

産業成長戦略（連携テーマ）進捗管理シート 総括表 《第2四半期》

目 次

1	地産地消・地産外商戦略		
	(1) 地産地消	1
	(食育)	5
	(2) 「ものづくりの地産地消」	9
	(3) 食品加工の推進	15
	(4) 地産外商	25
	(関西地区)	41
	(中部地区)	45
2	ニューツーリズムの推進と観光への地域産物の活用	47
3	木質バイオマスの有効活用	49
4	中山間地域の産業づくり	51
5	建設業の新分野進出	53
6	人材育成・人材確保	57

産業成長戦略の取り組み状況と成果【地産地消・地産外商戦略】

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
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) 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組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 ◆県民の地産地消の意識を高める取組を実施(2/3) 特産物の食農教育と給食への食材供給の支援による県産農畜産物の理解促進(将来の高知の農畜産物応援づくり) <事業概要> 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、小学校等を対象に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。 ◆県民の地産地消の意識を高める取組を実施(3/3) ◆県内向け消費拡大対策 一般消費者向け、子どもや家庭向け、観光客向け対策及び水産物を総合的にPRするホームページの運営 【事業概要】 量販店、飲食店、市場関係者等と連携した県産水産物のPR、観光客へ県産水産物のPR、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、消費者等からなる「水産物消費拡大対策検討会」を運営する。	・高知の野菜ソムリエとの連携 ・野菜で元氣店の活用 ・高知の食の消費者へのPR ・生産者と実需者の交流の場づくりによる「高知の食」の活用促進 ・各地域で行われている食育は、米・野菜中心で、地域特産物の活用が少ない。 ・食べ方(文旦などの皮の剥き方など)を知らない子どもたちの増加。 ・学校給食の地域特産物活用は、地域や農業に対する理解と子どもを通じた消費宣伝の効果が期待されるが、価格面で活用が困難。 ・県内農産物の主要品目が、学校給食に登場する機会が少ない。 ・消費者への周知、参加意欲の喚起 ・量販店や市場関係者等との連携 ・量販店や市場関係者等の主体的な参画 ・事業効果の把握	・食材や農林漁業体験情報をおいしい風土こうちサポーター(旅館)に提供した。 ・高知食フェスタ2011(仮称)について庁内協議(農業振興部)を行った。 ・高知女子大学と学園祭企画について協議を行った。 【出前授業】 ・6市・13回実施(6月末現在) ・6市1町1村・23回実施(9月末現在) ・高知県おさかなPR大使による県産水産物のPR(県内外のイベント、量販店等) ・水産物販売促進事業の委託(委託期間:7/21~3月末) ・水産物消費拡大対策検討会の開催(6月、9月) ・土佐の魚PR活動推進パートナー店の募集・公表
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 【産業振興推進総合支援事業費補助金】 ◆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) 来店型販売形態の充実・強化と業務筋(外食、中食、学校給食)のニーズに合わせた生産、出荷、情報発信ができる直販所づくり 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、昨年度構築した情報管理システムを活用したモデル直販所での情報発信や、見せる店づくりなど、直販所のステップアップに取り組む。 ◆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 ◎産直市設置のルールづくりや関係機関との調整を行い、生産者と商店街とのマッチングを支援 ■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。 ◆「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 おいしい風土こうちサポーター(実需者)と生産者との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、県内の大消費地である高知市内等への販路開拓・販売拡大を支援する。	◆地域本部を中心に、事業のアイデアや芽だし段階の取組も含んだ、段階に応じた柔軟かつきめ細かなサポートの実施。 ・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検証 ◆魅力ある県産品の販売(県内産品の掘り起こし) ◆テストマーケティングを希望する生産者の掘り起こし ◆飲食コーナーにおける地域産品を活かしたメニューの拡大 ◆実施事業に係る商店街関係者(組合・事業者等)との連携 ◆土佐・龍馬であい博との連携 ◆東京のアンテナショップとの連携 ・地域産品の掘り起こし、磨き上げ ・生産地の供給体制の確立 ・実需者ニーズの把握	◆産業振興計画(地域アクションプラン)に位置づけられた取組等を対象に、産業振興計画を効果的に実行するため、補助金を創設(平成21年度)し、商品の企画・開発、加工、販路拡大等、生産段階から販売段階までの取組等を総合的に支援。 ◆第2四半期までに事業採択された38件(見込み含む。昨年度採択した22年度事業を含む。)のうち、集出荷拠点整備に関するものは7件。 ・安心係養成講習会開催(7/21、7/26、7/28) ・直販所運営管理者研修及び「安心係」発展講習会開催(8/25) ・新パンフレットの作成、配布 ・経営に関するアドバイザー導入 2回 ・県内産品の掘り起こし ・飲食メニューの変更 ・合同で商談会を開催することについての四国銀行、高知銀行との協議を実施 ・合同商談会出展者募集

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
	<p>【参考:21年度】 ・実需者と生産者が交流し、飲食店でメニュー提供してもらえることは生産者の励みにつながっている。 ・産地との交流を通じて、お互い(生産者、実需者)のニーズが把握でき、飲食店での食材使用促進にもつながっている。</p>	<p>野菜で元氣店との連携:20店</p>
<p>【出前授業】 ・子どもたちは、出前授業で生産者の農畜産物へ対する思いと、苦労などを 知ったことで、生産者への感謝の気持ちと、その品目について今後も強い 関心を持つようになった。 ・畜産物の出前授業では、生産方法や生産者の苦労・こだわりの他、特に、人 間は命をいただいて食事をしているという食育を含めた出前授業を行い、生産 者のへの感謝の気持ちの他、食べ物を大事にする気持ちをもってもらえた。</p>	<p>・生産者による出前授業で、生産者と子どもたちが共に効果を得ら れる事業とする。 ・子どもたちが、<u>食べ物を無駄にしない!</u>という意識を持つ。</p>	<p>食農教育実施市町村 H23:33市町村</p>
<p>・高知県おさかなPR大使によるPR (量販店や高知市中央卸売市場のイベント出演による) ・H21:24件 ・H22:21件(9月末)※見込み ・土佐の魚PR活動推進パートナー店の登録(公表) ・飲食店 34店舗(9月末)※見込み ・小売店 48店舗(9月末)※見込み ・水産物消費拡大対策検討会において、水産物販売促進事業の効果的な実 施方法等について意見を収集した。</p>	<p>【参考:平成21年度】 高知市1世帯当たりの生鮮魚介類購入量 35.4kg (総務省:家計調査)</p>	<p>◆県産魚の料理方法や旬情報が県民に伝わる仕 組みの確立 ◆本県漁業や県産魚に関する情報が子どもに伝 わる仕組みの確立 ◆量販店における県産水産物の取扱いシェアの 増加 ◆学校給食における県産魚の使用割合の増加 ◆観光客への県産水産物のPRと情報提供の仕 組みの構築</p>
<p>◆補助金の投入による財政的支援により、地域での集出荷拠点整備に關する 取組が進捗。</p>	<p>◆所得の向上、雇用の創出等、地域産業の底上げに寄与。</p>	<p>◆車の運転が出来ない人も直販所への出荷が気 軽にできるようになる</p>
<p>・講習会出席者105名、「安心係」新規配置9店舗 (139店舗中113店舗に配置) ・講習会出席者56名</p>	<p>【参考:21年度】 ・「安心係」を配置することで、消費者からの安全・安心に關する 問い合わせに答えることができる体制づくりができた</p>	<p>農産物直販所売上高:76億円 安心係:全店舗配置 モデル直販所:6か所</p>
<p>・四国銀行、高知銀行、高知県地産外商公社、県の4者が初めて協働して、食 の大商談会を開催することとなった ・応募出展者数96社</p>	<p>【参考:21年度】 ・実需者と、生産者とのパイプ作り。お互いのニーズを把握。 ・6事業者が商談成立 ・事業者、県と量販店とのパイプづくり ・地域産品の課題等の把握</p>	

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インput(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
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 ◆消費者、実需者、生産者との交流の機会創出の取組を支援 高知県産業振興推進総合支援事業費補助金により、「道の駅」などで観光と地域物産の情報を一元的に発信し、旅行者の利便性の向上と観光消費額の増加につながる取組を支援する。	・各市町村及び各道の駅の取組姿勢に温度差がある。	藤澤総合アドバイザーと越知町役場・町観光協会との観光資源の活用に関する協議を実施。
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		
◆木造住宅に関する情報発信の強化 ◆地域工務店との情報交換や、共同PR、共同納入などを行うための体制を検討 ◆県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援 【事業概要】 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じて、その強化を図るとともに、県と連携した形での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。また、県の定めた建設基準に適合し、県産材を構造材に50%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。	・木造住宅着工数の減 ・現在の情報発信は設計士の建てる家に限定的 ・林業から住宅までが一体となった情報発信に繋げる必要がある、	・説明会の実施(四万十町) ・木造住宅助成事業 こうち安心の木の住まいづくり助成事業(当初):220戸 新・木の住まいづくり助成事業(当初):250戸 木造住宅助成事業の広報 県広報誌「さんSUN高知7月号」掲載 建築士会報7月号「おほりばた情報」に掲載 H22年度版リーフレット・チラシ及びポスター配布 ・住宅フェア実行委員会の開催
◆公共事業や公共施設での県産材の率先利用 ◆県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援 【事業概要】 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。	・市町村、民間施設の木造化、木質化の促進 ・公共事業費の減少 ・官公庁、企業への木製品導入促進 ・情報収集や情報発信の強化	・新規事業のPR(木の香るまちづくり推進事業):5月公募 ・木製品展示販売会出展に向けた準備会開催(2回) ・県産材利用の状況や利用計画の把握:4~7月実績計画調査 ・8/28、29:スーパーよさこい2010「じまん市」への出展支援(木工連4社) ・8/10:県産材利用推進本部会開催
(2) 学校等への木製品の導入		
◆県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援 「◆公共事業や公共施設での県産材の率先利用」に合わせて記載		

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>藤澤アドバイザーから、地域ならではの食や、「君が踊る、夏」ロケ地など、越知町の総合観光パンフレットの作成等に関する助言をいただいた。</p>	<p>越知町観光パンフレットづくりに向けて機運が高まった。</p>	<p>◆観光客をはじめとした、来客者数が伸び、販売額が増加する。</p>
<p>・木造住宅助成事業(7月末現在) こうち安心の木の住まいづくり助成事業: 226戸(103%) 新・木の住まいづくり助成事業: 170戸(68%)</p>	<p>◆戸建て住宅木造率 ・(H21)83.8% → (H22.6末時点)84.5%</p> <p>◆着工数対前年度比(木造) 全国: ▲13.2% 高知: ▲8.7%</p> <p>◆四万十市地場産材モデル住宅建築推進協議会を通じて、木材の品質に対する意識の高揚 (設計士2、施工業者7、製材業2、森組2、市役所3)</p>	<p>◆戸建て住宅の木造率が、全国平均を上回っている</p>
<p>・5月公募の結果、25団体、40施設から申請があり事業実施予定</p>	<p>・事業の拡充、一本化により、これまでの木製品のほか公共的施設の内装や観光関連施設等への利用が広がった。</p>	<p>◆県をはじめ、市町村が実施する公共事業で県産材が積極的に使われている ◆公共施設や教育施設の内装や家具に積極的に木材が使われている</p>

<p>産業成長戦略(連携テーマ)</p> <p>戦略の柱 取組方針 施策</p> <p>項目名および事業概要 (◆これからの対策)</p>	<p>主な課題</p>	<p>インプット(投入) 〈講じた手立てが数量的に見える形で示すこと〉</p>
<p>地産地消・地産外商戦略 (1) 地産地消(食育)</p>		
<p>1 食材の安定供給体制の構築を支援</p> <p>◆県産主要野菜や魚の学校給食への安定供給体制の構築による県産食材使用率の向上</p> <p>特産物の食農教育と給食への食材供給の支援による県産農畜産物の理解促進(将来の高知の農畜産物応援づくり)</p> <p>〈事業概要〉 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、小学校等を対象に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> <p>◆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 ◆地場産物(魚種、野菜ごと)や給食の食材価格に見合ったメニューの開発 ◆地場産物を学校給食に取り入れるための調査研究 ◆地域特産物の食農教育と給食への食材供給の支援による地域特産物の理解促進</p> <p>学校において、地域の生産者や流通関係者、ボランティア団体等と連携し、学校給食へ地場産物の活用を図るためのネットワークづくりを進めるとともに食育・食農教育の実証、調査研究を行い、高知県の産業振興に資する。 ①食育の推進、安全・安心な学校給食の普及充実 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 ③地場産物の活用の促進、安定供給体制の構築</p>	<p>◆各地域で行われている食育は、米・野菜中心で、地域特産物の活用が少ない。</p> <p>◆食べ方(文旦などの皮の剥ぎ方など)を知らない子どもたちの増加。</p> <p>◆学校給食の地域特産物活用は、地域や農業に対する理解と子どもを通じた消費宣伝の効果が期待されるが、価格面で活用が困難。</p> <p>◆県内農産物の主要品目が、学校給食に登場する機会が少ない。</p> <p>◆生産者と学校給食関係者をつなぐコーディネーターが少ない。</p> <p>◆高知県の地場産物を使い、学校給食で活用でき、全国へ情報発信できる一連のレシピ集がない。</p>	<p>【出前授業】 ・6市・13回実施(6月末現在)</p> <p>・6市1町1村・23回実施(9月末現在)</p> <p>■学校給食の地場産物活用状況調査の継続【平成22年4月～7月】 学校給食で活用できる、より詳細な分析を行った資料の情報提供 ■食育・食農教育等体験学習の実施要領配付、事業の募集 体験学習の事業計画の提出145件 ■地域ネットワーク会議の実施要領配付、事業の募集 ■各種研修会で説明 学校栄養士会総会・研修会(説明) 市町村立小・中学校校長会 市町村スポーツ健康教育担当者会 学校給食衛生管理・食育研修会 ■地場産物活用状況調査の集計(3月～7月分) ■食育・食農教育等体験学習の実施</p>
<p>2 地場産物の給食への利用促進を支援</p> <p>◆前処理加工・冷凍保管など利用しやすい条件の整備</p> <p>【事業概要】 ●事業主体の掘り起こし、漁協や民間企業の前処理加工の事業化支援を行う。 ・講演会の開催 ・地域APへの位置づけ支援 ・産業振興推進総合補助金による支援</p> <p>●宗田節の振興戦略の策定</p> <p>◆冷凍食品、加工食品の開発に対する支援</p> <p>◆地場産物(魚種、野菜ごと)や給食の食材価格に見合ったメニューの開発</p> <p>「◆学校給食への県産食材使用率の向上」と合わせて記載</p>	<p>【前処理加工】 ・少量多品種の漁獲特性があること、漁協等民間企業の財務力が弱いこと、後発のため既存の流通ルートへの参入が難しいことなどから事業への民間参入のハードルが高い。 ・新たな参入企業の掘り起こし ・魚価の向上や雇用の創出につながる漁協と民間企業との連携</p> <p>【宗田節】 ・ニーズの変化による消費量の減少 ・経営体の減少 ・原魚の確保</p>	<p>●産振補助金による事業化に向け、事業内容の整理等への支援を行った。 ▲円滑な事業運営や新たな取り組みに向けた助言・指導を行った。 ■宗田節振興策に係るワーキンググループの開催した(3回)。</p> <p>※平成22年度、23年度の補助事業について要望調査したが、要望なし。</p>

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>【出前授業】 ・子どもたちは、出前授業で生産者の農畜産物への思いと、苦労などを 知ったことで、生産者への感謝の気持ちと、その品目についてその後も強い 関心を持つようになった。 ・畜産物の出前授業では、生産方法や生産者の苦労・こだわりの他、特に、人 間は命をいただいて食事をしているという食育を含めた出前授業を行い、生産 者のへの感謝の気持ちの他、食べ物を大事にする気持ちをもってもらえた。</p>	<p>・生産者による出前授業で、生産者と子どもたちが共に効果を得ら れる事業とする。 ・子どもたちが、食べ物を無駄にしない！という意識を持つ。</p>	<p>食農教育実施市町村 H23:33市町村</p>
<p>■学校給食における、地場産物の活用割合43.6% 平成20年度調査の37.0%より、6.6ポイント上昇 (平成21年9月～平成22年3月分)</p>	<p>■食育・食農教育等体験学習の実施(50回開催済み) 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子ども の育成につながった。 ■地場産物活用ネットワーク会議及び、地域ネットワーク会議の開催 課題の共有、課題解決に向けての取組の機運の醸成につながった。 ■地場産物活用状況調査の実施 実態把握ができ、実効性のある目標設定のための指標を得た。</p>	<p>食育・地産地消の推進 学校給食の地産地消日本一</p>
<p>●産振補助金が採択され、補助事業に着手した ●宿毛湾地域での前処理加工の事業化が軌道に乗りはじめたことで、加工用原魚の確 保に向けた仕組みづくりが本格化しつつある。 ■関係者の合意形成に基づく振興策がとりまとめられた ■ワーキングでの協議などを通じ、宗田節の魅力を情報発信する組織の構築などに着 手した。</p>	<p>【参考:21年度】 (1)高知県漁協と民間企業との連携 ・タカサン水産が室戸に加工場を整備し、3月から稼働 ・しめサバの製造販売と併行して、高知県漁協ブランドの商品開発に着手 (2)高知県漁協による前処理加工 ・シイラ50トン进行处理し、練り製品の原料として350円/kgで販売 (3)すくも湾漁協による前処理加工 ・キビナゴや養殖魚10トンを加工し、給食用等に400万円で販売</p>	<p>◆事業化の可能性及び適正規模に関する調査の実施 ◆地域の特性や事業者の事情に応じた前処理加工・冷 凍保管事業の事業化 ◆小規模なものから多数事業化し、段階的に規模を拡大</p>
	<p>【参考:平成21年度】 シイラ加工施設:未利用の小型魚を一次加工することにより、加工 用として活用され、漁業の収入向上と地域での雇用確保にも貢献 できる。 メジカ冷凍施設:節加工に不向きな5～7月のメジカを冷凍ストック することで、(株)土佐食の加工原魚としての活用が可能となり、漁 業者の収入向上、地域産業の育成及び雇用の確保にも貢献でき る。</p>	<p>◆前処理加工・冷凍保管事業の事業化、操業開始</p>

産業成長戦略(連携テーマ)		主な課題	インプット(投入) 〈講じた手立てが数量的に見える形で示すこと〉
戦略の柱	取組方針		
	施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)		
	◆地場産物を学校給食に取り入れるための調査研究 「◆学校給食への県産食材使用率の向上」と合わせて記載		
	◆地域特産物の給食への食材供給を支援 (将来の高知の農畜産物応援づくり) <事業概要> 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、小学校等を対象に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。	・各地域で行われている食育は、米・野菜中心で、地域特産物の活用が少ない。 ・食べ方(文旦などの皮の剥ぎ方など)を知らない子どもたちの増加。 ・学校給食の地域特産物活用は、地域や農業に対する理解と子どもを通じた消費宣伝の効果が期待されるが、価格面で活用が困難。 ・県内農産物の主要品目が、学校給食に登場する機会が少ない。	【出前授業】 ・6市・13回実施(6月末現在) ・6市1町1村・23回実施(9月末現在)
	◆地場産物(魚種、野菜ごと)や給食の食材価格に見合ったメニューの開発【再掲】 「◆学校給食への県産食材使用率の向上」と合わせて記載		
3 将来の本県農畜水産物の応援づくりを支援			
	◆特産物の食農教育と給食への食材供給の支援による県産農畜産物の理解促進(1/2) (将来の高知の農畜産物応援づくり) <事業概要> 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、小学校等を対象に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。	・各地域で行われている食育は、米・野菜中心で、地域特産物の活用が少ない。 ・食べ方(文旦などの皮の剥ぎ方など)を知らない子どもたちの増加。 ・学校給食の地域特産物活用は、地域や農業に対する理解と子どもを通じた消費宣伝の効果が期待されるが、価格面で活用が困難。 ・県内農産物の主要品目が、学校給食に登場する機会が少ない。	【出前授業】 ・6市・13回実施(6月末現在) ・6市1町1村・23回実施(9月末現在)
	◆特産物の食農教育と給食への食材供給の支援による県産農畜産物の理解促進(2/2) (将来の高知の農畜産物応援づくり) <事業概要> 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、小学校等を対象に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。	・各地域で行われている食育は、米・野菜中心で、地域特産物の活用が少ない。 ・食べ方(文旦などの皮の剥ぎ方など)を知らない子どもたちの増加。 ・学校給食の地域特産物活用は、地域や農業に対する理解と子どもを通じた消費宣伝の効果が期待されるが、価格面で活用が困難。 ・県内農産物の主要品目が、学校給食に登場する機会が少ない。	【出前授業】 ・6市・13回実施(6月末現在) ・6市1町1村・23回実施(9月末現在)

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>【出前授業】 ・子どもたちは、出前授業で生産者の農畜産物に対する思いと、苦労などを 知ったことで、生産者への感謝の気持ちと、その品目についてその後も強い 関心を持つようになった。</p> <p>・畜産物の出前授業では、生産方法や生産者の苦労・こだわりの他、特に、人 間は命をいただいて食事をしているという食育を含めた出前授業を行い、生産 者のへの感謝の気持ちの他、食べ物を大事にする気持ちをもってもらえた。</p>	<p>・生産者による出前授業で、生産者と子どもたちが共に効果を得ら れる事業とする。</p> <p>・子どもたちが、食べ物を無駄にしない！という意識を持つ。</p>	<p>食農教育実施市町村 H23:33市町村</p>
<p>【出前授業】 ・子どもたちは、出前授業で生産者の農畜産物に対する思いと、苦労などを 知ったことで、生産者への感謝の気持ちと、その品目についてその後も強い 関心を持つようになった。</p> <p>・畜産物の出前授業では、生産方法や生産者の苦労・こだわりの他、特に、人 間は命をいただいて食事をしているという食育を含めた出前授業を行い、生産 者のへの感謝の気持ちの他、食べ物を大事にする気持ちをもってもらえた。</p>	<p>・生産者による出前授業で、生産者と子どもたちが共に効果を得ら れる事業とする。</p> <p>・子どもたちが、食べ物を無駄にしない！という意識を持つ。</p>	<p>食農教育実施市町村 H23:33市町村</p>
<p>【出前授業】 ・子どもたちは、出前授業で生産者の農畜産物に対する思いと、苦労などを 知ったことで、生産者への感謝の気持ちと、その品目についてその後も強い 関心を持つようになった。</p> <p>・畜産物の出前授業では、生産方法や生産者の苦労・こだわりの他、特に、人 間は命をいただいて食事をしているという食育を含めた出前授業を行い、生産 者のへの感謝の気持ちの他、食べ物を大事にする気持ちをもってもらえた。</p>	<p>・生産者による出前授業で、生産者と子どもたちが共に効果を得ら れる事業とする。</p> <p>・子どもたちが、食べ物を無駄にしない！という意識を持つ。</p>	<p>食農教育実施市町村 H23:33市町村</p>

産業成長戦略の取り組み状況と成果【地産地消・地産外商戦略】

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
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 ものづくりに関する情報の共有化 ◆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をできるだけ県内で完結し、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。	・県内でのものづくりに関する情報伝達経路の確立 ・付加価値を高める工程をできるだけ県内で行う意識の醸成	・4月から庁内情報共有会議において、定期的(月1回)に情報収集開始 ・フィードバックの仕組みも含め、当面の情報フローを確立
◆農林漁業と製造業とのマッチング 県内に需要のある機械や設備を県内で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。	○研究開発期間を取ることができる機械化ニーズの把握(研究開発要素のある地域課題の掘り起こし) ○情報を収集する職員に、ものづくりの地産地消の意義や進め方をどう認識させるか ○業界団体に入会していない企業への制度の趣旨説明 ○外部資金の獲得支援	【マッチング支援】 ○機械化の開発ニーズを定期的に情報提供:全73件(農業:30件、林業:12件、水産業:31件) ○農業分野の「現場視察・意見交換会」の開催(6/1)参加者:全40名 [県内企業:10社・17名、工業会事務局:2名、JA関係者:9名、産業振興センター:1名、県:11名(工業技術センター、須崎農業振興センター、流通支援課、工業振興課)] 【試作開発支援】 ○ものづくり地産地消推進事業費補助金公募(ステップアップ事業・試作開発事業) ・第1回公募(7/5~7/22) ・第2回公募(8/12~9/9)
◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援 成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的な支援を実施するため、研究会を設置し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。	○研究会参加者間の連携推進 研究会参加者が持つ事業化へのアイデアや試みを参加者間の連携を推進することにより、事業化へつなげていくことが必要。 ○専門家を活用した事業化支援の推進 研究会参加者の事業化の実現に向けた多様なニーズや課題に対して、専門家を活用したきめ細やかな支援を実施することで、事業化実現を加速していくことが必要	○研究会の開催 ・4/22に第1回研究会(4テーマ合同)を開催 環境・健康福祉については、合同研究会開催後に個別の研究会を実施 ・食品産業研究会:5/25、7/29、天然素材産業研究会:5/28、7/22 環境産業研究会:8/3、健康福祉産業研究会:6/11、8/9 ○会員企業の個別支援(4テーマ合計:57社) ・技術支援:21社 ・販路開拓支援等:24社 ・技術・販路開拓支援等:12社
◆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 企業とクリエイターが商談する場を設けるなど、クリエイターの地産地消を推進する。	クリエイターの情報が少なく、コンテンツ開発(パッケージデザインなど)の仕事が県外に発注されているケースが多い。	・クリエイターDB構築に向けての利用アンケートの実施(202件 回答率25%) ・クライアントに対するヒアリング調査実施

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・3月に関係団体へ提供した情報について4件の回答あり ・8月までに関係団体へ提供した情報について合計8件の回答あり 		<p>県内のニーズ情報が県内の受注者側に伝達され、県内企業の受注が拡大</p>
<p>【マッチング支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○情報提供したもののうち、27案件について延べ39社(企業数:24社)が興味を持ち、試作機の開発に向けての検討を開始 ○「ミョウガ選別機」の現場ニーズを調査するため、工業会の会員企業等が、JA土佐くろしおを訪問し生産者やJA職員と意見交換。 ○工業会事務局から「ミョウガ選別機」の機械化に向けた提案を行い、その内容をもとに関係者が協議した結果、当面機械化する作業の絞り込みが終了 <p>【試作開発支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ものづくり地産地消推進事業費補助金を活用した試作開発開始 〔第1回公募〕 申請件数:7件(農業:4件、林業:1件、水産業:2件) 採択件数:6件(ステップアップ:2件、試作開発:4件) 補助申請額:12,780千円 	<p>【マッチング支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○情報提供する案件に興味を持つ企業が増えてきた ○工業会の会員企業が、各社の技術やノウハウをもとにした今後の具体的な仕様などを、JA関係者と直接協議する段階に入り、個別の協議・提案が始動した 	<p>機械系の地産地消の意識が高まるとともに、地域ニーズに対応した製品を県内で生産する体制の拡大。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○研究会参加者数(4テーマ合計) 13回開催 :延べ 216社 (257名) ・食品産業研究会(3回開催) :延べ 100社 (119名) ・天然素材産業研究会(3回開催):延べ 46社 (51名) ・環境産業研究会(3回開催) :延べ 37社 (39名) ・健康福祉産業研究会(4回開催) :延べ 33社 (48名) <p>○支援体制の整備</p> <p>会員企業の個別訪問等を実施し、課題やニーズを把握。企業ごとに支援方針や支援担当者(研究会リーダーやチーフアドバイザー、県事務局、産業振興センター職員等)を決定し、支援体制を整備。</p> <p>○研究会発事業化プラン作成に取り組む企業の増加</p> <p>専門家派遣等により、個別企業の事業化に向けた支援を実施した結果、事業化プラン作成に取り組む企業が増加</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○事業化見込み【22年度】 ・事業化プラン認定:9件 食品:5件、環境:1件、健康福祉:3件 ・現時点の事業化見込み:19件 食品:9件、天然素材:3件、環境:3件、健康福祉:4件 	<ul style="list-style-type: none"> ・複数の中核的な企業と、それを支えるグループ企業群の形成

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
<p>2 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</p> <p>◆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 商品開発(発想力)やプロモーションの不足している食品加工業者に対し、外部人材を投入し、原料の生産から、県内原料を利用した新たな加工食品の開発、販売展開までの一貫した支援を行う。また、適正表示のワンストップ支援を行う。</p> <p>◆産学官の連携による特産品目の商品開発 特産品でありながら、産地を維持するためには、緊急に加工品開発が必要な特定品目に対し、大学と提携し、アイデア、商品開発、プロモーション展開案を産地と企業の双方に対して提案・マッチングにより、新たな加工需要の創出を行う。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>◆企業の商品開発力と販売力を活かした県内加工の推進 供給過剰な時期や、下級品が出やすい時期等の農水産物等の加工への供給ニーズに対応するため、商品開発力と販売力を併せ持つ企業とタイアップすることで、需給バランスを保つことでの価格維持と、新たな県内加工品の創出を行う。</p>	<p>・地域素材を生かした加工品創出の意識高揚</p> <p>・産業として発展させるための加工需要の確保 産地及び連携企業との調整</p> <p>・豊富な商品開発力と幅広い流通網を持つタイアップ企業との連携 新商品の県内加工の実施者</p>	<p>・高知県ふるさと雇用再生食品加工業支援事業委託契約 71,111,549円以内(H22年4月1日～H24年3月31日) 平成22年度 34,484,559円以内 平成23年度 36,626,990円以内</p> <p>・支援体制の整備 雇用 事務局職員 4月1日～ 食品加工開発アシスタント 5月17日～ プロモーションアシスタント 6月14日～ 食品表示アシスタント 6月23日～ アドバイザー契約 ものづくりプロデューサー 7月1日～</p> <p>・ものづくりプロデューサーとの契約(7月1日)</p>
<p><適正な品質管理支援></p>		
<p>◆工場の衛生管理の高度化を支援 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。</p>	<p>・生産管理の高度化に対する意識高揚</p>	<p>・食品加工施設調査指導委託契約 4,935,000円 (平成22年4月21日～9月30日)</p> <p>・食品加工施設自主衛生管理マニュアル作成等に関する説明会 5月24日～26日:3会場(高知市、四万十市、安芸市)</p> <p>・生産管理高度化に関する研修(予定) ①食品安全総論・・・9月7日 ②微生物(基礎編)・・・9月28日</p>
<p>◆工場の衛生管理の高度化を支援 工場の衛生管理の高度化のための支援を行う</p>		<p>・品質管理、衛生管理に関する講習会等の実施 2回、4日間 ・食品企業巡回及び技術指導(25件)</p>
<p>◆工場の衛生管理の高度化を支援 従来からの保健所職員の立入調査等による食品衛生管理技術の向上のみならず、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、参加企業の能力の向上を図ると共に実力を把握する。その後、優れた技術を持っている又は、能力向上意欲のある企業を中心にHACCP若しくは、食品衛生管理認証制度の取得に関する支援を行う。</p>	<p>◆食品関連施設における衛生管理能力の低さ ◆食品関連事業者の食品衛生に対する認識不足 ◆他部署(工業技術センター等)との連携強化 ◆HACCPシステムによる衛生管理手法のPR不足</p>	<p>◆地産地消外商課等の関連課・組織との事業説明・打合せ 多数回のべ53施設 ◆認証取得希望施設等への助言・指導 ◆HACCP手法関連研修会 7回</p>

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>・ものづくりプロデューサーと連携したヒアリング等:10企業</p>		<p>・企業が職員加工に取り組む事例が増えている ・産学官連携による加工食品の開発が進んでいる</p>
		<p>・企業が職員加工に取り組む事例が増えている ・産学官連携による加工食品の開発が進んでいる ・大学との共同研究による加工品開発(4品目)</p>
<p>・食品加工施設調査指導 9月末:50社(予定) 調査指導報告会:第1回:7月17社 第2回:9月18社(予定) 第3回:9月15社(予定)</p> <p>・マニュアル作成説明会参加者 79企業(自治体除く)、133名(総数)参加</p>		
<p>・品質管理、衛生管理に関する講習会等の参加者 146名 ・企業巡回や個別相談会による関係企業との連携強化 ・関係機関(地域支援員、市町村、地域の雇用創造協議会等)との連携強化 ・企業人材のレベルアップ</p>		<p>◆企業が食品加工に取り組む事例が増えている ◆産学官連携による加工食品の開発が進んでいる</p>
<p>◆ゆず振興協議会と連携することにより、認証制度(ゆず搾汁業)を高知県の基準とするとすることができ、ブランド化を加速することができた。 ◆食品関連施設等に対し、高度衛生管理から認証制度に繋がる衛生管理方法のステップアップについて周知がはかれた。 ◆高知市内の認証制度取得を希望する2施設に対して直接指導することにより、うち1施設の新規申請の目途が立った。 ◆HACCP手法による衛生管理の重要性について食品関係者等(8月19日現在:のべ214名)に対し周知ができ、着実に浸透が図れている。</p>	<p>◆認証制度を共通基準として設定することにより搾汁施設を持つJA間(8施設)において衛生管理向上に対する競争意識が生まれつつある。 ◆HACCP手法を取り入れた施設衛生管理の必要性が徐々に広がり、HACCP対応施設とすべく、新設・改修時に合わせた問い合わせが増加しつつある。このことにより指導も容易となり、また、施設側も手戻り施行が防げ、費用の軽減につながっている。</p>	

産業成長戦略(連携テーマ)		主な課題	インプット(投入) 〈講じた手立が数量的に見える形で示すこと〉
戦略の柱	取組方針 施策		
	<p>項目名および事業概要 (◆これからの対策)</p> <p>◆試験研究機関の充実・強化(新商品開発や技術支援等)、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進 地域特産物のブランド化技術支援を行う</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
	<p>◆試験研究機関の充実・強化(新商品開発や技術支援等)、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進</p> <p>IPM技術確立支援【環境保全型農業のトップランナーを支えるIPM技術の確立(農業技術センター)】 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、シン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。 ①土壌伝染性病害虫抵抗性品種の育成 ②病害虫対策(物理的、生物的、化学的防除法の組合せによる) ③選択性農薬の登録促進</p>	<p>普及に移せる技術の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ○天敵の利用技術(温存方法を含む) ○環境(温度、湿度)制御による病害防除技術 ○青枯病等の複合抵抗性台木品種の育成 ○農薬登録の促進 	<ul style="list-style-type: none"> ○アザミウマ、タバココナジラミ、コナカイガラムシ、チャノホコリダニ類を対象に天敵と選択性農薬を組み合わせた防除試験の実施(うち現地実証試験2ヶ所) ○土着天敵温存ハウスの設置(所内) ○黒枯病、さび病、葉こぶ症を対象とした温湿度制御試験の実施(うち現地実証試験5ヶ所) ○青枯病、疫病、トバモウイルス抵抗性系統の組み合わせ交配および育成系統の複合抵抗性、生産力検定の実施(生産力検定23系統) ○ハネウの農業登録促進のための作物残留試験の実施(殺菌剤3剤)
	<p>◆試験研究機関の充実・強化(新商品開発や技術支援等)、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進</p> <p>農産物の高品質・安定・多収生産技術の開発(農業技術センター) 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築するため、県内で栽培されている主要品目(ナス類、ピーマン類、ショウガ、ミョウガ、ユリ、早期水稲など)の生産から流通までの過程において、①耐低温性とげなしナス、濃果色ピーマン、良食味シントウなどの品種開発 ②ミョウガ、とげなしナス、ユリ、早期水稲などの高品質安定多収生産につながる栽培技術 ③オクラ、フロッコリー、アスパラガスなどの収穫後の品質保持に関する技術を開発する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ミョウガの低コスト・多収栽培技術 ○とげなしナス育成 ○ユリ切り下球冷蔵及び省エネ温度管理技術 ○耐低温性ナス系統の選抜 ○早期水稲の品種選定・栽培技術 ○包装・出荷方法の改良による品質保持技術 	<ul style="list-style-type: none"> ○ミョウガの管理温度や電照時間の改善による低コスト化の実証試験を行うとともに、ミョウガ所内プロジェクト会議を2回開催することで、ミョウガに関する情報の共有を図った。 ○生産者団体と一体となって、ユリの新湯産切り下球の有効利用技術検討を行った。 ○とげなしナスの系統比較を現地実証試験として実施し、現地で検討会を開催した。 ○早期水稲の栽培実証試験と栽培講習会を行った。 ○現地と協力し野菜の品質保持試験を行った。
	<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</p> <p>農畜産物の高品質・安定生産技術の開発(果樹試験場) 県内では、土佐文旦、小夏、新高ナシ等が特産果樹が栽培されている。これらの特産果樹については、より付加価値を高める技術について開発する。具体的には、土佐文旦では台木や植調剤等とマルチ栽培を組み合わせた高糖度果実生産技術、小夏については受粉作業の省力化と種なし果実安定生産技術、ナシについては新高ナシの樹を加害するフタモンマダラメイガの防除技術を開発する。また、昨年度、終了したフンタン類の無核化技術および新高ナシの汚れ果防止対策技術について成績を取りまとめる。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○土佐文旦:台木、フィガロン、マルチによる糖度向上効果 ○小夏:軟X線適線量、花粉保存方法、受粉方法 ○新高ナシ:フタモンマダラメイガの発生消長及び現地被害実態を明らかにする。 	<ul style="list-style-type: none"> ○土佐文旦:試験樹の条件(着果量等)の均一にする管理は、ほぼ出来た。フィガロン、マルチの各処理を予定どおり実施。 ○小夏:各試験処理は予定どおり実施。 ○新高ナシ:トラップの設置・防除試験の実施
	<p>◆産学官連携による新商品の開発を支援(県試験研究機関)(再掲)</p> <p>地域特産物のブランド化技術支援を行う</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
3 機械設備等の受注機会の拡大			
	<p>◆第1次産業と製造業とのマッチング</p> <p>◆製品開発力の強化</p> <p>◆販路の拡大(再掲)</p> <p>県内に需要のある機械や設備を県内で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>	<ul style="list-style-type: none"> ○研究開発期間を取ることができる機械化ニーズの把握(研究開発要素のある地域課題の掘り起こし) ○情報を収集する職員に、ものづくりの地産地消の意義や進め方をどう認識させるか ○業界団体に入会していない企業への制度の趣旨説明 ○外部資金の獲得支援 	<p>【マッチング支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○機械化の開発ニーズを定期的に情報提供:全73件(農業:30件、林業:12件、水産業:31件) ○農業分野の「現場視察・意見交換会」の開催(6/1)参加者:全40名 県内企業:10社・17名、工業会事務局:2名、JA関係者:9名、産業振興センター:1名 県:11名(工業技術センター、須崎農業振興センター、流通支援課、工業振興課) <p>【試作開発支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ものづくり地産地消推進事業費補助金公募(ステップアップ事業・試作開発事業) <ul style="list-style-type: none"> ・第1回公募(7/5~7/22) ・第2回公募(8/12~9/9)

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>新商品開発、既存製品改良等のための試作、試験等58件</p>	<p>商品化5件</p>	
<p>○オオバを加害するマデイラコナカイガラムシに対し微生物農薬の殺虫活性が明らかとなった。 ○加温機を利用した湿度制御について現地試験を実施した結果、黒枯病はいずれも少発生に止まった。 ○病害複合抵抗性台木23系統のうち3系統を露地・雨よけ栽培用として選定し現地試験に供した。さらに、促成栽培用として5系統を選抜し内1系統を現地試験に供した。 ○ハナニラの白斑葉枯病防除薬剤としてアミスター20フロアブルがH22/7/7に、ストロビーフロアブルがH22/7/21にそれぞれ登録適用拡大された。</p>	<p>○得られた成果は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。また、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれ普及が図られている。 ○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されている。</p>	<p>○施設シントウ栽培における総合的病害虫管理技術の確立 ○雨よけピーマン類の土着天敵を活用した総合的害虫管理技術の確立 ○ピーマン・シントウ葉こぶ症の防除技術の開発 ○葉面結露制御による施設栽培シントウの黒枯病防除技術の確立 ○ナス黒点根腐病の防除技術開発</p>
<p>○ミヨウガでは夜間管理などにより現行と同等の品質・収量が得られた。 ○ユリの新潟産切り下球を利用した栽培技術の検討を昨年に引き続き外部資金を利用して実施している。新潟での掘り取りと品質評価は良好であった。 ○とげなしナス優良系統の一定の評価が得られた。 ○'南国そだち'は本年200haで栽培されている。</p>	<p>○得られた成果を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た。 ○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た。 ○県育成品種'土佐鷹'の普及が進み、昨年の園芸年度に比べやや増加した。 ○ユリの新潟産切り下球の有効利用について産地での期待が高まった。 ○雨よけ米ナスとして'なつのすけ'の普及が進んだ。 ○'南国そだち'は本年200haで栽培され、昨年に比べ作付面積が50ha増加した。</p>	<p>○ミヨウガの低コスト・多収栽培技術の確立と普及支援。 ○とげなしナス育成と品種登録。 ○'土佐鷹'の栽培面積91haに拡大する普及支援。 ○ユリ切り下球の利用体系の確立と普及。 ○雨よけ米ナス育成品種の普及支援。 ○'南国そだち'の栽培面積500haに拡大する普及支援。</p>
<p>○土佐文旦:順調に生育中。 ○小夏:順調に生育中。 ○新高ナシ:トラップに入らないため、発生消長が不明である。</p>		<p>○土佐文旦の種なし果実安定生産(2L以上の果実割合90%、収量3t) ○施設小夏の種なし果実安定生産(S~M級果実7割、収量3t) ○土佐文旦の高品質果実生産(糖度12以上) ○新高梨汚れ果症の軽減(発生果率5%以下)</p>
<p>新商品開発、既存製品改良等のための試作、試験等58件</p>	<p>商品化5件</p>	
<p>【マッチング支援】 ○情報提供したもののうち、27案件について延べ39社(企業数:24社)が興味を持ち、試作機の開発に向けての検討を開始 ○「ミヨウガ選別機」の現場ニーズを調査するため、工業会の会員企業等が、JA土佐くろしおを訪問し生産者やJA職員と意見交換。 ○工業会事務局から「ミヨウガ選別機」の機械化に向けた提案を行い、その内容をもとに関係者が協議した結果、当面機械化する作業の絞り込みが終了 【試作開発支援】 ○ものづくり地産地消推進事業費補助金を活用した試作開発開始 【第1回公募】 申請件数:7件(農業:4件、林業:1件、水産業:2件) 採択件数:6件(ステップアップ:2件、試作開発:4件) 補助申請額:12,780千円</p>	<p>【マッチング支援】 ○情報提供する案件に興味を持つ企業が増えてきた ○工業会の会員企業が、各社の技術やノウハウをもとにした今後の具体的な仕様などを、JA関係者と直接協議する段階に入り、個別の協議・提案が始動した</p>	<p>機械系の地産地消の意識が高まるとともに、地域ニーズに対応した製品を県内で生産する体制の拡大。</p>

産業成長戦略の取り組み状況と成果【地産地消・地産外商戦略】

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
地産地消・地産外商戦略 (3) 食品加工の推進		
1 地域加工への取組		
◆地域アクションプランの実行を支援(1/6) ・地域アクションプランの実行支援の統括等、各地域本部がその支援機能を発揮できる体制を整備し、(2)地産外商および(3)食品加工の推進に繋げていく。	◆地域加工を更に発展させるための体制が十分でない ◆組織基盤の脆弱性から、設備投資、生産拡大が困難である事例が多い ・取組の支援体制の整備及び地域の状況把握に向けた支援 ・産業振興推進総合補助金(ステップアップ事業含む)の効果的な導入 ・地域本部の活動や事例等の取り纏めによる情報の共有化 ・地域本部の支援が柔軟で迅速にできるスキームの組み立て	・地域資源活用共有会議を事務局商工会中心で開催し、地域加工に関する具体的な方向性、進捗状況等を確認。 ・総合補助金審査会第2四半期までで全6回開催 ・目指せ！弥太郎商人塾ステップ2開講 ・地域APフォローアップ会議開催
◆地域アクションプランの実行を支援(2/6) 課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣<概要> 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。	・個々のケースごとの成果、効果をどう検証、把握するか ・事業者からの要請に対応するだけでなく、政策的に指導・助言が必要と思われる事業者への対応ができる仕組みの確立 ・産業振興計画に位置付けられた事業等の課題に見合ったアドバイザーを適切に派遣するために、事業の状況の把握と、アドバイザーの専門分野の情報収集に努める	・アドバイザーの派遣 14名 21回 ・スーパーバイザーの委嘱 6名
◆地域アクションプランの実行を支援(3/6) ★生産から販売に至るまでのハード、ソフトをパッケージ化した事業による支援 【産業振興推進総合支援事業費補助金】	◆地域本部を中心に、事業のアイデアや芽だし段階の取組も含んだ、段階に応じた柔軟かつきめ細かなサポートの実施。	◆産業振興計画(地域アクションプラン)に位置付けられた取組等を対象に、産業振興計画を効果的に実行するため、補助金を創設(平成21年度)し、商品の企画・開発、加工、販路拡大等、生産段階から販売段階までの取組等を総合的に支援。 ◆第2四半期までに事業採択された38件(見込み含む。昨年度採択した22年度事業を含む。)のうち、地域加工への取組に関するものは7件。
◆地域アクションプランの実行を支援(4/6) 地域のこだわり資源を地域(集落)の新たな産業の創出(産地化)へと育成するため、民間企業のノウハウを活用した加工品の創出や、ブラッシュアップによる生産拡大を支援する。	・地域との情報共有と連携 ・地域加工への取組意識の高揚	・個別企業・団体へのマッチング・生産管理・商品づくり等支援:25件(8月中旬現在)
◆地域アクションプランの実行を支援(5/6) 33.◆零細な加工事業者の意識と行動の経営的視点への誘導 34.◆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 【事業概要】 浜加工グループ等の取組に経営的な視点を導入するきっかけとするため、専門家による衛生管理、加工技術、流通販売等に関する講習会等を行う。	・グループへの経営的視点の導入 ・グループ活動のレベルアップ ・講習会へのグループの参加確保 ・講習会で学んだことの事業活動への反映 ・グループへの効果的なフォローアップ	・各加工グループへの講習会等のニーズ調査の実施。 各グループの現在の課題、支援を必要とする内容の調査。(訪問による聞き取り調査及び文書によるアンケート調査) ・講習会の実施。(7月に3回実施)
◆地域アクションプランの実行を支援(6/6) ★商工業者や生産者等による地域資源活用共有会議の設置により、地域資源の発掘や商品化に取り組む場づくり 【地域資源活用共有会議】 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。	・地域との情報共有と連携 ・地域加工への取組意識の高揚 ・まだ成功事例が生み出せていないこと ・一部地域において事務局候補がないこと	◆要綱改正の周知 ◆昨年度事務局設置商工会等を基本に、本年度の地域資源活用共有会議事務局の設置の意向を確認。高知市地域及び物部川地域は設置の意向が無い旨を確認。【高幡地域は商工会議所に確認中】
◆「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 おいしい風土こうちサポーター(実需者)と生産者との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、県内の大消費地である高知市内等への販路開拓・販売拡大を支援する。	・地域産品の掘り起こし、磨き上げ ・生産地の供給体制の確立 ・実需者ニーズの把握	・合同で商談会を開催することについての四国銀行、高知銀行との協議を実施 ・合同商談会出展者募集

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>・地域間で進捗に差が出てきているが、全体としては前年からの流れを踏襲し、 個々の事業について具体化が図れてきている。(高知市地域は開催せず)</p> <p>・H22年度事業の地域加工採択件数7件、金額128,211千円(8月13日現在)</p> <p>・ステップ2進出事業者 希望46事業者中20事業者</p> <p>・地域加工のAPIについても、進捗状況やフォローアップ体制が確認された</p>	<p>・仁淀川地域はカレー、嶺北地域はぎんぶろう等地域固有の産品等 それぞれ試食会に向けた動きが出てきている。</p> <p>・総合補助金審査会にほぼ毎月地域加工の取組みが上がってくるな ど、裾野の広がりが更に進んでいる。</p> <p>・地域加工該当5事業者と、商人塾でも地域加工の取組みが具体化 し始めた。</p> <p>・各地域本部への地域加工の相談件数の増加等、各地域での地域 加工に向けた動きが活発化してきている。</p>	<p>地域加工の進展により地域事業者の所得が向上し ている</p>
		<p>◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得す ることで、生産性の向上や販売促進などの効果が あらわれる</p>
<p>◆補助金の投入による財政的支援により、地域加工への取組が進捗。</p>	<p>◆所得の向上、雇用の創出等、地域産業の底上げに寄与。</p>	<p>◆地域加工の進展により地域事業者の所得が向上 している</p>
<p>・関係機関が連携した設計支援:1件</p>	<p>【参考:21年度】 ・食品衛生及び表示に関する意識の向上 ・食品衛生に関する意識の向上及び加工プロセスの改善 (基礎調査実施企業)</p>	<p>地域加工の進展により地域事業者の所得が向上し ている</p>
<p>・各加工グループが現在かかえている課題の把握及び、それに見合った講習会 等のテーマ抽出</p> <p>(ひめいち企業組合) ・企業組合の権利義務、運営等について学んだ。 ・新製品の加工方法を習得した。 (土佐佐賀くらし工房) ・新たな加工グループが発足し、加工販売事業の経営に関するアドバイスを受 けるとともに、干物の加工方法を習得した。</p>	<p>・経営感覚を持った加工販売事業の実施に向けての自覚が高まっ た。</p> <p>・新商品の開発等を通じて、今後の活動の幅が広がった。</p> <p>・幡東海域への小型機船底びき網漁業の導入に伴う影響の緩和が 図られつつある。</p> <p>【参考:21年度】 5つの地域加工グループの合計の加工品販売額266万円</p>	<p>◆他の地区のモデルとなる起業グループを複数育 成</p> <p>◆儲けを実感し、経営的視点を持った(少なくとも2 団体が転換)取組に着手</p>
<p>◆昨年度事務局設置商工会等へ改正要綱を持参・送付 ◆商工会等で共有会議事務局設置に向けた事前準備の検討 ◆商工会等に共有会議の設置の意向が無い高知市地域及び物部川地域にお いては、共有会議が設置されないこととなった。高幡地域においては、商工会議 所に設置意思を確認中。</p> <p>◆上記以外の4地域においては、共有会議を開催。うち安芸地域、嶺北地域に おいてはテーマ別に分科会を設置し検討を進めることとし、仁淀川地域におい ては、地域内の町村ごとに地場産物を使ったカレーを試作することとなった。幡多 地域においては、産業振興に関する情報共有を主体としながら地域資源を探し ていくこととなった。</p>	<p>【参考 H21年度】 ・地域内の異業種の交流につながっている。 (生産者と商工業者が連携した、新たな地域アクションプランに追加 するような取り組みには至っていない。)</p>	
<p>・四国銀行、高知銀行、高知県地産外商公社、県の4者が初めて協働して、食 の大商談会を開催することとなった</p> <p>・応募出展者数96社</p>	<p>【参考:21年度】 ・実需者と、生産者とのパイプ作り。お互いのニーズを把握。 ・6事業者が商談成立 ・事業者、県と量販店とのパイプづくり ・地域産品の課題等の把握</p>	

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
2 産業化への取組		
(1) 生産に関する施策 <農産物> ◆生産(産地調整含む)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 土佐文旦の消費宣伝戦略の検討と全国レベルでの展開 ○産地や県域での効果的な消費宣伝を実践し全国展開を図る。また、主要産地に光センサー選別機を導入し、有利販売に繋げる。 ユズ果汁等の安定供給と販路、需要の拡大 ○衛生管理等実需者ニーズに対応した搾汁、加工施設の導入と高知県ユズ振興対策協議会への支援を通じたユズ果汁等の需要拡大を図る 魅力ある加工品の開発 ○民間との協働による加工品の開発とテストマーケティング。	○アンテナショップや産業振興アドバイザー等の有効活用。 ○光センサー選別機導入を契機とした主要産地の販売戦略の確立と実践。 ○ユズ果汁等の需要拡大に向けた県域での取り組みを実施する仕組みづくり ○スピード感を持った具体的な商品開発	○土佐文旦振興対策協議会の地区協議会を幡多地区、中央地区の2カ所で開催した。 ○国庫事業によるJAとさしへの光センサー選別機の導入が決定し、産地内に検討会が設置され、加工原料への供給も含めた販売戦略について検討中。 ●ユズ需要拡大緊急対策事業を創設し、高知県ゆず振興対策協議会に対し、1000万円の補助金による組織及び活動強化による支援を決定した。 ○土佐市の地域アクションプランの、土佐文旦加工推進チーム及び、中小企業同友会(土佐文旦プロジェクト)への支援。 ●ゆず協幹事会において、ものづくりプロデューサーとの意見交換を実施
<畜産物> ◆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 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 ・鶏種に応じた適切な温度を明らかにすることで、特産鶏の効率的な孵卵体制を確立し、ヒナ生産マニュアルの作成を支援する。 ②自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験 ・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、生産された牛肉については安全・安心な牛肉として、とくに健康志向の消費者層をターゲットに有利販売の実証を行う。	○試験計画の検証と検討 ・当初の期待される成果を上回るよう、昨年度の結果を踏まえて、場内で担当各課による、検討推進会議を開催 ・今後は、四半期ごとに開催することで、より実効性のある成果に向けて検証し必要に応じてさらなる試験設計等の充実を図る。	① ○特産鶏孵卵試験の回復実施(4~9月) ② ○出荷試験牛(2回)の枝肉調査や食味調査を実施中
<水産物> (水産物) ◆前処理加工設備や冷凍保管設備等の整備を支援 35 ◆前処理加工・冷凍保管事業の事業化推進 【事業概要】 ●事業主体の掘り起こし、漁協や民間企業の前処理加工の事業化支援を行う。 ・講演会の開催 ・地域APへの位置づけ支援 ・産業振興推進総合補助金による支援 ●宗田節の振興戦略の策定	【前処理加工】 ・少量多品種の漁獲特性があること、漁協等民間企業の財務力が弱いこと、後発のため既存の流通ルートへの参入が難しいことなどから事業への民間参入のハードルが高い。 ・新たな参入企業の掘り起こし ・魚価の向上や雇用の創出につながる漁協と民間企業との連携 【宗田節】 ・ニーズの変化による消費量の減少 ・経営体の減少 ・原魚の確保	●産振補助金による事業化に向け、事業内容の整理等への支援を行った。 ▲円滑な事業運営や新たな取り組みに向けた助言・指導を行った。 ■宗田節振興策に係るワーキンググループの開催した(3回)。

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>●高知県ゆず振興対策協議会総会において、加工部会の設置など組織強化が図られると共に、需要拡大用のユースティックなど新たな資材が作成され、これらを活用した需要拡大イベントが実施されている。(3回) ●県版HACCP導入に関する説明会の開催(7/20) ●シンガポール食品見本市(4/20~23)にJA土佐あき(本所、北川)、JA土佐れいほくが参画。</p> <p>○県内酒造会社への文旦搾汁施設の設置され、JAとさしからの加工原料供給開始(14t/年)され、新たな文旦リキュールが開発された。また、むき身による新たな商品開発が進行中。 ●新たな加工品開発への動きが出始めている。</p>	<p>●本県産ゆずの生産量増大に伴う、県域での需要拡大への取り組み強化について危機感の共有が図られた。 ●海外への販路開拓も含め、県域での果汁品質の統一に向けた各産地の担当者の意識統一が図られた。 ●441件の商談があり、うち136件で成約の可能性が高く、シンガポール事務所を主体に商談活動中</p> <p>○加工品による宣伝効果や下級品の有効活用による農家所得の向上が期待される。</p>	
<p>① ○特産鶏卵卵試験の反復実施(12回予定) ② ○出荷試験牛の枝肉調査や食味調査アンケートを集計予定</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 ・セッターとハッチャーにおいて互いに異なる温度の設定が孵化率の向上に関与していることが示唆された。</p> <p>②自給飼料による土佐和牛(揚)肥育実証試験 ・第1回と第2回の出荷を通じて、粗飼料の給与により脂肪の黄色化傾向がみられるが、一方、とくに食肉の風味に好影響を及ぼすことが示唆された。</p>	<p>① ・産業成長戦略の目標達成に向けた特産鶏の卵卵体制を確立するとともに、種鶏・卵卵センターに必要なヒナ生産マニュアルを作成を支援。 ② ・産業成長戦略に基づいて、自家生産の牧草などを活用した低コストの肥育実証試験を行うとともに、スーパーバイザーや土佐和牛ブランド推進協議会と連携し、自給率を向上させた安全・安心な牛肉として、とくに健康志向の消費者層をターゲットに有利販売を実証。</p>
<p>●産振補助金が採択され、補助事業に着手した ●宿毛湾地域での前処理加工の事業化が軌道に乗りはじめたことで、加工用原魚の確保に向けた仕組みづくりが本格化しつつある。 ■関係者の合意形成に基づく振興策がよりまとめられた ■ワーキングでの協議などを通じ、宗田節の魅力を情報発信する組織の構築などに着手した。</p>	<p>【参考：21年度】 (1)高知県漁協と民間企業との連携 ・タカン水産が室戸に加工場を整備し、3月から稼働 ・しめサバの製造販売と併行して、高知県漁協ブランドの商品開発に着手 (2)高知県漁協による前処理加工 ・シイラ50tを処理し、練り製品の原料として350円/kgで販売 (3)すくも海産協による前処理加工 ・キビナゴや養殖魚10tを加工し、給食用等に400万円で販売</p>	<p>●事業化の可能性及び適正規模に関する調査の実施 ●地域の特性や事業者の事情に応じた前処理加工・冷凍保管事業の事業化 ●小規模なことから多数事業化し、段階的に規模を拡大</p>

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
<p>(2) 加工等に関する施策</p> <p><総合的な支援></p> <p>◆食品加工を進めるため、産業界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> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県食品産業協会に対する「ふるさと雇用再生食品加工支援事業」の委託 ・ものづくりプロデューサー等との連携によるものづくりの地産地消の推進 ・大学と連携した商品開発 <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(2/2)</p> <p>【産業振興推進総合支援事業費補助金】</p>	<p>マーケットの需要に対応した新たな加工品創出</p> <p>◆地域本部を中心に、事業のアイデアや芽だし段階の取組も含んだ、段階に応じた柔軟かつきめ細かなサポートの実施。</p>	<p>・高知県ふるさと雇用再生食品加工支援事業委託契約 71,111,549円以内(H22年4月1日～H24年3月31日) 平成22年度 34,484,559円以内 平成23年度 36,626,990円以内</p> <p>・支援体制の整備 雇用 事務局職員 4月1日～ 食品加工開発アシスタント 5月17日～ プロモーションアシスタント 6月14日～ 食品表示アシスタント 6月23日～ アドバイザー契約 ものづくりプロデューサー 7月1日～</p> <p>◆産業振興計画(地域アクションプラン)に位置づけられた取組等を対象に、産業振興計画を効果的に実行するため、補助金を創設(平成21年度)し、商品の企画・開発、加工、販路拡大等、生産段階から販売段階までの取組等を総合的に支援。 ◆第2四半期までに事業採択された38件(見込み含む。昨年度採択した22年度事業を含む。)のうち、産業界への取組に関するものは13件。</p>
<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 ★食品加工特別技術支援員の配置 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</p> <p>◆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</p> <p>○事業概要 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、研究会を設置し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>◆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)</p> <p>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</p> <p>◆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)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産業振興推進アドバイザーの活用とともに、地産外商商品ブラッシュアップ支援事業費補助金を創設し、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する。 <p>◆第1次産業の生産現場の省力化を図るための第1次産業と工業団体との連携強化を推進(1/2)</p> <p>情報フローの確立(発注予定情報等の受注者側への提供)</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をできるだけ県内で完結し、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>	<p>◆食品加工体制の構築 ◆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</p> <p>○事業概要 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、研究会を設置し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。 ○研究会参加者間の連携推進 研究会参加者が持つ事業化へのアイデアや試みを参加者間の連携を推進することにより、事業化へつなげていくことが必要。 ○専門家を活用した事業化支援の推進 研究会参加者の事業化の実現に向けた多様なニーズや課題に対して、専門家を活用したきめ細やかな支援を実施することで、事業化実現を加速していくことが必要</p> <p>万全のコンディションでオープンを迎えるよう準備を入念に行うこと。</p> <p>マーケットインの視点とともに、商品の磨き上げに関する事業者の意識をいかに高めるか。</p> <p>・県内でのものづくりに関する情報伝達経路の確立 ・付加価値を高める工程をできるだけ県内で行う意識の醸成</p>	<p>・企業の調査、技術支援・相談等 59社75件(8/13現在) ・各種講習会、アンテナショップ職員研修等への講師派遣(6回)(8/13現在)</p> <p>○研究会の開催 ・4/22に第1回研究会(4テーマ合同)を開催 ・食品産業研究会:5/25、7/29</p> <p>○会員企業の個別支援(合計:29社) ・技術支援:13社 ・販路開拓支援:6社 ・技術・販路開拓支援等:10社</p> <p>来客により良い印象を与えるために外装及び飲食店舗の設計を再検討した。 紫舟氏に看板に掲げる題字の作成を依頼した。 新聞広告並びに近隣商業施設とのタイアップ等によるプロモーションを行った。 8月21日10:00オープン</p> <p>・4月から庁内情報共有会議において、定期的(月1回)に情報収集開始 ・フィードバックの仕組みも含め、当面の情報フローを確立</p>

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>・ものづくりプロデューサーと連携したヒアリング等:10企業</p>	<p>【参考:21年度】 ・食品衛生及び表示に関する意識の向上 ・食品衛生に関する意識の向上及び加工プロセスの改善 (基礎調査実施企業)</p>	<p>コンサル及び商品開発の企業支援(15社) 大学との共同研究による加工品開発(4品目)</p>
<p>◆補助金の投入による財政的支援により、産業化への取組が進捗。</p>	<p>◆所得の向上、雇用の創出等、地域産業の底上げに寄与。</p>	
<p>・新商品開発、商品改良のための試作28品目(8/13現在)</p>	<p>・商品化3件</p>	
<p>○研究会参加者数 ・食品産業研究会(3回開催):延べ 100社(119名)</p> <p>○支援体制の整備 会員企業の個別訪問等を実施し、課題やニーズを把握。企業ごとに支援方針や支援担当者(研究会リーダーやチーフアドバイザー、県事務局、産業振興センター職員等)を決定し、支援体制を整備。</p> <p>○研究会発事業化プラン作成に取り組む企業の増加 専門家派遣等により、個別企業の事業化に向けた支援を実施した結果、事業化プラン作成に取り組む企業が増加</p>	<p>○事業化見込み 【22年度】 ・事業化プラン認定:5件 ・現時点の事業化見込み:9件</p>	<p>・複数の中核的な企業と、それを支えるグループ企業群の形成</p>
<p>設計変更に伴い、内外装工事了了が1か月程度延期。 設計変更により、来客者の店舗内動線等が改善された。</p> <p>オープン(8月21日(土)) 8/21 物販 来客 5,016人 レジ通過2,142人 売上 2,713,938円 飲食 来客 246人 売上 616,962円 8/22 物販 来客 3,984人 レジ通過1,832人 売上 2,069,374円 飲食 来客 233人 売上 526,069円</p>		<p>◆首都圏をはじめとする県外への情報発信を強化し、高知県を丸ごと売り出すことで、県産品の販売が拡大されている。 ・多様な販路を確保</p>
<p>・3月に関係団体へ提供した情報について4件の回答あり ・8月までに関係団体へ提供した情報について合計8件の回答あり</p>		<p>県内のニーズ情報が県内の受注者側に伝達され、県内企業の受注が拡大</p>

産業成長戦略(連携テーマ)		主な課題	インプット(投入) 〈講じた手立てが数量的に見える形で示すこと〉
戦略の柱	取組方針		
	施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策) ◆★第1次産業の生産現場の省力化を図るための第1次産業と工業団体との連携強化を推進(情報フローの確立)(2/2) 一次産業と工業団体との連携を推進し、ニーズに基づく研究開発を促進 ・第1次産業と製造業とのマッチング ・製品開発力の強化 ○事業概要 県内に需要のある機械や設備を県内で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。	○研究開発期間を取ることができる機械化ニーズの把握(研究開発要素のある地域課題の掘り起こし) ○情報を収集する職員に、ものづくりの地産地消の意義や進め方をどう認識させるか ○業界団体に入会していない企業への制度の趣旨説明 ○外部資金の獲得支援	【マッチング支援】 ○機械化の開発ニーズを定期的に情報提供:全73件(農業:30件、林業:12件、水産業:31件) ○農業分野の「現場視察・意見交換会」の開催(6/1) 参加者:全40名 県内企業:10社・17名、工業会事務局:2名、JA関係者:9名、産業振興センター:1名 県:11名(工業技術センター、須崎農業振興センター、流通支援課、工業振興課) 【試作開発支援】 ○ものづくり地産地消推進事業費補助金公募(ステップアップ事業・試作開発事業) ・第1回公募(7/5~7/22) ・第2回公募(8/12~9/9)
	◆地域資源を活用する食品加工企業の誘致 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。	継続的な企業訪問活動による企業立地の実現	・企業訪問又は企業との面談及び企業支援活動(アフターケア)の実施:6件 ・依頼によりMG社へ1名人材あっせん(県職員OB)
〈衛生管理の高度化〉			
	◆工場の衛生管理の高度化を支援(1/3) 工場の衛生管理の高度化のための支援を行う		・品質管理、衛生管理に関する講習会等の実施 2回、4日間 ・食品企業巡回及び技術指導(25件)
	項目名 ◆工場の衛生管理の高度化を支援(2/3) 事業概要 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。	◆食品関連施設における衛生管理能力の低さ ◆食品関連事業者の食品衛生に対する認識不足 ◆他部署(工業技術センター等)との連携強化 ◆HACCPシステムによる衛生管理手法のPR不足	◆地産地消外商課等の関連課・組織との事業説明・打合せ 多数回のべ53施設 ◆認証取得希望施設等への助言・指導 ◆HACCP手法関連研修会 7回
	◆工場の衛生管理の高度化を支援(3/3) ・生産管理高度化に関する研修開催 ・食品表示アドバイザーとの連携 ・食品加工施設調査指導の委託	・生産管理の高度化に対する意識高揚	・食品加工施設調査指導委託契約 4,935,000円(平成22年4月21日~9月30日) ・食品加工施設自主衛生管理マニュアル作成等に関する説明会 5月24日~26日:3会場(高知市、四万十市、安芸市) ・生産管理高度化に関する研修(予定) ①食品安全総論・・・9月7日 ②微生物(基礎編)・・・9月28日

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>【マッチング支援】 ○情報提供したもののうち、27案件について延べ39社(企業数:24社)が興味を持ち、試作機の開発に向けての検討を開始</p> <p>○「ミヨウガ選別機」の現場ニーズを調査するため、工業会の会員企業等が、JA土佐くろしおを訪問し生産者やJA職員と意見交換。 ○工業会事務局から「ミヨウガ選別機」の機械化に向けた提案を行い、その内容をもとに関係者が協議した結果、当面機械化する作業の絞り込みが終了</p> <p>【試作開発支援】 ○ものづくり地産地消推進事業費補助金を活用した試作開発開始 【第1回公募】 申請件数:7件(農業:4件、林業:1件、水産業:2件) 採択件数:6件(ステップアップ:2件、試作開発:4件) 補助申請額:12,780千円</p>	<p>【マッチング支援】 ○情報提供する案件に興味を持つ企業が増えてきた</p> <p>○工業会の会員企業が、各社の技術やノウハウをもとにした今後の具体的な仕様などを、JA関係者と直接協議する段階に入り、個別の協議・提案が始動した</p>	<p>機械系の地産地消の意識が高まるとともに、地域ニーズに対応した製品を県内で生産する体制の拡大。</p>
<p>・立地予定企業が行う事業実施諸準備の進捗のスピードアップ</p> <p>・MG社があっせん人材を採用し、県内の事業所等に対して営業を開始</p>	<p>・MG社の営業力の強化、有効な支援策を実施したことによる、県への信頼感の醸成</p>	<p>・固有技術や資源などを活用した誘致や、不足する業種の誘致が進み、地域で一貫した生産体制(SCM化)の拡大 ・企業立地件数(新增設件数) H21~H23:8件</p>
<p>・品質管理、衛生管理に関する講習会等の参加者 146名 ・企業巡回や個別相談会による関係企業との連携強化 ・関係機関(地域支援員、市町村、地域の雇用創造協議会等)との連携強化 ・企業人材のレベルアップ</p>		<p>◆企業が食品加工に取り組む事例が増えている ◆産学官連携による加工食品の開発が進んでいる</p>
<p>◆ゆず振興協議会と連携することにより、認証制度(ゆず搾汁業)を高知県の基準とすることができ、ブランド化を加速することができた。 ◆食品関連施設等に対し、高度衛生管理から認証制度に繋がる衛生管理方法のステップアップについて周知がはかれた。 ◆高知市内の認証制度取得を希望する2施設に対して直接指導することにより、うち1施設の新規申請の目的が立った。 ◆HACCP手法による衛生管理の重要性について食品関係者等(8月19日現在:のべ214名)に対し周知ができ、着実に浸透が図れている。</p>	<p>◆認証制度を共通基準として設定することにより搾汁施設を持つJA間(8施設)において衛生管理向上に対する競争意識が生まれつつある。 ◆HACCP手法を取り入れた施設衛生管理の必要性が徐々に広がり、HACCP対応施設とすべく、新設・改修時に合わせた問い合わせが増加しつつある。このことにより指導も容易となり、また、施設側も手戻り施行が防げ、費用の軽減につながっている。</p>	
<p>・食品加工施設調査指導 9月末:50社(予定) 調査指導報告会:第1回:7月17日 第2回:9月18日(予定) 第3回:9月15日(予定)</p> <p>・マニュアル作成説明会参加者 79企業(自治体除く)、133名(総数)参加</p>	<p>【参考:21年度】 ・食品衛生及び表示に関する意識の向上 ・食品衛生に関する意識の向上及び加工プロセスの改善(基礎調査実施企業)</p>	

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
(3) 人材に関する支援		
<p>◆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</p> <p>課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣 <概要> 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。</p>	<p>・個々のケースごとの成果、効果をどう検証、把握するか ・事業者からの要請に対応するだけでなく、政策的に指導・助言が必要と思われる事業者への対応ができる仕組みの確立 ・産業振興計画に位置付けられた事業等の課題に見合ったアドバイザーを適切に派遣するために、事業の状況の把握と、アドバイザーの専門分野の情報収集に努める</p>	<p>・アドバイザーの派遣 14名 21回 ・スーパーバイザーの委嘱 6名</p>
<p>◆担い手や核となる人材や団体の育成・確保の推進</p> <p>33. ◆ 需細な加工事業者の意識と行動の経営的視点への誘導 34. ◆ 需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>【事業概要】 浜加工グループ等の取組に経営的な視点を導入するきっかけとするため、専門家による衛生管理、加工技術、流通販売等に関する講習会等を行う。</p>	<p>・グループへの経営的視点の導入 ・グループ活動のレベルアップ ・講習会へのグループの参加確保 ・講習会で学んだことの事業活動への反映 ・グループへの効果的なフォローアップ</p>	<p>・各加工グループへの講習会等のニーズ調査の実施。 各グループの現在の課題、支援を必要とする内容の調査。(訪問による聞き取り調査及び文書によるアンケート調査) ・講習会の実施。(7月に3回実施)</p>
<p>◆◎担い手や核となる人材や団体の育成・確保の推進(1/3)</p> <p>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</p>		<p>・技術指導アドバイザー登録(1名) ・講習会、出張研修(3回、6日間) ・研修、講習会等への講師派遣(7件、10日間) ・食品加工特別技術支援員による技術支援・相談等 59社75件(8/13現在)</p>
<p>◆担い手や核となる人材や団体の育成・確保の推進(2/3)</p> <p>・生産管理高度化に関する研修開催 ・食品加工施設調査指導の委託</p>	<p>・生産管理の高度化に対する意識高揚 ・調査を基にした生産管理実施支援</p>	<p>・食品加工施設調査指導委託契約 4,935,000円 (平成22年4月21日～9月30日) ・食品加工施設自主衛生管理マニュアル作成等に関する説明会 5月24日～26日:3会場(高知市、四万十市、安芸市) ・生産管理高度化に関する研修(予定) ① 食品安全総論・・・9月7日 ② 微生物(基礎編)・・・9月28日</p>
<p>◆◎担い手や核となる人材や団体の育成・確保の推進(3/3) 【FBC支援】</p> <p>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</p>		<p>・技術指導アドバイザー登録(1名) ・講習会、出張研修(3回、6日間) ・研修、講習会等への講師派遣(7件、10日間) ・食品加工特別技術支援員による技術支援・相談等 59社75件(8/13現在)</p>

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
		<p>◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる</p>
<p>・各加工グループが現在かかえている課題の把握及び、それに見合った講習会等のテーマ抽出</p> <p>(ひめいち企業組合) ・企業組合の権利義務、運営等について学んだ。 ・新製品の加工方法を習得した。 (土佐佐賀くろしお工房) ・新たな加工グループが発足し、加工販売事業の経営に関するアドバイスを受けるとともに、干物の加工方法を習得した。</p>	<p>・経営感覚を持った加工販売事業の実施に向けての自覚が高まった。 ・新商品の開発等を通じて、今後の活動の幅が広がった。 ・幡東海域への小型機船底びき網漁業の導入に伴う影響の緩和が図られつつある。</p> <p>【参考:21年度】 5つの地域加工グループの合計の加工品販売額26百万円</p>	<p>◆他の地区のモデルとなる起業グループを複数育成 ◆儲けを実感し、経営的視点を持った(少なくとも2団体が転換)取組に着手</p>
<p>・講習会等参加者281名 ・新商品開発、商品改良のための試作28品目(8/13) ・企業巡回や個別相談会による関係企業との連携強化 ・関係機関(食品・衛生課、地域支援員、市町村、地域の雇用創造協議会等)との連携強化 ・企業人材のレベルアップ</p>	<p>商品化3件</p>	
<p>・食品加工施設調査指導 9月末:50社(予定) 調査指導報告会:第1回:7月17社 第2回:9月18社(予定) 第3回:9月15社(予定)</p> <p>・マニュアル作成説明会参加者 79企業(自治体除く)、133名(総数)参加</p>	<p>【参考:21年度】 ・食品衛生及び表示に関する意識の向上 ・食品衛生に関する意識の向上及び加工プロセスの改善 (基礎調査実施企業)</p>	
<p>・講習会等参加者281名 ・新商品開発、商品改良のための試作28品目(8/13) ・企業巡回や個別相談会による関係企業との連携強化 ・関係機関(食品・衛生課、地域支援員、市町村、地域の雇用創造協議会等)との連携強化 ・企業人材のレベルアップ</p>	<p>商品化3件</p>	

産業成長戦略の取り組み状況と成果【地産地消・地産外商戦略】

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
地産地消・地産外商戦略 (4)地産外商		
1 総合的な支援		
◆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 地産外商戦略を推進するため、県全体の産品を一体的に売り出すという政策的な意図の実現を図りながら、行政を立場を超えて機動的に活動できる官民協働型の新たな組織を設置する	一般財団法人高知県地産外商公社がH21. 8に設立。 H22は、首都圏新アンテナショップ開業に向け、基本財産の増額する必要がある。 あわせて、アンテナショップ開業に向けた、公社の人員体制の整備。	基本財産の増額について、県内各団体へ個別訪問し、依頼 会社による職員の求人により職員採用
◆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 ・地域アクションプランの実行支援の統括等、各地域本部がその支援機能を発揮できる体制を整備し、(2)地産外商および(3)食品加工の推進に繋げていく。	◆地域加工を更に発展させるための体制が十分でない ◆組織基盤の脆弱性から、設備投資、生産拡大が困難である事例が多い ・取組の支援体制の整備及び地域の状況把握に向けた支援 ・産業振興推進総合補助金(ステップアップ事業含む)の効果的な導入 ・地域本部の活動や事例等の取り纏めによる情報の共有化 ・地域本部の支援が柔軟で迅速にできるスキームの組み立て	・地域資源活用共有会議を事務局商工会中心で開催し、地域加工に関する具体的な方向性、進捗状況等を確認。 ・総合補助金審査会第2四半期までで全6回開催 ・目指せ！弥太郎商人塾ステップ2開講 ・地域APフォローアップ会議開催
◆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(1/2) 【産業振興推進総合支援事業費補助金】	◆地域本部を中心に、事業のアイデアや芽だし段階の取組も含んだ、段階に応じた柔軟かつきめ細かなサポートの実施。	◆産業振興計画(地域アクションプラン)に位置づけられた取組等を対象に、産業振興計画を効果的に実行するため、補助金を創設(平成21年度)し、商品の企画・開発、加工、販路拡大等、生産段階から販売段階までの取組等を総合的に支援。 ◆地域本部を中心に、事業採択申請業務(申請書類作成・事業計画の組立等)をサポート。 ◆第2四半期までに38件を事業採択(見込み含む。昨年度採択した22年度事業を含む。)。 採択金額合計638,227千円(見込み含む。申請ベース。)
◆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(2/2) 33. ◆零細な加工事業者の意識と行動の経営的視点への誘導 34. ◆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 【事業概要】 浜加工グループ等の取組に経営的な視点を導入するきっかけとするため、専門家による衛生管理、加工技術、流通販売等に関する講習会等を行う。	・グループへの経営的視点の導入 ・グループ活動のレベルアップ ・講習会へのグループの参加確保 ・講習会で学んだことの事業活動への反映 ・グループへの効果的なフォローアップ	・各加工グループへの講習会等のニーズ調査の実施。 各グループの現在の課題、支援を必要とする内容の調査。(訪問による聞き取り調査及び文書によるアンケート調査) ・講習会の実施。(7月に3回実施)
2 商品の磨き上げを支援		
◆(園芸農産物)支援体制の強化と新たな販路拡大への取組支援体制の強化と新たな販路拡大への取組(1/5) ★消費流通構造の変化に対応でき消費地に評価されるよう生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築 ○流通関係者(卸、仲卸、量販店等)と信頼できるパートナーシップの構築。協力量販店との関係強化(関東2社、関西各2社) ○パートナーシップ量販店の消費者について、高知県の取組(環境保全型農業の取組等)認知度を毎年5%アップさせる(20年度対比で10%アップ) ○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15%アップさせる。(対20年度対比)	○環境保全型農業など、高知県の優れた取り組みが評価され、有利販売に向けた流通販売体制の強化 ・量販店とのパートナーシップの構築(継続した販売促進活動の展開) ・消費者に産地の取り組みを伝えるPRの展開	○新需要開拓マーケティング協議会総会開催(5/21) ○各社との協議(東京青果、東急ストア、セイミヤ、中青、関西スーパー、森田商店、東果、おおさかバルコブ、カネイ) ○東急ストアでのフェア開催(4~6月:12回、7~8月:8回) ○セイミヤでのフェア開催(4~6月:3回、7~8月:1回) ○関西スーパーでのフェア開催(4~6月:1回、7~8月:1回) ○環境保全型農業の取組理解のための産地招へい(おおさかバルコブ、セイミヤ) ○関西スーパー担当者への出前授業実施(1回) ○東急ストア、東京青果との検討会(8/5)
◆(園芸農産物)支援体制の強化と新たな販路拡大への取組支援体制の強化と新たな販路拡大への取組(2/5) ★消費流通構造の変化に対応でき消費地に評価されるよう生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築 ○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取り組む	○既存規格品の業務加工仕向け取引のニーズ対応強化 ○規格外品の加工仕向け出荷の仕組みづくりと販路開拓 業務需要取引の現状把握・ニーズ調査・課題を明確化にし、実需者のニーズに対応できるよう県と園芸連で産地調整を行いながら新たな販路を開拓する。 また、価格のみでなく、消費地でのPRや、安定した取引など、産地にとって波及効果が望める業務需要の掘り起こしを行う。	①業務加工用青果物の販路拡大 ○新需要開拓マーケティング協議会開催(5/21) ○企業への商材提案(15社+1団体) ②県内加工の推進 ○加工部会開催 ○農業振興センターを通じての県内JAの加工動向調査実施

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>基本財産の増額となった。 アンテナショップ開業に向けた体制が整った。</p>	<p>基本財産の増額により、公社の運営安定につながった。 アンテナショップ開業により、地産外商の拠点が機能し始めた。</p>	
<p>・地域間で進捗に差が出てきているが、全体としては前年からの流れを踏襲し、個々の事案について具体化が図れてきている。(高知市地域は開催せず) ・H22年度事業の地域加工採択件数7件、金額128,211千円(8月13日現在) ・ステップ2進出事業者 希望46事業者中20事業者 ・地域加工のAPについても、進捗状況やフォローアップ体制が確認された</p>	<p>・仁淀川地域はカレー、嶺北地域はぎんぶろう等地域固有の産品等それぞれ試食会に向けた動きが出てきている。 ・総合補助金審査会にほぼ毎月地域加工の取組みが上がってくるなど、裾野の広がりが更に進んでいる。 ・地域加工該当5事業者と、商人塾でも地域加工の取組みが具体化し始めた。 ・各地域本部への地域加工の相談件数の増加等、各々での地域加工に向けた動きが活発化してきている。</p>	<p>地域加工の進展により地域事業者の所得が向上している</p>
<p>◆補助金の投入による財政的支援により、商品開発や販路・生産拡大、観光資源を活用した交流人口の拡大などの取組が進捗。</p>	<p>◆所得の向上、雇用の創出等、地域産業の底上げに寄与。</p>	<p>◆商品企画から流通・販売にいたるまでトータルに県産品の販売を支援する県の体制が構築され、事業が実施されている</p>
<p>・各加工グループが現在かかえている課題の把握及び、それに見合った講習会等のテーマ抽出 (ひめいち企業組合) ・企業組合の権利義務、運営等について学んだ。 ・新製品の加工方法を習得した。 (土佐佐賀くろしお工房) ・新たな加工グループが発足し、加工販売事業の経営に関するアドバイスを受けるとともに、干物の加工方法を習得した。</p>	<p>・経営感覚を持った加工販売事業の実施に向けての自覚が高まった。 ・新商品の開発等を通じて、今後の活動の幅が広がった。 ・幡東海域への小型機船底びき網漁業の導入に伴う影響の緩和が図られつつある。 [参考:21年度] 5つの地域加工グループの合計の加工品販売額26百万円</p>	<p>◆他の地区のモデルとなる起業グループを複数育成 ◆儲けを実感し、経営的視点を持った(少なくとも2団体)取組に着手</p>
<p>○今後のフェア展開等について取組の合意ができた。(各社) ○高知野菜を紹介する常設コーナー設置(東急ストア大森店 4/10～) ○東急ストアの基幹3店舗では、「土佐鷹」指定の販売展開 ○おおさかバルコブのカatalog販売で、エコシステムを紹介する販売展開について合意 ○量販店担当者の産地招へいにより、環境保全型農業の取組や供給体制など、高知県の良さが理解された。 ○関西地区での展開が遅れ気味であったが、関係者との協議により戦略の共有化が図られ始めた。 ○東急ストア、東京青果と21年度の課題抽出及び22年度計画について協議。計画的な展開を進めることで合意。 ○セイミヤ、東京青果と21年度の課題抽出及び22年度計画について協議。計画的な展開を進めることで合意。(予定) ○関西スーパー、中青(卸)と21年度の課題抽出及び22年度計画について協議。計画的な展開を進めることで合意。(予定) ○おおさかバルコブ、東果(卸)と21年度の課題抽出及び22年度計画について協議。計画的な展開を進めることで合意。(予定)</p>	<p>【参考:21年度】 ○青果販売担当者との取り組み合意 セイミヤは社長と担当部長、東急ストアは青果販売責任者の産地訪問が得られ、産地の取り組みについて理解され、人脈もできた。今後の販売戦略の展開など、スムーズな進め方が期待できる。 ○関東A社:基幹3店舗の売り上げ、前年対比122%(1月フェア実績) ○関西B社:高知なすの販売、前年対比280%(11～12月)</p>	<p>○パートナーシップ量販店の消費者について、高知県の取組(環境保全型農業の取組等)認知度を15%アップさせる。(現状は認知されていない) ○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。 (目標数値は20年度比)</p>
<p>①業務加工用青果物の販路拡大 ○高知野菜のメニュー化(新規5社)大森東急H、NHKカフェ、天狗、アントニオ、椿山荘) ○量販店とのパートナーシップ強化を展開している量販店との関係づくりにより、グループ内(ホテル)でのメニューフェアにつながった ○業務加工需要開拓に向けて、東京青果開発2部と協力して展開することを合意した。 ○飲食店に納めている仲卸との信頼関係ができ、仲卸と取引あるそれぞれの顧客への展開につながっている ○ホテルレストランが作った「ハスイモのピクルス」について、産地商品化へのアドバイスを得た ②県内加工の推進 ○県域での加工に向けた検討を進めることについて関係機関と合意 ○部会で検討対象とする品目の決定(9月)</p>	<p>【参考:21年度】 ①業務加工用青果物の販路拡大 ○業務加工需要への取組の成果が見られ始めた。 ○野菜ソムリエとの関係づくりができて、野菜ソムリエの知識や人脈を活かした販路開拓ができるようになった。 ○国産野菜の生産・利用拡大優良事業者として、農林水産省生産局長賞を高知園芸連・横浜丸中青果・秋本食品グループが受賞 ②県内加工の推進</p>	<p>業務加工需要の顧客開拓数(21年度:5件、22年度:10件、23年度:10件 計25件)</p>

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立だが数量的に見える形で示すこと>
<p>◆(園芸農産物)支援体制の強化と新たな販路拡大への取組(3/5)</p> <p>特産野菜等コラボレーション事業</p> <p>○地域野菜の販売拡大や生産拡大につなげるため、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を展開する。 卸と連携したパートナーの選定を行い、飲食店等での地域メニューフェア等開催による販路開拓・販売拡大・継続取引へつなげる。</p> <p>○本年度は、3地区で地域フェアを開催する。</p>	<p>○事業主体と県外事務所との連携・パートナーの選定と詳細なスケジュール調整 ○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>○市町村担当者での説明、呼び掛け ○取組組織(2団体)との随時の協議・調整 ○新規取組候補地区への取組紹介と協議(1地区・1団体)</p>
<p>◆(園芸農産物)支援体制の強化と新たな販路拡大への取組(4/5)</p> <p>土佐文旦:文旦協議会を中心に、各産地の現状や課題を共有すると共に、県域での共通課題を探り、全国展開に向けた規格統一やロット確保、効果的な消費宣伝等について協議実践する。なお、地域段階では、土佐市、宿毛市の2大産地を中心とした協議会(幡多・中央地区)により具体的な取組に繋げる。</p> <p>新高梨:各出荷組合を主体にJAや県関係機関等と連携し、厳しい現状を踏まえて、首都圏への高級ブランド果実販売や海外への輸出による販路開拓など新たな販売戦略を構築するとともに、産地のまとまりづくりを強化する。 ユズ:ゆず振興対策協議会と連携を図り、ユズ酢の活用PRなどをとおして消費拡大を支援する。</p>	<p>土佐文旦:県域で文旦のあり方を検討する場がなかったため、これまで個別販売が主体であったが、これからは情報を共有し、高知県の土佐文旦として売る体制づくりが必要である。</p> <p>新高梨:県内市場への安価な県外物の流入による競合や、贈答需要の低迷などで、販売単価が低迷、農家所得が減少している厳しい現状を踏まえて、首都圏への高級ブランド果実販売や海外への輸出及び、アンテナショップの活用による新たな販売戦略の構築と実践を図る。 ユズ:近年、ユズの新改植が進み、ユズ酢の生産増加が見込まれ、需用と供給バランスが崩れることが懸念される。そこで、県域でユズ果汁の需給バランスに応じた対策がうてるしくみ作りを行う。</p>	<p>文旦: ○土佐文旦振興対策協議会運営委員会の開催 1回 ○土佐文旦振興対策協議会 地区座談会の実施 3ヶ所 ○文旦の加工用(むき身)に関する勉強会 3回 ○第2回土佐文旦振興対策協議会総会(9月下旬予定)</p> <p>ユズ: ○ゆず振興対策協議会加工部会設立準備会 1回 ○ゆず振興対策協議会総会 1回 ○FHA2010(シンガポール食品見本市)参加(4/17~24) ○シンガポール伊勢丹四国フェアによる販促活動(7/24~8/1) ○輸出に関する活動支援(3回) ○ゆず振興対策協議会加工部会及び準備会(2回) ○ゆず振興対策協議会 ユズ果汁消費拡大宣伝イベント(3回) 試食や協議会で作成したパンフレットやユズ果汁入りスティックの配布を行い、7月からは青玉の配布も始め、青果の消費宣伝も協議会で開始。 ・東海岸のうまいもん市(5/5) ・ごめんなはり線記念イベント(7/4) ・スーパーよさこい「原宿表参道元氣祭じまん市」(8/28,29) ○ユズ搾汁施設に関する高知県版HACCP説明会(7/20)</p> <p>梨: ○針木梨組合活動支援 3回</p>
<p>◆(園芸農産物)支援体制の強化と新たな販路拡大への取組(5/5)</p> <p>★消費流通構造の変化に対応でき消費地に評価されるよう生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築 生産から流通・販売までの一元的な支援体制を構築し、農業団体等と生産流通販売戦略を展開し、農家の所得向上につなげる。</p> <p>○花きモニタリング調査の実施:関東・関西を中心に8市場で主要3品目を中心に産地ごとのモニタリング調査を実施する。 ○H21の調査結果をもとに、産地交流事業を行い、消費地でのモニタリング調査を実施する。</p>	<p>各産地が実態に応じてマーケットインのものづくりを目指し、農業団体・県・消費地市場の連携のもと、アンケートを作成し産地が直接業務筋をターゲットに、消費地のニーズ調査やPRを行う、その後:関係づくりや、産地ごとの生産販売体制の強化を行う。</p>	<p>・花き流通対策委員会の開催(6/19) ・H21アンケート結果を基にして産地と調整を行った。 ・H22モニタリング調査を、両協議会との打合せにおいて、昨年度の各単協による調査から、県域での調査内容にし、高知県フェアとして関東・関西各主要4市場において同時開催し、更なる情報収集を図る。</p>
<p>◆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(1/3)</p> <p>【産業振興推進総合支援事業費補助金】</p>	<p>◆地域本部を中心に、事業のアイデアや芽だし段階の取組も含んだ、段階に応じた柔軟かつきめ細かなサポートの実施。</p>	<p>◆産業振興計画(地域アクションプラン)に位置づけられた取組等を対象に、産業振興計画を効果的に実行するため、補助金を創設(平成21年度)し、商品の企画・開発、加工、販路拡大等、生産段階から販売段階までの取組等を総合的に支援。 ◆第2四半期までに事業採択された38件(見込み含む。昨年度採択した22年度事業を含む。)のうち、生産者等への情報のフィードバックの充実強化に関するものは6件。</p>
<p>◆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(2/3)</p> <p>・産業振興推進アドバイザーの活用とともに、地産外商商品フラッシュアップ支援事業費補助金を創設し、地産外商会社が実施するテストマーケティングの結果を踏まえて、事業者が行う商品の改良等の取組を支援する。</p>	<p>マーケットインの視点とともに、商品の磨き上げに関する事業者の意識をいかに高めるか。</p>	
<p>◆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(3/3)</p>	<p>万全のコンディションでオープンを迎えるよう準備を入念に行うこと。</p>	<p>来客により良い印象を与えるために外装及び飲食店舗の設計を再検討した。 紫舟氏に看板に掲げる題字の作成を依頼した。 新聞広告並びに近隣商業施設とのタイアップ等によるプロモーションを行った。 8月21日10:00オープン</p>

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>○詳細計画の策定(室戸、嶺北) ○嶺北地域農林業振興連絡協議会 ・コープ香川に「れいほく野菜」の常設棚が設置された ・コープ香川でコラボの一環としての出前授業実施 高松市立花園小学校:3年生44名 ・コープ香川うたづ店での消費者を対象とした学習会、 同栗林店での米なす、カラーピーマン、ミニトマト等による 「夏の八祭(はらまつり)」及び「親子料理教室」の開催</p>		<p>対象とした地域野菜等の販売額アップ 23年度目標:対20年度販売額の10%増 パートナー量販店との継続取り引き</p>
<p>文旦: ○ぶんたん祭りの成果や今後の活動について県全体で共有できた。 ○協議会活動を円滑に行うため、協議会事務局をJAの職員が担う事となった。 ユズ: ○ゆず協は新たな体制で「ユズ需要拡大緊急対策事業」を活用し、PR活動を 中心に消費の拡大につなげることにした。 ○ゆず協の販促資材ができ、各JAやイベント等で配布による宣伝活動を開 始。 ○「東海岸のうまいもん市」から、協議会での消費宣伝活動が始まり、協議会 全体での消費宣伝活動の必要性も理解され定着しはじめている。 ○次年度以降の協議会の活動について検討が行われ始めた。 梨: ○生産組合が園芸連出荷の拡大を決定した。 ○アンテナショップでの販売について準備が進む。</p>		<p>園芸連の県外販売量 ・土佐文旦:2,500t ・ユズ酢:200t(適正在庫) ・新高梨:60t</p>
<p>・花き普及員(産地)とのアンケート結果を基にした課題を共有できた。</p>	<p>[参考:21年度] ある産地では、市場ニーズに対応した生産をする必要性が強く意 識され始めた。</p>	<p>H21:各産地アンケート作成(現状課題共有化)花 き生産販売のための仕組みの構築(モニタリング 調査による情報収集)(各産地各品目レベル)</p>
<p>◆補助金の投入による財政的支援により、生産者等への情報のフィードバッ クの充実・強化に関する取組が進捗。</p>	<p>◆所得の向上、雇用の創出等、地域産業の底上げに寄与。</p>	
<p>設計変更に伴い、内外装工事が完了が1か月程度延期。 設計変更により、来客者の店舗内動線等が改善された。</p> <p>オープン(8月21日(土)) 8/21 物販 1F 来客 5,842人 レジ通過1,532人 売上 2,084,185円 B1F 来客 4,194人 レジ通過 610人 売上 629,753円 飲食 来客 246人 売上 616,962円 8/22 物販 1F 来客 4,962人 レジ通過1,365人 売上 1,614,087円 B1F 来客 3,008人 レジ通過 467人 売上 455,287円 飲食 来客 233人 売上 526,069円</p>		<p>◆首都圏をはじめとする県外への情報発信を強化 し、高知県を丸ごと売り出すことで、県産品の販売 が拡大されている。 ・多様な販路を確保</p>

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
<p>◆◎担い手や核となる人材・団体の育成・確保(1/2)</p> <p>33.◆零細な加工事業者の意識と行動の経営的視点への誘導 34.◆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>【事業概要】 浜加工グループ等の取組に経営的な視点を導入するきっかけとするため、専門家による衛生管理、加工技術、流通販売等に関する講習会等を行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> グループへの経営的視点の導入 グループ活動のレベルアップ 講習会へのグループの参加確保 講習会で学んだことの事業活動への反映 グループへの効果的なフォローアップ 	<ul style="list-style-type: none"> 各加工グループへの講習会等のニーズ調査の実施。各グループの現在の課題、支援を必要とする内容の調査。(訪問による聞き取り調査及び文書によるアンケート調査) 講習会の実施。(7月に3回実施)
<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(1/2)</p> <p>課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣 <概要> 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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 個々のケースごとの成果、効果をどう検証、把握するか 事業者からの要請に対応するだけでなく、政策的に指導・助言が必要と思われる事業者への対応ができる仕組みの確立 産業振興計画に位置付けられた事業等の課題に見合ったアドバイザーを適切に派遣するために、事業の状況の把握と、アドバイザーの専門分野の情報収集に努める 	<ul style="list-style-type: none"> アドバイザーの派遣 14名 21回 スーパーバイザーの委嘱 6名
<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>・産業振興推進アドバイザーの活用とともに、地産外商商品フラッシュアップ支援事業費補助金を創設し、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する。</p>	<p>マーケットインの視点とともに、商品の磨き上げに関する事業者の意識をいかに高めるか。</p>	
<p>◆★地域で商工業や生産者等が連携して地域資源の発掘・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) 【地域資源活用共有会議】</p> <p>民間事業者等を中心に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>	<ul style="list-style-type: none"> 地域との情報共有と連携 地域加工への取組意識の高揚 まだ成功事例が生み出せていないこと 一部地域において事務局候補がないこと 	<ul style="list-style-type: none"> 要綱改正の周知 ◆昨年度事務局設置商工会等を基本に、本年度の地域資源活用共有会議事務局の設置の意向を確認。高知市地域及び物部川地域は設置の意向が無い旨を確認。【高幡地域は商工会議所に確認中】
<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>【産業振興推進総合支援事業費補助金】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域本部を中心に、事業のアイデアや芽だし段階の取組も含んだ、段階に応じた柔軟かつきめ細かなサポートの実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆産業振興計画(地域アクションプラン)に位置づけられた取組等を対象に、産業振興計画を効果的に実行するため、補助金を創設(平成21年度)し、商品の企画・開発、加工、販路拡大等、生産段階から販売段階までの取組等を総合的に支援。 ◆第2四半期までに事業採択された38件(見込み含む。昨年度採択した22年度事業を含む。)のうち、商品の磨き上げに関するものは30件。
<ul style="list-style-type: none"> ◆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(1/3) ◆産学官連携による新商品の開発を支援(1/3) ・県内製紙関連企業への技術的支援 ・産学官共同研究開発の推進 ・センターの企業への開放化の推進 ・センター職員的能力強化 	<ul style="list-style-type: none"> ◆センター研究成果の企業への技術移転 ◆産学官の連携体制 ◆センター設備の充実 ◆異業種とのマッチング 	<ul style="list-style-type: none"> ◆試験研究課題数：12課題 ◆センター見学&体験(1日開放)実施回数：1回 ◆いの町夏休み子供教室実施回数：1回 ◆開放試験設備利用研修開催回数：3回 ◆企業支援のための研究会開催回数：3回 ◆研究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：2回

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>◆各加工グループが現在かかえている課題の把握及び、それに見合った講習会等のテーマ抽出</p> <p>(ひめいち企業組合) ◆企業組合の権利義務、運営等について学んだ。 ◆新製品の加工方法を習得した。</p> <p>(土佐佐賀くろしお工房) ◆新たな加工グループが発足し、加工販売事業の経営に関するアドバイスを受けるとともに、干物の加工方法を習得した。</p>	<p>◆経営感覚を持った加工販売事業の実施に向けての自覚が高まった。</p> <p>◆新商品の開発等を通じて、今後の活動の幅が広がった。</p> <p>◆幡東海域への小型機船底びき網漁業の導入に伴う影響の緩和が図られつつある。</p> <p>[参考:21年度] 5つの地域加工グループの合計の加工品販売額26百万円</p>	<p>◆他の地区のモデルとなる起業グループを複数育成</p> <p>◆儲けを実感し、経営的視点を持った(少なくとも2団体)が転換)取組に着手</p>
		<p>◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる</p>
<p>◆昨年度事務局設置商工会等へ改正要綱を持参・送付</p> <p>◆商工会等で共有会議事務局設置に向けた事前準備の検討</p> <p>◆商工会等に共有会議の設置の意向が無い高知市地域及び物部川地域においては、共有会議が設置されないこととなった。高幡地域においては、商工会議所に設置意思を確認中。</p> <p>◆上記以外の4地域においては、共有会議を開催。うち安芸地域、嶺北地域においてはテーマ別に分科会を設置し検討を進めることとし、仁淀川地域においては、地域内の町村ごとに地場産物を使ったカレーを試作することとなった。幡多地域においては、産業振興に関する情報共有を主体としながら地域資源を探していくこととなった。</p>	<p>[参考 H21年度]</p> <p>◆地域内の異業種の交流につながっている。 (生産者と商工業者が連携した、新たな地域アクションプランに追加するような取り組みには至っていない。)</p>	
<p>◆補助金の投入による財政的支援により、地域での商品の磨き上げに関する取組が進捗。</p>	<p>◆所得の向上、雇用の創出等、地域産業の底上げに寄与。</p>	
<p>◆依頼試験件数：1,800件</p> <p>◆試験設備使用件数：500件</p> <p>◆技術相談件数：1,600件</p> <p>◆センター見学&体験(1日開放)参加者数：59名</p> <p>◆いの町夏休み子供教室参加者数：16名</p> <p>◆開放試験設備利用研修参加者数：延べ20名</p> <p>◆企業支援のための研究会への参加者数：延べ25名</p> <p>◆研究外部資金獲得課題数：1課題</p> <p>◆客員研究員による指導人数：延べ10名</p>		

産業成長戦略(連携テーマ)		主な課題	インプット(投入) 〈講じた手立てが数量的に見える形で示すこと〉
戦略の柱	取組方針		
	施策		
	項目名および事業概要 (◆これからの対策)		
	<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(2/3)</p> <p>◆産学官連携による新商品の開発を支援(2/3)</p>		新商品開発、既存製品改良等のための支援29件、33テーマ
	<p>◆商品カテゴリー別のブランド化の推進を支援</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(3/3)</p> <p>◆産学官連携による新商品の開発を支援(3/3)</p>	<p>・産学官連携及び共同研究体制構築と研究推進における各種調整</p> <p>・企業の新商品開発と事業化支援</p> <p>・取水施設等の維持管理</p>	<p>・今年度研究課題の積極的実施</p> <p>・各種機関や研究者からの情報収集・協議</p> <p>・深層水アオノリの収穫量向上への技術支援継続</p> <p>・海浜植物の販路拡大への活動</p> <p>・取水管維持のための協議</p> <p>・新商品開発の提案等を数件行った</p> <p>・補助事業を企業に紹介して申請を行った</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(1/3)</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新系統のウイルスフリー化及び弱毒接種。</p> <p>○JA母樹園設置用の選抜系統穂木の供給。</p>	<p>○ウイルス干渉効果の検証と優良系統の絞り込みの実施。</p> <p>○エイジング個体からの苗木育成</p> <p>○トゲなし系統の早急な配布。</p> <p>○重イオンビーム照射個体からより優良なトゲなし個体の選抜。</p>	<p>○戸外で、通常管理により育成・干渉効果(SP等)調査</p> <p>○エイジング個体の伸長促進中</p> <p>○トゲなし弱毒接種樹の育成中(有望CTV2系統分:8個体)</p> <p>○重イオンビーム照射個体の一次選抜実施</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(2/3)</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。</p>	<p>○仕上げ茶原料である県内各産地の荒茶の特性を明らかにする。</p> <p>○茶の渋味・うま味について、成分含有量による指標化をはかる。</p> <p>○温度の安定した状態で最適な火入れができるよう、火入れ機の設定温度等を検討する。</p>	<p>・一般消費者を対象として火入れ度嗜好調査を実施。参加者13名(4/24)</p> <p>・大学共同研究推進会議を開催(5/14)</p> <p>・土佐茶試作茶候補のブレンド組み合わせを検討・決定した。</p> <p>・茶生産者、流通・行政関係者で平成22年度一番茶試飲会を実施した。</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(3/3)</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>・鶏種に応じた適切な温度を明らかにすることで、特産鶏の効率的な孵卵体制を確立し、ヒナ生産マニュアルの作成を支援する。</p> <p>②自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験</p> <p>・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、生産された牛肉については安全・安心な牛肉として、とくに健康志向の消費者層をターゲットに有利販売の実証を行う。</p>	<p>○試験計画の検証と検討</p> <p>・当初の期待される成果を上回るよう、昨年度の結果を踏まえて、場内で担当各課による、検討推進会議を開催</p> <p>・今後は、四半期ごとに開催することで、より実効性のある成果に向けて検証し必要に応じてさらなる試験設計等の充実を図る。</p>	<p>①</p> <p>○特産鶏孵卵試験の反復実施(4~9月)</p> <p>②</p> <p>○出荷試験牛(2回)の枝肉調査や食味調査を実施中</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)(1/3)</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>○ミョウガの低コスト・多収栽培技術</p> <p>○とげなしナス育成</p> <p>○ユリ切り下球冷蔵及び省エネ温度管理技術</p> <p>○耐低温性ナス系統の選抜</p> <p>○早期水稲の品種選定・栽培技術</p> <p>○包装・出荷方法の改良による品質保持技術</p>	<p>○ミョウガの管理温度や電照時間の改善による低コスト化の実証試験を行うとともに、ミョウガ所内プロジェクト会議を2回開催することで、ミョウガに関する情報の共有化を図った。</p> <p>○生産者団体と一体となって、ユリの新湯産切り下球の有効利用技術検討を行った。</p> <p>○とげなしナスの系統比較を現地実証試験として実施し、現地で検討会を開催した。</p> <p>○早期水稲の栽培実証試験と栽培講習会を行った。</p> <p>○現地と協力し野菜の品質保持試験を行った。</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とのマッチングの推進(2/3)</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)</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・シン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>普及に移せる技術の開発</p> <p>○天敵の利用技術(温存方法を含む)</p> <p>○環境(温度、湿度)制御による病害防除技術</p> <p>○青枯病等の複合抵抗性台木品種の育成</p> <p>○農業登録の促進</p>	<p>○アザミウマ、タバココナジラミ、コナカイガラムシ、チャノホコリダニ類を対象に天敵と選択性農薬を組み合わせた防除試験の実施(うち現地実証試験2ヶ所)</p> <p>○土着天敵温存ハウスの設置(所内)</p> <p>○黒枯病、さび病、葉こぶ症を対象とした温湿度制御試験の実施(うち現地実証試験5ヶ所)</p> <p>○青枯病、疫病、トバモウイルス抵抗性系統の組み合わせ交配および育成系統の複合抵抗性、生産力検定の実施(生産力検定23系統)</p> <p>○ハチマの農業登録促進のための作物残留試験の実施(殺菌剤3剤)</p>

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
	<p>【参考:21年度】 ・地域特産品を使った各種リキュールの商品化 ・ユズドレッシング等の商品化 ・従来の商品の改良 ・企業巡回や個別相談会による潜在ニーズの把握、食品関係企業との連携強化</p>	
<p>・新たな分野の共同研究が進展 ・海洋深層水アオノリの経営状況が21年度に黒字に転換するとともに、4月は過去最高の収穫あり ・スジアオノリを素材として、従来にはなかった商品の開発を地元企業等と共同で進めている</p>	<p>・新たな深層水商品が生まれる可能性が出てきた</p>	<p>・海洋深層水関係商品の販売額向上 ・室戸海洋深層水のブランド化 ・深層水の新たなブームを起こす</p>
<p>○本年の着果は少なく、発芽・開花が遅れ気味。 ○エイジング個体は第4回目の中間処理実施。 ○9月にCTV確認後、増殖予定 ○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>【参考:21年度】 ○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。 ○エイジング個体では総延長が7mを超える個体も得られた。 ○トゲなし系統ではウイルスフリー化・弱毒CTV接種個体得られた。</p>	<p>JA母樹園用の種木供給体制の確立。</p>
<p>・好まれる火入れ度の傾向が分かった。 ・試作茶の製作・試験販売の実施を決定した。 ・9月末から高知女子大学による試験販売が予定されている。 ・参加者が提供した一番茶を相互に飲み比べ、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>【参考:21年度】 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)に活用する。</p>	<p>○土佐茶統一ブランド商品の開発 ※H21目標 土佐茶の味等のコンセプトの設定 土佐茶統一ブランド茶の試作</p>
<p>① ○特産鶏孵卵試験の回復実施(12回予定) ② ○出荷試験牛の枝肉調査や食味調査アンケートを集計予定</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 ・セッターとハッチャーにおいて互いに異なる温湿度の設定が孵化率の向上に寄与していることが示唆された。 ②自給飼料による土佐和牛(肥)肥育実証試験 ・第1回と第2回の出荷を通じて、粗飼料の給与により脂肪の黄色化傾向がみられるが、一方、とくに食肉の風味に好影響を及ぼすことが示唆された。</p>	<p>① ・産業成長戦略の目標達成に向けた特産鶏の孵卵体制を確立するとともに、種鶏・孵卵センターに必要なヒナ生産マニュアルを作成を支援 ② ・産業成長戦略に基づいて、自家生産の牧草などを活用した低コストの肥育実証試験を行うとともに、スーパーバイザーや土佐和牛ブランド推進協議会と連携し、自給率を向上させた安全・安心な牛肉として、とくに健康志向の消費者層をターゲットに有利販売を実証</p>
<p>○ミヨウガでは夜間温度管理などにより現行と同等の品質・収量が得られた。 ○ユリの新潟産切り下球を利用した栽培技術の検討を昨年に引き続き外部資金を利用して実施している。新潟での掘り取りと品質評価は良好であった。 ○とげなしナス優良系統の一定の評価が得られた。 ○'南国そだち'は本年200haで栽培されている。</p>	<p>○得られた成果を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た。 ○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た。 ○県育成品種'土佐鷹'の普及が進み、昨年の園芸年度に比べやや増加した。 ○ユリの新潟産切り下球の有効利用について産地での期待が高まった。 ○雨よけ米ナスとして'なつのすけ'の普及が進んだ。 ○'南国そだち'は本年200haで栽培され、昨年に比べ作付面積が50ha増加した。</p>	<p>○ミヨウガの低コスト・多収栽培技術の確立と普及支援。 ○とげなしナス育成と品種登録。 ○'土佐鷹'の栽培面積91haに拡大する普及支援。 ○ユリ切り下球の利用体系の確立と普及。 ○雨よけ米ナス育成品種の普及支援。 ○'南国そだち'の栽培面積500haに拡大する普及支援。</p>
<p>○オオバ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殺虫活性が明らかとなった。 ○加温機を利用した湿度制御について現地試験を実施した結果、黒枯病はいずれも少発生に止まった。 ○病害複合抵抗性台木23系統のうち3系統を露地・雨よけ栽培用として選定し現地試験に供した。さらに、促成栽培用として5系統を選抜し内1系統を現地試験に供した。 ○ハナナラの白斑葉枯病防除薬剤としてアミスター20フロアブルがH22/7/7に、ストロビーフロアブルがH22/7/21にそれぞれ登録適用拡大された。</p>	<p>○得られた成果は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。また、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれ普及が図られている。 ○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されている。</p>	<p>○施設シントウ栽培における総合的病害虫管理技術の確立 ○雨よけピーマン類の土着天敵を活用した総合的病害虫管理技術の確立 ○ピーマン・シントウ葉こぶ症の防除技術の開発 ○葉面結露制御による施設栽培シントウの黒枯病防除技術の確立 ○ナス黒点根腐病の防除技術開発</p>

産業成長戦略(連携テーマ)		主な課題	インプット(投入) 〈講じた手立てが数量的に見える形で示すこと〉
戦略の柱	取組方針 施策		
	<p>項目名および事業概要 (◆これからの対策)</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(3/3)</p> <p>高知県特産果樹の高品質・安定生産技術の開発(果樹試験場)</p> <p>○土佐文旦の高品質果実生産技術の確立 ○小夏の種なし果実安定生産技術の確立。 ○新高ナンを加害するフタモンマダラメイガの防除技術の確立</p>	<p>○土佐文旦:台木、フィガロン、マルチによる糖度向上効果 ○小夏:軟X線適線量、花粉保存方法、受粉方法 ○新高ナン:フタモンマダラメイガの発生消長及び現地被害実態を明らかにする。</p>	<p>○土佐文旦:試験樹の条件(着果量等)の均一化にする管理は、ほぼ出来た。 ○小夏:試験処理は予定どおり実施。 ○新高ナン:トラップの設置・防除試験の実施</p>
	<p>◆HACCPや森林認証制度などの導入を支援(1/2)</p> <p>事業概要 地産地消・外商課等からの情報を基に衛生管理能力の向上を目指す施設をピックアップし、高度衛生管理手法及び認証制度の取得を目指した指導・助言を実施する。このことによりHACCP手法を取り入れた自主衛生管理手法の浸透を図り、県内食品関連施設の衛生管理能力の向上を目指す。また、工業技術センター食品開発課が主催する品質管理講習会において、HACCP関連の講義を行い、能力向上意欲のある企業の掘り起こしとHACCP手法の啓発をおこなう。</p>	<p>◆食品関連施設における衛生管理能力の低さ ◆食品関連事業者の食品衛生に対する認識不足 ◆他部署(工業技術センター等)との連携強化 ◆HACCPシステムによる衛生管理手法のPR不足</p>	<p>◆地産地消外商課等の関連課・組織との事業説明・打合せ 多数回 ◆認証取得希望施設等への助言・指導 のべ53施設 ◆HACCP手法関連研修会 7回</p>
	<p>◆HACCPや森林認証制度などの導入を支援(2/2)</p> <p>「れいほくスケルトン」のようなブランド戦略を構築し、顔の見える取引を支援 観光や地域の産業と連携し、産地見学会を都市との交流に発展させるための受け皿体制への支援 森林認証取得への支援とPR</p> <p>【事業概要】 木材需要全体が縮小する中、競争は激化している。まとまりのない一般材では商品として魅力がなくなり販路はますます狭まっていく。そのため、各地域において、商品力を高める独自の取組みを行い、販路を開拓する。 地域材のブランド化へ向けたモデルハウスの建築と効果的な広報活動の展開。</p>	<p>◆地域ごとに温度差があり、また各地域においても市町村ごとに温度差がある ◆地域を牽引するリーダーがいない ◆地域の中核として想定する事業体の経営基盤の悪化(仁淀川地域)</p>	<p>◆土佐の木の住まい普及推進事業 事業PR、アンケート実施 ◆産地見学会 7回 ◆トレーサビリティ ワーキングの開催 4回</p>

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>○土佐文旦:順調に生育中。 ○小夏:順調に生育中。 ○新高ナシ:トラップに入らないため、発生消長が不明である。</p>	<p>【参考:21年度】 ○土佐文旦:フィガロン+マルチ併用で糖度が1.0程度向上した。 ○小夏:軟x線照射線量は着果率・種の状況からは500Gy以下で良いと考えられた。受粉用樹種では土佐文旦、西内小夏等が良いと考えられた。液体受粉では250倍で既存技術のGA散布と同等の着果が得られた。 ○新高ナシ:22年度からの新規課題のため、21年度の成果は無し。</p>	<p>○土佐文旦の種なし果実安定生産(2L以上の果実割合90%、収量3t) ○施設小夏の種なし果実安定生産(S~M級果実7割、収量3t) ○土佐文旦の高品質果実生産(糖度12以上) ○新高梨汚れ果症の軽減(発生果率5%以下)</p>
<p>◆ゆず振興協議会と連携することにより、認証制度(ゆず搾汁業)を高知県の基準とすることができ、ブランド化を加速することができた。 ◆食品関連施設等に対し、高度衛生管理から認証制度に繋がる衛生管理方法のステップアップについて周知がはかれた。 ◆高知市内の認証制度取得を希望する2施設に対して直接指導することにより、うち1施設の新規申請の目途が立った。 ◆HACCP手法による衛生管理の重要性について食品関係者等(8月19日現在:のべ214名)に対し周知ができ、着実に浸透が図れている。</p>	<p>◆認証制度を共通基準として設定することにより搾汁施設を持つJA間(8施設)において衛生管理向上に対する競争意識が生まれつつある。 ◆HACCP手法を取り入れた施設衛生管理の必要性が徐々に広がり、HACCP対応施設とすべく、新設・改修時に合わせた問い合わせが増加しつつある。このことにより指導も容易となり、また、施設側も手戻り施行が防げ、費用の軽減につながっている。</p>	
	<p>セミナーや、卸別販売の拠点設置(関東)などにより、体制整備が整ってきており、県外販売促進の可能性が広がってきている。</p>	<p>地域のブランドづくりが始まりPRが強化され、地産外販に積極的に取り組んでいる。</p>

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
3 県産品の販路の拡大を支援 <p>◆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</p> <p>◆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)(1/6)</p> <p>★消費流通構造の変化に対応でき消費地に評価されるよう生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築</p> <p>○流通関係者(卸、仲卸、量販店等)と信頼できるパートナーシップの構築。協力量販店との関係強化(関東2社、関西各2社)</p> <p>○パートナーシップ量販店の消費者について、高知県の取組(環境保全型農業の取組等)認知度を毎年5%アップさせる。(20年度対比で10%アップ)</p> <p>○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15%アップさせる。(対20年度対比)</p> <p>◆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)(2/6)</p> <p>★消費流通構造の変化に対応でき消費地に評価されるよう生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築</p> <p>○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取り組む</p> <p>◆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)(3/6)</p> <p>特産野菜等コラボレーション事業</p> <p>○地域野菜の販売拡大や生産拡大につなげるため、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を展開する。</p> <p>卸と連携したパートナーの選定を行い、飲食店等での地域メニューフェア等開催による販路開拓・販売拡大・継続取引へつなげる。</p> <p>○本年度は、3地区で地域フェアを開催する。</p> <p>◆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)(4/6)</p> <p>土佐文旦: 文旦協議会を中心に、各産地の現状や課題を共有すると共に、県域での共通課題を探り、全国展開に向けた規格統一やロット確保、効果的な消費宣伝等について協議実践する。なお、地域段階では、土佐市、宿毛市の2大産地を中心とした協議会(轄多・中央地区)により具体的な取組に繋げる。</p> <p>新高梨: 各出荷組合を主体にJAや県関係機関等と連携し、厳しい現状を踏まえて、首都圏への高級ブランド果実販売や海外への輸出による販路開拓など新たな販売戦略を構築するとともに、産地のまとまりづくりを強化する。</p> <p>ユズ: ゆず振興対策協議会と連携を図り、ユズ酢の活用PRなどをとおして消費拡大を支援する。</p>	<p>万全のコンディションでオープンを迎えるよう準備を入念に行うこと。</p> <p>○環境保全型農業など、高知県の優れた取り組みが評価され、有利販売に向けた流通販売体制の強化</p> <p>・量販店とのパートナーシップの構築 (継続した販売促進活動の展開)</p> <p>・消費者に産地の取り組みを伝えるPRの展開</p> <p>○既存規格品の業務加工仕向け取引のニーズ対応強化</p> <p>○規格外品の加工仕向け出荷の仕組みづくりと販路開拓</p> <p>業務需要取引の現状把握・ニーズ調査・課題を明確化にし、実需者のニーズに対応できるよう県と園芸連で産地調整を行いながら新たな販路を開拓する。</p> <p>また、価格のみでなく、消費地でのPRや、安定した取引など、産地にとって波及効果が望める業務需要の掘り起こしを行う。</p> <p>○事業主体と県外事務所との連携・パートナーの選定と詳細なスケジュール調整</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</p> <p>○評価及び量販店等との継続取り引きに向けた提案</p> <p>土佐文旦: 県域で文旦のあり方を検討する場がなかったため、これまで個別販売が主体であったが、これからは情報を共有し、高知県の土佐文旦として売る体制づくりが必要である。</p> <p>新高梨: 県内市場への安価な県外物の流入による競合や、贈答需要の低迷などで、販売単価が低迷、農家所得が減少している厳しい現状を踏まえて、首都圏への高級ブランド果実販売や海外への輸出及び、アンテナショップの活用による新たな販路戦略の構築と実践を図る。</p> <p>ユズ: 近年、ユズの新改植が進み、ユズ酢の生産増加が見込まれ、需用と供給バランスが崩れることが懸念される。そこで、県域でユズ果汁の需給バランスに応じた対策がうてるしくみ作りを行う。</p>	<p>来客により良い印象を与えるために外装及び飲食店舗の設計を再検討した。</p> <p>紫舟氏に看板に掲げる題字の作成を依頼した。</p> <p>新聞広告並びに近隣商業施設とのタイアップ等によるプロモーションを行った。</p> <p>8月21日10:00オープン</p> <p>○新需要開拓マーケティング協議会総会開催(5/21)</p> <p>○各社との協議(東京青果、東急ストア、セイミヤ、中青、関西スーパー、森田商店、東果、おおさかバルコブ、カネイ)</p> <p>○東急ストアでのフェア開催(4~6月:12回、7~8月:8回)</p> <p>○セイミヤでのフェア開催(4~6月:3回、7~8月:1回)</p> <p>○関西スーパーでのフェア開催(4~6月:1回、7~8月:1回)</p> <p>○環境保全型農業の取組理解のための産地招へい(おおさかバルコブ、セイミヤ)</p> <p>○関西スーパー担当者への出前授業実施(1回)</p> <p>○東急ストア、東京青果との検討会(8/5)</p> <p>①業務加工用青果物の販路拡大</p> <p>○新需要開拓マーケティング協議会開催(5/21)</p> <p>○企業への商材提案(15社+1団体)</p> <p>②県内加工の推進</p> <p>○加工部会開催</p> <p>○農業振興センターを通じての県内JAの加工動向調査実施</p> <p>○市町村担当者での説明、呼び掛け</p> <p>○取組組織(2団体)との随時の協議・調整</p> <p>○新規取組候補地区への取組紹介と協議(1地区・1団体)</p> <p>文旦: ○土佐文旦振興対策協議会運営委員会の開催 1回 ○土佐文旦振興対策協議会 地区座談会の実施 3ヶ所 ○文旦の加工用(むき身)に関する勉強会 3回 ○第2回土佐文旦振興対策協議会総会(9月下旬予定)</p> <p>ユズ: ○ゆず振興対策協議会加工部会設立準備会 1回 ○ゆず振興対策協議会総会 1回 ○FHA2010(シンガポール食品見本市)参加(4/17~24) ○シンガポール伊勢丹四国フェアによる販促活動(7/24~8/1) ○輸出に関する活動支援(3回) ○ゆず振興対策協議会加工部会及び準備会(2回) ○ゆず振興対策協議会 ユズ果汁消費拡大宣伝イベント(3回)</p> <p>試食や協議会で作成したパンフレットやユズ果汁入りスティックの配布を行い、7月からは青玉の配布も始め、青果の消費宣伝も協議会で開始。</p> <p>・東海岸のうまいもん市(5/5)</p> <p>・ごめんなはり線記念イベント(7/4)</p> <p>・スーパーよさこい「原宿表参道元氣祭じま市」(8/28,29)</p> <p>○ユズ搾汁施設に関する高知県版HACCP説明会(7/20)</p> <p>梨: ○針木梨組合活動支援 3回</p>

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>設計変更に伴い、内外装工事完了が1か月程度延期。 設計変更により、来客者の店舗内動線等が改善された。</p> <p>オープン(8月21日(土)) 8/21 物販 1F 来客 5,842人 レジ通過1,532人 売上 2,084,185円 B1F 来客 4,194人 レジ通過 610人 売上 629,753円 飲食 来客 246人 売上 616,962円 8/22 物販 1F 来客 4,962人 レジ通過1,365人 売上 1,614,087円 B1F 来客 3,008人 レジ通過 467人 売上 455,287円 飲食 来客 233人 売上 526,069円</p>		<p>◆首都圏をはじめとする県外への情報発信を強化し、高知県を丸ごと売り出すことで、県産品の販売が拡大されている。 ・多様な販路を確保</p>
<p>○今後のフェア展開等について取組の合意ができた。(各社) ○高知野菜を紹介する常設コーナー設置(東急ストア大森店 4/10~) ○東急ストアの基幹3店舗では、「土佐鷹」指定の販売展開 ○おおさかバルコブのカタログ販売で、エコシステムを紹介する販売展開について合意 ○量販店担当者の産地招へいにより、環境保全型農業の取組や供給体制など、高知県の良さが理解された。 ○関西地区での展開が遅れ気味であったが、関係者との協議により戦略の共有化が図られ始めた。 ○東急ストア、東京青果と21年度の課題抽出及び22年度計画について協議。計画的な展開を進めることで合意。 ○セイマヤ、東京青果と21年度の課題抽出及び22年度計画について協議。計画的な展開を進めることで合意。(予定) ○関西スーパー、中青(卸)と21年度の課題抽出及び22年度計画について協議。計画的な展開を進めることで合意。(予定) ○おおさかバルコブ、東果(卸)と21年度の課題抽出及び22年度計画について協議。計画的な展開を進めることで合意。(予定)</p>	<p>【参考:21年度】 ○青果販売担当者との取り組み合意 セイマヤは社長と担当部長、東急ストアは青果販売責任者の産地訪問が得られ、産地の取り組みについて理解され、人脈もできた。 今後の販売戦略の展開など、スムーズな進め方が期待できる。 ○関東A社:基幹3店舗の売り上げ、前年対比122%(1月フェア実績) ○関西B社:高知なすの販売、前年対比280%(11~12月)</p>	<p>○パートナーシップ量販店の消費者について、高知県の取組(環境保全型農業の取組等)認知度を15%アップさせる。(現状は認知されていない) ○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。 (目標数値は20年度比)</p>
<p>①業務加工用青果物の販路拡大 ○高知野菜のメニュー化(新規5社)大森東急H、NHKカフェ、天狗、アントニオ、樽山荘) ○量販店とのパートナーシップ強化を展開している量販店との関係づくりにより、グループ内(ホテル)でのメニューフェアにつながった ○業務加工需要開拓に向けて、東京青果開発2部と協力して展開することを合意した。 ○飲食店に納めている仲卸との信頼関係ができ、仲卸と取引あるそれぞれの顧客への展開につながっている ○ホテルレストランが作った「ハスイモのピクルス」について、産地商品化へのアドバイスを得た</p> <p>②県内加工の推進 ○県域での加工に向けた検討を進めることについて関係機関と合意 ○部会で検討対象とする品目の決定(9月)</p>	<p>【参考:21年度】 ①業務加工用青果物の販路拡大 ○業務加工需要への取組の成果が見られ始めた。 ○野菜ソムリエとの関係づくりができて、野菜ソムリエの知識や人脈を活かした販路開拓ができるようになった。 ○国産野菜の生産・利用拡大優良事業者として、農林水産省生産局長賞を高知園芸連・横浜丸中青果・秋本食品グループが受賞</p> <p>②県内加工の推進</p>	<p>業務加工需要の顧客開拓数(21年度:5件、22年度:10件、23年度:10件 計25件)</p>
<p>○詳細計画の策定(室戸、嶺北) ○嶺北地域農林業振興連絡協議会 ・コープ香川に「れいほく野菜」の常設棚が設置された ・コープ香川でコラボの一環としての出前授業実施 高松市立花園小学校:3年生44名 ・コープ香川うたづ店での消費者を対象とした学習会、同栗林店での米なす、カラーピーマン、ミニトマト等による「夏の八祭(はちまつり)」及び「親子料理教室」の開催</p>		<p>対象とした地域野菜等の販売額アップ 23年度目標:対20年度販売額の10%増 パートナー量販店との継続取り引き</p>
<p>文旦: ○ぶんたん祭りの成果や今後の活動について県全体で共有できた。 ○協議会活動を円滑に行うため、協議会事務局をJAの職員が担う事となった。 ユズ: ○ゆず協は新たな体制で「ユズ需要拡大緊急対策事業」を活用し、PR活動を中心に消費の拡大につなげることにした。 ○ゆず協の販促資材ができ、各JAやイベント等で配布による宣伝活動を開始。 ○「東海岸のうまいもん市」から、協議会での消費宣伝活動が始まり、協議会全体での消費宣伝活動の必要性も理解され定着しはじめていた。 ○次年度以降の協議会の活動について検討が行われ始めた。 梨: ○生産組合が園芸連出荷の拡大を決定した。 ○アンテナショップでの販売について準備が進む。</p>		<p>園芸連の県外販売量 ・土佐文旦:2,500t ・ユズ酢:200t(適正在庫) ・新高梨:60t</p>

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インput(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
<p>◆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)(5/6)</p> <p>★消費流通構造の変化に対応でき消費地に評価されるよう生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築</p> <p>生産から流通・販売までの一元的な支援体制を構築し、農業団体等と生産流通販売戦略を展開し、農家の所得向上につなげる。</p> <p>○花きモニタリング調査の実施: 関東・関西を中心に8市場で主要3品目を中心に産地ごとのモニタリング調査を実施する。</p> <p>○H21の調査結果をもとに、産地交流事業を行い、消費地でのモニタリング調査を実施する。</p>	<p>各産地が実態に応じてマーケットインのものづくりを目指し、農業団体・県・消費地市場の連携のもと、アンケートを作成し産地が直接業務筋をターゲットに、消費地のニーズ調査やPRを行う、その後: 関係づくりや、産地ごとの生産販売体制の強化を行う。</p>	<p>・花き流通対策委員会の開催(5/19)</p> <p>・H21アンケート結果を基にして産地と調整を行った。</p> <p>・H22モニタリング調査を、商協議会との打合せにおいて、昨年の各単協による調査から、県域での調査内容にし、高知県フェアとして関東・関西各主要4市場において同時開催し、更なる情報収集を図る。</p>
<p>◆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)(6/6)</p> <p>・東京、大阪など大消費地の方で、消費者への情報発信力のある方々を高知野菜のサポーターとして登録し、環境保全型農業のトップランナーを目指して取り組みを強化している県産園芸品のイメージアップと販路拡大を目指す。</p>	<p>・高知に魅力を感じていただき、協力を惜しまない人材確保と関係づくり及び効果的な活用</p>	<p>・日本野菜ソムリエ協会と自治体パートナー登録(3/30)</p> <p>・日本野菜ソムリエ協会、高知県産業振興スーパーバイザーと取り組みの方向性を共有し、大筋で合意を形成した。</p> <p>・高知野菜サポーターへ広報誌等を提供し、本県の取り組みについて定期的な情報共有を行った。</p> <p>・高知野菜サポーターによる高知野菜をテーマにした講座の開催</p> <p>・高知野菜サポーターによるブログを通じた情報発信</p>
<p>◆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)</p>	<p>・産地買受人の交流会への参加促進</p> <p>・消費地市場関係者との事業実施の同意形成</p> <p>・消費地市場からの商談等の個別案件への支援体制</p> <p>・首都圏アンテナショップの活用(消費地での懇談会の開催)</p>	<p>・参加意向調査の実施</p> <p>・名古屋、大阪消費地市場関係者事業説明訪問</p> <p>・消費地市場からの案件への支援等の実施</p> <p>・関東消費地市場関係者への事業説明訪問</p> <p>・関西消費地市場関係者への事業内容説明訪問</p> <p>・関西市場との交流会参加意向調査訪問(産地買受人)</p>
<p>◆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)</p> <p>・地産外商社社の行う商談会・高知フェア</p> <p>・見本市展示商談会出展事業</p> <p>・磨き上げセミナーの開催</p>	<p>・商品の磨き上げ</p> <p>・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</p>	<p>・展示商談会件数 2件</p> <p>・高知フェア件数 56件</p>
<p>[項目名]</p> <p>◆★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の高知ファン(とさぼり)としての定着・県産品愛用者の増加</p> <p>○県外における高知ファンクラブの組織化、県産品の情報提供(県人会、著名人、県産品愛用者)</p> <p>[事業概要]</p> <p>○県外の県人会メンバー等への県産品広報紙の送付、首都圏アンテナショップや県外事務所など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や高知フェアの開催による高知のサポーターづくり(広報紙で事前に案内)</p>	<p>◆首都圏の既存のアンテナショップの情報発信力や県産品の売り込み機能が十分でない</p>	<p>ちやお高知9月号発行2万部</p> <p>県外在住者 約5千部</p> <p>県外施設 約6千部</p> <p>県内施設 約9千部</p>

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>																
<p>・花き普及員(産地)とのアンケート結果を基にした課題を共有できた。</p>	<p>【参考:21年度】 ある産地では、市場ニーズに対応した生産をする必要性が強く意識され始めた。</p>	<p>H21:各産地アンケート作成(現状課題共有化)花き生産販売のための仕組みの構築(モニタリング調査による情報収集)(各産地各品目レベル)</p>																
<p>・産業振興スーパーバイザーの委嘱や高知野菜サポーターを登録し、PRいただく体制、仕組みができたとともに、それぞれの活動での情報発信が始まった。</p>		<p>・関東関西圏における県産園芸品の認知度 ランクアップ 関東7位→5位、関西3位→1位</p>																
<p>(大阪) ・大阪市場関係者(卸売会社 2社)から消費地市場での交流会開催の合意が得られた ・産地買受人による消費地市場視察勉強の実施(仲卸業者が視察協力)。 ・関西消費地市場関係者から事業内容の同意が得られた ・関西市場との交流会参加意向調査訪問(産地買受人) 6社の参加が確定(名古屋) ・名古屋市場卸売業者(3社)仲卸業者(6社)が交流会へ参加 ・産地市場関係者 15社(20名)が交流会へ参加 ・名古屋市場における県産魚のニーズや評価を把握し県内の流通業者にフィードバックした。</p>	<p>・<u>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が進みつつある。</u></p> <p>【参考: H21年度】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>市場名</th> <th>鮮魚取扱金額</th> <th>高知の取扱金額</th> <th>高知の割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>大阪</td> <td>44,329百万円</td> <td>1,632百万円</td> <td>3.7%</td> </tr> <tr> <td>名古屋</td> <td>50,738百万円</td> <td>858百万円</td> <td>1.7%</td> </tr> <tr> <td>築地</td> <td>142,903百万円</td> <td>1,231百万円</td> <td>0.9%</td> </tr> </tbody> </table> <p>*取扱量は暦年</p>	市場名	鮮魚取扱金額	高知の取扱金額	高知の割合	大阪	44,329百万円	1,632百万円	3.7%	名古屋	50,738百万円	858百万円	1.7%	築地	142,903百万円	1,231百万円	0.9%	<p>◆県内水産加工業者、流通業者の外販機会の増加と販売額の増加</p>
市場名	鮮魚取扱金額	高知の取扱金額	高知の割合															
大阪	44,329百万円	1,632百万円	3.7%															
名古屋	50,738百万円	858百万円	1.7%															
築地	142,903百万円	1,231百万円	0.9%															
<p>(関東) ・展示商談会出展者数 15社 ・食材を活用したホテル、料理店での高知フェア開催数 26回 ・物産展、フェア等の開催数 30回</p>																		
<p>県外への配布及び県内への観光客等への県産品のPR(9月号はアンテナショップ「まるごと高知」を中心に掲載)実施</p>																		

産業成長戦略(連携テーマ)		主な課題	インプット(投入) 〈講じた手立てが数量的に見える形で示すこと〉
戦略の柱	項目名および事業概要 (◆これからの対策)		
取組方針			
施策			
	<p>◆贈答品(歳暮・中元・ギフト等)に関する県産品愛用運動の展開</p> <p>・県産品の販売拡大を目的として県産品愛用を推進するため、県職員に対し贈答品(中元・歳暮・ギフト等)の情報提供を行う。</p> <p>・コンビニエンスストア事業(包括業務締結)との商品の協働開発を行うとともに、商品の共同購入を行い県産品の販売拡大を図る。</p>	<p>・贈答品に関する情報収集</p> <p>・情報の更新頻度とリピーターづくり</p>	<p>コンビニエンスストア(包括業務締結)(ローソン、ファミリーマート、サークルKサンクス)との商品情報交換実施。</p>
	<p>◆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</p> <p>貿易促進コーディネータや海外事務所が貿易相手先とのマッチングを考慮し、県内企業のニーズなどを把握しながら、きめ細やかな海外展開が図れるように取り組む。また、県内企業との間で、食品、農林水産物などの勉強会を開催して、海外展開への動機付けや企業力の向上を図るとともに、輸出商社による国内商談会や海外事務所管内での海外商談会を開催し、海外展開の活動を強化する取り組みを進める。</p>	<p>・輸出可能商品の発掘及び企画、開発支援</p> <p>・海外からの輸入ビジネスの支援</p> <p>・海外事務所との連携強化</p> <p>・新たな輸出ルートの開拓、パートナーの確保</p> <p>・市場調査の強化</p>	<p>・海外販路開拓のセミナー開催 複数回</p> <p>・国内商談会の開催2回</p> <p>・海外商談会の開催1回</p> <p>・海外における展示会・見本市への出展2回</p> <p>・海外におけるフェアの開催2回</p>
	<p>◆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)</p> <p>流通販売機能の強化 ネット市場への出店支援 インターネットを活用した県産品の販売への支援</p> <p>県内商工業者に対し、eコマース運営者等と協力してセミナーを開催することによって、最新のeコマースに関する知識の普及を促し、県内商工業者が県外市場への販路開拓のツールとして、eコマースを活用できるようにする。</p>	<p>・eコマースに関する最新の情報・知識が得られ、初心者にもわかりやすい内容とする。</p> <p>・セミナー開催の周知を図り、より多くの参加者を集める。</p> <p>・セミナー参加者のその後の動向等を把握するなどして、事業成果を確認、検証する。</p>	<p>セミナー開催1回</p>
	<p>◆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)</p> <p>◆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)</p>	<p>・更新感を如何に高め、他の情報発信のページ(「高知丸ごとネット」「ちやお高知」「土佐・龍馬であい博」など)にも誘導して、より旬の情報を読者に提供していくか。</p> <p>・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>	<p>知事挨拶更新 5回(看板を夏バージョンに変更)</p> <p>本文更新 3回</p>
	<p>項目名</p> <p>◆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)</p> <p>◆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)</p> <p>事業概要</p> <p>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、観光客や移住者の誘客の拡大を目指す。</p>	<p>◆アクセス数の増加とそのための魅力的なコンテンツづくりが必要</p> <p>◆eコマースに取組む県内事業者の増加とそれに対する支援が必要</p>	<p>プロポーザルにより昨年と異なる事業者に保守管理を委託することになった。</p> <p>ページを検索エンジンに最適化した。</p>
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>・県内の団体等は、知的財産を活用する意欲はあるが、専門知識の不足などにより、具体的な活動に至っていないケースが多い。</p> <p>・知財の専門家への敷居が高く、相談に至っていないケースも多い。</p> <p>・市町村の知財の取り組みに温度差がある。</p>	<p>○公募内容、方法を検討・決定した。</p> <p>○知財サロン幹事会の場で効果的な周知方法に関する意見交換を行った。</p> <p>○事業の活用が見込まれるJAや漁協などを訪問し、知的財産セミナーの開催とあわせて事業の案内を行った。</p> <p>○事業に対する関心をもってもらうため、知的財産セミナーとあわせて個別相談会を開催した(1回、3団体が相談)</p>
	<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</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>・地産外商公社の行う商談会・高知フェア</p> <p>・見本市展示商談会出展事業</p> <p>・磨き上げセミナーの開催</p>	<p>・商品の磨き上げ</p> <p>・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</p>	<p>・展示商談会件数 2件</p> <p>・高知フェア件数 56件</p>

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>県産品を使用した新商品開発し、中四国を対象に販売 ローソン1商品 ファミリーマート6商品(9月予定)</p>	<p>県産品の消費拡大 (四万十鶏、ゆず、生姜、黒砂糖等)</p>	<p>◆首都圏をはじめとする県外への情報発信を強化し、高知県を丸ごと売り出すことで、県産品の販売が拡大されている ・多様な販路を確保</p>
<p>・4月香港オリエンテーション ・7月に国内商談会(商社6社に県内企業27社、延べ81回の商談) ・4月にシンガポール食品見本市(FHA)4社出展 ・7月に伊勢丹シンガポール四国フェア開催7社出展</p>		<p>◆首都圏をはじめとする県外(海外)への情報発信を強化し、高知県を丸ごと売り出すことで、県産品の販売が拡大されている ・多様な販路を確保</p>
<p>参加者39名</p>		
<p>ドリガルブログへの訪問者数 累積19,574人(8/4現在) (H21 1-四半期 2,000人 →2-四半期 2,662人 →3-四半期 3,098人 →4-四半期 3,644人 →H22 1-四半期 5,059人 →2-四半期 3,111人)</p>		<p>◆首都圏をはじめとする県外への情報発信を強化し、高知県を丸ごと売り出すことで、県産品の販売が拡大されている。 ・多様な販路を確保。</p>
<p>「高知県」等で検索した結果では従来より上位に表示されるようになった。</p>		<p>・ページビュー数 30万PV/月 ・メルマガ会員数:2000名</p>
<p>○専門家派遣を希望する団体から3件の応募があった。</p>		<p>◆団体等の販売力が強化されている。 ・県外へ打って出ることのできる団体等の育成</p>
<p>・展示商談会出展者数 15社 ・食材を活用したホテル、料理店での高知フェア開催数 26回 ・物産展、フェア等の開催数 30回</p>		

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
地産地消・地産外商戦略 (4) 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		
◆関西PR戦略会議(仮称)を設置し、関西常設のアンテナショップや関西圏のPR展開にあたっての検討を行う	関西地区地産外商戦略推進事業委託業務受託者(公募)との業務調整。 戦略商品の選択からPRまでのトータルな地産外商の事業展開の整理	
(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	県人会等の各団体との関係を維持し、県内の情報提供と地産外商PRの徹底 関西経済会、県内進出企業との関係維持、強化	同窓会への参加 8回(資料配付のみ3回) 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。
(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	・関西ワンランクアップ戦略の効果的な推進のため、戦略の中での位置付けの整理。 ・効果的な事業展開とするための商談会等の選択	展示・商談等視察 4回 企業への商談会案内 2回 商談会への出展 2回
◆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	イベントの選択 イベント参加時の物販事業者との調整	・火曜よさこい市(各週)、土佐の木曜市を大阪事務所内で開催することで支援。また、関西で開催される高知県をPRできるイベントも出展する。 ・高知フェア等での県産品物販を県内事業者へ紹介
◆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	関西ワンランクアップ戦略での位置付けの整理 地産外商関西戦略会議との調整	ホテル等への訪問 35回
(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		住宅現地見学会への支援 3回 工務店・設計事務所への訪問 10件
(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、高知県内の第1次産業との連携可能な企業の誘致活動を行う		食品加工会社への訪問 新規2件 引き続き新規企業の掘り起こしと訪問を継続し、関係構築を図る。

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
		<p>関西における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路が拡大されている</p>
<p>ふるさと会・同窓会参加者が「土佐の木曜日」に事務所に訪問。 高知応援団(関西)88名登録(7月まで)</p>		<p>関西における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路が拡大されている</p>
<p>商談会への県内事業者の出席 「天下の台所」 7企業 「高知の食材商談会」 5企業</p>	<p>「天下の台所」(5月)の結果(8月10日現在) 商談成立2企業 商談中1企業 「高知の食財商談会」 商談成立企業1企業</p>	<p>◆関西における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路が拡大されている</p>
<p>木曜日 来所者数平均196人 売上 平均173,618円 火曜日 来所者数平均105人 売上 平均69,436円 大阪事務所を通じたイベントでの物販件数 8件(7月末時点) 合わせて、来客者に観光情報の提供を行った。</p>	<p>市での売上げにより、直販店(とさ千里、産直やよさこい)の支援となっている。</p>	<p>◆関西における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路が拡大されている</p>
<p>高知フェア等 21回(7月末時点)</p>		<p>◆関西における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路が拡大されている</p>
		<p>◆関西における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路が拡大されている。</p>
		<p>◆関西における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路が拡大されている</p>

産業成長戦略(連携テーマ)		主な課題	インプット(投入) 〈講じた手立てが数量的に見える形で示すこと〉
戦略の柱	項目名および事業概要 (◆これからの対策)		
取組方針			
施策			
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			
◆龍馬伝、土佐・龍馬であい博をきっかけとした積極的なPRを実施 (事業概要) 龍馬伝の放送により全国的に高知が注目を集める中、その注目度を十分に活用したイベントへの参加、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。	昨年度から様々な機会を活用して龍馬博の告知を行っているが、関西地域における龍馬博の認知度は十分とはいえない。	旅行会社等への訪問 48件 NEXCO西日本SH訪問 4回 メールマガジンでの情報発信12回(再掲)	
(1) マスメディアを使った情報発信			
◆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(1/2) (事業概要) 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。	雑誌・新聞・フリーペーパーなどのネットワークは一定出来ており、それらを活用して効果的な情報発信は行えているが、最も大きな効果が期待されるTV局等との関係が極度に薄い。(TV関係広告予算が皆無なことが主要因)	各種マスメディアへの情報発信 12回 各種マスメディアからの情報収集10件	
◆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(2/2) (事業概要) 波及効果の大きな紙面媒体の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。	雑誌等の編集担当者は多忙であるが、その中での高知へのモニターツアー参加の動機付け日常的に良好な人間関係の構築	4/19-20 まっふるマガジン編集担当者モニターツアー実施 5/8-9 日刊スポーツ編集担当者モニターツアー実施 5/12-13 サンケイくらしの百科編集担当者モニターツアー実施	
(2) 観光展やイベントなどでの情報発信			
◆立地の良い大阪事務所で開催するイベント、事務所高知情報を発信する。 「龍馬伝」をきっかけに、龍馬をテーマに他県との合同・連携PRを実施し、話題性・注目度を高める。 (事業概要) 大阪事務所で開催するイベントとともに、「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を図り、話題性・注目度を高める。	集客力のあるイベントの実施及び告知手段の検討	毎週木曜日に事務所フロアで木曜市を、毎週火曜日に火曜市を開催する際に来客者にパンフレットの配布などの観光PR。 各種イベントとの依頼、調整など 21件	
(3) 関西ネットワーク			
◆関西ネットワークの構築(観光分野) (事業概要) 関西地区の各県人会、市町村単位のふるさと会、高校、大学の同窓会、高知ファンなどで「高知県応援団(関西)」を組織し、相互に情報伝達が可能なネットワーク体制を構築する。	関西地区の9県人会が会員の高齢化などにより組織活動力が弱くなりつつある。 今までに関係の薄かったふるさと会や同窓会の結果手法と今後の関係の強化。	各県人会総会への参加等 8回 メルマガ発信12回(再掲)	
(4) 誘致活動の実施			
◆中小旅行社への情報提供活動を強化するとともに、関西の旅行者のニーズと、高知県の売りマッチングさせながら旅行商品の造成につなげていく 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。	大手旅行社には、旅行商品説明会や日常的な訪問活動の中で一定の情報提供が行えているが、中小旅行社に対しては、十分な情報提供には限界がある。旅行社への「ポスト龍馬博」情報について、提供できる情報がない。	訪問実績 48件(再掲)	

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>観光展・イベント出展実績 21件 NEXCO西日本フリーペーパーへの広告掲載2回 NEXCO西日本SAでのポスター・パンフレット掲出4-9月 関西ファミリーウォーカーへの特集記事掲載1回 パブリシティへの情報掲載実績22件</p>		<p>関西圏の人々に、高知県の豊かな自然、温暖な気候、歴史や文化、恵まれた食文化を知っていただくことにより、高知県が関西発の人気の観光地となっていること。</p>
<p>パブリシティへの掲載実績 22件(再掲) 関西ファミリーウォーカーへの特集記事掲載1回 ラジオ番組での情報発信 2回</p>		<p>関西圏の人々に、高知県の豊かな自然、温暖な気候、歴史や文化、恵まれた食文化を知っていただくことにより、高知県が関西発の人気の観光地となっていること。</p>
<p>・マップルマガジン「京阪神・名古屋発 家族でおでかけ夏休み号」2010年版へ4ページ掲載(6/15発行予定、8万部、580円) ・日刊スポーツ(関西版46万部発行)H220521付け、特集「龍馬をめぐる女たち」として高知市内のゆかりの地等を1ページ掲載 ・サンケイくらしの百科(76万部、6/24発行予定)の旅ルポコーナーへ2ページ掲載</p>		<p>関西圏の人々に、高知県の豊かな自然、温暖な気候、歴史や文化、恵まれた食文化を知っていただくことにより、高知県が関西発の人気の観光地となっていること。</p>
<p>木曜市、火曜市での来客者への観光PR展開中 各種イベントでの観光PR実施 21件(再掲)</p>		<p>関西圏の人々に、高知県の豊かな自然、温暖な気候、歴史や文化、恵まれた食文化を知っていただくことにより、高知県が関西発の人気の観光地となっていること。</p>
<p>高知応援団(関西)88名登録(7月まで)</p>		<p>関西圏の人々に、高知県の豊かな自然、温暖な気候、歴史や文化、恵まれた食文化を知っていただくことにより、高知県が関西発の人気の観光地となっていること。</p>
<p>森林鉄道が旅行商品化された(7月～JTB、9月～阪急交通社)</p>		<p>関西圏の人々に、高知県の豊かな自然、温暖な気候、歴史や文化、恵まれた食文化を知っていただくことにより、高知県が関西発の人気の観光地となっていること。</p>

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
1 地産地消・地産外商戦略 (4) 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 ◆「龍馬伝」を機にデパートの他、量販店などで高知の最大の武器“食”を大いにPRし、販促を行うと共に、高知への観光の動機付けを行う ・百貨店や量販店等での高知フェアの開催並びにホテル、飲食店等で本県の食材を使用したフェアの開催提案を行い中部地区における販売強化を図るとともに、高知県の観光資源を宣伝・紹介し観光客の誘致を行う。 ・中日ビルで年2回行われる全国センター合同物産観光展において、展示販売会を行い県産品の認知度を高め販路の拡大を図る。	・関係機関との連携 ・商品の発掘 ・中部地区における販路開拓と拡大 ・戦略拠点としてのノウハウ構築	・ホテルへの食材等情報提供 5回 ・物産観光展の開催 4回 ・食の大商談会への参加要請
2 中部地区における企業誘致の推進		
(1) 企業誘致の推進 ◆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 1 企業訪問(誘致対象企業) 2 アンケート調査回答企業に対する企業訪問	1 事業内容の具体化 2 製品の輸送コスト・輸送時間 3 高知名古屋便の廃止による既進出企業へのフォロー(影響聞き取り)	・誘致対象企業1社訪問し、高知県内企業との面談。(新規事業の検討) ・企業年鑑データ(175社)と中小企業庁「元気なモノ作り中小企業300社」(37社)の企業(いずれも東海3県)に対し、アンケート調査を実施。 ・高知県立地企業に対するアフターケア訪問(10社)
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 ◆4県合同の遍路PR ◆エーエージェントへの商品化の要請 ◆龍馬伝等による高知のPR ◆エーエージェントへのイベント情報提供による「龍馬伝」ツアーの商品化促進 1 エーエージェントへの商品化の要請 2 ガイドブックの作成	1 商品の周知 2 ガイドブック作成の予算化	・四国ツーリズムとのエーエージェント訪問を通じて、高知県観光地の情報と下期イベント情報を提供

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>・ホテルでの高知フェア開催 2回 ・物産観光展への出展者数 のべ15社</p>	<p>・ホテルとの良好な関係の構築 ・小豆、塩けんぴなど名古屋であまり知られていない品物の知名度 アップ 【参考:21年度】 アピタ名古屋空港店で事務所としては初めて高知県単独の物産観 光展を開催。一般消費者にはかつおのタタキが人気。ゆず茶は店 舗に常時陳列されることとなり、販路開拓ができた。</p>	<p>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。</p>
<p>・誘致対象企業と高知県内企業の技術を含ませた製品づくりについての継続 協議。(両者が互いの事業所を訪問。) ・8月からアンケート調査回答企業のうち増設予定の企業に対する訪問を実 施予定。 ・高知県立地企業へ訪問し、経営状況等を把握。</p>	<p>・誘致対象企業への継続訪問の維持。 ・高知県との信頼関係を維持。 【参考:21年度】 (実績) ・誘致企業1社(津野町) ・進出協定1社(安芸市)</p>	
<p>・各社の送客状況や、四国観光における課題等の情報収集</p>	<p>・今年は龍馬伝効果で、龍馬博への送客増大が十分見込める。た だし、ポスト龍馬伝が課題。 ・お遍路へは中部地区から多くの方が参拝に訪れている。</p>	<p>中部地区において高知県の魅力ある観光情報・物 産情報が広がっている。</p>

産業成長戦略の取り組み状況と成果【ニューツーリズムの推進と観光への地域産物の活用】

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
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 ニューツーリズムの定着化、充実を図るため、観光部を中心に産業振興部(地産地消・外商課、地域支援企画員)、農業振興部、水産振興部及びその他の関係各課が連携し、各地域での取組を支援し、県コンベンション協会のよさこいネットを活用し、一元的に県内のニューツーリズムの情報を発信していく。	地域や産業間、同業者、民間組織との連携を強化し、効果的な情報発信等を行う必要がある。	・庁内関係課とのニューツーリズムに関する協議。
(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 観光への地域産物への活用を図るため、観光部と産業振興部(地産地消・外商課、地域支援企画員)、その他の関係各課が連携し、各地域での取組を支援していく。	サテライト会場以外の市町村について、一部の市町村を除き、龍馬伝で訪れた客にお金を使ってもらうための取組を行おうとする意欲が薄い。	・高知県産業振興アドバイザー制度を活用し、(財)のいち動物公園協会へアドバイザーを派遣。 ・藤澤総合アドバイザーと越知町役場・町観光協会との観光資源の活用に関する協議を実施。

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>・土佐・龍馬であい博総合アドバイザー藤澤氏の研修による観光ガイド・インストラクターへの助言等</p>	<p>・土佐・龍馬であい博総合アドバイザー藤澤氏による研修等により県内の体験プログラムの質が上がってきた。</p>	<p>◆地域資源を活かした体験メニューや農林漁家民宿等が拡大している</p> <p>◆体験メニューや交通アクセスなど、ニューツーリズムに関する情報を一元的に、かつ、タイムリーに提供している</p>
<p>・のいち動物公園内に屋台が8月中に開設予定。 ・藤澤アドバイザーから「君が踊る、夏」ロケ地や町内観光施設、地域ならではの食などを含めた、越知町総合観光パンフレットの作成等に助言をいただいた。</p>	<p>・のいち動物公園での販売利益の向上が期待できる。 ・越知町観光パンフレットづくりに向けて機運が高まった。</p>	<p>◆宿泊施設や道の駅などでの地場産品の使用が拡大し、観光客へ魅力ある”地場産品”や”食”の提供が広がっている</p> <p>◆観光と物産の一元的な情報発信がなされている</p>

産業成長戦略の取り組み状況と成果【木質バイオマスの有効活用】

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
木質バイオマスの有効活用		
1 未利用森林資源の有効活用		
(1) 原料収集システム整備		
【項目】 ◆生産～収集～配送のシステム化の検討 ①推進体制の整備 ②木質バイオマス収集運搬システムの検討 ③木質バイオマス収集運搬への支援 ◆コスト差を埋める支援の仕組みの検討 ◆地球温暖化対策と一体となったPR活動 ◆県工業会や一次産業(林業等)との連携による機器開発 【事業概要】 木質バイオマスの安定供給を図るため、推進体制の整備やシステム化の検討、効率的な機器の開発支援、コスト差を埋める支援の検討、地球温暖化対策と一体となったPR活動等を推進する	◆未利用林地残材の収集コストの低減 ◆木質バイオマス収集運搬のシステム化 ◆コスト差を埋める支援の仕組みづくり	◆林地残材収集への支援制度の説明会を実施 ・森の工場のC材の搬出支援 ・自伐林家のC材搬出支援 ・間伐材安定供給コスト支援 ◆木質資源エネルギー活用事業 ・住友大阪セメント ◆木質ペレット品質向上のための特性分析試験準備 ◆緑の分権改革推進事業への支援 ・3地域(安芸、物部、仁淀) ◆木質バイオマスエネルギー利用促進協議会設置 ・協議会、部会開催
(2) 利用の普及		
【項目】 ◆木屑焚き、ペレット焚きの設備・機器の開発と普及への支援 ◆公共施設における木質バイオマス利用施設の整備 ◆地球温暖化対策の一環としてのグリーンエネルギー利用の促進 ◆残灰回収のシステム化と再利用の検討 【事業概要】 木質バイオマス利用の普及を図るため、木質バイオマスを燃料としたボイラーの実証や機器導入への支援や、公共施設等への利用施設の整備を推進する。また、燃焼灰の処理または活用方法(肥料利用)について課題やコストを検討し、農業用ボイラー利用における資源循環システム化を図る。	◆木質ペレットの安定供給 ◆木質燃料を活用した利用機器の拡大 ◆利用機器の低価格化 ◆残灰は、廃掃法上、産廃としての位置づけにあるが、木質バイオマス利用者には有効利用への要請が強い ◆残灰中の有害物質等灰成分の確認 ◆有価物利用と産廃処理のコスト比較 ◆灰回収等地域システムをどうするのか	◆補助事業(利用施設等の整備)に関する説明会の実施 ・木質バイオマスエネルギー利用促進事業 ・木材加工流通施設整備事業 ◆グリーン熱証書発行事業の委託 ◆緑の分権改革推進事業への支援 ・3地域(安芸、物部、仁淀) ◆燃焼灰の内部検討開始 ・先進事例調査 ◆木質バイオマスエネルギー利用促進協議会設置 ・情報ネットワーク立ち上げ ・協議会、部会開催

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>・木質バイオマスエネルギー利用促進協議会において、バイオマス供給の課題解決へ向けた協議を進めている。 ・バイオマス利用施設の整備、間伐材安定供給コスト支援事業等の実施によって、バイオマス利用量が増加している。</p>		<p>木質バイオマス年間利用量 13万2千トン 林地残材、製材端材等を木質バイオマスエネルギー源として有効利用されている。 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</p>
<p>・木質ペレットボイラー導入支援 : H22(4/2半期)15台交付決定</p>	<p>・農業用ハウスを中心に木質ペレットボイラーの導入が普及</p>	<p>発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレットが広く利用されている。</p>

産業成長戦略の取り組み状況と成果【中山間地域の産業づくり】

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
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り組みの推進 ◆人的支援体制の強化 ◆マーケットの場を確保 ◆庁内の一体的な支援体制の確立 (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) ・地域資源を生かした地域のそれぞれの取組を、単なる「地域づくり」として視点での活動だけでなく、それをビジネスとして育てていく	◆地域の事業者や団体等は、本格的なビジネス展開を進めるのは、まだ不慣れであり、時間を要している。 ◆本年度から取組に着手したところであり、数字な結果や成果がでるまでには、時間がかかる。	◆産業振興推進総合補助金の導入 ◆産業振興アドバイザーの派遣 ◆産業振興スーパーバイザーの派遣
(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 ◆拠点ビジネス支援制度の充実、強化 ・いくつかの「小さなビジネス」をまとめあげることで、拠点的なビジネスに育て、さらには、多角的、複合的なビジネスへと、順次育てあげる。	◆地域の事業者や団体等は、ビジネス展開には不慣れであり、拠点ビジネスの取組を円滑に進めていくうえで、多少ネックになっている。 ◆拠点ビジネスの取組に着手したところであり、数字な成果や結果がでるまでには、まだ時間がかかる。	◆拠点ビジネスの支援制度を強化するための助成制度の強化 産業振興推進総合補助金の創設と拠点ビジネス組織への導入 ◆拠点ビジネスを支援するためのアドバイザー制度の強化 ◆拠点組織の経営力アップのための研修、人材育成制度の創設
(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 (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) ・中山間地域の農地や山林等の資源の有効活用による新たな事業展開及び異業種からの新分野進出への支援	・新分野進出にあたっての情報やノウハウ、資金等が不足 ・円滑な新分野進出にあたって、市町村などを巻き込んだ関係機関による支援の不足。 ・不況下において、事業者が新事業展開に慎重になっている。	◆建設業等の新分野進出成功事例集のとりまとめ ◆地域産業振興監の所在する地域本部を地域の相談窓口位置づけ ◆建設業新分野進出アドバイザーの配置 ◆異業種交流会の実施 ◆新分野進出セミナーの開催

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ◆講座、セミナーの参加者 300名 ◆地域の事業者、団体のビジネスの知識やノウハウの構築 	<ul style="list-style-type: none"> ◆現在支援している事業者の売上アップと新たな雇用創出 ◆小さなビジネスへの新たな取組の増加 	
<ul style="list-style-type: none"> ◆産業振興推進総合補助金の導入による拠点ビジネスの取り組み ◆拠点ビジネス組織での経営力の強化 ◆拠点ビジネスの仕組みづくりを行う市町村の増加 	<ul style="list-style-type: none"> ◆拠点ビジネス組織における売上アップと雇用創出 ◆新たな市町村での拠点ビジネスの仕組みの確立 	
<ul style="list-style-type: none"> ◆協議会の設置 8ヶ所 	<ul style="list-style-type: none"> ◆建設業者が建設業新分野進出の支援制度の情報を一定習得 ◆建設業者の個別相談により、疑問点や制度活用へ課題の解決 ◆地域の協議会で新分野進出に向けての支援体制構築、農業など新分野への具体的な進出を準備中。 ◆21年度に新分野進出済3社、進出準備中が33社。 	

産業成長戦略の取り組み状況と成果【建設業の新分野進出】

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
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		
<p>◆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</p> <p>これまで、地域を支えてきた建設業者は近年の公共事業費の急激な減少で厳しい経営環境が続き、就業者数も減少している。一方で、本県を支える重要な産業である農林業や介護・福祉などを担う人材が不足している。このため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、新分野進出を行うおとする建設業者を支援する体制を総合的に整備する。</p>	<p>・新分野進出にあたっての情報やノウハウ、資金等が不足 ・円滑な新分野進出にあたって、市町村などを巻き込んだ関係機関による支援の不足。</p>	<p>◆「高知県建設業支援協議会運営事業費補助金」の通知(県下86ヶ所) ◆建設業新分野進出アドバイザーの配置(1名) ◆地域産業振興監オフィス訪問・協議(7ヶ所) ◆建設業新分野進出ガイドブックの事例集配布(1,000部) ◆「高知県建設業支援協議会運営事業費補助金」採択4件 ◆県下4ヶ所(7地域)で新分野進出説明会・セミナーを実施</p>
(農業分野)		
<p>◆研修の拡充</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>○農業参入支援に向けて、各関係機関との各種制度や参入希望企業等の相談内容や進捗状況等の情報共有。 ○円滑な農業参入に向けて、農地や施設、資金、労働力、技術、販路等の確保に加えて地元調整が課題。</p>	<p>○他部局と連携した説明会の開催(準備) ○相談対応</p>
<p>◆初期投資の軽減支援</p> <p>(概要) ・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。 ・当事業は、事業主体(農協、市町村)が農業者にレンタルする園芸用ハウスを建設する場合に、ハウスの建設にかかる経費に対して県と市町村が補助を行い、事業主体が、補助金を差し引いた金額で農業者にレンタルを行う制度である。 (目的) 園芸用ハウス面積の維持 現状: H19年度1,594ha。 H21年度から11haのレンタルハウス整備を実施することにより、最終目標年度H23年度1,520haの維持につなげる。</p>	<p>・本年度計画面積の12.6haの整備。 ・新たな要望が多くあり、入札残を活用した可能な限りのハウス建設を実施。 ・H23年度予算の確保。</p>	<p>・作年度積極的にPR活動 ・例年、4月段階で県へ要望した事業量より市町村が予算化した事業量が減少し、県予算に残額が生じているため、予算編成時にヒヤリングを実施し要望額を精査した ・7月の市町村予算額調査の結果、事業量の減少した市町村があり、計画的実施の働きかけを継続中。(6市町村、4農業協同組合)。 また、県予算に余裕が生じたため省エネ区分の募集を開始した。</p>
(林業分野)		
<p>◆新分野進出等に関する調査、訪問相談の実施 ◆建設業者向け森林技術研修会の充実 ◆建設業からの参入に向け、森林技術研修体制の充実 ◆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出来る優れた技術者を年間延べ460名養成する。(基礎研修:190名、中堅技術者養成研修:180名、応用・実践的研修:90名) 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>	<p>・建設業者には森林の情報無く、仕事の実績もないため森林所有者の信頼を得られない場合が多く、計画の取りまとめ等が進まない。 ・土木工事には無い、林業としての技術が必要であり準備期間を要する。</p>	<p>①林業技術者養成研修の開催:6講座6回(7月末現在) ②基幹林業労働者養成研修の開催(～9月):5講座5回(7月末現在) ③建設業新分野説明会 2回参加</p>

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>◆建設業の新分野進出の個別相談に対応し助言 ◆新分野進出説明会・セミナーの参加者 幅多会場:21社・48名、高幡会場:13社・36名</p>		<p>◆建設業の新分野進出数 H20: 75社(累計) ↓ H23: 108社(累計)</p>
<p>○説明会では、2カ所で30社が参加し、うち2社と個別面談</p>		<p>○他部局と連携した説明会の開催</p>
<p>・昨年度積極的にPRを行った結果、事業要望が増え、県内ハウス面積の維持確保に繋がっている。 ・4月の市町村予算額調査の結果、減少はなく県予算を約20,000千円上回った。</p>	<p>【H22】 ・H22年度の要望面積全ての事業実施に向けて、予算化を行った。 12.6haの整備計画。</p>	<p>園芸用ハウス面積 1,520haを確保</p>
<p>①林業技術者養成研修の受講者数:延べ64名 ②基幹林業労働者養成研修の受講者数:基幹林業生延べ52名、一般延べ16名 ③参加事業者:幅多21団体、高幡12団体</p>		<p>◆効率的な林業生産活動を行うことが出来る 優れた担い手が育成されている ◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り 組んでいる ◆担い手 1,560人</p>

産業成長戦略(連携テーマ)		主な課題	インプット(投入) 〈講じた手立てが数量的に見える形で示すこと〉
戦略の柱	取組方針		
	施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)		
	◆林業事業体と建設業とのジョイントの支援強化 ◆林業用機械初期投資への財政支援 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。 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。	<ul style="list-style-type: none"> 公共工事の増加による林業に対する取組の停滞や撤退が懸念。 木材価格の低迷により経営面での不安やモチベーション低下 事業体の経営レベルに応じた林業機械の導入計画 新規参入事業体においては、林業経営の目途や事業地拡大に向けた動きへの発展 森林組合においては、ソフト事業だけでやっていけるか。 	<ul style="list-style-type: none"> 担当者会において新たな参入、ジョイントの動向についての情報依頼 林業事務所が新規参入の動きが見られた建設事業者に対し、事業等の説明を実施(2社) 参入の動きの見られた建設事業者に対して、森林組合とのジョイントに向けた働きかけを実施(3回) 森林整備を行っている建設事業者に対し現地指導を実施(3回)
	(福祉・介護分野) ◆資格取得講習会の案内等、情報提供の充実 ◆福祉・介護分野への就業促進事業の実施 本県の福祉・介護を担う人材が不足しているため、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しようとする建設業者を支援する	<ul style="list-style-type: none"> 求職者、事業者双方のイメージのギャップによる早期離職 求職者と事業者とのマッチングの困難性 ハローワーク等を含めた総合的な施策の展開がないと効果が薄い。 	

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・新規参入の動きが見られた建設事業者に対して林業事務所と連携し聞き取り調査を実施 ・森林整備に取り組んでいる建設事業者に対してフォローアップを実施 ・森林組合の中で、新たに建設業者へ作業道開設を請負により実施する動きが出てきた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・参入していた建設業者が、新規に森の工場の計画を作成 ・作業道開設: 森林組合からの請負施工(1業者、1路線) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆林業事業者と建設業とのジョイントを中心に、地域にあった協働の環境づくりを進め、林業分野への進出が拡大していること
		<p>県全体で平成23年度末で介護職員約600人の増員確保</p>

産業成長戦略の取り組み状況と成果【人材育成・人材確保】

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
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う。 ・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普及することにより、取組の質の向上を図る。	・中学校における職場体験学習の事前・事後指導を充実させること ・先進地域の取組事例を普及するための方策を講じること	・学校支援訪問による指導・助言の実施 ・先進地域の取組事例紹介 ・中学校教育課程連絡協議会での周知 ・キャリア教育連絡協議会の開催 ・職場体験実施状況調査の実施
◆ 地場産業の教育の充実【農業】 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、小学校等を対象に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。	・各地域で行われている食育は、米・野菜中心で、地域特産物の活用が少ない。 ・食べ方(文旦などの皮の剥ぎ方など)を知らない子どもたちの増加。 ・学校給食の地域特産物活用は、地域や農業に対する理解と子どもを通じた消費宣伝の効果が期待されるが、価格面で活用が困難。 ・県内農産物の主要品目が、学校給食に登場する機会が少ない。	【出前授業】 ・6市・13回実施
◆ 社会人としてのスキルアップ研修の実施 高校生スキルアップ講習会により、社会人として必要な礼儀作法や心構えを育成する。また、生徒へのキャリア教育の充実、とくに、コミュニケーション能力や問題解決能力といった生きる力の育成を図る必要がある。	◆ 人生設計能力を養い、社会人としての心構えを事前・事後指導で向上させ、講習会において、自らスキルアップのできる人材育成を図る。	◆ 効果的に高校生のスキルアップが実施できるよう、講師の選定を企業だけでなく、専門学校にも依頼をし、幅広く講師を選定する。 ◆ 就職試験前の最終スキルアップとして、オフィス山崎・専門学校・テルウェル西日本株式会社・ほほえみリクエイトなど事業の趣旨を理解した講師の選定ができた。
◆ インターンシップの取り組みの強化、拡大【生徒・学生】 勤労観・職業観の育成を図ることを目的とした就業体験など取り組んできたが、より効果的な事業とするために、今後も地元企業や労働関係機関との連携を図り、受け入れ企業の拡大と生徒のニーズにあった企業の選定が必要である。 1次産業、1.5次産業への高校生の関心を高めるために、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する。	◆ インターンシップ推進事業 ・各学校、地域企業や教科の特色を生かした受け入れ企業の開拓 ◆ 農林業体験インターンシップ ・受け入れ農家や企業の確保	◆ インターンシップ推進事業 ・学校の特色を生かせる地域企業や先進企業の情報収集を行い、企業の開拓を実施した。 ◆ 農林業体験インターンシップ事業 ・教科の特性を生かし、各校、県行政・地域の農協・地域役場・OB等からの照会を依頼した。
◆ インターンシップの取り組みの強化、拡大【大学】 <工科大> インターンシップの取り組みの強化、拡大 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。	21年度実施率79.4%と選択科目としてはかなり高い。 県内企業の受け入れ先拡大	・インターンシップ関連ガイダンスの実施 3回
◆ インターンシップの取り組みの強化、拡大【大学】 <女子大> インターンシップの取り組みの強化、拡大 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。	21年度実施率61.4%のべ98人と選択科目としてはかなり高い。 県内企業の受け入れ先拡大	・インターンシップ関連のガイダンス、事前講習会等を8回実施
◆ 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(デュアルシステム)や企業研修等を通じた学校と産業界、企業との連携を強化することにより、新規学卒者の県内就職の促進とキャリア教育の推進を図る。	・受け入れ企業の拡大 ・対象校への周知及び取組の充実	・県立高等学校へ事業の周知と実施依頼の訪問 22校 ・第1回人材育成連携推進委員会幹事会の開催 ・第1回人材育成連携推進委員会の開催 ・実施校への計画承認決定(6/10) ・高知県ジュニアインターンシッププロジェクト事業「まなともネット」高校生インターンシップ参加企業:141社

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<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。 中学校における職場体験学習の実施率 平成21年度 94.8% 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 <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% 	<ul style="list-style-type: none"> 中学校における職場体験学習の実施率の向上 平成20年度 91.5% ↓ 平成23年度 100%
<p>【出前授業】 子どもたちは、出前授業で生産者の農畜産物へ対する思いと、苦労などを知ったことで、生産者への感謝の気持ちと、その品目についてその後も強い関心を持つようになった。</p>	<p>生産者による出前授業で、生産者と子どもたちが共に効果を得られる事業とする。</p>	<p>食農教育実施市町村 H23:33市町村</p>
<p>◆実施校21校 参加生徒数759名</p>	<p>◆厳しい社会情勢から、就職内定を得るために必要な社会人としてのビジネスマナーや、受験に対しての心構え・面接指導など生徒のスキルを向上させることができた。</p>	<p>・就職希望の生徒が多い学校を対象に25校に拡大</p>
<ul style="list-style-type: none"> ◆インターンシップ推進事業 ・延べ 学校12校 参加生徒694名 受入企業222社 20テーマ実施 ◆農林業体験インターンシップ事業 ・アグリリサーチ(春野・橋原)35名 ・アグリウォッチング(高知小津・高知東・高知北・山田・高知農業・幡多農業)18名 	<ul style="list-style-type: none"> ◆インターンシップ推進事業 ・企業を知り、自己理解ができ、将来設計力を向上することができた。 ・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222企業が受け入れ。 ○現場の専門的な技能や技術に触れ、職業人としての心構えや実社会の厳しさなどを学ぶことができ、職業意識の育成や正しい職業観や勤労観を身につけることができた。 ◆農林業体験インターンシップ事業 ・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じて、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。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆インターンシップ推進事業の新たな取り組み ・企業への体験学習とともに、将来設計能力の育成のために著名人や地域で活躍する講師の講演を学校で開催するなど生徒の自立を支援する教育の充実を図る。 ◆農林業インターンシップ事業の充実 アグリサポート事業:4→8メニューへ拡大 アグリリサーチ事業:7→12メニューへ拡大 アグリウォッチング事業:参加生徒枠40名へ拡大 事業充実を行うことにより農業への興味・関心を高め、学習意欲の向上を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ・第1回目のガイダンス 出席者413名、インターンシップ参加希望者402名 ・第2回目のガイダンス 出席者381名 ・第3回目のガイダンス 出席者374名 ・学生と企業とのマッチング 172社、387名(8/17現在) 	<ul style="list-style-type: none"> [参考 21年度] ・インターンシップ参加者286名(実施率 対象学生の79.4%) ・受入企業数 175社 [22年度] ・インターンシップ参加者387名(実施率 72.2% 対象学生536名) ・受入企業数 172社 	<ul style="list-style-type: none"> ・望ましい勤労観、職業観をもった人材の輩出。
<ul style="list-style-type: none"> ・オリエンテーション 出席者 176名、企業実習参加希望者 112名 ・マッチングセミナー 出席者 62名、キックオフセミナー 出席者 59名 ・インターンシップ 参加者 87名(8.20現在) 	<ul style="list-style-type: none"> [参考 21年度] ・インターンシップ参加者92名(実施率 対象学生の60.1%) ・受入企業数 92社 [22年度] ・インターンシップ参加者87名(実施率 対象学生の54.7%) 	<ul style="list-style-type: none"> 望ましい勤労観、職業観をもった人材の輩出 対象学生の70%(H21の対象者では107人)の実習参加
<ul style="list-style-type: none"> ・委員会において、本年度事業実施の取り組みテーマ「地域を元気に！地域で人材を育てるぜよ！」を設定。また、事業を広報し、地域を自慢に思えるような広報をしていくことを決定。 ・実施校15校(8月16日現在) うち、デュアル12校、技術指導9校、教員研修3校、共同研究5校 		<p>高校生の県内就職割合 60%</p>

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>										
<p>◆本県産業や事業者に対する再認識に向けた保護者等の意識啓発</p> <p>○保護者対象の就職支援啓発強化</p> <p>保護者の進路理解を深めるために、就職とともに進路全体に対する情報共有を図り、よりよい進路指導を強化する。</p>	<p>◆保護者の参加数確保</p> <p>・各校、保護者が参加しやすい曜日の設定をする。(休日設定)</p>	<p>◆PTA総会や学年総会等を利用し、啓発講話等を実施する。</p> <p>◆三者面談や個別面談において、就職や進学の状況提供を継続して行う。</p>										
<p>◆若年者への県内企業への就職促進</p> <p>ジョブカフェにおける就職支援とともに、国や関係機関と連携して、若年者の就職促進を図る。また、新規高卒者の未就職者対策として、職業訓練による未内定者の意識向上とスキルアップ及びそれに引き続く「しごと体験」など総合的な支援を行うとともに、就職コーディネーターによる訓練生の状況把握と進路のマッチング等一連の取組により早期就職に繋げる。</p>	<p>・ジョブカフェうちの認知度不足</p>	<p>・新規高卒未就職者4コース31名訓練開始</p> <p>・基金を活用した「ジョブカフェうち広報員」を6月1日から配置(本部5ヶ月雇用1名、幅多5ヶ月雇用1名)</p> <p>・TVCM(幅多サテライト):6~8月民放3局で各30本ずつ放映</p> <p>○広報活動の実績(本部・幅多サテライト計 7月末)</p> <table border="1"> <tr><td>チラシ等配付</td><td>239か所</td></tr> <tr><td>ポスター等掲示依頼</td><td>130か所</td></tr> <tr><td>広報誌への掲載依頼</td><td>34か所</td></tr> <tr><td>周知・情報提供</td><td>240回</td></tr> <tr><td>情報収集</td><td>130回</td></tr> </table>	チラシ等配付	239か所	ポスター等掲示依頼	130か所	広報誌への掲載依頼	34か所	周知・情報提供	240回	情報収集	130回
チラシ等配付	239か所											
ポスター等掲示依頼	130か所											
広報誌への掲載依頼	34か所											
周知・情報提供	240回											
情報収集	130回											
<p>◆若年者への県内企業への就職促進</p> <p>○新パッケージ事業 若年離職者の就職促進 【事業概要】 国の事業である地域雇用創造推進事業(新パッケージ事業)への市町村の取組みを促進することで、市町村が行う地域密着型の人材育成事業を支援する。</p>	<p>・直接的に雇用に結び付けるには、産業界が求める人材育成を実施すべきだが、研修内容が産業界等で絞られると参加者が集まりにくい。逆に、幅広い内容のセミナーには参加者が集まりやすいが、雇用への直接的な効果が薄い。</p> <p>・パッケージプランの作成にあたっては、様々な材料を体系的にコーディネートする必要があり、強力なリーダーシップがない状態では、暗中模索の状態に陥りやすい。</p>	<p>(四万十町) 厚生労働省ヒアリング同行</p> <p>(室戸市) 平成22年度3次の応募を目指し事業構想作成の促進を行う</p> <p>(安芸市) 平成23年度1次の応募を目指し地域雇用戦略チームの立ち上げを促進する</p>										
<p><観光振興に必要な人材の育成> ◆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いただくための環境づくりに取り組む。観光ガイドのスキルアップのための研修の開催と有料ガイドへの移行。</p>	<p>・各団体の観光ガイドのレベルアップ(地域限定のガイドに特化している団体もある)</p> <p>・有料ガイドへの移行(団体によっては、有料化に否定的)</p>	<p>・研修会講師謝金の支援制度の導入</p>										
<p>◆県内産業人材(若手人材)による異業種交流</p> <p>特徴ある地域資源を活用した産業づくりを各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>・計画への参画意識の高い人材のゆるやかなネットワークづくり</p> <p>・受講者の募集方法</p> <p>・目標設定および効果測定の方法</p>	<p>「土佐経営塾」(地域起業家養成事業)開始 異業種交流&研修会開講</p>										

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>◆休日に設定したPTA総会や個別面談を利用し、195名の保護者に対して講演を実施できた。 ◆実施校5校 195名の保護者の参加</p>	<p>◆企業や大学から講師を招聘し、「親として考えること・できること」「進路実現のための学習方法」など家庭のキャリア教育の重要性、講師の子育て経験談を通じて、厳しい社会情勢や就職・進学状況の情報共有ができた。 このことにより、進路について家庭での話し合いのきっかけづくりに繋げることができた。</p>	<p>◆就職希望者の多い学校を対象に15校へ拡大</p>
<p>○ジョブカフェ実績(7月末) ・来所者数: 5,434人(H21年: 5,492人) うちサテライト481人(H21年: 310人) ・相談件数: 3,086件(H21年: 2,622件) うちサテライト287件(H21年: 136件) ・就職者数: 302人(H21年: 266人) うちサテライト 4人(H21年: 0人) ○新規高卒未就職者(7月末) 25名訓練継続</p>	<p>・相談件数の増加に伴う就職者数の増加。特に、認知度が向上したことによる幡多サテライトの来所者数、相談件数、就職者数の増加。</p>	<p>・ジョブカフェうち利用者の就職者数 H19: 385人(年間) ↓ H23: 800人(年間)</p>
<p>(四万十町) 平成22年度2次での採択に向け、構想提案書の内容検討等の支援を行う</p>		<p>新パッケージ事業実施市町村数 H20: 8(累計) ↓ H23: 15(累計)</p>
<p>・無料ガイドから有料ガイドへ移行することを決定した団体あり ◆観光ガイドレベルアップ研修: 3団体(おもてなし課へ登録済: 2団体、未登録: 1団体) ◆観光ガイド養成研修: 2団体(おもてなし課へ登録済1団体、未登録1団体) ◆観光ガイド新規立ち上げ研修: 1団体</p>	<p>◆観光ガイドのレベルアップとやる気の醸成</p>	<p>◆「龍馬伝」を通じて、県民の観光客をお迎えしようとする機運が高まる ◆ボランティアガイドをはじめとする「おもてなし」の組織が育成され、官民がそれぞれの役割を果たす</p>
		<p>◆地域活性化につながる人材の輩出(100人/年) ◆将来、地域産業の振興をコーディネートできる人材の輩出(15人/年) ◆中山間地域での起業家の育成</p>

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立だが数量的に見える形で示すこと>
(2) 地域産業を創造、リードする人材育成 【地域支援】		
◆地域産業の将来を担う若手事業者の養成 特徴ある地域資源を活用した産業づくりを各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。	・計画への参画意識の高い人材のゆるやかなネットワークづくり ・受講者の募集方法 ・目標設定および効果測定の方法	「土佐経営塾」(地域起業家養成事業)開始 異業種交流&研修会開講
<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 漁業者への経営指導を担う相談員の活動を支援する	・経営指導を行える職員のリベルアップ、意識の醸成	・広域連携機能強化事業費補助金(該当分:2,132千円)
<ビジネスの基礎知識、ノウハウの習得【水産業】> ◆鮮度保持・衛生管理・規格選別に対する意識・行動の改革 <鮮魚商品力向上事業> 鮮度保持等に関する漁業者間や産地市場間の格差解消に向けて実践的な学習会等を行う。 H22年度は8箇所で開催しH21～H23年度末までに22箇所で開催予定 <ふるさと雇用再生事業> 魚価の向上を目的に、失業者を新たに雇用して実施する産地市場での水産物の品質向上や鮮魚等のブランド化に向けた取り組みを進める。	・鮮度保持の重要性を理屈では理解しても、直ちに所得向上につながらないなどの理由から、従来のやり方を変えるまでには至らない漁業者や漁協職員が多い。 ・学習会への漁業者・漁協職員の参加確保 ・地域の課題に応じた効果的なテーマ設定と学習会の運営 ・学習会後の効果的なフォローアップ	○鮮度保持に関する学習会の実施に向けた調整・事前評価等 ・椎名・佐喜浜での学習会実施に向けた漁協、大数組合、指導所との協議・調整 ・産地市場における現状・課題調査 →椎名、佐喜浜、三津、甲浦、手結 ・椎名・佐喜浜での学習会講師の依頼 →神奈川県水産技術センター ○鮮度保持学習会の実施 ・椎名地区(8月5日) ・佐喜浜地区(8月6日) □ふるさと雇用再生水産物品質向上推進事業 産地市場での鮮度保持等に関する業務を高知県漁協に委託(7,885,500円)
<ビジネスの基礎知識、ノウハウの習得【水産業】> ◆県漁協の流通販売事業に関する取組強化 (1)ー◆入札担当職員の育成 (2)ー◆県漁協の流通販売事業に関する取組強化 様々な取引先に応じた集出荷体制(入札・荷作り・物流等)の構築、販売ノウハウの習得と蓄積、そのための人材育成	◆流通販売事業の実績やノウハウの蓄積が乏しい。 ◆営業力・交渉力を持った人材が少ない。 ◆漁協本体の財務基盤が弱く、リスクの引き受けや必要人員確保の余裕がない。	○補助金の導入 総事業費5,905千円(補助額3,749千円) ○ふるさと雇用再生水産物販路拡大事業による事業の拡大支援(H21-23) (職員3名:本所1名・産地2名)
◆商品づくりを通じた産業人材の育成 ～目指せ！弥太郎商人(あきんど)塾～ 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。	・受講者の募集方法 ・目標設定および効果測定の方法 ・ステップ2を受講できない事業者へのフォローアップ	・ステップ1(前期・第1回)実施:中部(5/24 148名受講)、東部(5/26 120名受講)、西部(5/25 101名受講)

アウトプット(結果) 〈インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと〉	アウトカム(成果) 〈アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと〉	目標(H23)																										
		<ul style="list-style-type: none"> ◆地域活性化につながる人材の輩出(100人/年) ◆将来、地域産業の振興をコーディネートできる人材の輩出(15人/年) ◆中山間地域での起業家の育成 																										
<ul style="list-style-type: none"> ・職員の経営意識(未収金、固定化債権管理)の向上 ・未収金や分類債権の管理・回収体制が強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・研修等を通じた相談員の資質の向上により、未収金管理、債権回収の取り組みが伸張している <p>【参考:21年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・21年度は分類債権52,494千円回収し期末残高は1,280,611千円(255先)で、うち貸倒引当金は932,082千円 	<ul style="list-style-type: none"> ◆記帳を行うモデル経営体の選定と実践 																										
<p>○鮮度保持等に関する学習会の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・椎名「漁獲物の鮮度保持」「先進地における鮮度保持の取組」 → 45名出席 ・佐喜浜「漁獲物の鮮度保持」「先進地における鮮度保持の取組」 → 27名出席 <p>□ふるさと雇用再生水産物品質向上推進事業 産地市場での鮮度保持等に関する業務を行う者を 2名雇用し、2支所に配置した(手結:1名、加領郷:1名)</p>	<p>○椎名地区・佐喜浜地区 船上・市場における氷の増量や温度管理等について取り組むべきことが明確になり、関係者の意識が高まった。</p> <p>【参考:平成21年度】 7つの産地市場で学習会等を実施し、鮮度保持やブランド化の面で、一定のレベルアップがみられた。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁業者による、より質の高い鮮度保持の実施 ◆特別な鮮度保持ニーズ(沖メなど)へ対応できる技術習得 ◆市場における鮮度保持、衛生管理の統一実施 ◆規格選別の普及 ◆上記取組による適正な価格の確保 																										
<p>○新規県内量販店との直接取引開始</p>	<p>○量販店との取引拡大により集出荷体制等のレベルアップが図られた。</p> <p>■直販店2店舗での販売 単位:千円</p> <table border="1" data-bbox="662 1265 933 1332"> <thead> <tr> <th>H20年度 (11~3月)</th> <th>H21年度</th> <th>H22年度 (4~6月)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>50,000</td> <td>131,000</td> <td>37,000</td> </tr> </tbody> </table> <p>■県内量販店との取引 単位:千円</p> <table border="1" data-bbox="662 1355 1029 1444"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21年度</th> <th>H22年度 (4~8月)</th> <th>計</th> <th>備考</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>サンシャイン</td> <td>8,500</td> <td>2,400</td> <td>10,900</td> <td>週3回10店舗</td> </tr> <tr> <td>サニーマート</td> <td>-</td> <td>900</td> <td>900</td> <td>22年6月より</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>8,500</td> <td>3,300</td> <td>11,800</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>【参考:21年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・直販店での販売 131百万円 ・県内量販店との取引 8百万円(10店舗、週3回) ・高知市中央卸売市場への出荷 33百万円 	H20年度 (11~3月)	H21年度	H22年度 (4~6月)	50,000	131,000	37,000		H21年度	H22年度 (4~8月)	計	備考	サンシャイン	8,500	2,400	10,900	週3回10店舗	サニーマート	-	900	900	22年6月より	計	8,500	3,300	11,800		<ul style="list-style-type: none"> ◆取引先に応じた集出荷体制整備と販売ノウハウの獲得 ◆営業担当職員(プロ)の養成 ◆有利販売先の見極め(3年間の総括・評価)と以後の販売戦略の構築
H20年度 (11~3月)	H21年度	H22年度 (4~6月)																										
50,000	131,000	37,000																										
	H21年度	H22年度 (4~8月)	計	備考																								
サンシャイン	8,500	2,400	10,900	週3回10店舗																								
サニーマート	-	900	900	22年6月より																								
計	8,500	3,300	11,800																									
		<ul style="list-style-type: none"> ◆自ら考え行動できる(商品企画書が自分で作れる、商品を自分で売れる)事業者の育成 																										

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
<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>浜加工グループ等の取組に経営的な視点を導入するきっかけとするため、専門家による衛生管理、加工技術、流通販売等に関する講習会等を行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・グループへの経営的視点の導入 ・グループ活動のレベルアップ ・講習会へのグループの参加確保 ・講習会で学んだことの事業活動への反映 ・グループへの効果的なフォローアップ 	<ul style="list-style-type: none"> ・各加工グループへの講習会等のニーズ調査の実施。 各グループの現在の課題、支援を必要とする内容の調査。(訪問による聞き取り調査及び文書によるアンケート調査) ・講習会の実施。(7月に3回実施)
<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、挑戦的なグループ等の代表者を対象に、研修の実施と、企画書や行動計画書の作成により、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>	<ul style="list-style-type: none"> ○意欲のあるグループの確保 ○人材育成につながる研修内容の充実 ○関係機関のバックアップ体制の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ○関係機関等への説明会の実施(4月=3回、5月1回) ○講師との調整(4月3回、5月2回) ○県民への周知(さんSUN高知6月号掲載) ○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)
<p>〈農林水産業従事者のリーダー研修【林業】〉</p> <p>◆森林所有者の「森の工場」への理解の促進</p> <p>○提案型集約化施策を実践できる森林施策プランナーの育成</p> <p>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策コスト分析など、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。</p>	<p>間伐が必要な森林が大勢を占める現状では、森林施策の集約化を一層推進し、利用間伐の売上により森林所有者の負担軽減を実現できる林業経営体・事業者を育成することが必要。</p> <p>そのためには、事業者が年間の必要事業量の算出や工程別コスト分析を行い、森林所有者へ施策を提案する提案型の取り組みが求められている。</p> <p>現在は、その役割を担える人材が不足している。</p>	<p>研修の開催</p> <p>養成研修(県)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営コスト分析 (2日間) ・森林施策 (1日間) ・作業道と作業システム (2日間) <p>1期生向け研修</p> <ul style="list-style-type: none"> ・森林施策検討会 (1日間) <p>広報</p> <p>広報誌「樹海」に取り組みを掲載</p>
<p>◆世界のトップランナーと日本のトップランナーの友好園芸農業協定を活かした仕組みづくり</p> <p>(1) 協定締結記念行事の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・締結一周年セレモニー(高知園芸品販売推進大会(共催)) ・消費地へのPR(市場や量販店等) <p>(2) 技術交流研修等の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学生間(農業後継者)交流の実施 ・環境保全型農業コンクールの開催 ・オランダの最新技術研修、講演会等の実施 <p>(3) ビジネス交流支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関連企業間との連携・商談会等の開催 ・農産物等の輸出チャレンジ支援・国際園芸展示会等への出展支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・県内外への高知の環境保全型農業PR ・研修体制、受け入れ体制の整備 ・学生および関係者の語学力の向上 ・環境制御や省エネ等の新技術の探索 ・大規模農家や関連企業の新たなチャレンジの掘り起こし 	<ul style="list-style-type: none"> ・オランダ王国大使館でのセレモニー参加(高知産花きPR)と今年度事業打ち合わせ(1回) ・高知大との打ち合わせ(1回) ・農大での勉強会(2回) ・営農指導員発表会(1回) ・オランダ最新技術報告会(7回) ・環境保全型農業コンクールの開催(12名応募) ・花き農家のビジネス交流訪問(1回) ・ウェストラント市への友好交流訪問及び最新農業研修(1回)
<p>◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣</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>	<ul style="list-style-type: none"> ・個々のケースごとの成果、効果をどう検証、把握するか ・事業者からの要請に対応するだけでなく、政策的に指導・助言が必要と思われる事業者への対応ができる仕組みの確立 ・産業振興計画に位置付けられた事業等の課題に見合ったアドバイザーを適切に派遣するために、事業の状況の把握と、アドバイザーの専門分野の情報収集に努める 	<ul style="list-style-type: none"> ・アドバイザーの派遣 43名 54回 ・スーパーバイザーの委嘱 7名
<p>◆ビジネス専門研修講座等の開催(ICT活用研修等)</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>	<ul style="list-style-type: none"> ・計画への参画意識の高い人材のゆるやかなネットワークづくり ・受講者の募集方法 ・目標設定および効果測定の方法 	<p>「土佐経営塾」(地域起業家養成事業)開始</p>

<p>アウトプット(結果) 〈インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと〉</p>	<p>アウトカム(成果) 〈アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと〉</p>	<p>目標(H23)</p>
<p>・各加工グループが現在かかえている課題の把握及び、それに見合った講習会等のテーマ抽出</p> <p>(ひめいち企業組合) ・企業組合の権利義務、運営等について学んだ。 ・新製品の加工方法を習得した。 (土佐佐賀くろしお工房) ・新たな加工グループが発足し、加工販売事業の経営に関するアドバイスを受けるとともに、干物の加工方法を習得した。</p>	<p>・経営感覚を持った加工販売事業の実施に向けての自覚が高まった。 ・新商品の開発等を通じて、今後の活動の幅が広がった。 ・樺東海域への小型機船底びき網漁業の導入に伴う影響の緩和が図られつつある。</p> <p>[参考:21年度] 5つの地域加工グループの合計の加工品販売額26百万円</p>	<p>◆他の地区のモデルとなる起業グループを複数育成 ◆儲けを実感し、経営的視点を持った(少なくとも2団体)が転換)取組に着手</p>
<p>○研修日程の決定 ・1回目=7.13 2回目=8.3~4 3回目=9.8~9 4回目=9.21~22 ○講演会・パネルディスカッションへの参加人数=約180名 ○研修への参加グループ=15 参加者=42名 ○先進地事例調査及びワークショップ研修(馬路村)への参加人数=約50名(うち研修生は36名)</p>	<p>○関係機関への説明会等により、事業の推進方向や体制について共有化ができた。</p>	
<p>研修の開催 養成研修(県) (参加者) 講師・スタッフは除く ・経営コスト分析 (33人) ・森林施業 (31人) ・作業道と作業システム (31人)</p> <p>1期生向け研修 ・森林施業検討会 (31人)</p> <p>広報による取り組みの周知</p>	<p>森の工場を担う人材が2年間で50人育成できている (H21 19人、H22 31人)</p>	<p>各森林組合に、2名の森林施業プランナーを確保。 2.5組合×2名=5.0名のプランナー</p>
<p>・オランダとの貿易関係者400名参加</p> <p>・農大での勉強会(25名) ・営農指導員発表会(25名) ・オランダ最新技術報告会(410名が参加) ・環境保全型農業コンクールの開催(7名受賞) ・花き農家のビジネス交流訪問(3名参加) ・ウェストラント市への友好交流訪問及び最新農業研修(46名参加)</p>	<p>・1周年記念セレモニーへの市長および大使館参事の招聘が実現予定</p> <p>・来年度高知大とウェストラントの大学間の協定実現に向けて合意 農大生2名がオランダへの一ヶ月間留学決定、14名がオランダでの短期研修参加 ・県内各産地でのCO2施用やヒートポンプ等新技術への関心高 ・高知県出身者がオランダの日系一流ホテルへ採用内定(1名) ・ウェストラント市の農家と本県農家の連携生産体制を強化(1組) ・参加農家の大規模雇用経営等への関心高</p>	<p>・環境保全型農業の世界のトップランナーオランダ王国ウェストラント市との友好園芸農業協定を生かし、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、全国のトップランナーの地位を築くスピードを加速する</p> <p>・学校間の交流に向けた関係づくり 1組 ・技術交流研修参加者 10名/年</p>
		<p>◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる</p>
		<p>◆地域活性化につながる人材の輩出(100人/年) ◆将来、地域産業の振興をコーディネートできる人材の輩出(15人/年) ◆中山間地域での起業家の育成</p>

産業成長戦略(連携テーマ)		主な課題	インプット(投入) 〈講じた手立てが数量的に見える形で示すこと〉
戦略の柱	取組方針		
施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)			
◆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		経営的視点を有する事業者の拡大	<ul style="list-style-type: none"> 東京教室の借り上げ料月額220千円、大阪教室の借り上げ料月額179千円及びテレビ会議システム通信費等年間総額9,002千円 土日20日間授業 7科目、85コマの講義を実施。(セミナー除く)
◆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 <工科大>		社会人教育の充実	①県と女子大、県と工科大との協議、調整 ②公開講座「心に響く音楽の調べ」の開催
◆公開講座・リカレント教育の実施 県民向けの講座や職業人の再教育の実施 <女子大>		社会人教育の充実	(参考) ・平成21年度 文化学部県民開放授業 開講講座数 前期 20回 後期 27回 計47回 ・平成22年度 ・看護実践講座の開催(5回) ・まちかど文化談義の開催(8回) ・文化学部県民開放授業の実施 前期20回
◆工業技術センター等との連携による技術研修 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)			<ul style="list-style-type: none"> 技術指導アドバイザー登録6名(8/13現在) 食品加工特別技術支援員の委嘱 機械金属加工特別技術支援員の委嘱 各種技術研修の開催(8/13現在) 17コース 56日間

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>・授業の日数による進捗率 61.2% (41日/67日) ・春季1期出願者 0名 ・秋季出願者 2名</p>	<p>[参考 21年度] ・修士卒業生 4名 ・博士修了生 5名</p>	<p>経営的視点を有する事業経営者の育成</p>
<p>①女子大と工科大との情報共有 ②公開講座「心に響く音楽の調べ」に一般人250名参加</p>	<p>[参考 21年度] ・地域活性化システム論Ⅰ(9/26,10/4,10/11開催) 参加者 162人 ・地域活性化システム論Ⅱ(11/1,11/8,11/15開催) 参加者 69人 ・公立大学法人高知工科大学開学記念講演会「地域産業の振興と産学官連携」 参加者500人</p>	<p>社会人教育の充実</p>
<p>(参考) ・平成21年度 文化学部県民開放授業 参加者 前期 のべ83名 後期 のべ92名 計のべ175名 ・平成22年度 看護実践講座 5回の参加者 計のべ184名 ・まちかど文化談義 8回の参加者 計のべ156名 ・文化学部県民開放授業 20回の参加者 計のべ64名</p>	<p>・「公開講座」ではなく通常の授業を県民に開放することにより、県民の学ぶ意欲に答える</p>	<p>社会人教育の充実</p>
<p>・技術指導アドバイザー技術指導15回(8/13現在) ・食品加工特別技術支援員による技術支援等 59社75件(8/13現在) ・新商品開発、商品改良のための試作28品目(8/13現在) ・機械金属加工特別技術支援員による技術支援等 14社14件(8/13現在) ・各種技術研修の開催(8/13現在) 461名参加</p>	<p>食品加工特別技術支援員による商品化3件</p>	<p>◆技術研修受講者数 H20:9コース 75人(年間) →H21~H23:14コース 400人(年間) ◆技術、技能の向上や資格取得率アップ</p>

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
【企業支援】		
◆在職者訓練の充実 ○認定職業訓練 利用者拡大のための事業主団体への助成の充実 ◎在職者訓練(高等技術学校) 高等技術学校を活用した計画的な在職者訓練の実施	・訓練を実施する事業者団体は中小零細企業によって組織されているため、体制や資金面での制約があり、質・量的に訓練が十分行われていないおそれがある ・事業主においても、厳しい経営環境等により、従業員を長期間の訓練に参加させることが難しい状況にある ・高等技術学校学校と事業主団体とが連携して、参加者の拡大など、在職者訓練の充実を図る必要がある	・事業主団体等による職業訓練に対する補助金 予算額 10,751千円 ・高知高等技術学校による在職者訓練実施に係る予算額 4,533千円
◆在職者訓練の充実 【人材育成研修事業】 企業が行う人材育成のための研修事業を支援する	・県内企業等に対して事業を広くPRすることで、事業の利用促進を図る必要がある ・当該事業が、県内企業等が人材育成(能力開発)に取り組むための契機となるよう、研修内容等を工夫する必要がある	・人材育成研修事業実施委託料予算額 3,875千円
◆食品加工施設の生産管理高度化の支援 ・生産管理高度化に関する研修開催 ・食品加工施設調査指導の委託	・生産管理の高度化に対する意識高揚	・食品加工施設調査指導委託契約 4,935,000円 (平成22年4月21日～9月30日) ・食品加工施設自主衛生管理マニュアル作成等に関する説明会 5月24日～26日:3会場(高知市、四万十市、安芸市) ・生産管理高度化に関する研修(予定) ①食品安全総論・・・9月7日 ②微生物(基礎編)・・・9月28日
◆商品づくりを通じた産業人材の育成 ・重点分野雇用創造食品加工業人材育成支援事業 ・公募により3名の人材育成を県内食品加工業者に委託する	高度な技術の伝授を受け入れる県外企業等との連携	・プロポーザルの実施 ・3社との委託契約(1名/社) 株式会社土佐清水元気プロジェクト 有限会社タネヒサ カフェデュグラス
◆大学院起業家コースによる人材育成【再掲】 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	経営的視点を有する事業者の拡大	・東京教室の借り上げ料月額220千円、大阪教室の借り上げ料月額179千円及びテレビ会議システム通信費等年間総額9,002千円 ・土日20日間授業 7科目、85コマの講義を実施。(セミナー除く)

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>・事業主団体等による在職者訓練の実施状況 ○専門課程(2年間) 1コース(受講者 11人) ○短期課程(12~100時間) 6コース(受講者 137人)</p> <p>・高知高等技術学校による在職者訓練の実施状況 ○短期課程(12~20時間) 3コース(受講者 21人)</p>		<p>技能検定受検者数 H20:885人(年間) ↓ H23:950人(年間)</p>
<p>①集合研修会の開催状況 開催回数 2回 延べ受講者53人</p> <p>②講師の派遣の状況 派遣回数 4回 延べ受講者80人</p>		<p>技能検定受検者数 H22:360人 ↓ H23:500人</p>
<p>・食品加工施設調査指導 9月末:50社(予定) 調査指導報告会:第1回:7月17社 第2回:9月18社(予定) 第3回:9月15社(予定)</p> <p>・マニュアル作成説明会参加者 79企業(自治体除く)、133名(総数)参加</p>	<p>【参考:21年度】 ・食品衛生及び表示に関する意識の向上 ・食品衛生に関する意識の向上及び加工プロセスの改善 (基礎調査実施企業)</p>	
		<p>新たな人材の育成(3名/H22年度)</p>
<p>・授業の日数による進捗率 61.2% (41日/67日) ・春季1期出願者 0名 ・秋季出願者 2名</p>	<p>【参考:21年度】 ・修士卒業生 4名 ・博士修了生 5名</p>	<p>経営的視点を有する事業経営者の育成</p>

産業成長戦略(連携テーマ) 戦略の柱 取組方針 施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)	主な課題	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
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UIJターンを促進する。	◆地域の受け入れ体制が弱さ ◆他地域と差別化 ◆民間ビジネスとしての仕組みの構築	・移住コンシェルジュ3名の雇用 ・データベースの構築 ・高知県移住促進事業補助金の執行
◆都市部での移住・新規就業希望者相談会等の実施【農業】 本県の新規就農者を育成・確保するために、Uターン及びびUターン就業希望者を対象に、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。	○県内外での就業希望者情報の確保 ○県内市町村、農業大学校研修課等、就業希望者の受け入れ体制の整備	○関係機関等への説明会の実施(4月2回) ○事業実施主体との情報共有及び協議(4月1回、5月1回) ○チラシの作成及び県民等への周知(5.20～) ○新農業人フェアでのPR(5.22) ○こうちアグリスクール(東京会場)の開講及び講義(7月=24.31 2回) ○こうちアグリスクール(東京会場)の講義(8月～9月=8/7,21,28 9/4,11,18,25) ○こうちアグリスクール(大阪会場)の開講及び講義(9月=26 1回)
◆移住・UIJターン、就業相談の機能、体制の強化 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UIJターンを促進する。	◆地域の受け入れ体制が弱さ ◆他地域と差別化 ◆民間ビジネスとしての仕組みの構築	・移住コンシェルジュ3名の雇用 ・データベースの構築 ・高知県移住促進事業補助金の執行
<移住・UIJターン、就業相談の機能、体制の強化【林業】> ◆就業希望者向けの林業体験の実施 ◆就業希望者へのPR方法の改善 林業労働力の確保の推進を図るため、雇用情報の収集と情報提供を実施するとともに、林業についての就職説明会や林業体験研修、高校へのPR等を行い、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。	・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。	・新規就業者職業紹介アドバイザーによる林業事業体訪問(県下57事業体) ・高等学校への林業PR用冊子を作成(300部)し、高等学校(16校)を訪問 ・高校生への林業技術研修及び林業体験の実施:4回
<移住・UIJターン、就業相談の機能、体制の強化【水産業】> ◆漁業の担い手の確保 ・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。 ・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。 ・また、担い手を確保するための勧誘活動を実施する。	・新規就業時のハードル(漁労技術、初期投資、漁村環境)の高さ ・一部の地域を除き、市町村、漁協の受け入れ体制の不備	・H21年度に長期研修制度の内容の充実を図り、漁船リース事業を創設。 ・H22年度には漁船リース事業の対象者を拡大 ・また、H21年度からふるさと雇用を活用し、県漁協に漁業就業アドバイザーを設置し幅広い世代から漁業就業者を確保する体制を整備。 ・H22年度も漁業就業アドバイザーによる事業の広報(パンフレット配布、海洋高校でのPR)、就業希望者への事業内容説明、就業相談の対応、各種就業相談会への出席等を通じて担い手の確保を推進。
◆移住・UIJターン、就業相談の機能、体制の強化【商工業】 ◎U・Iターン企業就職等支援事業 県外在住の既卒者を対象としたU・Iターン人材情報システムを活用した無料職業紹介の機能を強化するため、県外事務所や関係機関と連携して、無料職業紹介、相談会の実施、登録企業・人材の拡充を図る。	・U・Iターン人材情報システムは、H21年3月から個人情報の流出を防ぐためにシステムを修正し、求職者の登録がネット上でできないため、新規登録求職者が激減している	・基金を活用した「U・Iターン求人企業開拓員」の配置(4/1～9/30) 訪問企業数 365社 ・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る(H22.6～) ・U・Iターン就職相談会(8/14 高知市内)

<p>アウトプット(結果) 〈インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと〉</p>	<p>アウトカム(成果) 〈アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと〉</p>	<p>目標(H23)</p>																								
<p>・移住相談窓口の確立(移住コンシェルジュの配置、データベースの活用) ・四万十町クラインガルテンの整備 ・移住相談件数の増加(H20:250件→H21:336件) ・四万十町クラインガルテン 宿泊施設 15世帯入居 日帰り農業 10区画利用</p>	<p>・移住者・・336件の相談中7世帯</p>	<p>・きめ細やかなフォローアップの実施 ・移住ビジネスの創出 ・県下全域でのふるさとインターンシップの実施</p>																								
<p>○市町村及びJA広報誌への研修生募集の掲載(4市町村、11JA) ○募集用チラシの作成4000部及び配布(一部配布) ○こうちアグリスクール(東京会場)研修生の確保=18名</p>	<p>○関係機関等への説明会及び事業実施主体との打ち合わせ等により、研修の推進方向や体制について共有化ができた。 ○東京会場の受講者の中には、実家の農業を継ぐ意思のある者や窪川アグリ体験塾で中期研修を希望する意欲のある者が出てきている。</p>																									
<p>・移住相談窓口の確立(移住コンシェルジュの配置、データベースの活用) ・四万十町クラインガルテンの整備 ・移住相談件数の増加(H20:250件→H21:336件) ・四万十町クラインガルテン 宿泊施設 15世帯入居 日帰り農業 10区画利用</p>	<p>・移住者・・336件の相談中7世帯</p>	<p>・きめ細やかなフォローアップの実施 ・移住ビジネスの創出 ・県下全域でのふるさとインターンシップの実施</p>																								
<p>・アドバイザーによる求人状況把握 ・各高等学校への林業職場のPRが図られた。 ・高校生対象の研修で車両系研修20名、可搬式林業機械研修13名、林業体験5名の参加者を得られた。</p>		<p>◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている ◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる ◆担い手 1,560人</p>																								
<p>・研修生の受け入れ数は年間7~8名程度となり、大幅に増加 ・これまで受け入れのなかった中土佐町でも長期研修を開始</p> <p>新規就業支援事業利用者数の推移(単位:人)</p> <table border="1" data-bbox="156 1496 614 1579"> <thead> <tr> <th></th> <th>12~19平均</th> <th>20</th> <th>21</th> <th>22</th> <th>23予定</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>長期研修開始者</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>長期研修終了者</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>5</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>漁船リース利用者</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>		12~19平均	20	21	22	23予定	長期研修開始者	2	5	7	8	-	長期研修終了者	2	2	1	5	7	漁船リース利用者	-	-	2	4	-	<p>・H21~22年度の支援事業対象者は17~49歳で幅広い世代から就業者を確保。 ・また、平均年齢は33.1歳で、漁業技術を獲得し地域へ定着することで、漁村の活性化も期待される。</p>	<p>◆幅広い世代から就業者を確保(後継者確保から担い手の確保へ) ◆年間22名程度(H15~H18平均)の新規就業者を確保</p>
	12~19平均	20	21	22	23予定																					
長期研修開始者	2	5	7	8	-																					
長期研修終了者	2	2	1	5	7																					
漁船リース利用者	-	-	2	4	-																					
<p>・新規登録求人企業数:7月末現在 15社(H21年7月末:9社) ・新規登録求職者数:7月末現在 46名(H21年7月末:14名) ・U・イターン就職相談会(8/14 高知市内) 参加者31名 参加企業10社</p>	<p>・本年度からU・イターン就職相談会(高知会場)に企業ブースを設けたところ、来場者の増加と再度面接約束をするなど就職に結びつきそうな事例が数件見られた。</p>	<p>・産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材供給が進展</p>																								

産業成長戦略(連携テーマ)		主な課題	インプット(投入) 〈講じた手立だが数量的に見える形で示すこと〉
戦略の柱	取組方針 施策		
	<p>項目名および事業概要 (◆これからの対策)</p> <p>◆移住・UIターン、就業相談の機能、体制の強化【商工業】 ○「高知しごとネット」</p> <p>県内就職の促進のため、求人情報等を提供する行政機関や民間職業紹介所等の情報を一元的に集約したホームページ「高知しごとネット」を開発し、できるだけ多くの求職者に閲覧してもらう。同ネットは、職業紹介所等(仕事さがし)のページ、就職相談機関等(就職相談)のページ、専修学校等(資格等取得)のページ、新着情報(就職面接会等)のページで構成</p>	<p>・アクセス件数維持には定期的な広報が必要</p> <p>・リピーターを増やすには新着情報の充実が必要</p> <p>・携帯電話対応HPを新設すれば、アクセス数の維持が期待できるが、「高知しごとネット」掲載中の機関等の中で携帯対応のHPを開発しているところが少ない。</p>	<p>・県広報誌4月号、8月号で「高知しごとネット」をPR</p> <p>・県立高校38校へ広報用チラシ約2,700枚配布</p> <p>・地域づくり支援課や就職相談会などで広報用チラシ600枚配布</p> <p>・今後開催予定のイベントなどで広報用チラシ200枚を配布予定</p> <p>・新着情報に、「UIターン就職相談会」外24件を新規掲載</p>
	<p>◆ICTを活用した移住・就業関連情報の一元化、情報共有</p> <p>○新規就職するうえで必要となる農業技術や経営管理能力を身につけさせるため、就業希望者に対する就業前の実践研修の場を拡充する。</p> <p>○新規就職者の確保・育成を図るため、県農業公社による遊休ハウス等の情報収集・提供や関係部署による初期投資軽減策の有効活用を行う。</p>	<p>○研修生が少ない負担で実践研修できるように、新規就業研修支援事業の導入を未実施市町村に推進すること(H21年度末は15市町村が導入済み)。また、円滑な実践研修が実現できるように、研修生受入の受け皿となる指導農業者の認定推進や、研修生と市町村等とのマッチングなど、新規就業者の受入体制を強化すること。</p> <p>○就業にあたっては農地、住宅、資金、技術等の確保と、地域とのコミュニケーションづくりが課題となる。農家等での実践研修を通じてこれらの課題を解消することができるが、就業希望者のニーズに対応するためには、各関係機関の連携による農地、遊休ハウス、住宅等の情報収集・提供が望まれる。</p>	<p>○市町村等に対する新規就業研修支援事業の導入推進説明会4回</p> <p>○県内外就業相談会での就業相談対応と県内就業のPR</p> <p>○地域担い手協への指導農業者の推薦依頼</p>
	<p>〈新規就業者の就業段階の資金、人的な支援の充実【農業】〉</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>◎新規就業に対する初期投資軽減支援</p> <p>○新規就職するうえで必要となる農業技術や経営管理能力を身につけさせるため、就業希望者に対する就業前の実践研修の場を拡充する。</p> <p>○新規就職者の確保・育成を図るため、県農業公社による遊休ハウス等の情報収集・提供や関係部署による初期投資軽減策の有効活用を行う。</p>	<p>○研修生が少ない負担で実践研修できるように、新規就業研修支援事業の導入を未実施市町村に推進すること(H21年度末は15市町村が導入済み)。また、円滑な実践研修が実現できるように、研修生受入の受け皿となる指導農業者の認定推進や、研修生と市町村等とのマッチングなど、新規就業者の受入体制を強化すること。</p> <p>○就業にあたっては農地、住宅、資金、技術等の確保と、地域とのコミュニケーションづくりが課題となる。農家等での実践研修を通じてこれらの課題を解消することができるが、就業希望者のニーズに対応するためには、各関係機関の連携による農地、遊休ハウス、住宅等の情報収集・提供が望まれる。</p>	<p>○市町村等に対する新規就業研修支援事業の導入推進説明会4回</p> <p>○県内外就業相談会での就業相談対応と県内就業のPR</p> <p>○地域担い手協への指導農業者の推薦依頼</p>
	<p>〈新規就業者の就業段階の資金、人的な支援の充実【農業】〉</p> <p>◆異業種からの農業参入支援</p> <p>◎異業種からの農業参入企業等への初期投資軽減支援</p> <p>○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む。</p> <p>○関係部局と連携した説明会や個別対応を通じて、農業参入希望企業等に地域農業の概要や各種制度を周知させ、意向や要望に応じて地元関係機関と連携して対応する。</p>	<p>○農業参入支援に向けて、各関係機関との各種制度や参入希望企業等の相談内容や進捗状況等の情報共有。</p> <p>○円滑な農業参入に向けて、農地や施設、資金、労働力、技術、販路等の確保に加えて地元調整が課題。</p>	<p>○他部局と連携した説明会の開催(準備)</p> <p>○相談対応</p>
	<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>◆地域の特産林産物の生産活動の支援とPR</p> <p>地域に適した特産林産物の生産を促進するため、生産体制の整備、組織化の推進、生産物のPR、情報発信の強化等の支援を行う 特産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>◆就業者の高齢化や後継者不足</p> <p>◆消費者ニーズを捉えた特産林産物の生産拡大</p> <p>◆積極的な販売戦略</p>	<p>◆特産林産物生産振興に向けた普及支援活動の実施</p> <p>◆特産林産物の普及に向けた検討会等</p> <p>○土佐備長炭販売促進打合せ</p> <p>○シギミ・サカキ生産拠点づくりに向け勉強会の開催(嶺北地域)</p> <p>○津野山産原木シイタケの生産・販売の推進</p> <p>○菊炭(茶道用切炭)の生産状況聞き取り</p> <p>○四万十の栗再生プロジェクト(四万十町)</p> <p>◆特産林産物の生産活動への支援</p> <p>○シギミ・サカキの製品づくり研修</p> <p>◆OJT研修についての打合せ</p> <p>◆2市町(室戸市、東洋町)への研修生支援</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。</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。</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>	<p>・新規就業時のハードル(漁労技術、初期投資、漁村環境)の高さ</p> <p>・一部の地域を除き、市町村、漁協の受け入れ体制の不備</p>	<p>・H21年度に長期研修制度の内容の充実を図り、漁船リース事業を創設。</p> <p>・H22年度には漁船リース事業の対象者を拡大</p> <p>・また、H21年度からふるさと雇用を活用し、県漁協に漁業就業アドバイザーを設置し幅広い世代から漁業就業者を確保する体制を整備。</p> <p>・H22年度も漁業就業アドバイザーによる事業の広報(パンフレット配布、海洋高校でのPR)、就業希望者への事業内容説明、就業相談の対応、各種就業相談会への出席等を通じて担い手の確保を推進。</p>

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>・1日あたりの平均アクセス件数が、4月は「74件/日」、5月は「85件/日」、6月は「83件/日」、7月は「83件/日」、8月は「69件/日」だった。</p> <p>・4月1日から8月8日までの130日間のアクセス総数は「10,500件」で、1日平均のアクセス件数は「81件/日」になる。</p> <p>これは年間目標値の1日平均アクセス件数「90件」の90パーセントにあたる。</p>		<p>産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材供給が進展</p>
<p>○市町村が行う実践研修 実践研修生19市町村、34名</p> <p>○県内外就農相談会での就農相談数 東京(5/22):24名、大阪(7/3):21名、高知市(8/14):9名</p> <p>○指導農業士の認定 新規認定候補者6名</p>	<p>(H22)</p> <p>○市町村における新規就農研修支援事業の取り組み強化 制度導入21市町村(H21年度15市町村) 実践研修生34名(H21年度21名)</p> <p>○指導農業士の認定 これまで指導農業士が不在であった市町村でも認定推薦があり、新規就農者を育成する体制が充実しつつある。</p> <p>○新規就農者 平成22年度調査では、197名を新規就農者として把握した。</p> <p>(参考:H21)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規就農研修支援事業 制度導入15市町村、研修生21名 ・就農相談346名 ・指導農業士新規認定者 9名 ・新規就農者 161名 	<p>○関係機関と連携した就農支援 新規就農者年間確保目標:170名</p>
<p>○市町村が行う実践研修 実践研修生19市町村、34名</p> <p>○県内外就農相談会での就農相談数 東京(5/22):24名、大阪(7/3):21名、高知市(8/14):9名</p> <p>○指導農業士の認定 新規認定候補者6名</p>	<p>(H22)</p> <p>○市町村における新規就農研修支援事業の取り組み強化 制度導入21市町村(H21年度15市町村) 実践研修生34名(H21年度21名)</p> <p>○指導農業士の認定 これまで指導農業士が不在であった市町村でも認定推薦があり、新規就農者を育成する体制が充実しつつある。</p> <p>○新規就農者 平成22年度調査では、197名を新規就農者として把握した。</p> <p>(参考:H21)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規就農研修支援事業 制度導入15市町村、研修生21名 ・就農相談346名 ・指導農業士新規認定者 9名 ・新規就農者 161名 	<p>○関係機関と連携した就農支援 新規就農者年間確保目標:170名</p>
<p>○説明会では、2カ所で30社が参加し、うち2社と個別面談</p>	<p>(参考:H21)</p> <p>異業種からの法人参入 5法人が新規参入し、新規就農者8人、経営面積3.2haが増加</p>	<p>○他部局と連携した説明会の開催</p>
<p>◆新たな需要を生み出す取り組みが始まった ・津野山産原木シイタケ、ウスキキヌガサタケ、菊炭</p> <p>◆需要のある製品の生産拡大に向けて動き始めた ・土佐備長炭、シキミ、サカキ</p> <p>◆後継者育成への支援が具体化</p> <p>◆研修計画の整備</p> <p>◆7名の研修生がOJT研修を開始</p>	<p>◆地域の生産者に取り組み意欲が高まりつつある ・津野山産原木シイタケ、ウスキキヌガサタケ、菊炭</p> <p>◆後継者として参入希望者が増加する</p>	<p>◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせること で付加価値を高め、中山間地域での所得の向上 に取り組んでいる</p> <p>また、若い後継者が育ち始めている</p>
<p>・研修生の受け入れ数は年間7～8名程度となり、大幅に増加</p> <p>・これまで受け入れのなかった中土佐町でも長期研修を開始</p>	<p>・H21～22年度の支援事業対象者は17～49歳で幅広い世代から就業者を確保。</p> <p>・また、平均年齢は33.1歳で、漁業技術を獲得し地域へ定着することで、漁村の活性化も期待される。</p>	<p>◆幅広い世代から就業者を確保 (後継者確保から担い手の確保へ)</p> <p>◆年間22名程度(H15～H18平均)の新規就業者を確保</p>

産業成長戦略(連携テーマ)			
戦略の柱		主な課題	インプット(投入) 〈講じた手立てが数量的に見える形で示すこと〉
取組方針			
施策			
項目名および事業概要 (◆これからの対策)			
<p>〈養成・研修事業の充実、強化【農業】〉</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>○就農希望者への研修支援</p> <p>○新規就農するうえで必要となる農業技術や経営管理能力を身につけさせるため、就農希望者に対する就農前の実践研修の場を拡充する。</p> <p>○新規就農者の確保・育成を図るため、県農業公社による遊休ハウス等の情報収集・提供や関係部署による初期投資軽減策の有効活用を行う。</p>	<p>○研修生が少ない負担で実践研修できるように、新規就農研修支援事業の導入を未実施市町村に推進すること(H21年度末は15市町村が導入済み)。また、円滑な実践研修が実現できるように、研修生受入の受け皿となる指導農業者の認定推進や、研修生と市町村等とのマッチングなど、新規就農者の受入体制を強化すること。</p> <p>○就農にあたっては農地、住宅、資金、技術等の確保と、地域とのコミュニケーションづくりが課題となる。農家等での実践研修を通じてこれらの課題を解消することができるが、就農希望者のニーズに対応するためには、各関係機関の連携による農地、遊休ハウス、住宅等の情報収集・提供が望まれる。</p>	<p>○市町村等に対する新規就農研修支援事業の導入推進説明会4回</p> <p>○県内外就農相談会での就農相談対応と県内就農のPR</p> <p>○地域担い手協への指導農業者の推薦依頼</p>	
<p>〈養成・研修事業の充実、強化【農業】〉</p> <p>◆異業種からの農業参入支援</p> <p>◎異業種からの農業参入希望企業等への研修支援</p> <p>○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む。</p> <p>○関係部局と連携した説明会や個別対応を通じて、農業参入希望企業等に地域農業の概要や各種制度を周知させ、意向や要望に応じて地元関係機関と連携して対応する。</p>	<p>○農業参入支援に向けて、各関係機関との各種制度や参入希望企業等の相談内容や進捗状況等の情報共有。</p> <p>○円滑な農業参入に向けて、農地や施設、資金、労働力、技術、販路等の確保に加えて地元調整が課題。</p>	<p>○他部局と連携した説明会の開催(準備)</p> <p>○相談対応</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>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>・実証内容の充実と成果の共有</p> <p>・職員、市町村、JAへの意識啓発及び推進体制の整備</p> <p>・新規参入者の地域への定着支援</p> <p>・有機農業者間の連携強化</p> <p>・有機農業に対する認知度の向上</p>	<p>・有機栽培技術部会の開催(1回)</p> <p>・有機のがっこう運営協議会の開催(6回)</p> <p>・ふるさと雇用再生有機農業技術定着支援事業委託(H22事業費:6,875,494円以内)</p> <p>野菜15品目の栽培実証及び経営評価(調査中)</p> <p>有機農業実践農家のネットワークづくり(3回)</p> <p>・高知県環境保全型農業普及推進事業費補助金交付実績(有機JAS認定手数料補助):2事業者、61,000円</p> <p>・有機農産物普及推進パンフレット作成委託:787,500円</p> <p>・有機栽培先進地事例調査:愛媛県2回、青森県1回</p> <p>・有機農業普及振研修:2名</p>	
<p>〈養成・研修事業の充実、強化【林業】〉</p> <p>◆技術者養成手法の改善、強化</p> <p>◎技術者のOJTの推進】</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出来る優れた技術者を年間のべ460名養成する。(基礎研修:190名、中堅技術者養成研修:180名、応用・実践的研修:90名)</p>	<p>・効率的な生産システムを使いこなすノウハウが浸透していない</p>	<p>①林業技術者養成研修の開催:6講座6回(7月末現在)</p> <p>②基幹林業労働者養成研修の開催(～9月):5講座5回(7月末現在)</p> <p>③建設業新分野説明会 2回参加</p>	
<p>〈養成・研修事業の充実、強化【林業】〉</p> <p>◆自伐林家等による生産を促進</p> <p>★小規模な生産活動を支援する仕組みの創設</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む、山村地域に住み続けることができる条件を整える。</p> <p>★副業型林家の育成</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げるため、OJTによる技術研修や営林指導を行うNPO等の活動を支援する副業型林家育成支援事業を実施する。</p>	<p>関係機関、事業実施主体へのPR</p> <p>中山間地域での定住化促進、担い手確保</p>	<p>制度の周知のため市町村広報等への登録依頼を実施(34市町村)</p> <p>林業事務所との情報共有(7回)</p> <p>林業事務所による市町村・森林組合への周知(1回)</p> <p>森林組合へのはたらきかけ(25森林組合)</p> <p>市町村広報による周知(11回)</p> <p>副業型林業者育成事業によるOJT研修の実施</p>	
<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、土質や森林資源など地域によって異なるため、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>	<p>・木材価格の低迷による指導対象事業者のモチベーション低下</p> <p>・木材価格が著しく低下したため、私有林での搬出間伐が見送られる可能性</p> <p>・作業道技術研修の現場の確保</p> <p>・定着化に向け、事業者の現場作業員への理解</p>	<p>・森林林業再生プラン実践事業に関するフォローを継続実施</p> <p>・重点事業者へのヒアリング(12事業者、建設業者)</p> <p>・事業者との勉強会の実施(4回)</p> <p>・森林林業再生プラン実践事業検討委員会(3回)</p> <p>・香美、物部森組に対し作業道開設に係る研修会等の実施(3回)</p> <p>・改善案試行のための現地調査(2回)</p>	

<p>アウトプット(結果) 〈インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと〉</p>	<p>アウトカム(成果) 〈アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと〉</p>	<p>目標(H23)</p>
<p>○市町村が行う実践研修 実践研修生19市町村、34名</p> <p>○県内外就農相談会での就農相談数 東京(5/22):24名、大阪(7/3):21名、高知市(8/14):9名</p> <p>○指導農業士の認定 新規認定候補者6名</p>	<p>(H22)</p> <p>○市町村における新規就農研修支援事業の取り組み強化 制度導入21市町村(H21年度15市町村) 実践研修生34名(H21年度21名)</p> <p>○指導農業士の認定 これまで指導農業士が不在であった市町村でも認定推薦があり、 新規就農者を育成する体制が充実しつつある。</p> <p>○新規就農者 平成22年度調査では、197名を新規就農者として把握した。</p> <p>(参考:H21)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規就農研修支援事業 制度導入15市町村、研修生21名 ・就農相談346名 ・指導農業士新規認定者 9名 ・新規就農者 161名 	<p>○関係機関と連携した就農支援 新規就農者年間確保目標:170名</p>
<p>○説明会では、2カ所で30社が参加し、うち2社と個別面談</p>	<p>(参考:H21)</p> <p>異業種からの法人参入 5法人が新規参入し、新規就農者8人、経営面積3.2haが増加</p>	<p>○他部局と連携した説明会の開催</p>
<p>・有機のがっこうに5期生13名が入塾し研修中(県内7名、県外6名うち1名は6月から研修開始)</p> <p>・5期生13名中1名が7月末で卒業。人脈を作るため8月から窪川アグリ体験塾に入塾した</p>	<p>・有機農業の支援体制を整備している市町村数:10市町村(29%) 高知市、四万十市、香美市、馬路村、本山町、大豊町、土佐町 大川村、いの町、仁淀川町</p> <p>・平成22年度産地収益力向上支援事業実施地区:2地区 高知ものべ川有機農業推進協議会、高知県439協議会</p>	<p>◆有機農業就農者数:平均5名/年</p> <p>◆支援体制設置市町村:17市町村(50%)</p> <p>◆有機JAS認証農家戸数:100戸</p> <p>◆県内消費者の有機農業の認知度:75%</p>
<p>①林業技術者養成研修の受講者数:延べ64名</p> <p>②基幹林業労働者養成研修の受講者数:基幹林業生延べ52名、一般延べ16名</p> <p>③参加事業者:幡多21団体、高幡12団体</p>		<p>◆効率的な林業生産活動を行うことが出来る 優れた担い手が育成されている</p> <p>◆担い手 1,560人</p>
<p>広報等の取組により、事業の制度等について一定の周知が図られた</p>		<p>◆自伐林家と森林組合による小規模な生産活動の連携が、地域毎に出来ている</p> <p>◆副業型林家育成研修の終了者が30名</p>
<p>・香美、物部森組において先進林業機械導入事業の採択がされ、先進林業機械の発注を行った。</p> <p>・作業道研修:2事業体、オペレーター6名の育成</p>	<p>・オペレーターが作業道開設の基礎的な工法の実施に取り組みました</p>	<p>原木生産量 50万m3 (効率的な生産システムの導入)</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>項目名および事業概要 (◆これからの対策)</p>	<p>主な課題</p>	<p>インプット(投入)</p> <p><講じた手立てが数量的に見える形で示すこと></p>
<p><養成・研修事業の充実、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。</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。</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>	<p>・新規就業時のハードル(漁労技術、初期投資、漁村環境)の高さ</p> <p>・一部の地域を除き、市町村、漁協の受け入れ体制の不備</p>	<p>・H21年度に長期研修制度の内容の充実を図り、漁船リース事業を創設。</p> <p>・H22年度には漁船リース事業の対象者を拡大</p> <p>・また、H21年度からふるさと雇用を活用し、県漁協に漁業就業アドバイザーを設置し幅広い世代から漁業就業者を確保する体制を整備。</p> <p>・H22年度も漁業就業アドバイザーによる事業の広報(パンフレット配布、海洋高校でのPR)、就業希望者への事業内容説明、就業相談の対応、各種就業相談会への出席等を通じて担い手の確保を推進。</p>
<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>○新規認定農業者の確保については、認定候補者リストの精査を行い、講習会やJA生産部会等により経営改善計画の作成を支援。</p> <p>○認定期間の中間年を迎える農業者については、地域担い手協議会が中心となって、経営改善計画の進捗状況を確認し、目標達成に向けた支援を実施し、再認定につなげる。</p> <p>○認定期間を満了する農業者については、地域担い手協議会が面談方式により目標達成の検証、課題解決方向等の検討を行い、新たな計画の作成を指導する。</p>	<p>○認定農業者の経営改善計画の達成及び再認定に向けたフォローアップ活動の必要性について地域担い手協議会メンバーの認識共有。</p> <p>○担い手育成・確保のための課題や新規就農者の確保の必要性の共通認識。</p> <p>○地域担い手協議会の構成メンバーの協力体制の強化。(市町村、JA、振興センター等)</p>	<p>○認定農業者等担い手育成に係わる事業の周知(市町村等説明会2回、地域担い手協個別ヒアリング1回)</p> <p>○地域担い手協議会に対する効果的な取り組み事例の提供等によるフォローアップ活動実施依頼(文書1回、研修会1回、地域協個別ヒアリング1回)</p> <p>○新規認定候補者リストの精査(6月中の回答依頼)による積極的な新規認定誘導依頼(文書1回、研修会1回、地域協個別ヒアリング1回)</p> <p>○H23認定期間満了者に対する準備作業を依頼(研修会1回、地域協個別ヒアリング1回)</p>
<p><地域や企業等との連携強化【農業】></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>○担い手農家が減少する中で、園芸産地の維持・発展のため、規模拡大等により、意欲と能力のある担い手農家の経営発展を支援することで、企業的経営体の育成を図る。</p> <p>○求人希望する規模拡大志向農家及び農業技術を持った雇用希望者を登録し求人と雇用のマッチングを図るための労働力確保・あつせんのシステム稼働に向けて支援する。</p>	<p>○担い手の経営発展や園芸産地の維持に向けた規模拡大等による企業的経営体育成の必要性について、地域担い手協議会メンバーの認識共有。</p> <p>○企業的経営志向農家をモデル農家へ誘導するための意識醸成及び各種セミナー等への参加誘導。</p> <p>○求人農家と雇用希望者とのマッチングによる労働力確保。</p>	<p>○企業的経営体育成に係わる事業の周知(市町村等説明会2回、農業振興センター経営関連担当者会、地域担い手協個別ヒアリング1回)</p> <p>○農業改良普及課・所ごとの企業的経営モデル候補農家の把握依頼</p> <p>○JA無料職業紹介所のマッチング状況の把握(1回・9JA)</p> <p>○無料職業紹介所とハローワークとの連携について労働局との協議(1回)</p> <p>○企業的経営志向農家に対する「雇用管理や規模拡大」をテーマとした研修会、セミナー等の開催(3回)</p> <p>○JA無料職業紹介所の活動及び運営等に関する研修会の開催</p> <p>○企業的経営シンポジウムの開催</p> <p>(今後の支援要請等把握するためのアンケート調査実施)</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、農業に精通したJAが運営の主導権をもつJA出資型法人(農業経営や農作業の受託を行うとともに、研修生を受入れるなど、地域に貢献できる法人)の設立を支援する。</p> <p>○新たに法人設立を検討するJAの掘り起こしを行うとともに、設立検討PTの立ち上げを促進する。</p> <p>○法人設立促進のための地域の合意経営や設立準備を支援するとともに、設立後の経営安定に向けた機械・施設整備等を支援する。</p>	<p>○JA出資型法人の設立の必要性等について、JAでの認識共有及び意識向上。</p> <p>○地域担い手協議会を通じた情報の共有化と課題の認識共有。</p> <p>○検討開始PTでの情報の共有化とJA中央会との連携。</p> <p>○法人設立に向けた体制、事業内容、経営計画及びJA組合員等の合意形成。</p>	<p>○JAの検討PT等への参画</p> <p>・JA南国市:2回(JA出資型法人と雇用創出推進協議会との一体化協議検討及び県の支援策紹介)</p> <p>○JA出資型法人設立促進のための県支援事業等の周知(市町村等説明会2回)</p> <p>○法人設立意向を示すJAへの個別協議(検討促進及び県支援策紹介等、3JA:高知春野、高知はた、土佐あき)</p> <p>○担い手育成確保対策についてのJA部長長等との協議の中で、法人設立検討を依頼(7JA)</p> <p>○法人設立に向けた取り組み状況の確認とPT立ち上げ依頼。(JA高知はた)</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>○篤農家の優れた生産技術を、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をつくり、高収量・高品質を確保する生産者のまとまりの形成を目指して取組を実施する。</p> <p>○「学び教えあう場」の事業効果を生産者に普及するために、系統・系統外を問わず参加を呼びかけることにより対象農家数の拡大と系統への誘導出荷を行い、系統率の向上を目指す。</p> <p>○篤農家の協力を得て、学び教えあう場を170箇所程度設置して、計画的に現地検討会を開催し参加率80%を目指す。また、生産出荷計画を農業団体と策定・共有しその実現に向けて取組を行う。</p>	<p>○「学び教えあう場」の仕組みづくりが効果的に行われ、参加者の増加に繋がっているか。(現地検討会など)</p> <p>○農業振興センター、農業改良普及所にて事業の趣旨が徹底されて実践されているか。</p> <p>○参加率・収量目標の達成状況を把握し、その結果生じた課題や目標の達成について、その結果を次年度にどのように活用していくか。</p> <p>○生産出荷計画の共有と実現に向かって農業団体と連携した取組が行われているか。</p> <p>○系統率向上について、農業団体との連携した取組が行われているか。</p>	<p>○「学びと教えの場」を県下34品目、177箇所(昨年度170箇所)に設置し、対象農家数も4,380名(昨年度4,238名)と142名の増加となっている。(7月末時点)</p> <p>○担当者会(4/23実施)や各振興センターでの意見交換により、事業趣旨の徹底を図ってきた。</p> <p>○毎月の進捗管理(学び教えの場の開催回数・参加者の把握)を開始(5月末集計)</p> <p>○各地域の農協と農業振興センターが産地の基礎データ及び生産・出荷に関する目標について共有することができた。</p> <p>○生産出荷指標及び生産出荷計画に関する園芸連との協議</p>
<p>◆本県出身の県外大学生等への県内企業の情報の提供</p> <p>大学、企業と連携強化をするため、大学生におけるインターンシップの促進や、民間が実施するガイダンス等への県の直接参加など新たな情報発信のしくみづくりを行う</p>	<p>・県内企業の周知と就職の促進</p>	<p>・インターンシップマッチングセミナー開催(5/15)</p> <p>・インターンシップキックオフセミナー開催(6/19)</p> <p>・県外大学保護者会で高知の就職に関する情報を提供(6/18、6/28、8/8、8/21)</p> <p>・高知県ジュニアインターンシッププロジェクト事業「まなともネット」の大学生等への活用拡大 参加企業:20社</p>

アウトプット(結果) 〈インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと〉	アウトカム(成果) 〈アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと〉	目標(H23)																								
<p>・研修生の受け入れ数は年間7～8名程度となり、大幅に増加 ・これまで受け入れのなかった中土佐町でも長期研修を開始</p> <p>新規就業支援事業利用者数の推移(単位:人)</p> <table border="1" data-bbox="135 389 596 465"> <thead> <tr> <th></th> <th>12～19平均</th> <th>20</th> <th>21</th> <th>22</th> <th>23予定</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>長期研修開始者</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>長期研修終了者</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>5</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>漁船リース利用者</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>		12～19平均	20	21	22	23予定	長期研修開始者	2	5	7	8	-	長期研修終了者	2	2	1	5	7	漁船リース利用者	-	-	2	4	-	<p>・H21～22年度の支援事業対象者は17～49歳で幅広い世代から就業者を確保。 ・また、平均年齢は33.1歳で、漁業技術を獲得し地域へ定着することと、漁村の活性化も期待される。</p>	<p>◆幅広い世代から就業者を確保 (後継者確保から担い手の確保へ) ◆年間22名程度(H15～H18平均)の新規就業者を確保</p>
	12～19平均	20	21	22	23予定																					
長期研修開始者	2	5	7	8	-																					
長期研修終了者	2	2	1	5	7																					
漁船リース利用者	-	-	2	4	-																					
<p>○認定農業者等担い手育成に係わる事業説明会開催により、H22年度実施事業の周知が図られた。(市町村、JA、振興センター:210名出席) ○認定3、5年目の認定農業者フォローアップ活動を実施。(地域担い手協議会) 実施者166名／対象者1,095名(6月末現在) 内訳 3年目:64/564、5年目:102/531 ○認定農業者候補者リスト数:745名(6月末現在)</p>	<p>【22年度】 ○認定農業者数:3,796名(H22.6月末現在) 新規認定:18名、再認定:51名(再認定率54.3%)</p> <p>【参考:21年度】 ○認定農業者数:3,798名(H22.3月末現在) 新規認定:147名、再認定:372名(再認定率86.3%)</p>	<p>○認定農業者数:4、340経営体</p>																								
<p>○企業の経営体育成に係わる事業説明会開催により、H22年度実施事業の周知が図られた。(市町村、JA、振興センター:210名出席) ○労働局との協議により、無料職業紹介所とハローワークの連携の必要性について互いの認識が確認できた。 ○企業の経営モデル候補農家数:13戸(H21年度末現在) ○企業の経営シンポジウム参加者数:農家26名を含む83名 アンケート回答数:全体29/83、農家:9/26 ○研修会、セミナー参加者数(2回合計):農家58名を含む124名</p>	<p>【22年度】 ・シンポジウム参加農家のうちの企業の経営検討意向農家:5名(H21～累計13戸) ・JA無料職業紹介所におけるマッチング実績:38名(31農家) (9JA、4～6月実績)</p> <p>【参考:21年度】 ・シンポジウム参加農家のうちの企業の経営検討意向農家:8名 ・ステップアップセミナー参加農家のうちの規模拡大取組意向農家:4名 ・JA無料職業紹介所の開設:9JA ・JA無料職業紹介所におけるマッチング実績:105名(76農家) (8JA、3月現在)</p>	<p>○認定農業者数:4、340経営体</p> <p>※その他の目標 規模拡大志向農家のリストアップ:100戸(H22まで) モデル農家の育成30戸(H23まで) JAで無料職業紹介所の開設</p>																								
<p>○県設立促進事業の活用予定:南国市担い手協議会 ○JA出資型法人設立検討PTの母体となり得る「地域農業システム検討会」を立ち上げ、JA高知はた</p>	<p>【22年度】 ○総代会での法人設立承認(JA土佐れいほく)</p> <p>【参考:21年度】 ・設立予定法人の事業内容及び収支計画案を作成。 (JA土佐れいほく) ・JA出資型法人の必要性を認識(4JA) 土佐れいほく、高知春野、南国市、高知はた ・既存の法人であるJA四万十が先駆的法人として意識の向上が図られ、経営確立に向けて新たな事業展開を検討開始。(研修事業への取り組み) ・設立検討PTによる最終報告書を作成、JA理事会に諮る。 (JA土佐れいほく)</p>	<p>○JA出資型法人数:5法人</p> <p>※H22目標 H23年6月のJA総会等への法人設立を付議(3JA)</p>																								
<p>○「学びと教えあう場」の設置箇所数や対象農家数の増加もあり、事業の広がりが見られている。</p> <p>○これにより、年間計画や課題を篤農家、生産者、普及、JA間での共有が図られた。</p> <p>○「学び教えあう場」の活動を発展させ、県域の品目別推進会議(こら(8/26)、小ナス(8/27))、生産者交流大会(9/17)を開催した。</p> <p>○県と農協団体が共有する生産出荷指標及び生産出荷計画が作成できた。</p>	<p>【平成22園芸年度(6月末)成果事例】 ＜ナス＞ ・安芸集出荷場 →H22園芸年度出荷量:3,807t(対前年比97%) ＜キュウリ＞ ・須崎集出荷場 →H22園芸年度出荷量:3,804t(対前年比104%) ＜シントウ＞ ・JA南国市中央・南部集出荷場 →H22園芸年度出荷量:383t(対前年比111%)</p> <p>【今後の対応】 ・新園芸年度が始まり、「学び教えあう場」の設置箇所数の見直しを進めることにより、対象農家数の拡大を図ってゆく。</p>	<p>○「学び教えあう場」の設置数:170箇所程度 ・参加率 100%、各地域の収量目標の達成 ・生産計画の推進による園芸連販売額650億円の達成 ・系統率の向上</p> <p>※H22年度の活動目標「学び教えあう場」の設置箇所数:170箇所程度、収量目標設定農家の85%が達成、「学び教えあう場」参加率:80%、対象農家数:4,500戸以上、各集出荷場における生産出荷計画の共有</p>																								
<p>・インターシッピングマッチングセミナー 参加学生 約180人、参加企業 29社(資料参加含む) ・インターシッピングキックオフセミナー 参加学生 大学生・専門学校生約90人、高校生約60人、企業20社 ・県外大学保護者会 6/18 龍谷大学 保護者約30人 6/26 中央大学 保護者約40人 8/8 専修大学 保護者 19人 8/21 法政大学 保護者40人予定</p>	<p>・学生がマッチングセミナーに参加することによって、多くの県内企業の担当者と話をすることができ、企業の理解が深まった。</p> <p>・学生がキックオフセミナーに参加し、講演を聞き、大人を交えてグループディスカッションすることによって、近い将来の自分を描くことの大切さ、目的を持って取り組むことの大切さを認識した。</p> <p>・保護者からは知らない情報を得られたとの声があった。</p>																									

産業成長戦略(連携テーマ)		主な課題	インプット(投入) 〈講じた手立てが数量的に見える形で示すこと〉
戦略の柱	取組方針		
	施策 項目名および事業概要 (◆これからの対策)		
	(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ターン、就業相談の機能、体制の強化【再掲】</p> <p>専門的なスキルを持った中核人材の確保 県外在住の既卒者を対象としたUターン人材情報システムを活用した無料職業紹介の機能を強化するため、県外事務所や関係機関と連携して、無料職業紹介、相談会の実施、登録企業・人材の拡充を図る。</p>	<p>・Uターン人材情報システムは、H21年3月から個人情報の流出を防ぐためにシステムを修正し、求職者の登録がネット上でできないため、新規登録求職者が激減している</p>	<p>・基金を活用した「Uターン求人企業開拓員」の配置(4/1～9/30) 訪問企業数 365社</p> <p>・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る(H22.6～)</p> <p>・Uターン就職相談会(8/14 高知市内)</p>

<p>アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に 現れた形を示すこと></p>	<p>アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化 を示すこと></p>	<p>目標(H23)</p>
<p>・新規登録求人企業数:7月末現在 15社(H21年7月末: 9社) ・新規登録求職者数:7月末現在 46名(H21年7月末:14名) ・U・ターン就職相談会(8/14 高知市内) 参加者31名 参加企業10社</p>	<p>・本年度からU・ターン就職相談会(高知会場)に企業ブースを設けたところ、来場者の増加と再度面接約束をするなど就職に結びつき そうな事例が数件見られた。</p>	<p>・産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材供給が進展</p>