

産業成長戦略（専門分野）実行2年半の総括シート

目 次

1	農業分野	1
2	林業分野	31
3	水産業分野	47
4	商工業分野	67
5	観光分野	91

産業成長戦略（専門分野） 一覧表

産業成長戦略（専門分野） 戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
《農業》		
1 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕		
1 生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築		
(1) 生産から流通・販売にいたるまでトータルに支援		
◆消費流通構造の変化に対応でき消費地に評価されるよう生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築 ①量販店とのパートナーシップの構築 ・関東、関西地区において、高知の取組を理解してもらい、信頼できるパートナーとして関係を構築し、他産地との差別化や継続した取引につなげる。 ・卸売市場の産地と実需者との調整機能の活用	(H21年度) ・新需要開拓マーケティング協議会設置(H21.6) ・卸売会社や量販店との合意による販売促進活動の展開 パートナー量販店(関東2社、関西2社) パートナー量販店での高知フェアの展開 関東2社：15回、159店舗(のべ) 関西2社：17回、20店舗(のべ) ・パートナー量販店の産地招へいによる高知県の取組環境保全型農業への理解(関東2社、関西1社) (H22年度) ・卸売会社や量販店との合意による販売促進活動の展開 関西新規パートナー量販店の追加：(株)阪急阪神百貨店(パートナー量販店：関東2社、関西3社) パートナー量販店での高知フェアの展開 関東2社：55回、302店舗(のべ) 関西3社：25回、58店舗(のべ) 高知野菜コーナーの設置：東急ストア 4店舗 ・パートナー量販店の産地招へいによる高知県の取組環境保全型農業への理解 関東：東急ストア2回、セイミヤ1回 関西：おおさかバルコフ1回 阪急阪神百貨店1回 ・特別栽培農産物の販売促進の展開(H22年11月～) ・環境保全型農業等高知県の取組に対する認知度調査を東急ストアで実施 (H23年度) ・卸売会社や量販店との合意による販売促進活動の展開 パートナー量販店での高知フェアの展開 関東：東急ストア14回、セイミヤ2回 関西：関西スーパー7回、 おおさかバルコフ2回 阪急阪神百貨店7回	・定期的な高知フェアの展開や高知コーナーの設置、産地招へい等、量販店とのパートナー関係づくりにより、環境保全型農業の取組認知度が向上するとともに、取扱品目や数量も増加した。 関東 パートナー量販店1社(拠点店舗) ・認知度の向上 H22.6 8% → H23.2 16.6% ・取扱数量の増加 (前年同期比12～翌11月) H22年度ナス4.2倍、ニラ7倍 ・取扱品目の拡大 やっこねぎ145倍、きゅうり347倍 関西 パートナー量販店1社(拠点店舗) ・販売金額の増加(前年同期1～2月) ナス5倍、きゅうり1.1倍
②中食・外食等の業務需要の展開 ・業務加工用青果物の販路拡大(既存規格品業務加工仕向け取引のニーズ対応強化、規格外品の出荷の仕組みづくりと販路拡大)	・新需要開拓マーケティング協議会設置(H21.6) ・新たな取引の開拓や既存取引の拡充のための食材提案(食材提案件数 H22：26社、1団体) ・高知野菜の業務加工向け提案メニュー作成(H21) ・ふるさと雇用再生業務需要販路開拓事業により、園芸連に対応する職員2名配置(H21)	・新たな取引の開拓 H21：13社(関東8社、関西4社、県内1社) H22：7社(関東6社、関西1社) H23(8月末)：関東3社
・県内加工の推進(農業団体が主体となった県域での加工に向けたモデル的な取組展開)	○園芸戦略推進会議に加工推進部会を設置(H22.7)(構成：園芸連、全農高知、県) ○部会の開催(3回：7・9・12月) ・各JAの加工への取組意向調査を実施 ・品目をリストアップしモデル品目候補を絞り込み(高知の強みのある品目かつ安定供給可能)	○モデル品目を決定 ・文旦 ・ショウガ ○加工品商品化への動き ・文旦のジャム商品化 ・文旦果肉缶詰の試作
③特産野菜等コラボレーション事業 ○地域野菜等の販売戦略として、飲食店等での効果的なフェア等の展開を行い、販売拡大や生産拡大につなげる地域の活動を支援する。	(H21～H23) ・市町村担当者会での説明、呼び掛け ・取組組織(2団体：室戸市、嶺北)との協議・調整 (H22) ・新規取組候補地区への取組紹介と協議(1地区・1団体) (H23) ・新規取組候補地区への取組紹介と協議(1地区) ・補助金の交付決定(H21～H23) 室戸市特産野菜等コラボレーション協議会 嶺北地域農林業振興連絡協議会(農業部会)	【嶺北地域農林業振興連絡協議会】 ・香川県の生協6店舗に「れいほく野菜」の常設棚が設置された。 ・イベント等の開催状況 れいほくフェア 4回、出前授業 1回、消費者対象の学習会 1回、親子料理教室 1回、嶺北産地交流ツアー 1回 【室戸市特産野菜等コラボレーション協議会】 ・京都市内の量販店にて室戸フェアの実施 販売品目：ハスイモ、西山きんとき、深層水青のり、鯨缶詰、等 ・京都市内の量販店2店舗にて室戸フェアの実施 販売品目：西山きんとき、深層水ナス、ボンカン、文旦等

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABCの4段階評価	
<p>【目標】 パートナーシップ量販店の消費者の高知県取組認知度 (現状：認知されていない) →15%)</p> <p>↓</p> <p>【実績】 (H23年度末に調査予定)</p> <p>【目標】 パートナーシップ量販店の拠点店舗での高知野菜販売額20%増</p> <p>↓</p> <p>【実績】 (H23年度末に調査予定)</p>	<p>・高知コーナーの設置や定期的な高知フェアの展開、産地招へい等、量販店とのパートナー関係づくりが、環境保全型農業の取り組み認知度の向上や取扱品目や数量の増加につながっている。</p> <p>・卸売会社や量販店との合意による販売促進活動が、新たな展開につながり始めた。</p> <p>関東：東急ストア「ブレッセ店（東急ストアの高級店）」で、リパックによる高付加価値商品を食べ方とともに消費者に伝える販売を開始した。 (商品)ピーマン3個/袋 (緑ピーマン2個、赤ピーマン1個、レシピ入り) みょうが3個/パック(レシピ入り) 東京青果や東急ストアとPB導入に向けた検討が始まった。</p> <p>関西：卸売会社やパートナー量販店との情報共有が、毎月、行われるようになった。 阪急阪神百貨店（西宮阪急）で消費者に環境保全型農業の取組を消費者に伝えるための講習会を、フェア時に定期的に開催するようになった。 6月：環境保全型農業の紹介 野菜ソムリエによる料理教室の開催 (ミョウガ、オクラ、生姜、など夏に使える高知野菜の香味だれ)</p>	S	<p>(課題)</p> <p>・パートナー量販店との関係強化による販売拡大 ・パートナー量販店との販売戦略の共有による新たな販売方法や商品の開発</p> <p>(方向性)</p> <p>・産地側（産地、出荷団体）と消費地側（卸売市場や仲卸、量販店、等）が販売戦略を共有しながら、新たな販売方法や量販店PBへの対応、新たな商品の開発等、相互メリットのある取り組みを進めていく。 ・販売協力店の認定制度や、環境保全型農業の取り組みなどを伝えた販売で重要となる販売支援員に対して研修を行うことなどにより販売を強化していく</p>
<p>【目標】 業務加工需要の顧客開拓数 計25件</p> <p>↓</p> <p>【実績】23件 (H23.8末現在)</p>	<p>・業務向けへの食材提案や本県の取り組みを理解していただくための産地招へいが、業務需要の新規顧客開拓につながっている。</p> <p>・ハスイモや花こうなど、本県の独自食材の提案を通じて、本県園芸品の取引拡大につながっている。</p>	S	<p>(課題)</p> <p>・既存取引会社との継続した関係づくりや新規の業務需要開拓 ・実需者ニーズに合わせた契約や出荷体制の確立</p> <p>(方向性)</p> <p>・産地側（産地、出荷団体）と実需者側（卸売市場、仲卸、業務需要会社）の情報共有により、相互メリットある取引の拡充と取引の新規開拓を進める。</p>
<p>県域で加工に取り組むモデル品目の絞込と加工試作品作成</p> <p>【目標】 絞り込み 試作品2品目</p> <p>【実績】 文旦加工品1品目</p>	<p>・文旦：一次加工品(果肉缶詰)による需要の開拓への動きが進展</p> <p>・ショウガ：JAによるパウダー化と商品開発への動きはあるものの、青果としての需要が旺盛であり、規格外品でも新規加工向けの供給量確保が困難</p>	B	<p>・1次加工品を含めた製品化の阻害要因の解決（文旦：剥皮技術） ・加工業者等実需者のニーズの把握</p> <p>・実施主体の検討（農業団体が主体となった加工の可能性の再確認）</p> <p>・6次産業化の推進 (生産、加工、販売の一体化による付加価値向上)</p>
<p>【目標】 フェアの開催（関係づくり、認知度向上）パートナーとの継続取引（販売拡大へ） 一販売額のアップ (現販売額の10%増)</p>	<p>○嶺北地域</p> <p>・香川県の生協6店舗で、「四国の水瓶・早明浦ダム」の里より土佐れいほく市場」と銘打った「嶺北コーナー」を設置したことにより、れいほくの認知度が上がっている。</p> <p>・アンケートの結果を受けた産地の体制作りの進展があった。</p> <p>○室戸地域</p> <p>・一定のリピーターが出て来ており、西山きんとときやポンカンを目当てに訪れた人がいるなど、室戸産品の認知度が上がっている。</p> <p>・好評を反映して、店舗側からも、フェアの回数、店舗数の増加要望もあり、協力関係が強化されている。</p>	A	<p>【課題】</p> <p>・フェア後の顧客対応。効果・評価の産地へのフィードバック ・評価及び量販店等との継続取引に向けた提案</p> <p>【方向性】</p> <p>・パートナー量販店との継続した取引に向けた関係性の構築 ・特産野菜等の品目別戦略として事業を実施してきたが、今後は特産野菜等をツールの一つとした「地域まるごと」を売り込む事業とし産業振興を図っていく。</p>

<p>産業成長戦略（専門分野）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>これからの対策</p>	<p>具体的な取組み</p> <p>（ 対策に関する具体的な取組み内容を記載 ）</p>	<p>具体的な成果</p> <p>（ 可能な限り具体的な数値を記載 ）</p>
<p>④特産果樹（土佐文旦、新高梨）の生産販売のあり方を検討する場づくり及び系統共販に向けた産地体制の整備、アンテナショップ等を視野に入れた県外への販路開拓</p>	<p><土佐文旦></p> <ul style="list-style-type: none"> ・土佐文旦の今後の在り方を協議する場作りとして、生産者が協力し合い「土佐文旦振興対策協議会」を発足。 ・協議会として土佐文旦のPRを行うため「土佐ぶんたん祭りの開催に取り組んだ。（H21～22） ・「てんたん」の園芸連での販売開始（H21～） ・パートナー量販店を軸に県外への販売活動の強化 <p><新高梨></p> <ul style="list-style-type: none"> ・針木梨組合が園芸連を通じた販売を開始（H21～） ・「まるごと高知」を活用した販促活動及び外商活動の開始（H22） 	<p>【H21】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第1回土佐ぶんたん祭りではであい博の来場者約3000人にPRすることが出来、協議会の中心的活動に位置づいた。 <p>【H22】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第2回土佐ぶんたん祭りは土佐のおきゃく2011とコラボして開催し4000人を超える入場者にPR。 ・「まるごと高知」でも開催し、1階での販売宣伝に加え2階レストランを利用した飲食業関係者との交流会も開催しPRすることができた。 ・パートナー量販店を通じた販促活動では茨城県に重点を置いた活動を行い、店側にも売れる商材として認知された。 ・関西では、訳あり商品として「説明+手ごろな価格」での販売も試み、販売の幅を広げることが出来た。 ・園芸連の県外販売量 H21：1,600t H22：680t <p>・園芸連の特産販売課の機能を活かした高級梨の販売を実施し、針木梨組合の園芸連販売に対する期待が高まり始めた。</p> <p>・園芸連の県外販売量 H21：39t H22：11t</p>
<p>⑤モニタリングによる実践的な花店への営業を通じ、花きに対する実需者ニーズを把握することにより、販売流通、生産出荷体制について産地ビジョンと販売戦略を確立</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・モニタリング調査の実施（21～22年度：延べ24市場） ・調査結果の関係者（園芸連・市場・県）との共有 ・消費地と生産者との交流会の開催（1回） ・モニタリング調査結果の産地へのフィードバック ・アンテナショップ等における県産花き展示PR（2カ所） <p>22年度：榎山荘 8/1～8/31 アンテナショップ 3/3～3/30</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・モニタリング調査の実施（21～22年度：延べ24市場、2347件）（単独調査産地：延べ9産地） ・調査結果の関係者（園芸連・市場・県）との共有 ・消費地と生産者との交流会の開催（1回：関東3人・関西4人） ・モニタリング調査実施後の産地へのフィードバックにより下記の取組が始まった 【ソリダスター】花持ちの悪さ→栽培面も含めた日持ち改善対策の実施（実証圃設置） 【グロリオサ】ツルの絡み・新品种の開発→出し方等の工夫検討中・オレンジハートの販売 【トルコ】縦箱輸送の評価→市場評価は高いので、費用対効果の検証をシコストダウンを図る 【デルフィ】もっと豪華感→豪華さボリューム感を意識した生産を心がける 【テッポウユリ】品質の向上→定期的な現地検討会・目慣らし会の実施 <p>・アンテナショップ等での展示により、県産花きの良さを多くの方に知ってもらえた</p>
<p>◆一元集出荷体制の強化</p> <p>★産地側、実需者側が多様なニーズに対応できる販売の検討</p> <p>・産地の「見える化」による販売の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・見える化商品の販売や今後の取組み等についてPTを作り検討を進めるH22：8回 H23：1回 ・パートナー量販店との協議（10月より月1回） ・見える化商品のモデル販売 2件 ・パートナー量販店の高知フェアを通じたPR活動 H22：5回 H23：3回 ・認知度向上も兼ねたアンケート調査の実施（3000枚配布） ・高知野菜サポーターとの意見交換会 ・市場、パートナー量販店の産地招へいH22：2回 	<ul style="list-style-type: none"> ・高知園芸連の販売方法の中に、生産者のこだわりを見せた販売が位置づけられた。 ・モデル品目にはJAとさしの特別栽培ピーマンと土佐鷹なすが位置づけられ、振興センターやJA、生産部会の協力により、取組みや特徴の見える販促POPが出来上がり、フェア等で活用され始めた。 ・モデル品目であるJAとさしの特別栽培ピーマンは20社と取引され、その内3社でポップ等を利用した見える化販売が行われる。 ・フェア等のPRやアンケートも合わせ、本県の環境保全型農業の取組みや、JAとさしの特別栽培ピーマンの認知度が高まった。アンケートによる認知度（本県の環境保全型農業の取組みについて：17%、JAとさし特別栽培ピーマン：31%） ・産地招へいによる産地との交流や高知野菜サポーターとの意見交換会の実施は、生産者やJAの取組み意欲の向上に繋がっている。
<p>★集出荷の仕組みづくりの検討</p> <p>価格が低迷する中で、生産現場や市場流通などの変化に対応した新しい集荷体制を確立するため、本県の強みである一元集出荷体制を強化し、競合産地に打ち勝つ高知ブランドを再構築、本県の基幹産業である園芸農業の振興を図るとともに次代を担う後継者の育成確保につなげる</p>	<p>【H22】</p> <p>○集出荷場の実態調査による課題の明確化</p> <p>→調査結果により、集出荷の課題が、①担い手の減少による集出荷施設の合理化の必要性、②高齢化が進む中山間地域における集出荷事業及び産地の維持であり、この課題に対し検討を開始した。</p> <p>○モデル地域の選定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・①農協を超えた集出荷の検討、②庭先・横持ち集荷の検討について、具体的な取組みを行うため、モデル地域を選定する。 <p>○園芸戦略推進会議における取組みの共有化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・園芸戦略推進会議において、方向性・取組みの承認を得ることで農業団体と共有を図りながら取組みを進めた。 <p>【H23】</p> <p>○モデル地域における支援事業の実施</p>	<p>○モデル地域における支援事業の実施</p> <p>①農協を超えた集出荷の検討</p> <p>→JA南国市、JA長岡、JA十市のピーマンで横持ち集荷と荷作りの集約化について、10月に実証試験を行うことで産地調整を実施。</p> <p>②庭先・横持ち集荷の検討</p> <p>→大豊地区、津野山地区において集出荷事業の維持と生産振興を一体化した支援を実施。</p>

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABC の 4段 階評価	
<p>【目標】 園芸連の県外販売量 <土佐文旦目標> H20: 1,500 t →H23: 2,500 t</p> <p>【実績】 H21: 1,600 t H22: 680 t</p> <p><新高梨目標> H20: 30 t →H23: 60t</p> <p>【実績】 H21: 39 t H22: 11 t</p>	<p>・土佐ぶんたん祭りに取り組むことにより、県下の生産者、JA等の関係機関が一体となった活動が出来始めたことは新しく大きな動きである。</p> <p>・パートナー量販店を通じた販売促進活動は、消費地での認知度の向上に確実につながっている。また、産地と一体となった取り組みは量販店の期待度の高まりに加え、生産側の意欲の向上にもつながっており、長期的な作り込みを行う土台が固まった。</p> <p>・近年の天候不順で梨の生産状況は極めて不安定な状態が続いている。</p> <p>・そうした中で、アンテナショップの立ち上げを機会に針木梨組合との関係を深まり、今後は園芸連の機能を活かした販売提案を実施し販売量の拡大を図り、高級果実としての認知度を高め産地の販売力強化を支援する。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土佐文旦の認知度の向上 ・園芸連の文旦販売戦略の構築 ・光センサー選果機の有効活用(JAとさし) <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第2回の土佐ぶんたん祭りは「土佐のおきゃく」とのコラボで開催し好感触であった。集客やPR効果を考えた場合、今後もコラボした活動に位置づける。 ・県外出荷への強化はパートナー量販店との活動にもっと産地を巻き込み、互いの満足度を高め、商品としての土佐文旦を作り込む。 ・光センサーで得られた選果データを分析し販売面、生産面へ有効活用していく。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・まとまりを持った販売方法の拡大 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産地は園芸連との付き合いも浅く、園芸連の機能を十分活かすためには産地へ業務需要等も含めた販売展開の提案も必要であり関係機関と連携し進める。
<p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産地と消費地及び、県域での交流の場づくり(品目毎)を行う 生産量、出荷額の維持、総合的な県産花きの販売戦略構築 <p>↓</p> <p>【実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ユリの交流会の実施(H23.2.17~18) ・産地ビジョン、販売戦略については現在、作成中(年度末作成見込み) 	<p>・モニタリング調査により、県産花きの各産地の品目毎の消費地ニーズや問題点、課題が明らかになってきた。また、生産者が直接、花屋の意見を聞くことにより、消費者のニーズにあったものづくりへの足がかりとなった。</p> <p>・交流会の開催により実需者と生産者の交流が促進された。</p> <p>・展示により県産花きのPRにつながった。</p> <p>・上記の結果を踏まえ、今後、生産から販売に至る戦略を策定していく。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県産花きとしての認知度UPと販売力の向上 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費地と産地の顔の見える関係づくり及び、花きモニタリング事業は県産花きのPRの面と生産者の意識改革を進めるため継続的に進める。また、アンテナショップ等での消費者へのPR活動を拡大する。
	<p>・見える化による生産者のこだわりを見せた販売方法は、本県の環境保全型農業に積極的に取り組み、ステップアップしていく生産者の、販売面の目標になる販売方法となるため、高知県園芸連の新たな販売方法に加わったことは大きい。</p> <p>・見える化商品のモデル販売に取り組む中、生産部会、JA、園芸連、県が一体となった動きが出来始め、実需者を考えた販売方法が出来始めている。このモデル販売は他品目への応用が出来やすい活動で取り組みを重ね今後の拡大に活かす。</p>	S	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境保全型農業及び生産・品質のこだわりを訴求力のあるブランドにしていくことが必要 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県園芸連で本年度新事業を活用し新ブランドを立ち上げる中、見える化商品を他の環境保全型農業ブランド(エコシステム栽培)と関連付けたブランド作り。 ・ブランドへの訴求力を持たせるためにも、見える化商品の品目拡大を進める。
<p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産の拡大 ・集出荷体制の維持 <p>【実績】(H22)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・モデル地域として3地域で事業を実施予定 	<p>①農協を超えた集出荷体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・南国市内の3農協においてピーマンの集出荷場の合理化に向けた実証試験により、ピーマンでの拠点集出荷体制を検討することについて、基礎データを蓄積することができる。 <p>②農協内の庭先・横持ち集荷の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大豊地区：ピーマン等の野菜の生産振興及び集荷への支援が始まった。 ・津野山地区：新規に土佐甘とうの栽培を開始 <p>→新しい品目の導入により産地維持に向けた機運が高まっている。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・集出荷の方法については、農協・集出荷施設ごとに取扱が異なることから、農業団体、生産者との合意形成が必要。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後は、同様の取り組みを行っている運輸政策課と連携して次年度の「E」地区の選定や事業成果について県域への活用を検討する。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
	<p>◆県産園芸品の総合的なPRを行い、関東、関西など大消費地におけるイメージアップや、消費拡大に繋げる</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境保全型農業の取り組みなどを紹介する特集番組を放映（H21：6番組、H22：3番組） ・高知野菜紹介CM放送（H21：高知県内67本） ・テレビ、雑誌での高知野菜連動紹介（H22：おかずのクッキング） ・大消費地でのPRイベントの開催（H21：キッサニア東京1日貸切イベント）（H22：キッサニア甲子園で野菜販売の職業体験ができる1週間の期間限定パビリオン開設、高知やさい体探ショーの開催（1日）） ・県内でのイベント開催（H21、H22） 	<ul style="list-style-type: none"> ・既存のレギュラー番組内で、著名人や生産者の生の声による効果的なPRの実施 ・「おかずのクッキング」で雑誌掲載→テレビ紹介による一定期間にわたるPRの実施 ・イベント来場者数 H21：キッサニア東京 1,131名、高知 約700名 H22：キッサニア甲子園 期間中来場者12,330名 パビリオンスタッフ体験者387名、野菜購入者2,200名、ショー入場者100名 高知 約830名 ・高知野菜の認知度 関東：目標5位→実績7位（H21） 関西：目標1位→実績4位（H22） 	
	<p>(2) 農産物輸出の推進</p> <p>◆品目の取組進度に応じた輸出の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農産物輸出促進事業による支援強化 ・園芸戦略推進会議生産販売力向上プロジェクトチームにおける輸出促進部会による品目別、地域別の試験輸出方針策定、情報共有、計画の推進 ・貿易促進コーディネーターとの連携による産地支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・農産物輸出促進事業費補助金による産地支援（H21：4団体 1,749千円） 高知市：JA高知市三里園芸部花卉部会 グロリオサ 大豊町：JAとされいほく ゆず加工品 佐川町：黒岩梨出荷組合 新高梨 園芸連：生鮮園芸品及び農産加工品（H22：5団体 2,564千円） 高知市：JA高知市三里園芸部花卉部会 グロリオサ 香南市：JA土佐香美園芸部メロン部会夜須支部 メロン 大豊町：JAとされいほく ゆず加工品 佐川町：黒岩梨出荷組合 新高梨 園芸連：生鮮園芸品及び農産加工品（H23：5団体 2,638千円（見込み）） 高知市：JA高知市三里園芸部花卉部会 グロリオサ 大豊町：JAとされいほく ゆず加工品 佐川町：黒岩梨出荷組合 新高梨 園芸連：生鮮園芸品及び農産加工品） 全農高知：茶、米 ・国外市場調査（H21：シンガポール、オランダ、ニューヨーク）（H22：シンガポール、オランダ）（H23：フランス） ・輸出促進部会設置による県域の輸出のあり方検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・農産物の輸出の拡大支援団体 目標5団体→実績5団体（H22、H23） グロリオサの輸出数量 目標25,000本/年→実績約70,000本/年 ・輸出促進部会での協議を通じ、重点品目、重点国等を決定 グロリオサ→アメリカ、アジア（シンガポール、上海等） メロン、文旦→アジア（シンガポール、香港等）
2 まとまりのある園芸産地の再構築			
	<p>(1) 園芸戦略推進会議における戦略の共有と実践</p> <p>◆県域・地域における農業者と農協が信頼関係で結ばれる産地のまともな再構築</p> <p>県が、農業団体の主体性を誘導しながら、生産者、農業団体などの関係者と一体となり、まとまりのある産地づくりを図るため、県域と12地域の戦略推進会議において取り組みを実施する。</p>	<p>○園芸戦略推進会議の開催による課題の協議・方向性の承認（開催日及び主な内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第16回 H21.8.20 これまでの活動の総括、「産業振興計画を着実に進める決議」の採択 ・第17回 H22.2.19 生産出荷計画の共有、販売の取り組み、担い手の育成について協議 ・第18回 H22.6.14 集出荷の仕組みづくりの検討、産地側と実需者側の多様なニーズに対応した販売の検討 ・第19回 H23.2.10 「園芸産地づくりの基本的な考え方」、「多様なニーズに対応した販売」について方向性の共有 ・第20回 H23.8.25 こだわり農産物の販売、所得確保の取り組み、担い手の確保・育成について方向性の共有 	<p>○産業振興計画の着実な推進に向けた取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農業団体とともに「産業振興計画を着実に進める決議」を採択し、産業振興計画の実現に向けた決意表明を行った。（H21.8.20） ・エコシステム販売品を野菜類の販売金額の80%を達成し、主要品目の取り組み割合を高めること、新園芸ブランドによる顔見せ販売の拡充に向けて取り組んでいくことを決議。（H23.8.25） <p>○県と農業団体の連携した取り組みの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農業団体と生産出荷指標・生産出荷計画の共同策定 ・集出荷のモデル的取り組み ・産地と実需者のニーズに応じた販売

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABC の 4 段 階 評 価	
<p>県産園芸品の認知度向上</p> <p>【目標】 関東：7位→5位 関西：3位→1位</p> <p>*調査は年度末実施予定</p>	<p>・既存のレギュラー番組を活用した放映では、視聴者になじみの番組出演者からの紹介や産地の生の声を届けることで、より訴求力のある内容にできた。</p> <p>・子供に人気の施設「キッサニア」でのPRイベントは、多くの集客が得られ、将来の購買層となる子供たちに食の大切さ、高知野菜の特長を伝える機会になったとともに、その保護者層へのPRにも繋がった。</p> <p>・継続的なPRを行うことでイメージアップ、認知向上に繋がっているが、競合産地の中で順位を争う状態が続いており、目標の順位には達していない。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・認知度向上 ・購買に繋げるファンづくり <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本県の主要品目は、なすやピーマンなど広く一般的に消費される園芸野菜であり、消費者に認知してもらい選んでもらえる産地になるには、環境保全型農業の取り組みや生産者の思いを地道ではあるが、継続的に伝えていくことが必要である。 また、本事業は農業団体と協働して取り組んでおり、単体では難しいメディア等の活用が可能であることから、広く、多くの消費者に伝わるPRの内容を工夫しながら継続実施していく。
<p>【目標・実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農産物（野菜、果物、花き）の輸出の拡大 ・品目別の輸出方針の決定と検証（3品目、地域別） <p>↓</p> <p>H22方針決定</p>	<p>・農産物輸出促進補助金による支援団体を4団体→5団体に増加し、輸出に取り組む団体を支援した。</p> <p>・グロリオサのPRを補助金等により支援し、アメリカを中心に輸出数量が増加した。</p> <p>・産地と連携して海外でのフェア等でPRを行うとともに、市場調査による情報収集を行い、輸出品目への評価や需要の把握に努めた。</p> <p>・県域の輸出の方向性を検討し、戦略的に輸出を促進するため、農業団体及び産業振興部と共に取り組む輸出促進部会を設置した。</p> <p>・輸出促進部会で重点的に取り組む品目、輸出国を決定し、戦略的な輸出促進に向けての体制を整えつつある。</p> <p>着実な実施に向けた支援、実施後の検証を引き続き実施する。</p>	S	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商習慣の違いによるリスク管理 ・将来的な定番輸出に向けての品目毎の輸出方針検証と見直し <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・重点品目毎の輸出方針に沿って、引き続き、試験輸出の着実な実行を支援していく。 関係機関で戦略、情報を共有し、PDCAサイクルによるマネジメントを行いながら、輸出拡大の可能性を探っていく。
<p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高い品質と収量を確保する生産者のまとまりづくりにより、生産戦略、流通戦略を共有し、消費地に信頼される産地を形成 <p>・園芸品の系統率 H19園芸年度64% →H23園芸年度70%</p> <p>【実績】 系統率：63%（平成21年）</p>	<p>・産地のまとまりを形成するために、生産出荷指標・生産出荷計画の共同策定などを通して農業団体と戦略の共有とその実現に向けて着実に実績を積んでいる。</p> <p>・また、産地や実需者のニーズに応えた新たな販売手法の検討や集出荷のモデル的取り組みなど、農業団体との共有と連携した取り組みが行われている。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農業団体との連携、産地のまとまりの形成に向けた取り組みの継続 ・園芸産地づくりの基本的な考え方の策定と産業振興計画の改訂に向けて、農業団体との共有 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・目標の達成には、今後も農業団体と生産戦略、流通戦略を共有し、その実現に向けての継続した取り組みが必要。

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱		具体的な取組み	具体的な成果
取組方針			
施策			
これからの対策			
(2) まとまりのある園芸産地の育成			
<p>◆学び教えあう場の仕組みづくり</p> <p>コスト高が吸収出来る高収量・高品質対策を早急に県内全域に広げていくため、一部の篤農家が今までに蓄積してきた優れた生産技術を、産地の生産者に速やかに移転できるよう、相互に学び教えあう仕組みづくりを行う。</p>	<p>○「学び教えあう場」を設置し現地検討会を開催 ・カ所数：H21・170カ所、H22・181カ所、H23・181カ所</p> <p>○県域の生産者交流会の開催 ・品目横断の生産者交流推進大会を開催（H21.9.9、H22.9.17） ・品目別交流会を実施 H21：6品目：ミョウガ、小ナス、ピーマン、花き、ユズ、文旦 H22：10品目：ニラ、小ナス、米ナス、オクラ、ショウガ、シシトウ、ピーマン、文旦、クロリオサ、ユリ H23：2品目：ショウガ、クロリオサ（8月末時点）</p> <p>○生産出荷指標・生産出荷計画の取り組み ・生産者の技術の向上を産地・県域のレベルアップにつなげるため、農業団体と生産出荷指標と生産出荷計画を共同策定し、その実現に向けた取り組みを開始。</p>	<p>○「学び教えあう場」の参加率 ・H21：68.8%、H22：68.5%</p> <p>○対象農家数 ・H21：4,238人、H22：4,473人</p> <p>○「学び教えあう場」での現地検討会等の実施（H21:748、H22:832回）</p> <p>○出荷量 ・JA土佐あき 安芸集出荷場（ナス）： H21園芸年度3,971t（対前年比117%） H22園芸年度3,807t（対前年比97%） ・JA土佐くろしお集出荷場（キュウリ） H22園芸年度3,804t（対前年比104%） ・JA南国市 中央・南部集出荷場（シシトウ） 平成22園芸年度 383t（対前年比111%）</p> <p>○市場要請量や県域の目標を掲載した生産出荷指標を農業団体と共同して策定</p>	
(3) 有望品目の導入・定着			
<p>◆実証栽培による栽培技術の確立や販路開拓活動の支援</p> <p>有望品目産地づくり支援プロジェクトチームを中心に、地域に提示した品目について、販路拡大と産地化に向けた取り組みを実施する</p>	<p>・今後需要の伸びが期待できる品目や県内に本格導入されていない品目など、幅広い見地から、有望と思われる品目を出荷流通団体を含めたプロジェクトチーム会で選定して、地域に提案した。</p> <p>・地域が取り組んだ有望品目に応じて、栽培技術の確立、流通販売先の開拓、販売促進活動などを行い、産地づくりに取り組んだ。</p>	<p><平成22年度の成果></p> <p>・平成22年度の販売金額（園芸連調べ）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ハスイモ 7,972万円 ・アスパラガス 10,120万円 ・ニガウリ 5,707万円 ・ハフリカ 7,385万円 ・加工用ワサビ 1,647万円 	
<p>◆水稲後作への有望品目の導入</p> <p>生産力強化と所得の向上を目指し、「有望品目産地づくりモデル事業費補助金交付要綱」を制定して、水稲後作への有望品目の導入を進め、水稲後作の農地の有効活用を図る</p>	<p>・稲を収穫した後の水田に有望な野菜を導入し、産地づくりを進める市町村に対して、生産資材への補助や栽培技術情報の提供などの支援を行った。</p> <p>・取り組んだ有望品目について、販売や販売促進活動を行い、産地づくりを支援した。</p>	<p>・補助事業を活用して水稲後作に導入した品目(H22)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブロッコリー（四万十市:1.0ha、高知市:2.0ha） ・業務用加工ネギ（南国市:1.46ha） ・ソラマメ（大月町:1.56ha） 	
(4) 足腰の強い花き産地づくりの支援			
<p>◆花き新品目の試験栽培、モデル栽培、実証販売により花き産地強化を支援</p> <p>時代のニーズにマッチし、かつ地域特性が生かせる花き新品目の導入を推進することにより、足腰の強い花き産地づくりにつなげる</p>	<p>・花き新品目について試験栽培を行い有望性を検討（H22：7カ所延べ9品目）</p> <p>・栽培しやすく市場でも評価の高い品目についてモデル栽培を実施（H22：黒潮町 デマリソウ26a）</p> <p>・育種に関する研修会を開催（H22：1回、32名）</p>	<p>・試験栽培品目については有望性の検討が進んでいる。</p> <p>・モデル栽培のデマリソウについては既存品目のカスミソウよりも高所得が期待できるためH23は35aに面積拡大予定。またH23は黒潮町でタリアのモデル栽培を実施。</p> <p>・嶺北地域でユリの種苗登録が検討されている。</p>	
(5) 園芸用ハウス面積の確保			
<p>◆レンタルハウス整備事業の充実</p> <p>県内の園芸用ハウス面積を確保し施設園芸の維持・強化を目指すために、ハード面での支援としてレンタルハウス整備事業で園芸用ハウスを整備する</p>	<p>・ラジオやJA広報誌での事業PR</p> <p>・各市町村への個別訪問による事業説明</p> <p>・関係機関へ事業拡大等に関するアンケート実施</p> <p>・省エネ対策区分の新設</p> <p>・中古レンタルハウス区分の新設・拡充（420万円→450万円）</p> <p>・高度化区分の補助率アップ（県1/5→1/3）</p> <p>・補助対象限度額のアップ（一般ハウス500万円→700万円等）</p>	<p>【実績】</p> <p>補助件数 導入面積</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H21 71(対前年比169%) 9.3ha(// 122%) ・H22 79(// 111%) 10.9ha(// 117%) ・H23 58(8月末時点) 8.9ha(8月末時点) 	

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABCの4段階評価	
<p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「学び教えあう場」の設置数：170カ所程度 ナス（A地区）参加率：100% 10a当たり収量 H20園芸年度：15.6t → H23園芸年度：18t <p>【実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成23年度181カ所 ナス（A地区）参加率：59%（H22） 10a当たり収量：16.7t（H22） 	<ul style="list-style-type: none"> 「学び教えあう場」を利用した現地検討会などの開催により、生産者同士が交流、情報交換する機会が増え、個別農家の栽培技術の向上、収量の増加につながっている。 生産出荷指標・生産出荷計画を農業団体と県が共同策定し、目標を共有することで、その実現に向けた取り組みを進めている。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 生産者に魅力ある現地検討会の開催による技術の向上と参加者の増加 地域の生産者のまとまりを産地及び県域へのまとまりにつなげる 生産出荷指標と生産出荷計画の共有と実現 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「学び教えあう場」を県内34品目、181カ所に設置し、収量目標の達成を図る。 県域で生産者相互の交流を促進し、各品目のまとまりを強化していく。 生産出荷指標・計画を農業団体と共同作成し、その実現を連携して図る。
<p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> 販売金額5,000万円以上の品目数：5品目 <p>【実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> 4品目（平成22年度末） ※達成率：80% 	<ul style="list-style-type: none"> 選定した品目の中から、4品目で販売額が5000万円を超えるなど、一定の成果が得られた。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 残された有望品目の栽培技術の確立と普及拡大（葉ニンニク、ハナニラ、3色ピーマン等） <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 残された有望品目の普及性などを検討する。 県域で取り組む品目では、普及拡大検討会を主催して、新規栽培者のフォローアップと新規参入を促す。 地域で取り組む品目では、振興センターや関係機関への支援を行う。 販路開拓、販売促進に係る支援（補助金）や情報提供を行う。
	<ul style="list-style-type: none"> 燃油や生産資材の高騰などによる所得の減少もあり、徐々にではあるが、水稲農家の露地野菜導入や、露地野菜農家の規模拡大、施設野菜農家の露地野菜導入などに関心が高まってきている。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 施設園芸農家への露地野菜の啓発 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 現在導入している水稲後作の有望品目の実証結果を分析し、次年度の取り組みにつなげていく。 生産と販売をタイアップさせた産地づくりを支援していく
<p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> 導入品目数：6品目 ↓ <p>【実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> H23年度導入品目数：2品目 試験品目数：延9品目 	<ul style="list-style-type: none"> 花き類の新品目の産地化が難しい中、テマリソウとダリアは産地化が期待される。また、次期導入候補の品目についても有望性の検討が進んでいる。 オリジナル品種の育種に対する意識が高まりつつある。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 主要品目の販売状況を踏まえながら、新品目を補完的に導入していく必要がある。 有望性の判断や国内外に有利販売を進める上でのオリジナル品種の育種には時間を要するため中長期的な対応が必要 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 試験栽培の継続。 縮小しつつある主要品目の諸問題（カスミソウの所得向上・水の確保、ソリダスターの品質向上など）の解決と併せた新品目導入の推進。 生産者ができる育種の取組への支援。
<p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> 園芸用ハウス面積1,520haを確保 <p>【実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ハウス面積：H22.1月末時点1,527ha 	<ul style="list-style-type: none"> メディアでのPR活動や各市町村への個別訪問、事業内容の見直しにより、事業活用によるハウス整備面積が増加した。 関係機関へのアンケート調査実施により、農家の抱える問題等が明確になった。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 多くの農家でハウス建設の希望はあるものの、後継者問題、資材・重油高騰などの経費増から、ハウスの建設面積は減少し、県下のハウス面積も減少傾向が続いている。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続き事業により農家負担の軽減することで、ハウス整備を進めるとともに、あわせて遊休ハウスの有効利用も図りハウス面積を確保する。

<p>産業成長戦略（専門分野）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>これからの対策</p>	<p>具体的な取組み</p> <p>〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕</p>	<p>具体的な成果</p> <p>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p>																																																																																					
<p>3 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立</p>																																																																																							
<p>(1) 環境保全型農業の目指す姿</p> <p>◆消費者に安全・安心と信頼を！ ◆農業者に誇りとやりがいをもたせよう！ ◆後継者に夢と未来を！</p> <p>環境保全型農業を県内全域・全品目に普及し、消費者から選ばれる産地へ、また生産者自らが環境保全型農業の取組のファンに。</p>	<p>・消費者および生産者に向けた積極的なPR活動の実施 各種イベント、研修会、TV番組への協力 ・小学生を対象とした環境保全型農業の学習用DVD作成（H22）</p> <p>・生物多様性保全条約第10回締約国会合COP10の関連イベントでの本県の取組み紹介（H22）</p> <p>・環境保全型農業補助金の活用による推進</p> <p>・環境保全型農業の夢実現コンクールの実施 コンクールの入賞者はオランダ視察研修への参加費を一部県が負担</p>	<p>・PR活動への参加者数 H21：12,283名、H22：24,681名</p> <p>・環境保全型農業の認知度61%（よく知っている＋やや知っている；平成22年度県民世論調査）</p> <p>・環境保全型農業の取組を見聞きしたもののテレビ・ラジオ61%、新聞・雑誌46%（平成22年度県民世論調査）</p> <p>・COP10イベントでの高知県ブースへの参加者約3,000名</p> <p>・補助金活用件数（市町村数） H21：523戸（10）、H22：729戸（15）</p> <p>・コンクール応募数 H21：7名、H22：12名、H23：8名</p>																																																																																					
<p>(2) IPM技術の開発と県内全域への普及</p> <p>◆IPM技術について全品目、県内全域への技術確立と普及</p> <p>農業による環境への負荷を最小限とするとともに、農産物の安全性を高めるため、化学合成農薬に頼らない総合的な病害虫管理技術の確立を図る。</p>	<p>・IPM技術の取組品目の拡大と県内全域への普及を加速化（土着天敵の活用、品目毎の技術確立、各地での実証展示ほの設置、指導マニュアルの追加・改訂）</p> <p>・各地区でIPM技術研究会等の開催</p> <p>・自主企画研修等普及指導員等の研修充実と技術情報の共有</p> <p>・IPM型防除指針の作成</p>	<p>・IPM技術体系数(H20→H22):5→11品目</p> <p>・土着天敵温存率(H20→H22):3→12市町村</p> <p>・県内のコナジラミの被害：激減</p> <p>・品目別天敵普及率：戸数（面積）(H20→H22)</p> <p>ナス類：26% (41%)→51%(59%)</p> <p>ピーマン類 48% (59%)→64%(77%)</p> <p>ミョウガ 51% (46%)→51%(44%)</p>																																																																																					
<p>(3) 土づくりと施肥の改善</p> <p>◆家畜ふんたい肥利用による肥料高騰対策</p> <p>環境に配慮し、かつ安定した農業生産を進めるため、有機質資源（特に未利用家畜ふん堆肥の肥料的利用）による土づくりや土壌診断・施肥基準に基づく適正施肥方法について、普及を図っていく。また、肥料コスト低減の観点から低成分肥料利用や家畜ふん堆肥の肥料的利用の検討を行う。</p>	<p>・土づくり・施肥改善部会の開催（堆肥利用の推進） H21～22：5回</p> <p>・施肥低減および家畜ふん堆肥利用推進に関する研修会 H21：28名（うち県18名、JA10名） H22：38名（うち県19名、JA19名） H23：45名（うち県29名、JA6名、肥料業者10名）</p> <p>・家畜ふん堆肥マップの作成・配布、県HP掲載 H21～</p> <p>・ステップアップ土づくり事業による家畜ふん堆肥利用事例の収集および事例集の作成</p> <p>・土壌診断による適正施肥の推進</p> <p>・県施肥基準の作成</p>	<p>・家畜ふん堆肥利用実績</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">1. 生産・利用・余剰量の増減</th> <th>(単位)</th> </tr> <tr> <th></th> <th>H19年度</th> <th>H21年度</th> <th>増減</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>生産量</td> <td>89,573</td> <td>90,592</td> <td>1,019</td> <td></td> </tr> <tr> <td>利用量</td> <td>82,104</td> <td>83,249</td> <td>1,145</td> <td></td> </tr> <tr> <td>余剰量</td> <td>7,469</td> <td>7,343</td> <td>-126</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">2. 利用内訳</th> <th>(単位)</th> </tr> <tr> <th></th> <th>H19年度</th> <th>H21年度</th> <th>増減</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>水稲・大豆</td> <td>11,081</td> <td>8,149</td> <td>-2,932</td> <td></td> </tr> <tr> <td>果樹</td> <td>1,767</td> <td>2,505</td> <td>738</td> <td></td> </tr> <tr> <td>野菜</td> <td>20,037</td> <td>22,960</td> <td>2,923</td> <td></td> </tr> <tr> <td>花卉</td> <td>598</td> <td>462</td> <td>-136</td> <td></td> </tr> <tr> <td>特用作物</td> <td>1,130</td> <td>1,285</td> <td>155</td> <td></td> </tr> <tr> <td>家庭菜園</td> <td>9,673</td> <td>9,168</td> <td>-505</td> <td></td> </tr> <tr> <td>自家消費</td> <td>27,507</td> <td>27,962</td> <td>455</td> <td></td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>10,312</td> <td>10,758</td> <td>446</td> <td></td> </tr> <tr> <td>余剰</td> <td>7,469</td> <td>7,343</td> <td>-126</td> <td></td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>89,573</td> <td>90,592</td> <td>1,019</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>(畜産振興課調べ)</p> <p>・家畜ふん堆肥利用事例の収集および事例集の作成 H21：3事例 H23：2事例 事例集の作成（23年度内）</p> <p>・県施肥基準の作成： 野菜27品目、花き10品目、果樹9品目</p>	1. 生産・利用・余剰量の増減				(単位)		H19年度	H21年度	増減		生産量	89,573	90,592	1,019		利用量	82,104	83,249	1,145		余剰量	7,469	7,343	-126		2. 利用内訳				(単位)		H19年度	H21年度	増減		水稲・大豆	11,081	8,149	-2,932		果樹	1,767	2,505	738		野菜	20,037	22,960	2,923		花卉	598	462	-136		特用作物	1,130	1,285	155		家庭菜園	9,673	9,168	-505		自家消費	27,507	27,962	455		その他	10,312	10,758	446		余剰	7,469	7,343	-126		合計	89,573	90,592	1,019	
1. 生産・利用・余剰量の増減				(単位)																																																																																			
	H19年度	H21年度	増減																																																																																				
生産量	89,573	90,592	1,019																																																																																				
利用量	82,104	83,249	1,145																																																																																				
余剰量	7,469	7,343	-126																																																																																				
2. 利用内訳				(単位)																																																																																			
	H19年度	H21年度	増減																																																																																				
水稲・大豆	11,081	8,149	-2,932																																																																																				
果樹	1,767	2,505	738																																																																																				
野菜	20,037	22,960	2,923																																																																																				
花卉	598	462	-136																																																																																				
特用作物	1,130	1,285	155																																																																																				
家庭菜園	9,673	9,168	-505																																																																																				
自家消費	27,507	27,962	455																																																																																				
その他	10,312	10,758	446																																																																																				
余剰	7,469	7,343	-126																																																																																				
合計	89,573	90,592	1,019																																																																																				

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABC の 4段 階評価	
	<p>・消費者に対するPR活動によって、環境保全型農業の取組に対する消費者の認知度は上がっている。</p> <p>・全品目への普及は達成されていないが、補助金の活用数、市町村が増加し、購入天敵の使用量は日本一となっているほか、温存ハウスを用いた土着天敵の利用が進んでいる。</p> <p>・協定に基づいたオランダとの交流が活発に行われ、学生・研究員の留学研修やビジネス交流（県内業者のオリジナル花きのヨーロッパでの生産・販売）に進展した。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続して消費者に対するPR活動を実施し、販売に結びつける。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境保全型農業の目的や意義について、消費者及び生産者に啓発活動を継続して実施する。
<p>・IPM技術体系数 目標：10品目 実績：11品目</p> <p>・品目別天敵普及率（戸数）</p> <p>ナス類 目標：65% 実績：51%</p> <p>ピーマン・シトウ類 目標：80% 実績：64%</p> <p>ミョウガ 目標：90% 実績：51%</p> <p>・土着天敵リレーの体制 （温存ハウス活用市町村数） 目標：17市町村（50%） 実績：12市町村（38%）</p>	<p>・土着天敵を活用したIPM技術体系の再構築、品目ごとの新たな天敵利用技術の確立、実証ほの設置によるIPM技術の検討により目標を概ね達成。</p> <p>・施設ミョウガでは土壌病害回避のため養液栽培へと移行したことで、ハウス内環境が変わり、導入が進みつつあった天敵の効果が不安定となった。このため、天敵の導入率のみを指標とした目標値は達成できなかったが、黄色防蟻灯などを含めたIPM技術の導入は進んだ。</p> <p>・全国的にもまれな土着天敵利用技術の普及拡大。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・更に全品目へのIPM技術の普及促進 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・省力的な病害防除技術の導入 ・外来天敵から在来（土着）天敵の利用へ ・天敵だけでなくIPM技術の総合的な普及拡大 ・病害を対象としたIPM技術の開発と普及
<p>・家畜ふんたい肥の余剰 【目標】 H23： 0 t 【実績】 H19：7,469 t ↓ H21：7,343 t H23：調査実施</p> <p>・土壌診断処方箋点数（野菜） 【目標】 H22：9,200点 【実績】 H19：7,879点 ↓ H20：8,728点 H21：9,586点 H22：調査実施（H23年度調査）</p> <p>・施肥基準の策定 【目標】 野菜：27品目 花き：10品目 果樹：10品目 ↓ 【実績】 野菜：27品目 花き：10品目 果樹：9品目</p>	<p>・H19からH21にかけて、利用量は増加しており家畜ふん堆肥の利用は一定進んでいると考えられる。</p> <p>・家畜ふん堆肥の利用が伸びない要因としてH20年に高騰した肥料価格は、現在高騰前の2割程度で落ち着いており、コスト面のメリットが薄れた影響もあると考えられる。</p> <p>・土壌診断処方箋点数は目標値を達成しており、生産現場において土壌診断の必要性は理解されている。</p> <p>・施肥低減対策として、本県の野菜、花き、果樹の主要品目について県施肥基準を作成し、適正施肥推進のための指針を示すことができた。県内各地区の施肥基準見直しを進めている。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・家畜ふん堆肥の品質改善による耕種農家の利用促進 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・家畜ふん堆肥を利用した肥料代替技術の導入 ・家畜ふん堆肥やL型肥料を利用した施肥コスト低減技術の普及

産業成長戦略（専門分野） 戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み （対策に関する具体的な取り組み内容を記載）	具体的な成果 （可能な限り具体的な数値を記載）
(4) 有機農業の推進 ◆計画的な有機農業の普及・推進、研修受け入れ農家への支援 有機農業をさらに推進するため、指導者の育成や有機農業栽培技術実証、有機農業研修施設（有機のがっこう「土佐自然塾」）への支援に加え、有機栽培技術マニュアルの作成、有機農業者の受け入れ体制づくり、有機JAS認定の普及を行う。	・有機のがっこう「土佐自然塾」研修支援 入塾生 H21：13名、H22：13名、H23：7名 ・市町村の有機農業支援体制整備への支援 H21：市町村及びJA連絡会の開催（県内5カ所） H22～23：環境保全型農業直接支援対策（有機農業の取組等）の周知及び実施市町村の拡大 ・有機JAS認証取得支援 有機JAS認定手数料補助（補助金） ふるさと雇用再生有機JAS認証取得支援事業委託 ・有機栽培技術の実証及び有機栽培事例集の作成 有機栽培事例集（環境保全型畑作振興センター、県内優良事例等） H21：のべ17品目、H22：のべ28品目 有機農業技術の実証と経営評価（ふるさと雇用） H21：のべ10品目、H22：のべ15品目 ・その他委託業務（各種調査等）の実施 H21：水稲有機栽培技術実証調査（県内5カ所） 有機農業研修受入農家調査（県内15戸） H22：有機農産物普及推進パンフレット作成（有機農業実践者、有機農産物取扱事業者紹介） H23：有機農産物ニーズ調査の実施	・有機のがっこう卒業生の県内就業実績 H21：6名（うち1ターナー者2名） H22：6名（うち1ターナー者2名） ・有機農業支援体制設置市町村 H21：10市町村 H22：10市町村 H23.6末：環境保全型農業直接支援対策に係る有機農業の取組を支援する市町村15市町村 ・有機JAS認定農家戸数 H20：83戸（35.2ha） H21：82戸（32.8ha） H22：85戸（41.2ha） ・県内消費者の有機農業に対する認知度 H20：51.0% H22：81.9% ・有機栽培事例作成品目数 H21～H22：36品目
(5) 省エネルギー対策 ◆省エネ対策の徹底 園芸用ハウスの節油対策の点検と導入、耐低温性品種の開発と実証、新しい省エネ装置の効果の検証と普及などにより県下の園芸用A重油使用量を削減する。また、重油代替ボイラーの性能やコストに関する情報を収集して、普及の適否を評価する ◆重油代替暖房機実証への支援と普及（木質バイオマス、ヒートポンプ等）	・年間園芸用A重油使用量調査（毎年5月） ・木質ペレットボイラー、ヒートポンプの実証及び実証結果の共有 ・A重油単価推移調査及び情報提供（随時） ・省エネ、代替エネルギー利用に関心のある農家への情勢周知（随時） ・省エネ点検チェックリスト活用の啓発（随時）	・ヒートポンプ累計台数 H20：206台、14.3ha H21：255台、17.3ha H22：353台、21.9ha ・木質ペレットボイラー累計台数 H20：9台、1.6ha H21：56台、8.1ha H22：102台、15.7ha
(6) 農業環境規範やGAPの取組 ◆高知県版GAPをそれぞれの地域や、品目に応じた形で発展普及 農産物の生産から出荷販売までのすべての工程を点検し、見直し、改善する工程管理手法（こうち環境・安全・安心点検システム）の取り組み産地を育成することによって、高知県産園芸品の品質・衛生管理レベルを高め、消費地での異物混入事故や農薬残留事故の発生件数ゼロを目指す。	OGAPの普及啓発 ・安全点検シート（その1：農業者用入門編、その2 集出荷所用、その3：農業者用直販所編）の作成と配布 ・GAP実践研修会の開催 ・環境保全型農業プロジェクトチーム会における推進の検討 ・国主催のGAP研修会、セミナー等受講による指導者の育成 ○農産物事故ゼロキャンペーンに実施 DVD、ステッカー、のぼりなど各種啓発資材の作成と配布	・高知県版GAPその1実践農家の拡大 H21：43%→H22：60% ・高知県版GAPその2の実施JAの拡大 H21：6JA→H22：11JA ・指導者育成目的のセミナー、各種GAP研修会参加者のべ211名 ・地域でのGAP点検の実施（H22：4JA） ・出荷物の異物混入事故件数 H21：75件→H22：58件

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABCの4段階評価	
<ul style="list-style-type: none"> 有機農業就農者 目標：平均5名/年 ↓ H22年度実績：6名 支援体制設置市町村 目標：17市町村(50%) ↓ 実績：18市町村(53%) 有機JAS認定農家戸数 目標：100戸 ↓ 実績：85戸 県内消費者の認知度 目標：75% ↓ 実績：81.9%(H22) 	<ul style="list-style-type: none"> 有機のがっこうでは、H18~23年度までに69名の研修生を受け入れ、1年間の研修を実施している。H22年度末現在で、卒業生の県内就農者数は34名(うち1ターナー者15名)となり、有機農業の振興と地域の活性化に貢献。 有機農業実践者と消費者との交流拠点の一つであるオーガニックマーケット等が人気であり、県内消費者の有機農業に対する認知度も高まってきた。 県内の有機農業実践者の多くは、小規模経営で生産物の販売は個人での直販や宅配など地域内流通が中心であるため、有機JAS認証取得による販売面へのメリットが少ないうえ、認定・更新手数料も高額で認証取得農家数は伸び悩んでいる。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】 <ul style="list-style-type: none"> 新規参入者の経営の安定と地域への定着支援を強化。 有機農業者のネットワーク化を進め、農業者同士の協力により共同出荷体制を整備し、安定した販路の開拓。 【方向性】 <ul style="list-style-type: none"> 栽培技術が不安定であるため、環境保全型畑作振興センターや有機のがっこうでの栽培実証により、技術内容の充実と成果の共有。 環境保全型農業直接支援事業を活用し、有機農業実践農家の支援を継続。
<ul style="list-style-type: none"> 【目標】 年間園芸用A重油使用量：目標70,000キロリットル 【実績】 H20：67,000キロリットル(96%) H21：70,000キロリットル(100%) H22：77,300キロリットル(110%) 	<ul style="list-style-type: none"> 平成17年度には10万キロリットルあったA重油使用量は減少し、平成20年度以降は7万キロリットル前後で推移している。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】 <ul style="list-style-type: none"> 代替機種や省エネ技術の導入は重油価格に大きく左右されており、計画的な重油使用削減量となっていない。 【方向性】 <ul style="list-style-type: none"> 事業を活用した省エネ・新工機種などの導入を進め、更なるA重油使用量の削減を進めていく。
<ul style="list-style-type: none"> 高知県版GAPその1実践農家 【目標】100% 【実績】 H21：43% →H22：60% 高知県版GAPその2 【目標】16JA 【実績】 H21：6JA →H22：10JA 異物混入事故件数 【目標】0件 【実績】 H21：75件 →H22：58件 	<ul style="list-style-type: none"> 高知県版GAPについては、実践農家およびJAともに増加しており、生産者へは一定浸透。 指導者育成研修等の受講者も増え、推進体制は整備されてきた。地域でのGAP点検も徐々に増えてきており、生産者では定着。 	S	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】 <ul style="list-style-type: none"> 生産者の経営改善が図られるよう、生産農家の実践状況に応じたレベルアップによるPDCAサイクルの定着が必要。 【方向性】 <ul style="list-style-type: none"> 点検シートの点検項目の充実、点検項目の実施による、地域版・品目版GAPの充実と実践。 ISO、エコシステム等各種認証制度との融合・連動した取り組みの推進。

産業成長戦略（専門分野） 戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
<p>(7) 生産履歴記帳・農薬の適正使用の徹底</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆農薬を売るとき生産者への対応徹底 ◆農薬を使うときの対応徹底（記帳・回収・点検） ◆農産物を出荷する（預かる）とき対応徹底（記帳・回収・点検） <p>・県内の農薬販売窓口で、誰が、いつ、どんな農薬を購入しても、農薬の適正使用や飛散防止の説明、記帳の確認と推進を徹底 ・生産履歴の記帳・回収・点検100%の達成、適正使用や飛散防止指導の徹底、IPM型防除の検討・作成・活用 ・農産物（商品）と生産履歴はセットである意識徹底、自主残留農薬検査の継続、生産履歴記帳システムの活用促進</p> <p>◆県産農産物の生産工程管理ウォッチャーシステムの構築 農業者の生産活動を第三者に客観的に評価してもらうシステムを構築し、取組のレベルアップを図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○農薬販売店立ち入り検査 H21：31店舗、H22：25店舗、H23：24店舗 ○販売業者を対象とした研修会（延べ参加人数） H21：65名、H22：236名、H23：99名 ○農薬管理指導士研修会の実施 H21：110名、H22：107名 ○農薬安全使用講習会の実施 (H21：10回、H22：21回、H23：8回) ○生産履歴記帳（記帳、回収、チェック）の呼びかけ ○残留農薬検査の実施 JAグループ自主検査約2,000検体/年 農業振興部検査200検体/年 ○H22年度に「こうち環境・安全・安心ウォッチャー制度」を立ち上げ、ISOやGAPの有識者、野菜ソムリエ、流通関係者、生協等の消費者代表に委員として登録し、農業者の生産活動を第三者に客観的にみてもらうシステムを構築。 	<ul style="list-style-type: none"> ○農薬管理指導士新規認定者数 H21：33名 H22：23名（全認定者数346人） ○農薬安全使用講習会（延べ参加人数） H21：202名、H22：878名、H23：307名 ○生産履歴記帳率（野菜の防除履歴回収率） H20年 84% →H22年 95% ○農薬事故発生件数 H19：8件、H21：1件、H22：1件、H23：1件 ○こうち環境・安全・安心ウォッチャーとして40名を登録。6産地で、のべ18名のウォッチャーが活動に参加した（H22年度末現在）。取組みに対する意見や疑問点を生産者に投げかけてもらい、情報交換を行い産地のレベルアップを図った。
<p>(8) 認証制度等の整理と活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆エコシステム栽培認証等の推進と環境保全に貢献できる仕組みづくり <p>県認証制度を廃止し、エコシステム栽培、特裁ガイドライン表示、有機JAS等への移行を推進する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○県認証制度を廃止 ○JAグループでのエコシステム栽培認証の集約化、グループ外は特裁ガイドライン表示へ、有機栽培農家は有機JAS認定へ移行推進（エコシステム） ○登録品目数および農家数の拡大を図るため園芸戦略会議安全安心プロジェクトチーム会において認証要件の見直し及び充実を重点化。 ○出荷販売検討会等において各JAに対しエコシステム栽培のPR。 ○環境保全型農業推進のため、関連事業の要件としてエコファーマー取得を位置づけ。 ○ISO実践グループの自主運営支援。 	<ul style="list-style-type: none"> ○エコシステム栽培認証の拡大。 (平成22園芸年度) 登録農家数 1,474戸 野菜販売金額に占める割合 H22年 26.6% 認証農家の増加(H22：181名新規認定) H23園芸年度にショウガ、キュウリ等で拡大 ○ISO実践グループが自主運営に取り組み H22年度：3部会、H23年度：11部会
<p>(9) 環境を軸としたイメージアップと販売戦略の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆出前授業の実施や流通関係者と産地の交流 ・交流や応援づくりと実践 	<ul style="list-style-type: none"> ・関西18校、関東21校で出前授業の実施 (H21) 関西8校、関東11校 (H22) 関西3校、関東8校 (H23) 関西7校、関東2校 ・市場関係者と連携した出前授業の実施(H21、H22) ・量販店高知フェアでの出前授業の実施(H22) ・パートナー量販店の青果担当者を対象に出前授業を実施 ・一般消費者を対象に出前授業を実施 ・「おいしい給食まつり」や「市場まつり」を活用したPRの実施 ・パートナー量販店で一般消費者を対象に出前授業の実施 ・県内市場関係者を対象に出前授業の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・出前授業の参加者数 関西1,554人、関東2,684人、県内181人 合計4,419人 ・「おいしい給食まつり」への参画 ・「市場まつり」来場者数 各会場約2～3万人 ・月刊「学校給食」に出前授業取り組み掲載 ・市場関係者や新需要開拓マーケティング事業と連携した実施

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABCの4段階評価	
・農業事故の発生 【目標】0件 ↓ 【H23実績】1件 ・生産履歴記帳率 (記帳、回収、チェック) 【目標】100% ↓ 【H22実績】94%	○生産履歴記帳率と農薬の適正使用は着実に進展。 ○農薬の安全使用に対する意識が高まり、農業事故は減少。	S	【方向性】 ・農薬の適正使用と生産履歴記帳を継続して推進。
	○既にウオッチャーが生産活動に参加した生産部会等では、新しい気づきがあり、生産活動改善の一助となっている。また、ウオッチャーには流通関係者や消費者等が登録されていることから、生産物のPRともなっている。	S	【課題】 ・ウオッチャーの参加による部会活動が改善し、効果は評価できた。 【方向性】 ・県内各地域、各生産部会での制度の周知を更に図る。
【目標】 エコシステム栽培認証取得率(販売金額)：80% 【実績】 H22園芸年度：26.6%	○JAグループではエコシステム栽培認証への集約化が年々進み、品目やJAによっては園芸連出荷農家数・販売金額の大半を占める(H22園芸年度：ピーマン89%、ナス60%)。 ○主要品目のうち取得率の低い品目(キュウリ、ショウガ、ニラ、オクラ等)についても、主なJAを中心に取得へ向けた取り組みを展開した。特にH23園芸年度にキュウリ、ショウガで大幅な拡大(H22.7月：1,474戸、280ha→H22.12月末：2,034戸、534ha)。	A	【課題】 ・エコシステム栽培認証の取り組みの評価及びチェック機能を高める体制の構築。 ・信頼性の確保が必要。 【方向性】 ・エコシステム栽培認証等認証制度の消費者への認知度・理解の浸透、販売への反映。
【目標】 出前授業受講者数 H19年度：1,596人/年 ↓ H23年度：2,000人/年 【実績】 出前授業受講者数 H22年度：1,846人	○これまでの継続的な取り組みが理解され、「おいしい給食まつり」などの大きなイベントに連携の要請を受けたり、月刊誌に掲載されるなどの成果に繋がっている。 ○市場まつりや一般消費者向けの講座など、様々な機会に出前授業の取り組みを重ねることで、より多くの人にPRができたとともに、販売促進とのプロモーション・ミックスにより事業間の連携に繋がっている。 ○パートナー量販店での商圏内小学校での実施やパートナー量販店の消費者を対象とした実施など、新需要開拓マーケティング事業との連携が始まった。 ○パートナー量販店でのフェアや試食宣伝と重ねるなど、実施方法の広がりが始まった。	S	【課題】 ○講師等スタッフとの事業趣旨の共有。 ○販売拡大に繋がるような実施方法の工夫。 ○新需要開拓マーケティング事業や高知野菜サポーターとの連携。 【方向性】 今後も実施方法を工夫しながら、継続的に取り組んでいく。

<p>産業成長戦略（専門分野）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>これからの対策</p>	<p>具体的な取組み</p> <p>対策に関する具体的な取組み内容を記載</p>	<p>具体的な成果</p> <p>可能な限り具体的な数値を記載</p>
<p>◆高知のエコ農産物を活用した新メニュー等の提案・開発</p> <p>・新需要創出組織の検討と立ち上げ</p> <p>・外食・中食での新たな需要の創出</p>	<p>(H21年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新需要開拓マーケティング協議会設置 (H21.6) ・卸売会社や量販店との合意による販売促進活動の展開 <p>パートナー量販店 (関東2社、関西2社)</p> <p>パートナー量販店での高知フェアの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> 関東2社：15回、159店舗 (のべ) 関西2社：17回、20店舗 (のべ) <p>・パートナー量販店の産地招へいによる高知県の取組む環境保全型農業への理解 (関東2社、関西1社)</p> <p>(H22年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・卸売会社や量販店との合意による販売促進活動の展開 <p>関西新規パートナー量販店の追加：(株)阪急阪神百貨店 (パートナー量販店：関東2社、関西3社)</p> <p>パートナー量販店での高知フェアの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> 関東2社：55回、302店舗 (のべ) 関西3社：25回、58店舗 (のべ) <p>高知野菜コーナーの設置：東急ストア 4店舗</p> <p>・パートナー量販店の産地招へいによる高知県の取組む環境保全型農業への理解</p> <ul style="list-style-type: none"> 関東：東急ストア2回、セイミヤ1回 関西：おおさかバルコフ1回、阪急阪神百貨店1回 <ul style="list-style-type: none"> ・特別栽培農産物の販売促進の展開 (H22年11月～) ・環境保全型農業等高知県の取組に対する認知度調査を東急ストアで実施 <p>(H23年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・卸売会社や量販店との合意による販売促進活動の展開 <p>パートナー量販店での高知フェアの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> 関東：東急ストア14回、セイミヤ2回 関西：関西スーパー7回、おおさかバルコフ2回、阪急阪神百貨店7回 <p><中食・外食等業務加工需要></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たな取引の開拓や既存取引の拡充のための食材提案 (食材提案件数 H22：26社、1団体) ・高知野菜の業務加工向け提案メニュー作成 (H21) ・ふるさと雇用再生業務需要販路開拓事業により、園芸連に対応する職員2名配置 (H21) 	<ul style="list-style-type: none"> ・定期的な高知フェアの展開や高知コーナーの設置、産地招へい、等、量販店とのパートナー関係づくりにより、環境保全型農業の取組認知度が向上するとともに、取扱品目や数量も増加した。 <p>関東 パートナー量販店1社 (拠点店舗)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・認知度の向上 H22.6 8% → H23.2 16.6% ・取扱数量の増加 (前年同期比12~翌1月) H22年度ナス4.2倍、ニラ7倍 ・取扱品目の拡大 やっこねぎ145倍、きゅうり347倍 <p>関西 パートナー量販店1社 (拠点店舗)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売金額の増加 (前年同期1~2月) ナス5倍、きゅうり1.1倍 <ul style="list-style-type: none"> ・飲食チェーン等、新たな取引の開拓 H21：13社 (関東8社、関西4社、県内1社) H22：7社 (関東6社、関西1社) H23 (7月末)：関東3社
<p>◆新しい食-農-観光の産業コラボレーション等による新しい需要や販路の開拓</p>	<p>(H21~H23)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村担当者会での説明、呼び掛け ・取組組織 (2団体：室戸市、嶺北)との協議・調整 <p>(H22)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規取組候補地区への取組紹介と協議 (1地区・1団体) <p>(H23)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規取組候補地区への取組紹介と協議 (1地区) <ul style="list-style-type: none"> ・補助金の交付決定 (H21~H23) 室戸市特産野菜等コラボレーション協議会 嶺北地域農林業振興連絡協議会 (農業部会) 	<p>【嶺北地域農林業振興連絡協議会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・香川県の生協6店舗に「れいほく野菜」の常設棚が設置された。 ・イベント等の開催状況 れいほくフェア 4回、出前授業 1回、消費者対象の学習会 1回、親子料理教室 1回、嶺北産地交流ツアー 1回 <p>【室戸市特産野菜等コラボレーション協議会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・京都市内の量販店にて室戸フェアの実施 販売品目：ハスイモ、西山きんとき、深層水青のり、鯨缶詰、等 ・京都市内の量販店2店舗にて室戸フェアの実施 販売品目：西山きんとき、深層水ナス、ボンカン、文旦等
<p>(10) オランダウエストラント市-高知友好園芸農業協定の締結</p> <p>◆世界のトップランナーと日本のトップランナーの友好園芸農業協定を活かした仕組みづくり</p> <p>県内の農業者や関係者の環境保全型農業に対する意識をさらに高め、トップランナーの地位を築くスピードを加速するため、環境保全型農業技術の世界のトップランナーであるオランダのウエストラント市との友好協定を締結する。</p>	<p>○ウエストラント市関係者や学校関係者を高知に招き、農業生産者や関係者と交流 (3回)</p> <p>○知事を代表とした代表団の派遣と視察訪問団の継続的な派遣</p> <p>H21：48名 (うち農大生4名)、H22：46名 (うち農大生14名)、H23：26名</p> <p>○オランダに関する講演会、勉強会実施</p> <p>H21：14回、H22：5回</p>	<p>○友好園芸農業協定締結 (H21)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知農業大学校とLentiz校との間で学生交流に関する覚書締結 (H21) ・友好協定をさらに一歩進めた覚書締結 (H22) ・農業大学校の学生がLentiz校に1か月間留学研修 (H22：2名) ・農業技術センターの研究員がオランダに3か月留学研修 (H23：2名) ・農業技術センターで新園芸システムの開発に関する研究の開始 (H23) ・県内花き農家とオランダの花き農家との提携生産開始 ・のべ1,710人がオランダ関係の講演会、研修会に参加
<p>(11) 新施設園芸の価格の低迷</p> <p>◆施設園芸システムの確立に向けた研究開発</p> <p>化石エネルギーの使用量削減とそれに代わる新エネルギーの利用方法や、施設内環境制御など、高収益につながる新施設園芸システムを構築するための研究を推進する</p>	<p>◆新施設園芸システムの確立に向けた研究開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ○こち新施設園芸システム研究会の設立 ○ヒートポンプの利用技術と機能強化に関する研究 ○施設内環境制御技術に関する研究 ○高軒高ハウスに適した栽培技術に関する研究 	<p>○所内プロジェクト会議を開催し、計画と進捗状況の確認を行い、所内だけでなく、行政部門、専門技術員との情報の共有化を図った。</p> <p>○こち新施設園芸システム研究会の設立し、産学官の連携を図り、情報の共有化を行った。</p> <p>○所内で新施設園芸システムに係る担当で合同のゼミを毎月1回行った。</p>

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABCの4段階評価	
	<p>・高知コーナーの設置や定期的な高知フェアの展開、産地招へい等、量販店とのパートナー関係づくりが、環境保全型農業の取り組み認知度の向上や取扱品目や数量の増加につながっている。</p> <p>・卸売会社や量販店との合意による販売促進活動が、新たな展開につながり始めた。</p> <p>関東：東急ストア「プレッセ店（東急ストアの高級店）」で、リバックによる高付加価値商品を食べ方とともに消費者に伝える販売を開始した。 （商品）ピーマン3個/袋 （緑ピーマン2個、赤ピーマン1個、レシビ入り） みょうが3個/バック（レシビ入り） 東京青果や東急ストアとPB導入に向けた検討が始まった。</p> <p>関西：卸売会社やパートナー量販店との情報共有が、毎月、行われるようになった。 阪急阪神百貨店（西宮阪急）で消費者に環境保全型農産物の取組を消費者に伝えるための講習会を、フェア時に定期的に開催するようになった。 6月：環境保全型農業の紹介 野菜ソムリエによる料理教室の開催 （ミョウガ、オクラ、生姜、など夏に使える高知野菜の香味だれ）</p> <p>・業務向けへの食材提案や本県の取り組みを理解していただくための産地招へいが、業務需要の新規顧客開拓につながっている。 ・ハスイモや花二郎など、本県の独自食材の提案を通して、本県園芸品の取引拡大につながっている。</p>	S	<p><パートナー量販店> 【課題】 ・パートナー量販店との関係強化による販売拡大 ・パートナー量販店との販売戦略の共有による新たな販売方法や商品の開発</p> <p>【方向性】 ・産地側（産地、出荷団体）と消費地側（卸売市場や仲卸、量販店、等）が販売戦略を共有しながら、新たな販売方法や量販店PBへの対応、新たな商品の開発等、相互メリットのある取り組みを進めていく。 ・販売協力店の認定制度や、環境保全型農業の取り組みなどを伝えた販売で重要となる販売支援員に対して研修を行うことなどにより販売を強化していく</p> <p><中食・外食等業務加工需要> 【課題】 ・既存取引会社との継続した関係づくりや新規の業務需要開拓 ・実需者ニーズに合わせた契約や出荷体制の確立</p> <p>【方向性】 ・産地側（産地、出荷団体）と実需者側（卸売市場、仲卸、業務需要会社）の情報共有により、相互メリットある取引の拡充と取引の新規開拓を進める。</p>
	<p>○嶺北地域 ・香川県の生協6店舗で、「四國の水瓶・早明浦ダムの里より土佐れいほく市場」と銘打った「嶺北コーナー」を設置したことにより、れいほくの認知度が上がっている。 ・アンケートの結果を受けた産地の体制作りの進展があった。</p> <p>○室戸地域 ・一定のリピーターが出て来ており、西山きんとときやボンカンを目当てに訪れた人がいるなど、室戸産品の認知度が上がっている。 ・好評を反映して、店舗側からも、フェアの回数、店舗数の増加要望もあり、協力関係が強化されている。</p>	A	<p>【課題】 ○フェア後の顧客対応。効果・評価の産地へのフィードバック ○評価及び量販店等との継続取り引きに向けた提案</p> <p>【方向性】 ○パートナー量販店との継続した取り引きに向けた関係性の構築 ○特産野菜等の品目別戦略として事業を実施してきたが、今後は特産野菜等をツールの一つとした「地域まるごと」を売り込む事業とし産業振興を図っていく。</p>
<p>・学校間の交流に向けた関係づくり 目標：1組 実績：1組</p> <p>・技術交流研修参加者 目標：10名/年 実績：25名/年</p>	<p>○友好園芸農業協定が締結され、学校間交流、研究員の留学研修が新しく始まった。この交流をステップとしたビジネス交流も始まりつつあり、この3年間の取組目標は概ね達成。</p>	S	<p>【課題】 ・これまでの交流で得られた知見、経験を環境保全型農業の普及に活かすための仕組みづくり。</p> <p>【方向性】 ・学生や研究員などの派遣を継続し、新しい感覚を持った人材の育成と、新しい園芸システムの開発等を推進。</p>
	<p>○こうち新施設園芸システムに関する情報共有が行われ、システム開発に向けた機運が高まった。 ○今後の高知県が進める高収益を目指した施設園芸の方向性につてPRが可能となった。</p>		<p>こうち新施設園芸システムの開発に向け、産学官の連携による情報共有及び研究会の設立、研究内部のプロジェクト活動、研究設計など、研究体制が確立した。</p> <p>【課題】 ・自然冷媒ヒートポンプの基礎データの収集と局所暖房方法の確立 ・ミョウガの日射比例給液制御での設定値と炭酸ガス施用効果の解明 ・ピーマン、シトウでの炭酸ガス施用効果の解明 ・ユリの有効な夜冷時間帯、有効な作型、コストの解明 ・トルコギキョウのLED照明による有効な光質、電照方法、電照期間の解明</p> <p>【方向性】 ・本県園芸に適合する栽培システムの早期確立を図る。</p>

産業成長戦略（専門分野）		
戦略の柱	具体的な取組み	具体的な成果
取組方針	〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
施策		
これからの対策		
4 生活できる所得を確保するこうち型集落営農の実現		
(1) こうち型集落営農の実現		
<p>◆こうち型集落営農の推進 過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、有望な園芸品目等を導入し、農業で生活できる所得を確保できる仕組みづくりを行う。</p>	<p>◆こうち型集落営農の推進 ◎こうち型集落営農への到達 H20-モデル集落に10集落選定 H21-モデル集落に6集落選定 ⇒モデル集落に対し重点的・総合的な支援を実施 ・ソフト面では仕組みづくり、ハードでは基盤づくりを支援 ・組織の設立から運営に対して、関係機関と連携して総合的に支援 ◎モデル集落の成功事例を一般対策に移行して各市町村へ拡大 ◆ハード事業による支援(H20～22、補助率2/3) 補助金 111,273千円</p>	<p>・こうち型集落営農の仕組みができた組織：16組織 ・県内初の集落営農組織の法人化：「ビレッジ影野」（四万十町） ・集落営農組織の売上げ向上 (H19)43,300千円 ⇒ (H22)94,100千円 ・園芸品目等の拡大 栽培面積：(H19)13.2ha ⇒ (H22)19.8ha 新たな園芸品目の導入：13品目 (施設)雨除けピーマン、葉ワサビ等 (露地)プロコリー、ショウガ、ミシマサイコ等</p>
(2) 集落営農の推進		
<p>◆集落営農組織の活動促進 中山間地域等直接支払制度に取り組み集落を中心に話し合いを進め、営農の省力・低コスト化を目指す集落営農組織を育成する。</p>	<p>◆集落営農組織の活動促進 ◎集落営農を進めるための話し合いの場づくりと実践活動や品目選定への支援 ◎地域が主体となって開催する研修会や先進地視察への支援 ◆ソフト・ハードの実績 ハード事業 (H20～H22、補助率1/2) 補助金 197,729千円 ソフト事業 (H20～H22、定額) 補助金 5,038千円(のべ17市町村)</p>	<p>・集落営農組織 (H19)99組織 ⇒ (H22.12月末)160組織 ◎補助事業の3か年総括 新規組織61組織(うち補助金活用組織 45組織 74%) ◎平成23年度(2次交付決定まで) ハード事業 45,074千円 ソフト事業 1,312千円</p>
(3) 有望品目の導入・定着		
<p>◆現地実証試験による栽培実証や販路開拓活動の支援【再掲】 有望品目産地づくり支援プロジェクトチームを中心に、地域に提示した品目について、販路拡大と産地化に向けた取り組みを実施する</p>	<p>・今後需要の伸びが期待できる品目や県内に本格導入されていない品目など、幅広い見地から、有望と思われる品目を出荷流通団体を含めたプロジェクトチーム会で選定して、地域に提案した。 ・地域が取り組んだ有望品目に応じて、栽培技術の確立、流通販売先の開拓、販売促進活動などを行い、産地づくりに取り組んだ。</p>	<p><平成22年度の成果> ・平成22年度の販売金額(園芸連調べ) ・ハスイモ 7,972万円 ・アスパラガス 10,120万円 ・ニガウリ 5,707万円 ・パプリカ 7,385万円 ・加工用ワサビ 1,647万円</p>
5 品目別総合戦略の実践		
(1) 生産から流通・販売までを見通した総合戦略の共有と実践		
<p>◆品目ごとに生産から流通までの総合戦略に基づく対策を実施</p>	※品目ごとに評価	
(2) 園芸の振興		
<p>【ミョウガ】</p> <p>◆価格安定制度の創設と実施 ◆高収量・高品質の普及 ◆廃液処理装置の開発・導入</p>	<p>・5～6月の出荷ピーク時の単価安に対し県単独事業で価格安定制度を創設。(H21～) ・「学び教えあう場」での栽培管理技術の普及 (H21 34回延べ966人、H22 38回延べ878人) ・生産者交流会の開催(H21 1回、137名参加) ・排液処理マニュアルや処理装置の検討会 (H21 9回、H22 3回) ・高知県版GAPその1の実施支援</p>	<p>・価格安定制度が発動し、生産者に補給金が交付される見込み。(H23:総額約5千6百万円程度) ・反収5t以上を目指す農家達成率 ：92%(H21園芸年度) ：65%(H22園芸年度) ・排液処理装置の検討：須崎地区で排液処理装置(5機)を設置して、実証を継続している。 ・高知県版GAP取り組み率：69%</p>
<p>【ナス】</p> <p>◆JAを中心としたまとまりのある産地づくり</p>	<p>・「学び教えあう場」での栽培管理技術の普及 (H21 20カ所117回延べ1754人、 H22 20カ所113回、1564人) ・土佐鷹栽培講習会 (H21 17回、H22 10回) ※土佐鷹とは高知県が育成した品質の優れるナス品種 ・土佐鷹普及推進協議会による普及推進 (H21 3回、H22 5回)</p>	<p>・18tどりを達成した農家は15中12戸(モデル地区)であった。(H22園芸年度) ・県域での平成23園芸年度の「土佐鷹」作付面積は26.79haとなった。 ・平成22年の安芸地区でのナス系統出荷率は52%であった。(H22園芸年度)</p>

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABCの4段階評価	
モデル集落 【目標】16集落 【実績】16集落	・各農業振興センター・普及所に専門職員を10名配置し、重点的に指導（1事務所当たり約30回/年の打合せ等）することで、こうち型集落営農に取組む仕組みが早期にできた。16組織	S	<ul style="list-style-type: none"> ・こうち型集落営農の成功事例を一般対策に移行して各市町村に拡大していく。 こうち型：(H22)16組織 ⇒ (H25)32組織 集落営農組織数：(H22)160組織 ⇒ (H25)250組織 ・平成23年度から、新たに「集落営農・拠点ビジネス支援事業」を創設し、集落営農の推進と所得拡大を目指して経営の多角化を図る集落営農の拠点ビジネス化をソフト・ハード両面から支援する。 <p>《次のステージの方向性》</p> <p>【項目】集落営農の取り組みの拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・集落での話し合いを基にした集落営農組織の育成 ・更に、「こうち型集落営農」のノウハウを活かして、所得が確保できる経営の多角化を進める集落営農の拠点ビジネス化
	・ハード・ソフトの有効活用により、県内の集落営農組織が3か年で約7割増加した。	S	<p>【対策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・集落営農普及促進事業 取組みが遅れている市町村には、県が一步出て誘導するソフト事業 ・集落営農・拠点ビジネス支援事業 市町村主体となって行うことができるソフト・ハード両面からの支援 更に、法人化へのステップアップを誘導するメニュー追加
【目標】 販売金額5,000万円以上の品目数：5品目 【実績】 4品目（平成22年度末） ※達成率：80%	・選定した12品目の中から、4品目で販売額が5000万円を超えるなど、一定の成果が得られた。	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・残された有望品目の栽培技術の確立と普及拡大（葉ニンニク、ハナニラ、3色ピーマン等） <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・残された有望品目の普及性などを検討する。 ・県域で取り組む品目では、普及拡大検討会を主催して、新規栽培者のフォローアップと新規参入を促す。 ・地域で取り組む品目では、振興センターや関係機関への支援を行う。 ・販路開拓、販売促進に係る支援（補助金）や情報提供を行う。
【目標】 ・需給動向を見据えた業務需要の拡大 【実績】 ・廃液処理装置の実証が進行 ・価格安定制度が発動し、需給調整を実施(H23年度)	<ul style="list-style-type: none"> ・今後も価格安定制度を継続し、生産者の経営支援を行う。 ・まとまりのある園芸産地育成事業の取り組みにより、A地区では22年度には反収5t以上を目指す農家が150戸に増え、98戸が目標を達成した。 ・排水処理装置については、農業技術センターで窒素、リンの処理技術が確立し、産地に提示することができた。 ・GAPの取り組みが県域に浸透してき始めた。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高収量・高品質の生産を実現するため「水やけ症」の原因究明、対策検討 ・日射比例装置を利用した給液管理システムの普及 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・5t以上を目指す農家で未だ達成していない方が約50戸いる。その方が目標達成できるように、篤農家をはじめ、関係機関が連携し技術の底上げを働きかける。 ・排水処理装置については、コントローラーを自動化し、もう1年、稼働状況を確認することになった。実証結果や産地の反応を把握しながら、再度、事業導入も視野に入れて働きかける。
【目標】 ・18tどり達成農家率（18tどりを旨とする農家に占める割合） H20：48% →H23：100% ・系統出荷率ナス（A地区） H19園芸年度：52% →H23園芸年度：60% 【実績】 ・18tどり達成農家率：80% ・系統出荷率（A地区）：52%	<ul style="list-style-type: none"> ・まとまりのある園芸産地育成事業の取り組みにより、A地区では22年度には反収18tどり以上を目指す農家の8割が目標を達成した。 ・土佐鷹の栽培面積は推進体制の不備や重油高騰などが影響し、達成目標に比べ、低く推移している。 ・系統出荷率は、関係機関の連携や働きかけにより、目標は達成できていないが、概ね目標の90%となっている。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知力の品質向上 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「学び教えあう場」を利用し、篤農家技術や試験研究技術を共有し増収を図る。 ・「土佐鷹」の普及推進に向けては、農家や関係機関による推進体制の強化や栽培データの整理・提示を行い、目標達成に向けて取り組む。 ・安芸地区の「学び教えあう場」や戦略推進会議、系統推進会議等でメリットを提示しながら系統率の向上を図る。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱		<p>（ 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 ）</p>	<p>（ 可能な限り具体的な数値を記載 ）</p>
取組方針			
施策			
これからの対策			
<p>【ユズ】</p> <p>◆将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくり ◆優良系統による新改植の推進 ◆加工原料用ユズ果汁の安定供給と販路・需要の拡大</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・農作業受委託に関するニーズ調査及び組織設立支援（香美市、北川村） ・北川村の農作業受託組織「ゆず銀行」での剪定作業等の技術者の育成 ・果樹試選抜優良系統の穂木提供及び母樹園設置、増殖体制づくりを支援 H21：3JA、91本 H22：2JA、49本（H19～累計：6JA、775本） ・「学び教えあう場」での栽培管理技術の徹底（H21：8カ所、のべ49回、H22：8カ所、のべ45回） ・搾汁施設の導入支援（国・県補助） ・高知県ゆず振興対策協議会の体制強化（加工部会の新設）、県域での需要拡大への取り組みを支援 ・見本市へ出展するなど積極的な商談を開始 H22：3回 H23：1回 ・「まるごと高知」や各種イベントを活用したPRの実施。H22：4回 ・パンフレットやレシピ集、ハッピー等の資料を作成し、商談会やイベント会場で活用。 ・豊作時の価格の低迷に対し、「ゆず振興基金」による生産者支援を検討し、関係市町村等と調整を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・園地維持管理のモデルの育成 北川村「ゆず銀行」（H21）、香美市の農作業受託組織「ゆずもり」（H22）を設立し、作業受託を実施 ・JA、農業公社などで優良系統の母樹園設置（8カ所） ・新改植面積36.5ha/年（H21～22）、生産量12570t（H21～22平均） ・品質の安全・安心を求める顧客ニーズに対応した搾汁施設が導入された。（H21：2カ所、H22：3カ所） ・大手飲料メーカーなどとの大口取引契約や輸出など新たな販路開拓が進み、一定の在庫量の減少が見込まれる。 ・豊作時のセーフティネットとして「ゆず振興基金」を創設。
<p>【ブタン】</p> <p>◆ブタン振興に向けた組織のあり方検討の場づくり ◆収量・品質向上技術の普及（マルチ栽培等） ◆主要産地への光センサー選果機の導入</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・土佐文旦振興対策協議会を設立（H21）し、県域で、土佐文旦の課題、振興方針を共有化 ・特産果樹振興事業によるマルチ栽培の普及拡大 H21:28戸、2.5ha、H22:11戸、0.5ha ・「学び教えあう場」での栽培管理技術の徹底（H21：3カ所、のべ7回、H22：3カ所、のべ8回） ・国及び県補助事業による光センサー選果機導入支援 ・文旦産地と食品加工業者とのマッチング 県内酒造会社に文旦搾汁施設の導入（H21） 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費宣伝活動（土佐ぶんたん祭（3回）、加工品開発（2事例）など、協議会を主体とした県域での取り組みが定着化 ・モデル的にマルチ栽培を新たに3ha導入することで、産地の高品質化とまとまりが強化された。 ・生産量：9,620t（H21～22平均） ・県内最大産地（土佐市）への光センサー選果機の導入（H22）により、2大産地でバラツキの少ない出荷体制が整備された ・H22年産は春先の天候不順で着果量が平年の7割程度 園芸連取収量 H21：1,411t、H22：816t ・県内酒造会社（K社）：文旦リキュール 大手ジャム会社（S社）：だるま文旦ジャムを商品化（H22）
<p>【コリ】</p> <p>◆経営管理能力向上のためのコンサルタント活動 ◆産地ごとの組織としてのまとまりづくりのための部会活動強化 ◆県域のまとまりづくり</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・作型別経営試算シートの作成、作型ごとの経営収支の実態把握（3地区：土佐市、高知市、安芸市）【H21】 ・ヒートポンプ導入農家のコスト低減実証成績とりまとめ（土佐市）【H21,22】 ・コリウイルス対策情報共有・情報提供（種苗会社、NOSA1、JA、農家代表）【H22,23】 ・花き市場モニタリング調査の実施（H21～22年度：延べ24市場、2,347件）、調査結果の関係者の共有 ・消費地（市場関係者、花店）と生産者との交流会の開催（H22 1回） 	<ul style="list-style-type: none"> ・作型ごとの具体的な試算により、作型の見直しやヒートポンプの導入などにつながった。 ・コリヒートポンプ導入累計台数 H20：113台、702a→ H21：114台、710a→ H22：120台、781a ・新型のウイルスがH23.4.1からNOSAの対象病害となった。一方、感染拡大防止のため、切り下球利用の積極的な推進は行わなかった。 ・花き市場モニタリング調査により県産花きの各産地の品目ごとの消費地ニーズや問題点、課題が明らかになった。 ・交流会の開催により固定客の確保につながった。
<p>(3) 売れる米づくり</p> <p>◆生産振興対策</p> <p>県産米の市場評価を高め、需要に即した売れる米の生産振興を図るため、高品質・安定生産および地域の担い手育成を支援する。</p> <p>◆販売対策</p> <p>流通・販売において、早期水稲では「南国そだち」を核とした販売促進活動、普通期水稲では地域特性を活かした売れる米づくりを支援する</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・南国そだち研究会において、「南国そだち」の栽培技術の向上を図った。 H21 3回開催 延150名参加 ・生産コストの低減に向けて、近未来創造型稲作研究会（若手稲作生産者の情報交換会）を開催し、V溝直播栽培等の新技術の検討を行った。 H21 2回開催 H22 2回開催 延42名参加 ・「売れる米づくり」ワーキンググループ（生産者を含む）を設置し、課題（生産・販売）の見直しを行った。 ・こうち売れる米づくり産地育成事業補助金 H21 全農こうち 2,000千円 H22 全農こうち・中土佐町他 2,631千円 H23（予算額） 3,500千円 ・県内および県外販売促進活動（米穀卸業者への南国そだちのPR、量販店での試食販売） ・新米消費拡大キャンペーンの実施（TVCM、DVDの作成、とさでらすでの試食販売等） ・米の消費拡大意見交換会 H22 1回 20名参加 ・県産米ブランド化セミナー H22 2回開催 延115名参加 	<ul style="list-style-type: none"> ・「南国そだち」作付面積 H20 100ha → H23 200ha ・1、2等米比率（うるち米） H20 75.0% → H22 81.0% ・V溝直播栽培の実証ほ 2カ所 ・県内、県外への販路拡大（県内、県外量販店で取り扱い開始） ・H23に玉川高島屋、大丸札幌店において「南国そだち」を試験販売 ・県内地域ブランド米の育成（土佐天空の郷米、仁井田米等の地域ブランド米への支援及び新たな取り組み支援） H20 0 → H22 1（大野見米（中土佐町））

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABC の 4段 階評価	
<p>【目標・実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ユズの生産量 目標：8,440 t (H22～23平均) 実績：12,570 t (H21～22平均) 達成率149% ・ユズ酢の農協の在庫量 目標 H21：600 t → H23：200 t 実績：500t (H23.6末) 	<ul style="list-style-type: none"> ・新改植による若返り、生産量拡大は、計画以上に進んでいる。 ・ゆず振興対策協議会の体制強化や県域での需要開拓への積極的な取り組み、ゆず振興基金の創設など、新たな仕組みづくりができたことで、今後のゆず振興の基盤ができた。 ・協議会の中で青果部会、加工部会を設け活動が活性化し、商談会等へ積極的に参加する動きになってきたことは大きな変化。また、関係機関の情報が共有され、横のつながりも強化されている。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ユズ園を維持管理する仕組みの普及 ・隔年結果及び品質低下対策の推進 ・ユズ果汁等の安定供給と販路、需要の拡大 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県産ゆずの振興方針については、ゆず振興対策協議会等で協議し、高知県果樹振興計画に位置づける。 ・生産者の高齢化に対応したゆず園地の維持管理の仕組みづくりについては、産地間交流会などで、モデル地区の取り組みを周知し、県域に波及させる。 ・隔年結果対策も含め、高品質な青果ゆずの安定生産を推進する。 ・ゆず果汁等の安定供給と需要拡大に継続的に取り組むと共に、HACCP取得推進、品質規格基準の設定等による県産ゆずのブランド化に取り組む。 <ul style="list-style-type: none"> ・青果と加工品の一体となったPR活動を進める。
<p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・光センサー選果機導入 H20年度：1カ所 ↓ H23年度：2カ所 【実績】 2カ所 (H22) (達成率100%) <p>【目標・実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・光センサー選別機導入に伴う高品質化と園芸連取扱量の拡大 H20：1,448t H21：1,411t H22：816t 	<ul style="list-style-type: none"> ・協議会の設立後、県域での課題の共有化、マルチ栽培での交流を核としてまとまりづくりが進んだ ・県内2大産地に光センサー選果機が導入されたことは、評価できるが、データのフィードバックによる高品質果実生産への取り組みが必要である ・加工品開発に対する県域での情報共有が図られ、具体的な商品開発が進んでいるが、販路開拓やコスト面などで課題が残る 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・品質低下、バラツキ軽減 ・消費宣伝戦略の検討と全国レベルでの展開 ・魅力ある加工品の開発と販路開拓 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土佐文旦の振興方針について、土佐文旦振興対策協議会等で協議し、高知県果樹振興計画に位置づける ・光センサー選果機を効果的に活用した生産販売戦略を立て、実践する ・加工品の開発や販路開拓については、青果販売を補完し、相乗効果による生産者所得の向上に繋げるよう取り組む。
<p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・栽培面積： 目標91ha (H20面積を維持) ↓ 【実績】 H21：85ha (93%) H22：85ha (93%) 	<ul style="list-style-type: none"> ・生産面ではヒートポンプの導入などのコスト低減対策が進んだ。新型のウイルスの対応については効果的な対策がなく、課題が残る。 ・販売面ではモニタリング調査を通じて消費地との顔の見える関係づくりが徐々にできつつある。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ヒートポンプの導入が、ランニングコストの低減に繋がっていない生産者が存在。 ・モニタリング調査の結果をもとに、各産地における課題解決に取り組んでいる段階であり、消費地からの評価される段階には至っていない。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・効果的なヒートポンプの利用方法についての啓発が必要。 ・消費地と産地の顔の見える関係づくりは継続的に進める。また、県域の目慣らし会や産地間交流の充実が必要。
<p>‘南国そだち’作付面積 【目標】500ha 【H23実績】 200ha</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・南国そだち研究会を開催したことにより、‘南国そだち’の肥培管理等栽培管理について県内生産者間で共有することができた。 ・‘南国そだち’の作付面積は、耐肥性・栽培のしやすさ等から‘ナツヒカリ’からの品種転換が進まず、目標に達することができなかった。 ・生産コストの低減に向けた新技術としてV溝直播栽培の検討を行ったが、機械の導入経費等に課題があり、導入には至っていない。 	B	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・早期稲の品種構成は、販売戦略とあわせて見直しが必要である。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高温障害について対策技術の検討・実証し普及を図る。
<p>新たな特色ある地域ブランド米の育成 【目標】3 【H22実績】1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・‘南国そだち’をはじめ、県産米の認知度は県内外で高まった。 ・新たにブランド化を図る動きが活発になってきた（大野見米等）。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・早期米は早さだけで売れる時代ではなくなっていることから、米の特徴（品質）や用途などの再検討及び関係機関と連携して販売戦略の見直しが必要。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各地域でのブランド化を引き続き支援。

産業成長戦略（専門分野） 戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み （対策に関する具体的な取り組み内容を記載）	具体的な成果 （可能な限り具体的な数値を記載）
◆新たな国の制度への対応	・新制度活用による新規需要米検討会の開催し、品種や栽培について検討を行った。 H22 2回 延40名参加	新制度活用による新規需要米・加工用米栽培面積 米粉用米 H21 12ha → H22 20ha 飼料用米 H21 26ha → H22 337ha WCS用稲 H21 8ha → H22 56ha 加工用米 H21 0ha → H22 2ha ・農技センター、農振センターにおいて、多収品種の現地適応性を検討した結果、各地域への導入品種の絞り込みができた。
(4) 土佐茶産地の再構築		
◆「土佐茶」の販売推進体制の構築 生産から、PR等の消費拡大、販路拡大等の販売までの対策への支援の強化を実施する。 生産者と関係団体が一体となって、安全・安心でおいしい土佐茶の販売戦略を確立していくとともに、消費と販路の拡大等に取り組みながら、茶生産農家が生産を維持できる所得の確立を目指して取り組む	●土佐茶販売対策協議会の活動支援 TVCM、リーフレット配布、各種商談会への参加、出前授業の実施等 ① 消費・販路拡大対策：実践63回 ② 県外へのアプローチ：実践8回 ○生産を維持できる仕組みづくりの活動 ① 生産・加工流通等の総合的調査：13回 ② 土佐茶ブランド化に関する研究：12回 □：ふるさと雇用再生特別基金の活用した業務委託 ① 土佐茶の消費拡大・販路拡大に係る業務（全農高知県本部）：委託契約の締結・事業実施 ② 土佐茶普及推進拠点整備および運営業務（NPO法人ワークスマらい高知）：委託契約の締結・事業実施	●土佐茶販売対策協議会の活動支援 土佐茶認知度の向上（49→62%） 緑茶購入量の増加（全国46位→32位） ○生産を維持できる仕組みづくりの活動 仕上げ茶加工施設の導入（全農）、消費拡大に向けた飲み方提案の実施（水出し茶）、高知女子大学（現高知県立大学）による新商品の開発・販売 □：ふるさと雇用再生特別基金の活用した業務委託 ① 土佐茶の消費拡大・販路拡大に係る業務（全農高知県本部）：販売金額235万、取扱数量198kg、新規店舗数217店 ② 土佐茶普及推進拠点整備および運営業務（NPO法人ワークスマらい高知）：土佐茶の普及拠点として「土佐茶カフェ」が開店し12～6月期の来客数は32,000人を超えた。
(5) 畜産の振興		
【酪農】 効果的な乳量・乳質改善の取組への支援	○牛群検定の加入促進 ○県下4地域4戸の牛群検定農家をモデルとして、暑熱対策や給水施設など牛舎環境の改善を実施し、モデル農家でのバーンミーティング（農場研修会20回延べ195人参加）等を通じて生産性向上の取組を実施。 ○更に追加対策として、高能力初妊牛97頭導入を支援し、遺伝的能力向上の促進を図った。	○牛群検定の推進 ・検定農家4戸（計28戸）増加、検定頭数もH19：1,002頭→H22：1,534頭に拡大 ・検定農家では搾乳牛1頭あたり平均乳量がH20：9,056kg→H22：9,583kgに向上 ○乳用牛舎快適性モデルの実証展示 ・モデル農家4戸では搾乳牛1頭あたり平均305日補正乳量がH21：8,347kg→H22:8,630kgに向上
【肉用牛】 生産性向上への支援 土佐和牛ブランドの再構築への支援	○生産性向上の取組 ・篤農家を中心とした技術研修会（計22回延べ545人参加）の開催 ○土佐和牛ブランド推進協議会をH21年7月に設立、食べ歩きマップ（5万部）や新聞広告・雑誌（14誌）等のPR活動による認知度の向上、レトルト加工品の開発・販売（38千個）、土佐あかうし表示店（17店）の拡大や販路開拓に取り組んだ。	○生産性向上の取組 ・養育優良子牛の市場割合がH20：31%→H22：35%に向上 ・県内家畜市場での子牛価格がH21:198千円→H22:240千円にアップ（42千円前年度比119%） ○土佐和牛ブランドの再構築への支援 ・新規取扱店舗（39店）の開拓 ・土佐あかうし平均枝肉単価（kg）と枝肉重量（去勢牛）とも、景気悪化のなかH21年度：1,360円454.6kg618千円→H22年度:1,380円460.9kg636千円にアップ
【養豚】 飼料用米給与による畜産物のブランド化に向けた実証への支援 肉豚価格補てんへの支援	○ブランド化を目指した飼料用米給与の生産実証（JA四万十、米豚）を実施。 ○肉豚価格の低落時に基金による補てんを実施。	○飼料米給与による畜産物のブランド化 ・飼料用米生産面積10.3ha（当初計画7haより約3haの増加）に拡大 ・販売促進の取組による新規取扱店（37店）の開拓 ・生産頭数の大幅な増加 H22年度：計画2,000頭→実績2,800頭 H23年度：目標3,200頭→計画10,000頭に拡大 ○地域肉豚価格安定対策 ・豚肉価格の低迷に対し、価格補てん（対象：14戸）による経営安定を実施
【土佐ジロー】 飼養羽数5万羽生産流通体制への支援 （平成23年度達成）	○土佐ジロー協会にふ卵施設を整備するとともに、各支部で卵質検査や現地巡回指導（生産農家延べ200戸）を実施。 ○土佐ジロー協会での県内外の展示商談（約170件）の取組によって、新規取扱店を開拓。	○H22年度から土佐ジロー協会でのふ化体制を確立（H22年度：入卵60,054個、雛33,570羽、ふ化率55.9%） ○新規取扱店舗（25店）の開拓 ○土佐ジロー協会を中心とした一元集出荷販売をH22.8から開始することによって、新たに県外への販売量を拡大（約2万個）
【土佐はちきん地鶏】 14万羽(平成23年度)生産体制への支援 （平成25年度達成20万羽）	○生産拡大の取組を支援するとともに、特定JASの認証を取得。 ○県内外の展示商談（約230件）の取組によって、新規取扱店を開拓	○生産から流通・販売を担う会社をH22.4に設立 ○県内外量販店での試食販売会（延べ50回）を開催し、販売を拡大（量販店数H21.3：57店→H23.3：87店） ○生産に見合う新規取扱店（134店）を開拓

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABCの4段階評価	
	<ul style="list-style-type: none"> ・県内に適した多収品種の選定が一定できた。 ・新規需要米の栽培面積は大幅に拡大した。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多収品種は新たな品種も育成されており、今後も継続して各品種の現地適応性を検討。 ・県内で導入可能な低コスト生産技術の検討が必要。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・加工用米は県酒造組合から200tの要望に対し、現状120tしか確保できていないため、今後加工用米の推進が必要。
<p>県内緑茶消費量の県内産シェア</p> <p>【目標】</p> <p>H19：48% →H23：60%</p> <p>【実績】</p> <p>H22：66%</p>	<p>●土佐茶販売対策協議会の活動支援</p> <p>消費・販路拡大の活動の結果、土佐茶の認知度が上昇するとともに、緑茶購入量が増加した。</p> <p>○生産を維持できる仕組みづくりの活動</p> <p>仕上げ茶の加工施設を整備し、高品質安定生産や、新たな消費者ニーズに対応したティーバック・粉末茶の製造が可能となった。</p> <p>□ふるさと雇用再生特別基金の活用した業務委託</p> <p>① 土佐茶の消費拡大・販路拡大に係る業務 (全農高知県本部)：新規取扱店舗、販売金額、取扱数量とも増加した。</p> <p>② 土佐茶普及推進拠点整備および運営業務 (NPO法人ワークスみらい高知)：「土佐茶カフェ」が開店し、県内外に「土佐茶」の魅力を実証するとともに、県内はもとより全国に「土佐茶」の情報を発信することができた。</p>	S	<p>《次のステージの方向性》</p> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費拡大のため、引き続き、土佐茶のPRを推進するとともに、販路拡大のため営業の強化を行う。 ・ふるさと雇用再生特別基金を活用した業務委託内容の継続 <p>【方向性】</p> <p>全出荷量のうちの仕上げ茶の比率を増やし、農家収益の向上を目指す。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・トライアル商品の開発・製造 ・新しい販売方法の検討 ・お茶による集いの場の提供(土佐茶カフェ) ・土佐茶アドバイザーの育成
<p>1頭当たり県平均乳量</p> <p>【目標】</p> <p>H23年度 8,000kg</p> <p>【実績】</p> <p>H19年度 7,646kg ↓ H22年度 7,824kg</p>	<p>・牛群検定の推進、高能力初妊牛導入による遺伝的な改良の促進や乳用牛舎快適性モデルの実証展示等生産性向上の取組によって、検定農家の戸数・頭数が増加するとともに、猛暑の影響のなか、乳量の増加が図られている。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・非検定農家の乳量・乳質の改善 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後も効果的な乳量・乳質改善の取組支援を継続し、牛群検定の加入促進を図る。
<p>肉用牛飼養頭数(2月現在)</p> <p>【目標】</p> <p>H23年度 7,000頭</p> <p>【実績】</p> <p>H19年度 6,300頭 ↓ H22年度 5,700頭</p>	<p>・子牛・枝肉市場価格の低迷や飼料の高止まりによる経営悪化、口蹄疫の発生等による導入頭数の減少、農家の高齢化や廃業等の影響によって、肉用牛の飼養頭数は減少しているが、生産性向上や販路拡大によって、子牛・枝肉価格の底上げが図られている。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・品質や生産性向上への取組強化 ・市場性の低い発育不良子牛の改善 ・地域内一貫生産体制への取組強化 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キャトルステーションの整備・実証展示、篤農家を中心とした育成・肥育技術や繁殖成績改善等の技術研修を行い、生産性の高い地域内一貫生産を目指した生産基盤の確立への取組支援を図る。
<p>米豚生産頭数</p> <p>【目標】</p> <p>H23年度 3,200頭</p> <p>【実績】</p> <p>H20年度 320頭 →H22年度 2,800頭 →H23年度 10,000頭計画</p>	<p>・米豚生産頭数目標の大幅な増加(目標3,200頭から1万頭)を見込んでおり、飼料米給与による畜産物のブランド化実証が図られている。</p>	S	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産に見合う販路拡大 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後も飼料米給与による畜産物のブランド化への取組支援を図る。
<p>土佐シロ飼養羽数(2月現在)</p> <p>【目標】</p> <p>H23年度 5万羽</p> <p>【実績】</p> <p>H20年度 2.8万羽 →H22年度 3.1万羽</p>	<p>・景気悪化や大規模農家の生産拡大計画中止の影響によって、飼養羽数の目標達成は困難であるが、土佐シロ協会を中心としたふ卵体制の確立や販路拡大が図られている。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産性向上や新規農家の育成等生産基盤の強化 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・規模拡大農家へのフォローを行うとともに、安定的な供給体制、生産技術の向上や新規農家育成等生産基盤の強化や土佐シロ協会を中心とした生産から流通・販売までの一体的な取組支援を図る。
<p>土佐ちぎん地鶏生産羽数</p> <p>【目標】</p> <p>H23年度 14万羽</p> <p>【実績】</p> <p>H19年度 1万羽 →H22年度 9万羽</p>	<p>・生産羽数の目標には達していないが、生産拡大に対応した流通・販売拡大の取組により、在庫がない状況にある。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産性向上や新規農家の育成等生産基盤の強化 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後も生産に見合う販路拡大を行うとともに、生産性の向上や生産拡大の強化への取組支援を図る。

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱		具体的な取組み	具体的な成果
取組方針		〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
施策			
これからの対策			
	<p>【畜産共通】</p> <p>◆畜産における生産コストの低減対策</p> <p>飼料自給率向上への支援 家畜衛生対策の強化による生産性向上への支援</p>	<p>○稲発酵粗飼料の生産拡大</p> <p>○家保の検査等による生産阻害要因特定と対策を実施</p> <p>・乳質改善（酪農：県下6カ所）、子牛の育成事故・繁殖雌牛の空胎防除（肉用牛：県下7カ所）、呼吸器病対策（養豚：県下3カ所）</p> <p>○口蹄疫や高病原性鳥インフルエンザ防疫対策の強化</p>	<p>○稲発酵粗飼料に取り組む地域と水田面積拡大（H21.4市町村：33.2ha→H22実績9市町村：56.1ha→H23計画9市町村：80.1ha）</p> <p>○家畜衛生対策の実施（7カ所）</p> <p>・迅速な口蹄疫の防疫対策を実施</p> <p>・四国4県が連携と協調した防疫体制を構築</p> <p>酪農、肉用牛、養豚農家の一斉消毒（353戸）</p> <p>・迅速な高病原性鳥インフルエンザ防疫対策の実施</p> <p>農場への侵入防止対策（消毒等）を強化</p> <p>家さん農家の一斉消毒及び巡回指導（103戸）</p> <p>・防疫対策として、的確な発生防止対策の実施と、迅速な初動防疫の訓練等による万全なまん延防止体制の構築に努めた。</p>
6 担い手の育成と生産資源の保全			
(1) 認定農業者の育成・確保			
	<p>◆新規認定者の確保と併せ、認定期間の中間年や満了を迎える農業者に対し、進捗状況の確認と達成への支援</p> <p>講習会や個別面談による新規認定者及び再認定対象者への経営改善計画作成支援及び認定農業者に対するフォローアップ活動の実施。</p>	<p>○地域担い手協議会に対する取り組みの周知・助言</p> <p>・説明会及びヒアリングの実施</p> <p>○新規認定農業者の確保</p> <p>・講習会等により経営改善計画の作成を支援</p> <p>・認定候補者リストを作成し、候補者に対して認定農業者への誘導を図った。</p> <p>○フォローアップ活動の実施</p> <p>・認定期間の中間年（3年目）及び最終年（5年目）を迎えた認定農業者に対する達成状況の把握等のフォローアップ活動を実施</p> <p>○認定期間を満了する認定農業者の再認定活動</p> <p>・フォローアップ活動等を通じて再認定時期を迎えた認定農業者の経営改善計画の作成支援</p>	<p>○認定農業者数</p> <p>認定農業者数は平成22年度末では3,749経営体となっている。</p> <p>・3,712(H20)→3,798(H21)→3,749(H22)</p> <p>・新規認定数 H21：147、H22：101</p> <p>○フォローアップ活動の実施</p> <p>地域担い手育成総合支援協議会において、経営改善計画の達成状況の把握等のフォローアップ活動が実施されるようになり、再認定に向けた支援につながった。</p> <p>(H21) 1,445経営体 (対象2,079経営体)</p> <p>(H22) 701経営体 (対象1,142経営体)</p> <p>※H22は暫定値</p>
	<p>◆経営規模拡大による企業的経営体の育成と優良な労働力の確保</p> <p>園芸産地の維持・発展のためには、意欲的な農家に経営規模の拡大を促し、大規模経営および企業的経営を目指してもらう必要がある。</p> <p>このため、地域段階で有望な農家をリストアップし、地域段階および県域で育成活動を行い、モデルとなる農家の育成を図る。また、規模拡大に伴い必要となる労働力の確保・育成に向けた支援を行う。</p>	<p>○企業的経営体の育成</p> <p>・地域段階での個別支援活動</p> <p>リストアップ農家103戸</p> <p>→カウンセリング88戸・延べ232回</p> <p>→コンサルテーション55戸・延べ223回</p> <p>・研修（全県・ブロック別）の実施</p> <p>136回・延べ969名参加</p> <p>・シンポジウムの開催</p> <p>・品目別の規模拡大方策の検討</p> <p>県外事例調査（愛知県・福岡県・熊本県）</p> <p>経営・栽培シミュレーション</p> <p>○優良な労働力の確保・マッチング</p> <p>・JA無料職業紹介所の設立と活動支援 10JA</p> <p>・重点分野雇用創造農業担い手育成事業による経営体の育成 3経営体</p>	<p>○企業的経営体の育成</p> <p>・モデル候補農家の選定 16戸（目標：30戸）</p> <p>・JA無料職業紹介所による雇用斡旋実績</p> <p>無料職業紹介所の開設 10JA（既存含む）</p> <p>（目標：11JA）</p> <p>あっせん実績 274人（178農家）</p>
(2) 新規就農者の確保・育成			
	<p>◆市町村での実践研修や遊休ハウスの活用等に対する支援</p> <p>市町村による研修事業の導入や指導農業士の認定推進などにより、新規就農者の受入体制の強化を図る</p> <p>県農業公社による遊休ハウス等の情報収集・提供や国事業を活用した初期投資軽減策の有効活用により、新規就農者の確保・育成を図る</p>	<p>○就農予定市町村での実践的な研修事業に対して補助。（6か月以上2年以内で、研修生月15万円以内（補助率2/3））、受入農家謝金月5万円以内（補助率定額）</p> <p>○県農業公社による農地、遊休ハウス等の情報を一元的に収集、提供する取り組みを開始（H21.9月～）</p>	<p>○実践研修：H21年度：14市町村、21名</p> <p>H22年度：22市町村、50名</p> <p>H23年度（8月末現在）</p> <p>：21市町村、63名</p> <p>○新規就農者数 H21年度：161名（目標150名）</p> <p>H22年度：197名（目標170名）</p> <p>○研修受入農家 H22年度末 43名</p> <p>○H23.8月末現在：農地358件、遊休ハウス15件、うち契約済56件、農地取得希望者59名登録</p>
	<p>◆異業種からの農業参入支援</p> <p>担い手の減少、耕作放棄地の増加、農業生産額の低下等への対応と、建設業者等の経営悪化に伴う従業員への対策として、異業種からの農業参入を支援する</p>	<p>○他部局と連携した説明会の開催。</p> <p>○農業参入に関する相談対応。</p>	<p>○H21～22年度は10社が参入（経営面積10ha）</p> <p>○H23年度は1社参入</p>
	<p>◆JA出資型法人の設立を強力にサポート</p> <p>地域農業を支える新たな担い手として、JAが運営の主導権をもつJA出資型法人の設立を支援</p>	<p>○JA高知中央会と連携した設立の可能性のあるJAのピックアップと個別訪問により設立の必要性について周知</p> <p>○JA出資型法人に関する研修会の実施 3JA（JA土佐れいほく、JA南国市、JA高知はた）</p> <p>○法人設立に向けたPT会の設置およびPTへの参画 2JA（JA土佐れいほく、JA南国市）</p> <p>○地域担い手育成支援協議会に対して、先進地視察等の設立促進に向けた活動について支援</p> <p>2協議会（土佐町、南国市）</p> <p>○ふるさと雇用再生JA出資型法人設立支援事業による設立にかかる人材育成について支援（JA土佐れいほく）</p>	<p>○法人設立に向けたPT会の設置 2JA</p> <p>H21年度：JA土佐れいほく、JA南国市</p> <p>○法人設立準備室の設置 1JA</p> <p>H22年度：JA土佐れいほく</p> <p>○JA出資型法人の新規設立 1JA</p> <p>→H23.4月に働れいほく未来を設立（JA土佐れいほく）</p>

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価		
		SABC の 4段 階評価	
<p>稲発酵粗飼料の生産面積</p> <p>【目標】 H23年度：52ha 【実績】 H20年度：16ha →H22年度： 56.1ha</p>	<p>・稲発酵粗飼料生産面積目標の大幅な拡大（目標52haから80ha）と本県への口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの侵入・発生を阻止している。</p>	S	<p>【課題】 ・本県への口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの侵入・発生を阻止</p> <p>【方向性】 ・今後も畜産における生産コストの低減対策、飼料自給率向上への支援、家畜衛生対策の強化による生産性向上への支援を継続するとともに、迅速かつ的確な口蹄疫及び高病原性鳥インフルエンザ防疫体制の強化を図る。</p>
<p>目標である4,340経営体の確保は困難</p>	<p>・地域担い手協議会に対して、認定農業者の確保の必要性や取組みの方法などについて周知し、各地域で新規認定者の確保や再認定への支援、フォローアップ活動による経営改善計画の達成状況確認と助言などの取組みが行われるようになり、取り組み開始時より認定農業者数は増加した。</p> <p>・一方で、認定農業者の高齢化の進行や、国の施策が認定農業者への施策の集中から「意欲ある多様な農業者」への支援に転換したことなどから、認定農業者のメリットが少なくなったことによる、再認定率の低下や、地域における認定農業者の確保に対する取組みの鈍化が目立ち始めている。</p> <p>特に、18年度に1,250経営体が新規認定となるきっかけとなった、指定野菜価格安定対策事業について、産地における認定農業者の面積割合の要件が廃止されたことで、認定農業者の確保は一層厳しい状況となってきている。</p>	B	<p>【課題】 ・H22,3に閣議決定された、新たな「食料・農業・農村基本計画」において、“意欲ある多様な農業者による農業経営を推進”することとされたため、これまでの認定農業者への支援の集中から、国の施策の転換が図られたことや、指定野菜価格安定制度における補てん率の区分の要件から、産地における認定農業者の作付面積割合が除外されたことなどによって、認定農業者数を確保する取組みは、各地域協議会においても低調となってきており、認定農業者数の拡大は困難な状況となってきている。</p> <p>【方向性】 ・認定農業者は本県農業の中核となる重要な担い手であり、引き続き育成・確保に取り組んでいくが、今後は企業の経営の実現への支援など、個々の経営体質の強化への支援に重点を移していく。</p>
	<p>・地域段階での個別支援活動により、経営規模拡大に目向けられ始めたものの、モデル農家の育成数は目標に達していない。</p> <p>・研修の実施や、品目別検討により、県下での企業的経営に向けた意識は確実に向上している。</p> <p>（研修開催への要望の増加、品目別検討会への参加者数の増加など）</p> <p>・JA無料職業紹介所の活動を支援するため、担当者会や研修会を開催して来たことで、関係機関および農家への雇用管理意識が高まった。</p>	A	<p>【課題】 ・高知県の集約型農業では、設備投資・経費の負担が大きい。</p> <p>【方向性】 ・リストアップ農家への支援 ・対象を個別農家だけでなく部会組織にも広げ、産地ぐるみで規模拡大および企業的経営に向けた活動を進めていく。 ・JAオンライン分析・診断システムを活用し、具体的な数値を用いた規模拡大方策を検討していく。</p> <p>・企業的経営の最終形として、法人化を目標として取り組みを強化していく。</p>
<p>新規就農者の年間確保目標 170人 ↓ 集計中</p>	<p>・市町村での実践研修は、研修生が年々増加しており、H23年度県予算も前年度と比べ倍増し支援を強化している。また、新規就農者の年間確保目標数はH22、H23はそれまでの150人から170人に上方修正したが、H22年度は197人となり、目標数を達成している。</p>	S	<p>【課題】 ・研修生が大幅に増加したこともあり、研修終了後、就農に必要な農地やハウス、住居等の確保が円滑に進まない事例が見受けられている。</p> <p>【方向性】 ・市町村での実践研修は就農定着率が高いことから、今後も継続して地域担い手協議会とも連携して推進していくとともに、円滑な就農に向け、必要な生産基盤等の確保にも努めるよう要請していく。 ・併せて、県農業公社による、農地や遊休ハウス等の情報収集・提供の取り組みの推進を図る。</p>
	<p>・新規就農の一形態として、異業種からの農業参入の必要性や現状・課題等について、研修会等を通じて市町村等関係者に認識を深めさせるとともに、各種制度や相談内容等の情報共有に取り組んでいる。</p> <p>・関係部局と連携した説明会や個別対応を通じて、農業参入希望企業等に地域農業の概要や各種制度を周知し、意向や要望に応じて地元関係機関と連携して対応している。</p>	S	<p>【方向性】 ・新規就農の一形態として、個人による参入と同様に支援を行う。</p>
<p>JA出資型法人数</p> <p>【目標】 ・5法人を設立 ↓ 【実績】 ・1法人設立済み</p>	<p>・JA出資型法人の必要性等について周知し、可能性のあるJAに対して個別訪問等を実施した。</p> <p>・設立に対して意向のあるJAについて継続して支援を行い、JA土佐れいほく及びJA南国市では、設立に向けたPT会が設置され、PT会に参画し、情報提供等を行った。また、地域担い手協議会においても先進地視察等により、JAだけでなく関係機関を含めて出資型法人の設立について検討が行われた。</p> <p>・JA土佐れいほくでは、23年4月にJAが出資した法人である、働れいほく未来が設立され、水稲の育苗や施設園芸（かべ-みず等）の栽培を行うとともに、研修生の受け入れによる新規就農者の育成等も実施していく予定となっている。</p>	A	<p>【課題】 ・JA出資型法人の設立に係る合意形成 ・新たに設立したJA出資型法人の経営安定</p> <p>【方向性】 ・引き続き、中央会と連携して、設立の可能性のあるJAの掘り起こしとPT設置等について支援していく。 ・新たに設立したJA出資型法人の初期投資への支援していく。</p>

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕																																				
戦略の柱																																							
取組方針																																							
施策																																							
これからの対策																																							
<p>(3) 経営不振農家への支援</p> <p>◆経営不振農家に対するJAグループと県の協働の取組強化</p> <p>経営不振農家対策に取り組む農協に対し、体制構築や指導力向上に向けた支援を行う。また、支援対象農家に対して、負債利子を補給するなどの直接支援も実施する</p>		<ul style="list-style-type: none"> プロジェクトチーム会・担当者会を定期開催（H21～H23：延べ6回） JAグループと合同研修会を開催（H21：1回、26名（うち県14名、JA12名） H22：4回、122名（うち県50名、JA72名） H23：5回予定） 利子補給事業の利用拡大を推進 JA経営改善支援チームの運営支援 支援対象農家への個別総合指導（H21：12JA、130戸 チーム会264回、個別指導1,323回 H22：12JA：132戸 チーム会255回、個別指導1,493回 H23：12JA：109戸） 	<ul style="list-style-type: none"> 経営改善支援活動の評価（H22） <table border="1"> <tr> <td>経営状況の変化(%)</td> <td>改善</td> <td>維持</td> <td>悪化</td> </tr> <tr> <td>売上</td> <td>32</td> <td>34</td> <td>34</td> </tr> <tr> <td>農業所得</td> <td>45</td> <td>23</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>負債総額</td> <td>61</td> <td>18</td> <td>21</td> </tr> </table> <table border="1"> <tr> <td>農家の変化(%)</td> <td>向上</td> <td>やや向上</td> <td>変化なし</td> </tr> <tr> <td>農家意識</td> <td>21</td> <td>59</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>栽培管理技術</td> <td>12</td> <td>54</td> <td>34</td> </tr> <tr> <td>経営管理能力</td> <td>4</td> <td>51</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td>家計管理能力</td> <td>4</td> <td>45</td> <td>51</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> 利子補給事業等の実績（H22） 契約JA数：12JA、利用JA数：7JA 利用農家戸数：34戸（延べ45戸） JAオンライン経営診断システム稼働：8JA 	経営状況の変化(%)	改善	維持	悪化	売上	32	34	34	農業所得	45	23	32	負債総額	61	18	21	農家の変化(%)	向上	やや向上	変化なし	農家意識	21	59	20	栽培管理技術	12	54	34	経営管理能力	4	51	45	家計管理能力	4	45	51
経営状況の変化(%)	改善	維持	悪化																																				
売上	32	34	34																																				
農業所得	45	23	32																																				
負債総額	61	18	21																																				
農家の変化(%)	向上	やや向上	変化なし																																				
農家意識	21	59	20																																				
栽培管理技術	12	54	34																																				
経営管理能力	4	51	45																																				
家計管理能力	4	45	51																																				
<p>(4) 耕作放棄地の解消・担い手とのマッチング</p> <p>◆耕作放棄地の再生利用の推進と新たな担い手とのマッチング支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 耕作放棄地再生利用緊急対策交付金（国庫事業）とともに、農地保有合理化機能を持つ県農業公社を通じて、耕作放棄地解消推進事業（県事業）を実施することにより、耕作放棄地の解消を推進する。 併せて、耕作放棄地の所有者の意向把握と規模拡大志向農家や、新規就農希望者等の新たな耕作者をリストアップし、マッチングを行うことにより、新たな担い手の育成・確保を図る。また、有望品目の提案や、販路確保等により、営農の定着を図る。 集落営農組織が取り組む耕作放棄地解消を積極的に推進する。 		<ul style="list-style-type: none"> 耕作放棄地対策協議会の設置 県協議会及び全市町村に地域耕作放棄地対策協議会を設置 〇解消目標の設定（産業振興計画） <table border="1"> <tr> <td>年度</td> <td>目標面積</td> </tr> <tr> <td>21</td> <td>30ha</td> </tr> <tr> <td>22</td> <td>120ha</td> </tr> <tr> <td>23</td> <td>150ha</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>300ha</td> </tr> </table> 〇県事業の創設（H21） 耕作放棄地の再生利用を推進するため、国の耕作放棄地再生利用緊急対策交付金への上乗せ補助として、耕作放棄地解消推進事業費補助金（県事業）を創設 〇県農業公社の取り組み <ul style="list-style-type: none"> 農地、空きハウス等の情報を収集し、ホームページ等で提供（H21） 遊休農地（耕作放棄地含）等の新たな担い手とのマッチング 〇広報 <ul style="list-style-type: none"> 新聞広告、県広報紙、ラジオでの広報 市町村広報紙、JA機関紙での広報依頼 農業委員会総会、担い手協議会総会等での事業紹介 公社事業のポスター、チラシの配布 	年度	目標面積	21	30ha	22	120ha	23	150ha	合計	300ha	<ul style="list-style-type: none"> 〇耕作放棄地の解消状況 <table border="1"> <tr> <td>年度</td> <td>解消面積</td> </tr> <tr> <td>21</td> <td>112.69ha</td> </tr> <tr> <td>22</td> <td>115.49ha</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>228.18ha</td> </tr> </table> <p>（耕作放棄地全体調査）</p> 〇県農業公社における情報提供の成果 <p>情報提供（H21～H23.8累計） 農地情報358件（うち耕作放棄地142件） 空きハウス情報15件（うち耕作放棄地5件）</p> <p>→うちマッチング完了分 農地56件（うち耕作放棄地10件）</p> 	年度	解消面積	21	112.69ha	22	115.49ha	計	228.18ha																		
年度	目標面積																																						
21	30ha																																						
22	120ha																																						
23	150ha																																						
合計	300ha																																						
年度	解消面積																																						
21	112.69ha																																						
22	115.49ha																																						
計	228.18ha																																						
<p>(5) 農業農村整備の推進</p> <p>◆基幹的農業水利施設の適正な更新と予防保全</p> <ul style="list-style-type: none"> 耐用年数を経過し老朽化が進行している基幹的水利施設の機能診断と機能保全計画を策定し、適正な予防対策を推進。 適切な機能保全計画の策定に向けた機能保全マニュアルの策定。 施設の長寿命化のため、地域の水路管理者自らによる簡易補修の取り組みを推進。 		<ul style="list-style-type: none"> 〔H21〕 機能保全計画：6施設の機能診断調査を実施 機能診断マニュアル：マニュアル策定委員会の実施3回 現地研修会の実施1回 〔H22〕 機能保全計画：6施設の機能診断調査を実施 簡易補修の取り組み：高知大学との連携により簡易補修工法研修用DVDを作成 〔H23〕 保全対策工事技術検討会の実施1回 	<ul style="list-style-type: none"> 〇機能診断に基づく機能保全計画を策定し（H20まで7施設、H21：6施設、H22：6施設、計19施設）、早急に保全対策実施が必要な7施設について保全対策工事を事業化した。 1取水堰により用水が安定供給される農地面積 =1,849ha 6排水機場により湛水被害が防止される農地面積 =249ha 〇機能診断から保全計画策定までがマニュアルに基づく統一された考え方で策定可能となった。 																																				
<p>◆農地・水・環境保全向上対策の推進</p> <p>過疎化・高齢化・混住化等の進行に伴い、農業者のみでは適切な保全管理が困難になった農業用水路や農道等の社会共通の資源を、非農家を交えた地域ぐるみで保全する体制づくりを促進するとともに、老朽化が進む農業用施設の長寿命化の対策を推進する。</p>		<ul style="list-style-type: none"> 〔H21〕 ブロック別説明会の開催（県下6会場） 施策評価（中間）作成のための、アンケート調査の実施（H19開始の141組織） 〔H22〕 施策評価の作成及び国への提出 ブロック別説明会の開催（県下6会場） 集落営農についての説明会の開催（県下6会場） 〔H23〕 政策提言の実施（共同活動の継続、向上活動の必要額確保） 	<ul style="list-style-type: none"> 〇活動組織数 199組織 / 141組織 平成19年度比 140%（H23/H19） 〇対象農用地面積 5,813ha / 4,056ha 平成19年度比 140%（H23/H19） 																																				

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABCの4段階評価	
経営改善農家割合 【目標】20%以上 【実績】 H21：37% H22：48% (経営再建を支援する農家のうち、経済余剰(借入金の返済、生活費をまかなったうえでの余剰金)が生まれた農家の割合)	・取組JAのうち、半数以上はJAが主体となった支援活動ができています。また、経営指導能力も向上し、経営不振農家だけでなく、対象を広げた経営指導を展開できています。JAもある。 ・農家を経営不振に陥らせないための活動として、JAグループに新たに導入されたオンラインの経営診断システム「JA総合事業提案型システム」の運用が始まったため、JAグループと協力してシステムの定着と利活用を強化する必要があります。	S	【課題】 ・経営不振に陥らせないための活動強化。 【方向性】 ・目標達成により、平成24年度以降は、一般課題として対応。 ・経営診断システムの運用については、「認定農業者の育成・確保(企業の経営体の育成)」の中で展開
耕作放棄地解消目標面積(H21~H23計)300haは達成の見込み	・国・県の耕作放棄地対策事業の活用が少ないため、今年度から自己所有地も補助対象とすることや、農業用ハウスの整備にも県の上乗せ補助ができるように制度の見直しを行い、事業を活用した耕作放棄地の再生利用を促進する。 ・1種農地や基盤整備済みの農地など、優先的に解消すべき耕作放棄地を絞り、具体的な取り組みを盛り込んだ実行計画を地域協議会において作成し、計画に沿って取り組むよう促す。 ・農業委員会の遊休農地対策や、平成21年度から各市町村の地域担い手協議会が耕作放棄地対策を業務として取り組み始めたこと等により、300ha(3ヵ年計画)の解消目標面積は達成できる見込み。	A	【課題】 ・解消面積の多くは、自主解消による農地の維持管理にとどまっており、本来の目的である再生後の営農開始につながっていない。 【方向性】 ・補助事業の活用や新たな担い手の確保について、地域協議会と連携し、耕作放棄地の解消と営農開始に向け取り組む。
機能診断・機能保全計画の策定施設数 目標：22/27施設 (策定施設数/対象施設数) 実績：21/27施設(H23年度末見込み)	・目標の機能診断・機能保全計画策定22施設に対し、H23年6月末で19施設の保全計画を策定しており、H23年度末では21施設の保全計画を策定見込み。 ・残り1施設(排水機場)については対象施設に隣接した場所に他事業で排水ポンプを1台増設したことにより、保全計画策定を先送りすることになったためであり、概ね目標は達成されている。	S	【課題】 ・基幹的農業水利施設については、機能保全計画を策定することにより施設の長寿命化に対する施設管理者の意識は醸成されたが、小規模な農業水利施設に対しては、管理体制も十分ではなく施設の長寿命化に取り組んでいく必要がある。 【方向性】 ・生産資源の保全のため、基幹的農業水利施設のみならず小規模な農業水利施設を含む予防保全への取り組みを推進していく。
	・地域においては、本対策による取組の意識が広がり、活動組織数や対象農用地面積の増加に繋がったが、中間評価の結果では、恒常的な取組として定着しているとは言えず、引き続き推進していく必要がある。	S	・本対策の取組を、恒常的、自立的なものとして定着させる。また、新たな活動組織の掘起こしを行うことで、本対策の更なる広がりを促す。

<p>産業成長戦略（専門分野）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>これからの対策</p>	<p>具体的な取組み</p> <p>〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕</p>	<p>具体的な成果</p> <p>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p>
<p>2 新たな取組による農業・農村の発展</p>		
<p>1 1.5次産業の推進</p>		
<p>(1) 産業化への取組</p>		
<p>◆原材料の生産から、加工、流通、販売まで、トータルに支援を行う体制の構築と、事業のパッケージ化</p> <p>付加価値の高い加工品を生産するに当たり、加工向け農産物の安定供給の確保と加工、流通、販売までトータルに支援する体制による取組を推進する</p> <p>◆工場の衛生管理の高度化</p> <p>地産地消・外商課等からの情報を基に衛生管理能力の向上を目指す施設をピックアップし、高度衛生管理手法及び認証制度の取得を目指した指導・助言を実施する。このことによりHACCP手法を取り入れた自主衛生管理手法の浸透を図り、県内食品関連施設の衛生管理能力の向上を目指す。また、工業技術センター食品開発課が主催する品質管理講習会において、HACCP関連の講義を行い、能力向上意欲のある企業の掘り起こしとHACCP手法の啓発をおこなう。</p>	<p>・国及び県補助事業による搾汁施設の導入支援</p> <p>・高知県ゆず振興対策協議会の体制強化（加工部会の新設）、県域での需要拡大への取組み（県補助事業）</p> <p>・豊作時の価格の低迷に対し、「ゆず振興基金」による生産者支援を検討し、関係市町村等と調整を実施。</p> <p>・国及び県補助事業による光センサー選果機導入支援</p> <p>・文旦産地と食品加工業者とのマッチング</p> <p>・県内酒造会社への文旦搾汁施設の導入(H21)</p> <p>①地産外商課等の他課と連携し、下記の事項を実施</p> <p>・高度食品衛生管理手法実施希望施設への指導・助言</p> <p>・HACCP手法関連講習会の開催</p> <p>②高知県衛生管理認証制度の推進</p> <p>・新規対象業種の設定</p> <p>・新規認証施設の承認</p> <p>・認証取得希望施設への指導・助言</p>	<p>・顧客ニーズに対応した搾汁施設の導入（H21：2カ所、H22：3カ所）された。</p> <p>・大手飲料メーカーなどとの大口取引契約や輸出など新たな販路開拓が進み、一定の在庫量減少が見込まれる。</p> <p>・豊作時のセーフティネットとして、「ゆず振興基金」の創設。</p> <p>・県内最大産地（土佐市）への光センサー選果機の導入（H22）により、2大産地でバラツキの少ない出荷体制が整備された</p> <p>・H22年産は春先の天候不順で着果量が平年の7割程度</p> <p>園芸連取扱量 H21:1600t、H22:680t</p> <p>・県内酒造会社（K社）：文旦リキュール</p> <p>大手ジャム会社（S社）：だるま文旦ジャムを商品化</p> <p>①高度衛生管理手法実施希望施設及び認証取得希望施設に対する指導・助言の実施：70施設。</p> <p>②HACCP手法関連講習会開催数：13回</p> <p>③新規対象業種の設定：2業種</p> <p>④新規認証取得施設：3施設</p>
<p>(2) 地域加工の推進</p> <p>◆高知県産にこだわりを持った加工品や地域固有の加工技術を活かした加工品が、地域で開発できるよう、企画から加工の規模拡大までの総合的な支援体制づくりと、事業のパッケージ化</p> <p>地域のこだわり資源を地域(集落)の新たな産業の創出(産地化)へと育成するため、民間企業のノウハウを活用した加工品の創出や、フラッシュアップによる生産拡大を支援する。</p>	<p>・地域の特徴ある一次産品を、付加価値を高めるための新たな加工商品作りへの取組み支援や、フラッシュアップによる生産拡大、企業・団体等のマッチング等を支援。</p> <p>・地域アクションプランに関連する加工施設整備の関係機関の連携</p>	<p>・地域アクションプランの取組みに対するハンズオン支援により、プラン実行につながっている。</p> <p>支援企業 H21年度：6件 H22年度：12件 H23年6月末：11件</p> <p>・関係機関が連携した加工施設設計：3件</p>
<p>2 「高知の食」を活用した取組の拡大</p>		
<p>(1) 地産地消の持続的発展</p>		
<p>◆来店型販売形態の充実・強化と業務筋（外食、中食、学校給食）のニーズに合わせた生産、出荷、情報発信ができる直販所づくり</p> <p>直販所における安全・安心の取組みを進め、地域の経済・交流の活性化の拠点として直販所を活性化させていくため、直販所の「安心係」を養成するとともに、昨年度構築した情報管理システムを活用したモデル直販所での情報発信や、見せる店づくりなど、直販所のステップアップに取り組む。</p>	<p>・農林水産物直販所「安心係」要講習会開催（8回）</p> <p>・アドバイザーや「地産地消の仕事人」による店づくりの現地指導を実施（9店舗）</p> <p>・直販所運営管理者研修及び「安心係」発展講習会開催（1回、参加者56名）</p> <p>・ブログ開設講習会の開催（6店舗、参加者8名）</p> <p>・情報管理システムの構築（3店舗）</p> <p>・福井県との直販所交流事業を実施（両県各5店舗）</p> <p>・地産地消イベントでのPR</p>	<p>・直販所における安全・安心を推進していくための「安心係」について、H22年度末時点で、140店舗中113店舗に配置。</p> <p>・様々な研修やPR等に取り組み、直販所の販売額については、H23年度での目標76億円に対し、H22年度で80億円に達した。</p>

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABCの4段階評価	
<p>・ユズ果汁のJA在庫量 目標：200 t 実績：500 t (H23.8末)</p> <p>・光センサー選別機導入産地 目標 2産地 実績 2産地 (100%)</p>	<p>・H21年産のゆずの大豊作により、果汁の大量在庫が発生したが、これを契機として、ゆず振興対策協議会の体制強化や県域での需要開拓への積極的な取り組み、さらには、ゆず振興基金の創設など、新たな仕組みづくりが加速し、今後のゆず振興に対する基礎がためができた。</p> <p>・県内2大産地に光センサー選果機が導入されたことは、評価できるが、データのフィードバックによる高品質果実生産への取り組みが必要である</p> <p>・加工品開発に対する県域での情報共有が図られ、具体的な商品開発が進んでいるが、販路開拓やコスト面などで課題が残る</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ユズ果汁等の安定供給と販路、需要の拡大 ゆず果汁等の安定供給と需要拡大に継続的に取り組むと共に、HACCP取得推進、品質規格基準の設定等による県産ゆずのブランド化に取り組む <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 光センサー選果機を効果的に活用した生産販売戦略を立て、実践する 加工品の開発、販路開拓は、青果販売を補完、相乗効果により生産者所得の向上に繋がるよう取り組む
	<p>◆認証取得に関する問い合わせが数的な増加のみならず、内容がより具体的なものとなってきている。これに加えHACCP手法のコンサルタント企業から取得に向けた相談もあり、認証制度が県内食品関連業界に認知されてきたものと考えられる。</p> <p>◆また、認証取得を前提にせずとも、水産加工施設等から施設の衛生管理能力の向上指導について相談があるなど、衛生管理に関する意識改革も進みつつあるものと考えられる。</p>	S	<p>◆HACCPシステム導入及び食品衛生管理認証制度取得のファーストステップとなる高度衛生管理手法の導入を押し進め、食品関連企業の衛生管理能力の底上げを図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 高度衛生管理手法認定制度を策定し、制度の浸透を図る。 <p>◆食品衛生管理認証制度をより推進させるために、対象業種の新規設定を着実に拡大し、取得希望施設に対する指導・助言を強化する。</p>
	<p>・ものづくりプロデューサー等を活用したハンズオン支援により、加工品が外食産業等へ採択されるなど、地域アクションプランに掲げる商品開発（改良）等が進行している。</p> <p>・関係機関が連携し、望ましい施設設計が行われた</p>	A	<p>ものづくり地産地消センター等と連携し、県内の一次産品を県内で加工を進める「ものづくりの地産地消」をすすめる。</p>
<p>・直販所販売額 目標：76億円 ↓ H22年度 80億円</p>	<p>・「安心係」を配置することで、消費者からの安全・安心に関する問い合わせに答えることができる体制づくりができた。</p> <p>・研修に際しては、上半期と下半期で同一の講師を招き、ワークショップや現地指導を組み込んだ研修を実施したことで、研修内容をステップアップすることができた。また、研修参加者（直販所）間の情報交換を促すことができた。</p>	S	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 安心係の養成 直販所自らによるキメの細かい情報（品揃え等）発信力の強化 店づくりに関する生産者組織と店舗販売員の意識統一 情報管理システムの活用

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
	<p>◆県民みんな高知農産物応援団づくり</p> <p>高知県内の新鮮な農業・水産・畜産物を中心とした「安全」「安心」な素材を活用した地産地消の取り組みを消費者に広くアピールするため、野菜で元氣店等を活用し、高知県内の食材を活用したメニューを提供する場づくりを行い、「高知の安全・安心な食材」を再認識する場を提供するとともに、生産者、料理人、消費者の交流の場をつくる</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・高知県の食材及び地産地消の取り組みを消費者にPRするための場づくりとして、生産者と実需者及び消費者との交流支援（H21、22） ・高知県食材の活用場として、野菜で元氣店の募集・選定。（H21） ・地産地消のイベントにおける地産地消の取り組みPR（H21） ・土佐の料理伝承人を活用した、高知の食のPR（H21、22） 	<ul style="list-style-type: none"> ・実需者と生産者、消費者の交流の場を設けることで、食材に対する理解が高まり、実需者側でも、消費者に食材の紹介をしていきたいという意識変化につながっている。また、生産者への食材活用への提案にもつながっている （交流支援：H21 10回 H22 4回） ・野菜で元氣店選定数 99店舗、高知の野菜ソムリエの活用 34名 ・イベントでの地産地消PR（H22） ・イベントでの地産地消コーナー設置及びクイズ解答者 222名 ・土佐の料理伝承人の活用 県内での高知の食文化紹介 36団体・個人参加 県外ホテルでの高知の食文化紹介 4団体参加
	<p>(2) 食育（学校給食）による地産地消の拡大</p> <p>◆地域の特産物の食農教育と給食への食材供給の支援による特産物の理解促進（将来の高知の農畜産物応援団づくり）</p> <p>高知県内の地域特産物を理解する子どもたちを育て、将来の地域特産物のファンづくりと消費拡大を目的に、県下小学校等で生産者等による出前授業を実施する。また、食育推進活動表彰を実施し、県内での食育・食農教育の推進と高知野菜の消費拡大を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○特産物の学校給食（県内小学校等）への食材提供 <ul style="list-style-type: none"> ・土佐はちきん地鶏、土佐シロー（フロイラーとの差額補助） ・エメラルドメロン（全額補助） ○特産物の出前授業 <ul style="list-style-type: none"> ・小学校などで、特産物の生産者等による出前授業を行う。子どもたちは、特産物と、生産者の苦労などを知ることができ、生産者は、子どもたちと接することで生産意欲の向上に繋がる。 	<ul style="list-style-type: none"> ○特産物の学校給食（県内小学校等）への食材提供 H21：土佐はちきん地鶏 49,346食（3,177kg） 土佐シロー 2,200食（223.3kg） エメラルドメロン 50,104食（3,057玉） ○特産物の出前授業実施 H21：9市町・28回・1,135名 H22：18市町村・58回・2,000名 H23：10市町村・16回・581名（6月末現在）
	<p>◆県産主要野菜や魚の学校給食への安定供給体制づくりによる県産食材使用率の向上（将来の高知の農畜水産物応援団づくり）</p> <p>食育推進活動表彰を実施し、県内での食育・食農教育の推進と高知野菜の消費拡大を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○食育推進活動表彰 <ul style="list-style-type: none"> ・県内で食育活動を積極的に実施している学校を表彰することで、県内での食育活動の推進を図る。 ・高知の基幹園芸品目を使って子どもが考えたメニューを募集し、表彰及び紹介することで、野菜の消費拡大を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ○食育推進活動表彰実施 H22：食育・食農教育表彰2校 高知のお野菜大好きメニュー4作品
	<p>3 グリーン・ツーリズムの推進</p>		
	<p>(1) グリーン・ツーリズムの推進</p> <p>◆集落がひとつとまりとなって生産、加工、体験、販売までを手がけ、集落を丸ごと情報発信</p> <p>集落の素材を生産、加工、体験、販売等を手がけ所得の向上と地域活性化に取り組む。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○農村資源の活用 <ul style="list-style-type: none"> ・集落の価値の再構築手段としてのグリーン・ツーリズムを行う地域の3地区を選定 ・リーダー、集落育成研修の実施 ○リーダー研修 [H22] 鹿児島県柳谷町内会 代表者豊重哲郎氏講演 161名参加 [H23] 石川県羽咋市農林水産課高野誠氏講演 	<ul style="list-style-type: none"> ○集落丸ごとグリーン・ツーリズムに取り組むモデル集落 自立した活動ができる3集落（組織） ・南国市白木谷集落（白木谷ゆめクラブ発足） ・黒潮町蜷川集落（であいの里蜷川） ・仁淀川別枝集落（えんこ蔵） ○グリーン・ツーリズムの商品化（再掲） ・南国市白木谷集落（たけのこ収穫、寿司体験） たけのこ収穫体験[H22]-22名、[H23]-23名 ・黒潮町蜷川集落（そば打ち体験他） [H22] 体験：135名 宿泊：405名 ・仁淀川別枝集落（満喫ツアー） [H22] 29名
	<p>◆グリーン・ツーリズムが楽しめる高知県として、農林漁家民宿を拠点として売り込む滞在型のニューツーリズムの推進</p> <p>県内でのグリーンツーリズムをはじめとした、体験ツーリズムの取り組みを持続的なものとし、地域の活性化を図ることを目的に、自立できるツーリズムビジネス育成と合わせて地域ぐるみの推進を支援する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・四国4県で連携した取組み（HP、キャンペーンパンフレット配布・イベントへの共同出展等） ・ふるさと雇用を活用し、農林漁家民宿を拠点とした旅行商品の造成や情報発信を実施（こうち体験ツーリズム旅行商品開発等委託事業） ・「こだわりの田舎まるごとガイド」を観光施設、空港、道の駅等で5,000部配布 ・個別訪問などにより、農林漁業体験施設2カ所（四国GTキャンペーン参加協力者）の施設運営者との情報交換を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・四国4県連携事業「思いっきり四国!88癒しの旅。キャンペーン」の応募総数 898人(H22実績) ・旅行商品販売への問い合わせ9組（26人）

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABCの4段階評価	
	<ul style="list-style-type: none"> ・実需者と生産者の交流を通じて、地域食材を活用していただくことで、新たなメニュー提案と生産者のやる気にもつながっている。また、実需者が生産の現場を知ること、消費者へのPRの場にもつながっている。が、他店舗への広がりにはまてつなげられていない。 ・県外のホテルでの高知の食文化紹介に参加した団体は、県内の同系列ホテルへの食材納入等の動きにもつながっている。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・実需者と生産者等（おいしい風土高知サポーター店等）を通じた交流、情報交換のできる仕組み作りと高知の野菜ソムリエ等の活用
食農教育施市町村 目標：34市町村 ↓ 実績：22市町村 (予定：確定分)	<ul style="list-style-type: none"> ○学校給食への食材提供 それぞれの品目について、初めて食べた子どもが多く、県内での認知度向上に繋がった。 ○出前授業 それぞれの品目について、子どもたちや教職員を含めて、初めて知ったり、改めて知ってもらうことができた。実施校では、特産物出前授業の必要性や、事業主旨をよく理解してもらえ、実施校（希望校）が毎年増加している。 ○出前授業は学校からの希望により実施しており、未実施市町村の小学校や栄養教諭への声掛けを行っているが、希望のない学校では実施できないため、県内全市町村での実施が難しい。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ○出前授業は、3年が経過し、学校側に定着してきている。H24年度以降も引き続き、県内での出前授業を実施する。
	<ul style="list-style-type: none"> ・子どもたちが、主要園芸品目を使ったメニューを検討することで、子どもたちがその園芸品目をより意識することに繋がった。 	B	<ul style="list-style-type: none"> ・地域食材の学校給食への供給体制づくりの支援を行う。 ・受賞したメニューを今後学校給食などに活用するなどの普及を行う。
<ul style="list-style-type: none"> ○集落丸ごとグリーン・ツーリズムに取り組むモデル集落 目標：3集落 ↓ 実績：3集落 	<ul style="list-style-type: none"> 集落がひとまとまりとなって生産、加工、販売、体験までを手がけ、集落を丸ごと情報発信する取り組みを始めた。 ・南国市白木谷集落（白木谷ゆめクラブ発足）：イベント募集（市広報） ・黒潮町蜷川集落（てあいの里蜷川）：インターネットHP ・仁淀川町別枝集落（えんこ蔵）：インターネットHP 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・南国市白木谷集落 組織力の強化を進める。また、筍、四方竹の収穫作業の受託面積拡大、加工の共同化による経費削減によって所得の向上を目指す。 ・黒潮町蜷川集落 体験メニューの充実、情報発信を行い交流人口の増加を目指す。 ・仁淀川町別枝集落 高齢化率が約75%となっており、サポート組織の強化を図り、集落機能の維持や交流人口の増加を目指す。
	<ul style="list-style-type: none"> ・農漁家民宿、農漁家レストラン、農家体験などを紙面、ホームページに一元的にとりまとめ、幅広く情報を発信したことで、地域の交流人口拡大に資する取り組みを行った。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 【再掲】 今後も地域が自ら観光資源を磨き上げ情報発信し、持続可能な観光地づくりへと展開が図れるよう、庁内関係部局や高知県観光コンベンション協会が一体となって支援を行っていく。

<p>産業成長戦略（専門分野）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>これからの対策</p>	<p>具体的な取組み</p> <p>〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕</p>	<p>具体的な成果</p> <p>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p>
--	--	---

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 〔 戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容 〕
	〔 これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 〕	SABC の 4段 階評価	

<p>産業成長戦略（専門分野）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>これからの対策</p>	<p>具体的な取組み</p> <p>〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕</p>	<p>具体的な成果</p> <p>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p>
--	--	---

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 〔 戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容 〕
	〔 これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 〕	SABC の 4段 階評価	

<p>産業成長戦略（専門分野）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>これからの対策</p>	<p>具体的な取組み</p> <p>〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕</p>	<p>具体的な成果</p> <p>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p>
--	--	---

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 〔 戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容 〕
	〔 これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 〕	SABC の 4段 階評価	

<p>産業成長戦略（専門分野）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>これからの対策</p>	<p>具体的な取組み</p> <p>〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕</p>	<p>具体的な成果</p> <p>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p>
--	--	---

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 〔 戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容 〕
	〔 これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 〕	SABC の 4段 階評価	

<p>産業成長戦略（専門分野）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>これからの対策</p>	<p>具体的な取組み</p> <p>〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕</p>	<p>具体的な成果</p> <p>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p>
--	--	---

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 〔 戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容 〕
	〔 これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 〕	SABC の 4段 階評価	

<p>産業成長戦略（専門分野）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>これからの対策</p>	<p>具体的な取組み</p> <p>〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕</p>	<p>具体的な成果</p> <p>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p>
--	--	---

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 〔 戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容 〕
	〔 これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 〕	SABC の 4段 階評価	

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果		
戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策		対策に関する具体的な取組み内容を記載	可能な限り具体的な数値を記載		
	《林業》				
	1 林業・木材産業の再生				
	1 原木の生産の集約化・効率化				
	(1) 森の工場の整備				
	◆「森の工場」の拡大、推進 事業体が、「森の工場」づくりに取り組みやすくするため、支援策の強化や技術的なサポートを行い、森の工場の拡大につなげる。	・森の工場の合意形成や計画づくりに向け資源調査への支援を強化するとともに、工場の認定基準や制度の簡素化をはかることでエリアの拡大を図った。	・建設業など異業種からの参入の17社を含め、H23.8月末で61事業体、100工場を設置した。		
	◆森林所有者の「森の工場」への理解の促進 経営方針を実現するための集約化、経営計画等の計画づくり並びに作業道、木材生産及び森林施業コスト分析など、低コスト林業の構築に必要な人材養成のための研修に対して支援する。	・県森林施業プランナー養成研修の開催（H21：延べ10日、H22：延べ8日） ・国地域実践研修及び勉強会（H21：延べ6日） ・国H23基礎研修への未受講事業体の参加促進	・森林施業プランナーは、23森林組合48名・2事業体2名で、合計50名の体制が整った。 ・未受講の1森林組合・6事業体の合計7名が、新たに基礎的研修を受講 ・ホワイトボードを使った現場管理や作業日誌によるデータ収集とコスト分析など、改善に向けて具体的に取組む人材が育ってきた。		
	◆「森の工場」における小面積皆伐の実施と確実な更新 「森の工場」における小面積皆伐の実施と確実な更新へ向けた課題の検討と実践	・内部検討会による意見交換の実施（11回） ・国が開催している森林整備担当者会議などでの情報収集（12回） ・他県との情報交換（4回）	・小面積皆伐は、モザイク林誘導型の更新伐として、国庫補助事業の対象となった。		
	◆地形や資源状態など、個々の森林にマッチする効率的な作業システムの導入を促進 地形、土質や森林資源の違いなど、それぞれの森林に対応した効率的な作業システムを導入し、安定的・効率的な間伐材搬出を展開する。	・重点事業体において生産性向上に向けた功程調査及び改善の提案を実施 ・高性能林業機械の導入や建設機械を林業機械へ改良するなど搬出間伐の効率化を図った。（H21、H22） 新設：38台、改良：21台 ・基幹的な作業道の整備（開設、復旧等）や路網整備が困難な箇所における架線集材の架設への支援を行い効率的な搬出間伐や木材搬出エリアの拡大を図った。（H22） ①基幹的な作業道整備 作業道開設：30路線（30,927m） 機能強化、災害復旧等：43路線 ②架線集材システムへの支援 10事業体（12,100m） ・国の公募事業により実施した事業体に対して、タワーヤーダ等の欧州の先進林業機械の導入による効率的な作業システム構築に向けた取組みへの支援を行った。	・重点事業体の生産性向上に向けた意識改革や森の工場の必要性などの認識が高まった ・タワーヤーダなど欧州製の先進的な作業システムや効率的な作業システム導入の基礎となる基盤の整備が進んだ。		
	◆森林の管理代行などの仕組みづくりの検討	取組方針4. 健全な森づくりに記載			
	◆森林境界の明確化に関する事業の促進	取組方針4. 健全な森づくりに記載			
	(2) 事業体の育成				
	◆先導的・模範的な事業体の取組事例を参考とする普及、指導 先導的・模範的な事業体の取組などを他の事業体に波及させ効率的な搬出作業を展開する。	県内外の優良事例の紹介や技術指導を実施 ・作業道開設において、先導的指導者による安全なルート設定のため研修会の実施。 ・先進林業機械を活用した現地検討会の実施。 ・先進的な現場管理などの事例を参考にした勉強会の実施。	・生産性、コスト意識、進捗管理意識の向上など、現場における作業改善の意識が向上が見受けられた。 また、森の工場など集約化の必要性の認識が浸透し、作業システムに対応する路網（配置、規格等）についての認識が深まってきた。		
	◆経営者を対象としたマネジメント研修の実施 ◆経営力強化のための森林組合の合併促進の支援 県下の森林組合が、林業を取り巻く環境（資源の熟成や森林所有者の意欲減退）の大きな変化に対応し、これまでの短期的（1～2年）な事業計画や経営方針を見直し、中長期的（5～10年）な展望を掲げた事業計画や経営方針へと経営の意識の転換を図ることで、収益の確保と競争力を持った経営能力の高い事業体へと育成する。 また、研修を通じた森林組合の経営基盤強化の過程で、就労条件などの職場改善を促進するとともに、合併が有効な森林組合に対しては、合併促進の支援を行う。	・県下全森林組合の経営者等を対象に、マネジメント研修を開催。 （H21：延べ10日、H22：延べ6日、H23：延べ2日） ・森林組合毎に、中期経営計画の策定手法を習得するための経営ビジョン策定研修を開催。 （H21：5組合×10回、H22：6組合×10回、H23：6組合×2～6回） ・中期経営計画をローリングするための手法を学ぶフォロー研修の開催。 （H22：5組合×3回、H23：6組合×1回）	・11森林組合が中期経営計画を策定。 ・経営ビジョン策定研修を受講した森林組合を中心に、アクションプラン・レビューの実施により、PDCAサイクルが徐々に定着し始めている。 ・各森林組合が経営状況を認識し、合併協議が再開された。（四万十町内の3組合）		

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 〔戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容〕
	〔これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価〕	SABC の 4段 階評価	
原木生産量 目標：50万m3 ↓ H21年：42万m3			
整備済み「森の工場」 目標：43,000ha ↓ H23年8月末： 40,536ha	・県内の全森林組合や主な林業事業者、また、建設業などの異業種からの新規参入事業者も「森の工場」に取り組んでおり、団地化の必要性は一定認識されたと思われるが、依然として生産性の低い事業者があることから引き続き支援を行う必要がある	S	【課題】 ・生産性向上に必要な基盤整備や高性能林業機械導入を支援するための財源確保 【方向性】 ・国の制度改正に伴い、「森の工場」整備及び支援方針を検討
	・研修を受講した50名が、森の工場等の集約化に向けて取り組みを始めている。 ・研修により、受講生間で人の輪がで、ある地域（ブロック）では作業システム等の勉強会を始めるなど、お互いの情報交換や切磋琢磨の動きが生まれた。また、コスト分析のためのデータ収集など組織内での取り組みが活発化してきた。	S	【課題】 ・集約化の実践の中で、コスト分析や作業システム等の課題が出てきた際に、組織内部で教える体制が整っていない組合もある。 【方向性】 ・実践の中で課題解決に向けた取り組みを、地域（ブロック）単位での勉強会実施などにより、サポートを行っていく。
	・内部検討会と情報収集のみである。 ・H24年度からの森林経営計画の実施に向けて、慎重に事業を実施する必要がある。	A	【方向性】 ・小面積の皆伐は、国の造林事業における更新伐（モザイク林誘導型）での対応が可能となり、当該補助事業の活用により実施できることとなるが、新たな森林経営計画制度も見据えた検討を行っていく。
	・地形などに対応した新たな作業システムでの取り組みがみられるものの、路網と林業機械の組み合わせなど作業システムの改革が必要な面も見受けられる。 ・22年度に森林・林業再生プラン関連の事業で、欧州の林業機械を導入したことにより新たな展開が期待できる。	A	【課題】 効率的な作業システムの導入促進と技術定着 ・機械の導入や作業道整備などへの支援予算の確保 ・作業システムの試行に対する支援強化 工程ごとの作業状況の把握 ・生産性の低い事業者の改善 【方向性】 ・効率的な施業実施が可能な団地形成など、木材の増産・安定供給に向けた指導や作業システムの改善など技術的支援を行う。
	・先導的な施業方法などを参考にする事業者が出てきたが、林業機械など施設面で実施できないなど課題がある。	A	【課題】 ・先進的事業体の検証 【方向性】 ・試験研究機関と連携し、功程調査等の継続実施 ・現地研修会など効果的な普及指導の実施 ・事業者の設備や規模に応じたきめ細かな普及指導の実施
◆県下の森林組合数 目標：21 ↓ H23年度：25	・経営者対象の集合研修、森林施業プランナー研修、組合毎の経営ビジョン策定研修を平成21年度から同時に取り組んだことにより、経営者側には職員（森林施業プランナー等）育成への理解と必要性が認識され、また、職員側は業務改善と経営への参画意識が高まり、経営ビジョン策定組合では、組織内での情報共有・協議が活発化し、改革に向けて行動する機運が高まってきた。	A	【課題】 ・中期経営計画を立て、経営改革の成果を出すためのPDCAサイクルの定着には、時間を要し、研修など更なるサポートが必要。 ・合併協議を進める中で、組合間の利害関係の調整に時間を要するが、スムーズに進めるためには県・森連の第三者の積極的なフォローが必要。合併後のビジョンをしっかりと描き、経営計画を立てることがキーとなる。 【方向性】 ・経営ビジョン策定研修及び経営ビジョンフォロー研修を継続して実施し、定着までの間、県及び森連が四半期チェックなどのサポートを行う。 ・県の合併方針を改定し、積極的な調整役を果たしていく。 ・また、合併後、経営計画の実行・見直しについて、フォローを行っていく。 ・森林組合連合会の経営革新プランと連携を図る。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
	<p>◆ジョイント化など異業種からの参入の促進 人的資源や装備を持つ建設事業者等を対象に林業への参入を促進し、森林整備の推進につなげる。</p> <p>◆森林整備支援策の改善 森林整備支援策の改善 搬出間伐支援策の拡充 作業道のうち幹線路網的な役割を担うものを継続的な利用に耐えうるよう機能を高め、木材の安定供給や効率的な木材搬出を展開する。</p>	<p>・高性能林業機械の導入や建設機械から林業機械への改良などの支援を行った。 ・効率的な搬出間伐を行うための基幹的な作業道の整備（開設、復旧等）への支援を行った。 ・森林組合に対して建設業者とのジョイントによる路網や森林整備などの動きかけ。</p> <p>〈造林関連事業〉 ・市町村、森林組合等への説明会の実施 ・市町村広報誌への掲載による森林整備のPR（計41市町村） ・林業機関誌等への掲載による森林整備のPR（計3回、4400部） ・造林補助金申請システムの変更 ・各施業歩掛の点検 ・標準単価の改正</p> <p>〈きめ細かな林内路網整備事業〉 ・木材生産に必要な基幹的な作業道開設や既設路網の復旧などの支援を実施。</p>	<p>建設業からの参入事業者（累計） ・H21年度末：20事業者（ジョイント11、単独9） ・H22年度末：19事業者（ジョイント10、単独9） ・H23年度8月末：24事業者（ジョイント15、単独9） ※H23年度8月末については、森の工場設定に向け取組中の事業者を含む。</p> <p>〈造林関連事業〉 ・森林整備関係の事業説明及びPRによる間伐等森林整備の実施 ・造林補助金申請システム、各施業歩掛、標準単価の改善を行った。</p> <p>〈きめ細かな林内路網整備事業〉 ・森の工場からの木材生産量の増加 H21：64千m³（C材含む） H22：87千m³（C材含む）</p>
	(3) 担い手の育成		
	<p>◆経営者を対象としたマネジメント研修などによる職場改善の促進支援 県下の森林組合が、林業を取り巻く環境（資源の熟成や森林所有者の意欲減退）の大きな変化に対応し、これまでの短期的（1～2年）な事業計画や経営方針を見直し、中長期的（5～10年）な展望を掲げた事業計画や経営方針と経営の意識の転換を図ることで、収益の確保と競争力を持った経営能力の高い事業者へと育成する。 また、研修を通じた森林組合の経営基盤強化の過程で、就労条件などの職場改善を促進するとともに、合併が有効な森林組合に対しては、合併促進の支援を行う。</p> <p>◆就業希望者向けの林業体験の実施</p> <p>◆就業希望者へのPR方法の改善 林業労働力の確保の推進を図るため、雇用情報の収集と情報提供を実施するとともに、林業についての就職説明会や林業体験研修、高校へのPR等、林業の就業につながるあらゆる努力をし、3年後の目標である林業の担い手1,560名の確保に繋げる。</p>	<p>◆新規就業者職業紹介アドバイザーを設置し、事業者訪問による雇用情報を収集（H21 延べ170社、H22 176社、H23 82社） ・就業希望者を対象とした林業職場体験の開催（H21 21名、H22 26名） ・高校生を対象とした林業体験教室や林業技術研修の実施（体験教室 H21 2名、H22 5名、H23 13名、技術研修 H21 3コース29名、H22 3コース 37名、H23 3コース30名） ・高校訪問を実施し、求職情報の収集や雇用情報の提供、冊子による林業職場のPRを実施（H21 18校、H22 16校、H23 15校） ・林業就業相談会の開催（H21 104名、H22 56名） ・Uターン就業相談会等県内外での説明会への参加（H21 3回、H22 8回、H23 2回） ・事業者への新卒高校生の積極的採用や求人票の早期提出の要請</p>	<p>・平成22年3月末林業担い手数1,611人（前年度より70人増） ・就業希望者と林業事業者それぞれの要望に応じた、就業相談や情報提供ができてきた。 ・労働セクターへの就業相談件数が増えてきており、相談窓口としての利用率が上がってきている。（相談件数H20：57件、H21：64件、H22：95件、H23：40件）</p>
	<p>◆技術者養成手法の改善、強化</p> <p>◆所得の確保など事業者における就労条件の改善 林業及び木材産業に関する技術者、後継者等の基礎研修教育を行うとともに、高度な機械化技術等についての実践的技術と能力を有する効率的な林業生産活動のできる優れた技術者を養成する。</p>	<p>・林業技術者養成研修等の開催（H21 9講座16回、H22 9講座18回、H23 9講座11回） ・基幹林業労働者養成研修の開催（H21、22 11講座11回） ・緑の雇用フォレストワーカー研修（H23 14講座27回） ・伐木安全作業技術研修（H21、22 1講座3回） ・建設業新分野説明会（H21 6回、H22 4回参加） ・就労環境改善事業により振動病健診や安全防具等の購入を支援し、雇用環境や労働安全衛生の向上を促進</p>	<p>・平成21、22年度において林業作業士11名、車両系研修・架線作業主任者研修修了者1名、車両系研修修了者90名、架線作業主任者研修修了者12名の基幹林業技術者を養成</p>
	<p>◆自伐林家等による生産を促進 自伐林家の所得の向上を図るため、意欲をもって森林整備や生産活動に取り組み、山村地域に住み続けることができる条件を整える。 中山間において、林業等に取り組もうとする者が、意欲を持って生産活動を続けることを支援し、定住化や担い手確保につなげるため、OJTによる技術研修や営林指導を行うNPO等の活動を支援する副業型林家育成支援事業を実施する。</p>	<p>〈森林整備関係〉 ・市町村、森林組合等への説明会の実施 ・市町村広報誌への掲載による森林整備のPR（計41市町村） ・林業機関誌等への掲載による森林整備のPR（計3回、4400部） ・自伐林家等支援事業を創設・予算化</p> <p>〈研修関係〉 ・副業型林業者育成事業によるOJT研修の実施 ・林業技術出前講座の実施（嶺北地区でのシキミ・サカキの栽培生産技術講習）</p>	<p>〈森林整備関係〉 ・自伐林家等支援事業は、H21実績84人、H22実績76人の自伐林家等が活用し、森林整備を行うとともに、所得向上につながった。 ※活用状況 ①小口素材搬入支援事業 10,617m³（自伐林家102名） ②森林整備支援事業 60ha（自伐林家58名）</p> <p>〈研修関係〉 ・平成21年度研修生のうち5名が林業により収入を得ている。 ・平成22年度の研修生のうち6名については嶺北地域でボランティアの林業グループを結成し活動を始めている。</p>

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 〔戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容〕
	〔これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価〕	SABC の 4段 階評価	
	<ul style="list-style-type: none"> 建設業からの新規参入は増加傾向にあるが、事業量の確保や生産性の向上など課題も多く存在する。 林業機械などの施設整備に対する支援や施業方法の普及指導など更に取り組む必要がある。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】 ・機械の導入や作業道整備などへの支援予算の確保 ・作業システムなど現場指導、研修会や技術指導の継続 【方向性】 ・森林組合などに対して建設業者とのジョイントによる路網や森林整備など働きかけを継続。
	<p>〈造林関連事業〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村、森林組合、その他事業者への森林整備のPR活動や説明会の実施を継続してきたことにより、補助事業を活用し間伐等森林整備が実施された。 ・補助事業のうち造林事業は、造林補助金申請システムの変更や単価改正などが必要であり、適宜実施することができた。 <p>〈きめ細かな林内路網整備事業〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既設作業道の災害復旧などについて、木材の安定供給の面から重要な役割を果たしている。 	S	<p>〈造林関連事業〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 【課題】 ・造林事業の新規補助制度の周知 【方向性】 ・今後は、造林事業と森林経営計画制度との整合性を図ることとする。 <p>〈きめ細かな林内路網整備事業〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 【課題】 ・既設作業道の災害復旧などの予算確保 【方向性】 ・安定的な木材生産のため、災害を受けた既設作業道の復旧など、支援の継続が重要。
<p>◆担い手 目標 1,560人 ↓ H22.3末 1,611人</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・林業労働力確保支援センターと連携した林業の担い手確保の取組を進めることにより、林業就業者数も増加傾向にあるなど、一定の効果が現れていると考えられる。 	S	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】 ・新規就業者職業紹介アドバイザーをふるさと雇用基金により設置しているため、次年度以降の継続方法について検討が必要。 ・林業事業者の経営状況が脆弱であるために、計画的な新規雇用が出来ないため、求人票の早期提出が難しい。 【方向性】 ・現在の取組については、一定の効果が現れてきており、引き続き確保に向けた取組を継続していく。 ・雇用改善計画をもとに改善が図られるよう事業者への指導を行っていく。
	<ul style="list-style-type: none"> ・林業技術者養成研修の回数を増やすなど研修の充実を図っており、基幹となる林業技術者も一定育成されている。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】 ・間伐や道づくり等を効率的に行える林業技術者を段階的かつ体系的に育成することが必要。 【方向性】 ・国の「緑の雇用」研修や県の林業技術者養成研修により、間伐や道づくり等を効率的に行える林業技術者を段階的かつ体系的に育成していく。
	<p>〈森林整備関係〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続的なPR活動の成果から徐々に周知が図られてきた。今後もPR活動は継続しながら自伐林家の支援に努めていく必要がある。 <p>〈研修関係〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・研修修了生の中から副収入を得るだけでなく、林業を専業にする方が出てくるなど、研修による効果が現れてきている。 	A	<p>〈森林整備関係〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 【課題】 ・当該補助事業が活用されていない地域への周知 【方向性】 ・継続的なPR活動と予算の確保 <p>〈研修関係〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 【課題】 ・自伐林家として収入を得ていくための就労環境改善が必要 【方向性】 ・3年間のOJT研修により、副業型林家の育成が図られつつあり、今後は、就労環境改善への支援を主体に取り組んでいく。

<p>産業成長戦略（専門分野）</p> <p>戦略の柱</p> <p>取組方針</p> <p>施策</p> <p>これからの対策</p>	<p>具体的な取組み</p> <p>〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕</p>	<p>具体的な成果</p> <p>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p>
<p>2 大型工場の整備や中小加工事業体の共同・協業化</p>		
<p>(1) 製材工場等の体制の整備</p> <p>◆大型製材工場の誘致 ◆単板工場（合板材料）などの設置の検討</p> <p>成熟期を迎えてきた本県の人工林資源を有効に活用していくためには、県内の加工業者のみでは不十分と考えられるため、強力な販売チャンネルを持つ県外製材企業（銘建工業㈱：岡山県真庭市）を誘致し、県産材の安定的な販売を目指す。また、低質材の需要先確保のため本県への進出希望企業等の情報収集や誘致の可能性を探る。</p> <p>◆地元製材業の協同化への支援 ◆加工分野での共同、協業化の促進</p> <p>生産規模が零細で経営基盤の脆弱な県内製材工場を組織化、大型製材を設立し、県外の大手製材事業者と価格競争できる体制を整備するほか、加工分野の共同、協業の促進を図る。</p>	<p>〈大型製材工場誘致に向けた課題解決策を検討〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・原木安定供給策（H21～H23） ・製造アイテム、工場コンセプト（H22、H23） ・施設整備支援（H22、H23） ・事業主体の検討（H22、H23）等 <p>〈単板工場関係者に進出打診〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県進出要請（H22、H23） ・四国工場への原木供給協議（H22） <p>・加工分野での共同・協業化を狙った共同輸送、共同乾燥アンケート調査（H21）</p> <p>・共同意識を喚起し、意識変化のある事業者へ個別訪問調査（H21、H22）</p> <p>・高幡地区の事業者との大型製材起業勉強会の開始（H22：3回）</p>	<p>〈大型製材工場〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・進出に関し、前向きな検討 <p>〈単板工場〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県進出要請中 ・原木供給の開始 <p>・共同意識の醸成</p> <p>・大型製材起業への意欲を見せる事業者の出現</p>
<p>(2) 製品の品質の向上</p> <p>◆JAS制度の普及と認定工場の拡大 ◆乾燥機やグレーディング機器の導入の促進</p> <p>性能や品質の意識が高い製材工場のJAS認定取得の促進、県内JAS認定工場を増やす。</p> <p>県内JAS認定工場や団体等が行う性能表示木材の供給の支援や消費地で開催される土佐材展示会などで性能表示木材をPRし、JAS製品等の流通を促進する。</p> <p>県産材製品の品質、商品力を向上させるため、乾燥やグレーディングの実施に向けた手法及び施設整備について検討し、導入を支援する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・JAS認定の取得への支援事業を実施（H21、H23） ・JAS等性能表示木材の流通への支援事業を実施（H21～23） ・グレーディング機器へ施設整備支援（H21） 	<ul style="list-style-type: none"> ・JAS認定工場 15工場（H22年度末） ・JAS等性能表示木材の流通（H21：6,636m3、H22：12,350m3） ・グレーディング機器 8台導入 ・県内企業の乾燥施設 87室（H21年末）
<p>3 流通の統合・効率化</p> <p>(1) 原木の流通体制の整備</p> <p>◆素材生産の現場と製材工場の間での直送体制や協定取引の推進 ◆山元土場（ストックヤード）の増設への支援 ◆原木市場におけるはえ立の見直しなど、コスト改善の促進 ◆原木市場の在庫情報や入荷予想等を、IT等を活用して随時公表することで、購入者の利便性の向上を図る取組を支援</p> <p>素材生産現場から加工施設への原木直送により流通コストを削減するため、直送協定の締結を支援する。また、需要者ニーズに応じて、原木流通の利便性、効率化を図り、原木流通の拡大を図る。そのため原木市場の機能強化を図ることとし、樺立の改善や在庫情報や入荷情報のIT化を進める。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・県森連が、原木流通の効率化に向けて、はえについて、直・小曲のはえを同一にする等、はえ立の見直しの実施（H21、H22） ・県森連が、合板用原木について、2ヶ月間固定の競争入札を導入（H22） ・県森連が、「高知森連システム販売（3ヶ月間固定入札）」の試行をはじめ、状況や影響の把握と課題整理の実施（H23） ・トレーサビリティの仕組みづくりのため、業界関係者と意見交換会や先進地調査を実施（H22） 	<ul style="list-style-type: none"> ・原木の取扱量の増大や森林所有者の手取り価格の向上を目指し、H23年度から県森連が、事前に購入者に対して3ヶ月間の予定数量を提示して、「高知森連システム販売（3ヶ月間固定入札）」をはじめている。 ・このことで、原木価格が上向いてきたことや買い方への利便性の向上が図りつつあり、原木の取扱量の増大も見込まれつつある。

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4段 階評価	
製材品の生産量 目標：31万6千m3 ↓ H21年度： 20万6千m3			
	<p>〈大型製材工場〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・進出に関し、前向きに進行中 <p>〈単板工場〉</p> <p>中四国に2業者あった合板工場が(H22年度末)統合。 中四国の合板用原木は独占状態。また、合板は需要に対し、生産能力が過剰な状況。</p> <p>↓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・合板用原木の供給 ・単板工場の進出要請を継続 	B	<p>〈大型製材工場〉</p> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・原木の増産、安定供給 ・支援事業の検討、国への要請 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・誘致実現後のフォローをしっかりと行っていく <p>〈単板工場〉</p> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・原木の増産、安定供給 ・支援事業の検討、国への要請 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・合板用原木供給の拡大 ・県内への単板工場進出を継続して要請する
	<ul style="list-style-type: none"> ・大型製材工場起業への取り組みの開始 ・需要動向の変化から低コスト化、製造ロットの拡大は不可欠との認識も高まり、取り組みの検討を始める事業者の出現 (H23年7月説明会では8社がエントリー) 	C	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内事業者の資金力 ・参加事業者の確保 ・原木の増産、安定供給 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大型製材工場の事業化を推進する
JAS認定工場 目標：20工場 ↓ H22：15工場	<ul style="list-style-type: none"> ・県内企業にとって、乾燥材とJAS等性能表示木材に対する認識が高まってきた。 		
乾燥材(国産材)の 年間生産量 目標：6万9千m3 ↓ H21年： 5万6千m3		A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JAS等性能表示木材の認知度の向上 ・既存の乾燥施設の稼働率の向上 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規のJAS認定取得企業への支援 ・既存の乾燥施設の稼働率向上のための支援
	<ul style="list-style-type: none"> ・県森連が、共販所のはえ立ての見直しや3ヶ月間固定入札の試行をはじめており、原木流通の効率化への兆しがあらわれてきた。 	B	<ul style="list-style-type: none"> ・大型製材工場(予定)への原木供給の仕組みづくりとしては、今後も県森連がキーマンとなるため、県森連共販所の原木取扱量の増大と安定供給に向けた取り組み支援が必要である。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
(2) 製品の流通体制の整備			
<p>◆小規模製材の輸送コスト削減のための共同輸送方式の研究</p> <p>◆量産化工場の安定取引先との提携促進</p> <p>◆製品市場等の統合による販売力の強化（共同受注＋共同仕上げ＋共同輸送）のできる体制への支援</p> <p>◆大消費地に流通拠点の設置を検討</p> <p>製品流通の合理化を図り、県産材製品の商品力の向上を図るため、輸送の共同化、大消費地における流通拠点整備を支援する。</p>		<p>・輸送コスト削減のための共同輸送システムの実施及び検証に対する支援を実施（H21～H23）</p> <p>・消費地流通拠点の設置に向けた検討及び拠点候補企業の訪問（H22～）</p>	<p>・協同組合高知木材センター事務所開き（H21）</p> <p>・共同輸送の試行及び実証 H21 5件、38m3 H22 34件、202m3 H23 10件、62m3（6月末集計）</p> <p>・消費地における流通拠点の利用協定を締結（H22）8社（関東3社、東海1社、関西4社） 新規で1社（福岡県の企業）と協定（H23.8） 〔利用実績〕 ①邸別利用 H22 22棟 H23 6棟（8月末） ②ロット利用 H22 500m3</p>
4 販売力の強化			
(1) 販売力の強化			
<p>◆企業と連携し県の信用力を活かした販売促進活動の推進</p> <p>◆消費地工務店とのネットワークづくりの促進支援</p> <p>◆ITの積極的な活用による情報発信と消費者ニーズの把握</p> <p>◆梁桁ネットワークのシステム整備と利用拡大への支援</p> <p>県産材の販売促進を図るためのツールづくりや、県外事務所との連携により体制強化を図るとともに、県外工務店等のネットワークづくり等による販売促進活動を県内業界と連携し実施する。</p>		<p>・地産外商の母体となる組織づくりに向けた県内企業との打合せを実施（H22）</p> <p>・土佐材流通促進協議会による外商活動を実施（H22） ①県外消費地で土佐材セミナーを開催した。（8回） ②関東、高知市で土佐材の展示会を各1回開催。</p> <p>・県に代わって、消費地で県産材をPRする「土佐材パートナー企業登録制度」を創設した。（H23）</p>	<p>・県内の木材業界で組織する『土佐材流通促進協議会』の設立（H22）</p> <p>・積極的な外商活動を展開できた（H22） ①セミナー参加者 80企業180名（見積依頼5件、資料請求等11件） ②展示会参加者200名</p> <p>・土佐材パートナー登録企業数（H23）30社（8月末（関東、東海、関西、中国、四国））</p>
<p>◆「れいほくスケルトン」のようなブランド戦略を構築し、顔の見える取引を支援</p> <p>◆観光や地域の産業と連携し、産地見学会を都市との交流の場に発展させるための受け皿体制への支援</p> <p>◆森林認証取得への支援とPR</p> <p>木材需要全体が縮小する中、競争は激化している。まとまりのない一般材では商品として魅力がなく販路はますます狭まってくる。そのため、各地域において、商品力を高める独自の取組みを行い、販路を開拓する。 地域材のブランド化へ向けたモデルハウスの建築と効果的な広報活動の展開。</p>		<p>・県外の工務店等を対象とした産地見学会を梶原、嶺北などで開催、顔の見える取引を推進した。（H21～・22回）</p> <p>・木材販売促進会議を開催し、地域材ブランド化を検討した。（H21・5回）</p> <p>・JAS・性能表示木材の普及及び体制づくりを支援（H21～）</p> <p>・県産品情報誌にてFSC、SGEC認証取得地域を紹介した。（H21）</p> <p>・トレスビリティの仕組みづくりについて、ワーキングを開催（H22）</p>	<p>・県外で土佐材を利用した住宅等の建築が進み、関東や東海でも顔の見える取引がはじまっている。 〔補助事業実績〕 H21 27棟、H22 45棟、H23 10棟（8月末）（申込 39棟）</p> <p>・地域材のブランド化の取組みが進んできた ①高知市の木を使った「高知里山の家」モデルハウスの建築（H21） ②四万十ひのきブランド化の推進に向け、4市町村で協定締結、モデルハウスを建築（H22）</p> <p>・JAS・性能表示木材の流通が増加 〔実績〕 H21 6,636m3、H22 11,622m3 JAS認定工場 H21:3工場、H23:4工場予定</p> <p>・FSC、SGEC認証材が販売ツールとして機能している。（H21～）</p> <p>・トレスビリティのガイドラインを作成（H22）</p>

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4段 階評価	
	<ul style="list-style-type: none"> ・高知木材センターの製品取扱量の増加に伴い、共同輸配送を実施し、輸配送システムの確立が見え始めているが、『定期便』による輸送まで進展していない。 ・都市部に流通拠点が設置されたことにより、大消費地での販売促進の成果が出てきた。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・定期的な輸配送を行うための製品の確保 ・郵別利用に加え、ロット利用の拡大が必要 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後は、県内製材メーカー、製品市場等と供給体制の構築を図るとともに、共同輸配送の実証結果を基に県外消費地への定期便化や流通拠点の活用などの取組みを継続して実施し、県外での販売促進を図っていく。
	<ul style="list-style-type: none"> ・土佐材流通促進協議会の設立により、販売活動が強化できた。 ・土佐材流通促進協議会の行う土佐材セミナーや消費地への拠点設置に加え、JAS等の性能表示木材の流通支援、土佐材パートナー企業のPR活動によって、県外への販路開拓が拡大している。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土佐材の安定的・継続的な取り引き ・新規取り引き先の開拓 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セミナーや展示会などの、単発的な取り組みでは効果が小さいので組織的かつ継続的に県外販売の促進を図っていく。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
◆木造住宅に関する情報発信の強化	◆地域工務店との情報交換や、共同PR、共同納入などを行うための体制を検討	<ul style="list-style-type: none"> ・高知市仁井田で木造住宅フェア（もくもくらんど）を開催 <ul style="list-style-type: none"> ①県内木造住宅関連企業の出展（平成21・22年度） ②木造住宅について学ぶことができる各種セミナーや様々なイベントを開催（61社、76小間） ・木造住宅助成事業のPR（平成21年度：リーフレット1,000部、ポスター900部、平成22年度：リーフレット5,000部、ポスター500部を作成し、工務店や設計士等に配布するなど事業の周知を徹底。）（各種機関誌等への事業の掲載（さんSUN高知、建築士会報）） ・テレビ番組による木や木造住宅のPR（平成21年度49回、平成22年度48回、平成23年度24回予定） ・国のモデル事業を導入し工務店のネットワーク活動基盤を醸成 ・木と人出会い館バスツアーの開催（平成21年度2回、平成22年度2回） ・県民のニーズを踏まえ、平成23年度からリフォームや内装等についても助成事業の対象に追加 ・地域材モデル住宅によるPR拠点の整備（平成21年度高知市3棟、平成22年度四万十市1棟、土佐町1棟） 	<ul style="list-style-type: none"> ・高知市仁井田で木造住宅フェア（もくもくらんど）を通して県民に直接木の良さをPR（来場者数、平成21年度約12,000人、平成22年度約15,000人） ・木と人出会い館情報の視聴率（過去3年間の平均視聴率10.3%と常に10%をキープ） ・県産木造住宅への助成（平成21年度314戸、平成22年度464戸、平成23年度159戸（8月26日現在）） ・戸建て住宅の木造率の向上（平成19年度79.8%、平成20年度82.8%、平成21年度83.8%）
◆公共事業や公共施設での県産材の率先利用	◆県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援 県産材利用推進方針に基づき、公共施設の木造化や公共土木工事に県産材を率先して利用するとともに、市町村や団体が整備する小・中学校等への木製品の導入や県産材を利用した施設整備等に対して支援し、県産材利用を広く県民にアピールする。		
2 木質バイオマス利用の拡大			
1 未利用森林資源の有効活用			
(1) 原料収集システム整備		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> 新エネルギービジョンの作成 にともない再編 </div>	
◆生産～収集～配送のシステム化の検討	◆県工業会や一次産業（林業等）との連携による機器開発（効率的な生産・積み込み・搬送を可能にする機械器具の開発）		
◆コスト差を埋める支援の仕組みの検討	◆地球温暖化対策と一体となったPR活動		
(2) 利用の普及		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> 新エネルギービジョンの作成 にともない再編 </div>	
◆木屑焚き、ペレット焚き等の設備・機器の開発と普及への支援	◆公共施設における木質バイオマス利用施設の整備		
◆地球温暖化対策の一環としての、グリーンエネルギー利用の促進	◆残灰回収のシステム化と再利用の検討		
◆普及推進体制の整備			

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	〔これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価〕	SABC の 4段 階評価	
<p>戸建て木造住宅の木造率が、全国平均を上回っている。</p> <p>目標：H22年度 全国86.4%</p> <p>↓</p> <p>H22年度： 高知県86.0% (計画策定時の全国との差は5.4%)</p>	<p>・景気の後退等により、住宅需要全体が落ち込んできている中で、高知県の戸建て住宅の県産材を利用した木造住宅の割合は確実に上昇し、目標である全国平均に迫ってきており、本年度もこれまでの取り組みをPRしながら積極的に推進する。</p> <p>また、県の住宅助成事業の取り組みは、これらの動きの大きな支えとなっている。</p>	S	<p>【課題】</p> <p>・戸建て木造住宅の木造率について、森林県としては全国平均を大きく上回る取り組みが必要。</p> <p>【方向性】</p> <p>・戦略の大きな見直しはないが、なかなか景気の回復が見えない中で、県産材住宅への補助は一定の成果を上げてきており、この流れをしっかりとしたものにしていくために事業の継続が必要。さらに事業の内容については、より多くの県産材の活用に繋がる視点で精査を進め、木造率の向上に繋げる。</p>
	<p>・県や市町村において、財政事情が厳しい中でも一定の木材利用が計画的に進んできている。</p>	S	<p>【課題】</p> <p>・国において「公共建築物等における木材利用の促進に関する法律」が施行された状況を踏まえ、引き続き木の文化県構想に沿って木材の利用拡大に努め、森林県として全国に情報発信していく必要がある。</p> <p>【方向性】</p> <p>・戦略の大きな見直しはないが、県の事業における県産材の利用の徹底を図るとともに、市町村においてもより積極的な行動が拡大するように取り組んでいく。</p>

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策		対策に関する具体的な取組み内容を記載	可能な限り具体的な数値を記載
1	木質バイオマスエネルギーの利用促進		
	(1) 燃料供給対策		
	◆ 集団化による効率的な林地残材の収集 ◆ 木質バイオマス燃料の安定供給	・ 森の工場における林地残材の利用の拡大（平成22年度約10,000m ³ ） ・ 製材業者などで木質ペレット製造の意思がある事業者を積極的に支援。 ・ 市町村や農業者等の事業実施者との現地調査や意見交換を重ね、補助事業を有効に活用して機器の導入を積極的に推進。 （平成22年度末の県内の機器導入状況：木質バイオマスボイラー118台、木質ペレット工場6施設、県有施設への木質ペレットストーブ8台） ・ 取組みを推進していくための、木質バイオマス利用促進協議会の設立 （平成22年度8回、メーリングリストによる情報ネットワークの開設（会員数103名））	・ 木質バイオマスボイラーの普及については、平成21年度からの3年間で大幅な拡大を図ることができた。（平成23年度末県内の機器導入見込み：木質ボイラー139台、県有施設への木質ペレットストーブ8台） ・ 製紙業や養蠶業といった新たな業種で木質バイオマスボイラーが導入された。 ・ 木質バイオマスボイラーの普及にともない、木質ペレット工場の整備も促進された。（計画期間内の2工場増設し、県内には木質ペレット工場は6施設となる。） ・ 木質バイオマス利用促進協議会の設立により、お互いの情報交換の場ができたことで、事業者間での交流も見られ始める。
	(2) 利用促進対策		
	◆ 集団化を前提とした木質バイオマスボイラーの導入 ◆ 木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化 ◆ 幅広い分野での木質バイオマス利用の促進 木質バイオマスの安定供給利用を図るため、集団化による効率的な林地残材の収集、木質バイオマス燃料の安定供給支援、集団化を前提とした木質バイオマスボイラーの導入、木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化、幅広い分野での木質バイオマス利用の促進の対策を進める。		
	(3) 事業化対策		
	◆ 推進体制の強化 ◆ 燃料供給拠点から利用機器までを集団化 ◆ 燃焼灰の適正処理 ◆ コスト差を埋める支援の仕組みの検討 木質バイオマスエネルギーの事業化を図るため、推進体制の強化、利用の集団化、燃焼灰の適正処理、コスト差を埋める支援の仕組みの検討を行う。	・ 燃焼灰処理・再生利用指針策定委員会の開催（平成21年度4回、平成22年度5回） 【平成23年度からの取組み】 ・ 県内に木質バイオマス利用ユニットモデル検討PTを設置 （今後の県下への具体的な取組み計画について検討中） ・ 木質ペレット製造工場や木質系燃料利用者の実態調査を実施 ・ 工業会との意見交換の実施	・ 燃焼灰については、成分分析や堆肥化への灰混合試験を開始
3	森のものの活用		
1	森の恵みを余すことなく活用する		
	(1) 生産体制の整備		
	◆ 普及指導員による生産技術の普及 ◆ 地域の特用林産物の生産活動の支援とPR ◆ 多品目少量生産に対応する、共同集荷システムの仕組みづくりを支援 ◆ 販売体制への支援 地域に適した特用林産物の生産を促進するため、生産体制の整備、組織化の推進、生産物のPR、情報発信の強化等の支援を行う。 特用林産業新規就業者の確保・定着のために、各市町村における新規就業希望者に対する実践的研修を行う。	・ 特用林産物の生産活動への支援（シキミやサカキの生産技術の勉強会の開催） （土佐備長炭の販売促進に向けた協議） （土佐備長炭の担い手研修への支援：平成22年度4名、平成23年度 新規4名、継続4名→3名）	・ 各地域の生産者に対する取組みに対する意欲が高まりつつある。 （津野山産原木シイタケの販売（伊勢丹冬ギフトとし限定40セットが完売） （ウスキキヌガサタケの生産量2,797本（県内外の料理店に販売）） （土佐備長炭の生産拠点の拡大（大月町に薪割機や炭窯を整備）） （シキミ・サカキの共同出荷に向けたテスト出荷を開始（額北））
	(2) 都市との交流の促進		
	◆ 森林環境教育や森林保全ボランティアリーダーの育成 森林環境教育を推進するため、学校現場での年間を通じた山の学習の取組や出前方式での森林環境学習等を支援する。また、森林保全ボランティア団体の設立・育成や間伐等の森林整備活動を支援する。	・ 学校や保育園等の要望に応じて、出前授業を行う、山の学習の先生となる団体及び個人に対する支援。 ・ 年間を通じた森林環境学習を計画する小中学校への支援。 ・ 森林保全ボランティアの登録制度（平成21年度当初29団体908人） ・ ボランティア作業安全研修の実施（8回、参加者25人）	・ 9団体3個人が188回の授業を実施し、27市町村69校（7,166人）が年間を通じた森林環境学習を受けている。 ・ ボランティアによる間伐を40ha実施し、林業労働力の補充に貢献した。 ・ ボランティアによる学校林の整備を5ha行い、森林環境教育のフィールドを整えることができた。 ・ 作業安全研修によって、ボランティア初心者の間伐に関する基礎的な技術が習得できた。 ・ 団体登録数が新たに4団体（122名）加わり、団体数は33（1,030名）に増加し、ボランティアによる自発的な森林保全の取組が活発化した。

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	（これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価）	SABC の 4段 階評価	
木質バイオマス年間 利用量 目標：13万2千ト ン （うち森林からの収 集量3万4千トン、 製材工場等からの収 集量9万8千トン） ↓ H22年度見込み： 13万1千トン （うち森林からの収 集量6万トン、製材 工場等からの収集量 7万1千トン）	<ul style="list-style-type: none"> 補助事業を有効に活用することで、利用機器の大幅な導入の拡大とそれに対応する木質ペレット工場の新設に取り組むことが出来た。 製紙業や養蠶業といった新たな業種での取り組みが始まったことで、今後の普及拡大の可能性が広がった。 	S	【課題】 ・原木の収集や利用機器などのコスト高に対する対応。 ・木質バイオマスペレットの製造コストが高い。 【方向性】 ・戦略の見直しをしたばかりであり、基本的な方向性は変更はないが、その中において、安定的な原木の収集体制の強化や、燃焼効率やコストの抑制に繋がる機器の改良等について取り組みの強化。 ・ペレット等製造コスト、輸送コスト等を引き上げる仕組みづくり。
	<ul style="list-style-type: none"> 見直しにより、本年度スタートした取り組みであり、現時点での総括はしない。 		【課題】 利用ユニットの推進に向けた市町村との連携の強化 【方向性】 ・戦略を見直ししたばかりであり、基本的な方向性に変更はないが、利用ユニット化など今後の方向性を整理し、市町村等との協議を進める。 ・電力の全量買取制度の可決など国のエネルギー政策の転換によって、木質バイオマスエネルギーの活用に向けた検討が必要。
	<ul style="list-style-type: none"> 各地で様々な動きは出てきており、一定の成果が上がってきた。 	A	【課題】 ・各地域の取り組みの定着 【方向性】 ・特用林産物については、県下各地で取り組む内容が異なることや、農産物とのタイアップも多いことから、林業事務所や農業振興部と連携した取り組みを推進する。
	<ul style="list-style-type: none"> 山の学習の先生になる団体も地域に根付いてきており、学校や保育園等からの要望が増加した。 年々事業を活用する市町村、学校が増加してきており、事業の周知が行われるとともに、森林環境学習への関心が高まってきた。 県民による自発的な森林保全活動などの広がりから、森林や森林環境学習に対する意識が高いことが裏付けられた。 	S	【課題】 ・小中学校の新規掘り起こし ・ボランティア間の連携の強化 【方向性】 ・現行の取り組みを継続

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
	<p>◆交流促進の支援</p> <p>◆地域資源の組み合わせなど魅力あるメニューづくり支援</p> <p>都市住民等を対象として、「森の達人」や林業体験メニュー等を情報発信し、都市住民等との交流人口拡大に向けた「森の窓口」を運営する。また、情報誌の作成・配布により幅広い年齢層の方々に森林環境税の周知とPRを図る。</p> <p>◆地域の自主的な取組の支援</p> <p>県民が自ら企画・実施する「県民参加の森づくり」を推進する。また、地域住民等による間伐や里山林等の森林保全活動を支援することにより、森林への理解と関心を深めてもらう。</p>	<p>・「森のささやき」HPを開設、森の達人や林業体験メニュー等の情報を発信。また、新規登録のための掘り起こしやブラッシュアップを行い、随時HPを更新した。</p> <p>・HPの周知を図るためにHPの紹介カードを5万枚作成し、約400箇所に配布した。</p> <p>・森林環境税やこうち山の目に関する取り組みなどを県民に分かりやすく伝えるとともに森林の大切さなどの理解と関心を深めるために情報誌「mamori」27万5千部を発行（5回）し、県内の全小中学校の児童生徒や道の駅・観光施設等1万2,300箇所に配布した。</p> <p>・地域の団体が自ら事業を企画して、県内に広く参加を呼びかけて実施する森林体験等の事業に対する支援。</p> <p>・地域住民による間伐などの森林整備を実施（6団体）</p>	<p>・森の達人等を35名登録し、3カ年の目標25名以上を上回った。</p> <p>・「森の達人」や林業体験メニューに加えて、周辺の観光情報も掲載する等、HPのコンテンツが充実した。</p> <p>・57件の事業が実施され8,137人の県民が参加した。</p> <p>・地域住民による地元の森林を守る活動が、県内全域に広がり、38haの森林整備ができた。</p>
4 健全な森づくり			
1 荒廃森林の解消・鳥獣被害防止の推進（森林整備の推進）			
(1) 荒廃森林の解消に向けた森林整備の推進			
◆荒廃森林解消のための間伐推進		<p>・市町村、森林組合等への説明会の実施</p> <p>・市町村広報誌への掲載による森林整備のPR（計41市町村）</p> <p>・林業機関誌等への掲載による森林整備のPR（計3回、4400部）</p>	<p>・間伐実績 20,910ha</p>
◆森林の管理代行などの仕組みづくりの検討		<p>・森林管理手法検討委員会の開催（6回）</p> <p>・森林管理手法検討委員会委員による現地調査等の実施</p> <p>・森林所有者へのアンケートの実施</p> <p>・森林管理代行導入モデル事業の実施（H21 204ha、H22 174.7ha）</p>	<p>・アンケート分析の結果、調査した北川村及び室戸市の所有者とともに、森林組合に森林管理を頼みたいと回答した者の割合が多く、所有者が森林管理の担い手として、森林組合に期待していることが把握できた。また、モデル事業を実施した森林組合では、長期間の施業受託を含めた森林管理を目指し、詳細な森林情報を収集し、境界管理や現況報告についての契約締結に向けた取り組みを進めている。</p>
◆森林所有者に対する普及啓発活動の強化		<p>・森林境界明確化促進事業</p> <p>・室戸市外7市町において、8事業体が実施</p> <p>・森林整備地域活動支援交付金</p> <p>・奈半利町外4市町において、5事業体が実施</p>	<p>・境界の明確化目標3,000haに対して、</p> <p>①森林境界明確化促進事業 1,482ha</p> <p>②森林整備地域活動支援交付金 2,16ha</p> <p>計 1,698ha</p> <p>の境界明確化が図られた。</p>
◆森林境界の明確化に関する事業の促進		<p>◆県民参加や企業支援による森林管理の促進</p> <p>環境先進企業の協賛金を得て、森林の再生とCSR活動による地域交流を進める。</p>	<p>〈協働の森づくり事業〉</p> <p>・新規企業、更新企業への訪問営業を随時実施</p> <p>・企業と地域との交流事業の支援</p> <p>・先進的な取組の発表の場として、パートナー企業間の連携について自由な議論を行う場として、「協働の森フォーラム」を開催（H21、H22各1回開催）</p>
◆森林保全ボランティアの支援		<p>・森林保全ボランティアの登録制度（平成21年度当初29団体908人）</p> <p>・ボランティア作業安全研修の実施（8回、参加者25人）</p>	<p>〈協働の森づくり事業〉</p> <p>・12件の新規協定を締結</p> <p>・16件の更新協定を締結</p> <p>・協賛金を活用して、H21年、H22年の2年間で894haの間伐が行われ、森林の再生が図られた。</p> <p>・「協働の森フォーラム」へ、H21年は110名の参加、H22年は120名の参加があった。</p> <p>・企業と地域との交流事業をH21年は35回実施し2,188名の参加、H22年は36回実施し2,235名の参加があり、企業と地域との絆が深まった。</p> <p>（協定締結状況（H23.8.31現在）：51協定、22市町村）</p> <p>・ボランティアによる間伐を40ha実施し、林業労働力の補充に貢献した。</p> <p>・ボランティアによる学校林の整備を5ha行い、森林環境教育のフィールドを整えることができた。</p> <p>・作業安全研修によって、ボランティア初心者の間伐に関する基礎的な技術が習得できた。</p> <p>・団体登録数が新たに4団体（122名）加わり、団体数は33（1,030名）に増加し、ボランティアによる自発的な森林保全の取組が活発化した。</p>

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 〔戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容〕
	〔これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価〕	SABC の 4段 階評価	
	<ul style="list-style-type: none"> ・「森の達人」や林業体験メニューに加えて、周辺の観光情報も掲載する等HPが充実するとともに、一般からの問い合わせに加えて、企業からの問い合わせ（社内報への掲載等）も出て来ており、今後中山間地域と都市住民との交流人口の拡大につながる兆しが現れ始めた。 ・従来の配布先に加え、平成23年度より県内の全小中学校の児童生徒に配布することで、より多くの県民に森林環境税の周知・PRを行うことができた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】 ・幅広い年齢層に配布するにあたっての誌面構成の検討 【方向性】 ・他団体への移管を検討
	<ul style="list-style-type: none"> ・従来からの継続事業に加え、年々多様な団体が多様な事業を実施してきており、県民参加の森づくりが定着してきた。 ・地域住民が自主的に取り組みむことへ支援を行うことにより、地域住民の地元の森林を管理する意識が高まった。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】 ・事業実施団体の広がり ・他の類似事業との整理 【方向性】 ・現行の取り組みを継続 ・他事業への移行
間伐面積 45,000ha(3カ 年) 2カ年実績： 20,910ha (2カ年30,000ha の70%) 目標面積の45%	<ul style="list-style-type: none"> ・市町村・森林組合などへの森林整備のPR活動や説明会の実施を継続してきたことにより、補助事業等を利用し2年間で2万haを超える間伐を実施した。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】 ・造林事業の新規補助制度の周知、森林整備関連予算の確保 【方向性】 ・森林整備のPR活動の継続 ・森林整備支援策の周知
	<ul style="list-style-type: none"> ・仕組みづくりについては、H21に設置した検討会により検討中であり、最終的な取りまとめまでには至っていない。 	B	<ul style="list-style-type: none"> ・検討結果を本年度中に取りまとめ、今後は、管理代行に向けた経費の状況等の成果を森林組合等に普及する。
	<ul style="list-style-type: none"> ・森林の境界が明確化されたことにより、集約化し計画的な施策を進めることができる地域が増えている。 	B	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】 ・森林所有者の高齢化、不在村化が加速化している中で、境界情報が失われている。 【方向性】 ・集約化し計画的な施策を促進するために、森林整備地域活動支援交付金や山村境界基本調査等国土調査関連事業等を活用しながら、森林境界の明確化を図っていく。
	<ul style="list-style-type: none"> 〈協働の森づくり事業〉 ・新規協定、更新協定とも順調に推移し、間伐による森林整備が推進している。 ・企業と地域との交流事業には、毎年2,000名以上の参加があり、地場製品の消費拡大など、地域の活性化につながっている。 ・協働の森のCSR活動や地域交流の広報により、幅広い分野の企業へと普及・拡大している。 	S	<ul style="list-style-type: none"> 〈協働の森づくり事業〉 【課題】 ・特定の市町村に協定が集中している傾向があり、協働の森未設定市町村に対する導入の推進（協定締結市町村数：22市町村） 【方向性】 ・従来の森づくりに加え、川や海を含んだ幅広いCSR活動を企業に提案する。 ・協働の森づくり連携企業とのつながりを、他の分野でも活用していく。
	<ul style="list-style-type: none"> ・県民による自発的な森林保全活動などの広がりから、森林や森林環境学習に対する意識が高いことが裏付けられた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】 ・ボランティア間の連携の強化 【方向性】 ・現行の取組を継続

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
◆オフセット・クレジット（J-VER）制度を活用した森林整備の推進	<p>オフセット・クレジット（J-VER）制度を活用した深林整備の推進 木質バイオマスの活用によるCO2排出削減量と、間伐による森林でのCO2吸収量をそれぞれクレジット化するとともに、このクレジットを環境先進企業等へ販売することにより、森林整備に資金が還元するモデルを構築し、本県における森林のより一層の整備を推進する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・排出量取引（CO2排出削減）プロジェクト 県木質資源エネルギー活用事業B 住友大阪セメント株式会社高知工場の2号発電設備において、未利用林地残材を石炭・オイルコースなどの化石燃料と代替することによるCO2削減プロジェクト委託する。排出削減されたCO2は、第三者機関の検証を受検しJ-VERクレジットとして発行、売却される。 ・排出量取引（CO2吸収）プロジェクト 県森林吸収量取引プロジェクトA （登録時想定吸収量5,099t-CO2） 県森林吸収量取引プロジェクトB （登録時想定吸収量4,733t-CO2） 県有林の間伐により増大した森林吸収量をJ-VERとして認証するプロジェクト。7箇所の県有林を対象に、県森林吸収量取引プロジェクトとして2つのプロジェクトを実施している。増大したCO2森林吸収量は、第三者機関の検証を受検しJ-VERクレジットとして発行、売却される。 ・県オフセット・クレジット認証センターの運営 県J-VER制度のプロジェクト受理、登録、バリデーション審査、認証、クレジット登録、管理及び県オフセット・クレジット認証運営委員会の開催等を円滑に実施するための事務のほか、オフセット・クレジット制度に関するサービス提供に関する事務を委託する。 ・販売促進 マッチングイベント等への積極的な企画、参加によりJ-VERの販売及び県J-VERの販売サポートを実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・排出量取引（CO2排出削減）プロジェクト 木質資源エネルギー活用事業委託 （住友大阪セメント高知工場） J-VERクレジット発行 （H21：1,932t-CO2、H22：3,089t-CO2、H23.8月末：2,534t-CO2） ・排出量取引（CO2吸収）プロジェクト 県森林吸収量取引プロジェクトA J-VERクレジット発行（H22：285t-CO2） ・県オフセット・クレジット認証センター運営 ①オフセットクレジット認証運営委員会の開催 （H21:1回、H22:4回、H23:2回） ②プロジェクト受理 （H22:6件、H23:2件） ③クレジット認証 （H22:2件1,465t-CO2、H23:3件1,349t-CO2） ・販売促進 カーボン・オフセットEXPOの参加(1回) ・販売実績 （H21:10件、1,742t-CO2、H22:20件、1,743t-CO2、H23.8月末:6件、174t-CO2）
(2) 鳥獣被害防止の推進			
◆計画的にニホンジカの個体数調整を行う 森林に対する食害等への防除対策を促進し、計画的にニホンジカの個体調整を行う。	<p>〈鳥獣対策課〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シカ被害特別対策事業による「有害」、「狩猟」、 「広域」捕獲対策によるニホンジカの個体数調整 	<p>〈鳥獣対策課〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有害捕獲頭数（11,900頭）の達成 ・狩猟捕獲頭数（13,700頭）の達成 ・広域捕獲対策による捕獲頭数（4,400頭）の達成 	
◆森林に対する食害等への防除対策の促進 野生鳥獣から森林資源を保護することにより森林環境への悪影響を軽減する。	<p>〈林業改革課〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・林業振興（間伐）担当者会により情報共有 ・シカ食害防止ネット9,291mの設置 ・森林被害箇所モニタリング調査の実施 	<p>〈林業改革課〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・24.23haの再造林地をシカ食害から防除できた。 ・6林業（振興）事務所に9プロットのモニタリング箇所を設定し、シカの食害状況を把握。 	

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	〔これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価〕	SABC の 4段 階評価	
<p>J-VER削減クレジット</p> <p>目標:4,500t-CO2 ↓ H22年度: 4,560t-CO2</p> <p>※想定排出削減量</p> <p>J-VER吸収クレジット(H18~23)</p> <p>目標: 60,000t-CO2 ↓ H23年8月末: 20,333t-CO2 (県有林、県J-VER)</p> <p>※想定吸収量</p>	<p>・環境省のJ-VER制度におけるCO2削減プロジェクトで、第1号登録及び、CO2森林吸収プロジェクトでも都道府県第1号登録により、クレジット創出と販売において、全国的にもトップクラスの成果を上げている。</p> <p>・高知県J-VER制度の創設により、県内のプロジェクトの取組が普及拡大している。</p> <p>・営業販売活動における東京事務所との連携により、県のクレジット活用が拡大している。</p> <p>・制度が複雑であることから、プロジェクト事業者及び審査等に関わる職員に対する負担が大きい。</p> <p>・京都議定書約束期間以降における制度の存続が不透明である。</p>	S	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県J-VER制度における、プロジェクト計画書作成支援が必要 ・クレジット販売促進のための環境先進企業とのマッチングが必要 ・J-VER制度の終了年である2012年度末からの新制度移行への情報収集と体制整備が必要 ・県及び市町村等の創出クレジット販売戦略として、プロバイダー活用システムを構築する必要がある。 ・国の温暖化対策推進法においては県J-VER制度、各自治体の排出量取引制度においてはJ-VER制度が活用できる環境整備が必要である。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県J-VER制度については森林の環境価値として注目されており、林業振興に対し大きく寄与することから、今後も積極的に取り組んでいくこととする。 ・県J-VER制度については、国際標準であるJ-VER制度に準拠した制度であり、プロジェクト運営、遂行が煩雑であるにもかかわらず国の温暖化対策推進法に活用できないなど正当に評価されていないのが現状であるため、汎用性を拡大できるよう要望していく。 ・J-VER制度について、現在の品質を維持しつつ簡素化を図ることができるよう改善を要望していくとともに県J-VER制度については、運営に多額の経費を要することから、財政面での支援を要望していく。 ・協働の森づくり事業の相乗効果として、協賛によって間伐整備された森林について、県J-VERプロジェクトへの申請を積極的に促していく。
	<p>〈鳥獣対策課〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・適正頭数での管理を目標に、平成20年度からシカ被害特別対策事業や個体数調整事業に取り組み、捕獲頭数は事業開始前に比べて大きく伸びてきたが、平成22年度の調査では平成19年度に比べて生息密度が約2.4倍に増加しており、捕獲数がシカの増加に追いついていない。 	S	<p>〈鳥獣対策課〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成23年度から年間の捕獲目標頭数を30,000頭とし、シカの個体数調整に取り組む。 ・シカ被害特別対策事業で予察計画の策定等を条件に市町村の捕獲報償金の補助率を2分の1から3分の2に引き上げる。 ・わな猟免許者の技術向上などに取り組むことで個体数調整事業の底上げを図る。 ・森林環境税を活用し、シカ専門の捕獲隊（3チーム）の編成や県内外の市町村が連携した広域連携捕獲に取り組む。
	<p>〈林業改革課〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シカの食害被害に対する情報共有と食害防止ネットを対象とする補助事業のPRを行ってきたが、ネット設置箇所以外で被害が発生するため根本的な解決にはならない。 ・シカ食害に係るモニタリング調査実施箇所を設定し、継続して調査を実施していく。 	A	<p>〈林業改革課〉</p> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食害防止ネットを全域に設置することは困難 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・森林技術センター等関係機関と連携しながら、再造林等における効果的な防除方法を検討。

産業成長戦略（専門分野） 一覧表

産業成長戦略（専門分野） 戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み 対策に関する具体的な取り組み内容を記載	具体的な成果 可能な限り具体的な数値を記載
《水産業》		
1 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略 (1) 生産物の量の確保、質の向上及び市場競争性の導入を通じた産地入札価格の向上		
1 生産量、品揃えの確保 漁獲物の安定確保		
(1) 既存の漁港・漁場等の設備資源の活用 ◆漁獲の増加に貢献する黒潮牧場の整備 12基体制のもとで最大漁獲に向けた配置の最適化を図るとともに、整備の低コスト化を図る。 ◆実施に向けた技術の習得と施設の整備 ◆活餌供給基地の増加 カツオ一本釣り漁業の生産性の向上、県内市場への水揚げ促進のため、活餌の供給基地の機能強化と増加を図る。	・最大漁獲の効果をより早く得るため、更新時期を待たずに、前倒して3基の黒潮牧場を増設し、15基体制となった（平成22年度）。 ・増設した黒潮牧場のうち、2基は整備費が低コストの長円形タイプのもので、風波による急な動き抑制するための改善策（安定板の追加）を行ったうえで、設置した。 ・H22年1月から黒潮町佐賀地区でカツオ一本釣り漁船への活餌（餌イワシ）の供給を開始した。 ・供給基地の円滑な活用を図るため、蓄養場所確保のための港内の浚渫工事を実施した（H22.3～12）。 ・活餌蓄養に必要な小割、洗浄機、カツオ船への給水施設等を整備した（H22.2～12）。	・漁獲効果が高いと見込まれる魚礁を増設し、一部では既に漁獲が報告されている。 ・低コストタイプの導入等により黒潮牧場の整備コストの縮減（設計上13%程度）が図られた。 ・活餌事業の開始以降、大型カツオ一本釣り漁船の愛媛県深浦漁協から佐賀漁港へのシフトが続いている。
(2) 燃油高騰、就業者の高齢化を考慮した漁場の整備、漁港の活用		
◆沈設型魚礁の再整備に向けた取組 調査船により魚礁の現況調査を実施するとともに、漁業者に対する情報提供を行い、既存魚礁の利活用促進を図る。また、魚礁効果把握の手法を模索し、沈設型魚礁の整備方針案を作成する。	・県調査船により沈設型魚礁の現況（位置、配置）を調査し、H23年8月末現在で、県設置沈設型魚礁調査の進捗率は60%である。そしてこの結果を市町村、漁協を通じて漁業者に提供した。 ・黒潮町において電算システム等を利用した沈設型魚礁での漁獲状況把握のための仕組みづくりに取り組んだ。	・調査の終わった魚礁の情報を漁業者に提供し、魚礁の利用を促進した。 ・沈設型魚礁の漁獲状況把握の仕組みが動き始め、漁業関係者に自らが魚礁の効果把握しようとする気運が形成されつつある。
◆磯焼け対策の実施 ◆藻場の有効利用方法の検討 藻場の回復や干潟等の機能強化によって磯根資源の維持増加を進め沿岸漁業の生産性の向上を図る。	・H21年度から国の支援を受け、ウニ除去活動を実施した。 （実施ヶ所数） H21：3市1町、5ヶ所 H22：3市3町、10ヶ所 H23：3市3町、11ヶ所 ・水産試験場がウニ除去効果の追跡調査に継続して取り組んだ。	・追跡調査（H22年）の結果、ウニ除去区のほぼ全てでテングサやホンダワラの繁茂、カジメの芽生えなどの成果を確認した。 ・ウニ除去活動の実施ヶ所は初年度の5ヶ所から11ヶ所に増加し、また活動面積は、H21年度が7ha、H22年度は11haと年々拡大した。
◆県による干潟機能回復事業の実施 大規模な耕うん工事により干潟機能の回復とアサリ資源の回復を図る。	・H22年度に地元協議を行い、覆砂を取りやめ、耕うんのみによる工法で検討を進めた。 ・福島原発事故後の影響で、耕うんに用いる重機が使用不可となり、再度工法・工区を検討した。 ・工事に向けて砲弾調査を開始した。	・工法は耕うんで行い、使用する機材や工区を概ね決定し、地元調整の結果、養殖への影響を考慮し11月に着工できるようになった。
(3) 燃油高騰への対策		
◆燃油高騰に強い漁業経営の確立 漁業経営の構造改善を図るため、漁協が行う省エネ性能の高いエンジンへの換装を促進するリース事業を支援する。	・漁業経営構造改善計画を策定した基幹漁船漁業者に対して漁協が行うエンジンリース事業（H21年度は9件、H22年度は14件の計23件）に対し支援した。 ・H23年度は要望22件に対し、8月末時点で、経営構造改善計画認定及び交付決定とともに8件であった。	・エンジンのリースを受けた漁業者のほとんどが、燃費が向上し、経営面の意識が変わったと回答しており、燃油高騰に強い漁業経営の確立に一定貢献できた。

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABCの4段階評価	
	<ul style="list-style-type: none"> ・最適な12体制にむけ、着実な取り組みが図られた。 ・設置海域によっては、整備コストの削減に成功し、財政面でも更新しやすい状況となった。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、漁業関係者と協力し、「12体制のもとでの黒潮牧場の最適化配置の検討及び整備の低コスト化」に努める。 ・黒潮牧場の保全経費については、その負担のあり方について幅広い観点で検討する。
	<ul style="list-style-type: none"> ・活餌の供給により、漁業者は操業の効率化と利便性の向上、また仲買業者には取扱額の増加などの直接効果が生まれ、地元にも物資補給などの波及効果が得られた。 ・佐賀地区での取組により、活餌需要の高い土佐清水地区での展開に向けたノウハウが得られた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・佐賀地区での活餌の供給を定着・発展させるため、省力化機器の整備などのハード面や、買い回しのための新たな活餌仕入れ先の検討などのソフト面での対策について、関係者と協議し、必要な支援を行う。 ・佐賀地区での取組を参考に、土佐清水地区等への展開につなげる。
	<ul style="list-style-type: none"> ・H23年度中にすべての魚礁調査は困難な状況であるが、沈設型魚礁の漁獲効果を把握する仕組みが、佐賀地区でモデル的に機能し始めたため、今後の沈設型魚礁の整備方針案を作成する。 	B	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、魚礁現況調査の調査結果の広報による魚礁利用を促進するとともに、魚礁効果把握の仕組みづくりを進める。 ・それらの成果をもって沈設型魚礁整備方針を策定し、沈設型魚礁の再整備を実施する。
ウニ除去活動箇所 【目標】 H21年度：5ヶ所、 H22年度以降数ヶ所追加 ↓ 【実績】 H23年度：11ヶ所	<ul style="list-style-type: none"> ・ウニが原因と考えられる磯焼け面積は当初の93haから293haであることが判明したため、取組が着実な広がりを見せているものの、18haでしか活動が行われておらず、今後はさらに活動地域及び面積の拡大が必要である。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・漁業者グループの活動を引き続き支援する。 ・効果の検証と検証結果の広報により事業実施地区・範囲や参加者を拡大する。 ・回復した藻場の漁場としての有効活用を検討する。 ・藻場へのウニ再侵入量予測モデルの開発に引き続き取り組み、ウニ除去効果の持続性を明らかにする。
	<ul style="list-style-type: none"> ・これまでの地元との協議等を行い、今回の工事に対する期待が高まりつつある。 	B	<ul style="list-style-type: none"> ・当初予定していた覆砂による工事が、地元理解を得られず変更となったが、早急に事務手続きを進め、早期の完成を目指す。 ・水産試験場で、工事がアサリ資源状況に及ぼす効果を把握し、今後の事業展開を検討する。
	<ul style="list-style-type: none"> ・3カ年間のエンジンリース事業に対する支援により、一定漁業者の設備投資意欲が掘り起こされた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果の評価を行い、燃油高騰対策に資するH24年度以降の施策について、幅広い観点から検討する。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱	取組方針		
	施策		
	これからの対策		
(4) 就業者の減少・高齢化を踏まえた漁業秩序の確立による資源の確保と効率的漁獲			
◆3年間の集中取締	<p>県外違反船の取締を強化し、漁獲高の維持及び所得の向上を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・芸東地区の潜水器密漁及び宿毛湾の県外船の違法操業の取締を陸上及び海上から実施した。 ・宿毛湾地区出動回数（延べ115回／指導6回） ・芸東地区出動回数（延べ49回／指導3回） 	<ul style="list-style-type: none"> ・芸東地区については、潜水器密漁常習者1名検挙、3名逮捕した。（3名とも執行猶予付きの懲役刑）4名については、更正して正業に就いている。 ・宿毛湾については、愛媛県の中型まき網漁船1船団及び小型機船底びき網漁船1隻検挙した。以後、違反操業の情報はない。 ・足摺沖合海域で愛媛県及び大分県のもじゃこ漁船3隻検挙した。以後、愛媛県船及び大分県船の高知県海域への越境操業の情報はない。
◆地域防犯組織の設立・活動支援	<p>地域の自主防犯組織との連携による取締の効率化により、資源の確保を目指す。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・芸東及び宿毛湾については、地域防犯組織を立ち上げるとともに定例会を開催し、情報収集に関する意見交換を実施した。 ・宿毛湾密漁防止連絡会議（開催数延べ3回／参加者延べ28名） ・芸東地区密漁防止連絡会議（開催数延べ3回／参加者延べ38名） 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域防犯組織からの情報で漁業権侵害罪で4名検挙し、潜水器密漁で2名逮捕及び2名検挙した。 ・以後、漁業権侵害の情報はない。また、潜水器密漁者4名は、更正して正業に就いている。
◆紛争の解消と規制緩和の推進	<p>利害関係者間の対立や紛争の解消、また、資源の持続的な利用に向けて当事者間で協議する場を設定し、合意形成を図る。合意形成された案件のうち、可能なものについて規制緩和への道筋を整える。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・バッチ網の周年化や日の出前操業等について、内水面や近隣の漁業者等との合意形成に取り組んだ。 ・しいらまき網の円滑な漁場利用や期間延長等について、沖底漁業者等との合意形成に取り組んだ。 ・H25年のワシントン条約締約国会議（COP16）に向け、宝石サンゴ資源を持続的に利用するため、さんご漁業関係者等との協議に基づき漁業許可の内容の見直しに取り組んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・バッチ網については、高知中央地区では周年操業（H22.1）、須崎地区では日の出前1時間からの操業（H22.2）を許可した。その結果、須崎地区では、餌餌前のシラスが漁獲できるとともに涼しいうちに水揚げでき、品質が向上し、漁業関係者が高く評価した。（シラスは温度上昇や腹に餌があると、品質低下が速い） ・しいらまき網については、通常の4～11月の許可に加え、3、12月を新たに許可するとともに、未利用であった幡多海域へ操業区域を拡大した（H22.11～23.1）。その結果、H22.12に31ト、H23.3～5に幡多海域を中心に66トの漁獲があり、シラスの漁獲増に貢献した。
		<p>宝石サンゴ資源の持続的利用のため、下記漁業資源調査を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土佐海洋丸による海洋観測（1回/月）及び海底地形調査 ・無人潜水艇による資源生態調査（新日本海事（株）との潜水艇連航契約を締結（6/9）） 	<ul style="list-style-type: none"> ・H23からの取組であり、成果は未発現。
(5) コスト計算に基づく効果的な栽培漁業の推進			
◆大型種苗の集中放流と効果の検証	<p>放流効果を向上させるため、大型種苗の放流の定着を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・H21～H22年度は、大型ヒラメ、エビ類とも、市町村に要望尾数どおり生産、配布した。 ・H22年度に、須崎市でクマエビ7000尾の標識放流を実施した。 ・H23年度、大型ヒラメは市町村の要望尾数どおり生産、配布したが、クマエビ生産は中止した（委託先が経営破綻）。 ・市町、水産試験場、漁業指導所の連携と漁業者の参画による放流効果を検証する体制を整備した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒラメ大型種苗の放流尾数、また全体尾数にしめる大型種苗の割合ともに年々増加し、大型種苗の放流が定着しつつある。（H21：75千尾(41%)、H22：181千尾(83%)、H23：234千尾(90%)） ・H23年度から、黒潮町の底曳網漁業者がヒラメ放流魚の混獲率調査を開始し、調査精度が高まり混獲率が上昇した。（混獲率 H20：33.7%、H21：28.4%、H22：28.6%、H23：61.7%）
(6) 広く「漁業の担い手」を確保			
◆漁業の担い手の確保	<ul style="list-style-type: none"> ・漁業就業者の減少、高齢化に対応するため幅広い世代から漁業の担い手を確保する。 ・漁業就業希望者に対して技術習得に関する支援、中古船購入に関する支援を実施する。 ・また、担い手を確保するための勧誘活動を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・H21年度から県漁協に漁業就業アドバイザー1名を配置し、漁業就業者を確保する体制を整備した。（ふるさと雇用再生特別基金事業を活用） ・H23年度から新規漁業就業者の定着を促進するため、幡多地域に漁業就業アドバイザーを1名増員した。（重点分野雇用創造事業を活用） ・アドバイザーによる情報収集や研修受け入れに関する地元調整、各種就職相談会での勧誘活動を行った。 ・漁船リース事業を創設した。 H21年度：長期研修修了者を対象 H22年度：雇用型労働者から独立する漁業者を対象 	<ul style="list-style-type: none"> ・新規就業者数は、H21年度34名、H22年度39名と、H15～H18の平均22名を上回った。 ・長期研修開始者数は、H21年度7名、H22年度6名と、H12～19年度の平均2名から増加するとともに、H21～22年度は、10代～40代の幅広い世代から長期研修生を確保した。 ・H22年度は5名が研修を修了し、全員が独立型漁業に就業した。 ・H23年度には7名が研修を修了し独立する予定。 ・漁船リース事業の利用者は、H21年度が2名、H22年度が4名であった。

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4段 階評価	
	<ul style="list-style-type: none"> 違反の摘発を強化し、芸東密漁常習者を逮捕したことにより、一定期間抑止効果が期待できる。 宿毛湾では、県外船の違反（愛媛県の中型まき網船団及び小型機船底ひき網漁船）を検挙したことから、今後他県船による越境操業に対して、一定の抑止効果が期待できる。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 県外船の違反に関する情報を分析し、的確な取締を実施する。 悪質巧妙化する違反には、情報収集の強化や取締方法の工夫などで対応するとともに、県警及び海上保安部との連携を強化する。 引き続き全国トップレベルの捜査能力を維持するため、研修を実施するなど担当職員の資質の向上に努める。
	<ul style="list-style-type: none"> 違反を防止するための啓発活動を行う地域防犯組織を設立したことにより、違反情報の収集及び県警との連携が可能となったことから、引き続き、効率的な取締活動を行うことができる。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 違反を防止するため啓発活動を強化する。 地域防犯組織や県警及び海上保安部との一層の連携を強化する。
	<ul style="list-style-type: none"> パッチ網、しいらまき網について、関係漁業者の相互理解による合意形成等に基づき規制を緩和したことによって漁獲量、品質、所得の向上が期待できる。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 紛争の解消や持続的に資源を利用するため、引き続き関係者の合意形成を図るとともに、合意形成に基づく規制緩和を継続する。 規制を緩和後も円滑に漁場や資源が利用されるよう注視する。
			<ul style="list-style-type: none"> H24以降も取締を継続する。 宝石サンゴ資源の持続的利用を図るとともに、科学的データに基づきCITESでの規制対象となることを阻止する。
	<ul style="list-style-type: none"> ヒラメでは放流種苗の9割近くが大型サイズにシフトしており、数量的にも市町村からの要望に十分応えることができた。 H23年度には混獲率が上昇しており、大型種苗の放流効果の発現を確認できる状況となった。 業務委託先が経営破綻したため、H24年度以降の安定的な委託先を確保する必要がある。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 放流効果をより発現させるための大型種苗の安定生産による集中放流を継続実施する。 放流効果の検証のため、関係者（水試、指導所、市町村、漁協）と連携した追跡調査を実施する。
新規就業者確保数 【目標】 年間22名程度 ↓ 【実績】 年間30人超	<ul style="list-style-type: none"> 漁船リース事業やアドバイザーの配置等の支援策の充実により、これまで頭打ちもしくは減少傾向にあった研修開始者数及び新規就業者数が増加傾向に転じた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 制度の周知により未実施地区での受け入れ体制の構築を図るとともに、アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを継続して実施する。 これまでは、釣り漁業を中心に研修生の受け入れが行われてきたが、今後は小型底曳網、機船船曳網、しいらまき網等幅広い漁業種類を対象に研修生を受け入れるよう取り組む。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策		対策に関する具体的な取組み内容を記載	可能な限り具体的な数値を記載
2 高品質な生産物の確保（鮮魚の商品化）			
(1) 〈ソフト面〉			
<p>◆鮮度保持・衛生管理・規格選別に 対する意識・行動の改革</p> <p>鮮度保持や衛生管理等において漁業者間や 産地市場間に格差があることから、漁業者 や漁協職員の意識と行動の改革をうなが す。</p>	<p>・船上・市場での適正な氷の使用が鮮度保持につな がり、産地価格や買受人の評価に好影響があることを実 証する試験を2市場（御豊瀬・興津）で実施し、実証 結果を県内の漁協・生産者に周知した。 （H21～H22）</p> <p>・漁業者、漁協役員、産地買受人等を対象に衛生管 理・鮮度保持をテーマにした学習会を実施した。 （H21～H23） →延べ15カ所で開催・312名参加</p>	<p>・氷の使用を増やすことで、過去3年の平均単価に比 べ御豊瀬で23円/kg、興津で33円/kg魚価が向上した ・学習会等を通じて市場内のタンクへの氷の増量・攪 拌等、取組の改善がみられた。</p>	
<p>◆拠点市場における優良衛生品質管 理市場の認証取得</p> <p>鮮度保持や衛生管理等において漁業者間や 産地市場間に格差があることから、漁業者 や漁協職員の意識と行動の改革をうなが す。</p>	<p>・認証取得を念頭に置いた衛生管理講習会を開催し た。（芸東、須崎、佐賀2回、清水2回） ・すくも湾中央市場の認証取得に向けた体制整備の支 援を行った。</p>	<p>・清水市場（新設）、佐賀市場（改修）において衛生 管理体制の強化を念頭に置いた整備の検討に着手し た。 ・講習会の開催を通じて、衛生管理（認証の取得）に 向けた機運が一定醸成された。 ・宿毛湾中央市場がH23年度中に認証を取得する見込 である。</p>	
(2) 〈ハード面〉			
<p>◆高度衛生管理に対応した市場の施 設整備を促進</p> <p>◆拠点市場への重点投資及び必要性 の高い市場への鮮度保持・衛生管理 施設の更新などによる高品質な生産 物の確保</p> <p>老朽化の著しい清水市場の計画的な整備を 進める。</p>	<p>・清水市場整備検討委員会を組織し、整備計画の策定 に着手した。 ・清水市場の整備のネックとなる市場事務所を先行し て整備した。 ・佐賀市場の衛生管理面でのレベルアップに不可欠な ハード整備の支援を行った。</p>	<p>・清水市場について、整備計画を策定し、市場整備に 着手した（H25供用開始予定）。 ・清水市場事務所が完成した（H21年3月）。</p>	
3 産地市場での競争性の向上			
(1) 分散化した市場の集約（拠点化）			
<p>◆市場統合に向けた関係者との協議 の場づくり</p> <p>◆市場統合を見据えたハード整備</p> <p>市場統合を進めるため、先進事例や県内市 場の現状等に係る情報収集を行う。</p>	<p>・県漁協では、市場統合に取り組むことを決定し、フ ロック委員会等でその方向性について協議を開始し た。 ・県漁協総代会において、市場の統合も視野に、組織 の再編整備に取り組むことを決定した。 ・すくも湾漁協は市場統合により宿毛湾中央市場への 一元化を推進した。</p>	<p>・県漁協はH23年度中に市場統合も含んだ組織の再編 整備計画を策定し、H27年度末までに実行することに ついて意思決定した。 ・すくも湾漁協はH22年度に古瀬目市場を廃止し、宿 毛湾中央市場に統合した。</p>	
(2) 産地市場のオープン化（新規参 入）			
<p>◆既存の仲買人との信頼関係の構築</p> <p>産地市場での競争性の向上のために実施す る市場ルール統一やオープン化につい て、仲買人との意見交換等を通じ、その影 響等を把握し、市場運営の改善につなげ る。</p>	<p>・市場開設者である漁協と仲買人との定期的な意見交 換を開催した。</p>	<p>・意見交換会の開催により、仲買人の意見を基に買入 限度額などの見直しが行われた。</p>	
<p>◆オープン化に伴う運営リスクの管 理</p> <p>県下全体の市場取引について集中的な未収 金等の管理を行うことが出来る電算シス テムを整備するとともに、未収金等の管理を 強化する。</p>	<p>・買受人の名寄せが可能となる電算システムを整備し た。 ・販売未収金の限度額超過者を理事会で管理してい る。</p>	<p>・県漁協全市場の受託販売にかかる取引状況、未収金 管理が可能となった。 ・H22年度末の販売未収金は335百万円で、H20年 度末に比べ155百万円減少した。</p>	
<p>◆市場ルールの統一と販売力を有す る新たな仲買人の誘致</p> <p>オープン化等に伴い代金決済等の市場ル ールを統一するとともに、販売力を有する新 たな仲買人の誘致を促進する。</p>	<p>・県漁協の全支所において販売代金精算にかかる決済 サイトを統一した。 ・量販店等に対して仲買人参入の働きかけを行った。</p>	<p>・決済サイト統一により、漁協の資金繰りが一定改善 された（H22年度末の短期借入金残高は675百万 円、H20年度末に比べ226百万円減少）。 ・新規参入仲買人14者（受入保証金10.2百万円）</p>	

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4段 階評価	
	・市場内のタンクへの氷の増量・攪拌、スラリーアイス製造機の導入、優良衛生品質管理市場の認定取得を目標にするなど、具体的な改善に向けた取組が始まった。以上のような一定の成果があったものの、まだまだ改善の余地が多く継続した取組が必要である。	A	・鮮度保持等の必要性は認識しているが、直ちに魚価の向上につながらない等の理由から取組に消極的な漁業者等の意識改革が必要である。 ・成功事例の紹介や衛生管理・鮮度保持の実証結果を分かりやすく伝えるなど、継続して、その必要性を訴えていく。
	・拠点市場における衛生管理強化の統一の実施に向けた本格的な取組が始まった。	A	・拠点市場における衛生管理の強化と計画的な認証の取得に取り組む。 ・衛生管理講習会の開催等により関係者の意識を改革する。 ・認証の取得に必要な衛生管理のレベルアップを支援する。
	・清水市場の整備を機に、市場運営の効率化を推進することで、管理費の削減が期待される。 ・佐賀市場での衛生管理に向けた体制が整いつつある。	S	・清水市場の効率的な運営体制を整備する。 ・清水市場の整備に伴う自己資金の調達と借入金の円滑な償還を指導する。 ・他の拠点市場について認証取得を視野に入れた施設改修計画などの策定を支援する。
	・県漁協は、これまで具体的な動きがなかった市場の統廃合に取り組むことを総代会で承認し、実行段階を迎える。今後、地域ごとの具体的な統廃合計画が示された段階で関係組合員の反発も予想される。 ・宿毛湾地域の市場統廃合は、合併によるすくも湾漁協の誕生、宿毛湾中央市場の開設により一定進捗しており、片島市場が統廃合されれば完了する。	A	・今後、具体的な統廃合計画が地区に示されることから、その合意形成に向け、地域別に説明会を開催し組合員の理解を醸成する。 ・片島市場に設置されている市場事務所を宿毛湾中央市場（田ノ浦）に移転することで、片島市場の統廃合を早期に実現する。
	・市場開設者として市場運営の改善に取り組む漁協の意識が一定向上したが、意見交換会に参加しない仲買人も多く、漁業者、仲買人双方の意見が十分反映された市場運営とはなっていない。	A	・一人でも多くの仲買人の参加を働き掛ける中で、意見交換会を継続していくことにより、信頼関係をさらに高めていく。 ・意見交換会での意見をできる限り市場運営に反映させる。
	・リアルタイムでの未収金管理が可能となり、買入限度額超過者等への迅速な対応が図られるようになった。	A	・今後は、未収金管理等の指導を継続的に実施し、新たな不良債権の発生を防止する。
	・市場ルールが統一され資金繰りは一定改善されたが、仲買人の誘致には、市場統廃合による品揃えの確保や入札方法の見直しによる市場参入しやすい環境の整備等を行い、仲買人に対する新たなメリットを提供することが必要である。	A	・今後とも、仲買人の新規参入は働きかけを行うとともに、市場統廃合や入札方法の改善に取り組む。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱	取組方針		
	施策		
	これからの対策		
	<p>(3) 漁協自らも入札に参加</p> <p>◆入札担当職員の育成</p> <p>様々な取引先に応じた集出荷体制（入札・荷作り・物流等）を構築するとともに、販売ノウハウの習得と蓄積による人材育成を推進する。</p>	<p>・直販店舗2店を運営し、県民に県産水産物を供給している。（H20～）</p> <p>・量販店等との直接取引を実施している。（H21～）</p> <p>・県外市場送り及び県外業務筋への販売を実施している。（市場送り H22～、業務筋 H21～）</p> <p>・芸東、清水に入札担当職員を配置し、OJTや短期派遣研修等を実施している。（H20～）</p> <p>・買取販売を強化するため、組織を改編し新たに販売部を設置した。（H23年5月）</p>	<p>・直販店の売上げはH20：50百万円、H21：130百万円、H22：150百万円と増加した。</p> <p>・量販店取引は、H21：8百万円、H22：9百万円</p> <p>・県外市場送りはH22より着手し、実質3ヶ月で10百万円を売上げた。</p> <p>・取引形態や取扱額の拡大に応じた入札、集出荷体制を構築するとともに、その段階に応じた職員のレベルアップが図られた。</p>
1 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略	(2) 県漁協による「土佐の魚」への付加価値向上		
	<p>《今後3年間の取組》</p> <p>○様々なチャネルを通じての販売の実施</p> <p>・有利販売先、販売方法の模索、検討</p> <p>・有利販売に向けた人材育成、ノウハウの習得外</p> <p>《総括・評価を踏まえた取組》</p> <p>○販売子会社の設立も含めた、以後の販売戦略の構築</p> <p>○販売戦略に基づく取扱量の拡大による、漁協収益の向上と漁業者への収益還元</p> <p>◆県漁協の流通販売事業に関する取組強化</p> <p>様々な取引先に応じた集出荷体制（入札・荷作り・物流等）を構築するとともに、販売ノウハウの習得と蓄積による人材育成を推進する。</p>	<p>・直販店舗2店を運営し、県民に県産水産物を供給している。（H20～）</p> <p>・量販店等との直接取引を実施している。（H21～）</p> <p>・県外市場送り及び県外業務筋への販売を実施している。（市場送り H22～、業務筋 H21～）</p> <p>・芸東、清水に入札担当職員を配置し、OJTや短期派遣研修等を実施している。（H20～）</p> <p>・買取販売を強化するため、組織を改編し新たに販売部を設置した。（H23年5月）</p>	<p>・直販店の売上げはH20：50百万円、H21：130百万円、H22：150百万円と増加した。</p> <p>・量販店取引は、H21：8百万円、H22：9百万円</p> <p>・県外市場送りはH22より着手し、実質3ヶ月で10百万円を売上げた。</p> <p>・取引形態や取扱額の拡大に応じた入札、集出荷体制を構築するとともに、その段階に応じた職員のレベルアップが図られた。</p>
1 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略	(3) 養殖生産物の流通・販売の強化		
	1 養殖生産物の流通・販売の強化		
	<p>◆養殖生産の安定に向けた漁場環境調査や魚病対策の継続</p> <p>◆既存養殖生産者グループの育成</p> <p>◆養殖生産物の流通・販売対策の強化</p> <p>養殖業者のまとまりを形成し、県内民間企業と連携した新たな取組を推進する。</p>	<p><漁場環境調査や魚病対策の継続></p> <p>・水産試験場及び漁業指導所による定期的な環境・赤潮調査、魚病診断・治療方法指導を実施した。</p> <p>・環境悪化時、赤潮発生時には連続調査を実施した。</p> <p>・調査結果の速報発信により漁業被害軽減に取組んだ。</p> <p><養殖生産者グループの育成></p> <p>・概ね月1回の定期的な学習会等を開催した。</p> <p>・年数回、外部講師を招聘し、コスト削減対策や魚病に関する学習会を開催した。</p> <p>・野見湾のネイリ養殖生産者のグループ化を促した。</p> <p>・震災被害の個別調査、復旧支援を行った。</p> <p>・大月町に大規模マグロ養殖漁場を新設した。</p> <p><養殖生産物の流通・販売対策の強化></p> <p>・県外量販店での試食販売・PRを実施した。</p> <p>・県内外の卸・小売業者訪問により新規取引先を開拓した。</p> <p>・消費地、生産地の視察研修により情報を収集した。</p> <p>・神経抜き出荷に向けた技術習得と試験出荷を行った。</p>	<p><漁場環境調査や魚病対策の継続></p> <p>・環境調査結果の速報が漁業者に利用され、漁業被害の軽減が図られた。</p> <p>・漁業者自らが環境をモニタリングする意識が向上し、環境悪化時等には小割移動や給餌自主規制など被害軽減の取り組みが行われた。</p> <p><グループの育成、流通・販売対策の強化></p> <p>・課題であった大谷ネイリ部会がH22年3月に発足し、活動を開始した。</p> <p>・すくも湾漁協では養殖部会が活動を再開、神経抜きによる付加価値向上の取組が始まった。</p> <p>・東日本大震災の被災カンパチ養殖11業者全員が稚魚を導入して養殖を再開した。</p> <p>・大月町で養殖マグロの新産地形成に向けた動きが始まり、新規雇用の創出が期待される（数十名程度の予定）。</p> <p>・須崎マダイ養殖の既存3グループは、それぞれのレベルや特性に応じた販売事業を展開</p> <p>海援鯛：2社と販売契約成立</p> <p>乙女鯛：鮮魚、活魚販売に加えて加工販売を展開中</p> <p>大谷タイ部会：県内量販店で計14回出張販売を実施</p> <p>・現在5グループ97名が活動中（県内養殖生産者数：221名）</p>

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4段 階評価	
	・計画に基づいた取組のステップアップ、担当者の育成、販売高の増加、及び産地市場への入札参入により一部で浜値の向上等は達成しているが、経済事業としての収益性の面で抜本的に改善しなければならない。	A	・計画に位置づけられているとおり、これまで3年間の取組を総括し、収益性の向上、運営体制の効率化等を図るとともに、仕向け先別に中期的な取り組みの方向性をまとめた販売戦略の策定と実践に取り組んでいく。
	・計画に基づいた取組のステップアップ、担当者の育成、販売高の増加、及び産地市場への入札参入により一部で浜値の向上等は達成しているが、経済事業としての収益性の面で抜本的に改善しなければならない。	A	・計画に位置づけられているとおり、これまで3年間の取組を総括し、収益性の向上、運営体制の効率化等を図るとともに、仕向け先別に中期的な取り組みの方向性をまとめた販売戦略の策定と実践に取り組んでいく。
	<p>・養殖生産を安定させるうえで必要不可欠な漁場環境調査や魚病診断は、水試や漁指における実施体制の維持と調査精度の向上が図られた。</p> <p>・県からすくも湾漁協への魚病診断体制の移行が円滑に行われ、漁協指導事業の充実が図られた。</p> <p>・活動経験の長い海援鯛をはじめ、協議に入ったばかりのすくも湾漁協養殖部会など、グループによって取組の差は大きいですが、個々のグループの熟度に応じた活動が進み、高付加価値化や販売体制の確立など、それぞれグループに応じた活動ができた。</p>	A	<p>・引き続き漁場環境調査や魚病診断体制を維持するとともに、速やかな情報伝達に努めることで、漁業者自らが漁場を管理する意識の向上と安定生産を目指す。</p> <p>・個々のグループの活動に応じた支援を引き続き行い、品質向上や経費節減、販売の拡大等につなげる。</p>

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱	取組方針		
	施策		
	これからの対策		
	<p>◆生産技術向上のための技術開発</p> <p>グループづくりのための活動支援</p>	<p>H23年度から、水産試験場による養殖生産者の支援の新しい技術開発を開始した。</p> <p>H23年7月、マダイO才魚及びカンパチO才魚の適正給餌方法確立試験に着手した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内特産物（ショウガや柑橘類）を利用した品質向上と「セールスポイント」獲得のための技術開発試験 ・産卵後のマダイの商品価値の低下を防ぐため、給餌方法の改善による成熟コントロール技術の開発試験 ・生産経費の60%以上を占める餌料コストを削減する本県の海域の特性に応じた給餌方法 	<p>可能な限り具体的な数値を記載</p>
1 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略			
(4) 土佐の魚の消費拡大			
1 県産水産物の消費拡大対策			
◆県内向けの消費拡大対策		<p>漁協、市場関係者、量販店、飲食店等と連携し、県産水産物のPRを行い、県産水産物の消費拡大を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・量販店等と連携したプレゼントキャンペーンの実施（H21） ・量販店等と連携したたき文化の情報発信（H22～） ・高知の魚の種類、旬、食べ方等を発信するホームページ「サカナチカラ コウチカラ」を開設（H21～） ・高知の魚にこだわりを持つ飲食店や小売店を登録し公表する「土佐の魚PR活動推進パートナー店」制度を創設（H21～） ・高知市の小学生 川村あやのさんを県おさかなPR大使に任命し、消費拡大事業展開（H21～）。 ・弘化台関係者と連携し、高知の魚を食材に使用した親子料理教室を開催（H21～） ・県産水産物の試食・販売等を行う「第1回土佐のおさかなまつり」を開催（H22） ・龍馬博のメイン会場（「とさてらす」）で県産水産物の試食・販売等を実施（H22） ・県産水産物を使用したレシピを募集・表彰し、レシピ集を作成。併せて応募作品をメニュー化する飲食店を募集・公表（H22） ・県産魚の「たき料理」を提供し、たき文化の発信を行う飲食店を募集（H23） ・漁協、市場、量販店、宿泊業、生協等をメンバーとする「水産物消費拡大対策検討会」を開催し、消費拡大事業について意見交換（H21～） 	<p>消費者が求める魚に関する情報や漁業等に接する機会を提供し、一定県産魚への関心を喚起できた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・量販店等と連携した「レベ」イベントの実施 →118店舗参加・511件応募 ・量販店等と連携したたき文化の情報発信 →76店舗で情報発信 ・HP「サカナチカラ コウチカラ」の運営 →訪問件数13,313件（6月末現在） ・土佐の魚PR活動推進パートナー店の募集公表 →143店舗登録（8月末現在） ・高知県おさかなPR大使の活用 →75件（8月末現在） ・親子料理教室の開催 →6回実施・延べ154名参加 ・「第1回土佐のおさかなまつり」の開催 →15団体出展・約3,700名来場 ・龍馬博のメイン会場で県産水産物のPR等 →2回開催・延べ3,200名来場 ・県産水産物を使用したオリジナルレシピの募集 →52件の応募（大賞1件・優秀賞9件選定） →入賞作品をレシピ集にし量販店等で配布 ・レシピ応募作品の飲食店等でのメニュー化 →31店舗参加 ・「水産物消費拡大対策検討会」の開催 →5回開催し意見等を県事業に反映
◆県外向けの消費拡大対策		<ul style="list-style-type: none"> ・築地（23年2月）、名古屋（22年6月）、大阪（22年2月、22年10月、23年6月）の消費地市場との交流会を開催した。 ・まるごと高知への物販用商品、レストラン食材の紹介及び高知県漁協によるレストランへの食材供給（清水サバ、うづぼ等）を行った。 ・まるごと高知において、カツオ（22年9月、23年5月）、清水サバ（22年12月）、キンメダイ（23年3月）のフェアを開催しPRを行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・築地、名古屋、大阪の市場関係者（延べ54人）と産地市場関係者（延べ126名）が参加し交流を行った。 ・一部で新たな取引も始まるなど、水産物の地産外商につながりつつある。
◆ブランド化対策		<ul style="list-style-type: none"> ・カツオ、キンメダイ、ゴマサバを地産外商加速化品目に選定した。（H22） ・3品目の推進組織を設立し、H23年度の事業計画を策定した。 ・カツオ：土佐のかつお流通対策協議会 ・キンメダイ：芸東水産業改良普及協議会 ・ゴマサバ：土佐の清水さば流通対策協議会 ・推進組織の取組を支援する「水産物ブランド化推進事業費補助金」を創設した。 ・高知県漁協等がカツオ、キンメダイ、ゴマサバについてマリン・エコラベルの認証申請を行った（23.8.8）。 ・漁業者を対象にマリン・エコラベルに関する説明会を実施した（H22）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・各推進組織が、H23年度の事業計画に基づく具体的な活動に着手した。 ・マリン・エコラベルの説明会を3カ所で開催（佐賀・宿毛・久礼）し、漁業関係者42名参加した。

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4段 階評価	
			・H25年度まで試験を継続して実施し、得られた知見を基に、生産性の高い養殖技術の普及を図る。
	<p>ホームページ・料理教室・パートナー店・PR大使・たき文化の発信・おさかなまつりなどが県民に一定認知され、消費者が求める魚の旬・料理方法等の情報を発信する仕組みや漁業等に接する機会を提供する仕組みが整備された。</p> <p>しかし、消費者の食文化の変化等による魚離れを食い止めるには至っておらず、継続した取組が必要である。</p>	A	<p>・消費者への周知や、参加意欲の喚起、量販店や市場関係者等との連携を一層強化するとともに、適宜アンケート調査等を実施し、事業効果の把握に努める。</p> <p>・水産物の流通に関わる漁協、市場関係者、小売業者等と連携し、消費者の魚離れの歯止めにつながる情報発信、食べ方提案、魚食普及等の取組を継続して行う。</p>
	<p>・県外の消費地市場と産地との結びつきが強まり人的ネットワークの構築や県産水産物の認知度の向上が進みつつある。</p> <p>・消費地市場からの提案に対し。産地買受人の多くは誠実に対応する意識に欠けるきらいがある。</p> <p>・まるごと高知でのフェアは、一定の誘客効果もあり、県産水産物の認知度の向上につながっていると考えられる。</p>	A	<p>・県外消費地市場における県産水産物のシェアの拡大を目標に交流会を継続開催し、人的ネットワークの強化や交流会での意見を反映した産地買受人の活動を支援する。</p> <p>・ひきつづき、まるごと高知での県産水産物のPRを行っていく。</p>
	<p>カツオ・キンメダイ・ゴマサバのブランド化を担う地域の推進組織が立ち上がるとともに、マリン・エコラベルの認証取得も併せて目指すこととなり、今後こうした活動が地産外販を進めるうえでの成果に結びつくよう支援する必要がある。</p>	B	<p>・各推進組織の効果的な地産外販戦略の実践に取り組む。</p> <p>・マリン・エコラベルの認証取得と消費者・流通加工業者等に対する認知度の向上を図る。</p> <p>・県の補助制度やネットワーク等を活用し、各推進組織のブランド化の推進に向けた取組やマリン・エコラベルの認証取得を強力に支援する。</p> <p>・各推進組織、漁協、県、大日本水産会等の事業を通じてマリン・エコラベルの普及促進と認知度向上を図る。</p>

産業成長戦略（専門分野）		
戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み	具体的な成果
	（ 対策に関する具体的な取組み内容を記載 ）	（ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
2 県1 漁協による漁業費用を削減するための戦略		
1 供給価格引下げの仕組改善		
(1) 県漁連の事業承継による中間マージンの圧縮		
◆県漁連の事業承継 県漁連から高知県漁協への円滑な事業承継を推進する。	・県漁連の経済事業をH23年3月末までに段階的に県漁協に譲渡した。	・H23年3月末で県漁連は経済事業を廃止し、県漁協は直販店（H20年12月）、軽油購買（H21年3月末）、資材・重油購買（H23年3月末）の各事業を開始した。 ・県漁連から職員10人を受入れた（H20～H23）。
◆中間マージンの還元 高知県漁協が事業承継する軽油購買において系統2段階制への移行により中間マージンを組合員に還元する。	・県漁連の事業承継により、系統3段階制（全漁連→県漁連→漁協）から2段階制に移行した。	・H21年度から軽油のマージンを1.5円/ℓ以上削減した。
◆事業承継（漁連の組織改編）に伴う影響の緩和 高知県漁協の事業承継に伴う資金調達を支援し、不参加漁協への軽油の供給の条件・仕組みづくりを行うことにより事業承継に伴う影響緩和を図る。	・県漁連の経済事業廃止に伴い、燃油、資材の仕入れ先変更を余儀なくされる不参加漁協に対して、引き続き系統購買が利用できる体制構築の支援を行った。 ・事業承継に伴い新たな運転資金等が必要となる県漁協に対して資金調達の支援を行った。	・安芸、窪津、すくも湾、凜津漁協を対象に免税軽油の取引に不可欠な電算システムを整備し、軽油取引を開始した。 ・その他の漁協等も含め、購買事業の取引に係る契約を締結した。 ・利子補給により、県漁協の新たな運転資金1億円の調達コストを削減した。
(2) 事業コスト（手数料等）の削減		
◆県漁協の経営基盤の強化と経営の合理化 県漁協の経営基盤の強化と経営の合理化を図るため、支所別収支管理の徹底等を指導するとともに、短期から長期への借換資金に対する利子補給により財務改善を支援する。	・支所別収支管理の徹底や資金の一元管理を指導した。 ・計画的に借入金を圧縮するため、制度資金での利子補給を行い、財務改善の支援を行った。 ・収支構造を抜本的に改善する、組織の再編整備計画の策定に着手した。	・H20年の漁協発足以降、H22年度末時点で借入金を9億円圧縮した。 ・組織の再編整備計画を策定し、着実に実行することで、H27年度末までに欠損金4.1億円を解消する目処が立った。
(3) 需要（漁協利用）の拡大		
◆ニーズ調査に基づくサービス改善と人材育成 漁協利用拡大のためニーズ調査を行い、この結果をサービスの改善、職員の資質向上につなげる。	・購買事業見直しのため、組合員に対するアンケート調査を実施した。 ・資材在庫の支所間融通、在庫削減、取扱品目の見直し等について、ブロック単位での取組みに着手した。	・サービス改善、価格低減等の組合員のニーズを把握した。 ・幡東ブロックをモデル地区として、支所間融通、品目コードの統一、回転率向上のための在庫一掃セール等を実施した。 ・在庫管理の改善が一定図られた。
2 個別経営体への指導		
(1) 生産性の向上に向けた漁業費用の削減		
◆漁業の構造改善に資する取組を支援 漁業経営の構造改善を図るため、省エネ性能の高いエンジンへの換装を促進するため漁協が行うリース事業を支援する。	・漁業経営構造改善計画を策定した基幹漁船漁業者に対して省エネ性能の高い漁船用エンジンへの換装を促進する漁協のエンジンリース事業（H21年度は9件、H22年度は14件の計23件）に対し支援した。 ・H23年度の要望22件に対し、8月末時点で、経営構造改善計画認定及び交付決定はともに8件であった。	・エンジンのリースを受けた漁業者へのアンケートでは、燃料削減率は2～5%で目標の10%を達成できていないが、経営に対する意識の変化が見られたことから、漁業経営の構造改善に一定貢献できた。
◆漁業金融制度を見直し需細な漁業者の資金調達を支援 ・漁業者ニーズに沿った金融制度に改正するとともに、魚価安等により資金繰りが困難となっている漁業者に対して、円滑な資金融通を可能とする制度を創設する。	・漁業者が漁協へ支払うエンジンリース料は契約時に一括払いしなければならない。 ・その資金調達を円滑に進めるため、H21.4.リース料を近代化資金で融資できる制度に改正した。 ・改善資金（無利子）の対象機器の追加及び貸付限度額を引き上げた。 ・担保力が脆弱な漁業者に対し、国の緊急保証対策を活用した無担保・無保証人融資制度を創設した。	・エンジンリースを受けた漁業者のうち、近代化資金の融資を受けた者は80%。 H21年度 8件、4,726万円 H22年度 11件、8,982万円 H23年度 5件、3,541万円 ・リース事業が円滑に進められ、多くの沿岸漁業者の機関換装（燃費の向上）が実現した。 ・緊急保証対策による円滑な融資及び、未払金等固定負債の整理による漁業経営の改善を実現した。 ※緊急保証対策事業による融資 H21年度 123件、19億5,800万円 H22年度 88件、12億1,300万円

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4段 階評価	
	・事業承継を完了し、購買事業の系統2段階制が確立された。	A	
	・系統2段階制への移行が完了し、中間マージンを漁業者に還元できる体制が整った。 ・今後は中間マージンの還元を誠実に実行するとともに、供給価格の決定について組合員への説明責任を果たす必要がある。	A	・仕入価格を公表し、末端価格決定の透明性を確保する。
	・漁連の組織改編に伴う影響緩和が図られるとともに不参加漁協との事業連携が一定進捗している。	A	・不参加漁協とのさらなる事業連携による取扱高の拡大と供給価格の低減を図る。
【目標】 ・最高7.5%（一部を除く）の販売手数料を6%以下に引下げ ・燃油供給価格の支所間の平準化（最大差21円/L、H19実績） ↓ 【実績】 ・販売手数料：最高7.5%（一部を除く） ・支所間の燃油供給価格の最大差：16円/L	・合併後2年間は黒字決算で繰越欠損金も1.4億円圧縮していたが、不良債権処理等によりH22年度決算で1.4億円の赤字を計上し欠損金は4億円超となった。 ・このため、抜本的に収支構造を改善する組織の再編整備計画の策定・実行をする必要があり、欠損金解消までの間は、販売手数料の引下げや燃油供給価格の低減は困難である。	B	・組織の再編整備計画（H23～H27年度）を策定し、事業拠点の集約化や、職員定数の見直しに取り組むことで、年1億円の収支改善を図り、計画期間内に欠損金の解消に取り組む。
燃油購買事業の組合員利用率 【目標】 78%→83% ↓ 【実績】 50%（軽油購買）	・購買事業における合併メリットを早期に発現させる漁協側の意識、取り組みが不十分であった。 ・購買品目の絞込みや在庫管理の見直し等により収益力の強化もあわせて取り組む必要がある。	B	・組合員のニーズに応え一定のサービス水準を維持する中で、購買事業全体の在り方を見直すとともに、業務の効率化や運営体制の改善等に取り組んでいく。
【目標】 燃料料消費量をピーク時より概ね10%削減 ↓ 【実績】 2～5%削減（アンケート）	・3カ年間のエンジンリース事業に対する支援により、一定漁業者の設備投資意欲が掘り起こされた。	A	・事業効果の評価を行い、H24年度以降の漁業の構造改善に資する燃油高騰対策などの施策について、幅広い観点から検討する。
	・エンジンリース事業を金融面で下支えすることで、自己資金が乏しく、設備投資になかなか踏み込めない漁業者の機関換装を行った。 ・経営の厳しい漁業者の資金調達が円滑化されたことにより、漁業経営の改善は一定進んだ。	A	・漁業環境の変化に対応した金融制度の創設・運用に努める。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策		対策に関する具体的な取組み内容を記載	可能な限り具体的な数値を記載
	<p>◆養殖生産者グループの育成</p> <p>養殖業者のまとまりを形成し、県内民間企業と連携した新たな取組を推進する。</p>	<p><養殖生産者グループの育成></p> <ul style="list-style-type: none"> ・概ね月1回の定期的な学習会等を開催した。 ・年数回、外部講師を招聘し、コスト削減対策や魚病に関する学習会を開催した。 ・震災被害の個別調査、復旧支援を行った。 ・野見湾のネイリ養殖生産者のグループ化を促した。 ・大月町に大規模マクロ養殖漁場を新設した。 <p><養殖生産物の流通・販売対策の強化></p> <ul style="list-style-type: none"> ・県外量販店での試食販売・PRを実施した。 ・県内外の卸・小売業者訪問により新規取引先を開拓した。 ・消費地、生産地の視察研修により情報を収集した。 ・神経抜き出荷に向けた技術習得と試験出荷を行った。 	<p><グループの育成、流通・販売対策の強化></p> <ul style="list-style-type: none"> ・課題であった大谷ネイリ部会がH22年3月に発足し、活動を開始した。 ・すくも湾漁協では養殖部会が活動を再開、神経抜きによる付加価値向上の取組が始まった。 ・東日本大震災の被災カンパチ養殖11業者全員が稚魚を導入して養殖を再開した。 ・大月町で養殖マクロの新産地形成に向けた動きが始まり、新規雇用の創出が期待される（数十名程度の予定）。 ・須崎マダイ養殖の既存3グループは、それぞれのレベルや特性に応じた販売事業を展開 <p>海援鯛：2社と販売契約成立 乙女鯛：鮮魚、活魚販売に加えて加工販売を展開中 大谷タイ部会：県内量販店で計14回出張販売を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在5グループ97名が活動中（県内養殖生産者数：221名）
	<p>(2) 経営の近代化</p> <p>◆組合員に対する経営指導体制を整備</p> <p>漁業者への経営指導を担う漁業経営アドバイザーや相談員の活動を支援する。</p> <p>◆資源管理・漁業所得補償対策の推進（H23年度開始）</p> <p>漁業者への制度の周知を図り加入を推進する。また、加入予定グループに対して資源管理計画の作成を支援する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・漁業経営アドバイザーの配置し、組合員への経営指導と固定化債権回収等を推進した。 ・各支所の支所長クラス27名を相談員に任命し、組合員の経営指導と未収金管理を徹底した。 <ul style="list-style-type: none"> ・制度説明と計画策定協議を行った（16ヶ所；約100人）。 ・高知県資源管理協議会を設立した（4/12）。 ・資源管理計画の5月分の履行確認作業を行い、協議会定例会で確認を行った（窪津：2計画×1回）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・固定化債権を順調に回収した（H21計画：83百万円、実績：52百万円、H22計画：63百万円、実績：67百万円）。 ・理事会において定期的に報告する等、職員のみ未収金管理の意識が一定向上した。 <ul style="list-style-type: none"> ・共済既加入者は、責任開始期間に合わせて制度参加を行っていくことになるため、当該期間中に責任開始期間を迎えた窪津地区のメジカ及びゴマサバー本約について資源管理計画が策定され、所得補償制度への参加が得られた（2計画で24名参加）。 ・今後、中型まき網（宿毛、8月～）など、共済既加入者について順次制度参加が得られる見込みである。 ・養殖漁業については、共済価額ベースで8,748百万円（前年度比166%）の加入があった。 <p>宇佐：0件→2件 大谷：26件→35件 野見：17件→28件 窪津：10件→10件 すくも湾：12件→13件</p>
3 水産加工の産業化（1.5次産業化）に向けた戦略			
1 零細規模での加工による高付加価値化			
<p>(1) 経営的視点に立った新たな加工経営体の育成</p> <p>(2) 既存グループなどの経営的視点を持った取組とその発展</p> <p>◆零細な加工事業者の意識と行動の経営的視点への誘導</p> <p>活動の頻度、熟度が比較的高い地域加工グループに対して集中的な指導・助言を行い、経営的視点を持ったモデル的なグループを育成する。</p> <p>◆零細な加工事業者への商品開発から販売までの取組を総合的に支援</p> <p>活動の頻度、熟度が比較的高い地域加工グループに対して集中的な指導・助言を行い、経営的視点を持ったモデル的なグループを育成する。</p>		<p>漁業女性グループの自主研修や交流活動の支援、専門家の派遣、講習会の開催による取組への支援を行った。</p> <p>【具体的な取組内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水産物地域加工支援事業費補助金を創設するとともに、水産庁事業を活用し、地域加工グループの活動を支援（H21） ・水産物地域加工支援アドバイザーを派遣（3グループに8回実施）し、商品開発・改良や加工技術等を助言（H21） ・講演会の実施（H21） ・グループ交流会の実施（H21） ・講習会の実施（H22） ・2グループに対し、専門家の派遣し、経営視点の導入、商品開発や販促活動を助言 	<ul style="list-style-type: none"> ・水産物地域加工支援事業費補助金を活用し、2団体が機器の導入等を行った。 ・産地販売活動活性化事業（水産庁事業）を活用し、4グループが機器等を導入するとともに販路を拡大した。 ・「漁村女性が行う水産物の加工・販売活動について」のテーマで講演会を実施し関係者45名が参加した。 ・グループ交流会を実施（県内3ヶ所）し、計15団体が参加した。 ・経営支援講習会を実施（県内2ヶ所）し、計13団体22名が参加した。
2 前処理加工・冷凍保管による供給			
<p>◆前処理加工・冷凍保管事業の事業化推進</p> <p>漁協や民間企業等の連携による前処理加工等の事業化を推進する。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・前処理加工事業等の適正規模モデルを作成した。（H21） ・新たな連携による前処理加工の事業化の動きかけを行った。 ・施設整備等に係る補助金等の活用を支援を行った。 ・原料魚の安定確保や販路の確保の支援を行った。 ・水産加工業交流促進協議会を設置（23年6月）し、事業者間の連携の強化を図った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・県内7カ所新たな前処理加工事業等がスタートし、加工による県内水産物の付加価値向上に向けた体制が一定整った。

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4段 階評価	
	・活動経験の長い海援鯛をはじめ、協議に入ったばかりのすくも湾漁協養殖部会など、グループによって取組の差は大きいですが、個々のグループの熟度に応じた活動が進み、高付加価値化や販売体制の確立など、それぞれグループに応じた活動ができた。	A	・個々のグループの活動に応じた支援を引き続き行い、品質向上や経費節減、販売の拡大等につなげる。
	・金融機関OBを漁業経営アドバイザーに配置したことで、本格的な固定化債権回収の体制が整うとともに、相談員への未収金管理の指導でも大きな役割を果たしている。	A	・これらの体制を維持し、経営指導を行う職員の資質向上も継続していくことで、債権回収はもとより、新たな固定化債権の発生を防止する必要がある。
	・資源管理・漁業所得補償対策の推進により、漁業者の資源管理意識の向上や共済制度への加入促進などが図られた。 ・養殖漁業については、制度加入の要件である飼育尾数の5%削減が達成できず制度参加は得られなかったが、共済加入の必要性には理解が得られた。		・H24以降も取組を継続し、共済既加入者の制度参加と未加入者の共済加入・制度参加を呼びかけ加入率を向上させる。
	・研修への参加、商品の開発・改良、補助金の活用等を通じて、活動の頻度・熟度の比較的高いグループにおいては、他の地区のグループのモデルとなるような活動の強化・拡大への意欲が高まった。 ・また、研修等を通じて、個々のグループが、儲けを実感し経営的視点を持った取組への意欲・自覚が高まり、販売活動を拡大している。	A	・すでに活動が長く続いているグループについては、ある程度体制が確立されており、人員の増員も困難で、現在以上の展開は難しいことから、現在の製造量を維持したうえで、衛生管理やビジネスマナー等必要なことへの支援・フォローアップを行う。
	・前処理加工の適正規模モデルにより、本県における加工に適した魚種や、地域特性に応じた適正規模が明らかになった。 ・地域の特性や事業者の事情に応じた前処理加工の事業化が実現した。	A	・連携の促進によるさらなる事業化の芽だしを図る。 ・関係者間の情報交換の場を提供するなどして新たな連携を促進していく。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱	取組方針		
	施策		
	これからの対策		
	<p>◆衛生管理の高度化を支援</p> <p>水産加工における衛生管理の高度化に向け、ソフト・ハード両面での体制整備や、公的認証の取得の支援を行う。</p> <p>◆地域の加工施設・冷凍保管庫の整備</p> <p>地域の加工施設整備・冷凍保管庫の整備の支援を行う。</p>	<p>・県漁協手結支所の加工施設の衛生管理改修の支援を行った。</p> <p>・水産加工の衛生管理をテーマとした講習会を開催した（2回、参加者67名）（H22）。</p> <p>・前処理加工に係る県版ハセツプの認証基準策定の支援を行った。</p> <p>・すくも湾漁協加工施設の県版ハセツプの認証取得の支援を行った。</p> <p>・要望のあった、香南市内のシイラ加工施設及び土佐清水市内のメジカ冷凍施設の整備を支援した。</p>	<p>・手結支所の衛生管理改修が完成し、ハード面での体制が整った。</p> <p>・講習会の開催により関係者の衛生管理に対する意識が高まった。</p> <p>・前処理加工に係る県版ハセツプの認証基準が策定された。</p> <p>・すくも湾漁協加工施設については県版ハセツプ認証に向けた関係者の合意形成が整った。</p> <p>・国庫補助事業を導入し、香南市内のシイラ加工施設及び土佐清水市内のメジカ冷凍施設が整備された。</p> <p>・整備した施設のH22年度実績は、シイラ加工施設が加工量29トン、金額2,571千円、メジカ冷凍施設への保管は、6,982トンであった。</p>
3 宗田節加工業の振興			
	<p>◆宗田節加工業振興計画の策定</p> <p>・一般消費者をターゲットとしたPR活動を展開する。</p> <p>・消費者ニーズに合致し、宗田節の魅力をアピールできる新商品を開発・販売する。</p> <p>◆ブランド化を担う推進母体の構築</p> <p>・一般消費者をターゲットとしたPR活動を展開する。</p> <p>・消費者ニーズに合致し、宗田節の魅力をアピールできる新商品を開発・販売する。</p> <p>◆宗田節の認知度向上、ブランド化の推進対策</p> <p>一般消費者をターゲットとしたPR活動を展開する。</p> <p>◆新製品の開発、販路の開拓</p> <p>消費者ニーズに合致し、宗田節の魅力をアピールできる新商品を開発・販売する。</p>	<p>・振興計画の策定に向けた関係者協議の実施を支援した。【産業部会による協議（3回）】</p> <p>・土佐清水市水産振興協議会における意思決定を支援した。【土佐清水市水産振興協議会における協議（2回）】</p> <p>・推進母体の構築に向けた協議の動きを行った。【推進母体の構築に向けた関係者協議（3回）】</p> <p>・アドバイザーの招聘（2回）などによりH23年度事業計画の策定を支援した。</p> <p>・産業振興補助金の活用を支援した。</p> <p>・土佐清水元気プロジェクトによるH23年度事業計画の策定を支援した。</p> <p>・産業振興補助金の活用を支援した</p>	<p>・関係者の合意形成に基づく「宗田節加工業振興基本計画」が策定された。（H22年9月）</p> <p>・土佐清水市の関係7団体が構成される「宗田節をもっと知ってもらいたい委員会」が設立された。（H23年2月）</p> <p>・委員会等での協議（5回）によりH23年度事業計画が策定され、計画に沿った活動がスタートした。</p> <p>・産業振興補助金に採択された。</p> <p>・H23年度事業計画が策定され、計画に沿って一般消費者のニーズにマッチした新商品の開発に着手した。</p> <p>・産業振興補助金に採択された。</p>
4 滞在型・体験型観光の誘客に向けた戦略			
1 滞在型・体験型観光機能づくり			
(1) 漁村・地域での受入体制の強化（ソフト施策）			
	<p>◆漁村・地域での受入体制の整備</p> <p>既存の体験メニューの磨き上げや新たなメニューづくりを支援していく。</p>	<p>・体験型観光で先行する5地区（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜）で既存の体験メニューの磨き上げや新たなメニューづくりを支援した。</p> <p>＜既存の体験メニューの磨きあげ＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・5地区で藤澤アドバイザーによるインストラクター研修を実施した。 ・上ノ加江地区で、大人数（100人超）を受入れるための備品（ライフジャケット等）を整備した。 ・佐賀地区のシーカヤック体験にサンゴ観察や鹿島散策をオプションとして追加した。 <p>＜新たなメニューづくり＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・窪津地区で照明灯を整備したことによる磯場での料理体験や水域を活用した釣り体験を追加した。 また、漁業体験と組み合わせたイセエビ料理の提供を開始した。 ・松尾地区でサンゴ群生を活かしたメニューづくりに現地調査を実施した。 ・栄喜地区で乗降用浮桟橋を整備し、和船の手こぎ体験を追加した。 	<p>・インストラクターの接客技術が高まり、体験者の満足度が向上した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上ノ加江・佐賀・窪津・松尾・栄喜地区で、既存の体験メニューの磨き上げや新たなメニューづくりを進め、体験メニューをプログラム化できた。 ・H22の体験者数は、龍馬伝効果もあり、H21と比較し約1,000人増加した。 <p>（H21）6,021人 ⇒ （H22）7,052人</p>

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4段 階評価	
	<ul style="list-style-type: none"> ・高知県漁協手結支所やすくも漁協協の加工施設では、ソフト、ハード両面の衛生管理体制が整いつつある。 ・その他の加工施設についても、順次衛生管理のレベルアップを図っていく必要がある。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・ソフト・ハード両面での衛生管理体制の強化を図る。 ・県版ハセップの認証取得に向けて、特にソフト面の衛生管理対応の定着を支援していく。 ・引き続き衛生管理の必要性等について関係者へ普及啓発する。
	整備した加工施設及び冷凍保管庫は、H22年度から稼働しており、魚価の安定や加工原料の安定供給に寄与した。	S	引き続き、地域特性を踏まえた利活用計画を基に、加工施設・冷凍保管庫の整備に努める。
	<ul style="list-style-type: none"> ・H23年度からの認知度向上に向けたPR及び末端消費者向け新製品の開発・販売の実践に向けた条件が整った。 ・今後は、新商品の開発とリンクしたPR活動に移行することで、地産地消から地産外販へと軸足を移して行く必要がある。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・販路拡大に向けた効果的な取り組みを推進する。 ・H24からの県外を含めたPR活動及び新製品の販路確保を支援していく。
【目標】 県内6地区で滞在型・体験型プログラムを整備 ↓ 【実績】 県内5地区で滞在型・体験型プログラムを整備	<ul style="list-style-type: none"> ・体験型観光で先行事例となりうる5地区（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜）で、体験メニューをプログラムとして整備でき、観光商品として売り出せる状態となった。 ・残る柏島地区では、竜ヶ浜自然体験・環境教育型施設のH24.3オープンに合わせて、体験メニューづくりとプログラム化を進める。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、体験型観光で先行する、6地区（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、柏島、栄喜）で体験プログラムの磨き上げを支援していく。 ・また、先行する上記6地区に続く、新たな地区（室戸・安芸・夜須・布など）でも、補助金等を活用しながら、既存の体験メニューの磨き上げや新たなメニューづくりを支援していく。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱	取組方針		
	施策		
	これからの対策		
	(2) 漁村・地域での受入基盤の整備（ハード整備）		
	<p>◆漁村・地域での受入基盤の整備</p> <p>集落環境の改善を図るための集落道や、来訪者受入れのための体験施設などを整備する。</p>	<p>・宇佐・上ノ加江・佐賀・柏島地区で集落道などを整備した。</p> <p>＜宇佐地区＞ 集落道の整備 869m/1,130m(H24.3目標)</p> <p>＜上ノ加江地区＞ 集落道の整備 98m/150m</p> <p>＜佐賀地区＞ 集落道の整備 67m/100m 街路灯の整備 2基/2基</p> <p>＜柏島地区＞ 上水道の整備 2,090m/2,090m</p> <p>・竜ヶ浜自然体験・環境教育型施設の施設計画や導入業等について大月町と調整し、産振補助金を活用し、H23.8に着手した。</p>	<p>・宇佐・上ノ加江・佐賀・柏島地区で計画どおり生活環境の改善が進捗した。</p>
	(3) 情報発信・商品売込		
	<p>◆全県下的な情報の一元化 共同販売体制の構築</p> <p>漁村の体験型観光を一元化し、狙いの顧客に効果的に情報発信・商品売込をしている。</p>	<p>・県内漁村における129の体験メニューのうち、観光商品として提供可能な62の体験メニューを県観光振興部に情報提供し、うち39の体験メニューを高知県観光商品素材集や龍馬ふるさと博のパンフレットで旅行会社に向けて情報発信できた。</p> <p>・上ノ加江地区のリーフレットが完成し、高知市内62の小中学校に情報発信した。</p> <p>・佐賀地区を含む黒潮町全体の体験型観光パンフレットが完成し、県内外の旅行会社や小中高等学校へ売り込んだ。</p> <p>・上ノ加江・佐賀・窪津・栄喜地区での活動を取りまとめたリーフレットを作成し、高知市内校長会でPRした。</p> <p>・体験型観光の旅行者が主に利用するフリープランやレンタカー・自家用車利用者には、旅行会社から情報が届きにくいいため、効果的に情報発信できるようHPの作成に着手した。</p>	<p>・旅行会社へのセールスやキャラバン隊のPRで、素材集やパンフレットを約8,000部配布したことにより、体験者への周知効果が出始めてきた。</p>

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4段 階評価	
<p>【目標】 県内4地区で生活環境を改善</p> <p>↓</p> <p>【実績】 県内4地区で生活環境を改善</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 柏島地区は、H22に上下水道や集落道の整備が完了した。 ・ 宇佐・上ノ加江・佐賀地区は、計画した集落道等について整備がなされ、体験型観光の受入れに向けた生活環境の改善が進んでいる。 <p>現計画に対するH23.8時点の進捗率は75% H24.3時点で100%に向けて目指す</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 竜ヶ浜自然体験・環境教育型施設の23年度完成が見込まれた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・ 引き続き、整備計画に基づき県下3地区（宇佐・上ノ加江・佐賀）で、集落道や街路灯などの整備を推進し、体験型観光を受入れのための生活環境の改善に取り組んでいく。
<p>【目標】 プログラムが整備された6地区を観光振興部等と連携し、旅行会社等へ売込み</p> <p>↓</p> <p>【実績】 プログラムが整備された5地区を観光振興部等と連携し、旅行会社等へ売込み</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 旅行会社への情報発信を行っていくとともに、ねらいの顧客により効果的に情報発信する仕組みづくりに着手したことで、今後一層の成果が期待できる。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・ 引き続き、観光振興部や広域観光協議会と連携し、体験型観光で先行する6地区（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、柏島、栄喜）のほか、これに続く新たな地区での取り組みも旅行会社や学校等に情報発信していく。 ・ HP及びパンフレットは、6地区のほか、新たな地区での取り組みも随時追加し、リニューアルしていく。 ・ また、HPは「よさこいいネット」や「高知まるごとネット」とリンクさせ、漁村での体験型観光を広く、より効果的に情報発信していく。 ・ 体験者へのアンケートを実施し、より有効な情報発信方法を検証していく。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱	取組方針		
	施策		
	これからの対策		
5 中山間地域に賑わいを取り戻すための資源豊かな河川づくりに向けた戦略			
1 河川資源の増強			
<p>(1) 河川資源の種苗放流と増殖</p> <p>(2) 資源の自然再生産が可能な河川づくり</p> <p>(3) 環境保全と適正利用のための関係者の連携</p> <p>(4) 全国から人を呼び込むことのできる情報発信</p> <p>◆種苗放流や産卵場造成などの人工的対策による資源増殖</p> <p>◆自然再生産による資源増殖につながる取組</p> <p>◆関係機関（部署）との連携による県外への情報発信</p> <p>◆誘客受入れ体制の整備</p> <p>県民、漁協、市町村、県等がそれぞれの役割を担い実行しながら連携してアユ等の河川資源の増殖、情報発信による誘客効果の発現を目指す。</p>		<p>河川資源の増強に向けて以下の取組を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アユ資源調査の実施（遡上状況、定着状況、産卵状況） ・ウナギ種苗放流（H21:1.6t、H22:1.4t） ・カワウ生息実態調査 ・カワウ駆除の実施（H21:586羽、H22:603羽、H23:336羽（6月末現在）） ・外来魚の駆除の実施（H21:25943尾、H22:18878尾） ・天然アユ資源管理（産卵場造成、物部川など7河川） ・漁業者による森林保全活動（安芸・香南のべ85名） ・ふるさと雇用内水面漁場管理保全計画策定事業を実施中（対象：主要15河川） ・重点分野雇用創造海域生活期アユ動態調査事業を実施中（対象：仁淀川河口周辺） ・ふるさと雇用ダム湖等利用中山間地域振興計画策定事業を実施中（対象：早明浦ダム、津賀ダム） ・アユ種苗生産施設の大規模修繕（H21:156,542千円） 	<ul style="list-style-type: none"> ・産卵場の造成や親魚の保護により、H23のアユ遡上は概ね良好で、近年では多い年であると推察された。 ・物部川漁協の独自調査では、遡上数は82万尾と推定され、昨年の1.4倍、一昨年の2倍と2008年以降遡上数は増加傾向にあると評価された。 ・平成22年度カワウ生息実態調査の結果、アユ遡上期に762個体（平成16年度比7.1倍）、アユ下降期に1,230個体（平成16年度比1.15倍）確認されたことから冬鳥ではなく留鳥として留まる傾向が強まったことが判明した。 ・アユ産卵動向の把握について新しい手法が考案され現場への普及が期待される。 ・森林保全活動を通じ流域連携に対する意識が醸成された。 ・内水面漁場管理保全計画策定事業で作成中の河川ビューについては、全国で初の取組であり、内水面研修会で紹介された折にも高い評価を受けた。 ・H22年度に仁淀川河口周辺でのアユ仔魚の移動・生態が調査された。 ・早明浦ダム上流の調査により陸封アユが確認され、生息尾数は約31900尾と推定された。 ・H21年度にアユ種苗生産施設が補修されたことで防疫対策の徹底と職員の労働安全が図られ、種苗生産が安定した。
2 冬季における河川の利活用			
<p>◆アマゴ釣り場を冬季に河川中流域に設け、誘客資源として活用する</p> <p>規制解除のための調査を行い、規則改正につなげるとともに、この取組を他の河川に拡大する。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・規制解除のための現地調査 奈半利川（6回）・吉野川（対象は支川の穴内川と地藏寺川：計6回）・安田川（3回） ・潜水目視観察によるアマゴの生息及び産卵状況調査 ・調査結果の整理と現地漁協への報告 ・中山間地域の活性化に向け、冬季に河川をアマゴ釣り場として利用し交流人口を拡大するため、地域の合意に基づき、内水面漁業調整規則の改正に必要な現地調査に取り組んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・先の3河川とともに、冬季のアマゴ釣りを可能とする規制解除のためのデータを収集することができた。 ・奈半利川では、規制解除に向けた国との協議に必要な科学的データが整い、地元漁業関係者を中心にこの取組についての関心が高まっている。

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4 段 階 評 価	
	<ul style="list-style-type: none"> 関係者の懸命な取組が続けられており、人工的な対策により資源の維持が図られている。 H23のアユ遡上は概ね良好であり、関係者の取組が成果として現れていると考えられるため、引き続き取組を進めることが重要である。 雇用対策関連の3委託事業については、調査などが円滑に進み、成果があがりつつある。 情報発信と受け入れ体制の整備は、河川資源の増強が図られた以降の取組としていたために進展が遅れているが、委託事業で作成中の河川ビューなどビジュアルな情報を活用したインターネットでの情報提供などの検討が必要である。 	A	<ul style="list-style-type: none"> H24以降も産卵場の造成や放流などの取組を継続し、河川資源の増殖を図る。 雇用対策関連の3委託事業の成果を踏まえ、次の取組を検討していく。 県内河川の状況や釣情報などについてHPを活用した情報発信を検討する。
	<ul style="list-style-type: none"> 奈半利川については、H23～24に水産庁と協議を行い、H24冬季(H24.10～)から規制を解除してアマゴ釣りを開始する予定。 吉野川(支川の穴内川と地藏寺川)では、H22に調査対象水域の見直しを行ったため、H24まで調査の継続が必要である。 安田川については、対象区間が本流で広範囲にわたるため、漁協は監視体制等の確立が困難であると判断しており、周年利用に向けた規制解除には消極的である。したがって、冬季のアマゴ釣り場を設定することは目指さず、漁協がアマゴ生息状況などの情報を遊漁者へ情報提供していくこととする。 	B	<ul style="list-style-type: none"> 吉野川(2支川)については調査を継続する これまでの成果を踏まえて、新たな調査対象河川について検討し、対象河川の増加を図る

産業成長戦略（専門分野） 戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み 対策に関する具体的な取組み内容を記載	具体的な成果 可能な限り具体的な数値を記載
《商工業》		
1 外貨を稼ぐ商工業		
1 地域経済を牽引する工業の活性化		
(1) ものづくり企業の強化 ・ 地場企業の競争力強化と産業集積の向上 ・ 地域の特性を生かした企業誘致の推進 ・ 研究開発成果の県内での事業化		
① 地場企業の振興		
◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援 成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援を実施するため、食品や環境などテーマごとに企業や専門家等で構成する研究会を設置し、研究会参加者が持つ様々なアイデアや事業化に向けた試みについて、参加者相互の交流を通して新たなビジネスの創出に結びつけ、事業化の実現をより効果的に進めていく。	1 事業化プラン作成に向けた取組みの加速 (1) 意欲のある企業の参加促進 ・ 四国銀行（包括協定）や産業振興センターとの連携強化による参加促進 ・ 研究会会員数（企業・支援機関）の推移 160(H21)⇒203(H22)⇒231 (H23.8末) (2) 事業化に向けた企業間連携の促進 ・ 企業ごとに配置した支援担当責任者を中心とした個別マッチングや研究会での自己PR・プレゼン の場の提供等 【研究会の開催実績】 H21年度：22回（参加者：461社、617名） H22年度：26回（参加者：362社、441名） H23年度：15回（参加者：276社、339名） (3) 個別支援アドバイザーの拡大 ・ 個別支援アドバイザーの派遣数 H21年度：21社（33回） H22年度：30社（69回） H23年度：17社（38回） ※上記の他に、研究会リーダーやチーフアドバイザー、公設試等の研究会専門家チームによる個別支援を実施 【個別事業化支援実績】 ※上記、個別支援アドバイザーの派遣を含む H21：72社（技術:25、販路開拓:35、両方:12） H22：76社（技術:20、販路開拓:29、両方:27） H23：45社（技術：9、販路開拓:32、両方:4） 2 研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実 (1) 支援体制の強化 ・ 体制を強化した産業振興センターとの連携による企業訪問・支援体制の強化 (2) チャレンジ企業支援事業（こうち産業振興基金）の利便性向上 ・ 研究会で事業化プランの認定を受けると、チャレンジ企業支援事業（補助金：複数年利用可）に直接申請できる仕組みに改正（H23年度）	1 事業化プラン認定件数 H21年度（4件）、H22年度（17件）、H23年度（6件） （合計：27件） 食品：10件、天然素材：6件 環境：2件、健康福祉：9件 ※高齢者が飲み込みやすい柔らかい食品やリチウムイオン電池を蓄電池にした独立電源街路灯の開発 2 他の支援事業を活用した事業化支援 H22年度：4件（天然素材、環境：各2件） H23年度：1件（天然素材：1件） ※こうち産業振興基金（地域研究成果事業化支援事業）や高知県ものづくり地産地消推進事業の活用 3 事業化プラン作成準備中（事業化プラン作成企業の掘り起こし） H23.8末現在：22件 食品：9件、天然素材：2件 環境：5件、健康福祉：6件 4 研究会発事業化プランの事業化状況 (1) 事業化件数（商品が完成し、販売を開始） H21年度認定（4件のうち）：3件 H22年度認定（17件のうち）：15件 H23年度認定（6件のうち）：5件 合計：23件 ※他の4件の状況 ・ 商品が完成し、販売開始準備中：1件 ・ 試作品が完成：3件 (2) 研究会発事業化プランの売上・新規雇用状況 売上高（H23.5末現在の累計額）：1.2億円 新規雇用数（H23.5末現在）：18名 5 研究会発事業化プランの売上・新規雇用数（見込み） ○売上高（事業化プラン実施5年後） H21認定（4件）：301百万円 H22認定（17件）：1,395百万円 H23年度（6件）：505百万円 ○新規雇用数（事業化プラン実施5年間） H21認定（4件）：17名 H22認定（17件）：51名 H23認定（6件）：15名（合計：83名）

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	〔これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価〕	SABC の 4段 階評価	
<p>[評価指標] 事業化件数 (商品が完成し、販売を開始)</p> <p>[目標] 30件 (H21～H23累計) ↓ [実績] 23件 (H23.8末現在)</p> <p>[実績見込み(目標)] 51件(H21～23) (内訳) 4件(H21認定) 17件(H22認定) 30件(H23認定目標) ※事業化プラン認定実績：27件</p>	<p>・直接的な目標である30件の事業化については、これまでに研究会で認定された事業化プラン27件のうち、23件が既に事業化され、その他の4件についても試作品が完成、また、これらの他に現在事業化プラン作成準備中の取組みが22件あるなど、本年度末の目標達成に向けて、一定の目途が立っている。</p> <p>・しかし、本来の目的である事業化達成後の売上高の増加や新規雇用の創出については、昨秋から今春にかけて、ようやく商品が完成し、販売促進に向けて本格的な活動を開始した取組みが多いため、売上高(累計額)は1.2億円、新規雇用数も18名にとどまるなど、まだ成果の兆しが見え始めた段階である。</p> <p>・今後は、事業化プラン作成に向けた取組みの加速や研究会発事業化プランに対する支援を一層強化することで、事業化達成による成果の早期拡大に取り組みでいく。</p>	A	<p>【課題】 1 事業化プラン作成に向けた取組みの加速 2 研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実</p> <p>【方向性】 1 事業化プラン作成に向けた取組みの加速 (1) 意欲のある企業の参加促進 ・県企業訪問チームや産業振興センター(ものづくり地産地消センター)、包括協定を結んでいる金融機関等の関連機関との連携強化による企業情報の収集、研究会への勧誘(支援対象企業の掘り起こし) (2) 事業化に向けた企業間連携の促進 ・ものづくり地産地消センターとの連携強化による個別マッチング支援の促進 ・研究会でのプレゼンテーションの場の提供や素材生産者とのマッチング、個別相談会の開催など (3) 個別支援アドバイザーの拡大 ・事業化プランの素案作成段階からの早期の個別支援アドバイザーの派遣</p> <p>2 研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実 (1) 支援体制の強化 ・支援コーディネータ(新事業創出支援チーム)の活用を促進することで、研究会発事業化プランの実現に向けて取り組む各企業の課題やニーズに応じた、迅速で、きめ細やかな支援を実施 (2) 販売促進に関する支援の強化 ・研究会発事業化プランの実現に向けて、最も大きな課題である販路拡大に向けて、見本市・商談会への出展支援やテストマーケティング(まるごと高知、てんこす等)の場の提供、個別マッチング支援、販路情報の提供などの支援を強化</p>

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱		具体的な取組み	具体的な成果
取組方針		<p>（ 対策に関する具体的な取組み内容を記載 ）</p>	<p>（ 可能な限り具体的な数値を記載 ）</p>
施策			
これからの対策			
	<p>◆総合的な支援体制の構築（産業支援機関の連携による具体的支援策の検討）</p> <p>地域経済をリードする中核企業の育成や小規模事業者の連携を推進するため、県に定期的な企業訪問を行う専任チームを配置するとともに、県内の全ての産業支援機関が連携した企業支援を検討する会議を設置し、協調して支援を行い、地場企業の振興に資する。</p>	<p>1. ビジネスマッチング事業の実施 企業の強みを生かし、ビジネスチャンスを増やすための県外の販売先及び技術提携先を紹介する事業を実施 H21年度 支援対象企業30社中の12社に対し、のべ33社の県外発注企業を紹介 H22年度 支援対象企業30社中の12社に対し、34社（のべ42件）と商談の場を設定 H23年度 支援対象企業30社中3社に対し、4社（のべ5件）と商談の場を設定</p> <p>2. 生産性向上対策補助事業の実施 生産性向上に資する取組みに対し、専門家の指導を受ける経費を補助する事業を実施 H21年度 募集：1回（申請：3件） H22年度 募集：5回（申請：6件） H23年度 募集：3回（申請：7件）</p> <p>3. 支援体制の充実 県外企業への訪問活動を強化するため、産業振興センターに企業訪問専門員を2名配置</p>	<p>1. ビジネスマッチング事業 昨年度、商談の場を設定した42件のうち、継続中15件、保留19件である。</p> <p>2. 生産性向上対策補助事業 これまでQC活動に関する研修に12社、生産管理システムの改善に2社、生産ラインの改善に1社、リードタイムの短縮に1社、合計で延べ16社（実数9社）が行う生産性向上活動に対して支援を行った。 H21年度 QC活動に関する研修：2社 生産管理システムの改善：1社 H22年度 QC活動に関する研修：5社 生産ラインの改善：1社 H23年度 QC活動に関する研修：5社 生産ラインの改善：1社 リードタイムの短縮：1社</p> <p>3. 支援体制 産業振興センターの企業訪問専門員やアドバイザー等と連携して、各企業の課題やニーズにあう支援を行った。</p>
	<p>◆販路の拡大（インターネット利用、県主催の商談会の開催等）</p> <p>・インターネットを利用した企業情報の発信と販路の拡大を目的として県が作成した情報発信及び受注のための新たなサイトの利活用を促進させる。 ・ものづくり企業を対象にした県外での受注開拓のため、ネット上の情報発信等の仕組みとリンクさせた受注商談会を開催する。</p>	<p>1. 見本市への参加、商談会の開催、製造業ポータルサイトの構築 ・県外見本市への高知県ブースの設置 H21年度（3回出展） 延べ16社、2団体参加 H22年度（3回出展） 延べ32社、2団体参加 H23年度（1回出展） 11社参加 ・商談会の開催 H21年度（3回開催） 延べ66社参加 H22年度（6回開催） 延べ127社、3団体参加 H23年度（1回開催） 43社参加 ・ポータルサイト会員数（8/31現在） 82社</p> <p>2. 支援体制の充実 県外企業への訪問活動を強化するため、産業振興センターに業務斡旋調査員を大阪と高知に1名ずつ配置</p>	<p>1. 見本市への参加、商談会の開催、製造業ポータルサイトの構築 見本市や商談会後、すぐに成果はでてこないが、その後の各企業の営業や発注企業との信頼関係構築により、徐々に成約件数がのびてきており、県内企業の受注拡大につながっている。 ・見本市 H21年度 成約 16件（34,971千円） H22年度 成約 155件（124,458千円） H23年度 成約 4件（8,575千円） ・商談会 H21年度 成約 16件（30,280千円） H22年度 成約 715件（74,087千円） ・製造業ポータルサイト 成約 5件1,880千円、照会等75件</p> <p>2. 支援体制 業務斡旋専門員を大阪と高知に配置し、商談会に参加した県外企業の訪問や県外発注企業の開拓を行った。</p>
	<p>◆機械・金属、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成（工業技術センター）</p> <p>機械・金属、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成（専門技術研修等の実施、食品加工特別技術支援員及び機械金属加工特別技術支援員の配置、技術指導アドバイザーの派遣）</p>	<p>①各種技術研修の開催 (H21) 26コース 136日間 (H22) 38コース 134日間 (H23) 10コース 28日間 FBC現場実践学、濁酒製造技術、溶接、熱処理、不良解析など ②③特別技術支援員 企業・団体等を訪問して、技術支援ニーズの把握及び技術支援を実施。 ④技術指導アドバイザー (H21) 19名登録 (H22) 9名登録 (H23) 7名登録</p>	<p>①各種技術研修の開催 (H21) 734名参加 (H22) 961名参加 (H23) 187名参加 ②食品加工特別技術支援員による技術支援等 (H21) 技術支援73件、商品化5件 (H22) 技術支援151件、試作120件、商品化2件 (H23) 技術支援61件、試作93件、商品化7件 ③機械金属加工特別技術支援員による技術支援等 (H22) 42件 (H23) 22件 ④技術指導アドバイザー技術指導 (H21) 47回 (H22) 39回 (H23) 10回</p>
	<p>◆機械・金属、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成（紙産業技術センター）</p> <p>技術者のスキルアップのための人材育成や技術指導アドバイザーによる企業巡回を行うとともに、マッチングなどをコーディネートすることにより商品化を支援し、それらを通して製紙に関わる産業人口の育成を図る。</p>	<p>・技術指導アドバイザーを個別企業に5Sに関する指導で2回派遣するとともに、製紙業界団体向けに5Sに関する研修会を1回開催した。また、個別企業に技術課題解決のための指導で1回派遣した。 ・不織布分野の新たな試験装置や機能紙技術向上のための試験装置の仕様の確定等、導入のための作業を行うとともに、企業巡回でのニーズを拾い上げ、これらの装置を使用した製品分野別研究会のテーマの検討や開催準備作業を行った。</p>	<p>・個別企業に対する5S指導では、社員全員にあたる18名が参加した。製紙業界団体向けの5S研修会には4.2名の参加があった。技術課題解決のために指導には、企業から5名の技術者が参加した。</p>

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABC の 4段 階評価	
経営革新認定企業 目標 H23 220社 実績 H23 230社 (H23.8月末現在)	<p>1. ビジネスマッチング事業 ベンチャーボによるマッチング支援のほかに、技術提携や共同開発、製品の販路開拓や下請斡旋など個々の企業の事業内容やニーズに応じた支援を行う必要がある。</p> <p>2. 生産性向上対策補助事業 支援対象企業30社中7社(H21・22)がこの事業を活用し、工程の改善や不良率の減少など各企業における生産性向上につながった。</p> <p>3. 支援体制 産業振興センターや関係機関と連携して、県内企業への支援方針の確認や支援策の実施をすることができ、県内企業の育成につながった。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内外の発注企業とのビジネスマッチングの推進、製品の販路開拓や下請斡旋など個々の企業の事業内容やニーズに応じた支援、各企業の実産性向上に向けた取り組みの強化 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・支援対象企業の担当を設け、各企業からのニーズや情報を把握する体制を整備し、あわせて支援企業に関する企業カルテをリニューアルする。 ・企業への支援体制を充実した産業振興センターと連携して企業訪問の情報共有を行い、県内外の企業同士のマッチングや販路拡大、生産性向上に向けた取り組みなどへの支援を行っていく。 ・研究開発や業務拡大に取り組んでいこうとする意欲のある企業に手を挙げてもらうなど、支援対象企業の選定方法の変更を検討する。 ・生産性向上対策補助事業の着実な実施に向けた進捗状況の確認とフォローの実施を行う。
電子商取引普及率 目標 H23 13.2% 実績 H18 10.8% 〔事業所・企業統計調査は経済センサスに統合された。5年に1度の調査であり、今回は経済センサス活動調査としてH24年2月実施予定である。〕	<p>1. 見本市への参加、商談会の開催、製造業ポータルサイトの構築 ・県外見本市への県ブース設置や商談会の開催、県や産振センター、高知県工業会からの営業支援により、成約件数が906件(272百万円)になるなど、新しい取引先の獲得や受注拡大につながった。</p> <p>・製造業ポータルサイトを利用した受注事例もあるが、会員数が当初計画していた会員数(150社)に達していない。</p> <p>2. 支援体制 業務斡旋専門員を通じて県外企業や発注先企業への挨拶や訪問を行うにより、県内企業の受注拡大につながった。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内企業の取引先の拡大、見本市等終了後の県内企業が実施する営業活動への支援、ポータルサイト会員数の増加 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、県外見本市への県ブース設置し、規模の大きな商談会やミニ商談会の開催により県内企業の受注拡大に向けた支援を行うとともに、防災や製紙関係の見本市への出展を検討する。 ・支援体制を強化した産業振興センターと連携して、見本市終了後の県内企業が実施する営業活動への支援や商談会に参加した県外発注企業へのフォローアップを行う。 ・ポータルサイトについては、会員数が伸び悩んでいるため、工業会や産業振興センターと連携をとり、会員数の増加やサイトの周知を図るとともに、会員企業の技術や製品の情報発信に努める。 ・インターネットを活用した営業や協業化に向けた取り組みなどを支援することで電子商取引の普及率の向上を目指す。
H21～H23：14 コース400人(年間) (H21) 26コース 734名参加 (H22) 38コース 961名参加 (H23) 30コース 800名参加(見込み)	<p>①企業から要望に沿った研修を実施することで当初計画以上の参加が得られている。また、目標とした溶接の合格率の向上についても、成果が出ている。 溶接技能者認証試験：合格率90% (20名受験18名合格) 溶接管理技術者試験2級：合格率100% (8名受験)</p> <p>②③企業からの相談に応えるとともに、職員の資質向上へのアドバイスも行った。さらに、研修の講師としても活動した。</p> <p>④職員や特別技術支援員だけでは指導できない技術的課題について、企業ニーズに応じて技術指導アドバイザーを派遣した。</p>	S	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 技術レベルに対応した研修カリキュラムの設定。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続き、企業・団体からの要望に沿った研修カリキュラムや技術支援を実施するとともに、技術レベルごとに必要な研修を提案していく。 また、資格試験合格率の向上を図る。
	<ul style="list-style-type: none"> ・個別企業に対する5S指導では、社内の5S(整理・整頓・清掃・清潔・躰)の取り組みが進むとともに、製紙業界全体への5Sの啓蒙普及が図られた。また、技術課題解決のための適切なアドバイスを行うことができた。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業利用企業の低迷 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業利用企業の低迷は、事業周知の不徹底と外部への企業秘密の漏洩等を危惧するのが主要因であり、更なる事業周知と、機密保持の説明を企業等に対し行っていく。

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱		具体的な取組み	具体的な成果
取組方針		〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
施策			
これからの対策			
	<p>◆工業団体と他の産業団体等との連携を推進し、ニーズに基づく研究開発を促進</p> <p>県内に需要のある機械や設備を可能な限り県内ものづくり企業が製造できる仕組みを構築するため、工業団体と他の産業団体とのマッチングを進めるとともに、ニーズに即した試作品の開発を支援し、ものづくりの地産地消を促進する。</p>	<p>・マッチングを支援する取組みとして、県内の生産現場等の機械化ニーズに関する情報を88件収集し、業界団体等に情報提供 〔内訳〕 農業41件、林業12件、水産業31件、その他4件</p> <p>・県内ものづくり企業による生産現場の現地視察と、生産者等との意見交換を11回実施 〔内訳〕 農業分野(ミョウガ) 5回、参加者：延べ92人 農業分野(ショウワカ) 1回、参加者：14人 農業分野(サトウキビ) 2回、参加者：延べ37人 水産分野 1回、参加者：28人 林業分野 1回、参加者：36人 その他(木質ペレット) 1回、参加者：22人</p> <p>・ニーズに基づく機械装置の開発を支援するため、ものづくり地産地消推進事業費補助事業を創設し、試作機の開発に向けた取組みを支援（助成件数：20件） 〔内訳〕 ステップアップ事業（企画から設計までが対象） 6件（農業：4件、その他：2件） 試作開発事業（試作機の製造が対象） 14件（農業：6件、林業：2件、水産業：1件、その他：5件）</p>	<p>・機械化ニーズの情報提供（88件）のうち43件について延べ82社（企業数39社）が試作開発に向けた検討を行った。</p> <p>・現地視察や意見交換による、ものづくり企業グループと生産者等との交流によって、各社の目線での製品を開発するための技術力を磨き上げる契機となった。（現地視察や意見交換会には延べ229人が参加）</p> <p>・ものづくり地産地消推進事業費補助金を活用し、試作機的设计段階に至ったものが6件、試作機が9件完成した。また、平成23年度事業第1次公募分として採択された5件の試作開発が新たに開始されている（このうち2件が前年度のステップアップ事業として採択したもの）。第2次募集分として14件の申請があり、開発ニーズは依然として高い状況にある。</p>
	<p>◆「ものづくりの地産地消」に関する総合相談窓口の設置</p> <p>「ものづくりの地産地消」に関する総合窓口「ものづくり地産地消センター」を設置し、各種の相談やマッチングへの支援、県内企業に関する情報の集約強化、商談を活性化するための確保等を実施する。</p>	<p>・ものづくり地産地消推進プロジェクトチームの設置（H23.4）</p> <p>・ものづくり支援コーディネーターの雇用（H23.4）</p> <p>・ものづくり地産地消センターの開設（H23.6）</p> <p>・高知県ものづくり技術展示会の開催（H23.6）</p>	<p>・ものづくり地産地消センター相談件数 61件（H23.7.22現在）</p> <p>・ものづくり技術展示会 来場者 4,300人 出展事業者数 29事業者</p>
② 企業立地の推進			
	<p>◆本県の強みを生かした誘致（地域固有の技術・資源・企業等の活用）</p> <p>◆県内製造業の高度化に繋がる誘致</p> <p>◆不足する事務系職場の誘致</p> <p>◆既存立地企業へのアフターケア対策の充実（増設の促進）</p> <p>◆企業支援策の充実強化（拠点工場としていくための取組等）</p> <p>不足する業種、地域固有の技術や資源を活用する企業の誘致を行い、地域で一貫した生産体制（SCM化）の拡大を図るとともに、本県に立地する企業の継続的な設備投資を促進する。</p>	<p>・新増設可能性のある企業の熟度アップのため、継続的に企業への訪問活動の実施（H21年度：731社）（H22年度：624社）（H23年度：316社）</p> <p>・新規案件発掘のための立地アンケートの実施 H21年度：1,958社発送、133社回答、17社訪問 H22年度：1,721社発送、153社回答、19社訪問 H23年度：1,907社発送、166社回答、今後訪問</p> <p>・企業の設備投資を促進し、新たな企業立地につなげるため、企業立地補助金要綱改正の実施（H23.4.1改正）</p> <p>・改正した補助制度の紹介チラシを作成し、企業訪問等で説明を行った。</p>	<p>H21年度実績 新増設8件（新設3件、増設5件） H22年度実績 新増設3件（新設0件、増設3件） H23年度実績 新増設10件（新設3件、増設7件） 3年間合計 新増設21件（新設6件、増設15件） 新規雇用687人、出荷額124億円</p>
	<p>◆企業立地基盤（工業団地等）の整備の推進</p> <p>現在開発中の香南市との共同開発による工業団地について着実な推進と、この団地に続く新たな開発候補地の選定。また、工業団地等に関連する情報通信などその他の基盤整備について当該市町村とともに整備に努める。</p>	<p>・高知岡豊工業団地の開発</p> <p>・（仮称）香南工業団地の開発</p> <p>・新たな開発候補地の選定</p>	<p>【四万十町数神工業用地（H21.12）】</p> <p>・開発：2ha（分譲：1.8ha）</p> <p>【高知岡豊工業団地（H22.12）】</p> <p>・開発：5.5ha（分譲：4.4ha）</p> <p>【（仮称）香南工業団地】</p> <p>・95%用地取得済、3-四半期中に工事着手見込み</p> <p>・開発：13.4ha（分譲：7.9ha）</p> <p>【新たな開発候補地の選定（開発：40ha）】</p> <p>・H23に適地調査を行う4市（安芸市、南国市、土佐市、高知市）のうち、南国市及び土佐市が9月中旬に調査開始</p>

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABC の 4段 階評価	
	<ul style="list-style-type: none"> ・高知県工業会と連携しながら、マッチングの手法（機械化ニーズの情報提供、現地視察・意見交換会など）を確立するとともに、試作開発を行うための支援制度の充実強化を図るなど、官民協働で機械系のものづくりの地産地消を実現するための体制づくりができた。 ・産業振興計画の改定の柱として位置付けられた「ものづくりの地産地消」の狙いや具体的な取り組みについて、各種の広報媒体等を通じて情報発信してきたことで、ものづくりの地産地消の意識も深まり、地域ニーズに対応した製品の県内生産に向けた関心度も高まっている。 ・ものづくり地産地消推進事業費補助金を活用した機械装置等が順次完成しており、高知県ものづくり技術展示会への出展等も契機となってマスコミ等にも取り上げられてきたことで、地産地消から地産外商の段階に進む事例も生まれてきた。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり地産地消センターを核とした各産業支援機関の連携による情報提供の充実とマッチングの強化 ・試作機の販路開拓支援（県内への導入の促進、地産外商への展開支援）、付加価値の高い完成品を県内で生産できる環境の整備 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり地産地消センターの幅広い周知と、タイムリーなマッチングを数多く実現させるために、ワンストップサービスの機能強化（情報集約とコーディネート機能の充実）を図る。 ・ものづくりの地産地消の取り組みから生まれた県内産の製品を、県外に売り込むことを積極的に支援し、地産地消から外商へと結びつける。また、県内企業が最終製品を生産するにあたっての企業間連携を促すとともに、不足している工程に対応できる企業の誘致・育成を図る。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり地産地消センターの開設や、プロジェクトチームの設置、ものづくり技術展示会の開催などに取り組んだ。中でも、ものづくり技術展示会は、2日間で4,300人の来場をいただき、高知県でのものづくり技術を広く知る機会となり、また出展事業者からも良好な評価をいただき、意義ある取り組みとなった。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「ものづくり地産地消センター」に寄せられる相談のマッチングの成功件数の増加 ・県内生産者等の「ものづくりの地産地消」に関する機運の高まり <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、センターを中心に、各関係機関が連携して、迅速かつ適切な相談対応に努めるとともに、相談案件の掘り起こしを行う ・総合的な技術展示会として開催を検討
H21～23年度 新增設件数 8件 ↓ H23年度(8月末) 新增設件数 21件	<ul style="list-style-type: none"> ・継続的な誘致活動を通じて、新規案件の掘り起こしを行うとともに、目標を超える企業立地を実現した。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・全国トップクラスの補助制度を活用して、企業立地を推進していく。
H23年度までに 5haの完成 ↓ H23年度末 6.2ha	<p>【高知岡豊工業団地】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・完成即分譲完了 <p>【（仮称）香南工業団地】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・9月までに用地取得完了の見込み ・3-四半期中に工事着手の見込み <p>【新たな開発候補地の選定】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・4市のうち2市が9月中に適地調査開始、また残りの2市は3-四半期中に適地調査開始の予定 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・H25年度中の分譲開始を予定している（仮称）香南工業団地の早期完成及び分譲。 ・4市の調査結果を踏まえ、計画的に工業団地の開発を進める。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
③ 新たな産業の創出			
◆コンテンツ産業（まんが、デザイン等）の事業化に向けた取組の推進	<p>【21年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県コンテンツ産業推進会議を設置。 ・クリエイター実態調査を実施。 <p>【22年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第1回高知コンテンツコンテストを開催。 ・コンテンツビジネス起業化支援事業を実施。 ・著作権セミナーを開催。 ・高知コンテンツビジネス創出育成協議会を設立。 ・県内のゲーム開発企業を対象に2回のセミナーを開催。 <p>【23年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第2回高知コンテンツコンテストを開催。 ・高知県ソーシャルゲーム企画コンテストを開催。 ・著作権セミナーを開催。 	<p>【21年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知コンテンツコンテストの開催等、コンテンツ産業振興の取組みを官民協働で検討した。 ・県内クリエイターの実態を調査した。290の団体、個人から回答→調査結果により施策を決定。 <p>【22年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第1回高知コンテンツコンテスト 応募件数75件から選定された優秀賞3作品を東京コンテンツマーケットゾーンに出展し、商談を実施した。 ・コンテンツビジネス起業化支援事業を実施 起業研究会に9団体が参加し、2団体から事業化プラン申請があり、1団体をプラン認定した。認定事業はスマートフォン向けアプリの構築であり、H22.11に製品化した。 ・著作権セミナーを開催。H22.11.12に文化庁との共催で実施し、123名が受講した。 <p>【23年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第2回高知コンテンツコンテストを開催。6/27に募集を締め切り、53作品の応募があった。優秀賞2作品を選定し、10月下旬の東京でのコンテンツ見本市への出展を支援し、ビジネス化につなげる。 ・高知県ソーシャルゲーム企画コンテストを開催。4/1から募集開始。5/9に第1回募集を締め切り、6月末に入賞作品を選定した。現在、入賞作品のゲーム開発を、2企業の共同体において実施中。 ・著作権セミナーを開催。6/9に実施し、67名が参加した。 	
◆コンテンツ産業（まんが、デザイン等）、健康福祉産業の事業化に向けた取組の推進（あったかふれあいセンター）	<ul style="list-style-type: none"> ・厚生労働省及び内閣府への政策提言 ・あったかふれあいセンター事業分析にあたってのデモ版を5ヶ所実施（宿毛、西土佐、北川、馬路、中土佐） ・あったかふれあいセンター事業分析利用者調査実施、報告書提出 ・あったかふれあいセンター推進協議会開催 ・あったかふれあいセンター等全国セミナー開催 ・福祉保健所地域支援室ごとの協議 	<p>「あったかふれあいセンター」の実施状況</p> <p>H21 → H22 → H23</p> <p>市町村： 22市町村 → 30市町村 → 31市町村</p> <p>事業箇所： 28ヶ所 → 39ヶ所 → 40ヶ所</p> <p>新規雇用： 76人 → 113人 → 122人</p>	
◆産学官連携による新産業の創出	<p>県内の産学官の連携を強化し、相互の情報共有や交流を促進するとともに、学の研究開発機能を活かした新産業創出を図るため、県内企業による事業化の可能性の高い産学官共同研究を重点的に支援する。また、県内の産学官連携の仕組みづくりを行い、科学技術を活かした産業振興や地域活性化を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・産学官連携会議の設置及び開催 ・産学官連携会議運営委員会の開催 ・産学官連携推進チームの発足と活動開始 ・中期テーマの共同研究委託事業の実施 ・工業技術センター食品加工研究棟の整備 ・地域イノベーション戦略地域への応募 ・高知グリーンイノベーション推進協議会の設置 	<ul style="list-style-type: none"> ・産学官連携会議等の役割や推進体制について確認し、産学官連携を推進する体制が整った。 ・産学官連携会議を開催し、本県の産業振興に資するための取組を開始した。 ・中期テーマの共同研究事業の実施により「産学」連携の共同研究が進捗している。 ・工業技術センター食品加工研究棟の完成により、食品加工関連の共同研究がさらに推進されている。
◆工業団体と他の産業団体等との連携を推進し、ニーズに基づく研究開発を促進【再掲】	取組方針「1.地域経済を牽引する工業の活性化」、施策「(1)ものづくり企業の強化 ①地場企業の振興」に掲載		
◆「ものづくりの地産地消」に関する総合相談窓口の設置【再掲】	取組方針「1.地域経済を牽引する工業の活性化」、施策「(1)ものづくり企業の強化 ①地場企業の振興」に掲載		
◆情報関連の研究開発や組込みソフトなど新たな分野の取組に向けた人材育成・確保を支援	<p>製造業や流通業・販売業などあらゆる産業の基盤となっている情報関連産業を支援するため、関係団体や大学との意見交換会を実施し、高知県で必要とされる高度IT人材育成のための勉強会の開催や、県内情報関連企業の新たな事業化に向けた取組に対する支援施策について検討する。</p>	<p>【H21】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内情報関連産業界の取り組み方針を共有するために（社）高知県情報産業協会との意見交換会を実施。 ・国、県、（社）高知県情報産業協会が連携して、「クラウド時代に向けた情報サービス研究会in高知」を3回開催。（主催：四経局、共催：高知県） <p>【H22】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・（社）高知県情報産業協会が、クラウドを活用した新たなビジネスについて検討する「クラウド研究会」を設立。 ・（社）高知県情報産業協会の主催で、クラウドやスマートフォンアプリ開発をテーマに「地域情報化セミナー」を開催。（後援：高知県） ・高知県の主催でクラウドやスマートフォンを活用した、ビジネスの現状と今後の展望をテーマに「高知県スマートフォンセミナー」を開催。（協賛：情産協） <p>【H23】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四国四県の情報関連団体が連携して「四国中小企業利活用（クラウド利活用）基盤整備事業」（四経局）を受託。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「クラウド時代に向けた情報サービス研究会in高知」の開催により、新たな情報サービスの展開に向けた取り組みの方向性が明らかになったことが、県内企業による「クラウド研究会」の設立につながった。 ・「地域情報化セミナー」には56名、「高知県スマートフォンセミナー」には120名が参加した。 ・四国四県の情報関連団体と連携して、クラウドを活用したビジネスモデルや人材育成の仕組みについての検討を開始した。

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABC の 4段 階評価	
	<p>・高知コンテンツコンテストについては、商談継続中で、いまだ商談成立には至っていないものの、東京において、コンテンツのビジネス化を試みる場を提供することができ、実際に参加したクリエイターの意識向上につながり、高知県クリエイターのPRができた。</p> <p>・コンテンツビジネス起業化支援事業については、事業化プランに認定した企業から実際にスマートフォン向けアプリが製品化され、事業化が実現した。</p> <p>これにより、県外施設のアプリの商品化にもつながっている。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツコンテスト ・応募作品数の増とビジネス化に向けた意識の向上 ・コンテンツビジネス起業化支援事業 <p>収入増、雇用増に大きくつながるプラン検討が難しい。</p> <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツコンテスト ・一般クリエイターからの応募増に向けた対応と、県外ハイヤーに向けた積極的なPRの実施。 ・コンテンツビジネス起業化支援事業 <p>当面は、産業創出の可能性のあるゲーム産業に重点をおいて取り組む。</p>
	<p>日頃出かけたり、話す機会が少なかった高齢者の方が「あったかふれあいセンター」に集うことで喜びや生きがいを感じていただいております。子どもと高齢者の世代を超えたふれあいも生まれています。また、「あったかふれあいセンター」を通じて高齢者の送迎や買い物サービス、介護者や保護者の急病の際の一時預かりなど、新たなニーズの掘り起こしと生活課題へのサービス展開も図られてきています。</p> <p>さらに、実態把握や事業分析を通じて「あったかふれあいセンター」として求められる機能が明確化されてきており、地域の実情に応じたサービス提供、機能強化を図っていくことが求められる。</p>	A	<p>ふるさと雇用再生基金を継続活用しながら、それぞれの「あったかふれあいセンター」ごとに分析と検証を進め、市町村と目指す姿を共有し、既存施策・制度の活用を含め、平成24年度以降の事業継続に向けた具体的な施策とする。</p>
<p>(目標)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中期テーマの研究が3件程度開始 <p>(実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H23.6に中期テーマの共同研究事業の公募開始 ・審査委員会を経て、9月上旬に2件、10月末に1件採択見込み 	<p>・産学官の情報共有や交流促進のプラットフォームとして産学官連携会議を設置することで、産学官による県内の産業振興や地域活性化に資するためのスキームが確立された。</p> <p>・県内の産業振興に向けて、大学等の研究シーズと企業ニーズをマッチングさせるための具体的な取組が産学官の連携によって開始された。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・共同研究委託事業における中期の研究テーマの発掘、進捗管理 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産学官連携会議での情報共有や意見交換を重ねながら、共通の研究テーマを見出し、実施可能なものから、その具体化取組を図る。 ・次年度以降も中期テーマ共同研究委託事業を継続し、産学官連携の推進と産業振興の取組を継続的なものにしていく。
	<p>・クラウドやスマートフォンを取り巻く現状や課題など、今後具体的な取組を進めていくうえで必要な情報を共有することができた。</p> <p>・クラウド研究会の設立や国の事業の受託により、県内企業によるクラウドを活用したビジネスモデルの検討や人材育成に向けた取組が開始された。</p>	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クラウドを活用した実現可能性の高いビジネスモデル案の策定 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「クラウド研究会」から出されるビジネスモデル案に対しては、国の事業の活用や、国への新たな支援制度の創設の働きかけなどによる支援を検討する

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
<p>◆研究開発から事業化まで、一貫した支援体制の構築による新産業の推進</p> <p>成長が期待され潜在力のある分野（食品、天然素材、環境、健康福祉、コンテンツ）での新たな事業化への取組みや、これまで地域で行われてきた産学官の研究開発の成果を生かした事業化への取組みに対して、開発から生産、販売まで一貫した支援を行う体制を整備し、各取組の支援を行う。</p>		<p>○テーマ別研究会関連</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会員企業の訪問（82社） ・テーマに関連する企業、団体等の訪問（31社） ・テーマ別研究会への参加（25回） ・セミナー、イベントへの参加（5回） <p>○こうち産業振興基金事業を活用した産業振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業訪問、プロジェクト会議への参加（22社） ・セミナー、イベントへの参加（8回） 	<p>○テーマ別研究会関連</p> <p>①事業化プラン認定件数 27件（H21～H23）</p> <p>②他の支援事業を活用した事業化支援 5件（H22～H23）</p> <p>③事業化プラン作成準備中（事業化プラン作成企業の掘り起こし） 22件（H23.8末現在）</p> <p>④研究会発事業化プランの事業化状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業化件数（商品が完成し、販売を開始） H21年度認定（4件のうち）：3件 H22年度認定（17件のうち）：15件 H23年度認定（6件のうち）：5件 ※他の4件の状況 ・商品が完成し、販売開始準備中：1件 ・試作品が完成：3件 ・研究会発事業化プランの売上・新規雇用状況 売上高増加額（H23.5末現在）：116百万円 新規雇用数（H23.5末現在）：18名 <p>⑤研究会発事業化プランの売上・新規雇用数（見込み）</p> <p>売上増加額（事業化プラン実施5年後）</p> <ul style="list-style-type: none"> H21認定（4件）：301百万円 H22認定（17件）：1,395百万円 H23年度（6件）：505百万円 <p>新規雇用数（事業化プラン実施5年間）</p> <ul style="list-style-type: none"> H21認定（4件）：17名 H22認定（17件）：51名 H23認定（6件）：15名（合計：83名） <p>○こうち産業振興基金事業を活用した産業振興</p> <p>概ね計画通りに研究開発が進捗</p> <p>①地域研究成果事業化支援事業の採択件数 14件（H19～H23）</p> <p>②地域研究成果事業化支援事業終了後、引き続き研究開発を実施中（試作品開発済み） 4件（H19～H21採択分）</p> <p>③地域研究成果事業化支援事業で研究開発を実施中 9件（H21～H23採択分）</p>
(2) 1次産業との連携（1.5次産業の推進）・1.5次製品の販売促進			
<p>〈生産・加工分野〉</p> <p>◆1次産業との連携に向けた新たな仕組みづくり</p> <p>地産外商商品ブラッシュアップ支援事業により、地産外商会社が実施するテストマーケティングの結果を踏まえて事業者が行う商品の改良等の取組を支援</p>		<p>・テストマーケティング後の評価を事業者へフィードバックおよびブラッシュアップ補助金制度活用PRを実施（事業者個別訪問：県＋地産外商会社）</p> <p>・「まるごと高知」テストマーケティング</p> <p>22年度実施分 20事業者、38商品</p> <p>23年度6月末まで実施分 6事業者、8商品</p>	<p>・ブラッシュアップ補助金</p> <p>22年度 申請1件→交付決定1件 （補助金額 1,000千円）1事業者、2商品</p> <p>23年度6月末現在 申請2件→交付決定2件 （補助金額 1,005千円）2事業者、3商品</p> <p>・事業実施により、商談が成立するなどの成果もあがってきている。</p>
<p>◆公設試験研究機関が行う技術支援の充実</p> <p>機械・金属、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成（専門技術研修等の実施、食品加工特別技術支援員及び機械金属加工特別技術支援員の配置、技術指導アドバイザーの派遣）</p>		<p>①各種技術研修の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> (H21) 26コース 136日間 (H22) 38コース 134日間 (H23) 10コース 28日間 <p>FBC現場実践学、濁酒製造技術、溶接、熱処理、不良解析など</p> <p>②③特別技術支援員</p> <ul style="list-style-type: none"> 企業・団体等を訪問して、技術支援ニーズの把握及び技術支援を実施。 <p>④技術指導アドバイザー</p> <ul style="list-style-type: none"> (H21) 19名登録 (H22) 9名登録 (H23) 7名登録 	<p>①各種技術研修の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> (H21) 734名参加 (H22) 961名参加 (H23) 187名参加 <p>②食品加工特別技術支援員による技術支援等</p> <ul style="list-style-type: none"> (H21) 技術支援73件、商品化5件 (H22) 技術支援151件、試作120件、商品化2件 (H23) 技術支援61件、試作93件、商品化7件 <p>③機械金属加工特別技術支援員による技術支援等</p> <ul style="list-style-type: none"> (H22) 42件 (H23) 22件 <p>④技術指導アドバイザー技術指導</p> <ul style="list-style-type: none"> (H21) 47回 (H22) 39回 (H23) 10回

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABC の 4段 階評価	
<p>【評価指標】 事業化件数 (商品開発が終了し販売を開始)</p> <p>【目標】 30件 (H21～H23)</p> <p>↓</p> <p>【実績】 23件 (H23.8末現在)</p>	<p>○テーマ別研究会関連</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H23目標30件に対し、23件が事業化、4件が試作品完成。 ・事業化後の売上高の増加や新規雇用の創出については、まだ十分な成果が出ているとは言えない。 ・商品が完成し、これから本格的に販売促進する取組みも多く、今後に期待できる。 <p>○こうち産業振興基金事業を活用した産業振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・補助事業を終了した5件のうち4件については、最終製品に向けて研究開発を継続している段階であり、今後の成果が期待できる。 ・補助事業実施中の6件については、概ね計画どおり研究開発が進んでいる。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○テーマ別研究会関連 事業化後の売上高の増加や新規雇用の創出 ○こうち産業振興基金事業を活用した産業振興への支援 こうち産業振興基金事業の成果の事業化 <p>【方向性】 これまでの取り組みを継続し、強化する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○テーマ別研究会関連 <ul style="list-style-type: none"> ・事業化プランの素案策定段階などの早期から支援参画し、事業化プラン作成に向けた取組みの加速化を図る。 ・外部の専門人材の活用とともに、支援ツールを持つ部署、産振センターなど産業支援機関及び工業技術センターなどの公設試等と連携した支援を行う。 ○こうち産業振興基金事業を活用した産業振興 <ul style="list-style-type: none"> ・事業終了時の進捗状況や課題を整理し、事業化に向けた支援を行う。
	<ul style="list-style-type: none"> ・テストマーケティングの結果により、参加事業者は商品に対する消費者の声や専門家の評価を受け、今後のパッケージ作成や商品戦略づくりのための課題等を認識することができた。 ・商品の磨き上げによって新たな商談成立がなされるなどの成果もあがり、また新しいチャレンジも可能になるなど、県産品の販路開拓・販売拡大が期待され、魅力ある商品づくりが進められている。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・まるごと高知におけるテストマーケティングへの参加事業者が当初の目標より少なく、ブラッシュアップ支援事業の対象となる事業者が限られている。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テストマーケティングへの参加をまるごと高知報告会等で定期的にPRするなど、引き続き積極的なテストマーケティングへの参加の呼びかけと事業のPRを行う。 ・産振センターによるテストマーケティングへの旅費補助制度を継続して活用し、事業者の負担軽減を図る。 ・事業実施後の成果について追跡調査を行う必要がある。
<p>H21～H23：14 コース400人(年間)</p> <p>(H21) 26コース 734名参加</p> <p>(H22) 38コース 961名参加</p> <p>(H23) 30コース 800名参加(見込み)</p>	<p>①企業から要望に沿った研修を実施することで当初計画以上の参加が得られている。また、目標とした溶接の合格率の向上についても、成果が出ている。</p> <p>溶接技能者認証試験：合格率90% (20名受験18名合格)</p> <p>溶接管理技術者試験2級：合格率100% (8名受験)</p> <p>②③企業からの相談に応えるとともに、職員の資質向上へのアドバイスも行った。さらに、研修の講師としても活動した。</p> <p>④職員や特別技術支援員だけでは指導できない技術的課題について、企業ニーズに応じて技術指導アドバイザーを派遣した。</p>	S	<p>【課題】</p> <p>技術レベルに対応した研修カリキュラムの設定。</p> <p>【方向性】</p> <p>引き続き、企業・団体からの要望に沿った研修カリキュラムや技術支援を実施するとともに、技術レベルごとに必要な研修を提案していく。</p> <p>また、資格試験合格率の向上を図る。</p>

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱		具体的な取組み	具体的な成果
取組方針		〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
施策			
これからの対策			
◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援	成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援を実施するため、食品関連の企業や専門家等で構成する研究会を設置し、研究会参加者が持つ様々なアイデアや事業化に向けた試みについて、参加者相互の交流を通して新たなビジネスの創出に結びつけ、事業化の実現をより効果的に進めていく。	<p>1 事業化プラン作成に向けた取組みの加速</p> <p>(1) 意欲のある企業の参加促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四国銀行（包括協定）や産業振興センターとの連携強化による参加促進 ・食品産業研究会会員数（企業+支援機関）の推移 65(H21)⇒87(H22)⇒94 (H23.8末) <p>(2) 事業化に向けた企業間連携の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業ごとに配置した支援担当責任者を中心とした個別マッチングや研究会での自己PR・プレゼンの場の提供等 【研究会の開催実績】 H21年度：7回（参加者：234社、315名） H22年度：6回（参加者：146社、177名） H23年度：3回（参加者：107社、131名） <p>(3) 個別支援アドバイザーの拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・個別支援アドバイザーの派遣数 H21：12社（17回） H22：20社（50回） H23：12社（27回） 合計（延べ）：44社（94回） <p>※上記の他に、研究会リーダーやチーフアドバイザー、公設試等の研究会専門家チームによる個別支援を実施</p> 【個別事業化支援実績】 ※上記、個別支援アドバイザーの派遣を含む H21：35社（技術：10、販路開拓：20、両方：5） H22：37社（技術：11、販路開拓：11、両方：15） H23：21社（技術：8、販路開拓：10、両方：3） 合計（延べ）：93社 <p>2 研究会発事業化プランに対する「ゼロ・アップ」の充実</p> <p>(1) 支援体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・体制を強化した産業振興センターとの連携による企業訪問・支援体制の強化 <p>(2) チャレンジ企業支援事業（こうち産業振興基金）の利便性向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・研究会で事業化プランの認定を受けると、チャレンジ企業支援事業（補助金：複数年利用可）に直接申請できる仕組みに改正（H23年度） 	<p>1 事業化プラン認定件数</p> <ul style="list-style-type: none"> H21年度：1件 H22年度：7件 H23年度：2件 合計：10件 <p>※高齢者が飲み込みやすい柔らかい食品や県内産のグアバを使ったお茶の開発など</p> <p>2 事業化プラン作成準備中（事業化プラン作成企業の掘り起こし）</p> <ul style="list-style-type: none"> H23.8末現在：9件 <p>3 研究会発事業化プランの事業化状況</p> <p>(1) 事業化件数（商品が完成し、販売を開始）</p> <ul style="list-style-type: none"> H21年度認定（1件のうち）：1件 H22年度認定（7件のうち）：6件 H23年度認定（2件のうち）：1件 合計：8件 <p>※他の2件については、試作品が完成</p> <p>(2) 研究会発事業化プランの売上・新規雇用状況</p> <ul style="list-style-type: none"> 売上高（H23.5末現在の累計額）：69百万円 新規雇用数（H23.5末現在）：12名 <p>4 研究会発事業化プランの売上・新規雇用数（見込み）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○売上高（事業化プラン実施5年後） 10件合計（H21～H23認定）：736百万円 ○新規雇用数（事業化プラン実施5年間） 10件合計（H21～H23認定）：26名
◆マーケットインのものづくり	首都圏アンテナショップ「まるごと高知」を拠点とした首都圏実需者に対する外商活動の実施や、県内事業者との連携により店頭で行うテストマーケティング活動の実施	平成22年8月21日に首都圏における地産外商の拠点としてアンテナショップ「まるごと高知」設置	<p>平成22年度</p> <ul style="list-style-type: none"> 来店者 約44万3千人 物販売上 約1億4千9百万円 飲食売上 約9千8百万円 個別企業への訪問 269件（うち新規企業101件） 高知フェアの開催 23件 「まるごと高知」を活用した試食・商談会31回 「食の大商談会」の開催、スーパーマーケット・トレードショーへの出展 →小売、卸、飲食店などへの定番採用・短期採用合わせて444件 店舗を利用したテストマーケティング 20事業者38商品 POSレジデータの県内事業者へのフィードバック 1,400商品
〈流通・販売分野〉			
◆流通販売機能の強化	地産外商公社による専門小売店等との商談会・高知フェア及び全国的な展示商談会（スーパーマーケット・トレードショー等）へ高知県としてブースを出展し、県産品の販路拡大の機会を提供するための支援	<p>(H21)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・09食博覧会・大阪への出展（8社） ・スーパーマーケット・トレードショーへの出展（10社） ・販路開拓・拡大セミナーの開催（3回、123名） ・コンビニエンスストアとの包括業務提携（2件） <p>(H22)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・展示商談会件数 13件（食の大商談会2010、第45回スーパーマーケット・トレードショー2011など 出展者271社） ・高知フェア件数 99件 ・展示商談会出展に係る販路開拓・販売拡大セミナーの開催（3回、88名） 	<p>(H21)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スーパーマーケット・トレードショーへの出展では、高知県選者の事業者10社で、商談成立10件、商談中102件（H22年2月23日時点） ・コンビニエンスストアとの包括業務提携では、県産食材を使用した商品が13点、また、県産食材を使用した商品開発等のための定例的な協議の場ができるなど、継続的な県産品の販売につながった。 <p>(H22)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食の大商談会の成約件数は126件（H23年3月末時点）、スーパーマーケット・トレードショーの成約件数は72件（H23年3月末時点）。

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABC の 4段 階評価	
	<ul style="list-style-type: none"> 研究会会員の事業化の実現に向けて、マーケティングをテーマとしたセミナーの開催やマッチング支援を実施。また、これまでに、述べ93社に対して、個別支援アドバイザーの派遣（延べ：44社、94回）をはじめとした研究会専門家チーム（研究会リーダーやチーフアドバイザー、公設試等）による個別支援（技術支援・販路開拓支援等）を実施。 その結果、これまでに10件の事業化プランを認定。そのうち8件が、既に事業化を達成し、売上高は6千9百万円（累計額）増加。事業化に伴い12名を新規雇用。その他の認定プラン2件についても試作品が完成し23年度内の事業化を見込んでいる。 また、これらの認定済み事業化プランの他に、プランの作成に向けて具体的に準備を進めている取組みが9件あり、現在、その取組みごとの課題やニーズに応じた個別支援アドバイザーを派遣するなどして、事業化プランのブラッシュアップ支援を実施中。 また、研究会会員の募集では、産業振興センターや四国銀行（包括協定）等の関連機関の協力を得て、23年度も新規会員21社を含む94の企業等にご参加いただいている。今後も、年度後半に向けて、事業化プランの作成に取り組む企業の創出や事業化プランのブラッシュアップ支援等を実施していく。 食品産業研究会では、個別支援アドバイザー派遣等の事業化プランのブラッシュアップ支援により、事業化プランの認定件数やプランの作成に取り組む企業が増加しており、一定の成果が出ている。今後は、さらに研究会での事業化支援を促進することで成果の拡大を図っていく。 	A	<p>【課題】</p> <ol style="list-style-type: none"> 事業化プラン作成に向けた取組みの加速 研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実 <p>【方向性】</p> <ol style="list-style-type: none"> 事業化プラン作成に向けた取組みの加速 <ol style="list-style-type: none"> 意欲のある企業の参加促進 <ul style="list-style-type: none"> 県企業訪問チームや産業振興センター（ものづくり地産地消センター）、包括協定を結んでいる金融機関等の関連機関との連携強化による企業情報の収集、研究会への勧誘（支援対象企業の掘り起こし） 事業化に向けた企業間連携の促進 <ul style="list-style-type: none"> ものづくり地産地消センターとの連携強化による個別マッチング支援の促進 研究会でのプレゼンテーションの場の提供や素材生産者とのマッチング、個別相談会の開催など 個別支援アドバイザーの拡大 <ul style="list-style-type: none"> 事業化プランの素案作成段階からの早期の個別支援アドバイザーの派遣 研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実 <ol style="list-style-type: none"> 支援体制の強化 <ul style="list-style-type: none"> 支援コーディネータ（新事業創出支援チーム）の活用を促進することで、研究会発事業化プランの実現に向けて取り組む各企業の課題やニーズに応じた、迅速で、きめ細やかな支援を実施 販売促進に関する支援の強化 <ul style="list-style-type: none"> 研究会発事業化プランの実現に向けて、最も大きな課題である販売面の課題を解決するため、見本市・商談会への出展支援やテストマーケティング（まるごと高知、てんこす等）の場の提供、個別マッチング支援、販路情報の提供などの支援を強化
	「まるごと高知」を拠点とした外商活動により多様な販路の拡大が進みつつある。	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 店舗を活用した外商活動を行うためには、売場そのものの魅力を高め、来客数と売上金額の確保が必要。 多くの県内事業者の商品の出品などの参加を促す必要がある。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 今後は、「まるごと高知報告会」の定期的な開催などの取組を通じて店舗や外商活動で得た情報をタイムリーにフィードバックし、県内事業者との連携を深めるとともに商品情報を収集し店舗の充実と販路の拡大を図る。
	<ul style="list-style-type: none"> 高知フェア等の開催を含めた各種PR活動を通じて、次年度以降のフェアの開催などネットワークづくりに繋がった。 「食の大商談会」を官民協働で地元開催したことにより、県産品のPR及び販路開拓・販売拡大に繋がった。 業界最大の展示商談会「スーパーマーケット・トレードショー」に出展することにより、販路開拓・販売拡大に繋がるとともに、商品に対する評価等を来場者（バイヤーなど）から受けることができた。 	S	<ul style="list-style-type: none"> バイヤーからの意見等をふまえ、更なる商品の磨き上げを進めていく必要がある。 商談会等において県産品を効果的にアピールできるように、出展者等と調整し、「高知」を一体的に打ち出し、商談に繋げるよう支援していく。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
	<p>◆流通販売機能の強化</p> <p>県内商工業者に対し、eコマースサイト運営者等と協力してセミナーを開催することなどによって、最新のeコマースに関する知識の普及を促し、県内商工業者が県外市場への販路開拓のツールとしてeコマースを活用できるようにする。</p>	<p>・インターネットを活用した県産品販売を促進するため、セミナーや個別相談等を開催</p>	<p>【セミナー開催】 [平成21年度] ・5回開催 ・参加者300名、参加企業等190団体 [平成22年度] ・4回開催 ・参加者155名、参加企業等109団体</p> <p>【個別相談等】 [平成23年度] ・相談会を7月12日より毎月2回程度開催予定 ・eコマース参入のノウハウや手順、必要資金等について個別指導を行う。</p>
	<p>◆流通販売機能の強化</p> <p>貿易促進コーディネータや海外事務所が、貿易相手先とのマッチングを考慮し、県内企業のニーズなどを把握しながら、きめ細やかな海外展開が図れるように取り組む。また、県内企業との間で、食品、農林水産物などの勉強会を開催して、海外展開への動機付けや企業力の向上を図るとともに、輸出商社による国内商談会や海外事務所管内での海外商談会を開催し、海外展開の活動を強化する取り組みを進める。</p>	<p>・貿易促進コーディネーターを配置して、県内企業の海外展開のサポートを実施。 ・セミナー、商談会、展示会、フェアの開催や支援。 平成21年度：セミナー（7回）、国内商談会（1回）・海外商談会（2回） 平成22年度：セミナー（7回）、国内商談会（2回）・海外商談会（1回）、見本市・フェア（4回） 平成23年度（6月末まで）：台湾食品オリエンテーション（4月）、フランスゆず賞味会（6月）、香港そごう夏の味フェア（6月） ・四国4県連携による事業の実施 平成21年度、平成22年度 ：伊勢丹シンガポール四国フェア 上海事業（シティショップ常設売場、四国アンテナショップ） 平成23年度：伊勢丹シンガポール四国フェア</p>	<p>・貿易促進コーディネーターは、積極的に県内企業を訪問して海外展開に向けたサポートを実施。（H21年度は延べ316件、H22年度は延べ396件）。 ・セミナー、商談会、展示会、フェアへの参加を通じて、サンプル提供や見積もり受注の機会が増大。貿易促進コーディネーターの尽力により商社等を通じて海外向けルートが確保されるとともに、県内企業の海外向け販促活動におけるノウハウが積みあがってきている。 ・四国4県連携による事業の実施により、海外における四国の知名度の向上に寄与。伊勢丹シンガポール四国フェアは平成23年度で3回目の開催となり、ゆず製品についてはリピーターも出てきている。 （高知県売上分）平成21年度：450万円 平成22年度：566万円 平成23年度：717万円 ・海外事務所（シンガポール・上海）のサポートによる取扱および成約件数の増加 平成21年度：サポート 98件/成約29件 平成22年度：サポート107件/成約37件 ・海外初挑戦企業の増加 平成21年度：8社 平成22年度：7社 ・主な見本市・フェアにおける成約件数・売上 平成21年度：香港商談会 のべ35品目成約 平成22年度：FHA（シンガポール食品見本市） 512万円（成約金額） 香港そごう高知フェア 498万円（売上金額）</p>
	<p>◆マーケットインのものづくり【再掲】</p>	<p>専門分野【商工業分野】 戦略の柱「1.外貨を稼ぐ商工業」 取組方針「1.地域経済を牽引する工業の活性化」 施策「(2)1次産業との連携（1.5次産業の推進）＜流通・販売分野＞」 「◆流通販売機能の強化」に掲載</p>	

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性 〔 戦略の見直し、再構築する場合の具体的な内容 〕
	〔 これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 〕	SABC の 4段 階評価	
	<p>【セミナー開催】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・eコマースの有用性について啓発を行う機会となった。 ・参加者の意見として、セミナーや勉強会等の開催についての要望はあるが、それと同程度にITの相談窓口の設置、顧客や売上の増のための運営ノウハウの個別指導を望む声も上がっている。 ・講座の内容についても、初心者向けのセミナーを望む声以上に経験談や運営に関わるセミナーに関する要望が多く、より実務的なセミナー等の実施についての検討が必要。 <p>【個別相談等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H23年7月度から開始した事業であるため、現在のところ利用者は限られているが、今後は、より多くの事業者の利用を増やすため、PR等を行い、関係者への周知を図る。 	A	<p>【セミナー開催】</p> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・初心者を対象とする入門編となるセミナーの開催であり、もう一段実務に踏み込んだ講座内容の充実が必要 ・セミナーの開催だけを行っており、事業者が具体的なeコマースの取り組みを行う際のフォローを行っていくことが重要。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経験談やeコマースの運営に関するセミナーといった講演内容の検討を含め、産業振興センターや商工会議所等の他の機関との情報交換、連携を行い、セミナーの効果的な実施に努めていく。 ・ITの相談窓口や運営ノウハウを持っている専門家等の支援を行う関係機関等と連携して、事業に取り組む事業者への支援体制の構築に努める。 <p>【個別相談等】</p> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業の周知及び事業者ごとのニーズ（事業化プラン）に応じた対応 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォンなどモバイル端末に対応したコンテンツ作り
	<ul style="list-style-type: none"> ・平成21年度から配置された貿易促進コーディネーターによる国内・海外でのサポートと海外事務所（シンガポール・上海）のサポートにより、新たに貿易に取り組む企業が増加しつつある。また、貿易促進コーディネーターの活動により商社等を通じた輸出ルートの開拓ができた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出可能商品の発掘や企画・開発支援、新たな輸出ルートの開拓とパートナーの確保に今後も継続し取り組む。海外に販路開拓を目指す県内企業のサポートについては民間（ジェトロや商社等）と連携して取り組み、海外からの輸入ビジネスについても海外事務所との連携によりサポートを行っていく。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
(3) 海洋深層水の利用拡大			
① 既存産業界との連携による販路拡大の支援 ◆新たな需要の創出と販路の開拓 ・首都圏をはじめとする大消費地での情報発信と販売力の強化 ・海洋深層水の特性を整理し、今後の利用拡大に向けた方策の取りまとめ		・高知海洋深層水企業クラブと連携し、スーパーよさこい/じまん市や爽りのフェスティバルなど首都圏でのPRを実施（平成21年度5回、平成22年度3回、平成23年度1回） ・県外の量販店や卸売事業者約2,000先へ商品カタログ紹介実施（平成21年度1回、平成22年度2回） ・イオン（株）との包括業務提携に向けた事業提案、深層水関連商品の販売及びフェアについての提案・活用事例調査等委託事業の発注に向け、実施内容の検討 ・まるごと高知を活用しての販路拡大の取組み（連携の取組みとリンク）	・エンドユーザー及びバイヤーに対して海洋深層水関連商品の認知が図られた。 ・平成22年度 出展社数：延べ59社、出展品目：延べ152品目 ・平成22年度 サンプル送付5件 ・県内2店舗での深層水関連の商品数拡大（20品目から58品目に増加） （新たに販売された商品：麺類、天ぷら、ゼリーなど）
◆海洋深層水のブランド力の強化 ・国内の他の取水地との連携を図り、首都圏で深層水のPRを行うことで海洋深層水のブランド力を強化する。		・各取水地との全国海洋深層水取水地連携事業にかかる調整 ・富山県のアンテナショップを会場に、合同で「海洋深層水フェア」を実施（飲料水16種類の商品及びまるごと高知のパンフレット展示） ・海洋深層水の取水地がある首都圏のアンテナショップ5店舗（まるごと高知含む）で「海洋深層水フェア」を開催	・期間中約1500人の来場者があり、まるごと高知への誘導が図られた。 ・まるごと高知前週比：レジ通過数103.9%、海洋深層水関連商品販売額114.2%
◆観光・物産事業者との連携強化による販売促進 ・道の駅や土産物店でのPR戦略の検討		・海洋深層水の特性や関連商品、海洋療法（タラソセラピー）をはじめとする室戸地域をまるごとPRする「深層水DVD」を作成。 ・県内の道の駅や量販店など40箇所で深層水コーナーを設置し、DVDを活用してPR ・「えいもんこじゃんと市」（てんこす）でのPR活動支援（深層水商品の展示・PR、ティーパーティー及び室戸ジオパーク関連のパンフレット配布によるPR、DVD放映、深層水（硬水・軟水）の試飲）	・一般消費者に対して海洋深層水関連商品の認知及びイメージアップが図られた。 ・てんこすでは、DVDを活用した室戸や深層水関連商品のPRを継続中。（深層水商品の取扱い 12社 28品目） ・「えいもんこじゃんと市」出展社数：13社、出展品目：34品目 ・アンケート調査実施（約300人）
② 新分野への利用拡大に向けた研究開発 ◆基礎的研究の再チャレンジ ◆新たな利用分野への展開 ◆未知なる活用法の探索 海洋深層水の新分野への利用拡大に向け、基礎的研究の再チャレンジ、新たな利用分野への新展開、未知なる活用法の探索のための研究を行う。		・県内外の様々な大学や研究機関、支援財団等との連携活動を行った。 ・様々な分野の研究者との情報交換や協議を行った。 ・新たな分野への共同研究を大学や企業と連携しながら実施した。 ・新たな活用法を探るための海洋深層水の研究用分水や予備研究を実施した。 ・講演や研修、寄稿等で海洋深層水の新たな活用の可能性を広報した。	・共同研究等の契約・実施件数 H21：6件 H22：7件 H23：6件 ・研究用等分水の実績 H21：17回 H22：46回 H23：12回 ・研究等課題数 H21：6課題 H22：6課題 H23：6課題
2 地域経済に貢献する商業の活性化			
・商業振興 ◆消費者ニーズに応じた商業の展開・促進 重点指導の取組みの強化、充実を図るとともに、経営指導員の意識改革を一層進め、中小企業者の経営革新や創業等の取組みへの支援の充実を図る。 このため、経営指導員の実施している重点指導への指導支援の継続実施、平成21年度より、高知県商工会連合会、高知商工会議所による経営指導員に対する既存研修の内容充実を図るとともに、重点指導事業に係る研修を新たに実施する。		事業者の経営課題の解決を支援する商工会・商工会議所の経営指導員に対し、重点指導先事業所を選定し、年間を通してヒアリングや専門家派遣等を行い経営支援能力の向上を図る。最終的には、経営計画の策定や経営革新計画等の認定を目指す。	H21年度（1経営指導員3件程度） 77経営指導員に対し181件実施 重点指導事業にかかる研修 3回開催 計53名参加 H22年度（1経営指導員1件を原則） 70経営指導員に対し78件実施 ・経営革新認定：香南市1、南国市1、土佐市1、高知市1、須崎市1 ・新商品開発・販路開拓：日高村1、中土佐町1、黒潮町1、大月町1、高知市1 ・創業、新事業展開：大豊町1、本山町2、いの町1、四万十町1 ・事業承継：香美市1 ・経営改善：室戸市2、香南市1、香美市2 上記等を通じて、経営指導員の経営支援能力が向上した。 重点指導事業にかかる研修 3回開催 計75名参加 H23年8月末（1経営指導員1件を原則） 54経営指導員に対し56件実施 小規模事業者等支援事業（国委託事業）を活用し、外部専門家との連携による支援を実施1件【芸西商工会】

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABC の 4段 階評価	
	<ul style="list-style-type: none"> ・まるごと高知を活用して深層水商品を広く周知を図るよう取り組んでいるが、まだまだ認知がされていない。 ・今年度、改めて、深層水の効果・効能を整理し、科学的根拠のもとに実用化の可能性を探っていくようにしている。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信力不足 ・海洋深層水の特性を整理し、今後の利用拡大に向けた方策の提案を受け、いかに活用していくか。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地産外商の推進策として、引き続き首都圏での情報発信と販売力の強化に取り組み、加えて地産外商会社ともタイアップして販路開拓を推進する。 ・引き続き、コンビニ等との包括業務提携による事業提案を継続 ・県内企業の新商品開発の誘発、試験研究機関の研究の促進 ・海洋深層水の効能や有用性に関する情報を取りまとめ、県内企業等の新たな商品開発や実用化研究を支援する。
目標：155億円 ↓ H23：135億円	<ul style="list-style-type: none"> ・各取水地の深層水産業の位置づけに対する違いがあることから、全取水地での取り組みが思うようにできていなかったが、平成23年度はアンテナショップ5店舗での連携した取り組みを行った。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内の取水地との連携による、「海洋深層水の魅力」を全国に向けてのPR及び海洋深層水のブランド力の強化 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各取水地に働きかけて、共に実施できる取り組みを検討し、実践に移していく。
	<ul style="list-style-type: none"> ・てんこすを中心に、観光・物産事業者との連携により、海洋深層水の魅力を多くの人に理解していただいた。 （てんこすでは、店内でDVDを見た県外客が星野リゾートウトコの情報を問い合わせるなどの効果あり） 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・てんこすなど観光・物産事業者でのPR戦略 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、てんこす等でDVDを活用して、室戸や深層水関連商品のPRを実施する。 ・てんこす等の物販事業者と連携した新たな深層水関連商品（土産物など）の開発支援
	<ul style="list-style-type: none"> ・各種の活動が人的交流や課題数増加につながり、停滞気味であった海洋深層水の利用が幅広い分野で期待できるようになった。 ・新たな分野への研究フィールドとして注目されるようになってきた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・海岸に立地しているため、南海大地震への対応を検討しながら現在の活動を継続していく。
	<ul style="list-style-type: none"> ・個々の経営指導員のスキルレベルに応じた課題を設定し、PDCAサイクルを回していくことが必要、今後経営指導員の客観的な企業支援レベルの設定、年度内の到達目標の明確化と事後チェックを強化し改善を図る。 ・郡部の商工会においては、事業所の数が少ない中、経営計画の策定や経営革新の認定を目指す事業者を重点的に支援する指導先としての選定に苦慮しているところが散見される。 ・経営指導員設置数が1人の商工会において、マンパワーの不足を補うため、県連合会や外部専門家との連携による手厚いサポートが必要で今後体制を強化する。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営支援課と経営指導員という取り組みの枠組みに加えて、経営指導員が自主的にスキルを共有するための、研修等を取り入れていく必要がある。 ・経営指導員のマンパワーの不足 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・計画的OJT等の現場でのスキル向上に加え、集合研修や事例発表による経営指導員のスキル共有化をブロック単位で進める。 ・中小企業診断士国家資格の取得に取り組むことで、体系的な幅広い知識の習得を図る。 ・効果的な経営支援が行える支援機関の組織体制強化の取り組みを加速化する。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
◆ネット市場への出店支援	商工業分野 戦略の柱「1 外貨を稼ぐ商工業」 取組方針「1 地域経済を牽引する工業の活性化」 施策「(2) 1次産業との連携（1.5次産業の推進）」 「◆流通販売機能の強化」 に掲載	商工業分野 戦略の柱「1 外貨を稼ぐ商工業」 取組方針「1 地域経済を牽引する工業の活性化」 施策「(2) 1次産業との連携（1.5次産業の推進）」 に掲載	・新たな商品の開発、販路開拓、経営戦略づくり、事業者の構成員メンバーにおける目的意識の共有等につながった。
◆潜在的な地域資源などの活用による商材開発 産業振興計画に位置付けられた事業等を対象に、各事業が抱える課題に対応した専門家や有識者を産業振興アドバイザーとして派遣することによって、具体的な事業計画の検討、課題解決に対応する。 さらに、全国的な人的ネットワークを有する各界の著名人等を産業振興スーパーバイザーとして委嘱し、高知県の魅力を首都圏に向けて情報発信するとともに、県産品の販路拡大を目指す。	・アドバイザーの派遣（H21年度から23年度6月まで）のべ481回 ・アドバイザー派遣後の進捗状況報告を導入 ・スーパーバイザーの委嘱 H21年度4名 H22年度6名 H23年度5名	・アドバイザーの派遣（H21年度から23年度6月まで）のべ481回 ・アドバイザー派遣後の進捗状況報告を導入 ・スーパーバイザーの委嘱 H21年度4名 H22年度6名 H23年度5名	・新たな商品の開発、販路開拓、経営戦略づくり、事業者の構成員メンバーにおける目的意識の共有等につながった。
◆アンテナショップや産直ショップの出店支援 商店街の空き店舗を活用した新規出店や産直・アンテナショップ等の設置を支援することにより、商店街の活性化を図る。	・商店街等の空き店舗への出店を支援	・商店街等の空き店舗への出店を支援	こうち商業振興支援事業として商店街等の空き店舗への出店者に対して助成を実施 ○高知市内での空き店舗への出店者に対する助成5件 ○空き店舗への出店補助制度の新設（中土佐町1件） 【平成22年度】 ○商店街等での空き店舗への出店者に対する助成10件（高知市内5件、四万十市2件、四万十町3件） 【平成23年度】 ○商店街等での空き店舗への出店者に対する助成4件（高知市3件、安芸市1件）
〈商店街の振興〉			
◆消費者ニーズに応じた商業の展開・促進【再掲】	商工業分野 戦略の柱「1 外貨を稼ぐ商工業」 取組方針「1 地域経済に貢献する商業の活性化」 施策「・商業振興」に掲載	商工業分野 戦略の柱「1 外貨を稼ぐ商工業」 取組方針「1 地域経済に貢献する商業の活性化」 施策「・商業振興」に掲載	
◆人を呼び込む賑わいの仕組みづくり 商工団体らが取り組む商業の活性化事業を支援することにより、商店の利用者である住民に受け入れられ、安定・継続して利用される商店街を目指す。	・商工団体等が行う商業の活性化事業及び地域生活者の利便性の確保を図る取組みを支援	・商工団体等が行う商業の活性化事業及び地域生活者の利便性の確保を図る取組みを支援	こうち商業振興支援事業として商店街等が取り組む振興事業（イベント等）への助成を実施 【平成21年度】 ・イベント等の事業実施団体への助成12件（安芸市1件、高知市7件、四万十市1件、中芸地区1件、香南市1件、土佐市1件） 【平成22年度】 ・イベント等の事業実施団体への助成7件（安芸市1件、四万十市1件、高知市3件、香南市1件、南国市1件） 【平成23年度】 ・イベント等の事業実施団体への助成2件（香南市1件、香美市1件） 【各事業実施による商店街等の活性化】 ・イベントによる来街者の増加 ・マスコミ報道による地域PR ・地域資源の見直しと活用
◆商店街の機能向上支援 商店街の空き店舗を活用した新規出店や産直・アンテナショップ等の設置を支援することにより、商店街の活性化を図る。	・商店街等の空き店舗への出店を支援 ・チャレンジショップ事業実施の意向のあった商店街振興組合等への説明会の開催	・商店街等の空き店舗への出店を支援 ・チャレンジショップ事業実施の意向のあった商店街振興組合等への説明会の開催	空店舗対策事業 こうち商業振興支援事業として商店街等の空き店舗への出店者に対して助成を実施 ○高知市内での空き店舗への出店者に対する助成5件 ○空き店舗への出店補助制度の新設（中土佐町1件） 【平成22年度】 ○商店街等での空き店舗への出店者に対する助成10件（高知市内5件、四万十市2件、四万十町3件） 【平成23年度】 ○商店街等での空き店舗への出店者に対する助成4件（高知市内3件、安芸市1件） チャレンジショップ事業 ふるさと雇用再生チャレンジショップ事業として、商店街の空き店舗を活用して、新規創業者や業態転換を行うチャレンジャーが出店できるチャレンジショップを開設する商店街振興組合等への委託事業を実施 【平成23年度】 ○3団体を委託先として決定（高知市1件、四万十市1件、四万十町1件）

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABC の 4段 階評価	
	アドバイザーの導入により、事業者が直面する短期的な課題の解決には一定の成果があった。		<p>【課題】</p> <p>アドバイザーの内容が、短期的な課題の解決にとどまらず、事業者の自立に向けた能力向上につながり、ビジネスとしてより良い方向に進んでいるか検証が必要。</p> <p>【方向性】</p> <p>アドバイザーに期待する内容を明確にすることで、効果を測り易い仕組みを作り、その後のビジネスの推進に役立てる。また、アドバイザー派遣後の進捗状況を把握する仕組みをさらにブラッシュアップするとともにその状況に応じ、自立に向けたフォローアップを実施することで、事業者の能力向上につなげる。</p>
高知市中心商店街の空き店舗率 H20：15.3%→増加傾向に歯止めをかける H22：13.4%	<p>・平成22年度において、空き店舗率の改善が図られた。</p> <p>景気が回復基調にあったことに加え県補助金や国の助成金の後押しもあり、個人経営の飲食店を中心に開業が増え、空き店舗率が減少した。しかし、高知市以外の商店街では、依然として増加基調が続いている。</p> <p>・平成22年度には、高知市以外の四万十町、四万十市での助成も実施できた。</p> <p>・県の空き店舗対策事業の実施に伴い、空き店舗への出店補助制度を策定する市町村が増加した。 (H21中土佐町、H22四万十市、H23安芸市)</p>	A	<p>【課題】</p> <p>・高知市以外の市町村での利用実績も生まれているが、まだまだ、利用されていない市町村がある。</p> <p>【方向性】</p> <p>・空き店舗の要件等もより活用しやすいものとなるよう見直しを行っていくとともに引き続き、「こうち商業振興支援事業」の周知を図り、事業者に対しての支援を行っていく。</p>
高知市商店街の歩行者通行量 H20：休日 56,341人→減少傾向に歯止めをかける H23.6：休日 66,049人	<p>・平成23年6月において、歩行者通行量の一定の改善が図られた。</p> <p>商店街マップの取組みなど、来街者に向けての取組みが一定の成果を上げたことに加え、龍馬伝効果や高速1,000円効果などにより観光客の入込が増加したことによると考えられる。</p> <p>・イベントの実施時には、一定の集客はあるものの、新規顧客の獲得やリピーターの確保など、個店の売上には繋がっていない状況である。</p>	A	<p>【課題】</p> <p>・イベントの実施時には、一定の集客はあるものの、新規顧客の獲得やリピーターの確保など、個店の売上には繋がっていない状況である。</p> <p>・事業の着実な実施</p> <p>【方向性】</p> <p>・平成23年度に、「こうち商業振興支援事業」の要件の見直しを行い、商店街がまとまりを持ち、継続して取り組む活動に必要な備品類なども補助の対象としたことから、これを活用した取組みを進めていく。</p> <p>・事業者との調整や事業内容の精査への支援</p>
高知市中心商店街の空き店舗率 H20：15.3%→増加傾向に歯止めをかける H22：13.4%	<p>空店舗対策事業</p> <p>・平成22年度において、空き店舗率の改善が図られた。</p> <p>景気が回復基調にあったことに加え県補助金や国の助成金の後押しもあり、個人経営の飲食店を中心に開業が増え、空き店舗率が減少した。しかし、高知市以外の商店街では、依然として増加基調が続いている。</p> <p>・平成22年度には、高知市以外の四万十町、四万十市での助成も実施できた。</p> <p>・県の空き店舗対策事業の実施に伴い、空き店舗への出店補助制度を策定する市町村が増加した。 (H21中土佐町、H22四万十市、H23安芸市)</p> <p>チャレンジショップ事業</p> <p>・県内の商店街振興組合、商工団体や市町村に対し、意向調査を実施、事業実施の意向のある8団体に対し説明を行い、そのうち3団体より事業提案書の提出があり、3団体を委託先として決定することができた。</p>	A	<p>空店舗対策事業</p> <p>【課題】</p> <p>・高知市以外の市町村での利用実績も生まれているが、まだまだ、利用されていない市町村がある。</p> <p>【方向性】</p> <p>・空き店舗の要件等もより活用しやすいものとなるよう見直しを行っていくとともに引き続き、「こうち商業振興支援事業」の周知を図り、事業者に対して支援を行っていく。</p> <p>チャレンジショップ事業</p> <p>【課題】</p> <p>・チャレンジショップ事業の立ち上げや運営等に向けた支援が必要</p> <p>・チャレンジショップ事業については、チャレンジャーの独立開業に向けた支援が今後の検討課題となる。</p> <p>【方向性】</p> <p>・事業を実施する団体等と連携を図り、相談協議等を通じて県の支援を継続して行っていく。</p>

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕																																												
戦略の柱																																															
取組方針																																															
施策																																															
これからの対策																																															
	<p>◆商店街の環境対応への支援</p> <p>商工団体らが取り組む商業の活性化事業を支援することにより、商店の利用者である住民に受け入れられ、安定・継続して利用される商店街を目指す。</p>	<p>・商工団体等が行う商業の活性化事業及び地域生活者の利便性の確保を図る取組みを支援</p>	<p>こうち商業振興支援事業 【平成21年度】 交付決定12件（安芸市1件、高知市7件、四万十市1件、中芸地区1件、香南市1件、土佐市1件） 【平成22年度】 ○交付決定7件（安芸市1件、四万十市1件、高知市3件、香南市1件、南国市1件） ・交付決定2件（香南市1件、香美市1件） 【各事業実施による商店街等の活性化】 ・イベントによる来街者の増加 ・マスコミ報道による地域PR ・地域資源の見直しと活用</p>																																												
	<p>◆中心商店街の活性化</p> <p>中心市街地活性化基本計画を策定し、これから商店街の活性化に取り組んでいこうとする市町村と連携し、協議会にオブザーバーとして参加していく。</p>	<p>・高知市中心市街地活性化基本計画検討委員会、宿毛市中心市街地活性化協議会への参加</p>	<p>【平成21年度】 ・高知市中心市街地活性化基本計画検討委員会への参加（1回） 【平成22年度】 ・高知市中心市街地活性化基本計画検討委員会への参加（1回） ・宿毛市中心市街地活性化協議会への参加（1回）</p>																																												
	<p>◆観光との連携による地域商業の活性化</p> <p>「商店街は観光資源」といった発想にたち、商工団体等が商店街に人を呼び込むための事業を支援し、商店街の活性化を図る。</p>	<p>・商工団体等が行う商業の活性化事業及び地域生活者の利便性の確保を図る取組みを支援</p>	<p>【平成21年度】 ○交付決定2件（OBIBURA MAPなど高知市で2件） 【平成22年度】 ・東西軸エリアを念頭に置いたマップの作成等が検討されている。</p>																																												
2 産業人材の育成																																															
1 県内産業界が求める人材の育成と確保																																															
	<p>・産業人材の育成と確保</p>																																														
	<p>◆本県産業や事業者に対する再認識に向けた保護者等の意識啓発</p> <p>企業実習や企業研修等を通じた学校と産業界、企業との連携強化</p>	<p>○地域産業担い手人材育成事業 ・専門科目を有する公立高校23校を対象とし、 ①生徒の企業実習 ②企業の技術者による技術指導 ③教員等の企業での研修 ④生徒と企業との共同研究の事業を実施した。 ・担い手人材育成コーディネーターを配置し、実施校の拡大に努めた。</p> <p>○ふるさと再生キャリア教育推進事業 ・地域産業担い手人材育成事業と大学生のインターンシップを促進するため、これらの事業の取組を紹介するHP「まなともネット」の管理運営、実習受け入れ協力企業の開拓、取組事例集の作成を行った。 ・事例集の発行 高校生向け、大学生向け 各1000部</p>	<p>○地域産業担い手人材育成事業 ・平成21年度実績 事業実施校 15校 ①企業実習 10校、生徒133名 ②技術指導 8校、生徒335名 ③教員研修 3校、教員 3名 ④共同研究 6校、生徒 78名 ・平成22年度実績 事業実施校 17校 ①企業実習 12校、生徒149名 ②技術指導 10校、生徒429名 ③教員研修 3校、教員 3名 ④共同研究 6校、生徒 53名 ・平成20年度の実施校9校から参加校、参加生徒数は順調に増加している。 ・平成23年度の計画では、実施予定 21校</p> <p>○ふるさと再生キャリア教育推進事業 ・受け入れ協力企業の開拓 141事業所（H22.3月末）→359事業所（H23.3月末）</p>																																												
	<p>◆職業理解のための体験等の取り組みと学校の連携による情報発信</p> <p>企業実習や企業研修等を通じた学校と産業界、企業との連携強化</p>	<p>・一次産業、介護・福祉分野の職業の理解を深めるため、実習先やインターンシップの受け入れ先の情報収集を行い、教員や高校生に対して直接情報提供をするとともに、HP「まなともネット」で情報の提供を行った。</p>	<p>H22年度、新たに43の受け入れ可能な事業所を開拓した 介護福祉分野事業所 16 農業分野事業所 4 林業分野事業所 20 水産業分野事業所 3</p>																																												
	<p>◆若年者への県内企業への就職促進</p> <p>ジョブカフェの機能強化と自立支援機関や国との連携による就職促進</p>	<p>・ジョブカフェこうちを高知市（本部）と四万十市（幡多サテライト）に設置し、就職セミナーやキャリアコンサルタントによる職業相談、しごと体験等を実施することにより若者の就職を支援している。 ・緊急雇用創出臨時特別基金を活用したジョブカフェ広報員の配置により、認知度の向上を図った。</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23 (7月末)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>・就職者数（人）</td> <td>785</td> <td>894</td> <td>263</td> </tr> <tr> <td>・個別相談件数（件）</td> <td>8283</td> <td>9342</td> <td>2614</td> </tr> <tr> <td>・学校出張相談（校）</td> <td>59</td> <td>60</td> <td>33</td> </tr> <tr> <td>（人）</td> <td>2118</td> <td>2920</td> <td>1366</td> </tr> <tr> <td>・各種セミナー開催（人）</td> <td>822</td> <td>1497</td> <td>503</td> </tr> <tr> <td>・しごと体験受講者（人）</td> <td>358</td> <td>411</td> <td>133</td> </tr> <tr> <td>うち採用者（人）</td> <td>222</td> <td>248</td> <td>73</td> </tr> <tr> <td colspan="4">*しごと体験受講者の採用率はH21年度、H22年度ともに60%を超えている。</td> </tr> <tr> <td>・来場者数 本部（人）</td> <td>15332</td> <td>16115</td> <td>5796</td> </tr> <tr> <td>幡多（人）</td> <td>986</td> <td>1346</td> <td>315</td> </tr> </tbody> </table>		H21	H22	H23 (7月末)	・就職者数（人）	785	894	263	・個別相談件数（件）	8283	9342	2614	・学校出張相談（校）	59	60	33	（人）	2118	2920	1366	・各種セミナー開催（人）	822	1497	503	・しごと体験受講者（人）	358	411	133	うち採用者（人）	222	248	73	*しごと体験受講者の採用率はH21年度、H22年度ともに60%を超えている。				・来場者数 本部（人）	15332	16115	5796	幡多（人）	986	1346	315
	H21	H22	H23 (7月末)																																												
・就職者数（人）	785	894	263																																												
・個別相談件数（件）	8283	9342	2614																																												
・学校出張相談（校）	59	60	33																																												
（人）	2118	2920	1366																																												
・各種セミナー開催（人）	822	1497	503																																												
・しごと体験受講者（人）	358	411	133																																												
うち採用者（人）	222	248	73																																												
*しごと体験受講者の採用率はH21年度、H22年度ともに60%を超えている。																																															
・来場者数 本部（人）	15332	16115	5796																																												
幡多（人）	986	1346	315																																												

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABCの4段階評価	
高知市商店街の歩行者通行量 H20：休日 56,341人→減少傾向に歯止めをかける H23.6：休日 66,049人	・平成23年6月において、歩行者通行量の一定の改善が図られた。 商店街マップの取組みなど、来街者に向けての取組みが一定の成果を上げたことに加え、龍馬伝効果や高速1,000円効果などにより観光客の入込が増加したことによると考えられる。 ・イベントの実施時には、一定の集客はあるものの、新規顧客の獲得やリピーターの確保など、個店の売上には繋がっていない状況である。	A	【課題】 ・イベントの実施時には、一定の集客はあるものの、新規顧客の獲得やリピーターの確保など、個店の売上には繋がっていない状況である。 ・事業の着実な実施 【方向性】 ・平成23年度に、「こうち商業振興支援事業」の要件の見直しを行い、商店街がまとまりを持ち、継続して取り組む活動に必要な備品類なども補助の対象としたことから、これを活用した取組みを進めていく。 ・事業者との調整や事業内容の精査への支援
	・中心市街地活性化計画検討委員会や協議会への参加を通じて、商店街の活性化に向けた事業のあり方等について議論が深められている。	A	【課題】 ・中心市街地活性化基本計画の策定者である市町村への協力。 【方向性】 ・引き続き、中心市街地活性化基本計画を策定し、これから商店街の活性化に取り組んでいこうとする市町村と連携し、協議会にオブザーバーとして参加していく。
高知市商店街の歩行者通行量 H20：休日 56,341人→減少傾向に歯止めをかける H23.6：休日 66,049人	・平成23年6月において、歩行者通行量の一定の改善が図られた。 商店街マップの取組みなど、来街者に向けての取組みが一定の成果を上げたことに加え、龍馬伝効果や高速1,000円効果などにより観光客の入込が増加したことによると考えられる。 マップを作成・配布することにより、高知市中心商店街の情報発信ができた。	A	【課題】 ・一部商店街等のみの利用にとどまっている。 【方向性】 ・引き続き、「こうち商業振興支援事業」の周知を図るとともに、事業者に対して支援を行っていく。
高校生の県内就職割合 60% ↓ 高校生の県内就職割合 60%	・産業界、教育界、行政の連携の仕組みができ、取組が広がり、実施高校、協力企業が増えた。これにより、企業、学校が県内産業を担う人材育成に連携して取り組むことへの共通の認識が深まりつつある。 【参考：事業実施後のアンケート結果】 以下のとおり、参加生徒のみならず、参加機関からも事業内容について高い評価をいただいている。 ・参加生徒は、98%以上が「良かった」と回答している。 自由意見には、「仕事の大変さや大切さが分かった」「学校では学べないことが学べた」「進路に生かしたい」という意見があった。 ・教員は、90%が「生徒は企業や地域のニーズを把握できた」と回答している。 自由意見には、「地元企業の内容を理解できた」「生徒の今後の進路の参考になる」という意見があった。 ・企業は、93%が「事業を続けた方がよい」と回答している。 自由意見には、「連携により双方に得点があった（教える側の刺激や学習の必要性、積極的な生徒が社員へ与える影響など）」という意見があった。	A	【課題】 ・学校（教員）と企業が人材育成や確保に向けて、相互の理解を深める取組 【方向性】 ・進路指導担当教員だけではなく、他の教員も県内企業を理解し、生徒への進路指導ができるようにする ・地域産業担い手人材育成事業の対象外である普通高校の生徒が、将来の就職に向けて県内企業の魅力を知り、仕事への理解を深める取組を実施する
	・高校生の実習を受け入れることや出前講座（H23～）の実施により、高校生の職業理解が深まり、担い手確保につながるという認識が事業所側に広がりつつある	A	【課題】 ・高校生の実習参加者数、出前講座参加者数の増 H22 2事業所 5名 H23 （集計中） 【方向性】 ・生徒に介護・福祉、一次産業分野の実習、出前講座に参加してもらう働きかけ
・ジョブカフェこうち利用者の就職者数 目標：800人 ↓ H23年度末見込： 900人	・ジョブカフェこうち利用者の就職者数は、目標を上回る結果となり、しごと体験枠の拡充、キャリアコンサルタントの増員による相談体制の充実、セミナー参加者の増加等のジョブカフェの事業の実施や、併設ハローワークとの連携が効果を上げている。 ・緊急雇用創出臨時特別基金を活用したジョブカフェ広報員を本部に5カ月、轄多サテライトに10ヶ月配置することで、ジョブカフェ事業の認知度の向上に繋がった。	S	【課題】 ・新規学卒者（卒後3年以内）への支援 ・雇用の吸収が期待される第一次産業、介護・福祉分野への就業促進 ・轄多サテライトの就職者数の増加 【方向性】 ・新規学卒者（卒後3年以内）を対象としたセミナーの実施及びしごと体験枠の確保 ・第一次産業、介護・福祉分野の体験セミナーの実施 ・轄多サテライトの機能の充実（開所日、場所、体制等）

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕			
戦略の柱			〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕			
取組方針						
施策						
これからの対策						
	<p>◆市町村が行う地域密着型の人材育成の取組を支援 ○新パッケージ事業</p> <p>国の事業である地域雇用創造推進事業への市町村の取組を促進することで、市町村が行う地域密着型の人材育成事業を支援する。</p> <p>【地域雇用創造推進事業：新パッケージ事業】雇用機会の少ない地域で、人材育成や就職を促進する事業等雇用機会を増やす事業。</p> <p>【地域雇用創造実現事業：パッケージ関連事業】新パッケージ事業で育成した人材を活用し、さらに地域の雇用機会を増やす効果が見込める事業。</p>	<p>・国が市町村協議会に委託して実施する事業である。県としては高知県全体の取組を視野に入れ、市町村の事業構想の策定を支援し、要請があった場合、高知労働局の地域雇用戦略チームに参加する。</p>	H21 新パッケージ事業：5市町 実現事業：4市町			
	<p>◆在職者訓練の充実</p> <p>企業在職者の自発的な職業能力の向上のための研修会を実施するなど、企業の行う人材育成を支援する。また、技術、技能の向上を図るため、事業主団体等が実施する訓練への支援や、県立高等技術学校での訓練を実施する。</p>	<p>①企業が行う研修支援 企業在職者に自らの職業能力を知らせ、その能力を高めるため、自己理解や自己啓発をはかる研修を、研修を受講する機会のない従業員や入社後1～3年目の従業員等を対象として、高知市と四万十市において合計8回実施する(集成型研修)。また、研修を実施しようとする企業に対しては、講師派遣を行う。</p> <p>②事業主団体による在職者訓練(認定職業訓練) 事業主団体が行う訓練に対し、助成金を出すことにより訓練の支援を行う。</p> <p>③高等技術学校における在職者訓練 高知高等技術学校において、在職者に対する訓練を実施することにより、技能の向上を図る。</p>	H21 H22 H23(8月末)	① ・集成型研修 ー 8回(132人) 9月以降実施予定 ・講師派遣 ー 10回(213人) 9月以降実施予定	② (長期) 2J-λ(7人) 1J-λ(11人) 1J-λ(10人) (23年：土木システム工学科) (短期) 3J-λ(36人) 4J-λ(46人) 4J-λ(34人) (23年：実施試験対策土木施工管理J-λ、1級土木施工管理J-λ、建築塗装J-λ、建築板金科技能検定事前講習)	③ 県内技能者のレベル向上(溶接、配管) 5J-λ(50人) 8J-λ(51人) 4J-λ(31人)
	<p>◆工業技術センター等との連携による技術研修(工業技術センター)</p>	<p>商工業分野 戦略の柱「1 外貨を稼ぐ商工業」 取組方針「1 地域経済を牽引する工業の活性化」 施策「(1) ものづくり企業の強化①地場産業の振興」 「◆機械・金属、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成」 に掲載</p>				
	<p>◆工業技術センター等との連携による技術研修(紙産業技術センター)</p>	<p>商工業分野 戦略の柱「1 外貨を稼ぐ商工業」 取組方針「1 地域経済を牽引する工業の活性化」 施策「(1) ものづくり企業の強化①地場産業の振興」 「◆機械・金属、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成」 に掲載</p>				
	<p>◆本県出身の県外大学生等への県内企業の情報の提供</p> <p>新規大卒者等に対して高知の就職関連情報等を発信することにより県内への就職促進を図る</p>	<p>・県内出身の県外大学生へ高知で働く魅力の情報発信と就職情報をダイレクトメールで送付(約2,600人) ・東京・大阪で開催される大学生の就職相談会でUターン就職をPR(4回参加) ・県内で開催される県外大学保護者会へ出席し、Uターン就職をPR(6大学参加) ・県内全高校3年生及び県内出身大学生に対して、Uターン情報載せたカードを配布し、県のポータルサイト「高知で暮らす」への登録を呼び掛け(13,000枚配布) ・企業ガイドブックへUターン就職PRの広告掲載(2誌 36,000部) ・東京・大阪・名古屋で開催されるU・Iターン就職相談会に大学生ブースを設置し相談に対応(H23～)</p>	H22年度実績 ・県外で開催される就職相談会への参加(4回 高知県出身参加学生数 286名 *うち約3割がダイレクトメールによる参加) ・県外大学保護者会への参加(6大学 参加保護者数 187名)	H23年度実績(8月末) ・県外大学保護者会への参加(4大学 参加保護者数 110名)		

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABC の 4段 階評価	
新パッケージ事業実施市町村数 H20：8（累計） ↓ H23：16（累計）	H23.7月時点で累計16市町において、新パッケージが実施されており、国の事業を活用した人材育成事業が実施できている。		【課題】 ・県内では2回目の新パッケージ事業を実施する市町村がある中で、未実施の市町村もある。 【方向性】 ・今後実施されるヒアリングへの同行、シンポジウムへの参加等を通じて情報収集を行い、未実施市町村への事業普及活動を実施する。
① ・受講者数 目標:500人 ↓ H23年度末見込： 500人 ② ・技能検定受検者数 目標:950人 ↓ H23年度末見込： 700人	① ・集合型研修は、一部の地域を除き定員を超過した。また、講師派遣についても計画枠がすべて埋ると共に一回あたりの定員も計画を上回るなど、研修に対する企業ニーズはある。また、修了後のアンケートは満足度の高い結果となっており、企業における人材育成のきっかけ作りに繋がった。 ② 企業の厳しい経営環境等により、長期訓練については、従業員を長期の訓練に参加させることが難しい状況等から、訓練の休止、又は中止となるコースが出る等、受講者の減少が続き、技能検定受検者の数も減少している。 ③ 企業ニーズに沿った内容で訓練を実施し技能検定に合格させるなど、受講者の着実な技能向上に繋がっている。		【課題】 ① ・集合型研修：研修効果をより高めるカリキュラムの検討 ・講師派遣：単独での研修実施が難しい小規模企業への支援 ② ・訓練を実施する団体の減少 【方向性】 ① ・集合型研修：2回の研修を1セットとするカリキュラムへの変更。 ・講師派遣：他社との合同研修会開催への働きかけ。 ② ・補助対象となる訓練の訓練生として、訓練実施団体の構成員以外の者を含むこととするなど、国の補助基準が使いやすい方向で改正されたため、休止又は中止した団体に訓練実施の働きかけを行う。
	・民間の就職支援会社が東京と大阪で開催する就職相談会に、県として参加することによって、県内企業の情報提供などを行い、大学生に対して高知で働く魅力と県内就職に向けたPRができた。 ・県外大学の保護者に対しても、保護者会を通じてUターン就職の働きかけができた。		【課題】 ・大学生に関心を持ってもらえるような効果的な情報の発信 ・高校生の段階から県内企業に関心を持ってもらう効果的な取組 ・県外大学からのUターン就職の実態把握が十分でない 【方向性】 ・高知県の人材確保に関わる担当部や関係団体（一次産業を含む）とともに、高知県で働く若い人材を求めているというメッセージを伝えていく。 ・県外大学生のインターンシップの充実 ・進学者が多い高校の生徒に高知で働く魅力や県内企業の情報を提供する取組 ・商工労働部で実施する企業訪問時に大学生採用に関する調査を併せて行うことで、より正確な実態把握に努める ・高校卒業時に「高知県U・Iターン人材システム」を周知する ・県外事務所と連携した県外大学へのアプローチ

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策 ◆移住・Uターン、就業相談の機能、体制の強化 県のU・Iターン無料職業紹介の機能の強化		・企業における専門的なノウハウ、技術を持った中核人材の確保のために「高知県U・Iターン人材システム」を活用した県内就職支援を実施。 ・地域づくり支援課の「移住・就業支援システム」とデータベースの共有化を図り、システムを利用する求職者の利便性を向上させた。 ・緊急雇用創出臨時特別基金を活用してU・Iターン求人企業開拓員を配置して、求人企業を開拓した。 ・高知県U・Iターン就職相談会で「高知県U・Iターン人材情報システム」への登録の呼び掛けを図った。	【人材情報システム】 ・新規登録求人企業数と新規登録求職者数 H21 H22 H23（7月末） 30社 60社 14社 64人 186人 87人 うち移住就業支援システムからの登録が H22 76人 H23（7月末）31人あり、 求職者数の増加に繋がっている。 ・就職者数 H21 H22 H23（7月末） 15人 17人 5人 ・企業開拓員訪問企業数 （うち年度内に登録があった企業数） H21 1,002社（21社） H22 1,106社（50社） H23（7月末）594社（11社） ・U・Iターン就職相談会参加者 H21 127人 H22 162人 H23（8月末）67人
◆就職支援情報 ○「高知しごとネット」 専用ポータルサイトを設置して関係機関とのリンク強化等、情報の円滑な提供により求人求職情報の利便性の向上を図る			
3 就労の場づくり			
1 建設業の新分野進出の実現			
・建設業の新分野進出 ◆地域毎の新分野進出支援体制の構築 ◆個別経営指導の充実 ◆進出支援措置の充実 ◆情報提供の充実 建設業の持つ能力を生かして、農林業や介護・福祉など、これから本県の成長を支える新たな分野へ進出し、地域で働く場を確保するため、支援体制を総合的に整備する。		・平成22年5月に財団法人高知県産業振興センターに「建設業新分野進出アドバイザー」を1名配置し、企業の個別訪問によるニーズ把握や、新分野進出を希望する企業に対する助言を行った。 ・県内7ヶ所の「地域産業振興監」オフィスを地域の窓口として位置付け、地域での相談体制を整備した。 ・「建設業の新分野進出事例集」を平成21年度末に作成し、県内企業で新分野進出を果たした身近な事例を示すことで、取組の促進を行った。（1,500部） ・県内7地域で新分野進出説明会・セミナーを実施し、新分野進出を行った県内企業経営者の講演や県などの施策説明を行った。 ・平成22年度に「建設業新分野進出実態調査」を実施した。 ・地域の建設事業者と農林業者等とのマッチングを促進する「高知県建設業支援協議会運営事業費補助金」を実施した。 ・新分野進出のリスクを軽減し、成功事例を生み出すために「高知県建設業新分野進出支援事業費補助金」を創設した。 ・平成23年4月に国土交通省と「建設業のための経営戦略アドバイザー事業に関するパートナー契約」を締結し、専門的なアドバイスをいただく体制整備を行った。	・建設業新分野進出アドバイザーが個別企業訪問を行い、企業のニーズ把握や個別相談に対応した助言を行った。（H22実績:60社・63件） ・新分野進出説明会・セミナーの参加者（H22） 幡多会場：21社・48名、高幡会場：13社・36名 高知会場：34社・70名、安芸会場：20社・53名 合計：88社・207名（対前年比60%増） ・説明会・セミナーにおける個別相談企業数 幡多会場：2社、高幡会場：4社 高知会場：3社、安芸会場：3社 合計：12社 ・実態調査 アンケート発送：1542社 回収：1227社 新分野進出済み企業数：160社 進出意志があり具体的に検討中：60社 進出意志はあるがどうすればいいかわからない：189社 ・「高知県建設業新分野進出支援事業費補助金」の採択：7件

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	SABC の 4段 階評価	
	<ul style="list-style-type: none"> ・「高知県U・Iターン人材システム」と地域づくり支援課の「移住・就業支援システム」とのデータベースの共有化を図ったことにより、求職者の登録の利便性が向上し、求職者の登録数が増加している。 ・また、緊急雇用創出臨時特別基金を活用したU・Iターン求人企業開拓員の企業訪問により、求人企業の登録数も伸びている。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業が必要とする専門技術やノウハウを持った人材を確保し、マッチングを強化する。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・求人開拓員による県内企業へのシステムの周知と求人開拓 ・県外事務所から県人会等へのシステム周知と登録促進
	<ul style="list-style-type: none"> ・「高知しごとネット」の開設から若干の減少はあるが、一定のアクセス件数は維持しており、求職者等に対する就職支援情報の提供ができています。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アクセス件数の維持 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サイトの掲載内容の充実 ・定期的な広報の実施
H23目標 174社 ↓ 実績 160社	<ul style="list-style-type: none"> ・建設業新分野進出アドバイザーを1名配置したことで、県内の様々な建設事業者の新分野進出に関するニーズの把握につながり、個別の相談に対するフォローアップが可能となった。 ・新分野進出説明会・セミナーの参加については、各地域の建設業協会との打ち合わせを行い、先方のニーズに対応することで、参加者を増加させることができました。 ・また、新分野進出事例集や実態調査結果を各企業に配布することで、新分野進出を検討する参考となり、きっかけづくりとなっている。 ・建設業新分野進出実態調査を行うことで、建設業の新分野進出に関する意識や課題、現在の支援策に対する評価を得ることができた。 ・特に、調査で3年以内に新分野進出を希望する企業については、企業訪問を実施し、具体的な支援を行うことができています。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建設業新分野進出アドバイザーを1名配置し、地域の相談窓口もできたことで、相談やフォローアップの体制整備はできたが、アドバイザーが直接関わった成功事例の創出までには至っていない。 ・建設事業者としては、公共事業の受注増加への期待から新分野進出を逡巡する状況にあり、また、進出分野と建設業の収益構造を同一視しがちな傾向にある。アドバイスする側も、進出分野が多岐にわたるため、一定の専門分野とともに幅広い知識が求められる。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国のアドバイザーを活用するなどにより、個々の事例に応じた専門的なアドバイスを行うことを検討する。 ・新設した実現可能性調査への支援を丁寧に行うことで、初期の取り組みから支援に関わり、適切なアドバイスを通じて、ステップアップを図っていく。

産業成長戦略（専門分野） 戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み 対策に関する具体的な取り組み内容を記載	具体的な成果 可能な限り具体的な数値を記載
《観 光》		
1 滞在型・体験型観光の推進		
1 効果的な観光PR、プロモーション活動の展開		
<p>◆「龍馬伝」を活かしたPR、プロモーション活動の展開 ◆PR戦略づくり等に当たっての専門家（アドバイザー）の活用【再掲】</p> <p>「土佐・龍馬であい博」や「志国高知 龍馬ふるさと博」のプロモーション活動を積極的に展開することにより、高知県全体の観光振興につなげる。</p>	<p>●「土佐・龍馬であい博」の開催 官民一体となった土佐・龍馬であい博推進協議会を設置し、様々なPRを展開。 ・イメージキャラクター、ロゴを活用したPR ・旅行会社、メディアへのセールス活動 ・ラッピングバス、ラッピング列車等企業とタイアップした広報活動 ・公式ガイドブック(5版 65万部)、トサコレ(123プラン 69万部)などの発行</p> <p>●「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催 土佐・龍馬であい博終了後の観光振興策を検討するため、ポスト龍馬博推進委員会、ポスト龍馬博PT等で検討を重ね、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催が決定。 龍馬博のノウハウを活用しながら、ガイドブックの充実、旅行会社へのセールス活動、街頭宣伝のキャラバン隊派遣、インターネットなどの広報、広告活動を強化。</p> <p>●西川りゅうじん氏を「土佐・龍馬であい博」「龍馬ふるさと博」の総合アドバイザーとして迎え、博覧会をプロデュース。</p>	<p>●土佐・龍馬であい博(H22.1.16~H23.1.10) ・文芸春秋社、主婦の友社などへ特集記事が掲載 ・龍馬博が掲載された旅行商品が多数造成 ・龍馬博4社中合計で92万人以上の入館者を達成 ・H22県外観光客入込数が435万人以上を達成</p> <p>●龍馬ふるさと博(H23.3.5~H24.3.31) ・機内誌への特集記事掲載 接触機会 ANA 320万人、JAL 300万人 ・龍馬ブームの盛り上がり継続する入込みを記録 H23.1~6の一昨年対比の入込み 龍馬関連5施設 154.3% 主要58施設+龍馬博4会場 109.0%</p> <p>●西川りゅうじん氏の助言を取り入れたもの 会場、イベント名称の決定 書家紫丹氏の紹介 記事やニュースを重視した広報活動 など</p>
<p>◆ポスト「龍馬博」を見据えた観光PR・イメージ戦略の確立 ◆観光PR・イメージ戦略に基づくPR、プロモーション活動の展開</p> <p>観光プロモーション戦略（仮称）を策定し、コンセプト、ターゲットを明確にした情報発信を展開することで、効果的な県外観光客の誘致につなげる。</p>	<p>・旅行会社へのプロモーションツール観光商品素材集を作成(H22.10,H23.4) ・BS放送を活用した高知県情報の発信(こじゅんと土佐流 H21.12~計8回) ・よさこい祭を通じた高知県のPR(原宿スーパーよさこい、名古屋につぼんど真ん中祭り、福岡ふくこいアジア祭り) ・本県のイメージアップを図る高知県総合観光パンフレット「ゆるり」発行(年4回)</p>	<p>・龍馬博、ふるさと博やその他の観光地が掲載された旅行商品が多数造成。 ・BS放送後にホテル等の施設への問い合わせが多数あり。</p>
<p>◆フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致</p> <p>県内における映画、テレビ番組及びCMのロケーション撮影の誘致を促進することにより、本県経済の活性化を図るとともに、当該映画等の映像を通じて本県の観光資源の紹介及びイメージアップを図り、本県の知名度の向上及び本県への観光誘客につなげる</p>	<p>・フィルムコミッションに専任職員の配置（ふるさと雇用1名） ・県内ロケに対する補助制度の導入</p>	<p>フィルムコミッションの支援事例 映画：君が踊る夏、パーマメント野ばら、毎日があさん BS：吉田類の酒場放浪記 JAL国際線で「君が踊る、夏」が機内放送</p>
2 県内の観光地を結ぶ交通手段の確保		
<p>◆周遊バスの運行体系の強化 ◆公共交通機関の利用促進</p> <p>高知市中心部の観光地を周遊するバスや、ガイド付観光バスを運行することで、観光客の周遊性を高める。</p>	<p>●MY遊バス 土日祝のみの運行日を、H21.11から毎日運行・増便し、利便性を向上。H23.4からは、コースや料金体系を見直し、牧野植物園の往復券などを導入。</p> <p>●ガイド付き周遊観光バスの運行 ・土佐・龍馬であい博号（高知市中心部） ・龍馬ふるさと博号（高知市中心部） ・東海岸観光周遊バス（東部） ・しまんと・あしずり号（西部）</p>	<p>●MY遊バスの乗客者数 H22年度 52,136人（対前年度比で1.8倍以上） H23.4~6 12,394人</p> <p>●ガイド付き周遊観光バスの乗車数 ・土佐・龍馬であい博号 H22年度:2,028人 ・龍馬ふるさと博号 H23.4~6: 268人 ・東海岸観光周遊バス H22年度:1,336人 H23.4~6: 98人 ・しまんと・あしずり号 H22年度: 446人 H23.4~6: 210人</p>
<p>◆観光ガイドタクシーを活用した周遊観光の推進</p> <p>タクシーを活用した周遊プランを実施することで、観光客の周遊性を高める。</p>	<p>・より専門性の高いワンランク上の観光知識を有する「こうち観光ガイドタクシー」の認定制度の導入。 ・認定を受けた運転手の顔写真入りパンフレットを作成 ・タクシープランの設定 駅・空港等基点 52コース 高知市内宿泊所起点 4コース</p>	<p>こうち観光ガイドタクシー認定者 326人 タクシードライバーのサービス・マナーが向上</p>
<p>（その他）</p>	<p>・GW及びお盆休み期間中の渋滞対策 ・桂浜周辺で特設及び臨時駐車場を確保し、無料シャトルバスで送迎 ・高速SA等で道路情報等の提供など臨時観光案内所開設 ・高知市中心部での民間駐車場への案内・臨時駐車場の開設 ・高知市中心部の駐車場マップを作成、配布</p>	<p>桂浜周辺や高知市中心部の渋滞緩和、龍馬伝ブームのGWのピーク(H22.5.3)の桂浜駐車場に約7,200台(前年の最多台数の約3倍)、5/1~5の5日間で24,679台を受入</p>

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		課題と今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABCの4段階評価	
	龍馬博、ふるさと博の開催を契機に、官民一体となって広報、広告活動を行うことができた。また、こうした取り組みを通じて、地域の体験プログラムといった定番の観光地以外の観光資源を情報発信することができ、旅行商品化につなげることができた。	S	ふるさと博終了後は、限られた予算、人員で効果的にプロモーションを行っていくことが課題であることから、コンセプトとターゲットを明確にした観光プロモーション戦略の策定と、その戦略を実行する体制を検討していく。
	よさこい祭りを題材にした「君が踊る、夏」は、ほぼ全編が高知でロケが行われたこと、またJALが自主的に国際線の機内で放送されたことなど、よさこい祭りを通じて本県を国内外に幅広くPRできた。	A	フィルムコミッションの職員にふるさと雇用を活用していることなどの課題があることから、事業の活動実績等を踏まえ、フィルムコミッションの運営体制の見直しを検討していく。
	二次交通が弱い本県にとって、周遊観光バスの存在は大きく、特にMY遊バスは、桂浜や牧野植物園など高知市中心部の定番の観光地をつなぐ重要な役割を果たした。	A	二次交通が弱い本県にとって、周遊バスの存在は重要な存在であるが、採算面等において課題がある。また、既存の路線バスの有効活用も検討していく必要がある。こうした課題を踏まえ、利用実態や観光客のニーズをもとに、周遊バスのあり方や利用促進の対策を検討していく。
	タクシープランのコースを追加するなど、利便性の向上を図った。	A	観光タクシーの利用促進に向けて、PRを行っていく。
	交通渋滞の発生を抑えることにより、観光客の利便性を高めるとともに、時間短縮による経済波及効果があった。	A	関係機関と連携しながら渋滞発生箇所や時期の把握に努め、必要に応じて実施していく。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
3 四国4県での受入態勢の整備、PR活動の展開			
<p>◆四国観光の推進組織の体制強化</p> <p>◆旅行会社等とのタイアップによるレンタカープランの充実及びPR【再掲】</p> <p>四国4県と民間企業が参画する「四国ツーリズム創造機構（H21年発足）」が策定した「四国観光交流戦略」に基づき、四国の認知度向上や国内外の観光客の誘客活動などを行う。</p>		<p>●航空会社とタイアップした四国周遊キャンペーンの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ANA誘遊四国キャンペーン（周遊バスプラン） ・JAL麗らかキャンペーン（空港発着のレンタカー乗り捨てプラン） <p>●優待特典制度の充実</p> <p>四国4県の観光施設、宿泊施設、飲食店などの割引クーポンを冊子化した「四国で得するパスポート」を発行</p> <p>●首都圏、関西圏等で四国観光商談会を開催</p> <p>●全国主要都市の旅行会社へのセールス活動</p> <p>●国の事業を活用した海外旅行会社の招致（四国インバウンドフェアの開催など）</p> <p>●四国西南地域の重点的なPR活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・周遊観光バス「しまんと・あしずり号」を広告塔とした宣伝活動 	<p>●航空会社とタイアップした四国周遊キャンペーン H22実績 ANA 15,745人 JAL 15,050人</p> <p>●「四国で得するパスポート」発行実績 H21年 459施設掲載 27万部配布 H22年 521施設掲載 20万部配布</p> <p>●セールス活動実績</p> <p>平成22年度は延べ150社にセールスを展開</p> <p>●「重点着地エリア構想」の成果</p> <p>同機構が策定した観光交流戦略において四国西南地域を重点着地エリアとして設定しPR事業を展開したことで、幡多地域の情報を重点的に全国へPRできた。JTB、近畿日本ツーリスト等のパンフレットに掲載。発行部数は総計で約200万部。</p>
4 地域の自然・歴史・文化などを活かした県民参加による体験型観光資源の発掘と磨き上げの推進			
<p>◆「龍馬伝」を契機とした新たな観光戦略の展開</p> <p>「龍馬伝」の放送を最大限に活かし、全県的な観光振興につなげる土佐・龍馬であい博を開催。</p> <p>また、「龍馬伝」終了後も龍馬ブームの盛り上がり継続するため「志国高知 龍馬ふるさと博」を開催。</p>		<p>●土佐・龍馬であい博</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大河ドラマ館を県下4箇所に設置 ・JR高知駅前に高知観光情報発信館「とさてらす」を設置し、メイン会場とあわせて高知県観光のエンターテインメント機能と各地域への誘客を促進するコンシェルジュ機能を強化。 <p>●龍馬ふるさと博</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JR高知駅前に観光拠点となる「こうち旅広場」を整備（「龍馬伝」幕末志士社中と三志士像の設置、とさてらすリニューアルなど） ・東西観光案内所の設置と、県内10箇所に地域観光コンシェルジュを配置し、県内の周遊をサポート。 	<p>●土佐龍馬であい博</p> <p>4社中合計で924,903人(会期360日)</p> <p>メイン会場 635,879人</p> <p>安芸会場 113,017人</p> <p>枹原会場 99,099人</p> <p>清水会場 76,908人</p> <p>●主要観光施設の入込み状況</p> <p>H22 4,190,046人(対前年比 165.6%)</p> <p>●龍馬ふるさと博</p> <p>「龍馬伝」幕末志士社中 (H23.7.9～24.16日間) 12,287人</p>
<p>◆旅行の動機づけとなるイベント等の企画</p> <p>高知県の強みをテーマにしたイベントを展開し、併せて季節ごとの特別イベントを打ち込むなど話題づくりを行うことで、観光客誘致を図る。</p>		<p>●土佐・龍馬であい博</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知まるごと体感メニュー(公認33事業)を展開 ・4社中スタンブラー、高知まるごとビンゴde!ラリーなどの周遊対策 ・幕末ゆめ道場(20回)、文化企画展(21館) ・龍馬月間特別イベント、冬のキャンドルイベントの実施 <p>●龍馬ふるさと博</p> <p>本県の魅力である4つテーマで「志の偉人伝」「花絵巻」「食まつり」「まるごと体験」の特別イベントを県下各地で開催。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・こうち旅広場に3志士像を設置 ・高知城で季節ごとにお城祭りを開催 ・周遊スタンブラー「土佐の偉人と花巡り」実施 	<p>●土佐龍馬であい博</p> <ul style="list-style-type: none"> ・4社中スタンブラー-応募者 8,214人 ・ビンゴde!ラリー-応募者 4,299人(814口) <p>●龍馬ふるさと博</p> <p>龍馬ブームの盛り上がり継続する入込みを記録 (H23.3.5～7/24.142日間)</p> <p>偉人伝ミュージアム10会場 178,049人(一昨年対比 166%)</p> <p>花絵巻4会場 155,910人(一昨年対比 123%)</p>
<p>◆「花・人・土佐であい博」事業の継承と発展を支援</p> <p>◆400万人観光推進チームを設置し、地域資源を磨き上げ</p> <p>◆(仮称)地域観光戦略会議を設置し、地域資源を磨き上げ</p> <p>◆まち歩き観光などへの支援</p> <p>◆地域産物を活用した魅力づくりへの支援</p> <p>◆教育旅行の受入態勢づくりへの支援</p> <p>◆滞在型・体験型観光推進の気運づくり</p> <p>◆観光圏整備事業の導入実施</p> <p>地域が主体となって行うまち歩き観光や広域観光周遊ルートづくり、受入態勢づくり等を支援し、持続可能な魅力ある観光地づくりを実現する。</p>		<p>(1)地域の取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・体験プログラムや修学旅行の誘致に実績のあるアドバイザー(体験教育企画代表 藤澤氏)を招致し、県下各地で講演やインストラクター研修を実施。 <p>(2)観光資源の磨き上げに関する補助事業</p> <ul style="list-style-type: none"> a)観光資源強化事業費補助金 b)着地型旅行商品開発促進事業費補助金 c)観光産業振興事業費補助金 d)観光施設等魅力向上事業費補助金 <p>(3)国の観光圏整備事業への対応(H21～)</p> <p>幡多6市町村で官民協働で観光圏協議会が設立され、四万十・足摺エリア(幡多地域)観光圏整備事業を実施。国の補助金への県費の継ぎ足しや、組織づくり担当チームによる支援を行う。</p>	<p>(1)地域の取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・藤澤アドバイザー-研修の参加者 H21～H22 13回 1411名 H23.4～7 4回 821名 <p>体験者が主役であること、説明手法、安全・衛生面などの重要性を認識してもらい、体験プログラムの質の向上につなげた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・魚梁瀬森林鉄道遺産ガイドツアーが商品化 1,000人以上が参加(H22実績) ・まち歩き、カヌー体験、地元の食材などを生かした体験プログラムが充実し、パンフレット等でPR 土佐・龍馬であい博 公認33事業 ・龍馬のふるさとまるごと体験 41事業 <p>●観光商品素材集にニューツーリズムに関する特集を掲載</p> <p>(2)補助事業の実績</p> <ul style="list-style-type: none"> a)市町村等が行う地域の観光資源の磨き上げ H21:21件、H22:9件 b)県外観光客向け着地型旅行商品パンフレット作成 H21:3件 c)地域の個性を活かした魅力ある観光地づくり H21:5件 d)観光施設等の修繕 H21:10市町村16事業 <p>(3)観光圏整備事業の実施</p> <p>周遊バス「しまんと・あしずり号」のPRや首都圏での物販販売など、幡多地域の認知度向上を図る。</p> <p>※H23からは国の制度の見直しにより観光地域づくりプラットフォーム事業へ移行。</p>

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		課題と今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4段 階評価	
	<p>行政中心で組織されていた「四国立県推進協議会」では四国4県の平均的な影響を重視していたが、官民一体となって設置された「四国ツーリズム創造機構」では、観光戦略に「重点着地エリア」として四国西南地域を設定するなど、エリア均等意識にとられない施策を展開している。</p> <p>その一環で実施している「しまんと・あしずり号」を広告塔とした広報広告により、関西地区を中心に幡多地域を重点的にPRすることができた。</p>	A	<p>四国のPRを通じて高知県の認知度向上と誘客につなげていくよう、引き続き四国ツーリズム創造機構や四国4県との連携によるPR活動を行っていく。</p>
<p>(目標) 県外観光入込客数 H19：305万人 →400万人</p> <p>(実績) H22 435.9万人</p>	<p>4社中の入館者数が目標値65万人を大きく上回る92万人超となり、メイン会場に設置した「とさてらす」も入館者数が130万人を超え、県内各地の周遊に向けた提案を行うなど、設置の目的を果たした。</p> <p>また、龍馬伝放送による経済波及効果（日銀高知支店試算）も、開幕前の予想234億円を大きく上回る535億円とされ、有効求人倍率も改善し全国平均を初めて上回るなど雇用面でもプラスの面に働いた。</p> <p>龍馬博、ふるさと博での特別イベントなど、話題性のある企画を展開するとともに、観光情報発信館「とさてらす」や広域観光案内所、地域観光コンシェルジュの設置など、観光客に県下各地を周遊してもらうような取り組みを行ってきた。</p>	S	<p>JR高知駅南口の観光拠点「こうち旅広場」の情報発信力、エントランス機能の充実及び地域への周遊・滞在を促す取り組みを検討していく。</p>
	<p>「花・人・土佐であい博」で芽生え始めた地域の取り組みが、「土佐・龍馬であい博」「龍馬ふるさと博」を通じて発展し、新たな観光資源の発掘、磨き上げにもつながってきた。</p>	A	<p>今後も地域が自ら観光資源を磨き上げ情報発信し、持続可能な観光地づくりへと展開が図れるよう、庁内関係部局や高知県観光コンベンション協会が一体となって支援を行っていく。</p>

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
	<p>◆広域観光周遊ルートづくりへの支援</p> <p>県内の優れた記念写真のスポットを選定し、周遊観光コースを造成するなど、新たな観光資源として県内外に情報発信することで、誘客や滞在時間の延長につなげる。</p>	<p>●草木伐採などの景観整備、観光案内板・誘導標識の整備、公共トイレの整備への補助金制度の導入。</p> <p>●県内の優れた景勝地を観光資源として活用するフォトスポットの選定</p>	<p>●補助事業の実績</p> <ul style="list-style-type: none"> 草木伐採などの景観整備 H21:22市町村41箇所 H22:12市町村29箇所 観光案内板・誘導標識の整備 H21:25市町村215基 H22:14市町村44基 公共トイレの整備 H21:13市町村20箇所 <p>●フォトスポットの整備 公募により100票を選定 HPでフォトライブラリーを公開</p>
5 観光振興に寄与する人材の育成と活用			
	<p>◆地域で活動する人材のネットワークづくり</p> <p>◆滞在型・体験型観光推進の気運づくり【再掲】</p> <p>地域が自ら観光資源を磨き上げ、新たに事業を展開できるよう、地域をけん引する組織や、積極的に活動する人材が一同に集まる場をつくるなど側面的な支援を行う。</p> <p>◆観光ガイドの育成、充実</p> <p>高知県を訪れる観光客の皆様に、高知の持つ観光素材を気持ちよく楽しんでもらえるよう、観光ガイドの技術の研鑽と向上を図ることができる環境づくりに取り組む。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 藤澤アドバイザー研修の開催(H21～) 地域リーダーネットワーク会議の開催(H21:2回) 地域コーディネーター組織ネットワーク会議の開催(H23:1回) 観光分野に関する異業種交流会の開催(H22:2回) <ul style="list-style-type: none"> ガイド団体が実施する研修への助成。 観光ガイドセミナーの実施。 	<p>【参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> 藤澤アドバイザー研修【再掲】 H21～H22 13回 1411名 H23:4～7 4回 821名 観光地域リーダーネットワーク会議 40名 地域コーディネーター組織ネットワーク会議 40名 異業種交流会 H22:8 23名、H22.11 30名 幅広い業種の方と観光に関する課題を共有できた。 <ul style="list-style-type: none"> 観光ガイド団体の増加 H20:15団体346人 ⇒ H22:23団体493人 無料ガイドから有料ガイドへの移行 H21:50% ⇒ H22:73.9% 観光ガイド連絡協議会の設立(H23.3) 土佐観光ボランティア協会を中心にガイド団体のネットワーク化が進む。
6 地域コーディネーター組織の整備			
	<p>◆地域コーディネーター組織の立ち上げ支援及び組織強化</p> <p>広域ブロックごとに一泊以上滞在できる観光地づくりを実現するため、各地で新たな動きを見せはじめた広域観光の推進態勢を支援し、地域が主体となって体験プログラムや着地型旅行商品の開発、旅行会社へのプロモーション活動が行える仕組みを確立する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●西部地域（幅多広域観光協議会） <ul style="list-style-type: none"> 組織運営を支援する組織づくり担当チーフの配置 ふるさと雇用再生特別基金事業（7,000千円）により、事務局スタッフ2名雇入れ 幅多広域観光協議会の法人化にかかる経費への助成（H21地域コーディネーター組織確立支援事業費補助金） 事務局長を専任で雇用 法人化にあたって幅多広域市町村園事務組合から「ふるさと基金」1億円を拠出(H22) ●東部地域 <ul style="list-style-type: none"> 東部交通がふるさと雇用を活用して設置したランドオペレーター(H22.6)を、東部観光担当チーフが育成を支援 ●共通 <ul style="list-style-type: none"> 藤澤アドバイザーや観光政策課駐在チーフによる地域の取り組みへの支援 体験型広域観光推進事業費補助金の創設(H23) 	<ul style="list-style-type: none"> 幅多広域観光協議会が一般社団法人化(H22.6)。第2種旅行業免許を取得(H23.1)。 東部交通のランドオペレーターが正式に雇用(H23.6) 嶺北地域(H22.10)、仁淀川地域(H22.11)、物部川地域(H23.1)に広域観光を担う組織が設立 体験型広域観光推進事業費補助金の交付決定 安芸広域市町村園事務組合(H23.7) 民泊受入家庭拡大への取り組み等を進める
7 国際観光の推進			
	<p>◆国際観光推進会議の設置及び外国人観光客誘致の促進</p> <p>今後増加が見込まれる訪日外国人観光客を、認知度の低い本県に積極的に誘致できるよう、東アジア（中国、韓国、台湾、香港）をターゲットとした国際観光推進戦略を策定し、具体的な事業として実行する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●東アジアを中心としたプロモーション活動 <ul style="list-style-type: none"> 台湾、韓国の航空会社、マスコミ等へのプロモーション活動 「龍馬伝」海外放送にあわせて高知県CM放送 国別の戦略に基づく活動を実施 ●受入態勢の整備 <ul style="list-style-type: none"> 県立施設での環境整備やホームページでの多言語化 受け入れ側の気運の醸成を図るフォーラムや個別研修会の実施 ●国事業の活用 <ul style="list-style-type: none"> VJ事業や観光庁直営事業の受入 	<ul style="list-style-type: none"> 韓国イースター航空との包括協定の締結 韓国チャーター便の就航（5便 638人） よさこいネットの自動翻訳機能追加 県立施設の誘導標識など多言語案内整備（7施設） 国際観光受入フォーラム・分科会 132名参加 国際観光個別研修会 90名参加 国事業を活用してJR高知駅とさてらす前に時刻表等を多言語で表示するデジタルサイネージを整備。 訪日外国人の受入地方拠点として高知県が四国で唯一選定。

目標値に対する実績 (H23年度末)	総括		課題と今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4段 階評価	
	実際に訪れた観光客に気持ちよく感じていただける環境が整備されこと、観光商品観光素材集やガイドブックへ写真が掲載されたこと等により、地域の観光資源をPRできた。	A	フォトスポットのPRや、観光周遊ルートの提案など、旅の動機付けとなるような写真の活用方法を検討していく。 また、旅行会社から写真を観光パンフレットに掲載するため、最新の写真などのニーズが多いため、効率的な写真の管理と提供の仕組みを検討していく。
	藤澤アドバイザーの研修により、参加者同士のつながりや気運の盛り上がりにつながった。 また、地域のプレイヤーである参加者には、体験者が主役であること、説明手法、安全・衛生面などの重要性を認識してもらい、体験プログラムの質の向上につなげた。	A	各地の地域コーディネート組織のネットワークの場などに、地域で活動する団体・人材を集めることで、人材のネットワークや地域の気運づくりを側面的に支援していく。
	まち歩きガイドなどの体験プログラムが増加しており、「龍馬のふるさとまるごと体験」の体験メニューも充実してきた。	A	観光客の満足度を高めリピーターにつなげていくこと、またガイド料の徴収により地域に潤いをもたせるためには、観光ガイドの育成やレベルアップを図ることが必要である。こうした取り組みを官民一体となって進めていくため、観光ガイド連絡協議会の確立に向けた支援を行っていく。
	観光に対する意識の高まりから、広域観光を振興する組織が新たに設立するなど、広域観光を推進する体制が整いつつある。	A	広域ブロックごとに一泊以上滞在できる観光地づくりのためには、地域コーディネート組織の役割が重要であるが、地域により体制にバラツキがあるため、地域に応じた支援のあり方を検討していく。
	本県は海外からの航路がなく、認知度も低い状況であるが、国の事業を有効に活用したり、四国ツーリズム創造機構などと連携することで海外へPRすることができた。また、東アジアを中心に本県独自の誘致活動を行うことで、チャーター便が就航するなどの成果ができた。	A	海外における高知県の認知度を向上させるためには今後も他県との連携が不可欠であることから、引き続き四国ツーリズム創造機構等との連携や国の事業を積極的に活用しながら、東アジアを中心としたPR活動や受入環境の整備を推進していく。

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
8 産業間連携による新たな可能性への挑戦			
(1) ニューツーリズムの推進			
<ul style="list-style-type: none"> ◆受入態勢づくりの充実 ◆体験メニューの充実 ◆情報発信の展開 <p>ニューツーリズムを推進するため、農林漁家民宿等の拡大や体験メニューの充実などに取り組む地域団体を支援するとともに、本県のニューツーリズムに関する一元的な情報発信を行う。</p>	<p>藤澤アドバイザーにより、まち歩きガイド研修、体験プログラムインストラクター研修、パンフレット作成支援、民泊研修などを実施。</p> <p>また、旅行会社へのプロモーションには、モデルコースの提案が重要であるなどの助言をいただき、観光商品素材集に掲載するモデルコースの充実を図った。</p>	<p>【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・藤澤アドバイザー研修の参加者 H21～H22 13回 1411名 H23.4～7 4回 821名 ・体験者が主役であること、説明手法、安全・衛生面などの重要性を認識してもらい、体験プログラムの質の向上につなげた。 ・魚梁瀬森林鉄道遺産ガイドツアーが商品化 1,000人以上が参加(H22実績) ・まち歩き、カヌー体験、地元の食材などを生かした体験プログラムが充実し、パンフレット等でPR 土佐・龍馬であい博 公認33事業 龍馬のふるさとまるごと体験 40事業 ・観光商品素材集にニューツーリズムに関する特集を掲載 	
(2) 観光への地域産物の活用			
<ul style="list-style-type: none"> ◆地域産物の商品化を促進 ◆地域産物の観光施設等での販売促進 ◆地域産物の情報発信を促進 <p>観光への地域産物の活用を図るため、特産品を活用した商品開発などに取り組む地域団体を支援し、地場製品の提供を広げるとともに、地域産物に関する情報発信を行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・コンビニとの包括協定による地場産品を使った商品開発 ・藤澤アドバイザーにより、地域産物の活用を検討などを実施。 ・龍馬のふるさと食まつりの企画（旬の食材を使ったスペシャルグルメを提供する「旬の高知 食べつくしフェア」の開催、食イベント、ご当地スイーツの紹介など） ・「こうち旅広場」のイベント広場でJAを中心に「土佐のうまいもん屋台」を開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・土佐・龍馬であい博、龍馬ふるさと博のキャラクター、ロゴが使用されたコンビニ弁当の開発販売。 ・郷土料理づくり体験など 龍馬博公認事業「高知まるごと体感メニュー」、ふるさと博「まるごと体験」として情報発信 ・「旬の高知 食べつくしフェア」参加41店(H23.6現在) 	

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		課題と今後の方向性 (戦略の見直し、再構築する場合の具体的)
	(これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価)	SABC の 4段 階評価	
	<p>【再掲】 「花・人・土佐であい博」で芽生え始めた地域の取り組みが、「土佐・龍馬であい博」「龍馬ふるさと博」を通じて発展し、新たな観光資源の発掘、磨き上げにもつながってきた。</p>	A	<p>【再掲】 今後も地域が自ら観光資源を磨き上げ情報発信し、持続可能な観光地づくりへと展開が図れるよう、庁内関係部局や高知県観光コンベンション協会が一体となって支援を行っていく。</p>
	<p>地元の食材を使った商品や体験プログラムのPR等を行うことで、地域における交流人口の拡大に資する取り組みを行った。</p>	A	<p>【再掲】 今後も地域が自ら観光資源を磨き上げ情報発信し、持続可能な観光地づくりへと展開が図れるよう、庁内関係部局や高知県観光コンベンション協会が一体となって支援を行っていく。</p>

[4段階評価の考え方]

	数値目標の設定のあるもの	数値目標の設定のないもの
S	・数値目標を達成した(又は達成する見込みがある)もの	・目指すべき姿として掲げた短期的な視点を実現するに足りる著しい成果があったもの ・課題を解決し得る著しい成果があったもの
	・数値目標を達成できない(又は達成する見込みがない)が、課題を解決し得る著しい成果があったもの	
A	・数値目標を達成できない(又は達成する見込みがない)が、課題の解決につながる一定の成果があったもの	・目指すべき姿として掲げた短期的な視点の実現につながる一定の成果があったもの ・課題の解決につながる一定の成果があったもの
B	・成果の兆しがあり、今後、課題の解決につながる成果が期待できるもの	・成果の兆しがあり、今後、目指すべき姿として掲げた短期的な視点の実現につながるに足りる成果が期待できるもの ・成果の兆しがあり、今後、課題の解決につながる成果が期待できるもの
C	・対策による成果がほとんど見られなかったもの	・対策による成果がほとんど見られなかったもの