

# 産業成長戦略（商工業分野）の 平成29年度の改定のポイント

資料2

● 展開図・体系図（案） ⇒ 別綴じ

## <地産のさらなる強化>

柱1-6：外商強化に向けた食品加工の高度化	p. 1
	(新産業推進課)
柱2-1：高知版IOTの推進	p. 2
	(工業振興課)
柱2-2：小規模事業者等の生産性向上	p. 3
	(経営支援課)
柱2-3：地域商業の活性化	p. 5
	(経営支援課)

## <「外商」のさらなる拡大>

柱3-2：JICA及びJETRO等と連携したODA案件化の推進	p. 6
	(工業振興課)

## <地産外商の成果を「拡大再生産」へ>

柱5-5：生産性の向上に資する人材の育成・確保	p. 7
	(雇用労働政策課)

●産業成長戦略（コンテンツ分野）の改定のポイント等	p.8
	(まんが・コンテンツ課)

### 第3期産業振興計画 3つのポイント

- 1 地産外商公社をエンジンとした外商の支援や輸出の本格化及び生産管理の一層の高度化
- 2 地域産業クラスターの形成における県内企業の規模拡大や県外からの立地促進による食品加工群の集積
- 3 高度な加工技術を用いた研究から試作品開発、最終商品化までの一貫支援による食品産業全体のレベルアップ

<販売額の動きからみた企業分析> \*表示の%は、主要377企業を工業技術センターが評価・分類した割合\*

企業規模 (販売額別)	現状と課題	
	下降傾向	上昇傾向
～1億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇事業計画が確立できていない (15%)</li> <li>◇必要最小限の製品検査体制も不十分</li> <li>◇新商品開発力が弱い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇小規模だがブランド確立 (39%)</li> <li>◇さらなる事業の拡大が必要</li> <li>◇新商品開発、品質管理、設備投資、人材育成、販路拡大などトータルした事業計画が必要</li> </ul>
1～5億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇旧態依然とした生産・品質管理体制 (12%)</li> <li>◇生産原料の確保ができていない</li> <li>◇新商品開発力が弱い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇市場ニーズに対応した新商品開発 (17%)</li> <li>◇県内原材料の確保と品質管理</li> <li>◇さらなる事業の拡大が必要</li> </ul>
5億円～	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇市場ニーズに反応できていない (7%)</li> <li>◇品質管理が脆弱</li> <li>◇設備投資が不十分</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇市場動向を見据えた先駆的な商品づくり (10%)</li> <li>◇積極的な設備投資</li> <li>◇原材料の確保は県外や海外からも調達 県内調達の増加が課題</li> </ul>

#### 現状

- ・自社での商品開発力が弱く、市場に十分対応できていない
- ・HACCP対応など、企業の品質・衛生管理が十分できていない
- ・工業技術センターの試作設備は、食品衛生法の規程をみたしておらず、営業許可が取得できない（販売できない）
- ・県内の食品食製造機器メーカーの新商品開発が進んでいる

#### 課題

- ・新技術活用などによる、市場に対応した高付加価値商品の開発
- ・品質管理の強化による大手企業等との取引の拡大
- ・工業技術センターの設備環境を営業許可が取得できるように改善し、展示会等での試験販売や市場調査等の実施
- ・食品製造機器メーカーと食品企業等との企業間連携の推進

### 新食品加工棟（食品オープンラボ）の設置（H31完成予定）

オープンラボ機能

#### ◆食品加工の高度化

- ◇新商品開発の強化
  - ・最新機器の整備
  - ・試作品の営業許可の取得
  - ・機能性食品開発室の設置
  - ・官能評価室の設置
  - ・企業等の開発スペースの確保
- ◇品質管理体制の強化
  - ・自主検査支援室の設置
  - ・HACCP環境の整備
- ◇県内ものづくり企業の技術や機器の活用
  - ・食品製造機器の試運転、試作スペースの確保

#### ◆新商品開発の強化・試作品の営業許可の取得

- ①新たな機器設備を整備し、消費者ニーズ等に対応した新商品開発を強化
- ②企業や大学ができるスペースを確保し、新たな加工技術等による製品開発
- ③食品衛生法に基づく生産環境を整備し、試作品の営業許可の取得、展示会等での試験販売の実施

#### ◆企業の品質管理体制の強化

- ①企業の自主検査体制の確立に向けた支援の強化
- ②HACCP対応の新たな生産設備を活用した現場研修を実施

#### ◆食品関連企業とものづくり企業との連携強化

- ①本県オリジナル食品製造機器を利用した高付加価値製品の開発
- ②試運転や試作を通じ、本県食品製造機器の設備導入を促進

#### めざす成果

- ①県産素材の成分解析等により、採れたてのフレッシュ感のある商品開発
- ①食味分析等により、一流シェフの醸す高級感テイストなどの商品開発
- ①自社商品の味や香りなどを科学的に把握し、バイヤーや消費者にPR
- ②県産材の機能性を活用した市場提案型の商品開発
- ③展示会等での試作品販売により、商品改良やコスト計算などにつなげる

- ①自主検査や工程ごとの検査することにより品質管理やクレーム対策
- ②自社に必要な導入設備等のプランニング

- ①風味や香りなど県産素材の特長を活かした商品開発
- ②県内食品製造機器の販売・利用の拡大

食品産業の拠点機能

#### ◆拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

- ◇事業化プランの策定
- ◇産学官連携拠点

#### ◆事業化プランの策定

- ①食品ビジネスまるごと応援事業等による事業化プランの策定支援
- ②食品に関する商品開発の土壌づくり、人材育成及び情報交換などを行う産学官連携拠点の整備

#### めざす成果

- ①意欲ある事業者の掘り起こしと事業化プラン策定支援
- ②各企業等の強みと強みをつなぎ新事業展開
- ②食品関連産業人材の育成

### H29 工業技術センター 現食品加工棟の補強

#### <先行実施する機能強化>

- ◇食品営業許可を取得できるよう現食品加工棟の改修
  - ・飲料水製造業を予定
  - ・素材洗浄室、加工室、検品室等の設置、試作機器の整備
- ◇先行活用できる機器の導入
  - ・品質管理の高度化、消費者ニーズに対応した商品開発、高度分析技術を活用した研究開発の推進 など

### 設備機器の利用促進

・加工実習、衛生管理実習、商品開発講習など、食品オープンラボや導入機器の利用者の裾野の拡大と利用促進（利用数の増大）を目指す。

- ◆オープンラボ機能（1F）
  - <食品製造技術分科会>
  - 果汁利用、調味料、菓子、惣菜など

加工実習、衛生管理実習、商品開発講習など

- ◆イノベーションラボ機能（2F）
  - <食品価値高度化分科会>
  - 品質管理、感性評価、高度分析など

機器を使った分析講習、微生物試験、機能性等高度分析

### 機能強化

#### <食品オープンラボ>

新商品開発の強化

新技術を活用した商品開発

消費者ニーズによる商品の磨き上げ

自主検査体制の強化  
(小規模の事業者・企業)

品質管理体制の強化  
(中規模以上の企業)

県内製造機器の利用拡大



#### <食品産業の拠点>

意欲ある事業者の掘り起こし

事業化プランの策定

食品加工と製造機器のマッチング

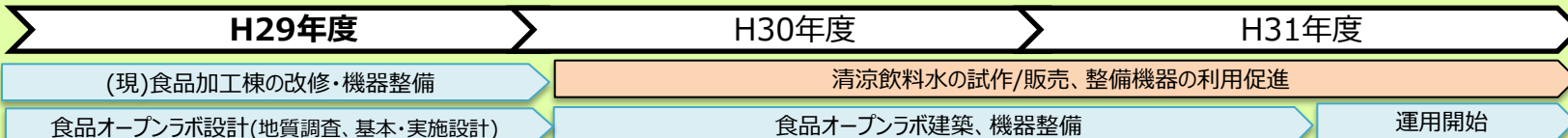
人材育成

食品関連企業をはじめとする多くの事業者が集い、新商品開発・販路拡大につなげる

目標  
1000億円  
+α  
(H31)

さらなる成長へ

スケジュール



## 県内の現状と課題

- 本県産業の拡大再生産に向けて、人口減少による担い手不足がボトルネックとなっている。
- 以下の事由により、IoT分野に関心がもてなかったり、IoT導入を躊躇している。
  - ①県内事業者の多くは、I T 活用が限定的。
  - ②県内情報産業は、課題を持つ現場の情報（実情）を把握できていない。
  - ③成功事例がオープンにされておらず、情報が無い。

## IoT活用のねらい

各産業分野の「人手不足」「生産性向上」という課題や防災対策等に対し、IoT活用による課題解決・対策強化を図る。

※IoTとは Internet of Things = IoT（モノのインターネット）

- インターネットにパソコン類以外の様々な"モノ"を接続すること。
- "モノ"をインターネットにつなぐことにより、離れた"モノ"の状態を知ることや離れた"モノ"を操作することが可能となる。
- これまでインターネットに接続されていなかった自動車や家電、電力メーター、産業機器やインフラ等がインターネットにつながることで新たな製品やサービスの創出が期待される。

普及啓発  
個別相談

◎モデル実証事業  
◎課題抽出

プロジェクト創出

プロジェクト自立化

自 走

高知県IoT推進ラボ研究会（ワンストップ対応）

○セミナー

○企業訪問

研究会入会

○個別  
相談会

### ◎ I o Tモデル実証事業

- I o T 推進プロジェクトマネージャーを中心としたコンソーシアムによる I o T 実証モデル構築
- 工業技術センターによる I o T 技術実証研究
  - ・工場内生産システム開発
  - ・鳥獣被害対策への I o T の活用



### ◎ 課題抽出

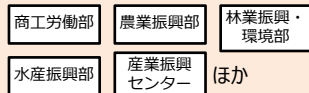
- ・研究会メンバーに参加を募り、農・林・水・防災等の現場訪問



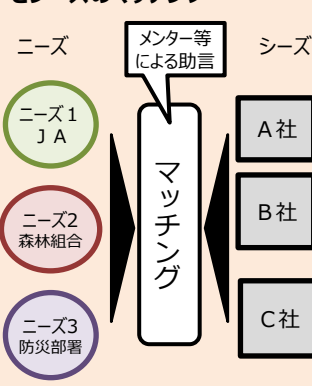
- ・課題抽出アドバイザーによる現場の課題抽出



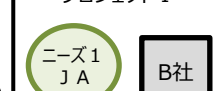
- ・関係部局等による I o T 案件発掘



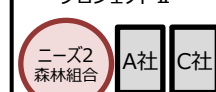
### ◎ 研究会員同士によるニーズとシーズのマッチング



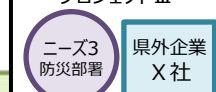
### プロジェクトI



### プロジェクトII



### プロジェクトIII



県内企業で対応できない場合、経産省マッチングイベント等により県外企業とマッチング

- 国のメンター派遣制度
  - ・地方版 I o T 推進ラボ選定地域に対する経済産業省からの派遣

### 新 I o T 推進アドバイザーによる支援

- ・プロジェクト推進上の具体的な課題（知的財産・技術等）にアドバイス

### ○公設試による支援

- ・共同研究、実証実験
- 関係部局等による支援

### 【補助制度】

- 国
  - ・経済産業省、農林水産省 等
- 県
  - ・ものづくり産業強化事業費補助金（製品の試作開発、設備投資）
  - 新 IoT技術開発促進事業費補助金（システム・サービスの試作開発）

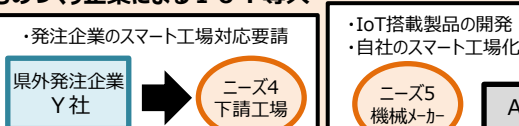
○プロジェクトがビジネスとして自立化

○高知発のIoTシステムを県内へ地消、県外・海外へ外商

### 新 人材育成

- ・土佐MBAにおいて、収集したデータを分析しビジネスモデルを提案するための I o T 技術教育の講座を開講

### ◎ものづくり企業による I o T 導入



- メンター・アドバイザー等による要望に応じた支援



関連団体との連携による情報発信、サポートを実施

(情報産業協会、工業会、製紙工業会、農業協同組合中央会、森林組合連合会、漁業協同組合、大学・高専、産学官民連携センター)

ポイント1

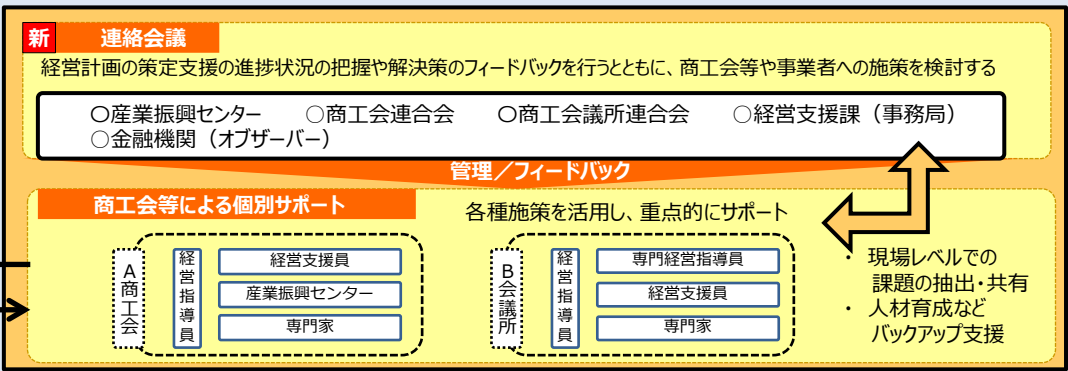
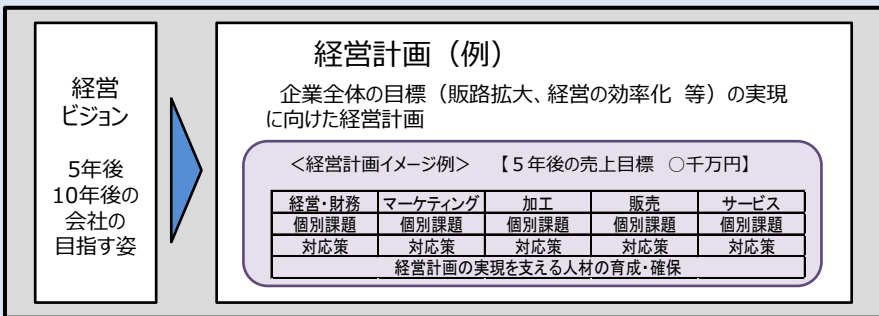
- 商工会や商工会議所（以下、「商工会等」）が、伴走型支援により小規模事業者等の経営計画の策定や事業展開をサポートし、生産性の向上を目指す
- 経営支援課を事務局とし、産業振興センター、商工会連合会、商工会議所連合会をメンバーとし、金融機関をオブザーバーとする連絡会議を設置し、商工会等の活動の進捗状況の把握や解決策のフィードバックを行うとともに、事業者に共通する課題を吸い上げ、施策を検討する

ポイント2

- 商工会等が経営発達支援計画の認定を受け、サポートをさらに強化

ポイント1

**新** 連絡会議を設置し、商工会等が行う計画策定の支援を積極的に推進



相談・方向付け

経営計画策定

事業展開

生産性向上

相談窓口

県・産振センター

商工会等

よろず支援拠点（国）  
地域の頑張る人づくり事業（県）  
こうち起業サロン（県）  
土佐MBA（ココブラ）  
ものづくり総合相談窓口（センター）

こうち起業サロンによる  
起業計画の磨き上げ（県）  
事業戦略支援会議による  
事業戦略の策定支援（センター）

経営改善普及事業（窓口相談、巡回指導、セミナー開催等）  
消費税軽減税率対策（窓口相談・国）

経営改善普及事業  
・経営計画の策定支援  
・経営革新計画の策定支援（国）  
・経営力向上計画の策定支援（国）  
・小規模事業者持続化補助金交付申請の作成支援（国）

相談窓口

専門家派遣

補助金

融資

よろず支援拠点（国） 事業承継・人材確保センター（県）  
産業振興アドバイザー制度（県） 小規模事業者等支援事業（県）  
チャレンジショップ事業（県） 空き店舗対策事業（県） 店舗魅力向上事業（県）  
経営革新支援事業費助成金（センター） 販路開拓支援事業費助成金（センター）  
ものづくり産業強化事業費補助金（県）ものづくり競争力強化支援事業費助成金（センター）  
産業振興計画推進融資（県）

相談窓口

専門家派遣

補助金

融資

経営改善普及事業 消費税軽減税率対策（国）  
消費税軽減税率対策（国）  
小規模事業者持続化補助金（国） ものづくり補助金（国）  
マル経融資（国） 日本政策金融公庫 商工中金

【目指す姿】

経営指導員の伴走型支援により、売上増、営業利益増など、小規模事業者の生産性が向上

地域の需要にきめ細かく対応できる小規模事業者が増えることで、地域の雇用の下支えや、地域経済の活性化につながる

- 企業毎に経営指導員が一貫してサポート
- 経営計画の策定・事業展開を伴走型支援によりサポート
- ものづくり補助金に加点される経営力向上計画、事業計画が含まれる持続化補助金にも取り組む

**新**

連絡会議で全体の進捗状況を把握するとともに、解決策をフィードバック  
○経営発達支援計画の認定を受け、外部アドバイザーなどを積極的に活用

ポイント1

ポイント2

関連団体との連携をより一層密にし、より効果を発揮する  
（市町村、金融機関、中小企業団体中央会、中小企業家同友会 等）

ポイント

- 商工会・商工会議所による小規模事業者等の生産性向上に資する経営計画の策定および事業展開の支援を後押し  
 県域および地域レベルで商工会・商工会議所との連携体制を構築して、産業振興計画の施策を効果的に活用しながら、経営計画の策定ならびに事業展開を強力にサポート

連絡会議の役割

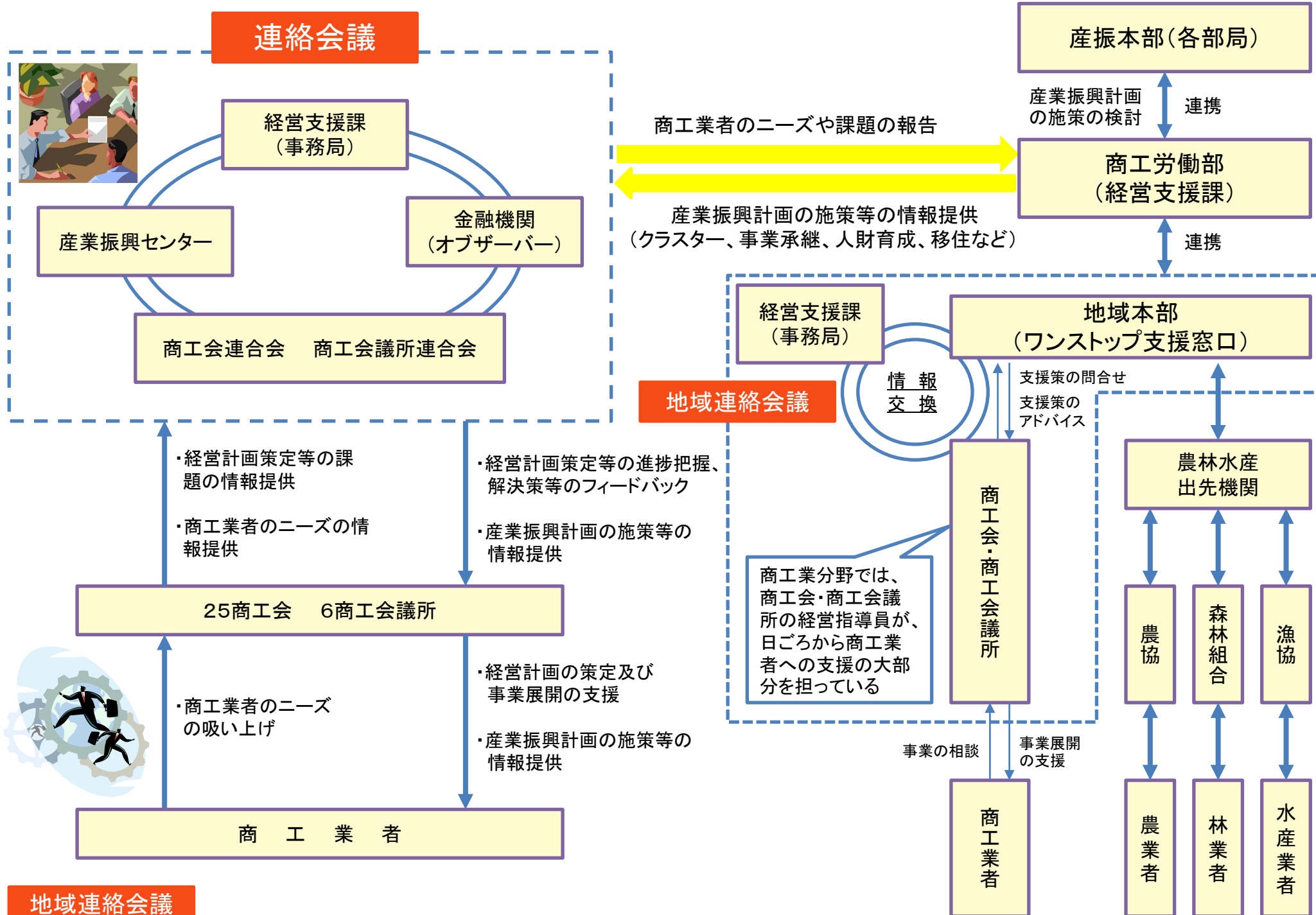
- 商工会・商工会議所による経営計画の策定や事業展開の支援の進捗状況、課題を把握し、解決策等をフィードバック
- 商工業者のニーズや課題を把握
- 産業振興計画の施策等の情報を商工会・商工会議所並びに商工業者に提供

連絡会議の運営

- 経営支援課が事務局となり、産業振興センター、商工会連合会、商工会議所連合会をメンバー、金融機関をオブザーバーとする
- 年3回程度開催
- 必要に応じて関係部署が参加

期待される効果

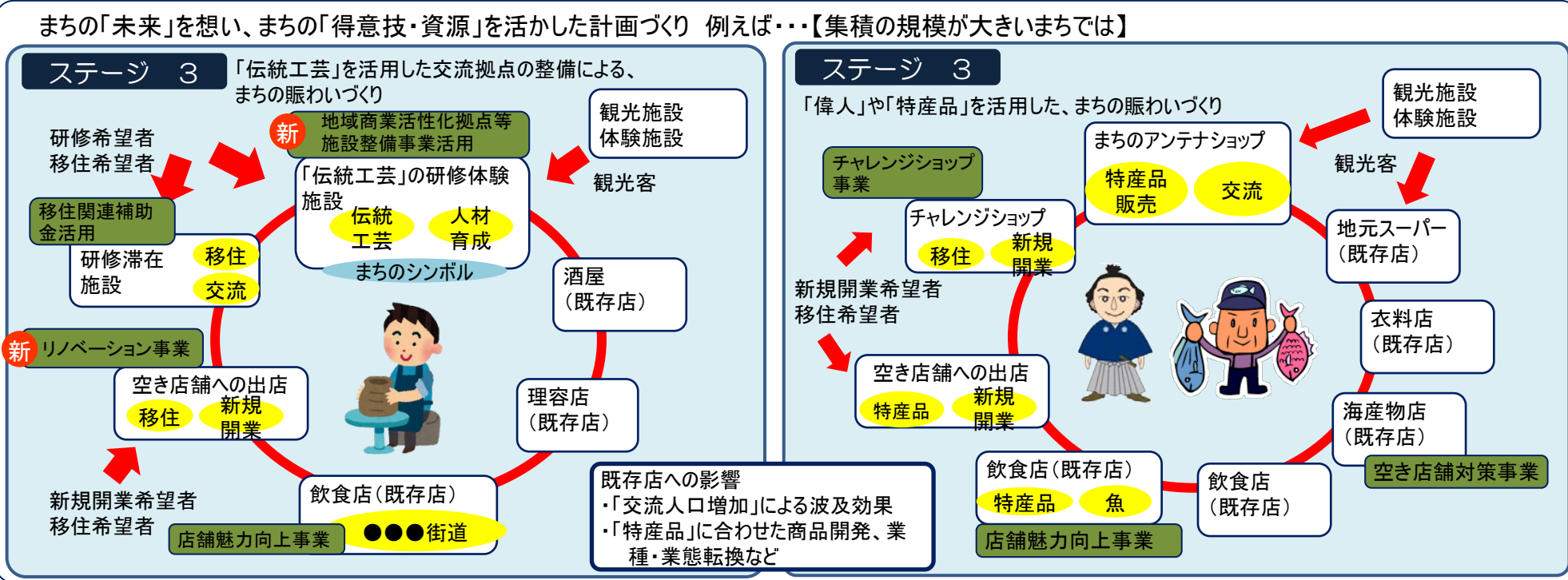
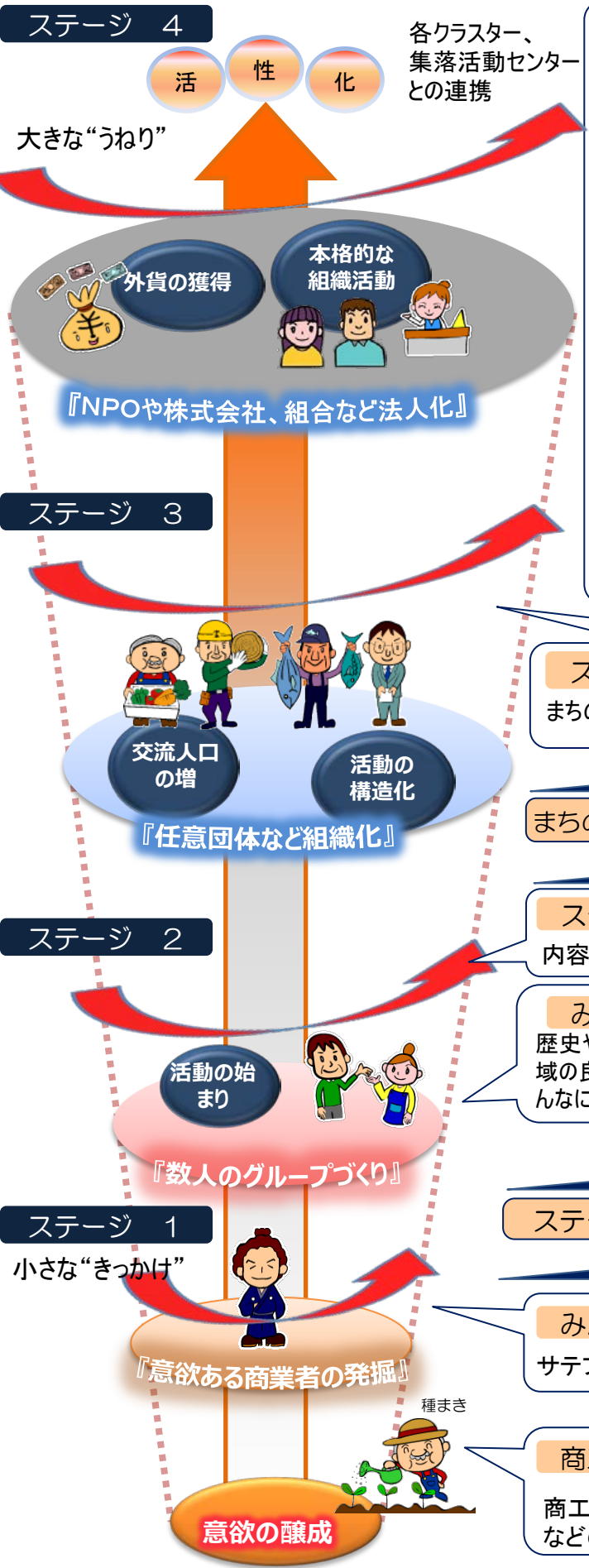
- 商工会・商工会議所による経営計画の策定等の支援をサポートすることにより、小規模事業者の計画策定等が広範に進み、生産性が向上する
- 施策の検討に当たり、商工業者のニーズが反映される
- 産業振興計画の施策を効果的に活用することで、商工業者の取組が進む



地域連絡会議

役割	運営	効果
<ul style="list-style-type: none"> <li>・商工業者の現状や課題についての情報を共有し、支援策等をアドバイス</li> <li>・地域の産振事業の情報共有</li> <li>・商工業者のニーズや課題を把握</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営支援課が事務局となり、商工会・商工会議所、地域本部がメンバー</li> <li>・地域本部会議等に合わせ、開催</li> <li>・必要に応じて関係部署が参加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・適切な支援策のアドバイスにより、産業振興計画の施策を効果的に活用した、商工業者の取り組みが進む</li> <li>・商工業者への支援策を共有することにより、支援スキルが向上する</li> </ul>

中山間地域の商業活性化に向けた取り組みのイメージ



それぞれの「まちの規模」や持っている「得意技・資源」を活かして、それぞれのまちに合った「戦略」を練る

ステージ3：計画づくり  
まちの「得意技・資源」を活用した「プラン」策定  
商業活性化事業など活用

まちの「得意技・資源」が見えてくる → 「活かしたい」と思う

ステージ2：始めた活動を続けていく  
内容の見直し、ブラッシュアップをしながら、次につなげていく

みんなで「何か」を始める  
歴史や文化など地域の良いものをみんなに知らせよう  
野菜や魚など地元のものを使って特産品を作ろう  
地域のソウルフードなどを知ってもらえるイベントをしよう

各種支援事業など活用  
新 事業経営アドバイザー事業  
新 産振部：産業振興アドバイザー制度  
新 若手商業者グループ支援事業

ステージ1：有志が集まる

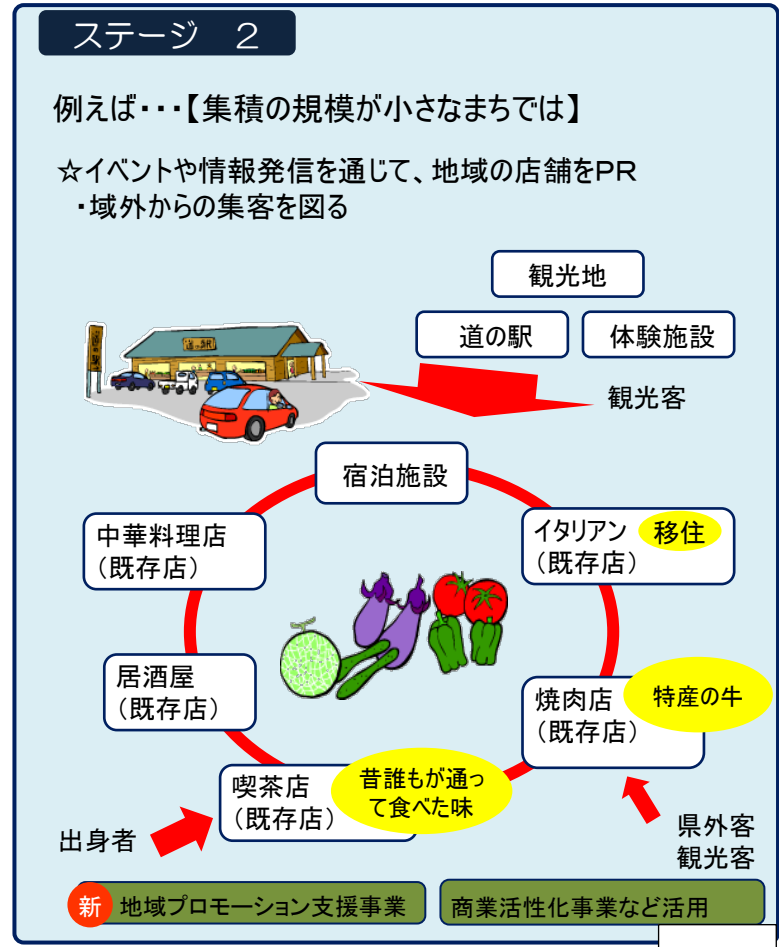
みんなで集まる場をつくる  
サテプラなどを活用し、勉強会を開いて仲間を集める  
産振部：地域人づくり事業など活用

商工会などからの声かけ  
商工会・商工会議所、コプラなどの、個人経営者向けセミナー等をお勧め  
経営や情報発信を学ぶ

自分たちの「まちの未来」を考える

事業者の取組みを、商工会などに支援  
一体となり、市町村・県が積極的

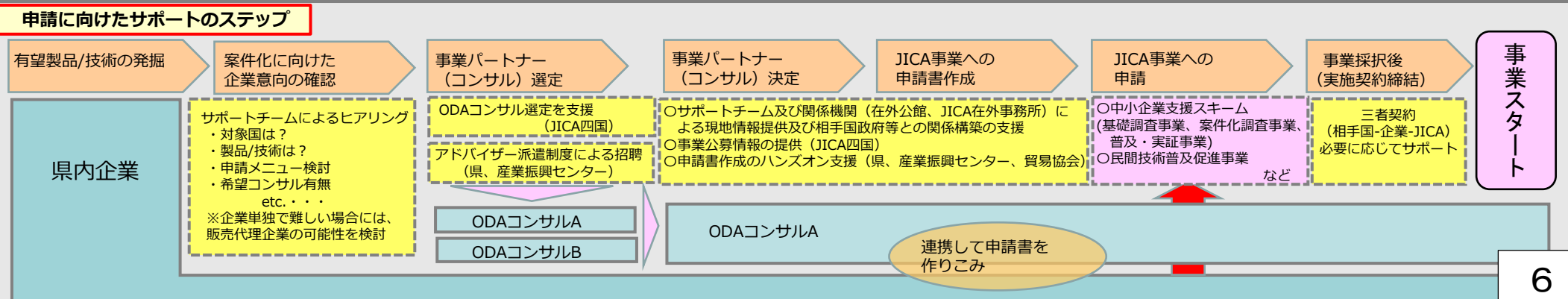
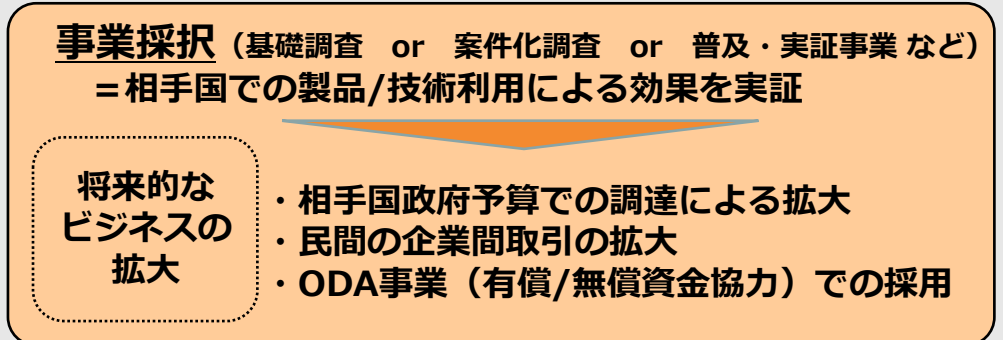
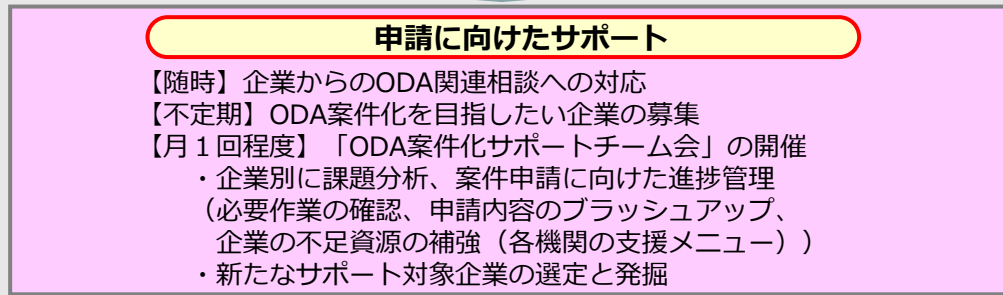
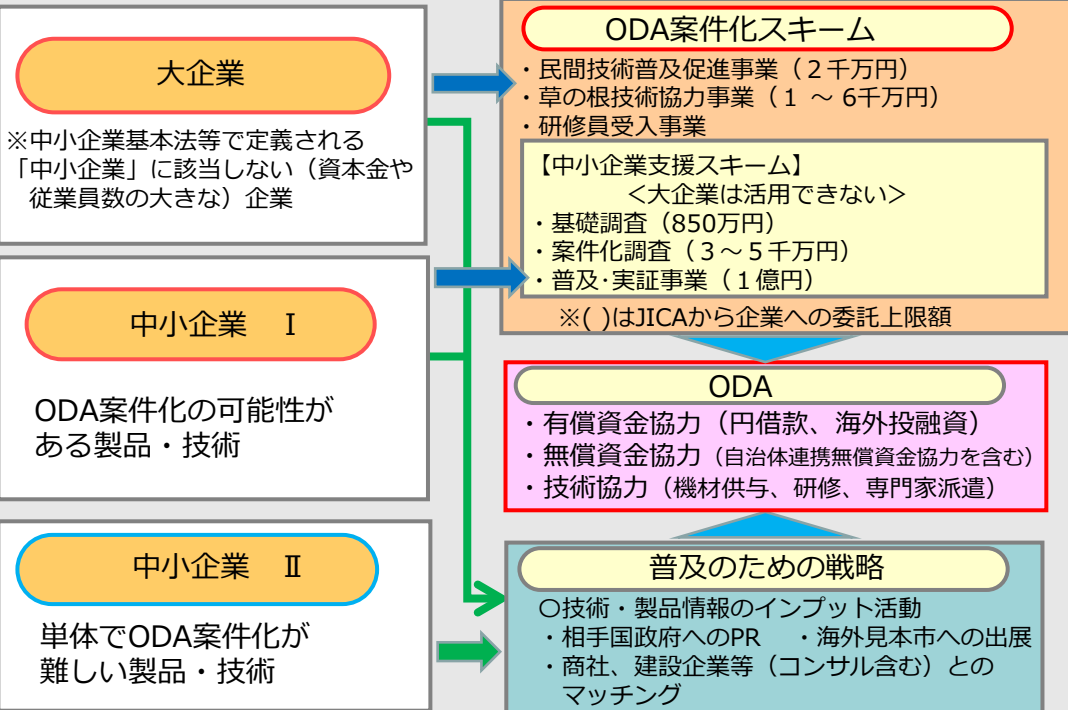
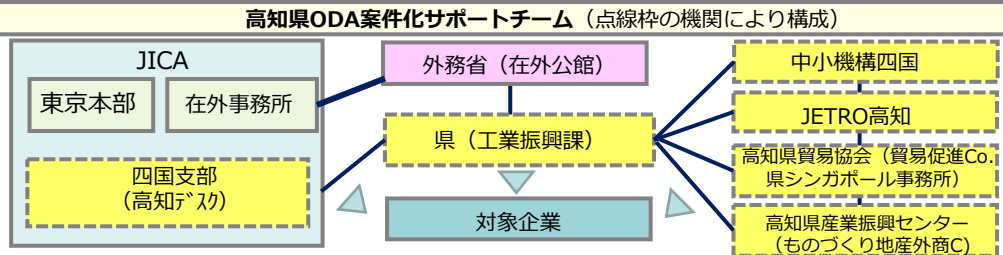
商工会などの意欲的な働きかけ



**背景**

- ・本県ものづくり産業のうち防災関連分野は、日本と同じく台風や地震に悩まされる台湾や東南アジア地域にニーズが見込まれる。
- ・東南アジアは日本に比べ所得水準が低い国が多く、インフラ技術はもちろん、機械設備や備蓄品においても官公需が第一のターゲット。
- ・INAPフィリピンミッションでの知事トップセールスでは、訪問官庁から、本県企業のインフラ技術等に高い関心があったが、財政面の制約からODA(政府開発援助)活用要望があった。

→ODA対象国については、**ODA案件化も視野に入れた海外展開戦略が必要**  
 ※ODA対象国(アジアの一例)：フィリピン、タイ、インドネシア、マレーシア、ベトナム、スリランカ、etc.



背景【国の動き】

◆H.28.9.27 働き方改革実現会議がスタート  
 「同一労働同一賃金など非正規雇用の処遇改善」、  
 「労働生産性の向上」、「長時間労働の是正」、  
 「女性・若者が活躍しやすい環境整備」、  
 「子育て・介護と仕事の両立」  
 など9項目が検討テーマに

背景【高知県の現状】

○求人数の増加  
 H28.11末 有効求人数 14,905人  
 (H26.11 12,403人)  
 ○求職者数の減少  
 H28.11末有効求職者数 12,454人  
 (H26.11 14,252人)

○新規高卒者の卒業後3年以内の離職率が全国より高い ※H25.3卒業者の離職状況

	全国	高知県
1年目	20.1%	22.4%
2年目	11.8%	13.9%
3年目	9.1%	8.0%
合計	40.9%	44.3%

出展：厚生労働省 新規学卒者の就職離職調査

○「結婚」「出産・育児」「介護・看護」を理由とする離職者がいる

平成19年10月以降5年間に前職を辞めた転職  
 就業者及び離職非就業者数

結婚：2,300人  
 出産・育児：6,400人  
 介護・看護：2,900人

(「平成24年就業構造基本調査」より推計)

《県として重点とする取組》

- ① 新規高卒者の離職防止
- ② 従業員の定着による企業の生産性の向上

目指す姿

人手不足

○労働環境・労働条件の見直しを  
 しないままだと……  
 ・従業員のモチベーションが低下  
 ・従業員が定着しない

○労働環境・労働条件を改善したら……  
 ・従業員のモチベーションアップ  
 ・従業員が定着する

○求人を出しても応募がない  
 ↓  
 ○生産性が上がらない  
 (売り上げも減少)  
 ↓  
 ○労働条件の悪化  
 ↓  
 ○従業員が離職する  
 ↓  
 ○ますます人手不足

○求人を出したら応募がある  
 ↓  
 ○生産性が向上する (売上増加)  
 ↓  
 ○人材育成をするとさらに生産性が  
 向上 ↓  
 ○事業拡大する(人手がいる)  
 ・正社員求人の増加  
 ↓  
 ○売り上げの増加(賃金アップなど)  
 ↓  
 ○求人の増加

悪循環

好循環

① 新規高卒者の離職防止

離職の理由と考えられる要因

- 《離職理由・県教委調査》  
 第1位 仕事に向いていない  
 第2位 勤労意欲の欠如
- 《離職理由・厚労省調査》  
 第1位 労働条件・休日・休暇  
 の条件がよくなかった  
 第2位 職場の人間関係

《考えられる要因》

- ・働くことがイメージできていなかったり、内定からの就職までの気の緩みが勤労意欲の低下につながっているのではないかと。
- ・希望する(していた)労働条件と実際のギャップ
- ・企業に、「先輩の仕事を見て学ぶ」、「入社当初は叱られて当たり前」といった昔ながらの意識があるのではないかと

対策

- 《新規高卒者》
- ・内定者のモチベーションの維持 **ポイント1**
  - ・入社前後の不安の解消と社会人としての自覚と責任感の養成 **ポイント2**
- 《企業》
- ・人材確保のための職場環境の改善への意識の醸成 **ポイント3**

具体的な取組

【拡】 県内企業の就職内定者(高校生)を対象とした  
 ブラッシュアップセミナー (2月、3ヶ所、4回)  
 (H28実績:242人 ◎目標:300人)  
 内容:社会人を交えたグループワーク等による就労意識の醸成と就労後の仲間づくり、ビジネスマナーなど

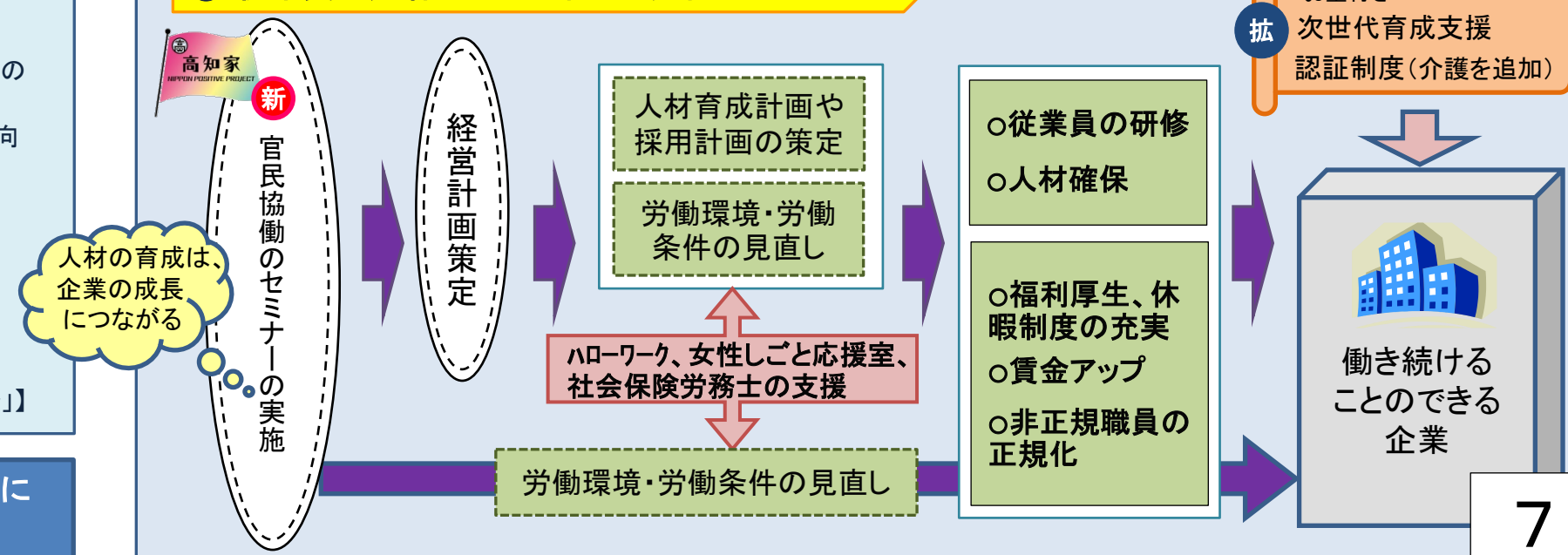
高校新卒内定者を誘導

採用企業を誘導

【新】 新入社員向けセミナー (◎目標:200人)  
 内容:仕事の基本と入社後の不安解消  
 (コミュニケーション力) (先輩からの助言) **ポイント2**

【新】 新卒者採用企業等を対象としたセミナー  
 (◎目標:300社)  
 内容:人材確保・活用のためのノウハウなど **ポイント3**

② 従業員の定着による企業の生産性の向上



人材の育成は、  
 企業の成長  
 につながる

経営計画(人材育成計画)の必要性

- ・経営計画を策定したことがある企業の34%が売上が増加し、策定したことがない企業のうち売上が増加したと回答した企業は20.2% ⇒ 策定した方が売上高増加の傾向
- ・人材育成を行っている企業は37.5%  
 人材育成の取組を行っている企業の34.9%が売上が増加し、人材育成をしていない企業のうち売上が増加したと回答した企業は23.1%  
 ⇒ 人材育成に取り組んでいる方が売上高増加の傾向  
 ■【出典:中小企業庁「2016年版 小規模企業白書」】
- ・若年労働者の職業生活の満足度DI(雇用形態別)  
 正社員の満足度の高い項目  
 「雇用の安定性(63.6ポイント)」「しごとの内容・やりがい(56.3ポイント)」「福利厚生(44.7ポイント)」となっている。  
 ■【出典:厚生労働省「平成25年度若年者雇用実態調査」】

労働条件・労働環境の整備や経営計画の策定、人材育成を行うことは企業にとってメリット(従業員が定着し、企業の生産性が向上)のある取組



# 商工業分野（コンテンツ産業）の展開イメージ

ねらい

コンテンツ関連企業に対するトータルな支援で好循環を生み出すことにより、コンテンツ産業クラスターを形成し、若者の雇用創出及び定着を図る。

分野を代表する数値目標

新規雇用者数（H27以降の累計値） 出発点（H27）：71人 ⇒ 現状（H28）：88人 ⇒ 4年後（H31）：161人 ⇒ 6年後（H33）：260人 ⇒ 10年後（H37）：566人

## 戦略の柱1 企業間の連携支援

### 企業間の連携強化

- コンテンツビジネス起業研究会における先進的取組事例紹介から実技研修等による会員への情報提供
- 会員企業間の協業の促進

### ビジネスマッチングの推進

- 起業研究会会員企業の商品等の相互取引を促進  
⇒事業者の発注案件を掘り起こし、マッチング支援

## 戦略の柱2 外商の推進

### コンテンツビジネス事業化支援

- 事業計画策定や開発、販路開拓、融資等に関する専門家や金融機関への個別相談会を開催し、事業化を推進。認定事業化プランに対し経費を助成

### 販路拡大支援

- 拡** 首都圏見本市等への出展支援（県がブース借上げ）  
⇒ブース数を拡充

事業拡大

売上増

担い手確保

目指す姿

コンテンツ産業クラスターの形成

雇用創出

人材確保がボトルネック

土佐MBA講座の充実及び首都圏人材ネットワーク構築により、県内での育成とU・Iターンの両面からの人材確保策を充実・強化

全体を下支え

## 戦略の柱4 人材確保・人材育成支援

### <人材確保支援>

#### 首都圏高知ITネットワークの構築

- 新** 首都圏在住の高知に縁のあるIT人材・企業とのネットワークの構築（U・Iターン、企業間連携、企業立地の促進等）

#### 会社説明会の開催支援

- 雇用機会に応じた会社説明会の開催を支援

### <人材育成支援>

#### 『アプリ開発人材育成講座』（土佐MBA）の充実・強化

- 拡** 基礎技術編：Eラーニング、集合講座により人材の裾野拡大  
応用編：企業の即戦力になり得る人材を育成

#### 社外研修費への助成

- 社外研修費（旅費、滞在費等）への助成

#### 産学情報交換会の開催

- 教育カリキュラムへの企業ニーズ等の反映を目的として開催

## 戦略の柱3 コンテンツ関連企業の立地

### コンテンツ関連企業の立地促進

- コンテンツ企業立地助成制度を活用した誘致活動強化  
⇒操業開始1年以内の新規県内雇用3名を条件に、雇用奨励金、事業所等の開設・運営経費を3年間補助

### 海外への情報発信

- コンテンツ関連企業の誘致を視野に入れ、本県の魅力を国内外に向けて発信

### ビジネスプランコンテストの開催

- 拡** ビジネスプランコンテストを開催し、入賞プラン等の事業化をサポートする（産学官民連携センター）

# 商工業分野(コンテンツ産業)の体系図

分野の目指す姿	コンテンツ関連企業に対するトータルな支援で好循環を生み出すことにより、コンテンツ産業クラスターを形成し、若者の雇用創出及び定着を図る。
分野を代表する数値目標	・新規雇用者数(H27以降の累計値) 出発点(H27):71人 ⇒ 現状(H28):88人 ⇒ 4年後(H31):161人 ⇒ 6年後(H33):260人 ⇒ 10年後(H37):566人

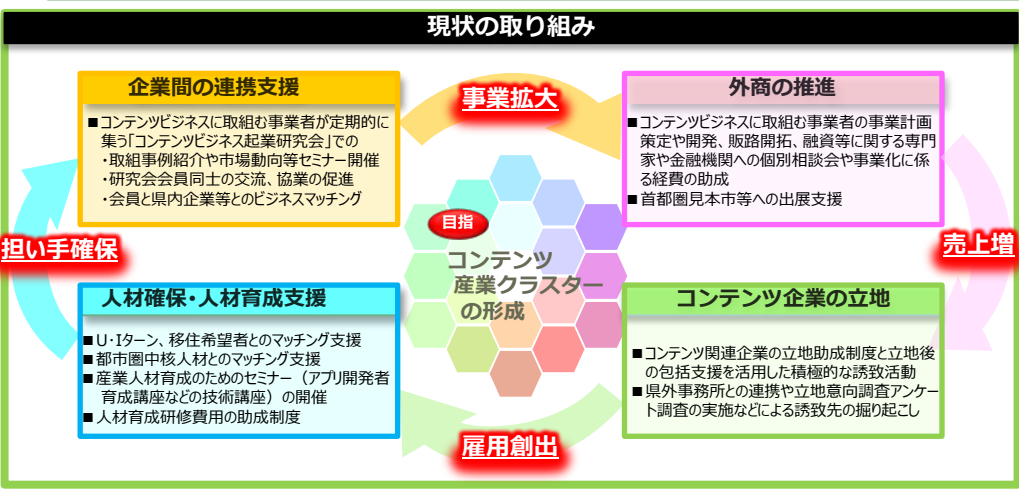
戦略の柱	1 企業間の連携支援	2 外商の推進	3 コンテンツ関連企業の立地	4 人材確保・人材育成支援
戦略の方向性	企業間の連携による事業拡大及び取引促進	付加価値の高いビジネスを構築し、外商の推進による売上増	県外コンテンツ関連企業の誘致及び県内企業のコンテンツ分野への参入並びに起業を促進	コンテンツビジネスの優秀な担い手の確保・育成支援
戦略目標	ビジネスマッチング件数(H27からの累計) ⑳:4件→㉑:40件→㉓:60件→㉕:100件	事業化プラン認定件数(H23からの累計) ㉗:10件→㉙:22件→㉛:28件→㉝:40件  見本市出展事業者数(H28からの累計) ㉗:0社→㉙:12社→㉛:18社→㉝:30社	企業立地件数(H25からの累計) ㉗:6件→㉙:18件→㉛:24件→㉝:36件	土佐MBA受講者数 ㉗:247人→㉙:280人→㉛:320人→㉝:378人
取組方針・主な「具体的な取り組み」	<p>1. 企業間取引・協業の促進</p> <p>◆ 企業間の連携強化・ビジネスマッチングの促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツビジネス起業研究会における取組事例紹介から実技研修等により、会員への情報共有を行うとともに、企業等の発注ニーズを掘り起こし、会員とのマッチングに繋げる。</li> </ul>	<p>1. 事業計画策定等に関する相談会の開催や事業化に係る経費助成を含む「まるごと支援」</p> <p>◆ コンテンツビジネス事業化支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・専門家や金融機関に対する個別相談会の開催による事業化の推進及び事業化に係る経費を助成する。</li> </ul> <p>◆ [拡充] 販路拡大支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏の見本市において高知県としてブースを借上げ、出展するコンテンツビジネス起業研究会会員を公募する。</li> </ul>	<p>1. コンテンツ関連企業の立地</p> <p>◆ コンテンツ関連企業の立地促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・企業情報・ニーズを把握し、コンテンツ企業立地助成制度や、立地にあたっての材確保・育成支援等を一連の支援パッケージとしてPRする。</li> </ul> <p>◆ 海外への情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツ関連企業の誘致を視野に入れ、文化、まんが等の本県の魅力を国内及び世界に向けて発信</li> </ul> <p>◆ [拡充] ビジネスプランコンテストの開催(再掲)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・起業や新たな事業展開の取組を促進するためにビジネスプランコンテストを開催するとともに、入賞プラン等の事業化をサポートする。(産学官民連携センター)</li> </ul>	<p>1. 人材確保・人材育成支援</p> <p>&lt;人材確保支援&gt;</p> <p>◆ [新規] 首都圏高知ITネットワークの構築</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏在住の高知に縁のあるIT人材・企業とのネットワークを構築する。</li> </ul> <p>◆ 会社説明会の開催支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ハローワークと連携した会社説明会の開催を支援する。</li> </ul> <p>&lt;人材育成支援&gt;</p> <p>◆ [拡充] 『アプリ開発人材育成講座』(土佐MBA)の充実・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・基礎技術編(エラーニング、集合講座)及び応用編を開催する。</li> </ul> <p>◆ 社外研修費への助成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・社外研修費(旅費、滞在費等)へ助成する。</li> </ul> <p>◆ 産学情報交換会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・教育カリキュラムへの企業ニーズ等の反映を目的とした産学情報交換会の開催</li> </ul>



1. 高知県のコンテンツ産業振興の取組の現状と課題

ねらい
数値目標

コンテンツ関連企業に対する包括支援で好循環を生み出すことで、コンテンツ産業クラスターを形成し、若者の雇用創出及び定着を図る。  
 県内雇用者数：現状(H28.9) 73人 ⇒ 4年後(H31) 161人 ⇒ 6年後(H33) 260人 ⇒ 10年後(H37) 566人



これまでの成果	
明	<ul style="list-style-type: none"> <li>高知県への「ソーシャルゲーム産業の集積」を目指し、県内企業のゲーム開発を支援 ⇒ 6タイトルリリース、県内企業と県外ゲーム開発会社との協業</li> <li>平成25年度から本年度にかけて、ゲームイラスト制作会社、ゲームの品質保証とカスタマーサポートを行う企業、企業向けアプリ開発会社、人工知能対話エンジンに搭載する対話シナリオの作成会社など、コンテンツ産業の企業立地が実現(合計7社)</li> <li>上記による雇用効果70名を超え、今後更なる雇用が見込まれるなど、産業集積の土台が形成されつつある。</li> </ul>
現状の課題	
暗	<ul style="list-style-type: none"> <li>本県への立地を検討しながら、県内でのエンジニアの確保の見通しがたかないことを理由に立地に踏み切れない企業があり、人材不足が企業誘致の障害となっている。</li> <li>土佐MBA講座の実施により、企業の即戦力となる人材の育成を進めているが、<u>県内の学生数の減少や知識・技術レベルの異なる人材を育成するには時間を要すること等、量的・時間的な課題があり、土佐MBA講座のみでは人材不足を解消できる状況には至っていない。</u></li> <li>一方、首都圏の企業で働き、スキルを身に付けたエンジニアの中には、様々な事情から本県へのU・Iターンを考えている方が存在すると考えられるが、<u>当該人材の掘り起こしと定期的な交流・情報交換を通じたアプローチができる仕組みがない。</u> ⇒ <u>エンジニアを確保するためには「県内での土佐MBAによる育成」と「県外からの人材誘致」の両輪での推進が不可欠で、後者を推進するためのネットワークが必要。</u></li> </ul>

2. 課題解消に向けたH29年度の取組(案)

**開催目的**

- 首都圏で『高知ITネットワーク(仮称)』を創設し、高知県ゆかりの首都圏在住の人材とのネットワーク化を図る。
- 定期的な交流によるネットワーク拡大、県内企業とのマッチングや県内技術者との交流を行う。
- 口コミで拡大を図ったうえで、高知県への移住/転職(U/Iターン)、高知県での立地や起業、高知県企業との事業連携等に繋げる。

3. 事業概要

対象者及び確保方法	活動企画(案)	活動目的
<p><b>1. ネットワーク化の対象者</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>首都圏に在住する高知県出身者や高知県に興味・関心を持っていただいている方、著名なIT企業経営者等</li> <li>故郷・高知のために力になりたいと思っている高知県出身者</li> <li>高知県に移住して働きたいと思っている方</li> <li>※主なターゲット；20-40歳代を主としたIT技術者・クリエイター</li> <li>観光特使、協定締結企業、高知県への立地企業関係者、高知県への立地に関心のある企業関係者 等</li> </ul> <p><b>2. ネットワーク対象者(以下「会員」という)の確保方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>首都圏の各種業界団体、中小企業基盤整備機構等会員企業への案内</li> <li>SPAJAM(スマホアプリ開発コンテスト)参加者等、IT技術者/クリエイターへの案内</li> <li>県内高等教育機関の卒業生</li> <li>高知県の関係先(観光特使、県人会、協定締結企業、立地企業を含む関係先企業等)への案内</li> <li>Web, SNS, @Press等を活用した情報発信</li> </ul>	<p>① ネットワーク交流会(年2回)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>講演・デレモンによる理解促進(著名なIT企業経営者等の講演/県内企業・技術者・クリエイター/移住者体験談報告等)</li> <li>対話による関係構築(対話形式のワークショップ、地元課題解決型アイデアソン、大懇親会(高知の食のPR))</li> <li>名簿の作成(会員のプロフィール付き名簿を作成)</li> </ul> <p>② アイデアソン・ハッカソン等交流イベント</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>会員と県内企業/県内技術者/県内クリエイターとの共創による課題解決型アイデアソン・ハッカソン</li> <li>地元のお題提供者や首都圏IT企業(イベント提供等)との協働、メンター配置、優れた作品・チームへの表彰制度など</li> <li>県が行う首都圏IT人材と県内企業とのマッチング、企業誘致、移住相談のブースを併設</li> </ul> <p>③ 県内フィールドワーク</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>会員を高知県に招き、県内企業関係者や技術者との交流やフィールドワークを2泊3日程度の日程で実施</li> <li>県内企業や高等教育機関の視察や面談、県内の様々な学生や社会人との交流、地元施設や生活を体感できるツアー開催</li> <li>アイデアソンの実施</li> </ul> <p>④ 情報発信、オンライン交流</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Webサイトでの活動内容や地元の魅力等の発信、Facebook、TwitterなどのSNSでの情報発信、会員同士のオンライン交流</li> <li>年間の活動をまとめた冊子を作成、会員や関係者に配布、更なる会員の拡大の訴求媒体として活用</li> </ul> <p>運用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>首都圏における会員の集客や上記活動の企画・準備・運営等については、プロポーザルにより事業者を選定し、委託</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ネットワーク形成</li> <li>会員との交流、情報交換</li> <li>ネットワーク強化</li> <li>高知県への興味・関心度合の向上</li> <li>転職/立地等への誘導</li> <li>県内企業や技術者、学生等との関係強化</li> <li>転職/立地等に向けた体験ツアー</li> <li>転職/立地等情報収集</li> <li>ネットワーク拡大</li> </ul>

分野を代表する目標

製造品出荷額等

現状（H26）5,260億円 ⇒ 4年後（H31）6,000億円以上 ⇒ 6年後（H33）6,400億円以上 ⇒ 10年後（H37）7,000億円以上

「地産」のさらなる強化

柱1 絶え間ないものづくりへの挑戦

1 事業戦略策定等への支援

- 事業戦略の策定・磨き上げへの支援
- 事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援

2 ものづくりの地産地消のさらなる推進

- ものづくり地産地消・外商センターを中心としたマッチング支援
- 試作開発や製品改良への支援

3 メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興

- 製品の開発・磨き上げの支援

4 紙産業の飛躍的な成長の促進

- 「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づき、紙産業の振興をさらに強化

5 産学官連携によるイノベーションの創出

- 研究成果を産業利用するための支援

6 外商強化に向けた食品加工の高度化

- 食品加工の支援拠点を整備し、新商品開発や品質管理等への支援の強化

7 企業の飛躍的な成長の促進

- 生産性を高める設備投資への助成

柱2 事業者の生産性向上と地域商業の活性化

1 高知版IoTの推進

- 普及啓発セミナー等の開催
- 研究会でのマッチング等によるプロジェクト創出
- 専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援

2 小規模事業者等の生産性向上

- 商工会等による経営計画の策定への支援

3 地域商業の活性化

- 商店街のにぎわい創出への支援
- 新規創業・店舗魅力向上への支援

（後掲）4. 生産性の向上に資する人材の育成・確保

「外商」のさらなる拡大

柱3 外商の加速化と海外展開の促進

1 ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進（防災関連製品含む）

- 東京営業本部による外商サポート
- 企業の課題に応じたセミナー等の実施
- 見本市出展や商談会の開催
- 技術提案型商談会等の開催
- 防災関連製品の新たな販売先の開拓



防災防災総合展 in 大阪

2 県内企業の海外展開を促進

- 海外での市場調査支援
- 国内貿易商社とのマッチング
- 海外展開支援のさらなる強化（海外バイヤーの招聘等）
- 海外での外商活動支援（セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展）
- JICA及びJETRO等と連携したODA（政府開発援助）案件化の推進



高知発のものづくりを  
全国・海外へ！

地産外商の成果を「拡大再生産」へ

柱5 産業人材の育成・確保

1 就職支援の推進

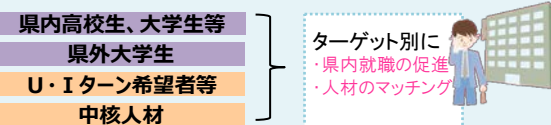
- U・Iターンと県内就職の促進（U・Iターンの促進、若年者や女性への就業支援）

2 事業承継・人材確保センターによる事業承継の取り組みの推進

- 事業承継に関する周知とニーズの掘り起こし
- 事業承継計画の策定から承継後の新たな事業展開までの一貫支援

3 事業承継・人材確保センターによる中核人材情報の収集とマッチングの実現

- 事業者の求人ニーズの掘り起こし
- 事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし
- 移住施策との一体的な業務展開による情報発信・収集力の強化



ターゲット別に  
・県内就職の促進  
・人材のマッチング

4 人材の育成の推進

- 産業界のニーズに応じた人材の育成
- 伝統的工芸品産業等の人材育成

5 生産性の向上に資する人材の育成・確保

- 新規高卒者の離職防止
- 従業員の定着による企業の生産性の向上

柱4 企業立地や起業の促進

1 全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の推進

- 全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現

2 県内企業と県外から進出している企業のさらなる増設の促進

- 徹底したアフターフォロー
- 立地プランの提案等による投資を促すアプローチ

3 第一次産業分野等と連携した企業立地の推進

- ALL KOCHIでのセミナー・フェア等の開催によるアプローチ企業の掘り起こし
- 第一次産業分野等への県内外企業の参入促進
- 加工・販売など関連産業の一体的な誘致

4 事務系職場の集積拡大

- パッケージ型支援策の強化
- 県内各地域への立地促進
- 企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施
- 多種多様な事務系職場の誘致

5 起業に取り組む事業者等への支援の強化

- 創業融資メニューの活用促進

企業立地補助制度



人材確保・育成支援の強化  
（雇用型人材育成への支援等）

企業立地の推進  
事務系職場の集積拡大

# 商工業分野の体系図

※調整中

分野の目指す姿

拡大再生産による雇用拡大と、地域の賑わいによる活気ある商工業

分野を代表する  
数値目標

製造品出荷額等 現状(H26):5,260億円 ⇒ 4年後(H31):6,000億円以上 ⇒ 6年後(H33):6,400億円以上 ⇒ 10年後(H37):7,000億円以上

「地産」のさらなる強化

「外商」のさらなる拡大

地産外商の成果を「拡大再生産」へ

戦略の柱

1 絶え間ないものづくりへの挑戦

2 事業者の生産性向上と  
地域商業の活性化

3 外商の加速化と  
海外展開の促進

4 企業立地や起業の促進

5 産業人材の育成・確保

戦略の方向性

●絶え間ないものづくりへの挑戦を後押しし、世界に通じる製品・技術を生み出す

●高知版IoTの推進により、一人当たりの生産性向上や地域の課題解決を図る  
●商工会等の伴走型支援により小規模事業者等の経営計画の策定や事業展開をサポートし、生産性の向上を図る  
●暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る

●国内にとどまらず、海外展開を促進し、外商をさらに加速する

●本県の強みを活かした第一次産業分野等と連携した幅広い視点からの産業クラスター化を目指す  
●全国的なニアショア(地方拠点開設)志向を活かしたオールインワンのきめ細やかなサポートを武器に、事務系職場の集積を目指す  
●起業等の取り組みへの支援を強化する

●新たな事業展開や企業が必要とする人材の円滑な確保を目指す

戦略目標

・事業戦略を持つ企業数  
①: 200件(H28~H31累計)  
・防災関連認定製品(累計)  
②: 85品→③: 162品→④: 190品→⑤: 246品  
・紙産業の製造品出荷額等  
⑥: 669億円→⑦: 690億円→⑧: 730億円→⑨: 800億円  
・設備投資助成による県内企業の生産能力増加額  
⑩: 11.2億円→⑪: 150億円→⑫: 195億円→⑬: 285億円  
・設備投資助成による雇用創出数(H28からの増加人数)  
⑭: 120人→⑮: 184人→⑯: 312人

・IoTプロジェクトの創出件数  
①: 20件(H28~H31累計)  
・IoTプロジェクト自立件数  
②: 7件(H28~H31累計)  
・経営計画の策定支援件数  
28: 209件→31: 600件  
・空き店舗への出店  
③: 59件(H21~H26累計)  
→④: 100件  
(H28~H31累計)  
・チャレンジショップ開設  
⑤: 4箇所→⑥: 14箇所

・ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成約額  
⑦: 27.1億円→⑧: 73億円→⑨: 100億円  
→⑩: 183億円  
・防災関連認定製品の売上高  
⑪: 15.4億円→⑫: 50億円→⑬: 70億円  
→⑭: 120億円

・企業立地による製造品出荷額等  
⑮: 252億円→⑯: 612億円→⑰: 806億円→⑱: 900億円  
・企業立地による雇用創出数(H28からの増加人数)  
⑲: 800人→⑳: 1,100人→㉑: 1,900人  
(うち事務系職場 ㉒: 350人→㉓: 500人→㉔: 900人)

・県出身県外大学生の県内就職率  
⑵: 13.6%→⑶: 30%

取組方針・主な「具体的な取り組み」

- 事業戦略策定等への支援**  
◆事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げへの支援  
◆事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援
- ものづくりの地産地消のさらなる推進**  
◆ものづくり地産地消・外商センターを中心としたマッチングによる支援  
◆試作開発や製品改良への支援
- メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興**  
◆**[拡充]**さらなる防災関連認定製品の開発を進め、数多くの製品を生み出す支援
- 紙産業の飛躍的な成長の促進**  
◆**[拡充]**「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づき、紙産業の振興をさらに強化
- 産学官連携によるイノベーションの創出**  
◆県内での研究成果を生かし、産業利用を推進するための支援
- 外商強化に向けた食品加工の高度化**  
◆**[新規]**食品加工の支援拠点を整備し、新商品開発や品質管理等への支援の強化
- 企業の飛躍的な成長の促進**  
◆生産性を高める設備投資への助成

New

New

New

- 高知版IoTの推進**  
◆**[新規]**普及啓発セミナー等の開催  
◆**[新規]**研究会でのマッチング等によるプロジェクト創出  
◆**[新規]**専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援
- 小規模事業者等の生産性向上**  
◆**[新規]**商工会等による経営計画の策定への支援
- 地域商業の活性化**  
◆**[拡充]**商店街のにぎわい創出への支援  
◆新規創業・店舗魅力向上への支援
- 生産性の向上に資する人材の育成・確保**  
(後掲)

- ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進(防災関連製品含む)**  
◆東京営業本部による外商サポート  
◆企業の課題に応じたセミナー等の実施(OJT含む)  
◆見本市出展や商談会の開催  
◆技術提案型商談会等の開催  
◆**[拡充]**防災関連製品の新たな販売先の開拓
- 県内企業の海外展開を促進**  
◆海外での市場調査支援  
◆国内貿易商社とのマッチング  
◆海外バイヤーの招聘等海外展開支援のさらなる強化  
◆海外での外商活動支援(セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展)  
◆**[新規]**JICA及びJETRO等と連携したODA(政府開発援助)案件化の推進

- 全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の推進**  
◆企業立地推進会議及び総合支援チームによる企業立地の実現
- 県内企業と県外から進出している企業のさらなる増設の促進**  
◆徹底したアフターフォロー  
◆立地プランの提案等による投資を促すアプローチ
- 第一次産業分野等と連携した企業立地の推進**  
◆ALL KOCHIでのセミナー・フェア等の開催によるアプローチ企業の掘り起こし  
◆第一次産業分野等への県内外企業の参入促進  
◆加工・販売など関連産業の一体的な誘致
- 事務系職場の集積拡大**  
◆集積に向けたパッケージ型支援策の強化  
・県内各地域への立地促進  
・企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施  
◆多種多様な事務系職場の誘致  
◆立地企業を核とした新たな企業の誘致
- 起業に取り組む事業者等への支援の強化**  
◆創業融資メニューの活用促進

New

- 就職支援の推進**  
◆U・Iターンと県内就職の促進  
・U・Iターンの促進  
・若年者や女性の就業支援
- 事業承継・人材確保センターによる事業承継の取り組みの推進**  
◆事業者の事業承継に関する周知とニーズの掘り起こし  
◆事業承継計画の策定から承継後の新たな事業展開までの一貫支援
- 事業承継・人材確保センターによる中核人材情報の収集とマッチングの実現**  
◆事業者の求人ニーズの掘り起こし  
◆県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし  
◆**[新規]**移住施策との一体的な業務展開による情報発信・収集力の強化
- 人材の育成の推進**  
◆産業界のニーズに応じた人材の育成  
◆伝統的工芸品産業等の人材育成
- 生産性の向上に資する人材の育成・確保**  
◆**[新規]**新規高卒者の離職防止  
◆**[新規]**従業員の定着による企業の生産性の向上