

産業成長戦略（連携テーマ）実行2年半の総括シート 目 次

1	地産地消・地産外商戦略	
(1)	地産地消	1
	（食育）	7
(2)	「ものづくりの地産地消」の促進	9
(3)	食品加工の推進	17
(4)	地産外商	27
	（関西地区）	43
	（中部地区）	47
2	ニューツーリズムの推進と観光への地域産物の活用	49
3	新エネルギーを産業振興に生かす	51
4	産学官連携の強化	55
5	中山間地域の産業づくり	65
6	建設業の新分野進出	67
7	人材育成・人材確保	71

産業成長戦略（連携テーマ） 一覧表

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱		〔 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 〕
取組方針			
施策			
◆これからの対策			
1 地産地消・地産外商戦略			
(1) 地産地消			
1 地産地消に対する意識を高める取組を推進			
◆県民の地産地消の意識を高める取組を実施（1/3）	<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） ・高知県産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） ・土佐の料理传承人を活用した、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 ・土佐の料理传承人の活用 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
◆県民の地産地消の意識を高める取組を実施（2/3）	<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"> ・土佐はちぎん地鶏、土佐ジロー（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：土佐はちぎん地鶏 49,346食（3,177kg） 土佐ジロー 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）
◆県民の地産地消の意識を高める取組を実施（3/3）	<p>県産水産物について、量販店、鮮魚店、卸売市場、飲食店、漁協等の関係者と連携したイベント等の実施、消費者及び観光客を対象にテレビ等の広報媒体やホームページを活用した県産水産物のPR等を行う。あわせて、事業を効果的に実施するため、漁協、量販店、消費者、市場関係者等からなる「水産物消費拡大対策検討会」を運営する。</p>	<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 川村あやのさんを高知県おさかな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「たたき料理」を提供し、た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「プレジ ョンキャパ -」の実施 →118店舗参加・511件応募 ・量販店等と連携した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 →113店舗登録（6月末現在） ・高知県おさかなPR大使の活用 →72件（6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 →28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
2 地域産品の販路拡大を支援			
◆高齢化、過疎化に対応した集出荷システムの構築のため、地域での集出荷拠点整備を支援	<p>産業振興推進総合支援事業費補助金により10地域の集出荷拠点整備等を支援</p>	<p>10地域において集出荷の仕組みづくりや、集出荷拠点・直販所の整備等の取組が進んだ。（H23.6月までの事業採択分を含む）</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"> ・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だ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。
	<p>ホームページ・料理教室・パートナー店・高知県おさかなPR大使・たたき文化の発信・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。 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	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。
	集出荷等の取組の支援により、地域における所得の向上、雇用の創出等、地域産業の底上げに寄与した。	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総合補助金を導入した事業の地域への定着と更なる所得の向上、雇用の増加 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産業振興推進地域本部を中心に効果的なフォローアップを行うとともに、新たな取り組みの掘り起しを行う。

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱			
取組方針			
施策		〔 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>◆これからの対策</p> <p>◆業務筋（外食、中食、学校給食）のニーズに合わせた生産、出荷、情報発信ができる直販所づくりを支援 ◆販売チャンスを逃さない商品管理の仕組みづくりを支援（来店型販売形態の充実・強化）</p> <p>直販所における安全・安心の取り組みを進め、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、情報発信力を強化するために情報管理システムの構築を行う。また来店型販売形態を充実・強化するために、モデル直販所での情報管理システムを活用した情報発信や、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>		<ul style="list-style-type: none"> ・農林水産物直販所「安心係」養成講習会開催（8回） ・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） ・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） ・ブログ開設講習会の開催（6店舗、参加者8名） ・情報管理システムの構築（3店舗） ・福井県との直販所交流事業を実施（両県各5店舗） ・地産地消イベントでのPR 	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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>◆高知市内でのアンテナショップの設置、産直市の開設を支援</p> <p>大消費地である高知市と生産地とのパイプを強化するアンテナショップの設置、産直市の開設を支援する。</p>		<p>「地域商店街活性化法」を活用し、産業振興計画で取り組んでいる「地産・地消」、「地産・外商」の推進と魅力ある商店街づくりを行うため、県内最大の消費地である高知市中心商店街の活性化を図ろうとする事業者の取り組みを支援</p> <p>○事業概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地産地消・地産外商促進事業 ・中心商店街支援事業 ・コミュニティ事業 	<p>H22.2.19～H23.2.18の1年間</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成22年2月19日県産品アンテナショップ「てんこす」がオープン ・初年度売上目標額87,889千円に対する総売上額 89,191千円（目標達成率100.3%） H23.2.19～H23.8.31現在 ・1日当たりの目標額292千円（年額106,655千円）に対し、実績額298千円（目標達成率101.9%） <p>○地産地消・地産外商促進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域産品の掘り起こし：業者数 298業者、アイテム数 2,860品 ・テストマーケティング：業者数 15業者 →商品のブラッシュアップ8件 <p>○中心商店街支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街と一体となったイベント開催等 ・顔だし看板の作成（H22.2～作成・設置） ・高知県商店街元気祭（H22.3）、こじゅんと文化祭（H22.12）、ナイトバザール（H22.12）、値引き市（H23.3） <p>○コミュニティ事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者や子育て世代向けなどの教室の開催（離乳食や病気予防などの講座 全57回） ・おむつ替えや授乳のできる場の提供
<p>◆「おいしい風土こうちサポーター」店のご協力による、意欲ある生産者の販路拡大を支援</p> <p>おいしい風土こうちサポーター（実需者）と生産者双方への情報提供や交流を通じてお互いのパイプを強化するとともに、限られた地域のみで流通している地域産品の掘り起こしと商品の磨き上げを行い、高知市内等への販路開拓・販売拡大を支援する。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・おいしい風土こうちサポーターを中心に地産地消PRのほりを設置。地産地消の取り組み拠点をPR。 ・直販所MAPを作成し、地産地消の取り組み拠点である直販所をPR。 ・地産地消ニュースを作成。サポーターの取り組みをホームページから発信。 	<ul style="list-style-type: none"> ・登録サポーター件数・H21 568件 H22 580件 H23 604件 ・地産地消のほり（大）の設置・600枚 ・直販所MAP・おいしい風土こうちサポーターである直販所134店とインショップ48店を紹介。3万部を配布。
<p>3 直販所と消費者・量販店などとの交流機会の拡大のための取組を支援</p>			
<p>◆消費者、実需者、生産者との交流の機会創出の取組を支援</p> <p>地域が取り組む地域物産や観光などの情報発信を支援し、交流人口の拡大や旅行者の利便性の向上、観光消費額の増加につなげる。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・「こだわりの田舎まるごとガイド」、「トサコレ」を作成し、観光施設、空港、道の駅等で配布 ・観光客の地域の周遊をサポートする地域観光コンシェルジュを、とさでらす及び道の駅など県下10箇所に配置 ・龍馬のふるさと食まつりで、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」を開催 ・「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 	<p>地域の観光情報が入手しやすい環境ができた。</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	
・直販所販売額 目標：76億円 ↓ H22年度 80億円	・「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。 ・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。	S	【課題】 ・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
	○地産地消・地産外商促進事業 ・初年度売上目標を達成 売上高約 89,180千円（達成率 100.3%） 利用者数 約69,500人 ・H23.2.19～H23.8.31現在 売上金額 57,778千円（達成率 101.9%） 利用者数 約43,400人 ・生産者へのフィードバックや提案により商品のブラッシュアップにつながった。 ・地域で作られる新商品情報の収集、取扱い（販売）やテストマーケティングへのアプローチを強化する必要がある。 ・補助金終了後の安定した運営のためにも更なる売り上げのアップへの取り組みが必要 ○中心商店街支援事業 ・事業への誘客は一定回れたものの来街者の回遊性を高めるまでには至らなかった。 ・事業への参加者の増加と来街者の回遊性を高めるために内容の再検証、ブラッシュアップを行い事業の充実を図る必要がある。 ○コミュニティ事業 ・各講座内容は受講者に好評であるが、尚一層、講座（店主を講師とする講座の開催）の充実を図っていく。 ・店舗内のオムツ替え・授乳施設の利用が少ないことから、引き続き周知を図る。	A	○地産地消・地産外商促進事業 【課題】 ・補助金終了後の安定した運営のためにも更なる売り上げのアップへの取り組みが必要 【方向性】 商品の掘り起こしや店頭販売等の現在の取組みに加え、以下の取組みを強化していく必要がある。 ・BtoBの販売の強化 ・平日の売り上げの向上 ・カタログ販売、インターネット販売の向上 ・イベント等との連記 ○中心商店街支援事業 【課題】 ・事業への誘客は一定回れたものの来街者の回遊性を高めるまでには至らなかった。 【方向性】 ・商店街と連携し、一体となった事業への取り組みを図る。 ○コミュニティ事業 【課題】 ・講座の充実 【方向性】 ・講座（店主等を講師とする講座の開催）の内容の検討、実施
	取組によるサポーター件数の増加や直販所マップ、地産地消のほりの配布など、地産地消の情報発信の機会が増え生産者の販路拡大が進められている。	A	・PR機会は確実に拡大しているが、おいしい風土こうちサポーター会を開くなどの新たな取組も検討しながら引き続き情報発信を行っていく。
	農林漁家民宿、農林漁家レストラン、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	【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

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱			
取組方針			
施策		〔 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 〕
◆これからの対策			
4 木材に関する地産地消			
(1) 住宅や施設等への県産材の利用			
<p>◆木造住宅に関する情報発信の強化</p> <p>◆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</p> <p>◆県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援</p> <p>高知県木材普及推進協会が行っている木造住宅の情報発信事業について、多くの住宅関連企業が参画する仕組みや事業の実施を通して、その強化を図るとともに、県と連携した形で木造住宅フェアを開催し、木や木造住宅の普及推進に繋げる。</p> <p>また、県の定めた建設基準に適合し、県産材を構造材に50%（事業により70%）以上使用した住宅に対して助成を行い木造住宅の普及を促進する。</p>		<p>・高知市に井田で木造住宅フェア（もくもくランド）を開催</p> <p>①県内木造住宅関連企業の出展（平成21・22年度）</p> <p>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）</p> <p>・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、建築士会会報）</p> <p>・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）</p> <p>・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</p> <p>・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）</p> <p>・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</p> <p>・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）</p>	<p>・高知市に井田で木造住宅フェア（もくもくランド）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）</p> <p>・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）</p> <p>・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））</p> <p>・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%）</p>
(2) 学校等への木製品の導入			
<p>◆公共事業や公共施設での県産材の率先利用</p> <p>◆県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援</p> <p>県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。</p>		<p>・公共施設の木造・木質化や、学校関連施設への木製品の導入等への支援</p> <p>・木製品カタログ作成への支援</p> <p>・平成22年度の国の「公共建築物等における木材の利用の促進に関する法律」の施行にともない、県も「高知県産材利用推進方針」を改定し、より一層の木材利用の取組みを強化</p>	<p>・県内で、公共施設等への県産材利用の取組みが進んでいる。（公共及び公共施設の木造・木質化：平成21年度47施設、平成22年度56施設）（学校関連施設への木製品の導入：平成21年度26団体42箇所、平成22年度40団体61箇所）</p> <p>・平成23年度木造施設普及コンクールにおいて、林野庁長官賞を2施設が受賞（久礼中学校（中土佐町）、雲の上のギャラリー（梶原町））</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	
戸建て木造住宅の木造率が、全国平均を上回っている。 目標：H22年度 全国86.4% ↓ H22年度： 高知県86.0% (計画策定時の全国との差は5.4%)	・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。 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。	S	【課題】 ・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。 【方向性】 ・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。
	・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。	S	【課題】 ・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。 【方向性】 ・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。

産業成長戦略（連携テーマ）			
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			
1 地産地消・地産外商戦略			
(1) 地産地消（食育）			
1 食材の安定供給体制の構築を支援			
◆県産主要野菜や魚の学校給食への安定供給体制の仕組みづくりによる県産食材使用率の向上（1/2） 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。	○特産物の学校給食（県内小学校等）への食材提供 ・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 ・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。	○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）	
◆県産主要野菜や魚の学校給食への安定供給体制の仕組みづくりによる県産食材使用率の向上（2/2） 地場産物を学校給食に取り入れるための課題の共有と推進体制の構築。	◆地場産物活用状況調査の実施 学校給食で使用した食品の生産地別の使用量、使用回数を調査 調査期間：平成21年9月～平成22年7月 対象：自校方式の学校給食施設 65施設 共同調理場方式の学校給食施設 34施設 ◆地場産物活用ネットワーク会議の開催 生産者・流通関係者・料理研究家・学校給食関係者等による課題の共有、課題解決への取組の推進をとおり、地場産物の安定供給体制を構築を図る 高知県地場産物活用ネットワーク会議 平成21年度 2回 平成22年度 2回 地場産物活用地域ネットワーク会議（学校単位） 平成21年度13地域、80回開催 平成22年度20地域、130回開催	◆地場産物活用状況調査の実施 地場産物活用割合の向上 平成20年度 37.0%が、平成22年9月～平成23年7月までの調査では、44.9%まで向上した。 ◆地場産物活用ネットワーク会議の開催 各JA本所に学校給食への食材提供に関する問い合わせ部署の設置や、(財)高知県学校給食会と高知県園芸連との協働による、生鮮食品の配送システムの拡充等の取組が進んだ。	
2 地場産物の給食への利用促進を支援			
◆前処理加工・冷凍保管など利用しやすい条件の整備 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。	・前処理加工事業等の通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の支援を行った。 ・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。	・県内7カ所で行った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。	
◆冷凍食品、加工食品の開発に対する支援 地域の加工施設整備・冷凍保管庫の整備の支援を行う	・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。	・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。 ・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。	
◆地場産物を使ったメニューの開発 食育の推進、安全・安心な学校給食の普及充実	◆地場産物を活用した学校給食用レシピ集の作成 高知県の基幹11品目（みょうが、オクラ、なす、きゅうり、ししとう、こねぎ、ピーマン、しょうが、アールスメロン、米なす、にら）を中心にリュウキュウやイタドリなどの高知県の特徴的な食材を使い100メニュー9献立を掲載したレシピ集を作成した。	平成23年3月に「地場産物を活用した学校給食用レシピ集」を2,000冊作成し、学校給食関係者に配付した。 配布先：市町村教育委員会、学校給食を実施している学校、栄養教諭・学校栄養職員	
◆地場産物を学校給食に取り入れるための調査研究 地場産物の活用の促進、安定供給体制の構築	学校給食への地場産物の活用の促進、安定供給体制の構築のため、調査研究をおこなった。 ・地場産物活用状況調査の実施 ・食育・食農教育等の体験学習の実施 ・地場産物を活用した学校給食用レシピ集の作成等	地場産物活用状況調査の実施、食育・食農教育等の体験学習の実施やレシピ集の作成など一連の取組について、平成23年8月18日・19日に本県で開催される「第52回全国栄養教諭・学校栄養職員研究大会」の場で実践発表を行う機会を得た。 食育・食農教育等の体験学習は、平成21年度は、延べ109回、5,292人に、平成22年度は、延べ140回、6,384人を対象に実施することができ、県下全体に取組が広がった。	
2 地場産物の給食への利用促進を支援 3 将来の本県農畜水産物の応援団づくりを支援			
◆地域特産物の給食への食材供給を支援 ◆地域特産物の食農教育を給食への食材供給の支援による地域特産物の理解促進	取組方針：1 食材の安定供給体制の構築を支援 ◆これからの対策：◆県産主要野菜や魚の学校給食への安定供給体制の仕組みづくりによる県産食材使用率の向上（1/2）に掲載		

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	
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)	○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	○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。
	今回の調査では、高知県の地場産物活用割合(食品数ベース)は44.9%であり、米はほぼ100%が県内産、飲用牛乳は69.0%、野菜類は51.8%、果実類は30.7%、肉類は31.8%、魚介類は36.2%という状況であった。 野菜については、JA等と連携した取組が進み始めたが、魚介類については、活用割合をさらに高めるための取組が必要である。 学校給食の地場産物活用割合を高めるためには、生産者等と各給食施設の関係者のきめ細かい情報共有が必須であることから、県下全域で、各給食施設単位で地場産物活用地域ネットワーク会議の開催が必要である。	B	定期的に地場産物活用割合の把握をするとともに、引き続き、地場産物活用ネットワーク会議を開催し、学校給食への地場産物の安定供給体制の構築を図る。
	・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。
	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。
	高知県の基幹11品目を中心に、リュウキュウやイタドリなどの高知県の特徴的な食材を取り入れ、普段子どもたちが食べている学校給食の献立のレシピ集を作成した。 レシピ集の作成により、各給食施設の魅力ある献立作りや、各家庭への地場産物に関する情報発信の取組を進めることが期待できる。	B	このレシピ集を学校給食に活用することと、これを活用した児童生徒や保護者に対する食育の推進を実践することとしている。レシピ集を活用した学校給食の提供や食育の推進は、郷土料理、伝統食の継承につながるかと期待している。
	体験学習後の感想文に「自分たちが毎日当たり前食べている米が約半年かかって実ること、その間の草取りや水の管理など、米づくりの大変さを地元の農家の方に教えてもらった。」「自分たちが6月に植えた稲が大きく成長し、黄金色に輝いているのを見て大喜びだった。」などの記載があり、一次産業の役割や感謝の心を学ぶなど、一次産業に関心を持つ児童生徒が増えた。 また、地域の生産者や料理研究家、ヘルスメイト等との関わりができたことで、今後の食育・食農教育等について相談しやすい関係づくりができた。	B	引き続き、地場産物を取り入れた学校給食を活用した食育を推進していく。 今後は、JAや量販店、地域の生産者等と連携した食育・食農教育等の体験学習を推進していく。

<p>産業成長戦略（連携テーマ）</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>1 地産地消・地産外商戦略</p> <p>(3) 食品加工の推進</p>		
<p>1 地域加工への取組</p> <p>◆地域アクションプランの実行を支援（1/5）</p> <p>民間事業者等を中心とした地域資源活用共有会議を開催し、商品化を目指す地域資源の選定や情報共有、商品開発から販売までの検討を行う、ビジネスプランについては、地域本部を通じて地域アクションプランへの追加を支援する。</p> <p>◆地域アクションプランの実行を支援（2/5）</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>◆地域アクションプランの実行を支援（3/5）</p> <p>地域のこだわりを生かした加工品の開発や規模拡大の推進を行うためのフォローアップ体制を整備する。</p> <p>◆地域アクションプランの実行を支援（4/5）</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>◆地域アクションプランの実行を支援（5/5）</p> <p>地域アクションプランの実行を側面から支援し、各地域本部の機能を十分発揮できる体制を整え、地域アクションプランの円滑な進捗をサポートしていく。</p>	<p>地域アクションプランの新たな芽出しを行うため、地域資源活用共有会議を開催。</p> <p>H21：安芸、嶺北、物部川、高知市、仁淀川、高幡、幡多の7地域で開催</p> <p>H22：安芸、嶺北、仁淀川、高幡、幡多の5地域で開催</p> <p>H23：安芸、嶺北、仁淀川、高幡、幡多の5地域で開催予定</p> <p>・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</p> <p>・アドバイザー派遣後の進捗状況報告を導入</p> <p>・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</p> <p>地域の特色ある一次産品を、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、ブ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>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> <p>・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）</p> <p>・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）</p> <p>・講演会の実施（H21）</p> <p>・グループ交流会の実施（H21）</p> <p>・講習会の実施（H22）</p> <p>・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</p> <p>・地域産業振興監を本部長とする「産業振興推進地域本部」を設置し、支援体制を整備（7ブロック合計で地域産業振興監7名、地域支援企画員（総括）12名を配置）</p> <p>・全地域アクションプランに実行支援チームを設置し、取組等の状況確認や調整を実施</p> <p>・庁内情報共有会議に地域産業振興監が参加するとともに、庁内情報共有会議メンバーリストに地域支援企画員まで加えることによって、地域加工や地産外商を含む情報共有体制を強化</p> <p>・地域産業振興監会議や地域支援企画員（総括）との打ち合わせ会などを定期的に開催し、情報共有</p>	<p>高知市地域では「春野地区の農産物（トマト等）の付加価値向上」、安芸地域では「酒粕等を活用した特産品開発」が地域の産業振興を目指す地域アクションプランとして位置づけられた。</p> <p>嶺北地域では嶺北広域版観光パンフレットの作成に関与したほか、地元の料理や素材を掘り起こし、山菜を用いた料理の試作するなど、事業者同士での今後の地域産業づくりにつながる検討ができた。</p> <p>仁淀川地域では地域内の特産品を用いたカレーを試作し、試食イベントも実施した。H23年度以降は自前の予算も確保し、具体的な取組みとして、地元関係者で次のステージに向けた展開を検討中。</p> <p>・新たな商品の開発、販路開拓、経営戦略づくり、事業者の構成メンバーにおける目的意識の共有等につながった。</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>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・「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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・産業振興推進総合支援事業費補助金の申請書類の作成等、地域アクションプランの実行をサポートした。</p> <p>〔 産業振興推進総合支援事業費補助金 H21：43件（うち地域加工5件） H22：56件（うち地域加工7件） H23（8月採択）：21件 （うち地域加工なし） 〕</p> <p>・各地域において、地域本部会議を開催し、各分野の横断的な連携・調整を行った。</p> <p>・地域本部に寄せられた相談案件の中で地域加工に関する新たな取組について地域アクションプランへの追加の動きも出てきている</p> <p>〔 安芸地域：中芸地域食資源を活用した新商品開発及び地域ブランド 仁淀川地域：生姜の加工 など 〕</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	
	具体的な成果につながる地域がある一方で、情報交換のみの会にとどまる地域や、事務局の設置ができず会議が開催できない地域もあり、地域によって温度差がある。	B	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域に雇用の増加や所得の向上などの効果の広がりをもたすためには、新たな取り組みの掘り起こしや、磨き上げの機能は必要であるが、現在の対策では、効果が限られる。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業の効果を検証し、大幅な見直しを行う。
	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。	A	<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、効果を測りやすい仕組みを作り、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>
	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。	A	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。
	関係機関が連携し、望ましい施設設計が行われた		
	・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オーナー等必要なことへの支援・フォローアップを行う。
	・地域産業振興監を中心とした産業振興推進地域本部の体制の構築により、地域加工などの地域アクションプランの円滑な進捗が図られた。	S	<p>【課題】</p> <p>地域アクションプランの取り組みの地域への定着</p> <p>【方向性】</p> <p>産業振興推進総合支援事業費補助金やアドバイザー制度などによる、ニーズに応じた柔軟なフォローアップを充実</p>

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱			
取組方針	施策		
<p>◆これからの対策</p> <p>◆「おいしい風土こうちサポーター」店舗の紹介・取次ぎを行い、協力店舗での試験販売などの実施</p> <p>おいしい風土こうちサポーター（実需者）と生産者双方への情報提供や交流を通じてお互いのパイプを強化するとともに、限られた地域のみで流通している地域産品の掘り起こしと商品の磨き上げを行い、高知市内等への販路開拓・販売拡大・を支援する。</p>		<p>・おいしい風土こうちサポーターを中心に地産地消PRのほりを設置。地産地消の取組み拠点をPR。</p> <p>・直販所MAPを作成し、地産地消の取組み拠点である直販所をPR。</p> <p>・地産地消ニュースを作成。サポーターの取組みをホームページから発信。</p>	<p>・登録サポーター件数…H21 568件 H22 580件 H23 604件</p> <p>・地産地消のほり(大)の設置…600枚</p> <p>・直販所MAP…おいしい風土こうちサポーターである直販所134店とインショップ48店を紹介。3万部を配布。</p>
2 産業化への取組			
(1) 生産に関する施策			
<p>〈農産物〉</p> <p>◆生産（産地調整を含む）から販売までトータルに相談、指導できる体制を整備し、加工用原材料の安定的な供給を支援</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>・新需要開拓マーケティング協議会設置（H21.6）</p> <p>・新需要開拓マーケティング協議会開催（H22.5、H23.3、H23.5）</p> <p>・新たな取引の開拓のための企業等への商材提案、既存取引会社との取引拡大（H21～23）（商材提案件数 32県（H22年度））</p> <p>・高知野菜の業務加工向け提案メニュー作成（H21）</p> <p>・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）</p>	<p>・新たな取引の開拓</p> <p>H21：関東8社、関西4社、県内1社</p> <p>H22：関東6社、関西1社</p> <p>H23（6月末）：関東3社</p>
<p>〈畜産物〉</p> <p>◆産学官の連携と試験研究機関の充実・強化による商品開発の支援</p> <p>①高知県特産鶏の増羽体制を支援する低コスト生産技術の開発</p> <p>・特産鶏の効率的な卵体制を確立するため、種鶏・孵卵管理に必要なヒナ生産マニュアルの作成等について技術支援を行う。</p> <p>②自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験</p> <p>・飼料高騰に対応するため、自給飼料を活用した低コストの肥育実証試験を行うとともに、スーパーバイザーなどと連携し、安全・安心で生産背景が見える牛肉として、有利販売の実証を行う。</p>		<p>①高知県特産鶏の増羽体制を支援する低コスト生産技術の開発</p> <p>○特産鶏孵卵試験（14回）</p> <p>・土佐ソローにかかると孵卵条件について、孵卵機（セッターとハッチャー）の孵卵条件を変更させてそれぞれ実証試験を行い、各孵化率を比較した。</p> <p>○固定原種鶏の系統維持</p> <p>・羽相などの表現形質の安定化を中心に選抜淘汰により系統維持を行った。</p> <p>②自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験</p> <p>○牛肥育実証試験（4回）</p> <p>・粗飼料組み合わせや給与期間をそれぞれ設定して肥育試験を実施。</p>	<p>①高知県特産鶏の増羽体制を支援する低コスト生産技術の開発</p> <p>・季節ごとにも孵卵機（セッターとハッチャー）の孵卵条件を変更して実証試験を行った結果、年間を通じて最適な孵卵条件の概要が明らかになった。</p> <p>・固定原種の系統については、14世代まで作出。</p> <p>②自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験</p> <p>・場内圃場で生産した粗飼料（サイレーズ）と野草等が組み合わせにより後期肥育に利用可能であることが分かった</p>
<p>〈水産物〉</p> <p>◆前処理加工設備や冷凍保管設備等の整備を支援</p> <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> <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>・前処理加工事業等の適正規模モデルを作成した。（H21）</p> <p>・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。</p> <p>・施設整備等に係る補助金等の活用を支援を行った。</p> <p>・原料魚の安定確保や販路の確保の支援を行った。</p> <p>・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。</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ッ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ップの認証取得の支援を行った。</p>	<p>・県内7カ所で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。</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ッ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ップ認証に向けた関係者の合意形成が整った。</p>
(2) 加工等に関する施策			
<p>〈総合的な支援〉</p> <p>◆食品加工を進めるため、産業間で連携した取組を新しい組織（産業振興推進部）で支援（1/2）</p> <p>ものづくりの地産地消を進めるための体制整備を行う。</p> <p>産地維持のために特産農産物を利用したビジネスモデルを、産学官で研究する。また、一次産業と加工業との個別のマッチングを行う。</p> <p>◆食品加工を進めるため、産業間で連携した取組を新しい組織（産業振興推進部）で支援（2/2）</p>		<p>・パッケージデザイン支援事業の実施</p> <p>・ふるさと雇用制度を活用し、食品加工アシスタント等が外部アドバイザーの助言を得て、個別企業に対してハンズオン支援を実施。</p> <p>・高知工科大学と、特定農産物の需要拡大に関する共同研究を実施。</p>	<p>・44件について、商品企画及びパッケージデザインの変更および販売を実施。</p> <p>・現在23件の企業において、商品開発（改良）に取り組み中。</p> <p>・ユズ、土佐文旦、土佐茶、土佐和牛について、ビジネスモデルを研究中。</p>
		<p>取組方針：1 地域加工への取組</p> <p>◆これからの対策：◆地域アクションプランの実行を支援（5/5） 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	
	取組によるサポーター件数の増加や直販所マップ、地産地消のほりの配布など、地産地消の情報発信の機会が増え生産者の販路拡大が進められている。	A	・PR機会は確実に拡大しているが、おいしい風土こうちサポーター会を開くなどの新たな取組も検討しながら引き続き情報発信を行っていく。
(目標) 業務需要の顧客開拓数 25件 ↓ (実績) 23件 (H23.6末現在)	・業務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、本県の独自産材の提案を通じて、本県園芸品の来課食品目等の取引拡大につながっている。	A	(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 (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。
①特産鶏の心卵体制を確立し、ヒナ生産マニュアル作成等の技術支援を実施 ②自給飼料の肥育実証試験を行い、今年度、販売実証を実施	①高知県特産鶏の増羽体制を支援する低コスト生産技術の開発 ・季節ごと心卵条件を変更して実証試験を行った結果、年間を通じて最適な心卵条件の概要が明らかになり、ヒナ生産マニュアル作成等の技術支援を行っている。 ・固定原種の系統については、14世代まで作出したが、更に安定した産卵率が維持できることを目指している。 ②自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験 ・場内圃場で生産した粗飼料(サイレージ)と野草等が組み合わせにより後期肥育に利用可能であることが分かったが、一方、市場出荷の場合は一定の格付け評価も重要な価格形成要素であることから、肥育後期では粗飼料と配合飼料の最適なバランス調整が必要であることが判明した。 ・今後、試験牛の出荷による格付け評価成績と販売価格が判明次第、飼料費を含めた経済評価を行う予定。 以上のとおり、ほぼ目標達成に向けて成果を上げつつある。	B	【課題】 ・産学官の連携による試験研究の充実・強化 【方向性】 ・今後、生産者団体、高知工科大学や高知大学との連携を強化して、自給飼料や食品残渣の有効利用および付加価値を付けた畜産物の開発や生産技術の向上による市場性の高い商品の開発に取り組む。
	・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。 ・高知県漁協手結支所やすくも湾漁協の加工施設では、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	・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。 ・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。
	・単なるパッケージデザインではなく、販売ターゲットを明確にした商品企画からデザイン、販路につなげることが重要であることが、事業者とデザイナーとの間で共有できた。 ・H23年度末までに30商品の開発(改良)を目標としており、現在具体的な商品づくりを進めている。 ・都内の高質スーパーと連携したマーケットイン型商品の開発(改良)を、20商品を目標に取り組み中である。 ・産学官連携においては、特定農産物4品目のビジネスモデルを研究中である	A	・個別企業のハンズオン支援を通じて企業の人材育成につなげ、自立成長を図っていく必要がある。 ・一次産業の拡大再生産につなげる取組が必要である。 ・個別企業の商品開発支援にとどまらず、企業間で連携して高知ならではの商品開発ができるような仕組みづくり

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱			
取組方針			
施策		（ 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>◆これからの対策</p> <p>◆ものづくりの地産地消の仕組みづくり</p> <p>県内で導入する機械設備等や商品の生産過程において、付加価値を高める工程の大部分が県外へ流出している。これらの「ものづくり」の部分について、できるだけ県内で完結させ、経済波及効果を高めるため、県内での受発注につながる情報を集約し、関連団体へ提供することで、機会損失を減らし成約につなげていく。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・庁内情報共有会議において、定期的（月1回）に情報収集を開始（H22.4） ・フィードバックの仕組みを含め、当面の情報フローを確立 ・ものづくり支援コーディネーターの雇用（1名）（H23.4） ・ものづくり地産地消センターの開設（H23.6） 	<ul style="list-style-type: none"> ・県が集約し、関係団体に提供した86件の情報のうち42件のテーマに県内企業が興味を持ち、試作機の開発等について検討
<p>◆地域資源を活用する食品加工企業の誘致</p> <p>地域固有の技術や資源などを活用した誘致や、不足する業種の誘致を進め、地域で一貫した生産体制（SCM化）の構築・拡大を図る。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・新增設可能性のある企業の熟度アップのため、継続的に企業訪問等を行った。（随時） 延訪問数（全業種） H21：731件、H22：624件、H23：246件 ・新規案件発掘のためのアンケートを実施した。 H21：1,958社送付、133社回答、17社訪問 H22：1,721社送付、153社回答、19社訪問 H23：1,907社送付、166社回答、今後訪問 ・企業の設備投資を促し、新たな企業誘致につなげるため、使い勝手が良くなるよう補助制度を改正した。（H23.4.1付改正） ・改正した補助制度の紹介用チラシを作成し、企業訪問等で説明を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・食品加工企業について、新設1件、増設1件の企業誘致が実現した。（新規雇用48人 出荷額5億円）
<p>◆生産から販売に至る各段階を対象に、ハード、ソフトの多様なメニューをパッケージ化した総合補助金により支援（再掲）</p>		<p>ハード、ソフトの多様なメニューをパッケージ化した総合補助金を創設し、生産から販売に至る各段階の取り組みを支援。一定の要件を満たす民間企業のハード事業も支援。</p> <p>（産業振興推進総合支援事業費補助金による支援 H21：43件（うち農林水産加工33件） H22：56件（うち農林水産加工45件） H23<8月採択時点>：21件 （うち農林水産加工14件） ※うち民間企業のハード事業 17件 （H21～H23.6月累計）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・雇用の創出（H21,H22補助金の導入事業）243人増加（H20との比較） ・売上高等の増加 H21に補助金を導入した43事業のうち23事業で売上高等が増加（H21年度実績） ⇒約5億円/年の増（事業実施前との比較）
<p>〈商品開発・磨き上げ・事業化等に関する個別支援〉</p>			
<p>◆試験研究機関の充実・強化による商品開発の支援</p> <p>食品関係企業・団体への商品開発の支援、食品加工特別技術支援員等の配置による商品開発の推進、食品加工研究棟の活用による支援の充実</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・食品加工特別技術支援員による食品加工技術支援、新商品開発支援、人材育成の実施 ・食品加工研究棟を活用した各種商品開発の支援、企業の開発力向上支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・食品加工特別技術支援員（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 ・その他の技術支援・相談等（H21）商品化24件（H22）技術支援257件、試作111件、商品化22件（H23）技術支援744件、試作226件、商品化15件 ・加工機器デモンストレーション 2日間、4回開催、600名参加

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"> ・収集した発注予定情報等を関係団体を通じて受注者側に提供する情報フローの仕組みを構築したことにより、県内における受発注を生む機会を作ることができ、「ものづくりの地産地消」につながる事例も生まれた。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・発注予定情報等を「ものづくりの地産地消」に効果的につなげるためには、できるだけ早い段階での情報の収集が必要 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報フローを通じた発注予定情報等の収集について庁内に徹底していく。
H21～23年度： 新增設件数 8件 ↓ H23年度末： 新增設件数 21件 (うち食品加工2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。
	総合補助金などの資金的支援により、付加価値を生み出す農水産加工の取り組みが県内各地で始動し、地産地消・地産外需につながる動きが本格化してきたが、総合補助金による民間企業のハード事業が13件(H21、H22実績)に留まるなど、措置した予算を最大限有効に活用することができなかった。	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総合補助金を導入した事業の地域の産業として定着、拡大 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アドバイザーの活用等による効果的なフォローアップ ・地域の雇用の創出や所得の向上等をもたらす新たな取り組みの掘り起し
	<ul style="list-style-type: none"> ・県内の食品加工関連企業・団体からの商品開発や課題解決等の相談に対し、試作、試験、分析等の支援や技術指導を行い、商品化や製品の改良につながっている。 ・食品加工研究棟に設置した加工機器の公開デモンストラーションにより、県内企業に広くPRでき技術相談や指導の要望が増加している。 	S	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 食品開発課の支援活動や食品加工研究棟などの広報が進み、センターへの加工食品開発に関する相談が多様化しているが、必要な設備や人員が不足しているため要望に応えられないことも多い。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 企業ニーズの高い加工設備導入の検討、最新加工技術について情報収集や対応できる内部人材の育成を図っていく。

産業成長戦略（連携テーマ）		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 ◆テーマごとの研究会方式によるビジネスプランのブラッシュアップなどを支援 成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的な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。	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 ・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：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） (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 H21：12社（17回） H22：20社（50回） H23：12社（27回）合計（延べ）：44社（94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 H21：35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 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) 「フォローアップ」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、「フォローアップ」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：1件 H22年度：7件 H23年度：2件 合計：10件 ※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 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） H23末現在：9件 3 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（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 ※他の2件については、試作品が完成 (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）：69百万円 新規雇用数（H23.5末現在）：12名 4 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） 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
	◆首都圏など大消費地の消費者の視点での商品開発を支援（1/2） 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 （1年間の取組） ○「まるごと高知」を活用した外商の展開（オープン～2011.7月末） 個別企業への訪問 279件（うち新規企業80件） 高知フェアの開催 30件 「まるごと高知」を活用した試食・商談会41回 ○大規模な展示・商談会の開催等 「食の大商談会」の開催、スーパーマーケットロードショーへの出展 ○商品の磨き上げに対する支援 テストマーケティングへの参加促進など	<「まるごと高知」の来店者数等> オープン1周年の実績 来店者 約70万1千人 物販売上 約2億2千8百万円 飲食売上 約1億6千2百万円 <外商活動の成果> 小売、卸、飲食店などへの定番採用・短期採用合わせて708件 <商品の磨き上げ> 店舗を利用したテストマーケティング 29事業者52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（2月）、1,900商品（8月） 食品表示をチェックし、改善を検討すべき240商品をフィードバック
	◆首都圏など大消費地の消費者の視点での商品開発を支援（2/2） 地産外商商品ブラッシュアップ支援事業により、地産外商公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	・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：県土地産外商公社） ・「まるごと高知」テストマーケティング 22年度実施分 20事業者、38商品 23年度8月末まで実施分 9事業者、14商品	・ブラッシュアップ補助金を活用した商品の磨き上げ 22年度 1事業者、2商品 23年度8月末現在 2事業者、3商品 ・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。

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"> 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、延べ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 <ul style="list-style-type: none"> (1) 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） (2) 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 (3) 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 <ul style="list-style-type: none"> (1) 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 (2) 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"> 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。

産業成長戦略（連携テーマ）		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 〕
〈適正な品質管理支援〉			
◆工場の衛生管理の高度化を支援（1/3） 衛生管理高度化研修等により、加工現場に衛生知識や技術を蓄積する	<ul style="list-style-type: none"> 工場内の殺菌等安全性・品質管理指導、巡回指導等 商品ごとの保存試験と菌検査による殺菌指導 企業の品質管理部門への個別研修 指導対象企業の選定 	<ul style="list-style-type: none"> 技術研修の開催 (H21) 11日間 189名参加 (H22) 9日間 216名参加 (H23) 1日間 20名参加 食品衛生監視員研修会への講師派遣 食品安全（衛生・品質管理）に関する企業支援 (H22) 44社 49件 (H23) 139社 191件 巡回指導 (H22) 10社 (H23) 21社 	
◆工場の衛生管理の高度化を支援（2/3） 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。	<ul style="list-style-type: none"> ①地産外商課等の他課と連携し、下記の事項を実施 <ul style="list-style-type: none"> 高度食品衛生管理手法実施希望施設への指導・助言 HACCP手法関連講習会の開催 ②高知県衛生管理認証制度の推進 <ul style="list-style-type: none"> 新規対象業種の設定 新規認証施設の承認 認証取得希望施設への指導・助言 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 ②HACCP手法関連講習会開催数：13回 ③新規対象業種の設定：2業種 ④新規認証取得施設：3施設 	
◆工場の衛生管理の高度化を支援（3/3） 外商を行うにあたって、消費地から求められる食品加工施設の生産管理の高度化対応への支援を行うため、専門家の派遣や研修等を行う。 また、関係法令が複雑で食品加工事業者の課題となっている適正表示に対する支援を行う。	<ul style="list-style-type: none"> 自主衛生管理マニュアルモデルの提示 食品加工施設の個別調査及び改善策の提案 生産管理高度化に関する研修会の開催 表示のワンストップ助言 	<ul style="list-style-type: none"> 20業種について自主衛生管理マニュアルモデルの提示（HP掲載） 個別企業に対する調査及び改善提案 H21：20件 H22年：50件 H21：衛生と表示の基礎研修：150企業210名 H22：生産管理高度化研修：6メニュー、延べ422名受講 H23：10メニューで開催中 3メニュー、延べ200名受講（8月末） 食品表示に関する助言 H22：266件 H23：178件（8月末） 	
(3) 人材に関する支援			
◆アドバイザーなどの外部人材の活用による支援 ◆担い手や核となる人材や団体の育成・確保の推進（1/4）	取組方針：1 地域加工への取組 ◆これからの対策：◆地域アクションプランの実行を支援（2/5） に掲載		
◆担い手や核となる人材や団体の育成・確保の推進（2/4）	取組方針：1 地域加工への取組 ◆これからの対策：◆地域アクションプランの実行を支援（4/5） に掲載		
◆担い手や核となる人材や団体の育成・確保の推進（3/4） 専門技術研修等の実施、食品加工特別技術支援員の配置、技術指導アドバイザーの派遣、土佐FBC人材創出事業への支援	<ul style="list-style-type: none"> 食品加工特別技術支援員による食品加工技術支援、新商品開発支援、人材育成の実施 技術指導アドバイザー等外部人材を活用した食品加工の技術支援、講習会等の実施 土佐FBC人材創出事業への支援 	<ul style="list-style-type: none"> 各種技術研修 (H21) 16日間 212名参加 (H22) 29日間 481名参加 (H23) 9日間 111名参加 食品加工特別技術支援員 (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 技術指導アドバイザー (H21) アドバイザー7名 技術指導9件 (H22) アドバイザー3名 技術指導3件 	
◆担い手や核となる人材や団体の育成・確保の推進（4/4）	取組方針：2 産業化への取組 ◆これからの対策：◆◆工場の衛生管理の高度化を支援（3/3） に掲載		

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"> ・県内食品加工関連企業の品質管理指導や巡回指導により、工場の衛生品質管理能力が向上しつつある。 ・衛生品質管理能力が向上した企業は商品開発力もアップし、販路の拡大に取り組んでいる。 	S	<p>【課題】 食品開発に意欲的な企業が増えつつあり、他分野から食品業界へ参入する企業や団体も増加傾向にある。こうした食品開発業者の要望に十分な対応が現人員では困難な状況にある。</p> <p>【方向性】 県食品衛生課、民間衛生管理者との連携によって衛生品質管理を指導する。</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ◆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。 ◆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。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ◆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。 <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。 ◆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。
	<ul style="list-style-type: none"> ・自主衛生管理マニュアルを定めた生産管理が生産管理高度化に関する研修等を通じて企業に徐々に浸透するとともに、表示適正化に対する意識が高まっている。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・生産管理高度化への取組が進行しつつあるが、それぞれの企業レベルに応じてステップアップが必要であり、引き続き研修等を通じて支援を行っていく。
	<ul style="list-style-type: none"> ・企業ニーズに沿った技術的課題について、職員、技術支援員、技術指導アドバイザーなどの外部講師による講習会や技術指導、情報提供を行った。これらの効果により指導内容に応じた人材が育成されつつある。 ・土佐FBC人材創出の取り組みは、文部科学省の中間評価で最高のS評価を受けた。 	S	<p>【課題】 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】 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>産業成長戦略（連携テーマ）</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>1 地産地消・地産外商戦略</p> <p>(4) 地産外商</p>		
<p>1 総合的な支援</p> <p>◆県産品の販売を促進するため、産 業間で連携した取組を新しい組織で 支援</p> <p>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</p> <p>◆地域アクションプランの実行を支 援する体制を地域ごとに整備</p> <p>地域アクションプランの実行を側面から支 援し、各地域本部の機能を十分発揮できる 体制を整え、地域アクションプランの円滑 な進捗をサポートしていく。</p> <p>◆県産品の販売を促進するため、生 産から販売に至る各段階を対象に、 ハード、ソフトの多様なメニューを パッケージ化した総合補助金を適用 し、支援</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>○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 (1年間の取組) ○「まるごと高知」を活用した外商の展開（オープ ン～2011.7月末） 個別企業への訪問 279件（うち新規企業80 件） 高知フェアの開催 30件 「まるごと高知」を活用した試食・商談会41回 ○大規模な展示・商談会の開催等 「食の大商談会」の開催、スーパーマーケット レードショーへの出展 ○商品の磨き上げに対する支援 テストマーケティングへの参加促進など</p> <p>・地域産業振興監を本部長とする「産業振興推進地域 本部」を設置し、支援体制を整備（7ブロック合計 で地域産業振興監7名、地域支援企画員（総括） 12名を配置） ・全地域アクションプランに実行支援チームを設 置し、取組等の状況確認や調整を実施 ・庁内情報共有会議に地域産業振興監が参加すると ともに、庁内情報共有会議メンバーリストに地域支 援企画員まで加えることによって、地域加工や地産 外商を含む情報共有体制を強化 ・地域産業振興監会議や地域支援企画員（総括）との 打ち合わせ会などを定期的に開催し、情報共有</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。 【具体的な取組内容】 ・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、専門家を派遣し、経営視点の導 入、商品開発や販促活動を助言</p>	<p>く「まるごと高知」の来店者数等） オープン1周年の実績 来店者 約70万1千人 物販売上 約2億2千8百万円 飲食売上 約1億6千2百万円</p> <p>〈外商活動の成果〉 小売、卸、飲食店などへの定番採用・短期採用合わせ て708件</p> <p>〈商品の磨き上げ〉 店舗を利用したテストマーケティング 29事業者5 2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（2月）、1,900商品（8月） 食品表示をチェックし、改善を検討すべき240商品を フィードバック</p> <p>・産業振興推進総合支援事業費補助金の申請書類 の作成等、地域アクションプランの実行をサポート した。</p> <p>〔 産業振興推進総合支援事業費補助金 H21：43件（うち地域加工5件） H22：56件（うち地域加工7件） H23（8月採択）：21件 （うち地域加工なし） 〕</p> <p>・各地域において、地域本部会議を開催し、各分野 の横断的な連携・調整を行った。 ・地域本部に寄せられた相談案件の中で地域加工に関 する新たな取組について地域アクションプランへの 追加の動きも出てきている</p> <p>〔 安芸地域：中芸地域食資源を活用した新商品開発 及び地域ブランド 仁淀川地域：生姜の加工 など 〕</p> <p>・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。</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	
	「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。
	・地域産業振興監を中心とした産業振興推進地域本部の体制の構築により、地域加工などの地域アクションプランの円滑な進捗が図られた。	S	<p>【課題】</p> <p>地域アクションプランの取り組みの地域への定着</p> <p>【方向性】</p> <p>産業振興推進総合支援事業費補助金やアドバイザー制度などによる、ニーズに応じた柔軟なフォローアップを充実</p>
	・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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。

産業成長戦略（連携テーマ）		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 商品の磨き上げを支援	<p>◆支援体制の強化と新たな販路拡大への取組（園芸農産物）</p> <p>環境保全型農業のトップランナーへの取組みなど、産地の「強み」をPRし、理解いただくなど、卸売会社から先の実需者との関係を強化するとともに、産地側が新たな消費地ニーズに対応できるよう支援を行うことにより、新たな販路開拓と有利販売に繋げる。</p> <p>①量販店とのパートナーシップの構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 	<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） 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）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>（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） 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）</p> <p>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む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：おおさかハルコープ1回、阪急阪神百貨店1回</p> <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 関東：東急ストア10回、セイミヤ2回 関西：関西スーパー5回、おおさかハルコープ2回 阪急阪神百貨店6回</p>	<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み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 <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
②<中食・外食等業務加工需要> 系統共販の強みを生かし、卸売会社と連携して卸から先の実需者に向けた新たな需要創出等を狙い、実需者との合意形成、産地の安定供給を基本として新たな業務需要の開拓に取り組む。	<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） ・新たな取引の開拓や既存取引の拡充のための食材提案（H21～23） 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） <p>◆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の加工への取組み意向調査を実施 ・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）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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（6月末）：関東3社 <p>◆モデル品目を決定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・文旦 ・シヨウガ 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 ○地域野菜等の品目別の販売戦略として、地域の他の一次産品や観光資源等をツールとして活用しながらストーリー性を持たせ、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。	<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） <p>・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>	<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 (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		
<p>【目標】 パートナーシップ量販店の消費者について高知県の取り組み認知度を毎年5%アップさせる。(現状はほとんど認知されていない)</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を現状の20%アップさせる。</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「フレッシュ店（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、レシビ入り) みょうが3個/パック(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魚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】 業務需要の顧客開拓数 25件</p> <p>↓</p> <p>【実績】 23件 (H23.6末現在)</p> <p>県域で加工に取り組みモデル品目の絞込と加工試作品作成 (目標) 絞り込み 試作品2品目 (実績) 文旦加工品1品目</p>	<p>・業務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> <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 ・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>	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>・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>・実施主体の確保（農業団体が主体となった加工可能性の再確認）</p>
<p>【目標】 3地区で地域フェアを開催</p> <p>↓</p> <p>【実績】 平成23年度 3地区で地域フェアを開催</p>	<p>○嶺北地域 ・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。 ・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】</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>

産業成長戦略（連携テーマ）		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 ④特産果樹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 <土佐文旦> <新高梨>	<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 <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荷活動の開始（H22） 	【H21】 ・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。 【H22】 ・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。
	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	<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ヶ所） 22年度：椿山荘 8/1～8/31 アンテナショップ 3/3～3/30	<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・新品種の開発→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し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 <ul style="list-style-type: none"> ・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
	◆新しいアンテナショップの活用等による、テストマーケティングの機会の提供、県産品に関するモニター調査やアンケート調査の実施、生産者等への情報のフィードバックの充実・強化（1/2）	取組方針：1 総合的な支援 ◆これからの対策：◆県産品の販売を促進するため、産業間で連携した取組を新しい組織で支援に掲載	
	◆新しいアンテナショップの活用等による、テストマーケティングの機会の提供、県産品に関するモニター調査やアンケート調査の実施、生産者等への情報のフィードバックの充実・強化（2/2） ◆デザイナーやマーケティングの専門家等の外部の人材を活用し、商品の磨き上げや効果的なマーケティング活動等の推進を支援（1/2） 地産外商商品ブラッシュアップ支援事業により、地産外商公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	<ul style="list-style-type: none"> ・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：県十地産外商公社） ・「まるごと高知」テストマーケティング 22年度実施分 20事業者、38商品 23年度8月末まで実施分 9事業者、14商品	<ul style="list-style-type: none"> ・ブラッシュアップ補助金を活用した商品の磨き上げ 22年度 1事業者、2商品 23年度8月末現在 2事業者、3商品 ・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。
	◆担い手や核となる人材・団体の育成・確保（1/2）	取組方針：1 総合的な支援 ◆これからの対策：◆県産品の販売を促進するため、生産から販売に至る各段階を対象に、ハード、ソフトの多様なメニューをパッケージ化した総合補助金を適用し、支援に掲載	

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】</p> <p>①土佐ぶんたん祭り 目標：定着</p> <p>②新たな販売戦略の検証と再構築 目標：京浜以北への消費宣伝強化</p> <p>③園芸連を通じた県外出荷 目標2500t</p> <p>↓</p> <p>【実績】</p> <p>①協議会活動に定着</p> <p>②宣伝強化ができてきた</p> <p>③実績 H21:1600t H22:680t</p> <p>【目標】</p> <p>園芸連を通じた県外出荷 目標：60t</p> <p>↓</p> <p>【実績】</p> <p>平成22年度：11t</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繋がっている。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> <p>・土佐文旦の認知度の向上</p> <p>・園芸連の文旦販売戦略の構築</p> <p>・光センサー選果機の有効活用(JAとさし)</p> <p>【方向性】</p> <p>・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度であった。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。</p> <p>・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。</p> <p>・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> <p>【課題】</p> <p>・まとまりを持った販売方法の拡大</p> <p>【方向性】</p> <p>・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>
<p>【目標】</p> <p>◆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→ユリの交流会の実施</p> <p>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> <p>【実績】</p> <p>モニタリング実施目標市場H21：10市場→11市場。 H22：8市場→13市場。 H23：8市場→12市場。</p>	<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> <p>・高知県産花きとしての認知度UPと販売力の向上</p> <p>【方向性】</p> <p>・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>
	<p>・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。</p> <p>・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。</p>	A	<p>【課題】</p> <p>・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> <p>【方向性】</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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>

産業成長戦略（連携テーマ）			
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			
<p>◆これからの対策</p> <p>◆担い手や核となる人材・団体の育成・確保（2/2）</p> <p>◆デザイナーやマーケティングの専門家等の外部の人材を活用し、商品の磨き上げや効果的なマーケティング活動等の推進を支援（2/2）</p> <p>民間事業者等を中心とした地域資源活用共有会議を開催し、商品化を目指す地域資源の選定や情報共有、商品開発から販売までの検討を行う、ビジネスプランについては、地域本部を通じて地域アクションプランへの追加を支援する。</p>		<p>・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</p> <p>・アドバイザー派遣後の進捗状況報告を導入</p> <p>・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</p>	<p>・新たな商品の開発、販路開拓、経営戦略づくり、事業者の構成メンバーにおける目的意識の共有等につながった。</p>
<p>◆地域で工商業者や生産者等が連携して地域資源を発掘・商品化に取り組む場づくり（地域資源活用共有会議の設置）</p> <p>民間事業者等を中心とした地域資源活用共有会議を開催し、商品化を目指す地域資源の選定や情報共有、商品開発から販売までの検討を行う、ビジネスプランについては、地域本部を通じて地域アクションプランへの追加を支援する。</p>		<p>地域アクションプランの新たな芽出しを行うため、地域資源活用共有会議を開催。</p> <p>H21：安芸、嶺北、物部川、高知市、仁淀川、高幡、幡多の7地域で開催</p> <p>H22：安芸、嶺北、仁淀川、高幡、幡多の5地域で開催</p> <p>H23：安芸、嶺北、仁淀川、高幡、幡多の5地域で開催予定</p>	<p>高知市地域では「春野地区の農産物（トマト等）の付加価値向上」、安芸地域では「酒粕等を活用した特産品開発」が地域の産業振興を目指す地域アクションプランとして位置づけられた。</p> <p>嶺北地域では嶺北広域版観光パンフレットの作成に関与したほか、地元の料理や素材を掘り起こし、山菜を用いた料理の試作するなど、事業者同士での今後の地域産業づくりにつながる検討ができた。</p> <p>仁淀川地域では地域内の特産品を用いたカレーを試作し、試食イベントも実施した。H23年度以降は自前の予算も確保し、具体的な取組みとして、地元関係者で次のステージに向けた展開を検討中。</p>
<p>◆加工による農林水産物の商品化・高付加価値化と流通・販売ルートの開拓への支援の充実・強化（新組織・総合補助金を中心とした支援）</p>		<p>ハード、ソフトの多様なメニューをパッケージ化した総合補助金を創設し、生産から販売に至る各段階の取組みを支援。一定の要件を満たす民間企業のハード事業も支援</p> <p>産業振興推進総合支援事業費補助金による支援</p> <p>H21：43件（うち農林水産加工33件）</p> <p>H22：56件（うち農林水産加工45件）</p> <p>H23<8月採択時点>：21件（うち農林水産加工14件）</p> <p>※うち民間企業のハード事業 17件（H21～H23.6月累計）</p>	<p>・雇用の創出（H21.H22補助金の導入事業）243人増加（H20との比較）</p> <p>・売上高等の増加</p> <p>H21に補助金を導入した43事業のうち23事業で売上高等が増加（H21年度実績）</p> <p>⇒約5億円/年の増（事業実施前との比較）</p>
<p>◆商品カテゴリー別のブランド化の推進を支援</p> <p>深層水研究所は、共同研究等を通じて海洋深層水関係商品のブランド化を支援。</p>		<p>・各種研究や技術支援を実施した。</p> <p>・深層水企業クラブへの情報提供や協議を行った。</p> <p>・新商品開発への企画や補助制度の紹介を行った。</p> <p>・深層水中の放射性物質の検査を行い、HP等で情報提供を行った。</p> <p>・海洋深層水への理解を深めていただくためのPR活動を積極的に行った。</p> <p>・産学官共同研究を実施するとともに、補助制度の紹介や協議を行った。</p>	<p>・エンドユーザーやバイヤーに対して室戸海洋深層水及び関連商品の認知が以前に増して図られた。</p> <p>・地元の海藻を使用した化粧品が新発売となった。</p> <p>・スジアオノリ養殖事業は生産量が順調に伸びてAPでの販売目標数値を修正した（H23：1500万円⇒2200万円に）</p> <p>・深層水商品に対する放射能汚染の風評被害は抑えることができた。</p>
<p>◆県産品の高付加価値化等によりブランド化を目指すモデル事例への支援</p> <p>・県内山間地において基幹品目となっているユズの優良種苗生産安定のための弱毒ウイルス保毒優良系統を選抜する。選抜系統は原母樹確保のため整備される網室内で保存し、原母樹として県下JA等が設置する母樹園への種木の供給を行う。さらに、トゲなしユズ等、新たな優良系統の作出を行う</p> <p>・荒茶の市場価格低迷による茶農家経営の悪化に対応するため、県内で仕上げ茶を生産し付加価値の高い商品による販売戦略を支援する</p>		<p>◆県産品の高付加価値化等によりブランド化を目指すモデル事例への支援</p> <p>【日本一のユズ産地の維持・発展に向けた優良種苗供給支援事業（農業技術センター果樹試験場）】</p> <p>○選抜系統原母樹の保存</p> <p>○選抜系統のエイジング及びトゲなし系統の弱毒接種個体の増殖</p> <p>○JA母樹園設置用の選抜系統種木の供給</p> <p>【土佐茶のブランド化を推進する（仕上げ茶）生産技術支援（農業技術センター茶業試験場）】</p> <p>○荒茶価格低迷による茶農家経営の悪化に対応するため、県内で仕上げ茶を生産し付加価値の高い商品による販売戦略を支援する。</p> <p>○高知女子大学・全農こうち・コスモス農協との共同研究や工業技術センターなど関係機関との連携協力により、嗜好調査や茶仕上げ技術の確立を行い、県内仕上げ茶の品質向上を図るとともに消費者の嗜好にあった土佐茶統一ブランド商品を開発する環境</p>	<p>【日本一のユズ産地の維持・発展に向けた優良種苗供給支援事業】</p> <p>○弱毒ウイルス接種系統の収穫調査では凸型こはん用症が多い個体も認められるが、昨年絞り込んだ3系統は、比較的少ない。</p> <p>○トゲなしユズ作出におけるエイジングにより、全くトゲのない個体も認められた。</p> <p>○重イオンビーム照射個体では数本のトゲ無しを確認していたが、その後トゲが発生。</p> <p>【土佐茶のブランド化を推進する（仕上げ茶）生産技術支援】</p> <p>○好まれる火入れ度の傾向が分かった。</p> <p>○茶業関係者が互いの茶の特徴を知ること、仕上げ茶品質向上への意識を高めた（参加者44名）。</p> <p>○渋味成分量と官能とは一致する傾向が見られた。</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	
	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。	A	【課題】 アドバイスの内容が、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。 【方向性】 アドバイザーに期待する内容を明確にすることで、効果を測りやすい仕組みを作り、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。
	具体的な成果につながる地域がある一方で、情報交換のみの会にとどまる地域や、事務局の設置ができず会議が開催できない地域もあり、地域によって温度差がある。	B	【課題】 ・地域に雇用の増加や所得の向上などの効果の広がりをもたらすためには、新たな取り組みの掘り起こしや、磨き上げの機能は必要であるが、現在の対策では、効果が限られる。 【方向性】 ・事業の効果を検証し、大幅な見直しを行う。
	総合補助金などの資金的支援により、付加価値を生み出す農水産加工の取り組みが県内各地で始動し、地産地消・地産外商につながる動きが本格化してきたが、総合補助金による民間企業のハード事業が13件(H21、H22実績)に留まるなど、措置した予算を最大限有効に活用することができなかった。	A	【課題】 ・総合補助金を導入した事業の地域の産業として定着、拡大 【方向性】 ・アドバイザーの活用等による効果的なフォローアップ ・地域の雇用の創出や所得の向上等をもたらす新たな取り組みの掘り起こし
目標：155億円 ↓ H23年：135億円	・深層水商品の情報発信ツールにより、室戸海洋深層水の魅力を県内外に一定伝えることができた。 ・各種の活動が人的交流や研究の活性化につながり、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。	A	・海洋深層水商品の情報発信と販売力強化の活動を引き続き支援し、更なる販路開拓を推進する。
	【日本一のユズ産地の維持・発展に向けた優良種苗供給支援事業】 ○弱毒ウイルスの干渉効果および・自然弱毒優良系統では3系統ほどに絞り込めた ○優良系統のエイジングで、ほとんどトゲのない発生していない1系統が得られた。 ○トゲなし系統では4系統を増殖し、3月にJAへ配布予定 【土佐茶のブランド化を推進する(仕上げ茶)生産技術支援】 ○嗜好調査の結果をもとに、土佐茶の味・香りなどのコンセプトを検討し、平成22年1月からの仕上げ茶生産(試作)に活用し、高知知女子大学・全農こうちと協力して試作した土佐茶「茶楽々」の試験販売を実施した。 ・うま味、渋味指標(案)を作成した。	B	【日本一のユズ産地の維持・発展に向けた優良種苗供給支援事業】 ○JA母樹園用の穂木供給体制の確立。 【土佐茶のブランド化を推進する(仕上げ茶)生産技術支援】 ○土佐茶統一ブランド商品の開発

産業成長戦略（連携テーマ）		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>〔 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>
<p>◆試験研究機関の充実・強化（新商品の開発や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進（1/4）</p> <p>◆産学官連携による新商品の開発を支援（1/3） （工業技術センター）</p> <p>商品や製品の開発・技術支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新商品開発のための試作、試験の実施 ・既存商品改良のための試作、試験の実施 ・既存商品、試作品、素材の成分分析の実施 ・商品生産開始に向けた技術指導の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・技術支援・相談、商品開発支援（H21）商品化24件 （H22）技術支援257件、試作111件、商品化22件 （H23）技術支援744件、試作226件、商品化15件 ・加工機器デモンストレーション 2日間、4回開催、600名参加 	
<p>◆試験研究機関の充実・強化（新商品の開発や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進（2/4）</p> <p>◆産学官連携による新商品の開発を支援（2/3） （紙産業技術センター）</p> <p>紙・不織布製品の開発研究、実用化の研究及び製紙産業に関連する調査研究を行い、県内製紙関連企業を技術的に支援し、活性化を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・12課題の試験研究を行うとともに、開放試験設備を利用する研修を4回開催するほか、企業支援のための研究会を6回実施し、研究機関と事業者等とのマッチングの推進に努めた。 ・外部資金獲得に向けての提案課題数8課題、客員研究員による指導回数も6回と外部の研究者等と企業者の連携を図るべく、取り組みを進めている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・依頼試験件数3,500件、試験設備使用件数900件、技術相談件数2,200件など、企業、教育機関等のニーズに応えるとともに、マッチングの成果も表れた。 ・開放試験設備研修利用研修参加者は延べ25名、企業支援のための研究会への参加者は延べ50名と直接的な実績を積んでいるとともに、外部資金獲得課題が2課題、客員研究員による指導人数も延べ30名に及び、特許出願も2件を数えた。 	
<p>◆試験研究機関の充実・強化（新商品の開発や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進（3/4）</p> <p>◆産学官連携による新商品の開発を支援（3/3） （海洋深層水研究所）</p> <p>深層水研究所は、共同研究等を通じて海洋深層水関係商品のブランド化を支援。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・各種研究や技術支援を実施した。 ・深層水企業クラブへの情報提供や協議を行った。 ・新商品開発への企画や補助制度の紹介を行った。 ・深層水中の放射性物質の検査を行い、HP等で情報提供を行った。 ・海洋深層水への理解を深めていただくためのPR活動を積極的に行った。 ・産学官共同研究を実施するとともに、補助制度の紹介や協議を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・エンドユーザーやバイヤーに対して室戸海洋深層水及び関連商品の認知が以前に増して図られた。 ・地元の高瀬を使用した化粧品が新発売となった。 ・スシアオノリ養殖事業は生産量が順調に伸びてAPでの販売目標数値を修正した（H23：1500万円⇒2200万円に） ・深層水商品に対する放射能汚染の風評被害は抑えることができた。 	
<p>◆試験研究機関の充実・強化（新商品の開発や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進（4/4）</p> <p>農産物の高品質・安定・多収生産技術の開発（施設園芸）</p> <p>ピーマン、シシトウを中心に病害に強い品種の育成や天敵などを組み合わせたIPM（総合的病害虫管理）技術を確立</p> <p>ピーマン、シシトウを中心に病害に強い品種の育成や天敵などを組み合わせたIPM（総合的病害虫管理）技術を確立</p> <p>農産物の高品質・安定生産技術の開発（果樹）</p>	<p>○柱である「競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築」、「新たな取組による農業、農村の発展」を積極的に支援するため、新品目の導入定着と新品種育成と生産から流通・販売までを見通した品目別総合戦略に対応した技術開発と普及支援を行う。</p> <p>○環境保全型農業のトップランナーを目指して取り組んでいる農業振興部の重点施策を技術面から支援するためピーマン・シシトウを中心に病害に強い品種の育成や天敵などを組み合わせたIPM（総合的病害虫管理）技術を確立する。</p>	<p>○得られた成果を栽培部会等で紹介し、IPM技術指導者のための指導マニュアルに反映された。また、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれるなど、普及が図られている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県育成のナス品種「土佐鷹」、雨よけ米ナス「なつのすけ」、水稲極早生品種「南国そだち」の普及が進んだ。 ・とげなしナス優良系統の現地実証試験が開始、ユリの新潟産切り下球の有効利用技術について、産地での評価が高く、普及が期待されている。 <p>○新たに登録された農薬については、随時県の病害虫防除指針に採用している</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オオバを加害するマテイラコナカイガラムシに対し、微生物農薬の体系処理により、農家段階の栽培圃場で発生を抑えられる見通しが得られた。 ・新高ナン：秋期に幼虫の活動を抑え、被害を軽減できる可能性のある薬剤の選定ができた。 	
<p>◆HACCPなどの導入を支援</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>	<ul style="list-style-type: none"> ①地産外商課等の他課と連携し、下記の事項を実施 <ul style="list-style-type: none"> ・高度食品衛生管理手法実施希望施設への指導・助言 ・HACCP手法関連講習会の開催 ②高知県衛生管理認証制度の推進 ・新規対象業種の設定 ・新規認証施設の承認 ・認証取得希望施設への指導・助言 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 ②HACCP手法関連講習会開催数：13回 ③新規対象業種の設定：2業種 ④新規認証取得施設：3施設 	

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"> ・県内の食品加工関連企業・団体からの商品開発や課題解決等の相談に対し、試作、試験、分析等の支援や技術指導を行い、商品化や製品の改良につながっている。 ・食品加工研究棟に設置した加工機器の公開デモンストラーションにより、県内企業に広くPRでき技術相談や指導の要望が増加している。 	S	<p>【課題】 食品開発課の支援活動や食品加工研究棟などの広報が進み、センターへの加工食品開発に関する相談が多様化しているが、必要な設備や人員が不足しているため要望に応えられないことも多い。</p> <p>【方向性】 企業ニーズの高い加工設備導入の検討、最新加工技術について情報収集や対応できる内部人材の育成を図っていく。</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ・各事業者及び、外部の研究機関に在籍する研究者らとも良好な関係を保っている。また、各種の試験・研究の依頼も数多く精力的に実施しているが、外部への機器等の貸出などと、センターとして諸課題に関して行っている自らの研究用務とのバランスには、今後とも配慮していくことの必要性が考えられる。 ・新商品の開発については、企業者に対し、全面的なバックアップ体制をとり、支援してきたところであるが、各企業間の製品開発努力のうちには、絶対の企業秘密に属する部分も少なくないため、それぞれ個別の事案に対し、センターのスタンスについて検討し、細部に行き届いた支援手法のうえに実施していくべきすべきものがある。 	S	<p>今後とも、新たな視点で、企業等の推進しようとする事業の課題点に迫り、人知を集めて対応していく。</p>
<p>目標：155億円 ↓ H23年：135億円</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・深層水商品の情報発信ツールにより、室戸海洋深層水の魅力を県内外に一定伝えることができた。 ・各種の活動が人的交流や研究の活性化につながり、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。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・海洋深層水商品の情報発信と販売力強化の活動を引続き支援し、更なる販路開拓を推進する。
	<p>○得られた成果が栽培部会等で紹介され、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれるとともに、IPM技術指導者のための指導マニュアルに反映されている。</p> <p>○とげなしナス優良系統の現地実証試験として取り組まれている。</p> <p>○県育成品種「土佐鷹」が27ha、南国そだち」は180haで栽培され、雨よけ米ナスとして「なつのすげ」が栽培面積3.3ha（82%）と普及が進んだ。</p> <p>○登録された農業については、県の病害虫防除指針に随時採用されている。</p>	B	<p>○とげなしナス育成と品種登録。</p> <p>○「土佐鷹」の栽培面積91ha、「南国そだち」の栽培面積500haに拡大および雨よけ米ナス育成品種の普及を支援する。</p> <p>○施設シトウ栽培、雨よけピーマン類等の総合的害虫管理技術を確立する。</p> <p>○葉面結露制御による施設栽培シトウの黒枯病除技術を確立する。</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ◆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。 ◆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。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ◆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。 ・高度衛生管理手法認定制度を策定し、制度の浸透を図る。 ◆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。

産業成長戦略（連携テーマ）			
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			
3 県産品の販路の拡大を支援			
◆高知県を総合的に売り出す営業拠点として東京都心に新しいアンテナショップを設置（物販だけでなく、生産者団体とも連携した外食や中食、卸・小売業者等への県産品の売り込み拠点）、事前フェアの開催		取組方針：1 総合的な支援 ◆これからの対策：◆県産品の販売を促進するため、産業間で連携した取組を新しい組織で支援に掲載	
◆消費者や流通・販売業者と生産者の情報交換・交流機会の拡大による県産品のPRと消費者ニーズの把握への支援（情報交換会、交流会、研修会、産地体験ツアーの開催）		取組方針：2 商品の磨き上げを支援 ◆これからの対策：◆支援体制の強化と新たな販路拡大への取組〈園芸農産物〉に掲載	
◆生産者、加工業者、流通・販売業者、観光業者等の相互のマッチングを推進することによる販路開拓への支援（全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催）（1/2） ○県外向けの消費拡大対策 産地と消費地との交流会を実施し双方の結びつきを強めることにより県産水産物の地産外販を図る。 ○ブランド化対策 ・地産外販加速化品目について、品目ごとの推進組織を中心とする外販戦略の推進する。 ・漁協等によるマリン・エコラベルの認証取得と普及促進を図る。		・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。 ・カツオ、キンメダイ、ゴマサバを地産外販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。 ・カツオ、キンメダイ、ゴマサバについてマリン・エコラベルの認証取得に向け関係者が合意した。 ・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）。	・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、水産物の地産外販につながりつつある。 ・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。
◆生産者、加工業者、流通・販売業者、観光業者等の相互のマッチングを推進することによる販路開拓への支援（全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催）（2/2） 地産外販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。		（H21） ・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） （H22） ・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 98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） （H23（8月末時点）） ・展示商談会件数 3件 ・高知フェア件数 44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（1回、50名）	（H21） ・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。 （H22） ・食の大商談会の成約件数は144件（H23年7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122件（H23年7月末時点）。
◆県産品等の情報提供による県外在住の県出身者（県人会等）や本県に縁のある方（高知ファン（とさぼーたー））としての定着・県産品愛用者の増加 県外における県人会等の会員をターゲットに、県産品広報紙の発行を継続し、高知ファン「とさぼーたー」づくりを推進することによって、その定着を図るとともに、県産品の販路拡大につなげることを目的とする。		・県外の県人会メンバー等への県産品広報紙の送付。また、高知県地産外販公社や、県外事務所等と連携し、大都市圏における高知県に縁のある方をターゲットとした県産品試食会・高知フェアの開催について、事前に広報紙の中で案内する等して、更なる高知のサポーターづくりに努める。	県産品広報紙の発行 ＜発行部数＞ H21年度（4回） 9月：16,000部、11月：18,000部、1月：20,000部、3月：20,000部 H22年度（3回） 9月：20,000部、11月：20,000部、3月：20,000部 H23年度（4回予定） 7月：20,000部、9月：20,000部発行済
◆贈答品（歳暮・中元・ギフト）に関する県産品愛用運動の展開 県職員に対して贈答用商品等の情報提供を行う。コンビニエンスストア事業者と商品の協働開発を行い、県産品の販売拡大を図る。		・包括業務提携を締結したコンビニエンスストア各社と商品を協働開発、職員による共同購入。 ・まるごと高知のお中元カタログの活用。	・高知県の食材等を使用した商品をコンビニエンスストア各社（3社）と協働して開発し、土佐・龍馬であり博覧会を記念する商品などとして、四国内の店舗を中心に販売された。3年間で、3社の合計で13回、58商品が販売されており、販売に併せて県職員による共同購入を実施し、県産品愛用の推進を行った。

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"> ・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。 ・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。 ・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>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商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>	<p>A</p> <p>B</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・各推進組織の効果的な地産外商戦略の実践に取り組む。 ・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。 ・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。 ・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。
	<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。
	<ul style="list-style-type: none"> ・さんSUN高知県外版（奇数月発行「ちゃお高知」折込）の発送数増加により、購読者が増加、県産品の広報の拡大につながっている。 また、アンケートの回答数についても、少しずつではあるが増加傾向にあり、一定関心をもっていただいていることが確認できている。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・広報紙送付者の増加と紙面の充実にもつれて検討が必要。
	<ul style="list-style-type: none"> ・大きな流通ネットワークを有し、また幅広い年代の人に利用されているコンビニエンスストアにおいて、県産品を使用した商品が土佐・龍馬であい博の開催記念など、高知県と関連付けた商品として取り扱われたことにより、県産品の販売拡大につながる一定の成果があった。 ・全てが県産品で構成されるまるごと高知のお中元カタログの成果を検証し、次の販路につなげていく必要がある。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・県職員自身による県産品の愛用運動を継続して行う。 ・県産品に関する情報収集を継続するとともに、県外市場の顧客ニーズを的確に把握し、必要な情報の発信を継続して行う。

産業成長戦略（連携テーマ）		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			
◆海外事務所の活用、民間（ジェトロや商社等）との連携による貿易拡大への支援 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。	<ul style="list-style-type: none"> 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（8月末まで）：台湾食品オリエンテーション（4月）、フランスユズ賞味会（6月）、香港そごう夏の味覚フェア（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 	<ul style="list-style-type: none"> 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し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。 （高知県売上げ）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 512万円（成約金額） 香港そごう高知フェア 498万円（売上金額） フランスユズ賞味会終了後ユズ果汁8tの発注あり 	
◆インターネットを活用した県産品販売への支援（eコマース）（1/3） 県内商工業者に対し、eコマースサイト運営者等と協働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。	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 【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 【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。 	
◆インターネットを活用した県産品販売への支援（eコマース）（2/3） ◆県産品に関する情報発信機能の充実・強化（ホームページの充実、マスメディアを活用したPR（野菜や畜産物）（1/2） 大手eコマースサイト等と連携し、県内事業者が運営するeコマースサイトとのリンクページを構築し、これらの事業者による県産品の販売拡大を支援する。	<ul style="list-style-type: none"> ・楽天「まち楽 高知」内、メルマガ、ブログでの情報発信 ・観光・物産などの情報以外に、アンテナショップや高知フェアなど、首都圏をはじめとした都市部のユーザーにとって身近で旬な情報を提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・「まち楽」を活用した高知県ページ、ブログ、メルマガ等のPR活動を通じて、高知県産品の流通が発生している。 	
◆インターネットを活用した県産品販売への支援（eコマース）（3/3） ◆県産品に関する情報発信機能の充実・強化（ホームページの充実、マスメディアを活用したPR（野菜や畜産物）（2/2） 県産品（県内eコマースサイトも含む）や観光、地域、県内ブログなどの情報をわかりやすく紹介したポータルサイトを運営することにより、高知県や県産品の認知度の向上やeコマースサイトでの販売拡大、観光客や移住客の誘客の拡大を目指す。	平成21年10月15日にeコマースに取り組む県内事業者を紹介する高知まるごとネットを開設した。	<ul style="list-style-type: none"> ○登録事業者 平成21年度：162事業者→平成23年度：249事業者 ○eコマースサイト誘導数 平成22年4～7月：9,990件 平成23年4～7月：28,632件 	

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"> 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。 フランスでのゆず賞味会のような取組を東南アジアでも展開。 認知され、意欲・体力のある企業について、BtoBも視野に入れた販路開拓を全面的に支援し全体の底上げにつなげる。
	<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"> メルマガ発行やブログ更新、高知県ページの更新によりアクセス数が向上し、県産品やアンテナショップのPRに一定の効果があると考えられる。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 更新感を高め、他の情報発信のページ（「高知まるごとネット」「ちやお高知」「志国高知 龍馬ふるさと博」など）にも誘導して、より旬の情報を読者に提供していく必要がある。 アンテナショップや高知フェア等のリアルイベントへの誘導。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ページ更新がアクセス数増につながるため、提供する情報の収集と積極的な更新を図る。
	<ul style="list-style-type: none"> 登録事業者やeコマースサイトへの誘導数が増加傾向にあり、県産品の販路拡大につながっていると考えられる。また、WEBモニターによるテストマーケティングを通じ、商品の磨き上げにもつながっている。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 「高知まるごとネット」の認知度の向上のための内容の充実を図る。 県が管理するサイトであり、直接販売行為が行えないため、今後使い勝手も含めてサイトのあり方を検討する時期にきている。

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱			
取組方針			
施策		〔 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 〕
◆これからの対策			
4 企業の販売力の強化を支援			
<p>◆知的財産の保護と活用に向けた支援</p> <p>知的財産に関心を持つ人の裾野を広げ、身近な技術や知恵を貴重な経営資源として保護、活用を促進するため、知的財産（知財）を活用しようとする意欲のある市町村や団体に対して、所有する技術や地域資源の再評価や権利化などの主体的な取組みが進むよう、アドバイザーの派遣を通じて支援する。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・団体や市町村に対して知的財産の保護や活用などに関するセミナーを開催し、知的財産に関する意識の向上を図った。 ・セミナーに合わせて個別相談会を開催し、知的財産を具体的に活用しようとする事例などに対して弁理士による助言を行ってきた。 ・個別相談会で解決できなかった案件などにアドバイザー（弁理士）を派遣し、知的財産の具体的な活用を促進した。 ・アドバイザー派遣件数 （H21年度）2件 （H22年度）5件 	<p>アドバイザーを派遣した団体や市町村が商標において新たに出願が行われたり、既存の商標権の使用許諾基準などの管理規定が整備されるなど、知的財産の具体的な活用が図られた。</p> <p>○アドバイザー派遣による事業実績（H21年度）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県漁業協同組合室戸支所（商標登録、管理規定の整備） ・協同組合士佐羽物流センター（商標登録、管理規定の整備）（H22年度） ・高知県漁業協同組合（商標登録） ・高知はた農業協同組合（実施契約書の整備） ・室戸市（商標出願） ・財団法人大月町ふるさと振興公社（商標出願） ・四万十農業協同組合（商標出願に係る拒絶理由通知に対する意見書提出）
<p>◆全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催【再掲】</p> <p>◆新商品の開発や販路の開拓に関するセミナー等による企業の育成</p>		<p>取組方針：3 県産品の販路の拡大を支援</p> <p>◆これからの対策：◆生産者、加工業者、流通・販売業者、観光業者等の相互のマッチングを推進することによる販路開拓への支援（全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催（2/2） に</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"> ・相談会の個別相談件数などから、知的財産を活用しようとする意識が広まっている。 (H21年度) 2件 (1回実施) (H22年度) 6件 (3回実施) (H23年度) 6件 (H23.7現在で1回実施) ・商標権の取得にとどまらず、使用許諾基準の整備など維持管理方法までの一連の支援を行うことが必要である。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・権利の取得にとどまらず、取得後の具体的な活用方法についても支援することが必要である。 ・派遣要請のあった内容に応じて、複雑な事例に対しては複数回の派遣ができるよう柔軟にアドバイザー派遣による支援を行うことが必要である。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アドバイザー派遣事業を継続し、知的財産の具体的な活用を促進する。 ・商標権が活用された成功事例などを紹介し、知的財産の活用効果をPRする。 ・高知県弁明協会が設置する知財総合支援窓口などとの連携をさらに深めることで、多様な相談に対しても迅速に支援が行えるようにする。

産業成長戦略（連携テーマ） 一覧表

産業成長戦略（連携テーマ） 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 〕
1 地産地消・地産外商戦略 (2) 「ものづくりの地産地消」の促進（県内完結型の「ものづくり」の仕組みづくり）		
1 事業者間のマッチング機会の創出 ◆情報フローの確立（発注予定情報等の受注者側への提供） 県内で導入する機械設備等や商品の生産過程において、付加価値を高める工程の大部分が県外へ流出している。これらの「ものづくり」の部分について、できるだけ県内で完結させ、経済波及効果を高めるため、県内での受発注につながる情報を集約し、関連団体へ提供することで、機会損失を減らし成約につなげていく。 ◆製造業者と他の産業とのマッチング 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。 ◆総合相談窓口の設置 「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、商談を活性化する場の確保等を実施する。	・庁内情報共有会議において、定期的（月1回）に情報収集を開始（H22.4） ・フィードバックの仕組みを含め、当面の情報フローを確立 ・ものづくり支援コーディネーターの雇用（1名）（H23.4） ・ものづくり地産地消センターの開設（H23.6） ・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 ・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（ショウガ）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 ・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） ・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） ・ものづくり支援コーディネーターの雇用（H23.4） ・ものづくり地産地消センターの開設（H23.6） ・高知県ものづくり技術展示会の開催（H23.6）	・県が集約し、関係団体に提供した86件の情報のうち42件のテーマに県内企業が興味を持ち、試作機の開発等について検討 ・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。 ・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、各社の目録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） ・ものづくり地産地消推進事業費補助金を活用し、試作機の設計段階に至ったものが6件、試作機が9機完成した。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。 ・ものづくり地産地消センター相談件数 61件（H23.7.22現在） ・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

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"> ・収集した発注予定情報等を関係団体を通じて受注者側に提供する情報フローの仕組みを構築したことにより、県内における受発注を生む機会を作ることができ、「ものづくりの地産地消」につながる事例も生まれた。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・発注予定情報等を「ものづくりの地産地消」に効果的につなげるためには、できるだけ早い段階での情報の収集が必要 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報フローを通じた発注予定情報等の収集について庁内に徹底していく。
	<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

産業成長戦略（連携テーマ）		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		
	◆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	<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 ・研究会会員数(企業+支援機関)の推移 160(H21)⇒203(H22)⇒231 (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：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) <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年度：21社(33回) H22年度：30社(69回) H23年度：17社(38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 〔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)</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</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) フォロウ企業支援事業（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、フォロウ企業支援事業（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> <p>H21年度(4件)、H22年度(17件)、H23年度(6件) (合計：27件)</p> <p>食品：10件、天然素材：6件 環境：2件、健康福祉：9件</p> <p>※高齢者が飲み込みやすい柔らかい食品やリフトハッティを蓄電池にした独立電源街路灯の開発</p> <p>2 他の支援事業を活用した事業化支援</p> <p>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)</p> <p>※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</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)</p> <p>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</p> <p>4 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> <p>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</p> <p>※他の4件の状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品が完成し、販売開始準備中：1件 ・試作品が完成：3件 <p>(2) 研究会発事業化プランの売上・新規雇用状況</p> <p>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</p> <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>○売上高(事業化プラン実施5年後)</p> <p>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> <p>○新規雇用数(事業化プラン実施5年間)</p> <p>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>
	◆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。 <p>290の団体、個人から回答→調査結果により施策を決定。</p> <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。 <p>H22.11.12に文化庁との共催で実施し、123名が受講した。</p> <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。 <p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県ソーシャルゲーム企画コンテストを開催。 <p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・著作権セミナーを開催。 <p>6/9に実施し、67名が参加した。</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	
<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>	<ul style="list-style-type: none"> 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、一定の目的が立っている。 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。 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んでいく。 	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
	<ul style="list-style-type: none"> 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。 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>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 収入増、雇用増に大きくつながるプラン検討が難しい。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> コンテンツコンテスト <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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。

産業成長戦略（連携テーマ）		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 県内産業の技術力・商品開発力の向上			
(1) 高知県の“強み”である第一次産業を伸ばす食品加工産業の育成			
◆外部人材を活用した「商品開発」、「プロモーション」、「食品表示」等の一貫支援 ふるさと雇用制度を活用したものづくり支援及び表示の助言体制の整備	・ふるさと雇用制度を活用し、食品加工アシスタント等が外部アドバイザーの助言を得て、個別企業に対してハズオン支援を実施。 ・表示のワンストップ助言	・現在21件の企業において、商品開発（改良）に取り組む中。 ・食品表示に関する助言 H22：266件 H23：121件（6月末）	
◆産学官の連携による特定品目の商品開発 産地維持のために特産農産物を利用したビジネスモデルを、産学官で研究する。	・高知工科大学と、特定農産物4品目（ユズ、土佐文旦、土佐茶、土佐和牛）の需要拡大に関する共同研究を実施。 ・4品目に関する産業振興計画での取り組みを、所管する各課と大学と共有することで、目指す方向性がぶれないようにしている。 ・H22年度については、ユズ、土佐文旦の需要拡大に向けた仮説の組み立てと、消費地における検証を行った。	・ユズ、土佐文旦、土佐茶、土佐和牛について、ビジネスモデルを研究中。 ・H22年度：ユズの市場分析および新商品のマーケティング調査及び土佐文旦の市場分析および一次加工品を活用した加工品のマーケティング調査を実施	
◆工場の衛生管理の高度化を支援 (1/3) 外商を行うにあたって、消費地から求められる食品加工施設の生産管理の高度化対応への支援を行うため、専門家の派遣や研修等を行う。 また、関係法令が複雑で食品加工事業者の課題となっている適正表示に対する支援を行う。	・自主衛生管理マニュアルモデルの提示 ・食品加工施設の個別調査及び改善策の提案 ・生産管理高度化に関する研修会の開催 ・表示のワンストップ助言	・20業種について自主衛生管理マニュアルモデルの提示（HP掲載） ・個別企業に対する調査及び改善提案 H21：20件 H22年：50件 ・H21：衛生と表示の基礎研修：150企業210名 ・H22：生産管理高度化研修：延べ12メニュー、422名参加 ・H23：10メニューで開催中 ・食品表示に関する助言 H22：266件 H23：121件（6月末）	
◆工場の衛生管理の高度化を支援 (2/3) 衛生管理高度化研修等により、加工現場に衛生知識や技術を蓄積する	・工場内の殺菌等安全性・品質管理指導、巡回指導等 ・商品ごとの保存試験と菌検査による殺菌指導 ・企業の品質管理部門への個別研修 ・指導対象企業の選定	・技術研修の開催 (H21) 11日間 189名参加 (H22) 9日間 216名参加 (H23) 1日間 20名参加 ・食品衛生監視員研修会への講師派遣 ・食品安全（衛生・品質管理）に関する企業支援 (H22) 44社49件 (H23) 139社191件 ・巡回指導 (H22) 10社 (H23) 21社	
◆工場の衛生管理の高度化を支援 (3/3) 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。	①地産外商課等の他課と連携し、下記の事項を実施 ・高度食品衛生管理手法実施希望施設への指導・助言 ・HACCP手法関連講習会の開催 ②高知県衛生管理認証制度の推進 ・新規対象業種の設定 ・新規認証施設の承認 ・認証取得希望施設への指導・助言	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。 ②HACCP手法関連講習会開催数：13回 ③新規対象業種の設定：2業種 ④新規認証取得施設：3施設	
◆試験研究機関の充実・強化（新商品や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチング推進(1/2) ◆産学官連携による新商品の開発を支援(1/2) 地域特産物のブランド化技術支援	・新商品開発のための試作、試験の実施 ・既存商品改良のための試作、試験の実施 ・既存商品、試作品、素材の成分分析の実施 ・商品生産開始に向けた技術指導の実施	・技術支援・相談、商品開発支援 (H21) 商品化24件 (H22) 技術支援257件、試作111件、商品化22件 (H23) 技術支援744件、試作226件、商品化15件 ・加工機器デモンストレーション 2日間、4回開催、600名参加	

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"> ・H23年度末までに30商品の開発（改良）を目標としており、現在具体的な商品づくりを進めている。 ・都内の高質スーパーと連携したマーケットイン型商品の開発（改良）を、20商品を目標に取り組み中である。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・個別企業のハンズオン支援を通じて企業の人材育成につなげ、自立成長を図っていく必要がある。 ・表示に関する助言体制の整備が必要である。
	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き仮説と検証を行うことで、4品目についてのビジネスモデルを研究中である。 ・土佐文旦については、青果の加工ではなく一次加工品（缶詰）を提供することで、加工需要の増加が期待された。 	B	産学官の一層の連携による加工需要の創出及び、ビジネスモデルを参考とした取り組みの推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・自主衛生管理マニュアルを定めた生産管理が生産管理高度化に関する研修等を通じて企業に徐々に浸透するとともに、表示適正化に対する意識が高まっている。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・生産管理高度化への取組が進行しつつあるが、それぞれの企業レベルに応じてステップアップが必要であり、引き続き研修等を通じて支援を行っていく。
	<ul style="list-style-type: none"> ・県内食品加工関連企業の品質管理指導や巡回指導により、工場の衛生品質管理能力が向上しつつある。 ・衛生品質管理能力が向上した企業は商品開発力もアップし、販路の拡大に取り組んでいる。 	S	<p>【課題】 食品開発に意欲的な企業が増えつつあり、他分野から食品業界へ参入する企業や団体も増加傾向にある。こうした食品開発業者の要望に十分な対応が現人員では困難な状況にある。</p> <p>【方向性】 県食品衛生課、民間衛生管理者との連携によって衛生品質管理を指導する。</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ◆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。 ◆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。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ◆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。 ・高度衛生管理手法認定制度を策定し、制度の浸透を図る。 ◆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。
	<ul style="list-style-type: none"> ・県内の食品加工関連企業・団体からの商品開発や課題解決等の相談に対し、試作、試験、分析等の支援や技術指導を行い、商品化や製品の改良につながっている。 ・食品加工研究棟に設置した加工機器の公開デモンストレーションにより、県内企業に広くPRでき技術相談や指導の要望が増加している。 	S	<p>【課題】 食品開発課の支援活動や食品加工研究棟などの広報が進み、センターへの加工食品開発に関する相談が多様化しているが、必要な設備や人員が不足しているため要望に応えられないことも多い。</p> <p>【方向性】 企業ニーズの高い加工設備導入の検討、最新加工技術について情報収集や対応できる内部人材の育成を図っていく。</p>

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱		〔 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 〕
取組方針			
施策			
	<p>◆これからの対策</p> <p>◆試験研究機関の充実・強化（新商品や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチング推進(2/2)</p> <p>◆産学官連携による新商品の開発を支援</p> <p>農産物の高品質・安定・多収生産技術の開発</p>	<p>○柱である「競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築」、「新たな取組による農業、農村の発展」を積極的に支援するため、新品目の導入定着と新品種育成と生産から流通・販売までを見通した品目別総合戦略に対応した技術開発と普及支援を行う。</p> <p>○環境保全型農業のトップランナーを目指して取り組んでいる農業振興部の重点施策を技術面から支援するためビーマン・シットウを中心に病害に強い品種の育成や天敵などを組み合わせたIPM（総合的病害管理）技術を確立する。</p>	<p>○得られた成果を栽培部会等で紹介し、IPM技術指導者のための指導マニュアルに反映された。また、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれるなど、普及が図られている。</p> <p>・県育成のナス品種「土佐鷹」、雨よけ米ナス「なつのすけ」、水稻極早生品種「南国そだち」の普及が進んだ。</p> <p>・とげなしナス優良系統の現地実証試験が開始、コリの新潟産切り下球の有効利用技術について、産地での評価が高く、普及が期待されている。</p> <p>○新たに登録された農業については、随時県の病害虫防除指針に採用している</p> <p>・オオバを加害するマテイラコナカイガラムシに対し、微生物農薬の体系処理により、農家段階の栽培圃場で発生を抑えられる見通しが得られた。</p> <p>・新高ナン：秋期に幼虫の活動を抑え、被害を軽減できる可能性のある薬剤の選定ができた。</p>
	<p>◆製造業と他産業とのマッチング</p> <p>◆製品開発力の強化</p> <p>◆販路の拡大</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り組みとして、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</p> <p>〔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</p> <p>〔内訳〕 農業分野(ミョウカ) 5回、参加者：延べ92人 農業分野(ショウカ) 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り組みを支援（助成件数：20件）</p> <p>〔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、各社の目録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>◆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>・新增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 新增設8件（新設3件、増設5件） H22年度実績 新增設3件（新設0件、増設3件） H23年度実績 新增設10件（新設3件、増設7件） 3年間合計 新增設21件（新設6件、増設15件） 新規雇用687人、出荷額124億円</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	
	<p>○得られた成果が栽培部会等で紹介され、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれるとともに、IPM技術指導者のための指導マニュアルに反映されている。</p> <p>○とげなしナス優良系統の現地実証試験として取り組まれている。</p> <p>○県育成品種‘土佐鷹’が27ha、南国そだち’は180haで栽培され、雨よけ米ナスとして‘なつのすけ’が栽培面積3.3ha(82%)と普及が進んだ。</p> <p>○登録された農薬については、県の病害虫防除指針に随時採用されている。</p>	B	<p>○とげなしナス育成と品種登録。</p> <p>○‘土佐鷹’の栽培面積91ha、‘南国そだち’の栽培面積500haに拡大および雨よけ米ナス育成品種の普及を支援する。</p> <p>○施設シシトウ栽培、雨よけピーマン類等の総合的害虫管理技術を確立する。</p> <p>○葉面結露制御による施設栽培シシトウの黒枯病除技術を確立する。</p>
	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	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。
<p>H21~23年度 新增設件数 8件 ↓ H23年度(8月末) 新增設件数 21件</p>	<p>・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。</p>	S	<p>・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。</p>

産業成長戦略（連携テーマ） 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 〕
1 地産地消・地産外商戦略 (3) 地産外商（関西地区）		
1 関西地区における県産品販路拡大への支援 ◆地産外商関西戦略会議を設置し、関西での高知県産品の地産外商の展開について検討を行う 民間の有識者を中心に構成される地産外商関西戦略会議を開催し、関西市場での高知県産品の定着化について検討する (1) 新たな関西ネットワークの構築 ◆新たな関西ネットワークを構築する 高知県にゆかりのある関西の方との繋がりを深めるとともに、新たな人脈を広げることにより、企業誘致や求職者の受け入れ、また関西での高知県産品の消費拡大、観光の誘致につなげる。 (2) 関西高知県産品PR戦略（農産物、水産物、加工品） ◆有効な各種商談会や展示会への参加について、マスコミや産業振興センター、地産外商公社等を通じた情報提供を行うとともに、個別企業に対しても積極的に働きかけ商談の機会を確保する また、高知県の企業の展示会に関西のバイヤーを案内しマッチング機会を増やす ◆関西の産地直販店との連携や支援により、定期的な物産販売とイベント参加を継続し、アンテナショップ的なPRの場を確保する 産地直販店との連携や支援による県産品の販売拡大 ◆ホテル、レストラン等での高知フェア等の開催に向けた支援・提案を行う 高知県産品の販路拡大に向けたPRとして関西地区地産外商戦略事業を展開し、ホテル、レストラン等での高知フェアの開催への支援等を行いPRを（観光との連携）。また雑誌等マスコミやインターネットを活用した高知県産品の情報発信、関西PR戦略総合イベントの開催などを行う (3) 林業・木材産業販路拡大 ◆新規取引先の開拓と既存の取引企業との取引拡大、れいほくスケルトン住宅の販路拡大 県産材の販路開拓・販売拡大を支援するため、大阪フレカット・建材問屋との連携による取引量拡大への取組、消費者への説明会、構造見学会への支援によるれいほくスケルトンの普及支援、既存の取引企業向けバスツアー提案や完成見学会でのPR (4) 地産外商に向けた企業誘致の推進 ◆1.5次的な産業を推進するため、高知県内の1次産業との連携可能な企業の誘致活動を行う 県内の第1次産業と連携ができる企業の誘致活動の実施	地産外商戦略会議委員による商品視察 2回 準備会議開催 1回 戦略会議開催 3回 会議内容 1回目 商品開発品目の選定 2回目 土佐茶の現状、地産外商の取り組み状況 3回目 土佐茶商品の試飲会開催 同窓会への参加 21回（資料配付のみ5回） 高知県応援団（関西）への参加呼びかけ、ふるさと寄付金の依頼、ふるさと交流会への参加呼びかけ、大阪事務所の活動紹介など。 高知を語る会の開催 2回 関西から高知を応援する会（関西からの進出企業）の開催 2回 展示・商談等視察 15回 ・中小企業総合展 ・関西機械要素技術展等 企業への商談会案内・出展 7回 ・天下の台所 5回 ・買いまっせ売れ筋商品発掘市 2回 ・大豊町「碁石茶」地域ブランド「北マツタケ」フォーラム 1回 試食・商談会の開催 6回 ・土佐ブランド食材特別試食会土佐の宴 2回 ・マスメディア向け試食会 2回 ・高知ブランド畜産物試食説明会 1回 ・大阪司厨士協会試食勉強会 1回 ・オーナーシェフ向け試食商談会 展示商談会への出展 3回 ・2009食博覧会in大阪 ・外食・中食設備機器フェア ・高知の食材商談会（関西ホテル購買者協議会） 大阪事務所内での「土佐の木曜日（H21.5.21～）」「よさこい火曜日（H21.10.20～H23.1.25）」を開催。 大阪事務所で支援したイベントでの物販件数 19件 食品等の販路拡大のための企業訪問件数 延べ313件 住宅現地見学会への支援 4回 工務店・設計事務所への訪問 28件 事業説明会参加 工務店等 8社出席 事業説明会欠席企業へのフォローアップ 5社訪問 食品加工会社への訪問 新規3件	土佐茶試飲会に3生産者から20商品のサンプル提供があり、委員から土佐茶全般や各生産者への改善点等の助言を頂いた。 高知県応援団（関西）487名登録 ・土佐ブランド食材特別試食会土佐の宴(H22) 招待者；出席者 217名 高知県の業者 28業者（生鮮品・加工品） 実績；商談成立 14件、商談中 45件 ・マスメディア向け試食会 招待者；メディア出席16社23名 実績；イベント記事掲載 （毎日新聞、スポーツ報知、報知新聞、日本食料新聞社）、プレゼント掲載等（関西オガカ） ・高知ブランド畜産物試食説明会 ・大阪司厨士協会試食勉強会 ・オーナーシェフ向け試食商談会 招待者；出席者 28店 32名 実績；商談成立 3件、商談中 33件 木曜日 来所者数平均154人 売上 平均143,562円（6月時点） 高知フェア開催件数 49回

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	
	関西で展開していくための商品開発を行うために、テーマとして選んだ土佐茶の試飲会を開催することで、現状の商品の課題の掘り起こしを行うことができた。	B	地産外商関西戦略会議からの提案を土佐茶の外商戦略に生かして生産者の商品開発づくりの支援を行い、重点的な販売促進活動を実施し、県外でのブランド化を目指す。
	高知県にゆかりのある関西の方との繋がりを深めるとともに、新たな人脈をひろげるにより、獲得できる人的情報が増加し、また高知に関する情報の提供先が広がった。このことにより、将来的に企業誘致や求職者の受け入れにつなげ、また関西での高知県産品の消費拡大、観光の誘致につなげることが期待できる。	S	これまで築いてきたネットワークを大切にしつつ、さらにつながりを広げていく。
	大阪事務所主催の土佐ブランド食材特別試食会土佐の宴をはじめとする展示商談会の開催・出展によって、関西の多くの飲食関係者、流通関係者等のつながりを築き、高知県生産者・販売者とのマッチングの機会を増加させたことにより、高知県産品の関西方面の販路拡大・定着への足がかりをつくることができた。	A	これまでの展示・試食商談会の開催・出展の継続しつつ、さらに関西での大規模な食の商談会（フードテック2011）への高知県ブースの出展や高級系量販店での開催する高知フェアへの出展にむけた商談会の開催を行うなど、より具体的な成果につながる取り組みを強化する。
	木曜市の継続は、とさ千里の支援につながるとともに、大阪ビジネス街において高知県産品のファンを多くつくることができ、事務所としても毎回150名程の来所者をむかえ、高知県PRの場として定着してきた。関西の直販業者との連携・支援により、商工会議所等の開催するイベントへの出展を通じて観光のPRを併せて行い高知県への観光誘致の場も確保してきた。	S	今後も木曜日開催を支援し、県内各地の生産者の自己PRの場としての活用も期待できる。今後も効果的なイベントの場を捉え直販店と連携した取り組みを継続する。
	龍馬伝効果によるホテル等での高知フェアの増加や試食商談会等を主催することにより、関西の飲食業界、流通業界とのつながり深め、多くの人的な情報を確保することができた。	S	龍馬伝効果で平成22年度は多くのホテル等で高知フェアが開催された。震災の影響や龍馬伝の追い風も無くなる中、開催の支援を通じて築いた人脈をもとにさらにつながりを広め、高知県産品のPR活動を続ける。
	嶺北ブロック地域アクションプラン「れいほくスケルトン」の性能向上及び販売促進と連携した関西での販路拡大であるが、具体的な成果につながっていない現状にある。	B	引き続き、工務店等へのPRを行い販路拡大につなげるよう継続する。
	食品加工企業の新規進出の具体的な成果にはつながっていないが、これまでの進出企業のアフターフォローを十分に行い、関係強化に努めている。	B	今後ともこれまでのネットワークから情報を収集し、企業訪問等の誘致活動を行っていく。

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱			
取組方針			
施策		〔 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 〕
◆これからの対策			
2 関西地区における効果的な観光PR、プロモーション活動の展開			
<p>◆志国高知龍馬ふるさと博をきっかけとした積極的なPR活動を実施</p> <p>龍馬ブームを、引き続いて関西からの誘客に活かすため、「ふるさと博」のPRを中心に、各種イベントへの参加、またホテルなどで開催される高知フェア会場での観光PRなど、本県の認知度アップを図る。</p>		<p>旅行会社訪問 延べ275件 観光展・イベントでのPR 100件 高速道路SA（西日本地区）でのPR フリーペーパーへの広告掲載 10万部×7回 ポスター・パンフレット・のぼり掲出 21年1～12月</p>	<p>「龍馬伝」放映を景気とした「土佐・龍馬であい博」の開催には、4社中合計で94万人の入場があり、目標の65万人を大きく上回った。 平成22年度の県外観光客のうち、近畿からは1,133千人と推測され、対前年915千人に対し、23.3%増となった。</p>
(1) マスメディアを使った情報発信			
<p>◆関西の地域特性を考慮したうえで、各種マスメディアを活用して情報を発信していく</p> <p>高知の売りである「食」情報も併せて露出するためのモニターツアーを実施する</p> <p>関西からの高知への旅行動機を啓発するため、雑誌・新聞・フリーペーパーなどを活用し、読者層に応じた旬の高知情報の露出を図る。また、編集担当者を対象にモニターツアーを実施することで、高知の食の魅力などを効果的に露出する。</p>		<p>マスメディア訪問 新聞社 39社 47件 雑誌社 7社 10件 テレビ局 1社 1件 記者との情報交換会 3件 モニターツアー実施 17件</p>	<p>情報掲載 173件 テレビ出演 1件 ラジオ出演 6件</p>
(2) 観光展やイベントなどでの情報発信			
<p>◆立地の良い大阪事務所でイベントを実施するなど、事務所で高知情報を発信する</p> <p>「龍馬伝」をきっかけに、龍馬をテーマにした他県との合同・連携PRを実施し、話題性・注目度を高める</p> <p>大阪事務所でイベント実施するとともに、効果的に情報発信できるイベントなどに積極的に参加することで露出機会を増やす。また、龍馬をテーマにした他県との合同・連携PRを図り、話題性・注目度を高める。</p>		<p>観光展・イベントでのPR 100件（再掲） 事務所で毎木曜日に「土佐の木曜市」開催 龍馬ゆかりの7県で合同PR隊『大龍馬恋』を結成し、延べ6回の観光展及び延べ件のマスコミ訪問を実施（再掲）</p>	
(3) 関西ネットワーク			
◆関西ネットワークを構築【再掲】		<p>取組方針：1 関西地区における県産品販路拡大への支援</p> <p>◆これからの対策：◆新たな関西ネットワークを構築する に掲載</p>	
(4) 誘致活動の実施			
<p>◆中小旅行社への情報提供活動を強化するとともに、関西の旅行客のニーズと、高知県の売りをマッチングさせながら旅行商品の造成につなげていく</p> <p>観光コンベンション協会と連携し、各種団体への訪問活動を強化する</p> <p>食を含めた地域特産物を体験するメニューの情報提供を強化し、旅行商品造成につなげていく。</p>		<p>旅行会社訪問 延べ275件（再掲）</p>	<p>平成22年度の県外観光客のうち、近畿からは1,133千人と推測され、対前年915千人に対し、23.3%増となった。</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	
近畿圏からの観光客 入込数84万人→ 120万人 ↓ H22年113万3千 人	土佐龍馬であい博には目標を大きく上回る入場があり、観光客の増加につながった。 龍馬以外の観光資源（食・体験・歴史上の人物など）も注目されるきっかけとなった。	S	【課題】 注目度を継続させ、誘客を図るとともに、リピーターを確保する。 【方向性】 龍馬以外にも、食・体験なども更に積極的にPRしていく。
	費用対効果の高い露出ができたと考えるが、食・体験などの魅力が十分に一般に周知するには至っていない。	A	【課題】 全体のPRが系統立てて計画的に行えていない。 【方向性】 引き続きマスメディアとの繋がりを保つとともに、効果的な露出を図っていく
	あらゆる機会をとらえたPRを一定行えた。 また、他県との合同連携により、注目度を高めたPRが行えた。	A	【課題】 龍馬伝ブームの去ったあと、注目度を継続させ、強みを発信していく。 【方向性】 食・体験などリピーターにつながる情報を更に積極的にPRしていく。
近畿圏からの観光客 入込数84万人→ 120万人 ↓ H22年113万3千 人	龍馬ブームは、旅行社にとっても高知誘客の好機であり、時期を逃さない誘致活動による情報提供が団体客の増加につながった。	S	【課題】 中小の旅行社への誘客活動、リピーター確保の強化。 【方向性】 龍馬以外にも、食・体験なども更に積極的にPRしていく。

産業成長戦略（連携テーマ）		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 地産地消・地産外商戦略			
(3) 地産外商（中部地区）			
1 中部地区における県産品の販路開拓・販売拡大			
(1) 高知県産品のPRによる販路開拓・販売拡大の支援			
◆高知フェアや試食会・商談会等を通じた県産品の販路開拓・販売拡大の支援 高知県の最大の武器である食を活かし、中部地区における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路を拡大する		・22年度から実質的な取組開始。22年度は、量販店、百貨店、ホテル等の基本的な販路開拓・訪問活動を実施。 ・23年度の取組 物産観光展への参加 イベント会場での県産品の販売 量販店チェーンでの高知フェア開催 飲食チェーンへの食材等情報提供	・22年度は、物産展の回数を増加させるとともに、量販店でのフェアを定着させた。 ・23年度は、観光物産展への参加、開催により、合計3,000万円を超える県産品の売上計上。 物産観光展への参加 3回 イベント会場での県産品の販売 1回 量販店チェーンでの高知フェア開催 1回（46店舗） 飲食チェーンへの食材等情報提供 1回
2 中部地区における企業誘致の推進			
(1) 企業誘致の促進			
◆既立地企業に対する細やかなアフターケアの実施及び成長が見込まれる中小企業の発掘及び誘致 製造品出荷額が日本一である愛知県を筆頭に日本の「ものづくり」を牽引する中部地域において、成長が見込まれる中小企業を発掘し企業誘致を推進する。		・既立地企業への、経営状況等の把握及び信頼関係の維持を目的とした訪問 ・新規に本県での事業展開を検討中の企業に対する訪問 【訪問回数】 ・21年度 79回 ・22年度 45回 ・23年度 14回	【企業新規誘致件数】 ・21年度 1件 ・22年度 1件
◆本県の食材等特産品を生かした企業の発掘と誘致 製造品出荷額が日本一である愛知県を筆頭に日本の「ものづくり」を牽引する中部地域において、成長が見込まれる中小企業を発掘し企業誘致を推進する。		・新規企業の発掘・訪問	・22年度に新規立地 1件
3 中部地区における効果的な観光PR、プロモーション活動の展開			
(1) 遍路や龍馬伝を活用した高知県への誘客			
◆四国の他県との合同による遍路PR 龍馬伝放映後の高知県への誘客増加を図るため、龍馬ふるさと博の効果的なPRの実施		・四国ツーリズム創造機構とのエージェント訪問を通じて、遍路等の高知県観光地の情報や県内のイベント情報を提供	・愛知県は信仰心が深く、年間を通じた遍路ツアーには人気があり、エージェントによる集客性が高い。
◆龍馬伝、志国高知龍馬ふるさと博等による高知のPR 龍馬伝放映後の高知県への誘客増加を図るため、龍馬ふるさと博の効果的なPRの実施		・龍馬ふるさと博推進協議会や観光JICA 協会とのエージェント訪問や説明会を通じて、ふるさと博の情報を提供。 ・名古屋事務所が関与した物産展や高知フェアにおいて、龍馬ふるさと博のパンフレット等の配布。	・エージェント訪問活動や説明会、モニターツアーなどで情報提供した結果、22年度のツアー企画は多かった。 ・相当数の配布ができ、高知の知名度アップが図られた。
◆エージェントへの商品化を要請 龍馬伝放映後の高知県への誘客増加を図るため、龍馬ふるさと博の効果的なPRの実施		・四国ツーリズム創造機構とのエージェント訪問を通じて、遍路等の高知県観光地の情報や県内のイベント情報を提供。 ・龍馬ふるさと博推進協議会や観光JICA 協会とのエージェント訪問や説明会を通じて、ふるさと博の情報を提供。	・21年度は龍馬博PR活動を行った。 ・22年度は、龍馬博への商品化多数。 ・23年度上期は、龍馬ふるさと博PR活動によって、パンフレットを収集した10社の上期の旅行パンフレットでの高知県関係のプラン数 33件（うちお遍路 6件）

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"> ・ユニー協の協力を得て実現した量販店チェーンでの高知フェアによって、中部地区での高知県産品のPRや販路開拓・販売拡大は、一定程度進めることができた。 ・まだまだ県産品の認知度は高いとは言えず、今後BtoBも含めた計画的な外商活動を展開していく必要がある。 	S	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中部地区で売れる商品のさらなる発掘、地域のニーズを商品開発にどう反映させていくかが今後の課題。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ユニー協との協力関係を維持・発展させて高知フェアの定着化や開催回数の増加を図っていく。 ・包括協定を結んだイオンでの高知フェアの開催を通じて、さらなる県産品の認知度向上を図る。 ・外部の専門家による外商戦略会議を設置し、外商戦略を構築する。
	<ul style="list-style-type: none"> ・アフターケアを目的とした企業訪問が大部分であり、本年度は、新規案件発掘等の取組みが全くできていない。 	B	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規案件の発掘 ・県外及び県内企業の企業ニーズの把握 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・円高、電力供給等の面から、中部地区においても企業の海外進出といった話を聞く機会が多くなっている社会状況にあって、本来的に輸送コスト面でハンデを抱える本県であるが、東日本大震災による企業の方向性を見極めながら、本来の企業誘致のあり方を見直す方向で検討すべき。
	<ul style="list-style-type: none"> ・アフターケアを目的とした企業訪問が大部分であり、本年度は、新規案件発掘等の取組みに至っていない。 	B	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中部地区で活動している企業の事業内容を把握するとともに、当該企業の原材料に本県産品を生かせるか否かを判断し、企業誘致につなげていくだけのマンパワーが不足。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、新規企業の発掘に取り組む。
	<ul style="list-style-type: none"> ・エージェンツ訪問した際には、四国への遍路ツアーは人気定着しているという話を聞くので、一定のPR効果は出ていると認識。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お遍路をPRするためのパネルやポスター等の宣伝材料の制作が必要。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四国ツーリズム創造機構との連携、中日ビル内での徳島県事務所との連携などを通じて、お遍路のPRを積極的に行っていく。
	<ul style="list-style-type: none"> ・龍馬伝放映効果が追い風となった。 ・エージェンツ訪問を緊密に行い、県内情報が提供できたと同時に、物産展や高知フェア開催を通じて知名度アップにつながった。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・職員が3名と少数であり、イベント時の本庁等との連携による応援体制の確保が課題。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、エージェンツ訪問を緊密に行い、適宜県内情報の提供に努めるとともに、物産展や高知フェア開催等の機会を利用して高知のPRに努める。
	<ul style="list-style-type: none"> ・エージェンツ訪問を緊密に行い、適宜県内情報の提供に努めることで、龍馬伝放映後の落ち込みを最小限にとどめるよう取り組んだ。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・龍馬伝放映の翌年であり、その落ち込み幅をどの程度まで抑制できるかが課題。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・エージェンツ訪問等の地道な活動を少しずつ積み上げていく。

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取り組み	具体的な成果
戦略の柱		〔 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 〕
取組方針			
施策 ◆これからの対策			
2 ニューツーリズムの推進と観光への地域産物の活用			
1 産業間連携による新たな可能性への挑戦			
(1) ニューツーリズムの推進			
◆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 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。		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。 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。	【再掲】 ・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			
◆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 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、地場産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。		・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	・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		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>【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>

産業成長戦略（連携テーマ） 一覧表

産業成長戦略（連携テーマ） 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 〕
3 新エネルギーを産業振興に生かす		
1 太陽光発電導入促進		
(1) 大規模太陽光発電導入促進 ◆本県の自然条件を生かしたメガソーラーの誘致活動 ◆太陽光発電関連企業の集積 ◆国への提言 (2) 小規模太陽光発電の導入促進 ◆施設整備に対する支援 ◆レンタル方式等による導入の促進 県の地域資源（全国トップクラスの日照時間）を生かし、太陽光発電の導入を促進することで、県内企業の参画や雇用の創出などによる地域経済の活性化と県内産業の振興につなげる。	・民間企業5社からの適地照会対応（うち2社は現地調査を実施） ・市町村の新エネ導入意向調査実施 ・自然エネルギーの普及・拡大を目的とする全国組織「自然エネルギー協議会」に参加し、国への提言実施 ・住宅用太陽光発電導入促進事業費補助金の受付開始 ・民間事業者との導入の取組みについて意見交換	
2 小水力発電の導入促進 ◆具体的な事業実施に向けた取組 ◆小水力発電関連機器開発支援 ◆発電電力の環境価値を活かす取組の推進 ◆国への提言 県の地域資源（豊富な年間降水量）を生かし、小水力発電の導入を促進することで、県内企業の参画や雇用の創出などによる地域経済の活性化と県内産業の振興につなげる。	・市町村・NPO等に対し導入の可能性等について聞き取り調査 ・小水力発電先行プロジェクト委託公募 ・小水力発電市町村支援事業委託公募	
3 木質バイオマスエネルギーの利用促進 (1) 燃料確保対策 ◆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 (2) 利用推進対策 ◆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。	・森の工場における林地残材の利用の拡大（平成22年度約10,000m3） ・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） ・取り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年度からの三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とともに、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。

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	
			・平成24年度施行予定である全量固定価格買取制度により経済メリットが生まれつつあるので、系統への接続に関する市町村や電力会社等との調整などの具体的な課題に取り組む。
			・固定価格電力買取制度に関する国の動向を注視しつつ、導入促進を図るための支援策について検討する。
			・法的手続きの複雑さなどを緩和させるために、規制緩和について国への提言が必要。
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)	・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下げる仕組みづくり。

産業成長戦略（連携テーマ）		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) 事業化対策		
	◆推進体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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年度からの取り組み】 ・ 県庁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り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（予定） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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
	◆燃料供給拠点から利用機器までを集約化		
	◆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、利用の集約化、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。		
	4 風力発電の導入促進		
	◆具体的な事業実施に向けた取組	・ 榑原町風力発電検討会への参加及び取組みへの支援	
	◆地域のメリットの創出		
	◆発電電力の環境価値を活かすための取組		
	◆国への提言		
	◆風力発電の機器開発及び普及 県の地域資源（岬周辺や山間部の恵まれた風況）を生かし、風力発電の導入を促進することで、県内企業の参画や雇用の創出などによる地域経済の活性化と県内産業の振興につなげる。		
	5 農業分野での新エネルギーの有効活用		
	(1) 木質バイオマスを有効利用した省エネルギー対策		
	◆重油代替暖房機の普及に向けた情報提供と普及の加速化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 年間園芸用A重油使用量調査（毎年5月） ・ 省エネ部会の開催（年3回） ・ 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、代替エネルギーの農家への情勢周知（随時） ・ 省エネ点検チェックリスト活用の啓発（随時） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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
	(2) 新施設園芸システムの構築		
	◆新施設園芸システムの確立に向けた研究開発 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。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新施設園芸システムの確立に向けた研究開発 ・ とう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 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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、所内だけではなく、行政部門、専門技術員との情報の共有化を図った。 ・ とう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。 ・ 所内で新施設園芸システムに関係する担当で合同のゼミを月1回行った。
	6 推進体制の確保等		
	◆推進体制の確立	・ 新エネルギー導入促進協議会委員選定	

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	
	・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。		<p>【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</p> <p>【方向性】 ・戦略を見直したばかりであり、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などの国のエネルギー政策の転換により、地域の持続可能なエネルギー循環に向けた最適化の検討が必要になる可能性がある。</p>
・年間園芸用A重油使用量：目標70,000キロリットル 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%)	・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。	S	今後、事業を活用した省エネ・新エネ機種などの導入を推進することにより、更なるA重油使用量の削減を進めていく。
	・23年度からスタートした課題。 ・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。	B	<ul style="list-style-type: none"> ・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

産業成長戦略（連携テーマ）		
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		
4 産学官連携の強化		
1 県内の産学官が一堂に集まり、連携した取組を進める仕組みづくり		
<p>◆産学官連携による新産業の創出</p> <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。
2 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進		
(1) 事業化を促進する支援制度の一層の活用		
<p>◆早期に事業化が見込まれる産学官の取組を一層促進するため、初期投資の負担軽減</p> <p>成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的な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。</p>	<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 研究会会員数（企業+支援機関）の推移 160(H21)⇒203(H22)⇒231(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：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） <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） <p>2 研究会発事業化プランに対する「10-777」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) 「10-777」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、「10-777」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> <p>H21年度（4件）、H22年度（17件）、H23年度（6件）（合計：27件）</p> <p>食品：10件、天然素材：6件 環境：2件、健康福祉：9件</p> <p>※高齢者が飲み込みやすい柔らかい食品やリカミカハッリを蓄電池にした独立電源街路灯の開発</p> <p>2 他の支援事業を活用した事業化支援</p> <p>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）</p> <p>※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</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）</p> <p>H23.8末現在：22件</p> <p>食品：9件、天然素材：2件 環境：5件、健康福祉：6件</p> <p>4 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> <p>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</p> <p>※他の4件の状況</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品が完成し、販売開始準備中：1件 試作品が完成：3件 <p>(2) 研究会発事業化プランの売上・新規雇用状況</p> <p>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</p> <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</p> <p>○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）</p>
(2) 生産や販売活動を支援する技術開発、調査分析の推進		
<p>◆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</p> <p>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。</p>	<p>県内外の優良事例の紹介や技術指導を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。

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"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 	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、その具体的な取組を図る。 ・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>[評価指標]</p> <p>事業化件数 (商品が完成し、販売を開始)</p> <p>[目標]</p> <p>30件 (H21～H23累計)</p> <p>↓</p> <p>[実績]</p> <p>23件 (H23.8末現在)</p> <p>[実績見込み(目標)]</p> <p>51件(H21～23) (内訳)</p> <p>4件(H21認定)</p> <p>17件(H22認定)</p> <p>30件(H23認定目標)</p> <p>※事業化プラン認定実績：27件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・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んでいく。 	A	<p>【課題】</p> <ol style="list-style-type: none"> 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>【方向性】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 事業化プラン作成に向けた取組みの加速 <ul style="list-style-type: none"> (1) 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) (2) 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 (3) 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 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 <ul style="list-style-type: none"> (1) 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 (2) 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
	<ul style="list-style-type: none"> ・先導的な施策方法などを参考にする事業体が出てきたが、林業機械など施設面で実施できないなど課題がある。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・先進的事業体の検証 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・試験研究機関と連携し、工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 ・事業体の設備や規模に応じたきめ細かな普及指導の実施

産業成長戦略（連携テーマ）		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
◆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。		<ul style="list-style-type: none"> 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） 国の公営事業により実施した事業体に対して、タワーヤード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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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 タワーヤード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。
◆畜産物の商品開発への支援 畜産物の安定生産と商品開発の支援 ①高知県特産鶏の増羽体制を支援する低コスト生産技術の開発 ②自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験		<ul style="list-style-type: none"> ①高知県特産鶏の増羽体制を支援する低コスト生産技術の開発 特産鶏孵卵試験（14回） 土佐ジローにかかる孵卵条件について、孵卵機（セッターとハッチャー）の孵卵条件を変更させてそれぞれ実証試験を行い、各孵化率を比較した。 ②固定原種鶏の系統維持 羽相などの表現形質の安定化を中心に選抜淘汰により系統維持を行った。 ③自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験 牛肥育実証試験（4回） 粗飼料組み合わせや給与期間をそれぞれ設定して肥育試験を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ①高知県特産鶏の増羽体制を支援する低コスト生産技術の開発 季節ごとに関機（セッターとハッチャー）の孵卵条件を変更して実証試験を行った結果、年間を通じて最適な孵卵条件の概要が明らかになった。 固定原種の系統については、14世代まで作出。 ②自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験 場内圃場で生産した粗飼料（サイレーン）と野草等が組み合わせにより後期肥育に利用可能であることが分かった
◆食品加工のさらなる促進 食品関係企業・団体への商品開発の支援、食品加工特別技術支援員等の配置による商品開発の推進、食品加工研究棟の活用による支援の充実		<ul style="list-style-type: none"> 食品加工特別技術支援員による食品加工技術支援、新商品開発支援、人材育成の実施 食品加工研究棟を活用した各種商品開発の支援、企業の開発力向上支援 	<ul style="list-style-type: none"> 食品加工特別技術支援員 (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 その他の技術支援・相談等 (H21) 商品化24件 (H22) 技術支援257件、試作111件、商品化22件 (H23) 技術支援744件、試作226件、商品化15件 加工機器デモンストレーション 2日間、4回開催、600名参加
◆試験研究機関の充実・強化（新商品の開発や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進 ◆産学官連携による新商品の開発を支援（工業技術センター） 商品や製品の開発・技術支援		<ul style="list-style-type: none"> 新商品開発のための試作、試験の実施 既存商品改良のための試作、試験の実施 既存商品、試作品、素材の成分分析の実施 商品生産開始に向けた技術指導の実施 	<ul style="list-style-type: none"> 技術支援・相談、商品開発支援 (H21) 商品化24件 (H22) 技術支援257件、試作111件、商品化22件 (H23) 技術支援744件、試作226件、商品化15件 加工機器デモンストレーション 2日間、4回開催、600名参加
◆試験研究機関の充実・強化（新商品の開発や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進 ◆産学官連携による新商品の開発を支援（紙産業技術センター） 紙・不織布製品の開発研究、実用化の研究及び製紙産業に関連する調査研究を行い、県内製紙関連企業を技術的に支援し、活性化を図る。		<ul style="list-style-type: none"> 12課題の試験研究を行うとともに、開放試験設備を利用する研修を4回開催するほか、企業支援のための研究会を6回実施し、研究機関と事業者等とのマッチングの推進に努めた。 外部資金獲得に向けての提案課題数8課題、客員研究員による指導回数も6回と外部の研究者等と企業者の連携を図るべく、取り組みを進めている。 	<ul style="list-style-type: none"> 依頼試験件数3,500件、試験設備使用件数900件、技術相談件数2,200件など、企業、教育機関等のニーズに応えるとともに、マッチングの成果も表れた。 開放試験設備研修利用研修参加者は延べ25名、企業支援のための研究会への参加者は延べ50名と直接的な実績を積み重ねるとともに、外部資金獲得課題が2課題、客員研究員による指導人数も延べ30名に及び、特許出願も2件を数えた。

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	
	<ul style="list-style-type: none"> ・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、踏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	<p>【課題】</p> 効率的な作業システムの導入促進と技術定着 <ul style="list-style-type: none"> ・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 <ul style="list-style-type: none"> ・生産性の低い事業体の改善 <p>【方向性】</p> ・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。
①特産鶏の心卵体制を確立し、ヒナ生産マニュアル作成等の技術支援を実施 ②自給飼料の肥育実証試験を行い、今年度、販売実証を実施	①高知県特産鶏の増卵体制を支援する低コスト生産技術の開発 <ul style="list-style-type: none"> ・季節ごと心卵条件を変更して実証試験を行った結果、年間を通じて最適な心卵条件の概要が明らかになり、ヒナ生産マニュアル作成等の技術支援を行っている。 ・固定原種の系統については、14世代まで作出したが、更に安定した産卵率が維持できることを目指している。 ②自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験 <ul style="list-style-type: none"> ・場内圃場で生産した粗飼料(サイレーシ)と野草等が組み合わせにより後期肥育に利用可能であることが分かったが、一方、市場出荷の場合は一定の格付け評価も重要な価格形成要素であることから、肥育後期では粗飼料と配合飼料の最適なバランス調整が必要であることが判明した。 ・今後、試験牛の出荷による格付け評価成績と販売価格が判明次第、飼料費を含めた経済評価を行う予定。 以上のとおり、ほぼ目標達成に向けて成果を上げつつある。	A	<p>【課題】</p> ・産学官の連携による試験研究の充実・強化 <p>【方向性】</p> ・今後、生産者団体、高知工科大学や高知大学との連携を強化して、自給飼料や食品残渣の有効利用および付加価値を付けた畜産物の開発や生産技術の向上による市場性の高い商品の開発に取り組む。
	<ul style="list-style-type: none"> ・県内の食品加工関連企業・団体からの商品開発や課題解決等の相談に対し、試作、試験、分析等の支援や技術指導を行い、商品化や製品の改良につながっている。 ・食品加工研究棟に設置した加工機器の公開デモンストラーションにより、県内企業に広くPRでき技術相談や指導の要望が増加している。 	S	<p>【課題】</p> 食品開発課の支援活動や食品加工研究棟などの広報が進み、センターへの加工食品開発に関する相談が多様化しているが、必要な設備や人員が不足しているため要望に応えられないことも多い。 <p>【方向性】</p> 企業ニーズの高い加工設備導入の検討、最新加工技術について情報収集や対応できる内部人材の育成を図っていく。
	<ul style="list-style-type: none"> ・県内の食品加工関連企業・団体からの商品開発や課題解決等の相談に対し、試作、試験、分析等の支援や技術指導を行い、商品化や製品の改良につながっている。 ・食品加工研究棟に設置した加工機器の公開デモンストラーションにより、県内企業に広くPRでき技術相談や指導の要望が増加している。 	S	<p>【課題】</p> 食品開発課の支援活動や食品加工研究棟などの広報が進み、センターへの加工食品開発に関する相談が多様化しているが、必要な設備や人員が不足しているため要望に応えられないことも多い。 <p>【方向性】</p> 企業ニーズの高い加工設備導入の検討、最新加工技術について情報収集や対応できる内部人材の育成を図っていく。
	<ul style="list-style-type: none"> ・各事業者及び、外部の研究機関に在籍する研究者らとも良好な関係を保っている。また、各種の試験・研究の依頼も数多く精力的に実施しているが、外部への機器等の貸出などと、センターとして諸課題に関して行っている自らの研究用務とのバランスには、今後とも配慮していくことの必要性が考えられる。 ・新商品の開発については、企業者に対し、全面的なバックアップ体制をとり、支援してきたところであるが、各企業間の製品開発努力のうちには、絶対の企業秘密に属する部分も少なくないため、それぞれ個別の事案に対し、センターのスタンスについて検討し、細部に行き届いた支援手法のうえに実施していくべきすべきものがある。 	S	今後とも、新たな視点で、企業等の推進しようとする事業の課題点に迫り、人知を集めて対応していく。

産業成長戦略（連携テーマ）		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
◆試験研究機関の充実・強化（新商品や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチング推進 ◆産学官連携による新商品の開発を支援 農産物の高品質・安定・多収生産技術の開発	○柱である「競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築」、「新たな取組による農業、農村の発展」を積極的に支援するため、新品目の導入定着と新品種育成と生産から流通・販売までを見通した品目別総合戦略に対応した技術開発と普及支援を行う。 ○環境保全型農業のトップランナーを目標として取り組んでいる農業振興部の重点施策を技術面から支援するためピーマン・シシトウを中心に病害に強い品種の育成や天敵などを組み合わせたIPM（総合的病害管理）技術を確立する。	○得られた成果を栽培部会等で紹介し、IPM技術指導者のための指導マニュアルに反映された。また、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれるなど、普及が図られている。 ・県育成のナス品種「土佐鷹」、雨よけ米ナス「なつのすげ」、水稲極早生品種「南国そだち」の普及が進んだ。 ・とげなしナス優良系統の現地実証試験が開始、ユリの新潟産切り下球の有効利用技術について、産地での評価が高く、普及が期待されている。 ○新たに登録された農薬については、随時県の病害虫防除指針に採用している ・オオハを加害するマデライコナカイガラムシに対し、微生物農薬の体系処理により、農家段階の栽培圃場で発生を抑えられる見通しが得られた。 ・新高ナス：秋期に幼虫の活動を抑え、被害を軽減できる可能性のある薬剤の選定ができた。	
◆県内企業による水車発電機の開発への支援 県の地域資源（豊富な年間降水量）を生かし、小水力発電の導入を促進することで、県内企業の参画や雇用の創出などによる地域経済の活性化と県内産業の振興につなげる。	・市町村・NPO等に対し導入の可能性等について聞き取り調査 ・小水力発電先行プロジェクト委託公募 ・小水力発電市町村支援事業委託公募		
◆新施設園芸システムの確立に向けた研究開発 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	◆新施設園芸システムの確立に向けた研究開発 ○こう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	○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、所内だけではなく、行政部門、専門技術員との情報の共有化を図った。 ○こう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。 ○所内で新施設園芸システムに関係する担当で合同のゼミを毎月1回行った。	
◆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 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ェストラント市との友好協定を締結する。	○ウェ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） ○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 H21：48名（うち農大生4名）、H22：46名（うち農大生14名）、H23：26名 ○オランダに関する講演会、勉強会実施 H21：14回、H22：5回	○友好園芸農業協定締結（H21） ・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	
◆県産品の付加価値向上を目指した機能性成分等の活用研究 ショウガ・文旦や施設園芸野菜では、農作物独自に含まれる成分が機能性をもつ、あるいは気象や栽培条件などで変動する機能的成分が多く含まれる可能性があり、これらの事実が客観的に確認され、表示することができれば、県産品を選択する消費者の増加が期待される	・第1回研究会において現在までの自主的勉強会の内容を再検討し、今後の取組方向について検討（7月20日） ・今後、有効な機能性成分・品目のリストアップと絞り込み、成分分析体制の検討を行っていく。		

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>○得られた成果が栽培部会等で紹介され、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれるとともに、IPM技術指導者のための指導マニュアルに反映されている。</p> <p>○とげなしナス優良系統の現地実証試験として取り組まれている。</p> <p>○県育成品種「土佐鷹」が27ha、南国そだち」は180haで栽培され、雨よけ米ナスとして「なつのすけ」が栽培面積3.3ha（82%）と普及が進んだ。</p> <p>○登録された農薬については、県の病害虫防除指針に随時採用されている。</p>	B	<p>○とげなしナス育成と品種登録。</p> <p>○「土佐鷹」の栽培面積91ha、「南国そだち」の栽培面積500haに拡大および雨よけ米ナス育成品種の普及を支援する。</p> <p>○施設シトウ栽培、雨よけピーマン類等の総合的害虫管理技術を確立する。</p> <p>○葉面結露制御による施設栽培シトウの黒枯病除技術を確立する。</p>
			<p>・法的手続きの複雑さを緩和させるために、規制緩和について国への提言が必要。</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。</p> <p>○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>	B	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・コ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>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本県園芸に適合する栽培システムの早期確立を図る。
<p>【目標】</p> <p>友好園芸農業協定の締結 環境保全型農業に対する意識向上</p> <p>【実績】</p> <p>友好園芸農業協定締結、学校間交流の覚書、交流促進に関する覚書締結</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】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。

産業成長戦略（連携テーマ）			
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		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
◆宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組 1 グループSデータロガーによる操業海域の把握や操業日誌から漁業実態を把握 2 ROV（潜水艇）によるサンゴ観察調査から海域におけるサンゴの分布密度等を把握 3 土佐海洋丸による海洋調査や海底地形調査からサンゴの生息環境を把握	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。 ・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）との潜水艇運航契約を締結（6/9））	・H23からの取組であり、成果は未発現。	
◆養殖生産技術向上のための技術開発 ・県内民間企業と連携した新たな取組を推進する ・既存グループの育成、強化	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。 H23年7月、マタイ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。 ・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 ・産卵後のマタ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		
◆海洋深層水の新たな利用分野への展開 海洋深層水の新たな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	
(3) 中期テーマの共同研究を加速する支援制度の創設			
◆学の研究シーズなどを生かした中期テーマの共同研究を支援 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。	・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	・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。	
3 産学官連携による本県産業を担う人材の育成			
◆経済学の専門家も交えた学部構想案の検討 永国寺キャンパス整備等検討チームで、社会科学系学部や社会人教育の在り方などを協議	・県と関係する大学で、永国寺キャンパス整備等検討チーム会を平成22年7月に立ち上げ、計8回開催し検討をすすめた。 ・この中で、複数の経済の専門家の意見を聞き、学部構想案の検討に反映した。	・社会科学系学部構想案を含む、永国寺キャンパスに関する基本方針案を平成23年6月にとりまとめ、6月議会に報告した。	
◆社会貢献をする「知の拠点」に向けての永国寺キャンパスの活用（社会人向けの経済・経営講座の充実） 永国寺キャンパス整備等検討チームで、社会科学系学部や社会人教育の在り方などを協議	・高知工科大学大学院の起業家コースは、平成22年10月より永国寺キャンパスを活用して授業を行うとともに、各種の公開講座もを行っている。	・起業家コース学生数 41名（うち県内8名）（H21） 41名（うち県内8名）（H22） 42名（うち県内10名）（H23） ・起業家コースの授業の無料公開（H23:4回実施） ・公開講座 地域活性化システム論（177名参加）（H22）	

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価</p>	SABC の 4段階 評価	
			<ul style="list-style-type: none"> ・H24以降も取組を継続する。 ・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"> ・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。
	<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。
<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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 	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。
	<ul style="list-style-type: none"> ・経済学の専門家の意見を踏まえて学部構想案を検討するとともに、永国寺キャンパスに関する基本方針案のとりまとめを行い、概ね計画どおりに進捗している。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・学部構想については、工科大を中心にさらに具体的な内容を検討する。
	<ul style="list-style-type: none"> ・高知工科大学は、永国寺にサテライト教室を設置することで、社会人教育の充実を図った。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、サテライト教室での授業や、授業の公開などを行うことで、人材育成を含む社会人教育の充実を図る。

産業成長戦略（連携テーマ）		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り組み内容を記載 ）	（ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
	<p>◆産学官共同による産業人材育成プログラムの作成と実施</p> <p>産（産業界）の技術、学（高等教育機関）の知恵、官（行政）の資金とネットワークをつなぎ合わせた「産業人材育成プログラム」を策定することで、地域産業の中核となる人材の育成を加速化し、本県の産業振興につなげる。</p>	「産業人材育成プログラム」作成に向けた検討開始	
	<p>◆農林水産業従事者のリーダー研修【農業】</p> <p>県内各地域の食や環境などの地域資源を活かした農村地域の活性化や本県の強みである農業の振興などに、意欲的、挑戦的なグループや団体の代表者を対象に、県内外の先進事例とワークショップを組み合わせた研修の実施と、企画書や行動計画書を作成することで、自ら主体的に企画立案し、自ら行動する人材を育成する</p>	<p>【平成22年度実績(22年度新規)】</p> <p>○研修生の確保：15グループ42名</p> <p>○講演会・パネルディスカッションの開催(7/13)</p> <p>○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（馬路村：8/3～4）</p> <p>○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（とおわ：9/8～9）</p> <p>○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（シュシュ：9/21～22）</p> <p>○活性化計画作成研修(10/18～19)</p> <p>○成果発表会（11/18）</p> <p>○フォローアップ研修（直販所編 津野山：2/17）</p> <p>○フォローアップ研修（加工品開発編 高知市：3/4）</p>	<p>○講演会・パネルディスカッションへの参加人数＝約180名</p> <p>○先進地事例調査及びワークショップ研修への参加人数</p> <p>馬路：研修生36名（全体50名）</p> <p>とおわ：研修生39名（全体55名）</p> <p>シュシュ：研修生40名（全体50名）</p> <p>○活性化計画作成研修＝研修生40名（全体53名）</p> <p>○成果発表会＝研修生40名（全体約80名）</p> <p>※すべてのグループが活性化計画を作成、また、その計画をプレゼン。</p>
	<p>◆商品づくりを通じた産業人材の育成</p> <p>★地域産業人材育成事業～目指せ！弥太郎商人（あぎんど）塾～</p> <p>産業振興計画地域アクションプランへの位置付けを目指す事業者や地域アクションプランに掲載されているもののまだ熟度が低いプロジェクトに関わる事業者等を対象に、ステップ1（基礎編）としてビジネスの基礎を学ぶ集合研修を、ステップ2（応用・実践編）としてスキルアップのための集合研修及びそれぞれの課題に応じた実践力を身につける個別実践研修を、段階を追って実施することにより、自ら考え行動できる地域産業の担い手を育成する。</p>	<p>目指せ！弥太郎 商人（あぎんど）塾</p> <p><H22年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・基礎編に延べ1,072名受講 ・応用・実践編に18事業者が受講 <p><H23年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・応用・実践編に20事業者が受講中 	<p><H22年度応用・実践編受講者></p> <ul style="list-style-type: none"> ・商談会参加（食の大商談会、スーパーマーケット・トレードショー、土佐の宴）のべ9事業者、商談成立9件 商談成立見込15件 商談中3件 ・受賞（第25回高知県地場産業大賞）2事業者が受賞

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	
	※本年度スタートした取り組みであり、現時点での総括は行わない	—	
○地域アクションへ 位置付け＝8グルー プ	○研修により、各グループの今後の計画が明確になった。その結果、 8グループでは地域APIに何らかの形で位置づけられた。	B	○研修グループの計画実現に向け、継続的なフォローアップ研修の実施が必要。
	想定した人数の受講があり、また、応用・実践編の受講者の中には商 談成立や販路拡大に結びついたケースもあり、一定の成果が認められ る。	A	【課題】 受講者のその後の事業の広がりについて把握し検証する必要がある。 【方向性】 修了生が自立した地域の中核人材となるよう、フォローアップできる 仕組みを作る。

産業成長戦略（連携テーマ） 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 〕
5 中山間地域の産業づくり		
1 中山間地域の産業づくり		
(1) 小さなビジネスの育成 (小さなビジネスの発掘から育成へ) ◆ビジネス意識の向上と経営の知識、ノウハウの習得に向けた取組の推進 ◆人的支援体制の強化 ◆マーケットの場の確保 ◆庁内の一体的な支援体制の確立	・講座、セミナーの実施 (目指せ！弥太郎商人塾、こうち地域産業振興人材育成塾、こうち経営塾、農業創造セミナーなど) ・産業振興スーパーバイザーの設置 ・産業振興アドバイザーの派遣制度の創設 ・工業技術センター等による技術指導の展開 ・首都圏アンテナショップ「まるごと高知」の設立 ・「道の駅」など、地域の直販所等の機能の充実、強化 ・地域産業振興監の配置等による地域の支援体制の強化及び本庁との情報共有等の推進 ・財務アドバイザー等の配置 ・産業・地域振興等の支援制度のガイドブックの作成	・地域における産業人材の育成に繋がった。 ・地域づくりから産業づくりへとビジネス意識の醸成が図られた。 ・地域の事業者に対するきめ細やかなアドバイスにより、ビジネスのノウハウが蓄積できた。 ・地域の産品をブラッシュアップし、PRを行う場が確保でき、販路拡大の足懸りになった。 ・地域のニーズや課題に応じて、円滑に対応できるようになり、的確な措置が素早くとれるようになった。
(2) 拠点ビジネスの推進 (小さなビジネスから拠点ビジネスへ) ◆拠点組織の経営力アップと人材育成 ◆拠点ビジネスの支援制度の充実、強化	・講座、セミナーの実施 (目指せ！弥太郎商人塾、こうち地域産業振興人材育成塾、こうち経営塾、農業創造セミナーなど) ・産業振興推進総合支援事業費補助金の創設 ・産業振興アドバイザーの派遣制度の創設	・組織の核となる人材を育成することで、拠点組織の体制の強化、経営力のアップ、新事業展開などにつながった。 ・拠点ビジネスの取り組む市町村が増加した。 ・拠点ビジネスにかかる取組を資金面や、人的からサポートすることで、組織体制の強化、事業の拡充、売上アップ、雇用創出などにつながった。
(3) 中山間地域の資源を活用した新事業展開、新分野進出の推進 (小さなビジネスから新事業展開、新分野進出ビジネスへ) ◆新事業展開や新分野進出を後押しするための支援制度の充実 ◆県の試験研究機関や専門機関等との連携 ◆事業者の必要に応じたアドバイザーの派遣 ◆現場の支援体制の確立	・建設業新分野進出ガイドブック事例集の配布 ・建設業新分野進出支援事業費補助金の創設 ・成長分野育成支援研究会（4分野）の実施 ・工業技術センター等の県の試験研究機関による技術研修会等の開催 ・新分野進出説明会・セミナー等の開催による情報提供の充実 ・建設業新分野進出アドバイザーの配置及び派遣 ・地域本部の相談窓口の設置	・ガイドブック等の配布により、建設業者等の新分野進出の支援制度の情報の習得が一定図られた。 ・建設業新分野進出支援事業費補助金に対する採択（7件） ・新分野進出の知識の習得と意識の高まりにより、新分野進出説明会・セミナーへの参加者が増加した。 ・アドバイザーを通じた個別企業訪問を行い、事業者のニーズの把握や個別相談に対応した助言を行った。 ・県内7か所の「地域振興監オフィス」を地域の窓口として位置づけ、地域での相談体制を整備した

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	
	・商品づくりや経営のノウハウ等の習得に向けた各種の講座や研修会を通じて、地域における産業人材の育成に取り組み、県内地域で、地域資源を活かした取り組みがさかんに行われるようになった。	S	【課題】 ・ビジネスの芽が出ているものの、まだ多くのものは、産行づくりに着手して間もないことから、事業規模が小さく、雇用の受け皿となるには、まだ時間を要する。 【方針】 ・地域本部等を通じて、きめ細やかな支援を展開していく。 ・人材の確保、育成に向けた支援を重層的に行っていく。
	・アドバイザーの派遣により、それぞれの事業者のニーズや課題に対応したきめ細やかな支援を行うことで、マーケティングやマネジメント、品質管理など、事業者が抱える課題解決に取り組み、地域の事業者の着実に経営力の向上が図られた。	S	【課題】 ・ビジネス意識の向上や経営、販売面での改善などにより、事業者の利益アップや住民等の所得の向上につながっているものの、現段階では、十分な成果をあげていないケースが大半で、引き続き支援が必要な状況である。 【方針】 ・アドバイザーの派遣など、人的な支援体制の強化を図る。
	・地域における直販所の整備、首都圏でのアンテナショップの設置により、地産地消から地産外商へつなげる商品のPR、販売拠点の整備されたことで、着実に地域の商品の認知度が高まり、新たなヒット商品等を生みだすこともできた。	S	【課題】 ・首都圏等の消費者のニーズや嗜好を反映した商品の磨き上げや新たな商品づくりに取り組む必要がある 【方針】 ・首都圏アンテナショップの継続、直販所の機能強化が必要である。 ・販売促進や販路拡大など、事業者が抱える課題を解決するための人的、資金的な支援をさらに進める。
	・地域本部や地域支援企画員等を通じ、地域の支援体制を強化し、地域の事業者のニーズに応じた情報提供やアドバイスを行うことによって、国や県の支援事業の採択や優良事例の表彰を受ける事業者等が出現した。	S	【課題】 ・地産外商を推し進めていくためには、地域の事業者、市町村、地域本部、本庁との更なる連携や情報共有を図ることが必要である。 【方針】 ・地域支援企画員等の適正配置を含め、支援体制の更なる充実、強化を図る
	・商品づくりや経営のノウハウ等の習得に向けた各種の講座や研修会の開催や、補助金等による資金面での支援を通じ、組織における人材育成や、様々なビジネスのノウハウの蓄積、事業の拡大などが図られるとともに、地域への波及により新たに拠点ビジネスに取り組む市町村等も現出した。	A	【課題】 ・拠点ビジネスの整備が一定が進んだものの、現段階では、すべての市町村での展開には至っておらず、引き続き進めていくことが必要である。 【方針】 ・今後は、目標の達成に向け、政策的に取り組みを推進していく。
	・新分野進出事例集や実態調査結果を事業者に提供することで、事業者が新分野進出を検討するきっかけとなった。	A	【課題】 ・新分野進出アドバイザーなどを設置するとともに、地域の相談窓口も新たに開設されたことで、相談やフォローアップの体制は、一定、整備できたが、現在のところ、それを足がかりにした成功事例の創出には至っていない。
	・工業技術センター内に、食品加工研究棟（12種類の加工機械）が稼働し、事業者に対するきめ細やかな支援やアドバイスが可能となった。 ・各地域の建設業界等の事前の打ち合わせの実施により、ニーズに対応し、セミナーの参加者を増加させることができた。	A	【方針】 ・国のアドバイザーを活用することなどにより、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など、支援体制を強化していく。
	・新分野進出のアドバイザーを1名配置したことで、事業者の新分野進出のニーズの把握に繋がり、個別相談に対するフォローアップが可能になった。	A	
	・それぞれの地域に窓口を設置することにより、気軽かつ容易に相談でき、きめ細やかな支援を行う体制が確立できた。	A	

産業成長戦略（連携テーマ） 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 〕
6 建設業の新分野進出		
1 地域での活力と雇用の確保・創出		
(1) 新分野進出の促進 ◆新分野進出等に関する調査、訪問相談の実施 ◆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「建設企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
<農業分野>		
◆研修の拡充 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	○他部局と連携した説明会の開催 ○農業参入に関する相談対応	OH21～22年度は4社が参入（農業従事者6名、経営面積5.6ha）
◆初期投資の軽減支援 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	・ラジオやJA広報誌での事業PR ・各市町村への個別訪問による事業説明 ・関係機関へ事業拡大等に関するアンケート実施 ・省エネ対策区分の新設 ・中古レンタルハウス区分の新設・拡充（420万円→450万円） ・高度化区分の補助率アップ（県1/5→1/3） ・補助対象限度額のアップ（一般ハウス500万円→700万円等）	【実績】 補助件数 導入面積 ・H21 71(対前年比169%) 9.3ha(// 122%) ・H22 79(// 111%) 10.9ha(// 117%) ・H23 50(6月末時点) 7.2ha(6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 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	SAB C の 4段 階評価	
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る。 	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。 建設事業者においては、公共事業の受注増加への期待を断ち切るとともに、進出分野と建設業との収益構造の違いを理解する必要がある。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。
23年度末目標：農業分野への進出が拡大していること ↓ 徐々にではあるが進出している。	<ul style="list-style-type: none"> 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。 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。 	B	<p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。
【目標】 ・県内ハウス面積目標1,520ha 【実績】 補助件数 79件 導入面積12,67ha 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戸別訪問、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。

産業成長戦略（連携テーマ）		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>〈林業分野〉</p> <p>◆新分野進出等に関する調査、訪問相談の実施</p> <p>◆建設業者向け森林技術研修会の充実</p> <p>◆建設業からの参入に向け、森林技術研修体制の充実</p> <p>◆森林整備事業実施のためのセミナー等の実施、指導</p> <p>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>建設業者に対しては、林業技術者養成研修や出前講座で技術者養成に対応するとともに、新分野進出を検討している建設業者に対しては、個別訪問相談を中心に、必要に応じてセミナー形式の研修会等を実施し、新分野進出を支援する。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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>◆林業事業体と建設業とのジョイントの支援強化</p> <p>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>		<ul style="list-style-type: none"> ・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働きかけ。 	<p>建設業からの参入事業体（累計）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H21年度末：20事業体（ジョイント11、単独9） ・H22年度末：19事業体（ジョイント10、単独9） ・H23年度8月末：24事業体（ジョイント15、単独9） <p>※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体を含む。</p>
<p>◆林業用機械初期投資への財政支援</p> <p>建設業から林業分野へ参入する場合に参入時の負担軽減を図り、林業事業体としての育成及び雇用の確保を行う。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・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。 	<p>建設業から参入した事業体への機械支援状況。</p> <p>21年度</p> <p>11事業体：13台（新設7台、改良6台）</p> <p>22年度</p> <p>5事業体：5台（新設1台、改良4台）</p>
<p>◆福祉・介護の仕事に関する広報事業の実施</p> <p>◆資格取得講習会の案内等</p> <p>◆情報提供の充実、福祉・介護分野への就業促進事業の実施</p> <p>福祉・介護分野へ進出しようとする建設業所等を支援するため、就労のマッチングを図る。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・福祉・介護分野の職能団体、養成施設、国、県等で構成する福祉・介護人材人材確保推進協議会を開催した。 ・県内のハローワークにおいて福祉・介護職場について説明を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・平成21年4月から平成23年8月まで福祉・介護人材確保推進協議会を9回開催し、情報交換を行った。 ・平成21年4月から平成23年8月まで県内ハローワークで120回の説明会を開催した。

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	SAB C の 4段階評価	
	・ 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	【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。
	・ 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	【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。
	所有する建設機械から林業機械への改良支援は、初期投資の面から有効。	S	【課題】 ・ 林業機械の導入予算の確保 【方向性】 ・ 建設業からの新規参入を推進するためには、引き続き支援することが重要。
県全体で平成23年度末で介護職員約600人の増員確保 職場体験事業による就職者 24名	・ 福祉・介護人材確保推進協議会を開催することにより、関係団体に対して人材確保に関する情報提供・意見交換ができるようになった。 ・ ハローワークでの福祉・介護の仕事セミナー等の開催により、職場体験事業に87名が参加した。	B	【方向性】 ・ 福祉・介護推進協議会での国や関係団体との情報共有及びハローワークでの福祉・介護の仕事セミナー開催を継続する。

産業成長戦略（連携テーマ）		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			
人材育成・人材確保			
1. 人材を県内で育てる			
(1) 年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり			
◆ 地場産業の教育の充実【学校教育】 望ましい勤労観、職業観、人生観を育むために、中学校における職場体験学習が充実するような支援を行った。 職場体験学習に先進的に取り組んでいる地域や学校の事例を教育課程連絡協議会等を通じて普及することにより、取組の質の向上を図る。		・各教育事務所の学校支援訪問により職場体験学習の事前・事後指導の充実について指導・助言を行った。 ・教育課程連絡協議会やキャリア教育連絡協議会等を通じて、先進地域や学校の取組事例紹介した。 ・発達段階に応じたキャリア教育について、各学校が計画的、組織的に進めていくために、キャリア教育全体計画の作成や実施を支援してきた。	・公立中学校における職場体験学習の実施率は毎年増加している (H20) 本県91.5% 全国96.5% (H21) 本県94.8% 全国94.5% (H22) 本県96.6% 全国93.6% ・実施校の中で、5日間以上実施している割合は毎年増加している (H20) 本県23.1% 全国20.7% (H21) 本県23.6% 全国19.2% (H22) 本県24.1% 全国(8月頃発表) ・キャリア教育全体計画作成率は毎年増加している (H21) 小学校56.3% 中学校60.7% (H22) 小学校62.6% 中学校67.2%
◆ 地場産業の教育の充実【農業】 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。		○特産物の学校給食（県内小学校等）への食材提供 ・土佐はちきん地鶏、土佐ジロー（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 ・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、生産者の苦勞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。	○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） 土佐ジロー 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）
◆ 社会人としてのスキルアップ研修の実施 ・社会人として必要な心構えや挨拶、言葉遣いといったビジネスマナーを習得させ、就職試験対策だけでなく、卒業後必要となるスキルアップを図り、社会で生きぬくための力を育成する。		○高校生スキルアップ講習会の実施 社会人として必要な知識等を身につけるため、ビジネスマナー等の講演や実習等を実施。 H21 17校 生徒778名 H22 21校 生徒712名 H23 1校実施（6月末まで）	○高校生スキルアップ講習会の実施 スキルアップ事業の実施を通して、生徒の就職対策に繋がった。 また、スキルアップ事業を学校の年間行事の中に計画的に組み込むなど、県教委の支援事業が学校の取組の一部として位置づけられるようになった。

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	
中学校における職場 体験学習の実施率 H23度末 (見込み) 100%	<ul style="list-style-type: none"> ・各中学校の総合的な学習の時間や特別活動の全体計画に職場体験学習が位置付けられている。 ・職場体験学習の意義や事前・事後指導の充実の必要性が周知され、実施率が向上する。 ・生徒に社会的・職業的に自立するための基礎となる勤労観・職業観・人生観が育まれる。 <p>・〈平成22年度 全国学力・学習状況調査結果〉 「将来の夢や目標を持っているか」に対して肯定的な回答をした中学生の割合 高知県 71.4% 全国 71.7%</p>	B	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学校における職場体験学習の事前・事後指導の充実 ・先進地域や学校の取組事例を普及するための方策を講じる <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キャリア教育全体計画や職場体験学習の充実を図ることにより、児童・生徒に、望ましい勤労観、職業観、人生観を育てていく。
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)	<p>○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。</p> <p>○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。</p> <p>○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。</p>	A	○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。
	<p>スキルアップ事業を含めた他の就職支援全体の取組により、H22年度の就職内定率がH21年度より5.5%ポイント増の92.2%と、過去10年間で最高となった。</p> <p>しかしながら、実施時期は3年生の就職試験が近づく7月以降が多く、効果が少ない状況であり、更に効果的な取組にするため、1、2年生からの系統的に進める必要がある。</p>	B	今後は、県教委として他の事業も含めて就職支援事業の全体計画を示し、各校でキャリア教育の一環として、1年次からの、系統的な取組を更に進めていく。

産業成長戦略（連携テーマ）		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
◆インターンシップの取組みの強化、拡大【生徒・学生】 ・キャリア教育の視点と、地元企業や他の教育機関との連携をキーワードに、勤労観・職業観の育成を図る就業体験の再構築を図る。 ・農業関連学科で学ぶ生徒を中心に、高校生に広くその魅力を認知してもらう取組みとする。		○インターンシップの推進 生徒が自らの学習内容や将来の進路等に関係した地域の産業現場等において就業体験を実施。 H21 20校 生徒1,250名 企業322社 H22 21校 生徒1,749名 企業350社 H23 2校実施(6月末まで) ○農林業体験インターンシップの推進 農業コースや農業専門学科高校の生徒が先進農家等で実習等を行うとともに、普通科高校の生徒が農林業に触れる機会を設定。 H21 14校 生徒331名 H22 11校 生徒271名 H23 7月から実施予定	○インターンシップの推進 生徒が自らの学習内容や将来の進路等に関係した就業体験を行ったことで、勤労観・職業観の育成ができた。 H22年度は、西島園芸団地をはじめ四国電力や今治造船、技研製作所、保育所など延べ350企業で21校生徒1,749名が実施するなど、参加生徒も増え、キャリア教育の一環として、各校の取組に位置づけられてきた。 ○農林業体験インターンシップの推進 農業関係高校の実態に応じ、また、地域農業や栽培管理、経営者との対話等を通して、地域文化の理解や農業科目の補充ができ、学習意欲の向上が図れた。 農業の学科やコースを設置する専門高校等の生徒においては、農家や企業の考え方や専門的な知識・技術が深まり、学習への意識付けや将来の進路選択に繋がった。 また、普通科高校の生徒においては、高知県の1次産業への理解が深まり、将来の進路設計の参考となった。
◆インターンシップの取組みの強化、拡大【大学】 県立大学等インターンシップの強化拡大、キャリア形成支援の強化を図っていく。		・工科大や県立大では、ガイダンスやセミナー、学生と企業等とのマッチングを実施し、学生のインターンシップを支援している。	・インターンシップ参加学生数、受入企業数 県立大87名(43社) 工科大286名(175社) (H21) 県立大87名(38社) 工科大344名(182社) (H22) ・ガイダンスやセミナーの実施(H22) 県立大8回 学生参加者176名 工科大3回 学生参加者413名
◆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 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		○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。 ○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	○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 ○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)
◆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 学校と家庭が連携したキャリア教育の視点による就職支援の強化を図る。		○保護者対象の啓発事業 保護者の就職等に対する意識啓発を図るため、保護者対象の進路講演会を実施。 H21 8校 生徒368名 H22 9校 生徒269名 H23 6校 生徒268名(6月末まで)	○保護者対象の啓発事業 高知県の企業の現状や考え方など、保護者への情報提供や意識啓発をするとともに、教員と企業との繋がりを広げることができた。
◆職業理解のための体験等の取組みと学校の連携による情報発信 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		・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。	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

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>インターンシップ事業を含めた他の就職支援全体の取組により、H22年度の就職内定率がH21年度より5.5%ポイント増の92.2%と、過去10年間で最高となった。</p> <p>しかしながら、インターンシップは小中高それぞれで取り組んでいるが、断片的な実施で効果が薄い状況や、また、事前事後指導を十分に実施できていない学校もあり、体験活動の中で何を学ぶのか生徒への意識付けが十分でず、効果が少ない状況もあった。</p> <p>今後は、小中高の系統的な取組を進めることや、事前事後の指導を徹底し、更に効果的な取組にする必要がある。</p>	B	<p>今後は、小中高の系統的なキャリア教育の指針を示し、その指針に沿った取組としていくことや、教員自身が企業訪問等で企業の実態を知り、生徒への事前事後の指導できる能力を身に付け、生徒にしっかりと指導した上で体験学習をすることで、更に効果的な取組としていく。</p>
	<p>・各大学が学生に参加を促し、インターンシップに取り組んでいる。</p>	A	<p>・引き続き、学生のインターンシップへの参加を促す取り組みを行っていく。</p>
<p>(目標) 高校生の県内就職割合 60% ↓ 高校生の県内就職割合 (H23年度末見込み) 60%</p>	<p>・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。</p> <p>【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る点があった(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。</p>	A	<p>【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</p> <p>【方向性】 ・進路指導担当教員だけでなく、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</p>
	<p>この事業を通じて、高知の企業の実態や企業の考え方を知り、保護者への進路意識の啓発ができたとともに、教員と企業の繋がりを強化できたことは成果としては大きい。</p> <p>現在は、就職の多い専門学校での実施が多いが、今後は、進学後のリターンを見据えて県内企業の実態を理解する必要がある、進学の多い学校への実施を広めていく必要がある。</p>	B	<p>今後は、専門学校や普通科高校など、それぞれ学習する内容や進路希望に合わせ、就職、進学にそれぞれ特化した内容など各学校の現状に合わせた講師を選定し、効果的な講演内容にして、進学の多い学校など実施校を広げていく必要がある。</p>
	<p>・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</p>	A	<p>【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)</p> <p>【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よう働きかける</p>

産業成長戦略（連携テーマ）		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>◆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。</p> <p>・緊急雇用創出臨時特例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																																												
	<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へ、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>	<p>・ガイド団体が実施する研修への助成。</p> <p>・観光ガイドセミナーの実施。</p>	<p>・観光ガイド団体の増加 H20:15団体346人 ⇒ H22:23団体493人</p> <p>・無料ガイドから有料ガイドへの移行 H21:50% ⇒ H22:73.9%</p> <p>・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。</p>																																												
	<p>◆県内産業人材（若手人材）による異業種交流研修会</p> <p>特徴ある地域資源を活用した産業づくりを各地域地域において内部誘発していくため、各地域において新たな付加価値を生み出す技術（知識）と産地から市場まで結び付けることのできる経営力（マネジメント能力）を持った人材を育成し、地域での産業づくりに結び付ける。</p>	<p><H22年度> 異業種交流&研修会を5回開催。産業振興計画に関して、スーパーバイザー等による講演やグループディスカッション等を実施。</p>	<p><H22年度> ・参加者のべ323名 ・研修会の中で出たアイデアの実現に向けて有志でプランを実行中（2件） ・産振計画に関する情報を定期的に発信することができるようになった ・8割以上の参加者から次年度開催希望があった</p>																																												
(2) 地域産業を創造、リードする人材育成																																															
【地域支援】																																															
	<p>◆地域産業の将来を担う若手事業者の養成</p> <p>特徴ある地域資源を活用した産業づくりを各地域地域において内部誘発していくため、各地域において新たな付加価値を生み出す技術（知識）と産地から市場まで結び付けることのできる経営力（マネジメント能力）を持った人材を育成し、地域での産業づくりに結び付ける。</p>	<p>こうち地域産業振興人材育成塾 市町村、団体、金融機関、その他民間企業などを対象に先進事例の現場を学びながら、グループ毎に地域産業の振興策を練った。 H22年度：16名が参加して6回実施 H23年度：10名が参加して2回実施 （全6回実施予定）</p>	<p>・22年度を受講者のうち、3名がビジネスプランを作成し、H23年度以降に実行する計画</p>																																												
	<p><ビジネスの基礎知識、ノウハウの習得【水産業】> ◆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>・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。</p> <p>・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。</p>	<p>・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）。</p> <p>・理事会において定期的に報告する等、職員の未収金管理の意識が一定向上した。</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>・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</p>	<p>・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例基金を活用したジョブカフェ広報員を本部に5カ月、幡多サテライトに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。</p>	S	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・幡多サテライトの就職者数の増加 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・幡多サテライトの機能の充実（開所日、場所、体制等）
	<p>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。</p>	A	<p>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らせるためには、観光ガイドの育成やヘルプ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。</p>
	<p>各研修において想定した人数の受講があり、一定の成果が認められる。</p>	A	<p>【課題】 受講者がその後実際に地域活性化や産業振興にどれだけ携わっているのか把握し検証する必要がある。</p> <p>【方向性】 受講者がその後実際に地域活性化や産業振興にどれだけ携わっているのか検証を行うとともに、その結果を踏まえ、より効果の高い研修となるよう再編も含め検討する。</p>
	<p>各研修において想定した人数の受講があり、一定の成果が認められる。今後、それぞれの地域の活性化や産業づくりにおいて中核的な役割を担っていくことが期待される。</p>	A	<p>【課題】 研修の成果の把握・検証による効果的な研修のあり方やプログラムの検討</p> <p>【方向性】 受講者がその後実際に地域活性化や産業振興にどれだけ携わっているのか検証を行うとともに、その結果を踏まえ、より効果の高い研修となるよう再編も含め検討する。</p>
	<p>・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。</p>	B	<p>・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。</p>

産業成長戦略（連携テーマ）		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			
<p>施策</p> <p>◆これからの対策</p>			
<p>◆鮮度保持・衛生管理・規格選別に対する意識・行動の改革</p> <p>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>		<ul style="list-style-type: none"> ・船上・市場での適正な水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（御島瀬・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） ・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カ所実施・312名参加 	<ul style="list-style-type: none"> ・氷の使用を増やすことで、過去3年の平均単価に比べ御島瀬で23円/kg、興津で33円/kg魚価が向上した ・学習会等を通して市場内のタンクへの水の増量・攪拌等、取組の改善がみられた。
<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>		<ul style="list-style-type: none"> ・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～） ・量販店等との直接取引を実施している。（H21～） ・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～） ・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～） ・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） 	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・量販店取引は、H21：8百万円、H22：9百万円 ・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。 ・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>◆商品づくりを通じた産業人材の育成</p> <p>★地域産業人材育成事業～目指せ！弥太郎商人（あきんど）塾～</p> <p>産業振興計画地域アクションプランへの位置付けを目指す事業者や地域アクションプランに掲載されているもののまだ熟度が低いプロジェクトに関わる事業者等を対象に、ステップ1（基礎編）としてビジネスの基礎を学ぶ集合研修を、ステップ2（応用・実践編）としてスキルアップのための集合研修及びそれぞれの課題に応じた実践力を身につける個別実践研修を、段階を追って実施することにより、自ら考え行動できる地域産業の担い手を育成する。</p>		<p>目指せ！弥太郎商人（あきんど）塾</p> <ul style="list-style-type: none"> <H22年度> ・基礎編に延べ1,072名受講 ・応用・実践編に18事業者が受講 <H23年度> ・応用・実践編に20事業者が受講中 	<p><H22年度応用・実践編受講者></p> <ul style="list-style-type: none"> ・商談会参加（食の大商談会、スーパーマーケット・トレードショー、土佐の宴）のべ9事業者、商談成立9件 商談成立見込15件 商談中3件 ・受賞（第25回高知県産産業大賞）2事業者が受賞
<p><商品づくりを通じた産業人材の育成【水産業】></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>◆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。

目標値に対する 実績 (H23年度末)	総括		今後の方向性
	<p style="text-align: center;">これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価</p>	SABC の 4段階 評価	
	<p>・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。</p>	B	<p>・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。</p> <p>・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。</p>
	<p>・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。</p>	B	<p>・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>
	<p>想定した人数の受講があり、また、応用・実践編の受講者の中には商談成立や販路拡大に結びついたケースもあり、一定の成果が認められる。</p>	A	<p>【課題】 受講者のその後の事業の広がりについて把握し検証する必要がある。</p> <p>【方向性】 修了生が自立した地域の中核人材となるよう、フォローアップできる仕組みを作る。</p>
	<p>・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。</p> <p>・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。</p>	B	<p>・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。</p>

産業成長戦略（連携テーマ）		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
◆農林水産業従事者のリーダー研修【農業】 県内各地域の食や環境などの地域資源を活かした農村地域の活性化や本県の強みである農業の振興などに、意欲的、挑戦的なグループや団体の代表者を対象に、県内外の先進事例とワークショップを組み合わせた研修の実施と、企画書や行動計画書を作成することで、自ら主体的に企画立案し、自ら行動する人材を育成する	【平成22年度実績(22年度新規)】 ○研修生の確保：15グループ42名 ○講演会・パネルディスカッションの開催(7/13) ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（馬路村：8/3～4） ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（とおわ：9/8～9） ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（シヨシユ：9/21～22） ○活性化計画作成研修(10/18～19) ○成果発表会（11/18） ○フォローアップ研修（直販所編 津野山：2/17） ○フォローアップ研修（加工品開発編 高知市：3/4）	○講演会・パネルディスカッションへの参加人数＝約180名 ○先進地事例調査及びワークショップ研修への参加人数 馬路：研修生36名（全体50名） とおわ：研修生39名（全体55名） シヨシユ：研修生40名（全体50名） ○活性化計画作成研修＝研修生40名（全体53名） ○成果発表会＝研修生40名（全体約80名） ※すべてのグループが活性化計画を作成、また、その計画をプレゼン。	
<農林水産業従事者のリーダー研修【林業】> ◆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り組む人材が育ってきた。	
◆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 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ェストラント市との友好協定を締結する。	○ウェ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） ○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 H21：48名（うち農大生4名）、H22：46名（うち農大生14名）、H23：26名 ○オランダに関する講演会、勉強会実施 H21：14回、H22：5回	○友好園芸農業協定締結（H21） ・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	
◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣 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7月まで）のべ503回 ・アドバイザー派遣後の進捗状況報告の仕組みを導入 ・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、事業者の構成メンバーにおける目的意識の共有等につながった。	
◆ビジネス専門研修講座等の開催（ICT活用研修等） 特徴ある地域資源を活用した産業づくりを各地域地域において内部誘発していくため、各地域において新たな付加価値を生み出す技術(知識)と産地から市場まで結びつけることのできる経営力(マネジメント能力)を持った人材を育成し、地域での産業づくりに結び付ける。	「土佐経営塾」(地域起業家養成事業) H22年度 受講生20名全員が卒業 H23年度 18名が受講中	・卒業生が、起業（1名）、事業拡大（1名）、企業組合化（1名）を実現	

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	
○地域アクションハ位置付け＝8グループ	○研修により、各グループの今後の計画が明確になった。その結果、8グループでは地域APIに何らかの形で位置づけられた。	B	○研修グループの計画実現に向け、継続的なフォローアップ研修の実施が必要。
	・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き、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】 ・実践の中での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。
【目標】 友好園芸農業協定の締結 環境保全型農業に対する意識向上 【実績】 友好園芸農業協定締結、学校間交流の覚書、交流促進に関する覚書締結	○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。	S	【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。 【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。
	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。	A	【課題】 アドバイスの内容が、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。 【方向性】 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。
	各研修において想定した人数の受講があり、また、研修で得たスキルを活かして起業や事業拡大などに挑戦する者もあるなど、一定の成果が認められる。	A	【課題】 研修の成果の把握・検証による効果的な研修のあり方やプログラムの検討 【方向性】 受講者がその後実際に地域活性化や産業振興にどれだけ携わっているのか検証を行うとともに、その結果を踏まえ、より効果の高い研修となるよう再編も含め検討する。

産業成長戦略（連携テーマ）		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
◆大学院起業家コースによる人材育成 高知工科大学大学院の起業家コースにおける経営者の育成	・平成22年10月より永国寺キャンパスを活用しており、平成23年4月から永国寺キャンパスに全面的に移転している。 ・起業家コースでは一部授業を無料で公開している。	・起業家コース学生数 41名（うち県内8名）(H21) 41名（うち県内8名）(H22) 42名（うち県内10名）(H23) ・起業家コースの授業の一部を無料公開（H23:7回実施）	
◆公開講座・リカレント教育の実施 県民向けの公開講座の実施	・高知工科大学や高知県立大学で、広く県民向けや、専門家向けの公開講座等を実施した。	工科大 ・公開講座等(3コース、731人)(H21) ・公開講座等(5コース、1,010人)(H22) 県立大 ・公開講座等(175人)(H21) ・公開講座等(3コース、465人)(H22)	
◆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 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）	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	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	
◆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 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、それらを通じて製紙に関わる産業人口の育成を図る。	・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。	・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42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。	
【企業支援】			
◆在職者訓練の充実 企業が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。	①企業が行う研修支援 企業が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(集合型研修)。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。 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。 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。	H21 H22 H23(8月末) ① 集合型研修 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-ス(7人) 1J-ス(11人) 1J-ス(10人) (23年：土木システム工学科) (短期) 3J-ス(36人) 4J-ス(46人) 4J-ス(34人) (23年：実施試験対策土木施工管理J-ス、1級土木施工管理J-ス、建築塗装J-ス、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-ス(50人) 8J-ス(51人) 4J-ス(31人)	
◆食品加工施設の生産管理高度化の支援 外商を行うにあたって、消費地から求められる食品加工施設の生産管理の高度化対応への支援を行うため、専門家の派遣や研修等を行う。 また、関係法令が複雑で食品加工事業者の課題となっている適正表示に対する支援を行う。	・自主衛生管理マニュアルモデルの提示 ・食品加工施設の個別調査及び改善策の提案 ・生産管理高度化に関する研修会の開催 ・表示のワンストップ助言	・20業種について自主衛生管理マニュアルモデルの提示(HP掲載) ・個別企業に対する調査及び改善提案 H21：20件 H22年：50件 ・H21：衛生と表示の基礎研修：150企業210名 ・H22：生産管理高度化研修：6メニュー、延べ422名受講 ・H23：10メニューで開催中 3メニュー、延べ200名受講(8月末) ・食品表示に関する助言 H22：266件 H23：178件(8月末)	

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	
	・ 中心市街地で授業等を行うことで、社会人が教育を受講しやすい環境を作った。	A	・ 引き続き、サテライト教室での授業や、授業の無料公開を行う。
	・ 公開講座等に多くの県民が参加しており、社会人教育の充実等に努めている。	A	・ 公開講座等、リカレント教育を継続して行うとともに、新たな公開講座等も実施する。
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)	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) 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。 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。	S	【課題】 技術レベルに対応した研修カリキュラムの設定。 【方向性】 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。
	・ 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	【課題】 事業利用企業の低迷 【方向性】 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。
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、又は取止める団体の出現や、短期訓練についても受講生が集まらないことから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。	A	【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、休止又は取止めた団体に訓練実施の働きかけを行う。
	・ 自主衛生管理マニュアルを定めた生産管理が生産管理高度化に関する研修等を通じて企業に徐々に浸透するとともに、表示適正化に対する意識が高まっている。	A	・ 生産管理高度化への取組が進行しつつあるが、それぞれの企業レベルに応じてステップアップが必要であり、引き続き研修等を通じて支援を行っていく。

産業成長戦略（連携テーマ）		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
◆商品づくりを通じた産業人材の育成 企業内での人材育成を行う。	・緊急雇用制度を活用した人材の育成	・3人/3社の人材育成（H22年度） （株）土佐清水元氣プロジェクト （有）タネヒサ カフェ・デュ・グラス	
◆大学院起業家コースによる人材育成 高知工科大学大学院の起業家コースにおける経営者の育成	・平成22年10月より永国寺キャンパスを活用としており、平成23年4月から永国寺キャンパスに全面的に移転している。 ・起業家コースでは一部授業を無料で公開している。	・起業家コース学生数 41名（うち県内8名）（H21） 41名（うち県内8名）（H22） 42名（うち県内10名）（H23） ・起業家コースの授業の一部を無料公開（H23:7回実施）	
【産学官連携】			
◆経済学の専門家も交えた学部構想案の検討 永国寺キャンパス整備等検討チームで、社会科学系学部や社会人教育の在り方などを協議	・県と関係する大学で、永国寺キャンパス整備等検討チーム会を平成22年7月に立ち上げ、計9回開催し検討をすすめた。 ・この中で、複数の経済の専門家の意見を聞き、学部構想案の検討に反映した。	・社会科学系学部構想案を含む、永国寺キャンパスに関する基本方針案を平成23年6月にとりまとめ、6月議会に報告した。	
◆社会貢献をする「知の拠点」に向けての永国寺キャンパスの活用（社会人向け経済・経営講座の充実） 永国寺キャンパス整備等検討チームで、社会科学系学部や社会人教育の在り方などを協議	・高知工科大学大学院の起業家コースは、平成22年10月より永国寺キャンパスを活用して授業を行うとともに、各種の公開講座も行っている。	・起業家コース学生数 41名（うち県内8名）（H21） 41名（うち県内8名）（H22） 42名（うち県内10名）（H23） ・起業家コースの授業の無料公開（H23:7回実施） ・公開講座 地域活性化システム論（177名参加）（H22）	
◆産学官共同による産業人材育成プログラムの作成と実施） 産（産業界）の技術、学（高等教育機関）の知恵、官（行政）の資金とネットワークをつなぎ合わせた「産業人材育成プログラム」を策定することで、地域産業の中核となる人材の育成を加速化し、本県の産業振興につなげる。	「産業人材育成プログラム」作成に向けた検討開始		
2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める			
(1) 産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり			
◆都市部での移住・新規就業希望者相談会等の実施 人口減少、少子・高齢化による地域や産業の担い手不足に対応するため、本県の豊かな自然や温暖な気候、新鮮な食材等を活かし、県外からの移住やU・J・Iターンを促進する。	・年間20回以上の相談会等に参加、出展 ・HP、メールマガジン、郵送による情報発信	・H22年度移住相談件数は442件（目標360件） ・H22年度移住者数22組34人 ※高知県の相談窓口を通じて移住された方	
◆都市部での移住・新規就業希望者相談会等の実施【農業】 都会を中心に、職業としての農業が見直されるなか、本県の新規就農者を育成・確保するために、Uターン及びIターン就農希望者を対象に、首都圏（都内）と近畿圏（大阪市）で園芸農業に関する技術研修と県内でのスクーリングを実施する	【平成22年度実績（22年度新規）】 ○こちろアグリスクール（東京会場）の開催 ・研修生の確保＝18名 研修＝10回開催 ○こちろアグリスクール（大阪会場）の開催 研修生の確保＝16名 研修＝10回開催 ○スクーリング研修（農大研修課での体験）の実施 2回開催 合計8名参加（東京6名、大阪2名）	【平成22年度実績】 ○東京会場 ★農大研修課の長期研修に参加＝3名 （1名は3ヶ月の研修を終了し農家研修を實踐中） ★近い将来高知県に就農 ＝5名 ○大阪会場 ★安芸市に即就農（夫の実家） ＝1名 ★農大研修課の長期研修に参加＝2名 ★近い将来高知県に就農 ＝1名 ※東京・大阪会場 合計 12名が近い将来高知県に就農予定。（受講生における就農予定割合＝35%）	

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	
	・企業内人材の育成を図ることができた	A	
	・中心市街地で授業等を行うことで、社会人が教育を受講しやすい環境を作った。	A	・引き続き、サテライト教室での授業や、授業の無料公開を行う。
	・経済学の専門家の意見を踏まえて学部構想案を検討するとともに、永国寺キャンパスに関する基本方針案のとりまとめを行い、概ね計画どおりに進捗している。	A	・学部構想については、工科大を中心にさらに具体的な内容を検討する。
	・高知工科大学は、永国寺にサテライト教室を設置することで、社会人教育の充実を図った。	A	・引き続き、サテライト教室での授業や、授業の公開などを行うことで、人材育成を含む社会人教育の充実を図る。
	※本年度スタートした取り組みであり、現時点での総括は行わない	—	
H23年度移住者数 目標20組 ↓ H23年度22組	・都市部での移住相談会等に積極的に参加し、データベースも活用してきめ細やかなフォローアップを行った結果、移住相談件数、移住者数とも増加している。	S	【課題】 ・移住者の最終的な受入窓口となる市町村や民間団体との連携の強化が必要。 【方向性】 ・市町村や民間団体と連携した高知県全体をPRする移住相談会の実施を検討する。日々の移住相談においても、市町村や民間団体へすまやかに橋渡しができるよう常に情報共有を行う等、連携を深める。
○新規就農者=1名 (目標=10名)	○農大研修課の長期研修を含め12名が近い将来(2~3年後)高知県への就農を予定しており、目的をほぼ達成できている。	B	○各会場定員20名、合計40名に対して、実績は34名と定員割れとなっているので、事業の周知について工夫が必要。 ○研修生の就農の実現に向けたフォローアップが必要。

産業成長戦略（連携テーマ）		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>◆移住・U・I・Jターン、就業相談の機能、体制の強化</p> <p>人口減少、少子・高齢化による地域や産業の担い手不足に対応するため、本県の豊かな自然や温暖な気候、新鮮な食材等を活かし、県外からの移住やU・I・Jターンを促進する。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・移住コンシェルジュ3名の配置（地域づくり支援課及びひろめ市場に設置の事務所で移住相談に対応） ・移住希望者のフォローアップ用データベースの構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・H22年度移住相談件数は442件（目標360件） ・H22年度移住者数22組34人 ※高知県の相談窓口を通じて移住された方
<p><移住・U・I・Jターン、就業相談の機能、体制の強化【林業】></p> <p>◆就業希望者向けの林業体験の実施</p> <p>◆就業希望者へのPR方法の改善</p> <p>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>		<ul style="list-style-type: none"> ・新規就業者職業紹介アドバイザーを設置し、事業体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） ・事業体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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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体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。 ・労務センターへの就業相談件数が増え、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><移住・U・I・Jターン、就業相談の機能、体制の強化【水産業】></p> <p>◆漁業の担い手の確保</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・また、担い手を確保するための勧誘活動を実施する。</p>		<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。（重点分野雇用創出事業を活用） ・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。
<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>		<ul style="list-style-type: none"> ・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ターン情報を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・J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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 236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） <p>H23年度実績（8月末）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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	
H23年度移住者数 目標20組 ↓ H23年度22組	・民間の視点を持つ移住コンシェルジュが、移住相談に関する総合窓口として対応。データベースも活用してきめ細やかなフォローアップを行った結果、移住相談件数、移住者数とも増加している。	S	【課題】 ・移住コンシェルジュによるきめ細やかなフォローアップは、移住促進の中核的な取り組みであり、今後においても体制の充実が必要。 【方針】 ・移住促進に取り組む民間団体の立ち上げを目指し、県は移住コンシェルジュの活動に対して支援を行う。
◆担い手 目標 1,560人 ↓ H22.3末 1,611人	・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	【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。 ・林業事業体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。
新規就業者確保数 【目標】 年間22名程度 ↓ 【実績】 年間30人超	・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。	B	・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、シイラ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。
	・民間の就職支援協会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。	A	【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（連携テーマ）		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																																	
◆移住・U・I・J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		<ul style="list-style-type: none"> ・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例基金を活用して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。 	<p>【人材情報システム】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規登録求人企業数と新規登録求職者数 <table border="1"> <tr> <td>H21</td> <td>H22</td> <td>H23（7月末）</td> </tr> <tr> <td>30社</td> <td>60社</td> <td>14社</td> </tr> <tr> <td>64人</td> <td>186人</td> <td>87人</td> </tr> </table> ・うち移住就業支援システムからの登録が <table border="1"> <tr> <td>H22</td> <td>H23（7月末）</td> </tr> <tr> <td>76人</td> <td>31人あり</td> </tr> </table> ・求職者数の増加に繋がっている。 ・就職者数 <table border="1"> <tr> <td>H21</td> <td>H22</td> <td>H23（7月末）</td> </tr> <tr> <td>15人</td> <td>17人</td> <td>5人</td> </tr> </table> ・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） <table border="1"> <tr> <td>H21</td> <td>1,002社（21社）</td> </tr> <tr> <td>H22</td> <td>1,106社（50社）</td> </tr> <tr> <td>H23（7月末）</td> <td>594社（11社）</td> </tr> </table> ・U・Iターン就職相談会参加者 <table border="1"> <tr> <td>H21</td> <td>127人</td> <td>H22</td> <td>162人</td> </tr> <tr> <td colspan="2">H23（8月末）</td> <td colspan="2">67人</td> </tr> </table> 	H21	H22	H23（7月末）	30社	60社	14社	64人	186人	87人	H22	H23（7月末）	76人	31人あり	H21	H22	H23（7月末）	15人	17人	5人	H21	1,002社（21社）	H22	1,106社（50社）	H23（7月末）	594社（11社）	H21	127人	H22	162人	H23（8月末）		67人	
H21	H22	H23（7月末）																																		
30社	60社	14社																																		
64人	186人	87人																																		
H22	H23（7月末）																																			
76人	31人あり																																			
H21	H22	H23（7月末）																																		
15人	17人	5人																																		
H21	1,002社（21社）																																			
H22	1,106社（50社）																																			
H23（7月末）	594社（11社）																																			
H21	127人	H22	162人																																	
H23（8月末）		67人																																		
◆ICTを活用した移住・就業関連情報の一元化、情報共有 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 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		<ul style="list-style-type: none"> ○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）） ○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～） 	<ul style="list-style-type: none"> ○実践研修：H21年度：14市町村、21名、H22年度：22市町村、50名、H23年度（6月末現在）：21市町村、55名 ○新規就農者数 H21年度：161名（目標150名） H22年度：197名（目標170名） ○研修受入農家 H22年度末 43名 ○H23.6月末現在：農地318件、遊休ハウス13件、うち契約済58件、農地取得希望者59名登録 																																	
◆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 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 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		<ul style="list-style-type: none"> ○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）） ○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～） 	<ul style="list-style-type: none"> ○実践研修：H21年度：14市町村、21名、H22年度：22市町村、50名、H23年度（6月末現在）：21市町村、55名 ○新規就農者数 H21年度：161名（目標150名） H22年度：197名（目標170名） ○研修受入農家 H22年度末 43名 ○H23.6月末現在：農地318件、遊休ハウス13件、うち契約済58件、農地取得希望者59名登録 																																	
◆異業種からの農業参入支援 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		<ul style="list-style-type: none"> ○他部局と連携した説明会の開催。 ○農業参入に関する相談対応。 	<ul style="list-style-type: none"> ○H21～22年度は10社が参入（経営面積10ha） ○H23年度は1社参入 																																	

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
新規就農者の年間確保目標 170人 ↓ 集計中	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 	S	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。
新規就農者の年間確保目標 170人 ↓ 集計中	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 	S	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。
新規就農者の年間確保目標 170人 ↓ 集計中	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 	S	<p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。

産業成長戦略（連携テーマ）			
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		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
<p>＜新規就業者の就業段階の資金、人的な支援の充実【林業】＞</p> <p>◆地域の特用林産物の生産活動の支援とPR</p> <p>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。</p> <p>特用林産物新規就業者の確保・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。</p>	<p>・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）</p>	<p>・各地域の生産者に対する取り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（大月町に新製機や炭窯を整備）） （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））</p>	
<p>＜新規就業者の就業段階の資金、人的な支援の充実【水産業】＞</p> <p>◆漁業の担い手の確保</p> <p>・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。</p>	<p>・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。（重点分野雇用創出事業を活用） ・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</p>	<p>・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年度には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。</p>	
<p>◆市町村での実践研修や遊休ハウスの活用等に対する支援</p> <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 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） ○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、H22年度：22市町村、50名、H23年度（6月末現在）：21市町村、55名 ○新規就農者数 H21年度：161名（目標150名） H22年度：197名（目標170名） ○研修受入農家 H22年度末 43名 OH23.6月末現在：農地318件、遊休ハウス13件、うち契約済58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。 ○農業参入に関する相談対応。</p>	<p>OH21～22年度は10社が参入（経営面積10ha） OH23年度は1社参入</p>	
<p>◆計画的な有機農業の普及・推進、研修受け入れ農家への支援</p> <p>有機農業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。</p>	<p>○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か所） 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態調査（県内5か所） 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：有機農産物二乗調査の実施</p>	<p>○有機のがっこう卒業生の県内就農実績 H21：6名（うち1ターン者2名） H22：6名（うち1ターン者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</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	
	・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。
新規就業者確保数 【目標】 年間22名程度 ↓ 【実績】 年間30人超	・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、そ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。	B	・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、機船曳網、シラマキ網等幅広い漁業種を対象に研修生を受け入れるよう取り組む。
新規就農者の年間確保目標 170人 ↓ 集計中	・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。	S	【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。 【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。
新規就農者の年間確保目標 170人 ↓ 集計中	・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。 ・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。	S	【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。
○有機農業就農者 目標：平均5名/年 ↓ H22年度：6名 ○支援体制設置市町村 目標：17市町村 (50%) ↓ 18市町村 (53%) ○有機JAS認定農家戸数 目標：100戸 ↓ 85戸 ○県内消費者の認知度 目標：75% ↓ 81.9%(H22)	○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ターン者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	【課題】 ・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】 ・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。

産業成長戦略（連携テーマ）		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><養成・研修事業の充実、強化【林業】> ◆技術者養成手法の改善、強化</p> <p>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>		<ul style="list-style-type: none"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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><養成・研修事業の充実、強化【林業】> ◆自伐林家等による生産を促進</p> <p>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。</p> <p>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がるため、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></p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、440部） ・自伐林家等支援事業を創設・予算化 <p><研修関係></p> <ul style="list-style-type: none"> ・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><森林整備関係></p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <ul style="list-style-type: none"> 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><研修関係></p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>◆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</p> <p>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。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・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） ・国の公営事業により実施した事業体に対して、タワーヤード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り組みへの支援を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・タワーヤード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。
<p><養成・研修事業の充実、強化【水産業】> ◆漁業の担い手の確保</p> <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、幅多地域に漁業就業アドバイザーを1名増員した。（重点分野雇用創出事業を活用） ・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
	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	
	・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	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該補助事業が活用されていない地域への周知 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続的なPR活動と予算の確保 <p>〈研修関係〉</p> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。
	<ul style="list-style-type: none"> ・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、踏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	<p>【課題】</p> <p>効率的な作業システムの導入促進と技術定着</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>工程ごとの作業状況の把握</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産性の低い事業体の改善 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。
新規就業者確保数 【目標】 年間22名程度 ↓ 【実績】 年間30人超	・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。	B	<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、シイラ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（連携テーマ）			
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		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>＜地域や企業等との連携強化【農業】＞</p> <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組みの周知・助言</p> <ul style="list-style-type: none"> ・説明会及びヒアリングの実施 <p>○新規認定農業者の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講習会等により経営改善計画の作成を支援 ・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>○フォローアップ活動の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>○認定期間を満了する認定農業者の再認定活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>○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> <ul style="list-style-type: none"> ・3,712(H20)→3,798(H21)→3,749(H22) ・新規認定数 H21:147、H22:101 <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) (H22) 701経営体 (対象1,142経営体) ※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い必要がある。</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> <ul style="list-style-type: none"> ・地域段階での個別支援活動 リストアップ農家103戸 →カウンセリング88戸・延べ232回 →コンサルテーション55戸・延べ223回 ・研修（全県・ブロック別）の実施 136回・延べ969名参加 ・シンポジウムの開催 ・品目別の規模拡大方策の検討 県外事例調査（愛知県・福岡県・熊本県） 経営・栽培シミュレーション <p>○優良な労働力の確保・マッチング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JA無料職業紹介所の設立と活動支援 10JA ・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>○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） （目標：11JA）</p> <p>あっせん実績 274人（178農家）</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 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 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 H22年度：JA土佐れいほく</p> <p>○JA出資型法人の新規設立 1JA →H23.4月に稼働しはく未来を設立 (JA土佐れいほく)</p>	
<p>＜新規就業の技術向上等に向けた支援の充実＞</p> <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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・箇所数：H21・170箇所、H22・181箇所、H23・181箇所 <p>○県域の生産者交流会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、シトウ、ピーマン、文旦、ユズ <p>○生産出荷指標・生産出荷計画の取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>○「学び教えあう場」の参加率</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H21：68.8%、H22：68.5% <p>○対象農家数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H21 4,238人、H22：4,473人 <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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・安芸集出荷場 (丸)：H21園芸年度3,971t (対前年比117%) H22園芸年度3,807t (対前年比97%) ・須崎集出荷場 (丸)：H22園芸年度3,804t (対前年比104%) ・JA南国市 中央・南部集出荷場 (丸)：平成22園芸年度 383t (対前年比111%) 	

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	
目標である4,340経営体の確保は困難	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 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。 	B	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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り、産地における認定農業者の必要性が薄まってきたことなどから、ただ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理解が得られなくなってきており、認定農業者数の拡大は困難な状況となってきている。 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、今後は企業的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。
	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 (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) ・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。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。
5法人を設立 ↓ 1法人設立済み	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・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、(株)れいほく未来が設立され、水稲の育苗や施設園芸(加ベ-マ)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。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>【目標・実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「学び教えあう場」の設置数 目標値：170ヶ所程度 →実績：平成23年度181箇所 ・対象農家の参加率 目標値：90% →実績：68.5%(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。 	S	<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ヶ所に設置し、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。

産業成長戦略（連携テーマ）		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>◆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>	<ul style="list-style-type: none"> ・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ターン情報を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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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） <p>H23年度実績（8月末）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県外大学保護者会への参加（4大学 参加保護者数 110名） 																													
	(2)専門的なノウハウ、技術を持った中核人材の県外からの確保																															
	<p>◆移住・U・I・Jターン、就業相談の機能、体制の強化【再掲】</p> <p>県のU・Iターン無料職業紹介の機能の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 	<p>【人材情報システム】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規登録求人企業数と新規登録求職者数 <table border="1"> <tr> <td>H21</td> <td>H22</td> <td>H23（7月末）</td> </tr> <tr> <td>30社</td> <td>60社</td> <td>14社</td> </tr> <tr> <td>64人</td> <td>186人</td> <td>87人</td> </tr> </table> <p>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。</p> ・就職者数 <table border="1"> <tr> <td>H21</td> <td>H22</td> <td>H23（7月末）</td> </tr> <tr> <td>15人</td> <td>17人</td> <td>5人</td> </tr> </table> ・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） <table border="1"> <tr> <td>H21</td> <td>1,002社（21社）</td> </tr> <tr> <td>H22</td> <td>1,106社（50社）</td> </tr> <tr> <td>H23（7月末）</td> <td>594社（11社）</td> </tr> </table> ・U・Iターン就職相談会参加者 <table border="1"> <tr> <td>H21</td> <td>127人</td> <td>H22</td> <td>162人</td> </tr> <tr> <td>H23（8月末）</td> <td>67人</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> 	H21	H22	H23（7月末）	30社	60社	14社	64人	186人	87人	H21	H22	H23（7月末）	15人	17人	5人	H21	1,002社（21社）	H22	1,106社（50社）	H23（7月末）	594社（11社）	H21	127人	H22	162人	H23（8月末）	67人		
H21	H22	H23（7月末）																														
30社	60社	14社																														
64人	186人	87人																														
H21	H22	H23（7月末）																														
15人	17人	5人																														
H21	1,002社（21社）																															
H22	1,106社（50社）																															
H23（7月末）	594社（11社）																															
H21	127人	H22	162人																													
H23（8月末）	67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"> ・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、保護者会を通じてUターン就職の働きかけができた。 	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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
	<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

[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