場関係者2社）が実績を報告	8.3億円 (R4)	8.3億円 (R4)	9.5億円 (R9)	○養殖魚(ブリ、マダイ、カンパチ、クロマグロ) ○天然魚(鮮魚Box等)	【関西】 ○卸売市場関係者 【県内】 ○水産関係事業者	1 卸売事業者との連携による外商拡大 ・関西圏の量販店等での高知フェアの開催 高知フェアの回数 R3:31回 R4:14回	1 卸売事業者との連携による外商拡大 関西卸売市場関係者等と連携した、量販店や飲食店チェーン向けの販売促進によるさらなる認知度向上による定番化の推進が必要	1 卸売事業者との連携による外商拡大 ①卸売市場関係者との関係を活用し、取引先での定番化を推進 ・継続取引から定番取引につながるような継続的な営業【R6～R9】 ②農水連携による量販店での販売拡大 ・農水連携フェアを活用したクロスマーチャンダイズ(カテゴリは異なるが関連性のある商品を組み合わせて売り場に陳列)の実施【R6～R9】 ⇒ 別図<関02>参照(P119)
3			関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間) 【モニタリング方法】 ・県内参画事業者へのアンケート調査(年2回)	1.1億円 (R4)	1.1億円 (R4)	2.3億円 (R9)	○養殖魚(ブリ、マダイ、カンパチ、クロマグロ) ○天然魚(鮮魚Box等)	【関西】 ○高知家の魚応援の店 ○その他高知県ゆかりの飲食店等 【県内】 ○応援の店制度参画事業者	2 「高知家の魚応援の店」との関係強化による水産物の販売拡大 ・産地見学会・産地招へい等、営業活動の実施 産地見学会 R3:7店舗(オンライン)、R4:26店舗 産地招へい R4:2店舗	2 「高知家の魚応援の店」との関係強化による水産物の販売拡大 新規取引や既存の取引拡大・回復等につながる効果的な施策の実施が必要	2 「高知家の魚応援の店」との関係強化による水産物の販売拡大 ①県内参画事業者の取引拡大につながる商談機会の創出 ・産地見学会やオンライン試食商談会の開催【R6～R9】 ②マーケットインの視点による商品の磨き上げ(応援の店の加工ニーズへの対応) ・県内参画事業者を対象に飲食事業者が求める食材、提案方法等を紹介するオンライン研修の実施【R6～R9】 ⇒ 別図<関02>参照(P119)
4			関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額(年間) 【モニタリング方法】 ・ジェトロ高知・県「食料品輸出額」を確認(年1回) ・主要な輸出事業者からの聞き取り(月1回)	0.3億円 (R4)	0.3億円 (R4)	2.5億円 (R9)	○養殖魚(ブリ、マダイ、カンパチ、クロマグロ) ○天然魚(キンメダイ、サバ等)	【関西】 ○卸売市場関係者 【県内】 ○水産物輸出促進協議会	3 卸売市場関係者との連携による県産水産物の輸出の拡大 ・韓国経由での中国向け船便輸出ルートの構築【R2～】 【県内】 ○水産物輸出促進協議会	3 卸売市場関係者との連携によるさらなる輸出の拡大 ALPS処理水の海洋放出に伴う中国による日本産水産物の輸入停止措置により、卸売市場関係者を経由した中国への輸出が停止しており、中国以外の新たな国への輸出ルートの開拓が必要	3 卸売市場関係者との連携によるさらなる輸出の拡大 ①卸売市場関係者等と連携した新たな輸出ルートの開拓 ・卸売市場関係者等と連携した中国以外の新たな販路の開拓・拡大【R6～R9】 ・水産物輸出促進コーディネーターによる県内事業者の商品開発や販路開拓を支援【R6～R9】 ②卸売市場関係者や海外商社と連携した見本市等での販路開拓 ・卸売市場関係者や海外商社と連携した海外見本市への出展等による販路開拓【R6～R9】 ⇒ 別図<関02>参照(P119)

分野	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	外商拡大プロジェクト 【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大

No.	分野	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	重点品目	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
5	加工食品	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大	地産外商公社の支援による関西圏での売上金額（年間） 【モニタリング方法】 ・地産外商公社による県内食品事業者向けアンケート	115億円 (R4)	115億円 (R4)	159億円 (R9)	○小売用食品 ○業務用食品	【関西】 ○小売店 ○量販店 ○卸売事業者 【県内】 ○地産外商公社 ○食品事業者 ○卸売事業者 ○地域商社 ○金融機関	1 量販店等と連携した販路拡大 ・量販店等との商談会や産地招へいなどの営業活動の実施【R3～R5】 ⇒営業訪問件数 729件(R3)、1,085件(R4) ⇒展示商談会延べ参加事業者数 166社(R3)、287社(R4) ⇒産地視察の招へい 13回(R3)、40回(R4) ・関西大手グループ企業と連携したフェア等の開催【R5】 ⇒近鉄グループHDと連携し期間限定店舗をはじめ各種フェアを実施 ⇒あべのハルカスにおける期間限定店舗の開設 (R5.7～R6.1) ⇒量販店、飲食店、ホテル等での高知フェアの開催 (R5.11～R6.2:49店舗)	1 卸売事業者との連携強化による外商拡大 ①多くの取引先を有している卸売事業者を通じた商流が中心であり、卸売事業者との関係性を強化していくことが必要 ②これまでアプローチ出来ていなかった中小卸売事業者等を通じた販路開拓が必要 2 商談会・展示会の拡充強化 ①取引につながるやすい産地視察や大規模展示会への出展など、さらなる商談機会の確保が必要 ②これまでの外商活動が十分でなかった地域での商談機会の提供が必要	1 卸売事業者との連携強化による外商拡大【R6～R9】 ①大手卸売事業者が主催する展示商談会への出展拡充に向けた営業活動の強化 ・大手卸売事業者が主催する展示会への出展枠数、出展事業者数の増加を見据えた営業活動の実施 ②中小卸売事業者、業務用卸売事業者への営業活動の強化 ・展示会等での新規中小卸売事業者、業務用卸売事業者への新たな販路の開拓 ・中小卸売事業者、業務用卸売事業者顧客向けの産地視察型商談会の開催 2 商談会・展示会の拡充強化【R6～R9】 ①産地視察型の商談機会の拡大 ・高知県内にバイヤー・シェフ等を招へいた産地視察型商談会の開催 ②大規模展示会への出展機会の拡大 ・大規模展示会 (FOODEX JAPAN in 関西) への新規出展及び出展枠の拡大 ③大阪近郊地域 (兵庫県・京都府) での商談機会の拡大 ・兵庫県・京都府での個別商談会の開催 ④県内金融機関と連携した商談機会の拡大 ・金融機関紹介事業者との産地視察型商談会の開催 ⇒ 別図<関02>参照 (P119)
									2 リアルな商談機会の拡充 ・大規模展示商談会への出展機会の拡大【R3～R5】 ⇒大規模展示会への出展 2件 県内事業者24社(R3) 2件 県内事業者36社(R4) ・小売店、量販店、卸との商談機会の拡大【R3～R5】 ⇒業界別商談会の実施 5件 県内事業者52社(R3) 5件 県内事業者37社(R4) ・関西版県産品商談会の開催や産地視察の実施【R5】 ⇒関西版県産品商談会参加 バイヤー等24社、県内事業者69社 (R4) バイヤー等19社、県内事業者59社 (R5) ⇒産地視察招へい13回(R3)、40回(R4) (再掲)		
									3 卸売事業者とのネットワークを活用した外商拡大 ・卸売事業者主催の展示商談会への出展による外商拡大【R3～R5】 ⇒展示会への参加 3社4件、県内事業者46社(R3) 5社12件、県内事業者86社(R4) ・卸売事業者と連携した外商拡大の強化【R3～R5】 ⇒内覧会への参加 2社4件、県内事業者4社(R3) 2社5件、県内事業者9社(R4)		

分野	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	外商拡大プロジェクト 【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大

No.	分野	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	重点品目	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
6	加工食品	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大 【モニタリング方法】 ・地産外商会社による県内食品事業者向けアンケート	地産外商会社の活動による関西圏での成約金額（年間）	115億円 (R4)	115億円 (R4)	159億円 (R9)	○小売用食品 ○業務用食品	【関西】 ○小売店 ○量販店 ○卸売事業者 ○大手グループ企業 ○包括協定企業 ○高知県ゆかりの飲食店等 【県内】 ○地産外商会社 ○食品事業者 ○卸売事業者 ○地域商社 ○市町村 ○金融機関 ○物流事業者	4 大阪市中心部における大規模開発をターゲットとした外商活動の展開 ・大阪市中心部に新設される百貨店、ホテル、商業施設等への業務用食品等の営業活動の強化【R3～R5】 ⇒令和6年7月に開業予定のKITTE大阪にアンテナショップを開店予定 5 「高知家の逸品応援の店」等と連携した県産品の認知度向上及び販売拡大 <高知家の逸品応援の店> ・登録店舗を活用したキャンペーンや県産品PRなどのイベントの実施【R3～R5】 ・県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業の実施【R3～R5】 <とさのみせ> ・観光キャンペーンの「高知を食べて高知へ行こうキャンペーン」の実施【R4】 ・県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業の実施【R3～R5】 6 食や観光等の情報発信 ・関西圏アンテナショップ基本計画の策定 (R5.3月) ・関西大手グループ企業と連携したフェア等の開催【R5】 ⇒近鉄グループHDと連携し期間限定店舗をはじめ各種フェアを実施 ⇒あべのハルカスにおける期間限定店舗の開設 (R5.7～R6.1) ⇒量販店、飲食店、ホテル等での高知フェアの開催 (R5.11～R6.2:49店舗) 7 ECを活用した県産品の販売拡大【R5】 ・県産品を取り扱う事業者のECサイトの商品情報を集約したポータルサイトの構築 ⇒ECポータルサイトを構築【R5】 8 卸売事業者と連携した市場ニーズに訴求する商品開発 ・関西圏の市場ニーズを取り入れた商品カアアップへの支援【R3～R5】	3 アンテナショップを核とした外商活動の強化 ①アンテナショップにおける効果的な情報発信やショールーム機能の発揮が必要 ②県産品の認知度向上及び販売拡大のため、高知ゆかりの飲食店等とアンテナショップとの連携した取組が必要 4 大阪・関西万博を契機とした外商活動の強化 ①社会経済活動の正常化や、万博を契機とした需要の高まりにより、多くの取引量が期待される飲食店グループ等へのアプローチの強化が必要(再掲)	3 アンテナショップを核とした外商活動の強化【R6～R9】 ①店舗を活用した県産品のPRの強化や商談機会の創出 ・時節や旬を捉えた店頭イベントや催事による県産品のPR及び販売拡大 ・アンテナショップを活用した商談機会の創出 ・アンテナショップととさのみせ等が連携したキャンペーンを実施 ②テストマーケティングによる県産品の磨き上げ ③関西の消費者と県内の生産者等を直接つなぐ仕組みの構築 ・ポータルサイトを活用した、生産者参加型の催事の開催 4 大阪・関西万博を契機とした外商活動の強化【R6～R7】 ①万博を契機とした需要拡大を見据えた、飲食店チェーン等への営業活動の強化 ・商談会において飲食店チェーンハイヤー等の招へいを強化 ⇒ 別図<関02>参照 (P119)

分野	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	外商拡大プロジェクト 【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大

No.	分野	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	重点品目	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
7	加工食品	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大	地産外商公社の活動による関西圏での成約金額（年間） 【モニタリング方法】 ・地産外商公社による県内食品事業者向けアンケート	115億円 (R4)	115億円 (R4)	159億円 (R9)	○小売用食品 ○業務用食品	【関西】 ○飲食店 ○卸売事業者 ○産業給食事業者 【県内】 ○地産外商公社 ○食品事業者 ○卸売事業者 ○地域商社 ○金融機関	9 業務筋（飲食店・ホテル等）への営業活動の強化 ・大規模展示商談会への出展機会の拡大【R3～R5】(再掲) ⇒大規模展示会への出展 2件 県内事業者24社(R3) 2件 県内事業者36社(R4) ・小売店、量販店、卸との商談機会の拡大【R3～R5】(再掲) ⇒業界別商談会の実施 5件 県内事業者52社(R3) 5件 県内事業者37社(R4) ・関西大手グループ企業と連携したフェア等の開催【R5】 ⇒近鉄グループHDと連携し期間限定店舗をはじめ各種フェアを実施 ⇒あべのハルカスにおける期間限定店舗の開設（R5.7～R6.1） ⇒量販店、飲食店、ホテル等での高知フェアの開催（R5.11～R6.2:49店舗） ・関西版県産品商談会の開催や産地視察の実施【R5】(再掲) 10 卸売事業者とのネットワークを活用した外商拡大 ・卸売事業者主催の展示商談会への出展による外商拡大【R3～R5】 ⇒展示会への参加 3社4件、県内事業者46社(R3) 5社12件、県内事業者86社(R4) ・卸売事業者と連携した外商拡大の強化【R3～R5】 ⇒内覧会への参加 2社4件、県内事業者4社(R3) 2社5件、県内事業者9社(R4)	5 飲食店等への外商活動の強化 ①社会経済活動の正常化や、万博を契機とした需要の高まりにより、多くの取引量が期待される飲食店グループ等へのアプローチの強化が必要 6 卸売事業者との連携強化による外商拡大 ①多くの取引先を有している卸売事業者を通じた商流が中心であり、卸売事業者との関係を強化していくことが必要(再掲) ②これまでアプローチ出来ていなかった中小卸売事業者等を通じた販路開拓が必要(再掲)	5 飲食店等への外商活動の強化【R6～R9】 ①飲食店・ホテルグループへのアプローチの強化 ・商談会において飲食店・ホテルシェフ等の招へいを強化 ②大手酒類メーカーと連携した飲食店への販路開拓 ・商談会において大手酒類メーカー顧客の招へいを強化 6 卸売事業者との連携強化による外商拡大【R6～R9】 ①大手卸売事業者が主催する展示商談会への出展拡充に向けた営業活動の強化(再掲) ・大手卸売事業者が主催する展示会への出展枠数、出展事業者数の増加を見据えた営業活動の実施 ②中小卸売事業者、業務用卸売事業者への営業活動の強化(再掲) ・展示会等での新規中小卸売事業者、業務用卸売事業者への新たな販路の開拓 ・中小卸売事業者、業務用卸売事業者顧客向けの産地視察型商談会の開催 ⇒ 別図<関02>参照(P119)
8	加工食品	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大	地産外商公社の活動による関西圏での成約金額（年間） 【モニタリング方法】 ・地産外商公社による県内食品事業者向けアンケート	115億円 (R4)	115億円 (R4)	159億円 (R9)	○小売用食品 ○業務用食品	【関西】 ○小売店 ○量販店 ○卸売事業者 ○大手グループ企業 【県内】 ○地産外商公社 ○食品事業者 ○卸売事業者 ○地域商社 ○市町村 ○物流事業者	11 効率的な物流の仕組みづくりの検討 ・県内における最適な集荷、発送の仕組みづくりの検討【R3～R5】	7 効率的な物流の仕組みづくりの検討 ①県内における最適な集荷発送の仕組みづくりの検討が必要	7 効果的な物流の仕組みづくりの検討【R6～R9】 ①地域商社における物量把握、最適な集荷・発送の仕組みづくりの構築 ⇒ 別図<関02>参照(P119)

分野	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	外商拡大プロジェクト 【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大

No.	分野	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	重点品目	連携するパートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
9	林業	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大	関西圏（三重県を含む）への土佐材出荷量（年間） 【モニタリング方法】 四半期毎の主要な製材事業者等へのヒアリングと、製材統計（国統計・月次）の値から進捗状況を確認	2.0万㎡ (R4) ※年間推計値	2.0万㎡ (R4) ※年間推計値	3.1万㎡ (R9)	県産木材製品	【関西】 ○流通拠点企業 ※流通拠点企業は、木材製品市場、木材問屋等 【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体	1 流通拠点企業と連携した外商活動の強化 ①土佐材展示会の開催 4回（R3～R6. 2月累計） ②流通拠点への効率的な共同輸送の支援 ・近畿便 113便（R3～R6. 2月累計） ③新規流通拠点による関西圏での土佐材販路拡大に向けた取組への支援 ・新規流通拠点の設置 2カ所（R4奈良、R5神戸）	1 流通拠点企業と連携した外商活動の強化 供給不安のある外国産材の代替ニーズに対応するため、流通拠点と連携して、外国産材から代替可能な部材の具体的な検討が必要	1 流通拠点との連携による外商活動の強化 ①流通拠点向けのロット配送、土佐材パートナー企業向けの個別配送の拡大【R6～R9】 ・外国産材から代替可能な部材の具体的な検討（横架材、板材等） ・流通拠点向けのロット配送、土佐材パートナー企業向けの個別配送の増加 ②高次加工事業者の掘り起こしによる土佐材の販売拡大【R6～R9】 ・高次加工事業者の掘り起こし（土佐材の集材等）への利用拡大 ・流通拠点との連携による顧客（材木店、プレカット工場等）への土佐材PRの強化 ⇒ 別図<関02>参照（P119）
10								【関西】 ○土佐材パートナー企業 ※土佐材パートナー企業は、工務店、建築士等 【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体	2 土佐材パートナー企業と連携した外商活動の拡大 ①パートナー企業の増加に向けた関西圏での商談会の開催 ・パートナー企業数 R2:50社→R6. 2月59社 ・土佐材セミナー等の開催 5回（R4～R5累計） ②パートナー企業による土佐材PRの支援 ・土佐材住宅・非住宅建築支援棟数127棟（R3～R6. 2月累計） ・産地商談会の開催 48回（R3～R6. 2月累計）	2 土佐材パートナー企業と連携した外商活動の拡大 土佐材パートナー企業等における土佐材利用のさらなる拡大に向けて、産地商談会の開催等による顔の見えるつながりの強化が必要	2 顔の見えるつながりの強化による土佐材パートナー企業への販売拡大 ①産地商談会のサポート、個別配送の活用促進【R6～R9】 ・産地商談会のサポート、個別配送の活用促進 ②非住宅建築に取り組む土佐材パートナー企業の開拓【R6～R9】 ・非住宅建築に取り組むパートナー企業の開拓 ・土佐材パートナー企業への訪問・意見交換等による土佐材利用の拡大 ⇒ 別図<関02>参照（P119）
11	林業	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大	関西圏（三重県を含む）への土佐材出荷量（年間） 【モニタリング方法】 四半期毎の主要な製材事業者等へのヒアリングと、製材統計（国統計・月次）の値から進捗状況を確認	2.0万㎡ (R4) ※年間推計値	2.0万㎡ (R4) ※年間推計値	3.1万㎡ (R9)	県産木材製品	【関西】 ○木材団体等 ○流通拠点企業 ○土佐材パートナー企業 【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体 ○市町村	3 木材利用推進全国会議の関西圏の会員を通じた提案型営業の強化 ※木材利用推進全国会議は、経済同友会、企業、自治体等で構成する団体 ①木造建築物の先進事例等の現地見学会、セミナーの開催 ・見学会 4回 ・講演・セミナー5回（R3～R5累計） ②大阪でのCLTフォーラム2023の開催 1回（R5） 4 森林環境譲与税の効果を捉えた県産木材の外商拡大 ①関西圏の自治体と友好・姉妹都市関係にある県内自治体と連携した県産木材利用の提案（枚方市・四万十市、西宮市・橿原市） ②発注案件への県産木材の採用予定 2件（枚方市、西宮市） 5 木材利用の健康面への効用を盛り込んだ提案型営業の強化 6 店舗・オフィス等への内装木質化等の営業活動の強化 ①プロユーザーと県内の木材関係事業者等との関係構築に向けた取組 ・産地モニターツアー 3回（R4～R5累計） ・大阪での土佐材セミナー等 5回（R4～R5累計） ②木造建築関連イベント等への出展 ・アジア太平洋トレードセンターでの常設展示（R4開設、R5入れ替え） ・内装関連製品展示会 1回（R4） ・非住宅木造建築フェア出展 2回（R4～R5累計）	3 非住宅建築向けの構造材や内装材等の需要拡大の推進 ①室内空間への土佐材利用事例を活用した提案と建築士やデザイナー等との製品開発【R6～R9】 ・消費地における室内空間への土佐材利用事例を活用した土佐材利用の提案とプロユーザーとの製品開発 ②友好・姉妹都市関係にある自治体へのアプローチの強化【R6～R9】 ・友好関係にある自治体へのアプローチの強化 ⇒ 別図<関02>参照（P119）	

分野	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	外商拡大プロジェクト 【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大

No.	分野	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	重点品目	連携するパートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
12	商工業	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大	産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上高（年間） 定期的（年4回：9月、12月、2月、3月）に外商サポート対象企業にヒアリングを行うことにより、産業振興センターの支援による成約額の確認を行う	237億円 (R4)	237億円 (R4)	274億円 (R9)	—	【関西】 ○商社	1 商社や包括協定企業と連携した外商活動の強化 ・大阪・関西万博と連携した大規模見本市等への出展及び展示商談会の開催 見本市：19回延べ84社出展、商談1,997件(R3～R4) 展示商談会：10回延べ72社出展、商談613件(R3～R4) ・防災関連製品ポータルサイトや製造業ポータルサイトによる情報発信 防災関連製品ポータルサイトPV数 108,209PV(R3～R4)	1 商社や包括協定企業と連携した外商活動の強化 ・見本市等で得た顧客候補との接点を生かし、より成約率を高めるためには各企業の営業力強化が必要 2 技術の外商サポートによる受注拡大 ・発注案件の有無は発注企業のタイミングに大きく左右されるため、より成約件数を増やすには発注案件を随時受けつける仕組みが必要 ・更なる発注案件の開拓にはこれまでとは違ったアプローチが必要	1 企業の営業力強化 ①企業の営業力強化のための取り組み（県外での営業代行の活用等）を新たに支援 ・企業の営業力強化のための助成メニューを創設（営業拠点の設置や営業代行の利用など、補助対象を拡充）【R6～R9】 2 工法の外商の促進 ①土木や工法に精通する専門家の配置による外商支援の強化 ・工法の外商を促進するため、土木・工法に精通する専門家を産業振興センターの大阪営業本部に配置【R6～R9】 3 外商サポート強化による販路拡大 ①さらなる成約額増に向けた製品開発の促進による見本市の活性化 ・新規開発製品を見本市やミニ展示商談会、現地視察商談会に優先的に展示することで、成約件数の増加と高知県ブースの活性化を図る【R6～R9】 4 技術の外商サポートによる発注拡大 ①新たな顧客との商談機会の創出 ・大手企業を中心に幅広いネットワークを持つ企業OBの会員が多数所属しているNPOと連携し、従来ではアプローチが困難だった大手企業との商談機会を創出【R6】 ⇒ 別図＜関02＞参照 (P119)
13							—	【関西】 ○商社 ○自治体	2 関西圏の自治体等と連携した防災関連製品・技術の認知度向上 ・関西圏自治体への高知県防災関連製品・技術のPR R4年5月の知事トップセールスをきっかけに、大阪府と連携した府内市町村へのPRを実施(R4.10) 関西圏市町村への訪問等による防災製品紹介464件(R3～R4) ・防災関連イベント等への参加による自主防災組織等へのPR 大阪府泉南市の防災イベントに出展 ・防災関連製品ポータルサイトによる情報発信（再掲） 防災関連製品ポータルサイトPV数 108,209PV(R3～R4)	2 関西圏の自治体等と連携した防災関連製品・技術の認知度向上 ・防災分野で重要な要素である工法の外商支援を強化するため、専門知識のある人材が必要（再掲） ・自治体及び大企業等へのPRを行ったが、防災備蓄は、一定完了している企業・団体が多い	1 防災商社や自治体との連携強化 ①防災関連製品の更新時期を捉えた販路開拓の強化 ・整備済の企業・自治体などの更新需要を狙った営業活動を行うほか、これまでアプローチできていない企業・自治体をターゲットとしたWebメディアへの広告や百貨店オンラインショップの活用を行う【R6～R9】 2 工法の外商の促進 ①土木や工法に精通する専門家の配置による外商支援の強化 ・工法の外商を促進するため、土木・工法に精通する専門家を産業振興センターの大阪営業本部に配置【R6～R9】（再掲） ⇒ 別図＜関02＞参照 (P119)

分野	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	万博・I R連携プロジェクト 【戦略1】 関西圏を訪れた国内外の観光客に観光地・高知を訴求し誘客 【戦略2】 万博を契機とした需要拡大を見据えた外商活動等の強化

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	【戦略1】 関西圏を訪れた国内外の観光客に観光地・高知を訴求し誘客	—	—	—	—	○観光関係事業者 ○大阪観光局 ○関西エアポート	(再掲) 1 国外に向けたセールス&プロモーション ①大阪観光局との共同での取組 ・観光サイト「日本の観光ショーケース」への高知県観光情報の掲載 ・海外旅行博覧会等での共同プロモーション ②関西を起点としたドライブ旅行のプロモーション ・周遊動画やドライブマップの作成 ・OTAでの情報発信 2 国内に向けたセールス&プロモーション ①高知県フェア等の開催 ・大阪モノレールと連携した高知県フェアの開催 (再掲) 3 大阪・関西万博への催事参加 よさこい鳴子踊りの自治体参加催事への企画案提出 (R5)	(再掲) 1 高知の観光情報発信の更なる強化 ①大阪観光局等と連携した情報発信 ②関西－高知間のルート上の観光地との連携 2 大阪・関西万博に対する催事への参画 ①大阪・関西万博来場者への高知県の魅力の発信	1 国内外に向けたセールス&プロモーションの推進【R6～R9】 ①「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション(再掲) ②関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進(再掲) 2 大阪・関西万博への催事参加【R6～R7】(再掲) ①大阪・関西万博の自治体参加催事において、よさこいの演舞や街路市を通じた高知の魅力を発信 3 万博を活用した効果的な情報発信【R6～R7】 ①大阪・関西万博の自治体参加催事において、よさこいの演舞や街路市を通じた高知の魅力を発信(再掲) ②万博関連イベントでの観光情報、アンテナショップのPR ⇒ 別図<関03>参照(P120)
2		—	—	—	—	○日本博覧会協会	4 万博会場を活用した効果的な情報発信の推進 ・自治体の万博への参加に向けたトップセールスの実施 ⇒自治体が積極的に参画できる仕組みが具体化 ・催事等への参加による観光や文化の情報発信の検討 ⇒よさこい鳴子踊りで自治体参加催事への企画案提出(R5)	3 万博会場を活用した効果的な情報発信の推進 万博会場での効果的な情報発信に向けて、さらなる情報収集や市町村・県内事業者との連携に加え、県内での機運醸成が必要	4 万博を活用した効果的な情報発信【R6～R7】 ①万博事務局との連携強化や全国知事会等からの継続的な情報収集 ②大阪・関西万博の自治体参加催事において、よさこいの演舞や街路市を通じた高知の魅力を発信(再掲) ③国等と連携した万博への出展による本県の先進的な取組の発信 ④万博関連イベントでの県産品や観光情報、アンテナショップのPR ・万博カウンタウンイベントへの出展 ・大阪モノレールと連携した万博関連イベントの開催 ⇒ 別図<関03>参照(P120)

分野	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	万博・I R連携プロジェクト 【戦略1】 関西圏を訪れた国内外の観光客に観光地・高知を訴求し誘客 【戦略2】 万博を契機とした需要拡大を見据えた外商活動等の強化

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
3	【戦略2】万博を契機とした需要拡大を見据えた外商活動等の強化					【関西】 ○卸売市場関係者 ○大手卸売事業者 ○包括協定企業 ○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等 ○日本国際博覧会協会 【県内】 ○食品関係事業者 ○応援の店制度参画事業者 ○JETRO	1 県産食材の活用に向けた営業活動の実施 ①万博協会や事業実施者等からの情報収集 ⇒シグネチャーパビリオンでの本県産品の取り扱いが困難	1 関連施設等での県産食材の活用に向けた営業活動の実施 ①万博会場内での営業参加に関する情報が提供されていない状況であり、営業参加予定事業者や参加希望者の状況を把握できていない	1 関連施設等での県産食材の活用に向けた営業活動の実施【R6】 ①営業参加募集に合わせた情報収集及び参加企業へのアプローチ ・万博協会や事業者への営業参加等に関する情報収集を実施 ・営業参加募集に合わせた参加企業へのアプローチ ⇒ 別図<関03>参照 (P120)
4						2 高知県ゆかりの飲食店等との連携強化による外商拡大 ①「高知家の魚応援の店」との関係強化による水産物の販売拡大(再掲) ・産地見学会・産地招へい等、営業活動の実施 産地見学会 R3:7店舗(オンライン)、R4:26店舗 産地招へい R4:2店舗	2 関西圏のパートナーと連携した県産食材等の外商拡大 ①新規取引や既存の取引拡大・回復等につながる効果的な施策の実施が必要(再掲)	2 関西圏のパートナーと連携した県産食材等の外商拡大 ①高知県ゆかりの飲食店等との連携強化による外商拡大 ・産地見学会やオンライン試食商談会の開催【R6～R9】(再掲) ・県内参画事業者を対象に飲食事業者が求める食材、提案方法等を紹介するオンライン研修の実施【R6～R9】(再掲) ⇒ 別図<関03>参照 (P120)	
5		—	—	—	—	3 業務筋(飲食店・ホテル等)への営業活動の強化 ・大規模展示商談会への出展機会の拡大【R3～R5】(再掲) ⇒大規模展示会への出展 2件 県内事業者24社(R3) 2件 県内事業者36社(R4) ・小売店、量販店、卸との商談機会の拡大【R3～R5】(再掲) ⇒業界別商談会の実施 5件 県内事業者52社(R3) 5件 県内事業者37社(R4) ・関西大手グループ企業と連携したフェア等の開催【R5】 ⇒近鉄グループHDと連携し期間限定店舗をはじめ各種フェアを実施 ⇒あべのハルカスにおける期間限定店舗の開設(R5.7～R6.1) ⇒量販店、飲食店、ホテル等での高知フェアの開催(R5.11～R6.2:49店舗) ・関西版県産品商談会の開催や産地視察の実施【R5】(再掲)	2 関西圏のパートナーと連携した県産食材等の外商拡大 ②飲食店チェーン等への営業活動の強化【R6～R9】 ・飲食店・ホテルグループへのアプローチの強化(再掲) ・大手酒類メーカーと連携した飲食店への販路開拓(再掲)	2 関西圏のパートナーと連携した県産食材等の外商拡大 ⇒ 別図<関03>参照 (P120)	
6		—	—	—	—	4 卸売市場関係者・企業等と連携した外商拡大 ①卸売事業者との連携による外商拡大(再掲) 【県内】 ○水産関係事業者 ・関西圏の量販店等での高知フェアの開催 高知フェアの回数 R3:31回 R4:14回	3 卸売事業者との連携による外商拡大 ①関西卸売市場関係者等と連携した、量販店や飲食店チェーン向けの販売促進によるさらなる認知度向上による定番化の推進が必要(再掲)	3 卸売事業者との連携による外商拡大 ①卸売市場関係者との関係を活用し、取引先での定番化を推進 ・継続取引から定番取引につながるような継続的な営業【R6～R9】(再掲)	
7		—	—	—	—	【関西】 ○飲食店 ○卸売事業者 ○産業給食事業者 【県内】 ○地産外商公社 ○食品事業者 ○卸売事業者 ○地域商社 ○金融機関	5 卸売事業者とのネットワークを活用した外商拡大 ②卸売事業者主催の展示商談会への出展による外商拡大【R3～R5】 ⇒展示会への参加 3社4件、県内事業者46社(R3) 5社12件、県内事業者86社(R4) ③卸売事業者と連携した外商拡大の強化【R3～R5】 ⇒内覧会への参加 2社4件、県内事業者4社(R3) 2社5件、県内事業者9社(R4)	4 卸売事業者との連携強化による外商拡大 ②多くの取引先を有している卸売事業者を通じた商流が中心であり、卸売事業者との関係性を強化していくことが必要(再掲) ③これまでアプローチ出来ていなかった中小卸売事業者等を通じた販路開拓が必要(再掲)	4 卸売事業者との連携強化による外商拡大【R6～R9】 ②大手卸売事業者が主催する展示商談会への出展拡充に向けた営業活動の強化(再掲) ・大手卸売事業者が主催する展示会への出展枠数、出展事業者数の増加を見据えた営業活動の実施 ③中小卸売事業者、業務用卸売事業者への営業活動の強化(再掲) ・展示会等での新規中小卸売事業者、業務用卸売事業者への新たな販路の開拓 ・中小卸売事業者、業務用卸売事業者顧客向けの産地視察型商談会の開催

分野	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	万博・IR連携プロジェクト 【戦略1】 関西圏を訪れた国内外の観光客に観光地・高知を訴求し誘客 【戦略2】 万博を契機とした需要拡大を見据えた外商活動等の強化

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
8	【戦略2】 万博を契機とした需要拡大を見据えた外商活動等の強化	—	—	—	—	【関西】 ○卸売市場関係者 ○大手卸売事業者 ○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等 【県内】 ○食品関係事業者 ○JETRO	6 多様な食文化に対応した商品開発の促進 ・食のプラットフォームにおける関西圏に精通した専門家によるワーキングの開催 ・ワーキング参加 17社 31商品(R3～R5累計) ・輸出に対応できる商品づくりへの支援 支援企業数 5社 9商品(R3～R5累計)	5 多様な食文化に対応した商品開発の促進 ・多様な消費者ニーズに対応した付加価値の高い商品づくりと、出口(販路)に直結した商品づくりが必要	5 売れる商品づくりの促進【R6～R9】 ①売れる商品の開発・改良 ・食のイノベーションベースを活用した商品開発・改良 ・ジェトロと連携した商品開発・改良
9		—	—	—	—	【関西】 ○万博・IR実施主体 ○万博・IR参加企業 ○木材関係事業者 ○木材団体 【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体	7 関連施設での県産木材利用促進に向けた提案の実施 ①万博、IRの実施主体や参加企業等への提案 ・大阪府建築士会 情報交換会への参加(毎月定例) ※万博関連施設に係る取組状況等の情報確認 ②木材製品の需要に対する県内供給体制の構築 ・県外集材材・CLTメーカー等に向けたラミナ等の輸送を支援 15,068m3(R4. 11月～R6. 1月累計) ・万博関連施設での集材材・CLTの使用状況、進捗状況等に関する県内外事業者からの情報収集(随時) ③万博関連イベントでの県産木製品のPR ・大阪・関西万博開催支援イベントへの出展 6回(R4～R5累計、非住宅木造建築フェア2回、1000日・500日前イベント2回、ATCIにぎわい展2回)	6 関連施設での県産木材利用促進に向けた提案の実施 ①関西の関係団体や協定企業等から、施設整備に関する継続的な情報収集が必要 ②県外の集材材メーカーや施工事業者等との関係を深め、万博後の取引継続につなげることが必要	6 非住宅木造建築等への土佐材の利用促進 ①万博を機に結んだ協定を生かした非住宅木造建築等への土佐材の利用促進【R6～R9】(再掲) ・万博施設への木材供給に向けた協定関係を生かした、非住宅木造建築への土佐材の利用促進や木製品のPR ・大阪府建築士会情報交換会への参加(毎月定例)による継続的な万博・IR関連情報の収集 ・大阪・関西万博開催支援イベントへの出展による県産木製品のPR ・県内供給体制の構築に向けた県外集材材・CLTメーカー等に向けたラミナ等の輸送の支援 ・万博・IR関連施設での集材材・CLTの使用状況、進捗状況等に関する県外事業者からの情報収集 ・消費地における室内空間への土佐材利用事例を活用した土佐材利用の提案とプロユーザーとの製品開発(再掲) ・高次加工事業者の掘り起こし(土佐材の集材材等への利用拡大)(再掲) ・非住宅建築に取り組むパートナー企業の開拓(再掲) ⇒ 別図<関03>参照(P120)
10		—	—	—	—	【関西】 ○商社	8 関連施設の整備における県内企業の技術の活用 ・大阪・関西万博と連携した大規模見本市等への出展及び展示商談会の開催(再掲) 見本市: 19回延べ84社出展、商談1,997件(R3～R4) 展示商談会: 10回延べ72社出展、商談613件(R3～R4)	7 関連施設の整備における県内企業の技術の活用 ・防災分野で重要な要素である工法の外商支援を強化するため、専門知識のある人材が必要(再掲)	7 工法の外商促進 ①土木や工法に精通する専門家の配置による外商支援の強化 ・工法の外商を促進するため、土木・工法に精通する専門家を産業振興センターの大阪営業本部に配置【R6～R9】(再掲) ⇒ 別図<関03>参照(P120)

分野	≪連携テーマ≫関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	各プロジェクトを横断的に支える取り組み 【戦略1】 情報発信の強化とネットワークの拡充 【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	【戦略1】 情報発信の強化とネットワークの拡充	—	—	—	—	【関西】 ○メディア 【県内】 ○メディア ○市町村	1 高知家を活用したプロモーションの展開 ・メディアネットワークを活用した情報発信の強化 ⇒メディアを通じた露出 1,351件 (R3～R5累計) ・WebサイトやSNSによる情報発信の強化 ⇒「高知家の○○」250.1万PV (R4)	1 メディアとのネットワークの強化によるプロモーションの展開 ・メディアを通じた露出拡大には、大阪事務所と関西メディアとのネットワークのさらなる強化とメディアニーズに応じた情報提供が必要	1 メディアとのネットワークの強化によるプロモーションの展開【R6～R9】 ①プレス発表会の開催や定期的なメディア訪問、とさのみせ等を活用したメディアとの情報交換会を実施 ・著名人を活用した関西メディア向けのプレス発表会を実施 ・定期的なメディア訪問及びとさのみせ等を活用したメディアとの情報交換会を実施 ・万博カウントダウンイベント等話題を集められるタイミングを捉え、「SUPER LOCAL(極上の田舎) 高知」の魅力やPR ②アンテナショップを核に、テレビ等のマスメディアを活用した県産品や観光情報等の発信 ⇒ 別図<関04>参照 (P121)
2		—	—	—	—	【関西】 ○高知県人会 ○高知県ゆかりの関西圏在住者 【県内】 ○市町村 ○業界団体	2 「オール高知」態勢による取り組みの展開 ・関西圏の現状や本県の取り組みの発信 ⇒シンポジウムの開催や県広報TV番組の放送などで、一定の機運醸成が図られた	2 アンテナショップを中心とした関西と高知を結ぶネットワークの拡充 ・市内町村や事業者、本県ゆかりの関西圏在住者などを巻き込み仕組みづくりが必要 ・新たに設置するアンテナショップの効果的な活用が必要	2 アンテナショップを中心とした関西と高知を結ぶネットワークの拡充【R6～R9】 ①県人会や関西在住の本県ゆかりの方々を中心とした「オール高知」態勢のさらなる拡大 ・県産品ポータルサイトを活用した県内の生産者等と関西の消費者等と関西のつながる仕組みの構築 ・県人会等の関西圏在住の本県ゆかりの方々を中心としたファンづくり ・県内市町村や事業者と連携したプロモーションや外商の展開 ・県内メディアやホームページ、SNS等を活用した県内での露出の拡大 ⇒ 別図<関04>参照 (P121)
3		—	—	—	—	【関西】 ○大手グループ企業 【県内】 ○地産外資会社 ○食品事業者 ○卸売事業者 ○地域商社 ○市町村	3 アンテナショップの開設準備 ・関西圏アンテナショップ開設に向けた取り組みの推進 関西圏アンテナショップ基本計画の策定 (R5.3月)		
4	【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む	関西圏からの移住者数(年間) 【モニタリング方法】 市町村及び県(高知県Uターンサポートセンター)の実績を毎月確認	489人 (R4)	489人 (R4)	900人 (R9)	【県内】 ○高知県Uターンサポートセンター ○市町村	2 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進 ・「高知家ゆる県民倶楽部」のPRと会員への情報発信 ⇒関西圏のR6年2月末会員数2,316人(うち関西圏のR5新規入会者数513人) ・「高知暮らしフェア」を核とした地方暮らし關心層へのアプローチ ⇒高知暮らしフェア(大阪) 2回210組304人 (R5年6月・12月) ⇒高知就職・転職フェア(大阪) 1回62組62人 (R5年6月) ⇒センター主催イベント(大阪) 1回17組20人 (R6年1月末時点) ⇒センター主催個別相談会(大阪) 21回33組33人 (R6年1月末時点)	3 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進 ・関西圏は本県からの転出が多く、引き続きUターン促進策の強化が必要 ・移住先を含めて検討の熟度を高めている段階の方も多く、新規相談者数の増加につながる取組が必要	3 デジタルマーケティングを活用した新たな移住關心層の獲得【R6～R9】 ①マーケティングコンサルタントの活用によるプロモーション戦略の強化 ②「高知家ゆる県民倶楽部」のPRと会員への情報発信 ③SNSや位置情報などを活用したターゲティング広告の配信を拡大 ④転出者の多い関西圏での相談会の開催 ⑤新規相談者の大幅な増加を見据えた大阪窓口等の体制強化 ⇒ 別図<関04>参照 (P121)
5		関西圏からの移住者のうちUターン者数(年間) 【モニタリング方法】 市町村及び県(高知県Uターンサポートセンター)の実績を毎月確認	169人 (R4)	169人 (R4)	270人 (R9)				
6		—	—	—	—	【関西】 ○総領事館 【県内】 ○高知県中小企業団体中央会	3 総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進 ①総領事館を通じた外国人材の受入れ ・ミッション団派遣5回(ベトナム、インド)により、送り出し国側との信頼関係を構築 (R4～R5累計)	4 総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進 ①総領事館を通じた外国人材の受入れ ・安定的な人材送り出し、受入れのため、今後も総領事館との連携の継続が必要	4 総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進 ①総領事館と連携した現地視察等により、現地機関との信頼関係を強化 ・総領事館と連携したミッション団派遣や防災・インフラ技術セミナーの実施により、現地機関との信頼関係を強化【R6～R9】 ⇒ 別図<関04>参照 (P121)
7		—	—	—	—	【関西】 ○総領事館	3 総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進 ②関西圏の総領事館や商社などを通じた輸出等の海外展開の促進 ・インド総領事館と連携して、人材確保やビジネス展開に関するセミナーを実施 ・ベトナム及びインドに経済ミッション団を派遣 ・海外ビジネス交流会の実施	4 総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進 ②関西圏の総領事館や商社などを通じた輸出等の海外展開の促進 ・現地の商習慣等を踏まえた支援が必要 ・さらに多くの企業に対する海外展開への意識啓発を図るとともに、現地のPR活動を実施する必要がある	4 総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進 ②関西圏の総領事館や商社などを通じた輸出等の海外展開の促進 ・インドなどの防災・インフラ技術セミナーを行った国に現地アドバイザーを配置し、継続的な支援体制を強化【R6～R9】 ・関西圏の総領事館と連携した海外ビジネスに関するセミナーを開催【R6～R9】 ・県内企業の海外展開の選択肢を増やすため、ミッション団派遣や防災・インフラ技術セミナーを実施【R6～R9】 ⇒ 別図<関04>参照 (P121)

分野	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	各プロジェクトを横断的に支える取り組み 【戦略1】 情報発信の強化とネットワークの拡充 【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
8	【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む	—	—	—	—	【関西】 ○大阪産業人クラブ等	4 企業誘致の推進 ①あらゆる機会を捉えた誘致対象企業の掘り起こし ア 誘致対象企業発掘事業(DM発送) ・DM発送6,754社(R3～R5累計) イ 各種見本市(金型展2022、第25回関西機械要素技術展)でのアプローチ(R4～R5) ・名刺交換合計133社(うち10社訪問) ウ 大阪事務所を窓口とした各種団体からの協力を得ての情報発信及び情報収集 ・大阪産業人クラブ等での誘致対象企業の情報収集(R3～R5) ②様々な手法を用いた営業活動の展開による企業誘致の推進 ア 新規見込企業へのアプローチ33件(R3～R5累計) イ 大阪事務所による誘致見込み企業へのアプローチ:32件(R3～R5累計) ウ 既立地企業の増設促進(継続案件3件、決定案件1件)(R4～R5累計)	4 企業誘致の推進 ①あらゆる機会を捉えた誘致対象企業の掘り起こし ・本県の立地環境や誘致の取組についての周知機会をさらに拡充していくことが必要 ・さらなる企業誘致のためには、誘致対象企業と直接面談する機会の増加が不可欠 ②様々な手法を用いた営業活動の展開による企業誘致の推進 ア 新規見込企業へのアプローチ ・デジタル技術を活用した効率的な営業手法の確立と効果的な顧客育成の醸成が必要	5 企業誘致の推進 南国日章産業団地及び高知中央産業団地(布師田地区)の早期分譲完了に向けた情報発信と営業活動に引き続き取り組むとともに、これまでの取組に加え、各種団体(大阪産業人クラブ等)との関係性をさらに深め、新たな誘致対象企業の掘り起こしを図る ①あらゆる機会を捉えた誘致対象企業の掘り起こし ア 関西圏の誘致対象企業へのDM発送【R6～R9】 イ 誘致対象企業が出展する見本市での営業活動を展開【R6～R9】 ウ 各種団体(大阪産業人クラブ等)との良好な関係性の継続による情報発信及び情報収集【R6～R9】 エ 誘致見込み企業へのアプローチ【R6～R9】 ②マーケティングツールのさらなる活用等による効率的な有望企業の発掘 ア マーケティングツールのさらなる活用やデジタル広告の運用見直しにより効率的な有望企業の発掘を推進し、新たな企業誘致につなげる【R6～R9】 ・検索連動型広告及びバナー広告の運用による潜在・顕在層への効果的なアプローチの実施 ・Webセミナーの開催による見込企業の関心の向上 ・メールマガジンやSNSの配信による継続した情報発信 イ デジタル技術に係る職員の活用能力の向上【R6～R9】 ⇒ 別図<関04>参照(P121)
9		—	—	—	—	【県内】 ○市町村	2 関係人口へのアプローチ強化とUターン の促進 ①関係人口へのアプローチの強化によるU ターン意識の醸成と移住・就職相談の実 施 意識の醸成と移住・就職相談の実施 ・「高知家のIT～Work from KOCHI～」会 員の獲得127名(うち19名関西圏)(R4) ・会員への県内企業の紹介 ・求職者の就職マッチング数:16名(うち2 名関西圏)(R4) ・デジタル人材を活用した副業・兼業人材 活用に向けた県内企業への啓発、仕組み づくり デジタル人材と副業・兼業求人のマッチ ング数:28件(R4) ②シェアオフィスを核とした関西圏の企業を 対象とした関係人口の創出 ・県認定シェアオフィスを活用した補助制 度等の情報発信 シェアオフィスを活用した企業誘致件 数:12件(うち4件関西圏)(H26～R5累計)	2 関係人口へのアプローチ強化とUターンの 促進 ①関係人口へのアプローチの強化によるUター ン意識の醸成と移住・就職相談の実施 ・民間マッチング事業等の取り組みが充実し、 県としての役割を終えたことから、首都圏等 人材確保事業による関係人口へのアプローチを R5年度で終了	6 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進 ①中山間地域等への企業誘致の促進 ・企業誘致促進に向けた市町村勉強会、情報共有会議を開催【R6～R9】 ・市町村における企業誘致の取組(地域課題の整理、視察受入体制の構築等)を伴走支援【R6～R9】 ・デジタルマーケティングの手法を用いた企業誘致に関する支援制度等の情報を発信【R6～R9】 ・関西圏の企業をターゲットとした市町村と企業とのマッチングイベントを開催【R6】 ・シェアオフィスを活用した本県への立地に対する補助制度を継続【R6～R9】 ・高知市中心部のシェアオフィス「BASE CAMP IN KOCHI」の安定的な事業運営のための支援を継続【R6～R7】

分野	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	<p>各プロジェクトを横断的に支える取り組み</p> <p>【戦略1】 情報発信の強化とネットワークの拡充</p> <p>【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む</p>

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
10	【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む	-	-	-	-	【関西】 大学	<p>③ 関西圏の大学との連携強化によるUターンへの促進</p> <p>ア 就職支援に協力いただく大学の掘り起こし等(大阪事務所と連携)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たに2大学と就職支援協定を締結済 R5.7.31 大谷大学 ・R5.10.1 大阪学院大学(短大含む) <p>・大阪事務所において大学との訪問・連絡活動を順次実施</p> <p>既協定締結大学20校、既協力大学14校</p> <p>新たな協定締結や協力関係構築に向けて16大学へ新規訪問(うち、上記既協力大学3校含む)</p> <p>イ 関西圏の大学でのUターン就職イベントや保護者会でのPR</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大学のニーズに沿った就職ガイダンスの実施(関西:4回/10～11月) ・R5.10.24:神戸学院大学・学生16名参加 ・R5.11.7:大阪学院大学・学生10名参加 ・R5.11.29:立命館大学・学生6名参加 ・R5.11.30:大阪商業大学・学生2名参加 <p>・大阪事務所において大学主催のUターン就職相談会への参加:20大学</p> <p>・保護者会での施策説明1大学、相談ブース対応1大学、資料提供4大学</p> <p>ウ 大学等を通じた県内企業の情報や県内就職活動に関する県支援メニュー等の学生へのPR</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関西圏の学生を「高知求人ネット」学生サイトに誘導するためのデジタル広告の配信(8～10月実施、12～3月実施) <p>・県大阪事務所担当者と同事務所内に置いているUターンサポートセンター大阪オフィス担当者による、学生に対する個別相談窓口の開設</p>	<p>③ 関西圏の大学との連携強化によるUターンへの促進</p> <p>ア 就職支援に協力いただく大学の掘り起こし等(大阪事務所と連携)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大学を通じた情報発信や、イに記載のUターン就職イベント・保護者会などへの参画は、学生に本県へのUターン就職を促す上で大変有効であり、継続した取組が必要 ・大学の掘り起こしについては、県出身学生が一定数籍し、かつ県内企業への就職が見込める大学には現状で既にアプローチ済み。今後、協定を締結した大学や協力いただく大学との良好な関係を維持しさらに深めていくことが必要 <p>イ 関西圏の大学でのUターン就職イベントや保護者会でのPR</p> <ul style="list-style-type: none"> ・参加学生が本県へのUターン就職を考えるきっかけをつかんで、県内企業のインターンシップへの参加や企業研究につなげられるよう、多くの学生の参加確保に向けて取り組むことが必要 <p>ウ 大学等を通じた県内企業の情報や県内就職活動に関する県支援メニュー等の学生へのPR</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「高知求人ネット」学生サイトにおいて、デジタル広告から誘導した「高知に就職するかまだ決めかねている学生」に県内就職への興味・関心を深めてもらうためのコンテンツの充実 	<p>② 関西圏の大学との連携強化によるUターンへの促進</p> <p>ア 就職支援に協力いただく大学との関係構築(大阪事務所と連携)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既協定締結大学や既協力大学への定期的な訪問と本県就職に関する継続した情報提供を実施【R6～R9】 <p>イ 関西圏の大学でのUターン就職イベントや保護者会でのPR</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大学主催のUターン就職相談会や保護者会に積極的に参加し、本県の施策等をPR【R6～R9】 <p>ウ 大学等を通じた県内企業の情報や県内就職活動に関する県支援メニュー等の学生へのPR</p> <ul style="list-style-type: none"> ・若手先輩社員の声や暮らしの紹介など、高知で働くことの多様な魅力・情報について、デジタル広告及び「高知求人ネット」学生サイトで発信【R6～R9】

分野	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱	<p>各プロジェクトを横断的に支える取り組み</p> <p>【戦略1】 情報発信の強化とネットワークの拡充</p> <p>【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む</p>

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
11	【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む	—	—	—	—	<p>【関西】 大学 専門学校</p> <p>【県内】 Uターンサポートセンター</p>	<p>2 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進</p> <p>① 関西圏の専門学校等での就業セミナーの開催 ・関西圏の専門学校等での就業セミナーの開催 (R4:1校→R5:4校)</p> <p>② 県独自の就業フェアの開催 ・出展事業者向けスキルアップセミナーの開催 (参加事業者: R5:11経営体) ・関西での就業フェアの開催 (参加者: R4:38名→R5:62名)</p> <p>③ 移住促進策と連携した勧誘の促進 ・移住関連フェアへの参加 (R4:4回→R5:5回) ・Uターンサポートセンターと連携したオンラインセミナーの開催 (R5:2回)</p>	<p>2 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進</p> <p>① 関西圏の専門学校等での就業セミナーの開催 ・就業実績の高い関西圏での就業希望者のさらなる掘り起こしが必要 ・面談者へのフォローアップの強化が必要</p> <p>② 県独自の就業フェアの開催 ・就業実績の高い関西圏での就業希望者のさらなる掘り起こしが必要 ・就業希望者の多い雇用型漁業の出展ブースの拡充が必要 ・出展事業者の面談スキルの向上、面談者へのフォローアップの強化が必要</p> <p>③ 移住促進策と連携した勧誘の促進 ・新規就業者の3割は県外出身者で、引き続き移住施策と連携強化が必要</p>	<p>6 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進</p> <p>① 関西圏の専門学校等での就業セミナーの開催 ・関西圏の水産動物系専門学校や大学での就業セミナー開催 (R6:6校) 【R6～R9】</p> <p>② 県独自の就業フェアの開催 ア 出展事業者向けスキルアップセミナーの開催 ・面談者とのマッチング率向上を図るため、フェア出展事業者の面談スキル向上を支援【R6】 イ 関西での就業フェアの開催 ・集客効果の高かった鉄道広告やWebページによる広報を強化【R6～R9】 ・雇用型漁業の出展ブースの拡充、会場規模の拡大【R6】</p> <p>③ 移住促進策と連携した勧誘の促進 ・Uターンサポートセンターと連携した、一次産業合同フェア等の開催【R6】 ・移住関連フェアへの参加【R6～R9】</p>

戦略の方向性

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぶり高知旅キャンペーン」を通じて、関西圏との連携した取り組みを進めることで、国内外からの観光客の増につなげる。

目標

関西圏からの観光客入込数 出発点(R4)103万人⇒目標値(R9)131万人※県推計値
 関西空港経由の外国人延べ宿泊者数 出発点(R4)0.3万人泊⇒目標値(R9)4.7万人泊

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぶり高知旅キャンペーン」の展開



牧野博の取組と盛り上がりをしっかりとして継続させつつ、中山間地域の素材も意識して、これまで磨き上げてきた食、自然、歴史・文化を集大成として打ち出して行くことで、日常を忘れ、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、たっぷりと味わっていただき、長期滞在や新たな高知のファンの拡大を目指す。

戦略1 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション

1 高知ならではの魅力の磨き上げと情報発信

- 新** (1) 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり
 - ①住民とのふれあい、暮らしに触れる、地元産業の活性化に資する観光商品の造成
 - ②神楽への参加など伝統文化の継承につながる体験プログラムの造成
- (2) 地域内での周遊・滞在の促進
 - 拡** ①地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり
 - ②宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の支援
 - ③広域観光組織での観光客動向データの活用による滞在型周遊プランの実践
- (3) 地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上
 - 拡** ①集落活動センターを拠点とした宿泊、食の提供、イベント開催など地域との持続的交流につながる観光商品の造成
 - 拡** ②地域の理解促進につながる教育旅行の受入の拡大（民泊の推進、みどりの学習旅行）
 - ③「日本みどりのプロジェクト」や関西圏の学生と連携した観光資源の磨き上げ（みどりの学習旅行）



- (4) マスメディアを活用した情報発信
 - 新** ①「どっぶり高知旅」をテーマにしたコンテストによる県内外への情報発信
 - ②春は「花・みどり」、夏は「アクティビティ」など、シーズンごとにテーマやターゲットを設定したプロモーション展開
- (5) 旅行会社向けのセールス活動
 - ①旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施
 - ②広域エリアごとのキャンペーンと連動したセールス活動の展開
 - ③関西圏への教育旅行誘致セールスの実施



2 アンテナショップを拠点とした情報発信

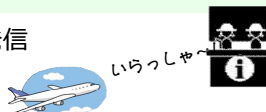
- 新** (1) アンテナショップでの観光情報発信
 - ①アンテナショップと連動した店舗及び周辺でのイベント開催



戦略2 関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進

(1) 観光サイト「日本の観光ショーケース」等を通じた情報発信

- ① 関西の「都市型」と本県の「極上の田舎」を組み合わせた情報発信
- ② 関西と高知をつなぐ旅行商品の造成とオンラインでの販売
- ③ 海外旅行博覧会等での共同プロモーション



(2) 関西一高知間のルート上の観光地と連携したPR

- ① ガイドブックの相互配架など、着地での情報発信の強化
- ② 宿泊OTA（オンライン・トラベル・エージェント）等を活用した発地での情報発信



新 (3) 大阪・関西万博への催事参加

- ① 大阪・関西万博の自治体参加催事において、よさこいの演舞や街路市を通じた高知の魅力を発信



戦略3 スポーツツーリズムの推進

1 地域と連携したスポーツツーリズムの推進

- (1) 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
 - ① 県内のスポーツツーリズムに関する情報を発信
 - ② 自然環境を活かしたスポーツ大会の開催を促進
- (2) サイクリング観光の推進
 - ① サイクリング観光に関する情報発信の強化
 - ② サイクルオアシス（空気入れの貸出等の協力店）の拡大



2 スポーツを通じた交流人口の拡大

- (1) 関西に拠点を置くプロチームや企業に所属するトップチームの合宿等誘致
 - ① 連携協定締結企業や誘致実績のある企業に所属するチームを誘致
- (2) アマチュアスポーツ合宿等の誘致
- (3) ワールドマスターズゲームズ関西を契機とした合宿等の誘致



近距離に位置し、歴史的にも深いつながりを持つ関西圏とのネットワークを土台としながら、各分野において関西圏の**パートナーとの連携を一層強化**することにより、関西圏におけるさらなる外商拡大の取り組みを進める。

戦略 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大

農業分野

目標 ○関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額(年間)
出発点(R4) : 93.8億円 ▶ 目標値(R9) : 120.0億円

- (1) **卸売市場と連携**した青果物の販売拡大
- 拡** ①品目別戦略の運用（キュウリ、ピーマン、ナス、ニラ、シシトウ、ミョウガ）
 - ・継続した取扱いにつながる売り場確保を目指した量販店フェアの実施
 - ・系統取扱量アップに向けた産地のまとまりの強化
 - ・農水連携による販売拡大
 - (2) **マーケットインの視点**による業務需要拡大
 - 拡** ①業務需要の拡大
 - ・中食、外食、冷凍食品をターゲットにした戦略の策定及び実行
 - ・機能性など特徴的な品目に応じたターゲットへの販売
 - ②マーケットのニーズに応じた弾力的な出荷形態の検討
 - 新** ③新たな視点での取引強化
 - ・専門家のネットワークを活用した販売拡大

目標 ○地産外商公社が支援する企業の関西圏での売上額(年間)
出発点(R4) : 115億円 ▶ 目標値(R9) : 159億円

- (1) **卸売事業者との連携強化**による外商拡大
- 拡** ①大手卸売事業者が主催する展示商談会への出展拡充に向けた営業活動の強化
 - 新** ②中小卸売事業者、業務用卸売事業者への営業活動の強化
- (2) **飲食店等への外商活動の強化**
- 拡** ①飲食店・ホテルグループへのアプローチの強化
 - ②大手酒類メーカーと連携した飲食店への販路開拓
- 拡** (3) **商談会・展示会の拡充強化**
- ①産地視察型の商談機会の拡大
 - ②大規模展示会への出展機会の拡大
 - ③大阪近郊地域（兵庫県、京都府）での商談機会の拡大
 - ④金融機関と連携した商談機会の拡大
- 新** (4) **アンテナショップを核とした外商活動の強化**
- ①店舗を活用した県産品のPRの強化や商談機会の創出
 - ②テストマーケティングによる県産品の磨き上げ
 - ③関西の消費者と高知の生産者等を直接つなぐ仕組みの構築



水産業分野

目標 ○関西圏の卸売市場関係者と連携した県産水産物の販売額(年間)
出発点(R4) : 8.3億円 ▶ 目標値(R9) : 9.5億円

○関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間)
出発点(R4) : 1.1億円 ▶ 目標値(R9) : 2.3億円

○関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額(年間)
出発点(R4) : 0.3億円 ▶ 目標値(R9) : 2.5億円



- (1) **卸売事業者との連携**による外商拡大
- ①卸売市場関係者との関係を活用し、取引先での定番化を推進
 - ②農水連携による量販店での販売拡大
- (2) **「高知家の魚応援の店」との関係強化**による水産物の販売拡大
- 拡** ①県内参画事業者の取引拡大につながる商談機会の創出
 - ②マーケットインの視点による商品の磨き上げ（応援の店の加工ニーズへの対応）
- (3) **卸売市場関係者との連携**によるさらなる輸出の拡大
- 拡** ①卸売市場関係者と連携した新たな輸出ルートの開拓
 - ②卸売市場関係者や海外商社と連携した見本市等での販路開拓

林業分野

目標 ○関西圏への土佐材出荷量(年間)
出発点(R4) : 2.0万㎡ ▶ 目標値(R9) : 3.1万㎡

- (1) **流通拠点との連携**による外商活動の強化
- ①流通拠点向けのロット配送、土佐材パートナー企業向けの邸別配送の拡大
 - 新** ②高次加工事業者の掘り起こしによる土佐材の販売拡大
- (2) **顔の見えるつながりの強化**による土佐材パートナー企業への販売拡大
- ①産地商談会のサポート、邸別配送の活用促進
- 拡** ②非住宅建築に取り組む土佐材パートナー企業の開拓
- (3) **非住宅建築向けの構造材や内装材等**の需要拡大の推進
- 新** ①室内空間への土佐材利用事例を活用した提案と建築士やデザイナー等との製品開発
 - ②友好・姉妹都市関係にある自治体へのアプローチの強化

商工業分野

目標 ○産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上額(年間)
出発点(R4) : 237億円 ▶ 目標値(R9) : 274億円

- (1) **企業の営業力強化**
- 新** ①企業の営業力強化のための取り組み（県外での営業代行の活用等）を新たに支援
- (2) **防災商社や自治体との連携強化**
- 拡** ①防災関連製品の更新時期を捉えた販路開拓の強化
- (3) **工法の外商の促進**
- 新** ①土木や工法に精通する専門家の配置による外商支援の強化

3 万博・I R連携プロジェクト

大阪・関西万博やI Rなどの「大規模プロジェクト」を契機に、関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、本県への誘客を促進するとともに、**万博中の需要拡大や万博後を見据えた県産品等の外商拡大**の取り組みを進める。

戦略の方向性

大規模プロジェクトによる経済活力の高まり

大阪・関西万博

- 経済波及効果 約2兆円
- 来場者数 約2,820万人

出典：公益社団法人2025年日本国際博覧会協会HP



©Expo 2025



「提供：2025年日本国際博覧会協会」

大阪 I R

- 経済波及効果
- ・ 開業初年度まで 約1.9兆円
- ・ 開業以降(毎年) 約1.1兆円
- 年間来場者数 約2,000万人

出典：大阪IR整備計画(大阪府・大阪市作成)

戦略1 関西圏を訪れた国内外の観光客に観光地・高知を訴求し誘客

1 国内外に向けたセールス&プロモーションの推進

- 新** 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション (再掲)
- 拡** 関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進 (再掲)

2 万博を活用した効果的な情報発信

- ・ 万博事務局との連携強化や全国知事会等からの継続的な情報収集
- 拡** 大阪・関西万博の自治体参加催事において、よさこいの演舞や街路市を通じた高知の魅力を発信 (再掲)
- 新** 万博関連イベントでの県産品や観光情報、アンテナショップのPR

戦略2 万博を契機とした需要拡大を見据えた外商活動等の強化

1 関連施設等での県産食材の活用に向けた営業活動の実施

- ・ 営業参加募集に合わせた情報収集及び参加企業へのアプローチ

2 関西圏のパートナーと連携した県産食材等の外商拡大

- ・ 高知県ゆかりの飲食店等との連携強化による外商拡大
- 拡** 飲食店チェーン等への営業活動の強化

3 非住宅木造建築等への県産木材(土佐材)の利用促進

- 拡** 万博を機に結んだ協定を生かした非住宅木造建築等への県産木材(土佐材)の利用促進 (再掲)

4 工法の外商促進

- 新** 土木や工法に精通する専門家の配置による外商支援の強化 (再掲)

開催準備の本格化にあわせて機を逸することなく情報発信と外商活動を展開

大阪・関西万博

- R6 (2024) 自治体参加催事内定
- R6 (2024) 営業参加二次募集(飲食施設、物販施設等)
- R7 (2025) 催事カレンダー公表
- R7 (2025) 開幕

大阪 I R

- R5 (2023) 区域整備計画の認定
- R12 (2030) 開業

各プロジェクトの取り組みを横断的に支えるため、関西圏での情報発信を強化するとともに、「**オール高知**」の態勢による取り組みを展開する。また、関西圏の企業や人材等の活力を本県に呼び込むための取り組みを進める。

戦略の方向性

目標

移住

○関西圏からの移住者数(年間)
 出発点(R4) : 489人 ▶ 目標値(R9) : 900人

○関西圏からの移住者のうちUターン者数(年間)
 出発点(R4) : 169人 ▶ 目標値(R9) : 270人

戦略1 情報発信の強化とネットワークの拡充

(1) メディアとのネットワークの強化によるプロモーションの展開

- 拡** ① プレス発表会の開催や定期的なメディア訪問、とさのみせ等を活用したメディアとの情報交換会を実施
- 新** ② アンテナショップを核に、テレビ等のマスメディアを活用した県産品や観光情報等の発信

(2) アンテナショップを中心とした関西と高知を結ぶネットワークの拡充

- ① 県人会や関西在住の本県ゆかりの方々を中心とした「オール高知」態勢のさらなる拡大
- 新** ② 県産品ポータルサイトを活用した県内の生産者等と関西の消費者がつながる仕組みの構築
- 新** ③ 県人会等の関西在住の本県ゆかりの方々を中心としたファンづくり
 - ・ 県内市町村や事業者と連携したプロモーションや外商の展開
 - ・ 県内メディアやホームページ、SNS等を活用した県内での露出の拡大

戦略2 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む

(3) デジタルマーケティングを活用した新たな移住関心層の獲得

- 新** ① マーケティングコンサルタントの活用によるプロモーション戦略の強化
- 拡** ② SNSや位置情報などを活用したターゲティング広告の配信を拡大
- 拡** ③ 転出者の多い関西圏での相談会の開催

(4) 総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進

- ① 総領事館と連携した現地視察等により、現地機関との信頼関係を強化
- ② 関西圏の総領事館や商社などを通じた輸出等の海外展開の促進

(5) 企業誘致の推進

- ① あらゆる機会を捉えた幅広い産業分野の誘致対象企業の掘り起こし
- ② マーケティングツールのさらなる活用等による効率的な有望企業の発掘

アンテナショップの概要と展開イメージ

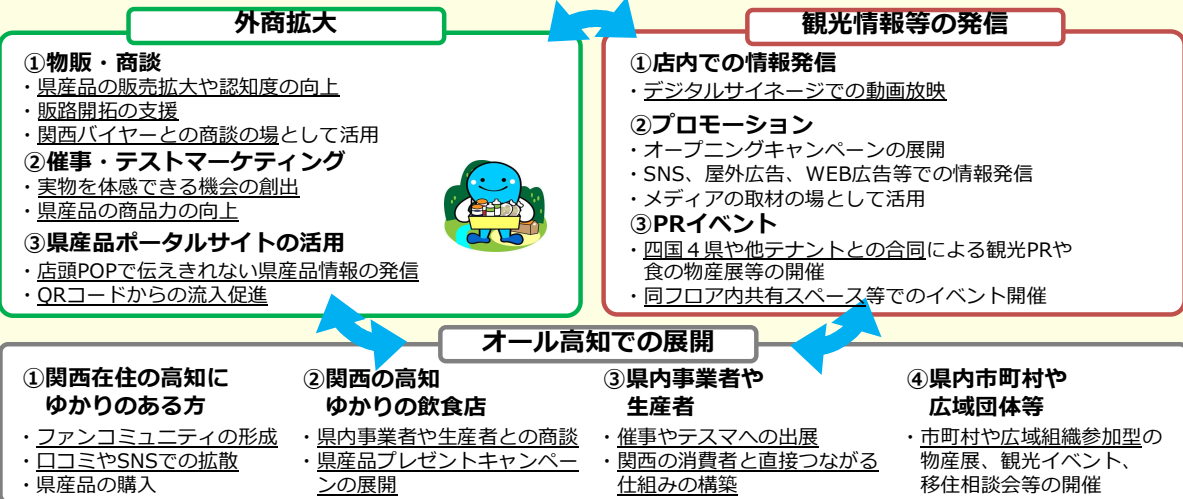
1 コンセプト SUPER LOCAL SHOP ~ スーパー・ローカル・ショップ ~

2 出店場所 梅田3丁目に令和6年7月開業予定の商業施設「KITTE大阪」(2階フロア内、約46坪区画に本県のテナントを出店)

3 基本的な考え方

- (1) アンテナショップを核として、「**極上の田舎 高知**」を前面に押し出しながら、「**食**」や「**観光**」などの魅力の発信や、**外商拡大**に係る取組を展開
- (2) リアル店舗の強みを生かし、**実物とデジタルを効果的に組み合わせながら、各取組間での連動による相乗効果を発揮**
- (3) 県内市町村や事業者、関西在住の高知にゆかりのある方など、関わりのある多くの方々を巻き込んだ「**オール高知**」での展開

4 展開イメージ



<店舗イメージ>

※「歩行者デッキ側」から見たイメージ図
 (設計段階でのイメージのため今後変更の可能性あり)



Ⅱ 産業間の連携戦略

地産外商戦略の推進

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、地産外商公社を核とした外商活動に取り組んできた結果、地産外商公社の外商活動を契機とした成約件数は、平成21年度の約64倍となる11,408件まで大きく伸び、成約金額は57.5億円に達しました。

輸出の取り組みは、国別、品目別に戦略を立て、販路拡大に取り組んだ結果、食料品輸出額は平成21年の約46倍となる23億円まで大きく伸びました。

国内外において順調に成果が拡大してきましたが、物価の高騰など、社会・経済環境が大きく変化しており、県経済の持続的な発展のためには、さらなる外商拡大が必要です。

② 第5期計画の取り組み

柱1 外商につながる地産の強化

取り組み1 商品開発・改良に対する支援の強化（売れる商品づくり）

販路に直結した商品づくりを後押しするため、バイヤー等と連携した商品開発・改良の伴走支援を強化します。また、新商品開発・改良に対する補助メニューを創設します。

取り組み2 生産性向上に向けた支援の強化（デジタル化・グリーン化の促進）

生産性向上推進アドバイザーを新たに設置し、食品事業者の生産工程の高度化を促進します。また、デジタル化・グリーン化を後押しするための補助メニューを創設します。

取り組み3 輸出拡大に向けた産地力の強化

輸出拡大を目指す「戦略品目」を選定し、産地と連携した生産態勢の構築を支援します。

柱2 国内外商の拡大

取り組み1 卸売事業者との連携強化による外商拡大

大きな取引が見込まれる大手卸売事業者をはじめ、中小卸売事業者や業務用卸売事業者への営業を強化し、新規販路を開拓します。

取り組み2 商談会・展示会の拡充強化

成約に直結する産地視察型の商談機会や大規模展示会への出展機会を拡充します。

取り組み3 飲食店等への外商活動の強化

大口の取引が見込まれる飲食店チェーン・ホテルグループへのアプローチを強化します。また、大手酒類メーカーと連携し、飲食店への販路を拡大します。

取り組み4 関西戦略に基づく県産品の外商拡大

本年7月にオープンする関西圏アンテナショップを核とした外商活動及び大阪・関西万博を見据えた外商活動を強化します。

柱3 輸出の拡大

取り組み1 輸出品目の拡大

基幹品目の販売拡大を推進するとともに、さらなる輸出拡大に向けて戦略品目のプロモーションを実施します。

取り組み2 ターゲット市場の拡大

有望市場及び成長市場での販売拡大に加えて、新たな市場の開拓を推進します。

取り組み3 外商活動の拡充

食品海外ビジネスサポーターによる現地での営業活動を強化します。

また、国内外の商社と連携したマッチング商談会や賞味会による販路拡大を推進します。

柱4 食品産業を支える産業人材の育成

「食のイノベーションベース」において、事業者の課題やレベルに応じた支援メニューを提供することで食品事業者の課題解決と人材の育成を図ります。また、支援メニューに輸出コースを新設し、事業者の輸出対応力の強化を支援します。

柱5 事業拡大に向けた企業の成長を後押し

事業者の課題解決をサポートする相談・支援のワンストップ窓口として、「サポートデスク」を新設します。また、専門人材や関係機関等で構成する「外商強化支援チーム」により、外商の核となりうる事業者を重点的に支援します。

《連携テーマ》 地産外商戦略の推進 ～県産品の付加価値向上とさらなる外商拡大～

目指す姿

食品産業のイノベーションを推進し、県産品の付加価値向上とさらなる外商拡大を目指す

分野を代表する目標

食料品製造業出荷額等 出発点(R3) 1,034億円 ⇒ 4年後(R9)1,300億円 ⇒ 10年後(R15)1,400億円

※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

付加価値向上を実現する「地産」の強化

柱1 外商につながる地産の強化

(1) 市場が求める商品づくりへの支援

- ① 売れる商品づくりへの支援
- 拡** 国内外のバイヤー等と連携し、商品開発・改良の伴走支援を強化
- 新** 商品開発・改良に対する補助メニューの創設
- ② 輸出に対応した商品づくりへの支援を強化
- 新** 賞味期限の延長、冷凍食品の開発、添加物規制への対応等
- ③ 工業技術センターによる商品開発等への支援

(2) 食品加工の生産管理の高度化支援

- ① 生産性向上に向けた支援の強化（デジタル化・グリーン化の推進）
- 新** 生産性向上推進アドバイザーを新たに設置し、現地指導等を強化
- 拡** デジタル化・グリーン化に資する取組に対する支援を強化
- 新** ② 輸出も見据えた生産態勢の整備への支援
- ③ 漬物製造業等の事業継続を支援
- 新** 施設改修・機器導入等に対する補助メニューの創設

(3) 輸出拡大に向けた産地力強化への支援

- 新** ① 輸出拡大を目指す「戦略品目」を選定し、産地等と連携して生産拡大を支援 ※戦略品目：プリ類、リキュール等、有機ユズ、ミカン、和牛

グローバル化を見据えた「外商」の強化

柱2 国内外商の拡大

(1) 地産外商公社を核とした外商の拡大

- 拡** ① 卸売事業者との連携強化による外商拡大
大手卸売事業者が主催する展示商談会への出展を拡充
中小卸売事業者、業務用卸売事業者への営業活動の強化
- 拡** ② 商談会・展示会の拡充強化
成約に直結する産地視察型の商談機会の拡大
大規模展示会への出展機会の拡大
- 拡** ③ 飲食店等への外商活動の強化
飲食店・ホテルへのアプローチの強化
大手酒類メーカーと連携した飲食店への販路拡大

(2) 関西戦略に基づく県産品の外商拡大

- 新** ① 関西圏アンテナショップを核とした外商活動の強化
店舗を活用した県産品のPR強化や商談機会の創出
テストマーケティングによる県産品の磨き上げ
関西の消費者と県内の生産者等をつなげる仕組みの構築
- 拡** ② 大阪・関西万博を契機とした外商活動の強化
- ③ 関西プロモーションの展開による県産品の認知度向上

柱3 輸出の拡大

(1) 輸出品目の拡大

- ① 基幹品目（ユズ、土佐酒、水産物）の販売拡大
- 新** ② さらなる輸出拡大に向けて、戦略品目のプロモーションの実施

(2) ターゲット市場の拡大

- ① 米国、欧州、中国等の有望市場での販売拡大
- 拡** ② 成長市場である東南アジアでの販売拡大や、中東、インド等新たな市場の開拓を推進

(3) 外商活動の拡充

- 拡** ① 食品海外ビジネスサポーターによる展示会や賞味会を契機とした営業活動の強化
- ② 国内外の商社と連携したマッチング商談会や賞味会の開催による販路拡大
- 拡** ③ 国が推進する農林水産物・食品輸出促進団体への加入等によるPRや販売の強化

成長を支える取り組みを強化

柱4 食品産業を支える産業人材の育成

(1) 商品企画力・開発力・外商力の向上

- ① 食品事業者の課題解決に向けた総合支援プラットフォームとして、「食のイノベーションベース」を構築
- 拡** 事業者の課題やレベルに応じた支援メニューの拡充
- 新** 輸出コースの新設による事業者の輸出対応力の強化

(2) 商品開発の技術力の向上

- ① 工業技術センターによる技術研修の開催
- 保存性を高める技術や機器の紹介

柱5 事業拡大に向けた企業の成長を後押し

(1) 総合支援体制の構築

- 新** ① 事業者の課題解決をサポートする相談・支援のワンストップ窓口として『サポートデスク』を新設
専門人材を配置し、事業者の生産から販売までの幅広い課題に対しプッシュ型で支援
- 新** ② 外商の核となりうる事業者を、専門人材や関係機関等で構成する「外商強化支援チーム」で重点的に支援

(2) 事業戦略の策定・実行の推進

- ① 事業戦略の策定支援
セミナー・個別相談の実施
- ② 戦略策定後の実行支援の強化
プッシュ型の専門家派遣による伴走支援の実施

中長期的な高知県食品産業のあり方検討

食品産業の持続的な成長に向けた戦略・体制の検討

各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

食料品製造業出荷額等
 出発点(R3):1,034億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:1,300億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:1,400億円
 (第4期計画目標(R5):1,300億円)

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 外商につながる地産の強化	①構造転換型 ②地域産業スケールアップ型	地産外商公社が支援する企業の県外売上額(年間)	新規	630億円 (R4)	-	730億円	○
2 国内外商の拡大	②地域産業スケールアップ型						
3 輸出の拡大	③グローバル展開型	地産外商公社が支援する企業の関西圏での売上額(年間)	新規	115億円 (R4)	-	159億円	○
4 食品産業を支える産業人材の育成	⑤人材起点型	食料品の輸出額(年間)	継続	23億円 (R4)	30億円	47億円	○
5 事業拡大に向けた企業の成長を後押し	①構造転換型 ④課題解決型						

分野	《連携テーマ》地産外商戦略の推進
各産業分野の取り組みの柱	柱1 外商につながる地産の強化 / 柱2 国内外商の拡大 柱3 輸出の拡大 / 柱4 食品産業を支える産業人材の育成 柱5 事業拡大に向けた企業の成長を後押し

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	地産外商公社が支援する企業の県外売上額(年間) 【モニタリング方法】 ・地産外商公社からの活動報告により状況を確認	630億円 (R4)	630億円 (R4)	730億円 (R9)	1地産外商公社の全国展開の推進 ・外商活動の全国展開(H27～) 成約金額 H27:20.8億円→R4:57.5億円 訪問件数 H27:1,388回→R4:3,830回 2外商参画事業者への商談機会の創出 ・展示会出展、県・公社主催商談会開催 H27:39回646社→R4:88回960社 3地域商社の活動への支援 ・地域商社の支援を目的とした「外商支援事業費補助金」創設(R元～) R元:7件→R4:4件 4外商参画事業者の掘り起こし及び寄り添い支援 ・出展が容易な展示会の開催 県産品商談会(H27～、H30から年2回) 食の商談会(東京(H24～) 土佐の宴(大阪(H27～)、名古屋(H30～)) ・まるごと高知商談会・相談会開催 H27:4回→R4:9回 ・地産外商公社(高知)による事業者訪問 H27:189社→R4:335社 5県内事業者の商品開発・改良への取組支援 ・食のプラットフォームの商品カアップ相談会・商品づくりワーキングの開催や、食品産業総合支援補助金による支援など、県内事業者の商品開発の取り組みを支援 商品づくりワーキングによる商品開発・改良件数 R4:53件 工業技術センターによる商品開発件数 R4:45件	1 さらなる外商拡大には、新規取引先の開拓・効果的な商談機会の提供が必要 2 多くの取引先を有している卸売事業者との関係性を強化していくことが必要 3 取引につながりやすい産地視察や大規模展示会への出展など、さらなる商談機会の確保が必要 4 需要の高まりが見込まれ、多くの取引先が期待される飲食店へのアプローチの強化が必要 5 関西戦略の核となるアンテナショップにおける取り組みや大阪・関西万博を見据えた活動の強化が必要 6 外商につながる商品の不足	1 卸売事業者との連携強化による外商拡大【R6～R9】 ①大きな取引が見込まれる大手卸売事業者への営業を強化するために、卸売事業者が主催する展示商談会への出展を拡充 ②中小卸売事業者や業務用卸売事業者への営業を強化し、新規販路先を開拓 2 商談会・展示会の拡充強化【R6～R9】 ①成約に直結する産地視察型の商談機会を拡充 ②全国各エリアで開催する大規模展示会への出展機会の拡大 3 飲食店等への外商活動の強化【R6～R9】 ①効率的かつ大口の取引が見込まれる飲食店チェーン・ホテルグループへのアプローチを強化 ②幅広いネットワークを有する大手酒類メーカーと連携した飲食店への販路拡大 4 関西戦略に基づく県産品の外商拡大 (1) 関西圏アンテナショップを核とした外商活動の強化 ①店舗を活用した県産品のPR強化や商談機会の創出、テストマーケティングによる県産品の磨き上げ【R6～R9】 ②関西の消費者と県内の生産者等を直接つなげる仕組みの構築【R6】 (2) 大阪・関西万博を見据えた外商活動の強化【R6～R7】 (3) 関西プロモーションの展開による県産品の認知度向上【R6～R9】 5 県内事業者の商品開発・改良への取り組み支援 ①商品開発・改良に対する支援の強化 ・商品づくりワーキングの拡充【R6～】 ・商品開発・改良に対する補助メニューの創設【R6】 ②生産性向上に向けた支援の強化(デジタル化・グリーン化の促進) ・生産性向上推進アドバイザーを設置し、生産工程の高度化(デジタル化・グリーン化)を促進【R6～】 ・デジタル化・グリーン化を後押しするための補助メニューの創設【R6】 ③事業者の課題解決をサポートする総合支援体制の構築 ・食品産業に関わる相談・支援のワンストップ窓口として「サポートデスク」を新設【R6】 ・外商の核となりうる事業者を、県関係部局等で構成する「外商強化支援チーム」で重点的に支援【R6～】 ④中長期的な高知県食品産業のあり方検討 ・食品産業の持続的な成長に向けた戦略・体制の検討【R6】 ⇒ 別図<外01、外02>参照(P128～129)

分野	《連携テーマ》地産外商戦略の推進
各産業分野の取り組みの柱	柱1 外商につながる地産の強化 / 柱2 国内外商の拡大 柱3 輸出の拡大 / 柱4 食品産業を支える産業人材の育成 柱5 事業拡大に向けた企業の成長を後押し

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
2	食料品の輸出額(年間) 【モニタリング方法】 ジェトロ高知が県内事業者向けに実施する「貿易実態調査」を確認(年次データのみ)	23.0億円 (R4)	23.0億円 (R4)	47.0億円 (R9)	1 農産物(ユズ含む) ・卸売会社への委託事業を通じた輸出ルート の拡大や商社との連携による販路の開拓 を実施 輸出額 H30:3.5億円→R4:7.5億円 2 水産物 ・輸出に対応した加工体制の強化への支援 や水産物輸出促進コーディネーターによる 県内事業者の商品開発や販路開拓の支援 等を実施 輸出額 H30:3.1億円→R4:2.7億円 加工体制の強化への支援 R元:2件→R5:5件 3 加工品(酒類含む) ・食品海外ビジネスサポーター等と連携した 見本市への出展や生産体制強化への支援 を実施 輸出額 H30:7.9億円→R4:12.8億円 生産体制の強化への支援 R2:4件→R5:21件(のべ)	1 農産物(ユズ含む) ・国内外での引き合いの増加によりユズの生産 拡大 ・ユズに次ぐ輸出有望品目の産地づくり 2 水産物 ・中国の日本産水産物の輸入停止による販路 の減少 3 加工品(酒類含む) ・輸出に対応した商品の不足 ・現地での県産品の提案機会の不足	1 地産の強化 ① 輸出拡大を目指す「戦略品目」を選定し、産地力を強化(農産物・水産物・加工品) ・戦略品目:プリ類、リキュール等、有機ユズ、ミカン、和牛【R6～】 ② 海外からの需要が多いユズについては、生産量の増加に向けて栽培面積を拡大(農産物)【R6～R9】 ③ 輸出の拡大に向けて、「輸出に対応した商品づくり」を支援(加工品) ・賞味期限の延長、冷凍食品の開発、添加物規制への対応等【R6～R9】 ④ 貿易促進コーディネーターの事業者訪問やバイヤー招へい等により、新たに輸出に取り組む事業者の掘り起こしを強化(加工品)【R6～R9】 2 外商の強化 (1)ターゲット市場の拡大 ① 水産物輸出促進コーディネーターのネットワークを活用し、米国やベトナムでのさらなる販路拡大と中東・インド・台湾など新たな市場の開拓を推進(水産物)【R6～R9】 ② 海外ネットワークを活用し、成長市場である東南アジアでの販売拡大を強化(農産物・加工品)【R6～R9】 (2)外商活動の拡充 ① 国が推進する農林水産物・食品輸出促進団体に加入し、オールジャパンの仕組みを活用した輸出の拡大(農産物・水産物)【R6】 ② 国内外の商社と連携した事業者とのマッチング商談会や賞味会の開催により、販路拡大を推進(水産物)【R6】 ③ さらに輸出拡大に向けて、戦略品目のプロモーションを実施(農産物・水産物・加工品)【R6～R9】 ④ 食品海外ビジネスサポーターの機能を強化(農産物・水産物・加工品) ・展示会等のアフターフォローを強化【R6】 ・商品サンプル持参型の提案活動を強化【R6】 ⇒ 別図<外03>参照(P130)

現状・課題

これまでの取組

取組
1

外商の拡大につなげる商品づくりの推進

食のプラットフォーム及び補助金により事業者の商品づくりを支援

商品開発件数 H28～R元：190件 → H28～R4：357件

取組
2

外商活動の全国展開の拡大・強化

地産外商公社の全国展開のさらなる推進、外商参画事業者のさらなる拡大

地産外商公社の活動による成約金額 H30：42.4億円 → R4：57.5億円

取組
3

海外ネットワークを活用した輸出の加速化

有望市場（米国、欧州他）を中心とした販路開拓・販売拡大事業の実施
貿易促進コーディネーター等による県内事業者訪問の実施

食料品の輸出額 H30：14.5億円 → R4：23.0億円



現状・課題

現状
128

①これまでの取り組みにより、国内での外商や輸出において順調に成果が拡大してきたが、県経済の持続的な発展のためには、さらなる外商拡大が必要。

②また、アフターコロナ、エネルギー価格や物価高騰、人口減少と高齢化に進行による人手不足の深刻化、世界人口の増加による将来的な食糧不足への懸念、SDGsや脱炭素社会の進展など、社会・経済環境が大きく変化している。

課題
1

外商につながる商品が不足している。

①多様化する消費者ニーズに対応した付加価値の高い商品づくりと出口（販路）に直結した商品づくりが必要

②人口減少、高齢化の進行等により国内マーケットが縮小する中、輸出を強化するためには、海外の規制やニーズに対応した商品づくりが必要

課題
2

生産工程の高度化が進んでおらず、人手も不足している。

①人手不足、エネルギー価格や物価高騰、脱炭素社会の進展などに対応するため、デジタル化などによる生産性の向上、省エネ化の推進といった取り組みが必要

課題
3

食品関係事業者が抱える幅広い課題に対応できていない。

①商品開発、国内外商・輸出、生産性向上、多様な人材の確保、若い女性が働きやすい職場づくりなど、幅広い課題に対応するため、県や関係支援機関による新たな支援体制の構築が必要

②本県食品産業の振興に向けた中長期的な戦略策定が必要



5期計画（令和9年度）の目指す姿

次期産業振興計画における食品産業の目指す姿

『商品開発による付加価値向上』と『生産性向上による構造転換』により、**持続的に経済が発展する高知県**

事業者の掘り起こし強化による国内外商・輸出を行う**事業者の裾野の拡大【量】**
事業者の商品開発力・生産力・外商力の強化による**事業規模の拡大【質】**

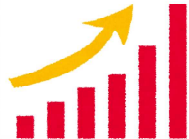
K
P
I

①地産外商公社が支援する企業の県外売上額（年間）

出発点（R4）630億円 → 4年後（R9）730億円

②食料品の輸出額

出発点（R4）23.0億円 → 4年後（R9）47.0億円



令和6年度の取り組み

取組

1

商品開発・改良に対する支援の強化（売れる商品づくり）

拡

売れることに徹底的にこだわり、出口（販路）に直結した商品づくりを後押しするため、国内外のバイヤー等と連携した商品開発・改良の伴走支援を強化

【実施例】

【国内】食のセレクトショップやオーガニックスーパーのバイヤーと連携した各ショップ向け専用商品の開発・改良（ex.サステナブル、グリーン）

【輸出】輸出商社等と連携したターゲット国向けの商品開発・改良、賞味期限延長に向けた技術支援

新

商品開発・改良に対する補助メニューの創設

取組

2

生産性向上に向けた支援の強化（デジタル化・グリーン化の促進）

拡

生産性向上推進アドバイザーによる支援を食品事業者に拡充し、生産工程の高度化（デジタル化・グリーン化）を促進

拡

デジタル化・グリーン化を後押しするための補助メニューを創設

取組

3

事業者の課題解決をサポートする総合支援体制の構築

新

食品産業に関わる相談・支援のワンストップ化を図るため『サポートデスク』を新設

①これまで相談先が分かれていた食料品製造事業者の抱える幅広い課題※に、ワンストップで対応

※商品開発、国内外商・輸出、生産性向上、人材不足、女性が働きやすい職場環境づくりなど

②専門人材を配置し、プッシュ型の相談対応・個別訪問を実施

【生産】生産性向上推進アドバイザー 【国内】地産外商コーディネーター、【輸出】貿易促進コーディネーター

新

外商の核となりうる事業者を、県関係部局や専門人材で構成する「外商強化支援チーム」で重点的に支援

取組

4

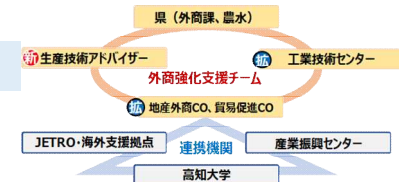
中長期的な高知県食品産業のあり方検討

新

食品産業の持続的な成長に向けた戦略・体制の検討

検討項目① 高知県の食品産業が抱える課題の抽出

検討項目② 課題解決に向けた支援のあり方の検討



現状・課題

(1) 地産外商公社を核とした外商の拡大

地産外商公社を中心に、全国で高知県産品の販路を開拓、成約金額が順調に増加

【課題】

- ① さらなる外商拡大には、新規取引先の開拓・効果的な商談機会の提供が必要
- ② 多くの取引先を有している卸売事業者との関係性を強化していくことが必要
- ③ 取引につながりやすい産地視察や大規模展示会への出展など、さらなる商談機会の確保が必要
- ④ 需要の高まりが見込まれ、多くの取引量が期待される飲食店へのアプローチの強化が必要

(2) 関西圏における外商活動

関西圏のパートナーと連携した取組や、食・観光等の情報発信、県産品の販売を実施

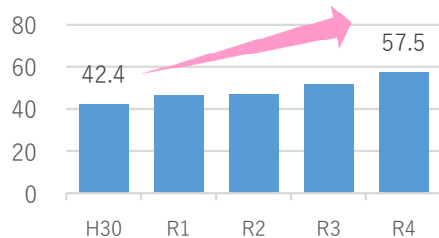
【課題】

- ① 関西戦略の核となるアンテナショップにおける取組や大阪・関西万博を見据えた活動の強化が必要

地産外商公社の活動による成約金額

	H30(出発点)	R4
目標		57.0億円
実績	42.4億円	57.5億円

4年間で1.4倍に成約額が増加！



KPI 検証

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

地産外商公社が支援する企業の県外売上額（年間）
出発点（R4）630億円 ⇒ 4年後（R9）730億円

- ① 多くの取引先を有している卸売事業者をはじめ、パートナーとの連携強化による外商拡大に取り組む
- ② 関西圏アンテナショップを核とした外商活動の強化や、万博を契機とした需要増大に向けた外商拡大に取り組む

令和6年度の取り組み

1 卸売事業者との連携強化による外商拡大

- 拡** ① 大きな取引が見込まれる大手卸売事業者への営業を強化するために、卸売事業者が主催する展示商談会への出展を拡充
- 拡** ② 中小卸売事業者や業務用卸売事業者への営業を強化し、新規販路先を開拓

2 商談会・展示会の拡充強化

- 拡** ① 成約に直結する産地視察型の商談機会を拡充
- 拡** ② 全国各エリアで開催される大規模展示会への出展機会の拡大



3 飲食店等への外商活動の強化

- 拡** ① 効率的かつ大口の取引が見込まれる飲食店チェーン・ホテルグループへのアプローチを強化
- ② 幅広いネットワークを有する大手酒類メーカーと連携した飲食店への販路拡大



4 関西戦略に基づく県産品の外商拡大

（1）関西圏アンテナショップを核とした外商活動の強化

- 新** ① 店舗を活用した県産品のPR強化や商談機会の創出、テストマーケティングによる県産品の磨き上げ

- 新** ② 関西の消費者と県内の生産者等を直接つなげる仕組みの構築

- 拡** （2）大阪・関西万博を見据えた外商活動の強化

（3）関西プロモーションの展開による県産品の認知度向上



現状・課題

(1) 農産物 (ユズ含む)



- ① 卸売会社への委託事業を通じた輸出ルート拡大や商社との連携による販路の開拓を実施
(輸出額) H30 3.5億円 → R4 7.5億円

⇒ 国内外での引き合いの増加によりユズの生産拡大
⇒ ユズに次ぐ輸出有望品目の産地づくり

(2) 水産物



- ① 輸出に対応した加工体制の強化への支援や水産物輸出促進コーディネーターによる県内事業者の商品開発や販路開拓の支援等を実施
(輸出額) H30 3.1億円 → R4 2.7億円
(加工体制の強化への支援) R元 2件 → R5 5件

⇒ 中国の日本産水産物の輸入停止による販路の減少

(3) 加工品 (酒類含む)



- ① 食品海外ビジネスサポーター等と連携した見本市への出展や生産体制強化への支援を実施
(輸出額) H30 7.9億円 → R4 12.8億円
(生産体制の強化への支援) R2 4件 → R5 21件 (のべ)

⇒ 輸出に対応した商品が少ない
⇒ 現地での県産品の提案機会が不足

①食料品の輸出額 ※R4 貿易実態調査より

	H30(出発点)	R4
目標		19.4億円
実績	14.5億円	23億円

13年間で
約46倍に増加!



KPI 検証

5期計画 (令和9年度) の目指す姿

目標値 輸出額 出発点 (R4) 23億円 ⇒ 4年後 (R9) 47億円



- ① 「ユズ」「水産物」「土佐酒」に続く、新たな柱となる輸出品目の掘り起こしを推進
- ② 輸出の拡大に向けて、地産の強化を推進 (「産地づくり」「事業者の輸出対応力向上」「売れる商品づくり」)
- ③ 米国、欧州、中国等の有望市場に加えて、新たなマーケットの開拓を推進

品目別	R4 実績	R9 KPI	うち戦略品目	R4 実績	R9 KPI
農産物 (ユズ含む)	7.5億円	8.3億円	有機ユズ	43百万円	45百万円
			ミカン	3百万円	8百万円
			和牛	1百万円	4百万円
水産物	2.7億円	17.7億円	ブリ類	11百万円	980百万円
加工品 (酒類含む)	12.8億円	21.0億円	リキュール等	191百万円	420百万円

令和6年度の取り組み

1 地産の強化

- 新** ① 輸出拡大を目指す「戦略品目」を選定し、産地力を強化 (戦略品目:有機ユズ、ミカン、和牛、ブリ類、リキュール等)
- 拡** ② 海外からの需要が多いユズについては、生産量の増加に向けて栽培面積を拡大
- 新** ③ 輸出の拡大に向けて、「輸出に対応した商品づくり」を支援 (賞味期限の延長、冷凍食品の開発、添加物規制への対応等)
- 拡** ④ 貿易促進コーディネーターの事業者訪問やバイヤー招へい等により、新たに輸出に取り組む事業者の掘り起こしを強化

農 水 加

農

加

加



2 外商の強化

(1) ターゲット市場の拡大

- 新** ① 水産物輸出促進コーディネーターのネットワークを活用し、米国やベトナムでのさらなる販路拡大と中東・インド・台湾など新たな市場の開拓を推進
- 拡** ② 海外ネットワークを活用し、成長市場である東南アジアでの販売拡大を強化

水

水

農 加



(2) 外商活動の拡充

- 拡** ① 国が推進する農林水産物・食品輸出促進団体に加入し、オールジャパンの仕組みを活用した輸出の拡大
- 新** ② 国内外の商社と連携した事業者とのマッチング商談会や賞味会の開催により、販路拡大を推進
- 新** ③ さらなる輸出拡大に向けて、戦略品目のプロモーションを実施
- 拡** ④ 食品海外ビジネスサポーターの機能を強化
 - ・展示会等のアフターフォローを強化
 - ・商品サンプル持参型の提案活動を強化

農 水

水

農 水 加

農 水 加



Ⅱ 産業間の連携戦略

起業や新事業展開の促進

起業や新事業展開の促進の取り組みの概要

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

これまで「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」による産業人材の育成や「こうちスタートアップパーク（KSP）」による起業の促進、産学官民連携及び企業間連携による新事業展開の促進を進めてきました。

本県の持続的な経済成長を図るためには、新事業やイノベーションの創出が不可欠となることから、起業や新事業展開につながる産業人材の育成を後押しする必要があります。

また、KSPによる起業のさらなる促進や、起業家の発掘・成長支援に取り組むとともに、産学官民連携及び企業間の連携を促進することで、県内企業の新事業展開をサポートしていく必要があります。

② 第5期計画の取り組み

産業の創出や若者の雇用拡大につなげることを目的として、産学官民連携による起業や新事業展開の促進に取り組んでいきます。

柱1 起業・新事業展開に向けた総合的なサポート

・産業人材の育成

土佐MBAでは、経営を体系的に学べ、受講者の異業種交流やネットワーク構築につながる対面の連続講座を拡充します。

また、アイデアを創発し、具体的なビジネスに落とし込む手法等を学ぶ「イノベーションコース」やアイデアの磨き上げ方法や事業計画の策定等について学べる起業希望者向けの「スタートアップコース」を新設します。

さらに、女性や中山間地域の方が受講しやすい講座を拡充するなどし、県の政策と連動した学びの場へとバージョンアップを行います。

・起業の促進

起業支援のプラットフォームであるKSPにおいて「気運醸成」から「起業支援」、そして「成長支援」まで切れ目なく実施することで県内での起業を促進します。

特に、地域で活動する団体と連携した相談体制の構築や地域資源等を活用した起業をサポートする連続プログラムの実施、補助制度の拡充により中山間地域での起業を支援します。

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

・イノベーションの促進

イノベーションの拠点として設置している、産学官民連携センター「ココプラ」を核とした、企業と高等教育機関、もしくは企業同士の交流や連携をさらに促進します。

また、ココプラ内に新たに産学官民連携推進アドバイザーを設置し、アイデアの創発からマッチング、さらには事業化まで一貫した伴走支援を行うことで、県内企業の新事業展開を支援します。

さらに、次世代産業創造プロジェクトである「ヘルスケアイノベーションプロジェクト」や「アニメプロジェクト」を推進し、イノベーションの創出を図ります。

《連携テーマ》 起業や新事業展開の促進 ～産学官民連携による新たな挑戦が行われる環境づくり～

目指す姿

起業や新事業展開の促進による新たな産業の創出や若者の雇用拡大

分野を代表する目標

産学官民連携による起業・新事業展開件数 (R2～R5累計) : 149件 ⇒ 4年後(R6～R9累計) : 200件

戦略の柱 1 起業・新事業展開に向けた総合的なサポート

背景

- 1 本県の持続的な経済成長を図るためには、地産外商の取組に加え、**新事業やイノベーションの創出が不可欠**であり、これらを担う**産業人材の育成も重要**
- 2 国においても2022年11月に「スタートアップ5か年計画」を策定し、**スタートアップへの支援を強力に推進**
- 3 リソースに限りのある県内企業が新事業創出やイノベーションに取り組むためには、**産学官民及び企業間の連携が重要**

⇒ **産学官民が連携して
起業や新事業展開をさらに促進**

取組概要

1 産業人材の育成

「土佐MBA」によるビジネスに関する「学びの場」の提供

- 拡** (1) 経営を体系的に学べ、異業種交流やネットワーク構築につながる対面の連続講座を拡充（「土佐MBAゼミナール」の講座数を増設）
- (2) 県の政策と連動した学びの場の提供
- 拡** ① 女性や中山間地域の方が受講しやすい講座を拡充（「土佐MBAゼミナール」のオンライン化）
- 新** ② アイデアの磨き上げ方法や事業計画の策定等について学べる起業希望者向けの「スタートアップコース」を開設
- 新** ③ アイデアを創発し、具体的なビジネスプランに落とし込む手法等を学ぶ講座を拡充し、「イノベーションコース」として開設

土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）

ビジネスの基礎知識から応用・実践力まで身につけられる「学びの場」

主なターゲット	講座
経営やビジネスに必要な知識を身につけたい方	土佐経営塾 土佐MBAゼミナール（ベーシック） 拡 土佐MBAゼミナール（アドバンス）
女性 生業を作りたい女性 ネットワークを構築したい女性	女性のためのビジネス講座 トップレクチャー（女性経営者編）
中山間 中山間地域で事業を行いたい方	拡 土佐MBAゼミナール（オンライン） 新 スタートアップコース（地域課題）
起業・新事業 起業や新しいことにチャレンジしたい方	新 スタートアップコース 新 イノベーションコース

2 起業の促進

起業にチャレンジする気運を醸成し、県内全域での起業の支援や起業家のスケールアップを促進

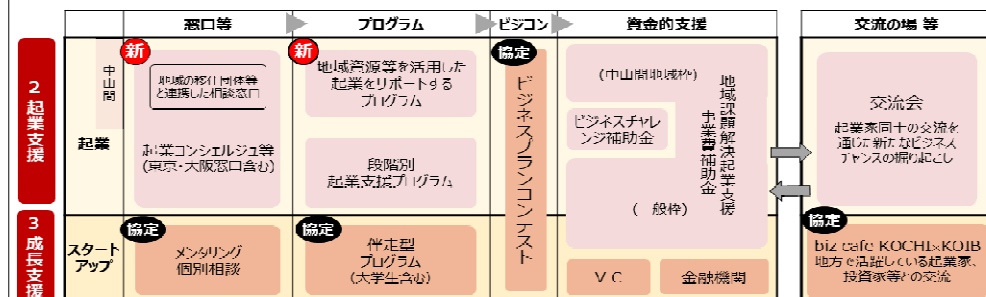
- 拡 新** (1) 中長期的に起業家人材を育成するため、学生向けのプログラムや親世代に起業への理解を深めてもらうための広報の実施
- 新** (2) 中山間地域での起業を後押しするため、相談体制やプログラム、補助制度等を新設
- 拡** (3) 民間支援団体等と連携し、スタートアップを目指す起業家への伴走支援を実施することで、その成長を後押し（R6.3.22協定締結）

1 中長期的な起業家人材の育成

学生向けプログラム	内容
小中	拡 起業体験ワークショップ 県山身・在任起業家派遣
高校	学校で起業家教育を実施
大学	協定 伴走型プログラム

起業への理解・周知

新 親世代を対象とした広報番組 など

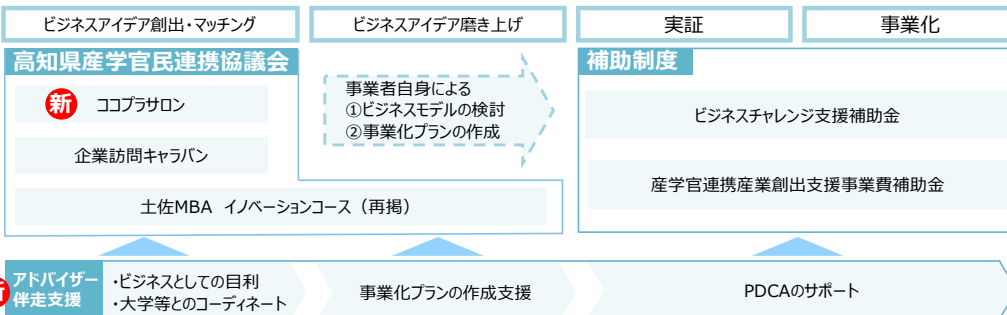


こうちスタートアップパーク (KSP)

3 イノベーションの促進

産学官民及び企業間の連携によるイノベーションの促進や県内企業の新事業展開のサポート

- 新** (1) 「コブラを核とした交流機会の創出」及び「産学官民連携推進アドバイザーの設置」により、アイデアの創発からマッチング、事業化まで一貫して伴走支援
- 拡** (2) 次世代産業創造プロジェクト（ヘルスケアイノベーションプロジェクト、アニメプロジェクト）のさらなる推進



各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

産学官民連携による起業・新事業展開件数
 出発点(R2~R4):105件 ⇒ 4年後(R6~R9累計)の目標:200件
 (第4期計画目標(R2~R5):200件)

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 起業・新事業展開 に向けた総合的なサ ポート	5 人材起点型	土佐MBA(連続講座)の受講を通じた起業・新事業展開件数	新規	-	-	12件 (R6~R9)	
	5 人材起点型	こうちスタートアップパーク(KSP)を通じた起業件数	継続	91件 (R2~R4)	140件 (R2~R5)	180件 (R6~R9)	○
	1 構造転換型	県産学官民連携センター(ココプラ)のプラットフォーム機能及び 支援を通じた起業・新事業展開件数	継続	14件 (R2~R4)	18件 (R2~R5)	36件 (R6~R9)	

分野	《連携テーマ》起業や新事業展開の促進
各産業分野の取り組みの柱	起業・新事業展開に向けた総合的なサポート

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	土佐MBA(連続講座)の受講を通じた起業・新事業展開件数 【モニタリング方法】 ・セミナーの受講者に対し、メール・電話により随時確認	-	-	12件 (R6～R9)	1 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 ・社会構造の変化に合わせて、民間オンライン講座を導入 ・知識習得を中心とした座学はオンライン講座に集約し、学びを実践に結びつけるための実践的な講座は対面で実施 ⇒ 延べ受講者数: 45,089人(H24～R5) ⇒ 学んだ知識やスキルを自身の事業へ活用しており、企業の業績向上や職場の活性化にも一定貢献 ⇒ 受講者の異業種交流・ネットワークづくりに貢献	1 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 ・民間のオンライン講座は、コロナを契機に広く一般に普及したため、県が一部費用を負担して実施する必要性が低下 ・県内では、対面型の「経営に必要とされる知識を体系的に学べる連続講座」や「異業種交流やネットワーク構築につながる講座」へのニーズが高いが、講座数が不足 ・イノベーションの創出、スタートアップの促進、中山間地域の再興、女性の活躍等、県の政策を担う人材育成の取り組みが必要	1 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 ・経営を体系的に学べ、受講者の異業種交流やネットワーク構築につながる対面の連続講座を実施【R6～R9】 ・アイデアを創発し、具体的なビジネスに落とし込む手法等を学ぶ「イノベーションコース」を創設【R6～R9】 ・アイデアの磨き上げ方法や事業計画の策定等について学べる起業希望者向けの「スタートアップコース」を創設【R6～R9】 ・中山間地域の若者や女性の方が受講しやすい講座を拡充【R6～R9】 ⇒ 別図<起01>参照(P135)
2	こうちスタートアップパーク(KSP)を通じた起業件数 【モニタリング方法】 ・起業相談やセミナー・プログラムの利用者については、起業フェーズに応じて、メール・電話により随時確認 ・補助金採択者については、補助事業実績報告により確認	91件 (R2～R4)	128件 (R2～R5)	180件 (R6～R9)	1 起業気運の醸成 ・小中学生向け起業体験プログラムの実施 ・小中高校を対象とした起業家講演の実施 2 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 ・専門家等による起業相談や段階に応じたプログラムの実施 ⇒ KSP会員数: 1,371人(R5) ⇒ KSPを通じた起業件数: 128件(R2～R5) 3 スタートアップを目指す起業家の発掘・成長支援 ・ビジネスプランコンテスト及びコンテストに向けたプログラムの実施	1 起業気運の醸成 ・「起業」への関心は一定高まっているものの、「起業」を将来の選択肢として検討する学生は少数 ・起業家との交流や起業体験等、起業を身近に感じ、起業への理解を深めるための取り組みの強化が必要 2 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 ・KSPを通じた起業件数は増加傾向にあるものの、規模の小さいビジネスが多数 ・中山間地域活性化や人口減少対策等の観点では、規模の小さい起業も重要 3 スタートアップを目指す起業家の発掘・成長支援 ・スタートアップを目指す起業家や起業にチャレンジする大学生等のさらなる掘り起こし、成長支援の場が必要	1 中長期的な起業家人材の育成 ・小中高校生の起業マインドを醸成する機会の抜本強化(起業体験ワークショップや交流会の回数拡大)【R6～R9】 ・私立も含めた県内高等学校における起業家教育の導入を推進【R6～R9】 ・親世代に起業への理解を深めてもらうため、広報番組を作成・周知【R6～R9】 2 県内全域での起業の促進 ・中山間地域での起業を後押しするため、相談体制やプログラム、補助制度等を新設【R6～R9】 3 スタートアップを目指す起業家の発掘・成長支援 ・民間支援団体等と連携し、起業家への伴走支援を実施することで、その成長を後押し【R6～R9】 ⇒ 別図<起01>参照(P135)
3	県産学官民連携センター(コプラ)のプラットフォーム機能及び支援を通じた起業・新事業展開件数 【モニタリング方法】 ・各高等教育機関のコーディネータへの調査(1回/年 2月予定) ・補助事業者からの報告(1回/年 12月)	14件 (R2～R4)	18件 (R2～R5)	36件 (R6～R9)	1 産学官民連携のプラットフォーム機能を生かした産業振興の推進 ・県内7つの高等教育機関から選出された教職員で構成する「産学官民連携コーディネータ」と連携して様々な相談に対応 ・「シーズ・研究内容紹介」、「経営者トーク」、「企業訪問キャラバン」、「似業種交流会」等による産学のマッチングや交流の促進 ⇒ ビジネスチャレンジサポートによる事業化件数: 10件(R2～R5) ⇒ 産学官民連携産業創出支援事業費補助金による事業化件数: 8件(R2～R5) 2 次世代産業創造プロジェクトの実施による県外企業の県内への新規立地及び県内企業の新事業創出 ・ヘルスケアイノベーションプロジェクト ・アニメプロジェクト 県内でアニメ制作スキルを学べる環境整備及びアニメ企業の誘致に向けた立地支援の強化が必要	1 産学官民連携のプラットフォーム機能を生かした産業振興の推進 ・相談件数の減少や講座・セミナーの参加者の伸び悩みが深刻であり、産学官民連携の取組のきっかけづくりの見直しが必要 ・事業化件数が伸び悩んでおり、マッチング機能やコーディネータ機能の強化が必要 2 次世代産業創造プロジェクトの実施による県外企業の県内への新規立地及び県内企業の新事業創出 ・ヘルスケアイノベーションプロジェクト ・アニメプロジェクト 県内でアニメ制作スキルを学べる環境整備及びアニメ企業の誘致に向けた立地支援の強化が必要	1 産学官民連携のプラットフォーム機能を生かした産業振興の推進 ・産学官民連携センター「コプラ」を核とした交流機会の創出、企業と高等教育機関、もしくは企業同士の交流や連携をさらに促進【R6～R9】 ・新たに産学官民連携推進アドバイザーを設置し、アイデアの掘り起こしからマッチング、さらには事業化まで、一貫した伴走支援を実施【R6～R9】 2 次世代産業創造プロジェクトの実施による県外企業の県内への新規立地及び県内企業の新事業創出(ヘルスケアイノベーションプロジェクト) ・民間団体による伴走支援体制を構築し、各プロジェクトの伴走支援を強化【R6～R9】 ・ヘルステック企業と県内市町村等をマッチングする交流会の開催【R6～R7】 ・ヘルステック企業と県内市町村等で構成されるコンソーシアムが実施する実証実験の実施にかかる経費を補助【R6～R9】(アニメプロジェクト) ・アニメクリエイターに必要な専門スキルの習得を目的として、県内の専門学校が実施する教育プログラムへの支援制度を創設【R6～R7】 ・県内の若者に、アニメクリエイターの仕事内容や魅力を伝え、将来の仕事として興味喚起を行う講演会やアニメ制作体験講座を開催【R6～R9】 ・既存のIT・コンテンツ企業に対する補助制度を刷新し、アニメ制作企業の誘致に特化した補助制度を創設【R6～R9】

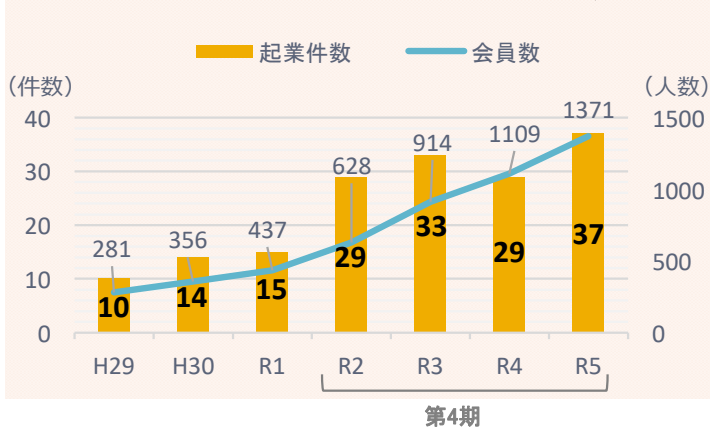
目的

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

現状・課題

第4期計画目標：こうちスタートアップパーク（KSP）を通じた起業件数 **140件（年間35件）**

＜こうちスタートアップパークを通じた起業件数＞



1 起業気運の醸成

- ①「起業」への関心は一定高まっているものの、「起業」を将来の選択肢として検討する学生は少数
- ②起業家との交流や起業体験等、起業を身近に感じ、起業への理解を深めるための取り組みの強化が必要

2 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

- ①KSPを通じた起業件数は増加傾向にあるものの、規模の小さいビジネスが多数
- ②中山間地域活性化や人口減少対策等の観点では、規模の小さい起業も重要

3 スタートアップを目指す起業家の発掘・成長支援

- ①スタートアップを目指す起業家や起業にチャレンジする大学生等のさらなる掘り起こし、成長支援の場が必要

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標 ◆KSPを通じた起業件数：45件 / 年

- ①中山間地域での支援体制構築により、地域の活性化を図る
- ②スケールアップを目指す起業家を生み出し雇用を創出する

令和6年度の強化ポイント

1 中長期的な起業家人材の育成

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

2 県内全域での起業の促進

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

3 スタートアップを目指す起業家の発掘・成長支援

- ①民間支援団体等と連携し、起業家への伴走支援を実施することで、その成長を後押し（R6.3.22 協定締結）

こうちスタートアップパークによる一貫通貫した起業支援の取り組み

こうちスタートアップパーク（KSP）

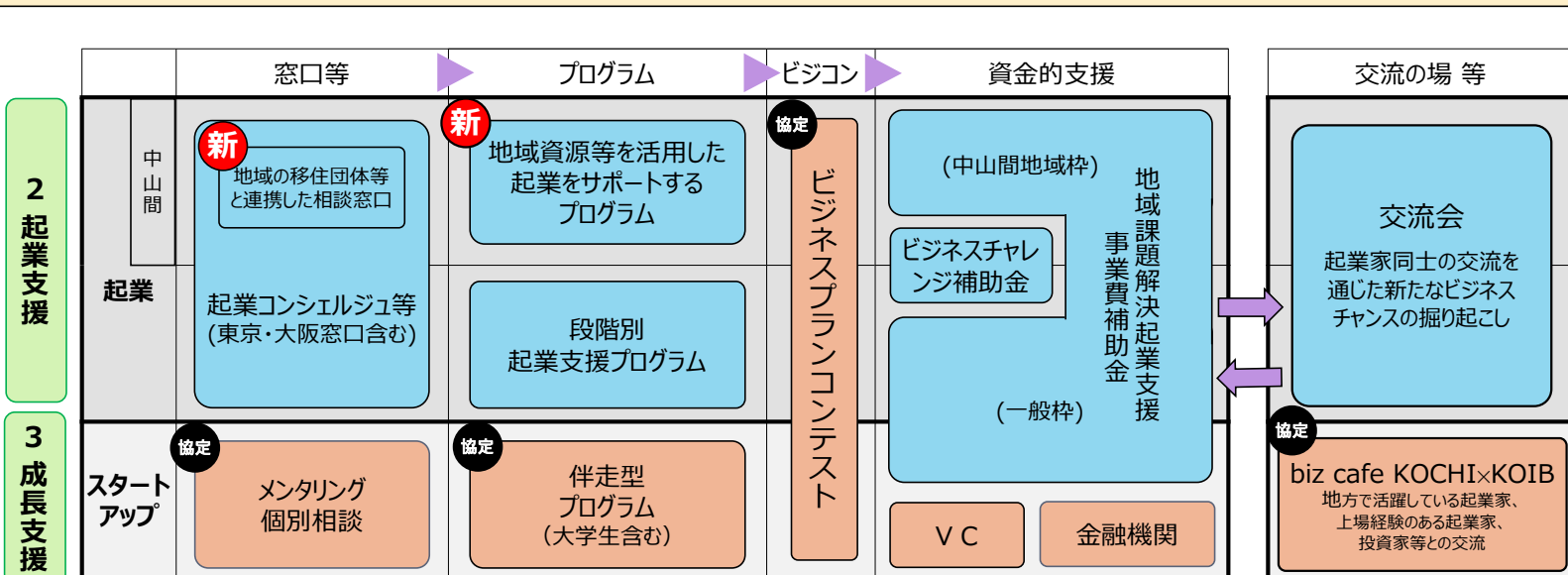
1 中長期的な起業家人材の育成

学生向けプログラム

小中	拡 起業体験ワークショップ
	県出身・在住起業家派遣
高校	学校で起業家教育を実施
大学	協定 伴走型プログラム

起業への理解・周知

- 新** 親世代を対象とした広報番組 など



Ⅱ 産業間の連携戦略

移住の促進

連携テーマ《移住の促進》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、県内各地域では、空洞化や担い手不足などの諸問題が顕在化し、将来の予測もこれまで以上に不確実性が増えています。

平成25年度に移住促進策を抜本強化し、官民協働、市町村との連携協調のもと、取り組みを進めてきた結果、県外からの移住者の大幅な増加(H23:120組→R4:1,185組)につながる等の成果も現れています。一方で、人口減少に歯止めをかけるためには、さらなる移住者の増加が大きな鍵となっており、市町村や各分野の担い手確保の取り組みとさらなる連携を図る必要があります。

② 第5期計画の取り組み

目指す姿「県外からのUターン者やIターン者、特に若者や女性の増加による地域と経済の活性化」を実現するため、県外からの移住者数を、4年後(令和9年度)には3,000人以上、10年後(令和15年度)には5,000人以上を目指し、戦略の柱1から3と横断的な取り組みに基づき、令和6年度は、特にUターンや若者、女性へのアプローチ強化と訴求力の向上に取り組みます。

柱1 裾野を広げる

令和5年度から取り組んでいるデジタルマーケティングの手法を進化させて、マーケティングコンサルタントの活用によるターゲットに応じたプロモーション戦略の強化や、県の観光等の関連サイトとのデータ連携による新たな関心層の掘り起こしを行います。

また、掘り起こした新たな関心層の興味・関心を喚起するため、ターゲット層に訴求するSNSや位置情報などを活用した情報発信の拡大、ターゲットに訴求するテーマ別のイベントを実施し、新規相談者数の拡大を目指します。

併せて、交流人口から関係人口に誘導するためのアプローチの強化として、地域体験型イベントの実施や、ふるさとワーキングホリデーの実施市町村の拡大を図り、地域との関わりを深める体験の機会を創出します。

柱2 マッチングの強化を図る

高知県UIターンサポートセンターの相談体制の強化や、市町村の相談対応機能の充実を図り、県、センター、市町村、各産業団体が連携した、移住者に寄り添ったよりきめ細かな相談対応を行うことで、相談から移住につなげるマッチングを強化します。

柱3 受入体制、受入環境を整備する

仕事と住まいの確保に向けたさらなる取り組みの強化として、地域おこし協力隊や特定地域づくり事業協同組合の活用、中山間地域における起業や事業承継の支援、市町村が取り組む空き家対策への支援の強化を図ります。

また、各市町村の定住施策を後押しするため、地域移住サポーターや移住支援ネットワークのさらなる活用を行います。

【横断的な取組】Uターン候補者や若者、女性へのアプローチ

3つの戦略の柱を支える横断的な取り組みとして、Uターンの促進に加えて、若者や女性へのアプローチ強化と訴求力の向上を図るため、若者や女性をターゲットとした情報発信や、切れ目のないUターン促進プロモーションを実施します。

加えて、移住者の増加に向けては、市町村の取り組みが特に重要となることから、県の実施するデジタルマーケティングを活用した情報発信と連動した取り組みの促進や、「人口減少対策総合交付金」により、Uターンや若者・女性の移住促進に積極的に取り組む市町村を強力に支援するなど、各市町村の実情に応じた取り組みを強化します。

《連携テーマ》移住の促進 ～若者の定着・増加に向けた移住促進～

目指す姿 県外からのUターン者やIターン者、特に若者や女性の増加による地域と経済の活性化

分野を代表する目標 県外からの移住者数 出発点(R4)1,730人 ⇒ **4年後(R9)3,000人以上**
⇒ **10年後(R15)5,000人以上**

移住者数の推移

	H23	H28	H29	H30	R元	R2	R3	R4
120組	683組	816組	934組	1,030組	963組	1,167組	1,185組	1,730組
241人	1,037人	1,198人	1,325人	1,475人	1,394人	1,638人	1,730人	

《戦略の柱と移住・定住に向けた取組イメージ》

戦略の柱1 裾野を広げる

1. 交流人口・関係人口の拡大

デジタルマーケティングを活用し新たな関心層を獲得

①観光等の各種プロモーションと連携したアプローチ

2. 移住ポータルサイト・SNSへの取り込み

興味・関心を喚起する情報を発信

①ターゲットのニーズに合わせた情報発信

3. フェア・相談会・交流会への参加促進

移住に向けた行動に誘導

①U・Iターン促進につながる魅力的なイベントの実施

戦略の柱2 マッチングの強化を図る

4. 顧客化

マッチングの精度向上により移住を後押し

- ①地域の人材ニーズの掘り起こしとマッチング力の向上
- ②県、UIターンサポートセンター、市町村、各産業団体が連携したきめ細かな相談対応

戦略の柱3 受入体制、受入環境を整備する

5. 移住・定住

豊富な仕事と住まいを提供し移住・定住を支援

- ①市町村や民間団体等と連携した受入体制の充実
- ②定住や地域での活躍をフォロー

《強化のポイント・主な事業》

ポイント1 新たな関心層へのアプローチの拡大

1 デジタルマーケティングを活用した新たな関心層の獲得

(1) マーケティングの強化によるターゲティングの精度向上

新①マーケティングコンサルタントの活用によるプロモーション戦略の強化

新②県の関連サイト(観光等)とのデータ連携により、新たな移住関心層を掘り起こし

2 交流人口から関係人口に誘導するためのアプローチの強化

(1) 地域を訪れる行動を喚起

新①観光等の「体験型イベント」の情報を移住ポータルサイトにおいて発信

(2) 地域との関わりを深める体験の機会を創出

新①ゆる県民倶楽部の会員を対象とした地域体験型イベントの実施

拡②ふるさとワーキングホリデー実施市町村の拡大、広域での交流会の実施

3 ターゲット層を意識した情報発信の拡大

拡①SNSや位置情報などを活用したターゲティング広告の配信を拡大

拡②移住ポータルサイトのコンテンツの魅力化

新③若者・女性に訴求するテーマ別イベントや農林水産業フェア等の実施



ポイント2 きめ細かな相談体制の強化

1 相談から移住へのマッチングの精度向上

(1) UIターンサポートセンターの相談体制の強化

拡①新規相談者の大幅な増加を見据えた大阪窓口等の体制強化

(2) 市町村の相談対応機能の充実

新①ふるさと回帰支援センターでの市町村個別相談会の開催



ポイント3 仕事と住まいの確保策や定住支援の強化

1 仕事と住まいの確保に向けた取組のさらなる強化

①地域おこし協力隊や特定地域づくり事業協同組合のさらなる活用

新②中山間地域における起業や事業承継を支援

新③電力データを活用した全県的な空き家調査により市町村の空き家掘り起こしを強化

2 各市町村の定住施策を後押しする支援の強化

拡①地域移住サポーターや移住支援ネットワークのさらなる活用 (県域での移住者交流会等)



戦略の柱1～3の横断的な取組

Uターン候補者や若者、女性へのアプローチ

1 若者や女性をターゲットとした情報発信

拡(1) SNSを活用したターゲティング広告の配信を拡大【再掲】

①本県に移住した若者や女性の活躍を動画等で情報発信

拡(2) 移住ポータルサイトのコンテンツの魅力化【再掲】

①若者や女性に特化したコンテンツを新設

新(3) 若者や女性に訴求するテーマ別イベントの実施【再掲】

①先輩移住者との交流会、婚活イベント等

2 切れ目のないUターン促進プロモーションの実施

拡(1) 帰省時期の位置情報等を活用したターゲティング広告の配信を拡大【再掲】

(2) 帰省時期のプロモーションによる気運醸成(最高知!キャンペーンの継続)

①移住支援特使によるPR

新②空港での広報(東京)

③県内での空港やJR、SA、よさこい等の場を活用した広報

拡(3) 転出者の多い関西圏での相談会の開催

(4) 県内在住の家族等への広報

3 各市町村の実情に応じた取組の強化

新①「人口減少対策総合交付金」により、Uターンや若者・女性の移住促進に積極的に取り組む市町村を強力に支援



各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

県外からの移住者数
 出発点(R4):1,730人 ⇒ 4年後(R9)の目標:3,000人以上 ⇒ 10年後(R15)の目標:5,000人以上
 (第4期計画目標(R5):1,300組)

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 裾野を拡げる	4 課題解決型	新規相談者数(年間)	継続	3,962人 (R4)	5,400人	5,560人	○
		うち高知県出身者の割合(年間)	新規	19% (R4推計値)	-	25%	
2 マッチングの強化	4 課題解決型	窓口での相談から移住への移行率(年間)	新規	43.7% (R4)	-	46.7%	
3 受入体制、受入 環境の整備	4 課題解決型	県外からの移住者数(年間)	継続	1,730人 (R4)	1,300組	3,000人以上	
		うちUターン者の割合(年間)※県把握分	新規	34% (R4)	-	41%	
		移住後3年目の県内定着率(年間)	継続	87% (R4)	90%以上	90%以上	

分野	《連携テーマ》移住の促進
各産業分野の取り組みの柱	1 裾野を広げる 2 マッチングの強化 3 受入体制、受入環境の整備

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	新規相談者数(年間) 【モニタリング方法】 市町村及び県(Uターンサポートセンター)の実績を毎月確認	3,962人 (R4)	3,962人 (R4)	5,560人 (R9)	1 新たな本県関心層の掘り起こし ①位置情報を活用した動画広告による情報発信(全6回) ・最後まで動画を視聴した回数 R5:140,534回 ・視聴した人のうち移住ポータルサイトへの誘導件数 R5:51,913件 2 関係人口へのアプローチ ・高知家ゆる県民倶楽部の会員拡大 R4:10,222人→R5:12,735人 3 都市部の人材との接点づくり ①移住希望者が必要とする情報を様々な切り口で情報発信 ・移住ポータルサイトセッション数 R4:599,314件→R5:897,760件 ・移住ポータルサイトページビュー数 R4:1,646,262PV→R5:2,117,998PV ・移住ポータルサイトユーザー数 R4:133,342人→R5:175,974人 ②高知暮らしフェア、就職転職フェアを核とした戦略的なイベントの実施 ・イベント開催回数 R4:センター79回、他団体60回 →R5:センター68回、他団体34回 ・イベント参加者数 R4:2,604人⇒R5:1,785人	1 新たな本県関心層の掘り起こし ・新たな関心層への接触機会を拡大するためには、デジタルマーケティングを継続しアプローチの精度を向上させるとともに、Uターン促進の気運をより一層高めていくことが必要 2 関係人口へのアプローチ ・アプリ会員制度により交流・関係人口層へのアプローチが可能となったが、会員がより移住に関心を向ける仕掛けが必要 3 都市部の人材との接点づくり ・リーチの拡大に向けて強化を図っているが、移住希望者のニーズや情報収集の手段が一層多様化する中、特に、若い世代や女性の関心を引く情報発信やイベントの実施が必要	1 デジタルマーケティングを活用した新たな関心層の獲得【R6～R9】 ・マーケティングコンサルタントの活用によるプロモーション戦略の強化 ・県の関連サイト(観光等)とのデータ連携により、新たな移住関心層を掘り起こし 2 交流人口から関係人口に誘導するためのアプローチの強化【R6～R9】 ①地域を訪れる行動を喚起 ・観光等の「体験型イベント」の情報を移住ポータルサイトにおいて発信 ②地域との関わりを深める体験の機会を創出 ・ゆる県民倶楽部の会員を対象とした地域体験型イベントの実施 ・ふるさとワーキングホリデー実施市町村の拡大、広域での交流会の実施 3 ターゲット層を意識した情報発信の拡大【R6～R9】 ・SNSや位置情報などを活用したターゲティング広告の配信を拡大 ・移住ポータルサイトのコンテンツの魅力化 ・若者・女性に訴求するテーマ別イベントや農林水産業フェア等の実施 4 Uターン候補者や若者、女性へのアプローチ【R6～R9】 ①若者や女性をターゲットとした情報発信 ・(再掲) SNSを活用したターゲティング広告の配信を拡大 ・(再掲) 移住ポータルサイトのコンテンツの魅力化 ・(再掲) 若者や女性に訴求するテーマ別イベントの実施 ②切れ目のないUターン促進プロモーションの実施 ・帰省時期のプロモーションによる気運醸成(最高知！キャンペーンの継続) ・転出者の多い関西圏での相談会の開催 ・県内在住の家族等への広報 ③各市町村の実情に応じた取組の強化 ・「人口減少対策総合交付金」により、Uターンや若者・女性の移住促進に積極的に取り組む市町村を強力に支援 ⇒ 別図<移01>参照(P142)
2	新規相談者のうち高知県出身者の割合(年間) 【モニタリング方法】 市町村及び県(Uターンサポートセンター)の実績を毎月確認	19% (R4推計値)	19% (R4推計値)	25% (R9)	4 Uターンの着実な推進 ①帰省時期の広報キャンペーン ・Uターン動画の広告配信(4回) 最後まで動画を視聴した回数 R5:114,066回 視聴した人のうち移住ポータルサイトへの誘導件数 R5:39,566件 ・市町村と連携した地域のお祭りや成人式等でのPR 8月:15市町、12月・1月:18市町村 ・転出者の多い地方都市での相談会 9月:岡山県33組、11月:愛知県18組 ②移住促進事業費補助金等を活用したUターン促進の取組 R4:9市町→R5:34市町村(R6年2月末)		

分野	《連携テーマ》移住の促進
各産業分野の取り組みの柱	1 裾野を広げる 2 マッチングの強化 3 受入体制、受入環境の整備

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
3	窓口での相談から移住への移行率(年間) 【モニタリング方法】 市町村及び県(Uターンサポートセンター)の実績を毎月確認	43.7% (R4)	43.7% (R4)	46.7% (R9)	1 相談・マッチング体制の強化による戦略的アプローチ ・高知家で暮らし隊会員の新規登録者数 R4:840人→R5:793人 ・移住コンシェルジュの相談者1人に対する平均フォローアップ回数 R4:5.04回 ・国の地方創生移住支援事業実績 R4:4市19件→R5:11市町29件 2 Uターンの着実な推進[再掲]	1 相談・マッチング体制の強化による戦略的アプローチ ・近年新たなイベントの実施に伴い、移住の検討熟度が低い層も増加傾向にあることから、検討の熟度に応じたアプローチが必要	1 相談から移住へのマッチングの精度向上【R6～R9】 ①Uターンサポートセンターの相談体制の強化 ・新規相談者の大幅な増加を見据えた大阪窓口等の体制強化 ②市町村の相談対応機能の充実 ・ふるさと回帰支援センターでの市町村個別相談会の開催 2 (再掲)Uターン候補者や若者、女性へのアプローチ【R6～R9】 ⇒ 別図<移01>参照(P142)
4	県外からの移住者数(年間) 【モニタリング方法】 市町村及び県(Uターンサポートセンター)の実績を毎月確認	1,730人 (R4)	1,730人 (R4)	3,000人以上 (R9)	1 「仕事」と「住宅」の掘り起こしによるマッチングの強化 ・市町村の専門相談員の配置 R4:30市町村57人→R5:31市町村57人 ・市町村の無料職業紹介所の開設数 R4:14市町→R5:18市町村 ・移住促進事業費補助金の住宅確保関連の交付実績 R4:14市町村→R5:13市町村(令和6年2月末) ・空き家バンク等に掲載する移住希望者に紹介可能な住宅戸数 R4:413戸→R5:426戸 2 移住後の定住に向けたフォロー体制の深化 ・地域移住サポーター(高知県から委嘱) R4:23市町村191人→R5:23市町村190人、1団体 ・移住促進事業費補助金の移住者交流会等の定住支援の交付実績 R4:7市町→R5:7市町(令和6年2月末) ・高知家移住促進プロジェクトの参加団体 R4:6団体→R5:6団体	1 「仕事」と「住宅」の掘り起こしによるマッチングの強化 ・中山間地域に移住者を呼び込むためには、仕事と住まいの確保に向けた取組のさらなる強化が必要 2 移住後の定住に向けたフォロー体制の深化 ・地域になじめないなどの理由により一定数が県外に転出しており、各市町村の定住施策の充実が必要	1 仕事と住まいの確保に向けた取組のさらなる強化 ・地域おこし協力隊や特定地域づくり事業協同組合のさらなる活用【R6～R9】 ・中山間地域における起業や事業承継を支援【R6】 ・電力データを活用した全県的な空き家調査により市町村の空き家掘り起こしを強化【R6】 2 各市町村の定住施策を後押しする支援の強化【R6～R9】 ・地域移住サポーターや移住支援ネットワークのさらなる活用(県域での移住者交流会等) 3 (再掲)Uターン候補者や若者、女性へのアプローチ【R6～R9】 ⇒ 別図<移01>参照(P142)
5	県外からの移住者のうちUターン者の割合(年間)※県把握分 【モニタリング方法】 県(Uターンサポートセンター)の実績を毎月確認	34% (R4)	34% (R4)	41% (R9)	2 移住後の定住に向けたフォロー体制の深化 ・地域移住サポーター(高知県から委嘱) R4:23市町村191人→R5:23市町村190人、1団体 ・移住促進事業費補助金の移住者交流会等の定住支援の交付実績 R4:7市町→R5:7市町(令和6年2月末) ・高知家移住促進プロジェクトの参加団体 R4:6団体→R5:6団体		
6	移住後3年目の県内定着率(年間) 【モニタリング方法】 年1回、12月及び1月にメール、電話等によりアンケート調査を実施	87% (R4)	87% (R4)	90%以上 (R9)			

現状・課題

1 デジタルマーケティングの手法を活用した情報発信

(1) 帰省時期等の位置情報を基に本県出身と推定される約9.4万人、さらに抽出対象時期等を拡大した約22.4万人に対して、移住への気運を醸成する動画広告を配信（全6回）

- ①最後まで動画を視聴した回数 140,534回
- ②視聴した人のうち移住ポータルサイトへの誘導件数 51,913回
- ③移住ポータルサイトセッション数 779,083件（令和6年1月末）
- ④移住ポータルサイトユーザー数 145,413人（令和6年1月末）

⇒Uターン候補者へのリーチ拡大や新たな関心層の取り込みに一定の効果が見られたことから、広告配信の量的拡大に加え、新たな関心層のさらなる集客に向けた、マーケティングの強化が重要

2 Uターン者の増加と気運醸成に向けた取組の強化

(1) 帰省時期等の位置情報を基に本県出身者を推定し、Uターンの気運を醸成する動画広告を配信（4回）【再掲】

- ①最後まで動画を視聴した回数 114,066回
- ②視聴した人のうち移住ポータルサイトへの誘導件数 39,566回

(2) 転出者の多い地方都市での相談会を開催（2回）

- ①9月：岡山県33組 ②11月：愛知県18組

(3) 帰省時期の広報キャンペーンの実施

- ①空港やJR、SA、よさこい祭り等で帰省客に対しノベルティでのPR
- ②テレビCMや屋外デジタルサイネージ等でのPR動画の放映
- ③市町村と連携した地域のお祭りや成人式でのチラシ等によるPR



⇒移住の6割を占める市町村の取組を強化するため、県のデジタルマーケティングを活用した情報発信と連動した市町村情報の発信の促進や、市町村独自の取組を強力に支援していくことが重要

KPI検証

	①新規相談者数（人）		②県外からの移住者数（組）	
	H30 (出発点)	R4	H30 (出発点)	R4
目標	4,500	5,200	900	1,225
実績	4,391	3,962	934	1,185

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

新規相談者数 出発点（R4）3,962人 ⇒ 4年後（R9）5,560人

- ①移住につなげるため、リーチしたターゲット層に対して訴求力のある情報の発信やイベントを実施することで、新規相談者を増加
- ②Uターン者など移住者の増加により、地域における若者の人口減少が緩やかになっている

令和6年度の取り組み

1 新たな関心層へのアプローチの拡大

- (1) デジタルマーケティングの強化によるターゲティング精度の向上や情報発信の拡大
- 新** ①マーケティングコンサルタントの活用によるプロモーション戦略の強化
 - 新** ②県の関連サイト（観光等）とのデータ連携により、新たな移住関心層を掘り起こし
 - 拡** ③SNSや位置情報などを活用したターゲティング広告の配信を拡大
 - 拡** ④移住ポータルサイトのコンテンツの魅力化
 - 新** ⑤若者・女性に訴求するテーマ別イベントや農林水産業フェア等の実施



2 きめ細かな相談体制の強化

- ①Uターンサポートセンターの相談体制の強化等

3 仕事と住まいの確保策や定住支援の強化

- ①仕事と住まいの確保に向けた取組のさらなる強化等

【横断的な取組】Uターン候補者や若者、女性へのアプローチ等

- (1) 若者や女性をターゲットとした情報発信
- 拡** ①SNSを活用したターゲティング広告の配信を拡大【再掲】
 - (2) 切れ目のないUターン促進プロモーションの実施
 - 拡** ①帰省時期の位置情報等を活用したターゲティング広告の配信を拡大【再掲】
 - (3) 各市町村の実情に応じた取組の強化
 - 新** ①ふるさと回帰支援センターでの市町村個別相談会の開催
 - 新** ②「人口減少対策総合交付金」により、Uターンや若者・女性の移住促進に積極的に取り組む市町村を強力に支援



Ⅲ 次世代産業創造プロジェクト

次世代産業創造プロジェクトの取り組みの概要

■ ヘルスケアイノベーションプロジェクト

① 第5期計画の取り組み

産学官金が連携して、デジタル技術などを活用したヘルステック分野の新製品やサービスの事業化を支援することで、当分野への県内企業の進出や県外企業の誘致を促し、関連産業の育成とイノベーションの創出を図る「ヘルスケアイノベーションプロジェクト」を進めています。

令和6年度は、民間団体と連携した伴走支援体制の構築や実証実験への補助を通じて、県外企業の県内への拠点の設置を促してまいります。

■ アニメプロジェクト

① 第5期計画の取り組み

産学官金が連携して、本県にアニメ関連企業やアニメクリエイターを呼び込むことでアニメ産業を集積し、雇用の創出や地域活性化を図る「アニメプロジェクト」を進めています。

令和6年度は、県内の専門学校が実施する教育プログラムへの支援制度の新設や、アニメ制作企業の誘致に特化した補助制度の創設などにより、アニメ関連の人材育成や企業誘致に取り組んでまいります。

■ グリーンLPガスプロジェクト

① 第5期計画の取り組み

日本全体の4割強（5,000万人）の家庭で利用されているLPガスは、現在100%化石燃料から生産されており、カーボンニュートラルの実現に向けては、グリーン化（森林資源や海藻などのバイオマスから生産すること）が期待されています。豊富なバイオマス資源を持つ本県ならではの取り組みとして、グリーンLPガスの地産地消モデルの実現に向けたプロジェクトを立ち上げ、早期の社会実装を目指した取り組みを進めています。

令和6年度は、県内のバイオマス資源に関する調査や実施事業者の掘り起こし、県内企業における分業・生産体制の検討・構築などにより、令和10年度から予定されている実証実験の支援体制の構築に取り組んでまいります。

No.	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	プロジェクト支援県外企業の 県内への拠点の設置件数 【モニタリング方法】 ・支援対象県外企業に対し、 メール・電話により随時確認	0件 (R4)	1件 (R5.12 末)	10件 (R9)	<p>1 伴走支援 ・R4に相談のあった企業等からのプロ ジェクト支援申請があり、プロジェクト支援案件 数が増加。支援内容も専門性の高いものにな っている ⇒ プロジェクト支援案件: 0件(R4)→4件 (R5.12末時点) 相談件数: 12件(R4) →25件(R5.12末時点累計)</p> <p>2 財政支援 ・プロジェクト支援案件を対象に補助金申 請を受け、審査会等を経て採択。県内自 治体を実証フィールドにした実証実験の件 数が増加した ⇒ 補助金採択件数: 2件(R5、申請3件)</p> <p>3 交流・マッチングの場づくり ・ガバメントピッチ 県内自治体が、企業等と共に解決に向 けて取り組みたいヘルスケア分野の課題や ニーズを発表し、これらの課題・ニーズに 応える企業からの提案を募集し、マッチングを 実施 ⇒ マッチング件数: 2件(R5.12末時点)</p> <p>・ミートアップイベント 全国の企業へのプロジェクトの周知や支 援対象企業の掘り起こしを目的にベン チャー企業等を対象とする交流会を開催 ⇒ 参加者数: 41名(R5) (会場29名、オンライン12名) 事後相談件数: 6件(R5.12末時点)</p>	<p>1 伴走支援 ・プロジェクト支援案件をスピード感を持って、 着実にビジネスにつなげるためには専門家等による 伴走支援体制の構築が急務</p> <p>2 財政支援 ・県外企業の本県への拠点設置を加速化する ためには、企業が実証実験に取り組みやすい環 境をしっかりと整備し、県外企業を本県に誘導す ることが必要</p> <p>3 交流・マッチングの場づくり ・参加自治体のさらなる掘り起こしと、企業から の連携ニーズが高い医療機関等も含めた交流 の仕組みづくりが必要</p>	<p>1 伴走支援 ・プロジェクトに相談のあった案件を着実にビジネスにつなげるとともに、県外企業の本県への拠点設置を加速化するため、伴 走支援を強化し、外部団体に委託【R6～R9】</p> <p>2 財政支援 ・県内外の企業と県内市町村・医療機関や県内外の高等教育機関等が連携して実施するデジタル技術等を活用したヘルステック 分野の新製品や新サービスの事業化のための実証実験に係る費用の一部を補助(民間企業の連携先として県内医療機関を 追加)【R6～R9】</p> <p>3 交流・マッチングの場づくり ・企業と県内自治体・医療機関等が、それぞれの持つ技術ノウハウとヘルステック分野の課題やニーズを共有し、これを解決する 新たなビジネス構築につなげるための交流・マッチングの場づくりを実施【R6～R7】</p>

目的

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

※ヘルステック：医療や健康維持・増進分野と最新テクノロジーを組み合わせたシステムやサービス

現状・課題

KPI検証

①相談件数

	R4(出発点)	R5
目標	10	15
実績	12	19

1. 伴走支援

【現状】 R4に相談のあった企業等からのプロジェクト支援申請があり、プロジェクト支援案件数が増加。支援内容も専門性の高いものになっている。
◆プロジェクト支援案件：0件（R4）→6件（R5）

課題1

プロジェクト支援案件をスピード感を持って、着実にビジネスにつなげるためには**専門家による伴走支援体制の構築が急務**である。

2. 実証実験の支援

【現状】 県内自治体と企業による実証実験の増加
◆補助金採択件数：2件（R5）

課題2

県外企業の本県への拠点設置を加速化するためには、県内自治体と企業とがともに**実証実験に取り組みやすい環境をしっかりと整備**し、県外企業を本県に誘導する必要がある。

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

支援対象県外企業の県内への拠点の設置件数
出発点（R4）0件 ⇒ 4年後（R9）10件

1 中山間地域の産業の創出

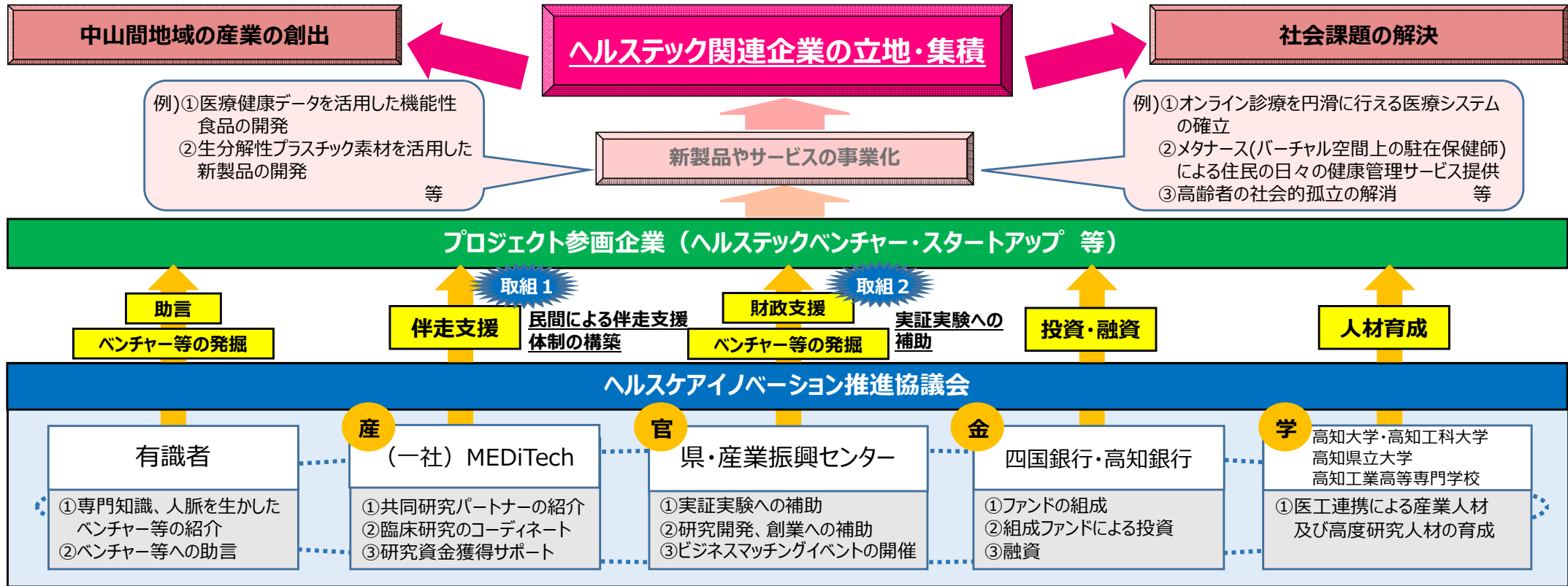
- (1) 大学発ベンチャーの創業や学生による起業
- (2) 県内企業のヘルステック産業への参入
- (3) 県外企業の県内への拠点設置 等
⇒若者の県内定着、UIターンの促進

2 社会課題の解決

- (1) 地域が抱える健康医療課題の解決

令和6年度の取り組み

ヘルステック分野の新たな製品やサービスの事業化に向けた支援を強化

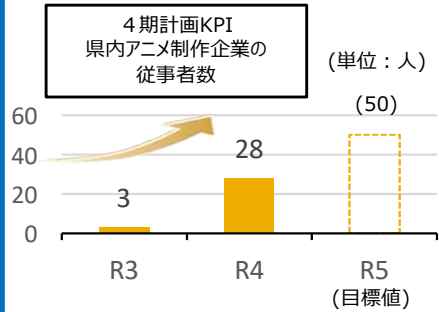


No.	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	県内におけるアニメ制作企業 従事者数 【モニタリング方法】 ・対象企業に対し、メール・電 話により随時確認	28人 (R4)	28人 (R4)	120人 (R9)	<p>1 人材育成 【中長期的な人材供給】 ・県内の若者に、アニメクリエイターの仕 事内容や魅力を伝え、将来の仕事として興 味喚起を行う講演会やアニメ制作体験講座 を開催 ⇒ アニメクリエイター講演会:73人(R5) アニメ制作体験講座:26人(R5)</p> <p>【即戦力の養成】 ・アニメクリエイターに必要な専門スキル の習得を目的として、高知デジタルカレッジ でデジタルクリエイター育成講座(アニメー ター講座)を開催 ⇒ R4:17人、R5:7人</p> <p>2 企業誘致 ・問合せ案件に対する相談対応 ・HPやパンフレット等を活用したアニメ制 作企業に対する本県の魅力や支援制度の 情報発信、フォローアップ ・高知県IT・コンテンツ企業立地促進事業 費補助金による立地支援 ⇒ アニメーション関連企業立地件数:3件 (R4)</p> <p>3 アニメツーリズムの促進 (新規案件) ・問合せ案件に対する相談対応 ⇒ アニメーション映画に関するロケ支援実 施:0件(R4)</p> <p>(既アニメ化案件) ・「竜とそばかすの姫」DVD販売(R4) ・細田守監督劇場公開1周年来高に合わ せたプロモーション(R4) ・「竜とそばかすの姫」地上波放送(R4) ⇒ アニメツーリズム協会が選ぶ「訪れてみ たいアニメの聖地88 2023年度版」に越知 町が選出され、注目を継続(R5)(2022年度 版に引き続き2年連続)</p>	<p>1 人材育成 ・企業の立地先選定において、現地での優秀 な人材の確保は重要なポイントだが、現状県内 にはアニメクリエイターに必要な専門スキルを身 に付けられる専門学校がないため、専門スキル を習得できる環境の整備が必要</p> <p>2 企業誘致 ・アニメ産業の集積にむけて、アニメ制作企業 の誘致に向けた立地支援の強化が必要</p> <p>3 アニメツーリズムの促進 ・高知を舞台にしたアニメーション作品のさらな る誘致が必要</p>	<p>1 人材育成 【中長期的な人材供給】 ・県内の若者に、アニメクリエイターの仕 事内容や魅力を伝え、将来の仕事として興味喚起を行う講演会やアニメ制作体験講座 を開催【R6～R9】</p> <p>【即戦力の養成】 ・アニメクリエイターに必要な専門スキルの習得を目的として、県内の専門学校が実施する教育プログラムへの支援制度を創設 【R6～R7】</p> <p>2 企業誘致 ・HPやパンフレット等を活用したアニメ制作企業に対する本県の魅力や支援制度の情報発信、フォローアップ【R6～R9】 ・既存のIT・コンテンツ企業に対する補助制度を刷新し、アニメ制作企業の誘致に特化した補助制度を創設【R6～R9】</p> <p>3 アニメツーリズムの促進 ・本県を舞台とするアニメーション映画の実現につなげるため、ロケ支援の要請に対応【R6～R9】</p>

目的

アニメクリエイターやアニメ関連企業を呼び込むことで、県内に**アニメ産業を集積**し、**雇用創出や地域産業活性化**につなげる
 ⇒ 将来的には、県内に集積したアニメ関連企業によるアニメ作品等の制作により、**高知県産アニメーションを世界へ発信**

現状・課題



- ・R3年度からR4年度にかけて約9.3倍に増加
- ・20代の若者や女性の従事者が大半
- ・離職者が少ない

1 推進体制

産学官金で構成する推進会議を設置し、プロジェクトの方針等を協議(R4～)

2 人材育成

アニメ制作の仕事に対する興味喚起や、基礎スキルを学べる講座を実施
 (アニメクリエイター講演会、アニメ制作体験講座、デジタルクリエイター育成講座)

⇒ 企業の立地先選定において、現地での優秀な人材の確保は重要なポイントだが、現状県内にはアニメクリエイターに必要な専門スキルを身に付けられる専門学校がないため、**専門スキルを習得できる環境の整備が必要** **課題①**

3 企業誘致

アニメ関連企業の立地実績：6社 (R5年12月末時点)

⇒ アニメ産業の集積にむけて、**アニメ制作企業の誘致に向けた立地支援の強化が必要** **課題②**

4 アニメツーリズムの促進

フィルムコミッションによるロケ支援等

5期計画(令和9年度)の目指す姿

目標値

県内におけるアニメ制作企業従事者数

出発点 (R4) 28人 ⇒ 4年後 (R9) 120人

- 1 アニメ関連企業の誘致を進めることで、**若者や女性、UIターン者の受け皿となる雇用を創出**
- 2 県内でアニメクリエイターの専門スキルを習得できる環境を整備し、**優秀な人材を輩出していくことで、さらなる企業誘致の促進につなげる**



令和6年度の取り組み

高知アニメクリエイター聖地プロジェクト

アニメ業界の注目を本県に集める取組

【アニメクリエイターの交流促進・アニメ関連企業の拠点整備】

イベント等の開催や、アニメクリエイターの育成・発掘・交流の支援、アニメ関連企業の拠点の創出等

【6つの開発目標】

- ①高知アニメクリエイター祭
- ②高知アニメクリエイターアワード
- ③アニメ会議
- ④高知デジタルクリエイティブラボ
- ⑤高知デジタルクリエイティブスペース
- ⑥アニメクリエイター"プレミアム"計画

相互に連携

県の取組

人材育成や企業誘致等、本県にアニメ産業を根付かせる取組

1 推進体制

高知県
アニメプロジェクト
推進会議

〔産業界
高等教育機関
金融機関
報道機関
行政機関〕

2 気運醸成

- (1)プロジェクトの情報発信
- (2)県内での気運醸成に向け、県の広報等においてアニメ活用を促進

県内の若者の関心の高まり

アニメ関連企業の関心の高まり

アニメファン関心の高まり

3 人材育成

【中長期的な人材供給】

(1)県内の若者に、アニメクリエイターの仕事内容や魅力を伝え、将来の仕事として興味喚起を行う**講演会**や**アニメ制作体験講座**を開催

【即戦力の養成】

新 (2)アニメクリエイターに必要な専門スキルの習得を目的として、県内の専門学校が実施する**教育プログラムへの支援制度を新設** **強化①**

4 企業誘致

【高知の強みを活かした誘致活動】

(1)HPやパンフレット等を活用したアニメ制作企業に対する本県の魅力や支援制度の情報発信、フォローアップ
新 (2)既存のIT・コンテンツ企業に対する補助制度を刷新し、**アニメ制作企業の誘致に特化した補助制度を新設** **強化②**

5 アニメツーリズムの促進

フィルムコミッションによるロケ支援 等

No.	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	グリーンLPガスの材料となるバイオマス資源(木質系、マリン系、農業残渣、ペーパーラッジ等)の供給システムの構築	-	-	-	<ol style="list-style-type: none"> 木質バイオマス <ul style="list-style-type: none"> 森林組合連合会へのヒアリング実施 未利用材、業界の現状について聞き取りを実施 マリンバイオマス <ul style="list-style-type: none"> 高知大学農林海洋科学部へのヒアリング実施 水産業振興課との協議を実施 農業残渣 <ul style="list-style-type: none"> 農業技術センター、農業振興センターとの協議を実施 ペーパーラッジ <ul style="list-style-type: none"> 紙産業技術センターとの協議を実施 企業へのヒアリングを実施 セミナーの開催 <ul style="list-style-type: none"> グリーンLPガスの基礎知識についてのセミナーを開催 高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議の設立(令和6年3月末時点会員数36者) <ul style="list-style-type: none"> 県がグリーンLPガスに取り組もうとしていることについての県内関係者への認知は広まりつつある 	<ol style="list-style-type: none"> グリーンLPガスを生む触媒の開発にはまだ時間を要するため、現状では、事業化に向けた製造や普及に対する具体的な体制を構築することは困難 原材料となる資源の賦存量の把握が必要 原材料ごとの収集方法や前処理方法、実施体制をこれから明らかにすることが必要 事業化に際し、本県の優位性を確保できる項目の検討が必要 	<ol style="list-style-type: none"> 関係者へのヒアリング実施 <ul style="list-style-type: none"> 状況把握や情報収集のため、適切な事業者や学術機関などへ機宜を得たヒアリングを実施 資源量調査等 <ul style="list-style-type: none"> 県内における様々なバイオマスの賦存量や調達の可能性などを把握するための調査を実施 資源の収集方法や前処理方法の検討 <ul style="list-style-type: none"> 庁内外の事業者及び関係機関と連携し、バイオマス資源に応じた収集方法や前処理方法について具体的に検討 実証フィールドの確保 <ul style="list-style-type: none"> 令和10年度からの実証実験の実施を目指し、実施主体や実施場所等の確保に向けた検討を実施
2	グリーンLPガスの生産に向けた県内事業者の育成又は誘致	-	-	-	<ol style="list-style-type: none"> 参画可能性の検討 <ul style="list-style-type: none"> 高知大学農林海洋科学部、理工学部へのヒアリング実施。資源調達からガス製造、販売の流れの中で、県内事業者が取り組める可能性がある項目について協議 早稲田大学関根教授(高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議 会長)に、研究進捗を確認 	<ol style="list-style-type: none"> 県内事業者の参画拡大 <ul style="list-style-type: none"> パンフレット(R5年度に作成する基本構想の概要パンフレット)の活用やセミナー開催等を通してグリーンLPガスプロジェクト推進会議の会員数を拡大 事業者の確保 <ul style="list-style-type: none"> 触媒の研究が進む中で今後順次明らかになる製造の各工程において求められる技術等を踏まえ、令和10年度から予定している実証実験に参画する事業者を掘り起こし 	
3	高知県産グリーンLPガス販売事業者の確保	-	-	-	<ol style="list-style-type: none"> 販売体制の把握 <ul style="list-style-type: none"> 高知県LPガス協会へのヒアリングを実施 商慣行や、業界の現状について聞き取り 東京にて全国大手元売事業者へのヒアリングを実施し、グリーンLPガス製造に関する意向を確認 	<ol style="list-style-type: none"> 県内販売事業者との連携 <ul style="list-style-type: none"> 高知県LPガス協会と連携し、県内事業者の現状把握を引き続き実施 グリーンLPガス推進官民検討会議(日本LPガス協会等)との連携 <ul style="list-style-type: none"> 大手ガス会社などが参加する「グリーンLPガス官民検討会議」にオブザーバーとして参画し、グリーンLPガスに関する製造技術開発や品質基準、社会実装に向けたロードマップづくりなどの状況把握に務めるとともに、販売事業者等との連携を促進 	
4	バイオマス資源(木質系、マリン系、農業残渣、ペーパーラッジ等)からグリーンLPガスを生成するための新触媒の開発	-	-	-	<ol style="list-style-type: none"> 本体研究の内、水熱処理分野を主として担う、高知大学農林海洋科学部、理工学部へのヒアリングを実施 <ul style="list-style-type: none"> 現状の研究進捗を確認 早稲田大学関根教授(高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議 会長)に、研究進捗を確認 	<ol style="list-style-type: none"> 技術開発(早稲田大学等) <ul style="list-style-type: none"> 令和10年度の技術実証を目指し、ラポレベルでの研究を継続(R4年度～(環境省プロジェクト)) 新たな触媒、水熱処理技術の開発等 進捗状況の把握 <ul style="list-style-type: none"> 令和10年度からの実証実験の開始を目指し、定期的に関根教授(高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議 会長)に、研究進捗を確認 	

現状・課題

(1) 新たな触媒開発・実証実験に向けて

- ① 原材料の確保
⇒ガス生産に有用なバイオマスの種類及び資源量が現時点では未確定
⇒触媒開発の進展に応じ、速やかに事業化の検討が行えるよう、原材料となりうる資源の賦存量の把握が必要
- ② 事業化に向けた体制構築
⇒触媒開発の状況を踏まえ、体制構築を行っていくことが必要
- ③ 事業化のアドバンテージの創出
⇒グリーンLPガス製造過程において本県の優位性を確保できる項目の検討が必要

(2) 参画事業者の掘り起こし

- ① 高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議の設立(令和4年5月)
⇒触媒開発がこれからのため、事業化を見据えた参画希望者が少ない
(会員数36者[令和6年3月末時点])
- ② 生産に向けた県内事業者の育成・誘致
⇒ガス製造の前工程処理方法等が確定していないため、まだ育成・誘致段階に至っていない

5期計画（令和9年度）の目指す姿

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

令和6年度の取り組み

(1) 基礎調査の実施

- ・県内のバイオマス資源に関する調査の実施

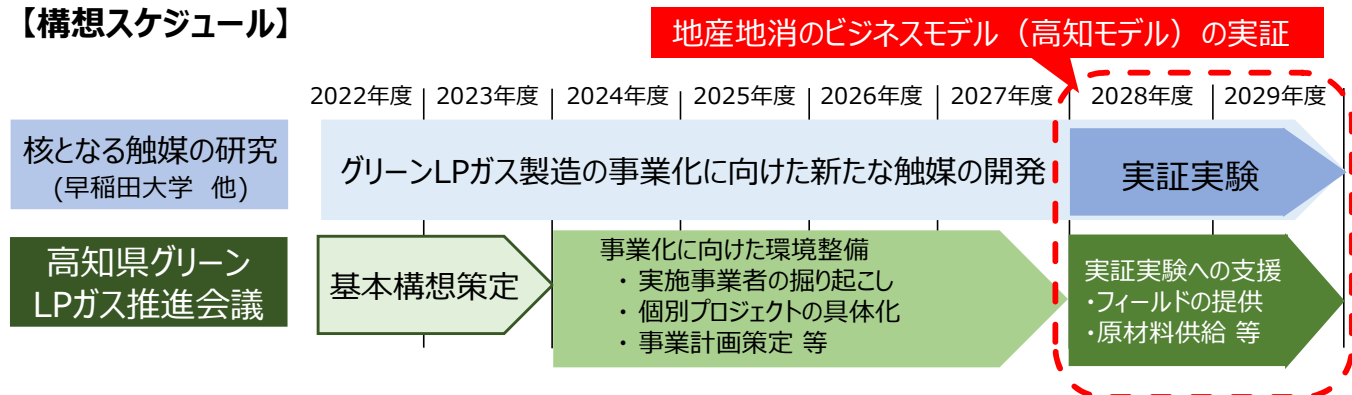
(2) 事業化に向けた環境整備

- ・実施事業者の掘り起こし

(3) 生産体制の深化と仲間づくり

- ・県内企業における分業・生産体制の検討・構築
- ・高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議の会員拡大

【構想スケジュール】



I 用語の解説

アルファベット・数字

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。
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。
DMO(観光地域づくり法人)	Destination Management/Marketing Organizationの略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と共同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人として、観光庁に登録された法人。
DX	企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。
EHR	Electronic Health Recordの略語。個人の医療・健康等に係る情報の共有等を行うための医療情報連携ネットワークのこと。
HACCP	「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危険分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。
ICT	「Information and Communication Technology」の略称。コンピュータを使った情報処理や通信技術の総称。
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、病害虫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。
IPM	「総合的病害虫・雑草管理」 病害虫や雑草防除において、化学合成農薬だけに頼るのではなく、天敵・防虫ネット・防蚊灯などさまざまな防除技術を組み合わせ、農作物の収量や品質に経済的な被害が出ない程度に発生を抑制しようとする考え方。
IT・コンテンツ企業	IT(情報・通信技術)に関連する分野)・コンテンツ産業(まんがや写真、映像、音楽、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する分野)についての、企画、制作、流通、管理又は関連する人材育成やコンサルティングを行う企業。
JAMSTEC	「Japan Agency for Marine-Earth Science and Technology」海洋研究開発機構の略称。海洋研究開発及び関連する地球物理学研究開発のために設置された研究所。
JA無料職業紹介所	雇用労働力を必要とする農家からの求人情報、農業に興味があり農作業をしてみたい方からの求職情報を把握し、求人者と求職者との間をとりもって、雇用関係が円滑に成立するように第三者として世話(あっせん)をする、職業安定法に基づく「職業紹介事業」を無料で行う。
M&A	企業の合併、買収の総称。 以前は投資目的のM&Aがよくマスコミに取り上げられていたが、近年は事業の多角化を目的とした新規市場への参入や事業の再編、後継者問題による事業譲渡などの場面でM&Aの手法が多く用いられている。
MOU	覚書の略称(Memorandum of Understanding)。行政機関等の組織間の合意事項を記した文書。
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。
Next次世代型こうち新施設園芸システム	次の世代を見据え、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、次世代型こうち新施設園芸システムに環境制御技術に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。
OTA	インターネット上だけで取引を行う旅行会社のこと。Online Travel Agentの頭文字の略。
PDCA(サイクル)	計画(Plan)を実行(Do)し、評価(Check)して改善(Action)に結びつけ、その結果を次の計画に活かすプロセスのこと。

SCM	「Supply Chain Management」の略称。複数の企業が連携し統合的な物流システムを構築するマネジメント手法。
SDGs	「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称であり、2015年9月の国連サミットの中で世界のリーダーによって採択された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際社会の共通目標。「17の目標」と「169のターゲット(具体目標)」で構成されている。
TEU	Twenty-foot equivalent unitsの略。20フィートの海上コンテナ換算した貨物の量を表す単位。
TOSAZAIセンター	高知県産の木材・木製品の外商体制を強化し、新たな木材需要の拡大と一般製材品からより付加価値の高い木製品の販売・出荷量を増加させるために、平成30年4月に一般社団法人高知県木材協会内に設置された組織。
5S	整理・整頓・清掃・清潔・しつけの5つの頭文字を取ったもので、職場環境の改善活動のこと。

あ行

用語	解説
アシストスーツ	モーターによるアシストや人工筋肉等による荷重分散効果により、重量物の持ち上げ・下げ時に腰や腕にかかる負担を軽減する機器。
あゆ王国高知振興ビジョン	本県が有する河川環境やあゆ資源の豊かさを確保しつつ、あゆを観光・地域振興等に活用して流域の持続的発展を図る構想で、地域住民、事業者、行政が協働して展開すべき振興策について整理したもの。
アンテナショップ	企業や自治体などが自社(当該地方)の製品の紹介や消費者の反応を見ることを目的として開設する店舗のこと。
移住コンシェルジュ	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(一社)高知県UIターンサポートセンターの移住総合案内スタッフ。
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UIターンサポートセンター	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。
稲WCS(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。
医療DX(デジタルトランスフォーメーション)	保健・医療・介護の各段階(疾病の発症予防、受診、診察・治療・薬剤処方、診断書等の作成、診療報酬の請求、医療介護の連携によるケア、地域医療連携、研究開発など)において発生する情報やデータを、全体最適された基盤を通して、保健・医療や介護関係者の業務やシステム、データ保存の外部化・共通化・標準化を図り、国民自身の予防を促進し、より良質な医療やケアを受けられるように、社会や生活の形を変えること(出典:令和4年9月22日 第1回「医療DX 令和ビジョン 2030」厚生労働省推進チーム 資料)
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5カ所(計5名)に配置。
オーガニックビレッジ	有機農業の生産から消費まで一貫し、農業者のみならず事業者や地域内外の住民を巻き込んだ地域ぐるみの取組を進める市町村。
卸売事業者	商品を製造するメーカーと商品を消費者に販売する小売業を仲介することで、商品の円滑な流通を促す中間流通業者。

か行

用語	解説
技能実習制度	母国では習得困難な技能を日本の企業等で習得し、帰国後に習得した技能を、母国の経済発展に活かしてもらうことを目的とした「技能実習法」(H29年11月施行)に基づいた制度。
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り組み。

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。
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、これを加温・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。
関西土佐会	JA高知県の青果物を扱う関西圏の卸売市場。11社(R6年現在)
関東土佐会	JA高知県の青果物を扱う関東圏の卸売市場(正式には、東京丸高青果物流通対策協議会)。13社(R6年現在)
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。
技術の外商	県内企業の持つ独自の高度な技術・注目されるノウハウ等を県外・海外へ情報発信し売り込むこと。
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。
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。
高性能林業機械	従来のチェーンソーや集材機等に比べて、作業の効率や労働強度の軽減等の面で優れた性能をもつ林業機械。主な高性能林業機械は、フェラーバンチャ、スキッド、プロセッサ、ハーベスタ、フォワーダ、タワーヤーダ、スイングヤーダ。
高知カツオ県民会議	高知県の県魚であり、地域を代表する食素材であるカツオを、地域の誇りとして将来にわたって維持していけるよう、高知に、そして日本にカツオを取り戻す目的で、平成29年2月に発足。
高知求人ネット	(一社)高知県UIターンサポート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。
「高知求人ネット」学生サイト	高知で働く魅力や県内企業の情報、就活のための県のサポート情報などをタイムリーに発信するポータルサイト。企業の採用情報に加え、インターンシップ情報や就活イベント情報など、幅広い情報を発信している。
耕畜連携	耕種農家の生産した国産飼料を畜産農家が利用し、家畜排せつ物に由来する堆肥を農地に還元する取組。
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。
高知県環境不動産	木材を使用した非住宅建築物(商業施設、オフィスビル、病院等)及び4階建て以上の住宅であって、一定規模以上の木材を使用し、環境品質・性能の向上や環境負荷の低減のための措置が適切に講じられた建築物
こうちスタートアップパーク(KSP)	高知での起業を支援するプラットフォーム。起業準備段階に応じた起業相談・各種セミナープログラムで、ビジネスプランの磨き上げから起業準備まで一貫したサポートを実施。
こうちフォレストスクール	林業の基礎知識や高知県の林業の特徴、先輩林業就業者の体験談や就業支援制度の紹介、個別相談などを行うセミナー。
高知家(こうちけ)	「高知県は、ひとつの大家族やき。」というコンセプトのもと、美味しい食材や豊かな自然など高知の魅力は様々あるが、県外の方であっても一度会えば家族のように親しくなる高知県人の気質(気さくさ、人懐っこさ、受け入れ力の強さ、面倒見の良さ、豪快さ、寛容さ、人と人とのつながりの深さなど)を一番の魅力とし、その魅力を通じて高知の様々な情報発信を行うもの。
高知家ゆる県民倶楽部	高知県ファンや出身者等を対象としたWeb会員組織。関係人口の創出・拡大及び移住意識の醸成を目的として県が設立。

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4,967人(R5.3.31現在)。
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3月に一般社団法人化し、4月から漁業就業希望者への総合的な支援を開始。
高知働き方改革推進支援センター	厚生労働省が、働き方改革の実現に向けて、特に中小企業・小規模事業者が抱える様々な課題に対応するため、平成30年4月に開設したワンストップ相談窓口のこと。
高知マリンイノベーション	漁場の予測や産地市場のスマート化に取り組むなど、本県水産業の生産、流通、販売の各段階においてデジタル化を図ることで効率的な生産流通生産体制への転換を推進する取り組み。
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。
ココブラ	平成27年4月に開所した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。
コンソーシアム	それぞれの経営資源を持ち寄り、単なる受発注の関係に限らず、連携して事業を実施する複数の個別事業者の集合体。

さ行

用語	解説
サイクルオアシス	ぐるっと高知サイクリングロード(高知県推奨サイクリングコース)の中・上級者向けコースに設置している、サイクリストが気軽に立ち寄ることができる休憩所。のぼり旗、空気入れ、バイクスタンドを設置している。
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。
サステナブルツーリズム	UNWTO(国連世界観光機関)においては、「訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光」と定義している。 この定義に基づき、高知県は「地域の文化や環境を守りつつ、ありのままに日常を体験し味わうことで訪問客と地域社会がともに恩恵を受ける観光」を高知県の目指すサステナブルツーリズムとしている。
産地視察型の商談機会	量販店や飲食店等のバイヤー・シェフ等(買い手)に、高知県内の生産現場を直接見ていただき商談を実施する。
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りのため、その水産物の陸揚地において開設される市場のこと。一方、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は消費地市場という。
産地提案型担い手確保対策	産地や地域が求める人材や受入体制等を明記した「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)。
製品企画書	製品開発の企画から製造・販路開拓までの計画書。
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。
事業戦略	企業(又は個人)の経営ビジョンを実現するための工程表のこと。
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て改良したもの。
次世代型ハウス	軒高2.5m、耐風速35m以上で環境制御装置を標準装備したハウス。
自動計量システム	魚類の計量結果を無線で自動的に記帳するシステム。将来的には電子入札や市場関係者への迅速な情報提供に活用することも検討されている。
事務系企業	電話等を利用してオペレーターが集約的に顧客へのサービス提供を行うコンタクトセンターや経理、総務、人事等の管理業務及び書類の収発、データ入力等の間接的業務を集約的に行うバックオフィスの事業所。

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されているスタッフ。
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。
小規模林業	自伐林家などの「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。
人工種苗	養殖魚や天然魚から採卵し、ふ化させた養殖用や放流用の稚魚のこと。
水福連携	障がい者等の水産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「水産業における人手不足等の課題」、「福祉(障がい者等)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。
スケールアップ	既存の事業規模(売上等)が拡大すること
スタートアップ	先進的な事業に取り組み、短期間で急成長を遂げる企業。
スマート農業	ロボット技術やIoT、ICT等の先端技術を活用し、超省力化や高品質生産等を可能にする新たな農業。
スマート林業	地理空間情報やICT等の先端技術を駆使し、生産性や安全性の飛躍的な向上、需要に応じた高度な木材生産を可能にする新たな林業。

た行

用語	解説
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。
地域おこし協力隊	都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を異動し、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこし支援や、農林水産業への従事、住民支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取り組み。
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みを行うための組織。
地域計画	農業経営基盤強化促進法第19条に規定する地域農業経営基盤強化促進計画の略称。計画の対象となる区域とその区域における農業の将来の在り方、農用地の効率的かつ総合的な利用に関する目標を地域の話し合いに基づいて定めたもの。
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。
データ駆動型農業	データの「見える化」と分析・共有によって高い生産性と収益性を実現する農業。
デジタル化計画	企業が継続的にデジタル化に取り組むための中期的な実行計画。デジタル化の目的、課題と対応策、効果、推進体制やスケジュールを記載する。
デジタルマーケティング	企業が蓄積しているアクセス履歴、顧客情報、行動履歴などのビッグデータを元に、AI等を用いてターゲットを特定し、最適な手段でアプローチするマーケティング手法。本県関心層やUターン候補者等に情報を届ける。
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。
特定技能	H31年4月に施行された「改正出入国管理法」により、人手不足が深刻化する農業を含む12の業種で認められた、就労を目的とする在留資格のこと。

特定地域づくり事業協同組合制度	人口急減地域において、マルチワーカー(季節毎の労働需要等に応じて複数の事業者の事業に従事)に係る労働者派遣事業等を行う事業協同組合。
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。
土佐材パートナー企業	県外における販路拡大に向け、土佐材の知名度向上につながる普及・PR活動を自ら積極的に行う工務店、建築会社、設計事務所及び住宅関連企業等(登録制)。
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。
土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)	産業人材を育てる取り組みとして、ビジネス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学びの場。
土佐和紙総合戦略	原材料や用具の調達難、後継者不足、需要の減少、文化の伝承など、土佐和紙の直面する様々な課題に対し、土佐和紙の伝統産業としての振興を図るために策定した総合的な戦略。県庁をはじめ市町村や関係団体等が一体となって取組を進めている。
どっぶり高知旅キャンペーン	日常を忘れ、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、たっぷりと味わっていただき、心からの息抜きや、新しい発見・気づきにつなげて強力な高知のファンになっていただくことを目指す「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした本県の観光(旅)のキャンペーン。
トレーニングハウス	就農前に研修生が自ら栽培管理・経営管理を行う「模擬経営研修」を実施する研修農場

な行

用語	解説
二枚潮	漁場の表層と中・底層の潮の流れの向きや速さが異なる状態。二枚潮が発生すると、キンメダイやアカムツなどの深いところに生息する魚を漁獲する漁業では、漁具を思い通りに投入できず漁獲できなくなったり、漁具が流失する場合もある。
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」について市町村長等の認定を受けた農業者をいう。
農業経営・就農支援センター	農業経営基盤強化促進法第11条11項の規定に基づき県が整備した組織。経営管理の合理化その他農業経営の改善等のための指導助言や、新たに農業経営の開始や農業への就業をしようとする者等の相談に応じ農業経営の開始等に関する情報等の提供その他の援助を行う。
農業支援サービス事業者	農業現場における作業代行やスマート農業技術の有効活用による生産性向上支援等、農業者に対してサービスを提供することで対価を得る事業者((例)データ分析やドローン散布等の作業受託、農業機械のシェアリング、農業現場への人材供給等)。
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。
農水連携	農産物および水産物の販売拡大のため、販促資材の作成やフェア等の開催を連携して取組み、消費者へPRしている。
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)
農地の受け皿となる法人	地域計画に位置づけられた、地域内の担い手が引き受けきれない農地を担い、営農や新規就農者の育成等を行う法人経営体
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。
ノーリフティングケア	介護する側、される側双方にとって安全で安心な、「持ち上げない・抱え上げない・引きずらない」ケアのこと。

は行

用語	解説
----	----

パブリシティ活動	本県に関する情報をメディアに提供することにより、番組等に取り上げてもらうよう働きかける活動のこと。
バリアフリー観光	車いす利用者など障害のある方や高齢者などもストレスなく楽しむことのできる観光。
伴走支援	商工会や商工会議所などが、企業の取組みと一緒に走りながら支援すること。
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。
人・農地プラン	農業者が話し合いに基づき、地域農業における中心経営体、地域における農業の将来の在り方などを明確化し、市町村により公表するもの。
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。
ふるさとワーキングホリデー	都市部の若者などが、地方に一定期間滞在して働きながら地域住民等との交流を通じて「地域の暮らし」を学び、交流人口の増加や将来の地方移住、Uターンの流れをつくる取り組み。
プロユーマー	室内空間に木材を使った提案や設計を行う建築士やデザイナー、プランナーなどの技術者
ヘルスケアモビリティ	オンライン診療に必要な情報通信機器及び医療機器を搭載した医療車両。看護師等が運転して患者宅や集会所等を訪問し、車内でオンライン診療を実施する。
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。
マーケットイン	一般に、企業が生産・販売活動をする際に、市場や顧客のニーズを満たす製品であることを最優先する考え方。
みどりの食料システム戦略	令和3年に農林水産省により策定され、持続可能な食料システムの構築に向け、中長期的な観点から、調達、生産、加工・流通、消費の各段階の取組とカーボンニュートラル等の環境負荷軽減のイノベーションを推進することを目的とした戦略。
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回高知市のど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。
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
----	----

有機JAS	コーデックス(食品の国際規格を定める機関)のガイドラインに準拠し、農畜産業に由来する環境への負荷を低減した持続可能な生産方式の基準
有機農業	化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと並びに遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業
ユニバーサルツーリズム	すべての人が楽しめるよう創られた(ユニバーサルデザイン)旅行。

ら行

用語	解説
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「林業サービス事業体等」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、雇用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。
林地残材	立木を丸太にする際に出る枝葉や梢端部分、森林外へ搬出されない間伐材等、通常は林地に放置される残材。
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
—	—

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回水産業部会
	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 ◇ 地域アタラシイ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回水産業部会
	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回水産業部会	
〃	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)

2011年	9月22日	第3回観光部会
(平成23年)	11月10日	第4回観光部会
2012年	1月11日	第2回農業部会
(平成24年)	"	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	1月10日	第2回農業部会
(平成25年)	"	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
	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
2014年 (平成26年)	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)
	3月25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

※ 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	9月 1日	第1回農業部会
(平成26年)	9月 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	第2回農業部会
(平成27年)	"	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
	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

※ 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)	9月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
	1月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)
	31日	第3期産業振興計画の決定
	9月1日	第1回水産部会
	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
	"	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 (平成29年)	1月13日	第2回商工業部会
	16日	第2回農業部会
	"	第2回林業部会

※ 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)

2017年 (平成29年)	1月 16日	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
	9月 5日	第1回商工業部会
	11日	第1回農業部会
	"	第1回林業部会
	"	第1回水産業部会
2018年 (平成30年)	"	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)
	1月 16日	第2回農業部会
	17日	第2回商工業部会
	18日	第2回林業部会
	"	第2回水産業部会
	"	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

※ 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 (平成30年)	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
	8月31日	第1回農業部会
	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 (平成31年)	1月17日	第2回農業部会
	18日	第2回林業部会
	"	第2回水産部会
	"	第2回商工部会
	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
(令和元年)	9月2日	第1回農業部会
	"	第1回商工部会
	4日	第1回水産部会
	9日	第1回林業部会
	"	第1回観光部会

※ 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)

2019年 (令和元年)	9月17日	<p>第1回フォローアップ委員会</p> <p>【主な検討事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇第3期産業振興計画及びまち・ひと・しごと創生総合戦略の成果や今後の強化の方向性について ◇第3期産業振興計画の実行3年半の取り組みの総括とさらなる挑戦について <ul style="list-style-type: none"> ・産業成長戦略 ・地域産業クラスタープロジェクト ・地域アクションプラン ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略(基本目標3、4)の実行4年半の取り組みの総括とさらなる挑戦について <ul style="list-style-type: none"> ・若い世代の「結婚」「妊娠・出産」「子育て」の希望をかなえる、女性の活躍の場の拡大(基本目標3) ・コンパクトな中心部と小さな拠点との連携により人々の暮らしを守る(基本目標4)
2020年 (令和2年)	1月30日	第2回農業部会
	"	第2回水産部会
	31日	第2回商工業部会
	2月3日	第2回林業部会
	4日	第2回観光部会
	7日	<p>第2回フォローアップ委員会</p> <p>【主な検討事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇第4期産業振興計画の全体像(案)について ◇第4期産業振興計画の産業成長戦略(案)について ◇第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略の全体像(案)について
	3月31日	第4期産業振興計画の決定
	6月23日	<p>第1回フォローアップ委員会</p> <p>【主な検討事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇第4期産業振興計画のフォローアップ体制及びスケジュールについて ◇高知県経済の現状等について ◇新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の取り組みと今後の方向性について
	9月11日	第1回農業部会
	"	第1回商工業部会
	14日	第1回林業部会
	"	第1回観光部会
	15日	第1回水産部会
	25日	<p>第2回フォローアップ委員会</p> <p>【主な検討事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇第3期産業振興計画の総括について ◇新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の取り組みと今後の方向性について ◇第4期産業振興計画の取り組み状況等について <ul style="list-style-type: none"> ・関西圏との経済連携の強化について ・産業成長戦略の上半期の進捗状況等について
2021年 (令和3年)	1月15日	第2回農業部会
	18日	第2回商工業部会
	19日	第2回林業部会
	"	第2回水産部会
	20日	第2回観光部会

※ 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)

2021年 (令和3年)	1月25日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の 取り組み ◇第4期産業振興計画について ・第4期産業振興計画ver.2の強化のポイント について(案) ・関西圏との経済連携の強化について ・産業成長戦略の令和2年度の進捗状況及び令和3年度 の強化のポイント(分野別)(案) ・地域アクションプランの令和3年度の追加・削除 項目(案)
	3月31日	第4期産業振興計画ver.2の決定
	6月22日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の 取り組みと今後の方向性について ◇令和3年度の産業成長戦略に係る重点取り組みの 進め方について
	9月13日	第1回林業部会
	〃	第1回水産業部会
	〃	第1回商工業部会
	17日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇第4期産業振興計画ver.2の取り組み状況等について ・さらなる強化策 ・専門部会報告 ・地域アクションプランの追加項目 ◇令和4年度に向けた連携テーマの見直しについて
	10月20日	第1回観光部会
	27日	第1回農業部会
2022年 (令和4年)	2月2日	第2回農業部会
	〃	第2回林業部会
	〃	第2回商工業部会
	〃	第2回観光部会
	7日	第2回水産業部会
	14日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇第4期産業振興計画について ・第4期産業振興計画ver.3の強化のポイント(案) ・令和3年度の進捗状況及び令和4年度の強化の ポイント(分野別)(案) ・令和4年度の連携テーマの取り組み(案) ・地域アクションプランの令和4年度の追加・削除 項目(案)
	3月31日	第4期産業振興計画ver.3の決定
	7月4日	第1回水産業部会
	5日	第1回林業部会
	〃	第1回観光部会
	6日	第1回農業部会
	〃	第1回商工業部会

※ 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)

2022年 (令和4年)	7月11日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇原油価格・物価高騰対策について ◇第4期産業振興計画の令和3年度の進捗状況及び今後の取り組み等について ・各産業分野の令和3年度の進捗状況及び今後の取り組み ・専門部会報告 ・連携テーマのプロジェクトの取り組み ・関西・高知経済連携強化戦略の取り組み ・地域アクションプランの削除項目(案)
	10月24日	第2回林業部会
	26日	第2回水産部会
	"	第2回観光部会
	27日	第2回農業部会
	"	第2回商工業部会
	11月2日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇原油価格・物価高騰対策について ◇第4期産業振興計画の令和4年度上半期の進捗状況及び令和5年度の取り組みの強化の方向性等について ・各産業分野の取り組み状況等について ・連携テーマのプロジェクトの取り組み状況等について ・関西戦略におけるさらなる外商強化策
	1月26日	第3回水産部会
	"	第3回観光部会
	2月1日	第3回林業部会
	6日	第3回農業部会
2023年 (令和5年)	"	第3回商工業部会
	13日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇原油価格・物価高騰の状況について ◇第4期産業振興計画について ・第4期産業振興計画ver.4の強化のポイント(案) ・令和5年度の取り組みの強化のポイント(分野別)(案) ・専門部会報告 ・令和5年度の連携テーマの取り組み(案) ・関西・高知経済連携強化戦略進捗状況とver.3強化策のポイント(案) ・地域アクションプランの令和5年度の追加・削除項目(案)
	3月23日	第4回林業部会
	3月31日	第4期産業振興計画ver.4の決定
	7月19日	第1回林業部会
	25日	第1回観光部会
	9月4日	第1回農業部会
	5日	第2回林業部会
	6日	第1回商工業部会
	7日	第1回水産部会

※ 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)

2023年 (令和5年)	14日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第4期産業振興計画の実行3年半の取り組みの総括について <ul style="list-style-type: none"> ・全体総括 ・産業成長戦略 ・関西・高知経済連携強化戦略 ・地域アクションプラン ・地域産業クラスタープロジェクト ◇産業振興計画の今後の強化の方向性について
2024年 (令和6年)	1月22日	第2回観光部会
	26日	第3回林業部会
	"	第2回水産部会
	29日	第2回農業部会
	30日	第2回商工業部会
	2月6日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第5期高知県産業振興計画の全体像(案)について ◇第5期高知県産業振興計画の産業成長戦略(案)について ◇第5期高知県産業振興計画の地域アクションプラン(案)について
	3月31日	第5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

2 産業振興計画フォローアップ委員会の構成等（令和5年度）

(1) フォローアップ委員会

(敬称略)

分野	氏名	専門部会 部会員等	所属及び役職	備考
農業	久岡 隆	農業	高知県農業協同組合中央会	代表理事会長
林業	戸田 昭	林業	高知県森林組合連合会	代表理事会長
水産業	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	西山 彰一	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	新開 祐二	観光	一般社団法人日本旅行業協会中四国支部高知地区委員会	委員長
地方 金融機関	小林 達司		株式会社四国銀行	代表取締役頭取
	海治 勝彦		株式会社高知銀行	代表取締役頭取
	山崎 久留美		高知信用金庫	理事長
有識者等	受田 浩之		国立大学法人高知大学	理事 (地域連携・国際連携・広報担当)
	藤原 文也		日本銀行高知支店	支店長
	臼井 純子		オフィス・ウスイ	代表
	政所 利子		株式会社玄	代表取締役
市町村長 の 代表者等	桑名 龍吾		高知県市長会	会長 高知市長
	池田 三男		高知県町村会	会長 津野町長
	弘瀬 優		高知市	副市長
	計 16名			

(2) 専門部会

(敬称略 部会毎に五十首順)

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	副部会長 部会長	石塚 悟史	○	国立大学法人高知大学 教育研究部総合科学系黒潮圏科学部門	教授
		北岡 雄一		馬路村農業協同組合	代表理事組合長
		秦泉寺 雅一		高知県農業協同組合	代表理事組合長
		富田 雅之		高知県全国取引会社協議会	会長
		野村 有弘		高知県食品工業団地事業協同組合	専務理事
		原 心一		一般社団法人高知県農業会議	副会長
		久岡 隆		高知県農業協同組合中央会	代表理事会長
		三谷 英子		学校法人三谷学園RKC調理製菓専門学校	常任顧問
		宮地 幸		JA高知女性組織協議会	会長
		森下 由朗		土佐経済同友会	第一次産業活性化 委員会副委員長

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	副部会長 部会長	小川 康夫	○	一般社団法人高知県木材協会	会長
		川井 博貴		有限会社川井木材	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
		濱崎 康子		株式会社はまさき	取締役
		福吉 修二		高知県素材生産業協同組合連合会	専務理事
		宮崎 聖		シメント モリモリ団	団長
		宮沢 一正		四国森林管理局	森林整備部長
		山本 直子		公益社団法人高知県建築士会	女性委員会委員長

部会	部会長	氏名	フォローアップ委員	所属及び役職	備考
水産業	副部会長 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
		徳廣 好彦		高知中央市場鮮魚仲卸協同組合	代表理事
		中田 勝淑		高知かつお漁業協同組合	理事
		西内 正		株式会社タカビシ食品	代表取締役
		濱町 明恵		有限会社土佐佐賀産直出荷組合	代表取締役
		森岡 克司		国立大学法人高知大学 教育研究部自然科学系農学部	教授
		宮本 貴光		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

(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	北村 和代	○	高知県商工会議所女性会連合会	会長
		武田 秀義		高知県商工会連合会	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
		中城 一明		一般社団法人高知県情報産業協会	会長
		西山 彰一		高知県商工会議所連合会	会頭
		久松 朋水		高知県中小企業団体中央会	会長
		廣末 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	理事長
副部会長	山崎 道生	○	一般社団法人高知県工業会	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 教育研究部自然科学系農学部	准教授	
		鎌倉 昭浩		公益財団法人高知県文化財団	理事長	
		北古味 潤		高知ファイティングドッグス株式会社	代表取締役	
		黒笹 慈幾		国立大学法人高知大学地域協働学部	客員教授	
		新開 祐二		一般社団法人日本旅行業協会中四国支部高知地区委員会	委員長	
		樋口 毅彦		一般社団法人高知県バス協会	会長	
		副部会長		古谷 博	高知県旅館ホテル生活衛生同業組合	副理事長
		町田 美紀		株式会社and.	取締役	
		三井 幸一		高知SGG善意通訳クラブ	会長	
		森 恒一郎		土佐経済同友会	観光振興委員長	

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。）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) 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会議については、知事が招集することができる。

2 委員会会議は、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。

(戦略検討委員会)

第5条 県経済の持続的な成長に向けて、産業振興計画において必要な戦略等を検討するため、委員会に戦略検討委員会を設置することができる。

2 戦略検討委員会の委員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱又は任命する。

- (1) 県経済に関する識見を有する者
- (2) 学識経験者
- (3) その他知事が必要と認める者

3 委員の任期は、委嘱又は任命の日から、委嘱又は任命の日の属する年度の3月31日までとする。

4 戦略検討委員会に委員長1名及び副委員長1名を置き、委員の互選により定める。

5 委員長は、会務を総理し、戦略検討委員会を代表する。

6 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。

7 戦略検討委員会会議は、委員長が必要に応じて招集し、委員長が議長となる。ただし、委員長が選任される前に招集される戦略検討委員会会議については、知事が招集することができる。

8 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。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戦略検討委員会会議は、知事が関係者に出席その他の協力を求めることができる。

(専門部会)

第6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、委嘱又は任命の日から、委嘱又は任命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1名及び副部会長1名を置き、部会員の互選により定める。
- 5 部会長は、会務を総理し、部会を代表する。
- 6 副部会長は、部会長を助け、部会長に事故があるとき又は部会長が欠けたときは、その職務を代理する。
- 7 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。
- 8 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。
- 9 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。

(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 構原町 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。

附 則

この要綱は、令和2年5月15日から施行する。

附 則

この要綱は、令和5年4月28日から施行する。