



高知県産業振興計画の推進によって 実現を目指す本県産業の姿（案）

<全 体>	1
<地産地消・外商戦略>	3
<農業分野>	5
<林業分野>	7
<水産業分野>	9
<商工業分野>	11
<観光分野>	13

高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿〈全体〉（案）

産業振興計画の推進によって目指す将来像（10年後の成功イメージ）

地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県

- 1 本県の地域資源を使った新しい商品が次々と誕生し、全国、海外において数多く認知されるようになる
- 2 防災や新エネルギーの関連産業が形成され、高知県の産業として誰もがイメージできるようになる
- 3 厳しい時代を生き抜くたくましい産業人材が数多く輩出され、各地で活躍するとともに、地域を支える新しい基幹産業が各地に定着し、地域の明るい未来が広がる

計画全体を貫く目標 ①

■ 県際間の収支を改善する

産業振興計画の取り組みによる10年後の移輸出額の増加効果
+1,300億円 [試算値]

《過去の状況》

- ・平成12年の県際収支 ▲6,201億円
- ・平成17年の県際収支 ▲6,678億円

《今後10年の見通し》

- ①各産業分野の取り組みにより生産額が増加する
- ②ものづくりの地産地消など、地産地消の徹底により、県外へのお金の流出を食い止める

計画全体を貫く目標 ②

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

《過去の状況》

- ・平成12～22年の社会減 ▲30,628人
- ・平成17～22年の就業者の減少 ▲34,620人
 - ◆急激な減少の主な要因
 - ・公務員▲2,000人 ・建設業▲9,800人
 - ・リーマンショック等による製造業の落ち込み▲2,819人
 - ◆平成12～17年の就業者の減少 ▲23,425人
- ・平成22～32年の生産年齢人口の減少 ▲54,700人
〈国立社会保障・人口問題研究所推計〉

《今後10年の見通し》

- ①雇用の減少数…就業者数のトレンドでみれば今後も減少
 - ◆人口自然減に伴う経済の縮み
 - ◆一方、その傾向は緩やかに
- ②労働力人口の減少…新たに担い手となる人口も少子化により減少
 - 現状では、①<②となり社会減
- ◎産業振興計画の取り組みにより、①の雇用の減少抑制に向けて努力し、①>②と逆転させ、「社会増」を目指す
⇒仕事をしなければ、高知県で育った者全員が県内で仕事に就くことができる状態

若者が志を持って打ち込める魅力ある仕事をつくる

◎全国一学びの機会が多い県を目指す

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

◎全国一サポート体制が整った県を目指す

農業分野	林業分野	水産業分野	商工業分野	観光分野	地産地消・地産外商戦略(食品分野)																																																						
<p>・地域で暮らし稼げる農業</p> <p>(代表する数値目標)</p> <p>○農業産出額</p> <table border="1"> <tr><td>10年後</td><td>1,050億円以上</td></tr> <tr><td>4年後</td><td>1,000億円以上</td></tr> <tr><td>現状</td><td>930億円(H22)</td></tr> </table>	10年後	1,050億円以上	4年後	1,000億円以上	現状	930億円(H22)	<p>・山で若者が働く、全国トップ3の国産材産地</p> <p>(代表する数値目標)</p> <p>○原木生産量</p> <table border="1"> <tr><td>10年後</td><td>65万㎡以上</td></tr> <tr><td>4年後</td><td>62万㎡以上</td></tr> <tr><td>現状</td><td>40.4万㎡(H22)</td></tr> </table> <p>○木材・木製品製造業出荷額等</p> <table border="1"> <tr><td>10年後</td><td>200億円以上</td></tr> <tr><td>4年後</td><td>190億円以上</td></tr> <tr><td>現状</td><td>150億円(H22)</td></tr> </table>	10年後	65万㎡以上	4年後	62万㎡以上	現状	40.4万㎡(H22)	10年後	200億円以上	4年後	190億円以上	現状	150億円(H22)	<p>・若者が住んで稼げる元気な漁村</p> <p>(代表する数値目標)</p> <p>○沿岸漁業生産額 + ○水産加工出荷額</p> <table border="1"> <tr><td>10年後</td><td>400億円以上</td><td>+</td><td>200億円以上</td></tr> <tr><td>4年後</td><td>370億円以上</td><td>+</td><td>170億円以上</td></tr> <tr><td>現状</td><td>348億円(H21)</td><td>+</td><td>160億円(H21)</td></tr> </table>	10年後	400億円以上	+	200億円以上	4年後	370億円以上	+	170億円以上	現状	348億円(H21)	+	160億円(H21)	<p>・ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい</p> <p>(代表する数値目標)</p> <p>○製造品出荷額等</p> <table border="1"> <tr><td>10年後</td><td>6,000億円以上</td></tr> <tr><td>4年後</td><td>5,000億円以上</td></tr> <tr><td>現状</td><td>4,608億円(H22)</td></tr> </table>	10年後	6,000億円以上	4年後	5,000億円以上	現状	4,608億円(H22)	<p>・地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業</p> <p>(代表する数値目標)</p> <p>○県外観光客入込数</p> <table border="1"> <tr><td>10年後</td><td>435万人以上</td></tr> <tr><td>4年後</td><td>400万人以上</td></tr> <tr><td>現状</td><td>305万人(H19) 435万人(H22)</td></tr> </table> <p>○観光総消費額</p> <table border="1"> <tr><td>10年後</td><td>1,300億円以上</td></tr> <tr><td>4年後</td><td>1,100億円以上</td></tr> <tr><td>現状</td><td>725億円(H19) 1,010億円(H22)</td></tr> </table>	10年後	435万人以上	4年後	400万人以上	現状	305万人(H19) 435万人(H22)	10年後	1,300億円以上	4年後	1,100億円以上	現状	725億円(H19) 1,010億円(H22)	<p>・ALWAYS地産地消 ・素材を生かした加工立県 ・県産品が全国ブランドに</p> <p>(代表する数値目標)</p> <p>○食品製造業出荷額等</p> <table border="1"> <tr><td>10年後</td><td>900億円以上</td></tr> <tr><td>4年後</td><td>800億円以上</td></tr> <tr><td>現状</td><td>726億円(H22)</td></tr> </table>	10年後	900億円以上	4年後	800億円以上	現状	726億円(H22)
10年後	1,050億円以上																																																										
4年後	1,000億円以上																																																										
現状	930億円(H22)																																																										
10年後	65万㎡以上																																																										
4年後	62万㎡以上																																																										
現状	40.4万㎡(H22)																																																										
10年後	200億円以上																																																										
4年後	190億円以上																																																										
現状	150億円(H22)																																																										
10年後	400億円以上	+	200億円以上																																																								
4年後	370億円以上	+	170億円以上																																																								
現状	348億円(H21)	+	160億円(H21)																																																								
10年後	6,000億円以上																																																										
4年後	5,000億円以上																																																										
現状	4,608億円(H22)																																																										
10年後	435万人以上																																																										
4年後	400万人以上																																																										
現状	305万人(H19) 435万人(H22)																																																										
10年後	1,300億円以上																																																										
4年後	1,100億円以上																																																										
現状	725億円(H19) 1,010億円(H22)																																																										
10年後	900億円以上																																																										
4年後	800億円以上																																																										
現状	726億円(H22)																																																										

高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿<全体> (案)

第2期高知県産業振興計画

(平成24年度～平成27年度)

5つの基本方向

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

飛躍への挑戦!

集落活動の拠点づくりや地域アクションプランの推進、産業人材の育成、こうち型二地域居住の促進などに取り組む。

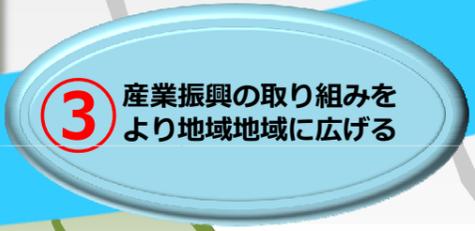
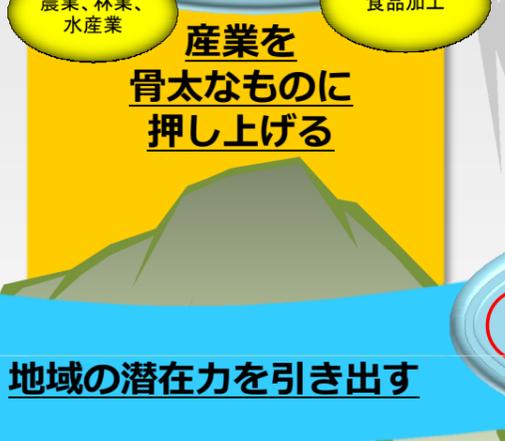
南海地震対策のさらなる加速化
日本一の健康長寿県づくり



南海地震対策と連動した防災分野や恵まれた自然環境を活かした新エネルギー分野などの産業振興にチャレンジする。



これまで取り組んできた地産外商、ものづくりの地産地消、食品加工の推進、基軸となる第一次産業の振興を引き続き推進し、加えて県内産業の競争力の維持・強化などに取り組む。



地域の潜在力を引き出す

第2期産業振興計画は、①～③の視点をもって、計画をさらに進化させ、推進する

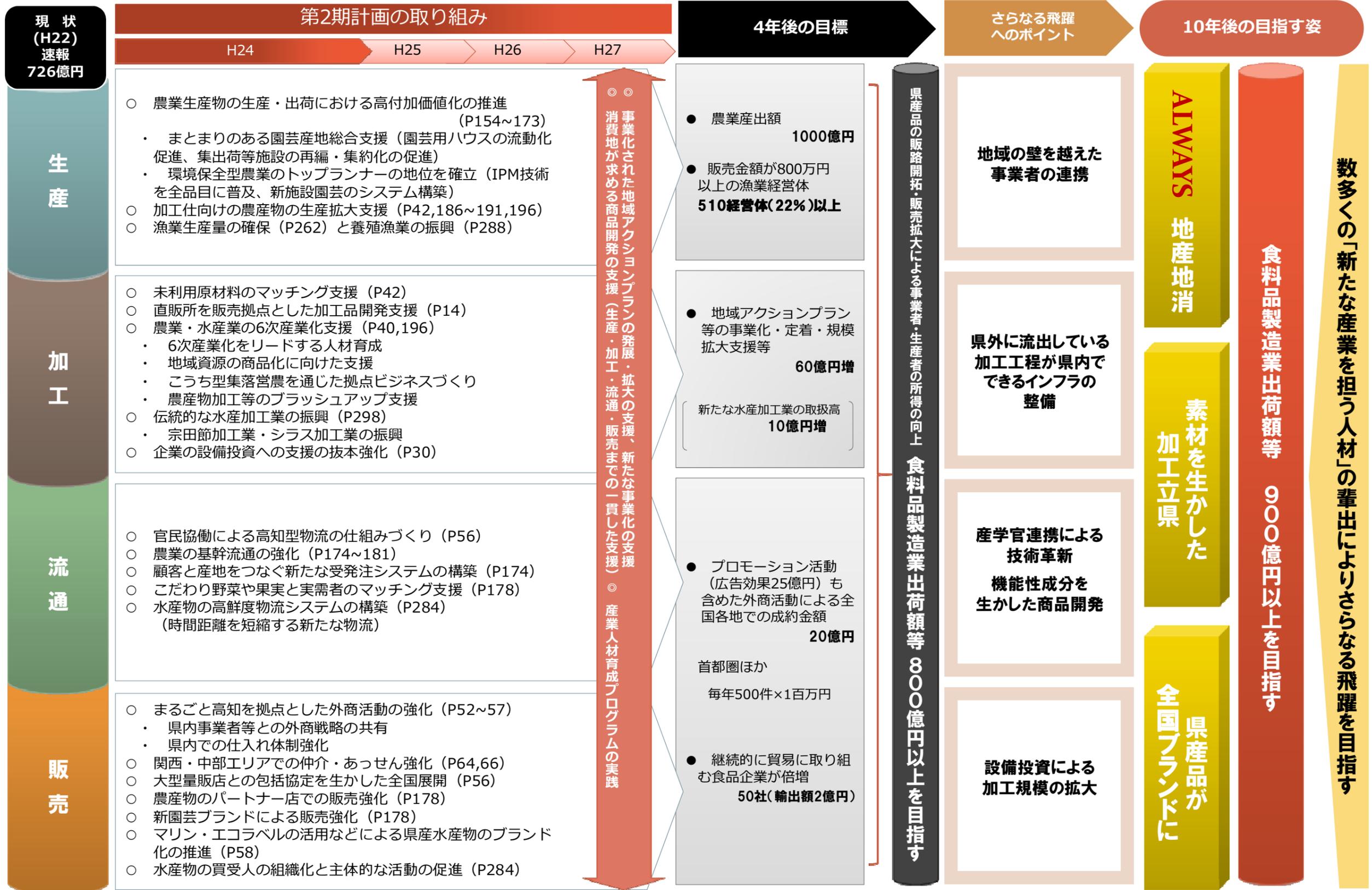
第1期産業振興計画(H21～H23)

高知県経済が抱える積年の課題

- ◆人口減少により縮小を続ける県内市場
- ◆産業間の連携の弱さ(資本・産業集積の乏しさ)
- ◆強みである第一次産業さえも弱体化

第1期計画では、積年の課題に立ち向かうための「仕組み」が整い、県内各地で官民一体となった新たな事業が動き出す

高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿<地産地消・地産外商戦略 ~食品分野~(案)>



第2期高知県産業振興計画における地産地消・地産外商戦略の展開イメージ

県産品の販路開拓・販売拡大による事業者・生産者の所得の向上



ターゲット(県内・県外・海外/小売・卸・中食・外食等)に合わせた支援を展開

全国に誇れる素材を最大限に活用し、付加価値を生み出す

- 食品加工の推進**
- ◆ 加工食品の生産管理の高度化支援 (基本の徹底と高度化を担う中核的人材の育成) (P44,46,54)
 - ◆ 高質系スーパーと連携したマーケットイン型の商品開発 (P42)
 - ◆ 加工用原料として活用できる一次産品の生産者と加工業者とのマッチングと加工業者間連携による大規模加工の仕組みづくり
 - ◆ 加工や機械設備の製造などをできるだけ県内で行う「メイド・イン高知」の促進 (P24,26,28,30,32) (P24,26,38,40,42)





農業産出額 1050億円以上を目指す
地域で暮らし稼げる農業

産業成長戦略【農業分野】の概要

消費者に選ばれる産地へ

農業産出額の増加・所得の向上

安心して農業を継続

生産力の向上

1. 本県農産物の高付加価値化

販売力の向上

① まとまりのある園芸産地総合支援 (P154~P163)

まとまりづくり

- 「学び教えあう場」の強化
- 省エネルギー対策支援
- 有望な園芸品目の導入
- 園芸品目の総合戦略支援

野菜 果樹 花き

高品質
高収量
低コスト

産地づくり

- レンタルハウス整備事業の充実
- 園芸用ハウスの流動化を促進
- 集出荷等施設の再編・集約、機能向上を支援

販売を見据えた生産
産地を伝える販売

③ 流通・販売の支援強化 (P174~P183)

販売額拡大・販路拡大

- パートナーシップの強化
- 新たな出荷・流通・販売体制の構築
- 業務需要の開拓
- 展示商談会の開催
- 輸出の促進

PR・消費拡大

- 高知フェアの開催
- アンテナショップ等での販促
- メディアを活用したPR
- 出前授業

安全・安心

④ 品目別総合戦略 (P184~P193)

米	高品質安定生産 地域ブランド米の育成
土佐茶	生産性・品質向上 販売活動の強化
畜産	酪農・肉用牛(土佐あかうし)・養豚 土佐ジロー・土佐はちきん地鶏

高付加
価値化

特色のある
農産物の
生産量を拡大

2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化

⑤ 集落営農の推進 (P194~P195)

- 集落営農組織の育成と活動促進
 - ・話し合いの場づくりと実践
 - ・地域が行う研修会や先進地視察等への支援
 - ・中山間地域等直接支払制度の活用

ステップアップ

園芸品導入
周年化

- こうち型集落営農の実現
 - ・コーディネーターや集落リーダーの育成
 - ・農産物加工やグリーン・ツーリズムへの取組を支援
- 法人化への支援

地域農業の
活性化、雇用・
所得の確保

⑥ 6次産業化の取組による拠点ビジネスづくり (P196~P197)

- 加工、グリーン・ツーリズムの取組強化と6次産業化の推進
- 6次産業化をリードする人材の育成
- 地域資源を活かした商品開発・販路拡大を支援
- 拠点ビジネスづくりの推進
- こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスづくり

本県農産物の
ファンづくりと地産
地消の推進

地域の拠点
ビジネス

確保・雇用の
創出

地域の担い手を

産地を支える

3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化

⑦ 担い手の育成と生産資源の保全 (P198~P205)

新規就農者の確保・育成

- U・Iターン就農者等の確保
- 実践研修など就農に向けた支援

定着に向けて

- 就農サポートハウスによる実績づくりを支援
- 営農指導・フォローアップ

規模拡大
経営強化

企業的経営体の育成

- 法人経営体の育成
- 法人経営体の組織化と経営発展への支援
- 品目別規模拡大方策の策定
- 施設整備や資金面での支援

生産資源の保全

- 基幹的水利施設等の長寿命化対策
- 農地・水保管理支払制度の活用

現状
(H22)
40.4万m³
150億円

第2期計画の取り組み

H24

H25

H26

H27

原木生産

加工体制

流通・販売

木質バイオマス

- 森林の集約化と経営委任の推進 (P224)
 - ・ 森林経営計画と森の工場の整備
- 地形や地質にマッチした効率的な生産システムの導入を促進 (P224)
- 皆伐による原木の増産 (P224)
- 大型製材工場や県内製材工場等への原木の安定供給システムの構築 (P226)
 - ・ 協定取引の推進 (P226)
- 森林組合の経営力強化 (P226)
- 自伐林家等による生産を促進 (P228)
- 大型製材工場等の施設整備の促進 (P230)
 - ・ 大型製材工場の整備と生産
 - ・ 単板工場の整備計画の検討
- 県内事業者による大型製材工場整備 (P232)
 - ・ ビジネスプランの作成、工場の整備
- 既存事業者の加工力の増強を推進 (P232)
 - ・ 乾燥施設等の新設及び増強
- 大消費地に設置した流通拠点を活用した土佐材流通量の拡大 (P234)
- 県外販売の窓口を一元化し、製品の安定供給を促進 (P234)
- 大消費地への販路拡大 (P234)
 - ・ 消費地商談会や展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加
- 品質が確保された製品の安定供給体制を確立 (P234)
- 県産材を利用した木造住宅への支援 (P236)
- 公共事業や公共施設等での県産材の利用推進 (P236)
- 原木や林地残材の搬出に対する支援 (P238)
- 木質バイオマス燃料の安定供給 (P238)
- 木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化 (P238)
- 幅広い分野での木質バイオマス利用を促進 (P238)
- 燃焼灰の適正処理 (P240)
- コスト差を埋める支援の仕組みの検討 (P240)
- 推進体制の強化 (P240)
 - ・ 木質バイオマスエネルギー利用促進協議会の参加者の拡大、協議内容の拡充
- 木質バイオマス発電の推進 (P240)

4年後の目標

～山の資産価値をアップ、中山間の雇用を確保～

- 立木の資産価値 20%アップ(H22年比)
- 担い手数 1,720人(75人増)

～木材の付加価値を高める～

- 製材品の生産量 30万m³(30%増)

～県外市場での認知度の向上～

- 県産材製品の県外出荷量 22万m³/年(70%増)

～県内での県産材利用が拡大～

- 戸建て住宅の木造率 全国平均以上

～森林資源を生かし切り木の価値をアップ～

- 木質バイオマス利用量 34万トン(50%増) (金額換算:21億円)

さらなる飛躍へのポイント

10年後の目指す姿

- 森林の集約化を一層推進
- 作業システムの改善による原木生産の効率化

立木の資産価値 30%アップ (H22年比)

担い手数 1,720人

- 単板工場の誘致
- 製材工場の効率化・高品質化を進め、競争力を強化

製材品の生産量 35万5千m³

- 県外への流通・販売システムのさらなる強化
- 土佐材の知名度の向上による活発な取引

県産材製品の県外出荷量 26万m³

戸建て住宅の木造率 四国No.1

- 木質バイオマスを低コストで大量に収集するシステムづくり

木質バイオマス利用量 38万トン (金額換算:23億円)

木材・木製品製造業出荷額等 190億円以上を目指す
原木生産量 62万立方メートル以上を目指す

木材・木製品製造業出荷額等 200億円以上を目指す
原木生産量 65万立方メートル以上を目指す
山で若者が働く、全国トップ3の国産材産地

森林資源 H22末
 蓄積：1.74億m³
 成長量：314万m³/年
 (うち人工林)
 (蓄積：1.49億m³)
 (成長量：300万m³/年)

原木生産量

H22年

404
千m³



増産

216
千m³

50%
増産

H27年
62万m³

増産
30
千m³

H33年
65万m³

柱6. 健全な森づくり

循環型の林業を持続

【課題】

- ①地域の実情に応じた持続的な森林経営のプランが必要
- ②保育コスト高等から適切な手入れがされず荒廃森林が発生
- ③成林までのトータルコストが高く、再造林が困難
- ④獣害(シカ、ウサギ等)により確実な更新が困難

フォレスター
による支援



【施策】

◆持続可能な森林づくり (P244)

- ①地域の森林整備に関する計画の作成支援 (適地適木、資源循環 など)
- ③再造林への支援、省力化の検討
- ④獣害対策(防護柵設置等)の支援

◆荒廃森林の解消 (P244,246)

- ②保育間伐の推進
 - ・公益的機能が高い森林の間伐支援
 - ・オフセット・クレジットを活用した森林整備の推進



柱1. 原木生産の拡大

間伐と皆伐を組み合わせる増産

【課題】

- ①森林の所有規模が小さい
- ②地形が急峻
- ③原木の販売価格が不安定
- ④効率的な生産ができる事業者が少ない
- ⑤担い手の確保と技術の向上

【施策】

◆生産性の向上と原木の増産 (P224,226)

- ①森林の集約化と経営委任の推進
 - ・森林経営計画と森の工場の整備
 - ・森林施業プランナーの活動支援
 - ・国・公有林等を活用した大規模化
- ②地形や資源にマッチした効率的な生産システムの導入促進



- ・林業機械や林内路網の整備
- ・効率的な路網や架線集材などの普及
- ・事業者の作業システム改善の支援

③協定取引による安定供給の推進

◆事業者や担い手の育成 (P226,228)

- ④事業者のマネジメント能力の向上
 - ・中期的なビジョンに基づく森林組合経営を支援
 - ・森林組合の合併を推進
 - ・森林施業プランナーの育成
 - ・建設業者等の新規参入と定着を支援
- ⑤担い手の確保・育成
 - ・搬出作業等の技術力アップ
 - ・新規就業の促進
 - ・自伐林家等の生産活動の支援



柱2. 加工体制の強化

品質の向上と加工量の増大

【課題】

- ①成熟した豊富な森林資源を使い切れない
- ②機械設備が不十分で、生産コスト高
- ③消費者の求める品質確保の取り組みが不十分
- ④財務体質が弱く、設備投資が困難

【施策】

◆企業誘致等による大型加工施設の整備 (P230)

- ①～③大型加工施設の整備
 - ・大型製材工場の整備
 - ・単板工場の整備 (低質材の加工力強化)



◆県内加工事業者の生産力等の強化 (P232)

- ①～④既存加工事業者の生産力等の維持・強化
 - ・県内事業者による大型製材工場の整備
 - ・新たな設備導入や既存設備更新の支援 (効率化、低コスト化、高品質化等)

柱3. 流通・販売体制の確立

地産地消・地産外商の推進

【課題】

- ①大消費地から遠隔地であり輸送コスト高
- ②県外での土佐材の認知度が不足
- ③事業者の営業力の強化が必要
- ④木材を使う仕組みや意識の強化が必要

【施策】

◆流通の統合・効率化 (P234)

- ①拠点を活用した流通の効率化の推進
 - ・県外の流通拠点の設置
 - ・建築工程に応じたきめ細かな配送の推進
 - ・県内事業者の共同輸送(県外へ)体制の強化



◆販売力の強化 (P234,236)

- ②、③地産外商の推進(流通拠点の活用など)
 - ・企業・団体と行政が連携した営業活動を推進 (土佐材展示会、セミナー、商談会の開催など)
 - ・商品力の向上への支援 (JAS認定取得・表示の支援、地域材ブランド化の推進など)
- ④地産地消の推進
 - ・県産材使用住宅の建築、リフォームの支援
 - ・公共施設、公共事業での木材利用の推進

柱5. 森のものの活用

森の恵みを余すことなく活用

【課題】

- ①重要な換金品目の生産・販売振興が必要
- ②地域の森林や産物を活用した取り組みの推進が必要



【施策】

◆特用林産物の生産等の振興 (P242)

- ①特用林産物(炭、キノコ、シキミ等)の生産・販売支援
- ②提案型等の地域発の取り組みを支援

柱4. 木質バイオマスの利用拡大

マテリアル + エネルギー 利用の推進

【課題】

- ①原木や林地残材の集荷コスト高
- ②バイオマス利用ボイラーの導入経費や管理経費(燃焼灰処理等)が他製品に比較して割高
- ③原木増産に伴い発生する多量のバイオマスの有効利用が必要



【施策】

◆木質バイオマスの効率的なエネルギー利用の推進と多面的利用の拡大 (P238,240)

- ①原木や林地残材の搬出に対する支援
- ②バイオマス利用施設の導入・管理コストの低減
 - ・バイオマス利用ボイラーの導入支援
 - ・一定の地域内での効率化を推進(共同利用・処理)
- ③発電や製品原材料など多用途利用の推進
 - ・再生可能エネルギーの全量固定価格買取制度に対応し、バイオマス発電を推進

数値目標
H22 → H33
(H27)

●原木生産量
(再掲)
404千m³
→650千m³
(620千m³)

●森の工場
整備面積
37,161ha
→90,000ha
(69,800ha)

●担い手
1,645人
→1,720人
(1,720人)

●林業労働者
の年収
→4百万円/年
(4百万円/年)

●製材品生産量
224千m³
→355千m³
(300千m³)

●乾燥材生産量
54千m³
→120千m³
(111千m³)

●木質バイオマス
利用量
227千ト(H21)
→380千ト
(340千ト)



戦略の柱1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上

取組方針1. 漁業生産量の確保

【施策1. 漁港・漁場の整備・活用】

- 漁獲の増加に貢献する「土佐黒潮牧場」の整備 (P262)
- カツオ一本釣り用活餌供給事業への支援 (P262)
- 沈設型魚礁の再整備に向けた取組 (P264)

【施策2. 資源の確保と栽培漁業の推進】

- 磯焼け対策・干潟の機能回復 (P266)
- ヒラメなどの大型種苗の放流と効果の検証 (P268)

【施策3. 漁業秩序の確立】

- 漁業違反の取締強化 (P270)
- 紛争の解消と規制緩和の推進 (P272)

【施策4. 広く「漁業の担い手」を確保】

- 新規漁業就業者の研修受入地区や対象漁業種類の拡大 (P274)

取組方針2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上

【施策1. 魅力ある産地市場づくり】

- 拠点市場における入札方法の改善や陸上集荷の実施 (P276)
- 衛生管理の高度化など拠点市場の機能強化 (P276)
- 産地市場の計画的な統合を推進 (P278)

【施策2. 県漁協の買取販売事業の強化】

- 仕入・販売体制の一元化 (P280)
- 販路の拡大等 (P280)
- 収益性の確保に向けた販売子会社の設立 (P280)

【施策3. 地産地消の推進】

- 「土佐のおさかなまつり」の開催などによる消費の拡大 (P282)
- たたき料理など高知の食文化の情報発信 (P282)

【施策4. 地産外商の推進】

- 県外消費地市場との交流促進 (P284)
- 買受人の組織化と主体的な活動の促進 (P284)
- 時間距離を短縮する新たな物流の構築 (P284)
- マリン・エコラベルの活用などによる県産水産物のブランド化の推進 (P286)

高鮮度物流体制を構築

取組方針3. 養殖業の振興

【施策1. 既存養殖漁業の振興】

- 生産者グループ等の販売促進活動の推進 (P288)
- 効率的な給餌方法などの開発 (P288)

【施策2. 企業活力を活かした養殖漁業の振興】

- 高品質なカンパチ種苗の量産化 (P288)
- マグロ養殖の振興 (P288)

企業活力の導入

戦略の柱2. 漁業費用を削減

取組方針1. 漁業者による漁業費用の削減

- 省エネエンジンの導入による漁業経営の改善 (P290)
- 資源管理・漁業所得補償対策の推進 (P290)

取組方針2. 漁協による漁業費用の削減

- 漁協役職員の人材育成 (P292)
- 県漁協の組織再編整備計画の着実な実行 (P292)
- 供給価格の引き下げに向けた購買事業の見直し (P292)
- 漁業者に対する経営指導の強化 (P294)

漁協の幹部職員を育てる

漁業者の所得向上

中核的な漁業・漁村の担い手の確保

今後も持続する漁業・漁村

戦略の柱3. 水産加工を振興

取組方針1. 地域加工グループによる雇用の場の確保

- 雇用の場としての持続可能な活動の展開を支援 (P296)

裾野を広げる

取組方針2. 水産加工業の新たな事業化の推進

- 事業化を軌道に乗せるための原料魚確保や販路確保等を支援
- 生産・流通・加工業者のマッチングによるビジネス機会の拡大
- 漁業者による6次産業の事業化
- 衛生管理の高度化を推進 (全てP296)

新たな事業化

取組方針3. 伝統的な水産加工業の振興

【施策1. 宗田節加工業の振興】

- 認知度向上、ブランド化の推進 (P298)
- 新製品の開発、販路開拓を支援 (P298)

【施策2. シラス加工業の振興】

- 高知新港への水揚げの集約化 (P298)

戦略の柱4. 地域資源を活用し、交流を拡大

取組方針1. 滞在型・体験型観光の推進

- 体験者のニーズに対応した魅力ある商品づくりと効果的な情報発信 (P300)

取組方針2. 資源豊かで賑わいのある河川づくりの推進

- アユ資源の増殖に向けた種苗放流などの実施 (P302)
- 誘客のためのアマゴの冬季解禁 (P304)

地域の所得向上

現状
(H22)
4,608
億円

第2期計画の取り組み

H24 H25 H26 H27

ものづくりの
基盤整備

- 県内企業の設備投資の促進
 - ・新たな補助制度の創設（雇用要件等のハードルを緩和）（P326）
 - ・融資関連メニューの充実（P326）
- 企業立地の受け皿となる工業団地の造成
 - ・香南工業団地の整備、新たな団地開発の推進（P326）
- 新産業の創出に向けた産学官連携の推進
 - ・共同研究開発の推進と事業化（P328）
- スキルを備えた技術人材の確保・育成
 - ・工業技術センターや高等技術学校等による技術支援・技術研修（P328・330）
 - ・県内企業への就職促進に向けた産業界、学校、行政の連携強化（P332）

ものづくりの
成長分野

- 企業立地の推進
 - ・全国トップクラスの助成制度を活用し、県内に不足している業種や地域資源の高付加価値化につながる企業等の立地を推進（P342）
- 防災関連産業の振興
 - ・防災産業交流会の開催（P334）
 - ・開発した製品の「地消」「外商」までステージに応じた総合的な支援（P334）
- 成長分野の育成
 - ・売れる商品づくり（P336）
 - ・事業化プランの早期実現に向けた総合的な支援（P336）
- 官民が連携した協議会の支援による新たなコンテンツ産業（ソーシャルゲーム産業）の創出の土台づくり
 - ・「ソーシャルゲーム企画コンテスト」による新規ゲームを開発し、開発・運用・資金回収・次ゲームへの投資のサイクルを構築（P338）
- ものづくりの地産地消
 - ・ものづくり補助金を活用した製品開発と県内への導入（P340）
 - ・「地産地消」から全国へ売り込む「地産外商」への発展（P340）

（地消・外商）
販売の拡大

- 見本市や商談会等外商機会の拡大
 - ・受注拡大コーディネーター等による支援（P346）
- 産業振興センターを中心とした外商機能の強化や知事等によるトップセールスの実施（P346）
- インターネット利用による販売力強化
 - ・製造業ポータルサイトによる積極的な情報発信（P346）
- 地域の賑わいの創出（観光等との連携による商業の活性化）
 - ・空き店舗を活用した新規出店等を支援（P350）
 - ・チャレンジショップ事業を活用した独立開業の促進（P350）

4年後の目標

(※はH24～H27の累計)

◆積極的な設備投資と技術力の強化が相まって、生産性や競争力が向上する。

- 新規工業団地面積 20ha ※
- 産学官連携産業創出研究推進事業を活用した新規事業化件数 3件以上※
- 工業技術センター等での技術研修 1,600人※
- 高等技術学校での在職者訓練 500人※
- 高校生県内就職率 H22:58.1% →H27:72%

◆新たな企業立地が進むとともに、防災や食品、一次産業関連機器等の分野で競争力のある製品や企業が生まれ、県内外での本県企業への評価が高まる。

- 企業立地等の実現
 - ・新増設 40件※
 - ・製造品出荷額：360億円
 - ・新規雇用：1,300人※
- ものづくり地産地消補助金を活用した防災関連製品の開発数 20件※
- 成長分野育成支援
 - ・事業化プラン認定件数:60件※
 - ・販売額：H23:2億円→H27:40億円(100億円※)
 - ・新規雇用：110人※
- 県内におけるソーシャルゲームの年商 20億円
- ものづくり地産地消補助金を活用した製品開発数 60件(防災関連製品20件を含む) ※

◆数多くの企業が積極的な販売の拡大に取り組み、売上の増加に繋がるとともに、営業ノウハウ等も蓄積される。また、ものづくり産業の拡大、地消・外商の進展に伴い、商業・サービス業等が活性化する。

- 見本市・商談会の開催（防災関連、ものづくり地産地消含む）
 - ・受注金額：H23:2億円→H27:8億円(20億円※)
- 商店街通行者数 66,000人(休日) (H23の水準を維持)
- 空き店舗率 13.4% (H22の水準を維持)

さらなる飛躍へのポイント

10年後の目指す姿

製造品出荷額等 5000億円以上を目指す

継続した団地開発と企業立地の推進
(団地開発:約25ha)

県内企業の設備投資の促進とものづくりをリードする中堅企業の育成
(全国並みの設備投資の実現、売上高10億円以上の企業数:2割増)

次世代の成長産業の育成
(南海地震対策と連動した防災関連産業の育成:22億円)

地消・外商活動のさらなる強化と賑わいのある街づくり

全国と対等に競い合う企業が育ち、産業集積の拡大と県内でのサプライチェーンが実現
～地理的なハンディを乗り越えて～

高知ならではの技術やノウハウを活かして、存在感をアピールできるものづくり産業の創出
～防災産業と言えば高知県～

全国に広がる Made in Kochi と商業の活性化

ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい
製造品出荷額等 6000億円以上を目指す

産業成長戦略の概要（商工業分野）

ものづくりの基盤整備

☆積極的な設備投資と技術力の強化で競争力を向上

競争力強化と企業集積の拡大

- ◆設備投資支援の抜本強化（P326）
 - ・厳しい地域間競争の中で、地場企業の事業継続と発展を支援（設備投資への新たな助成制度等を創設）
- ◆企業立地基盤の整備（P326）
 - ・香南工業団地の整備促進、新たな団地開発を推進

研究開発の促進

- ◆産学官連携の推進（P328）
 - ・産学官連携会議を中心に、産業につながる共同研究の取組を推進
 - ・中期テーマの研究開発に対して支援
 - ・新エネルギー、防災、食品分野での共同研究テーマの掘り起こし

人材の育成と確保

- ◆技術人材の育成（P328・330）
 - ・工業技術センター等における技術レベルに応じた研修の実施、高等技術学校の機能強化
- ◆新規高卒者の県内企業への就職促進に向けた産業界、学校、行政の連携強化（P332）
- ◆新規大卒者の県内企業への就職促進（P332）
 - ・大学生や保護者に対する就職情報の提供

ものづくり

☆競争力のある製品や企業が生まれ、県内外での本県企業への評価が高まり、新たな産業集積の形成へ

防災関連産業の振興

- ◆南海地震対策と連動させた防災関連産業の振興（P334）
 - ・防災産業交流会を通じた情報やニーズの共有、マッチング
 - ・試作開発への助成や技術支援
 - ・県内市町村への製品購入を促す仕組づくりと製品のPR
 - ・首都圏や近畿圏の防災関連見本市への出展を支援

成長分野での事業化促進

- ◆成長が期待される食品、天然素材等5分野を対象に研究会を設置（P336）
 - ・専門家による助言、情報提供を通じてプラン作りを促進
 - ・製品開発や販路拡大への助成を通じて事業展開を支援
- ◆官民が連携した協議会の支援による新たなソーシャルゲーム産業の創出の土台づくり（P338）

ものづくりの地産地消

- ◆各分野での機械化ニーズ等を集約、共有（P340）
- ◆試作開発への助成や工技センター等による技術支援により、企業の製品開発を支援（P340）
 - ・ものづくり地産地消センターとの連携によるマッチングを強化
 - ・ものづくり地産地消推進事業費補助金を拡充

企業集積の拡大

- ◆全国トップクラスの助成制度を活用し、県内企業の工場増設や企業立地を促進（P342）
 - ・地域資源を高付加価値化
 - ・県内に不足する工程、技術の導入
 - ・新エネルギーなど成長分野の立地
 - ・事務系職場の拡大

販売の拡大（地消・外商）

☆数多くの企業が積極的な販路拡大に取り組み、売り上げが増加

販路拡大への支援

- ◆見本市への県ブースの出展、県内外での商談会の開催（P346）
- ◆産業振興センター等との連携による出展企業等への支援（P346）
- ◆産業振興センターを中心とした外商機能の強化や知事等によるトップセールスの実施（展示会や県内製品カタログ等でのアピール、官公庁への売り込み）（P346）
 - ・見本市への出展を拡充
 - ・紙産業の見本市への新規出展

商業の活性化

- ◆アンテナショップ「てんこす」の運営への支援等を通じて、地消・外商を推進（P348）
- ◆空き店舗への出店やチャレンジショップの運営、商店街の活性化事業への助成を通じて、商業の振興を支援（P350）

ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい

高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿<観光分野(案)>

現 状
県外観光客入込数
370万人±α
(H23推計)
観光総消費額
1,010億 (H22)

第2期計画の取り組み

H24 H25 H26 H27

4年後の目標

さらなる飛躍
へのポイント

10年後の目指す姿

- 核となる観光拠点の形成
- 観光資源の発掘・磨き上げ
- 広域観光の推進
- 効果的な広報・セールス活動の推進
- 人材の育成
- おもてなしの向上
- スポーツツーリズムの推進
- 国際観光の推進

- 地域の観光拠点づくりの推進 (P378)
- こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実 (P378)
- 満足度の高い観光商品づくり (P380)
- 新たな観光資源の創出 (P382)
- 産業間連携による観光消費の拡大 (P384)
- 地域コーディネート機能の強化 (P384)
- 県内各地域との連携による周遊観光の推進 (P386)
- 県域を越えた連携の推進 (P386)
- 統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施 (P388)
- ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開 (P388)
- 四国ツーリズム創造機構等との連携による 情報発信(P392)
- 全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致 (P392)
- フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致(P392)
- 観光産業を担う人材の育成 (P394)
- 観光ガイドの育成、技術の向上 (P394)
- 観光事業者等へのおもてなし研修の実施 (P394)
- 社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保 (P394)
- おもてなしの気運の醸成 (P396)
- 観光ガイドの育成、技術の向上【再掲】 (P396)
- きめ細かな観光情報の提供 (P396)
- 県内の観光地を結ぶ移動手段の確保 (P398)
- 観光基盤の整備 (P398)
- 推進体制の強化及び受入態勢の充実 (P400)
- 年間を通じたスポーツイベント等の開催 (P400)
- アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動 (P400)
- 国別戦略に基づく誘致活動 (P402)
- 受入態勢の充実 (P404)
- 四国4県連携によるプロモーション活動の推進 (P404)

- 核となる観光拠点の整備 7箇所
- 一人当たり観光消費額 (H20) 25,459円 →27,500円
- 二泊以上の宿泊客数 (H20) 85.5万人 →100万人
- リピーターの数 (H22) 50万人 →65万人
- 首都圏からの観光客数 (H20) 30.5万人→45万人
- 宿泊施設の稼働率 (H20) 37.8% →45.2%
- コンベンションの開催による入込数 (H23年度) 3万人→3.3万人
- 教育旅行等による入込数 (H23年度) 0.8万人→1万人
- 観光客満足度「大変よい」「良い」の割合が、H22のデータを毎年上回る (H22)
- 宿泊先 77%
- 食事・料理店 74%
- 観光施設 75%
- 観光施設の美化 72%
- 公共トイレの快適性 57%
- 案内標識 53%
- タクシーの接客マナー 46%
- スポーツツーリズムの推進による新規入込客数 2万人
- 外国人延べ宿泊者数 (H22) 1.6万人泊→3.2万人泊

●様々なイベントなどが年間を通じて開催され、新たな観光客の獲得ができてきている
●地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出され販売されている
●核となる観光拠点を中心とした県内の地域周遊が進み、道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している

県外観光客入込数400万人以上 観光総消費額1,100億円以上を目指す

- 世界に通用する核となる観光拠点の形成
- 三日以上滞在できる質の高い観光地づくり
- 国内ハブ空港などからのアクセシビリティの向上
- 県内交通アクセスの充実
- ヘビーリピーターの拡大 (年に2回以上)
- 観光立県としての県民意識の醸成

- 観光立県としての地位が確立し、県民にもその意識が定着している
- 「歴史」、「食」、「文化」など、本県が持つ優位性が観光地づくりに生かされ、国内外から県内各地に観光客が訪れることで、地域の活性化につながっている
- 首都圏からの観光客数 55万人
- 外国人延べ宿泊者数 6.4万人泊
- 本県が持つ個性に県外客が惹かれ、リピーターとなって繰り返し訪れているとともに、中長期の滞在も進んでいる
- 一人当たり観光消費額 30,500円
- リピーターの数 87万人
- 観光拠点間を結ぶ交通アクセスの進展に伴い、様々な形の周遊観光が根付いている

県外観光客入込数435万人以上 観光総消費額1,300億円以上を目指す
地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業

第2期産業振興計画 産業成長戦略（観光分野）の概要

戦略の柱 全国に通用する観光地づくり

取組方針1 核となる観光拠点の形成

県内各地域への誘客を促進するため、これまでの取組等を通じて生まれてきた全国に発信できる施設や、自然や体験観光などで地域ブランドとして一定のまとまりがあるエリアを、その地域への全国からの誘客の目玉となる観光拠点として磨き上げていきます。

- <これからの対策> (P378~379)
- 地域の観光拠点づくりの推進
 - こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実

取組方針2 観光資源の発掘・磨き上げの推進

これまで各地域で取り組んできた体験プログラムなどの成果やノウハウ等を生かしながら、地域の観光資源を磨き上げ、商品化を図る取り組みをさらに促進させるとともに、リピーターにもつながるよう、満足度を高めるための観光商品づくりを進めます。

また、地域に潜在化している資源の中から、テーマ性、ストーリー性などを盛り込みながら、より多くの新たな観光資源を生み出し、地域での観光客の受け皿を拡大します。

- <これからの対策> (P380~385)
- 満足度の高い観光商品づくり
 - 新たな観光資源の創出
 - 産業間連携による観光消費の拡大

取組方針3 広域観光の推進

観光拠点を中心として周辺の観光地等を巡る周遊プランをつくるなど、地域の面的魅力を高めるための地域コーディネート機能の強化を図ります。

また、広域ブロックや県域を超える多様な連携を進めることで、本県への誘客及び県内の周遊を促していきます。

- <これからの対策> (P384~387)
- 地域コーディネート機能の強化
 - 県内各地域との連携による周遊観光の推進
 - 県域を越えた連携の推進

取組方針4 効果的な広報・セールス活動の推進

これまでの博覧会の開催を通じて培った広報・セールス活動のノウハウを生かしながら、旅行マーケットの動向を踏まえつつ、ターゲットにあわせた効果的な広報やセールス活動を展開していきます。

また、多くの入込客が期待できる全国大会や教育旅行、波及効果が期待できるロケ撮影など、多様な誘致活動を進めます。

- <これからの対策> (P388~393)
- 統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施
 - ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開
 - 四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信
 - 全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致
 - フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致

取組方針6 おもてなしの向上

県民挙げてのおもてなし気運の醸成を図るとともに、きめ細かな観光情報の提供や交通の利便性の向上など、観光客の快適性を高めるため、ハード・ソフトの基盤整備に取り組んでいきます。

- <これからの対策> (P396~399)
- おもてなしの気運の醸成
 - 観光ガイドの育成、技術の向上【再掲】
 - きめ細かな観光情報の提供
 - 県内の観光地を結ぶ移動手段の確保
 - 観光基盤の整備

取組方針7 スポーツツーリズムの推進

プロスポーツやアマスポーツ合宿などの誘致を進めるとともに、地域で様々なスポーツイベントを実施することで、オフシーズンも含めて切れ目なく観光客が訪れることを目指していきます。

- <これからの対策> (P400~401)
- 推進体制の強化及び受入態勢の充実
 - 年間を通じたスポーツイベント等の開催
 - アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動

目指すべき4年後の姿

- ・地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出され販売されている
- ・核となる観光拠点を中心とした県内の地域周遊が進み、道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している
- ・様々なイベントなどが年間を通じて開催され、新たな観光客の獲得ができています

県外観光客入込数400万人以上
観光総消費額1,100億円以上を目指す

取組方針5 人材の育成

自ら継続して観光商品を次々と生み出し販売していく地域観光の担い手の人材育成に取り組んでいきます。

また、専門家を活用して観光客の受入を担う人材の育成を図っていきます。

- <これからの対策> (P394~395)
- 観光産業を担う人材の育成
 - 観光ガイドの育成、技術の向上
 - 観光事業者等へのおもてなし研修の実施
 - 社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保

取組方針8 国際観光の推進

主要なターゲットである東アジアを中心に、各国の特性と本県の強みをマッチングさせたきめ細かい戦略により、本県への誘致活動を進めるとともに、観光案内板の多言語化や観光事業者への研修を実施するなど受入態勢の充実を図っていきます。

- <これからの対策> (P402~405)
- 国別戦略に基づく誘致活動
 - 受入態勢の充実
 - 四国4県連携によるプロモーション活動の推進