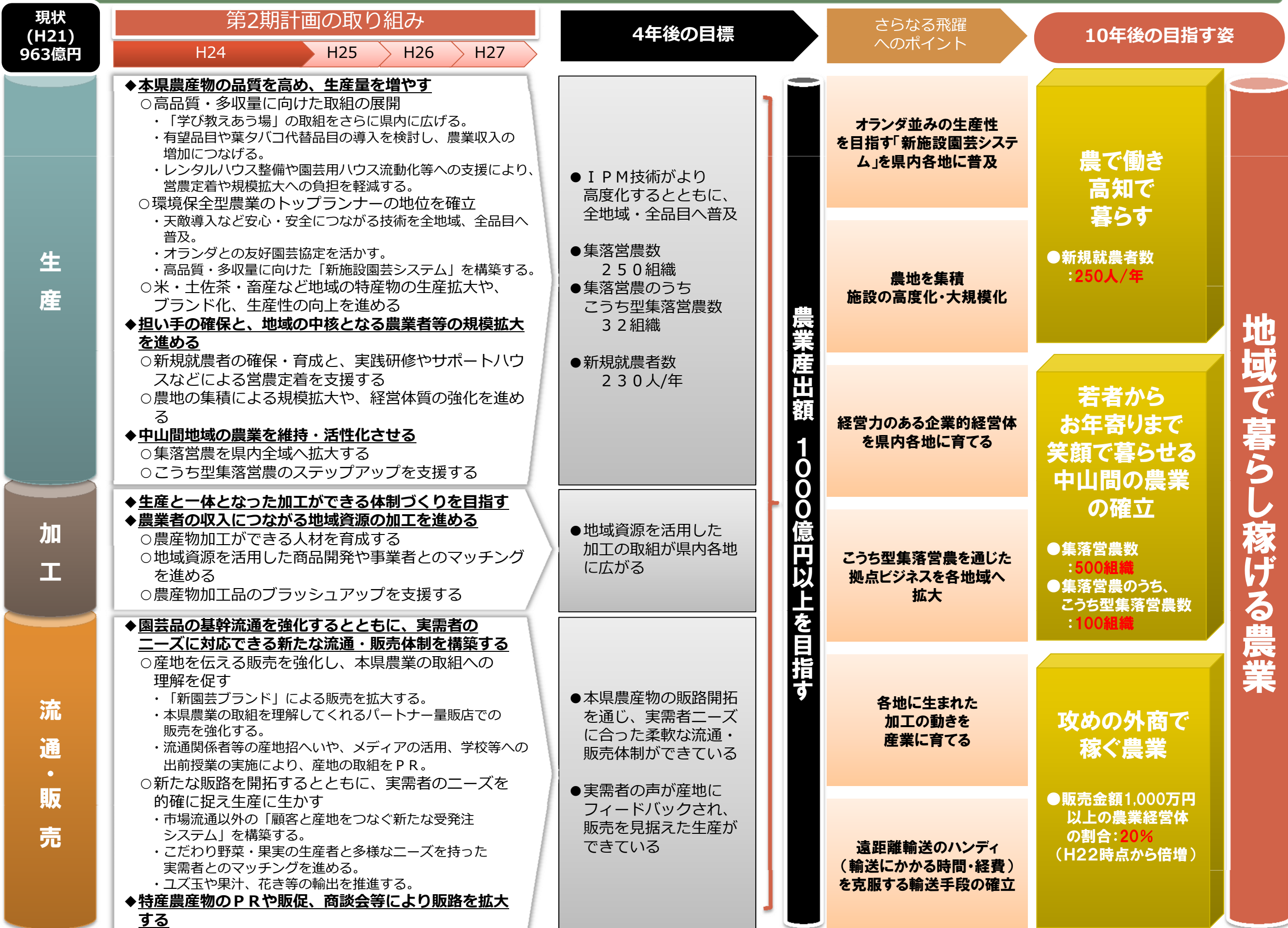


高知県産業振興計画の推進によって実現を 目指す本県産業の姿(各分野)(案)

(目次)

・農業分野	1
・林業分野	3
・水産業分野	5
・商工業分野	7
・観光分野	12
・地産地消・地産外商戦略	...	14

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<農業分野(案)>



農業産出額 1000億円以上を目指す

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

安心して農業を継続

農業産出額の増加・所得の向上

生産力の向上

I. 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

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

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

高品質
高収量
低コスト

③ 流通・販売の支援強化

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

販売を見据えた生産
産地を伝える販売

④ 品目別総合戦略

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・養豚 土佐ジロー 土佐はちきん地鶏

特色のある
農産物の
生産量を拡大

安全・安心

- IPM技術を全品目へ普及
- GAPの活用
- 土づくりと施肥の改善
- 新施設園芸システムの構築
- オランダウェストラント市との友好園芸協定を活かす
- 有機農業の推進

II. 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

- 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

- 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

② 環境保全型農業の地位を確立

拡大

地域の核となる農業の担い手を育成

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・水保全管理支払制度の活用

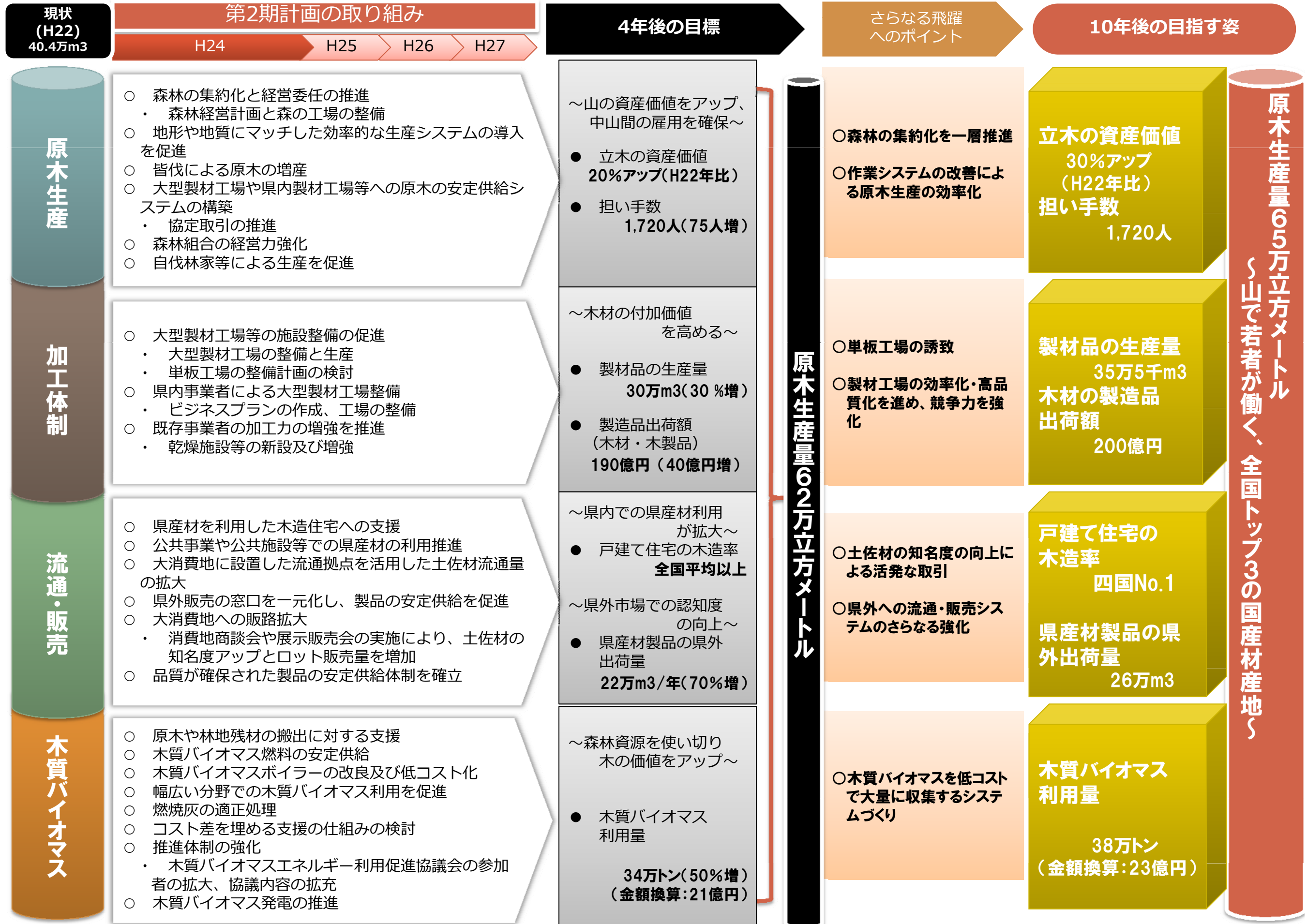
産地を支える

III. 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

地域の担い手を
確保・雇用の創出

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<林業分野(案)>



原木生産量65万立方メートル
 ~山で若者が働く、全国トップ3の国産材産地~

<p>数値目標 H22 → H33 (H27)</p> <p>●原木生産量 (再掲) 404千m³ →650千m³ (620千m³)</p> <p>●森の工場 整備面積 37,161ha →90,000ha (69,800ha)</p> <p>●担い手 1,645人 →1,720人 (1,720人)</p> <p>●林業労働者 の年収 →4百万円/年 (4百万円/年)</p> <p>●製材品生産量 224千m³ →355千m³ (300千m³)</p> <p>●乾燥材生産量 56千m³(H21) →120千m³ (111千m³)</p> <p>●木質バイオマス 利用量 227千トⁿ →380千トⁿ (340千トⁿ)</p>
--

6. 健全な森づくり

- 【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



循環型の林業を持続

【施策】

- ◆持続可能な森林づくり
- 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

- 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



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
- 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
- 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



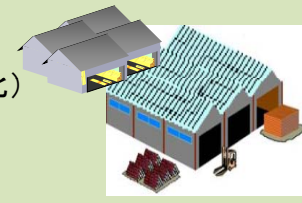
2. 加工体制の強化

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
- 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
- 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)



3. 流通・販売体制の強化

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
- 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
- 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



4. 木質バイオマスの利用拡大

製品原材料 + 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
- 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



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
- 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



森林資源 H21末
蓄積: 1.72億m³
成長量: 252万m³/年
(うち人工林)
(蓄積: 1.46億m³)
(成長量: 235万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

H33年 65万m³

増産 30千m³

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<水産業分野(案)>

現状
(H21)
沿岸漁業
生産額
348億円
水産加工
出荷額
160億円

第2期計画での取り組み

- H24 → H25 → H26 → H27
- 漁業生産量の確保**
 - <漁業生産量の確保>
 - 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
 - ・ カツオ一本釣り用活餌供給事業への支援
 - 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
 - ・ ヒラメなどの大型種苗の放流と効果の検証
 - 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
 - 養殖漁業の振興**
 - 既存養殖漁業の振興
 - 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
 - ・ マグロ養殖の振興
 - 地産外商の更なる推進**
 - 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
 - 県漁協の買取販売事業の強化
 - ・ 収益性の確保に向けた販売子会社の設立
 - 地産外商の推進
 - ・ 県外消費地市場との交流促進
 - ・ 買受人の組織化と主体的な活動の促進
 - ・ 時間距離を短縮する新たな物流の構築
 - ・ 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
 - 水産加工の裾野の広がりとなしな事業化**
 - 水産加工業の新たな事業化の推進
 - ・ 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
 - 伝統的な水産加工業の振興
 - ・ 宗田節・シラス加工業の振興

4年後の目標

- 安定した漁業生産の確保**
 - 沿岸漁業総生産量を**7万トン以上**維持 (H22:68,688 t)
 - 新規就業者(中核漁業者)を**128名(32名/年)**確保
- 販売金額が800万円以上の経営体 510経営体(22%)以上** (H20:20%)
- 県外市場での認知度向上・ブランド化**
 - 県外主要市場である大阪市場における本県産水産物のシェア **18億円(5%)** (H22:16億円、4.4%)
- 地域の雇用の場を確保**
 - 新たな水産加工業の取扱高 **10億円増加** (H22:2億円)
 - 漁村における新たな雇用が**100名増加**

さらなる飛躍へのポイント

- ・ 沿岸から沖合までの漁場整備
- ・ 養殖魚の産地としての更なる認知度向上
- ・ 民間企業や新規就業者が参入しやすい環境整備 (支援の充実、地元の理解促進)
- ・ 県1漁協構想の実現による拠点市場への集約化
- ・ 高知県漁協の買取販売の抜本的な強化
- ・ 買受人の更なる連携による戦略的な外商活動の展開
- ・ 養殖魚の出荷形態をフィレ等に転換するための前処理加工能力の向上
- ・ 水揚げの集約化や県外からの調達による加工用原魚の安定確保

10年後の目指す姿

- 沿岸漁業生産額 400億円 + 水産加工出荷額 200億円 以上を目指す**
 若者が住んで稼げる元気な漁村
- 海・資源と共存する土佐の漁業**
 - 沿岸漁業生産量を**7万トン以上**維持
 - 新規就業者(中核漁業者)を**320名**確保
- 鮮度で勝負! 土佐の魚**
 - 大阪市場における本県産水産物のシェア **21億円(6%)**
- 加工で広がる漁村の雇用**
 - 新たな水産加工業の取扱高 **40億円増加**
 - 漁村における新たな雇用が**650名**増加

沿岸漁業生産額 370億円 + 水産加工出荷額 170億円 以上を目指す

生産
流通・販売
加工

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
- カツオ一本釣り用活餌供給事業への支援
- 沈設型魚礁の再整備に向けた取組

【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
- ヒラメなどの大型種苗の放流と効果の検証

【施策3. 漁業秩序の確立】

- 漁業違反の取締強化
- 紛争の解消と規制緩和の推進

【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

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
- 衛生管理の高度化など拠点市場の機能強化
- 産地市場の計画的な統合を推進

【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
- 販路の拡大等
- 収益性の確保に向けた販売子会社の設立

【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
- たたき料理など高知の食文化の情報発信

【施策4. 地産外商の推進】

- 県外消費地市場との交流促進
- 買受人の組織化と主体的な活動の促進
- 時間距離を短縮する新たな物流の構築
- 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

高鮮度物流体制を構築

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
- 資源管理・漁業所得補償対策の推進

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

漁協の幹部職員を育てる

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
- 効率的な給餌方法などの開発

【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
- マグロ養殖の振興

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

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

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
- 新製品の開発、販路開拓を支援

【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

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

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
- 誘客のためのアマゴの冬季解禁

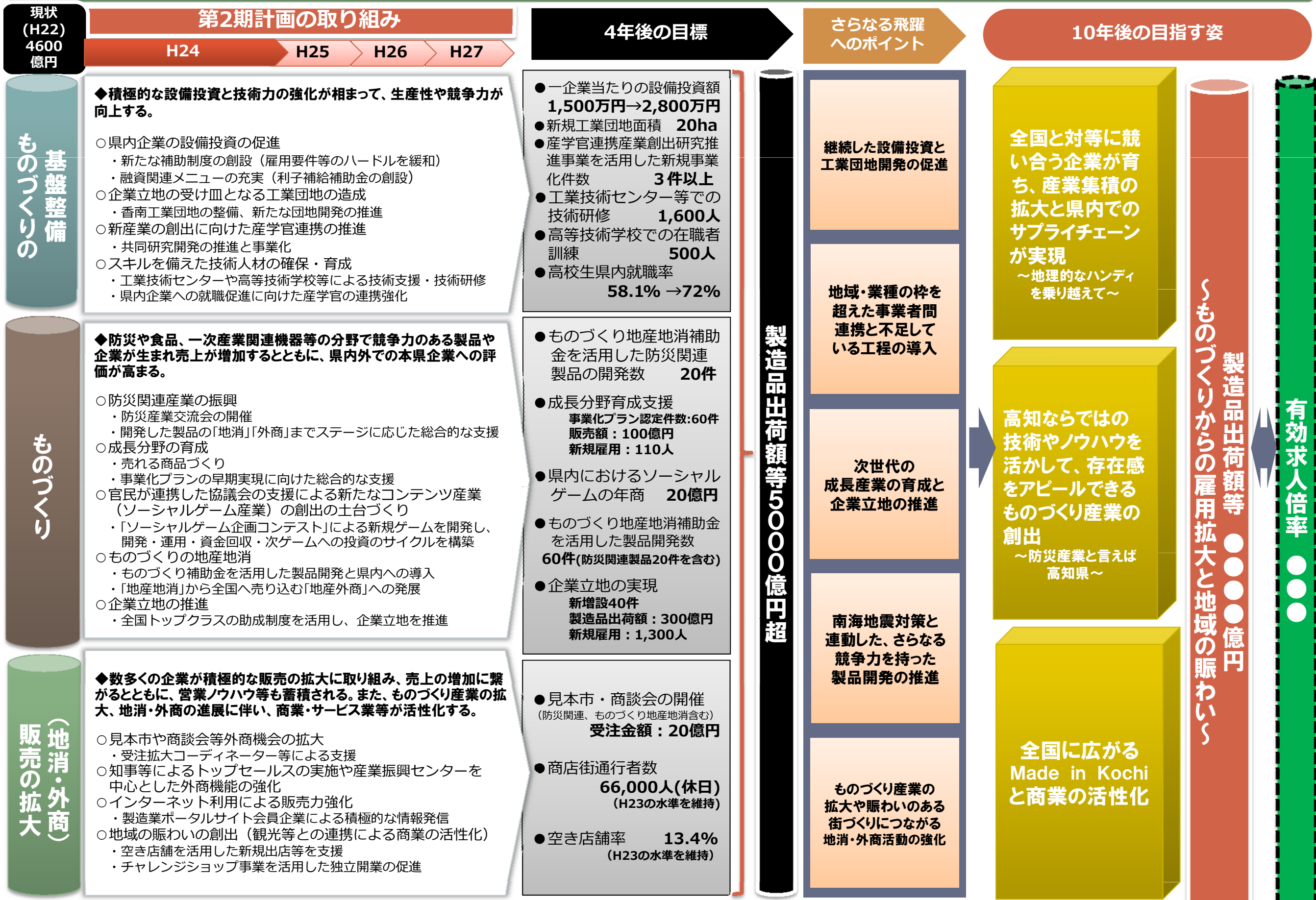
漁業者の所得向上

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

地域の所得向上

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<商工業分野(案)>



農林水・観光等の各分野での産業振興の実現と相まって

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
 - ・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
 - ・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
 - ・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
 - ・中期的テーマの研究開発に対して助成
 - ・防災、新エネルギー、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
 - ・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学官の連携強化
- ◆新規大卒者の県内企業への就職促進
 - ・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
 - ・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店を支援

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
 - ・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

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
- ◆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
 - ・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
 - ・地域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
 - ・地域資源を高付加価値化
 - ・県内に不足する工程、技術
 - ・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
- ◆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
- ◆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）や産業振興センターを中心とした外商機能の強化
 - ・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、地産地消、地産外商を推進
- ◆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

ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい

第2期産業振興計画目標一覧(商工業分野)

	事業の概要	3年間の実績	H24年度目標	4年後(H27)の姿と目標値	10年後の姿
ものづくりの基盤整備					
■ 県内企業の設備投資への支援	<p>○県内企業が生産性等を高め、県内での生産活動の継続・発展と雇用の維持に繋げていくため、県内中小企業の設備投資を促進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現行の企業立地に対する補助制度に加え、新規雇用者数の要件を緩和した補助制度の創設 ・県制度融資による事業者支援 ・県制度融資を利用しない事業者への利子補給補助金の創設 ・小規模企業者等設備貸与制度の割賦損料等の引き下げによる事業者支援 	<p>○過去10年間平均の一事業所当たりの設備投資額の状況は15百万円で、全国平均の41百万円の37%となっている。(工業統計:四国の他3県は徳島県112%、香川県68%、愛媛県127%)</p>	<p>○新たな設備投資に対する支援制度を創設し、県内企業の設備投資を加速化させる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・助成件数: 20件 	<p>◆設備投資の増加により生産性の向上や競争力の維持が図られ、県内企業の生産額が増加する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一事業所当たりの設備投資額: 全国平均値の68%(香川県と同程度)(15百万円 → 28百万円)(県全体の設備投資に換算: 261億円 → 約320億円) ※一事業所当たりの設備投資額は、H12~21(10年間)の平均 	<p>◆設備投資が全国並みまで増加し、設備投資や工場の立地等が継続的に行われている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一事業所当たりの設備投資額: 41百万円(県全体の設備投資に換算: 約320億円) <参考>高知県の設備投資額のピーク H元: 562億円
■ 工業団地開発	<p>○企業立地の受け皿となる工業団地の整備を推進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・香南工業団地の開発 ・新たな工業団地開発に向けた適地調査 	<p>○香南工業団地の用地取得を完了し、4市で工業団地の適地調査を開始した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規工業団地面積: 6.2ha 	<p>○香南工業団地: H25年度の完成・分譲に向けた着実な事業の進捗</p> <p>○新たな団地開発: 開発予定地の早期事業着手</p>	<p>◆新たな工業団地などの企業立地基盤の整備が進んでいる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規工業団地面積 H27: 20ha 	<p>◆高規格道路などの産業基盤が整備と相まって、企業立地が進んでいく。</p>
■ 産学官連携による新産業の創出	<p>○県内の産学官の連携を強化し相互の情報共有や交流を促進するとともに、学の研究開発機能を活かした新産業創出を図るため、県内企業による事業化の可能性の高い産学官共同研究を重点的に支援する。また、県内の産学官連携の仕組みづくりを行い、科学技術を活かした産業振興や地域の活性化を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産学官連携会議の設置 ・産学官連携による中期テーマの共同研究 	<p>○産学官連携会議の設置と運営を通して情報共有や意見交換を重ねる中で、産業振興計画の取組みと連動させた3つの分野別研究会を設置し共同研究等の取組みを始めていくことが確認された。</p> <p>○中期テーマ研究開発事業では19件の応募があり、県内の産学官共同研究の掘り起こしが進むとともに、3件の研究が開始された。</p>	<p>○県内における産学官連携の動きが活性化される。</p> <p>○分野別研究会の活動によって、新たな共同研究が推進される。</p> <p>○産学官連携産業創出研究推進事業による共同研究が推進される。(継続3件、新規3件、計6件程度)</p>	<p>◆産学官連携の取り組みが広がり、新エネルギーや防災関連などの共同研究成果が複数生まれ、事業化が始まっている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<p>◆産学官連携の取り組みが根付き、日常的な共同研究のなかから、産業振興につながる研究成果が継続的に生み出されている。</p> <p>◆産学官連携による研究成果を基に、科学技術を活用した事業モデルとなる成功例が生まれ、県内の雇用拡大にも貢献している。</p>
■ 産業人材の育成と確保	<p>○食品・機械金属加工特別技術支援員による技術指導、工業技術センター等の技術研修及び高等技術学校での在職者訓練等による技術人材の育成</p> <p>○産学官の連携による将来の産業構造の変化に対応した地域産業の担い手の育成・確保</p> <p>○新規大卒者の県内企業への就職促進</p>	<p>○企業ニーズに応じた技術や技能、資格を備えた人材の育成が図られた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工業技術センター等での技術研修 2,071人(H21~H23) ・高等技術学校での在職者訓練 160人(H20~H22) <p>○産業界、公立高校、行政との連携によって高校生の企業実習や技術指導等が行われた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・参加した高校生の数 1,593人(H20~H22) <p>○県外大学に在学する県出身者とその保護者に対して県内の就職情報を発信する仕組みができた。</p>	<p>○企業ニーズに応じた技術や技能、資格を備えた人材を育成する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工業技術センター等での技術研修 14コース 400人 ・高等技術学校での在職者訓練 112人(短期) 11コース(長期) 1コース <p>○産業界、公立高校、行政との連携によって高校生の企業実習や技術指導等を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・参加する高校生の数 750人 ・高校生の県内就職割合 60% 	<p>◆企業ニーズに応じた技術や技能、資格を備えた人材の育成が進むとともに、高校生の県内就職等も増加をしてきている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工業技術センター等での技術研修 1,600人(H24~H27) ・高等技術学校での在職者訓練 500人(H24~H27) ・高校生の県内就職割合 H22: 58.1% → H27: 72% 	<p>◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている。</p> <p>また、高校生等の県内就職も大きく増加している。</p>

第2期産業振興計画目標一覧(商工業分野)

	事業の概要	3年間の実績	H24年度目標	4年後(H27)の姿と目標値	10年後の姿
ものづくり					
■ 防災関連産業の振興に向けた取り組み	○防災関連製品の新たな商品化や、既存製品のブラッシュアップから開発した製品の「地消」・「外商」までステージに応じた総合的な支援を実施する。 ・「防災産業交流会」の開催 ・防災関連製品の開発・改良支援 ・県内市場の開拓支援 ・県外市場の開拓支援	○防災関連製品取扱社数 51社(H23.8防災関連産業アンケート調査) ○防災フェア等への出展希望・検討社数 46社(H23.8防災関連産業アンケート調査)	○「防災産業交流会」への参加企業・団体数が150を超える。 ○「ものづくり地産地消推進事業費補助金」を活用した防災関連製品が5製品を超える。 ○ものづくり総合技術展への出展社数が、20社を超える。 ○県内で製造された防災関連製品の購入が各市町村で始まる。 ○各種展示会や見本市への出展：4回 28社	◆食料品や工法、技術などの幅広い分野で、競争力のある製品が生まれ、見本市等により積極的に販路拡大がなされている。 ◆メイドイン高知の製品に対する評価が高まり、県内外での導入が進んでいる。 ・ものづくり補助金を活用した製品開発件数 H24～27：20件 ・県内の全市町村への県内製品の導入件数 100%	◆県内外との企業や研究機関とのネットワークが拡大する中で、競争力を備えた多くの製品開発や企業集積が進み、売上額が大きく増加している。 ◆「防災関連産業と言えば高知県」というイメージが定着し始めている。
■ 成長分野育成支援事業における事業化支援について	○成長が期待され潜在力のある分野で、テーマごと(食品・天然素材・環境・健康福祉)に企業や専門家等で構成する研究会を設置して、積極的に事業化に取り組む企業を重点的に支援する。 ・研究会による事業化プランの認定 ・個別支援アドバイザー等の派遣や研究会発事業化支援事業費補助金、チャレンジ企業支援事業(こうち産業振興基金)による事業化支援	○35件の事業化プランの認定により、売上が1億7千万円、新たな雇用が22名創出されるなど、徐々に成果が見え始めた。 ※事業化プラン認定件数(見込み含む)：42件	○売れる商品づくり(早期事業化の実現) ・事業化プラン認定件数：30件	◆研究会での活動を通じて、競争力のある製品や事業展開のノウハウ等を備えた企業が数多く生まれ、販売が増加している。 ・事業化プラン認定件数 H24～H27：60件 ・販売金額 H24～H27：100億円 ・新規雇用 H24～H27：110人	◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用が創出される。 ◆全国的に競争力のある企業が生まれ、生産が活発化し、企業の集積が始まっている。
■ コンテンツ産業の振興	○「まんが王国・土佐」の強みを活かし、新たなコンテンツ産業(ソーシャルゲーム産業)の創出を目的に、官民が連携した協議会により企画から開発、運用までの支援を一貫して行い、コンテンツビジネスを牽引できる仕組みづくりの創出を支援する。 ・ゲームに必要な優秀な企画を収集する高知県ソーシャルゲーム企画コンテストの開催 ・開発技術・ノウハウの支援 ・著作権等管理、契約に関する支援 ・開発資金の助成(県補助金) ・完成したゲームのプロモーション ○高知コンテンツコンテストを開催し、首都圏の見本市出展を支援するなど、県内クリエイターの地産外商を推進する。	○ゲーム化が可能な企画として年間3作品が入賞し、これらを基に3ゲームを開発した。 ○中学一年生の作品が入賞するなどの話題もあり、来年度以降の応募増に弾みがついた。 ○(ゲーム)複数企業から開発ゲームがリリースされ、産業創出の第一歩が踏み出した。 ○出展クリエイターへ首都圏の企業から発注があるなど、具体的な成果が出てきた。	○新たな高知発コンテンツ産業の創出やクラスター(産業集積)の基礎(実績)・土台づくり ⇒ 開発・運用・資金回収・次ゲームへ投資というサイクルの構築 ○県内開発企業のノウハウの蓄積 ○首都圏における商談成立(県内クリエイターの収入増)	◆新たなコンテンツ産業の創出、クラスター(産業集積)化の土台づくりの進展 ◆一定収益となるソーシャルゲームの開発・運用により、開発から次ゲームへの投資へとつながる産業創出サイクルの構築 ◆コンテンツビジネスを牽引する仕組みの創出 ◆県内におけるソーシャルゲームの年商：20億円(6社が年2～3作品開発、1作品の月売上が1,000万円) ◆首都圏等での商談成立などによるクリエイターの収入増	◆新たなコンテンツ産業の創出と関連する産業のクラスター化 ◆高知県クリエイターのブランド化
■ 「ものづくりの地産地消」の促進	○ものづくり企業の技術力や製品開発力の強化を図り、県内で需要のある機械等を県内企業が開発していく取組を推進するため、生産現場との情報交換を行うとともに、試作機の企画開発や製品の改良に対する助成を行うなど、取組の段階に応じた支援を一貫して行う。 ・機械化ニーズの情報収集・マッチング支援 ・ものづくり地産地消推進事業費補助金による試作機の開発、製品改良への支援 ・ものづくり地産地消の機運の醸成・販路の開拓	○ものづくり地産地消センターの設置により、マッチングを進めるための体制が整備された。 ○補助金を活用した製品が順次完成し、展示会出展等も契機となり、販路拡大の段階に入った。 ・ものづくり補助金の採択件数：34件(企画設計7件、試作開発27件)	○機械化ニーズの現地視察と意見交換会：5回 ○ものづくり補助金を活用した機械の県内への導入：5事例 ○地産地消から地産外商へ結びつけるモデルケース：5事例 ○ものづくり補助金への申請件数：40件 ○各種展示会や見本市への出展：5回 25社	◆県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している。 ・ものづくり補助金を活用した製品開発件数 H24～27：40件	◆製品開発で磨かれた高い競争力を持った企業が生まれ、外商活動も拡大している。 ◆企業間の連携によるニーズへの対応と企業の集積が進み、全国的な商品開発のネットワークにつながっている。
■ 企業立地	○地域経済の活性化と雇用機会の拡大を図るため、企業立地を推進する。 ・企業立地促進事業費補助金 ・コールセンター等立地促進事業費補助金 ・企業訪問活動	○企業立地促進事業費補助金等を活用した誘致活動により、企業立地が実現する見込み ・新增設：32件 ・製造品出荷額：223億円 ・新規雇用：962人	○新增設：10件、製造品出荷額：75億円、新規雇用：300人	◆新規案件の掘り起こしを行うとともに継続的な誘致活動を通じて、企業立地が進む。 ・新增設 H24～H27：40件 ・製造品出荷額：300億円、新規雇用：1,300人	◆成長産業や県内不足業種等にかかわる有力企業が立地し、県内企業を巻き込んだ地域内でのサプライチェーン化が進んでいる。

第2期産業振興計画目標一覧(商工業分野)

	事業の概要	3年間の実績	H24年度目標	4年後(H27)の姿と目標値	10年後の姿
販路の拡大(地消・外商)					
■ 販路の拡大(インターネット利用、県主催の商談会の開催)	○「高知県製造業ポータルサイト」を活用した企業情報の発信や、県外で開催される主要展示会への高知県ブースの設置、また、県外有力企業との商談会を開催することで、県内ものづくり企業の受注拡大を図る。	○見本市への高知県ブースの設置(年3回) ・成約金額：207,633千円 ○商談会の開催 ・成約金額：378,486千円 ○製造業ポータルサイトの会員企業数:100社(見込み)	○見本市への高知県ブースの設置(年9回) ○見本市・商談会の成約金額 2.5億円(防災関連・ものづくりの地産地消含む) ○製造業ポータルサイトの会員企業数：200社	◆商談会や見本市を活用した外商活動の活発化による受注が増加するとともに、外商に関するノウハウを活かし、積極的に営業活動を行う企業が育っている。 ・見本市・商談会開催件数 H24～27：50回 ・受注金額 H24～27：20億円(防災関連・ものづくりの地産地消含む)	◆製品の競争力の向上や継続的な営業活動により、売上額が大きく増加している。
■ 海洋深層水の利用拡大	○国内の他の取水地との連携を図り、首都圏で深層水のPRを行うとともに、ビジネスに結びつく連携事業を展開し、海洋深層水のブランド力を強化する。また、新分野への利用拡大に向けた研究開発を大学、企業等と共同で実施する。	○量販店との包括業務提携により、深層水取扱品目数が38品目増加した。 ○富山、沖縄などの他の取水地と連携した販路拡大の取り組みを開始した。	○海洋深層水関連商品売上額：155億円	◆商品企画から流通・販売にいたるまでの海洋深層水関連商品の取り組みが進み、また、全国の取水地と連携したビジネス展開が図られている。 ◆海洋深層水を利用した研究開発が進められ、新たな利用分野への展開が動き始めている。 ・深層水関連商品売上額 H27：170億円	◆室戸海洋深層水を活用した商品作りや販路拡大が図られ、関連商品の販売額が増加している。 ◆海洋深層水を活用した新たな産業が創出され、関連産業の生産が伸びている。
■ 商店街の振興	○商工団体等が行う商業の活性化事業、商業機能の維持及び地域生活者の利便性の確保を図る事業や、商店街の空き店舗への出店を支援し、商業の振興を図る。 ○商店街の空き店舗を活用して開設したチャレンジショップで新規創業や業種・業態転換を図るチャレンジャーを育成し商店街への出店につなげ、商店街の活性化を図る。	○25件の商店街のイベント等への支援や19件の空き店舗への出店を支援した。 ○高知市商店街の歩行者通行量や高知市中心商店街の空き店舗率の改善が図られた。 ・歩行者通行量(6月、休日) 56,341人→66,049人 ・空き店舗率 15.3%→13.4% ○5市町村において、空き店舗への出店支援制度が創設された。	○歩行者通行量の減少傾向に歯止めをかける。 ・高知市商店街の歩行者通行量 休日：66,000人 ○空き店舗の増加傾向に歯止めをかける。 ・高知市中心商店街の空き店舗率 13.4%	◆多くの商店街等で、積極的な活性化事業が行われるとともに、空き店舗への新規出店が進み、歩行者通行量の減少等に歯止めがかかっている。 ・高知市商店街の歩行者通行量 66,000人 → 減少傾向に歯止めをかける ・高知市中心商店街の空き店舗率 13.4% → 増加傾向に歯止めをかける	◆多くの商店街等で、活性化に向けた取り組みが活発に行われ、賑わいが維持されている。
■ 地域製品の販路拡大を支援(県産品アンテナショップ「てんこす」)	○県内最大の消費地である高知市に開設したアンテナショップ「てんこす」を核として中心商店街の活性化を図るとともに、地産地消、地産外商を推進する。	○平成22年2月の開店以来、約3,000品目の商品を販売し、また、商店街と連携したイベントなどの販売促進などに取組んだ結果、販売目標額である2億1,000万円を達成した。	○補助事業の終了後も自立した経営を行う ○販売目標額：127,986千円	◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップとして自立するとともに、商店街への誘客を図る事業が継続して実施されている。 ・販売目標額：184,300千円	◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップ機能の充実が図られている。

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
(H23)
推計
370万人±α

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

- 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

- 核となる観光拠点の整備
7箇所

観光資源の
発掘・磨き
上げ

- 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

- 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

広域観光
の推進

- 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

- 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

効果的な広報・
セールス活動の
推進

- 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

- 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

人材の育成

- 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

- 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

おもてなし
の向上

- 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

- (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

- 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

- スポーツツーリズムの推進による新規入込客数
2万人

国際観光
の推進

- 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

- 外国人延べ宿泊者数
(H22)
1.6万人泊 → 3.2万人泊

県外観光入込客数400万人

観光総消費額1,100億円の実現

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
観光地づくりに活
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。

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。

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。

県外観光入込客数 ● ● ● 万人 観光総消費額 ● ● ● 億円の実現

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>
- 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>
- 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>
- 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>
- 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

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

県外観光入込客数400万人
観光総消費額1,100億円の実現

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>
- 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

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>
- 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>
- 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>
- 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

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(案)>

現状
(H22)
速報
726億円

第2期計画の取り組み

H24 H25 H26 H27

- 農業生産物の生産・出荷における高付加価値化の推進
 - ・ まとまりのある園芸産地総合支援（園芸用ハウスの流動化促進、集出荷等施設の再編・集約化の促進）
 - ・ 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立（IPM技術を全品目に普及、新施設園芸のシステム構築）
- 加工仕向けの農産物の生産拡大支援
- 漁業生産量の確保と養殖漁業の振興

- 未利用原材料のマッチング支援
- 直販所を販売拠点とした加工品開発支援
- 農業・水産業の6次産業化支援
 - ・ 6次産業化をリードする人材育成
 - ・ 地域資源の商品化に向けた支援
 - ・ こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスづくり
- 農産物加工等のブラッシュアップ支援
- 伝統的な水産加工業の振興
 - ・ 宗田節加工業・シラス加工業の振興
- 企業の設備投資への支援の抜本強化

- 官民協働による高知型物流の仕組みづくり
- 農業の基幹流通の強化
- 顧客と産地をつなぐ新たな受発注システムの構築
- こだわり野菜や果実と実需者のマッチング支援
- 水産物の高鮮度物流システムの構築（時間距離を短縮する新たな物流）

- まるごと高知を拠点とした外商活動の強化
 - ・ 県内事業者等との外商戦略の共有
 - ・ 県内での仕入れ体制強化
- 関西・中部エリアでの仲介・あっせん強化
- 大型量販店との包括協定を生かした全国展開
- 農産物のパートナー店での販売強化
- 新園芸ブランドによる販売強化
- 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
- 水産物の買受人の組織化と主体的な活動の促進

事業化された地域アクションプランの発展・拡大の支援、新たな事業化の支援
消費地が求める商品開発の支援（生産・加工・流通・販売までの一貫した支援）
産業人材育成プログラムの実践

4年後の目標

- 農業産出額 **1000億円**

- 販売金額が800万円以上の漁業経営体 **510経営体(22%)以上**

- 地域アクションプラン等の事業化・定着・規模拡大支援

80億円増
(既存30億円、新規50億円)
新たな水産加工業の取扱高 **10億円増**

- プロモーション活動（広告効果25億円）も含めた外商活動による全国各地での成約金額 **50億円**

首都圏ほか
毎年1000件×5百万円

- 継続的に貿易に取り組む食品企業が倍増 **50社(輸出額2億円)**

食料品製造業出荷額等 **800億円**

さらなる飛躍へのポイント

地域の壁を越えた事業者の連携

県外に流出している加工工程が県内で可能となる共同利用施設の整備

産学官連携による技術革新
機能性成分を生かした商品開発

大規模な食品団地の造成

原材料の移輸入による加工規模の拡大（県外・海外）

県外加工企業の誘致

10年後のめざす姿

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

食料品製造業出荷額等

1000億円

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

地産地消の徹底

県民との協働

足下を固め、
すそ野を広げる

県民の
意識の向上

県内飲食店
での
消費拡大

県内量販店
等での販売
拡大

直販所での
販売拡大

- ◆ 県民との協働による地産地消促進
- ◆ 県内事業者と県内量販店とのマッチング（商談会開催による販売拡大支援）
- ◆ 直販所を販売拠点とした地域の加工品づくりの支援

地産外商の推進

県外への地産外商

大都市市場と生産地間の
パイプを太く

首都圏	<p>一般財団法人高知県地産外商公社</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 外商先の拡大と産地訪問への招へい強化 ◆ プロモーション活動と連動した外商活動の展開 ◆ 新たな商品発掘など仕入機能の強化 <p>アンテナショップまるごと高知</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 店舗を活用した試食・商談会の充実 ◆ 試作品を対象にしたテストマーケティングの展開 <p><small>新たな物流の仕組の構築を目指す</small></p>
関西	<p>県大阪事務所（B to Bの支援）</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 関西で売れる商品づくりの推進 ◆ 試食・商談会開催 ◆ 高知フェア
中部	<p>県名古屋事務所 （県産品の認知度向上⇒B to Bへ展開）</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 業務筋向けの商談会出展 ◆ 商談会（東京・関西）への誘導
その他	<p>3大都市圏以外での外商活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 量販店、コンビニとの包括協定の活用

地区ごとの外商戦略の展開

海外への地産外商

他県との競争に
打ち勝つ施策の展開

中国（上海・安徽省）
香港、台湾

シンガポール

フランス等ヨーロッパ

その他

効果的な事業展開


- ◆ 商談会
- ◆ フェア
- ◆ 見本市
- ◆ 個別訪問 など

国内商談会

◆ 構築してきた人脈
◆ 強みのある品目
を中心に展開

◆ 貿易実務に関する人材育成
⇒ セミナー・研修開催

◆ 貿易促進コーディネーターによる相談・助言
◆ シンガポール事務所・上海事務所による支援



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）
- ◆ 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
- ◆ 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

県内
事業者

魅力ある商品の開発
商品の磨き上げ（商品の改良）

外商活動等によるバイヤー・消費者等の
商品評価をフィードバック